

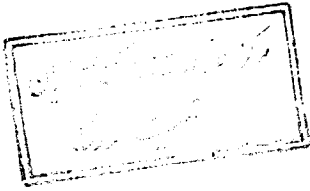


## بنام خداوند جان و خرد

ستایش بی آرایش یکتادارانی را سزد که هستی‌ها همه از تابش  
قدرت، لوست و نیایش بی همتا خدائی را زبید که دلنا و بینا و تولنا  
و برگشت همه به لو و پیدایش از لوست، بخشنده‌ای که در مراحل  
هستی خواهش استعداد هر ذره را بخشوده و مهربانی که راه  
بازگشت بسوی خود را برای بندگان در گشوده.

۲۸/۱/۳۰

۱۳۸۰ / ۲ / ۳۰



دانشگاه آزاد اسلامی  
واحد تهران مرکزی

5598

«پایان نامه تحصیلی جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد»  
«رشته علوم ارتباطات اجتماعی کرایش (تحقیق در ارتباطات اجتماعی)»

موضوع:

**«سنجش نگرش هنرجویان انجمن سینمای جوانان شهر شیراز نسبت به آثار  
کارگردان سینما آقای خسرو سینایی» از دیدگاه علوم ارتباطات اجتماعی**

(منتخب ۴ فیلم کوتاه مستند و ۲ فیلم بلند داستانی قبل و بعد از انقلاب اسلامی)

«با تکیه بر روش تحلیل محتوا و کاربرد آن در سینما»

استاد راهنما:

«جناب آقای دکتر بیژن نفیسی»

استادان مشاور:

«جناب آقای دکتر حسین ابوترابیان - جناب آقای دکتر سید محمد دادگران»

نگارش:

«غلامرضا آذری»

۲۸۱۱۳

سال تحصیلی:

۷۷ - ۱۳۷۶

۲۸۱۱۳



### باسپاس فراوان از استاد راهنما:

جناب آقای دکتر بیژن نفیسی، که با راهنماییهای ارزنده و بی نظیر خود، نگارنده را در تمامی مراحل پیچیده این پژوهش، یاری و همراهی کردند.

### باتشکر و تکریم بسیار از استادان مشاور:

دکتر حسین ابوترابیان و دکتر سید محمد دادگران، که همواره از بذل دانش و علم خود در حق نگارنده اندکی دریغ نورزیدند.

و بیوسته ارج می‌نهم زحمات بی‌شمار استادان گرامی و کارگردان سینما: جناب آقای خسرو سینایی، را که بدون همکاری و مشارکت ایشان، مرکز امور و کارهای دشوار این پژوهش به پایان نمی‌رسید.

بدین وسیله از لطف و محبت این سروران و از تمامی کسانی که بهر شکل با قلم و قدم به موجودیت و هویت یافتن این «پایان نامه» یاری رسانده‌اند.

صمیمانه قدردانی و تشکر می‌کنم.



«تقدیرم به»

«پدر و مادر»

که در تمامی دوران تحصیلی من، همواره

یار و یاور،

مشوق و دلسوز،

معلم و استاد،

یکایک لحظات بوده‌اند،

و امیدوارم که این حاصل بی‌مقدار، بتواند پاسخی هر چند محدود

به محبت‌های بی‌کران و بی‌نهایت آنان باشد.



(فرم شماره ۳-الف)

## "چکیده پایان نامه"

\*\*\*\*\*

(این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است.)

عنوان پایان نامه: «سنجش نگرش هنرجویان انجمن سینمای جوانان شهر شیراز نسبت به آثار کارگردان سینما آقای خسرو سینائی از دیدگاه علوم ارتباطات اجتماعی»

تهیه کننده: «غلامرضا آذری»

رشته تحصیلی: «علوم ارتباطات اجتماعی گرایش تحقیق در ارتباطات اجتماعی»

استاد راهنما: «جناب آقای دکتر بیژن نفیسی»

استادان مشاور: «جناب آقای دکتر حسین ابوترابیان - جناب آقای دکتر سید محمد دادگران»

سال تحصیلی: ۷۷ - ۱۳۷۶

آدرس و شماره تلفن: شیراز، فلکه گاز، بطرف چهار راه چنچنه، سمت چپ، پلاک ۵۶، تلفن تماس (۰۷۱-۵۹۱۵۷)

