

تلویزیون و پسادرینیم

جیم کالینز
برگردان: شهریار وقفی پور

در قلمرو مطالعات انتقادی، بسط و توسعه نوعی رابطه مؤثر میان تلویزیون و پسامدرنیسم، امری ناگزیر، تقریباً محال و مطلقاً ضروری است. ناگزیر است چون پیوسته به تلویزیون به عنوان اُس و اساس فرهنگ پسامدرن اشاره می‌شود و پسامدرنیسم هم پیوسته صرف فرهنگ تلویزیون نامیده می‌شود. تقریباً محال است به دلیل گوناگونی و ناپایداری تلویزیون و پسامدرنیسم، هر دو، به عنوان موضوع مطالعات انتقادی و این که فعلاً هر دو نظریه‌پردازی‌های وسیعی را به خود دیده‌اند و در این نظریه‌پردازی‌ها اصول اولیه‌ای که مورد توافق عموم باشد، اگر نگوییم هیچ، بسیار اندک است. ضروری است؛ زیرا دقیقاً همین فقدان، همین غیبت سازوبرگ‌های انتقادی سنتی، مطالعات مربوط به تلویزیون را در زمینه پسامدرنیسم در جایگاهی منحصر به فرد مستقر ساخته است. مطالعات مربوط به تلویزیون، خلاف آثار انتقادی که به دیگر رسانه‌ها اختصاص داشته‌اند، اجباری ندارد که پارادایم‌های انتقادی را که در دوران‌های مدرنیسم و پسامدرنیسم ایجاد شده‌اند، تغییر اساسی دهد و از همین رو احتمالاً به شکلی ایده‌آل قادر است به بصیرت‌هایی بی‌نظیر در باب روابط متقابل و پیچیده میان متنیت، سوپزکتیویته (یا ذهنیت) و تکنولوژی در فرهنگ‌های کنونی برسد.

هیچ‌گونه تعریف مجملی از پسامدرنیسم وجود ندارد که بتواند شیوه‌های واگرا و اغلب متناقضی را پوشش دهد که این اصطلاح را به کار می‌گیرند. یک دلیل این واگرایی آن است که اصطلاح مزبور عمدتاً عناصر ذیل را تشریح می‌کند:

۱. سبکی مشخص و متمایز؛
۲. جنبشی که در دهه‌های ۱۹۶۰، ۱۹۷۰ یا ۱۹۸۰ ظهور کرد و به رسانه مورد بحث (یعنی تلویزیون) متکی بود؛
۳. وضعیت یا محیط اجتماعی‌ای که معرف کل مجموعه عوامل اجتماعی/اقتصادی باشد؛
۴. وجهی ویژه از کنکاش و پرسشگری فلسفی که بدیهیات و داده‌های گفتار یا گفتمان فلسفی

را مورد تردید قرار می‌دهد؛

۵. نوع کاملاً خاصی از سیاست؛

۶. شکلی نوظهور از تحلیل فرهنگی که تمامی عناصرِ بالا شکل‌دهنده‌اش هستند.

ناهم‌خوانی و ستیزه‌جویی تعاریف متنوع، این اغتشاش وازه‌شناختی یا ترمینولوژیک را بیشتر دامن زده است. به نوشتهٔ *جاناتان ارک* «هنوز که هنوزه مسئلهٔ نوعی و بارز آن است که موضع گرفتن در باب پسامدرنیسم به معنای ارائهٔ تحلیلی از تکوین و حدود و اشکال آن نیست؛ بلکه نشان دادن این نکته به جهان است که آیا مدافع آن هستید یا مخالفش، آن هم با کلامی کاملاً صریح و گزنده.» می‌توان این استدلال را پیش کشید که نقطه‌ضعف اصلی چنین عملی آن است که مخالفان پسامدرنیسم ناگزیر بر مدافعانش تقدم دارند و از همین رو چندان قدمی برای تعریف واقعی آن بر نمی‌دارند بلکه به نوعی مصادره به مطلوب می‌کنند ولی گرچه قضاوت اخلاقی دربارهٔ پسامدرنیسم احتمالاً گرهی باز نکند به جز آن که پیش‌فرض‌هایی را آشکار کند که عموماً ادبیات انتقادی برای از سکه انداختن یا ارزش بخشیدن به پسامدرنیسم به کار می‌برند؛ ماهیت مناقشه‌برانگیز این اصطلاح - با توجه به این واقعیت که هیچ‌گونه تعریفی از حدود کلی ممکن نیست به لحاظ ایدئولوژیک خنثی باشد و از همین رو چنین تعریفی جدا از ارزش‌گذاری نخواهد بود - آشکارکنندهٔ یکی از مهم‌ترین درس‌های نظریهٔ پسامدرن است: تمامی پیش‌فرض‌های ما دربارهٔ آن‌چه فرهنگ و تحلیل انتقادی را برمی‌سازد، به ناچار باید به مباحثه و جدلی شدید گذارده شوند ولی اگر وجه مشترکی در تمامی این تعاریف متعارض از پسامدرنیسم وجود داشته باشد، تلاش برای تعریف آن به عنوان آن سوی دیگر مدرنیسم است، اصطلاحی که خود نیز به همین گوناگونی دچار است. مدرنیسم، بنا به نظرگاه شخصی منتقد در باب پسامدرنیسم، عموماً به یکی از این دو شیوه توصیف می‌شود: به عنوان دورانی قهرمانانه از تجربه‌گری انقلابی که در پی دگرگونی کلی فرهنگ‌ها بود. بنابراین از این منظر، پسامدرنیسم عکس‌العملی محافظه‌کارانه به شمار می‌رود؛ یا به عنوان دوران نخبه‌گرایی شدید که از این منظر، پسامدرنیسم نشانگر حرکتی از جهان درخودمحصور امر آوانگارد به قلمروی جهان زندگی روزمره است...

می‌توان خصلت‌های سبکی بارز طرح پسامدرن را فهرست کرد: حرکت از انتزاع و هندسه به امری



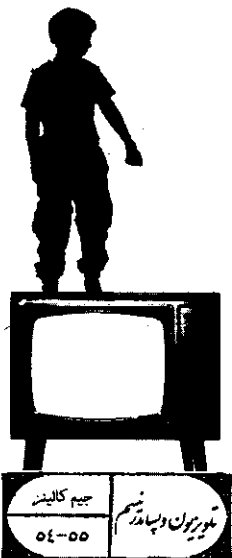
اشکار آشنا و به صورت انبوه تولید شده؛ گذاشتن التقاط به جای ناب‌بودگی، خاص‌بودگی فرهنگی به جای بین‌الملل‌گرایی و ترکیب به جای ابداع. با این حال، اهمیت فرهنگی این تغییرات و پیامدهای ایدئولوژیک آن‌ها هم‌چنان باید به مباحثه و جدل بی‌امان گذارده شود. در ضمن، دشوارتر آن است که تلویزیون را با این مباحثات در نوعی تناظر یک به یک قرار داد. تلویزیون، بر خلاف معماری، ادبیات یا نقاشی، به هیچ وجه دورانی مدرنیستی ندارد که بتوان از آن به عنوان نقطه آغازی برای بحث درباره تلویزیون پسامدرن استفاده کرد. ظهور پسامدرنیسم به نحوی بارز پیشامدی ناموزون است و ظهور و تأثیر واقعی آن از رسانه‌های به رسانه‌های دیگر فرق می‌کند.

