

فصل

نظریه‌ها و پارادیم‌های ارتباطات



❖ اهداف آموزشی

- ❖ آشنایی با اهمیت رسانه‌های همگانی و نظریات ارتباط جمعی
- ❖ آشنایی با تعریف و ویژگی‌های نظریه
- ❖ آشنایی با مفهوم و معنای درست نظریه‌های علمی
- ❖ آشنایی با مفهوم نظریه و تشخیص تفاوت آن با پارادایم، دکترین و مکتب
- ❖ آگاهی از تفاوت میان مدل و الگو
- ❖ تحلیل پارادایم‌های مهم ارتباطی و اندیشه‌های مطرح در آنها

□ اهمیت رسانه‌های همگانی و نظریات ارتباط جمعی

در شرایط نوین تغییرات اجتماعی امروز، ارتباطات می‌تواند نقش قاطعی در پیشرفت انسان و جامعه انسانی داشته باشد. آنچه ضروری به نظر می‌رسد؛ ترغیب آگاهی‌ها، مشارکت‌ها و توانایی‌های بشر است. با توجه به اینکه نظام ارتباطات حکم یک نظام پیچیده اجتماعی را در جامعه دارد، نقش ارتباطات و اطلاعات در فرآیند دگرگونی و توسعه جوامع، پیچیده‌تر از حدس و گمان‌هاست.

توجه به نقش ارتباطات و بویژه وسایل ارتباط جمعی در توسعه و پیشرفت کشورهای جهان سوم، سبب شده است که متخصصان علوم ارتباطات، زمینه‌هایی تحت عنوان «ارتباطات و توسعه» و «توسعه ارتباطات» را مورد مطالعه قرار دهند و درباره آنها نظریه‌ها و الگوهای جدیدی عرضه کنند؛ بخصوص اینکه حضور رایانه و ماهواره، کارکردهای جدیدی را پدید آورده است. اهمیت تردیدناپذیر کاربرد وسایل ارتباط جمعی و تکنولوژی‌های ارتباطی در رسیدن به هدف‌های توسعه ملی ایجاب می‌کند که عملکردهای ارتباطات، بویژه وسایل ارتباط جمعی به شکل مطلوب صورت گیرد.

از دیدگاه ارتباطی، توسعه، فراگردی است که با تقویت و تعمیم ارتباطات اجتماعی به عنوان عامل زاینده در درون خود، نوعی همسازی جمعی را نیز دامن می‌زند. اما در نهایت باید در سطوح فردی، همسازی‌های جدید را سامان دهد. به بیان دیگر، توسعه، تلاشی برای از میان برداشتن نابرابری‌های موجود در خصوص فرصت‌ها، منابع و دسترسی به اطلاعات به شمار می‌آید.

ارتباطات برای توسعه ضروری است؛ اما به هیچ وجه، متغیری مستقل نیست که اگر «به درستی» مورد استفاده قرار گیرد، بتواند موتورهای توسعه را به حرکت درآورد. اگر بخواهیم در مورد آنچه از ارتباطات انتظار داریم، واقع‌بین باشیم، مهم این است که درک کنیم ارتباطات، وسیله‌ای برای دستیابی به یک هدف است. ارتباطات، فرآیندی اجتماعی است که موجب تسهیل روابط متقابل بشری می‌شود



و نه یک عصای جادویی که توسعه آنی را ایجاد کند. عادلانه این است که مؤثر بودن ارتباطات بر اساس قابلیت ذاتی آن ارزیابی شود و نه بر مبنای توانی که به آن نسبت داده شده است.

به گفته دنیس مک‌کوایل^۱، متفکر برجسته علم ارتباطات: رسانه‌های جمعی یک صنعت رو به رشد و در حال تحول‌اند که تأمین‌کننده اشتغال، تولیدکننده کار و خدمات و تغذیه‌کننده سایر صنایع مرتبط‌اند. علاوه بر این، رسانه‌های جمعی، یکی از منابع قدرت‌اند؛ یعنی ابزاری هستند برای کنترل، مدیریت و نوآوری در جامعه که می‌توانند جانشینی برای زور و یا سایر منابع باشند. همچنین رسانه‌ها موقعیت یا عرصه‌ای را فراهم می‌آورند که روز به روز مسائل زندگی عموم مردم در آن عرصه چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی، آشکار می‌شود.

