



به نام خداوند بخشنده مهربان

مفاهیم و نظریه‌های ارتباطات جمعی

مجموعه ارتباطات

مؤلف: دکتر داود زارعیان



آمادگی آزمون دکتری

زارعیان، داود (۱۳۴۴)

مفاهیم و نظریه‌های ارتباطات جمعی / دکتر داود زارعیان

مشاوران صعود ماهان: ۱۴۰۱

۲۵۶ ص: جدول، نمودار (آمادگی آزمون دکتری ارتباطات)

ISBN: 978-600-458-619-1

فهرست‌نویسی بر اساس اطلاعات فیپا.

فارسی - چاپ دوم

۱- مفاهیم و نظریه‌های ارتباطات جمعی

۲- آزمون‌ها و تمرین‌ها

۲- آزمون دوره‌های تحصیلات تکمیلی

۴- دانشگاه‌ها و مدارس عالی - ایران - آزمون‌ها

دکتر داود زارعیان

ج - عنوان

کتابخانه ملی ایران



انتشارات مشاوران صعود ماهان



- ☐ نام کتاب: مفاهیم و نظریه‌های ارتباطات جمعی
- ☐ مدیران مسئول: هادی و مجید سیاری
- ☐ مولف: دکتر داود زارعیان
- ☐ برنامه‌ریزی محتوا: سمیه بیگی
- ☐ ناشر: مشاوران صعود ماهان
- ☐ نوبت و تاریخ چاپ: چاپ اول / ۱۴۰۱
- ☐ تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه
- ☐ قیمت: ۲/۹۹۰/۰۰۰ ریال
- ☐ شابک: ISBN ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۸-۶۱۹-۱

انتشارات مشاوران صعود ماهان: تهران - خیابان ولیعصر، بالاتر از تقاطع ولیعصر مطهری، پلاک ۲۵۰

تلفن: ۸۸۱۰۰۱۱۳ و ۸۸۴۰۱۳۱۳

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به موسسه آموزش عالی آزاد ماهان می‌باشد. و هرگونه اقتباس و

کپی‌برداری از این اثر بدون اخذ مجوز پیگرد قانونی دارد.

بنام خدا

ایمان داریم که هر تغییر و تحول بزرگی در مسیر زندگی بدون تحول معرفت و نگرش میسر نخواهد بود. پس بیایید با اندیشه توکل، تفکر، تلاش و تحمل در توسعه دنیای فکریمان برای نیل به آرامش و آسایش توأمان اولین گام را برداریم. چون همگی یقین داریم دانایی، توانایی می‌آورد.

شاد باشید و دلی را شاد کنید
برادران سیاری

ارتباطات جمعی در جهان معاصر از اهمیت فراوان برخوردار شده است، از آغاز قرن بیستم دانشکده‌ها و مدارس عالی گوناگون برای تحصیل علاقه‌مندان به این رشته تأسیس و هر سال هزاران نفر در رشته‌های روزنامه‌نگاری و روابط عمومی در سطوح لیسانس، فوق لیسانس و دکتری به تحصیل می‌پردازند.

در ایران نیز همانند بسیاری از کشورها، همزمان با توسعه کمی و کیفی مطبوعات و تأسیس ادارات روابط عمومی در سازمان‌های دولتی و خصوصی، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی برای تربیت متخصصان مطبوعاتی، انتشاراتی و تبلیغاتی تأسیس شد. مدارس عالی و دانشکده علوم ارتباطات در ایران قبل و بعد از انقلاب تحولات چندی به خود دیده است، لیکن در شرایط فعلی در دانشگاه علامه طباطبائی، دانشگاه تهران، دانشگاه آزاد اسلامی و دانشکده‌های علمی و کاربردی در دو رشته روزنامه‌نگاری و روابط عمومی در سه سطح دانشجو می‌پذیرد، اما پاسخگوی پذیرش جمع زیاد مشتاقان این رشته بویژه در سطح تحصیلات تکمیلی نیست؛ از این رو برخی مراکز آموزشی مانند مؤسسه «ماهان» نسبت به تأسیس کلاس‌های آمادگی ورود به دانشگاه اقدام کرده‌اند تا از این طریق ضمن آموزش دانشجویان، راه ورود به دانشگاه را آسان کنند به نحوی که تاکنون صدها علاقه‌مند از این طریق به دانشگاه راه یافته‌اند.

کتاب حاضر به عنوان «مبانی کلی ارتباطات جمعی» به منظور آماده کردن دانشجویان رشته علوم ارتباطات برای ادامه تحصیلات تکمیلی تهیه شده است.

این کتاب که خلاصه‌ای از مباحث مهم کتاب‌های معرفی شده برای آزمون کارشناسی ارشد و دکتری علوم ارتباطات است از دو فصل و ۸ بخش تشکیل شده است.

فصل اول با عنوان «نظریه‌های ارتباطات جمعی» و فصل دوم با عنوان مبانی ارتباطات جمعی مروری کلی بر ادبیات اصلی ارتباطات جمعی دارد و تلاش شده براساس روح کلی سؤالات سنوات قبل، بخش عمده سؤالات متقاضیان این رشته، به‌ویژه کسانی که از سایر رشته‌ها، تحصیل در این رشته را برگزیده‌اند پاسخ دهد.

در پایان ضروری است از مدیریت و کارکنان مؤسسه «ماهان» که مسئولیت انتشار این کتاب را به عهده گرفته‌اند سپاسگزاری نمایم.

فصل اول: نظریه‌های ارتباطات جمعی	۹
بخش اول - کلیات	۹
نظریه چیست؟	۹
شکل‌گیری نظریه‌ها	۱۱
چیستی نظریه	۱۱
نظریه ارتباطات چیست؟	۱۴
بخش دوم - آشنایی با اندیشمندان ارتباطات	۱۶
۱- اندیشمندان اروپایی علم ارتباطات	۱۶
۲- اندیشمندان آمریکایی علم ارتباطات	۱۷
۳- پیش‌تازان علم ارتباطات	۱۸
الف) هارولد لاسول	۱۸
ب) پاول اف. لازار اسفلد	۱۹
ج) کورت لوین	۱۹
د) کارل آی. هاوُلند	۱۹
نظریه‌پردازان معاصر	۲۰
الف) ویلبر شرام، بنیان‌گذار مطالعات ارتباطی	۲۰
ب) هربرت مارشال مک لوهان و مراحل سه گانه تحول جوامع	۲۰
ج) اورت راجرز، نظریه اشاعه نوآوری‌ها یا جریان چند مرحله‌ای ارتباط	۲۱
رشد و توسعه مطالعات ارتباطی	۲۱
بخش سوم - نظریه‌های ارتباطات جمعی	۲۳
دسته اول: نظریه‌های ارتباطی با منشأ روان‌شناسی	۲۳
۱- گوستا لوبون	۲۳
۲- گابریل تارد	۲۴
دسته دوم: نظریه‌های ارتباطی با منشأ جامعه‌شناسی	۲۵
۱- فردیناند تونیس	۲۵
۲- ماکس وبر	۲۵
دسته سوم: نظریه‌های ارتباطی با منشأ سیاسی	۲۶
دسته چهارم: نظریه تحول تاریخی ارتباطات	۲۷
۱- ژان کلوتیه	۲۷
۲- مارشال مک لوهان	۲۷
۳- دیوید رایزمن	۲۸
دسته پنجم: نظریه‌های تجربی ارتباطات	۲۹
۱- هارولد لاسول	۲۹
۲- لازار اسفلد	۲۹
دسته ششم: نظریه‌های تأثیر ارتباطات جمعی	۳۰
۱- نظریه تزریقی	۳۰
۲- نظریه دو یا چند مرحله‌ای ارتباطات	۳۱
۳- نظریه استحکام	۳۱
۴- نظریه برجسته‌سازی	۳۱
۵- نظریه استفاده و خشنودی	۳۴
۶- نظریه مارپیچ سکوت	۳۶
دسته هفتم: نظریه‌های ارتباطات و توسعه	۳۷
۱- نظریه نوسازی یا گذر از جامعه سنتی (دانیل لرنر)	۳۷

۳۹	۲-نظریه نشر نوآوری
۴۰	۳-الگوی بصیرت و محاوره پائولو فریرره
۴۲	دسته هشتم: نظریه‌های انتقادی و رادیکال در ارتباط جمعی
۴۲	۱-یورگن هابرماس و نابودی گستره همگانی
۴۵	۲-آدرنو و هورکهایمر
۴۶	۳-هربرت مارکوزه و مفهوم «تک ساحتی»
۴۶	۴-ادگار موزن
۴۸	۵-هژمونی و رسانه
۴۹	۶-تولید معنا به منزله اعمال قدرت
۵۰	۷-اقتصاد سیاسی و تحلیل متن
۵۱	۸-مصرف
۵۲	دسته نهم - سایر نظریه‌ها
۵۲	۱-نظریه کاشت فرهنگی
۵۲	۲-نظریه سلطه رسانه‌ها
۵۳	۳-نظریه امپریالیسم فرهنگی
۵۳	۴-نظریه انگ
۵۳	۵-نظریه تکلمه
۵۳	۶-نظریه‌های ارتباطی از دیدگاه دنیس مک کوئیل
۵۵	۷-فرضیه شکاف آگاهی
۵۸	دسته دهم: نظریه‌های جامعه اطلاعاتی
۵۸	بخش اول: کلیات
۵۸	الف) دیدگاه‌های خوش بینانه درباره جامعه اطلاعاتی
۶۰	ب) دیدگاه‌های انتقادی درباره جامعه اطلاعاتی
۶۱	ج) تعاریف جامعه اطلاعاتی
۶۲	د) تعریف مکانی جامعه اطلاعاتی
۶۲	ه) تعریف فرهنگی جامعه اطلاعاتی
۶۳	بخش سوم - نظریه‌های جامعه اطلاعاتی
۶۳	۱- نظریه اطلاعات، دولت - ملت و نظارت
۶۴	۲- نظریه اطلاعات و سرمایه‌داری پیشرفته «هربرت شیلر»
۶۵	۳- نظریه اطلاعات و پست مدرنیسم
۶۶	۴- نظریه اطلاعات و تغییر شهری کاستلز
۶۸	دسته یازدهم - نظریه‌های انتقادی در خبر
۶۸	۱-نظریه سلطه یا هژمونی در خبر
۶۹	۲- نظریه ایدئولوژی در خبر
۷۰	۳- نظریه انگاره‌سازی خبری
۷۰	۴- نظریه بازنمایی رسانه‌ای
۷۱	۵- نظریه وانمایی خبری
۷۲	۶-تئوری چارچوب در خبر
۷۳	۷- نظریه اقتصاد سیاسی خبر
۷۴	۸-تأثیر انحصارات رسانه‌ای خبر
۷۴	۹-نظریه نقش آگهی بر خبر
۷۵	۱۰-نظریه امپریالیسم خبری
۷۸	بخش سوم: درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی (دنیس مک کوایل)
۷۸	نظریه رسانه و نظریه جامعه
۷۹	پیوندهای میان رسانه‌ها و سایر نهادها
۸۰	نتیجه‌گیری درباره میانجی بودن
۸۱	نظریه جامعه توده‌وار
۸۲	نظریه اقتصاد سیاسی رسانه‌ها

