رسانه هنر

اختصاصی بودن رسانه‌ها در هنرها

نوئل کارول
ترجمه‌ی فرهاد ساسانی

The Specificity of Media in the Arts

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱

این فکر که من آن را دیدگاه اختصاصی بودن رسانه[۱] می‌نامم، مبنی بر این که میزان تحول همه‌ی صورت‌های هنری به لطف رسانه‌یشان منحصر به خودشان است در سده‌ی هجدهم، تقریباً در همان زمان که تمایز بین زیبایی‌ها و نازیبایی‌ها و بین هنرهای زیبا و هنرهای کاربردی تحقق پیدا کرد، مطرح شد. با این وجود، علی رغم قدمت دیدگاه اختصاصی بودن رسانه‌ها، این دیدگاه همچنان به شدت بر تخیلات هنرمندان و نظریه‌پردازان تأثیرگذار بوده است. در قلمرو

Noel Carroll.The Specificity of Media in the Arts,in Toby Miller and Robert Stam(eds). Film and Theory:An Anthology (Malden ,Mass.and Oxford:Blackwell Publishers Ltd,2000),pp.39-53

هنر معاصر، شاید این دیدگاه بیش از همه در عرصه‌ی زیبایی‌شناسی ویدئو مشهود باشد؛ جایی که یکی از گروه‌ها، یعنی پردازشگران تصویر، با این توجیه که به ویژگی‌های بنیادین ویدئو می‌پردازند، از اکتشافات سبکی خودشان دفاع می‌کنند. شلی میلر موضع‌گیری آن‌ها را خلاصه کرده و می‌نویسد: در "پردازش تصویر الکترونیکی از خصوصیت‌های ذاتی رسانه‌ی ویدئو به عنوان مواد هنرسازی استفاده می‌شود. هنرمندان در سطحی پایه با عوامل گوناگون سیگنال الکترونیکی، مثل فاز یا دامنه‌ی بسامد [فرکانس] کار می‌کنند که در حقیقت تصویر و صدای نهایی را معین می‌کند."[۲]

دیدگاه اختصاصی بودن رسانه مبتنی بر این است که هر صورت هنری دارای قلمروی بیان و کشف مخصوص به خود است. این قلمرو را ماهیت رسانه معین می‌کند که از طریق آن موضوعات یک صورت هنری مشخص می‌شود

بی‌شک، بسیاری از پیشروان هنر ویدئو به دیدگاه اختصاصی بودن رسانه گرایش پیدا کرده‌اند زیرا با توجه به پیشینه‌ی هنرهای زیبا، تمایل داشته‌اند و دارند که به آموزه‌های هنوز تأثیرگذار مدرنیسم کلمنت گرینبرگ فکر کنند. این رویکرد به نقاشی و پیکره‌تراشی به شدت جوهرگرایانه[۳] است. گرینبرگ اظهار می‌کند:

یک اثر مدرنیستی اصولاً باید بکوشد از اتکا به هر گونه‌ی تجربه‌ای که در قالب جوهری‌ترین تعبیر از ماهیت رسانه‌اش قرار نمی‌گیرد، بپرهیزد؛ یعنی این‌که از جمله‌ی دیگر چیزها، از توهم و صراحت چشم بپوشیم. هنرها باید فقط بر اساس خودهای جداگانه و کاهش‌ناپذیرشان عمل کنند تا به مادیت و "نابیت" برسند. نقاشی مدرنیستی با چشم‌پوشی از توهم بُعد سوم، به میل ما به خالص و اثباتی بودن جامه‌ی عمل می‌پوشاند.[۴]

از نظر گرینبرگ، جلوه‌های چشمی دوبُعدی، رسانه‌ی اختصاصی حوزه‌ی نقاشی را تشکیل می‌دهد؛ حال آن که جلوه‌های ملموس سه‌بُعدی در حوزه‌ی پیکره‌تراشی قرار می‌گیرد. هنرمندان ویدئوپرداز نیز تحت تأثیر این نسخه از مدرنیسم بر این باورند که مسیر صحیح صورت هنری آن‌ها مستلزم جداسازی و تعریف کردن جوهر رسانه‌ی ویدئو است. از این گذشته، از نگاه گرینبرگ، این طرفداران اختصاصی بودن رسانه معتقدند تفاوت‌های رسانه‌ها باید معیاری برای ما فراهم کند که نشان دهد هنر باید از چه چیزی ساخته شود و از چه چیزی ساخته نشود. همچنین این طور برداشت می‌شود که چنان چه اختصاصی بودن رسانه نادیده گرفته شود، انگار منتقد اختصاصی بودن رسانه دلیلی برای ارزیابی منفی از یک اثر هنری معین داشته است.

از نظر گرینبرگ، جلوه‌های چشمی دوبُعدی، رسانه‌ی اختصاصی حوزه‌ی نقاشی را تشکیل می‌دهد؛ حال آن که جلوه‌های ملموس سه‌بُعدی در حوزه‌ی پیکره‌تراشی قرار می‌گیرد

نقد عکاسی معاصر نیز برخی گرایش‌های جاری را به دیدگاه اختصاصی بودن رسانه نشان می‌دهد. برای مثال، رولان بارت در کتاب معروفش، **اتاق روشن**، اظهار می‌کند که بازنمایی عکاسی اساساً با بازنمایی مبتنی بر قیاس یا نسخه‌برداری، یعنی نوعی بازنمایی که در نقاشی دیده می‌شود، متفاوت است. بارت می‌نویسد: «واقع‌گرایان که من هم یکی از آن‌ها هستم

و قبلاً، وقتی گفتم عکس یک تصویر بدون رمزگان است نیز یکی از آن‌ها بودم. اگرچه روشن است که بعضی رمزگان‌ها خوانش ما را از آن تصویر آلوده می‌کنند. عکس را کپی واقعیت نمی‌پندارند، بلکه آن را ساطع شدن واقعیت گذشته می‌دانند: یک جادو، نه یک هنر».۵ به نظر می‌رسد اولویت‌های زیبایی‌شناختی واقع‌گرایانه با شرح واقع‌گرایانه‌ی بارت در مورد بازنمایی عکاسی، به ویژه سلیقه‌اش در مورد عکس‌هایی که به بیننده فرصت می‌دهند فعالانه به کشف جزئیات رمزگذاری نشده بپردازند، مرتبط است.۶

تداوم دیدگاه اختصاصی بودن رسانه برای سیاست‌گذاری آموزشی نیز اهمیت دارد. زیرا وقتی ویدئوپردازان و عکاسان بخواهند دانشکده‌ها و گروه‌های دانشگاهی خاص خودشان را تشکیل دهند (دورنمایی اکنون جلوی دیدگان ماست)، احتمال دارد این کار را با اعلام خودمختاری از دیگر هنرها بر مبنای استدلال اختصاصی بودن رسانه‌ی خود انجام دهند.

۲

دیدگاه اختصاصی بودن رسانه مبتنی بر این است که هر صورت هنری دارای قلمروی بیان و کشف مخصوص به خود است. این قلمرو را ماهیت رسانه معین می‌کند که از طریق آن موضوعات یک صورت هنری مشخص می‌شود. اغلب فکر می‌کنند تفکر "ماهیت رسانه" مبتنی بر ساختار فیزیکی آن رسانه است. می‌توان دیدگاه اختصاصی بودن رسانه را این طور تعبیر کرد که هر صورت هنری باید فقط با اتکا به رسانه‌اش [...] به دنبال آن جلوه‌ها بگردد. یا شاید این دیدگاه را بتوان این طور تفسیر کرد که هر صورت هنری باید به دنبال هدف‌هایی باشد که با اتکا به رسانه‌اش، به بهترین وجه به آن‌ها دست پیدا می‌کند یا به دنبال جلوه‌هایی بگردد که در اختیارش قرار دارند. اغلب، معتقدان به اختصاصی بودن رسانه ناخودآگاه به هر دو اندیشه تکیه می‌کنند (و آن‌ها را ادغام می‌نمایند). هر صورت هنری باید **فقط** به دنبال آن جلوه‌هایی باشد که با اتکا به رسانه‌اش، به‌تر از همه به آن‌ها می‌رسد. این دیدگاه بر این فرض استوار است که هر صورت هنری باید هدف‌هایی متمایز از دیگر صورت‌های هنری را پی بگیرد. جلوه‌های صورت‌های هنری نباید با هم همپوشی داشته باشند و نیز نباید از هم تقلید کنند. همچنین فرض بر این است که گستره‌ی جلوه‌های هر صورت هنری به گونه‌ای است که به واسطه‌ی ساختار رسانه‌ی فیزیکی خود به به‌ترین وجه یا به شکلی منحصر به فرد تبلور می‌یابد. هر صورت هنری باید با استفاده از این گستره از جلوه‌ها، که ماهیت رسانه‌اش آن را ایجاب می‌کند، محدود شود.

یک اثر مدرنیستی اصولاً باید بکوشد از اتکا به هر گونه‌ی تجربه‌ای که در قالب جوهری‌ترین تعبیر از ماهیت رسانه‌اش قرار نمی‌گیرد، بپرهیزد

این فکر که هر صورت هنری دارای قلمروی مخصوص به خود است و نباید با جلوه‌های دیگر صورت‌های هنری همپوشی داشته باشد، از سده‌ی هجدهم مطرح بوده است؛ یعنی زمانی که نظریه‌پردازانی چون ژان باپتیست دوبوس (Moses Mendelsohn) و مشهورتر از همه، گوتهولد افریم لسینگ (Gotthold Ephraim Lessing) از نوعی از نظریه‌ی هنر انتقاد کردند که شارل باتو (Charles Batteux) آن را در رساله‌ی خود با عنوان **هنرهای زیبا به یک اصل فروکاسته می‌شوند** پیشنهاد کرده بود.۷ همان گونه که عنوان کتاب باتو گویای آن است، نظریه‌پردازان هنر پیشاروشنگری همه‌ی هنرها را یکی می‌دانستند؛ مثلاً به دنبال یک جلوه‌ی خاص مثل تقلید از زیبایی‌های

طبیعت بودند. طرفداران روشنگری، مانند لسینگ، که همچون هم دوره‌ای های خود میل به تمایزگذاری داشتند، کوشیدند هنرها را بر حسب عناصر اختصاصی رسانه‌ی آن ها تفکیک کنند. لسینگ با استفاده از مفهوم نشانه پیش از نشانه شناسی، حس کرد موضوع مناسب هر رسانه را می توان از ویژگی های فیزیکی نشانه های تشکیل دهنده‌ی آن برگرفت: شعر که به صورت پیاپی با با واژه هایش روبه‌رو می شویم، هنری است زمانی که تخصص آن بازنمایی رخدادها و فرآیندهاست، حال آن که نقاشی، که فقط به صورت پیوستگی مکانی با نشانه ها، یعنی رنگ مالش هایش روبه‌رو می شویم، باید لحظه ها را بازنمایی کند.۸