مک‌کوایل در مورد آینده ارتباطات جمعی پیش‌بینی می‌کند که نظام‌های ارتباط جمعی در اثر امکانات و چالش‌های تکنولوژیک جدید ارتباطی، در همه مراحل از اندیشه گرفته تا انتقال، دگرگون خواهند شد. همچنین، پیشرفت اجتماعی از گسترش انواع ارتباطات ناشی می‌شود و به شکل آزادی و رضایت خاطر بیشتر فردی بروز خواهد کرد. در آینده، منشأ و خاستگاه مشکلات در شکاف‌هایی خواهد بود که در جامعه و همین‌طور در سطح جهانی، از نظر دسترسی به اطلاعات و توانایی استفاده از آن به وجود خواهد آمد. علاوه بر این، در آینده نیز نظریه‌های ارتباطی، بیشتر مورد استفاده در سیاستگذاری ارتباطی خواهد بود.

اما از سوی دیگر، ارتباط جمعی، هم هنر، هم مهارت و هم علم است و بر همین اساس است که ارتباطات جمعی یک علم میان رشته‌ای است و در آن از علوم نظیر جامعه‌شناسی، روان‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی، هنر و زیبایی‌شناسی، مدیریت و ... بهره گرفته می‌شود.

□ نظریه

نظریه، به معنی درک ما از چگونگی جریان امور است و به ما این امکان را می‌دهد که همیشه در مورد کاری که انجام می‌دهیم، آگاهی و درک به همراه نظریه داشته باشیم. بر این اساس می‌توان گفت نظریه‌ها و مفاهیم ارتباط جمعی، پاسخی به چستی‌های چگونگی ارتباط جمعی هستند. در زمینه ارتباطات جمعی، نظریات گوناگون و گسترده‌ای از زبان متخصصان و صاحب‌نظران مختلف بیان شده است و اعتقاد نظریه‌پردازان آن است که رفتارهای ما همیشه بر پایه نظریه‌هاست

1. D. McQuail



و چرا تلاش نکنیم که آنها را به بهترین «نظریه» ممکن تبدیل نکنیم. در حقیقت هدف نظریه‌های ارتباط جمعی، بالا بردن درک ما از فرآیند ارتباط جمعی است. تحقیق و مطالعه نظریات گوناگون ارتباط جمعی، موجب می‌شود تا ضمن پی بردن به اهمیت نقش مؤثر وسایل ارتباط جمعی و پیام‌های ارتباطی در دگرگونی جوامع و تحولات اجتماعی بویژه در کشورهای در حال توسعه، مناسب‌ترین نظریه‌ها و الگوها را برای رسیدن به هدف‌های توسعه برگزینیم.

□ ویژگی‌های نظریه

- مشاهده‌ای نسبی همراه با درک پدیده‌ها و تحلیل آنهاست.
- قابلیت صدق و کذب دارد.
- تعمیم‌پذیر و فراگیر است.
- در بر دارنده قوانین است تا بتواند به پیش‌بینی بپردازد و از طرفی نظریه‌های مشابه خود را تکمیل کند.
- باید از فرضیه‌های آزمون شده، گرفته شده باشد.

□ اهمیت نظریه

- نقش اصلی نظریه عبارت است از توضیح، تبیین، تفسیر و پیش‌بینی رخدادها، قوانین و تهیه و تدوین قالب و چارچوبی که پدیده‌ها در آن معنا می‌گیرد.
- اهمیت نظریه را می‌توان در موارد در پی آمده جستجو کرد:
- ⊙ نظریه می‌تواند افکار جدیدی را در روند حل مسائل نظری و عملی برانگیزد.
 - ⊙ نظریه ممکن است الگوهایی از موضوعات و مسائل مورد بحث ارائه دهد؛ به گونه‌ای که بتوان توصیفی جامع از آنها ارائه کرد.
 - ⊙ نقد هر نظریه ممکن است به نظریه‌هایی جدید و نو منجر شود.
 - ⊙ نظریه ممکن است الهام‌بخش فرضیه‌های علمی تازه باشد.



