بنام خدا

درس جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی

دکترای علوم سیاسی واحد ارس دانشگاه تهران

دانشجو: سعید صافی

**کتاب درک تئوری رسانه اثر کورین ویلیام ترجمه رحیم قاسمیان**

**مقدمه؛ کاوش در تئوری رسانه ها**

هدف این کتاب عرضه یک راهنمای مقدماتی برای تئوری های اصلی و اساسی مربوط به رسانه است. سه عامل موجب نگارش این کتاب شد. عامل اول، گسترش مطالعه در زمینه رسانه ها در دهه های اخیر و پرسش های فراوانی بود که دانشجویان، استادان و محققان با آنها روبه رو بوده اند. گفته میشود که مطالعه رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی می تواند چندین رشته تحصیلی و طرح هزاران سؤال را در برداشته باشد و آشکار است که این عرصه به رشته های مختلف رسانه های متفاوت و ده ها رشته فرعی دیگر تقسیم می شود. برای در رسانه، توسعه تئوریها، مفاهیم و چشم اندازها ضروری است و این کتاب می کوشد تا نگاهی همه جانبه به تئوری های اصلی مطالعه رسانه ها بیندازد و آنها را ارزیابی کند. دومین عامل محرک برای نگارش این کتاب، ناشی از تحولات سریع فنی رسانه ها در سال های اخیر است که با خود آشوب های فراوانی را در این زمینه به همراه آورده است. توسعه رسانه های جدید نظیر ارتباط کابلی، ماهواره، دستگاه های ضبط ویدئویی، دیسکهای فشرده کامپیوترهای شخصی و اینترنت، برتری رسانه های قدیمی و سنتی نظیر تلویزیون، چاپ و سینما را به چالش طلبیده است. تقارب روزافزون میان تکنولوژیها نیز قطعیات قديمه رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی را متحول ساخته است.

**مطالعات رسانه ای**

میروویتس معتقد است که بارزترین مسئله مطالعات رسانه ها این است که درک مشترکی و موضوع مورد بحث در دست نیست. او محققان عرصه رسانه ها را مقصر می داند و می گوید که آنها در تشریح صریح ماهیت رسانه ها کوتاهی کرده اند و همگی به این گمان بسنده کردند که «همه میدانند رسانه چیست و بنابراین لزومی به ارائه تعریفی جامع از آن وجود ندارد کورنر هم این ایهام را اساس میداند. باید گفت که مطالعات مربوط به رسانه ها با مسئله درک مبانی آن روبه رو است.

**چالش های رودرروی مطالعات رسانه ای**

تئوری چیزی جز یک ساختار اجتماعی نیست و بخشی از کوشش محققان برای قابل فهم کردن رویدادهایی است که حول و حوش آنها جریان دارد. «جامعه»ی محققانی که در کار تحقیق و تفحص در رسانه ها و فرآیندهای ارتباط جمعی اند، ویژگیهای خاصی دارد که تعیین می کند رسانه با تئوریهایی که پدید می آورد، چه خواهد کرد. البته باید تاکید کرد که در طی گذشت زمان و یا ورود محققان جدید به این عرصه و نیز با واکنش های عرصه تحقیق به رویدادهای جهان بیرون، ماهیت این تئوری ها هم تغییر می یابد. اما مطالعات رسانه ای در عرصه پژوهش های دانشگاهی حوزه به نسبت جدیدی است. معمولا شروع آن را در دهه ۱۹۳۰ و در آمریکا می دانند. با گسترش این عرصه مطالعاتی افراد بیشتری نیز به آن پا نهاده اند. این محققان که سوابق متفاوتی در زمینه های مختلف داشته اند، با چالش های مشابهی رو به رو بوده اند. آنها در عرصه ای کار می کنند که حتی همکارانشان در رشته های سنتی تروجا افتاده تر هم به آنها به دیده تحقیر می نگرند و کارشان را کوچک جلوه میا البته این برخورد تا حدودی ناشی از تازه بودن عرصه رسانه ها هم هست. ولی تردیدی نیست که نوعی خصومت از جانب محققان رشته های سنتی تر و همچنین خود دست اندرکاران رسانه ها نسبت به محققان و کارهای مطالعاتی استادان رشته رسانه ها وجود دارد.

**توسعه میدان تاریخ تئوری رسانه ها**

این بخش به شناخت شیوه های درک روابط میان رسانه ها، اجتماع و افراد از ابتدای ظهور رسانه ها تاکنون اختصاص دارد. تئوری های امروزی از خلال بحث در مورد تئوری های قدیمی تر پدید آمده اند و حتی در مواردی فقط نسخه به روز شده تئوری های قدیمی ترند. اما چون محققان عرصه رسانه ها به تازگی به درک همه جانبه ای از گذشته این عرصه دست یافته اند، کارما در بررسی تاریخی این حوزه چندان آسان نخواهد بود. بحث تاریخ تئوری رسانه ها تداوم یک بحث تخصصی از پیش انجام گرفته نیست، بلکه بررسی رخدادهای متفاوتی را شامل می شود که حتی سند مکتوبی هم از برخی از آنها موجود نیست. گذشته نه تنها شامل مسیرهای تئوریکی است که پیموده شده، بلکه آن دسته از تئوری هایی را هم شامل می شود که مورد غفلت قرار گرفته یا به کناری زده شده اند. برخی استوری های قدیمی که دیگر در محافل دانشگاهی اعتباری ندارند، هنوز در بخش هایی از ته و در نزد برخی از دست اندرکاران عرصه رسانه ها مورد قبول هستند. از سوی دیگر،این که انواع متفاوتی از واکنش روشنفکرانه به مسائل و بحث های برخاسته از رسانه ها در اروپا و آمریکا بروز می کند، همین امر می تواند به خلق مشکلات تازه ای بینجامد. در سالهای اخیر، طرح چشم اندازی متعلق به کشورهای غیر پیش به این اختلاف نظرها دامن زده است. در نتیجه هرگونه کوششی برای تئوری های رسانه های جمعی و وسایل ارتباط جمعی صرفا گوشه هایی از فکری را به نمایش خواهد گذاشت. کل پیكره مباحث تئوریکی که زیربنای مطالعات رسانه ای امروز را تشکیل می دهند، برخل از سرنخ های متنوعی است که اندیشمندان رشته های مختلف عرضه داشتند، مثل محفغان زبان شناسی، ریاضیات، جامعه شناسی، روانشناسی، اقتصاد و ادبیات و ده ها رشته، گرچه بحث رسانه های جمعی در دامنه گسترده ای از مباحث دانشگاهی و تحقیقاتی مطرح است اما جنبه های تئوریک آن مورد غفلت قرار گرفته است. این غفلت جای شگفتی دارد، چین بسیاری بر این عقیده اند که وسایل ارتباط جمعی یکی از ملزومات اساسی روابط اجتماعی و انسانی است. این غفلت به ویژه در عرصه تئوری های جامعه شناسی، به ارتباطات و رسانه ها به عنوان بخشی از مباحث گسترده خود در مورد اجتماع اشاره کرده اند. با این حال، این امر مانع از آن نشده است که محققان و تئوری پردازان رسانه های جمعی سابقة اقدامات روشنفکرانه خود را به چارچوب های تئوریکی نرسانند که در دیگر رشته هایی چون جامعه شناسی، سیاست و روان شناسی توسعه یافته بود. این امر کاری موجه است چون مطالعه وسایل ارتباط جمعی فقط در چارچوب تئوریهای علوم اجتماعی معنا پیدا می کند. و مهم ترین ریشه های تئوریک برای محققان عرصه رسانه ها به لحاظ تاریخی در علوم اجتماعی مستقر شده است. این امکان هست که چند چشم انداز یا چارچوب ذهنی را که از سنت علوم اجتماعی نشات گرفته و در توسعه تئوری رسانه ها ریشه دوانده است مطرح کنیم. برای مثال می توان به تنوری جامعه توده ای، عملکردگرایی، مارکسیسم، مفهوم «سپهر عمومی» و «آزادی مطبوعات » اشاره کرده است.

