

تاریخ وصول: ۱۳۹۱/۰۶/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۰۷/۱۳

## روش‌شناسی بنیادین ارتباطات برای توسعه در بنیاد راکفلر؛ فلسفه ارتباطات تا سیاست‌های ارتباطی

۱۹۵

مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

سید محمدعلی غمامی

روش‌شناسی بنیادین ارتباطات برای توسعه در بنیاد راکفلر: فلسفه ارتباطات تا سیاست‌های ارتباطی

سید محمدعلی غمامی<sup>\*۱</sup>

۱- دانشجوی دکترای فرهنگ و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، قم، قم، ایران.

### چکیده

بررسی رابطه سیاست‌ها و نظریات ارتباطات با فلسفه آنها کمتر مورد تحقیق قرار گرفته است. این مطالعه سعی میکند با روش‌شناسی بنیادین در میان طبقات اندیشه ارتباطات (فلسفه، نظریه ارتباطات، سیاست ارتباطات، شاخص ارتباطات) مهمترین جریان فکری را در ارتباطات فهم نماید تا از خلال آن یکی از مهمترین سندهای توسعه در حوزه ارتباطات را با عنوان «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» که در بنیاد راکفلر آمریکا تدوین شده، نقد کند. ارتباطات در این تحقیق بر ارتباطات انسانی دلالت دارد که محدود به ارتباطات جمعی و رسانه نیست.

حاصل این نگاه تبارشناسانه این است که در حوزه ارتباطات اندیشه‌های زیادی تولد یافتند اما برخی در فلسفه متوقف ماندند و برخی با نظریه شروع شدند و دیگر ادامه نیافتند اما یک جریان مداوم و پیوسته را در آن می‌توان دید. جریانی که ذهن انسان به جای واقعیت قرار گرفته است و پراگماتیسم به عنوان یک اندیشه محوری، اساس و پایه قرار گرفته است. بدین

Email: mmghamamy@gmail.com

\*۱. ایمیل نویسنده:

ترتیب که کانت، فنومن و نومن را مطرح نمود و موضوع فلسفه را فنومن و معرفت‌شناسی قرار داد و اساس معرفت را تجربه‌های مبتنی بر مشترکات فطری دانست که ارتباطی به واقعیت ندارند بلکه روابط انسانی را هماهنگ می‌کند و اخلاق عملی را شکل می‌دهد. مولر پونتی، شوتر و گادامر همین اندیشه را در پدیدارشناسی (با عکس کردن اندیشه هوسرل) غلظت بخشیدند و نومن را به طور کلی حذف کردند و وجود هر گونه «شی فی نفسه» ای را انکار کردند. آنها به جای حقیقت، ذهن آگاه را در قالب مفهوم جهان‌های اجتماعی، زبان‌شناسی و هرمنوتیک بدیل واقعیت قرار دادند. هگل با استحال دیدگاه‌های هگل، آن را به ماده‌گرایی و امانیسم و انتقاد (بدون ارتباط با واقعیت) تبدیل کردند. پس از آن نظریاتی همچون نظریات سایپر، وورف، گارفینگل، مید، پیرس، کرونن و فیشر و مکتب فرانکفورت این تفکر را در مفاهیم دیالوگ، کنش متقابل نمادین، کنش هماهنگ معنا، روایت، به حوزه نظریه ارتباطات وارد کردند. این مفاهیم در قالب همدلی، مشارکت، برابری و توافق به حوزه سیاست‌های ارتباطی راه یافتند و در نهایت در قالب مفاهیم گفتگو و کنش جمعی به شاخصه‌های ارتباطی در سند «توسعه برای ارتباطات» تبدیل شدند. در واقع جریانی در این اندیشه وجود دارد که دیالوگ را برای رسیدن به توافق است ضروری می‌داند نه برای رسیدن به حقیقت، نتیجه آنکه توافق جایگزین حقیقت گردیده است.

**واژگان کلیدی:** فلسفه ارتباطات، نظریه ارتباطات، سیاست، توسعه.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

ارتباطات در جهان امروز حوزه‌های میان رشته برای نظریه پردازی است که متأثر از تحولاتی جهانی قرار گرفته است. تکنولوژیهای نوین، رسانه های نوظهور، ایدئولوژیها، برخورد اقوام، ملیت ها و نژادها و مناسبات مالی میان ملتها، دولتها و سازمانها، ارتباطات را به عنوان یک موضوع بسیار مهم مطرح کرده است به نحوی که قدرتهای بزرگ از توجه به آن غافل نشده اند. شاید مهمترین سند در خصوص ارتباطات و توسعه سند «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» باشد که در سال ۲۰۰۲ توسط بنیاد راکفلر و دانشگاه هایکینز منتشر شده است. این سند مهمترین مبنای نظری در تبیین شاخصهای ارتباطات به شمار می رود.

قبل از آنکه به اندیشه های ارتباطی بپردازیم نگاهی کوتاه به مفهوم ارتباط و ابعاد نظری آن خواهیم افکند تا فهمی اولیه را برای ورود به بخش های بعدی این تحقیق فراهم کرده باشیم. اما این پژوهش در گام نخست مکاتب و نظریه های ارتباطات را مورد بررسی قرار خواهد داد و در گام دوم نظریه های ارتباطات توسعه و دیدگاه های هنجاری ارتباطات را به عنوان مهمترین سیاست های ارتباطات مطالعه خواهد کرد. در آخرین مرحله شاخص های ارتباطات در غرب با تأکید بر سند «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» مرور خواهد شد.

در آخرین مرحله سعی خواهیم کرد ارتباط طبقات سه گانه نظریات، سیاستها و شاخص های ارتباطات را با هم و در نهایت با فلسفه هایشان تبارشناسی کنیم و جایگاه این سند را در ارتباط با آنها ببینیم.

بدین ترتیب بدنه اصلی اندیشه های نظری ارتباطات را توضیح خواهیم داد. سپس نشان خواهیم داد که چگونه شاخص های ارتباطات با اندیشه های پیشین خویش در ارتباط است و از چه تفکراتی سرچشمه می گیرد. در نهایت مدلی تبارشناختی را برای تبیین رابطه مبانی معرفتی، نظری و سیاستی با شاخص های ارتباطات ارائه خواهیم نمود.

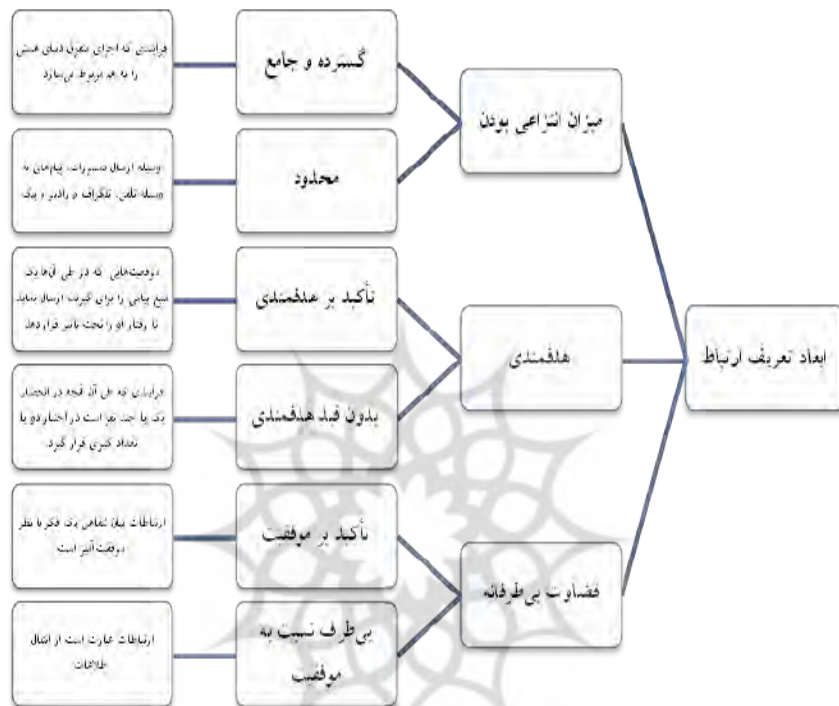
### ارتباط چیست؟

شاید ساده ترین تعریف برای ارتباط، «مبادله پیام میان گیرنده و فرستنده» باشد اما چنین تعریفی مترادفی است که بیشتر برای یک لغتنامه عمومی مناسب است نه یک تعریف برای یک تحقیق نظری. محسنیان راد در کتاب ارتباط شناسی خود پس از بررسی معنای لغوی این واژه، بیست و هفت تعریف را تحلیل کرده است و در نهایت سعی نموده کامل ترین تعریف از ارتباط را ارائه نماید: «ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر آنکه در گیرنده پیام مشابهت معنی با معنی مورد نظر فرستنده پیام ایجاد شود.» (محسنیان راد، ۱۳۶۹: ۵۷)

تعریفی که محسنیان راد ارائه نموده است اگرچه در وهله اول کامل به نظر می آید اما تعریف او نیز برآمده از حوزه نظری خاصی است که دیگر حوزه های نظری را پوشش نمی دهد. در حالیکه محسنیان راد معتقد است پیام منتقل می شود نه معنا، بسیاری از اندیشمندان مکتب تولید و مبادله معنا، بر امکان تبادل معنا در ارتباطات صحه می گذارند.

ارائه و تشریح تمام تعاریف در این بخش امکانپذیر نیست اما برای آنکه فهم اولیه از ارتباط و وجود پارادایمهای ارتباطات شکل بگیرد به برخی از تعاریف آن اشاره

خواهیم کرد. لیتل جان سه محور از تعاریف ارتباط را در کتاب خویش به نقل از ای ایکس فرانک ارائه نموده است:



(Frank E. X. 1970) لیتل جان<sup>۱۳۸۴</sup>

طبقه بندی فرانک بیشتر از تلاش محسنیان راد بیانگر ابعاد نظری تعاریف است اما نمی توان آن را یک دسته بندی کامل دانست زیرا بسیاری از تعاریف ارتباطات را شامل نمیشود. برای نمونه تعاریفی که بر دوسویگی یا انتقالی بودن ارتباطات تأکید میکنند یا تعاریفی که بر مسأله معنا متمرکز شده‌اند. برای نمونه دین برنلوند معتقد است: «ارتباطات فراگرد ایجاد معنی است» و در مقابل وی، برلو بر این باور است که ارتباطات دربرگیرند، انتقال معانی نیست، فقط پیامها قابل انتقالند. (فرهنگی، ۱۳۷۴: ۷)

فرهنگی برای جمع کردن این دو رویکرد، ماهیت ارتباطات را این گونه توضیح می دهد: «فراگرد تفهیم و تفاهم و تسهیم معنی» (همان: ۱۲)

فرهنگی در کتاب ارتباطات انسانی خود معتقد است که نمی توان پیچیدگیهای ارتباط را در یک تعریف نشان داد از اینرو سیاه های از ویژگیهای ارتباطات ارائه می دهد که مهمترین آنها را به اجمال مرور می کنیم: (همان: ۱۷)

س ارتباطات با رمزها در ارتباط است: رمزهای کلامی و غیرکلامی (رمزهای غیرکلامی شامل استفاده از زمان، فضا، لباس، حرکات بدنی و ... است. رمزهای غیرکلامی شامل رمزهای غیردهانی<sup>۱</sup> میشود اما به آن محدود نمی شوند مثلاً طنین صدا یک رمز غیرکلامی است اما غیردهانی نیست).

ارتباطات با رمزگذاری و رمزخوانی سروکار دارد: رمزگذاری و رمزگشایی عمل تبدیل پیام و رمز به یکدیگر است. سه نظریه در خصوص ارتباط رمزگذاری و رمزخوانی وجود دارد:

۱- کنشی یک سویه است به نحوی که فرستنده رمزگذاری میکند و گیرنده رمزگشایی<sup>۲</sup>.

۲- کنشی دو سویه است به نحوی که دو طرف فراگرد ارتباط گاهی رمزگذار و گاهی رمزخوان میشوند.

۳- ارتباطات میان کنشی است که همزمان عمل رمزگذاری و رمزخوانی انجام میگیرد و نمیتوان برای آنها از یکدیگر تفکیکی قائل شد.

<sup>۱</sup> 1-nonoral codes

<sup>۲</sup> 2-Action

س‌ارتباطات یک فراگرد یا جریان مداوم، متغیر و پویاست: نمیتوان برای تحلیل، آن را متوقف کرد و اجزای آن را بررسی کرد زیرا مانند عکسی است که از یک رودخانه برداشته‌اید و با آن می‌خواهید شدت، دما، جهت و ... آب رودخانه را بررسی کنید. این بدان معناست که ارتباطات شریطی تکرار ناپذیر دارد.

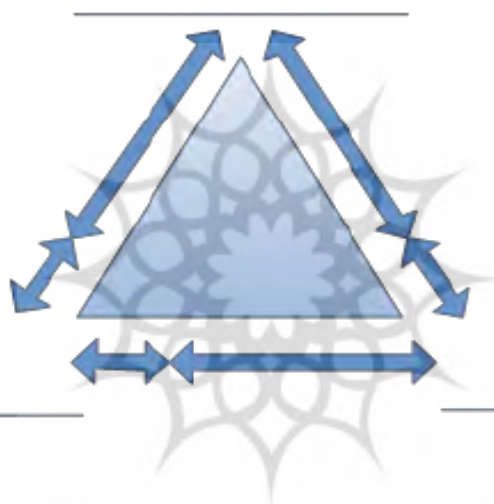
س‌ارتباطات فراگردی نظام گراست

س‌ارتباطات می‌تواند ارادی یا غیرارادی باشد.

حاصل این توضیحات را در چند نکته خلاصه خواهیم نمود؛ اولاً آنکه دیدگاه‌های مختلف در خصوص ارتباطات ابعاد پیچیده ارتباطات را تا حدودی نشان می‌دهد. دوم اینکه مفهوم ارتباطات یک مفهوم خنثی نیست بلکه در حوزه‌های نظری و فکری مختلف تعاریف متفاوتی دارد. سوم آنکه تنها یکی از مصادیق ارتباط، رسانه است و محدود کردن مباحث ارتباطات به ارتباطات جمعی و رسانه یک تقلیل معنایی و نظری است. این ادعا را نظریات مطرح در ارتباطات نیز تأیید می‌کند. نظریه پردازی در خصوص ارتباطات با نظریه پردازی در خصوص یکی از مصادیق آن مانند رسانه تفاوت‌هایی زیادی دارد همانطور که نظریه پردازی رسانه با نظریه پردازی در خصوص سینما تفاوت‌های زیادی با هم دارند. توجه به این تفاوت به فهم درست خواننده این تحقیق کمک بسیاری خواهد کرد.