از آن‌جا که [درباره تلویزیون] نه ریشه‌شناسی‌ای وجود دارد، نه شاکله‌ای تکاملی، نه پارادایم نظری فراگیری که بتواند به کار تعریفی کاراً از پسامدرنیسم بیاید که به کاربردهای متنوع این اصطلاح درباره تلویزیون میدان دهد، درصدد آن خواهیم بود که مجموعه‌ای از مضامین جاری‌ای را پیش بکشیم که نظریه‌پردازی که در باب رسانه‌های مختلف مشغول کارند، مطرح کرده‌اند و این کار، در کل، حس و معنایی از کشمکش و مجادله بر سر نظریه پسامدرن را ایجاد می‌کند ولی در عین حال، انسجام بالقوه آن را نیز متبادر می‌کند. این مضامین، اگر با هم در نظر گرفته شوند، به بازنگری ابعاد نشانه‌شناختی، تکنولوژیک و ایدئولوژیک تلویزیون یاری می‌رسانند.

نشانه‌شناسی افراط: بیماری از نشانه‌ها

یکی از پیش‌شرط‌های کلیدی وضعیت پسامدرن، تکثیر نشانه‌ها و گردش بی‌پایان آن‌ها است که موجب آن، پیشرفت‌های تکنولوژیکی مرتبط با انفجار اطلاعاتی است (تلویزیون کابلی، VCR، ضبط دیجیتال، کامپیوتر و...). این تکنولوژی‌ها مازادی فزاینده از متون ایجاد می‌کنند که هر یک از این تکنولوژی‌ها توجه ما را در سطوح متنوعی از شدت می‌طلبند. آرایش حاصله از این نشانه‌های رقیب، خود فرآیند دلالت را شکل می‌بخشد، بافت و زمینه‌ای که در آن، پیام‌ها باید مرتباً بر اساس و در برابر اشکال متنوع و گاه متضاد بیان به عنوان انواع متفاوتی از متون تعریف شوند که واقعیت ظاهراً مشترک و معمول ما را بر اساس برنامه‌های ایدئولوژیکی قاب می‌گیرند که به شکلی مهم و معنادار با یکدیگر متفاوت‌اند.

تلویزیون اشکارا عاملی مرکزی در انفجار اطلاعات است. منتقدان بسیاری، چه چپ و چه راست، بر



این نکته تأکید می‌ورزند که به همین دلیل تلویزیون ابزاری برای از ارزش انداختن معنا است - [چرا که] کل فعالیت با معنا را به صرف نامفهوم تقلیل می‌دهد، به عالم بی‌پایان تلویزیونی‌ای که جای امر واقعی را گرفته است. منتقدانی چون آلن بلوم و ژان بودریار ادعاهای پرآب‌وتابی درباره قدرت تخریبگر فرهنگ توده‌ای (و از همه مهم‌تر، تلویزیون) ارائه کرده‌اند. بلوم مدعی است که تلویزیون به نابودی آموزش و اخلاق حقیقی منجر می‌شود. بودریار مدعی است که فرهنگ کنونی فرهنگ تلویزیون است؛ وانمایی‌ها یا شبیه‌سازی‌های بی‌پایانی که بدان وسیله واقعیت به راحتی ناپدید می‌شود. از نظر بلوم، تقصیر تنها به گردن تلویزیون نیست بلکه به طور کلی‌تر بر ذمه دموکراتیزه کردن فرهنگ است که خطری برای ارزش‌های نخبه‌گرایی است که زمانی شالوده آموزش واقعی را شکل می‌داده‌اند؛ [یعنی] فراگیری حقیقت ولی برای بودریار (که حداکثر پسامدرنیستی متفاوت با بلوم است) تلویزیون هم بیماری است و هم علامت بیماری (یا سیمپتوم) و علی‌الظاهر قلمرویی بی‌رخنه از وانمایی‌ها بر ساخته است که مانع از رسیدن ما و کسب امری است که واقعاً واقعی است.

مشکل این منتقدان در مدعای‌شان است مبنی بر آن که تمامی نشانه‌ها بر اساس دقیقاً یک منطق واحد رمزگذاری و رمزگشایی می‌شوند یا آن‌که به شیوه‌ای چنان متفاوت رمزگذاری می‌شوند که در کل یک و فقط یک تأثیر ایجاد می‌کنند. آن‌ها بر این موضوع اصرار می‌ورزند که پیشرفت‌های تکنولوژیکی زمانه اخیر معنا را به مفهومی از مذاقتاده بدل کرده‌اند؛ چرا که تمامی نشانه‌ها ظاهراً به ته رسیده و تحلیل رفته‌اند و صرفاً پالس‌های الکترونیکی‌ای باقی مانده‌اند که از هر نقطه مرجعی جدا افتاده‌اند. محدودیت اصلی این دست منتقدان که بسیار مشتاق آنند که تلویزیون را از اعتبار ببندازند [و آن را به امری اهریمنی بدل سازند] آن است که شیفته پیش‌بینی‌هایی مخوف در باب تأثیرات مخرب انفجار اطلاعاتی‌اند [انفجاری] [که به گمان آن‌ها] همه چیز را در همه جا به یک صورت تغییر می‌دهد] ولی آن‌ها در تشخیص این امر ناتوان‌اند که نرخ استغراق و جذب این تغییرات تکنولوژیک به شکلی درخور افزایش یافته است. درست که ممکن است رسانه در واقع همان پیام باشد [تر مک‌لوهان که بودریار نیز شیفته آن است]، ولی تنها بیست دقیقه بعد، بداعت تکنولوژیک دیگری در راه است که جذب امور شود. همان گونه که صنعتی بلاغی در نخستین ظهور خود بدعتی خاص را پیش می‌کشد

ولی بعد در مقوله امور آشنا جذب می‌شود، صناعت‌های تکنولوژی هم که اوایل نوعی پریشانی و گیج‌شدگی ایجاد می‌کنند، به سرعت از طریق استراتژی‌های متفاوت جذب شدن، مطیع و قابل کنترل (فرعی و پیش‌یافتاده) می‌شوند؛ چرا که در متون عامه‌پسند (مردمی) و توسط مخاطبان مردمی [بسیار به کار رفته و] کهنه می‌شوند. این فرآیند جذب/پیش‌یافتاده کردن شامل به کارگیری و استفاده از آرایش و ترتیبی می‌شوند که متونی که در چهارچوب این ترتیب هستند، به کارشان می‌گیرند؛ برنامه‌های تلویزیونی (مانند ترانه‌های موسیقی راک، فیلم‌ها، کتاب‌های پرفروش و نظایر آن) نشانگر دانش و وقوفی از شرایط تولید، گردش و دریافت احتمالی خود هستند، دانشی که روزبه‌روز پیچیده‌تر و ظریف‌تر می‌شود.