□ نظریه علمی^۱

اگر مشاهدات علمی به منزله سوخت برای قدرت بخشیدن به کشفیات علمی باشند، نظریه‌های علمی مانند موتور این کشفیات محسوب می‌شوند. نظریه‌ها به ما اجازه می‌دهند تا مشاهدات اولیه را سازمان دهیم و درک کنیم؛ سپس مشاهدات آینده را پیشگویی و ایجاد کنیم. نظریه‌های علمی باید دارای این چند اصل پایه باشند: سازگاری، اصلاح‌پذیری، قابلیت آزمایش یا تأیید تجربی، مفید بودن یا کارآمدی و پیشرو بودن. از نظر دانشمندان، نظریه یک چارچوب مفهومی است که برای روشن ساختن حقایق موجود و پیشگویی حقایق جدید به کار می‌رود. به گفته روبرت روت برنشتاین^۲ نظریه باید در بر دارنده بیشترین معیارهای منطقی، تجربی، اجتماعی و تاریخی باشد.

□ پارادایم^۳

الگوی مسلط و چارچوب فکری و فرهنگی است که مجموعه‌ای از الگوها را برای یک گروه یا یک جامعه شکل داده است. هر گروه یا جامعه، واقعیت‌های پیرامون خود را در چارچوب پارادایمی که به آن عادت کرده تحلیل و توصیف می‌کند. واژه پارادایم اولین بار در سال ۱۹۶۲ توسط توماس ساموئل کوهن^۴ در کتاب «ساختار انقلاب‌های علمی» برای توصیف تغییر در مفروضات اساسی در دوره حکمرانی یک نظریه از علم به کار گرفته شد و پس از آن در بسیاری از حوزه‌های تجربه‌های انسانی مورد استفاده قرار گرفت. به بیان دیگر از سال مذکور به الگوی تفکر در هر رشته علمی، پارادایم گفته می‌شود. در زبان فارسی، عده‌ای به جای پارادایم از اصطلاحاتی نظیر الگوواره، الگوهای ذهنی، چارچوب قواعد ذهنی و سرمشق استفاده می‌کنند.

□ دکترین^۵

واژه دکترین از واژه لاتینی دکترینا به معنی آیین و عقیده آمده است. اما دکترین در اصطلاح به مجموعه اصول و عقاید علمی، دینی یا فقهی که منسوب به یکی از دانشمندان و یا مکتب خاصی

1. Scientific Theory
2. Robert .R.Bernstein
3. Paradeigm
4. Thomas Samuel Kuhn
5. Doctrine



باشد گفته می‌شود. از ویژگی‌های دکترین آن است که اصول و عقاید آن با عمل همراه است و حقایق نظری محض نیست. به همین جهت تفاوت میان دانش و دکترین این است که دانش؛ مشاهده، تبیین و تفسیر می‌کند، اما دکترین حکم می‌کند، دستور می‌دهد و به کار می‌بندد. اصطلاح دکترین نخستین بار در زمان ریاست جمهوری جیمز مونروئه پنجمین رئیس جمهور آمریکا که از سال ۱۸۱۷ تا ۱۸۲۵ بر آن کشور حکومت کرد به کار گرفته شد. در تدوین دکترین، ابتدا باید تئوری‌ها پذیرفته شوند و سپس از تئوری‌هایی که با دلایل تجربی قابل دفاع هستند، تزا به وجود می‌آیند و آنگاه از مجموع تزه‌های مختلف و اصول و مقرراتی که مورد قبول جامعه قرار گرفته و بدان عمل می‌شود، دکترین به وجود می‌آید. به عبارت کوتاه‌تر پس از اعتقاد علمی و عملی کردن تئوری‌ها، دکترین به وجود می‌آید.

سازندگان دکترین‌ها، عناصر مورد نیاز خود را از همان جامعه خویش می‌گیرند. به بیان دیگر، جامعه، مصالح را برای آنها فراهم می‌سازد و سپس سازندگان دکترین با آن مصالح، ساختمان‌های مورد نظر خود را می‌سازند.

□ ایدئولوژی^۱

از واژه‌های نزدیک به دکترین، ایدئولوژی را باید نام برد که مجموعه‌ای از دکترین‌هاست که واقعیت‌ها را بیان می‌کند. به عبارت دیگر، یک تصور کامل و جامع از جهان را از آنچه که هست و آنچه باید باشد در گذشته، حال و آینده ارائه می‌دهد. در یک تعریف دیگر ایدئولوژی مجموعه افکار و عقاید نسبتاً سازمان یافته‌ای است که شیوه‌های عمل و روابط زندگی اجتماعی را برای پیروانش روشن می‌سازد. پاره‌ای دو واژه ایدئولوژی و دکترین را در یک معنا به کار می‌برند.