چهارم آنکه این تنوع در تعاریف ارتباطات به خوبی قابل درک نیست. در انتها خواهیم دید تعاریف ارتباطات به خوبی نمی‌توانند اندیشه‌ای که مبتنی بر آن شکل گرفته‌اند را توضیح دهند از این رو قادر نخواهیم بود این تنوع را طبقه‌بندی و فهم کنیم. به عبارت دیگر ما قادر نیستیم تعاریف ارتباطات را بدون توجه به مبانی آنها مبنای کارهای

خویش قرار دهیم. همچنین خواهیم یافت که بدون فهم روابط میان شاخص ها و سیاست ها و حتی نظریات ارتباطات با هم و با مبانی معرفتیشان قابل درک نیستند. ویلبرشرام برای درک این روابط از مثلی با عنوان مثلث درک ارتباطات استفاده میکند. (راجرز، ۱۳۸۷)



تشریح کامل تاریخ تحولات ارتباطات در این تحقیق ممکن نیست زیرا این تاریخ با تحولات تکنولوژیک، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی یک قرن گره خورده است. اما تمام این تحولات در تحولات فلسفی، سنتها و مکاتب علمی جمع و نظریه پردازی شده و به پارادایم هایی مبدل گشته که شروع به بازتولید خویش در ارتباطات کرده است.



به عقیده راجرز مکاتب ارتباطی با تمرکز بر فلسفه ارتباطات شکل گرفته اند. از نظر راجرز برای درک فلسفه علم ارتباطات می توان از چهار دیدگاه فلسفی ذیل استفاده کرد:

س دیدگاه معرفت شناسانه: چگونه ما مفهوم پیام ارتباطی را درک و آن را تفسیر می کنیم.

س دیدگاه هستی شناسی: امکان وجودی یک ارتباط انسانی یا میان فردی حتی موجودیت اجتماعی یک رسانه ارتباطی را نقد و بررسی می کند.

س دیدگاه ارزش شناسی<sup>۱</sup>: در عرصه نظریه و روش در ارتباطات کاربرد پیدا میکند. در این دیدگاه توجه به شناخت ارتباطات سنتی حتی پژوهش در یک وسیله ارتباطی و کشف ارزشهای موافق و مخالف روندی بدیهی است.

س دیدگاه غایت شناسی<sup>۲</sup>: بررسی فرجام یک ارتباط و نهایی ترین نتایج آن در این دیدگاه پردازش می شود. این رویکرد فلسفی از نظر راجرز میزان تأثیرگذاری، رویکرد آن و در نهایت سوگیری ارتباط را تحلیل می کند.

با وجود توجه راجرز، هنوز فلسفه علم ارتباطات فلسفه مستقلی ندارد و از آن جهت که از حوزههای مختلف علوم اجتماعی تغذیه می کند فلسفه آن حاصل فلسفه های علوم اجتماعی است. بدین ترتیب فلسفه علم ارتباطات را باید در فلسفه علوم اجتماعی جستجو کرد.

1-Axiology

2- Teleology

ما پیش از آنکه این فلسفه ها را توضیح دهیم مکاتب و نظریات، سیاست ها و شاخص های ارتباطات را تشریح خواهیم نمود و سپس نشان خواهیم داد که این طبقات از اندیشه ارتباطات چگونه به همدیگر مرتبط هستند .

## مکاتب و نظریات ارتباطات

لازم به ذکر است که نظریه ها تنها مبتنی بر فلسفه شکل نگرفته اند اما بخش عمدهای از مبنای فکری و نظری خود را از پارادایم های فلسفی عصر خود برگرفته اند که بیشترین آن کانت و میراث کانت است. به عقیده هالوویس ارتباطات بیش از آنکه نظریه ای را به رشته های دیگر صادر نماید نظریات خود را از آنها برگرفته است. (هالوویس ۲۰۰۴: ۷) از اینرو مکاتب و فلسفه های آن نیز متأثر از مکاتب رشته های دیگر به وجود آمده است.

دسته بندی پاول کوبلی این ادعا را به خوبی تأیید می کند. کوبلی در چهار جلد کتابش سیر نظریات ارتباطات در سده اخیر را بررسی کرده است. وی تأکید می کند که متون انتخاب شده ای که وی در کتابش تحت عنوان ارتباطات ذکر کرده است از حوزه های سایبرنتیک، زبان شناسی، نشانه شناسی، نظریات ادبی، فلسفه، علوم سیاسی، مطالعات در حوزه رسانه ها، منطق، انسان شناسی، مطالعات در حوزه فیلم و روانشناسی جمع آوری شده است. وی اشاره می کند که سعی دارد تا تصویری گسترده از نظریات ارتباطات ارائه کند. کوبلی براساس حوزه های زیر تلاش خویش را متمرکز کرده است و نظریات را ذیل آنها سامان بخشیده است: (کوبلی، ۲۰۰۶)

۲۰۴

مطالعات الگوی پیشرفت

اسلامی و ایرانی

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

-فرآگرد معنابخشی<sup>1</sup> و کنش های خاص مربوط به نشانه

-نقش زبان به عنوان یک رسانه و ابزار نمایش

-مخاطبان و عوامل تعیین کننده در خوانش ارتباطات

-ارتباطات و شناخت

-سیاستهای متنیت

به عقیده کوبلی آنچه در حوزه ارتباطات، رسانه و فرهنگ بیان شده از مباحثی است که هم اکنون در آمریکای شمالی و اروپای شمالی مطرح است.

کینسید دو مکتب بزرگ شرق و غرب را برای ارتباطات بر می گزیند. تفاوت دیدگاههای شرق و غرب در نظریات ارتباطات از نگاه او را می توان اینگونه دسته بندی نمود: (کینسید، ۱۹۸۷: ۳۵۳-۳۳۱)

شرق	غرب
تأکید بر تمامیت و وحدت	ارزیابی اجزا
ارتباطات حاصل پیامدهای پیشبینی نشده است	ارتباطات حاصل کنش فعال افراد
تأکید بر شهود و درک مستقیم (اهمیت سکوت)	تأکید بر مقوله زبان
روابط میان موقعیتهای اجتماعی (نقش، قدرت و حیثیت) تعریف میشود	روابط بین دو یا چند فرد

1- signification process

آلفرد جی اسمیت سه سنت را با بررسی نظریه ها و دیدگاه های ارتباطات می شناساند: (اسمیت، ۱۳۷۹: ۶) ریاضی دانان (ایجاد حوزه صرف و نحو)<sup>۱</sup> مطالعه نظام های کنترل خودکار را علم سایبرنتیک<sup>۲</sup> می گویند برای نمونه تلفن باید چه مقدار از کیفیت زنده انسان را منتقل کند تا پیام مفهوم شود؟ سایبرنتیک نتیجه رویکرد ریاضی دانان در دنیای ارتباطات است .

۱. روانشناسان اجتماعی (معناشناسی)<sup>۳</sup> روانشناسان اجتماعی نحوه تعامل افراد را مورد مطالعه قرار می دهد.

۲. انسانشناسان زبانی<sup>۴</sup>

تحلیل لیتل جان از نظریات ارتباطات، تحلیلی است که نشان می دهد تا چه حد مکاتب ارتباطات متأثر از مکاتب دیگر علوم اجتماعی همچون جامعه شناسی شکل گرفته است. وی کتابی با عنوان «نظریات ارتباطات انسانی» دارد که از خلال چهار بخش به نظریات ارتباطات میپردازد. در بخش نخست وی به تعریف ارتباطات، علل مطالعه نظریه ارتباطات، روند تحقیق در آن و از همه مهم تر به مکاتب نظریه ارتباطات پرداخته است. لیتل جان در ویرایش پنجم کتابش این مکاتب را چنین ذکر کرده است: (لیتل جان، ۱۳۸۴)

- 1- syntactics
2. Cybernetics
3. Semantics
4. Linguistic Antropology

۲۰۶

مطالعات الگوی پیشرفت

اسلامی و ایرانی

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

۱. نظریه های ساختاری و کنشی

۲- نظریه های شناختی و رفتاری

۳- نظریه های تعاملی

۴. نظریه های تفسیری

۵. نظریه های انتقادی

با این وجود وی در ویرایش هفتم این کتاب در سال ۲۰۰۲ به جای این تقسیمبندی، دسته بندی کریگ را آورده است. علاوه بر این پارادایم های نظریه های ارتباطات و فلسفه آنها در سه سطح معرفت شناسی، هستی شناسی و ارزش شناسی مورد مذاقه نویسنده قرار میگیرد. (همان)

کریگ (Craig) هفت سنت در نظریات ارتباطات را تشریح می کند که اغلب نظریات ارتباطات را در بر میگیرد. این سنتها هماکنون مهمترین طبقه بندی از نظریات ارتباطات به شمار می رود:

۱. سنت اجتماعی - روانشناختی

این سنت مبتنی بر رویکرد عینی و علمی است. اندیشمندان این حوزه معتقدند که حقیقت ارتباطات می تواند با مشاهده دقیق و نظام مند کشف گردد. از اینرو در پی روابط علت و معلولی برای پیش بینی موفقیت یا شکست یک رفتار ارتباطی هستند. هنگامی که این اندیشمندان این پیوندها را کشف می کنند در صدد بر می آیند تا بر این روابط تأثیر بگذارد و در آنها تغییر ایجاد کند. (گریفین، ۲۰۰۹)

در حالی که محققان این حوزه درصددند تا قوانین جهانی ارتباطات<sup>۱</sup> را دریابند یک سری از آزمایشات کنترل شده را ترتیب می دهند.

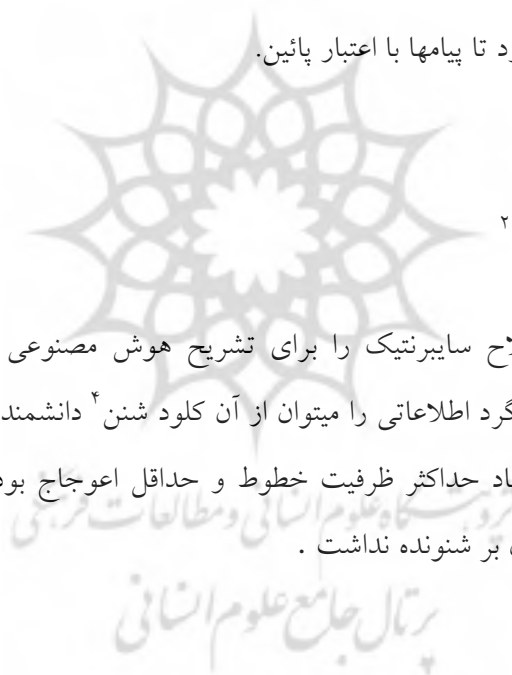
کارل هاوُلند یکی از بنیانگذاران مطالعات در حوزه تأثیر ارتباطات به شمار می آید. وی مسئولیت هدایت یک گروه سی نفری از محققین در دانشگاه یال را برعهده داشت تا در تحقیقاتی تجربی روابط میان ارتباطات محرک و عکس العمل و تغییرات فکر مخاطب را تحقیق کنند.

از جمله نتایج به دست آمده در این تحقیق آن بود که پیامها با اعتبار بالا تأثیر شدیدتری بر دیدگاه مخاطب دارد تا پیامها با اعتبار پائین.

۲- سنت سایبرنتیک<sup>۲</sup>

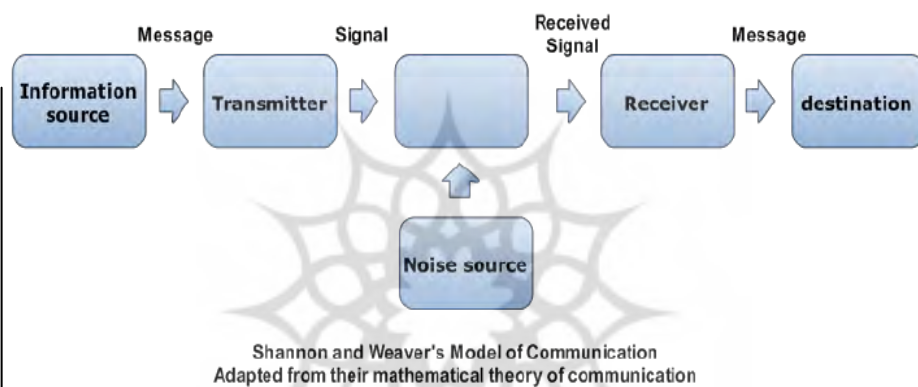
نوربرت وینر<sup>۳</sup> اصطلاح سایبرنتیک را برای تشریح هوش مصنوعی جعل کرد. ایده ارتباطات بهعنوان فراگرد اطلاعاتی را میتوان از آن کلود شنن<sup>۴</sup> دانشمند کمپانی تلفن بل دانست. هدف او ایجاد حداکثر ظرفیت خطوط و حداقل اعوجاج بود. وی تمایلی به معنا در پیام و تأثیر آن بر شنونده نداشت.

1. Universal Laws of Communication
2. the cybernetic tradition
3. Norbert wiener
4. claude shannon



اما هدف نظریه اطلاعاتی به حداکثر رساندن میزان انتقال اطلاعات در سیستم بود. هر مقدار امکان پیشبینی پیام کمتر باشد اطلاعات بیشتری انتقال مییابد و هر چه پارازیت بیشتر، ظرفیت کانال انتقال اطلاعات کمتر خواهد شد.

$$\text{Channel Capacity} = \text{Information} + \text{Noise}$$



۳- سنت سخنوری<sup>۱</sup>

سخنواران یونانی و رومی از مهمترین عوامل رشد ارتباطات در این حوزه بودند. چگونه مسأله خود را به بهترین نحو ارائه کنیم. شش گزاره در توصیف این سنت وجود دارد:

س کلام انسان با حیوان کاملاً متفاوت است.

<sup>1</sup> - Rhetorical Tradition

س در جوامع دموکراتیک نطق یا خطابه در میان عموم برای حل مشکلات سیاسی از قانونگذاری مؤثرتر عمل میکند.

س خطابه یک ارتباط یک سویه است.