طنز کنایی (آیرونی)، بینامتنیت و آگاهی حاد

احاطه و نفوذ همه‌جانبه استراتژی‌های متنوع بازتعریف و تخصیص یا مصادره [به مطلوب]، یکی از خصلت‌های تولیدات فرهنگی پسامدرن است که به گسترده‌ترین شکل مورد بحث قرار گرفته است. *اومبرتو اکو* گفته است که این تعریف و تشریح کنایی (یا زندانه) قبلاً گفته شده، خصلت متمایزکننده ارتباطات پسامدرن است. اکو در مقالی که بسیار نقل شده است، می‌گوید ما دیگر نمی‌توانیم عباراتی معصوم [یعنی بدون تاریخ و کاملاً خودانگیخته] به کار ببریم. فرد عاشق نمی‌تواند به معشوقش بگوید «من دیوانه‌وار عاشقت هستم» چرا که چنین جمله‌ای به احتمال زیاد فقط سبب خنده می‌شود ولی اگر این فرد بخواهد چنین اعلامی از عشق خود را بیان کند، می‌تواند بگوید «همان‌طور که باربارا کارتلند می‌گوید دیوانه‌وار عاشقت هستم». این بیان دوم، معرف وقوفی تعاملی و دوطرفه از ام قبلاً گفته شده است؛ خوشی‌ای تعاملی ناشی از استفاده‌ای کنایی از این امر برای مقاصد شخصی. این تأکید بر طنز کنایی غالباً به عنوان صرف بازیابی‌ای سبک رد می‌شود ولی چنین دیدگاهی ناتوان از ارائه توضیح و تفسیری برای تنوع استراتژی‌های محتمل بازتعریف و ترکیب است، استراتژی‌هایی که دامنه‌ای گسترده از جنبش ساده‌احیای موجود در ساختمان‌های رابرت استرن، مجموعه‌های طراحی داخلی *رالف لورن* یا یوشاک *لورا آسلی* گرفته تا جرح و تعدیل‌های آشکارا انتقادی از امر قبلاً گفته شده در فیلم‌هایی چون *تلمه* و *لوینز*، عکس‌های *باربارا کروگر* یا نسخه‌های بازخوانی رادیکال‌شده گروه‌های

سکس پیستونز یا ز کلش از آثار استاندارد موسیقی پاپ را شامل می‌شود؛ استراتژی‌هایی که بدان طریق گذشته صرفاً احضار نمی‌شود بلکه «بروده می‌شود» و [به این آثار متأخر] نوعی دلالت فرهنگی کاملاً متفاوت از [دلالت] متن متقدم، در هنگام ظهور اولیه‌اش می‌بخشد. آن‌چه در کل این استراتژی‌ها پسامدرن است، هم‌زمانی این شکل‌های متعارض بازتعریف یا مفصل‌بندی مجدد است؛ امر قبلاً گفته‌شده پیوسته در حال گردش یافتن مجدد است ولی از نظرگاه‌هایی کاملاً متفاوت، از یادآوری نوستالژیک گرفته تا هجوم بی‌امان یا آمیزه‌ای از این استراتژی‌ها. *لیندا* حاجن به شکلی کاملاً متقاعدکننده استدلال می‌کند که آن‌چه بازتعریف‌های پسامدرن از گذشته را متمایز می‌سازد، رابطه دوبهلوی آن‌ها با متن متقدم است: نوعی تشخیص و صحنه‌گذاردن بر قدرت متونی خاص برای جذب کردن تخیل و در عین حال، تشخیص محدودیت‌های ایدئولوژیک یا سبکی این متون (در ادامه، این نقیضه دوبهلو با جزئیاتی بیشتر به بحث گذارده می‌شوند).

در هیچ رسانه‌ای به اندازه تلویزیون، قدرت امر قبلاً گفته‌شده چنین واضح و به چشم‌آمدنی نیست، اساساً به این دلیل که امر قبلاً گفته‌شده «هم‌چنان در حال گفته‌شدن» است. برنامه‌ریزی تلویزیونی از دهه ۱۹۵۰ مبتنی بر پخش دوباره (یا بازیابی) فیلم‌های هالیوود و برنامه‌های تلویزیونی‌ای است که در گذشته به صورت هم‌زمان در ساعات پربیننده پخش شده‌اند. تکثیر کانال‌های کابلی که برنامه‌های چهار دهه گذشته تاریخ تلویزیون را بازنمایش می‌دهند، نشانگر توسعه منطقی این فرآیند است که در آن گذشته‌ها و اکنون‌های مختلف تلویزیون در حال حاضر به طور هم‌زمان به روی آنتن می‌روند. برنامه‌ریزی تلویزیون نوعی دسترسی به گذشته، اندوخته‌شده فرهنگ عامه‌پسند است که گستره‌ای از تولیدات K-Tel از قسمت‌های قدیمی *ماه عسل*‌ها و *من عاشق سوزی هستم* تا مستخره‌بازی‌های آشکارا نقیضه‌وار برنامه‌های تلویزیونی‌ای را شامل می‌شود که فی‌المثل نمونه‌های‌اش را می‌توان در در رنگ *زنمه*، *دیوید لیرمن* و *شبه‌شب با شما* دید. این تنوع در شکل و انگیزه بازتعریف تلویزیونی حتی از این هم آشکارتر می‌شود اگر بازنمایش هم‌زمان و در عین حال رقابتی سریال‌های کمدی متقدم از شبکه‌های کابلی رقیب در میان باشد. شبکه پخش کریسچن و نیکلودین، هر دو، مجموعه‌های تلویزیونی‌ای از اواخر دهه ۱۹۵۰ و اوایل دهه ۱۹۶۰ پخش می‌کنند ولی اولی این مجموعه‌ها را به همان صورتی که بود، به عنوان الگویی برای سرگرم ساختن خانواده‌ها پخش می‌کند حال آن‌که



دومی آن‌ها را به عنوان تفریح و خندانند خانواده‌های کنونی بخش می‌کند و این مجموعه‌ها را با صدای روی تصویر که حالتی نقیضه‌وار دارند، استفاده از تمهیدات آبرگرافیکی و تدوین دوباره دست می‌اندازد تا تصویر ارائه‌شده توسط آن‌ها از زندگی خانواده آمریکایی را مسخره کند، تصویری که همه ما می‌دانیم هیچ‌گاه واقعاً وجود نداشته است، حتی در «آن زمان گذشته».

