

ندارد، زیرا آنها توسط شرکت‌کنندگان فهمیده می‌شوند (توسط مطبوعات تجاری و شبکه‌های اصلی شایعه‌سازی). شایسته است که حقوق خصوصی افراد در برابر تعدی و تجاوز اشخاص بیرونی تحت محافظت قرار گیرد، حتی در مورد مسائل سازمانی، که برای افراد اهمیت چندانی ندارد.

اگر چه مدیران ارشد اجرایی سازمان‌های رسانه‌ای با اکره و به صورت ریاکارانه در مورد حساسیت مسائل مالی و پرسنلی صحبت می‌کنند، لازم است مشاغل را تحت کنترل بگیرند، هرچند این الزام کمتر احتمال دارد برای کسانی که تازه بازنشسته شده‌اند و یا به جاهای دیگری منتقل شده‌اند، صحت داشته باشد. آنها (مدیران ارشد اجرایی) ممکن است برای مصاحبه‌کنندگان قابل دسترسی باشند و نیز تمایل زیادی داشته باشند که دانش یا آگاهی درونی و ذهنی در مورد اداره کردن شرایط بحرانی به دست آورند.

انجام یک مطالعه نظری در مورد شکست و ناکامی رسانه‌ها برای هدایت شرکت‌کنندگان واقعی، نسبت به هر شخص دیگری که در موقعیت کاملاً آگاه شده است، مشکل است. بر پایه برخی دلایل، مشاهده شریک خوب، در مفهوم رسانه‌ها مشکل است. اگر چه آنها مسئول اداره کردن یک سازمان هستند، ولی در حالت طبیعی از ایجاد و ظهور اعتماد بعد از اینکه تلاش‌هایشان شکست خورد، بیزار هستند. در صورت موفقیت، آنها اغلب از رقابت با رقیبان اظهار بی‌میلی می‌کنند. اما این باعث می‌شود تا به صورتی دقیق در مواقع بحرانی اطلاعات ارزشمندتری را گردآوری کنند. فرصت‌های تلافی جویانه نیز برای تحقیق در نمونه‌هایی از مباحثات یا مشاجرات و انتقادات پیش روی عملکردهای رسانه‌ای لذت‌بخش هستند. آنها به طور اساسی زمانی که تعارضات بین اعضای سازمان وجود دارد یا در زمانی که بخش‌های مدیریتی هنجارها یا استانداردهای عملیاتی را می‌پذیرند، رخ می‌دهد.

بعضی از اولویت‌های مباحث تحقیق

تحقیق تجربی در مورد مدیریت رسانه، مسائلی در مورد انگیزش، حمایت و بیان تحلیلی در مجموعه‌های متفاوتی از نظریات علوم اجتماعی را دنبال خواهد کرد؛ نظریه سازمانی، بررسی مدیریت، جامعه‌شناسی مشاغل و حرفه‌ها، نظریه نقش و تجانس نگرشی، نظریات ارزش‌گذاری و غیره. بنابراین تنها مطالعات وابسته به موقعیت (تونستال، ۱۹۷۱) به طور مستمر داده‌ها را در فراساختاری نظری، سازماندهی می‌کنند.

قابل انتظار است که نظریات اجتماعی، اقتصادی و روانشناسی برای مطرح کردن بعضی مسائل مهم در تحقیقات

مدیریت رسانه تداوم یابد. اما اکنون و در آینده نزدیک، مباحث معین در مورد تحقیقات تجربی به احتمال زیاد از مباحث و مسائل سیاسی مهم و اثبات‌نشده در رسانه ناشی می‌شود. چندین مبحث ممکن است مطرح شود. در هر مثال، مدیریت رسانه با وضعیت دشوار، تصمیمات یا مسائل برنامه‌ریزی استراتژیک روبه‌رو می‌شود.

۱- در مواجهه با میزان زیاد رقابت برای پخش، مدیریت برای تعویض قسمت عظیمی از مسئولیت حمایت اقتصادی از مبلغان به خوانندگان، وضعیت رسانه‌های چاپی چگونه خواهد بود؟

۲- در قالب نرخ‌های پستی که هزینه واقعی را منعکس نمی‌کنند، آنها خدمات پستی تأسیس می‌کنند و همزمان از مداخلات دولتی آزادی کاملی به دست می‌آورند. رسانه‌های چاپی چگونه می‌توانند به دنبال کمک مالی دولت باشند؟

۳- به منظور اجتناب از سانسور خارجی، رسانه‌ها چه محدودیت‌های خودخواسته‌ای را باید در مورد مطالب و موضوعات ذهنی خود یا تصویر ذهنی قبول کنند، بدون اینکه به عقیم ماندن آزادی بیان آنها بینجامد؟

۴- اگر سازمان‌های رسانه‌ای جلوی روزنامه یا ایستگاه‌های پخش خودشان را در بازار مشابه بگیرند چه اتفاقی خواهد افتاد؟ اگر از چنین حقوقی محروم شوند دستور آن توسط FCC صادر می‌شود. مبادله یا انتقال مالکیت چگونه باید ترتیب داده شود؟

۵- عملیات پخش عمومی چگونه می‌تواند آزادی را، از مداخله بروکراسی یا سیاستمداران محلی حفظ کند؟ چگونه می‌توان استقلال مدیران ایستگاه‌های محلی را تأمین کرد، زمانی که سطح بالایی از خلاقیت وارد سیستم می‌شود که تنها از طریق منابع سیستم ملی امکان‌پذیر است؟

۶- چگونه می‌توان در یک روش قانونی تلویزیون بی‌سیم را به تلویزیون کابلی تبدیل کرد - با حداقل بهره‌برداری و استفاده از عموم، با حداکثر فرصت برنامه‌ریزی برای مخاطب، و حداکثر دسترسی برای آنهایی که آرزوی برقراری ارتباط را دارند؟

اگر سیستم‌های پخش و توزیع منافع عمومی را به دنبال داشته باشند برای ایجاد برنامه‌ریزی، تفکیک صورت می‌گیرد. در این صورت مؤسسات نوین چه چیزهایی را توسعه خواهند داد؟ این تغییرات در آینده چگونه خواهد بود - مثلاً اگر تلویزیون کابلی به سیستم ارتباطات خانگی کاملتری با مکانیسم بازخورد تبدیل شود؟ (منظور ایجاد تلویزیون‌های تعاملی (TV Interactive) است).

