

فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۷، صص ۱۵۵-۱۳۱

معناشناسی جدید ارتباطات: زمینه‌سازی برای شناخت عمیق‌تر رابطه فرهنگ و رسانه

حسن بشیر^۱

استادیار گروه ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)

چکیده

با توجه به اینکه عصر کنونی «عصر ارتباطات»^۲ شناخته شده است و به‌رغم اینکه تعاریف متعددی تا کنون برای مفهوم ارتباطات ارائه شده، اما هنوز این مفهوم نیازمند تعریفی مناسب‌تر و جامع‌تر است. یکی از مشکلات جدی در تعریف ارتباطات، بدیهی بودن معنای آن و تحقق آن در همه ابعاد زندگی است. بدیهی بودن معنای ارتباط به معنای دست‌یابی به تعریف روشن آن نیست، بلکه عملاً، این بدیهی بودن، خود یکی از معضلات جدی دست‌یابی به تعریفی جامع و مانع در این زمینه است. تعریف دقیق ارتباطات نه فقط به درک عمیق‌تری از این مفهوم کمک می‌کند، از جهتی دیگر، می‌تواند رابطه میان فرهنگ و رسانه را نیز تبیین نماید. در این مقاله تلاش شده است که تعاریف و معانی مختلف مفهوم «ارتباطات» با استفاده از روش تحلیل معناشناسی بررسی و تعریف جدیدی در این زمینه ارائه شود. این تعریف، نه تنها نگاه جدیدی را درباره معنای مفهومی ارتباطات ارائه می‌دهد، زمینه مناسبی نیز برای درک هر چه بهتر و عمیق‌تر رابطه فرهنگ با رسانه‌ها، به‌عنوان مهم‌ترین وسایل ارتباطات جمعی، در سطوح مختلف فردی، اجتماعی و میان‌فرهنگی به وجود می‌آورد.

واژگان کلیدی: ارتباطات، پیام، رسانه، شناخت، فرهنگ، قدرت، معناشناسی، همانندسازی

1 - bashir@isu.ac.ir

2 - Communication Age

مقدمه

یکی از بخش‌های مهم متعلق به حوزه‌های مطالعات علمی، تعاریف مفاهیم موجود در این حوزه‌هاست. در حقیقت، تعاریف مفاهیم هر علم، دریچه ورود به آن علم به حساب می‌آید. تعاریف مزبور شامل تعاریف مفهومی و تعاریف عملیاتی است که اولی، شکلی انتزاعی و دومی، بر جنبه‌های کاربردی تأکید دارد. اهمیت تعاریف عملیاتی از آنجا ناشی می‌شود که «دقیقاً می‌توانند آنچه را که مفاهیم مذکور را معرفی می‌کنند، برسانند» (ویمر و دومینیک، ۱۳۸۴: ۸۴). از طرفی «گرچه تعاریف عملیاتی‌ای وجود ندارد که همه را راضی کند، پژوهشگر باید تصمیم بگیرد که چه روشی برای دستیابی به یک تعریف عملیاتی مناسب‌ترین است» (ویمر و دومینیک، ۱۳۸۴: ۸۴).

در همین زمینه، می‌توان گفت که اهمیت تحلیل معناشناختی و بهره‌برداری از این شیوه در این مقاله بدین علت است که تحلیل معناشناختی هر واژه، فراتر رفتن از لایه معنای انتزاعی و مفهومی آن و دستیابی به لایه‌های گوناگون معانی عملیاتی و کاربردی آن است که بر پایه شبکه‌ای از روابط میان دال و مدلول و دلالت استوار است. اصولاً «پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی صرفاً، اشیاء یا رویدادهای مادی نیستند، بلکه اشیاء یا رویدادهایی معنادار هستند و می‌توان آنها را نشانه یا علامت به حساب آورد و اینکه این پدیده‌ها قائم به ذات نیستند، بلکه با شبکه‌ای از روابط تعریف می‌شوند» (کالر، ۱۹۷۶: ۴).

از طرفی دیگر، ارتباطات^۱ یکی از مفاهیم اساسی در علوم اجتماعی، به ویژه علوم ارتباطات^۲، در عصر کنونی است. اهمیت این واژه از آنجا ناشی می‌شود که اصولاً انسان بدون ارتباطات توانایی زندگی را ندارد و بدون آن ساختن جامعه ممکن نیست. به عبارت دیگر، ارتباطات سنگ بنای ساختار جامعه است که در سطوح مختلف میتواند جلوهگر شود.

فرهنگ نیز یکی از واژه‌های پیچیده‌ای است که تاکنون در علوم اجتماعی، موضوع بحث و بررسی قرار گرفته است. لویی دولو معتقد است که در جهان معاصر، واژه «فرهنگ»^۳ بیشترین کاربرد را در گفتگوهای علمی و بشری دارد. وی در این زمینه تأکید می‌کند:



1 - Communications
2 - Communication Sciences
3 - Culture

«فرهنگ مرکز برخورد افکار و عقاید است» (دولو، ۱۳۸۴: ۷). ال کروبر و کلاید کلاک هون برای این واژه تاکنون، ۱۶۴ تعریف مشخص شناسایی کرده‌اند (کروبر و کلاک‌هون، ۱۹۵۲). از دیدگاه مایکل پین «فرهنگ» اصطلاحی است با کاربردی نامحدود که اساساً، می‌توان آن را به هر چیز اطلاق کرد (پین، ۱۳۸۲: ۴۲۴). همین واژه در بحث ما و در سطحی کلان، با «ارتباطات» مترادف می‌شود، همان گونه که سماور نیز به این موضوع تصریح کرده است (سماور و دیگران، ۱۳۷۹).

نگاهی مختصر به برخی معانی فرهنگ، هم‌پوشانی معنایی آن با ارتباطات را تا اندازه زیادی نشان می‌دهد. در تعریفی انسان‌شناسانه از ادوارد هال، «فرهنگ عبارت است از: اطلاعات به اشتراک گذارده شده به همراه روش‌های به اشتراک گذارده شده درباره رمزگذاری، ذخیره‌سازی و بازیابی آن اطلاعات» (مون، ۱۹۹۶: ۷۱) تعریف شده است. این تعریف دقیقاً بر مبنای فرایند ارتباط مطرح شده است. در دیدگاهی دیگر، درباره فرهنگ، هال صریحاً بیان می‌کند: «ارتباطات در پس هر چیزی هست» و تأکید می‌کند که «فرهنگ ارتباطات را تعریف می‌کند، همان گونه که ارتباطات فرهنگ را تعریف می‌کند» (هال، ۱۹۵۹). پروسر نیز در این زمینه معتقد است که «فرهنگ و ارتباطات تجزیه ناپذیرند» (پروسر، ۱۹۷۸: ۳۳۶). به عبارت دیگر، فرهنگ از ارتباطات و ارتباطات از فرهنگ جدا نیست و هر یک نه تنها زمینه‌ساز دیگری است، بلکه مکمل یکدیگر هستند. به همین دلیل است که هال تأکید می‌کند: «۸۰ تا ۹۰ درصد ارتباطات زبانی نیست، بلکه کلمات، چیزهای مادی و رفتار است» (هال، ۱۹۸۷: ۳) که همه این موارد تشکیل دهنده بخش مهم فرهنگ است. هابرماس رابطه فرهنگ با ارتباطات را فراتر دانسته است و «آغاز فرهنگ را ارتباطات می‌داند» (مولانا، ۱۳۷۶).

خلق ارتباط نیز به زمینه‌های فرهنگی مناسب نیاز دارد که بدون این زمینه‌های فرهنگی اصولاً، هیچگونه ارتباطی ایجاد نمی‌شود. لیتل جان^۱ در اینباره می‌گوید: «ارتباط همیشه در یک زمینه^۲ ایجاد میشود و ماهیت ارتباط، به میزان زیادی، به همان زمینه بستگی دارد» (لیتلجان، ۲۰۰۲). این زمینه ضروری برای تحقق ارتباط، همان فرهنگ است. وود^۳ از این



فصلنامه علمی-پژوهشی

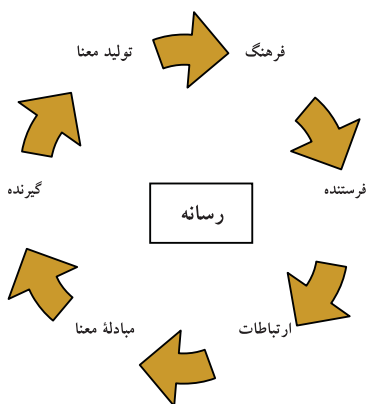
۱۳۳

معناشناسی جدید
ارتباطات...

