



دورنمای زمان جنگ

استفان بوکه

بزرگراه‌های اطلاعاتی سینما را به کجا می‌کشاند؟ گرچه سینما از نظر تکنولوژیکی به کام رایانه و زنجیره اعداد آن، و تراکم نقل و انتقالات اپتیکی در افتاده است؛ و از نظر تجاری نیز به مبلغی برای محصولات مشتق بدل گردیده، می‌تواند از تکنولوژی‌های جدید و امکاناتشان بهره گرفته، استقلال فیلمبرداران منفرد را تضمین کند. در اوج جنگ، شاید همین فیلمبرداران مستقل، یا به تعبیری، همین پارتیزان‌ها باشند که به حق به تفکرات جبری گراییده‌اند.

جهش‌های ریشه‌ای که جلوی چشم ما رخ می‌دهند. بتواند موقعیت ذی‌قیمت خود را حفظ کند. از همین حالا، «سگا» دارد با بازی‌های تصویری خود در مسیر خلق پارک‌هایی با جاذبه‌های بالقوه و همسنگ و رقیب بازی‌های «دیسنی»، گام برمی‌دارد. چون (می‌گویند) ما وارد عصر جدیدی شده‌ایم که زمان بازی‌های اطلاعاتی (infotainment) است. این کلمه، که از دو جزء بی‌معنی تشکیل شده، به معنی پیوندهایی است که دو بخش اطلاعات و وقت‌گذرانی با هم ایجاد می‌کنند.

اگر بخواهیم معنی تحکیم «جامعه اطلاعاتی» را از دیدگاه صنعتی بفهمیم، ابتدا باید قلب صنعت، یعنی تکنولوژی، را به خوبی بشناسیم. برخی، با قضاوتی عجولانه و به تقلید از «ژان-نوهل ترون» (Jean-Noel Tronc) می‌گویند این تحولات بر پایه سه جهش تکنولوژیک اصلی مبتنی هستند:

۱) رایانه‌ای کردن محتواها که کدگذاری دودویی متون، تصاویر و اصوات را میسر ساخته ما را به تشکیل یک اقتصاد متمرکز و یکدست - حداقل به طور تقریبی - در ارتباط با این محصولات سوق می‌دهد.

۲) افزایش قدرت رایانه که خود باعث تراکم داده‌ها شده و باز هم به قدرت آن افزوده است.

در تاریخ اقتصاد فیلمسازی ما به انحلالی تدریجی و اجباری برمی‌خوریم. این تاریخ - همچون هر تاریخ دیگری - با یک عصر طلایی آغاز می‌شود. در آن عصر، سینما محصولی مؤثر و یکدست بود که صنعت را کاملاً در اختیار داشت. ولی کم‌کم پای سود و بهره به میان آمد. بعد هم نوبت به شوک تلویزیون رسید. صنایع پس از بررسی دقیق این بدعت، مثل همه بدایع دیگر، در اطراف آن گرد آمدند. در این شبکه تصویر، فیلم‌ها، تله‌فیلم‌ها و سریال‌های تلویزیونی همچون مصالح اولیه‌ای بودند که خرج خود را بی‌کم و کاست درمی‌آوردند. در اواخر دهه هفتاد، سیاست «بازی و تفریح» (entertainment) به علت تولید محصولات جدید (مثل مگنتوسکوپ و غیره) و «میجرها» (majors)، به ویژه در کار «دیسنی» (Disney) فراگیر شد و شبکه‌های تصویری به شبکه‌های وقت‌گذرانی مبدل گردید. تکیه کلام‌ها، برداشت‌های تحقیرکننده از عقاید و افکار، و تجارت رواج یافتند: زیربنا پول بود و محصولات مختلف در خدمت آن بودند، تصاویر در پارک‌های شلوغ به نمایش درمی‌آمدند تا به عنوان جاذبه‌های جدید به مردم ارائه شوند. البته فیلم حقیقتاً جایگاه اولیه‌اش را حفظ کرده بود؛ او تبلیغ‌کننده واقعی سلسله طولانی محصولات مشتق به شمار می‌رفت. هیچ تضمینی نیست که سینما - با این

