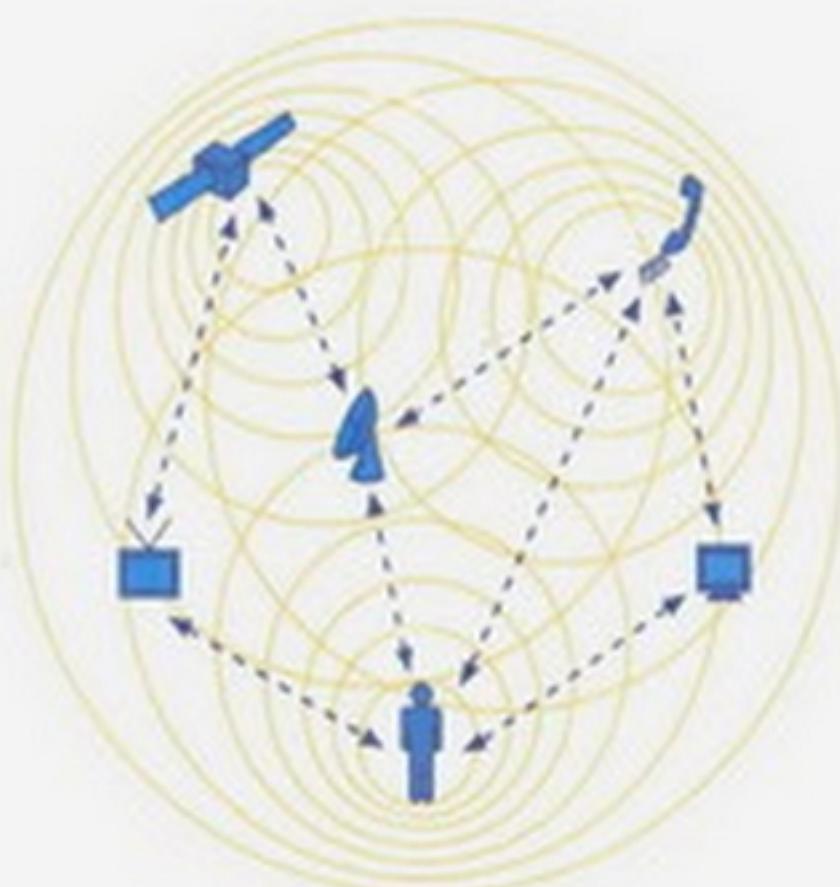


مقدمه‌ای بر:

اصول و هیجانی ارتباطات

(انسانی - جمعی)

دکتر غلامرضا آذری





صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
معاونت آموزشی

مقدمه‌ای بر:

اصول و مبانی ارتباطات

(انسانی-جمعی)

دکتر غلامرضا آذری

اداره کل آموزش سازمان
 واحد طراحی و ارزشیابی سازمان
 بخش فن آوری آموزشی

۱۳۸۴



صدا و سیماهای جمهوری اسلامی ایران
محاوئن آموزشی

عنوان جزوه	●	مقدمه‌ای بر:
اصول و مبانی ارتباطات		
(انسانی - جمعی)		
دکتر غلامرضا آذری	●	مؤلف
بهمن مشقق آرانی	●	طرح آموزشی
آذر شاهی	●	ویراستار ادبی
ناصر رسولی پور	●	صفحه آرا
محسن عباسی سرچشمه	●	طرح روی جلد
۱۵۰۰ نسخه	●	شمارگان
افرنگ	●	چاپ و صحافی
۱۳۸۴: اول	●	نوبت چاپ

زیر نظر اداره کل آموزش سازمان صدا و سیما - واحد طراحی و ارزشیابی آموزشی
بخش فن آوری آموزشی (اللهه کریم - مژگان صفا خواه)

تکثیر این مجموعه با ذکر منبع بلا اشکال است

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه	۷
فصل اول: کلیاتی درباره ارتباطات	۱۱
۱. ریشه‌های تاریخی علم ارتباطات	۱۷
۲. تعاریف	۲۷
فصل دوم: انواع ارتباط و سطوح ارتباطات	۴۵
۳. ارتباطات کلامی	۴۹
۴. ارتباطات غیر کلامی	۶۵
۵. سطوح ارتباطات	۸۱
فصل سوم: مدل‌های (الگوهای) ارتباطی	۹۵
۶. انواع مدل‌های ارتباطی (جمعی)	۹۷
۷. مدل‌های ارتباطات انسانی	۱۱۳
فصل چهارم: وسائل ارتباط جمعی (سننی - نوین)	۱۲۷
۸. تحول وسائل ارتباط جمعی سننی	۱۲۹
۹. تحول فناوری‌های دیجیتالی نوین	۱۳۵
فصل پنجم: نقش، کارکرد و تأثیرات وسائل ارتباط جمعی	۱۴۱
۱۰. تعاریف کارکرد و واسطه سازی رسانه‌ها به عنوان نهادهای اجتماعی	۱۴۳
فصل ششم: نظریه‌های ارتباطی	۱۵۳

۱۵۵	۱۱. خلاصه‌ای از رایج‌ترین نظریه‌های ارتباطات جمعی
۱۷۵	* منابع و مأخذ (فارسی - انگلیسی)
۱۷۷	- واژه نامه (فارسی - انگلیسی)
۱۸۱	- واژه نامه (انگلیسی - فارسی)
۱۸۵	- نمایه (اشخاص)
۱۸۷	- نمایه (موضوعی)

مقدمه:

فراکیران، روش یا روش‌های مناسب برقراری ارتباط. فقط یک موضوع درسی نیست، درک و توانایی به کارگیری مهارت‌های ارتباطی، از مهمترین عواملی است که شما در برقراری ارتباط به آن نیاز دارید. دانشجویان باید از به سر انجام رساندن یک رشته دانشگاهی، از مهارت‌های صحبت کردن، گوش دادن، اداره کلاس درس و مهارت‌های ارتباطات میان فردی برخوردار باشند. در کلاس درس، دانشجویان باید بتوانند سؤال کنند و به پرسشها پاسخ دهند. عقاید دیگران را به خوبی درک کنند. واقعیتها را بشناسند و با همکلاسی‌ها و استادان خود به خوبی تعامل کنند.

برقراری ارتباط مناسب در موفقیت شما در محل کار و اجتماع، بسیار مؤثر است. توان برقراری ارتباط مؤثر، غالباً میزان شایستگی و احتمال موفقیت فرد را تعیین می‌کند.

بیشتر مردم نمی‌توانند به خوبی با دیگران ارتباط برقرار کنند. ۲۰٪ از افراد نمی‌توانند ساده‌ترین فعالیت‌های ارتباطی را انجام دهند. حدود ۶۳٪ آنها خواسته‌های خود را به شکلی صریح و روشن بیان نمی‌کنند، میزان نگرانی و اضطراب افرادی که از سخنرانی می‌ترسند، حدود ۵۰٪ تا ۷۰٪ برآورده شده است و تنها ۲۵٪ افراد بالغ و بزرگسالان می‌توانند به صحبت دیگران به نحوی مؤثر گوش دهند.

اگرچه می‌توانید با دیگران صحبت کنید به سخنانشان گوش دهید و به موقع به آنان پاسخ گویید، با این حال فنون بسیاری را که می‌تواند در برقراری ارتباط مؤثر به شما یاری رساند باید بیاموزید و با تکرار و تمرین این مهارت‌ها رادر خود درونی کنید؛ زیرا توانایی برقراری ارتباط کارآمد، امری ذاتی نیست بلکه آموختنی است.

در این کتاب سعی شده است شما با فنون ارتباطی، نظریه‌ها، مدل‌ها و آشنا شوید. امید آنکه اطلاعات ارائه شده قابل استفاده برای شما باشد.

نویسنده

هدف نهایی درس :

فراگیران پس از گذراندن این درس ضمن آگاهی از مفاهیم و مبانی ارتباط جمعی و انسانی با سیر تحول و تکوین، نقش، تأثیر و نظریه های ارتباطی به صورت مقدماتی آشنا می شوند.

هدف های کلی این کتاب :

- فراگیران با مطالعه مطالب این کتاب،
- با ریشه های تاریخی علم ارتباطات آشنا می شوند.
- تعاریف و مفاهیم اساسی علم ارتباطات را فرا می گیرند.
- فرآیند ارتباط کلامی و چگونگی آن را می آموزند.
- با ارتباط غیرکلامی و چگونگی آن آشنا می شوند.
- با سطوح مختلف ارتباط فردی، میان فردی، گروهی و جمعی آشنا می شوند.
- انواع مدلهاي ارتباطي را می آموزند.
- ضمن آشنایی با مؤلفه های ارتباط انسانی، مدلهاي ارتباطات انسانی را می آموزند.
- ضمن آگاهی از نقشهها و کارکردهای رسانه های جمعی در سطوح مختلف، با کارکرد آنها در شکل دادن به افکار عمومی آشنا می شوند.
- با آراء و اندیشه های اندیشمندان ارتباطات انسانی و نظریه پردازان ارتباطی و ارتباط جمعی آشنا می شوند.

فصل اول

کلیاتی درباره ارتباطات

قسمت اول: ریشه های تاریخی علم ارتباطات

قسمت دوم: تعاریف

قسمت اول

ریشه‌های تاریخی علم ارتباطات

هدف کلی:

فراگیران پس از مطالعه مطالب این قسمت با ریشه های تاریخی علم ارتباطات آشنا می شوند.

هدف های عملکردی:

از فراگیران انتظار می رود پس از مطالعه، بحث و تمرین مطالب این واحد،

۱- از ریشه های تاریخی علم ارتباطات خلاصه ای مفید تهیه کنند.

۲- برداشتها و نتایج شخصی خود را درباره ریشه های تاریخی علم ارتباطات با همکلاسان خود به بحث گذارند.

۳- نتایج حاصل از مذاکرات و بحث های مابین را به صورت یک گزارش تحلیلی کوتاه ارائه کنند.

ریشه‌های تاریخی علم ارتباطات:

از بین اندیشمندان اروپایی ابتدا گابریل تارد^۱، قاضی فرانسوی، نظریه تقلید را پایه گذاری کرد و بدین ترتیب در علم ارتباطات امریکا به طور مستقیم اثر گذاشت. این نظریه بیان می‌دارد که افراد چگونه تحت تأثیر رفتار کسانی قرار می‌گیرند که در زندگی روزمره با آنها تماس دارند. گئورگ زیمل^۲ نیز پدر روان‌شناسی اجتماعی و محقق در زمینه نفوذ و اثرهای گروه بر رفتارهای شخصی است. زیمل نظریه شبکه‌های ارتباطی را لایه کرد. از دیدگاه او، پرسش اصلی و ضروری برای درک تغییرات رفتاری انسان این است که: «هر فردی با قدرت ارتباطی خویش به چه کسانی مرتبط می‌شود؟»

چهار اندیشمند آمریکایی تأثیر مهمی در علم ارتباطات بر جای نهادند: جان دیوئی^۳، چارلز هرتون کولی^۴، رابرت ازرا پارک^۵ و جرج هربرت مید^۶. مرکز توجه آنان صنعتی شدن، شهرنشینی و مهاجرت انبوه اروپاییان به ایالات متحده بود که مشکلات اجتماعی بسیاری را پدید آورد. آنها میدوار بودند که فناوری‌های نوین ارتباطی روزگار آنان، بتواند به بهبود وضعیت جامعه کمک کند.

1- Gabriel Tarde

2- George Simmel

3- John Dewey

4- Charles Horton Cooley

5- Robert Ezra Park

6- George Herbert Mead

۱- نظریه اصلاح عمل^۱ و جان دیوئی:

جان دیوئی با این اندیشه که ارتباطات جمعی، ابزار تغییرات اجتماعی است، تلاش کرد تا فلسفه علم ارتباطات را متتحول سازد. دیوئی با همکاری شاگرد خود، رابت پارک، روزنامه جدیدی منتشر کرد که آن را «اخبار اندیشه»^۲ نام نهاد و تلاش کرد با گزارش آخرین اکتشافات در زمینه علوم اجتماعی، مشکلات اجتماعی را رفع کند.

وی برآن بود که فن آوری‌های نوین ارتباطی قادر است ارزش‌های اجتماعی را در جامعه بازبینی و بازسازی کنند. جان دیوئی را نخستین فیلسوف علم ارتباطات خوانده‌اند و امروز او را به عنوان بنیان‌گذار اصلاح عمل می‌شناسند.

۲- چارلز هورتون کولی: خود آینه سان^۳

کولی بر پایه مطالعات خود، وراثت و فردگرایی را به معنی عناصر تعیین کننده شخصیت فرد، مردود شمرد و ارتباطات میان فردی شخص با خانواده و همسالان در گروه اولیه را پایه اصلی جامعه پذیر شدن وی دانست. کولی در شمای مفهومی خود، جایگاه ارزشمندی را به ارتباطات اختصاص داد و آن را مکانیسم اصلی شکل‌گیری «خود آینه سان» دانست. به اعتقاد کولی، کنش متقابل با سایرین، نقش یک آینه را ایفا می‌کند که به فرد کمک می‌کند تا نسبت به خود ادراک پیدا کند.

۳- رابت ازرا، پارک و مکتب جامعه شناسی شیکاگو:

رابت پارک را حقیقتاً می‌توان نخستین نظریه پرداز ارتباطات دانست. همچنین، وی به علت مطالعاتی تجربی که بر روی محتوای روزنامه‌ها، مخاطبان آنها و ساختار صاحبان روزنامه‌ها انجام داد، نخستین محقق ارتباطات نیز نامیده شد. پیش از پارک، محققان بر جسته علوم اجتماعی در خلوت کار می‌کردند و تقریباً از تمامی متفکران زمینه‌های مشابه، مجزا و منفک بودند. عده‌ای، تجربه‌گرایی علم ارتباطات و نیز تأثیرات آن در بدگرنونی‌های اجتماعی را به افکار عمیق وی نسبت دادند. پارک، دوره‌ای نسبتاً طولانی از زندگی خود را وقف فعالیت‌های روزنامه‌نگاری کرد. در طی این دوره به مشاهده رفتارهایی نظیر انحرافات اجتماعی پرداخت. پارک در پی آن بود تا مشخص

1- Pragmatism

2-Thought News

3-Looking - glass self

سازد که انواع مختلف روزنامه‌نگاری، چگونه به ابزاری نیرومند برای تغییرات اجتماعی در امریکا تبدیل شده است. وی حتی در رساله دوره دکتری خود، تحت عنوان «انبوه خلق و عامه^۱» به چگونگی شکل گیری افکار عمومی توسط رسانه‌ها پرداخت.

ارتباطات از دیدگاه جامعه‌شناسان مکتب شیکاگو، فرآیند انسانی زیربنایی بود. پارک ارتباطات را فرآیندی اجتماعی- روانشناختی تعریف می‌کند که به وسیله آن یک فرد می‌تواند به درجات مختلف و به اشکال گوناگون، نگرشها و دیدگاههای فرد دیگر را فرض قرار دهد. این تعریف، از تفکر خطی و یک شویه‌ای که در مدل‌های ارتباطی نظریه اطلاعات شانون و ویبور به کار رفته است، پرهیز می‌کند. مفهوم پارک از ارتباطات، اجازه می‌دهد که دو یا چند فرد در فراگرد ارتباطات شرکت کنند و هر یک معانی متفاوتی را از اطلاعاتی که درمی‌یابند، برداشت کنند. پارک بعدها یک اثرپژوهشی تحت عنوان *فشار مهاجرت و کنترل آن^۲* منتشر کرد و به تحلیل نقش مهاجران خارجی زبان در امریکا پرداخت. اندیشه برجسته سازی که طی آن رسانه‌ها، اولویت مطالب خبری را تعیین می‌کنند و در نتیجه در آنچه مخاطبان درباره آن صحبت می‌کنند، تأثیر می‌گذارند. بر پایه تعریف پارک از خبر به عنوان اصول مذاکره میان فردی قرار دارد. همچنین پارک به موضوع ارتباط میان رسانه‌های جمعی و افکار عمومی توجه کرد.

۴- جرج هربرت مید و مفهوم خود^۳ در تعامل نمادین :

نظریه مید در مورد مفهوم خود، ارتباطات را عامل زیربنایی جامعه پذیر شدن می‌داند. نظریه او بیان می‌کند که افراد خود را از طریق کنش متقابل با دیگران، می‌شناسند. وی تأکید داشت بر اساس رشد خود که در کودکی شکل می‌گیرد، فرد می‌آموزد نقشه‌های دیگران را تصور کند. آنها را بپذیرد و پاسخهای آنان را نسبت به کنشهای فردی پیش بینی کند. بنابراین «خود» متشكل از تمام نگرشهای دیگران است نسبت به فردی که با او کنش متقابل دارند.

در مورد این چهار بنیانگذار امریکایی علم ارتباطات، می‌توان گفت که همه آنها دیدگاه «اثبات گرایی^۴» داشتند و به بررسی مسائل اجتماعی از طریق تحقیقات علوم اجتماعی معتقد

1-The Crowd and public

2-The Immigrant Press and Its Control

3- Self

4- Positivism

بودند. پس از آنکه در دهه ۱۹۰۰، روزنامه‌های امریکایی به یک رسانه جمعی مهم تبدیل شدند و مخاطبان فراوانی پیدا کردند. این چهار محقق جذب این پرسش شدند: آیا روزنامه‌ها توان بالقوه تغییرات اجتماعی را دارا هستند یا خیر؟

اواخر دهه ۱۹۴۰، با آثار تحقیقاتی بسیار مهمی در علم ارتباطات همراه بود. نوربرت وینر ریاضیدان، کتاب سایبرنیک یا کنترل و ارتباط در انسان و ماشین را در سال ۱۹۴۸ نوشت. کتاب نظریه ریاضی ارتباطات (۱۹۴۹)، نوشته «شانون و ویوور» مدلی را برای ارتباط ارائه می‌کرد که با برهانهای ریاضی در مورد جنبه‌های مهندسی ارتباط، همراه بود.

ویلبر شرام، تقریباً در همین زمان، نخستین دوره دکترای ارتباطات (PhD) را راه‌اندازی کرد. پیش از این، محققان بسیاری به مطالعات ارتباطی می‌پرداختند، اما اساساً تحت تأثیر رشته‌های اصلی خود، یعنی جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و علوم سیاسی قرار داشتند. پس از شرام، تحقیقات ارتباطی، در مؤسسه‌ها، دانشکده‌ها و انجمن‌های ارتباطات دانشگاه‌های جهان، نهادینه شد.*

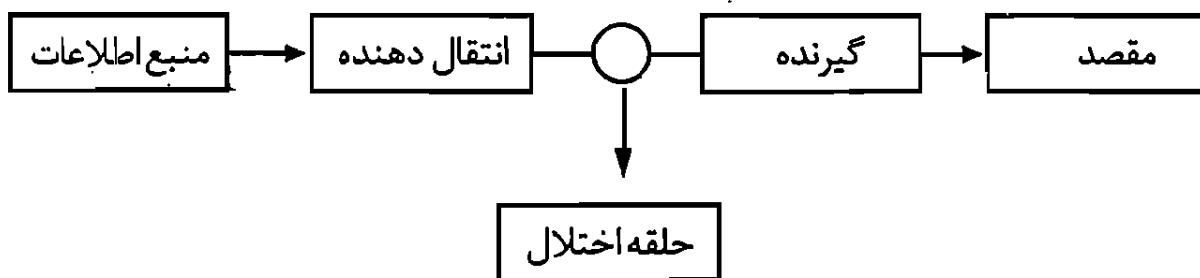
* نظریه ریاضی اطلاعات از کلودشanon و وارن ویوور:

این دو محقق در سال ۱۹۴۹ در مقالات خود، یک سلسله برهانهای ریاضی ارائه کردند که به ارسال پیام از نقطه‌ای به نقطه دیگر مربوط می‌شد. بدین ترتیب «اطلاعات^۱» به عنوان یک اصل کارآمد جهانی، ظهرور پیدا کرد؛ به مسایل بدون فرم، معنا بخشید و حتی به وسیله رمزهای خاصی به تخمین و تعیین الگوهای اندیشه و تفکر انسان کمک کرد.

ویوور در مقدمه مقاله خود به این اندیشه پرداخت که چگونه می‌توان یک نظریه در مورد ارتباطات انسانی از میان برهانهای ریاضی شanon درباره مهندسی ارتباطات بیرون کشید. بعد از سال ۱۹۴۹، مدل ارتباطی شanon و ویوور، محققان ارتباطات را به سوی یک ره یافت خطی و تأثیر مدار^۲ هدایت کرد. مدل ارتباطی آنان را می‌توان در صفحه بعد مشاهده نمود:

* برای اطلاعات کامل از فعالیت‌های «شرام» و خدمات وی به «علم ارتباطات» ر. ک. به:
- ویلبر شرام (۱۳۸۱) «زندگی و اندیشه پیشنازان علم ارتباطات». ترجمه: غلامرضا آذری، زهرا آذری.
تهران: انتشارات رسا.

«مدل ارتباطی خطی شانون و ویوور»



* نوربرت وینر :

یکی دیگر از مهندسان برتر نظریه‌های ارتباطی، نوربرت وینر است که نظریه او به علم سایبرنیک شهرت یافته است. تفاوت اصلی در شیوه نظریه ارتباطی شanon و وینر در این است که شanon اساساً به پیامهای مطلق و مجزا (No/Yes) می‌پردازد؛ اما نظریه وینر بر جریان مداوم اطلاعات متمرکز است. طبق این نظریه، تمام سیستمها به سمت آنتروپی یا بی‌نظمی^۱ گرایش دارند و علت آن انحراف تصادفی آنها از نظم است که باید به طور مداوم اصلاح شوند. مطابق علم سایبرنیک، اطلاعات مربوط به کارکرد یک دستگاه، باید به آن بازگردانده شود تا دستگاه از نظم و صحت خود خارج نشود. اما وینر از تعمیم نظریه خود به ارتباطات انسانی، امتناع کرد. به این علت که تصور می‌کرد ماهیت ارتباطات انسانی بسیار پیچیده‌تر از ارتباطات ماشینی است؛ و حتی جامعه‌شناسان را نیز از کاربرد سایبرنیک در سیستم‌های انسانی بر حذر داشت.

نظریه رقیب گلود شanon و وارن ویوور، بسیار ساده‌تر و قابل فهم‌تر بود و به همین علت در دهه ۱۹۵۰ بیشتر محققان ارتباطات، برای تحقیقات خود به آن روی آوردند. آنها می‌خواستند آثار مستقیم رسانه‌های یک سویه، مانند تلویزیون را بررسی کنند و در نتیجه مدل خطی نظریه ریاضی رابه مدل بازخوردار سایبرنیک نظریه وینر ترجیح می‌دادند. از سوی دیگر یکی از چهره‌های برجسته و مطرح علم ارتباطات در آن دوران، یعنی ویلبر شرام به عنوان مدافعان پشت نظریه شanon و ویوور قرار داشت.

همانطور که ملاحظه می‌شود مطالعه ارتباط جمعی^۲، یکی از شاخه‌های جوان علوم اجتماعی

1-Entropy

2-Study of Mass Communication

معاصر جهان به شمار می‌رود. این مطالعات پس از پایان جنگ جهانی دوم روبه رشد گذاشته است و هنوز شالوده‌های نظری و ابزارهای روش‌شناسی خاص خود را نیافته است. در طی حدود نیم قرن اخیر، مطالعات ارتباطی^۱، در زمینه‌های گوناگون از مبانی نظری و شیوه‌های روش‌شناسی رشته‌های علمی دیگر کمک گرفته است.

فعالیت های مکمل :

- تأثیر نظریه های هریک از اندیشمندان ارتباطی یاد شده را با یکدیگر مقایسه کنید.
- در مورد نقش هر یک از نظریه پردازان فوق در علوم ارتباطات اجتماعی بیشتر مطالعه کنید.
- در یک بحث گروهی با دوستان خود نقش نظریه پردازان علم ارتباطات را ارزیابی کنید.
- از مطالب این واحد درسی خلاصه ای مفید تهیه کنید.
- از برداشتها و نتایج کلی این واحد درسی، گزارشی ارائه دهید.

پرسش‌های تشریحی قسمت اول:

- ۱- از میان اندیشمندان اروپایی علم ارتباطات، نقش گابریل تارد و گئورگ زیمل را تحلیل و ارزیابی کنید.
- ۲- چهار اندیشمند تأثیرگذار بر علم ارتباطات را نام ببرید و یکی از آنها را به طور کامل تفسیر کنید. در صورت امکان آراء و اندیشه های این اندیشمند را نقد و بررسی کنید.
- ۳- از میان اندیشمندان نخستین علم ارتباطات چارلز هورتون کولی و رابرت ازرا پارک را از جنبه نظریه پردازی زسانه ها به تفسیر و تحلیل بگذارید.
- ۴- «ارتباطات» به عنوان یک علم از دیدگاه جامعه شناسان «دانشگاه شیکاگو» چگونه فرایندی بود؟ توضیح دهید.
- ۵- اندیشه «برجسته سازان مطالب خبری» نخستین بار در آراء کدامیک از دانشمندان علم ارتباطات پدید آمد؟ نقد و بررسی کنید.
- ۶- آراء و اندیشه های «نوربرت وینر» و «شانون و ویور» و «ویلبر شرام» را با یکدیگر مقایسه و تحلیل و ارزیابی کنید.
- ۷- چرا «علم ارتباطات» نخستین بار این همه مورد توجه علمی چون جامعه شناسی و روان شناسی قرار گرفت؟

قسمت دوم

تعریف

در این قسمت مطالبی را درباره علم ارتباطات و فرایندهای ارتباطی می آموزید.

هدف کلی قسمت دوم:

فراگیران پس از مطالعه مطالب این واحد درسی با تعاریف و مفاهیم اساسی علم ارتباطات آشنا می شوند.

هدف های عملکردی:

- از شما انتظار می رود پس از مطالعه، بحث و گفتگو پیرامون مطالب این قسمت.
- ۱- نظر دانشمندان مختلف را در زمینه تعریف و مفهوم ارتباطات توضیح دهید.
- ۲- مناسبترین تعریف از مفهوم ارتباط را انتخاب و درباره آن اظهارنظر کنید.
- ۳- فراگرد ارتباطات و چگونگی آن را تشریح کنید.
- ۴- سطوح مختلف برقراری ارتباط میان افراد را شرح دهید.
- ۵- رابطه فرهنگ و ارتباطات را تحلیل کنید.
- ۶- منظور از «چند فرهنگ گرایی» را به طور تحلیلی توضیح دهید.
- ۷- پس از تهییه خلاصه ای مفید از مطالب این فصل، برداشتها و نتایج بدست آمده خود را با همکلاسان خود به بحث یگذارید و نتایج حاصل را به صورت یک گزارش ارائه دهید.
- ۸- ارتباط کلامی و غیر کلامی را با یکدیگر مقایسه کنید.

تعريف ارتباط :

در فرهنگ لغت وبستر^۱، واژه ارتباط (Communication) با معادلهایی نظیر رساندن، بخشیدن، انتقال دادن، آگاه ساختن، مکالمه و مراوده داشتن، معنا شده است. فرهنگ فارسی معین^۲، ارتباط را به معنای ربط دادن، بستن، بربستن، بستن چیزی را با چیز دیگر، بستگی، پیوند، پیوستگی، رابطه به کار برده است.

ارسطو فیلسوف یونانی شاید اولین اندیشمندی باشد که ۲۳۰۰ سال پیش نخستین بار در زمینه ارتباطات سخن گفت. او در کتاب مطالعه معانی بیان (ریتوریک^۳) که معمولاً آن را متراff ارتباط می دانند، در تعریف ارتباط می نویسد: ارتباط عبارت است از جست و جو برای دست یافتن به کلیه وسائل و امکانات موجود برای ترغیب و اقناع^۴ دیگران.

ویلبر شرام در کتاب فرآگرد و تأثیرات ارتباطات جمعی می نویسد: به طور کلی مامی خواهیم با گیرنده پیام خود در یک مورد و مسأله معین، همانندی (اشتراک فکر) ایجاد کنیم.^۵ گروهی از اندیشمندان در تعریف خود مسأله ترغیب و اقناع یا همانندی و اشتراک فکر را بالبعد گستردۀ تر و به صورت تأثیر مطرح کرده‌اند. برای نمونه تئودور نیوکامب^۶ پذیرش تأثیر را مهمترین

1- Webster ,1971, P.27.

۲- معین. ۱۳۵۶. ص ۱۸۹.

2- Rehtoric

3- Persuasion

4 - Schramm, 1954, p3.

5- Theodore Newcomb

مسئله در ارتباط دانسته است: «هر گاه شخصی تأثیری^۱ را بپذیرد که دیگری در مورد او اراده کرده است، دومی با اولی ارتباط برقرار کرده است^۲».

دیویدبرلو، در تعریف خود از ارتباط، بر پاسخ و بازتاب تأکید بیشتری کرده است او می گوید: ارتباط برقرار کردن عبارت است از: جستجوی پاسخ از سوی گیرنده.^۳

از گود عمل تأثیر پذیری را نه فقط بین افراد بلکه بین سیستمها مطرح می کند و می گوید:

« وقتی ما ارتباط برقرار می کنیم که یک سیستم یا یک منبع روی حالت و چگونگی یا اعمال سیستم دیگر تأثیر بگذارد. مقصد یا دریافت کننده از طریق انتخاب علایم متناوب که می تواند در کanal حمل شود با فرستنده مرتبط می شود. در رویارویی با سیستمها ارتباط انسانی معمولاً ما علایمی می فرستیم که پیام محسوب می شوند. اینها اکثرآ (نه الزاماً، در همه موارد) به صورت پیامهای زبانی و بیانی هستند».^۴

لارسن می نویسد: ارتباط بر فراگردی دلالت دارد که از طریق آن یک سری معانی نهفته شده در بطن یک پیام، به طریقی تغییر پیدا می کند که معنی دریافت شده برابر با آنها بیست که شروع کننده پیام، قصد آن را داشته است.^۵

رایرت گویر در کتاب فراگرد ارتباط می گوید: ارتباط عبارت است از روشی که حداقل متضمن چهار عنصر زیر باشد:

۱. تولید کننده‌ای که.
۲. علامت یا نمادی را.
۳. برای حداقل یک دریافت کننده مطرح کند.
۴. و آن را ادراک معنی کند.^۶

گروه دیگری مانند برلسون و اشتاینر در تعریف خود بر عنصر پیام اشاره کرده اند. انتقال اطلاعات.^۷

1-Impression

2-Newcomb,1950,p.262.

