بسم الله الرحمن الرحیم



دانشکده: ارتباطات

گروه : ارتباطات

عنوان: **نظریه ارتباطات و تحول تاریخی** (خلاصه فصل 2 از کتاب نظریه های رسانه نوشته محمد مهدی زاده)

درس: نظریه های ارتباطات

استاد: دکتر داود نعمتی

دانشجو: هادی نظری

نیمسال تحصیلی : اول 93-94

**نظریه ارتباطات و تحول تاریخی: رسانه و مدرنیته**

نظریه ارتباطات و تحول تاریخی، معطوف به نظریه هایی است که با توجه به تحولات و فراز و فرودهای تاریخی در جامعه بشری و شکاف های ایجاد شده در تجربه معرفتی و معیشتی انسان قدیم و جدید، ارتباطات و رسانه ها را عامل موثر در شکل گیری تجربه ها و صورت بندی های اجتماعی و فرهنگی و به ویژه ظهور و تکامل فرهنگ و جامعه جدید تحت عنوان مدرنیته و مدرنیسم می داند.

مدرنیته بر پیشرفت های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فناورانه ای دلالت دارد که به عنوان مشخصه های انتقال از جوامع سنتی به تمدن مدرن شناخته می شود. دن لافی ویژگی های متمایز دوران مدرن و پیشامدرن را چنین برمی شمارد:

مدرنیته: دارای مولفه هایی چون: سرمایه داری، بازار، صنعتی، شهری، علم، بورکوراسی، عقلانی، قواعد حقوقی، فرهنگ، سواد و فردگرایی

سنت: دارای مولفه هایی چون: معیشت بخور و نمیر، کشاورزی، روستایی، خرافه، اشراف سالاری، بربریسم، طبیعت، جامعه شفاهی، اشتراکی و گروهی/ قبیله ای

اما یکی از مولفه های تاثیرگذار در فهم جهان مدرن، مفاهیم زمان و مکان و جدایی این دو از یکدیگر است. زمان و مکان به لحاظ تاریخی به شکلی مستقیم با هم مرتبط بوده اند. اما در جهان مدرن به ویژه از اواخر قرن بیستم، رابطه زمان و مکان دگرگون و زمان از مکان جدا شده است. زمان و مکان شدیدا فشرده شده اند. به گونه ای که زمان کوه تاتر و مکان کوچک تر شده است.

گیدنز در کتاب پیامدهای مدرنیت، جدایی زمان از مکان را نیروی پویای مدرنیته و شرط وقوع فراگرد از جاکندگی می داند. وی از جاکندگی را کنده شدن روابط اجتماعی از بافت های محلی تعامل و تجدید ساختار آن ها در گستره های نامعین زمانی- مکانی تعریف می کند. او رسانه های فنی را یکی از سازوکارهای از جاکندگی می داند که به جدایی روابط اجتماعی از بافت های محلی تعامل کمک کرده و سبب ساخت یابی مجدد آن ها در فاصله های غیر معین فضا- زمان شده است.

یکی از موضوعات مورد مجادله، تاریخ شروع مدرنیته است. بعضی تاریخ مدرنیته را ظهور اندیشه روشنگری در قرن هجدهم و برخی نیز شروع سرمایه داری در قرن شانزدهم می دانند. اما در خصوص مباحث مربوط به نظریه رسانه، ظهور مدرنیته حول و حوش نیمه دوم قرن پانزدهم یعنی اختراع و گسترش نخستین فناوری رسانه یا همان ماشین چاپ و مطبوعات چاپی است.

این فصل ترکیب ایده های نظریه پردازان رسانه ای مدرنیته و نقد مدرنیستی رسانه است.

**هارولد اینیس: سوگیری ارتباطات**

اینیس برای فناوری های ارتباطی و رسانه ای سوگیری نسبت به زمان و مکان قائل است.