□ مکتب^۲

به اعتقاد شهید استاد مطهری «مکتب مجموعه جهان‌بینی و ایدئولوژیک یک انسان است». وی می‌گوید: نوع برداشت و طرز فکری که یک مکتب درباره جهان و هستی عرضه می‌کند زیرساز و تکیه‌گاه فکری آن مکتب است. این زیرساز و تکیه‌گاه، اصطلاحاً جهان‌بینی نامیده می‌شود. در یک تعریف دیگر می‌توان گفت مکتب برای گروهی از اندیشمندان به کار می‌رود که نظریه‌های

1. Ideology

2. School



مشابه هم دارند و برای تأیید نظریات خود گرد هم می‌آیند مانند مکتب شیکاگو و مکتب فرانکفورت. معمولاً هر مکتبی بر پایه یک محور اندیشه اصلی و به همت بنیانگذار آن تأسیس می‌شود و پیروانش، اصول و ضوابط و نحوه تفکر آن را دنبال می‌کنند. پاره‌ای مترجمان، مفهوم مکتب را مشابه دکترین دانسته‌اند.

□ مدل^۱

مدل، جزء کوچک یا بازسازی کوچک شده یک شیء یا یک پدیده بزرگ است که از لحاظ کارکرد با آن شیء و یا پدیده یکسان است و تفاوتی ندارد. استفاده از مدل در رشته‌هایی مانند صنایع، عمران و معماری سابقه طولانی دارد. به طور کلی مدل، این امکان را فراهم می‌کند تا پیش از ساخت نمونه‌های اصلی، با نقاط قوت و ضعف آنها آشنایی صورت گیرد. برای مثال، معمولاً قبل از ساخت یا تولید یک هواپیما، یک سد، یک تونل، اول؛ مدل آن ساخته می‌شود تا سازندگان با نقاط قوت و ضعف آنها آشنا شوند و آنگاه به تولید اصلی می‌پردازند. یکی از تفاوت‌های مدل و نظریه این است که مدل‌ها بیشتر جنبه عینی و آشکار دارند و می‌توان آنها را از نزدیک لمس کرد؛ اما نظریه‌ها بیشتر جنبه ذهنی دارند و قابل لمس و مشاهده نیستند.

□ الگو^۲

در مورد این مفهوم باید گفت؛ افراد تلاش می‌کنند در زندگی خود را شبیه و همانند بعضی چهره‌ها کنند که به آن الگو می‌گویند. برای مثال؛ در بعضی از جوامع، دختران سعی می‌کنند که مادران، الگوهای آنها باشند و پسران نیز دوست دارند پدران، الگوهای آنها قرار گیرند. واژه الگو بیشتر در علوم اجتماعی مانند جامعه‌شناسی و روان‌شناسی کاربرد دارد.

□ پارادایم‌های ارتباطات

در جامعه‌شناسی ارتباطات، همواره دو پرسش اصلی مطرح است. نخستین پرسش این است که آیا فرآیند ارتباط به رشد و توسعه جوامع منجر می‌شود یا به استیلا و بردگی آنها؟ طیفی گسترده از نظریه‌های مختلف در این زمینه وجود دارد که یک سوی آن نظریه‌های خوشبینانه و طرف دیگر



طیف، نظریه‌های بدبینانه قرار دارند. البته برخی از اندیشمندان، هر دو امکان را در نظر داشته و وضعیت آینده جوامع را به کنش و انتخاب انسان‌ها مشروط کرده‌اند. به بیان دیگر، به نقش دو وجهی رسانه‌ها و ارتباطات اشاره داشته‌اند.

پرسش دوم به نحوه تعامل فرآیند ارتباط با جامعه مربوط می‌شود. بر این اساس، آیا در این تعامل، متغیر مستقل و تعیین‌کننده، ارتباطات است یا جامعه؟ به بیان دیگر در تعامل میان تکنولوژی ارتباطی (فرآیند ارتباط) با جامعه (اقتصاد و فرهنگ) کدام یک تعیین‌کننده است؟ نظریه‌های گوناگون در این زمینه روی طیفی قرار می‌گیرند که یک سوی آن نظریه‌های جبرگرایی تکنولوژیک و در طرف دیگر، نظریه‌های جبرگرایی اقتصادی یا فرهنگی قرار دارند.