هرکدام از این سؤالات، به تنهایی انواع مشکلات و مسائل عملیاتی را - که می‌تواند به مطالعه مدیریت رسانه کمک کند- توضیح می‌دهد.



مدیریت رسانه‌های دیجیتال در بریتانیا

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

• جان اوکلند
ترجمه: حمیدرضا نجفی
کارشناس ارشد مدیریت رسانه

می‌کرد تصویر «پدرسالارانه‌ای» از خود ارائه دهد؛ تصویری که امروزه نیز تا حدودی وجود دارد. ریت متوجه شد که **BBC** از دولت و صاحبان منافع تجاری، مستقل باشد و برای رسیدن به کیفیت برتر تلاش کند و به‌عنوان سرویس پخش عمومی عمل نماید که وظیفه‌اش اطلاع‌رسانی، آموزش و سرگرم‌سازی است.

از آن زمان **BBC** به جهت پخش گزارش‌های خبری و برنامه‌های عالی در سطح ملی و هم در سطح بین‌المللی از طریق پخش سرویس‌های خارجی رادیویی و تلویزیونی، شهرت پیدا کرده است. **BBC** حق انحصاری پخش را که از

رادیو اولین رسانه پخش بود که در بریتانیا پدید آمد. فرستنده‌های تجربی در اواخر قرن نوزدهم ساخته شدند و سیستم‌های متنوع در اوایل قرن بیستم گسترش و توسعه یافتند. پس از یک دوره دسترسی محدود عموم به رادیو، پخش ملی برنامه‌های رادیو در سال ۱۹۲۲ آغاز شد و این زمانی بود که کمپانی پخش بریتانیا تحت نظارت مستقیم «جان ریت» شکل گرفت. در سال ۱۹۲۷، ریت اولین مدیر عمومی کمپانی پخش بریتانیا (**BBC** کنونی) شد و در پی آن بود که سبک و شیوه گسترش و توسعه آتی **BBC** را پایه‌گذاری کند.

BBC حق انحصاری پخش را در اختیار داشت و سعی

سال ۱۹۳۶ با تعداد معدودی مخاطب شروع شده بود تا سال ۱۹۵۰ ادامه داد، اما از سوی صاحبان منافع سیاسی و تجاری فشارهایی وارد شد و نتیجه آن شد که تلویزیون مستقل (یا تجاری) که از طریق پخش آگهی تأمین مالی می‌شد و تحت نظارت اداره پخش مستقل IBA قرار داشت، در سال ۱۹۵۲ تأسیس شد و اولین برنامه‌هایش در سال ۱۹۵۵ به نمایش درآمد. در سال ۱۹۷۲ حق انحصاری BBC برای پخش رادیویی از بین رفت و تأسیس ایستگاه‌های رادیویی مستقل در سراسر کشور را که از جهت مالی بر پخش آگهی متکی است مجاز کرد. بنابراین از نظر تاریخی، BBC از طریق تأسیس رادیو و تلویزیون مستقل تحت تأثیر قرار گرفت که از آن پس، این دو سازمان پخش بریتانیا را پوشش دهند. سپس ساختار منجر به حاکمیت دوگانه‌ای شد که در آن حق پخش میان سرویس عمومی BBC و سرویس کابلی و ماهواره‌ای و دیگر سرویس‌های پخش که در سال‌های اخیر توسعه یافته‌اند، نیز تسری می‌یابد. در سال ۱۹۸۸ دولت محافظه‌کار اعلام کرد که قصد دارد تغییرات گسترده‌ای در پخش بریتانیا ایجاد کند که بیشتر آنها در سال ۱۹۹۰ عملی خواهد شد. تعداد شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی افزایش یافت و IBE جای خود را به یک کمیسیون تلویزیون مستقل (ITC) داد. هدف طرح‌ها، توسعه رقابت بیشتر میان پخش‌کنندگان و دادن امکان انتخاب بیشتر به مخاطب بود. این سیستم پخش به خاطر تأکید زیاد بر رقابت و تجارت بیش از کیفیت مورد انتقاد گسترده‌ای قرار گرفته است. وجود شبکه‌های بی‌شمار نمی‌تواند منجر به انتخاب بیشتر شود؛ بلکه برنامه‌های نامرغوب BBC و ITC مخاطب بیشتری را شکار می‌کند. از آنجایی که تماشاگران تلویزیون محدود هستند و بودجه آگهی‌دهندگان نمی‌تواند همه انتظارات تلویزیون مستقل موجود را پوشش دهد، طبیعتاً آگهی‌دهندگان به سوی برنامه‌هایی که مخاطب بیشتری را جذب کنند، گرایش پیدا می‌کنند. با وجود این، تلویزیون در سال ۱۹۹۲ توانست، ۳۱/۷ درصد درآمد از آگهی در بریتانیا را به خود اختصاص دهد.