- ۱- هدف پژوهش: اهداف بطور اساسی عبارت بودند از: ۱- بی بردن به اینکه آیا آقای سینائی در فرایند ارتباط با مخاطبین آثار خود موفق عمل می نماید؟
- ۲- شناسایی انواع ارتباطات اجتماعی در آثار این فیلمساز. ۳- آشنایی با کمیت و کیفیت پیامهای ارتباطی به طریقه سنجش نگرش مخاطبین. ۴- و همچنین شناخت هر چه بیشتر سینما بعنوان یک وسیله ارتباطی و تحلیل آن از جنبه علم ارتباطات.
- ۲- روش نمونه گیری افراد نمونه از نظر تعداد، جنس و غیره: در این بررسی، نمونه گیری به روش سهمیه ای صورت پذیرفت، و چون آمار تعداد هنرجویان هر ساله متغیر است به نسبت نزدیک تعداد اصلی گزینش شد تا همواره نمونه معرفی از کل جامعه آماری بوده، اعتبار و روایی آن را بالا برد، بدین صورت ۵۰ نفر جامعه آماری (زن و مرد) را تشکیل می دادند.
- ۳- روش پژوهش: بطور کلی در این پژوهش از روشهای تحقیق کتابخانه ای (فیش برداری)، پیمایش (پرسشنامه) مصاحبه (ضبط کاست)، مشاهده و تحلیل محتوا (دیدن فیلمها و کاربرد پرسشنامه معکوس جهت تجزیه و تحلیل محتوای فیلم) استفاده شد.
- ۴- ابزار اندازه گیری: در این پژوهش ابزار اندازه گیری در روش پیمایش همانا «پرسشنامه» بود و برای روش مصاحبه «نیز مدت زمان» شرط بود و همواره در روش تحلیل محتوا به همراه مشاهده زمان فیلم (ثانیه، دقیقه، ساعت) ابزار دقیق اندازه گیری محسوب می شدند.
- ۵- طرح پژوهشی: در این رساله طرح پژوهشی از فصلهای چارچوب طرح تحقیق، مفهوم علوم ارتباطات اجتماعی، مروری بر رشد و توسعه سینما در ایران و جهان، جنبه های روش تحلیل محتوا و کاربرد آن در سینما، مصاحبه با آقای خسرو سینائی، یافته ها و نتایج تحقیق تشکیل شده است که در پایان پیوستها، فهرست منابع و مأخذ، واژه نامه و منابع مطالعه پیشنهادی آمده است.
- ۶- نتیجه کلی: پس از فرایند مراحل پژوهش این نتایج بطور کلی حاصل گردید: ۱- آقای خسرو سینائی بعنوان یک فیلمساز از دیدگاه «ارتباط شناسی» با مخاطبین خود ارتباط موفقی و بالایی دارد. ۲- ارتباطات احساس برانگیز، غیرکلامی، احساسی و عاطفی از جمله انواع ارتباط در محتوای آثار او هستند، کمیت پیامهای ارتباطی در فیلمهای منتخب در عوامل واقعی و طبیعی متمرکز است و این عوامل تنها حامل های ارتباطی مخاطبین با آثار اوست. ۳- سینما از دیدگاه آقای خسرو سینائی یک رسانه مرکب است که تشکیل یافته از تمامی هنرهاست، از نظر او زمانی سینما می تواند بر مخاطبین تأثیر لازم را بگذارد که مفهوم پیام خویش را به سادگی (بصورت سوژه در فیلم)، نمایان و منتقل سازد.

۱۳۷۹، ۱۱، ۲۷  
 الفسی  
 امضاء:

نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه مناسب است   
 مناسب نیست

## «فهرست اجمالی مطالب»

صفحه	عنوان
۱	پیشگفتار.....
۴	مقدمه .....
۸	کلیات (اطلاعات و ارتباطات) .....
۱۵	فصل اول «چارچوب طرح تحقیق و ویژگیهای آن» .....
۶۷	فصل دوم «مفهوم علوم ارتباطات جمعی» .....
۱۲۶	فصل سوم «مروری بر رشد و توسعه سینما» .....
۲۰۷	فصل چهارم «جنبه‌های روش تحلیل محتوی و کاربرد آن در سینما» .....
۲۹۷	فصل پنجم «مصاحبه نگارنده با آقای خسرو سینایی» .....
۳۲۳	فصل ششم «یافته‌ها و نتایج پژوهش» .....
۴۴۰	«پیوستها» .....
۴۷۹	«فهرست منابع و مأخذ» .....
۵۰۷	«واژه نامه» .....
۵۲۲	پیشنهاد سایر منابع جهت مطالعه بیشتر .....

