

معرفی کتاب

عباس قنبری



رسانه‌ها و دموکراسی / نوشته جان کین، ترجمه نازنین شاه‌رکنی

کتاب «رسانه‌ها و دموکراسی» که با مروری تاریخی به بررسی خاستگاه‌ایده «آزادی مطبوعات» و تلاش برای ارایه تفسیری نو از آرمان مذکور با توجه به شرایط جدید جامعه جهانی می‌پردازد، از یک مقدمه و شش فصل تشکیل شده است.

در مقدمه‌ی کتاب، نویسنده با بیان برخی پرسش‌های انتقادی در ارتباط با آرمان «آزادی مطبوعات» از قبیل «خاستگاه آرمان‌رهایی از سانسور دولتی مطبوعات کجاست؟

آیا اعمال اشکال جدید سانسور دولتی، با تأسیس غول‌های عظیم رسانه‌ای در تعارض با این آرمان است؟ و... به دنبال بازنگری در رابطه و نسبت بین رسانه و دموکراسی در یک بستر عینی و اجتماعی است.

در فصل اول جان کین با ارایه تاریخچه‌ای از ایده «آزادی مطبوعات» به ویژه در کشور

انگلستان و بیان سیر تاریخی مبارزات طراحان آن با دولت‌های مستبد و خودکامه، چهار بنیان نظری در اثبات حقانیت ایده مذکور ارایه می‌دهد که عبارتند از:

۱. نظریه رویکرد الهیاتی؛

۲. نظریه حقوق طبیعی؛

۳. نظریه منفعت‌گرایی؛

۴. نظریه کنشگری عمومی و بدون قید و شرط برای نیل به حقیقت.

وی سپس با تشریح مبانی نظری هر یک از این رهیافت‌ها، به بررسی پیامدهای نظری آزادی مطبوعات می‌پردازد و می‌نویسد: «پیدایش مطبوعات آزاد، موجب از بین رفتن سنت‌های جزمی و تأمل درباره‌ی خود می‌شود. مطبوعات آزاد موجب گسترش «اراده‌ی اختیاری» می‌شود. اراده‌ی اختیاری عبارت است از داوری جمعی درباره‌ی اهداف مطلوب و محاسبه‌ی آگاهانه در مورد وسایل نیل به آن هدف...»

دولت‌ها به دادگاه افکار عمومی فرا خوانده می‌شوند. سوءاستفاده از قدرت سیاسی در معرض دید عمومی قرار می‌گیرد و... مطبوعات آزاد و افکار عمومی در آسمان تاریک استبداد به ستاره دنباله‌دار درخشانی می‌مانند که دنیای جدید را منور می‌کنند». (ص ۳۶)

با وجود این، نویسنده کتاب معتقد است که به رغم چنین اهدافی، ایده‌ی مذکور هرگز چنان‌که طراحان آن مدعی بودند، تحقق پیدا نکرد و در واقع این ایده به نوعی از مسیر اصلی خود منحرف شده است. به زعم جان کین، طرفداران ایده «آزادی مطبوعات» معتقد بودند که با راهایی مطبوعات از استبداد دولتی و رقابتی کردن آن در بازار، خواهند توانست به آزادی کامل مطبوعات دست یابند، حال آن‌که هرگز چنین نشد و ایده مذکور همچنان در سطح یک آرمان، باقی ماند: «در همه آنها نسبت به قدرت نهایی و مداخله‌گر دولت، رویکردی انتقادی وجود دارد... همه‌ی آنها روی سازوکار بازار حساب می‌کردند... با این همه آسان می‌توان دریافت که توجیهات گوناگون در باب آزادی مطبوعات مطرح شده به مفهوم فلسفی با هم ناسازگارند». (ص ۹۳)

نویسنده سپس با برشمردن برخی از این ناسازگاری‌های فلسفی در ایده طرفداران «آزادی مطبوعات» آنها را به نوعی آشفتگی فکری و تعصب در رویه متهم ساخته که در نهایت منجر به ایجاد تناقض بنیادینی در آرمان مذکور شده است.