او رسانه های دارای سوگیری نسبت به زمان مانند پوست، سفال، و سنگ را سنگین، ماندگار و بادوام و در مقابل، رسانه های دارای سوگیری نسبت به مکان مانند کاغذ و پاپیروس را سبک و کم دوام می داند. از دید او، رسانه های وابسته به زمان سنگین و دیرپا، یا مانند سنت گفتار، بادوام بودند و به سختی از بین می رفتند. اما رسانه های وابسته به مکان، سبک و قابل حمل بودند و امکان توسعه در مکان را داشتند.

اینیس اظهار می دارد که قبل از اختراع حروف و نوشته، گفت و گوی شفاهی شیوه مسلط گفتمان عمومی و اقتدار سیاسی بود که بسیار پراکنده بود. به تریج حروف و نوشته شیوه مسلط ارتباطات نخبگان شد و قدرت بسیار عظیم آن با اختراع کاغذ که قابل انتقال و ماندگاری بود گسترش یافت. رسانه های دارای سوگیری زمانی مانند هیروگلیف های سنگی منجر به پیدایش جوامع نسبتا کوچک و پایدار می شوند در حالی که پاپیروس دارای سوگیری مکانی است و امکان برقراری امپراتوری بزرگی را فراهم می آورد. اینیس مزیت رسانه های جدید را این می داند که به ظهور تمدن های جدید منجر شده است. شاهد مدعای وی، تحول تاریخی ارتباطات شفاهی به ارتباطات مکتوب یعنی اختراع دستگاه چاپ می داند.

**مارشال مک لوهان: رسانه، پیام است**

مک لوهان عامل اساسی تحولات تاریخی و اجتماعی را نظام های ارتباطی و نوع رسانه در انتقال پیام می داند. به نظر او، عامل اول یعنی نظام ارتباطی، تعیین کننده عامل دوم یعنی محتوای پیام است. او مبانی اساسی نظریه خود را در یک جمله بیان می کند: رسانه، پیام است.

مک لوهان اشکال و مراحل متوالی زندگی اجتماعی را به سه دوره تقسم می کند. دوره اول: حس شنوایی غالب است. ارتباطات چهره به چهره و صمیمانه است و فرد بی واسطه در محیط طبیعی خویش قرار دارد. دوره دوم: پیام از طریق چاپ و نوشتار و دریافت بینایی منتقل می شود لذا حس غالب بینایی است. دوره سوم: پیام ها از طریق وسایل الکترونیکی (رادیو و تلویزیون) منتقل می شود. وجه مشخصه فرهنگ مبتنی بر رسانه های الکترونیکی، کسب اعتبار مجدد بیان شفاهی است و از این جهت نوعی رجعت به وضع جامعه ابتدایی فاقد کتابت به شمار می رود. به نظر مک لوهان این امر رجعتی است به نظام قبیله ای منتها در یک سطح جهانی.

ایده کانونی مک لوهان این است که تحول فناوری های ارتباطی به طور اجتناب ناپذیری، به تغییر نظم و صورت بندی های فرهنگی و اجتماعی منجر می شود.

مک لوهان مفاهیم و مولفه هایی مدرنی چون فردگرایی، عقل گرایی، ملی گرایی و اصلاحات مذهبی را پیامد چاپ و فنون کتابت و ناشی از غلبه بینایی بر دیگر حواس می داند. چاپ فناوری فردگرایی است چرا که هر فردی به تنهایی نوشته ای را می خواند و با متن رابطه برقرار می کند. عقل گرایی به معنای شکل گیری تفکر انتزاعی و سوژه اندیشنده، محصول چاپ و نظام ارتباط مکتوب است. ملی گرایی به معنای غلبه احساسات و گرایش های ملی بر تعلقات محلی و قبیله ای و شکل گیری هویت منسجم و واحد بر اساس تاریخ، جغرافیا و زبان محصول چاپ و تبدیل گویش های متعدد گفتار به رمز واحد و مسلط خط و نوشتار است.