س آموزش سخنرانی سنگ بنای آموزش رهبری است. آنها یاد میگیرند تا با صدایی بلند بدون امپلی فایر سخن خود را به تمامی جمعیت برسانند.

س بلاغت و زیباییهای زبان راهی برای تحریک احساسات مخاطبان و به جنبش در آوردن در عمل است.

س تا سالهای ۱۸۰۰ در آمریکا به زنان اجازه نمیدادند که در جمع صحبت کنند از اینرو یکی از مهمترین علل جنبش های فمینیستی تلاش برای سخنرانی در جمع بوده است.

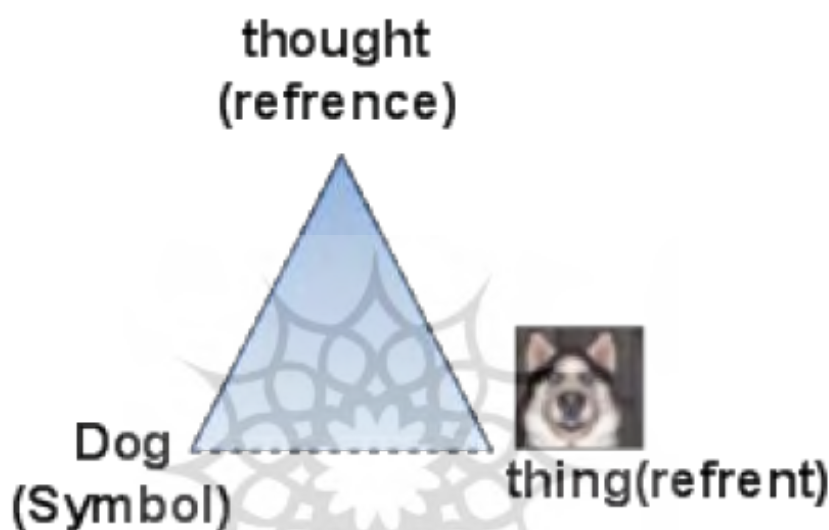
#### ۴- سنت نشانه شناختی<sup>۱</sup>

سمیوتیکس علم مطالعه نشانه هاست و نشانه هر چیزی است که می تواند بر چیزهای دیگر دلالت کند. کلمات نیز نشانه هستند اما از نوع خاصی که به آنها سمبل اطلاق می کنند. سمبل ها هیچ ارتباط حقیقی با مدلول خود ندارند. بیشتر تئوریسین های این حوزه در صدند تا سوء تفاهم های ناشی از کاربرد سمبل های دوپهلوی را تشریح و آن را کاهش دهند. آی ای ریچاردز<sup>۲</sup> منتقد ادبی در دانشگاه کمبریج از پیشگامان نشانه شناسی است که به شکلی نظام ند به تشریح عملکرد واژگان می پردازد.

1- The Semiotic Tradition  
2. I.A Richards



به عقیده ریچاردز کلمات معنای ذاتی ندارند بلکه آنها معنای خویش را از زمین های که در آن به کار می روند برمی گیرند. از نظر او و دیگر نشانه شناسان معنا در کلمات نیست بلکه قرین مردم است<sup>۱</sup>.



ریچاردز رابطه میان سگ و سمبل آن را با نقطه چین نشان داده است تا نشان دهد رابطه حقیقی میان این دو نیست بلکه ممکن است دو نفر از کاربرد سگ دو معنای متفاوت مدنظر داشته باشند. *پرتال جامع علوم انسانی*

در حالی که ریچاردز و فردیناندو سوسور بر روی زبان تحقیق میکنند بسیاری از نشانه شناسان بر روی نشانه های غیر کلامی و علائم تصویری متمرکز شده اند. برای نمونه

1. Reside in people

رولاند بارتز<sup>۱</sup> به تحلیل معانی ایدئولوژیک و احساسی خلق شده توسط رسانه های چاپی و رسانه های تصویری پرداخته است.

## ۵- سنت اجتماعی-فرهنگی

این سنت مبتنی بر صحبت های مردم است، آنها سازندگان و بازتولیدکنندگان فرهنگ هستند .

پیشگامان این سنت را میتوان ادوارد ساپیر و شاگردش بنیامین لی هرف<sup>۲</sup> دانست. نظریه این دو تصریح میکند که ساختار زبان فرهنگی، آنچه مردم فکر میکنند و یا انجام میدهند را شکل میدهد.

نظریه پردازان این حوزه تأکید میکنند که واقعیت در هنگام دیالوگ تغییر می کند. هنگامی که دو دنیای درک شده با همدیگر مواجه می شوند این سنت کمک زیادی برای پل ایجاد کردن میان شکاف ما و آنهاست.

## ۶- سنت انتقادی<sup>۳</sup>

تئوری های انتقادی از صاحبان مکتب فرانکفورت ریشه میگیرد. ماکس هورکهایمر، تئودور آدورنو و هربرت مارکوزه از مهمترین اندیشمندان این مکتب به شمار میآیند.

۲۱۲

مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

1. Roland Barthes  
2. The socio-cultural Tradition  
3. The Critical Tradition

آنها معتقدند که در جهان مدرن نیز همانند گذشته، ثروتمندان، نیازمندان را استثمار میکنند. نظریه پردازان این حوزه بر سه چالش جهان معاصر تأکید می کنند:

۱) کنترل زبان برای حفظ قدرت نابرابر: اندشمندان این حوزه از هر گونه مقابله با کلام آزادی خواهانه انتقاد می کنند.

۲) نقش رسانه های جمعی کاهش حساسیتها در جهت سرکوبی حرکت های اجتماعی است. این همان مسأله ای است که مارکس در خصوص دین مطرح می کند: دین افیون توده هاست. کسانی که خارج از گود و تأثیر رسانه ها می توانند تغییر ایجاد کنند .

۳) پیروی کورکورانه متکی بر روشهای علمی که نمی توان یافته های تجربی آنها را مورد انتقاد قرار داد. از نظر اندیشمندان این حوزه روشهای علمی برخلاف ادعایی که دارند خالی از ارزش نیستند. آنها معتقدند که نمونه هایشان مشتکی از خروار است. از نظر آدورنو این نمونه برداریها نه تنها نمی تواند ما را به حقیقت نزدیک کند که جز توهم و خیال نیست. این نظریه پردازان اگرچه بر تغییر و آزادی و از بند رها شدن تأکید می کنند اما اغلب در خصوص راه رسیدن به این اهداف ارزشمند سخنی به میان نمی آورند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

۷- سنت پدیدارشناختی

اگرچه پدیدارشناسی یک اصطلاح فلسفی است اما در اساس اشاره به تحلیل آگاهانه زندگی روزانه یک فرد از منظر کسی دارد که صاحب آن زندگی است. از منظر پدیدارشناسان روایت های یک فرد از خودش نه تنها اهمیت دارد که از اعتبار بیشتری برخوردار است. هیچ کس نمی تواند فهم مشابهی در خصوص یک مسأله با من داشته باشد.

کارل راجرز روانشناس معتقد است که اگر مشتریان وی دریابند که ۱- همراهی و موافقت چه درونی و چه بیرونی نه بازی کردن نقش و پنهان کردن شخصیت اصلی خود ۲- نگاه مثبت و بیطرفانه ۳- همدلی و ورود به دنیای دیگران بدون هیچ پیش قضاوت، آنگاه بهتر می توانند ارتباط برقرار کنند.

حوزه ای که در بیشتر نظریات علوم اجتماعی در حاشیه قرار دارد اخلاق است. کریگ اشاره‌ای به وجود این مسأله نکرده زیرا تلاش های جدی و جریان سازی در این خصوص صورت نگرفته است. گریفین این حوزه را مسامحتاً به این سته‌ها اضافه کرده

است:

#### ۸- سنت اخلاقی<sup>۱</sup>

با وجود آنکه بحثهای زیادی به خصوص توسط پستمدرنیستها در به چالش کشیدن مسأله حقیقت مطرح شده است اما با این وجود انجمن ارتباطات ملی<sup>۲</sup> این مسأله را به‌عنوان ایمان در اخلاق ارتباطات<sup>۳</sup> پذیرفته است.

گریفین سه مسأله اصلی را در خصوص موضوعات این حوزه مطرح می کند:

(۱) ما از حقیقت، درستی، صداقت و خرد به عنوان ارکان وحدت و یکپارچگی در ارتباطات حمایت می کنیم.

1. The Ethical Tradition
2. NCA: National Communication Association
3. Credo for communication ethics

۲) ما نسبت به عواقب کوتاه مدت و طولانی مدت در ارتباطات خود مسئولیم و از دیگران نیز چنین انتظاری داریم.

۳) ما پیش از آنکه بر پیامهای دیگران ارزشگذاری کنیم و به آنها جواب دهیم باید آنها را با احترام فهم کنیم. (گریفین، ۲۰۰۹: ۵۲)

گادیکانست نیز معتقد است در حوزه ارتباطات دو پارادایم را باید از هم بازشناخت. او با ارجاع به بارل و مورگان چنین نگاهی را دنبال کرده است. بارل و مورگان برای دسته بندی نظریات از رویکردهای عین گرا و ذهنگرا استفاده کرده اند و گادیکانست آن را به ارتباطات وارد کرده است.

رویکرد عین گرا (فرآیند علت و معلولی)	رویکرد ذهن گرا (کنش انسانی / تفسیری)
<p><b>هستی شناسی</b></p> <p><b>نام گرای:</b> هیچ گونه جهان واقعی که نسبت به افراد جنبه خارجی داشته باشد وجود ندارد؛ «نامها»، «مفاهیم» و ابرجسبها مصنوعی هستند و برای بنای واقعیت به کار گرفته می شوند.</p>	<p><b>معرفت شناسی</b></p> <p><b>حداثیات گرای:</b> ارتباطات را تنها می توان براساس دیدگاههای افرادی درک کرد که به برقرار کردن ارتباط می پردازند؛ هیچ گونه جست و جویی برای قاعده مندیهایی زیربنایی صورت نمی گیرد.</p>
<p><b>واقع گرای:</b> جهانی واقعی که نسبت به افراد جنبه خارجی دارد، وجود دارد؛ اشیاء وجود دارند، حتی اگر درک نشوند و برجسی روی آنها گذاشته نشده باشد.</p>	<p><b>معرفت شناسی</b></p> <p><b>حداثیات گرای:</b> ارتباطات را تنها می توان براساس دیدگاههای افرادی درک کرد که به برقرار کردن ارتباط می پردازند؛ هیچ گونه جست و جویی برای قاعده مندیهایی زیربنایی صورت نمی گیرد.</p>
<p><b>ابیات گرای:</b> تلاش برای تبیین و پیش بینی الگوهای ارتباطاتی از طریق جست و جوی قاعده مندیهایی و یا روابط علت و معلولی.</p>	<p><b>سرشت بشری</b></p> <p><b>اختیار گرای:</b> ارتباط گران کاملاً «خودمختار» بوده و از «آزاده آزاد» برخوردارند.</p>
<p><b>جبر گرای:</b> آنچه در ارتباطات جنبه تعیین کننده دارد موقعیت و محیطی است که افراد از اهمیت تعیین کننده ای برخوردار است.</p>	<p><b>روش شناسی</b></p> <p><b>تفرد گرای:</b> برای درک ارتباطات، باید به «دانش دست اول» دست یافت؛ تحلیل گزارشهای ذهنی.</p>
<p><b>تقسیم گرای:</b> پژوهش باید بر دستورالعملهای نظام مند و دقت علمی استوار باشد.</p>	<p><b>روش شناسی</b></p> <p><b>تفرد گرای:</b> برای درک ارتباطات، باید به «دانش دست اول» دست یافت؛ تحلیل گزارشهای ذهنی.</p>

این بیان «عینی» فرضیات مستند که توسط گادیکانست و نیشپادا (۱۹۸۸) از زبان بارل و مورگان (صص ۱۹۷۱، ۳۷) اخذ شده اند.

گرفین نیز تلاش کرده است تا دسته بندی جامعی از نظریات ارتباطات به دست بدهد. او سنتهای ارتباطات در نگاه کریگ را در دوپارادایم فلسفی ایده آلیسم و رئالیسم خلاصه می کند که به عنوان یک طیف در نظر گرفته می شود:

عینی ----- تفسیری

رهیافت عینی: فرضی که حقیقت را واحد می داند که از طریق مشاهده حسی بیطرف<sup>۱</sup> قابل دسترسی است. این رهیافت خود را مأمور به کشف روابط علی و معلولی می داند. (گرفین، ۲۰۰۹، ۱۴)

رهیافت ذهنی: رهیافت زبانشناختی که معنا و ارزشها را به متون ارتباطاتی ارجاع میدهد. این رهیافت وجود چند حقیقت و معنا را ممکن می داند .

تفاوتهای دو رهیافت:

۱- معرفت شناسی: کشف حقیقت یا خلق چندین واقعیت

۲- حقیقت انسان: جبرگرایی<sup>۲</sup> یا اختیار<sup>۳</sup>

۳- ارزشهای والا<sup>۴</sup> عینیت یا رهایی از قیدها

۴- هدف نظریات: قوانین جهان شمول یا راهنمای تفسیر<sup>۵</sup>

۵- روش تحقیق: کمی یا کیفی

1. Unbiased sensory Observation
2. Determinism
3. Free Will
4. Highest Value
5. Universal Law or Interpretive Guide

روشهای کمی: آزمایش روابط علی و معلولی، پیمایش

روشهای کیفی: تحلیل متنی و مردم نگاری

ما در جدول زیر علاوه بر مفاهیم اصلی نظریات ارتباطات، مکان آنها در مقیاس عینی-تفسیری و هفت قلمروی ارتباطات را نیز مبتنی بر دیدگاه گریفین مشخص کرده ایم:

سThe Socio-Psychological Tradition: SP

سThe cybernetic tradition: C

سThe Rhetorical Tradition: R

سThe Semiotic Tradition: S

سThe socio-cultural Tradition: SC

سThe Critical Tradition: Cr

سThe Phenomenological Tradition: P

سThe Ethical Tradition: E

آخرین دسته بندی در این بخش را به مک کوئیل اختصاص خواهیم داد. اهمیت کار مک کوئیل آن است که نظریات علوم ارتباطات را بر اساس نگاه آنها به ارزشها و ایدئولوژیها مورد بررسی قرار داده است. اگرچه مک کوئیل تنها به ارتباطات جمعی نظر داشته اما دیدگاههای او در خصوص ارزشهای مورد توجه نظریات قابل تسری به ارتباطات است. مک کوئیل از دو محور عمود بر هم برای تحلیل نظریات استفاده کرده است:



این نمودار سه محور دارد. محور رسانه گرا ° جامعه گرا، محور کثرتگرا ° وحدتگرا و محور سوم که گرایش به مرکز و گریز از مرکز را در رسانه ها توضیح می دهد. این گریز و تمایل نسبت به ارزشها و آنچه مشاهده می شود است. برای نمونه گرایش به آزادی (گریز از مرکز) در برابر گرایش به کنترل (گرایش به مرکز) قرار دارد. (مک کوئیل، ۱۳۸۲، ۹۰)

### ۱- رهیافتهای سلطه جو - جامعه محور

نظریه جامعه توده وار (میلز: ۱۹۵۱، کورن هاوزو: ۱۹۵۹، برامسن: ۱۹۶۱ و جینز ۱۹۷۶) این نظریه بر وابستگی متقابل نهادهایی که اعمال قدرت می کنند و در نتیجه بر یگانگی رسانه ها با منابع قدرت و اقتدار تأکید دارد .



