



مهرماه ۱۳۹۹

خلاصه کتاب :

« رسانه های نوین: در آمدی انتقادی »

نویسندگان:

مارتین لستر، جان دووی، ست گیدینز، لین گرت، کران کلی

مترجم: احسان شاه قاسمی

با مقدمه سعید رضا عاملی

معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی

دفتر مطالعات و دانش سینمایی

شناسنامه

عنوان : خلاصه کتاب رسانه های نوین :درآمدی انتقادی

زیرنظر: جعفر انصاری فر

تهیه و تدوین : شهلا شفیعی

تاریخ انتشار:مهر ماه ۹۹

نشانی: تهران ، میدان بهارستان، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان امور سینمایی، معاونت توسعه

فناوری و مطالعات سینمایی

تلفکس:۳۸۵۱۳۳۲۷

خلاصه کتاب رسانه های نوین: درآمدی انتقادی

مقدمه:

با توجه به سرعت پیشرفت تکنولوژی و ادعاها در مورد این که انقلابی رسانه ای و تکنولوژیک روی داده است نیاز به شناخت شیوه های جدیدی از مطالعات رسانه ای است تا به تکنولوژی های نوین پاسخ بدهد. در بیش از یک دهه گذشته کتاب "رسانه های نوین: درآمدی انتقادی" یکی از متون اصلی درس های مربوط به فضای مجازی در دانشگاه های مختلف دنیا بوده است. در بسیاری از کشورها و البته دانشگاه تهران در ایران هستند که کتاب رسانه های نوین: گاهی ناهماهنگی هایی هم بین آن ها دیده می شود و کتاب روی طیف مک لوهان ویلیامز اندکی جابجا می شود. درآمدی انتقادی در آن ها تدریس می شود. بیش از ۱۳۰۰ مقاله، کتاب و سند علمی به این کتاب ارجاع داده اند و این آمار، نشان می دهد که این کتاب در پژوهش فضای مجازی تاثیر زیادی داشته است. این کتاب، پنج بخش و پنج نویسنده دارد؛ همانطور که انتظار می رود مطالعه این کتاب نشان می دهد که کتاب حاضر، تلاش کرده است توصیف منصفانه و جامعی از همه رویکردهای مطرح در حوزه فضای مجازی بدهد. این توصیف منصفانه و جامع چیزی است که برای فلسفه پردازی و مهمتر از آن سیاست گذاری در فضای مجازی ایرانی به آن نیاز داریم. اگر چه راه حل هایی که باید برای فضای مجازی ایرانی تهیه شوند با هیچ زمینه دیگری در بخش های مختلف جهان شبیه نیستند، ترجمه این کتاب با رویکردی متعادل انجام شده است. یعنی اگرچه مترجم تلاش کرده است که واژه ها و اصطلاحات را به معادل فارسی آن برگرداند، اما با توجه به پیچیدگی مطالب و اهمیت کاربرد واژه، گاهی اوقات از این رویکرد عقب نشینی کرده است. این کتاب: درآمدی انتقادی مقدمه ای جامع بر فرهنگ، تاریخ، تکنولوژی ها و نظریه های رسانه های نوین است و به صورت ویژه برای دانشجویان نوشته شده است. جنبه هایی را در نظر می گیرد که در آن "رسانه های نوین" واقعاً نوین هستند. کتاب که به وسیله پنج استاد دانشگاه غرب انگلستان نوشته شده است، رویکرد مطالعات فرهنگی دارد؛ البته این رویکرد از آن نوعی نیست که ریموند ویلیامز در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ برای ما ترسیم کرده و در ایران هم نسبتاً محبوب است. ریموند ویلیامز که یکی از بنیان گذاران مطالعات فرهنگی بود معتقد بود که آن چه ما آن را اثر رسانه می دانیم، در واقع نتیجه کاربردی است که ما از رسانه داریم و نه چیزی دیگر. طریقه استفاده از کتاب برای خوانندگان آن، توضیح داده شده است. گستره مسئله ای که در صفحات معرفی و بررسی شده به خودی خود به معنای آن است که مطالب ناآشنای زیادی مطرح خواهند شد. تا جایی که ممکن بوده است تلاش شده از زبان بیش از حد فنی بپرهیزد و هم در درون متن و هم در واژه نامه انتهای کتاب توضیحاتی برای مفاهیم به کار رفته ارائه شده است. کتاب فوق توسط پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات،