**والتر بنیامین: هنر و بازتولید مکانیکی**

بنیامین معتقد است در دوران سنتی اثر هنری دارای هاله بوده که این هاله دارای سه ساحت است. 1- اثر هنری یکه و خاص است. 2- با ما فاصله دارد و3- جاودانی به نظر می رسد. برای مثال نقاشی لبخند ژوکوند اثر داوینچی روزی والا بود. یعنی تجلی و ارزش آینی داشت. با ما فاصله داشت در موزه لوور بود و باید به زیارتش می رفتیم . اما در عصر جدید با بازتولید و تکثیر مکانیکی آثار هنری و مصرف انبوه آن ها، این آثار ویژگی خاص، یکه و منحصر به فرد خود را از دست می دهند و دیگر به سان ابژه هایی مقدس و دارای هاله جلوه نمی کنند و ارزش آیینی خود را از دست می دهند.

بنیامین هیچ افسوسی برای از میان رفتن ارزش آیینی هنر نمی خورد او می گوید با این دگرگونی، هنر از انحصار نخبگان و نظارت سرمایه خارج می شود و به میان مردم عادی یعنی «توده ها» راه می یابد. و به عبارتی هنر کارکرد آیینی خود را از دست می دهد و به پراکسیس دیگری چون سیاست وابسته می شود.. او می گوید هنر هنگامی می تواند از عهده دشوارترین و مهم ترین وظایف خود برآید که بتواند توده ها را بسیج کند. در حال حاضر، هنر این وظیفه را در فیلم به انجام می رساند. بنیامین با اشاره به پراکسیس سیاسی و کارکتر انقلابی رسانه هایی چون سینما و عکاسی، رویکردی بسیار خوش بینانه نسبت به فناوری های رسانه ای اتخاذ می کند.

**جان تامپسون: رسانه و مدرنیته**

کالایی سازی صور و اشکال نمادین و همچنین گسترش عقل گرایی و اصلاحات مذهبی به عنوان دو مشخصه و نیروی پیش برنده مدرنیته به عنوان آثار و پیامد رسانه های فنی به ویژه چاپ و نوشتار، ایده ای است که تامپسون در راستای اندیشه های اینیس، مک لوهان و گیدنز، آن را در کتاب رسانه ها و مدرنیته پروانده. وی رسانه ها را از جمله عوامل ظهور و تکامل مدرنیته، بسط و گسترش اقتصاد و تجارت سرمایه داری، شکل گیری نظام های سیاسی دولت – ملت، تقویت جهانی سازی، توسعه فرایند معنا سازی و شکل گیری هویت شخصی مدرن و صورت بندی اشکال جدید تعامل اجتماعی معرفی می کند.

او درباره نقش رسانه ها در صورت بندی های فرهنگی و اجتماعی جهان مدرن، به نقش این رسانه ها در کالایی سازی اشکال و صور نمادین و تضعیف اقتدار دینی اشاره می کند و می نویسد ظهور صنایع رسانه ای به عنوان پایه های جدید قدرت نمادین، فرآیندی است که می توان سابقه آن را در نیمه دوم قرن پانزدهم جست و جو کرد. او با تاکید بر نقش رسانه چاپ و نیز ناشران و مترجمان در بسط و گسترش اندیشه اصلاحی مارتین لوتر و اومانیزم در سراسر اروپا، همانند اینیس و مک لوهان عقل گرایی، فردگرایی، اومانیزم و اصلاحات مذهبی را که منجر به تضعیف اقتدار دینی کلیسا شده بود، مرهون شیوه جدید ارتباط یعنی چاپ و نوشتار می داند.

**یورگن هابرماس: رسانه و حوزه عمومی**

هابرماس حوزه عمومی یا دقیق تر حوزه عمومی بورژوایی را زاده ویژگی های اصلی جامعه سرمایه داری رو به رشد در انگلستان سده هجدهم می داند. که طی آن کارآفرینان سرمایه دار توانستند برای کسب استقلال از دولت و کلیسا مبارزه کنند و به خواسته خود دست یابند. ابزار اصلی منازعه سیاسی درون حوزه عمومی استفاده از خرد جمعی است. عمده ترین اشکال نهادی حوزه عمومی که هابرماس به آن ها اشاره می کند. سالن ها در فرانسه، محافل ادبی و آموزشی در آلمان و قهوه خانه ها در انگلستان است. این نهادها سه معیار مشترک دارند. 1- همه شرکت کنندگان در بحث برابر و هم شان تلقی می شدند. 2- مباحث، مباحثی بود که به ندرت مورد پرسش اشراف زمین دار قرار می گرفت 3- هرکس مجاز به شرکت در مباحث حوزه عمومی بود.