ارتباطی لازم است، کدامیک پیروز خواهند شد. وانگهی، اگر توافقات شرکت‌های بزرگ را از نزدیک بررسی کنیم، متوجه می‌شویم که تقریباً هیچیک از آنها با دیگری هم‌آهنگ نیست. پس بهتر است استراتژی احتیاط را در پیش گیریم، یعنی: تمام انرژی خود را در یکجا مصرف نکنیم؛ روی چند تکنولوژی سرمایه‌گذاری کنیم؛ با بخش‌هایی متحد شویم که به ما امکان مطلع شدن از چشم‌اندازهای جدید را با سرعت بیشتر و هزینه کمتر می‌دهند؛ با شرکایی که ممکن است در آینده مفید واقع شوند، قطع رابطه نکنیم. «تایم وارنر» (Time Warner) مدیر «میجر» (major) معروف، و مهم‌تر از آن، رئیس شبکه دوم کابلی ایالات متحده، و زنجیره پرتعداد (HBO)، به مدد این مراکز می‌تواند سرانه خود را ۲۵٪ نسبت به «یو.اس. وست» (U S West) (گرداننده رسانه‌های صوتی-تصویری) افزایش دهد. او همچنین توافقات یا اتحاداتی را با «آپل»، «توشیبا»، «سگا»، «ماتسوشیتا» (که اونیورسال Universal را در اختیار دارد)، «تی.سی. آی» (TCI) «شبکه اول کابلی»، «AT&T» (رقیب مهم و بی‌واسطه یو.اس. وست)، «ویا کم» (Viacom) (پارامونت Paramount)، و... بسته است. تایم وارنر به کجا می‌رود؟ و وارنر را به کجا می‌کشاند؟ این سؤال فعلاً بی‌جواب است. با این نگرش، صنایع اروپا، از هم‌اینک، به محاکمه یک «تأخیر واقعی» پرداخته است. قسمت عمده فعالیت‌ها فقط در درون بخش سمعی-بصری انجام می‌گیرند، به عنوان مثال، می‌توان به پیمانی که سوم آوریل گذشته با جنجال زیاد بین کمپانی پخش تلویزیون لوگزامبورگ و «برتلزمن» (Bertelsmann) آلمانی منعقد شد، اشاره کرد؛ یا اتحاد «کانال مستقل» با تلویزیون رایانه‌ای و...

فقط رسانه‌های صوتی-تصویری فرانسه (France Telecom) و کمپانی‌های هلندی رسانه‌های صوتی-تصویری سیاستی فعال را در زمینه رسانه‌های چندگانه (multimedia) دنبال می‌کنند.

تنها چیزی که می‌توان به آن یقین داشت این است که صنعت اطلاعات در آینده دارای دو قطب اصلی خواهد بود: از یک سو تولید محتواهای اطلاعاتی (قطب خلاق)؛ و از سوی دیگر به جریان انداختن، توزیع و رد و بدل این اطلاعات. پرا واضح است که استودیوهای هالیوود در زمینه محتوا حرف‌هایی برای گفتن دارند. علیرغم وجود رقبای سرسختی همچون تحلیل‌گران و برنامه‌ریزان تجاری، ناشرین مطبوعات مکتوب، و عرضه‌کنندگان خدمات

(۳ دیداری کردن علائم (استفاده از شبکه تارنوری) که تقریباً امکان و سرعت انتقال اطلاعات را حدوداً ۴۰۰ برابر افزایش می‌دهد.

ورود انبوه این تکنولوژی‌ها فقط ساختار صنعت را تغییر می‌دهد؛ البته تا حدی که توانایی یکی کردن بخش‌های مستقل پیشین را داشته باشند. در این راستا، سه بخش مستقل ناگهان به هم گره می‌خورند: بخش سمعی-بصری، بخش داده‌پردازی، و بخش مخابرات (telecommunication). مثلاً یک فیلم می‌تواند پیش از ترجمه شدن روی صفحه رایانه، روی یک شبکه ارتباط تلفنی حرکت کند. اکنون، این سؤال پیش می‌آید که بخش‌های مختلف چگونه می‌توانند ساختار خود را با این منبع جدید سودرسانی تطبیق دهند! کدام بخش در رأس قرار می‌گیرد؟ و آیا بخش‌های مختلف خواهند توانست، با حفظ حقوق خود، با همفکری و مسالمت در کنار هم دوام بیاورند؟ دوستداران سینما نیز، علاوه بر اینها، سؤال مهم دیگری را مطرح می‌کنند: در چنین احوالی، چه آینده‌ای در انتظار سینماست؟

