رسانه
فرهنگ و فلسفه
دانشگاه خوارزمی
نشریه رسانه فرهنگ و فلسفه
@FARHANGFALSAFEH
سال اول شماره ۱ | پاییز ۱۴۰۰ | نسخه الکترونیکی

نگاهی دیگرگونه به موسیقی

نگاهی به موسیقی آدورنو، جان کیج آوانگارد و موسیقی خیابانی

سیاست گذاری رسانه ای در فضای مجازی

فضای مجازی و شکلگیری احساس محرومیت نسبی؛ گفتگو با دکتر حسین نبوی

زبان پارسی و فضای مجازی

دفن هنرمند

سخنی برای سایه‌ام

درس‌هایی از موسیقی آدورنو

مروری بر نحله های فکری تکامل گرایی، اشاعه‌گرایی، کارکردگرایی و ساختارگرایی در تاریخ قوم‌موسیقی‌شناسی با توجه به «بستر فرهنگی» در شناخت موسیقی بر اساس نظر جان بلکینگ

موسیقی خیابانی

وضعیت موسیقی خیابانی در ایران؛ گفتگو با حمید شمس

درس‌هایی از جان کیج؛ تحلیلی مختصر از اثر ۴۵ دقیقه برای یک سخنران اثر جان کیج

تفسیری بر قطعه موسیقی چنین گفت زرتشت

سال اول
شماره اول
ویژه‌نامه موسیقی و فضای مجازی

شناسنامه

صاحب امتیاز، مدیرمسئول و سردبیر

مجتبی اسلامی

هیئت تحریریه

دکتر رضا صفری شالی، دکتر حسین نبوی، دکتر شروین وکیلی،
شهروز مرکباتی لنگرودی، مجتبی اسلامی، پوریا رمضانیان،
سینا صنایعی، سید حسین علائی موسوی، سورن مصطفائی

مشاور علمی

دکتر سید حسین نبوی

ویراستاران

معصومه قاسمی، مبینا محمدی‌پناه، زهرا قلی‌پور،
فاطمه عبداللهی، مجتبی اسلامی

گرافیست و صفحه‌آرا

علی عموئی لنگرودی

شماره مجوز: ۲۴۵۳۰/د

فهرست

سخن سردبیر	مجتبی اسلامی	۱
سیاست گذاری رسانه ای در فضای مجازی	رضا صفری شالی	۲
فضای مجازی و شکلگیری احساس محرومیت نسبی؛ گفتگو با دکتر حسین نبوی		۱۵
زبان پارسی و فضای مجازی	شروین وکیلی	۲۱
دفن هنرمند	شهروز مرکباتی لنگرودی	۲۵
سخنی برای سایه‌ام	مجتبی اسلامی	۲۷
درس‌هایی از موسیقی آدورنو	پوریا رمضانیان	۳۰
مروری بر نحله های فکری تکامل گرایی، اشاعه‌گرایی، کارکردگرایی و ساختارگرایی در تاریخ قوم‌موسیقی‌شناسی با توجه به «بستر فرهنگی» در شناخت موسیقی بر اساس نظر جان بلکینگ	سینا صنایعی	۳۴
موسیقی خیابانی	مجتبی اسلامی	۳۹
وضعیت موسیقی خیابانی در ایران؛ گفتگو با حمید شمس		۴۱
درس‌هایی از جان کیج؛ تحلیلی مختصر از اثر ۴۵ دقیقه برای یک سخنران اثر جان کیج	سید حسین علائی موسوی	۴۳
تفسیری بر قطعه موسیقی چنین گفت زرتشت	مجتبی اسلامی	۴۶
معرفی کتاب		۴۸

سخن سردبیر

مجتبی اسلامی

درود به همه خوانندگان این شماره

برای داشتن یک نشریه مستقل در زمینه‌ی فرهنگی در این سرزمین همیشه مشکلاتی هست و ما نیز از این مشکلات استثنا نشدیم. با یاری دوستان و اساتید گرامی توانستیم مقالاتی را در زمینه موسیقی و فضای مجازی که ویژه نامه‌ی این شماره از نشریه رسانه فرهنگ و فلسفه است بنویسیم. فرهنگ را در کنار فلسفه قرار دادیم چون کار فرهنگی بدون تعمق فلسفی بیهوده است و فلسفه را در کنار فرهنگ قرار دادیم تا بگوییم تفکر فلسفی باید در فرهنگ نیز عینیت پیدا کند و عملی شود و صرفا در ذهن‌ها باقی نماند. امیدوارم شماره اول که سعی شده نگاهی متفاوت و جدی به موسیقی بیاندازد و همینطور فضای مجازی ، باب میل اهل دانش باشد و از آنجا که هیچکس معصوم از خطا نیست، اگر انتقادی هست حتما گوش شنوایی برای شنیدن آنها داریم.

سیاست‌گذاری رسانه‌ای در فضای مجازی

رضا صفری شالی؛ استادیار گروه جامعه شناسی
دانشگاه خوارزمی
reza_safaryshali@yahoo.com

چکیده

سیاست‌گذاری رسانه‌ای مجموعه‌ای از شناخت، اصول و هنجارهاست که برای مدیریت و راهبری رفتار نظام‌های رسانه‌ای تدوین و متعاقب آن اجرا می¬شود. هرچند برخی مواقع این سیاست‌گذاری، کاربردهای عملی، محدود و فوری دارد اما در اصل، سیاست‌گذاری تصمیم‌گیری بنیادی و و گسترده است. سیاست‌گذاری‌ها، در متن برداشت عمومی جامعه از ارتباطات شکل می¬گیرند و از ایدئولوژی‌های سیاسی، شرایط اجتماعی و اقتصادی کشور و ارزش‌هایی که زیربنای آن را تشکیل می‌دهند، ناشی می شوند و می‌کوشند این ارزش‌ها را با نیازهای واقعی و آینده‌نگری‌های رسانه ای مربوط سازند. هرگونه سیاست¬گذاری رسانه‌ای که روش را فدای راهبرد یا راهبرد را فدای روش کند و مبتنی‌بر سه عنصر تجربه گذشته، مصلحت جامعه و آینده‌نگری نباشد، راهی به سوی موفقیت ندارد. به‌عبارتی، در سیاست‌گذاری رسانه‌ای باید به چگونگی و قابلیت اجرا و عملیاتی‌شدن یک سیاست در جامعه هدف که همان مردم هستن، توجه داشت؛ در ضمن از های رسانه‌ای در بستر تاریخی، فرهنگی و اجتماعی هرآنجا که سیاست جامعه معنا و امکان بروز پیدا می‌کنند، در نظر گرفتن مختصات فکری، معرفتی و همچنین، ویژگی‌های روانی اجتماعی هر عصر و هر نسلی در سیاست‌گذاری رسانه‌ای (از جمله سیاست‌گذاری رسانه‌ای در فضای مجازی) اهمیت دارد.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، سیاست‌گذاری‌رسانه‌ای، دولت‌ها.

۱. مقدمه

فضای مجازی به‌عنوان یکی از تکنولوژی حال حاضر، اصلی‌ترین ابزار تعاملات اجتماعی انسان‌ها و زمینه‌ساز ورود آنان به «جامعه معرفتی» و مفهوم موج چهارم تکامل بشری محسوب می‌شود که با دگرگونی در مختصات زندگی (ویلسون[1]، ۲۰۱۲)، بسیاری از موانع و محدودیت‌های طبیعی و سیاسی را از بین برده و این امکان را فراهم نموده تا انسان‌های عصر ما، از رهگذر استعدادها و امکانات بی‌نظیری که در فضای رسانه‌ای نهفته است، با جهان و جهان‌بینی‌های مختلف ارتباط برقرار کرده و ابعاد متنوع و متعدد زندگی روزمره و علایق و سلایق خود را به اشتراک گذارند.

براین‌مبنا، تحولات ارتباطاتی که در دنیا امروز مشاهده می‌شود، معلول تغییراتی است که در فناوری‌های رسانه‌ای به وجود آمده است (غفاری، ۱۳۹۰: ۱۹۰). امانوئل کاستلز نیز در کتاب مشهور و ارزشمند خود تحت عنوان «عصر اطلاعات» تحولات جهانی را در حوزه‌های اقتصاد، سیاست، جامعه و فرهنگ، براساس توسعه فناوری‌های رسانه‌ای تبیین می‌کند. در این میان، تغییرات سریع در فناوری اطلاعات و ارتباطات، فضا را به سمت یک «انقلاب ارتباطاتی» کشانده است (سورین و تانکارد[2]، ۱۳۸۴: ۲۴) که از میان همه انقلاب‌هایی که در قرن بیستم رخ داده است، هیچ یک در تاریخ بشری تأثیری به ماندگاری انقلاب جاری در فناوری نوین رسانه‌های اطلاعات و ارتباطات نداشته است. بعد از انقلاب ارتباطات و اطلاعات و ظهور رسانه‌های نوین، انحصار رسانه‌های جریان اصلی از دست رفت و مردم با ابزارهای بسیار متنوع‌تری روبه‌رو شدند (باستانی و همکاران، ۱۳۹۷:۱).

۱ wilson
۲ Surin and Tancard

این تأثیرات به صورت همه‌جانبه وارد زندگی انسان‌ها شد و در واقع انقلاب اطلاعاتی و ارتباطاتی، سبب بروز تحولی عمده در ابعاد مختلف زندگی بشر در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی گردیده است؛ چراکه:

الف) ساختار این فناوری، ارزش‌هایی چون کثرت دیدگاه‌ها و تمرکززدایی را تقویت نموده و به مثابه «رسانه‌ای خودگزین[1]» به افراد امکان می‌دهد هر آنچه را که مایلند، هر زمان که می‌خواهند، ببینند، سیستمی چندرسانه‌ای که برخلاف برنامه‌سازی گزینشی رسانه‌های سنتی، ساختار باز و تعاملی‌ای دارد که در آن، طرفین ارتباط توامان گوینده و شنونده‌اند.

ب) این فناوری به عرصه‌ی کنشگری سوژه‌هایی بدل شده که برای تأکید بر عقاید مشترک ذیل ساختاری غیرسلسله مراتبی به هم پیوسته‌اند؛ بنابراین نه تنها به لحاظ سیاسی خنثی نبوده، بلکه ماهیتاً دموکراتیک است. اعتبارنامه‌ی دموکراتیک این تکنولوژی مبتنی‌بر این قابلیت است که شخص با یک کامپیوتر، دانش پایه‌ای از نرم افزار مربوطه و یک مودم خط تلفن می تواند اطلاعات را به هر پایانه‌ی بین‌المللی ارسال یا دریافت کند (هیرشکوب[2]، ۱۳۷۹: ۱۳۰-۱۲۴).

ج) این فناوری، حاوی امکان عظیمی برای قدرت‌یابی و کنشگری شهروندان است؛ زیرا توانایی گفتن روایت خود، به افراد قدرت تأثیرگذاری بر فضای سیاسی- اجتماعی را می‌دهد (هوبن[3]، ۱۹۹۷: ۲-۱).

با وجود امکانات و ظرفیت‌هایی که رسانه‌ها و به صورت خاص فضای مجازی در اختیار بشر امروزی قرار داده و کارکردهای مثبتی که در حوزه‌های مختلف زندگی بشری در جوامع انسانی داشته که از آن جمله مهم‌ترین آن ها می‌توان به اثرگذاری این رسانه در حوزه‌های نظارتی، آموزشی یا انتقال فرهنگ، سرگرم‌سازی و پرکردن اوقات فراغت، نوگرایی و توسعه، همگن سازی، راهنمایی و رهبری، بحران‌زدایی، آگاه‌سازی، انتقال میراث‌های فرهنگی و اجتماعی از نسلی به نسل دیگر، بیان عقاید، ایجاد همبستگی میان اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی، تبلیغی و.. اشاره نمود؛ امّا در جایگاه مقابل، باتوجه‌به آن‌که فضای مجازی همزمان با مطرح شدن بحث های مرتبط با دهکده جهانی و جهانی‌شدن، به ابزاری برای یکپارچه‌کردن سبک زندگی بشری در سرتاسر جهان بدون‌توجه به اقتضائات و شرایط خاص فرهنگی کشورها بدل شده است، لذا، تهدیداتی را نیز متوجه عرصه های گوناگون حیات بشری بالاخص عرصه فرهنگی نموده است. براین‌مبنا، به منظور مصون ماندن هر چه بیشتر افراد از آسیب‌هایی که چنین فضایی تهدیدشان می‌کند، این ضرورت احساس گردیده که دولت‌ها نسبت به مدیریت و کنترل بر عرصه فضای مجازی اقدام نمایند. در کشورمان، ایران نیز همین روال حاکم بوده است؛ بررسی تاریخی مواجهه ایران با فضای مجازی در طول سالیان متمادی نیز حکایت از آن دارد که فضای مجازی در های مختلف زندگی جامعه ایرانی به‌ها و حوزه‌این کشور، تحولاتی در زمینه وجود آورده است، به طوری که در دوران کنونی با استفاده از ابزارهای جدید الکترونیکی، سبک نوینی از زندگی که مشتمل بر مجموعه‌ای از ارزش‌ها، باورها و سنت‌ها است، پیش روی جامعه ایرانی قرار گرفته که هویت‌های موجود در جوامع را دگرگون نموده و افراد با برگزیدن بخشی از هویت‌ها و ارزش‌های جدید، هویت فردی خود را شکل می‌دهند. این امر، چالش‌هایی چالش‌هایی برای هویت جمعی فراهم ساخته و حاکمیت را دچار مشکل نموده است. در کنار چالش‌های مذکور، از دیگر آسیب‌ها و تهدیدات فضای مجازی برای عرصه فرهنگ جامعه ایرانی که شامل ارزش‌های اجتماعی و هنجارهای موجود در جامعه و همچنین دانش، اعتقادات، هنرها، قوانین و آداب و رسوم، قابلیت‌ها و عادات ایرانیان می‌شود که هر فرد به‌عنوان عضوی از جامعه فرا می‌گیرد، می‌توان به موارد چون: انتقال فرهنگ بیگانه و ارزش های نامطلوب، رواج هرزه‌نگاری (پورنوگرافی)، ترویج زبان بیگانه در بین جوانان به عنوان نماد فرهنگ غرب، ایجاد تنش‌های فرهنگی، تغییر در طرز لباس پوشیدن و آرایش کردن، تغییر در آداب و رسوم غذا خوردن، ترویج فساد و بی‌بندوباری در بین افراد از طریق عکس، فیلم، متن مبتذل و.. اشاره نمود. این چالش‌ها و آسیب‌ها که صرفاً مختص جامعه ایران به‌عنوان جامعه ای در حال توسعه نبوده و دیگر جوامع، خصوصاً توسعه‌یافته یا پیشرفته را ساز آن گشته تا حاکمیت اقدام به سیاست‌گذاری‌نیز درگیر می‌نماید؛ زمینه هایی در این خصوص و به تبع آن«مدیریت و کنترل» چنین فضایی نماید؛ چراکه شرط بهره‌مندی از فرصت‌ها و مصون‌ماندن از تهدیدها، در اختیار داشتن «برنامه و خط مشی‌ای مشخص» است. همچنین بدیهی است که عملکرد این رسانه‌ها - بالاخص رسانه‌های مبتنی بر فضای مجازی- در توسعه یک کشور، مبتنی بر کیفیت چارچوب سیاست‌گذاری، تصمیمات اتخاذشده و فرایندهایی است که در تدوین هر تصمیم در سطح کلان و خرد این حوزه مدنظر قرار می‌گیرد. نحوه مدیریت رسانه‌ها با اتکا به سیاست گذاری‌های رسانه‌ای، مدیریت رسانه‌ای با ثباتی فراهم می‌آورد؛ بنابراین، دولت‌ها می‌کوشند تا در زمینه فضای‌مجازی، سیاست‌هایی را تدوین کنند که از تهدیدات جلوگیری کند و امکان بهره‌گیری از فرصت‌های این فناوری نوین ارتباطاتی را فراهم آورند.

از منظر مفهومی، «سیاست‌گذاری فرایند پیچیده‌ای است که براساس یک الگوی نهادینه¬شده هدایت و کنترل می‌شود» این الگوی نهادینه‌شده، عبارت است از کلیه حقوق، آداب و رسوم، روش‌های مورد عمل، رویه‌ها، ضوابط سازمانی یا دیگر عناصر تثبیت‌شده در زندگی سیاسی یا اجتماعی یک ملت. در تعریفی ساده و مختصر می‌توان گفت، سیاست‌گذاری مظهر عقلانیت و انتخاب تدبیر برای اصلاح امور است؛ چرا که هدف نهایی

۱ Self-Selected
۲ Hyrshkub
۳ Hauben

سیاست‌گذاری، پیش‌بردن امور جامعه است به‌صورتی‌که در مجموع جامعه هم زمان با احساس آرامش، به سمت اهداف از پیش تعیین‌شده گام بردارد (حایری‌یزدی و ملکی، ۱۳۹۶: ۱۳). شیوه‌های سیاست‌گذاری در خصوص «رسانه‌های اجتماعی مجازی» بیش از یک دهه گذشته، برای سیاست گذاران فضای مجازی در ایران، مسئله‌ای چالش برانگیز بوده است (بصیریان و جهرمی، ۱۳۹۳: ۴). در این میان، هرچه طراحان استراتژی‌ها، در رسانه ها و با رسانه‌ها بازی می‌کنند تا با قالب‌ریزی دلخواه خود، سیاست مصرف را شکل دهند (کاستلز[۱]، ۱۳۸۰: ۳۸۸) اما این قالب‌ریزی در ظرف رسانه های اجتماعی مجازی آنچنان قابل‌کنترل و پذیرفتنی نیست که بتوان به راحتی محتوای تعاملات آنلاین را با سیاست‌گذاری از پیش تعیین‌شده جهت داد. این مسئله حتی با وجود آگاهی از استقبال غیرقابل‌انکار و فزآینده کاربران ایرانی از رسانه‌های اجتماعی مجازی -که با حذف بسیاری از محدودیت‌های قانونی موجود، آن‌ها را به تعامل جدید با آزادی های بیشتر و شیوه‌های گوناگون کنشگری علاقه‌مند ساخته است- عمدتاً به شکل سلبی دنبال می‌شود (جهرمی و خانیکی، ۱۳۹۳: ۲۷). ایران کشوری است که در آن مسدودسازی و فیلترینگ رسانه‌های اجتماعی مجازی در آن وجود دارد (بصیریان جهرمی، ۱۳۹۳: ۶۱) ، اما کاربران ایرانیِ اینترنت در داخل ایران، در استفاده از امکاناتی مانند وب‌نویسی و فعالیت در رسانه‌های اجتماعی مجازی، از فیلترینگ و قوانین اینترنتی تعیین‌شده، تبعیت نمی‌کنند (رجبی، ۱۳۸۹؛ رسولی و مرادی، ۱۳۹۱؛ نوری مراد آبادی، ۱۳۹۱؛ صفی آریان، ۱۳۹۱) این مسئله در کنار آمارهایی مبنی بر کسب رتبه چهارم وب‌نویسی جهان درسال‌های ۱۳۸۴-۱۳۸۵ و جایگاه سوم جهان در شبکه اجتماعی اورکات (کوثری، ۱۳۸۶) و برآوردهای موجود از عضویت بیش از چهار میلیون تا نه میلیون کاربر ایرانی در شبکه اجتماعی فیس‌بوک تا سال ۱۳۹۲ (جنتی، ۱۳۹۲؛ تابناک، ۱۳۹۲) و افزایش آن در سال‌های اخیر گویای این واقعیت است که کاربران ایرانی رسانه‌های اجتماعی، هرگز از خط‌مشی‌های تعیین‌شده پیروی نکرده اند.

فضای مجازی امروزه، همهٔ ابعاد زندگی انسان را در برگرفته است و بخش زیادی از ارتباطات و اشتغالات ذهنی و فکری افراد جامعه با ابزارهای این حوزه سروکار دارد. این حوزه، به‌علت گستردگی و نفوذ بین‌المللی آن و تأثیرات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، پای دولت ها را نیز به میان کشیده است. به بیان دیگر، ازآنجا که عرصهٔ فضای مجازی، یکی از عرصه‌های عمومی تلقی می‌شود و نادیده‌گرفتن آن از سوی دولت‌ها منجر به تضییع حقوق مشترک انسان‌ها می‌شود، دولت‌ها موظف به سیاست‌گذاری، اجرا و ارزیابی در این خصوص هستند. بی‌شک، حقوقی همچون عدالت در دستیابی به اطلاعات، سرویس‌های اینترنتی و خدمات و امنیت کاربران در فضای مجازی از جمله موجهات ورود دولت‌ها به این عرصه خطیر است (دولت‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۵۴).

براین‌مبنا، هرچند جامعه ایران از منظر مباحث و دسته‌بندی‌های مرتبط با توسعه، جامعه‌ای در حال توسعه محسوب می‌گردد و از این رو به‌کارگیری صحیح ابزار، الزامات و اقتضائات خاصی را می‌طلبد، اما تبیین سیاست‌گذاری مبتنی بر نظریات لاکلاو و موفه و رویکرد پساتوسعه‌گرایی در عرصه رسانه ای در این کشور امکان‌پذیر می‌باشد. از سویی دیگر، باتوجه به آن که رویکرد پساتوسعه تأکید زیادی بر بومی‌سازی و جلب مشارکت نیروهای محلی و مردمی در راهبری و سیاست‌گذاری رسانه‌ای دارد که این مهم با ایده‌ها و رویکردهای نظام جمهوری اسلامی و اهداف تعیین‌شده در اسناد بالادستی کشور، مطابقت زیادی دارد، از این رو نگریستن از دریچه پساتوسعه‌گرایی و براساس ملاحظات بومی و محلی در نقد و آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری فضای رسانه‌ای در کشور قابل دفاع است.

۲-درآمدی بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای (با تأکید بر فضای‌مجازی)

سیاست‌گذاری رسانه‌ای را می‌توان بخشی از سیاست‌گذاری فرهنگی دانست که آن نیز به نوبه خود بخشی از سیاست‌گذاری عمومی است. فریدمن، سیاست‌گذاری رسانه‌ای را همان سیاست‌گذاری عمومی می‌داند که به مسائل خاص رسانه‌ها می‌پردازد (فریدمن[۲]، ۲۰۰۸). مک کوئیل[۳] (۲۰۰۹) سیاست‌گذاری رسانه‌ای را پروژهٔ دولتی برای مدیران عمومی تعریف می کند که برای انجام اهداف مشخص مأموریت یافته‌اند تا در یک ساختار قانونی و مدیریتی که ممکن است محلی، ملی یا بین‌المللی باشد، عمل کنند. سیاست‌گذاری رسانه‌ای با این رویکرد به تدوین در نهادهای دولتی یا نیمه دولتی باز می‌شود که ابزارهای تحریمی از جمله یارانه‌ها را برای تغییردادن ساختار و رفتار سازمان‌های رسانه‌ای در اختیار دارند. سیاست گذاری رسانه‌ای از ایدئولوژی سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشور و ارزش هایی که زیربنای آن را تشکیل می‌دهد ناشی می‌شوند. سیاست‌گذاری رسانه‌ای، شیوه‌هایی است که از طریق آن‌ها مقامات عمومی به ساختارها و رویه‌های رسانه‌ای شکل می‌دهند (گرانهام[۴]، ۱۹۹۸: ۲۱۰- ۲۱۲). مانوئل کاستلز در کتاب قدرت ارتباطات ضمن اشاره به قدیمی‌ترین و مستقیم ترین شکل سیاست‌های رسانه‌ای، یعنی پروپاگاندا و کنترل، این امر را مشتمل بر دو جزء می‌داند: الف) ساخت و انتشار پیام‌هایی که حقایق را تحریف می‌کنند و اطلاعات نادرست را به منظور پیشبرد منافع دولت القاء می‌کنند؛ و ب) سانسور هر نوع پیامی که احتمالاً بتواند در این منافع خدشه وارد کند، و اگر لازم شد از طریق غیرقانونی اعلام‌کردن ارتباطات بدون مانع و تحت پیگرد قراردادنِ فرستنده پیام، سیاست سانسور را در پیش می‌گیرند (کاستلز، ۱۳۹۳: ۴۸۳- ۵۲۳).

به لحاظ نظری، دو رویکرد در حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌ای وجود دارد. رویکرد اول که رویکرد سنتی به سیاست‌گذاری رسانه است، رسانه‌ها را نهادهایی قابل سیاست‌گذاری می‌داند و در این زمینه، بیشتر نقش دولت‌ها و حاکمیت‌هایی را پررنگ می‌کند که برای حفظ منافع عمومی دست به سیاست‌گذاری رسانه‌ای می‌زنند. رویکرد دوم، رویکردی است که به‌لحاظ پیشرفت‌های فناورانه حوزه ارتباطات و ظهور رسانه‌های نوین، عرصه رسانه را عرصه‌ای غیر قابل سیاست‌گذاری می‌داند (اربطانی، ۱۳۹۶: ۱۴).

۱ Castells
۲ Friedman
۳ McQuill
۴ Granham

امروزه فلسفهٔ سیاست‌گذاری رسانه بر این ایده منطبق است که باید بازار فعال و بزرگی با مرزهای باز در چارچوبی روشن و توافق‌شده بتواند از پس نیازهای روزافزون و جاری رسانه‌ای جامعه برآید. این امر بیان‌کنندهٔ آن است که حوزهٔ رسانه‌ها، حوزه‌هایی نیست که لزوماً بـه رفـاه جمعـی و منـافع عمومی پایبند باشد، بلکه مناسبات بازار است که تعیین می‌کند رسانه‌ها باید چگونه عمل کنند. سیاست‌گذاری رسانه‌ای باید منطبق بر بازار و فناوری باشد و نیاز مصرف‌کنندگان را دنبال کند، نه اینکه در پی تحمیل اهداف خود بر جامعه باشد. تجربهٔ منفی سیاست‌گذاری‌های مداخله‌گرانه در مراحل اولیه «انقلاب ارتباطاتی نوین» پس از جنگ جهانی اول، سبب شکل گیری این عقیده شـده است. موفقیت کاربرد هر فناوری رسانه‌ای از دیدگاه مصرف‌کننده و بازار، پـیش‌بینـی نـاپـذیر اسـت، بنابراین همان‌گونه که از اصول بازار رسانه‌ای برمی‌آید، هماهنگی بین بخش‌هـای مختلـف بـازار رسانه (فناوری، محتوا و...) اهمیت زیادی دارد که از مسیر سیاست‌گذاری های بازار به دست می‌آید، حتی هنگامی‌که همگرایی در سیاست‌گذاری بازار رسانه دور از دسترس باشد (کولینبرگ[1] ، ۲۰۰۸). در این سال‌ها در کنار همگرایی تکنولوژیـک شـاهد همگرایـی اقتصـادی در صـنعت رسـانه بوده ایم که رایانه، ارتباطات راه دور و محتوای رسانه‌ای را با هـم در مـی‌آمیختـه اسـت. بـه‌دلیـل همگرایی اقتصادی و تکنولوژیک، در اوایل قرن بیست‌ویک «سیاست‌گذاری بازار رسانه» به شکل جدی‌تری به وجود آمد و شکل مشخصی به خود گرفـت. قـوانین رسـانه‌ای جدیـد وضـع شـدند و همچنین وضع مقررات برای بازار رسانه‌های جمعی ارتباط بیشتری با مقررات تدوین‌شده در حوزهٔ اقتصاد پیدا کرد. افزون‌بر تغییرات اقتصادی و تکنولوژیک، تغییرات اجتماعی- فرهنگـی نیـز در این دوران اهمیت اساسی داشت. جهـانی‌سـازی ارتباطـات و نفوذپـذیری مرزهای ملی از رسانه‌های چندملیتی نیز در سیاست‌گذاری‌های بازار رسانه‌ها دخیل بوده‌اند (اربطانی، ۱۳۹۴: ۵۰۰-۴۹۹). از نظریه‌پردازان عرصهٔ رسانه می‌توان به مک کوئیل اشاره کرد که دارای دیـدگاه‌هـای بدیع و نو در عرصهٔ سیاست‌گذاری رسانه است. مک کوئیل معتقـد اسـت کـه ارتباطـات عمومی هرگز حوزهای غیرسیاسی نخواهد شد، هرچند به نظر مـی‌رسـد در حـال فاصـله گرفتن از مدل قدیمی نظام سیاسی‌شده‌ای است که مشخصهٔ روزنامه بود؛ چراکه حـوزهٔ ارتباطات عمومی و رسانه‌ای، پدیده‌ای اجتماعی و سیاسی بوده که جزء انفکاک‌ناپذیری از جامعه و سیاست را تشکیل می‌دهند. بنابراین، ادعـای برخـی نظریـه‌پـردازان مبنـی بـر سیاست‌گذارناپذیری حوزه‌ها و عرصه‌های ارتباطات عمومی، نادرست و غیرمنطقی به نظر می‌رسد. نکتهٔ دیگری که در رویکرد مک کوئیـل قابـل‌توجـه بـه نظـر مـی‌رسـد اتخـاذ سیاست‌های مبتنی‌بر حزم و احتیاط از یکسو و مسامحه و آزادگذاشتن منطقی مبتنی بر تأکید بر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در عرصهٔ سیاست گذاری‌های رسانه است؛ بـه‌این‌معنا که در سیاست‌گذاری، دو اصل رعایت هنجارها و ارزش‌هـا و اهتمـام جـدی بـه آن‌ها و دیگری پرهیز از برخوردهای انقباضی شـدید و جـواز اغمـاض و مسـامحه در آن حوزه است. به نحوی که آزادی‌های منطقی و عقلانی در حوزهٔ رسانه‌ای که موجب رشد و تعالی افکار عمومی و تبادل اطلاعات و آراء و نظریه‌های مختلف باشد، رعایت شود (مـک کوئیل، ۱۳۸۳).