هدف اصلی حوزه عمومی این است که میان شهروندان، درباره «خیر مشترک» بحث های انتقادی عقلانی صورت گیرد تا این امر به صورت بندی یا تدوین سلسله اقداماتی که در جهت منافع عموم عمل می کند، منتهی شود. در این میان، رسانه های جمعی با توجه به تمرکزشان بر انتشار اخبار و تحلیل های انتقادی در مورد عملکرد دولت، یکی از ارکان حوزه عمومی کارآمد هستند.

نشریات و گاه نامه های انتقادی که از دل حوزه عمومی سر برآورده بودند، با بسط و گسترش گفت و گوی عقلانی و انتقادی و هشیارسازی سیاسی، نقش مهمی در پیشبرد و تعمیق مدرنیته سیاسی داشتند. اما بعدها به خاطر تجاری شدن رسانه ها و کاهش محتوای سیاسی، جماعت تحلیل گر فرهنگ، به توده مصرف کننده فرهنگ تبدیل شدند و با ادغام دوباره دولت و جامعه و باز فئودالی شدن حوزه عمومی فضا برای پیدایش نوعی حوزه عمومی فریبکارانه و نمایشی فراهم شد.

**فردیناند تونیس: گمین شافت و گزل شافت**

تونیس ریشه جامعه جدید را در انواع تازه ارتباط می داند. او با تمایز گذاشتن میان گمین شافت و گزل شافت بر تحول روابط اجتماعی تاکید می کند.

گمین شافت (اجتماع) : روابط نزدیک میان فردی و احساسات دوسویه است، کنترل اجتماعی قوی است و از طریق سنت از جمله سنت دینی، خانواده و دوستان اعمال می شود.

گزل شافت (جامعه) : سازمان دهی آن بر اساس شکل بروکراتیک و غیر شخصی است . کنترل اجتماعی ناشی از قرارداد اجتماعی به پشتیبانی دولت است.

به لحاظ ارتباطی، اجتماع و جامعه بر اساس «سطح یا گستره ارتباط»، «عمق ارتباط» و «نوع ارتباط» متفاوت هستند. در اجتماع 1. ارتباط محدود است. اجتماع با تراکم انسان ها روبرو نیست و تنهایی و بی خبری معنا ندارد 2. ارتباط عمیق است. در اجتماع، ارتباط ناشی از سطح و فضای ظاهر نیست. اعضا همدیگر را می شناسند و واکنش های یکدیگر را پیش بینی می کنند. لذا ارتباط دارای پیشینه و عمق قابل توجهی است. 3. ارتباط ارگانیک یا ذاتی و طبیعی است. اجتماع نوعی جامعه معنوی است که در آن، هر حرکت نه در خدمت فرد و مصالح شخصی، بلکه در خدمت جمع است. مشارکت فراگیر است. همبستگی اجتماعی، وفاق و ذوق روانی در آن وجود دارد. در جامعه 1- ارتباط گسترده است. جامعه از انسان های فراوان در فضای محدود تشکیل می شود که خود موجب عدم امکان شناخت می شود. 2- ارتباط سطحی است 3- ارتباط سنجیده است. در گزل شافت هر عمل انسان تابعی از عقل گرایی و مصلحت اندیشی است.

بر این اساس رابرت جی دان مدرنیته را دوره همزیستی شکننده اجتماع و جامعه می داند که در آن فرد مدرن بر اثر کشش متعارض درونی، دو نیمه شده است.

