



A Study of the School of Transmission and the School of Production and Exchange of Meaning with the Qur'anic Approach¹

Saeed Amir Kaveh²

Hamid Parsania³

Nematollah Karamollahi⁴

Received: 23/08/2020

Accepted: 14/02/2021

Abstract

The school of transmission and the school of production and exchange of meaning are two schools in communication that have a high level of influence and effect on theories and topics of communication. These two schools were examined with the help of the Qur'an and the method of investigation. From the Qur'anic point of view, neither the positivism of the school of transmission nor the interpretivism of the school of production and exchange of meaning (as this school expresses it) is accepted. Rather, from the perspective of the Qur'an, understanding and interpretation are considered important and the production of meaning is considered permissible and valid in the community of faith and in the Qur'an within the framework specified in the Qur'an. Thus, the production of meaning will move in the direction of the sender's intention and will not

1. This article is taken from the doctoral dissertation: A Study of the School of transmission and the School of Production and Exchange of Quranic Meaning with a Qur'anic Approach (Supervisor: Hamid Parsania, Adviser: Nematullah Karamollahi) Baqir al-Olum University, PhD student in Culture and Communication.

2. Graduated student, PhD in Culture and Communication, Baqir al-Olum University, Qom, Iran. samirkave@gmail.com

3. Faculty member of the Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Iran. h.parsania@ut.ac.ir

4. Faculty member of Baqir al-Olum University, Qom, Iran. N.karamollahi@bou.ac.ir.

* Amir Kaveh, S., & Parsania, H., & Karamollahi, N. (2021). A study of the school of transmission and the school of production and exchange of meaning with the Qur'anic approach, Quarterly Journal of *Islam and Social Studies*, 8(31), pp. 71-90. Doi: 10.22081/jiss.2021.58658.1689

lead to relativity and distrust of the message. However, we can refer to the normative, critical approach and in other words, the moral approach of the Qur'an that these two schools have nothing to say in this regard. Finally, the Qur'an recognizes and applies the retrieval of meaning alongside the production of meaning, and considers retrieval to be the result of the use of methods such as warning, advice, and punishment; the methods which do not seek to learn science but rather they seek to remind by using the language of the soul.

Keywords

School of transmission, school of production and exchange of meaning, critical study, schools of communication, retrieval, production of meaning.



بررسی مکتب انتقال و مکتب تولید و مبادله معنا با رویکرد قرآنی^۱

سعید امیرکاوه^۲ حمید پارسانیا^۳ نعمت‌الله کرم‌اللهی^۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۶

چکیده

مکتب انتقال و مکتب تولید و مبادله معنا، دو مکتب مطرح در ارتباطات هستند که از ضرب نفوذ و تأثیر بالایی در نظریه‌ها و مباحث ارتباطی برخوردارند. این دو مکتب با استمداد از قرآن و به کارگیری روش استنطاق مورد بررسی قرار گرفت. از منظر قرآن، نه اثبات‌گرایی مکتب انتقال و نه تفسیر‌گرایی مکتب تولید و مبادله معنا (به صورتی که این مکتب بیان‌گر آن است) پذیرفته است؛ بلکه از منظر قرآن، فهم و تفسیر مهم دانسته شده و تولید معنا در جامعه ایمانی و در قرآن در چارچوب خطوطی که در قرآن مشخص شده مجاز و معتبر دانسته شده است؛ به گونه‌ای که تولید معنا در راستای قصد فرستنده حرکت خواهد کرد و نسیت و بی‌اعتمادی به پیام را به دنبال نخواهد داشت. از طرف دیگر می‌توان به رویکرد هنجاری، انتقادی و به بیانی دیگر، اخلاقی قرآن اشاره کرد که این دو مکتب در این زمینه حرفی برای گفتن ندارند. سرانجام قرآن‌بازایی معنا را در کنار تولید معنا به رسمیت می‌شناسد و آن را به کار می‌بندد، و بازیابی را نتیجه به کارگیری روش‌هایی همچون انذار، موعظه و توبیخ می‌داند؛ روش‌هایی که به دنبال علم‌آموزی نیست، بلکه با استمداد از زبان روح به دنبال یادآوری است.

کلیدواژه‌ها

مکتب انتقال، مکتب تولید و مبادله معنا، مطالعه انتقادی، مکتب‌های ارتباطی، بازیابی، تولید معنا.

۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری با عنوان: تبیین و ترسیم مدل ارتباطات اجتماعی قرآن کریم (استاد راهنما: حمید پارسانیا، استاد مشاور: نعمت‌الله کرم‌اللهی). دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، دانشکده فرهنگ و علوم اجتماعی و رفتاری، گروه فرهنگ و ارتباطات می‌باشد.

۲. دانش‌آموخته دوره دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، قم، ایران. samirkave@gmail.com

۳. دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ایران. h.parsania@ut.ac.ir

۴. دانشیار دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، قم، ایران. N.karamollahi@bou.ac.ir

* امیرکاوه، سعید؛ پارسانیا، حمید؛ کرم‌اللهی، نعمت‌الله. (۱۳۹۹). بررسی مکتب انتقال و مکتب تولید و مبادله معنا با رویکرد قرآنی، فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی، ۸(۳۱)، صص ۷۱-۹۰. Doi: 10.22081/jiss.2021.58658.1689

۱. مقدمه

دیدگاه‌ها، مکاتب و مبانی پارادایمی در علوم انسانی از جایگاه بالایی برخوردار است و تأثیر بسزایی در نظریات، مدل‌ها و چگونگی تحلیل و تبیین مسائل آن علوم دارد. دانش ارتباطات از این امر مستثنا نیست؛ به طوری که نظریه‌ها و مدل‌های ارتباطی و متنوع و متکثری مبتنی بر مکتب انتقال و مکتب تولید و مبادله معنا شکل گرفته است. نقد و بررسی این دو مکتب از منظر قرآن مقدمات پژوهش در اندیشه ارتباطی قرآن را فراهم می‌آورد و زمینه ارائه نظریه و مدل ارتباطی قرآن را هموار می‌سازد. در این مقاله مکتب انتقال یا فرآیند و مکتب تولید و مبادله معنا معرفی، مقایسه و از منظر قرآن بررسی می‌گردد.

۲. روش تحقیق

روش تحقیق در این مقاله روش تفسیر استنباطی است. در این روش، تحقیق از قرآن آغاز و به قرآن پایان نمی‌پذیرد (صدر، ۱۴۲۸ق، ص ۱۱)، بلکه بر اساس این روش، پژوهش‌گر حرکت خود را نه از متن و آیات قرآن، بلکه از خارج از قرآن شروع می‌کند و موضوع مورد جستجو و در واقع گم‌شده خود را در قرآن جستجو می‌کند. محقق در این روش از قرآن پرس‌وجو می‌کند و قرآن به تناسب استعداد و دستاوردی که محقق از تجربه‌های بشری دارد به او پاسخ می‌دهد (واعظی، ۱۳۹۰، ص ۲۹۶).

