

## کارکردهای رسانه در هازمان امروز

### جمشید دارابیان

اولین جرقه های علم ارتباطات با گفتار هارولد لاسول در سال ۱۹۴۸ آغاز می شود. چه کسی از چه چیزی در چه مجرای با چه کسی و با چه تأثیری سخن می گوید. واز آن تاریخ ما با مفاهیم ارتباط گروفرستنده-رسانه-پیام-گیرنده-اثرات آشنا می شویم. رسانه ها اعم از رسانه های سنتی و رسانه های مدرن چهار کارکرد اصلی دارند :

۱- کارکرد ارشادی

۲- کارکرد آموزشی

۳- کارکرد اطلاع رسانی

۴- کارکرد سرگرمی و تفریحی

برنامه ریزان ارتباطی به عنوان دروازه بان با تعیین این که چه اطلاعاتی را باید کنار گذارد و به چه اطلاعاتی باید اجازه ورود داد بی شک تا اندازه های در فراگرد ارتباطی اعمال قدرت کند که این دروازه بانی غالباً با مجموعه از سوال های زیر هدایت می شود:

۱- مخاطب به کدام یک از این موارد اطلاعاتی نیاز دارد؟

۲- چه چیزی را از قبل می داند؟

۳- چه چیزی را خواهند فهمید؟

۴- از پذیرفتن چه چیزی امتناع خواهند کرد؟

کارکرد رسانه های جمعی به خصوص رسانه های شنیداری به دلیل کارکرد متنوع خود و ایجاد تغییرات پیوسته به تدریج جای ارتباط بین فردی از نوع چهره به چهره را گرفته و موجب شده اند فضای انفرادی بجای فضای جمعی و عاطفی در خانواده ها حاکم شوند باعث شده روابط گروه و خانواده به جای همگرایی به واگرایی سوق پیدا کند تا جایی که هر عضو خانواده صرفاً در یک فضای فیزیکی مشترک زندگی کرده اما هیچ تعاملی با هم نخواهند داشت و در ادامه اهداف آنها نیز نسبت به هم واگرا شده و منفک می شود. رسانه ها را از دید گاه علوم سیاسی به رسانه های سریع و رسانه های کند تقسیم بندی کرد. برای اساس رادیو- اینترنت- تلویزیون- روزنامه و مجلات رسانه های سریع اند و رسانه های کند عبارت از فیلم- نمایشگاه- آموزش زبان و مبادلات دانشگاهی و هنری می باشد. رسانه های سریع مورد توجه مکتب تندروها و رسانه های کند مورد پسند مکتب میانه روهاست که مدعی است که اطلاع دهی و برنامه های فرهنگی باید از اهداف سیاسی مقطعی گذر کنند. نکته قابل توجه این است که در بسیاری از موارد تاریخ تحقیق در ارتباطات در واقع تحقیق در تاثیرات است که خود نشان دهنده ای اهمیت تاثیرات در مطالعه ارتباطات است. در طول سال ها مفهوم سازی از تاثیرات تا حد زیادی تغییر کرده است. در این تحول به مرحله کم و بیش مجزا شناسایی شده است. در مرحله آغازین تصور می شد ارتباط جمعی دارای تاثیرات بسیار نیرومندی است. این نظریه در سال های میانه دو جنگ جهانی برتری داشت. اصطلاحاتی مانند نظریه گلوله جادویی یا نظریه سوزن تزریق برای توصیف این مرحله آغازین مفهوم سازی از تاثیرات ارتباط جمعی به کار می رود.

مرحله دوم زمانی پدیدار شد که محققان دریاب این تاثیرات به تردید افتادند و شواهدی برای تایید آنها پیدا نکردند. بسیاری از آنان عباراتی مانند نظریه تاثیرات محدود را به کار گرفتند تا جریان عمده این مرحله را که از پایان جنگ جهانی دوم تا آغاز دهه هفتاد طول کشیده نامگذاری کنند. از آن زمان تاکنون محققان بسیاری از بازگشت به مفهوم رسانه های جمعی نیرومند جانبداری کرده اند.

یاری نامه ها :

ارتباطات در جهان معاصر اثر دکتر کاظم معتمد نژاد

وسایل ارتباط جمعی اثر دکتر کاظم معتمد نژاد

کاربرد نظریه های ارتباطات ترجمه ی دکتر علیرضا دهقان