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

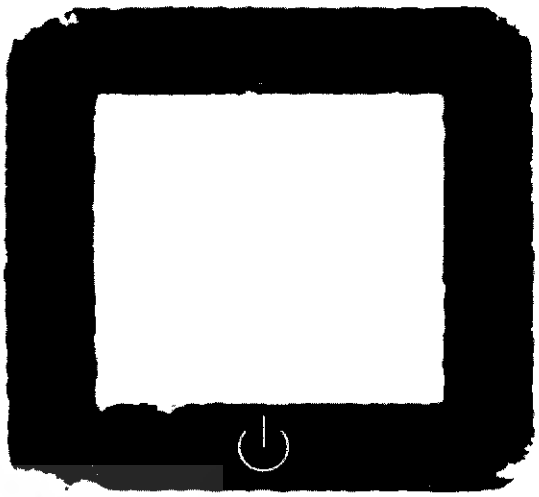
این دیدگاه بر این فرض استوار است که هر صورت هنری باید هدف‌هایی متمایز از دیگر صورت‌های هنری را پی بگیرد. جلوه‌های صورت‌های هنری نباید با هم همپوشی داشته باشند و نیز نباید از هم تقلید کنند

برداشتی که از سخن طرفداران دیدگاه اختصاصی بودن رسانه‌ها می‌شود این است که تنها لازم است ساختار فیزیکی رسانه را بررسی کنیم، و نوع جلوه‌هایی که آن صورت هنری مبتنی بر آن رسانه باید با آن‌ها سروکار داشته باشد، کمابیش یک نوع از کار در می‌آید. رنگ جزء اصلی نقاشی است، بنابراین نقاشی باید عمدتاً نمایانگر تختی باشد (یا دست کم محدود شود تا فقط نمایانگر جلوه‌هایی باشد که با تختی همخوانی دارند). امّا خیلی روشن نیست که آیا می‌توان به شکلی نظام‌مند از رسانه‌ی فیزیکی به غایت صورت هنری رسید. برای مثال، اگر چیزی بتواند در قالب یک ویژگی فیزیکی اساساً معرف فیلم باشد، آن چیز بستر سلولوئیدی انعطاف‌پذیر فیلم است.

ولی این مسئله در مورد انواع چیزهایی که می‌توانند یا باید در آن رسانه بازنمایی یا بیان شوند، چه معنایی دارد؟ در واقع، چرا متضمن آن است که ویژگی‌های ذاتی رسانه لزوماً پیامدهای تعیین کننده‌ای برای هنری که در آن رسانه ساخته می‌شود، دارند؟ البته این نکته نیز زمانی مهم است که از دیگر جنبه‌های ذاتی آن رسانه‌ی فیزیکی هم صحبت کنیم. اگر نوعی ابزار نوشتار، مثلاً یک ماشین تحریر (یا اگر بخواهیم روزآمد باشیم، یک واژه‌پرداز) و سطحی مادی مانند کاغذ، مواد مرسوم و اصلی رمان‌نویس باشند، از این نکته چه چیزی می‌توان درباره‌ی دامنه‌ی مناسب جلوه‌های رمان فهمید؟۹

تداوم دیدگاه اختصاصی بودن رسانه برای سیاست‌گذاری آموزشی نیز اهمیت دارد. زیرا وقتی ویدئوپردازان و عکاسان بخواهند دانشکده‌ها و گروه‌های دانشگاهی خاص خودشان را تشکیل دهند (دورنمایی اکنون جلوی دیدگان ماست)، احتمال دارد این کار را با اعلام خودمختاری از دیگر هنرها بر مبنای استدلال اختصاصی بودن رسانه‌ی خود انجام دهند

شاید به ما بگویند زبان، ماده‌ی اصلی رمان‌نویس است، نه چاپ. ولی آن وقت شعر و رمان مادامی که دارای یک ماده‌ی اصلی هستند، باید به دنبال چه جلوه‌های متفاوتی باشند؟ شاید یک گام دیگر بردارند و بگویند که صوت ماده‌ی اصلیِ شعر است، در صورتی که رخدادها و کنش‌ها مادّه‌ی اصلی رمان‌اند. البته خیلی دشوار است که فهمیم چرا کنش‌ها و رخدادها را در مقایسه با نمونه‌هایی مانند رنگ نقاشی باید اجزای فیزیکی یک رسانه تعبیر کنیم. بی‌شک، معتقدان به اختصاصی بودن رسانه در این جا به ما خواهند گفت که لازم نیست به تعبیر ساده‌ای از رسانه که صرفاً به ویژگی‌های فیزیکی آن محدود می‌شود، اکتفا کنیم. ولی زمانی که توضیح فرضاً فیزیکی را در مورد رسانه رها کنیم، چطور می‌توانیم معین کنیم عناصر یا اجزای پایه کدام‌اند؟ این که آیا کنش‌ها و رخدادها عناصر اصلیِ رمان هستند یا نه موضوع بحث من نیست. علاقه‌ی من به دیالکتیک پیشین به خاطر این است که در مورد استدلال‌های مربوط به اختصاصی بودن رسانه‌ها چه چیزی را آشکار می‌کند؛



یعنی این که شناسایی مواد اصلی یک رسانه کار آسانی نیست، چه رسد به این که از طریق شمارش ساده‌ی عناصر فیزیکی یک رسانه به کشف جلوه‌هایی نائل شویم که صورت هنری تجسم‌یافته در آن رسانه باید به آن‌ها پای بند باشد. در واقع، اغلب، دانستن این که در توجیه اختصاصی بودن رسانه باید به کدام سطح از تحلیل توجه نشان دهیم، دشوار است. با این که عموماً این توجیهات بیانگر آن است که نقطه‌ی آغاز آن‌ها عنصر یا جزئی فیزیکی است، گفتمان[۱۰] اختصاصی بودن رسانه خیلی راحت به بررسی عناصر یا اجزای غیرفیزیکی سوق پیدا می‌کند. برای مثال، اغلب می‌گویند زمان و مکان اجزای تشکیل دهنده‌ی فیلم‌اند، ولی چرا این‌ها برای نظریه‌پردازِ اختصاصی بودن رسانه مهم‌تر از بسترِ سلولوئیدیِ انعطاف‌پذیر سینما است؟

البته اگر از قبل، کاربرد خاصی برای یک رسانه مثل شعر داشتیم، آن گاه ممکن بود بتوانیم بگوییم ویژگی‌های آن رسانه در خدمت آن هدف قرار دارند، یا حتی چه ویژگی‌های فیزیکی‌ای در خدمت آن هدف قرار دارند. امّا در این جا باید بگوییم که به‌تر است ویژگی‌ای مانند صوت را در زبان ویژگی‌ای مرتبط با هدف‌های شعر بدانیم تا ویژگی تعیین کننده‌ی اصلیِ آن رسانه. به نظر می‌رسد لفظ "ویژگی اصلی" متضمن یا مبین این معنا است که پیشَ از هر گونه کاربرد یک رسانه، آن رسانه می‌تواند دارای ویژگی‌ای باشد که در ارتباط با گستره‌ی بیانی صورت هنری تجسم‌یافته در آن رسانه، مهم‌تر و بیانگرتر از دیگر ویژگی‌ها به حساب آید. ولی در واقع در مورد این که کدام یک از ویژگی‌های آن رسانه مهم‌اند، هیچ تصوری نداریم؛ مگر آن که کاربردی برای آن رسانه در نظر داشته باشیم.

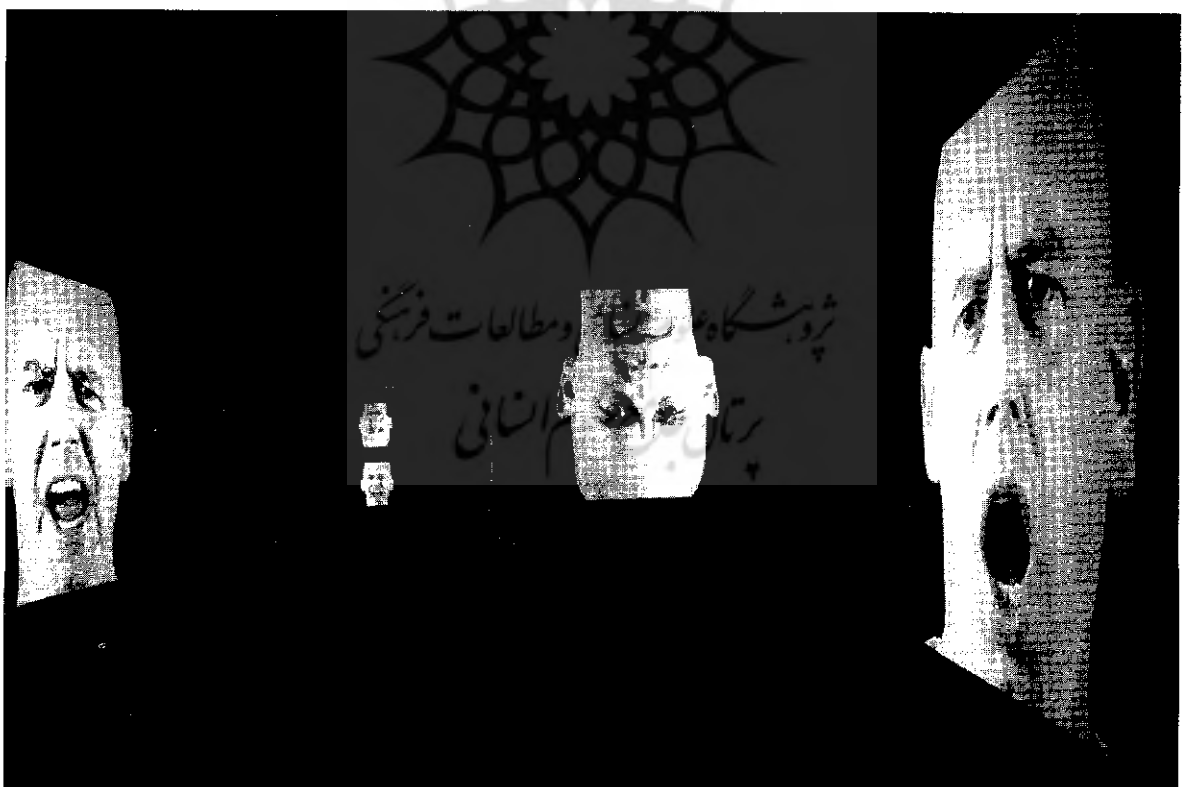
از این گذشته، وقتی دریابیم این هدف‌های ما است که باعث تحول رسانه می‌شود نه این که رسانه است که هدف‌های هنری ما را تعیین می‌کند، آن گاه می‌بینیم که مشکل همپوشی رسانه‌ها رفع می‌شود. ممکن است هدفی مثل به تصویر کشیدن کنش انسانی به شکلی احساسی داشته باشیم که همه‌یَ رسانه‌ها را در برگرفته، از هر رسانه ویژگی‌هایی را برگزینند تا به به‌ترین وجه باعث تسهیل در رسیدن به هدفمان شود. این ویژگی‌ها در هر رسانه‌ای به نوبه‌ی خود یا به ویژگی‌های رسانه‌های دیگر شبیه‌اند یا به شدت متفاوت.

