

درآمدی بر فلسفه تلویزیون

دکتر محمد اخگری

چکیده:

تلویزیون بی‌گمان به عنوان رسانه دوران مدرن دریافت بشر را از جهان شکل می‌بخشد. رسانه‌ها با نظامی از نشانه‌های دیداری، نوشتاری و گفتاری برداشت انسان را از واقعیت تحت تأثیر قرار می‌دهند. تصویر، گفتار و نوشتار طی قرن بیستم مرکز ثقل بسیاری از مباحث و مجادلات فلسفی بوده‌اند و البته این مؤلفه‌ها چه در رسانه‌های مکتوب و چه در رادیو و تلویزیون بر فهم انسانی از زمان و مکان و همچنین چگونگی استفاده از تصاویر، آواها و حروف تأثیر گذاشته‌اند. در این میان تلویزیون رسانه‌ای است که ادراکی جهانی را برای انسان می‌سازد. برخی از اندیشمندان هم‌چون فرانک هارتمن در نوشته‌های خود تحولات انجام گرفته در عرصه رسانه‌های جدید را با عنوان چرخش تصویری (Iconic Turn) تبیین می‌کنند و معتقدند که رسانه‌های جدید که تلویزیون یکی از مهم‌ترین آنهاست تغییرات مهمی در فرهنگ ایجاد نموده‌اند. تسلط فزاینده تصویرها در فرهنگ رسانه‌ای به کاسته شدن از کتابت می‌انجامد. برخی از فلاسفه نیز نوشتار را وسیله‌ای برای بیان افکار می‌دانند. به عنوان مثال گوتلب فرگه در سال ۱۸۷۹ کتاب "زبان معمول تفکر ناب" را با این هدف منتشر ساخت که زبان را به عنوان نشانه‌ها بسط دهد. زبان و نوشتار باید از طریق نشانه‌ها به هم پیوند بخورند تا به محتوایی منطقی بینجامند. فیلسوف و دانشمند زبان‌شناس آمریکایی چارلز اس پیرس این جمله را در معناشناسی بیان نمود که همه تفکرات در نشانه‌هاست. مارشال مک‌لوهان نیز در آغاز عصر تلویزیون از فرهنگ بدون نوشتار سخن گفته بود و این برداشت، آغاز زبان تصویر را در دوران رسانه‌های دیداری نوید می‌داد. عصری که فناوری‌های جدید آن را فراگرفته و انسان برای فهم گوناگونی‌های این دوران باید راه‌های تازه‌ای را بیابد تا بتواند دنیای جدید را قابل فهم نماید به همین سبب به تعبیر هارتمن در این دوران تصویر به عنوان یک پدیدار مطرح می‌گردد. اولیور فاله و لورنس انگل ناشران کتاب "فلسفه تلویزیون"، معتقدند که تلویزیون با توجه به سازمان بندی و شیوه عمل مختص به خود، تفکر و تجربه‌ای را تولید می‌کند. به عبارت دیگر، تلویزیون در اصل شکلی مختص به خود از تفکر و تجربه است. در این نظریه نه تنها جنبه فنی تلویزیون فراموش نمی‌شود بلکه بر آن تأکید و تمرکز نیز می‌شود. تلویزیون به عنوان عضو ماشینی زندگی انسان است که به فنی شدن و تکنیکی شدن تفکر می‌انجامد. نقش این رسانه را به عنوان ابزار روزمره ابراز نمودن خویش نمی‌توان انکار کرد. تصویر، واقعه و سریال از جمله سرفصل‌های مهم در فلسفه تلویزیون به شمار می‌رود که در کتاب "فلسفه تلویزیون" مقالات مختلفی از زوایای گوناگون این سه سرفصل اساسی را مورد بررسی قرار می‌دهند. در این نوشتار به اختصار گزارشی از مقالات کتاب "فلسفه تلویزیون" ارائه می‌گردد.

واژگان کلیدی: فلسفه رسانه، گفتمان، گشتل، فلسفه تکنولوژی، تصویر، نوتلویزیون، نظریه تصویر رسانه‌ای، واقعه، ادراک رسانه‌ای، سریال.

مدتهاست که از موضوع فلسفه تلویزیون سخن گفته می‌شود؛ اما فلسفه تلویزیون را نمی‌توان به عنوان طبقه‌بندی علمی و آکادمیک تازه‌ای مطرح ساخت. تلویزیون موضوع فلسفه نیست و یا حداقل موضوع خاصی نیست که نیاز به طبقه‌بندی تازه‌ای داشته باشد. فلسفه تلویزیون شکلی از تفکر است که تلویزیون مدتهاست آن را تمرین کرده و ما نیز همراه با تلویزیون آن را تمرین نموده‌ایم زیرا که بخشی از آن به حساب می‌آییم.

پیش از پرداختن به فلسفه تلویزیون بهتر است به صورت عمومی به فلسفه رسانه بپردازیم. هنگام بحث درباره فلسفه رسانه معمولاً سه برداشت از آن مطرح می‌گردد. در برداشت نخست فلسفه رسانه باید بتواند بازتاب و نقد مفاهیم و روندهایی را که دانش رسانه بدان نیازمند است، بر عهده بگیرد. پذیرش اینکه تلویزیون یا هر رسانه دیگری دارای فلسفه است، از این موضوع نشأت می‌گیرد که تلویزیون از یک گفت‌وگو (Diskurs) و یا تعداد زیادی گفت‌وگو تشکیل یافته که رسانه را شکل می‌دهند و یا در یک محل مشخص و در شکل یا شیوه‌ای ویژه باهم و برهم تأثیر می‌گذارند که آن محل خود تلویزیون است.^۱

