



زیبایی شناسی پس..... رسانه‌ای

Lev Manovich

مترجم: ابوالفضل توکلی شانديز

دانشجوی دکتری فلسفه اخلاق

بحران رسانه

در یک‌سوم پایانی قرن بیستم، تحولات فرهنگی و فناورانه گوناگونی با کمک یکدیگر یکی از مفاهیم کلیدی هنر مدرن یعنی رسانه را از معنا تهی کردند. با این همه، هیچ گستره‌شناسی تازه‌ای از کاربری‌های هنری جای گونه‌شناسی رسانه‌محور را نگرفت که هنر را به نقاشی، آثار روی کاغذ، مجسمه‌سازی، فیلم، ویدئو و غیره تقسیم می‌کرد. این فرض که کاربری‌های هنری را می‌توان به آراستگی تمام در مجموعه کوچکی از رسانه‌های متمایز سامان بخشید همچنان به سازمان موزه‌ها، دانشکده‌های هنر، سازمان‌های تأمین بودجه و سایر نهادهای فرهنگی را ساختار می‌بخشد، ولو اینکه چنین فرض دیگری قادر نباشد نحوه عمل فرهنگ را در عالم واقع بازتاب دهد.

چند تحول مختلف به این بحران مفهومی دامن زده است. از دهه ۱۹۶۰ به این سو رشد سریع فرم‌های تازه هنری همچون هنر جفت‌وجورکاری (مونتاژسازی)، هنر پیشامد، هنر اینستالیشن (کارگذاری) (از جمله فرم‌های فرعی مختلف آن مانند اینستالیشن‌های مختص به مکان و اینستالیشن‌های ویدئویی)، هنر اجرا، هنر کنشی، هنر مفهومی، هنر فرآیندی، هنر زمان‌محور و از این دست، صرفاً به‌خاطر واقعیت تعدد این فرم‌ها گونه‌شناسی رسانه‌ها (نقاشی، مجسمه‌سازی، طراحی) را به‌رغم قدمت چندین سده‌ای آن تهدید کرد از این گذشته، درحالی‌که گونه‌شناسی سنتی بر تفاوت مواد مورد استفاده در کاربری‌های هنری استوار بود، رسانه‌های جدید یا امکان استفاده از مواد مختلف را در ترکیب‌های دلخواه فراهم می‌کردند (اینستالیشن)، یا از آن هم بدتر، وجهه همت خود را ماده‌زدایی از شیء هنری قرار می‌دادند (هنر مفهومی). به همین دلیل فرم‌های تازه به‌هیچ‌وجه به معنای سنتی کلمه دیگر رسانه نبودند.



با افزوده شدن تدریجی شکل‌های تازه فناورانه فرهنگ به این گونه‌شناسی قدیمی رسانه‌های هنری، تغییر ماهیت دیگری در مفهوم رسانه رخ داد. عکاسی، فیلم، تلویزیون و ویدئو به تدریج در برنامه‌ی درسی دانشکده‌های هنر ظاهر شد و در موزه‌های هنر نیز بخش‌هایی جداگانه به آن‌ها اختصاص یافت. در خصوص عکاسی و فیلم‌برداری سنتی (یعنی پیشادیدجیتال)، هنوز هم می‌شد منطقاً آن‌ها را همچون رسانه‌هایی متمایز در نظر گرفت، چرا که از مواد پایه‌ی مختلفی بهره می‌گرفتند (کاغذ عکاسی در مورد عکاسی، نگاتیو فیلم در مورد فیلم)؛ در عین حال که به خوبی در دوسوی یک تمایز بنیادین دیگر مورد استفاده‌ی زیبایی‌شناسی سنتی برای تعریف گونه‌شناسی رسانه‌ها قرار می‌گرفتند، یعنی تمایز بین هنرهای مکان‌مند (نقاشی، مجسمه‌سازی، معماری) و هنرهای زمان‌مند (موسیقی، رقص). از آنجا که عکاسی با تصاویر ثابت سر و کار داشت و فیلم با تصاویر متحرک که درکشان به زمان نیاز داشت؛ و از آنجا که این دو از مواد گوناگونی بهره می‌بردند، افزودن این دو فرم به گونه‌شناسی رسانه‌های هنری مفهوم رسانه را مورد تهدید قرار نمی‌داد.

