

مبانی
مطالعات رسانه

حولین مک‌دوگال

احمد داری



تهران، ۱۳۹۷

این اثر ترجمه‌ای است از:

Media Studies: the Basics

Julian McDougall

Routledge, 2012

سرشناسه	مک دوگال، جولیان McDougall, Julian
عنوان و نام پدیدآور	مبانی مطالعات رسانه / جولیان مک دوگال؛ مترجم احمد داودی؛ ویراستار علی حسن آبادی.
مشخصات نشر	تهران: گستره، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۲۶۲ ص. ۱۴/۵ × ۲۱/۵ م.م.
شابک	978-600-6069-28-9
جمعیت فهرست‌نویسی: فیبا	
یادداشت	عنوان اصلی: Media studies: the basics, c2012.
داشت	واژه‌نامه.
یادداشت	کتابنامه: ص. [۲۵۳] - ۲۶۲.
موضوع	رسانه‌های گروهی
موضوع	Mass media:
شناسه داده	دی، احمد، ۱۳۴۰ - ، مترجم
رده‌بندی کد ره	۱۹۵۰ م ۷۲۵/۲۵ P ۹۱۱
رده‌بندی دیویی	۰۱/۲
شماره کتابشناسی ملی	۳۶۷۱



جولین مک دوگال

مبانی مطالعات رسانه

ترجمه: احمد داودی

ویراستار: علی حسن آبادی

چاپ اول: ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۱۰۰ نسخه

حروفچینی: شبستری

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: سروش

کلیه حقوق چاپ محفوظ و متعلق است به:

نشر گستره

تهران، خیابان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین،

خیابان وحید نظری، کوچه جاوید یک، شماره ۱

تلفن و نمابر: ۶۶۴۷۵۴۴۷-۸

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۰۶۹-۲۸-۹

فهرست

۷		دداشت مترجم
۹		رباره‌ی نویسنده
۱۱		مقدمه
۱۷		۱. مطالعاتی رسانه‌ها
۵۳		۲. درک رسانه‌ها
۸۹		۳. رسانه‌های قدرتمند
۱۵۱		۴. رسانه‌های جهانی
۱۹۷		۵. رسانه‌ها در تغییر
۲۲۱		۶. ساختن رسانه‌ها
۲۳۹		واژه‌نامه‌ی انگلیسی- فارسی
۲۵۳		کتابنامه

مقدمه

ممکن است این دلیل کتاب حاضر را برای خواندن برگزیده باشید که گذراندن دوره‌ای را در مطالعات رسانه آغاز کرده‌اید (که با توجه به نام کتاب انتخاب درستی به نظر می‌آید). آن که هم انگلیسی هستید و بنا دارید دوره‌ای را در مطالعات رسانه تدوین کنید و این را برای چاپ می‌کنید که گامی از دانشجویان جلوتر باشید. شاید پدر یا مادری هستید که می‌خواهید بداند اصلاً مطالعات رسانه درباره‌ی چیست و صلاح است که فرزندان وقت صرف آن کنند یا خیر. شاید هم فقط اهل مطالعه هستید و به دلایل غیرکاری و صرفاً برای تفریح خودتان این کتاب را می‌خوانید. خیلی خوب خواهد بود اگر گروهی از شما از این دسته باشید.

در صورتی که دانشجوی رسانه‌ها هستید، فرض بر این است که قبلاً هرگز این کتاب را نخوانده‌اید (هرچند اگر هم قبلاً آن را خوانده باشید خواندن مجدد آن می‌تواند یادآوری مفیدی برای شما باشد). اما به طور کلی تأکید همه‌جانبه‌ی این کتاب بر تشخیص و تمایز تعامل مستمر ما با رسانه‌ها و مرز انتزاعی آن خواهد بود. صرف حیات در این روزگار رسانه‌ای شده ما را به درگیری فعال با رسانه‌ها وامی‌دارد — چرا که ما هرگز بازده رسانه‌ها را بی‌چون و چرا دریافت نمی‌کنیم و هرگاه سطر و تفاسیری بر آن‌ها داریم. همچنین است ارتباط تنگاتنگ و لایتجزای تجربیات زندگی واقعی ما با رسانه‌ها. امروزه رسانه برای بسیاری از مردم بخشی از دنیایشان است. ما در گفتگوهایمان به رسانه‌ها اشاره می‌کنیم، از رسانه‌ها به عنوان مرجع، از همه نوع و هر طریق، استفاده می‌کنیم و به گونه‌ای فزاینده در مقابل‌شان عکس‌العمل نشان می‌دهیم، خود را با آن‌ها تطبیق می‌دهیم و یا حتی خود جهت ارتباط با عموم،