1 - Little John
2 - Context
3 - Wood

زمینه به نظام تعبیر کرده است و میگوید: «بزرگترین نظامی که ارتباط را تحت تأثیر قرار میدهد، فرهنگ ماست» (وود، ۵۰۰۲). بنابراین، میتوان گفت که فرهنگ بدون ارتباطات دوام و بقا نمی‌باید و ارتباطات بدون فرهنگ نیز از محتوا و پیامدهی بی‌بهره می‌ماند. در حقیقت، فرایند تولید و انتقال معنا در ارتباطات و فرهنگ به همدیگر پیوسته است و همان گونه که در شکل ۱ نشان داده شده است، این دو در چرخهای به هم پیوسته مکمل همدیگر هستند.

شکل ۱. چرخه به هم پیوسته فرایند تولید و انتقال معنا در فرهنگ و ارتباطات



در این فرایند به هم پیوسته فرهنگ و ارتباطات، رسانه‌ها نقش تعیین کننده‌ای بر عهده دارند و در قلب و مرکز این فرایند قرار دارند. در حقیقت، «رسانه‌ها بر شناخت و درک عموم از جهان تأثیر می‌گذارند، به این معنا که آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به جهان بستگی به محتوایی دارد که از رسانه‌ها دریافت می‌کنند، زیرا رسانه‌ها واسطه و میانجی بین آگاهی‌های فردی و ساختارهای گسترده‌تر اجتماعی و سازنده معنا هستند. از آنجایی که رسانه‌ها فراگیرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع معرفت و آگاهی در جهان جدیدند، می‌توان محتوای آنها را منبع معنی قدرتمندی درباره جهان اجتماعی دانست» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۱۰ - ۹). از دیدگاه دروین، رسانه‌ها راه را هموار می‌سازند تا مردم با استفاده از آنها درباره جهان پیرامون خود آگاهی یابند (دروین و دیگران، ۱۳۷۸). به عبارت دیگر، همان گونه که گیدنز معتقد است، رسانه‌ها از جمله تلویزیون، زمینه‌ساز نگرش‌های اجتماعی هستند (گیدنز، ۱۳۷۹) و تأثیری اساسی در ساخت فرهنگی، سبک زندگی، گسترش آگاهی و مفهوم‌سازی دارند.



در این مقاله تلاش شده است که تعاریف و معانی مختلف مفهوم «ارتباطات» با استفاده از روش تحلیل معناشناسی بررسی و تعریف جدیدی در این زمینه ارائه شود. این تعریف، نه تنها نگاه جدیدی را درباره معنای مفهومی ارتباطات ارائه می‌دهد، زمینه مناسبی نیز به وجود می‌آورد برای درک هر چه بیشتر و عمیق‌تر رابطه فرهنگ با رسانه‌ها به عنوان مهم‌ترین وسایل ارتباطات جمعی در سطوح مختلف فردی، اجتماعی و میان‌فرهنگی.

تحولات تاریخی - مطالعاتی مفهوم ارتباطات

آغاز تحولات تاریخی مربوط به مطالعه مفهوم ارتباطات را می‌توان از جنگ جهانی دوم به حساب آورد. در این دوره بود که به ارتباطات از نظر اقناع، تبلیغات، تأثیرگذاری و نهایتاً، نفس ایجاد ارتباط برای رسیدن به اهداف مد نظر در هر زمینه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی توجه شد. مطالعات انجام شده در این زمینه را می‌توان از نگاه مکانیکی و ریاضی تا نگاه معناشناسانه طبقه‌بندی کرد. تحول مزبور دقیقاً، با گسترش دستاوردهای مطالعات مختلف علوم اجتماعی به طور اساسی تغییر کرد. در اینجا، به اختصار، تحول دیدگاه‌های مختلف درباره «ارتباطات» و الگوهای مربوط به شناخت این پدیده را بررسی می‌کنیم؛ دیدگاه‌هایی که بر دو مکتب «فرایند انتقال پیام» و «تولید و تبادل معانی» مبتنی است.

۱. نظریه ریاضی شانن و ویور

نظریه شانن و ویور را، که به نظریه ریاضی ارتباطات (ویور، 1949b) معروف است، می‌توان اولین گام مؤثر در مطالعات مربوط به «ارتباطات» دانست (فیسک، 1386: 17). اگر چه شانن (شانن، 1949a) این نظریه را «نظریه‌ای ریاضی درباره ارتباطات» می‌دانست، به نظر ویور «ارتباطات فراگردی است که طی آن، یک فکر روی دیگری تأثیر می‌گذارد (ویور، 1949b: 3؛ راجرز، 1387: 704). این نظریه، که می‌توان آن را آغاز ظهور مکتب فرایند انتقال پیام دانست، ارتباط را فرایندی ساده و خطی نشان می‌دهد» (فیسک، 1386: 18) که پیام در آن، از طریق مجرا و از منبع به مقصد و از فرستنده به گیرنده حرکت می‌کند. به‌رغم اینکه نوعی دیدگاه مکانیکی بر الگوی شانن و ویور حاکم است، زیرا در آن از دو عامل مجرا و حرکت انتقالی استفاده می‌شود، اما آنجا که بحث تصمیم‌گیری در ارسال پیام از طریق فرستنده و مجدداً، تصمیم‌گیری برای دریافت پیام توسط گیرنده مطرح می‌شود،



بحث قدرت اختیار از یک طرف و شناخت لازم برای تولید پیام نیز مطرح می‌شود که گرچه در این الگو کاملاً بازگو نشده است، اما می‌توان این معنا را از آن به‌خوبی استنباط کرد.

۲. الگوی دوبعدی گربنر

الگوی دوبعدی جورج گربنر (گربنر، ۱۹۵۶) بر مبنای بُعد ادراکی یا دریافتی و بُعد ارتباط برقرار کردن با وسایل و کنترل استوار است. به‌رغم اینکه این الگو نسبت به الگوی شانن و ویور پیچیده‌تر است، اما در حقیقت، الگوی خطی آنان را پذیرفته است. تفاوت اساسی این دو الگو در این است که «این الگو پیام را به «واقعیت» که «درباره» چیزی است، مربوط می‌کند، و بنابراین، توانایمان می‌سازد که به پرسش‌های ادراک و معنا نزدیک شویم» (فیسک، ۱۳۸۶: ۴۲). به عبارت دیگر، بحث «واقعیت» که بر اساس واقعیت‌های مختلف شکل می‌گیرد، و وارد کردن معنا و ادراک، که بر شناخت اساسی از پیام مبادله شده متکی است، اساسی‌ترین عوامل شکل دهنده این الگو هستند. از طرف دیگر، هر دو بُعد ادراکی و کنترلی مجدداً، بر اهمیت دو عامل «شناخت» و «قدرت» در لحظه ارتباط تأکید می‌کنند.

۳. الگوی پنج مرحله‌ای لاسول

الگوی هارولد لاسول (لاسول، ۱۹۴۸) یکی از الگوهای معروف مربوط به ارتباطات است. این الگو بر پایه «چه کسی، چه می‌گوید، در کدام مجرا، با چه کسی، و با چه تأثیری؟» طراحی شده است. در حقیقت، این الگو نیز تعبیری لفظی از همان الگوی شانن و ویور است. این الگو نیز بر پایه فرستنده (چه کسی) و گیرنده (با چه کسی) طراحی شده است. آنچه در این الگو جدید است، موضوع «تأثیر» و «تأثیرگذاری» است. تأثیر نوعی از «تغییر» را در گیرنده بازگو می‌کند. بنابراین، بعد دیگری که در اینجا به شکل جدی در فرایند ارتباطات مطرح شده است، ایجاد «تغییر» در گیرنده یا مخاطب است که بر اساس برقرار شدن ارتباط به وجود می‌آید.

۴. الگوی سه ضلعی نیوکامب

الگوی سه ضلعی نیوکامب (نیوکامب، ۱۹۵۳) تفاوت جدی با الگوی خطی شانن و ویور و لاسول دارد. این الگوی سه ضلعی بر پایه تأثیر ارتباط در جامعه یا روابط اجتماعی



استوار است. داشتن «اطلاعات» اولیه یا به عبارت دیگر وجود «شناخت» اولیه برای حرکت ارتباطی در جامعه از ویژگی‌های مهم این الگوست. داشتن شناخت و اطلاعات در این الگو، خود عامل حرکت در ارتباطات اجتماعی است. بدون این «شناخت» امکان ارتباط وجود ندارد.

۵. الگوی وستلی و مک لین

الگوی وستلی و مک لین (وستلی و مک‌لین، ۱۹۵۳) بر پایه‌ی نیاز اجتماعی به اطلاعات طراحی شده است. این الگو همچون الگوی نیوکامب، داشتن «اطلاعات» را عامل اصلی ارتباط می‌داند، ولی آنچه باعث تفاوت با این الگو می‌شود، قرار دادن دروازه‌بانان^۱ در مسیر حرکت پیام از طرفی، و تعامل فرستنده و دروازه‌بانان برای شکل‌گیری پیام و انتقال آن به گیرنده، از طرف دیگر است. در اینجا، نیز نوعی از «قدرت» حاکم است که تعیین‌کننده‌ی گفتمان مرتبط با «پیام» است. این قدرت در تعیین نوع، محتوا، چگونگی انتقال، سرعت انتقال و درجه‌ی تأثیرگذاری پیام نقش اساسی دارد.

