

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

# رسانه و نوگرایی

محمد جواد انصاری فر

کتاب *رسانه‌ها و نوگرایی: نظریه‌های اجتماعی درباره رسانه‌ها*، نوشته جان پروکشایر تامپسون، دانشیار رشته جامعه‌شناسی دانشگاه کمبریج انگلستان، با ترجمه علی ایشاری کسمایی، از سوی انتشارات مؤسسه ایران و به سفارش دانشکده خبر، وابسته به خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، در سال ۱۳۷۹ منتشر شده است. این کتاب با رویکردی جامعه‌شناختی، به تحول ارتباطات و پیشرفت رسانه‌های جمعی پرداخته است.

همان گونه که از نام کتاب پیداست، نویسنده از دیدگاهی مدرن، به رسانه می‌پردازد. دیدگاه مدرن، به طور عمده، نگاهی مثبت به تحولات ارتباطات دارد و آن را بر پایه توسعه و پیشرفت، تبیین و تحلیل می‌کند. البته اندیشمندان مکتب فرانکفورت نیز از دیدگاه مدرن، به نقد مدرنیسم می‌پردازند، تا جایی که یورگن هابرماس، از آخرین بازمانده‌های مکتب فرانکفورت، علیه اندیشمندان پست‌مدرن، مانند فوکو، دریدا و لیوتار، موضع می‌گیرد. آدنورنو و هورکهایمر، اندیشمندان مکتب فرانکفورت، در کتاب *دیالکتیک روشن‌گری*، به صنعت فرهنگ و فرهنگ توده‌ای که رسانه‌ها از عوامل سازنده آن هستند، با نگاهی منفی می‌نگرند؛ ولی تامپسون در این کتاب، چنان که خود در دیباچه کتاب نوشته است، این موضع منفی و انتقادی را رد می‌کند و تحولات عرصه ارتباطات را توسعه و پیشرفتی مثبت ارزیابی می‌کند.

همان گونه که در معرفی کتاب *نظریه‌های جامعه اطلاعاتی*، در شماره یازده همین مجله گذشت، صاحبان نظریه‌های ارتباطات دو دسته‌اند:

۱. کسانی که دوران تحولات ارتباطی کنونی را موجب پیدایش جامعه‌ای نوین و متمایز از جوامع پیشین می‌دانند و از آن به جامعه پست‌مدرن یاد می‌کنند افرادی چون *دانیل بل، لیوتار و*

## 1. The media and modernity.

۲. برای مطالعه در زمینه مجادلات فلسفی هابرماس با دیگر اندیشمندان، از جمله پست‌مدرن‌ها، به کتاب *یورگن هابرماس: نقد در حوزه عمومی*، نوشته رابرت مولاب، ترجمه حسین بشیریه، مراجعه کنید.

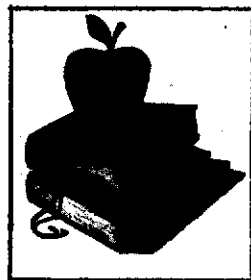


بودریار چنین دیدگاهی دارند.

۲. پژوهشگرانی که اهمیت تحولات ارتباطات و اطلاعات را در دوران کنونی، تصدیق می‌کنند؛ ولی معتقدند که عصر حاضر تلاوم عصر مدرن و گذشته است و چیزی به نام فرامدرن، پسا صنعتی و پساتجدد، بی‌معناست. افرادی چون هابرماس، آنتونی گیلنز و نویسنده کتاب حاضر از این دسته هستند.

تامسون در پیش‌گفتار کتاب می‌گوید که از مکتب انتقادی فرانکفورت و هرمنوتیک گادامر و پلی ریکور تأثیر گرفته است؛ ولی روش تامسون متفاوت است. تامسون انگلیسی است و تحت تأثیر فلسفه تحلیلی و فلسفه زبان است. روش وی تحلیل مفهومی است. سنجش مفاهیم و سیر تحول آن‌ها مهم‌ترین ویژگی تحلیل مفهومی است؛ چنان‌که تامسون به توضیح و تحلیل مفهوم شکل‌های نمادین می‌پردازد و این واژه را به جای محتوای اطلاعات به کار می‌برد یا واژه ارتباطات رسانهای شده را به جای ارتباطات جمعی به کار می‌برد. جامعه‌شناسان انگلیسی به طور عمده، چنین روشی دارند؛ یعنی مفاهیم و تحلیل آن‌ها مهم‌ترین ویژگی روش فکری آن‌هاست؛ ولی روش مکتب فرانکفورت، انتقادی - تفهیمی است. آنان از سویی، به روش تفهیمی ماکس وبر سر سپرده‌اند و از سوی دیگر، تحت تأثیر فلسفه کانت هستند. از این رو، نقد تامسون بر مکتب فرانکفورت و از جمله هابرماس در این کتاب، دور از انتظار نیست؛ چنان‌که تامسون در بیشتر بخش‌های کتاب، به نقد کتاب دگرگونی ساختاری حوزه عمومی، نوشته یورگن هابرماس می‌پردازد.