## «فهرست تفصیلی مطالب»

صفحه	عنوان
۱.....	پیشگفتار.....
۴.....	مقدمه.....
۸.....	کلیات (اطلاعات و ارتباطات).....

### فصل اول

#### «چارچوب طرح تحقیق و ویژگیهای آن»

۱۶.....	مقدمه.....
۱۹.....	چارچوب نظری.....
۲۲.....	بیان موضوع و اهمیت آن.....
۲۵.....	طرح و تشریح مسئله (ضرورت انجام تحقیق).....
۲۷.....	اهداف مطالعه و طرح سئوالها.....
۳۰.....	تهیه و تدوین فرضیه‌های تحقیق.....
۳۳.....	مفهوم سازی (تعریف مفاهیم و واژه‌ها).....
۴۳.....	تعیین متغیرها.....
۴۶.....	مشخصات طرح تحقیق.....
۵۰.....	محدودیتها و مشکلات تحقیق.....
۵۲.....	پیشینه تحقیق.....
۵۷.....	«خلاصه فصل اول».....
۶۰.....	«مفاهیم کلیدی فصل اول».....
۶۱.....	«منابع و پانوشتهای فصل اول».....

مفهوم علوم ارتباطات جمعی

۶۸	مقدمه
۷۰	بخش اول (ارتباطات اجتماعی)
۷۱	تاریخچه
۷۳	ارتباطات اجتماعی چیست؟
۷۵	اهمیت ارتباطات اجتماعی
۸۰	«صاحب‌نظران علوم ارتباطات اجتماعی»
۸۳	«عناصر اساسی ارتباطات اجتماعی»
۸۷	بخش دوم (وسایل ارتباط جمعی)
۸۸	«تاریخچه»
۹۰	«مطبوعات»
۹۲	«رادیو»
۹۴	«تلویزیون»
۹۶	«سینما»
۹۸	«ویدیو»
۱۰۰	«ماهواره»
۱۰۲	«پیدایش وسایل ارتباط جمعی در ایران»
۱۰۴	«تجزیه و تحلیل ساختار وسایل ارتباط جمعی»
۱۰۶	«نقشها و کارکردهای وسایل ارتباط جمعی»
۱۱۰	«پژوهش در وسایل ارتباط جمعی»
۱۱۶	«خلاصه فصل دوم»
۱۱۹	«مفاهیم کلیدی فصل دوم»
۱۲۰	«منابع و پانوشتهای فصل دوم»



## مروری بر رشد و توسعه سینما

۱۲۷	..... مقدمه
۱۲۸	..... بخش اول (ماهیت و چگونگی سینما)
۱۲۹	..... «تاریخچه»
۱۳۳	..... «سینما بعنوان هنر هفتم»
۱۳۵	..... «سینما و کارکرد آن در قالب یک رسانه ارتباطی»
۱۳۸	..... «سبکهای سینمایی»
۱۴۴	..... «مفهوم سینمای مستند و داستانی در ایران»
۱۴۸	..... «سینما و علوم اجتماعی»
۱۵۲	..... بخش دوم (نُرم و محتوی در سینما)
۱۵۳	..... «تاریخچه»
۱۵۵	..... «نُرم در سینما»
۱۵۷	..... «محتوی در سینما»
۱۵۸	..... «فرستنده، پیام، گیرنده، عناصر اساسی سینما»
۱۶۱	..... «زبان و تصویر در سینما»
۱۶۳	..... «رمزها» و «نشانه‌ها» در سینما
۱۶۵	..... «معنای ارتباطات بصری در سینما»
۱۶۷	..... بخش سوم (سینما و ارتباطات)
۱۶۸	..... «تاریخچه»
۱۷۰	..... «پیامهای کلامی و غیر کلامی در سینما»
۱۷۵	..... «سینما و پژوهشهای ارتباطی»
۱۷۷	..... «پیشنهاد یک مدل ارتباطی جهت پذیرش پیام در سینما»
۱۸۹	..... «قدرت سینما در مقایسه با سایر رسانه‌ها از جنبه ارتباط»

