



ادبیات سیال

(خوانشی از مفهوم ادبیات دیجیتال با تکیه بر رویکرد سیالیت زیگموند باومن)

رمضان رضائی^۱

چکیده

امروزه تکنولوژی‌های دیجیتالی نفوذ گسترده‌ای در زندگی روزمره ما پیدا کرده و کنش‌های ارتباطی و عادات‌های متن‌خوانی و متن‌سازی ما را بازتعریف کرده‌اند. چرخش از ارتباطات چهره‌به‌چهره به «ارتباطات رسانه‌ای شده» و گرایش به «ترارسانه‌ها» و «ابرمتنها» به جای متون آنالوگ، از جمله عادات‌های زبانی و فرهنگی نوظهوری هستند که تحت تأثیر این تکنولوژی‌ها به وجود آمده‌اند. در پرتو این چرخش فناورانه، ادبیات نیز جلوه‌ها و نقش‌های ارتباطی جدیدی به خود گرفته و از حیث هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی بازتعریف شده است. شاید بتوان این چرخش فناورانه را با دوران تاریخ ساز که در آن، تحولات بزرگ فرهنگی و تاریخی به وقوع پیوست قابل قیاس دانست؛ مثلاً دوره‌ای که کاغذ جای طومار را گرفت، یا چاپ سربی اختراع شد. اکنون شاهد ظهور ژانر جدید ادبی موسوم به «ادبیات دیجیتال» هستیم؛ ژانری که در آن ادبیات با فناوری‌های اطلاعات وارد تعامل شده و افق‌های جدیدی از خالقیت ادبی را رقم زده است. پیوند ادبیات با فناوری در حیطه ادبیات تطبیقی مکتب آمریکایی قرار می‌گیرد. واکاوی نحوه تعامل نظام ادبیات با سایر نظام‌های نشانه‌ای مثل: سینما، تئاتر، هنرهای زیبا؛ یکی از تغییرات پارادایمی در نظریه و عمل ادبیات تطبیقی است. این تغییر پارادایم که منجر به ظهور شاخه آمریکایی ادبیات تطبیقی شده، قلمرو ادبیات تطبیقی را گسترش داده و آن را از تحلیل‌های پوزیتیویستی معطوف به تأثیر و تأثرات بوطیقای بین‌پلی سیستم ادبی ملل مختلف، به سمت پویا‌شناسی ادبی در پرتو تعامل نظام ادبیات با نظام‌های بازنمایی از قبیل سینما، تئاتر و هنرهای زیبا و یا تعامل ادبیات با تکنولوژی سوق داده است. طبق این پارادایم جدید، ملاحظات سنتی زیبایی‌شناسی ادبی و یا نقش‌گفتمانی ادبیات در بستر تکنولوژی‌های مدرن، بازتعریف شده و قلمروهای پژوهشی جدیدی شکل گرفته است که پژوهش در زمینه «ادبیات دیجیتال» یکی از آنهاست.

ادبیات دیجیتال طبق تعریف سازمان بین‌المللی ادبیات الکترونیکی (eio) به ادبیاتی گفته می‌شود که با اتکا به تکنولوژی‌های دیجیتال، تولید و یا بازتولید شده باشد. به عبارت دیگر، ادبیات دیجیتال آن ادبیاتی است که در تولید، توزیع و دریافت خود، به قابلیت‌های تکنولوژیکی متکی باشد، به طوری که بتوان آن را روی کاغذ چاپ کرد. امروزه برای اشاره به این نوع ادبیات، از اصطلاحاتی چون ادبیات الکترونیکی، ادبیات افتراضی، ادبیات مجازی، ادبیات سایبری، ادبیات فناوری و سایر موارد استفاده می‌شود. بنابراین، ادبیات دیجیتال یک ژانر ادبی نوظهور است که تکنولوژی و زیبایی‌شناسی ادبی را با تکنیک‌هایی چون مالتی‌مدیا، هایپرمدیا و ابرمتن در هم می‌آمیزد و برآیند آن، بازتولید ادبیات در پرتو زیبایی‌شناسی دیجیتال است.

هدف این پژوهش، رویکرد به مفهوم ادبیات دیجیتال برای شناسایی اهمیت، دلایل پیدایش، ویژگی‌های آن و بازتاب‌های عصر نقدینگی بر عناصر آن بر اساس رویکرد نقدینگی «زیگموند باومن» است. برای بررسی و دستیابی به اهداف آن، بر رویکرد توصیفی تکیه کردیم. نتایج پژوهش بیانگر آن است که ادبیات سیال، نوعی از ادبیات مصرفی که از ترکیب ادبیات و فناوری ارتباطات مدرن ناشی می‌شود، فرهنگ جامدی را که ادبیات کاغذی بر آن استوار بود ذوب می‌کند و فرهنگ مصرفی انبوه را جایگزین می‌کند که هدف اصلی آن افزایش انباشت سرمایه و دارای مجموعه‌ای از ویژگی‌ها از جمله نقدینگی موقت، تغییر مستمر و عدم وجود حریم خصوصی است.

کلید واژگان: ادبیات دیجیتال، ادبیات سیال.

^۱ دانشیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، drr_rezaei@yahoo.com



مقدمه

با در نظر گرفتن این مطلب که ادبیات به عنوان آئینه زمان خود است، جامعه سیال ادبیات جدیدی را تولید کرده است که مبتنی بر سازوکارهای خود برای انحلال هسته جامد، که همان فناوری مدرن ارتباطات است، می باشد، تا آینه ای باشد که تحولاتی را که بر جامعه تأثیر گذاشته است، منعکس کند. ادبیاتی که پیوندهای عناصر در آن بر اساس ارتباطاتی است که همان الگوی سیال روابط بر آن استوار است و از هسته جامد خود جدا شده و به دنیای سیالیت و فردگرایی پیوسته است و به ارضای موقت آن دسته از نیازهایی پرداخته که با سبک زندگی شتابنده فرد سازگار بوده است. این همان چیزی است که چرخه پیوند حیات بین عناصر علم خلاق از یک سو و عناصر درونی متن ادبی را از سوی دیگر به وجود آورده است. از سوی دیگر مانند سایر پیوندهای بشری در نتیجه عدم ارتباط با مکان و عدم دستیابی به امنیت به عنوان یک نیاز مبرم بشری که چرخ سیال مدرنیته متوجه آن شده است، به استمرار بسنده می کند تا آن را اخذ کرده و در ماشین مصرف گرایی ادغام کند و با تکیه بر ایجاد نوعی ادبیات که از مد پیروی می کند به جای تولید آن از طریق اهداف خاص بشردوستانه، از آن در افزایش و انباشت سرمایه بهره برداری کند.

مفهوم مدرنیته سیال

«باومن» در بیشتر متون خود، اصطلاح مدرنیته سیال را جز با نقطه مقابل آن یعنی مدرنیته جامد، تعریف نمی کند. اگر قرار باشد که مدرنیته جامد بر اوضاع چیره شود و بر تلاش پیوسته برای رسیدن به نوعی کمال انسانی در چارچوب مفاهیمی چون عقلانیت، انسانیت و توسعه محکوم به عقلانیت که در نگاه اول جامد به نظر می رسد، غالب آید؛ پس جلوه های آن در زندگی روزمره غیرمنتظره خواهد بود و این نشان می دهد که دارای ماهیت دومی است که آن را سیالیت می نامد که ارزش فردگرایی را در برابر جامعه و آزادی مطلق در برابر آزادی مقید به قوانین، اعم از قوانین ماورائی یا قوانین موضوعه، تعالی می بخشد. (زیگموند، فرهنگ سیال، ۲۰۱۸: ۳۳)

آنچه از نوشته‌های باومن استنباط می‌شود این است که مفهوم مدرنیته سیال می‌کوشد تا دوران ما و داده‌ها و ماهیت آن را به دور از سطح فکری نظری که مدرنیته جامد آن را بنا کرده است، با ایده‌های جامعی که ارائه کرده است، تشخیص دهد؛ تا به جلوه‌های این تفکر نظری در زندگی روزمره جوامع معاصر و حرکت وسواس گونه تغییر که باومن آن را سیال و کنترل شده توصیف کرده دست یابد. سیالیتی که با ابزار مصرف گرایی استوار شده که هویت جدیدی برای انسان و جامعه معاصر می سازد که از چارچوب جامد آداب و رسوم، سنت ها، و تاریخ عبور کرده و هویت ترکیبی جدیدی ایجاد می کند. همه را در چارچوب موجودی سیال گرد هم می آورد. خود را تعریف می کند و ارزش خود را بر اساس آنچه مصرف می کند و بر اساس معیارهایی خارج از هر میراث ثابت و پایداری از تاریخ گرفته تا آداب و رسوم و سنت ها و قوانین تعیین می کند. به جای آنها قوانین بازار و ارزش های اقتصادی را قرار می دهد که به دور از هر هدف و آرمانی برای تغییر است. جز همگامی با ماشین مصرف گرایی و انباشت سرمایه؛ به گونه ای که طبق نظر باومن، شخصیتی وسواسی اجباری به خود گرفته است. احساسات، آداب و رسوم، سنت‌ها، روابط انسانی، مهارت‌ها، دوستی و عشق را تحت



کنترل خود در می‌آورد و آنها را در یک بازار بزرگ به نمایش می‌گذارد. همانطور که هر کالای مادی را به نمایش می‌گذارند، بدین ترتیب بی‌اعتمادی به اعتماد و تغییر و مصرف به هدف تبدیل شد، نه تغییر و توسعه هدفمند (زیگموند، فرهنگ سیال، ۲۰۱۸: ۳۴)

تحولات اساسی اجتماعی و فرهنگی در عصر سیال

زیگموند باومن در کتاب خود «ترس سیال» در مورد پنج تحول اساسی در ساختار اجتماعی جوامع معاصر در عصر سیالیت صحبت کرده است (زیگموند، ترس سیال، ۲۰۱۷: ۲۵) که عبارتند از:

الف) گذار مدرنیته از مرحله جامد به مرحله سیال: در این دگرگونی، اشکال اجتماعی جامد از اجزای جامد خود جدا شدند، زیرا دیگر قادر نبودند شکل خود را برای مدت طولانی به گونه‌ای حفظ کنند که نتوانند در دراز مدت در قالب مرجعی برای اقدامات افراد و راهبردهای اجتماعی باشند.