**مدرنیته و آغاز تئوری رسانه ها**

تولد رسانه های جمعی با اوج گیری تحولات عظیم و گسترده ای تحولاتی که بسیاری آن را نشانه ورود «مدرنیته» تعبیر کرده اند. مدرنیته ما در مورد ماهیت آن توافق وجود دارد ونه در مورد این که «دوره مدرن» از چه موار برخی نقطه آغاز آن را خیلی قدیم و در اواخر سده پانزدهم، همزمان با آغاز «رفرماسیون» و «رنسانس» میدانند و گروهی دیگر هم ظهور «روشنگری» در سده هجدهم میلادی مدرنیته معرفی می کنند. اما جوامع غربی در اواسط سده نوزدهم و با توسعه سرمایه داری مستی پیشرفت علم، ظهور دموکراسی، مهاجرت به شهرها، استعمار، رواج گسترده آموزش پیش وسایل ارتباط جمعی شاهد آغاز تحولات عظیم و همه جانبه ای بودند. پیامدهای مدرنتیه هم به نوبه خود محل بحث و اختلاف نظر بوده و هنوز هم هست در حالی که سده نوزدهم طی میشد، نخبگان، رهبران دینی و سیاسی و همچنین روشنفکران پیشرو، در آمریکای شمالی و اروپا ترس هاونگرانی های خود از تاثیر مخرب مدرنیته ابراز می داشتند. آنها به فروپاشی جامعه سنتی بدبین ونگران اوج گیری قدرت توده ها» بودند و آن را تهدید واقعی یا بالقوة نظم اجماعی حاکم می دانستند. توان باالقوه فروپاشی اجتماعی شاید برای اولین بار توسط آلکسی دوتوکویل تبیین شده باشد که در دهه ۱۸۴۰ از این شکوه می کرد که جامعه مدرن تحت کنترل نوعی مساوات طلبی فراكجر ونافذ قرار داد که در خود فردگرایی، مادیگرایی (ماتریالیسم) و عدم ثبات اجتماعی می پروراند. او بر این باور بود که دموکراسی با خود نوعی فروپاشی و یکسان سازی فرهنگ و جامعه را به همراه می آورد و می تواند نفوذنخبگان اجتماع را که به طور سنتی حفظ نعم اجتماعی را تضمین می کردند، به صفر برساند. ماتیو آرنولد نیز در انگلیس و در کتاب فرهنگ هرج و مرج که به سال ۱۸۹۶ منتشر شد، نگرانی خود را از بی ارزش شدن فرهنگ ابراز داشته بود. ارنولد چنین استدلال می کرد که فقط به مدد حفظ و تقویت استانداردهای فرهنگی است که می توان تنش های طبقاتی را فرونشاند و از خطر آشوب و شورش از جانب توده های بی فکر، بی تجربه و بالقوه خش اجتناب کرد.

**ظهور و سقوط تئوری جامعه توده ای**

جامعة توده ای» در زمانی که متفکران بزرگ سده نوزدهم در مورد پیامدهای مدرنیته فکر می کردند و نظر می دادند، به عنوان چشم اندازی برای رسانه های ارتباط جمعی هنوز پدید نیامده بود. مبانی نظری آن خیلی دیرترومبنای فعالیتهای تعدادی از تئوری پردازان علوم اجتماعی و دانشمندان علم رفتارشناسی مطرح شد و در دهه های ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ به اوج خود رسید. اساس تئوری جامعه توده ای بر این بود که رفتار انسان را می توان به عنوان پاسخ و واکنشی به انگیزه های جهان خارج از درون انسان، ارزیابی کرد. اولین نشانه های توسعه این تئوری با ظهور جامعه شناسی جدید همزمان شد. پژواک های بحث جامعه توده ای را می توان در آثار پیشگامان تئوری های جدید جامعه شناسی نظیر آگوست کنت، پارتو، مانهایم ، دورکهایم و توئیس شنید. به ویژه سهم دو نفر آخر بسیار مهم است. فردیناند تونیس، جامعه شناس آلمانی، مفاهیم این بحث را مطرح کرد که در جامعه سنتی مردم و براساس پیوندهای فردی، سنتی و ارتباطی با هم پیوند خورده اند و دارای روابط اجتماعی دوجانبه و تعهد آفرین نسبت به یکدیگر هستند. و همین امر افراد جامعه را به عنوان «افراد و یک کل» متصل به هم نگه می دارد. حال آن که جامعه مدرن، جامعه ای است که در آن روابط فردی نامشخص، غیرفردی و مجزا از هم هستند. در چنین جامعه ای افراد به صورت آدم های بی ریشه دیده میشوند که براساس کیفیات فردیشان داوری یا با آنها برخورد نمی شود و اگر ارتباطی میان آنها هست، براساس نیاز است، نه سنت. امیل دورکهایم، جامعه شناس فرانسوی، تمایز تونیس را با برداشت تازه ای توسعه داد. او مایل بود بداند که چگونه ثبات اجتماعی پایدار می ماند و به ویژه نقش افراد و سازمانها در تشکیل و حفظ این ثبات چگونه است. به زعم او، در جامعه سنتی فرد ناگزیر بود چه بخواهد چه نخواهد، نقش اجتماعی خاصی ایفا کند. اما در عوض در جامعه مدرن، فرد آزادی عمل بیشتری دارد. دورکهایم بر تفاوتهای میان افراد و نیز استعداد بالقوه آنها برای همکاری و برقراری اتحاد تأکید می کرد. او استدلال می کرد که به رغم وجود مجموعه گسترده ای از آرمان ها و باورهای فردی، اگر قرار باشد جامعه در هماهنگی و اتحاد عمل کند، مجموعه ای از رفتار، احساس و تفکر که دورکهایم آنها را «حقایق اجتماعی» می خواند وجود دارد که باید به آنها عمل شود. این حقایق اجتماعی همان شیوه های تثبیت شده محتمل یا مرسومی است که ریشه های آن در رسوم، قانون و سابقه و سنت نهفته است.

