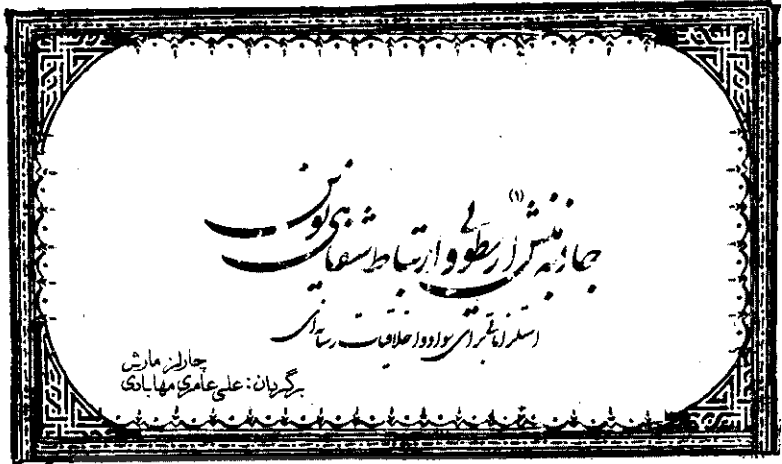


پیشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی



## اشاره

ماهنامه روفی هنر و اندیشه در پی رسالت پیگیری بحث‌های نظری مرتبط با فلسفه رسانه و دین و رسانه، امیدوار است بتواند در سال جدید در قالب ترجمه، گفت‌وگو (و اگر شرایط آن فراهم شود) تالیف‌های دوستان همراه، بحث اخلاق و رسانه را مطرح کند. گرچه این بحث در آن سوی مرزها بسیار پیگیرانه، چه در قالب همایش‌ها و چه کتاب‌ها پیگیری می‌شود ولی در ایران آن چنان که باید و شاید مطرح نشده است. امیدواریم این تلاش کوچک سهمی اندک در آشنایی مخاطبین نشریه با مطالب مطروحه و موضوعه حوزه اخلاق و رسانه در دنیای مکتوبات منتشره غرب داشته باشد.

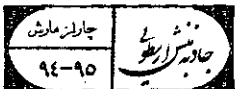
\*\*\*

شاید رسانه‌های جمعی مدرن و هم‌گرا، به ویژه تلویزیون و شبکه جهانی اینترنت در حال ترویج نوعی ارتباط شفاهی<sup>۱</sup> جدید در برابر سواد الفبایی<sup>۲</sup> سنتی باشند. پژوهشگران ارتباط شفاهی و سواد ادبی می‌گویند که فرهنگ‌های شفاهی، پیام‌های رسانه‌ای را به صورت تقلیل یافته ارزیابی انتقادی می‌کنند. تحلیل شرح ارسطو بر جاذبه منش به صورتی که در ریطوریکای فیلسوف ارائه شده است، نشان می‌دهد که فرهنگ شفاهی می‌تواند رسانه‌هایی را اشاعه دهد که حقایق یا حتی دروغ‌های برگزیده را به مخاطبان عرضه دارند. البته این رسانه‌ها در طرح‌های کلی و سلسله‌مراتبی اخلاقی از جمله مواردی که کلبرگ<sup>۳</sup>، گیلیگان<sup>۴</sup> و بیکر<sup>۵</sup> بسط داده‌اند، جایگاه نازلی به دست می‌آورند.

نگرهای نوظهور گرایش شفاهی و سواد ادبی می‌توانند به تحقق درکی بهتر از شرح پیچیده، گیج‌کننده و حتی مسئله‌ساز ارسطو از جاذبه منش گوینده، کیفیت و نیروی متقاعدکننده در شخصیت وی یاری برسانند. نگره‌های مذکور برای انجام این کار به گونه‌ای متفکرانه احتمالی را درباره تأثیرهای هم‌گرای رسانه‌ها بر سواد رسانه‌ای و اخلاقیات رسانه‌ای در قرن بیست و یکم مطرح

۱. در برابر واژه ethos ارسطویی، معادل‌های مختلفی ارائه شده است: از جمله خلیقات، روحیه، روح اخلاقی، خوی‌گان و خوی شهروندی ولی ارسطو در بحث ریطوریکا منظور خاصی از این واژه دارد که همانا جاذبه منش و شخصیت سخنان است. به همین علت در این بحث خاص جاذبه منش را در حکم معادل واژه فوق به کار برده‌ام. (م)

2. orality
3. literacy
4. Colberg
5. Gilligan
6. Baker



## 7. logos 8. pathos

این تفسیر به وسیله یکی از منتقدان  
ناشناس در نشریه Journal of  
Public Relations  
Research ارائه شد. وی  
دستنویسی را که من برای انتشار  
فرستاده بودم، رد کرد.  
نشریه (Vol. 29) Review  
Public Relations شامل  
مقاله‌ای تصحیح‌شده با نام وارثان  
تقارن دوسویه در ریپورتیجی  
کلاسیک: یونان، ریپورتیجی  
ایسوکرات (مارس ۲۰۰۳) است. من  
از این منتقد به دلیل طرح  
پرسش‌هایی که به ارائه این مقاله  
کمک کرد، تشکر می‌کنم. سنتر  
(۱۹۴۷)، کندی (ارسطو، ۱۹۹۱) و  
کارور (۱۹۹۴) هر یک استدلال  
کردند که گرچه ریپورتیجی ارسطو  
مهم است، صرفاً بر وسایل گفتاری  
برای مقاعد ساختن مخاطب تأکید  
دارد. آن‌ها گفتند که برای ارسطو  
دیگر راهکارهای مقاعدسازی (وی  
شاهدان و قراردادهای نوشتاری را  
هم ذکر می‌کند) بیرونی و طبعاً  
جزیی از هنر ریپورتیقا نیستند. به هر  
حال چگونه ارسطو می‌توانسته به  
امکان از پیش موجود بودن جاذبه  
منش فکر کند به ویژه آن‌که شاید  
در تضاد با نوعی جاذبه منش توأم  
با ساختار گفتاری باشد؟ چرا در  
فهرست‌بندی عناصر تأثیرگذار  
بیرونی (غیرگفتاری) در روند  
مقاعدسازی (ارسطو، ۱۹۵۴) دگری  
از جاذبه منش گوینده به میان  
نمی‌آورد؟

می‌کنند: آیا رسانه‌های جمعی مدرن مهارت‌های فکری و اساسی مخاطبان رسانه‌ای را کاهش می‌دهند؟ آیا سواد رسانه‌ای، «توانایی برای دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال پیام‌ها» را روزآمد می‌کند؟ تا جایی که حقایق و حتی دروغ‌های برگزیده‌ای که رسانه‌ها عرضه می‌دارند، بدون نقد پذیرفته می‌شوند؟ رسانه‌های چندحسی بنابر ماهیت خود به شکلی ناعامدانه ولی غیراخلاقی ارزش‌های محوری ژورنالیسم را نادیده می‌گیرند، این‌که «به مردم امکان دهند تا تصمیم‌های روشن‌گرانه اتخاذ کنند» و از تکنولوژی‌هایی بهره‌برند که «واقعیت را مخدوش می‌سازند».

ما با بررسی مفهوم جاذبه منش ارسطو که در چهار قرن پیش از میلاد مسیح در آتن بسط یافت تا حدی به این مسائل می‌پردازیم. در آن دوره محیط رسانه‌ها وارد مرحله‌ای انتقالی شد که محققان گرایش شفاهی / سواد ادبی آن را از جهاتی شبیه دوران ما می‌دانند.