با این همه، مسأله‌ی تلویزیون و ویدئو به این راحتی‌ها نبود. هم رسانه جمعی تلویزیون و

وضعیت تلویزیون در برابر ویدئو مثالی از این نکته است که چگونه مفهوم قدیمی رسانه مورد استفاده‌ی زیبایی‌شناسی سنتی برای تمییز هنرهای مختلف با مجموعه‌ای تازه از تمایزهای مهم در قرن بیستم، یعنی تمایز بین هنر و فرهنگ توده به اختلاف دچار شد. نظام هنر مدرن به گردش درآمدن اشیائی را اقتضا می‌کرد که یا منحصر به فرد بودند یا تعداد نسخه اندکی از آن‌ها وجود داشت، اما فرهنگ توده با توزیع جمعی نسخه‌هایی یکسان سر و کار داشت و نتیجتاً به فناوری‌های گوناگون بازتولید و توزیع مکانیکی و الکترونیکی وابسته بود. وقتی هنرمندان راه استفاده از فناوری‌های رسانه‌های جمعی (اعم از عکاسی، فیلم، هنر



هم رسانه هنری ویدئو از ماده پایه یکسانی بهره می‌گرفتند (یعنی سیگنال الکترونیکی که قابلیت انتقال و ثبت آنی بر روی نوار را دارد) و همچنین شرایط ادراک مشابهی داشتند (که عبارت بود از نمایشگر تلویزیون). تنها توجیه برای در نظر گرفتن آن‌ها همچون رسانه‌هایی متمایز ابعاد جامعه‌شناختی و اقتصادی‌شان بود یا به عبارت دیگر تفاوت بین تعداد مخاطبان هر یک، سازوکار توزیع آن‌ها (از شبکه تلویزیونی در برابر نمایش در موزه و گالری) و تعداد نسخه‌هایی بود که از نوار/برنامه تهیه می‌گردید.

رادیو، هنر ویدئو، یا هنر دیجیتال) را برای خلق هنر در پیش گرفتند، اقتصاد نظام هنر آن‌ها را وادار نمود از فناوری‌های طراحی شده برای بازتولید انبوه برای هدفی مخالف بهره بگیرند که عبارت بود از خلق نسخه‌هایی محدود. (به همین دلیل است که اگر از یکی از موزه‌های هنر معاصر بازدید کنیم با این

قبیل اشیای مفهوماً متناقض نظیر «نوار ویدئو، نسخه ۶» یا «دی‌وی‌دی، نسخه ۳» مواجه می‌شویم). به تدریج این تفاوت‌های جامعه‌شناختی در سازوکار توزیع، به همراه سایر تفاوت‌های جامعه‌شناختی که پیشتر ذکر گردید (یعنی تعداد مخاطب و فضای پذیرش/نمایش)، نسبت به تفاوت ماده مورد استفاده یا شرایط ادراک [اثر] به معیاری مهم‌تری برای متمایز کردن رسانه‌ها تبدیل شد. خلاصه اینکه جامعه‌شناسی و اقتصاد بر زیبایی‌شناسی غلبه یافتند.

یورش دیجیتال

در کنار پدیدار شدن رسانه‌های جمعی در سراسر قرن بیستم و گسترش فرم‌های تازه هنری که سرآغاز آن دهه ۱۹۶۰ بود، انقلاب دیجیتال دهه‌های ۱۹۸۰-۱۹۹۰ نیز تحول دیگری بود که ایده سنتی رسانه را تهدید کرد. چرخش بیشتر ابزارهای تولید، ذخیره‌سازی و توزیع رسانه‌های جمعی به سمت فناوری دیجیتال (یا ترکیب‌های گوناگون فناوری‌های الکترونیکی و دیجیتال) و استفاده برخی هنرمندان از چنین ابزارهایی هم تمایزهای سنتی مبتنی بر مواد و شرایط ادراک را تغییر داد و هم تمایزهای تازه و متأخرتر مبتنی بر مدل توزیع، شیوه دریافت/نمایش و نظام پرداخت هزینه را.



در سطح مواد آثار هنری، چرخش به سمت بازنمایی دیجیتال و ابزارهای رایج اصلاح/ویرایش که در مورد بسیاری از رسانه‌های کاربرد داشتند (نظیر کپی، چسباندن،

جلوه‌های ویژه استحاله، پر کردن فریم‌ها، استفاده از فیلتر، ترکیب تصاویر و غیره) و جایگزین ابزارهای سنتی متمایز هنری شدند، تفاوت میان عکاسی و نقاشی (در قلمرو تصاویر غیرمتحرک) و میان فیلم و انیمیشن (در قلمروی تصویر متحرک) را محو کردند. در سطح زیبایی‌شناسی نیز وب‌سندی چندرسانه‌ای پدیدآورده (به این معنا که به ترکیب و اختلاط رسانه‌های مختلفی همچون متن، عکس، ویدئو، گرافیک، صدا دست می‌زند) و آن را به عنوان معیار ارتباطی تازه‌ای مطرح ساخته است. فناوری دیجیتال به اجرا درآوردن فعالیت فرهنگی تهیه نسخه‌های مختلف از پروژه‌ای یکسان برای رسانه‌های مختلف، شبکه‌های توزیع مختلف و مخاطبان متفاوت را که پیش از این نیز وجود داشت، بسیار آسان‌تر نیز ساخته است. به این ترتیب اگر بتوان نسخه‌هایی کاملاً متفاوتی را از یک شیء هنری یکسان (مثلاً نسخه‌های تعاملی و غیرتعاملی، یا نسخه فیلم با لنز ۳۵ میلی‌متری و نسخه وب) تهیه کرد، ارتباط نیرومند و سنتی میان هویت یک شیء هنری و رسانه آن از هم گسیخته می‌شود. در سطح توزیع نیز وب (دست‌کم در مقام نظر) تفاوت میان توزیع جمعی - که قبلاً با فرهنگ توده مترادف بود - و توزیع محدود - که قبلاً برای خرده فرهنگ‌های کوچک و نظام هنر محفوظ دانسته می‌شد - را بر باد داده است. (دسترسی یک نفر، ده نفر، ده هزار نفر یا ده میلیون نفر هم به یک وب‌سایت خاص امکان‌پذیر است).