3-Berlo,1960,P62.

4-Osgood,1957,p272.

5-Buhler,1974,p27.

6-Goyer,1967,p4.

7-Transmission

ایده‌ها، انگیزه‌ها، مهارت‌ها وغیره، از طریق استفاده از نمادها^۱، کلمات، تصاویر و شکل‌ها، اعداد، نمودارها وغیره، عمل یا فراگرد انتقالی محسوب می‌شود که معمولاً آن را ارتباط می‌گویند.^۲

فراگرد ارتباط:

ارتباط فراگردی است آگاهانه یا ناآگاهانه، خواسته یا ناخواسته که از طریق آن احساسات و نظرها به شکل پیام‌هایی کلامی یا غیر کلامی^۳ بیان و سپس ارسال، دریافت و ادراک می‌شوند. این فراگرد ممکن است ناگهانی، عاطفی و یا بیانگر (مبین) اهداف خاص برقرار کننده ارتباط باشد.

توانایی برقراری ارتباط مناسب، قدرت شمارا در تبادل نظریات افزایش می‌دهد و تخیلات مبهم مبدل به واقعیت می‌شوند. نظریات جدید شکل می‌گیرند، بررسی و طبقه‌بندی می‌شوند و سرانجام به نظریات قبلی افزوده می‌شوند. مردم در سه سطح: درون فردی^۴، میان فردی^۵ و عمومی یا جمعی^۶ با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. ارتباطات درون فردی، همان ارتباط با خود است. این نوع ارتباط فعالیتهایی مثل پرورش افکار، تصمیم گیری، گوش دادن و خودنگری را شامل می‌شود. ارتباطات میان فردی (ارتباط با دیگران) به ارتباط و مراودات بین دو فرد اطلاق می‌شود. این نوع ارتباط شامل گفت و گو، مصاحبه و مذاکره گروهی می‌شود. در ارتباطات عمومی (جمعی)، فرد پیامی را به جمعی از مخاطبان می‌فرستد. این نوع ارتباط ممکن است مستقیم (نظریه ارتباطات رو در رو^۷ (چهره به چهره) که پیامی از گوینده به شنونده منتقل می‌شود) یا غیر مستقیم (نظریه پیامی که توسط رادیو و تلویزیون پخش می‌شود) باشد.

براساس تعریفی علمی، ارتباطات فرایندی پویا، پیوسته، برگشت ناپذیر، تعاملی و زمینه‌ای است. این تعریف هنوز هم بعد از گذشت چهل سال از ارائه آن، بدیع و قابل استفاده است. باید اذعان کرد که:

1-Symbols

2-Berelson and steiner, 1964, p527.

3- Verbal and Nonverbal Messages

4- Interapersonal

5- Interpersonal

6- Public or Mass

7- Face to Face Communication

ارتباطات فرایندی پویا است؛ زیرا پیوسته از حالت به حالت دیگر تغییر می کند. اگر دیدگاهها، توقعات، احساسات و عواطف افرادی که در حال برقراری ارتباط هستند تغییر کند، ماهیت ارتباط آنها نیز تغییر می کند.

ارتباطات، فرایندی پیوسته است؛ زیرا هر گز متوقف نمی شود. همه مافکار و اطلاعات دریافتی را در هیگام خواب و رویا، تفکر و بیان آنها، پرورش می دهیم. مغز ما همواره فعال است و ما همواره حال برقراری ارتباط هستیم.

ارتباطات، فرایندی برگشت ناپذیر است؛ زیرا هنگامی که پیامی می فرستیم، نمی توانیم آن را ببینیم. هنگامی که زبان را در دهان می جنبانیم، نگاهی معنادار می اندازیم، یا عصبانی می بگریم. بگر نمی توانیم آثار آن را پاک کنیم. عذر خواهی یا انکار مانیز نمی تواند آنچه را که خواهد بود، است بی اثر سازد.

گرتیاب طریق فرایندی تعاملی است؛ زیرا پیوسته با خود و دیگران در تماس هستیم. اطرافیان سه سه و اعمال ما واکنش نشان می دهند و مانیز دربرابر سخنان و اعمال دیگران، واکنسنر سنسن می هم و به پاسخگویی می پردازیم. بنابراین چرخه‌ای از گنش ها و واکنش ها، مبنا و اساس فعالیتهای ارتباطی ما قرار می گیرند.

ارتباطات، فرایند محتوایی (زمینه‌ای) است؛ زیرا ارتباطات و متنگی زیادی به کل زمینه انسانی مادر داشتند پیچیدگی ارتباطات. ما را وادار می کنند تا دانش و مهاریهای لارم را برای برقراری ارتباط کسب کنیم و با محیط همانه شویم. یک آگهی که جهت نبلیغ بک نرم افزار و از پرداز چاپ شده بود، این ویژگی را به خوبی نمایش می داد: «شما با مادر نان همان گونه که با دوسران خود حرف می زنید، صحبت نمی کنید». در ضیافت های شام، مؤدبانه سخن می گویند گاهی کوچه - بازاری صحبت می کنید. گاهی کم حرف می زنید. گاهی قهوه خانه ای - گاهی مانند کودکان صحبت می کنید. حتی هنگامی که حرفی نمی زنید و کلمه‌ای بدرباری بخواهد آورید، با حرکت دادن اعضای بدن خود، منظور و مقصود خود را به دیگران می رسانید و تفهیم می کنید.

برای اینکه به خوبی بتوانید ارتباط برقرار کنید، باید رابطه بین فرهنگ و ارتباطات، فراگرد ارتباطات، ارسال پیام‌ها، پردازش داده‌ها و تجزیه و تحلیل نظریات دیگران را درک کنید. همچنین باید به هنگام تصمیم گیری، از ضوابط و استانداردهای اخلاقی کاملاً آگاهی داشته باشید و از آنها استفاده کنید.

فرهنگ و ارتباطات^۱ :

وقتی از شما می‌پرسند فرهنگ چیست؟ چه واژه یا عبارتی فوراً به ذهن شما خطور می‌کند؟ معمولاً هنگامی که از فرهنگ صحبت می‌شود، مفهوم ملیت به ذهن خطور می‌کند. به جایی که شخص در آنجابه دنیا آمده است، در آن زندگی می‌کند و به آداب و رسوم آن آشناست، اطلاق می‌شود.

«ملیت^۲» با واژه‌هایی چون ایرلندی، مصری، کره‌ای و ... مشخص می‌شود. ملیت تنها یک مؤلفه از فرهنگ است. دیگر مؤلفه‌های فرهنگ عبارتند از: منطقه‌ای از یک کشور، مذهب‌های مختلف، گرایش‌های مختلف سیاسی، طبقات اجتماعی - اقتصادی، جنسیت، سرگرمی‌ها، ریشه‌ها و سابقه خانوادگی و وضعیت تأهل.

به مراوونه‌های روزانه خود فکر کنید. بسیاری از این مراوونه‌ها مبتنی بر ویژگی‌های فرهنگی شما هستند. شما به عنوان یک دانشجو، چند بار به موضوعات مربوط به دانشجویان فکر می‌کنید و اینکه تحصیلاتتان چگونه در آینده به شما کمک خواهد کرد. شما احتمالاً این ویژگی خود (دانشجو بودن) را با دیگر دانشجویان و سایر افراد مقایسه خواهید کرد.

ارتباطات و فرهنگ، رابطه مستقیمی با یکدیگر دارند. فرهنگ متشکل از مجموعه‌ای است که نظام تعبیر و تفسیر مشترکی دارد. فرهنگ پدیده‌ای ارتباطی است، زیرا از طریق فرایند ارتباط، به صورت کتبی و شفاهی یا کلامی و غیر کلامی مبادله می‌شود. فرهنگ نرم افزاری است که به سخت افزار (شخص) قدرت عمل می‌دهد. والدین شما، مدارسی که در آن درس خوانده‌اید و رسانه‌ها، همه در شکل دهی و پرورش باورهای شما از طریق فراگرد ارتباطات موتور بوده‌اند. با شما صحبت کرده‌اند و شما گوش فراداده‌اید. شمارفتهای و عادات افرادی را که با آنها در محل زندگی خود معاشرت و مصاحبت داشته‌اید، دیده و بررسی کرده‌اید. این فرایندی پیوسته و پویاست که از طریق ارتباط انجام می‌شود.

وقتی شما با فردی که با وی علقة فرهنگی دارید مراوده می‌کنید، در حقیقت شما در حال برقراری ارتباط درون فرهنگی هستید. به عنوان مثال، وقتی یک هوادار بیسبال با هوادار دیگری صحبت می‌کند، دارای یک علقة فرهنگی است. وقتی شما با فردی که با وی هیچ گونه علقة فرهنگی ندارید یا دارای پیوندهای فرهنگی ضعیفی هستند، ارتباط برقرار می‌کنید، این ارتباط، ارتباط

1- Culture and Communication

2- Nationality

میان فرهنگی^۱ نامیده می شود. یک ژاپنی که اطلاعات محدودی در مورد نیوزلند دارد و یک نیوزلندي که دانش اندکی درمورد ژاپن دارد هنگامی که با یکدیگر مشغول گفت و گو می شوند ارتباط میان فرهنگی برقرار کرده اند. وقتی که افرادی با فرهنگهای مختلف در یک مکان با هم زندگی می کنند مشکلات خاص چند فرهنگی میان آنها بروز می کند.

چند فرهنگ گرایی:

واژه «آمیخته فرهنگ» یا چند فرهنگی^۲ به جامعه ای اطلاق می شود که از گروه های فرهنگی مختلفی تشکیل شده است. ایالات متحده آمریکا، یک کشور چند فرهنگی است که علت آن اشتراق نژادی است. مردم آمریکا عموماً دو یا چند رگه هستند؛ آفریقایی، آمریکایی - اسپانیولی - آمریکایی ایرلندی - آمریکایی و نظایر آن.

جامعه آمریکا، آمیخته فرهنگ است، زیرا در این جامعه حوزه و قلمرو فرهنگ گسترده تر است. براساس این تعریف، فرهنگ، تفاوت هایی چون تفاوت بین زنان و مردان، متدين ها و بی دین ها را نیز شامل می شود.

به مسأله چند فرهنگ گرایی، توجه بسیاری شده است. چند فرهنگ گرایی حرکتی است بانگرس سیاسی که هدف آن، تضمین آزادی فرهنگی است. این حرکت به این علت شکل گرفت که: بسیاری از مردم آمریکا، افراد رنگین پوست و دیگر گروه هاراندیده می انگارند (نظیر اسپانیولی ها، آمریکایی اسپانیولی ها، آسیایی ها و فرهنگهای دیگر) و این گروه ها احساس می کنند که در حاشیه قرار گرفته اند.

تا سال ۲۰۰۰، از هر چهار آمریکایی سیاهپوست، اسپانیولی یا آسیایی خواهد بود. تا سال ۲۰۳۵ بیش از نیمی از تمام آمریکایی های پایین تر از هجده سال، به گروه های اقلیت تعلق خواهند داشت. بسیاری از این افراد دارای الگوهای کلامی و غیر کلامی کاملاً متفاوتی از الگوی اصلی آمریکایی هستند که این امر ناشی از تفاوت موجود در ریشه های فرهنگی آنها و در این مورد خاص، ناشی از گروه های نژادی آنهاست. گروه های اقلیت نژادی، بانظام ارزشی - فرهنگی متفاوت، خصمانه و بیگانه مواجه هستند و در نتیجه هنگامی که وارد محیط هایی چون مدرسه، شرکت، مراکز خدماتی و مجموعه های دولتی می شوند، با سیستم ارتباطی متفاوت

1- Intercultural Communication.

2- Multi Culture

و غریبه‌ای روبرو می‌شوند.

به عنوان مثال، بسیاری از دانشجویان اقلیت، عملکرد ضعیفی در کلاس درس دارند زیرا توانایی‌های لازم را جهت ایفای نقش‌های فرهنگی اکثریت برای برقراری ارتباط ندارند. اکثریت نژادی افرادی را که دارای فرهنگ‌های متفاوت هستند، درک نمی‌کنند و حتی در برابر آنها موضع گیری نیز می‌کنند و در نتیجه، این افراد به درک انگیزه‌ها و الگوهای اصلی و معمول آمریکایی قادر نیستند.

اگر می‌خواهید با دیگران ارتباط مؤثری برقرار کنید، باید بپذیرید که شما یک موجود فرهنگی هستید، فرایندی را که جهت استفاده از فرهنگی استفاده می‌کنید به خوبی بشناسید و به دیگر ویژگی‌های خود واقف شوید.

فعالیت های جانبی :

- ۱- به نظر شما کدامیک از تعاریف ارتباطات، که در این فصل مطرح شد، جامعتر است؟
- ۲- آیا می توانید تعاریف دیگری از ارتباطات ارائه دهید؟
- ۳- آیا می توانید از پدیده های دیگری نام ببرید که مانند ارتباطات دارای خاصیت فراگردی هستند؟

فعالیتهای تکمیلی قسمت دوم:

- ۱- تعریفهای مختلف علم ارتباطات را با هم مقایسه کنید و نتیجه را به طور خلاصه در جدول زیر یادداشت کنید.

--

- ۲- فراگرد ارتباطات را حداکثر در سه سطر در جدول زیر بنویسید.

--

- ۳- درباره فراگرد ارتباطات با دوستان خود بحث کنید و نتایج آن را به طور خلاصه یادداشت کنید.

--

پرسش‌های تشریحی قسمت دوم:

- ۱- «ارسطو» فیلسوف یونانی، چه تعریفی از «ارتباط» ارائه می‌دهد؟ این تعریف را به عنوان نخستین تعریف، چگونه ارزیابی می‌کنید؟
- ۲- تعاریف «ارتباط» (Communication) را از دیدگاه «ویلبر شرام»، «دیوید برلو» و «لارسن» مطرح و سپس با یکدیگر مقایسه کنید؟
- ۳- «ارتباط جمعی» (Mass Communication) چگونه ارتباطی است؟ ویژگیهای این نوع از ارتباط را نام ببرید و تجزیه و تحلیل کنید.
- ۴- به نظر شما کدام تعریف ارتباطی، کاملتر از دیگر تعاریف است؟ چرا؟
- ۵- در سطوح برقراری ارتباط، «ارتباط درون فردی» چگونه ارتباطی است؟ توضیح دهید.
- ۶- «ارتباط غیرکلامی» چه نوع ارتباطی است و چه نوع ویژگیهایی دارد؟

فصل دوم

أنواع ارتباط و سطوح ارتباطات

قسمت سوم: ارتباط کلامی؛

قسمت چهارم: ارتباط غیر کلامی؛

قسمت پنجم: سطوح ارتباطات.

مقدمه

در این فرصت دونوع طبقه بندی از ارتباط ارائه دی شود. ابتدا براساس نوع کاربرد زبان می توان ارتباط را به کلامی و غیر کلامی تقسیم کرد. سپهان براساس سطح آن از درون فردی تا سطح کلان آن تقسیم بندی می شود.

هدف کلی فصل دوم:

فرآگران بس از مطالعه مطالب این فصل - ارتباط و سطوح سایه سود

قسمت سوم

ارتباط کلامی

هدف کلی قسمت سوم:

فرآگیران پس از مطالعه این قسمت فراگرد ارتباط کلامی و چگونگی آن را می‌آموزند.

هدف های عملکردی:

از شما انتظار می‌رود پس از مطالعه و بحث و گفتگو پیرامون مطالب این قسمت بتوانید:

- ۱- انواع ارتباط را تشریح کنید؛
- ۲- فراگرد ارتباط کلامی را توضیح دهید؛
- ۳- زبان و ارتباط کلامی را شرح دهید؛
- ۴- چگونگی گزینش، پردازش و یادگیری و یادگیری نمادها را تحلیل کنید؛
- ۵- نظریه تقلید از دیگران را تحلیل کنید؛
- ۶- مفهوم، معنا و کاربردهای زبان را توضیح دهید؛
- ۷- درباره تعریف زبان اظهارنظر کنید؛
- ۸- از مطالب این قسمت خلاصه‌ای مفید تهیه کنید.

ارتباط کلامی :

الف) ارتباط کلامی : شامل هر نوع ارتباطی است که در آن علائم و نمادهای زبانی به صورت شفاهی از طریق گفتگو یا به صورت نوشتاری مانند نامه، آثین نامه و کتاب انتقال می‌یابد.

هر جامعه متمدنی، نظام ارزشی خاصی را به فرزندان خود منتقل می‌کند. این ارزش در زبان منعکس و تقویت می‌شود و از اینجاست که می‌گوییم زبان واقعیتی را خلق یا احیاء می‌کند.

زبان ساختاری گستردۀ و پنهان است که در روح و جان آدمی نفوذ می‌کند. آنها که زبان و آثار آن را مطالعه می‌کنند، مدتهاست متقادع شده‌اند که بین زبان و شناخت خود و عزت نفس و همچنین بین زبان و رفتار آدمی، ارتباطی وجود دارد. زبان، دیدگاه‌های ما را منعکس می‌کند.

کلمات می‌توانند مقوله‌ها و انتظاراتی آن چنان عمیق خلق کنند که فقط دستگاه‌ها و ابزاری چون طرح‌های عملی و قوانین ضد نفرت می‌توانند افراد را وادار کنند که به شیوه‌ای متفاوت با آنچه به زبان می‌آورند، عمل کنند.

زبان چیست؟ زبان یک نظام ارتباطات انسانی است مبتنی بر اصوات گفتاری، که به عنوان نمادهایی قراردادی استفاده می‌شود. زبان یکی از ابزارهای رمزگذاری پیام‌هاست.

مطالعه زبان، شامل مطالعه معنا، معنای مبتنی بر کلمات، شیوه قرار گرفتن کلمات به جای یکدیگر، و زمینه‌ها و تجربیات ارتباط برقرار کنندگان، می‌شود. وسیله‌ای کانالی که کلمات از آن طریق منتقل می‌شوند و به خلق معنای آن کلمات کمک می‌کند. هنگامی که کلمات بر روی یک کاغذ به شکل چاپی ظاهر می‌شوند، یک بعدی هستند. این خواننده است که معنای کلمات را تعیین می‌کند. در واقع نشانه دیگری برای تفسیر کلمات وجود ندارد، اما هنگامی که

کلمات به صورت شفاهی ادامی شوندابعاد بیشتری به خود می‌گیرند. همچنان که سرعت، طنین، مکث و حجم کلمات ادا شده، در درک بیشتر و بهتر معنای کلمات و مقصود فرستنده پیام به ما کمک می‌کنند. وقتی که دریافت کننده، گوینده را به چشم ببیند و به حالات چهره طرز قرار گرفتن و وضعیت بدن او توجه کند بر تعداد این ابعاد افزوده می‌شود.

زبان، پویاست و پیوسته تغییر می‌کند. این تغییرها، تحولاتی را که در فن آوری، شیوه زندگی و دیدگاه‌های اجتماعی روی داده است، نشان می‌دهد. به عنوان مثال، چاپ جدید یک فرهنگ لغت پر مشتری آمریکا، حاوی ۱۶۰۰۰ لغت جدید است. از جمله اینها می‌توان به کلماتی چون back up به معنای روشن کردن کامپیوتر، Internet به معنای به یکدیگر پیوند دادن (پیشرفت های حاصله در عرصه بزرگراه‌های ارتباطی الکترونیک) Women جمع کلمه Woman (این کلمه جدید از بار جنسیتی‌ای که از کلمه Woman برمی‌آید، می‌کاهد).

ب) گزینش، پردازش و یادگیری نمادها:

چگونه می‌توانیم نمادهایی را انتخاب کنیم که به هنگام بروز نیاز آنی بتوانیم از آنها استفاده کنیم؟ می‌توان این فرایند را با مثالی روشن ساخت. اگر من یک قطعه استوانه‌ای شکل، از جنس گرافیت با قطر $\frac{1}{8}$ (یک هشتمن) را که درون یک چوب قرار گرفته و آن چوب با زرد طلا یک رنگ آمیزی شده باشد و در یک انتهای آن چوب، پاک کن و در انتهای دیگر، گرافیت تیز شده قرار گرفته باشد، در دست بگیرم و شما از من بپرسید آن چیز چیست؟ شما احتمالاً جواب خواهید گرفت که: «مداد».

به دور و بر خود نگاه کنید، روی یک شیء تمرکز کنید و نام آن را بگویید. آیا شما سریعاً با ذکر یک اسم برای آن چیز پاسخ می‌دهید؟ اکنون دوباره به این آزمایش فکر کنید. آیا شما (آن گونه که در مورد مداد انجام دادیم) در مورد تمام بخش‌هایی که آن چیز را توصیف می‌کنند، فکر کردید؟ احتمالاً نه، بلکه شما تنها به آن شیء نگاه کردید. آن راشناسایی کردید، نمادی را به آن اختصاص دادید (در صورت امکان) و سپس کلمه مورد نظر را دادا یا در مورد آن فکر کردید.

پردازش نمادها:

اکنون پرسش دیگری مطرح می‌شود ما چگونه آنچه را که در محیط، در معرض آن قرار گرفته‌ایم، به یاد آوریم؟ در مغز انسان، منطقه‌ای که به مامکان می‌دهد به شکلی گزینشی ارتباط

برقرار کنیم، منطقه کورتکس (پیوسته) نامیده می شود. کورتکس مرکز حافظه و دیگر فعالیتهای ضروری برای برقراری ارتباط است. تصور می شود که مناطق نخستین زبان در نیمکره چپ کورتکس قرار داشته باشند؛ زیرا آسیب های واردہ به نیمکره راست (مثلًا هنگامی که شخص دچار سکته می شود) ندرتاً موجب اختلالات زبانی شده است.

حوالی ما، پیوسته ما را آماج بمبارانی از علایم قرار می دهند که وادار می شویم آن علایم را تفسیر کنیم و در بانک اطلاعاتی خود ذخیره سازیم. در پاسخ، کورتکس بخشی از این علایم ورودی را ذخیره و محاسبه می کند و نهایتاً پردازش می کند و اطلاعات لازم را رائمه می کند. این عملیات که فرایند سایبرنوتیک نامیده می شود بسیار شبیه کار یک رایانه است.

با بررسی دقیق فرایندی که شما برای شناساندن مداد به کار گرفتید، می توانید عملیات فرایند سایبرنوتیک را درک کنید. به شما واژه مداد را یاد داده اند (داده) و این واژه در کورتکس شما قرار گرفته است (ذخیره). بنابراین هنگامی که شیء را می بینید که از گرافیت، چوب و پاک کن ساخته شده است، تصویر یا شکل شیء (محرك) سیستم ذخیره اطلاعات شما را فعال می کند تا علامتهای دیداری ذخیره شده خود را مورد کاوش قرار دهد (جست و جو) نمادی را که نماینده آن تصویر ذهنی است پیدا کند (باز یافت) و به شما امکان دهد تا ترکیب واژه ذخیره شود و آن شیء را معین کنید و بگویید: مداد (ستاند). شما دقیقاً فرایند سایبرنوتیک را در عمل تجربه کرده اید. پردازش سایبرنوتیک در انسان، حدود سه ماه بعد از تولد آغاز می شود و تکامل می یابد. البته این توانایی کاملاً به کار گرفته نمی شود مگر تا زمانی که کودک بتواند روابط نماد یا تصویر ذهنی را پردازش و نمادهای مناسب را انتخاب کند.

یادگیری نمادها:

در پاره اینکه ما چگونه یک زبان خاص و یا عقاید، ارزشها و دیدگاههای خاص خود را می سازیم، دو دیدگاه وجود دارد: نظریه انفجار زبان و نظریه تقلید از دیگران.

نظریه انفجار زبان : براساس این نظریه ما مهارت‌های ارتباطی خود را از کودکی به دست می آوریم. اگر از شما بخواهند نام شخصی را که بیشترین تأثیر را در توانایی ارتباطی شما داشته است نام ببرید، چه پاسخ می دهید؟ شما احتمالاً یکی از اعضای بسیار نزدیک خانواده را نام می بردید (مثلًا مادر). برخی اوقات نیز به جای مادر (جفت)، افراد دیگری از اعضای خانواده هستند ... بدک ارتباط مستقیم زبانی دارند، مثلًا پدر، برادر، خواهر، پدر بزرگ و مادر بزرگ و حتی در

برخی موارد، مهد کودک یا پرستار بچه جایگزین یکی از اعضای خانواده می‌شوند. تمام اینها به شخصی بستگی دارد که بیشتر اوقات با کودک حرف می‌زده است. افراد بزرگسالی که پایه زبانی آنها ضعیف است، غالباً همان بچه‌هایی هستند که با آنها به اندازه کافی و به شکل صحیح حرف نزدیک اند یا برای آنها کتابی نخوانده‌اند.

دامنه فراگیری کودک هر قدر هم که محدود باشد، به تدریج و به سرعت گسترش می‌یابد. تا الگوهای ارتباطی بسیاری از مردم را فراگیرد. محله‌ای که کودک در آن زندگی می‌کند و مدرسه‌ای که در آن درس می‌خواند، همه بر مهارت وی در برقراری ارتباط اثر می‌گذارند، همچنانکه رسانه‌های نیز در توانایی‌های کودک تأثیر می‌گذارند.

نظریه تقلید از دیگران: در جوانی تحت تأثیر همه عواملی که در اطراف ما وجود دارند قرار می‌گیریم. در مرحله‌ای خاص از زندگی، نیز شروع به انتخاب افراد یا گروههای خاص می‌کنیم و زبان آنها، ایده آنها و باورهای آنها را می‌پسندیم و از آنها تقلید می‌کنیم. این افراد نقش مهمی در زندگی ما پیدا می‌کنند و تأثیر آنها زیاد است. در حقیقت، روان‌شناسان عقیده دارند که ما بدون ارتباط با دیگران هیچ گونه هویتی نداریم. این دیدگاه نظریه تقلید از دیگران نامیده می‌شود.

اصل اساسی این نظریه آن است که درک ما از خود، بر پایه نظر و واکنش دیگران به زبان، رفتارها، نظریات، باورها و دیگر خصوصیات اخلاقی ما استوار می‌شود. بنابراین اگر به کسی احترام می‌گذاریم، احتمالاً می‌خواهیم با تغییر رفتارها و پیامهای خود نظر مثبت او را به خود جلب کنیم. ممکن هم هست که ما تحت تأثیر پیام دیگران قرار گیریم، زیرا آنها از موقعیت ممتازی برخوردارند (مثلًاً سیاستمداران، قهرمانان ورزشی، ستارگان سینما) یا اینکه به نحوی بر ما کنترل دارند (مثلًاً رئیس، معلم یا والدین).

ما پیوسته با افرادی تماس برقرار می‌کنیم که بالقوه می‌توانند نقش مهمی در زندگی ما بازی کنند. اگر شما در مورد وضعیت فعلی خود فکر کنید و زبان، باورها، ارزش‌ها و دیدگاههای امروز خود را نسبت به پنج سال پیش مقایسه کنید، احتمالاً تفاوت‌های بسیاری را خواهید یافت. این تفاوت‌ها ناشی از آن است که تحت تأثیر دیگران فراز گرفته‌اید. هیچ کس غیر از خود شما نمی‌تواند شما را تغییر دهد؛ اما افراد دیگری که در زندگی شما نقش مهمی دارند، می‌توانند با پیوند دادن شما به مفاهیم جدید در شما تغییراتی ایجاد کنند و شما را برای ایجاد تغییراتی که مورد پذیرش خود شما نیز هست، یاری دهند.

ج) مفهوم معنا :

در ک این که زبان چیست و چرا به آن نیاز داریم و چگونه آن را به کار می گیریم، ما را به فکر و ایده دارد که واقعاً معنا چگونه حاصل می شود. مطالعه ساختار زبان انسان، زبان‌شناسی نامیده می شود. زبان‌شناسی به ما این را می گوید که همه زبانها از ویژگیهای مشترکی برخوردارند. از جمله این ویژگیها، عبارتند از: زبان‌ها بر مجموعه‌ای از نمادها (کلامی و غیر کلامی) استوار هستند مثلاً از حروف ق - i - ج - i - استفاده می کنیم تا ابزار مورد نظر در بریدن را معرفی کنیم. یا اینکه با شخصت و انگشت اشاره خود دایره‌ای درست می کنیم و سه انگشت دیگر خود را صاف نگه می داریم تا نشان دهیم که همه چیز را به راه است.

زبانهایی که از حروف الفبا استفاده می کنند، بین صورت‌های تفاوت قابل می شوند. در زبان انگلیسی، صوت‌های عبارتند از: a, e, i, o, u به تنها یک ترکیب صامت‌های نیز حروفی چون m, b, c, r هستند. لازم است بدانید که همه زبانها از حروف الفبا استفاده نمی کنند. بعضی از زبانها خط تصویری دارند مانند: زبان چینی، یک نماد، معرف یک کلمه است و مانند زبانهای دانمارکی، یونانی و ... از چند حرف تشکیل نمی شود.

زبانها دارای طبقات و مقوله‌های ساختاری مرتب شده چون افعال، عبارت‌های اسمی و مفعولها هستند. زبان انگلیسی، نمادین است، زیرا در این زبان از کلمات برای معرفی چیزها و نظریه‌ها استفاده می شود. در جمله «آن اتومبیل زیباست» آن شیء را (اتومبیل) انتخاب می کند و گزاره‌ای را در مورد آن اتومبیل بیان می کند (زیباست).

واژه‌ها، به خودی خود فاقد معنا هستند. معنایی که برای یک کلمه در زبان ما منظور شده است. به تفسیر ما و نمادهایی که از آنها استفاده می کنیم بستگی دارد. از آنجا که کلمات حامل معنایی نیستند، ما معنای موردنظر خود را برای نمادها با توجه به پیشینه ذهنی، تجربیات و ادراکات خود برمی گیریم.

از آنجا که نمادها را تفسیر می کنیم به آنها براساس چارچوب مرجع و ملاکهای خود (زمینه‌ها، تجربیات و ادراکات) معنایی دهیم و چون چارچوب مرجع هریک از ما بسیار متفاوت از دیگری است، تفسیر و برداشت هریک از ما مقصود و نیت گوینده یک پیام نیز ممکن است بسیار متفاوت باشد. حتی همه معنای نمادها را به راحتی نمی توان تعریف کرد. نمادها می توانند حامل معنای صریح و روشن و همچنین معنای غیرمستقیم و ضمنی نیز باشند.