ب) تفکیک بین سیاست به عنوان مبنای قدرت تصمیم‌گیری و قادر به اجرای این تصمیمات.

ت) کاهش کنش‌های همبستگی از طریق جدایی بین دولت‌ها و انتخاب‌های افراد. جایی که نقش اجتماعی دولت در تامین امنیت اجتماعی به دلیل ناتوانی افراد کاهش می‌یابد به گونه‌ای که پایه‌های اجتماعی جهت اقدام جمعی و همبستگی اجتماعی را تضعیف می‌کند.

ث) فروپاشی تفکر و برنامه‌ریزی بلندمدت به دلیل تضعیف ساختارهای اجتماعی جامد که فرآیندهای این نوع برنامه‌ریزی در آنها ریشه می‌دواند، بدین ترتیب زندگی افراد مجموعه‌ای از پروژه‌های کوتاه مدت بر اساس مراحل و گام‌هایی می‌شود که به مجموعه‌ای از تصمیمات بر اساس احتمالات ممکن پاسخ می‌دهد به گونه‌ای که بین گذشته و حال جدایی ایجاد می‌کند. موفقیت گذشته، شانس موفقیت آینده را افزایش نمی‌دهد که مستلزم بررسی مداوم روش‌های گذشته است.

ج) چالش رابطه آزادی و امنیت: مطلوب این است که افراد آزاد باشند و در عین حال با تحمل پیامدهای اعمال و انتخاب خود به درجه‌ای از امنیت دست یابند و این محقق نمی‌شود و نوعی خیال‌پردازی تلقی می‌شود. زیرا به دست آوردن امنیت بیشتر به معنای به خطر انداختن درجه‌ای از آزادی و به دست آوردن آزادی بسیار به معنای کنار گذاشتن مقداری از امنیت است. چیزی که امروز افراد در زندگی سیال خود تجربه می‌کنند. ابزار مصرف‌گرایی شروع به ارائه دستور العمل‌های آماده به عنوان جایگزینی برای دستیابی به امنیت کرده است، اما خود منبع ناامنی شده است، زیرا برای افراد موقتی است و فرد باید در هر زمان آماده باشد تا از آن رهایی یابد. همچنین به او می‌گوید که هر زمان که بخواهد بدون هیچ‌گونه پشیمانی، باید رابطه خود را با هر عهد و پیمانی قطع کند.

ویژگی‌های مدرنیته سیال

زیگموند باومن ویژگی‌های مدرنیته سیال را چنین تعریف می‌کند:



موقت: مبتنی بر فرهنگ مصرف، تغییر سریع و بر مبنای انتظارات کوتاه مدت است که به دنبال دستیابی فوری به خواسته‌ها است و از بهره‌برداری بلندمدت استقبال نمی‌کند. (زیگموند، مدرنیته سیال، ۲۰۱۶: ۱۸۸)

مصرف‌گرایی: مصرف یک پدیده اجتماعی جدید نیست، بلکه آنچه جدید است نفوذ آن است تا به خودی خود به هدف تبدیل شده و جزئی از ساختار اجتماعی همه جوامع شود، بلکه یک هویت اجتماعی ترکیبی ایجاد کرده که همه جوامع را در دنیا به دور از هر گونه ثبات خاص متحد کند. یعنی جوامع مدرنیته سیال که مبتنی بر محوریت مصرف در ساختار جامعه هستند. ساختاری که اساس زندگی اجتماعی افراد را به گونه‌ای تغییر می‌دهد که الگوی جدیدی از روابط، تعامل، و ارتباط مصرفی بین افراد ایجاد می‌کند، تا خود آنها را به کالاهای مصرفی تبدیل شوند (زیگموند، مراقبت سیال، ۲۰۱۷: ۲۰)

بر این اساس می‌توان گفت مصرف‌گرایی که باومن از آن صحبت می‌کند، نوعی از مصرف است که در جوامع مدرن به کانون زندگی اجتماعی تبدیل شده است، جایی که خواسته‌های افراد موتور محرک اصلی آن است به گونه‌ای که باعث می‌شود تا در روابط اجتماعی نفوذ کند، چیزی که آنها را دوباره سازمان می‌دهد تا شخصیت خود را به خود بگیرند؛ بنابراین، هویت افرادی که خود را از طریق محصولات مصرفی شان معرفی می‌کنند، سامان نمی‌دهد؛ بلکه اولویت‌های آنها را در روابط انسانی و ارتباطات شان تعیین می‌کند که تا کجا باید استمرار یابد و چه زمانی و چگونه متوقف شود. همچنین معیارها و ارزش‌هایی را کنترل می‌کند که افراد بر اساس آن، دیدگاه خود، نسبت خود را ارزیابی می‌کنند و روابط خود را با خود و نحوه ارائه تصویر خود به دیگران در ورود به هر رابطه و از هر نوع رابطه‌ای را تغییر می‌دهند. همین امر در مورد شرکت‌ها، مشتریان، کشورها و شهروندان آنها نیز صدق می‌کند.

انسانیت:

مفهوم انسانیت مبتنی بر مدرنیته ی جامد، بر اساس مفهوم آزادی است. آزادی که بر پایه آن مردم بتوانند به دور از نیروهای خارج از عقل و به دور از همه الزامات و چالش‌هایی که خارج از خواسته‌های فردی آنها می‌آیند فکر و عمل کنند. به این معنی که مرجع فرد برای رهایی باید خودش باشد و باید خارج از سلطه‌های سیاسی، اخلاقی و اقتصادی باشد (زیگموند، مدرنیته سیال، ۲۰۱۶: ۵۹) اما مدرنیته سیال، سم مهلک بشریت را در قالب پادزهر زندگی به تصویر کشیده و نوعی شر سیال به وجود آورده که دور مفاهیم جامد آزادی و حقوق بشر می‌پیچد تا آنها را ذوب کرده از خلال تکیه بر آن به عنوان توجیهی برای شری که جایگزینی ندارد و با بحران نامیدن قتل، سوء استفاده، آوارگی، فقر و طرد پناهندگان، به جای جنایت، بر قدرت و قوت آنها می‌افزاید. (زیگموند، شر سیال، ۲۰۱۸: ۲۰) شاید همین مساله آنچه را که مدرنیته جامد برای پیوند انسانیت و عقلانیت به ارمغان می‌آورد و نیز این ادعا را که گسترش اومانیسیم با گسترش عقل‌گرایی مرتبط است، تضعیف کند. (زرخی و همکاران، ۲۰۰۳: ۱۰۹)

همچنین، سهولت دسترسی به کالاهای مختلف، احساس آزادی کاذب را در افراد ایجاد می‌کند، زیرا به آنها می‌گوید که هر آنچه می‌خواهند در دسترس آنهاست. این همان چیزی است که مصرف از طریق پیوند بین میل و عمل بر آن استوار



است و این باعث می‌شود که احساس آزادی در میان افراد به وجود آید که هرگاه احساس کنند، می‌توانند با دستیابی به ابزارهای مطلوب از طریق ایجاد تعادل بین آنچه تصور می‌کنند و آنچه می‌خواهند و توانایی آن‌ها برای عمل کردن آزادانه فراهم است. منطق مدرنیته سیال از احساس آزادی پیروی می‌کند، بدین صورت که خواسته‌های افراد را محدود به پاسخگویی به انگیزه‌های ارائه شده توسط ابزار مصرف‌گرایی و جامعه مصرف‌کننده و محدود کردن خواسته‌ها و تخیل آنها به فراتر از این انگیزه‌ها می‌کند، به این معنی که قدرت آزادی افراد در جامعه مصرفی محدود به یک انتخاب از میان گزینه‌های ارائه شده توسط ابزار مصرف‌گرایی امکانات مصرف است.

