

سازمان اجتماعی قدرت نمادین

○ کینوش عمادی

نظریه پردازان کنش متقابل نمادین است و همانند آنان معتقد است که افراد پیوسته در حال بیان و نشان دادن خود به شکل‌های نمادین و نیز دائماً مشغول تعبیر بیانات و اعمال دیگران هستند. از دیدگاه این دست اندیشوران «نمادها، شناخته‌هایی اجتماعی‌اند که برای آن به کار برده می‌شوند تا آنچه را که مردم درباره‌ی باز نمود آن توافق دارند باز نمایند». واژه‌ها، مصنوعات مادی و کنش‌های جسمانی (مانند هر واژه مصطلح، صلیب با یک مشت گره کرده) همگی می‌توانند نماد باشند. (ریتزر، ص ۲۸۴) بر همین اساس تامپسون کنش‌های نمادین افراد را از آن جهت که ممکن است باعث واکنش‌هایی شوند دارای قدرتی می‌داند که از آن با عنوان «قدرت نمادین» یاد می‌کند. و از آنجا که افراد برای ایجاد کنش‌های نمادین خود از انواع گوناگون منابع، و ابزارهای ارتباطات استفاده می‌کنند، در طول تاریخ در هر جامعه‌ای این ابزارها و منابع در نهادهای مختلفی همچون نهادهای آموزشی، مذهبی و رسانه‌ای گردآوری شده‌اند که تامپسون آن را «سازمان اجتماعی قدرت نمادین» می‌نامد. (ص ۲۶)

بدین ترتیب او به پیروی از مایکل مان منابع قدرت را به چهار دسته‌ی اقتصادی، سیاسی اجباری و نمادین تقسیم می‌کند. و سعی دارد با نشان دادن تاثیر تحولات سازمان اجتماعی قدرت نمادین، در دیگر منابع قدرت ویژگی‌های جوامع امروزی را تبیین کند.

وی با اشاره به این مطلب که برخی از ویژگی‌های جهان معاصر نتیجه‌ی مجموعه‌ای از تغییرات اساسی در نهادهای اجتماعی است که در اوایل دوران معاصر شروع به خودنمایی در اروپا کرده‌اند به سنت نئومارکسیست‌های مکتب فرانکفورت، خصوصاً هابرماس، سعی در تبیین تغییرات منابع قدرت اقتصادی، سیاسی و اجباری توسط ظهور صنایع رسانه‌ای به عنوان پایه‌های جدید قدرت نمادین خصوصاً شکل‌گیری و توسعه صنعت چاپ دارد.

وی «تبدیل نهادهای رسانه‌ای به شرکت‌های بزرگ بازرگانی، استفاده از انرژی الکترونیکی برای مقاصد ارتباطی و در سایه‌ی آن، جهانی سازی ارتباطات» (ص ۱۰۸) را در شکل‌گیری اقتصاد سرمایه‌داری به جای اقتصاد کشاورزی، تشکیل دولت ملت‌های مدرن به جای تعداد بسیاری از واحدهای سیاسی کوچک و پیشرفت تدریجی نظام‌های آموزشی که ماهیتاً سکولار بوده‌اند به جای اقتدار مذهبی کلیسای



○ رسانه‌ها و نوگرایی
 ○ جان بروکشاير تامپسون
 ○ علی ایشاری کسمایی
 ○ مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران
 ○ ۱۳۷۹، ۳۷۵ صفحه، ۳۰۰۰ نسخه

که تغییرات جهان معاصر را متأثر از فرایندهای توسعه جوامع نوگرا می‌دانند و سعی دارند آینده‌ای را که از نظر آنها جهان به سوی آن شتابان است پیش‌گویی و تحلیل کنند، دست به دامان نظریات مکتب فرانکفورت شده، این نظریات را با اندیشه‌های مخاطب محور ترکیب می‌کند و بدین گونه کتاب مجموعاً سعی در تبیین و توضیح چگونگی تغییرات اجتماعی دنیای مدرن دارد. تامپسون گرچه در این کتاب نظریه‌ی جدیدی در مورد رسانه‌ها ارائه نکرده است اما سعی کرده مسائل مربوط به تاثیر رسانه‌ها را از زاویه‌ی دید تازه‌ای مطالعه کند.