هنگامی که می خواهیم کلمات را دسته‌بندی کنیم، به آنها معنای صریح و روشن (مستقیم)

می دهیم. برای مثال کلمه مستقیم و صریح سگ حامل معنای صریح یک حیوان چهارپایی پشمaloی وابسته به خانواده سگ سانان است. این صراحة ووضوح به شما امکان می دهد که حیوان را طبقه بندی کنید و معنای تحت لفظی آن واژه را درک کنید. در مقابل، کلمات غیر صحیح (غیرمستقیم) دارای معنای ضمنی و تلویحی هستند. کلماتی مانند nice, pretty, و good دارای معنای ضمنی هستند. توافق بر سر معنای دقیق این کلمات دشوار است.

به خاطر داشته باشید که در فرآگرد ارتباط، تنها منبع پیام مسئول نیست. بلکه دریافت گننده پیام نیز در این تبادل، مشارکتی فعال دارد. دادن بازخورد (مثل سؤال پرسیدن و تکرار پیام) می تواند به روشن شدن معنا کمک کند. بازخورد، اختلال ناشی از سازماندهی (وقتی که از شخص بخواهید عقاید خود را به گونه ای دیگر بیان کند) یا اختلال معنایی (وقتی که می گوید کلمات پیام باید تعریف شوند)، رانیز می تواند حذف کند.

۵) کاربردها و تحریف زبان :

کاربردهای زبان :

روش استفاده فرد از زبان، تحت تأثیر لغات موجود و کاربردهای زبان است. این کاربردها معمولاً به پنج دسته تقسیم می شوند: کاربردهای عاطفی، سازنده، ادراکی، معنایی و مشخص گر.

- ۱- زبان عاطفی : برای بیان احساسات، دیدگاهها و عواطف و هیجانات گوینده استفاده می شود. زبان عاطفی، کلمات تلویح‌آعاطفی را به خدمت می گیرد. مثلًا هنگام بررسی یک فیلم، شخصی که می گوید: آن فیلم خیلی جالب و جذاب است از زبان عاطفی استفاده می کند.
- ۲- زبان سازنده : جهت تقویت روابط بین مشارکت گننده‌گان در یک مبادله ارتباطی استفاده می شود. کاربردهای زبانی مثل : سلام گفتن، خداحافظی کردن و گفتگوهای معمولی، جلوه های سازنده زبان هستند. جملات معمول و متداول (سلام، حال شما چطور است؟) و (روز خوبی داشته باشید) نمونه هایی از زبان سازنده هستند.

- ۳- زبان ادراکی: کاربرد آن در نقل و انتقال اطلاعات است. زبان ادراکی معمولاً صریح و مستقیم است. همین بخش از کتاب حاضر که درباره کاربردهای زبان است نمونه ای از زبان ادراکی است.
- ۴- هدف از به کار گیری زبان معنایی، تأثیرگذاری بر افکار و رفتارهاست. گوینده، واژه های تلویحی و غیرصریح را با استفاده از تصاویر (که احسانات و عواطف را تحریک می کنند) و پیامهای غیرمستقیم، برای تأثیرگذاری در دیدگاهها و رفتارهای خدمت می گیرد. از جمله کاربردهای این

زبان، آگهی های بازرگانی یا سخنرانی هایی هستند که برای حمایت از بنیادهای خیریه برگزار می شوند و در این سخنرانی ها، چند نمونه از مواردی را که به علت نبود امکان عضوپذیری، منجر به مرگ افراد شده است، ارائه می کنند.

۵- زبان مشخص گرو، برنامیدن اشیاء متوجه می شود. بنابراین، با به کارگیری این زبان، تبیین دقیق آن چه که درباره آن صحبت می کنیم، امکان پذیر می شود. به عنوان مثال: در «سعید (نام شخص) به بازار رفت»، استفاده از نام «سعید» به جای «او» یا «کسی»، زبانی مشخص کننده است.

تحریف زبان :

کلمات، نماینده معانی مختلف هستند. مردم خواسته یا ناخواسته اطلاعات را همزمان با پردازش آن تحریف می کنند و عمداً یا سهو از زبانی مبهم استفاده می کنند. این عوامل که به تحریف زبان منتهی می شوند ناشی از ابهام، نامشخص بودن، استنتاجات و یا تعدیل پیام است.

«ابهام^۱»، ممکن است هنگامی ایجاد شود که «کلمه» یا «پیام» بیش از یک تفسیر داشته باشد. به عنوان مثال، واژه «hog» به کدام معناست: یک خوک چاق، کسی که بیش از حد می خورد؛ فردی که توجه دیگران را کنترل می کند؛ یک ماشین بزرگ؛ یا یک موتور سیکلت؟ تمامی این معانی می توانند بسته به زمینه و موضوع، صحیح و مناسب باشند. خوب بختانه، اگر شنونده به زمینه و موضوع کلمه مراجعه کند می تواند بر این ابهام غلبه کند. یا اینکه فرستنده پیام می تواند واژه ای را که به کار می برد، تعریف کند. ابهام، نتیجه به کارگیری کلمات یا جملاتی است که واضح و روشن نیستند. استفاده از کلماتی نظری: او، آن، آنها و ... از ابهام هاست. مگر آن که مایه طور دقیق بدانیم، گوینده به چه کسی یا چه چیزی اشاره می کند.

فعالیتهای جانبی :

- ۱- در این مورد که ارتباط کلامی علم است، با دوستان خود به بحث و تبادل نظر بپردازید.
- ۲- درخصوص مصاديق عملی ارتباط کلامی به مطالعه بیشتر بپردازید.
- ۳- ماهیت «زبان» را در فرایند ارتباط کلامی تحلیل و ارزیابی کنید.
- ۴- به نظر شما در رسانه های شنیداری - دیداری امروز ایران ارتباط کلامی مجریان درست است؟
- ۵- درباره معنا و آثار تأثیرگذاری آن در ارتباط کلامی با همکاران یا اعضاء خانواده به بحث و تبادل نظر بپردازید.

پرسش‌های تشریحی قسمت سوم:

- ۱- «ارتباط کلامی» را تعریف و یک مثال عملی از آن ارائه کنید؟
- ۲- آیا «ارتباط غیرکلامی» می‌تواند ارادی یا غیرارادی باشد؟ چگونه؟
- ۳- انواع ارتباط را نام ببرید و یکی را با توجه به یک مثال عملی به دلخواه تشریح فرمایید؟
- ۴- «زبان اشیاء» چگونه زبانی است؟ توضیح دهید.
- ۵- «زبان» (Language) چیست و در حوزه ارتباط کلامی چه جایگاهی پیدا می‌کند؟
- ۶- مطالعه «زبان» شامل چه قواعدی است و در این خصوص «معنا» چه ارزشی دارد؟
- ۷- «گزینش، پردازش و یادگیری نمادها» چه مراحلی را طی می‌کند و چه تأثیری در فرآگرد ارتباط کلامی دارد؟
- ۸- «نظریه تقلید» در ارتباطات کلامی چه مفهومی دارد و ویژگیهای آن کدام است؟
- ۹- «کاربردهای زبان» چه تفاوت‌هایی با «تحریف زبان» دارد؟ مزایا و معایب این فرآگردهای زبانی در ارتباط کلامی چیست؟
- ۱۰- از طریق «ارتباط کلامی اثربخش» چگونه می‌توان مطلوبترین «زبان کاربردی» را به کار گرفت؟ آثار پرجسته این عمل تا چه حد است؟

قسمت چهارم

ارتباط غیر کلامی

هدف کلی قسمت چهارم:

فراگیران پس از مطالعه مطالب این قسمت با ارتباط غیر کلامی و چگونگی آن آشنا می شوند.

هدف های عملکردی :

از شما انتظار می رود پس از مطالعه، بحث و گفتگو پیرامون مطالب این قسمت بتوانید:

- ۱- ارتباط کلامی و ارتباط غیر کلامی را با هم مقایسه کنید؛
- ۲- نشانه ها و علایم مختلف در ارتباط غیر کلامی را توصیف کنید؛
- ۳- انواع نشانه های مربوط به فاصله و زمان را مقایسه کنید؛
- ۴- حرکات چهره و تماس چشمی و عملکرد آنها را توضیح دهید؛
- ۵- وظایف اساسی پیامهای غیر کلامی را بر شمارید؛
- ۶- مطالب این قسمت را خلاصه کنید؛
- ۷- تأثیر و نقش ارتباط کلامی و غیر کلامی را مقایسه کنید؛
- ۸- درباره ارتباط کلامی و غیر کلامی در سایر منابع ارتباطی جستجو کنید و یک گزارش تکمیلی به طور مختصر تهیه کنید و به کلاس ارائه دهید.

ارتباط غیر کلامی :

الف) مقدمات :

شاید همه ما کم و بیش به هنگام مشاهده فیلمهای صامت و کمدی با خود در مورد زبان، حرکات و اثربخشی آنها اندیشیده ایم و هنر پیشگان آنها را تحسین کرده ایم. چهره مبهوت کارگر ساده‌ای را بالباس کار در دستگاه پیچیده و عریض و طویل و حرکات معنی دار او که حاکی از ترس و بیگانگی است.

هر کمدین صامت، روش خاص خود را دارد و حرکات خاص خویش را انجام می‌دهد. «باستر کیتون» تمام نقشه‌ها و فیلمهای خود را با چهره‌ای مبهوت و پرابهای ایفا می‌کند. «هارولد لوید» بیانگر یک روح آرام، با چهره‌آرام و عینک خویش است. گاه او چنان به مخاطب خود می‌تگرد که گویی کودک شش ساله‌ای است که تازه به مدرسه پانهاده است. «چارلی چاپلین» دلقک محبوب، همه چیز را با ظرافت و با چشم‌انی شیطنت بار و دوست داشتنی به باد مسخره می‌گیرد و تمام عواطف و هیجانات آدمی را بدون کلام به راحتی به مخاطب خود انتقال می‌دهد: شرم را، غصب را، عشق را، ترس را، ترحم را و آنچه هر انسانی در ارتباط خود با دیگری از خود بروز می‌دهد. این بازیگر و بسیاری دیگر، که نام آنان برده نشده است به خوبی و راحتی توان آن را داشته و دارند که بدون کلام، پیچیده ترین و ظریف ترین مفاهیم انسانی را به دیگران انتقال دهند و رفتارهای انسانی را ترسیم کنند و به وضوح مفاهیم درونی را عینیت بخشنند. برخی از آنها توان آن را دارند که با چند دقیقه بازیگری و با چند حرکت ساده، دنیایی از مفهوم را به مخاطبان خود منتقل کنند و حتی آنان را به گریه آورند.

یکی از پیشتر از و پیشروان مطالعات غیر کلامی، «بیردویسل» مشخص کرده است که تنها ۲۵ درصد از معنی در یک وضعیت خاص با کلام به دیگری منتقل می‌شود و ۶۵ درصد باقی مانده آن از طریق ارتباط غیر کلامی، «آلبرت مهرابیان» نیز پیام‌های فرستاده شده در یک ارتباط بین فردی را تجزیه و تحلیل کرده است و دریافت‌هه است که فقط ۷ درصد از معنی با پیام‌های کلامی به مخاطب منتقل شده است.

۹۳ درصد از پیام که به گونه غیر کلامی فرستاده شده است قابل تقسیم بین موارد زیر است: ۳۸ درصد آن با «نشانه‌های آوایی» و ۵۵ درصد آن با «نشانه‌های چهره‌ای» هرچند یافته‌های پژوهش‌های مختلف با یکدیگر متفاوت اند ولی می‌توان چنین نتیجه گرفت که نشانه‌های غیر کلامی در ارتباطات میان فردی بسیار مهم است و نقش آن در انتقال معنی از فردی به فرد دیگر بسیار حیاتی است. به این ترتیب عبارت «آنچه می‌گویید نسبت به آن گونه که می‌گویید از اهمیت کمتری برخوردار است.» به نظر می‌رسد که بیشتر صحیح و برای آنان که علاقه مند به ارتباطات مؤثر هستند، همواره قابل توجه بوده است.

ب) ارتباط غیر کلامی:

اشکال مختلفی از ارتباطات غیر کلامی در ارتباطات به کار می‌رود. ولدون کیز و یورگن روش، جزء اولین کسانی بودند که به طور منظم به مطالعه ارتباط غیر کلامی پرداختند. آنان براین باور بودند که ارتباطات غیر کلامی به یکی از این سه شیوه انتقال می‌یابد. «زبان علامات»، «زبان عمل» و «زبان اشیاء».

زبان علامات^۱ را زمانی به کار می‌بریم که به طور واضح حرکات را جایگزین کلمات می‌کنیم و از آنها به عنوان نماد تعداد و علایم نگارشی استفاده می‌کنیم.

زبان عمل^۲ عبارت است از: تمام حرکاتی که فقط به عنوان علامت به کار نمی‌رond. برای مثال اگر کسی با سرو گردنی فزو افتاده و شانه‌هایی رها شده راه برود حالت اندامی او بیانگر وضع روانی یا جسمانی نامناسب است.

زبان اشیاء^۳ عبارت است از: نمایش کالاهای مادی مانند اتومبیل، زیورآلات و چیزهای دیگری

1-Sign Language

2- Action Language

3- Object Language

که توسط انسانها به کار گرفته می شود.

ارتباط غیر کلامی می تواند ارادی یا غیر ارادی باشد. مانند حرکتها و جنبشها یی که فرد به طور ناخواسته به دست و سر خود می دهد. کلیه نشانه های ارادی و غیر ارادی حامل پیام و معنایی برای مخاطب هستند.

نشانه در ارتباط غیر کلامی :

پژوهش‌های ویژه فراوانی در مورد ارتباطات غیر کلامی وجود دارد که می توانیم از طریق آنها به زبانهای خاصی دست یابیم. جدای از اینکه آنها را چگونه طبقه بندی کنیم. این زبانها حداقل یک چیز مشترک دارند. همه آنها نشانه هایی را به ما معرفی می کنند که با آنها می توان رفتار انسانی را تعبیر و تفسیر کرد. در این قسمت از این نوشه سعی داریم که درمورد این نشانه ها یا راهنمایها مطالبی را بیان کنیم. پیش از آن بد نیست اشاره ای به کلمه نشانه^۱ یا راهنمای داشته باشیم که به چه معنی به کار بردہ می شود. مثلاً وقتی گفته می شود که شما به نشانه پاسخ نداده اید. به این معنی است که شما نکته را نگرفته اید. در لغت نامه های معانی دیگری برای نشانه ها آورده اند که به منظور ما نزدیک تر است و آن عبارت است از: خبر کردن، اشاره کردن و آگاه کردن.

روانشناسان اغلب کلمه نشانه یا علامت را به جای نشان به کار می بزنند؛ اما کلمه کلید یا سرنخ ممکن است بیشتر مناسب باشد. که این مارا به تعریف لغت نامه ها درمورد نشانه به معنی خبر و اشاره باز می گرداند. اشخاص از طریق پیامهای غیر کلامی خود سرنخ های زیادی را به ما می دهند یا نشانه هایی را در مورد هیجانات، خواسته ها، مقاصد، شخصیت و حتی پایگاه اجتماعی بروز می دهند. در اینجا ما به شکلهای مختلف این نشانه ها از جمله: نشانه های مربوط به فاصله، نشانه های زمانی، نشانه های دیداری و نشانه های آوایی اشاره و سپس به تفسیر آنها و رابطه آنها با پیامهای غیر کلامی توجه خواهیم کرد.

نشانه های مربوط به فاصله و زمان :

با درآمیختن با مردمان فرهنگهای دیگر و خرده فرهنگها^۲ است که درمی یابیم کدام یک از رفتارها و آرمانها که به آنها پروردگر شده ایم با رفتارها و آرمانهای دیگران مطابقت دارد و کدام یک

1- Cue or Sign

2- Sub Culture

از آنها با آنچه دیگران دارند، متفاوت است. کدام یک به صورت هنجارها و ارزش‌های نسبتاً جاافتاده و گسترده در سراسر یک فرهنگ است و کدام در فرهنگ‌های دیگر نیز مطرح است. باید به این نکته توجه کرد که فرهنگ به صورت غیرمستقیم به ما می‌آموزد که چگونه با دیگران به طرق مختلف ارتباط برقرار کنیم. فرهنگ به ما می‌گوید که از آواها و صدای خویش از حرکات و جنبش خود و حتی از طریق لباس پوشیدن خود پیام یا پیام‌های را به دیگران منتقل و با آنان ارتباط برقرار می‌کنیم. از این رو، باید در نظر داشت که هرچند هریک از مارفتارهای خاص خود را داریم، اما در عین حال تابع فرهنگ حاکم بر خویش می‌باشیم. این تبعیت از فرهنگ در ارایه پیام‌های غیرکلامی شدیدتر است. هر فرهنگ به اعضاء خود می‌آموزد که دنیا را چگونه واژه‌زاویه‌ای ببیند و مارفتارهای خود را چگونه شکل دهد.

در چارچوب فرهنگ، به تدریج تصورات ما از دنیای پیرامونمان شکل می‌گیرد. نشانه‌های این تصورات منبعث می‌شوند و الگوی ارتباطی ما را پدید می‌آورند. نشانه‌های ما در مورد فاصله و زمان نیز به شدت تحت تأثیر فرهنگ هستند و نمی‌توانند از نفوذ فرهنگ مبدأ باشند. از این رو باید گفت: تعجب آور نیست که این خود یکی از دشواریهای ارتباطات بین فرهنگی است. یعنی غالباً در ارتباطات بین فرهنگها دشواریهای عمدی در زمینه فاصله و زمان و یا وقت شناسی بروز می‌کند.

فاصله یا فضای ارتباطی^۱ :

اگر شما وارد رستورانی شوید که فقط یک مشتری در آن نشسته است و او نیز در گوشه‌ای میزی انتخاب کرده باشد و در کنار آن نشسته باشد. شانس اینکه شما درست در کنار او بنشینید بسیار اندک است، معمولاً شما جایی را انتخاب می‌کنید که با او فاصله نزدیک تر و در جای دیگر دورتر است. ادوارد هال فرهنگ شناس آمریکایی که پژوهش‌های زیادی در مارفتارهای بین فرهنگها داشته است و دانشجویان مردم شناسی و ارتباطات با کارهای او در مورد زمان و فاصله آشنایی دارند، بر این باور است که هر چه آمریکاییان علاقه مند فاصله بیشتر با دیگران هستند. عربها با نزدیکی بیشتری به این مقوله می‌پردازند. با توجه به پژوهش‌های هال و دیگر پژوهشگرانی که مجدانه در این سالها مفاهیم گوناگون بین فرهنگها را تحلیل کرده‌اند، اطلاعات نسبتاً وسیعی نسبت به

وقت، رنگ، فاصله و نکات بسیاری از فرهنگ‌های گوناگون در دست است که از نظر ارتباطات بین فرهنگی و بین‌المللی حائز اهمیت است. البته این اطلاعات از نظر کاربردی از اهمیت بسیار بالایی در سیاست، اقتصاد، بازرگانی، صنعت، مدیریت و هنر برخوردار هستند. از همین رو در تمام رشته‌های یاد شده به نحوی مطالعات مربوط به آنها با نامهای مختلف از جمله تطبیقی، به شدت، با علاقه و افراد ادامه دارد.

«هال» به مطالعات مربوط به فضا و فاصله، اصطلاح «همجواری» را نهاده است و آن را فاصله بین دو یا چند نفر در ارتباطات اجتماعی می‌داند. دانشمندان علوم اجتماعی در این مورد معیار فاصله اجتماعی^۱ را به کار می‌گیرند که ابزاری است که از طریق آن فاصله حاکم بر روابط افراد را اندازه‌گیری می‌کند که دوست داشتن و یا تنفس از هم را می‌رساند. «هال» یک قدم فراتر می‌نهد و سخن از فاصله بین اشخاص (۲ اینچ، یک پا، ۳ پا و مانند آنها) دارد. در حقیقت او یک طبقه‌بندی ۴ قسمتی از فاصله بین افراد در یک رابطه اجتماعی دارد. هیچ چیز قراردادی در مورد این طبقه‌بندی وجود ندارد.

او چنین تشریح می‌کند:

در طبیعت حیوانات و نیز انسان، رفتاری وجود داره که ما آن را «بوم پایی» یا «قلمر و جویی»^۲ می‌نامیم. برای به تحقق رساندن این رفتار آنها این احساس را این گونه به کار می‌گیرند که فاصله خود را با دیگران تنظیم و جایی را برای خود معین می‌کنند و آن دیگری را در ورای آن تصور می‌کنند. فاصله ویژه‌ای را که انتخاب می‌کنند بستگی به تمایل آنها با دیگران دارد، یعنی رابطه‌ای از کنش متقابل افراد و اینکه چه احساسی دارند و چه می‌کنند.

روابط انسانها بر اساس فاصله به چهار دسته تقسیم شده است: صمیمانه، شخصی، اجتماعی و عمومی، هریک از این تقسیمات از نظر رفتاری با یکدیگر تفاوت‌هایی دارند. در اینجا سعی داریم این چهار نوع فاصله را بررسی کنیم و ویژگیهای هریک را از نظر رفتاری بر شماریم.

۱- فاصله دوستانه یا صمیمانه^۳:

فاصله صمیمانه یا دوستانه در فرهنگی که «هال» بررسیهای خود را در آن انجام داده است،

1- Social Distance

2- Territoriality

3- Intimate Distance

چیزی حدود ۱۸ اینچ یا کمتر از آن است، یعنی چیزی کمتر از ۴۵ سانتی متر. این عدد برای فرهنگی چون فرهنگ ما کمی زیاد به نظر می‌رسد ولی با اندک اغماض می‌توان گفت به ما نزدیک است. در فاصله صمیمانه در مرحله بسیار نزدیک آن (۶ اینچ یا کمتر - حدود ۱۵ سانتی متر) به طرفین ارتباط به گونه‌ای ناخودآگاه فرصت و اجازه ارتباط غیرکلامی بیشتری می‌دهد. مسایلی که مورد بحث قرار می‌گیرند عموماً برای طرفین کاملاً محرمانه است و نمی‌خواهد جز خود، دیگران در جریان آن قرار گیرند. این فاصله در مرحله دور آن (۶ تا ۱۸ اینچ - بین ۱۵ تا ۴۵ سانتی متر) معمولاً در مورد مسایل خصوصی شکل می‌گیرد و ارتباط با صدایی که بیشتر به نجوا شباهت دارد، ادامه می‌یابد. این فاصله نزدیک عموماً خوشایند اما کن عومی نیست و اعضای بیشتر فرهنگها تلاش دارند که در انتظار عمومی از آن بپرهیزنند. غربیان سخت می‌پذیرند که در فاصله نزدیکی با یکدیگر در اتوبوسها و وسایل نقلیه عمومی دیگر باشند.

۲- فاصله شخصی^۱:

«ادوارد هال» به مقایسه «فاصله شخصی» می‌پردازد که از ۱ تا ۴ فوت یعنی ۴۵ سانتی متر تا یک مترو ۲۰ سانتی متر بین او و دیگران است. هر انسان و یا هر موجود زنده‌ای برای خود قلمرویی را متصور است که به سختی به دیگران اجازه عبور از آن را می‌دهد. موضوعاتی که در این ارتباط مطرح می‌شود نیز، کاملاً شخصی است. مرحله بسیار نزدیک این فاصله، ۱ تا ۲ فوت یعنی حدود ۴۵ سانتی‌متر تا ۷۵ سانتی‌متر، برای روابط بسیار نزدیک و کم و بیش صمیمانه مورد نظر است و مرحله دور آن ۲ تا ۴ فوت یعنی ۷۵ سانتی متر تا ۱۲۰ سانتی متر، برای فاصله مناسب و توأم با راحتی برای گفتگو با دوستان دیده شده است. همان‌طور که پیش‌تر نیز اشاره شد این مطالعات در فرهنگ مغرب زمین انجام گرفته است و بدیهی است در مقایسه با فرهنگی همچون فرهنگ ما کم و بیش تفاوت‌هایی مشاهده شود. شایان ذکر است که مانیز در فرهنگ خودداری فاصله شخصی برای خود هستیم، اما نسبت به فرهنگ غرب کمی فاصله ها نزدیک تر است.

۳- فاصله اجتماعی^۲:

فاصله اجتماعی بین ۴ تا ۱۲ فوت یا ۱۲۰ سانتی متر تا ۳۶۰ سانتی متر است و آن را به عنوان

۱- Personal Distance

۲- Social Distance

فاصله روان شناختی مطرح کرده‌اند که با تجاوز از آن فاصله و نزدیک تر شدن کسی یا حیوانی چه حیوان و چه انسان احساس اضطراب عمیق می‌کند. در واقع می‌توانیم آن را مرز نهفته‌ای تصور کنیم که گروه را در برمی‌گیرد. فاصله نزدیک آن، ۴ تا ۷ فوت یعنی ۱۲۰ سانتی متر تا ۲۱۰ سانتی متر، مناسب برای گفتگوهای مربوط به کسب و کار در نشستهای اجتماعی است. فاصله دور ۷ تا ۱۲ فوت یعنی ۱۲۰ تا ۳۶۰ سانتی متر مناسب برای نشستهای بازارگانی و مربوط به کسب و کار در دفاتر اداری است.

۴- فاصله عمومی^۱:

شاید بتوان گفت که انسان تنها موجودی است که این فاصله و رعایت آن در مورد او مفهوم پیدا می‌کند. این فاصله بیشترین فاصله‌ای است که انسانها در روابط بین خود آن را حفظ می‌کنند و اندازه آن از ۱۲ فوت یا ۳۶۰ سانتی متر و بیشتر است. در واقع باید در نظر داشت این فاصله کاملاً به فرهنگ و عوامل حاکم بر آن بستگی دارد و از فرهنگ به فرهنگ دیگر تغییر می‌کند. در فرهنگ‌های غربی (آمریکایی و اروپایی) این فاصله کاملاً بیشتر از فرهنگ‌های مشرق زمین به ویژه فرهنگ خاورمیانه‌ای است. در فاصله نزدیک آن ۱۲ فوت تا ۲۵ فوت به زبانی تا حدودی رسمی و گفتگویی بلند نیاز است. در مرحله نسبتاً دور آن ۲۵ فوت بیشتر به تمہیدات بیشتری برای برقراری ارتباط مناسب نیاز است و نمی‌توان فقط به ارتباطات کلامی اکتفا کرد. سخنوران با تجربه در این فاصله برای اثربخشی بیشتر کلام خود. از حرکت اندام استفاده بیشتری می‌کنند. گاه در این مورد به مبالغه می‌پردازند. آنان از اشارات، تلفظ، بالا و پایین آوردن صدا و ضریب کلمات نیز برای بهتر شدن فراگرد ارتباطات استفاده می‌کنند. جدول صفحه بعد خلاصه سازمان یافته‌ای است از اینکه چگونه محتوای پیام و عوامل آوایی با توجه به فاصله میان طرفین ارتباطات دگرگون می‌شود و از حالتی به حالت دیگر می‌افتد:

* محتوا و صوت با توجه به فاصله یا فضای ارتباطی *

فاصله	شرح فاصله	ویژگی‌های آوابی	محتوای پیام
۱۵ - ۰ سانتیمتر	صمیمانه (مرحله بسیار نزدیک)	نجوای ملایم	بسیار خصوصی و محramانه
۱۵ - ۴۵ سانتیمتر	صمیمانه (مرحله دورتر)	نجوای قابل درک توسط دیگران	محramانه
۴۵ - ۷۵ سانتیمتر	شخصی (مرحله نزدیک)	صدای ملایم	موضوعات شخصی
۷۵ - ۱۲۰ سانتیمتر	شخصی (مرحله دورتر)	صدای نسبتاً ملایم	موضوعات شخصی
۱۲۰ - ۲۸۰ سانتیمتر	اجتماعی (مرحله نزدیک)	صدای رسا	اطلاعات غیر شخصی
۲۸۰ - ۳۶۰ سانتیمتر	اجتماعی (مرحله دورتر)	صدای رسا با کمی بلندی	اطلاعات عمومی برای شنیدن دیگران
۳۶۰ - ۷۵۰ سانتیمتر	عمومی (مرحله نزدیک)	صدای نسبتاً بلند برای شنیدن گروهی	اطلاعات عمومی برای شنیدن دیگران
۷۵۰ سانتیمتر و بیشتر	عمومی (مرحله دورتر)	بلندترین صدا	خوش آمد گویی و یا خداحافظی با دیگران در اماكن عمومي

* اقتباس از :

علی اکبر فرهنگی (۱۳۷۵): "ارتباطات غیر کلامی" / هنر استفاده از حرکات و آواها، مید : انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی، ص (۷۰).

فضای شخصی سامر :

گفتیم که انسانها در ارتباط با یکدیگر فضایی را به عنوان قلمرو خود متصورند که اگر آنان را از آن محروم کنند به عکس العملهایی دست می‌زنند. این عکس العملها گاه چنان تند و محسوس است که فرد خاطری از قاعده رابه جای خود می‌نشاند و زمانی به گونه‌ای ظرفی اعمال می‌شوند که به راحتی نمی‌توان آن را تشخیص داد.

