

گفت‌وگو با محمدحسینی مؤلف کتاب «فرهنگ و رسانه های نوین»

نسبت رسانه با پارامترهای تفکر مدرن

گفت‌وگو: لیدا یختری



دهه گذشته سالهای استقبال گسترده جوانان با تکنیزه از علوم انسانی بوده است. جهانهای اجتماعی و فرهنگی در این دوره منجر به آن شد تا عده قابل توجهی از دانشجویان رشته های فنی، علوم پایه و ورزشکی علی رغم توانایی و موفقیتشان در تحصیل اقدام به تغییر رشته به علوم انسانی کنند و عده بیشتری هم دچار علاقی شدید در این حوزه شوند. محمدحسینی میهنی است که مکتبک دانشگاه صنعتی اصفهان از جوانان همین نسل است که به علوم ارتباطات روی آورده است. گفت‌وگو با وی می تواند روشنگر نوع تفکر گمبیری و نگرش این نسل باشد.

■ **شما به فاصله یک سال دو کتاب با نام های «صعودیت غرب» و «رشته های تکنولوژیک، و فرهنگ و رسانه های نوین» ارائه کرده اید. می خواهم به اجمال طرح فکری آن را که در این دو اثر ارائه کرده اید، بیان کنید و بگویید نسبت این دو اثر با یکدیگر چیست؟**
مسأله اساسی کلی که محور انتصا این دو اثر شده است، برپش از نسبت فرهنگ و تمدن غرب و رسانه های نوین و تکنولوژیک است. براین اعتقاد که تمدن های مختلف زبان های خود را دارند و اساس آن و بیان صورت تبدیل یافته یا حتی به عبارت صریح تر خود فرهنگ است. ساختار اجتماعی و فرهنگی هر جامعه از تمدن ملزم به احکام تکنیک است لذا جهت دار هستند. به این معنا که تانسیس با همه فرهنگ ها یکسان نیست و معطوف به یکی از این فرهنگ ها یعنی فرهنگ مدرن است. به لحاظ محتوایی نیز باید دانست که محتوای هر بیان نیز یک سازمان و ساختار فرهنگی دارد، یک پارادایم و نظامی یا یک سری پیش فرض ها و ذهنیات پیدا و پنهان بر آن حکم فرماست. کتاب اول، بدین ترتیب دو بخش می شود که بخش اول به تأثیر محتوایی رسانه ها از بین های فرهنگ غرب و بخش دوم ساختار رسانه فارغ از محتوای آن در نسبت با فرهنگ و تمدن غرب مورد مذاقه قرار می گیرد. کتاب دوم به نوعی در ادامه کتاب اول است که از زوایای دیگری به نسبت فرهنگ مدرن و پست مدرن با رسانه ها

است که تمام تکنیک های اقیاع مخاطب، ذهنیت سازی، حذف، نیازسازی و دستکاری در زمینه شناسی و دستکاری ناخود آگاه و درک فرآ کانهات تطبیق، تحذیر و هدایت و کنترل ناخود آگاه که برپش رسانه ها از آنها یاد می شود فرغ برکم و کیف رابطه ای است که مخاطب با رسانه برقرار می کند. در این جریان تأثیر و تأثر، شعور و درک مخاطب چه ایگامی دارد؟ آیا بر خود مخاطبان رسانه می تواند گزینشی باشد؟

اجازه دهید روشن تر پاسخ دهم، رسانه تکنولوژیک طرفی است که فارغ از محتوایش، بخشی از آن توسط اقتضات تکنولوژیک از پیش برده است. در واقع آنچه در باره میل به استقلال ماشین از انسان یا از آلودگی ماشین با آنچه یک امدان شبکه