۳. مکتب انتقال

مکتب انتقال تحت تأثیر جنبه‌های تکنولوژیک ارتباطات است. این دیدگاه بیشتر به مباحثی می‌پردازد که برای نمونه می‌توان به مواردی از آن اشاره کرد: چگونه فرستندگان و گیرندگان پیام را رمزگشایی می‌کنند؟ چگونه پیام از طریق کانال منتقل می‌شود؟ پیام‌ها به چه صورتی به گیرنده می‌رسد و چه تأثیری در شناخت، نگرش، احساسات و رفتار گیرنده دارد؟ موضوعاتی همچون کارایی و صحت انتقال اطلاعات و پیام‌ها نزد این دیدگاه از اهمیت خاصی برخوردار است؛ به گونه‌ای که فرستنده از راه انتقال پیام به گیرنده به دنبال تأثیر مورد نظر خویش است و اگر پیام تأثیر مورد نظر را محقق نساخت و با آنچه فرستنده

قصدها متفاوت باشد، طرفداران این دیدگاه از ناکارآمدی و شکست ارتباط صحبت خواهند کرد و در جستجوی دلایل این ناکارآمدی خواهند بود. این دیدگاه به علوم اجتماعی و به ویژه روان‌شناسی و جامعه‌شناسی تکیه دارد (ر.ک: فیسک، ۱۳۸۸، ص ۱۱).

این مکتب خط غالب فکری و مسلط در مطالعات ارتباطی در غرب را تشکیل می‌دهد. نظریه‌های زیادی از جمله گلوله جادویی، دومرحله‌ای، کاشت، برجسته‌سازی و مارپیچ سکوت، تحت تأثیر این مکتب شکل گرفت (ر.ک: سورین و تانکارد، ۱۳۸۴، صص ۳۵۹-۳۲۵).

این نظریه‌ها در خدمت نهادهای حاکم بر این کشورها قرار گرفت و از حمایت آنها برخوردار شد. انگاره حاکم بر این مکتب و نظریه‌های مرتبط با آن و مطالعات ارتباطی ملهم از آنها، پایش کارکردهای وسایل ارتباطات جمعی و نظام‌های ارتباطی در جهت کنترل نگرش‌ها و رفتارهای مخاطبان این وسایل و حفظ نظام‌های حاکم در جهت تأمین اهداف اجتماعی و سیاسی آنان بوده است (گیویان، ۱۳۸۵، ص ۳۹).

مدل‌های انتقالی و فرایندی، حجم زیادی از مدل‌های مطرح ارتباطات را فرا گرفته است. مدل‌های لاسول، شنون، دفلور، نیوکامب و وستلی از جمله این مدل‌ها هستند (ر.ک: مک‌کوایل و ویندال، ۱۳۸۸، صص ۱۱۲-۱۹). این مکتب به‌عنوان یکی از دیدگاه‌های مهم در مطالعات ارتباطی محسوب می‌گردد (Gefoghty & Lusied, 1998, p. 9).

تأثیر این مکتب علاوه بر نظریه‌ها و مدل‌های ارتباطی به سایر مباحث ارتباطی کشیده شده و حتی بر نحوه تعریف ارتباط تأثیر گذاشته است. از میان انبوه تعریف‌های ارتباطی، خیلی از آنها بر اساس مکتب انتقال ارائه شده است (محسنیان‌راد، ۱۳۷۸، صص ۵۸-۴۲). در این تعریف‌ها بر ارسال، توزیع و انتقال پیام از فرستنده به گیرنده تصریح شده است.

انگاره حاکم بر این مکتب، حفظ وضعیت موجود و نظارت و کنترل نگرش‌ها و رفتارهای مخاطبان و برآورده ساختن اهداف مالکان و حاکمان بر رسانه‌ها است. در این مکتب کنش‌گر اول، فرستنده، و کنشگر دوم، گیرنده است. فرستنده فعال و گیرنده منفعل است، و عناصر فرهنگ و چارچوب‌های ذهنی مخاطب به‌عنوان عناصر اصلی در نظر گرفته نمی‌شود، ارتباط تقلیل پیدا کرده و به‌عنوان امر مکانیکی در نظر گرفته شده است. بر این اساس پیام‌ها از طرف فرستنده و بر اساس اهدافی مشخص بسته‌بندی و

مخاطبان بدون دخالت دادن زمینه‌های فرهنگی، تاریخی و ذهنی، آن را به صورت انفعالی دریافت می‌کنند. این مکتب ارتباط را روندی می‌داند که شخص از راه آن بر رفتار یا ذهنیت دیگری اثر می‌گذارد و اگر ارتباط هدف فرستنده را محقق نساخت، با بررسی روند ارتباط، به دنبال کشف مشکل و برطرف ساختن آن برمی‌آید (فیسک، ۱۳۸۸، ص ۱۱).

۴. مکتب تولید و مبادله معنا

مکتب تولید و مبادله معنا ارتباط را چیزی جز تولید و مبادله معنا نمی‌داند. این دیدگاه به دنبال فهم و چگونگی تعامل پیام با کنش‌گران در جهت ایجاد و تبادل معنا است. در این مکتب پیام‌ها امری متصلب و خشک نیست، بلکه فرآورده‌های فرهنگی است که با توجه به فرهنگ هر جامعه تولید و درک می‌شود. در اینجا سخن از دلالت است و سوء تفاهمات و عدم تحقق تأثیر مورد نظر از شواهد شکست ارتباط دانسته نمی‌شود و شاید به جهت تمایزهای فرهنگی کنش‌گران ارتباط باشد.

ارتباط در این دیدگاه، مطالعه متن و فرهنگ است و به زبان‌شناسی و موضوعات هنری تکیه می‌شود. از این رو پیام ساختی از نشانه‌ها است که از راه کنش با دریافت‌کنندگان تولید معنا می‌کند و فرستنده که انتقال‌دهنده پیام توصیف می‌شود، اهمیتش را از دست می‌دهد و تمرکز بر چگونگی خوانش آن خواهد بود. در واقع پیام چیزی نیست که از فرستنده به گیرنده فرستاده شود، بلکه عنصری است در رابطه‌ای ساخت‌مند که عناصر دیگرش، واقعیت خارجی و تولیدکننده (خواننده) را در بر می‌گیرد (ر.ک: فیسک، ۱۳۸۸، ص ۱۳).

