

کتابخانه‌های عمومی و تحلیل کارکردهای اجتماعی آن به‌عنوان نهادی ارتباطی - رسانه‌ای

جلال غفاری قدیر

عضو هیأت علمی پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم

Ghafari@ut.ac.ir

مهدی شقاقی (نویسندهٔ مسئول)

کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی

Mhd.Shaghaghi@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۴/۱۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۸۹/۶/۲۴

چکیده

هدف: هدف بررسی حاضر، تحلیل نظریه‌های مطرح در حوزه کارکردهای اجتماعی رسانه‌های ارتباطی از جمله کتابخانه‌های عمومی است و سپس، تبیین و تعمیم نظریه‌ای است که از تناسب بهتری با کتابخانه‌های عمومی برخوردار است. در این تحلیل، کتابخانه‌های عمومی با توجه به جایگاه و کارکردهایشان، به‌مثابه رسانه‌های ارتباطی تبیین شده‌اند.

روش: پژوهش حاضر با کمک روش فراتحلیل در پی کندوکاو نظریه‌های مطرح در حوزه رسانه‌های ارتباطی برای رسیدن به یک نظریه مطلوب و کاربست آن برای نهادهای رسانه‌ای مانند کتابخانه‌های عمومی است. به‌علاوه، در این تحلیل برای ارائه شواهد لازم، از روش سندی نیز استفاده شده است.

یافته‌ها: یافته‌های این تحلیل نشان داد که هیچ‌یک از نظریه‌های جامعه‌توده‌وار، نظریه کارکردی رسانه‌ها، نظریه جبر فن‌آوری، نظریه مارکسیستی و زیرمجموعه‌های آن، و نظریه اجتماعی-فرهنگی به لحاظ شرایط بومی کتابخانه‌های عمومی در ایران و وجود نظریه‌های جدید جریان اطلاعات بین‌الملل، قابل انطباق با کتابخانه‌های عمومی جمهوری اسلامی ایران نیستند و صرفاً نظریه همگرا می‌تواند به‌مثابه یک الگوی «وحدت‌گرا-رهایی‌بخش» در جریان اطلاعات جهانی، برای کارکرد اجتماعی کتابخانه‌های عمومی به‌منزله نهادی ارتباطی رسانه‌ای مطرح باشد. به‌علاوه، عناصر این نظریه نیز با مقتضای کتابخانه‌های عمومی به تفصیل بیان شده است.

اصالت/ارزش: از آنجا که ابعاد نظری مباحث حوزه کتابخانه‌ها و از جمله کتابخانه‌های عمومی در سطوح ملی و بین‌المللی تا حدود زیادی مغفول مانده است، مقاله حاضر با نگاه جدیدی که به کتابخانه‌های عمومی دارد، قصد دارد با تحلیل نظریات رسانه‌های ارتباطی، الگوی مناسبی برای کارکرد اجتماعی کتابخانه‌های عمومی بیابد.

کلیدواژه‌ها: کتابخانه‌های عمومی، رسانه‌های گروهی، کارکردهای اجتماعی، نظریه همگرا، اشاعه اطلاعات، فراتحلیل

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی

فصلنامه علمی-پژوهشی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، (شاپا): ۷۸۳۸-۱۰۲۷ نمایه شده در ISC

دوره ۱۶، شماره ۳، پیاپی ۶۲، پانز ۱۳۸۹ از صفحه ۵ تا صفحه ۳۸

مقدمه

کتابخانه‌ها به‌عنوان حافظان اندیشه، فرهنگ و هنر، مهم‌ترین نقش را در انتقال حافظه تاریخی اقوام و ملل گذشته را به عهده داشته و دارند. از آنجا که سنت مکتوب عامل انتقال هر نوع آفرینش فکری انسان تلقی می‌شود، کتابخانه نیز به‌منزله یک محمل انتقال همواره جایگاه رفیعی در تاریخ تمدن بشر داشته است؛ به‌طوریکه همواره زیباترین و گرانسنگ‌ترین بناها به آن اختصاص می‌یافته است. نگاه سازمانی و ارگانیک مدرن به جامعه سبب شده که کتابخانه‌ها نیز جنبه سازمانی و ارگانیک به خود بگیرند و به همین سبب است که کتابخانه‌ها در عصر مدرن اغلب در وابستگی به سازمان‌های مادر ایجاد و غالباً متعلق به اعضای آن هستند. اما برای انتقال، شکل‌دهی، و بازتولید اندیشه، فرهنگ و هنر و نیز آگاهی‌بخشی یا به‌هنجارسازی توده مردم که ممکن است فاقد هر نوع وابستگی سازمانی باشند (کودکان، کارگران، زنان خانه‌دار و ...) تمهیدی خاص در عصر مدرن اندیشیده شد و کتابخانه عمومی با تعریف امروزی، به این منظور پا به عرصه وجود گذاشت؛ هر چند کتابخانه‌ای که عموم مردم بتوانند از آن استفاده کنند در گذشته هم بسیار موجود بوده است.

با وجودی که پس از انقلاب صنعتی غرب رسانه‌های پیشرفته متعددی (رادیو، تلویزیون، ماهواره، فضای مجازی) اختراع شد، اما به‌دلیل عمق تأثیر رسانه کتاب و کتابخانه، این رسانه هیچگاه از نظام ارتباطی جوامع حذف نگردید و جاذبه آن طی اعصار باقی ماند. با توجه به این امر، کتابخانه‌ها و از جمله کتابخانه‌های عمومی با انتقال فرهنگ گذشته، همواره در شکل‌دهی فرهنگ حال و انضمام و انتقال آن به آینده نقش به‌سزایی داشته و دارند. دلایل اهمیت یافتن کتابخانه‌های عمومی می‌تواند به اختصار شامل موارد ذیل باشد:

الف) ضرورت دسترسی به دانش روبه‌رشد و در حال تحول و تأثیرگذار بر فرهنگ، اشتغال، تولید کالا و خدمات و ... (ب) ایجاد محل دسترسی به دانش به‌عنوان یکی از منابع قدرت (با توجه به تأکید اندیشمندان معاصر به جنبه‌های غیر فیزیکی قدرت). (ج) تجلی زندگی روزمره مردم در کتابخانه‌های عمومی (محل د) تأثیر کتابخانه‌های عمومی در تحول حوزه فرهنگ. (ه) نقش کتابخانه‌های عمومی به‌عنوان سازنده تصویر و واقعیت اجتماعی در نزد مردم (پارسازاده و شقاقی، ۱۳۸۸).

کتابخانه‌های عمومی به‌مثابه رسانه

توجه به «نظام‌های اجتماعی» به‌عنوان ساختارهای اجتماعی فعال نظیر خانواده یا اجتماع که

اهداف، هنجارها، نقش‌ها، قدرت‌ها، مراتب اجتماعی، ضمانت اجرا، تسهیلات و قلمروهای خاص دارند، یکی دیگر از دیدگاه‌های مطرح شده در حوزه رسانه‌های ارتباطی و از جمله کتابخانه‌های عمومی است. در قالب این دیدگاه، رسانه‌های ارتباطی به‌عنوان فراگردی که از طریق آن اطلاعات، تصمیم‌ها و رهنمودها به نظام اجتماعی منتقل می‌شوند و شناخت‌ها، عقاید و رفتارها به‌واسطه آن شکل می‌گیرند و تغییر می‌کنند، تعریف می‌شود و در واقع با مفهوم «نظام اجتماعی» می‌توان ارتباط‌گران را به چگونگی همبستگی نزدیک با سایر عناصر و فراگردهای جامعه آگاه نمود (محسنیان راد، ۱۳۶۹، ص ۱۵-۳۱).

رسانه‌های گروهی به‌واسطه هدایت رفتار اجتماعی به سمت الگوهای اجتماعی قابل قبول، نقش مهمی در جامعه بر عهده دارند. اما به‌طور دقیق، آن‌ها چگونه بر افراد تأثیر می‌گذارند؟ جامعه‌شناسان شیوه‌های تأثیر رسانه‌های گروهی بر افراد را در دو زمینه معرفی کرده‌اند: رویکرد شخصی و رویکرد فرهنگی. در رویکرد شخصی بر این که رسانه‌های گروهی تأثیری بسیار مستقیم بر افراد دارند، تأکید می‌شود. افراد نسبت به محرک‌ها (پیام‌ها)ی رسانه‌های گروهی واکنش نشان می‌دهند. رویکرد فرهنگی به دنبال رویکرد شخصی مطرح می‌گردد. اما در جست‌وجو و تبیین فرهنگی، که در چارچوب آن رسانه‌های گروهی به‌وجود می‌آید و بر افراد تأثیر می‌گذارد، از رویکرد شخصی فراتر می‌رود. در رویکرد فرهنگی، رسانه‌های گروهی به‌مثابه عواملی که برخورد از تأثیر سریع بر روی افراد هستند تلقی نمی‌شوند، بلکه به عکس آن‌ها دارای تأثیری بسیار کند بوده، فضای حاکم بر افکار عمومی و انتظارات مربوط به جامعه را افزایش می‌دهند (مور، ۱۳۸۲، ص ۶۴).

مهم‌ترین ویژگی رسانه، حامل نشانه بودن است و اینکه رسانه زمانی معنای ذاتی خویش را پیدا می‌کند که توانایی انتقال نشانه‌های برخاسته از ذهن انسان‌ها را داشته باشد. بدین ترتیب، پس از سنت شفاهی که به‌مثابه اولین رسانه انتقال پیام در تاریخ زندگی انسان مطرح بوده است، رسانه‌های نوشتاری از قبیل سنگ‌نوشته‌ها، الواح گلی، پاپیروس، و پوستی به‌عنوان اولین رسانه‌های نوشتاری مطرح بوده‌اند (دانسی، ۱۳۸۷، ص ۹۷).

اهمیت کتاب به‌منزله رسانه‌ای تأثیرگذار بر رفتار فردی و گروهی، همانند سایر رسانه‌ها، بیشتر در ارتباط با مفهوم «اثرگذاری اجتماعی» تبلور می‌یابد. اثرگذاری اجتماعی مجموعه فراگردهای

جامعه‌پذیری و به‌ویژه فشاری است که افراد از جانب سایرین در جامعه حس می‌کنند و این فشار باعث می‌شود تا رفتار آنها در جهت هم‌رنگی و متابعت از جامعه سوق داده شود (کازنو، ۱۳۶۴، ص ۷۱). محمل‌هایی که کتابخانه‌های عمومی می‌توانند نشانه‌های خود را وارد فضای گفت‌وگویی بین‌الذهانی نمایند از طریق کتاب، منابع چاپی دیگر مانند نشریات و منابع غیرچاپی دیگر است. کتاب مهم‌ترین محملی است که نشانه‌ها را به‌خوبی انتقال می‌دهد (پارسازاده و شقاقی، ۱۳۸۸).

کتابخانه‌های عمومی به‌مثابه گنجینه‌های حافظه جمعی متشکل از کتاب‌ها و سایر منابع مدون، که بنا به کارکردهای تعریف شده آن با کارکردهای آموزشی، سیاست‌گذاری اجتماعی، اطلاع‌رسانی، فرهنگی، و اقتصادی (گرینهالک، وریپول، و لاندی، ۱۹۹۳) به همه مردم ارائه خدمت می‌کند و به‌عنوان یک نهاد اجتماعی مطرح است، وظیفه‌ای فراتر از امر اطلاع‌رسانی و آموزش دارد. کارکردهایی مانند سیاست‌گذاری اجتماعی، فرهنگی، و اقتصادی که در حیطه کارکردهای کتابخانه‌های عمومی تعریف شده است، ناظر بر وظیفه اثرگذاری اجتماعی آن است. بنابراین کتابخانه‌های عمومی به‌عنوان حلقه‌ای متفکرانه و دانش‌مدارانه (و نه ژورنالیستی) از زنجیره رسانه‌های گروهی که متکفل امر اثرگذاری اجتماعی است مطرح می‌شود؛ محملی که ضمن احترام به انتخاب فرد، فضای سالمی برای بالا بردن سطح توانایی‌های فکری و معرفتی ایجاد می‌کند. برای رسانه‌ها کارکردهایی نظیر کارکردهای فرهنگی، سیاسی، اطلاعاتی، و تفریحی قایل شده‌اند (مریجی، ۱۳۸۴، ص ۲۲) که کتابخانه‌های عمومی دارای همه این کارکردهاست. قابلیت بالقوه کتاب به‌منظور بازنمایی نشانه‌هایی که بتواند تأثیر غیرمستقیم بر خوانندگان داشته باشد و کتابخانه‌های عمومی به‌مثابه نهادهایی که وظیفه اثرگذاری اجتماعی را در زنجیره رسانه‌های گروهی بر عهده دارند و مهم‌ترین محمل حفظ منابع مدون محسوب می‌شوند، ما را به استفاده بهینه از این رسانه به‌منظور حفظ و گسترش کارکردهای اجتماعی آن فرامی‌خواند (پارسازاده و شقاقی، ۱۳۸۸).