عصبی انسان در نور الکترونیکی رسانه ها می باشد، این پرسش را مطرح می کند که اگر رسانه مدرن ابزار صرف نیست و واژه استخدام از نمی توان به طور تمام و کمال در مورد آن به کار برد و به عبارت دیگر تجسد کانیته شده بخشی از هوشمندی بشری است این رسانه است که گسترش اصلی است با مخاطب؛ به نظر می رسد با امکانات و ظرفیت هایایی که رسانه دارد و پیش فرض های که مخاطب در استفاده از رسانه ها دارد کنهنگار اصلی را باید رسانه ها دانست، اما نیز نشان می دهد که اکثر سواجه مخاطبان با رسانه غیر گزینشی است و مخاطبان عموماً رسانه ها را برای سرگرمی استفاده می کنند و موضوع گزینش از پیش منتهی است. شعور و درک مخاطب سرچایش

است که تمام تکنیک های اقیاع مخاطب، ذهنیت سازی، حذف، نیازسازی و دستکاری در زمینه شناسی و دستکاری ناخود آگاه و درک فرآ کانهات تطبیق، تحذیر و هدایت و کنترل ناخود آگاه که برپش رسانه ها از آنها یاد می شود فرغ برکم و کیف رابطه ای است که مخاطب با رسانه برقرار می کند. در این جریان تأثیر و تأثر، شعور و درک مخاطب چه ایگامی دارد؟ آیا بر خود مخاطبان رسانه می تواند گزینشی باشد؟

می تواند ذهنیت تاریخی بسازد، اطلاع رسانی کند و به نوعی برخی جنبه های فرهنگ دینی را تقویت کند منتها نه به دست کسانی که باخوشبینی به رسانه ها عنوان ظرف هر مظهر نظر می کنند خود آن را نمی شناسند. نباید انتظار همه کاری را از رسانه ها داشته باشیم، دنیای مجازی بت جدیدی است که هر کس بخواهد خود را روشنگر بنامد نقش آن را برجسته و فلسفه تاریخ تازگی را تأیید می کند. حال آن که نقش حقیقی رسانه ها در حوزه تأثیر گذاری اش محدود است. رسانه ها در دنیای جدید به جای خیل و متقل انسان نشده است، همچنان که فناوری در نگاه پستمن تقدیر فرهنگ را رقم می زند، در حالی که رسانه مطلوب بسیار بهتر از خدمت تحیل و نقل برآید نه این که به جای آنها نبیند. جایی می خوانم که مصرف انرژی در بدن هنگام نمایش تلویزیون از هنگام خواب کمتر است، یا مثالی که دکتر طباطبایی در کتاب طلوع ماهواره و افول فرهنگ رسانه توسط حیوانات یک بار و پنج ساعت فیلم مشاهده یا مثال های فراوانی که پستمن در

محتوایی رسانه در جهت رفی سازی و تقلیل امور رسانا و تبدیل و جمع امور در حوزه تفکک محدود کمی و حسی است. ۲- تکنیک تنظیم که ناظر به تجزیه و تغییر اولویت امور است. ۳- تکنیک که ناظر بر شرایطی است که تا کم اطلاعات و از اجماع ایماها و سیگنال ها به وجود می آید و سکولاریزاسیون را سرعت ویر می بخشد. ۴- تکنیک که به نوعی یکسان سازی و هماهنگی بین اذهان مخاطبان و تغییر همسو در زمینه شناسی و گرایش مخاطبان معطوف است.

■ **رسانه تا چه حد می تواند در خدمت فرهنگ دینی قرار گیرد؟**
کدام فرهنگ است که به دوری از یک فرهنگ دیگر فرهنگه ها در می آید ولی این بدین معنا نیست که رسانه نمی تواند در خدمت فرهنگ دینی درآید. رسانه