۱۹۲	«زیبایی شناسی و نشانه شناسی سینما در قالب ارتباط»
۱۹۷	«خلاصه فصل سوم»
۲۰۰	«مفاهیم کلیدی فصل سوم»
۲۰۱	«منابع و پانوشتهای فصل سوم»

## فصل چهارم

### جنبه‌های روش تحلیل محتوی و کاربرد آن در سینما

۲۰۸	«مقدمه»
۲۱۰	بخش اول (جایگاه روش تحلیل محتوا در ارتباطات اجتماعی)
۲۱۱	«تاریخچه»
۲۱۳	«صاحب‌نظران علم تحلیل محتوا»
۲۱۵	«تعاریف روش تحلیل محتوا»
۲۱۸	«اهداف تحلیل محتوا در ارتباطات جمعی»
۲۲۱	«تحلیل محتوا و علوم اجتماعی»
۲۲۴	«مفهوم تحلیل محتوا در سینما»
۲۳۰	بخش دوم (تحلیل محتوای جایگاه اجتماعی زن در فیلم مستند) ←
۲۳۱	«تاریخچه تحلیل محتوا در پیامهای ارتباطی فیلمهای سینمایی»
۲۳۴	«بیان موضوع و اهمیت آن»
۲۳۷	«اهداف تحلیل و طرح سئوالها»
۲۳۹	«مشاهده آزاد و تخصصی فیلم»
۲۴۱	«تهیه و تدوین فرضیه‌های موضوع»
۲۴۳	«تبدیل عناصر و مفاهیم فرضیه به تم‌ها»
۲۴۵	«تمهید معرفیها و رمزگذاری پیام در داستان فیلم»
۲۴۷	«سازماندهی پیامهای فیلم در چارچوب پرسشنامه معکوس»
۲۵۰	«مقوله بندی و ساخت جداول کمی (اعداد و ارقام) در قالب شمارش»

۲۶۰	«تحلیل کیفی تفسیر جداول جهت آزمون فرضیه‌ها»
۲۶۴	«استنباط از فیلم و تحلیل آن در قالب «اعتبار» و «روایی» طرح تحقیق»
۲۶۷	«نتیجه‌گیری از تحلیل محتوای فیلم»
۲۶۹	«ارائه پیشنهادات»
۲۷۱	بخش سوم (سینما در چارچوب نقد نویسی)
۲۷۲	«تاریخچه»
۲۷۶	نقد فیلم چیست؟
۲۷۸	منتقد کیست؟
۲۸۰	«انواع نقد فیلم از دیدگاه علم ارتباطات تصویری»
۲۸۳	«نقد شناسی فیلمهای آقای خسرو سینایی»
۲۸۶	«خلاصه فصل چهارم»
۲۸۹	«مفاهیم کلیدی فصل چهارم»
۲۹۰	«منابع و پانوشتهای فصل چهارم»

## فصل پنجم

### مصاحبه نگارنده با آقای خسرو سینایی

۲۹۸	«مقدمه»
۳۰۱	بخش اول (زندگی و سینما)
۳۰۲	«بیوگرافی آقای خسرو سینایی»
۳۰۴	«ورود به هنر سینما»
۳۰۷	«مخاطب و سینما از دیدگاه آقای سینایی»
۳۰۹	بخش دوم (سینما در بوتۀ بحث)
۳۱۰	«بیان تصویری در سینمای مستند و داستانی»
۳۱۲	«برترین آثار آقای سینایی از دیدگاه خودش»

۳۱۴	«وضعیت گذشته، حال، آینده سینمای ایران از نظر آقای سینایی»
۳۱۶	«نظرات و پیشنهادات آقای سینایی در زمینه سینما»
۳۱۸	«خلاصه فصل پنجم»
۳۲۰	«مفاهیم کلیدی فصل پنجم»
۳۲۱	«منابع و پانوشتهای فصل پنجم»