تعریف کتابخانه‌های عمومی با رویکرد رسانه‌ای

تعاریف ساخته شده درباره کتابخانه‌های عمومی از دگرگونی‌های فرهنگی و تاریخی متأثر می‌شوند. تعاریف معمولاً چند وجهی‌اند؛ گاهی از بالا ارائه می‌شوند، گاهی از گذشته رسیده‌اند و گاهی تعریفی عام و مقبولیت‌یافته در میان عموم هستند. کتابخانه‌های عمومی را می‌توان به‌لحاظ جامعه مخاطب، به‌لحاظ منابع و به‌لحاظ سازمانی مورد تعریف قرار داد: کتابخانه‌های عمومی. از

لحاظ جامعه استفاده کننده، واژه کتابخانه عمومی در مقابل کتابخانه خصوصی قرار می‌گیرد. به این ترتیب، کتابخانه عمومی کتابخانه‌ای است که به عموم مردم از هر جنس، سن، نژاد، تحصیلات، و مرتبه اجتماعی خدمت‌رسانی می‌کند. از لحاظ منابع، کتابخانه عمومی در مقابل کتابخانه اختصاصی قرار می‌گیرد؛ به این معنا که کتابخانه عمومی کتابخانه‌ای است که همه انواع منابع را بر اساس نیازهای جامعه مخاطب خود و منطبق با معیارهای فرهنگی و اجتماعی جامعه خود گزینش می‌کند و در اختیار عموم قرار می‌دهد. از جنبه سازمانی، کتابخانه عمومی در مقابل کتابخانه دولتی قابل بررسی است. از این لحاظ کتابخانه‌های عمومی در جوامع گوناگون و با توجه به نیازهای آنها ساختار سازمانی متفاوتی داشته‌اند. برای مثال، ممکن است کتابخانه‌های عمومی کاملاً تحت تکفل دولت باشند، با مالیات‌های اخذ شده از مردم اداره شوند، به صورت هیأت امنایی اداره شوند و کاملاً تحت مدیریت و پشتیبانی مردمی باشند، وابسته به نهادهای دولتی و مردمی باشد، و یا ترکیبی از موارد فوق را در بر بگیرد (پارسازاده و شقاقی، ۱۳۸۷).

جدول ۱. ابعاد اصلی تعریف و تصویر کتابخانه‌های عمومی (مک کوئیل، ۱۳۸۲)

الف. رابطه کتابخانه های عمومی با دولت و جامعه		
کنترل توسط دولت	در مقایسه با	استقلال
سازگاری و همنوایی	در مقایسه با	گرایش انتقادی
مرکزیت برای سیاست	در مقایسه با	حاشیه‌نشینی سیاسی
ب. ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی		
سمت‌گیری به واقعیت	در مقایسه با	سمت‌گیری به سوی فانتزی
جدی و اخلاقی	در مقایسه با	غیر اخلاقی، سرگرم کننده
هنری، فرهنگ سطح بالا	در مقایسه با	غیر هنری، فرهنگ عامیانه
ج. ویژگی‌های سازمانی		
تأکید سازمانی	تولید محور، عرضه محور، توزیع محور	
فن‌آوری بالا	در مقایسه با	فن‌آوری پایین
دارای عوامل حرفه‌ای	در مقایسه با	بی‌نصب از عوامل حرفه‌ای
د. رابطه اجتماعی با مخاطب		
مخاطب فردی خصوصی	در مقایسه با	مخاطب عمومی از یک جمع
درگیر شدن بالا و جذب	در مقایسه با	درگیر شدن کم
از نظر زمانی و مکانی دور از مخاطب	در مقایسه با	از نظر زمانی و مکانی نزدیک به مخاطب
مقابل و دوطرفه (تعاملی)	در مقایسه با	غیر متقابل و یک طرفه (غیر تعاملی)

بنا به تعریف مک کوئیل^۱، رسانه‌ها را می‌توان به لحاظ رابطه آنها با دولت و جامعه، در مواجهه با ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی، از نظر ویژگی‌های سازمانی، و در رابطه اجتماعی با مخاطب تعریف نمود (مک کوئیل، ۱۳۸۲). با توجه به تعریف کتابخانه‌های عمومی به مثابه یک رسانه، می‌توان تعاریف یاد شده را طی ابعادی اساسی که در جدول ۱ آمده است، نشان داد.

رهیافت‌های تبیین نظریه اجتماعی کتابخانه‌های عمومی به مثابه رسانه

سه رویافت برای تبیین نظریه اجتماعی کتابخانه‌های عمومی می‌توان مطرح کرد (فیاض، ۱۳۸۱):

۱. رویافت ساختی^۲: اولین رویافت، رویافت ساختی است که به طور عمده از جامعه‌شناسی گرفته شده، اما نگاه‌هایی از تاریخ، حقوق و اقتصاد را نیز در بر دارد. محور این رویافت جامعه است و نه رسانه، اما بر نظام‌های رسانه‌ای و سازمان‌های آن و نیز ارتباط آن‌ها با جامعه توجه داشته و به عبارتی بر تأثیر ساختار اجتماعی و نظام‌های رسانه‌ای بر الگوهای محتوایی تمرکز دارد. در این رویافت بیشتر از پیمایش و تحلیل استفاده می‌شود.

۲. رویافت رفتاری: این رویافت اگر چه ریشه در روانشناسی و روانشناسی اجتماعی دارد، اما به وسیله برخی از جامعه‌شناسان مطرح شده است. موضوع بررسی این رویافت، رفتارهای افراد شامل نوع پیام، فراگرد آن، و نوع پاسخی است که به پیام‌های ارتباطی می‌دهند. همچنین، رویافت مزبور درباره نحوه کاربرد و تأثیر سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی-رسانه‌ای چون کتابخانه‌های عمومی در مورد افراد نیز بحث می‌کند. در رویافت رفتاری به تحلیل محتوای رسانه‌ها دست یازیده می‌شود.

۳. رویافت فرهنگی: رویافت سوم، رویافت فرهنگی است که ریشه در علوم انسانی به ویژه مردم‌شناسی (انسان‌شناسی) و زبان‌شناسی اجتماعی دارد. در این رویافت به معنا^۳ و زبان پرداخته می‌شود که با توجه به زمینه‌های اجتماعی و تجربه‌های فرهنگی بررسی می‌شوند. در ارتباط با نهادهای فرهنگی مانند کتابخانه‌های عمومی، این رویافت به نهادهای فرهنگی و فاصله بین آن‌چه که این نهادها ارائه می‌دهند و آن‌چه که دریافت می‌شود، تأکید دارد. به همین دلیل سعی در بررسی عمیق یک مورد و یا موقعیت‌های خاص و منحصر به فرد دارد تا بتواند آن را بر دیگر موارد تعمیم دهد. با توجه به هدف بررسی حاضر، از رویافت فرهنگی برای بسط و تبیین نظریه‌های اجتماعی کتابخانه‌های عمومی استفاده شده است.

1. Denis McQuail

2. Structural Approach 2. Meaning

اشکال متفاوت نظریات در مطالعه کتابخانه‌های عمومی

از مباحث مک کوئیل درباره رسانه‌ها چنین برداشت می‌شود که چهار گروه نظریه‌پردازی در باب مطالعه رسانه‌ها (از جمله کتابخانه‌های عمومی) انجام شده است. اولین مورد، نظریه‌های اجتماعی یا جامعه‌شناختی است و عبارت است از احکامی در باب ماهیت، عملکرد و آثار نظام‌های ارتباطی-رسانه‌ای که از مشاهده منظم و تا حد امکان عینی آنها حاصل می‌شود. از ویژگی‌های این نوع نظریات قانون‌مندی و ابتدای آنها بر مشاهدات و مطالعات علمی است. دومین دسته نظریه‌ها، هنجاری و تجویزی‌اند و بر عمل نظام‌های ارتباطی-رسانه‌ای در راستای تحقق یا رعایت ارزش‌ها و هنجارهای خاص تأکید دارند. این نظریات به این مسئله می‌پردازند که رسانه‌ها چگونه باید در جامعه رفتار کنند (برجسته‌سازی). این نظریات تأثیر زیادی بر شکل دادن به نهادهای ارتباطی-رسانه‌ای به جای می‌گذارند. دسته سوم که موسوم به نظریات هنجاری-عملگرا هستند، مبتنی بر دانش رسانه‌های همگانی بوده و خطوط هدایت‌کننده رسانه‌ها را ارائه می‌دهند. از ویژگی‌های این نظریات عملگرا بودن (چه برنامه‌هایی موجب خشنودی مخاطبان می‌شود) و تأکید بر مسائل فنی (مانند تیتراژی) است. دسته چهارم نظریه‌ها، نظریه‌های مبتنی بر فهم متعارف است، یعنی نظریات مستخرج از معرفت عامه مردم که از تجربه مستقیم مخاطبان حاصل شده است. این دسته هر چند مدون نیست اما تعاریف پایه‌ای را ارائه می‌دهد. از ویژگی‌های این نوع نظریات می‌توان به غیرعلمی بودن و ارائه شدن آن توسط صاحب‌نظران بانفوذ حوزه رسانه‌های همگانی اشاره کرد (مک کوئیل، ۱۳۸۲، ص ۲۱-۲۲). ما در ادامه به دنبال بسط و تبیین نظریه‌های اجتماعی کتابخانه‌های عمومی هستیم.

نظریه‌های اجتماعی مطرح در باب کتابخانه‌های عمومی به مثابه رسانه

دیدگاه‌های پیرامون عملکرد نهادهای رسانه‌ای چون کتابخانه‌های عمومی در جامعه متعدّدند و غالباً ضد و نقیض. با بررسی نگرش‌ها و نظریه‌ها، به نظر می‌رسد که دو پارادایم غالب در نظریات ارتباطی-رسانه‌ای حاکم است: پارادایم مسلط و پارادایم انتقادی. پارادایم مسلط تأکید زیادی بر قدرت رسانه‌ها در تأثیرگذاری بر جامعه توده داشته و از ابزارها و شیوه‌های تحقیقاتی علوم اجتماعی تأثیر زیادی پذیرفته است. از پیش‌فرض‌های نظریات تأکید بر آراء عمومی و انتخابات

آزاد، اعتقاد به لیبرالیسم، سکولاریسم، بازار آزاد، فردگرائی، آزادی بیان، پلورالیسم (تحت‌ب)، و نظم اجتماعی (صلح، حقوق بشر) است (مهرداد، ۱۳۸۰). نظریات متعلق به پارادایم مسلط این هدف را دنبال می‌کنند که رسانه‌ها برای حفظ جامعه مطلوب چگونه باید رفتار کنند و یا چه رویه‌ای را در پیش گیرند. این نظریات که غالباً تحت تأثیر جامعه‌شناسی و روانشناسی اجتماعی مدرن شکل گرفته‌اند، تأکید زیادی بر مطالعه اثر رسانه‌ها داشته و پایه‌گذار یا به‌کار برنده مدل‌های رسانه‌ای چون مدل ارتباط خطی، نظریه گلوله‌ای، یا نظریه تزریق زیرپوستی می‌باشند.

در مقابل پارادایم مسلط، پارادایم منتقد قرار دارد که نقطه‌نظر اصلی آن‌ها عدم بی‌طرفی رسانه‌ها است. می‌توان ظهور و بروز این پارادایم را همزمان با ظهور و بروز نگاه انتقادی به مبادی علم مدرن که به گفته بسیاری، منشعب از مبادی فکری نیچه است، دانست. از ویژگی‌های نظریات متعلق به این پارادایم عدم تأیید ایدئولوژی جامعه لیبرال - پلورالیست، نگرانی استفاده از علوم طبیعی و آمار (که از ابزارهای علم مدرن تلقی می‌شوند) در مباحث ارتباطی - رسانه‌ای (که عموماً مسائل انسانی و بشری مبتلا به آن هستند) و غفلت از مسائل فرهنگی و تجربیات انسانی در ارتباطات و رسانه، تأکید بر ابتدای ناب‌خردانه تحقیقات رسانه‌ای بر بازار و علایق نظامی، نفی انسان‌راسیونال (عاقل خود-محور که در علم مدرن، پایه معرفت تلقی می‌شود) و محاسبه‌گر، مکانیکی دانستن مدل‌های مدرن ارتباط و تأکید بر عدم مدخلیت این مدل‌ها و توجه به اشتراک و دوسویگی (تأثیر و تأثر متقابل رسانه و مخاطب)، و مخالفت با محتوای ایدئولوژیک در پیام رسانه‌ها است (مهرداد، ۱۳۸۰).

با توجه به پارادایم‌های مطرح شده در حوزه ارتباطات و رسانه، نظریات اجتماعی زیر را می‌توان ذیل هر یک از دو دسته نظریات فوق‌الذکر دسته‌بندی کرد. بنابراین نظریات جامعه توده‌وار و نظریه کارکردگرایانه رسانه‌ها در دسته اول و نظریات جبر فن‌آوری، انتقادی مارکسیستی، و مکتب مطالعات فرهنگی در دسته دوم جای می‌گیرند.

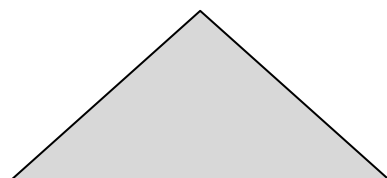
۱. نظریه جامعه توده‌وار

نکته اساسی نظریه جامعه توده‌وار یا تئوری سه گانه، اصطلاح توده است. به این اصطلاح از منظرهای گوناگونی نگاه شده و تعاریف مختلفی از آن وجود دارد. یکی از این تعاریف که به وجه منفی این اصطلاح توجه کرده، توده را به‌مثابه توده اوباش و غوغاگر و جاهل تعبیر می‌کند.