بارز ساختن ارجاعات بینامتنی نیز به نشانه «برنامه تلویزیونی معتبر» تبدیل شده است (برای نمونه برنامه‌های پخش‌شده در ساعات پربیننده مثل *هیل استریت بلوز* یا *خیابان الزور* که منعکس‌کننده سبک سینمایی پیچیده‌تر، گروه بازیگران مشهور و... است). جین فیوئر این بینامتنیت خودآگاه را ردگیری کرده است، چه هنگامی که به سبک *MTM* ایجاد شد، چه هنگامی که در دوران اخیرتر، برنامه‌های تلویزیونی معتبر در شرکت‌ها و شبکه‌های تولیدی شکل گرفته‌اند و ارجاع صریح نقشی حیاتی و تعیین‌کننده در مستقر ساختن برنامه‌های خاص در ارتباط با دیگر اشکال برنامه‌های معتبر و غیرمعتبر ایفا می‌کند. برای نمونه، در طول فصلی پاییز سال ۱۹۹۰، *مایکل و هوب* در برنامه *Thirty some thing* از شبکه *ABC* به تماشای برنامه *قانون لس آنجلس* اشاره می‌کردند؛ در حالی که در همین برنامه از شبکه *NBC*، *ویل دعاوی*، *ان کلسی*، صحبت از آن می‌کرد که می‌خواهد برود خانه و *ترتی سام‌تینگ* را نگاه کند چون این برنامه از «شبکه‌های مسئول» پخش می‌شود.

این گونه ارجاع - به منزله - موضع‌گیری محدود به برنامه‌های معتبر تلویزیونی نمی‌شود. در قسمتی جدید از سریال *ناتس لندینگ* (سریال *ملودرام* آیکی‌ای که شب‌هنگام و هم‌زمان با *قانون لس آنجلس* به روی آنتن می‌رفت و اصلاً در بند آن نبود که برنامه‌های معتبر و وزین خوانده شود)، دو شخصیت فرعی درباره برنامه‌های تلویزیونی مورد علاقه‌شان حرف می‌زنند. یکی می‌گوید باید از خیر یک دعوت شام بگذرد چون «یادم رفته ضبط ویدیویم را تنظیم کنم. باید بینم امشب کوربین برنسن چه می‌پوشد». وقتی دوستش می‌گوید که «هیچ وقت این نمایش را نگاه نمی‌کند» چون «خبرنگار» است، طرفدار *قانون لس آنجلس* به مسخره می‌گوید «خبرمبر چی به داداش. تو دیوونه داین سویر هستی». وقتی همکارش معترض می‌شود که «او خیلی باهوش است»، رقیفش جواب می‌دهد «راست گفتی، تو عاشق افکار والای اون هستی». این ارجاعات، در بافت و زمینه یک سریال آیکی شبانه، سه عامل مهم را پیش‌فرض می‌گیرد:



۱. بینندگان سواد تلویزیونی‌ای دارند که به اندازه‌ای پیشرفته است که بتوانند برنامه‌های تلویزیون را از روی اسم هنرپیشه‌ها بشناسند و از زمان‌بندی تلویزیون آن قدر خوب مطلع‌اند که این ارجاع به برنامه‌هایی را تشخیص بدهند که هم‌زمان با *ناتس لندینگ* از دو شبکه بزرگ دیگر پخش می‌شوند (*قانون اس آنجلس و پرایم تایم لایو*):

۲. تغییر زمان ضبط ویدیویی، اینک امری معمول شده است به ویژه برای طرفداران پروپاقرص *قانون اس آنجلس* و همچنین برای آن طرفدارانی که درون جهان داستانی برنامه‌هایی حضور دارند که از کانال‌های رقیب پخش می‌شوند؛

۳. این برنامه «نامسول» و غیرمعتبر به ما می‌گوید چرا بینندگان حقیقتاً برنامه‌های معتبر را دوست دارند؛ همان گونه که شخصیت‌های *ناتس لندینگ* می‌دانند، لباس‌ها و جاذبه‌های جنسی ستاره‌های این برنامه‌ها است که لذت واقعی این متون تلویزیونی را سبب می‌شوند.

این ارجاعات بینامتنی مظهر و تجسم آگاهی *حاد* فرهنگ عامه‌پسند پسامدرن است: نوعی وقوف شدید از طرف خود متن درباره وضعیت و منزلت فرهنگی، عملکرد و تاریخ خودش، همچنین درباره شرایط پخش و دریافت آن. آگاهی *حاد* شامل گونه‌ای از خودانعکاسی است که متفاوت از آن نوع خودانعکاسی‌ای است که عموماً به متون مدرنیستی نسبت داده می‌شوند. اشکال به شدت خودآگاه تخصیص و بازتعریفی که هنرمندان پسامدرن، چه نقاش، چه عکاس و چه هنرمندان اجرا یا پرفورمنس (دیوید سال، سینی شرمز، لوری اندرسن و...) و آثارشان به کار می‌گیرند، حجم هنگفتی از توجه انتقادی را برمی‌انگیزند. در این متون مابعد پاپ (متاپاپ) که اینک در تلویزیون، در باجه‌های روزنامه‌فروشی، در رادیو یا در کتاب‌فروشی‌ها شاهد آن هستیم، با آوانگاردهایی که دلالت و معنایی اصیل به موضوعات فرهنگ توده‌ای می‌بخشند، روبه‌رو نیستیم؛ بلکه با نوعی بازتعریف *حاد* آگاه (به شدت آگاه) فرهنگ رسانه‌ای از فرهنگ رسانه‌ای مواجهیم.