**مکتب فرانکفورت**

ماکس هورکهایمر و تئودور آدورنو پیشگامان «مکتب فرانکفورت» بودند. آنها بودا آلمان در آمریکا مستقر شدند و در دهه های ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰ چهره های شاخصی به جا می آمدند، اما به آثار و عقاید آنها توجه چندانی نشان نمی دادند. اما در دهه ۱۹۶۰ آثار اندیشه هایشان در سطح وسیعی پخش و منتشر شد. آنها در نوشته های خود از هنرهایی چون موسیقی سمفونیک، ادبیات و هنرهای جدی جانب داری می کردند و آنها را واجد ارزشهای ذاتی میدانستند. این دو نویسنده منتقدان جدی فرهنگ توده ای بودند و بخش وسیعی از آثارشان بر انتقاد از نقش رسانه های جمعی در بازآفرینی هنرهای جدی تمرکز یافته بود. آدورنو معتقد بود که نه رادیو می تواند تجربه شنیدن بی واسطه نوای ارکستر سمفونیک را به گوش شنونده برساند و نه صفحه گرامافون قادر به چنین کاری است و به همین ترتیب، مجلات و رمان های عامه پسند هم در حد ادبیات جدی نیستند. آنها بر نقش فرهنگ توده ای در شکل دهی فرد در جامعه توده ای تأکید می کردند. از این جمع، هربرت مارکوزه به یکی از چهره های شاخص و پیشتاز جنبش دانشجویی دهه ۱۹۶۰ بدل شد. او در کتاب خود، «انسان تک ساحتی»، د بحث های مکتب فرانکفورت را به این صورت جمع بندی کرد که سرمایه داری مسئول خلق نیازهای کاذب، آگاهی کاذب و فرهنگ توده ای است که در مجموع کارگران را به بردگی کشانده اند.

توری جامعه توده ای باعث تقویت این دیدگاه شده است که تأثیر رسانه ها بر زندگی و رفتار مردم سراست و صریح است. این دیدگاه را که الگوی «آمپول زیر جلدی» یا «گلوله های جادویی» هم نامیده اند، بر این اصل استوار است که بین آنچه مردم می بینند، می شنوند و می خوانند و نحوه رفتارشان ارتباطی مستقیم وجود دارد. این دیدگاه در اوایل سده بیستم با ظهور «مکتب رفتارگرایی» در روان شناسی تقویت شد که معتقد بود میان اقدامات فرد و رخدادهای ماوقع در اطراف او ارتباطی مستقیم وجود دارد. رفتارگرایی از این باور حمایت میکرد که کنش اجتماعی مردم ماحصل انگیزه های خارجی است و نه انتخاب فردی مبتنی بر باورها و دانش فردی. این امر سبب شد تا عده زیادی مؤثر بودن بهره برداری نازی ها از رسانه های جمعی در دهه ۱۹۳۰ را توجیه کنند. تئوری جامعه توده ای با توجه به نگاهش به مردم به عنوان افرادی ناتوان، مجزا و منفعل که به راحتی تحت تأثیر پیامهای رسانه های بسیار قدرتمند قرار می گیرند، بر اولین تئوری ناظر بر رسانه ها تأثیر عمیقی بر جانهاد. اما محبوبیت این تئوری از اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶۰ به بعد، روبه نقصان نهاد و علت آن کشف تناقضهای نهفته در آن و کاهش هراس از ظهور حکومت های اقتدارگرا نظیر رژیم آلمان نازی بود. گرچه بحث در مورد فرهنگ توده ای ادامه دارد، اما سوزی جامعه توده ای در عمل از مباحث تئوریک دانشگاهی حذف شده است.

**تئوری جامعه توده ای و رسانه ها**

1- رسانه های جمعی نیروی مخبر وفاصله اندازی در جامعه اند و باید کنترل شوند.

2 - رسانه های جمعی این قدرت را دارند که به طور مستقیم بر طرز فکر و رفتار مردم عادی اثر بگذارند.

3- مردم چون از نهادهای سنتی اجتماعی که آنها را در برابر تبلیغات و تحت تا گرفتن محافظت می کردند فاصله گرفته و منزوی شده اند، در برابر قدرت تأثیر رساند جمعی آسیب پذیر نشان میدهند.

 5- تحولات اجتماعی ناشی از تأثیر مخرب رسانه های جمعی، در نهایت به ظهور جواب اقتدارگرا با کنترل متمرکز می انجامد. د- رسانه های جمعی با ترویج اندیشه های مبتذل و موهن وفعالیتهایی که رفتار متمدنانه را به خطر می اندازد، سطح استانداردها و ارزش های فرهنگی را کاهش می دهند.