۶. الگوی یاکوبسن

الگوی یاکوبسن (یاکوبسن، ۱۹۶۰) از طرفی، به الگوهای خطی و از طرف دیگر، به الگوهای سه ضلعی شباهت دارد. یاکوبسن در این الگو، دو عنصر مهم را وارد مفهوم ارتباطات می‌کند؛ یکی بحث معنا و رمز^۲ نهفته در پیام و دیگری، زمینه^۳ خلق پیام. یاکوبسن شکل‌گیری پیام را در بستر زبان تحلیل و کارکردهای زبان را در این زمینه وارد الگوی خود می‌کند. لحظه^۴ تماس در این الگو نیز اهمیت خاصی دارد. در حقیقت، این الگو ضمن وارد کردن رمز و زمینه و لحظه^۴ تماس در فرایند ارتباط، به قدرت رمزگذاری در بستر زبان و خلق آن در موقعیت‌های مختلف برای ایجاد نوعی همسان‌سازی شناختی میان فرستنده و گیرنده تأکید می‌کند.

این تعریف با فرهنگ نیز می‌تواند ارتباط عمیق داشته باشد. زبان به‌عنوان زمینه^۳ اصلی

- 1 - Gatekeepers
- 2 - Code
- 3 - Context
- 4 - Contact



ارتباط، با آنچه که سماور نیز دربارهٔ فرهنگ معتقد است، همخوانی دارد. سماور می‌گوید: «زبان انعکاسی از فرهنگ و فرهنگ، انعکاسی از زبان است» (سماور و دیگران، ۱۳۷۹: ۲۱۳). در حقیقت، با چنین دیدگاهی تلازم و همخوانی سه عنصر «زبان»، «فرهنگ» و «ارتباط» روشن‌تر و بازنمایی هر یک در صحنه‌های مختلف فردی و اجتماعی مشخص‌تر می‌شود. زبان بستر لازم برای برقراری ارتباط و تولید فرهنگ است، اما در سطح عملیاتی، ارتباط «حرکت اقدامی» را بازگو و فرهنگ «حرکت بازتابی» را منعکس می‌کند و این هر دو مکمل چرخهٔ «مبادلهٔ شناخت»، «ایجاد تغییر» و «همسان‌سازی» دو قطب این حرکت هستند که به فرستنده و گیرنده منتهی می‌شود.

نگاهی به الگوهای شش‌گانهٔ ارتباطات

همان گونه که در الگوهای شش‌گانهٔ ارتباطات مشاهده شد، برخی محورهای مهم در هر یک از این الگوها، به‌عنوان شاخص اصلی مطرح است. این شاخص‌ها، که متعاقباً در تحلیل معناشناسانهٔ مهم‌ترین تعاریف مربوط به مفهوم ارتباطات عنوان خواهد شد، هم‌پوشانی‌های جدی با تعاریف مزبور دارند. محورهای به دست آمده از الگوهای مذکور را می‌توان به ترتیب ذیل خلاصه کرد:

۱. نظریهٔ ریاضی شانن و ویور: محورهای «قدرت» و «شناخت»؛
۲. الگوی دوبعدی گربنز: محورهای «شناخت»، «موقعیت» و «قدرت»؛
۳. الگوی پنج مرحله‌ای لاسول: محورهای «تأثیرگذاری» «تغییر»؛
۴. الگوی سه‌ضلعی نیوکامب: محورهای «اطلاعات» و «شناخت»؛
۵. الگوی وستلی و مک لین: محورهای «اطلاعات» و «قدرت»؛
۶. الگوی یاکوبسن: محورهای «رمز»، «زمینه» و «موقعیت».

تعاریف مختلف مفهوم ارتباطات

همان‌گونه که قبلاً نیز اشاره شد، به رغم اینکه به نظر می‌رسد مفهوم «ارتباطات» مفهومی نسبتاً بدیهی و به‌سادگی درک شدنی است، اما تعاریف گوناگون این مفهوم، بازگوکنندهٔ پیچیدگی بیش از حد آن است. دنس و لارسن^۱ برای واژهٔ ارتباطات بیش از ۱۲۶ تعریف



پیدا کرده‌اند (باهلر، ۱۹۷۴). دنس در مطالعه‌ای دیگر که درباره معنای ارتباطات انجام داده است، از بین همه تعاریف موجود، پانزده تعریف را انتخاب و آنها را مهم‌ترین و اساسی‌ترین تعاریف ارتباطات قلمداد کرده است (دنس،). با توجه به اهمیت و جامعیت نسبی مطالعه دنس در این زمینه، این مقاله نیز پانزده تعریف مذکور را اساس تحلیل خود قرار داده و بر همین مبنا، تعریف پیشنهادی را طراحی کرده است. پانزده تعریف مذکور برای مفهوم ارتباطات به شرح ذیل است:

۱. نماد/ لفظ/ سخن^۱: ارتباطات مبادله لفظی فکر یا اندیشه است؛
۲. فهمیدن و ادراک^۲: ارتباطات فرایندی است که ما توسط آن دیگران را می‌فهمیم و درک می‌کنیم و در مقابل، دیگران نیز ما را می‌فهمند و درک می‌کنند. ارتباطات حالتی دینامیکی است که به طور دائمی در حال تغییر و انتقال در برابر موقعیت‌های مختلف است؛
۳. کنش و واکنش/ روابط/ فراگرد اجتماعی^۳: کنش و واکنش حتی در سطح بیولوژیکی، نوعی از ارتباطات است. اگر چنین نباشد حتی یک کنش معمولی نیز امکان‌پذیر نیست؛
۴. کاهش عدم قطعیت^۴: ارتباطات از نیاز به کاهش عدم قطعیت، برای اقدام مؤثر، برای دفاع از خویشتن یا تقویت خود برمی‌خیزد؛
۵. فرایند (فراگرد)^۵: ارتباطات، انتقال اطلاعات، ایده‌ها، احساسات، مهارت‌ها و... با به کارگیری نمادها، کلمات، تصاویر، اشکال، نمودارها و... است؛ کنش یا فرایند انتقال است که معمولاً ارتباطات خوانده می‌شود؛
۶. انتقال/جابجایی/ تبادله^۶: مسیری (کانال) ارتباطی است که به نظر می‌رسد چیزی از یک شیء به شیء دیگر یا به یک فرد منتقل می‌شود؛
۷. مرتبط کردن، بسته‌بندی کردن^۷: ارتباطات فراگرد مرتبط کردن اجزای گسسته جهان

- 1 - Symbol/ Verbal/ Speech
- 2 - Understanding
- 3 - Interaction/ Relationship/ Social Process
- 4 - Reduction of Uncertainty
- 5 - Process
- 6 - Transfer/ Transmission/ Interchange
- 7 - Linking/ Binding



با همدیگر است؛

۸. اشتراک، همانندسازی^۱: ارتباطات فرایندی است که اشتراکاتی را میان دو نفر یا بیشتر ایجاد می‌کند که در انحصار یک یا چند نفر بوده است؛

۹. کانال / حامل / وسیله / مسیر^۲: ارتباطات وسیله‌ای برای ارسال پیام نظامی، فرامین و... است، مانند: تلفن، تلگراف، رادیو، پیام‌رسانان؛

۱۰. تجدید یا همتاسازی خاطرات^۳: ارتباطات فرایند جلب کردن توجه فردی دیگر برای تجدید خاطرات است؛

۱۱. پاسخ تبعیض‌آمیز (واکنش متفاوت) / تعدیل‌کننده رفتار / واکنش / تغییر^۴: ارتباطات، پاسخ تبعیض‌آمیز (واکنش متفاوت) یک ارگانیزم به یک محرک است. بنابراین، ارتباطات میان دو حیوان هنگامی برقرار می‌شود که حیوانی تغییری شیمیایی یا فیزیکی را در محیط ایجاد کند (علامت)^۵ که بر رفتار حیوان دیگر تأثیر بگذارد؛

۱۲. محرک^۶: هر اقدام ارتباطی هنگامی به‌عنوان انتقال اطلاعات است که محرک متفاوتی از منبع به گیرنده داشته باشد؛

۱۳. آگاهانه، از روی قصد^۷: اصلی‌ترین موضوعی که در ارتباطات به آن توجه می‌شود موقعیت‌های رفتاری است که در آن، منبع پیامی را به گیرنده (گیرندگان) منتقل می‌کند که این انتقال همراه با آگاهی و از روی قصد برای تحت تأثیر قرار دادن رفتار گیرنده (گیرندگان) است؛

۱۴. زمان / موقعیت^۸: فرایند ارتباطات شامل حرکتی انتقالی از ساختاری موقعیتی، به شکل کامل، به ساختار موقعیتی دیگر است که در وضعیتی مناسب انجام می‌شود؛

۱۵. قدرت^۹: ارتباطات مکانیسمی برای اعمال قدرت است (دنس، ۱۹۷۰: ۹۶ - ۹۵).



