

فلسفه رسانه چیست؟

سیدحسین حسینی*

چکیده

دانش جدید و میان رشته‌ای فلسفه رسانه (Media Philosophy) حدود ده سال است که در کشورهایی از قبیل آلمان، و آمریکا مورد توجه محققان علوم فلسفی، اجتماعی و ارتباطات قرار گرفته است. اینکه این دانش خود از میان رشته‌ها و علوم دیگر به طور طبیعی متولد شده و یا به تلقیح برخی علوم با یکدیگر با انتظارات معینی به وجود آمده است، بحث جداگانه‌ای لازم دارد که در هر صورت، باعث مطرح شدن مسایل جدیدی در حوزه ارتباطات و رسانه‌های جدید شده است.

جایگاه فلسفه رسانه و نسبت آن با تقسیمات اساسی فلسفه، ماهیت فلسفه رسانه و توجه به هویت و روش و مسایل این دانش، و همچنین، خانواده فلسفه رسانه و بستگان آن دانش، و در نهایت، فلسفه رسانه گسترش مرزهای دانش و یا ضرورتی بومی، محورهای اصلی این نوشته را تشکیل می‌دهد.

در تبیین جایگاه دانش فلسفه رسانه، دو تقسیم اصلی فلسفه به فلسفه مطلق و فلسفه مضاف، و فلسفه قاره‌ای و فلسفه تحلیلی عنوان خواهد شد، و نسبت دانش فلسفه رسانه در اقسام آن بررسی و نتایج آن ارائه خواهد شد. سپس، در بحث ماهیت دانش فلسفه رسانه، نسبت این دانش جدید با معرفت‌های درجه اول و درجه دوم و فلسفه‌های مضاف مورد توجه قرار خواهد گرفت و به دنبال آن روش معتبر این علم تبیین خواهد شد. در ادامه نوشته، تقسیم‌بندی مهم فلسفه رسانه به فلسفه نظری رسانه و فلسفه عملی رسانه و شرح اقسام آن مطرح خواهد شد.

کلیدواژه‌ها: فلسفه رسانه، فلسفه مضاف، فلسفه نظری رسانه، فلسفه عملی رسانه، فلسفه تحلیلی، فلسفه قاره‌ای.

۱. جایگاه فلسفه رسانه

بی‌شک، یکی از راه‌های شناخت یک دانش، تعیین جایگاه آن در تقسیمات علوم کلی و جزئی متعلق به آن است. از آنجا که فلسفه رسانه، دانشی در حوزه مطالعات فلسفی است، باید آن را در ذیل اقسام فلسفه مورد توجه قرار داد. فلسفه رسانه، نه رسانه‌شناسی فلسفی است و نه ارتباطات فلسفی و نه مطالعات موسوم به فلسفه و رسانه، گرچه شباهت خانوادگی مسایل این علوم به یکدیگر کاملاً مشهود است. در ادامه این مقاله به برخی بستگان نزدیک و دور این دانش اشاره کوتاهی خواهد شد.

برای تبیین اینکه فلسفه رسانه در کدام موقعیت فلسفی قرار می‌گیرد، به ذکر دو تقسیم‌بندی مهم فلسفه، یعنی فلسفه مطلق و فلسفه مضاف، و فلسفه تحلیلی و فلسفه قاره‌ای اکتفا می‌شود. روشن است که تقسیمات فلسفی متعدد و متنوعی در تاریخ تفکرات فلسفی صورت گرفته است، اما با توجه به اینکه دانش فلسفه رسانه متعلق به قرن بیستم و تولد یافته از حوزه مطالعات دیگر است، طرح تقسیمات فلسفی دیگر غیر ضروری و حتی انحرافی به نظر می‌رسد. بنابراین، صفحاتی چند به دو تقسیم مهم فلسفه به فلسفه مطلق و مضاف و فلسفه تحلیلی و قاره‌ای و به دنبال آن پیدا کردن موقعیت فلسفه رسانه در این اقسام اختصاص خواهد داشت. از ابتدا باید توجه داشت که هدف اصلی طرح این تقسیمات، موقعیت‌یابی دانش فلسفه رسانه و در صورت موفقیت، ظاهر نمودن آثار و لوازم و اقتضات آن اقسام می‌باشد.

در هر دو مورد نیز باید دانست که تعریف و تلقی روشنی از اقسام آن وجود ندارد، و تلقی متفکران در هر دو موضوع، متنوع و در مورد فلسفه تحلیلی و قاره‌ای، حتی متعارض و متناقض است. در عین حال سعی شده است که ویژگی‌های اصلی هر کدام عنوان شود. در ضمن راقم این سطور به سادگی به این موضوع توجه داشته است که چگونه قبل از آنکه هویت و ماهیت چنین دانشی روشن باشد، به دنبال تعیین موقعیت آن در اقسام پیچیده فلسفه باید گشت. جواب این ابهام به نحوه پیدایش این دانش و بسیاری از علوم مشابه قرن بیستم باز می‌گردد که ابتدا یا زاییده و یا زایانده شده‌اند و سپس، این مولود طبیعی و یا مصنوعی خود را منظم ساخته و به صورت یک علم مستقل، اعلام موجودیت کرده است. دانش فلسفه رسانه نیز از بطن چنین فلسفه‌هایی درآمده است، گرچه روشن خواهد شد که چگونه چنین دانشی، خود هر گونه جزم‌انگاری در تقسیمات فلسفی مذکور را نقد می‌نماید.

۱.۱ فلسفه رسانه، فلسفه مطلق است یا فلسفه مضاف؟

تقسیم فلسفه به فلسفه مطلق و فلسفه مضاف از ساخته‌های ادبیات فلسفی ایران معاصر است. اگر چه عناوین "Philosophy of..." در ادبیات فلسفی غرب معادل فلسفه‌های مضاف محسوب شده است، اما، تعبیر زیبایی فلسفه مضاف فقط در مقابل فلسفه مطلق معنادار است. از طرفی، فلسفه مطلق را، معمولاً، به دانش پژوهش عقلانی در احکام کلی و عوارض ذاتی "وجود بما هو وجود" تعریف می‌کنند. بر اساس سنت عقلانی فلسفه اسلامی، وجودشناسی، یعنی همان که صدرالمتألهین از آن به "العلم باحوال اعیان الموجودات علی ما هی علیها" یاد می‌کند، در صدر مباحث فلسفی دیگر از جمله معرفت‌شناسی قرار می‌گیرد (ملاصدرا، شیرازی، ۱۹۹۰، ج ۱: ۲۰). این مسئله برای فیلسوفان مسلمان به قدری مهم است که معرفت‌شناسی فلسفه اسلامی کاملاً در ذیل وجودشناسی آن قرار می‌گیرد. ملاصدرا در نحوه ورود به مبحث علم چنین گفته است: "ان من عوارض الموجود بما هو موجود من غیر ان يحتاج الی ان یصیر نوعاً متخصص الاستعداد طبعیاً او تعلیمياً هو کونه عالماً او علماً او معلوماً فالبحث عن العلم و اطرافه و احواله حری بأن یذکر فی الفسفة الاولی الّتی یبحث فیها عن الاحوال الكلية العارضة للموجود بما هو موجود" (ملاصدرا، شیرازی، ۱۹۹۰، ج ۶: ۱۵۲). اما این موضوع در فلسفه غرب صورت دیگری به خود گرفته است. فلسفه محض در مغرب زمین دیگر از سنخ مباحث وجودشناسی نیست و دامنه گسترده‌ای را در بر گرفته است و از این رو، فلسفه محض قسیم فلسفه مضاف نیست و هرگونه تقسیم بندی مطلق‌گرا در این زمینه منسوخ است؛ به خصوص، پس از کانت و آنچه از آن به انقلاب کپرنیکی در معرفت‌شناسی یاد شده است. اما، به دلیل باقی ماندن سنت فلسفه اسلامی بر هستی‌شناسی عقلانی، فلسفه مطلق، علم "وجود بما هو وجود"، و فلسفه‌های مضاف به دیگر بخش‌های فلسفی اطلاق می‌گردد. ذکر این نکته از این جهت حائز اهمیت است که فلسفه‌های مضاف در فلسفه غرب، ضرورتاً، در مقابل فلسفه‌های محض قرار نمی‌گیرد، اما در فلسفه اسلامی هرگونه پژوهش فلسفی در غیر از موضوع هستی‌شناسی، از نوع فلسفه مطلق نیست.

فلسفه مضاف را نیز چنین تعریف کرده اند: "دانش مطالعه عقلانی و فراگیر احوال و احکام کلی یک علم یا پدیده". از این رو، معمولاً آن را به دو قسم فلسفه‌های مضاف به علم و فلسفه‌های مضاف به امور تقسیم می‌کنند. برای نمونه، فلسفه زیست‌شناسی، فلسفه ریاضی، فلسفه علم (تجربی) از جمله فلسفه‌های مضاف به علم و فلسفه حقوق، فلسفه دین از نوع فلسفه‌های مضاف به امور تلقی شده‌اند.

حال به سوال اصلی باز می‌گردیم که آیا فلسفه رسانه از نوع فلسفه مطلق است و یا فلسفه مضاف؟ بر اساس آنچه درباره فلسفه در غرب گفته شد، فلسفه رسانه هم می‌تواند از نوع فلسفه محض و هم فلسفه مضاف باشد. اساساً از آن رو که تفکیک و امتیاز روشنی بین این دو دسته وجود ندارد، تبیین موقعیت فلسفی دانش‌های مختلف از ارزش زیادی برخوردار نیست، و نتیجه معینی نیز ندارد. بنابراین، فلسفه رسانه دانشی است که بر اثر آمیزش حوزه‌هایی خاص به وجود آمده است و از روش‌های متداول علوم فلسفی بهره‌مند است و به هیچ‌وجه، به موضوع و یا مسائل خاصی متعهد نیست، گرچه ظهور این عرصه جدید بیشتر بر اثر سوال‌ها و چالش‌هایی است که بر اثر رشد رسانه‌های جدید، به خصوص، تلویزیون و اینترنت، به وجود آمده است. اما بر اساس سنت عقلانی فلسفه اسلامی، فلسفه رسانه بی‌شک از نوع فلسفه مطلق نیست و لذا، از اقسام قسیم آن، یعنی فلسفه مضاف قرار می‌گیرد. در عین حال بسیار سخت است که بتوان فلسفه رسانه را از نوع فلسفه‌های مضاف به علم و یا فلسفه‌های مضاف به امور تلقی کرد. از یک طرف، فلسفه رسانه، معرفتی درجه دوم است که معرفت درجه اول آن را دانش ارتباطات و رسانه‌شناسی تشکیل می‌دهد، و از این جهت، باید آن را فلسفه مضاف به علم تلقی کرد، از سوی دیگر، رسانه یک ظهور و پدیده مدرن است و بدون توجه به مقولات درجه اول آن، عینی برای مطالعه است و لذا در قسم فلسفه‌های مضاف به امور قرار می‌گیرد. اگر چه، به نظر می‌رسد فلسفه‌های مضاف همگی از نوع معرفت‌های درجه دوم‌اند، اما توجه به همین دانش، یعنی فلسفه رسانه، هم بطلان چنین نظری را ثابت می‌کند و هم سستی تقسیم فلسفه‌های مضاف به فلسفه‌های مضاف به علم و امور. البته، باید توجه داشت که اگرچه همه فلسفه‌های مضاف از نوع معرفت‌های درجه دوم نیستند اما علی‌الاصول و مطابق تعریف معرفت‌های درجه دوم، به نظر می‌رسد تمامی آنها، از نوع فلسفه‌های مضاف باشند. در عین حال، می‌توان علمی را در نظر گرفت که در این قاعده تردید جدی وارد کند. برای نمونه، فلسفه مطلق در سنت فلسفه اسلامی، از یک سو معرفت درجه دوم است، و از سوی دیگر فلسفه مضاف به معنای متداول خود نیست و در حقیقت از نوع فلسفه مطلق است؛ چرا که بر اساس اعتقاد فیلسوفان مسلمان، فلسفه وجود‌شناسی، علم اعلی و اکمل است و هیچ علم دیگری نیست که مبانی فلسفه مطلق جزو مسایل آن محسوب شود.