نویسنده در فصل نخست، ارتباطات و بافت اجتماعی، به چهار نوع قدرت سیاسی، اقتصادی، نظامی و قدرت نمادین اشاره می‌کند. از دیدگاه او، نهادهای فرهنگی، مانند مدارس، دانشگاه‌ها و رسانه‌ها به وسیله ارتباطات، به تولید و انتقال شکل‌های نمادین می‌پردازند که این اشکال در تمامی روابط اجتماعی دیده می‌شود و می‌توان آن را به قدرت نمادین تعبیر کرد. بنابراین، ارتباطات نوعی از فعالیت اجتماعی است که تولید، انتقال و دریافت شکل‌های نمادین



را به عهده دارد و رسانه ابزاری است که این اطلاعات و محتوای نمادین را از تولیدکننده به دریافت‌کننده منتقل می‌کند.

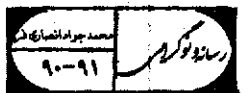
تامپسون ذخیره‌سازی، ماندگاری و تونل تکثیر را از ویژگی‌های رسانه‌های جمعی بر می‌شمارد. او به جای واژه ارتباطات، انتقال یا انتشار را به کار می‌برد؛ زیرا رسانه‌های جمعی را انتقال‌دهنده اطلاعاتی می‌داند که مخاطبان، دریافت‌کننده و گیرنده آن هستند البته این مسیر انتقال اطلاعات کاملاً یکسویه نیست، بلکه بازخورد آن از جانب گیرنده، به فرستنده می‌رسد.

چنان که گفته شد، تامپسون ترجیح می‌دهد به جای ارتباطات جمعی، از واژه ارتباطات رسانه‌ای شده یا رسانه‌ها استفاده کند؛ زیرا تغییرات و تحولات بنیادین در ارتباطات، تبادل اطلاعات را به خلاف گذشته، دو طرفه ساخته است. همچنین مخاطب رسانه می‌تواند فرد باشد و الزاماً حضور جمعی نداشته باشد. این تحول را می‌توان از پیدایش سینما و تلویزیون تا کاربرد اینترنت، شاهد بود.

تامپسون معتقد است پیشرفت رسانه‌های ارتباطی، همراه با فرایندهای دیگر توسعه، موجب پیدایش مدرنیته و جوامع مدرن شده است. از دیدگاه او، اگر بخواهیم ماهیت نوگرایی و ویژگی‌های جوامع مدرن را درک کنیم، باید نقش توسعه رسانه‌های ارتباطی و تأثیر آن‌ها را در نظر داشته باشیم.

فصل دوم کتاب، رسانه‌ها و توسعه جوامع معاصر را می‌توان نقدی بر اندیشه‌های یورگن هابرماس دانست. البته تامپسون، به دلیل طرح موضوع حوزه عمومی از جانب هابرماس، از وی تمجید می‌کند؛ ولی نوع نگاه هابرماس را مورد نقد قرار می‌دهد؛ از جمله این که گستره عمومی در قرون هجده و نوزده میلادی که برآمده از رشد بورژوازی بود، تنها شکل فرهنگی تأثیرگذار آن دوره نبوده است، بلکه بسیاری از جنبش‌های اجتماعی در تاریخ مورد نظر، تأثیرگذار بوده‌اند و تحولات سیاسی و اقتصادی را نیز می‌توان به آن افزود.

تامپسون همچنین با نظریه هابرماس درباره افول حوزه عمومی در قرن بیستم، مخالفت می‌ورزد و رسانه‌های عمومی را نشانه توسعه گستره همگانی می‌داند. همچنین وی دیدگاه هابرماس در



زمینه منفعل بودن مخاطبان رسانه‌های جمعی را که متأثر از آذونرو و هوکهایمر است، رد می‌کند؛ زیرا از دیدگاه تامپسون، امروزه، یک‌جانبه بودن اطلاعات و پیام از سوی رسانه، منسوخ شده و در دیدگاه جدید، مخاطب از قدرت گزینش برخوردار است. بنابراین، نوعی مبادله و تعامل دوسویه میان رسانه و مخاطب برقرار است.

