



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: ششم ■
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 ششم

❖ نظریه کاشت:

- نظریه کاشت بر آثار تدریجی و درازمدت مدت رسانه‌ها به ویژه تلویزیون بر شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم‌سازی آنان از واقعیت اجتماعی تأکید می‌کند. جرج گربنر واضع نظریه کاشت، در دهه ۱۹۶۰ تحقیقاتی را با عنوان «شاخص‌های فرهنگی» شروع کرد تا تأثیر تماشای تلویزیون بر باورها و دیدگاه‌های بینندگان درباره جهان واقعی را بررسی کند.
- گربنر و همکارانش می‌گویند: کاشت، یک فراگرد بی‌سمت و سو نیست، بلکه شبیه فراگرد جاذبه‌ای است. هر گروه از بینندگان ممکن است در جهت متفاوتی تلاش کنند، اما همه گروه‌ها تحت تأثیر جریان مرکزی واحدی هستند. از این روی، کاشت بخشی از یک فراگرد دائمی، پویا و پیش‌رونده تعامل میان پیام‌ها و زمینه‌های قبلی است.
- در واقع رسانه‌ها به ویژه تلویزیون، گرایش دارد که روایت‌هایی یکسان و نسبتاً مورد وفاق از واقعیات اجتماعی ارائه و مخاطبان خود را نیز سازگار با آن «فرهنگ‌پذیر» کند.
- نظریه پردازان کاشت استدلال می‌کنند که تلویزیون اثرات درازمدت، تدریجی، غیرمستقیم اما تراکم و انباشتنی دارد. آنها تأکید می‌کنند که تماشای تلویزیون بیشتر اثرات نگرشی دارد تا رفتاری.
- واژه تراکم و انباشتنی برای فهم این نظریه مهم است، زیرا نظریه‌پردازان کاشت درباره این که یک برنامه ویژه اثرات چشمگیری بر باورها و نگرش‌های بینندگان دارد بحث نمی‌کنند، بلکه مدعی‌اند، تماشای تلویزیون برای مدت طولانی، تأثیراتی بر روی بینندگان نسبت به دنیا و اعتقادات و باورهای آنان دارد.



- گرنبر معتقد است: کاشت در وهله نخست، درباره فرایند فرهنگی داستان‌گویی است؛ بنابراین مهم است که چه کسی فرصت داستان‌گویی به دست می‌آورد و داستان‌های چه کسانی گفته می‌شود. بیشتر آن‌چه که ما می‌دانیم و فکر می‌کنیم که می‌دانیم، حاصل تجربه شخصی ما نیست، بلکه حاصل داستان‌ها و روایت‌هایی است که می‌شنویم، می‌خوانیم و می‌بینیم.
- امروزه داستان‌گویی، در دست صاحبان منافع تجاری جهانی است که در واقع خارج از قلمرو تصمیم‌گیری دموکراتیک فعالیت می‌کنند. داستان‌های بزرگ اسطوره‌ای، مذهبی، آموزشی، هنری و ... به نحو فراینده‌ای به وسیله تلویزیون بسته‌بندی و پخش می‌شود. تأثیرات این داستان‌ها همانند تأثیرات تزریقی نیست، بلکه درازمدت، تدریجی و فرهنگی است. نظریه کاشت فرهنگ‌پذیری است و نه ترغیب. و تلویزیون به عنوان فراگیرترین و متداول‌ترین قصه‌گو، در زمینه کاشت ایدئولوژی، ارزش‌ها و باورهای مشترک نقش مهمی دارد.

مفاهیم اصلی نظریه کاشت:

- الف- مفهوم «جریان اصلی»: جریان اصلی سازی هنگامی روی می‌دهد که تماشای بیش از حد تلویزیون منجر به تقارن دیدگاه‌ها در جامعه می‌شود. مفهوم جریان اصلی به این معناست که تلویزیون چشم‌اندازهای مشترک را کشت می‌دهد و بیانگر نوعی همگن‌سازی دیدگاه‌هاست.
- ب- مفهوم «تشدید»: تشدید زمانی روی می‌دهد که اثر کاشت بر گروه خاصی از جمعیت بیشتر می‌شود. برای مثال، تماشاگران پرمصرف اعم از مردان و زنان بیشتر از تماشاگران کم مصرف احتمال دارد بپذیرند که ترس از جنایت یک مشکل جدی است. اما گروهی که با تأکید بیشتری این نظر را قبول دارد، گروه زنان تماشاگر پرمصرف است، زیرا به نظر می‌رسد شکنندگی خاص آنها در برابر جنایت، با تصویر جهان پر جنایت عرضه شده در تلویزیون همساز و تشدید می‌شود.
- هر وقت تجربه شخصی و مستقیم با پیام‌های تلویزیون هماهنگ و سازگار باشد، آن پیام‌ها استحکام می‌یابد و تشدید می‌شود و تأثیرات کاشت افزایش می‌یابد.