۲.۱ فلسفه رسانه، فلسفه تحلیلی یا فلسفه قاره‌ای؟

برای پاسخ به این پرسش، سعی شده است به اختصار به برخی مباحث مهم این دو نوع فلسفه توجه شود. هم چنین طرح این موضوع از این جهت نیز حائز اهمیت است که برخی

مسائل مطرح در داخل دانش فلسفه رسانه به نحو روشنی متأثر از مسایل این دو حوزه مهم فلسفی بوده است.

هویت فلسفه تحلیلی و فلسفه قاره‌ای با ابهامات فراوانی مواجه است و نظرات متنوع و متعارض فراوانی در این زمینه دیده می‌شود. تقریباً ناممکن است که بتوان ویژگی‌ها و مشخصات مشترک و یا، حتی، به اعتقاد ویتگنشتاین شباهت خانوادگی‌ای یافت که بر اساس آن، مکاتب مختلف فلسفی را در این دو مقوله جا داد، بگذریم از اینکه متفکرانی چون ریچارد رورتی و یا مایکل دامت اعتبار چنین تقسیم‌بندی‌ای را مورد مناقشه و تردید جدی قرار داده‌اند (Auxier, 2007: 188-200)، گرچه رورتی خود با تقسیم‌بندی پیشنهادی‌اش فقط مشکل قبلی را به سمت و سوی جدیدی سوق داده است (Rorty, 1998).

فلسفه قاره‌ای (Continental Philosophy) و یا فلسفه اروپایی به مجموعه متنوعی از افکار و نگرش‌های فلسفی اطلاق می‌شود که تفکر فلسفی قرن بیستم اروپا را به طور کامل تغییر داد و خود را از فلسفه‌های تحلیلی (Analytic Philosophy)، که در همان زمان در کشورهای انگلو-آمریکایی پیدا شد، جدا می‌کرد. این عنوان شامل: ایده‌آلیسم آلمانی، فنومنولوژی، اگزیستانسیالیسم، هرمنوتیک، ساختارگرایی، پساساختارگرایی، فمینیسم فرانسوی، مارکسیسم اروپایی، ضد ساختارگرایی و مکتب انتقادی فرانکفورت می‌شود. (Critchley, 2001: P.13) هم‌چنین، باید اشاره کرد که با مرگ جان استوارت میل در سال ۱۸۷۳، که تلاش جدی‌اش دنباله‌روی تکمیل سنت تجربه‌گرایی بریتانیایی بود، هگلیسم جدیدی در قاره اروپا به وجود آمد و فلسفه قاره‌ای در چنین پیش زمینه‌ای، رشد و گسترش زیادی یافت. (Harris, 2002: 4)

پس از جنگ جهانی دوم نیز عبارت فلسفه اروپایی با فنومنولوژی مترادف گردید. این تفکر در سایه فعالیت‌های درخشان هوسرل معنای جدیدی پیدا کرد و بعدها اگزیستانسیالیست‌ها، که خود انواع بسیاری را در خود جای می‌دادند، عمیقاً تحت تأثیر هوسرل قرار گرفتند. گروهی نیز به لحاظ روش تحت تأثیر هوسرل و در محتوا تحت تأثیر مارسل، هایدگر و سارتر بودند، به نحوی که می‌توان آنها را پدیدارشناسان اگزیستانسیالیستی نامید. هایدگر با انتشار اثر معروف و جاودان خود "وجود و زمان" (۱۹۷۲)، تفکر جدیدی را متمایز از فنومنولوژی هوسرل به وجود آورد. به دنبال آن، گادامر و ریکور نگرش هرمنوتیکی را ایجاد کردند، و هم زمان در فرانسه جنبش ساختارگرایی در داخل فلسفه

اروپایی شکل گرفت. بعدها با تأثیر شگرف نیچه، ساختارگرایی در ابعاد مختلفی گسترش یافت که یکی از آن شاخه‌ها، پساساختارگرایی نامیده شد. پس از ۱۹۷۰، فلسفه اروپایی معنای جدیدی پیدا کرد. ضد ساختارگرایی، که ابتدا، خود را واکنشی بر ضد هرمنوتیک فلسفی و ساختارگرایی می‌دانست، با دریدا، که ابتدا در آن دو نحله بود، شکوفا گردید. البته، دریدا اصطلاح ضدساختارگرایی را از کارهای هایدگر اقتباس کرده بود. هایدگر روش فلسفی را به سه قسم تقسیم کرده بود: تحویل، ساختارگرایی و ساختارشکنی (ضد ساختارگرایی) (Heidegger, 1998: 22). همچنین، در مطالعات مربوط به فلسفه قاره‌ای باید به مکتب انتقادی فرانکفورت، به طور عام، و نظریه کنش ارتباطی هابرماس، به طور خاص، نیز اشاره کرد (Kockelmans, 2001: 180-181).

همان‌طور که از این مرور بسیار مختصر روشن می‌شود، نگرش‌ها و مکاتب فکری متعلق به فلسفه اروپایی کاملاً به یکدیگر متصل و تا حد زیادی متأثر از یکدیگر بوده است. علت تنوع و گستردگی نظریات و آراء نیز به این اتصال باز می‌گردد. هم‌چنین، چنان‌که در ادامه مقاله خواهد آمد، بسیاری از مسایل مهم مطرح شده در اواخر قرن بیستم در حوزه مطالعات نظری رسانه‌ها، کاملاً متأثر از حوزه تفکرات فلسفه اروپایی است. برای مثال، آنچه تحت‌عنوان اصل موجبیت تکنولوژی و رسانه‌ها گفته می‌شود، تحت تأثیر اگزیستانسیالیسم، وحدت و یا کثرت معنا و انتقال آن تحت تأثیر هرمنوتیک فلسفی، و نظریات انتقادی رسانه‌ای تحت تأثیر پساساختارگرایی و ضد ساختارگرایی بوده است. هم‌چنین، برخی مکاتب فلسفه قاره‌ای، که کاملاً مرتبط و متعلق به حوزه فلسفی رسانه است، از جمله مکتب انتقادی فرانکفورت و نظریات رسانه‌ای مشهور در متفکران این حوزه و یا هرمنوتیک ارتباطی به نحو بارزی تحت تأثیر نیچه بوده است (گادامر، ۱۳۸۴: ۱۱۵).

به رغم این تنوع، برخی کوشیده‌اند ویژگی‌های مشترکی برای مکاتب گوناگون متعلق به فلسفه اروپایی پیدا کنند. از آنجا که فلسفه رسانه به نحو روشنی متأثر و مولود این نگرش فلسفی است، مناسب است به اجمال به برخی از آنها اشاره شود:

اول آنکه گفته می‌شود فلسفه اروپایی در مقابل سیانتیسم قرن هیجدهم و نوزدهم خود را علم کرده است (Critchley, 2001: 115). گرچه این تحلیل، به خصوص، درباره گرایش‌های افراطی هگلیسم مطلق تا حد زیادی قابل دفاع است، در عین حال، از آن نمی‌توان به یکی از ویژگی‌های مشترک مکاتب موسوم به فلسفه‌های قاره‌ای یاد کرد. دومین ویژگی مهم فلسفه‌های اروپایی، به زمینه‌های تحلیلی علمی و فلسفی

آن باز می‌گردد. تقریباً در تمامی مکاتب فلسفه‌های اروپایی، متن در کنار زمینه‌های متن و تاریخ‌انگاری آن، نقش مهم و مکمل تحلیل فلسفی را ایفاء می‌کند، و این در حالی است که در برخی نگرش‌های فلسفه تحلیلی، سعی وافری در جداسازی متن از زمینه‌های نقش‌دهنده آن متن صورت گرفته است (همان: ۵۷). بنابر نکته دوم، در فلسفه‌های قاره‌ای، قابلیت و امکان تغییر فاعلیت شعور انسانی، شرایط ادراک انسانی را متفاوت می‌کند (همان: ۶۴). سومین ویژگی ذکر شده نیز به برخورداری فلسفه‌های اروپایی از یک مبنای متافلسفی یا متافیزیک باز می‌گردد. بر این اساس، بنیان فلسفه‌های قاره‌ای بر اصول معرفت‌شناسی متافلسفی استوار است.

همان‌طور که گفته شد، به راحتی نمی‌توان این ویژگی‌ها را در تمامی جریان‌های فلسفی قاره‌ای مشاهده کرد، به‌خصوص، در مورد ویژگی آخر که تعارض‌های فراوانی در این خصوص دیده می‌شود. تنوع و گستردگی مکاتب فلسفی اروپایی به حدی است که اطلاق عنوان واحد فلسفه قاره‌ای نیز، شاید، صرفاً به لحاظ تاریخی و یا موقعیت منطقه‌ای و یا تقابل آن با فلسفه‌های رقیب، یعنی فلسفه تحلیلی معنادار باشد. مشابه مشکلاتی که در تحلیل جامع‌نگر هویت فلسفه‌های اروپایی دیده می‌شود، به نحو دیگری در مورد فلسفه‌های تحلیلی نیز وجود دارد.