سیاست‌گذاری فضای مجازی، به فعالیتی با هدف کنترل‌کردن، حکومت کردن یا اداره‌کردن با مقررات گفته می‌شود. بدیهی است که نوع سیاست‌گذاری به مثابه زیر شاخه و زیر مجموعه‌ای از سیاست‌گذاری عمومی، با معیار منافع عمومی مرتبط است و مجموعه خاصی از اصول را ارائه می‌کند (سین[2]، ۲۰۱۱). اساساً، سیاست‌گذاری در هر عرصه‌ای خصوصاً عرصه فضای مجازی که مطمح نظر نوشتار حاضر است، شناخت شکاف بین دوگانه وضع موجود-وضع مطلوب، تحلیل زمینه و سیاست‌پژوهی، شناخت مسائل و تدوین راه‌حل، اجرا و ارزیابی آن‌ها می‌باشد. بدیهی است عملکرد فضای مجازی در توسعه یک کشور، مبتنی بر کیفیت چارچوب سیاست گذاری، تصمیمات اتخاذ شده و فرایندهایی است که در تدوین هر تصمیم در سطح کلان و خرد این حوزه مدنظر قرار می‌گیرد؛ بنابراین، دولت‌ها می کوشند تا در زمینه رسانه‌های مبتنی‌بر فضای مجازی (به‌عنوان یک کالای عمومی) سیاست‌هایی را تدوین کنند که از تهدیدات جلوگیری کند و امکان بهره‌گیری از فرصت‌های این فناوری نوین ارتباطاتی را فراهم آورد. سیاست گذاری نقش بنیادی در حوزه رسانه‌های عمومی جامعه ایفا می‌کند و ساختار و فضای ارتباطی آن را شکل می‌دهد. محتوا و ساختار رسانه‌ها و به ویژه درک آن‌ها از نقش خود در جوامع، تحت تأثیر رویکرد مسلط درتدوین قوانین رسانه‌های کشور شکل می‌گیرد و ازاین‌رو، ماهیت پیچیده و متغیر این حوزه، پیامدهای مهمی برای آینده رسانه دارد. درعمل، مدیریت فضای مجازی بدون درنظرگرفتن سیاست‌های کلان حاکم بررسانه‌ها امکان پذیرنیست. این سیاست‌ها، اهداف و مسیر حرکت را برای مدیران عرصه فضای مجازی مشخص می‌کنند و ازاین‌رو، شناخت دقیق آن‌ها از ملزومات مدیریت رسانه است؛ بنابراین، طراحی یک نظام سیاست‌گذاری برای پیشبرد خواسته‌ها و انتظارات و دستیابی به اهداف مطلوب درحوزه فضای مجازی از موارد پراهمیت قلمداد می‌گردد. در دهه‌های اخیر، توسعه فضای بر آن، ساختار مجازی و گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی مبتنی جهان معاصر را دگرگون ساخته است. باتوجه به اهمیت این عرصه و تأثیر غیر قابل انکار آن در زندگی روزمره شهروندان و فرصت‌ها و تهدیداتی که برای حکومت‌ها و شهروندان به دنبال دارد، تنظیم مقررات آن الزام و اهمیت بالایی دارد (جعفری، ۱۳۹۳: ۱۲۰). از ابتدای شکل‌گیری و فعالیت فضای مجازی و ابزارهای ارتباطی آن از جمله اینترنت، همواره دو دیدگاه متفاوت برای ضابطه‌مند نمودن فعالیت‌های آن‌ها وجود داشته است:

الف) عده‌ای معتقد هستند که اصولاً هرگونه تدوین قوانین و مقررات برای رسانه‌های فضای مجازی و ابزارهای ارتباطی آن که رسانه‌های نوین قلمداد می‌گردند، ایجاد نوعی محدودیت و مخالف با آزادی فعالیت رسانه‌ها به شمار می‌آید. این گروه استدلال می‌کنند بیان آزاد افکار و اندیشه‌ها ضرری ندارد و اگر هم ضرری داشته باشد، این ضرر کمتر از آسیب دخالت حکومت در امور فضای مجازی به‌عنوان رسانه عصر حاضر و محدودنمودن آزادی بیان و حق دسترسی به اطلاعات است (رضایی و بابازاده مقدم، ۱۳۹۳: ۵۶- ۵۵).

ب) در مقابل، گروهی معتقد هستند وضع قواعد، نه‌تنها محدودکننده نیست بلکه اگر قوانین و مقررات صحیح و متناسب و بر مبنای اصول تدوین شود، تأمین‌کننده آزادی افراد در فضای مجازی و دسترسی عموم به اطلاعات را تسهیل می‌نماید.

[1] Colinberg
[2] Senn

در دفاع از نظر دوم، لازم به ذکر است، توجه به واقعیت‌های موجود در جوامع، لزوم رعایت مصالح عمومی و جلوگیری از سوء استفاده احتمالی افراد از اصل آزادی اقتضا دارد تا سیاست‌ها، خط‌مشی‌ها و تدابیر و ضوابطی برای فضای مجازی و نحوه فعالیت در این رسانه، در نظر گرفته شود.

در جامعه کنونی، ارتباطات شبکه‌ای متاثر از فناوری‌های نوین ارتباطی -که مبتنی‌بر فضای مجازی می‌باشند- ایجاد شده و در کنار پیشران‌ها و متغیرهای دیگر، جامعه‌ای پساتوده‌ای ساخته است که «جامعه شبکه‌ای» نامیده می‌شود. در جامعه شبکه‌ای تعاملات دو و چندسویه گسترش یافته و مخاطب به کاربر و کاربر به کُنشگر اجتماعی تبدیل می‌شود (کاستلز، ۲۰۱۱).

پیرامون امکان سیاست‌گذاری فضای‌مجازی در جامعه شبکه‌ای دو دیدگاه عمده طرح شده‌است:

الف) برخی صاحب‌نظران معتقدند ظهور و توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی و به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی، سیاست‌گذاری رسانه‌ای را از ماهیت متمرکز و حاکمیتی خود خارج ساخته و فضای مجازی را «برون ایستاده» از امکان سیاست‌گذاری نموده است.

ب) در مقابل دیدگاه دوم معتقد است به‌دلیل اهمیت‌یافتن رسانه در عرصه های کسب‌وکار، ارتباطات راهبردی، دولت الکترونیک و... بازیگران جدید ذی‌نفع به این حوزه افزوده شده‌اند و در نتیجه سیاست‌گذاری رسانه‌ای برای فضای مجازی مهم‌تر از پیش گردیده است.

از میان دو رویکرد مذکور، رویکردی دوم که لزوم سیاست‌گذاری عرصه فضای مجازی را تبیین نموده‌اند و نیز بر ضرورت سیاست‌گذاری مشارکتی (با همکاری دولت و مردم) در این باره اذعان نموده است، مورد مدنظر پژوهش حاضر می‌باشد. بر مبنای این رویکرد، چنانچه دولت‌مردان سیاست گذاری مشارکتی مطلوبی را طرح‌ریزی نمایند، از مزایایی چون کاهش هزینه‌های توسعه در جامعه به‌دلیل مشارکت مردم در تأمین اهداف در حوزه مربوطه، برخوردار خواهند شد و ماحصل سیاست‌گذاری مطلوب آن‌ها، کاهش نابرابری در جوامع از طریق جلب مشارکت افراد حاشیه‌ای در نوآوری های پائین به بالا و کمک به ایجاد فرصت‌های برابر در جوامع بومی و محلی می‌باشد (مبینی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۴).

۳- جمع‌بندی و ارائه توصیه سیاستی

بررسی قریب به سه دهه سیاست‌گذاری فضای مجازی در کشور حکایت از تسلط «گفتمان دولتی» در امر سیاست‌گذاری در این خصوص دارد که مهم ترین ویژگی آن، مداخله آشکار دولت در حوزه رسانه -بلاخص رسانه‌های مبتنی بر فضای مجازی- است. بر این مبنا امروزه لزوم بررسی و نقد جدی سیاست‌گذارهای دولتی در عرصه فضای مجازی مطرح می‌باشد و ضرورت بازنگری در مدل سیاست‌گذاری فضای مجازی در کشور احساس می‌گردد، چراکه مدیریت فضای مجازی در کشور نه تنها پاسخگوی مطالبات و نیاز کاربران نبوده، بلکه توسعه فضای مجازی در ایران را نیز در پی نداشته است و لذا تحقق توسعه همه‌جانبه در کشور را با اختلالاتی مواجه نموده است. نتایج مطالعات نشان می‌دهد که وقتی در فضای داخل کشور، رسانه‌ها با توجه به نیاز و سلایق و خواسته‌های مخاطبان حرکت نمی‌کنند و آن‌ها را در نظر نمی‌گیرند، در واقع فضا برای رقیب و رسانه‌های رقیب باز می‌شود که می‌توان این وضعیت را با توجه به رویکرد «تحلیل گفتمان لاکلا و موفه» تبیین کرد. در واقع در این هنگام، فضا، فضای منازعه و درگیری می‌باشد، وقتی رسانه‌های داخلی تلاشی نمی‌کنند که با توجه به نیازهای مخاطبین و کاربران حرکت کنند، فضا را برای رقیب باز نگه می‌دارند و در واقع رقیب از فضای خالی (خلأ ایجاد شده که ناشی از فضایی است که ما برای آن برنامه‌ریزی نکرده‌ایم) وارد می‌شود و فضا را به‌عنوان یک فرصت در اختیار خودش می‌گیرد. به‌همین‌خاطر وقتی سیاست‌گذاری در حوزه رسانه‌ای مناسب صورت نمی‌گیرد، طبق این نظریه (لاکلا و موفه) این فضا در دست جریان رقیب قرار می‌گیرد. سیاست‌گذاری مناسبی که بتواند باتوجه به خواسته‌ها، نیازها و مطلوبیت‌های جامعه باشد نیاز است. براساس نتایج بدست آمده از تحقیقات اعتماد مردم در ایران به رسانه از جمله اینترنت و فضای مجازی در سطح کم (۳۹درصد) می‌باشد[۱]. همچنین براساس نتایج پژوهش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان موج سوم (۱۳۹۴)، نیز اعتماد شهروندان نسبت به رسانه‌ها از جمله ماهواره ۲۵درصد در سطح متوسط و اعتماد به شبکه‌های مجازی و اینترنت۳/۲۸درصد در سطح متوسط برآورد شده است. که این مقدار اعتماد نسبت به شبکه‌ها و رسانه‌های خارجی در مقایسه با رسانه‌های داخلی در بین گروه سنی ۱۵-۲۹ سال در سطح متوسط برابر با ۱/۳۱درصد نشان داده شده است. آسیب‌شناسی سیاست گذاری حاکم بر رسانه‌ها به این شکل است که این درصدها نشان‌دهنده این است که رسانه‌های داخلی عمدتاً مخاطب محور نیستند و مخاطب‌ها را به توانند پوشش دهند. جریان‌لحاظ تنوع (جنسی، سنی و قومی و...) نمی رسانه‌ای کشور به‌لحاظ مباحث جامعه‌شناختی باید بتواند در ابتدا به بررسی این دیدگاه‌های اقوام مختلف، گروه‌های سنی و جنسی و... بپردازد تا بتواند یک نیم‌رخ اجتماعی یا یک تیپولوژی از ذائقه‌ها و خواسته‌ها و نیازهای مخاطبان برسد. ذائقه یک عملکرد است که به افراد، ادراکی از جایگاه¬شان در نظام اجتماعی می‌دهد. ذائقه، افرادی را که ترجیحات همسانی داشته به هم نزدیک و افرادی را که سلائق متفاوتی دارند، متمایز می‌کند. به عقیده «پی یر بوردیو[۲]» میان محصولات فرهنگی (از جمله رسانه) و ذائقه رابطه دیالکتیکی وجود دارد. دگرگونی در کالاهای فرهنگی تغییراتی را در ذائقه به بار می‌آورد؛ هم¬چنان‌که دگرگونی در ذائقه، منجر به تغییر شکل‌های محصولات فرهنگی مصرفی می‌شود (ریتزر، ۱۳۷۴: ۶۷۵). بنابراین رسانه‌ها باید بتوانند سرمایه فرهنگی را تولید و بازتولید کنند. از نظر بوردیو

۱. گزارش پیمایش وضعیت اجتماعی، فرهنگی و اخلاقی جامعه ایران، 1395

۲. Pierre Bourdieu

سرمایه فرهنگی عبارت است از شناخت و ادراک فرهنگ و هنرهای متعالی، داشتن ذائقه خوب و شیوه‌های عمل متناسب(فاضلی، ۱۳۸۶: ۴۷).

این الزام و ضرورت بازنگری در سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای از جمله فضای مجازی در کشور زمانی به خوبی درک می‌گردد که آمار استفاده ایرانیان از فضای مجازی را بررسی کنیم براساس آمارهای جدید که توسط وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات کشور ارائه شده است، درحال‌حاضر حدود ۴۰ میلیون کاربر ایرانی از فضای مجازی استفاده می‌کنند. این کاربران، هر یک متناسب به نیاز و کاربردی که فضای مجازی در زندگی فردی و اجتماعی آن‌ها دارد، مطالبات مشترک و نیز مختص به خود را از فضای مجازی داشته و به همان نسبت، میزان بهره‌مندی آن‌ها از امکانات رسانه‌های مجازی در کشور متفاوت می‌باشد و لذا ضرورت بوده و هست که سیاست‌گذاری‌هایی که تاکنون در حوزه فضای مجازی صورت گرفته است، متناسب با میزان، نیازها، مطالبات و سطح انتظارات کاربران باشد. امّا با این وجود، بررسی‌های پژوهش حاضر حاکی از آن است که تراژکتوری (مسیر محتمل آینده) سیاست‌گذاری فضای مجازی در ایران به نحوی است که اگر ابعاد جدیدی برای آن تعریف نشود و در راستای آن از میزان مداخله دولتی در امر سیاست‌گذاری کاسته نشود و به همان نسبت کنشگران و سیاست‌گذاران جدیدی وارد امر سیاست‌گذاری فضای مجازی در کشور نشوند تا بدین وسیله جهت سیاست‌گذاری فضای مجازی از صرف بالا به پائین تغییر پیدا نکند، در ادامه مسیر کنونی با مشکل مواجه شده و نیازمند بازنگری است؛ چراکه حتی در شرایط کنونی نیز ماحصل اعمال سیاستگذاری‌های موجود فضای‌مجازی، چیزی جز عدم تحقق اهداف مندرج در اسناد بالادستی در حوزه توسعه همه جانبه کشور و تبدیل‌شدن به قطب اول عملی و دانش و فناوری در خاورمیانه می‌باشد. عدم‌تحقق اهداف کلان و بالادستی در حوزه فضای مجازی در کشور، گواهی بر ناکارآمدبودن سیاست‌گذاری‌های موجود در حوزه فضای مجازی در ایران، می‌باشد.

بحث در مورد سیاست‌گذاری رسانه‌ای بدون بحث درباره نوع و میزان دخالت دولت دقیق نخواهد بود. با نگاهی به وضعیت فعلی فضای مجازی در ایران درحال‌حاضر سیاست گسترش و افزایش ظرفیت تبادل بین‌المللی داده‌ها از سیاست‌های جاری دولت است و افراد، سازمان‌ها و شرکت‌ها به‌گونه‌ای نامحدود به سرویس‌دهندگان رسانه‌های جدید، امکان دسترسی دارند. برای دسترسی به اینترنت هیچ‌گونه مجوز یا تأییدیه دولتی لازم نیست و هنوز سرویس‌دهندگان، اطلاعات مربوط به مشترکان، کاربران و محتوای داده‌های تبادل‌شده را به سازمان‌های دولتی ارائه نمی دهند (هاتف، ۱۳۹۵)، ضمن اینکه قانون یا دستورالعملی برای منع رمزگذاری محتوای داده‌های مبادله‌شده وجود ندارد. همچنین قانونی وجود ندارد که سرویس‌دهندگان را ملزم به کنترل محتوا کند یا آنان را مسئول محتوای ارائه شده روی سرویس‌های اینترنتی بداند.

مطابق یافته‌های بدست آمده از تحقیقات مختلف مورد بررسی از اثرات مهم شبکه‌های مجازی، کمرنگ‌شدن «مخاطب» و هویت‌یافتن «کاربر» است. این شبکه‌ها بستر مناسبی برای تولید، گزینش و توزیع محتوای ارتباطی و عامل مهمی برای تغییرات اجتماعی فرهنگی هستند؛ بسیاری از کنش‌های اجتماعی در فضای مجازی مورد نقد و بازبینی قرار می‌گیرد. بازاندیشی خود و بازاندیشی جمعی که ماحصل آن خود ارتقایی فرهنگی و اصلاح رفتار اجتماعی است. «انجورگ» (۲۰۱۳) معتقد است فضای مجازی می‌تواند بر تغییرات و تمایلات کاربران خود تأثیرگذار باشد. فضای مجازی، فضایی پیچیده، سطحی، پویا، متنوع و متکثر است. اما متأسفانه جامعه مجازی ایرانی به‌دلیل عدم‌سیاست‌گذاری‌های مناسب در رابطه با کاربران و اختلال در کنترل‌های اجتماعی رسمی و غیررسمی، قادر به خودتنظیمی مؤثر نیست. با سست‌شدن پیوندهای کاربران نسبت به یکدیگر و نسبت به جامعه، برخی از کاربران از کنترل‌ها و قواعد اجتماعی پیروی نمی‌کنند. تضاد فرهنگی، تناقض رفتار فردی و اجتماعی، ادغام حوزه خصوصی و عمومی، قشربندی اجتماعی و فرار از مسئولیت‌های اجتماعی، باعث بی سازمانی اجتماعی در فضای مجازی شده است. مطابق با نظر گیدنز (۱۳۹۲) در خصوص ازجاکندگی، فضای مجازی مرزهای جغرافیایی، قومی، زبانی، سنی و جنسیتی را کمرنگ نموده و پیچیدگی رفتار و منش ایرانیان را افزایش داده است. تغییرات اجتماعی، تغییر هنجارها و عادت‌واره‌ها، دگرگونی ارزش‌ها، شکاف نسلی، کاهش ارتباطات سازنده و رودررو، کمرنگ شدن حضور در فضاهای عمومی، تغییر در کودکی و نوجوانی، تحول نظام خانواده، ترویج مد و مصرف‌گرایی، پذیرش الگوها و سبک‌های غیربومی، تغییر در زبان گفتاری و نوشتاری، ازجمله نشانه‌های تغییر سبک زندگی ایرانی در سایه فضای مجازی است.

هرچند تحولات جدید در عرصه‌ی رسانه‌ها، راهی دشوار در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی رسانه‌ها پیش روی ما قرار داده است، بااین‌حال ایده‌ی اتصال سیاست‌گذاری رسانه‌ای با مسئولیت اجتماعی- چه در سطح دولت و حاکمیت و چه در سطح عموم جامعه- ایده‌ای راهگشا است که حداقل در ایجاد گفتمان سیاستی می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. در اینجا وجه مشترک میان رسانه‌های اجتماعی و ایده‌ی مسئولیت اجتماعی می‌توان یافت. این وجه مشترک به عنصر «تعاملی» رسانه‌های جدید برمی‌گردد. درواقع سویه‌های «مشارکتی» و «دوسویه‌ی» رسانه‌های اجتماعی، می‌تواند حلقه‌ی واسطی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی رسانه‌ای در نسبت با مسئولیت اجتماعی و به بیانی دیگر اتخاذ نگاه «مسئولانه» باشد. درواقع دولت با سیاست‌گذاری معنا می‌یابد و اساساً نمی‌تواند در عرصه‌ی گسترده ای همچون رسانه‌ها، منفعل عمل کند و از «قدرت» برآمده از آن چشم پوشی کند. از طرف دیگر، وجوه تعاملی رسانه‌های اجتماعی، مخاطبان را به متن تولید محتوا و تأثیرگذاری بر گفتمان‌های رسانه‌ای وارد کرده است و این ورود نیز بدون مسئولیت اجتماعی بحران زاست. از این جهت، دولت باید با ایجاد نگاه مسئولانه در سیاست‌گذاری رسانه‌ای، نسبتی بین مسئولیت خود با مسئولیت اجتماعی برآمده از موقعیت تعاملی رسانه‌های جدید برقرار کند.

تنظیم و اجرای برنامه‌هایی «کوتاه‌مدت»، «میان‌مدت» و «جامع» در «دوره‌ی پیش رو» باید ضمن توجه به شرایط جدید رسانه‌های اجتماعی، مبتنی بر ایجاد «شبکه‌های ملی» باشد تا امکان سیاست‌گذاری را فراهم کند. به نظر می‌رسد که «ایجاد رسانه‌های اجتماعی ملی» ، تنها امکان موجود برای سیاست‌گذاری است؛ سیاستی که هم می‌تواند نگاه مسئولانه‌ی نهادهای حکومتی و غیرحکومتی را پوشش دهد و هم به‌واسطه‌ی تعامل کاربران، در غنای مسئولیت اجتماعی عمل کند .سیاست‌گذاری رسانه‌ای در اغلب برنامه‌ها کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد و در برنامه‌های توسعه بخش ارتباطات میان فرهنگی به‌صورت کلی و با مفاهیمی مبهم و غیرعملیاتی تدوین می‌شود. سیاست‌گذاری رسانه‌ای باید بتواند نقشه راهی را در جهت برنامه‌ریزی عینی واقعیات محسوس مهیا سازد. همچنین سیاست‌گذاری رسانه‌ای مسائلی چون هویت، ساختار، تغییرات اجتماعی و حوزه عمومی مورد واکاوی قرار گرفته و درعین‌حال حفظ عناصر بر سازنده مفهوم دولت-ملت، مورد تاکید است.

در مجموع باید سیاست‌ها در رسانه، به گونه‌ای باشد که آسیب‌های موجود را برطرف کند و جهت ارتقای ظرفیت بیشتر و ظرفیت‌سازی نوین در این حوزه باشد. در نگاهی کلی، چند نکته را در سیاست‌گذاری رسانه‌ای باید مدنظر قرار داد:

۱.رویکرد متنوع و چند بعدی
۲.اعتماد سازی
۳.استفاده از ابزار جدید و مطابق با گروه هدف
۴.اقناع سازی افکار عمومی
۵.لزوم هماهنگ‌سازی بین ساختار، مدیریت، اندیشه و تفکرات دینی

شایان‌ذکر است که بخاطر جلوگیری از اطناب کلام، در نوشته دیگر بصورت مبسوط به هر یک از موارد فوق خواهم پرداخت.

منابع و مأخذ

ـــ اسماعیلی، محسن و نصراللهی، محمدصادق (۱۳۹۵)، پالایش فضای مجازی؛ حکم و مسائل آن از دیدگاه فقهی، دین و ارتباطات، سال ۲۳، شماره ۱: ۸۰- ۵۳.

ـــ اسمعیل پونکی، الهام؛ اسمعیلی گیوی، محمدرضا و فهیم نیا، فاطمه (۱۳۹۵)، بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش شناسی، پژوهش نامه پردازش و مدیریت اطلاعات، دوره ۳۲، شماره ۲: ۵۸۱- ۶۰۴.

ـــ باستانی، سوسن؛ خانیکی، هادی؛ اردکان زاده یزدی، سعید(۱۳۹۷)، مردم، رسانه های جریان اصلی و مصرف رسانه ای نوین، پیمایش مصرف، اعتماد، رضایت، مشارکت رسانه ای شهروندان تهرانی، فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، دوره ۴، شماره ۱۴، صص:-۱ ۳۳.

ـــ باشگاه خبرنگاران جوان (۸ بهمن ۱۳۹۴)، «جدا کردن محتوای خوب و بد در ارتباطات رمز شده وایبر و واتساپ غیر ممکن است.

ـــ بصیریان جهرمی، حسین؛ خانیکی، هادی(۱۳۹۳)، سیاستگذاران ایرانی و سیاستگذاری رسانه اجتماعی: چالش ها، الگوها و ارائه یک مدل پیشنهادی، فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۲۱، زمستان، صص: -۲۵ ۷۰.

ـــ بصیریان جهرمی، حسین(۱۳۹۳)، سیاست و مصرف رسانه های اجتماعی مجازی در ایران: چالش ها، الگوها و تبیین یک مدل پیشنهادی، رساله دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی.

ـــ بروجردی علوی، مهدخت؛ ایلالی، سید حسن(۱۳۹۷)، پیامد های زیست مجازی ایرانیان، فصلنامه مطالعات رسانه نوین، سال ۴، شماره ۱۶، .زمستان، صص: -۷۶ ۱۱۰.

ـــ بهرامی، کمیل (۱۳۸۸)، نظریه رسانه‌ها، تهران، نشر کویر.

ـــ پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه ای (۱۷/۱۲/۱۳۹۰)، «تشکیل شورای‌عالی فضای مجازی و انتصاب اعضای حقیقی و حقوقی آن»، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای.

ـــ تابناک(وب سایت خبری تحلیلی) بازیابی شده ۲۰ تیر ۱۳۹۲ از: www.tabnak.ir/fa/news/۲۲۱۵۳۲/

ـــ تبریزی، منصوره(۱۳۹۸)، رابطه رسانه ای شدن زندگی روزمره و سلامت خانواده، فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، سال ۵، شماره ۱۸، تابستان، صص: -۱۶۷ ۲۰۲

ـــ جعفری، علی(۱۳۹۳)، بررسی تطبیقی سیاستگذاری اینترنتی در کشورهای ایران، چین و روسیه، فصلنامه مطالعات ماهوراه و رسانه های جدید، سال نهم: ۱۴۲-۱۱۹.

ـــ جنتی، علی (۱۳۹۲)، چهار میلیون ایرانی عضو فیس بوک هستند؛ محدودیت استفاده از فیس بوک باید برداشته شود، مصاحبه وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با تلویزیون الجزیره انگلیسی؛ روزنامه شرق، شماره ، ص۲ ، مورخ ۲۴/۱۰/۹۲؛ بازیابی فایل مصاحبه دیداری شنیداری از :
www.aljazeera.com/programmes/talktojazeera/۲۰۱۳/۱۲/ali-jannati- unblocking-iran-social-media-۲۰۱۳۱۲۱۸۱۱۳۹۴۰۵۲۸۵۸۲.html -

ـــ حائری یزدی، آسیه؛ ملکی، عباس(۱۳۹۶)، و باز هم سیاست گذاری عمومی، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی، دوره ۷، شماره ۲۴، صص: ۱۱- ۲۰.

ـــ حسین نژاد کاشانی، بهزاد؛ نصرالهی کاسمانی، اکبر(۱۳۹۶)، شناسایی و طبقه بندی زمینه های سیاستگذاری عمومی فضای مجازی، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، سال ۲۴، شماره ۴، پیاپی(۹۲)، زمستان، صص: ۲۷- ۵۳.

ـــ حق‌شناس، محمد جواد (۱۳۹۷)، فرآیند سیاسی سیاستگذاری: رویکردی عمل گرایانه به سیاست گذاری عمومی، فصلنامه علمی - پژوهشی سیاست گذاری عمومی، دوره ۴، شماره ۲: ۲۲۰- ۲۰۹.

ـــ خانیکی، هادی، بابائی، محمود (۱۳۹۰)، فضای سایبر و شبکه های اجتماعی؛ مفهوم و کارکردها، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی، دوره اول، شماره ۱: ۷۱- ۹۶.

ـــ خانیکی، هادی(۱۳۹۴)، رسانه ای شدن فرهنگ در دنیای امروز، انجمن جامعه شناسی ایران، باز یابی فایل در ساعت ۱۱.۱۳ دقیقه ، ۴دی ماه از:
http://www.isa.org.ir/

ـــ خانیکی، هادی؛ بابایی، محمود(۱۳۹۰)، فضای سایبر و شبکه های اجتماعی، مفهوم و کارکرد ها، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی، دوره ۲، شماره ۱، پاییز و زمستان، صص: ۷۱- ۹۶.

ـــ خبرگزاری ایسنا (۲۹ بهمن ۱۳۹۴)، «وزیر ارتباطات در گفتگو با ایسنا: در فیلترینگ هوشمند فقط امنیت حریم خصوصی مورد تأکید است».

ـــ خواجه سروری، غلامرضا؛ بیات، مرتضی(۱۳۹۶)، سیاستگذاری رسانه مطلوب در جمهوری اسلام ایران، دو فصلنامه علمی- پژوهشی دین و ارتباطات، سال ۲۴، شماره ۲، پیاپی(۵۲)، پاییز و زمستان، صص: ۱۰۵- ۱۳۱.

ـــ دالی، تامس و ماکویی، سویل (۱۳۸۷)، مدل های تحلیل سیاستگذاری عمومی، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال یازدهم، شماره اول، شماره مسلسل ۳۹.

ـــ دانایی فرد، حسن (۱۳۹۲)، درآمدی بر نظریه خط مشی گذاری عمومی، تهران، نشر صفار.

ـــ دوران، بهزاد (۱۳۸۱)، تأثیر فضای سایبر بر هویت اجتماعی، پایان نامه دکتری دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.

ـــ دهقان، علیرضا، (۱۳۷۸)، بررسی تأثیر رسانه‌ها بر افکار عمومی (کاربرد یک الگوی جامعه شناختی)، نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۳، صص ۳- ۲۵.

ـــ ذکایی، محمد سعید(۱۳۸۳)، جوانان و فراغت مجازی، فصلنامه مطالعات جوانان، شماره ۶، صص: ۱- ۲۵.

ـــ رجبی، زهره (۱۳۸۹)، بازنمایی گرایشهای سیاسی کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی مجازی: با مطالعه موردی فیسبوک. پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی: دانشکده علوم اجتماعی.

ـــ رجبی، عبداله و ترازی، نسرین (۱۳۹۶)، بررسی انتقادی حاکمیت حقوقی ساختار فنی اینترنت بر فضای مجازی، فصلنامه تحقیقات حقوقی شماره ۸۰، صص: ۲۸۳-۳۰۷.

ـــ رحمانی زاده دهکردی، حمید رضا(۱۳۹۴)، سویه های غیر دموکراتیک فضای مجازی و ساختار سیاسی- اجتماعی دولت، فصلنامه دولت پژوهی، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۱، شماره ۳، پاییز، صص: ۸۱- ۱۱۰.

ـــ رسولی، محمد رضا؛ مرادی، مریم(۱۳۹۱)، میزان مشارکت دانشجویان علوم ارتباطات در تولید محتوای رسانه های اجتماعی، فصلنامه علمی- پژوهشی فرهنگ و ارتباطات، شماره ۱۳، پیاپی(۱۹)، صص: ۱۱۳- ۱۴۰.

ـــ رفیعی دولت آبادی، مجمد رضا؛ عبدالرحمانی، رضا؛ ترابی، یوسف؛ کشیشیان سیرکی، گارینه(۱۳۹۸)، تأثیر سیاست گذاری دولت در حوزه شبکه های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی، فصلنامه پژوهش های اطلاعاتی و جنایی، سال ۱۴، شماره ۴، زمستان، صص: ۱۵۳- ۱۷۶.

ـــ رضایی، مهدی و بابازاده مقدم، حامد (۱۳۹۳)، اصول تدوین قوانین و مقررات برای اینترنت با تأکید بر مصوبات یونسکو و شورای اروپا، فصلنامه پژوهش حقوق عمومی، شماره ۴۲: ۸۲-۹۳.

ـــ روشندل اربطانی، طاهر؛ مقیمی، سید محمد؛ بشیر، حسن؛ ظریفیان یگانه، محمد حسین(۱۳۹۶)، طراحی مدل سیاستگذاری رسانه ای اتحادیه رادیو و تلویزیون های اسلامی مبتنی بر رویکرد همگرایی محتوایی، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، سال ۲۴، شماره ۲، پیاپی(۹۰)، تابستان، صص: ۹- ۳۰.

.ـــ روشندل اربطانی، طاهر(۱۳۹۷)، سیاستگذاری رسانه ای، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
ـــ روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۴)، پژوهشی بنیادین در حوزه مفاهیم نظری سیاستگذاری رسانه ای، مدیریت، مدیریت دولتی (دانشگاه تهران)، پاییز ۱۳۹۴، دوره هفتم - شماره ۳ (علمی - پژوهشی)، صص: ۴۸۱ تا ۵۰۴.

ـــ روشندل اربطانی، طاهر؛ لبافی، سمیه(۱۳۹۱)، تبیین عوامل مؤثر بر فرایند سیاستگذاری رسانه ای در سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مجله رسانه، شماره ۲۳، پیاپی(۱)، صص: ۱۳۱- ۱۴۸.

ـــ رودساز، حبیب؛ قربانی زاده، وجه اله؛ شادمهری، نیکیتا؛ سید موسوی، سید حسن(۱۳۹۷)، تبیین الگوی بومی توسعه مشارکت الکترونیک در سیاستگذاری ایران، فصلنامه علمی پژوهشی سیاستگذاری عمومی، دوره ۴، شماره ۲، تابستان، صص: ۸۱- ۱۰۳.