به گونه‌ای که «راپرت سامر^۱» به فضای قلمرو شخصی نگریسته است می‌توان بهتر به مسئله توجه کرد. او بر این باور است که: «فضای قلمرو شخصی عبارت است از منطقه‌ای مرزبندی شده نامه‌ی که اندام یک شخص در آن قرار می‌گیرد و دیگران نمی‌توانند بدان دسترسی یابند». در این راستا و بر سبیل تأیید او می‌گوید که مفهوم فضای قلمرو شخصی به گونه‌ای قابل تصور است و آن را می‌توان به دیگران آموخت و انتقال داد که هر کس «فضای قابل حمل و نقل» خود را دارد و هر کجا که می‌رود با اوست و با خود می‌برد و توقع دارد که دیگران بدان توجه داشته باشند. «سامر» در به کار گیری اصطلاح «فضای شخصی^۲» خود بسیار دقیق است و بین آن و مفهوم «قلمرو ادوارد هال» تمایز قابل است. مهمترین وجوه افتراق آن این است که «فضای شخصی» قابل انتقال است و از جایی به جای دیگر با شخص مورد نظر حرکت می‌کند در حالی که «قلمرو» به طور نسبی ثابت است. دوم این‌که حیوان یا انسان معمولاً «قلمرو» خود را مرزبندی و به گونه‌ای ملموس و محسوس آن را به دیگران تفهیم می‌کند. به عبارت دیگر خود را در چهارچوب «قلمرو» مرزبندی شده‌ای قرار می‌دهد که کاملاً برای دیگران محسوس است. و سوم آنکه «فضای شخصی» برای هر کس پیکر او را در مرکز خود دارد، در حالی که «قلمرو» چنین نیست. یعنی چه پیکر شخص در میان باشد یا نباشد، قلمرو به قوت خود باقی است.

ashxas با توجه به شخصیت و روش ارتباطی خود در مورد دفاع از «فضای شخصی»، عکس العمل نشان می‌دهند. رفتار آنان در این زمینه کاملاً به دو عامل فوق بستگی پیدا می‌کند و آنان را بر آن می‌دارد که به نحو مقتضی، از نظر خود، واکنش نشان دهند. مثلاً مشاهده شده است، اگر کسی در کتابخانه نزدیک دیگری که به فاصله بیشتری نیاز دارد بنشینند، فرد نشسته ابتدا قدری به این سو و آن سو می‌نگرد و نا آرامی خود را کاملاً نشان می‌دهد و سپس جای خود را تغییر می‌دهد. یا براساس شخصیت تهاجمی خود، شروع به حرکات تندی می‌کند و طرف

1- Robert Sommer

2- Personal Space

مقابل را به اشتباه خود آگاه می‌کند که نباید این جای بخصوص را اشغال کند. به نظر نویسنده‌گان کتاب «مدیریت تفاوت‌های فرهنگی» علایم غیرکلامی یا حرکات در تمام فرهنگها از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. آنها بر این باورند که این حرکات در سه دسته قابل طبقه‌بندی هستند:

- ۱- زبان علایم: حرکات، ایما و اشاره و زبان کر و لالهای؛
- ۲- زبان کنشها (اعمال): حرکاتی که به طور اختصاصی به عنوان علایم به کار گرفته نمی‌شوند. مانند راه رفتن، سر تکان دادن و غیره؛
- ۳- زبان اشیا: مانند نمایش عمدى یا غیرعمدى کالاها و اشیاء حتی اعضاء بدن آدمی.

فعالیت های تکمیلی :

- مطالب این قسمت را به دقت خلاصه کنید.
- آموخته های خود را از مطالب این قسمت تحلیل و نقد کنید.
- برداشت کلی و نتایج حاصل از مطالعات خود را در این قسمت با زبانی ساده بنویسید.
- پس از مقایسه ارتباط کلامی و غیرکلامی در میان سایر منابع ارتباطی جستجو و مطالعه کنید و مطالبی را برای تکمیل متن این قسمت تهیه کنید و پیشنهاد دهید.

قسمت پنجم

سطوح ارتباطات

- ارتباط فردی - درون فردی
- ارتباط هیان فردی
- ارتباط گروهی
- ارتباط جمعی

هدف کلی قسمت پنجم:

فراگیران پس از مطالعه، بحث و گفتگو پیرامون مطالب این قسمت با سطوح مختلف ارتباط (فردی، میان گروهی، گروهی و جمعی) آشنایی شوند.

هدف های عملکردی:

از شما انتظار می رود پس از مطالعه، بحث و گفتگو در مطالب این قسمت بتوانید:

۱- سطوح مختلف ارتباط را تشریح کنید.

۲- ارتباط میان فردی و میان گروهی را مقایسه کنید.

۳- ارتباط گروهی و میان گروهی را مقایسه کنید.

۴- ارتباط جمعی را تحلیل کنید.

۵- ارتباط جمعی و ارتباط گروهی را مقایسه کنید.

سطوح ارتباط :

الف) ارتباط درون فردی : اولین سطح ارتباط ، ارتباطی است که فرد با خود برقرار می سازد. انسانها، قبل، در حین و بعد از ارتباط با دیگران یا خود ارتباط برقرار می سازند. قبل از اقدام عملی برای ارتباط، انسان نقشه ارتباط را برای خود ترسیم می کند و نتایج احتمالی آن را در نظر می گیرد. همچنین در هنگام ارتباط با دیگران، نوع برخورد آنها در نگرش مانسبت به خودمان تأثیر می گذارد. در پایان هر فرایند ارتباطی نیز فرد در مورد عملکرد خود و قضاوتی که دیگران در مورد او دارند به قضاوت می پردازد. اگر نتیجه ارزیابی مثبت باشد ارتباط ادامه می یابد و در غیر اینصورت تغییر داده می شود.

ب) ارتباط میان فردی: ارتباط میان فردی را می توان به عنوان فرایندی تعاملی که در جریان آن دونفر پیام هایی را ارسال و دریافت می کنند، توصیف کرد. دونکته اساسی در این فرایند برجسته است: یکی اینکه لازمه ارتباط، دادن و گرفتن است، دیگر اینکه در فرایند ارتباط، عنصر اطلاعات و رابطه همیشه با هم هستند. در این ارتباط نظام شخصیت از اهمیت زیادی برخوردار است و بر خلاف رابطه از طریق رسانه های جمعی در این مورد امکان دریافت بازخورد بسیار قوی است. به این جهت طرفین ارتباط می توانند همگام بایکدیگر پیش بروند. مصدق این رابطه در بین اعضاء یک خانواده یا دو دوست مشاهده می شود.

ارتباط میان فردی را اینگونه تعریف کرده اند: «ارتباط میان فردی، ارتباطی است که بر دور کن استوار است:

(۱) ارتباط برقرار کنندگان باید منحصر به فرد بودن خصوصیات رفتاری یکدیگر را بپذیرند.

(۲) پیامهای را طراحی و ارسال کنند که نمایانگر پذیرش این موضوع باشد». همچنین ارتباط میان فردی را می‌توان به عنوان فرایندی تعاملی که در جریان آن دو نفر پیام‌هایی را ارسال و دریافت می‌کنند، توصیف کرد. دو نکته اساسی در این فرایند برجسته است: «یکی اینکه لازمه ارتباط، دادن و گرفتن است. دیگر اینکه در فرایند ارتباط، عنصر اطلاعات و رابطه همیشه باهم هستند».

از آنجا که بدون تبادل اطلاعات بین دو طرف چیزی به نام ارتباط وجود نخواهد داشت، پس لازمه تحقیق ارتباط میان فردی این است که فرستنده پیام آن را به خوبی رمزگذاری کرده باشد و دریافت کننده پیام نیز آن را به طور کامل رمزگشایی کند. هر قدر مهارت و دقیقت ارتباط برقرار کنندگان بیشتر باشد، ارتباط آنها موفق‌تر خواهد بود.

در ارتباط میان فردی (متقابل)، افراد از همه تجربیات، آموخته‌ها و توان خود استفاده می‌کنند. آنها برای مبارزه و غلبه بر تنها بی، با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند تا به این وسیله خود را بهتر بشناسند، به تجارب خود بیفزایند، دامنه معلومات خود را گسترش بدهند و نقش خود را در رابطه با جامعه خود بهتر بشناسند.

ج) ارتباط گروهی: این شکل از ارتباط شامل رابطه میان تمام افرادی است که در قالب یک گروه، دارای اهداف، فعالیت، رفتار و رهبر واحد هستند. اعضاء این گروه در جهت تحقق اهداف مشترک با یکدیگر ارتباط برقرار می‌سازند. مانند اعضاء یک تیم ورزشی که برای پیروزی رابطه خود را با یکدیگر هماهنگ می‌سازند. یا مانند اعضاء هیئت‌های عزاداری محروم که به شکلی منسجم با یکدیگر ارتباط دارند.

ارتباط جمعی: ارتباط جمعی ارتباطی است که از طریق رسانه‌های جمعی مانند کتاب، مطبوعات، رادیو، تلویزیون و سینما صورت می‌گیرد و در لحظه‌ای واحد یک پیام برای جمع کثیری از افراد ارسال می‌شود.

ویژگی‌های خاص ارتباط جمعی:

بروکسایر تامپسون در مورد ویژگی‌های ارتباط جمعی به چند عامل اشاره می‌کند که به اختصار ذکر می‌شود:

اول آن که کاربرد واژه ارتباط تا حدی گمراه کننده است، زیرا این شکل از ارتباط با سایر انواع ارتباط‌های دو طرفه مانند ارتباط میان فردی یا گروهی تفاوتی اساسی دارد. در ارتباط جمعی

برقرارکننده ارتباط یک سازمان رسانه‌ای است و دریافت کننده امکان اندکی برای دخل و تصرف در پیام یا انتقال معانی و مقاصد مورد نظر خود ندارد. درواقع این ارتباط بیشتر جنبه یک جانبه دارد. به این جهت برخی از افراد به جای واژه ارتباط، کاربرد کلمه اشاعه یا انتقال را مناسب می‌دانند. زیرا پیام‌های رسانه‌های جمعی مانند شعاع نور خورشید به سوی افراد فرستاده می‌شود. همچنین واژه جمعی در یک معنای خاص استفاده می‌شود. زیرا این واژه کلیه مصادیق جمع. از صدها تا میلیون نفر را شامل می‌شود و در مورد کمیت آن تمایزی قائل نمی‌شود. به این جهت برخی از افراد معتقدند ارتباطات رسانه‌ای شده (با واسطه^۱)، واژه مناسب تری است.

دیگر ویژگی رسانه جمعی این است که متنکی به بعضی از ابزارهای فنی و نهادی تولید و انتشار است. بهره برداری از نوآوریهای فنی که در طیفی از مؤسسات و چارچوب‌های نهادی صورت گرفته از صنعت چاپ تا توسعه ماهواره‌ها و رایانه‌ها در طی سالیان دراز تکامل یافته است. به علاوه ارتباط جمعی متضمن بهره برداری تجاری از نوآوری‌های فنی است. با کالایی شدن شکلهای نمادین آشکار می‌شود. یعنی محصولات رسانه‌های جمعی به مثابه یک کالای اقتصادی دارای ارزش مادی است و در بازار عرضه و تقاضا خرید و فروش می‌شود.

شکافی ساختگی بین تولید و دریافت و پذیرش پیام ایجاد می‌شود. زیرا محیط و زمان دریافت پیام از یکدیگر متفاوت هستند. برای مثال سخنرانی ایراد شده برای مخاطبانی را که می‌توانند تأیید یا عدم تأیید خود را با خنده‌یدن، دست زدن یا سکوت نشان دهند تا باشندیدن سخنرانی مقابل دوربین تلویزیون را بایکدیگر مقایسه کنند.

ویژگی دیگر ارتباط جمعی این است که در دسترس بودن شکلهای نمادین^۲ را در زمان و مکان گسترش می‌دهد. یعنی پیام‌های رسانه‌ای شده در محیط‌هایی قابل دسترسی هستند که از محیط‌های ابتدایی تولید مجزا هستند. اطلاعات و محتواهای نمادین رسانه‌ها در امتداد عرصه‌های وسیع تر مکان و با سرعت‌های بیشتر قرار داده می‌شود.

شایان ذکر است که انسانها در زمان واحد تحت تأثیر انواعی از ارتباطات مختلف از سطح درون فردی تا سطح جمعی هستند. از فرایند انواع این تأثیرات. انسانها جهت یابی و جهت گیری خود را نسبت به امور مختلف انتخاب می‌کنند. اما تأکید این نوشتار عمدهاً بر ارتباط از طریق رسانه‌های جمعی است.

فعالیت های مکمل :

- در این مورد که هر یک از انواع ارتباطات در چه شرایطی کاربرد دارد، توضیح دهید.
- برای هر یک از انواع ارتباط ها مثال هایی را ذکر کنید و ویژگی های آن را بررسی کنید.
- آیا می توانید در مورد تعامل میان انواع ارتباطات توضیح دهید؟
- در مورد این گزاره که، وابستگی بیش از حد به رسانه های جمعی تضعیف کننده ارتباطات میان فردی است، توضیح دهید.

فعالیت های جانبی :

- ۱- ارتباط میان فردی چه تفاوتی با ارتباط انسانی دارد؟ مقایسه کنید.
- ۲- در مورد خصوصیات ارتباط میان فردی به بررسی بپردازید.
- ۳- در یک آزمایش شخصی تأثیر ارتباط میان فردی خود را بیازمایید.

پرسش‌های تشریحی:

- ۱- «ارتباط میان فردی» به عنوان یک علم نخستین بار در چه سالی مطرح شد. هدف و توسعه آن چه مراحلی را پشت سر نهاد؟
- ۲- مفاهیم اساسی «ارتباط میان فردی» را نام ببرید و یکی را به دلخواه تشریح فرمایید.
- ۳- به چه علت در ارتباط میان فردی «معنا» در انسانها نهفته می‌شود و نه در کلمات، توضیح دهید.
- ۴- چه کنیم که یک ارتباط میان فردی اثربخش داشته باشیم؟ با یک مثال شخصی تفسیر کنید.
- ۵- مناطق فصل مشترک تجربه بین دو شخص یا سه نفر رارسم کنید و نقش آن را در ارتباط میان فردی به تحلیل و ارزیابی بگذارید؟

فصل سوم

مدل های ارتباطی

قسمت ششم - انواع مدل های ارتباطی

قسمت هفتم - مدل های ارتباطات انسانی

قسمت ششم

انواع مدل های ارتباطی

هدف کلی قسمت ششم:

فرآگیران پس از مطالعه این قسمت با انواع مدل های ارتباطی آشنا می شوند.

هدف های عملکردی:

از شما انتظار می رود پس از مطالعه و بحث و گفتگو پیرامون مطالب این قسمت:

- ۱- انواع مدل های ارتباطی را شرح دهید.
- ۲- مدل های مختلف ارتباطی را با هم مقایسه کنید.
- ۳- مدل ارتباطی دکتر علی اکبر فرهنگی را نقد و تحلیل کنید.

مقدمه

مدل نسخه کوچک شده یک شی یا پدیده است که بیشترین شباهت و حتی خصوصیات پدیده اصلی را در خود منعکس می کند. از طریق مدلها مفاهیم ذهنی پیچیده قابل درک می شود. برای درک و تجزیه و تحلیل هر جریان و یا پدیده باید آن رابه صورت مجرد بررسی کرد. درک عملی و کامل مسایل و پدیده های گونه ای کلی بسیار دشوار است. چه این پدیده ها یک بازی فوتbal باشد و چه یک اتم یا شبکه ای از نوترон ها و پروتون ها که با سرعتی عجیب و نظمی باور نکردنی در کنار هم قرار گرفته اند و شیء خاص را تشکیل می دهند. یک مردمی فوتbal، برای اینکه یک بازی را به خوبی تجزیه و تحلیل کند. آن رابه وسیله یک شکل یا اشکال گوناگون نمایش می دهد. در مسایل اجتماعی نیز مدلها بایه کار آمده اند و در مواردی چون شرح، توضیح و پیش بینی پدیده های اجتماعی به کار می آینند. مدل همواره خود چیز دیگری به جز واقعیت است. و اکثر آنچیزی ساده تر با پیچیدگی کمتر از واقعیت اصلی می باشد.

هر مدل ارضا کننده نیازهای طراحان آن است، نه بیانگر تمام واقعیات موجود پیرامون پدیده مورد نظر. با این همه در علوم انسانی، به ویژه در ارتباطات و مدیریت و رشته های مشابه، مدلها جزو تفکیک ناپذیر یک پدیده هستند و در جریان تصمیم گیری و اجرای یک فرآگرد ارتباطی، نقش بسیار مؤثری را ایفا می کنند.

فواید متعددی بر مدلها مترتب است که شامل ساده سازی و سرعت بخشیدن به درک و انتقال مطالب، صرفه جویی اقتصادی، صرفه جویی زمانی و پیش بینی نتایج تصمیمات و برنامه ها می شود.

انواع مدل‌های ارتباطی:

مدل‌ها بر اساس خصوصیات گوناگون، قابل تقسیم‌بندی هستند. مثلاً از نظر «هسیو» و «کلیور^۱»

مدل‌ها به سه دسته بزرگ قابل تقسیم هستند که عبارتند از:

الف) مدل‌های فیزیکی^۲: که خود به دو گروه مدل‌های تمثیلی^۳ و مدل‌های ترسیمی^۴ تقسیم شده‌اند.

ب) مدل‌های ذهنی^۵: که عبارتند از تصاویر ذهنی یا مفاهیمی که در ذهن انسانها جایگزین یک پدیده یا شیء می‌شود. بهترین مثال آن تصویر ذهنی فرستنده پیام، در مورد پیام خود بر روی گیرنده پیام است.

ج) مدل‌های نمادین^۶: این مدل‌ها عمدتاً نسبت به مدل‌های دیگر مدل‌هایی انتزاعی و پیچیده هستند. این مدل‌ها مفاهیم ریاضی را به صورت محض به کار می‌گیرند. مسائل واقعی زیادی را می‌توان با مدل‌های نمادین توجیه کرد. مدل‌های نمادین به مدل‌های کلامی و مدل‌های ریاضی تقسیم شده‌اند که اولی وضعيتی را از طریق زبان به صورت تکلم یا نوشتن بیان می‌کند. مدل «لاسول» در ارتباطات، از این گونه مدل‌ها است که «خلاصه آن چنین است: چه کسی، چه می‌گوید؟

به چه کسی می‌گوید؟ از چه طریقی می‌گوید؟ و با چه تأثیری می‌گوید؟»

همچنین مدل‌ها بر حسب عملکرد شان به توصیفی^۷، پیش‌بینی کننده^۸ و هنجاری^۹ تقسیم می‌شوند.

مدل‌های توصیفی: این مدل‌ها فقط سعی می‌کنند که یک واقعه گذشته یا حال یا فعالیتی را بدون هیچ گونه تلاش در پیش‌بینی آتی آن یادداش هرگونه توصیه، مطرح کنند. مانند: نقشه‌های جغرافیا، نمودارهای سازمانی، عکسها و فهرست مطالب کتابها.

مدل‌های پیش‌بینی کننده: این مدل‌ها توجیه کننده راهبردهای گوناگونی است که از طریق آنها می‌توان نتایج تصمیماتی را که اتخاذ می‌شوند پیش‌بینی کرد. تموئه باز این مدل‌ها در مدیریت، تجزیه و تحلیل‌های مربوط به نقطه سر به سر^{۱۰}، شاخه‌های تصمیم‌گیری^{۱۱} و نمودارهای روش ارزیابی و بازنگری برنامه^{۱۲} است.

1-Hsiao and Cleaver

2-Physical Models

3-Analog Models

4-Iconic Models

5-Mental Models

6-Symbolic Models

7-Descriptive

8-Predictive

9-Normative

10-Berakeven Point Analysis

11-Decision Trees

12-Pert

مدلهای هنجاری: آن دسته از مدل‌هایی هستند که می‌وشنند نشان دهنده برای تحقق خواسته‌ای چه باید کرد. این مدلها در بین راه حل‌های مختلف و متفاوت موجود، بهترین رانتخاب می‌کنند. نمونه این مدلها عبارتند از: برنامه ریزی خطی، مدل‌های محاسبه موجودی انبار و غیره برای ارزیابی مدلها پیشنهاد می‌شود آن‌ها از دو جهت ارزیابی شوند. اول، آنکه مدل مورد نظر به چه میزان، به گونه‌ای اثر بخش به ما امکان می‌دهد که اطلاعات مورد نظر را سازمان دهی کنیم، و بر اساس آن پیش‌بینی‌های لازم و توأم با موفقیت را انجام دهیم. دوم، آنکه چه میزان مطالعات بر اساس آن شکل گرفته است.

مدل‌های ارتباطی: اگر مروری بر مدل‌های گوناگون علم ارتباطات داشته باشیم در می‌یابیم که همه آنها عناصر و اجزاء اساسی ارتباطات را که همان منبع یافرستند، پیام، وسیله و مخاطب است مد نظر داشته‌اند و هر یک بر اساس توجه ویژه خود، به برخی از آنها اهمیت و اعتبار بیشتر داده‌اند و روابط بین آنها را برآن اساس تنظیم کرده‌اند.^{*} در این مورد می‌توان به مدل ارائه شده دکتر فرهنگی اشاره کرد. (شکل ۴-۱ را در صفحه بعد ملاحظه نمایید).

* مدل‌های ارتباطی دیگر صاحب نظران علوم ارتباطات اجتماعی ایران نظیر: مدل ارتباطی منبع معنی دکتر محسینیان راد، مدل ارتباطی طرح آینده نگری و توسعه دکتر تهرانیان، مدل ارتباطی ارتباطات اجتماعی دکتر ساروخانی و مدل ارتباطی اینجانب تحت عنوان «درگ نشانه شناسانه ارتباطات غیر کلامی در بین کمدين‌های سینمای کلاسیک هالیوود» (۱۹۲۰-۵۰) موجود در رساله دکتری، بیشتر به عناصر و اجزاء اساسی ارتباطات توجه کرده‌اند که همگی قابل نقد، ارزیابی و تحلیل مجدد است.

أنواع مدلهاي ارتباطي :

مدلها بر اساس خصوصيات گوناگون، قابل تقسيم‌بندی هستند. مثلاً از نظر «هسيو» و «كليور^۱» مدلها به سه دسته بزرگ قابل تقسيم هستند که عبارتند از:

الف) مدلهاي فيزيكي^۲: که خود به دو گروه مدلهاي تمثيلي^۳ و مدلهاي ترسيمي^۴ تقسيم شده‌اند.

ب) مدلهاي ذهنی^۵: که عبارتند از تصاویر ذهنی یا مفاهیمی که در ذهن انسانها جایگزین یک پدیده یا شئی می‌شود. بهترین مثال آن تصویر ذهنی فرستنده پیام، در مورد پیام خود بر روی گیرنده پیام است.

ج) مدلهاي نمادين^۶: اين مدلها عمداً نسبت به مدلهاي ديگر مدلهاي انتزاعي و پيچيده هستند. اين مدلها مفاهيم رياضي را به صورت محض به کار می‌گيرند. مسائل واقعی زيادي را می‌توان با مدلهاي نمادين توجيه کرد. مدلهاي نمادين به مدلهاي کلامي و مدلهاي رياضي تقسيم شده‌اند که اولی وضعیتی را از طریق زبان به صورت تکلم یا نوشتن بیان می‌کند. مدل «لاسول» در ارتباطات، از اين گونه مدلها است که «خلاصه آن چنین است: چه کسی، چه می‌گويد؟ به چه کسی می‌گويد؟ از چه طریقی می‌گوید؟ و با چه تأثیری می‌گوید؟» همچنین مدلها بر حسب عملکرد شان به توصيفی^۷، پيش‌بینی‌كننده^۸ و هنجاري^۹ تقسيم می‌شوند.

مدلهاي توصيفي: اين مدلها فقط سعی می‌کنند که يك واقعه گذشته یا حال یا فعالیتي را بدون هیچ گونه تلاش در پيش‌بینی آتی آن یادادن هر گونه توصیه، مطرح کنند. مانند: نقشه‌های جغرافیا، نمودارهای سازمانی، عکسها و فهرست مطالب کتابها.

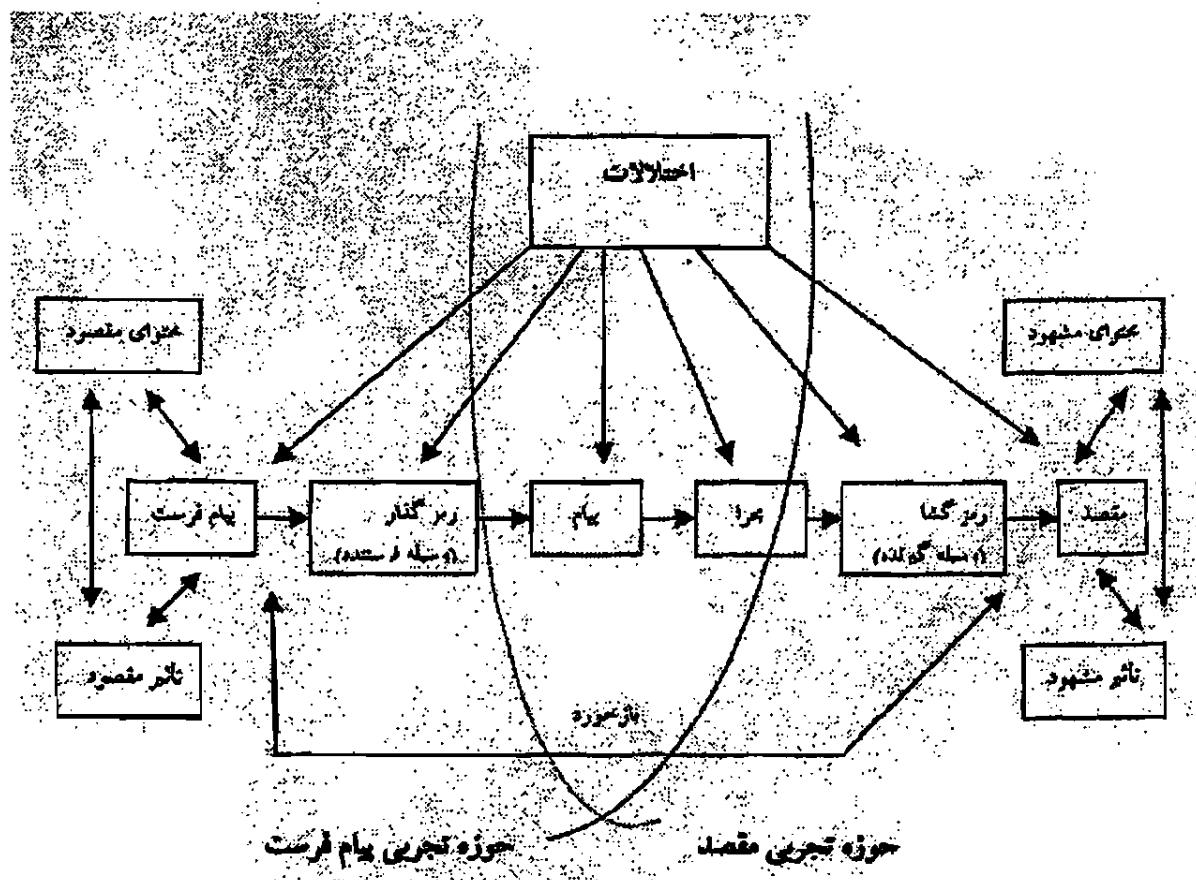
مدلهاي پيش‌بینی‌كننده: اين مدلها توجيه کننده راهبردهای گوناگونی است که از طریق آنها می‌توان نتایج تصمیماتی را که اتخاذ می‌شوند پيش‌بینی کرد. تمونه باز این مدلها در مدیریت، تجزیه و تحلیل‌های مربوط به نقطه سر به سر^{۱۰}، شاخه‌های تصمیم‌گیری^{۱۱} و نمودارهای روش ارزیابی و بازنگری برنامه^{۱۲} است.

1-Hsiao and Cleaver	5-Mental Models	9-Normative
2-Physical Models	6-Symbolic Models	10-Berakeven Point Analysis
3-Analog Models	7-Descriptive	11-Decision Trees
4-Iconic Models	8-Predictive	12-Pert

مدلهای هنجاری: آن دسته از مدل‌هایی هستند که می‌توشند نشان دهنده برای تحقق خواسته‌ای چه باید کرد. این مدل‌ها در بین راه حل‌های مختلف و متفاوت موجود، بهترین رانتخاب می‌کنند. نمونه این مدل‌ها عبارتند از: برنامه‌ریزی خطی، مدل‌های محاسبه موجودی انبار وغیره. برای ارزیابی مدل‌ها پیشنهاد می‌شود آن‌ها از دو جهت ارزیابی شوند. اول، آنکه مدل مورد نظر به چه میزان، به گونه‌ای اثر بخش به مامکان می‌دهد که اطلاعات موردنظر را سازمان دهی کنیم، و بر اساس آن پیش‌بینی‌های لازم و توأم با موفقیت را انجام دهیم. دوم، آنکه چه میزان مطالعات بر اساس آن شکل گرفته است.

مدل‌های ارتباطی: اگر مروری بر مدل‌های گوناگون علم ارتباطات داشته باشیم در می‌یابیم که همه آنها عناصر و اجزاء اساسی ارتباطات را که همان منبع یافرستند، پیام، وسیله و مخاطب است مد نظر داشته‌اند و هر یک بر اساس توجه ویژه خود، به برخی از آنها اهمیت و اعتبار بیشتر داده‌اند و روابط بین آنها را برآن اساس تنظیم کرده‌اند. ^{*} در این مورد می‌توان به مدل ارائه شده دکتر فرهنگی اشاره کرد. (شکل ۴-۱ را در صفحه بعد ملاحظه نمایید).

* مدل‌های ارتباطی دیگر صاحب نظران علوم ارتباطات اجتماعی ایران نظیر: مدل ارتباطی منبع معنی دکتر محسنیان راد، مدل ارتباطی طرح آینده نگری و توسعه دکتر تهرانیان، مدل ارتباطی ارتباطات اجتماعی دکتر ساروخانی و مدل ارتباطی اینجانب تحت عنوان «درگ نشانه شناسانه ارتباطات غیر کلامی در بین کمدین‌های سینمای کلاسیک هالیوود» (۱۹۲۰-۵۰) موجود در رساله دکتری، بیشتر به عناصر و اجزا، اساسی ارتباطات توجه کرده اند که همگی قابل نقد، ارزیابی و تحلیل مجدد است.



* شکل ۱-۴، «مدل ارتباطی پیشنهادی علی اکبر فرهنگی، کتاب ارتباطات انسانی، ص ۶۰»

همان طور که می‌دانیم «دنیس مک‌کویل» و «سوین وینداال» در کتاب خود یعنی «مدل‌های ارتباطی برای مطالعه ارتباطات جمعی» (۱۹۹۳) به معرفی و تفسیر کامل برخی از این مدل‌ها پرداخته‌اند. آنها در اثرشان مرور کاملی بر مدل‌های شانون و ویور؛ آنهیل دوسولاپول؛ ویلبر شرام؛ دیوید برلو؛ آندروش و استس و بوستروم؛ بکر؛ وايت؛ بروس و ستلی و مالکم مک‌لین؛ مک‌نلی؛ دین بارنلوند؛ جرج گربنر؛ راجرز و شومیکر؛ ابراهام مول؛ مالتسکه؛ اسمیت و ... دارند.