## فصل هشتم

### یافته‌ها و نتایج پژوهش

۳۲۴	«مقدمه»
۳۲۸	۱- ساخت جداول یکبعدی و تفسیر آن به همراه رسم نمودارهای دایره‌ای و ستونی
۳۹۳	۲- ساخت جداول مقایسه‌ای (دو بعدی، سه بعدی) به همراه تفسیر
۴۱۷	۳- آزمون فرضیه‌های پژوهش
۴۲۳	۴- بازگشت مجدد به تئوری پژوهش
۴۲۶	۵- نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات:
۴۴۰	«پیوستها»
۴۴۱	نمونه پرسشنامه
۴۴۷	فیلمشناسی آقای خسرو سینایی
۴۶۷	شرح تصاویر
۴۷۹	«فهرست منابع و مأخذ»
۴۸۰	منابع فارسی
۵۰۳	منابع انگلیسی
۵۰۷	«واژه نامه»
۵۰۸	فارسی - انگلیسی
۵۱۷	انگلیسی - فارسی
۵۲۲	پیشنهاد سایر منابع جهت مطالعه بیشتر
۵۲۳	منابع فارسی
۵۲۵	منابع انگلیسی

## پیشگفتار

اصطلاحاتی همچون «عصر ارتباطات»<sup>(۱)</sup>، «انفجار اطلاعات»<sup>(۲)</sup>، «انقلاب ارتباطات»<sup>(۳)</sup>، «جامعه اطلاعات»<sup>(۴)</sup>، و نظائر آنها همواره عناوینی هستند که جهت تصویر دنیای کنونی ما برگزیده شده‌اند، باید گفت اساساً، بدون ارتباط میان انسانها، سنگ بنای جامعه انسانی و فرهنگ بعنوان خصیصه جامعه‌های انسانی پدید نخواهد آمد.

توسعه چشمگیر علوم فضائی و آزمایشات هسته‌ای، گسترش ارتباطات الکترونیکی، توسعه سریع و بی سابقه تکنولوژی ارتباطی و تأثیر شگرف آنها بر جوامع بشری و تمامی جوانب زندگی روی کره خاکی، مشخصه بارز دوره‌ای است که در آن زندگی می‌کنیم.

در این دوره «ارتباطات جمعی»<sup>(۵)</sup> و ارتباطات تکنیکی تبدیل به جزء لاینفکی از زندگی انسانی بر روی سیاره زمین و حتی در فضای ماورای زمین شده است، بر اثر چنین تأثیری است که، ارتباطات معنا و مفهوم واقعی خود را متبلور می‌سازد.

اصولاً ارتباط میان افراد که سبب انتقال مفاهیم، افکار و اطلاعات از فردی به فرد دیگر می‌شود، شرط اصلی پیدایی و ادامه زندگی جمعی است، زیرا زندگی جمعی انسانها بدون وجود «ارزشها»<sup>(۶)</sup>، «هنجارها»<sup>(۷)</sup>، اهداف و حتی تعارضاتی که از طریق ارتباط بوجود می‌آید، معنا و مفهومی نخواهد یاف ۴، بعلاوه پیدایی و پابرجایی ارزشهای گروهی (اجتماعی)، هنجارها، محتوای فرهنگی و همچنین روندهای یادگیری اجتماعی و در عین حال تضادهای اجتماعی فقط از طریق ارتباط بوجود می‌آید.

افراد باید برای زندگی جمعی از اهداف، مقاصد، آگاهیها و همچنین از تفکر و برداشت دیگران مطلع گردند تا به ارائه واکنشی در برابر آنان قادر گردند، با وجود آنکه کلام متداول‌ترین راه برقراری

1- Communication Age

2-Information Explosion

3-Communication Revolution

4-Information society

5-Mass communications

6-Values

7-Norms

ارتباط است، برقراری ارتباط میان افراد به اشکال مختلف انجام می‌گیرد.

باید اذعان کرد، ساخت جوامع امروزی، نوع جدیدی از ارتباطات را مطرح ساخته‌است، که در دورانه‌های قبل هرگز امکان پذیر نبود، امروزه فرد نه تنها قادر به برقراری ارتباط در گروه‌های کوچک است، بلکه در ارتباط جمعی با دیگر هم‌نوعان خود نیز رابطه برقرار می‌کند.

در یک دوره طولانی، شکل حاکم ارتباط میان انسانها، «ارتباط کلامی»<sup>(۸)</sup> بود، در واقع در این حالت «سطح فرهنگی»<sup>(۹)</sup>، دانش و تمام دستاوردها و تجربیات اجتماعی و تاریخی جامعه از طریق کلام و گفتار، قابل انتقال بود. هر چند که با پیدایی خط و کتابت، بسیاری از وقایع جامعه به صورت مکتوب تا به امروز هم، باقی مانده است ولی با رواج صنعت چاپ، رشد ارتباطات سرعتی فزاینده بخود گرفت، تا آنکه در قرن نوزدهم و هم‌زمان با اوج مرحله صنعتی شدن جوامع غربی، ارتباط جمعی بمعنای واقع ظهور یافت و عنوان امروزی «رسانه‌های گروهی»<sup>(۱۰)</sup> را شامل حال خود کرد.