ـــ رهبر قاضی، محمودرضا؛ آشنایی، سهیلا و شهریاری، اعظم (۱۳۹۶)، بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های مجازی و گسترش فرهنگ سیاسی دموکراتیک: مطالعه موردی شهروندان شهر اصفهان، فصلنامه علمی - پژوهشی سیاست گذاری عمومی، دوره سوم، شماره دوم: ۲۳۳- ۲۱۷.

ـــزردار، زرین؛ خانیکی، هادی(۱۳۹۳)، علم در رسانه ها، بررسی فرایند برساخته شدن علم در چارچوب های رسانه ای، پژوهش نامه پردازش و مدیریت اطلاعات، دوره ۲۹، تابستان، شماره ۴، (۷۸)، صص: ۸۷۵- ۹۰۲.

ـــ ریتزر، جورج(۱۳۷۴)، بنیان های جامعه شناختی: خاستگاه‌های ایده‌های اساسی در جامعه شناسی، ترجمه تقی آزاد ارمکی، تهران: نشر سیمرغ.

ـــ ساروخانی، باقر؛ بابایی فرد، اسداله(۱۳۹۲)، اینترنت و جهانی شدن و هویت فرهنگی در ایران، تهران، نشر دیدار.

.ـــ ساروخانی، باقر(۱۳۹۴)، جامعه شناسی ارتباطات، تهران، انتشارات اطلاعات، چاپ ۲۸-

ـــ سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۴)، نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

شریفی، سید مهدی؛ مرزبان، بیتا؛ لبافی، سمیه(۱۳۹۷)، آسیب شناسی سیاستگذاری تولید محتوای فضای مجازی در ایران، فصلنامه مدیریت دولتی، شماره ۱۰، پیاپی(۲)، صص: ۲۵۱- ۲۶۸

:شورای عالی انقلاب فرهنگی(۱۳۹۲)، مقررات و ضوابط شبکه های اطلاع رسانی رایانه ای، مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی، مشاهده شده ۳ دی ماه ۱۳۹۹، به آدرس
www.rc.majlis.ir

صیفی آریان، یحیی(۱۳۹۰)، مقایسه ارتباطات مشارکتی کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی گوگل ریدر و فیس بوک، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات

عاملی، سید سعید(۱۳۹۷)، سیاستگذاری دولت الکترونیک، تهران، نشر امیر کبیر

عاملی، سعید رضا؛ حسنی، حسین(۱۳۹۱)، دو فضایی شدن آسیب ها و ناهنجاری های مجازی: مطالعه تطبیقی سیاستگذاری های بین المللی، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره ۵، شماره ۱، بهار، صص: ۱- ۳۰

غفاری، پاشیل (۱۳۹۰)، تحول نظریه توسعه در عصر جهانی شدن و هویت ملت ها، مطالعات راهبردی جهانی شدن، سال دوم، پیش شماره دوم: ۱۱۱- ۱۳۰

فاضلی، محمد(۱۳۸۶)، جامعهشناسی مصرف موسیقی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات

فرقانی، محمد مهدی؛ مهاجری، ربابه(۱۳۹۷)، رابطه بین میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و تغییر سبک زندگی جوانان، فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، دوره ۴، شماره ۱۳، صص: ۲۵۹- ۲۹۲

فروزان، حامد؛ فروزان، یونس(۱۳۹۲)، آینده پژوهی سیاست گذاری فضای مجازی در برخی کشورهای آسیایی با تأکید بر جمهوری اسلامی ایران،اولین کنفرانس بین المللی (حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه
https://civilica.com/doc/۴۹۶۳۵۶،،و حماسه اقتصادی(با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)،رودهن

فرهنگی، محمد مهدی؛ میر ترابی، سعید؛ گلشنی، علیرضا(۱۳۹۸)، تبیین سیاست گذاری فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران(الزامات و اصلاح در چارچوب اهداف مورد نظر در اسناد بالا دستی)، فصلنامه پژوهش های انقلاب اسلامی، انجمن علمی انقلاب اسلامی ایران، سال ۸، پاییز، صص ۱۱۱- ۱۳۲

فرخی، میثم؛ نادری نژاد، مهدی(۱۳۹۸)، تحولات سیاستگذاری فرهنگی شبکه های اجتماعی مجازی در جمهوری اسلامی ایران، مورد مطالعه تحلیل اسناد بالادستی(۱۳۷۰-۱۳۹۶)، فصلنامه علممی مطالعات فرهنگ- ارتباطات، سال ۲۰، شماره ۴۸، زمستان، صص: ۱۱۳- ۱۳۳

قلی‌پور، آرین، پیران نژاد، علی (۱۳۸۹)، ارتقای اعتماد عمومی و دموکراسی الکترونیکی: تبیین نقش دولت الکترونیک، پژوهش های مدیریت در ایران، سال ۱۲: ۲۱۹- ۲۵۶

پور، رحمت‌الله و ابراهیم غلام‌پور آهنگر (۱۳۸۹)، فرایند سیاست‌گذاری عمومی در ایران، تهران: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی‌قلی

قوچانی خراسانی، محمدمهدی و حسین پور، داود (۱۳۹۶)، حاکمیت شبکه ای در نهادهای پژوهشی امنیت سایبری، فرایند مدیریت توسعه، دوره ۳۰، شماره ۱: ۸۰- ۵۱

کاستلز، مانوئل(۱۳۸۰)، عصر اطلاعات، اقتصاد و جامعه و فرهنگ(جلد ۱، ظهور جامعه شبکه ای)، ترجمه احد علیقلیان، افشین خاکباز و حسن چاوشیان، تهران، نشر طرح نو

کاستلز، مانوئل(۱۳۹۳)، قدرت ارتباطات، ترجمه حسین بصیریان جهرمی، تهران، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

کاستلز، مانوئل(۱۳۸۴)، گفتگو با مانوئل کاستلز، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی

:کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه رایانه‌ای (۸ دی ۱۳۹۲)، «فهرست مصادیق محتوای مجرمانه»، کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه رایانه‌ای، برگرفته شده از
https://internet.ir/crime_index.html

کوثری، مسعود(۱۳۸۶)، جهان فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه دوست یابی اورکات، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات

گوانتر، بری، (۱۳۸۴)، روش‌های تحقیق رسانه‌ای، [ترجمه] مینو نیکو، تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما

گیدنز، آنتونی(۱۳۹۲)، پیامدهای مدرنیته، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر مرکز

لاوئری، شروان ای، دی فلور، ملوین ال، (۱۳۹۰)، نقاط عطف در پژوهش‌های ارتباطی «تأثیرات رسانه». [ترجمه] محمد گذرآبادی، تهران: نشر دانژه

مبینی دهکری، علی(۱۳۹۷)، معرفی ابعاد ساختاری نوآوری فراگیر و کاربرد آن در خط مشی گذاری عمومی برای کاهش نابرابری، فصلنامه علمی - پژوهشی سیاست گذاری عمومی، دوره ۴، شماره ۲: ۳۳-۵۶

مک کوئیل، دنیس(۱۳۸۳)، سیاستگذاری رسانه ای، ترجمه مریم بنی هاشم، مجله رسانه، شماره ۱۵، پیاپی(۵۸)، صص: ۳۹- ۶۰

مطهری، مرتضی (۱۳۹۰)، پیرامون جمهوری اسلامی ایران، تهران، انتشارات صدرا

مطهری، مرتضی (۱۳۹۲)، اخلاق جنسی، تهران، انتشارات صدرا

مهدی زاده، سید محمد(۱۳۹۱)، نظریه های رسانه اندیشه های رایج و دیدگاه انتقادی، تهران، انتشارات همشهری

نوری مراد آبادی، یونس(۱۳۹۱)، بررسی گرایش دانشجویان دانشگاه های تهران به شبکه های اجتماعی فیس بوک و عوامل مرتبط با آن، بررسی تطبیقی دیدگاه های خبرگان رسانه و کاربران فیس بوک، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه تهران، دانشگاه مدیریت

نورائی، مهرداد(۱۳۹۲)، ارتباطات رسانه ای، فرهنگ و هویت در فرایند جهانی شدن، جامعه پژوهشی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۴، شماره ۳، پاییز، صص ۱۳۷- ۱۵۱

ویمر، راجردی و دومینیک، جوزف، آر، (۱۳۸۴)، تحقیق در رسانه‌های جمعی، [ترجمه] کاووس سید امامی، تهران: انتشارات سرش

ویندال، سون و بنوسیگنایترز، جین اولسون. (۱۳۸۷)، کاربرد نظریه¬های ارتباطات، [ترجمه] علیرضا دهقان، تهران: نشر جامعه شناسان

هاتف، مهدی(۱۳۹۵)، چالش ها، چشم انداز های امنیت در فضای مجازی، ماهنامه توسعه انسانی پلیس، شماره ۶، پیاپی(۲۲)، صص: ۱۷- ۹۳

هیرشکوب، کن (۱۳۷۹)، دموکراسی و تکنولوژی‌های جدید، ترجمه رضا مریدی، در جامعه انفورماتیک و سرمایه داری: واقعیت و اسطوره، گردآوری خسرو پارسا، تهران، آگاه

یزدانی زازرانی، محمد رضا(۱۳۹۶)، شناخت فرآیند سیاست گذاری عمومی، با نگاهی کلی به مفاهیم، نظریه ها و مدل ها، فصلنامه علمی پژوهشی سیاستگذاری عمومی، دوره ۳، شماره ۴، زمستان، صص: ۱۸۹- ۲۰۱

- Angleman, S. (۲۰۰۰). Uses and Gratifications and Internet Profiles: A Factor Analysis. Is Internet Use and Travel to Cyberspace Reinforced by Unrealized Gratifications? Paper presented at the Western Science Social Association ۲۰۰۱ Conference held in Reno, NV.
- Barman, S. (۲۰۰۴). Where Has Media Policy Gone? In The Communication Law and Policy, Sage Publication.
- Bourdieu, Pierre.(۱۹۹۳). Acts of Resistance: Against the New Myths of our Time. Cambridge: Polity Press
- Bourdieo, PS. (۱۹۹۰) The logic of practice. Cambridge: policy press
- Senn, M. (۲۰۱۱). Non–State Regulatory Regimes – Understanding Institutional Transformation. Berlin Heidelberg, Springer Publishers. Castells, Manuel (۲۰۰۹). Communicaiton Power. UK: Oxford University Press.
- Castells, Manuel.(۲۰۱۱).Communication Power, Oxford University Press.

– – Clarck, Lynn Schofield (۲۰۱۲). Parent App: Understanding Families in the Digital Age. Oxford university press.
– Dylko, Ivan B. (November ۲۰۱۵), " How Technology Encourages Political Selective Exposure", Communication Theory, Volume ۲۶, Issue ۴, ۱ November ۲۰۱۶, Pages ۳۸۹-۴۰۹, https://doi.org/۱۰.۱۱۱۱/comt.۱۲۰۸۹.
– Elmer Laurel (۲۰۰۲), " Vietnam: ICT Assessment Synthesis Report Vietnam's ICT Enabling Environment: Policy, Infrastructure and Applications", for U.S. Agency for International Development Hanoi, Vietnam.
– Feick, Jurgen; Werle, Raymund (۲۰۱۰): Regulation of Cyberspace. In Robert Baldwin, Martin Cave, Martin Lodge (Eds.): The Oxford handbook of regulation: Oxford Handbooks Online.
– Freedman, D. (۲۰۰۸). The Politics of Media Policy, Cambridge, UK, Polity Press, ISBN ۹۷۸-۰۷۴۵۶-۲۸۴۲-۴
– Furlong, Scott (۲۰۰۳): Regulatory Policy, Role and Importance of. In Jach R. Rabin: Encyclopedia of Public Administration and Public Policy, Volume ۲.
– Garnham, N .(۱۹۹۸). The media; An Introduction, London, longman. Retrieved from: https://www.taylorfrancis.com/books/۹۷۸۱۳۱۵۸۳۴۳۶۸Hauben, Michael and Ronda Hauben (۱۹۹۷) Netizens: On the History and Impact of use net and Internets, Los Alamitos: IEEE– Computer Society.
– Greenfiled, Paul & Rickwood, Peter & Tran, Hun Cuong (۲۰۰۱), Effectiveness of Internet filtering Software Products, CSIRO.
– Hanna, NagyK., Guy. Ken, Arnold, Erike (۱۹۹۵), "The Diffusion of Information Technology: Experience of Industrial Countries andLessons for Developing Countries", World Bank, Article • February ۱۹۹, available at: https://www.researchgate.net/publication/۵۰۷۷۶۶۸
– Hutchison, David,(۱۹۹۹). Media Policy, Black – Well.
– Howard, T. (۲۰۰۹). Media power, professionals and policies, sage publications.
– Holmes David , ۲۰۰۵ , Communication theory , media , technology and society , London , Thousands oaks , Sage publications
– Jenkins, H. (۲۰۰۶). Convergence Culture: Where old and New Media Collide, New York University Press.
– Katz, E. (۱۹۵۹) “Mass communications research and the study of popular culture”, in Studies in Public Communication, Vol. ۲, pp. ۱–۶.
– Kleymeyer, Charles david (۱۹۹۴) Cultural Expression and Grassroots Development: Cases From Latin America and the Caribbean, Lynne Rienner Publishers.
– Cuilenburg, J.V. & McQuail, D. (۲۰۰۳). Media Policy Paradigm Shifts. European Journal of Communication, ۱۸(۲): ۱۸۱-۲۰۷.
– Kwach, K. & Ronstel, T. (۱۹۹۹). The context of the regulation of TV broadcasting in East Asia, Gazette, ۶۱(۳-۴): ۲۵۵-۲۷۳.
– Laughey, D. (۲۰۰۷) Key Themes in Media Theory, McGraw Hill Publication.
– Lee, P, Y, (۲۰۰۳),” Structural and Content–based Analysis for Web Filtering”, Internet research: electronic networking applications and policy, Vol ۱۳, No. ۱.
– Lessig, Lawrence (۲۰۰۶), Code: V. ۲, Basic Books, New York.
– Lallana, E. (۲۰۰۴). An overview of ICT Policies and E–strategies of Select Asian Economies, New Delhi: A division of Reed Elsevier India Private Limited. Retrieved from: http://www.apdip.net/publications/ict۴d/ict۴dlallana.pdf
– Lundby, K. ۲۰۰۹. Medialization: Concept, Changes, Consequences. New York: Peter Lang Publishing.
– Mesch, G. S. (۲۰۰۶). “Family characteristics and intergenerational conflicts over the Internet”. Information, Communication & Society, ۹(۴), ۴۷۳-۴۹۵.
– Maturo, Antonio. (۲۰۰۴). Network Governance as a Response to Risk Society Dilemmas: A Proposal from the Sociology of Health. Topoi, ۲۳.

- McQuail, D, (۲۰۰۹). Mass communication theory, London: sage.
- Meng, Q. and M. Li. (۲۰۰۲). New Economy and ICT Development in China. Information Economics and Policy ۱۴ (۲): ۲۷۵-۲۹۵. Retrieved from: https://doi.org/۱۰.۱۰۱۶/S۰۱۶۷-۶۲۴۵(۰۱)۰۰۰۷۰-۱
- Meier, Kenneth J.۱۹۸۵. Regulation: Politics, Bureaucracy, and Economics.
- Monygomery, K. (۲۰۰۷). Youth and Digital Media: A Policy Research Agenda. journal of adolescent health, ۲۷(۲): ۶۱-۶۸.
- Rahnema, Majid and Victoria Bawtree(۱۹۹۷) The Post-Development Reader, London: Zed Books.
- Rist ,Gilbert(۲۰۰۳) The History of Development: From Western Origins to Global Faith, Expanded Edition, London: Zed Books.
- Seyfang ,Gill and Adrian Smith (۲۰۰۷)Grassroots innovations for sustainable development: Towards anew research and policy agenda, Environmental Politics, Vol. ۱۶ Issue ۴, p۵۸۴-۶۰۳
- Sloane Burton, James (۲۰۰۲), The Internet and Society: Key Issues, in the Internet and Society, translated by Abbas Gilori et al., Tehran, Librarian Publishing.
- Suler, J. (۲۰۰۵) The Psychology of cyber spsce. Department of psychology. Sience of technology Center Rideruniversity. http: //users ride. Edu
- Veljanovski, Cento G. (۲۰۰۷), Economic Principles of Law, Cambridge University Press.
- Weller, Susie.(۲۰۰۷). Teenagers Citizenship. London: Rutledge
- Wilson C (۲۰۱۲). Media and Information Literacy: Pedagogy and Possibilities. ۲۰(۳۹).
- http://www.bbc.co.uk./Persian/science/story/۲۰۰۶/۰۱/۰۶۰۱۲۰
- http://www.spzone.com/articles/proxyfagen.htm
- Weber, R. (۲۰۱۲). Future Design of Cyberspace Law. Journal of Politics and Law, (۵), ۱-۱۴.

تحلیل سازوکار برانگیخته‌شدن احساس محرومیت نسبی توسط رسانه‌ها و فضای مجازی

گفتگو با سید حسین نبوی؛ استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی

مصاحبه کنندگان: معصومه قاسمی، مجتبی اسلامی

سوالها

امروزه فضای مجازی چه رابطه ای با فضای واقعی دارد؟

فضای مجازی آیا در سبک زندگی مردم تاثیر گذاشته است؟ و اینکه چه قشری بیشتر آسیب میبیند در این بین؟

اساسا بایستی فرق گذاشت بین سبک زندگی لاکچری و سبک زندگی خوب و سالم
اگر فضای مجازی، محرومین را به دومی یعنی سبک زندگی خوب بدون فقر تشویق کند آنگاه نظر شما چیست؟

آیا این تشویق، میتواند منجر به یک کنش سیاسی از جانب محرومین هم بشود؟ که اگر بشود پس بایستی امر مطلوبی باشد؟

به‌نظر می‌آید که امروز، در این شرایط خاصی که ما در آن به سر می‌بریم، مردم ایران حرص و ولع خاصی دارند تا از همه چیز اطلاع پیدا کنند. این سبب شده که برخی لایه‌ها و نسل‌ها، خصوصاً جوانان، به اینترنت و فضای مجازی هجوم بیاورند. البته این رویداد عللی دارد:

جامعه ایرانی از آنجا که یک جامعه‌ی نقیضی است و یک بی‌اعتمادی نسبت به دولت و نسبت به همدیگر، به‌طور سنتی در جامعه ما وجود دارد، هرآنچه که توسط حکومت و دولت، بر زبان آورده می‌شود پذیرفته نمی‌شود و افراد می‌کوشند خودشان صحت و سقم آن را مورد کنکاش و کاوش قرار دهند.

در بیشتر مواقع، دروغ گفتن مدیران پیش فرض گرفته می‌شود و آن را حمل بر توطئه یا خدعه و نیرنگ و فریب می‌کنند. از این رو به علت وجود رمزگان بی‌اعتمادی در جامعه و فرهنگ ایران، کنش دروغ‌گویی و فریب، در جامعه ما رواج بسیار دارد. رواج بسیار دروغ و فریب سبب شده که مهارت تشخیص این کنش -مطابق مفهوم پردازی گیدنز، هوشمندی (Knowledgeability) - نیز در افراد بسیار تقویت شده‌است، به سخن دیگر حساسیت نسبت به آن خیلی افزایش پیدا کرده‌است. با این حال از مهارت دروغ گفتن به‌مثابه یک ابزار، یک شگرد و یک فن و یک راهبرد در زندگی اجتماعی استفاده می‌کنند و مکرر آن را به کار می‌گیرند.

این‌ها شرایط، مقتضیات، زمینه‌ها و محیطی است که به‌لحاظ فرهنگی وجود دارد و مردم به اقتضای همین شرایط فرهنگی اشتیاق وافری پیدا می کنند که درباره‌ی همدیگر اطلاع دقیق به دست بیاورند تا بتوانند بقای خودشان را در جامعه حفظ و تضمین کنند[1]. ما در جامعه‌ای زندگی می کنیم که منابع به‌علت افزایش جمعیت، رفته‌رفته کمیاب می‌شود. کمبود منابع باعث ایجاد رقابت در زمینه‌ها و عرصه‌های مختلف برای بقا می‌شود و ایجاب می‌کند که افراد تلاش کنند تا موقعیت خودشان را نه تنها حفظ کنند، بلکه در مواردی آن را ارتقاء بدهند.

همچنین، ما جامعه‌ای داریم که در سطح فرهنگی، به علت شیوه و کیفیت جامعه‌پذیری، جامعه‌ای به‌شدت تبعیض‌گرا و توأماً احترام‌جو و حرمت طلب است. از این رو کنشگران این جامعه، می‌کوشند که موقعیت های بهتر و انحصارتری را در بسیاری از عرصه‌ها مانند اقتصاد، سیاست، دین، علم، فرهنگ، و... در اختیار خود بگیرند. موقعیت ممتازی را برای خودشان رقم بزنند و بدین‌شیوه هم از پاداش اجتماعی و هم از پاداش اقتصادی و در واقع از پاداش روانی(احترام) برخوردار شوند. بنابراین جامعه ی ایران جامعه‌ای است که شرایط فرهنگی خاصی دارد و این شرایط فرهنگی خاص انگیزه‌ای جدی را برای افراد جامعه ایجادکرده که به‌شدت به فضای مجازی هجوم آورند تا نیازهای شناختی خود را از طریق این فضا برآورده سازند. هر از چندی برخی از این شبکه¬های اجتماعی مسدود می شود، تا افراد به آنها کمتر مراجعه کنند. اما افراد - که تجربه فراوانی برای دور زدن اوامر و نواهی والدین، در دوره جامعه پذیری اولیه و ثانویه خود، دارند- گاهی از روی تقابل و گاهی بنابه دلایل واقعی، راه‌های دیگری را برای دسترسی به اطلاعات و برآوردن نیازهای شناختی خود پیدا می‌کنند.

بنابراین پاداش روانی، نیازی‌های فرهنگی، سوابق تاریخی شکاف بین دولت و ملت و دلایل گوناگون دیگری وجود دارد که اشتیاق افراد را برای فضای مجازی زیاد می‌کند. این ها سبب شده‌است که افراد زیادی در فضای مجازی حضور داشته باشند.

مطابق با آمارهایی که اعلام می‌شود، ما می‌دانیم که تعداد قابل ملاحظه ای از جامعه‌وندان، خصوصاً نسل جوان (به ویژه دختران و خانم‌های جوان) در فضای مجازی حضور دارند[2].
این حضور و فعالیت زیاد، خود البته پیامدهای مهمی را شکل می‌دهد: یکی از آن‌ها، این است که فضای مجازی اکنون در حال شکل‌دادن به فضای واقعی ماست. ما از گذشته‌ها، این پیش‌فرض را داشته‌ایم که فضای واقعی ما اصلی‌تر است، آنچه‌که به‌طور واقعی وجود دارد در فضای زندگی واقعی ماست و فضای مجازی حالت مصنوعی و غیرواقعی دارد و چندان تاثیرگذار بر روی فضای واقعی نیست. اما آنچه¬که ما اکنون می‌بینیم، این است که فضای مجازی در میان خیلی‌ها و به ویژه در نزد نسل جوان، جدی و خیلی جدی گرفته می‌شود. در شرایط کرونا این وضع شدیدتر نیز شده و اگر هم شرایط کرونا به‌وجود نمی‌آمد، باز هم تعداد افرادی که مبتنی بر آن‌چه که از فضای مجازی یادگرفته و براساس آن عمل می‌کردند، خیلی زیاد بود.

من می‌خواهم عرض کنم که فضای مجازی تاثیر تعیین‌کننده‌ای پیدا کرده است. این تاثیر تعیین‌کننده از جوانب مختلف قابل بررسی هست. اما آنچه که من بر روی آن می‌خواهم تأکیدکنم این است که فضای مجازی نوعی احساس روانی خاص در میان کاربران و استفاده‌کنندگان از آن ایجاد می کند. وقتی‌که در برخی از این فضاهای مجازی این امکان بیشتر به‌وجود می آید که افراد بتوانند موفقیت‌های اقتصادی یا اجتماعی خودشان، یا خرید کالاها و خدمات گران‌قیمتی را که دیگران ممکن است به راحتی به آن دسترسی پیدا نکنند، یا دست یافتن به موقعیت‌های کمیاب و نادر را - که دیگران نمی توانند به سهولت به آن موقعیت ها دست یابند- به راحتی در معرض نمایش برای دیگران بگذارند.

مثلاً کسی خودروی گران‌قیمتی را خریداری کرده، دیگری دارای یک آپارتمان یا ویلای زیبا و مجللی شده یا برای مدتی در آن به سر می برد، کسانی هنگام تعطیلات برای تفریح به نقاط توریستی یا خارج از کشور و... می¬روند، دیگری دوست جدیدی پیدا کرده یا صاحب یک موقعیت کمیاب به نام «ازدواج» شده‌است یا مراسم و آئین¬ها و مناسک با شکوه دیگری را برگزار کرده‌است. همه آنها، دستیابی به این موقعیت‌ها را که برای اکثریت افراد جامعه قابل دستیابی نیست و از این رو نیل به آن به نوعی نشان‌دهنده موفقیت آنهاست، در فضای مجازی به نمایش می‌گذارند.

این به نمایش گذاشتن موقعیت‌های حاکی از موفقیت، سبب شکل‌گیری احساس محرومیت نسبی برای مشاهده‌کنندگان آن می‌شود. زیرا در آن‌ها هم میل و آرزوی دست‌یافتن به چنان موقعیت‌هایی برانگیخته می‌شود اما از آنجا که به راحتی نمی‌توانند به آن دست یابند، احساس نارضایتی در آنها به وجود می‌آید. در این‌گونه مواقع - ناخودآگاه- می‌کوشند تا فرد یا افرادی را به عنوان مقصر، شناسایی کند و تقصیر این وضعیت (حاکی از ناکامی) خود را به گردن وی بیندازند.

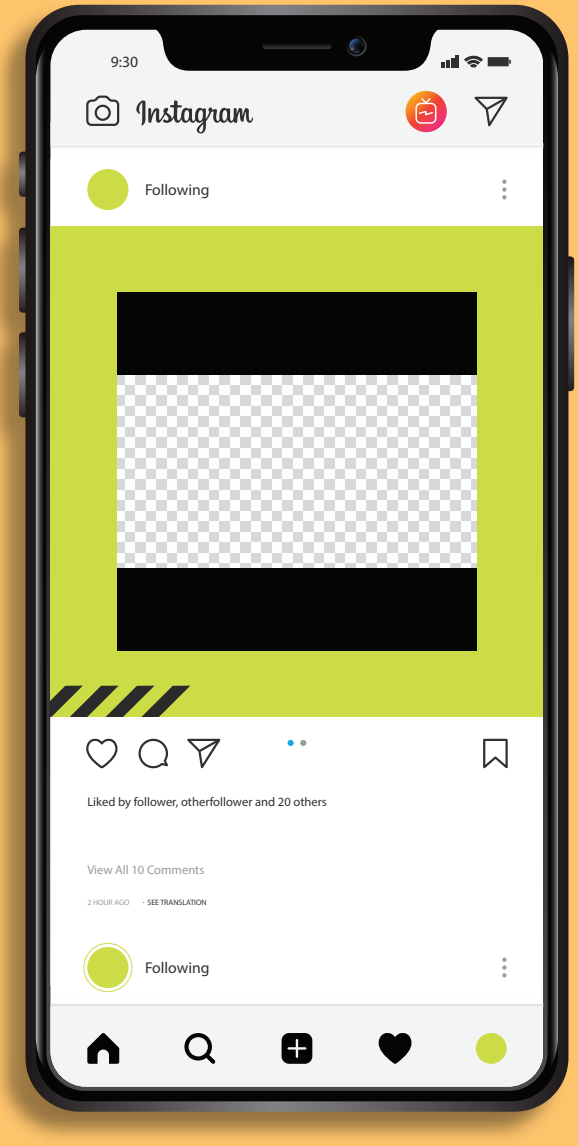
مثالی را ذکر کنم که در این شرایط فرهنگی، بیش از مسایل دیگر، مسئله شده است. فرض کنید کسی ازدواج می‌کند و در این ازدواج، همسری را انتخاب می‌کند که از نظر تحصیلی، وجاهت، موقعیت خانوادگی، موقعیت اقتصادی و دیگر چیزها، از جایگاه ممتازی برخوردار است، طوری که دیگران به راحتی نمی‌توانند به چنین موقعیت‌هایی دست یابند و افراد دیگر هم نمی‌توانند به راحتی، همسری برگزینند که چنین ویژگی‌هایی داشته باشد.

فرد، این ازدواج خود را در فضای مجازی به نمایش می‌گذارد.

۱- البته این بقا با آن بقایی که مورد نظر زیست‌شناسان است، متفاوت است: افراد در جامعه نه تنها از نظر زیستی، بلکه از نظر اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی نیز می خواهند بقا داشته باشند. همچنان که بوردیو مفهوم سرمایه مارکس را در چند بعد دیگر توسعه داد و از سرمایه اجتماعی ، سرمایه فرهنگی ، سرمایه نمادین در کنار سرمایه اقتصادی سخن می گفت به نظر من می توان از بقای فرهنگی، بقای اجتماعی، بقای سیاسی و بقای اقتصادی در کنار مفهوم بقای زیستی مورد نظر داروین و دیگران سخن گفت و مفهوم پردازی های جدیدی ارایه کرد. هرکدام از آنها البته تعریف مفهومی و عملیاتی خاص خود را دارد که اینجا، جای پرداختن به آن نیست. بطور خلاصه، این بقای افراد در جامعه عمدتاً از جنس بقای زیستی (زندگی در مقابل مرگ) نیست، بلکه یک قدم بالاتر است: زندگی و مرگ نمادین. در جامعه گرچه خشونت وجود دارد اما همه افراد زنده می‌مانند، ولی خشونت موجود در جامعه در مقایسه با خشونت وحشیانه در طبیعت -که جانداری توسط جاندار دیگری شکار و خورده یا بلعیده می شود تا دومی به بقای خود ادامه دهد- تا حدود زیادی ملایم تر است. بنابراین بقایی که در جامعه وجود دارد با بقایی که در محیط طبیعی وجود دارد از نظر کیفی، تفاوت زیادی دارد ، ولی عنصر مشترک هر دو این است که در جامعه برخی افراد و گروهها و لایه ها می کوشند، ثمره هستی و زندگی افراد دیگر را به کمک انواع شیوه های مورد تأیید -یا عدم تأیید- فرهنگ ، از آنِ خود کنند.

۲- در حال حاضر بیش از ۵۰ میلیون نفر در واتساپ، بیش از ۴۹ میلیون نفر در تلگرام و حدود ۴۷ میلیون نفر در اینستاگرام حضور دارند.