او که در همان مقدمه‌ی کتاب دیدگاه پست‌مدرنیسم را دیدگاهی بی‌پایه معرفی می‌کند، سعی دارد نشان دهد بدون توجه به این دیدگاه می‌توان دلایل منطقی بروز تغییرات معاصر را یافت و تعیین کرد. تامپسون در تمام کتاب به گونه‌ای تحت تاثیر

«تلویزیون همواره برای فریفتن اذهان معصوم کودکان به مراتب جالب‌تر، جذاب‌تر، توجه برانگیزتر و توانا تر بوده است و نیز توانا تر در تحریک جنبه‌های مثبت آنان به خصوص علاقه‌ی آنان به زندگی. تلویزیون واجد یک فرمول شکست‌ناپذیر است: هیجان و حادثه و هیجان و حادثه‌ی بیشتر. این کل فلسفه تولیدکنندگان برنامه‌های تلویزیونی است. یک آموزگار در برابر آن چه می‌تواند بکند؟ تنها ندای عقل است که می‌تواند در این زمینه کاری انجام دهد. زمانی دراز به طول انجامید تا تلویزیون تکامل یافت و تنها طی ده پانزده سال گذشته بوده که به حد بالای تأثیرگذاری دست یافته است. اما پس از آن با شتاب همچون یک بهمین در حال سقوط راه انحطاط را در پیش گرفت. برای آموزگاران امکان مقاومت در برابر این پدیده وجود ندارد: ... اگر این تاثیر را محدود نکنیم ما را در سراشیب دورشدن از مدنیّت سوق خواهد داد.»

امروزه اکثر متفکران و دانشمندانی که در عرصه‌ی علوم انسانی نظریه‌پردازی می‌کنند از پرداختن به اهمیت رسانه‌های ارتباط جمعی در فرآیند شکل دهی به روش زندگی در عصر جدید ناگزیرند در پرتو همین اهمیت، مطالعات و بحث‌های فراوانی در چگونگی و میزان تاثیر رسانه‌ها انجام شده و کتاب‌های فراوانی نیز در این زمینه به چاپ رسیده است.

دامنه‌ی این بحث‌ها در دهه‌ی اخیر به محافل علمی کشور ما نیز کشیده شده است. به همین دلیل شاهد چاپ و ترجمه‌ی کتاب‌های متنوعی در این زمینه هستیم که خود گرچه موجب خوشحالی است اما با توجه به اهمیت این موضوع در جهان معاصر، رضایت بخش به نظر نمی‌رسد.

رسانه‌ها و نوگرایی اثر جان. بی. تامپسون نویسنده و اندیشمند انگلیسی کتاب دیگری در این زمینه است که توسط آقای علی کسمایی ترجمه شده است. تامپسون که در عرصه‌ی علوم اجتماعی و رسانه‌ها تالیفاتی از جمله ایدئولوژی و فرهنگ مدرن و تضاد هرمنوتیک دارد، در این کتاب سعی کرده است با مطالعه‌ی جریان تحولات و دگرگونی‌های آنچه که وی از آن به عنوان «سازمان اجتماعی قدرت نمادین» نام می‌برد، نشان دهد این تحولات شکل‌دهنده‌ی چیزی بودند که امروز آن را مدرنیسم یا همان ویژگی‌های نهادی جوامع مدرن می‌نامیم.