تعریفی که در سنت سوسیالیستی از توده وجود دارد، عبارت از مردم معمولی و زحمت‌کشی است که برای تحقق اهداف جمعی سازمان یافته‌اند. تعریف دیگری از توده که از سوی بلومر و تحت عنوان «همگان» ارائه شده بسیار بزرگ، پراکنده و پایدار است و معمولاً حول موضوع یا هدف مربوط به زندگی عموم مردم تشکیل شده و هدف اولیه‌اش پیشبرد منافع یا عقیده‌ای خاص است (مک کوئیل، ۱۳۸۲). اما فصل مشترک تعاریف فوق که مورد اتفاق نظر جامعه‌شناسان نیز هست عبارت است از مجموعه‌ای از افراد که در آن فردیت از میان رفته است و معمولاً ترکیب اخلاقی و اجتماعی آن، ساختار و نظم معینی ندارد. با این تعریف، توده افراد دارای خصلت‌های هویتی مشترکی دانسته می‌شوند که امور رسانه‌ای تأثیر جمعی روی آنها خواهد داشت. بر اساس تعاریف یاد شده از توده، نظریه جامعه توده‌وار بر وابستگی متقابل نهادهایی که اعمال قدرت می‌کنند تمرکز دارد و در نتیجه به یکی شدن رسانه‌ها با منابع قدرت و اقتدار اجتماعی تأکید می‌کند. این نظریه که در دسته اول (پارادایم مسلط) جای می‌گیرد، بر اساس سه گانه جامعه توده‌وار، فرهنگ توده‌وار و ارتباطات توده‌وار ارائه می‌شود که طی آن جامعه توده‌وار نظامی ارتباطی است مبتنی بر واکنش متقابل میان افراد یا گروه‌ها و این منجر به رشد فرهنگ توده‌وار یا به تعبیر منتقدین «فرهنگ کالایی» می‌شود (شکل ۱). طبق این نظریه، محتوای رسانه‌ها به منافع سیاسی و اقتصادی صاحبان قدرت خدمت می‌کند و گرایش رسانه‌ها به این است که به مردم یاری دهند تا خود را با سرنوشت خویش سازگار کنند (مولانا، ۱۳۷۱).

طبق نظریه جامعه توده‌وار، از رسانه‌ها انتظار می‌رود که تصویری از جایگاه مردم در کل جامعه ارائه دهند، ابزاری برای استراحت و منحرف کردن توجه از مشکلات باشند، و فرهنگی در اختیار مردم قرار دهند که با زندگی واقعی‌شان سازگار باشد؛ زندگی‌ای که معمولاً با تفریح یکنواخت، سلطه بوروکراسی، انزوا یا دنیای خصوصی خانوادگی، رقابت، و مشارکت و همبستگی بسیار نازل با جامعه همراه است. این نظریه، رسانه‌ها را هم علت جامعه توده‌وار می‌داند و هم عاملی که به این نوع جامعه استمرار می‌بخشد؛ زیرا تصویری که رسانه از جهان ارائه می‌دهد، جایگزینی برای جهان واقعی بوده و ابزاری توانا برای دخل و تصرف در اذهان عمومی است.

جامعه توده‌وار



فرهنگ توده‌وار کتابخانه‌های عمومی (به‌مثابه رسانه)

شکل ۱. مثلث سه‌گانه تقابل جامعه توده‌وار، فرهنگ توده‌وار، و رسانه ارتباطی (مولانا، ۱۳۷۱)

اجزای این نظریه مشخص است. «جامعه» به یک نظام ارتباطی مبتنی بر واکنش متقابل میان افراد یا گروه‌ها اشاره دارد و «فرهنگ» بر الگوی ارزش‌ها، هنجارها، ایده‌ها و سایر نمادهایی که رفتار فرد را شکل می‌دهند، دلالت می‌کند. بنابراین، جامعه توده‌وار به نوعی از جامعه اشاره می‌کند که در آن روابط میان افراد شکل توده‌ای به خود گرفته است. از نگاه این نظریه، توده‌واری افراد معمولاً در یک جامعه صنعتی رخ می‌دهد؛ به طوری که تقسیم کار، اعضای آن را بیشتر به یکدیگر وابسته می‌کند. رسوم و اخلاقیات به طرز پیوسته در جریان‌اند و روابط افراد نه یک رابطه ارگانیک بلکه رابطه‌ای ناپایدار و جزء به جزء است. پیشرفت‌های فن‌آورانه - به ویژه در ارتباطات و نوع حکومت این جوامع - طیف وسیع‌تری از مخاطب را طلب می‌کند بنابراین سطح عملکرد باید هر چه بیشتر متوجه فصل مشترک ذائقه‌ها باشد. بر طبق نظرات طرفداران این نظریه، فرهنگ توده‌وار و یا فرهنگ عامه، یکی از نتایج این فرایند است. هنگامی که فرد در این جوامع حس ذاتی «خویش» را از دست می‌دهد، نگرانی‌اش افزایش می‌یابد و بنابراین برای آن که تکیه‌گاهی بیابد به جست‌وجوی عقاید تازه می‌پردازد (مولانا، ۱۳۷۱). این عقاید را رسانه در اختیار وی قرار می‌دهد و نیاز به معنا را اغلب از طریق موسیقی‌های عامه‌پسند و سریال‌های تلویزیونی پوشش داده و بر فرهنگ کالایی دامن می‌زند.

در مورد این نظریه باید اذعان داشت که امروزه کتابخانه‌های عمومی همراه با تحول رسانه‌های رقیب همچون رادیو، تلویزیون و موج جدید رسانه اینترنت با مخاطبان دسته‌بندی شده و با نیازهای متنوع روبرو است و بر اساس نظریه‌های جدید در حوزه مخاطب‌شناسی، نظریه‌هایی که نگاه توده‌ای به مخاطب دارند به هیچ وجه بازنموده رابطه رسانه‌ای چون کتابخانه و اجتماع نخواهند بود.

۲. نظریه کارکردگرایی رسانه‌ها

کارکردگرایی از جمله مکاتب جامعه‌شناسی است که در آن نظریه‌پردازی‌هایی انجام شده که حوزه فعالیت‌شان در پارادایم مسلط قرار دارد. آنچه در این نظریات، مهم و کلیدی است توجه به نظم و ثبات در جامعه است که اکثر نظریه‌پردازان کارکردگرایی (مانند دورکیم، اسپنسر، پارسونز) بدان توجه داشته‌اند. دورکیم در مطالعاتش آداب، سنن، اخلاق، و مناسکی از جمله دین را به‌عنوان نهادهایی اجتماعی می‌داند که کارکرد آن‌ها همبستگی، انسجام، و نظم است (اسکیدمور، ۱۳۸۵).

کارکردگرایی عموماً رویکردی متفاوت داشته و به‌منظور فهم حیات اجتماعی، نمی‌خواهد نظام اجتماعی را در هم شکسته و به کوچک‌ترین اجزاء تقلیل دهد، بلکه درصدد است تا ماهیت در هم تافته، زنده و متقابلاً سازگار یک نظام اجتماعی را در کلیتش بفهمد. این امر مستلزم آن است که در اجزاء، وحدتی بازشناخته شود تا براساس آن، اجزاء و کل در هم تنیده شده و یک هویت به‌دست آید. موضوع اصلی کارکردگرایی، خود افراد نیستند و مرتبط کردن انجام وظیفه به فرد با این عبارت که «کارکرد فرد انجام وظیفه است»، گمراه‌کننده است. کارکردگرایان درباره کارکرد انجام وظیفه صحبت می‌کنند و سؤالاتی را درباره اثر انجام وظیفه به‌عنوان شکلی از کنش اجتماعی مطرح می‌کنند (اسکیدمور، ۱۳۸۵).

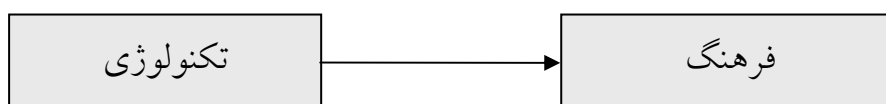
در نظریات کارکردگرایان راجع به رسانه‌ها، مخاطبان برای کسب اطلاعات درباره محیط، انتقال ارزش‌های فرهنگی، سرگرمی و تفریح، و نیز تفسیر موضوعات و مسائل اجتماعی اساسی خود به رسانه‌ها وابسته هستند و در واقع این کارکردها، نقش‌های رسانه‌ها را در جوامع جدید شکل می‌دهند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۳، ص ۲۰۶). در واقع از نگاه وظیفه‌گرای کارکردگرایان، مسئولیت کمک به افراد جهت انجام خوب و بهینه نقش‌ها و وظایف اجتماعی به عهده نهادهایی چون نظام‌های ارتباطی - رسانه‌ای گذاشته شده است.

از نقدهایی که بر نظریه کارکردگرایی رسانه‌ها وارد است عبارتند از محافظه‌کار بودن (کارکردگرایی سخن از اصلاح اجتماعی می‌گوید، لیکن به‌نحوی که دلالت بر واژگونی سریع، جهت‌گیری مجدد و کامل اجتماعی، یا تغییر اساسی نداشته باشد (اسکیدمور، ۱۳۸۵))، کل‌گرا بودن (در کارکردگرایی جز به تعادل کلی نظام که در اثر نیازهای متقابل و کارکرد اندام‌ها و

نهادها تحقق می‌پذیرد، به چیز دیگری توجه نمی‌شود و در نتیجه برداشتی ناقص و موهوم از روابط واقعی جامعه و کنش‌های اجتماعی ارائه می‌شود (توسلی، ۱۳۸۶)، شیوه تحلیل کارکردی (در این شیوه تحلیل، برای نظم اجتماعی موجودیتی مستقل و جدا از اعضایش تصور می‌کنند و اراده انسان به عنوان کنش‌گر واقعی در این نظام جایی ندارد)، خصصت همان‌گویی (استدلال همان‌گویانه، استدلالی است که در آن، نتیجه قضیه تنها آن چیزی است که در صغری و کبرای قضیه به طور ضمنی وجود دارد)، عدم توجه به تاریخ (کارکردگرایی ذاتاً غیرتاریخی است)، و عدم توجه به فراگرد دگرگونی اجتماعی (این مکتب به ساختارهای ایستا بسیار بیشتر از دگرگونی‌های اجتماعی توجه دارد) (ریتز، ۱۳۸۲).

۳. نظریه جبر فن‌آوری

نظریه جبر فن‌آوری به رسانه‌ها نگاهی انتقادی از منظر ابزار (فن‌آوری) دارد و از این جهت، در دسته دوم یعنی پارادایم منتقد جای می‌گیرد. طبق این نظریه تمدن نوین، تاریخ اختراعات نوین است و بر این اساس فن‌آوری‌ها جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند. این مشرب فکری اوج بحث‌های خود را در آثار مک لوهان (رسانه همان پیام است) نشان داد به طوری که بر اساس نظریات وی و هم‌مشربان‌ش، رسانه‌ها از محتوای خود با ارزش‌تر تلقی شدند (مک‌لوهان، ۱۳۷۷). این مکتب ابتدا در آمریکای شمالی (کانادا و ایالات متحده) و سپس در اروپای غربی و بعدها به تقلید در میان دولتمردان و دست‌اندرکاران دنیای شرق مطرح شد (شکل ۲).



شکل ۲. نظریه جبر فن‌آوری (مک‌لوهان، ۱۳۷۷)

مک لوهان با تعمیم آثار انیس^۱ چنین اظهار نظر کرد که وسایلی که واژه‌ها بر روی آنها نوشته می‌شوند، از خود واژه‌ها بارز ترند. او وسیله ارتباطی را عبارت از هر نوع توسعه و امتداد آدمی می‌داند؛ خواه این وسیله کتاب، اتومبیل، زبان، چراغ سقفی اتاق، تلویزیون و یا لباس باشد

1. Harold Adams Innis

(رشیدپور، ۱۳۵۲ ص ۲۸). مک‌لوهان در حقیقت به نظریه انیس صراحت بخشید. هر چند مک‌لوهان و انیس هر دو رسانه‌های ارتباطی را در کانون نظریات خود قرار داده‌اند، اما در مورد چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر افراد و فرهنگ اختلاف نظر دارند. در حالی که انیس معتقد بود وسایل ارتباط جمعی عمدتاً بر سازمان اجتماعی اثر می‌گذارند، مک‌لوهان بر این باور بود که «تأثیر اصلی رسانه‌ها بر سازمان حسی و فکری است». بنابراین هنر و فن‌آوری ادامه انسان می‌شوند؛ سنگ و فلز امتداد دست می‌شود (ابزارهای شکار، سلاح‌ها و ...)، چرخ برای پا، عینک برای چشم، رادیو به جای صدا و گوش و پول برای ذخیره انرژی به میدان می‌آیند. به عبارت دیگر می‌توان چنین عنوان کرد که دنیای غرب ابتدا با اختراع خط و سپس چاپ باعث شد بینایی بر سایر حواس ارجح شمرده شود و همین امر به عدم تعادل غرب انجامید. مردم قبایل - منظور غیرغربی‌ها - که بیش از هر چیز دیگری به کلام متکی هستند، در جهانی با روح‌تر زندگی می‌کنند و به دلیل آن که از حواس مختلف بیشتر از غربی‌ها استفاده می‌کنند، با محیط خود در تعادل به سر می‌برند.