بنابراین از ترکیب دو متغیر اصلی، تعداد نه پارادایم به دست می‌آید. البته در این جریان ممکن است نظریه‌های مختلف با یکدیگر همپوشانی هم داشته باشند. افزون بر این، امکان دارد یک اندیشمند با ارائه نظریه‌های گوناگون، در دو یا چند پارادایم قرار گیرد. در ادامه به مهمترین پارادایم‌های ارتباطی به صورت کوتاه اشاره می‌کنیم.

□ پارادایم توسعه تکنولوژی ارتباطی

در این پارادایم، آینده جوامع بسیار خوش‌بینانه ترسیم می‌شود. عامل اصلی این خوش‌بینی، رشد و توسعه تکنولوژی‌های ارتباطی و رسانه‌هاست. رسانه‌ها، ارتباطات و تکنولوژی‌های ارتباطی بر جوامع، حاکم شده و موجب رشد و ترقی آنها خواهند شد. اندیشمندانی مانند مارشال مک‌لوهان^۱، ژان کلوتیه^۲، دیوید رایزمن^۳ و هارولد اینیس^۴ در این گروه قرار می‌گیرند.

□ پارادایم توسعه اقتصادی

در این پارادایم، آینده جوامع، خوش‌بینانه در نظر گرفته می‌شود. عامل اصلی این خوش‌بینی، رشد و توسعه اقتصادی جوامع است. بنابراین، وضعیت ارتباطات و رسانه‌ها در یک جامعه به شدت به عوامل اقتصادی وابسته است. برای مثال، رشد و گسترش نظام سرمایه‌داری به توسعه تکنولوژی ارتباطی منجر خواهد شد. انسان در این رویکرد، موجودی حسابگر است که با معیارهای اقتصادی؛

1. Marshall McLuhan
2. John K. Thie
3. David Riesman
4. Harold Innis



یعنی در نظر گرفتن حداکثر سود و حداقل زیان، دست به فعالیت می‌زند. پیروان نظریه اقتصادی بازار آزاد مانند آدام اسمیت^۱ و پیروان نظریه نوسازی که بیشتر به جنبه‌های مادی و اقتصادی توسعه می‌پردازند، در این پارادایم قرار دارند.

□ پارادایم توسعه فرهنگی

در این رویکرد، جوامع به مرور زمان به توسعه همه جانبه دست پیدا می‌کنند. وسایل ارتباط جمعی و تکنولوژی‌های ارتباطی موجب افزایش سرعت انتقال داده‌ها می‌شوند و به مرور زمان، شاهد گسترش و پذیرش ارزش‌های گوناگون خواهیم بود. البته عامل مسلط بر این رویکرد، فرهنگ جامعه است. در این رویکرد، جامعه شامل مجموعه‌ای متفاوت و گوناگون از ایده‌ها و ارزش‌هاست. به طور خلاصه، ما در این رویکرد شاهد شکل‌گیری بازارهای اطلاعاتی هستیم که به افراد امکان خرید و فروش و انتخاب آزادانه اطلاعات را می‌دهد. کثرت‌گرایان، پیروان مکتب نوسازی، طرفداران جهانی شدن و جامعه‌شناسانی مانند آنتونی گیدنز^۲ و یورگن هابرماس^۳ در این رویکرد قرار می‌گیرند.

□ پارادایم سلطه تکنولوژی ارتباطی

در این رویکرد به قدرت جادویی رسانه‌ها اشاره می‌شود و هیچ‌کس و هیچ‌چیز توان مقابله با رسانه‌ها را ندارد. بدیهی است چنین برداشتی از رسانه‌ها بر پایه پیش‌فرض‌هایی در مورد جامعه و انسان است. مهمترین تعریف از جامعه مورد نظر در این رویکرد، جامعه توده‌ای است. در چنین جامعه‌ای افراد، منزوی و تنها هستند. آنها دارای هیچ هویتی نبوده و هیچ ارتباطی با یکدیگر ندارند و تنها مانند شن‌های کنار ساحل هستند و به قول کارل مارکس^۴ فیلسوف آلمانی مانند یک گونی سیب‌زمینی هستند که به راحتی قابل هدایت و کنترل‌اند. بر پایه این رویکرد می‌توان با استفاده از تبلیغات و رسانه‌های ارتباط جمعی، آنها را به شکل گله‌ای از این سو به آن سو کشاند. نظریات افرادی مانند جرج اُروِل^۵، هاکسلی^۶ و میشل فوکو^۷ در این رویکرد قرار دارد.