وی برخلاف ساختارگرایان طرفدار پست مدرنیسم

برای دیگرانی که بسیار دور از ما هستند یک بخش اصلی از زندگی روزمره خواهد بود. (فصل اختراع دوباره همگانیت) همچنین هابرماس به سنت همه‌ی مارکسیست‌ها، مخاطبان رسانه‌ها را مصرف‌کنندگانی انفعالی می‌داند. در حالی که تامپسون به شدت معتقد به هرمنوتیکی بودن پدیده‌ی دریافت پیام از طرف مخاطب است. به عبارت دیگر وی معتقد است «دریافت شکل‌های نمادین همیشه شامل فرایندی خلاقه و مبتنی بر محیطی از تعبیرهاست که در آن، افراد از منابع در دسترسشان برای درک پیام‌هایی که دریافت می‌کنند سود می‌برند.» (ص ۱۵)

تامپسون برای مطالعه‌ی آن نوع از کنش که به وسیله‌ی رسانه جمعی به مخاطب می‌رسد و خود آن را «شبه تعامل رسانه‌ای» می‌نامد از نظریه‌ی نمایشی گافمن الهام می‌گیرد. از نظر گافمن «خود» یک اثر نمایشی است که از صحنه‌ی نمایش برمی‌خیزد. (ریترز، ص ۲۹۳) وی به دنبال این قیاس از جلوی صحنه و پشت صحنه نام می‌برد. جلوی صحنه آن بخش از اجرای نقش است که معمولاً به طور ثابت و عمومی برای کسانی که نمایش را می‌بینند اجرا می‌شود و حاوی پیام‌هایی است تا موقعیت یا «نقش» کنشگر را برای حضار مشخص کند کنشگران گرچه سعی می‌کنند خود را بسیار صمیمی نشان دهند اما عملاً باید حدود رسمی‌ای را در رابطه با تماشاگر رعایت کنند تا در ذهن او به خوبی نقش کنشگر القا شود. اما پشت صحنه جایی است که واقعیت‌های جلوی صحنه کنار زده می‌شود و انواع کنش‌های غیر رسمی ممکن است اتفاق بیفتد. به همین دلیل غالباً فاصله‌ای میان جلوی صحنه و پشت صحنه وجود دارد. تامپسون با توسل به این نظر و همچنین رهیافت هرمنوتیک افرادی مانند گادامر که معتقدند فرایند شکل‌گیری هویت فردی، فرایندی خلاق است نه از پیش تعیین شده و ذهن برای اساس شرایط و زمینه‌های محیطی، «خود» را می‌سازد، سعی می‌کند تغییراتی را که به واسطه‌ی دخالت رسانه‌ها در کنش‌های متقابل افراد و بالطبع در فرایند شکل‌گیری «خود» به وجود آمده است، مطالعه کند. وی چهار جنبه برای این موضوع در نظر می‌گیرد.

اولین مسئله فراوانی پیام‌های بالقوه ایدئولوژیک - انگاره‌ها و تصاویر و کلیشه‌های قالبی - در گستره‌ی انتخابی افراد است. امروزه بسیاری از پیام‌های ایدئولوژیک وابسته به دوره‌های متنوع زمانی و مکانی، به محیط‌های عملی زندگی روزمره هجوم آورده‌اند و به گونه‌ای در هویت افراد نهادینه می‌شوند و این که انسان کدامیک از این پیام‌ها را دریافت می‌کند در شکل‌گیری تصویر «خود» اش نقش مهمی بازی می‌کند.

مسئله‌ی دیگر این که در ساختار جوامع امروزی افراد برای طراحی تصویر ذهنی «خود»‌هایشان نیازمند تصاویر متنوع و متعددی هستند و برای دستیابی به این تصاویر وابسته به نهادها و سیستم‌هایی می‌شوند که



کاتولیک، بسیار موثر می‌داند. (فصل رسانه‌ها و توسعه جوامع معاصر)