1 - Commonality

2 - Channel/ Carrier/ Means/ Route

3 - Replicating memories

4 - Discriminative Response/ Behaviour-Modifying/ Response/ Change

5 - Signal

6 - Stimuli

7 - Intentional

8 - Time/ Situation

9 - Power

تحلیل زبان‌شناختی و معناشناختی

استفاده از روش‌های مختلف تحقیق در علوم ارتباطات بر غنای این علوم افزوده است. تحقیقات کمی و کیفی با رویکردهای مختلف و شیوه‌های متفاوت، به‌ویژه روش‌های متکی بر حوزه زبان‌شناسی و تحلیل گفتمان، دریچه‌های نوینی در این حوزه از علم گشوده و زمینه را برای برداشت‌ها و دیدگاه‌های جدید در این عرصه باز کرده است.

یکی از عوامل مهم تحول در پژوهش‌های ارتباطی، غلبه رویکردها کیفی بر رویکردهای کمی در این زمینه و پی بردن به کارکردهای گوناگون «زبان» و «معنا» و چگونگی تحول این دو در فرهنگ‌های مختلف و شکل‌گیری ارتباط بر پایه این دو است. تحلیل گفتمان - که بر تحلیل زبان‌شناختی، نشانه‌شناختی، معناشناختی، فرهنگ‌شناختی و جریان‌شناختی متکی است (بشیر، ۱۳۸۵) - علاوه بر تجزیه و تحلیل کلام، به موقعیت‌های گوناگون خلق کلام و تولید معنا و فرایند آن در فرهنگ‌ها و جوامع مختلف توجه اساسی دارد.

دیدگاه‌های دانشمندان ارتباطات درباره شیوه انتقال پیام به مخاطبان با تغییر مسیر پژوهش‌های ارتباطی از کمی به کیفی تحولی جدی یافته است. در مرحله مهمی از مطالعات ارتباطی، بسیاری از صاحب‌نظران ارتباطات معتقد بودند که ارتباطات چیزی به جز انتقال «معنی» از فرستنده (منبع) به گیرنده (مخاطب) نیست. البته آنان «معنی» را درون «پیام» نمی‌جستند، بلکه آن را در «شخص گیرنده» یا «مخاطب» جستجو می‌کردند.

دیوید برلو، صاحب‌نظر مشهور علم ارتباطات می‌گوید: «ما زبانی را برای بیان و بیرون آوردن معنی‌ها به کار می‌بریم. در واقع، این کارکرد اصلی زبان است. معنی چیزی ذاتی و جدانشدنی از بسیاری تعاریف زبان است. در تدریس موضوع ارتباط به دیگران، درباره خودمان، در انتقاد از نحوه ارتباط دیگران و در مواقعی مشابه، همیشه باید معنی نقطه اصلی توجه ما قرار گیرد» (برلو، ۱۹۶۰: ۱۷۳). به عبارت دیگر، برلو شدیداً بر این تأکید می‌کند که معنی فقط در انسان‌ها وجود دارد نه در کلمات.

زبان‌شناسان، برخلاف دیدگاه‌های برلو، معنا را در زبان و آن را قابل انتقال در حوزه زبان می‌دانند. در این رابطه معنای کامل^۱ در حوزه زبان، فقط ناشی از معنی انفرادی کلمات، جملات و به طور کلی متن نیست، بلکه همان‌گونه که مالینوفسکی معتقد است، ناشی از عوامل بسیار دیگری است که در خلق معنای کامل تأثیر جدی دارند. وی می‌گوید: «مفهوم



و معنی در دل کلمات نهفته نیست، بلکه معنی بر اوضاع و احوال اجتماعی، وضع ادای کلمات، ساختمان جمله، اثر کلمات مجاور بر یکدیگر و ده‌ها عامل دیگر مبتنی است» (مالینوفسکی، ۱۹۵۷: ۳۶).

در حوزه معنا نیز اصولاً، ما دو نوع معنا را بررسی می‌کنیم. «یکی، رابطه‌ی واژه نص و معنا و دیگری، معنا در نظام معنا که در این خصوص در واقع، رابطه‌ی معنی با معنا سنجیده می‌شود، بدون آنکه گفتگویی درباره‌ی لفظ به میان آوریم» (پاکتچی، ۱۳۸۱). این نگاه دوسویه به معنا از طرفی، تأمین‌کننده‌ی تحلیل ظاهری لفظ در ساختن معنای انفرادی و جمعی در کنار سایر الفاظ است و از سوی دیگر، به معنای تولید شده در کنار معنای دیگر، با توجه به موقعیت‌های گوناگون تولید معنا، توجه اساسی دارد. بنا به گفته‌ی استنلی فیش^۱ «معنای متن همواره در زمینه‌ای خاص به وجود می‌آید و موقعیت‌مند است» (فیش، ۱۹۸۰: ۳۲۲).

از طرف دیگر، معنا اصولاً با هر تغییر نحوی کلمات و جملات، جابجایی واژه‌ها، بهره‌برداری از اصطلاحات متفاوت، شیوه‌ی گفتار، آهنگ بیان، موقعیت سخن، نحوه‌ی برداشت، جایگاه گوینده، نویسنده، فرستنده، منبع و نیز مخاطب، خواننده و گیرنده، فرهنگ، جامعه، دیدگاه و رویکردهای موجود، جریان‌ها و گفتمان‌های غالب و حاشیه‌ای، قدرت منبع، تاریخ و هویت و بسیاری دیگر از عوامل آشکار و نهان مؤثر در خلق گفتمان تغییر می‌کند. درجه‌ی این تغییر اصولاً، به عوامل زیادی از جمله نحوه‌ی دریافت‌ها و برداشت‌ها از موقعیت‌های گفتمانی و سطح قدرت و توانایی تحلیل در برداشت‌ها و دریافت‌ها بستگی دارد. «به این ترتیب «معنی» در کُنه «اوضاع و احوال» قرار دارد که هر پیام، با توجه به وضع فرستنده و گیرنده، دستخوش دگرگونی می‌شود» (مسعودی، ۲۰۰۸).

در اینجا لازم است به تفاوت میان «معنی» و «معنا» نیز اشاره شود تا تفاوت این دو در شیوه‌ی به کارگیری آنها در تحلیل تعاریف ذکر شده در این مقاله مشخص شود. اصولاً «معنا» در تقابل با «معنی» به کار می‌رود که در معنی‌شناسی زبان‌شناختی استفاده شده است و صرفاً، به معنی واژگانی و نهایتاً جمله‌ای می‌پردازد. در صورتی که معنا در اینجا خوانش یا تعبیری است که از یک متن یا پاره‌متن شکل می‌گیرد» (ساسانی، ۱۳۸۳). آنچه در تحلیل تعاریف مذکور به کار رفته است، توجه به هر دو گرایش «معنی» و «معنا» است که در این زمینه، هم به معنی کلمات و هم به معنای حاصل شده از کلمات در متن جملات و نهایتاً،



در تمامیت تعریف توجه شده است.

با توجه به آنچه ذکر آن رفت، گرچه تحلیل معناشناسی، زبان‌شناسی و حتی نشانه‌شناسی ممکن است تا اندازه‌ای به شکل مستقل اجرا شود، اما همه این شیوه‌ها در عنوان جامع «تحلیل گفتمان»^۱ نهفته است. این رویکرد در تحلیل، تفاوت اساسی با شیوه کمی تحلیل محتوا دارد که «متکی بر معناشناسی آماری است» (کاپلان، ۱۹۴۳: ۲۳۰). به عبارت دیگر، تحلیل گفتمان نوعی از معناشناسی غیرآماري است. اما تأکید بر غیرآماري بودن شیوه تحلیل در تحلیل گفتمان، به معنای حذف کامل آمار از تحلیل مزبور نیست. آنچه در این زمینه مهم است، استناد نکردن کامل تحلیل بر شیوه آماری است.

آنچه در این مقاله از آن استفاده شده است، تحلیل معناشناختی تعاریف مختلف درباره مفهوم ارتباطات، با به کارگیری نوعی از تحلیل گفتمان متکی بر تحلیل متن است. به عبارت دیگر، به کارگیری روش‌های علمی - کیفی در مطالعه معناست. در این شیوه «می‌توان مدعی شد که تجزیه و تحلیل کلام، مطالعه معنی به آن گونه‌ای است که مورد نظر گوینده است، زیرا نقش هر جمله بر حسب منظور گوینده از تولید آن جمله قابل استنتاج است» (صفوی، ۱۳۸۲: ۴۱).