خودانعکاسی این متون مربوط به اواخر دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ متکی بر مسائل بیان نفسی نیست که حاصل تجربه هنرمند خلاق و زجر دیده‌ای باشد که وجه مشخصه مدرنیسم است، بلکه در عوض بر برنامه‌های متقدم و رقیب متمرکز است، بر شیوه‌هایی که برنامه‌های تلویزیون گردش می‌یابند و توسط بینندگان معنا می‌پذیرند و بر ماهیت محبوبیت و عامه‌پسندی تلویزیون، مثالی گویا از

این امر، صحنه افتتاحیه عید سیاست‌گزاری خانواده سیمپسن (۱۹۹۰) است که در آن برت و پدرش، هومر، در صبح عید سیاست‌گزاری، در اتاق نشیمن‌شان مشغول تماشای تلویزیون‌اند. خانواده سیمپسن، به عنوان یک مفهوم، پیشاپیش نقیضه‌ای معتدل از کمدهای سنتی خانوادگی است و این صحنه خاص، حمله‌ای به وراجی ابلهانه مفسرهای پرحرف را چاشنی کار خود می‌کند ولی این صحنه فراتر از صرف یک نقیضه می‌رود. آن‌ها مشغول تماشای رژه عید هستند که برت مرتباً از پدرش، هومر، می‌خواهد که نام نوشته‌شده روی کادر بالای شخصیت‌ها را برای‌اش بخواند و در همین حین شکایت می‌کند که تهیه‌کنندگان چرا از شخصیت‌هایی استفاده نکرده‌اند که «در این پنجاه سال اخیر ساخته شده‌اند». پدرش جواب می‌دهد که این رژه سنت است و «اگر روی سر هر شخصیت کارتون‌ای که یک لحظه ظاهر می‌شود، یک کادر می‌گذاشتند که دیگر رژه نبود، کمدهی می‌شد». در همین لحظه، تلویزیون در برنامه، برت سیمپسن را نشان می‌دهد که کادری بالای سرش می‌گذرد در حالی که سیمپسن واقعی مشغول تماشای آن است. بنابراین، برت خودش را در مقام شمایل‌عامه‌پسند در تلویزیون می‌بیند. از همین رو، برنامه تلویزیونی خانواده سیمپسن به منزلت شخصیت‌های خودش به عنوان شمایل‌های عامه‌پسندی اذعان می‌دارد که گردش و دریافت آن‌ها به درون خود متن بازگشته است و درون آن عمل می‌کند.

سویژکتیویته، بریکولاز و التقاط‌گرایی

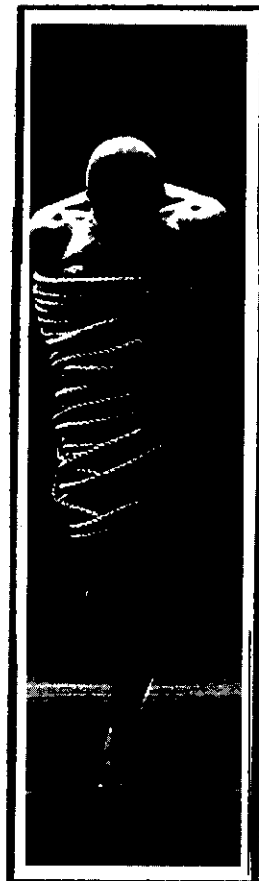
مثال «برت به برت نگاه می‌کند» احتمالاً تجسم متنیّت پسامدرن باشد ولی اثرات این طنز خادگاه بر بینندگان تلویزیون چیست؟ آیا اثر نهایی آن رهایی‌بخش است بدان معنا که به تشخیص این امر منجر شود که نمایش‌ها و بازنمایی‌های تلویزیون برساخته‌هایی اجتماعی هستند نه بازتاب‌هایی از جهان واقعی که به لحاظ ارزشی خنثی هستند؟ یا این گونه طنز کنایی موجب نوعی بی‌اعتنایی قلم‌کننده خواهد بود که به دلیل آن هیچ گونه تصویری جدی گرفته نخواهد شد؟ این مسئله را جان کوفی به خوبی هر چه تمام‌تر تبیین کرده است:

بنابراین، استدلال من این است که تلویزیون، شرایط یا دست‌کم امکان نوعی وقوف و آگاهی کنایی را ایجاد می‌کند ... [که] ممکن است شیوه‌ای از سویژکتیویته فکور آزاد از انقیاد (یا سویژکسیون) را عرضه کند... گذشته از همه این‌ها، شیوه مذکور هویت را به روی تنوع

می‌گشاید و از مفهوم هویت فرهنگی به عنوان کمیتی ثابت درمی‌گذرد... ولی اگر به کل چنین چیزی نیز نائل شود، آن را در آرمان‌شهر مقاومت تضمین‌شده‌ای انجام نمی‌دهد که پیش‌فرض مترقی بودن خوانندگانی است که طبیعتاً مخالف‌خوان‌اند و سرآخر به درستی چنین امری را تشخیص می‌دهند؛ برعکس، چنین امری با حدود و چهارچوب‌هایی انجام می‌گیرد که نامشخص‌اند... با تاکتیک‌هایی از قدرت‌یابی و بازی‌های انقیاد که پیشاپیش هیچ حد و چهارچوب تثبیت‌شده‌ای ندارند.

در این‌جا، لبّ مطلب مفهوم سوژه‌ای است که پیش‌فرض گرفته می‌شود. نکته هوشمندانه کوفی درباره طنز کنایی با توجه به سوژه‌کتابیته این موضوع را پیش می‌کشد که بینندگان تلویزیون سوژه‌هایی فردی‌اند که نه کاملاً تحت کنترل آن چیزی‌اند که در حال تماشای‌اش هستند و نه کاملاً آزاد هستند که به عنوان افرادی خودمختار، راهبر سرنوشت خویش و ارباب جان‌های‌شان، دست به انتخاب بزنند. یکی از دست‌آوردهای مهم در نظریه پسامدرن (که در شماری فزاینده از رشته‌ها مطرح می‌شود) تشخیص و صحنه گذاشتن بر این امر است که باید نظریه‌ای جدید درباره سوژه ایجاد شود، نظریه‌ای که بتواند از برداشت جبرگرایانه از فرد به عنوان آندرویدی (روبوتی) قابل‌برنامه‌ریزی دوری جوید و در عین حال به دام نفس رومانتیک نیفتد، نفسی که در مقام عاملی آزاد، رها و فارغ از تأثیر ایدئولوژی عمل می‌کند.

مفهوم سوژه پسامدرن به عنوان چندگانه و متناقض که تأثیر می‌پذیرد و در عین حال تأثیر می‌گذارد، به بازنگری درباره اثراتی منجر شده است که فرهنگ عامه‌پسند، به ویژه تلویزیون، بر بینندگان‌ش دارد. الگوی آمپولی از اثرات رسانه‌ها (که در آن رسانه‌های توده‌ای به ظاهر ارزش‌های خود را مستقیماً به بینندگان منفعل تزریق می‌کنند) توسط کسانی چون جان فیسک، ای‌پن‌آنگ و دیگرانی به چالش کشیده شده است که در مطالعات فرهنگی، نظرها مشترکی دارند. بسیاری از این افراد مفهوم شکار قاچاقی دوسرتو را به کار می‌برند تا عمل ماهرانه مخاطبان را توصیف کنند، عملی که شامل نوعی ربودن متون تلویزیونی می‌شود؛ از همین رو توصیف مذکور بر شیوه‌هایی متمرکز است که مخاطبان از آن طرق، معانی‌ای را که خود می‌خواهند یا به آن احتیاج دارند، از برنامه‌های تلویزیونی بیرون می‌کشند. در این نقطه است که مطالعات فرهنگی بریتانیایی خودبه‌خود با نظریه