بی منطقی:

افراد در یک جامعه مصرفی، غیرمنطقی ظاهر می‌شوند، چرا که رویدادهای جامد به غلبه بر آنها کمک کرده است. اگر آنها از رفتارهای غیرمنطقی که کلیسا خواهان آن است، فراتر روند؛ قربانی رفتارهای غیرمنطقی شده اند که ابزار مصرف‌گرایی درخواست می‌کند. در کجای می‌توانیم افرادی را پیدا کنیم که ساعت‌های طولانی جلوی ویتترین مغازه‌ها در صف می‌ایستند تا به زور چیزهایی بخرند که ممکن است بدان نیازی نداشته باشند، اما در صدد خرید آن هستند، چرا که آن خریدها به عنوان نشانه عامل افزایش موقعیت اجتماعی یا نشانگر آنها به عنوان افراد شادتر و مرفه‌تر است. آنها برای باقی ماندن در حالت مصرف، توجیهات واهی بسیاری را برای خرید بیشتر و بیشتر ابداع می‌کنند. (زیگموند، مدرنیته سیال، ۲۰۱۶: ۱۳۵)

بر این اساس، در جامعه مصرفی غیرمنطقی، افراد با ارزش‌ترین ارتباطات انسانی خود حتی ارتباطات عاطفی را قربانی می‌کنند تا آنها را مشمول قانون عرضه و تقاضا قرار دهند. برقراری رابطه در اینترنت مانند خرید کت از یک سایت است. از آنجایی که سایت‌هایی وجود دارند که امکاناتی در مورد ویژگی‌های شرکای موجود و بالقوه به شما ارائه می‌دهند، بنابراین شما در این مورد مشتری می‌شوید. وب سایت‌ها و شرکا، کالا هستند و بنابراین افراد در این فضای مصرف‌کننده شروع به کسب شخصیت مصرف‌کننده می‌کنند که همه چیز را در یک لحظه می‌فروشد و می‌خرد.

مفهوم ادبیات دیجیتال

به گفته فاطمه بوریکی، واژه ادبیات دیجیتال به تمام هنرهای ادبی اطلاق می‌شود که از تلاقی ادبیات با فناوری دیجیتال/کامپیوتر و اینترنت حاصل شده است (بوریکی، ۲۰۰۶: ۳۷) رمضان بسط‌اویسی ادبیات دیجیتال را با پیوندش به پست مدرنیسم تعریف می‌کند، زیرا می‌بیند که ادبیات دیجیتال شکل جدیدی از ادبیات حاصل پست مدرن است که در آن استفاده از فناوری منجر به ارائه اشکال هنری جدیدی می‌شود که پراکندگی بی‌پایان در زندگی را بیان می‌کند. پس کامپیوتر جایگزینی برای آگاهی یا برای بسط آگاهی شد. با این تفاوت که او به اصطلاح ادبیات دیجیتال اشاره نمی‌کند، بلکه در مورد آن در تناقضی بین مدرنیته و پست مدرنیسم صحبت می‌کند. اما حسام الخطیب بر این باور است که ادبیات دیجیتال شکل جدیدی از ادبیات است که ظهور آن با فناوری متن پیوند خورده است. به گونه‌ای که به تجلی ادبیات از



طریق صفحه رایانه کمک کرده است (الخطیب و محمد بسطاویسی، ۲۰۰۱: ۵۶ تا ۱۱۵) سعید یقظین ادبیات دیجیتال را تصویر جدیدی از خلاقیت ادبی تعریف می‌کند که ابزارهای ارتباطی جدیدی را اتخاذ می‌کند. این رسانه‌ها ماهیت دیجیتالی و الکترونیکی دارند که به آثار خلاق، فضایی برای نمایش می‌دهند. این نوع ادبیات از فناوری فرامتن استفاده می‌کند که منجر به ظهور ژانرهای ادبی کلاسیک مانند شعر، روایت و نمایش در قالب ژانرهای ادبی جدید مانند رمان‌های مشترک، نوشته‌های جمعی و وبلاگ‌هایی با ماهیت خلاقانه هستند (یقظین، ۲۰۰۸: ۵۶)

مفهوم ادبیات سیال

بر اساس تعریف زیگموند باومن از سیالیت و مدرنیته سیال، شاید بتوان درباره ادبیات دیجیتال سیال این‌گونه گفت: نوع جدیدی از ادبیات که از پیوند ادبیات و فناوری مدرن حاصل شده است، پیوندهای بیرونی آن بین عناصر فرآیند خلاقیت و درونی‌اش بین ابزارهای تشکیل‌دهنده متن ادبی مانند زبان، تصاویر و غیره است با سیالیت موقتی و تابع قانون بازار مصرفی است به گونه‌ای که نوعی از تغییر مداوم در تشکیل متن ادبی یافت می‌شود که هدفی غیر از هدف مصرف‌گرایی در آن وجود ندارد.

دلایل ظهور ادبیات سیال

بر اساس رویکرد سیالیت زیگموند باومن، می‌توان مجموعه‌ای از دلایل غیرمستقیم برای پیدایش ادبیات سیال مطرح کرد که از جمله آنها: الف) استفاده از آن به عنوان یک ابزار فرهنگی از ابزارهای مصرف‌گرایی برای ذوب مراکز جامد زندگی اجتماعی معاصر، و تضعیف آن و اقدام به ذوب فرهنگ حقیقی و تبدیل آن به فرهنگ دیگر که مصرف‌گرا، توده‌ای و موقت است. ب) استفاده از آن به عنوان وسیله‌ای که توسط ساختارهای جامد کنترل شده از طریق رسانه‌ها برای جعل آگاهی و هدایت افراد می‌شود. آنها توسط شرکت‌های بزرگ اقتصادی که فناوری مدرن ارتباطات را کنترل می‌کنند برای استثمار دغدغه‌ها و نیازهای افراد برای افزایش انباشت سرمایه استفاده می‌شوند.

ویژگی‌های ادبیات سیال

سیالیت: ادبیات سیال، مانند دیگر ساختارهای فرهنگی در مدرنیته سیال، به کالایی برای ایجاد لذت موقت تبدیل شده است، جایی که هم‌خالق اثر و هم‌مخاطب، آن مقدار که به دنبال پیروی از مدهای مصرف‌گرایی در کوتاه‌ترین و سریع‌ترین زمان از طریق راه‌های ارتباطی سریع و موقت در یک فرآیند نیمه‌خلاقانه برای کسب لذت موقت به دور از تعهدات سفت و سخت تحمیل شده توسط ادبیات کاغذی در تمام مراحل تولید و انتشار آن هستند؛ به دنبال ذوق و خلاقیت عالی نیستند. این همان چیزی است که زیگموند باومن به عنوان یکی از ویژگی‌های عصر سیالیت بیان می‌کند. جایی که افراد به دنبال کوتاه‌ترین راه برای کسب لذت بدون تعهد می‌گردند که ماندگاری و استمرار در بازار آزاد که احساسات همانند یک کالای مادی فروخته می‌شوند، فرض می‌دانند. سپس کوتاه‌ترین و کم‌هزینه‌ترین راه را جستجو



می‌کنند تا با یک دکمه ی حذف، پیوندهای سیال بین پدیدآورنده و مخاطب و بین هر دو آنها و بین متن خلاقانه پایان یابد. زمانی که این ارتباط به باری بر دوش تبدیل شود یا به لذت مصرف گرایمی منجر نشود، طبق مدرنیته سیال، برای دستیابی به پیشرفت، خود کفایی و رفاه انسان پایانی وجود نخواهد داشت؛ همان گونه که مدرنیته جامد به آن می‌نگریست. (زیگموند، عشق سیال، ۲۰۱۶: ۹۰) این دیدگاه، ادبیات سیال را به عنوان نوعی تعامل انسانی سوژه کرد، تعاملی که تابع قوانین سیالیت و ابزار مصرف گرایمی است و هرگز ارضا نمی‌شود و هرگز به پایان نمی‌رسد.