در فصل دوم؛ نویسنده با بیان برخی پرسش‌های انتقادی در مورد «فلسفه آزادی مطبوعات»، بر بررسی نقاط قوت و ضعف این گفتمان تأکید می‌کند و به دنبال ارایه تفسیری

جدید از این ایده و به شکلی متفاوت است. در این فصل نویسنده با بررسی و تبیین چگونگی ظهور ایده «لیبرالیسم مبتنی بر بازار»، که به دنبال حذف کامل نظارت دولت بر مطبوعات است؛ به تشریح مراحل گذار از رسانه‌های «دولت محور» به رسانه‌های «بازار محور» به ویژه در کشورهایی مانند آمریکا، آلمان، انگلستان و... می‌پردازد و در نهایت مهم‌ترین مؤلفه آن، یعنی «حق آزادی و انتخاب به جای نظارت و کمیابی» را نقد و رد می‌کند.

به اعتقاد جان کین، ایده‌ی طرفداران «رسانه‌های مبتنی بر بازار» نیز به همان اندازه «رسانه‌های دولت محور» مخدوش و محل تردید است. او با بر شمردن اصول و مقتضیات بازار از قبیل سود، مالکیت، تبلیغات و... رقابتی بودن و حق انتخاب ارتباطات در شرایط بازار را نیز امری آرمانی تلقی می‌کند و معتقد است که رسانه‌های مبتنی بر بازار نه تنها به آزادی کامل مطبوعات منجر نمی‌شود؛ بلکه ویژگی انحصارطلبی آن باعث می‌شود که آزادی انتخاب فردی به حداقل برسد، سانسور مبتنی بر بازار شکل بگیرد، اطلاعات واقعی تحریف و کژدیسه شود، رسانه‌های عمومی به زوال روند و در نهایت جامعه مدنی شکل نگیرد.

در فصل سوم، نویسنده به بررسی پیامدهای لیبرالیسم مبتنی بر بازار و تأثیر آن بر «آزادی مطبوعات» می‌پردازد. از نظر جان کین، لیبرالیسم مبتنی بر بازار به رغم داعیه‌هایش، در مورد آزادی مطبوعات، نه تنها نتوانسته است به تحقق این ایده کمک کند؛ بلکه آسیب‌های جدی نیز به آن وارد ساخته است. به عبارت دیگر به اعتقاد نویسنده، و با توجه به شواهد بدست آمده در کشورهای غربی، پیامد اجتناب‌ناپذیر لیبرالیسم مبتنی بر بازار، ظهور دولت‌های غیرشفاف و غیرپاسخگوست که باطناً دارای ساختار غیردموکراتیک‌اند و به صورت منظم جریان افکار و اطلاعات را تنظیم، کنترل و یا تحریف می‌کنند. این امر که تحت عنوان «مدیریت اطلاعات» صورت می‌گیرد، عمدتاً به صورت پنهانی همراه با خدعه و نیرنگ و به بهانه‌ی و دلایل غیرواقعی همچون «امنیت ملی» و... صورت می‌گیرد. جان کین با بر شمردن شیوه‌های جدید مداخله‌ی دولت در فرایند انتشار اطلاعات، به پنج شیوه سانسور سیاسی مرتبط با هم اشاره می‌کند که عبارتند از: قدرت‌های اضطراری، پنهانکاری نظامی، فریبکاری، تبلیغات دولتی و عملکردهای تجاری و انحصارگرایانه.

به اعتقاد وی این پنج جریان که همواره در دموکراسی‌های غربی رواج داشته است، مخاطرات اصلی دموکراسی به حساب می‌آیند.