چه از طریق یوتیوب و چه از طریق سایر امکانات وب^۱، رسانه‌هایی خلق می‌کنیم.^۱ اما یک دانشجوی مطالعات رسانه با این تعامل روزمره با رسانه‌ها برخورد آموزشی کرده و تئوری‌ها را محک می‌زند. تجزیه و تحلیل متنی، عمل بازگشایی محصولات رسانه‌هاست در جهت درک چگونگی ساخته شدنشان و انحای متفاوت دریافت‌شان از سوی مردم. تئوری‌های رسانه‌ها و قدرت، به بررسی مالکیت رسانه‌ها، کنترل، مقررات و سیاست بر بستر تاریخ و اقتصاد می‌پردازد. به عبارت ساده‌تر می‌خواهد بداند که کس یا کسانی رسانه‌ها را کنترل می‌کنند. آیا این به معنی کنترل ماست؟ در شرایط دموکراسی رسانه‌ها باید به چه کار آیند؟ برخورد آموزشی با جهانی شدن رسانه‌ها در جهت کشف نقش آن‌ها در تولید هویت‌های محلی، ملی و بین‌المللی از «دهکده‌ی جهانی»^۲ می‌رود. تئوری‌های تغییر، همه با تکنولوژی کار دارند. ایده‌ی «رسانه ۲» و ادعای مخالف و موافق در باب تأثیر رسانه‌های جدید اجتماعی بر نحوه ارتباط با یکدیگر، تعامل ما با جهان عمومی و نهایتاً نحوه تفکر ما. شمار کثیری تئوری‌ها، دنیای شجاع نو^۳ داریم و به همان میزان تئوری‌های مخالف - نظریه‌های احتیاطی، تروریستی خوش‌بینانه و بدبینانه‌ای درباره‌ی آینده داریم که نسل بعدی رسانه‌ها بی‌تردید آن‌ها مورد بازنگری انتقادی قرار خواهد داد. اما، چنان‌که گفته‌اند، ما در جایی هستیم که اگر همه‌ی این زمینه‌های نظریه‌پردازی کافی نیستند، دانشجویان رسانه نمی‌توانند رسانه‌های خود را هم بنا کرده و آن‌ها را در خدمت تئوری‌سازی قرار دهند. روند خلاق برایشان فراهم آورده و به منظور اعمال تحلیل بافتی گامی از آن‌ها فاصله گرفته. از ماورایشان بدان‌ها نظر اندازند.

امیدوارم تا اینجا معرفی نظری (تئوریک) موضوع را به انجام رسانده باشم.

۱. وب ۱، شکل اولیه‌ی اینترنت، به قول برنرز لی، فقط بخوان، Read only بود. وب ۲ اینترنت امروزی، بخوان-بنویس Read-Write است. به عبارت دیگر ارتباط دوطرفه (وب ۲) از طریق شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ‌ها امکان پذیر شده است.

۲. تئوری‌های بدبینانه، اشاره به دنیای شجاع نو (Brave New World) رمان ۱۹۳۲ آلدوس هاکسلی Alsous Huxley است. او در این کتاب پیشرفت‌های تکنولوژیکی را در مواردی مثل آموزش، تبلیغات و امثال آن پیش‌بینی می‌کند.

مایلم تاریخچه‌ی «مطالعات رسانه» را از خلال آهنگ‌های هیپ‌هاپ به یاد آورم. در مرحله‌ی اول – از سال‌های دهه‌ی ۱۹۶۰ تا دهه‌ی ۱۹۸۰، عموماً نظرها بر این بود که رسانه‌ها قدرت فوق‌العاده‌ای در بین مردم دارند، چیزی که اغلب به بدی تعبیر می‌شد؛ لذا مطالعات رسانه می‌توانست به مقاومت مردم در مقابل این قدرت یاری رساند. در این زمان «مطالعات رسانه» بیشتر شامل بررسی رسانه‌های جمعی می‌شد – تلویزیون، افیون ملت. من در این زمان بود که درس رسانه‌ها را خواندم. کار عملی، بخشی از آن بود، اما چنان‌که گونتلت^۱ می‌گوید همت عالی می‌طلبید، چیزی که به معنی صرف ساعات طولانی در اتاق‌های مونتاژ و انجام تدوین انتقادی بود. جذاب بود، مهیج، اما زیارت می‌شد کار مهمی بیرون داد.

در مرحله‌ی دوم، دهه‌ی ۱۹۹۰ و بخش اول قرن ۲۱، دوره‌ی ماقبل شبکه‌ی بزرگ اینترنت^۲، بررسی رسانه‌ها از تلویزیون فراتر رفته وارد عصر خلاقیت دیجیتال شد و تکنولوژی در دسترس و میراث را جهت تأمین فرصت کسب مهارت‌های تولید برنامه برای دانشجویان، با نظر بیشتر به شبکه‌سازی عرف محصولات رسانه‌های موجود و یا نایل به امکان ورود به رسانه‌ها با قصد کار در آن‌ها به کار گرفت.