زندگی فوری

با توجه به تغییر مداوم در جامعه سیال، می‌توان متوجه شد که ادبیات سیال شامل تغییر درک زمان ادبی برای شکل دادن به متنی است که سیال شده است و برای خالق اثر و مخاطب، یک فرهنگ آنی و بی واسطه که الگویی از انتظارات کوتاه مدت است، ایجاد می‌کند. ادبیات سیال بیانگر ویژگی «زندگی فوری» دوران سیالیت است که نقطه قوت آن سرعت و اختصار بوده و جایی برای متون طولانی وجود ندارد، بنابراین خالق اثر باید کلمات و زبانی را انتخاب کند که به این ویژگی ها دست یابد. همانطور که محمد سناجله هنگام ذکر ویژگی های رمان رئالیستی دیجیتال این جمله را بیان کرد. دارای زبانی سریع و ناگهانی است. زمان یک بیت است و مکان پایانی است که به صفر نزدیک می‌شود و با آن برابر نیست، مختصر و سریع است و برای یک جمله حداکثر از چهار کلمه و یک کلمه حداکثر از چهار و پنج حرف تشکیل شده و از آن فراتر نمی‌رود. (سناجله، بی تا: ۹۵ - ۱۱۴) زیرا فرآیند خلاقیت سیال به دنبال تحقق خواسته های مخاطب و پدیدآورنده است و این همان چیزی است که مانع از ایده ایجاد یک پروژه خلاقانه می‌شود. زیرا این ایده مستلزم داشتن حوصله و تمرکز برای به دست آوردن نتایج بلندمدت است و شامل تعهدات اخلاقی و مادی و موازین زیبایی‌شناختی است که توسط مؤسسات جامدی مانند انتشارات و سندیکاها تنظیم می‌شود و این همان چیزی است که با منطق سیالیت در تضاد است. در پرتو این زمان سیال، معیار انتخاب‌های خالق اثر دیجیتال دیگر محلی و منطقه ای نیست و به انتخاب‌های زیبایی‌شناختی و توانایی‌های خلاقانه‌اش مربوط می‌شود، معیارهای سیال در بازار مصرف گرایمی، آنی و موقت است که تابع قوانین میل موقت است نه قانون خلاقیت، زیرا آنها معیارهایی هستند که در بازار جهانی تجارت می‌چرخند و این باعث می‌شود ادبیات رسالت و غایت خود را از دست بدهد تا یکی از ابزارهای ماشین مصرف گرایمی شود و عبارت متن های مجازی که به طور موقت و بدون غایت یا هدف واقعی در تولیدشان پدید آیند و ناپدید شوند، مگر اینکه در چرخه مصرف استمرار یابند. درست مانند روابط اجتماعی سیال که بر اساس میل پدید آیند و ناپدید شوند، بدون اینکه معنای واقعی در زندگی افراد داشته باشند. بنابراین، در این فضای کسب‌وکار و کالایی آثاری که ارزش هنری و فکری دارند، موفق نمی‌شوند؛ بلکه آثاری موفق می‌شوند که سریع‌تر با تغییرات خواسته‌های فردی همگام شوند و گزینه‌های بیشتری برای ارضای وضعیت نامنی و عدم ثبات در زندگی سیال مخاطب داشته باشند.

این امر با درک زمان در یک محیط سیال سازگار است، محیطی که با یک محیط جامد متفاوت است، زیرا زمان در یک محیط سیال از بهره برداری بلندمدت در هیچ پروژه ای خواه مربوط به زندگی علمی و اجتماعی یا حتی زندگی ادبی یا



جنبه‌های دیگر زندگی، استقبال نمی‌کند، زیرا زمان آن گونه که در زندگی جامد بدان نگریسته می‌شود، نه چرخشی است و نه خطی، همانطور که در سنت‌های غربی مبتنی بر مفهوم تکامل است، بلکه بیشتر به عنوان جدا از هم و پراکنده دیده می‌شود که پر از گسست است و مستمر نیست و هر لحظه از نوع خود منحصر به فرد است و هیچ ارتباطی با آنچه قبل از خود یا آنچه پس از آن بوده است، ندارد و این مانع موفقیت پروژه‌های بلندمدت می‌شود. (زیگموند، زمان سیال، ۲۰۱۷: ۱۲)

مصرف گرایی

خلاقیت در ادبیات سیال، چیزی است که در عناصر فرآیند خلاقیت (پدیدآورنده اثر، مخاطب، منتقد) احساس آزادی کاذبی دارند، زیرا به آنها می‌گویند هر چیزی که می‌خواهند و هر چیزی که بر پایه مصرف استوار است، در دسترس آنهاست. پیوند بین میل و عمل که باعث می‌شود هر زمان که این احساس آزادی در بین آنها به وجود آید که آنها می‌توانند با استفاده از ابزار مورد نظر از طریق برقراری تعادل بین تصورات و خواسته‌هایشان و توانایی تصرف در متن ادبی دیجیتال رفتار نمایند تا این که آزاد باشند. این منطق مدرنیته سیال است که احساس آزادی را به وجود می‌آورد تا خواسته‌های افراد برای پاسخگویی به انگیزه‌های ارائه شده توسط ابزار مصرف گرایی و جامعه مصرفی محدود نماید. بدین این معنی که اختیار آزادی افراد در یک جامعه مصرفی، به انتخاب یکی از گزینه‌های ارائه شده توسط ابزار مصرف گرایی در مورد امکانات مصرف محدود است. در مقایسه با مخاطب ابهامش بیشتر به این دلیل که او فضای حقیقی دارد و می‌تواند انتخاب‌های خود را کنترل کند و آزادانه تعیین کند، در حالی که این چیزی نیست که در عمل اتفاق می‌افتد. او در عمل چیزی تولید نمی‌کند و صرفاً یک سری اعداد و انتخاب‌ها از میان هزاران انتخاب است که برای سایر خوانندگان نیز انتخاب آن مجاز است. خوانندگانی که توهم توانایی کنترل تولید متن بر اساس دیدگاه آنها را دارند. حقیقت این است که قدرت هنوز در دست خالق اثر است، و او است که تصمیم می‌گیرد متنش در نهایت چگونه باشد، زیرا تنها اوست که متن تولید شده را در اختیار مخاطبان می‌گذارد و حق انتخاب و حق اجرا را از آنها سلب می‌کند. بدین ترتیب از معیارهای سلطه مصرف گرایی سیال در فضای مجازی پیروی می‌کند. ادبیات دیجیتال میل خالق اثر را برای مهم بودن و محاصره شدن توسط طرفداران مجازی برآورده می‌کند و او را از دایره انزوا که زندگی سیال معاصر تحمیل کرده است و نه تنها بر نویسندگان، بلکه بر مخاطبان نیز تحمیل شده، بیرون می‌آورد.

از دست دادن حریم خصوصی

در ادبیات سیال، مفهوم مالکیت خصوصی به نفع ابزار مصرف گرایی منتفی می‌شود و این همان چیزی است که پدیدآورندگان حامی این نوع ادبیات، به ویژه کسانی که اقبالی به آثار کاغذی خود نمی‌بینند، بیان می‌کنند. آنها در نتیجه فقدان تعهدات مادی و معیارهایی که ادبیات کاغذی تحمیل می‌کند، بی‌فایده باقی می‌مانند. همین امر باعث شده است تا تجربه ادبیات سیال را برای خود انتخاب کنند. «کندل» از جمله آنهاست. کسی که می‌گوید باز خوردی که از اشعار



دیجیتالش دریافت کرده بسیار بیشتر از بازخوردی است که از اشعار کاغذیش دریافت کرده است. به بیان دیگر اشعار چاپی اش به ندرت با بازخورد قابل توجهی از سوی مخاطب مواجه می‌شود. لذا کندل وب سایتی را با هدف معرفی این سبک ادبی جدید به مخاطبان و کاربران ایجاد کرد. او همچنین به تدریس معیارهای شعر تعاملی (گرایش‌های جدید در شعر و خیال) در یکی از دانشگاه‌ها اقدام کرد (بریکی، ۲۰۰۶: ۸۰).

بنابراین، ادبیات سیال برای پدیدآورندگان درجه‌ای از حضور و احساس عدم فراموشی را فراهم می‌کند و این که آنها با مخاطبان در ارتباط هستند، حتی اگر این به قیمت از دست دادن مالکیت خصوصی آثارشان به نفع مالکیت مشترک تمام شود. مالکیت مشترکی که در نهایت به مالکیت ابزار مصرف‌گرایی می‌انجامد که خالق اثر و مخاطب را به طور یکسان مجبور می‌کند تخیل و سلیقه خود را کنار بگذارند تا وجود داشته باشند و در فضایی پذیرفته شوند که جایگزین‌های آن تعیین شده و انتخاب‌های سلیقه‌ای آن بر اساس منطق مد مصرف‌گرایی کنترل می‌شود و آن مطابق با اصول مدرنیته سیال است، جایی که حریم خصوصی با مفاهیم انزوا، غفلت و تنهایی یکسان شده است و دیگر با آزادی پیوندی ندارد. حضور آنها به اینترنت متصل است. آنها برای به دست آوردن امنیت روانی بیشتر آزادی خود را رها می‌کنند، برای این که با دیگران مرتبط هستند و منزوی و فراموش شده نیستند. این روند متفاوتی در مدرنیته سیال است. آنها هر کجا باشند از این می‌ترسند که منابع خود را دست دهند و این به معنای ناامنی و عدم ثبات است. (زیگموند، ترس سیال، ۲۰۱۷: ۱۵)

تغییر مداوم

پیروی ادبیات سیال از منطق مد که توسط ابزار مصرف‌گرایی و از طریق بازی ناامنی و ترس سیال که با ارائه احتمالات مربوط به آینده انجام می‌گیرد و فرد قادر به کنترل آن نیست، باعث می‌شود افراد خلاق در حالتی از اضطراب، نارضایتی و ترس دائمی از بی‌توجهی و عدم پذیرش در زمینه‌ای خارج از کنترل سیستم‌ها روتین مانند فضای الکترونیکی زندگی کنند و این حالت تنش و اضطراب آنها را به دنبال آرامش با خرید محصولات تبلیغ شده توسط ابزارها یا پایبندی به انتخاب‌های آن‌ها می‌دارد و آنها بدین ترتیب از خود و تولیدات فکری خود در برابر بی‌توجهی محافظت کرده‌اند، و الگوی پایدار آثار آنها بر اساس خواسته‌های مخاطبان است که به نوبه خود از مد ابزار مصرف‌گرایی پیروی می‌کند تا زندگی سیال را دنبال کنند و به شادی وعده داده شده و موفقیت دست یابند و سپس چیزی جز سراب پیدا نمی‌کنند.