لیبرالیسم مبتنی بر بازار به رغم تأکیدش بر «حق انتخاب در رقابت» همچنان در دام یک نوع تصور قدیمی از اقتدار دولتی گرفتار است که همین امر باعث ایجاد پارادوکسی در خور

دموکراسی موردنظر آنها می‌شود. بنابراین به این اعتبار، هیچ تفاوتی میان «رسانه‌های مبتنی بر بازار» با «رسانه‌های تحت نظارت دولت/مستبد» وجود ندارد: «.. اغلب لیبرال‌های طرفدار بازار، شیفته‌ی آنند که از ضرورت وجود بازار آزاد در ارتباطات و بدون سانسور سخن بگویند، اما در عین حال مدافع آن نوع اقدامات دولت‌ها... هستند و در برابر شهروندانی که قصد دارند حاکمیت قانون را گسترش دهند و از خودکامگی و پنهانکاری قدرت سیاسی بکاهند، موضعی خصمانه اتخاذ می‌کنند. در بخشی از آنها «اختیارگرایی» مبتنی بر بازار همراه است با تعلقات عمیق «نومحافظه‌کارانه» به اقتدارگرایی سیاسی و فرهنگی. برای تحقق تصویری که لیبرال‌های طرفدار بازار آزاد ارتباطات دارند، دولتی قدرتمند و اقتدارگرا لازم است...» (ص ۱۳۳)

فصل چهارم به انتقاد از رسانه‌های عمومی موجود اختصاص یافته است. در این فصل نویسنده با برشمردن مجدد ویژگی‌های رسانه‌های «دولت محور» و «بازار محور» و تأکید بر اهمیت «نقش رسانه‌های عمومی واقعی» در تحقق جامعه مدنی به پیگیری فرایند طولانی مدت و برگشت‌ناپذیر افول رسانه‌های عمومی پرداخته و حقانیت رسانه‌های عمومی موجود را که یا مبتنی بر دولت‌های غیردموکراتیک هستند و یا تحت تأثیر نیروی غیردموکراتیک بازار شکل گرفته‌اند؛ به چالش می‌کشد. با وجود این، او بر خلاف بسیاری از اندیشمندان، امکان تحقق آنها را به‌طور کامل انکار نمی‌کند.

در فصل پنجم، جان‌کین به ارایه تعریف جدیدی از مدل رسانه‌های عمومی می‌پردازد. «توسعه‌ی مجموعه متکثری از رسانه‌های ارتباطی غیردولتی، رسانه‌هایی که از یک سو دائماً موی دماغ قدرت سیاسی می‌شوند... و از سوی دیگر حداقل ابزار لازم برای ارتباط بین شهروندان را فراهم می‌کنند که در جامعه‌ای واقعاً پلورالیست با هم کار و زندگی می‌کنند.» (ص ۱۷۵)

او سپس با بیان برخی وجوه مشترک مدل جدید رسانه‌های عمومی با رسانه‌های مبتنی بر بازار، به معرفی اصول و توصیه‌های لازم برای شکل‌گیری مدل جدید رسانه‌های عمومی می‌پردازد؛ رسانه‌های عمومی که در نهایت منجر به ظهور یک جامعه مدنی باز و متکثر می‌شود که به صورت افقی سازمان یافته است. ضمن آن که تأکید عمده وی در این رهیافت، بر ظرفیت بالا و توانمند تکنولوژی‌های جدید ارتباطی، به ویژه تکنولوژی‌های میکروالکترونیک است که به افراد امکان انتخاب و گزینش بیشتر می‌دهد؛ تکنولوژی‌هایی که مفهوم ارتباطات را به شکل جریان پیچیده‌ای از عقاید درون شبکه‌های عمومی نشان می‌دهد

و نه به عنوان کالایی که باید به فروش برسد. به این ترتیب وی به کاربرد «اجتماعی» تکنولوژی جدید ارتباطی تأکید می‌کند.