BBC

BBC در ساختمان پخش در لندن مستقر است، اما استودیوها و امکانات محلی آن در سراسر کشور برنامه‌های شبکه‌های ملی و منطقه‌ای رادیو و تلویزیون را فراهم می‌کند. BBC به موجب فرمان پادشاهی تأسیس شد و هیئت مدیره آن به ریاست متشکل از خانم و آقا نظارت بر ساختار و تناسب برنامه‌های آن را برعهده دارد. مدیران از سوی پادشاه از طریق مشورت با وزیران دولت انتخاب می‌شوند و فرض بر آن است که آنان عنصر متشکل در سازمان BBC هستند. عملکرد روزانه سازمان توسط

مدیر عمومی که به وسیله هیئت مدیره از طریق مشورت با نخست وزیر انتخاب می‌شود، کنترل می‌گردد. BBC از طریق کمک‌های مالی مجلس تأمین مالی می‌شود و مقدار زیادی از آن درآمدی است که از طریق فروش مجوزهای تلویزیونی حاصل می‌شود. این مبالغ توسط هرکسی که دستگاه تلویزیون دارد، قابل پرداخت است و در مقایسه با استانداردهای بین‌المللی نسبتاً کم است (در سال ۱۹۹۴ سالانه ۸۳ پوند برای تلویزیون رنگی). به موجب اصلاحات دولتی قانون پخش مصوب ۱۹۹۰، BBC هرچند سیستم صدور مجوز دارد، اما مجبور شد اشکال دیگری از درآمد مانند خدمات اشتراک را توسعه بخشد و از سویی می‌بایست ۲۵ درصد برنامه‌های تلویزیونی را شامل تولیدات مستقل کند. BBC از طریق فروش برنامه‌ها به خارج و همین‌طور فروش راهنمای برنامه‌ها (زمان پخش برنامه‌های رادیو) کتاب‌ها، مجلات و فیلم‌های ویدئویی، درآمد قابل‌توجهی کسب می‌کند. سرویس‌های خارجی BBC که شامل پخش برنامه رادیویی به زبان انگلیسی (سرویس جهانی) و ۳۹ زبان دیگر برای خارج است، از سال ۱۹۳۲ آغاز به کار کرده و نیازهای مالی خود را مستقیماً از طریق دولت و بیشتر دفتر امور خارجه تأمین می‌کند.

این سرویس‌ها به خاطر ارائه گزارش‌ها و برنامه‌های خبری از شهرت زیادی برخوردارند. اما سرویس جهانی به علت کاهش مخاطبان رادیو، سرویس‌های تلویزیونی را در سال ۱۹۹۱ برای اروپا از طریق شبکه‌های کابلی اشتراکی و از طریق ارتباطات ماهواره‌ای برای آسیا و آفریقا آغاز کرد. BBC قصد دارد که سرویس و خدمات تلویزیونی خود را در سطوح جهانی گسترش دهد و از نظر اداره به‌وسیله دولت هرگز یک سازمان دولتی نیست. از سویی دیگر برخلاف تصور عده زیادی در بریتانیا و کشورهای ماوراء بحار، این سازمان هرگز از فشارهای سیاسی آزاد نیست.

منشور BBC توسط پارلمان احیا گردید و به موجب آن وزیر کشور می‌تواند در مورد پخش برنامه‌هایی که تصور می‌شود بحث‌برانگیز یا مخالف منافع عمومی باشد، دخالت نماید. مدیران BBC هرچند تصور می‌شود که مستقل هستند، اما در واقع منتخب دولت‌اند. هنگامی که درخواست تجدیدنظر در بهای صدور مجوز به پارلمان می‌رسد، دولت می‌تواند بر BBC اعمال فشار کند. در سال‌های اخیر BBC تلاش زیادی نموده است که موقعیت خود را به‌عنوان پخش‌کننده سنتی یک سرویس عمومی که از طریق دریافت بهای صدور مجوزها تأسیس شده است، حفظ کند. این سازمان سعی می‌کند درخصوص مسائل سیاسی بی‌طرف باشد، چنان‌که همه احزاب سیاسی گاهگاهی ادعا کرده‌اند که BBC علیه آنان پیش‌داوری کرده است. احزاب بزرگ درخصوص پخش برنامه از طریق

BBC و تلویزیون مستقل از حقوق یکسانی برخوردارند. در سال ۱۹۹۴ دولت متوجه شد که اصلاحات جاری و سازماندهی مجدد **BBC** به ایجاد سازمان دقیق و لایق و باکفایت منجر شده است و منشور **BBC** درخصوص دریافت وجه صدور مجوز برای مدت ۱۰ سال تجدید شد تا بتواند نقش خود را به عنوان پخش کننده سرویس عمومی ایفا کند. اکنون فشارهای دولت بر **BBC** کاهش یافته است. از نظر تاریخی **BBC** از اختراع تلویزیون که عادات سرگرمی مردم را تغییر داد و منبع خبری حاکم گردید، شدیداً تأثیر پذیرفته است.

BBC دو شبکه تلویزیونی دارد: **BBC 1** و **BBC 2**، برنامه‌های شبکه اول شامل اخبار، نمایش و مجموعه نمایشی، کمدی و مسابقات تلویزیونی، جنگ، ورزش و برنامه‌های مستند است. شبکه دوم به موضوعات جدی‌تر مثل تفسیر اخبار، بحث و بررسی برنامه‌های مستند، نمایش و مجموعه‌های داستانی ملودرام و کنسرت و برخی ورزش‌ها می‌پردازد. این شبکه سعی می‌کند تا شبکه‌ای با اقلیت تماشاگر باشد و ۱۰ درصد تماشاگران آن را می‌بینند. با وجود این، مخاطبان این شبکه اکنون در حال افزایش‌اند. این شبکه یک عامل قاطع و مستحکم جهت فراهم آوردن دوره‌های دانشگاه آزاد است. مخاطبان و شنوندگان رادیو **BBC** اخیراً تا اندازه‌ای کاهش یافته‌اند اما رادیو **BBC** هنوز هم به عنوان یک سرویس مهم موج است. **BBC** پنج شبکه رادیویی ملی و ۳۹ ایستگاه محلی دارد که در بیشتر نواحی انگلستان فعال بوده و همین‌طور دارای سرویس‌های رادیویی منطقه‌ای در اسکاتلند، ولز و ایرلند شمالی است. همه این ایستگاه‌های رادیویی برای جذب مخاطب بیشتر با ایستگاه‌های مستقل رقابت می‌کنند. شبکه‌های ملی دارای تخصص‌های خاص و متفاوتی هستند. رادیو یک، موسیقی پاپ، رادیو دو، موسیقی سبک، اخبار و کمدی، رادیو سه موسیقی‌های جدی مدرن و کلاسیک و بحث و گفت‌وگو و نمایش، رادیو چهار، بیشتر گزارش‌های خبری و تفسیر و گفت‌وگو و نمایش پخش می‌کنند و رادیو جدید پنج (۱۹۹۰) برنامه‌های ورزشی و آموزشی را فراهم می‌کند.