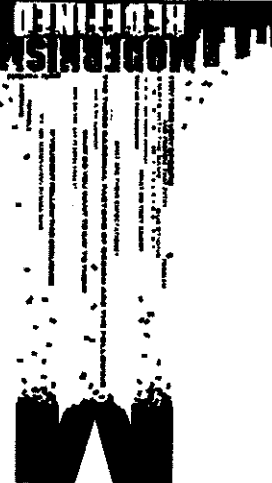


پسامدرن در شماری از دل‌مشغولیات، اشتراک نظر می‌یابند و این گونه سوزهای را برمی‌نشانند که مانند بریکولر (یا خرت‌وپرت جمع‌کنی) عمل می‌کند که از نظر تکنولوژیکی پیشرفته و پیچیده است و چیزها را بر اساس نیاز شخصی از آن خویش می‌کند و از نو ترکیب‌شان می‌کند. اصطلاح بریکولاز را مردم‌شناسان [به ویژه کلود لوی استروس] ابداع کردند تا شیوه‌هایی را توصیف کنند که از آن طریق مردمان قبایل بدوی کیهان‌شناسی‌ای با معنا (یا صرفاً شیوه‌ای از عملکرد) را سر هم می‌کنند، آن هم از عنصری که به طور اتفاقی در زندگی روزمره‌شان بدان برمی‌خورند. این اصطلاح به تازگی برای توصیف رفتار افراد در فرهنگ‌های رسانه‌ای کنونی به کار گرفته شده است. با این همه، مواضع مطالعات فرهنگی و نظریه‌ی پسامدرنیستی در قبال فرهنگ توده‌ای یا هم‌دیگر تفاوت دارند. پیش‌فرض اولی آن است که فرهنگ توده‌ای ممکن است هم‌چنان مخرب و همگن باشد ولی در عین حال ممکن است در لحظه‌ی دریافت یا پذیرش به چیزی تغییر شکل دهد که به فرهنگ مردمی اصلی شباهت دارد؛ چرا که بینندگان عموماً بی‌توجه به نیات برنامه‌های تلویزیون، چیزی را از آن برمی‌گیرند که با زندگی‌شان بیشتر دمساز باشد. این چنین موضعی، موضع سیاسی بسیار جذابی است که هم‌چنان این امکان را فراهم می‌آورد که سرمایه‌داری و فرهنگ توده‌ای به باد انتقاد گرفته شوند ولی درایت و تدبیر مردم معمولی مورد تجلیل قرار گیرد؛ با این حال، ناتوان از آن است که التقاط‌گرایی تولیدات فرهنگی پسامدرن را به رسمیت بشناسد.

بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی، فیلم‌ها، ترانه‌های عامه‌پسند و دیگر تجسمات فرهنگ عامه‌پسند پیشاپیش حاصل اشکال پیچیده‌ای از بریکولاز هستند و پیشاپیش به شیوه‌های چندگانه‌ای که ممکن است فهمیده شوند، وقوف دارند. برای نمونه چارلز جنکز اصرار می‌ورزد که یکی از خصلت‌های متمایزکننده‌ی معماری پسامدرن، التقاط‌گرایی ریشه‌ای است. آثار چارلز مور، جیمز استرلینگ و هانس هالین سبک‌ها، مصالح و قواعدی را کنار هم می‌گذارند که تا به حال مطلقاً ناسازگار پنداشته می‌شدند. مایکل ام. جی. فیشر و گئورگ لیبشتیتر به شکلی کاملاً متقاعدکننده مدعی‌اند که این التقاط‌گرایی و این بریکولاز در مقام ابداع، در ضمن خصلت خرده‌فرهنگ‌های نژادی و قومی‌ای هستند که در فرهنگ مردمی آمریکا به شدت غالب‌اند.

در سطح فرهنگ توده‌ای کلاسی‌شده است که مردمی‌ترین و اغلب ژرف‌ترین کنش‌های





بریکولاژ فرهنگی رخ می‌دهند. تخریب سنت‌های تثبیت‌شده و کنار هم گذاشتن اشکال ظاهراً نامناسبی که مشخصه پسامدرنیسم خودآگاه فرهنگ والا هستند مدت‌های مدیدی است که پایه‌های اصلی فرهنگ عامه‌پسند کالایی‌شده را تشکیل می‌دهند.

التقاط‌گرایی‌ای که به پسامدرنیسم مربوط می‌شود، دربارهٔ تلویزیون بُعدی پیچیده‌تر به خود می‌گیرد. آثار شخصی‌ای چون *تماشاخانهٔ پی‌وی*، *مکس هدروم* و *توین پیکرز* به اندازهٔ هر ساختمان پسامدرنی، به دلیل استفاده‌شان از قواعد سبکی متنوع، به طرز ریشه‌ای یا رادیکال التقاطی‌اند. همچنین التقاط‌گرایی متنبت تلویزیونی در سطحی تکنولوژیک/نهادینه نیز عمل می‌کند؛ چرا که چنین امری به دلیل [ابزاری چون] تلویزیون کابلی و ضبط به وسیلهٔ ویدیوی خانگی نهادینه شده است، ابزاری که روی‌هم‌رفته [می‌توانند] دگرگونی‌ها یا واریاسیون‌هایی بی‌انتهای برنامه‌های تلویزیونی ایجاد کنند. التقاط‌گرایی پسامدرنیستی ممکن است تنها گهگاه در برنامه‌های خصوصی، گزینشی برای طرحی از پیش‌انگاشته باشند ولی این التقاط‌گرایی با انواع تکنولوژی‌های جوامعی که از رسانه‌های پیشرفته برخوردارند، جفت و جور شده است. از همین رو، تلویزیون را باید مانند سوژهٔ پسامدرن به عنوان نوعی *محل* یا *سایت* درک کرد؛ به عنوان تقاطع پیام‌های فرهنگی چندگانه و متعارض. تنها با شناخت چنین رابطهٔ متقابل و درونی‌ای میان بریکولاژ و التقاط‌گرایی است که می‌توانیم به ارزیابی تغییرات ژرفی نزدیک شویم که در فرهنگ‌های پسامدرن، در رابطهٔ میان دریافت و تولید [محصولات فرهنگی] ایجاد شده‌اند. نه تنها دریافت یا پذیرش [محصولات] به شکلی دیگر از تولید معنا بدل شده‌اند؛ بلکه [خود امر] تولید نیز به گونه‌ای فزاینده به دریافت بدل شده است؛ چرا که [تولید نیز] اشکال متقدم و متعارضی بازنمایی یا نمایش را از نو تعریف و مفصل‌بندی می‌کند.