اینها تنها نمونه‌هایی هستند از این موضوع که چرا مفهوم سنتی از رسانه برای فرهنگ پسادیجیتال و پساشبکه کارایی ندارد. با این همه، علی‌رغم بسنده نبودن آشکار مفهوم رسانه برای توصیف واقعیت فرهنگی و هنری معاصر، این مفهوم همچنان پابرجا است. مانایی آن صرفاً ناشی از لختی است - و البته به این دلیل هم هست که برپا کردن یک نظام مفهومی مناسب‌تر و بهتر، در حرف ساده، اما در عمل دشوار است. بنابراین به جای خلاص شدن کامل از شر گونه‌شناسی مبتنی بر رسانه، مدام دسته‌بندی‌هایی تازه همچون «ژانرهای جدید»، اینستاایشن تعاملی، هنر تعاملی، هنر شبکه و از این دست موارد را به آن می‌افزاییم. اشکال این دسته‌بندی‌های جدید این است که از همان سنت قدیمی تمایز نهادن بین شیوه‌های متمایز هنری براساس مواد مورد استفاده پیروی می‌کنند؛ تنها تفاوت این است که اکنون مواد مختلف جایشان را به فناوری‌های مختلف داده‌اند.

به عنوان مثال تمام هنر روی شبکه یعنی هنری که از فناوری شبکه استفاده می‌کند، در دسته‌ای به نام «هنر شبکه» جا داده شده‌اند. اما چرا باید فرض کنیم که تمام اشیای هنری که شباهتشان استفاده از فناوری شبکه است، وقتی مسأله درک کاربران از آن‌ها به میان می‌آید، هیچ وجه اشتراکی دیگری داشته باشند؟ ایده «هنر تعاملی» نیز تا همین اندازه بفرنج است. چنانکه قبلاً هم گفته بودم:

استفاده از مفهوم تعامل در مورد رسانه‌های مبتنی بر کامپیوتر، نوعی همان‌گویی است. رابط انسان و کامپیوتر (HCI) امروزی بنا به تعریف، تعاملی است. این رابط برخلاف رابط‌های قبلی مانند پردازش دسته‌ای، به کاربر امکان می‌دهد کامپیوتر را با دستکاری اطلاعات نمایش داده شده در صفحه نمایش به‌طور لحظه‌ای کنترل کند. هنگامی که شیئی در کامپیوتر بازنمایی می‌شود، به‌طور خودکار تعاملی می‌گردد. بنابراین، تعاملی خواندن رسانه کامپیوتر بی‌معنی است - چرا که این مسأله بنیادی‌ترین واقعیت مربوط به کامپیوتر است.

همانطور که نباید فرض کنیم همه آثاری که از فناوری شبکه استفاده می‌کنند به رسانه «هنر شبکه» تعلق دارند، اشتباه است اگر تمام اشیای هنری را که به استفاده - یا دقیق‌تر بگوییم به ایجاد لایه‌ای بر روی - فناوری‌های تعاملی کامپیوتری مدرن می‌پردازند، در دسته «هنر تعاملی» بگجانیم. شاید بتوانیم این گزاره را مطرح کنیم که وجود رسانه متمایز هنر شبکه مبتنی بر فناوری شبکه امکان‌پذیر است، اما اشتباه است که تمام هنرهایی که از شبکه بهره می‌گیرند را به‌طور خودکار «هنر شبکه» بدانیم.





برنامه‌ای برای زیبایی‌شناسی پارسا رسانه‌ای

محدودیت فضای این مقاله اجازه نمی‌دهد به تدوین نظام مفهومی تازه‌ای دست بزنم که جایگزین گفتمان قدیمی رسانه‌ها باشد و توصیفی بسنده‌تر از فرهنگ پسادیجیتال به دست دهد. با این حال، کاری که می‌توانم انجام بدهم این است که مسیری خاص را که شاید بخواهیم برای تدوین چنین نظامی در پیش بگیریم، نشان دهم. این مسیر مستلزم جایگزین کردن مفهوم رسانه با مفاهیمی تازه از فرهنگ کامپیوتر و شبکه است. از این مفاهیم می‌توان هم به معنای تحت‌اللفظی (در مورد ارتباطات واقعی صورت گرفته به واسطه کامپیوتر) و همچنین به معنای استعاری (در مورد فرهنگ پیشاکامپیوتری) بهره برد. با این اوصاف، ماهیت این زیبایی‌شناسی پارسا رسانه‌ای به شرح زیر است:

۱- زیبایی‌شناسی پارسا رسانه‌ای نیازمند دسته‌بندی‌هایی است که بتوانند توضیح دهند که چگونه یک شیء فرهنگی به سازماندهی داده‌ها و ساختاردهی تجربه کاربر از این داده‌ها می‌پردازد.

