

کسانی که تعاریف کاربردی مختصری درباره «فرانوگرایی» ارائه کرده‌اند (به‌عنوان مثال Hebdige 1988, Gitlin 1988) بر ابهام و دشواری حصول وفاق در مورد معنای این اصطلاح در میان کاربران آن، متفق هستند. در این مقاله بر آن نیستیم که با آنان در ارائه تعریف رقابت کنیم. به‌خاطر آنکه تاحدی آنان بهتر از من این کار را انجام داده‌اند و تاحدی به‌خاطر آنکه کاربرد «فرانوگرایی» در مورد تلویزیون مستلزم گزینش‌گری در تعریف است و نه جامع‌نگری. تلویزیون و فرهنگ عامیانه در اغلب موارد در نظریه فرانوگرایانه در حاشیه قرار داده شده است، این نظریه نقطه جدایی خود را از نوگرایی در هنرهای روشن‌فکرانه، به‌خصوص معماری، نقاشی و ادبیات می‌جوید. به‌تازگی دلوژ (Deleuze) به‌طور گسترده‌ای درباره سینما قلم زده است، اما در نظریه‌های ابتدایی «فرانوگرایی» فقط بودریار (1983 a & b) و (1987) به‌طور مستقیم به رسانه‌های همگانی و فرهنگ عامیانه اشاره کرده است. من نیز در این مقاله به روایت او از «فرانوگرایی» خواهم پرداخت. البته تعدادی کاربرد عام‌تر از نظریه «فرانوگرایی» در مورد تلویزیون وجود دارد (به‌عنوان مثال Wyver 1986, Wollen 1986, Kaplen 1987, Grassberg 1987, 1988, Conner 1989) اما کلیت تلویزیون به‌عنوان یک رسانه فرهنگی هیچ‌گاه در کانون مباحثات «فرانوگرایی» نبوده است.

فکر می‌کنم برای این امر دلایل مناسبی وجود دارد. اگرچه تلویزیون معاصر، خصوصیات فرانوگرایانه از خود بروز می‌دهد و نظریه «فرانوگرایی» می‌تواند بینش‌های عمیقی از تلویزیون عرضه کند، ولی مکاتب مهم علمی تلویزیون دیدگاه‌های معارضی را ارائه می‌دهند. در این مقاله برآنم تا به جنبه‌هایی از «فرانوگرایی» که به‌طور بالقوه قابلیت مطالعه تلویزیون را دارد اشاره کرده و سپس محدودیت‌های آنها را مورد بحث قرار دهم.

«فرانوگرایی» در هنر

یکی از خصیصه‌های نوگرایی (مقدم بر «فرانوگرایی») باور این نکته بود که شناخت واقعیات اجتماعی برای هنر، هم ممکن و هم یک وظیفه خطیر است. معمولاً هدف این شناخت خلق یک «روایت اصلی» و یک نظریه هماهنگ و توانا بر توضیح واقعیات نامرتبط و گوناگون تجربه‌های بشری بود (به‌عنوان مثال



نوشته: جان فیسک
ترجمه: حسام‌الدین آشنا

فرا نوگرایی و تلویزیون

را رمزگذاری می‌کنند: رمزگذاری به واقعیت جهت می‌دهد و این جهت، ایدئولوژیک است. آنچه بازنمایی می‌شود واقعیت نیست، ایدئولوژی است و تأثیرگذاری این ایدئولوژی با خاصیت تصویرگری تلویزیون تقویت می‌شود، خاصیتی که ایدئولوژی را لباس حقیقت می‌پوشاند. بنابراین کارکرد تلویزیون در قلمرو معنایی، مشابه نظام صنعتی در اقتصاد است. نظام صنعتی فقط به تولید و بازتولید کالا نمی‌پردازد بلکه محصول نهایی و حتی آن بازتولید، خودسرمایه‌داری است.

تلویزیون نیز در تولید واقعیات تلویزیونی، نه واقعیت عینی بلکه سرمایه‌داری را خلق و بازتولید می‌کند اگرچه به‌طور ایدئولوژیک و نه مادی.

رویکرد تقلید هنر از واقعیت متکی بر این پیش‌فرض است که یک تصویر، انعکاس مرجع

مارکسیسم، ساخت‌گرایی یا تحلیل‌های روانی). دیگر جنبش‌های نوگرایانه مثل آوانگارد (پیشرو و موجود) کوشیدند این شناخت را از طریق شوک‌های ناشی از تصاویر قدرتمند و پرتناقض خلق کنند. در بررسی تلویزیون به‌عنوان یک گفتمان، روایت‌های باشکوه نوگرایانه بر حول محور تقلید هنر از واقعیات، بازنمایی ایدئولوژی و ذهنیت‌گرایی جمع آمد. بگذارید پیش از بحث «فرانوگرایی» خلاصه‌ای از این دیدگاه‌ها را ذکر کنم.