تامپسون با آن که در این زمینه اندیشه‌ی هابرماس را پیش رو دارد اما از دو جنبه با او کاملاً مخالف است. از نظر هابرماس در جامعه مدنی آرمانی، همیشه منطق و استدلال بهتر، پیروزی می‌یابد و این اندیشه‌ی حقیقت، سرانجام به یک نوع کنش متقابل راه‌می‌برد که از هرگونه نفوذ تحریف‌کننده، آزاد است. از نظر وی در جامعه‌ی متأثر از رسانه‌ی امروزی صحنه‌ی سیاست به صحنه‌ای نمایشی بدل شده است که پرداختن به علائق و احساسات شخصی به جای بحث‌های عقلانی و انتقادی امکان ظهور آن جامعه‌ی آرمانی را ناممکن می‌سازد. اما از نظر تامپسون رسانه‌ها گستره‌ی جدیدی برای همگانیت ارائه می‌کنند که چون در این گستره، اطلاعات بیشتری در دسترس گذاشته می‌شود، افق‌های درک افراد گسترش می‌یابد و بدین ترتیب می‌توان انتظار قضاوت‌های خردمندانه‌تری داشت. همچنین از نظر تامپسون، رسانه‌های ارتباطی، نقشی اساسی در ایجاد نوعی حس مسئولیت برای سرنوشت جهان دارند بدین معنی که امروزه نگرانی

نویسنده سعی دارد نشان دهد که بدون توجه به دیدگاه پست مدرنیستم می‌توان دلایل منطقی بروز تغییرات معاصر را یافت و تبیین کرد

تامپسون به پیروی از مایکل مان منابع قدرت را به چهار دسته‌ی اقتصادی، سیاسی، اجباری و نمادین تقسیم می‌کند و سعی دارد با نشان دادن تاثیر تحولات سازمان اجتماعی قدرت نمادین در دیگر منابع قدرت، ویژگی‌هایی جوامع امروزی را تبیین کند

هیچ گونه کنترلی بر آنها ندارند. و این موجب تناقض‌هایی در درون افراد می‌شود. گرچه ایجاد این تناقض‌ها به رسانه‌ها محدود نیست اما می‌توان گفت رسانه‌ها نقش مهمی در آن بازی می‌کنند و از این نظر می‌توان گفت تأثیر رسانه‌ها در هویت فردی منفی است. مسئله دیگر از نظر تامپسون وجود امکان‌های مختلف برای فرد و دشواری انتخاب از میان آنهاست. افراد اغلب شیوه‌های نظرخواهی خاص خود را برای گزینش از میان انتخاب‌های متعدد، می‌سازند. بدین ترتیب رسانه‌ها هم موجب پیچیدگی اجتماعی می‌شوند و هم منبعی از توصیه و راهنمایی درباره نحوه عمل در این جامعه‌ی پیچیده هستند.

جنبه‌ی دیگری که تامپسون از آن به عنوان تأثیر منفی رسانه‌ها در خودسازی نام می‌برد «جنب» ذهنیت افراد در رسانه‌ها است. بدین معنی که مطالب نمادین رسانه‌ها به جای آن که تنها منبعی برای فرایند «خودسازی» فرد باشند، هدف اصلی ذهنیت فرد می‌شوند و فرد در اطراف آنها زندگی را سازمان می‌دهد و «خود»ش را می‌سازد. (فصل خود و تجربه در دنیای معاصر)

رهیافت دیگری که در کتاب به خوبی قابل مشاهده است. مسئله جهانی بودن ارتباطات است. با به وجود آمدن صنعت چاپ همچنین تسهیل امور مربوط به حمل و نقل، پیام، ویژگی وابستگی خود را به مکان و زمان خاص - آن چنان که این امر در مورد ارتباطات رودررو، امری تعیین کننده است - از دست داد. این مسئله با پیشرفت تکنولوژی و به وجود آمدن ابزارهای جدید برای انتقال پیام همانند ماهواره‌ها مسئله ارتباطات را به امری جهانی تبدیل کرده است. امروزه بینندگان بدون اینکه نیازمند صرف وقت یا هزینه‌ای هنگامت باشند می‌توانند به سادگی از اخبار و رویدادهای نقاط مختلف جهان با خبر شوند. عمل انتقال پیام‌ها به سوی مکان‌های دور موجب سازمان یافتن شبکه‌های ارتباطی در مقیاس جهانی شده است. گرچه این امر تا حد زیادی وابسته به ایجاد فن‌آوری‌های نوین در تکنولوژی ارتباطات بوده، اما ملاحظات اقتصادی و سیاسی در آن تأثیر عمده‌ای داشته است. امروزه شرکت‌های عظیم ارتباطی فعالیت‌های خود را در مناطقی غیر از کشورهای خاستگاه خود گسترش داده‌اند. همچنین بسیاری از شرکت‌های بزرگ صنعتی و مالی، فعالیت در زمینه‌ی ارتباطات را جزو سیاست‌های اساسی خود قلمداد می‌کنند. این مسائل همگی باعث ایجاد جریانی یک‌طرفه از اطلاعات شده است. به معنای دیگر کشورهای معدودی تولید کننده کالاهای نمادین هستند در حالی که اغلب کشورها در این عرصه فقط مصرف کننده باقی مانده‌اند. همین موضوع موجب شکل‌گیری نظریه‌ی امپریالیسم فرهنگی شده است. این نظریه که می‌توان آن را تصریح شده‌ی نظرات نئومارکسیست‌ها شمرد، دستیابی به منافع تجاری توسط شرکت‌های

