



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی ■ رشته: روابط عمومی ترم: سال تحصیلی: ۹۹-۹۸
نام درس: نظریه های ارتباط جمعی نام و نام خانوادگی مدرس: فریده مطیعی
آدرس email مدرس: تلفن همراه مدرس: 0921-2796071

جزوه درس: نظریه های ارتباط جمعی مربوط به هفته : پنجم ■
text: دارد ■ ندارد □ voice: دارد □ ندارد ■ power point: دارد □ ندارد ■
تلفن همراه مدیر گروه : 0912-4058720

با نام و یاد خداوند مهربان
نظریه های ارتباط جمعی _ جلسه پنجم

❖ نظریه شکاف آگاهی: (Knowledge Gap Theory)

تیکنور، دونوهو و اولین به عنوان واضع نظریه شکاف آگاهی، مفهوم «شکاف» را چنین تعریف می کنند:
[به موازات افزایش انتشار اطلاعات در جامعه توسط رسانه های جمعی، آن بخش هایی از جامعه که پایگاه اقتصادی اجتماعی بالاتری هستند، در مقایسه با پایگاه اقتصادی اجتماعی پایین تر، تمایل بیشتری به دریافت اطلاعات در کوتاه ترین زمان دارند. لذا، شکاف آگاهی بین این دو بخش، به جای کاهش، افزایش می یابد.]

- مفهوم پایگاه اقتصادی اجتماعی که کاربرد گسترده ای در جامعه شناسی دارد، اشاره ای است به طبقه اجتماعی افراد. سه شاخص مرتبط با هم در تعریف عملی «طبقه اجتماعی» وجود دارد: آموزش (سطح تحصیلات)، درآمد و شغل.
- به هنگام مطالعه شکاف آگاهی، در کنار متغیر علی پایگاه اقتصادی اجتماعی، باید متغیرهای دیگر چون میزان انگیزه و علاقه به استفاده از رسانه ها، دسترسی به اطلاعات و فعالیت سازمانی و سودمندی واقعی دانش و آگاهی را نیز در نظر گرفت.
- دو فرض اساسی در این نظریه وجود دارد:
الف- افراد با سطح تحصیلات بالا در مقایسه با افراد دارای تحصیلات پایین، در گذر زمان با سرعت بیشتری آگاهی و اطلاعات درباره موضوعات عمومی از رسانه ها دریافت می کنند.
ب- بین آموزش و آگاهی همبستگی وجود دارد. این همبستگی و ارتباط درباره موضوعات عمومی بیشتر است تا موضوعات کمتر عمومی.



دلایل شکاف آگاهی:

- ۱- توانایی ارتباطی کسانی که پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالا دارند با توانایی ارتباطی افرادی که پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین دارند، متفاوت است.
- ۲- میزان اطلاعات ذخیره شده یا آگاهی قبلا کسب شده متفاوت است.
- ۳- افراد دارای پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالاتر ممکن است تماس و تعامل اجتماعی مناسبتری داشته باشد. یعنی ممکن است با افراد آگاه از مسائل عمومی و اخبار علمی، رابطه داشته باشند.
- ۴- مکانیسم استفاده، درک و حفظ انتخابی ممکن است در این امر دخیل باشد. افراد دارای پایگاه اقتصادی- اجتماعی پایین تر ممکن است اطلاعات مربوط به مسائل عمومی یا اخبار علمی را سازگار با ارزش‌ها یا نگرش‌های خود ندانند.
- ۵- ماهیت نظام رسانه‌های جمعی به گونه‌ای است که برای افراد دارای پایگاه اقتصادی- اجتماعی بالاتر بیشتر قابل استفاده است.

برانتگارد (۱۹۸۳) با اشاره به توانایی افراد دارای تحصیلات بالا در انتشار اطلاعات، و نفوذ این اطلاعات بر فرایند تصمیم‌گیری در جامعه، مفهوم «شکاف نفوذ» را مطرح می‌کند که به نظر وی احتمالاً واقعی‌تر از شکاف اطلاعات است.

معنی بعضی اصطلاحات: (صرفاً برای مطالعه بیشتر)

- مواجهه‌گزینی تمایل شخصی است به این که خود را در معرض انتخابی قرار دهد که با نگرش‌های موجود وی سازگار است و از ارتباطاتی که با نگرش‌های وی ناسازگار است پرهیز نماید.
- توجه‌گزینی گرایش فرد است به این که به بخش‌هایی از پیام توجه کند که با نگرش‌ها و عقاید او هماهنگ است و از بخش‌هایی از پیام که برخلاف این نگرش‌ها و رفتارهاست دوری کند.



- درک گزینشی نقش مهمی در هر نوع ارتباط دارد. یعنی افراد مختلف می توانند نسبت به پیام مشابه، به گونه های متفاوتی واکنش نشان دهند. هیچ نوع ارتباط گری نمی تواند فرض را بر این بگذارد که پیامی برای همه گیرندگان معنی مورد نظر را خواهد داشت یا حتی برای همه گیرندگان معنی مشابه خواهد داشت.
- نگهداشت (حفظ) گزینشی تمایل به یادآوری اطلاعاتی است که تحت تأثیر خواست ها، نیازها، نگرش ها و دیگر عوامل روان شناختی باشد.

سوال ها:

- ♣ نظریه شکاف آگاهی چه می گوید؟ (سه خط اول که مشخص شده)
- ♣ دلایل شکاف آگاهی چیست؟