

نقدی بر

مدیریت ارتباطات در دنیا

رسول مهدی نژاد^۱



انتشارات آیتکین

سرشناسه	مهدی نژاد، رسول، ۱۳۶۱-
عنوان و نام پدیدآور	نقدی بر مدیریت ارتباطات در دنیا/ نویسنده رسول مهدی نژاد.
مشخصات نشر	تبریز: آی تکین، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	۱۴۰ ص؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
شابک	۹۷۸-۶۲۲-۹۹۳۰۸-۴-۷:
وضعیت فهرست نویسی	فیا:
موضوع	ارتباط:
موضوع	Communication:
موضوع	ارتباط بین اشخاص:
موضوع	Interpersonal communication:
موضوع	رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های اجتماعی:
موضوع	Mass media -- Social aspects:
موضوع	سواد رسانه‌ای -- جنبه‌های اجتماعی:
موضوع	Media literacy -- Social aspects:
رده بندی کنگر	P۹۰:
رده بندی دیویی	۳۰۰/۲:
شماره کتابشناسی ملی	۵۷۳۴۷۸:



انتشارات ادینه

نقدی بر مدیریت ارتباطات در دنیا

نویسنده: رسول مهدی نژاد

ناشر: آی تکین

چاپ اول: ۱۳۹۸

۱۴۰ صفحه (رقعی)

محل نشر: تبریز

قیمت: ۳۰۰۰۰۰ ریال

تیراژ: ۱۰۰۰

چاپ: آذرآبادگان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۹۳۰۸-۴-۷

تبریز آبرسان فارابی شمالی جنب بنیاد مسکن

کوچه اتحاد پلاک ۳۲ کد پستی: ۵۱۵۴۸۳۸۱۱

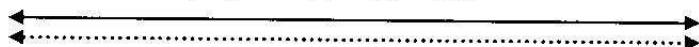
تلفن: ۰۴۱-۳۶۶۰۳۳۶۷-۳۶۶۰۳۳۶۶-۳۶۶۰۳۳۳۹ فکس: ۰۴۱-۳۶۶۰۳۳۳۹

Email: Adineh85@gmail.com

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۲
مقدمه.....	۶
۱- برتری جویی‌های غربی.....	۹
۱-۱- تبلیغ ضعف‌پنداری و ناتوانی ملت‌ها.....	۱۱
۲- تبلیغ رسمیت‌وسوی نظریه‌ها.....	۱۶
۲-۱- تبیین: نامه‌نگاری بر نظریات رسانه‌ها.....	۱۹
۲-۲- تبیین: مکتب‌های پژوهشی ارتباطات.....	۲۲
۲-۳- نظریه‌های مکتب‌های.....	۲۸
۳- مروری بر سلطه جویی‌های ارتباطی- رسانه‌ای غرب در جهان.....	۳۶
۳-۱- چرایی موافقت و مخالفت‌ها با جریان آزاد اطلاعات.....	۴۰
۳-۲- دو پیشرفت عمده در ارتباطات بین‌الملل.....	۴۳
۳-۳- نظم نوین بین‌المللی اطلاعاتی.....	۴۶
۳-۴- استقلال‌یابی ناقص کشورها.....	۵۰
۳-۵- دیپلماسی تقابلی- رسانه‌ای.....	۵۶
۳-۶- سمت‌وسوی جریان خبرها.....	۵۹
۳-۶-۱- مدل مرکز- پیرامونی.....	۶۱
۳-۶-۲- مدل شمال- جنوب.....	۶۳
۳-۶-۳- مدل مثلثی.....	۶۴
۳-۷- راهبرد خبرمحوری.....	۶۹