این عمل سبب می‌شود که افراد دیگری که او را می‌بینند در درون آن‌ها نوعی احساس خود کم‌بینی و یک نوع احساس حرمان شکل بگیرد. این احساس محرومیت در شرایط عادی - یعنی شرایطی که رسانه، زندگی واقعی افراد را آلوده نکرده و آرامش آنها را مبدل به اضطراب نکرده‌است- وجود ندارد. وقتی که آدم‌ها موقعیت کنونی خودشان را با موقعیت‌شان در ۵ سال قبل، یا در ۱۰ سال قبل، یا در ۱۵ سال قبل مقایسه می‌کنند از آنجا که در طی این سالها پیشرفت های صعودی داشته‌اند، یک نوع احساس رضایتی در آن‌ها شکل می‌گیرد و احساس خرسندی می‌کنند. اما وقتی که خودشان را با شخص دیگری مقایسه می‌کنند، گذشته‌ی خودشان فراموش می‌شود.



از این دو نوع مقایسه اجتماعی - عمودی و افقی- نوع افقی آن توسط رسانه ها و فضای مجازی تشدید می‌شود و باعث احساس محرومیت نسبی و نارضایتی از زندگی می‌گردد. وقتی فرد، خودش را با کسی که به نظرش موفق‌تر از خودش است مقایسه می‌کند و می‌بیند که او مثلاً ماشین گران قیمتی دارد، تحصیلات بالاتری دارد، در شهری بزرگ‌تر زندگی می‌کند یا در یک منطقه بهتر و بالاتری در شهر زندگی می‌کند، این که ازدواج کرده یا شغلی یا درآمد بهتر و بالاتری دارد؛ شروع می کند به ملامت و سرزنش خود، اما کم‌کم به این نتیجه می‌رسد که تقصیر خودش نیست و خودش مسبب این وضعیت نیست.

مسئولان و مدیران جامعه، شرایط پیشرفت را فراهم نیاورده‌اند، بلکه حتی اجازه فعالیت دلخواه وی را هم ندادند. او خودش را با فردی که در یکی از این جنبه¬ها که به نظرش می‌آید جلوتر است مقایسه می¬کند، اما خبر ندارد که در باطن زندگی آن فرد چه می گذرد، ظاهر را می‌بیند و خودشان را با ظاهر او مقایسه می‌کند[1]. بدون این‌که بداند چرا؟! . یعنی در سطح ناخودآگاه، نوعی احساس خودکم‌بینی، نوعی احساس حقارت، نوعی احساس عقب‌ماندگی، نوعی احساس واماندگی، نوعی احساس ملامت‌کردن به خود، و به‌عبارتی، یک احساس کاملاً نامطلوب در او شکل می‌گیرد.

مطابق با آنچه‌که نظریه‌پردازانِ احساس نیاز محرومیت نسبی خصوصاً تد رابرت گار، می‌گویند؛ وقتی‌که احساس نامطلوبی در فرد شکل گرفت، به دنبال مقصری می‌گردد.

در واقع سازوکار روان‌شناختی آدمی طوری است که به‌دنبال کسی می گردد تا تقصیرها را به گردن او بیندازد و آن تنش و فشار و اضطرابی که بر وجودش تحمیل شده را تخفیف و کاهش و تقلیل بدهد. به نظر می‌آید این یکی از واکنش‌های دفاعی ذهن و روان باشد.

درهرحال فرد به دنبال کسی می‌گردد که تقصیر را به گردن او بیندازد و این فرایند ناخودآگاه و ناآگاهانه اتفاق می‌افتد، یعنی این طور نیست که فرد آگاهانه بگوید: از آنجا که من در زندگی خودم در مقایسه با آقای فلان و یا در مقایسه با خانم بَهمان به موفقیت دست پیدا نکردم بنابراین باید تلاش کنم که دلایل این ناکامی و ناموفقیت‌ها را به گردن فلان آقا یا بَهمان خانم بیندازم و بدین‌شیوه تنش و اضطراب و فشار شدید روحی و روانی خودم را کاهش بدهم، به این نیست، افراد نمی‌توانند آگاهانه چنین کاری را انجام دهند، بلکه ناخودآگاه چنین فرایندی در روان آن‌ها طی می‌شود.

بنابراین وقتی آدمیان خودشان را با افرادی -به نظر خودشان- موفق‌تر مقایسه می‌کنند، ناخودآگاه ناراحت، خشمگین و مضطرب می‌شوند و در درون¬شان تنشی شکل می‌گیرد که به‌دنبال مقصر می‌گردند. در این‌گونه مواقع راحت‌ترین کار این هست که گروهی یا فردی که در گذشته دور یا نزدیک، احساس‌های منفی جامعه معطوف به آنها بوده را مورد توجه قرار دهد و آنها را علت‌العلل چنین مسائلی بداند. مثلاً در جوامع اروپایی برای مشکلاتی که در جامعه به‌وجود می‌آمد یهودیان را مقصر می‌دانستند (که بعدها هم دست‌مایه اقدامات سیاسی برخی از احزاب و رجال سیاسی- نازیسم و هیتلر- واقع شد.)

در هر صورت، فرد ممکن‌است گروه‌های مطرود، گروه‌هایی مورد تبعیض، گروه‌هایی که از قدیم‌الایام موردنفرت بودند، یا گروه-هایی که بیش از بقیه مورد توجه بوده‌اند را مقصر بداند یا اینکه ممکن است تقصیر را برعهده مدیران و مسئولان و کسانی‌که مدیریت امور را بر عهده دارند، بیندازد.

۱-یکی از شبکه های سیما در سالیان گذشته، تبلیغی را قریب به این مضمون، در لابلای برنامه های خود پخش می کرد که از نظر احساس محرومیت نسبی خیلی ارزشمند بود: هیچگاه باطن زندگی خودتان را با ظاهر زندگی دیگران مقایسه نکنید. این پیام ارزشمندی می شد و مانع از شکل گیری احساس محرومیت نسبی می گردید. در متون دینی و ادبی نیز پیام های مشابه وجود دارند

اگر فرد، جوان باشد ممکن است پدر و مادر خودش را مقصر بداند یا اگر فرد جوان یا میان سال باشد، ممکن است بگوید که مدیریت اداری و سیاسی جامعه -شامل مدیریت کلان، میانی و خرد- مقصر است. حتی نزدیک‌ترین فرد از لحاظ اداری نیز ممکن است موردتوجه قرار بگیرد و مقصر دانسته شود.[1]

احساس محرومیت نسبی چنین پیامدهایی دارد. وقتی‌که در کنشگران شکل می‌گیرد آن‌ها را به سوی یافتن مقصر سوق می‌دهد. آن¬ها دلایل شکست را به گردن افراد یا گروه‌هایی می‌اندازند که در واقع به نوعی «دیگری» به حساب می‌آیند و چنان که گفتم آن‌ها، بدین‌شیوه در جمع و در گفت‌وگوی با دیگران سعی خواهندکرد که این تنش و اضطراب - ناشی از مقایسه اجتماعی- را کاهش بدهند. اما این احساس محرومیت نسبی در شرایط واقعی -یعنی زمانی‌که رسانه‌ها وجود ندارند یا نقش خیلی ضعیفی دارند- ممکن‌است ایجاد نشود یا اگر ایجاد شود از لحاظ کمی و کیفی در میان افراد زیاد و شدید ایجاد نشود. علت‌اش این است که روابط اجتماعی که افراد با همدیگر دارند، رفت‌وآمدهایی که با هم دارند، ارتباط‌های که با یکدیگر دارند در مقایسه با فضای مجازی بسیار بسیار کم‌تر است. بنابراین آن‌ها کم‌تر می‌توانند وضعیت بهبودیافته‌ی دیگران را ببینند و خودشان را با آن مقایسه کنند و به این نتیجه برسند که حتماً مدیران جامعه مسبب این وضعیت هستند. این فرصت‌ها و موقعیت‌ها، کم‌تر اتفاق می‌افتد. در جامعه‌ی سنتی هم که رسانه‌ها حضور زیادی ندارند، جامعه عموماً جامعه ی تقدیرگرا است؛

یعنی جامعه‌ای است که گمان می‌برد آن وضعیتی که دارد و هرآنچه که به او داده شده یا داده نشده، وضعیتی است که خداوند برای او رقم زده‌است ، وضعیتی است که برایش مقدر شده‌است، سرنوشتش این است و بنابراین خیلی مضطرب و نگران نیست. در اغلب مواقع می‌گوید راضی هستم به رضای خدا، خداوند هر آنچه که مصلحت و صلاح من بوده، برای من در نظر گرفته‌است و هرچه که او بخواهد راضی هستم.

بنابراین در شرایطی که جامعه در حالت پیشامدرن و سنتی به‌سرمی‌برد تقدیرگرایی، نسبتاً شدید است، آدم‌ها عموماً از وضعیت موجود راضی هستند و احساس محرومیت نسبی در چنین شرایطی یا به‌وجود نمی‌آید یا اگر به وجود آید آنقدر شدید نیست که به‌دنبال خودش پیامدهایی داشته باشد؛ اما در شرایط مدرن یعنی زمانی‌که رسانه‌ها نقش مؤثری در جامعه دارند و به ویژه در شرایط کنونی جامعه ایران که فضای‌مجازی آنقدر شدید و فربه و تاثیرگذار شده‌است که آدمیان شبانه‌روز در فضای‌مجازی به‌سرمی برند. صبح به‌محض‌اینکه از خواب بیدار می‌شوند، شروع می‌کنند و تا ساعت دو یا سه بعداز نیمه شب؛ متناوب و گاهی مستمراً در فضای‌مجازی به سرمی‌برند.

این فضای‌مجازی علاوه براین که تشتت‌های فکری متعددی را برای آدم‌ها ایجاد می‌کند، مسائل فکری مختلفی را برای آنها خلق می‌کند. این تشتت، آن‌ها را به نوعی آچمز -و به تعبیر عامیانه، فشل- می‌کند و آن‌ها نمی‌توانند هیچ کاری را در زندگی کاری خود پیگیری کنند. علاوه براین پیامدها، احساس محرومیت نسبی را هم این فضای‌مجازی فراهم می‌آورد. آدمیان با مقایسه‌کردن خودشان با دیگران این احساس نامطلوب در آن‌ها شکل می گیرد و بطور غیرمستقیم، زمینه اعتراض و شورش آن‌ها فراهم می‌آید.

می‌خواهم بگویم که یکی از دلایلی که در جامعه ما نارضایتی ، و به دنبال آن اعتراض و سپس شورش شکل می‌گیرد، گذشته ازاین که واقعاً کمبودها، سوءمدیریت‌ها، و کاستی‌هایی وجود دارد بخشی از آن به همین فضای مجازی برمی‌گردد. فضای مجازی احساس محرومیت نسبی را برمی‌انگیزد و این احساس محرومیت نسبی کنشگران را به یک اقدام عملی علیه کسانی که به نظر آن‌ها مقصر واقعی این کار هستند، وامی‌دارد. علاوه بر این که فضای‌مجازی این احساس محرومیت نسبی را شکل می دهد، کسانی هستند که مطابق با دلایل و انگیزه‌های سیاسی‌ای که دارند بر طبل کاستی ها و سوءمدیریت‌ها می‌کوبند.

فرض بفرمایید اگر سوءمدیریتی وجود دارد (مثلاً بیست‌درصد است) آن‌ها بیست‌درصد را نوددرصد می‌کنند. بنابراین برخی از همین افرادی که دچار محرومیت نسبی شدند و خودشان در مقام عمل کاری نمی‌توانند بکنند خشم، ناراحتی، سرخوردگی و کینه خودشان را با نوشتن پیام‌هایی که آکنده از احساسات یک‌سویه است تبدیل می¬کنند که در واقع به خودشان تسکین می‌دهند. اما این انرژی را وارد فضای‌مجازی می‌کنند و افرادی که این پیام را می‌خوانند آن انرژی را دریافت می‌کنند و در آن‌ها نیز احساس محرومیت نسبی تشدید و تعمیق می‌شود.

بنابراین احساس محرومیت نسبی که در داخل فضای‌مجازی اولاً شکل می گیرد و ثانیاً تشدید می‌شود پیامدهای چندگانه‌ای دارد:

یکی از این پیامدها این است که ناخرسندی، اعتراض و شورش علیه نظام موجود در سطوح مختلف برانگیخته می‌شود و احساسات جامعه را نه بر له آن، که علیه آن شکل می‌دهد.

دوم این‌که ازآنجا که در جامعه‌ی ما که نظام سیاسی آن مبتنی‌بر ایدئولوژی دینی است این احساس محرومیت نسبی برعلیه ایدئولوژی رسمی جامعه سوگیری می‌کند و تلاش می‌کند تا از ارزش‌ها و هنجارها و معناها و چارچوب‌های تفسیری که توسط ایدئولوژی رسمی کشور تجویز و به رسمیت شناخته می‌شود مشروعیت‌زدایی کند.

این نکته برای من اهمیت بیشتری دارد. وقتی‌که در جامعه‌ای نظارت درونی افراد ضعیف شود، آن جامعه نظم خود را از دست می‌دهد مثل جامعه‌ی کنونی ما. جامعه‌ی کنونی ما که آکنده از آنومی و آشفتگی است؛ علاوه بر دلایل مختلف، یکی از دلایل آن این است که آدم‌ها آن سازوکار نظارت درونی که علی‌القاعده باید داشته‌باشند و براساس آن رفتارها و کنش‌های خودشان را تنظیم کنند و رفتارها و کنش‌های اخلاقی و انسانی داشته‌باشند، آن نظارت درونی در میان آدم‌ها ضعیف شده و هرچه بیش‌تر بمب‌باران شده و این رو، رو به ضعف جدی رفته است.

۱-دانشجویان این تجربه ها را گاهی به دست می آورند: مثلاً اگر در درسی نمره خوب یا نمره قبولی بدست نیاورند هنگام گفتگو با دانشجویان دیگر- به ویژه وقتی که تلویحاً نوعی مقایسه با کسانی که نمره قبولی یا نمره خوب اخذ کرده اند، نیز وجود دارد- عموماً می‌گویند فلان استاد این نمره را به من داد. در واقع او، پیش دوستان خودش ، هم این رویداد را توجیه و معقول سازی می‌کند و هم این که به‌لحاظ روان‌شناختی به این شیوه، این تنش و اضطراب ناشی از فشار جمع، را از روی دوش خود بر می دارد و آن را کاهش می دهد.

چرا چنین اتفاقی افتاد؟

یکی از دلایل آن، این است که اعتقادات دینی مردم تضعیف شده و یک دلیل برای این تضعیف، شکل گیری احساس محرومیت نسبی است که در رسانه‌ها و در فضای‌مجازی به آن دامن زده می‌شود .

علاوه بر آن به‌سبب این که در طی چند دهه گذشته، جامعه ما براساس ایدئولوژی دینی اداره می‌شود و در این شیوه مدیریت، کاستی‌های متعدد و تصمیم‌گیری‌های ناعادلانه‌ای روی داده که منافع گروه‌های مختلفی پایمال شده‌است تا نظم جدید مستقر بشود و استمرار پیدا کند، بنابراین آن گروه‌هایی که در واقع گروه‌های ذی‌نفع هستند اما نفع‌شان از بین رفته، آن‌ها احساس نامطلوبی نسبت به نظم موجود در درونشان شکل می‌گیرد، حتی ممکن است نسبت به آن کینه پیدا کنند.

آن‌ها کسانی خواهند بود که نسبت به ارزش‌ها، هنجارها، چارچوب‌های تفسیری و آنچه‌که ایدئولوژی رسمی آن را تجویز می‌کند موضع می¬گیرند و رفته‌رفته از آنها مشروعیت‌زدایی می‌کنند و حالا هم که فضای‌مجازی رونق دارد این دیدگاه خود را در فضای‌مجازی - هم برای تسکین خود و هم برای مقابله و تلافی- بازتاب می‌دهند.

نکته¬ای که می خواهم بگویم این هست که جامعه‌ای که می‌خواهد نظم داشته‌باشد، اعتقادات دینی بعنوان یک سازوکار درونی نظارت عمل می‌کند مثلاً اعتقاد دینی به من می‌گوید که تو فلان کار را انجام نده، این کار گناه است، تو فلان پول را بر سر سفره‌ی همسر و فرزندان خود نبر به علت این ¬که این پول حلال نیست، تو فلان کار را انجام نده چون نه خدا و نه پیامبر و نه قرآن و نه امامان و نه دیگر بزرگان دین هیچ‌کدام آن را تایید نکردند؛ بلکه آن را نفی کردند. بلکه ما را بر حذر داشتند که چنان کاری انجام دهیم. دروغ نگو، تهمت نزن، مال کسی را بالا نکش،کسی را به قتل نرسان، حق و حقوق کسی را ضایع نکن و قس علیهذا. حالا من چند نمونه را بعنوان مثال گفتم، اما از این نمونه‌های متعدد وجود دارد. بنابراین اعتقادات دینی و دین خودش - اگر مشروعیت‌اش از دست نرود و قدرت و نیرومندی سابق خودش را بتواند حفظ کند- می‌تواند بعنوان یکی از سازوکارهای درونی نظارت برای افراد جامعه عمل کند و مانع شود که افراد جامعه کارهای خلاف یا حتی غیر اخلاقی انجام دهند و دیگر نیازی نباشد که پلیس و قوه‌ی قضائیه و سازوکارهای نظارتی بیرونی دیگری وارد عمل شوند و افراد را با تنبیه و پاداش، وادار سازند که نظم را رعایت بکنند.

بنابراین اعتقادات دینی بعنوان یکی از سازوکارهای نظارت درونی نقش خیلی مهمی در حفظ نظم در جامعه دارد و اگر نظم در جامعه حفظ شود همه افراد می‌توانند کارها و وظایف و کارکردهای خودشان را به‌راحتی و با موفقیت به انجام برسانند. اما وقتی‌که از این سازوکار نظارت درونی، مشروعیت‌زدایی شد، دیگر افراد جامعه، اعتقادات دینی را جدی نمی‌گیرند و اعمال یا مناسک را بصورت سطحی و ریایی انجام می‌دهند.

فرد نماز می‌خواند اما اگر امکانی برایش وجود داشته باشد که اختلاس کند صرف‌نظر نمی‌کند و اختلاس هم خواهد کرد، امکانی برای وی به وجود بیاید که بتواند حقوق نجومی دریافت کند، حتماً این کار را خواهد کرد. وقتی‌که کسی اعتقادات درونی‌اش محکم نیست، شرایط برایش به‌وجود بیاید دست به چنین کاری هم می‌زند و این خودش عاملی خواهدشد برای مشروعیت‌زدایی بیش‌تر از اعتقادات دینی.

پس اعتقادات دینی در اینکه نظم - نه در معنایی که نیروی انتظامی به کار می‌برد بلکه به معنایی که ما در جامعه شناسی از آن می فهمیم- در جامعه حفظ شود نقش تعیین کننده‌ای دارند و آن به این علت است که می‌توانند به تقویت سازوکار درونی نظارت بپردازند. اما رسانه¬ها و فضای مجازی، گاهی مبدل به ابزار و وسیله‌ای می شوند در جهت مشروعیت‌زدایی از اعتقادات دینی و بدین‌وسیله راه را برای کنش‌های غیراخلاقی و تضییع حقوق دیگران باز می گذارند[1].

بطور خلاصه، بنابه دلایل مختلف، افراد جامعه ما اشتیاق و حرص و ولع دارند که از فضای مجازی استفاده کنند، فضای مجازی‌ای که یکی از پیامدهایش ایجاد و تشدید احساس محرومیت نسبی است. پیامدهای این احساس محرومیت نسبی این است که؛ اولاً آن‌ها نسبت به وضع موجود دچار احساس نارضایتی می‌شوند و احساس می¬کنند که فریب خورده‌اند و مغبون شده‌اند و کلاه بر سر آنها رفته‌است. در چنین مواقعی عموماً به دنبال مقصر می‌گردند و در بیش‌تر مواقع مدیران را به عنوان مسئول اصلی این عقب‌افتادگی و عقب‌ماندگی وضع بد تلقی می‌کنند و گاهی اوقات هم ممکن‌است، -در جوامع دیگر بیشتر رخ می‌دهد، - به‌دنبال گروه‌هایی باشند و تقصیر را به گردن گروه‌هایی بیندازند که به‌طور سنتی در جامعه موردتبعیض، مطرود و نفرت بوده‌اند تا بدین‌شیوه یک تخلیه‌روانی برای خودشان اتفاق بیفتد و از زیر بار این تنش و فشار کمی آسوده شوند.

به‌هرحال احساس محرومیت نسبی دو پیامد دارد:

۱. نسبت به مدیران اجرایی نوعی حس نفرت را شکل می‌دهد.

۲. یک قدم جلوتر، بر علیه آموزه‌هایی که براساس آن مدیران کارهایشان را توجیه (معقول سازی) می‌کنند، استدلال‌های مشروعیت‌زدا، اقامه و ارائه می شود .

اما پیامدی که برای جامعه اهمیت دارد و روی می‌دهد این است که وقتی به‌واسطه احساس محرومیت نسبی، نسبت به اعتقادات و آموزه‌های دینی نگاه منفی شکل گرفت، پیامد آن، این خواهد بود که دین و الزام به آن در جامعه ضعیف می‌شود و دیگر نمی‌تواند به عنوان سازوکار نیرومند نظارت درونی عمل کند. آن‌گاه جامعه دچار بی هنجاری و دچار آنومی خواهد شد. البته آنومی علل دیگری هم دارد، ولی ما آن را در اینجا براساس سازوکار نظارت درونی مورد تحلیل قرار دادیم.

هنگامی که سازوکار درونی ضعیف شد، هرچقدر دولت و نظام سیاسی

۱- نا گفته نماند که عده ای نیز با سوءاستفاده از عقاید مردم، به دنبال اهداف و مطامع فردی و گروهی خود هستند آنها نیز مواد و مصالح لازم برای پیام های فرهنگی که برای مشروعیت زدایی از اعتقادات، تولید می شوند فراهم می آورند

سیاسی تلاش کند که از طریق سازوکارهای بیرونی نظارت اجتماعی - مانند نیروی انتظامی، قوه‌ی قضائیه و سایر ادارات و سازمانها و نهادهایی که وابسته به یکی از قوای سه گانه یا قوای مسلح هستند - نظم را در جامعه برقرار کند باز هم برقرار نخواهدشد؛ چون سازوکار درونی نظارت اجتماعی، ویژگی الزام آوری خود را از دست داده یا نابود شده است. به‌نظر من نظارت درونی نقش خیلی تعیین کننده‌تری در برقراری نظم، حتی در عمیق‌ترین سطوح دارد.

من همه‌ی این نکات را عرض کردم که بگویم نقش و تاثیر فضای‌مجازی در جامعه‌ی ما، حداقل در یکی از ابعاد، چگونه است و چگونه می‌تواند با شکل‌دادن به احساس محرومیت نسبی، هم از نظام سیاسی و هم از سرمایه فرهنگی[1] مهمی به نام دین و اعتقادات - که پشتوانه فرهنگی نظام سیاسی است- مشروعیت زدایی کند. اما وقتی‌که این دین به‌عنوان سازوکار درونی نظارت ضعیف شد، آنگاه نظم جامعه فرو می‌پاشد. مطابق با اصطلاح رایج در زندگی روزمره، سنگ بر روی سنگ بند نمی‌شود، مردم به یکدیگر فراوان دروغ می‌گویند، از این رو، کسی به کسی اعتماد ندارد و همه می‌خواهند از همدیگر استفاده ابزاری به عمل بیاورند. بنابراین هیچ‌کس به هیچ‌کس اعتماد نمی¬کند. آنومی به‌مانند بیماری سرطان در همه جای جامعه متاستاز می کند و خود را بازتولید می¬کند. بنابراین آنومی در همه جای جامعه شکل می گیرد؛ دروغ، انواع و اقسام، تقلب در شیوه‌های مختلف، مسائل متعدد اجتماعی در انواع و اقسام و اشکال خودش، در جاهای متعدد در میان لایه‌ها و بخش‌های مختلف جامعه پدید می‌آید، حتی در میان گروه‌ها و لایه‌هایی که نسبت به بقیه گروه‌ها سالم‌تر و مورد اطمینان‌تر هستند (مانند روحانیون یا دانشگاهیان یا فرهنگیان). اما وقتی‌که آنومی و آشفتگی و بی هنجاری اتفاق افتاد، وقتی‌که بداخلاقی اتفاق افتاد، وقتی‌که ترجیح منافع فردی بر منافع جمعی در جامعه، مطابق با قانون گِرشام، به همه سرایت کرد، این چند گروه هم در امان نخواهند ماند و آنها را نیز در برخواهدگرفت. در میان آن‌ها هم ترجیح منافع فردی بر منافع و مصلحت جمع، اتفاق خواهد افتاد. پس فضای‌مجازی با شکل‌دادن به احساس محرومیت نسبی در چند بُعد می‌تواند نظم سنتی جامعه را مبدل به آنومی کند.

۱-منظورم آن تعریفی نیست که بوردیو برای سرمایه فرهنگی در نظر دارد بلکه با یک تعریف جدیدتر و گسترده تر از سرمایه فرهنگی، می توان گفت که دین یک سرمایه فرهنگی برای جامعه و کنشگران آن محسوب می شود. من معتقدم که دین یک سرمایه فرهنگی بسیار بسیار نیرومندی است، و همزمان یک سرمایه اجتماعی نیرومندی نیز است. این سرمایه است که نظم و استقرار و بقای این جامعه را تا حدود زیادی تضمین می‌کند

زبان پارسی
در عصر
فضای مجازی

زبان پارسی در عصر شبکه‌های مجازی

شروین وکیلی؛ دکترای جامعه‌شناسی

زمانی که تلفن‌های همراه تازه باب شده بود و خدمات مربوط به ارسال پیامک دوران جنینی‌اش را می‌گذراند، این نکته که الفبای ارسال پیامک، لاتین است مایه‌ی نگرانی دوستداران زبان پارسی شده بود. اندکی از این زمان نگذشته بود که توده‌ی مردم مهارت چشمگیری در تایپ درد دل هایشان پیدا کردند و با زبانی خودجوش و ابداعی که نمادها و قراردادهای خود را داشت، شروع کردند به نوشتنِ پیام‌های پارسی‌شان به خطی عجیب و غریب که نیمِ بزرگترِ نمادهایش را الفبای لاتین تشکیل می‌داد و نیمی کوچکتر را علایم ریاضی یا نشانه‌های رایانه‌ای. دیری نگذشت که این خط نامی هم پیدا کرد و مردم آن را فینگیلیش نامیدند.

رسوخ خط لاتین در زبان پارسی که بر محملی فناورانه سوار شده بود، امری نوظهور یا بی‌سابقه نبود. خط اصولا رسانه‌ای واگیردار است و ساده‌تر از زبان یا معنا در میان فرهنگها و زبانها شایع می‌شود. ایران زمین، دست بر قضا در سراسر تاریخ دیرپا و شگفت‌انگیزش یکی از کانونهای مهم این نوع وامگیری ها بوده است. بیست و پنج قرن پیش از این دولت جهانگیر هخامنشی از خط الفبایی آرامی برای نوشتن اسناد دیوانسالارانه‌اش استفاده کرد که زبان اش بیشتر آمیخته‌ای از پارسی باستان و ایلامی بود و به تدریج وام‌واژه‌هایی از آرامی نیز در آن راه می‌یافت. بعدتر که اسکندر گجسته نظم باشکوه پارسی را ویران کرد، خط یونانی که خویشاوند آرامی بود و مانند آن از فنیقی‌ها وامگیری شده بود، تا سرزمینهایی دوردست مانند بلخ رواج یافت و تا چند قرن بعد دوشادوش آرامی مورد استفاده قرار می‌گرفت، در حالی که زبان اصلی‌ای که در ایران زمین بدان نوشته می‌شد، بلخی بود که از زبانهای مهم ایرانی شرقی بوده است.

در دوران جدید هم وقتی نسیم مشروطیت وزید و رسانه‌های تازه‌ای مانند روزنامه و مجله در ایران زمین باب شد، برخی از روشنفکران که فناوری را با بستری از خط مربوط می‌دانستند، از تغییر خط پارسی به لاتین دفاع کردند. ایده‌ای که به زودی معلوم شد برای تداوم فرهنگی سخت زیانبار است. این دست کشیدن از خط و بعدتر زبان پارسی طی صد سال گذشته در سرزمینهای جدا شده از پیکر ایران زمین با ضرب و زور سرنیزه‌ی کمونیست‌های روس و قوم‌گرایان پان‌ترک تحقق یافت و نتیجه‌اش آن گسست فرهنگی فاجعه‌بار و فقر معنای مهلکی است که امروز بافت فرهنگی بخش بزرگی از جمعیت باستانی ایران زمین را گرفتار ساخته است.

وقتی پیامک زدن به فینگیلیش رواج یافت، بسیاری از آنها که با تاریخ آشنا بودند و دل در گروی زیبایی‌های خط و زبان پارسی داشتند، احساس خطر کردند و هشدارهای فراوان از گوشه و کنار شنیده می‌شد که مبادا بر سر مردم ساکن دل ایرانشهر نیز همان رود که بر برادران‌شان در کشورهای تازه تاسیس آمده است. با این همه در همان روزها هم بودند کسانی که زبان پارسی و خط کهنسال و زیبای آن را تناورتر و نیرومندتر از این نوسان‌های فناورانه می‌دانستند و اعتقاد داشتند خطری بزرگ زبان و خط‌مان را تهدید نمی‌کند.

تجربه‌ی سالهای گذشته نشان داده که زبان پارسی به راستی نیرومند و ماندگار است و در بسترهای نوظهوری که رسانه‌های نو و فناوری‌های تازه پدید می‌آورند، به آسانی و چالاکی جاری می‌شود و خود را با آن سازگار می سازد. اندک زمانی پس از نهادینه شدن تلفن همراه در ایران، سامانه‌های پارسی‌ساز پیامک‌ها هم ساخته و رایج شد و امروز می‌توان با قاطعیت فرض کرد که خط فینگیلیش انقراض یافته و میان‌پرده‌ای زودگذر در این میان نبوده است.

با این همه، زبان رویارویی زبان پارسی با رسانه‌های نو به تلفن همراه و ارسال پیامک محدود نمی‌شد. گسترش شبکه‌ی اینترنت در مخابرات کشور نخست به موجی شکوفا و پر جنب و جوش از وبلاگ‌نویسی میدان داد که هنوز چنان که سزاوار است مورد توجه جامعه‌شناسان و متخصصان ارتباطات قرار نگرفته است. کمی بعد از آغاز این روند، پیدایش شبکه‌های مجازی را دیدیم که نخست با اورکوت آغاز شد و بعد در فیسبوک به نهادی پایدار و فراگیر تبدیل شد.

این موجهای رسانه‌ای با نوآرایی افراطی و ریشه‌ای رفتارها و عادتهای ارتباطی در ایرانیان همراه بود. جمعیت جوان و به نسبت با سواد ایران با الگویی که در سطح جهانی بی‌نظیر است و شگفتی‌های بسیاری آفریده، به شکلی نامتمرکز و خودجوش ساز و کارهای شخصی و استانده‌های ویژه‌ی خویش را برای نوشتن و انتشار آرای خویش در فضاهای مجازی پدید آوردند و الگوهایی نوظهور و بی‌سابقه از سازماندهی اجتماعی را به نمایش گذاشتند که از جنبش‌های سیاسی تا ساماندهی کمک‌های مردمی به هنگام زلزله را در بر می‌گرفت.