**تحلیل تبلیغ و افکار عمومی**

تئوری جامعه توده ای با رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی به عنوان بخشی از نیروهای اخلالگر برخورد کرد. این تئوری به رسانه ها به عنوان بخشی از فرآیند کلی تحولات اجتماعی می نگریست. در سالهای حدفاصل بین دو جنگ جهانی، مجموعه ای از تئوری ها مطرح شد که به طور خاص بر محتوای رسانه ها و تأثیرشان بر جامعه تمرکز داشتند و موضوع «تبلیغ» و شیوه های ترغیب میلیونی، یا به عبارتی عامه مردم را مدنظر قرار دادند. جنگ اول جهانی باعث علاقه و توجه به تبلیغ شده بود. موفقیت نظام تبلیغاتی انگلیس در طی جنگ اول جهانی که گوبلز آن را الگوی تبلیغات خود قرار داد، این باور را پدید آورد که عامه مردم در برابر تبلیغ آسیب پذیرند و به آن واکنش نشان می دهند. این امر با ادعای شرکت های تبلیغاتی و سازمان های روابط عمومی در دهه ۱۹۲۰ تقویت شد که مدعی بودند قادرند هر کالایی را به فروش برسانند و نظر عامه مردم را به آن جلب کنند. این باور عمومی در دهه ۱۹۳۰ و با کاربرد گسترده تبلیغات از سوی رژیمهای فاشیستی در اروپا و کمونیسم در اتحاد شوروی به اوج رسید. این امر سبب شد تا گروهی از سه تأثیر تبلیغات جنگی و ارزیابی تأثیر آنها را بررسی کنند. هارولد لاسول مهمترین پژوهشگر این دوره بود که اولین کتابش تحت عنوان شیوه های تبلیغ در جنگ جهانی به سال 1927 انتشار یافت.

**پارک و مکتب شیکاگو**

بخش عمده فعالیتهای پراگماتیست های آمریکایی و همچنین تحقیقات مربوط به جامعه ارتباطات و رسانه ها در سالهای پیش از دهه ۱۹۳۰ ماهیتی کیفی داشت. تولید حقایق اطلاعات در حمایت از تئوریها و مباحثی که مطرح می شد نادر بود. اما در عین حال، روشی به مراتب علمیتر در درک جامعه و ارتباطات در دانشگاه شیکاگو در دست توسعه بود. بسیاری از دست اندرکاران این دانشگاه که به نوعی با پراگماتیست ها در ارتباط و تحت تأثیر آنها بودند، آغازگر تحقیقات علمی تری در مورد رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی شدند. چهره پیشتاز در این زمینه رابرت پارک" جامعه شناس بود. پارک و همکارانش الگوی ساده «انگیزه - واکنش» را مردود دانستند و در عوض، از رویکرد « فرهنگی تر» پراگماتیستها پیروی کردند و به بررسی نقش نهادهای اجتماعی نظیر رسانه ها در حفظ وتداوم ارزش های جامعه پرداختند. آنها نیز نقش ارتباطات در فرآیند اجتماعی را مثبت میدانستند. پارک گفته است همواره می توان با دشمن مذاکره کرد، با او رابطه داشت و در درازمدت به تفاهم رسید. «مکتب شیکاگو» به شرایطی نظر داشت که تحت آن شرایط، اطلاعات می تواند باعث پیشبرد و تقویت ارزش های اجتماعی و دموکراسی شود. این شرایط در ضمن شامل مسائلی چون کنترل اجتماعی و نقش رسانه ها در تغییر و تحول ارزش ها و رفتارهای اجتماعی هم بود.

**مارکسیسم**

 مارکس برخلاف بسیاری از اولین تئوری پردازان کلاسیک سده نوزدهم، نقش توده ها را در ایجاد تحولات اجتماعی، مهم و تعیین کننده می دانست. در تقدر همگی تحت از خلال مبارزه میان نیروهای مخالف و رقیب جامعه پدید می آید و این تشاد و پیروی از روش فکری هگل، دیگر فیلسوف المانی و دیالکتیک می خواند. مارکس افراد جامعه را به دو دسته دارای قدرت اقتصادی و ابی بهره از قدرت اقتصادیات می کرد و معتقد بود که تضاد اصلی اجتماع بین این دو دسته است. داره» همین بود یاسرمایه داران صاحب ابزار تولیدند که شامل زمین، کارخانه و نیروی کار می شد او «ندارها» هم شامل طبقه کارگر (پرولتاريا) یا همان عامه مردم بودند. بورژوازی قدرت را از استثمار مادی طبقه کارگر، از خلال جذب ارزش افزوده و کسب سود اضافی به دست می آورد. مارکسیسم بر این نکته تأکید می کند که در تکامل تاریخی جامعه مبارزه طبنتی حائز اهمیت اصلی و کانونی است. مارکس در تلاش برای تحلیل دگرگونی های عظیم جامعه ویکتوریایی، آثار فراوان و مهمی از خود به جا گذاشت و از جمله بر مطالعه رسانه ها تأکید کرد و از زمان مرگ او به این سو محققان و نویسندگان زیادی در زمینه هایی که او راهگشا شده بود، دست به فعالیت زدنن خود مارکس هرگز یک مطالعه جامع و کامل از نقش وسایل ارتباطی و رسانه ها انجام نداد، اما در آثار مختلفی از او می توان دید که برای رسانه های جمعی در عملکرد اقتصاد سرمایه داری نقش مهمی قائل است و به رابطه میان اقتصاد از یک سو و ارتباطات و فرهنگ از سوی دیگر بسیار تأکید می کند. دیدگاه مارکس در مورد ارتباط میان ساختار اقتصادی جامعه و عملکرد رسانه های ارتباط جمعی را میتوان در قطعه مشهوری از یکی از آثارش مشاهده کرد. او می نویسد:

اندیشه های طبقه حاکم در هر عصری، اندیشه های مسلط بوده اند. برای نمونه طبقه ای که نیروی مسلط مادی در جامعه است، در عین حال نیروی مسلط فکری آن هم هست. طبقه ای که بر ابزار تولید تسلط دارد، در عین حال بر ابراز تولید فک و اندیشه نیز مسلط است... آنها مادام که به صورت یک طبقه حکومت ما و گستره و حدودهردوره ای را مشخص می کنند.

**تئوری لیبرالی آزادی مطبوعات**

تئوری آزادی مطبوعات، به جای آن که به رسانه ها به عنوان سخنگوی طبقات حاکم بنگرد برای آنها نقش مستقلی قائل می شود. مفهوم «آزادی مطبوعات» سابقه ای طولانی و برجسته دارد. جان کین در کتاب «رسانه ها و دموکراسی» (۱۹۹۱) تاریخچه رسانه های فلسفی در دفاع از آزادی بیان، نشر و کتابخوانی را آورده است. او اعتقاد دارد که بریتانیا زادگاه آزادی مطبوعات بوده است.