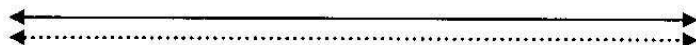
- ۴- واقعیت و الگوی ارتباطی حاکم بر جهان ۷۳
- ۴-۱- نبود دموکراسی ارتباطی ۷۵
- ۴-۱-۱- راهکارهای مقابله‌ای ۸۱
- ۵- سواد اطلاعاتی- سواد رسانه‌ای ۸۴
- ۵-۱- الفبای تصویر و سواد بصری ۸۴
- ۵-۱-۱- توجه به سواد رسانه‌ای ۸۹
- ۵-۲-۱- نیازشناسی مازلو ۹۵
- ۵-۲-۱-۱- نیازشناسی بشر از منظر اسلام ۹۹
- ۵-۲-۳- بهت‌زدگی و مدیریت ۱۰۵
- ۵-۲-۴- عدالت نیازهای همگانی ۱۰۹
- ۵-۲-۵- وظایف گروه نسبت به مردم ۱۱۰
- ۵-۲-۶- رمز پیشرفت مسلمانان ۱۱۳
- ۵-۲-۷- مکتب‌شناسی امام خمینی «ره» از دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای ۱۱۴
- ۵-۲-۸- مکتب فرانکفورت ۱۱۹
- ۵-۳- هرم تکامل ارتباطات بشری ۱۲۱
- ۵-۴- مدل دورانی نیازهای ارتباطی انسان‌ها (R.M.HCN) ۱۲۷
- ۶- مدل تجربی این نقد ۱۳۲
- ۶-۱- مدل مدیریت ارتباطی- رسانه‌ای حاکم بر دنیا ۱۳۳
- فهرست منابع و مآخذ ۱۳۶



پیشگفتار:

قفس امواج، اصطلاحی است که بر کثرت امواج رادیویی-تلویزیونی حاکم بر فضای جهان می‌پردازد و معتقد است: این امواج همچون قفسی، جهان را در آغوش گرفته‌اند. شبیه مفهوم دهکده‌ی جهانی مک لوهان که تعبیر دیگری از رشد ارتباطات و رسانه‌ها در جهان است و همه را بهم نزدیک و نزدیک‌تر (شبیه دهکده) است؛ با این تفاوت که دهکده‌ی مک لوهان، مفهوم همزمانی و یک‌جهانی را به با دیدی مثبت بیان می‌کند؛ چون بشر با رشد ارتباطات رسانه‌ای، زمان و مکان را تسخیر می‌کند. اما قفس امواج، لزوماً بار معنایی مثبت ندارد و نگاهش انتقادی است و می‌گوید: آیا هر کسی، توان تسخیر زمان و مکان و فرستندگی را به دهکده‌ی جهانی دارد که نگاهمان به آن، مثبت مطلق باشد؟

تسخیر زمان و مکان برای هر منظر رسانه‌ای، امکان-پذیر است و به مدد رسانه‌ها، در زمان و مکان ارتباطات دوربرد، صرفه‌جویی می‌کند و در دهکده‌ی جهانی وقایع و رویدادهای دورترین مکان‌ها را در کمترین زمان ممکن می-بیند و می‌شنود؛ کنار دیگران، نفس می‌کشد؛ آیا نفس کشیدن و زنده‌مانی یک گیرنده با زندگی کردن یک فرستنده (طراح پیام) یکسان و منطبق بر عدالت است؟!



مدیریت دهکده‌ی جهانی با فرستندگان پیام‌هاست نه گیرندگان و مخاطبان! هر چند که مخاطبان فعال، پیام‌ها را بر می‌گزینند و منفعل مطلق نیستند اما، سواد رسانه‌ای مخاطبان یکی نیست و همه در درون قفس امواج، گیر افتاده‌ایم و نفس می‌کشیم و تنها کسانی زندگی می‌کنند که رمز و راز پیام‌ها (سواد رسانه‌ای) را بدانند و گرنه در دهکده‌ی ارتباطات، خود تسخیر تأثیر انبوهی از پیام‌ها می‌شوند؛ هر چند که زمان و مکان را در تسخیر دارند!