شبکه ITC

رادیو و تلویزیون مستقل، از طریق قانون پخش مصوب ۱۹۹۰ به نحو قابل توجهی تحت تأثیر اصلاحات دولتی قرار گرفتند. **ITC** (کمیسیون تلویزیون مستقل) جایگزین **IBE** شد و فعالیت‌های کمپانی‌های تلویزیونی مستقل (شامل سرویس‌های ماهواره‌ای و کابلی) را کنترل کرده است.

ITC به تنهایی برنامه تولید نمی‌کند، بلکه وظیفه‌اش نظارت بر تلویزیون‌های کابلی و ماهواره‌ای و صدور مجوز برای کمپانی‌های فرستنده و همین‌طور تنظیم فعالیت‌های آنهاست

که این کمپانی‌ها وظیفه ساخت برنامه برای کانال‌های دو شبکه تلویزیونی را که از طریق پخش آگهی تأمین مالی می‌شوند، برعهده دارند. منظور از دو شبکه، شبکه مستقل بزرگ سه و شبکه کوچک چهار است و این کمیسیون، پیشنهاددهنده تأسیس شبکه پنج بوده است.

حدود ۱۵ کمپانی تولیدکننده مستقل وجود دارند که شامل گرنادا (شمال غربی انگلستان)، مرکزی (نواحی داخلی انگلستان) و انجلیا (انجلیای شرقی) است. لندن دو کمپانی با یک مجوز دارد که یکی از آنها تهیه‌کننده برنامه‌ها در طول هفته است (کارلتون) و دیگری برنامه‌های پایان هفته را تدارک می‌بیند (لندن ویکند). برنامه‌های این کمپانی‌ها حدود چهارده ناحیه‌ای را که بریتانیا با توجه به اهداف تلویزیون مستقل تقسیم شده است، پوشش می‌دهد. مجوزهایی که فعالیت کمپانی‌های تلویزیونی مستقل را مجاز می‌نماید برای مدت شش سال قابل تمدید است و این کمپانی‌ها مجبورند که با سایر امکانات و ابزارهای موجود به رقابت برخیزند.

منشور **BBC** توسط پارلمان احیا گردید و به موجب آن وزیر کشور می‌تواند در مورد پخش برنامه‌هایی که تصور می‌شود بحث‌برانگیز یا مخالف منافع عمومی باشد، دخالت نماید. مدیران **BBC** هرچند تصور می‌شود که مستقل هستند، اما در واقع منتخب دولت‌اند.

هرچند امکان رقابت از طریق شرکت در مزایده وجود دارد، اما به هیچ وجه این اطمینان وجود ندارد که مجوز بیشتری برای یک شرکت موجود، یا یک مجوز جدید برای یک شرکت جدید که بالاترین پیشنهاد را بدهد، صادر شود. در واقع ملاک فعالیت گذشته، توانایی مالی و التزام به ساختن برنامه‌های منطقه‌ای و باکیفیت است. کمپانی‌های برنامه‌ساز از طریق صدور مجوز برای تلویزیون ملی، چیزی دریافت نمی‌کنند و این امر تنها برای **BBC** امکان‌پذیر است. نهایتاً این کمپانی‌ها از لحاظ مالی به آگهی‌ها و فروش برنامه‌ها، فیلم‌های ویدئویی، کتاب و دیگر نشریات متکی هستند.

ITV قدیمی‌ترین شبکه مستقل بوده و زمانی به نظر می‌رسید که تنها برنامه‌های عامیانه از نوع سرگرم‌کننده‌های سبک و کم‌ارزش تولید می‌کند، اما بعداً کیفیت برنامه‌هایش به خاطر رقابت با **BBC** تا حد زیادی افزایش یافت.

این شبکه اکنون گزارش‌های خبری و تولیدات نمایشی و مستند عالی ارائه می‌دهد. به موجب قانون جدید دولت **ITV** می‌بایست تهیه‌کننده برنامه‌های ساخت داخل بوده و تا حدودی

برنامه‌هایش راجع به ناحیه‌هایی باشد که کمپانی نماینده آنجاست. شبکه چهار در سال ۱۹۸۳ به‌عنوان جایگزین مستقل برای **BBC 2** تأسیس شد. این شبکه که اکنون یک کمپانی عمومی است و توسط ITC مجاز شناخته شده و نظم یافته است، زمان پخش آگهی‌هایش را فروخته و از این طریق درآمد زیادی دارد. این شبکه سعی می‌کند تا با سلیقه‌ای متفاوت از شبکه سه برنامه‌هایش را به زبان ولزی در ولز تولید کند. شبکه چهار درخصوص پخش آگهی و کیفیت برنامه‌هایش مشکلات جدی داشت، اما اکنون شهرت قابل توجهی کسب کرده و موفق شده است. کانال پنج هنوز فعال نیست اما مجوز شروع برنامه‌سازی‌اش از طریق مزایده صادر خواهد شد.

بیشتر چنین استدلال می‌شود که IBE سابق توجه دقیقی روی پیشرفت‌های پخش مستقل نداشته و فاقد قدرت نظم‌بخشی کافی و سیاست پایدار و مستمر بوده است و کاهش مجوزها را به‌طور اختیاری اعطا می‌کرده است. این مشکلات باقی می‌ماند تا ببینیم آیا ITC این موقعیت را بهبود می‌بخشد یا خیر؟

ساختار مالی و مالکیت صنعت رسانه‌ای در بریتانیا
پیچیده است و طیفی از رسانه‌ها از جمله مطبوعات و رادیو و تلویزیون را در برمی‌گیرد. گاهی یک کمپانی خصوصی، مالک تعدادی از محصولات چاپی مثل روزنامه‌ها و مجلات می‌شود و در این زمینه متخصص خواهد شد.