این با منطق عصر سیالیت مطابقت دارد، زیرا باومن معتقد است که حالت ترس ایجاد شده از موقعیت عدم یقین در عصر سیالیت منجر به فروپاشی هر چیز استوار و پایدار در زندگی افراد می‌شود که از آن رهایی ندارند، بنابراین آنها خودشان باید دائماً به دنبال منبع ایمنی بگردند، حتی اگر موقتی باشد؛ موضوعی که آینده ناامن و غیر قابل اعتماد را می‌سازد.

(زیگموند، زمان سیال، ۲۰۱۷: ۱۰۹)



عدم قطعیت:

ادبیات دیجیتال مبتنی بر عدم قطعیت است که از طریق ابزار فن اقیاناع، عصر سیالیت متمایز را می‌کند. ابزاری که متن ادبی دیجیتال از طریق رسانه‌های متعدد بدان متکی است که برای تشدید معنا و گشودن آن به روی کثرت‌گرایی و احتمالات ممکن مانند تصویر، رنگ، حرکت و غیره فعالیت می‌کند. پس کلمه و تصویر کلامی از قبیل کنایه و استعاره، دیگر تنها به عنوان ابزار نیستند، بنابراین ویژگی موجز بودن در روند ساخت آن اهمیت دارد تا بیانگر دوران سیالیت باشد. لذا ابزارهایی را در نوشتن جدید دیجیتال در می‌آمیزد که توسط چند رسانه ای ارائه می‌شود، جایی که در آن متون نوشته شده با صدا، تصویر، ویدئو و رنگ آمیخته می‌شود.

تخیل شناختی که متن ادبی دیجیتال بر آن استوار است، ماهیت و حقیقت را از دست داده و فرض و احتمال را جایگزین آن کرده است. و از جادویی صحبت می‌کند که در توصیف این واقعیت به ظهور رسیده است، واقعیتی که متن ادبی دیجیتال در آن، جدایی از دردها و سرخوردگی‌ها را جبران کرده و جای خالی خیلی چیزها را پر می‌کند که هیچ کس نمی‌تواند آنها را پر کند... این جدایی که بر اینترنت رخ می‌دهد باعث می‌شود که در دنیایی جذاب و پر از رویاها زندگی کنیم که از موانع فیزیکی، مکانی و زمانی فراتر رفته است (طلعت، ۲۰۰۶: ۲۳)

از اینجا روشن می‌شود که تخیل مبتنی بر متن ادبی دیجیتال، تخیلی چند منبعی است که از دانش چند رسانه ای سرچشمه می‌گیرد و تصاویری را می‌سازد که در معرض تفسیر و عدم قطعیت هستند و تا حد زیادی بر پایه محسوسات و امور بصری استوار است. «علی حرب» آن را تخیل رسانه ای نامیده و آن را تخیلی توصیف کرده که از فعالیت در فضای مجازی سرچشمه می‌گیرد. همین امر، در درجه اول شناختی است و چیزی را بررسی می‌کند که می‌توان به طور مداوم از طریق رسانه های دیجیتال یافت و ایجاد کرد، (حرب، ۲۰۰۲: ۱۰۸)

از این رو، متن دیجیتال در ادبیات سیال، دیگر لزوماً به معنای متن سنتی خوانده نمی‌شود؛ چون در اینترنت، کلمات به روشی که ما عادت کرده‌ایم عمل نمی‌کنند؛ بلکه بیشتر با طراحی بصری تعامل دارند. ملاحظات بصری که با انتقال اقتدار کلمه به حساب تصویر نشان داده می‌شود، همانطور که عبیر سلامه اشاره می‌کند که: حرکت الفبای آوایی و توالی منطقی جملات جای خود را به قدرت نمادها و تصاویر مملو از افکار و احساسات، به ویژه در اتاق های گفتگو، چت های فوری و انجمن ها داده است. (نجم، ۲۰۰۸)

پیامدهای عصر سیالیت بر رابطه بین عناصر فرآیند خلاق در تبدیل آن از کاغذ به دیجیتال:

از جمله ارکان فرآیند خلاقیت دیجیتالی که از فناوری فرامتن استفاده می‌کند این است که محصول محیط خود است و آن را برای ترسیم ویژگی های خود با جزئیات مبتنی بر تخیل می‌پذیرد. این امر در واقعیت مجازی متولد شده و پایه اساسی آن تخیل است. در متن دیجیتال ادبی، تخیل خالق اثر با آگاهی مخاطب در تعامل است. اثر کامل نمی‌شود مگر از طریق آگاهی، تخیل و اراده مخاطب که در کار و تولید آن مشارکت می‌کند. متن دیجیتالی در درجه اول به تفسیر بستگی دارد و خلاقیت هنری در آن، بستگی به این دارد که اثر هنری تا چه حد می‌تواند ظرفیت هنری و تاویل بیشتر



داشته باشد؟ این اساساً یک امر خیالی است. اشرف الخریبی این مطلب را اینگونه بیان می‌کند: متن دیجیتال متن است که از عناصر بسیاری تشکیل شده است که بر روی مکانیسم‌های فرضی کار می‌کند و ممکن است احتمالات جدید و متفاوت را با هم ترکیب کند. حالتی که برای همه تفاسیر باز است و در درون خود ناشناخته‌هایی دارد که متون به سوی آن حرکت می‌کند (الخریبی، ۲۰۰۸، صفحه ۱۰۴)

در نتیجه در نگاه اول مشخص می‌شود که رابطه بین عناصر فرآیند خلاقیت ادبی دیجیتال همپوشانی و تعامل است، هر یک از آنها درجه‌ای از اهمیت را دارند و حضور یک عنصر وابسته به حضور عنصر دیگر نیست. اگرچه در ظاهر یک ابداع ادبی می‌میرد، اما در واقع نمی‌میرد، زیرا وقتی خوانندگانی آن را به متن خواننده‌های خود اضافه می‌کنند، به نوعی به خواننده آن خوانش‌ها نیز تبدیل می‌شود و متن خود را با ظاهری جدید شکل می‌دهد و به آن می‌افزاید تا روند خلاقیت ادامه یابد و خواننده نیز به نوبه خود فقط یک خواننده نمی‌ماند، بلکه تبدیل به خالق اثر می‌شود، سپس به خواننده بودن باز می‌گردد، سپس تبدیل به خالق اثر می‌شود و الی آخر. (یقطین، من النص الی النص، ۲۰۰۵: ۱۲) اما این تعامل و همپوشانی از سوی دیگر، بیانگر از هم گسیختگی و واگرایی بین این عناصر است و در پرتو این زمان سیال، معیارهایی برای خالق دیجیتال است. انتخاب‌ها و جزئیات دیگر محلی نیستند و به انتخاب‌های زیبایی‌شناختی و توانایی‌های خلاقانه او مربوط می‌شوند، بلکه در یک بازار مصرف‌باز که موقتی است و تابع قوانین میل موقت است و نه قانون خلاقیت، به استانداردهای سیال تبدیل شده‌اند. استانداردهایی که در بازار جهانی تجارت خرید و فروش می‌شوند. این امر باعث می‌شود که ادبیات هدف و پیام خود را از دست بدهد و به تعدادی اعداد تبدیل شود. موفقیت در زندگی افراد همان روابط اجتماعی سیال است که بر حسب میل، ظاهر می‌شود و از بین می‌رود. بدون اینکه معنای واقعی در زندگی افراد داشته باشد. بلکه این آثار هستند که سریعتر با تغییرات خواسته‌های فردی همگام می‌شوند و گزینه‌های بیشتری برای ارضای وضعیت ناامنی و بی‌ثباتی سیال با زندگی سیال پیدا می‌کنند و او را به این باور می‌رساند که فضای واقعی دارد که می‌تواند انتخاب‌های او را با آزادی کامل کنترل و تعیین کند. این در حالی است که در واقعیت این چیزی نیست که اتفاق می‌افتد، زیرا در واقع چیزی تولید نمی‌کند، و یک عدد است و یک انتخاب از بین هزاران چیز خوبی که در دسترس سایر خوانندگان است. آنها نیز تصور می‌کنند که توانایی کنترل تولید متن را با توجه به دیدگاه خود دارند. حقیقت این است که قدرت هنوز در دست خالق اثر است، زیرا او است که تصمیم می‌گیرد متنش چگونه باشد. او فقط به آنها حق انتخاب می‌دهد، سپس حق اجرا را از آنها سلب می‌کند و او نیز به نوبه خود مشمول همان دایره می‌شود، در حالی که تصور می‌کند اختیار نهایی بر متن خود را دارد، اما در حقیقت فقط توانایی دارد. او از بین گزینه‌ها انتخاب می‌کند و سپس اجرا می‌کند تا در فضای مجازی تابع استانداردهای سیال مرجعیت مصرف‌کننده باشد. ادبیات سیال دیجیتال میل‌سازنده را برای مهم بودن و احاطه شدن توسط طرفداران مجازی برآورده می‌کند و او را از دایره انزوا خارج می‌کند. انزوایی که زندگی سیال معاصر نه تنها بر نویسندگان، بلکه بر مخاطبان نیز تحمیل کرده است.