بشر در هر عصری، بسته به کاربرد و استفاده از هر ابزار و شیوه‌ی ارتباط که اعم از (گفتاری، کرداری، نوشتاری و ...) - به کار می‌برد، در هر کدام، بازمند آموزش و سواد رسانه‌ای خاص آن دوره و زمان است؛ همان گونه که بشر آغازین باید زبان تصویر میخی، مفهوم درد و آواها را می‌دانست تا ارتباط برقرار کند و بتواند زندگی اجتماعی داشته باشد، بشر امروزی هم در این دهکده‌ی جهانی باید رمز از پیام‌ها (سواد رسانه‌ای) را داشته باشد که بتواند با دیگران ارتباط برقرار کند و نیازهایش را رفع کند. انسان، به حکم فطرت، نمی‌تواند گیرنده‌ی محض باشد و باید، فرستنده نیز باشد، منتش رساننده نیز، داشته باشد. یک نوزاد در درون رحم مادرش، محصور و زندانی است و گیرنده! اما تا به دنیا می‌آید با گریه-اش، فرستنده‌ی پیام (گشگی، تشنگی، درد و ...) می‌شود تا زنده بماند به مرور، زبان پیشرفته‌ی جامعه را می‌آموزد تا زندگی

اجتماعی را تجربه کند. اگر در دهکده‌ی جهانی هم، نوزاد نارس و گیرنده‌ی محض باشیم تحت تسخیر فرستندگان خواهیم بود و زندانی قفس امواج!

پس برای تأمین بهینه‌ی نیازهای (فیزیولوژیکی، امنیتی، عاطفی، اجتماعی- احترامی و خودشکوفایی)^۳ خود، نیازمند داشتن «رابطه‌ی ارتباطاتی و عدالت‌گرایی هستیم تا رشد کنیم و به پویایی برسیم».

در دنیای امروز، بشر کنونی در عصر فراگیر شدن رسانه‌ها، نیازهای هر مازلو، خود را بدون ارتباطات صحیح، نمی‌تواند رفع کند. اگر بشر آرزین برای رفع نیازهای خود، بیشتر از ارتباطات گفتاری و کرداری بهره می‌جست تا ارتباطات نوشتاری و رسانه‌ای پیشرفته، بشر امروزی هم برای تعادل- بخشی بین همه‌ی این نیازها باید انزاع ارتباطات (گفتاری، کرداری، نوشتاری و رسانه‌ای نوین) را بداند، بندد. اسم این نیاز را، «سواد ارتباطی- رسانه‌ای» می‌گذارم و نیاز به اهمیت ارتباط تنگاتنگ انسان با این نیاز، آن را در قالب «مدل دوران‌ی نیازهای ارتباطی انسان‌ها (RMHCN)»^۴ آورده‌ام تا دچار ضعف‌های رتبه‌بندی هرم مازلو نشود و از طرفی هم با توجه به آموزه‌های دینی و ابعاد معنوی زندگی بشر، نیاز به

۳. مازلو و دخترش، موارد فوق را به ترتیب، جزو نیازهای انسان می‌دانند.

۴. Rotational model of humans communication needs

«عدالت» را هم به آن افزودم تا تأکید بر تأمین نیازهای انسان، جنبه‌ی تک‌بعدی (مادی‌گرایی صرف) پیدا نکند.

در این مجموعه، مدیریت ارتباطی - رسانه‌ای حاکم بر دنیا را در بوته‌ی نقد قرار دادم تا ضرورت افزوده‌شدن «نیاز سواد ارتباطی - رسانه‌ای» و «نیاز به عدالت» را به هم نیازمندی‌های مازلو، تبیین کنم و چرایی تغییر شکل آن را به «مدل دورانی نیازهای ارتباطی انسان‌ها (RMHCN)»، توضیح ده.

رسول مهدی‌نژاد
۱۳۹۸ ش / ۲۰۱۹ م