### جاذبه منش ارسطویی

ماهیت پیچیده دیدگاه‌های ارسطو (۱۹۵۴) درباره جاذبه منش با دیدگاه شفاف فیلسوف در ریپورتیقا آغاز می‌شود. این‌که جاذبه منش در چهارچوب خود گفتار و نه با شناخت مخاطب از شخصیت گوینده پیش از سخن‌وری او شکل می‌گیرد:

مخاطب از طریق شخصیت فردی گوینده متقاعد می‌شود، هنگامی که سخنان وی در نظر ما معتبر قلمداد می‌شود. ... این نوع مقاعدسازی مانند موارد دیگر، [استدلال<sup>۷</sup> و رنج‌مایه<sup>۸</sup>] باید از طریق آن‌چه گوینده می‌گوید اعمال شود نه از طریق آن‌چه مخاطبان پیش از سخن گفتن وی درباره شخصیتش می‌پندارند.

کندی (۱۹۹۶) درباره جاذبه منش ارسطویی می‌نویسد:

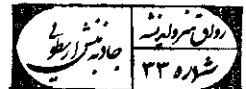
با توجه به مفهوم ارسطویی سوز، شاید آشکارترین کمبود در ریپورتیقا شکست در توضیح نقش ریپورتیقا در مرجعیت و اعتبار گوینده باشد.

یکی از منتقدان مدرن با رد تأویل دقیق از آن‌چه ارسطو به وضوح گفته است، آشکارا نقش چنین جاذبه‌ای را به باد انتقاد می‌گیرد:

در جامعه‌ای چنان کوچک، جایی که همه یکدیگر را می‌شناختند، چگونه ارسطو پنداشته که فردی دارای شخصیت منفی می‌توانسته دیگر رهبران جامعه را بفریبد؟<sup>۹</sup> (ایا او واقعاً چنین نادان بوده‌است؟)

تسن و بیرد (۱۹۴۸) نتیجه‌گیری می‌کنند که تنها راه برای پذیرش مفهوم جاذبه منش ارسطو ملاحظه آن به عنوان سازه‌ای فکری و دست‌نخورده است که نمی‌تواند در دنیای واقعی کارکردی داشته باشد.

گزینۀ دیگر این است که به هر حال ارسطو دقیقاً می‌دانسته که چه می‌گوید. این‌که در آن قرن چهارم پیش از میلاد، جاذبه منش برگرفته از گفتار، آن‌که کاملاً سازه‌ای رسانه‌ای دارد و از سرگذشت گوینده جدا است، می‌تواند مخاطبان را گمراه کند. گرچه توضیح درباره این پدیده حتی به دوران پیش



از استاد ارسطو - افلاطون - می‌رسد، احتمالات نگران‌کننده‌ای درباره سواد رسانه‌های مدرن و اخلاقیات امروزی مطرح می‌سازد؛ در واقع این تصور را مطرح می‌کند که شاید ماهیت رسانه‌های مطبوعاتی چندحسی قابلیت‌های فکری مهم مخاطبان را تضعیف کند. چنان‌که متعاقباً بحث خواهیم کرد، سواد الفبایی، مهارت‌هایی ادبی را پرورش داد که عرصه‌ای گسترده از اخلاقیات امروزی را پدید آوردند (هولاک، ۱۹۸۶). آیا می‌توان در سواد رسانه‌ای تغییرات شگرفی به وجود آورد؟ به ویژه تغییر از فرهنگ ادبی الفبایی به فرهنگ شفاهی می‌تواند اعتبار مخاطبان رسانه‌ای را بالا ببرد و توانایی‌های ذهنی لازم برای تأویل اخلاقی را کاهش دهد؟

### افلاطون، بیان شفاهی و طرح کلی اخلاقی

شاید دیالوگ‌های افلاطون (همیلتن و کرنس، ۱۹۸۹) و مطالعات مدرن ارتباط شفاهی و سواد ادبی به توضیح جاذبه منش ارسطویی (مارش ۲۰۰۴) کمک کند. پژوهشگران ارتباط شفاهی و سواد ادبی ضمن توجه دقیق به نیروی شعر و بیان شفاهی در دورانی که ادبیات هنوز در یونان رواج نیافته بود، با تازه رواج یافته بود، شرایطی را تشریح کرده‌اند که آن را با اصطلاح *جادوی شفاهی* توصیف می‌کنند؛ پدیده‌ای که می‌تواند هم گوینده و هم مخاطب را مسحور کند. (هولاک، ۱۹۸۶)

یونیس (۲۰۰۳) ارزیابی افلاطون از این بیان را شرح می‌دهد:

از آن‌جا که مخاطبان شاعر، تجربه‌ای شاعرانه را از سر می‌گذرانند به تمایز میان واژه‌ها و معنی توجهی ندارند و آگاهانه معانی چیزهایی را که به آن‌ها گفته می‌شود، بررسی نمی‌کنند. از دیدگاه افلاطون، ریتوریکا هم تأثیری مشابه دارد. سخنور هم درست مانند شاعر، مخاطبان را مسحور می‌کند. هم در شعر و هم در ریتوریکا توانایی‌های انتقادی مخاطب (اگر از چنین چیزی برخوردار باشد) فلج می‌شود. مخاطبان طلسم می‌شوند و بدون هیچ انتقادی گفتمان را دریافت می‌کنند.

اگر چنین موقعیت رویایی و غیرانتقادی‌ای محتمل بود، اگر سخنور یا راوی می‌توانست مانند شاعر جادویی شفاهی را به کار گیرد، شاید ما نیز توضیح خود را درباره مفهومی نامحتمل و حتی هشداردهنده در آن دوران کلاسیک می‌داشتیم؛ جاذبه منش سخنور می‌توانست سازه‌های رسانه‌ای و جدا از سرگذشت سخنور باشد. چنین جادویی می‌توانست برای افلاطون امری نفرت‌انگیز باشد؛ زیرا وی با اشتیاق تمام باور داشت که ما از طریق بحث و ارتباط دیالکتیکی می‌توانیم به حقیقت مطلق برسیم. (افلاطون، ۱۹۸۹)

به دلیل این‌که ارسطو ریتوریکا را به همان صورتی که بود نه آن‌چه می‌بایست باشد، ارائه می‌دهد (کندی، ۱۹۹۴)، روندی از متقاعدسازی را توصیف می‌کند که شامل ارائه مؤثر حقایق برگزیده (بارنی و بلک، ۱۹۹۴) یا دروغ‌های آشکار حتی با توجه به اعتبار شخصیت گوینده می‌شود (مارش، ۲۰۰۳؛ واردی، ۱۹۹۶).<sup>۱۱</sup> عملکردی که بنابر معیارهای مدرن آن را غیراخلاقی می‌دانیم؛ برای نمونه مارش (۲۰۰۱) با استفاده از طرح کلی و پنج سطحی‌ای که بیکر (۱۹۹۹) از فلسفه‌های ارتباط اخلاقی عرضه

از آن‌جا که به نظر می‌آید ارسطو ضمن ارائه چنین تمرینی از جاذبه منش، توجهی به اخلاقیات نداشته است. کندی (۱۹۹۴)، بلک (۱۹۹۴) و دیگران اشاره کرده‌اند که وی عمدتاً ریتوریکایی تشریحی و نه تجویزی ارائه داده است. واپس (۱۹۸۹) این تصور را رد می‌کند که اخلاق نیکوماخوسی

### (Nicomachean Ethics)

والاثر مفهوم مسئله‌ساز جاذبه منش در ریتوریکا را تکمیل می‌کند و توضیح می‌دهد:

نظریاتی که در ریتوریکا

مطرح می‌شود، گاهی آن‌ها

با دیگر رسائل غیرقابل

مقایسه می‌سازد بنابراین

من در تأویل ریتوریکا به

نحوی هم‌دلانه از بقیه

بیکره ارسطویی استفاده

نمی‌کنم. - اخلاقی

نیکوماخوسی - را نمی‌توان

برای توضیح ریتوریکا به

کارگرفت.