مکتب جبر فن‌آوری در بحث فرهنگ و وسایل ارتباط جمعی و به‌ویژه نظریات و وسایل روش‌شناسی مک‌لوهان به شدت از طرف فرهنگ‌گرایان، نظریه‌پردازان غربی وسایل ارتباط جمعی و نیومارکسیست‌های غربی و غیرغربی مورد حمله و انتقاد قرار گرفته است. در کنار این نظریه، دیدگاه متعادل‌تری با نام فن‌آوری نشانه‌ای توسط اخلاف مک‌لوهان مطرح شد که در مقایسه با دیدگاه معتقد به جبر محض فن‌آوری، گرایش کمتری به جبر دارد. این دیدگاه ضمن در نظر گرفتن سایر عوامل علیتی در دگرگونی‌های اجتماعی، بر برخی از فن‌آوری‌های خاص به مثابه نشانه تغییرات ویژه تأکید می‌ورزد. اما این دیدگاه هم مانند مکتب جبر فن‌آوری بر این باور است که پژوهش و توسعه، جز در موارد حاشیه‌ای خودگردان است. نظریه جبر فن‌آورانه تا آنجا که به فرهنگ و وسایل ارتباط جمعی مربوط می‌شود، از دو ضعف درونی رنج می‌برد: نخست آنکه تنها به یک جنبه رسانه - جنبه مادی و فنی آن - می‌نگرد و آن را مشخصه اصلی و معرف رسانه می‌داند. به عبارت دیگر فقط بر فن‌آوری به‌طور منفرد تکیه می‌کند و بر این نکته تأکید دارد که فن‌آوری حاکم ارتباطی به طرز فزاینده‌ای به فرهنگ شکل می‌دهد. اگر ساده‌تر بگوییم، این نظریه برای این موضوع که از رسانه چگونه و به چه منظوری استفاده می‌شود، اهمیتی قایل نیست و فقط به کاربرد آن توجه می‌کند. ضعف دوم در اینجاست که این دیدگاه فقط بر شواهد تاریخی متکی است و از

خود هیچ نوع پویایی نداشته و کاملاً بر تجارب غربی استوار است و از این رو زمانی که درصدد تعمیم برمی‌آید، با مشکل مواجه می‌شود (مولانا، ۱۳۷۱).

۴. نظریه انتقادی مارکسیستی

هر چند که خود مارکس از میان رسانه‌ها فقط مطبوعات را می‌شناخت، آن هم در زمانی که هنوز تبدیل به یک رسانه جمعی مؤثر نشده بود، اما رسانه‌های مدرن بر اساس اندیشه‌های او تحلیل می‌شوند. طبق این نظریه، رسانه‌ها نیز نوعی از وسایل تولیداند که از قانون‌مندی‌های خاص نظام تولید سرمایه‌داری صنعتی، یا عوامل تولید و روابط تولید معین پیروی می‌کنند. به احتمال زیاد این رسانه‌ها در مالکیت یک طبقه سرمایه‌دار انحصاری، که در سطح ملی یا بین‌المللی سازمان یافته تا به منافع این طبقه خدمت کند، قرار دارند و با استثمار مادی کارگران فرهنگی و مصرف‌کنندگان به چنین کاری مبادرت می‌ورزند. از نظر ایدئولوژیکی نیز وظیفه آنها نشر افکار و جهان بینی‌های طبقه حاکم و رد اندیشه‌های جایگزین دیگری است که ممکن است به دگرگونی یا رشد آگاهی طبقه کارگر از منافع خود و جلوگیری از تبدیل شدن این آگاهی به مخالفت فعال و سازمان یافته سیاسی بینجامد. به عبارت دیگر با توجه به این نگرش سلطه سرمایه‌داری بر امکانات و شیوه‌های تولید موجب ناکارایی وسایل ارتباط جمعی دانسته می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۰، ۳۸). پیچیدگی این مدعا منجر به این شده که سه نوع نظریه الهام گرفته از مارکسیسم در مورد رسانه‌های مدرن داشته باشیم: نظریه اقتصاد سیاسی، نظریه انتقادی و نظریه هژمونی رسانه‌ها که از این میان، نظریه اول به سنت ماتریالیستی مارکسیستی وفادارتر است زیرا بر عوامل اقتصادی (زیربنایی) تأکید دارد اما دو نظریه دیگر بیشتر به عوامل ایدئولوژیکی (روبنایی) پرداخته‌اند. زیربنا اساساً از نیروها و روابط تولیدی تشکیل می‌شود. حال آنکه نهادهای حقوقی و سیاسی و همچنین طرز فکرهای سیاسی و طرز فکرهای ناشی از ایدئولوژی‌ها از نظر آنها جزء روبنا هستند (آرون، ۱۳۶۴).

۴-۱. نظریه اقتصاد سیاسی

نئومارکسیست‌ها و کسانی که دارای دیدگاه‌های سوسیالیستی هستند، حامیان این نظریه‌اند. این نظریه علیرغم اینکه شیوه انتقال مفاهیم و اطلاعات به توده‌ها را نقد می‌کند، لیکن چون برخوردی کارکردگرایانه نسبت به رسانه داشته و آن را مجرای انتقال محتوای فرهنگی قلمداد می‌کند و به

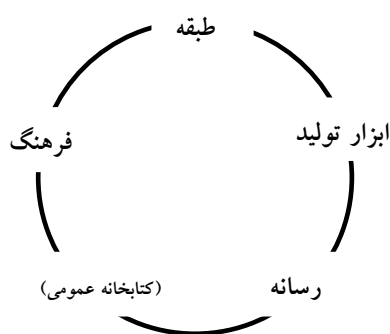
ارائه راهکار جهت چگونگی مشارکت توده‌ها در محتوای فرهنگی رسانه‌ها دست می‌یازد، شاید بتوان آن را جزء نظریات اقتدارگرایانه دسته‌بندی کرد. نظریه اقتصاد سیاسی سه‌گانه نظریه جامعه توده‌وار (شکل ۱) را مورد سؤال قرار می‌دهد و این پنداشت را مطرح می‌سازد که رسانه‌ها (از جمله کتابخانه‌های عمومی) و وضع فعلی زندگی مدرن آن‌قدرها هم باعث ایجاد فرهنگ توده‌وار و ابزار شکل دادن به آن نیستند، بلکه آنها مجاری انتقال محتوای فرهنگی هستند. زیگمونت بامان^۱ محقق لهستانی در این خصوص می‌نویسد:

برای انتقال فرهنگ به توده صرفاً احداث یک ایستگاه تلویزیونی کافی نیست، شرایط و موقعیت‌های خاص زندگی ابتدا باید یکسان شوند تا ترکیبات و شرایط صحیح برای پذیرش پیام‌های یکسان و سایل ارتباط جمعی فراهم شوند (مولانا، ۱۳۷۱).

سه مولفه در این فرایند حضور دارند که وابستگی به بازار نخستین مؤلفه است. جایگاه انسان در مسیر گردش کالا در موقعیت اجتماعی کلان و در معرض نفوذ فرهنگ‌ساز بازار است. مؤلفه دوم وابستگی به سازمان است. این وابستگی مطلقاً و بدون استثنا یک وابستگی فراشخصی است تا غیرشخصی. وابستگی به فن‌آوری مؤلفه سوم را تشکیل می‌دهد. این وابستگی به اختلال در سمت‌گیری و بروز نگرانی منجر می‌شود به‌طوری‌که فن‌آوری نمی‌تواند در جامعه مدرن پیچیده‌ای که خود آن را به‌وجود آورده است کنار گذاشته شود. چگونه می‌توان به جدایی افراد از آموزش اجتماعی و روند تولید که به‌سبب این سه مؤلفه کاملاً به هم پیچیده است خاتمه داد؟ پاسخ به این سؤال، هسته نظریه اقتصاد سیاسی را تشکیل می‌دهد. علت تفاوت برداشت‌های سوسیالیستی با نظریه پردازان نظریه سه‌گانه و معتقدان جبر فن‌آوری نیز در همین نکته است. نظریه پردازان اقتصاد سیاسی، اکثر دیدگاه‌های خود را از دیدگاه‌های مارکسیستی تولید گرفته‌اند. نظریه سه‌گانه که بر پایه پاسخگویی به ذائقه توده‌ها شکل گرفته است تا به طرز مؤثر آنان را کنترل کند، در مجموع یک نوع کنترل اجتماعی است که از بالا اعمال می‌شود. نظریه پردازان نظریه اقتصاد سیاسی از پایین به فرایند می‌نگرند تا توده‌ها بتوانند از طریق بازفرست پیام به ماشین سیاسی و اقتصادی، در تولید و توزیع پیام‌های فرهنگی مشارکت جویند. در حالی که نظریه به

1. Zygmunt Bauman

اصطلاح جامعه توده‌وار، بیانگر از خودبیگانگی در جامعه معاصر است، نظریه اقتصاد سیاسی با این فرایند از جنبه مثبت تری برخورد می‌کند. تصویری که نظریه پردازان جامعه توده‌وار ارائه می‌کنند، اغلب از نگرش مسیحیت پروتستانی به جامعه و اندکی نیز از دکترین اقتصادی «اقتصاد آزاد» گرفته شده است. اما نظریه پردازان اقتصاد سیاسی اکثر دیدگاه‌های خود را از دیدگاه مارکسیستی «تولید» گرفته‌اند. اکثر هواداران این مکتب فکری بر این باورند که انسان اساساً خوب است و این نیروهای اجتماعی است که او را به فساد می‌کشاند. از مارکس گرفته تا لنین از «مکتب انتقادی فرانکفورت» گرفته تا «مکتب اقتصادی لندن»، با همه تفاوت‌هایی که در آنها ملاحظه می‌شود، از جهاتی معتقد به نظریه اقتصاد سیاسی هستند (مولانا، ۱۳۷۱).



شکل ۳. نظریه اقتصاد سیاسی (اقتباس از مولانا، ۱۳۷۱)

۲-۴. مکتب فرانکفورت (نظریه انتقادی)

این مکتب از جریان‌های فکری مارکسیستی است که اگرچه امروز جنبه تاریخی پیدا کرده است، اما در واقع تأثیری بیش از آن داشته است. نظریه پردازان مکتب فرانکفورت کار خود را در آلمان آغاز کردند و با به قدرت رسیدن نازی‌ها، در کشورهای دیگر به ویژه ایالات متحده پراکنده شدند (مک کوئیل، ۱۳۸۲). مهمترین اندیشمندان این مکتب مارکس، هورکهایمر، تئودور آدورنو، هربرت مارکوزه و والتر بنیامین بودند. به‌طور کلی از دیدگاه نظریه انتقادی، جامعه به‌شیوه‌ای هگلی به‌عنوان نظامی تلقی می‌شود، که در آن افراد در پی علایق و منافع خاص خود، به وابستگی متقابل، تقسیم کار، تولید کالایی با نظام مبادله، کار مزدوری، کار دیوانی و دولتی

متمرکز و به‌طور کلی عقل ابزاری هدایت می‌شوند. چنین نظامی از دیدگاه انتقادی ذاتاً متمایل به بحران است. نتیجه چنین نظامی مثله کردن تمامیت وجود انسان و سرکوب خواسته‌های راستین اوست که به‌ویژه در عصر «سرمایه‌داری سازمان‌یافته» از طریق مستهلک ساختن انرژی‌های غریزی انسان به اوج پرخاشگری و سرکوب می‌انجامد (بشیریه، ۱۳۷۸). موضوعی که توجه آنها را به خود جلب کرده بود شکست آشکار دگرگونی اجتماعی و انقلابی‌ای بود که مارکس از آن خبر داده بود. آنها برای تبیین این شکست به توانمندی‌های روبنا، به‌ویژه در شکل رسانه‌های جمعی و واژگون‌سازی فرایندهای تاریخی توجه کردند. به یک معنا منظور آنها این بود که ایدئولوژی مسلط، زیربنای اقتصادی را از راه تسلیم و همسان‌سازی طبقه کارگر به‌وسیله رسانه‌ها تغییر داده و باعث شده که تاریخ مسیر اشتباهی را طی کند. طبق نظر آنها فرهنگ توده‌وار، عمومی شدن و تجاری شدن عمده‌ترین ابزار این موفقیت سرمایه‌داری است. از طریق رسانه‌ها، کل نظام تولید انبوه کالاها، خدمات و اندیشه‌ها به نظام سرمایه‌داری پیش‌فروش شده و همراه با آن پابندی به عقلانیت ابزاری، مصرف‌گرایی، رضایت‌مندی‌های کوتاه‌مدت و افسانه «بی‌طبقگی» کاملاً جا افتاده است. کالا مهم‌ترین ابزار ایدئولوژیکی این فرایند است، زیرا به‌نظر می‌رسد که هنرهای زیبا و حتی فرهنگ انتقادی و مخالف را می‌توان به انگیزه سود و البته به بهای از دست دادن قدرت انتقادی‌اش به‌خوبی به فروش رساند. مکتب فرانکفورت به وابستگی فرد و طبقه و به تعریف تصاویر و ضوابط مجادله فکری مشترک در کل نظام تأکید می‌کند.