سبک، نوع و صورت هنری و هدف‌های نشأت‌گرفته از آن‌ها معین می‌کنند چه عناصری از رسانه مهم است و چه عناصری مهم نیست

می‌توانیم با تقلید از رسانه‌ای دیگر به به‌ترین وجه به هدف‌های موقتی که برای یک رسانه در نظر می‌گیریم، دست یابیم. بنابراین ژان ـ ماری استروب در **فیلم داماد، زن هنرپیشه و پاانداز** کاملاً از تئاتر تقلید می‌کند تا این منظور تأمل برانگیزش را که تمام فیلم «به صحنه رفته است» ـ به تعبیر من، به شکلی کاملاً تأثیرگذار ـ بیان کند. به علاوه، احتمال دارد وقتی

رسانه‌ی جدیدی مانند ویدئو یا فیلم را معرفی کنیم، مجبور شویم کار را با انطباق آن با هدف‌ها و راهبردهای موجود مانند چهره‌نگاری، که اجرای آن یادآور جلوه‌های دیگر رسانه‌ها است، آغاز کنیم. یعنی هنرورزان مجبورند از یک جایی کار را با چنین هنرهای تازه‌ای شروع کنند. تکامل هر رسانه بستگی به هدف‌هایی دارد که برای آن پیدا می‌کنیم و رسانه خود هیچ هدف پنهانی برای خود ندارد.

شیوه‌ی دیگر پرداختن به این مسئله این است که به یاد آوریم تمام رسانه‌ها از بیش از یک جزء تشکیل شده‌اند. برای ساده کردن بحث، بگذارید بگوییم رنگ‌ها، قلم موها و بوم‌ها مواد اصلی نقاشی‌اند. معتقدان به اختصاصی بودن رسانه چگونه می‌دانند که باید رنگ را عنصر مهم این گروه در نظر گیرند؟ مدرنیست‌ها پس از آن‌که رنگ را عنصر شاخص تشخیص دادند، چگونه می‌دانند که باید امکان تختی را، در مقابل خمیره رنگ‌هایی (ایمپاستو‌ها‌یی) که بیش‌تر بر تراکم و غلظت می‌افزایند، امکان مهمی تشخیص دهند که باید آن را کشف کنند؟ روشن است که خود رنگ نمی‌تواند معین کند چگونه باید از آن استفاده شود، ولی هدف‌های استفاده از رنگ .هنر و یا مدرنیسم .ویژگی‌های مهم این رسانه را برای کاری که در پیش دارند، مشخص می‌کنند. برای مثال، می‌توان «تختی» را برای بیان آرمان‌های مدرنیستی خلوص و سفتی و سختی به وجود آورد. خلاصه این‌که هدف‌های یک هنر معین .در واقع یک سبک، جنبش یا ژانر معین .مشخص خواهد کرد که چه جنبه‌هایی از رسانه‌ی فیزیکی مهم است. رسانه‌ی فیزیکی هدفی منحصربه‌فرد یا حتی دامنه‌ی محدودی از هدف‌ها را برای یک صورت هنری انتخاب نمی‌کند.



«بـــروس نومان، مولف / اجتماعی (رینده رودرروی دوربـــین) ، ۱۹۹۱،ســـه ویدئو پروژکتور ، شـــش نمایشگر، بـــلندگوهای اســـتریو، شش دستگاه پخش ویدئوی دیسکی ، شش دیسک ویدئویی ، یک تقویت کننده ، دو بلندگوی قوی (رنگ،صدا)، بنیاد ایدساموندلس،تورنتو

وقتی دریابیم این هدف‌های ما است که باعث تحول رسانه می‌شود نه این‌که رسانه است که هدف‌های هنری ما را تعیین می‌کند، آن‌گاه می‌بینیم که مشکل همپوشی رسانه‌ها رفع می‌شود

این که یک رسانه عموماً ترکیبی است از اجزای اصلی آن، پیامدهای دیگری را برای دیدگاه اختصاصی بودن رسانه در پی می‌آورد؛ زیرا ویژگی‌های متفاوت رسانه ممکن است مسیرهای اساساً متفاوتی برای تحول هنری پیش رو گذارد. فیلم‌برداری در فیلم عنصری اصلی است که بسیاری را بر آن داشته است تا فیلم را یک هنر واقع‌گرایانه بدانند ولی ظهور حرکت ناشی از ساختار پیاپی نوار فیلم نیز به همان اندازه برای فیلم یک عنصر اصلی به شمار می‌آید، به گونه‌ای که برخی را بر آن داشته است تا سینما را یک هنر جادویی بینگارند. در چنین مواردی، بر کدام جنبه از رسانه باید تأکید کرد؟ آیا نظریه‌پرداز اختصاصی بودن رسانه می‌تواند مبنایی غیراختیاری را برای ترجیح دادن برنامه‌ی پیشنهادی یکی از ویژگی‌های اصلی این رسانه بر برنامه‌ریزی ویژگی دیگر آن ارائه دهد؟ شاید او برنامه‌ی پیشنهادی آن عنصری از رسانه را برگزیند که عنصر لازم آن رسانه است. ولی در مورد فیلم، هم فیلم‌برداری و هم ساختار پیاپی نوار فیلم عناصر لازم‌اند.

البته ممکن است نظریه‌پرداز اختصاصی بودن رسانه بگوید هیچ مشکلی برای او به وجود نمی‌آید چون عناصر پایه‌ی رسانه مسیرهای تحول متفاوتی را پیش‌رو می‌گذارند. می‌شود گفت هنرمند می‌تواند به شکلی متکثر بیش از یک خطر را دنبال کند. امّا اغلب، موردهایی هست که گزینه‌های برگزیده برای ویژگی‌های پایه‌ی رسانه برنامه‌هایی را برای تحول مطرح می‌کنند که با یکدیگر در تضادند. هم فیلم‌برداری و هم تدوین جزء عناصر پایه‌ی سینما به شمار آمده‌اند، عناصری که ظاهراً سبک‌های اساساً متضادی را ارائه می‌دهند: واقع‌گرایی در برابر مونتاژ. در این جا غیرممکن است هنرمند بتواند کاملاً از کل دامنه‌ی جلوه‌هایی که رسانه‌اش در آن‌ها خوب عمل می‌کند بهره جوید، زیرا غیرممکن است بتواند همیزمان هم از توانایی‌های سینمایی تدوین سریع و هم از فیلم‌برداری واقع‌گرایانه‌ی با حالت کانونی عمیق بهره گیرد. به همین ترتیب، ظرفیت ویدئو در زمینه‌ی انتقال بی‌واسطه، آن را به ابزاری سودمند برای ایجاد برخی مستندات خبری تبدیل می‌کند؛ حال آن که قالبیت بازخورد فوری این امکان را می‌دهد تا از آن برای پردازش تصاویر انتزاعی استفاده کرد. ولی نمی‌توان یک مستند خبری تصویری پردازش شده‌ی انتزاعی درست کرد.

برخلاف دیدگاه اختصاصی‌بودن رسانه، هیچ تکنیکی وجود ندارد که به خاطر یک مورد ناکامی در استفاده از برخی خصوصیت‌های یک رسانه‌ی معین (یا به خاطر همپوشی‌اش با دیگر رسانه‌ها)، دیگر به کار هنرمند نیاید

ممکن است یک رسانه در بیش از یک جلوه‌پردازی برتری یابد و ممکن است این جلوه‌ها ناهمخوان باشند. از این رو، با انجام دادن آن‌چه آن رسانه به به‌ترین وجه انجام می‌دهد، هنرمند نمی‌تواند به دیدگاه اختصاصی بودن رسانه پای‌بند بماند؛ چون نمی‌توان تمام آن کاری را که رسانه به به‌ترین وجه انجام می‌دهد، انجام داد. دیدگاه اختصاصی بودن رسانه در انتخاب سبک‌های «رسانه‌محور» متضاد مختار

نیست. روشن است که به سوی تکنیکی متمایل می‌شویم که به به‌ترین وجه به هدف‌های ما کمک کند. این که بر چه جنبه‌هایی از رسانه تأکید می‌شود یا از آن‌ها بهره گرفته می‌شود، بر اساس مقاصد هنرمندان و اهداف هر صورت هنری معین می‌گردد. اگر شعر را باید رد سکوت و از روی صفحه‌ی کاغذ خواند، آن‌گاه تأکید کردن بر برخی جنبه‌های آن رسانه، مانند این که هر بیتی کجا پایان می‌پذیرد، معنا می‌یابد. امّا اگر قرار باشد شعر را عمدتاً سخنوران با صدای بلند دکلمه کنند، پایان هر بیت ویژگی کاملاً تعیین کننده‌ی این رسانه نخواهد بود، حتی اگر شاعران ما سروده‌هایشان را قبلاً روی کاغذ نوشته باشند. از رسانه برای کمک به اهداف یک صورت هنری، یک سبک و یا یک ژانر استفاده می‌شود. آن اهداف‌اند که جنبه‌های متفاوتِ رسانه را مهم می‌کنند، نه برعکس.