**دیوید رایزمن: از قطب نما تا گردش نما**

دیوید رایزمن در کتاب توده تنها با اشاره به پیامدهای سوء فناوری های رسانه ای با اتخاذ دیدگاهی فرهنگی و توجه به نوع شخصیت در تقسیم بندی مراحل زندگی بشر، سه نوع شخصیت را از هم تفکیک می کند. شخصیت سنت راهبر، شخصیت درون راهبر و شخصیت دگر راهبر.

شخصیت سنت راهبر: دارای ویژگی هایی چون: فقدان تحرک اجتماعی و پیوندهای نسبتا ثابت طایفه ای و قبیله ای

شخصیت درون راهبر: دارای ویژگی هایی چون: تحرک شخصی در حال رشد، افزایش ثروت و فرصت های شغلی و جهت گیری به درون است. مرحله فردگرایی.

شخصیت دگر راهبر: دارای ویژگی هایی چون: جهت گیری تحت تاثیر نیروهای بیرونی و توجه به دیگران است. رایزمن مدعی است شخصیت دگرراهبر در مقایسه با شخصیت درون راهبر، در قلمرو فراغت و مصرف اسیر است. در زمانه غلبه شخصیت دگر راهبر، رسانه های جمعی نقش معلمان خصوصی را بازی می کنند و به طرز موثری جای والدین، معلمان و دیگر بزرگان را می گیرند. شخصیت های دگرراهبر به جای فعالیت های مولد و خلاقانه، به آن چه رایزمن مصرف گرایی می نامد تمایل دارند. زیرا وجود یک مصرف کننده خوب مبنایی برای شخصیت دگر راهبر در به دست آوردن موافقت و تائید گروه همالان است. شخصیت دگر راهبر با پذیرش آمال و آرزوهای سایرین به دنبال همرنگی با هم نوعان خود است. او انسان دوره دگرراهبر را توده تنها، منفعل و تاثیرپذیر می داند که وسایل ارتباط جمعی به طور دائم بر روی او اثر می گذارند تا وادارش کنند با جماعت همرنگ شود.

**اف. آر. لیویس: تمدن توده وار**

یکی از مدافعان کلیدی نقادی مدرنیستی، لیویس است. نظریه مدرنیستی وی مبتنی بر فرض ظهور یک فرهنگ اقلیت نخبه بر ضد خطر سرگرمی توده وار و پیش پا افتاده است. مسئله مهم برای لیویس در جامعه توده وار، پایین آمدن معیار کیفیت زندگی و ذوق زیبایی شناسی بود. لیویس ویژگی اصلی قرن بیستم را بحران فرهنگی یا تنزل فرهنگ عمومی می دانست که به نظر او به ویژه در یکسان سازی، استاندارد سازی و «تسطیح» فرهنگ تجلی می یابد. او رمان، سینما، رادیو و تبلیغات را مکانیسم های اصلی فرهنگ توده وار می داند که به لذت طلبی کاذب، انفعال، تحریک عواطف پیش پا افتاده، توهم و خوش باوری در ذهن توده ها می انجامد. به ویژه تبلیغات عارضه اصلی بیماری فرهنگ مدرن است. لیویس نسبت به پیامدهای تمدن مدرن بدبین بود و مدرنیته را عامل فروپاشی «نظم جاری» می دانست. به نظر لیویس، فرهنگ به معنای واقعی کلمه، همواره پرورده اقلیت هایی است که پاسدار سنت های ارزشمندند و فرهنگ بدون وجود آن ها، پایدار نمی ماند. به زعم وی ، تمدن امروز به زیان فرهنگ پیش می رود.