مفهوم دوم از فلسفه رسانه این است که موضوع تلاش‌های فلسفی، مفاهیم رسانه‌ای یا دانش تلویزیونی نیست، بلکه پدیده‌های رسانه‌ای خودشان تحت عنوان مفاهیم فلسفی دسته بندی می‌شوند. این برداشت دوم می‌تواند تأثیرات مختلفی داشته باشد. در گام اول یا به عنوان پیش زمینه این علاقه وجود دارد که با کمک مفاهیم فلسفی و تفکر به یک فهم بهتر از رسانه دست یابیم بدین منظور باید بتوان آزمود که چه متون فلسفی و چه تفکراتی می‌توانند به رسانه و مسائل رسانه‌ای بسط داده شوند. بنابراین باید مشخص کرد که در متون پیشین و کلاسیک فلسفی درباره مسائل فلسفه و یا یک رسانه مشخص با ویژگی‌های مربوط به خودش پیش از این چه تفکراتی انجام پذیرفته است. گاه ممکن است به صورت مشخص از رسانه نام برده نشود اما بتوان از آن استفاده نمود. این شیوه درباره تلویزیون نیز نتایج جالبی را به دنبال خواهد داشت.^۲ امروزه پرسش درباره معرفت بدون در نظر گرفتن رسانه‌ها که واسطه میان شیء و سوژه و معرفت هستند، ممکن نیست. آنها کمتر به متون فلسفی می‌پردازند، بلکه بیشتر پرسش‌ها و مسائل فلسفی را مطرح می‌سازند. جای تردید نیست که امروزه پاسخ به پرسش‌های فلسفی با رسانه‌ها یا به میدان نهاده است.

مفهوم سوم از فلسفه رسانه نه بر آن است که مانند برداشت دوم، فلسفه رسانه را از میان متون فلسفی بکاود و نه آنکه به مانند برداشت نخست، شیء رسانه‌ای را از میان گفت‌وگوهای (Diskurs) علمی بنیان نهد بلکه بیشتر به دنبال آن است که رسانه‌ها با عنایت به بنیان نهادن متون فلسفی و در پاسخ دادن به مسائل فلسفی چه انجام داده و می‌دهند. درست وفادار به آن جمله نیچه که "نوشت افزار ما نیز با تفکر کردن ما همراه و همکار است". بنابراین فلسفه رسانه می‌تواند تلاش کند که این همکاری را در همه انواع رسانه‌ای از جمله ابزارهای نوشتاری، ذخیره‌ای و انتقالی و فناوری‌های تصویری و ویرایشی و آماده سازی بیان نماید.

این‌که تلویزیون بر خلاف دیگر رسانه‌ها شکل خاصی از دریافت حسی را بیان می‌کند، جای

مناقشه نیست. قدیمی‌ترین تعریفی که پاول نیپکوف (Paul Nipkow) در نوشتار خود به سال ۱۸۸۴ انجام داده است، این موضوع را بیان می‌دارد. او تلویزیون را دستگاهی می‌داند که هدفش آن است که ابژه‌ای از مکان الف را (همزمان) در مکان (متفاوت از وضعیت الف) ب قابل رؤیت نماید. تأکید بر دیداری بودن و تصویری بودن تلویزیون ایجاب می‌نماید که درباره شنیداری بودن آن نیز سخن گفته شود. حد (Terminus) تصویر در مفهوم تصویر شنیداری صوت را نیز در بر می‌گیرد، چرا که تلویزیون عملاً در برداشت کلی صدا و تصویر را در هم می‌آمیزد. تلویزیون به ادراک حسی - و البته در اینجا حس بینایی - مربوط می‌گردد. بنابراین بیان مفهوم دقیق تصویر بسیار حائز اهمیت است: تصویر شکلی است که در آن تلویزیون دریافت حسی مربوط به خود را به عنوان دیداری بودن - و یا در حالتی گسترده‌تر تصویر شنیداری: به عنوان شنیداری بودن - نخست سازماندهی و سپس بازتاب می‌دهد. در تصویر تلویزیونی ادراک تلویزیون درک می‌شود.

این موضوع در تصاویر خام، یعنی تصاویری که چیزی غیر از قابلیت‌های صرف مادی ادراک را نشان نمی‌دهند، قابل فهم است. امروزه این نوع تصاویر پخش نمی‌شوند. در گذشته این تصاویر بیشتر پخش می‌شدند اما امروزه تصاویر تکنیکی به کار برده می‌شوند و همه تصاویر از جمله تصاویر فضا، بزرگراه‌ها، خطوط ریلی قطارها و مناظر طبیعی اینگونه‌اند. اما نحوه عمل به صورت اساسی تغییر نکرده است، چرا که این تصاویر نیز امکان صرف رؤیت چیزی در مکان دیگر را فراهم می‌آورند و از هم اینجاست که این مسئله درباره همه انواع تصاویر تلویزیونی مطرح می‌شود که به چه شیوه‌ای و با چه راهبرد اساسی، آنها دیداری بودن را به عنوان مقوله اساسی رسانه بازتاب می‌دهند و آن را در مفهوم تصویر انباشته می‌سازند.

بدیهی است که لحظه بازتاب به ادراک مربوط است و نه به وضعیت استثنایی تلویزیون. تلویزیون از نظر به کار گرفتن تصویر تک قطبی نیست، یعنی این فقط تلویزیون نیست که از تصویر استفاده می‌کند. بنابراین باید با دقت مورد مطالعه قرار گیرد که تصویر تلویزیونی در مقابل تصاویر دیگر همچون عکسبرداری، فیلم یا تصاویر دیجیتال رایانه‌ای در بازتاب خود از دیدنی‌ها، آنها را چگونه عیان و چگونه متمایز می‌سازد. همه این انواع تصاویر، شکل‌های سازمانی دیداری بودن و هم‌زمانی بازتاب آنهاست. مسئله در تصویر تلویزیونی آن است که چگونه تلویزیون به عنوان رسانه، دیداری بودن و قابل دیدن بودن و یا به طور کلی: مُدرک و مُدرک را در تصویر، در می‌یابد و آیا تلویزیون خودش را به عنوان نوع قابل تعریفی از دیداری بودن و شنیداری بودن، قابل رؤیت و قابل شنیدن می‌سازد.