۸۳	 رهیافت اجتماعی - فرهنگی
۸۴	 کارکردهای اصلی رسانه‌های جمعی برای جامعه
۸۵	 تولید فرهنگ رسانه‌ای: سازمان و نقش رسانه‌ها
۹۰	 فرآیندهای اثرگذاری رسانه‌ها
۹۲	 شرایط میانجی‌گری
۹۳	 شکاف‌های آگاهی
۹۴	 کنترل اجتماعی و شکل‌گیری آگاهی
۹۵	 فصل دوم: مبانی کلی ارتباطات جمعی
۹۷	 سیری در تحول مطالعات ارتباطی
۹۸	 بخش اول: ارتباطات انسانی
۱۱۷	 بخش دوم: درآمدی به مطالعات ارتباطی - جان فسیک
۱۱۸	 قسمت اول: نظریه ارتباطات
۱۲۱	 قسمت دوم: الگوهای دیگر
۱۲۳	 قسمت سوم: ارتباط، معنا و نشانه‌ها
۱۲۵	 قسمت چهارم: رمزها
۱۲۷	 قسمت پنجم: دلالت
۱۳۱	 قسمت ششم: روش‌ها و کاربردهای نشانه‌شناسی
۱۳۲	 قسمت هفتم: نظریه‌ها و کاربرد ساختارگرایی
۱۳۴	 قسمت هشتم: روشهای تجربی
۱۳۸	 قسمت نهم: ایدئولوژی و معانی
	 بخش سوم: مخاطب شناسی
۱۴۱	 قسمت اول: مخاطب و انواع آن
۱۴۳	 قسمت دوم: سنت‌های مخاطب پژوهشی
۱۵۰	 بخش چهارم: فناوری چیست
۱۵۲	 بخش پنجم: روابط عمومی
۱۵۹	 بخش ششم: حقوق ارتباطات
	 بخش هفتم: حوزه‌های مجاور در وسایل ارتباطی
۱۶۲	 قسمت اول: مدیریت رسانه
۱۶۳	 قسمت دوم: رسانه‌ها و جهان سوم
۱۶۹	 قسمت سوم: رسانه و فرهنگ
۱۷۴	 سوالات تشریحی
۲۱۹	 آزمون اول خودسنجی ماهان (۲۵٪ اول)
۲۲۱	 پاسخنامه تشریحی آزمون اول خودسنجی ماهان (۲۵٪ اول)
۲۲۴	 آزمون دوم خودسنجی ماهان (۲۵٪ دوم)
۲۲۶	 پاسخنامه تشریحی آزمون دوم خودسنجی ماهان (۲۵٪ دوم)
۲۲۹	 آزمون سوم خودسنجی ماهان (۵۰٪ اول)
۲۳۱	 پاسخنامه تشریحی آزمون سوم خودسنجی ماهان (۵۰٪ اول)
۲۳۲	 آزمون چهارم خودسنجی ماهان (۲۵٪ سوم)
۲۳۴	 پاسخنامه تشریحی آزمون چهارم خودسنجی ماهان (۲۵٪ سوم)
۲۳۶	 آزمون پنجم خودسنجی ماهان (۵۰٪ دوم)
۲۳۹	 پاسخنامه تشریحی آزمون پنجم خودسنجی ماهان (۵۰٪ دوم)
۲۴۴	 آزمون ششم خودسنجی ماهان (جامع اول)
۲۴۷	 پاسخنامه تشریحی آزمون ششم خودسنجی ماهان (جامع اول)
۲۵۱	 آزمون هفتم خودسنجی ماهان (جامع دوم)
۲۵۳	 پاسخنامه تشریحی آزمون هفتم خودسنجی ماهان (جامع دوم)
۲۵۶	 فهرست منابع و مآخذ

فصل اول

نظریه‌های ارتباطات جمعی

بخش اول - کلیات

نظریه چیست؟

نظریه‌ها مفاهیم تئوریک ارکان اساسی علوم را تشکیل می‌دهند، زیرا تمام تحلیل‌ها و تفسیرهای ما از پدیده‌های مختلف طبیعی و اجتماعی، در قالب تئوری‌ها صورت می‌گیرد تئوری به داده‌ها و مشاهدات هر فرد، نظم، ترتیب و میدان دید می‌دهد

چندین اصطلاح وجود دارند که ما را در فهم و درک بهتر نظریه‌ها یاری می‌کنند، این اصطلاحات به ترتیب عبارتند از:

- ۱- دکترین: اصول، قوانین کلان و آیین یک حوزه علمی است که برآمده از سرمشق‌ها یا پارادایم‌های بزرگ است.
- ۲- پارادایم: دستاوردهای علمی به رسمیت شناخته شده‌ی برآمده از رویکردها علمی است که راه‌حل‌های متقن - استوار - را که مبتنی بر آزمون، مشاهده و تجربه است.
- ۳- رویکرد: برداشت، زاویه‌ی دید و نقطه نظری است رسمی و علمی که از بطن یک مدل یا الگو استخراج می‌شود.
- ۴- مدل: بازنمایی ساده شده‌ی جهان واقعی به صورت اشکال، نمودارها، اشیا و پدیده‌ها که از طریق روش حاصل می‌شود.
- ۵- متد یا روش: شقوق - شیوه‌ها - دستیابی به یک نظریه برای تحلیل و بررسی و درک یک حوزه علمی.

مکتب (School)

مکتب به مکان یا موسسه‌ای گفته می‌شود که مبتنی بر هدفی است و ویژگی‌های ذیل را داراست:

- ۱- وجود یک چهره‌ی کلیدی- منظور فردی اندیشمند یا روشنفکر است که بتواند رهبری مکتب را مبتنی بر یک ایدئولوژی مشخص به عهده بگیرد.
به عنوان مثال مکتب فرانکفورت به رهبری «ماکس هورکهایمر»
- ۲- حمایت مالی- هر مکتب یا از طریق اعضایش یا از طریق بنیادهای مالی به فعالیت‌هایش مفهوم مالی و ارزشی ببخشد؛ لذا مسائل مالی از آن روی مهم هستند که پشتوانه‌ی ماندگاری آن مکتب را تضمین می‌کنند. مکتب «شیکاگو» از طریق بنیاد «راگفلر» حمایت مالی می‌شد.
- ۳- وجود یک نظریه یا ایدئولوژی- بیشتر مکاتب فکری و روشی برای استقرار پایدار می‌بایست به ترویج و یا تکثیر نظریه و یا دیدگاه اعضا در قالب سخنرانی، مقاله، کتب و ... بپردازد.
- ۴- انتشارات هر مکتب- چه به لحاظ فکری و روشی برای آنکه به استانداردهای علمی نزدیک شود از طریق دانش‌نامه‌ها، دایره المعارفها، فرهنگها، کتابهای درسی و گزارش‌ها به ترویج نقطه نظرها و دیدگاه‌ها و اندیشه‌های اعضایش به‌ویژه رویکرد مدیر مکتب روی می‌کند.

۵- داشتن یک مکان جغرافیایی- یک مکتب لازم می‌نماید که حتما در یک مکان جغرافیایی ایجاد شود تا معرف کلیه دیدگاه‌ها، اندیشه‌ها و روش‌های اعضا و مدیرانش در یک منطقه جغرافیایی باشد.

برای درک بهتر نظریه‌های ارتباطات لازم می‌نماید با پنج اصطلاح زیر آشنا شویم:

Doctorian: اصول پذیرفته شده در حوزه‌ی یک علم

Paradigm سرمشق:

Approach رویکرد:

Model: الگو

Method روش:

که مجموعه‌ی پنج مورد ذکر شده تشکیل یک تئوری یا نظریه می‌دهند.

شکل‌گیری نظریه‌ها

- ۱- اثبات‌گرایی یا پوزیتیویسم: براساس نظریه اثبات‌گرایی، هر تئوری از طریق مشاهدات تجربی ساخته می‌شود و علم مولود تجربه است. کثرت نمونه‌ها کافی است تا بتوانیم در آن مورد تئوری خلق کنیم. در این رهیافت، تئوری با مشاهده حسی آغاز و با اثبات تجربی تکوین می‌یابد. (به ترتیب: مشاهده، فرضیه‌سازی، اثبات تجربی، تئوری)
- ۲- ابطال‌پذیری: پوپر مبدع ابطال‌پذیری می‌گوید: تئوری حدس و گمانی بیش نیست.
- ۳- وی به پرسش «حدس چگونه در ذهن ساخته می‌شود؟» این‌گونه پاسخ می‌دهد: هر انسانی نسبت به جهان اطراف خود آگاهی دارد که البته در مقابل ناآگاهی او نسبت به جهان ناچیز است. از برخورد آگاهی و ناآگاهی در ذهن مسأله ایجاد می‌شود و برای حل مسأله حدس و یا گمان به کار می‌رود. بعد از حدس برای آزمون آن؛ وارد عالم خارج می‌شویم البته نه برای اثبات تئوری مان بلکه برای ابطال آن.
- ۴- به اعتقاد پوپر تا زمانی که مواردی برای ابطال تئوری یافت نشود، تئوری را در حد فرضیه ابطال نشده می‌پذیریم؛ لذا از دیگاه پوپر ما مشاهده عریان نداریم و تمام مشاهدات ما مسبوق به تئوری‌مان هستند. ذهن ما مثل یک نقاش عمل می‌کند، نه مانند یک دوربین عکاسی.
- ۵- پوپر می‌گوید: ما در علم دو مرحله داریم: الف- مرحله گردآوری ب- مرحله داوری
- ۶- در مرحله گردآوری که مرحله فرضیه‌سازی است می‌توان علایق، باورها و ارزش‌های خود را دخالت داد. این مرحله، الزاما عینی نیست. در این مرحله ما تئوری را می‌سازیم و بعد وارد مرحله بعد که مرحله داوری است می‌شویم و تئوری خود را به آزمون تجربی می‌سپاریم؛ لذا علم محکوم تجربه است. آنچه علم را علم می‌کند مرحله داوری است نه مرحله گردآوری.
- ۷- پوپر معتقد است علم یک فرآیند انباشتی و تکاملی است و داوری تجربی باعث عینیت علم می‌شود.
- ۸- پارادایم (سرمشق): توماس کوهن، فیلسوف علم معاصر بحث سرمشق‌ها را مطرح کرد. وی معتقد است، اندیشه علمی یک فرایند انباشتی و تکاملی نیست؛ بلکه اهل علم در هر زمانی در ظل یک سرمشق غالب فعالیت می‌کنند.
- ۹- سرمشق‌ها راهنمای پژوهش علمی هستند. تلاش علمی غالبا در چارچوب یک پارادایم صورت می‌گیرد. کوهن معتقد است که هر جامعه علمی تحت سلطه مجموعه بسیار وسیعی از مفروضات مفهومی و روش‌شناختی است. در اندیشه کوهن زبان مشاهدتی بی‌طرف وجود ندارد.
- ۱۰- ملاک بیرونی که بر اساس آن بتوان یکی از پارادایم‌ها را انتخاب کرد وجود ندارد، چرا که ملاک‌ها خود محصول پارادایم هستند. البته در چارچوب یک پارادایم می‌توان نظریه‌ها را ارزیابی کرد، اما معیاری عینی برای ارزیابی خود پارادایم‌ها وجود ندارد. پارادایم‌ها ابطال‌ناپذیرند و به شدت در مقابل تغییر مقاومت نشان می‌دهند.

چیستی نظریه:

نظریه در نگاهی بنیادین در پی است که واقعیت را توصیف کرده فهمانده و تفسیر نماید. در واقع باید چنین استدلال کرد که بدون نظریه - در هر حوزه‌ی علمی - فهم واقعیت و تفاوت آن با حقیقت غیرممکن است. چنانچه می‌دانید واقعیت آن است که رخ می‌دهد، اما حقیقت آنی است که دیده نمی‌شود و در آرمان بنیادین هر انسان چه در ذهنیت و چه در عینیت وجود دارد.

تعریف نظریه:

- ۱- نظریه عبارت است از مجموعه‌ی گزاره‌ها یا جملاتی که به طور نسبی مجرد و عمومی‌اند و در یک کلیت واحد قابل فهمند. از طرفی در تعیین و تبیین برخی از واقعیت‌ها وجود حیات اجتماعی به‌کار گرفته شوند. این تعریف را «چف‌هر» در سال ۱۹۸۰ مطرح کرده است.
- ۲- نظریه مجموعه قضایای منطقی مرتبطی است که روابط قطعی میان پدیده‌های مورد مطالعه را بیان می‌کند. این تعریف را «چای‌نی» و دیگران در دهه ۹۰ ارائه کردند.

شرایط و ویژگی‌های نظریه:

الف) نظریه مشاهده‌ی صرف یا قضاوت و ارزیابی شخصی از فرد یا مجموعه نیست! بلکه مشاهده‌ای نسبی همراه با درک پدیده‌ها و تحلیل آنهاست.

ب) نظریه قابلیت صدق و کذب دارد.

ج) نظریه تعمیم‌پذیر و فراگیر است.

د) نظریه دربردارنده‌ی قوانین است تا به تبیین و پیش‌بینی بپردازد. از طرفی نظریه‌های مشابه خود را کامل کند.

ه) باید از فرضیه‌های آزمون شده اخذ شده باشد و توصیفی برای رخداد‌های مشاهده شده و روابط آن ارائه دهد.

ارزیابی فرضیه

شش عامل، از خصوصیات یک فرضیه قوی است (واژگان موجود در اینجا از فرضیات ارتباطات بشر گرفته شده‌اند، اما گروه مشابهی از معیارها به شدت مورد قبول هر دو گروه درونی و خارجی رشته ارتباطات قرار گرفته‌اند):

گستره نظری

یک فرضیه تا چه حد کلی است؟ یعنی یک فرضیه چقدر درست است؟ در بسیاری موارد فرضیه‌ای که برای محدوده نسبتاً کوچکی از وقایع صادق است، به اندازه فرضیه‌ای که بخش بسیار وسیعی از فعل و انفعالات ارتباطی را دربردارد مفید نیست. البته به فرضیه‌ای ایده‌آل گفته می‌شود که به‌طور مختصر و کلی ماهیت ارتباطات انسان را توضیح دهد.

تناسب

نظریات اغلب بر اساس چگونگی ارتباط فرضیات شناخت‌شناسی، هستی‌شناسی و ارزش‌شناسی آنها با موضوع یا سؤال مورد بحث سنجیده می‌شوند. اگر فرضیات یک تئوری به اختصار بیان شده باشد (وابسته به تکرارگویی) آن یک تئوری مفید نخواهد بود.