محور اساسی استدلال در نظریه‌های بازنمایی این است که برخلاف ظواهر، تلویزیون پاره‌ای از واقعیت را بازنمایی نمی‌کند، بلکه آن را خلق کرده و می‌سازد. واقعیت در اصالت عینیت یا تجربه نیست بلکه مخلوق گفتمان است. دوربین تلویزیون و میکروفون واقعیات را ضبط نمی‌کنند بلکه آن

خود می‌باشد - یا باید باشد - این رویکرد مبتنی بر استعاره شفافیت است که کنایه از نقش لژ دوربین به‌عنوان پنجره‌ای به سوی جهان دارد. به هرحال از آنجا که این پنجره سحرآمیز می‌تواند تصویری را که از بیرون دریافت می‌کند ضبط کرده و دوباره نشان دهد، رابطه میان مرجع و تصویر را معکوس کرده و تصویر را از مرجع مهمتر می‌سازد. نتیجه این عمل توسعه صنعت «دستکاری تصاویر» است که بر بازتولید و گسترش تصاویر بدون توجه به ارزش واقعی آن تکیه دارد. در اصل نظریه ارزش حقیقت در اثر ارزش‌گذاری واقعیت بر اساس ارزش تصویری آن به کلی واژگون شد. این فعالیت‌های «غیرحقیقی» تشخیص میان مرجع و تصویر را برای کسانی که در فرهنگ تصویرمحور زندگی می‌کنند، دشوار کرده است.

نظریه‌های بازنمایی

این دو رویکرد نظری شباهت زیادی با هم ندارند جز آنکه هر دو به وجود واقعی که اساساً با انگاره (Image) عکسبرداری شده متفاوت است، اذعان دارند. در تئوری بازنمایی این واقعیت در قالب اصطلاحات ماتریالیسم تاریخی و رویکرد تقلید هنر از واقعیت به صورت اثبات‌گرایانه (پوزیتیویستی) تعریف می‌شود. نظریه‌های بازنمایی نقدی ایدئولوژیک بر بازسازی واقعیت توسط تلویزیون ارائه می‌شود: آنچه به غلط بازنمایی می‌شود ایدئولوژی است پس تفاوت، بین واقعیت و ایدئولوژی است؛ نقطه اساسی این نقد جنبه سیاسی آن است. در مورد نظریه‌های تقلید هنر از واقعیت، نقد بر انحراف تصویر از حقیقت محض یا جایگزینی حقیقت توسط تصویر بنا شده است. این نظریه‌ها انگاره‌ای شفافتر و نزدیک به واقع‌تری را پیشنهاد می‌کنند. نظریه‌های بازنمایی مسائل، معرفت‌شناسانه تلویزیون را در یک نظام گفتمانی ایدئولوژیک طرح می‌کنند. حال آنکه نظریه‌های تقلید هنر از واقعیت آنها را در رابطه با واقعیت تجربی محض مورد بررسی قرار می‌دهند.

به هر رو، هر دو نظریه ادعا می‌کنند که دوربین وسیله‌ای برای بازنمایی نادرست است. هر دو نظریه این حکمت عامیانه را که دوربین دروغ نمی‌گوید مورد نقد قرار داده و ادعا می‌کنند دوربین، جز دروغ نمی‌گوید.

نظریه ذهنیت، نظریه‌های مربوط به بازنمایی را فراتر از جهان «عمومی» ایدئولوژی

و دریافت آن از واقعیت طرح می‌کند و آن را به محدوده جهان بیشتر «خصوصی» و آگاهی فردی می‌کشاند. تئوری‌های فریود و لاکان در مورد ناخودآگاه با تئوری مارکس در مورد ایدئولوژی به‌عنوان آگاهی کاذب اشتراک واضحی دارند. نظریه‌های ذهنیت بر این باورند که ایدئولوژی آن چیزی را تولید می‌کند که می‌توانیم «ناخودآگاه کاذب» بنامیم. ذهنیت، ساخته جامعه - ایدئولوژی در برابر فرد در آنجا است که ایدئولوژی در زندگی فردی حاضر و حاکم است. ذهنیت است که جایگاه و منظر ما را نسبت به خود، روابط و تجربیات اجتماعی‌مان تعیین می‌کند. ایدئولوژی حاکم خود را در ذهنیت ما بازتولید می‌کند. بنابراین، همگی ما که در نظام سرمایه‌داری زندگی می‌کنیم، علی‌رغم موقعیت واقعی‌مان در اجتماع کم‌وبیش دارای ذهنیتی ستاثر از ایدئولوژی رنگ سفید، پدرسالاری و طبقه متوسط هستیم. نظریه‌های جدیدتر ذهنیت برای تناقضات دروغی بین ایدئولوژی‌های حاکم و موقعیت واقعی برای مردم حساب بیشتری باز کرده‌اند. این کار به وسیله تبدیل تئوری‌های همگن، پیوسته و مرتبط ذهنیت به تئوری‌های چندسویه و چندبخشی ذهنیت انجام شده است. اما همه این نظریه‌ها بر روش بازتولید ایدئولوژی‌های حاکم در ناخودآگاه فاعل‌های اجتماعی متمرکز شده‌اند. همه آنها به دنبال شکل کلی از «روایت اصلی» هستند که بتواند توضیح دهد چگونه ایدئولوژی‌ها نه تنها در تصویر خود از واقعیت متجلی می‌شود بلکه خود را در ذهنیت مظاهر خود نیز بازتولید می‌کند. بازتولید و بازنمایی ایدئولوژیک جزء و قسمتی از همان فرایند هستند.