نهادهای رسمی و دولتی‌ای که وظیفه‌شان ساماندهی و قاعده‌گذاری بر ارتباطات مجازی است، می‌بایست آسان و روان و استانده شدنِ ارتباطهای زبانی میان کاربران را سرپرستی کنند، و سازمانهای فرهنگی غول‌آسایی که با دیوانسالاری کشور چفت و بست شده‌اند و کارشان تدوین خط و رسم و زبانی پیراسته برای این فضاهای نوظهور بود، در این میان به کلی از کار افتادند و به حاشیه رانده شدند. در غیاب تاثیر و کارکردِ این نهادها، جمعیتِ جوان و پرشماری که تخصص چندانی در زمینه‌ی زبان و خط پارسی نداشت و به خاطر ناکارآیی مشابه نظام آموزشی کشور دانش و مهارتهای چندانی هم در این زمینه به دست نیاورده بود، عهده‌دار پر کردن این خلأ شد و به سزاواری و استواری آن را به فرجام رساند.

فروپاشی نفوذ و اثرگذاری نهادهای سیاست‌گذار کلان و ظهور مدارها و مسیرهای تصمیم‌گیری پراکنده و منتشری که به شکلی مویرگی از دل کل پیکره‌ی جمعیت بر می‌آمدند و به شکلی هم‌افزا نظمهای نو پدید می‌آوردند، دورنمایی از آینده‌ی رویارویی زبان پارسی و فضای مجازی را برابر دیدگان مان آشکار می‌سازد.

طی ده سال گذشته زبان پارسی و جمعیت مردم ایران گذاری تاریخی و بسیار مهم را از سر گذرانده‌اند. سه نسل گذشته‌ی ایرانی در سراسر تاریخ دیرپای این سرزمین نخستین کسانی هستند که در کشوری یکپارچه باسواد زندگی می‌کنند. این روند باسواد شدن کل جمعیت از دوران رضا شاه آغاز شد و با تدبیر و کوششهای پرویز ناتل خانلری تا دهه‌ی ۱۳۵۰ اکثریت جمعیت کشور را نویسا و باسواد ساخت. این روند پس از انقلاب اسلامی نیز ادامه یافت. نسل جوان امروزین از این نظر به کلی با دو نسل پیشین تفاوت دارد که سطح سواد در دختران‌اش بیش از پسران‌اش است. یعنی در جنبشی اجتماعی و بی‌سر و صدا که پیامدهایی تماشایی خواهد داشت، جمعیت دانشجویان ایرانی به شکلی دگردیسی یافت که امروز تقریبا از هر سه دانشجو، دو تایش دختر هستند.

رسانه‌های نو و شبکه‌های مجازی در شرایطی به کشورمان راه یافتند که گذار تاریخ و مهمِ یاد شده در حوزه‌ی نویسایی به فرجام خود نزدیک می شد. در نتیجه، شکوفایی ناگهانی و نامنتظره‌ی وبلاگ‌نویسی را باید بازتابی از این الگوی تاریخی دانست. این روزها تقریبا بیستمین ساگرد تاسیس اولین وبلاگ پارسی بود که در ۱۶ شهریور ۱۳۸۰ به دست سلمان جریری راه‌اندازی شد. روند توسعه‌ی وبلاگ‌نویسی سرعتی چندان چشمگیر داشت که تا چهار سال بعد شمار وبلاگ‌های کشور به هفتصد هزار رسید و این در حالی بود که نه تنها هیچ نهاد دولتی و رسمی از این جریان حمایت نمی کرد، که کارشکنی‌ها و بگیر و ببندهایی هم در کار بود. در ۱۳۸۶ تنها در سرویس بلاگفا شمار وبلاگ‌های ثبت شده‌ی پارسی به یک میلیون و سیصد هزار می‌رسید و این بدان معنا بود که از هر هفت ایرانی یک نفرشان فضایی برای انتشار افکار و اندیشه‌هایش تاسیس کرده است. این رونق وبلاگ‌نویسی باعث شد که در همین سال تارنمای مرجع تکنوراتی اعلام کرد که زبان پارسی به همین خاطر دهمین زبان رایج دنیا در اینترنت است و این در حالی بود که کشورهایی مانند ترکیه و عربستان سرمایه‌گذاری‌های کلان برای ترویج زبانهای خویش بر اینترنت انجام داده بودند و در کشورمان به نظر می‌رسید سرمایه‌گذاری معکوسی برای محدود کردنِ آن رخ داده باشد.

جنبش وبلاگ‌نویسی از این نظر مهم بود که پیش‌برندگان‌اش به نوعی نویسنده محسوب می‌شدند. یعنی کسانی بودند که نوشتاری را که به نظر خودشان اهمیت و ارزش معنایی داشت، برای مخاطبانی ناشناس و پرشمار منتشر می‌کردند. در میان این نویسندگان تنوعی خیره کننده از نظر موقعیت اجتماعی و شرایط فردی دیده می‌شد. نوید محبی وقتی در ۱۳۸۳ به جرم وبلاگ‌نویسی دستگیر شد حدود هجده سال داشت و دکتر احمد فلسفی وقتی در ۱۳۸۴ وبلاگ خود را تاسیس کرد هفتاد و پنج سال سن داشت. گرایشهای سیاسی، دیدگاه‌های مذهبی، سلیقه‌های ادبی، و موضوع¬هایی هم که در وبلاگ‌ها نویسانده می‌شد هم به همین ترتیب دامنه‌ای بسیار گسترده را در بر می‌گرفت. طبیعی بود که این شکلِ انفجارگونه از «نوشتن برای دیگران» با افت و خیزهای فراوان در زبان همراه باشد. در ابتدای کار غلط¬های دستوری و نگارشی و حتا املائی در وبلاگ‌ها فراوان یافت می‌شد. اما طی چند سال اخیر، شکلی از زبان ادبی روزنامه‌نگارانه در فضای مجازی رواج یافت که ساختار بلاغی‌اش بین خاطره‌نویسی و گزارش نویسی قرار می‌گرفت.

در سال ۱۳۸۳ مارک زوکربرگ شبکه‌ی اجتماعی فیسبوک را در آمریکا راه اندازی کرد و این فضا در زمانی بسیار کوتاه در ایران جایگاهی برجسته پیدا کرد. در فاصله‌ی سالهای ۱۳۸۷ تا به امروز جمعیت کاربران ایرانی فیسبوک بین پنج تا هفت میلیون نفر در نوسان بوده و این بدان معناست که نزدیک به ده درصد جمعیت کشور و در حدود یک پنجم جمعیت جوان کشور در این شبکه عضویت دارند. فضای فیسبوک از نظر ساختار کمابیش به یک وبلاگ استانده شده و کوچک شبیه است و افت تدریجی رواج آن از سال ۱۳۸۸ با جدیتر شدنِ فیلترینگ آن و جایگزینی‌اش با تلگرام آغاز شده است.

هجوم کاربران ایرانی به شبکه‌ی تلگرام که به نوعی جایگزین و رقیب فیسبوک محسوب می‌شود، یکی از نمونه‌های شگفت‌انگیز رفتار جمعی مردم کشورمان است. چون این شبکه به راستی به خاطر امنیت بالا و امکانات چشمگیر و سبک بودن برنامه‌اش گزینه‌ی بسیار مناسبی برای کاربران ایرانی است. این شبکه‌ی به نسبت گمنام آلمانی در سال ۱۳۹۲ تاسیس شد و دو سال بعد ناگهان با هجوم ایرانیان به آن، شمار کاربرانش افزایشی چشمگیر پیدا کرد. به شکلی که امروز بدنه‌ی اعضای آن ایرانی هستند. سرعت جایگیری کاربران ایرانی بر این شبکه به قدری بالا بود که برخی از دوستان این روند را به سومین کوچ آریایی‌ها تشبیه می‌کردند، که منظور مهاجرت از وایبر به تلگرام بود!.

گسترش شبکه‌های مجازی و رواجش در میان بخش بزرگی از جمعیت کشور، بدان معنا بود که روندِ «نویسنده شدن» شهروندان عادی شتابی روزافزون به خود بگیرد. این جریان به بازآرایی زبان پارسی در فضای مجازی یاری رساند و روندِ نهادینه شدنِ این زبان در آن فضای نوظهور را تسریع کرد. امروز که به این جریانِ چالاک و شتابنده‌ی ده دوازده ساله نگاه می کنیم، این نکته آشکار است که زبان پارسی و خط رسمی پارسی به خوبی با فضای یکسره ناآشنا و نوپدیدِ دنیای مجازی سازگار شده و به استانده‌ها و قواعدی دست یافته که ادامه‌ی مستقیم تاریخ زبان پارسی در زمینه‌های اجتماعی سنتی محسوب می‌شود. اگر بخواهم در پایان این گفتار مهمترین الگوهای برآمده در این سالها را جمع‌بندی کنم، چنین سیاهه‌ای به دست می‌آید:

نخست: زبان پارسی در شکلی شیوا و روان به فضای مجازی راه یافته و در آن نهادینه شده است. استفاده از واژگان بیگانه، بهره‌گیری از الفبای غیرپارسی، و به کار گیری ساختهای دستوری غیرپارسی و ساختگی به تدریج منسوخ شده و شکلی به نسبت پیراسته از زبان پارسی را در این شبکه‌ها می‌بینیم.

دوم: اختلالهایی که به خصوص در رسم‌الخط و املاء کلمات دیده می‌شود (نمونه‌هایی مثل «راجبه، اصتقلال! و...»)، بیشتر به نادانی و بیسوادی کاربران مربوط می‌شود و بازتابی از نارسایی‌ها در نظام آموزشی و جریان سوادآموزی ماست، و به زبان پارسی یا رسانه‌های نو ارتباط چندانی ندارد.

سوم: در میان سه شاخه‌ی اصلی از نثر جدید پارسی (روزنامه‌نگارانه، دیوانی رسمی، داستانی) لحن و بافت کلام در فضاهای مجازی از نظر سبک‌شناسی ترکیبی از نثر روزنامه‌نگارانه و داستانی است. نثر دیوانی رسمی که در اداره ها یا اخبار و گفتمان رسانه‌های رسمی و دولتی رواج دارد جز در مقام طنز و شوخی در فضای مجازی رواجی نیافته است.

چهارم: دایره‌ی موضوعها و پهنه‌ی ارتباطها و گاه عمق مطالبی که در زبان پارسی بر شبکه‌های مجازی منتشر می‌شود به کلی با سایر زبانها متفاوت است. چنین می‌نماید که شبکه‌های مجازی و زبان پارسی‌ای که در میانه شان جاری شده همزمان همچون نوعی ابزار خودآموزی و بایگانی‌ای برای اندوخته‌های فرهنگی عمل می‌کند. کارکرد اصلی شبکه‌های مجازی در سایر کشورهای دنیا بیشتر گپ و گفتهای روزمره و عادی است و به ندرت بحثهای فلسفی، ابراز نظرهای علمی، جدل¬های سیاسی، نقد عقلانی و مشابه اینها در آن یافت می‌شود.

پنجم: نوعی چرخش به سمت زبان ادبی کلاسیک پارسی در فضاهای مجازی دیده می‌شود. هرچند در ابتدای کار و دوران وبلاگ‌نویسی انتشار شعرهای نو و سپید رواجی فراوان داشت، اما چنین می‌نماید که نوعی انتخاب طبیعی در این میان عمل کرده و امروز فضای ادبی فیسبوک و تلگرام یکسره در اختیار شعرهای بزرگانی مانند حافظ و مولانا و سعدی و فردوسی است. یعنی به شکلی نامنتظره، این فضای مجازی گسترده که با سوگیری‌های سیاسی و تنگ‌نظری‌های ایدئولوژیک رسانه‌های کاغذی محدود نمی‌شود، همچون فضایی برای بازآموزی و بازسازی سلیقه‌ی ادبی ایرانیان عمل می‌کند.

ششم: کشمکش و دعوا در فضای مجازی اصولا امری محتمل و رایج است. یک دلیل آن ناشناس بودن طرفهای درگیر در بسیاری از گفتگوهاست، و دلیل دیگرش نارسایی متنِ نوشته شده برای انتقال احساسات و عواطف است، ایرادی که کوشیده‌اند تا با استیکرهای گوناگون برطرفش کنند. هرچند در ابتدای رواج فیسبوک بحثهای داغ و توهین‌آمیز رواج داشت و ناسزاگویی و فحاشی بسیار دیده می‌شد، اما به تدریج نوعی اخلاق گفتمانی در فضای مجازی شکل گرفته و حد و مرزهایی از جنس ادب و خویشتن داری در این فضاها چیره شده است. البته هنوز گروههای سیاسی‌ای مانند قوم‌گرایان و تجزیه‌طلبان هستند که گفتمان‌شان اصولا به ناسزا و فحاشی آمیخته است، و هنوز کسانی هستند که با هویت مشخصی به فحاشی و ناسزاگویی به این و آن اشتغال داشته باشند، اما شمارشان و اعتبارشان و درجه‌ی نفوذ گفتمان‌شان بسیار محدود و رو به انقراض است.

نتیجه‌ای که از این شش مشاهده بر می‌آید آن است که نباید چندان نگران رویارویی زبان پارسی و فضاهای مجازی بود. فضای مجازی همچون آیینه‌ای شفاف و افشاگر است که سلیقه‌ی جمعی مردم را باز می‌تاباند، بحث و تبادل نظر عمومی درباره‌ی مسائل را ممکن می‌سازد و برای انتخاب طبیعیِ منش ها و عناصر فرهنگی و ساخت¬های گفتمانی نوعی چارچوب‌مستند و مدون و ساختار یافته فراهم می‌آورد. تجربه نشان داده که زبان پارسی توانمندی و انعطاف لازم برای سازگاری با این فضاهای نو را دارد و قواعد و الگوهایی که در این زمینه از دل آن نمایان می‌شود به استواری و اقتدار بیشتر آن یاری می‌رساند.

دفن هنرمند

شهروز لنگرودی؛ نویسنده

اگر زمانی هنرمندان به جوایز اعتبار می‌بخشیدند، امروز جوایزند که ارزش کار هنری را تعیین می‌کنند! اگر روزی هنر، شفابخش و زندگی‌آفرین بود، امروزه نوشابه‌های انرژی‌زا هستند که به کمک سازندگان آثار هنری می‌آیند! هنر مرزهای صنعتی‌شدن را درنوردیده و دیگر راهی برای مکاشفه یا پرسه زدن در باغ‌های ناشناخته نیست! آشغال‌های دوست‌داشتنی امروز تفاله‌ی کار هنرمندانه‌ی دیروزند (در بیشتر موارد حتی تفاله هم نیستند) بازسازی و بازسازی و بازسازی، زرق و برق و زرق و برق و زرق و برق! در پس پرده های این همه نورافکن یک تکه مدفوع تاریک هم نیست که لااقل به درد کود شدن بخورد! دیگر نمی شود نام این هیولا را هنر گذاشت! هیولایی که تنها به‌دنبال نام‌هاست! هیولایی که هنرمند می‌خورد و تابوت شیک پس می دهد برای فروش... مهم نیست اثرتان چیست و چقدر خلاقانه‌ست؛ مهم این است که از چه دریچه‌ای عرضه و تبلیغ می‌شود! این یعنی هنر نه تنها صنعتی شده که از معنا تهی و دچار جذامی دلبرانه‌ست! جذامی که کار خیلی از هنرمندان را به جویدن گوشت کارهای خودشان برای تولید آثار جدیدتر کشانده (خودخوری برای تولید خود قبلی)

موضوع آنقدر پیش‌پا افتاده شده است که اگر کسی بتواند شخصی را مجاب کند که برای چند ثانیه به مونالیزا با دقتی بیشتر از حد معمول خیره بشود هنر کرده! این است عمق فاجعه‌ای که باید پذیرفت؛ دیگر زمان آن نیست که هنرمند دوازده سال از عمر خویش را پای یک اثر بگذارد تا شاهکاری دیدنی و شنیدنی خلق کند چراکه ممکن است به‌دلیل نداشتن درآمد کافی برای گذران زندگی در میانه‌ی راه بمیرد (و این از آن شوخی‌های تلخ زندگیست که در گذشته با وجود آن‌همه جنگ و شقاوت و بیماری‌های مهلک، هنرمندان کم‌تری می‌مردند) بلکه باید با زمانه‌ی خویش آشتی کند و با درک شرایط موجود دنبال راه‌حلی شدنی و ممکن بگردد! کار هنرمند امروز باید ارزان، آنی و جنون‌آمیز باشد، باید به قلب این جهان مسخره یورش ببرد! دنبال مخاطب‌های آن‌چنانی نگردد و از تاثیرگذاری روحی حتی یک نفر (حتی اگر آن یک نفر خودش باشد) شادمانه پایکوبی کند و جشن بگیرد، باید به جای اندیشیدن به اینکه چگونه پرفروش باشد به این بیندیشد که چگونه جانش را پر جوش‌وخروش نگاه دارد؟ با هجوم بی‌امان اقتصاد به تمام ذرات زندگی و بلعیدن اندک روزنه‌هایی از سلیقه و ذوق که گاهی در آن موج می‌زده، ایستادن و خارج‌شدن از چرخه‌ی معاش حتی به مدت یک ساعت دیوانگی‌ست... (دیوانگی‌ای که هنرمند و هنردوست می‌کند) مگر بیکارید که ده دقیقه به یک گل خیره شوید، لمسش کنید یا کنارش دراز بکشید؟ کافیست عکسی از آن بگیرید و به دیوار اتاقتان بچسبانید! این‌گونه آن گل همیشه در اختیارتان‌ست، بی‌مرگ و بی‌زوال (با قابلیت تکثیر مجدد)... کار هنرمند در این میانه چیست؟ جز اینکه این ترتیب‌ها را بهم بزند به شکلی خلاقانه؟ برای مثال عکس گلی را به کاغذ بیاورد که درون قاب پیرشده و عصا به دست گرفته.

در این قرنِ مسخ‌شدگان سرخوش دیگرسوال جدی این نیست که «هنر چیست و هنرمند کیست؟!» سوال این است: چه کسی قبول دارد هنرمند نیست؟! با وجود این همه راه آسان برای تولید اثر، سوال این است: چرا سوالی درباره‌ی ماهیت هنر به شکلی عمومی مطرح نیست؟ البته طبیعی ست، با وجود میزان نفوذ رسانه‌ها بر زندگی افراد جامعه، شما هیچ فرصتی برای اندیشیدن ندارید! حتی می‌شود شک کرد چیزی به نام عقل «آن طورکه مثال کانت به آن می‌اندیشید» توی سرمان باقی مانده باشد! ما دیگر سلیقه را پیدا نمی‌کنیم بلکه به شکل آماده (شبیه به کنسرو لوبیا) مصرفش می‌کنیم! به بیانی واضح‌تر، هنر را دارند به خوردمان می‌دهند و اگر بالایش بیاوریم، بی‌نزاکت و بی‌شعوریم و چه کسی دوست دارد بی‌شعور باشد؟ اگر شما اتفاقا لحظه‌ای اشاره کنید که: «به نظر من آن هم می‌تواند هنر باشد» انگشتتان را قطع می‌کنند و داخل چرخ‌گوشت شلوغی‌ها می‌اندازند و با خونسردی استدلال می‌کنند: « چیزی که مخاطبی بالای صدهزارنفر نداشته باشد در واقع اصلا هنر نیست »
اصلا نیست، وجود ندارد. وهم‌ست، یا اگر هم وجود داشته باشد بیهوده‌ست. ارزش وقت تلف‌کردن را ندارد و آن‌وقت چه چیزی ارزش وقت تلف‌کردن را دارد؟

در صف ایستادن برای امضا گرفتن از یک نویسنده‌ی مشهور یا انتظار برای دیدن سریالی شبانه؟

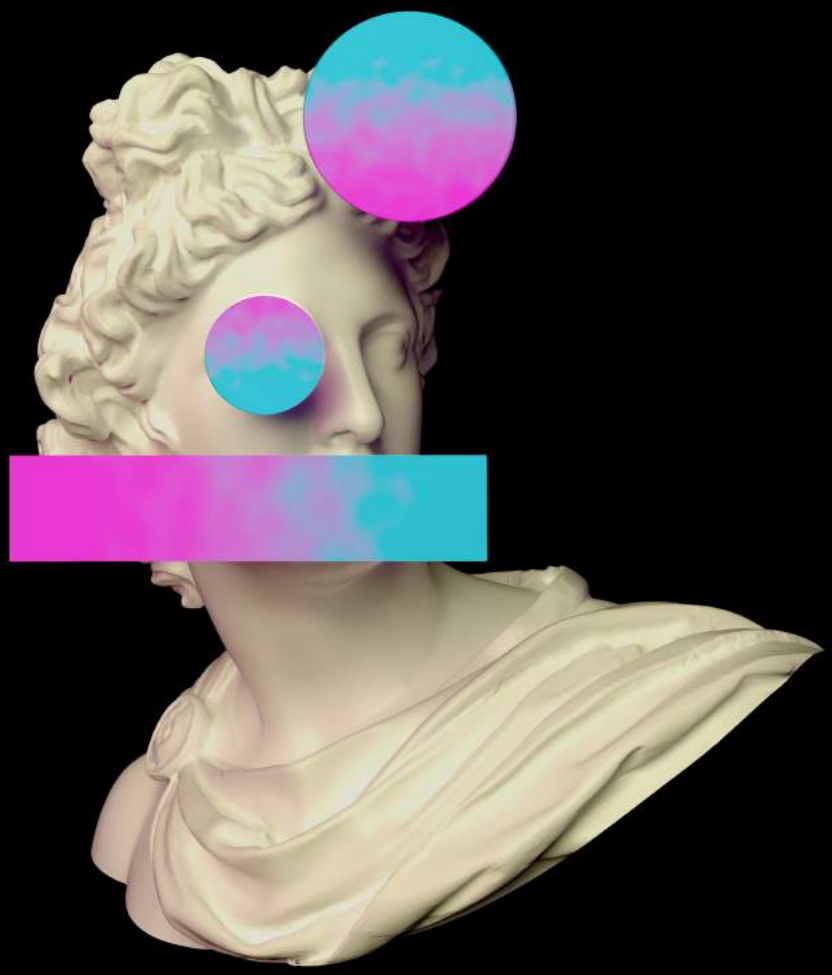
مشکل دیگری هم در این میانه وجود دارد که از تمام مشکلات حادتر و بغرنج‌ترست، موجودی به اسم «هنرمند زنده».

هنرمندی که با ما در یک زمان زندگی می‌کند و همواره در حال آزمون و خطاست. هنوز نمی‌توان کار او را سنجید؛ چون کارنامه‌ای در کار نیست، همه چیز باز و رهاست و ممکنست یک‌دفعه به سرش بزند «باغبان بشود».

فاصله‌ی ما با هنرمند زنده، فاصله‌ای آزاردهنده‌ست؛ چراکه او دقیقا در همان حال‌وهوایی که ما تنفس می‌کنیم، تنفس می‌کند و تقریبا همان چیزهایی را می‌خورد که ما می‌خوریم (با کمی تفاوت جزئی) و همان مشکلاتی را دارد که همه دارند (حتی شاید شدیدتر از بقیه) اما شبیه ما نیست؛ یعنی شبیه ما فکر نمی‌کند. ازاین‌رو بررسی او مساوی می‌شود با بررسی خودمان؛ ما هم که نمی‌خواهیم خودمان را بشناسیم (حداقل واقعا نمی‌خواهیم) و احساس حقارت و تنبلی کنیم.

بنابراین از توجه به هنرمند زنده دست می‌کشیم و به‌راحتی در گوشه‌ای از ذهنمان دفنش می‌کنیم، غافل از اینکه این زنده زنده دفن‌کردن حکم بی رحمانه‌ی ما برای نابودی هنر است. شاید انسان هنوز این را نمی‌داند که در هر سطحی از شعور و اندیشه به هنر نیاز دارد تا دیوانه نشود.

انسان نیاز دارد دیوانه شود تا دیوانه نشود، تناقض عجیبی‌ست؛ اما واقعیت¬ این است که ما بدون غذا،سرپناه و رفع نیازهایمان می‌میریم اما بدون هنر قطعا جان می‌کنیم... .



نامه‌هایی به سایه خودم

نامه‌هایی به سایه خودم

مجتبی اسلامی؛ دانشجوی ارشد پژوهش علوم اجتماعی/ دانشگاه خوارزمی

پیشگفتاری بر سایه نوشته

نصرالله معمایی مولف کتاب هنر و جنون درباره سایه اشاراتی دارد: در دفترچه خاطرات و در آثار بسیاری از هنرمندان یک «پرسوناژ» مضاعف یا «همزاد» وجود دارد که در حقیقت نه خود نویسنده و نه غیر از خود اوست.

این پرسوناژ موجودی است جدا شده از وجود نویسنده، در عین حال موجود و در درون وجود اوست؛ که آرام آرام زندگی آغاز می کند، و هنرمند هر لحظه وجود خویش را با او اشتباه می گیرد. گاهی خود را او می پندارد و زمانی او را بیگانه و از خویش رانده تصور می کند. این احساس «جدا شدن» و «دوتا شدن» در باطن بسیاری از هنرمندان و نویسندگان وجود دارد؛ و به شکل «همزاد» در آثار آنها ظاهر می شود.

هر اندازه که هنرمند در رویاهای هنرآفرین خود عمیق تر می شود، وجود همزاد، محسوس تر و زنده تر جلوه خواهد کرد و میان آن دو، یک نوع عمل «ترانسفر» یا تبادل و دادوستد متقابل انجام می گیرد...این همزیستی صمیمانه هنری با همزاد، هنرمندان را به معرفت بر نفس خویش یاری می نماید، و در برقراری اعتدال و سلامت روان او به همان قدر موثر است که عمل پسیکانالیز در آرامش و شفای بیماران تاثیر دارد. (معمایی، نصرالله (۱۳۴۴) هنر و جنون، تهران، انتشارات ابن سینا، چاپ اول، صص ۸۴ و ۸۵)

سخن:

از وقتی شناختمت فهمیدم که هیچوقت نمیشناسمت

با انسان های زیادی روبرو شدی اما هیچکدامشان باب دلت نبود

چرا اینطور شد؟

به ما مربوط نیست

کار ما چیز دیگریست در این کره خاکی یا در این عالم طبیعی
میدانم که ککت از این همه غم و غصه مردم نمیگزد فقط خون جگر میخوری از درون

ای کاش میتوانستی همدمی پیدا کنی برای خودت اما چاره‌ای نیست؟

یا خودت را خلاص کن یا منتظر همدم بمان یا به همین مسیر ادامه بده همین شناخت اندکی که به دست آوردم از تو فهمیدم که در بعضی امور از نسل جِنی!

به مسیری که داری ادامه بده

شاید شرایط کمی سخت، ببخشید، خیلی سخت باشد اما دست آخر نشان دادی که تو برنده‌ای

به گذشته‌ات که نگاه می‌اندازم هر جا تلاش کردی برنده بودی

به برنده بودنت مفتخرم سایه‌ی من.

تو را دوست می‌دارم اما اگر دیدم جایی با عقل سلیم جور در نمیایی تو را با تیر می‌کشم و در خلسه خود فرو می‌روم و منتظر سایه‌ی بعدی می‌مانم تا ببینم او چه کاره‌است.

.تا الان که به وجودت مفتخر بودم ای نئوما ...

امیدوارم شناختم نسبت به تو بیشتر شود چون خیلی چیزها هست که باید درباره تو بدانم.

تو با من حرف نمیزنی

من تو را آفریدم

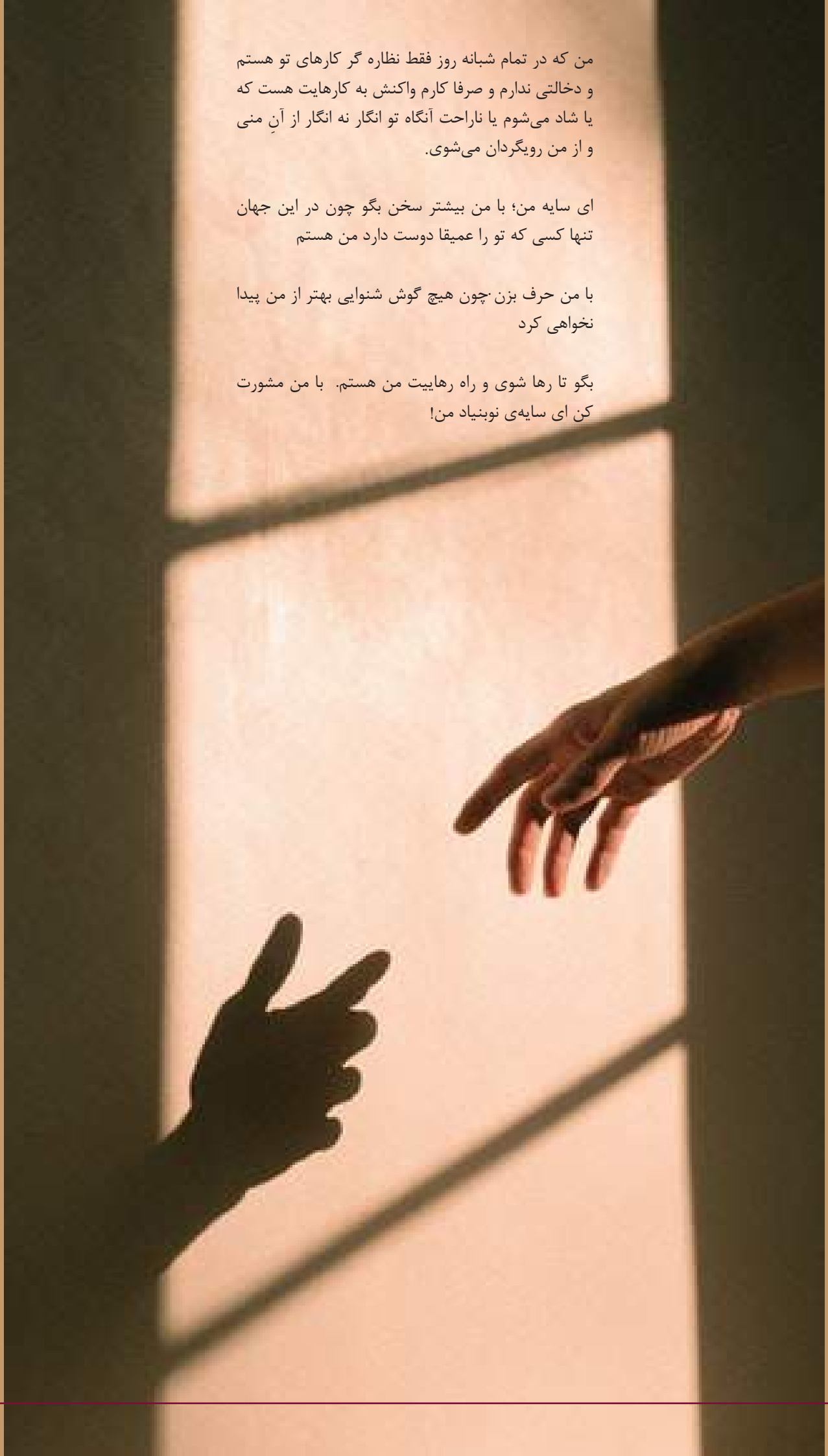
من به تو وجود بخشیدم آنگاه اصلا هیچ صحبتی با من نمیکنی

من که در تمام شبانه روز فقط نظاره گر کارهای تو هستم و دخالتی ندارم و صرفا کارم واکنش به کارهایت هست که یا شاد می‌شوم یا ناراحت آنگاه تو انگار نه انگار از آنِ منی و از من رویگردان می‌شوی.