ارزش تحقیقی

بعضی از نظریات روش‌هایی را که با آنها امکان تحقیقات بیشتر وجود دارد نشان می‌دهند. نظریه با ارائه الگویی تفسیری، سؤالات یا فرضیاتی را بوجود می‌آورند که می‌توانند به آسانی به کار انداخته شوند. عملاً ممکن است موفقیت یک فرضیه در چگونگی امکان ادامه آن توسط محققان دیگر برای انجام کاری پر بار در حمایت یا انعکاس آن قرار داشته باشد.

اعتبار

شاید نیاز به توضیح نباشد که داشتن اعتبار یکی از ملاک‌های نظریه خوب است. اعتبار، میزان دقت یک نظریه در نشان دادن حالت واقعی جهان است. آیا بحث‌ها یکپارچه هستند و آیا پیش‌بینی‌ها و ادعاها به‌صورت منطقی از فرضیات آن گرفته شده‌اند؟ موارد زیادی برای مخدوش کردن این نظریات لازم است یعنی نظریاتی که پیش‌بینی‌هایی می‌کنند و موجب بی‌اعتباری آن می‌شوند (اگر نادرستی آنها اثبات شود). عدم وجود چنین پرسش‌هایی به شدت ارزش تئوری را کاهش می‌دهد، چون نظریه‌ای که نادرستی آن را نمی‌توان اثبات کرد، صحت آن نیز قابل اثبات نیست.

ایجاز

براساس قانون ایجاز، یک نظریه باید به ساده‌ترین شکل ممکن (عملی) یک پدیده را توضیح دهد. به عقیده دیگران نظریه خوب نشان‌دهنده کیفیتی هنرمندانه است، یعنی بیانگر زیبایی یا علمی بودن نظریه است. این خصوصیت منجر به ایجاد لحظه می‌شود که در آن احساس درک موضوع را می‌کنیم.

انعطاف‌پذیر (آزادی)

نظریات (شاید به‌صورت متناقض) نباید نظریات دیگر را به‌طور قطعی نفی کنند، فرضیه نباید تعصبی باشد، باید هم مشوق و به‌وجود آورنده تردید و هم (تا هر اندازه ممکن) قابل رقابت با سایر نظریه‌های معتبر باشد.

توجه به این نکته مهم است که یک نظریه «درست» یا «غلط» نیست (به رغم بحث بالا درباره صحت نظریه)، بلکه در توضیح علل پدیده‌ای خاص نسبتاً بهتر یا بدتر هستند. به‌خصوص در علوم اجتماعی انتظار یافتن چندین نظریه متفاوت داریم که هر کدام از آنها یک پدیده را به طرق مفید توضیح بدهد. اگر بتوانیم نظریات را به شکل لنزهایی به کار ببریم که با آنها به همراه سایر دانشمندان به فهم واقعیات جهان نائل شویم، بسیار بارزتر است.

* فرضیات و الگوها

بسیاری معتقدند هرگز چنین نظریه موفقی در زمینه ارتباطات وجود ندارد، اما ما در تهیه الگوهای ارتباطی نسبتاً موفق بوده‌ایم (Karl Deutsch) کارل دویچ در مقاله‌ای که در سمینار سال ۱۹۵۲ ارائه شد (درباره مدل‌های ارتباطی در علوم اجتماعی) الگو را به این صورت تعریف می‌کند: «ساختاری از علائم و قوانین ارتباطی است که احتمالاً گروهی از نقاط مرتبط را در فرآیندها یا ساختارهای موجود جوهر می‌کند.» به بیان دیگر آن یک نمایش یا الگویی ساده شده از یک فرآیند است که به درک ماهیت ارتباط در یک محیط اجتماعی کمک کند. این الگوها ضرورتاً نقشه‌های یک شیوه از جهان واقعی نیستند، بلکه آنها تا زمانی موفقند که دقیقاً مهم‌ترین عناصر جهان واقعی و پویایی ارتباطات بین خودشان را بیان می‌کنند.

دویچ می‌گوید یک مدل باید تأمین‌کننده چهار عملکرد باشد: باید یک سیستم پیچیده را مرتب کرده (در صورتی که تا حد ممکن کلی باشد) و عملکردی تحقیقی ارائه نماید. هر دوی این عملکردها مشابه موارد اشاره شده در بالا هستند. او در ادامه می‌گوید الگوها باید تا حد امکان مبتکرانه باشند؛ آنها نباید به اندازه کافی واضح باشند تا در سیستم موجود انعکاس یابند. آنها همچنین باید تأمین‌کننده اشکال گوناگونی برای سنجش سیستم‌ها باشند که متشابهاً در مدل و در سیستم واقعی در حال بررسی عملی باشند.

الگوها ابزار تحقیق هستند به گونه‌ای که شاید فرضیه‌ها مانند آنها نباشند. الگوها با نمایش سیستم در حال بررسی، روش مختصرتری را برای کار روی مشکلات یک سیستم «جهان واقعی» ارائه می‌دهند. آنها خودشان را معطوف به ساختار احتمالی فرضیه می‌کنند اگر چه ممکن است گاهی اوقات فرضیه‌ای که در علوم طبیعی وجود دارد در علوم انسانی یافت نشود. متأسفانه در حالی که الگوها مطرح‌کننده «چه» و «چگونگی» هستند، برای توضیح «چرا» مناسب نیستند و لذا به اندازه فرضیات قوی گره گشا نمی‌باشند.

قواعد و قوانین

هدف علوم طبیعی ایجاد قانون پوششی است. این قانون نیازمند ارتباط واضحی از یک وضعیت عادی است که تأثیرات آن دارای مرزهای خاصی است. مشخص شده که دسترسی به ارتباطات اجتماعی در ساختار قانون پوششی بسیار دشوار است. شاید علت آن، عادت ناخوشایند مردم به نقض قوانین طبیعت باشد. به‌ویژه کارهای بعدی ویتگنشتاین این موضوع را مطرح نمود که احتمال ارائه الگوی روشن‌تری از ارتباطات بشر توسط سیستم‌های قانونمند وجود دارد. این مسأله نشان می‌دهد که چرا نظریه‌پردازان ارتباطات بیشتر به ایجاد الگوها گرایش دارند تا فرضیات. روش‌های قانونمند به‌ویژه در ارتباطات گفتار متداول هستند که ظاهراً در آن، فعل و انفعالات انسان در طول ساختاری جریان دارند اگرچه لزوماً خطوط عادی نیستند.

ترسیم چشم‌انداز نظری

بخش عمده یک اصل توسط ساختار نظری آن مشخص می‌شود. در عوض ممکن است ارتباطات (به شکل کنونی) حوزه مورد مطالعه باشند. فرضیه اغلب از سایر علوم اجتماعی به عاریت گرفته شده، در حالی که ارتباط، نمونه‌های کمی از فرضیات را فراهم می‌کند که به شکل ترتیب‌های دیگری ارائه شده‌اند. آنچه در یک موسسه به نام ارتباط در نظر گرفته می‌شود، ممکن است به هیچ وجه مشابه آنچه که در سایر مدارس ارتباطات، وجود دارد نباشد. این گوناگونی‌های نظری رسیدن به اصطلاحاتی کلی را در این زمینه دشوار می‌سازد. به بیان دیگر، تعدادی از علوم طبقه‌بندی رایج هستند که از آنها برای تقسیم تحقیقات ارتباطی استفاده می‌شود. در اینجا دو روش متداول برای طراحی به اختصار شرح داده می‌شود.

بسیاری از نویسندگان و محققان، ارتباط را با آنچه گاهاً زمینه یا بافت نامیده می‌شود تقسیم بندی می‌کنند اما آنها اغلب نشان‌دهنده تاریخچه‌های نهادی هستند. مطالعه بر روی ارتباطات در آمریکا در حالی که در سازمان‌های روانشناسی، اجتماعی، زبان‌شناسی و انسان‌شناسی بیش از سایر مکان‌ها به آن اشتغال دارند- عموماً از مدارس سخن‌شناسی و روزنامه‌نگاری شکل گرفته است، در حالی که بسیاری از آنها به سازمان ارتباطات تبدیل شده‌اند، اغلب ریشه‌های تاریخی خود را حفظ می‌کنند، ریشه‌هایی که عمدتاً به فرضیاتی که به ارتباطات گفتاری در حالت قبلی و رسانه‌های گروهی در مرحله بعدی متصل هستند. شکاف بزرگ بین ارتباطات گفتاری و ارتباطات گروهی توسط تعداد کوچک‌تری زیرمجموعه تحقیقات ارتباطی از قبیل ارتباطات میان فرهنگی و درون فرهنگی، ارتباطات گروه‌های کوچک، فناوری ارتباطات، خط مشی و مطالعات قانونی ارتباطات،

ارتباطات راه دور و فعالیت‌های انجام شده بوسیله موارد متنوع دیگر جبران می‌شود. تعدادی از این سازمان‌ها دیدگاه‌هایی دارند که بیشتر وابسته به علوم انسانی است سایر آنها به شدت گرایش انسان‌شناختی داشته و هنوز هم مواردی وجود دارد که آماده حرکت به سوی تولید و تدارک هستند.

این زمینه‌های ارتباطی، روشی از گروه‌بندی نظریات ارتباطی را ارائه می‌کنند، اما فرضیاتی وجود دارند که به صورت اجتناب ناپذیر از یک ناحیه به ناحیه‌ای دیگر رفته یا برای یافتن مکانی مناسب ناکام هستند. اگر ارتباط یک رشته پیوسته‌ای از دانش بود در آن صورت می‌توانستیم انتظار مشاهده گروهی از فرضیات پیوسته یا حداقل یک درک معمولی از ساختار این رشته از علم داشته باشیم که به نظر می‌رسد هنوز در حال توسعه است.

روش دیگر تقسیم‌بندی رشته ارتباطات، فرضیه‌هایی را مورد تاکید قرار می‌دهد که فرضیه‌ها، مدل‌ها و روش‌های بخصوصی را تقویت می‌کنند. در حالیکه این روش به تقسیم‌بندی‌های سازمانی گرایش دارد، نظریات موجود در فرضیه Robert Craig تمایل به تقویت یکدیگر داشته و پایه‌های فرضیات مشابه دانش‌شناختی و ارزش‌شناختی را حفظ می‌کنند. روش‌های او عبارتند از: بلاغی، نشانه‌شناسی، پدیده‌شناسی، فرمان‌شناسی و اجتماعی - فرهنگی. هر کدام از این روش‌ها بر خلاف روش‌های دیگر برای Craig به روشنی مشخص شده بود و روش‌هایی پیوسته برای توصیف رفتار اجتماعی باقی ماندند. این عناوین بعنوان کمکی برای طبقه‌بندی، به ساماندهی تئوری با فرضیاتش می‌پردازند و به محققان کمک می‌کنند تا دلایل تناقض بعضی تئوریها را بیابند.

از آنجا که این دو روش رواج زیادی دارند به نظر می‌رسد جایگاه زبان را غیرمتمرکز نموده و همانند فناوری‌های ارتباطی، به شکل ماشینی درآورد. این عقیده که ارتباط، نخستین ابزار بشر است که با ابزار خودش توصیف می‌شود، (همچنان که Vygotsky بحث می‌کند) در حاشیه تئوری‌های ارتباط باقی مانده است. این موضوع تا حدی در مدرسه تئوری‌های ارتباطاتی تورنتو معرفی می‌شود (گاهی اوقات به آن تئوری واسطه نیز می‌گویند) همانگونه که در کارهای Innis, McLuhan و دیگران وجود دارد. ظاهراً روش‌هایی که از طریق آنها افراد یا گروه‌ها فناوری‌های اطلاعاتی را به کار می‌برند (و در بعضی موارد مورد استفاده این روش‌ها قرار می‌گیرند) موضوع اصلی محققان ارتباطات است و نظرات درباره آن و به خصوص حوزه این اعتقاد در هر دو مرحله زمینه‌ها و بافت‌های فرضیه ارتباط ثابت می‌مانند.

* نظریه ارتباطات چیست؟

نظریه‌های ارتباطی (انسانی - جمعی)، دیدگاه‌ها، بینش‌ها و اندیشه‌هایی برای توصیف رفتار و روابط انسان‌ها با یکدیگر هستند. شناخت نگرش و رفتار مخاطبان موجود. سنجش محتوای رسانه‌ها که به طور نظام‌مند که به صورت الگویی ساخته و پرداخته می‌شوند.

ارتباط‌پژوهان در این سیر متضمن گردآوری شواهد تجربی مانند مشاهدات مخاطب برای آزمون نتایج مورد انتظار در برنامه‌ی رسانه‌ای با استفاده از قواعد منطقی است.