مرحله‌ی سوم، عصر آنلاین، یعنی همان زمان ما، ویژگی‌های دوفاز قبلی را داراست، با یک تغییر اساسی: اینترنت. این به ما اجازه می‌دهد تا با وضوح کامل، ارتباط فعال بین تولیدکنندگان رسانه‌ها، مخاطبان، طوایف انتقادی و شبکه‌سازان غیرحرفه‌ای^۳ را ببینیم. کسی ادعای آن را ندارد که اینترنت هم برای همگان تغییر داده است (نظر واقع‌بینانه‌تر آن است که بسیاری از مردم با بهانه‌ی بداند دسترسی ندارند)، اما فاصله‌ی بین ما و رسانه‌ها را از میان برده است. پس اگر در دوازدهم به مطالعات رسانه، بعد از رسانه‌ها^۴، این جاقطه‌ی ورود ما به این مبحث گسترده است.

1. Gauntlett

2. pre-broadband

3. prosumers

۴. با حضور وب ۲ و اینترنت، رسانه‌های سنتی بلااستفاده می‌مانند. این نظر زیگفرید زیلنسکی (Siegfried Zielinski) تئورسین آلمانی در کتابی به همین عنوان بعد از رسانه‌ها (After the Media) است.

نحوه‌ی کار این کتاب

بیشتر دوره‌های رسانه‌ها از بخش‌های مجزایی مثل «مطالعات تلویزیون» و «طراحی بازی‌های کامپیوتری» گرفته تا موارد انتزاعی‌تر مثل «پست‌مدرنیسم» تشکیل می‌شوند. اما خواهید دید که فصول این کتاب زمینه‌های مطالعاتی بیشتری را دربرمی‌گیرد؛ به‌طوری‌که بتوانید ایده‌های کلان [رسانه‌ای] را در موارد جزئی‌تر از هر نوع به‌کار ببرید. اگر جز این می‌بود، با گستره‌ی وسیع مطالعه‌ی رسانه‌ها، کتاب ما یک سویه و متمایل به روشی خاص می‌شد.

سرفصل‌های این کتاب اهداف کلیدی آن آغاز می‌شود و سپس شما را وارد مجموعه‌ای از مباحث آموزشی کرده و مثال‌های امروزی و مطالعات موردی جزئی‌تری را مطرح می‌کند. این اندرایی رایتان فراهم می‌آورد که گرایش مطالعاتی خود (در زمینه‌ی رسانه‌ها) را با آن وقت، عمیق‌تر کنید. البته این کتاب فقط مقدمه‌ای است بر مبانی مطالعات رسانه - به‌نحوی که شما با خواندن آن به یک دانشجوی انتقادی رسانه‌ها تبدیل شوید، اطلاعات اولیه را در ویدئو، مطالعات رسانه کسب کنید، در سمت‌گیری‌های جدید آموزشی خود به کار گیرید و به سطوح بالاتر دست یابید. در تحریر هر فصل این کتاب، این هدف نیز دنبال شده است که معیارهایی برای دوره‌های مطالعات رسانه در مقاطع پایین‌تر از فوق‌لیسانس تعریف شود. معیارهایی که بتوانند به عنوان ابزار قابل اتکایی در پژوهش رسانه‌ها در مقاطع بالاتر و در رشته‌های مختلف آن به کار آیند.

دو سال پیش به برنامه‌ی امروز در شبکه‌ی بی‌بی‌سی دعوت شدم تا درباره‌ی این موضوع صحبت کنم و بلافاصله امر به دفاع از اصول برنامه‌ی آموزشی‌ام شدم. من در مقابل شیطننت مجری برنامه در طرح چنین درخواستی، اظهاربی‌حوصلگی کردم، اما حق با او بود. من این رشته را تدریس می‌کنم، تحقیقات بسیاری در آن انجام داده‌ام و بیست سال است که درباره‌ی رسانه‌ها قلم می‌زنم. این امر حاکم بر تمامی شئون زندگی‌ام شده و هرگونه خط و مرزی بین پرداختن به رسانه‌ها برای سرگرمی و برای کار، در خلال دغدغه‌ی همیشگی بهبود رسانه‌ها، برایم رنگ باخته است. بسیار محتمل است که با خانواده‌ام به تماشای برنامه‌ی ایکس فکتور بنشینم و همزمان

به نظریه‌ی بازخواست^۱ فکر کنم. من به این دلیل از عهده‌ی چنین کاری برمی‌آیم که در جوانی اساتید بزرگی در رشته‌ی رسانه‌ها داشته‌ام. اما هفته‌ای سپری نمی‌شود که از خود نپرسم که رسانه چیست و یا چرا مردم باید به آن بپردازند. امیدوارم که خواندن این کتاب، پاسخ مناسب را برای همه‌ی سؤالات ملال‌آور شما فراهم آورده، یاری‌تان دهد که کار خود را آغاز کنید. گفتنی است که شما حالا بخشی از مطالعات رسانه هستید، یک نوآور بالقوه‌ی این رشته و یکی از معرف‌های آینده‌ی آن.

جولین مک‌دوگال

ژوئن ۲۰۱۱

۱. نظریه‌ی بازخواست (interpellation) از تئورسین مارکسیست فرانسوی لویی آلتوسر. توضیح آن در فصل سوم آمده است.