در این زمینه، ایزوتسو به گونه‌ای بسیار روشن بر اهمیت کلمات کلیدی در انتقال معنا تأکید می‌کند. وی معتقد است که فرهنگ و بینش هر قوم چنان بر الفاظ زبان آن قوم تأثیرگذار است که می‌توان از طریق تحقیق و تحلیل کلمات کلیدی هر زبان، به جهان‌بینی آن قوم شناخت پیدا کرد. او می‌گوید: «معناشناسی - بدان صورت که من آن را می‌فهمم - تحقیق و مطالعه‌ای تحلیلی درباره کلمات کلیدی زبان است، به منظور آنکه سرانجام جهان‌بینی قومی شناخته شود که آن زبان را نه تنها همچون وسیله سخن گفتن و اندیشیدن، بلکه مهم‌تر از آن، همچون وسیله‌ای برای تصور کردن و تفسیر کردن جهانی که آن قوم را احاطه کرده است، به کار می‌برد» (ایزوتسو، ۱۳۸۱: ۴).

بنابراین، تحلیل معناشناختی از تعاریف ارائه شده برای ارتباطات، بر پایه کشف معانی آشکار و نهان و طبقه‌بندی آنها برای رسیدن به معنایی مشترک و فهمیدنی برای دریافت‌کنندگان است. در این شیوه، تلاش شده است که هر یک از تعاریف مذکور تجزیه و تحلیل شود و مفاهیم اساسی هر تعریف کشف و مهم‌ترین مفهومی که رویکرد اساسی تعریف است، به مثابه شاخصی برای تعریف مذکور ارائه شود. طبقه‌بندی مفاهیم به دست آمده و ایجاد نوعی از تسلسل زمانی -



معنایی در تحول مفهومی و نهایتاً، مقایسه علمی این مفاهیم با همدیگر برای ارائه تعریف نهایی به کار برده شده است. به نظر می‌رسد که با استفاده از این شیوه می‌توان محصول رویکردهای مختلف را به دست آورد و جمع‌بندی معناداری از همه تعاریف مذکور ارائه داد.

تحلیل معناشناسی تعاریف پانزده‌گانه ارتباطات

با توجه به روش تحلیل معناشناسی، تحلیل تعاریف ارائه شده توسط دنس (۱۹۷۰) را می‌توان در جدول ۱ مشاهده کرد. همان‌گونه که نشان داده شده است، پانزده تعریف جمع‌آوری شده توسط دنس، هم‌پوشانی‌ها و جهت‌گیری‌هایی مشترک نسبی با همدیگر دارد که می‌توان آنها را در طبقه‌بندی واحدی قرار داد. بدیهی است که این طبقه‌بندی به شکل نسبی هم‌پوشانی‌های مزبور را نشان می‌دهد.

جدول ۱. مقوله‌بندی معنایی تعاریف پانزده‌گانه ارتباطات

ردیف	معنی مفهوم ارتباطات	مقوله‌بندی معنایی ارتباطات
۱	فهمیدن و ادراک؛ آگاهانه، از روی قصد؛ کاهش عدم قطعیت؛ مرتبط‌کردن، بسته‌بندی کردن	شناخت، آگاهی، اعتماد
۲	اشتراک، همانندسازی؛ کانال / حامل / وسیله / مسیر؛ انتقال / جایجایی / تبادل؛ فرایند (فراگرد)	کانال، تبادل، فرایند
۳	پاسخ تبعیض‌آمیز (واکنش متفاوت) // تعدیل‌کننده رفتار / واکنش / تغییر؛ کنش و واکنش / روابط / فراگرد اجتماعی؛ پاسخ تبعیض‌آمیز (واکنش متفاوت) // تعدیل‌کننده رفتار / واکنش / تغییر	واکنش، تغییر، تعدیل
۴	نماد / لفظ / سخن؛ تجدید یا همانندسازی خاطرات	نماد، همانندسازی، کلام
۵	محرک؛ زمان / موقعیت؛ قدرت	تحریک، موقعیت، قدرت



همان‌گونه که در جدول ۱ نشان داده شده است، تعاریف مذکور در پنج مقوله طبقه‌بندی شده است: ۱. شناخت، آگاهی، اعتماد؛ ۲. کانال، تبادل، فرایند؛ ۳. واکنش، تغییر، تعدیل؛ ۴. نماد، همانندسازی، کلام؛ ۵. تحریک، موقعیت، قدرت.

طبقه‌بندی پنج‌گانه فوق، نشان دهنده حرکتی خطی^۱ در تحول معنایی مفهوم ارتباطات است که از «شناخت» آغاز و به «قدرت» منتهی می‌شود. اگر ارتباطات را نوعی از به دست آوردن شناخت بیشتر و آگاهی بدانیم (اولایاولا، ۱۹۹۳)، این شناخت نهایتاً، نوعی از قدرت را نیز به وجود می‌آورد که متکی بر اطلاعات است. اطلاعات در همه دوران‌ها، به‌ویژه در اوضاع

کنونی جهان، ذیل مقوله «قدرت»^۱ طبقه‌بندی می‌شود (فیسک، ۱۳۸۶: ۴۷). این قدرت طبق تعریف فوکو (۱۳۷۸)، گفتمانی را به وجود می‌آورد که در فرهنگ و ارتباطات ریشه دارد. اگر همانند سماور معتقد به این باشیم که ارتباطات همان فرهنگ و فرهنگ همان ارتباطات است (سماور و دیگران، ۱۳۷۹)، بنابراین، می‌توان گفت که قدرت گفتمانی فوکو که ریشه در فرهنگ دارد، دقیقاً دربارهٔ ارتباطات نیز صادق است. در حقیقت، بدون ارتباطات، امکان بالندگی و توسعهٔ فرهنگ نیز وجود ندارد. فرهنگ در بستر ارتباطات است که می‌تواند معنا، انتقال و گسترش یابد. تمدن‌ها و فرهنگ‌ها نیز در فراز و فرود خود با موفقیت یا شکست ارتباطات مواجه می‌شوند و به حیات خود ادامه می‌دهند یا از بین می‌روند.

برای ایجاد ارتباط، شناخت و آگاهی کافی نیست. شانن و ویور اهمیت کانال را در ارتباطات (۱۹۴۹)، و لاسول فرایند ارتباطات (۱۹۴۸) و یاکوبسن تبادل معنا و «رمزگشایی» (یاکوبسن، ۱۹۶۰) را مطرح کرده‌اند. کانال در حقیقت، فرایند ارتباط را تسهیل و ممکن می‌کند. بدون کانال ارتباطی، که در اشکال و انواع مختلف ظاهر می‌شود، اصولاً حرکت ارتباطی مختل می‌شود. تشخیص ندادن و تعیین نکردن دقیق کانال ارتباطی در ارتباطات فردی نیز به شکست روانی و انزوای فردی منجر می‌شود.

از سوی دیگر، ارتباطات نیازمند نوعی واکنش در برابر عوامل درونی و بیرونی است. آثار این واکنش در حرکت ارتباطی ممکن است در جهت، شدت، حالت، نوع، شکل و هدف ارتباط تغییر به وجود آورد. از طرف دیگر، تعدیل نیز نوعی از تغییر جهت‌دار در واقعیت‌های موجود است. حرکت ارتباطی همان‌گونه که تغییر اساسی در واقعیت ایجاد می‌کند، واقعیت موجود را نیز به نفع خود تعدیل می‌کند. کشمکش در بازنمایی واقعیت‌ها و تولید معانی جدید بر مبنای همان واقعیت، ولی با برداشت‌های فردی یا گروهی از طریق رسانه‌ها، که مهم‌ترین کانال‌های ارتباطی عصر کنونی به حساب می‌آیند، به جریانی دائمی تبدیل شده است. به گفتهٔ گری، «رسانه‌ها عرصهٔ مهم نمادها هستند که توسط آنها معنا به شکل مداوم در حال بحث و شکل‌گیری است و گروه‌های اجتماعی مختلف، سازمان‌ها و ایدئولوژی‌ها دربارهٔ نمادهای مزبور در حال کشمکش هستند و واقعیت اجتماعی را تشکیل می‌دهند» (گری، ۱۹۹۳: ۱۸۲). واقعیت‌های مزبور را، طبق گفتهٔ استوارت هال، مخاطبانی به وجود می‌آورند که معانی متناسب با موقعیت‌های متفاوت اجتماعی و قالب‌های تفسیر و تأویل خود را «رمزگشایی» می‌کنند



(مک کویل، ۱۹۹۴).

ایجاد و همانندسازی نمادها و به کارگیری شیوه‌های مختلف کلامی، فراکلامی و فرازبانی برای سازماندهی ارتباط، ضرورتی بنیادین در فرایند ارتباطات است. ارتباطات در حقیقت، با بهره‌برداری از همه‌ی صور و اشکال گوناگون مؤثر در تغییر و تعدیل در نمادها، رمزها، کلمات، اشاره‌ها، معانی و دلالت‌های مختلف، فرایند انتقال هویت‌ها را، به‌عنوان مهم‌ترین فرایند ارتباطی، بر عهده دارد (هچت، لارکی، جانسون، ۱۹۹۲).