این مکتب با دیدگاه نشانه‌شناسی یکسان فرض می‌شود و تأکید بر نشانه، دلالت و چگونگی فهم نشانه‌ها توسط مخاطب است. کریگ، دانشمند معاصر، ارتباط نشانه‌شناسی را یکی از هفت سنت و مکتب مطرح در ارتباطات معرفی می‌کند و معتقد است نشانه‌شناسی ارتباطات را به صورت فراگردی متکی بر نظام نشانه‌ها (از جمله زبان و تمامی انواع رمزگان غیر کلامی) مفهوم‌سازی می‌کند (Carig & Maller, 2007, p. 78).

نظریات نشانه‌شناسی سوسور، بارت، پیرس، اکو، اوکدن و ریچارد از جمله و نظریات مطرح در مکتب تولید و مبادله معنا هستند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، صص ۹۷-۱۰۱؛ لافی،

۱۳۹۵، صص ۷۹-۸۱؛ لیتل جان، ۱۳۸۴، صص ۱۷۸-۱۶۳). بر اساس این مکتب و نظریات مطرح در آن، مدل‌های ارتباطی شکل گرفته است که برخلاف مدل‌های مطرح در مکتب انتقال، ساختاری هستند و بر تحلیل یک رشته روابط ساختاری تکیه می‌کنند. این مدل‌ها اغلب با تکیه بر مفسر و خواننده، موضوع و مصداق، پیام و متن و معنا، و اغلب به صورت شکل سه وجهی ترسیم می‌شوند (لیتل جان، ۱۳۸۴، ص ۱۶۴؛ فیسک، ۱۳۸۸، ص ۱۲؛ قائمی‌نیا، ۱۳۸۹، ص ۱۴۱). پیام بر اساس این دیدگاه، ترکیبی از نشانه‌ها است که از طریق تعامل با مخاطبان تولید معنا می‌کند. در این مکتب صحبت از انتقال نیست و نقش کنش‌گر اول (فرستنده) کم‌رنگ و بلکه نادیده گرفته می‌شود و کنش‌گر دوم نه به عنوان گیرنده، بلکه به عنوان خواننده، بیننده و شنونده، نقش فعال و بی‌بدیلی را ایفا می‌کند. او با تعامل با متن خوانش می‌کند و بر اساس چارچوب‌های ذهنی خود که برخاسته از شرایط محیطی و فرهنگی است تولید معنا می‌کند. در این مکتب با پرهیز از اصطلاحاتی همچون فرستنده، گیرنده، کانال، اصطلاحاتی همچون نشانه، دلالت، خواننده، و متن مطرح می‌گردد و واقعیت ارتباط بر اساس آنها توصیف می‌گردد.

۵. عناصر و ویژگی‌های مکتب انتقال و مکتب تولید و مبادله معنا

مکتب	دیدگاه کلی	عناصر اصلی	مبثنی بر علوم	تأکید بر	وضعیت کنش‌گران	ویژگی تعیین‌کننده	قصد مؤلف
مکتب انتقال	انتقال	فرستنده، گیرنده، کانال، پیام، اختلال، بازخورد	جامعه‌شناسی و روان‌شناسی	چگونگی انتقال	فرستنده فعال گیرنده منفعل	امر مکانیکی	مهم
مکتب تولید و مبادله معنا	تولید	نشانه، موضوع، خواننده، دلالت، دال، مدلول	زبان‌شناسی و معناشناسی	چگونگی خوانش	گیرنده فعال فرستنده در نظر گرفته نمی‌شود.	چارچوب‌های برخاسته از شرایط محیطی و فرهنگی	در نظر گرفته نمی‌شود.

۶. گزاره‌های مورد تأکید این دو مکتب

مکتب انتقال، ارتباط را امری مکانیکی، و مکتب تولید و مبادله، ارتباط را امری تفسیری و تولیدی می‌داند. مبنای نظری مکتب انتقال، پارادایم اثبات‌گرایی است. این پارادایم بر این فرض استوار است که در مسائل انسانی واقعیت‌های قابل کشف و بررسی وجود دارد که تحت تأثیر قواعد طبیعی ثابت و غیرقابل تغییرند. به این ترتیب کنش‌های انسانی تحت تأثیر عواملی هستند که قابل مطالعه‌اند، به گونه‌ای که با بررسی این سازوکارها می‌توان به پیش‌بینی و کنترل آنها پرداخت. این نظریه تا آنجا پیش می‌رود که معتقد است با برخی روش‌ها مانند آزمایش و با کنترل متغیرهای تأثیرگذار می‌توان به قواعد علت و معلولی در مطالعات انسانی دست یافت (محمدپور، ۱۳۹۰، ص ۳۲).

اثبات‌گرایان با این ادعا که تنها روش علمی روش علوم طبیعی است، معتقد بودند که روش‌های دقیق علوم طبیعی باید مورد استفاده پژوهش‌گران علوم اجتماعی و از جمله علوم ارتباطات قرار گیرد. بنابر دیدگاه اثبات‌گرایی، کوشش‌های مبتنی بر کشف، شهود و درون‌کاری در راه شناخت مردود است و مکتب‌هایی همچون پدیدارشناسی، تأویل‌گرایی، تفهیمی و به‌طور کلی هر مکتب یا آیینی که به ابعاد کیفی، ذهنی و ارزشی پدیده‌های اجتماعی تکیه کند از دیدگاه اثبات‌گرایی بی‌اعتبار است (ساروخانی، ۱۳۸۱، ص ۱۳۱).

اصرار اثبات‌گرایی بر تجربه‌گرایی و تأکید بر دوری از ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی موجب شده است که این دیدگاه در مقابل دیدگاه‌های تفسیری و انتقادی قرار گیرد (بتون و کرایب، ۱۳۸۴، ص ۳۶). از این رو تفسیر‌گراها نظریات و مدل‌های مکتب انتقال را مکانیکی و فاقد روح و معنا می‌دانستند و اندیشمندان انتقادی، مکتب انتقال را به محافظه‌کاری و تلاش برای حفظ سیستم و نظم موجود متهم می‌کردند. دیدگاه رسانه‌های قدرتمند با توجه به پیش‌فرض‌های اثبات‌گرایی و عناصر مطرح‌شده در مکتب انتقال شکل گرفت.

مکتب تولید و مبادله معنا برخلاف مکتب انتقال، مبتنی بر رویکرد تفسیری است. این رویکرد بدین معنا است که انسان و به‌خصوص جامعه از موجودات بی‌جان متفاوت

است و علوم اجتماعی با علوم طبیعی متفاوت است. در اواخر قرن نوزدهم ماکس وبر و ویلهلم دیلتای روش تفهیمی را به عنوان روش ویژه مطرح کردند. آنان معتقد بودند که موضوع مورد مطالعه علوم اجتماعی، برخلاف علوم طبیعی، ملموس نیست و به همین دلیل تنها از طریق تفهیم می توان به مطلوب دست یافت (رفعی پور، ۱۳۶۰، ص ۶۹).