در فصل ششم که «دموکراسی، مخاطره و ناکامی» نام دارد، نویسنده نگاهی نو به رابطه و نسبت بین رسانه‌ها و دموکراسی می‌اندازد. وی در ابتدای فصل، به توصیف کامل و بررسی ویژگی‌های آرمانی مدل جدید رسانه‌های عمومی پرداخته و تأکید می‌کند که فرایند دموکراتیزاسیون باید از حوزه سیاست (حوزه‌ای که افراد، شهروندان دولت محسوب می‌شوند) به حوزه جامعه مدنی تسری یابد؛ یعنی جایی که هویت‌های چندگانه و متعارض وجود دارد و افراد به انحای گوناگون... حضور دارند. آنگاه وی بر اهمیت رسانه‌های عمومی که دارای رویکردی تکثرگرا، مبتنی بر حق انتخاب، فراگیر و هستند، تأکید می‌کند.

در پایان این فصل، نویسنده با ارایه چشم‌اندازی از آینده آرمان «آزادی مطبوعات»، به معرفی پاره‌ای از مخاطرات همیشگی موجود بر سر راه دموکراسی به ویژه از منظر آسیب‌شناسی رسانه‌ای می‌پردازد. به اعتقاد نویسنده، آزادی مطبوعات از آنجایی که خود حاوی مجموعه‌ای از آزادی‌های بالقوه متعارض است، پدیده‌ای نیست که به شکل مسلم و قطعی دست یافتنی باشد. مخاطرات بر سر راه آزادی مطبوعات همواره وجود دارد و خواهد داشت. بنابراین باید همواره فضایی برای طرح موضوع دموکراسی و رسانه‌ها باز گذاشت. مبارزه برای دست‌یابی به آزادی مطبوعات، همواره لازم و پروژه‌ای در دست اقدام تلقی می‌شود که باید برای تحقق آن تلاش کرد.

کتاب رسانه‌ها و دموکراسی در سال ۱۳۸۳ توسط انتشارات طرح نو چاپ و منتشر شده است.

تلویزیون و گستره عمومی: جامعه مدنی و رسانه‌های
گروهی / نوشته: پیتر دالگرن، ترجمه مهدی شفقتی.

کتاب «تلویزیون و گستره عمومی: جامعه مدنی و رسانه‌های گروهی» که به دنبال شناسایی مرزبندی‌های جدید گستره «حوزه‌ی» عمومی و کشف نسبت آن با رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی است، از یک مقدمه و سه بخش شامل (هفت فصل) تشکیل شده است.

در مقدمه‌ی کتاب، نویسنده در مورد «گستره‌ی عمومی» از دیدگاهی تجربی به تحلیل توسعه وسایل ارتباط جمعی و

نقش رو به رشد آن در «حوزه‌ی عمومی» می‌پردازد و با اشاره به ظهور الگوهای انتقادی در مطالعات ارتباطی، «گستره عمومی» را همچنان فاقد مرزبندی‌های مشخص به ویژه از حیث اثرگذاری رسانه‌های ارتباطی جمعی بر آن می‌داند و معتقد است «... به هنگام تجزیه و تحلیل این مفهوم – گستره‌ی همگانی – تشخیص کلیه وجوه مشترک و در عین حال مرزهایی که این پدیده را از محیط پیرامونش جدا می‌سازد؛ دشوار می‌نماید» (ص ۲).

جان کین به دنبال آن است تا با نظرورزی و تحلیل نقدگونه نظریات موجود در زمینه‌ی

تلویزیون
و گستره عمومی

«گستره همگانی» - با تأکید خاص بر نظریات هابرماس در مورد سیر تحول حوزه عمومی - به صورت بندی جدیدی از مرز بندی های «گستره عمومی» و نسبت آن با رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی دست یابد.