در فصل سوم، پهنایی و تعامل رسانه‌های شده، نویسنده به سه نوع تعامل اشاره می‌کند: تعامل رو در رو، تعامل رسانه‌های شده و شبه‌تعامل رسانه‌های شده. تعامل رو در رو در یک حضور مشترک صورت می‌گیرد که اشتراک زمانی و مکانی وجود دارد و تعاملی است دوسویه و چهره به چهره. تعامل رسانه‌های شده از زمان و مکان فراتر می‌رود و شرکت‌کنندگان در آن، به لحاظ زمانی و مکانی، متفاوت و متمایزند. به همین دلیل، تعامل رسانه‌های شده، در مقایسه با تعامل رو در رو، مستلزم محدود کردن اشارات نمادین است؛ زیرا تفاوت زمانی و مکانی شرکت‌کنندگان، یعنی تولیدکنندگان در رسانه و مخاطبان، بسیاری از اشارات نمادین را ناآشنا و نامفهوم می‌سازد، از این رو، این کندها و نشانه‌ها کارایی ندارند و حذف می‌شوند. نویسنده تعامل رسانه‌های شده را دربارهٔ تلفن که دیالوگی دو طرفه است، استفاده می‌کند.

تامپسون شبه‌تعامل رسانه‌های شده را دربارهٔ روابط اجتماعی ایجاد شده از سوی رسانه‌های جمعی، مانند کتاب، روزنامه، رادیو و تلویزیون به کار می‌برد. شبه‌تعامل رسانه‌های شده، به خلاف دو قسم یاد شده، دوجانبه و دیالوگی نیست، بلکه به طور عمده، یک‌جانبه و تک‌گویانه است. به همین جهت، شبه‌تعامل رسانه‌های شده نامیده می‌شود.

فصل چهارم، دگرگونی در نحوهٔ دیده شدن، رابطهٔ در حال تغییر میان دیده شدن و قدرت و سیاست را بررسی می‌کند که چگونه سیاستمداران از راه رسانه، به نحو عام و تلویزیون به نحو خاص، با مخاطبان ارتباط برقرار می‌کنند. این فصل نشان می‌دهد که تغییر و دگرگونی در حوزهٔ عمومی که رسانه‌ها بخش عمدهٔ آن را به عهده دارند، افزون بر فرصت‌های تازه برای رهبران سیاسی، خطرهای جدیدی به همراه دارد.

در فصل پنجم، جهانی‌سازی ارتباطات، نویسنده به یک‌سویه بودن تولیدات فرهنگی و رسانهای، از آمریکا به کشورهای دیگر اشاره می‌کند و به طرح و بررسی دیدگاه امپریالیسم فرهنگی هربرت شیلر می‌پردازد.<sup>۲</sup>

تحکیم دوباره سنت نام فصل ششم کتاب است. نویسنده ابتدا به دیدگاه‌های مارکس و ماکس وبر درباره سنت و تجدد اشاره می‌کند و سپس، نظریات نوسازی و توسعه را درباره سنت و نوسازی طرح می‌کند آن‌گاه، به چهار جنبه سنت اشاره می‌کند:

۱. وجه هرمنوتیک؛

۲. وجه مشروعیت؛

۳. وجه هنجاری؛

۴. وجه هویت‌سازی.

این چهار وجه، غالباً در عمل تداخل می‌کنند یا در هم ادغام می‌شوند.

وجه هرمنوتیک سنت طرح و تدبیر تفسیری سنت است که چهارچوبی برای درک و فهم جهان است. وجه هنجاری سنت الگوهای کنش را که از گذشته به ارث رسیده، به مانند راهنمای هنجاری برای اعتقادات و اقدامات زمان حال، ارائه می‌دهد.

وجه مشروعیت سنت می‌تواند منبع حمایتی برای اعمال قدرت و اقتدار باشد؛ این وجه را ماکس وبر مطرح کرده است. از نظر ماکس وبر، سه نوع مشروعیت وجود دارد:

۱. مشروعیت قانونی؛

۲. مشروعیت سنتی؛

۳. مشروعیت کاریزماتیک.

مشروعیت سنتی به بحث حاضر معطوف است. وجه هویت‌سازی سنت نیز معطوف به هویت خود و هویت جمعی است. هویت خود به احساس خود شخص، به منزله فردی دارای توانایی‌ها و

۲. برای اطلاع بیشتر از دیدگاه هربرت شیلر، به مقاله نظریه‌های جامعه‌اطلاعاتی، شماره ۱۱ مجله روح هنر و اندیشه، مراجعه فرمایید.

ویژگی‌های فردی خالص اشاره دارد. هویت جمعی به احساس شخص، به مانند عضو یک گروه اجتماعی اشاره دارد که یک نوع احساس تعلق داشتن است.

سنت‌ها مجموعه‌ای از اعتقادات و الگوهای رفتاری به ارث رسیده از گذشته هستند که هویت‌سازی در هر دو سطح فردی و جمعی را فراهم می‌کنند. در جامعه مدرن، وجه هنجاری و مشروعیت سنتی افول کرده؛ ولی وجه هرمنوتیک و هویت‌سازی آن حفظ شده است. دگرگونی و تغییر در سنت‌ها، به شکلی اساسی، به پیشرفت رسانه‌های ارتباطی مرتبط است.