انسان، با دیدن این وضع و تجسم پیامدهای سیاسی تحولات تکنولوژیک، می‌تواند بی‌هیچ دغدغه‌ای این سؤالها را بپرسد. ولی فعالیت‌های اخیر اقتصاددانان او را به دنبال کردن دقیق وقایع و کمین لحظات مناسب وامی‌دارند. دلیل این امر افزایش تعداد مجامع (مثل مجمع G7 یا کمیسیون اروپا) و تأثیر گزارشات و اظهارات نکته‌بینانه یا افزایش توافقات سه بخش برای سرمایه‌گذاری‌های بزرگ دسته‌جمعی نیست. بلکه واقعاً حادثه‌ای در شرف وقوع است؛ و مهم‌تر این که، این حادثه کم و بیش قابل تشریح است. اقتصاددانان یک صدا می‌گویند: «صنعت اطلاعات هنوز به مرحله‌ای نرسیده که بتوان تعریفش کرد». این جمله به خوبی مبهم بودن شرایط کنونی را از دید آنها نشان می‌دهد، زیرا:

- الف- این صنعت هنوز سازمان کامل خود را نیافته؛
- ب- (هنوز) جبرگرایی تکنولوژیک به وجود نیامده تا به برتری یکی از بخش‌ها منجر شود؛
- ج- در حال حاضر فقط باید گرایش‌ها را ردیابی و به حدس و گمان اکتفا نمود.

چنانکه «جی.ان. ترون» یادآوری می‌کند، فعلاً کسی نمی‌داند که از بین تلویزیون، که هوشمند و دوسویه شده، تلفن که از تصویر برخوردار گردیده، یا ریز کامپیوتر که مجهز به وسایل

زنجیره‌ای، این استودیوها جایگاه خود را به عنوان یکی از منابع اصلی خلاقیت حفظ می‌کنند و برگ برنده آنها تولید تصویر در دنیایی است که برای تصویر ارزشی به سزا قائل است. «سگا» این موضوع را به خوبی دریافته است: گرچه این کمپانی همچنان چشم امید به بازیهای تصویری، به عنوان فرآورده‌ای پول‌ساز، دوخته است، در عین حال با تایم وارنر، «متروگلدوین مایر» (MGM) و دیسنی توافقاتی را به انجام رسانیده تا با تولیدگران معتبر محتوا در ارتباط باشد. با این وجود، عملکردهای هالیوود در برابر این مبارزطلبی جدید تکنولوژی دچار ناهمگونی شدیدی هستند: برخی از مهلکه می‌گیرند. «اشتراوس زلنیک»، مدیر سابق فاکس (Fox)، «جرج لوکاس» (نور و سحر صنعتی - Industrial Light and Magio از آن جمله‌اند. لوکاس از مدتها پیش تلاش خود را منحصراً وقف محصولات نوین (بازی‌های دوسویه، برنامه‌های تجاری) کرده است. سپس زلنیک پا در این راه گذاشت و هر دو امیدوارند که از این طریق سود بیشتری عایدشان شود. دسته دیگر، با این عقیده که رسانه‌های چندگانه انتظارات و عادات مصرف‌کنندگان را عوض نخواهند کرد، همچنان به سیاست تولیدی خود وفادارند. دیسنی این راه را اختیار کرده است. دسته سوم بر این باورند که افزایش شبکه‌های توزیع، برنامه ریزی را مشکل و پرهزینه می‌کند؛ چون توزیع‌کنندگان متعددی وجود خواهند داشت که از نظر مالی به سطح پائین تری سقوط کرده‌اند. بنابراین «تولید» باید متحمل این هزینه اضافی گردد. «براندون تارتیکوف»، رئیس قدیمی پارامونت، درست به همین سبب، یک سیاست تولید محلی را در پیش گرفته که کل مخارج آن فقط ۵ تا ۱۰٪ محصولات سنتی است؛ در این حال زیبایی شناسی چندان مورد توجه قرار نمی‌گیرد. همان‌طور که می‌بینیم تکنولوژی‌های جدید به اتخاذ یک استراتژی واحد و متمرکز ساختن فعالیت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها گراشی ندارند. بلکه کاملاً برعکس، در بخش صنایع محتوایی، شاهد فروپاشی عمیقی هستیم؛ زیرا فرصت‌های مغتنم بسیاری پیش می‌آیند که سرمایه‌گذاران خرده پا می‌توانند به آنها چنگ زنند. پیامد منطقی این امر، تمایل فیلمسازان به کسب استقلال است، تا بتوانند از آن فرصت‌های طلایی استفاده کرده، سری توی سرها درآورند. «اسپیلبرگ» با فیلم کارهای رؤیایی و دریم ورکز در رأس قدرت تنها نیستند. (Dream works)، تنها در رأس قدرت نیست. «جیمز کامرون» را هم نباید فراموش کرد که