برخی محققان آغاز فلسفه تحلیلی را در تقابل آن با ایده‌آلیسم مطلق قرن نوزدهم دانسته‌اند. البته، تردیدی نیست که فعالیت‌های مهم مور و راسل و تأکید آنان بر رئالیسم کثرت‌گرای مبتنی بر فهم متعارف (Common Sense) در مقابل ایده‌آلیسم وحدت‌گرای مبتنی بر عقل محض، در رشد و توسعه فلسفه تحلیلی نقش فراوانی داشته است. (Harris, 2002: 6) مور در نوشته‌های متعدد، به‌خصوص، در *ابطال ایده‌آلیسم و ارتباط درونی و بیرونی*، به روش فلسفی‌ای اشاره کرده است که بر اساس تحلیل زبان گزاره‌ها، فلسفه دنیای انگلیسی زبان را به شدت تحت تأثیر خود قرار داد (همان: ۷). با ارائه نظریه توصیفات راسل و نظریه تقلیل ریاضیات به منطق راسل و وایتهد، گام مکمل رشد بی‌سابقه این نحله فکری در قرن بیستم طی شد. (همان: ۷) البته، اگرچه رد ایده‌آلیسم اروپایی در دستور کار جدی فیلسوفان تحلیلی قرار داشت، اما، هم‌زمان به جریان فلسفی دیگری باید اشاره کرد که به جهت تقابل با ایده‌آلیسم کم‌اهمیت‌تر از فلسفه‌های تحلیلی نیست. ویلیام جیمز در دیگر دنیای انگلیسی زبان، یعنی آمریکا، با ارائه مکتب پراثر و با نفوذ پراگماتیسم، همان فعالیت‌ها را پیش گرفت که مور و راسل و همکارانشان در انگلیس انجام می‌دادند (همان: ۱۱).

اگر گفته می‌شود موضوع اصلی فلسفه تحلیلی، زبان‌شناسی فلسفی است، کاملاً با سوابق تاریخی آن سازگار است، گرچه در تحولات علمی قرن بیستم، حوزه گسترده‌ای را به تدریج در خود ایجاد کرده است. اما، بی‌تردید، بخش مهمی از فلسفه تحلیلی، به تبیین مسایل فلسفی از طریق جستجو در زبانی که آنها را بیان می‌کند، اختصاص دارد. این گرایش با دو جریان فرمالیزم و زبان طبیعی به هم گره خورده است. فعالیت‌های مهم فرگه در منطق صوری و نظریه مصداق و معنا (Sense and Reference)، تئوری ناتمامیت (Incompleteness) گودل، نظریه توصیفات معین راسل، دیدگاه ابطال‌گرایی پاپر و نظریه معناشناختی تارسکی، همگی در یک سو، یعنی توجه به فرمالیزم قرار می‌گیرد. در طرف دیگر، نظریه زبان طبیعی که با تفسیرهای متفاوت، گاهی یکسان و گاهی کاملاً متعارض، دیده می‌شود، مسیر رشد زبان‌شناختی فلسفی را تکمیل کرده است، اگر چه قابل ذکر است که در این‌که برخی فعالیت‌های مهم این دوره، به خصوص، نظریات دوره دوم ویتگنشتاین، در زمره فلسفه تحلیلی قرار می‌گیرد، تردید وجود دارد (Wright, 1993).

البته، دامنه فلسفه تحلیلی به تدریج گسترده شد و شامل شاخه‌های متعدد فلسفی از قبیل: معرفت‌شناسی، متافیزیک، فلسفه منطق، فلسفه علم، فلسفه زبان، فلسفه دین، فلسفه اقتصاد، فلسفه اخلاق، فلسفه سیاست، فلسفه علوم اجتماعی، فلسفه زبان‌شناسی، فلسفه حقوق، فلسفه ذهن، و فلسفه تاریخ نیز گشته است.

در عین حال، برخی منتقدان فلسفه تحلیلی، این فلسفه را، صرفاً همان فلسفه تحلیل زبان دانسته‌اند. رورتی، که در دهه ۱۹۶۰ اصطلاح چرخش زبانی را رایج کرد، از جمله کسانی است که فلسفه تحلیلی را عیناً فلسفه تحلیل زبان دانسته است (Rorty, 1976)، ضمن آنکه وی، از حدود دو دهه قبل، معتقد است که عصر فلسفه تحلیلی به پایان رسیده است (Rorty, 1980). البته، همان‌طور که اشاره شد، فلسفه تحلیلی محدود به رهیافت خاصی، یعنی کاوش‌های زبانی نیست، هم‌چنان که محدود به جغرافیای معینی نیز نیست. در حقیقت، تعدادی از بنیان‌گذاران اولیه فلسفه تحلیلی، آلمانی زبان بوده‌اند و این فلسفه در آلمان از قدرت زیادی برخوردار بود، همان‌طور که فلسفه اروپایی نیز در آمریکا و انگلیس، سابقه طولانی‌ای داشته است. بنابراین، کم و بیش، این نتیجه‌گیری قابل قبول است که نه فلسفه تحلیلی منحصر به جهان انگلو-ساکسون است و نه فلسفه اروپایی محدود به اروپا (پایا، ۱۳۸۲: ۲۲).

به‌رغم این تنوع و تعدد، برخی کوشیده‌اند ویژگی‌های مشترکی برای این نوع فلسفه‌ها ارائه کنند. برای نمونه، برخی معتقدند فلسفه تحلیلی سه ویژگی اصلی دارد. اول آنکه فلسفه تحلیلی،

علم اعلی و علم به کلیات نیست، و هیچ حقیقت فلسفی مطلقاً وجود ندارد و تمامی فعالیت‌های فلسفی در حاشیه و یا در تداوم علوم طبیعی صورت می‌گیرد. دوم آنکه تبیین منطقی اندیشه فقط از راه تحلیل گزاره‌های زبان فلسفی امکان پذیر است. سومین ویژگی مشترک مکاتب فلسفی تحلیلی، به مخالفت و نفی کامل متافیزیک غالب بر فلسفه‌های قاره‌ای باز می‌گردد (Harris, 2002). همچنین، به خصوصیات چون عینیت‌گرایی، طرح مسائل مشترک و بررسی جنبه‌های مختلف مسئله عقلانیت نیز اشاره شده است (پایا، ۱۳۸۲: ۵۲ - ۷۰).

روشن است که هیچ کدام از این ویژگی‌ها نه تعیین کننده مرز فلسفه‌های تحلیلی از غیر آن است و نه می‌تواند جامع مکاتب گوناگون خود باشد.

نگاهی اجمالی به سیر تحولات فلسفه تحلیلی، نحوه تأثیر آن بر حوزه‌های مطالعاتی جدید از قبیل فلسفه رسانه را روشن تر می‌سازد.

پس از کارهای فرگه در تحول زبان طبیعی به زبان صوری در جهت کنار زدن کژتابی‌های زبان طبیعی و ابداع منطق ریاضی، فلسفه تحلیلی با کاوش‌های مور و راسل اهمیت زیادی پیدا کرد. تأکید مور بر اصل فهم متعارف و تمایز میان صدق و معنای گزاره‌ها و هم‌چنین، کاوش‌های راسل در نظریه توصیفات معین و مخالفت آن دو (به رغم برخی تفاوت‌ها) با ایده آلیسم نوهگلی و متافیزیک، بر رونق فلسفه تحلیلی تأثیر به‌سزایی گذاشت. ویتگنشتاین نیز با نظریه تصویری خود درباره ارتباط میان زبان و واقعیت، تحول جدیدی در فلسفه‌های تحلیلی به وجود آورد، به نحوی که اکثر آثار راسل بعد از انتشار رساله ویتگنشتاین، که به اتمیسم منطقی شهرت یافت، کم و بیش، دیدگاه‌های مشابه ویتگنشتاین درباره منطق زبان و جهان را ارائه می‌کرد. ویتگنشتاین به نحو بارز و قدرت‌مندی بر دوستانش در حلقه وین نیز تأثیر گذاشت، و بدین جهت، نهضت پوزیتیویسم منطقی در درون فلسفه تحلیلی در نیمه سوم قرن بیستم در وین تأسیس شد. در همان زمان که حلقه وین بیانیه معروف جهان‌بینی علمی خود را ارائه می‌کرد، ویتگنشتاین وارد مرحله تازه‌ای از تفکر خود شد که بعدها با انتشار پژوهش‌های فلسفی پس از مرگش به دوره دوم حیات علمی وی شهرت یافت. رهیافت جدید اعضاء حلقه وین در دیگر مناطق نیز گسترش یافت، به نحوی که برای مثال، در برلین گروهی از فلاسفه نظیر هانس رایشنباخ و کارل همپل دیدگاه‌های مشابهی را ارائه کردند. در همین خصوص باید به تلاش‌های آیر و کارنپ نیز در تبلیغ و اشاعه تفکر حلقه وین اشاره کرد. حلقه وین با مرگ شلیک و ظهور نازیسم متلاشی شد و اکثر اعضای آن به کشورهای انگلیسی زبان مهاجرت کردند. تفکر اعضای حلقه وین خیلی

زود با تردیدهای اولیه همپل و به دنبال آن تلاش‌های پاپر و کواین از هم پاشید. اصل ابطال‌پذیری پایر و نظریه کل‌انگاری کواین و نقد وی بر گزاره‌های تحلیلی، پوزیتویسم منطقی را با چالش جدی مواجه کرد. تلاش‌های کوهن نیز، که همانند کواین معرفت‌شناسی پیشینی را مورد حمله قرار می‌دهد، به‌رغم تفاوت رویکرد کوهن و کواین، از اهمیت زیادی دارد. در حقیقت، بعد از جنگ جهانی دوم، و در اثر کارهای ویتگنشتاین، مکتب فلسفه زبان عادی (Ordinary Language) به وجود آمد. شخصیت‌های سرآمد این مدرسه فکری را: راسل، آستین، استراوسون، هیر و مالکولم تشکیل می‌دادند. این فیلسوفان به تبعیت از ویتگنشتاین به دنبال معنا در کاربرد کلمات گشتند و وظیفه فلسفه را نه ساخت نظریات، بلکه ایضاح کژتابی‌های زبانی می‌دانستند. شایان ذکر است که این جنبش نیز در اواسط دهه ۶۰ از بین رفت و وظیفه ارائه تئوری علمی معنا برای زبان طبیعی با دیویدسن و کریپکی ادامه یافت.

با افول نهضت پوزیتویسم منطقی، جنبش جدیدی در به وجود آمدن فلسفه‌های زبانی در داخل فلسفه تحلیلی رخ داد که تا حد زیادی متأثر از آراء فیلسوفان متقدم‌تر از قبیل: فرگه و مور و راسل بود. اما، این فلسفه نیز در اواخر دهه ۱۹۷۰ به تدریج جایگاه خود را از دست داد و تحول محسوسی به سمت حوزه‌های دیگر فلسفه تحلیلی از قبیل فلسفه علم، فلسفه ذهن، معرفت‌شناسی و برخی شاخه‌های دیگر و جدید آن پیدا شد.

پس از مرور اجمالی برخی جریان‌های اصلی فلسفه قاره‌ای و فلسفه تحلیلی، به ذکر چند نکته مهم درباره تعیین جایگاه فلسفه رسانه در مباحث گفته شده می‌پردازیم.

اولاً، باید توجه داشت که منشأ جغرافیایی ظهور فلسفه رسانه، آمریکا و از این رو، نزدیک به فلسفه‌های تحلیلی است. گرچه به این نکته توجه شد که نه فلسفه قاره‌ای به اروپا و نه فلسفه تحلیلی به کشورهای انگلیسی زبان محدود است. ثانیاً، خصوصیات مشترکی که درباره فلسفه‌های قاره‌ای و فلسفه‌های تحلیلی گفته شد، کم و بیش در هویت فلسفه رسانه دیده می‌شود. برای مثال، برخورداری فلسفه‌های قاره‌ای از مبنای معرفت‌شناسی متافیزیکی و یا درهم‌تنیدگی این فلسفه‌ها با زمینه‌های تاریخی و اجتماعی و جامعه‌شناختی از جمله ویژگی‌هایی است که در دانش فلسفه رسانه و مسائل مرتبط با آن به شفافیت دیده می‌شود. درعین حال که برخی ویژگی‌های مشترک در فلسفه‌های تحلیلی نیز در فلسفه رسانه دیده می‌شود. برای مثال، تأکید بر عقلانیت به عنوان روش غالب در فلسفه‌های تحلیلی و یا عینیت از اهم خصوصیات دانش چند ساله فلسفه رسانه است. البته، اگر مطابق نظر رورتی، فلسفه تحلیلی را به فلسفه تحلیل زبان محدود کنیم بسیاری از مسائل مهم فلسفه رسانه از

حیطه فلسفه تحلیلی خارج خواهد شد. ثالثاً، بسیاری از مکاتب و جنبش‌های فلسفی‌ای که در متن فلسفه‌های قاره‌ای و تحلیلی رخ داده، به نحو بارز و مستقیم و یا غیرمستقیم بر مسائل فلسفه رسانه تأثیرگذار بوده است. برای اثبات این ادعاء به ذکر چند مورد اشاره می‌شود و تفصیل این موضوع به بخش‌های بعد موكول می‌شود.

مباحث مهمی که درباره هویت رسانه‌ای گفته می‌شود، به نحو روشنی متأثر از اگزستانسیالیسم هایدگری است و یا نظریه هرمنوتیک ارتباطات که به هرمنوتیک فلسفی گادامر باز می‌گردد. هم‌چنین، دیدگاه‌های جدید تعامل میان فرهنگ و رسانه از اصحاب مکتب فرانکفورت و جنبش ضد ساختارگرایان نشأت گرفته است. از سوی دیگر، چرخش زبانی قرن بیستم در فلسفه تحلیلی، جهت کلی نظریه‌های ارتباطی را در خصوص انتقال معنا تغییر داده است، به نحوی که حتی، شاید بتوان ادعا کرد که چرخش زبانی و به دنبال آن چرخش تصویری، از ریشه‌های اصلی پیدایش و رشد دانش جدید فلسفه رسانه است. برای نمونه، مباحث مطرح شده از سوی مک لوهان، گرچه بیشتر متأثر از هایدگر بوده است، اما رگه‌های روشنی از نفوذ فلسفه زبان عادی و نظریه زبان طبیعی در آن دیده می‌شود. و یا توجه بیش از حد فیلسوفان رسانه به معنا که از مهم‌ترین مباحث مکاتب مختلف فلسفه‌های تحلیلی است.

نتیجه چنین بحثی، نه تنها ابهام‌زدا نیست که، بر عکس، چالش‌انگیز است. فلسفه رسانه هم از نوع فلسفه قاره‌ای است و هم فلسفه تحلیلی، نه ماهیتاً فلسفه قاره‌ای است و نه فلسفه تحلیلی، هم متأثر از فلسفه قاره‌ای است و هم فلسفه تحلیلی. شاید از چنین نتیجه‌ای باید به اصل صحت چنین تقسیم‌بندی‌ای شک کرد، اما، نه از نوع تردیدی که رورتی ارائه کرده است، چرا که وی برای این تقسیم‌بندی، جایگزینی ارائه کرده است که ابهام و اشکال آن کمتر از تقسیم‌بندی معهود فلسفه به فلسفه قاره‌ای و تحلیلی نیست.

۲. ماهیت دانش فلسفه رسانه

برای شناخت ماهیت فلسفه رسانه، به چند موضوع اصلی اشاره می‌شود، اگر چه مطابق دیدگاه ویتگنشتاین، شباهت خانوادگی چند مسئله، توجیه‌کننده محور ثابت ساختار یک دانش جدید است. بنابراین، هرگونه تلاش در جهت یافتن آنچه در گذشته بدان اصول اولیه یک علم می‌گفتند، ناموفق و آسیب‌پذیر است. در عین حال، در اینجا به چند بحث مهم، که شناخت هویت این دانش جدید را آسان تر می‌کند، اشاره می‌شود.

۱.۲ فلسفه رسانه، معرفت درجه اول یا معرفت درجه دوم

اگرچه تفکیک میان معرفت درجه اول و معرفت درجه دوم از دقت و وضوح کاملی برخوردار نیست، اما، معمولاً، معرفت درجه اول را، بررسی مسایل یک علم و معرفت درجه دوم را، بررسی مبانی آن علم می‌دانند. از آنجا که هیچ علمی مطابق چنین نگرشی متکفل بررسی مبانی خود نیست و مبادی یک علم از مبانی پذیرفته شده آن شروع می‌شود، و به عبارت دیگر، از آن رو که مبانی یک علم جزو مسایل خود آن علم نیست، علم فرادستی ظهور می‌کند که مبانی آن علم، مسایل اصلی آن علم درجه دوم را تشکیل می‌دهد. به همین دلیل است که برخی تصور کرده‌اند که هر معرفت درجه دومی از نوع فلسفه مضاف و یا، حتی، هر فلسفه مضافی از نوع معرفت درجه دوم است. همان‌طور که اشاره شد، اولاً، چنین نیست که هر فلسفه مضافی لزوماً معرفت درجه دوم باشد، چنان‌که در مورد دانش فلسفه رسانه، حتی اگر آن را فلسفه‌ای مضاف بدانیم و اگرچه برخی مسایل مهم این دانش بررسی مبانی انتولوژیک و معرفت‌شناسانه دانش ارتباطات و رسانه‌شناسی است، اما، در کنار آن، مسائل نوظهور دیگری وجود دارد که خود گستره‌ای از یک معرفت درجه اول مستقل و، در عین حال، مرتبط را تشکیل می‌دهد. بنابراین، برخی مسایل فلسفه رسانه، از نوع معرفت درجه دوم و برخی مسایل آن، از نوع معرفت درجه اول است. نمونه‌های زیادی از این مسایل در قسمت‌های بعدی این مقاله ارائه خواهد شد. از سوی دیگر، معرفت درجه دومی نیز می‌توان تصور کرد که از نوع فلسفه مضاف نیست. برای مثال، فلسفه فلسفه مطلق در سنت فلسفه اسلامی، حتماً مطابق تعریف، فلسفه مضاف نیست، اما معرفت درجه دوم محسوب می‌گردد.

بنابراین، دانش فلسفه رسانه از این حیثیت نیز دانشی میان معرفتی است که مسائل آن شامل هر دو نوع معرفت‌های درجه اول و درجه دوم می‌شود. بی‌شک چنین نتیجه‌ای دربردارنده نکات مهمی در نسبت این دانش با مطالعات دیگر است، و تنها به یک نتیجه‌گیری فلسفی محدود نمی‌شود. ضمن آنکه بر اساس آنچه گفته شد، این نگرش جدید درباره نسبت میان فلسفه‌های مضاف و معرفت‌های درجه دوم نیز تأمل‌برانگیز است.

۲.۲ روش و جهت در دانش فلسفه رسانه

فلسفه رسانه یک مطالعه میان‌رشته‌ای است که کمتر از یک دهه از عمر مستقل آن می‌گذرد. این علم بر اثر تحولات فلسفی جدید در سنت فلسفه قاره‌ای و هم‌چنین، جنبش‌های نوظهور

فلسفه تحلیلی به وجود آمده است. بنابراین، در بدو امر توجه به این نکته مهم است که روش‌های پژوهش فلسفی، هم در فلسفه‌های اروپایی و هم در فلسفه‌های تحلیلی، در این دانش جدید معتبر و اصیل است. در عین حال، به چند نکته مهم نیز باید توجه کرد:

اولاً، فلسفه رسانه در زمره علوم انسانی و اجتماعی قرار می‌گیرد. بدین لحاظ باید به روش‌های معتبر در این علوم توجه کرد. پس از عصر روشنگری، به‌ویژه، در قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم، تلاش زیادی در به دنبال کشیدن علوم اجتماعی از روش‌های، به ظاهر موفق، علوم طبیعی به وجود آمد و بسیاری از محققان علوم اجتماعی و انسانی، اقتباس از تمامی روش‌های به کار رفته در علوم طبیعی را ضروری می‌دانستند (Hayek, 1979: 19)، اما، به‌زودی مشخص شد که دامنه موضوع، مسایل، و روش علوم انسانی و اجتماعی از علوم طبیعی کاملاً جداست، و این تبعیت محض حاصلی جز کج فهمی و ارائه راهکارهای غلط در حوزه علمی که با انسان و عقیده و رفتارش سروکار دارد، در بر نداشته است. همان‌طور که در همان زمان اصالت و اعتبار روش‌های علوم طبیعی در خود آن علوم نیز مورد تردید جدی قرار گرفته بوده است (زیب‌اکلام، ۱۳۸۰: ۲۹۶-۳۱۰).

ثانیاً، فلسفه رسانه از یک سو مطالعه‌ای فلسفی و نظری از نوع فلسفه‌های مدرن، و از سوی دیگر، به حوزه مطالعات اجتماعی و انسانی مرتبط است. از این رو، روش‌های فلسفی محض چه در مکاتب وجودشناسی محض فلسفی و چه در فلسفه‌های تحلیل زبانی، از دایره اصالت روش‌شناسی این دانش خارج است. به عبارت دیگر، عقل محض و استدلال مبتنی بر تعقل صرف و یا آنچه برای مثال، با تکیه بر نظریه اتمیسم منطقی راسل و یا منطق صوری فرگه بدان استناد می‌شود، جزو روش‌های سازگار با مطالعات نظری حوزه یک پدیده مدرن اجتماعی محسوب نمی‌شود. علت این امر به هویت بیگانه این دو روش با مطالعات اجتماعی مربوط به رسانه‌ها بازمی‌گردد. در سنت فلسفی یونانی و، به خصوص، آنچه فیلسوفان مسلمان با تأثر از منطق ارسطویی ارائه کردند، روش بررسی مسایل، عقل محض مبتنی بر مبانی متافیزیکی است و این در حالی است که در فلسفه‌های زبانی محض از قبیل: اتمیسم منطقی راسل، نظریه تصویری ویتگنشتاین و یا زبان صوری فرگه، هرگونه ارتباط با مبانی متافیزیکی عاملی بازدارنده در تحلیل درست گزاره‌های زبانی در تعیین نسبت آن با جهان خارج محسوب می‌گردد. بنابراین، علت کنار رفتن این دو رویکرد فلسفی در مطالعات نظری رسانه از یک منشأ واحد سرچشمه نمی‌گیرد. فلسفه‌های محض تحلیل زبانی به دلیل فقدان و یا ضرورت قطع ارتباط و تعلق آن با مبانی متافیزیکی و

فلسفه‌های ارسطویی به دلیل تکیه بر روش‌های عقلی محض، صلاحیت لازم در استفاده روش‌مند در دانش فلسفه رسانه را ندارند. باید توجه داشت که، اگرچه، برخی به دنبال طرح این مسئله بوده‌اند که فلسفه تحلیلی باید خود را از مبانی متافیزیکی برهاند و بدین جهت، توان ایستادگی در مقابل فلسفه‌های قاره‌ای را که تا حد زیادی مبتنی بر زمینه‌های تعیین‌کننده متن اصلی می‌باشد، پیدا کند، اما چنان‌که گفته شد، نه چنین خصوصیتی می‌تواند امر مشترک فلسفه‌های تحلیلی باشد و نه برخورداری از مبانی فرامتنی لزوماً از ویژگی‌های فلسفه اروپایی است.

هم در میان مکاتب مختلف فلسفه قاره‌ای و هم فلسفه تحلیلی، روش‌هایی وجود دارد که با مطالعات نظری رسانه همسوتر و سازگارتر است و بدین لحاظ، نتایج مهمی را نیز در بردارد. برای مثال، آنچه مور با تأکید بر فهم متعارف ارائه کرده است و یا نگرش‌های کلی فلسفه زبان عادی و زبان طبیعی، به خصوص، دیدگاه کاربردی معنای زبان ویتگنشتاین و یا از سوی فلسفه قاره‌ای، روش‌های پدیدارشناسانه و یا هرمنوتیکی و یا دیدگاه انتقادی، از جمله روش‌ها و رویکردهای معتبری است که با حوزه مطالعات نظری رسانه قرابت بیشتری دارد. به چنین رویکردی، تمامی روشهای معتبر در علوم اجتماعی و انسانی را فقط در صورتی باید اضافه کرد که به صورت کلی با "عقلانیت" فلسفی سازگار باشد و در ذیل آن قرار گیرد. روش عقلانیت مورد نظر انواع وسیعی از روش‌ها را دربر می‌گیرد، ضمن آنکه از دو روش گفته شده کاملاً خود را متمایز می‌سازد.

۳.۲ فلسفه نظری رسانه و فلسفه عملی رسانه

در یک تقسیم بندی کلی، فلسفه رسانه به دو بخش فلسفه نظری و فلسفه عملی تقسیم می‌شود. اگر چه با توجه به ماهیت دانش فلسفه رسانه، امکان ترسیم تمایز جدی بین این دو فلسفه وجود ندارد، سعی خواهد شد به برخی مباحث مهم این دو حوزه توجه شود. قبل از طرح موضوع، باید توجه داشت که اگر تقسیم‌بندی رسانه‌ها به طور عام به سه دسته: رسانه‌های ادراک حسی (زمان و مکان)، رسانه‌های نشانه‌شناختی (تصویر، زبان، خط و موسیقی) و رسانه‌های فنی انتقالی (رسانه‌های مکتوب، رادیو، تلویزیون و اینترنت)، درست باشد، بحث اصلی این نوشته به قسم سوم و خصوصاً، رسانه‌های مدرن موسوم به رسانه‌های الکترونیکی باز می‌گردد. به‌ویژه، باید به این نکته توجه زیادی کرد که بستر ظهور دانش جدید فلسفه رسانه، چالش‌ها و مسائلی مرتبط به رسانه‌های مدرن،

به‌ویژه، تلویزیون، فضای سایبر و در سال‌های اخیر، همگرایی (Convergence) و وسایل ارتباط جمعی مدرن بوده است.

در فلسفه نظری رسانه، معرفت‌شناسی رسانه‌ها و امکان دستیابی به شرایطی که بر اساس آن اصل تعمیم معنا مورد توجه قرار گیرد، از اهمیت زیادی برخوردار است، و این، در حالی است که در فلسفه عملی رسانه، ضمن بهره‌گیری از مبانی متافلسفی و متافیزیکی، مسئله تعامل سازنده در طراحی روش‌های بشری برای انتقال و تبدیل واقعیت و نه معرفت واقعیت مورد تأمل قرار می‌گیرد (Putnam, 1992). به همین دلیل، واقع‌گرایی رسانه‌ای و همچنین، ضد واقع‌گرایی رسانه‌ای، که هر دو در دسته نظریات بازنماگرایی قرار می‌گیرند، در فلسفه نظری رسانه مورد بررسی جدی قرار می‌گیرد (Rorty, 1991). به عبارت دیگر، فلسفه نظری رسانه، دیدگاه‌های ارتباطی رسانه‌ها را با تأکید بر معرفت‌شناسی و شرایط امکان شناخت واقعیت مورد تحلیل و توصیف قرار می‌دهد. حال، چه از نوع واقع‌گرایی باشد و چه از نوع ضد واقع‌گرایی؛ چه دیدگاه معرفتی قبل از کانت در شناخت حقیقت وجود مورد قبول باشد، و چه دیدگاه معرفتی پس از کانت در شناخت پدیدار واقعیت. از سوی دیگر، بر اساس فلسفه عملی رسانه، کارکرد رسانه‌ای به جای امکان شناخت به قلمرو وسیع رفتار انسانی تسری یافته است. این تفاوت مهم، نتایج کاملاً متفاوتی دربردارد. برای نمونه، مباحث مربوط به معنا از نگرش فلسفه نظری رسانه، بر اساس امکان انتقال معنا و یافتن راه‌های انتقال است، در حالی که در فلسفه عملی، ارتباط و کارکرد رسانه‌ای اساساً از تعهد و کارکرد انتقال معنا جدا است. رین‌هارد مارگریتر (Reinhard Margreiter)، سای‌بیل کرامر (Syblille Kramer)، و مارتین سیل (Martin Seel) از جمله متفکرانی هستند که تلاش‌هایی در تبیین هویت فلسفه نظری رسانه کرده‌اند.

مارگریتر معتقد است فلسفه نظری رسانه، پارادایم جدیدی در حوزه فلسفه است که توسط آن مسائل مختلفی در معرفت‌شناسی، فلسفه زبان و فرهنگ، مردم‌شناسی و تئوری ذهن قابلیت توصیف و تحلیل جدیدی پیدا کرده است. وی فلسفه رسانه را از دامنه یک امر محدود فراتر و آن را در حیطه تعیین ذهن انسانی، اصیل و ذاتی می‌داند (همان).

کرامر و هم‌چنین، پیتر کوچ نیز رویکردهای مشابهی را دنبال کرده‌اند. کرامر به اقتباس از آنچه در فلسفه‌های مدرن به چرخش زبانی مشهور شده است، معتقد است چرخش فلسفه امروز دنیا، چرخش از زبان به رسانه‌ها است. وی می‌گوید همان‌طور که قرن بیستم شاهد چرخش از شعور به زبان بود، فلسفه‌های معاصر نیز شاهد چرخش از زبان به رسانه‌ها

است. وی می‌گوید هر آنچه درباره جهان فهمیده، فکر و یا گفته می‌شود، از این حیث که قابل فهم، تفکر و یا گفتن باشد، به رسانه‌ها وابسته است (همان).

مارتین سیل نیز به تبعیت از متفکران مذکور به نقش معرفت‌شناختی رسانه اشاره می‌کند، و آن را نه تنها ناسازگار با رئالیسم فلسفی نمی‌داند (برخلاف مارگریتر و کرامر)، بلکه آن را رویکردی از نگرش فلسفی رئالیسم می‌داند. سیل معتقد است تمامی ادراک ما از اشیاء خارجی توسط رسانه‌ها تعیین می‌یابد (همان).

بنابر آنچه به اختصار ذکر شد، مبنای فلسفه نظری رسانه دقیقاً همان اصلی است که فلسفه‌های نظری مدرن بر آن استوار شده‌اند. این قبیل فلسفه‌ها، غالباً، به بررسی شرایط امکان ادراک و معرفت انسانی می‌پردازند، مسئله‌ای که باید با ارتباط به واقعیت در جهان خارج بدان پاسخ داد، و آن نیز مبتنی بر یک نوع عینیت‌گرایی است، چه آنکه این عینیت‌گرایی از نوع رئالیسم و یا ضد رئالیسم و یا ترکیبی از هر دو باشد (همان).

مسئله مهم دیگر در رشد دیدگاه‌های فلسفه نظری رسانه به تداوم آنچه مکاتب فلسفی زبان را شکل می‌داد، مربوط می‌شود. اکثر فیلسوفان تحلیلی، از زبان به عنوان ساختاری برای معرفت انسانی از واقعیت استفاده کردند و بدین جهت امید زیادی داشتند که بتوانند از طریق تحلیل ساختار منطقی زبان، معرفت انسانی از واقعیت را در قالب یک روش دقیق و شفاف تبیین کنند. بنابراین، از آنجا که فلسفه نظری رسانه به نوعی ادامه‌دهنده و یا، حتی، جایگزین فلسفه‌های زبانی تلقی می‌شود، مسئله تولید معنا و واقعیت، امری مهم و محوری محسوب می‌گردد. مارگریتر می‌گوید چرخش رسانه‌ای در فلسفه با سوالات اساسی از تجربه واقعیت و واقعیت تجربه مواجه است (همان).

همان‌طور که گفته شد تحولات مربوط به اصل چرخش زبانی که از فعالیت‌های راسل، کارنپ و آیر متقدم، که خود از مور، وایتهد و فرگه متأثر بوده‌اند، ناشی می‌شود، دو مرحله مهم را به هم وصل می‌کند. از یک طرف، در تجربه‌گرایی محض منطقی، نحو منطقی به طور کامل معیار معتبری شناخته می‌شود، در حالی که، پس از فعالیت‌های موسوم به مکتب زبان عادی و زبان طبیعی که بیشتر تحت تأثیر ویتگنشتاین دوره دوم، سالرز، کواین و دیویدسن بود، روش‌های فلسفی زبان شناختی تا آنجا معتبر تلقی می‌شود که با زبان عادی و یا زبان طبیعی پیوند داشته باشد. رورتی معتقد است این متفکران توانستند در گرایش غالب پوزیتیویست‌های منطقی در تقسیم میان معناشناسی و عمل‌گرایی، تحلیل و ترکیبی، زبانی و تجربی، و تئوری و مشاهده، شکاف ایجاد کنند و در تمایز این اقسام، تردید جدی

ایجاد کنند (Rorty, 1982: 64). رورتی معتقد است در اثر این حمله به تجربه‌گرایان متقدم، نوعی فلسفه تحلیلی پراگماتیستی به وجود آمد که در کل تحولات فلسفی بعدی منشأ تغییرات فراوان بود (همان منبع). وی از این تحول به نام "تغییر پراگماتیک چرخش زبانی" (The Linguistic Turn's Pragmatic Twist) یاد می‌کند. رورتی تغییر در این نوع فلسفه را از تغییرات روشی فراتر و آن را در اصل و هویت مسائل فلسفی می‌داند. باید توجه داشت که این مسئله، بر مطالعات فلسفی رسانه نیز تأثیرات فراوانی ایجاد کرد که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

اما، قبل از طرح مسائل اصلی فلسفه عملی رسانه، طرح دیدگاه‌های ضد ساختارگرایی در ذیل فلسفه نظری رسانه نیز مهم به نظر می‌رسد. در این خصوص، دو نظریه نزدیک و مرتبط در تفکر ضد ساختارگرایی گفتنی است.

دریدا، فیلسوف فرانسوی متعلق به جنبش پست مدرنیسم، بر اساس تفکر ضد ساختارگرایی، نظریه‌ای درباره معنا ارائه کرده که به دیفرانسا (Differance) معروف شده است. این کلمه فرانسوی هم به معنای تفاوت و اختلاف گذاشتن است، و هم به معنای تعلیق و معوق کردن، که دریدا بیشتر به معنای دوم این کلمه اشاره می‌کند، از آن رو که وی زنجیره معنا را بی‌پایان دانسته است، و به لحظه پایانی برای معنای یک عبارت زبانی قایل نیست. دریدا معتقد است اختلاف میان نشانه‌های زبانی با یکدیگر در یک سلسله پایان‌ناپذیر، معنای یک عبارت زبانی را تشکیل می‌دهد، بدون اینکه این عبارت ارجاع ذاتی معین داشته باشد. وی می‌گوید ادراک و معرفت انسانی بر زبان استوار است، و زبان نیز بر ایده‌های ذهنی مبتنی است که توسط تکرار نشانه‌ها به وجود می‌آید. ذکر این نکته نیز ضروری است که در ادراک معنا از طریق ارتباط اجزاء زبانی، تعامل زبانی با جهان خارج نیز جزء مکمل زنجیره معنا است (Derrida, 1982:17-80).

از دیدگاه دریدا، دیفرانسا نه یک معنا و یا مفهوم، بلکه تفکری در کارکرد زنجیره‌ای معنا است. فهم ضد ساختارگرایانه نه به دنبال اثبات و انتقال و نه به دنبال تفسیر معنا از میان معانی مختلف و محتمل است، بلکه در پی نشانه‌یابی آن در کارکرد فرامتنی ای است که بر ضد معنای متبادر به ذهن و یا تفسیر آن ایجاد می‌شود. این دیدگاه در تفسیر رسانه‌ای از نظر دریدا حائز اهمیت است. دریدا به معنا به مثابه امری سیال توجه می‌کند و معتقد است بر اساس مبنای ضد ساختارگرایی، روش معینی در فهم یک متن (مراد از متن اعم از نوشته است و شامل هر گونه رفتار و عمل ارتباطی نیز می‌شود)، وجود ندارد و در حقیقت، معنا

خود یک واقعه اتفاقی در داخل یک متن است. قابل ذکر است که دریدا به نحو بارزی تحت تأثیر آثار مختلف نیچه، هوسرل و هایدگر بوده است.

به نظر می‌رسد بر اساس تفکر ضد روشی و انهدامی دریدا، جا دادن وی در زمره مکاتب فلسفه نظری بدون دلیل باشد، اما، چنان‌که برخی محققان نیز بر آن تأکید کرده‌اند، دیدگاه‌های مختلف دریدا در معناشناسی رسانه‌ای مبتنی بر امکان کنترل شرایط معرفت و ادراک انسانی و انتقال معنا، ولو در قالب یک زنجیره بی‌انتهای، و بر اساس روش ضد روش است. بنابراین، آنچه دریدا در نیمه دوم قرن بیستم مطرح کرده است، مبتنی بر تکرار علائم صوتی و تصویری برای ارائه ساختار منطقی انتقال معنا دیده شده است. شایان ذکر است که فعالیت‌های دریدا به نحو بارزی دنباله‌روی از کارهای رسانه‌ای - تاریخی هورالد اینیس در دهه ۱۹۵۰، و اریک هاوولاک در همان زمان، و هم‌چنین، تحقیقات فرهنگی - ارتباطی ایان وات، جک گودی و مارشان مک کوهان در دهه ۱۹۶۰ تلقی می‌گردد (همان). دریدا از جسمانیت ارتباطات (Materiality of Communication) با تجزیه آن به دو عنصر آوایی و مکتوب نیز یاد می‌کند. برخی، دیدگاه‌های دریدا را در دو بخش عمودی و افقی جای داده‌اند و هر دو را بر محوریت ضد ساختارگرایی استوار دانسته‌اند. در بخش عمودی، توجه به الگوهای آوایی زبان از داخل و در بخش افقی، از نسبیّت آن با خارج بحث شده است. هر دو این مباحث در کتاب، *از گراماتولوژی، دریدا مطرح شده است* (Derrida, 1997)

تأثیر دریدا بر متفکران علوم ارتباطی و رسانه‌ای به حدی است که انواعی از نظرات را از ماتریالیسم رسانه‌ای کیترو تئوری‌های سیستمی نظری نیکلاس لوهمن تا گروه تحت تأثیر پیتر کوچ و سیبیل کرامر در بر گرفته است.

در مجموع باید بدین نکته توجه کرد که محور اصلی نظریات مندرج در فلسفه نظری رسانه، امکان تولید معنا و خلق واقعیت بر آن اساس است. لذا، این قبیل مطالعات از هرگونه زمینه‌گرایی عینی و یا هدف‌گیری معین جوامع انسانی به دور است. اما، از سوی دیگر، چرخش پراگماتیستی از آنجا شروع شد که ساندرز پیرس، ویلیام جیمز، و جان دیویی در آمریکا و فیلسوفانی چون: نیچه، هایدگر و ویتگنشتاین متأخر، عرصه جدیدی را در مکاتب مهم پراگماتیستی آغاز کردند.

رورتی که خود به نحوی از متفکران متعلق به جریان پراگماتیسم است، معتقد است اگر بتوان درباره پراگماتیسم سخن به میان آورد، بهترین ویژگی امتیازدهنده آن این است که

پراگماتیسم با اصل مفهوم "زندگی بهتر برای آینده انسان"، جایگزین مفاهیم فلسفی "واقعیت"، "استدلال" و "ماهیت" شده است (Rorty, 1997: 27). مشابه چنین تعریفی در نظریات مهم هیلاری پاتنم نیز دیده می‌شود (Putnam, 1995: 52).

چارلز ساندرز پیرس در سال ۱۸۷۸، در مقاله مشهور خود با عنوان "چگونه تصورات خود را شفاف سازیم"، اولین سند پراگماتیسم امریکایی را ایجاد کرد. وی معتقد است ادراک ما از اشیاء به ادراک ما از تأثیرات اشیاء باز می‌گردد. وی نظریات خود را با عنوان "اصل پراگماتیک" (Pragmatic Maxim) شرح داده است (Peirce, 1934: 252). پس از پیرس، باید به فعالیت‌های مهم ویلیام جیمز و جان دیویی نیز، که اگرچه، تفاوت‌های زیادی با پیرس دارد، اما در مجموع خط واحدی را دنبال می‌کند، اشاره کرد. (James, 1975)

بر اساس نظریات پراگماتیستی، رسانه‌ها وظیفه ذاتی انتقال معنا ندارند و به جای اینکه به آنها مانند واسطه پیام نگاه کرد، باید آنها را ابزارهایی کمکی برای ارتباطات انسانی دانست. این تفاوت از یک اختلاف ساده فراتر است و دو جنبش کلی مطالعات نظری و عملی رسانه را شکل می‌دهد.

چند اصل مهم در مطالعات فلسفه عملی رسانه‌ها به عنوان مبنا باید مورد توجه قرار گیرد. اول آنکه پرسش‌هایی از قبیل معنا و مفاهیم جای خود را به کاربرد مفاهیم و نشانه‌ها می‌دهد. به عبارت دیگر، به جای پرسش از اینکه "این نشانه چه معنایی دارد"، باید پرسید "این نشانه چگونه به کار رفته است". این اصل، که تا حد زیادی متأثر از آراء نیچه و ویتگنشتاین دوره دوم است، نه تنها در مورد زبان، که درباره رسانه‌ها نیز تطبیق می‌کند. بنابراین، رسانه‌ها از جنس واسطه‌های معرفت‌شناختی برای پرکردن فضای خالی معرفت انسانی در انتقال معنا و پیام نیستند بلکه یک عمل معین و پراگماتیستی به حساب می‌آیند. در حقیقت، مباحثی که نیچه و ویتگنشتاین درباره زبان مطرح کرده‌اند، کاملاً در مطالعات رسانه‌ای مبناساز است. برای مثال، آنچه نیچه در مورد عدم امکان شناخت حقیقی به دلیل نداشتن ابزاری برای حقیقت و واقعیت گفته است، به معنای ادراک انسانی از رسانه‌ها فقط به واسطه کارکرد و عمل آنها است. ثانیاً، در گرایش‌های فلسفی عملی رسانه، معمولاً دیدگاه‌های موسوم به بازنمایی‌گرایی مورد تردید و اعتراض جدی قرار دارد. این از آن رو است که در تفکرات بازنمایی‌گرا چه از نوع رئالیسم و چه ضد رئالیسم، امکان معرفت و انتقال معنا یک اصل پذیرفته شده است و مطالعات ارتباطی و فلسفه در پی راه‌های انتقال کامل معنا و پیام‌اند، درحالی‌که در گرایش پراگماتیستی رسانه‌ای، این اصل مورد تردید

جدی قرار دارد، همان‌طور که در مورد زبان نیز چنین چالشی به‌عنوان ریشه‌ی زبان‌شناسی‌های فلسفی قرن بیستم به وقوع پیوست. در این مورد نیز باید به تأثیر عمیق نیچه و ویتگنشتاین اشاره کرد.

بنابراین، رسانه‌ها از جنس واسطه‌ی میان زبان و یا پیام و واقعیت، و یا محتوا و صورت محسوب نمی‌شوند، بلکه رسانه‌ها ابزارهایی هستند که باید به منزله‌ی اموری که به رفتار انسانی ارجاع می‌دهند و یا واقعیت را تغییر می‌دهند، فهمیده شوند.