متن نمایشنامه مرغ دریایی اثر چخوف روسی را به عنوان مثال ملاحظه می‌کنیم که در ابتدا یک متن کاغذی بوده است، سپس چارلز دمر آن را به یک متن نمایشی تعاملی دیجیتال در قالب فایل‌های PDF در وبسایت خود تبدیل و تغییراتی



در آن ایجاد کرد. به محض اینکه مخاطب انتخاب می‌کند که وارد شود، لیستی از چهار فصل را در مقابل خود می‌بیند و او آزادی کامل دارد تا هر فصلی را که بخواهد انتخاب کند. (البریک ۲۰۰۶، صفحه ۱۰۷)

او با انتخاب ورود به یکی از این فصل‌ها خود را در مقابل متن می‌بیند و بار دیگر در انتخاب شخصیت‌ها احساس آزادی می‌کند و آزادانه بین صحنه‌ها حرکت می‌کند. چارلز دمر در ابتدا به معرفی ماهیت شخصیت‌ها، کارکردهای آنها و مکان‌هایی که اجرای تئاتر شامل خواهد شد، می‌پردازد.

به همین ترتیب، پیوند میان عناصر فرآیند ابداع، اعم از خالق اثر، گیرنده و منتقد، آنی و غیرواقعی است و ناگهان ظاهر و ناپدید می‌شود و تا آنجا که معنای موجود در اثر ادبی وجود دارد، معنا ندارد. متن ادبی در عمل تحقق نمی‌یابد زیرا در وضعیت تغییر مداوم است که به هیچ وجه تثبیت نمی‌شود، بنابراین وجود آن به نفع نیهیلیسم از بین می‌رود و توهم انتخاب و ارتباط در خالق اثر، مخاطب و منتقد به طور یکسان، به وجود می‌آورد. در حالی که تنها ذینفع، ماشین مصرفی است که با فروش حالت خیالی ارتباط به طرفین فرآیند ابداع، به سرمایه خود می‌افزاید، همانطور که در زندگی روزمره اجتماعی مجازی چنین است. فردگرایی که توسط زندگی سیال تحمیل می‌شود، نوعی انزوا را ایجاد کرده است که باعث می‌شود افراد احساس فراموش شدن و رها شدن کنند، بنابراین در فضای مجازی به دنبال جایگزین‌های موقتی می‌گردند که متناسب با زندگی در حال تغییر سریع آنها باشد.

در نتیجه، ورود ادبیات به حوزه ابزارهای فناورانه مدرن ارتباطات، که مکانیسم فرهنگ سیال است، منجر به از بین رفتن پیوند جامد بین عناصر فرآیند ادب کاغذی و فضای مجازی شده و آن را به گزینه‌های باز مصرف‌گرایی تبدیل کرده است و این چیزی است که پیوندها را تضعیف می‌کند و از انجام کارکرد زیباشناختی، فکری و اجتماعی واقعی خود باز می‌دارد. زیرا توانایی انتخاب و اجرای انتخاب‌های خلاقانه را از آنها سلب می‌کند. خواننده و پدیدآورنده را به اندازه‌ای که در دنیای گزینش‌های باز، متغیر و موقتی در وضعیتی از هم گسیختگی و جدایی قرار می‌دهد، در وضعیت ارتباط قرار نمی‌دهد. ادبیات دیگر کارکرد محافظتی ندارد که از فروپاشی زندگی اجتماعی بیش از آنچه که هست جلوگیری شود، بلکه از طریق فشاری که بر خالق اثر و خواننده می‌آورد تا همگام با روند مصرف‌گرایی، ابزاری برای تغییر و فروپاشی باشد. حتی موضوعاتی که این ادبیات جدید به آن پرداخته است، بیانگر این گسست در زمان است و بیانگر تکه تکه شدن، در هم آمیختگی و بریده شدن بدن راوی و بدنه متن می‌باشد، همچنین بیانگر عشق سیال و سیلیکونی است که در آن احساسات با جریان الکتریکی جایگزین می‌شود و با اتصال آن جریان، متصل می‌شوند و با قطع آن جریان، قطع می‌شوند یا آنچه باومن در مورد آن می‌گوید: «زندگی من آنلاین و آفلاین» است. یا مثل چیزی که عبد النور ادریس تحت عنوان پارگی‌های عشق دیجیتال بیان می‌کند و آن عشقی است که عبده حقی آن را عشق پست مدرن می‌نامد و باومن آن را با تعبیر عشق سیال یاد می‌کند و تقدیم در این متن مانند ساختار متنی موازی است که در باره آن می‌گوید:

در اینجا شما عشق سیلیکونی و آیکون را در پیام رسان دریافت می‌کنید.

این نوع عشق جدید که در ادبیات دیجیتال بیان می‌شود، به گفته باومن، مانند سایر احساسات در مدرنیته سیال، کالایی برای ایجاد لذت پایدار است، بنابراین، همانطور که باومن معتقد است، ما به دنبال کوتاه‌ترین راه برای به دست آوردن این لذت بدون تعهد هستیم. در بازار آزاد که در آن احساسات به عنوان کالاهای مادی فروخته می‌شود، ماندگاری را پیش



فرض می‌گیرد. سپس کوتاه‌ترین و کم‌هزینه‌ترین راه برای شکستن پیوندها، با دکمه "حذف"، را جستجو می‌کنیم که به پیوندهای سیال عشق پایان می‌دهد زمانی که این عشق به باری بر دوش تبدیل شود. یا به لذت مصرف‌گرایی مورد نظر نرسد. این دیدگاه عشق را تابع قوانین ماشین مصرف‌گرایی قرار می‌دهد.

بنابراین در مرحله دیجیتال، نگاه به دوگانگی خالق اثر و مخاطب تغییر کرده و حالتی سیال به خود گرفته است. به نظر می‌رسد این یک نیاز ضروری برای تغییر جامعه و دگرگونی‌های ریشه‌ای باشد که در عصر دیجیتال رخ داده است. به طور حتم بر ذائقه مخاطب تأثیر خواهد گذاشت و به خالق انگیزه می‌دهد که دائماً برای توسعه خود و ابزار بیانش تلاش کند و رسانه‌های ارتباطی جدید را به کار گیرد تا از شکاف بین متن و مخاطب جلوگیری کند. (یقطين، متن به پیوسته، ۲۰۰۸: ۱۹۴)

سعید یقطين معتقد است که تولید متن ادبی از ایده دیجیتالی نگرستن به متن به‌عنوان ساختاری بسته، فراتر رفته است، چرا که هر متنی در ساختار خود مجموعه‌ای از متون دیگر را در بر می‌گیرد که یا معاصر متن بوده و یا پیش از متن بوده اند. هر متنی برای متون دیگر باز است و این همان چیزی است که به آن ویژگی بهره‌وری می‌دهد (یقطين، متن به هم پیوسته، ۲۰۰۸: ۵۹)

با این حال، اگر به ادبیات تعاملی دیجیتال نگاه کنیم، متوجه می‌شویم که ویژگی بهره‌وری با ادبیات کاغذی متفاوت است. بهره‌وری در ادبیات کاغذی به سختی مشخص می‌شود، جایی که تابع ارزش‌ها و استانداردهای خاصی است و دارای هدف و غایت است. هدفی که انسجام کار خلاقانه را حفظ می‌کند. در حالی که بهره‌وری در تمام ژانرهای ادبی دیجیتال با سیالیت مشخص می‌شود، همانطور که فاطمه البوریکی معتقد است، این همپوشانی ساختارهای زبانی از سایر عناصر فنی، که خالق اثر معمولاً کلیپ‌های ویدیویی یا تصویر خاص در متن خود می‌گنجانند، فراتر می‌رود. (البوریکی ۲۰۰۶، ص ۱۸۱) همچنین امکان گنجاندن کلیپ‌های صوتی یا موسیقی وجود دارد و آن تعاملی است که در متن دیجیتال بین متون نوشتاری، صوتی و تصویری در حالت ایستا و متحرک وجود دارد. حالت‌هایی که باعث می‌شود متن قابلیت تغییر شکل به تصاویر جدیدی را داشته باشد که هر بار با متن جدیدی متفاوت از متن اول ظاهر می‌شوند، اما با آن موازی نمی‌شوند، بلکه با آن همپوشانی دارند. فرآیند همپوشانی و تعامل از این منظر سرچشمه می‌گیرد که دائماً اشتباهات، اشتباهات جدیدی را شکل می‌دهند به گونه‌ای که فرآیند خلاقیت هدف خود را از دست می‌دهد و به هدف مصرف‌گرایی و انباشت سرمایه‌ای که شرکت‌های مروج این نوع فرهنگ مصرف‌گرایی به دست می‌آورند، متصل شود.

محیط مجازی نوعی توهم را به وجود می‌آورد که محیطی خالص و عاری از هرگونه تعهدی در قبال شرایط جامد است که توسط نهادهای جامد که رابطه بین عناصر فرآیند خلاق را تنظیم می‌کنند، مانند سانسور و مؤسسات انتشاراتی تعیین می‌کنند. خالق اثر اینها را مانعی می‌داند که باعث می‌شود آثارش به دلیل هزینه‌های زیاد به دست مخاطب نرسد.