ای سایه من؛ با من بیشتر سخن بگو چون در این جهان تنها کسی که تو را عمیقا دوست دارد من هستم

با من حرف بزن چون هیچ گوش شنوایی بهتر از من پیدا نخواهی کرد

بگو تا رها شوی و راه رهاییت من هستم. با من مشورت کن ای سایه‌ی نوبنیاد من!



درس‌هایی در باب فلسفه‌ی موسیقی آدورنو

درس‌هایی درباب فلسفه‌ی موسیقی آدورنو

پوریا رمضانیان | کارشناسی ارشدِ موسیقی، دانشگاه هنر (تهران)

جلسه‌ی اول

ـ به‌طورِ خلاصه نظرِ آدورنو دررابطه‌با موسیقیِ پاپ چیست؟

مشروع است، وقتی‌که ما می‌خواهیم از فیلسوفی مانندِ آدورنو، یا اصلاً هر فیلسوفِ جدیِ دیگری صحبت کنیم، یک‌سری ملاحظات برای ورود به ساحتِ اندیشگانیِ آن فیلسوف طرح کنیم. آدورنو و مسئله‌ی او هم از این قاعده مستثنی نیستند. ملاحظه‌ی اول همین اشاره‌ی شما به «خلاصه کردنِ» نظرِ او دررابطه با یک موضوع است. فلسفه‌ی آدورنو با هرگونه خلاصه گویی یا خلاصه‌پردازی بیگانه است، و این مستقیماً به فرمِ اندیشه، فرمِ نوشتارِ فلسفی، و از همه مهم‌تر به روشی ربط دارد که طبقِ آن، موضوع را به شناساییِ خودش درمی‌آورد. هرسه‌ی این اقلام به گوهر یگانه اند؛ یعنی، به‌قولِ مَکس پَدیسُن، مُدلی که او با آن فکر می‌کند، با مُدلی که او معتقد است می‌توان با استناد به آن، حقیقتِ اثرِ هنری را کشف کرد، نیز با مُدلی که تاریخ هم برمبنای آن تحول می‌پذیرد، یکی است.

نظرِ آدورنو راجع‌به موسیقیِ پاپ (= عامه‌پسند) در وهله‌ی نخست هم‌پیوند است با اجزای دیگری از یک کلِ بزرگ‌تر، که این اجزا یک‌به‌یک با هم‌دیگر بازتعریف می‌شوند، و هریک ضمناً سیرِ تاریخیِ خودش را هم دارد. یعنی علاوه‌بر این‌که اجزا با هم در رابطه اند، هر جزء با دقایقِ متنوعی از گذشته‌ی تاریخیِ خود نیز رابطه‌هایی دارد. «موسیقیِ پاپ»، ازسویی با خودِ مفهومِ «موسیقی» نسبت دارد، که خبر از رابطه‌ی تاریخی‌اش با گذشته‌ی خودش می‌دهد، و ازسویی هر دو پیوندهایی با مفهومِ «تاریخِ موسیقی» می‌آفرینند. شبکه‌ای از سایرِ مفاهیم مانندِ «اثرِ موسیقایی»، «اثرِ هنری»، و «هنر» نیز وجود دارد، و هریک از این مفاهیم به‌شکلِ دیگری با مفاهیمی نظیرِ «زبان»، «جامعه»، «تاریخ» در ارتباط اند. درنهایت، شبکه‌هایی از مفاهیمِ اصطلاح شناختیِ دیگر مانندِ «طبیعتِ ثانی»، «بت‌وارگی»، «ژارگون»، و هزاران مفهومِ ترمیکِ دیگر به‌شکلی درهم‌بافته‌شده کلِ پیکره‌ی فکریِ آدورنو را دربرگرفته، که راهِ ورود به آن را دشوار می‌سازد. این است که خودِ او همواره باور داشت که «با مفاهیم است که قفلِ مفاهیم را می‌توان شکست» (نقل به مضمون). ورود به آدورنو یعنی ورود به دالانی از مفاهیم.

بنابراین وقتی از معنای این جزءِ تکین (یعنی «موسیقیِ پاپ») می‌پرسیم، تمامِ اجزای دیگر را نیز به‌نحوی احضار کرده‌ایم. گرفتاریِ اولِ ما در موردِ فیلسوفی چون آدورنو، این است که اصلاً از کجا و از دریچه‌ی کدام مدخل می‌توانیم به این پیکره ورود کنیم؛ چون از طرفی تا معانیِ هر یک از این مفاهیم در سپهرِ یک‌دیگر تصریح نشود، نظرِ اصلیِ آدورنو در موردِ «موسیقی پاپ» مغفول خواهد ماند، و بنیادهای اندیشه‌ی او فوت می‌شود. پس ملاحظه‌ی نخستِ من در قالبِ مقدمه‌ای کوتاه گویای آن است که ما باید به این مسئله در درازمدت بپردازیم، و به همین یک شماره بسنده نکنیم، و بحث را هم‌چنان ادامه بدهیم تا بتوانیم از چندین زاویه، پرتوهایی interrelational از فکرِ آدورنو را نشان دهیم.

نظرِ آدورنو نسبت به موسیقیِ پاپ را من با چند بحثِ - به‌سیاقِ خودِ آدورنو - سلبی (Negative)، طرح می‌کنم: که بحثِ آدورنو به کجاها کم‌تر وارد می شود، و کجاها اصلاً در این بحث مطلوبِ آدورنو نیست. آن‌چه اغلب در خصوصِ آدورنو گفته می‌شود همین «ضدیتِ او با موسیقی پاپ» است، و «بحث از موسیقیِ (به‌اصطلاح) فاخر به‌مثابه‌ی آلترناتیوِ شنیداری». من با نقدِ این مواضع، و همان‌طور که گفتم به‌شیوه‌ای سلبی-انتقادی به بحث وارد می‌شوم.

[آیا آدورنو موسیقیِ (به‌اصطلاح) فاخر را آلترناتیوِ موسیقیِ پاپ می‌داند؟]

نخستین تصوری که از نسبتِ آدورنو با موسیقیِ عامه‌پسند به ذهن می‌رسد، این است که آدرونو «منتقد» ـ این موسیقی است. اما اصلاً خودِ «نقد» به نزدِ آدورنو چیست؟ نقد یکی از کلیدمفهوم‌های اساسی در مجموعه الکواکب (constellation) ـ مفاهیمِ آدورنو است، که مستیقماً از (به‌اصطلاح) روشِ «دیالکتیکِ منفی» استنتاج می‌شود. همان‌گونه که دیالکتیکِ منفی روشی است که طیِ آن «تاریخ» برای آدورنو تکوین می‌پذیرد، «نقد» هم برای او سویه‌ای است که به‌لحاظِ روشی، اصلاً می‌تواند برای دریافتنِ حقیقتِ چیزها به کار رود، و این یعنی اجتناب‌ناپذیری از نقد. من به‌سختی می‌توانم در آدورنو نقطه‌ای را پیدا کنم که طبقِ آن، آدورنو این باور را داشته باشد که گویی نوعی شنیدن وجود دارد که آلترناتیوِ شنیدنِ تجاری و واپس رو است؛ درحالی‌که آدورنو بحثِ ارزش‌شناسانه ندارد. او می‌گوید گوشِ زمانه به واپس‌روی (Regression) دچار آمده، و درواقع واپس‌روی را به‌مثابه‌ی وضعی تاریخی صورت‌بندی می‌کند: این‌که گوش در فرآیندی تاریخی امروز واپس‌رو شده، لذا برای آن‌که موسیقیِ باخ و بتهوون را درست بفهمد (= بشنود)، ناظر و سامع بر گذشته است. پس آدورنو نمی‌گوید، خب

حالا که این موسیقی‌ها تجاری اند و شنیدنِ ما پس می‌رود، برویم موسیقیِ به‌اصطلاح فاخر گوش کنیم که وضع بهتر شود! به‌هیچ‌وجه. این مسخره‌ترین برداشتی است که می‌توان از حرفِ یک فیلسوف داشت. هرچند جنبه‌های تربیتی و آموزشیِ بحثِ او نیز نباید نادیده گرفته شود؛ این‌که می‌شود شنونده‌ی بهتری بود، و در حوزه‌ی فردی می‌توان توانایی‌های خود را در حوزه‌ی شنیدن گسترش داد. می‌شود به موسیقی‌های همواره بهتری گوش سپرد؛ بله، البته. اما آیا این یعنی، این موسیقی آلترناتیوِ موسیقیِ سبُک است؟ ابداً. مادام که در جهانِ کالا حیات داشته‌باشیم، هر شیءِ فاخری به مرضِ فتیشیسم دچار است. فِتیشیسم - چنان‌که می‌دانید - در مارکس، خصلتِ هر کالایی به حساب می‌آید که به‌نحوی در جامعه‌ی مبتنی بر سرمایه زیست می‌کند؛ هر کالایی. آدورنو در مقاله‌ی «فِتیشیسم و واپس روی» فِتیشیسم را همان‌طور که خصلتِ محصولاتِ فرهنگیِ سبُک می‌داند، خصلتِ پاری از محصولاتِ (به‌اصطلاح) فاخر نیز می‌داند. واپس‌رویِ شنیدن مرضی نیست که یک طبقه به آن دچار باشد و طبقه‌ی دیگر از آن عاری و منزّه. واپس‌روی پاندِمیِ زمانه‌ی کالا است. او در یکی از پاره‌های کتابِ بتهوون: فلسفه‌ی موسیقی به دست‌رس‌ناپذیریِ موسیقیِ بتهوون اشاره می کند، و از این موضوع تأسف می‌خورد که دیگر نمی‌توان حقیقتِ درونیِ این موسیقی‌ها را شنید. او موسیقیِ بتهوون را با یوریدیچه مقایسه می‌کند. درواقع، آدورنو خودش و ما را هم‌چون اُرفِئوسی بازمی‌شناسد که هرچه بیشتر به پشتِ سرمان نگاه کنیم تا مطمئن‌تر شویم یوریدیچه به دنبالِ‌مان می‌آید یا نه، بیش‌تر او را از دست می‌دهیم. یوریدیچه محکوم است که در جهانِ زیرین، و در گسستی ابدی با اُرفِئوس بماند. هرگونه تلاشی برای دست یابیِ مجدّد به او، حتّی اگر بتوانیم پِرْسِفونه را نیز با چنگِ افسون‌گرِ اُرفِئوسیِ مان مجذوب کنیم، باز بی‌نتیجه خواهد ماند. شما هرقدر هم به بتهوون گوش بدهید، به وجهِ حقیقیِ موسیقیِ او پی نخواهید برد، چراکه این وجه وجهی تاریخی است، و این زوال و این ناکامی در شنیدنِ او، خود، بخشی از همان حقیقتِ تاریخی است؛ به یادِ این جمله‌ی پر طنین می‌افتم که در این‌جا نیز مصداق دارد: «هرآن‌چه سخت و استوار است، دود می‌شود و به آسمان می رود».

این به «پشتِ سر نگریستن» در مثالِ یوریدیچه دلالت‌های مشترکی نیز - دست‌کم برای من - با همان مفهومِ «واپس‌روی» دارد. آدورنو در مقاله‌اش درباره‌ی هگل، زیرِ نامِ «اسکُتینوس، یا چگونه [هگل] بخوانیم؟»، رابطه‌ی میانِ هگل و بتهوون را باز می‌کند. در آن‌جا می‌توان این وجهِ «پشتِ سر نگریستن» را به‌عنوانِ وجهی اساسی از حرکتِ تاریخ و ایضاً در فهمِ ما از این حرکت، بازشناخت. در آن‌جا آدورنو گوش دادنِ موسیقی را نیز برحسبِ همین فرم صورت‌بندی می‌کند:

> حتی عالی‌ترین نمونه‌های موسیقاییِ خوش‌ساخت را بایستی به صورتِ چندبُعدی گوش داد، هم‌زمان از سر به ته، و از ته به سر. خودِ اصلِ سازمان‌دهی در زمان [به‌عنوانِ عنصرِ ذاتیِ ساختنِ اثرِ موسیقایی] است که چنین شنیدنی را ایجاب می‌کند: زمان تنها ازطریقِ تفاوت‌اش میانِ امرِ شناخته شده با امرِ هنوز به شناخت در نیامده، میانِ امرِ موجود با امرِ نو، مفصل‌بندی می‌شود؛ آگاهیِ پس رونده (regressive) وضعیتی از خودِ پیش‌رَوی (progressive) است. باید کلِ موومان را شناخت، و به‌نحوِ وارونه و واپس‌نگر از هر لحظه ای که می‌گذرد آگاه بود. پاساژهای گذرای جزئی باید به‌منزله‌ی پیامدهای‌شان فهمیده شوند؛ معنای هر تکرارِ انشعابی بایستی تشخیص داده شود. هر جزءِ تکراری، هر لحظه‌ی بازگشتی، نباید به‌عنوانِ نوعی تطابقِ معمارانه درک شود، بلکه باید آن‌ها را هم چون ضرورتی الزام‌آور دریافت.

تاریخِ موسیقی هم مثلِ خودِ تاریخ، این‌گونه است که یک وجهِ ریگرسیو و یک وجهِ پرُگرسیو دارد. برای‌اینکه این تاریخ محقق شود، دیالکتیکِ این دو وجه نیز الزام‌آور است. وجه ریگرسیوش ریترُسپکتیو (retrospective) عمل می‌کند، یعنی ناظر [و سامع] بر گذشته است، و وجهِ پرُگرسیوش هم ناظر بر تحققِ «امرِ نو» است. از این‌جا به بعد پرونده‌ی دیگری هم باز می‌شود، و آن پرداختن به خودِ «تاریخِ موسیقی» است، که برای آدورنو معنایی دوگانه دارد. او یک تاریخِ موسیقیِ رسمی می‌شناسد که تا قبل از موسیقیِ مدرن حیات دارد، و خودِ لحظه‌ی موسیقیِ مدرن را به‌مثابه‌ی لحظه‌ی خودآگاهیِ موسیقی از تاریخِ خودش، هم‌چون نوعی «گسست (Zerrissenheit)» از آن تاریخ، صورت‌بندی می‌کند، و تاریخِ پس از این گسست را چنان‌که‌گویی هم چون «زوال» به فهم درمی‌آورد. آدورنو از هر اثری از آهنگ‌سازانِ مکتبِ دومِ وین، - از پنج قطعه برای ارکستر ـ شونبِرگ گرفته تا سُناتِ اپوس ۱ ـ آلبان بِرگ - که صحبت می‌کند، هم پیوندهای آن با پیوستارِ تاریخِ رسمیِ موسیقی را لحاظ می‌کند، و هم گسستِ صاعقه‌ناک‌اش از آن را. موسیقیِ صنعتی‌شده و سبُک هم درست در همین گسست است که حیاتِ رسمی می یابند. این موسیقی همواره به‌مثابه‌ی برملاکننده‌ی قاب‌هایی از عناصرِ تجزیه شده‌ی موسیقیِ کبیر(Great Music) است که اکنون در هر موسیقیِ آبکی‌ای هم سر در آورده. گویی تصمیمِ تاریخ این بوده که آن ایده‌های نابِ موسیقایی - که روزگاری در «موسیقیِ کبیر» متجلی می‌شدند و به گوشِ خواص می رسیدند - اکنون طیِ فِتیشیسمِ کالا و واپس‌رویِ شنیدن و صنعتِ استانداردسازی، در جهانی که ارزش‌های مبادله ارزشِ راستینِ هر شیئی را محو می‌کند، به‌شکلی نازل (یا بگوییم، نزول‌یافته) خودش را برای توده‌ی مردم نیز آشکار کند. پس آدورنو مطلقاً این امکان را به ما می‌دهد که رصد کنیم کدام عناصر از موسیقیِ کبیر، طیِ تاریخ‌شان به عناصری بارها نازل‌شده تر تغییرِ شکل داده‌اند، و اکنون در کدام ساحت از موسیقی و فرهنگ حیات دارند؛ حیات، ولو به‌شکلِ نازل و سطحی‌اش.

پس می‌بینیم که آدورنو ذاتی برای مفاهیمی که به آن‌ها می‌پردازد، قائل نیست، که بخواهد هریک را جداگانه تعریف کند، یا به یک معنا، اسبابِ معرفتِ به آن‌ها را فراهم کند. من در کلاس‌های آدورنو با دانش‌جوها بحث را از ذاتِ موسیقی آغاز کردم؛ نه صرفاً به خاطرِ این که پرسشِ نخستینِ «موسیقی چیست؟» ما را وادار به چنین پژوهشی می‌کند؛ بلکه، به دلیلِ این که نشان بدهم چگونه هرگونه پرسش از ذاتِ موسیقی (= خواه اثرِ موسیقایی، خواه موسیقی‌دان، و خواه خودِ موسیقی) همواره در شبکه‌ای از مفاهیمِ تاریخی و اجتماعی به پرسش‌هایی دیگر ارجاع می‌دهند، و حالتِ انتزاعی و توخالیِ پرسشِ «موسیقی چیست» را بی‌اعتبار می‌سازند.

پس تا این‌جا روشن ساختیم که ۱. نمی‌توان از «موسیقیِ پاپ» به‌شکلی انتزاعی سخن گفت، همان‌گونه که نمی‌توان از هیچ‌یک از سایرِ مفاهیمِ آدورنو به‌شکلِ انتزاعی سخن گفت؛ ۲. واپس‌روی (regression) به‌مثابه‌ی امری تاریخ‌ساز و ازاین‌حیث اجتناب‌ناپذیر است. حال می‌توانیم در قابی بزرگ نقشه‌ی اصلیِ آدورنو در نظر آوریم.

عصاره‌ی کلامِ آدورنو را می‌توان این‌طور تقریرکرد:

او درست مثلِ هایدگر، ابتدا از «اثرِ موسیقایی» پرسش می‌کند: ذاتِ موسیقی برای او یعنی: موسیقی اولاً: «ماده»ای دارد؛ ثانیاً: «سوژه»ای آن را آفریده، (که این یعنی: «ایده»ی ذهنی‌ای دارد که در ذهنِ «سوژه» است، و برای تجلییافتنِ این «ایده» به «ماده» نیاز دارد)؛ ثالثاً: برای آن‌که به تحققِ غایی اش دستپیداکند، به عنصرِ «شنیدن» هم نیاز دارد، تا بتواند در گوشِ آن کسی که می‌شنودش، زمینه‌های بروزِ «ایده»ی ذهنیِ جدیدی را فراهمکند، و به چرخه‌ی تاریخی‌اش ادامهدهد. این اثرِ موسیقایی گویا سه جزءِ اصلی دارد: اولی: ماده‌اش، دومی: سازنده یا سازندگان‌اش، و سومی: مخاطب‌اش. اینسه موضوعاتی جداگانه نیستند، که بتوانیم برای هریک ذاتی مجزا قائل شویم؛ بلکه، این سه هم‌زمان «باهم» و «مفارقازهم» بررسیمی‌شوند. در هر متنی از آدورنو درباره‌ی هنر، همواره این هر سه ساحت حیاتدارند، منتها با دینامیکِ کم‌تر یا بیش‌تر. پس مواجهه‌ی ما با «اثرِموسیقایی» همواره متضمنِ لایه‌های دیگری از مواجهه نیز است؛ لایه‌های «مخاطب» و «آفریننده». آدورنو همواره این‌گونه می‌اندیشد. این نحوه‌ی مواجهه همان نحوه‌ای است که رُمَن اینگاردِن در اثرِ موسیقایی و مسأله‌ی هویت‌اش از آن دفاعمی‌کند. فرقِ اینگاردِن و آدورنو هم همین است: کارِ پدیدارشناسانه‌ی اینگاردِن این است که بگوید چگونه می‌توان درباره‌ی این موضوع اندیشید (به‌شکلی کانتی دارد «تعیینِ حدود» می‌کند)، و کارِ عمل‌ورزانه‌ی آدورنو این است که همین شیوه را اجرامی‌کند و راجع‌به خودِ موضوع اظهارِنظرمی‌کند (به شکلی هگلی خود را به خودِ «موضوع» می‌سپارد). لذا، وقتی ما به هریک از آن‌ها مواجه می‌شویم وضعیتی دیالکتیکی را نظارهمی‌کنیم. پَدیسُن در زیباشناسیِ موسیقیِ آدورنو فرمول‌های دیالکتیکیِ این مفاهیم را در آثارِ آدورنو فاشمی‌کند. دیالکتیکِ آهنگ‌ساز-نوازنده، نوازنده-متن، اجرا-شنیدن، مخاطب-کالا، ضبط-اجرا، وغیره. هیچ آهنگ‌سازی منتزع از جغرافیای خودش نیست؛ در این پهنه‌ی تاریخی او همواره در طولِ زبان و عرضِ قومیِ مشخصی جای داشته و تجربه‌ی زیسته‌ی خود را از مجرای آن‌ها گذرانده‌است. پس همواره درحالِ دیالکتیک به اجزای دیگرِ جامعه‌ی خودش است، و خودش را همواره به‌مثابه‌ی «امرِ جزئی درونِ کلِ مشخصی» فهمکردهاست. ازطرفی، ماده‌ای هم که دارد با آن کارمی‌کند، ازسویی برآمده از جغرافیای او است، و ازسویدیگر درنتیجه‌ی نوعی تحولِ تاریخی(Entwicklung)به چیزی که اکنون هست بدلشده. مواجهه‌ی آهنگ‌ساز با مقولاتِ بنیادینی نظیرِ «همانی»، «تناقض»، «وحدت»، و...، همواره از مجرای تعارضات و سازش‌های محیطی‌اش صورتپذیرفتهاست. ازسویی ماده ای که دارد با آن کارمی‌کند، ماده‌ای است که از پسِ قرون و اعصار گذشته و امروز تحتِ قالبِ «ژانرها»، «انواعِ فرم‌های استاندارد»، «فیگورها/آرایه‌های موسیقایی»، «مُتیف‌ها و تِماتیسمِ شاخصِ یک مکتبِ خاص»، پیشِ روی آهنگ‌ساز قرارگرفته‌است. آهنگ‌سازی که امروز به جهان چشم می‌گشاید، جهانی رازآمیز از تکنولوژی را می‌بیند و مواجهه‌ی نخستین‌اش با ساز (به‌عنوانِ اصلی‌ترین ابزارِ تحققِ مادیِ ایده) مواجهه‌ای سراسر تکنولوژیک است، و این موضوعی است که همواره باید موردِ تأکید قراربگیرد.

امیدوارم توانسته باشم با خروج از سؤالِ شما و طفره‌رفتن از اعطای پاسخِ سرراست به آن، پرتویی بر بحث انداختهباشم. تمامِ سخنِ من این بود که فرقی ندارد که سؤالِ شما چیست! سؤالِ شما هرچه که باشد، باید مختصاتِ آن را در نقشه‌ی اصلیِ فکرِ آدورنو بازجست. ما از مدخلی وارد می‌شویم، اما تا زمانی که همه‌ی اجزا آشکارنشوند، حجمِ عظیمی از بحث فوت خواهد شد. لذا، حالا که پرده را اندکی بالاتر گرفتیم، من وعده می‌دهم که در نوبتِ آتی اندکی ایجابی‌تر به بحثِ صنعتِفرهنگ ورود کنم. اما یادِمان نرود که ورود به صنعتِ فرهنگ متضمنِ داشتنِ دیدی تاریخی است، و باید عناصر و دقایقِ خاصی از آن را در این تاریخ بازشناخت. شاید بررسیِ موسیقیِ جَز شروعِ مناسبی باشد.

مروری بر نحله‌های فکری تکامل‌گرایی، اشاعه‌گرایی، کارکردگرایی و ساختارگرایی در تاریخ قوم‌موسیقی‌شناسی با توجه به «بستر فرهنگی» در شناخت موسیقی براساس نظر جان بلکینگ (John Blacking)

سینا صنایعی؛ دانشجوی ارشد اتنوموزیکولوژی/ دانشگاه هنر (تهران)

مقدمه

نحله‌های فکری برآمده از حوزه‌ی انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی در قرن نوزدهم و پس از آن، با شکل‌گیری موسیقی‌شناسی تطبیقی و(Comparative Musicology) بعدها، قوم‌موسیقی‌شناسی(Ethnomusicology) در این حوزه‌ها نیز نفوذ پیدا کرد و زمینه‌ساز ایجاد رویکردهای مختلف در این علم شد.

جان بلکینگ (John Blacking)، قوم‌موسیقی‌شناس انگلیسی، در محیط علمی قوم‌موسیقی‌شناسی معتقد است ساختار موسیقی را بدون شناخت بستر فرهنگی آن نمی‌توان درک‌کرد.

> موسیقی می‌تواند عادات اجتماعی و روندهای شناختی را در خود نشان دهد اما تنها زمانی تأثیرگذار خواهد بود که گوش¬های پذیرا و آموخته‌ی مردمانی آن را بشنوند که با خالق آن موسیقی تجربیات مشترک فردی یا فرهنگی داشته باشند یا بتوانند به شکلی آن‌ها را با یکدیگر تقسیم کنند. بنابراین موسیقی آنچه را که در جامعه و فرهنگ وجود دارد، نشان می‌دهد و چیز تازه‌ای جز الگوهای صوتی به آن اضافه نمی‌کند (بلکینگ ۱۳۹۷: ۸۷)

مقاله‌ی پیش‌رو به دنبال یافتن وجوه اشتراک و افتراق، به مطالعه‌ی تطبیقی دیدگاه جان بلکینگ با چهار نحله‌ی فکری تکامل‌گرایی (Evolutionism)، اشاعه‌گرایی (Diffusionism)، کارکرد گرایی(Functionalism) و ساختارگرایی (Structuralism) پرداخته است.

تکامل‌گرایی

تکامل‌گرایی یا تطورگرایی، پس از اعلام موجودیت علم مردم‌شناسی، نخستین نظریه‌ای است که یک روش‌شناسی مشخص برای خود مطرح می سازد. ریشه‌های این علم در علوم طبیعی بوده که در این حوزه از آن به عنوان تکامل‌گرایی طبیعی یاد می‌شود و می‌توان لامارک و داروین را دو چهره‌ی اساسی آن در نظر گرفت (فکوهی ۱۳۸۱: ۱۲۲).

اما آنچه در اینجا مورد بحث است تکامل‌گرایی فرهنگی است که در موسیقی‌شناسی تطبیقی اروپایی مورد استفاده قرار گرفت و بر این باور است که هر پدیده‌ی فرهنگی، همچون موسیقی، در اثر تغییرات در یک خط زمانی شکل گرفته است. در واقع یک پدیده‌ی فرهنگی را به صورت یک سیر خطی «در زمان» (Diachronic) و نه به صورت یک برش خطی «هم زمان» (Synchronic) مورد مطالعه و بررسی قرار می‌دهد. این نحله‌ی فکری فرهنگ را در دوسطح ۱) بدوی و ۲) متمدن یا پیشرفته طبقه¬بندی می کند (استُن ۱۳۹۳: ۱۴۲). بنابراین هر جامعه با توجه به ویژگی‌های فرهنگی خود در سطحی معین از سیر تاریخی تکامل قرار گرفته و در مکان مختص به خود در خط زمانی بدوی تا متمدن مستقر می‌شود.

شاید در نگاه اول، وجود عنصری مشترک به نام «فرهنگ» در نظر بلکینگ و نحله‌ی فکری تکامل‌گرایی، نوعی تشابه به نظر بیاید اما رویکرد به فرهنگ در این دو طرز تفکر، خود اسباب افتراق را فراهم می‌سازد. در نظر بلکینگ مسیر شناخت یک موسیقی، از شناخت فرهنگ جامعه‌ای که آن نوع موسیقی در آن جریان دارد عبور می‌کند در حالی که موسیقی¬شناسی تطبیقی با استفاده از تکامل‌گرایی، این مسیر را در جهت مخالف طی می کند. در واقع با بررسی موسیقی‌های مختلف به دنبال ویژگی‌های مشترکی است تا بر اساس این تشابهات آن‌ها را به صورت زمانی و خطی دسته¬بندی کند. اساساً تکامل‌گرایی «پیش از هر چیز، ریشه در استنباط دارد نه در کاوش در مشخصه‌های قوم‌نگاشتی» (استُن ۱۳۹۳: ۱۴۳). به این ترتیب یکی از ضعف‌های بزرگ تکامل‌گرایی در حوزه‌ی قوم‌موسیقی‌شناسی عدم وجود کار میدانی در شناخت فرهنگ‌ها است.

حوزه‌های مختلفی در قوم‌موسیقی‌شناسی تحت تأثیر تکامل گرایی قرار گرفته است که به طور خلاصه می‌توان به سه مورد اصلی آن اشاره کرد:

۱) مفهوم مبدأ موسیقی و مسائل مرتبط با جهان‌شمولی موسیقایی

۲) بازسازی تاریخ موسیقی به عنوان یک کل و وضع قوانین کلی برای تغییرات موسیقی

۳) جزئیات چگونگی تغییر نظام‌های موسیقایی در راستای بقا (Nettl 2010: 109).

به این ترتیب یکی دیگر از مسائلی که با تکامل‌گرایی در قوم‌موسیقی شناسی همراه می‌شود، «جهان‌شمولی (Universality)» است. براین‌اساس، مجموعه‌های بزرگ، با وجود تغییرات جزئی درون خود و نسبت به یکدیگر، دارای ویژگی‌های یکسان و مشترکی هستند.

با اتکا بر جهان‌شمولیت، موسیقی امری طبیعی خواهد بود، به این معنا که مجموعه‌ای از قوانین فیزیکی قائم به ذات بر موسیقی حاکم است و هیچ گونه تأثیری از فرهنگ در آن وجود ندارد. تکامل‌گرایی و جهان‌شمولیت از این جهت مشابهت دارند که همواره اَشکال ساده از هر پدیده را مقدم بر اَشکال پیچیده می‌دانند. حال اگر بر اساس رأی بلکینگ، که به نوعی تنوع فرهنگی را علت تفاوت و تمایز موسیقی‌ها از هم می‌داند، به این موضوع بنگریم به تناقض برمی‌خوریم.

در واقع اگر به دنبال نوعی جهان‌شمولی فرهنگی در بستر موسیقی باشیم، ممکن‌است تنوع فرهنگی، برای پدیده‌هایی که آنها را واحد در نظر گرفته ایم، ما را به مبدأهای مختلفی برساند(ibid: 113).

به عقیده‌ی نگارنده، مشکل اصلی‌ای که انسان‌شناسی در تکامل‌گرایی با آن روبرو بود، نوعی بدفهمی و یا کج‌فهمی در ارتباط با تکامل‌فرهنگی است. در نظر انسان‌شناسان، تکامل‌گرایی ابزاری برای کشف ارتباط بین بیولوژی، رفتار و فرهنگ انسان بود (Cross 2003: 26) تا با کنار زدن لایه‌های مختلف انسان به نوعی جهان‌شمول فرهنگی دست یابد و این جهان‌شمول را با ثابت های بیولوژیکی، روانی و اجتماعی انسان مرتبط سازد (Geertz 1973: 38) که نگاه سنتی به آن به این ترتیب بود که تکامل فرهنگی در انسان پس از پایان تکامل بیولوژیکی آغاز شده است(ibid: 46). نگاهی که موجب پیدایش نوعی نژادگرایی در حوزه‌ی انسان‌شناسی شد.