توافقاتی را با آی.بی.ام و «باس فیلمز» (Boss Films) (که تخصصشان ساخت جلوه‌های ویژه رایانه‌ای است) به امضاء رسانده است. اقدامات «لوک بسون» و «جودی فاستر» در سطح پائین تری قرار دارند و شاید بتوان تصور کرد که در آینده‌ای نزدیک، توزیع انبوه تکنولوژی‌های جدید و کاهش هزینه‌ها به هرکس اجازه دهند برای خود یک استودیو دست و پا کند. این همان مدینه فاضله‌ای است که «فلیکس گواتاری» به آن «اکوسوفی» (ecosophie) می‌گوید و هرکس ثروتمند (فکری) و منحصر به فرد باشد به آن راه می‌یابد. ولی خطرات بزرگی در کمینند: ممکن است فروپاشی سرمایه‌داری سنتی به سلب قدرت تجاری صنایع محتوایی در برابر قطب توزیع، که طرفدار منطق عدم تمرکز است، بیانجامد؛ در این صورت، قطب خلاق و مولد تاب مقاومت نداشته، در کام توزیع‌کنندگان می‌افتد. نیز ممکن است بخش اطلاعات، که امروزه این قدر حیاتی است، در جنگال چند گروه بزرگ جهان گیر بیفتد که به هیچ روی مقبولیت دموکراتیک نداشته باشند. با موقعیت تعریف نشده این بخش، بی‌شک اظهار نظر پیرامون احتمال این فاجعه بالقوه ممکن نیست؛ فقط می‌توان به فرضیات و حدس‌هایی اکتفا کرد که مبنای چندان استواری ندارند. «چارلز گلدفینگر» که ترجیحاً خوش بین است، در کتاب اقتصاد مجردات: پرفایده و بی‌معنا (Lutile et le futile, l'eonomie de l'immatériel) می‌گوید که هیچ بخش توانمندی در مرحله جریان کالا به اقتصاد تک قطبی منفرد (تنها یک عرضه‌کننده) یا تک قطبی چندگانه (تعداد محدودی عرضه‌کننده) تکیه نکرده است. نه تردد انسانها و نه جریان کالاها هیچ‌گاه موجب یکی شدن شبکه‌های مختلف و ایجاد قدرت بی‌اندازه آنها برای مسدود کردن تمام راه‌های عبور نشده‌اند. پس می‌توان به درستی پیش بینی نمود که جریان اطلاعات هم به اینجا نخواهد انجامید و شبکه‌های مختلف (تلفن باسیم و بی‌سیم، کابل‌ها، ماهواره‌ها...) همگی در کنار هم وجود خواهند داشت و انسان می‌تواند مطابق با نیازش استفاده‌های گوناگونی از آنها ببرد. به علاوه، قطعیتی وجود ندارد که قطب توزیع الزاماً به سمت یک زیگنانتیسم (غول‌آسایی) صنعتی حرکت کند. سرمایه‌داری معاصر آن قدرها به آن سرمایه‌داری‌ای که تا اواسط دهه ۶۰ برنهایت تمرکز صنعتی تأکید می‌ورزید، شبیه نیست. همان‌طور که «گلدفینگر» یادآور می‌شود، «امروزه قویترین و کارآمدترین شرکت‌ها آنهایی