اداره جدید رادیو بر روی حدود ۱۵۰ ایستگاه رادیویی مستقل و منطقه‌ای در سراسر کشور نظارت دارد. این ایستگاه‌ها از طریق پخش آگهی تأمین مالی شده و موسیقی پاپ، اخبار و برنامه‌های محلی تولید می‌کنند و بر مبنای شیوه تجارتي فعالیت می‌نمایند. آمار درآمد آنها بیانگر این واقعیت است که رادیو در بریتانیا مرفقی‌ترین رسانه محسوب می‌گردد. سه ایستگاه رادیو ملی - تجاری بر مبنای سیاست دولت جهت گسترش پخش رادیویی، در حال تأسیس هستند. مجوز ساخت اولین ایستگاه در سال ۱۹۹۱ به **کلاسیک FM** که موسیقی‌های کلاسیک عامیانه و بولتن‌های خبری پخش می‌کند و دومین مجوز در سال ۱۹۹۲ به **ویرجین ۱۲۱۵** که متخصص موسیقی راک است، اعطا گردید. این توسعه و گسترش در سطح ملی و محلی و شهری ادامه خواهد یافت، زیرا پخش رادیو به خاطر تلاش دولت برای افزایش تنوع بیشتر در رادیو، مورد توجه قرار گرفته است تا موضوع‌ها و سلیقه‌های بیشتری را دربرگیرد.

پخش کابلی و ماهواره‌ای

تلویزیون و دیگر پیشرفت‌های فنی مربوط به آن در بریتانیا از جذابیت خیلی زیادی برخوردار شده و از سوی منبع غنی و سودآوری برای سرگرم‌سازی شده‌اند. زمانی تصور می‌شد که تلویزیون کابلی می‌تواند از طریق آبونمان این امکانات را توسعه بخشد. اما تلویزیون کابلی در بریتانیا با وجود رشد آهسته و توانایی بالقوه برای توسعه بیشتر و ارائه خدمات متنوع، با رقاباتی چون تجهیزات ویدئویی و ثانیاً برنامه‌های ماهواره‌ای مواجه شد. پخش مستقیم برنامه‌های تلویزیونی از طریق ماهواره از سال ۱۹۸۹ در بریتانیا آغاز شد. بزرگ‌ترین برنامه‌ساز ماهواره‌ای «بسکیب» (پخش هوایی بریتانیا) است که ۱۵ کانال داشته و اخبار، برنامه‌های سرگرمی سبک، ورزش و فیلم را پوشش داده و به‌طور خصوصی از طریق فروش آنتن‌های بشقابی تأمین مالی می‌شود. امکان انتخاب کانال‌های ماهواره‌ای در بریتانیا سریعاً در حال توسعه است. اما کمپانی‌ها درخصوص جذب مشترک با مشکلاتی مواجه هستند. کیفیت برنامه‌ها غالباً ضعیف است و هنوز برای ارزیابی این امر که آیا این ماهواره‌ها موفقیت تجاری را به دنبال خواهند داشت یا نه، خیلی زود است. به‌رحال در خانه‌هایی که در سال ۱۹۹۴ به سرویس‌های کابلی و ماهواره‌ای دسترسی داشته‌اند، سهم تلویزیون کابلی و ماهواره‌ای از بینندگان ۳۱/۶ درصد، برای **BBC 1** ۲۳/۶ درصد، برای **BBC 2** ۷/۴ درصد، برای **ITV** حدود ۳۰/۵ درصد و برای کانال چهار حدود ۶/۸ درصد بوده است.

نقش و تأثیر تلویزیون

در بریتانیای مدرن، تلویزیون نیروی بانفوذ و قدرتمندی به حساب می‌آید و سرگرمی بسیاری از مردم محسوب می‌گردد. بیش از ۹۸ درصد مردم در خانه‌هایشان دستگاه تلویزیون دارند. ۹۵ درصد از این تعداد دستگاه‌ها، رنگی بوده و بیش از ۵۰ درصد خانه‌ها حتی دو دستگاه و یا بیشتر دارند. برخی از مردم ترجیح می‌دهند به جای خرید دستگاه تلویزیون، آن را اجاره کنند، زیرا دستگاه‌های اجاره‌ای تعمیراتی بوده و به‌طور رایگان نگهداری می‌شوند. بیشتر برنامه‌هایی که در تلویزیون نمایش داده می‌شوند، ساخت بریتانیا هستند. با وجود این مجموعه‌های آمریکایی زیادی نیز وارد می‌شوند. تعداد اندکی از برنامه‌ها از دیگر کشورهای انگلیسی‌زبان مثلاً استرالیا، نیوزیلند و کانادا وارد می‌شوند. تعداد اندکی از محصولات به زبان بیگانه در تلویزیون‌های بریتانیا وجود دارد که یا دوبله شده‌اند و یا زیرنویس دارند. طیف برنامه‌هایی که نمایش داده می‌شوند، بسیار قابل توجه است، اما این برنامه‌ها از لحاظ کیفیت بسیار متنوع هستند. با وجود آنکه تلویزیون بریتانیا در خارج از کشور اعتبار زیادی دارد، در بریتانیا انتقادهای زیادی