برخلاف رویکرد اثباتی، رویکرد تفسیری به دنبال درک و فهم است. تفسیرگرایان به عنوان رویکردی انسان مدار، اهمیت زیادی به آزادی انسان و آگاهی او می دهند و انسان به عنوان موجودی کنش گر مورد توجه است. مکتب انتقال مخاطب را منفعل می داند و مکتب تولید و مبادله، مخاطب را همه کاره و فعال می داند. در مکتب انتقال، به اقتضای ویژگی فرایندی، هم فرستنده و هم گیرنده از عناصر اصلی ارتباط در نظر گرفته می شود و بر نقش پررنگ و تأثیر گذار فرستنده و انفعال و تأثیر گیرنده تأکید می گردد. بر اساس این دیدگاه، فرستنده یا فرستندگان با به خدمت گرفتن امکانات ارتباطی، مخاطبان را با خود همراه کرده و خواسته های خویش را لباس تحقق می پوشانند.

اما در مکتب تولید و مبادله معنا، بر اساس ویژگی نشانه شناختی و پررنگ شدن دلالت، فرستنده از چرخه ارتباط حذف و مخاطب در کنار متن به عنوان ارکان ارتباط مطرح می شود و معنا را در تعامل با متن تولید می کند. در این دیدگاه معنای تولید شده توسط مخاطبان معتبر دانسته شده و چگونگی تولید معنا مهم دانسته شده است. چارچوب های ذهنی برخاسته از شرایط محیطی و فرهنگی در مکتب تولید و مبادله، مهم، تأثیر گذار و تعیین کننده در نظر گرفته می شود، ولی در مکتب انتقال، چارچوب ها در زمینه ارتباط مهم و تعیین کننده فرض نمی شود.

از آنجا که مکتب تولید و مبادله معنا، رویکردی تفسیری است، معنا به عنوان عنصری اساسی در تفسیر کنش های عاملان اجتماعی به کار گرفته می شود. معنا بر اساس چارچوب های ذهنی حاصل از تجارب شخصی و فرهنگی کنش گران ارتباطی و در تعامل با متن تولید و حاصل می گردد (ر.ک: محسنیان راد، ۱۳۷۸، ص ۳۲۵). از این رو نباید مخاطبان زیاد و متنوع پیام های ارتباطی به ویژه پیام های ارتباط جمعی را هماهنگ و

یکسان فرض کرد. تنوع و تکثر مخاطبان، فهم‌ها و تفسیرهای متفاوتی را به دنبال خواهد داشت.

اما مکتب انتقال پیام چیزی است که در فرآیند انتقال از فرستنده به گیرنده منتقل می‌شود و بر این اساس بی‌توجهی به نقش فرهنگ و دین در فرآیند ارتباطات و تمرکز در نظریات تأثیر و توصیف رسانه‌های جمعی و نظریه‌های مسلط ارتباطی به‌عنوان ابزارهای ایدئولوژیک در خدمت نهادهای حاکم بر جوامع، از پیامدهای مکتب انتقال خواهد بود (ر.ک: گیویان، ۱۳۸۵، ص ۴۳).

نسبیت و تکثر معانی حاصل در ارتباط در مکتب انتقال پذیرفته نیست، برخلاف مکتب تولید و مبادله معنا که تکثر معانی در آن امری پذیرفته و طبیعی تلقی می‌گردد. از نظر مکتب تولید و مبادله معنا، خواننده، بیننده و شنونده بر اساس چارچوب‌های ذهنی برگرفته از تجربه‌های شخصی و فرهنگی خویش تولید معنا می‌کند (فیسک، ۱۳۸۸، ص ۱۲)، از این رو امکان ایجاد معانی متفاوت برای خوانندگان، بینندگان و شنوندگان (کنش‌گران ارتباطی) پیام‌ها وجود دارد، و این مکتب هیچ‌کدام را خطا نمی‌داند، بلکه به جهت تنوع و تکثر چارچوب‌های کنش‌گران، این امر را طبیعی تلقی می‌کند، اما در مکتب انتقال، تکثر معانی در ارتباط پذیرفته نیست و بر ارسال و دریافت پیام در قالب یک امر بسته‌بندی شده تأکید دارد و هرگونه تفاوت معنایی را ناشی از اختلالی در کار ارتباط دانسته و به دنبال شناخت و مدیریت عوامل محل هستند.

۷. قرآن مبنای ارزیابی این دو مکتب

قرآن یکی از منابع اصیل و جاودانه اسلام است که خود در جایگاه وسیله‌ای ارتباطی، تأثیرات شگرفی بر مخاطبان خویش از صدر اسلام تا کنون گذاشته و همچنان این تأثیر ادامه دارد. تأثیر قرآن در حدی بوده است که مخاطبان خویش را با تحولات بنیادین درونی و هدایت‌بخش روبه‌رو ساخته و موجبات شکل‌گیری تمدن عظیم اسلامی در جامعه سراسر بدوی و کاملاً عقب‌افتاده و غرق در شرک و کفر را پدید آورد، و در عمل کارایی و موفقیت خویش را به اثبات رساند.

استمداد از قرآن در ارزیابی اندیشه‌های اجتماعی و ارتباطی به‌عنوان سند بالادستی مسلمانان و حجت الهی و وسیله سراسر موفق، زمینه اصلاح اندیشه‌های مطرح و ایجاد اندیشه‌های جدید و شکل‌گیری نظریات و مدل‌های ارتباط قرآنی و اسلامی را فراهم می‌آورد.

۱-۷. ویژگی‌های ممتاز قرآن در زمینه ارتباط

قرآن از ویژگی‌های ممتاز و قابل توجهی در زمینه ارتباط برخوردار است. این ویژگی‌ها مختصات و مشخصات ارتباط قرآن را نمودار می‌سازد. برخی از این ویژگی‌ها عبارتند از:

ویژگی‌های ارتباطی قرآن	آدرس	یک آیه به‌عنوان نمونه
خداحوری	آل عمران، ۶۴؛ آل عمران، ۲۸؛ بقره، ۲۸۶؛ فصلت، ۶؛ انفال، ۵۵؛ هود، ۲؛ یونس، ۱۰۶؛ توبه، ۶۳ و...	لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّغُوتِ وَيُؤْمِن بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ (بقره، ۲۵۶).
مخاطبان عام و فراگیر	قلم، ۵۲؛ یوسف، ۱۰۴؛ زمر، ۲۷؛ ابراهیم، ۱ و...	وَمَا هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ (قلم، ۵۲).
هدایت‌گری	سبأ، ۶؛ نمل، ۲۷؛ نحل، ۶۴؛ اسراء، ۹؛ اعراف، ۵۲؛ فصلت، ۴۴؛ صف، ۹؛ زخرف، ۴۳؛ نمل، ۲؛ حج، ۲۲ و...	شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ (بقره، ۱۸۵).
مایه تنبه و تذکر	دخان، ۵۸؛ مزمل، ۷۳؛ زخرف، ۴۴؛ ص، ۳۸؛ عنكبوت، ۵۱؛ ق، ۵۰؛ انسان، ۷۶؛ مدثر، ۷۴؛ قمر، ۵۴ و...	إِنَّ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ وَقُرْآنٌ مُّبِينٌ (یس، ۶۹).