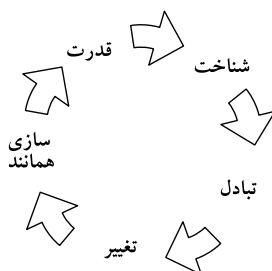
عامل تحریک برای برقراری ارتباط، در همه‌ی مراحل مرتبط با جریان ارتباط، به شکل لحظه‌ای و مداوم عمل می‌کند. این عامل به موقعیت فرستنده و گیرنده‌ی پیام بستگی دارد و در همه‌ی مراحل، این قدرت است که در همه‌ی اشکال آن، جهت و درجه‌ی تأثیر و هژمونی (تسلط) پیام را تعیین می‌کند. قدرت، چه در شکل گفتمانی و چه در شکل ساختاری یا تبلیغاتی، در عمل ارتباطی تعیین‌کننده است. این قدرت عملاً در فرایند ارتباط، تحریک مؤثر برای برقراری ارتباط را ایجاد می‌کند و خود نیز ارتباط را ادامه می‌دهد و نهایتاً، به طور لحظه‌ای آن را پایان می‌دهد، اما این قدرت در همه‌ی احوال به درجه‌ی صفر نمی‌رسد. لذا هر ارتباطی که برقرار می‌شود، اگر هویت کامل ارتباطی داشته باشد، به هیچ وجه قطع نمی‌شود، بلکه در اوضاع گوناگون به حیات خود، به شکل فردی، گروهی، هویتی، ذهنی، فرهنگی و اجتماعی ادامه می‌دهد. به عبارت دیگر، قدرت در ایجاد ارتباط، نه تنها لحظه‌ی ارتباط را به وجود می‌آورد، ظرفیت آن را دارد که ادامه دهنده‌ی آن باشد، حتی در موقعیتی که فرستنده یا منبع اولیه حضور ندارد. ارتباط ایجاد شده، در اوضاع مختلف و با توجه به قدرت درونی و بیرونی نهفته در پیام، نه تنها می‌تواند در ذهنیت‌ها و به شکل مجازی حضور دائمی داشته باشد، خود هویت‌ساز و فرهنگ‌ساز می‌شود. قدرت نهفته در ارتباطات، فرهنگ‌سازی را محقق می‌کند و فرهنگ با استفاده از قدرت ارتباطی است که منتقل می‌شود، گسترش می‌یابد و عمیق‌تر می‌شود.

فرایند ارتباط

با توجه به مقوله‌بندی‌های انجام شده - که مراحل پنج‌گانه‌ی ارتباطات را با تکیه بر معناشناسی تعاریف پانزده‌گانه‌ی جمع‌آوری شده توسط دنس (۱۹۷۰) ترسیم می‌کند - می‌توان چرخه‌ی فرایند ارتباط را پیشنهاد کرد (شکل ۲).



شکل ۲. چرخه فرایند ارتباط



در شکل مزبور، «شناخت» اولین گام در فرایند ارتباطی است. بدون شناخت، اصولاً، هیچ حرکت ارتباطی آغاز نمی‌شود. این شناخت بر پایه نظریه مدیریت اضطراب/عدم قطعیت^۱ گادیکانست - که به اعتقاد وی نمی‌توان بدون آن هیچ ارتباطی را برقرار کرد - نیازمند این است که در میان آستانه مینیمم و ماکزیمم مربوط به هر منبع وجود داشته باشد (گادیکانست، ۲۰۰۵).

پس از برداشتن گام اول در فرایند ارتباط، یعنی شناخت، «تبادل» به وجود می‌آید. این تبادل به اشکال نمادین و با استفاده از نشانه‌های گوناگون تحقق می‌یابد. کلام فقط نوعی از نشانه‌های قراردادی است که در اینجا مبادله می‌شود. تبادل ممکن است در بعد فرهنگی - به‌عنوان مثال، در معرفی و تبادل هویتی - بدون انتقال هیچ‌گونه پیام کلامی یا فزایانی انجام گیرد. این حرکت ارتباطی عمدتاً، در ارتباطات میان فرهنگی مشخص‌تر می‌شود (هیچت و دیگران، ۲۰۰۵). شناخت، عامل اصلی و مؤثر در تبادل است. همان‌گونه که اصل ارتباط بدون شناخت ممکن نیست، تبادل نیز بدون شناخت محقق نمی‌شود.

«تغییر» با تحقق تبادل به وجود می‌آید. به عبارت دیگر، با ایجاد تغییر هر گونه تغییر و در هر سطح ممکن - در محیط و از جمله در گیرنده یا گیرندگان، ارتباط برقرار می‌شود. این تغییر ممکن است تغییری بنیادین در برداشت، فهم و ادراک معنای مد نظریا حتی به شکل ابتدایی، فقط جلب توجهی ساده باشد. در مراحل از همین تغییر، ممکن است در ساختار معناها موجود نیز هدف از برقراری ارتباط «تعدیل» باشد. به عبارت دیگر، تعدیل در برداشت، نتیجه ایجاد تغییر در گیرنده، بر پایه تبادل و شناخت اولیه است.

هدف از «تغییر» در حرکت ارتباطی، ایجاد نوعی از «هماندسازی» و «نمادسازی» جدید



بر مبنای اشتراکات فرهنگی ثابت یا مقطعی و آنی بر پایه قراردادهای به وجود آمده در لحظه ارتباط است. اصولاً، فرستنده پیام، در جهت کسب گیرنده یا مخاطب به شکل تام یا نسبی است. به عبارت دیگر، ارتباط بدون نوعی از همانندسازی فکری، ذهنی، تصویری، احساسی، نمادی، و نشانه‌ای معنا ندارد. در هر حرکت ارتباطی باید نسبتی از اشتراکات معنایی یا همانندسازی معنایی میان فرستنده و گیرنده ایجاد شود. بدون حضور این نسبت از واقعیت معنایی، امکان برقراری ارتباط وجود ندارد.

«قدرت» در فرایند ارتباط، آخرین مرحله است، اما از جهتی دیگر ممکن است اولین گام نیز باشد. اصولاً، برای به دست آوردن «شناخت»، چه در اصل منبع و چه در اصل موضوع ارتباطی، چرخه و فرایند ارتباط بدون قدرت به وجود نمی‌آید. از طرف دیگر، قدرت بر پیام، شیوه شناخت، شکل و شدت تبادل، درجه تغییر و سطح همانندسازی، به طور جدی تأثیر می‌گذارد. «قدرت» در وضعیت‌های مختلف، ممکن است گفتمان پیام را به نحوی تغییر دهد و تعدیل کند که هدف ارتباطی را تحت الشعاع خود قرار دهد. در چنین اوضاعی، قدرت به بستر اصلی فرایند ارتباط تبدیل می‌شود. این بستر در موقعیت‌های متفاوت، تولیدکننده ارتباطات متفاوت است.



مطالعه مقایسه‌ای محورهای الگوها و تعاریف ارتباطات

در این مقاله شش الگو و پانزده تعریف درباره ارتباطات مطرح شد. از هر کدام از الگوها و تعاریف مزبور محورهایی به دست آمد که تا اندازه زیادی با همدیگر هم‌پوشانی داشتند. این وضعیت نشان‌دهنده چندین مسئله است که به اختصار، به آنها اشاره می‌شود:

۱. گرچه الگوهای شش‌گانه دیدگاه‌های نسبتاً متفاوتی به مفهوم ارتباطات داشتند، اما در حقیقت، محورهای اساسی توجه شده در آنها تا اندازه زیادی یکسان است.

۲. محورهای اساسی مطرح شده در هر یک از الگوهای مزبور، تابعی از تحولات مطالعاتی در زمینه‌های مختلف علوم اجتماعی است. به عبارت دیگر، با گسترش مطالعات زبان‌شناسی، به عنوان مثال، الگوی پیشنهادی در این زمینه از مباحث نشانه‌شناسی و معناشناسی متأثر می‌شود.

۳. محورهای اساسی مطرح شده در الگوهای مزبور، با حذف محورهای مشابه، شامل هشت عنصر اساسی «قدرت»، «شناخت»، «تأثیرگذاری»، «تغییر»، «اطلاعات»، «رمز»، «زمینه»

و «موقعیت» است.

۴. محورهای اساسی مطرح شده در تعاریف پانزده‌گانه نیز شامل پنج عنصر «شناخت»، «تبادل»، «تغییر»، «هماندسازی» و «قدرت» است.

۵. هم‌پوشانی محورهای مربوط به الگوها و تعاریف مزبور در جدول ۲ نشان داده شده است. همان‌گونه که جدول مزبور نشان می‌دهد، از پنج محور هم‌پوشانی شده سه محور کاملاً بر همدیگر منطبق و دو محور دیگر را می‌توان با کمی تسامح معنایی هم‌وزن و همسان با یکدیگر دانست.