فراملیتی - که اکثراً در امریکا مستقر هستند - را عامل اصلی جهانی ساختن ارتباطات می‌داند. این نظریه که ابتدا توسط شیلر مطرح شد به زودی پیروان فراوانی یافت. در دیدگاه طرفداران این مبحث ارزش‌های غربی با تکیه بر تکنولوژی‌ای که امروزه ورود ناخوانده‌ی آنها را به بستر فرهنگ سنتی کشورهای مختلف ممکن می‌سازد، فرهنگ مصرفی را در کلیه این کشورها اشاعه می‌دهند.

گرچه امروزه شیوع اصطلاح امپریالیسم فرهنگی در مطالعات رسانه‌ای کم‌رنگ شده اما اکثر اندیشمندان به نوعی تحت نفوذ مبانی فکری این نظریه قرار گرفته‌اند. تامپسون با این مفهوم که جهانی‌سازی ارتباطات با هدف هماهنگ کردن اندیشه‌ها در جهت منافع قدرت انجام می‌گیرد، مخالفتی ابراز نمی‌کند، اما در این زمینه به سه موضوع که به نظر وی فراموش شده‌اند، اشاره می‌کند: وی معتقد است گرچه شیوه‌های تولید و انتقال پیام امروزه به نحو فزاینده‌ای جهانی شده‌اند اما فرایند دریافت محتوای نمادین همچون گذشته به شیوه محلی باقی مانده است و افراد همگی تحت شرایط محیطی و ذهنی خود اشکال نمادین را دریافت می‌کنند. از طرف دیگر همان طور که قبلاً اشاره شد جهانی‌سازی ارتباطات دریافت شکل‌های نمادین را از وابستگی به زمان و مکان بی‌نیاز می‌سازد. بنابراین افراد می‌توانند خود را هرچند به گونه‌ای خیالی در مکان‌های دور باز یابند. وی با اشاره به تحقیقات لول درباره تأثیر تلویزیون در چین نشان می‌دهد تصویری از شیوه‌های دیگر زندگی می‌تواند منبعی برای اندیشیدن نقادانه افراد به شرایط زندگی خود باشد و این امر با تبلیغات رسانه‌ای رسمی دولتی لزوماً هماهنگی ندارد.

از نگاه دیگر، محصولات رسانه‌ای می‌توانند پیامی را مخیره کنند که مخالف ارزش‌های سنتی یک محیط خاص هستند. این ناسازگاری موجب دور شدن افراد از محیط خود می‌شود و امکان زیر سوال بردن باورهای سنتی گذشته را برای آنان فراهم می‌سازد.