ویژگی‌های ارتباطی قرآن	آدرس	یک آیه به‌عنوان نمونه
وسیله شناخت حق باطل	شوری، ۱۷؛ طارق، ۱۳؛ حجر، ۱؛ فرقان، ۱؛ بقره، ۱۸۵؛ آل عمران، ۳-۴ و...	إِنَّهُ لَقَوْلُ فَصْلٍ (طارق، ۱۳).
کتاب تفکر و تعقل	ص، ۲۹؛ مؤمنون، ۶۸؛ طه، ۱۲۸؛ نحل، ۶۷؛ ابراهیم، ۵۲؛ محمد، ۲۴؛ فاطر، ۱۰؛ نمل، ۶۹؛ یونس، ۱۰۸ و...	أَفَلَا يَتَذَكَّرُونَ الْفُرْعَانَ أَمْ عَلَى قُلُوبٍ أَقْفَالًا (محمد، ۲۴).
قابل فهم، روشن و...	حج، ۲۲؛ انبیاء، ۱۰۶؛ حجر، ۱؛ هود، ۱؛ بقره، ۹۹؛ نمل، ۱؛ قمر، ۱۷؛ فصلت، ۴۴؛ ص، ۷۰؛ قصص، ۲ و...	تِلْكَ آيَاتُ الْكِتَابِ الْمُبِينِ (شعراء، ۲).
حاوی هشدار و انذار	انعام، ۱۹؛ نجم، ۵۶؛ دخان، ۳؛ فاطر، ۴۲؛ طه، ۱۱۳؛ ابراهیم، ۵۲؛ مدثر، ۳۶؛ زمر، ۱۶ و...	إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ فِي لَيْلَةِ مُبَرَّكَةٍ إِنَّا كُنَّا مُنذِرِينَ (دخان، ۳).
آگاهی‌بخشی	آل عمران، ۹۲؛ آل عمران، ۱۵؛ بقره، ۲۵۴؛ بقره، ۲۱۵؛ بقره، ۱۱۵؛ یونس، ۵۵؛ نور، ۳۹؛ هود، ۵۶ و...	هَذَا بَلَاغٌ لِلنَّاسِ وَلِيُنذِرُوا بِهِ وَلِيَعْلَمُوا أَنَّمَا هُوَ إِلَٰهٌ وَاحِدٌ (ابراهیم، ۵۲).
متناسب با فطرت	اسراء، ۳۸؛ نحل، ۹۰؛ عبس، ۱۱؛ انسان، ۲۹؛ مدثر، ۵۴؛ كهف، ۵۷؛ فصلت، ۴۱؛ ص، ۸۷؛ نور، ۱ و...	هَذَا ذِكْرٌ وَإِن لِلْمُتَّقِينَ لِحُسْنِ مَآبٍ (ص، ۴۹).
نفی اجبار	آل عمران، ۲۰؛ یونس، ۱۰۸؛ نحل، ۸۲؛ بقره، ۲۷۲؛ مائده، ۹۹؛ نحل، ۸۲؛ انعام، ۱۰۳ و...	إِنَّا أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ لِلنَّاسِ بِالْحَقِّ فَمَنِ اهْتَدَى فَلِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَلَيْهَا وَمَا أَنْتَ عَلَيْهِمْ بِوَكِيلٍ (زمر، ۴۱).

ویژگی‌های ارتباطی قرآن	آدرس	یک آیه به عنوان نمونه
حق و حقیقت‌بودن پیام	فاطر، ۳۱؛ سجده، ۲؛ قصص، ۴۸؛ زخرف، ۲۹؛ زمر، ۲؛ جاثیه، ۶؛ فصلت، ۴۲-۴۱؛ زمر، ۴۱ و...	قُلْ جَاءَ الْحَقُّ وَمَا يُبْدِيُ الْبَاطِلُ وَمَا يُعِيدُ (سبأ، ۴۹).
ملموس‌گویی	زمر، ۵؛ یس، ۳۳؛ لقمان، ۱۱-۱۰؛ روم، ۱۹؛ نور، ۴۴؛ غافر، ۶۴؛ نازعات، ۳۳-۲۷؛ فصلت، ۳۷ و...	أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يُولِجُ اللَّيْلَ فِي النَّهَارِ وَيُولِجُ النَّهَارَ فِي اللَّيْلِ وَسَخَّرَ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ كُلٌّ يَجْرِي إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى وَأَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ (لقمان، ۲۹).
تعامل با مخاطب	رعد، ۳۳؛ لقمان، ۲۵؛ نمل، ۵۹؛ انعام، ۴۰؛ انعام، ۳۷؛ اعراف، ۶۰-۶۱؛ سبأ، ۲۴؛ قصص، ۲۸ و...	أَمْ مَنْ خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ لَكُمْ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَنْبَتْنَا بِهِ حَدائقَ وَأَنْبَتْنَا بِهَا شَجَرَهَا أَئِلَٰهَةٌ مَعَ اللَّهِ بَلْ هُمْ قَوْمٌ يَعْدِلُونَ (نمل، ۶۰).

موارد دیگری همچون رعایت ادب (ر.ک: فصلت، ۳۴)، هماهنگی و انسجام درونی (ر.ک: زمر، ۲۸)، تدریج (ر.ک: انعام، ۷۶-۷۹)، یادآوری تجربه‌های دینی (ر.ک: انعام، ۶۳)، بیان نکات درس‌آموز از گذشتگان (ر.ک: هود، ۸۱-۸۳)، تشویق به سیر در زمین و عبرت‌گیری (ر.ک: نمل، ۶۹)، اولویت جذب مردم و مخاطبان (ر.ک: آل‌عمران، ۱۵۹)، پرهیز از لهو و لعب (ر.ک: عنکبوت، ۶۴)، پرهیز از دنیا محوران (ر.ک: نجم، ۲۹)، اصلاح جامعه (ر.ک: آل‌عمران، ۱۱۰)، دوری و روی گردانی از جاهلان، به کار بستن اعتدال و راه میانه (ر.ک: اعراف، ۱۹۹)، تأکید بر رعایت هنجارها و ارزش‌ها و پرهیز از ضدا ارزش‌ها (ر.ک: اسراء، ۵۳)، مبتنی بر کرامت، اعتماد، خوش‌بینی در جامعه ایمانی (ر.ک: حجرات، ۱۲)، پرهیز از کشمکش (ر.ک: انفال، ۴۶)، بیان اهمیت خودسازی و اهل‌عمل‌بودن (ر.ک: بقره، ۴۴)، رعایت و بزرگداشت شعائر الهی (ر.ک: حج، ۳۲)، پرهیز از منکر، فحشا و بزه‌کاری (ر.ک: نحل، ۹۰)، دوری‌جستن از اشاعه

فحشا (ر.ک: نور، ۱۹)، رعایت عدل (ر.ک: نحل، ۹۰) و دوری از ستم (ر.ک: شوری، ۴۲) در آیات قرآنی مشاهده می‌شود؛ به طوری که مختصات ارتباطی قرآن را اجمالاً به نمایش می‌گذارد.