نویسنده در زمینه تأثیر رسانه‌ها بر ماهیت و نقش سنت، به کتاب *گنراز جامعه سنتی*، نوشته *دانیل لرنی* اشاره می‌کند و آن را نظریه ساده‌انگارانه نوسازی ارزیابی می‌کند.

تامپسون تحکیم دوباره سنت را با شواهدی دال بر رجوع دوباره به سنت و مذهب توضیح می‌دهد. وی از جمله، اسلام‌گرایی در خاورمیانه را دلیلی بر احیای دوباره سنت می‌داند و برای نمونه، انقلاب اسلامی ایران را بازگشت به سنت و مذهب تلقی می‌کند.

خود و تجربه در *دنیای رسانه‌های شده* فصل هفتم کتاب است. نویسنده، دوباره در برابر مکتب انتقادی فرانکفورت و جامعه‌شناسان ساختارگرا که متأثر از *لویی آلتوسر* بودند، موضع می‌گیرد و مفهوم خود<sup>۳</sup> را در دیدگاه آنان، بسیار ضعیف توصیف می‌کند.

تامپسون تعریفی از خود ارائه می‌دهد و آن تعریف را وام‌دار سنت هرمنوتیک *پل ریکور* برمی‌شمارد. از دیدگاه او، خود طرح نمادینی است که خود، فعالیت آن را می‌سازد بدین سان، خود نه محصول یک سیستم نمادین خارجی است و نه یک وجود ثابت. این طریقی است که فرد از مواد نمادینی که در دسترس اوست، می‌سازد و چون رسانه‌ها از مجاری اطلاعات نمادین هستند، تأثیری ژرف بر شکل‌گیری خود دارند.

*اختراع دوباره همگانیت* فصل پایانی کتاب است. نویسنده، ضمن اشاره به مفهوم حوزه عمومی هابرماس، یادآور می‌شود که همگانیت یا همگانی شدن، امروزه در محیط نصادیق، صورت می‌گیرد؛ محیطی که از مرزهای دولت - ملت‌ها فراتر رفته است و رسانه‌ها این محیط نصادیق و گستره همگانی را ایجاد می‌کنند و چونان گذشته، به مکتبی ویژه اختصاص ندارند.

#### 4. Self



کتابها، روزنامهها و رسانه‌های الکترونیکی، مانند رادیو، تلویزیون و اینترنت نوعی تازه از حوزه همگانی را پدید می‌آورند که غیرمحلّی و نامحدود است و می‌توان از دیدگاه نویسنده، آن را فضای قابل رویت نامید. این رسانه‌ها ماورای محیط تولیدشان، توزیع و تکثیر می‌شوند و مانند حوزه عمومی در قرون گذشته، به مکان مشترک خاصی که آدمیان را در آن، اجتماعی می‌کنند، نیاز ندارند.

از نظر تامپسون، جوامع مدرن، بر اساس نقشی که رسانه و ارتباطات در آن‌ها بازی می‌کنند، دموکراسی رسانه‌ای شده‌ای را در پیش گرفته‌اند. البته این پیشرفت و رشد رسانه‌ها خبر خوبی برای اخلاق نیست؛ زیرا اساس تولید رسانه‌ای بر مبنای سوددهی شکل گرفته است. از این رو، آرمان‌های اخلاقی در آن، فراموش شده است. بر همین اساس، هابرماس بر معیار انتقادی حوزه عمومی و سپس کنش عقلانی ارتباطی تأکید می‌کند تا از راه نقد و عقلانیت ارتباطی و تفاهمی، ضعف‌های جامعه مدرن را بهبود بخشد.

از این چشم‌انداز، نقد نویسنده بر هابرماس، مبنی بر منسوخ شدن حوزه عمومی مشترک همگانی که در کتاب *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی*، مورد نظر هابرماس بود، وارد نیست؛ زیرا هابرماس در کتاب دو جلدی *کنش ارتباطی*، به ترسیم و اصلاح دیدگاه خود پرداخت و به جای تکیه بر ساختار حوزه عمومی، بر عقلانیت ارتباطی و تفاهمی تأکید کرد؛ چه مانند قرون گذشته، در مکانی مشترک، چون مجلس، کلاس درس و... باشد و چه مانند زمان کنونی، در حوزه همگانی فرلمکاتی، چون رسانه‌ها.

در این مجال، بیشتر بر مباحث تئوریک و روش‌شناختی کتاب حاضر پرداخته شد. مباحث تخصصی رسانه‌ای و ارتباط‌شناسی این کتاب نیازمند مجال دیگری است. با توجه به این‌که این کتاب متن درسی دانشجویان رشته ارتباطات است، خواندن آن به علاقمندان این رشته، پیشنهاد می‌شود.