آثار هنری که امروزه عموم مردم می‌پذیرند و بدان علاقه دارند آنهایی نیستند که ذائقه هنری، زیبایی‌شناختی و فکری او را بالا ببرند، بلکه آثاری هستند که تمایلات او ارضا می‌کنند و در حال تغییر مستمر و به دور از هرگونه تعهد به مطالعه طولانی و تمرکز هستند و با طبیعت پراکندگی زمان در زندگی سیال همگام هستند. افراد خلاق، این شرایط را ترجیح می‌دهند، چون برای آنها به عنوان یک معافیت از هرگونه تعهد یا مسئولیت بوروکراتیک مورد نیاز چاپ کاغذی که ممکن



است مانع از ظهور آثار هنری آنها شود و مستلزم هزینه‌های مادی و تلاش فراوان باشد در حالی که محیط مجازی در اینترنت به آنها تمامی شرایط را فراهم می‌آورد. از قبیل ارتباط مستقیم با مخاطب بدون هیچ گونه واسطه یا تعهد و هزینه‌ای؛ همان‌طور که مخاطب دیجیتال نیز از تعهد نوشتن که لازمه خواندن کتبی است معاف می‌باشد و به راحتی می‌تواند بین محورهای اثر ادبی حرکت کند و در صورت عدم برآورده شدن خواسته‌های مصرف‌گرایی اش، هر زمانی که بخواهد ارتباط را قطع می‌کند.

بازتاب عصر سیالیت بر اقتدار ابداع در متن ادبی در تغییر آن از کاغذی به دیجیتال:

مفهوم اقتدار در تولید متن ادبی با مفهوم مرجعیت پیوند خورده است و کلمه مرجع از ارجاع و ارجاعی که نویسنده در حین نوشتن به آن بازمی‌گردد می‌آید. کلمات مرجع و ارجاع بیشترین کاربرد را در نقد ادبی دارند. ارجاع از طریق تمرکز بر کارکرد ادبیات از زمان افلاطون و ارسطو همیشه منبع اختلاف نظر بین فیلسوفان، حقوق دانان، منتقدان و نظریه پردازان ادبی تا به امروز بوده است. افلاطون و ارسطو مرجع را یک امر اخلاقی می‌دانستند و در میان مسلمانان با ارزش‌هایی اسلامی ارتباط پیدا می‌کند. مفاهیم آن نیز بین رویکردهای مختلف، متفاوت بود. پس آن به معنای جامعه در نظریه تأمل، به معنای خود در رویکرد روان‌شناختی، و تاریخ در رویکرد تاریخی می‌باشد و در تمامی آنها نقش نویسنده، مرجعیت و اهمیتش در این فرآیند نادیده گرفته نشده است. تا این که رویکردهای متنی برای حذف محوریت نویسنده و جداکردن او از متنش به وجود آمد و در نتیجه هرگونه ارجاع خارجی مرتبط با نویسنده و جایگزین کردن آن با یک مرجع داخلی مبتنی بر زبان متن بدون جستجوی اندیشه یا پیامی خارج از مرجع زبانی را باطل کرد. بدین ترتیب اختیار نویسنده و خواننده به طور یکسان و نیز هر ارجاع مربوط به آن دو، به متن منتقل شد. اقتدار متن مانند ساخت زبانی جایگزین آن شد. سپس نظریه‌های خواندن آمد تا با تمرکز بر خواننده و کنار گذاشتن مرجعیت نویسنده در متن، بعد جدیدی به اقتدار ببخشد. به این ترتیب چیزی که عدم مرجعیت نامیده می‌شود، ظهور می‌کند. جایی که تعدد قرائت منجر به کثرت مراجع و باز بودن متن می‌شود (الخطیب و محمد بسطاویسی، ۲۰۱۱: ۱۲ تا ۴۸)

ادبیات با مفهوم اقتدار پیوند خورده است، هر خلاقیتی اساساً ناشی از یک ایده، ایدئولوژی یا مرجعیت است، از هر نوع که باشد خواه صوری، خواه مرتبط با یک ایده. با توجه به اختلاف مفهوم ادب بین مکاتب مختلف نقد، مشخص کردن تعریف مرجعیت اصلی در ادبیات نیز متفاوت است، زیرا هر یک آن را بر اساس جهت‌گیری خود تعریف می‌کند (الخطیب و محمد بسطاویسی، ۲۰۰۱: ۱۳) امروزه با ورود ادبیات به عصر دیجیتال، مشکل اقتدار پدید آمده است در ظاهری جدید و در شکلی سیال و مرتبط با ابزارهای ارائه شده توسط فناوری دیجیتال که قابل کنترل است. این واقعیت که جامعه دیجیتال جامعه‌ای مشورتی با دگرگونی مستمر است، نگه داشتن یک مرجع خاص را دشوار می‌کند زیرا ارتباطات جهانی اقتدار را دشوار می‌کند. تغییرات دائمی در سایه تغییر سریع اطلاعات وجود دارد (حرب، ۲۰۰۲: صفحه ۱۵۵)



این شکل و سبک جدید اقتدار بیانگر نوعی اقتدار سیال است که خوانندگان، تولیدکنندگان و اجرا کنندگان متن ادبی را از هم جدا می‌کند. دیگر مشکل اقتدار متن نیست، در واقع اقتدار مرجعیت در تولید متن است. در واقع اقتدار سیال توسط عناصر دیگر خارج از عناصر فرآیند ابداع که همان ابزار مصرف‌گرای است.

از این رو، این تقاضا برای تفسیر جدیدی که موضوع منتفی شدن حق چاپ را مطالبه می‌کند که با مدل اطلاعاتی حق چاپ در تضاد با آزادی نقل و انتقال اطلاعات بود، مطالبه می‌کند. بدین ترتیب سرقت ادبی و اطلاعاتی، اکنون تبادل اطلاعات نامیده شده و امری طبیعی تلقی می‌شود. نویسنده ای که از اطلاعات در واقعیت مجازی بهره می‌برد، حق مطالبه انحصار اطلاعات و کپی‌رایت را ندارد. تغییر ابزار اصلی ارتباط منجر به تغییر در خود آگاهی می‌شود. در پایان قرن بیستم فرهنگ چاپ به نفع فرهنگ الکترونیکی شروع به افول کرد. (الفین، بدون تاریخ: ۱۶۱) در این دوره مشکل جدیدی نیز با عنوان مالکیت معنوی در ادبیات دیجیتال سیال پدیدار شده که با تداخل مالکیت‌ها منجر شده است. اگر قرار باشد از چند پدیدآور صحبت می‌کنیم، نویسنده ای که حق مالکیت متن ادبی را دارد کیست؟ اگر قرار باشد که خواننده به خواندن بسنده نکند و خالق نیز تلقی شود و فراتر از آن به نویسنده تبدیل شود؟ در این صورت مالکیت متن با کیست؟

از این رو، مالکیت نویسنده با مالکیت خواننده تداخل دارد، اگر مالکیت به نویسنده به اولین خالق برگردد این به معنی به سرقت رفتن مالکیت خواننده است. همانطور که اشرف‌الخریبی معتقد است فرآیند خلاقیت دیجیتال، فرآیندی یکپارچه و متداخل است که در آن مرورگر تعاملی و گیرنده دیجیتال بخش اساسی از فرآیند خلاقیت است که او به عنوان خالق در آن مشارکت دارد و خلاقیت او از طریق مشارکت در فرآیند خلاقیت به دست آمده است، زیرا فراتر از دنبال کردن متن خاص و مشارکت فعالانه در تکمیل این متن به روش خودش است و این یعنی متن ادبی دیجیتال یک آفرینش فردی نیست تا مالکیت معنوی یک طرف از عناصر فرآیند آفرینش ادبی باعث نقص طرف دیگر شود، بلکه محصول موقعیت‌های متعددی است که در آن تخیل نویسنده با مخاطبان اثر و همچنین رسانه‌های فن‌آوری و آگاهی موجود در آن هماهنگ می‌شوند. بنابراین، نویسنده دیجیتال نمی‌تواند متن را به تنهایی ارائه کند و به تنهایی اختیار مالکیت آن را بدون حضور رسانه‌های متعددی که فضای وسیع‌تر و گسترده‌تری را در اختیار او قرار می‌دهند، بخواهد. (الخریبی، ۲۰۰۸: ۲۱۱)

این همان چیزی است که اقتدار در متن ادبی سیال را بر منطق تغییر مداوم حاکم می‌سازد که ابزار مصرف‌گرای را که برای تغییر مستمر در مدرنیته سیال تحمیل می‌کند. به عقیده باومن، زمان می‌تواند قدرت مدیریت داده‌های جهان، از جمله احساسات و روابط انسان برای خدمت به انباشت سرمایه از طریق انحلال هر چیز جامدی از ادراکات، مفاهیم و ارزش‌ها گرفته تا زمان را داشته باشد. موضوع زمان که در صدد تغییر ادراک ما از یک فرهنگ فوری و آنی است که الگویی از انتظارات کوتاه مدت ایجاد می‌کند و به دنبال برآوردن فوری خواسته‌هاست. ادراک زمان در محیط سیال که توسط مدرنیته سیال ترویج می‌شود با محیط جامد متفاوت است، زیرا زمان در یک محیط سیال، از استعمار بلند مدت در هیچ طرحی خواه مربوط به زندگی کاری باشد، یا زندگی خانوادگی، و خواه سایر جنبه‌های زندگی استقبال نمی‌کند. زیرا زمان چرخه‌ای نیست همانطور که در زندگی جامد دیده می‌شود، و خطی هم نیست همان‌طور که در سنت‌های غربی مبتنی بر مفهوم تحول و پیشرفت است، بلکه زمان جدا جدا و پراکنده و متقاطع و ناپیوسته است و هر لحظه‌ای منحصر به فرد است و هیچ ارتباطی به ما قبل یا ما بعد خود ندارد تا مانع موفقیت طرح‌های بلندمدت شود.