۷-۲. رویکرد غیرهنجاری و اخلاقی این دو مکتب

مکتب انتقال رویکردی اثبات‌گرایانه و مکتب تولید و مبادله معنا رویکردی تفسیری دارند و هر دو مکتب خالی از عناصر انتقادی و بی‌توجه به رویکرد انتقادی هستند و این در حالی است که قرآن ضمن تأکید بر تعقل، فهم و آگاهی که عناصر و شاخص‌های اصلی رویکرد تفسیری است، یک نظام ارتباطی اخلاقی، یا به بیان مرسوم، یک نظام ارتباطی هنجاری و انتقادی را به تصویر می‌کشد.

نظام ارتباطی قرآن، نظامی مبتنی بر ارزش‌ها، ضدا ارزش‌ها، بایدها و نبایدها است؛ نظامی که ارتباط انسان در چارچوب مشخص تعریف و توصیه می‌گردد. قرآن کریم مجموعه‌ای از ارزش‌ها را مطرح و آنها را معتبر دانسته و استقرار، تثبیت و عمل بر اساس آنها را مدنظر قرار داده است.

ارزش‌هایی که قرآن کریم ارائه می‌دهد، ضمن هماهنگی با سایر عناصر نظام ارتباطی اسلام، تحقق اهداف عالی جامعه اسلامی را نوید می‌دهد. مجموعه ارزش‌ها و ضدا ارزش‌های قرآنی، حکایت از ویژگی اخلاقی و هنجاری نظام ارتباطی اسلام دارد که قرآن به‌عنوان سند گویای اسلام، آنها را ارائه می‌دهد. رعایت کرامت و احترام متقابل در جامعه ایمانی (ر.ک: حجرات، ۱۱، ۱۲)، تواضع و فروتنی با مؤمنان (ر.ک: مانده، ۵۴)، حسن ظن به مؤمنان (ر.ک: نور، ۱۲)، حفظ حرمت مؤمنان (ر.ک: نور، ۱۵)، رعایت عفت و پاکدامنی و دوری از آلودگی‌های جنسی (ر.ک: مومنون، ۷-۵)، عفو و بخشش (ر.ک: تغابن، ۱۴)، خویش‌داری (ر.ک: شوری، ۴۳)، رأفت و مهربانی (ر.ک: آل‌عمران، ۱۵۹)، مدارا و دوری از خشونت (ر.ک: فرقان، ۶۳)، رعایت ادب در سخن گفتن (ر.ک: سبأ، ۲۵)، حسن خلق (ر.ک: فصلت، ۳۴)، صدق و راستی (ر.ک: اسراء، ۸۰)، صبر (ر.ک: آل‌عمران، ۲۰۰) و شرح صدر (ر.ک: فصلت، ۳۴) از جمله ارزش‌های ارتباطی مطرح در قرآن کریم است. رعایت این ارزش‌ها

در ارتباطات اجتماعی، علاوه بر اینکه ارتباط را در ترازوی متعالی مطرح می‌سازد، میزان اثربخشی ارتباط را چندین برابر می‌سازد.

قرآن در کنار ارزش‌ها مجموعه‌ای از ضدارزش‌های تأسیسی یا تأییدی را مطرح می‌نماید که سهم بسزایی در شکل‌گیری نظام ارتباطی قرآن دارد.

با کنکاش در قرآن کریم، مجموعه‌ای از ضدارزش‌های مرتبط با ارتباطات به دست می‌آید و پرهیز و دورنمودن تعاملات خود و دیگران از آنها، سفارش و دستور جدی خداوند است. پرهیز از دنیاطلبی (ر.ک: حدید، ۲۰)، هوای نفس (ر.ک: ص، ۲۶)، بخل (ر.ک: حشر، ۹)، غیبت (ر.ک: حجرات، ۱۲)، حرص (ر.ک: حشر، ۹)، سخن‌چینی (ر.ک: قلم، ۱۱-۱۰)، تهمت و بهتان (ر.ک: احزاب، ۵۸)، تجاوزگری (ر.ک: قلم، ۱۲-۱۰)، تکبر، تبختر، خودپسندی و سرمستی (ر.ک: لقمان، ۱۸)، نیرنگ (ر.ک: بقره، ۹)، تجسس و عیب‌جویی (ر.ک: حجرات، ۱۱)، تمسخر (ر.ک: حجرات، ۱۱)، گفتار خشن (ر.ک: لقمان، ۱۹)، لهو، لعب و گفتار بی‌ثمر (ر.ک: عنکبوت، ۶۴)، به‌کاربردن القاب زشت (ر.ک: حجرات، ۱۱)، غفلت (ر.ک: نجم، ۶۱-۶۰)، رقابت با دیگران در مقام و ثروت (ر.ک: تکوین، ۸-۱)، بزهکاری، فحشا و اشاعه اخبار آنها (ر.ک: نحل، ۹۰)، کشمکش (ر.ک: انفال، ۴۶)، ارتباط با و اطاعت از انسان‌های ضدارزشی (ر.ک: قلم، ۱۰-۱۳)، ضدارزش‌های مطرح‌شده در قرآن است که با موضوع موردبحث (ارتباطات اجتماعی) تناسب بیشتری دارد. رعایت ارزش‌های ایجابی و سلبی قرآنی، سیمای ارتباطات متعالی قرآنی را به نمایش می‌گذارد و نوید به کارگیری ظرفیت‌های بیشتر کنش‌گران ارتباطی و اثربخشی بیشتر ارتباطات را می‌دهد.

ازاین‌رو نظام ارتباطی قرآن برخلاف مکتب انتقال و تولید و مبادله معنا رویکردی اصلاحی دارد و رشد و تعالی مخاطب را مدنظر دارد و او را از دنیا به آخرت (ر.ک: توبه، ۱۷-۱۶)، از کفر به ایمان (ر.ک: حج، ۶۲)، از شقاوت به سعادت (ر.ک: توبه، ۱۰۹) و در یک جمله، به خدامحوری (ر.ک: غافر، ۱۲) هدایت می‌کند.