جدول ۲. هم‌پوشانی‌های محورهای اساسی الگوها و تعاریف ارتباطات

ردیف	محورهای اساسی تعاریف ارتباطات	محورهای اساسی الگوهای ارتباطات
۱	شناخت	شناخت
۲	تبادل	اطلاعات
۳	تغییر	تأثیرگذاری، تغییر
۴	هماندسازی	رمز، زمینه، موقعیت
۵	قدرت	قدرت



۷. هم‌پوشانی میان الگوها و تعاریف پیشنهادی برای ارتباطات نشان دهنده این است که نه تنها تعاریف مذکور در الگوهای مزبور ریشه دارد، محورهای اساسی مطرح شده در آنها نیز تشابه جدی با هم دارد.

۸. به‌رغم واقعیت مذکور، صاحبان تعاریف ارائه شده در این مقاله و سایر تعاریفی که تاکنون برای ارتباطات ذکر شده است، فقط به بخشی از این محورها توجه داشته‌اند و محور یا محورهایی، از محورهای مشترک میان الگوها و تعاریف، را که مطرح کرده‌اند، بر اساس جهت‌گیری خاصی بوده که در تعریف مد نظر بوده است.

با توجه به این مطالعه تلاش شده است که تعریف جدیدی، با الهام از الگوها و تعاریف مذکور و با توجه به زمینه‌های مشترک آنها، ارائه شود.

تعریف پیشنهادی ارتباطات

تعریف پیشنهادی ارتباطات در این مقاله، عمدتاً بر بررسی معناشناسانه الگوها و تعاریف ارتباطات در مراحل مختلف تاریخی تحول این مفهوم مبتنی است. تلاش شده است که

این تعریف پنج محور اساسی استخراج شده از بررسی‌های انجام شده را پوشش دهد و غنای بیشتری نسبت به تعاریف دیگر داشته باشد؛ تعاریفی که عمدتاً، به برخی محورها توجه داشته است.

و آن تعریف پیشنهادی این است:

«ارتباطات، مبادله^۱ و شناخت^۲ همراه با قدرت^۳ است که هدف آن تغییر^۴ با هدف همانندسازی^۵ در موقعیتهای مختلف^۶ است».

در این تعریف، «شناخت» بدون تبادل آن، ارتباطی را به وجود نمی‌آورد. این تبادل باید با درجه‌ای از قدرت همراه باشد که حداقل تحریک را در فرستنده، برای ایجاد تبادل، و حداقل تحریک را در گیرنده، برای دریافت و تفسیر تبادل، ایجاد کند. این قدرت، از دیدگاه دیگر، قدرت تسلط بر اضطراب و عدم قطعیت در فرایند ارتباط است. اگر در مرحله‌ای از فرایند ارتباطی، درجه اضطراب از آستانه بیشترین حد (ماکزیمم) فراتر رود یا از آستانه کمترین حد (مینیمم) پایین‌تر آید، هیچ‌گونه ارتباطی برقرار نمی‌شود (گادیکانست، ۲۰۰۵).

بنابراین، قدرت در تعیین جایگاه منبع در میان دو آستانه مزبور، برای برقراری ارتباط، اهمیت بسیار بالایی دارد. هدف این حرکت تبدلی شناخت، ایجاد تغییر برای نوعی از همانندسازی ذهنی، فکری یا عینی در موقعیت‌های فردی یا اجتماعی است.

تعریف مزبور گرچه از تعاریف مختلف موجود بهره‌ فراوان برده است، اما در حقیقت ماهیتاً با همه آنها تفاوت اساسی دارد.

اگر در تعاریف مختلف، مسئله مبادله پیام نقش اساسی در ارتباط دارد، در اینجا، مسئله شناخت، که حرکتی روانی - ذهنی است، جایگزین نوعی از مبادله نشانه یا پیام بر مبنای رمزگذاری و رمزگشایی شده است. در تعاریف کلاسیک ارتباط، بر ایجاد نوعی از «همگرایی» (مولانا، ۱۳۸۴) تأکید شده است. در حالی که در تعریف پیشنهادی، این حرکت برای ایجاد تغییر برای دستیابی به همانندسازی است. همگرایی، گرچه می‌تواند نوعی از همانندسازی باشد، اما قطعاً با آن متفاوت است؛ در همگرایی، می‌توان نسبتی از همانندسازی را یافت،

- 1 - Exchange
- 2 - Knowledge
- 3 - Power
- 4 - Change
- 5 - Homogenization
- 6 - Various Situations



در حالی که در فرایند ارتباط، چنانچه نوعی از هم‌پوشانی و انطباق فرهنگی - ارتباطی^۱ (بارگن و هبارد، ۲۰۰۵) ایجاد نشود، اصولاً ارتباطی محقق نمی‌شود. همانندسازی، در مراحل مختلف، شکل‌های گوناگونی به خود می‌گیرد. در حالت‌های هم‌فرهنگی گروهی^۲ (اوربی و اسپلر، ۲۰۰۵) می‌توان نسبتی از همانندسازی را یافت که درجه آن به مراتب، بیشتر از هر حرکت ساده ارتباطی است. این همانندسازی در مراحل متفاوت، ممکن است مراتب متفاوتی داشته باشد که این تفاوت، خود بر سطح و شدت همانندسازی بیشترین تأثیر را می‌گذارد.

تعریف مذکور از دیدگاه دیگری نیز می‌تواند تعریفی بدیع باشد. این تعریف بر پایه فرایندی از چرخه ارتباطی است که از نظر عقلانی و تجربی نیز می‌توان آن را پذیرفت.

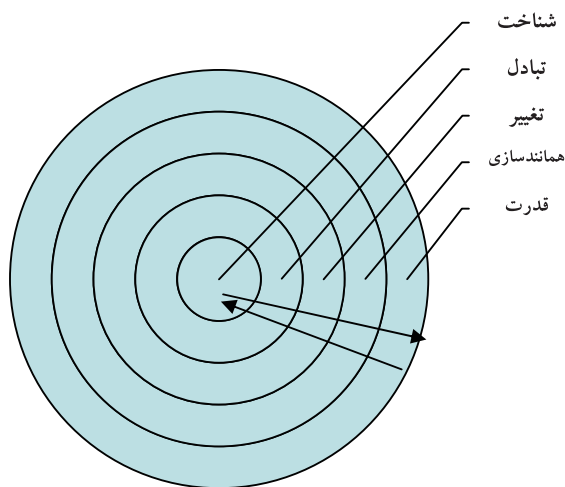
اصولاً، آنچه از ارتباط مد نظر است، نوعی از فهمیدن و ادراکی است که بر پایه شناخت دو طرف منبع و گیرنده استوار است. پیام ارتباطی در حقیقت، در شناخت مزبور نهفته است. نمادها، نشانه‌ها، الفاظ، تصاویر و همه آنچه میان منبع و گیرنده مبادله می‌شود، فقط وسایلی برای عملیاتی کردن شناخت متقابل است. در حقیقت، شناخت مزبور نه توسط مبادله پیام، بلکه بر پایه شناخت ایجاد شده مبادله می‌شود. این پیام نه تنها درصدد تأثیرگذاری مطلق است - همان چیزی که در تعاریف کلاسیک ارتباطات، معمولاً به آن توجه می‌شود- در پی ایجاد تغییر برای رسیدن به درجه‌ای از همانندسازی نیز هست. ارتباطات در نهایت، ایجاد نوعی از همین همانندسازی در اشکال مختلف و موقعیت‌های متفاوت است. حرکت به سوی همانندسازی، همیشه با قدرت همراه بوده است که این قدرت نه تنها ارتباط را ممکن می‌کند، گفتمان‌های مختلف را نیز بر مبنای همین ارتباط همانندساز به وجود می‌آورد.

شکل ۳ در این رابطه نوعی حرکت از مرکز به خارج و از خارج به مرکز، یا به عبارت دیگر حرکت دوسویه ارتباطی، را میان فرستنده و گیرنده تبیین می‌کند. در این شکل نیز «قدرت» و «شناخت» دو قطب اصلی حرکت ارتباطی است که یکی در مرکز و دیگری محاط بر همه جریان ارتباطی است. «شناخت» نقطه مرکزی «ارتباط» و «قدرت»، بستر اساسی ارتباط است. سه مرحله دیگر «تبادل»، «تغییر» و «همانندسازی» فقط جلوه‌هایی متفاوت از تعامل و شناخت در بستر قدرت است که در فرایند ارتباط محقق می‌شوند.