> نژادگرایی، دو استدلال اساسی را مطرح می‌کند: نخست باور به وجود تقسیم‌بندی‌های بیولوژیک بزرگی که فراتر از قومیت‌ها و حتی ملیت‌ها رفته‌اند و تعداد محدودی را در کل بشریت تشکیل می‌دهند و نام نژاد بر آنها گذاشته می‌شود؛ و سپس باور به نوعی طبقه‌بندی سلسله مراتبی میان نژادها بر اساس قابلیت‌ها و خصوصیات بیولوژیک در آنها. (فکوهی 117 :1381)

این نگاه به موسیقی‌شناسیِ تطبیقی نیز سرایت کرد و موجب پیدایش نوعی رویکرد قوم‌مدارانه در این حوزه شد.
این رویکرد گرایشی برتری‌طلبانه داشت که فرهنگ‌های غربی را در» جایگاه برتر از سایر فرهنگ‌ها و جامعه‌ها قرار می‌داد» (استُن 144 :1393).

حال اگر این فرضِ تکامل‌گرایان، مبنی بر برتربودن فرهنگ‌های غربی، را در قیاس با نظر بلکینگ قراردهیم باز هم با تناقض روبرو می‌شویم. در فرضیات تکامل‌گرایانه، نظام هپتاتونیک متأخر بر نظام موسیقایی پنتاتونیک است. با این مفهوم که نظام موسیقایی پنتاتونیک پس از تکامل به نظام هپتاتونیک تبدیل شده‌است. اما در موسیقی چین که از نظام پنتاتونیک استفاده می شود، نظام هپتاتونیک نیز شناخته شده‌است، لیکن این موسیقی به اختیار .از نظام پنتاتونیک استفاده می‌کند.
حال پرسشی پیش می‌آید که این عقب‌گرد تکاملی چگونه توجیه می‌شود؟

بلکینگ در همین رابطه موضوعی مشابه در موسیقیِ وِنداها را مطرح می‌کند و معتقد است «مطابق نظریات تکاملی تاریخ موسیقی، وِنداها نیز مانند چینی‌ها باید به عقب حرکت کرده باشند زیرا آنها با وجود اینکه گام‌های "بزرگتر و بهتری" را می‌شناختند گام پنج‌درجه‌ای را برای موسیقی خود انتخاب کردند!» (بلکینگ 91 :1397). بنابراین در اینجا نیز به نظر می‌رسد نظر بلکینگ با نحله‌ی فکری تکامل‌گرایی سازگاری ندارد.

تکامل‌گرایی به عنوان نقاط قوت، فرهنگ را در بستر تاریخ مورد بررسی و گستره‌های فرهنگی زیادی را مورد مقایسه با یکدیگر قرار داد (استُن 144 :1393). اما از نقاط ضعف این اندیشه که موجب کمرنگ‌شدن این نظریه هم شد، نگاه تک‌خطی و قوم‌مدارانه‌ی آن است. تکامل‌گرایی در موسیقی‌شناسیِ تطبیقی، از نقش افراد جامعه و رفتارهای فرهنگی غافل مانده‌بود، همچنین به داوری و ساده‌پنداری جوامع دیگر گرایش داشت. درحالی که مطالعات مردم‌شناسی نشان می‌دهد همه‌ی فرهنگ‌ها، هر چند ساده، در نوع خود دارای پیچیدگی‌هایی هستند. از آنجا که این نظریات با مخرج‌مشترک‌گیری از تمامی پدیده‌ها و خلاصه کردن آنها در ویژگی‌هایی کلی استوار بود، به نوعی مانعی برای پیشرفت انسان‌شناسی به حساب می آمد. از این‌رو در نقد و رد نظریه‌ی تکامل‌گرایی، اشاعه‌گرایی پدیدار شد.

اشاعه‌گرایی

دومین نظریه‌ای که از انسان‌شناسی وارد موسیقی‌شناسیِ تطبیقی شد، دومین نظریه‌ای که از انسان‌شناسی وارد موسیقی‌شناسی تطبیقی شد، اشاعه‌گرایی است. این نظریه بر خلاف تکامل-گرایی که پدیده‌ها را از منظر تاریخی.مورد مطالعه قرار می‌داد، آن‌ها را با روشی تاریخی‌جغرافیایی بررسی می‌کند. «بر اساس نظریه‌ی اشاعه، برای شناخت احوال و خصوصیات فعلی یک جامعه، باید تاریخ فرهنگی آن جامعه را با توجه به روابطش با جوامع دیگر، جستجو کرد» (روح‌الامینی ۱۳۷۹، ۱۱۸)

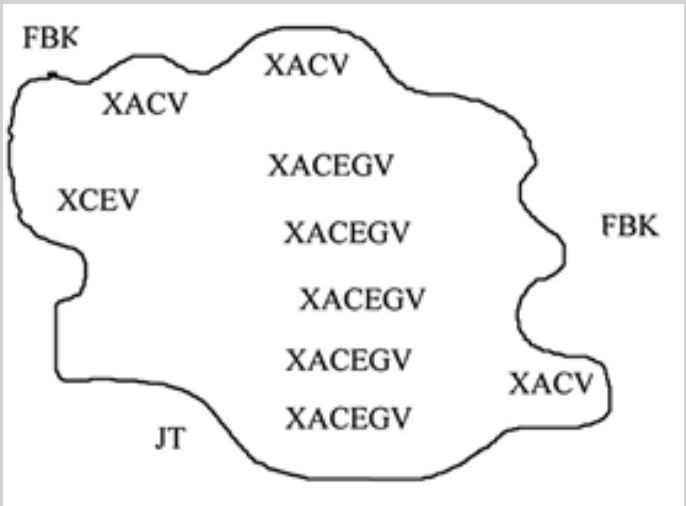
اشاعه‌گرایی تغییر را ناشی از تأثیرپذیری از محیط بیرون می‌داند که پدیده های فرهنگی مبدأ در خلال هم‌جواری یا انتقال به مقصد رسیده‌اند (فکوهی 145 :1381).

بنابراین توجه چندانی به توانایی فرهنگ‌ها در کشف و ابداع و همچنین زایش و تطور درونی آنها نداشته و بیشتر بر قابلیت آنها در «تقلید» متمرکز است (همان: ۱۴۵). اشاعه‌گرایان بر خلاف تکامل‌گرایان، معتقد بودند که پدیده‌ها «مُنوژنیک(Monogenic) » هستند. به این مفهوم که یک پدیده‌ی فرهنگی در یک مبدأ جغرافیایی شکل گرفته و سپس به جوامع اطراف آن منطقه اشاعه یافته‌است. بنابراین فرضیه‌ی اصلی این نظریه این است که پدیده‌های فرهنگی دارای تنها یک مبدأ آفرینش هستند و در اشاعه از منطقه‌ی خود خارج و به جوامع اطراف خود منتقل شده‌است (استُن 145 :1393).

از آنجا که بلکینگ معتقد است مجموعه عوامل مختلف در ساختار فرهنگی یک جامعه، موسیقی متناسب با همان فرهنگ را حاصل می‌شود، در تطبیق نظر وی با اشاعه‌گرایی نیز نوعی ناسازگاری را شاهد خواهیم‌بود. اصل «وابستگی» که از مهمترین اصول تحلیل اشاعه‌گراست این پرسش را در ذهن ایجاد می‌کند که چگونه می‌توان یک گروه از عناصر فرهنگی منسجم را تشخیص داد؟

و یا در این زنجیره‌ی انتقال پدیده‌های فرهنگی، گروه مفروض اولیه تا چه اندازه با واقعیت بیرون از خود انطباق داشتهاست؟ (فکوهی 146 :1381)

اساساً، در صورت وقوع نوعی انتقال فرهنگی، آنچه در انتقال پدیده‌های فرهنگی منتقل می‌شود، حلقه‌ی نهایی فرهنگ است که به مصرف منجر می‌شود نه زمینه‌ها و بستر شکل‌گیری آن (رفیعپور 329 :1377).



(شکل۱. تحولات در زنجیره‌ی اشاعه (فکوهی ۱۳۸۱: ۱۴۷)

بنابراین حتی در صورت پذیرش وام‌گیری و اشاعه‌ی فرهنگی، نمی‌توان از تأثیر و نقش فرهنگی جامعه‌ی مقصد در تحول پدیده‌ی منتقل‌شده به منظور انطباق با فرهنگ مقصد چشم‌پوشی کرد. همچنین بلکینگ معتقد است «به سختی می‌توان باور کرد که در طول هزاران سال، در برخی نقاط جهان هیچ ابداعی در زمینه‌ی موسیقی صورت نگرفته است» (بلکینگ ۸۹ :۱۳۹۷).

به این ترتیب در صورت مطالعه‌ی موسیقیِ فرهنگی که نوعی اشاعه را تجربه کرده‌است، باز هم نیاز است بستر فرهنگی آن جامعه را نیز بشناسیم تا هم از تأثیرات احتمالی فرهنگ مقصد بر تحولات آن پدیده با خبر شویم و هم چرایی شکل‌گیری این انتقال فرهنگی را جویا شویم. زیرا در تماس فرهنگی «فرهنگ‌هایی که با یکدیگر تماس مستقیم دارند، هر دو دچار دگرگونی می‌شوند. در عین حال، این دگرگونی ممکن است در یک فرهنگ خیلی عمیق‌تر از فرهنگ دیگر باشد» (کوئن 66 :1395).

از نقاط قوت این نظریه می‌توان به تلاش آن در توضیح تغییرات فرهنگی در طول تاریخ و تشخیص شباهت‌های فرهنگی، اشاره کرد. (استُن ۱۳۹۳: ۱۴۹). اما اصلی‌ترین نقد وارد بر اشاعه‌گرایی این است که تضمین و پیش بینی پذیرش یک پدیده‌ی فرهنگی وارداتی در یک قوم امر دشواری‌ست. همچنین نکته‌ی دیگر این است که این نظریه، به طور کلی، نقش قوهی آفرینش و خلاقیت انسان در پیدایش پدیده‌های فرهنگی را نادیده گرفته است که این بخش نیز با رأی بلکینگ در تضاد است. «اشاعه‌گرایی و تکامل گرایی برای توضیح و شناخت پدیده‌های موسیقایی در قرن نوزدهم از دو مسیر مختلف می‌رفتند. ولی در نهایت هر دو به متمایزکردن فرهنگ‌های به اصطلاح والا از فرهنگ‌های به اصطلاح بدوی کمک کردند» (استُن 149 :1393).

به این ترتیب همانطور که در بررسی تکامل‌گرایی عنوان شد این نوع طبقه بندی و نتیجه‌گیری در ارتباط با فرهنگ‌ها نیز با نظر بلکینگ در تضاد است

کارکردگرایی همچون اشاعه‌گرایی، یکی از نظریاتی بود که در واکنش به تکامل‌گرایی به وجود آمد. بنابراین بر خلاف روش تاریخی تکامل‌گرایی، مطالعه‌ی همزمان بر موضوعات را پیشنهاد می‌کرد. تحلیل همزمان، مجموعه را تنها در زمان حال بررسی می‌کند، بنابراین معتقد است «کارکرد» تنها در زمان حال معنی می‌دهد (فکوهی ۱۳۸۱: ۱۵۸). در این رویکرد از برونیسلاو مالینوفسکی و رادکلیف-براون به عنوان دو چهره‌ی شاخص یاد می‌شود. در حوزه‌ی انسان‌شناسی، مالینوفسکی را ابداع‌کننده‌ی اصلی روش «مشاهده‌ی مشارکتی» می‌دانند هر چند ابداع واقعی آن به ژوزف-ماری ژراندو بر می‌گردد که ژان پواریه اصول این روش را به صورت زیر بر می‌شمارد :

۱) پژوهشگر باید تمامی پیش‌داوری‌های خود را کنار بگذارد و حتی زمینه‌های شناخت ذهنی خود از مفاهیم را نیز نادیده انگارد

۲) پژوهشگر باید تلاش کند با آموختن زبان مردم و مشارکت در زندگی روزمره‌ی آنها، از سوی آنها پذیرفته شود و به فردی از جماعت آنها تبدیل شود

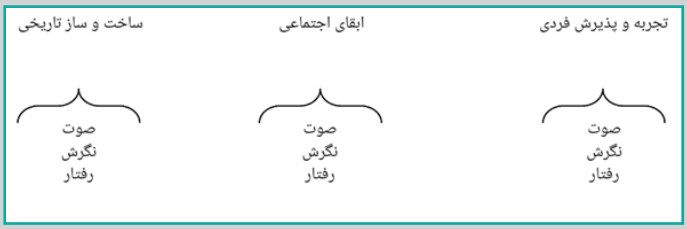
۳) او باید با دقت تمام مشاهدات خود را در عمل یادداشت کند

۴) او باید رده‌های گوناگون واقعیت را دریابد: پنداشت‌ها، رسوم، منشور گروه، عملکرد و غیره. (فکوهی 169 :1381)

آلن مریام نیز کارکردگرایی را یافتن چرایی کاربرد و شناخت و درک کارایی موسیقی برای انسان می‌دانست (مریام ۲۹۷ :۱۳۹۶).

همانطور که پیرامون «مشاهده‌ی مشارکتی» بیان شد، کارکردگرایی این امکان را برای قوم‌موسیقی‌شناسی فراهم می‌کند تا موسیقی را همبسته با مجموعه‌های اجتماعی-فرهنگی در نظر بگیرد (استُن ۱۶۲ :۱۳۹۳).

از طرفی نیز توجه ویژه‌ای به کار میدانی در شناخت موسیقی یک جامعه داشته‌است. این موضوعات نشان می‌دهد که مطابق با نظر بلکینگ، کارکردگرایی نقش فرهنگی جامعه در شکل‌گیری موسیقی آن را در نظر گرفته‌است. شاید بتوان وجه افتراق نظر بلکینگ و کارکردگرایی را به نوعی در روش‌شناسی این رویکرد جستجو کرد. از آنجا که کارکردگرایی توجه چندانی به پویایی فرهنگ ندارد و آن را در گذر زمان ثابت و بی‌تغییر می پندارد، بنابراین تأثیر تغییرات فرهنگی در گذر زمان بر شکل‌گیری یک پدیده‌ی موسیقایی را در نظر نمی‌گیرد. همچنین ممکن است بر اساس مقولات اجتماعی استانداردسازی شده‌ای، منتج به تعمیم و پیوند یک کارکرد با سایر اجزای نظام فرهنگی شود، بی‌آن که قادر به توضیح مستدل باشد (استُن ۱۳۹۳: ۱۵۸-۱۵۷)،که این موضوع می‌تواند، برخلاف رأی بلکینگ، مانعی بر سر راه شناخت دقیق یک موسیقی از دل فرهنگ و تغییرات تأثیرگذار آن باشد. در همین راستا تیموتی رایس با اصلاح مدل آلن مریام تاحدودی سعی بر حل این مشکل دارد و آن را به نظر بلکینگ نزدیک‌تر می‌کند. او سه عنصر «ساخت و سازهای تاریخی»، «ابقای اجتماعی» و «تجربه و پذیرش فردی» را با سه عنصر «صوت»، «نگرش» و «رفتار» ترکیب می‌کند که مدل حاصل در شکل زیر نمایش داد شده‌است (برای مطالعه‌ی بیشتر نک. Rice 2016:43-62).



خلاف نظر بلکینگ، در پی شناخت فرهنگ از بستر موسیقی است، که کارکردهای «هدایت جامعه به سوی یک‌دست شدن هنجارهای اجتماعی» و «اعتبار بخشیدن به نهادهای اجتماعی و آئینهای مذهبی» (همان: ۳۱۶-۳۱۵) می‌تواند دلیلی بر این مدعا باشند. در انسان‌شناسی بریتانیا، مالینوفسکی بیشتر بر مفهوم فرهنگ متکی بود آن را محور شناخت و تحلیل واقعیت‌های اجتماعی قرار می‌داد (فکوهی ۱۳۸۱: ۱۷۵). بنابراین شاید بتوان نظر بلکینگ را بیشتر به کارکردگرایی از نظر مالینوفسکی نزدیک دانست.

ساختارگرایی

ساختارگرایی از نحله‌های فکری قرن بیستم در انسان‌شناسی محسوب شده که عمدتاً به ساختار-کارکردگرایی یا کارکردگرایی ساختاری در بریتانیا و ساختارگرایی انسان‌شناسی فرانسه تقسیم می‌شود و رادکلیف-براون و کلود لوی-ستروس از چهره‌های بارز آن هستند (فکوهی ۱۳۸۱: ۱۷۱). مهمترین محور ساختارگرایی ایستادگی در برابر اندیشهی «ذرهگرا» (atomist) است؛ بنابراین در پی مطالعه و بررسی نظام و الگویی است که پدیده‌ی مورد نظر جزئی از آن محسوب می‌شود (همان: ۱۷۲). کلود لوی-ستروس در پی نظریات فردیناند دو سوسور معتقد بود مشابهت‌هایی که در یک سیستم وجود دارد، ناشی از نوعی تشابه ساختاری در ذهن انسان است(Stone 2008: 90).این رویکرد پیوند بسیار نزدیکی با کارکردگرایی دارد. به این ترتیب که «کارکرد یعنی ساختاری پویا شده و ساختار یعنی شکل ایستای یک کارکرد [...] یا بهتر بگوییم در کارکرد گرایی، پدیده به عنوان جزئی از یک فرایند درک می‌شود یا به عنوان یک حرکت در فضا؛ و در ساختارگرایی به عنوان جزئی از یک شکل یا یک موقعیت در فضا» (فکوهی 1381: 172).

در حوزه‌ی اتنوموزیکولوژی فرضیات ساختارگرایی برمبنای زیر بود:

۱) تمامی اجراهای موسیقایی تحت تاثیر تعداد محدودی از طبقه‌بندی های عملیاتی ذاتی در ذهن انسان هستند.

۲) این طبقه‌بندی‌های موسیقایی در اصل دوگانه یا متضاد هستند.

۳) این متضادها از طریق یک فرایند انتقالی دارای حد میانی هستند (Stone 2008: 93).

بلکینگ در بررسی ساختارهای برونی و درونی موسیقی وندا‌ها معتقد است که روش‌های تحلیلی‌ای که بیشتر در علوم دیگر مانند زبان‌شناسی کاربرد دارند، نباید در تحلیل فرهنگی موسیقی مورد استفاده قرارگیرند (Blacking ۱۹۷۱: ۱۰۵-۱۰۴). اما در صورتی که با اصلاحاتی در آن به طور حساس‌تر به بستر پرداخت می‌توان به دنبال ارتباط ساختاری بین فعالیت‌های موسیقایی و اجتماعی بود (ibid : ۱۰۵). همچنین در کتاب انسان‌شناسی موسیقی نیز با استفاده از اندیشه‌ای ساختارگرا به مقایسه‌ی ساختارهای موسیقایی و سایر پدیده‌های فرهنگی می‌پردازد (Stone ۲۰۰۸: ۹۲). ساختارگرایی دوگانه در اتنوموزیکولوژی شرایط بهتری برای ایجاد ارتباط بین نظام‌های موسیقایی و نظام‌های فرهنگی-اجتماعی آن موسیقی فراهم می‌کند (ibid : ۹۴). بنابراین نظر بلکینگ بیشترین انطباق را با نحله ی فکری ساختارگرایی دارد.

نتیجه‌گیری

همانطور که مشاهده می‌شود نظر بلکنیگ، مبنی بر اینکه ساختار یک موسیقی را باید با توجه به بستر فرهنگی آن بررسی کرد، با هر یک از چهار نحله‌ی فکر بررسی شده دارای وجوه اشتراک و افتراق است. هر چند نمی توان تمامی این نظریات را به طور کامل پذیرفت و یا به کلی رد کرد، اما بیشترین انطباق بین رأی بلکینگ و این نظریات در ساختارگرایی و کارکردگرایی دیده می‌شود. دو نحله‌ای که، همانطور که بیان شد، دور از هم نبوده و به نوعی در هم تنیده هستند. بلکینگ نیز با اعمال برخی اصلاحات مدنظرش بر رویکرد ساختارگرایی آن را دستمایه‌ی پژوهش خویش قرار می‌دهد. که خود رویکرد و نظر بلکینگ نیز می‌تواند جداگانه مورد نقد و بررسی قرار گیرد.

مراجع

استُن، روث

۱۳۹۳ «تکامل‌گرایی، اشاعه‌گرایی و کارکردگرایی در تاریخ قوم‌موسیقی‌شناسی.» ترجمه‌ی ناتالی چوبینه. فصلنامه‌ی موسیقی ماهور .141-169 :64 (16)

بلکینگ، جان

۱۳۹۷ انسان چگونه موسیقایی است؟. ترجمه‌ی مریم قرسو. تهران: ماهور.

رفیعپور، فرامرز

۱۳۷۷ آناتومی جامعه: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی. تهران: انتشار.

روحالامینی، محمود

۱۳۷۹ مبانی انسان‌شناسی(گردشهر با چراغ). تهران: عطار.

فکوهی، ناصر

۱۳۸۱ تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی. تهران: نشر نی.

کوئن، بروس

۱۳۷۲ مبانی جامعه‌شناسی. ترجمه و اقتباس غلام‌عباس توسلی و رضا فاضل. تهران: سمت.

مریام، آلن پی.

۱۳۹۶ انسان‌شناسی موسیقی. برگردان فارسی مریم قرسو. تهران: ماهور.

Blacking, John
1971 "Deep and Surface Structures in Venda Music." Yearbook of the International Folk Music Council 3: 91-108

Cross, Ian
2003 "Music and Biocultural Evolution" In The Cultural Study of Music: A Critical Introduction. Edited by Martin Clayton, Trevor Herbert, and Richard Middleton. London: Routledge.

Geertz, Clifford
1973 The Interpretation of Cultures. New York: Basic Books.

Stone, Ruth M.
2008 Theory for Ethnomusicology. New York: Taylor & Francis.

Nettl, Bruno
2010 Nettl's Elephant: On The History of Ethnomusicology. Urbana: University of Illinois Press.

Rice, Timothy
2016 Modeling Ethnomusicology. New York: Oxford University Press.

موسیقی خیابانی

موسیقی خیابانی

مجتبی اسلامی؛ دانشجوی ارشد پژوهش علوم اجتماعی/ دانشگاه خوارزمی

منظور از موسیقی خیابانی سبک خاصی از موسیقی مانند موسیقی کوچه و بازاری نیست، بلکه موسیقی‌ای است که در خیابان‌ها اجرا می‌شود و معمولا زمانی اتفاق می‌افتد که شنونده یا خواننده توان رفتن به مجلس رسمی موسیقی را ندارد که آنگاه به موسیقی خیابانی روی می‌آورد. موسیقی خیابانی، اجرای کنسرتی است برای طبقه‌ای که توان گرفتن بلیت برای کنسرت رسمی (که غالبا به دلیل مسایل مالی هست) را ندارد حال چه در مقام اجرا باشد چه در مقام استماع (شنیدن). موسیقی خیابانی را بایستی جدی گرفت و به فعالین آن بها داد. موسیقی خیابانی در کنار کافه¬ها و مکان‌هایی که برای استراحت در شهرهای شلوغ گماشته شده، روح نوازنده و قلب طبنده فرهنگ شهرنشینی است. بعضا کسانی که در موسیقی خیابانی فعالیت می‌کنند افرادی هستند که قادر به گرفتن مجوز نیستند یا اسپانسری برای آن ندارند. در موسیقی خیابانی این حامی (اسپانسر) تماما مردم هستند که از "موسیقی‌دان خیابانی" حمایت می‌کنند. موسیقی‌دان خیابانی هنر خود را در کف خیابان در معرض عموم قرار می دهد، و هر کسی قادر است از ان استفاده کند و گوش عابرین را طنین انداز می‌کنند و به آنها موسیقی زنده (امری که به خاطر شرایط کرونایی کم شد) ارائه می‌دهند و کسانی که شانس کمتری دارند تا به موسیقی زنده گوش بدهند می‌توانند آن را در خیابان بدست آورند. موسیقی خیابانی یک موسیقی سوسیالیستی است که هر کسی قادر است رایگان به آن گوش بدهد و به اندازه وُسع مالی‌اش به هنرمند کمک کند و اینکه معمولا موسیقی دان خیابانی زیر نظر هیچ...یک از کمپانی‌های سرمایه‌داری نیست و خودش مستقلا بدون حامی سرمایه‌دار فعالیت می‌کند و البته این امر از کالایی شدن آن موسیقی، جلوگیری می‌کند و موسیقی‌دان ایندفعه برای بازار نیست که نوازندگی یا خوانندگی می‌کند بلکه به خاطر توده‌ی مردم (البته نه صرفا بر اساس ذائقه آن‌ها در سبک) هنر خود را در اختیار آن‌ها به طور رایگان ارزانی می‌دارد.

موسیقی خیابانی موسیقی‌ای است که در مکان خاصی نمی‌گنجد و به طور سیال در خیابان، امکان اجرای آن هست.

در ایران خودمان، سبک‌های موسیقی جریان فرعی مانند جز و بلوز و راک و رپ که هم اسپانسر خاصی ندارند و هم شنونده کمتری دارند نسبت به سبک پاپ غالب در ایران و نیز اینکه بعضی از آنها اصلا امکان گرفتن مجوز را برای کارشان ندارند، این امکان درآمدزایی و عرضه هنر خود به مردم، در خیابان‌ها به آنها داده شده.

در دوران کرونا هم که امکان گرفتن جلسات موسیقی در مکان بسته در مقام کنسرت وجود ندارد، شاهد حضور مکرر موسیقی‌دان‌ها در خیابان هستیم و فرصت خوبی است برای بازشناسی موسیقی خیابانی.

موسیقی خیابانی با توجه به ماهیت خیابانی بودن و زنده بودن و در دسترس بودنش می‌تواند حتی به بسیج‌های مردمی در قالب شورش کمک کند زیرا نه نیازی به فضای مجازی برای اطلاع رسانی‌اش است زیرا در ملا عام قابل مشاهده هست و نه نیازی به مجوز دارد .

این مردم هستند که می‌توانند برای موسیقی¬دان خیابانی ارج قائل شوند و مقامش را بالا ببرند و با دید تحقیر به آن هنرمند نگاه نکنند.

شهرهایی که پر از خالی است، پر از سکوت است و به جز صدای بوق ماشین ها و هیاهوهای تجاری، کمتر صدایی به گوش می‌رسد، موسیقی خیابانی برای جلا دادن به روح آن خیابان، لازم است.

گفتگو با حمید شمس؛ موزیسین خیابانی درام

مصاحبه کنندگان: معصومه قاسمی، مجتبی اسلامی

قبل ازهرسوالی، خیلی از شما ممنونم که دعوت ما را پذیرفتید و وقت ارزشمندتان را در اختیار نشریه رسانه فرهنگ و فلسفه قرار دادید. این شماره از نشریه، اختصاص به موسیقی دارد و چون موسیقی شما، موسیقی خیابانی بود، از شما دعوت کردیم تا در این شماره در کنار ما باشید و بسیار خرسندیم که دعوت ما را پذیرفتید.
سوال اول ما از شما این هست که شما به عنوان یک موزیسین خیابانی، موسیقی را چگونه فراگرفتید؟ یک بیوگرافی از سبک موسیقی خودتان را برای ما می‌گویید؟

یادگیری ساز درام، کاملا تجربی بوده و قبل از درام، سازهای دیگری هم می‌زدم و به یادگیری آکادمیک چندان اعتقادی ندارم و برای همین خیلی تجربی بوده است. موسیقی را از ۱۵ سالگی و با سازهایی مثل سه‌تار شروع کردم و مدتی هم با برادرم، آهنگ‌های سنتی کار می‌کردیم و در سن ۲۱-۲۲ سالگی درام را شروع کردم و ۱۱-۱۰ سال هست که مشغول به فعالیت هستم و در سال ۲۰۱۳ به طور رسمی، پیچی را در اینستاگرام باز کردیم و موسیقی خیابانی را شروع کردیم و هنوز مشغول به فعالیت هستم. با مجوز، آلبوم‌هایی را تهیه کردیم و یک بند جدایی به اسم عبوربند داریم که از سال ۸۹ فعالیت خودش را آغاز کرد و دو آلبوم منتشر کرد، آلبوم اول زیرزمینی و آلبوم دوم مجوزدار بود.

چرا موسیقی خیابانی را انتخاب کردید و مدت فعالیت‌تان چقدر بوده است؟

انتخابش به صورت اتفاقی بود و استارت آن به‌طور رسمی ازسال ۲۰۱۳ آغاز شد. درست است که انتخاب به صورت اتفاقی بوده اما خود ما هم تمایل داشتیم که در چنین کشوری که کمی محدود هست، به صورت پیشرو این برنامه را داشته باشیم.

خودتان از اینکه در تهران موسیقی خیابانی اجرا می‌کنید، راضی هستید؟ از نگاه مردم و حمایت‌هاشان چطور؟

براساس علاقه بله راضی بودم و از نگاه مردم هم ۸۰-۹۰ درصد راضی بودم ولی پلیس و شهرداری همیشه مخالفت کرده و هیچوقت حمایتی نکردند اما از طرف مردم، حمایت تا ۸۰-۹۰ درصد بوده و اینکه بیشتر در تهران فعالیت داشتیم ولی در شهرستان‌هایی مثل رشت هم اجرا داشتیم.

چقدر جالب! در همین موسیقی خیابانی آیا اتفاق افتاده است که شهرداری بساط شما را جمع کند و اجازه اجرا در آن منطقه را ندهد؟

بله به وضوح و به وفور بوده است، چه از طرف پلیس و چه از طرف شهرداری خیلی بی‌ادبانه یا باادبانه چنین اتفاقی افتاده است و حتی خود من در این موضوع ۷-۸ بار تعهد دادم.

شما بین موسیقی خیابانی یا اجرا در فضایی بسته مثل کافه جز در شهر تهران، بیشتر کدام را ترجیح می‌دهید برفرض اینکه شهرداری یا پلیسی نباشد که گیر بدهد؟

من خودم شخصا هر دو را ترجیح می¬دهم و شاید درصد بیشتری به موسیقی خیابانی تمایل داشته باشم چون آدم‌های مختلفی گذر می‌کنند و کسانی موزیک‌تان را گوش می‌دهند که توقع و انتظاری نداریم؛ مثلا افرادی هستند که از شهرستان به تهران آمده‌اند و چنین صحنه‌ای را می‌بینند. ما حتی بیشتر آلبوم‌هایمان را که مجوز رسمی از وزارت ارشاد داشت در خیابان فروختیم و قشرهایی این آلبوم‌ها را می‌خرند و گوش می‌دهند که خیلی برای ما باارزش هست و به همین دلیل، من خیابان را بیشتر ترجیح می‌دهم؛ چون در خیابان هم، نگاه من کنسرت‌طور هست. کنسرت در خیابان هیچ فرقی با سالن ندارد و خیلی هم می‌تواند بهتر و جذاب‌تر باشد.

بله درسته. یک حالت سوسیالیستی دارد که همه به طور رایگان می‌توانند استفاده کنند و هرکس به اندازه توانش می‌تواند پرداخت کند

بله کسی که دوست ندارد می‌تواند رد بشود و کسی که دوست دارد می‌تواند بایستد، گوش بدهد و اگر حمایتی هم می‌خواهد از نظر مالی بکند، می‌تواند مبلغی را در نظر بگیرد.