برداشتی که از سخن طرفداران دیدگاه اختصاصی‌بودن رسانه‌ها می‌شود این است که تنها لازم است ساختار فیزیکی رسانه را بررسی کنیم، و نوع جلوه‌هایی که آن صورت هنری مبتنی بر آن رسانه باید با آن‌ها سروکار داشته باشد، کمابیش یک نوع از کار در می‌آید

در پاسخ به ادعاهایم درباره‌ی اولویت کاربرد، می‌توان اظهار کرد که کاربردهایی وجود دارد که رسانه را نمی‌توان برای آن‌ها به کار برد و می‌توان گفت این حقیقت بنیادینِ ادعای اختصاصی بودن رسانه است. امّا اگر **نمی‌توان** در این جا ناشی از عدم اَمکان منطقی یا فیزیکی باشد، آن وقت دیدگاه اختصاصی بودَن رسانه‌ها چیزی نیست جز یک حقیقت بدیهی که به نقد هنر یا هنرسازی ربطی ندارد. زیرا اگر واقعاً غیرممکن باشد که از یک رسانه‌ی معین برای کاربردی معین استفاده کنیم، آن وقت آن رسانه هرگز وجود نخواهد داشت. پس چون هیچ‌گاه این احتمال وجود ندارد که رسانه‌ها فراتر از ظرفیت منطقی و فیزیکی‌شان روند، هیچ دلیلی وجود ندارد که در این مورد به آن‌ها هشدار دهیم.

در جایی که ناکامی هنری رخ می‌دهد (مانند مواردی از تئاتر ضبط شده) ما نه با تخطی از رسانه بلکه با خطاهایی در قالب سبک‌های مورد نظر روبه‌روییم که نمی‌توان آن خطاها را با اشاره به سکب‌های موجود دیگر یا دیگر هدف‌های قابل‌دفاع برطرف کرد

معلوم است که برونداد موجود هر رسانه فقط از اشیائی تشکیل می‌شود که دارای کاربردهایی‌اند که اجرای آن‌ها به لحاظ منطقی و فیزیکی برای آن رسانه ممکن است. کاربرد، معین می‌کند که کدام جنبه‌های آن رسانه برای زیبایی‌شناسی مهم است، نه این که خصوصیتی ذاتی از آن رسانه کاربرد مناسب آن را معین کند. ولی اگر کاربرد مهم باشد، آن‌گاه جلوه‌ها بر حسب کمک آن‌ها به هدف‌های مورد نظر ارزیابی خواهند شد. برخی کاربردهای نقاشی، مثلاً منظره‌نگاری از ژرفای تصویری بهره می‌برد. معلوم است که این یکی امکان‌های منطقی و فیزیکیِ آن رسانه است. پس چنین نمونه‌هایی از ژرفای تصویری را بر اساس میزان کمکشان به هدف‌های مرتبط با آن‌ها ارزیابی می‌کنند. نمی‌توان منظره‌نگاره‌های عمق‌دار را بر این اساس که در نقاشی **نمی‌توان** تختیِ ذاتی رسانه‌اش را نادیده گرفت، رد کرد. کاملاً روشن است که در برخی نقاشی‌ها این کار را می‌کنند و از این رو

است که می‌توانند محدودیت‌های مدرنیستی را در مورد تختی تصویری نادیده بگیرند. در چنین مواردی، برتری در کمک به هدفی معین - مثلاً دقیق کشیدن منظره‌های مشخص. معیار اصلی ما برای پذیرش هر تغییری در رسانه خواهد بود؛ دست‌کم در جایی که درباره‌ی چگونگی استفاده از آن رسانه توافق نظر وجود دارد. از این گذشته، در جایی که هیچ توافقی وجود نداشته باشد، اشاره به خصوصیت‌های آن رسانه خیلی باعث گرایش به سبک‌های دیر نخواهد شد؛ زیرا خصوصیت‌های آن رسانه فقط در قبال کاربرد اهمیت پیدا می‌کنند. در عوض، مجبور خواهیم شد دلایل دیگری را برای دنبال کردن یک کاربرد و نه کاربردی دیگر بیابیم.

شاید حس کنیم که هر قدر هم توضیح پیشین مجاب کننده باشد، باز می‌توان آن را بر این اساس قبول نکرد که نمونه‌های مشخصی از ناکامی هنری وجود دارد که می‌توان آن‌ها را بی چون‌وچرا به نادیده گرفتن دیدگاه اختصاصی بودن رسانه نسبت داد. فیلمی صامت را تصور کنید که در آن اسلحه‌ای را می‌بینیم که به سمت کسی نشانه رفته است و به دنبال آن میان‌نوشته‌ای[۱۲] می‌نویسد: "بنگ!" و به دنبال آن تصویر مرده‌ی آن فرد بر روی زمین می‌افتد. یک توضیح در مورد اشتباهی که در این جا رخ داده این است که فیلم‌ساز نتوانسته صحنه را بر اساس کارآیی رسانه - یعنی نشان‌دادن چیزها - اجرا کند. امّا باید بپرسیم آیا خطای معروف در این جا در هر نوع فیلمی خطا است یا فقط در برخی انواع فیلم با هدف‌هایی بسیار خاص خطا است. با این سخن، فکر می‌کنم می‌بینیم که سکانس توصیف‌شده می‌تواند ابداعی درخشان در یک کمدی یا در فیلمی باشد که از جلوه‌ی بیگانه‌سازی [فاصله‌گذاری] برشت که در مورد آن خیلی اغراق شده است، تقلید می‌کند. از سوی دیگر، این سکانس در قالب سبک هالیوودی نوع حادثه‌ای، که از جمله ضرب‌آهنگ و نیز جلوه‌های تماشایی آن ایجاب می‌کند که تیراندازی نشان داده شود، خطا به حساب می‌آید. سبک، نوع و صورت هنری و هدف‌های نشأت گرفته از آن‌ها معین می‌کنند چه عناصری از رسانه مهم است و چه عناصری مهم نیست. یعنی برخلاف دیدگاه اختصاصی بودن رسانه، هیچ تکنیکی وجود ندارد که به خاطر یک مورد ناکامی در استفاده از برخی خصوصیت‌های یک رسانه‌ی معین (یا به خاطر همپوشی‌اش با دیگر رسانه‌ها)، دیگر به کار هنرمند نیاید. بلکه سبک‌ها، نوع‌ها، صورت‌های هنری و هدف‌های مورد نظری وجود دارد که پویایی یک تکنیک را در بافت کار معین می‌کنند. در جایی که ناکامی هنری رخ می‌دهد (مانند مواردی از تئاتر ضبط شده) ما نه با تخطی از رسانه بلکه با خطاهایی در قالب سبک‌های مورد نظر روبه‌روییم که نمی‌توان آن خطاها را با اشاره به سبک‌های موجود دیگر یا دیگر هدف‌های قابل دفاع برطرف کرد.

پیش‌تر فرض کردم که **نمی‌توان** در دیدگاه اختصاصی بودن رسانه، یعنی این که «هیچ رسانه‌ای را وادار نکنید کاری را که نمی‌تواند انجام دهد»، نشانگر عدم امکان منطقی یا فیزیکی بود. امّا تعبیر دیگری از **نمی‌توان** وجود دارد که نظریه‌پرداز اختصاصی بودن رسانه روی آن حساب می‌کند. طبق رویکرد اختصاصی بودن رسانه، به ما می‌گویند اگر کسی بخواهد جنبه‌هایی از رسانه را شناسایی کند که یک هنر معین قرار است از آن‌ها بهره گیرد، آن وقت باید به آن جنبه‌هایی نگاه کند که رسانه‌ی مورد نظر را از همه‌ی دیگر رسانه‌ها متمایز می‌گرداند. بنابراین، این تختیِ مورد نظر رنگ است که آن را از مجسمه متمایز می‌کند. پس نقاشی به مثابه‌ی سطح، عرصه‌ی مناسب نقاش است. در این جا می‌بینیم که دیدگاه اختصاصی بودن رسانه را باید به صورتی هنجار تعبیر کرد: «یک صورت هنری را بر اساس کاری که نمی‌تواند انجام دهد، نسازید». یعنی «وادارش نکنید کاری را انجام دهد که نباید انجام دهد، چون صورت هنری دیگری این کار

را انجام خواهد داد.» بنابراین قاعده‌ی اختصاصی بودن رسانه یک حکم منع کننده است.

اگر یک رسانه می‌تواند کاری را خوب انجام دهد و فرصتی برای آن به وجود آید، چرا باید جلوی یک صورت هنری را گرفت، به‌خصوص فقط به این علت که کاری وجود دارد که این صورت هنری به‌تر آن را انجام می‌دهد

این دیدگاه به عنوان یک حکم دارای دو جزء است. یک جزء آن این اندیشه است که چیزی وجود دارد که هر رسانه‌ای آن را به به‌ترین وجه انجام می‌دهد، یا این‌که به‌ترین کاری است که یک رسانه‌ی معین انجام می‌دهد یا به‌ترین در مقایسه با دیگر رسانه‌ها است. بر اساس این دو جزء، لسینگ فکر می‌کرد نقاشی لحظه‌ها را و شعر کنش‌ها را به‌تر بازنمایی می‌کند.[۱۳] همچنین دیدگاه اختصاصی بودن رسانه مبتنی بر این است که هر یک از هنرها باید کاری را انجام دهد که آن‌ها را از دیگر هنرها متمایز گرداند. می‌توانیم این دو جزء دیدگاه اختصاصی بودن رسانه را به ترتیب، **ضرورت برتری** و **ضرورت تمایز** بنامیم. مشکلات زیادی در مورد این دیدگاه وجود دارد که برخی از آن‌ها نتیجه‌ی مستقیم ترکیب کردن دو جزء تمایز و برتری است.