رسانه‌های گروهی نه تنها اطلاعات خبری مربوط به کشور و جهان را به اطلاع همگان می‌رسانند، بلکه افراد جامعه هم نیز از نظر شغلی، خانوادگی و حتی فردی به رسانه‌ها وابسته هستند.

در عصر و دنیای امروزی، انبوه اطلاعات عمومی - تخصصی از طریق رسانه‌هایی همچون: رادیو، تلویزیون، سینما، مطبوعات، ماهواره‌ها و .... در اختیار افراد ذینفع قرار می‌گیرد. پیشرفت فردی و جمعی بدون اطلاع و آگاهی از تغییرات و تحولات سریعی که در رشته‌های خاص و عام صورت می‌پذیرد، عملاً انجام شدنی نیست، بدون توجه به مفاهیم و اطلاعات رسانه‌ها، حتی مؤسسات رسمی آموزشی مانند مدارس و دانشگاهها نیز قادر به ارائه کلیه تغییرات در زمینه‌های شغلی و تخصصی خود نیستند.

بهمین سبب، هر نوع پیشرفت عام و خاص اعم از فردی و جمعی در جهان کنونی به کسب اطلاعات از طریق رسانه‌ها بستگی پیدا میکند، اما این وابستگی افراد جامعه به رسانه‌ها فقط به

اخبار و اطلاعات علمی محدود نخواهد شد، بلکه آنان در زمینه زندگی خانوادگی و خصوصی خود نیز به رسانه‌ها نیاز دارد، امروزه رسانه‌ها اطلاعات مفید و علمی بسیاری در زمینه چگونگی تربیت و فرهنگ کودکان، آموزشهای عمومی زندگی و مانند آنها ارائه می‌دهند.

عموماً رسانه‌ها، افکار، عقاید و نگرشهای جدید را در میان افراد جوامع انتشار می‌دهند و با تأکید بر برخی «نگرشها»<sup>(۱۱)</sup>، جنبه‌های مثبت یا منفی آن را آشکار می‌سازند، به سادگی می‌توان گفت که رسانه‌های اکثریت کشورها سبب ایجاد آگاهی اجتماعی در افراد می‌گردند و کلاً بدون وجود رسانه‌ها، افراد اکثر جوامع از نظر اطلاعات عقیم و نازا خواهند ماند.

ولی در اثر ماهیت و وجود یافتن رسانه‌های گروهی در هر کشور و تبلیغ و تأکید بر اطلاعات، اخبار و رویدادهای اجتماعی - سیاسی، افراد جامعه از تازه‌ترین پدیده‌ها آگاه می‌شوند و حتی نگرشها و باورهای عمومی<sup>(۱۲)</sup> جامعه نیز در اثر وجود رسانه‌ها تغییر می‌یابد، چرا که افراد دارای آگاهی اجتماعی شده و از وابستگی به خود رها می‌شوند و در واقع آگاهی جمعی نیز در آنان شدت یافته و روز به روز توسعه می‌یابد.

بهر شکل رسانه‌ها از طریق ارائه درست و یا نادرست مطالب، سبب جهت‌گیری و شکل‌یابی تفکر افراد می‌گردند و بنوعی قادر خواهند شد تا آنکه یک طرز تفکر عمومی را در چارچوب جامعه پی‌افکنند.

نتیجتاً باید گفت: به دلیل ارئه پیام از طریق رسانه‌ها، افراد در عصر ارتباطات و اطلاعات، عقیده فردی خود را در مقابل عقیده اجتماعی (رسانه) می‌بینند و در بسیاری از موارد در جهت چارچوب پیام رسانه تغییر عقیده می‌دهند و حتی باید قبول کرد که پدیده ارتباطات جمعی هم در اثر وجود شرایط اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، و فرهنگی خاص ظهور یافت و شالوده و بنیان آن فقط منوط به سرعت انتقال پیام در زمانی کوتاه به توده‌ای وسیع میسرگشت و همواره این روند برای عصرهای دیگر با نامهای جدید ادامه خواهد یافت.