علاوه بر این اصحاب این مکتب صنایع فرهنگی را در یک بافت سیاسی از طریق طبقه کارگر در جوامع سرمایه‌داری مورد بررسی قرار دادند. مکتب فرانکفورت یکی از نخستین گروه‌های نومارکسیست بود، که دست به بررسی تأثیر فرهنگ توده و ایجاد جامعه مصرفی در میان طبقه کارگر زد؛ یعنی طبقه‌ای که ابزار انقلاب، در سناریوهای کلاسیک مارکسیستی هستند. مکتب فرانکفورت در ذات خود بر فن‌آوری و فرهنگ تمرکز می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه فن‌آوری تبدیل به نیروی اصلی برای ایجاد و شکل‌گیری سازمان اجتماعی رسمی و کنترل حاصل از آن شده است (کلنر، ۱۳۸۶).

تأکیدی که این مکتب بر رسانه جمعی به‌عنوان سازوکاری قدرتمند برای جلوگیری از دگرگونی دارد استمرار یافت و سپس با رهیافت «هژمونی» پیوند خورد، اما بعدها «منفی‌گرایی» و

همچنین «نخبه‌گرایی فرهنگی» آن آماج انتقاد از سوی چپ مارکسیستی قرار گرفت. به‌علاوه باید به هم‌زمانی اقبال عمومی به این مکتب و نظریه جامعه توده‌وار نیز توجه داشت.

۳-۴. نظریه هژمونیک رسانه‌ها

سومین مکتب تحلیل رسانه در سنت مارکسیستی را که یک مکتب انتقادی است، می‌توان با احتیاط تحت عنوان کلی نظریه هژمونیک قرار داد. اصطلاح هژمونی را گرامشی^۱ در مورد ایدئولوژی حاکم به کار برده است. گرامشی تلاش کرد تا ایده‌الیسم هگل را با ماتریالیسم مارکس ترکیب کند. فلسفه «رویه» گرامشی نه تنها قدرت سرمایه‌داری و سلطه را با جنبه مادی ابزارهای اقتصادی و روابط تولیدی نشان می‌دهد، بلکه سرکردگی عقیدتی - در سطح ایده‌آل سیاسی و اجتماعی تحلیل - که آگاهی جمعی را به آگاهی طبقاتی تجزیه می‌کند، به نمایش درمی‌آورد. طبق نظریه گرامشی، طبقه حاکم با استفاده از نهادهایی چون آموزش، مذهب، خانواده و سازمان صنعتی در راستای مشروعیت‌بخشی به روابط قدرت بهره‌برداری می‌کند. گرامشی بر تفکر جمعی از نویسندگان مکتب پژوهش‌های فرهنگی انگلیس به‌ویژه بر استوارت هال تأثیر عمیقی گذاشته است (مولانا، ۱۳۷۱). اختلاف این رهیافت با رهیافت‌های مارکسیسم کلاسیک و اقتصاد سیاسی در این است که در نگاه هژمونیک به رسانه‌ها، میزان استقلال ایدئولوژی بیشتر از زیربنای اقتصادی انگاشته می‌شود.

ایدئولوژی به شکل تعریفی تحریف شده از واقعیت و تصویری از روابط طبقاتی از این لحاظ مسلط نیست که توسط طبقات حاکم به زور تحمیل شده است بلکه سلطه آن به این خاطر است که دارای نفوذ فرهنگی آگاهانه و پایداری است که به خدمت تفسیر تجارب واقعی، البته به صورتی پوشیده و در عین حال مداوم در می‌آید.

این نظریه با کوشش‌های نظری برخی متفکران مارکسیست به‌ویژه پولانزاس^۲ و آلتوسر^۳ به پالایش این نظریه انجامید و نگاه‌ها را به راه‌های بازتولید و مشروعیت‌بخشی روابط سرمایه‌داری بر اساس پذیرش کم و بیش داوطلبانه طبقه کارگر جلب نمود. ابزار این تلاش‌ها را پیشرفت تحلیل نشانه‌شناسی و ساختاری با معرفی روش‌هایی برای کشف و استخراج معنای پنهان ساختارها فراهم آورده است.

1. Antonio Gramsci

2. Polanzas

3. Althusser

۵. مکتب مطالعات فرهنگی

در نظریه فرهنگی جایگاه خاصی برای عنصر فرهنگ در نظر گرفته می‌شود به طوری که همانند نظریات مارکسیسم کلاسیک بر اقتصاد صرف تأکید نمی‌شود، بلکه کسانی مثل گرامشی، لویی آلتوسر، و روزه گارودی به نوعی عامل فرهنگی را مؤثرتر از اقتصاد می‌دانند. از دیدگاه مک کوئیل، این نظریه بیش از آن که به عوامل تعیین‌کننده ساختاری و اقتصادی جهانی که گرایش به طبقه دارد نظر داشته باشد، به خود جهان‌بینی نظر دارد. تفاوت آن با مارکسیسم کلاسیک و رویکرد اقتصاد سیاسی در این نکته است که این نظریه برای جهان بینی در مقایسه با زیرساخت اقتصادی، به مراتب استقلال بیشتری قائل است.

عده‌ای از نویسندگان نئومارکسیست و نویسندگانی که در زمینه اقتصاد سیاسی قلم زده‌اند، از زاویه دیگری و با استفاده از مفاهیمی مانند انسان‌شناسی فرهنگی، علم کلاسیک تشریح، نشانه‌شناسی، زیبایی‌شناسی و نقد ادبی با مسئله برخورد کرده‌اند. نمایندگان این روش که به مکتب پژوهش‌های فرهنگی انگلیس تعلق دارند، ریموند ویلیامز و استوارت هال^۱ هستند. این دو نفر مطالعات فرهنگی را با جنبه‌های پژوهش منتقدانه درهم آمیخته‌اند. هال و همکارانش در «مرکز مطالعات فرهنگی معاصر» وابسته به دانشگاه بیرمنگام، معتقدند که ارتباطات نه فرآورده رسانه‌ها و نه فرآورده‌ای برای رسانه‌ها است. ارتباطات از نظر این عده مشتمل بر طیف وسیعی از نمودهای فرهنگی و مظاهر زندگی روزمره است - مانند آموزش، مذهب، محاوره روزانه، و ورزش - این نظریه پردازان توجه خود را بر فرهنگ دیرینه و به‌ویژه بر جنبه‌های فرهنگ طبقه کارگر (توده) متمرکز می‌کنند، حال آنکه توجه اولیه نویسندگان مکتب منتقدانه، نظیر ادورنو، هورخیمر و بنیامین بر فرهنگ نخبگان برتر متمرکز است. این نگرش به بروز چهارچوبی انجامید که در آن نقش فن‌آوری ارتباطی و نظام‌های رسانه‌ای به‌ویژه در دهه ۱۹۷۰، بررسی می‌شد. از دیدگاه هال، وسایل ارتباط جمعی ضمن ایجاد چارچوب فرهنگ توده‌وار، مهم‌ترین ابزارهای سرمایه‌داری قرن بیستم برای حفظ سرکردگی عقیدتی نیز هست (مولانا، ۱۳۷۱).

رهیافت فرهنگی پیام‌ها و عموم را مدنظر قرار می‌دهد؛ به این منظور که با فهم دقیق و نقادانه تجربیات واقعی اجتماعی زیرگروه‌ها در جامعه، جوابگوی الگوهای انتخاب و پاسخ در مورد

1. Stavart Hall

رسانه‌ها باشد. رویکرد انتقادی مکتب بیرمینگام همچنین عهده‌دار تبدیل پرسش ایدئولوژی جای گرفته در متون رسانه‌ای به این پرسش بود که چگونه مخاطبان رسانه باید این ایدئولوژی را قرائت کنند. استوارت هال در سال ۱۹۸۰ مدل «گفتمان رمزگذاری و رمزگشایی رسانه‌ای» را پیشنهاد کرد. در این مدل متون رسانه‌ای، بین تولیدکنندگان و مخاطبان آن جای می‌گیرد. تولیدکنندگان همان کسانی هستند که معانی را در قالب‌های مشخص جای می‌دهند و مخاطبان همان کسانی هستند که معانی را متناسب با موقعیت‌های متفاوت اجتماعی و قالب‌های تفسیر و تأویل خود «رمزگشایی» می‌کنند. هال در امتداد جامعه‌شناسی سیاسی پارکین (۱۹۷۲) پیشنهاد کرد که سه نوع اصلی رمزگشایی در گردش است: اول، رمزگشایی مسلط - هژمونیک - که با قدرت پیوند خورده است. دوم، رمزگشایی «توافقی» که اساساً رمزگشایی رسانه‌ها در نقش خود به‌عنوان حامل بی‌طرف و حرفه‌ای اطلاعات است و سوم رمزگشایی «تقابلی» که برای کسانی میسر است که انتخاب می‌کنند و یا کسانی که به‌وسیله شرایط راهنمایی می‌شوند تا پیام‌های مربوط به واقعیت را به گونه‌ای دیگر ببینند و بتوانند «ناگفته‌ها» را از پس آنچه از رویدادها رسماً اعلام می‌شود درک کنند. مطالعات فرهنگی با ویژگی‌های خاصی از سایر مطالعات علوم اجتماعی تمایز یافته که از جمله آن‌ها می‌توان به فقدان قلمرو نظری و محدوده رشته‌ای مشخص، انتقادی بودن، دارا بودن صبغه کم و بیش مارکسیستی، اصالت دادن به فرهنگ، عطف توجه به جلوه‌های عادی و نمودهای معمول زندگی روزمره به جای توجه به نظام‌های هنجاری، ساختارهای کلان و نهادهای پهن‌دامنه، تأکید بر فرهنگ دموکراتیک به معنای امکان‌یابی مشارکت همگانی در ساخت فرهنگ، طرح مباحثی عمیق در خصوص طبقه اجتماعی و ایدئولوژی و عوامل مؤثر بر آن‌ها، و تأکید بر تفسیر نشانه‌شناختی پیام‌ها و متون رسانه‌ای اشاره کرد (شرف‌الدین، ۱۳۸۷).

۶. نظریه همگرا

با توجه به نظریات مطرح شده، مولانا (۱۳۷۱) به سه الگوی کلی (که نظریات یاد شده را می‌توان ذیل آن‌ها دسته‌بندی کرد) در ارتباط با نقش و کارکردهای ارتباطات و رسانه‌های جمعی که کتابخانه‌های عمومی نیز ذیل آن قرار می‌گیرد، قائل است: الگوهای لیبرالی-سرمایه‌داری، الگوهای مارکسیستی-سوسیالیستی، و الگوهای وحدت‌گرا-رهایی‌بخش.

الگوهای لیبرالی، نخستین مجموعه مسلط در الگوهای ارتباطی و توسعه هستند. این الگوها کم و بیش بر مفهوم نوگرایی و نظام‌های غربی اقتصادی سرمایه‌داری مبتنی هستند. الگوی لیبرالی عمدتاً از نظریه‌های اجتماعی - اقتصادی ماکس وبر ریشه می‌گیرد. یکی از ویژگی‌های این الگوها این است که به‌طور کلی به شکل‌های سنتی ارتباطات اهمیت نمی‌دهند. تأکید این الگوها بر بوروکراسی منطقی، نهادهای رسمی و نظام‌های نوین حکومت غرب است. از نظر این الگوها، وسایل ارتباط جمعی و ارتباطات توده‌ای ابزارهای بنیادین سازماندهی به‌شمار می‌آیند و الگوهای ارتباطی و فرهنگی نظیر کارکردگرایی رسانه‌ها و «تئوری سه گانه» (وسایل ارتباط توده‌ای، فرهنگ توده‌وار، جامعه توده‌وار) و دیدگاه‌های معتقد به جبر فن‌آوری، محصولات همین فرایند هستند. در حقیقت، این نظریه بر این باور است که با تزریق «نیاز دستیابی به موفقیت» به جامعه از طریق زیرساخت‌های ارتباطی، الگوهای اجتماعی شدن، و آموزش، می‌توان برای توسعه اقتصادی انگیزه به‌وجود آورد. خلاصه کلام آن‌که، هر نوع تغییر در «نیاز دستیابی به موفقیت» به‌طور علیتی به درجه رشد اقتصادی مربوط خواهد شد. چندین پژوهش اثبات کرده‌اند که گمان صاحب‌نظران این حوزه مبنی بر گسترش تجربه رسانه‌ای از طریق ارتباطات توده‌ای از نظر ایجاد تلقین (همدلی) با شکست مواجه می‌شود. به‌عنوان مثال همان‌گونه که جیمز ان. ماسل^۱ در مورد تایلند و مولانا در مورد ایران نشان داده‌اند، نظام‌های ارتباطی این کشورها، به‌عنوان عامل سیاسی کردن جامعه، در بسیاری از جوانب روند پیوستگی و پایداری فرهنگی را تقویت و سازگار کرده‌اند. در حقیقت اگر «خبر»، الگو و استراتژی انقلاب اسلامی در ایران بود، شناخت این مسئله که در جوامع کهن‌تری چون ایران کنترل رسانه‌های نوین ارتباطی، کنترل سیاسی را تضمین نمی‌کند، نیز یک خبر بود. برای آن‌که رسانه‌های نوین مؤثر واقع شوند، باید خود را با نظام پیچیده مجاری سنتی ارتباطی تلفیق کنند. چه در توصیف رویدادهای گذشته و چه در زمینه پیش‌بینی آینده، مورد ایران به‌خوبی اهمیت شناخت و ارزش نظام ارتباطی یک فرهنگ را در کلیت آن مشخص می‌سازد.