به هرحال بودریار از طرح مسأله بازتولید اجتناب کرده و آن را بی‌نتیجه دانسته است. در نظریه «فرانوگرایی» او، تصاویر و واقعیت (واقعیت اجتماعی یا جهان واقعی) تفاوت هستی‌شناسانه‌ای ندارند. تفاوتی میان تصویر و واقعیت نیست. نتیجه این است که ما در عصری زندگی می‌کنیم که بودریار (1983 b) آن را به‌عنوان وانموده (Simulacrum) نک‌احمدی، ۱۳۷۴، ص ۴۶۷) معرفی می‌کند. وانموده برای او یک مفهوم از درون ستناقض و نشانگر مفهومی است که معنایش نه از تمایز بلکه از تلاش برای خلق معنا پدیدار شده است. واژه پنداره (Image) دارای تناقض درونی نیست چرا که مفهومش مرتبط با میزان

■ در نظریه فرانوگراییانه،

تلویزیون و فرهنگ عامیانه در اغلب موارد در حاشیه قرار داده شده است.

■ اگرچه تلویزیون معاصر،

خصوصیات فرانوگراییانه از خود بروز می‌دهد و نظریه «فرانوگرایی» می‌تواند بینش‌های عمیقی از تلویزیون عرضه کند، ولی مکاتب مهم علمی تلویزیون دیدگاه‌های معارضی را ارائه می‌دهند.

تفاوتش با مرجع (Reference) خود می‌باشد. همین‌طور مفهوم بازتولید مستلزم وجود یک اصلی (Original) است. اما وانمودن هم بازتولید است هم اصلی، هم پنداره و هم مرجع که از درون متناقض است.

تلویزیون و تناقض در بازتولید واقعیت

با این حساب هیچ واقعیت اصلی وجود ندارد که تصویر آن در میلیونها صفحه تلویزیون بازتولید شود. مارگرت تاجر که در مقابل دوربین تلویزیون لبخند می‌زند در هنگام قدم‌زدن میان هلیکوپتر و ماشین دست تکان می‌دهد بخشی از واقعیت نیست که به صفحات تلویزیون‌های ما منتقل می‌شود. او پنداره (تصویر) خودش است. مدل موی او قبل از تصویر تلویزیونی وجود نداشته است و پخش برنامه زنده از او معتبرتر از برنامه ضبط‌شده نیست. اگر دوربین‌های تلویزیونی و تماشاگران نبودند آن لبخند، مدل مو و اشارات هم نبود. لبخند، مدل مو و اشارات او در صفحه تلویزیون و در جهان خارج هیچ تفاوتی ندارد که بتوان واژه بازتولید را درباره آن به کار

برد. هر دو به یک اندازه واقعی و غیرواقعی هستند. پس وقتی به تاجر رأی می‌دهند نه به یک زن واقعی که تصویرش میان ملت تا درجه تهوع‌آوری منتشر شده است و نه به یک تصویر که از طریق بررسی پیوندش با واقعیت قابل آزمون باشد رأی داده‌اند. مارگارت تاجر چه در تلویزیون و چه در خارج یک وانموده است نه چیز دیگر. این تاجر وانمایی شده «غیرواقعی» نیست چرا که به فعالیت‌های سیاسی واقعی می‌پردازد. وانمایی واقعیت را نفی نمی‌کند بلکه تفاوت میان واقعیت و پنداره را مخدوش می‌نماید. قدرت سیاسی تاجر مانند قدرت

■ محور اساسی استدلال در

نظریه‌های بازنمایی این است که برخلاف ظواهر، تلویزیون پاره‌ای از واقعیت را بازنمایی نمی‌کند، بلکه آن را خلق کرده و می‌سازد. ■ تلویزیون در تولید واقعیات تلویزیونی، نه واقعیت عینی بلکه سرمایه‌داری را خلق و بازتولید می‌کند اگر چه به‌طور ایدئولوژیک و نه مادی.

■ نظریه‌های بازنمایی مسائل

معرفت‌شناسانه تلویزیون را در یک نظام گفتمانی ایدئولوژیک مطرح می‌کنند. حال آنکه نظریه‌های تقلید هنر از واقعیت، آنها را در رابطه با واقعیت تجربی محض مورد بررسی قرار می‌دهند.

تصویری اوست. قدرت او برای انجام کارها به میزان قدرت او در «مورد مشاهده قرار گرفتن» است. آنچه وانمایی تولید می‌کند «فراواقعیت» (Hyper Real) است. مفهومی که در درون خود شامل مفاهیم مشخص چون پنداره (Image)، واقعیت، نمایش (Spectacle)، احساس (Sensation) و معنا است. فراواقعیت ریشه‌ای در واقعیت یا تصویر آن ندارد بلکه با تشریح واقعیتی که در آن زندگی می‌کنیم، وضعیت فرامدرن فعلی را توضیح می‌دهد.

بودریار با استفاده از واژه‌های مبهم و چندپهلوی تلاش می‌کند تا یک تعریف اساسی از شرایط ما را فراهم آورد. جامعه ما از پنداره‌ها

اشباع شده است.

اشباع فعلی از نظر نوع و نه میزان شدت با دوره‌های قبلی تفاوت ماهوی دارد. ما با یک ساعت تماشا تلویزیون تصاویری را تجربه می‌کنیم که یک انسان عصر ماقبل مدرن در تمام عمر خود دریافت نمی‌کرد. فرق کمی چنان زیاد است که منجر به تفاوت‌های ماهوی می‌شود. ما فقط تصاویر بیشتری را نمی‌بینیم، ما با رابطه‌ای کاملاً متفاوت میان تصویر و دیگر تجربیات زندگی روبرو هستیم. در واقع ما در دوران فرامدرنی زندگی می‌کنیم که تفاوتی میان تصاویر و دیگر انواع تجربیات وجود ندارد.