سال ۱۳۹۸ در ۷۰۰ صفحه، مصور همراه با جدول و نمودار به چاپ رسیده است و شروع کتاب با سخن ناشر و پیشگفتار سعید رضا عاملی، زندگی نامه نویسندگان و پیشگفتار ویرایش دوم در قالب پنج فصل تهیه شده است: ۱- رسانه های نوین و تکنولوژی های نوین ۲- رسانه های نوین و فرهنگ دیداری ۳- شبکه ها، کاربران و علم اقتصاد ۴- رسانه های نوین در زندگی روزمره ۵- فرهنگ مجازی: تکنولوژی، طبیعت و فرهنگ

دفتر مطالعات و دانش سینمایی با توجه به اهمیت این موضوع خلاصه ای از این کتاب را تهیه کرده است امیدواریم با انتشار دستاوردهای پژوهشی بتوانیم در حوزه فرهنگ و هنر ایران و نیز پایگاهی برای اندیشمندان و دلسوزان این عرصه ایجاد نماییم.

***هدف کتاب:** این است که به دانشجویان، چارچوبی مفهومی برای تفکر در مورد گستره ای از مسائلی مهم بدهد که در خلال دو دهه اندیشه در پسایندهای فرهنگی رسانه ای نوین ایجاد شده اند. این کتاب پیش از هر چیز کتابی در مورد پرسش ها، ایده ها و بحث های مسائل انتقادی است که پیدایش تکنولوژی های رسانه ای نوین آنها را پدید آورده است. در این کتاب استدلال هایی را در پشتیبانی مواضع مختلف خواهید یافت و برخی از مسائل مورد مناقشه را ارائه کرده که در این حوزه نوپدید شایع است. نویسندگان این کتاب، تعهد مشترکی به رویکرد هم نهستی به مطالعات رسانه های نوین دارند. هرکدام از ما به صورت فردی معتقدیم که این حوزه این قدر پیچیده است که جزء با ترکیب یا هم نهشت کردن دانش ها نمی توان آن را توصیف کرد. اما به صورتی دقیق تر حوزه مورد مناقشه مطالعات رسانه های نوین را "تن یافته" می نماید.

*تن یافته: این اصطلاح با اشاره به این باور که دانش و تجربه انسانی را نمی توان از زیست شناسی و بدن انسانی به لحاظ اجتماعی موقعیت یافته جدا کرد، معمولاً برای مقابله با فرض ها و ادعاهایی در مطالعه تکنولوژی های نوین به کار می رود که معتقدند اهمیت بدن در حال کم شدن است برای مثال این عقیده وجود دارد که وقتی ما وارد واقعیت مجازی می شویم، بدن خود را جا می گذاریم.

رویکرد ما به موضوع:

با توجه به اینکه مطالعات رسانه ای، مثل هر حوزه پژوهشی دیگری با مشکلاتی دست به گریبان است. در مراحل اولیه مطالعه هر پدیده نویی، خود پرسش از این که "مسائل چیستند" بخشی از حوزه پژوهش است؛ در مورد خود مسائل هم اتفاق نظر وجود ندارد. مسئله دقیقاً چیست؟ چه پرسش هایی ارزش کارکردن دارند؟ چه ایده هایی واقعاً مهمند؟ در این کتاب با کنار هم قرار دادن گستره ای از صداها و رشته های دانشگاهی تلاش شده، تا نقشه ای اولیه از این سرزمین و بحث های آن فراهم شود. این کتاب از نظریه ها و چارچوب هایی نه فقط از مطالعات رسانه ها، بلکه همچنین از باور ما این است که این جامعیت تنها راه آغاز فهم تغییراتی فرهنگی است که گفته می شود رسانه های نوین ایجاد کرده اند. با اتخاذ این رویکرد، تلاش شده است که ما با تغییرات تکنولوژیک و رسانه ای پیش برویم و از سرعت پیشرفت آن باز نمانیم. باید در نظر داشت، منتقدانی هستند که به صورت غیر انتقادی اصرار دارند که هر چیزی تغییر کرده است و یا آنهایی را فرض کنید که تکنولوژی های دیجیتال را اموری می دانند که آن را آرمان شهری پدید آورده اند و نمونه آن هرگز پیشتر وجود نداشته است، یا این جا هم کسانی هستند که به سادگی همه نظرات انتقادی را رد می کنند و اصرار دارند که ابزارهای قدیمی نظری در مواجهه با تغییرات گسترده تکنولوژیکی ای که روی می دهند، ناکارآمد هستند.