باب تأملات درباره تصاویر تلویزیونی را ریچارد دینست، (Richard Dienst) دانشمند علوم رسانه‌ای یا کتاب خودش "طبیعت بی‌جان در زمان واقعی" (Still Life in Real time) به سال ۱۹۹۴ گشود. او در این کتاب موضوع "تلویزیون در تفکر فلاسفه مختلف" از مارکس، هایدگر، دریدا و دلوز را مورد بررسی قرار داد. دینست برای تشریح دیدگاه هایدگر می‌کوشد با ارائه تشریحی کامل از مفهوم محوری گشتل (Ge-stell) راه را برای تلویزیون باز کند.

هایدگر در سخنرانی‌های برمر و فرایبورگ، درباره فناوری چنین بیان می‌کند: همه فاصله‌های زمانی و مکانی منقبض می‌شوند. مکانی را که برای رفتن به آنجا پیش از این به هفته‌ها و ماه‌ها وقت نیاز بود، اکنون با هواپیما در یک شب طی می‌شود. از جایی که انسان پیش از این پس از سال‌ها کسب اطلاعات می‌نمود و یا شاید اصلاً هیچ اطلاعی از آنجا نمی‌یافت، امروزه از طریق رادیو، در لحظه و در ساعت اطلاع می‌یابد. نحوه جوانه زدن و رشد رستنی‌ها که قرن‌ها پنهان مانده بود، اکنون فیلم در یک دقیقه آن را نشان می‌دهد. فیلم همچنین تمدن‌های کهن و حکومت و اداره آن را به گونه‌ای نشان می‌دهد که انگار همین امروز در حال آمد و شد هستند. علاوه بر آن فیلم بر آنچه که نشان می‌دهد شاهد است. دستگاه ضبط و کسانانی که به کار مشغولند شاهد بر وقایع هستند. تلویزیون به نقطه هیجان انگیز این فاصله زدایی دست می‌یابد، چرا که می‌تواند بر همه ابزارها و فعالیت‌های آمد و شدها وقوف یابد و از آن میان شکار کند.^۳

هایدگر با توجه به آنچه که در عصر او وجود داشته است، از ابعاد و جهات منقبض شده سخن می‌گوید. هواپیما، رادیو و فیلم حوزه‌های مختلف تجربه را از مکان جغرافیایی، وقایع تاریخی و رشد طبیعی را به انحصار خود در آورده و آنها را مترکم ساخته است. از نظر هایدگر همه این تجربیات با نوعی تأمل و صبر و حوصله انسانی پیوسته بود که می‌توان آن را قوه استقامت نامید. ترکیبی از آرام ماندن، خود دار بودن و خویش را کاملاً نزدیک نگاه داشتن. اکنون به جای این قوه استقامت، کشش بسیار و جابجایی سریع فناوری قرار گرفته است.^۴

دینست معتقد است که در میان چهار سخنرانی هایدگر (شیء، گشتل، خطر و بازگشت) گشتل و خطر اهمیت خاصی در موضوع رسانه دارند. گشتل با ارائه تفسیر درباره مسئله فاصله و نیاز ما، مورد استفاده می‌گیرد تا نزدیک و دور را از یکدیگر متمایز گرداند. هایدگر با این عبارت که "ماهیت تکنیک خودش تکنیکی نیست" موفق می‌شود که فهم جدیدی از مسئله پیدا کند تا بدان وسیله خطر تکنیک بتواند در افق مسئله هستی وارد شود. به دیگر سخن در لحظه خطر نکته تعیین کننده آن است که شناخته شود، تخته (فن) بر اساس ذات خود در بیان یونانیس ساختن (Poiesis) را داراست، یعنی به عنوان کنشی که پدید می‌آورد: تکنیک نوعی پنهان زدایی است. تکنیک در حوزه‌ای که پنهان زدایی، کشف، آلتیها و جایی که واقعیت رخ می‌دهد، هستی می‌یابد. تکنیک در این کنش، فعل انسانی را جایگزین می‌کند. تکنیک مدرن و همراه با آن علوم که تکنیک بدان رهنمون است، به عنوان روش نوینی در انکشاف توصیف می‌شوند که جهان را به مبارزه می‌طلبد. این مبارزه طلبی نامی ویژه را بر دوش می‌کشد که گشتل نامیده می‌شود. گشتل، چارچوب، نامی برای ماهیت یک شیء نیست بلکه نام نحوه خاصی از انکشاف است که در آن انسان به معارضه فرا خوانده می‌شود تا از واقعیت به عنوان منبع، کشف حجاب نماید. گشتل به معنای نحوه انکشافی است که سیطره‌اش بر عمق ذات تکنولوژی مدرن حاکم است و خودش امری تکنولوژیکی نیست. از نظر هایدگر گشتل، نامی برای بیان ماهیت تکنولوژی جدید است. شاید بتوان گفت که گشتل، روح حاکم بر تکنولوژی جدید است که انسان را وا می‌دارد تا به واقعیت‌ها به گونه خاصی نگاه کند و آنها را نه صرفاً اشیاء بلکه منبع ذخیره لحاظ نماید.

با سیطره گشتل اشیاء و زبان به تصویر و اطلاعات تغییر ساختار می‌دهند. در این ساخت جدید اساس گشتل، همه چیز، هرآنچه هست بر اساس مقیاس و میزان جایگزینی و ارائه اندیشیده می‌شود. اگرچه مفهوم گشتل همه تدارکات تکنیکی و رسانه‌های دوران جدید را شامل می‌شود، اما ریچارد دینست از این مبنا برای بیان اشکال تصویری کردن و به تصویر در آوردن بهره می‌گیرد.

مهم‌ترین موضع گیری هایدگر درباره سلطه آرام دیداری‌ها در سخنرانی او با عنوان "عصر تصویر جهان" در سال ۱۹۳۸ است.^۵ هایدگر در این سخنرانی در خلاصه و چکیده‌ای تأثیرگذار پدیده‌های ماهوی عصر جدید را بدین شکل نام می‌برد: ۱- دانش، ۲- تکنیک ماشینی، ۳- ورود هنر در حوزه زیبایی‌شناسی، ۴- تعریف همه کارهای بشری به عنوان فرهنگ، ۵- رها کردن اعتقاد به خدایان.