* نظریه ارتباط

بعضی افراد معتقدند که ساده‌ترین روش برای شروع طبقه‌بندی نظریات ارتباط، با تلاش جهت تعریف واژگان آن و نظریه از نظر تئوری نادرست است. با وجود این آغاز مطالعه بر روی نظریه‌هایی که درباره ارتباط هستند، بدون فهم حتی موقتی و ضعیف انواع پدیده‌های ارتباطی و نیز فهم اینکه چه نظراتی درباره این پدیده‌ها تشکیل یا تخصصی‌تر - فرضیه خوب را می‌دهند دشوار است. ارتباط، مفهومی تغییرپذیر است، درحالی‌که شاید به کرات از این واژه استفاده کنیم، رسیدن به تعریف دقیق این کلمه که مورد قبول دانشمندان امور ارتباطات باشد دشوار است. ارتباطات به حدی در رفتار انسان و ساختارهای اجتماع ریشه دارد که حتی تصور رخدادهای رفتاری یا اجتماعی بدون حضور ارتباطات دشوار است.

ممکن است ارتباط را انتقال اطلاعات از فردی به فرد دیگر تعریف کنیم. در واقع بسیاری از دانشمندان ارتباطات این تعریف را بعنوان تعریف کاربردی در نظر می‌گیرند و سخن معروف Lasswell چه کسی چه چیزی را به چه کسی و با چه تاثیری را روش احاطه بر رشته ارتباطات می‌دانند. سایرین معتقدند که جریانی تشریفاتی در ارتباطات وجود دارد که نمی‌توان آن را

بصورت ساختگی از بافت‌های اجتماعی و تاریخی جدا نمود. با توجه به جدید بودن نسبی این رشته تحقیق، انتظار یک مفهوم آفرینی مشترک بین تمامی افراد این رشته زود است. علاوه بر این، خود فرضیه ارتباط از بسیاری جهات تلاش برای توصیف و توضیح دقیق ارتباط محسوب می‌شود.

در واقع یک فرضیه توضیحات مختلفی از گروهی از پدیده‌های مشهود می‌باشد. Karl Popper فرضیه را به طرز جالبی تعریف کرده است: «توری که ما جهت صید لغت پهن می‌کنیم تا آن را بیان، توضیح و حاکم نماییم.» یک فرضیه درون تمامی جریان‌های تحقیقی قرار دارد و در حالی که بسیاری دانشمندان علوم اجتماعی مایلند آزمایش روی یک فرضیه خوب را با علوم طبیعی انجام دهند، بسیاری افراد دیگر که به مطالعه ارتباطات مشغولند فرضیه را همانند سایر رشته‌های دانشگاهی می‌دانند. با وجود این هنگام سنجش درستی یک فرضیه، ملاک‌های موجود در علوم و برگرفته شده از روش‌های علمی اغلب تا حد بسیار زیادی صادقند.

بخش دوم - آشنایی با اندیشمندان ارتباطات

نگاهی به زمینه شکل‌گیری دانش ارتباطات

توسعه علم ارتباطات در جهان و در جایگاه امروزی نتیجه کار مداوم اندیشمندان بسیاری است که در ادامه، بر اندیشه آنان مروری داریم.

۱- اندیشمندان اروپایی علم ارتباطات

با ظهور حزب نازی در آلمان، استادان دانشگاهی یهودی اخراج شدند و صدها تن از مغزهای متفکر مانند «آلبرت اینشتین»، «میلتون اچ. اریکسون» و .. به کشور آمریکا مهاجرت کردند. همچنین بسیاری از متفکران کلیدی تحقیقات ارتباطی مانند **کورت لوین** و **پاول لازارسفلد** از جمله این مهاجران بودند. علاوه بر این بسیاری از محققان متولد آمریکا نیز دوره‌های تحصیل خود را در دانشگاه‌های اروپا پشت سر گذاشته بودند؛ بنابراین با وجود اینکه علم ارتباطات در آمریکا متولد شد ریشه‌های تاریخی آن را می‌توان در اروپا پیدا کرد.

در این میان **گابریل تارد**، قاضی فرانسوی **نظریه قوانین تقلید** را ارائه کرد و بدین ترتیب بر حوزه علم ارتباطات آمریکایی به‌طور مستقیم اثر گذاشت. این نظریه بیان می‌کند که چگونه افراد تحت تاثیر رفتار کسانی قرار می‌گیرند که در زندگی روزمره با آنها تماس دارند. این نظریه چهارسال بعد در آمریکا پایه و اساس **نظریه معروف نشر نوآوری راجرز** و نظریه یادگیری اجتماعی **آلبرت باندورا** گردید. **تارد** مشاهده کرد میزان تطابق نظر افراد با یک اندیشه جدید اغلب تابع یک منحنی S است. یعنی ابتدا تعداد کمی با یک ایده جدید خو می‌گیرند، سپس افزایش پیدا می‌کند و در نهایت کاهش می‌یابد، زیرا عده کمی برای تطبیق با نوآوری باقی می‌ماند.

جرج زیمل، پدر علم روان‌شناسی اجتماعی و تحقیق در زمینه نفوذ و تاثیرات گروه بر رفتارهای شخصی است. **زیمل** نظریه شبکه‌های ارتباطی را ارائه می‌کند و از دیدگاه او، پرسش اصلی و ضروری برای درک تغییرات رفتاری انسان این است که هر فرد با قدرت ارتباطی خود به چه کسانی متصل می‌شود؟

۲- اندیشمندان آمریکایی علم ارتباطات

- چهار نظریه از چهار اندیشمند آمریکایی وجود دارد که تاثیر عمیقی بر علم ارتباطات گذاشته است. مرکز توجه این چهار اندیشمند موضوعات صنعتی شدن، شهرنشینی و مهاجرت انبوه اروپاییان به آمریکا بود که مشکلات اجتماعی بسیاری را پدید آورد. آنها امیدوار بودند که فناوری‌های نوین ارتباطی روزگار آنان بتواند به بهبود وضعیت جامعه نیز کمک کند. این چهار نفر به ترتیب عبارت بودند از:

الف) جان دیویی و مکتب اصالت عمل

او با این اندیشه که ارتباطات جمعی ابزاری در تحقیقات اجتماعی است تلاش کرد تا علم و فلسفه را با چاپ یک روزنامه متحول کند. دیویی با همکاری شاگرد خود رابرت پارک روزنامه‌ای به نام اخبار اندیشه منتشر کرد و تلاش نمود با ارائه گزارش بیشتری از آخرین اکتشافات در زمینه علوم اجتماعی، مشکلات اجتماعی بی‌شماری را رفع کند. به نظر او فناوری‌های نوین ارتباطی می‌توانند ارزش‌های اجتماعی را در جامعه مورد توجه قرار دهند و آنان را بازسازی کنند. **جان دیویی** را نخستین فیلسوف علم ارتباطات نامیده‌اند و امروز او را بر اساس فلسفه عملی‌اش می‌شناسند. او معتقد بود که هر اندیشه زمانی درست است که در عمل نیز کارآیی داشته باشد. مکتب پراگماتیسم یا اصالت عمل دیویی دوگانگی ذهنیت و عینیت را رد می‌کند.

ب) چارلز هورتون کولی: خود آیین‌سان

- **کولی** بر پایه مطالعات خود، وراثت و فردگرایی را به معنی معیار تعیین‌کننده شخصیت فرد مردود برشمرد و ارتباطات میان فردی شخص یا خانواده و همه گروه‌های خود را پایه اصلی جامعه‌پذیر شدن دانست. **کولی** در نظریات خود جایگاه ارزشمندی را به ارتباطات اختصاص داد و آن را مکانیسم اصلی شکل‌گیری **خود آیین‌سان** دانست. به اعتقاد **کولی** کنش متقابل با دیگران، نقش یک آیین را ایفا می‌کند که به فرد کمک می‌نماید تا نسبت به خود ادراک دقیقی پیدا کند. **کولی** در کتاب **سازمان اجتماعی** در سال ۱۹۰۹ بهترین تعریف از ارتباطات را ارائه داد.

ج) رابرت ای. پارک و جامعه‌شناسی شیکاگو

رابرت پارک را به حق می‌توان نخستین نظریه‌پرداز ارتباط جمعی دانست. همچنین وی به دلیل مطالعات تجربی که بر روی محتوای روزنامه‌ها، مخاطبان آنها و ساختار اجتماعی و فرهنگی صاحبان روزنامه‌ها انجام داد، به عنوان نخستین محقق ارتباطی شناخته شد. یکی دیگر از مشخصات وی ریاست دانشکده جامعه‌شناسی شیکاگو است که یکی از اثرگذارترین مراکز علوم اجتماعی آن زمان به شمار می‌رفت.

پارک دوره نسبتاً طولانی از عمر خود را وقف روزنامه‌نگاری عملی کرد. او به دنبال این بود که مشخص کند انواع مختلف روزنامه‌نگاری چگونه به ابزاری قوی برای تغییرات اجتماعی در آمریکا تبدیل شده است. او حتی در رساله دکترای خود با عنوان «**انبوه خلق و عامه**» به چگونگی شکل‌گیری افکار عمومی توسط رسانه‌ها پرداخت.

اندیشه **برجسته‌سازی** که طی آن رسانه‌ها اولویت مطالب خبری را تعیین می‌کنند و در نتیجه بر اثر آنچه راجع به آنها صحبت می‌کنند، تاثیر می‌گذارند بر پایه تعریف **پارک** از خبر تحت عنوان «مبانی مذاکرات میان فردی» قرار دارد و بالاخره تحقیقات **پارک** با این اندیشه که افکار عمومی قابل اندازه‌گیری است به پرسش‌های زیر پاسخ می‌دهد:

- چگونه شبکه‌های میان فردی به رسانه‌های جمعی می‌پیوندند؟

- روزنامه‌ها تا چه اندازه بر افکار عمومی تاثیر می‌گذارند؟

- افکار عمومی چگونه رسانه‌ها را کنترل می‌کنند و رسانه‌ها تا چه حد در ایجاد تغییرات اجتماعی توانا هستند.

د) جرج هربرت مید و مفهوم خود در تعامل نمادین

نظریه **مید** در خصوص مفهوم «**خود**» ارتباطات را عامل زیربنایی جامعه‌پذیر شدن انسان‌ها می‌داند. نظریه او بیان می‌کند که افراد خود را از طریق کنش متقابل با دیگران می‌شناسند و تاکید داشت که «**خود**» به نوعی از زمان کودکی شکل می‌گیرد که فرد می‌آموزد نقش‌های دیگران را تصور کند، آنها را بپذیرد و پاسخ‌های آنان را به نسبت کنش‌های فردی خود پیش‌بینی کند.

در مورد این چهار اندیشمند آمریکایی می‌توان گفت که همه آنها دیدگاه اثبات‌گرایی داشتند. آنان از همان ابتدا جذب این پرسش شدند که آیا روزنامه‌ها توان بالقوه تغییرات اجتماعی را دارا هستند یا خیر. این چهار نفر همگی تجربه‌گرا بودند و ارتباطات را فراگردی می‌پنداشتند که به رفتارهای انسانی اثر می‌گذارد. آنها معتقد بودند ارتباطات انسانی کاملاً ذهنی است، اما این اندیشه بعدها توسط نظریه‌ها و مدل‌های خطی و تأثیر مدار تغییر پیدا کرد.

در سال‌های بعد از جنگ جهانی دوم نظریات **کلود شانون** و **وارن ویوور** هم در توسعه علم ارتباطات موثر واقع شد. مدل **شانون** نظریه ریاضی ارتباطات بود. همچنین نظریه اطلاع که این نظریه یک مدل ریاضی برای انتقال علائم بود که بعدها این مدل توسط **وارن ویوور** به ارتباطات انسانی تعمیم داده شد. در واقع **ویوور** در مطالعات خود اشاره کرد که یک نظریه در مورد ارتباطات انسانی را چگونه می‌توان از میان‌برهای ریاضی **شانون** که در مورد ارتباطات مهندسی است بیرون کشید. در اواخر دهه ۱۹۴۰ با آثار تحقیقاتی بسیار مهمی در علم ارتباطات روبه‌رو می‌شویم. **نوربرت وینر** ریاضیدان معروف کتاب «سایبرنتیک یا کنترل و ارتباط در انسان و ماشین» را نوشت. دو سال بعد نیز نسخه ساده‌تر کتاب خود را تحت عنوان «استفاده انسانی از انسانها» و «سایبرنتیک و جامعه» را تالیف کرد.