س تأکید بر سازگاری با سرنوشت و عدم انتقاد.

س رسانه ها ابزاری برای استراحت و منحرف کردن توجه مردم از مشکلات و فرهنگ.

به نظر سی رایت میلز میان آگاهی و وجود، ارتباطات قرار دارد.

## مارکسیسم کلاسیک

رسانه ها نوعی از وسایل تولیدند که از قوانین سرمایه داری پیروی میکنند و نظر

ایدئولوژیکی طبقه حاکم را ترویج می کنند. (همان، ۹۹)

### نظریه اقتصاد- سیاسی رسانه

رسانه بخشی از نظام اقتصادی است (سودآوری) که پیوندی تنگاتنگ با نظام سیاسی دارد. در این دیدگاه صداهایی که فاقد قدرت یا منابع اقتصادی هستند حذف خواهند شد.

### ۲- رهیافت‌های سلطه جو - رسانه محور

مکتب فرانکفورت و نظریه انتقادی (آدورنو و هورکهایمر: ۱۹۷۲ و ماکوزه: ۱۹۶۴) با شکست مارکسیسم، مکتب فرانکفورت به تبیین این شکست پرداخت. آنها معتقد بودند که تاریخ مسیر اشتباهی را طی کرده است. فرهنگ توده وار، عمومی و تجاری شده عمده ترین ابزار این انحراف به نفع سرمایه داری بوده است. پایبندی به عقل ابزاری، مصرف گرایی، رضایت مندی کوتاه مدت، افسانه بی طبقه گی را رقم زده است.

مارکوزه جامعه مبتنی بر صنعت فرهنگ را تک ساحتی می نامند. (مک کوئیل، ۱۳۸۲:

(۱۰۱)

این مکتب رسانه های جمعی را سازوکار مقابله با دگرگونی می دانند.

### دیدگاه هژمونیکی گرامشی (۱۹۷۱)

گرامشی هژمونی را در مورد ایدئولوژی حاکم به کار برد. وی ایدئولوژی را نسبت به دیگر سنتهای مارکسیستی مستقلتر از زیربنای اقتصادی میدانست. (همان، ۱۰۲)

آلتوسر و پولانزاس این رهیافت را توسعه دادند. به نظر آلتوسر ایدئولوژی رابطه تخیلی فرد با شرایط واقعی وجودش است. این تسلط نه به دلیل تحمیل زور بلکه به سبب نفوذ فرهنگی آگاهانه و پایدار است. (آلتوسر: رسانه ها دستگاههای ایدئولوژیک دولتها هستند) این دیدگاه به سوی کشف معانی پنهان و ساختاری با روشهایی مانند تحلیل نشانه شناختی روی آورد. این دستیابی به منزله عدم بسیط بودن ایدئولوژی و راهیابی به پشت آن و یافتن روابط پنهان و تحریفات انجام شده توسط آن است. در همین جاست که مطالعات فرهنگی بر اساس دیدگاه آلتوسری به واسازی ایدئولوژی مسلط و فرهنگ غالب در هر مکان و زمان اقدام می نماید و راههای مقاومت و رهایی از سیطره و قدرت را جستجو می کند.

### رهیافت های اجتماعی- فرهنگی (مطالعات فرهنگی، استوارت هال ۱۹۸۲)

بخش بزرگی از پژوهشهای این رهیافت در طی دهه هفتاد در مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام روی داد. این رهیافت دیدگاهی مثبتتر به فرآوردههای فرهنگ توده و عامه

۲۲۰

مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

شماره اول - شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

پسند دارد. (همان، ۱۰۳) توافق این رهیافت با دیگر نحله های مارکسیسم در آن است که برای درک فرهنگ باید عملکرد نیروهای مادی-تاریخی را به درستی فهمید .

### ۳- رهیافتهای کارکردگرایی ساختاری

این رهیافت فعالیتهای نهادی مردم را در قالب نیازهای جامعه توضیح می دهد. نیازی که عمدتاً مورد بحث قرار میگیرد سازگاری، یکپارچهسازی، نظم و تداوم است. (به جای دگرگونی که در نحله های مارکسیستی مطرح است). (همان، ۱۰۴)

این رهیافت به دلیل آنکه از هیچ جهت گیری ایدئولوژیکی برخوردار نیست با چالش های عمدهای روبه روست:

س کارکرد را از نگاه چه کسی در نظر دارد: فرستنده، گیرنده یا بیطرف؟ برای نمونه اصطلاح کارکرد اطلاعاتی را میتوان به سه شکل معنا کرد: رسانه ها می کوشند که به مردم اطلاعات برسانند، مردم از رسانه ها می آموزند، از رسانه ها انتظار می رود که مردم را مطلع سازند.

س عدم توافق بر سر کارکردهای رسانه ها  
کارکردهای اصلی رسانه جمعی برای جامعه از لاسول (۱۹۴۸) و رایت (1960)

س اطلاع رسانی (دگرگونی)

س همبستگی (پایداری)

س پیوستگی و تداوم (انتقال میراث فرهنگی) (پایداری)

س تفریح و سرگرمی (پایداری)

س بسیج (دگرگونی)

#### ۴- رهیافتهای کارکردگرایی فردی

کارکردهای رسانه برای فرد

س اطلاع رسانی

س هویت شخصی

س یکپارچه سازی و تعامل اجتماعی

س تفریح و سرگرمی

این دیدگاه مک کوئیل به خوبی با بخش بعد این مقاله که در خصوص سیاست های رسانه ای است می تواند پیوند داشته باشد.

دیدگاههای ایدئولوژیک و سیاسی ارتباطات پارادایم های هنجاری ارتباطات

جایگاه نظریات هنجاری را میتوان در دسته بندی دنیس مک کوئیل مشاهده نمود. مک

کوئیل نظریات حوزه ارتباطات را به چهار دسته اصلی تقسیم می کند:

۲۲۲

مطالعات الگوی پشرفت

اسلامی و ایرانی

سال اول - شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

۱. نظریه های علمی اجتماعی: اینگونه نظریه های ارتباطات، استخراج احکام کلی در مورد ماهیت، عملکرد و آثار ارتباطات جمعی با مشاهده منظم و تا حد امکان عینی را دستورکار خود قرار داده‌اند. (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۲۳)

۲. نظریه های هنجاری: شاخه ای از فلسفه اجتماعی است که بر بایدهای رسانه ها تأکید می کند.

۳. نظریه های کاربردی: این نظریه ها ساخته و پرداخته فعالان و وسایل ارتباطات جمعی است. اینگونه نظریات فواید عملی دارند و به سؤالاتی از این قبیل پاسخ می دهند:

س چه چیزی مخاطبان ما را راضی می کند؟

س چه چیزی مؤثر است؟

س چه چیزی باید خبر قلمداد شود؟

س در هر وضعیت مسئولیت روزنامه نگاری رسانه چیست؟

۴. نظریه های فهم متعارف: معرفتی که عموم مردم دارند و از تجربه مستقیم مخاطب آن حاصل شده است. رسانه چیست؟ به چه کار می آید؟ چه مناسبتی با زندگی روزمره او دارد؟ چگونه باید خوانده شود؟ این نظریات مدون نیستند اما یکسری از تعاریف پایه ای را به دست می دهند.

مک کوئیل ذیل نظریات هنجاری به طبقه بندی سبیرت از نظریات ارتباطات اشاره می کند که مبتنی بر نظامهای سیاسی است. مک کوئیل با تکیه بر اندیشه های آن نظریه، سیاست های ارتباطی آن را به خصوص در خصوص رسانه بازخوانی می کند. تأکید

مک کوئیل سبب شده که از واژه رسانه استفاده کند که می تواند با عبارت ارتباطات نیز  
بازخوانی شود. (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۱۶۲)

## نظریه اقتدارگرا

س عدم دست زدن به اقداماتی که موجب تضعیف قدرت موجود است.

س فقدان هرگونه استقلال برای ژورنالیستها. (همانجا)

س سانسور

۲۲۴

مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

س اعمال مجازات شدید در صورت سرپیچی از توصیه هایی که از خارج رسانه می آید.

س غیرقابل قبول بودن حمله به مراجع قدرت

س پرهیز از توهین به اکثریت یا ارزشهای غالب اخلاقی و سیاسی

نظریه اقتدارگرا را میتوان به اشکال گوناگون اجرا کرد:

س وضع قانون

س کنترل مستقیم دولت بر تولید

س اعمال اصول رفتاری خاص

س استفاده از مالیات

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پortal جامع علوم انسانی

## نظریه مطبوعات آزاد

انگیزه های پیشبرد این نظریه

س مخالفتم با استعمار

س سوپاپ اطمینان

س مقابله با حکومت ظلم

س ابزار رسیدن به حقیقت

س آزادی تجارت

میلتون و پول آزادی نامحدود رسانه ها را امکانپذیر نمی دانند زیرا هیچ ملتی نمی تواند آنرا تحمل کند. عمدتاً در جوامعی که آزادی مطبوعات را به رسمیت شناخته اند سانسور و ممیزی قبل از انتشار را غیرمجاز دانسته اند اما اگر حقوق دیگران را مخدوش کند باید پاسخگو باشد. در جوامع لیبرال اگر دولت آزادی را به صورت کامل به رسانه ها بدهد، نقش محدود کننده را قدرتهای اقتصادی سرمایه داری ایفا میکنند. چند نکته مهم در خصوص این نظریات وجود دارد:

س این نظریه بیشتر برای دفاع از عقیده است تا نظریه پردازی در مورد اطلاعات. مسائلی مانند حریم خصوصی، دسترسی و ..

س این نظریه بیشتر از حقوق صاحبان رسانه دفاع می کند تا از حقوق ژورنالیستها و مخاطبان

## اصول نظریه

س عدم سانسور پیش از تولید

س عدم نیاز به مجوز

س امکان حمله به مقامات سیاسی بدون تعقیب

س عدم اجبار برای انتشار مطالب

س نشر نظر اشتباه نیز تحت حمایت قانون قرار دارد.

س نبود محدودیت برای کسب اطلاع و ارسال و دریافت آن

س استقلال حرفهای روزنامه نگاران

۲۲۶

مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

نظریهٔ مسئولیت اجتماعی

این نظریه سعی میکند سه مقوله را با هم سازگار کند: آزادی فرد، آزادی رسانه و تعهد رسانه به جامعه. دو راه حل برای رسیدن به این هدف پیشنهاد شده: (مک کوئیل،

۱۳۸۲: ۱۶۹)

س رشد نهادهای عمومی برای مدیریت رسانه ها

س رشد بیشتر حرفهای گرایی



## اصول این نظریه

س تعهد رسانه به جامعه

س این تعهدات شامل مواردی مانند استانداردهای حرفه‌ای، حقیقت، دقت، عینیت و تعادل است

س تقویت نهادهای عمومی برای مدیریت

س مقابله با جرم و خشونت و بینظمی

س کثرت گرا

س مردم و جامعه حق بهره مندی از بهترین استانداردها را دارند از اینرو دخالتشان در عرضه آنها قابل توجیه است.

س پاسخگو بودن متخصصان رسانه

نظریه رسانه های شوروی (مارکس، انگلسولنین)

اندیشه های این نظریه را می توان در بندهای زیر خلاصه نمود:

س رسانه ها به عنوان ابزار تولید باید تحت کنترل طبقه کارگر باشند.

س رسانه ها نباید بر اساس تضاد و طبقات شکل بگیرد.

س رسانه ها نقش مثبتی برای رسیدن به کمونیست دارند.

س‌قوانین تاریخ در مارکسیسم عین حقیقت هستند که رسانه‌ها باید آنرا منعکس کنند .  
در چنین ارزشهای خبری مشخص است.

س‌رسانه‌ها تحت کنترل دولتند.

س‌رسانه‌ها باید به نیازهای مردم پاسخ دهند.

### نظریه رسانه‌های توسعه بخش

س‌رسانه‌ها نقش مثبتی در توسعه سیاستهای تثبیت شده ملی دارند. (مک کوئیل، ۱۳۸۲ :  
(۱۷۴)

س‌می‌توان بر اساس اولویتهای اقتصادی و نیازهای توسعه آزادی را محدود کرد.

س‌اولویت به فرهنگ و زبان ملی

س‌اخبار و اطلاعات باید اولویت را به پیوندهای کشور با دیگر کشورهای در حال توسعه  
که از جهت جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی نزدیکند بدهد.

س‌مسئولیت در کنار آزادی

س‌دولت حق دارد به نفع اهداف توسعه در رسانه‌ها مداخله کند.

۲۲۸

مطالعات الگوی پیشرفت

اسلامی و ایرانی

سال اول - شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

## نظریه مشارکت دموکراتیک رسانه ها

این نظریه در واکنش به تجاری شدن، انحصاری شدن، تمرکزگرایی، بوروکراسی نهادهای پخش عمومی پدید آمده است که بر هنجارهای مسئولیت اجتماعی تأکید دارد. (همان، ۱۷۷)

این نظریه ضرورت وجود رسانه های یکنواخت، متمرکز، پرهزینه، بسیار حرفهای و تحت کنترل دولت را نفی میکند و طرفدار چندگانگی، کوچک مقیاسی، محلی بودن، نهادزدایی، جابجایی نقش های فرستنده و دریافت کننده، پیوندهای افقی در همه سطح های جامعه، کنش متقابل و تعهد است.