هایدگر به تبیین رابطه انسان و دانش می‌پردازد و جنبه دیداری و تصویری در محور بحث او قرار می‌گیرد. آدمی در مورد هستی هستند‌ها در این بستر تصمیم می‌گیرد و آنها را نمایان می‌سازد، زیرا هستی هستند‌ها را دیگر در به تصویر در آمدن آنها جستجو می‌کند، و این اتفاق برای اولین بار است که در تاریخ جهان رخ می‌دهد؛ برای اولین بار است که جهان به مثابه تصویر باز نموده می‌شود. «آدمی به باز نمایاننده هر آنچه هست تبدیل می‌شود، در این معنا که هر آنچه هست خصوصیت عینی (object) را پیدا می‌کند. «در واقع اگر در پی آن واقعه‌ای باشیم که به واسطه و از مجرای آن بتوانیم عصر مدرن را فرا پیش نهیم و بشناسیم تنها و تنها باید به همین خصلت تصویری آن و بدل شدن آن به تصویر تکیه کنیم؛ خصلتی که بر آمدن انسان چون سوژه و در مرکز قرار گرفتن انسان که از مجرای آن تمامی هستی به بیان در می‌آید، از زمینه‌های اصلی آن است. دیگر از این پس تمامی آنچه هست باید توسط انسان معنا یابد، زیرا اوست که آنها را باز می‌نمایاند و به عنوان تصویر فرایش می‌نهد. هایدگر چنین بیان می‌کند: "واقعه بنیادی در دوران نو سیطره بر جهان به عنوان تصویر است. واژه تصویر اکنون بدین معناست: محصول تصور تولید کننده. در اینجا انسان برای وضعیتی مبارزه می‌کند که بتواند آن هستند‌های باشد که به همه موجودات معیار می‌دهد و میزان آنها را تعیین می‌کند."

هایدگر در جمله دیگری این معنا را تکمیل می‌کند که: آنجا که جهان به تصویر بدل می‌شود، نظام یا سیستم و البته نه فقط در تفکر، سلطه می‌یابد. به اعتقاد او دوره غول آسای حاضر به صورت جهان - به عنوان - تصویر در عمل برای ما به صورت گونه‌ای پنهان شدگی بروز می‌کند که فاصله‌های زیاد را با هواپیما و بیگانگی دنیا‌های ناشناس را از بین می‌برد. هایدگر خطری را گوشزد می‌کند که ما اکنون نمی‌شنویم؛ چرا که شنوایی و بینایی ما به خاطر سیطره تکنولوژی ناپود شده است. از نظر هایدگر، این خطر به تولید تصاویر محدود نمی‌شود بلکه در استفاده از تکنولوژی، بدون پرسشی بنیادین از تأثیر آن است که چنین خطری نهفته است. اگر ما تکنولوژی را به عنوان امری خنثی لحاظ کنیم، آن‌گاه به بدترین شکل ممکن، خود را تسلیم آن کرده‌ایم. این مواجهه کرنشگرانه نسبت به تکنولوژی، در نهایت سبب می‌شود که ما نسبت به ماهیت تکنولوژی

کور شویم. خطر آن‌گاه درک می‌شود که این طریقه عیانی موجودات (تکنولوژی)، انسان و سایر طرق ممکن عیانی را مضمحل کند. هایدگر در دوران زندگی‌اش، سر بر آوردن عصر تکنولوژی را که باعث رهایی انسان از بسیاری محدودیت‌های محیط طبیعی‌اش شده بود، به چشم خود دید. تکنولوژی حمل و نقل و ارتباطات، عمیقاً بر مانع دوری فیزیکی غلبه کرد و انسان‌ها هرچه بیشتر از عالم طبیعی خود و حدود آن آزاد شدند. به نظر هایدگر تلفیق این رهایی بی‌قیدانه با زندگی روزانه و تفکر ما خطری مصیبت بار است. متناظر با افزایش آزادی که نتیجه فزونی قدرت تکنولوژی جهت غلبه بر حدود طبیعی ماست، انسان نیز بخشی از بنیاد وجودی خود را از دست می‌دهد. به واسطه جدایی از حدود طبیعی، خطر انکار و غفلت از قوام انسانی ما پدید می‌آید. خطر تکنولوژی همانا نفی تناهی، فردیت و حقیقت فانی بودن ما است. مادامی که تکنولوژی این توهم را در ما پرورش دهد که می‌توانیم به واسطه تکنولوژی، فناپذیر شده و بر هر چیز تسلط یابیم، خطر فقدان انسانیت ما وجود دارد.

هایدگر در عصر تصویر جهان به تحلیل جابجایی‌های عصر جدید می‌پردازد که از سیستم‌های مدرن جایگزینی نشأت می‌گیرند و نشان می‌دهد که جایگزینی چگونه نخست از مجازیت تکنیکی سرچشمه می‌گیرد.