۳- پیش‌تازان علم ارتباطات

چهار نظریه‌پرداز نخستین علم ارتباطات یعنی **لاسول**، **لازاراسفلد**، **کورت لوین** و **هاولند** که از رشته‌های تخصصی خود به مطالعات ارتباطی روی آوردند، چنان تأثیر عمیقی در این عرصه بر جای گذاشتند که امروزه به عنوان پدران ارتباطات شناخته می‌شوند. **اورت م. راجرز** خصوصیات مشترک این چهار اندیشمند را این‌گونه توضیح می‌دهد:

- همه آنها زمینه تفکر و اندیشه بسیار غنی داشتند و در دانشگاه‌های معتبر تحصیل کرده بودند.
- همه آنها چند رشته‌ای بودند.
- همه آنها در اواسط جوانی برای حل معضلات جهانی به ارتباطات روی آوردند.
- هر چهار نفر در مطالعات خود بر «تأثیرات» و تأثیر رفتارهای فردی متمرکز شدند و آن را ناشی از انتقال پیام‌های ارتباطی دانستند.
- این چهار نفر مطالعات خود را از سمت فلسفه و نظریه‌پردازی به زمینه جدیدی که کاملاً تجربی بود، تغییر دادند. به همین دلیل اندیشه‌های انتزاعی **مید**، **کولی**، **پارک**، **شانون** و **ویوور** به اندیشه عمومی‌تر و مستدل‌تر آثار ارتباطی این چهار نفر تبدیل شد.

الف) هارولد لاسول

هارولد لاسول را تنها به عنوان یک سیاستمدار نمی‌شناسند، چرا که در رشته‌های مختلفی مانند اقتصاد، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و تبلیغات به عنوان اندیشمند و صاحب‌نظر شناخته شده است. به همین دلیل وی را **لئوناردو داوینچی علوم رفتاری** می‌دانند. **لاسول** علاوه بر تجربه‌گرایی از تکنیک تحلیل محتوا هم استفاده کرده است. **لاسول** که خود تحلیل محتوا را تحلیل فضا نامید، برای یافتن اثرات تبلیغات سیاسی بر افکار عمومی استفاده کرد. **لاسول** همچنین آثار وسایل ارتباطی را به عنوان مکتب معرفی کرد و بر سه نقش اصلی وسایل ارتباطی - خبری، آموزشی و هدایت و رهبری - تأکید ورزید. **لاسول** بیش از ۶۰ عنوان کتاب دارد، اما غالباً او را با مدل گونه‌اش که در سال ۱۹۴۰ میلادی انگاشت، می‌شناسند. (چه کسی؟ چه چیزی؟ از چه مجرای؟ چرا؟ به چه کسی؟ و با چه تأثیری می‌گوید؟) **لاسول** با نگارش رساله خود درباره تبلیغات به نوعی در این رشته و جنگ روانی نیز صاحب کرسی است.

ب) پاول اف. لازاراسفلد

در میان چهار پیشسازی که نام بردیم، **لازاراسفلد** بیشترین تاثیر را در جهت‌گیری تحقیقات ارتباطی از آن خود کرد. او که در سال ۱۹۳۳ به آمریکا مراجعت کرد، در آغاز به سمت مدیر اداره تحقیقات رادیویی پرینستون که تحت نظارت بنیاد راکفلر اداره می‌شد به کار گرفته شد. از آنجا که در اواخر دهه ۳۰، رادیو، نفوذ زیادی در زندگی مردم آمریکا داشت به سمت رادیو گرایش پیدا کرد. چرا که معتقد بود «**رادیو تنها موضوعی است که انواع روش‌های تحقیقاتی در پیرامون آن قابل انجام است**».

لازاراسفلد در ابتدا بر روی مخاطبان رادیو کار می‌کرد و قصد داشت ابعاد آن را تخمین بزند. بعدها مطالعات او به سمت بررسی آثار رادیو تغییر پیدا کند. از آن پس **لازاراسفلد** به جستجوی سایر رسانه‌ها هم پرداخت و نهایتاً تحقیق معروف وی در سال ۱۹۴۰ بر روی انتخابات ریاست جمهوری آمریکا انجام شد. نتایج این تحقیق **لازاراسفلد** و همکارانش را به سمت نظریه دو مرحله‌ی ارتباطات هدایت کرد. به این ترتیب که رسانه‌ها ابتدا، رهبران افکار و سپس سایر افراد را تحت تاثیر قرار می‌دهد و به این ترتیب نظریه تاثیرات محدود رسانه‌ها مطرح شد.

کتاب «**نفوذ شخصی**» **لازاراسفلد** که با همکاری **الیهو کاتز** به چاپ رسید به این مسأله پرداخت که رسانه‌ها بسیار کمتر از شبکه روابط میان فردی موثر هستند. **لازاراسفلد** را بیش از دیگران تجربه‌گرا می‌دانند، چرا که شیوه‌های پژوهش او بسیار دقیق بود. البته در زمینه تجربه‌گرایی او انتقادهایی هم وارد است. برخی محققان از جمله **سی. رایت میلز** تجربه‌گرایی افراطی را از مشکلات پژوهش می‌دانند و می‌گویند گستره وسیع علوم موجود چیزی نیست که بتوان آن را با واژه تجربه و به وسیله داده‌های آماری در مورد افراد امروزی تشخیص داد.

ج) کورت لوین

«لوین» یک یهودی آلمانی بود که در دانشگاه برلین در رشته روان‌شناسی تحصیل کرده و در حین تحصیل در رشته خود تدریس می‌کرد. وی برای دوری از نازیسم به آمریکا مهاجرت کرد.

او توانایی خارق‌العاده‌ای در تشخیص این نکته داشت که کدام یک از مسائل تحقیق برای پیگیری و جستجو ارزشمند و کدامیک بی‌فایده است. به همین دلیل او را مؤسس **روان‌شناسی اجتماعی و تجربی مدرن** می‌شناسند.

لوین زمینه جدیدی را در «پویایی گروهی» ایجاد کرد و بیشتر بر مسائل ارتباطات گروهی متمرکز بود تا دریابد افراد چگونه تحت تاثیر گروهی قرار می‌گیرند که به آن تعلق دارند. او به سبب یک جمله معروف شهرتی خاص دارد. وی می‌گوید **هیچ چیز به اندازه یک نظریه خوب عملی نیست**. به اعتقاد او نظریه و تحقیق هر دو یکی هستند و حتی مطالعات کاربردی هم باید نظریه را آزمون نماید. دانشجویان **لوین** را با مفهوم **دروازه‌بانی خبری** می‌شناسند که فرآیند گزینش‌گری جریان پیام، طی یک مجرای ارتباطی است. طی جنگ دوم جهانی دولت آمریکا سعی داشت مصرف برخی از مواد غذایی را به مردم توصیه کند. **لوین** متوجه شد که زنان خانه‌دار برای انتخاب غذای ناشناخته و جدید نقش دروازه‌بان را ایفا می‌کند. این مواد غذایی زمانی در خانه مصرف می‌شد که زنان خانه‌دار تصمیم به خرید و مصرف آن می‌گرفتند. **لوین** پیش از مرگ در آخرین مقاله خود موضوع دروازه‌بانی را در نظام ارتباطات مطرح کرد. شاگردان وی از جمله **دیوید وایت** پس از او مفهوم دروازه‌بانی خبر در رسانه‌های جمعی را مورد مطالعه قرار دادند.

د) کارل آی. هاولند

تنها پیش‌تاز مطالعات ارتباطی که ریشه اروپایی چندانی ندارد **هاولند** است. او دکترای خود را در روان‌شناسی تجربی از دانشگاه‌های آمریکا اخذ کرد. در زمان جنگ جهانی دوم به درخواست وزارت جنگ آمریکا، آثار فیلم‌های نظامی را بر رفتار جنگ‌آوری سربازان مورد بررسی قرار داد.

او در آزمایش‌ها نظریه‌های مربوط به اعتبار منبع، پیام‌های یکسویه در برابر پیام‌های دو سویه، استفاده از جاذبه ترس و آثار آنی در مقابل آثار آتی را مورد بررسی قرار داد. متغیر وابسته در تحقیقات **هاولند** اقناع بود و اقناع را درجه نگرش سربازان تعریف می‌کرد.

هاولند مطالعات زمان جنگ را در کتابی به نام «آزمایشات در ارتباط جمعی» منتشر نمود و به دنبال آن مجموعه‌ای از مقالات وی مثل «ارتباط و اقناع» منتشر شد. هاولند معتقد بود که نگرش‌ها اکتسابی هستند و هنگام یادگیری از طریق فرآیندهای مشابه تغییر می‌کنند. هاولند و همکارانش همچنین نشان دادند که پیام یک طرفه در اشخاصی که در ابتدا موافق پیام هستند موثرتر و نیز پیام دو طرفه در اشخاصی که مخالف پیام‌اند دارای بیشترین تاثیر هستند.

نظریه پردازان معاصر

الف) ویلبر شرام، بنیانگذار مطالعات ارتباطی

شرام نخستین موسسات مطالعات ارتباطی جهان را در سال ۱۹۴۸ در ایلینویز و در سال ۱۹۵۶ در دانشگاه استنفورد آمریکا پایه‌گذاری کرد. این موسسات پژوهش‌های دانشجویی را هدایت می‌کردند و در برنامه‌های خود دوره آموزشی دکترای در ارتباطات را داشتند و به تاسیس نشریات و یا موسسه‌های علمی در زمینه پژوهش‌های ارتباطی کمک می‌کردند. در واقع نهادینه شدن علم ارتباطات موجب انسجام و پیوستگی نظریه‌ها و مدل‌ها برای حل مسائل مربوط به تحقیقات ارتباطی شد و به تدریج طی دهه‌های بعد ارتباطات شکل علمی و دانشگاهی خود را به دست آورد. به همین دلیل شرام را بنیانگذار علم ارتباطات می‌شناسند.

شرام کتاب‌های زیادی در زمینه ارتباطات تالیف کرد، از جمله: «رسانه‌های جمعی و توسعه ملی، تلویزیون در زندگی کودکان ما و ماهیت ارتباط میان انسان‌ها». شرام همچنین از جمله نظریه‌پردازان آمریکایی بود که دیدگاه خوشبینانه‌ای نسبت به نظریات لرنر در زمینه ارتباطات و توسعه داشت. شرام همین‌طور موازی با نظریات لاسول در خصوص نقش وسایل ارتباطی سه نقش: معلم، نگهبان و راهنما را برای وسایل ارتباطی مطرح می‌کند.

او همچنین در کتاب «رسانه‌های جمعی و توسعه ملی» دیدگاه خوشبینانه‌ای نسبت به توسعه ارتباطات در جهان سوم دارد.

ب) هربرت مارشال مک لوهان و مراحل سه‌گانه تحول جوامع

از میان مشهورترین پیروان نظریات دیوید رایزمن می‌توان به مارشال مک لوهان جامعه‌شناس و فیلسوف کانادایی و استاد دانشگاه تورنتو اشاره کرد. او در سال ۱۹۱۱ در کانادا به دنیا آمد. مشهورترین آثار مک لوهان عمدتاً در مورد ارتباطات شامل کهکشان گوتنبرگ، شناخت وسایل ارتباطی، برای درک رسانه‌ها، پیام و ماساژ، جنگ و صلح در دهکده جهانی و جنگل الکترونیک قرن بیستم نام دارد.

چنانکه گفته شده است، از ارسطو تا آگوست کنت و سپس تونیس و رایزمن تحول جامعه انسانی بیش از پیش با عامل معرفت، چگونی انتقال و انتشار معرفت و سرانجام با ارتباط جمعی، آن‌هم نه به صورت قاطع و تعیین‌کننده مطرح شده بود. مک لوهان می‌کوشد، بدون اینکه از این مسیر فکری خارج شود بر پیشرفت‌های فنی که مستقیماً بر رسانه‌های ارتباط جمعی به‌ویژه تلویزیون تاثیر می‌گذارند، تکیه می‌کند و در واقع موضوع را از جایی آغاز می‌کند که رایزمن به‌دلیل شرایط تاریخی زمان خود آن را رها کرده بود. رایزمن معتقد بود میان مرحله «از سنت هدایت شده» و ارتباط شفاهی و میان مرحله «از درون هدایت شده» و چاپ و سپس بین مرحله «از برون هدایت شده» و ارتباط جمعی، رابطه‌ای آشکار وجود دارد، اما مک لوهان در این مسیر از رایزمن که بین دگرگونی فنون ارتباطی و تحولات اجتماعی فقط یک نوع رابطه همبستگی قائل بود پا را فراتر می‌گذارد و تغییر موضع وسایل ارتباطی را شرط اصلی و عامل تحولات زندگی اجتماعی گذر از یک مرحله به مرحله دیگر معرفی می‌کند.

او فناوری را کمدی الهی می‌خواند. به اعتقاد او نوع بشر به بهشتی زمینی هدایت شده که با استفاده از ابزارهای ساخته دست خود خویشتن را از رنج جسمانی آزاد کند. مک لوهان در دهه ۶۰ از تلویزیون به عنوان یک رسانه هوشمند یاد می‌کند. او تلویزیون را پرستشگاه و امواج آن را بشارت الکترونیکی می‌نامد. او می‌گوید: وسایل ارتباطی که عامل انتقال فرهنگ



هستند تاثیر شگرفی بر خود فرهنگ دارند. او این نظر را با جمله وسیله همان پیام است، تکمیل می‌کند و منتقد است جوامع بیشتر در اثر ماهیت وسائل ارتباطی شکل گرفته‌اند تا در نتیجه محتوای ارتباط.