هالیول (۱۹۹۶) نیز در مطالعه خود

درباره رابطه ناهنجار ریتوریکا اثر

ارسطو با سیاست و اخلاق وی

هم‌عقیده بودن خود را با این

موضوع بیان می‌کند.

### 10. oral spell

۱۱. اعتقاد به این‌که در ریتوریکای

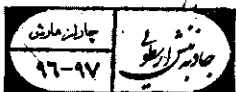
ارسطو از جادوی شفاهی استفاده

شود، محتمل است و نیازی به

گستردن تخیل ندارد ارسطو

(۱۹۵۳) هنری تشریحی و نه

تجویزی ارائه می‌دهد که در آن



می‌دارد، پیام‌های محتوی حقایق برگزیده را به صورت الگویی تقلیل می‌دهد که در مرتبه‌ای پایین‌تر از علایق شخصی روشنگرانه، مسئولیت اجتماعی و الگوهای غایی‌بودن انسان<sup>۱۲</sup> از دیدگاه کانت است. (که صرفاً یک مرحله بالاتر از الگوی علاقه شخصی است). در معیار شش مرحله‌ای کُلیبرگ (۱۹۶۳) از پیشرفت اخلاقی، پیام‌های رسانه‌ای که شامل دروغ‌ها یا حقایق برگزیده هستند، دومین مرحله را مشخص می‌سازند (جهت‌گیری نسبی‌گرای مؤثر) که در آن «هر فردی آزادانه می‌تواند علایق شخصی خود را دنبال کند... هم‌چنان هیچ نوع همدلی یا ارزش‌های خانواده یا جامعه وجود ندارد».

(کرین، ۱۹۸۵)

در طرح کلی و سلسله‌مراتبی کُلیبرگ، مرحله دوم در حکم مرحله‌ای اخلاقی و پیش‌قراردادی تعیین شده است. در طرح سه مرحله‌ای و سلسله‌مراتبی گیلیگان پیام‌های حاوی حقایق و دروغ‌های برگزیده در پایین‌تر مرحله قرار می‌گیرند که مشخصه آن‌ها «توجه محض به خود حتی در صورت لزوم به بهای بی‌توجهی به دیگران» است. (گوری، ۲۰۰۰)

چون شماری از پژوهشگران ارتباط شفاهی-سواد ادبی نظر داده‌اند که محیط رسانه‌های معاصر ما فرهنگ‌های پیشرفته از نظر تکنولوژیک را به سوی نوعی ارتباط شفاهی نوین سوق می‌دهند (آنگ، ۱۹۸۲؛ هولاک ۱۹۸۶) احتمال جادوی شفاهی که امکان رفتار اخلاقی پیش‌قراردادی، حقایق برگزیده و دروغ‌های آشکار را می‌دهد شاید چیزی بیش از نوعی ناهنجاری تاریخی باشد که به توضیح جاذبه منش ارسطویی کمک می‌کند. شاید جادوی شفاهی نیز در محیط رسانه‌های ما رو به گسترش باشد؛ برای نمونه آیا این موضوع از نظر اخلاقی درست است که رسانه‌های چندحسی را با چنین امکانات بالقوه‌ای گسترش دهیم؟ با توجه به احتمال و مخاطرات جادوی شفاهی چه دلیلی وجود و تأثیر چنین جادویی را در آن چهار قرن پیش از میلاد مسیح تأیید می‌کند؟

### شواهد جادوی شفاهی<sup>۱۳</sup>

پژوهشگران ارتباط شفاهی-سواد ادبی می‌گویند که افراد جامعه‌های مدرن با سواد رسانه‌ای فاقد توانایی برای درک نیروی سخنور-در جامعه‌ای پیش‌ادبی یا نوسواد هستند. (هولاک، ۱۹۸۶) آنگ (۱۹۸۲) مقاله تأثیر گذار خود ارتباط شفاهی و سواد ادبی: فنی‌سازی واژه<sup>۱۴</sup> را با این اظهارنظر آغاز می‌کند:

بسیاری از مؤلفه‌هایی که ما در تفکر و بیان در ادبیات، فلسفه و علوم، حتی در گفتار شفاهی نزد ادبا بدیهی می‌دانیم اجزایی آشنا در تجربه انسانی نبوده‌اند بلکه به دلیل وجود منابعی یا به وجود گذاشته‌اند که تکنولوژی نوشتار در معرض آگاهی انسان قرار می‌دهند. ما ناچاریم در ادراک خود از هویت انسانی تجدیدنظر کنیم.

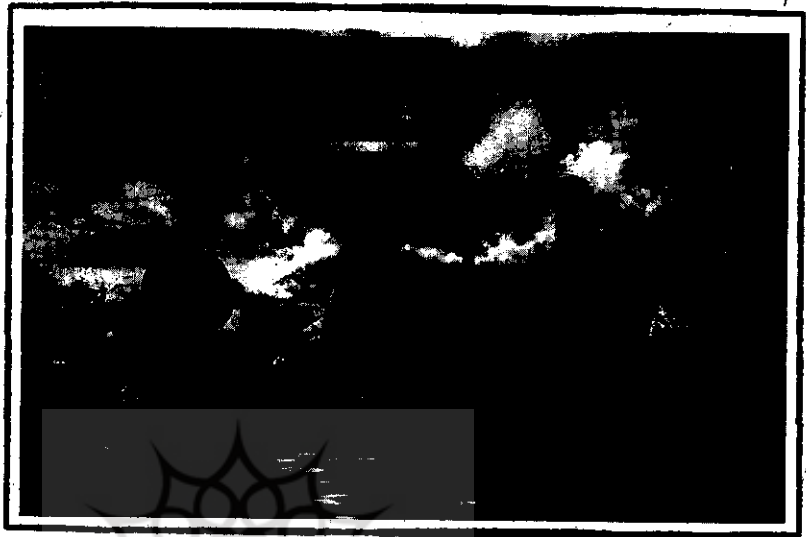
آنگ در ادامه می‌افزاید:

تأثیرهای حالات شفاهی آگاهی برای ذهن ادبی غریب می‌نمایند.

ریتوریکا را «نیروی مشاهده در هر موردی از وسایل متقاعدسازی» تعریف می‌کند. هم‌چنین ریتوریکا با مثال‌هایی پیوند می‌خورد که ارسطو درباره (به زعم خود) سطح فکر پایین مخاطبان آتنی می‌زند (زبوت، ۱۹۹۶)

12. kingdom of ends  
13. the Oral Spell  
14. Orality and Literacy: The Technologizing of the Word





کانرز (۱۹۸۶/۱۹۹۰) با دلایلی استوار می‌نویسد که هم سقراط و هم افلاطون جادوی شفاهی را می‌شناختند و از آن هراس داشتند. وی در *ریطوریقای یونان* و *گندر از شفاهیت*<sup>۱۵</sup> فهرستی از منابع جادوی شفاهی در آثار افلاطون و دیگران از جمله مواردی ارائه می‌دهد که در این دیالوگ‌های افلاطونی آمده‌اند:

در *پروتاگراس*<sup>۱۶</sup> (افلاطون، ۱۹۸۹) سقراط به نیروی «مسحورکننده پروتاگراس... با صدایش» اشاره و اعتراف می‌کند که بخود وی «به چنین جادویی گرفتار آمده‌بود».