در کتاب حاضر از جنبه‌ی تجربی، تلویزیون موقعیتی ممتاز می‌یابد. در حیطه نظری نیز؛ همانطور که نویسنده خود اذعان داشته است در واقع نوعی «مناظره بین سنت نقد از یک سو و طیف‌های سازنده‌تر نظریات پست مدرن در زمینه - گستره عمومی - از سوی دیگر است». به این اعتبار می‌توان گفت که نویسنده از یک طرف به دنبال تبیین نظری «حوزه عمومی» از منظر الگوهای تجربی و انتقادی است و از سوی دیگر به دنبال برجسته ساختن نقش رسانه‌ها - به ویژه تلویزیون - در شکل‌گیری آن است.

در فصل اول کتاب، نویسنده «گستره عمومی» را در چارچوب مفاهیمی کلی و بنیادین از قبیل مردم‌سالاری، دولت، جامعه مدنی و... مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد و به بیان روایت تاریخی یورگن هابرماس از «سیر تحول در حوزه همگانی» می‌پردازد. وی سپس با نقد الگوهای حاکم هابرماس به دلیل غفلت آن از گستره‌های عمومی فعال توسعه یافته به موازات «گستره بورژوازی»؛ به یک الگوی چهار بُعدی جدید برای تحلیل در «حوزه عمومی» در شرایط مدرن دست می‌یابد که عبارتند از: «نهادهای رسانه‌ای»، «بازنمایی رسانه‌ای»، «ساختار اجتماعی» و «تعامل فرهنگی - اجتماعی» به اعتقاد نویسنده هر یک از این چهار بُعد، مدخلی است در ارتباط با گستره عمومی که همچنین مشتمل است بر مسائل ریزنظری و مفهومی و نیز نکات تجربی و سنجشی که کارکرد عملی گستره عمومی را بهتر باز می‌شناساند. این چهار بُعد کاملاً به یکدیگر وابسته‌اند و شرایط متقابلی را برای هم به وجود می‌آورند.

نویسنده پس از تبیین هر یک از این ابعاد چهارگانه و تحلیل آن در شرایط متغیر تاریخی، نظریه «سیر تحول حوزه عمومی» هابرماس را در درون این مدل چهار بُعدی و با توجه به نظریات اندیشمندانی همچون گارتم (۱۹۹۲)، پیترز (۱۹۹۳)، فریزر (۱۹۹۲) و... به چالش می‌کشد و نهایتاً به این نتیجه می‌رسد که «گستره عمومی» برخلاف تصورات غالب، نه یک «انبار مبادله‌ی اطلاعات» بلکه یک پدیده آرمانی است که همواره باید برای تحقق آن تلاش کرد و این بدین معنی است که نمی‌توان و نباید صرفاً در همان قلمرو اولیه‌ی نظری هابرماس باقی ماند. گستره عمومی همواره - در بهترین شرایط - دستاوردی سیاسی است که نیازمند احیاء است و در این راستا باید از توسل به الگویی را کد از لحاظ تاریخی، اجتناب ورزید.

گستره‌ی عمومی یک فضای تاریخی پویایی است که رقابت و مباحثه بر سر آن در می‌گیرد و در محل تلاقی بُردارهای گوناگون واقع می‌شود. به طوری که ساختار آن را عوامل کلان اجتماعی و شکل آن را رسانه‌های جمعی رقم می‌زنند.