نیویورک یک شهر واقعی نیست یک فراواقعیت است. وقتی برای اولین یا میلیونیم مرتبه به شهر نزدیک می‌شویم هیچ واقعیت اصلی برای تجربه کردن وجود ندارد. نیویورک تصویری است که بر صفحه‌های تلویزیون، پرده‌های سینما، پوشه‌ها و تقویم‌های دیواری، تی‌شرت‌ها و فنجان‌های قهوه نقش بسته است. قدم‌زدن در خیابان‌های برادوی چیزی فراتر از لذت‌بردن از نمایش سینمایی آن نیست. در «فرانزگراسی» تصویر از قید تقلید از واقع و واقع‌نمایی رسته است و قابل کنترل به‌وسیله واقعیت یا ایدئولوژی نیست. وانمودن ترکیب واحدی از پنداره، واقعیت و ایدئولوژی است که در تالی آخر را تفسیر یا تضمین‌کننده اولی معرفی می‌کند. اگر وانمودن در درون خود واقعی است و وابسته به رابطه‌اش با ایدئولوژی و واقعیت نیست پس در هر زمان و زمینه‌ای برای هر کاربردی قابل دسترس است.

فرامدرن، یک فرهنگ پاره‌پاره فقدان واقعیت و ایدئولوژی به‌عنوان پایه‌های اصلی پنداره‌ها مصداق دیگری از فقدان یک «روایت اصلی» است. پیامد کلیدی این فقدان، پاره‌پاره شدن تجربه و پنداره‌های تجربه است. فرهنگ فرامدرن یک فرهنگ پاره‌پاره است. این پاره‌ها تصادفاً کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و بر مبنای نظم سازمان‌یافته و اصول خاص جمع نشده‌اند. تلویزیون به‌خصوص برای فرهنگ پاره‌پاره مناسب است چرا که «جریان» مداوم آن شامل تکه‌های نسبتاً مرتب است که بر اساس نظامی غیرپایه‌ای و حاصل مخلوطی از الزامات روایی یا متنی اقتصادی و سلاقی بینندگان شکل گرفته است (Ellis 1988, Fink 1986). مشاهده پانزده دقیقه از یک سریال مثلاً شامل ۵ روایت به هم

بافتند، تبلیغات تجاری نیم‌جین کالا، اعلام سایر برنامه‌های تلویزیونی و احتمالاً خلاصه اخبار است. پاره‌پاره کردن، هرکوشش برای استمرار سکانس‌ها را مغلوب می‌کند. این پاره‌پاره شدن می‌تواند با استفاده از کنترل راه دور و تغییر مرتب کانال‌ها در طول تبلیغات تجاری یا قسمت‌هایی از سریالی که کمتر مورد علاقه بیننده است، تشدید شود.

حتی اخبار تلویزیونی که سعی در بیان «حقیقت» (یک روایت قطعی، درباره یک واقعیت خارجی و مقدم بر نمایش) دارد ویژگی‌های فرامدرنی از خود بروز می‌دهد. داستانی درباره یک آدم‌ربایی سیاسی در خاورمیانه ممکن است شامل تصاویری باشد که در پیوندشان با «واقعیت» بسیار متفاوت باشند. گریه‌کننده استودیو، گزارشگر حاضر در

■ هر دو نظریه بازنمایی و رویکرد

تقلید هنر از واقعیت ادعا می‌کنند

که دوربین، وسیله‌ای برای

«بازنمایی نادرست» است. هر دو

نظریه این حکمت عامیانه را که

دوربین دروغ نمی‌گوید، مورد نقد

قرار داده و ادعا می‌کنند دوربین،

جز دروغ نمی‌گوید.

صحنه پس از حادثه، تصاویر خیابان پس از حادثه، تصاویر آرشیوی مورد نظر تدوینگر، تصاویر سریع خانواده یا تصاویر فارغ‌التحصیلی قربانیان، توضیحات یک متخصص، اظهار عقیده در مورد حادثه، راینندگان، گرانیک‌های کامپیوتری، همه و همه موجب آشفتگی رابطه یک حادثه و نمایش آن می‌شود. این نشان می‌دهد که تصاویر تلویزیون بیش از آنکه بازتولید یک واقعه خاص باشند به بازتولید تصاویر مشابه می‌پردازند. پنداره‌های ناآرامی در خاورمیانه از ناآرامی‌های واقعی آن منطقه تفکیک‌ناپذیر است. نه به‌خاطر وقوع آدم‌ربایی بلکه برای پوشش رسانه‌ای، آدم‌ربایی وانمایی بود و تعارضی میان انواع نمایش‌های موجود در آن وجود نداشت. چرا که در غیاب هر نوع تمایز هستی‌شناختی میان پنداره و مرجع هیچ نوع «درستی» از نمایش برای ملاک قرار گرفتن و مقایسه بقیه پنداره‌ها با آن وجود ندارد.

این پنداره‌های فرامردن نه تنها در بند ارجاع و ایدئولوژی نیستند بلکه از هر نظم مفهومی مانند ژانر (نوع)، رسانه یا زمانه نیز دور هستند آنها از هر نوع، رسانه و زمانه گلچین شده‌اند. ادراک فرامردن از این پنداره‌های نامرتبط بهره می‌برد چرا که بی‌ربطی در سیستمی که ما مقولات آن را با عنوان‌های نظم‌دهنده‌ای مانند نوع و زمانه یا رسانه‌ها از هم

زیرین تجربیات ما از فرهنگ و اجتماع را تعیین می‌کند و به آگاهی اجتماعی ما سازمان می‌دهد. با انکار عمق، فرانوگرایان قدرت یا حتی وجود این ساخت‌های سازمان‌دهنده را انکار می‌کنند.