مک لوهان در کتاب برای درک رسانه‌ها می‌گوید: ارشمیدس گفته است یک نقطه اتکا در جهان به من نشان بدهید تا من توسط آن دنیا را تکان بدهم. **مک لوهان** معتقد است که اگر ارشمیدس امروز زنده بود حتماً رسانه‌ها را به ما نشان می‌داد.

مک لوهان در مورد مقاومت در برابر فناوری گفته است، اگر بخواهیم در برابر کارکردهای جدید فناوری گرایش‌های سنتی خود را حفظ کنیم، فرهنگ سنتی ما همانند فرهنگ اسکولاستیک قرن ۱۶ در نهایت از میان خواهد رفت. اگر پیروان این فرهنگ نوآوری گوتنبرگ را درک کرده بودند و آموزش شفاهی را با آموزش نوشتاری تلفیق می‌کردند، از نابود شدن فرهنگ خودی جلوگیری می‌کردند. **مک لوهان** معتقد بود اغلب فناوری‌ها یک اثر تشدیدکننده دارد و موجب می‌شوند تا آدمی از یکدیگر کاملاً تفکیک شود. از این رو، هر یک از وسایل ارتباطی درامتداد یکی از حواس انسان‌هاست، چنانکه سنگ درامتداد دست، دوچرخه در امتداد پا، عکس در امتداد چشم، رادیو در امتداد گوش و شنوایی و تلویزیون در امتداد لامسه که سرانجام موجب تعادل میان سایر حواس نیز می‌شود.

مک لوهان وسایل ارتباطی را از نظر حرارتی به دو دسته سرد و گرم تقسیم کرده است. رادیو یک وسیله ارتباطی گرم و تلویزیون یک وسیله ارتباطی سرد است.

ج) اورت راجرز، نظریه اشاعه نوآوری‌ها یا جریان چند مرحله‌ای ارتباط

شاید یکی از شناخته‌شده‌ترین و قابل قبول‌ترین صاحب‌نظران در نظریه‌پردازان دوره معاصر راجرز است. راجرز در کتاب خویش تحت عنوان «اشاعه نوآوری» به این مسأله اشاره کرده است که چگونه در این زمینه بیش از ۲۰۰۰ گزارش تحقیقاتی را درباره انتشار تجربی و بیش از ۳۰۰۰ مسأله را به منظور تجدید نظر و پالایش در نظریه اولیه فرایند تصمیم‌گیری و یا تطبیق پیدا کردن با وضعیتی متغیر که شخصی آن را نو و جدید تصور می‌کند، تعریف می‌کند.

نظریه اشاعه نوآوری یا جریان چند مرحله‌ای ارتباطات از جمله کارهای شاخص راجرز در دهه ۷۰ به شمار می‌رود. در بخش دوم دیدگاه‌های راجرز توضیح داده شده است.

رشد و توسعه مطالعات ارتباطی

در مطالعات گوناگون قبل از دوران رنسانس اروپا در زمینه‌های فلسفی و اجتماعی صورت می‌گرفتند، ارتباطات به‌طور مستقیم و غیرمستقیم طرف توجه واقع می‌شدند. در این مطالعات عنصر اصلی مورد نظر در ارتباطات اندیشه‌های انسانی و به عبارتی دیگر محتوای پیام بود و در این زمینه به طرز ارائه اندیشه و وسیله نشر آن توجه کمتر می‌شد. به دنبال اختراع تکنیک چاپ توسط گوتنبرگ و افزایش تعداد استفاده‌کنندگان و تاثیرپذیرندگان اندیشه‌ها، مجراهای ارتباطی مورد توجه قرار گرفتند.

در حوزه مطالعات ارتباطی شاید بتوان گفت که مدت‌ها فقط اندیشه لاسول یعنی مطالعه محتوا حاکم بود، اما به تدریج از نظرات **مک لوهان** یا همان اندیشه حاکمیت وسایل ارتباطی مورد توجه قرار گرفت. به تدریج طی جنگ دوم جهانی به سبب نیازهای جدید دولت‌های بزرگ متخاصم تمام اشکال ارتباط مورد توجه قرار گرفت. نشان‌ها و رمزها اهمیت نظامی کسب کردند و رشته ارتباطات در مجموع برای تبلیغات سیاسی و جنگ روانی جنبه حیاتی یافت. به همین لحاظ ارتباط به عنوان اقناع مورد توجه قرار گرفت و از آن پس ارتباط به عنوان انتقال اطلاعات و ارتباط به عنوان اقناع به صورت دو گرایش مهم ارتباطی در فعالیت‌ها، مطالعات و تحقیقات تخصصی دنبال شدند.

توجه به آثار ارتباطات به‌ویژه از دهه ۱۹۵۰ به سبب اهمیت یافتن امر توسعه اقتصادی کشورهای جهان سوم افزایش یافت، از آن پس چون کارشناسان اقتصادی لازمه رشد اقتصادی را تغییر رفتار فردی می‌دانستند، وسایل ارتباط جمعی را به عنوان موثرترین وسیله برای دگرگونی‌های رفتارها به کار گرفتند و خودبخود مطالعه درباره آثار ارتباطات افزایش یافت. در شرایط تازه کاربرد ارتباطات در کشورهای در حال توسعه مورد توجه قرار گرفته است.

بعضی از محققان ارتباطی به فراگرد ارتباط توجه خاصی دارند و از این دیدگاه متغیرهای گوناگون موثر در این فراگرد از قبیل، تصویرهای ذهنی متقابل فرستنده و گیرنده، تجربیات شخصی، ارزش‌ها و انتظارات مورد نظر پیام‌دهنده و پیام‌گیرنده و جنبه‌های متعدد اوضاع و احوال فرهنگی و نظایر آنها را به سنجش گذاشتند. دیدگاه مبتنی بر اهمیت فراگرد، کارشناسان ارتباطات را بر آن داشت که درباره متغیرهای موثر در فراگرد ارتباطی - شناخت تخصصی بیشتری به‌دست آورند و بدین منظور از منابع رشته‌های مختلف علوم اجتماعی کمک بگیرند.

نظریه‌های مربوط به نقش‌های اجتماعی و کارکردهای ارتباطات پس از جنگ جهانی دوم تاثیر خاصی بر مطالعات ارتباطی به-جای گذاشت. نقش‌های اجتماعی ارتباطات ابتدا توسط لاسول در سال ۱۹۴۸ مطرح شد. وی که سه نقش اساسی نظارت بر محیط، ایجاد و توسعه همبستگی‌های اجتماعی و انتقال میراث فرهنگی را برای وسایل ارتباطی در نظر گرفت به مطالعات ارتباطی عمق بخشید. فراموش نکنیم تحت تاثیر مطالعات او چارلز رایت، محقق دیگر آمریکایی نقش سرگرمی یا نقش تفریحی را به نقش‌های قبلی اضافه کرد. تکیه بر نقش‌ها و کاربردهای اجتماعی وسایل ارتباط جمعی که با نظریه دانیل لرنر آغاز شد، در مطالعات و تحقیقات ارتباطی چند دهه اخیر تاثیر فراوانی گذاشته است.

بعد از این مطالعات، نظریه نشر نوآوری راجرز و همین‌طور نظریه‌های انتقادی در این زمینه جایگاه ویژه‌ای پیدا کرد. در کشورهای جهان سوم نیز مطالعات ارتباطی به تدریج دنبال شد. دیدگاه پائولو فریرره درباره نظام آموزشی کشورهای جهان سوم و آموزش مخزنی و پیشنهادهای جدید درباره نقش وسایل ارتباطی به تدریج مطالعات ارتباطی در این کشورها را توسعه داد.

دیدگاه نسبتاً تازه‌ای که به غنی شدن مطالعات و تحقیقات ارتباطی کمک کرده است بر مفهوم سیستم‌ها استوار است. یک سیستم مشتمل بر مجموعه‌ای از اجزاست که فعالیت‌های مشترک دارند و درعین حال ضمن محافظت از محدوده‌های خود با محیط اطراف نیز تعادل دارد. واژه‌هایی که وارد این سیستم می‌شوند تاثیرات دریافت شده از محیط اطراف هستند و سیستم آنها را از طریق فراگردهای مختلف به باز داده‌ها تبدیل می‌کند. باز داده‌ها شامل فرآورده‌ها، خدمات و نفوذهایی هستند که از سوی سیستم به منظور دگرگونی محیط اطراف آن صادر می‌شوند. بر این مبنا، نقش خاص وسایل ارتباط جمعی در سیستم برنامه‌ریزی مشخص می‌شود و برنامه‌ریزان ارتباطی می‌کوشند از تمام منابع ارتباطی برای تحقق هر چه وسیع‌تر هدف‌های عمومی توسعه مملکتی استفاده کنند. اینگونه برداشت‌ها در مطالعاتی نظیر تکنولوژی‌های آموزشی که فرد در ارتباطات توسعه بخش نقش دارند، به کار گرفته می‌شود.

بخش سوم - نظریه‌های ارتباطات جمعی

مقدمه

با گسترش تدریجی وسایل ارتباطی در خصوص تاثیر وسایل ارتباط جمعی، نظریه‌های مختلفی پدید آمد. گروهی وسایل ارتباطی را آن چنان قدرتمند تصور می‌کردند که می‌تواند هر گونه تغییر در رفتارها موجب شود، گروه دیگر را عقیده بر آن بود که وسایل ارتباطی فاقد هرگونه قدرت هستند و بالاخره گروه سوم کسانی بودند که نه وسایل ارتباطی را آنچنان قدرتمند می‌پنداشتند که می‌تواند افراد را دگرگون کند و نه آنچنان بی‌قدرت که نتواند هیچ تاثیری از خود بر جا گذارد. بعد از جنگ جهانی دوم دانشمندان زیادی ابعاد مختلف تاثیر وسایل ارتباطی را در قالب نظریه‌های ارتباطی مورد بررسی قرار دادند.

دسته اول: نظریه‌های ارتباطی با منشأ روان‌شناسی

۱- گوستاو لوبون

پزشک و نویسنده فرانسوی طی سال‌های ۱۸۴۱ - ۱۹۳۱ در آثار خود به این نکته اشاره کرد که تفاوت‌های اساسی میان خصوصیات فرد در تنهایی و جمع وجود دارد. لوبون ضمن مطالعات خود به مفاهیم مختلفی می‌پردازد که یکی از آنها **مفهوم انبوه خلق** است. به نظر او افراد چه خلق و خوی یکسانی داشته باشند، چه نداشته باشند، چه وضع زندگی و کار و شغلشان شبیه هم باشد یا نباشد، همین که به جمع تبدیل می‌شوند، خلق و خوی واحدی می‌گیرند. به قول لوبون جمع شدن افراد روحیه‌ای در آنها پدید می‌آورد که این روحیه وادارشان می‌کند طوری عمل و احساس کنند که با احساس و عمل آنها در تنهایی متفاوت است. حتی بعضی از عقاید و احساس‌ها، تنها در افرادی که به‌صورت انبوه خلق درآمده‌اند، پدید می‌آید. بنابراین انبوه خلق ذاتی جداگانه از مجموعه یا میانگین افراد دارد.

لوبون پنج خصوصیات برای انبوه خلق برمی‌شمرد:

(الف) انبوه خلق وحدت روانی دارد.

(ب) تحت تاثیر هیجان‌های ناگهانی، افراط عمیق و متغیر قرار دارد.

(ج) منطق جمعی، ساده، ظاهری، فوری و ضربتی دارد.

(د) هیجان‌ها و عقاید قابلیت تکثیر و تقویت فراوان دارد.

(ه) وجود رهبران یا افرادی که دارای وجهه اجتماعی هستند، بر به‌کارگیری انبوه خلق موثر هستند.

لوبون عوامل تشکیل‌دهنده رفتار انبوه خلق را متاثر از سه عامل می‌داند:

(الف) احساس قدرت شکست‌ناپذیری

(ب) سرایت و تقلید

(ج) تلقین‌پذیری بیش از حد

به نظر **لوبون** عقاید و نظرات جامعه به دو بخش تقسیم می‌شود:

(الف) بخش بنیادی: که سازنده اصلی فرهنگ است و طی سال‌های مختلف شکل می‌گیرد.

(ب) بخش متغیر: که در طول سالیان تحت تاثیر رسانه‌ها و دیگر عوامل فرهنگی - اجتماعی تغییر می‌کند

به نظر **لوبون** انبوه خلق‌ها عقاید متغیر توده‌ها را دارا هستند. مردم با خواندن روزنامه دارای تفکر جمعی می‌شوند که انبوه خلق را شکل می‌دهد. به نظر او در شرایط جدید تسلط آموزش‌های کهن از بین می‌رود، توده‌ها قدرت پیدا می‌کند و مطبوعات عقاید متنوعی را مطرح می‌کنند.