*بعد تاریخی کتاب:

درگیر نشدن با تاریخ های تکنولوژی و رسانه های مورد بحث یک اشتباه مهم است. این طور نیست که چیزهای نو، تاریخ نداشته باشند، بلکه تنها کار پژوهش در مورد تاریخشان را دشوارتر می کنند. زیرا مسلماً چیزهای نو ممکن است تاریخ های نادیده گرفته شده را بیرون بکشند تا به این پرسش پاسخ بدهند که از کجا آمده اند. باید توجه داشته باشیم که تکنولوژی های رسانه ای "کهنه" نیز زمانی نو بوده اند و برای مردم عصر خودشان، مثل خود ما، اهمیت زیادی داشته اند.

*تاکید کتاب بر پرسش های وسیع تر از فرهنگ و تکنولوژی:

تفکر در مورد رابطه رسانه و تکنولوژی، موضوعی بزرگتر را مطرح می کند و بحث هایی را در مورد رابطه میان فرهنگ و تکنولوژی پیش می کشد؛ مسئله ای که دقیقاً در اصطلاحی مثل "فرهنگ مجازی" هم مطرح می شود. به نظر مهم می رسد که روش هایی برای ارزیابی میزان و شدت آن نوع از تغییراتی داشته باشیم که تکنولوژی های رسانه ای می توانند ایجاد کنند. اگر آن طور که به نظر می رسد فرهنگ معاصر عمیقاً در

فرم های در حال تغییر تکنولوژیک غرق شده باشد، پرسش مهم این است که رسانه های نوین و تکنولوژی های ارتباطی نوین و به طور کلی تکنولوژی ها تا چه حد فرهنگی را تعیین می کنند که خود در آن هستند. و بر عکس، باید پرسید که عوامل فرهنگی، تا چه حد استفاده و تجربه ما را از قدرت تکنولوژیک شکل می دهند.

بخش ۱: رسانه های نوین و تکنولوژی های نوین

در این بخش برخی پرسش های بنیادین در مورد رسانه های نوین مطرح می شود و تمایزاتی در مورد پدیده هایی که تحت عنوان "رسانه های نوین" طبقه بندی می شوند نیز بیان می گردد تا بهتر بتوان این حوزه مطالعه را مدیریت کرد. برخی ویژگی های اصلی را که معرف رسانه های نوین هستند، نقشه بندی، مورد بحث و مثال زده شده است و پرسیده می شود که "نوبودگی" رسانه های نوین چگونه به شیوه های مختلف درک می شود. همچنین بحث در مورد رسانه های نوین تاریخ و چگونگی اهمیت دادن به آنها، مفهومی مهم در مطالعات فرهنگی تکنولوژی رسانه که تخیل تکنولوژیک است معرفی شده و شباهت های میان شیوه های دریافت "رسانه های نوین" قبلی در سده بیستم و پیشرفت های کنونی به بحث گذاشته شده است.