1. Adam Smith
2. Anthony Giddens
3. Jurgen Habbermas
4. Karl Marx
5. George Orwell
6. Huxley
7. Michel Foucau



□ پارادایم سلطه اقتصادی

در این رویکرد، آینده جوامع، تیره و تاریک پیش‌بینی می‌شود و برای گریز از این وضعیت، هیچ امکانی وجود ندارد. در این رویکرد، عامل اقتصادی تعیین‌کننده سایر جنبه‌های زندگی انسان است؛ اما این عامل به رشد و توسعه همه جانبه مردم منجر نمی‌شود.

طرفداران رویکرد اقتصادی را می‌توان به سه گروه عمده تقسیم کرد:

○ **اول:** گروهی که به مالکیت اقتصادی یک طبقه و حاکمیت آن بر سایر طبقات بویژه به مالکیت رسانه‌ها پرداخته‌اند. اندیشمندانی مانند مارکس، هربرت شیلر^۱ و گراهام مرداک^۲ در این گروه جای می‌گیرند.

○ **دوم:** گروهی که به گسترش جهانی نظام سرمایه‌داری پرداخته‌اند. پیروان و طرفداران نظریه وابستگی مانند پل باران^۳، پل سوییزی^۴، سمیر آمین^۵ و همچنین نظریه نظام جهانی ایمانوئل والرشتاین^۶ همگی در این رویکرد قرار می‌گیرند. این گروه اعتقاد دارد که تنها با پاره کردن حلقه ارتباط میان کشورهای پیرامونی و مرکز (متروپل) است که می‌توان از استثمار (بهره‌کشی) رها شد. اما پس از چند دهه، طرفداران این مکتب بر این باور شدند که هیچ راهی برای رهایی از استثمار و توسعه نیافتگی، وجود ندارد.

○ **سوم:** گروهی که گسترش عقلانیت ابزاری (اقتصادی) را عامل تیره و نیز تاریک شدن آینده بشر دانسته‌اند. ماکس وبر^۷ و هربرت مارکوزه^۸، دو اندیشمند آلمانی در این گروه جای می‌گیرند.

□ پارادایم سلطه فرهنگی

این رویکرد یکی از معروف‌ترین رویکردها در علوم ارتباطات است. پیروان این رویکرد نسبت به آینده بدبین بوده و آسیب‌های بزرگی مانند از خود بیگانگی را برای بشر پیش‌بینی می‌کنند. در این رویکرد به آگاهی و ذهنیت انسان در سطح خرد و نیز ایدئولوژی و فرهنگ در سطح کلان، اهمیت داده می‌شود.

1. Herbert Schiller
2. Graham Murdock
3. Paul Baran
4. Paul Sweezy
5. Samir Amin
6. Immanuel Wallerstein
7. Max Weber
8. Herbert Marcuse



از دیدگاه طرفداران این رویکرد، در جامعه تنها یک ایدئولوژی یا فرهنگ حاکم است. پیروان مکتب فرانکفورت که در این رویکرد جای می‌گیرند معتقدند این فرهنگ خاص با تولید انبوه هنرها و کالاهای فرهنگی و جایگزین کردن معیارهای اقتصادی و حسابگرانه، حس زیباشناسی و معیارهای انسانی را از بین می‌برد.

طرفداران مکتب فرانکفورت از این حالت به عنوان «صنعت فرهنگ» نام می‌برند که به یکسان‌سازی افراد جامعه منجر می‌شود و قدرت فکر کردن و خلاقیت را از آنان می‌گیرد. بر پایه این مکتب، رسانه‌ها با اشاعه و تبلیغ ارزش‌های نظام سرمایه‌داری، مردم را در حمایت از وضع موجود تشویق می‌کنند و در نهایت انسان‌ها به موجودات منفعل، غیر پویا و بی‌روح تبدیل می‌شوند.

