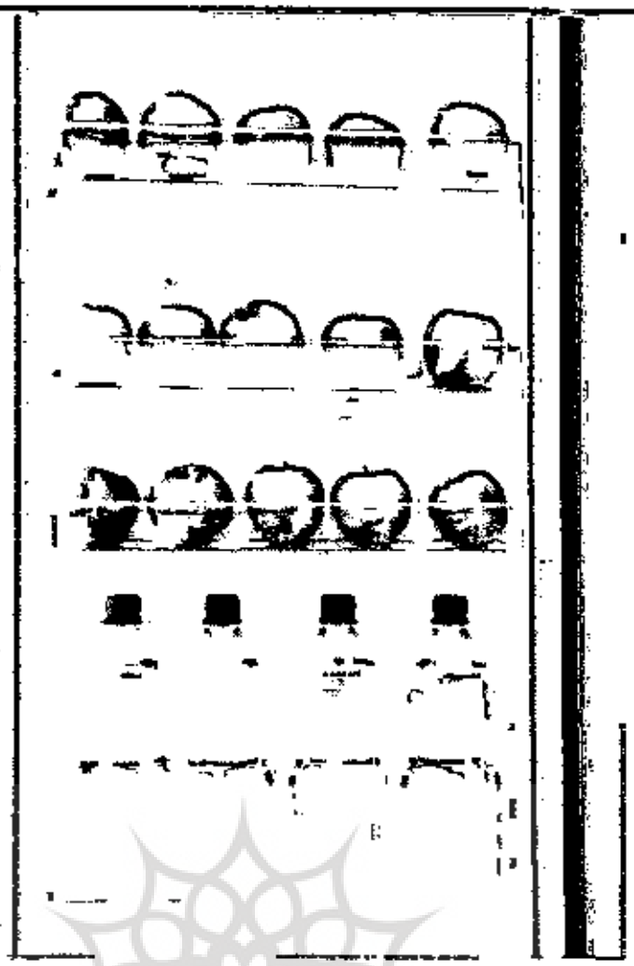
و هتل‌های بسیار بلندی است که در اطراف مسجدالنبی و مسجدالحرام ساخته شده‌اند و بس بلندتر از این دو مکان مقدس‌اند مثل هتل هیلتون، زمزم و شرایتون که در چند قدمی مسجدالحرام هستند و ساکنان این هتل‌ها اشراف دارند به مسجد و حاجیانی که در آنجا هستند. می‌شود گفت زمانی برای مشاهده کعبه، افراد باید سرشان را بالا می‌کردند ولی الان برای دیدن کعبه می‌توانند سرشان را پایین بیندازند و به کعبه و حاجیان نگاه کنند. شاید البته به تعبیر من، به نوعی شکسته شدن حرمت امر قدسی.

استدلال شما کاملا درست است اینکه می‌گوییم زلزله‌ای در جایی از دنیا اتفاق افتاده شاید یک زلزله هفت‌رشتری که همه جا لرزش را گذاشته بخشی از آن به همین نکته برمی‌گردد. البته به تعبیر زلزله شاید مناسب نباشد ولی این را می‌خواهم به ذهن بیاورم کنم که دنیا عوض شده. آنجا برخی شرایط حاکم بود و اینجا شرایط دیگری حاکم است. اصلا نوستالژیک نگاه نمی‌کنم. استدلال شما کاملا درست است. تجربه ما امروز از حج کاملا متفاوت شده نسبت به انسان‌هایی که ۲۰۰-۳۰۰ سال پیش به حج می‌رفتند. تجربه و دریافت خودم این است که در گذشته کعبه که حضرت ابراهیم خلیل الله[۲] بنا کرده بزرگ‌ترین و بهترین عمارت در مکه بوده، امن‌ترین مکان بوده، بقیه خانه‌ها کوچک و کلاغی و سنگی بودند. کعبه از دور دیده می‌شده و در واقع مصداق اینکه خداوند همه جا وجود دارد، بوده مصداق ذکر «الله اکبر» کاملا به صورت عینی دیده می‌شده است.