در مدل موردنظر نیز همانند بقیه مدل‌ها، اجزاء ارتباطات یعنی پیام فرست^۱، رمزگذار^۲، یا وسیله^۳، پیام^۴، رمزگشایی^۵ و مقصد^۶ یا گیرنده پیام^۷ خود را نشان می‌دهند. علاوه بر آنها محتوای مقصود^۸ و تأثیر مقصود^۹، که در حوزه تجربی پیام فرست^{۱۰} قرار دارند و نیز محتوای مشهود^{۱۱} و تأثیر مشهود^{۱۲} که در حوزه تجربی گیرنده پیام یا مقصد قرار گرفته‌اند مورد نظر است. اختلالات^{۱۳} نیز بر تمام اجزاء به نحوی ازانحاء به گونه‌ای مستقیم، و غیر مستقیم تأثیر خود را می‌گذارند. مفهوم بازخورد^{۱۴} نیز همانند بسیاری از مدل‌های ارتباطی دیگر مورد توجه است.

آغاز فراگردار ارتباطی، با پیام فرست است. او هرگز در خلاء پیام خود را رسال نمی‌کند. او بر اساس قصد و نیتی، پیام خود را شکل می‌دهد و آن را در قالب پیام، به مقصد ارسال می‌کند. فرستنده پیام، بر اساس محیط فراگیر خود، که حوزه تجربی او را می‌سازد، محتوای مقصود را در ذهن خود شکل می‌دهد و پیشاپیش تأثیر آن را در ذهن خود بر روی دریافت کننده پیام می‌سنجد و سپس آن را در چارچوب رمزگذاری خود قرار می‌دهد و به شکل پیام، که می‌تواند گفتاری، نوشتاری و حرکتی یا غیر کلامی باشد، به گیرنده

پیام ارسال دارد. پیام از طریق مجراء^{۱۵} به وسیله گیرنده^{۱۶} تحويل داده می‌شود و عمل رمزگشایی^{۱۷} صورت می‌پذیرد و به محض انجام آن، پیام به مقصد رسیده است. اما این به مقصد رسیدن به آن معنی نیست که فراگرد ارتباطی پایان یافته است و دیگر هیچ گونه دشواری خاصی وجود ندارد. به مجرد وصول پیام به مقصد، محتوای مشهود یعنی آنچه باید دریافت شود، شکل می‌گیرد و در اثر آن همان گونه که از طریق خطوط دو جانبه مشاهده می‌شود تأثیر مشهود شکل می‌گیرد. این، بدین معنی است که گیرنده پیام، با دریافت پیام، اثری می‌پذیرد که ممکن است با آنچه فرستنده در نظر داشته باشد یکی باشد، که در آن صورت از نظر فرستنده ارتباط به درستی کار خود را انجام داده است و یا ممکن است متفاوت از آنچه مورد نظر فرستنده پیام باشد متجلی شود، به این ترتیب عمل ارتباط به درستی شکل نگرفته است. بهترین شکل ارتباط در این فرمول که ارتباط کامل است، آن است که:

1- Sender	7- Receiver	13- Noises
2-Encoder	8- Intended Content	14- Feedback
3- Transmitter	9- Intended Effect	15- Channel
4-Message	10- Experienced Content	16- Transmitter
5-Decoder	11- Perceived Content	17- Decoding
6-Destination	12- Perceived Effect	

کل آنچه پیام فرست ارسال داشته است به هر طریق، کلامی یا غیر کلامی، مقصد یا گیرنده پیام دریافت کند. در بیشتر وضعیت‌های ارتباطی، این عدد کوچک‌تر از ۱ است. بدین معنی که بخشی از معنی و مفهومی که مورد نظر فرستنده پیام است، به هر صورت، به گیرنده پیام نمی‌رسد. رمزگذار، یا وسیله فرستنده، مفهوم مورد نظر فرستنده پیام را در قالب کدهای قابل شناسایی می‌گذارد و کار انتقال را صورت می‌دهد. در ارتباطات میان فردی این کار با زبان و یا اندام فرد فرستنده پیام، شدنی است.

پیام : همان طور که پیش تر نیز اشاره شد، می‌تواند کلامی یا غیر کلامی باشد. این پیام از طریق گفتار، نوشتن و یا حرکات (کردار) فرستنده پیام شکل می‌گیرد.

مجرا : محلی است که پیام بر آن می‌نشیند و به سوی مقصد حرکت می‌کند. در ارتباطات میان فردی این وسیله می‌تواند فاصله یا زبان باشد.

رمزگشا یا وسیله گیرنده: مفهوم و پیام منتقل شده توسط فرستنده پیام را در قالب کدهای قابل شناسایی مقصد، در می‌آورد و پیام را دریافت می‌دارد. در ارتباطات میان فردی این کار اکثراً با گوش مقصد، شدنی است.

بازخورد : پاسخ یا عکس العمل قابل تشخیص مقصد یا گیرنده پیام را نسبت به پیام بازخورد می‌گویند و می‌تواند مانند تمام پیامها، گفتاری، نوشتنی و حرکتی باشد.

اختلالات یا پارازیتها : به کلیه عوامل و پدیده‌هایی اطلاق می‌شوند که موجب تضعیف اثر بخشی فراگرد ارتباط می‌شوند. همان طور که اشاره شد، این اختلالات در تمام زمینه‌ها و در کلیه اجزا ارتباطی اثر گذارند. اختلالات به دو دسته درونی و بیرونی تقسیم می‌شوند:

الف) اختلالات درونی؟ اختلالات درونی بیشتر به خود اجزاء ارتباطی بر می‌گردد و در مورد فرستنده پیام و گیرنده آن اکثر آن را مشاهده می‌کنیم. مثل خستگی، بی‌توجهی و سازمان نیافتگی وغیره.

ب) اختلالات بیرونی؟ اختلالات بیرونی بیشتر به محیط ارتباطی توجه دارد و از آن نشأت می‌گیرد. مثل سروصدا و گرما و سرمای زیاد.

حوزه‌های تجربی فرستنده و گیرنده پیام نیز در فراگرد ارتباطی تأثیر شگرفی دارد. هر اندازه این

دو حوزه به یکدیگر نزدیک تر باشند. فرآگردار تباطی آسان می شود و به اثر بخشی بیشتری دسترسی می یابیم.

فعالیت های مکمل :

- آیا می توانید چند نمونه از مدل های ارتباطی رایج در مطالعات رسانه‌ای را نام ببرید؟
- آیا تاکنون اقدام به ساخت مدل کرده‌اید؟ یک مدل ارتباطی را چگونه می‌توان طراحی کرد؟
- تلاش کنید با کمک دوستان خود یک مدل ارتباطی مناسب ارائه کنید؟
- مدل ارتباطی ارائه شده «دکتر فرهنگی» در متن را نقد و ارزیابی کنید؟

پرسش‌های تشریحی قسمت ششم :

- ۱- مدل را تعریف کنید و ویژگیهای آن را نام ببرید؟
- ۲- انواع مدلها را نام ببرید و یکی را به دلخواه تشریح فرمایید؟
- ۳- مدلهای ذهنی چه تفاوتی با مدلهای نمادین دارد؟
- ۴- مدلهای فیزیکی به چند دسته تقسیم می‌شود؟ نام ببرید و یکی را به دلخواه توضیح دهید.
- ۵- مدلها بر حسب عملکرد به چند دسته تقسیم می‌شود؟ فقط نام ببرید.
- ۶- مدلهای توصیفی چه تفاوتی با مدلهای پیش‌بینی کننده دارد؟
- ۷- در یک مدل ارتباطی اختلالات یا پارازیت به چند دسته تقسیم می‌شود؟ نام ببرید و شرح دهید.
- ۸- اختلالات بیرونی چه اثراتی در فرستنده پیام می‌گذارد؟

قسمت هفتم

مدلهای ارتباطات انسانی

هدف کلی قسمت هفتم

فراگیران پس از مطالعه مطالب این قسمت ضمن آشنایی با مؤلفه‌های ارتباطات انسانی مدل‌های ارتباطات انسانی را می‌آموزند.

هدف‌های عملکردی:

از شما انتظار می‌رود پس از مطالعه، بحث و گفتگو پیرامون مطالب این قسمت بتوانید:

- ۱- مؤلفه‌های ارتباطات انسانی را تشریح کنید.
- ۲- شیوه عمل اجزای ارتباطات را تحلیل کنید.
- ۳- مدل تعاملی ارتباطات را تحلیل کنید.
- ۴- مدل خطی و تعاملی را مقایسه کنید.
- ۵- مدل تبادلی ارتباطات را تحلیل کنید.
- ۶- مزایا و محدودیت‌های مدل تعاملی و تبادلی را مقایسه کنید.

مؤلفه های ارتباطات انسانی

ما به عنوان موجوداتی ذی شعور و هوشمند می توانیم به طور دلخواه و گزینشی با دیگران ارتباط برقرار کنیم. یعنی با مراجعه به مجموعه اطلاعات گسترده ای که در اختیار داریم نمادی را انتخاب کنیم تا ایده یا مفهوم مورد نظر ما را به بهترین شکل ممکن نمایان سازد و یا انتقال دهد. می توانیم به اموری خاص، فارغ از ارتباط آنها بادیگر امور؛ فکر کنیم؛ رویدادهای آینده را پیش بینی نماییم، برنامه ریزی نموده و اطلاعات را ذخیره و بازیافت کنیم، برقراری ارتباط به شکل گزینشی، به ما این توانایی را می دهد که اصوات را با ساختارهایی ترکیب نماییم و رویدادها و اشیاء را توصیف کنیم.

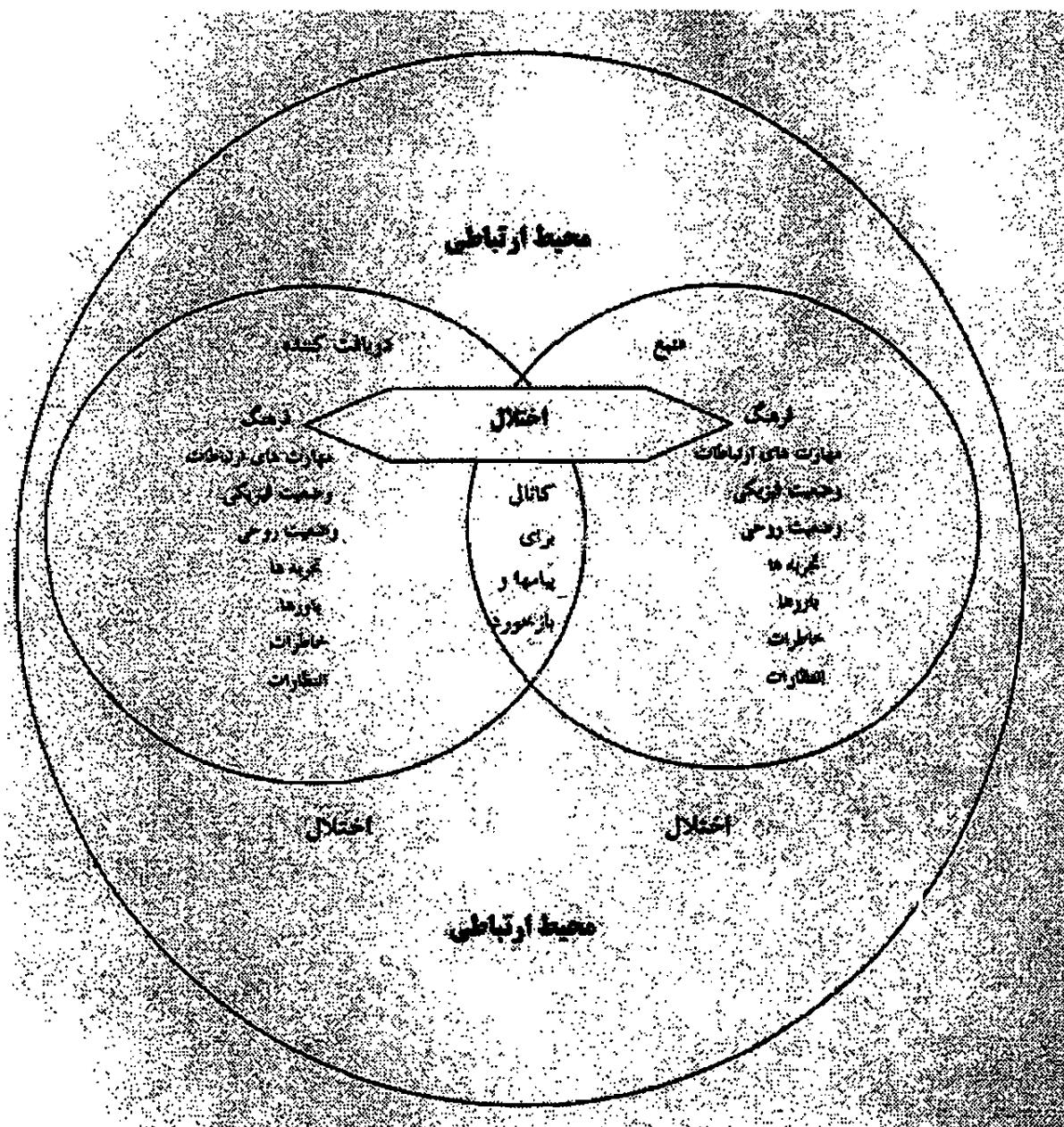
وقتی که مابافرد دیگری ارتباط برقرار می کنیم، در واقع رمزگذاری می کنیم (نظریات و ایده هارا می گیریم و آنها را به شکل پیام در می آوریم) و آنها را از طریق مجرای متشکل از سیستم علائم ابتدایی خود (حوالی پنجگانه: بینایی، شنوایی، بویایی، چشایی و لامسه)، به فردی که آنها را از طریق سیستم علایم اولیه خود دریافت می کند، ارسال نموده و بدین ترتیب وسیله پیام را رمزگشایی (رمزنگاری) می کنیم.

ما معمولاً واکنش های خود را نسبت به آنچه احساس نموده ایم از طریق علایم کلامی و غیر کلامی ابراز می کنیم. ممکن است شما بگویید: «من صدای زنگ را شنیدم» یا «آن نرم است». اینها مدل هایی از ارتباطات کلامی هستند که در واقع پاسخی هستند به آنچه حوالی پنجگانه شما دریافت کرده اند. شما همچنین می توانید به شکلی غیر کلامی پاسخ دهید. وقتی به یک اجاق داغ دست می زنید، سریعاً انگشتان خود را از آن دور می کنید و چند قطره اشک از چشم انداخته اند.

جاری می‌شود ... عقب کشیدن انگشتان و ریزش اشک ارتباطات غیر کلامی هستند.

در هر نوع فرایند ارتباط، میزان کارآیی ارتباطات، به درک دو جانبه ارتباط برقرار کنندگان از علایم موجود بستگی دارد. فرض کنید که قرار است تا لحظاتی دیگر یک امتحان بدھید، یکباره، متوجه می‌شوید که فراموش کرده‌اید مدادی همراه خود بیاورید، از یکی از دوستان خود می‌پرسید: «آیا می‌توانم یک مداد از شما قرض کنم؟» او پاسخ می‌دهد «بله» و یک مداد به شما می‌دهد. شما فقط در یک مبادله ارتباطی موئر، شرکت کرده‌اید. شما (ارتباط برقرار کننده الف)، پیامی را به شکل رمز در آورید (آیا می‌توانم یک مداد از شما قرض بگیرم؟) و آن را از طریق یک مجراء (تن‌های صوتی سوار بر روی امواج صدا) به دوست خود (ارتباط برقرار کننده ب) ارسال نمودید. دوست شما پیام را دریافت نمود (با بهره گیری از عوامل حسی؛ گوش‌ها) و آن را رمزگشایی کرد (فهمید که شما یک مداد می‌خواهید). باز خورد دوست شما (کلمه «بله» و دادن مداد به شما) نشان می‌دهد که پیام به شکلی موقیت آمیز دریافت و رمزگشایی شده است. اکنون فرض کنید که شخصی فرانسوی کنار شمانشسته است که حتی یک کلمه هم انگلیسی نمی‌داند؛ نمادی که او برای مداد استفاده می‌کند واژه crayon است. اگر شما نتوانید به زبان فرانسه با او ارتباط برقرار کنید، قادر به رمزگشایی پیام شما نخواهد بود. یا فرض کنید که به محض آن که در یک جلسه شروع به طرح سؤال خود می‌کنید، سیستم اعلان عمومی (مثلًاً یک بلندگو) به کار می‌افتد و صدای ناهنجار بلندی در سراسر اتاق شنیده می‌شود. در این حالت، ممکن است دریافت کننده قادر به شنیدن پرسش شما نشود و بنابراین، ارتباط موفقی صورت نپذیرد.

به یاد داشته باشید که سخن گفتن، به تنها یابی، به معنای برقراری ارتباط نیست. سخن گفتن فقط یک عمل بیولوژیکی است؛ بیان صدایها. احتمالاً از نوع نمادهای صوتی یک زبان خاص. اما ارتباطات گسترده ترمی باشد: ارتباطات رابطه‌ای میان مردم است که در آن فهم مشترکی میان مشارکت کنندگان وجود دارد. به عبارت دیگر، فرد گیرنده پیام، همان هدفی را که فرستنده از ارسال پیام دارد، دریافت می‌کند. شکل (۱) شیوه عمل اجزای ارتباطات را نشان می‌دهد. دایره‌های منبع (فرستنده پیام) و گیرنده (گیرنده پیام) با تبادل پیام‌ها (ارتباط) و واکنش (واکنش پیام) و ارسال این پاسخ‌ها به دیگری از طریق مجراهای ارتباطی، در یکدیگر تداخل می‌کنند. این دو دایره مداخله‌دار بیانگر آن هستند که برقراری ارتباط فقط هنگامی ممکن است که هر برقرار کننده ارتباط، پیام دیگری را درک کند.



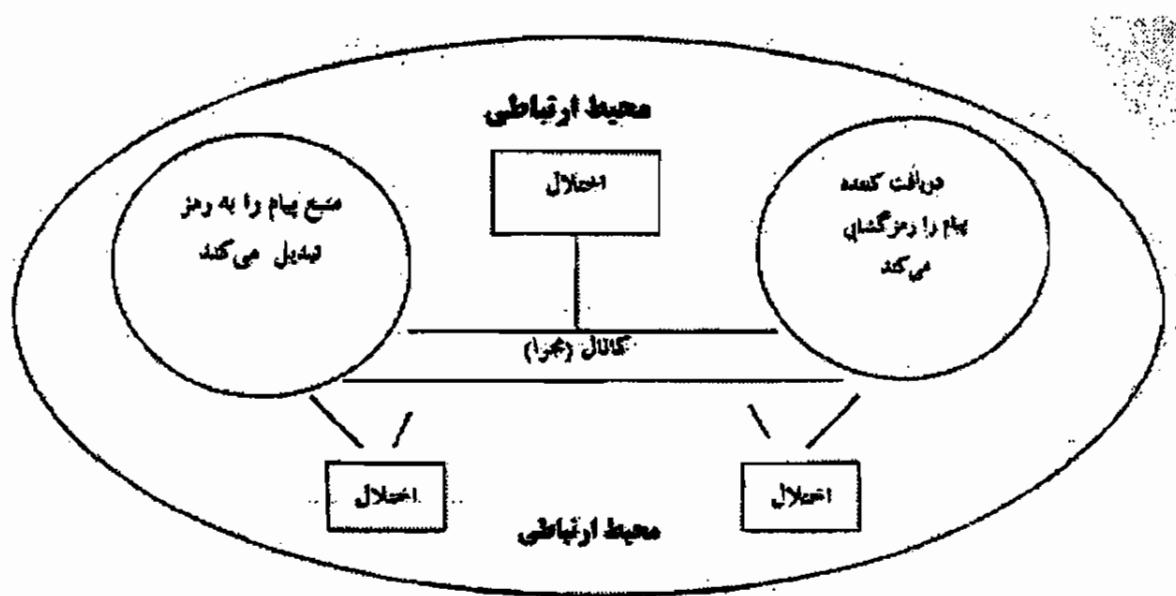
شکل (۱)، شیوه عمل اجزای ارتباطات

مدل‌های ارتباطات انسانی^۱

مدل‌های انسانی توان ساده شده یک شیء یا پدیده واقعی نامید. که بیشترین شباهت و خصوصیات پدیده اصلی را در خود منعکس کرده است. مدل‌ها تمام جنبه‌های واقعیت را در بر نمی‌گیرند. علیرغم این کمبود، الگوها می‌توانند به ما کمک نمایند. راه‌های بسیاری جهت توصیف فرایند ارتباطات وجود دارند که به سه الگوی خطی، تعاملی و تعادلی اشاره می‌کنیم.

مدل‌های خطی ارتباطات

کار نظری اولیه در زمینه ارتباطات کلامی، حاصل تلاش‌ها و زحمات اساتید علم معانی و بیان روم و یونان باستان است که به آموزش روحانیون و سخنوران آن زمان اهتمام می‌ورزیدند. به همین دلیل، اولین نظریه‌ها، بر نقش سخنرانان تأکید داشتند و دیدگاهی یک سویه از ارتباطات را منعکس می‌کردند. بر اساس این دیدگاه، شخص اعمالی خاص را به ترتیبی خاص در یک سخنرانی اجرا می‌کند و پاسخ‌های مورد نظر آرائه شده توسط شنوندگان را دریافت می‌کند. این دیدگاه، الگوی خطی ارتباطات نامیده می‌شود. (شکل ۲ را ملاحظه کنید).



شکل (۲)، مدل خطی ارتباطات (ارتباط یک سویه)

مأخذ:

- ۱- ری. آم. برکو و همکاران: «مدیریت ارتباطات»، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۷۸، صص (۲۳-۲۸).

در یک الگوی خطی؛ منبع، پیامی را به رمز تبدیل می‌کند و آن را با طریق یک یا چند مجرای حسی به دریافت کننده ارسال می‌نماید. سپس دریافت کننده، پیام را دریافت می‌کند و آن را رمز گشایی می‌کند. به عنوان مثال، بعد از اینکه شما یک دستگاه رایانه می‌خرید به پیام ضبط شده بر روی نوار (توسط تولید کننده) گوش می‌دهید. این نوار به شما توضیح می‌دهد که چگونه دیسک سیستم عامل را وارد کنید و رایانه را روشن کنید. اگر شما دستورهای اجرا کردید و رایانه روشن شد، پس، ارتباط موفق بوده است.

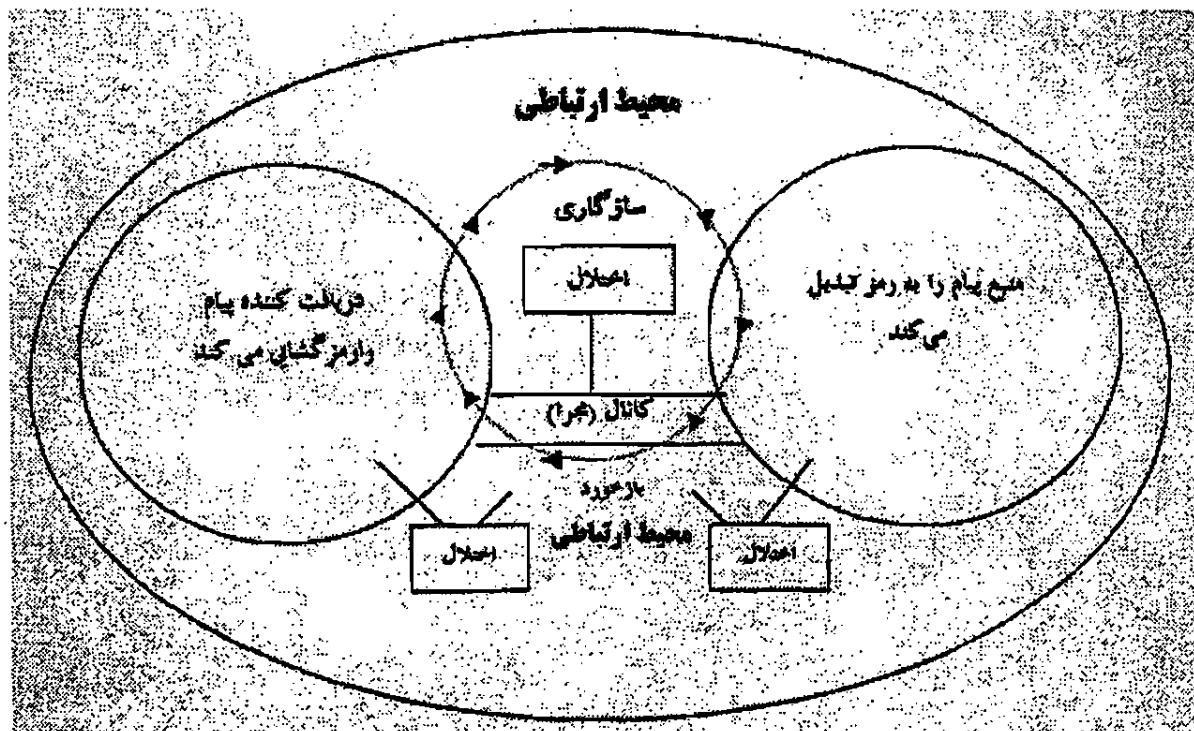
اگر چه ارتباط یک سویه ارتباطی ضروری است. اما اثربخشی این نوع ارتباط محدود است. برای نشان دادن این موضوع، مثالی می‌زنیم. استاد (گوینده) می‌گوید، «طفاً کتاب را پس از استفاده روی میز بگذارید» و سپس از اتاق خارج می‌شود. سعید (شنونده) انبوهی از کتاب را مقابل خود می‌بیند، امانمی‌داند کدام کتاب را باید روی میز بگذارد. در این مثال استاد تصور می‌کند این نوع ارسال پیام برای برقراری ارتباط کافی است. اما در واقع، وی نقش مهم دریافت کننده را در پاسخ دادن به فرستنده و یاد را کنیش به پیام دریافتی نادیده می‌گیرد. نقش را کنیش از آن نظر مهم است که به فرستنده و یا در را کنیش به پیام دریافتی نادیده می‌گیرد. نقش را کنیش از آن نظر مهم است که به فرستنده امکان می‌دهد که بداند آیا در خواست وی در کشده و پیام روشن و مشخص است یا خیر.

اگر را کنیش و پاسخ به پیام‌های فرستنده امکان پذیر نباشد - مانند هنگامی که یک گزارشگر تلویزیونی در حال گزارش دادن است - وی باید برای جلوگیری از بروز هر گونه اختلال احتمالی، از مناسب ترین زبان و قابل فهم ترین مصادیق و نمونه‌ها استفاده کند.

مدل تعاملی ارتباطات

الگوی خطی ارتباطات، کلیه متغیرهای موجود در فرایند ارتباط را مدنظر و مورد توجه قرار نمی‌دهد و الگویی ساده (منبع - دریافت کننده) است. به همین دلیل، برخی از دانشمندان علوم رفتاری که تحت تأثیر تحقیقات روان‌شناسی قرار گرفته بودند، این فرایند را به منظور شمول بیشتر تعامل و نشان دادن ماهیت پویا و پیوسته ارتباطات توسعه دادند.

الگوی تعاملی ارتباطات در شکل (۳) نشان داده شده است.



شکل (۳). مدل تعاملی ارتباطات (ارتباط دو سویه)

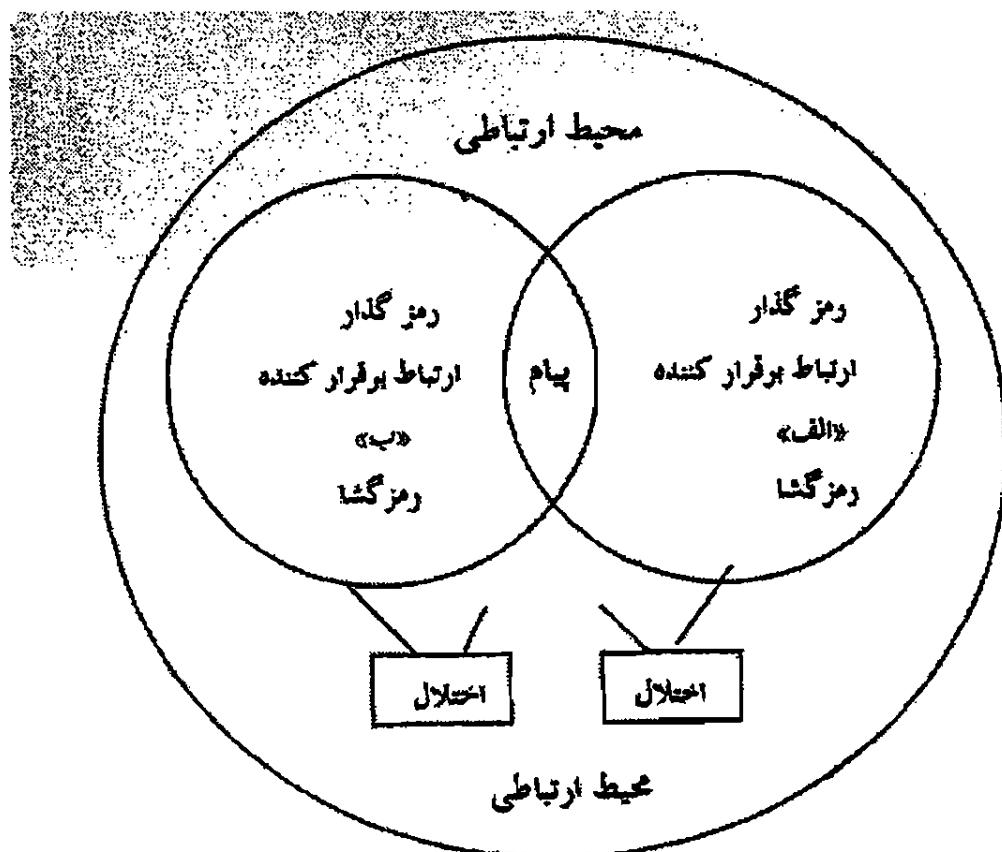
در الگوی تعاملی ارتباطات، منبع پیامی را به رمز تبدیل می‌نمایند و آن را به دریافت کننده ارسال می‌کند (از طریق یک یا چند کanal حسی) دریافت کننده، پیام را دریافت می‌کند و آن را (مانند الگوی خطی) رمز گشایی می‌نماید. اما سپس بازخورد را نیز به رمز تبدیل نموده و آن را مجددآبه منبع بر می‌گرداند. بنابراین فرایندی دو سویه اولیه ارسال شده و بازخورد دریافت شده، یک پیام جدید را به رمز تبدیل می‌کند که این پیام جدید با بازخورد سازگار می‌باشد (سازگاری). به عنوان مثال، استاد به سعید می‌گوید، «طفاً کتاب را به من بدهید». سعید، به انبوه کتاب‌های مقابل خود نگاه می‌کند و می‌گوید، «کدام کتاب؟» (بازخورد)، استاد پاسخ می‌دهد، «کتاب قرمزی که روی کتابهای دیگر قرار دارد» (اسازگاری). نتیجه نفوذ و اثر پاسخ‌های دریافت کننده، در این دیدگاه ارتباطی منعکس می‌گردد. بر اساس این دیدگاه، یک فرایند چرخه‌ای پیشنهاد می‌شود: ارسال - دریافت و به همین ترتیب.