الگوهای مارکسیستی - سوسیالیستی دومین مجموعه حاکم را در قلمرو موضوع ارتباطات و توسعه تشکیل می‌دهند. در این فرمول‌بندی‌ها، ارتباطات بخش لاینفک کل نظریه‌های سیاسی و عقیدتی و جزء اصلی فرایند توسعه است. الگوی مارکسیستی - سوسیالیستی بر این مبانی

1. James N. Mosel

استوار است: تحریک، سازمان، بسیج، و انتقاد از خود به‌عنوان نقش اولیه و اساسی مجاری ارتباطی و به‌ویژه وسایل ارتباط جمعی. این الگو بر ارتباط بین فردی به‌ویژه از طریق حزب سیاسی تأکید می‌کند و آن را پیش شرط طرح و اجرای برنامه‌ها، اهداف و استراتژی‌های توسعه می‌داند. دیدگاه مارکسیستی - سوسیالیستی معتقد بر جبر اقتصادی است. این الگو بر این باور است که مشارکت سیاسی به رشد اقتصادی می‌انجامد. از این زاویه، رشد نقش رسانه‌ها حاصل آگاهی، دگرگونی اجتماعی، و انقلاب است. علیرغم اختلاف‌های سیاسی و عقیدتی، الگوهای «لیبرالی - سرمایه‌داری» و «مارکسیستی - سوسیالیستی» شباهت‌هایی هم با یکدیگر دارند. هر دو الگو بر رشد اقتصادی و ماده‌گرایی تأکید بسیار دارند، اما بر سر چگونگی دستیابی به آن اختلاف نظر دارند. می‌توان این جبر مادی را در نحوه برآورد کل توسعه بر مبنای تولید ناخالص ملی و سرانه دید. هر دو الگو به لحاظ ماهیت، سکولار هستند، علم را محور کلیدی توسعه می‌دانند، و سمت‌گیری هر دو به سوی دولت - ملت است. صاحب‌نظران این حوزه، ارتباطات را مجموعه‌ای از شکل‌بندی‌های عقیدتی می‌دانند؛ شکل‌بندی‌هایی که از الگوهای تولید مادی در جامعه پیروی می‌کنند و یکی از عوامل پویایی این فرایند را تشکیل می‌دهند. «رسانه‌های ارتباطی» در الگوی لیبرالی - سرمایه‌داری «والدین» فرهنگ توده‌وارند، «فرهنگ توده‌وار» فرزند «ارتباطات توده‌ای» است و وسایل ارتباط توده‌ای از جامعه توده‌وار صنعتی و شهری زاده شده‌اند. الگوهای مارکسیستی - سوسیالیستی از پایین به این روند می‌نگرند. توده‌ها از طریق بازفرست تفصیلی به تشکیلات سیاسی و اقتصادی، در تولید و توزیع پیام‌های فرهنگی شرکت می‌کنند و به این ترتیب، ارتباطات می‌تواند آگاهی دهد و به سازماندهی و بسیج توده‌ها برای دگرگونی سیاسی که به توسعه اقتصادی - اجتماعی می‌انجامد، کمک کند.

سومین مجموعه از الگوهایی که در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ بروز کرد و اینک می‌رود تا نقش محوری را به خود اختصاص دهد، از بسیاری از جوانب در واکنش علیه الگوهای «لیبرالی - سرمایه‌داری» و «مارکسیستی - سوسیالیستی» ظهور کرد. این نگرش که آن را الگوی «وحدت‌گرا - رهایی‌بخش» می‌نامیم، اساساً یک جنبش انقلابی، انسان‌گرا و معنوی است که بر کیفیت در برابر «کمیت» تأکید می‌ورزد. اگرچه از این الگوی فراگیر، انواع گوناگونی وجود دارد و این تنوع به‌خاطر انطباق الگو با شرایط خاص فرهنگی و اجتماعی جوامع مختلف

پدید آمده است، اما آثار موجود در این قلمرو همه بر ارتقاء سطح خودگردانی متمرکز است و از نظریه‌های مربوط به دگرگونی اجتماعی، انسانی، اخلاقی، سنت‌گرا، ضد بلوک‌بندی و خوداتکاء مایه می‌گیرد. به تعبیر لاج^۱ هر نظام فلسفی که تلاش می‌کند و این را وظیفه خود می‌داند که صراحت ذاتی و یگانگی همه برداشت‌ها و شعورهای حسی ظاهراً گوناگون را به قاعده در آورد، وحدت‌گرا است. هر نظامی که تلاش می‌کند تا پیچیدگی‌های مادی و ذهنی هستی را - همه پدیده‌های عینی و ذهنی را - مظاهر تجلی یک حقیقت بنیادین نشان دهد، وحدت‌گرا است. حامیان این نگرش معتقدند که هم ارتباطات بین فردی و هم ارتباط درون فردی باید در کانون توجهات برنامه‌ریزان توسعه قرار گیرد. آنها علاوه بر مجاری ارتباطی سنتی بر فن‌آوری نوین ارتباطی نیز تأکید می‌ورزند. حامیان این نگرش نه توسعه اقتصادی و سیاسی را مهم‌ترین هدف توسعه می‌دانند و نه آن را نفی می‌کنند، آنها صرفاً بر اهمیت و نه بر سلطه توسعه فرهنگی، اجتماعی و فردی تأکید دارند. افزون بر این، آنها همچنین برای رشد کیفی و چگونگی تحقق فرایندهای دگرگونی اهمیت قائل می‌شوند. در این دیدگاه به جای آن که بر «دولت - ملت» تأکید شود، «جامعه» مورد تأکید قرار می‌گیرد. به جای «ناسیونالیسم» بر «جهان‌گرایی موحدانه» تأکید می‌شود و «محو‌وره» بر «تک‌گویی» رجحان دارد. این دیدگاه به جای از خودبیگانگی بر «رهای» تأکید می‌ورزد.

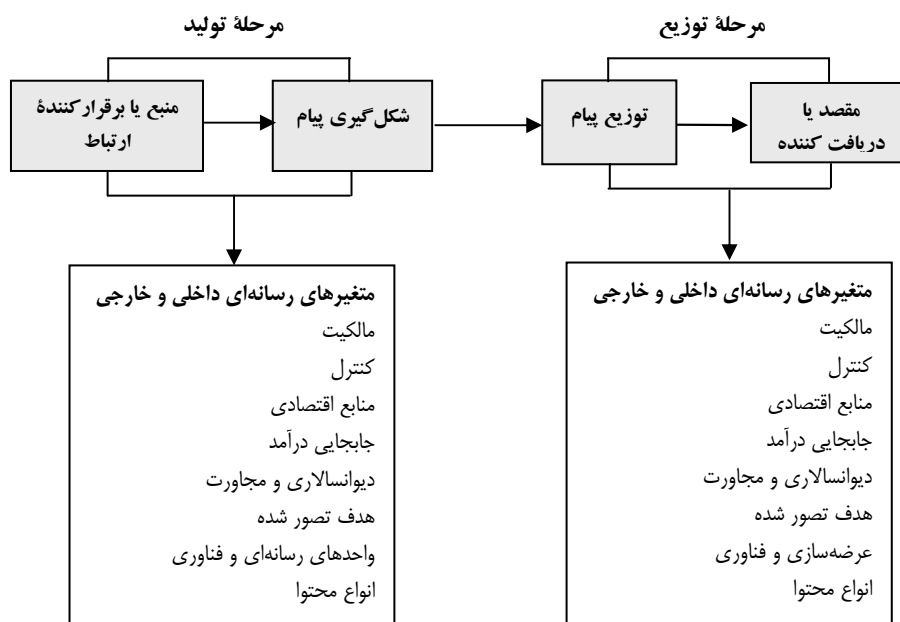
مولانا (۱۳۸۴) با انتقاد از برخی مبادی و مفاهیم مطرح در نظریه‌های پیش گفته، آنها را جانبدارانه می‌داند و ذیل الگوهای وحدت‌گرا - رهای‌بخش، و با تمییز میان مرحله تولید و توزیع چهارچوبی جامع‌تر برای مطالعه نظام‌های ارتباطی از جمله کتابخانه‌های عمومی فراهم می‌کند و تأکید می‌کند که بایستی بر فرایند توزیع پیام متمرکز شد. وی در نقد نظریه‌های تدوین شده در حوزه نظام‌های ارتباطی و رسانه‌ها چنین می‌نگارد:

یکی از سفسطه‌هایی که در جانبداری‌های تئوری سه‌گانه وجود دارد این فرض است که جامعه توده‌وار را یک نظام اتم‌گونه تلقی می‌کند و معتقد است که روابط افراد در این نظام به طرز فزاینده‌ای بی‌شکل شده است. طرفداران نظریه جبر فن‌آوری نیز در همین دام گرفتار می‌شوند و آن هنگامی است که آنها جامعه غربی را جامعه‌ای چاپ‌گرا و خطی می‌نامند و این ویژگی را برای جوامع

1. Sir Oliver Lodge

غیر غربی منتفی می‌دانند... تقریباً اکثر نظریه‌ها و بحث‌های مربوط به فرهنگ و وسایل ارتباط جمعی، به لحاظ تاریخی جانبدارانه بودند. به عنوان مثال، در تئوری سه‌گانه از آنجایی که تلاش بر آن است تا معیارهای گذشته حفظ شوند، کل بحث با اشارات پیاپی به این معیارها همراه است. آنچه مورد نیاز است یک الگوی پویای برتر است که در آن متغیرهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و ساختاری در نظر گرفته شوند. چنین الگویی باید میان تولید و توزیع پیام‌های فرهنگی تمایز قائل شود.

نکته مهمی که وی در نظریه خود به آن تکیه می‌کند، عدم جامعیت نظریه‌های قبلی در این حوزه و عدم تفکیک میان تولید و توزیع توسط آنهاست. همچنین نکته قابل توجه این نظریه، تأکید بر اهمیتی است که بر توزیع به عنوان یکی از دو رکن ارتباط قائل می‌شود. دومین نکته این نظریه، تفکیک و فروپاشی پارادایم توده است؛ به این معنی که دیگر ما مخاطب تفکیک نشده نداریم و نیازمند تعریف دوباره جمع (توده) هستیم. وی نظریه همگرایی خود را در شکل زیر نشان داده است (شکل ۴).



شکل ۴. عوامل تولید و توزیع در نظریه همگرا (مولانا، ۱۳۸۴)

کارکردهای اجتماعی کتابخانه‌های عمومی با بسط نظریه همگرا

اهداف، نقش‌ها، و کارکردهای مختلفی برای کتابخانه‌های عمومی شمرده شده است اما نگاه گذرای تحلیل محتوایی به تعاریف ابراز شده در مورد کارکردهای کتابخانه‌های عمومی، نقش اجتماعی کتابخانه‌های عمومی را به صورت پررنگ نشان می‌دهد. موکهرجی (۱۳۸۲) هدف اجتماعی کتابخانه‌های عمومی را این چنین بیان می‌کند:

«هدف اجتماعی کتابخانه‌های عمومی مافوق همه چیز است. هدف آن ایجاد امکاناتی برای همگان و بر اساس نیازها و موقعیت‌ها است تا بتوانند با دسترسی کامل به کتاب‌ها و پیشینه‌های مربوط به اشکال گوناگون، از بهره‌گیری آنها لذت ببرند. تکیه آن بر خدمت در سطح محلی است، زیرا به درستی باور دارد که باید خدمتش جنبه شخصی (محلی) داشته باشد.»

همچنین وی معتقد است که فردی کتاب خوانده، شهروندی بهتر و سرمایه‌ای ارزنده‌تر برای جامعه خواهد بود. به تمامی موادی که برای فرد و جامعه ارزشمند است توجه دارد و موظف است نه تنها به برآوردن نیازهای موجود، بلکه به برآوردن نیازهای گسترده‌تر آتی مردم بپردازد:

کتابخانه عمومی به منزله نهادی اجتماعی که در متن اجتماع کار می‌کند مقام والایی دارد و باید عمدتاً در این متن نیازهای آن مورد تحلیل قرار گیرد (موکهرجی، ۱۳۸۲، ص ۳۷).

بیانیه مشترک ایفلا و یونسکو^۱ (۱۹۹۴) در باب جایگاه و نقش کتابخانه‌های عمومی چنین اظهار داشته است:

کتابخانه عمومی مانند نیرویی جاودان برای آموزش، فرهنگ و اطلاعات و عامل اصلی پرورش صلح و سلامت روح از طریق اندیشه مردان و زنان است.

در جای دیگر این منشور آمده است که:

کتابخانه عمومی دروازه‌ای است به سوی دانش که شرایط اساسی را برای یادگیری مداوم، تصمیم‌گیری مستقل، و توسعه فرهنگی افراد و گروه‌های اجتماعی فراهم می‌آورد.

1. The IFLA/unesco Public Library Manifesto

به کارگیری واژگانی چون «توسعه فرهنگی»، «گروه‌های اجتماعی»، «فرهنگ»، «پرورش اندیشه مردان و زنان» نه تنها نشان از جایگاه اجتماعی این نهاد مردمی دارد، بلکه اشاراتی به نقش رسانه‌ای و ارتباطی کتابخانه‌های عمومی نیز دارد.