**مکاتب فکری، گسترش رویکردهای تئوری رسانه ها**

**الگوی تاثیر محدود**

اللگوی جدید تفکر در مورد رسانه های ارتباط جمعی، بر پایه تحقیقات تجربی و فرآیند رسانه های جمعی بنا شده بود.باران و دیویس به این نکته اشاره کرده اند که آدم هاییکه سبب این تغییر در شیوه نگرش به این موضوع بودند، تئوریسین نبوده بلکه روشناس بودند.آنها به جای پذیرش و حمایت از تئوری اساسی و جامع درباره نقش وعملکرد رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی در جامعه، این بحث را مطرح کردند که تئوری باید از بطن تحقیقات تجربی به دست آید.

**عملکردگرایی**

عملکردگرایی به عنوان رویکردی تئوریک در مطالعه جامعه در دهه های بعد از جنگ دوم جهانی تثبیت شد.ریشه های این رویکرد را می توان به ایمیل دورکهایم رساند.

**عملکردگرایی و رسانه ها**

١- عملکردگرایی به جامعه به عنوان نظامی از بخشهای به هم پیوسته با فعالیت ها متصل به هم، تکراری و از پیش تعیین شده می نگرد.

 ۲- چنین جامعه ای به سمت تعادل دینامیک تمایل دارد و اگر ناهماهنگی در آن رخ دهد نیروهای درون جامعه برای استقرار دوباره نظم دخالت می کنند.

 ٣- تمامی فعالیتهای متصل به هم تکراری و از پیش تعیین شده جامعه در خط تعادل سهیم هستند.

۴- برخی از فعالیتهای از پیش تعیین شده و تکراری جامعه برای بقای آن ضرورت دارند.

 ۵- رسانه های ارتباط جمعی و وسایل ارتباطی یکی از این فعالیت های از پیش تعیین شده و تکراری اند و در حفظ ثبات و تعادل جامعه نقش دارند.

 ۶- ارتباط جمعی یکی از عناصر لازم و ضروری ساختار جامعه است و جامعه بدون آن نمی تواند به حیات خود ادامه دهد.

 ۷- با این حال، اگر وسایل ارتباط جمعی بی نظمی و ناهماهنگی خلق کنند، غیرکارکردی می شوند.

**کثرت گرایی**

کثرت گرایی بر این باور است که در جوامع غربی قدرت میان گروه کثیری از گروه ها و نمایندگان تقسیم شده است که هیچ کدام قادر نیستند سلطه بلامنازعی بر جامعه در کدام از آنها قدرتی دارند و هیچ کدام قدرت مطلق ندارند. رقابت میان آنها با موازین کم و بیش مشابه سبب توزیع قدرت می شود. هر کدام از این گروه ها می توانند در فرآیند تصمیم گیری های کلی جامعه صدای خود را به گوش دیگران برسانند. در این میان، دولت نقش میانجی و داور را میان گروه های رقیبی همچون اتحادیه های کارگری، احزاب سیاسی، صاحبان تجارت و نهادهای مدنی ایفا می کند.

**نقد فمینیستی**

آثار فمینیستی در عرصه رسانه های ارتباط جمعی، ریشه در جنبش های زنان در دهه 1960 دارد. کتاب مهم این جنبش «راز زنانگی» اثربتی فریدان بود که نقد رسانه ها از مباحث اصلی و مهم آن محسوب می شد.

فریدان رسانه ها را یکی از عوامل اصلی اعمال تبعیض به زنان در جامعه می دانست و معتقد بود که زنان به مسائل شان به اندازه کافی و جدی رسانه ها مطرح نمی شوند. جنبش زنان از عدم حضور زنان در رسانه ها، حضور محدود تا در مواردی که به آنها مربوط بود، تمرکز روی استفاده ابزاری از زن و معرفی زن به عنوان کالای جنسی شکوه می کرد. هواداران این جنبش همچنین در موارد پرداختن به خشونت، تأکید بر زنی که مورد تهاجم قرار گرفته و نه مرد مهاجم و مقصر جلوه دادن زن راناعادلانه می دانستند. به تدریج زنانی که در رسانه های مختلف کار می کردند، گردهم آمدند و به تبادل نظر و ایجاد گروه های فشار برای تغییر وضعیت مبادرت کردند. گروه هایی چون «زنان شاغل در رسانه ها، تشکیل شد و تحقیقات در مورد رسانه ها مبتنی بر دیدگاه فمینیستی بر مبنای این انگیزه سیاسی شکل گرفت. یکی از تفاوتهای میان دیدگاه های فمینیستی و دیدگاه های دیگر در نسبت با رسانه ها، مرزهای نامعلوم و مخدوش میان فمینیسم حاضر در بحثهای آکادمیک و فمینسم حاضر در تظاهرات خیابانی و سیاسی است. چندان جای تعجب ندارد که در مورد ارتباط زنان و رسانه ها، تحقیقات آکادمیک چندانی وجود ندارد.

**پست مدرنیسم**

در اواخر بیستم میلادی شاهد یک ارزیابی مجدد و تمام عیار از شیوه توسعه جامعه بودیم.ما در خلال مجموعه ای از دگرگونی های اساسی اجتماعی زندگی می کنیم. ماهیت سرمایه داری دستخوش تحولات و دگرگونی شدیدی است. نه تنها سرشت کاره در حال و تحول است، بلکه بنیان «تجارت» هم تغییر می کند.

 نظام تولید انبوه در مقیاس که از ویژگی های بارز سده بیستم میلادی بود، عملا کنار گذاشته شده و جای آن ارشاد انعطاف پذیری از شرکت های کوچک تر گرفته است که کار را از شرکت های بزرگ سفارش می گیرند. این شرکت های کوچک تر کارگرانی ماهر در رشته های مختلف دارند که می توانند به سرعت کاری را با کاردیگر جانشین کنند و الزاما همه آنها هم تمام وقت نیستند. این امر با زوال قدرت اتحادیه های کارگری همراه شده است. از سوی دیگر، در عرصه سیاست نیز با فروپاشی دیدگاه طبقاتی، جنبش های اجتماعی جدیدی چون حمایت از محیط زیست، فمینیسم و حمایت از حقوق همجنس گرایان مطرح شده و مفهوم دولت ملی به تدریج جای خود را به جهانی سازی اقتصاد داده است. یکی دیگر از تحولات این دوره، مهاجرت فزاینده مردم است که با خود مشکلات آوارگی و بحران هویت فرهنگی مهاجران را پدید آورده است.