۲- دسته‌بندی‌های زیبایی‌شناسی پارسا رسانه‌ای نباید به هیچ رسانه ذخیره‌سازی یا ارتباطی خاص گره بخورند. به عنوان مثال، به جای اینکه «دسترسی تصادفی» را یکی از ویژگی‌های خاص رسانه کامپیوتر بدانیم، باید به آن همچون یک استراتژی کلی سازمان‌دهی داده‌ها (که کتاب‌های سنتی، معماری را نیز دربر می‌گیرد) و به شکلی مجزا همچون راهبردی خاص در رفتار کاربر بیندیشیم.

۳- زیبایی‌شناسی پارسا رسانه‌ای باید مفاهیم جدید، استعاره‌ها و عملکردهای عصر کامپیوتر و شبکه را در خود بگنجانند، مانند اطلاعات، داده‌ها، رابط کاربری، پهنای باند، پخش مداوم، ذخیره‌سازی، استخراج، فشرده‌سازی، و غیره. می‌توان از این مفاهیم هم در هنگام سخن گفتن درباره فرهنگ پسادیجیتال و پسانشکه خود و هم در هنگام بحث در مورد فرهنگ گذشته بهره گرفت. برداشت من از رویکرد دوم نه یک تمرین فکری

جالب، بلکه کاری است که اخلاقاً موظف به انجام آن هستیم تا بتوانیم فرهنگ‌های قدیمی و جدید را همچون پیوستاری در نظر آوریم؛ تا فرهنگ تازه و غنی‌تری از طریق استفاده از تکنیک‌های زیبایی‌شناختی فرهنگ قدیمی خلق کنیم؛ و به این منظور که فرهنگ قدیمی را برای نسل جدید که با مفاهیم، استعاره‌ها و تکنیک‌های عصر کامپیوتر و شبکه خو گرفته‌اند، قابل فهم سازیم. یک مثال از چنین رویکردی این است که جوتو^[۱] و آیزنشتاین^[۲] را نه تنها به عنوان یک نقاش رنسانس یا فیلم‌ساز مدرن، بلکه همچون طراحان اطلاعات مهمی به شمار بیاوریم. اولی به ابداع راه‌هایی تازه برای سازماندهی داده‌ها در یک سطح ثابت دوبعدی (تک‌سطحی) یا فضای سه‌بعدی (مجموعه‌ای از سطوح در یک ساختمان کلیسا) پرداخت؛ دومی پیشگام تکنیک‌های جدید سازماندهی داده‌ها در طول زمان و هماهنگ کردن داده‌ها با روندهای مختلف رسانه برای دستیابی به حداکثر تأثیر بر کاربر بود. به این ترتیب، کتابی که در آینده

1- Giotto

2- Eisenstein

برای توصیف شیوه خاص دسترسی و پردازش اطلاعات موجود در یک فرهنگ مطرح کنیم. نباید همیشه پیش فرضمان این باشد که رفتار اطلاعاتی مورد نظر «براندازانه» است؛ چرا که ممکن است با رفتار «آرمانی» مطرح شده توسط نرم افزار کاملاً همخوان باشد، یا ممکن است تنها به این دلیل که کاربر مورد نظر مبتدی است و به شیوه‌های مناسب استفاده از نرم افزار تسلط ندارد، متفاوت باشد.