□ پارادایم دو وجهی تکنولوژیکی

در این پارادایم، رسانه‌ها، تکنولوژی‌های ارتباطی و ارتباطات، نقش بسیار برجسته‌ای در روشن کردن وضعیت جوامع دارند. برخلاف رویکرد خوش‌بینانه توسعه تکنولوژی ارتباطی و رویکرد بدبینانه سلطه تکنولوژی ارتباطی، در این پارادایم هر دو امکان به شکل بالقوه وجود دارد. وضعیت آینده جوامع به متغیرهای زیاد از جمله انتخاب و کنش انسان‌ها وابسته است. بنابراین، پیشاپیش و به شکل جبرگرایانه نمی‌توان آینده بشر را پیش‌بینی کرد. برخی از برداشته‌ها از نظریه جامعه اطلاعاتی، بسیاری از اندیشه‌های مانوئل کاستلز^۱ و نیز اندیشه‌های جرج گربنر^۲ در این پارادایم جای می‌گیرند.

□ پارادایم دو وجهی اقتصادی

در این پارادایم، شرایط ساختاری جوامع بویژه شرایط اقتصادی آنها نقش برجسته‌ای در روشن کردن وضعیت ارتباطی و رسانه‌ای دارد. از سوی دیگر با وجود اهمیت عامل اقتصادی، این انتخاب و کنش انسان‌هاست که می‌تواند آینده را به بهشت یا جهنم تبدیل کند. پیروان نظریه وابستگی به رغم مهم دانستن عامل اقتصادی، اعتقاد دارند که با قطع رابطه میان کشورهای پیرامونی و کشورهای مرکز، می‌توان از وضعیت توسعه نیافتگی خارج شد. همچنین مارکس اندیشمند آلمانی که ضمن اهمیت دادن به زیربنای اقتصادی، تنها راه‌هایی از استثمار و بهره‌کشی طبقه حاکم را در از بین بردن مالکیت می‌بیند، در این پارادایم قرار دارد. البته ناگفته نماند برخی مفسران آثار مارکس معتقدند در اندیشه‌های مارکس شکافی دیده می‌شود. مارکس در دوره جوانی بیشتر تحت تأثیر افکار جرج ویلهلم هگل^۳ فیلسوف آلمانی و انسان‌گرایی او

1. Manuel Castells

2. George Gerbner

3. George Wilhelm Hegel



بوده است. در حالی که در دوره پیری و در کتاب «سرمایه» خود بیشتر تحت تأثیر اقتصاد، ساختارگرایی و جبرگرایی بوده است. چنین مفسرانی، مارکس جوان را مارکس ایدئولوگ می‌نامند که برای انسان و کنشگری او نقش برجسته‌ای قائل است؛ در حالی که مارکس پیر را مارکس جامعه‌شناس یا اقتصاددان می‌دانند که به دنبال کشف قوانین حاکم بر جامعه است.

□ پارادایم دو وجهی فرهنگی

در این پارادایم به نقش آگاهی و اندیشه انسانی در ساختن جامعه تأکید می‌شود. شرایط فکری و فرهنگی جامعه، جایگاه رسانه‌ها و چگونگی استفاده از آنها را معلوم می‌کند؛ اما آینده به شدت به کنش و انتخاب انسانها وابسته است. مارکس انسان‌گرا به نقش ایدئولوژی و آگاهی راستین در ایجاد جامعه بی‌طبقه اشاره دارد. همچنین مکتب مطالعات فرهنگی، در این پارادایم قرار می‌گیرد. خوانندگان می‌توانند پارادایم‌های نه‌گانه‌ای را که به طور کوتاه بیان شد، در جدولی که به همین منظور ترسیم و طراحی شده است، مشاهده نمایند.

نگاه به آینده	رسانه (فرآیند ارتباطات)	جامعه	
		اقتصاد	فرهنگ
خوش‌بینانه	پارادایم توسعه تکنولوژیکی ارتباطی مک‌لوهان، کلوتیه، رایزمن	پارادایم توسعه اقتصادی اقتصاد سیاسی کلاسیک، مکتب نوسازی اقتصادی	پارادایم توسعه فرهنگی اندیشمندان عصر روشنگری، کثرت‌گرایان
بدبینانه	پارادایم استیلای تکنولوژی ارتباطی پست مدرنیست‌ها، جامعه توده‌وار	پارادایم استیلای اقتصادی نظریه وابستگی متأخر شیلر، مرداک	پارادایم استیلای فرهنگی مکتب فرانکفورت، پست مدرنیست‌ها، چامسکی
مشروط یا دو وجهی	پارادایم توسعه یا استیلای تکنولوژی ارتباطی گربنر، کاستلز، جامعه اطلاعاتی	پارادایم توسعه یا استیلای اقتصادی نظریه وابستگی متقدم مارکس جامعه‌شناس	پارادایم توسعه یا استیلای فرهنگی نظریه مطالعات فرهنگی استوارت هال، مارکس ایدئولوگ، نظریه ساخت‌گرایی