### ارتباطات و توسعه

توسعه در دهه کنونی بیشتر بر دو مفهوم دسترسی و مشارکت تأکید دارد. در حوزه مشارکت یک طیف را می توان دید: مشارکت به عنوان وسیله تا مشارکت به عنوان هدف. مشارکت توسط نخبگان یا مردم بحث دیگری است که گویا در عمل به نفع نخبگان حاکم پایان میابد. ایجاد مشارکت در ساختارها بیشتر یک شعار است که در سطوح نازلش به وقوع می پیوندد. (سرینواس، ۱۳۸۴)

مکاتب توسعه را می توان حاصل پیوند نظریه و سیاست دانست. سیاست ها و شاخص های حوزه ارتباطات نیز در چارچوب های سیاسی - اقتصادی شکل می گیرند. گرانمایه پور سه پارادایم اصلی ارتباطات توسعه را این گونه بیان می کند: (گرانمایه پور، ۱۳۸۵)

۱- لیبرالی - سرمایه داری

۲- مارکسیستی - سوسیالیستی

۳- وحدتگرا - رهایی بخش

نگاه گرانمایه پور را میتوان تقریباً در تمام دسته بندی های ذکر شده برای ارتباطات یافت. در پارادایم اول نظریات نوسازی شکل گرفته است. نوسازی مبتنی بر نظریه اقتصادی نئوکلاسیک است و در جهت ارتقای توسعه اقتصادی سرمایه داری حرکت میکند. در این دیدگاه، مدل رشد اقتصادی غرب به همه نقاط دیگر قابل تعمیم تلقی میشود و تکنولوژی های مدرن هم باید در توسعه نقش مهمی ایفا کنند. اگر از سطح خرد به نظریه های نوسازی نگریسته شود، بر این نکته تأکید میشود که تغییر دادن ارزشهای فردی، پیش شرط ایجاد جامعه مدرن است. محققانی چون مک کلند (۱۹۶۷)، لرنر (۱۹۵۸)، اینکلس (۱۹۶۶) و راجرز (۱۹۶۹) مشخصه های هنجاری - ارزشی مؤثر در نوسازی افراد در غرب و خصیصه های مانع نوسازی در جهان سوم را فهرست کردهاند. این محققان معتقدند نوسازی جهان سوم در گرو تغییر یافتن خصایص افراد جهان سومی است و اینکه باید نگرشها و ارزشهای خود را به خصایص مردم اروپای غربی و آمریکای شمالی شبیه سازند.

این طرز فکر سبب شد که دیدگاه های معتقد به تأثیرات پر قدرت رسانه ها در آمریکا رشد قابل توجهی بیابد.

در نظریه ارتباطات و نوسازی، ارتباطات چیزی فراتر از یک رابط میان فرستنده و گیرنده بود و به عنوان یک سیستم پیچیده، کارکردهای اجتماعی ویژه ای داشت.

(سرینواس، ۱۳۸۴)

۲۳۰

مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

س رسانه های جمعی به عنوان عوامل و شاخصهای نوسازی در کشورهای جهان سوم به کار گرفته شدند.

س پژوهشگران تحقیقاتی در زمینه تأثیرات ارتباطی انجام دادند و روی مدل هایی که جنبه های اجتماعی - روانشناختی افراد را برای انتقال از جامعه سنتی به مدرن ضروری می ساخت، کار کردند.

دانیل لرنر (۱۹۵۸) ایده های بنیادین مربوط به رسانه های جمعی و نگرش مبتنی بر نوسازی را به تصویر می کشد. لرنر به کمک مفهوم همدلی الگویی روانشناختی را توصیف کرد. همدلی دارای دو وظیفه است. اول، تواناسازی فرد برای عمل در یک جامعه مدرن که پیوسته در حال تغییر است و دوم یک مهارت برای افرادی که می خواهند موقعیت سنتی خود را ترک کنند.

به این ترتیب، رسانه های جمعی، کارگزاران مهم نوسازی قلمداد شدند. افراد جهان سوم می توانستند همدلی خود را با در معرض رسانه ها قرار گرفتن گسترش دهند. چرا که رسانه ها با نشان دادن چشم اندازهای جدید، آنها را در برابر رفتارها و فرهنگ های تازه قرار میدادند. (سرینیواس، ۱۳۸۴)

نقش قدرتمند رسانه های جمعی در نوسازی، توسط لرنر (۱۹۵۸) و شرام (۱۹۶۴) و عدهای دیگر در پژوهش هایی که در دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ به عمل آمد، مورد تأکید قرار گرفت و به این ترتیب نظریه گلوله های جادویی در مورد تأثیرات رسانه های جمعی در دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ در جهان سوم جا افتاد و این در حالی بود که حتی پیش از آن در آمریکای شمالی رد شده بود.

اورتام. راجرز در این زمینه نقش محوری دارد. تأکید نظریه نشر نوآوری عمدتاً بر تأثیرات ابزارهای ارتباطی بود: قدرت پیامهای رسانه ای و رهبران فکری برای ایجاد دانش مربوط به رویه ها و ایده های جدید و نیز قدرت متقاعدسازی مخاطبان پیامها برای اتخاذ نوآوریهایی که از بیرون به آنها ارائه می شد .

نخستین تعریف توسعه در این چارچوب این چنین ارائه شده بود: نوعی تغییر اجتماعی که در آن ایده های تازه برای افزایش درآمد سرانه و ارتقای سطح زندگی، از طریق روشهای مدرن تولید و بهبود وضعیت سازمان اجتماعی، به یک نظام اجتماعی داده میشود. (همان)

راه الزامی تغییر از یک فرد سنتی به یک فرد مدرن، ارتباطات و پذیرش ایده های جدید از سوی منابع بیرونی برای نظام اجتماعی است.

در این نظریه، پذیرش نوآوری، روندی تعریف می شود که در آن فرد در نخستین مرحله ای که از نوآوری مطلع می شود، تصمیم میگیرد نوآوری را بپذیرد و یا اینکه آنرا طرد کند. پنج مرحلهای که در اینجا مطرح می شود عبارتند از: آگاهی، علاقه، ارزشیابی، آزمون و پذیرش.

پارادایم دوم حاصل رویکردهای انتقادی مکتب مارکسیست است. در دیدگاه انتقادی، توسعه گرایی فرهنگی و اقتصادی و امپریالیسم نوسازی مورد چالش قرار می گیرد. اندیشه انتقادی خواستار بازسازی سیاسی و اقتصادی در مسیر توزیع عادلانه منابع و دستاوردها در میان جوامع است. انتقادات این جریان بر نظریات نوسازی :

۱. اشتباه بودن شاخص های توسعه که در واقع «همگانی ای جهانی تکامل» را شکل داده بود و توسط محققانی چون پارسونز مطرح شده بود.

۲. مدل‌هایی که حکم قانون را یافته و توسط افرادی چون مک کلند، هاگن، اینکلس و اسمیت، لرنر، راجرز و دیگران مطرح شده بود، ماهیت قوم مدارانه داشت .

۳. دیدگاه منفی نسبت به فرهنگ؛ به ویژه فرهنگ دینی و به خاطر جانبداریها و تعصبات پدرسالارانه و خودمحور

۴. خردگرایی مساوی با رشد اقتصادی دانسته شده است .

۵. تعریف سطح زندگی بر اساس شاخص های کمی مانند درآمد سرانه و سرانه مصرف منابع، زندگی را به سوی فرهنگ مصرف سوق می دهد .

پارادایم سوم حاصل نظریه پردازیه‌ها در جهان سوم و دیدگاه های مربوط به تکثر و تنوع در نظریات پساساختاری و پست مدرن است. در این نظریات ارتباطات انسانی جایگزین ارتباطات رسانه محور است. (خانیک)

### شاخص های ارتباطات

شاخص های ارتباطات به تنهایی هیچ معنایی ندارند زیرا ارتباطات باید بر اساس معیارهایی هدفدار شود تا بتوان آن را به شاخص اضافه کرد، حتی شاخص های توصیفی نیز نیاز به مبنایی دارند که نمی تواند خالی از ارزش باشد. شاخص های ارتباطات در غرب طبق آنچه ذیل ارتباطات توسعه و پارادایم های هنجاری تشریح شده است به وسیله نظریات توسعه هدفدار شده است. در این بخش مهمترین سند شاخص های ارتباطات مورد بررسی قرار خواهد گرفت و به لحاظ تبارشناختی و بر اساس آنچه تا کنون بیان شد نقد خواهد شد. به واقع عصاره و نتیجه اصلی این تحقیق در این بخش نمایان خواهد شد.

## گزارش «ارتباطات برای تغییر اجتماعی»

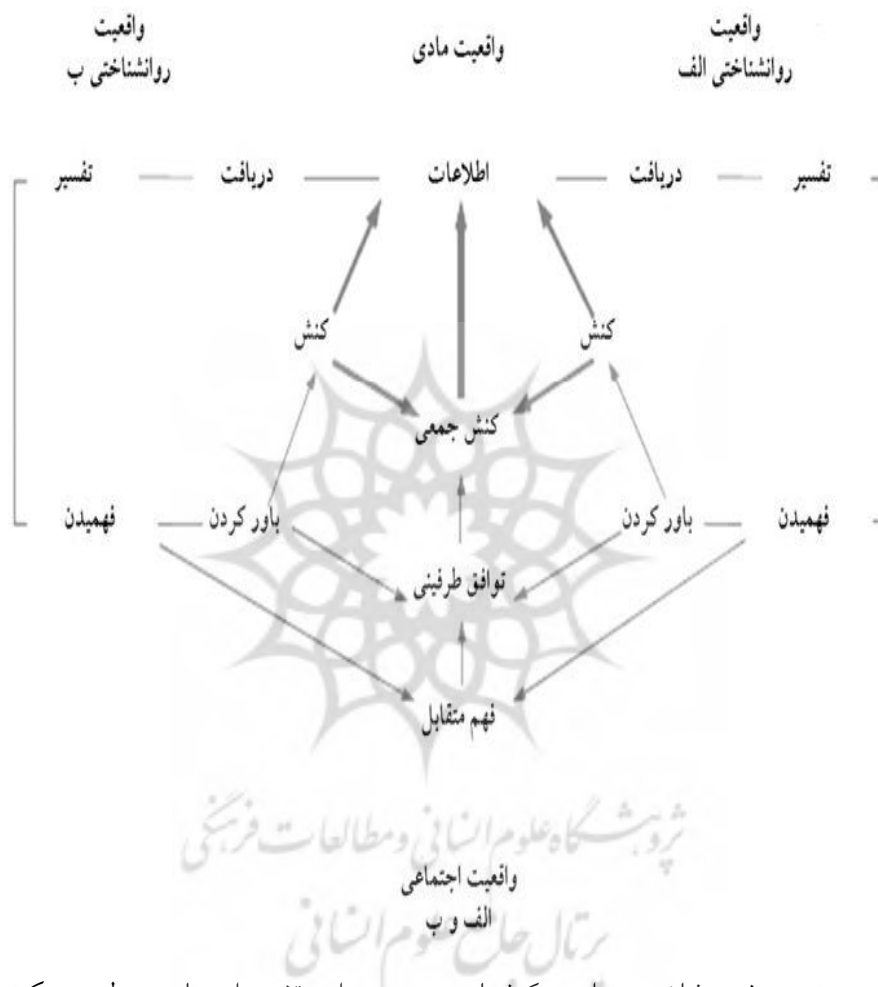
شاید مهم ترین سند در خصوص شاخصهای ارتباطات مربوط به سند «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» باشد که در سال ۲۰۰۲ توسط بنیاد راکفلر و دانشگاه هاپکینز منتشر شده است. این سند مهمترین مبنای نظری در تبیین شاخصهای ارتباطات به شمار می‌رود. فعالان حوزه ارتباطات در سال ۱۹۹۷ با حمایت بنیاد راکفلر در ایتالیا جمع شده‌اند تا استراتژی ارتباطات برای تغییر اجتماعی در قرن بیستم را تنظیم کنند. نتایج این کنفرانس چنین بود: (فیگوئه روآ و همکاران، ۲۰۰۲)

۱. محتوا و مراحل ارتباطات باید توأمان مورد توجه باشد.
  ۲. ارتباطات افقی در مقابل ارتباطات عمودی باید مورد تاکید باشد.
  ۳. جوامع خودشان باید کنشگران تغییر باشند.
  ۴. به جای تاکید بر اقناع و انتقال اطلاعات باید بر روی گفتگو و مذاکره متمرکز شد.
  ۵. نتیجه باید به جای رفتارهای فردی بر فرهنگ و سیاست و هنجارهای اجتماعی و حمایت از محیط متمرکز شود.
- این سند مدلی را ارائه می‌دهد تا هدف توسعه یعنی سلامت و رفاه برای همه را تسهیل کند. این اهداف همان نیازهای قاعده‌مازلو هستند. مدل اصلی این سند مبتنی بر کنشهای جمعی<sup>۱</sup> و گفتگوهای اجتماعی<sup>۲</sup> است. مدل ارتباطات برای تغییر اجتماعی و

1. collective action  
2..community dialogue



توسعه معطوف به نتایجی است که از طریق تعاملات حاصل میشوند. بخش دوم این گزارش شاخص های کلیدی کنشهای جمعی و گفتگوهای اجتماعی را تشریح می کند.



این سند دو نوع شاخص را در کنشهای جمعی برای تغییر اجتماعی مطرح میکند. شاخصهای مرحله ای<sup>۱</sup>

1. process indicators

و شاخصهای معطوف به نتیجه<sup>۱</sup>.

مدل اصلی این سند از چهار بخش اصلی تشکیل شده است. اول تسهیل کننده ها<sup>۲</sup> شامل محرکهای داخلی، کارگزاران تغییر، ابتکار، سیاستها، تکنولوژی و رسانه های جمعی. این نشان می دهد که ارتباطات برای توسعه به رسانه محدود نمی شود حتی رسانه نسبت به دیگر اجزای مدل در حاشیه قرار دارد. بخش دوم شامل مراحل تغییر اجتماعی است که از شناسایی مشکل آغاز می شود و مراحل تا اجرا و ارزیابی آن پیش می رود. این مراحل در ابتدا نوعی گفتگوی اجتماعی هستند و در مراحل نهایی به نوعی کنش جمعی منجر میشوند. سوم نتایج تغییر اجتماعی بر اساس هفت محور اصلی در مدل نمایش داده شده است.