می تواند ذهنیت تاریخی بسازد، اطلاع رسانی کند و به نوعی برخی جنبه های فرهنگ دینی را تقویت کند منتها نه به دست کسانی که باخوشبینی به رسانه ها عنوان ظرف هر مظهر نظر می کنند خود آن را نمی شناسند. نباید انتظار همه کاری را از رسانه ها داشته باشیم، دنیای مجازی بت جدیدی است که هر کس بخواهد خود را روشنگر بنامد نقش آن را برجسته و فلسفه تاریخ تازگی را تأیید می کند. حال آن که نقش حقیقی رسانه ها در حوزه تأثیر گذاری اش محدود است. رسانه ها در دنیای جدید به جای خیل و متقل انسان نشده است، همچنان که فناوری در نگاه پستمن تقدیر فرهنگ را رقم می زند، در حالی که رسانه مطلوب بسیار بهتر از خدمت تحیل و نقل برآید نه این که به جای آنها نبیند. جایی می خوانم که مصرف انرژی در بدن هنگام نمایش تلویزیون از هنگام خواب کمتر است، یا مثالی که دکتر طباطبایی در کتاب طلوع ماهواره و افول فرهنگ رسانه توسط حیوانات یک بار و پنج ساعت فیلم مشاهده یا مثال های فراوانی که پستمن در

محتوایی رسانه در جهت رفی سازی و تقلیل امور رسانا و تبدیل و جمع امور در حوزه تفکک محدود کمی و حسی است. ۲- تکنیک تنظیم که ناظر به تجزیه و تغییر اولویت امور است. ۳- تکنیک که ناظر بر شرایطی است که تا کم اطلاعات و از اجماع ایماها و سیگنال ها به وجود می آید و سکولاریزاسیون را سرعت ویر می بخشد. ۴- تکنیک که به نوعی یکسان سازی و هماهنگی بین اذهان مخاطبان و تغییر همسو در زمینه شناسی و گرایش مخاطبان معطوف است.

■ **فصل فرهنگ رسانه ها و فلسفه مدرنیته چیست؟**
«سویژ گزینش» به واقع رسانه آن کانی است که انسان به وسیله آن جهان درک خاصی پیدا می کند. اساموس هر دوره را که پیشرفت و توسعه یافته است با یکپارچگی در یوتان باستان و معارف حقیقی ولای در فرهنگ دینی اسلامی نیست انسان را با جهان تبیین می کرده اند و می کنند، در دوره جدید که به نوعی از اسطو آغاز می شود در دوره جدید با شکل جدیدی ظهور می کند، سویژ گزینش و خود بینمادی نسبت انسان و جهان از باز می نمایند و رسانه ها صورت تبدیل یافته همسر و سویژ گزینش خاص و محدود و مشروط مدرن است.

■ **فصل فرهنگ رسانه ها و فلسفه مدرنیته چیست؟**
«سویژ گزینش» به واقع رسانه آن کانی است که انسان به وسیله آن جهان درک خاصی پیدا می کند. اساموس هر دوره را که پیشرفت و توسعه یافته است با یکپارچگی در یوتان باستان و معارف حقیقی ولای در فرهنگ دینی اسلامی نیست انسان را با جهان تبیین می کرده اند و می کنند، در دوره جدید که به نوعی از اسطو آغاز می شود در دوره جدید با شکل جدیدی ظهور می کند، سویژ گزینش و خود بینمادی نسبت انسان و جهان از باز می نمایند و رسانه ها صورت تبدیل یافته همسر و سویژ گزینش خاص و محدود و مشروط مدرن است.