جدول پارادایم‌های سطح کلان جامعه‌شناسی ارتباطات

منبع: نظریه رسانه‌ها (جامعه‌شناسی ارتباطات) - نظام بهرامی کمیل



۸ خودآزمایی فصل اول

- ۱- نظریه را تعریف کرده و ویژگی‌های آن را بیان کنید.
- ۲- مفهوم نظریه علمی را توضیح دهید.
- ۳- تفاوت نظریه با پارادایم و دکترین را شرح دهید.
- ۴- تفاوت میان مدل و الگو را بیان کنید.
- ۵- پارادایم‌های مهم ارتباطی را نام ببرید.
- ۶- پارادایم توسعه تکنولوژی ارتباطی را توضیح داده و اندیشمندان مطرح در آن را نام ببرید.
- ۷- پارادایم توسعه فرهنگی را شرح داده و نظریه‌پردازان مطرح در آن را نام ببرید.
- ۸- تفاوت میان پارادایم سلطه فرهنگی و پارادایم دو وجهی فرهنگی را تشریح کنید.

رسانه و ارتباطات



❖ اهداف آموزشی

- ❖ آشنایی با تاریخچه مختصر سیر مطالعات ارتباطی
- ❖ بررسی سیر تکاملی ارتباطات
- ❖ تشریح مفهوم ارتباط، عناصر ارتباط و انواع ارتباط
- ❖ آشنایی با ویژگی‌های مخاطبان ارتباط جمعی
- ❖ آگاهی از خصوصیات پیام‌های ارتباط جمعی
- ❖ اطلاع یافتن از انواع تقسیم‌بندی رسانه‌ها
- ❖ تشریح رویکردهای عمده مطالعات ارتباطی
- ❖ آشنا شدن با انواع نشانه‌ها بر پایه علم نشانه‌شناسی

□ سیر تاریخی مطالعات ارتباطی

مطالعات و نظریات ارتباطی به طور خاص بعد از جنگ دوم جهانی و به عنوان یکی از شاخص‌های بین رشته‌ای علوم اجتماعی شکل گرفت. به طور کلی روند تکمیل مطالعات ارتباط جمعی را می‌توان شامل مراحل زیر دانست:

○ پیش از دوران رنسانس، مفهوم اصلی ارتباطات، محتوای پیام یا اندیشه‌های انسانی بود. از این نظر، «وسیله» کمتر اهمیت داشت و اساساً ارتباطات بیشتر معنایی اجتماعی و فلسفی داشت.

○ پس از اختراع صنعت چاپ و افزایش استفاده‌کنندگان از کتاب و مطبوعات، «مجراهای ارتباطی» اهمیت ویژه‌ای یافت و آثار اجتماعی ویژه‌ای را هم در پی داشت. از جمله این آثار می‌توان پیدایش شیوه‌های نوین ارتباطی مثل روزنامه‌نگاری و توجه به مفاهیم تازه مانند آزادی نشر و حقوق مطبوعات و مولفان را بر شمرد.

○ پس از پیدایش وسایل ارتباطی الکترونیک، مطالعات علمی ارتباطی شکل مستقل‌تری به خود گرفت. البته در این دوره که متأثر از رشد تکنیکی ارتباطات دور بود، نظریات بر فراگرد «انتقال پیام» متکی است و کمتر جنبه‌های انسانی مورد توجه است. مدل ارتباطی، یک مدل مکانیکی و مهندسی است و مفاهیم ارتباطی مانند رمز، پیام، منبع، رمزگذاری و ... همه حاکی از حاکمیت چنین نگرشی است.

○ در خلال جنگ جهانی دوم به دلیل اهمیت یافتن جنگ روانی و تبلیغات سیاسی، ارتباطات از زاویه «اقناع» مطرح شد. نشانه‌ها و رموزها اهمیت نظامی پیدا کردند و رشته ارتباطات برای تبلیغات سیاسی و جنگ روانی جنبه حیاتی یافت. از آن پس، ارتباطات به عنوان «انتقال اطلاعات» و ارتباطات به عنوان «اقناع» به صورت دو گرایش مهم ارتباطی در مطالعات و تحقیقات تخصصی دنبال شدند.