در فصل دوم، نویسنده به موقعیت برجسته‌ی تلویزیون در حوزه‌ی عمومی می‌پردازد و با روشن ساختن مجموعه شرایط حاکم بر روابط این دو، این رسانه را اصلی‌ترین نهاد در گستره‌ی عمومی جامعه معاصر معرفی می‌کند. در این فصل نویسنده برای توصیف و تحلیل تلویزیون در چارچوب گستره‌ی عمومی، شناخت ویژگی‌های نهادین و ساختاری آن، پویایی اقتصادی آن و... تلویزیون را یک واقعیت چند بُعدی مدنظر قرار می‌دهد و با به کار بردن اصطلاح «منشور تلویزیون»؛ بر ابعاد سه گانه آن یعنی «تلویزیون به عنوان یک صنعت»، «تلویزیون به مثابه مجموعه‌ای از متون دیداری و شنیداری» و «تلویزیون به مثابه‌ی یک تجربه‌ی اجتماعی - فرهنگی» تأکید می‌کند که هر یک از این ابعاد، فهم ما را از آن در جهت خاصی هدایت می‌کند. به طوری که بُعد صنعتی تلویزیون، ساختار، سازمان‌دهی، اقتصاد سیاسی و کنش‌های حرفه‌ای را در بر می‌گیرد؛ در مبحث تلویزیون از منظر متون دیداری و شنیداری، این رسانه به عنوان ابزار تولید معنا تلقی می‌شود که این معانی در عین ناپایداری، به هنگام مواجهه و تماس با مخاطب از ساختار و ارزش پایدار برخوردار می‌گردد و در معرض تحلیل ذهنی دائمی قرار می‌گیرد و بالاخره در مبحث سوم؛ تلویزیون به مثابه‌ی مفهوم تجربه اجتماعی - فرهنگی، نویسنده را به فراگیر بودن آن، دریافت و تفسیر آن در عرصه اجتماع، استفاده و رضامندی مخاطبان و تأثیر اسطوره‌ای آن بر زندگی مخاطبان سوق می‌دهد.

در فصل سوم، موضوع «ژورنالیسم تلویزیونی» مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این بررسی مفهوم «عامه» Public و واژه‌ای کلیدی و متمایز می‌نماید. نویسنده به دنبال برجسته ساختن ویژگی «عامه‌پسند بودن» برنامه‌های تلویزیون - به ویژه برنامه‌های خبری و آرایه داستان‌گونه آنها - قالب‌های کهنه و نو آرایه برنامه‌های تلویزیونی را همراه با ویژگیها و خصوصیات هر یک از آنها از قبیل قابلیت جذب، محبوبیت، درجه‌ی یقین و... مورد بررسی و نقد قرار می‌دهد. در بخش دوم کتاب و در فصل چهارم، که «بی‌ثباتی‌های امروزین» نام گرفته است، سیر مطالعاتی نویسنده نسبت به مقوله «حوزه عمومی» به صورت آشکاری تغییر و تحول می‌یابد. در واقع نویسنده پس از گذار از رویکردهای تجربی و انتقادی گذشته به «گستره عمومی» در فصل‌های پیشین، به دنبال برجسته ساختن اهمیت طیف‌های سازنده‌تر نظریات پست‌مدرن در ارتباط با «حوزه عمومی» و نشان دادن امتیاز و برتری آنها نسبت به نظریات

انتقادی پوزیتیویست گونه، به ویژه با توجه همگن بودن آنها با شرایط متغیر اجتماعی و جهانی امروزی است.

نویسنده در این فصل با یادآوری شرایط جدید جامعه جهانی و رشد روزافزون دانش و معرفت بشری، روند رو به رشد تغییرات تکنولوژیک و عمدتاً تحت تأثیر جهانی سازی، خصوصی سازی و... موکداً خاطر نشان می سازد که برخلاف برداشت های گذشته، هرگونه برداشت جدی از مقوله «حوزه عمومی» باید از پویایی خاصی برخوردار باشد تا بتواند متناسب با شرایط به شدت متغیر و در حال دگرگونی جامعه مدنی به تبیین آن بپردازد.