متوجه استاندارد برنامه‌ها و یا تکراری بودن آنهاست. گزارش‌های ورزشی، فیلم‌های مستند و تفسیر وقایع جاری، غالباً از استاندارد بالایی برخوردارند و تولیدات نمایشی، آموزشی، ورزشی، تاریخ طبیعی و فرهنگی نیز از چنین امتیازی بهره‌مندند. اما تعداد زیادی از سریال‌ها، فیلم‌ها، برنامه‌های سرگرمی و جنگ‌ها هستند که گاهی کیفیت آنها مورد تردید است. رقابت میان **BBC** و تلویزیون مستقل قوی است و مبارزه برای جذب تعداد مخاطب و تعداد افرادی که برنامه‌های اختصاصی را تماشا می‌کنند ضروری احساس می‌شود. اما این رقابت می‌تواند به این معنا باشد که برنامه‌های مشابه همزمان در شبکه‌های بزرگ به منظور رجوع به بازارهای ویژه و جذب بیشترین مخاطب، نمایش داده می‌شود و می‌توان چنین استدلال کرد که رقابت سبب کاهش کیفیت همه برنامه‌ها و رجوع به نازل‌ترین سلیقه‌های مشترک شده است. فریادهای اعتراض علیه خشونت زیاد در تلویزیون بریتانیا به خصوص قبل از پخش برنامه واتر شد در ساعت نه شب، برخاست. زمان پخش این برنامه ساعتی بود که اکثر نوجوانان غالباً تلویزیون تماشا می‌کنند. برخی از افراد سعی کردند با اعتراض خود سبب اصلاح برنامه‌ها شده و بر آنها تأثیر بگذارند.

تحقیقات اخیر نشان داده است که تماشای تلویزیون برای میانگین بیش از ۲۶ ساعت در هفته برای عموم از نظر اخلاقی مضر است. دولت محافظه‌کار متوجه می‌شود که نمایش خشونت، سکس و بی‌حرمتی در تلویزیون بر بینندگان تأثیر گذاشته و این تأثیر بر برخی از آنها بیش از دیگران قابل احساس است. این وضعیت سبب شد که به

فکر تصفیه برنامه‌های تلویزیون افتاده و شورای استاندارد و پخش و کمیسیون رسیدگی به شکایات راجع به پخش را تشکیل دهند. (این دو مرجع در آینده به‌طور واحد فعالیت خواهند کرد. وظیفه آنان نظارت بر برنامه‌ها و رسیدگی به شکایات و تصویب قوانینی برای سازمان‌های پخش می‌باشد.) دولت فروش و اجاره آن چیزی را که «پلیدی‌های ویدئویی» خوانده می‌شد، منع کرد. دولت قوانین سختی برای فروش نوارهای ویدئویی تصویب کرد و اکنون حدود ۶۹ درصد خانه‌ها حداقل دارای یک دستگاه ویدئو هستند. رقابت شدیدی جهت جلب بیننده و درآمد ناشی از پخش آگهی، در میان تعداد فزاینده‌ای از پخش‌کنندگان قابل مشاهده است. اما قضیه پخش در بریتانیا امروزه با این سؤال روبه‌روست که آیا این توسعه سرگرمی‌ها به معنای انتخاب خالصانه‌تر است یا به معنای سقوط کیفیت.

بنابراین **BBC** حق صدور مجوز خود و التزامش به پخش

عمومی را باید حفظ کند و این امر از اهمیت بسزایی برخوردار است.

مالکیت رسانه‌ها و آزادی بیان

ساختار مالی و مالکیت صنعت رسانه‌ای در بریتانیا پیچیده است و طیفی از رسانه‌ها از جمله مطبوعات و رادیو و تلویزیون را در برمی‌گیرد. گاهی یک کمپانی خصوصی، مالک تعدادی از محصولات چاپی مثل روزنامه‌ها و مجلات می‌شود و در این زمینه متخصص خواهد شد. اما این نوع مالکیت در حال کاهش و تنزل است. امروزه بیشتر روزنامه‌ها توسط کمپانی‌هایی اداره می‌شوند که با طیف گسترده‌ای از رسانه‌ها سروکار دارند مثل کمپانی‌های فیلم، رادیو و تلویزیون، مجلات و تلویزیون‌های کابلی و ماهواره‌ای. دیگر گروه‌های مالک روزنامه‌ها و رسانه‌ها به علایق خود تنوع بخشیده و درگیر

رسانه‌های بریتانیا می‌توانند بدون هیچ مسئولیتی زندگی خصوصی افراد را مورد تجاوز و تهاجم قرار دهند و یا به طریق غیراخلاقی عمل کنند و یا به خاطر اهداف خودشان با اخبار به‌طور احساساتی برخورد نمایند. هرچند رسانه‌ها در برخی از محاکمات که به خاطر افترای منسوب به آنان تشکیل شده بود، موفق بوده‌اند یا به خاطر ارائه اطلاعات آزاد پیروزی‌هایی کسب کرده‌اند، اما در برخی از موارد به خاطر روش خود شکست خورده‌اند.

فعالیت‌های غیررسانه‌ای شده‌اند. در بریتانیا تعداد اندکی از روزنامه‌ها مثل گاردین، مورنینگ استار و ایندپندنت از اینکه توسط شرکت‌های تجاری چندملیتی کنترل شوند، خودداری کرده‌اند.

این مداخله متهورانه در تجارت رسانه‌ای و در نتیجه تمرکز مالکیت در دست عده‌ای محدود، سبب بروز نگرانی در بریتانیا شده است. مثلاً بیش از ۶۰ درصد از میزان توزیع روزنامه‌های اصلی در سال ۱۹۹۳ در اختیار نیوز اینترنشنال و میروور گروپ نیوز پیپر بوده است. با وجود آنکه این تمرکزها به انحصارطلبی منجر نمی‌شود، تحقیقات و بررسی‌های منظمی راجع به مسائل مالکیت و کنترل، صورت می‌گیرد. برخی از منتقدان چنین استدلال کرده‌اند که دولت به منظور پیشگیری از در اختیار قرار گرفتن رسانه‌ها توسط شرکت‌های بزرگ تجاری می‌بایست سهام و یارانه عمومی برای صنایع رسانه‌ای تدارک ببیند. اما این پیشنهاد پذیرفته نشد و تصور بر این بود که در صورت اعمال نفوذ مالی مستقیم یا غیرمستقیم دولت بر رسانه‌ها