در *مینکسنوس*<sup>۱۷</sup> (افلاطون، ۱۹۸۹) سقراط اذعان می‌دارد که سخنوران «روح ما را جادو می‌کنند».

در *سوفسطایی*<sup>۱۸</sup> (افلاطون، ۱۹۸۹) گوینده‌ای به همین منوال توانایی سخنوران را برای «جادو کردن جوانان از طریق گوش‌هایشان با کلام» مورد انتقاد قرار می‌دهد.

کانرز در *فایدروس*<sup>۱۹</sup> اثر افلاطون (افلاطون، ۱۹۸۹) و *سمپوزیوم* (افلاطون، ۱۹۸۹) نیز به پاراگراف‌های مشابهی اشاره می‌کند. بنابر شواهد کانرز، می‌توانیم مقایسه سقراط در *اوتودیموس*<sup>۲۰</sup> را بین سوفسطایی‌ها با جادوگران هم بیفزاییم. (افلاطون، ۱۹۸۹) کانرز نتیجه‌گیری می‌کند:

سقراط در تمام این دیالوگ‌ها اعتراف می‌کند که در برابر چرب‌زبانی‌های شعر و ریطوریکا مصون نیست، حتی با وجودی که آن‌ها را محکوم می‌کند، در خطر وسوسه آن‌ها قرار دارد.

15. Greek Rhetoric and  
the Transition from  
Orality

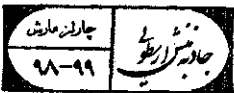
16. Protagoras

17. Menexenus

18. Sophist

19. Phaedrus

20. Euthydemus



هولاک (۱۹۸۶) و کانرز (۱۹۹۰/۱۹۸۶) کوشش‌های مداوم سقراط برای شکستن طلسم جادوی شفاهی را با قطع کردن کلام سخنور، ایجاد اختلال در شیوه اغواگرانه بیان او که می‌تواند سحر و جادو کند، ابراز می‌دارند. کانرز بر مبنای آثار هولاک می‌نویسد:

پاسخ سقراط به خطر طلسم ریطوریقایی، جلوگیری از شکل‌گیری و تنویم آن است. سقراط در تمام این دیالوگ‌های اولیه به سختی تلاش می‌کند تا شکل گفتمان را تحت‌اختیار بگیرد. آنچه وی به‌گونه‌ای مداوم قصد انجامش را دارد، باطل کردن جادوی ریطوریقایی از طریق قطع آن با پرسش است. شکل دقیق شیوه دیالکتیکی پادزهر اولیه و مستقیم افلاطون در برابر طلسم ریطوریکا بود، گویی که وی به‌طور غیرمستقیم با نیروی انتقال فرهنگی شاعرانه مقابله می‌کند.

آنگ (۱۹۸۲) کانرز (۱۹۹۰/۱۹۸۶) در *رامیلی* (۱۹۷۵) و مک‌لوهان (۱۹۶۲) همگی برای توصیف قدرت جادوی شفاهی در آتن کلاسیک از واژه‌های *جادو* یا *جادویی* استفاده کرده‌اند. هولاک (۱۹۸۶) نوشت که نیروی سخنور ماهر، «هولناک، عظیم و البته در عین حال مسحورکننده است». پرسل (۱۹۹۶) نظر داد که یک سخنور ماهر می‌تواند «به شیوه‌ای تأثیرگذار، پرطنین و تقریباً هیپنوتیک» سخن بگوید.

کانرز خلاصه می‌کند:

به اعتقاد من ریطوریقایی شفاهی با استفاده از سازوکارهای خودآگاه شفاهی و منفعل انسان (به شیوه‌ای کاملاً آگاهانه و ادبی) بیشترین قدرت و محبوبیت را نزد حکومت‌های یونانی قرون چهارم و پنجم پیش از میلاد به دست آورد. این وضعیت خودآگاه شفاهی و منفعل هم‌چنان در بیشتر مردم وجود دارد و باعث شد تا آتنی‌های دوره سقراط و افلاطون به گونه خاصی توسط سخنورانی که نکات مورد نظر خود را با دقت مطرح می‌ساختند، مجاب شوند.

جاذبه منش ارسطویی که در چهارچوب چنین قدرت شگرفی عمل می‌کرد، توانست بدون ترس از تضاد با آنچه مردم درباره شخصیت گوینده پیش از سخن گفتن وی می‌اندیشیدند یا حتی تأیید آن، هدف مورد نظر را تأمین کنند. در دوره کلاسیک آتن، سخنوران زبردست می‌توانستند از ویژگی‌های رسانه‌ای غالب در آن زمان یعنی گفتار برای بیان حقایق و دروغ‌های برگزیده به مخاطبان خوش‌باور استفاده کنند.<sup>۲۱</sup> آن‌ها به عبارتی امروزی می‌توانستند «گلوله جادویی را شلیک کنند». افلاطون این جنبه از ارتباط شفاهی را می‌شناخت ولی نگره‌پردازان دوره مدرن بودند که چگونگی عملکرد آن را توضیح دادند.

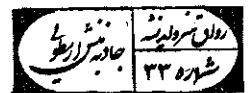
### توضیح سحر شفاهی: رسانه‌های سرد مک‌لوهان

مک‌لوهان با مفهوم پیچیده رسانه‌های سرد نیروی جادوی شفاهی موردنظر افلاطون را تشخیص داد. مسلماً طرح دوباره نظرات مک‌لوهان در سال‌های اخیر تا حدی مرهون پیش‌بینی ایجاد رسانه‌هایی است که مدام نزد اقشار مختلف جامعه با سلاقی مختلف جذابیت بیشتری می‌یابند.

۲۱. در دوره افلاطون و ارسطو، نگارش که مهارتی رو به افزایش بود (کانرز، ۱۹۹۰/۱۹۸۶) بیش از آن که راه‌حلی برای جادوی شفاهی باشد مسئله‌ای در همان ایام را پیش روی افلاطون نهاد شدیدترین انتقادات وی درباره ناتوانی نگارش برای مشارکت در دیالکتیکه این که مخاطبان را به حقیقت برساند، در نزدیک به انتهای قایروس دیده

می‌شود  
به نظر می‌آید که کلمات  
نوشتاری چنان با شما سخن  
می‌گویند که گویی  
هوشمند ولی اگر از آن‌ها  
درباره چیزهایی که می‌گویند  
پرسیده، از  
هدایت‌شدن، آن‌ها تا ابد  
همان چیزهای قبلی را به  
شما می‌گویند (افلاطون،  
۱۹۸۹)

افلاطون در ادامه این پاراگراف، بلافاصله به استعارات دیالکتیک می‌پردازد که از جادوی شفاهی و متون منفعل و بی‌هوش اجتناب می‌کند و شرکت‌کنندگان را به معرفت حقیقی رهنمون می‌شود.



(مک‌لوهان، ۱۹۶۴) برای نمونه می‌توان به برنامه‌های خبری CNN اشاره کرد که ترکیبی از شنوده تماشا و خواندن هستند.<sup>۲۳</sup>

به گفته مک‌لوهان (۱۹۶۴) رسانه‌های سرد «با ایجاد نوعی مسئولیت و مشارکت در موقعیت‌هایی متمایز می‌شوند که تمام قوای فرد را در برمی‌گیرند». رسانه‌های سرد، حس/آمیزی<sup>۲۴</sup> (مک‌لوهان، ۱۹۶۲) و بازی متقابل حواس را تحریک می‌کنند. (مک‌لوهان، ۱۹۶۴) از نظر مک‌لوهان (۱۹۶۴) تلویزیون نقطه اوج رسانه‌های سرد است؛ زیرا - با استفاده از یکی دیگر از اصطلاحات چالش‌برانگیز مک‌لوهان - بسیار تساووسی<sup>۲۵</sup> است. مک‌لوهان (۱۹۶۲) می‌نویسد:

تساوندگی بازی متقابل بین تمام حواس است.