شاخص های معطوف به نتیجه برای تغییر به اجتماعی شامل هفت شاخص می شود:

۱. رهبری

۲. میزان و برابری مشارکت

۳. برابری اطلاعات

۴. خودبستگی جمعی

۵. احساس مالکیت (این احساس که مشکل به وجود آمده مشکل آنهاست)

۲۳۶

مطالعات الگوی پیشرفت

اسلامی و ایرانی

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

1.outcome indicators

2.catalyst

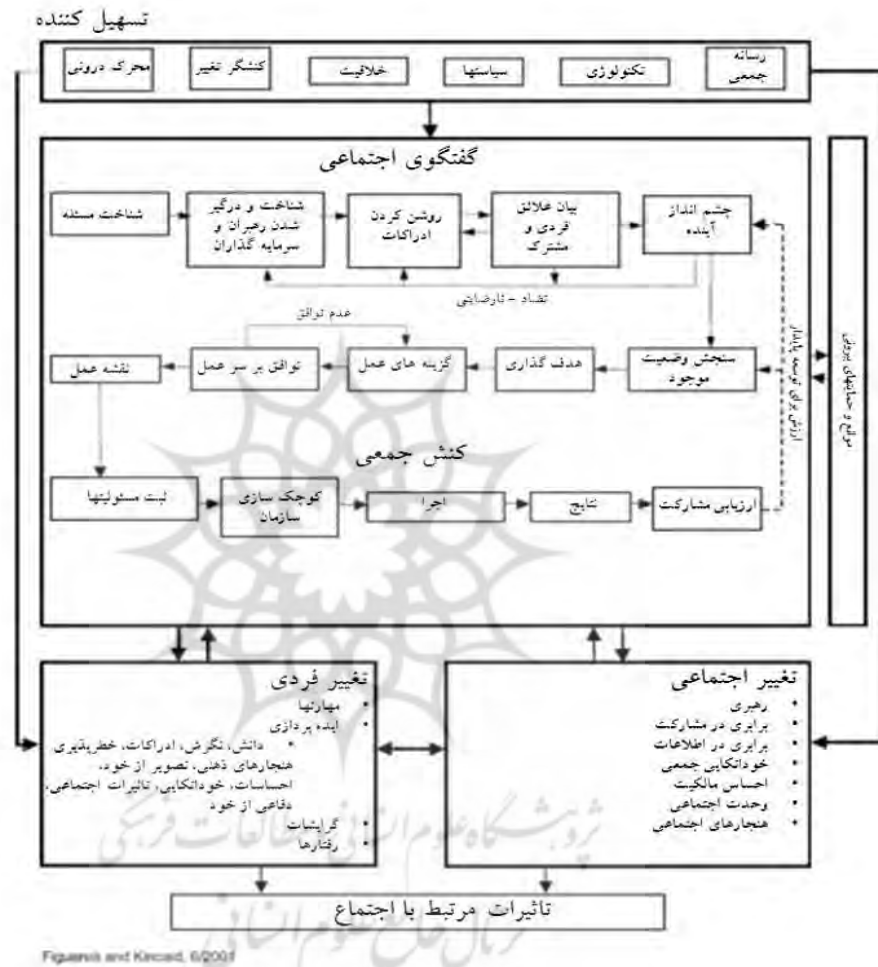


Figure 11 and Kircad, 6/2001

چهارم که یک بخش کاملاً حاشیهای در مدل تلقی شده کمکهای خارجی است. بخش دوم و سوم شامل مراحل و نتایج سامان اصلی برای ایجاد شاخصهای ارتباطات در تغییر اجتماعی را فراهم میکند.

این مدل نقش ارتباطات را در هسته ترسیم نموده است که نوعی گفتگوی اجتماعی و

کنش جمعی است. برای رسیدن به این سطح از ارتباطات باید مراحل طی شود. این مراحل هنگامی به شاخص تبدیل میشود که به سوی اهدافی باشد. این اهداف صرفاً یک تغییر اجتماعی است که در هفت حوزه مطرح است. هنگامی که آن مراحل (یا قسمتهایی از آنها) با این اهداف در مقابل هم قرار گیرند شاخصهای ارتباطات برای تغییر اجتماعی حاصل می شود .

شاخص های ارتباطات برای رسیدن به مشارکت در ماتریس زیر توضیح داده شده است:

		مردم و گروههای ذی نفع					
دولت	سازمانهای بیرونی	گروه ذینفع مرتبط دیگر که به مسأله اهمیت میدهند	گروه ذی نفع اصلی / معایب دیگر	مردان	زنان	فعاليتها	
						پذیرش و شروع برنامه	
						ملاقات های حضوری	
						سخنرانی و جلسات	
						انتخاب رهبران	
						هدفگذاری برای برنامه	
						کوچک سازی سازمان	
						اجرا	
						سنجش و ارزیابی برنامه	
						شروع فعاليتهاي جديد	

۲۳۸  
مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

ژوبشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

و یا ماتریسهای ارتباطات برای رهبری در ماتریس زیر سامان داده شده که میتواند اندازهگیری نیز شود:

فعالیت	رهبر ۱	رهبر ۲	رهبر ۳
شناخت مسأله در اجتماع			
شروع گفتگوهای اجتماعی در خصوص مسائل و برنامه			
تشویق گسترده مشارکت ذی نفعان در مسأله			
انجام تحقیق برای روشن شدن ادراکات اجتماع در خصوص برنامه و مسأله			
انجام نقشه کنش که مورد توافق قرار گرفته در خصوص برنامه و مسأله			
کوچک سازی منابع مرتبط با برنامه و مسأله			
حفاظت از سهم منصفانه در منافع حاصل از برنامه و مسأله			

شاخص های دیگر هم به همین صورت (البته نه به این سادگی) پدید میآیند و با بخشی از مراحل مطرح شده در مدل به شاخص میرسند. شاخص های خودبسندگی جمعی بر اساس مراحل اینگونه تنظیم می شوند:

۱. درک کنش جمعی در یک گروه: اعتماد افراد به گروه و انجام کار با یکدیگر

۲. درک افراد از استعدادهای دیگران

۳. درک افراد از تأثیر گروه بر حل مشکل: اعتماد افراد به گروه در حل مشکل

بررسی شاخص های ارتباطات برای توسعه در دانمارک

در این کوتاه قصد نقد سیاستهای ارتباطی دانمارک را نداریم بلکه مدنظر تأثیر گزارش «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» به عنوان سند بالادستی در نگارش سندهای راهبردی در سطح جهان مدنظر است .

گزارش شاخص های ارتباطات دانمارک در هشت بخش تنظیم شده است که به مقدمه، زمینه ها، اهداف، شاخص ها، انتخاب شاخص ها و در نهایت سنجش آنها می پردازد. «تکنولوژیهای نوین ارتباطی به خصوص اینترنت و موبایل الگوهای ارتباطات را متحول ساخته است». این تحول از مهم ترین انگیزه های نگارش این گزارش بوده است.

در بخش زمینه به توضیح تحولات رسانه ها و تکنولوژی پرداخته است. مشارکتهای مردمی از طریق تکنولوژی های ارتباطی مهم ترین دستاورد حوزه ارتباطات قلمداد شده است. مسائلی که در این گزارش به عنوان نگرانی مطرح گردیده وجود شکاف میان روستایی و شهری، فقیر و غنی و مصرف کنندگان و غیرمصرف کنندگان است.

اما این تحقیق، چارچوب نظری خود را در چند قسمت ارائه نموده است. اشاره به سندهای بالادستی توسعه مانند MDG (اهداف هزاره توسعه) PRSP (استراتژی کاهش فقر) و گزارش «حمایت از گسترش مطبوعات آزاد در کشورهای توسعه یافته» ارتباطات را با اهداف توسعه پیوند میزند. اهداف هزاره توسعه سندی است که ۱۹۳ ایالت آمریکا و ۲۳ سازمان بینالمللی آن را پذیرفته اند تا سال ۲۰۱۵ بدان دست یابند. این اهداف شامل کاهش فقر، اخلاق در خصوص کودکان، مقابله با بیماریهای شایع همچون ایدز، امکان تحصیل برای همه،

۲۴۰

مطالعات الگوی پیشرفت

اسلامی و ایرانی

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

این حمایت در سه محور مدنظر قرار گرفته است:

۱. گسترش پلورالیست در رسانه های جهان

۲. حرفه گرایی در بخش رسانه

۳. حمایت از شبکه های رسانهای

اما گزارش «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» که با حروف اختصاری CFSC از آن سخن به میان آمده بخش مهم و اصلی را در تهیه گزارش «شاخص های ارتباطات برای توسعه» دانمارک تشکیل می دهد. (فیگورته روآ و همکاران، ۲۰۰۲: ۸)

این گزارش در دو سطح به بررسی ارتباطات می پردازد: ساختار و پروسه ارتباطات برای توسعه .



مطبوعات و رسانه های آزاد با تقویت صحت و شفاف سازی ساختارهای ارتباطات را شکل می دهند تا جریان آزاد ارتباطات پا بگیرد. این مطبوعات و رسانه های آزاد بر عملکرد قالب های رسانه ای (دولتی، عمومی، خصوصی، تبلیغاتی، اجتماعی) مؤثر می افتد و در نهایت بر پروسه ارتباطات تأثیر می گذارد. پروسه ارتباطات در تلاش برای ایجاد تغییرات اجتماعی مبتنی بر مشارکت، به اشتراک گذاردن آگاهی و سیاست گفتگو است.

مدل مورد نظر که مدل مبنا در این گزارش نیز به خوبی تأثیر سند «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» را نشان می دهد. شاخص های ارتباطات برای توسعه در گزارش دانمارک نیز به صراحت از تأثیر سند «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» حکایت دارد.

۲۴۲

مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

### تبارشناسی اندیشه ارتباطی در غرب

این بخش مهمترین بخش این تحقیق به شمار می آید. در این تبارشناسی با بررسی سند «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» به مبانی نظری و سپس فلسفه آن خواهیم رسید. این سند مهمترین منبع تدوین شاخص های ارتباطی در غرب به شمار می رود و بسیاری از کشورهای اروپایی بر اساس همین سند، شاخص های ارتباطی خویش را تدوین کرده اند.

چند ویژگی اصلی در سند «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» وجود دارد اول آنکه تغییر یک هدف تلقی شده است. این تغییر مبتنی بر آن چیزی است که اکثریت مردم به عنوان یک مسأله آن را می شناسند. هیچ هدف واحدی در این تحقیق توضیح داده نشده است بلکه تغییر برای خواست اکثریت مردم مهم ترین و هدف غایی این گزارش است. شاید



بتوان گفت خود ارتباطات که به گفتگوی اجتماعی و کنش جمعی در این سند تعبیر شده است هدف اصلی به حساب می آید. گویا حقیقت واحد و مشترکی وجود ندارد که این گزارش به آن ارجاع دهد مگر خواست مردم. البته خواست مردم نیز به سلامت و رفاه تقلیل داده شده است. سلامت و رفاه در قاعده هرم نیازهای مازلو قرار دارند. این نگاه به توسعه در مکتب لیبرال<sup>۱</sup> سرمایه داری می گنجد که بر ارزش های اقتصادی، دموکراتیک، سکولار و امانیستی به شکل غیرمستقیم در این سند اشاره شده است که محیط مکانی، زمانی و فکری تولید این سند نیز این ادعا را تأیید می کند. این سند در بنیاد راکفلر تهیه شده است. راکفلرها ثروتمندترین جریان خانوادگی در آمریکا هستند که نفوذ سیاسی و اقتصادی شان در یک صد سال اخیر در این کشور رقیبی نداشته است. هدف بنیاد راکفلر رسماً گسترش آزادی، دموکراسی و سرمایه داری است.

نظریه پردازان مکتب لیبرال- سرمایه داری، تغییر اجتماعی را بهتر توضیح می دهند. آنچه لرنر، مک کلند و راجرز در مورد تغییر گفته اند تغییر برای شبیه شدن به خصایص غرب است. همدلی در سند بنیاد راکفلر با عنوان «اعتماد به گروه» تشریح شده است. نظریه نشر نوآوری راجرز نیز به صورت مبسوط در قلب مدل این گزارش گنجانده شده است. مراحل که راجرز برای نوآوری مطرح کرده است در این سند بسط یافته است. دو جریان دیگر ارتباطات توسعه نیز شامل اندیشه هایی است که در سند راکفلرها حضور پررنگی دارد. تأکید پررنگ به مشارکت بومی در تغییر بیانگر و حتی توجه به تفکرات سوسیالیستی و رهایی بخشی در نظریه مارکسیستی را میتوان در آن مشاهده کرد. در رویکردهای ارتباطات توسعه مشارکت مردمان بومی در تعیین اهداف و رویکرد انسانی به جای رسانهای همچون یک طیف افزایش میابد اما در هر سه رویکرد یک پیش فرض وجود دارد: اهمیت تغییر بدون آنکه متعلق داشته باشد. در نوسازی این تغییر از بیرون القا می شود و در رویکردهای رهایی بخش توسط مردم

تعیین و اجرا خواهد شد. از این جهت سند بنیاد راکفلر به رویکرد سوم در ارتباطات توسعه بسیار نزدیک شده است .

اگر بخواهیم نگاهی عمیق تر به سند داشته باشیم باید به دیدگاه های یکی از نویسندگان این سند اشاره کنیم. کینسید در کتاب خود با عنوان نظریه های ارتباطات؛ رویکردهای غربی و شرقی، تفاوت نگاه های شرقی و غربی را توضیح می دهد. توجه به اجزا و کنش فعال افراد دو ویژگی نگاه های غربی است در حالیکه که نگاههای شرقی بر وحدت بنیان نهاده شده است. وحدت نیز مبتنی بر هدف شکل می گیرد. کینسید به صورت ضمنی اشاره می کند که هدفی وحدت بخش و واحد وجود ندارد بلکه کنش های فعال افراد است که ارتباطات را سامان میدهد. توجه به زبان در نظریات غربی نیز روابطی مبتنی بر دال و مدلول را مدنظر دارد که حاصل یک واقعیت و حقیقت نیست بلکه متأثر از زمینه آن است.