رویکرد انتقادی قرآن رویکردی و حیانی است و ارزش‌ها و هنجارهای نظام ارتباطی قرآن بر اساس خدامحوری است و ناشی از معرفت‌عاقه و نظر و تمایل اکثریت جامعه یا گیرندگان پیام نیست.

۷-۳. اهمیت عقل و خرد در قرآن

قرآن ارزش فوق‌العاده‌ای به عقل و خرد داده است و در بخش‌های زیادی از قرآن اهمیت به کار بستن عقل و خرد را متذکر شده است. تشویق به تدبیر (ر.ک: ص، ۲۹)، توییح افرادی که فکر نمی‌کنند (ر.ک: محمد، ۲۴)، پرهیز از کار بدون دلیل (ر.ک: حج، ۷۱)، کتمان حق (ر.ک: آل‌عمران، ۷۱)، بیان فلسفه و حکمت (ر.ک: مانده، ۹۱-۹۰) و به کار بردن براهین قرآنی مثل برهان وجوب و امکان (ر.ک: فاطر، ۱۵)، برهان حدوث و قدم (ر.ک: انعام، ۷۶-۷۹) و قیاس استثنا (ر.ک: انبیاء، ۲۲) و از طرف دیگر، تکرار فراوان عباراتی همچون «لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ»، «أُولَى الْأَلْبَابِ»، «إِنَّ فِي ذَلِكَ لآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ»، «إِنَّ فِي ذَلِكَ لآيَاتٍ لِّأُولَى النَّهْيِ»، «أَفَلَا تَعْقِلُونَ»، «لَعَلَّكُمْ يَتَفَكَّرُونَ»، «أَفَلَا يَتَذَكَّرُونَ الْقُرْآنَ»، «أَفَلَمْ يَدَّبَّرُوا الْقَوْلَ»، «لِيَتَذَكَّرَ أُولُوا الْأَلْبَابِ»، همه حکایت از ترغیب و تشویق قرآن به تدبیر، فهم و درک دارد. بر این اساس قرآن از مخاطبان کلام خدا انتظار دارد ابزار ادراکی خود را به کار گیرند (ر.ک: اعراف، ۱۹۵) و درباره مسائل فهم کنند (ر.ک: کهف، ۵۷). از این رو اطلاق عنوان کتاب عقل، حکمت و فهم بر قرآن در کنار سایر اوصاف، زینده قرآن است.

۷-۴. اهمیت علم و آگاهی در قرآن

علم و آگاهی به معنای دانستن و معرفت است. علم اساس ارزش‌ها (ر.ک: کلینی، ۱۴۰۷، ج ۱، ص ۴۸) و جهل ریشه معایب و مفاسد فردی و اجتماعی است (ر.ک: مجلسی، ۱۳۸۹، ج ۷۴، ص ۱۷۵). هیچ مکتبی به اندازه اسلام و هیچ کتابی به اندازه قرآن بر آگاهی و معرفت تأکید نکرده است. بیش از هفتصد بار واژه علم و مشتقات آن در قرآن مطرح شده است. بیشتر اهل لغت جهل را به معنای نادانی و در مقابل علم معنا کرده‌اند (عبدالباقی، ۱۳۶۴، ذیل واژه جهل). ارتباطات قرآنی بر اساس علم و آگاهی شکل گرفته (ر.ک: اعراف، ۵۲) و قرآن مخاطبان خود را به برخورد از روی آگاهی فراخوانده (ر.ک: اسراء، ۳۶) و کسانی را که بر اساس آگاهی ارتباط برقرار نمی‌کنند توییح می‌کند (ر.ک: حج، ۳) و از طرف دیگر یکی از مهم‌ترین اهداف ارتباطی قرآن آگاهی‌بخشی است. کسب آگاهی درباره خدا (ر.ک: آل‌عمران، ۲)، انسان (ر.ک: فاطر، ۱۵)، نظام آفرینش (ر.ک: بقره، ۱۱۵)، پیامبران (ر.ک:

۷-۵. بازیابی معنا در قرآن

روش‌های ارتباطی متنوعی در قرآن به کار گرفته شده که بخشی با عقل و فکر سروکار دارد و برخی با دل و عاطفه، برخی یاد می‌دهد، برخی یادآوری می‌کند، برخی بر موجودی ذهن می‌افزاید و برخی ذهن را برای بهره‌برداری از موجودی خود آماده می‌سازد و در واقع برخی زبان عقل و خرد، و برخی پیام روح است (ر.ک: مطهری، ۱۳۷۸، ج ۱۶، ص ۶۸۷). روش‌های حکمت و برهان (ر.ک: نمل، ۱۲۵)، بیان علت و فلسفه (ر.ک: مانده، ۹۱-۹۰) از نوع زبان عقل و خرد است و به دنبال یاددادن و علم‌آموزی است و روش‌های انذار (ر.ک: اعراف، ۲)، موعظه (ر.ک: نمل، ۱۲۵)، ترویج (ر.ک: انفال، ۲۱)، پندآموزی (ر.ک: زخرف، ۲۵)، تذکر (ر.ک: اسراء، ۴۱)، سؤال از مخاطب و وجدانش (ر.ک: صافات، ۱۵۰-۱۴۹) از نوع زبان روح است. این دسته از روش‌ها سهم نسبتاً وسیعی از روش‌های ارتباطی قرآن را فرا گرفته و در جای‌جای قرآن انذار به کار گرفته شده و به‌عنوان یکی از روش‌های اصلی ارتباطی و وظیفه اصلی پیامبران (ر.ک: ص، ۶۵) یاد شده است. در اینجا صحبت از یادآوری و بازیابی است، و صحبت از انتقال و تولید نیست. بر این اساس می‌توان ادعا کرد قرآن خود را در چارچوب تنگ انتقال و تولید معنا منحصر نکرده است، بلکه بازیابی را به‌عنوان یک عنصر مهم در ارتباط، به‌خصوص ارتباط قرآنی، می‌پذیرد.

نتیجه‌گیری

قرآن خود را در چارچوب تنگ مکتب انتقال و مکتب تولید و مبادله معنا منحصر نمی‌کند و با به‌کارگیری زبان عقل و زبان روح و هماهنگی با نظام آفرینش و فطرت انسانی به دنبال بیشترین تأثیر ارتباط در جهت کمال و تعالی است.

قرآن ارتباط جامعه ایمانی را در قالب ارتباط اخلاقی و هنجاری مطرح می‌سازد و به دنبال تولید و بازیابی معنا توسط مخاطب است. مؤلفه‌های ارتباطی قرآن مکتب جدید ارتباطی را مطرح می‌کند که ویژگی‌های اخلاقی، هنجاری، تعالی‌بخشی، تولید و بازیابی معنا و هماهنگی با نظام آفرینش و فطرت انسان‌ها از مختصات آن محسوب می‌شود.