به گونه‌ای متضاد رسانه‌های داغ، رسانه‌های به شدت متمرکزی هستند که با یکی از حواس سازگارترند؛ برای نمونه می‌توان از کتاب و رادیو نام برد:

رسانه داغ، رسانه‌ای است که صرفاً یکی از حواس را با دقت فراوان به کار می‌گیرد. (مک‌لوهان، ۱۹۶۴) رسانه داغ نسبت به رسانه سرد امکان مشارکت کم‌تری فراهم می‌آورد (مک‌لوهان، ۱۹۶۴)

این تمایز ما را به نکته‌های مهم رهنمون می‌شود؛ مک‌لوهان نتیجه‌گیری می‌کند که وقتی مشارکت افزایش می‌یابد، فعالیت ذهنی تحلیلی و مستقل کاهش می‌یابد. رسانه‌های سرد، رسانه‌های چندحسی «فرآیندهایی ذهنی را در درون ما بازآفرینی می‌کنند که متعلق به بدوی‌ترین انسان‌ها است». مفهوم مورد نظر مک‌لوهان از رسانه‌های سرد و کیفیت ذاتی مسحورکننده و سرکوب‌گر آن‌ها در برابر فکر مستقل و تحلیلی به توضیح مفهوم جادوی شفاهی افلاطون کمک می‌کند. از نظر مک‌لوهان سخنرانی، قدیمی‌ترین شکل رسانه سرد است:

واژه‌ای که بر زبان رانده می‌شود تمام حواس را به شکلی دراماتیک مشغول می‌دارد. (۱۹۶۴)

### رسانه‌های سرد و سواد بصری

همگرایی مدرن منجر به پیدایش چندرسانه‌ها در رسانه‌های جمعی می‌شود و چندرسانه‌ها که چندحسی نیز هستند به شدت سرد (ضمن بسط مفهوم مورد نظر مک‌لوهان) حتی سردتر از رسانه‌های قبلی‌اند. رسانه‌های جمعی معاصر دست‌کم به دو دلیل امکان جادوی شفاهی را با تمام پیامدهای اخلاقی‌ای که چنین پدیده‌ای در بر دارد، ارائه می‌دهند:

رسانه‌های جمعی چندرسانه‌ای و چندحسی هستند دفتر سرشماری<sup>۲۶</sup>، تلویزیون، پخش رادیو، تلویزیونی و برنامه‌های شبکه‌های کابلی - ماهواره‌ای را محبوب‌ترین رسانه‌های جمعی معرفی می‌کند که هر بیننده در سال بیش از ۱۵۰۰ ساعت وقت صرف دیدن یا شنیدن آن‌ها می‌کند. رادیو با فاصله قابل توجه و حدود ۱۰۰۰ ساعت در سال به ازاء هر بیننده رتبه دوم را به دست می‌آورد. پر استفاده‌ترین رسانه‌های مکتوب چاپی که همان روزنامه‌ها هستند، در رده پنجم پشت سر تلویزیون، رادیو، موسیقی (به صورت نوار یا سی‌دی) و اینترنت قرار می‌گیرند. (باران،

۲۰۰۴)

۲۳. ولف (۲۰۰۴) می‌نویسد:

اینترنت بار دیگر مک‌لوهانیسم را به خوبی مطرح کرد و خود مک‌لوهان بار دیگر به صورت چیزی شبیه به قدیس نگهبان احیا شد. مرین (۲۰۰۳) در نشریه اقتصاد و جامعه اشاره می‌کند «علاقه تازه‌ای به تکرار رسانه‌های مارشال مک‌لوهان پدید آمده است» و نتیجه می‌گیرد:

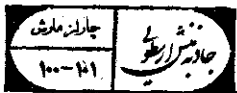
از نظر خیلی‌ها توصیف وی از جامعه و فرهنگ الکترونیکی در دوره کنونی بسیار ملموس‌تر از دوره خود لوئیس است» (ص ۲۳۶).

انتشارات جینگو (Gingko) در حال چاپ مجموعه‌های چندبندی از نسخه‌های انتقادی آثار مک‌لوهان است.

23. synesthesia

24. tactile

25. Census Bureau







بار دیگر شاید پخش اخبار CNN در دوره فعلی نمونه کامل بیان از طریق رسانه‌های سرد و چندحسی باشد. به هر صورت اکنون روزنامه‌هایی که در اینترنت منتشر می‌شوند از ظرفیت‌های صوتی-تصویری برخوردارند، درست همان‌طور که اکنون رادیوی آنلاین امکانات چاپ و پخش ویدیویی دارد. در شرایطی که رایانه‌ها بیش از پیش با تلویزیون ادغام می‌شوند، اینترنت مطمئناً می‌تواند رسانه سرد و جمعی غالب در آینده نزدیک بشود.

رسانه‌های جمعی مدرن به ویژه تلویزیون نمی‌توانند با مخاطبان دیالوگ برقرار کنند؛ برای نمونه اگر در دوران مدرن سقراطی وجود داشته باشد نمی‌تواند آن‌ها را قطع و از سخنان‌شان بازپرسی کند، نمی‌تواند جادوی شفاهی محتمل را قطع و اغواگری را به دیالکتیک تبدیل کند. باران (۲۰۰۴) می‌نویسد که محتوای رسانه‌های جمعی در مقایسه با گفتار عادی، «انعطاف‌ناپذیر و تغییرناپذیر» است. می‌توان پیش‌بینی کرد که رسانه‌های جمعی، هم‌گرا و چندحسی قرن بیست و یکم بتوانند تعریفی دوباره و قدرتمندانه از سواد بصری ارائه دهند که همراه با نتایج مهمی درباره عملکرد اخلاقی ژورنالیسم چندرسانه‌ای باشد. اگر ما نیز هم‌گام با کنفرانس رهبری ملی درباره سواد بصری، این پدیده را در حکم «توانایی برای یافتن، تحلیل، ارزیابی و انتقال پیام‌ها بدانیم» (باران، ۲۰۰۴) ظهور مجدد جادوی شفاهی می‌تواند دست‌کم سه یا چهار کیفیت از چنین سوادی را تضعیف کند: تحلیل، ارزیابی و ارتباط (واکنش یا بازخورد). مک‌لوهان که از حمایت نگره‌پردازان ارتباط شفاهی - سواد ادبی برخوردار بود، اعتقاد داشت که علت اصلی چنین عقب‌گردی وجود رسانه‌های چندحسی است.

## رسانه‌های مدرن و ارتباط شفاهی نوین

رسانه‌های داغ متکی بر تایپوگرافی به قبیله‌گرایی خاتمه بخشیدند و نوعی آگاهی فردی پدید آوردند. مک‌لوهان (۱۹۶۴) در کتابش *درک رسانه‌ها* نوشته‌است که به هر حال با غلبه رسانه‌های سرد در دوره مدرن، ما چنین روندی را دگرگون کرده‌ایم:

انفجار درونی الکترونیک (مرتبط با رسانه‌های چندحسی) اکنون فرهنگ شنیداری شفاهی و قبیلگی را نزد باسوادان جامعه غرب آورده است. غربی‌های آشنا با تصویر و متخصص که از نظر گروهی تجزیه شده‌اند نه فقط اکنون باید ارتباط روزانه و نزدیکی با فرهنگ‌های شفاهی باستان بر روی زمین داشته باشند، بلکه این تکنولوژی الکترونیکی آن‌ها اکنون انسان آشنا با (خوانش) تصویری را به دوران الگوهای قبیلگی و شفاهی باز می‌گرداند.