تصویر به عنوان موضوعی محوری در بحث فلسفه تلویزیون مورد مذاقه و بررسی دیگر اندیشمندان نیز قرار گرفته است. کلاودیا بلومله (Claudia Bluemle) دستگاه تلویزیون را بررسی می‌کند و با توجه به "نقاشی‌های یک نابینا" از دریدا فرایند بازتاب را در تلویزیون تشریح می‌نماید. او به پروژه‌های مصنوعی و هنرمندانه در تهیه فیلم می‌پردازد و بیان می‌کند که تلویزیون بر خلاف فیلم و گرافیک ادراک را کمتر به کمک این پروژه‌ها و بیشتر به کمک سیگنال میسر می‌سازد.^۵

اولیور فاله (Oliver Fahle) تلویزیون را به عنوان رسانه‌ای تصویری فهم می‌کند که تحول و دگرگونی تصویر مدرن را در حالی که مفهوم تصویر را تغییر می‌دهد به پیش می‌برد.^۶ او تلاش می‌کند تا با ایجاد تمایز میان تصویر و آنچه که دیده می‌شود، برداشتی نو را ایجاد نماید. فاله به دنبال آن است تا نظریه تصویر را برای تلویزیون پی افکند و عنوان می‌کند که وقتی از تلویزیون در معنای نظری و یا با هدف فلسفی سخن گفته می‌شود، کمتر به موضوع تصویر پرداخته می‌شود و بیشتر به مباحث معناشناسی و یا تماشاگران و تماشا مد نظر قرار می‌گیرند و به نظر می‌رسد که نظریه‌های تصویر بی‌توجه به تلویزیون از آن گذشته‌اند و از نقاشی و گرافیک به تصاویر دیجیتال پرداخته‌اند، حال آنکه نظریه تصویر نمی‌تواند از تصویر تلویزیونی صرف نظر کند. چراکه تلویزیون نیز مکانی برای گسترش و توسعه تصویر است. بنابراین او می‌کوشد تا نشان دهد که نظریه تصویر و تلویزیون چگونه به صورت متقابل می‌توانند در ارتباط با یکدیگر تشریح گردند. به اعتقاد فاله تصویر در نقاشی از منظر زیبایی‌شناختی و در اثر مدرنیته مفاهیم تازه‌ای یافته است و نقاشی مدرن بنیان فلسفی تازه‌ای را در ارتباط با نظریه تصویر ایجاد کرده است. تصویر رسانه‌ای و تصویر به صورت تنگاتنگ به هم پیوسته‌اند. دگرگونی در تصویر رسانه‌ای

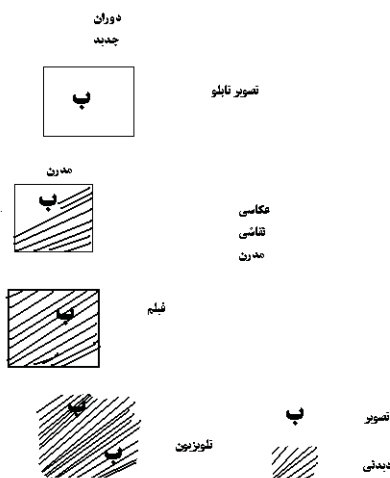
دگرگونی در تصویر را موجب می‌شود. زمانی که تصویر رسانه‌ای مدرن می‌شود، تصاویر نیز مدرن می‌شوند. بنابراین تصویر در یک گام دوگانه توسعه قرار می‌گیرد: از یک سو گذر از یک رسانه به رسانه‌ای دیگر، یعنی گذار از نقاشی به عکاسی و از عکاسی به فیلم و از فیلم به تلویزیون و از دیگر سوی تصویر در میان و در فرایند تصویر رسانه‌ای تعریف می‌شود. به دیگر سخن تحولات بیرونی و تکنیکی بر تحولات درونی و زیبایی‌شناختی تأثیر می‌گذارند. با پیدایش مفهوم "نو تلویزیون" (Neo-Fernsehen) که از سال ۱۹۸۰ پدید آمد تفاوت‌های اساسی در حوزه تصویر و واقعه رخ داد. یک تصویر بزرگ در مدل پیشین تلویزیون به چند تصویر کوچک در نو تلویزیون تبدیل می‌شود و علاوه بر تغییر شکل تصویر، تغییرات زیبایی‌شناختی نیز در آنها صورت می‌گیرد. به اعتقاد او تفاوت و یا بهتر بگوییم تمایز میان تصویر و آنچه دیدنی است، اگرچه از سال ۱۹۸۰ موضوع بندی شده است اما پیش‌تر در موضوع تصویر مدرن به آن پرداخته شده و از منظر نظریه تصویر و فلسفه تصویر موضوع چندان تازه‌ای نیست.

تفاوت و تمایز میان تصویر و آنچه دیده می‌شود را به صورت خاص موریس مرلوپونتی (Maurice Merleau-Ponty) مطرح ساخت، چرا که پدیدارشناسی او ارتباطی تنگاتنگ با مفهوم دیدن و ادراک دیداری دارد. علاوه بر آن او به طور خاص به رسانه دیداری و نقاشی می‌پردازد تا نظریه‌هایش را توضیح دهد.^۷ مرلوپونتی دریافت که تصویر به عنوان تنها تعیین کننده دنیای دیداری کافی نیست. یعنی تصویر، اعلامیه (مانیفست) یک دیدن - و آنچه دیده می‌شود - است که همواره از اشیاء بیرون می‌آید. تصویر و آنچه دیده می‌شود، در ارتباطی تبادلی و تنگاتنگ با یکدیگر قرار دارند که نمی‌توان یکی را بدون دیگری تفکر نمود. مرلوپونتی رابطه میان تصویر و شیء دیدنی را به رابطه میان دریا و موج دریا تشبیه می‌کند و تفاوت و اختلاف کیفی میان تصویر و آنچه دیده می‌شود را از بین می‌برد.^۸ و در کنار آن به تبیین و تعریف مفهوم شیء دیدنی در فلسفه زیبایی‌شناسی می‌پردازد.

اولیور فاله سپس به تبیین تفاوت آنچه دیده می‌شود و تصویر می‌پردازد. تصویر دیدنی قادر بندی شده و مرکب است که مکان تاریخی و رسانه‌ای مشخصی دارد. یک سند و نماینده از شیء اصلی است که در میان مفاهیم مکان و زمان قابل تشخیص و تعیین است.^۹

آنچه دیده می‌شود، برخلاف تصویر چند وجهی و بی ثبات است. آنجا حوزه و گستره‌ای است که تصاویر از آنجا می‌آیند و دوباره به آنجا باز می‌گردند. آن بیرون رویه تصویر مدرن است. بنابراین تصویر بخشی از آن چیزی است که دیده می‌شود و در واقع تصویر در آنچه دیده می‌شود، حضور دارد.