یک نتیجه این انکار، تقلید ادبی است. تقلید ادبی تصور مجدد یک دلالت‌گراست: مثل استقبال شعری بدون ابعاد استقبال. یک

شعری و نوگرایی آوانگارد وجود دارد) در واقع در «فرانوگرایی» هیچ تخیلی از مقوله‌بندی وجود ندارد؛ چرا که اساساً هیچ مرزبندی مقوله‌ای وجود ندارد تا نقض شود. تغییر دارای معنی نیست بلکه دارای ارزش نمایش است. به همین نسبت از آنجا که صور خیالی (Simulacra) دارای ریشه نیستند. راهی برای تغییر یک تقلید ادبی از اصل خود وجود ندارد و نمی‌توان با استقبال شعری آن را رد یا نقد کرد. خالی بودن تقلید از دلالت نشانه دیگری از طرد ساخت‌های سازمان‌دهنده به وسیله فرانوگرایی است. فرانوگرایی با استواری تمام نوع (Genre) را هم مردود می‌داند چرا که نوع، راهی برای سازمان‌دادن متون براساس ساخت، تشابه و اختلاف است. از آنجا که متن هرگز مستقل از جامعه نیست انکار ساخت نوعی، رد متن‌گرایی هم هست و کارکرد اجتماعی دارد. انواع تنها راه‌های سازمانی تولیدات متنی نیستند آنها سازمان‌دهنده انتشار اجتماعی آنها

■ فرهنگ فرامردن یک فرهنگ

پاره‌پاره است. این پاره‌ها تصادفاً

کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و

بر مبنای نظم سازمان یافته و

اصول خاص جمع نشده‌اند.

هم هستند.

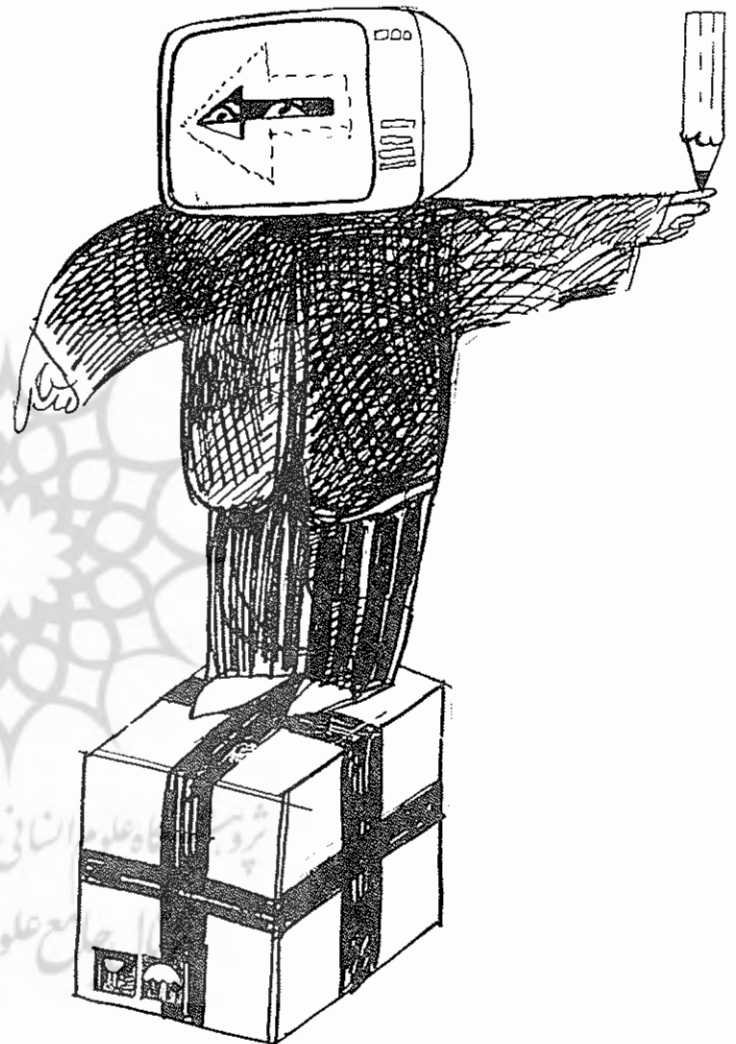
انواع از طریق ذوق، که سازکردش تطبیق دادن تولید فرهنگی با جایگاه اجتماعی مصرف‌کننده است، هویت‌های اجتماعی را در ساخت‌های شباهت و تفاوت سازمان می‌دهند. سریال تلویزیونی به‌عنوان یک نوع، نه تنها تصاویری متمایز از سایر انواع را سازمان‌دهی و کنترل نمی‌کند بلکه معانی اجتماعی زن بودن و خانگی بودن را که جنبه تفضی آن است، سازماندهی و کنترل می‌کند. بسط نوع، مثل داخل کردن خوانندگان عامه‌پسند و آهنگ‌سازان در آن، وفاداری بینندگان را به این نوع تغییر و توسعه می‌دهد. این ترکیب انواع مختلف ضمناً تناقضات مربوط به اختلافات اجتماعی را آشکار می‌کند.