به نظر می‌رسد فرض زیربنایی دیدگاه اختصاصی بودن رسانه این باشد که کاری که یک رسانه به‌تر انجام می‌دهد با آن‌چه رسانه‌ها (و اَشکال هنری) را از هم متمایز می‌کند، مطابقت دارد. ولی چرا این طور باشد؟ برای مثال، بسیاری از رسانه‌ها روایت می‌کنند. فیلم، نمایش، نثر و شعر حماسی همگی قصه می‌گویند. به خاطر این بحث، بگذارید بگوییم روایت به‌ترین کاری است که هر یک از این هنرها به به‌ترین وجه انجام می‌دهند. یعنی کاری که هر یک به‌تر از هر کاری دیگری انجام می‌دهد. با این حال، روایت باعث تمایز این صورت‌های هنری از هم نمی‌شود. دیدگاه اختصاصی بودن رسانه در چنین وضعیتی به ما چه می‌گوید؟

اگر فیلم و رمان هر دو در روایتگری برتر باشند، ۱) آیا باید این دو صورت هنری روایت نکنند، چون روایتگری نمی‌تواند آن‌ها را از هم متمایز کند؟ یا ۲) فیلم باید روایت نکند، چون روایتگری نمی‌تواند باعث متمایزشدن آن از رمان شود و اول رمان مدعی قلمروی روایتگری است؟ یا ۳) رمان باید روایتگری را واگذارد و اجازه دهد این تازه‌وارد [فیلم] بخت خود را امتحان کند؟[۱۴]

دیدگاه اختصاصی بودن رسانه را اغلب مطرح کرده‌اند تا دستاوردهای هنری مقبول را تضعیف کنند

شق اول باطل است، زیرا یک ابداع فرهنگی شکوهمند. روایت. را به خاطر حفظ فرض ضرورتِ تمایزگذاری قربانی می‌کند؛ یعنی در مواردی مانند این، به چه منظوری از برتری هنری امساک می‌کنیم؟ روشن است که برتری دست‌یافتنی همیشه برای ما مهم‌تر از تمایزگذاری به خاطر تمایزگذاری است؟

شق دوم نیز جالب نیست. در این مورد، نظریه‌پرداز اختصاصی بودن رسانه گویی تاریخ را با هستی‌شناسی اشتباه می‌گیرد: فیلم باید روایتگری را انکار کند، چون ادبیات قبلاً این سهم را برداشته است. ولی مطمئناً این فقط یک تصادف تاریخی است. چه می‌شد اگر فیلم پیش از نوشتار مطرح می‌شد؟ آن وقت آیا رمان مجبور می‌بود کار دیگری غیر از روایتگری پیدا کند؟ و آن کار چه می‌بود؟

روشن است که تصادف‌های تاریخی نباید مانع یک رسانه‌ی هنری شوند که حوزه‌ای را که در آن عالی کار می‌کند، نگاود. همچنین تصادف‌های تاریخی نباید الزام‌های هستی‌شناختی، یعنی تمایل دیگر دیدگاه اختصاصی‌بودن رسانه را پنهان کنند. یعنی طبق یکی از تعبیرهای خیلی طبیعیِ دیدگاه اختصاصی‌بودن رسانه، موضوع خاصِ هر صورت هنری از ماهیت رسانه‌ای نشأت می‌گیرد که در آن تجسم می‌یابد. امّا در واقع، دیده‌ایم که دیدگاه اختصاصی‌بودن رسانه حتی پیچیده‌تر از این است؛ زیرا فرض بر این است که یک رسانه باید در کاری که بنابر ماهیتش در آن عالی عمل می‌کند، تخصص داشته باشد، ولی فقط در کاری که آن حوزه از دستاورد خاص باعث تمایز رسانه‌ی مورد نظر از دیگر سانه‌ها می‌گردد. پس مسئله‌ی تمایزگذاری صرفاً مسئله‌ی ماهیت برتری یک رسانه در انزوا نیست، بلکه مسئله‌ی مقایسه‌ی هنرها است. این احتمال نیز کاملاً ممکن است که هنری جدید ابداع شود که در حوزه‌ای که هنری قدیمی‌تر قبلاً در آن برتر

بود، برتری یابد.۱۵ قلمروی هنر قدیمی‌تر چون قبلاً جا افتاده است، اختیاری به نظر می‌رسد؛ همچون شق سوم یادشده که قلمرو را به هنر جدیدتر می‌بخشد، چون جوان‌تر است. اگر دو هنر هر دو در یک حوزه برتری داشته باشند، به نظر طبیعی می‌رسد که اجازه دهیم هر دو آن حوزه را بکاوند. چه دلیلی داریم که علیه این نظر موضع‌گیری کنیم؟ با این خط مشی، با چندبرابر کردن تعداد چیزهای برتری که داریم، خودمان را غنی می‌کنیم. این مطمئناً در مورد روایت نیز مصداق دارد. دنیا به خاطر داشتن رمان‌ها و فیلم‌های داستانی و شعرهای حماسی و نَمایش‌ها و اُپراها و کتاب‌های طنز و نقاشی‌های روایی و غیره غنی‌تر شده است؛ اگرچه اگر قرار باشد دیدگاه اختصاصی‌بودن رسانه را در تعیین این‌که چه هنری می‌تواند ساخته شود و چه هنری ساخته نشود راهنمای خود بینگاریم، به نظر می‌رسد جزء تمایزگذاری دیدگاه اختصاصی‌بودن رسانه ما را وا می‌دارد، اگر نه همه‌ی این گنجینه‌ها، بلکه برخی از آن‌ها را رها کنیم.

این دیدگاه هم دارای جزء برتری‌انگاری و هم جزء تمایزگذاری است. شاید یکی از تفسیرهای این نظریه این باشد که هر صورت هنری باید پروژه‌هایی را دنبال کند که در حوزه‌ی مشترک آن‌چه آن صورت هنری برتری دارد و آن‌چه آن صورت هنری را از دیگر صورت‌های هنری متمایز می‌کند، قرار گیرد. ولی به نظر نمی‌رسد این یک اصل قابل‌قبول باشد، زیرا از جمله مستلزم آن است که یک صورت هنری ممکن است برای کاری که به‌تر انجام می‌دهد به کار گرفته نشود، زیرا صورت هنری دیگری نیز آن کار را خوب انجام می‌دهد یا می‌تواند صرفاً به صورتی گذرا آن کار را انجام دهد. بار دیگر به نظر می‌رسد دیدگاه اختصاصی‌بودن رسانه ما را وا می‌دارد برتری را در هنر بر اصل ترجیح دهیم. ولی فکر می‌کنم برتری همیشه نکته‌ی تأثیرگذارتری در تصمیم‌گیری در مورد پذیرفتنی بودن یا نبودن یک روند یا تحول خاص باشد.

در واقع، معتقدم چیزی را که اولویت برتری می‌نامیم، مسئله‌ی اصلی در نفی دیدگاه اختصاصی بودن رسانه است. برای جالب‌تر شدن موضوع، تصور کنید به دلیلی تنها راهی که جورج برنارد شاو می‌توانست برای **پیگمالیون**[۱۶] پشتیبانی کسب کند آن بود که آن را به شکل تصویری سخنگو در آورد. آیا باید نتیجه بگیریم که **پیگمالیون** نباید ساخته شود، با وجودی که فیلم شیوه‌ی بازنمایی مناسبی را برای آن ارائه می‌دهد؟ فکر می‌کنم پاسخ ما "نه" باشد، چون نیت ما این است که نباید به دیدگاه اختصاصی بودن رسانه اجازه دهیم بین ما و برتری هنری قرار گیرد.

لازم هم نیست برتری بالاترین برتری موجود در یک رسانه‌ی معین باشد. یک تفسیر از دیدگاه اختصاصی بودن رسانه این است که یک رسانه فقط کاری را دنبال می‌کند که به‌تر از همه انجامش می‌دهد. ولی اگر یک رسانه می‌تواند کاری را خوب انجام دهد و فرصتی برای آن به وجود آید، چرا باید جلوی یک صورت هنری را گرفت، به‌خصوص فقط به این علت که کاری وجود دارد که این صورت هنری به‌تر آن را انجام می‌دهد؟ برخی دگرگونی‌های جادویی (تبدیل بره به گرگ) را می‌توان با روشنی هر چه تمام‌تر در سینما انجام داد، ولی روی صحنه هم می‌توان آن کار را به همان خوبی کرد. آیا باید از این برتری جزئی در اقتباس صحنه‌ای **دکتر جیل و آقای هاید** امساک شود، به این خاطر که زبان، و نه دگردیسی، چیزی است که تئاتر به‌تر به آن می‌پردازد، و یا به این علت که فیلم می‌تواند این دگردیسی را ترسیمی‌تر نشان دهد؟

صورت‌های هنری ابزار نیستند که برای یک هدف مشخص طراحی و ابداع شده باشند. آن‌ها حتی ابزاری با دامنه‌ی محدودی از کارکردها نیز نیستند

دیدگاه اختصاصی بودن رسانه ما را به سوی قربانی کردن برتری در هنر سوق می‌دهد. ما باید از تک‌گویی‌های فیلم گروچو مارکس بپرهیزیم، چون بیش‌تر مناسب تئاتر هستند؛ درست مثل این که **لائو کوئون**[۱۷] باید شعر بوده باشد. ولی آیا دلیلی وجود دارد که تمام این برتری واقعی و بالقوه را واگذاریم؟ استدلال این دیدگاه قاعده‌ای فرض می‌شود که به ما می‌گوید چه هنری باید یا نباید ساخته شود. ولی بر چه مبنایی؟ الزامی اخلاقی وجود ندارد. پس حرف آن چیست؟ از تحمل حکم این دیدگاه که قربانی‌های برتری مورد نظر نظریه‌پرداز این دیدگاه را جبران یا توجیه می‌کند، چه چیزی عایدمان می‌شود؟ در این جا مهم است که به یاد آوریم دیدگاه اختصاصی بودن رسانه را اغلب مطرح کرده‌اند تا دستاوردهای هنری مقبول را تضعیف کنند.[۱۸]

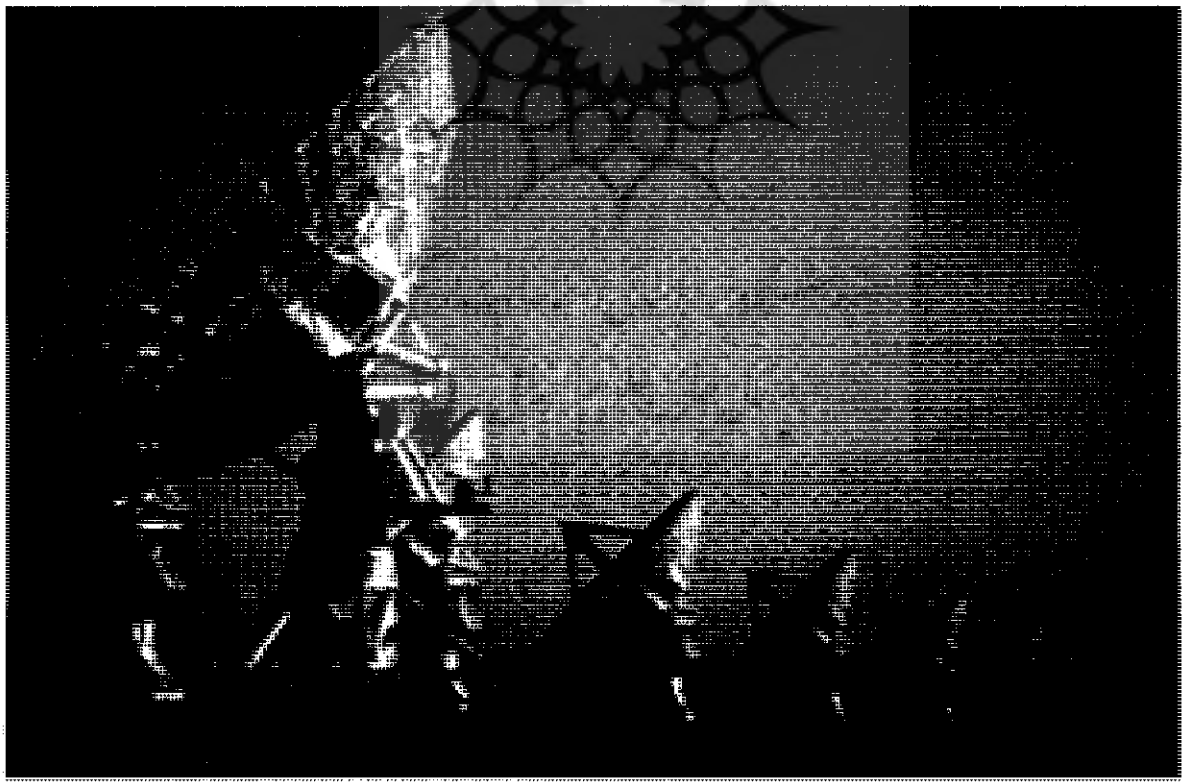
اکثر صورت‌های هنری آگاهانه ابداع و در نتیجه طراحی نشده‌اند