دهکده جهانی مک‌لوهان (۱۹۶۲) اکنون در شرایطی قرار دارد که وی آن را *پس‌باسوادگی*<sup>۲۶</sup> نامید؛ شرایطی که آنگ (۱۹۸۲) بعداً آن را *ارتباط شفاهی نوین*<sup>۲۷</sup> نامید. رسانه‌های جمعی و چندرسانه‌ای نوین سواد الفبایی را محو می‌سازند (مک‌لوهان، ۱۹۶۴) و «چه بخواهیم چه نخواهیم ما را دوباره به شب‌های قبیلگی باز می‌گردانند.» (مک‌لوهان، ۱۹۶۴)

در شرایطی که رسانه‌های جمعی مدرن بار دیگر دنیای غرب را به حالت قبیلگی بازمی‌گردانند، ما مفاهیم هویت جداگانه، انفرادی و حس زمان واقعه‌نگار را از دست می‌دهیم. (مک‌لوهان، ۱۹۶۴)

به نظر می‌رسد که این وضعیت، دستورالعملی برای بازگشت به شرایطی باشد که به جاذبه منش ارسطویی امکان داد که تفکر بدوی یا غیرموجود انتقادی را پدید بیاورد. مک‌لوهان (۱۹۶۴) نوشت:

اگر ما اصرار بر تناوم رویکردی متداول نسبت به این پیشرفت‌ها داشته باشیم، فرهنگ سنتی‌مان محو خواهد شد.

«اگر راست بگوید چه؟»: تام ولف<sup>۲۸</sup>

نقل قول بالا، نمونه نظرات مک‌لوهان محسوب می‌شود و طبعاً بدون چالش هم نبوده است. مک‌دانلد (۱۹۶۷) نوشت:

اگر من بخیرعاندانه نظر دادم که کتاب *درک رسانه‌ها* (اثر مک‌لوهان) به طور خالص بی‌معنی است، بگذارید جمله‌ام را چنین اصلاح کنم: این کتاب به طور ناخالص بی‌معنی است؛ منظور این که جملات بی‌معنی و متنی‌دار در آن آمیخته‌اند.

هزارد (۱۹۶۷) سرخورده از اظهار نظرهای مک‌لوهان می‌نویسد:

غیرممکن است که بتوان درباره فرضیات نسنجیده او بررسی کرد.

به هر حال چنان که ولف در جمله معروف و مکرر خود پرسیده است: «اگر درست بگوید چه؟»، نکته مهم آن که مک‌لوهان در انزوا عقاید خود را ابراز نکرد. پژوهشگران علم شفاهی و سواد ادبی که هیچ یک از آن‌ها دانشجوی رسانه‌های جمعی به مفهوم ژورنالیستی نبوده‌اند، ارزیابی‌های او را به گونه دیگری بازتاب دادند. اریک هولاک ققید، استاد آثار کلاسیک دانشگاه ییل بود. وی در کتابش *اللهه*

- 26. post-literacy
- 27. the new orality
- 28. Tom Wolfe



هنر، نوشتن می‌آموزد<sup>۲۹</sup> چنین نظر می‌دهد:

داستان یونانی تفسیر در توازن ارتباط شفاهی- سواد ادبی خودبسنده است. وقتی بحران در ارتباطات را به گونه‌ای توصیف می‌کند که در گذشته ابعاد عظیم‌تری داشته است، متعاقباً ما را در برابر چیزی قرار می‌دهد که گویا بحرانی مشابه در دوره مدرن است. ... پس از دوران رخوتی طولانی که شاید در زمانی که مک‌لوهان از آن سخن می‌گوید شاید هم زودتر یا دیرتر رخ داده است، بار دیگر نیروی بالقوه جادوی شفاهی تصریح شده است. در حالی که اکنون به بررسی شفاهیت در تاریخ می‌پردازیم، در واقع احیای مقطعی آن را در دوره خودمان بررسی می‌کنیم.

والتر آنگ، استاد رشته علوم انسانی در دانشگاه سینت لویس بود. وی در کتاب ارتباط شفاهی و سواد ادبی: فنی‌سازی واژه (۱۹۸۲) به شرح ارتباط شفاهی و ثانوی تلویزیون می‌پردازد و اشاره می‌کند که رسانه‌های الکترونیک به طور عمومی «خودآگاه ما را به عصر نوینی از ارتباط شفاهی ثانوی برده‌اند». ارتباط شفاهی ثانوی قدرت چشم‌گیری دارد و برخلاف ارتباط شفاهی اولیه، کاربردش همراه با دانشی نسبت به مطبوعات است. آنگ (۱۹۸۲) مانند مک‌لوهان نظر داد که بینش (سواد القابلی) مفهومی «تفکیک‌کننده» و تحلیلی دارد، در حالی که شنودن (شفاهیت ثانوی) غیرتحلیلی است. آنگ بار دیگر از عبارت ارتباط شفاهی نوین برای تشریح «فرهنگ با فن‌آوری پیشرفته و غیرتحلیلی امروزی» استفاده کرد.

### کیفیات جامعه شفاهی

مک‌لوهان اشاره می‌کند که سه کیفیت، مشخصه فرهنگ‌های شفاهی است: فردیت تضعیف‌شده، کاهش حس واقع‌نگاری به مفهوم غربی و تضعیف تفکر تحلیلی. در همین راستا اساتید ارتباط شفاهی و سواد ادبی به دست‌کم پنج کیفیت اشاره کرده‌اند که مشخصه فرهنگ شفاهی یونان، فرهنگ جاذبه منش ارسطویی و تفکر انتقادی ابتدایی است. این پنج کیفیت شامل اهمیت حافظه و ناتوانی از انجام تفکر انتزاعی و تحلیل مداوم، تفکر تحلیلی، اهمیت فرهنگی گفتار، تأکید بر زمان حال و کیفیت سطحی مشخصه‌پردازی در روایات هستند. (مارش، ۲۰۰۴) اگر در واقع به عرصه نوینی از ارتباط

شفاهی یا بگناریم، شاید این کیفیات را در حکم چهارچوبی بیندازیم که سواد رسانه‌ای در آن کاربرد دارد؛ چهارچوبی که می‌تواند حقایق و دروغ‌های برگزیده در رسانه‌ها را که متعلق به اخلاقیات از پیش متداول هستند، تشدید کند.

### اهمیت فزاینده حافظه

به دلیل این‌که در جامعه شفاهی هنجارهای فرهنگی به طور شفاهی مخابره و ذخیره می‌شوند (هولاک، ۱۹۸۲؛ تامس، ۱۹۹۲) حافظه هم برای گویندگان و هم برای مخاطبان کارکرد اجتماعی نیرومندی دارد. هولاک (۱۹۸۶) آنگ (۱۹۸۲) و دیگران گفته‌اند که اعضای یک فرهنگ شفاهی نیروی فکری بسیار فراوان و ظرفیت ذخیره‌سازی قابل توجهی برای به خاطر سپردن تاریخ فرهنگی و هنجارها به کار می‌برند، چنان‌که توانایی یا تمایل اندکی برای تفکر تحلیلی به جا می‌ماند. در واقع تامس (۱۹۹۲) اشاره می‌کند که واژه یونانی *aletheia* که معادل حقیقت است، به معنای مخالف فراموشی، *lethe* است. خود ارسطو (۱۹۵۴) در ریطوریکا و ضمن تحلیل چیزهایی که باید خوب باشند) اهمیت حافظه را کم‌رنگ می‌کند.