**مک لوهان**

مک لوهان یکی از اولین محققانی بود که در مورد چگونگی تأثیر رسانه هابر ماهیت و چشم انداز حیات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگ جوامع کار د اوبر نقش رسانه و تکنولوژی ارتباطات برای تاثیر نهادن بر توسعه تاریخی جوامع تأكيد می کند. به باور مک لوهان، محتوای رسانه ها به درک تأثیر آنها ربطی ندارد و این قالب های و شیوه های ارتباطی است که بر درک و دریافت بشر اثر می نهد. در نظر او، کوشش برای درک تلویزیون با بررسی برنامه هایی که پخش می کند، همان قدر پوچ و بی فایده است که درک تأثیر صنعت چاپ در سده پانزدهم از طریق بررسی محتوایی انجیلی که گوتنبرگ چاپ می کرد. مک لوهان می گوید که رسانه همان پیام است و توضیح می دهد که چگونه تغییر ارتباط شفاهی و کلامی به چاپی، بر نحوه درک جامعه در زمان خود تأثیر نهاد. علوم رسانه ای توازن میان حواس پنجگانه را بر هم زد و رسانه های الکترونیکی، به ویژه تلویزیون، آدم ها را به هم نزدیک تر کرد و آنها را به شهروندان «دهکده جهانی» بدل ساخت.

**تاریخچه اقتصاد سیاسی**

مفهوم اقتصاد سیاسی سابقه ای طولانی دارد. اولین بار نویسنده ای فرانسوی به نام مونشريتن دو واتویل آن را در سال ۱۶۱۵ و برای توصیف «علم کسب ماله به ی شیوه اقتصاد سیاسی برای درک جامعه و سیاست در اواخر سده هجدهم ساماندهیشد.از جمله کسانی که مباحث کلاسیک آن را مدون کردند، باید از آدام اسمیت ودیو نام برد. آنها سعی می کردند تا از تحولات عظیم اجتماعی که در آستانه انقلاب من شرف وقوع بود و انقلابی که جوامع کشاورزی را به سوی جوامع تجاری تولیدی و صنعتی سوق داد، سر در بیاورند. این فلاسفه و تحلیگران بر اهمیت سازمان های اقتصادی جامعه و شیوه تأثیر آنها بر روابط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی انگشت نهادند. آنها اگر چه در مورد روش های این تأثیر اختلاف نظر داشتند، اما در مورد برتری وجه اقتصادی موضوع همرای بودند؛ به زعم آنها، این تحول ناشی از توسعه سرمایه داری بود. اسمیت و دیگر سردمدارات اقتصاد سیاسی بر آن بودند که سرمایه داری بهترین راه تولید ثروت، قاعده مند کردن اقتصاد و ایجاد صلح و کامیابی اقتصادی است. آنها اعتقاد داشتند که مکانیسم بازار به همر فرد اجازه و امکان خواهد داد تا کوششهای خود را در جهت به حداکثر رساندن منفعت شخصی و در عین حال به حداکثر رساندن ارزش محصولات متمرکز کند. به عبارت دیگر، برای برآوردن طمع شخصی باید منفعت همگانی را در نظر داشت. اسمیت بازار را دستی پنهان می دید که هزاران هزار فرد منفرد را که کارشان تولید کالا و خدمات برای برآوردن نیازهای جامعه است، دور هم جمع می کند. دیدگاه کلاسیک اقتصاد سیاسی، مالکیت خصوصی را مهمترین رکن عملکرد سرمایه داری محسوب می کرد.

**اقتصادی سیاسی مارکسیستی**

دیدگاه مارکس از سازماندهی اقتصادی جامعه در چارچوب سرمایه داری، درن دیدگاه های کلاسیک اقتصادی سیاسی، به مراتب بدبینانه تر و تلخ تر بود. گرچه ای قبول داشت که سرمایه داری با خودثروت به همراه می آورد، ولی در عین حال تأکید میک که حامل نابرابری در توزیع منابع و فرصت های حیاتی در درون جامعه هم هست، درنظر مارکس، ویژگی کلیدی رشد سرمایه داری، مالکیت و کنترل ابزار تولید توسط گروه کوچکی است و به عبارتی، اهرمهای قدرت اقتصادی در دست معدودی از افراد قرار دارد. این عدة معدود یک «طبقه سرمایه دار» یا «طبقه حاکم» را تشکیل میدهند و از قدرت خود برای تأمین منافع و حفظ موقعیت و گسترش نفوذ خود در جامعه سود می برند. هدف اول و اصلی این طبقه کسب درآمد و منافع هر چه بیشتر است، اما این کار فقط به بهای بهره جویی از منافع دیگر طبقات امکان پذیر است. سرمایه داری برای درک نقش رسانه ها در جامعه مدرن سرمایه داری به رسانه ها به عنوان ابزار ترویج دیدگاه ها و اندیشه ها و در مجموع به عنوان ایدئولوژی بورژوازی می نگرد. به باور مارکس، اعمال قدرت سیاسی و گردآوری مال و دارایی با هم ارتباطی تاریخی دارند. بورژوازی به عنوان طبقه حاکم و مسلط فعالیت های اقتصادی جامعه را تحت کنترل دارد و در عین حال کنترل صنایع فرهنگی و رسانه ها را نیز در دست دارد و در نتیجه می تواند اندیشه ها و تصاویری را که به طبقات فرودست جامعه عرضه می شود، به میل و اختیار خود تغییر دهد. به این ترتیب، بورژوازی دیدگاه خاص خود را از جهان عرضه می دارد.