رفتار اطلاعاتی

امیدوارم درست همان طور که اصطلاح «نرم افزار» موجب جابجایی تأکید از رسانه/ متن به کاربر می شود، اصطلاح «رفتار اطلاعاتی» نیز بتواند به ما کمک کند تا در مورد ابعاد ارتباطات فرهنگی که قبلاً به آن‌ها بی توجهی شده بود بیندیشیم. این ابعاد همواره وجود داشته‌اند، اما در جامعه اطلاعاتی است که به سرعت در زندگی ما برجسته شده و در نتیجه از حیث فکری ملموس گردیده‌اند. امروزه زندگی روزمره ما به معنای واقعی کلمه متشکل است از فعالیت‌های اطلاعاتی مختلف مانند بررسی صندوق پست الکترونیک و پاسخ دادن به آن، بررسی پیام‌های تلفن، سازماندهی فایل‌های کامپیوتری، استفاده از موتورهای جستجو، و غیره. رفتار اطلاعاتی را می توان در ساده‌ترین معنایش در کارهایی نظیر شیوه خاص سازماندهی فایل‌های کامپیوتری توسط افراد یا استفاده آن‌ها از موتورهای جستجو یا کار با تلفن جستجو کرد. البته، براساس پارادایم علوم شناختی، به طور کلی ادراک و شناخت انسان هم نوعی پردازش اطلاعات است - اما در اینجا چنین چیزی منظور نیست. درست است که هر نوع عمل ادراک بصری یا یادآوری حافظه را می توان نوعی پردازش اطلاعات محسوب کرد، اما امروزه چیزهای خیلی زیاد دیگری نیز برای مشاهده، فیلتر کردن، فراخوانی، مرتب کردن، اولویت بندی و برنامه ریزی وجود دارد. به عبارت دیگر، در جامعه ما زندگی روزمره و کاری مان تا حد زیادی حول محور انواع فعالیت‌های رفتاری تازه‌ای می چرخد که شامل جستجو، استخراج، پردازش و انتقال مقادیر زیادی از اطلاعات اغلب کمی است، از پیمایش شبکه حمل و نقل شهرهای بزرگ گرفته تا استفاده از شبکه جهانی وب. رفتارهای اطلاعاتی یک فرد بخشی اساسی از هویت فردی وی را تشکیل می دهند، به عبارت دیگر تاکتیک‌های خاص اتخاذ شده توسط یک فرد یا گروه برای بقا در جامعه اطلاعاتی هستند. درست همان طور که سیستم عصبی ما تکامل پیدا کرده است تا به فیلتر کردن اطلاعات موجود در محیط زیست به شیوه‌ای خاص و متناسب با ظرفیت اطلاعاتی مغز انسان بپردازد، برای زنده ماندن و رشد کردن در جامعه اطلاعاتی نیز رفتارهای اطلاعاتی خاص را تکوین می بخشیم.



در مورد طراحی اطلاعات نوشته شود می تواند جوتو و آیزنشتاین در کنار آن کی^[۳] و تیم برنرزی^[۴] بنشانند.

۴- مفهوم سنتی از رسانه بر ویژگی‌های فیزیکی یک ماده خاص و ظرفیت‌های باز نمودی آن (یعنی رابطه بین دال و مدلول) تأکید دارد. این مفهوم درست مثل زیبایی‌شناسی سنتی در کلیت خود ما را ترغیب می کند به نیت مؤلف و محتوا و فرم اثر هنری توجه کنیم تا به کاربر آن. در مقابل، اگر به فرهنگ، رسانه‌ها و آثار فرهنگی منفرد همچون نرم افزار بیندیشیم، می توانیم بر عملکردهای در اختیار کاربر (یا چنانکه در برنامه‌های نرم افزاری، «فرمان» نامیده می شوند) تمرکز نماییم. به این ترتیب، بر قابلیت‌های کاربر و رفتار کاربر تأکید می شود. به جای استفاده از مفهوم رسانه می توانیم از مفهوم نرم افزار برای سخن گفتن در مورد رسانه‌های قبلی استفاده کنیم یعنی بپرسیم یک رسانه خاص چه نوع عملکردهای اطلاعاتی کاربر را مجاز می شمرد.

۵- هم منتقدان فرهنگی و هم طراحان نرم افزار بین خواننده/کاربر آرمانی محصور در متن/نرم افزار و راهبردهای واقعی خواندن/ استفاده/نرم افزار مجدد مورد استفاده کاربران واقعی تمایز قائل می شوند. زیبایی‌شناسی پسا رسانه‌ای نیز باید تمایز مشابهی را درخصوص تمام رسانه‌های فرهنگی یا اصطلاحاً نرم افزار فرهنگی - که در سطور بالا معرفی شد- مطرح کند. عملکردهای کنونی و شیوه «صحیح» استفاده از یک شیء فرهنگی با نحوه استفاده افراد از آن متفاوت است. (در واقع، یکی از سازوکارهای بنیادین فرهنگ اخیر، «استفاده نادرست» نظام مند از نرم افزارهای فرهنگی است، نظیر خش انداختن بر روی صدای آهنگ‌ها در فرهنگ آهنگ‌سازان^[۵]، یا ضبط مجدد آهنگ‌های قدیمی).

۶. تاکتیک‌های کاربران (به قول میشل دو سرتو^[۶]) منحصر به فرد یا تصادفی نیست، بلکه از الگوهای خاصی پیروی می کند. من مایلم اصطلاح دیگری یعنی رفتار اطلاعاتی را

3- Allan Kay

4- Tim Berners-Lee

5- DJ culture

6- Michel de Certau



همه چیز را همچون نظامی بسته توصیف کند و به این دلیل که هر متن فرهنگی را همچون نمونه‌ای از یک «ساختار عمیق» کلی‌تر در نظر می‌گرفت، دست آخر معلوم شد که طرف هنجار را به‌جای استثنا، طرف اکثریت را به‌جای اقلیت و طرف جامعه را چنانکه هست می‌گیرد نه آن چنانکه می‌توانست باشد.