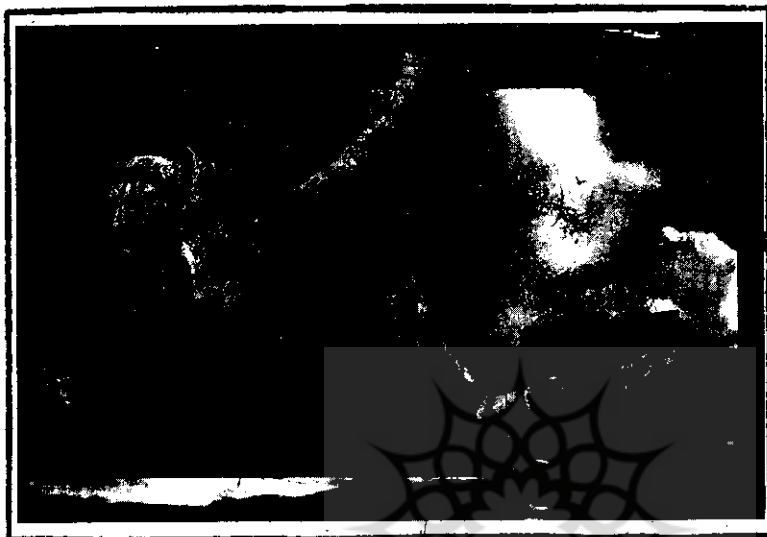
بخش‌های خوب، حافظه قوی، قدرت گیرایی، سرعت در شهود و چیزهایی از این قبیل را کم‌رنگ می‌کند.

در فرهنگ شفاهی، فکر انسانی نه در حکم وسیله تحلیلی بلکه در حکم واحدی برای ذخیره‌سازی عمل می‌کند، کارکردی که امکان پذیرش غیرانتقادی پیام‌های رسانه‌ای را میسر می‌سازد.

### ناتوانی در انجام تفکر انتزاعی و تحلیلی پایدار

در کتاب ارتباط شفاهی و سواد ادبی: فنی‌سازی واژه، به نقش غیرعامدانه و محوری حافظه در حکم مانعی برای تفکر تحلیلی در فرهنگ‌های شفاهی توجه شده است:

در فرهنگ شفاهی تفکر از طریق چیزی به صورت غیرفرمولی، غیرالگویی و ناپایداری حتی اگر هم ممکن باشد، وقت تلف کردن است؛ زیرا چنین تفکری را هرگز نمی‌توان به گونه‌ای مؤثر مانند آن‌چه در نوشتن میسر است، بازیابی کرد. چنین عملکردی دانش به بار نمی‌آورد بلکه صرفاً فکری گذرا خواهد بود. یک ایجاز کلامی که در آن صوت و ارتباط



شفاهی غلبه دارد بیشتر با گرایش‌های جمعی (هماهنگ‌کننده) سازگار است تا گرایش‌های تحلیلی، تفکیک‌کننده (که همراه با واژه ثبت‌شده و بصری می‌آید).  
 در فرهنگ شفاهی، جریان واژه‌ها، جریان قرینه افکار، همان *copia* که اسانید ریطوریکا از دوران کلاسیک باستان تا رنسانس آن را ترویج کرده‌اند، گرایش داشته تا تفاوت‌ها را با نادیده‌گرفتن و سرپوش‌کناردن<sup>31</sup> بر آن‌ها اداره کند. در این‌جا ریشه‌شناسی واژه زبان<sup>32</sup> به خودی خود گویاست.

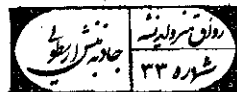
پس مخاطبان رسانه‌ها در فرهنگی شفاهی و مبتنی بر حافظه شاید نتوانند نیروی فکری خود را صرف چالش با حقایق یا حتی دروغ‌هایی کنند که در رسانه‌ها ارائه می‌شود و می‌توان آن‌ها را با بررسی دقیق باطل ساخت.

کزبیسکی (۱۹۳۳/۱۹۵۸) در *علم و عقل*<sup>33</sup>، دور باطلی را در فرهنگ‌هایی تشریح می‌کند که نیروی قابل توجهی برای استدلال به صورت انتزاعی ندارند: فقدان انتزاع، شمار واژه‌های ضروری برای موضوعات خاص را افزایش می‌دهد، از جمله اسامی درختان به طور منفرد و نه مفاهیم انتزاعی در واژه‌هایی چون درخت یا جنگل. بدین ترتیب با فشار بیشتر بر ظرفیت فکری می‌توان تفکر انتزاعی را تقویت کرد.

### اهمیت فرهنگی گفتار

به گونه‌ای کنایه‌آمیز مانع دیگری که در برابر مخاطب و حقایق یا دروغ‌ها در رسانه‌ها و در فرهنگی

- 31. gloss over
- 32. glossa (tongue)
- 33. Science and Sanity



شفاهی وجود دارد. جاذبه منش در خود کنش گفتاری است. هولاک (۱۹۸۲) یکی از حامیان اولیه این دیدگاه بود که می‌گوید فرهنگ‌های شفاهی از گفتار برای ضبط، به خاطر سپردن و انتقال هنجارهای فرهنگی استفاده می‌کنند:

مذهب، قانون و آداب و رسوم، آگاهی اخلاقی و تاریخی‌ای در فرهنگ شفاهی به خودی خود نمی‌توانند در الگوهای بصری مشارکت جویند. ماندگاری آن‌ها وابسته به توصیف جدی کلامی است که از نسلی به نسل دیگر تداوم می‌یابد. در این جا تشریح تبدیل به تجویز می‌شود. آن چه انجام می‌شود تبدیل به چیزی می‌گردد که باید انجام شود.

تامس (۱۹۹۲) می‌افزاید:

شاعران (سخنور) به معنایی مهم حافظان و انتقال‌دهندگان میراث فرهنگی خود بودند. در فرهنگی که قرار است حقایق مهم تاریخی را از طریق گفتار بپذیرد، در فرهنگی که سواد آلبایی رو به زوال می‌نهد، پیام‌های درست یا نادرستی که رسانه‌ها ارائه می‌دهند، می‌تواند حکم بیانیه فرهنگی را بیابد.

مطالعات مدرن در زمینه روزنامه‌نگاری و حافظه جمعی یک جامعه به نیروی شکل‌دهنده و حتی بالقوه تغییردهنده ژورنالیسم بر حافظه اشاره می‌کنند (شادسن، ۱۹۹۲؛ زلیزر، ۱۹۹۲). زلیزر نظر می‌دهد که ژورنالیست‌ها می‌توانند «مراجعی فرهنگی» باشند، مراجعی که در گذشته گاهی با ارائه نسخه‌هایی متفاوت از رویدادهایی مشابه دیگر گروه‌ها را به حاشیه رانده‌اند. می‌توان پیش‌بینی کرد که اهمیت فرهنگی و فزاینده حافظه در ارتباط شفاهی نوین می‌تواند مرجعیت فرهنگی ژورنالیسم را افزایش دهد، مرجعیتی که قدرت افزوده‌ای برای سوءاستفاده از خوش‌باوری مخاطبان دارد.

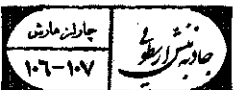
### تمرکز بر زمان حال

انگ (۱۹۸۲) با ارجاع به آثار قبلی گویدی<sup>۳۳</sup> و وات<sup>۳۵</sup> نتیجه‌گیری می‌کند:

جوامع شفاهی به شدت در زمان حال زندگی می‌کنند... آن‌ها خود را از شر خاطراتی رها می‌سازند که در حال حاضر دیگر اعتباری ندارند... در فرهنگ‌هایی که کارکرد شفاهی دارند، گذشته به عنوان عرصه‌ای موضوعی همراه با واقعیت‌های قابل تغییر، قابل بحث یا قطعاتی از اطلاعات نیست.