تا حد امکان، ارتباط برقرار کنندگان باید تلاش کنند تا برای پی‌بردن به میزان کارآبی واقعی روش برقراری ارتباط خود، تعامل کنند. در مثال بالا، تحلیل استاد از تعداد کتاب‌های موجود او را به این نتیجه می‌رساند که باید پیام را دقیق‌تر و محدود‌تر نماید و گفته‌او که، «طفاً کتاب قرمز

روی کتاب‌های دیگر را به من بدهید» بر همین مبنایست. همچنین احتمال داشت او منتظر می‌ماند تا سعید کتاب مورد نظر وی را روی میز بگذارد تا بدین وسیله ببیند که آیا او می‌توانست اشتباه خود را به وسیله نشان دادن کتاب به صورتی دقیق تراصراحت کند.

مدل تبادلی ارتباطات

نظریه پردازان معتقدند که ارتباطات به سادگی یک فرایند محرک و پاسخ که الگوهای خطی و تعاملی آن را مطرح می‌کنند، نیست. مطابق این دیدگاه، ارتباطات مبادله‌ای است که در آن منبع و دریافت کننده در سراسر فعالیت ارتباط نقش‌های قابل مبادله ایفا می‌کنند. بنابراین ساخت الگوی روشن و مشخص از این فرایند به سادگی ممکن نیست. شکل (۴) الگوی تبادلی ارتباطات را نشان می‌دهد.



شکل (۴) مدل تبادلی ارتباطات (ارتباط چند سویه)

در این الگو، پیام فوراً توسط ارتباط برقرار کنندگان پردازش می‌شود. ارتباط برقرار کننده الف، پیامی را به رمز تبدیل می‌کند و آن را رسال می‌کند. سپس ارتباط برقرار کننده ب، بازخورد را به

رمز تبدیل می‌نماید و آن را به ارتباط برقرار کننده الف ارسال می‌دارد، ارتباط برقرار کننده الف نیز آن باز خورد را رمزگشایی می‌کند. اما این قدم‌ها مانعه الجمیع نیستند، به رمز تبدیل کردن و رمزگشایی می‌تواند فوراً در یک زمان صورت گیرد. گویندگان می‌توانند در همان زمان که پیامی شفاهی را ارسال می‌کنند، پیام بـ: خبر دغیر کلامی شنوندگان را دریافت نموده، رمزگشایی کنند.

از آنجا که پیام‌هارا می‌توان در یـد... زمان ارسال و دریافت نمود، این الگو چند سویه می‌باشد.

توجه داشته باشید که در این اـ... کـ، شخص منبع و دیگری دریافت کننده نام نمی‌گیرند.

در عوض هر دو ارتباط برقرار کننده، نقش‌های رمزگذار رمزگشار اـین مبادله می‌پذیرند؛ بنابراین در یک زمان و فوراً ارتباط برقرار می‌کنند. به ارتباطی آنی و همزمان در این مبادله توجه کنید:

فرهاد (منبع) می‌گوید: «من شمارا دوست دارم» (در همان لحظه).

فرهاد (دریافت کننده) می‌بیند که شیرین در حالی که او صحبت می‌کند از او دور می‌شود، (در همان لحظه).

شیرین (منبع) از فرهاد دور می‌شود. (در همان لحظه).

شیرین (دریافت کننده) می‌گوید، «من شمارا دوست دارم» (در همان لحظه).

فرهاد (منبع) می‌ایستد، بر می‌گردد، اخـم می‌کند و می‌گوید: «من در مورد آنچه که می‌گویید مطمئن نیستم»، (همان لحظه). فرهاد (منبع) سر خود را تکان می‌دهد و به سوی شیرین که در حال حرف زدن است قدم بر می‌دارد.

در تمام این رویارویی، هم فرهاد و هم شیرین در یک آن، هم فرستنده و هم گیرنده (رمزگذار و رمزگشا) پیام‌های کلامی و غیر کلامی هستند.

مقایسه مدل‌ها

مقایسه سه الگوی مذکور در قالب یک مثال به شما امکان می‌دهد تفاوت هر الگو را از دیگری تشخیص دهید: رئیس بخش روابط عمومی یک شرکت بزرگ لـز طریق تلویزیون مدار بسته از استودیوی دفتر مرکزی شرکت برای بازاریاب‌های این شرکت که در سراسر کشور پراکنده می‌باشند سخنرانی می‌کند. این مثال یک الگوی خطی از ارتباطات رانشان می‌دهد.

سپس همین رئیس، همین سخنرانی را در اتاق هیئت رئیسه شرکت ایراد می‌کند. او سخنرانی را دقیقاً از روی متن می‌خواند و تلاشی در جهت جستجوی باز خورد نمی‌کند. بعد از سخنرانی، او می‌پرسد «آیا سوالی هست؟»، یک عضو هیئت رئیسه پرسشی را مطرح می‌کند و او به آن پاسخ

می‌دهد. این جلسه پرسش و پاسخ نمایانگر الگوی تعاملی ارتباطات است که در آن، فرستنده پیام را به رمز تبدیل نموده. ارسال می‌کند. پیام دریافت شده و رمزگشایی می‌شود. باز خورد ارائه می‌گردد (پرسش) و سازگاری انجام می‌پذیرد (پاسخ).

سپس کارکنان بخش فروش وارد اتاق می‌شوند. رئیس بخش روابط عمومی شروع به صحبت می‌کند. در حالی که او سخنرانی می‌کند، یک کارمند فروش از او سوالی می‌پرسد. هنگام پرسش، او سر خود را تکان می‌دهد. در این حال او به شکل غیر کلامی با آن کارمند فروش صحبت می‌کند. در همین حال، کارمند فروش نیز سر خود را تکان می‌دهد و به این ترتیب نشان می‌دهد که آنچه را که شرح داده است فهمیده است و می‌گوید: «متوجه شدم». این، مثالی برای الگوی تبادلی ارتباطات می‌باشد.

فصل چهارم

وسایل ارتباط جمعی (ستی - نوین)

قسمت هشتم: تحول وسایل ارتباط جمعی ستی

قسمت نهم: تحول فن آوری‌های دیجیتالی نوین

قسمت هشتم

تحویل وسایل ارتباط جمیعی سنتی

تحول وسائل ارتباط جمعی :

همگام با رشد اختراعات و نوآوری های انسان در عرصه های مختلف، وسائل ارتباطی نیز پیچیده تر و متكامل تر شده اند. در این بخش تلاش می شود تا سیر تحولات رسانه های جمعی به اختصار مرور شود.

الف) تحول وسائل ارتباط جمعی نوشتاری (خط، کتابت، روزنامه، مجله) :

در جوامع اولیه که انسان ها در گروه های بسیار کوچک زندگی می کردند، بیشتر از زبان و بیان شفاهی، صدای طبل و آتش و دود و علامات و نشانه ها و نمادهای دیگر برای بهره برداری پیام خود استفاده می کردند.

«یوهان گنزفلیش» آلمانی معروف به گوتنبرگ با اختراع چاپ از سال ۱۴۳۶ تا ۱۴۵۲ در زمینه وسائل ارتباط جمعی، انقلابی بزرگ ایجاد کرد. با تکثیر کتاب ها علوم و فنون بشری روبه رونق می گذارند و با پیدایش و پیشرفت روزنامه ها، امکانات فراوانی برای توسعه ارتباطات اجتماعی فراهم می شود. به موازات تحولات اقتصادی و اجتماعی در قرن اخیر، وسائل فنی جدیدی نظیر عکس، تلگراف، تلفن، بی سیم، صفحه و نوار ضبط صوت و فیلم برای ارتباطات اجتماعی ساخته می شوند و در نتیجه آن وسائل ارتباطی نوین سمعی و بصری مثل رادیو و سینما و تلویزیون ایجاد می شوند و با امکانات تازه ای که برای انتقال سریع اخبار و افکار و روش های زندگی در اختیار توده های وسیع انسانی در سراسر جهان قرار می دهند، عصر تازه ای در ارتباطات پدید می آورند. با این حال اختراع صنعت چاپ در اروپا به خودی خود برای انتشار و توزیع کتاب ها به سایر

نوشته‌های چاپی به میزان وسیع، کافی نبود و در حدود یک قرن طول کشید تا با توسعه ادارات پست، از صنعت جدید بهره برداری شد. اختراع چاپ و گسترش شبکه‌های پستی در شهرهای مختلف اروپا به زودی تحول عظیمی را که زائیده پخش افکار نویسنده‌گان و متغیران بود. در جوامع اروپایی گسترش داد. در اثر این تحول، آگاهی اجتماعی افراد افزایش یافت و نیاز آنان به کسب معلومات و اطلاعات جدید بیشتر شد و به همین سبب مقدمات انتشار «مطبوعات^۱» نیز فراهم شد.

از اواخر قرن شانزدهم و اوایل قرن هفدهم که صنعت چاپ توسعه واقعی یافت، مطبوعات نیز رفته رفته خصوصیات امروزی را بدست آوردند و انتشار کتاب‌ها تحت الشاعع قرار دادند. از این زمان نویسنده‌گان و کسانی که به امر چاپ می‌پرداختند دو طبقه ممتاز مطبوعاتی شدند. برای پاسخ دادن به احتیاج روز افزون مردم، اخبار، انتشار مطبوعات از جهت زمانی تابع نظم خاص شد و بدین طریق کار چاپخانه‌های زرونق پیدا کرد. تقریباً در یک زمان در شهرهای پراگ (چکوسlovaki) آنور (بلژیک) استرایبورگ (فرانسه امروز) و فرانکفورت (آلمان)، جزووهای و یادداشت‌های طبع شده‌ای که حاوی گزارش حوادث و وقایع اجتماعی بودند، شروع به انتشار کردند. این نشریات که ابتدا نظم معینی نداشتند به زودی به صورت سال نامه، ماه نامه، هفته نامه و سر انجام روزنامه در آمدند.

ب) تحول وسائل ارتباط جمعی شنیداری (رادیو) :

اما به موازات گسترش آگاهی‌های عمومی، روز به روز نیازهای ارتباطی و خبری نیز افزایش می‌یافت و افراد علاقه‌پیدامی کردند که از رویدادهای محیط زندگی خود و دیگران اطلاعات بیشتر و سریعتری بدست آورند. بنابراین در کنار روزنامه‌ها، باید وسائل نوینی ایجاد می‌شدند که شرایط ارتباط مستقیم و فوری از راه دور، در سرزمین‌های پهناور را تأمین کنند. اختراع تلگراف و تلفن و بی‌سیم و تکمیل تکنیک‌های عکاسی، به تدریج این شرائط را فراهم ساختند و با ظهر رادیو و سینما و تلویزیون، وسائل ارتباطی تازه‌ای در کنار مطبوعات در اختیار انسان گذاشته شدند. در سال ۱۸۷۶ که «الکساندر گراهام بل^۲»، «توماس واتسون^۳» آمریکائی تلفن را اختراع کردند، دگرگونی بزرگی در فنون ارتباطی به بار آمد. زیرا با استفاده از این وسیله جدید، انسان بر محدودیت‌های

1-The Press

2- Alexander Graham Bell

3-Thomas Watson

مکانی و زمانی موجود در ارتباطات مستقیم یعنی مسافت و زمان غلبه کرد. ایجاد وسائل ارتباط تلگرافی و تلفنی را باید مقدمه انقلابی دانست که از سال ۱۸۹۵ با اختراع دستگاه ارتباطات بی سیم و رادیوئی توسط «گوگلیلمومارکنی^۱» ایتالیائی در زمینه ارتباطات پدید آمد.

با ظهور رادیو و استفاده از امواج برای انتقال پیام‌های گوناگون انسانی، وضع انحصاری وسائل ارتباطی چاپی از میان رفت و به عقیده برخی از دانشمندان علوم ارتباطات، مثل مارشال مک لوهان کانادائی، به دنبال عصر چاپ یا «عصر گوتنبرگ»، عصر ارتباطات الکترونیکی یا «عصر مارکنی» آغاز شد.

ج) تحول وسائل ارتباطات جمعی دیداری (سینما، تلویزیون) :

در آخرین سال‌های قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، با کوشش‌های دیگری که برای تکمیل فن عکاسی و فیلمبرداری، ساختن صفحات ضبط صوت و دستگاه گرامافون و تهیه وسائل نمایش و انتقال عکس‌ها و تصویرهای متحرک از راه‌های دور صورت گرفت، وسائل نوینی چون سینما، رادیو و تلویزیون در اختیار انسان گذاشته شدند.

در اواسط قرن بیستم در کنار این وسائل نوین ارتباطی، دستگاه‌های صنعتی دیگری نظری «رادار» نیز ساخته شدند که انسان در مورد پرواز هوایی‌ها و یا موارد مشابه از آن‌ها استفاده می‌کند. این گونه دستگاه، وسیله ارتباط «انسان با ماشین» محسوب می‌شود.

به طور کلی، وسائل ارتباطی نوین در یک قرن اخیر و مخصوصاً در پنجاه و پنج سال گذشته، گسترش و پیشرفت فراوان پیدا کرده‌اند. در نیم قرن گذشته و مخصوصاً در سال‌های پس از جنگ جهانی دوم، همه وسائل جدید ارتباطی، جهان گیر شده‌اند و اکنون صدها میلیون نفر از مردم دنیا از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنند.

د) تحول وسائل ارتباطات جمعی الکترونیک جدید (ماهواره، کامپیوتر) :

در بیان قرن بیستم، تحولات فن آورانه، جهان را به ابزارهای نیرومندتری، برای پرداختن به فرآیندهای تولید، حمل و نقل، ارتباطات و فعالیتهای سیاسی و اقتصادی مجهز ساخته است. ابداعات فن آورانه، به ویژه در عرصه رسانه‌ها و اطلاعات، جهان را به شمشیری دولبه مجهز کرده

است که از یک سو پیام آور فضای عمومی جدیدی است که در آن افراد بشر، فارغ از مرزها و محدوده‌ها، به یکدیگر پیوند می‌خورند و به فرصت‌های استثنایی دست می‌یابند و از سوی دیگر آغازگر شکاف دیگری میان فقرا و اغنيا است و فاصله میان دارندگان و فاقدان آن را بیشتر کرده است.

فن آوری اطلاعات! واژه دیگری است که امروزه به تعبیری فراگیرتر از فن آوری ارتباطی اطلاق می‌شود. این فن آوری مجموعه وسیعی از فن‌آوری‌های ارتباطی از قبیل رایانه، ماهواره و بهره‌گیری از رسانه‌های قدیمی تر نظیر کاست ویدئو، نوار ضبط، پخش صوت دیسکی، فن آوری‌های مخابراتی و ... را در بر می‌گیرد.

ویژگی دو دهه اخیر^۲ (دهه‌های هشتاد و نود)، توسعه سریع میکروکامپیوترها، سیستمهای پخش ماهواره‌ای و شبکه‌های رایانه‌ای، یا به عبارتی توسعه تله ماتیک‌های جدید، امکان دسترسی افراد را به اطلاعات در سطحی گسترده و در مناطق دوردست میسر کرده است. حافظه‌های قوی‌تر، داده‌های بیشتری را در دسترس بشر قرار می‌دهند. تبدیل پیام‌های آنالوگ به دیجیتال^۳ و یادیجیتالی شدن، ظرفیت مجاری ارتباطی را بالا برده و شانس انتخاب بیشتری به کاربران داده است. همه این امکانات، ارتباطات یکسویه و خطی را به ارتباطات متعامل تبدیل کرده است. در حقیقت، رسانه‌های جدید، ویژگی‌های دو حالت ارتباطی چهره به چهره و جمعی را با یکدیگر تلفیق می‌کنند. جمع‌زدایی^۴ ویژگی دیگر این فن آوری‌های است. با این ویژگی حجم زیادی از داده‌ها، بدون نیاز به ارتباطات رو در رو و حضور در جمع میسر می‌شود.

از سوی دیگر، خصلت ناهمزنانی^۵ این رسانه‌ها قابلیت دریافت و یا ارسال پیام، متناسب با زمان مورد نظر کاربر دراممکن می‌کند. این سه ویژگی، همراه با هم کنترل بر جریان اطلاعات را از منبع به گیرنده منتقل می‌سازد و با تسهیل دسترسی بسیار گسترده و توانایی ارائه اطلاعات به جای سرگرمی صرف، رسانه‌های نوین را از فن آوری‌های دهه‌های گذشته متمایز و ممتاز

1- Information technology

2-(1980 - 1990)

3-A/d conversion

4- De - Massification

5- Asynchrony

می‌سازد.

از آنجا که بخش عمده‌ای از رسانه‌های نوین متکی بر رایانه هستند و زبان رایانه نیز دیجیتالی است، یکی از مهمترین ویژگی‌های تحولات فن آورانه‌ای خیر دیجیتالی سازی اطلاعات است. تبدیل اطلاعات به شکل دیجیتالی، انتقال اطلاعات را از منابع گوناگون به وسیله یک مجراء فراهم می‌سازد و خطر تحریف را نیز کاهش می‌دهد، بنابراین استفاده از آن باعث می‌شود اطلاعات سریعتر، انعطاف‌پذیرتر و با اعتماد بالا و هزینه‌اندک جریان یابد.

به وسیله دیجیتال سازی، ظرفیت مجرای ارتباطی تا حد زیادی افزایش می‌یابد و امکان ساخت سیستم‌های متعامل بیشتر می‌شود. علاوه بر این، کیفیت انتقال صدا و تصویر به نحو چشمگیری افزایش می‌یابد و چون در زمان و میزان کار صرفه جویی می‌شود، بهره‌وری اقتصادی نیز بالا می‌رود.

تحول فن آوریهای دیجیتالی نوین :

۱- همگرایی و کارکرد چندوجهی: از آنجا که تمامی علائم به شکل پیامهای دیجیتالی در می‌آیند، بنابراین به هم پیوستگی همه این رسانه‌ها، قاز جدیدی از نگهداری اطلاعات را به وجود می‌آورد و کاربرد اطلاعات را «چندکاره» می‌کند. به این ترتیب رسانه‌هایی مثل رایانه شخصی و تلویزیون به ایستگاههای مولتی مدیا (چند رسانه‌ای) تبدیل می‌شوند.

۲- هوشمندی: فن آوریهای دیجیتالی هوشمند هستند. این بدان معناست که به کاربران اطلاعات، سیستم‌های اطلاعاتی و شبکه‌ها، قابلیت حل مشکل^۳ را اعطا می‌کنند.

۳- حضور در همه جا (فراگیری^۴): یکی از مهمترین ویژگی‌های فن آوریهای دیجیتالی، فراگیری آنهاست. آنها از خانه و آشپزخانه گرفته تا اداره و سرویسهای خدمات بهداشتی و دفاعی، در امر آموزش و حکومت و تولید و سرمایه‌گذاری، در همه جا حضور دارند. دکتر شهیندخت خوارزمی، در تعبیر دیگری از ویژگی همه جا حاضر بودن می‌نویسد: «این رسانه‌ها به محض ورود به جامعه، راه خود را به همه جا باز می‌کنند. به قول معروف اگر از یک در آنها را بیرون کنید، از در دیگر وارد

1- Multifunctionality and Convergence

2- Intelligence

3- Problem Solving

4- Ubiquity

می‌شوند، زیرا به دلایل فنی اصلاً نمی‌شود جلوی نفوذ آنها را گرفت.»

أنواع رسانه های الکترونیک :

با احتساب ویژگیهایی که پیشتر نام بردیم، برخی از این فن‌آوریهای نوین را توصیف کرده‌اند بر می‌شماریم:

۱- میکرو کامپیوترها: این نسل جدید از کامپیوترها، به علت کوچکی و هزینه‌ای بسیار ناچیز‌تر از قیمت کامپیوترهای قبلی به زودی به خانه‌ها، ادارات و سازمانها راه یافت. در پی آن، محققان به زودی دریافتند که امکان برقراری ارتباط نه تنها بین هر فرد با رایانه مرکزی، بلکه بین رایانه‌های افراد، از طریق خطوط تلفنی میسر است. به این ترتیب شبکه‌ها^۱ پیدا شدند که کاربران و رایانه‌ها رابه هم پیوند دادند.

۲- بولتن بوردهای کامپیوترا: بولتن بوردها، اجتماعات کوچک و بزرگ متشكل از افرادی هستند که به برخی موضوعهای خاص (نظیر موسیقی، فعالیتهای ضد هسته‌ای و...) علاقه‌مند هستند و از طریق ارتباط رایانه‌ای، با یکدیگر تبادل نظر می‌کنند. ورود به چنین شبکه‌ای که از درجه تعامل بسیار بالا بهره مند است، برای همگان آزاد است. یک بولتن بورد متشكل از یک کامپیوتر میزبان^۲ است که مشارکت کنندگان با استفاده از ترمینال / میکرو کامپیوتر خود و از طریق خطوط تلفنی، قادرند به آن دسترسی یابند. به این ترتیب بولتن بوردها قادرند نظام ارتباطی کاملاً دموکراتیکی را به وجود آورند که در آن سلسله مراتب سازمانی و یادروازه بانی وجود ندارد.

۳- ویدیو تکست و تله تکست: ویدیو تکست یک سرویس متعامل اطلاعاتی است که به هر فرد امکان می‌دهد تا از طریق تلفن یا کابل، تصویر^۴ اطلاعات مورد نظر خود را از یک رایانه مرکزی درخواست کند و آن را روی صفحه نمایشگر (که معمولاً تلویزیون است) ببیند. تله تکست، سرویس اطلاعاتی متعامل دیگری است که به فرد امکان می‌دهد اطلاعات مورد نیاز خود را برای مشاهده بر صفحه تلویزیونی، تقاضا کند و این اطلاعات را از طریق «فواصل خالی عمودی» سیگنالهای پخش تلویزیونی بگیرد.

1-Networks

2- Computer bulletin boards

3- Host

4- Image

۴- اینترنت: اینترنت به معنای مجموعه‌ای از شبکه‌های اول به صورت فیزیکی به هم متصل هستند، ثانیاً می‌توانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و منابع اطلاعاتی را با هم به اشتراک بگذارند و ثالثاً قادرند در کنار یکدیگر به صورت یک شبکه واحد عمل کنند. برای اینکه چنین شبکه‌ای بتواند کار کند، شبکه‌ها و رایانه‌های موجود در اینترنت باید به یکی از دو طریق زیر عمل کنند:

همگی برای برقراری ارتباط با یکدیگر از زبان مشترکی استفاده کنند.

مترجم و مفسر مناسب را برای درک زبان یکدیگر به کار گیرند.

۵- پست الکترونیکی^۱: کاربران اینترنت می‌توانند با استفاده از سرویس پست الکترونیک، با سایر کاربران، پیام مبادله کنند.

۶- تله کنفرانس: یک مجمع گروهی کوچک است که به واسطه ارتباطات الکترونیک متعامل بین چند نفر، در دو یا چند ناحیه جداگانه برگزار می‌شود. مزیت عمدی این نوع میزگرد، صرفه جویی در هزینه و وقت رفت و آمد است که به میلیونها دلار بالغ می‌شود.

۷- ارتباطات ماهواره‌ای و فیبرهای نوری: گرچه در مقایسه با رایانه‌ها، نقش ماهواره‌ها در انقلاب ارتباطات کمتر تقدیر شده است، اما مزایا و تأثیرات مهم آنها در تحول ارتباطات رانمی توان نادیده گرفت. از جمله کارکردهای این سیستم عبارتند از: خدمات بسیار ارزان قیمت تلفنهای راه دور، جهش در میزان پذیرش تلویزیون کابلی در جهان، تسهیل چاپ روزنامه‌های ملی و بین المللی، تسريع جريان بين المللی اخبار و تصاویر رويدادها، قابلیت تمرکز زدایی از تمامی انواع مؤسسات اطلاعاتی مرکز، نظیر بانک داری، پژوهش و حتی حکومت. ایجاد سیستم پخش مستقیم ماهواره‌ای.

۸- تلویزیونهای کابلی^۲: تلویزیونهای کابلی در سال ۱۹۵۰ به منظور دریافت تصاویر تلویزیونی در مناطق دور دست روستایی (پنسیلوانیا-آمریکا) ابداع شد. امروزه به عنوان یکی از فناوریهای نوین ارتباطی در سطح گسترده‌ای از جهان به کار می‌رود.

هر خانوار با پرداخت مبلغ ماهانه اضافی (حدود ۱۰ دلار در سال ۱۹۸۹) می‌تواند از یک کانال که فیلم‌های جدید و سایر برنامه‌ها را پخش می‌کند، استفاده کند. جذابیت افزوده به این سیستم، عدم تبلیغات تجاری در آن است. تلویزیون کابلی متعامل قادر است متن و تصاویر گرافیکی و نیز

1- Email

2- Cable TV

تصاویر کامل ویدیویی را از طریق کابل و در پاسخ به تقاضای بینندگان به خانه‌ها ارسال کند.

۹- تلویزیون با وضوح بالا : تلویزیونهای جدید قادرند کیفیت تصویر و صدای پخش شده را تا حد زیادی افزایش دهند. در آینده نزدیک، این فن آوری امکان اتصال^۱ رایانه‌ها و تلویزیونها را نیز میسر خواهد کرد. برخی از این ویژگیها عبارتنداز: وضوح بیشتر تصویر^۲، تصویر بزرگتر^۳، رنگهای بیشتر^۴، تصویر گستردگر^۵، کیفیت صوتی، مشابه نظام‌های دیجیتالی چند کاناله.^۶

1- Connectivity

2-Higher picture sharpness

3-Larger picture

4- More colors

5- Wider picture

6-Multi - channel digital Systems

پرسش‌های تشریحی قسمت هشتم:

- ۱- تحول وسایل ارتباط جمعی نوشتاری از چه زمان شکل گرفت و چه مراحلی را طی کرد؟
- ۲- از اواخر قرن شانزدهم و اوایل قرن هفدهم چه تحولاتی در صنعت چاپ پدید آمد؟
- ۳- «گراهام بل» و «واتسون» چه تأثیراتی در تحول وسایل ارتباط جمعی شنیداری گذاردند؟
- ۴- در آخرین سال‌های قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم وسایل ارتباط جمعی، چه تغییراتی پیدا کرد؟
- ۵- تحول وسایل ارتباط جمعی الکترونیک جدید (ماهواره - کامپیوتر) از چه قرنی آغاز شد و به دنبال آن چه مراحلی پدید آمد؟
- ۶- «فن آوری اطلاعات» چیست؟ ویژگیهای آن کدام است و توسعه آن شامل چه مراحلی بوده است؟
- ۷- چرا «فن آوری‌های دیجیتالی» هوشمند هستند، توضیح دهید؟
- ۸- انواع رسانه‌های الکترونیک نوین را نام ببرید و یکی را به دلخواه شرح دهید؟

فصل پنجم

نقش، کارکرد و تأثیرات
وسایل ارتباط جمعی

قسمت دهم

- تعریف و کارکرد رسانه‌های جمی
- وسایل ارتباط جمی به عنوان واسطه ساز نهادهای اجتماعی

هدف کلی قسمت دهم

فراگیران پس از مطالعه این قسمت ضمن آگاهی از نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های جمیع در سطوح فردی و جمیع با عملکرد آنها در شکل دادن به افکار عمومی آشنایی شوند.

هدف دبایی عملکردی

از شما انتظار می‌رود پس از مطالعه، بحث و گفتگو و بررسی‌های لازم پیرامون مطالب این قسمت بتوانید:

- ۱- کارکرد رسانه‌های جمیع را تشریح کنید.
- ۲- نقش و کارکرد رسانه‌های جمیع در جوامع کنونی را ارزیابی کنید.
- ۳- نقش وسایل ارتباط جمیع به عنوان واسطه سازی نهادهای اجتماعی را تحلیل و نقد کنید.
- ۴- چگونگی تأثیر وسایل ارتباط جمیع را در تغییر ارزش‌ها و نگرش‌های اجتماعی تحلیل کنید.

تعريف و کارکرد رسانه های جمعی :

طبقه‌بندی دقیق نقشه‌های اجتماعی ارتباطات را برای نخستین بار هارولد دی. لاسول، محقق آمریکایی در مقاله‌ای که در سال ۱۹۴۸ در این باره نوشت، مطرح کرد.^۱ وی در این مقاله سه نقش اساسی نظارت بر محیط (نقش خبری)، ایجاد و توسعه همبستگی‌های اجتماعی (نقش تشریحی) و انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی) برای وسایل ارتباط جمعی در نظر گرفت. چند سال بعد، چارلز رایت، محقق آمریکایی، نقش اجتماعی دیگری در مورد ایجاد سرگرمی (نقش تفریحی)، به نقشه‌های قبل اضافه کرد.

● نقش نظارت بر محیط و ضرورت هماهنگی افراد با دگرگونی‌های جامعه، لزوماً انتشار اخبار را توجیه می‌کند که یکی از نقشه‌های اصلی وسایل ارتباط جمعی در جوامع سرمایه‌داری است. در این جوامع با وجود آزادی اطلاعات، اخبار همیشه هماهنگ با نظام موجود و مصالح آن انتشار می‌یابند.

● ضرورت تکمیل اخبار و تجزیه و تحلیل و تفسیر خبری و به طور کلی آموزش عمومی، در نقش دوم قرار می‌گیرد، در این زمینه هم تفسیرها از زمینه کلی سیاستهای خبری جدایی‌ستند و با مصالح نظام هماهنگی دارند.

۱- این مقاله توسط نویسنده این کتاب ترجمه شده و با مشخصات زیر به چاپ رسیده است:
- هارولد دی . لاسول (۱۹۴۸) «ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه». ترجمه: غلامرضا آذری؛ در کتاب: باقر سارو-خانی (۱۳۸۲) «اندیشه‌های بنیادین علم ارتباطات». تهران: انتشارات خجسته، صص (۵۷-۸۳).