در فصل پنجم کتاب، دالگرن به بررسی رهیافت هابرماس به مدرنیته می پردازد و با معرفی عناصر برجسته آن از قبیل مفهوم «عقلانیت» - ابزاری و ارتباطی - شیوه های معناسازی و رابطه ی بین الادهانی، زبان و ساختار آن و در نهایت رویکرد وی به نظریه «کنش ارتباطی» را از حیث محدودیت ها و تنگ نظری ها مورد نقد و بررسی قرار داده و رویکرد نظری تقریباً متفاوتی با هابرماس به کنش های ارتباطی و بین ذهنی بر می گزیند. نویسنده تلاش می کند تا با فراتر رفتن از نظریه کنش ارتباطی هابرماس و تفصیل در مفهوم عقلانیت و گشودن باب تازه ای در مورد انواع ضمیرهای ناخودآگاه انسانی، آزادی و کنش های تخیلی و رهایی بخش وی، به پیش شرط های مشارکت ارتباطی در گستره ی عمومی کمک کند و بدین ترتیب عرصه ی نوینی به گستره ی عمومی تزریق کند.

فصل ششم کتاب در واقع گذار از نظریه پردازی در مورد الگوهای ارتباطی در گستره عمومی و پرداختن به جنبه های عینی آن در بستر جامعه مدنی، تعاملات اجتماعی - فرهنگی و مقوله شهروندی است. از نظر نویسنده، جامعه مدنی که بعد تعاملی گستره ی عمومی است، راهی را فراروی ما قرار می دهد تا کانون های دریافت تولیدات رسانه ای را از لحاظ نظری در یک جا جمع کنیم و سپس آنها را برای یک افق نظری وسیع تر که همانا دست یابی به یک «گستره ی عمومی» کارآمد و ماندگار است، منطبق سازیم. به اعتقاد نویسنده، هرگونه «گستره ی عمومی کارآمد» فقط و فقط در بستر جامعه مدرن تحقق می پذیرد. او با تشریح چارچوب های نظری هابرماس در ارتباط با جامعه مدنی، تنها چنین جوامعی که از لحاظ فرهنگی از ارزش های مردم سالارانه، تکثر و تعلق سرشار است را مستعد تحقق حوزه عمومی واقعی می داند. زیرا چنین جامعه ای است که به نظر وی «مخاطب» به «شهروند» تبدیل می شود. شهروندی که در جامعه مدنی به نحو تأمل برانگیزی بر همبستگی و تعامل سرکوب نشده و آزاد افراد در زندگی روزمره دلالت دارد.

در بخش سوم؛ و در فصل پایانی کتاب، نویسنده بر برجسته ساختن برخی از مهم‌ترین دستاوردهای نظری و عملی کتاب حاضر پرداخته است. در این میان وی با تأکید بر اهمیت سیاستگذاری در بخش رسانه‌های جمعی، بر نقش آنها بر افق‌های آینده جامعه مدنی و مقوله شهروندی و به تبع آن دست‌یابی به «حوزه عمومی کارآمد» می‌پردازد. پیام اصلی این بخش نیز این است که امروزه ارتباطات عمومی به صورت غیرقابل انکاری به رسانه‌های جمعی محول شده است که به نوبه خود - به عنوان نهادهای اجتماعی - مرزهای موجود میان دولت، قدرت، اقتصاد، پول و... را از یکسو و جامعه مدنی از سوی دیگر را در نور دیده است.

رسانه‌ها به حیات جامعه مدنی نفوذ کرده و عنصری از نظام‌های هدایتی جامعه مدرن محسوب می‌شوند. لذا نمی‌توان حوزه‌های عمومی را یک قالب بسته، بالفعل، ساکن و لایتغیر خواند. بلکه مجموعه‌ای ظریف، متکثر و متغیر از فضاها و کنش‌های اجتماعی است که مرزهایش همواره قابل‌گذار و در نتیجه بالقوه قابل تجدید و احیاست. و باید برای دست‌یابی به ماهیت کارآمد، متکثر و چندصدایی حوزه عمومی در بستر جامعه مدنی تلاش کرد. □

* این کتاب در سال ۱۳۸۰، توسط انتشارات سروش و مرکز مطالعات، تحقیقات و سنجش برنامه‌های صداوسیما جمهوری اسلامی چاپ و منتشر شده است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی