



Media and the Problematic of Reimagining Thought: A Critical Rereading of the Confluences Between the Frankfurt School and Cultural Studies

Dr. Sayeed Ebrahim Darwishan

Senior Researcher, Department of International Relations, Faculty of Law and Political Science, National University, Kabul, Afghanistan.

Email: darwishian.ebraheem@gmail.com | ORCID: 0000-0003-1506-5491

Khairuddin Rahmani

Lecturer, Department of Communication Studies, Kabul University, Kabul, Afghanistan.

Email: khairuddin.rahmnaei@ku.edu.af | ORCID: 0009-0009-6440-9407

Abstract

Article type: Research Article

Article History:

Received: 18 March 2026

Revised: 13 May 2026

Accepted: 28 May 2026

Published: 21 June 2026

Keywords:

Reflective thinking,
thinking reflectively,
hermeneutic reflexivity,
critical thinking,
autonomous
epistemology,
questionability,
realistic occurrence

This article aims to re-conceptualize the notion of the reproduction of thought in contemporary media by examining the theoretical linkage between the Frankfurt School's critical theory and the Birmingham tradition of Cultural Studies. Drawing upon the concept of the culture industry developed by Theodor Adorno and Max Horkheimer, alongside Stuart Hall's encoding/decoding model, the study argues that mainstream media function not merely as institutions reflecting reality but as active mechanisms of meaning production and ideological orientation of social consciousness. Methodologically, the research adopts an analytical-theoretical review and conceptual synthesis of existing scholarship within critical media theory. The findings indicate that contemporary media construct a "closed loop of consent" through the standardization of language, ideological framing of events, hierarchical valuation of human suffering, and the rationalization of violence. Within this process, audiences appear free while their interpretive horizons remain structured by pre-encoded frameworks of meaning. Consequently, thought is not generated as an autonomous intellectual practice but reproduced within a preconfigured communicative cycle. At the same time, integrating Frankfurt School theory with Cultural Studies demonstrates that media systems are not entirely closed structures, as negotiated and oppositional readings remain possible for audiences. However, such forms of resistance are largely contained within hegemonic boundaries. The study concludes that contemporary media should be understood not merely as instruments of information dissemination but as an industry of consciousness — a system that simultaneously produces meaning, regulates the horizon of thinking, and reproduces global ideological order.



نبراس

فصلنامه علمی - پژوهشی

شماره سیزدهم، بهار ۱۴۰۵

ویژه تفکر انتقادی



رسانه‌ها و دشواره بازآفرینی اندیشه:

بازخوانی انتقادی پیوندهای مکتب فرانکفورت و مطالعات فرهنگ

دکتر سید ابراهیم درویشیان

پژوهشگر ارشد، دیپارتمنت روابط بین‌الملل، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه ملی، کابل، افغانستان

Email: darwishian.ebraheem@gmail.com | ORCID: 0000-0003-1506-5491

خیرالدین رحمانی

استاد ارتباطات دانشگاه کابل، افغانستان

Email: khairuddin.rahmnai@ku.edu.af ORCID: 0009-0009-6440-940

چکیده

این مقاله با هدف بازاندیشی در مفهوم «بازتولید اندیشه» در رسانه‌های معاصر، به بررسی پیوند نظری میان سنت انتقادی مکتب فرانکفورت و رویکردهای مطالعات فرهنگی بیرمگام می‌پردازد. پژوهش با بهره‌گیری از چارچوب نظری «صنعت فرهنگ» در آثار تئودور آدورنو و ماکس هورکهایمر و نیز مدل «رمزگذاری/رمزگشایی» استوارت هال، می‌کوشد تبیین کند که رسانه‌های جریان اصلی، از منظر نظریه‌های انتقادی رسانه، ممکن است فراتر از بازتاب واقعیت، در فرایند تولید معنا و شکل‌دهی به گفتمان‌ها و ادراک اجتماعی نیز نقش داشته باشند. روش پژوهش مبتنی بر مرور تحلیلی - نظری و سنتز مفهومی مطالعات پیشین در حوزه نظریه انتقادی رسانه است. بر پایه بررسی ادبیات موجود، به نظر می‌رسد برخی رویکردهای انتقادی رسانه بر این باورند که رسانه‌های معاصر، از طریق استانداردسازی زبان، قاب‌بندی ایدئولوژیک

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخچه مقاله:

دریافت: ۲۸ - ۱۲ - ۱۴۰۴

بازنگری: ۲۳ - ۰۲ - ۱۴۰۵

پذیرش: ۰۸ - ۰۳ - ۱۴۰۵

انتشار: ۳۱ - ۰۳ - ۱۴۰۵

رویدادها، سلسله‌مراتب بخشی به بازنمایی رنج انسانی و عقلانی سازی مناسبات قدرت، در ترسیم «حلقه محدود رضایت» نقش ایفا می‌کنند؛ وضعیتی که در آن، کنش تفسیری مخاطب، علی‌رغم برخورداری ظاهری از آزادی انتخاب، تا حدی در چارچوب‌های معنایی از پیش صورت‌بندی شده هدایت می‌شود. در چنین فرایندی، اندیشه ممکن است بیش از آنکه در مسیر تولید خلاقانه و مستقل قرار گیرد، در قالب الگوهای بازتولید شده معنایی سازمان یابد. در عین حال، تلفیق نظریه انتقادی فرانکفورت با رهیافت مطالعات فرهنگی نشان می‌دهد که نظام‌های رسانه‌ای را نمی‌توان به صورت کامل بسته و یک‌سویه تلقی کرد؛ زیرا امکان خوانش‌های مذاکره‌ای، تفسیری و حتی تقابلی از سوی مخاطبان همچنان وجود دارد، هرچند این فرایندها نیز در محدوده ساختارهای هژمونیک شکل می‌گیرند. از این منظر، می‌توان استدلال کرد که رسانه‌های معاصر، در برخی تحلیل‌های انتقادی، افزون بر کارکرد اطلاع‌رسانی، در بازتولید الگوهای نسبتاً همگون معنایی و جهت‌دهی به افق‌های ادراک اجتماعی نیز نقش دارند.

واژگان کلیدی:

بازتولید اندیشه،
رسانه و قدرت،
رمزگذاری/
رمزگشایی،
صنعت فرهنگ،
هژمونی رسانه‌ای

ناشر: مؤسسه مطالعات و تحقیقات نبراس

مقدمه

برخی رویکردهای انتقادی رسانه بر این باورند که رسانه‌های معاصر، با بهره‌گیری از فرم‌های جذاب و الگوهای روایی استاندارد، در بازتولید محتواهای نسبتاً همگون و دارای جهت‌گیری‌های ایدئولوژیک نقش ایفا می‌کنند. در این چارچوب، حتی اشکال مختلف نقد نیز گاه در قالب‌هایی از پیش صورت‌بندی شده و سازگار با منطق رسانه‌ای بازنمایی می‌شوند؛ وضعیتی که ممکن است امکان فراروی اندیشه از چارچوب‌های مسلط را محدود سازد.

ژانرهای متنوع رسانه‌ای، از برنامه‌های اطلاعاتی - تفریحی گرفته تا سرگرمی‌ها و بازی‌های رسانه‌ای، بیشتر در قالب‌هایی جذاب و مخاطب‌پسند عرضه می‌شوند؛ با این حال، برخی نظریه‌پردازان معتقدند که در لایه‌های زیرین این فرم‌ها، نوعی گرایش به همسان‌سازی معنا و بازتولید روایت‌های مسلط قابل مشاهده است. از

این منظر، تکرار الگوهای معنایی مشابه می‌تواند، دست‌کم در برخی موارد، افق تحلیل انتقادی را محدود کرده و فرصت بازاندیشی مستقل را کاهش دهد.

در بستر انقلاب رسانه‌ای و شکل‌گیری مفهوم «دهکده جهانی»^۱ در اندیشه مارشال مک‌لوهان^۲، رسانه‌ها به‌عنوان ابزارهایی برای گسترش ارتباطات و فشرده‌سازی فاصله‌های جغرافیایی و فرهنگی فهم می‌شوند. با این حال، برخی منتقدان استدلال می‌کنند که همین فرایند جهانی‌شدن ارتباطات، ممکن است در کنار توسعه دسترسی و تبادل اطلاعات، به نوعی همسان‌سازی فرهنگی و تقویت الگوهای مسلط معنایی نیز بینجامد.

تئودور آدورنو^۳ و ماکس هورکهایمر^۴ (۱۹۴۴ / ۲۰۰۲) در کتاب دیالکتیک روشنگری^۵ هشدار دادند که صنعت فرهنگ، آگاهی را به کالا تبدیل می‌کند. از سوی دیگر، مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام^۶ با پیشگامی استوارت هال^۷ (۱۹۸۰) معتقد است که رسانه فضای مبارزه برای هژمونی است. مک‌لوهان معتقد بود رسانه‌های معاصر امکان نوعی ادراک از جهان را فراهم می‌کنند که بدون وجود آن‌ها دست‌یافتنی نیست. از این منظر، رسانه‌ها نه تنها ابزار انتقال اطلاعات، بلکه شیوه‌ای برای صورت‌بندی جدید شناخت جهان‌اند که در نهایت «گیتی پنهان» را به «دهکده‌ای جهانی» تبدیل می‌کنند. با این حال، مسئله رقابت و کشمکش بر سر برتری فرهنگی در فضای رسانه‌ای معاصر نیز قابل توجه است. در همین زمینه، به باور ربکا هیوز، پژوهشگر مطالعات رسانه، چنین بیان می‌شود:

یکی از توانایی‌های اساسی در زندگی پست‌مدرن، فهم و تحلیل پروپاگاندا در قالب نوعی سواد انتقادی رسانه‌ای است. اطلاعات انسان‌ها از طریق الگوهای پخش و توزیعی منتشر می‌شود که از تبلیغ‌کنندگان و مخاطبان هدف‌گذاری‌شده آنان تشکیل شده‌اند؛ با این حال، شبکه‌های اجتماعی هم‌زمان نقشی مهم در گسترش گفت‌وگوی مدنی ایفا کرده‌اند (Grabbe, 2023: 8).

از منظر اقتصاد سیاسی ارتباطات، توان مداخله گفتمانی در مناسبات جهانی به میزان دسترسی به منابع بنیادین تولید بستگی دارد؛ بر این اساس، مبارزه نیازمند زیرساخت‌ها، دانش، مهارت و توانایی مالی است. در رابطه با رسانه‌ها، بخش عمده‌ای از شرایط و

¹. Global Village

². Marshall McLuhan (1911-1980)

³. Theodor W. Adorno (1903 - 1969)

⁴. Max Horkheimer (1895 - 1973)

⁵. *Dialectic of Enlightenment* (1944)

⁶. Birmingham School of Cultural Studies

⁷. Stuart Hall (1932 - 2014)

ابزارهای این فرآیند در اختیار کشورهای توسعه‌یافته قرار دارد؛ کانال‌هایی ارتباطی که پتانسیل بالایی در تبلیغ، ترویج و بسته‌بندی نوعی ایدئولوژی خاص در قالب اطلاعات استانداردسازی‌شده از خود نشان می‌دهند.

برخی تحلیل‌های پسااستعماری، به‌ویژه در آثار ادوارد سعید^۸، بر این نکته تأکید دارند که بخشی از رسانه‌های جریان اصلی ممکن است در بازنمایی جهان، از دوگانه‌های ساده‌سازی‌شده‌ای چون «غرب/ غیرغرب» یا «خودی/ دیگری» بهره‌گیرند. از منظر این رویکرد، چنین صورت‌بندی‌هایی می‌توانند در شکل‌دهی به ادراکات فرهنگی و سیاسی مخاطبان نقش داشته باشند و برخی الگوهای معنایی مسلط را بازتولید کنند.

در مقابل، گسترش رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، امکان مشارکت گسترده‌تر گروه‌ها و جوامع کمتر بازنمایی‌شده را در فرایند تولید و توزیع محتوا فراهم ساخته است. این فضاها به کاربران اجازه می‌دهند تا افزون بر مصرف محتوا، در تولید، بازنشر و بازتفسیر پیام‌های رسانه‌ای نیز نقش فعال‌تری ایفا کنند. با این حال، برخی پژوهشگران رسانه معتقدند که پرسش از منشأ تولید محتوا، سازوکارهای توزیع و منطق حاکم بر پلتفرم‌های دیجیتال همچنان اهمیت اساسی دارد؛ زیرا بخش عمده‌ای از زیرساخت‌های ارتباطی و نظام‌های مدیریت محتوا در اختیار شرکت‌های بزرگ فناوری قرار دارد.

از این منظر، اگرچه رسانه‌های نوین می‌توانند امکان دیده‌شدن صداهای حاشیه‌ای را افزایش دهند، اما فرایند تنظیم محتوا، سیاست‌های نظارتی پلتفرم‌ها و معیارهای مرتبط با مدیریت اطلاعات نیز ممکن است بر میزان دسترسی، بازنمایی یا حتی تداوم حضور برخی محتواها و حساب‌های کاربری تأثیر بگذارد.

در واقع، این سازوکارها تنها به بازنمایی جهان محدود نمی‌شوند، بلکه در تولید و سازمان‌دهی آن نیز نقش دارند؛ به‌گونه‌ای که «یک شبکه کامل از منافع و نیروها در شکل‌گیری [گفتمان مربوط] آن دخیل است؛ شبکه‌ای که ناگزیر در هر نوع گفتار درباره شرق حضور دارد» (Said, 2023: 3). از همین رو، سعید با طرح مفهوم «خودآگاهی روش‌شناختی» بر این نکته تأکید می‌کند که «پژوهشگران بایستی به‌طور مداوم روش‌ها و پیش‌فرض‌های خود را بازبینی کنند تا از تحمیل پیش‌فرض‌های دگماتیک بر موضوع تحقیق جلوگیری شود» (Said, 2023: 327).

این تأکید ناظر بر نقد پیش‌فرض‌های برتری‌جویانه‌ای است که در بسیاری از رویکردهای علمی به‌طور ضمنی حضور دارند و از طریق تثبیت «برچسب‌های ژئو-فرهنگی از

^۸. Edward Said (1935 - 2003)

پیش ساخته» بازتولید می‌شوند (Waisbord and Mellado, 2014: 368). در چنین چارچوبی، تقسیم‌بندی‌های آماده و دوگانه‌ساز، به‌جای آن‌که ابزار تحلیل باشند، خود به بخشی از مسئله بدل می‌شوند و امکان فهم پیچیدگی‌های واقعی را محدود می‌کنند.

از همین منظر، در همین چارچوب، پژوهش «ردپای شرق‌شناسی در مطالعات رسانه^۹» اثر رانجی^{۱۰} (۲۰۲۱) «نیاز به افزایش بازاندیشی در مطالعات رسانه‌ای» تأکید می‌کنند (Ranji, 2021: 1136). این رویکرد به معنای بازنگری در مفروضات نظری و پرهیز از بدیهی‌انگاری دوگانه‌های مسلط است؛ امری که به‌عنوان شرطی ضروری برای عبور از محدودیت‌های مفهومی در این حوزه مطرح می‌شود. در همین چارچوب، گونه‌شناسی‌های دوتایی از دید مکتب فرانکفورت - به‌ویژه در آثار آدورنو و هورکهایمر (۲۰۰۲) - به‌عنوان شیوه‌ای استاندارد، ایدئولوژیک و «قابل قبول»، در قالب کالای فرهنگی بازتولید می‌شوند. همچنین بر اساس مطالعات فرهنگی استوارت هال (۱۹۸۰)، این صورت‌بندی‌ها در قالب جذاب و مصرف‌پذیر به مخاطبان عرضه می‌گردند و بدین ترتیب، در بازتولید ایدئولوژیک در سطح فرهنگ توده‌ای نقش دارند.

در چارچوب دیگر، می‌توان برخی رویکردهای رسانه‌ای در بازنمایی منازعات غرب آسیا را نیز از منظر نظریه‌های انتقادی رسانه مورد بررسی قرار داد. به‌عنوان نمونه، برخی تحلیل‌های گفتمانی نشان می‌دهند که بخشی از رسانه‌های جریان اصلی و رسانه‌های همسو با قدرت‌های سیاسی، رویدادهای مرتبط با جنگ و تنش‌های منطقه‌ای را در قالب مفاهیمی چون «تهدید»، «امنیت» و «مهار تهدید» صورت‌بندی می‌کنند. از این منظر، بازتولید معنا تنها از طریق سانسور مستقیم یا محدودیت‌های آشکار دولتی انجام نمی‌شود، بلکه می‌تواند در قالب شیوه‌های ظریف‌تر چارچوب‌بندی، انتخاب واژگان و اولویت‌بندی روایت‌ها نیز تحقق یابد.

در پرتو دیدگاه‌های انتقادی تئودور آدورنو و ماکس هورکهایمر درباره «صنعت فرهنگ»، برخی پژوهشگران رسانه استدلال می‌کنند که نظام‌های رسانه‌ای مدرن ممکن است با بازتولید الگوهای تکرارشونده معنایی، دامنه برخی خوانش‌های انتقادی را محدود سازند. در همین راستا، تحلیل‌های گفتمانی رسانه نشان می‌دهد که زبان رسانه‌ای می‌تواند نقش مهمی در جهت‌دهی به ادراک مخاطبان ایفا کند؛ به‌گونه‌ای که برخی رخدادها در قالب «تراژدی

9. Banafsheh Ranji

10. Traces of orientalism in media studies, 2021

انسانی» برجسته می‌شوند، در حالی که رخدادهای مشابه در زمینه‌ای دیگر، ذیل مفاهیمی چون «پیامدهای ژئوپلیتیکی» یا «هزینه‌های اجتناب‌ناپذیر منازعه» بازنمایی می‌گردند. بر این اساس، مقاله حاضر می‌کوشد مسئله بازاندیشی در فرایند بازتولید معنا و اندیشه در رسانه‌ها را، با تأکید بر نحوه پوشش برخی رسانه‌های بین‌المللی از تحولات غرب آسیا، در چارچوب نظری مکتب انتقادی فرانکفورت و رهیافت مطالعات فرهنگی بیرمنگام مورد بررسی قرار دهد.

بیان مسئله

در دهه‌های اخیر، رسانه‌های جمعی به یکی از مهم‌ترین نهادهای تولید معنا در جوامع معاصر تبدیل شده‌اند؛ به گونه‌ای که ادراک افراد از واقعیت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی تا حد زیادی در چارچوب بازنمایی‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد. در این میان، مسئله اصلی نه تنها انتقال اطلاعات، بلکه چگونگی تولید و بازتولید اندیشه در بستر نظام‌های رسانه‌ای است. این موضوع به‌ویژه در چارچوب نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت و مطالعات فرهنگی، به یکی از محورهای اساسی تحلیل رسانه تبدیل شده است.

از منظر نظریه صنعت فرهنگ، رسانه‌ها نه تنها سرگرمی تولید می‌کنند بلکه ساختار ادراک اجتماعی را نیز شکل می‌دهند. مکتب فرانکفورت و بویژه آدورنو معتقد است که مخاطب در برابر تولیدات استاندارد شده، احساس انتخاب آزاد دارد، در حالی که انتخاب‌های او از پیش توسط نظام رسانه‌ای هدایت شده است. از این رو، رسانه‌های مدرن را می‌توان بخشی از آن چیزی دانست که تئودور آدورنو و ماکس هورکهایمر در اثر کلاسیک *دیالکتیک روشنگری* از آن با عنوان «صنعت فرهنگ» یاد می‌کنند. در این چارچوب نظری، تولیدات فرهنگی در بستر سرمایه‌داری پیشرفته بیش از پیش در معرض فرایندهایی چون استانداردسازی، تکرار و کالایی‌شدن قرار می‌گیرند. از منظر تئودور آدورنو و هورکهایمر، صنعت فرهنگ با تولید انبوه محصولات فرهنگی، الگوهای مصرف و ادراک را همگن می‌کند و از این طریق، فرهنگ را در پیوندی تنگاتنگ با سازوکارهای اقتصادی و ایدئولوژیک قرار می‌دهد. آنان در این باره تأکید می‌کنند که:

چنین ادعا می‌شود که فرم‌های استاندارد شده در اصل برآمده از نیازهای مصرف‌کنندگان هستند و از همین رو، بدون مقاومت چندانی پذیرفته می‌شوند. اما آنچه پنهان می‌ماند این است که بستر اقتدار فناوری بر جامعه، در واقع همان قدرت کسانی است که سلطه اقتصادی جامعه را در دست دارند (Horkheimer & Adorno, 2002: 95).

بر پایه این دیدگاه، فرهنگ در جوامع مدرن تنها عرصه‌ای مستقل برای خلاقیت و تأمل آزاد نیست، بلکه تا حد زیادی در چارچوب منطق تولید انبوه و مصرف توده‌ای عمل می‌کند. در نتیجه، یکی از پیامدهای احتمالی این فرایند می‌تواند محدود شدن ظرفیت نقد، تضعیف تفکر انتقادی و کاهش امکان مقاومت در برابر نظم مسلط باشد.

بر اساس این دیدگاه، رسانه‌ها با بهره‌گیری از الگوها، زبان یکسان‌ساز و فرم‌های تکرارشونده، نوعی «یکنواختی ادراکی» ایجاد می‌کنند که در آن با کاهش تفاوت‌های معنایی، امکان تفکر انتقادی محدود می‌شود. این وضعیت به تعبیر آدورنو، به شکل‌گیری نوعی «آگاهی از پیش تنظیم‌شده» می‌انجامد؛ وضعیتی که در آن مخاطب تصور می‌کند آزادانه دست به انتخاب می‌زند، در حالی که ترجیحات او از پیش در ساختار تولید رسانه‌ای قالب‌بندی شده‌اند. چرا که به باور او: «فرهنگ اکنون مهر یکسانی بر همه چیز می‌زند... و به صنعتی تبدیل شده که از همان قوانین تولید کالا تبعیت می‌کند» (Adorno, 2001: 9).

در ادامه سنت انتقادی مکتب فرانکفورت، هربرت مارکوزه^{۱۱} در انسان تک‌ساحتی^{۱۲} استدلال می‌کند که فناوری و رسانه در جوامع صنعتی پیشرفته، با تثبیت «عقلانیت ابزاری»، به ابزارهای سلطه بدل شده‌اند. به تعبیر او: «عقلانیت تکنولوژیک، به عقلانیت سیاسی بدل شده است» (Marcuse, 2013: 9). این فرایند با اولویت‌بخشی به کارآمدی و انطباق، فضای نقد و تخیل اجتماعی را محدود می‌کند و اندیشه را به سوی «تک‌بعدی‌شدن» سوق می‌دهد؛ وضعیتی که در آن منطق مسلط فناوریانه، هرگونه امکان صورت‌بندی دیدگاه‌های بدیل را از میان می‌برد. در این چارچوب، سلطه تکنولوژیک تنها بر ابزارهای تولید تمرکز ندارد، بلکه با نفوذ به لایه‌های درونی آگاهی، «نیازهای کاذب» را جایگزین نیازهای رهایی‌بخش کرده و با خنثی‌سازی پتانسیل نقد، فرد را در چرخه‌ای از مصرف و همنوایی فراگیر قرار می‌دهد.

در مقابل فرآیندهای یکسان‌ساز، رویکرد مطالعات فرهنگی استوارت هال با نفی انفعال مخاطب، بستر تک‌بعدی شدن اندیشه را با به میدان آوردن ظرفیت تأمل انتقادی و اسازی می‌کند. از این منظر:

اگرچه واقعیت در بیرون از زبان وجود دارد، اما همواره توسط آن میانجی‌گری می‌شود؛ به طوری که هیچ درجه صفری در زبان وجود ندارد و حتی نشانه‌های شمایی (تصویری) نیز ساختارهای کدگذاری شده هستند. از این رو، دانش گفتمانی محصول بازنمایی شفاف امر واقعی نیست، بلکه حاصل

^{۱۱}. Herbert Marcuse (1898 - 1979)

^{۱۲}. *One-Dimensional Man* (1964)

مفصل‌بندی زبان بر روی روابط واقعی قدرت است که تلاش می‌کند آگاهی مخاطب را به سمتی از پیش تنظیم‌شده سوق دهد (Hall, 1980: 121).

با این حال، هال در مدل معروف «کدگذاری/کدگشایی»^{۱۳} آشکار می‌سازد که رسانه یک نظام یکسره بسته و توتالیتیر نیست؛ پیام‌ها اگرچه در فرآیند تولید درون چارچوب‌های ایدئولوژیک حاکم کدگذاری می‌شوند، اما مخاطبان لزوماً آن‌ها را منفعلانه مصرف نمی‌کنند. تفکر انتقادی در سمت دریافت، با امکان سه نوع خوانش (مسلط، مذاکره‌ای و تقابلی) فعال می‌شود. در نتیجه، با شکستن رویکرد خطی و یک‌بعدی، رسانه به عرصه‌ای برای کشمکش معنایی و هژمونیک بدل می‌گردد که در آن مخاطب می‌تواند سلطه معنایی حاکم را به چالش بکشد.

از دل چنین تحلیلی است که مسئله اصلی در رسانه‌های معاصر، در نقطه تنش میان دو پارادایم قرار می‌گیرد: از یک سو، نظریه انتقادی با تمرکز بر ساختارهای کلان سلطه، استانداردسازی و بازتولید ایدئولوژی، اندیشه را رو به یک‌بعدی شدن می‌بیند؛ و از سوی دیگر، مطالعات فرهنگی بر امکان مقاومت و تکثر معنا در سطح مخاطب تأکید می‌کند. این رویارویی نظری، پرسش اساسی و سرگشاده‌ای را ایجاد می‌کند: رسانه‌های معاصر چگونه هم‌زمان هم ساختارهای اندیشه را بازتولید می‌کنند و هم امکان مقاومت معنایی را در خود جای می‌دهند؟

در این پژوهش بر مفهوم صنعت آگاهی تأکید شده است. برخلاف دوران آدورنو که رسانه بیشتر کارکرد سرگرمی داشت، رسانه‌های امروز حتی در قالب خبر نیز نقش «اندیشیدن» را بر عهده می‌گیرند. به بیان دیگر، رسانه به جای مخاطب فکر می‌کند و نتیجه را در قالب یک «فکر آماده» به او تحویل می‌دهد.

این وضعیت همان نقطه تلاقی نهایی میان مکتب فرانکفورت و رویکرد مطالعات فرهنگی است؛ جایی که تولید معنا و هدایت ادراک، به محور اصلی تحلیل رسانه تبدیل می‌شود.

این پژوهش از مخاطبان می‌خواهد میان واقعیت‌های عینی و واقعیت‌های رسانه‌ای شده تمایز قائل شوند و به سراغ مطالعات بدیل نیز بروند. بر اساس گزارش سالانه یونسکو (۲۰۲۲)، بیش از ۹۵ درصد کالاهای فرهنگی در کشورهای توسعه‌یافته تولید می‌شود، در حالی که سهم کشورهای کمتر توسعه‌یافته کمتر از ۱.۵ درصد است. این شکاف نشان می‌دهد که فرایندهای تولید معنا عمدتاً تحت تأثیر مراکز بزرگ تولید فرهنگ قرار دارند و به سمت همگون‌سازی هدایت می‌شوند. در نتیجه، کالاهای فرهنگی در خدمت تثبیت

¹³. Encoding / Decoding

ساختارهای مسلط گفتمانی قرار می‌گیرند. این روند در زنجیره تولید و عرضه خود، ظرفیت تأمل و بازاندیشی انتقادی را برای کنشگران محدود می‌کند.

در سطح جهانی، تمرکز مالکیت و غلبه گفتمان‌های مسلط در رسانه‌های جریان اصلی، فرآیند تولید معنا را تحت تأثیر ساختارهای قدرت قرار داده است. رابرت دبلیو مک‌چسنی^{۱۴} در کتاب *رسانه‌های ثروتمند، دموکراسی فقیر: سیاست ارتباطات در زمانه‌های مشکوک*^{۱۵} نشان می‌دهد که رسانه‌ها به جای بازتاب واقعیت، شیوه اندیشیدن به آن را در چارچوب‌هایی از پیش تعیین شده هدایت می‌کنند. او تبیین می‌کند که انحصارهای رسانه‌ای چگونه پشت مفهوم «بازار ارتباطات» پنهان می‌شوند؛ اسطوره‌ای ایدئولوژیک که کارکرد واقعی آن، «سلب توان شهروندان برای درک وضعیت خود و اداره‌ی زندگی‌شان» (McChesney, 2015: 428) است. در تحلیل این وضعیت می‌توان گفت این منطق تجاری با ادعای برآوردن خواست مخاطب، فرآیند جهت‌دهی به افکار عمومی را پنهان می‌کند.

این منظر، رسانه‌ها نه نهادهایی خنثی، بلکه بخشی از سازوکارهای بازتولید قدرت اجتماعی و سیاسی‌اند. بنابراین، مسئله اصلی این پژوهش آن است که نشان دهد چگونه می‌توان رابطه میان صنعت فرهنگ در نظریه انتقادی فرانکفورت و مفهوم هژمونی و رمزگشایی در مطالعات فرهنگی را برای توضیح فرایند بازتولید اندیشه در رسانه‌های معاصر به کار گرفت. به بیان دقیق‌تر، این پژوهش بررسی می‌کند که رسانه‌های معاصر چگونه از طریق استانداردسازی فرم و معنا به تولید الگوهای فکری مسلط کمک می‌کنند. در عین حال، نشان می‌دهد که همین رسانه‌ها امکان خوانش‌های بدیل و مقاومت معنایی را نیز - هرچند به صورت محدود - در خود حفظ می‌کنند.

هدف‌های پژوهش

این پژوهش با رویکرد مرور سیستماتیک، به بررسی و ترکیب یافته‌های مطالعات انجام‌شده درباره بازتولید اندیشه در رسانه‌ها می‌پردازد؛ به‌ویژه در چارچوب نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت و مطالعات فرهنگی. هدف اصلی، شناسایی الگوهای مفهومی مشترک و نیز برجسته‌سازی تفاوت‌های نظری میان این دو سنت فکری در تحلیل رسانه است.

در این راستا، پژوهش حاضر بر چهار محور اصلی متمرکز است: نخست، شناسایی و طبقه‌بندی مطالعات موجود درباره مفهوم «بازتولید اندیشه» در رسانه‌ها بر اساس چارچوب نظری مکتب فرانکفورت. دوم، تحلیل نحوه به‌کارگیری مفهوم «صنعت فرهنگ» در مطالعات رسانه‌ای معاصر و بررسی کارکرد آن در تبیین سازوکارهای ایدئولوژیک رسانه‌ها.

¹⁴. Robert W. McChesney (1952 - 2025)

¹⁵. *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*, 1999

سوم، بررسی شیوه استفاده از مدل «رمزگذاری/رمزگشایی» در تحلیل مخاطب و فرآیند دریافت پیام رسانه‌ای در چهارچوب مطالعات فرهنگی. چهارم، مقایسه رویکرد ساختارگرا در مکتب فرانکفورت و دریافت کنش‌گرا در مطالعات فرهنگی در توضیح فرایند تولید و بازتولید معنا در رسانه‌ها.

از این منظر، پژوهش تلاش می‌کند تصویر یکپارچه از نحوه مواجهه دو سنت نظری با مسئله تولید معنا در رسانه ارائه دهد و نقاط همگرایی و واگرایی آن‌ها را به صورت تحلیلی روشن سازد.

پرسش‌های تحقیق

این مقاله تلاش می‌کند به این مسئله اصلی پاسخ دهد که پیوند میان مفاهیم «صنعت فرهنگ» در نظریه انتقادی و «هژمونی» در مطالعات فرهنگی چگونه فرایند بازتولید اندیشه در رسانه‌های معاصر را تبیین می‌کند. برای دستیابی به این هدف، تلاش می‌شود به پرسش‌های زیر نیز پاسخ داده شود:

- در مطالعات انجام شده در این حوزه، مفهوم «صنعت فرهنگ» چگونه در تحلیل رسانه‌های معاصر به کار رفته است؟
- پژوهش‌های موجود چگونه نقش رسانه را در استانداردسازی و همسان‌سازی اندیشه توضیح داده‌اند؟
- مطالعات فرهنگی چگونه مفهوم «مخاطب فعال» را در برابر دیدگاه مخاطب منفعل فرانکفورت صورت‌بندی کرده‌اند؟
- چه شکاف‌ها و ناسازگاری‌های نظری میان یافته‌های مکتب فرانکفورت و مطالعات فرهنگی در ادبیات علمی وجود دارد؟
- آیا در ادبیات موجود الگوی تلفیقی برای توضیح هم‌زمان «سلطه ساختاری» و «مقاومت مخاطب» پیشنهاد شده است؟

چهارچوب نظری: سنتز انتقادی ساختار و کنشگری در رسانه

این پژوهش بر مبنای ترکیبی از نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت با تمرکز بر ساختار تولید و مکتب مطالعات فرهنگی با تمرکز بر فرایند دریافت بنا شده است.

مکتب فرانکفورت بر «صنعت فرهنگ» و استانداردسازی آگاهی تأکید دارد؛ در این دیدگاه، رسانه‌ها به عنوان ابزاری برای بازتولید توده‌ای و یکسان‌سازی اندیشه تحلیل

می‌شوند. هورکهایمر و آدورنو معتقد بودند که تولیدات فرهنگی با به‌کارگیری فرم‌های استاندارد، ذهن مخاطب را به سمت انفعال و پذیرش وضع موجود سوق می‌دهند. آن‌ها در تبیین چرخه‌ی فرساینده‌ی عقلانیت ابزاری روشن می‌سازند «آنجا که ماشین به ماشین کنترل بدل می‌شود، فناوری خود به ابزار سلطه تبدیل می‌گردد، به‌گونه‌ای که گرایش‌های فنی و اجتماعی، که همواره در هم تنیده‌اند، در احاطه همه‌جانبه‌ی انسان‌ها به هم می‌رسند» (Horkheimer & Adorno, 2002: 28)، دیگر فضای مستقلی برای تفکر انتقادی باقی نمی‌ماند. در تحلیل این وضعیت می‌توان گفت این منطق تجاری و فناورانه با ادعای برآوردن خواست مخاطب، فرآیند جهت‌دهی به افکار عمومی را پنهان می‌کند؛ از این منظر، رسانه‌ها نه نهادهایی خنثی، بلکه بخشی از سازوکارهای بازتولید قدرت اجتماعی و سیاسی هستند.

این سازوکار در پوشش خبری رسانه‌های غربی، در قالب «استفاده از فرمت‌های فنی مشابه» تجلی می‌یابد؛ امری که به زعم مارکوزه، در نهایت «به شکل‌گیری الگویی از اندیشه و رفتار تک‌ساحتی می‌انجامد که در آن، ایده‌ها، آرمان‌ها و اهدافی که ذاتاً فراتر از چارچوب مستقر گفتمان و کش هستند، یا رانده می‌شوند و یا به زبان همین چارچوب فروکاسته می‌گردند» (Marcuse, 2013: 17).

در برابر رویکرد مارکوزه، مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام با تأکید بر مفاهیم «هژمونی» و فرایند «رمزگذاری/رمزگشایی»، رسانه را نه کارخانه‌ای برای تولید معنای ثابت و یک‌سویه، بلکه عرصه‌ی منازعه بر سر معانی می‌داند. در این دیدگاه، حوزه‌های مختلف زندگی اجتماعی «به‌صورت سلسله‌مراتبی در قالب معانی مسلط یا ترجیحی سازمان‌یافته‌اند» (Hall, 1980: 136).

استوارت هال استدلال می‌کند که پیام‌های رسانه‌ای در فرایند رمزگذاری، همواره واجد یک «خوانش ترجیحی»^{۱۶} هستند که نظم نهادی، سیاسی و ایدئولوژیک را در خود جای داده است. بر این اساس، رویدادهای نو یا بحرانی (مانند جنگ)، پیش از آنکه معنایی بیابند، باید به چارچوب‌های معنایی از پیش ساخته‌ای ارجاع داده شوند که برای مخاطب آشنا به ساختارهای اجتماعی، بدیهی به نظر می‌رسند؛ قالب‌هایی همچون «دفاع»، «حمله پیش‌دستانه» یا «تلافی» که رسانه با بهره‌گیری از آن‌ها، وضعیت را صورت‌بندی می‌کند.

با این حال، هال تأکید دارد که «مسلط» بودن یک خوانش به معنای «تعیین‌کنندگی» مطلق آن نیست؛ زیرا همواره امکان رمزگشایی‌های متکثر وجود دارد. اگرچه معانی ترجیحی در بطن فرهنگ نهادینه شده‌اند، اما مخاطب کنش‌گری است که می‌تواند با اتخاذ جایگاه‌های متفاوت (مذاکره‌شده یا مخالف)، در برابر این معانی ایستادگی کرده یا با قرائتی انتقادی، نظم ایدئولوژیک حاکم را واسازی کند.

16. Preferred Reading

در همین راستا، جان استوری^{۱۷}، از نظریه‌پردازان برجسته مطالعات فرهنگی، در کتاب *مقدمه‌ای بر نظریه فرهنگی و فرهنگ عامه*^{۱۸} تأکید می‌کند که: «با استفاده از نظریه هژمونی، می‌توان پیکار میان مقاومت و ادغام را در درون و فراتر از متون و کنش‌های عامه‌پسند فردی جستجو کرد» (Storey, 2021: 11). این دیدگاه مؤید آن است که فرهنگ نه یک فرستنده یک‌سویه، بلکه عرصه تلاش مداوم برای جلب رضایت مخاطب است که همواره با پتانسیل مقاومت در برابر نیروهای هژمونیک روبه‌روست.

از ترکیب آرای این دو مکتب (مکتب فرانکفورت و مطالعات فرهنگی)، می‌توان پیوند میان تولید و مصرف رسانه‌ای را در بازه‌ای میان «آگاهی کاذب» تا «مقاومت» تبیین کرد. سنتز این دو دیدگاه نشان می‌دهد که اگرچه رسانه‌ها با استانداردسازی بازنمایی بحران‌ها و محدودسازی دایره واژگانی، در پی القای «آگاهی کاذب» هستند، اما مخاطب هرگز عنصر منفعل در این فرآیند نیست. مخاطبان با اتخاذ «خوانش‌های تقابلی»^{۱۹}، قادرند تناقض‌های نهفته در گزارش‌های رسانه‌ای - نظیر برخوردهای دوگانه با مقوله حقوق بشر - را رمزگشایی کرده و فضایی پویا برای تفکر انتقادی و بازاندیشی بگشایند.

در همین راستا، کلینر و دورهام (۲۰۰۶) بر ماهیت چندلایه متون فرهنگی تأکید کرده و می‌نویسند: «تمرین انتقادی ممکن است بر ایدئولوژی متن و شیوه‌هایی که متن‌ها اشکال مسلط سرکوب را مشروع و بازتولید می‌کنند متمرکز باشد؛ در حالی که خوانش دیگر ممکن است بر شیوه‌های مقاومت متون در برابر نهادها و ایدئولوژی‌های مسلط تأکید ورزد. همچنین، برخی متون هم‌زمان فرهنگ و جامعه مستقر را مشروعیت می‌بخشند و هم آن را به چالش می‌کشند» (Durham & Kellner, 2006, p. xi). این هم‌نشینی نظری نشان می‌دهد که عرصه فرهنگ پیکار دائمی میان هژمونی و مقاومت است و متون رسانه‌ای نه پیام‌هایی یک‌سویه، بلکه ساختارهای متناقض‌نما هستند که فضای کنش‌گری مخاطب را در بطن خود حفظ می‌کنند.

روش پژوهش

در این پژوهش روش مرور سیستماتیک پیشینه پژوهش^{۲۰} به کار گرفته شده است. مبنای این روش، شناسایی، ارزیابی انتقادی و تلفیق (سنتز) آن دسته از مطالعات علمی است که به بررسی پیوند میان

17. John Store (1950)

18. *An Introduction to Cultural Theory and Popular Culture*, 1993

19. *Oppositional Reading*

20. *Systematic Literature Review (SLR)*

نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت و مکتب مطالعات فرهنگی در تحلیل رسانه‌ها پرداخته‌اند. مرور سیستماتیک یک رویکرد روش‌مند، شفاف و تکرارپذیر برای گردآوری و تحلیل دانش موجود است که با هدف کاهش سوگیری پژوهشگر و افزایش اعتبار علمی نتایج انجام می‌شود (Tranfield et al., 2003). این روش امکان می‌دهد تا مجموعه‌ای از مطالعات پراکنده، در قالب یک چارچوب تحلیلی منسجم ترکیب و یکپارچه شوند.

هدف اصلی این پژوهش، استخراج الگوهای نظری مرتبط با بازتولید اندیشه در رسانه‌های معاصر و تحلیل همگرایی یا واگرایی میان دو سنت نظری فرانکفورت و مطالعات فرهنگی است. با وجود ادبیات گسترده در هر دو حوزه، هنوز نوعی گسست نظری میان رویکرد ساختارگرایی فرانکفورت و چارچوب مخاطب‌محور مطالعات فرهنگی دیده می‌شود؛ خلاء که مانع از درک هم‌زمان مکانیسم‌های کنترل رسانه‌ای و پتانسیل‌های تفسیری مخاطبان شده است.

از این رو، پیوند میان مکتب فرانکفورت و مکتب مطالعات فرهنگی، حوزه‌ای است که همچنان نیازمند بازخوانی‌های روشمند است تا پارادوکس بنیادین رسانه‌ها را رمزگشایی کند؛ پارادوکسی که نشان می‌دهد رسانه‌ها چگونه هم‌زمان با استانداردسازی معنا، امکان شکل‌گیری خوانش‌های متکثر را نیز فراهم می‌آورند. پژوهش حاضر با هدف پاسخ‌گویی به این ضرورت نظری، چارچوب تحلیلی و تلفیقی را از طریق روش «مرور سیستماتیک پیشینه تحقیق» تدوین کرده است تا تلاقی گفتمان رسانه‌ای و سازوکارهای بازتولید ایدئولوژیک را به شکلی جامع‌تر به بوته نقد بگذارد.

قالب‌بندی کلیشه‌ای؛ توجیه خشونت و هژمونی فرهنگی

در چشم‌انداز معاصر زیست‌بوم رسانه‌ای، برخی پژوهش‌های تحلیل گفتمان نشان داده‌اند که زبان رسانه‌ای در برخی موارد می‌تواند در عادی‌سازی یا مشروعیت‌بخشی به خشونت نقش داشته باشد. در این چارچوب، دال‌هایی مانند «پیش‌گیری»، «دفاع مشروع» یا «پاسخ متقابل» گاه به‌گونه‌ای برجسته‌سازی و صورت‌بندی می‌شوند که امکان پذیرش یا توجیه برخی اشکال خشونت سیاسی و ساختاری را در افکار عمومی افزایش دهند. از این منظر، نحوه انتخاب واژگان و چارچوب‌بندی رویدادها می‌تواند در شکل‌دهی به برداشت مخاطبان از مفاهیمی چون امنیت، تهدید و مشروعیت مؤثر باشد.

رسانه‌های جریان اصلی (سنتی و نوین) با بزرگ‌نمایی یک خطر و استفاده از شگرد موسوم به «توسل به ترس»^{۲۱} (Black et al., 2001)، متوسل به تاکتیک‌هایی می‌شوند که ریشه در «مدل فرآیند موازی

21. fear appeal

گسترش‌یافته^{۲۲} دارد؛ مدلی که بر چارچوب «کنترل خطر / کنترل ترس^{۲۳}» و «نظریه انگیزشِ محافظتی^{۲۴}» استوار است. این رسانه‌ها، توسل به قهر را برای دفع تهدیدات مفروض و تضمین امنیت، حیاتی جلوه داده و آن را به مثابه حقِ بدیهی و بی‌چالش، مشروعیت می‌بخشند.

اگرچه این شگردِ رسانه‌ای بیشتر تحت لوایِ پیش‌گیری از رفتارهای هنجارشکنانه و حفظ نظم عمومی توجیه می‌شود، اما در حقیقت، بازتولیدکننده نوعی «قیم‌آبی» است؛ نگرشِ نخبگانی که می‌کوشد ارزش‌هایِ مطلوبِ خود را به صورتِ هنجارِ غالب بر دیگران تحمیل کند. تحلیل محتوای رسانه‌های بین‌المللی بیانگر آن است که تیتراها و پلات‌های خبری، به گونه‌ای عمده بر تبریّه و توصیف دلسوزانه «خودی‌ها» - به تعبیر ادوارد سعید - استوارند؛ در حالی که کنش «دیگری» (غیرخودی) در گفتمان بازیگران مختلف نظام بین‌الملل، همواره در چارچوب برچسب‌های امنیتی و واژگانی چون «تحریک‌آمیز» و «بی‌ثبات‌کننده» بازنمایی می‌شود.

به عنوان نمونه، نوآم چامسکی^{۲۵} (۲۰۰۴) در تحلیل نظام رسانه‌ای ایالات متحده استدلال می‌کند که شکل‌گیری افکار عمومی در جوامع لیبرال تنها از طریق سانسور مستقیم دولتی صورت نمی‌گیرد، بلکه می‌تواند تحت تأثیر سازوکارهای نهادی، اقتصادی و گفتمانی نیز قرار داشته باشد. از این منظر، اگرچه در این نظام رسانه‌ای چارچوب‌های حقوقی مرتبط با آزادی بیان گسترده است، اما گفتمان عمومی غالباً در قالب مفاهیمی چون «مسئولیت اجتماعی»، «تعادل سیاسی» و «حفظ ارزش‌های جامعه» صورت‌بندی می‌شود؛ مفاهیمی که برخی پژوهشگران آن‌ها را بخشی از سازوکارهای تنظیم و هدایت فضای عمومی و رسانه‌ای تلقی کرده‌اند. این مفاهیم، به تعبیر سوتلانا مینچوا (۲۰۱۲) نظریه پرداز آزادی بیان، سازوکارهایی نرم برای پنهان‌سازی مصلحت‌اندیشی‌ها و «خودسانسوری نهادی» هستند که ریشه‌های آن بیش از آنکه اخلاقی باشد، ساختاری و سیاسی است.

این فرآیند در سایر نظام‌های رسانه‌ای جهان نیز بازتولید می‌شود:

چین: دال‌های مرکزی بر «ثبات اجتماعی»، «وحدت ملی» و «امنیت جمعی» متمرکز است و رویکردهای تقابلی را تحت عنوان «مداخله خارجی» طرد می‌کند. روسیه: مفاهیمی چون «حاکمیت ملی»، «مقابله با نفوذ غرب» و «امنیت اطلاعاتی» ستون فقرات چارچوب‌بندی خبری را می‌سازند و دگراندیشی در قالب «بی‌ثبات‌سازی» روایت می‌شود. ایران: رویدادهای داخلی و بین‌المللی به صورت عمده از مجرای مفاهیمی چون «جنگ ترکیبی»، «نفوذ فرهنگی» و «تهدید نرم» مفصل‌بندی و تحلیل می‌شوند.

22. extended parallel process mode (EPPM)

23. danger control / fear control

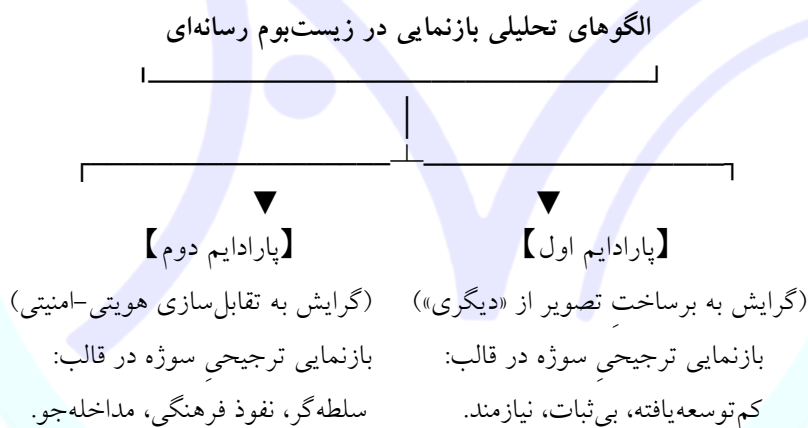
24. protection motivation theory

25. Noam Chomsky (1928)

بنابراین، زمان‌بندی، بسته‌بندی و برجسته‌سازی دلالت‌ها در نظام‌های مختلف سیاسی، علی‌رغم تمایزات ایدئولوژیک، به خروجی مشترکی تحت عنوان «صورت‌بندی گزینشی واقعیت» منتهی می‌شود. این کلیشه‌سازی نظام‌مند، پتانسیل فهم انتقادی و شکل‌گیری دیدگاه‌های بدیل را با محدودیت مواجه ساخته و روندهای ارتباطی را به سمت همگون‌سازی چارچوب‌های شناختی مخاطبان هدایت می‌کند.

دوگانه‌های پارادایمیک در بستر «صنعت فرهنگ»

این فرآیند بازتولید اندیشه، در چارچوب مفهوم «صنعت فرهنگ» هورکهایمر و آدورنو (۱۹۴۴) تبیین‌پذیر است؛ بستر و فضایی که در آن، پیام رسانه‌ای تا حدی به‌مثابه کالای فرهنگی برای همگون‌سازی توده‌ها تولید می‌شود. در این فضا، می‌توان به‌عنوان الگوهای تحلیلی و نه طبقه‌بندی‌های قطعی، از دو پارادایم سیال و غالب در بازنمایی رسانه‌ای سخن گفت که بسته به شرایط ژئوپلیتیک، مرزهای آن‌ها تغییر می‌کند:



در این مدل‌های تحلیلی، سیاست‌های کلان توسعه و امنیت در قالب روایت‌هایی طبیعی‌سازی شده به خورد مخاطب داده می‌شوند تا نظم مستقر حفظ گردد. نمود عینی این امر در آرایش رسانه‌ای جهان حین تنش‌های ژئوپلیتیک آشکار است:

- طیف رسانه‌ای غرب (مانند CNN و BBC) به نظر می‌رسد در پوشش تقابل‌های نظامی، رویدادها را بیشتر در چارچوب‌های استراتژیک و تکنیکال صورت‌بندی می‌کنند. در این نوع روایت، تمرکز بر «موفقیت عملیاتی»، پتانسیل آن را دارد که پیامدهای انسانی را به ارقام

انتزاعی تقلیل داده و با برجسته‌سازی نقل قول‌های رسمی دولتمردان، به تثبیت خوانش‌های ترجیحی کمک کند.

- طیف رسانه‌ای شرق (مانند RT، تاس، CGTN و شینهوا) در نقطه مقابل این جریان، تمایل دارند این رویدادها را با هدف به چالش کشیدن نظم تک‌قطبی معناگذاری کنند. دال مرکزی روایت آن‌ها به‌طور عمده بر کلیدواژه‌هایی چون «تنش‌آفرینی منظومه هژمونیک غرب»، «نقض حقوق بین‌الملل» و «بی‌ثبات‌سازی منطقه‌ای» استوار است تا از این طریق، اقدامات متقابل خود را در زمینه‌های موازنه اقتصادی، تحرکات دیپلماتیک و واکنش‌های نظامی، به عنوان «پاسخ‌های مناسب» بازنمایی کنند.
- از همین رو، عملکرد هر دو گفتمان رسانه‌ای بازتاب‌دهنده این احتمال است که گزینش‌گری در برجسته‌سازی برخی ابعاد و به حاشیه راندن ابعاد دیگر، نشانه‌ای از نقش فعال و سوگیرانه رسانه‌ها در «خلق واقعیت جهت‌دار» باشد.

هژمونی فرهنگی و انسداد خوانش‌های بدیل

ادوارد سعید با رویکرد پسااستعماری خود مبرهن می‌سازد که رسانه‌ها می‌توانند در بازتولید هژمونی فرهنگی نقش داشته باشند؛ جریانی که امروزه در عصر دیجیتال، شکل پیچیده‌تری از «سلطه پلتفرمی و بازآفرینی الگوریتمی» را به خود گرفته و گرایش به بازنمایی واقعیت در جهت همسویی با ساختارهای کلان قدرت دارد.

در نقطه مقابل، در برخی گفتمان‌های انتقادی واکنشی نیز نوعی رویکرد تقلیل‌گرایانه شکل می‌گیرد؛ به‌گونه‌ای که نقد قدرت، خود به بازتولید الگوهای ساده‌سازی‌شده منجر می‌شود. در چنین وضعیتی، برخی روایت‌های جایگزین - که انتظار می‌رود افق‌های تازه‌ای بگشایند - گاه خود به بازتولید انگاره‌هایی مانند «سیمای جهل در غرب» می‌انجامند. هم‌زمان، برخی رویکردهای رسانه‌ای با برچسب‌گذاری منفی و اعمال محدودیت‌های گفتمانی، امکان شکل‌گیری خوانش‌های بدیل را کاهش می‌دهند و این سازوکارها را برای مرزبندی‌های هویتی و فرهنگی به کار می‌گیرند.

این فرآیندها، با تکیه بر تعصبات مذهبی و ایدئولوژیک، به بازتولید دوگانه‌سازی‌های سخت میان «خودی» و «دیگری» دامن می‌زنند؛ دوگانه‌سازی‌هایی که در نهایت به تشدید چرخه‌های تقابل فرهنگی و انسداد کامل فهم انتقادی می‌انجامند.

اگرچه مخاطبان در مواردی دست به «خوانش‌های تقابلی و مقاومتی»^{۲۶} می‌زنند، اما استراتژی مسلط رسانه‌ها برای مشروعیت‌زدایی از این نگاه‌های بدیل، بسیار کارآمد است.

26. Oppositional Readings

رسانه‌ها با برچسب‌زنی‌های گوناگون، منتقدان را منزوی و طرد می‌کنند؛ فرآیندی در چارچوب «مارپیچ سکوت» که هدف آن، سرکوب هرگونه تلاش برای رمزگشایی از وقایع، فراتر از روایت هژمونیک مستقر است.

مباحثه پیوند میان مکتب انتقادی و مکتب مطالعات فرهنگی

محتوای رسانه‌ها با رویکردهای نشراتی مبتنی بر چارچوب‌های ایدئولوژیک گوناگون نشان می‌دهد که در ساختارهای رسانه‌ای، «بازتولید اندیشه» نه از طریق اجبار مستقیم، بلکه از رهگذر محدودسازی افق‌های قابل تصور و تنظیم مرزهای گفتمانی صورت می‌گیرد. در این وضعیت، رسانه‌ها مخاطب را وادار به پذیرش یک گزاره واحد نمی‌کنند، بلکه او را در چارچوبی از زبان، ارزش‌ها و هنجارها قرار می‌دهند که در آن، مفاهیم کلیدی مانند صلح، امنیت یا خشونت در نسبت با موقعیت گفتمانی هر نظام بازتعریف می‌شوند.

در تحلیل گفتمان گزارش‌های رسانه‌ای در سطح بین‌المللی و در میان دو الگوی عمده بازنمایی و صورت‌بندی خبری، می‌توان چند سازوکار مشترک در تولید و بازتولید معنا را شناسایی کرد: نخست، عقلانی‌سازی خشونت؛ در هر دو الگوی رسانه‌ای، خشونت با زبان‌های متفاوت صورت‌بندی می‌شود، با این تفاوت که در موارد مرتبط با کنش طرف مهاجم، در بسیاری از موارد شدت بیشتری از برجسته‌سازی، جزئی‌سازی عملیاتی و بهره‌گیری از زبان فنی و به‌ظاهر خنثی مشاهده می‌شود؛ به‌گونه‌ای که با واژگانی مانند «حملات دقیق»، «عملیات هدفمند» یا «تخریب زیرساخت‌های راهبردی» بازنمایی می‌گردد. در مقابل، در صورت‌بندی واکنشی یا دفاعی، خشونت با مفاهیمی چون «مقاومت مشروع»، «پاسخ دفاعی» یا «مقابله ضروری» چارچوب‌بندی می‌شود. در هر دو حالت، بُعد انسانی خشونت تا حدی به حاشیه رانده شده و در چارچوب‌های معنایی از پیش ساخته بازتفسیر می‌گردد.

در چارچوب رهیافت مطالعات فرهنگی، رسانه‌ها در هر دو سوی گفتمان نقش تعیین‌کننده‌ای در این دارند که کدام جان‌ها در معرض همدلی بیشتری قرار گیرند. این فرایند با آنچه جودیت باتلر^{۲۷} از آن با عنوان «قرار نگرفتن در موقعیت مرکزیت‌زدایی از من» (Butler, 2009: 7) یاد می‌کند، پیوند دارد؛ وضعیتی که در آن سوژه قادر نیست از جایگاه خود فاصله بگیرد تا رنج دیگری را به رسمیت بشناسد. در نتیجه، برخی سوژه‌ها در مقام قربانیان قابل‌همدلی بازنمایی می‌شوند، در حالی که برخی دیگر تنها به‌صورت ارقام، داده‌های نظامی یا پیامدهای جانبی ظاهر می‌گردند؛ امری که به شکل‌گیری سلسله‌مراتب در ارزش‌گذاری رنج و امکان سوگواری می‌انجامد.

27. Judith Butler (1956)

سوم، چارچوب‌بندی و بسته‌بندی حقیقت؛ در هر دو الگوی رسانه‌ای، واقعیت نه به‌صورت خشتی، بلکه در قالب چارچوب‌های تفسیری از پیش ساخته ارائه می‌شود. این چارچوب‌ها، ضمن تعیین مقصر، نوع کنش و افق فهم مخاطب را نیز تا حد زیادی هدایت می‌کنند و امکان خوانش‌های بدیل را محدود یا جهت‌دار می‌سازند.

در مجموع، این فرایندها نشان می‌دهد که بازتولید اندیشه در رسانه‌های معاصر پدیده‌ای دوسویه و رقابتی است که در آن، هر دو اردوگاه رسانه‌ای از منطق‌های مقبول خود در صورت‌بندی واقعیت و تولید معنا بهره می‌گیرند، هرچند محتوای ایدئولوژیک و جهت‌گیری‌های ارزشی آن‌ها متفاوت باشد.

رسانه، قدرت و تولید معنا

نظام‌های رسانه‌ای معاصر دیگر تنها کانال‌های خشتی انتقال اطلاعات نیستند؛ بلکه به عنوان نهادهای پیچیده تولید معنا عمل نموده و تعیین می‌کنند واقعیت چگونه ادراک، تفسیر و به‌صورت اجتماعی ساخته شود.

در ادبیات مطالعات انتقادی رسانه، دو سنت نظری غالب برای توضیح این پدیده وجود دارد: نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت و مطالعات فرهنگی بریتانیا. مکتب فرانکفورت رسانه را بخشی از نظام گسترده‌تر تولید ایدئولوژی در سرمایه‌داری مدرن می‌داند، در حالی که مطالعات فرهنگی بر ماهیت چانه‌زنی‌شده و مناقشه‌آمیز تولید معنا توسط مخاطبان تأکید دارد.

این پژوهش با تلفیق این دو سنت نظری، چارچوب دیالکتیکی برای فهم چگونگی بازتولید اندیشه در نظام‌های رسانه‌ای معاصر ارائه می‌کند. بنیان نظریه رسانه در مکتب فرانکفورت در کتاب دیالکتیک روشنگری اثر هورکهایمر و آدورنو شکل می‌گیرد؛ جایی که آنان مفهوم «صنعت فرهنگ» را صورت‌بندی می‌کنند. به باور آن‌ها، در سرمایه‌داری پیشرفته، تولید فرهنگی به تدریج صنعتی می‌شود و در نتیجه، کالاهای فرهنگی در فرآیندی از استانداردسازی و کالایی‌شدن قرار می‌گیرند. در چنین نظامی، رسانه‌ها نه تنها ابزار انتقال پیام، بلکه سازوکارهایی برای شکل‌دهی به الگوهای رفتاری و ذهنی‌اند. همان‌گونه که هورکهایمر و آدورنو تصریح می‌کنند: «تمام سازوکارهای تولید انبوه و صنعت فرهنگ، الگوی واحدی از رفتار را به افراد القا می‌کنند؛ الگویی که چنان جا می‌افتد که گویی تنها شکل درست، منطقی و پذیرفتنی رفتار انسانی است» (Horkheimer & Adorno, 2002: 21).

به این ترتیب، صنعت فرهنگ با تولید انبوه معنا و تجربه، نه تنها سلیقه و ذائقه عمومی را هدایت می‌کند، بلکه نوعی عقلانیت مسلط را نیز بازتولید می‌کند؛ عقلانیتی که در آن، آنچه مطابق الگوی استاندارد است «طبیعی» و «معقول» جلوه می‌کند و هر امر متفاوتی به حاشیه رانده می‌شود.

در چنین شرایطی، رسانه‌ها به جای تقویت آگاهی انتقادی، صورت‌های محتوایی از پیش قابل پیش‌بینی، تکرارشونده و همسو با ایدئولوژی‌های مسلط تولید می‌کنند. از منظر نظریه پردازان مکتب فرانکفورت، کالاهای فرهنگی به صورت انبوه و استاندارد تولید می‌شوند و مصرف رسانه‌ای، به جای پرورش کنشگران فعال، به بازتولید سوزدهای منفعل می‌انجامد. در نتیجه، تفکر انتقادی نیز به تدریج جای خود را به تفسیرهای از پیش ساخت یافته و هدایت شده می‌دهد. این فرایند به چیزی منجر می‌شود که آدورنو آن را «فردیت کاذب»^{۲۸} می‌نامد؛ یعنی مخاطبان تصور انتخاب دارند، اما در واقع در چارچوب‌های از پیش طراحی شده محصور هستند (Adorno, 2001 / 1991).

در عین حال، هربرت مارکوزه در کتاب *انسان تک‌ساختی* استدلال می‌کند که جوامع صنعتی پیشرفته نوعی آگاهی تک‌بعدی تولید می‌کنند؛ جایی که تفکر انتقادی و مخالفت‌آمیز به طور سیستماتیک در ساختارهای ایدئولوژیک مسلط جذب و خنثی می‌شود. مارکوزه (۱۹۶۴/۲۰۰۲) معتقد است عقلانیت تکنولوژیک، رسانه‌ها را به ابزارهای کنترل اجتماعی تبدیل می‌کند؛ به گونه‌ای که دامنۀ گفتمان را محدود کرده و امکان اندیشۀ بدیل را به حاشیه می‌راند. بنابراین رسانه‌ها تنها بازتاب‌دهنده ایدئولوژی نیستند، بلکه به گونه‌ای فعال افق‌های شناختی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و صورت ادراک و شیوه اندیشیدن را شکل می‌بخشند.

نتیجه‌گیری

تحلیل پیش‌رو بیانگر آن است که تبیین جامع زیست‌بوم رسانه‌ای معاصر، نیازمند سنتز دیالکتیکی میان تحلیل ساختاری مکتب فرانکفورت و رویکرد کارگزارمحور مطالعات فرهنگی است. این تلفیق مفهومی با محوریت تفکر انتقادی، امکان بازخوانی مناسبات قدرت را در سطوح تولید، توزیع و دریافت معنا تسهیل می‌کند؛ چراکه از یک سو، مکتب فرانکفورت نشان می‌دهد چگونه اقتصاد سیاسی

28. Pseudo Individualism

فرهنگ از طریق استانداردسازی فرم و کالانگاری آگاهی، افق تفکر مستقل را به چالش می‌کشد، و از سوی دیگر، مطالعات فرهنگی بر پتانسیل مخاطب در فرآیند رمزگشایی و شکل‌گیری خوانش‌های مقاومتی تأکید می‌ورزد.

یافته‌های این واکاوی دلالت بر آن دارد که رسانه‌های جریان اصلی در مواجهه با بحران‌های ژئوپلیتیک، بیشتر از طریق سه سازوکار چارچوب‌بندی هنجاری کنش‌های سخت، مدیریت سلسله‌مراتبی عواطف رسانه‌ای و بسته‌بندی گزاره‌های پنداشتی، به بازآفرینی واقعیت مبادرت می‌ورزند. این پویایی‌ها نشان می‌دهند که رسانه‌ها می‌توانند در بازتولید شرایط امکان یا امتناع اندیشیدن نقش داشته باشند. در چنین وضعیتی، محدودسازی تفکر نه از راه سانسور مستقیم، بلکه از طریق تثبیت نامرئی استعاره‌های زبانی و تکرار گفتمانی رخ می‌دهد. در این چارچوب، پیوند میان مفهوم صنعت فرهنگ و نظریهٔ هژمونی نشان می‌دهد که سازوکارهای سلطه زمانی پایدار می‌شوند که به صورت «بدیهیات طبیعی شده» تجربه شوند.

با این حال، تحلیل روندهای نوین ارتباطی گویای آن است که ظرفیت مقاومت گفتمانی مخاطبان لزوماً به طور کامل انسداد نیافته است. رسانه‌های دیجیتال علی‌رغم محدودیت‌های ناشی از ساختارهای کلان قدرت، پتانسیل ایجاد بسترهایی برای تکرار آرا و خوانش‌های متنوع را دارا هستند؛ به طوری که گسترش فناوری‌های نوین و ارتقای سواد تفسیری مخاطبان، شکاف‌هایی در فرآیند بازتولید یکپارچه معنا ایجاد کرده است. از این منظر، افق پیش‌روی مطالعات رسانه، نه در تقابل دوگانه مخاطب فعال/منفعل، بلکه در تحلیل پیچیده رابطه میان ساختارهای قدرت و ظرفیت‌های تفسیری کارگزاران تبیین‌پذیر است.

در نهایت، این نوشتار تأکید می‌کند که پژوهش‌های آتی باید بر توسعه مدل‌های سواد رسانه‌ای انتقادی در بحران‌ها، واکاوی اقتصاد سیاسی پلتفرم‌ها و تحلیل الگوریتمی تولید معنا متمرکز شوند. ضرورت این امر در واکاوی مکانیسم‌های ظرفی نهفته است که ساختارهای رسانه‌ای از طریق آن‌ها بر فرآیندهای ادراکی، فهم و الگوهای تفسیری مخاطبان تأثیر می‌گذارند؛ سازوکاری تدریجی از ساختاربخشی ذهنی که بازاندیشی در آن، پیش‌شرطِ بسط تفکر انتقادی و تحقق امکان‌های بدیل به شمار می‌رود.

منابع

- Adorno, T. W. (2001). *The culture industry: Selected essays on mass culture* (J. M. Bernstein, Ed.). Routledge. (Original work published 1991)
- Black, D. R., Blue, C. L., Mattson, M., Galer-Unti, R. A., & Coster, D. C. (2001). An evaluation of the impact of a fear appeal message on college students' drinking behavior using the extended parallel process model. *American Journal of Health Behavior*, 25(5), 481–491.
- Butler, J. (2004). *Precarious life: The powers of mourning and violence*. Verso.
- Chomsky, N. (2004, January 2). *On the US and the Middle East*. Chomsky.info. <https://chomsky.info/20040102/>
- Durham, M. G., & Kellner, D. M. (Eds.). (2006). *Media and cultural studies: Keywords* (Rev. ed.). Blackwell Publishing.
- Grabbe, L. C., McLuhan, A., & Held, T. (Eds.). (2023). *Beyond media literacy* (Vol. 7). Büchner-Verlag.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). MIT Press.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall (Ed.), *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972–79* (pp. 128–138). Unwin Hyman.
- Horkheimer, M. (1972). *Critical theory: Selected essays* (M. J. O'Connell, Trans.). Herder and Herder.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (2002). *Dialectic of enlightenment: Philosophical fragments* (G. Schmid Noerr, Ed.; E. Jephcott, Trans.). Stanford University Press.
- Kellner, D. (2020). *Media culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the post-modern* (2nd ed.). Routledge.
- Marcuse, H. (2013). *One-dimensional man: Studies in the ideology of advanced industrial society*. Marxists Internet Archive.
- <http://www.marxists.org/reference/archive/marcuse/works/one-dimensional-man/index.html> (Original work published 1964)
- McChesney, R. W. (2015). *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times*. The New Press.
- Mintcheva, S. (2012). Scare tactics. Index on Censorship, 41(4), 173–177. <https://doi.org/10.1177/0306422012466990>
- Moscato, S., Black, D. R., Blue, C. L., Mattson, M., Galer-Unti, R. A., & Coster, D. C. (2001). Evaluating a fear appeal message to reduce alcohol use among Greeks. *American Journal of Health Behavior*, 25(5), 481–491.

Ranji, B. (2021). Traces of orientalism in media studies. *Media, Culture & Society*, 43(6), 1136–1146. <https://doi.org/10.1177/01634437211022692>

Said, E. W. (2023). *Orientalism*. In *Social Theory Re-Wired* (3rd ed.). Routledge.

Storey, J. (2021). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (9th ed.). Routledge.

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by a means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

Waisbord, S., & Mellado, C. (2014). De-westernizing communication studies: A reassessment. *Communication Theory*, 24(4), 361–372. <https://doi.org/10.1111/comt.12044>.