فاله در ادامه مقاله خویش به تفاوت مفهوم تصویر در دوران جدید و دوران گذشته می‌پردازد و سرانجام به تصویر رسانه‌ای و تصویر تلویزیونی می‌رسد. او می‌کوشد تا نشان دهد که تلویزیون برداشت پدیدارشناسانه جدید و متأثر از مفهوم تصویر مدرن را توسعه بخشیده است و نظریه‌های تصویر که از کنار تصویر تلویزیون گذشته‌اند، در پی افکندن نظریه تصویر تلویزیونی بسیار حائز اهمیت هستند.



موضوع تصویر علاوه بر جنبه‌هایی که ذکر شد، از منظر زیبایی‌شناختی نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد و از این منظر می‌توان به زیبایی‌شناسی تصویر تلویزیونی نیز پرداخت. رالف آدلمن و مارکوس اشتاوف (Ralf Adelman und Markus Stauff) معتقدند که وقتی در علوم رسانه‌ای از فلسفه یا زیبایی‌شناسی و سبک سخن می‌رود، به تلویزیون پرداخته نمی‌شود، در حالی که عکاسی و نقاشی به نظریه‌های زیبایی‌شناختی راه یافته‌اند، تلویزیون نه در حوزه ژورنالیستی و نه در حوزه علوم رسانه به صورت نظام‌مند به عنوان یک پدیده زیبایی‌شناختی مطرح شده است.^{۱۰} رالف آدلمن و مارکوس اشتاوف برای بیان و تعریف زیبایی‌شناسی تلویزیون نخست به نخستین جنبش‌های انجام گرفته در حوزه فرهنگ در سال‌های پایانی قرن بیستم می‌پردازند که درباره مسائلی همچون چرخه ایکونیک (Iconic Turn) و چرخه دیداری (Visual Turn) تأملاتی انجام داده‌اند. پس از تبیین مطالعات و نظریه‌های دانشمندان در این حوزه، به تأملات نوپراگماتیسم‌ها درباره مقولات زیبایی‌شناسی پدیده‌های عصر نو پرداخته می‌شود. نقطه شروع این موضوع نیز در مباحث "صنعت فرهنگ" در اندیشه آدورنو و هورکهایمر و تعریف آنان از سبک قرار دارد که از آن به عنوان "صرفاً معیار زیبایی‌شناختی" یاد می‌کنند.^{۱۱} بر اساس این تعریف سبک تنها ویژگی و خصوصیت فرهنگ در اندیشه و تفکر هنرمند و یا یک تقسیم‌بندی دوره‌ای نیست بلکه مقوله‌ای تحلیلی است که تأثیر جمعی و همراه با آن قدرت، دانش و تکنولوژی را توصیف می‌کند. آدورنو در خطابه‌اش برای تلویزیون در نخستین جمله به این موضوع تصریح می‌کند که: ابعاد اجتماعی، تکنیکی و هنری تلویزیون را نمی‌توان مجزا و منفرد ساخت. آنها در گستره‌ای وسیع‌تر به یکدیگر پیوند می‌خورند.^{۱۲} آدورنو به طور کامل به توصیف تجربه‌های زیبایی‌شناختی تلویزیون می‌پردازد. زیبایی‌شناسی خاص تلویزیون از طریق شرایط تولید، امکانات فنی و مرزبندی‌هایش تعیین می‌شود. بر اساس نظریه آدورنو تلویزیون به واسطه این عملیات‌ها به صورت زیبایی‌شناختی ادراک می‌شود. برای مطالعه تأثیر تلویزیون، آدورنو پیشنهاد می‌کند که تصاویر تلویزیونی بدون کلام به کار روند و تداعی معانی در تماشاگران ارزیابی گردد. آدورنو در توضیحاتش به طور عمومی به این موضوع می‌پردازد و زیبایی‌شناسی تلویزیون به شکل ادراک

آن محدود می‌گردد. تلویزیون مکانی مرکزی است که در آن تعریف می‌شود که چه چیزی در فرهنگ ما قابل رؤیت می‌گردد و چگونه قابل دیدن می‌شود. میشل فوکو درباره مشخصه فلسفه چنین می‌نویسد: "مدتهاست که می‌دانیم، وظیفه فلسفه آن نیست که آنچه را پنهان است، کشف کند، بلکه وظیفه‌اش آن است که دقیقاً قابل رؤیت سازد آنچه را که دیدنی است، یعنی برای ما روشن و قابل تشخیص نماید، آنچه را که نزدیک، بی‌واسطه و تنگاتنگ با ماست و به همین سبب آن را درک نمی‌کنیم. درحالی که وظیفه علوم آن است که آنچه را قابل دیدن نیست، برای ما قابل شناخت گرداند و آن وظیفه فلسفه است که آنچه را می‌بینم قابل دیدن گرداند." ۱۳

جان تی کالدول (J.T.Claudel) در بحث درباره مفهوم دیداری بودن به همین موضوع اشاره می‌کند و با توجه به اثر عکس (picture effect) در تلویزیون عنوان می‌کند که: در تلویزیون تعریف و ادراک واقعیت در مرکز توجه قرار ندارد، بلکه ویرایش و تفاوت تصاویر در مرکز توجه قرار دارد. کیفیت‌های دیداری تلویزیون از جمله چیزهایی هستند که کاملاً به ما نزدیک‌اند و به سبب همین نزدیکی آنها را ادراک نمی‌کنیم.

یکی از ویژگی‌های تصویر تلویزیونی رها بودن آن در زمان است. تصویر تلویزیونی به گونه‌ای متفاوت از همه دیگر تصاویر می‌تواند چیزی را که در مکانی دیگر قرار دارد درست در زمان و در همان حینی که در آنجا قرار دارد، قابل رؤیت سازد. شکل اصلی در تلویزیون که از همان روزهای آغازین پیدایشش با آن شناخته می‌شد، پخش برنامه‌های زنده است که طی آن همزمانی میان واقعه ضبط شده‌ای که اتفاق می‌افتد و قابل رؤیت شدن آن برای روی صفحه نمایشگر تلویزیون وجود دارد. به همین سبب واقعه (زنده) به عنوان شکلی از هم‌زمانی، دومین مفهوم مهم در موضوع تلویزیون است.