1 - Cultural and Communication Adaptation
2 - Co-cultural Group

شکل ۳. حرکت دوسویه ارتباطی بر مبنای تعریف پیشنهادی



جمع‌بندی: رابطه ارتباطات، فرهنگ و رسانه

آنچه تاکنون مطرح شد، گرچه تحلیلی معناشناسانه از ارتباطات و ارائه تعریفی جدید در این زمینه بود، اما در نهایت، این تحلیل و تعریف می‌تواند رابطه میان فرهنگ و رسانه را نیز تبیین کند. اگر ارتباطات را همان‌گونه که سماور مطرح می‌کند مرادف و معادل فرهنگ بدانیم (سماور و دیگران، ۱۳۷۹) و رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های نوین را همان‌گونه که هست، ابزارهای اساسی برای برقراری ارتباطات بدانیم، در آن صورت می‌توان گفت که تعریف پیشنهادی ارتباطات به‌نوعی، رابطه رسانه را با فرهنگ نیز روشن می‌سازد. در همه زمینه‌ها، رسانه‌ها نه تنها کانال (مسیر) ارتباط شمرده می‌شوند، اکنون فراتر از گذشته، همان‌گونه که مک‌کوئل می‌گوید، به اصل پیام تبدیل شده‌اند. این پیام نه تنها بر پایه «شناخت» تولید می‌شود، بر اساس قدرت نیز مبادله می‌شود. این تبادل معنایی به دنبال تغییر در ساختار فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و... است. تغییر مزبور گرچه تابع موقعیت‌های متفاوت است، اما نهایتاً، به دنبال نوعی از همسان‌سازی فکری و رفتاری است. این حرکت ارتباطی - فرهنگی مهم‌ترین شاخص عملکردهای گوناگون رسانه‌ها در صحنه‌های فردی، اجتماعی و میان‌فرهنگی است.



منابع

- ایزوتسو، ت. (۱۳۸۱) *خدا و انسان در قرآن*، ترجمه احمد آرام، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- بشیر، ح. (۱۳۸۵) *تحلیل گفتمان: دریچه‌ای برای کشف ناگفته‌ها*، تهران: مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق (ع).
- پاکتچی، ا. (۱۳۸۱) «نظریه معناشناسی دستوری و زمینه کاربرد آن در مطالعات قرآنی»، دانشگاه امام صادق (ع)، *دوماهنامه خبری - اطلاع‌رسانی*، سال هشتم، شماره ۴۵-۴۶.
- پین، م. (۱۳۸۲) *فرهنگ اندیشه انتقادی*، ترجمه پیام یزدانجو، چاپ اول، تهران: مرکز. دروین، ب. و دیگران (۱۳۷۸) *بازنگری در ارتباطات*، مسائل مربوط به نگاره‌ها، ترجمه محمود صدری، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- دولو، ل. (۱۳۸۴) *فرهنگ فردی و فرهنگ جمعی*، ترجمه عباس باقری، چاپ اول، تهران: فران پور. راجرز، ا. (۱۳۸۷) *تاریخ تحلیلی علم ارتباطات* (رویکردی شرح حال نگارانه)، ترجمه دکتر غلامرضا آذری، تهران: دانژه.
- ساسانی، ف. (۱۳۸۳) *مجموعه مقالات اولین هم‌اندیشی نشانه‌شناسی هنر*، تهران: فرهنگستان هنر. سماور، ل. و دیگران (۱۳۷۹) *ارتباط بین فرهنگها*، ترجمه غلامرضا کیانی و سید اکبر میرحسینی، تهران: باز.
- صفوی، ک. (۱۳۸۲) *معنی‌شناسی کاربردی*، تهران: همشهری.
- فوکو، م. (۱۳۷۸) *مراقبت و تنبیه (تولد زندان)*، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران: نی.
- فیسک، ج. (۱۳۸۶) *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*، ترجمه مهدی غبرایی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- گیدنز، آن. (۱۳۷۹) *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، چاپ ششم، تهران: نی.
- مسعودی، ا. (۱۳۸۷) «جایگاه معنی‌شناسی کاربردی در تحقیقات ارتباطی»، سایت (آینده نگار).
- مک کویل، د. (۱۹۹۴) «ارتباطات و فرهنگ»، ترجمه دکتر محمدسعید مهدوی کنی، فصلنامه رسانه، شماره ۶۰.
- مولانا، ح. (۱۳۸۴) *اطلاعات و ارتباطات جهانی*، ترجمه اسدالله آزاد، محمد حسن‌زاده و مریم اخوتی، تهران: کتابدار.
- _____ (۱۳۷۶) *ارتباطات میان‌فرهنگی*، دانشگاه امام صادق (ع)، جزوه درسی.
- مهدی‌زاده، م. (۱۳۸۷) *رسانه‌ها و بازتابی*، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ویمر، راجر دی. و دومینیک، جوزف آر. (۱۳۸۴) *تحقیق در رسانه‌های جمعی*، ترجمه دکتر کاووس سیدامامی، تهران: سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.

Berlo, D. (1960) *The Process of Communication*, Michigan State University, New York: Rinehart and Winston.

Buhler, M. (1974) *Introduction a la Communication*, Paris: Tema.

Burgoon, K., Hubbard, E., Amy, S. (2005) "Cross-Cultural and Intercultural Applications of Expectancy Violations Theory and Interaction Adaptation



Theory”, in William B. Gudykunst ,*Theorizing Intercultural Communication*, London: Sage Publications.

Culler, J. (1976) *Structuralist Poetics: Structuralism, Linguistics and the Study of Literature*, New York: Cornell University.

Dance, X. (1970) “The ‘Concept’ of Communication”, in *Journal of Communication*, Vol. 20(2): 201-10.

Fish, S. (1980) *Is There a Text in this Class? The Authority of Interpretive Communities*, Cambridge, MA: Harvard University.

Gerbner, G. (1956) “Toward a general model of communication”, in *Audio Visual Communication Review*, Vol. 4(3): 99-171.

Gray, H. (1993) “Cultural Theory, Social Construction and Social Problems”, In edited by M. Gale, & J. A. Holstein (eds.), *Constructionist Controversies: Issues in Social Problems Theory*, NY: Aldine de Gruyter.

Gudykunst, William B. (ed.) (2005). “An Anxiety/Uncertainty Management (AUM) Theory of Effective Communication”, in William B. Gudykunst, *Theorizing Intercultural Communication*, London: Sage Publications.

Hall, Edward T. (1959) *The Silent Language*, Garden City, NY: Doubleday.
_____ (1987) *Hidden Differences Doing Business with the Japanese*, New York: Knopf Publishing Group.

Hecht, L., Larkey, K. & Johnson, N. (1992) “African, American and European American Perceptions of Problematic Communication Effectiveness”, in *Human Communication Research*, Vol.19 (1):209-236.

Hecht, L., Warren, R., Jung, E. & Krieger, L. (2005) “The Communication Theory of Identity: Development, Theoretical Perspective and Future Directions”, in William B. Gudykunst, *Theorizing Intercultural Communication*, London: Sage Publications.

Jakobson, R. (1960) “Closing statement: Linguistics and poetics”, in Sebeok, T. (ed.), *Style and Language*, Cambridge, Mass.USA: MIT.

Kaplan A. (1943) *Content Analysis and the Theory of Signs*, New York: Bobbs-Merrill.

Kroeber, L. & Kluckhohn, C. (1952) *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*, London: Cambridge University.

Lasswell, H. (1948) “The structure and function of communication in society”, in: Bryson, L. (ed), *The Communication of Ideas*, New York: Institute for Religious and Social Studies; Illinois: University of Illinois Press.

Littlejohn, W. (2002) *Theories of Human Communication*, CA: Belmont.



Malinowsky, R. (1957) *Carol Garden and Their Magics*, London: Sage.

Moon, G. (1996) "Concepts of Culture: Implications for Intercultural Communication Research", in *Communication Quarterly*, Vol. 44(1):70 - 84.

Newcomb, T. (1953) "An Approach to the Study of Communications Acts", in *Psychological Review*, Vol.60 (6):393-404.

Olayiwola, A. (1993) "Interpersonal Communication, Human Interaction and Social Relationship in Islam", in *Africa Media Review*, Vol. 7(3): 91-104.

Orbe, M. & Spellers, R. (2005) "From the Margins to the Center: Utilizing Co-Cultural Theory in Diverse Contexts", in William Gudykunst, *Theorizing Intercultural Communication*, London: Sage Publications.

Prosser, M. (1979) "Intercultural Communication Theory and Research Overview of Major Constructs", in B.O., Ruben, *Communication Yearbook 2: An Annual Review*, London: International Communication Association.

Shannon, E. (1949a) "Communication in the Presence of Noise", in *Proceedings of the I.R.E*, Vol. 86 (2): 10-21.

Shannon, C. E. and Weaver, W. (eds.) (1949) *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana: University of Illinois.

Weaver, W. (1949b) "Recent Contributions to the Mathematical Theory of Communication", in Claude E. Shannon and Warren Weaver (eds.) , *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana: University of Illinois.

Westley, B. and MacLean, M. (1957) "A Conceptual Model for Communication Research", in *Journalism Quarterly*, Vol. 3 (1):31-8.

Wood, J. T. (2005) *Gendered Lives: Communication, Gender and Culture* (6th ed.), Belmont, CA: Wadsworth.