اگر به هفت سنت کریگ نگاهی بیاندازیم متوجه خواهیم شد که بیشتر این سنتها نگاه های مطرح شده در بالا را در خود گنجانده اند. رد پای این نگاه ها را در ابتدا می توان در سنت اجتماعی- فرهنگی دنبال نمود. نظریه پردازان این سنت معتقدند واقعیت در هنگام دیالوگ تغییر می کند. سایپر ولی هرف تصریح می کنند که ساختار زبان فرهنگی مردم، فکر و رفتار مردم را می سازد. این نگاه در پارادایمی رشد کرده است که در بسیاری از جهات متأثر از نگاه های قوم نگارانه در انسان شناسی فرهنگی و جامعه شناسی پدیدارشناسانه است. همدلی و نگاه بی طرفانه برای ورود به دنیای دیگران گزاره های پدیدارشناسانه ای است که لرنر و راجرز در نظریات خود بر آن تأکید می کنند. از منظر پدیدارشناسان روایت های یک فرد از خودش بیشترین اعتبار را دارد درست همان چیزی است که این گزارش بدان اشاره میکند. در گزارش ارتباطات برای

تغییر اجتماعی»، مسائل در خلال یک گفتگوی اجتماعی پدید می آید. سنت نشانه شناختی نیز ارتباطات را با نگاهی مبتنی بر دال و مدلول می نگرد. به نظر ریچارد معنای واقعی وجود ندارد بلکه قرین مردم است. به عقیده کریگ این سنت ریشه در نظریه زبان جان لاک دارد. لاک از فیلسوفان تجربه گرایی است که هیچ مقوله پیشینی در ذهن انسان را نمی پذیرد و هر آنچه به دست می آورند ناشی از تجربه و مشاهده است. دیدگاه های تجربه گرایانه لاک منجر به نوعی شکاکیت در حوزه زبان شد به نحوی که بسیاری از دیدگاه های زبانشناختی پس از او تلاشی در جهت پاسخ به این شکاکیت بودند. جان لاک معتقد بود ما نمی توانیم شاهدی بیابیم که مردم یکدیگر را درک می کنند. نشانه شناسی از نظر کریگ متأثر از دیدگاه های پیرس و فردیناندسوسور است. (کریگ، ۲۰۰۷: ۷۸) نشانه شناسی به شدت متأثر از پراگماتیسم نیز بوده است زیرا چارلز سندرس پیرس دیدگاه های پراگماتیستی خود را در اندیشه های زبانشناسی و نشانه شناسی اش وارد کرده است.

سنت نظریه انتقادی که بیشتر مبتنی بر دیدگاه های فرانکفورت شکل گرفته است که ریشه در دیدگاه های مارکس و فلسفه هگل دارد. هگل ادعای هیوم و کانت را که واقعیت ناشناختنی است به شدت رد کرد. او معتقد بود «هر چه هست عقلانی است» به عبارت دیگر خرد انسانی می تواند به هستی و واقعیت دست یابد. کتاب پدیده شناسی روح، به اثبات قدرت قاهره عقل می پردازد و اساساً برای رد نظریه کانت در خصوص خرد ناب نوشته شده است. برداشت های جامعه شناختی هگلیمان جوان که متأثر از شرایط سیاسی بود تنها به بخشهای انتقادی دیدگاه های هگل تمسک جست که پشتیبان دیدگاه هایشان بود. هگلیمان جوان در قلب دیالکتیک هگل اصل نفی را استخراج کردند، اصلی که به موجب آن هر مفهوم، ساختار و نهادی ضرورتاً در معرض انتقاد، حمله، تغییر و حذف شدن قرار دارد و این یک جریان تاریخی است که باید همسو با

آن قرار گرفت. مارکس به همین سبب نقدگرایی را شعار خود ساخت. (بابایی، ۱۳۸۹: ۵۹۸). هگلیان جوان به تدریج تفکرات روحانی هگل را با ماتریالیسم جایگزین کردند و انسان را به جای خدا قرار دادند. رویکردهای جامعه‌شناختی را مبتنی بر انتقاد و ماتریالیسم پی گرفتند. حتی آنها به عقلانی بودن هر چه وجود دارد نیز انتقاد کردند. این نقدگرایی با چاشنی رهایی و آزادی بعدها توسط جامعه‌شناسان آلمانی به خصوص مکتب فرانکفورت پی گرفته شد. آزادی و نقدی که وجهی التفاتی ندارد و شما را در فضایی مبهم رها می‌کند و در بهترین حالتش، عرصه عمومی مبنای روابط انسانی قرار می‌گیرد. هابرماس آخرین چهره مکتب فرانکفورت اگرچه عقلانیت ابزاری را مردود می‌داند اما به جای آن عقلانیت را مبتنی بر ارتباطات بنا می‌کند.

اندیشه مکتب فرانکفورت اگرچه تا حدود زیادی به اندیشه‌های مارکس باز می‌گردد اما به اعتقاد مارتین جی این مکتب در واقع به همان دغدغه‌های هگلیان چپ دهه ۱۸۴۰ بازگشته بود. (همان: ۷۲۱)

در میان سنت‌های کریگ دو سنت دیگر وجود دارد؛ سنت سایبرنتیک و سنت اجتماعی<sup>۱</sup> روانشناختی. این دو سنت متأثر از دیدگاه‌های پوزیتویستی در علم بودند. پوزیتویست تلاشی مثبت‌اندیشانه نسبت به واقعیت بوده که در واکنش به شکاکیت تجربه‌گرایی شکل گرفت. کارناپ، فایگل و ویتکنشتاین در پوزیتویست منطقی و زبانگرا تلاش می‌کردند تا راه رسیدن تجربه به واقعیت را هموار کنند اگرچه علوم تجربی در پوزیتویست به شکوفایی رسید اما در علوم انسانی پس دوره‌های رو به زوال و تجزیه رفت. سنت سایبرنتیک حاصل دوران طلایی این رویکرد بود اما همراه با طرد شدن مبانی معرفتی، کنار گذاشته شد. سنت سایبرنتیک از سنت‌هایی است که به دلیل رویکردهای به شدت فنی خود نتوانست به عنوان یک رویکرد در علوم اجتماعی و

ارتباطات انسانی رشد کند و بیشتر برای شبیه سازی ارتباطات انسانی در سطح بسیار نازل در ماشین مناسب شناخته شد. سنت اجتماعی- روانشناختی که مبتنی بر فلسفه عینیت گرا در پوزیتویست بود نیز به دلیل آنکه نمی تواند مبانی فلسفی خویش را با تجربه توضیح دهد با بحران های جدی رو به رو شد. به خصوص آنکه رقبای فلسفی قدرتمندی همچون نوکانتیسم، پدیدارشناسی، پراگماتیسم و انتقادی در فلسفه آن را مورد هجوم قرار دادند. سنت اجتماعی-روانشناختی و تا حدودی سایبرنتیک شامل ابزارهایی کمی هستند که در اکثر موارد برای توصیف و ارزیابی برخی پدیده های ارتباطات جمعی با تأکید بر مدل های فرآیندی ارتباطات، اثربخشی و مخاطب پژوهی به کار می روند نه به عنوان مبنای فکر و سیاست گذاری در ارتباطات یا یک جریان مداوم نظری و فلسفی. حتی به اعتقاد ویمر و دومینیک این مطالعات بیشتر حاصل انگیزه های سیاسی و مالی بوده است تا مبانی فلسفی و فکری. مطالعات هاوولد و لاسول برای فهم ماهیت تبلیغات سیاسی در جنگ جهانی اول بود و مطالعات تأثیر و مخاطب نیز با اهداف شناخت بازار و افزایش سود طرح ریزی میشد. (دومینیک و ویمر، ۱۳۸۴: ۹) شاید در ایران که غالباً ارتباطات به ارتباطات جمعی و رسانه، آن هم تنها مطالعات تأثیرات رسانه ای و مخاطب شناسی تقلیل یافته است مطرود بودن این دیدگاه های درست نیاید اما هفت سنت ارتباطات کریگ، رقبای بزرگ پوزیتویست و مبانی مردود در آن جای تردیدی را باقی نخواهد گذاشت.

سنت سخنوری از نظر کریگ هنر تمرین گفتگوست، خواه برای مقاصد خوب استفاده شود و چه نادرست. سنت سخنوری دارای پیشینه یونانی است که به اعتقاد کریگ با ارسطو شروع می شود. سخنوری ترکیبی از احساس و منطق است که ابعاد عملگرایانه آن در ارتباطات تئوریزه شده است. (کریگ، ۲۰۰۷: ۷۳) این تعریف از سنت سخنوری بیش از آنکه به فلسفه ارسطو نزدیک باشد به فلسفه سوفسطائیان مشابه است. بی تردید

سوفسطائیان از پایه گذاران فن سخنوری بودند که آن را جزء ضروری آموزش شهروندان آزاد برای دفاع از منافع شان می پنداشتند. انتقاد افلاطون به سوفسطائیان این بود که آنها شناخت را تا حد یک ادراک حسی پائین می آورند و تنها چیزی را لمس کنند دارای هستی می دانند. (بابایی، ۱۳۸۹: ۱۱۴) ارسطو نیز منطق را در واکنش به این نسبت نگاشت. سوفسطائیان دانش را به منزله فن سخنوری میپنداشتند و معتقد بودند هیچ فرضیه ای درست نیست مگر آنکه برای نیل به هدفی به آن نیاز داشته باشیم.

جدول گریفین می تواند روابط سنتها و نظریات مرتبط را به ما بنمایند. با نگاه به این جدول به خوبی می توان تأثیر نگاه های پراگماتیستی را در نظریات مرتبط با آن همچون مدیریت هماهنگ معنا و نظریه رویکرد کاربردی به تصمیم سازی در گروه مشاهده نمود. نظریه مدیریت هماهنگ معنا بیان می دارد انسان ها در حال گفتگو و با هم ساختن واقعیت های اجتماعی خویش هستند. مدیریت بنابراین مفهوم دیالوگ یک تبار عملگرایانه دارد که حاصل فلسفه ای است که به آمریکا اختصاص دارد. این فلسفه بر ایجاد رویکردهای کارکردگرایی ساختاری تأثیر زیادی داشته است. مرتن توضیح می دهد که نظریه عمومی جامعه شناختی فعالیت های مکرر و نهادی شده مردم را در قالب نیازهای جامعه تبیین می کند. آنچه مهم است نیازها و تقاضاهای مردم است. برای نمونه به عقیده مک کوئیل در این تفکر رسانه باید به تقاضای مردم پاسخ دهند تا به کل جامعه سود برساند. کارکردگرایی ساختاری به هیچ جهت گیری ایدئولوژیک نیاز ندارد و موضعی محافظه کارانه را ترویج می کند. نمی توان پذیرفت که این نگاه، ایدئولوژی ندارد زیرا کثرتگرایی و دموکراسی در متن نظریه تصریح شده است. غیرایدئولوژیک بودن در این ادعا بیش از آنکه به معنای واژه بازگردد در تقابل با وحدت و وجود حقیقتی ثابت معنا می یابد. دنیس مک کوئیل رویکردهای کارکردگرایی ساختاری را یکی از چهار رویکرد اصلی در ارتباطات می داند که در کتاب نظریه های ارتباطات

خود آن را نقد می کند. در نمودار تقسیم بندی مک کوئیل، کارکردگرایی ساختاری حاصل تقاطع کثرتگرایی و جامعه محوری است. در کثرتگرایی ارزش گفتگو مهمترین ارزش تلقی می شود. مک کوئیل معتقد است نقدهای زیادی بر این تفکر وارد است. هنگامی که صحبت از کارکرد می شود مشخص نیست کارکرد برای چه مدنظر است. نتیجه آنکه بر سر این کارکرد توافق چندانی نخواهد بود. با این توصیفات گزارش «ارتباطات برای تغییر اجتماعی» به خوبی در این چارچوبها گنجانده شده است و نمی تواند از تأثیرات این رویکرد مصون مانده باشد. توجه به دیالوگ و ساختارها ویژگی مهم این گزارش است که در آمریکا نگاشته شده است. بررسی رابطه دیگر مفاهیم با مکاتبشان از مجال این مقاله خارج است اما به سادگی در جدول گریفین میتوان این روابط را مشاهده کرد.

در گزارش بنیاد راکفلر نگاه های ردپایی از مفروضات پوزیتیویستی نمیتوان دید بلکه بیشتر در چارچوب نگاه های ذهنگرایان جای گرفته است. این نگاه در ارتباطات را می توان در پدیدارشناسی نیز مشاهده کرد. این نگاه فلسفی به ارتباطات در جدولی که بارل و مورگان در خصوص نظریات ارتباطات ترسیم کرده اند قابل استنباط است. با دقت به رویکردهای هستی شناسانه، معرفت شناختی، انسان شناختی و روش شناختی می توان به خوبی تأثیر شوتز، هایدگر و گارفینگل (شاگردان هوسرل) را بر این جریان را دید.

هوسرل از شاگردان کانت است که در واکنش به کانت تلاش کرد فلسفه ای یقینی را پدید آورد. کانت معتقد بود که هیچ شناختی خارج از تجربه اعتبار ندارد و در همین راستا در پی نگارش یک فلسفه طبیعی بود اما به اعتقاد او باید موضع فلسفه در خصوص امور معنوی و اخلاق را مشخص کند. همین امر سبب شد تا کانت از نگارش فلسفه طبیعی خود عاجز بماند. کسی که فلسفه طبیعی کانت را برافراشت هوسرل بود.

(لیتل جان، ۱۳۸۴: ۴۶۹) اگرچه هوسرل سعی کرد با توجه به اصل نیت‌مندی شک فراگیر کانت را به یقین برای فهم حقیقت تبدیل کند اما او نیز در عمل از رسیدن به واقعیت بازماند و از اینرو مفهوم زیست جهان را که کاملاً مبتنی بر ذهن بنا شده مطرح نمود. هر دو فلسفه مبتنی بر شکاکیت هیوم وجود و حقیقت را کنار گذاشته بودند با این تفاوت که فلسفه انتقادی کانت آن را در عقل عملی خود مورد بررسی و به عنوان یک فرض خیالی در نظر داشت اما پدیدارشناسی هوسرل - اگرچه سعی کرد به آن دست یابد اما - بعدها توسط شوتز و شاگردانش به کلی از دایره توجه خارج شد و فنومن جایگزین نومن شد. کانت تأثیر زیادی از شکاکیت هیوم برگرفته بود به نحوی که میتوان هیوم را ریشه سکولاریزم در اندیشه کانت، پدیدارشناسی و به طور کلی اندیشه غرب دانست. کانت وجود و حقیقت را کنار گذاشت و فلسفه را تنها شناخت‌شناسی میدانست که مبتنی بر تجربه های مشترک انسانی است. این تجربه ها به دلیل آنکه ریشه در فطرت مشترک انسان ها دارد برای همه قابل فهم است. این تجربه مشترک به حقیقت متصل نمی شود و حقیقتی کشف نمی شود بلکه از آن جهت که برای همه قابل فهم است می تواند مبنای تعاملات انسانی باشد.