**سطوح تحلیل سازمانی مطالعه**

سازمان های رسانه ای در بررسی های قدیمی ماکس وبر و رابرت پارک، رشد الثوراستن در سال ۱۹۴۱ مطالعه دامنه داری در مورد دست اندرکاران سینمایی انجام داد. مطالعه نظام مند بعدی در اواخر دهه ۱۹۵۰ انجام شد. این امر ناش عامل خارج از حوزه مطالعات رسانه ای بود. اول، ظهور مبانی جامعه شناسی سازمان من پیچیده در دهه ۱۹۵۰ به طرح تئوری هایی در مورد ساختار و رفتار سازمانی منتهی شده ابزار تحلیلی برای مطالعه سازمان ها و کار رسانه ای را فراهم کرد. دوم، تقابل عملکردگرایان وكثرت گرایان از یک سو ونومارکسیست ها از سوی دیگر توجه را به این بحث جلب کرد که تا چه اندازه سازمان های رسانه ای و دست اندرکاران رسانه ها نسبت به ساختار مسلط قدرت در جامعه استقلال دارند. سوم، فضای پرآشوب سیاسی دهه ۱۹۶۰ توجه افکار عمومی را به بررسی نقش رسانه ها در سیاست سوق داد و محققان زیادی به بررسی روابط متقابل سازمان های رسانه ای و نهادهای سیاسی پرداختند. تحقیقات تجربی در مورد سازمان ها و کار رسانه ای و تأثیر آنها بر محتوای رسانه ها در سه سطح مختلف انجام گرفته است. سطح اول، بر فرد شاغل در عرصه رسانه و ارجحیت ها، پس زمینه و سابقه اجتماعی و تجربه هایش و همچنین ایدئولوژی های حرفه ای و کار روزمره او تمرکز دارد.

**کارکنان رسانه ها**

 این بحث که محتوای رسانه ها محصول تصمیم گیری های فردی کارکنان رسانه ها است، با برداشت متعارف از مخاطبان، رسانه ها و تصویری که بسیاری از کارکنان رسانه ها دوست دارند از خود نمایش دهند هماهنگ است. برای مثال، روزنامه نگاران معمولا دوست دارند خود را افرادی سرسخت و مستقل معرفی کنند و فرهنگ عامه هم این تصویر را تقویت می کند چه بسیار فیلم های هالیوودی که چنین تصویری از خبرنگاران و روزنامه نگاران عرضه کرده است. یک فرضیه رایج در تمامی رسانه ها این است که شخصیت، کار و استعداد هر روزنامه نگار تعیین کننده ترین عامل محتوای رسانه هاست.

**نگهبانان دروازه ها**

دیوید وایت تحقیق کلاسیکی در سال ۱۹۵۰ در مورد فرآیند انتخاب کی است. وایت اعتقاد داشت که مهم ترین جنبه ارتباط رابطه ای است که بین ده د و ذهن دریافت کننده خبر شکل می گیرد. او در این میان برای فرآیند انتخاب در اتا اهمیتی فوق العاده قائل میشود و نتیجه می گیرد که فرآیند انتخاب خبر شامل درمانده متعددی است که اخبار باید از آنها ردشوند. انبوه خبرهای روز هر روزنامه از دروازه های متعدد رد میشوند و در نهایت، تعداد اندکی باقی می مانند که در روزنامه به چاپ می رسند هر دروازه ای هم دروازه بانی دارد که شامل سردبیران، دبیران سرویس و نظایر آنهاست. اود انتها نتیجه می گیرد که اطلاعات مردم را دروازه بانانی تعیین می کنند که کارشان انتخاب خبر است و این کار مسلما بازتابی از سابقه و باورهای شخصی آنها خواهد بود. همین امر در سایر رسانه ها هم صادق است. برای نمونه ناشر کتاب اثر مورد نظرش را از میان انبوه کتاب های پیشنهادی برمی گزیند، طراح برنامه های تلویزیونی همین کار را با برنامه های مختلف می کند و مدیر مؤسسه صفحه پرکنی هم از میان تعداد کثیری نمونه کارهای هنرمندان موسیقی دست به گزینش می زند. الگوی وایت توجه را به سلایق، طرز فکر و پیشداوری های نگهبانان دروازه ها جلب می کند. مطالعات تازه ای هم با نگاه به الگوی کاری وایت انجام گرفته است و نشان میدهد که هنوز هم انتخاب بر مبنای سلیقه و انچه نگهبان دروازه مطلوب مخاطب می پندارد شکل می گیرد.

**تعصب چیست؟**

تعصب در اخبار و اطلاعات، به معنای تمایل مستمر به نفع یک جناح يا حمایت از یک برداشت یا موضع گیری است. برای مثال، روزنامه، کانال تلویزیونی با گزارشگری به جانب داری از چپ یا راست متهم می شود و می گویند که او به یکی از این دو جناح تعصب دارد.واکنش سنتی از جانب رسانه ها معمولا روشن است. آنها معمولا از سوی هردو جناح سیاسی به تعصب متهم می شود و همین امر نشاندهنده آن است که به هیچ سمتی

ندارد. فرض غالب در جامعه این است که واقعیت را باید در یک فضای فرضی میانه، نه چپ ونه راست، پیدا کرد. اما در عرصه سیاست این عرصه میانی اشغال شده است و فضای خنثایی نیست و حتی می تواند به معنای جانبداری از میانه روی باشد. تمامی اتهاماتی که در مورد تعصب مطرح می شود، مبتنی بر این فرض است که یک واقعیت غیر متعصب و کاملا بی طرفانه وجود دارد که رسانه ها از آن منحرف می شوند. اما مشکل در تعریف و تبیین این واقعیت محض است. روزنامه و رسانه های خبری به مفهوم بی طرفی تعهد دارند. این مفهوم از اوایل سده بیستم، به عنوان معیاری برای سنجش عملکرد رسانه های خبری مطرح شد.

**کلیشه سازی**

کلیشه سازید و کلیشه سازی مفاهیمی مهم در تجزیه و تحلیل رسانه ها هستند و اثرات آنها از دیرباز مورد توجه بوده است. مفهوم امروزی کلیشه سازی را والتر لیپمن مطرح و آن واژه را به بی معرفی کرد. لیپمن به اعتبار دانش عمومی علاقه داشت و معتقد بود دانش عمومی خاطر ناکامل بودن اطلاعاتی که از رسانه ها حاصل می شود، فقیر است. واژه کلیشه برای نمایش تصویر نادرست و گمراه کننده ای که رسانه ها از جهان نشان می دهند استفاده کرد. او این عقیده را رد می کند که رسانه ها به عمد آنچه را در جهان رخ دهند دستکاری می کنند و اعلام می کند که وجود کلیشه ها برای درک محیط اطراف و روابط اجماعی لازم است. افراد نمی توانند بخش عمده ای از رخدادهای مهم جهان را به شخصه تجربه کنند و در نتیجه باید به ذهنیت خود در درک آنچه در حال وقوع است تکیه کنند. این ذهنیت (تصاویری که از جهان خارج در ذهن داریم) از مقوله های مختلفی تشکیل شده و به قول ليپمن، ما آنها را مقوله بندی می کنیم تا بتوانیم آنها را مطالعه یا درباره آنها با دیگران تبادل نظر کنیم. ليپمن اضافه می کند که ما از بسیاری از این مقوله ها کلیشه میسازیم و برای مثال، به کلیشه مادران، پدران، آموزگاران، روستائیان، سیاستمداران و نظایر آنها اشاره می کند.