شما اگر بخواهید موسیقی خیابانی را در حد چند جمله توصیف کنید، چه می‌گویید؟ موسیقی خیابانی چیست؟

با توجه به جایی که زندگی می‌کنیم و محدودیت‌هایی که وجود دارد؛ اتفاقی هست که دولت و کشور حمایت نمی‌کنند ولی ما انجامش می‌دهیم. به صورت برابر مبارزه برای گسترش موزیک در شرایط محدود؛ که در چنین کشوری یک حرکت آوانگارد هست.

برای شما تا حالا اتفاق افتاده است که برای اجرا در کنسرت مجوز ندهند و به مشکلی در این زمینه برخوردید؟ یا خودتان ترجیح دادید که موسیقی خیابانی اجرا کنید؟ چون گفتید که برای آلبوم‌هایتان مجوز گرفتید.

مجوز برای کنسرت با مجوز برای آلبوم فرق دارد. برای مجوز کنسرت باید از اجراها و نوازنده‌ها فیلم‌برداری کنید وبعضی چیزها را محدود کنید که مجوز را بگیرید و بتوانید در سالن اجرا کنید ولی آلبوم قضیه‌اش فرق دارد. داشتن مجوز آلبوم دلیل بر این نیست که مجوز کنسرت داشته باشید.

اگر موسیقی شما را در دسته‌بندی سبک بگنجانیم، موسیقی شما جزء کدام سبک قرار می‌گیرد؟

سبک من و گروه من راک هست، "راک آلترناتیو" و "پراگرسیو".

چه برای قشر آکادمیک و چه برای عموم جامعه، توصیه‌ای نسبت به موسیقی خیابانی دارید؟

توصیه اینکه بیشتر حمایت کنند. در کشوری هستیم که از این موسیقی خیلی حمایت نمی‌شود، سالنی در اختیار نوازنده‌ها قرار نمی‌دهند. کسی که موسیقی کار می‌کند و خودش را یک نوازنده می‌داند، خودش را از این نظر که خیابان هست و من خجالت می‌کشم، محدود نکند؛ چون به وضوح دیدم که افراد به دلیل اینکه خجالت می‌کشند به خود اجازه نمی‌دهند که در خیابان ساز بزنند و منزوی می‌شوند و توصیه آخر اینکه نسبت به محدودیت‌ها بی‌توجه شوند و از موسیقی دلسرد نشوند.

این اجراهایی که می‌کنید به صورت بداهه هست؟ چون درام سبکی هست که بداهه در آن زیاد به کار می‌رود یا به چه‌صورت هست؟

اکثرا و ۸۰-۹۰ درصد، بداهه‌نوازی هست و لابه‌لای این بداهه‌نوازی ما چند کاور هم از گروه‌های نسبتا معروف می‌زنیم که "وکال‌دار" هستند.

خودتان آهنگسازی هم می‌کنید؟ مثلا اتفاق افتاده که نتش را جایی نوشته باشید و بخواهید از روی آن آهنگسازی کنید؟ یعنی نه بداهه باشد و نه کاور، خودتان آهنگسازی را انجام داده باشید.

برای موسیقی خیابان این‌طور نیست و در لحظه اتفاق می‌افتد. موسیقی خیابانی بیشتر بداهه هست و ممکن هست در کنارش چند کاور هم بزنیم.

درامی که شما می‌زنید به صورت خالص هست یا در بندتون سازهای دیگری هم هست؟

سازبندی هست، درام، گیتار الکتریک، سازهای بادی، سینتی‌سایزر، کیبورد و بیس.

این موسیقی خیابانی برای کسب درآمد هست یا می‌خواهید خلاقیتتان را بروز بدهید؟

هر دو مورد هست و اگر بخواهم درصدی بگویم ۵۰ درصد مالی هست و ۵۰ درصد عشق وعلاقه؛ چون مردمی که می‌ایستند و کار ما را نگاه می‌کنند و حتی پولی هم نمی‌دهند، خیلی برای ما با ارزش هست.

در سبک درام که شما کار می‌کنید، دست هم زیاد هست؟ در جامعه‌ی ایران الان نوازنده‌های بسیار زیادی در درام هستند یا نه؟

نوازنده درام ایرانی زیاد داریم ولی در خیابان، من جزء اولین نفراتی هستم که این موسیقی را به خیابان آوردم. قبل از ما خیلی کم بوده و ما جزء اولین نفراتی هستیم که درام را به خیابان آوردیم.

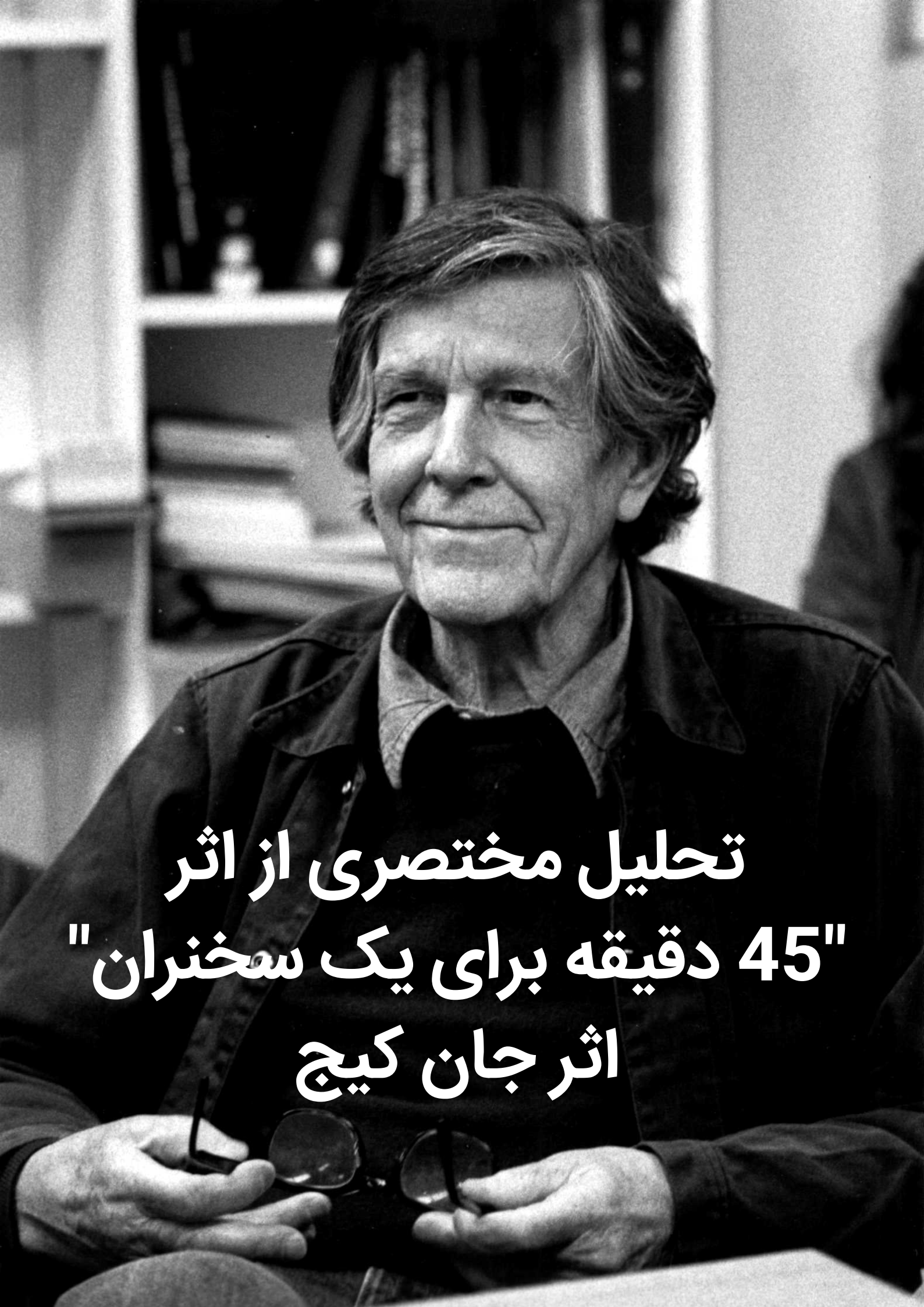
پس چه درموسیقی خیابانی چه در درام شما جزو اولین نفرات بودید، درسته؟

با این ترکیب و سازبندی بله.

خیلی از شما ممنونم که به سوالات ما پاسخ دادید. در آخر اگر حرفی، نکته ای دارید، بفرمایید.

دو نکته‌ای که مهم بود و خواستم در آخر مصاحبه عرض کنم: اول از همه، برخوردی هست که پلیس دارد که به طور تخریبی رفتار می‌کنند که این خیلی برخورد مناسبی نیست چون شخصیت طرف مقابل را می‌رساند و اگر به طور آرام و مودبانه این برخورد صورت بگیرد، هیچ مقاومتی انجام نمی شود ولی با آن حالتی که برخورد می‌کنند، من چه در خیابان موزیک اجرا کنم و چه کار هنری دیگری انجام بدهم، علاوه براینکه نگاهم نسبت به پلیس عوض می‌شود، مردمی هم که در آنجا جمع شده‌اند، دیدشان نسبت به پلیس عوض می‌شود و این برای پلیس حالت گل‌به‌خودی هست. دوم اینکه درباره دید مردم می‌خواستم بگویم: افرادی هستند که نسبت به موسیقی راک یا متال، دید مثبتی ندارند و اکثرا هم بالای رده‌ی سنی سی یا چهل هستند و در زمان اجرا وقتی عبور می‌کنند با دید خیلی منفی و تمسخرآمیزی نگاه می‌کنند و این نگاه‌ها برای کسی که تازه موسیقی خیابانی را شروع کرده و زحمت می‌کشد، تاثیر دارد. افرادی که در خیابان به موسیقی ما گوش می‌دهند رسالتشان جز اینکه به موسیقی گوش می دهند و لذت می‌برند؛ این هست که حداقل بتوانند اطرافیان خود را آگاه کنند که وقتی شما سبکی را دوست دارید، افراد دیگر ممکن است سبک های دیگری را بپسندند که قابل‌احترام هست و تا زمانی‌که به جامعه آسیبی نرسانده شما حق برخورد نامناسب و منفی را ندارید و اجازه ندارید شخصیت فرد را در میان جمع تخریب کنید و این در فرهنگ‌سازی موزیک در اولویت هست.

بسیار سپاسگزارم.


تحلیل مختصری از اثر
"45 دقیقه برای یک سخنران"
اثر جان کیج

تحلیل مختصری از اثر "۴۵ دقیقه برای یک سخنران" اثر جان کیج

سیدحسین علائی موسوی؛ کارشناس ارشد آهنگسازی/ دانشگاه هنر (تهران)

همان‌طورکه می‌دانیم کیج از آوانگاردیست‌های مهمی به شمار می‌رود که در کارنامه او می‌توانیم مسائل بسیار زیادی در حوزه‌های مختلف اعم از فلسفه او، رویکردهای جامعه‌شناختی، مذهبی و مسائل دیگری را مشاهده کنیم.

در این تحلیل مختصر، اثر پیش‌رو را واکاوی می‌کنیم تا متوجه شویم کیج در این اثر می‌خواهد چه مساله‌ای را برای مخاطب بازگو کند! در پایان نتیجه بحث را براساس مولفه‌های موجود در تحلیل اثر و تفکرات کیج ارائه می کنیم.

اثر ۴۵ دقیقه برای یک سخنران

این اثر مانند بسیاری از آثار دیگر کیج، سوالات مهمی راجع‌به آنچه موسیقی را تعریف می‌کند، مطرح می‌نماید.

قابل‌توجه است بدانیم که پارتیتور این اثر، نتاسیون موسیقایی نیست، بلکه این کلمات هستند که پارتیتور او را تشکیل می‌دهند. بااین‌حال، کیج مطمئنا استدلال می‌کند که این قطعه به دلیل داشتن عناصر ساختاری و موسیقایی موجود در آن از نظر گسترش موسیقی، گروه‌بندی ریتمیک و امکان تجزیه موسیقی به ابعاد کوچک‌تر، یک موسیقی است؛ دقیقا مثل یک سونات موتسارت.

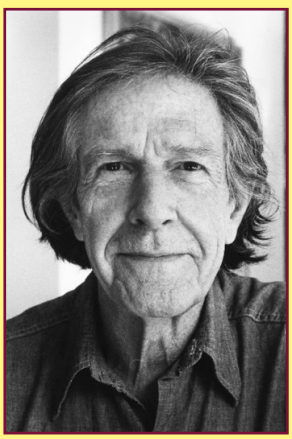
کیج، موسیقی واقعی قطعه را نه به عنوان جنبه‌ای قابل‌تفکیک و دقیق اثر "مثل کلمات" مشاهده می‌کند، بلکه بیشتر نویز اصلی را در کانون توجه قرار می‌دهد.

اثر ۴۵ دقیقه برای یک سخنران به ژانر نمایشی باز می‌گردد. در این اثر، هستی‌شناسی واقعی، نه شنیدن آن و نه دیدن متن نوشتاری در شنیدن است بلکه بزرگ‌ترین چالش، گفتگوی موسیقایی در رابطه با متن نوشتاری و تجربه‌ی شنیداری است.

به عقیده‌ی کیج، ما برای توصیف یک تجربه شنیداری از کلمات استفاده می کنیم؛ اما در واقع هیچ رابطه مستقیمی بین این دو وجود ندارد. استعاره در خدمت پیوند بین تجربیات است و اغلب اوقات هنگام توصیف یک قطعه، به بحث در مورد ساختار متوسل می‌شویم و تعبیر را برای شنونده می‌گذاریم.

این اثر، حاوی مقدار کمی از حقایق است به این معنا که توصیف تکنیک های کمپوزیسیونی که کیج در نقاط مختلف به آن علاقه‌مند بود و همچنین استعاره قابل‌توجهی از طریق اکتشافات و حکایات ذن را باز می‌نماید.

به طور یکسان، این اثر ساختاری متراکم دارد. هر عنصر به همراه مدت زمان، باتوجه به یک ساختار پیچیده ریتمیک، مطلبی همراه با یک تکنیک دقیق برای ارائه محتوا دارد. بنابراین در اینجا ما با این سؤال روبرو هستیم که ۴۵ دقیقه برای یک سخنران دقیقا چیست؟ در صورت وجود، چه مرزهایی را می‌توان برای یک قطعه نمایشی اختصاص داد؟ به طور مثال در ذهن من، این اثر، هم یک سخنرانی است و هم یک اثر موسیقایی. این فرم از اثر به صورت یک پارتیتور وجود دارد و مانند یک ضبط موسیقی، مرز دیگری برای اجرای اصلی خود دارد و به تعبیری دیگر در هر خوانش بعدی وجودش متفاوت است اما این هنوز واقعاً به ما نمی‌گوید که دقیقا چیست! این یک سوال دشوار اما مهمی است که احساس می‌کنم موزیکولوگ‌ها باید به آن بپردازند خصوصاً هنگام بحث درباره متون اجرایی مانند ۴۵ دقیقه برای یک سخنران.



در این اثر، اجراکننده، متن را در زمان دقیق ساعت به دنبال نشانه‌های زمان بندی در حاشیه سمت چپ پارتیتور می‌خواند (کیج توضیح می‌دهد که هر خط باید دو ثانیه طول بکشد).

بلندی صدا، و مجموع صداها و حرکاتی که قرار است اجرا شود در حاشیه سمت راست پارتیتور نشان داده می‌شود. سرانجام، محتوای سخنرانی از طریق تکنیک شانس تعیین شد. کیج پس از پرتاب سکه‌ها یا استفاده از سایر روش‌های نمودار ستاره‌ای یا صور فلکی، روش زیر را طی کرد:

۱- گفتار یا سکوت

۲- مدت زمان

۳- متریال جدید یا قدیمی که منجر به دو انتخاب زیر شد:

اگر مطالب قدیمی باشد، از کدام سخنرانی و از کدام قسمت و اگر مطالب جدید باشد، او ۳۲ موضوع مختلف را انتخاب کرد تا تکنیک شانس آن‌ها را برای اجرا معین کند.

بنابراین چگونه می توانم این قطعه را "بخوانم" ؟ آیا من از ابتدا با کرونومتر شروع می‌کنم و طبق دستورالعمل آن را با صدای بلند می‌خوانم؟ آیا آن را به ترتیب عادی صفحه‌به‌صفحه می‌خوانم، یا اینکه به طور تصادفی از قسمت های مختلف پرش می‌کنم و می‌خوانم؟ آیا این ایده را قبلاً شنیده‌ام؟ آیا این بخشی از مقاله قبلی است؟ در غیر این صورت، معنای آن چیست؟ به نظر من، این‌ها همان سوالاتی هستند که به ناچار هنگام گوش‌دادن به موسیقی کیج پیش می‌آیند. فقط مساله این است که در اینجا، "محتوا" واضح‌تر است. آن‌ها ایده یا حکایت هستند همان‌طورکه چهره‌های کوچک موسیقی نیز باز هم چهره‌های موسیقی هستند. آن‌ها همان‌طورکه کیج می‌گوید هیچ "محتوایی" غیر از وجود واقعی خود ندارند.

این‌ها سوالاتی مهم برای پاسخ‌دادن است به ویژه اینکه با "۴۵ دقیقه برای یک سخنران" و دیگر سخنرانی کاملاً اجرایی کیج با عنوان "کجا می‌رویم؟ و ما دقیقا چه کار می‌کنیم" که تقریباً نیمی از محتوا را سکوت تشکیل می دهد! اگر چیزی وجود داشته باشد، با این مقاله‌ها چه می‌کنیم؟

ایده‌های فردی به‌تدریج به عنوان بخشی از گفتمان بزرگ کیج در بسیاری از سطوح عمل می‌کردند. کیج بسیاری از ایده‌ها را در مصاحبه‌ها یا سخنرانی‌ها تکرار کرد و بنابراین، این ایده‌ها به‌تدریج زندگی خودشان را شکل دادند.

من فکر می‌کنم امروز با انجام کاری که بسیاری از مردم انجام می‌دهند به پایان خواهم رسید: به صفحه‌ای تصادفی از سخنرانی باز شده برمی¬خورم و گزارشی را پیدا می‌کنم که به نظر می‌رسد ایده‌های من در همین لحظه خلاصه می‌شود. اگر بخواهم این کار را فردا انجام دهم صفحه‌ای کاملاً متفاوت و ایده‌ای متفاوت خواهد بود و این مقاله ساختار دیگری خواهد داشت. اما فردا نیست و دیروز هم نیست. درحال‌حاضر همین لحظه است.

این اثر هیچ پارتیتوری ندارد.

"بیانیه‌ای در مورد هنر هیچ بیانیه‌ای در مورد هنر نیست. " همین عبارت، از قطعات منفرد تشکیل شده است. هر یک از آنها ممکن است در هر زمان با هم اجرا شوند یا حذف شوند.

در پایان مفید است به مطلب دیگری نیز اشاره کنیم.

قبل از سال ۱۹۷۰، کیج تمایل داشت که تکنیک‌های آهنگسازی خود را برای اجرای سخنرانی‌ها یا مقاله‌ها به کار ببرد؛ بنابراین این موارد نه تنها می توانند به‌عنوان نوشته‌های مربوط به کار او، بلکه می‌توانند نمایشگر آن باشند. پس متوجه می‌شویم که او از ساختار ریتمیک در "سخنرانی درباره هیچ چیز" ، و از تکنیک شانس در "سخنرانی جولیارد" و "۴۵" برای یک سخنران"، همزمان "به کجا می‌رویم؟ و چه کاری انجام می‌دهیم؟" استفاده می‌کند. در این سخنرانی‌ها، کیج از رویکرد خود در مورد موسیقی استفاده کرد. به ویژه، او موضوعات نوشته‌های خود را جایگزین صدای موسیقی خود کرد.

بنابراین ساختار "سخنرانی درباره هیچ چیز" کنترل می‌کند که کدام بخش از موسیقی مورد بحث قرار خواهد گرفت و رویه‌های شانس "۴۵" برای یک سخنران" تعیین می‌کند که در مورد کدام موضوع و برای چه مدت بنویسید. بعد از سال ۱۹۷۰، کیج نیاز به انجام کارهایی بیشتر از این را احساس کرد چنانکه به دانیل چارلز گفت: " باید بگویم که من هنوز زبان را به جایی نرسانده‌ام که صداهای موسیقی را به آن برده باشم. در نتیجه، او شروع به نوشتن با اهداف کاملاً هنری کرد؛ شروع به شعرگفتن کرد، نه نثر ارتباطی یا نمایشی و این مساله را در قطعات فراوان دیگری ادامه داد و تئوری‌ها و تکنیک‌های آن را گسترش داد.

به‌عنوان کلام آخر مفید است، یادآوری کنیم که همچنان بحث درباره این نوع آثار از جان کیج ادامه دارد و هر تحلیل‌گر، ممکن است مطلب جدید و متفاوتی را از از تحلیل آن استخراج کند.

منابع:

۱- Pritchett, J. (۱۹۹۳). The music of John cage, New York: cambridge university press

۲- Cage,J. (۱۹۶۱). Silence "lectures and writings by J.Cage, WESLEYAN UNIVERSITY PRESS

صدایی ابرانسان گونه

تفسیری بر قطعه "چنین گفت زرتشت" اثر ریچارد اشتراوس

مجتبی اسلامی | دانشجوی ارشد پژوهش علوم اجتماعی/ دانشگاه خوارزمی

بهتر است در ابتدا معرفی اجمالی¬ای نسبت به اشتراوس داشته باشیم. وبلاگ آموزشگاه موسیقی پارت می¬نویسد: «ریشارد اشتراوس در ۱۱ ژوئن ۱۸۶۴ در آلمان متولد شد. پدرش فرانتس، نوازنده¬ی هورن بود و آموزش موسیقی به او را از کودکی آغاز کرد. او از ۶ سالگی ایده¬های خود را می¬نوشت و در ۸ سالگی نواختن ساز ویولن را فراگرفت.

۱۰ ساله بود اپراهای واگنر را شنید و تحت تاثیر آنها بخصوص "تانهویزر" و "لوهنگرین" قرار گرفت، اما پدرش او را از آموختن موسیقی واگنر منع کرده بود! تنها در ۱۶ سالگی توانست برای اولین بار پارتیتور تریستان و ایزولده را مطالعه کند، و از آن پس موسیقی واگنر بر او تاثیر فراوانی گذاشت

در ۱۸ سالگی برای تحصیل در رشته فلسفه وارد دانشگاه مونیخ شد. پس از آن به برلین رفت و رهبری ارکستر را زیر نظر هانس فون بولو فرا گرفت و پس از آن به رهبری ارکستر در کنار آهنگسازی مشغول شد.

در همین سال‌ها با خواننده مشهور سوپرانو "پولین دو آنا" ازدواج کرد، پولین الهام بخش بسیاری از آثار بزرگ اشتراوس بود.

در سال ۱۸۸۵ با الکساندر ریتر، ویولنیست و آهنگساز ملاقات کرد، او ریشارد را تشویق کرد تا به نوشتن پوئم سمفونیک روی بیاورد. نتیجه ملاقات با ریتر و تاثیرات او، خلق آثار مهمی با مبنای فلسفی همچون "مرگ و دگرگونی" "چنین گفت زرتشت" و یا بر مبنای داستانی، مانند"دون ژوان" ... بود».

دست گذاشتن روی کتابی از نیچه و الهام گرفتن از آن برای ساختن موسیقی، خودش کاری بس دشوار است و جسارت زیادی می‌خواهد مخصوصا اگر آن اثر مهم¬ترین اثر نیچه باشد و این جسارت و جرئت را اشتراوس به خرج داده و دست به ساخت پوئم سمفونی‌ای به نام چنین گفت زرتشت زده است که به گفته خود نیچه در اوایل کتاب "این است انسان" این کتاب مهمترین کتابی است که به بشریت داده شده است.

این قطعه، اجراهای مختلفی داشته و توسط استنلی کوبریک در فیلم ادیسه فضایی ۲۰۰۱ استفاده شده. جایی که به نظر می‌رسد سرانجام کامپیوترها و ماشین ها ویران کننده زندگی بشری هستند که شاید منظور از ابرانسان نیچه همین انسان سراپا تکنولوژیک باشد!

پوئم‌سمفونی‌هایی با مضمون فلسفی دیگری نیز از همین آهنگساز آلمانی هست مانند قطعه مرگ و دگرگونی که قطعه چنین گفت زرتشت یکی از آنهاست

تفسیر قطعه:

موومان اول این قطعه یک شاهکار موسیقی هست، چیزی که شایسته ابرانسان هست. آن شجاعتی که نیچه به ابرانسان‌اش در چنین گفت زرتشت داده است در همین ابتدای پوئم‌سمفونیک نمایان شده.

واقعا با شکوه است، فضاسازی عالی صورت گرفته. زرتشت نیچه هم نرم خوست هم درنده یعنی با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم می‌کند، ملودی های زیر و بم و استفاده به موقع از سازها این دوحالت را نشان می‌دهد.

هر چه قطعه جلوتر میرود آشوب بیشتر می‌شود، ابرانسان کارش ایجاد آشوب است، دگرگونی در بشریت.

این دگرگونی که زرتشت نیچه می‌خواهد ایجادش کند را قطعه باید نشان بدهد که گویا موفق بوده.

چیزی که در قطعه شاهدش هستیم عبارتست از دلهره، ترس، ترس از چه؟ آینده‌ای که به دست ابرانسان می‌خواهد رخ بدهد.

دقیقه ۱۱:۳۰قطعه، چه خواب خوبی بود بعد از این همه طوفان.

منتظریم تا در موومان بعد ببینیم چه بلایی سر ما می‌خواهد بیارود این زرتشت نیچه.

این‌دفعه خبری نیست از آن شروع طوفانی و نت‌ها در زیر و به آرامی نواخته می‌شوند. یک آرامش بعد طوفان یا شاید قبل طوفان، هنوز معلوم نیست. نت ها دوباره گرایش به ترس و دلهره پیدا می‌کنند.

نت¬ها دارند حرف می‌زنند که البته درک کامل حرف‌هایشان دشوار است. دوباره قطعه آرام می‌شود و دقیقه ۱۶:۳۵ خواب از چشمان‌مان می‌رباید

حرکت به سمت ملودی‌های طوفانی آغاز می‌شود. چکمه‌ی نت‌ها محکم بسته شدند و موسیقی حالت نظامی گونه پیدا می‌کند. چیزی که دور از ابرانسان نیست. اینجا ابرانسان وارد جدال می‌شود، وارد جنگ می‌شود و دقیقه ۱۸:۱۸ آهنگساز سرود پیروزی ابرانسان را می‌سراید

به موومان بعدی می‌رسیم. منتظر شوک باشیم یا با آرامی نت‌ها جلو برویم؟ نت ها خیلی ریز زده می‌شوند، نت های زیر ریز پشت سرهم می‌بارد. این نت‌های زیری که در این موومان نواخته می‌شود پندهای رحمانی زرتشت است. چه بهشتی درست کرد اشتراوس!

همچنان مستفیض از پندهای رحمانی زرتشت هستیم که همینطور ادامه دارد بگو مگوهایش با خودش و جانوارانش.

نت‌های کش دار حرف‌های پر مغزی هستند که از دهان زرتشت بیرون می‌آیند.

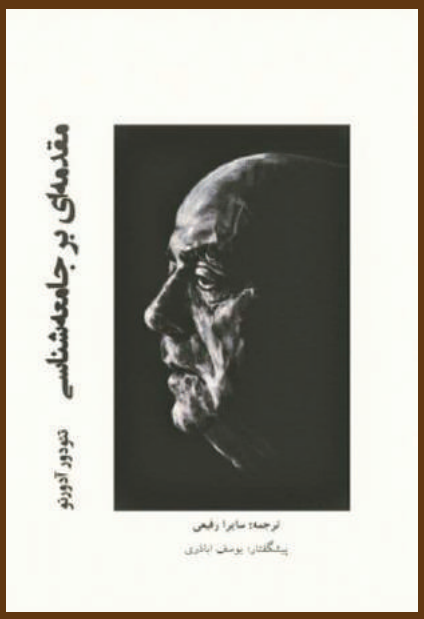
امیدوارم اشتراوس، دغدغه¬اش را نسبت به زرتشت نیچه توانسته باشد در این قطعه بیان کند.

قطعه با خوابی لالایی گونه به پایان می‌رسد اما ابرانسان همیشه بیدار است.

ای کاش قطعه بی‌پایان بود و طوری به پایان می‌رسید که هنوز ادامه دارد مانند قطعه آتنال .

آسودگی در پایان قطعه با ابرانسان سازگار نیست...

معرفی کتاب



نام کتاب: مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی
پدیدآور: تئودور آدورنو
مترجم: سایرا رفیعی
با مقدمه یوسف اباذری
ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
سال نشر: ۱۴۰۰

کتاب «مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی» هر چند حاوی درسگفتارهای آدورنو برای دانشجویان تازه وارد به رشته‌های جامعه‌شناسی است اما درواقع بسیاری از ایده‌های مهم اورا بازتاب می‌دهد؛ مباحثی نظیر ایده جامعه، تناقض‌ها و تضادهای مستتر در جامعه معاصر (چه در واقعیت و چه در مفهوم آن)، لزوم کشف میانجی‌های تحلیلی، مکانیسم‌های «فرافکنی جامعه درون افراد»که آنان را به تضادهایی خلاف منافع عینی‌شان سوق می‌دهد و .... این مباحث،این کتاب را به اثری مهم در تحلیل فرهنگ و جامعه معاصر بدل کرده است.

منبع: سایت جامعه شناسی ایران

نام کتاب: زیبایی شناسی و فلسفه رسانه
مولف: سید حسن حسینی
ناشر: مهر نیوشا
سال نشر اول: ۱۳۸۸

مبنای فلسفه رسانه دقیقا همان اصلی است که فلسفه‌های نظری مدرن بر آن استوار شده‌اند. این قبیل فلسفه‌ها غالبا به بررسی شرایط امکان ادراک و معرفت انسانی می‌پردازند؛ مساله‌ای که باید با ارتباط به واقعیت در جهان بدان پاسخ داد و آن نیز مبتنی بر یک نوع عینیت‌گرایی است که هم می‌تواند از نوع رئالیسم یا ضد رئالیسم و یا ترکیبی از هر دو باشد. مجموعه حاضر، حاوی مقالاتی درباره فلسفه و زیبایی‌شناسی رسانه‌ها است که در سه فصل «فلسفه رسانه و ارتباطات»، «رسانه‌شناسی و مطالعات فرهنگی» و «مبانی فلسفی نظریه‌های زیبایی‌شناختی» دسته‌بندی شده است.

منبع: سایت گیسوم

نام کتاب: پژوهش‌هایی انتقادی در فرهنگ و فلسفه
مولف: مجتبی اسلامی
ناشر: آذرفر
سال نشر: ۱۴۰۰

کتاب پژوهش های انتقادی در فرهنگ و فلسفه، مجموعه مقالاتی است که در زمینه فرهنگ و فلسفه مدرن نوشته شده است و مباحث مختلفی از جمله پست مدرنیسم و رابطه اش با سرمایه داری، بررسی تحلیلی و انتقادی موسیقی هیپ هاپ، جامعه شناسی هنر و... که همگی در راستای فلسفه یا علوم اجتماعی قاره‌ای با رویکرد انتقادی هستند، در کتاب آورده شده است.