### نتیجه گیری

جریان پیوست های در فلسفه غرب وجود دارد که می توان آن را «حقیقت در محاق» نامید. در این زنجیره، ذهن انسان به جای واقعیت قرار گرفته است و پراگماتیسم به عنوان یک اندیشه محوری اساس و پایه قرار گرفته است. بدین ترتیب که کانت فنومن و نومن را مطرح نمود و موضوع فلسفه را فنومن و معرفت شناسی قرار داد و اساس معرفت را تجربه ای مبتنی بر مشترکات فطری دانست که ارتباطی به واقعیت ندارند بلکه روابط انسانی را هماهنگ می کند و اخلاق عملی را شکل می



دهد. شوتز همین اندیشه را در پدیدارشناسی (با عکس کردن اندیشه هوسرل) غلظت بخشید و نومن را بهطور کلی حذف کرد و وجود هر گونه «شی فی نفسه» ای را انکار کرد. شوتز به جای حقیقت، ذهن آگاه را در قالب مفهوم جهانهای اجتماعی، مبنای واقعیت قرار داد. پس از آن نظریاتی همچون نظریات ساپیر، وورف، گارفینگل، مید، پیرس، کرونین و فیشر این تفکر را در مفهوم دیالوگ، کنش متقابل، کنش هماهنگ معنا و روایت به حوزه نظریه ارتباطات وارد کردند. این مفاهیم در قالب همدلی، مشارکت، برابری و توافق به حوزه سیاست های ارتباطی راه یافتند در نهایت در سند ارتباطات برای تغییر در قالب گفتگوی جمعی و کنش جمعی به شاخص های ارتباطی تبدیل شدند. بنیاد راکفلر سنت فلسفی غرب را در قالب شاخص هایی به جهان عرضه کرده است. در این سند، دیالوگ تنها برای رسیدن به توافق است نه برای رسیدن به حقیقت. توافق به عنوان یک مفهوم در برابر حقیقت قرار گرفته است.

شاید بتوان گفت اندیشه غرب به شدت ناتوان از پیگیری و اثبات حقیقت است به نحوی که سه جریان هوسرل، هگل و پوزیتویست که ادعای درک حقیقت داشتند شکست خوردند و به طور کامل استحاله یا قلب شدند.

### مدل تبارشناختی اندیشه های ارتباطات

به سادگی نمی توان مدلی را در خصوص تبار اندیشه ارتباطات ترسیم نمود. آنچه در این مدل آمده است شاید بیشتر شمایی باشد از آنچه در بخش قبل به تفصیل بدان پرداختیم. در این مدل چهار طبقه از اندیشه ارتباطات را تصویر کرده ایم: فلسفه، نظریه ارتباطات، سیاست های ارتباطی و شاخص های ارتباطی. فلسفه غرب در این نگاه با رویکرد ارتباطی بازخوانی شده است و ارتباط آن با مکاتبی که کریگ و دنیس مک کوئیل به عنوان مهم ترین سنت های نظری در ارتباطات است مشخص گردیده است.

نظریات ارتباطات در این مدل نیامده است زیرا گریفین رابطه سنت های ارتباطات را با نظریات مشخص کرده است و ما آن را در جدولی در همین مقاله منظم کرده ایم که از آن طریق روابط نظریات و مفاهیم ارتباطات نیز مشخص خواهد شد.

پیکان هایی که به صورت نقطه چین امتداد یافتند بیانگر حضور آن تفکر در طبقات بعدی اندیشه ارتباطات هستند اما پیکان هایی که با خطوط بدون گسست هستند نشان دهنده تأثیر تفکر مبدأ بر تفکر مقصد است. جامعیت این مدل بدان سبب است که مبتنی بر هفت سنت ارتباطات کریگ است. کریگ معتقد است اکثر نظریات ارتباطات در این هفت سنت گنجانده می شوند. آورده این مدل رابطه، این هفت سنت با فلسفه های شان و تأثیر آن هفت سنت بر سیاست های ارتباطی است.

این مدل به خوبی نشان می دهد که از طریق چه مبانی، اندیشه ها، نظریات، مفاهیم، سیاست ها و شاخص هایی حقیقت کنار گذاشته شده است و ذهن و توافقات بشری مبنای عمل قرار گرفته است. توضیحاتی در هر کادر نگاشته شده است که پیوستگی جریان فکری غرب در تدوین این سند را نشان دهد.

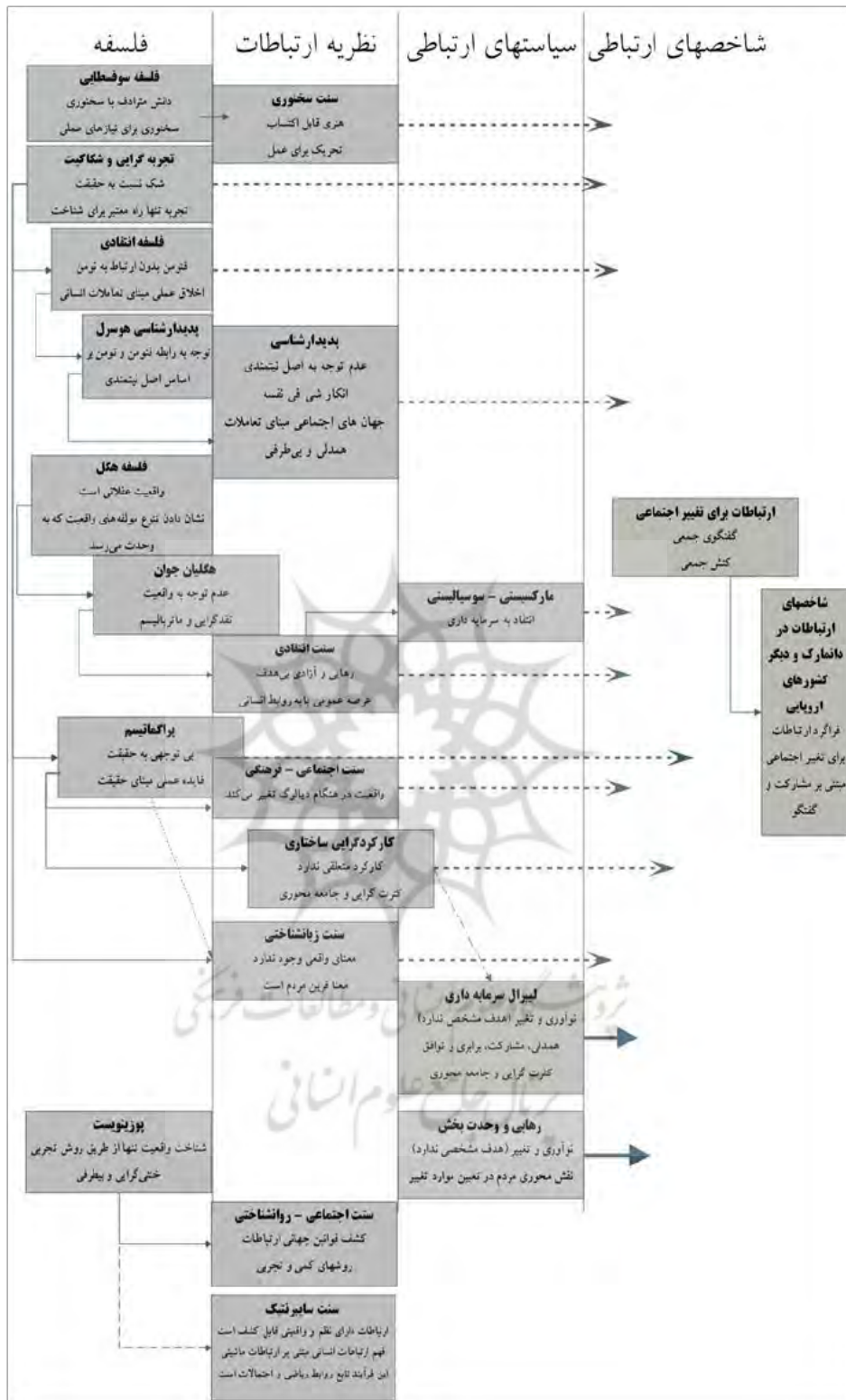
۲۵۲

مطالعات الگوی پیشرفت

اسلامی و ایرانی

سال اول - شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



## منابع

- 1- Figueroa, Maria Elena, D. Lawrence Kincaid, Manju Rani, and Gary Lewis. Communication for Social Change: An Integrated Model. New York: The Rockefeller Foundation and Johns Hopkins University Center for Communication Programs, 2002.
- 2- Adler, Ronald B., and George Rodman. Understanding Human Communication. New York: OXFORD UNIVERSITY PRESS, 2006.
- 3- Apadurai, Arjun. Disjunction and Differences, From Modernity at large; Cultural Dimension of globalization. In The post-colonial studies reader, by Gareth Griffiths Bill Ashcroft, 468-472. Minnesota: Taylor & Francis, 2006.
- 4- baran, stanley J. introduction to mass communication. 3. New York: McGraw-Hill, 2004.
- 5- coble, paul. communication theory, critical concepts in media and cultural studies. london & newyork: routledge, 2006.
- 6- craig, Robert T., and heidi L. muller. theorizing communication; reading across traditions. california: sage, 2007.
- 7- Foss, Karen A., and Stephen W. Littlejohn. Theories of Human Communication, 9th Edition. new york: Wadsworth Publishing/Thomson, 2008.
- 8- frank E. X., Dance. the concept of communication. journal of communication 20 (1970): 201-210.

۲۵۴

مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

سال اول  
شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

9- Griffin, EM. A first look at communication theory. New York: McGraw-hill, 2009.

10- Halavais, alex. Communication Theory. Wikibooks, 2004.

11- Kincaid, D. lawrence. communication theory: Eastern and western perspective. San Diego: academic press, 1987.

12- Monitoring and Indicators of Communication for Development. Denmark: MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS OF DENMARK, 2007.

13- Penman, Robyn. Good theory and good practice. communication theory (Springer-verlag), 1992: 234-250.

14- Stacks, Don W., and Michael B. Salwen. An Integrated Approach to Communication Theory and Research. Lawrence Erlbaum Associates, 1996.

۱۵- اسمیت، آلفرد جی (۱۳۷۹) *ارتباطات و فرهنگ*. ترجمه بابایی اهری، تهران، سمت.

۱۶- بابایی، پرویز (۱۳۸۹). *مکتب های فلسفی: از دوران باستان تا امروز*، تهران، مؤسسه انتشارات نگاه.

۱۷- پارسانیا، حمید (۱۳۸۷). «*رنالیسم انتقادی حکمت صداری*»، علوم سیاسی .

۱۸- پارسانیا، حمید. «*نسبت علم و فرهنگ*»، علوم سیاسی، بدون تاریخ.

۱۹- دومینیک، جوزف آر و راجر دی ویمر (۱۳۸۵). *تحقیق در رسانه های جمعی*، ترجمه کاووس سید امامی، تهران، سروش.

۲۰- راجرز، اورت میشل (۱۳۸۷). *تاریخ تحلیلی علم ارتباطات*، ترجمه غلامرضا آذری، تهران، نشر دانژه.

۲۱- ساروخانی، باقر (۱۳۷۲). *جامعه شناسی ارتباطات*، تهران، انتشارات اطلاعات.

۲۲- سرینیواس، آر (۱۳۸۴) «*نظریه های ارتباطات توسعه*»، تدوین یونس مترجم شکرخواه.  
رسانه 41.۶۴ :

۲۳- فروغی، محمد علی (۱۳۱۷). *سیر حکمت در اروپا*، تهران، زوار.

۲۴- فرهنگی، علی اکبر (۱۳۷۴). *ارتباطات انسانی*، ۲ جلد، تهران، خدمات فرهنگی رسا.

۲۵- \_\_\_\_\_ (۱۳۸۷). *ارتباطات انسانی*، جلد ۲، تهران، رسا.

۲۶- \_\_\_\_\_ (۱۳۸۳). *نظریه های ارتباطات سازمانی*، تهران، رسا.

۲۷- کورنر، اشتفان (۱۳۶۷). *فلسفه کانت*، ترجمه عزتالله فولادوند، تهران، شرکت سهامی انتشارات خوارزمی.

۲۸- کوزر، لوییس (۱۳۷۲). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی.

۲۹- گادیکانست، ویلیام بی (۱۳۸۵). «*نظریه پردازی درباره ارتباطات میان فرهنگی*»، فصلنامه رسانه 67: 97-49.

۳۰- گرانمایه پور، علی (۱۳۸۵). «*نقدی بر نظریات دانیل لرنر پیرامون توسعه در جهان سوم*»، فصل نو، مجله اینترنتی علوم اجتماعی، ۱۴ ۳  
[http://www.fasleno.com/archives/social\\_progress\\_and\\_planning/000637.ph](http://www.fasleno.com/archives/social_progress_and_planning/000637.ph) (دستیابی در ۱۳۹۰)

۳۱- لیتل جان، استیفن دلبیو (۱۳۸۴). *نظریه های ارتباطات*، ترجمه سید مرتضی نوربخش و سید اکبر میرحسینی، تهران، جنگل.

۳۲- محسنیان راد، مهدی (۱۳۶۹). *ارتباط شناسی*، تهران، سروش.

۲۵۶

مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

سال اول - شماره اول - پاییز ۱۳۹۱

۳۳- مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجلالی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه.

۳۴- ویندال، سون (۱۳۷۶). *کاربرد نظریه های ارتباطات*، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه

۲۵۷

مطالعات الگوی پیشرفت  
اسلامی و ایرانی

سید محمدعلی غماصی

روش شناسی بنیادین ارتباطات برای توسعه در بنیاد رکنفلسفه ارتباطات تا سیاستهای ارتباطی