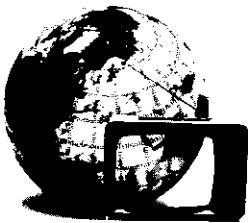
کالایی‌شدن، سیاست، ارزش

دیگر دلمشغولی عمدهٔ تحلیل پسامدرن فرهنگی، تأثیر یا ضربهٔ مصرف‌گرایی بر زندگی اجتماعی است. فردریک جیمسن می‌گوید پسامدرنیسم به بهترین شکل هنگامی درک می‌شود که آن را نتیجهٔ نهایی کالایی‌شدن بی‌امان تمامی مرحله‌های وجود روزمره [تحت سیطرهٔ] سرمایه‌داری بدانیم. او التقاط‌گرایی ریشه‌های فرهنگ پاپ را صرف اوراق کردن [یا هم‌جنس‌خواری] دوران گذشته و ناهمگونی مطلق به شمار می‌آورد که اثراتش به هیچ‌وجه خاتمه‌پذیر نیست. از نظر جیمسن، رانهٔ کل

چنین فعالیت فرهنگی‌ای، منطق سرمایه‌داری متأخر است که به صورتی پایان‌ناپذیر بازارهای جدیدی را ایجاد می‌کند، بازارهایی که باید [منطق مزبور] از نظر سیاسی خنثای‌شان کند، آن هم از طریق برساختن تصویری از موفقیت و خوشبختی شخصی که صرفاً در به دست آوردن کالاها بیان می‌شود. ارتباط آثار جیمسن با مطالعات مربوط به تلویزیون، توسط شماری از منتقدان مورد کنکاش قرار گرفته است و مایهٔ شگفتی نیست که این منتقدان، ماهیت تبلیغاتی یا آگهی‌محور این رسانه در ایالات متحده را مورد توجه قرار داده‌اند؛ یعنی جایی را که آگهی‌های تجاری نه تنها در میان برنامه‌ها پخش می‌شوند و در آن‌ها وقفه ایجاد می‌کنند، بلکه عملاً به عنوان شکلی از برنامه ظاهر می‌شوند. معشوش شدن مرز تفکیک میان برنامه‌ها و آگهی‌های تجاری حتی از این هم حادثر شده است، یا ایجاد برنامه‌های اطلاعات بازرگانی؛ کانال‌های مخصوص خرید [تلویزیونی]، خطوط تولیدی که با کارتون‌های صبح شنبه (و همچنین با سریال‌های ابکی شبانه) ایجاد شده‌اند و نظایر آن. اگر تلویزیون با پیچیدگی نشانه‌شناختی‌اش، بینامتنیت‌اش و التقاط‌گرایی‌اش تعریف می‌شود، مسلماً باید با همین جاذبه‌ها و دعوت‌های همه‌جانبه‌اش به مصرف‌گرایی نیز تعریف شود.

مسئلهٔ پیش روی مطالعات تلویزیون برای کنار آمدن با پسامدرنیسم آن است که چگونه میان ابعاد نشانه‌شناختی و اقتصادی تلویزیون سازش برقرار سازد. پافشاری بر بعد نشانه‌شناختی برای کنار گذاشتن بُعد اقتصادی صرفاً به بازی شکل‌گرایانه یا فرمالیستی «بیباید بینامتن‌ها را بشماریم» منجر می‌شود؛ حال آن‌که رجحان دادن به بُعد اقتصادی تا بدان حد که پیچیدگی نشانه‌شناختی به مجموعه‌ای محدود از حرکات تقلیل یابد که از فیلتر یک ابرنظام گذشته‌اند، به همان اندازه ساده‌گرایانه است. تلاش برای تحویل تلویزیون به ابرنظامی که بر اساس منطقی واحد عمل می‌کند، نظرگاهی اساساً نوستالژیک است؛ چرا که حتی اگر فرهنگ دههٔ ۱۹۹۰ را صرف نتیجه‌ای فرعی از سرمایه‌داری متأخر بدانیم، باز هم انتظار نمی‌رود که این فرهنگ بنا به الگوهای قرن نوزدهمی از فرهنگ به عنوان تمامیتی همگن عمل کند.

هم‌ارز دانستن پسامدرنیسم یا سرمایه‌داری متأخر، با ارائهٔ آرتیبیینی چندمنظوره، نوعی ترتیب و آراستگی نظری را عرضه می‌کند: [از این منظر] فرهنگ پسامدرن علامت بیماری یا سیمپتومی از روندهای اقتصادی و سیاسی بنیادی‌تر است ولی این موضع ملامت‌آمیز از مسائل است. محدودیت‌های

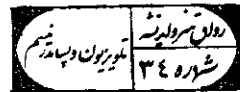


این دیدگاه دربارهٔ پسامدرنیسم علی‌الخصوص هنگامی آشکارتر می‌شود که جیمسن مفهوم «طرح‌ریزی شناختی» را پیش می‌کشد. او استدلال می‌کند که باید نوعی زیبایی‌شناسی جدید که بتواند سرمایه‌داری چندملیتی را قابل فهم سازد، ایجاد شود و با این حال، می‌گوید فعلاً هیچ راهی برای شناخت طرح فضاهای آشوبناک فرهنگ‌های پسامدرن وجود ندارد ولی این «طرح» یا «نقشه»‌ای که او امیدوار است ترسیم شود، از نظر او پذیرفتنی نیست مگر آن که فضای مذکور را بنا به خطوط کلی نظریهٔ مارکسیستی سنتی به تصور درآورد. جیمسن به این برداشت نمی‌پردازد که شاید خود همین فرهنگ توده‌ای عملکردی طرح‌ریزانه فراهم آورد یا این که تلویزیون آن ناحیهٔ آشوبناکی نیست که به نوعی طرح یا نقشه نیازمند باشد بلکه خودش تکثری از طرح‌ها و نقشه‌ها باشد. شبکه‌های لایف‌تایم، ام‌تی‌وی، بلک اینترتینمنت تلویژن و فمیلی چنل، همگی، زندگی فرهنگی کنونی را از نظرگاه‌های نسلی، نژادی و جنسیتی تصویر می‌کنند. در کل، این نظرگاه‌ها با همدیگر در یک تصویر بزرگ ادغام نمی‌شوند بلکه آمیزه‌ای از دیدگاه‌های متداخل ارائه می‌دهند که قلمرو زندگی کنونی را با ارجاع به کاربردهای خاص آن به تصویر می‌کشند. این میل به تدوین یک نقشهٔ بزرگ و واحد، با وجود شیوه‌های متکثر و چندگانه‌ای که بدان طرق می‌توان قلمرو مذکور را تصویر کرد و به کار سوژه‌های فردی در مقام بریکولرها بیاید، آشکارکنندهٔ محدودیت‌های پارادایم‌های مارکسیستی سنتی است و افزون بر آن، معرف لزوم بسط شکل‌های پیچیده‌تر و ظریف‌تری از تحلیل مادی‌گرا برای تشخیص کاربردها و اثرات متکثر مصرف‌گرایی است.