کتاب و مجله اندیشه

کتاب نقد حماسه عاشورا؛ تحریفات و انحرافات

محمود مطهری



چهل و یکمین شماره از فصلنامه انتقادی، فکری، فرهنگی، کتاب نقد، با عنوان حماسه عاشورا؛ تحریفات و انحرافات از سوی اسامی انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی منتشر شد.
بدون شک حماسه ای که روز دوم از ماه محرم سال ۶۱ هجری قمری در غاصبه عراق آفریده شد، از مؤثرترین رخدادها در بعی دین محمد(ص) بود. توان حیرت انگیز این حماسه در اثر گذاری بر مسلمانان، جنایت پیشگان را بر آن داشت که از همان روزهای نخست به پنهان کردن آن و میرا ساختن خویش از جنایات آن روز بپردازند و آن گاه که قدرت حماسه را برتر از کید خویش یافته و توفیق درخوری از آنها نصیبشان شد، به کوشش در جهت تحریف واقعیت دست یازیدند و این سرغازی برای راهمایی آسب های گوناگون به حماسه عاشورا شد. این آسب ها گاه به مظهر مستقیم به حوزم معرفتی حماسه مربوط می شود و معارف مربوط به آن را محدود می سازد و گاه فراهای گوناگون در بزرگداشت حماسه را ملوث می کند. تفسیر و برداشت های نادرست از انگیزه و فلسفه این حماسه از یک سو و رفتارهای موهن در ارائه آن و مصیبت برای حماسه سازان از سوی دیگر، از جمله آسب های حماسه عاشورا است. چهل و یکمین شماره از فصلنامه کتاب نقد به سردبیری بهمن شریف زاده گامی در شناسایی آسب های این حماسه بزرگ برداشته است. برخی از مقالات این شماره عبارتند از: درس های ناگرفته از عاشورا؛ سمیع رجحان؛ درد و درمان (شعروت) آسب شناسی حماسه عاشورا؛ محمود جوهری؛ فلسفه عاشورا از واقعه تا اسطوره؛ محمد مهدی شمسعدینی؛ نقش عاشورا در بازسازی مفاهیم دینی؛ علی نصیری؛ نگاه به هنرهای شمالی عاشورا؛ آژده مند؛ شعر عاشورا؛ محمود رضا دهرانی؛ نگاه به دیدگاه هر مظهر انتقاد درباره فلسفه عاشورا؛ امیررضا شمسعدینی؛ تحریفات عاشورا از نظر اسطوهری؛ زاهد یسعی؛ کتاب شناسی عاشورا؛ محمد صحتی سرودویی؛ مراسم حسنی در تربیت (اداکتو تالیف)؛ م: مرضی چرانی؛ و کرسی نقد و نظریه پردازی این شماره به بررسی نسبت عقل و وحی از دیدگاه فلسفه و مکتب تکفیک پرداخته است.

پیشامد، بازی و همبستگی

ریچارد رورتی از بحث انگیزترین اندیشه گران زمانه ما است. این بحث انگیزی برپه عمده از بابت آثاری است که در باب مناسبات زبان، فرهنگ و جامعه و نسبت فلسفه با این سه پدیده آورده است. از این رهنگد، فلسفه یسا-تحلیلی، و مصلحت یاری نوین، را در رسانی و یکدیگر یسا-فلسفی، پیگیری کرده است. رورتی در آثار اخیر خود به پیشبرد پروژه ای اوتوبیوگرافی در سنجش از «تاریخ تکبری»، «تام انکاری»، «بازی باوری» و «سبک باوری»، «ماهیت باوری» و «متافیزیک باوری» پرداخته است تا اینکه تأویل تازه ای از فلسفه، ادبیات و اجتماع به دست دهد.

اثر حاضر به عنوان اوج و عصاره این اندیشه، با راورترین و بحث انگیزترین اثر او هم هست. رورتی متفکری در معنای (مصلح) «رادیکال» نیست، محافظه کاری است که می خواهد دیدگاه های دموکراتی در واقع را توجه به فرهنگ اروپایی و زوایای آمریکایی به پیش برد. کتاب حاضر هم در دفاع از استانی درباره آینده چنین جامعه ای است. این اثر بر پایه دو مسئله سخنرانی رورتی در سه بخش پیشامد، بازی و نظریه و قنوت و همبستگی تنظیم و تدوین شده است.

ریچارد رورتی / شریف / ترجمه: پیام بزدا نجو / نشر: مرکز

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹

تور ویژه... کیش - مشهد... ۸۸۶۰۹۰۹۹... ۸۸۶۰۹۰۹۹