نظم و ساختار، مبانی نظام اجتماعی

جوامع پیچیده سرمایه‌داری جدید نیاز به تکثر اجتماعی وسیعی دارند ولی تلاش می‌کنند این تکثر را با کنترل و نظم‌بخشی به نفع خود اداره کنند. تولید و تعریف اختلافات

صحنه از فساد میامی می‌تواند تقلید یک ویدئوموزیک باشد. ممکن است سبک آن را بازتولید کند نه برای نقد یا تمسخر (مانند استقبال شعری) بلکه برای آنکه مثل آن به نظر برسد. استقبال به تفاوت میان اصل و بازتولید آن استقبال بستگی دارد: تقلید، این تفاوت را انکار می‌کند. در تقلید، تصاویر یا سبک‌ها از یک زمانه، نوع یا رسانه می‌تواند در دیگری بازتولید شود بدون آنکه مقوله‌بندی تغییر یافته دلالتی داشته باشد (مانند آنچه در استقبال

تفکیک کرده‌ایم امکان تولید متناقضات را سلب می‌کند. به همین دلیل «فرانوگرایی» با نوگرایی آوانگارد متفاوت است. برای «فرانوگرایی» بخش بنیادین بازی پنداره‌ها شهوت‌انگیزی سطحی آن است. «فرانوگرایی» معانی عمیق نهفته زیر سطح را انکار می‌کند، به‌مانند فراساخت‌گرایان، فرق میان دال و مدلول را رد کرده و در نتیجه بحث درباره دلالت را بی‌فایده می‌داند. پدیده «تحلیل عمقی» (ایدئولوژیک، ساختی یا روان‌تحلیلی) ساخت



است ولی برخلاف تفاوتی که برائش از خود بیگانگی به وجود آمده این تفاوت مقاومت را ممکن می‌سازد چرا که محصول از پایین به بالا است.

«فرانوگرایی»، بیان زیبایی‌شناختی

با این حساب مسأله این است که هیچ نوع تفاوتی میان توده‌ها وجود ندارد بلکه تفاوت میان آنان و نظم اجتماعی است. این نشانه ضعف ریشه اجتماعی «فرانوگرایی» به‌عنوان یک سبک و یک تئوری است، نقش فرهنگ در این تئوری بسیار مناسب حال کسانی است که در فورماسیون اجتماعی نقش غالب دارند. این یک تئوری انتقادی نیست، یک تئوری مادی هم نیست. «فرانوگرایی» مجموعه‌ای از یک سبک زیبایی‌شناختی و بیان تئوریک آن فعالیت‌های زیبایی‌شناختی است. تئوری‌های نمایش و تقلید انواع تحلیل‌های فعالیت‌های فرهنگی را که خارج از چارچوب شناخت‌شناسی خود بود، فراهم کرد. آنها با ایجاد سطحی از تحلیل فعالیت‌های فرهنگی، پیوندی سیاسی، انتقادی و بحث‌انگیز در میان نقد و مورد نقد برقرار کردند. «فرانوگرایی» در حیطه نوعی شناخت سیاسی کار می‌کند که سبک فعالیت، تحلیل و تئوری‌سازی‌اش رابطه‌ای متقابل با یکدیگر دارند. انکار تفاوت میان تصویر و واقعیت یا بین تصویر و معنی، کلیتی را می‌سازد که اعتبار هنر نظمی را در دانش و بیرون آن و در نتیجه امکان هر نقدی از آن را مستثنی می‌کند. در نهایت این یک خودبستگی است.

برای نقد هر چیزی نیاز داریم که بیرون آن بایستیم و عینکی از یک شناخت‌شناسی دیگر به‌کار ببریم. من می‌خواهم «فرانوگرایی» را از منظر ماتریالیسم اجتماعی نقد کنم چرا که حتی در تئوری‌های اخیر سرمایه‌داری مبتنی بر بازار که پایان تاریخ یا سرمایه‌داری را اعلان نمی‌کند هنوز راه‌های مادی برای فهم معناها و تجربه اجتماعی وجود دارد که ارزش و قدرت تفسیری دارد و «فرانوگرایی» آن را انکار می‌کند. از یک دیدگاه مادی‌گرایانه، «فرانوگرایی» مخصوصاً در روایت بودریاری آن نقطه‌ضعف‌های مشترکی با زیبایی‌شناسی سنتی دارد. این زیبایی‌شناسی، هنر و زندگی را منفک از یکدیگر می‌داند: به نظر می‌رسد یک فاصله زیباشناختی میان اثر هنری در زندگی روزمره دنیوی با تأکید بر کیفیت‌های متعالی

اجتماعی از بالا یکی از ابزارهای انتظام اجتماعی است. تمایز و تفاوت در این قلمرو به‌وسیله یک نظام استادانه کالاهای مادی در قلمرو اقتصادی و کالاهای فرهنگی در قلمرو فرهنگی بازتولید می‌شود. بنابراین بی‌انتظامی ناشی از طرد مقوله‌بندی براساس انواع از طرف فرانوگرایان مستلزم طرد انتظام نه‌فقط در پنداره‌ها، بلکه در موقعیت‌های اقتصادی و اجتماعی است. این طرد انتظام حداقل در تئوری ارزش‌آزمایشگاهی دارد. اما فشارهای ایجادشده به‌وسیله شرایط مادی زندگی اجتماعی به آن سادگی که فرانوگرایان می‌پندارند نیست. هر قدر گروه اجتماعی از لحاظ مادی و سیاسی در جامعه محروم‌تر باشد، فشار بیشتر است. سیاست فرهنگی و اجتماعی مورد نظر فرانوگرایان می‌تواند به‌وسیله گروه‌هایی حاصل شود که از سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی بالایی بهره‌مند باشند و طرد مقوله‌بندی نوعی رد نظم است و حاصل پاره‌پاره‌سازی جریان پنداره طرد ساختار است. به یاد داشته باشیم نظم و ساختار نه تنها میانی نظام‌های معنایی هستند بلکه میانی نظام‌های اجتماعی هم می‌باشند. در تئوری، کسانی بیشترین فایده را از طرد نظم می‌برند که بیشترین فشار را از آن تحمل می‌کنند. اما این توان رهایی‌بخش بیشتر در اختیار کسانی است که از نظر اقتصادی و فرهنگی توان بیشتری دارند.