- در نقش سوم، معیارها و ارزش‌های خاص جوامع لیبرال غربی و از آن جمله، عقاید مربوط به دموکراسی، آزادی فردی، حقوق بشر و نظایر آن، برای انتقال میراث فرهنگی ترویج می‌شوند.
- نقش سرگرم کننده وسایل ارتباط جمعی، که بیش از پیش مورد توجه گردانندگان وسایل ارتباط جمعی است با توجه به همه جاذبه‌های ظاهری آن، با غیر سیاسی کردن جوامع و بی‌اعتنای ساختن مردم به امور عمومی، بیشترین آثار منفی را پدید می‌آورد.
- تکیه بر نقشه‌ها و کاربردهای اجتماعی وسایل ارتباط جمعی، در مطالعات و تحقیقات ارتباطی چند دهه اخیر درباره جهان سوم، تأثیر فراوان باقی گذاشته است. در این زمینه نظریه مشهور دانیل لونر آمریکایی درباره نوسازی جهان سوم و نقش قاطع وسایل ارتباط جمعی در پیشرفت کشورهای در حال توسعه – که در کتاب معروف او به نام «گذر از جامعه سنتی: نوسازی خاورمیانه» (۱۹۵۸) تشریح شده است – اهمیت خاص دارد. وی ارتباطات جمعی را عامل اصلی تحرک جوامع «سنتی» و تبدیل انسانهای «سنتی» به انسانهای «متجدد» معرفی می‌کند و با تأکید بر ضرورت گسترش چند عامل مهم «نوسازی»، «شهرنشینی»، «سودآموزی»، «استفاده‌از وسایل ارتباط جمعی» و «مشارکت اقتصادی و سیاسی». برای کشورهای جهان سوم نیز بر اساس تجربیات چند قرنی کشورهای غربی در راه نیل به «تجدد» و «دموکراسی»، همان راه واحد، ولنی بسیار سریع تر «تجدد طلبی» و «مشارکت جویی» را توصیه می‌کند.

در این اثر توجه خاصی که در مطالعات «فراگرد ارتباط» به دریافت کنندگان پیام شده است، مفهوم «همگرایی»^۱، که معرف استنباطها و ادراکهای مشترک افراد در مورد موضوعها و مسایل معین است نیز اهمیت خاص یافته است. با تکیه بر این مفهوم، گفته می‌شود که هر چه میزان همگرایی افراد بیشتر باشد، جریان ارتباط بین آنها مؤثرتر می‌شود.

فعالیت های مکمل:

- با دوستان خود در این مورد که رسانه های جمعی در جامعه ما بیشتر به ایفای کدامیک از نقش های مذکور می پردازند، تبادل نظر کنید.
- در جامعه ما رسانه های جمعی در ایفای کارکردهای مختلف تا چه اندازه موفق بوده اند؟
- آیا می توانید برای رسانه های جمعی کارکرد های دیگری ذکر کنید؟
- غیر از نقش های فوق الذکر، برای رسانه های جمعی در زمینه نهاد سازی اجتماعی چه نقش های دیگری می توانید ذکر کنید؟
- به نظر شما رسانه های جمعی در ایران تا چه اندازه در نهاد سازی اجتماعی موفق عمل کرده اند؟
- وضعیت خاص رسانه های جمعی در کشورهای جهان سوم را ارزیابی کنید.

پرسش‌های تشریحی:

- ۱- طبقه بندی نقشه‌ای اجتماعی ارتباطات نخستین بار از سوی چه کسی مطرح شد؟ نام ببرید و به طور کامل شرح دهید.
- ۲- نقش نظارت بر محیط چه تفاوتی با نقش سرگرم کننده رسانه‌ای دارد؟
- ۳- دانیل لرنر در باب رسانه‌ها و نوسازی چه اقداماتی کرد؟ توضیح دهید.
- ۴- رسانه‌ها چه تأثیری در تحرک جوامع سنتی نسبت به جوامع متجدد دارند؟
- ۵- مفهوم همگرایی در بین افراد و جوامع چه ربطی با کارکرد رسانه‌ها دارد؟
- ۶- نقش وسائل ارتباط جمعی را در واسطه سازی نهادهای اجتماعی توصیف کنید؟
- ۷- مفهوم ارتباط و هشیارسازی در اجتماع یا جامعه چیست؟ توضیح دهید.
- ۸- آیا رسانه‌ها «شیوه‌های نوین سازی غربی» را اشاعه می‌دهند؟ چرا؟
- ۹- «ارتباطات سرکوب کننده» چه تفاوتی با «ارتباطات آزاد کننده» دارد؟
- ۱۰- در برداشت‌های جدید، ارتباط به منزله ابزار اصلی دگرگونی اجتماعی و سیاسی چه جایگاهی پیدا می‌کند؟

فصل ششم

نظریه های ارتباطی

قسمت یازدهم

- هارولد دُوایت. لاسول
- پاول. فلیکس. لازارسفلد
- کورت لوین
- کاری آیور. هاولند
- ویلبر شرام
- هربوت مارشال مک لوهان
- الیزابت نوئل نیومن
- دنیس مک کوایل

هدف کلی قسمت یازدهم

فراگیران پس از مطالعه مطالب این قسمت با آراء و اندیشه های دانشمندان و نظریه پردازان ارتباطی و ارتباط جمعی آشنایی شوند.

هدف های عملکردی

- از شما انتظار می رود پس از مطالعه، بحث و مذاکره پیرامون مطالب این قسمت بتوانید.
- ۱- نظریه های هارولد لاسول، هاولند و شرام را تشریح و مقایسه کنید.
 - ۲- نظریه مارشال مک لوهان را درمورد ارتباط جمعی تحلیل و توصیف کنید.
 - ۳- نقد و تفسیر حمید مولانا و ذان کازنو بر نظریه های مک لوهان را توضیح دهید.
 - ۴- نظریه حرکت مارپیچی - سکوت الیزابت نوئل نیومن را تشریح و تحلیل کنید.
 - ۵- نظریه های مختلف دانشمندان علوم ارتباطی را تحلیل و مقایسه کنید.

نظریه های ارتباطی

در این بخش تلاش می شود خلاصه ای از رایج ترین نظریه های ارتباطی بیان شود:

الف) هارولد دوایت. لاسول (۱۹۷۸-۱۹۹۲) :

«هارولد لاسول» در طیف گسترده‌ای از رشته‌های مختلف علمی، نظری اقتصاد، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی وغیره به عنوان اندیشمند و صاحب نظر شناخته شده است. لاسول علاوه بر روش تجربه‌گرایی، از تکنیک «تحلیل محتوا» نیز استفاده کرد. برخی اورا کاشف تحلیل محتوامی دانند. لاسول از تحلیل محتوا، که خود آنرا «تحلیل فضا^۱» می‌نامد، برای یافتن آثار تبلیغات بر افکار عمومی استفاده کرد. اغلب دانشجویان ارتباطات او را با جمله معروفی که در سال ۱۹۴۰ نگاشت می‌شناسند: «چه کسی، چه چیزی را، از چه مجرایی و برای چه کسی، با چه تأثیری می‌گوید؟» «تحلیل محتوا» عناصر محتوای پیام یا «چه» را مشخص می‌کند. «تحلیل رسانه» مسئله «مجراء» را مشخص می‌سازد و «بررسی مخاطب» نیز مفهوم «بررسی چه کسی» را مشخص می‌کند.

ب) پاول فلیکس. لازارسفلد (۱۹۷۶-۱۹۰۱) :

لازارسفلد دکترای خود را در رشته ریاضیات از دانشگاه وین دریافت کرد. ولی او هم به علت مخالفت با نازیسم در اتریش، در سال ۱۹۳۳ به امریکا مهاجرت کرد. در اواخر دهه ۱۹۳۰ برنامه‌های رادیویی در زندگی امریکایی‌ها نفوذ بسیار زیادی پیدا کرد. به همین علت بنیاد راکفلر

هم برنامه‌های تحقیقاتی دانشگاه‌های پرینستون و کلمبیا را پایه‌گذاری کرد. در همین دهه بود که لازارسفلد نیز به سمت رادیو گرایش و توجه پیدا کرد. زیرا به اعتقاد او «رادیو تنها موضوعی است که انواع روش‌های تحقیقاتی در پیرامون آن قابل اجرا است». در پژوهشی که لازارسفلد در سال ۱۹۴۰ انجام داد سعی کرد دریابد که نقش رسانه‌های جمعی در تغییر آراء مردم چگونه است. رابطه بسیار کمی که بین این دو متغیر پیدا شد، لازارسفلد و همکارانش را به سمت نظریه «جریان دو مرحله‌ای پیام» هدایت کرد. به این ترتیب که رسانه‌های ابتداء‌های براحتی افکار و سپس، سایر افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به این ترتیب مسئله «آثار محدود» رسانه‌ها مطرح شد یعنی این رسانه‌ها یکی از عواملی هستند که رفتارهای انسانی را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

کتاب «نفوذ شخصی» (۱۹۵۵) لازارسفلد که به اتفاق «الیهو کاتز» به چاپ رسید به این مسئله می‌پرداخت که رسانه‌های بسیار کمتر از شبکه روابط میان فردی، مؤثر هستند. لازارسفلد نیز مانند سایر پیشگامان علم ارتباطات، شدیداً به مسئله تغییرات اجتماعی توجه نشان می‌داد و معتقد بود که جامعه، سیستم ناقصی است که دائماً به تنظیم احتیاج دارد.

ج) کورت لوین (۱۸۹۰-۱۹۴۷) :

«لوین» یک یهودی آلمانی بود که در دانشگاه برلین، در رشته روان‌شناسی تحصیل کرده بود و در همین رشته تدریس می‌کرد. وی برای دوری از نازیسم به امریکا (دانشگاه آیووا) مهاجرت کرد. لوین زمینه جدیدی را در پویایی گروهی ایجاد کرد و بیشتر بر مسائل «ارتباطات» گروهی متمرکز بود، تا دریابد افراد چگونه تحت تأثیر گروهی قرار می‌گیرند که به آن تعلق دارند. دانشجویان معاصر ارتباطات، کورت لوین را با مفهوم «دروازه‌بانی خبر^۱» می‌شناسند که فرایند کنترل جریان پیام، طی یک مجرای ارتباطی است. طی جنگ جهانی دوم، دولت امریکا سعی داشت مصرف برخی از مواد غذایی را به مردم توصیه کند. لوین و دانشجویان او نیز در همین زمینه، گروههای مطالعاتی کوچکی در شهر آیووا تشکیل دادند تا مصرف این مواد را ترویج کنند. در این اثنا متوجه شد که زنان خانه‌دار برای انتخاب غذاهای ناشناخته و جدید، نقش دروازه‌بان را ایفا می‌کنند. این مواد غذایی تنها در صورتی در خانواده مصرف می‌شد که زنان خانه‌دار، تصمیم به خرید و مصرف آن می‌گرفتند. شاگردان وی، از جمله، دیوید منینگ وايت، پس از او، دروازه‌بانی خبر در رسانه‌های جمعی، مثل نقش سردبیر اخبار تلگرافی در گزینش اخبار روزنامه‌های را مورد مطالعه قرار دادند.

د) کاری آیور. هاولند (۱۹۱۲-۱۹۶۱):

تنها پیشتر مطالعات ارتباطی که ریشه اروپایی چندانی ندارد، هاولند است. هاولند، دکترای خود را در روان‌شناسی تجربی از دانشگاه بیل امریکا به دست آورد. زمانی که جنگ جهانی دوم آغاز شد وزارت جنگ وقت امریکا، وی را به واشنگتن خواند و از او خواست تا آثار فیلم‌های نظامی را در رفتار جنگ آوری سربازان، بررسی کند. هاولند خود، یک سری آزمایشها را بر فیلم‌های آموزشی نظامی (چرا مامی جنگیم؟ به کارگردانی فرانک کاپرا) آغاز کرد و در نتیجه آن نظریه‌های مربوط به «اعتبار منبع»، «پیام یک سویه در برابر پیام دو سویه»، استفاده از «جادبه‌های ترس» و «آثار آنی در مقابل آثار آتی» را بررسی کرد. متغیر وابسته در تحقیقات هاولند «اقناع^۱» بود و اقناع را درجه تغییر نگرش سربازان تعریف می‌کرد.

ه) ویلبر شرام (۱۹۰۷-۱۹۸۷):

«شرام» نخستین مؤسسه مطالعات ارتباطی جهان را در سال ۱۹۴۸ در ایلینویز و در ۱۹۵۶ در دانشگاه استنفورد پایه‌گذاری کرد. این مؤسسه، پژوهش‌های دانشگاهی را هدایت می‌کرد. دوره آموزشی دکترا در ارتباطات را داشتند و به تأسیس نشریات و یا مؤسسه‌های علمی در زمینه پژوهش‌های ارتباطی کمک می‌کردند. به همین علت، شرام را به عنوان «بنیان‌گذار» یا «هدایت‌گر» علم ارتباطات می‌شناسند.

راجرز اشاره می‌کند که طی چند دهه گذشته، صدها بخش ارتباطات در دانشگاه‌های امریکا، آغاز به کار کرده‌اند و تحصیل در رشته ارتباطات هم در مقطع لیسانس و هم در مقاطع بالاتر، از دهه‌های ۷۰ و ۸۰ در این کشور رایج شده است. به همین ترتیب، حجم مطالعات ارتباطی هم شگفت‌آور است و همه ساله، حدود ۱۱۵ رساله دکترا در زمینه ارتباطات جمعی در این کشور نوشته می‌شود.

و) هربرت مارشال مک لوہان (۱۹۱۱-۱۹۸۰):

مارشال مک لوہان جامعه‌شناس و فیلسوف کانادایی و استاد دانشگاه تورنتو در سال ۱۹۱۱ در ادمونتون کانادا چشم به جهان گشود و پس از پایان تحصیلات مهندسی، به ادبیات عصر الیزابت علاقه‌مندی نشان داد و رساله دکترا خود را در آن زمینه نوشت. مشهورترین آثار مک لوہان

که عمدتاً در زمینه ارتباطات است، بدین شرح است: کهکشان گوتنبرگ، شناخت و سایل ارتباطی، جنبشهای ۱۹۹۰، برای درک رسانه‌ها، پیام و ماساژ، جنگ و صلح در دهکده جهانی و «جنگ الکترونیک» قرن بیستم. مک‌لوهان معتقد است اگر چه فن آوری منبع از ذهن و عمل انسان است، انسان هر عصر و دوره‌ای، خود زاییده فن آوری زمان خویش است. به عبارت دیگر، هر فن آوری بشر را به تدریج در فضای تازه‌ای قرار می‌دهد و هر فضای تازه، عاملی تعیین کننده در سرنوشت و زندگی بشر به شمار می‌رود.

او فن آوری را کمدمی‌الهی می‌خواند. به اعتقاد او نوع بشر به بهشتی زمینی هدایت شده است که با استفاده از ابزارهای ساخته دست خود، خویشن را از رنج جسمانی آزاد می‌کند. مک‌لوهان در دهه ۱۹۶۰ به ویژه از تلویزیون به عنوان رسانه‌ای هوشمند یاد می‌کند و همچون اسقفهای اعظم، این رسانه را غسل تعمید می‌دهد. او تلویزیون را پرستشگاه و امواج آن را بشارت الکترونیک نام می‌نهد. او از آگاهی ژرف و تازه‌دهه خبر می‌دهد و این رسانه کمابیش تازه را مروج آن می‌خواند. به پندار او، همه این شئون را به نظم و ایمان تبدیل می‌کند.

او مدعی است وسایل ارتباط جمعی که عامل انتقال فرهنگ است، تأثیری شگرف بر فرهنگ دارد. او این نظر را با جمله «رسانه، پیام است» مطرح می‌کند و آن را به عنوان یکی از فصلهای کتاب خود قرار می‌ذند و در آثارش به طور مکرر به آن اشاره دارد.

مک‌لوهان معتقد است که: «جوامع، بیشتر در اثر ماهیت وسایل ارتباطی شکل گرفته‌اند تا در نتیجه محتوای ارتباط». به عقیده او، رسانه‌نه تنها از محتوای پیام خود جدا نیست، بلکه به مراتب مهمتر از خود پیام نیز هست و در آن تأثیری چشمگیر دارد.

در اینجا این پرسش اساسی مطرح می‌شود که: «هنگام پیدایی یک تکنیک جدید، فرهنگ موجود، فرهنگ مرحله قبلی است و بدین ترتیب همان فرهنگ قدیم به عنوان محتوای وسیله ارتباطی جدید استفاده می‌شود.

برای مثال، هنگام پیدایی خط، پیامهای قابل انتقال به دیگران، افسانه‌ها یا شایعاتی هستند که در شرایط فرهنگی خاص تمدن کهنه عصر ارتباط شفاهی، پدید آمده‌اند و جز آنها چیزی برای انتقال به افراد وجود ندارد.

البته مک‌لوهان این تناقض را انکار نمی‌کند، بلکه در نظام فکری خود آن را می‌پذیرد. او معتقد است که میان فرهنگ در حال زوال و رسانه‌های جمعی جدید، نوعی تعارض وجود دارد. این تضاد میان تکنیکهای تازه و فرهنگ قدیم تا هنگامی که جامعه شکل زندگی و طرز فکری منطبق با آن

را ایجاد نکرد، است. باقی می‌ماند و در نتیجه آن، نوعی «بحران فرهنگی»، که در هر تغییر و تحول اجتماعی قابل مشاهده است، پدید می‌آید.

مک‌لوهان براین باور بود که اغلب فن‌آوری‌ها یک اثر تشدید کننده دارند و موجب می‌شوند تا حواس آدمی از یکدیگر کاملاً تفکیک شوند. از این‌رو، هر یک از وسائل ارتباطی در امتداد یکی از حواس انسان است، همانطور که سنگ در امتداد دست، دوچرخه در امتداد پا، عکس در امتداد چشم، رادیو در امتداد گوش و شنوایی و تلویزیون در امتداد حس لامسه است، که سرانجام موجب تعادل میان سایر حواس نیز می‌شود.»^{۲۰} مک‌لوهان در این زمینه برای هر یک از وسائل ارتباطی ویژگی خاصی قائل است. او با قاطعیت بسیار وسائل ارتباطی را از نظر حرارتی به دو دسته تقسیم می‌کند. در این تقسیم بندی عکس، رادیو، سینما را یک وسیله ارتباطی گرم می‌داند؛ زیرا مک‌لوهان معتقد است این دسته از وسائل ارتباطی، تنها در امتداد یکی از حواس آدمی هستند و توصیف و تشریح زیادی را در بر دارند؛ یعنی با حجم زیادی از داده‌ها همراه و از نظر بیان مقصد کامل هستند. حال آنکه وسیله ارتباطی سرد (خط تصویری، تلفن و تلویزیون) که کمتر به تشریح و توصیف می‌پردازند، مشارکت زیادی را می‌طلبد. طبق نظر مک‌لوهان، جوامع نیز به دو دسته سرد و گرم تقسیم می‌شوند. او جوامع کم سواد را جامعه سرد و جامعه اروپایی را جامعه گرم می‌نامند. او درباره تفاوت میان رادیو و تلویزیون چنین می‌گوید: در گوش دادن به رادیو، نیاز به جمع کردن حواس آدمی نیست و رادیو می‌تواند به عنوان آرایی جنبی در کنار سایر فعالیتهای انسان حضور داشته باشد. از این‌رو، یک نوجوان متفسکر به هنگام استفاده از رادیو احساس نمی‌کند زندگی خصوصی و خلوتش باشندیدن رادیوبه‌هم می‌خورد؛ در حالی که در تلویزیون چنین وضعیتی وجود ندارد و تلویزیون نمی‌تواند حالت جانبی رادیو را در زندگی فرد داشته باشد تلویزیون، تماشاگر را با تمام وجودش جذب برنامه خود می‌کند و اورا و امی دارد تا از تمامی حواسش برای درک آن استفاده کند و یا به عبارت دیگر ایجاب می‌کند که تماشاگر با تمام وجودش جذب برنامه شود و اورا و امی دارد تا از تمامی حواسش برای درک آن استفاده کند و یا به عبارت دیگر ایجاب می‌کند که تماشاگر مدام با او همراه باشد.

مک‌لوهان می‌گوید: «رسانه سرد مانند تلویزیون موجب سرخوردگی تماشاگران می‌شوند و در آنها این احساس را پدید می‌آورند که جایی برای تشریک مساعی وجود ندارد».

اصولاً تلویزیون از نظر مک‌لوهان، رسانه‌ای است که با شخصیتهای جدی، رفتاری نادرست دارد. مک‌لوهان می‌گوید: «تلویزیون یک وسیله ارتباطی «سرد» است که اگر در زمان هیلتز به

طور گسترده‌ای وجود داشت، باعث می‌شد که این دیکتاتور بزرگ به سرعت افول کند و اگر تلویزیون پیش از اروپا پاگرفته بود، چه بسا اصلاً موجودی به نام هیلتون ظهر نمی‌کرد. از این نظر، رادیو به عنوان یک وسیله ارتباطی «گرم» برای شخصیتی چون هیلتون مناسبتر بود».

مک‌لوهان در مورد تفاوت تلویزیون با سینما می‌گوید: «تلویزیون رسانه‌ای است که کمتر می‌تواند به شرح مفصل رویدادها بپردازد؛ از این رو، توجه و مشارکت بیشتر تماشاگران را می‌طلبد». بنابراین، در این رسانه، برنامه‌هایی موفق هستند که بتوانند ذهنیت تماشاگران را تکمیل کنند. او می‌گوید: «تصاویر تلویزیونی به خاطر داشتن روند مشارکت جویی عمیق تماشاگر و دخالت ژرف روانی او موجب می‌شوند که تماشاگر توجه بیش از حدی به هنر خود بازیگر نشان دهد. به همین علت است که در صفحه کوچک تلویزیون، هنر پیشه باید پیوسته جذابیت خود را حفظ کند و به کاربرد ظرایفی در ادای کلمات و حرکات دست و بدن، خود را فریبند و زیباتر جلوه دهد تا آنجا که بتواند شخصیت خود را هر چه مطلوبتر به تماشاگر بنمایاند. که البته این امر بر پرده سینما غیر ممکن است»، سینما به علت فضای وسیع‌بیش بهتر می‌تواند زندگی‌های شبانه و اشرافی شهرهای بزرگ را به تماشا بگذارد و از این طریق، روند دلپذیری را برای تماشاگران نمایش بدهد. ولی این تماشاگران کسانی هستند که ماجراها را منفعلانه می‌پذیرند و دخالت ذهنی در واکنشهای شان ندارند.

مک‌لوهان براساس چنین برداشتی از وسایل ارتباطی، تحول جامعه انسانی را به سه دوره تقسیم می‌کند، که هر دوره از تمدن، نظام ارتباطی خاصی حاکم است. این نظام ارتباطی افراد را وامی دارد تا متناسب با آن، حواس خود را شکل دهند؛ یعنی برخی را گسترش و توسعه دهند و از برخی دیگر صرف نظر کنند. مراحل سه‌گانه تحول جوامع انسانی از دیدگاه مارشال مک‌لوهان، به شرح زیر است:

(۱) عصر ارتباطات شفاهی و زندگی دودمانی و قبیله‌ای

نخستین مرحله زندگی اجتماعی انسان، طبق نظریات مک‌لوهان، دوره تمدن‌های ابتدایی فاقد کتابت است. ویژگی‌های این تمدنها، برتری تسلط بیان شفاهی و دریافت شنیداری است. به عبارت دیگر، انسان در این دوره به گونه‌ای طبیعی، از هر پنج حس خود استفاده می‌کند و در میان آنها، حس شنوایی برای ارتباط با دیگران که به گونه‌ای لفظی و شفاهی صورت می‌گیرد، طبعاً بیش از سایر حواس به کار می‌افتد.

انسان در یک مجموعه هماهنگ و طبیعی می‌زیست و از این طریق، با گروه اجتماعی خویش یعنی قبیله پیوند برقرار می‌کرد. در این محیط طبیعی، ادراک او به طور مستقیم از جهان خارج به وسیله حواس طبیعی اش صورت می‌گرفت. زندگی انسان به صورت جمعی بود و امور به طور جمعی بحث و گفتگو می‌شد و بدین ترتیب، انسان فاقد یک هویت شخصی و زندگی خصوصی بود و تفکر او در پرتو تأثیر شکر کلام، به تقدیس جهان می‌پرداخت. در چنین شرایطی چون شعاع و حوزه نفوذ کلام و صدای انسان محدود بود، افراد به صورت طایفه‌ها و قبیله‌های کوچک زندگی می‌کردند و تعدادشان فقط تا حدی بود که بتوانند در یک میدان عمومی جمع بشوند و به سخنان یک نفر گوش بدهند.

در این مرحله از زندگی اجتماعی، همچنانکه نشانه‌های آن هنوز در کشورهای عقب‌مانده یافت می‌شود، افراد همه بی سواد هستند و اندیشه آنان، بدون هیچ گونه نظم و نسقی رشد پیدا می‌کند و اطلاعات و مهارت‌ها سینه به سینه منتقل می‌شوند.

۲) عصر ارتباطات کتبی و چاپی و جامعه فردگرا:

با اختراع خط و کتابت، به ویژه الفبای صوتی، توازن پیشین به هم خورد و برتری حس بینایی نسبت به حواس دیگر آشکار شد و از طریق، محتوای تفکر بشر تغییر یافت.

او معتقد است نوشه نیاز به نوعی تمرکز حواس و تعمق شخصی دارد و از این جهت مستلزم نوعی انزواجویی از جمع است و بازندگی قبیله‌ای گذشته منافات دارد و در نهایت، موجب انهدام نظام قبیله‌ای و پیدایی فردگرایی، نخبه‌گرایی و ناسیونالیسم می‌شود که تا دوران چاپ و عصر گوتنبرگ ادامه می‌یابد.

بی‌تر دید، تمدن خط و کتابت، تا مدت‌ها زیر نظر تمدن زبان شفاهی بوده است؛ زیرا در آغاز، کتابهای به منظور قرائت و روخوانی نوشته می‌شد. با اختراع چاپ حقیقتاً دوران تمدن بصری آغاز شد که می‌توان آن را کهکشان گوتنبرگ که شامل مجموعه پیچیده‌های از پدیده‌های فرهنگی که در اثر اختراع گوتنبرگ پدید آمده است، نامید.

بدین ترتیب، اختراع چاپ، آموزش را از انحصار اشراف و نخبگان در آورد و به آن عمومیت بخشید و در ذهنیت نخبه‌گرایی و نخبه‌پروری تردیدی جدی ایجاد کرد و در نهایت، به پیدایش مکاتب فکری گوناگون و مشارکت مردم در مسائل سیاسی و اجتماعی منجر شد.

مکلوهان بر آن است که، تمام دستاوردهای کشورهای غربی در زمینه فن‌آوری، از صنعت

چاپ ناشی شده است. پیش از اختراع صنعت چاپ، افراد انسانی هرگز اندیشه ساختن اشیای کاملاً مشابه را به کمک حرکت و تکرار یک دستگاه مکانیکی در ذهن خود نداشته‌اند؛ دستگاهی که با حرکت مکرر خود بتواند هزاران نسخه متن خواندنی همانند را تکثیر کند. این امر به حوزه‌های دیگر صنعت الهام بخشید و موجب توسعه آنها شد و بدین ترتیب، در پرتو آنها، اروپا به صورت یک قدرت صنعتی درآمد و به انتکاآن، حدود چهار قرن بر دنیا حکمرانی کرد. البته نباید فراموش کرد که مک‌لوهان، به عصر گوتنبرگ و آثار پتاپ در جامعه، نگرشی بدینسانه دارد. به عقیده او اختراع چاپ یک «گناه اصلی» انسانی و سرچشممه تمام بدینختی‌های ناشی از نمدن صنعتی است؛ زیرا اختراع چاپ، انسان را از محیط صمیمانه زندگی قبیله‌ای بیرون راند و او را گرفتار قید و بندهای نظام جابرانه زندگی مکانیکی و صنعتی کرد. مک‌لوهان سلطه دیر پای خواندن و نوشتمن را چیزی سخت و رژیمی ریاضت کشانه می‌بیند که بمباران حسی رسانه جدید، با موفقیت به آن پایان داده است. تلویزیون به فاصله چند ثانیه قبیله قدیمی جامعه را گرد هم می‌آورد و با نشانه‌های رمز، دوباره به هم پیوند می‌دهد و سعادت می‌بخشد.

۳) عصر ارتباط الکترونیک و «دهکده جهانی» :

همان گونه که عصر ارتباط شفاهی و زندگی قبیله‌ای در اثر توسعه خط الفبایی و صنعت چاپ از میان رفت، طبق نظریات «مک‌لوهان»، اکنون در سومین دوره زندگی اجتماعی انسان، عصر چاپ و زندگی فردگرایی نیز که ناشی از برتری یافتن حس بینایی بر سایر حواس انسانی است، در برابر پیشرفت و گسترش وسائل ارتباطی الکترونیکی مانند رادیو تلویزیون و سینما در حال زوال است.

مک‌لوهان معتقد است که شیوه جدید ارتباطی، حس شنوازی را معتبر ساخته و رحمه ادراک حسی را ضروری شمرده است. در چنین شرایطی، جوامع نمی‌توانند از ارتباط چاپی صرف نظر کنند؛ ولی مسیر تحول طبیعی، طبعاً باید میان این دونوع شیوه ارتباطی ایجاد کند و انسان بتواند با به کار آنداختن تمامی حواس نقش بیان شفاهی و اشارت و حکم از ویژگیهای جامعه ابتدایی است. احیاء کند: مک‌لوهان معتقد است «حضور وسائل الکترونیک به ویژه تلویزیون و دستگاههای پیچیده محاسبه‌گر، سرانجام همه چیز را تغییر می‌دهند و دگرگویی کنند؛ حتی شهرها را ... در زمانی نه چندان دور، زیرا هم اکنون در بعضی نقاط جهان، دیگر شهری وجود ندارد، به هر بزرگ راهی که وارد شویم، خبر از این می‌گیریم که گیرنده‌های تلویزیون

روزنامه‌ها و مجلات، مثل لندن یا نیویورک در اختیار ما خواهند بود. دیگر شهرهای بزرگ ن مشخصات خاص در اختیار ما خواهند بود». به قول مک‌لوهان، در پرتو و سایل ارتباطی الکترونیک چهره کار و زندگی اجتماعی دگرگون می‌شوند؛ جوامع و ملت‌های هم‌نژدیک می‌گردند و در نهایت دهکده‌ای به پنهانی کره‌ارض، پدید می‌آید که‌او آن را «الصطلاحاً «دهکده جهانی» می‌نامد. مک‌لوهان در میان وسایل الکترونیکی برای تلویزیون نقش بسیاری قائل است. او معتقد است ضمن آنکه همه مزایای وسایل دیگر را در بر دارد، با افزودن بیان تصویر به آنها، قدرت نفوذ فوق العاده‌ای به دست آورده است. او بر این باور بود که: «تلویزیون قادر است نه تنها در یک کشور، بلکه در سراسر یک منطقه و حتی در یک قاره (جوی احساس برانگیز) پدید آورد.