ممکن است نظریه‌پرداز این دیدگاه معتقد باشد که نظرش اساساً بر این فرض استوار است که هر رسانه‌ای باید تنها دنبال آن جلوه‌هایی باشد که به‌تر از هر رسانه‌ی دیگری از عهده‌ی آن برمی‌آید. این نه تنها این مسئله را بر می‌انگیزد که چرا یک رسانه باید فقط چیزی را دنبال کند که فکر می‌کنیم به‌تر از بقیه است (در تقابل با آن چه صرفاً فکر می‌کنیم مثل دیگر رسانه‌ها انجام می‌دهد یا آن چه خوب انجام می‌دهد ولی نه به خوبی دیگر رسانه)؛ بلکه همچنین این پرسش را مطرح می‌کند که آیا مقایسه‌ی هنرها بر حسب این که در اجرای وظایف عمومی یکسان موفقیت بیش‌تر یا کم‌تری دارند، معنی دارد؟ آیا می‌توانیم بگوییم فیلم، نمایش یا رمان به‌تر از همه روایت می‌کند یا آن که

درست‌تر است که بگوییم این‌ها به شکلی متفاوت روایت می‌کنند؟ از این گذشته، مسئله‌ی مهم هنگام نمایشِ یک اثر هنری این نیست که آیا نمونه‌ای است از رسانه‌ای که در اجرای جلوه‌ای که این اثر هنری نمونه‌ی آن است به‌تر از همه عمل می‌کند، بلکه مسئله‌ی مهم این است که آیا اثر هنری مورد نظر به اهداف خودش می‌رسد.

جای تعجب دارد که به‌ویژه وقتی فکر می‌کنیم دیدگاه اختصاصی بودن رسانه راهی است برای تعیین این‌که چه هنری باید و چه هنری نباید ساخته شود، دفاع چندانی نمی‌توانیم از آن بکنیم. این دیدگاه معمولاً موفق می‌شود، چون بدیهی به نظر می‌آید. بی‌شک، نظریه‌پرداز این دیدگاه مخاطبان خود را وا می‌دارد این دیدگاه را از طریق مقایسه‌ای تلویحی با ابزار بپذیرند. ابزار، مثلاً پیچ گوشتیِ چهارسو، برای انجام کارهایی طراحی شده است و کارآیی حکم می‌کند که از این ابزار در کاری که برای آن طراحی شده است، استفاده کنیم. اگر می‌خواهید پیچی چهارسو را بپیچانید، از پیچ‌گوشتیِ چهارسو استفاده کنید. اگر می‌خواهید قابلیت‌های زبانِ نمایشیِ زیبای ماهرانه را بررسی کنید، از تئاتر بهره بگیرید. اگر موضوعتان کنشی پُرتحرک است، از فیلم استفاده کنید. به همین منوال، در شرایط برابر، همان گونه که نباید از پیچ‌گوشتیِ چهارسو به عنوان دربازکن استفاده کنید (اگرچه می‌تواند در قوطی نوشابه را باز کند)، نباید در شرایط برابر از سینما برای اجرای کار تئاتر و برعکس استفاده کنید.

ولی فکر می‌کنم به‌کارگیری قیاس ابزار در مورد هنر تصنعی باشد. صورت‌های هنری ابزار نیستند که برای یک هدف مشخص طراحی و ابداع شده باشند.



آن‌ها حتی ابزاری با دامنه‌ی محدودی از کارکردها نیز نیستند. اکثر صورت‌های هنری آگاهانه ابداع و در نتیجه طراحی نشده‌اند.[۱۹] نقاشی برای تمجید از تختی ابداع نشد. به علاوه، حتی در مورد هنرهای آگاهانه ابداع شده‌ای مانند عکاسی، فیلم و ویدئو نیز خیلی زود دریافتند که این رسانه‌ها می‌توانند وظایف خیلی بیش‌تری را انجام دهند تا آن چه مورد نظر بود و بیان شده بود. در واقع، علاقه‌ی ما به یک صورت هنری تا حد زیادی علاقه به چگونگی فراگیری یا کشف راه‌های تازه‌ی استفاده از رسانه‌ی آن صورت هنری توسط هنرمندان است. ولی فکر کشف راه‌های تازه‌ی استفاده از رسانه توسط هنرمند در صورتی معنا می‌دهد که رسانه برای یک هدف ثابت طراحی شده باشد، یعنی آن طور که افراطی‌ترین گونه‌های دیدگاه اختصاصی بودن رسانه اعلام می‌کنند.

هر هنری به سبب زنجیره‌ای از رخدادهایی سر بر می‌آورد که موجب کشف یا ابداع آن و سپس معروفیتش می‌شود

یک صورت هنری، حتی هنری آگاهانه ابداع شده، در رسانه‌ای تجسم می‌یابد که قابلیت‌های فراوانش جای کشف بیش‌تری داشته باشد. ولی اگر کارکرد یک صورت هنری مثل کارکرد یک پیچ گوشتی چهارسو ثابت باشد، انتظار کشف از هنرمندان یا میل به کشف در آن صورت هنری بی‌ربط است. مسئله‌ی مغایر دیگر با فکر ثابت بودن کارکرد صورت‌های هنری آن است که صورت‌های هنری در طول زمان همچنان زنده می‌مانند، و روشن است به این علت که متناوباً از نو ابداع می‌شوند، کاربردهای تازه‌ای برای آن‌ها پیدا می‌شود. ولی اگر صورت‌های هنری مانند پیچ گوشتی چهارسو کارکرد معینی داشتند، انتظار داشتیم مثل بیش‌تر ابزارها با کهنه شدن کارکردشان کنار بروند. این که صورت‌های هنری دائماً انطباق پیدا می‌کنند، از نو ابداع می‌شوند و جهت تازه‌ای می‌یابند، پیامد ناخوش‌آیندی برای استعاره‌ی اصلی دیدگاه اختصاصی بودن رسانه، یعنی این که هر صورت هنری یک ابزار تخصصی است، دارد.

وظیفه‌ی نظریه‌پرداز هنر تعیین ویژگی‌های منحصربه‌فرد رسانه نیست، بلکه وظیفه‌ی او توضیح چیستی و چونی انطباق رسانه با سبک‌های رایج و نوظهور، و گاه دفاع و یا محکوم کردن هدف‌های رایج یا نوظهوری است که هنرمندان دنبال می‌کنند

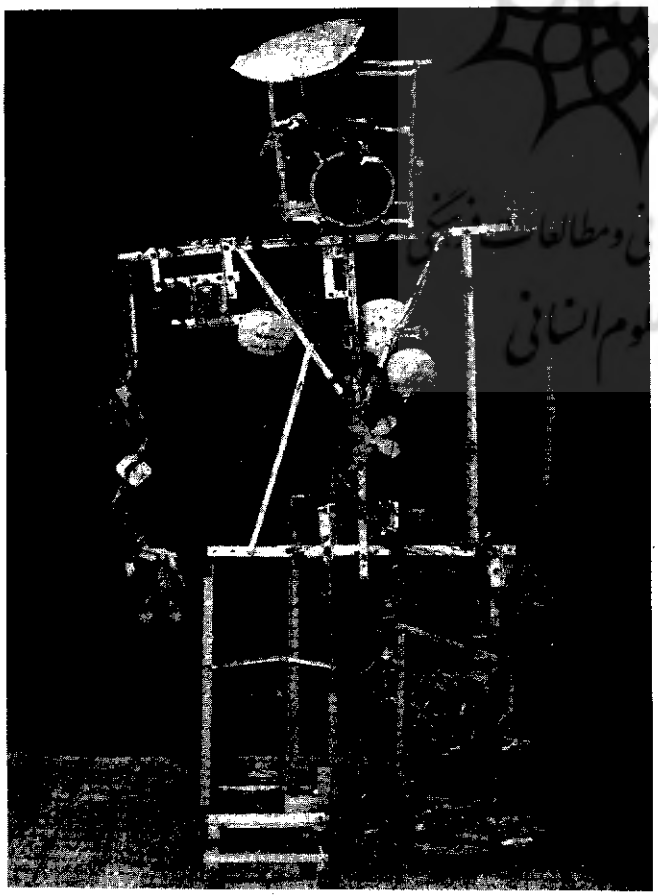
از این گذشته، تعبیر "کارآیی" آن گونه که در دیدگاه اختصاصی بودن رسانه فریبنده می‌نماید، جای تردید دارد؛ زیرا روشن نیست اگر فیلم وظیفه‌ی نقاشی، یعنی نشان دادن شرایطی ایستا را برعهده بگیرد، به این معنا که کار بیش‌تری را موجب می‌شود ناکارآمد باشد. همچنین معلوم نیست هزینه‌های زمانی، مادی یا کاری واقعاً به ارزیابی آثار هنری مربوط می‌شود یا نه. برتری در جلوه‌نمایی چیزی است که به آن توجه داریم. از این گذشته، اگر "کارآیی" را "عملکردی رقابت‌آمیز" بینگاریم، آن وقت یافتن این مسئله دشوار است که چطور نظریه‌پرداز اختصاصی بودن رسانه می‌تواند از آن به گونه‌ای استفاده کند که سؤال برانگیز نباشد، چون چیزهایی مانند **لانوگوئن** تا حدی تجربه‌ی زیبایی‌شناختی را تأیید می‌کنند، با وجودی که بنابه فرض از رسانه‌ی خود تخطی کرده‌اند.