بودریار (1983 a) سعی می‌کند این مسأله را با تعریف دوباره توده‌ها و رابطه آنها با نظم اجتماعی توضیح دهد. در تئوری‌های ابتدایی‌تر فرهنگ توده، توده‌ها به‌عنوان مجموعه‌ای از افراد از خود بیگانه‌شده ملاحظه می‌شوند که واقمیت تاریخی روابط اجتماعی طبقه‌شان به‌وسیله سرمایه‌داری معاصر شکسته شده است. بنابراین توده‌ها جایگاه ثابتی در نظم اجتماعی نداشتند تا بتوانند براساس آن به مقاومت بپردازند و در نتیجه در مقابل تحمیلات ایدئولوژیک آسیب‌پذیر بودند. به نظر بودریار از خود بیگانگی توده‌ها منتج به آسیب‌پذیری و انفعال نمی‌شود بلکه به آزادی آنان برای طرد نظم اجتماعی منتهی می‌شود. آنها به‌خصوص می‌توانند پنداره‌ها را بدون مصرف معانی آنها - چه ارجاعی و چه ایدئولوژیکی - مصرف کنند. او می‌گوید این طرد، تنها مقاومت ممکن برای توده‌ها است. این بیان تفاوت میان توده‌ها و نظم اجتماعی

■ نیویورک یک شهر واقعی نیست
یک فراواقعیت است. نیویورک
تصویری است که بر صفحه‌های
تلویزیون، پرده‌های سینما،
پوشه‌ها و تقویم‌های دیواری،
تی‌شرت‌ها و فنجان‌های قهوه نقش
یسته است.



■ انکار تفاوت میان تصویر و
واقعیت یا بین تصویر و معنی،
کلیتی را می‌سازد که اعتبار
هنر نظمی را در دانش و بیرون آن و
در نتیجه امکان هر نقدی از آن را
منتفی می‌کند.

هنر و جداسازی آن از زمینه‌های تاریخی و اجتماعی، ایجاد شده است. همچنین یک فاصله انتقادی بین اثر هنری و خواننده/تماشاگر آن ایجاد می‌کند که فعالیت نهادینه‌شده مطالعه را به نفع یک احساس هنری و متعالی ناموجه می‌کند. بوردو (۱۹۸۴) به این بحث پرداخته که این فاصله میان زندگی روزمره و زیبایی‌شناسی برابر با آزادی از الزامات اقتصادی است. تبدیل هنر به یک جهان خودخواسته که از روزمرگی فاصله گرفته، حاصل فعالیت نخبگانی است که می‌توانند فشارهای نیازهای مادی را نفی کرده و می‌توانند زیبایی‌شناسی را بنا کنند که نه تنها

■ آنچه بازنمایی می‌شود واقعیت نیست، ایدئولوژی است و تأثیرگذاری این ایدئولوژی با خاصیت تصویرگری تلویزیون تقویت می‌شود، خاصیتی که ایدئولوژی را لباس حقیقت می‌پوشاند.

■ واقعیت در اصالت عینیت یا تجربه نیست، بلکه مخلوق گفتمان است.

■ دوربین تلویزیون و میکروفون، واقعیات را ضبط نمی‌کنند، بلکه آن را رمزگذاری می‌کنند: رمزگذاری به واقعیت جهت می‌دهد و این جهت، ایدئولوژیک است.

ارزش شرایط مادی را نفی می‌کند بلکه در واقع فقط برای اشکال هنری ارزش قائل است که در مقابل ارزش‌های مادی قرار گرفته است. این ضدیت با مادی‌گرایی فقط برای کسانی که از مزایای ویژه‌ای برخوردارند قابل تحمل است. به همین ترتیب به نظر می‌رسد طرد هرگونه رابطه دلالتی با شرایط مادی توسط بودریار فقط از موضعی ممکن است که شرایط مادی دارای اثر دائم و محدودکننده در آن نباشد.

شکل‌بندی‌های متفاوت فرودستی اجتماعی که شامل اکثریت جامعه ما می‌شود موجب پیدایش و انتشار فرهنگ عامیانه خاص خودشان شده است. آنها توده‌هایی بی‌فرهنگ

و آسیب‌پذیر نیستند آنگونه که انسان‌گرایی نخبه‌گرا، اقتصاد سیاسی و «فرانوگرایی» آنها را تصویر کرده‌اند؛ بلکه برعکس آنها فعال و مولد هستند و مشتاقانه فرهنگی را تجربه می‌کنند که برای زندگی روزمره آنان مانند شرایط اقتصادی محدودکننده، حیاتی است. فرهنگ عامیانه کمبتر هنرمحور و تصویرمحور است و بیشتر مجموعه‌ای از فعالیت‌های فرهنگی است که در آن هنر نیز در میان شرایط زندگی روزمره جای گرفته است. تقاطع میان تصاویر تولیدشده و منتشرشده توسط صنایع رسانه‌ای و زندگی روزمره در دیدگاه‌های نمایشی، تقلیدی و فرامردن پنداره‌ای است که از آن غفلت واقع شده است. تمام این تئوری‌ها بر روابط کلان - ساختاری تصویر و ایدئولوژی، تصویر واقعیت و یک تصویر با تصاویر دیگر متمرکز شده‌اند. هیچکدام از این تئوری‌ها به فعالیت‌های واقعی در ارتباط با تصاویر تولیدشده توسط جامعه و مردم دارای جایگاه اجتماعی توجه نکرده‌اند.