**ریچارد هوگارت: فرهنگ توده وار**

هوگارت، نظریه پرداز فرهنگ معاصر انگلیسی، نقطه تمرکز اندیشه اش را بر تحلیل زندگی، اخلاق و فرهنگ طبقه کارگر در مقابل خطر گسترش فرهنگ توده وار یا آن چیزی که وی «بربریت با شکوه» می نامید، گذاشت. به زعم وی ویژگی اصلی فرهنگ قدیم طبقات پایین، احساس همبستگی و پیوندی بود که آن فرهنگ میان مردم ایجاد می کرد. از آن جا که آن فرهنگ برخاسته از علایق و تلخی ها و شیرینی های زندگی آن ها بود، آیینه تمام نمای کلیت زندگی شان نیز به شمار می رفت. فرهنگ قدیم، فرهنگ جماعتی است؛ در حالی که فرهنگ سرگرمی مدرن، فرهنگ توده ای است؛ یعنی برخاسته از علایق جماعت نیست. اغلب سرگرمی هایی که رسانه ها برای توده مردم تدارک می بینند، ضدزندگی، پر از زرق و برق، دارای جاذبه های سوء و فاقد مسئولیت های اخلاقی هستند. سرگرمی ها مبلغ این نظرند که پیشرفت یعنی به دنبال مالکیت های مادی رفتن، برابری یعنی یکسان بودن ارزش های اخلاقی و آزادی یعنی زمینه ای برای ارزش های بی قید و بی پایان.

هوگارت خود را مدافع ترویج حساسیت و آگاهی انتقادی از طریق آموزش جهت مقاومت مردم در برابر اغواگری های دخل و تصرف کنندگان در ارتباطات توده ای می داند. به گفته او، هدف آموزش باید انتقال فرهنگ باشد، اما نه به معنای محدود آن که کسب آداب و رسوم خاص است، بلکه به معنای «رشد تخیلی مسئول و پاسخگو». راه حل هوگارت، گریز از مدرنیته پیش رفته و بازگشت به عصر نوستالژیک سنت های طبقاتی است؛ عصری که بزرگترها بر گروه همالان و نفوذهای رسانه ای، غلبه و برتری داشته باشند.

**ریموند ویلیامز: فناوری و شکل فرهنگ**

ویلیامز منتقد رهیافت جبرگرایانه که مدعی قدرت مستقل تکنولوژی است، می باشد. می گوید یک اختراع فنی در مقایسه با شرایط اقتصادی و اجتماعی پذیرش آن، اهمیت اجتماعی کمتری دارد. به عنوان مثال هنگام ظهور مطبوعات چاپی در قرن 15 تعداد افراد با سواد تا 300 سال ثابت بود. و سیصدسال پس از اختراع چاپ سوادآموزی بطور گسترده در میان طبقه متوسط بریتانیا گسترش یافت.

ویلیامز به جای تاکید بر تکنولوژی به عنوان تحولات بر علل ابداع و اختراع فنی تاکید می کند. او معتقد است که توسعه ابزار های ارتباطی تجارت و حمل ونقل، معلول نیازها و فشارهای اقتصادی بود و ظهور اشکال ارتباطات سرگرم کننده و خبر رسانی نیز معلول الزام های فرهنگی و اجتماعی است. وی استدلال می کند که الزام برای ابداع و گسترش تلویزیون، همانند رادیو، نتیجه تمایل اجتماعی ای که او آن را خصوص سازی متحرک می نامد، بوده است. این مفهوم اشاره ای است به تحرک فوری و شیوه زیست خانه محور که در جوامع صتعتی متاخر از نیمه اول قرن بیستم تجربه شد.

بنابراین ویلیامز نوآوری های تکنولوژیک از جمله رسانه ها را معلول الزام ها و فشارهای اقتصادی و وضعیت اجتماعی و فرهنگی می داند که به پیشبرد منافع و اهداف از پیش تعیین شده جامعه مدرن کمک می کند. او توسعه تکنولوژی های جدید را با نیازهای افرادی که به کنترل اجتماعی علاقه مند هستند مرتبط می داند. از این بحث چنین برمی آید که ارتباط قدرت اقتصادی و توانایی در جهت توسعه تکنولوژی، محور بحث ویلیامز است. تکنولوژی ها فقط در صورتی که به منافع قدرت اقتصادی در جامعه کمک کنند، می توانند به سرعت پیشرفت نمایند. این نکته ریشه های مارکسیستی تحلیل ویلیامز را به روشنی آشکار می سازد.