با توجه به این سه مورد از نظر تامپسون نمی‌توان به طور دقیق اعلام کرد که رسانه‌ها موجب تحکیم پایه‌های قدرت در جهان معاصر هستند و از ایجاد هرگونه تغییری برخلاف منافع قدرت اقتصادی و سیاسی جلوگیری می‌کنند (فصل جهانی‌سازی ارتباطات)

بدین گونه تامپسون با ترکیب دو نظریه‌ی مهم «انتقادی» و «تفسیرگرایی» سعی دارد کلیه‌ی مسائل مربوط به ساختار اجتماعی جوامع معاصر را تبیین کند. این امر در تلقی وی از مسئله سنت بیش از پیش مشاهده می‌شود. وی برخلاف ساختارگرایان مدرن که سنت را عنصری می‌دانند که تحت تأثیر تغییرات و دگرگونی‌های جدید کارکرد خود را از دست داده، معتقد است سنت دارای چهار جنبه‌ی متفاوت بوده است. وجه هرمنوتیک، وجه هنجاری، وجه مشروعیت و وجه هویت. در وجه هرمنوتیک، سنت راهنمایی برای اقدام

نیست، بلکه صرفاً مجموعه‌ای از فرضیات ذهنی، طرح و تدبیر تفسیری برای درک جهان است. در وجه هنجاری، سنت مجموعه‌ای از الگوهای کنش است که از گذشته به ار رسیده و به نوعی راهنمایی برای چگونه عمل کردن ماست. وجه سوم سنت، همان منبع اقتدار و قدرت بودن سنت است که ماکس وبر از آن با عنوان مشروعیت سنتی یاد می‌کند.

و بالاخره وجه آخر سنت ماهیت هویت‌سازی آن است. سنت‌ها به عنوان فرضیاتی موروثی از گذشته، اعتقادات و الگوهای رفتاری را برای هویت‌سازی در سطح فردی و جمعی در اختیار فرد می‌گذارند.

بدین ترتیب تامپسون نتیجه می‌گیرد که با ظهور جوامع مدرن سنت تنها از جنبه‌های هنجاری و مشروعیت کارکرد خود را از دست داده است. در حالی که در وجه هویت و هرمنوتیک همچنان اهمیتی حیاتی دارد. ضمن اینکه با توجه به این که مواد و مطالب نمادین تشکیل دهنده‌ی سنت‌ها توسط رسانه‌ها بدون وابستگی به مکان خاصی منتقل می‌شود. دامنه‌ی عملکرد سنت‌ها نیز بسیار گسترده شده است. (فصل تحکیم دوباره سنت)

○ ○ ○

گرچه نمی‌توان گفت تامپسون در این کتاب نظریه‌ی تازه‌ای در باب رسانه‌ها و ساختار اجتماعی تبیین کرده است و بیش از آنکه خواهان انجام چنین عملی باشد از نظریات موجود در علوم اجتماعی برای بیان مقصود خود استفاده کرده است، اما کتاب «رسانه‌ها و نوگرایی» نشان دهنده زوایای جدیدی برای مطالعه‌ی مباحث مربوط به رسانه هاست.

انتخاب این کتاب برای ترجمه از آن جهت که استفاده‌ی نوینی از ترکیب دو اندیشه‌ی بزرگ نئومارکسیستی و تفسیرگرایی است - ضمن این که در بسیاری موارد ضعف‌های هر دو نظریه را گوشزد کرده و سعی در ارائه تحلیلی جدید بدون نقص‌های شمرده شده دارد - انتخاب بسیار مناسبی است و اگر از اندکی اشکالات ویراستاری بگذریم ترجمه‌ی نسبتاً روانی نیز دارد. تنها نکته‌ی قابل توجه ترجمه نشدن بی‌نوشت‌های کتاب است که به زبان انگلیسی باقی مانده‌اند. گرچه در نگاه اول به نظر می‌رسد تنها مراجعات نویسنده در این بی‌نوشت‌ها مطرح شده است، اما بسیاری از نکاتی که از نظر نویسنده توجه به آنها ضروری بوده است نیز در آن گنجانده شده است. لذا کتاب در شکل حاضر برای مخاطب فارسی زبان کامل نیست.

پانویس:

۱- تاملاتی در باره قرن بیستم، مصاحبه جیانکارلو بوزتی با کارل پوپر، انتشارات اطلاعات

منبع:

جورج ریترز: نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی، ۱۳۷۴