**اولین تئوری های رسانه ها**

در اوایل قرن بیستم این اعتقاد گسترده ظهور کرد که رسانه هابرما قابل توجهی برجا می نهد. این دیدگاه بدبینانه از تأثیر رسانه ها، مدار توده ای و تلاش های آن برای تطابق با تحولات ناشی از پیشرفت های جدیدی مدرنیته بود. اولین کوشش ها برای بررسی و ارزیابی نشود رسانه ها، ماحصل گروه های سیاسی ای بود که از تاثیر رسانه ها بسیار نگران بودند. بیشترین نگن تأثیر مخرب سينما و مطبوعات بود. یکی از اولین بررسی ها در مورد تاثیر رسانه ها ۱۹۱۷ در انگلیس و توسط شواری ملی اخلاق جامع انجام گرفت که نهاد غیردو ومتشکل از سازمان هایی با پیشینه و اعتقادات سیاسی متفاوت بود. این شورا گروهی را مأمور کرد تا تأثیر مخرب سینمایر جوانان را بررسی کنند. این گروه با جمعی از پزشکان، مأموران پلیس، مددکاران اجتماعی و مأموران زندان و همچنین نمایندگان صنعت سینما و مسئولان اداره دولتی و نظارت بر سینما مصاحبه کرد و ماحصل بررسی های خود را در یک گزارش چهارصد صنحهای آماده نمود. در این گزارش، پس از برسی انواع نظرات در تأیید یارد سینما، شورابه این نتیجه رسید که درخواست بعضی گرودها برای ممنوعیت ورود کودکان و نوجوانان به سالن های سینما غیرمنطقی است و مسئلی نظیر بزهکاری نوجوانان و جوانان پیچیده تر از آن است که بتوان فقط سینما را عامل آن دانست.

**تئوری تأثیر مستقیم**

اولین تئوری در مورد تأثیر در مورد تأثیر رسانه ها که هیچ وقت به صورت یک تئوری منسجم عرضه نشد تئوریتأثیر مستقیم است که آن را «تئوری آمپولی» و «تئوری گلوله جادویی» هم ده اند. این تئوری به طور خلاصه گویای آن است که پیام های رسانه ای به طور یکسان کنواخت به همه مخاطبان می رسد و تأثیری مستقیم و آنی بر جا می گذارد. امروزه این تئوری را خام، بیش از حد ساده لوحانه و فاقد پیچیدگی می دانند. تئوری تأثیر مستقیم در رفتارشناسی ریشه دارد که در اوایل سده های بیستم میلادی سروصدای فراوانی به پا کرده بود. رفتارشناسی بر این باور است که رفتار انسانها شکل پیچیده تری از رفتار حیوانات است و فرآیند یادگیری انسان و حیوان آنقدرها از هم متفاوت نیستند و در واقع انسان نیز به ترکیب دو عامل پاداش و تنبیه واکنش نشان میدهد. این الگوی انگیزه، واکنش یکی از عناصر اصلی تئوری تأثیر مستقیم است. به این تعبیر که یک نیروی خارجی رسانه) تأثیر مستقیمی بر یک مورد (شخص) دارد.

**تئوری تأثیر محدود**

تئوری تأثیر مستقیم در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ با فرضیه تاثیر محدود جایگزین شد. مبانی فکری این فرضیه با رد تئوری تاثیر مستقیم به خاطر غیر علمی و ساده لوحانه بودن آن، در تحولاتی ریشه دارد که در آمریکا و در سال های جنگ جهانی دوم اتفاق افتاد.

**الگوی دو مرحله ای**

تحقیقات پل لازاسفلد وهمکارانش در مورد تاثیر رسانه ها بر رفتار مردم در انتخابات جدی ترین چالش را پیش روی الگوی تاثیر مستقیم نهاد. این گروه در تحقیق خودتحت عنوان «انتخاب مردم» دریافتند که رسانه ها تأثیر چندانی بر این که مردم به کدام نامزد انتخاباتی رأی بدهند برجا نمی گذارند و عوامل اجتماعی نظیر دین و طبقه عوامل مهم ترین در انتخاب مردم هستند. و رسانه ها حداکثر می توانند باورهای موجود مردم را تقویت کنند، نه این که آنها را دگرگون سازند. به باور این عده، تأثیر فردی افراد بر یکدیگر نقش مهمی در تغییر افکار مردم دارد و در این میان برخی آدم ها از بقیه مهمترند. این عده را میتوان «رهبران فکری» نام نهاد و اهمیت آنها در این است که مردم و رأی دهندگان به نظراتشان توجه زیادی نشان میدهند. «رهبران فکری» به رسانه ها توجه زیادی نشان می دهند و سپس آموخته های خود را به دیگران منتقل می سازند. و از طریق ارتباط فردی می توانند تأثیر زیادی بر جا نهند. منظور از سیلان دو مرحله ای اطلاعات نیز همین است که اطلاعات از رسانه ها به «رهبران فکری» و سپس از آنها به دوستان، همکاران و همسایگانشان انتقال می یابد. رهبران فکری عقاید سیاسی محکمی دارند و در نتیجه علاوه بر آن که توجه دقیقی به رسانه ها نشان میدهند، آنقدرها هم تحت تأثیر پیام های رسانه ای قرار نمی گیرند.

**رسانه ها و خشونت**

بحث در مورد رابطه تلویزیون و خشونت بر بحثهای مربوط به تأثیر رسانه ها سنگینی می کند. عامه مردم معتقدند که مشاهده برنامه های خشن تلویزیونی و فیلم های خشن سینمایی یکی از عوامل بروز خشونت در جامعه است. در دادگاه هایی که به قتل های پرسروصداپرداخته اند.

**جامعه اطلاعاتی**

تکنولوژی های جدید پیام آور انفجاراطلاعاتی و طلیعه دار بروز یک جامعه اطلاعاتی بوده اند.این تکنولوژی ماهیت اطلاعات و اطلاع رسانی را دگرگون کرده است. امروزه دسترسی به این تکنولوژی به مراتب آسان ترشده و میزان فراگیری آن رشد چشمگیری داشته است.