با وجود توسعه تلویزیون کلاسیک به تلویزیون مدرن و پس از آن پست مدرن تا تلویزیون دیجیتال این رسانه پیوند خود را با واقعه همواره بیشتر ساخته است. علاوه بر آن در مفهوم "نوتلویزیون" که از دهه ۱۹۸۰ پدید آمده است، ویژگی جمعی تصاویر تلویزیونی به واقعه به عنوان مفهومی اساسی در رسانه توجه دارد. رسانه فقط به تصویر محدود و بسنده نمی‌شود، بلکه بیشتر به بازتاب تفاوت تصاویری که شکل واقعه و دوباره به صورت تصویر سازماندهی می‌شوند، می‌پردازد.

ماری آندو آندوآن (Mary-Ann Doane) واقعه را در ارتباط با زمان تحلیل می‌کند و در این پیوند آن را از بحران و فاجعه جدا می‌سازد. ۱۴ مهم‌ترین مقوله در تلویزیون زمان است. زمان مبنای تلویزیون است. ارنست بلوخ می‌نویسد: زمان فقط بدان واسطه است که چیزی اتفاق می‌افتد و نیز فقط آنجا که چیزی رخ می‌دهد. ۱۵ تلویزیون زمان را پر می‌کند در حالی که تضمین می‌کند که چیزی اتفاق می‌افتد - در واقع بر اساس واقعه سازماندهی می‌کند. همیشه ابهام مشخصی وجود دارد سرگردانی درباره این برداشت که تلویزیون درباره وقایع مهم خبر رسانی می‌کند تا خود را به عنوان یک رسانه مطرح سازد و این تصور را ایجاد کند که یک واقعه را چون تلویزیون گزارش نموده و ارزش پخش از تلویزیون را داشته، مهم است. گذران زندگی روزمره

با رسانه‌ها پدیده‌ای شناخته شده است، اما شاید فهم عمومی کمتر بر این نکته تعمق می‌کند که مفهوم بخشیدن به یک واقعه به وسیله تلویزیون به شدت به یک سازماندهی زمان وابسته است که سه روش متفاوت مشاهده وقایع را تولید می‌کند - اطلاعات، بحران و فاجعه. اطلاعات، سیل وقایع دارای ارزش خبری روزانه را مشخص می‌سازد، که شاخصه و ویژگی آنها تداوم و ترتیب منظم آنهاست. انگیزه این اطلاعات سیاست علم یا انسان است. این اطلاعات جالب توجه هستند اما دارای واقعه‌ای شوک برانگیز نمی‌باشند. وقایع آنها در سطح اندکی دارای واقعه است و در برخی مواقع دراماتیزه می‌شوند. زمان برای اطلاعات دائمی و پیوسته است.

اما بحران در زمان متراکم و انباشته می‌گردد. بحران واقعه‌ای را از محدوده زمانی مشخص در بر می‌گیرد که بسیار پر دامنه است چرا که یک راه حلی را در زمانی مشخص و کوتاه می‌طلبد. واژه *Krise* به معنی بحران در ریشه لاتینی خود به معنای "تصمیم گرفتن" است و نشان دهنده عملی است که در لحظه‌های تعیین کننده باید اتخاذ گردد. در منظری کلی اطلاعات و بحران هر دو فاقد سوژه هستند و در واقع هر جا که چیزی اتفاق می‌افتد، وجود دارند. علاوه بر آن اطلاعات در اشکال برنامه‌ای مختلف هم چون مستند، گفتگو و... ارائه می‌گردند. در حالی که اطلاعات همه جا وجود دارد، موضوع مهم آن است که در عصر تلویزیون اطلاعات کجا جا بگیرند و کانالیزه شوند و از همین نقطه است که اطلاعات در ارتباط با ویژگی جامعه‌شناختی و معرفت‌شناختی آن قرار می‌گیرد.

برخی نیز به نقد روند ادراک از طریق دستگاه‌های فنی پرداخته‌اند. این مسئله بارها مورد نقد واقع شده است که با سیطره دیدنی‌ها و یا به عبارت بهتر تصاویر تلویزیون واقعیت به سویی دیگر نهاده شده است. ماری آندوآن (Mary Ann Doane) از جمله منتقدانی است که بحرانی اطلاعاتی را در پس تصاویر تلویزیونی پیش بینی می‌کند که سرانجام به از بین رفتن تفکرات می‌انجامد. ماتیااس تیهله (Matthias Thiele) نیز واقعه را یکی از ویژگی‌های تلویزیون می‌داند اما کمتر به وجهه زمانی آن تمرکز می‌کند بلکه واقعه را به عنوان باز تولید امر عادی که توسط تلویزیون تولید شده و بر روی صحنه آمده توصیف می‌کند.^{۱۶}

آخرین مبحثی که در بحث فلسفه تلویزیون بدان پرداخته می‌شود، موضوع سریال است. برای آنکه نظام وقایع آنگونه که تلویزیون فکر می‌کند، پدید آید؛ باید وقایع به یکدیگر پیوند بخورند. ارتباط با وقایع در لحظه رخ دادن آنها کفایت نمی‌کند چراکه این اتفاق در شکل جریان زنده واقعه ایجاد می‌شود. تلویزیون تعداد زیادی از فرم‌ها را به وجود می‌آورد که در آنها وقایع نه تنها تولید می‌شوند بلکه به یکدیگر ارتباط پیدا می‌کنند و به هم پیوند می‌خورند. قدرت چشم‌گیر و متقابل تلویزیون برای پیوند دادن وقایع تکرار است. در پدیده تکرار به خوبی نشان داده می‌شود که چه امکاناتی برای فلسفه تلویزیون وجود دارد. تلویزیون همچنین شکل یا فرمی را ساخته است که در آن ایده تکرار را می‌نگرد و ویرایش می‌کند. این فرم سریال نامیده می‌شود. سریال‌ها فقط وقایع را به یکدیگر پیوند نمی‌دهند، بدین وسیله صرفاً انتظار ایجاد نمی‌کنند، فقط به یاد نمی‌آورند و صرفاً به حلقه وقایع هویت مخصوص نمی‌دهند، بلکه این پیوندها و انواع را بازتاب

می‌دهند و آنها را قابل رؤیت می‌سازند.