مک‌لوهان در تحولات آینده زندگی بشری، برای وسایل الکترونیکی در زمینه‌های مختلف صنعتی، آموزشی و فرهنگی نقش تعیین کننده‌ای قابل است و در آثار گوناگون خود، همه جا به آن اشاره دارد.

او بر آن است که هدف آموزش و پرورش باید به ویژه آن باشد که اصالت و ابداع را به انسان بازگرداند و آن را تقویت کند. مک‌لوهان دانشگاههای فردا را این گونه مجسم می‌کند که دانشجویان در آن، آزادانه رشد و تکامل خواهند یافت و دوگانگی میان کار و فراغت از بین خواهد رفت. آموزش در آینده، هم از طریق برنامه‌های آموزشی رادیو و تلویزیون به وسیله ماشینهای الکترونیک و معلمان انجام خواهد گرفت. مغزهای الکترونیکی در دانشگاههای آینده بسیاری از وظایف استادان را بر عهده خواهند گرفت؛ پرسش‌های درسی دانشجویان به وسیله مغزهای الکترونیکی و پاسخهای لازم نیز از طریق این دستگاهها مطرح خواهد شد.

بنابراین، نظریات مک‌لوهان اگر چه بعضی از حوزه‌ها روشنگر و بیان کننده مسائل تازه‌ای است، ولی به علت ستایش اغراق آمیزی که از وسائل ارتباطی و فنون پخش به عمل می‌آورد، انتقادات بسیاری را متوجه خود می‌سازد.

حمید مولانا معتقد است نظر مک‌لوهان در رابطه با فرهنگ و وسایل ارتباط جمعی دو ضعف درونی دارد: نخست آنکه تنها به جنبه مادی و فنی آن می‌نگرد و آن را مشخصه اصلی و معرف رسانه می‌داند. جان کلام آنکه این نظریه فقط بر فن آوری به طور منفرد تکیه می‌کند. بر این نکته که فن آوری ارتباطی حاکم به طور فزاینده‌ای به فرهنگ شکل می‌دهد. یا اگر ساده‌تر بگوییم، این نظریه برای این موضوع که از رسانه چگونه و به چه منظوری استفاده می‌شود، اهمیتی قابل نیست و فقط به کاربرد آن توجه می‌کند. ضعف دوم در اینجاست که دیدگاه معتقد به جبر فن آورانه، صرفاً

بر شواهد تاریخی متکی است و از خود هیچ نوع پویایی ندارد. افزون بر این، دیدگاه معتقد به جبر فن آورانه، کاملاً بر تجارب غربی استوار است و بنابراین، همین که در صدد گسترش بر می‌آید، با مشکل مواجه می‌شود.

زان کازنو معتقد است نمی‌توان نظریات مکلوهان را علی رغم ضعف استدلال و گاه آشتفتگی مطالب تامرز تخیلی و یا به بهانه داشتن لحنی طنز آلود نپذیرفت. بلکه لازم است به دور از هرگونه پیش داوری ستایش آمیز و یا بدخواهی کینه توزانه، نظریات مکلوهان را که در بعضی حوزه‌ها جدید و بدیع است، بررسی موشکافانه کرد و از آن بهره‌مند شد.

ز) الیزابت نوئل نیومن:

«نظریه حرکت مارپیچی - سکوت»، برای رسانه‌های جمعی در تأثیرگذاری بیش از سایر نظریه‌های قدرت قابل است. الیزابت نوئل نیومن معتقد است که رسانه‌های جمعی تأثیر فوق العاده‌ای روی افکار عمومی دارند. نوئل نیومن این بحث را مطرح می‌کند که اگر سه مشخصه بارز ارتباط توده یعنی «انباست»، «حضور همه جانبی»، «همگانی» با یکدیگر ترکیب شوند، قدرت زیادی را تولید می‌کنند که قادر است در افکار عمومی اثر بگذارد. عامل دیگری که در اینجا وارد صحنه می‌شود حرکت مارپیچی سکوت است. مردم غالباً درباره یک موضوع داغ و مورد بحث همگانی علاقه مندند بدانند که نظر دیگران درباره آن واقعه چیست و توزیع اجتماعی این نظریات چگونه است و درباره آن واقعه چه حدس‌هایی زده می‌شود. ابتدا و قبل از هر چیز مردم علاقه مندند بدانند که نظر آنها در حال تغییر است. اگر احساس کنند که جزو اقلیت هستند، نظر خود را فاش نمی‌کنند، و درباره آن سکوت اختیار می‌کنند. هر اندازه مردم بیشتر سکوت کنند و احساس نمایند که دیدگاه مشخصی هنوز مطرح نشده است، همچنان به سکوت خود ادامه می‌دهند.

از نظر نوئل - نیومن، رسانه‌های جمعی در این میان نقش مهمی را بازی می‌کنند، زیرا منبعی به شمار می‌روند که مردم برای آگاهی از چگونگی توزیع افکار عمومی به آنها مراجعه می‌کنند. از نظر نیومن، رسانه‌ها بر حرکت مارپیچی سکوت، از سه طریق اثر می‌گذارند: اول اینکه رسانه‌ها با اعلام این موضوع که چه بخشی از نظریات افکار عمومی غالب است، حدسیات مردم را شکل می‌دهند. دوم اینکه، رسانه‌ها این گمان را در مردم تقویت می‌کنند که کدام بخش از افکار عمومی درباره واقعه مورد نظر در حال گسترش است. سوم اینکه، رسانه‌ها این گمان را شکل می‌دهند که شخص می‌تواند نظر کدام بخش از افکار را منتشر کند بدون اینکه منزوی شود.

نوئل نیومن معتقد است که تمایل مردم برای صحبت کردن درباره واقعه‌ای که درباره‌اش تعبیرات گوناگونی بیان می‌شود، به مقدار زیادی تحت تأثیر تصور و ذهنیتی قرار دارد که به باور شخص، همان افکار عمومی غالب است. چنانچه شخص تصور کند که تعبیر او با برداشت افکار عمومی در تعارض است، سکوت اختیار خواهد کرد. انگیزه شخص برای سکوت ممکن است نتیجه ترسی باشد که او از منزوی شدن خود دارد.

ح) دنیس مک کوایل:

مک کوایل، با استفاده از معیار «قدرت» در محور عمودی، دو دسته از نظریات سلطه و پلورالیسم را از یکدیگر متمایز می‌سازد. او همچنین با استفاده از معیار «تغییر»، به دو دسته نظریه متفاوت می‌رسد. یکی دسته‌ای که رسانه‌هارا عامل تغییر در جامعه معرفی می‌کنند و دسته دیگر، جامعه را به عنوان عامل تغییر در نظر می‌گیرند. بعضی از محققان در زمینه ارتباطات، محور عمودی سومی را هم در نظر می‌گیرند که با توجه به نقش رسانه‌ها در یکپارچگی یا عدم یک پارچگی جامعه، نظریات موجود را در این زمینه به دو دسته تقسیم می‌کنند: یکی برای نقش رسانه‌ها در جامعه معتقد به تأثیر «گریز از مرکز» و دیگری معتقد به تأثیر «متایل به مرکز» است. در زیر می‌توان تصویر دیدگاه‌های مک کوایل را به نمایش گذاشت:

* محورهای اساسی و جایگاه نظریه رسانه‌ها *

سلطه	
نظریه انتقادی مارکسیستی	نظریات متمایل به مرکز (-)
نظریه سلطه	نظریات گریز از مرکز (-)
مکتب فرانکفورت	نظریه جامعه توده
رویکرد اجتماعی - فرهنگی (فن آوری)	نظریه سیاسی - اقتصادی
رسانه محوری	نظریه مارکسیستهای مادی گرا جامعه محوری
کارکرد گرایی فردی	نظریه ساختاری - کارکردی نظریات متمایل به مرکز (+) نظریات گریز از مرکز (+)
	پلورالیسم (تکثر گرایی)

* اقتباس از کتاب :

- هرمز مهرداد (۱۳۸۰) «مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی»، تهران: انتشارات فاران، ص (۶۴).

فعالیت های مکمل :

- در این مورد که کدامیک از نظریه های فوق واقعیت رسانه های جمعی نمایند حاضر را پوشش دهد با دوستان خود گفتگو کنید.
- در مورد مصادیق و کاربرد های عملی هر یک از نظریه های فوق مطالعه کنید.
- نقاط قوت و ضعف نظریه های فوق الذکر را با یکدیگر مقایسه کنید.
- به نظر شما دلالت های کدامیک از نظریه های مطرح شده با وضعیت رسانه های جمعی ایران همانگی بیشتری دارد؟

پرسش‌های تشریحی:

- ۱- «هارولد لاسول» چه کسی است و نظریه او بر چه پایه‌ای است؟
- ۲- پاول لازارسفلد چه کسی است و آندیشه‌های او در ارتباطات از چه جایگاهی برخوردار است؟
- ۳- کورت لوین کیست و چه خدماتی به علم ارتباطات ارائه کرد؟
- ۴- «کارل هاولند» و «اویلبر شرام» چه تأثیراتی بر حوزه مطالعات ارتباطی گذارند؟
- ۵- مارشال مک لوهان جامعه شناس معروف عرصه رسانه‌ها چه خدماتی به ارتباطات ارائه کرد؟
- ۶- چرا «مک لوهان»، «فن آوری» را «کمدی الهمی» می‌خواند. توضیح دهید؟
- ۷- مراحل سه گانه تحول جوامع انسانی را از دیدگاه «مارشال مک لوهان» نام ببرید و تحلیل کنید؟
- ۸- نظریه «حرکت مارپیچی سکوت» از چه کسی است و چه نقشی برای رسانه‌ها قایل است؟
- ۹- «دنیس مک کوایل» با توصل به چه معیاری رسانه‌ها را ارزیابی می‌کند؟

منابع و مأخذ :

الف - فارسی :

- برکو، ری. ام. ولوین، آندرودی و دارلین آر. ولوین (۱۳۷۸) «مدیریت ارتباطات»، ترجمه: سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- پاکروان، مولود (۱۳۷۸) «مقدمه‌ای بر آثار و پیامدهای نوین ارتباطات»، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما.
- دادگران، سید محمد (۱۳۷۴) «مبانی ارتباطات جمعی»، تهران: انتشارات فیروزه.
- سوردلو، جول (۱۳۷۷) «انقلاب اطلاعات»، ترجمه: محمد فیض محمودی، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات صدا و سیما.
- شرام، ویلبر (۱۳۸۱) «ازندگی و اندیشه پیشتازان علم ارتباطات»، ترجمه: غلامرضا آذری - زهرا آذری، تهران: انتشارات رسا.
- فرهنگی، علی اکبر (۱۳۷۴) «ارتباطات انسانی» (جلد اول - مبانی)، تهران: انتشارات رسا.
- فرهنگی، علی اکبر (۱۳۷۵) «ارتباطات غیر کلامی»: هنر استفاده از حرکات و آواها، میبد: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۷۴) «ارتباط شناسی» (میان فردی، گروهی، جمعی)، تهران: انتشارات سروش.
- معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱) «وسایل ارتباط جمعی» (جلد یکم)، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مهرداد، هرمز (۱۳۸۰) «مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی»، تهران: انتشارات فاران.

● وود، جولیاتی. (۱۳۷۹) «ارتباطات میان فردی»، ترجمه: مهرداد فیروزبخت. تهران: انتشارات مهتاب.

● هنسون، جریس و نارولا، اوما (۱۳۷۳) «تکنولوژی های جدید ارتباطی در کشورهای در حال توسعه»، ترجمه: داود حیدری، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.

- Altheide, David L. (1984): «Media Hegemony», *Public Opinion Quarterly*, No : (48).
- McQuail ,Denis. (2001) : «Mass Communication theory», 4ThEd, Sage Press.
- Rogers ,Everett M. (1986) : «Communication Thechnology»: The New Media Society, New York :Free Press.
- Rogers ,EverettM. (1983) : «Diffusion of Innovations», New York Free Press.
- Uangelisti Antai and Daly, John. (1989) : «Communication Education» No :(38), A National Assessment Press.

واژه نامه فارسی- انگلیسی

انگلیسی	فارسی
A - d conversion	آنالوگ به دیجیتال
Ambiguity	ابهام
Connectivity	اتصال
Positivism	اثبات‌گرایی
Thought News	خبر اندیشه
Noises	اختلالات
External Noises	اختلالات بیرونی
Internal Noises	اختلالات درونی
Face to Face Communication	ارتباط رو در رو
Mediated Communications	ارتباطات رسانه‌ای شده (با واسطه)
Pragmatism	اصالت عمل
Information	اطلاعات
Persuasion	اقناع
The crowd and public	انبوه خلق و عامه
Transmission	انتقال اطلاعات
Feedback	بازخورد
Pert	بازنگری برنامه

Computer Bulletin Boards	بولتن بوردهای کامپیوتري
Entropy	بي نظمي
Email	پست الکترونیکی
Message	پیام
Sender	فرستنده، پیام فرست
Verbal and Nonverbal Messages	پیام های کلامی و غیر کلامی
Predictive	پیش بینی کننده
Impression	تأثیر
Perceived Effect	تأثیر مشهود
Intended Effect	تأثیر مقصود
Berakeven Point Analysis	تجزیه و تحلیل های مریوط به نقطه سر به سر
Space Analysis	تحلیل فضا
Image	تصویر
Larger picture	تصویر بزرگتر
Wider picture	تصویر گسترده تر
Cable TV	تلوزیونهای کابلی
Descriptive	توصیفی
De-Massification	جمع زدایی
Multi Culture	چند فرهنگی
Experived Context	حوزه تجربی
Subculture	خرده فرهنگها
Linear/Effect-oriented	خطی و تأثیر مدار
Self	خود
Looking -glass self	خود آینه سان
News Gatekeeping	دوازه بانی خبر
Interapersonal	درون فردی
Decoder	رمز گشا

Decoding	رمزگشایی
Encoder	رمزگذار
More Colors	رنگهای بیشتر
Object Language	زبان اشیاء
Action Language	زبان عمل
Sign Language	زبان علامت
Decision Trees	شاخه‌های تصمیم‌گیری
Networks	شبکه‌ها
Symbolic Forms	شکل‌های نمادین
Public	عمومی (همگانی)
Social Distance	فاصله اجتماعی
Ubiquity	فراتری
Culture and Communication	فرهنگ و روابط
The Immigrant press and its control	فشار مهاجرت و کنترل آن
Communicative Space	فضای ارتباطی
Perceived Effect	فضای شخصی
Information Technology	فن آوری اطلاعاتی
Problem Solving	قابلیت حل مشکل
Territoriality	قلمروهایی
Receiver	کیرنده پیام
Channel	محرا
Perceived Content	محتوای مشهود
Intended Content	محتوای مقصد
Iconic Models	مدلهای ترسیمی
Analog Models	مدلهای تمثیلی
Mental Models	مدلهای ذهنی
Physical Models	مدلهای فیزیکی

Symbolic Models	مدلهای نمادین
Study of Mass Communication	مطالعه ارتباط جمعی
Communication Studies	مطالعات ارتباطی
The Press	مطبوعات
Destination	مقصد
Nationality	ملیت
Interpersonal	میان فردی
Intercultural Communication	میان فرهنگی
Host	میزبان
Asynchrony	ناهمزمانی
Cue or Sign	نشانه
Multi Channel Digital Systems	نظام های دیجیتالی چند کاناله
Symbols	نمادها
Transmitter	وسیله گیرنده
Higher picture Sharpness	وضوح بیشتر تصویر
Co - orientation	همگرایی
Multi Functionality and Convergence	همگرایی و کارکرد چند وجهی
Normative	هنچاری
Intelligence	هوشمندی

واژه نامه انگلیسی- فارسی

انگلیسی	فارسی
A - d conversion	آنالوگ به دیجیتال
Ambiguity	ابهام
Analog Models	مدلهای تمثیلی
Asynchrony	ناهمزمانی
Berakeven Point Analysis	تجزیه و تحلیل های مربوط به نقطه سر به سر
Cable TV	تلوزیونهای کابلی
Channel	مجراء
Communication Studies	مطالعات ارتباطی
Communicative Space	فضای ارتباطی
Computer Bulletin Boards	بولتن بوردهای کامپیوتری
Connectivity	اتصال
Co - orientation	همگرایی
Cue or Sign	نشانه
Culture and Communication	فرهنگ و ارتباطات
Decision Trees	شاخه های تصمیم گیری
Decoder	رمز گشا
Decoding	رمز گشایی

De-Massification	جمع‌زدایی
Descriptive	توصیفی
Destination	مقصد
Email	پست الکترونیکی
Encoder	رمزگذار
Entropy	بی‌نظمی
Experived Context	حوزه تجربی
External Noises	اختلالات بیرونی
Face to Face Communication	ارتباط رودررو
Feed back	بازخورد
Higher Picture Sharpness	وضوح بیشتر تصویر
Host	میزبان
Iconic Models	مدلهای توصیمی
Image	تصویر
Impression	تأثیر
Information	اطلاعات
Information Technology	فن آوری اطلاعاتی
Intelligence	هوشمندی
Intended Content	محتوای مقصود
Intended Effect	تأثیر مقصود
Interpersonal	درون فردی
Intercultural Communication	میان فرهنگی
Internal Noises	اختلالات درونی
Interpersonal	میان فردی
Larger picture	تصویر بزرگتر
Linear/Effect-oriented	خطی و تأثیر مدار
Looking -glass self	خودآینه سان

Mediated Communications	ارتباطات رسانه‌ای شده (با واسطه)
Mental Models	مدلهای ذهنی
Message	پیام
More Colors	رنگهای بیشتر
Multi Channel Digital Systems	نظام‌های دیجیتالی چند کاناله
Multi Culture	چند فرهنگی
Multi Functionality and Convergence	همگرایی و کارکرد چند وجهی
Nationality	ملیت
Networks	شبکه‌ها
News Gatekeeping	دروازه بانی خبر
Noises	اختلالات
Normative	هنجاري
Object Language	زبان اشیاء
Action Language	زبان عمل
Perceived Content	محتوای مشهود
Perceived Effect	تأثیر مشهود
Perceived Effect	فضای شخصی
Persuasion	اقناع
Pert	بازنگری برنامه
Physical Models	مدلهای فیزیکی
Positivism	اثبات‌گرایی
Pragmatism	اصلت عمل
Predictive	پیش‌بینی کننده
Problem Solving	قابلیت حل مشکل
Public	عمومی (همگانی)
Receiver	گیرنده پیام
Self	خود

Sender	پیام‌فرست
Sign language	زبان علامت
Social Distance	فاصله اجتماعی
Space Analysis	تحلیل فضا
Study of Mass Communication	مطالعه ارتباط جمعی
Subculture	خرده فرهنگها
Symbolic Forms	شکل‌های نمادین
Symbolic Models	مدلهای نمادین
Symbols	نمادها
Territoriality	قلمروجوبی
Transmission	انتقال اطلاعات
Transmitter	وسیله‌گیرنده
The crowd and public	انبوه خلق و عامه
The Immigrant press and its control	فشار مهاجرت و کنترل آن
The Press	مطبوعات
Thought News	اخبار اندیشه
Ubiquity	فراگیری
Verbal and Nonverbal Messages	پیام‌های کلامی و غیر کلامی
Wider picture	تصویرگسترده‌تر

نمایه (اشخاص)

- | | | |
|-------------------------|-----|-----------------------|
| آذری، زهرا؛ ۲۰ | ۱۷۵ | تهرانیان، مجید؛ ۱۰۳ |
| آذری، غلامرضا؛ ۲۰ | ۱۷۶ | چاپلین، چارلی؛ ۶۹ |
| آلتايد، ديويد؛ ۱۷۶ | | حيدري، داود؛ ۱۷۶ |
| آنجليلستي، آنتايني؛ ۱۷۶ | | خوارزمي، شهيندخت؛ ۱۴۰ |
| ارسطو، آ.آ.؛ ۳۱ | | دادگران، محمد؛ ۱۷۶ |
| ازگود، چارلز؛ ۳۲ | | دالي، جان؛ ۱۷۶ |
| اشتاينر، ش؛ ۳۳ | | دوسولاپول، اتهيل؛ ۱۰۴ |
| اعرابي، محمد؛ ۱۲۰ | | ديوئي، جان؛ ۱۸ |
| ايزدي، داود؛ ۱۲۰ | | راجرز، اورتام؛ ۱۶۵ |
| بارنلوند، دين؛ ۱۰۶ | | رأيت، چارلز؛ ۱۴۷ |
| برکو، رى.ام؛ ۱۲۰ | | روش، يورگن؛ ۹۶ |
| برلسون، بي؛ ۳۳ | | زيمل، گثورگ؛ ۲۵ |
| برلو، ديويد؛ ۳۲ | | ساروخاني باقر؛ ۱۰۳ |
| بيردويسيل، رى؛ ۷۲ | | سوردو، جول؛ ۱۷۶ |
| پارك، رابرت ازرا؛ ۱۷ | | شانون، كلود؛ ۶۸ |
| پاکروان، مولود؛ ۱۷۶ | | شرام، ويلبر؛ ۱۷۶ |
| تارد، گابرييل؛ ۱۹ | | فرهنگي، على اكبر؛ ۱۷۶ |
| تامپسون، بروكتاير؛ ۸۶ | | فiroزبخت، مهرداد؛ ۱۷۶ |

- کازنو، زان؛ ۱۶۷، ۱۶۸
کاتز، الیهو؛ ۱۶۰
کولی، چارلز هورتون؛ ۱۷، ۱۸
کیتون، باستر؛ ۶۹
کیز، ولدون؛ ۷۰
گراهام بل، الکساندر؛ ۱۳۲، ۱۳۳
گربنر، جرج؛ ۸۹، ۹۰
گوتنبرگ، یوهان گنزفلیش؛ ۱۳۲
گویر، رابرت؛ ۲۳
لارسن، ل؛ ۳۲
لازارسفلد، پاول؛ ۱۵۵، ۱۶۰، ۱۶۱
لاسول، هارولد؛ ۱۵۴، ۱۶۰، ۱۴۷
لرنر، دانیل؛ ۱۷۲
لوید، هارولد؛ ۶۹
لوین، کورت؛ ۱۶۱، ۱۶۰، ۱۷۵
مارکنی، گوگلیلمو؛ ۱۳۲، ۱۳۳
محسنیان راد، مهدی؛ ۱۰۳، ۱۷۶
 محمودی، فیض؛ ۱۷۶
معتمدنزاد، کاظم؛ ۱۷۶
معین، محمد؛ ۳۱
مک کوایل، دنیس؛ ۱۰۴، ۱۶۱، ۱۷۵، ۱۷۶
مک لوهان، هربرت؛ ۱۶۱، ۱۶۲، ۱۶۳، ۱۶۴، ۱۶۵
مول، آبراهام؛ ۹۰، ۸۹
مولانا، حمید؛ ۱۶۷، ۱۷۶
مهرابیان، آبرت؛ ۷۰
مهرداد، هرمز؛ ۱۷۴، ۱۷۶

نمایه (موضوعی)

ارتباطات و اقناع	۱۵۱، ۱۵۰، ۱۵۹:	اجزاء و عناصر ارتباطات	۱۰۳:
ارتباطات و فیلم های موزیکال	۱۵۲:	ارتباط بیانی و ابهام	۶۰، ۵۹:
ارتباطات و مکتب سینماگیم	۳۲، ۳۱، ۲۹:	ارتباط کلامی آمد	۲۲:
اقناع و منغیر وابسته	۱۶۰:	ارتباط کلامی اثربخش	۶۴، ۵۳، ۴۹:
انبوه خلق و عامه	۳۱، ۲۹:	ارتباط مؤثر	۵۳، ۴۹:
انجمن های ارتباطات دانشگاهی	۴۱:	ارتباط و پویایی گروه	۱۶۱:
اندیشمندان ارتباطات انسانی	۳۲۰	ارتباط و یادگیری نمادها	۵۵، ۵۳، ۴۹:
بورجسنه سازی در ساله ها	۴۱، ۴۰:	ارتباط، معنا و زبان شناسی	۶۳، ۶۰:
بوشن بوردهای کامپیوتوری	۱۳۱، ۱۳۶، ۱۳۵:	ارتباطات جمعی	۷۱، ۳۲، ۳۱:
پست تکمیلی و سه کمپانی	۱۳۱	ارتباطات درون فردی	۸۲، ۸۲، ۸۱:
پیام و اخلاق ادرونو و بروزی	۱۱۳:	ارتباطات رو در رو (چهره به چهره)	۸۲:
	۱۱۷، ۱۱۵	ارتباطات غیر کلامی	۷۷، ۷۳، ۶۷، ۶۵:
پیشتران غیب از بحث	۱۷۵، ۳۱:	ارتباطات فردی	۱۱۹، ۱۱۵، ۱۱۲:
تأثیر نظریه های از بحث	۳۲، ۳۱:	ارتباطات کلامی	۵۵، ۵۳، ۴۹:
تجربه گرایی در علم ارتباطات	۴۵، ۴۳:	ارتباطات گروهی	۱۱۷، ۱۱۵، ۱۱۳:
تلوزیون کابلی	۱۳۶، ۱۳۵، ۱۲۲:	ارتباطات ماهواره ای و غیرهای نوری	۱۲۵:
چند فرهنگ گزینی	۳۸، ۳۷، ۳۶:	ارتباطات میان فرهنگی	۸۵، ۸۳:
خود آینه سان	۴۲، ۴۱:	ارتباطات میان فردی	۱۱۵، ۱۱۳، ۹۶:

فاصله و فضاهای ارتباطی؛ ۷۲؛	دروازه بانی خبر؛ ۱۶۵، ۱۶۶؛
فراگرد ارتباطات؛ ۴۱، ۳۱؛ ۶۹؛	دیجیتالی سازی اطلاعات؛ ۱۳۵؛
فراگرد و تأثیرات ارتباطات جمعی؛ ۳۱؛ ۳۵؛	رسانه ها و تحرک جوامع سنتی؛ ۱۲۹؛
فرهنگ فارسی معین؛ ۳۱، ۳۲؛	رسانه ها و تغییر نگرش؛ ۱۶۱؛
فرهنگ و ارتباطات؛ ۲۷، ۳۳، ۴۵؛	رسانه ها و تکثرگرایی فرهنگی؛ ۱۶۹؛
فضای شخصی سامر؛ ۶۵، ۷۳؛	رسانه ها و گذر از جامعه سنتی؛ ۱۷۱؛
فلسفه علم ارتباطات؛ ۳۱؛	رسانه ها و مکتب فرانکفورت؛ ۱۷۰؛
فن آوری های ارتباطی و جمع زدایی؛ ۳۳، ۱۳۳؛	رسانه ها و نظریات مارکسیستی؛ ۱۶۸؛
فن آوری های دیجیتالی نوین؛ ۱۳۵؛	رسانه ها و نظریه جامعه توده وار؛ ۱۶۹؛
فن آوری های نوین ارتباطی؛ ۱۳۵؛	رسانه ها و نظریه سلطه؛ ۱۶۷؛
فنون ارتباطی؛ ۳۱؛	رسانه ها و نفوذ شخصی؛ ۱۶۱؛
کاربردها و تحریف زبان؛ ۴۹، ۶۳؛	رسانه ها و نهادسازی اجتماعی؛ ۱۶۹؛
مؤلفه های ارتباط انسانی؛ ۱۱۲، ۱۱۵؛	رسانه ها و همگرایی؛ ۱۷۰؛
مجرای پیام و اختلال معنایی؛ ۱۳۱، ۱۳۵؛	رسانه ها و نظریه حرکت مارپیچی-سکوت؛ ۱۶۸؛
مدل تبادلی ارتباطات؛ ۹۷، ۱۰۸؛	رسانه های جمعی و افکار عمومی؛ ۱۶۹؛
مدل تعاملی ارتباطات؛ ۹۷، ۱۰۹؛	رسانه های جمعی و کشورهای جهان سوم؛ ۱۶۳؛
مدل های ارتباطات انسانی؛ ۱۱۳، ۱۱۵؛	رسانه های سرد و گرم؛ ۱۶۴، ۱۶۵؛
مدل های ارتباطی؛ ۹۷، ۱۱۰، ۱۱۲؛	ریشه های تاریخی علم ارتباطات؛ ۱۷، ۲۲، ۲۶؛
مدل های خطی ارتباطات؛ ۱۱۳، ۱۱۶؛	رمزگذاری و رمزگشایی پیام؛ ۱۱۳، ۱۲۷؛
مطالعات ارتباطی؛ ۳۲، ۳۳؛	سایبرнетیک و ارتباطات؛ ۲۰، ۲۱؛
مطالعه ارتباط جمعی؛ ۳۲، ۳۳؛	شکل گیری افکار عمومی؛ ۲۲، ۳۳؛
مفاهیم اساسی علم ارتباطات؛ ۲۷؛	عصر ارتباط الکترونیک؛ ۱۶۵؛
مفاهیم و مبانی ارتباط جمعی و انسانی؛ ۲۷؛	عصر ارتباطات کتبی و جامعه فردگرا؛ ۱۶۶؛
مهارت های ارتباطی؛ ۸۱، ۸۳؛	عصر شفاهی و زندگی دودمانی و قبیله ای؛ ۱۶۶؛
نظریه اصالت عمل؛ ۳۲، ۳۳؛	علوم ارتباطات اجتماعی؛ ۳۳؛
نظریه انفجار زبان؛ ۴۹، ۶۰؛	فاصله اجتماعی و عمومی؛ ۶۶، ۸۶؛
نظریه پردازان علم ارتباطات؛ ۱۵۳، ۱۵۵؛	فاصله دوستانه و شخصی؛ ۷۳؛

نظریه تبلیغات لاسول؛ ۱۵۹، ۱۵۵	۱۷۵، ۱۶۹
نظریه تقلید؛ ۵۳، ۴۹	وسایل ارتباط جمعی سنتی؛ ۱۳۵، ۱۳۳، ۱۲۹
نظریه جریان دو مرحله‌ای پیام؛ ۱۶۰	ویدئو تکست و تله تکست؛ ۱۳۷، ۱۳۵
نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های جمعی؛ همگرایی و کارکرد چند وجهی؛ ۱۳۵	