این تغییر تمرکز از متن به خواننده شکل‌های زیادی به خود گرفت و می‌توان آن را بر حسب دو مرحله زیر در نظر آورد. در مرحله اول، متن انتزاعی ساختارگرایی جای خود را به خواننده‌ای انتزاعی و آرمانی بنا به تصور روانکاوی (کریستوا) و نقد متأثر از روانکاوی داد، نظیر «نظریه آپاراتوس»^[8] در نظریه فیلم، یا «نظریه دریافت»^[9] در ادبیات. تا سال ۱۹۸۰ این خواننده انتزاعی جای خود را به خوانندگانی واقعی و جوامع خوانندگان - اعم از معاصر و گذشته - داد چنانکه «مطالعات فرهنگی»^[10] چنین تحلیلی به‌دست داد؛ یا به قوم‌نگاری، مطالعه دریافت تاریخی سینما در مطالعات اولیه فیلم و غیره معطوف شد.

حالاکه این مسیر از نویسنده به متن و سپس به خواننده طی شده است، نقد فرهنگی باید به کدام سو برود؟ به نظر من، لازم است الگوی اطلاعاتی (نویسنده - متن - خواننده) را با افزودن دو جزء دیگر به آن به‌هنگام‌سازی کنیم و سپس توجه انتقادی خود را بر این اجزاء متمرکز نماییم. این مؤلفه‌ها عبارتند

- 8- Apparatus Theory
- 9- Reception Theory
- 10- Cultural Studies

مفهوم رفتار اطلاعاتی را نیز می‌توان همانند مفاهیم دیگر جامعه اطلاعاتی نظیر نرم‌افزار، اطلاعات و رابط کاربری در مورد اموری فراتر از فعالیت‌های اطلاعاتی خاص امروز نظیر استفاده از گوشی‌های هوشمند، گوگل یا سیستم مترو به‌کار گرفت؛ مثلاً می‌توان آن را به یک حوزه فرهنگی نیز توسعه داد و در مورد گذشته نیز اعمال کرد. به عنوان مثال، می‌توانیم در مورد رفتارهای اطلاعاتی مورد استفاده در خواندن آثار ادبی، بازدید از موزه، تلویزیون‌گردی، یا انتخاب داندلود آهنگ از وبسایت‌های اشتراک‌گذاری اطلاعات نیز تأمل کنیم. اعمال مفهوم رفتار اطلاعاتی بر گذشته موجب تأکید بر این نکته می‌شود که فرهنگ گذشته تماماً بر محور بازنمایی اعتقادات مذهبی، ستایش حاکمان، خلق زیبایی، مشروعیت بخشیدن به ایدئولوژی حاکم و غیره نمی‌چرخیده، بلکه به پردازش اطلاعات نیز می‌پرداخته است. [در گذشته نیز] هنرمندان شیوه‌های جدیدی را برای کدگذاری اطلاعات ابداع می‌کردند و در عین حال شنوندگان، خوانندگان و بینندگان هم تکنیک‌های شناختی خود را برای استخراج این اطلاعات پرورش می‌دادند. تاریخ هنر تنها به نوآوری‌های سبکی، کوشش فراوان برای بازنمایی واقعیت، سرنوشت انسان، رابطه بین جامعه و فرد، و غیره نمی‌پردازد، بلکه در عین حال عبارت است از تاریخ رابطه‌های اطلاعاتی جدید فراهم آمده به‌دست هنرمندان و رفتارهای اطلاعات جدید پدید آمده توسط کاربران. وقتی جوتو و آیزنشتاین به ابداع شیوه‌هایی تازه برای سازماندهی اطلاعات در فضا و زمان دست زدند، بینندگان آن‌ها نیز ناچار بودند شیوه‌های مناسبی را برای پیمایش این ساختارهای اطلاعاتی تازه تدارک ببینند؛ درست مثل امروز که هر نسخه جدید از نرم‌افزاری آشنا که تغییرات عمده‌ای در آن نسخه به‌وجود آمده باشد، ما را به تغییر رفتارهای اطلاعاتی ایجاد شده در هنگام استفاده از نسخه‌های قبلی ملزم می‌نماید.

منتقدان و هنرمندان که در زندگی روزمره‌شان در حصار رابطه‌های اطلاعاتی قرار گرفته‌اند، پیشاپیش به تفکر انتخاب‌گرانه در مورد فرهنگ گذشته برحسب ساختارهای اطلاعاتی روی آورده‌اند. مثالی خوب در این زمینه اهمیتی است که در بحث از رسانه‌های جدید به کتاب فرانسیس ییتس^[7] با عنوان هنر حافظه داده شده است. با این همه، حرف من این است که مفاهیمی همچون رابط اطلاعاتی و رفتار اطلاعاتی را می‌توان برای هر شیء فرهنگی چه در گذشته و چه حال به‌کار برد. خلاصه اینکه هر شیء فرهنگی تا حدودی همچون یک گوشی هوشمند است.