تجربه آدمی هم که می‌آمده و این بزرگی را می‌دیده و درک می‌کرده رویایی پذیرفتنی است در دنیای مدرن تسلط با سرمایه‌دار است. امروز وارد مکه که می‌شوید کعبه را نمی‌بینید مگر اینکه از درهای متعددی که برای ورود به مسجدالحرام هست وارد شوید و کعبه را ببینید و گرنه کعبه از بیرون رؤیت‌ناپذیر است. منظورم همان ساختمان‌ها و برج‌هاست. اگر در خیابان قدم بزنید نمی‌توانید کعبه را ببینید. این اولین اتفاقی است که افتاده یعنی اجازه رؤیت را این ساختمان‌ها گرفته‌اند که اگر قدری با برنامه‌ریزی عمل می‌شد، این تئوری‌ها دیده می‌شد و در معماری مکه حتما دخالت داده می‌شد چرا که این معماری است که به ما اجازه تجربه را می‌دهد. چرا در اطراف خانه خدا باید شاهد شکل‌گیری برج‌های کلان باشید؟ سرمایه‌دار می‌فهمد چه باید بکند. نزدیکی بازار ابوسفیان به حرم، هتل‌ها و برج‌های مختلف در آن حوالی بی‌دلیل نیست. هر چه طبقات بالاتر باشد، هم اشراف به حرم بیشتر است و هم هزینه هتل بیشتر برای سرمایه‌دار صرفه اقتصادی دارد. در واقع سرمایه‌دار کاملا بر اساس سود این کار را می‌کند. برخی از ساختمان‌ها آن‌قدر بلند است که شاید ۲-۳ برابر کعبه باشد.

اتفاقی که افتاده این است که اولا به واسطه ساخت و ساز این ساختمان‌ها کعبه را نمی‌توانی ببینی، حتی از بیرون دیوار بیرونی حرم هم نمی‌توانی کعبه را ببینی. دومین اتفاق هم این است که مهمانی که در حال طواف هستند احساس می‌کنند تحت نظارت یک عده آدم بیرونی هستند یعنی در کنار تصور اینکه تحت نظارت خداوند هستند احساس می‌کنند تحت نظارت دیگران هم هستند. همین قضیه باعث می‌شود که تجربه آنها از حج و طواف متفاوت شود. تصورم این است که اگر این مباحث در مطالعات فرهنگی مطرح شود، وقتی شما این‌گونه که الان مطرح کردید تجربه خودتان را از حج بیان کنید می‌تواند مورد استفاده سیستم کلانشهری قرار گیرد. اگر هوشمندانه بخواهد عمل کند و بخواهد تجربه ما را از امر قدسی، تجربه سکولاری نکند می‌تواند از این مطالعات و تجربیات استفاده کند و حداقل اجازه ندهد چنین عمارت‌های بلندی در اطراف کعبه ساخته شود تا باعث شود که تجربه شما از حج، تجربه‌ای سکولار شود.

■ گفت‌وگو: فائزه ساسانی خواه



بدون دیگران

فرهنگ در فضای مجازی

◊ دکتر یونس شکرخواه

فرهنگ مجازی چیست و آن را بر حسب اصطلاح چگونه تعریف می‌کنیم؟ در اینجا من به دلیل نگرانی‌هایی که از تکنیک ۲ مفهوم Outline و Upline دارم، فرهنگ مجازی را معادل ترکیب Cyber Culture (فرهنگ سایبر) می‌گیرم و به مناسبت به چند بحث در باب فرهنگ اشاره می‌کنم تا به موضوع بحث خود برسیم.