فهرست منابع

* قرآن کریم.

۱. بتون، تد؛ کرایپ، یان. (۱۳۸۴). فلسفه علوم اجتماعی: بنیادهای فلسفی تفکر اجتماعی (مترجم: شهناز مسمی پرست و محمد متحد). تهران: نشر آگه.
۲. رفیع پور، فرامرز. (۱۳۶۰). کندوکاوها و پنداشته‌ها. تهران: شرکت سهامی انتشار.
۳. ساروخانی، باقر. (۱۳۸۱). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (ج ۱، ۲). تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۴. سورین، ورنر جی؛ تانکارد، جیمز دبلیو. (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات (مترجم: علی رضا دهقان، چاپ چهارم). تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۵. صدر، سید محمد باقر. (۱۴۲۸ق). المدرسة القرآنیة. قم: مرکز الابحاث و الدراسات التخصصیة للشهید صدر.
۶. عبدالباقی، محمد فؤاد. (۱۳۶۴). المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الکریم. تهران: انتشارات اسماعیلیان.
۷. فیسک، جان. (۱۳۸۸). درآمدی بر مطالعات ارتباطی (مترجم: مهدی غیرایی). تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۸. قائمی‌نیا، علیرضا. (۱۳۸۹). بیولوژی نص نشانه‌شناسی و تفسیر قرآن. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۹. کلینی، یعقوب. (۱۴۰۷ق). الکافی (محقق: علی اکبر غفاری، چاپ چهارم). تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۱۰. گیویان، عبدالله. (۱۳۸۵). دو استعاره بنیادین برای فهم ارتباطات، فصلنامه رادیو و تلویزیون، (۲)، ص ۳۳.
۱۱. لافی، دن. (۱۳۹۵). درآمدی بر نظریه رسانه (مترجم: رضا جلیلی سه‌بردان). اصفهان: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان.

۱۲. لیتل جان، استیفن. (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباطات (مترجمان: سیدمرتضی نوربخش و سیداکبر میرحسینی). تهران: نشر جنگل.
۱۳. مجلسی، محمدباقر. (۱۹۸۷م). بحار الانوار. لبنان: دار الاحیاء التراث العربی.
۱۴. محسنیان‌راد، مهدی. (۱۳۷۸). ارتباط‌شناسی (چاپ نهم). تهران: سروش.
۱۵. محمدپور، احمد. (۱۳۹۰). ضد روش منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی (ج ۱). تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
۱۶. مطهری، مرتضی. (۱۳۷۸). مجموعه آثار (۲۷ جلدی). تهران: انتشارات صدرا.
۱۷. مک‌کوایل، دنیس؛ ویندال، سون. (۱۳۸۸). مدل‌های ارتباط جمعی (مترجم: گودرز میرانی). تهران: طرح آینده.
۱۸. مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه و اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
۱۹. واعظی، احمد. (۱۳۹۰). نظریه تفسیر متن. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
20. Carig, games, W. (2007). *Communication as culture: essays on media and society*. New York: Routedge.
21. Geraghty, C. & Lusied, D. (1998). *The Television studies book*. London: Arnold.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

References

* The Holy Quran.

1. Abdul Baqi, M. F. (1364 AP). *al-Mojam al-Mofahras le Alfaz al-Qur'an al-Karim*. Tehran: Ismailian Publications. [In Persian]
2. Benton, T., & Cripe, Y. (1384 AP). *Philosophy of Social Sciences: Philosophical Foundations of Social Thought*. (Sh, Mosama Parast., & M. Motahed, Trans.). Tehran: Agah Publications. [In Persian]
3. Carig, games, w. (2007). *Communication as culture: essays on media and society*. New York: Routledge.
4. Fisk, J. (1388 AP). *An Introduction to Communication Studies* (M. Ghobraei, Trans.). Tehran: Office of Media Studies and Development. [In Persian]
5. Geraghty, c. & Lusied, D. (1998). *The Television studies book*. London: Arnold.
6. Givian, A. (1385 AP). Two Basic Metaphors for Understanding Communication, *Journal of Radio and Television*, (2), p.33. [In Persian]
7. Koleyni, Y. (1407 AH). *Al-Kafi* (A. A. Ghaffari, Ed.). (4th ed.). Tehran: Dar al-Kotob al-Islamiyah. [In Arabic]
8. Little John, S. (1386 AP). *Theories of communication* (S. M. Nourbakhsh., & S. A. Mir Hosseini, Trans.). Tehran: Jangal Publications. [In Persian]
9. Luffy, Dan. (1395). *An Introduction to Media Theory* (R. J. Sohbardan, Trans.). Isfahan: Jihad University Press, Isfahan Branch.
10. Majlesi, M. B. (1987). *Bihar al-Anwar*. Lebanon: Dar Al-Ihya Al-Torath Al-Arabi.
11. McQuail, D., & Windal, S. (1388 AP). *Mass Communication Models*. (G. Mirani, Trans.). Tehran: Tarh-e- Ayandeh. [In Persian]
12. Mehdizadeh, S. M. (1389 AP). *Media theories and popular ideas and critical views*. Tehran: Hamshahri. [In Persian]
13. Mohammadpour, A. (1390 AP). *Anti-logic and design method in qualitative methodology* (Vol. 1). Tehran: Sociologists Publications. [In Persian]
14. Mohsenianrad, M. (1378 AP). *Communication Studies*. (9th ed.). Tehran: Soroush. [In Persian]

15. Motahari, M. (1378 AP). *Collection of works* (27 Vols.). Tehran: Sadra Publications. [In Persian]
16. Qaemunia, A. (1389 AP). *Biology of the text of semiotics and interpretation of the Qur'an*. Tehran: Institute of Islamic Culture and Thought. [In Persian]
17. Rafi'pour, F. (1360 AP). *Explorations and assumptions*. Tehran: Enteshar Co. [In Persian]
18. Sadr, S. M. B. (1428 AH). *al-Madrasah al-Qur'aniyah*. Qom: Markaz al-Abhath va al-Derasat al-Takhasosiah le al-Shahid al-Sadr. [In Arabic]
19. Sarukhani, B. (1381 AP). *Research methods in social sciences* (vols. 1, 2). Tehran: Research Institute of Humanities and Cultural Studies.
20. Sorin, Werner J., & Tancard, J. W. (1384 AP). *Theories of communication* (A.R. Dehghan, Trans.). (4th ed.). Tehran: Institute of Publishing and Printing, University of Tehran. [In Persian]
21. Waezi, A. (1390 AP). *The Theory of Text Interpretation*. Qom: Research Institute for Hawzah and University. [In Persian]