لیل (۱۹۹۰) به‌عنوان مثال مجموعه‌ای از اشیای فرهنگی اطراف دستگاه تلویزیون را در طبقه کارگر ساکن یک شهر تازه‌ساز روستایی در برزیل بررسی کرد. یک مجموعه اشیای مربوط به عکس‌های خانوادگی است که روی تلویزیون قرار گرفته، عکس‌های بزرگ افراد غایب خانواده - چه مرده و چه زنده - عکس‌های پرسنلی افرادی از خانواده که به زندگی شهری روی آورده‌اند. عکس پرسنلی و پرتوهای تصویری از تحرک اجتماعی و انتقال از گذشته روستایی به آینده شهری است. تصاویر بالای صفحه تلویزیون در این مفهوم به‌معنای تجدد، شهرنشینی و آینده است. یک سریال تلویزیونی در این شرایط دریافت و بازتولید، همانگونه که لیل (۱۹۸۸) نشان می‌دهد محصول فرهنگی کاملاً متفاوت از همان سریال تلویزیونی است که در منازل طبقه متوسط برزیل دریافت می‌شود.

چو و چو (۱۹۹۰) در مطالعه زنان کره‌ای که در آمریکا سریال‌های کره‌ای را به‌وسیله ویدئو تماشا می‌کنند، نشان می‌دهند که چگونه شرایط اجتماعی زنان از معانی و لذت ناشی از سریال غیرقابل تفکیک هستند. یک خط داستانی در سریال، عکس‌العمل یک زن را در قبال هوسرانی‌های شوهر و تصمیم وی برای جدایی از او دنبال می‌کرد. چو و چو نشان دادند چگونه و چه تعداد از تماشاگران زن به‌وسیله هموایی با این روایت، آن را در

زندگی روزمره خود برای افزایش حیطه کنترل خود بر ازدواج مردسالارانه و تحمیلی کره‌ای به‌کار گرفتند. آنها همچنین نشان دادند که چگونه تجربیات زنان از تلویزیون آمریکا، که دارای زنان قویتر و فعالتر بودند به‌عنوان عاملی در تولید معنا از سریال کره‌ای و تأثیرگذاری بر رفتار آنان در شرایط خاص ازدواجشان عمل کرد. برای بسیاری از بینندگان آمریکایی نمایش Cosby برای مثال ممکن است عکس‌العملی نمایشی در مقابل ایدئولوژی مردسالاری در خانواده‌های بورژوازی باشد. اما وقتی این نمایش در شرایط اجتماعی زنان کره‌ای دریافت می‌شود نشان برابری جنسی بالاتر و افشاگر جایزخطا و حيله‌گر بودن مردان است. در واقع داستان سریال کره‌ای همسری را نشان می‌دهد که از شوهرش به‌خاطر خیانت طلاق می‌گرفت و شامل تصویری از سوار شدن معشوقه در ماشینی است که شوهر خیانتکار به او داده است. برای یک زن آمریکایی ممکن است این تصویر چندان مهم یا دلالت‌گر نباشد. برای بسیاری از زنان کره‌ای تصویر زنی که ماشین می‌رانند نشانه موفقیت اوست. این جزء اتوپیایی برای این زنها، در آمریکا یک آرزوی دست‌نیافتنی نیست بلکه کاملاً قابل حصول است و اگرچه شوهران کره‌ای در اعطای اجازه اتومبیل سواری اعتبار خود را در آمریکا کاملاً از دست داده است.

ویلیامز (۱۹۸۸) نیز در مطالعه طبقه کارگر سیاه در واشنگتن دریافت که فرهنگ آنان شامل مخلوطی از خلاقیت و فشار است. فقر، مادیت را به آنان تحمیل کرده است، آپارتمان‌های آنان کوچک و وسایل حمل‌ونقلشان چنان محدود بود که فقط امکان ارتباط با همسایگان برایشان میسر شده بود. یک راهبرد برای فائق‌آمدن بر این فشارهای مادی مجموعه‌ای از فعالیت‌های فرهنگی بود. این آپارتمان‌های کوچک از خاطرات و یادگارهایی که تجربیات و معانی کاملاً مشخص را دربر داشت پر شد. قدم‌زدن به‌طرف مغازه‌ها با مواجهه‌ها و گفت‌وگوها و مکان‌های آشنا و تجربیات مشخص خرد همراه شد. تلویزیون نیز بخشی از این شالوده بود، تلویزیون همواره روشن بود و صدا و تصویر با آپارتمان و روزمرگی‌های ناشی از محدودیت‌های زندگی درآمیخته بود. سریال‌هایی مانند دالاس به‌خصوص مورد علاقه عموم بودند چرا که اشخاص و حوادث آن سریال قابل تطبیق با زندگی روزمره بود. □