تحلیل محتوای صورتی گفته‌های کتابداران معروفی چون توماس جفرسون مبنی بر کارکرد دموکراتیک کتابخانه‌های عمومی (ایفلا، ۲۰۰۹) و اظهارات فیلسوف- کتابداری چون رانگاناتان مبنی نقش کتابخانه‌های عمومی در تحقق مردمسالاری (زوارقی، ۱۳۸۵)، جایگاه نقش اجتماعی کتابخانه‌های عمومی را به راحتی نشان می‌دهد. هر چند تأکید افرادی مانند جفرسون، کارنگی و حتی این اواخر شخصیت‌های سیاسی‌ای مانند اوپاما بر نقش دموکراتیک کتابخانه‌های عمومی توسعه‌مشی لیبرالیسم در جهت افزایش توان قدرت سرمایه‌داری جهانی است، اما با این وجود نقش اجتماعی کتابخانه‌های عمومی، به ما هو، در ادبیات این حوزه به صورت پررنگ تأکید شده است. نقش اجتماعی کتابخانه‌های عمومی در تبیین کارکردهای فرهنگی چون سرمایه اجتماعی، سرمایه فرهنگی و تغییر فرهنگی نیز در ادبیات این حوزه مشهود است. برای نمونه، گرینهالک، وریپول و لاندری^۱ (۱۹۹۵) در کتاب معروف خود با نام «کتابخانه‌ها در عصر تغییر فرهنگی» ضمن تقسیم‌بندی کارکردهای کتابخانه‌های عمومی به کارکردهای آموزشی، سیاست‌گذاری اجتماعی، اطلاع‌رسانی، فرهنگی، و اقتصادی، چنین عنوان می‌کنند:

هرچند سازمان‌های عام‌المنفعه به صورت سلبی به منظور پوشاندن یا کاستن جنبه‌های منفی زندگی اجتماعی تغذیه می‌شوند، کتابخانه‌های عمومی به صورت ایجابی در جهت پیوند زدن زندگی محلی مردم به حوزه عمومی عمل می‌کند (ص ۹۶).

ادبیات این حوزه، به خصوص در دهه‌های اخیر، مملو از گرایش به تعاریف اجتماعی و با اشارات ارتباطی- رسانه‌ای به تعریف کتابخانه‌های عمومی است. اظهارنظر گرینهالک و همکارانش در مورد پیوند زندگی محلی و روزمره مردم به حوزه عمومی، یکی از این اشاره‌هاست. نگاه ایجابی به کارکردهای اجتماعی کتابخانه‌های عمومی و جایگاه آن در وارد ساختن افراد جامعه در فضای گفتمانی حوزه عمومی، کارویژه اجتماعی نُوی است که تحت عنوان

1. Greenhalgh, L., Worpole, K. and Landry, C.

پراکنش نشانه‌های معنادار اجتماعی به منظور رفع نیاز به معنا در حوزه عمومی (پارسازاده و شقاقی، ۱۳۸۸) مطرح شده است:

می‌توان موقعیت استراتژیک^۱ نهادهایی که علی‌الخصوص در شکل‌گیری و شکل‌دهی حوزه عمومی تأثیرگذار هستند را مشروط به داشتن منظر گاهی تئوریک^۲ در خصوص تغییر اجتماعی دانست... در این خصوص نهادهای فرهنگی باید به ازای نشانه‌های پیشینی (از پیش طراحی شده) قبل از ورود به ارتباطات تفاهمی، سناریوهای مختلفی در خصوص واکنش متقابل عمومی را پیش‌بینی کرده و متقابلاً نشانه‌های پسینی (پس از ورود اولیه به گفتگو) را وارد ارتباطات متقابل کنند تا نتیجه مطلوب که ایجاد گفتمانی مشترک و توافق عمومی است، به تدریج ایجاد شود.

با مروری بر ادبیات مربوط به وظایف اصلی کتابخانه‌ها و از جمله کتابخانه‌های عمومی، به وظایفی چون مجموعه‌سازی، سازماندهی، و اشاعه اطلاعات برمی‌خوریم که از مورد آخر یعنی اشاعه اطلاعات به‌عنوان جوهره اصلی کار کتابخانه‌ها نام برده شده است. در دایره‌المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی (۱۳۸۱) در باب اهمیت اشاعه اطلاعات چنین عنوان شده است:

اشاعه اطلاعات را از ارزنده‌ترین و مهم‌ترین خدمات هر کتابخانه و مرکز اطلاع‌رسانی دانسته‌اند. در واقع، مهم‌ترین رسالت کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی اشاعه اطلاعات است. دلیل اهمیت و ضرورت ارائه و اشاعه اطلاعات را می‌توان عبارت دانست از: (۱) فزونی انفجار گونه اطلاعات (۲) لزوم روزآمد نگاه داشتن دانش متخصصان حوزه‌های مختلف علمی (۳) توجه به صرفه‌جویی در وقت و هزینه استفاده‌کنندگان و (۴) تلاش به منظور افزایش تقاضا و بازاریابی برای خدمات اطلاع‌رسانی و کسب منابع مالی برای کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی.

همچنین، در نظریه‌پردازی‌های جدید حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی نیز از اشاعه اطلاعات به‌عنوان غایت اصلی کار کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی نام برده شده است (فدائی، ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹):

1. strategic position
2. theoretical perspective

... پاسخ به نیازمندی به اطلاعات که هدف غایی این رشته برای پیشبرد امور در زندگی است، فرایندی را می‌طلبد که در ذخیره و بازیابی اطلاعات به‌طور ذاتی متجلی است ... و مفهوم اشاعه اطلاعات ... می‌تواند این اصطلاح را تقویت کند.

مرور نظریات اجتماعی مطرح در باب رسانه‌های ارتباطی از جمله کتابخانه‌های عمومی که به‌مثابه نوعی رسانه‌ی ایجابی تبیین گردید، و با نظر به کارکردهای اجتماعی کتابخانه‌های عمومی در پیوند دادن زندگی روزمره مردم به حوزه عمومی و با نگاه به اهداف و وظایف اصلی کتابخانه‌ها، از جمله اشاعه اطلاعات که وظیفه اصلی شمرده شده است، به نظر می‌رسد که نقش توزیع اطلاعات در نیل به اهداف مذکور کلیدی است. از آنجا که محوریت و بُعد نوآورانه نظریه همگرا، محور قراردادن وجهه توزیعی اطلاعات در ارتباطات جهانی است، لذا بسط نظریه همگرا برای ورود و بحث درباره کارویژه اصلی کتابخانه‌های عمومی به‌عنوان یک تحلیل جدید از کارویژه‌های آن رویکردی است که در اینجا به آن می‌پردازیم.

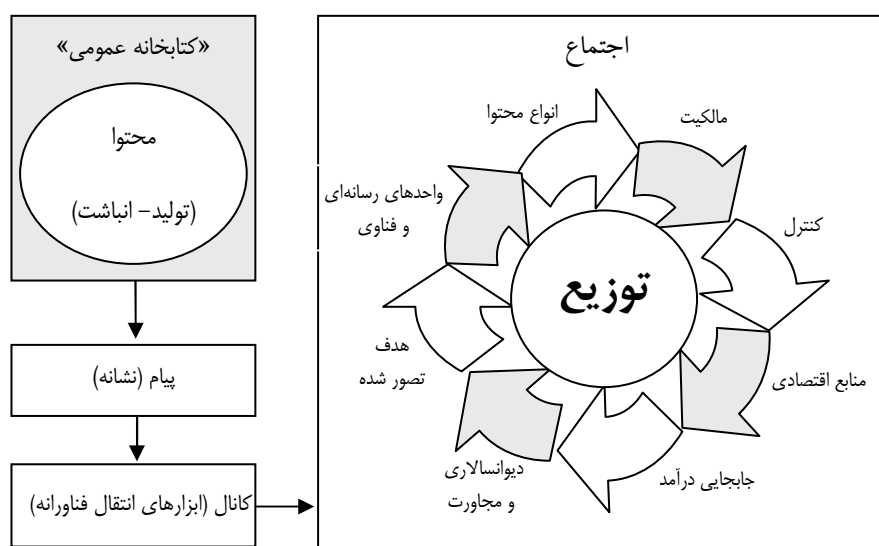
نظریه همگرا در حوزه جریان اطلاعات در رسانه‌های ارتباطی است که بُعد ابداعی جدیدی را از جهت تمرکز بر توزیع و کنترل و نظارت بر آن ارائه می‌کند. مبنای این نظریه آن است که بیشترین اثربخشی نشانه‌ها و پیام‌ها زمانی اتفاق می‌افتد که به‌جای تمرکز بر منبع پیام و محتوای آن، به توزیع و نحوه کنترل آن متمرکز شود:

تغییر از توجه صرف به منبع و محتوای پیام‌ها به تحلیل فرایند توزیع پیام و کنترل فرایند توزیع مهمترین شاخص راهی است که بدان طریق قدرت در نظام ارتباطی توزیع می‌شود... رشد فن آوری ارتباطی، گسترش بازار ملی و بین‌المللی و آفرینش سیاست‌ها و مقررات نهادی، همه با هم مرحله توزیع را مهمترین حلقه زنجیره نظام‌های ارتباطی ساخته است. تا زمانی که ملتی بر تمامی فرایند توزیع کنترل و نظارت نداشته باشد احتمالاً پیام‌هایش بی‌اثر خواهد ماند. بی‌گمان نبوغ‌آمیزترین پیام طراحی شده اگر به جایی نرسد اثری نخواهد داشت (مولانا، ۱۳۸۴، ۴۴).

نگرش همگرا به سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی کتابخانه‌های عمومی در قلمرو وسیعی عمل می‌کند. هشت عامل در هر مرحله تولید و توزیع مشخص شده است: ۱. مالکیت، ۲. کنترل و انواع

آن، ۳. منابع اقتصادی ۴. جابجایی درآمد ۵. دیوانسالاری و مجاورت ۷. هدف تصور شده ۷. واحدهای رسانه‌ای و فن آوری ۸. انواع محتوا (مولانا، ۱۳۸۴، ۴۵-۵۰).

بر این اساس برای نظامی ارتباطی- رسانه‌ای چون کتابخانه عمومی در راستای سیاست گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در جهت رسیدن به حداکثر اثرگذاری در اشاعه نشانه‌های فرهنگی و توزیع پیام‌ها هشت مرحله زیر قابل بسط، تحلیل و پیشنهاد است:



شکل ۵. کارکرد اجتماعی کتابخانه‌های عمومی با بسط نظریه همگرا

مالکیت: تولید (شکل دهی) یا گردآوری، و توزیع پیام‌ها در یک نظام ارتباطی- رسانه‌ای می‌تواند در سه حوزه گستره عمومی، گستره خصوصی، و تلفیقی از این دو (آمیخته) انجام گیرد. تولید محتوا در کتابخانه‌های عمومی می‌تواند از طریق جذب تألیفات و محتواهای تولیدی حوزه عمومی و حمایت از تولید آثار باشد. گردآوری محتوا نیز می‌تواند از طریق راه‌اندازی نظام جذب آثار منتشر شده در گستره عمومی به صورت متکثر و با توجه به علائق بومی انجام گیرد. تولید محتوا در حوزه خصوصی نیز می‌تواند از طریق حمایت از انتشار آثار مولفان و مصنفان صاحب‌نظر در حوزه‌های علمی خاص انجام گیرد و گردآوری نیز می‌تواند بر این سامان استوار شود. نظام توزیع نیز با توجه به هدف کتابخانه‌های عمومی در گستره عمومی انجام خواهد شد.

کنترل: می‌توان گفت از آنجا که نظریه همگرا بر توزیع نمادها و نشانه‌های فرهنگی متمرکز است، متغیر کنترل مهم‌ترین متغیر در این نظریه محسوب می‌شود. کنترل توزیع پیام‌ها می‌تواند از بیرون از ساختار نظام ارتباطی (کتابخانه عمومی) انجام شود و یا از درون ساختار باشد. همچنین کنترل‌ها می‌توانند واقعی (رسمی، قانونی، فنی) بوده و یا ادراکی و تصویری (غیررسمی و مبتنی بر قواعد نانوشته که تنها از گرایش‌های فرهنگی نظام قابل استنباط است) باشد. به‌نظر می‌رسد نظام‌های ارتباطی-رسانه‌ای در ایران، از جمله کتابخانه‌های عمومی می‌بایست با توجه به جهت وحدت‌گرا-رهای بخش نظریه همگرا می‌بایست کنترل توزیع پیام را از بیرون ساختار نظام ارتباطی (نهادهای ذی‌ربط خارج از سازمان مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و حتی نهادها و مراکز مردمی از جمله شوراهای) و به‌صورت واقعی (یعنی با استناد به قانون و با رسمیت قانونی) انجام دهد و به این ترتیب هر گونه شائبه دخالت سلايق فردی را از بین ببرد.

منابع اقتصادی: منابع اقتصادی عمدتاً می‌توانند روی دگرگونی‌های توزیع پیام و اطلاعات مؤثر باشند (مولانا، ۱۳۸۴، ص ۴۸). بنابراین وابستگی یا عدم وابستگی نظام ارتباطی-رسانه‌ای به منابع درآمدی خودبنياد تا حد زیادی می‌تواند بر نحوه توزیع پیام مؤثر باشد. در اینجا می‌توان با توجه به ظرفیت منابع مبتنی بر متن (کتاب‌ها، مجلات، و سایر اسناد دارای محتوای علمی) در کتابخانه‌های عمومی، قواعد بازاریابی اطلاعات از قبیل سطح‌بندی و فروش اطلاعات، آگهی، صدور گواهینامه، و ... را تجویز کرد.