رورتی از متفکرانی است که به تبعیت از پیرس، جیمز، دیویی، نیچه و ویتگنشتاین، برخی ابعاد و نتایج پراگماتیسم رسانه‌ای را تبیین کرده است. رورتی از مفهوم رسانه‌ی ابزاری در جهت نفی دیدگاه معرفت‌شناختی و تأیید ابزارانگاری رسانه‌ای استفاده می‌کند و آن را از حیطه‌ی محدود امکان معرفت از واقعیت به حوزه‌ی گسترده‌ی رفتار انسانی تسری می‌دهد. رورتی دیدگاه مشخصی درباره‌ی رفتار انسانی ارائه می‌کند که مبتنی بر خیر و آرزو است (Rorty, 1999: 72-90). جالب است که گفته شود رورتی در اینجا به پروژه جهانی شدن دموکراتیک یکی از کارکردها و نتایج پراگماتیسم رسانه‌ای اشاره می‌کند. هم‌چنین، وی معتقد است که با کمک رسانه‌ها، جمعیت‌های انسانی با تفاوت‌های اجتماعی، سیاسی، جغرافیایی و فرهنگی می‌توانند با هزاران کوک و گره به یکدیگر اتصال یابند و به هم نزدیک شوند، به‌جای اینکه همه‌ی آنها را در یک امر واحد خیلی بزرگ به نام انسانیت مشترک جای داد. (همان) بر اساس نظریات پراگماتیستی، ادراک یک نوع رفتار عملی است به‌نحوی که بقیه‌ی قوای تعاملی طبیعی انسان توسط آن جهت پیدا می‌کند. همین مبنا در تلقی فلسفه‌ی عملی، آن را از دیدگاه‌های فلسفی حقیقت و صدق خارج و در محدوده‌ی عمل و رفتار اجتماعی قرار می‌دهد.

در تلفیق این دو روش، برخی مانند رورتی به تبعیت از نظریه‌ی ولش (Welsch)، از مفهوم فلسفه‌ی عملی متقاطع نام برده‌اند. ولش معتقد است ساختمان عقلانیت با یک بی‌نظمی اجتناب‌ناپذیر گره خورده است و استدلال چیزی جز توصیف این بی‌نظمی نیست. هم‌چنین، توفیق یک استدلال مرهون پذیرش و تبیین دقیق درهم‌تنیدگی پارادایم‌های مختلف برای حل مشکلات فلسفی معاصر است. وی به صراحت می‌گوید تنظیم کلاسیک و روشمند عقلانیت معرفت‌شناختی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی یک امر سطحی و بی‌ارزش است. اصل دیگر در این زمینه، توجه به شبکه‌ای از عقلانیت‌ها به جای تمرکز بر یک نوع عقلانیت است. این مسئله تا حد زیادی متأثر از اصل شباهت‌های خانوادگی ویتگنشتاین

است که عیناً توسط ولش نیز به کار رفته است. هم‌چنین، باید به نظریات مهم فایربرند نیز در این زمینه اشاره کرد. رورتی هم‌چنین، معتقد است رسانه‌ها به جای تأکید بر فهم متعارف مبتنی بر قوای داخلی و یا خارجی، باید به فهم متعارف ضد بازنماگرایی رو آورند (Rorty, 1998). در حقیقت، می‌توان گفت مفهوم نظریه متقاطع، که بیشتر بر فلسفه عملی رسانه‌ای استوار است، ابزارهای نظری فلسفه رسانه را به یک‌باره کنار نمی‌زند، بلکه آن را در یک حالت تعامل‌گرایانه، در جهت اهداف عملی رسانه‌ای می‌داند.

نمودار شماره ۱ موقعیت کلی دیدگاه‌های فلسفی رسانه را در سه بخش کلی نشان می‌دهد. به نظر راقم، این سطور به رغم برخی ابهامات چنین تقسیم‌بندی‌ای، امکان موقعیت‌یابی نظریات مختلف فلسفه ارتباطات و فلسفه رسانه در آن وجود دارد.



نمودار شماره ۱. تقسیم‌بندی کلی فلسفه رسانه به فلسفه نظری و فلسفه عملی رسانه

۴.۲ نظریات، مکاتب و مسایل فلسفه رسانه

با توجه به تقسیم‌بندی نمودار شماره ۱، مکاتب مختلف حوزه مطالعات نظری ارتباطات و رسانه‌شناسی، به‌نحوی در یکی از اقسام آن قابل موقعیت‌یابی است. در عین حال، با توجه به اهمیت مکاتب فلسفی رسانه، صرفاً به چند مورد از مهم‌ترین مکاتب فلسفه رسانه اشاره می‌شود. بدیهی است هدف این نوشته، بررسی و یا، حتی، توصیف اجمالی این نظریات نیست بلکه صرفاً توجه به این موضوع در تدوین ادبیات کلی این دانش جدید است.

از میان نظریات مختلف و متنوعی که در حوزه مطالعات نظری و فلسفی رسانه‌ها، ارتباطات و وسایل ارتباط جمعی گفته شده است، آنچه ذیلاً، فقط در حد فهرست‌نویسی عنوان می‌شود، در خور توجه به صورت یک نظام علمی و مدرسه و مکتب فکری منسجم و مدون است که آن‌را از حد نظریه‌ای صرفاً فردی و یا تحلیلی و یا انتقادی خارج می‌کند. آنچه به حوزه فلسفه رسانه (با تأکید بر رسانه‌های مدرن که پیشینه و خاستگاه پیدایش این دانش در کنار علوم چون فلسفه ارتباطات و یا فلسفه وسایل ارتباط جمعی است) مربوط می‌شود، از چند مدرسه مهم فکری می‌توان یاد کرد. مکتب کلمبیا، مکتب فرانکفورت، مکتب شیکاگو، مکتب تورنتو و مکتب مطالعات فرهنگی بریتانیایی، مهم‌ترین نظام‌های فکری مطالعات فلسفی رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد. نقاط اشتراک و هم‌چنین، مباحث چالش‌انگیز و مهمی در این مکاتب و در میان صاحب‌نظران آنها وجود دارد. برای نمونه، تعارض ایدئولوژیک مکتب فرانکفورت و کلمبیا و یا تفاوت مبنایی روش‌شناختی مکتب شیکاگو و کلمبیا درباره میزان اعتبار قوم‌نگاری در مقابل تحقیقات میدانی و یا بررسی میزان تأثیر تکنولوژی در کنار تأثیر متن و مسایل مختلف و گسترده دیگر، اهمیت مبنایی این گرایش‌های علمی را روشن می‌سازد. (Kats, 2003)

در حوزه فلسفه ارتباطات نیز از این نظریات می‌توان نام برد. نظریه‌های علم‌الاجتماعی، نظریه‌های هنجاری، نظریه‌های کاربردی و نظریه فهم متعارف. در ذیل نظریه‌های هنجاری، که از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، باید به نظریه اقتدارگرا، لیبرال، مسئولیت اجتماعی، توسعه‌گرا و مشارکت دموکراتیک رسانه‌ها نیز توجه کرد. (همان)

در ذیل فلسفه وسایل ارتباطات جمعی نیز باید به این مکاتب و نظریات توجه کرد. مکاتب پست مدرن و پسا‌ساختارگرا، مارکسیسم جدید، نشانه‌شناسی ساختارگرا، فمینیسم فرانسوی، سمبولیسم، فرهنگ محوری، هرمنوتیک و تئوری سیستم احیاء‌گری.

تردیدی نیست که هر کدام از این نظریات و مکاتب محتاج بحث و بررسی فراوان است و هدف از ذکر آن در این نوشته، صرفاً تحدید مباحث این حوزه علمی جدید می‌باشد. همچنین، روشن است که آنچه در این اقسام گفته شده است، در مواردی هم پوشانی دارد که جای بحث آن در این نوشته با هدف مشخصی که دنبال می‌کند، نیست. ضمن آنکه به نظر راقم این سطور، نمودار شماره ۱، نمودار مناسبی جهت توجه به مکاتب و نظریات اصلی حوزه مطالعات رسانه‌ای و ارتباطی است.

و اما، لازم است چند کلمه‌ای هم درباره مسایل دانش جدید فلسفه رسانه گفته شود. قبل از آن باید تکرار کرد که در مطالعات میان رشته‌ای نوین، به خصوص، با ظهور روش‌ها و مبانی جدید علم‌پژوهی، امکان و یا ضرورت یافتن زنجیره و محور اساسی مسائل از میان رفته است، و به جای آن فقط باید به دنبال شباهت خانوادگی تعدادی مسئله با هم گشت که مسایل اصلی یک علم را تشکیل دهند، گرچه، برخی و یا تمامی آن مسایل بتوانند در شباهت خانوادگی دیگری نیز با تعدادی مسئله دیگر قرار گیرند. در اینجا بر اساس آنچه در ابتدای این نوشته درباره ماهیت و روش این دانش گفته شد، و صرفاً بر اساس اولویت ذهنی مولف به تعدادی مسئله مهم در دانش فلسفه رسانه فهرست وار اشاره می‌شود.

- معنا، هویت معنا (واحد یا متکثر) و امکان انتقال معنا در نسبت با رسانه‌های مدرن از یک سو، و علوم‌شناختی از سوی دیگر.
- خاستگاه و مبانی و پی‌آمدهای پدیده بازمیانجیگیر (Remediation)، به خصوص، در نسبت با تقسیم‌بندی رسانه‌های طبیعی (ارتباطات کلامی و غیر کلامی)، رسانه‌های اختراعی (کتاب، نقاشی، مجسمه‌سازی) و رسانه‌های ماشینی (تلفن، رادیو، تلویزیون، فیلم، کامپیوتر، فضای دیجیتال، واقعیت مجازی).
- مبانی فلسفی حاکم بر روش‌های کمی و کیفی تحقیق در ارتباطات، با تأکید بر تأثیرات شناختی رسانه‌ها، واکنش‌های شناختی به رسانه‌ها و تأثیرات رفتاری رسانه‌ها.
- مبانی فلسفی نظریه‌های ریاضیاتی ارتباط، (شانن، امکان کامل انتقال پیام)، نظریه‌های انتقالی ارتباط (انتقال پیام و اندیشه و یا خلق معنا با رویکرد انتقادی) و نظریه‌های هرمنوتیکی (عدم امکان انتقال معنا و بی‌اهمیتی آن).
- خاستگاه‌ها و پی‌آمدهای مرگ وب و تولد همگرایی (Convergence) رسانه‌ای.
- تبیین ویژگی‌های ذاتی رسانه‌های جدید با تأکید بر بی‌واسطگی (Immediacy)، باز میانجیگری و فرارسانه‌ای (Hypermedia)

- ماهیت و ویژگی‌های واقعیت مجازی و نسبت به آن با وسایل ارتباط جمعی مختلف، (با تأکید بر شبیه‌سازی، تعامل، ارتباطات (رسانه‌ای) شبکه‌ای، حضور از راه دور، فرو رفتگی و ...)
- هویت مجازی و هویت حقیقی و همانندسازی واقعیت با نشانه‌هایی از واقعیت و هویت واقعیت رسانه‌ای
- مبانی هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی مکاتب اصلی فلسفه هنر با تأکید بر زیبایی‌شناسی مبتنی بر همگرایی مکاتب مختلف.
- مبانی فلسفی و تأثیرات اجتماعی سه مکتب پوزیتوسیم (اگوست کنت و دورکیم)، مکتب علوم اجتماعی تفسیری و علوم اجتماعی انتقادی.
- ساختارهای اجتماعی و مبانی فکری تحول وسایل ارتباط جمعی با تأکید بر افزایش قدرت پیش‌بینی و توجه به تاریخ‌انگاری در تحول و مسایل ارتباط جمعی.