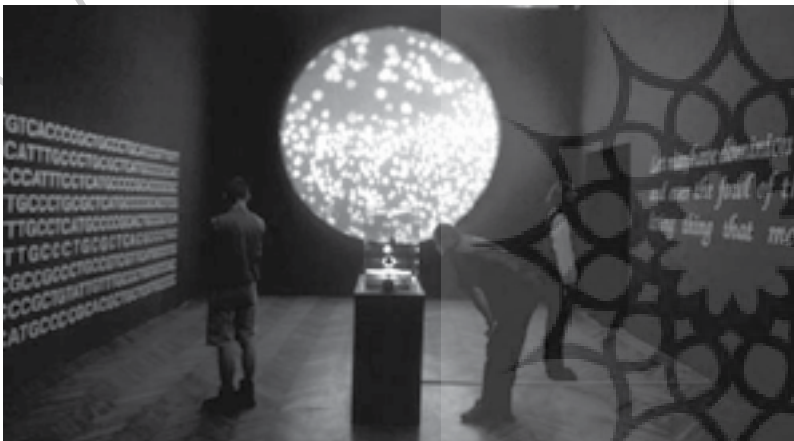
نرم‌افزار همچون موضوع جدید تحلیل فرهنگی

زیبایی‌شناسی پسا‌رسانه‌ای چنانکه کلیاتش را در اینجا ترسیم کردم، چگونه با تاریخ نظریه فرهنگی چند دهه گذشته همخوانی پیدا می‌کند؟ اگر ارتباطات فرهنگی را در پرتو نظریه اطلاعاتی پایه در نظر بیاوریم (یعنی نظریه‌ای مبتنی بر محور «نویسنده - متن - خواننده»، یا بنا به اصطلاحات مناسب نظریه اطلاعات مبتنی بر «فرستنده - پیام - گیرنده»)، تاریخچه مذکور را می‌توان برحسب تغییر تدریجی توجه از نویسنده به متن و سپس به خواننده خلاصه کرد. نقد سنتی بر نویسنده، نیت خلاقانه وی، زندگی و روان‌شناسی او متمرکز شده است. پس از رسیدن پایان دهه ۱۹۵۰، ساختارگرایی تمرکز را بر خود متن گذاشت و آن را همچون نظامی از کدهای نشانه‌شناختی تحلیل کرد. پس از سال ۱۹۶۸، نیروی نقادی به تدریج از تمرکز بر متن به خواننده منتقل شد. این تغییر به دلایل متعددی رخ داده است. از یک سو، آشکار شد که رویکرد ساختارگرایی دچار محدودیت‌های شدیدی است، چرا که ساختارگرایی به دلیل مواجهه با هر متن فرهنگی همچون نمونه‌ای از یک نظام کلی، حرف چندانی در این خصوص نداشت که چه چیز متن مورد نظر را منحصر به فرد و از حیث فرهنگی با اهمیت ساخته است. از سوی دیگر پس از رویدادهای سال ۱۹۶۸ همچنین مشخص شد که رویکرد ساختارگرایی ناخواسته حامی وضع موجود، قانون و نظام کنونی است. از آنجا که ساختارگرایی در پی آن بود که

7- Francis Yates

با استفاده از رمزگان خود رمزگذاری می‌کند؛ سپس پیام از طریق یک مجرای ارتباطی منتقل می‌شود؛ در طی این انتقال تحت تأثیر اختلال قرار می‌گیرد. گیرنده پیام را با استفاده از رمزگان خود رمزگشایی می‌کند. به دلیل محدود بودن ظرفیت مجرای ارتباطی، وجود اختلال و تفاوت احتمالی بین رمزگان فرستنده و گیرنده، ممکن است گیرنده همان پیام ارسالی فرستنده را دریافت نکند. هدف نظریه اطلاعات که در ابتدا برای کاربردهایی مانند ارتباطات راه دور (انتقال تلفنی و تلویزیونی) در دهه ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ و رمزگذاری و رمزگشایی در طول جنگ جهانی دوم پایه‌گذاری شده بود، کمک به مهندسان برای ایجاد سیستم‌های ارتباطی بهتر بود.

با پذیرش مدل ارتباطات به‌عنوان مدلی برای ارتباطات فرهنگی، مشکلات مختلفی پدیدار می‌شود. مهندسانی که چنین مدلی را تدوین کردند دغدغه دقت انتقال پیام را داشتند، اما در چارچوب ارتباطات فرهنگی، مسأله انتقال دقیق خطرناک است؛ به عبارت دیگر اینکه فرض کنیم ارتباطات تنها هنگامی موفق است که گیرنده به دقت به بازسازی پیام فرستنده بپردازد، به معنای امتیاز بخشیدن به معنای فرستنده بر معنای گیرنده است. (می‌توان گفت مطالعات فرهنگی که بر استفاده «براندازانه» از فرهنگ غالب تمرکز دارند نیز از آن سوی بام می‌افتند چرا که فرض می‌کنند تنها ارتباط «ناموفق» ارزش بررسی را دارد.)