مهمترین چیزی که این جامعه انقلاب فنی و دیجیتال را متمایز می‌کند سیال بودن آن و انحلال تمام ساختارهای جامد از جمله ارزش‌ها و استانداردهای اجتماعی است که مفهوم مرجع را به عنوان یک مفهوم نسبتاً استوار و پایدار سامان می‌دهد و باعث می‌شود انتخاب‌های روشنی برای فرد ایجاد شود. این امر انسان دیجیتال را به انسانی سیال تبدیل می‌کند که برای مرجع خود بر ترکیب و دگرگونی مداوم به کمک جریان عظیم اطلاعاتی که دائماً تجدید می‌شود، تکیه می‌کند، به طوری که مرجعیت تبدیل به یک مرجعیت پویا می‌شود. ماهیت تحول‌پذیر ایده‌ها و در نظر گرفتن آنها فقط به عنوان یک ابزار و رویه، بسنده کردن به یک مرجع خاص را در عصر سیالیت دشوار می‌کند. این همان چیزی است که از آن به ادبیات دیجیتال یاد می‌شود، زیرا جامعه‌ای سیال را ایجاد می‌کند که در آن خط‌مشی تصمیم‌گیری درباره اختیار ادبیات سیال تفکیک شده است. ادبیاتی که دارای ویژگی‌های یکسانی است هم در رابطه‌ی نویسنده با متنش که ظاهراً بر آن اقتدار دارد، در حالی که در واقعیت فقط اختیار دارد و هم در تصمیم‌گیری در حین اجرای آن به شکل‌های جدید بیانی از قبیل مدهای جدید برای ذائقه مخاطبان که توسط ابزار مصرف‌گرایی تعیین می‌شود. همین‌طور مخاطب نیز اختیاری ندارد مگر در حیطه محدودیت‌های تصمیم‌گیری در باره شکل جدیدی که برای متن می‌خواهد، در حالی که اختیار در اجرا اصولاً با خالق اثر و در واقعیت با ابزار مصرف‌گرایی است و در نهایت بدین ترتیب هیچ مفهوم تعهد یا مرجعیت مشخصی در ادبیات دیجیتال وجود ندارد. چرا که در نتیجه تعامل دائماً بین خالق اثر و خوانندگان و باز بودن کامل متن در حال دگرگونی است. حسام الخطیب درباره گشودگی و باز بودن متن چنین توضیح می‌دهد: باز بودن متن و از بین رفتن حدود آن، معضلی شدید در حوزه اقتدار به وجود می‌آورد و ترکیب منعطف آن طبیعتاً ضد مرجعیت به نظر می‌رسد (الخطیب و محمد بسطاویسی، ۲۰۰۱: ۵۴) بنابراین می‌توان گفت که اقتدار خالق اثر و اقتدار متن و اقتدار خواننده در عصر سیال با اقتدار مصرف‌گرایی جایگزین شده است، همان‌طور که نیچه گفته که اراده شناخت، همان اراده قدرت است (الخطیب و محمد بسطاویسی، ۷۴) بنابراین، در بحبوحه تعامل بین عناصر فرآیند ابداع، به ویژه بین خالق اثر و خواننده، بیشترین نقش را شناخت از جایگزین‌های ابزار مصرف‌گرایی و شیوه‌های آن در جهت‌دهی به خواسته‌های انسان سیال دارد. کسی که با فرض مرجعیتش در داخل متن و مرجعیت مسلط‌اش بر بقیه مرجعیت‌ها از طریق استفاده از داده‌های آن برای هدایت تولید متن، می‌تواند بیش از همه اقتدار داشته باشد.



نتیجه‌گیری

فرآیند ابداع به دلیل ارتباط نزدیک با فناوری مدرن ارتباطات و فرهنگ مصرفی گرایبی مبتنی بر آن، شاهد گذار چشمگیر ادبیات از مرحله کاغذی و چاپی به مرحله دیجیتال بوده است. زیگموند باومن آن را همانند جلوه‌ای از طبیعت سیال، فرهنگ سیال در دوران سیالیت نامیده است. طبیعت سیالی که مفاهیم و ادراکات جامد مدرنیته در جریان زندگی روزمره مورد توجه جوامع معاصر قرار گرفته است که مشخصه آن پیوندهای اجتماعی با جامعه است، پیوندهای اجتماعی جامعه سیال، شکل جدیدی از ادبیات را به ما نشان می‌دهد که همان ادبیات دیجیتالی است که ما آن را ادبیات سیال می‌نامیم که با ابزار مصرف گرایبی به واسطه فناوری مدرن ارتباطی آمیخته شده است. یعنی نقطه شروع مستحکم، مبتنی بر ارزش‌ها و هنجارها برای فرآیند آفرینش ادبی و ابداع که تحت کنترل ارزش‌های مد و بازار مصرف قرار دارد. در رویکردهای قبلی مرگ مخاطب و نویسنده متصور بود، اما در ادبیات سیال، هم متن ادبی و هم نویسنده و هم مخاطب زیر چرخ بازار مصرف گرایبی و انباشت سرمایه مرده‌اند.





کتابنامه

- ✓ الخريبي، اشرف، ٢٠٠٨، النص الرقمي، مجله الجودة عدد ١٩ -
- ✓ أفين، كرنان، د.ت، موت الادب، المجلس الاعلى للثقافة المجلس الاعلى للثقافة.
- ✓ البريكي، فاطمه، ٢٠٠٦، مدخل الى الادب التفاعلي، دار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- ✓ حرب، علي، ٢٠٠٢، العلم ومأزقه: منطق الصدام ولغه التداول، الدار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- ✓ الخطيب حسام ورمضان محمد بسطاويسي، ٢٠٠١، أفق الابداع مرجعيته في عصر المعلوماتيه، دار الفكر.
- ✓ زروخي، اسماعيل وآخرون، ٢٠٠٣، التيارات الفلسفيه الغربيه الحديثه واثرها على فكر العربي، دار مليله و دار الهدى للطباعه والنشر والتوزيع.
- ✓ زيغموند، باومن، ٢٠١٦، الحدائه السائله، ابو جبر حجاج (المترجم) بيروت: شبكه العربيه للابحاث والنشر.
- ✓ زيغموند، باومن، ٢٠١٦، الحب السائل عن هشاشه الروابط الانسانيه، ابو جبر حجاج (المترجم) بيروت: الشبكه الانترنت للابحاث والنشر.
- ✓ زيغموند، باومن، ٢٠١٧، الازمنه السائله: العيش في زمن اللايقين، ابو جبر حجاج (المترجم)، بيروت الشبكه العربيه للابحاث والنشر.
- ✓ زيغموند، باومن، ٢٠١٧، الخوف السائل، ابو جبر حجاج (المترجم)، بيروت: الشبكه العربيه للابحاث والنشر.
- ✓ زيغموند، باومن، ٢٠١٧، المراقبه السائله، ابو جبر حجاج (المترجم)، بيروت: الشبكه العربيه للابحاث والنشر.
- ✓ زيغموند، باومن، ٢٠١٨، الثقافه السائله، ابو جبر حجاج (المترجم)، بيروت: الشبكه العربيه للابحاث والنشر.
- ✓ زيغموند، باومن، ٢٠١٨، الشر السائل، ابو جبر حجاج (المترجم)، بيروت: الشبكه العربيه للابحاث والنشر
- ✓ سناجله، محمد، د.ت، روايه الواقعيه الرقمييه (كتاب الالكتروني).
- ✓ طلعت، سحر، ٢٠٠٦، الحب الالكتروني: رحله في عالم الحب والاحلام، دار الرايه للنشر والتوزيع.
- ✓ نجم، سيد، ٢٠٠٨، النقد الرقمي ومستقبل السرد مع الوسائط الحديثه، اتحاد كتاب الانترنت المغاربه.
- ✓ يقطين، سعيد، ٢٠٠٥، من النص الى النص المترابط: مدخل الى جماليات الابداع التفاعلي، دار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.
- ✓ يقطين، سعيد، ٢٠٠٨، النص المترابط ومستقبل الثقافه العربيه، نحو كتابه عربيه رقميه، دار البيضاء، المغرب: المركز الثقافي العربي.