لوبون در مورد مطبوعات می‌نویسد:

مطبوعات به جای آموزش‌گرایی به اخبار‌گرایی و انتشار سرگرمی‌ها و آگهی‌ها و شایعات روی می‌آورند. جرایدی که زمانی هادی افکار عمومی بودند، حالا فقط به وسیله‌ای تازه برای انتقال اطلاعات تبدیل شده‌اند. آنها از انتشار برخی مطالب خودداری

می‌کنند، زیرا نگرانند خوانندگان خود را از دست بدهند. مطبوعات برای جلب افکار عمومی دنباله‌رو خوانندگان و خوانندگان به نقش مطبوعات بی‌اعتنا شده‌اند.

به طور کلی **لوبون** معتقد است مطبوعات از ارکان پیدایش عقاید متغیر توده‌ها هستند و روند کلی آنها به سوی تابعیت از افکار و انتقال صرف اخبار و آگهی‌هاست.

لوبون انبوه خلق را به چهار دسته تقسیم می‌کند:

- الف - انبوه خلق اتفاقی، مثل مردمی که در یک صحنه تصادف جمع می‌شوند.
- ب - انبوه خلق قراردادی، مثل مردمی که برای استقبال از یک مقام سیاسی جمع می‌شوند.
- ج - انبوه خلق نمایشی، مثل مردمی که در یک مراسم تعزیه جمع می‌شوند.
- د - انبوه خلق فعال که تحت تاثیر مطبوعات شکل می‌گیرد.

۲. گابریل تارد

جرم‌شناس و حقوق‌دان فرانسوی در سال ۱۸۹۰ «**قوانین تقلید**» را نوشت. او با بررسی برخی جرم‌هایی که اتفاق افتاده بود، به این نتیجه رسید که اکثر جرم‌ها اکتسابی یا ذاتی نیست، بلکه منشأ اجتماعی دارد. او تقلید را عامل اصلی بسیاری از جنایات‌ها اعلام کرد و دامنه آن را تا آنجا وسعت بخشید که جامعه بدون تقلید را غیر قابل تصور دانست. او معتقد است که عصر ما عصر انبوه خلق نیست، بلکه **عصر همگان یا همگان‌هاست**. همگان دارای خصوصیات عمده‌ای است که بیشتر ناظر بر اجتماع معنوی است تا فیزیکی.

ویژگی همگان‌ها از نظر او عبارتند از:

- جمع نامجاور است.
- کنش و واکنش از دور شکل می‌گیرد.
- همگان دارای عقلانیت است.
- عمدتاً به جوامع صنعتی اختصاص دارد.

به نظر او رسانه‌ها (روزنامه‌ها) یک روح جمعی در مردم ایجاد می‌کنند به همین دلیل مطبوعات در ساختن افکار عمومی نقش ویژه‌ای دارند. **تارد** معتقد است که کلام بالدار روزنامه از مرزهایی می‌گذرد که در گذشته صدای مشهورترین سخنرانان از آن نمی‌گذشت.

دسته دوم: نظریه‌های ارتباطی با منشأ جامعه‌شناسی

۱- فردیناند تونیس (۱۸۵۵-۱۹۳۵)

جامعه‌شناس آلمانی که تحت تاثیر اندیشه‌های مارکس قرار داشت. ارتباط را محور شناخت و ارزیابی جوامع می‌داند و تفکیک‌پذیری وظایف را نه در سازمان و ساخت نمادی بلکه در روابط میان افراد جستجو می‌کند. او دو نوع جامعه را از هم جدا می‌کند:

الف) اجتماع یا جامعه معنوی (گمن شافت) *gemeinschaft* با ویژگی‌های:

- ارتباطات محدود است.
 - ارتباط عمیق است.
 - اراده ارگانیک (ذاتی و طبیعی) حاکم است.
- ب) جامعه صوری (گزل شافت) *gesellschaft* با ویژگی‌های:

- وسعت جامعه
 - سطحی بودن ارتباط
 - حاکم بودن اراده سنجیده، عقلگرایی و مصلحت‌اندیشی
- پیوند فرد با جامعه بر اساس مصالح و محاسبه سود و زیان انجام می‌شود. روابط فرد در جامعه متکی بر خردگرایی است و طبیعی است که شکننده است.
- تونیس به مطبوعات به عنوان یک رکن تشکیل‌دهنده افکار عمومی نگاه می‌کند و در مجموع نظرش مثبت است. او مطبوعات بزرگ را قابل مقایسه و حتی برتر از قدرت نهفته در ارتش و سازمان‌های اداری می‌داند و معتقد است افکار عمومی مثل ارتش و بروکراسی رابطه‌ای بوجود می‌آورد و آن نقش فراملی آنهاست.

۲. ماکس وبر

ماکس وبر جامعه را به دو دسته سنتی و عقلایی تقسیم می‌کند. به نظر او جامعه سنتی یک جامعه بدون تعقل است، حال آنکه جامعه عقلایی بر اساس ویژگی‌های مطبوعات و دیگر نهادهای مدنی شکل می‌گیرد. ماکس وبر با همین دیدگاه اقتدار یا سلطه مشروع را از قدرت جدا می‌کند. اقتدار یا سلطه مشروع آن است که گروهی از مردم با رضایت خود و با رغبت از فرمان معینی یا شخص یا اشخاصی که صادر می‌کنند پیروی می‌نمایند. ماکس وبر سه نوع اقتدار را از هم جدا می‌کند:

اقتدار سنتی

اقتدار پیشوایی یا کاریزماتیک

اقتدار قانونی

به نظر او در اقتدار سوم رسانه‌ها نقش دارند. ماکس وبر تحولات هنری، فنون وسایل ارتباط جمعی را نتیجه رشد مطبوعات می‌داند. او برای مطبوعات چند خصوصیت قائل است:

مطبوعات عامل جدیدی در قدرت اجتماعی هستند. به همین سبب ارتباط موثری با نهادهای سیاسی و اقتصادی پیدا کردند. به دلیل وابستگی مطبوعات به دو نوع مشتری، خوانندگان و آگهی‌دهندگان و ارتباط این دو با یکدیگر مطبوعات نقش تازه‌ای در سرمایه‌گذاری و گردش ثروت در جامعه یافتند. به دلیل نهادی شدن یا تبدیل مطبوعات به موسسات اقتصادی هویت و نام و نشان افراد در مطبوعات کم‌رنگ‌تر شده است. ماکس وبر با طرح این ویژگی‌ها در پی آن است تا اخبار، آگهی‌ها و سرگرمی‌های مطبوعات را مورد ارزیابی قرار دهد.

دسته سوم: نظریه‌های ارتباطی با منشأ سیاسی

ارتباطات سیاسی، در فاصله دو جنگ جهانی، به‌ویژه با مطرح شدن تبلیغات سیاسی مورد توجه قرار گرفت و از زمانی که «جوزف گوبلز وزیر تبلیغات آلمان هیتلری» با طراحی خاص خود توانست تبلیغات نازیستی را گسترش دهد، شدت یافت. اساس تبلیغات گوبلز بر قواعد زیر استوار بود که توسط سینما و رادیو به مخاطبان می‌رسید.

مخاطب قرار دادن کودکان و نوجوانان، تکرار مضامین اصلی، سادگی سمبل‌ها و نشان‌ها در پیام‌ها در حد فهم عموم، برانگیختن احساسات مردم (قدرت، خشم، ...)، اغراق و بزرگمایی، قرار دادن هدف در پس‌زمینه، اثبات عملی بخشی از ادعا برای قبول کل آن، سرایت روایی و توجه به منافع مخاطبان.

گوبلز از این تکنیک‌ها استفاده کرد و با ساخت و پخش حدود ۱۰ هزار فیلم سینمایی توانست در بسیج مردم آلمان موفق شود.

نظریه چاکوتین (۱۹۳۳ - ۱۹۴۳)

چاکوتین با توجه به نظریه گوبلز به این نتیجه رسید که اساسا تبلیغات سیاسی با تکیه بر غرایز اساسی بشر امکان‌پذیر است. او در کتابی با عنوان «تبلیغات سیاسی، تجاوز به خلق» اعمال سیاسی توده را نتیجه عملکرد دولت دانست. چاکوتین بر این نظر است که رفتار بشر تحت سلطه چهار غریزه قرار دارد:

▪ تغذیه، ستیزه‌جویی، میل جنسی و عشق مادری

به نظر او از این چهار غریزه در هر زمانی یکی وجه غالب دارد. در تبلیغات باید دید کدام غریزه غالب است و از همان طریق وارد شد. در آلمان غریزه دشمنی یا ستیزه‌جویی مورد استفاده هیتلر و گوبلز قرار گرفت و موفقیت هم در پی داشت.

چاکوتین مبنای نظریه خود را بر تئوری واکنش شرطی پائولف قرارداد و معتقد است که افراد هر چه بیشتر حالت انفعالی بگیرند، صورت‌ها و غرایز جمعی آنان بیشتر فعال شده و در مقابل دولت حالت شرطی به خود می‌گیرند. هر چقدر رسانه‌ها بتوانند این نقش را بهتر ایفا کنند، تبلیغات هم موفق‌تر است. به همین دلیل رسانه‌های سمعی و بصری چون بیشتر می‌توانند بر احساسات و عواطف تکیه کنند و پیام آنها کمتر از صافی عقلانی می‌گذرد، لذا موفق‌ترند.

از نظریات چاکوتین دو انتقاد شده است: الف) این نوع شرطی شدن زمانی اتفاق می‌افتد که انحصار منابع اطلاعاتی وجود داشته باشد؛ ب) نمی‌توان غرایز انسانی را محدود به همین چهار غریزه دانست و رفتار و کنش انسان را صرفاً متأثر از غرایز فوق دانست یا فرض کرد.

دسته چهارم: نظریه تحول تاریخی ارتباطات

۱- ژان کلویته

صاحب‌نظر کانادایی که در سال ۱۹۰۴ کتاب «ارتباطات سمعی - بصری - خطی» را نوشت. ارتباطات اجتماعی را شامل چهار دوران می‌داند:

دوران ارتباطات شخصی

در شرایط اولیه زندگی انسان، ارتباطات رودرو، مستقیم و شخصی بود. اشخاص در کنار هم زندگی می‌کردند و با یکدیگر ارتباط چهره به چهره داشتند. به عبارت دیگر، ارتباط شخصی بود.

دوران ارتباطات نخبگان

در این دوره نقش اصلی ارتباطی را ارتباط‌گران مذهبی داشتند؛ در مصر قدیم، کاهنان مصری و در مسیحیت کشیش‌ها. علت این امر تسلط آنان بر کتب و آیین‌های مذهبی بود. در ابتدای اختراع چاپ مقاومت‌هایی در استفاده از صنعت چاپ برای گسترش این نوع ارتباط به‌وجود آمد، اما بعداً خود چاپ وسیله‌ای برای گسترش ارتباط مذهبی بود. ویژگی عمده این ارتباط تکیه بر وعظ و خطابه و شکل‌گیری آن در کانون‌های مذهبی است.

دوران ارتباطات جمعی

با خبری شدن روزنامه‌ها افزایش تیراژ آنها در قرن نوزدهم شکل گرفت و بعدها با گسترش رادیو و تلویزیون، توسعه یافت. در این مرحله مخاطبان توده‌های جمعی هستند که در میان آنها شکل خاصی از ارتباطات، یعنی ارتباطات توده‌وار سامان می‌گیرد.

دوران ارتباطات فردی

در این مرحله، ارتباطات بر اساس تمایلات فردگرایانه و به صورت فردی است. به عبارت دیگر فرد دارای تمایلاتی جدا از جمع گردیده و به سوی انواع رسانه‌های فردگرا سوق پیدا می‌کند. گسترش رسانه‌های فردی مثل ویدئو، کامپیوتر و ضبط صوت مبین رفتارهای ارتباطی این دوره است.

۲- مارشال مک لوهان

– مک لوهان و استادش هارولد انیس، دو چهره مکتب **تورنتو** که در جهان شناخته شده‌اند. طبقه‌بندی مراحل تاریخی بر مبنای ارتباطات و به عبارت بهتر نگرشی تاریخی مبتنی بر تحول‌انگیزی **مارشال مک لوهان** برای خوانندگان آشناست. او از سه کهکشان شفاهی، **گوتنبرگ و مارکنی** نام می‌برد. و می‌نویسد دوران تمدن بشری به سه عصر تقسیم می‌شود:

الف – عصر اول یا کهکشان شفاهی

پیام‌ها از طریق تسلط بیان و دریافت سمعی منتقل می‌شود. به این دلیل حس غالب، حس شنوایی است. در این عصر ارتباطات چهره به چهره و صمیمی است. فرد در محیط طبیعی خویش قرار دارد و خود را با گروه اجتماعی خویش، یعنی قبیله ادغام می‌کند.