... در چهارچوب این سیاست تنوع و تفاوت، ارزش کنار گذاشته نمی‌شود - تنها «ارزش‌های حقیقت» مطلق وانهاده می‌شوند، یا به قول هرشتاین اشمیت، اصول متعارف خودکار نظریهٔ انتقادی سنتی که مبتنی بر ویژگی‌های متعالی و عام به عنوان برهان یا محک اعتبار کل ارزش‌گذاری است. اشمیت بر این موضوع پافشاری می‌کند که هم ارزش و هم ارزش‌گذاری، به شکلی ریشه‌ای تصادفی و ممکن به امکان خاص‌اند.

آن‌چه ما ارزش می‌نامیم، ممکن است نه خصلت ذاتی ابژه‌ها باشند و نه فراقکتی دل‌خواهی سوژه‌ها، بلکه محصول پویایی یک اقتصاد یا در واقع، شماری از اقتصادها باشد (یعنی، نظام‌های توزیع و جریان کالاها) آن هم در ارتباط با حالت یا وضعی متغیر که در آن ابژه یا

1. Life time
2. MTV
3. Blak entertainment television
4. Family channel

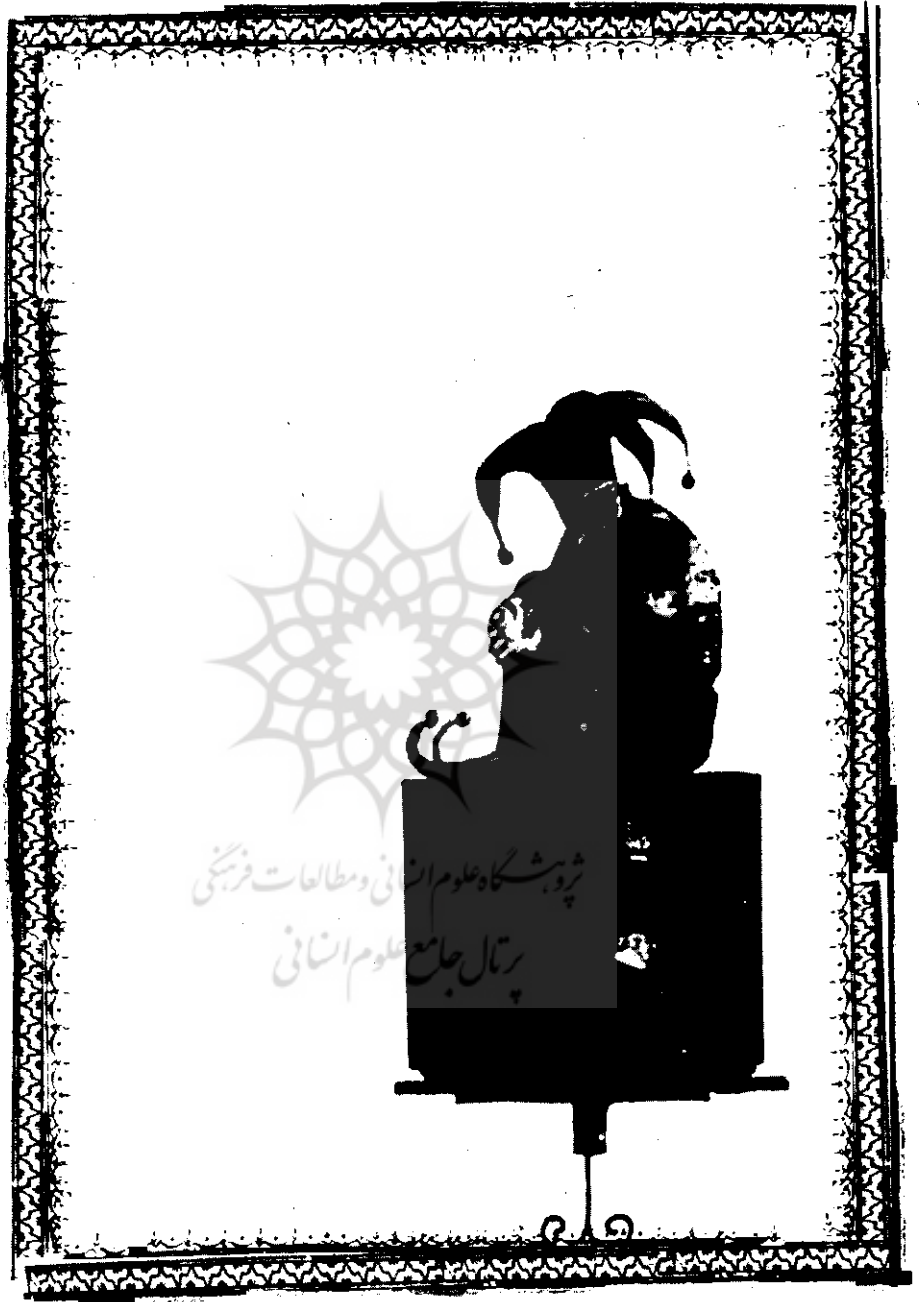


موجودی واجد ارزش متفاوت (متغیری) شود.

پیامدهای این نکته برای مطالعات تلویزیون - به ویژه برای بسط نظریه‌ای برای تلویزیون پسامدرن - گسترده‌اند؛ چرا که اشمیت می‌گوید ما محتاج آنیم که هم‌چنان به مباحثه دربارهٔ ارزش هر متن مفروضی ادامه دهیم ولی در عین حال بر ماهیت تصادفی چنین قضاوت‌هایی با فشاری می‌کند. بنابراین، ارزش‌گذاری همواره مبتنی بر محک‌هایی است که به شکلی فرهنگی تعیین می‌شوند و از همین رو، واجد خاص بودن فرهنگی‌اند و نه نوعی تعالی. نکتهٔ مزبور حائز اهمیتی حیاتی است؛ چرا که به این تحلیل از تلویزیون میدان می‌دهد که ماهیت متغیر نشانه‌های تلویزیونی را دریابیم. ارزش این نشانه‌ها را نمی‌توان با ارجاع به یک منطق واحد توضیح داد بلکه با شعور و احساس مرتبط با هر کانال، برنامه و مخاطب فرق می‌کند. حتی مهم‌تر از این موضوع، می‌توان با تمرکز بر پویایی امور اقتصادی‌ای که تعیین‌کنندهٔ این ارزش‌های متغیرند، به فهم پیوند درونی و متقابل ابعاد نشانه‌شناختی و اقتصادی تلویزیون پسامدرن نائل شویم.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروفیسر کاہنشاہ علی محمد
پرنسپل جامعہ اسلامیہ اسلامیہ