خطرهای بالقوه‌ای پدید خواهد آمد. امروزه تصور می‌شود که قانون در مقابل خطرات موجود در مالکیت‌های بزرگ و متمرکز وسایل ارتباطی از آنان حمایت می‌کند. قانون، خرید روزنامه‌های بیشتر توسط مالکانی که یک روزنامه در اختیار دارند را کنترل می‌کند و میزان سهام مالکان روزنامه‌ها، در ایستگاه‌های رادیو و تلویزیون مستقل، محدود خواهد شد. محدودیت‌های بیشتری همچون وجود مدیران مستقل در روزنامه‌ها، تضمین استقلال سردبیران در مقابل مداخله مالکان، انتصاب اشخاص امین به منظور حفظ موقعیت و ایجاد ساختار مدیریتی ویژه، غالباً اعمال می‌شوند. این تدابیر به منظور پیشگیری از انحصارطلبی و نفوذ بی‌جهت مالکان اتخاذ می‌شود، اما چنین حمایت‌هایی در عمل اقل‌کننده و مؤثر نیستند. اکنون دولت محافظه‌کار به کمپانی‌های رقیب و شرکت‌های چندرسانه‌ای اجازه می‌دهد تا مالکیت کمپانی‌های تلویزیونی **ITV** را در اختیار بگیرند.



مسئله آزادی بیان در رسانه‌های بریتانیا همچنان یک نگرانی اصلی محسوب می‌گردد. غالباً اعتراض‌هایی در این خصوص که رسانه‌ها آزادی کافی برای اظهار نظر درباره موضوع‌های مورد علاقه عموم را ندارند، به وقوع پیوسته است. اما آزادی رسانه‌ها، مانند افراد، جهت نشان دادن خود، قطعی و مطلق نیست. قواعدی روی آزادی عمومی وضع می‌شود تا از منافع قانونی دیگر افراد، سازمان‌ها و دولت حمایت کند، آنچنان که میان منافع رقابت‌کنندگان توازن حاصل شود.

محدودیت‌های قانونی زیادی روی آزادی بیان رسانه‌ها وجود دارد. قاعده‌ای وجود دارد به این معنا که رسانه‌ها نباید تا زمانی که رسیدگی به پرونده‌ای در دادگاه ادامه دارد، تفسیری راجع به آن نوشته و به طریق دیگری منتشر کنند و می‌بایست

خود را به موقعیت دادگاه محدود نمایند. غرض از وضع این قاعده، حمایت از حقوق افراد بوده است و اگر رسانه‌ای این قانون را نقض کند، متهم به اهانت به دادگاه شناخته شده و جریمه خواهد شد. قاضی می‌تواند این جرم یعنی اهانت به دادگاه را در مورد ژورنالیست‌ها به‌عنوان منبع اطلاعات یا به منظور پیشگیری از انتشار جریانات و مدارک به‌خصوص دادگاه، نیز مورد استفاده قرار دهد. به‌دست آوردن و انتشار اطلاعات رسمی و دولتی معین، شدیداً توسط قانون اسرار رسمی و اخطارهای ارشادی کنترل می‌شوند. (منظور هدایت‌هایی است برای رسانه‌هایی که با موضوع‌های حساس سروکار دارند و باید از افشای آنها خودداری کنند). رسانه‌ها همچنین در صورت ارتکاب افترا و سایر جرایم وقیح در مقابل دادگاه مسئول و پاسخگو خواهند بود. افترا عبارت است از متهم‌ساختن دیگری که در صورت نبود کذب، به شهرت و آبروی وی لطمه وارد آید. عمل وقیح شامل هر عملی است که اخلاق عمومی را جریحه‌دار کند. در چنین مواردی سازمان آن رسانه و کلیه افراد پاسخگو خواهند بود.

یک چنین محدودیت‌هایی مانع از آزادی بیان کامل رسانه‌ها در بریتانیا می‌شود. در برخی موارد چنین استدلال می‌شود که اگر رسیدگی‌کننده به مسئولیت روزنامه‌نگاری به وظیفه خود به خوبی عمل می‌کند، پس انجام اصلاحات ضروری به نظر می‌رسد. بریتانیا یک جامعه سرنگهدار است و مبارزه جهت رهایی از قانون اطلاعات که می‌تواند منجر به از بین رفتن پنهانکاری و قوانین انحصاری گردد، ادامه دارد. از سوی دیگر رسانه‌های بریتانیا می‌توانند بدون هیچ مسئولیتی زندگی خصوصی افراد را مورد تجاوز و تهاجم قرار دهند و یا به طریق غیراخلاقی عمل کنند و یا به خاطر اهداف خودشان با اخبار به‌طور احساساتی برخورد نمایند. هرچند رسانه‌ها در برخی از محاکمات که به خاطر افترای منسوب به آنان تشکیل شده بود، موفق بوده‌اند یا به خاطر ارائه اطلاعات آزاد پیروزی‌هایی کسب کرده‌اند، اما در برخی از موارد به خاطر روش خود شکست خورده‌اند. برخی از رسانه‌ها باعث دردسر می‌شوند، دولت می‌بایست محدودیت‌های قانونی درخصوص تجاوز به خلوت افراد وضع کند مگر آنکه رسانه مورد بحث خود را در این زمینه اصلاح کند.

تصور عمومی بر آن است که آزادی بیان می‌تواند محدودتر از آن چیزی باشد که اکنون هست. یکی دیگر از نهادهای ناظر بر رسانه‌ها، کمیسیون رسیدگی به شکایات مطبوعاتی **BBC** است که در سال ۱۹۹۰ به‌وجود آمد تا جایگزین اسلاف ضعیف خود گردد. این نهاد توسط مالکان روزنامه‌ها تأمین مالی می‌شود و فرض بر آن است که از آزادی و استقلال مطبوعات حمایت کرده، استانداردهای ژورنالیسم را حفظ نموده و در مورد

شکایات عموم از روزنامه‌ها، قضاوت می‌کند. برخی از منتقدان چنین استدلال می‌کنند که این کمیسیون درخصوص حمایت از آزادی مطبوعات آنچنان که باید و شاید، تلاش و مبارزه نمی‌کند. دیگران می‌گویند که این کمیسیون با روزنامه‌هایی که شکایت علیه آنان ثابت شده است، به اندازه کافی و صریح برخورد نمی‌کند.