مجدد اصول و قواعد (اخلاقی) می‌گیرد و برای حمایت از حریم کودکی، و دلایل دیگر، خدمتکاران ناباب خود را جواب می‌کند (راستی چرا همه می‌خواهند حریم کودکی را از شر سکس رها کنند و نه از شر سویهای گوناگون سیاسی؟) هر دوی این حوادث از یک بیماری حکایت دارند: تجاوز حقوق سیاسی به حقوق فردی، یعنی در اصل پدید آمدن وضعیت بی‌حقوقی. هشیار باشیم؛ خطر فقط در کمین اخلاق و آداب نیست. آن زمان که پول کاملاً الکترونیکی شود و جز بر روی شبکه‌هایی مثل اینترنت جریان نداشته باشد، چه کسی جریان مالی را کنترل خواهد نمود؟ چه کسی بر انتشار پول نظارت خواهد داشت و اختیار مالی در دست که خواهد بود؟ حکومت؟ بانک‌ها (رایانه‌ای یا غیررایانه‌ای) یا دو-سه کارگزار شبکه‌ها؟ و از دست مردم چه برمی‌آید؟ اطمینانی نیست؛ ولی شاید تکنولوژی‌های جدید ما را به یک سیر قهقراپی مبتلا سازند. ■

[کایه دو سینما - شماره ۵۰۳ - ژوئن ۱۹۹۶]

ترجمه‌های مازیار مهیمنی



هستند که تخصصی می‌شوند و به این ترتیب بخش‌ها و پیشه‌ها را با وسواس فراوان انتخاب می‌کنند. «پس احتمال دارد که قطب توزیع مانند قطب خلاقه چنان متلاشی شود که مهار بازار از دستش به در رود. در مقابل این نگرش خوش بینانه، دیدی بدبینانه وجود دارد که صددرصد با آن مخالف است. از یک سو، ویرانی صنعت مانع تمرکز قوای مالی، که بار دیگر (حداقل در تئوری) به چیرگی بعضی از شرکت‌ها می‌انجامد، نمی‌شود. از سوی دیگر، قطب توزیع اطلاعات، خیلی بیشتر از صنایع حمل و نقل انسان و کالا، به تأثیر انجمن‌ها حساس است. تأثیر انجمن‌ها چیست؟ ساده‌ترین دلیل این که، هر قدر مشترکین یک شبکه بیشتر باشند، آن شبکه توسعه می‌یابد، زیرا باید امکانات ارتباطی بیشتری را عرضه کند. اقتصاددانانی که به این مسئله پرداخته‌اند، دریافته‌اند که عامل این جهت‌دهی مشترکینی با دید انتقادی هستند. نیز این ترس وجود دارد که نخستین کارگزارانی که پیش از همه به این انبوه انتقادات دست یافته‌اند، با استفاده بهینه از تأثیر انجمن‌ها به بازار احاطه پیدا کنند. پژوهش «جی. دانگ. نگوین» و «جی. لو. تراون» پیرامون عرضه رسانه‌های چندگانه نشان می‌دهد که تعدادی از سرمایه‌گذاران (به ویژه کارگزاران رسانه‌های صوتی-تصویری) آشکارا در جستجوی این عقیده عموم هستند.

بنابراین، برای این سؤال نسبتاً مهم پاسخ روشنی نمی‌توان یافت. این سؤال نه تنها اقتصاددانان را به ستوه آورده، بلکه نشان‌دهنده بازی‌های داغ سیاسی در این میان می‌باشد. اگر قدرت مجدداً تقسیم گردد، اگر ورق‌ها دوباره پخش شوند، بر سر اربابان پیشین بازی چه خواهد آمد؟ مثلاً از دولت ملی (Etat-Nation)، قانون، منزلت حقوق، و از مفهوم فضای باز سیاسی که اجازه می‌دهد جمهوری را فریاد بزیم، چه برجای می‌ماند؟ همه این سؤالات منظم‌اً در صفحات روزنامه «جهان سیاسی» (Monde diplomatique) طرح شده‌اند و اگر امکان هم‌آوا شدن - حداقل بنا بر اضطرار - با این روزنامه وجود ندارد، این سؤالات باید خلوت ما را آشفته سازند؛ وگرنه می‌توان دریافت که ما در خواب غفلت به سر می‌بریم.

دو حادثه اخیر، که اینترنت، یعنی حجیم‌ترین شبکه حاضر را به لرزه انداختند، برهان قاطعی بر این ادعایند. از یک سو، یک کاباره‌چی، به نام مقدس آزادی بیان، با بی‌شرمی هرچه تمامتر به قانون فرانسه می‌تازد و کتابی وقیح را ارائه می‌دهد. از دیگر سو، یک کارگزار فاضل آمریکایی تصمیم به برقراری