جابجایی درآمد: بحث جابجایی درآمد به معنای اولویت‌های مالی‌ای است که به بخشی از فن‌آوری‌ها، فعالیت‌ها، تسهیلات، یا فرآورده‌ها، جهت امکان ادامه بقا و عدم ابتلا به سکون و باقی ماندن در محیط تأثیرگذاری رسانه‌ای و بالا بردن توان ارتباطی داده می‌شود. سیاست‌ها و اولویت‌های مالی عوامل مؤثری در مراحل تولید و به‌خصوص توزیع پیام است (مولانا، ۱۳۸۴، ص ۴۸). بنابراین این اولویت‌ها می‌بایست با توجه به تحلیل‌هایی که از محیط درونی و بیرونی و نیز تحلیل منابع درونی و بیرونی سازمان، به مواردی تعلق گیرد که طی نظرسنجی‌ها یا تحلیل‌های این زمانی و در زمانی بیشترین خلاء در آن احساس شده و توجه به آن باعث افزایش سرعت فرایند جریان اطلاعات خواهد شد. تحلیل‌هایی که بر اساس برنامه راهبردی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در مورد نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها انجام شده نشان می‌دهد، عدم شادابی

سازمانی در کتابخانه‌ها و پایین بودن رضایت شغلی و عدم شکل‌یابی صحیح ساختارهای فن‌آوری اطلاعات و نبود نیروهای متخصص در این زمینه از نقاط ضعف و وجود ساختارهای استانی مستعد، جهش فیزیکی در ساخت کتابخانه، راهبرد محوری و تعامل با دانشگاهیان از نقاط قوت آن شمرده شده است (نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، ۱۳۸۹). بنا بر این تحلیل‌ها، می‌توان دریافت که جابجایی درآمد در چنین سازمان یا سازمان‌هایی می‌بایست روی زیرساخت‌های اداری و توسعه منابع انسانی و سپس ایجاد ساختارهای صحیح فن‌آوری اطلاعات متمرکز شود.

دیوانسالاری و مجاورت: دیوانسالاری را می‌توان سلسله‌مراتب پست‌ها و مقامات تابع مقام اجرایی رسانه‌ای تعریف کرد. در رویکردی همچون رویکرد همگرا در نظام‌های ارتباطی که فرایند ارتباط بر توزیع پیام‌ها و اطلاعات و نمادهای فرهنگی استوار است، تحلیل سلسله‌مراتب سازمانی، وابستگی به سلسله‌مراتب، سازمان‌های همتراز، میزان تمرکز مالکیت، ظرفیت نظام در تطبیق خود با محیط، و حرکت اطلاعات در خود نظام برای تضمین سرعت انتقال برونداد بسنده ضروری است. بنابراین در نظام‌هایی مانند کتابخانه‌های عمومی که در ایران تحت تولی نهادهای عمومی غیردولتی است، تحلیل، عیب‌یابی و بازنگری در سلسله‌مراتب صف و ستاد و استفاده از ساختارهای افقی به‌جای ساختارهای عمودی (با توجه به امکاناتی که فن‌آوری اطلاعات در اختیار می‌نهد) در سلسله‌مراتب سازمانی می‌تواند راهگشا باشد.

هدف تصور شده: از آنجا که اهداف و نقش‌های نظام‌های ارتباطی-رسانه‌ای ممکن است به‌صورت‌های گوناگون تصور شود، می‌بایست هدف متصور برای یک نظام ارتباطی-رسانه‌ای مانند کتابخانه عمومی به‌صورت یک هدف یکپارچه و واحد در تمامی مراحل تولید و توزیع مدنظر باشد.

واحدهای رسانه‌ای و فن‌آوری: با تمرکز بر روی توزیع پیام و اطلاعات، تعداد انشعابات و واحدهای رسانه‌ای از اهمیت به‌سزایی برخوردار می‌شوند. متغیر حاضر به معنای آن است که تا چه اندازه می‌توان مخاطب را در معرض اشاعه محتوا و پیام قرار داد. در مورد یک نظام ارتباطی-رسانه‌ای مانند کتابخانه عمومی، افزایش تعداد واحدهای کتابخانه‌ای، و ایجاد سامانه کتابخانه‌های دیجیتال و ایجاد امکان دسترسی به کتابخانه در همه جا و هدایت اطلاعاتی در این محیط از طریق مصورسازی اطلاعات^۱ می‌تواند بر اساس تحلیل‌های مخاطب‌شناسانه و جمعیتی جهت افزایش گستره و عمق توزیع پیام‌ها و تأثیر‌گذاری ارتباطی مدنظر باشد.

1. Information Illustration

انواع محتوا: این متغیر بیانگر انواع محتواهایی است که از طریق روش تحلیل محتوای پیام‌ها، فرایند جریان اطلاعات را تعیین می‌کند. از آنجا که در نظام مبتنی بر توزیع، محتوای مورد اشاعه در هنگام ارائه اطلاعات مورد کنترل و نظارت قرار می‌گیرد، ارزیابی‌های مبتنی بر تحلیل محتوای اطلاعات مورد توزیع، تعیین‌کننده نحوه و جهت‌گیری جریان اطلاعات خواهد بود. در تحلیل محتوای پیام‌های رسانه‌ای، اصل بر تحلیل مقوله‌هایی است که دارای سوگیری‌های معین است (مولانا، ۱۳۸۴، ص ۴۹) بنابراین چنین رویکردی می‌تواند با در نظر گرفتن تفاوت‌های فرهنگی در کتابخانه‌های عمومی برای تعیین فرایند جریان اطلاعات به کار رود.

نتیجه‌گیری

پیش شرط درک جایگاه اجتماعی و رسانه‌ای کتابخانه‌های عمومی، داشتن یک تحلیل تاریخی جامع است تا بتواند نظریات مطرح در این حوزه را به‌طور جامعی تعقیب کند. مقاله حاضر تقریباً به‌طور جامعی ادبیات موجود در زمینه جایگاه و کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها را، صرف‌نظر از معرفت‌شناسی‌های مختلف، جهت ارائه یک بینش تاریخی در ارتباط با کارکرد و نقش آنها در جامعه به‌دست داده است. یافته‌های این تحلیل نشان داد که هیچ‌یک از نظریه‌های جامعه‌توده‌وار، نظریه کارکردی رسانه‌ها، نظریه جبر فن‌آوری، نظریه مارکسیستی و زیرمجموعه‌های آن، و نظریه اجتماعی-فرهنگی به لحاظ شرایط بومی کتابخانه‌های عمومی در ایران و وجود نظریه‌های جدید جریان اطلاعات بین‌الملل، قابل انطباق با کتابخانه‌های عمومی جمهوری اسلامی ایران نیستند. اما با این وجود، نظریه همگرا می‌تواند به‌مثابه یک الگوی «وحدت‌گرا-رهایی‌بخش» در جریان اطلاعات جهانی، برای کارکرد اجتماعی کتابخانه‌های عمومی به‌منزله نهادی ارتباطی رسانه‌ای مطرح باشد. نظریه همگرا با تأکید بر نقش توزیع و لزوم توجه به شیوه توزیع و اصلاح سازوکار آن، درصدد است تا از طریق اهمیت دادن به جریان جهانی اشاعه اطلاعات الگویی همراستا با جایگاه انسان در هستی و توجه به ابعاد معنوی و فرامادی او به‌دست دهد. با توجه به این الگو، انسان‌ها به‌عنوان توده که دستمایه شکل‌دهی قرار گیرند تلقی نمی‌شوند، رسانه به‌عنوان محملی که اهمیتی بیش از محتوا داشته باشد تلقی نمی‌گردد، و به رسانه به‌عنوان ابزار مقوی سرمایه‌داری و یا سلطه بر عموم نگریسته نمی‌شود بلکه از رسانه و از جمله کتابخانه عمومی به‌عنوان زمینه‌ای برای

تعالی انسان به مقام انسانی خویش و قرار گرفتن در دایره وحدت هستی حول محور باریتعالی استفاده می‌گردد که از طریق مدل و برنامه‌ای که بر توزیع پیام به عنوان عنصری اساسی در تأثیر گذاری اجتماعی می‌باشد، بهتر قابل بهره‌برداری است.

منابع

- آرون، ریمون (۱۳۶۴). مراحل اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی. ترجمه باقر پرهام. تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- اسکیدمور، ویلیام (۱۳۸۵). تفکر نظری در جامعه‌شناسی. جمعی از مترجمان، چاپ اول، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- بشیریه، حسین (۱۳۷۸). تاریخ اندیشه‌های سیاسی در قرن بیستم. جلد دوم، تهران: نشر نی.
- پارسازاده، احمد؛ شقاقی، مهدی (۱۳۸۷). نقش کتابخانه‌های عمومی در ساخت واقعیت اجتماعی اعتماد به نفس ملی. مقاله ارائه شده در همایش ملی فرهنگ عمومی، انقلاب اسلامی و اعتماد به نفس ملی، تهران. _____ (۱۳۸۸). کتابخانه‌های عمومی و ساخت واقعیت اجتماعی. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۵ (۴). ۲۹-۶۰.
- توسلی، غلام‌عباس (۱۳۸۶). نظریه‌های جامعه‌شناسی. چاپ سیزدهم، تهران: سمت.
- دانسی، مارسل (۱۳۸۷). نشانه‌شناسی رسانه‌ها. ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران، تهران: چاپار: آنیسه‌نما.
- دایره‌المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی (۱۳۸۱). اشاعه اطلاعات. تهران: سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
- رشیدپور، ابراهیم (۱۳۵۲). آینه‌های جیبی آقای مک لوهان. تهران: سروش.
- ریترز، جورج (۱۳۸۲). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی، چاپ هفتم، تهران: انتشارات علمی.
- زوارقی، رسول (۱۳۸۵). کتابخانه‌های عمومی آینده. فصلنامه کتاب، ۱۷ (۳)، ۱۶۰-۱۴۹.
- نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور (۱۳۸۹). سند برنامه راهبردی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور. تهران: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور (زیر چاپ).
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه دکتر علیرضا دهقان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- شرف‌الدین، سید حسین (۱۳۸۷). مکتب مطالعات فرهنگی. معرفت، ۱۷ (۱۲۶)، ۵۱-۷۴.
- کازنو، ژان (۱۳۶۴). قدرت تلویزیون. ترجمه علی اسدی، تهران: امیرکبیر.
- فدائی، غلامرضا (۱۳۸۸). علوم/مدیریت بازیابی و اشاعه اطلاعات. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۵ (۴)، ۵-۲۷.

- _____ (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر هویت کتابداری و اطلاع‌رسانی. تهران: نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور.
- فیاض، ابراهیم (۱۳۸۱). تعامل دین، فرهنگ و ارتباطات بر پایه مکتب تولید و مبادله معنا. رساله دکتری، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۶۹). ارتباط‌شناسی. تهران، سروش.
- مریجی، شمس‌الله (۱۳۸۴). رسانه‌های جمعی و نقش آنها در تحکیم و یا تضعیف ارزش‌ها. معرفت، ۹۱، ۳۴-۱۹.
- مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. ترجمه دکتر پرویز اجلائی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مک لوهان، مارشال (۱۳۷۷). برای درک رسانه‌ها. ترجمه سعید آذری. تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.
- مور، استفن (۱۳۸۲). بررسی جامعه شناختی رسانه‌های جمعی. ترجمه عبدالرسول یعقوبی، معرفت، ۶۹-۶۳، ۷۲.
- موکهرجی، اجیت گُمار (۱۳۸۲). تاریخ فلسفه کتابداری. ترجمه اسدالله آزاد، تهران: کتابدار.
- مولانا، حمید (۱۳۷۱). گذر از نوگرایی: ارتباطات و دگرگونی جامعه. ترجمه یونس شکرخواه، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- _____ (۱۳۸۴). اطلاعات و ارتباطات جهانی. ترجمه اسدالله آزاد؛ محمد حسن‌زاده؛ مریم اخوتی، تهران: کتابدار.
- _____ (۱۳۸۴). ارتباطات جهانی در حال گذر: پایان چندگونگی. تهران: سروش.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۷۹). مطالعات فرهنگی، رهیافتی انتقادی به فرهنگ و جامعه نو. رسانه، ۱۱ (۱)، ۳۵-۲۲.
- مهرداد، هرمز (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. تهران: فاران.

References

- Greenhalgh, L., Worpole, K.; Landry, C. (1995). Libraries in a World of Cultural Change. UCL Press, London.
- Ifla (2009). Quotations about Libraries and Librarians: Subject List. Retrieved 16 August 2010 from: <http://archive.ifla.org/I/humour/subj.htm>
- Kellner, D. (1997). The Frankfurt School and British Cultural Studies: The Missed Articulation. Retrieved 5 August 2009 from: <http://gseis.ucla.edu/faculty/kellner/illumina%20folder/kell16.ht>

به این مقاله این‌گونه استناد کنید:

غفاری قدیر، جلال؛ شقاقی، مهدی (۱۳۸۹). کتابخانه‌های عمومی و تحلیل کارکردهای اجتماعی آن به‌عنوان نهادی ارتباطی - رسانه‌ای. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۶ (۳)، ۳۸-۵.