نگاه‌هایده ماری شوماخر (Heidemarie Schumacher) به تلویزیون از منظری دیگر است. او تلویزیون را به عنوان پدیده‌ای هیستریک می‌نگرد که اشکال فرا واقعیت را شکل می‌بخشد. این موضوع بیشتر در افکت‌ها و سریال‌هایی که احساسات بازیگر نمایش به نحوی بارز نشان داده می‌شود، بیشتر نمود دارد؛ چرا که تماشاگر احساسات، اشک‌ها و لبخندهای بازیگر را به صورت واقعی می‌پندارد و با احساساتش با آن برخورد می‌نماید اما در واقع چنین نیست.

نتیجه‌گیری:

هنگامی از فلسفه تلویزیون سخن می‌گوییم در واقع این فلسفه به نوعی با تصویر پیوند می‌یابد. شاید در بدو امر تلویزیون یا به اصطلاح همان جعبه جادو صرفاً به عنوان وسیله‌ای به نظر آید که فردی در گوشه‌ای از جهان در لحظه به مشاهده رخدادهایی می‌پردازد که در سویی دیگر رخ می‌دهند اما موضوع به همین جا خلاصه نمی‌شود، چرا که تماشاگر، جهان را از دریچه تلویزیون تجربه می‌کند. تلویزیون ادراک و ارتباط را سازماندهی می‌کند و همراه با این دو و در حین این دو فرایند و امکان تفکر را نیز سازمان می‌بخشد.

تلویزیون برداشت از جهان را در دوران پست مدرن موجب می‌شود و ارتباطات و ادراک را سازماندهی می‌کند. و همراه با آنها و در میان آنها تفکر را به جنبش و می‌دارد. فرم‌ها و شکل‌های تلویزیونی واسط و رسانه چنین تفکری هستند، بدین جهت تلویزیون در مقولات تصویر، واقعه و سریال کار می‌کند و می‌اندیشد. فلسفه تلویزیون تلاشی است برای آنکه به اشکال متعلق به تلویزیون، از طریق انعکاس مفهومی مدل و قالب بدهد و آنها را در رسانه نظریه‌زبانی بازسازی نماید.

این مقاله گزارشی است از کتاب ذیل:

Oliver Fahle, Lorenz Engell, Hrsg. Philosophie des Fernsehen, Muenchen, Wilhelm Fink Verlag, 2006.

پی‌نوشتها:

1. Philosophie des Fernsehen-Zur Einfuehrung, s.7
2. Derselbe, S.9
3. Martin Heidegger, Bremer und Freiburger Vortraege, Gesamtausgabe. B.1.79.
4. Heidegger und die onto-technologische Frage, Rchard Dienst, s.23.
5. Martin Heidegger, Die Zeit des Weltbildes, in : Holzwege, Frankfurt am main, 2003s.75f.
6. Claudia Blueme, kuenstlerische Reflexion einer Studiotechnik, s.41.
7. Oliver Fahle, Das Bild und das Sichtbare, S.71.

مهم‌ترین آثار پوتنی که در آنها نظریه‌های تصویریش را مطرح ساخته عبارتند از: قابل رویت و غیر قابل

رویت، مونیخ ۱۹۸۶، چشم و روح، هامبورگ ۱۳۸۴.

8. Merleau Ponty, 1986, S.172

9. Das Bild und sichtbare, S.84

10. Aesthetiken der Re-Visualisierung, S55.

۱۱. آدورنو و هورکهایمر در «دیالکتیک روشنگری» چشم‌انداز زیر را ترسیم کرده‌اند. اینکه بر پایه سازماندهی نظام اقتصادی تک محور و با استفاده از تکنیک‌های جدید بازتولید فیلم و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، به رشد فزاینده بازار سرگرمی و تفریح می‌رسیم. مجموعه این پدیده‌های پیچیده، «صنعت فرهنگ» را می‌سازد که محصولات تحمیلی گرانه‌اش آگاهی افراد را در جزئی‌ترین حرکات به خود وابسته می‌دارد.

Horkheimer, Max/Adorno, theodor, Dialektik der Aufklaerung. Philosophische Fragment, Frankfurt am Main, 1969, S.151.

12. Adorno, theodor, Prolog zum Fernsehen, in :Eingriffe. Neun kritische Modelle, frankfurt am Main, 1963, s. 69-80.

13. Foucault, Michel, Die analytische Philosophie der Politik, in schriften in vier Baenden. Frankfurt am Main, s. 682.

14. Information, Krise, Katastrophe, S. 102

15. Bloch, Ernst, Tuebinger einleitung in die philosophie, Frankfurt: Suhrkamp, 1985 S. 129

16. Ereignis und Normaltaet, S. 121

منابع و مأخذ:

1- Adorno, theodor, Prolog zum Fernsehen, in :Eingriffe. Neun kritische Modelle, frankfurt am Main, 1963, s. 69-80

2- Bloch, Ernst, Tuebinger einleitung in die philosophie, Frankfurt: Suhrkamp, 1985 S. 129

3- Horkheimer, Max/Adorno, theodor, Dialektik der Aufklaerung. Philosophische Fragment, Frankfurt am Main, 1969, S. 1

4- Martin Heidegger, Bremer und Freiburger Vortraege, Gesamtausgabe. B. 1. 794