یکی از راه‌های دفاع از دیدگاه اختصاصی بودن رسانه پرسیدن این سؤال است که «اصلاً اگر قرار نیست رسانه‌های هنری هدف‌های متفاوتی را دنبال

کنند، چرا باید رسانه های هنری متفاوت وجود داشته باشند؟" با توجه به این مسئله، این دیدگاه، نتیجه ی به ترین توضیح است. با توجه به این که تعدادی هنر داریم، می پرسیم: «چرا؟» پاسخی که معقولانه تر از همه به نظر می رسد این است: «زیرا هر هنری کارکردی متفاوت دارد، یا باید داشته باشد.» بار دیگر، فکر زیربنایی کارآیی را مشاهده می کنیم. یکی از فرض های مهم این استدلال این است که پرسیدن این که چرا هنرهای متفاوتی داریم، مشروع است. همچنین فرض بر این است که مشروع است که انتظار داشته باشیم پاسخ این پرسش چیزی مثل یک اصل منطقی باشد.

اگر حرف ویتگنشتاین را تعبیر کنیم، جایی که پرسشی نباشد، پاسخی نیست. فکر می کنم می توانیم از این اصل برای خلاص شدن از استدلال قبلی استفاده کنیم. چون وقتی پرسش آن به شکل کامل بیان گردد، این نیست که «چرا هنرهای متفاوت وجود دارند؟» بلکه این است که «منطقی که وجود هنرهای متنوعی را که داریم توضیح می دهد یا توجیه می کند چیست؟» اکنون ممکن است یک پاسخ، یا به تر است بگوییم مجموعه ای پاسخ برای پرسش قبلی وجود داشته باشد؛ پاسخ هایی از نوع تاریخی و یا مردم شناختی. برای مثال، ما فیلم داریم چون ادیسون به دنبال ابداعی بود تا گرامافون را تکمیل کند. شاید نقاشی داریم چون یک روز یک کرومانیون[۲۰] مقداری خوراک چسبنده را روی دیوار غار پاشید و نتیجه ی این کار به شکلی عجیب شبیه یک گاومیش شد و غیره. ولی ما هیچ پاسخی برای پرسش دوم نداریم: «چه منطقی باعث می شود دقیقاً چند هنری را که داریم داشته باشیم؟» در عوض باید گفت هر هنری به سبب زنجیره ای از رخدادهایی سر بر می آورد که موجب کشف یا ابداع آن و سپس معروفیتش می شود. نتیجه ی کار مجموعه ای است از هنرهایی که داریم و ما فقط با افتخار آن ها را یک نظام می نامیم. هنرها نظام مند نیستند تا چنان که در دیدگاه اختصاصی بودن رسانه ها آمده است، دقیقاً با کارکردهای رنگارنگ طراحی شده باشند؛ بلکه آمیزه ای هستند از رسانه های تحول یافته در طول تاریخ که جلوه یشان اغلب با هم اشتراک پیدا می کنند. هیچ منطقی برای این نظام وجود ندارد، زیرا در حقیقت، فقط یک مجموعه است. بنابراین، نیازی به توضیح دیدگاه اختصاصی بودن رسانه نداریم.

همان گونه که پیش تر یادآور شدم، یکی از حوزه هایی که وسوسه می کند به استدلال های اختصاصی بودن رسانه ها توسل بجوییم توجیه شکل گیری دانشکده های هنری آموزشی مانند دانشکده ی فیلم، ویدئو، عکاسی، سه بعدی نگاری[۲۱] و غیره است. طرفداران چنین دانشکده هایی می گویند رسانه ی آن ها از دیگر هنرها متمایز است، چون اگر محکوم به این باشد که در دیگر دانشکده ها و تحت تسلط متخصصان ادبیات، نمایش و هنرهای زیبا قرار گیرد، از حقوق خود برخوردار نمی شود. از این گذشته، می توان اضافه کرد که دیدگاه اختصاصی بودن رسانه



ارزش اکتشافی زیادی دارد، مادامی که از دانشجویان بخواهد عمیقاً درباره‌ی عناصر خاصِ حرفه‌ی خود بیندیشند.

هنرها نظام‌مند نیستند تا چنان که در دیدگاه اختصاصی بودن رسانه‌ها آمده است، دقیقاً با کارکردهای رنگارنگ طراحی شده باشند؛ بلکه آمیزه‌ای هستند از رسانه‌های تحول‌یافته در طول تاریخ که جلوه‌یشان اغلب با هم اشتراک پیدا می‌کنند

نمی خواهم انکار کنم که اسطوره‌ی اختصاصی بودن رسانه پیامدهای سودمندی دارد یا می تواند داشته باشد، ولی نمی دانم آیا دانشجویانی که از این اسطوره بهره می گیرند واقعاً کاری که می کنند صرفاً توجه به این مواد هنرهایشان است یا آن که تکنیک ها، قواعد و سبک های "حالت هنر" بر عملکردشان غلبه دارد. از این گذشته، دیدگاه اختصاصی بودن رسانه می تواند پیامدهای نامطلوبی نیز داشته باشد. ممکن است دانشجویان آن گونه در سنت های رایج رسانه‌ی خود غرق شوند که اجازه‌ی الهام گرفتن از دیگر هنرها را نیابند. در واقع، پیش داوری خود من این است که وقتی دانشجویان بر تکنیک های پایه‌ی رسانه شان تسلط پیدا کردند، به ترین راهبرد آن ها نه تنها کشف تاریخ هنرشان، بلکه به دست آوردنِ اندیشه های تازه و الهام بخش، کشف دیگر هنرها و فرهنگ به طور کلی خواهد بود.

در ارتباط با بی ثمری استدلال های دیدگاه اختصاصی بودن رسانه در توجیه وجود دانشکده های جدید، می توان گفت که این مسئله به لفاظی مربوط می شود، نه منطق. این که می شود مدیران را با چنین استدلال هایی ترغیب کرد یا طرفداران رشته های هنریِ آموزشی جدید حس می کنند به چنین استدلال هایی نیاز دارند، باعث نمی شود که دیدگاه اختصاصی بودن رسانه معتبر باشد. از سوی دیگر، می توان از وجود چنین دانشکده هایی بدون اشاره به اختصاصی بودن رسانه ها دفاع کرد. ممکن است بگوییم عملکردی خاص آن قدر برای زندگی و فرهنگ ما مهم شده یا می شود که بررسیِ فراوان و تخصصی را می طلبد؛ حتی اگر این کار با کار اَشکال قبلی مانند نمایش، ادبیات یا هنرهای زیبا همپوشی داشته باشد. در پایان می خواهم تأکید کنم محکم ترین و قابل قبول ترین استدلال بر اختصاصی بودن رسانه بر این فرض استوار است که رسانه های گوناگون (که صورت های هنری در آن ها تجسم می یابند) دارای ویژگی های منحصربه فردند. که آشکارا پیش از یا مستقل از کاربردهای آن رسانه مشخص هستند. و از این گذشته، این ویژگی های منحصربه فرد دامنه‌ی مناسب جلوه‌های صورت هنری مورد نظر را معین می کنند. امّا به نظر می رسد آن چه هنرمندان، منتقدان و نظریه پردازان نقص های زیبایی شناختی در نظر می گیرند، که می توان ردّ آن ها را در تخطی از رسانه جست وجو کرد، در واقع تخطی از برخی سبک ها، هدف های آن سبک ها و شیوه های خاص کار با آن رسانه است. استدلال های مربوط به اختصاصی بودن رسانه اغلب به پیشبرد هدف یک جنبش هنری مربوط می شود؛ و یا کاربرد رسانه باید نشان دهد آن چه زیر لوای اختصاصی بودن رسانه تبلیغ می شود به تعبیرهای آشکار سبک های هنری مورد نظر مربوط می گردد.

حتی زمانی که تحلیلگران نمی خواهند بگویند چطور باید از یک رسانه استفاده کرد ولی تنها می کوشند ویژگی های هنری منحصربه فرد یک رسانه را توصیف کنند، شک دارم واقعاً از سبک های درون رسانه صحبت کنند. اگر برای مثال به ما بگویند که دستکاری زمانی ویژگی منحصربه فرد هنریِ فیلم است، معلوم است

کسی که این را می‌گوید به فیلم با توجه به برخی سبک‌های فیلم‌سازی فکر می‌کند؛ زیرا نمایش زمان واقعی نیز ویژگی آن رسانه [فیلم] است، یعنی ویژگی‌ای که به دیگر سبک‌های فیلم‌سازی مربوط می‌شود که البته هدف‌های دیگری را دنبال می‌کنند.[۲۱]

به همین ترتیب، اگر به ما بگویند که این قابلیت کنش بی‌واژه و زبان تماشایی و نه آراسته است که عنصر اصلی یک تئاتر معتبر و غیرادبی به شمار می‌آید، آن وقت فکر می‌کنم معلوم باشد که از ما می‌خواهند از یک سبک از تئاتر حمایت کنیم، حال آن‌که نمی‌دانیم دلیل این کار چیست. به ما می‌باورانند که تصمیم ما مبتنی بر واقعیت‌هایی درباره‌ی ماهیت رسانه‌ی تئاتری است تا ارزیابی هدف‌های سبکِ تئاتر غیرادبی که از ما خواسته‌اند آن را تأیید کنیم.

وقتی دانشجویان بر تکنیک‌های پایه‌ی رسانه‌شان تسلط پیدا کردند، به‌ترین راهبرد آن‌ها نه تنها کشف تاریخ هنرشان، بلکه به دست‌آوردنِ اندیشه‌های تازه و الهام‌بخش، کشف دیگر هنرها و فرهنگ به طور کلی خواهد بود

وظیفه‌ی نظریه‌پرداز هنر تعیین ویژگی‌های منحصربه‌فرد رسانه نیست، بلکه وظیفه‌ی او توضیح چیستی و چونی انطباق رسانه با سبک‌های رایج و نوظهور، و گاه دفاع و یا محکوم کردن هدف‌های رایج یا نوظهوری است که هنرمندان دنبال می‌کنند. این بحث را نباید با استدلال‌هایی در مورد این‌که رسانه چه چیزی را دیکته می‌کند دنبال کرد بلکه باید آن را با یافتن دلیل‌هایی -هنری، اخلاقی و عقلانی- پی گرفت که آن سبک‌ها، نوع‌ها، آثار هنری و هدف‌های مشمول آن‌ها را، که در گرماگرم زندگی فرهنگ با آن روبه‌رو

یادداشت‌ها

۱- شاید واژه‌ی «رسانه» در فارسی بیشتر تداعی‌کننده‌ی بستر، ابزار یا واسطه‌ی مادی باشد؛ امّا در واقع، رسانه به انتقال‌دهنده‌هایی چون واژه‌ها، فیلم، ویدئو و غیره نیز اطلاق می‌شود. در این مقاله، رسانه با تعبیر دوم به کار رفته است. (مترجم)

2- Shelley Miller, "Electronic Video Image Processing: Notes toward a Definition", *Exposure* 21, no. 1 (1983): 22.