گروهی فرهنگ سایبر را محصول شبکه‌های کامپیوتری می‌دانند. گروهی نیز ما را به محصول شبکه‌های مواجهه نوعی از تجارت و متشکل با انواع دیگری از آن دو، گروه دیگر «سایبر» را مفهومی نو یا می‌دانند که از درون جنبش علمی - تخیلی Cyber Punk رشد کرده است. سایبر پانک‌ها به گروه‌های چریک‌ها و مبارزان فضای مجازی هستند. دیدگاه دیگری، ریشه فرهنگ را نه در امروز بلکه در واژه یونانی تبار «سایبرنتیکس» (Cybernetics) می‌داند. این واژه ابتدا در سال ۱۹۴۷ توسط نوربرت وینر (Norbert Wiener) مطرح شد. در نظر او میان انسان و انسان، انسان و ماشین و ماشین و ماشین رابطه بازخوردی (Fead Back) برقرار است و از این جهت جهان، بازخورد حسگری نامیده و پیوسته پدیدار است. امروزه این مفهوم گسترده‌تر شده و مفاهیم اجتماعی‌تری را در قالب نهادها، سازمان‌ها در خود جای داده است.

گروه دیگر، فرهنگ را محصول ساختارهای سیاسی، اجتماعی و تاریخی فرهنگ کلان می‌دانند. ایده دیگری هم فرهنگ را بسیار مدرن و اساسا به تحولات تکنولوژیک مربوط می‌داند که البته برداشتی نو از مفهومی قدیمی‌تر است. هارولد آدام انیس (Harold Adam Anis) جامعه‌شناس اقتصاد سیاسی، معتقد بود که تکنولوژی جدید نماد برای نوعی جهت‌گیری در گسترش یا به افتاد در آوردن زمان و مکان است. گروه دیگر، برای مفهوم دیگری با عنوان Cyber Space ایجاد می‌کنند و فرهنگ سایبر را برآمده از درون سایبر انسی می‌دانند. این واژه را ابتدا نویسنده و پایه‌گذار گیبسون - نویسنده داستان‌های علمی - تخیلی چیز سال ۱۹۸۴ به کار برد. فضای سایبر به مجموعه‌ای از ارتباطات درونی از سال‌ها از طریق کامپیوتر و وسایل مجازی، بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می‌شود.

یک مهم در این زمینه از زوان چانگ تزو (Chuang Tzu) مطرح شده است. ما یا ما هستیم که به عنوان کاربر در فضای سایبر سیر می‌کنیم یا این فضای سایبر است که ما را به عنوان بخشی از پدیده‌های خود تعریف می‌کند؟

از سوی دیگر برخی دیدگاه‌های معطوف به «مطالعات متمرکز بر تأثیرات فرهنگی» را می‌توان به ۳ گروه منتقدان فرهنگی نخبه‌گرا (Lifist Literary Critics) و منتقدان مارکسیست (Marksist Critics) طبقه‌بندی کرد. در منتقدان فرهنگی ۳ گرایش بزرگ وجود دارد: یکی گرایش نگران فرهنگ عامه و تحلیل و تبیین فرهنگ برتر و نخبه‌گرایانه است که پیوند این تفکر را در انسیت و هنوز انگلستان در این حوزه مطرح است. تاریخ دوم (مارکسیست‌ها) که ریشه در آرای مارکس و مکتب فرانکفورت دارند و نگرانی هژمونی و سلطه‌ها هستند. شاخص این تفکر، آنتونیو گرامشی است. او بحث «آرا اتوس فرهنگی» را مطرح کرد و معتقد شد که آرا اتوس، دولت، کلیسا، رسانه و مدرسه است. دیدگاه مارکسیستی، نگران مصرف و عینیت‌بخشی به ایدئولوژی حاکم از سوی رسانه‌هاست اما پرسش این است که آیا انواع این برداشت‌ها و دغدغه‌ها در فضای فرهنگ سایبر دستخوش دگرگونی شده است؟ نکته دیگر مفهوم «سیاست‌سازی فرهنگی» و تداوم یا گسست آن در فضای فرهنگ سایبر است. در حوزه فرهنگی، ۲ مقوله کلاسیک وجود دارند. به نظر من از این ۳ حوزه چقدر باقی مانده و تا چه اندازه ماهیتی امنیت می‌کند؟ در هر برنامه فرهنگی ۲ دغدغه وجود دارد: اولش فرهنگی ما چیست، اهداف ما چیست و چه اولویت‌هایی داریم؟