ب – عصر دوم یا کهکشان گوتنبرگ

عصر دوم با اختراع چاپ در سال ۱۴۳۶ میلادی آغاز می‌شود. این عصر، عصر تمدن بصری است. حس غالب، حس بینایی است و به اعتقاد مک لوهان چاپ موجب جدایی انسان از محیط گرم روستایی شد. ارتباط انسان از طریق نشریات یا کتاب‌ها به صورت مجزا و بی‌روح انجام می‌گیرد. زندگی ماشینی آغاز و بدبختی بشر شروع می‌شود.

ج – عصر سوم یا کهکشان مارکنی

در این عصر که به عصر الکترونیک معروف است، مجدداً حس شنوایی در آن غلبه می‌یابد. این عصر از زمان اختراع رادیو توسط مارکنی آغاز می‌شود که در حال حاضر هم در آن هستیم.

به نظر مک لوهان در این عصر مجدداً تنوع و اصالت بشر باز می‌گردد. وجه مشترک فرهنگ مبتنی بر رسانه‌های الکترونیک جدید کسب اعتبار مجدد بیان شفاهی است و از این جهت نوعی رجعت به وضع جامعه ابتدایی فاقد کتابت به شمار می‌رود، منتهی با تفاوتی آشکار. به نظر مک لوهان این امر رجعتی به نظام قبیله‌ای در یک سطح جهانی محسوب می‌شود.

مک لوهان اصطلاح دهکده جهانی را برای اولین بار مطرح کرد که بر این نظر او انتقادهایی وارد است. از جمله اینکه می‌گویند: «دهکده جهانی بدنبال نابودی فرهنگ‌ها، مذاهب و قومیت‌هاست» **مک لوهان** نگاه رسانه‌مدار دارد و در مطالعات خود به آثار وسایل ارتباطی کمتر توجه می‌کند. جمله معروف او «رسانه همان پیام است» القای همین نظر است.

مک لوهان در مورد تلویزیون دیدگاه افراطی دارد و امواج تلویزیونی را **بشارت الکترونی** می‌نامد و آن را وسیله‌ای برای غیر اسطوره‌ای شدن پیام‌ها می‌داند. **مک لوهان** رسانه‌ها را از نظر حرارتی به دو دسته سرد و گرم تقسیم می‌کند. رادیو یک وسیله گرم و تلویزیون یک وسیله سرد است. (گرم: فعالیت مخاطب کمتر و در سرد فعالیت مخاطب بیشتر است)

در جبرگرایی تکنولوژیک **مک لوهان** با تکیه بر رسانه نقش نظام اجتماعی را کم‌رنگ می‌کند. مخاطبان را منفعل می‌داند که با داده‌ها ماساژ داده می‌شوند، به نحوی که حتی آستانه حسی آنها به هنگام عبور تحریک نمی‌شود. او محتوای رسانه‌ها را گوشت آبداری می‌داند که برای پرت کردن حواس سگ‌های نگهبان مغز به کار برده می‌شود.

مک لوهان می‌نویسد: «طوری تبلیغ نکنید که نیازهای مصرف‌کنندگان هماهنگ و یکدست شود، چون در این صورت خود تبلیغات قربانی موفقیت خود می‌شود».

او در کتاب «جنگ و صلح» به آمریکایی‌ها در جنگ ویتنام پیشنهاد کرد از بمب‌های اتمی کم شدت استفاده کنند تا جنگل‌ها بسوزد و ویتنامی‌ها در تیررس قرار گیرند. **پستمن** نظریاتی نزدیک به **مک لوهان** دارد. با اینکه خیلی‌ها از دیدگاه‌های **مک لوهان** ایده گرفته‌اند در لابلای نظریات افرادی مثل **پستمن** هم می‌توان دیدگاه‌های رسانه‌مداری را دید.

به نظریات **مک لوهان** انتقاداتی هم وارد است، از جمله اینکه تحولات تاریخی نشان داده است که پیدایش هر رسانه جدید باعث از بین رفتن رسانه‌های قدیم نشده است شکل‌گیری جامعه آرمانی یا دهکده جهانی **مک لوهان** به دلیل انحصارات شرکت‌های بزرگ می‌تواند آن‌طور که او فکر می‌کرد، شکل بگیرد.

۳- دیوید رایزمن

دیوید رایزمن نحوه زندگی بشر را به سه دوره تقسیم می‌کند:

دوران سنت راهبر

در دوران سنت راهبر، رفتار بشر یکنواخت، قابل پیش‌بینی، چهره به چهره و درون همان ساخت سنتی قرار دارد.

دوران درون راهبر

در این دوره انسان با عقلانیت خود از آن آرامش خارج می‌شود و با تلاش فردی خود را آماده پاسخگویی به نیازهای متفاوت می‌کند.

دوران دگر راهبر

این دوران ناشی از تمدن ارتباط جمعی است. با پیدایش ابزارسالاری در این مرحله فرهنگ بلعیده می‌شود. از خودبیگانگی بوجود می‌آید که این عصر را عصر فراواقع یا فراآگاهی می‌گویند. اصطلاح **توده تنها** یا **انبوه خلق تنها** را رایزمن به کار می‌برد. به اعتقاد او ایجاد این حالت نتیجه و پیامد کارکرد رسانه‌هاست.

دسته پنجم: نظریه‌های تجربی ارتباطات

۱-هارولد لاسول

مطالعات تجربی در زمینه ارتباطات که بیشتر متکی بر یافته‌های کمی و تجربی است و تلاش می‌کند از ارائه نظریات کلان پرهیز کند، توسط هارولد لاسول، جامعه‌شناس آمریکایی شکل گرفت.

او در سال ۱۹۴۸ در مقاله‌ای تحت عنوان «ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه» برای پیام وسایل ارتباطات جمعی سه نقش مشخص تعریف کرد.

الف - نقش نظارت بر محیط (خبری) از طریق انتشار اخبار، این همان نقش اصلی وسایل ارتباط جمعی در جوامع سرمایه‌داری است.

ب - ایجاد و توسعه همبستگی‌های اجتماعی افراد (نقش راهنمایی) و هدایت افکار عمومی.

ج - انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی) در این نقش رسانه‌ها به آموزش مردم می‌پردازند.

۱۸ سال بعد از لاسول، چارلز رایت نقش چهارم وسایل ارتباطی را مطرح کرد و آن **نقش تفریح و سرگرمی بود.**

لاسول نخستین مطالعه توصیفی دقیق در مورد مبارزات تبلیغات انتخاباتی را انجام داد. رساله دکترایش در مورد تبلیغات است. علاوه بر اینها او **نخستین مدل پایه‌ای ارتباط جمعی** را طراحی کرد. این مدل فرآیند ارتباطات را شامل پنج عنصر می‌داند:

- چه کسی؟
- چه می‌گویند؟
- از چه کانالی؟
- به چه کسی؟
- با چه تاثیری؟

لاسول اولین کسی است که در مکتب تجربی خود مطالعه آثار اجتماعی ارتباطات را دنبال کرد. او از روش تحلیل محتوا هم بهره برده است.

۲-لازاراسفلد

لازاراسفلد مطالعات خود را درباره وسایل ارتباط جمعی با بررسی مخاطبان رادیو و چگونگی تاثیر تبلیغات در انتخابات آمریکا به همراه **برلسون** در سال ۱۹۴۴ آغاز کرد که نتیجه آن ارائه **طرح الگوی دو مرحله‌ای ارتباط** بود. آنها بدین نتیجه رسیدند که پیام رسانه‌ها پس از عبور از واسطه‌هایی به مخاطبان می‌رسد که این واسطه‌ها رهبران افکار نام دارند. رهبران افکار از رسانه‌ها بیشتر استفاده می‌کنند و راهنمای فکری همگروه‌های خود هستند. راهنمایان فکری در محیط‌های مختلف متفاوت بوده، ولی دارای اطلاعات بیشتر از اطرافیان خود هستند. آنها در حالی که می‌توانند در گروه تحول ایجاد کنند بیشتر در جهت تثبیت عقاید گروه گام برمی‌دارند.

نتیجه تحقیقات آنها شامل سه نکته مهم بود:

- پیام به صورت یکپارچه و یکنواخت اثر نمی‌کند.
- برخورد توده‌ها با پیام بر اساس ساخت‌های قبلی بوده است.
- پیام رسانه‌ها از طریق واسطه به مخاطبان می‌رسد.

دسته ششم: نظریه‌های تاثیر ارتباطات جمعی

در مورد میزان و نحوه تاثیر وسایل ارتباطات جمعی نگرش‌های متفاوت و متضادی، بیان شده است که با توجه به دیدگاه مک کوئیل تاثیر وسایل ارتباط جمعی یا مطبوعات را می‌توان به چهار دوره تقسیم کرد:

دوره اول: دوره تاثیرات قدرتمند رسانه‌ها (از سال ۱۹۲۰ - ۱۹۴۴) - دوره نظریه تزریقی یا گلوله‌ای (تبلیغات سیاسی در آلمان به رهبری گوبلز)

دوره دوم: دوره تاثیرات محدود رسانه‌ها (از سال ۱۹۴۴ - ۱۹۶۶) - نظریه دو مرحله‌ای ارتباطات - نظریه استحکام - موضوع و مفهوم رهبران فکری در این دوره مطرح می‌شود و لازار اسفلد کتاب «انتخاب مردم» را در همین راستا می‌نویسد.

دوره سوم: دوره اثرهای متعادل رسانه‌ها (از سال ۱۹۶۶ - ۱۹۸۴)، در اواسط دهه ۸۰ پژوهشگران از کارکرد دوره اثرهای محدود رسانه‌ها ناامید شدند و به اثرهای متعادل رسانه‌ها روی آوردند. نظریه استفاده و خشنودی و نظریه برجسته‌سازی در این دوره حاکم است.

دوره چهارم: دوره بازگشت به تاثیرات قدرتمند (از سال ۱۹۸۸ تا کنون) - نظریه مارپیچ سکوت در ادامه مهم‌ترین نظریه‌های این گروه معرفی می‌شود.

۱- نظریه تزریقی (The Magic Bullet Theory / The Hypodermic Needle Theory)

در فاصله دو جنگ جهانی، یکی از اولین نظریه‌ها درباره تاثیر پیام‌های ارتباطی مطرح شد. هیتلر، موسولینی و کافلین از پیشگامان این نظریه بودند.

براساس این نظریه پیام را می‌توان به نحوی تجویز کرد که بتواند در قلب، ذهن و روح مخاطب نفوذ کند و رفتار مورد نظر فرستنده پیام را در مخاطب ایجاد نماید. بر این اساس در بین عناصر ارتباط تکیه بر پیام است. مخاطب منفعل و ارتباط‌گر همه‌کاره است.

براساس این نظریه، پیام‌ها را مثل ماده داخل «سرنگ» می‌توان به افراد تزریق کرد؛ لذا پیام‌های وسایل ارتباط جمعی بر همه مخاطبان که در معرض آنها قرار می‌گیرند، اثرهای قوی و یکسان دارند. مخاطبان از همدیگر جدا هستند، هر کس پیام را جدا دریافت می‌کند.

طرفداران این نظریه که تحت تاثیر تبلیغات در جنگ جهانی اول به آن توجه کرده بودند، به تاثیرات کوتاه‌مدت و آنی توجه داشتند. لازار اسفلد در نظریات خود به این نظریات اشاره کرده است. گفته می‌شود هیتلر، گوبلز، موسولینی و کافلین از پیشگامان این نظریه هستند.

پژوهشگران ارتباط جمعی نظریه گلوله را کنار گذاشته‌اند، اما هنوز هم کسانی پیدا می‌شوند که تاثیرات قدرتمند رسانه‌ها را باور کنند. به‌عنوان مثال پاپ ژان پل دوم در سال ۱۹۸۰ گفته بود: رسانه‌های جمعی، انتقال و گرایش به احساسات، دستکاری فکری و در نتیجه گریز و لذت‌گرایی را پرورش داده‌اند یا کولین در سال ۱۹۶۶ گفته بود: فریادهای رسانه‌های جمعی عموماً تاثیری قدرتمندتر از اقناع دارد که تغییردهنده فکر است. جیمز کامبز، استاد علوم سیاسی و مطالعات فیلم در خصوص قدرت رسانه‌های جمعی می‌گوید: دانشجویان ارتباطات سیاسی باید از اول بیاموزند که درآینده می‌توان از ارتباطات برای شکل‌دهی افکار انسان استفاده کرد.

نویسنده دیگر جان دیلی متخصص در مورد دلفین است. نوشته است: همه قدرت جادویی رسانه‌ها در تغییر افکار عمومی را آموخته‌ایم.

طرفداران این نظریه رسانه‌ها را قدرتمند می‌دانند.