34. Goody  
35. Watt

پُرسل (۱۹۹۶) می‌نویسد که در آتن باستان گفتمان شفاهی «عمدتاً به زمینه موقعیت می‌پرداخت و بدین لحاظ در موقعیت‌های مختلف شکل مستقلی نداشت. چنان‌که بلافاصله درباره صحیح بودن آن قضاوت یا نسبت به آن عکس‌العمل ابراز می‌شود». در فرهنگ شفاهی، ناتوانی مخاطب، فقدان انگیزه یا حتی میاری برای مقایسه اختلافات بین واقعیت‌های گذشته و حال می‌توانست برای جاذبه منش ارسطویی امبری ایده‌آل باشد؛ زیرا به گوینده امکان می‌داد تا جاذبه منش خود را از طریق رسانه‌ها در تضاد یا مورد قبلی ارائه دهد.



## شخصیت‌پردازی بی‌عمق در روایات

کلود لوی استروس (۱۹۹۶) در مطالعات میان فرهنگی خود درباره اساطیر، چهارچوبی ارزشمند برای درک شخصیت‌پردازی در عملکردهای شفاهی فرهنگ‌های شفاهی ارائه داد:

در روند روایت، هر چیزی ممکن است اتفاق بیفتد. هیچ منطقی، هیچ تداومی وجود ندارد. هر نوع ویژگی را می‌توان به هر سوژه‌ای نسبت داد، هر رابطه قابل تصویری محتمل است. با اسطوره هر چیزی ممکن می‌شود.

شخصیت‌پردازی ژرف و پیوسته کیفیتی نبود که یونانی‌ها در عملکردهای شفاهی می‌جستند، گفتارهایی که هنجارهای فرهنگی را غالباً تحت لوای اساطیر مطرح می‌ساختند تا در حافظه بماند:

اکنون می‌دانیم که آن نوع ویژگی سنگین (یا بی‌عمق) اساساً از روایت شفاهی اولیه برآمده است که می‌تواند ویژگی‌هایی فراهم آورد که با هیچ نوع دیگری قابل مقایسه نیست. (آنگ،

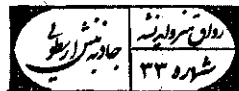
۱۹۸۲)

اشلومان (۲۰۰۲) می‌گوید که در آتن باستان مخاطبان سخنوری‌ها را در حکم سرگرمی ملاحظه می‌کردند و در بیان شفاهی بیشتر همان چیزهایی را می‌جستند که در شعر شفاهی و درام انتظار می‌کشیدند. بدین ترتیب در جامعه‌ای شفاهی شاید مخاطبان رسانه‌ها بخواهند از پیچیدگی در شخصیت‌پردازی بپرهیزند که در تلفیق با گرایش به دربرگرفتن زمان حال به بهای بی‌توجهی به گذشته، مثلاً به یک سیاستمدار امکان بدهد تا جاذبه منش در قالب پیشین و نامطلوب را نادیده بگیرد. این پنج ویژگی (اهمیت فزاینده حافظه/ ناتوانی منتج برای پرداختن به تفکری انتزاعی و تحلیلی پایدار/ اهمیت فرهنگی گفتار/ در کانون توجه قراردادن زمان حال/ شخصیت‌پردازی بی‌عمق در روایات) تشریح‌کننده فرهنگ و سواد رسانه‌ای هستند که به نوشته ارسطو می‌توان در آن از طریق چیزی که گوینده می‌گوید نه چیزی که مردم پیش از سخن گفتن او درباره شخصیتش می‌اندیشند به جاذبه منش رسید. مک‌لوهان بررسی و پیش‌بینی کرد که در آینده سه مورد از این ویژگی‌ها به وسیله رسانه‌ها تقویت می‌شوند و هر پنج کیفیت مرتبط با فرهنگ‌های شفاهی هستند.

### نهایت آن که

عقب‌گرد به فرهنگ غیرتحلیلی که در اثر رسانه‌های جدید پدید آمده، رسانه‌هایی که سیطره اخلاقیات از پیش تثبیت‌شده را تقویت می‌کنند، بدترین سناریوی ممکن است. چنان‌که آنگ می‌نویسد، ارتباط شفاهی ثانوی با تمام قدرتش، ارتباط شفاهی اولیه نیست. دانش در متن چاپی حفظ می‌شود. پنج کیفیت پیشین به ارتباط شفاهی اولیه تعلق دارند. به هر حال مک‌لوهان، هولاک، آنگ و دیگران اشاره‌ای به حضور فزاینده این ویژگی‌ها در ارتباط شفاهی ثانوی: ارتباط شفاهی نوین که در قلمروی اشباع‌شده رسانه‌ها قرار دارد، نمی‌کنند.

هولاک (۱۹۸۶) در *الله هنر، نوشتن می‌آموزد* یکی از مسائل فراوانی را مطرح می‌کند که تغییر موازنه ارتباط شفاهی و سواد ادبی با توجه به سواد و اخلاقیات رسانه‌ای مطرح می‌سازد:



آیا فلسفه اخلاق می‌تواند با نوعی فرمول اخلاقی به تعادل برسد که فرض می‌دارد زبان اخلاق، اصل اخلاقی، معیارهای آرمانی برخورد پدیده‌های ساخته و پرداخته ادبیات یونانی بوده است؟

هر کس که تا این‌جا مقاله را خوانده است، مطمئناً خواننده است و می‌تواند با این مفهوم احساس آرامش و حتی غرور کند که الفبا به تحریک انقلاب فکری و پیدایش اخلاقیات مدرن یاری رسانده است.

به هر حال اگر چنان‌که مک‌لوهان، هولاک، آنگ و دیگران با هراس نوشته‌اند، عکس این موضوع درست باشد چه؟ اگر سواد الفبایی بنیان تفکر انتقادی و در نتیجه اخلاقیات مدرن باشد عواقب اضمحلال آن چه خواهد بود؟ جادوی شفاهی که افلاطون آن را کم ارج می‌شمرد، عملاً به جنبه‌هایی از نگره گلوله جادویی تأثیرهای رسانه‌ها جان می‌دهد و بی‌تردید بسیاری از اساتید (از جمله خود من) آن را در حکم بادکاری شگرف از دوران فرهنگ‌های نافرهیخته به دانشجویان معرفی کردند.

اگر جادوی شفاهی بار دیگر تحقق یافته باشد، اگر سواد رسانه‌ای از نو تعریف می‌شود، اگر ما می‌توانیم رسانه‌هایی پدید آوریم که قادرند حقایق و دروغ‌های برگزیده نیرومندی ارائه دهند، کنایه امر (در بین بسیار از ملاحظات مهم دیگر) بسیار عمیق خواهد بود. البته واژه انگلیسی literacy از واژه لاتین littera (حرف نوشتاری) می‌آید و حروف با تمام چیزهایی که پدید می‌آورند، دقیقاً در واقعیت نوین ارتباط شفاهی نوین تضعیف خواهند شد.

• این مقاله با نام (Aristotelian Ethos and the New Orality: Implications for Media Literacy and Media Ethics) نوشته چارلز مارش (Charles Marsh)

استاد مدرسه ژورنالیسم و ارتباطات جمعی دانشگاه کانزاس آمریکا از منبع زیر برداشت و ترجمه شده است:

Journal of Mass Media Ethics, 21(4), 2006

• منابع در دفتر ماه نامه موجود است.