آیا سرنوشت این ۳ روند در فضای مجازی دستخوش تغییر می‌شود؟ تعریف‌های قبلی عمدتا جغرافیا را در سر می‌گیرند. وقتی به مکان اشاره می‌کنیم می‌خواهیم بگوییم که فرهنگ محصول مکان خاصی است. در وب و سایبر اسپیس به چه چیزی اشاره می‌کنیم؟

قلمرو فرهنگ سایبر بین واقعیات و مجازها نوپدید است. فرهنگی است که تولید می‌شود و تولید می‌کند اما ابزاری که در این تولید به کار گرفته می‌شود، ارقام است. همان صفر و یک‌ها که خلق می‌شوند و خلق می‌کنند فرهنگ سایبر جایی بین حافظه مشترک من و شماست. بین شناخت مشترک ما در قلب جهان عقل سلیم صفر و یکی به اندازه منیا الفیه عقل سلیم آدم‌ها می‌تواند ماسک‌دار باشد.

رویای فرهنگ سایبر را در قالب فلسفه‌های تازه ابزارها و منش‌های تازه می‌دیدم. واقعیت دست‌مایه‌های انسان شناسان امروز هم می‌توان پیدا کرد. زندگی مصنوعی، هوش مصنوعی و موارد مشابه در اینجا تجربه فردی بر حقیقت و اخلاق مقدم است. فلسفه‌های فردی در آن بسامد بالایی دارند. به نوعی نفرت گوش دادن و تجربه کردن بدون توجه به تجربه‌های دیگران در آن قابل مشاهده است. بحث این است که فرهنگ سایبر، در خانه ما ایستاده است. پانلگاه محصی فرهنگ سایبر بهر اتاق ماست. پدر و مادرها هم می‌دانند که ما پشت کامپیوتر و تلویزیون اتاق هر زمان شان باید رو به در باشد. بنابراین ما به چهره‌ها و شخصیت‌هایی برمی‌خوریم که چندوجهی‌اند. ما به آنها را نمی‌شناسیم و در معرض تغییرات بسیار سریع قرار داشته‌اند.

دیوید هیوم می‌گفت: «افراد پایه خودشان فکر می‌کنند و کاری انجام می‌دهند یا از راه سمپاتی یا شخص دیگر». ولی اگر امروز بود، باید از او می‌پرسیدیم که آن «دیگری» چه می‌شود؟ چگونه هویتش معلوم می‌شود؟ چه نوع ارتباطی شکل می‌گیرد؟ چون شما شناخته نمی‌شوید، فقط چت می‌کنید و لذت می‌برید و دسترسی آسان دارید. در واقع هم ما تنها می‌شویم و هم می‌شویم.

امروز ما افراد به جای برپرسش از یکدیگر (استاد از استاد یا دانشجو از استاد)، مطالب دلخواه را در فضای مجازی جست‌وجو می‌کنیم. در واقع، فرصت فکر کردن را از خود می‌گیریم. پرسشی که مطرح است این است که آیا فرهنگ سایبر حافظه ما را پاک می‌کند؟ آیا ارزش‌ها و باورهای سایبر به ما نزدیک‌اند؟ بنابراین ما را مشوه می‌کنیم که همرنگ و همجهت‌ایم؟

به نظر من «مطالعات فرهنگی» که مدام نگران فرهنگ نخبه است و از طرف دیگر به بحث تأثیر منفی رسانه‌ها بر فرهنگ و امطرح می‌کند، به یک چیز توجه ندارد. الان رسانه چاپی نمی‌تواند هیچ کاری بکند. مطالعات فرهنگی همچنان دنبال Text است. این متن حاوی کر نمی‌تواند کاری انجام دهند. زمانی واحد اطلاعات پشت کتاب بود. امروز واحد اطلاعات بیت (bit) است و کتاب در مقابل آن نمی‌تواند کاری کند. ما قانع باید بگوییم که مطالعات فرهنگی روی متن کار کرده ولی در مورد بینامتنیت و وب هیچ کاری انجام نداده است ◊

عضو هیات علمی دکتر یونس شکرخواه در کتاب فرهنگ در فضای فیزیکی و مجازی، است که در حوزه فلسفه سال جاری در دانشکده مطالعات جهانی دانشگاه تهران برگزار خواهد شد.