ترس از اینکه ممکن است دولت قوانین سختی علیه سوءاستفاده‌های رسانه‌ها وضع کند، منجر به سخت‌گیری کمیسیون در رسیدگی‌هایش شده است. مالکان روزنامه‌ها سیستم جدیدی بنا نهاده‌اند که از طریق آن به شکایات عموم از روزنامه‌ها رسیدگی می‌شود. به هر حال باید دید آیا کمیسیون و این سیستم جدید می‌توانند واقعاً مؤثر باشند یا خیر؟

گاهی چنین استدلال می‌شود که مالکیت متمرکز رسانه‌ها ممکن است از طریق اجازه اعمال نفوذ غیرضروری مالکان بر محتویات محصولاتشان، باعث محدودیت آزادی بیان گردد. ژورنالیست‌های سابق گفته‌اند که در برخی از رسانه‌ها مداخلات مالکانه‌ای وجود دارد که به وسیله ضمانت‌های سردبیری و محدودیت‌های دولتی و قانونی از آنها جلوگیری نمی‌شود. از سوی دیگر سردبیران و روزنامه‌نگاران می‌توانند انسان‌هایی با افکار کاملاً آزاد بوده و نسبت به هر نوع تلاش برای مداخله، اعتراض کنند. البته به نظر می‌رسد که در عمل، مالکان مراقب هستند که پایشان را از حد خود بیرون نگذارند، زیرا رسانه‌های رقیب خیلی مشتاق انتشار وقایع هستند. نگرانی دیگری که راجع به محدودیت آزادی رسانه‌ها وجود دارد مربوط به حدود سیاستی است که آگهی‌دهندگان می‌توانند در زمان ارائه محصولاتشان دیکته کنند.

مسئله نفوذ آگهی‌دهندگان پیچیده است و امروزه در مورد بازار پرمصرف رادیو و تلویزیون بیش از مطبوعات کاربرد دارد. آگهی‌دهندگان که با مطبوعات سروکار دارند بیشتر به نوع یا موقعیت خوانندگان بیش از تعداد آنها توجه دارند.

رسانه‌ها با وجود وابستگی‌شان به درآمد ناشی از پخش آگهی، تسلیم تدابیر بسیار بد آژانس‌های آگهی‌دهنده نشده‌اند. فشارهای دیگری که روی آزادی رسانه‌ها وارد شده است ناشی از نفوذی است که اتحادیه‌های تجاری به آنها تحمیل می‌کنند. آنها غالباً از چاپ یا پخش کالاهایی که نسبت به آنها اعتراض دارند، خودداری می‌کنند و یا مالکان و سردبیران را مجبور می‌کنند تا نظر آنان را در پخش آگهی منظور نمایند. این فشارها گاهی از طریق تهدیدهای بازرگانی پس زده می‌شود. ارزیابی مطلق این امر که آیا رسانه‌ها بر افکار عمومی مربوط به موضوعات سیاسی و غیر آن تأثیر می‌گذارند یا نه، مشکل است. نظر جناح چپ آن است که رسانه‌ها چنین کاری را صورت می‌دهند و در نتیجه تمایل و تعصب جناح راست در مورد

رسانه‌ها را تقبیح می‌کند. اما از آنجایی که بیشتر طرز تلقی‌ها و نگرش‌های مردم از این شکل می‌گیرد، ممکن است چنین استدلال شود که اکثریت خوانندگان و بینندگان طرز تفکر خود را معین کرده و در مقابل هرگونه تلاش برای القائات پرهیاهو، عکس‌العمل نشان می‌دهند. در موقعیت و فرصت‌های خاص (مثل انتخابات عمومی) رسانه‌ها می‌توانند تأثیر مهمی روی افکار عمومی داشته باشند. اما بیشتر مردم خط روزنامه‌ها و عوامل بخش را خوانده و در زندگی یاد گرفته‌اند که نباید به هر چه در روزنامه‌ها می‌خوانی یا جایی می‌شنوی و در تلویزیون می‌بینی معتقد شوی. از آنجایی که تلویزیون بیش از سایر رسانه‌ها در مظان اتهام وابستگی به جناح راست یا چپ، بسته به اینکه چه دولتی قدرت را در دست داشته باشد، قرار دارد، به نظر می‌رسد که مردم بریتانیا اطلاعات کافی راجع به هر دو طرف این مناظره سیاسی کسب می‌کنند. در عمل بیشتر مردم

مسئله نفوذ آگهی‌دهندگان پیچیده است و امروزه در مورد بازار پرمصرف رادیو و تلویزیون بیش از مطبوعات کاربرد دارد. آگهی‌دهندگان که با مطبوعات سروکار دارند بیشتر به نوع یا موقعیت خوانندگان بیش از تعداد آنها توجه دارند.

از پذیرش سیاست و دیگر موضوعات مربوطه خودداری می‌کنند و برخی دیگر، یک موضع تردیدآمیزی نسبت به چنین موضوعاتی اتخاذ می‌کنند.

نگرش و طرز تلقی مردم نسبت به رسانه‌ها

براساس آراء افکار عمومی، رسانه‌ها چندان مورد توجه و علاقه مردم بریتانیا نیستند، هرچند موافقت یا عدم موافقت آنان را با موضوعات مختلف آشکار می‌کنند.

بر مبنای آراء مؤسسه سنجش افکار عمومی MORI در سال ۱۹۹۰ حدود ۳۹ درصد مردم از روزنامه‌های ملی راضی و ۴۰ درصد ناراضی هستند، ۶۳ درصد از BBC راضی و ۲۰ درصد ناراضی هستند و همین‌طور حدود ۶۲ درصد از تلویزیون مستقل راضی و ۱۷ درصد ناراضی هستند.

منبع:

BRITISH CIVILIZATION (2002) Routledge.

* * *