جدول شماره ۱. مهم‌ترین تحولات تکنولوژی رسانه‌ای

Videotape	۱۹۵۶	انتشار اولین روزنامه منظم (آلمان)	۱۶۰۹
ماهواره	۱۹۵۷	عکاسی	۱۸۳۹
تلویزیون ماهواره‌ای	۱۹۶۲	تلگراف	۱۸۴۴
ویدئو VHS	۱۹۷۶	تلفن	۱۸۷۶
Walkman	۱۹۷۹	نمایش فیلم عمومی	۱۸۹۵
(Cable News Network) (C.N.N)	۱۹۸۰	راديو ترانزیستوری	۱۸۹۵
(Music Television) M.TV	۱۹۸۱	تلویزیون ترانزیستوری	۱۹۱۱
دیسکت فشرده صوتی	۱۹۸۲	راديو برودکست (برنامه‌ای)	۱۹۲۰
Apple Macintosh نسل کامپیوترهای نسل	۱۹۸۴	تلویزیون برودکست (برنامه‌ای)	۱۹۳۶
Web	۱۹۹۱	کامپیوتر الکترونیکی برنامه‌ریزی شده	۱۹۴۵

- اصل موجب تکنولوژی و جبرگرایی رسانه‌ای و اراده انسان، ماهیت تکنولوژی نوین و نسبت آن با پروژه روشنگری غرب به عنوان خاستگاه‌های رسانه مدرن و تأثیر آن در تولید واقعیت‌های مدرن.
 - متافیزیک و تکنولوژی رسانه‌ای و غلبه تفکر محاسباتی در مقابل اندیشه تأملی.
 - بررسی مبانی معرفت‌شناختی رسانه‌های مدرن در تکوین و تولید ادراکات انسانی جدید.
 - مطالعات فرهنگی و رسانه‌شناسی با تأکید بر نظریاتی از قبیل: صنعت فرهنگ، فرهنگ دیجیتال، فرهنگ و چرخش تصویری و نسبت آن با مدرنیسم و فرهنگ تصویری انسان دوره جدید و فرهنگ سایبر.
 - گراماتولوژی رسانه، تحلیل ساختار متن و رابطه بین زبان مکتوب و زبان شفاهی، زبان طبیعی و نسبت آن با زبان رسانه‌ای، تقدم یا تأخر زبان نوشتاری بر زبان رسانه‌ای.
 - بررسی ذات‌شناسانه وسایل ارتباط جمعی در نسبت با منابع معرفت و ادراکات مختلف انسانی.
 - نظریه آشوب و نسبت آن با مکانیسم تولید و خلق ادراکات و باورهای انسانی توسط رسانه‌های مدرن.
 - اخلاق تکنولوژی و رسانه‌های مدرن در نسبت با تولید پیام و نظریات متفاوت ارتباطی.
 - زیبایی‌شناسی مدرن و نسبت آن با زیبایی‌شناسی سنتی.
 - مبانی مطالعات فلسفی و هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی و نقد فیلم، واقع‌گرایی و ضد واقع‌گرایی در سینما.
 - نسبت ژانرهای مختلف در تحقق خارجی (برای مثال، نسبت خشونت رسانه‌ای و خشونت حقیقی).
 - پراگماتیسم رسانه‌ای و تأثیر فلسفه پراگماتیسم امریکایی بر رسانه‌های جدید.
- به این فهرست، صدها مسئله مهم مبناساز در فعالیت‌های رسانه‌ای نیز می‌توان اضافه کرد. انتخاب این عناوین به نظر راقم این سطور از نیازهای مطالعات رسانه‌ای کشور است. شایان ذکر است که در این مرحله از خردسالگی دانش فلسفه رسانه، جا دادن این مسائل در یک تقسیم کار مناسبی نیست، ولی شاید بتوان این نوع مسائل را در دسته‌بندی چهارگانه ذیل مورد توجه قرار داد.

مسایل دانش فلسفه رسانه:

۱. مباحث هستی‌شناختی رسانه‌ای
۲. مباحث معرفت‌شناختی رسانه‌ای
۳. مباحث زیبایی‌شناختی رسانه‌ای
۴. مباحث اخلاقی رسانه‌ای

بر اساس آنچه که گفته شد، خانواده و بستگان درجه یک و درجه دو این دانش نیز تا حدودی روشن است. دانش فلسفه رسانه با علوم چون: ارتباطات، فلسفه هنر، فلسفه تکنولوژی، معرفت‌شناسی، فلسفه ذهن، فلسفه علوم شناختی، مطالعات فرهنگی، ارتباط نزدیک و با علوم دیگری چون: فلسفه، روان‌شناسی، فلسفه علوم اجتماعی، فلسفه علم، فلسفه‌های تحلیلی و قاره‌ای، منطق، فلسفه فیلم ارتباط دورتر و در عین حال، مهمی دارد. بررسی میزان تأثیر و تأثر هر یک از این دانش‌ها بر فلسفه رسانه تا قبل از تکون کامل این دانش غیرلازم و حتی، محل به نظر می‌رسد.

۳. فلسفه رسانه، گسترش مرزهای دانش یا نیاز بومی کشور

آخرین عنوان مهم در این نوشته به جواب به یک سوال اختصاص دارد. قبل از آن لازم است توجه شود در اوایل انقلاب موج تدوین علوم بومی و به طور دقیق‌تر، علوم انسانی اسلامی، به قدری قوی بود که عده‌ای به طرز کاملاً افراطی نسبت به این موضوع حساسیت داشتند، بگذریم از اینکه برخی از همین گروه به جایی رسیدند که نه برای علوم انسانی اسلامی و نه، حتی، برای علم بومی معنایی قایل شدند.

در این قسمت به دنبال طرح معناداری و یا بی‌معنایی علم بومی نیستم و خوانندگان علاقه‌مند را، به هیچ‌وجه، به آن بحث بیهوده توصیه نمی‌کنم. اما، مشخص است که کشور ما نیازهای مشخصی هم در حوزه نظری و هم در حوزه عملی دارد که تشخیص آنها و ترتیب‌بندی و اولویت‌گذاری آنها هم کار پیچیده‌ای نیست، گرچه تدوین برنامه و سخت‌تر از آن جهت‌گرایی و حرکت ذی‌ربط و به ویژه دانشگاه‌ها بر آن اساس، پیچیدگی‌ها و مشکلات بسیار زیادی دارد که ناشی از ضعف و سوء مدیریت در برنامه‌های علمی و پژوهشی کشور است.

در مورد دانش فلسفه رسانه نیز، اگر چه، گسترش مرزهای دانش و ورود در حیطه‌های جدید میان رشته‌ای در نفس امر، کار ارزشمندی است، هدف از فعالیت‌های اخیر که در

برخی مراکز شروع شده و مورد توجه قرار گرفته است، پاسخگویی به نیازها و خلاءهای مطالعات نظری کشور است که اطمینان است در صورت تداوم، تأثیرات شگرف و فراوانی بر جای خواهد گذاشت.

تردیدی نیست که در صورت بسط و گسترش دانش تازه تأسیس فلسفه رسانه و ارائه نظریات جدید متناسب با شرایط و هنجارهای رسانه‌ای کشور، جهش و تحول عظیمی در کارکردهای رسانه در تناسب آن با معانی و مضامین و پیام‌های مختلف به وجود خواهد آمد.

منابع

پایا، علی ۱۳۸۲. *فلسفه تحلیلی: مسایل و چشم اندازها*، تهران: انتشارات طرح نو
زیباکلام، سعید ۱۳۸۰. "آیا روش‌های علوم اجتماعی باید از روش‌های علوم طبیعی تبعیت کند؟"، *مجله نقد و نظر*، سال پنجم، شماره اول و دوم.
گادامر، هانس گنورگ ۱۳۸۴. *مکتب فرانکفورت و نیچه*، ترجمه حامد فولادوند، تهران: انتشارات مهرنوش.
ملاصدرای شیرازی، صدرالدین محمد شیرازی ۱۹۹۰م. *الحکمة المتعالیة فی الاسفار العقلیة الاربعة*، بیروت، داراحیاء التراث العربی.

Auxier, Randall and Hahn 2007. Lewis Edwin (Eds), *The Philosophy of Michael Dummett*, open Court Publishing Company.

Critchley, Simon 2001. *Continental Philosophy: A Very Short Introduction*, Oxford: Oxford University press.

Derrida, Jacques 1982. "Difference", *Margins of Philosophy*, Chicago and London: University of Chicago Press.

Derrida, Jacques 1997. *of Grammatology*, Trans. Gayatri Chakravorty Spivak, Baltimore and London: John Hopkins University Press.

Elihu Kats, John Durham Peters, Tamar Liebes and Arril Orlott 2003. *Canonic Texts in Media Research*, Blackwell.

Hacker, P. M. S. 2006. "Soames' History of Analytic Philosophy", *The Philosophical Quarterly*, Vol. 56, No. 222.

Harris, F., James 2002. *Analytic Philosophy of Religion*, Dordrecht: Kluwer Academic Publisher.

Hayek, F. A. 1979. "The Influence of the Natural Sciences on The Social Sciences", *The Counter-Revolution of Science*, Indianapolis: Library Press.

Heidegger, Martin 1998. *Basic Concepts, Larg E. (Translator)*, Indiana University Press.

James, William 1975. "Philosophical Conceptions and Practical Results", *The Work of William James*, Vol. 1, Cambridge and London: Harvard University Press, PP. 257-270.

- Kockelmans, J., Joseph 2001. "Continental Philosophy", *The Cambridge Dictionary of Philosophy*, New York: Cambridge University Press.
- Peirce, Charles Sanders 1934. "Pragmatism and pragmaticism", *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, Vol. 5, Cambridge: Harvard University Press.
- Putnam, Hilary 1995. *Pragmatism. An Open Question*, Oxford: Blackwell.
- Putnam, Hilary 1992. *Reviewing Philosophy*, London: Harvard University Press.
- Rorty, Richard 1982. *Consequences of Pragmatism*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Rorty, Richard 1991. *Philosophical Papers*, Vol. 1, New York: Cambridge University Press.
- Rorty, Richard 1999. *Philosophical and Social Hope*, London and New York: Penguin.
- Rorty, Richard 1980. *Philosophical and Mirror of Nature*, Princeton: Princeton University Press.
- Rorty, Richard 1998. "Pragmatism as Romantic Polytheism", *The Revival of Pragmatism* (ed), Durham and London: Duke University Press.
- Rorty, Richard 1997. "Religious Faith, Intellectual Responsibility, and Romance", *The Cambridge Companion to William James*, Cambridge and London: Cambridge University Press, PP. 84-102.
- Rorty, Richard (ed) 1976. *The Linguistic Turn*, Chicago: The University Press of Chicago.
- Sandbothe, Mike and Nagal, Ludwig (eds) 2004. *Systematische Medien philosophie*, Berlin: Akademie Verlag.
- Wright, G. H., Von 1993. "Analytic Philosophy: A Historico- Critical Survey", *The Tree of Knowledge and Other Essays*, Leiden: E. J. Brill.