از این گذشته، مدل ارتباطی، رمزگان و مجرای ارتباطی (که دومی بنا به کاربرد معمول آن به «رسانه» مربوط می‌شود) را همچون اجزایی منفعل و مکانیکی می‌پندارد، یعنی صرفاً همچون ابزارهایی الزامی برای انتقال پیامی که از قبل وجود دارد. از آنجا که این مدل در ابتدا در زمینه ارتباطات راه دور پدید آمده است، فرض می‌کند که حالت آرمانی عبارت است از ارتباطات بی‌واسطه شفاهی یا بصری نظیر صحبت کردن دو نفر با یکدیگر یا نگاه کردن به خود واقعیت. به عبارت دیگر تنها به این دلیل که می‌خواهیم چنین ارتباطی بر فاصله [مکانی] غلبه کند، ناچاریم زحمت رمزگان‌ها و مجراهای ارتباطی را به جان بخریم.

به نظر من افزودن اجزای «نرم‌افزار نویسنده» و «نرم‌افزار خواننده» به این مدل بر نقش فعالانه فناوری (یعنی آنچه که مدل اولیه آن را رمزگان و مجرای ارتباطی می‌نامد) در ارتباطات فرهنگی تأکید دارد. نرم‌افزارهای تولید محتوا چگونه درک نویسنده از رسانه‌ای که با آن کار می‌کند را شکل می‌بخشند و در نتیجه، نقش بسیار مهمی در شکل دادن به صورت نهایی متن فناورانه-فرهنگی ایفا می‌کنند. در مورد خواننده‌ای هم که از طریق رابط نرم‌افزار خود به این متن دسترسی دارد، این رابط به ترتیبی مشابه به شکل‌دهی درک وی از متن می‌پردازد؛ یعنی اینکه متن حاوی چه نوع داده‌هایی است، چگونه سازماندهی می‌شود، انتقال چه چیز دیگری امکان‌پذیر است و چه چیزی امکان‌پذیر نیست. از این گذشته، ابزارهای نرم‌افزاری (چه نرم‌افزار واقعی کامپیوتری و چه نرم‌افزار در مفهوم استعاری آن یعنی مجموعه‌ای از عملیات و استعاره‌های داده‌ای مورد استفاده

از نرم‌افزار مورد استفاده توسط نویسنده و خواننده. نویسنده معاصر (فرستنده) از نرم‌افزار برای ایجاد متن (پیام) استفاده می‌کند و این نرم‌افزار بر نوع متون در دست ایجاد تأثیر می‌گذارد یا حتی به آن‌ها سروشکل می‌بخشد؛ چنانکه فرانک گری^[۱۱] در طراحی معماری خود به نرم‌افزارهای ویژه کامپیوتری متکی است یا آندریاس گورسکی^[۱۲] که از فتوشاپ استفاده می‌کند، یا آهنگ‌سازی که کل فعالیت آن‌ها به یک نرم‌افزار واقعی و/یا نرم‌افزاری در مفهوم استعاری آن وابسته است، یعنی فعالیت‌هایی که ترن‌تیبیل، دستگاه‌های تدوین و سایر تجهیزات الکترونیکی مورد استفاده آهنگ‌سازان چنین امکانی را برایشان فراهم می‌کند. به همین ترتیب نیز خواننده معاصر (گیرنده) اغلب با استفاده از نرم‌افزاری کامپیوتری واقعی مانند مرورگر وب، یا نرم‌افزاری در مفهوم استعاری آن نظیر همان سخت‌افزارهای سیمی قدیمی‌تر - یعنی کنترل‌های خاص ارائه شده توسط دستگاه‌های مختلف الکترونیکی مانند دستگاه پخش سی‌دی - با متن تعامل می‌کند. (با توجه به اینکه نرم‌افزارهای کامپیوتری مدرن اغلب تقلیدی از رابط‌های سخت‌افزاری موجود هستند - چنانکه مثلاً QuickTime Player شبیه‌سازی کنترل‌های VCR استاندارد است - این تمایز چنانکه در ابتدا به نظر می‌رسید، آنقدرها هم ذی‌مدخل نیست.) این نرم‌افزارها به نحوه تفکر خواننده درباره متن شکل می‌بخشند. در واقع چستی متن مورد نظر را تعریف می‌کنند، اعم از اینکه مجموعه‌ای از آهنگ‌های جداگانه در یک سی‌دی باشد یا مجموعه‌ای از اجزا و ابرپیوندهای چندرسانه‌ای ارائه شده به‌عنوان یک صفحه وب.

تا به اینجا در مورد مدل‌های ارتباطی صورت‌بندی شده در نظریه اطلاعات صحبت کردم که شامل سه جزء فرستنده، پیام و گیرنده بود. واقعیت این است که این مدل پیچیده‌تر بود و جمعاً هفت مؤلفه داشت یعنی فرستنده، رمزگان فرستنده، پیام، گیرنده، رمزگان گیرنده، مجرای ارتباطی و اختلال. براساس این مدل، فرستنده پیام را

11- Frank Gerry

12- Anderas Gursky