۳- essentialist: در نظریه‌ی جوهرگرایی بر ویژگی‌های مفهومی تفکیک‌ناپذیر و روابط بین عناصر مختلف تأکید می‌شود. جوهرگرایی در واقع یکی از شیوه‌های اصلی بازنمایی و اعتقاد به واقعی‌ها، جوهر حقیقی چیزها، و ویژگی‌های تغییرناپذیر و ثابت است.(مترجم)

4- Clement Greenberg, "The New Sculpture", from his *Art and Culture* (Boston: Beacon, 1961), P. 139.

5- Roland Barthes, *Camera Lucida*, trans, Richard Howard (New York: Hill and Wang, 1981), P. 88

من از این دیدگاه در قبال عکاسی در این مقاله‌ام انتقاد کرده‌ام:
Nöel Carroll, "Concernicg Uniqueness Claims for Photographic and Cinematic Representation", in *Journal Dialectics and Humanism*, no. 2 (1987).

(مترجم): ساختار ترجمه‌ی سخن بارت به صورت همان ساختار جمله‌ی اصلی حفظ شده است.

۶- رک بحث بارت در مورد *punctum* [اثر سوراخ‌شدگی] عکس گونه، در *اتاق روشن*، به‌ویژه صص ۶۰-۵۱.

۷- اطلاعات تاریخی این‌جا را از مونرو بردزلی گرفته‌ام:
Monroe C. Beardsley, *Aesthetics: From Classical Greece to the Present* (New York: Macmillan, 1966), PP. 3-160.

8- Gotthold Ephraim Lessing, *Laocoön*, trans. E. Frothingham (New York: Noonday Press, 1969), PP. 2-91.

۹- در این پاراگراف، این پیش‌انگاره‌ی به‌کرات یادشده‌ی نظریه‌پردازان اختصاصی‌بودن رسانه را می‌پذیرم که رسانه‌ها را می‌توان بر مبنای ساختارهای فیزیکی‌شان تفکیک کرد. ولی این حرف مشکل‌آفرین به نظر می‌رسد. چرا ادعا کنیم عکس‌های نوحی (daguerrotypes) را باید در گروه همان رسانه‌ای قرار دهیم که عکاسی سلولوئیدی را قرار می‌دهیم؟ ساختار فیزیکی و برخی توانایی‌های فیزیکی این فرآیندها خیلی متفاوت است. چرا ادعا نکنیم دست‌کم در

این‌جا دو رسانه می‌بینیم؟ روشن است که مسئله‌ی تفکیک رسانه‌ها صرفاً به ملاحظات فیزیکی مربوط نمی‌شود. رسانه‌ها ساخت‌هایی فرهنگی و تاریخی‌اند. موضوع چگونگی تفکیک رسانه‌ها آن قدر بزرگ است که در این مقاله نمی‌گنجد. به خاطر قصدی که دارم، فرض می‌کنم تمایزهای کنونی میان رسانه‌ها کافی است. ولی در مورد بحث بیش‌تر، رک مقاله‌ام با عنوان "تعریف تصویر متحرک".

۱۰ـ واژه‌ی "گفتمان" معادل واژه‌ی انگلیسی discourse یا فرانسوی discours و تقریباً «کلام» در مبحث تحلیل کلام و سخن است. یکی از تعبیرهای این واژه در زبان‌شناسی، در واقع پاره‌ای از زبان ـ متن ـ همراه با بافت، مؤلف، مخاطب و تمام عناصر دربرگیرنده‌ی آن است. تعبیر دیگر که بیش‌تر در چارچوب مکتب فرانکفورت و با زبان‌شناسی انتقادی به کار می‌رود، به کل روابط قدرت و تعابیر و چارچوب فکری انتزاعی در برگیرنده‌ی یک نوع تفکر، ایدئولوژی یا مبحث خاص ـ مثلاً زن‌باوری (فمینیسم)، سرمایه‌داری، امپریالیسم، شرق‌شناسی ـ باز می‌گردد. البته گفتنی است متأسفانه کاربرد غیردقیق و ناشیانه‌ی این واژه توسط برخی روزنامه‌نگاران «سبک‌دوست» به معنای گفت‌وگو باعث گمراهی خوانندگان هنگام مطالعه‌ی متن‌های تخصصی می‌شود. (مترجم)

۱۱ـ impasto: کاربرد لایه‌های ضخیم رنگدانه روی بوم یا سطوح دیگر نقاشی.(مترجم)

۱۲ـ intertitle: به نوشته‌های میان تصاویر یا سکانس‌های فیلم صامت گفته می‌شود که آن نما یا سکانس را توضیح می‌دهد، و گاه با صدای روی پرده همراه است.(مترجم)

13- Rudolf Arnheim, ***Film***, trans. L.M. Sieveking and F.D. Morrow (London: Faber and Faber, 1993).

۱۴ـ شایان ذکر است که اغلب اوقات وقتی ادعاهای اختصاصی‌بودن رسانه به نفع برنامه‌ی یک هنر خاص پیش می‌رود، عموماً نظریه‌پرداز، هنری را که از آن طرفداری می‌کند نه با دیگر هنرها ـ که از نظریه انتظار می‌رود ـ بلکه فقط با هنرهای منتخب مقایسه می‌کند. بنابراین، نقاشی در تقابل با پیکره‌تراشی قرار می‌گیرد یا ویدئو با فیلم یا عکاسی یا نقاشی یا فیلم با تئاتر و غیره. برای مثال، فیلم معمولاً با رمان مقایسه نمی‌شود تا حوزه‌ی مناسب جلوه‌های فیلم پیدا شود؛ ویدئو نیز با موسیقی مقایسه نمی‌شود. این نظریه تنها در مورد برخی همسایگان هنرِ مورد نظر کاربرد دارد، معمولاً هنرهایی که هنرِ مورد نظر در جلب توجه و جلب مخاطب با آن رقابت می‌کند. به نظر نمی‌رسد ضرورت تمایزگذاری در چنین شرایطی به هستی‌شناسی مربوط شود بلکه اهرمی است بلاغی در قدرت‌نمایی‌های زیبایی‌شناختی. این مسئله با تفصیل بیش‌تری در این مقاله‌ی من بررسی شده است:

"Medium Specificity Arguments and Self-consviously Invented Arts: Film, Video and Photography", in ***Millennium Film Journal***, nos. 14/15 (Fall/Winter, 1984-5).

۱۵ـ در این‌جا از هنرهایی صحبت نمی‌کنیم که نسبت به یکدیگر برتر عمل می‌کنند بلکه هنرهایی که در یک کار نسبت به دیگر کارهایی که انجام می‌دهند برتر عمل می‌کنند.

۱۶ـ اسطوره‌ای یونانی که بنا به روایت، شاه قبرس بود و مجسمه‌ی زنی را تراشید و سپس عاشقش شد؛ آفرودیت سپس به آن مجسمه جان داد و آن را به هیئت گالاتهآ در آورد.(مترجم)

۱۷ـ کاهن تروآیی آپولون که افعی‌های دریایی او را در کنار دو پسرش به خاطر این که مردمانشان را از آمدن اسب تروآ باخبر کرده بودند کشتند.(مترجم)

۱۸ـ برای مثال، رک انتقاد اروین پانوفکی از ***کابینه‌ی دکتر کالیگاری*** در

Erwin Panofsky, "Style and Medium in the Motion Pictures", in ***Film Theory and Criticism***, ed. Gerald Mast and Marshal Cohen (New York: Oxford University Press, 1970), P. 263.

۱۹ـ در این‌جا قیاس با انسان‌ها خوب است. انسان‌ها با یک کارکرد ثابت طراحی نشده‌اند و در نتیجه سعی نمی‌کنیم با کوته‌بینی طرق پیشرفت سودمند آن‌ها را محدود نماییم. دامنه‌ای از سبک‌های زندگیِ جایگزین و حتی متفاوت را می‌پذیریم. همین‌طور است صورت‌های هنری تجسم‌یافته در رسانه‌های هنری.

۲۰ـ شکل آغازین انسان امروزی (اندیشه‌ورز) که در اواخر دوران پارینه‌سنگی در اروپا می‌زیست و صورتی پهن و قدی بلند داشت؛ این انسان آغازین برای نخستین‌بار از روی بقایای اسکلتی در غار کرو ـ مانیون در جنوب فرانسه شناخته شد.(مترجم)

۲۱ـ holography: روش ایجاد یک تصویرِ سه‌بعدی از یک شیء از طریق ضبط کردنِ طرح تداخلِ شکل‌گرفته از نور لیزر بر روی یک ورقِ عکاسی یا فیلم و سپس روشن‌کردنِ آن با لیزر یا نور معمولی.(مترجم)

۲۲ـ دلیل دیگری که از اولویت ملاحظات سبکی بر ملاحظات رسانه‌ای طرفداری می‌کنم این است که هدف‌ها، نیازها و مقصودهای سبکی ما موجب تغییراتی در خودِ ساختارِ فیزیکیِ رسانه‌ها می‌شود. چون متعهد به هدف‌های سبکی معینی هستیم، به بدن رقصنده‌ها شکلی معین می‌دهیم؛ چون از قبل به سبک‌های معینی از واقع‌گرایی پای‌بند بوده‌ایم، ابداع‌های فنی گوناگون مانند سینماسکوپ در رسانه‌ی فیلم وارد شد. ساختار فیزیکیِ یک رسانه ثابت باقی نمی‌ماند. در نتیجه‌ی نیازها و الزام‌های سبک‌های موجود و نوظهور، ژانرها و جنبش‌های هنری تغییر پیدا می‌کنند. این‌ها هستند که اغلب واقعاً به رسانه تغییر شکل می‌دهند نه این که رسانه سبک را دیکته کند.