بخش ۲: رسانه های نوین و فرهنگ دیداری

عکاسی، فیلم روایی و سینما، تلویزیون و ویدئو؛ هر کدام از این ها در جای خود به عنوان اموری دیده شده اند که ما را به سمت نگاهی متفاوت از جهان هدایت می کند. با توجه به تغییر سرشت دیدن به لحاظ تاریخی، تاریخ واقعیت مجازی، رسانه های غرق کننده، وسینمای دیجیتال رهگیری شده است. همچنین بحث در مورد واقعیت مجازی، پسایندهای فرهنگی فصل مشترک تاریخی تکنولوژی های همانند ساز که از دهه ۱۹۶۰ به این سو در علوم کامپیوتری توسعه یافتند و سنت های بسیار ریشه دار بازنمایی دیداری غربی را مورد توجه قرار داده است و مفاهیم بازنمایی و همانند سازی به بحث گذاشته شده اند. مسائل اصلی برای نظریه های عکاسی و فیلم و سینما واقع گرایی و سرشت بازنمایی جای خود را به کرداری دیگر یعنی همانند سازی می دهد، این مسائل را در زمینه انیمیشن کامپیوترساز، جلوه های ویژه و سینمای دیجیتال بررسی می کند.

بخش ۳: شبکه ها، کاربران و علم اقتصاد

آنچه امروز به نام اینترنت و به صورت خاص به نام شبکه می شناسیم تولید عوامل متعددی است. به سخن دیگر اینترنت به عنوان نتیجه عوامل، حوادث، علایق، تصادفات و تنش های بسیاری پا به هستی نهاد. بنابراین باید توسعه کنونی آن را به عنوان محصول آن تنش ها دید؛ تنش هایی که در میان عوامل اقتصادی و تنظیمی و

کردارهای ارتباطی دیده می شوند، در این بخش بررسی شده است. همچنین با استفاده از ابزار اقتصاد سیاسی توسعه اینترنت به عنوان ارتباطات را مرور می کند که چطور توسعه رسانه های نوین تعاملی تحت تاثیر ورود منافع تجاری به میدان قرار گرفته است. به همین دلیل هدف آن نشان دادن این است که چقدر به فهم رابطه میان خلاقیت انسانی، قابلیت تکنولوژیک و امکان های ارائه شده به وسیله بازارها نیاز است. این بخش به صورت انتقادی هم ذات پنداری میان او جهانی شدن را با تاکید بر واقعیت یک "شکاف دیجیتال" به عنوان روشی برای به چالش کشیدن وجه تسمیه "وب گسترده" برای وب جهان گستر تحلیل می کند. استدلال نویسندگان این است که نظریه اقتصادی "دم دراز Long Tail" به مثابه مدلی نو و مهم برای فهم رسانه های شبکه ای پدید آمده است که امکان های جدیدی برای کاربران وهم برای تولیدکنندگان ایجاد می کند که به کردارهای جدید کسب و کار در بازاریابی واقعیت مجازی، مدیریت جماعتی و تبلیغات وبی می انجامد. خواننده با این پس زمینه آشنا شده و می تواند خلاصه ای از سنت های اصلی در مطالعه ارتباطات کامپیوتر را مطالعه کند و با نوع سرمایه گذاری های شخصی که اینترنت به ما می دهد آشنا شود. این سرمایه گذاری ها را اکنون بیشتر با عنوان "محتوای کاربرساز" می شناسند و این بخش برخی فرم هایی که این انفجار تولیدات رسانه ای به خود می گیرد مثل یوتیوب، را بررسی نموده است. صحبت از حقوق مالکیت فکری، تعیین کننده و تعیین شونده از جمله مواردی است که مطرح شده است. ویژگی بنیادین اقتصاد سرمایه داری، شیوه ای است که این اقتصاد از سیستم های مالکیت، به خصوص مالکیت کالاها استفاده می کند. حق مالکیت همه طرف ها را ملزم به پذیرش این می کند که حق "عقل سلیم" است و هر جا لازم باشد دادگاه از این حق حمایت می کند. برای مثال پخش کنندگان تلویزیونی می توانند مطالب خود را بدون ترس از کپی کردن و پخش دوباره در مقیاس تجاری به گستردگی هر چه بیشتر پخش کنند. اگر چه کپی کاری خانگی همه روزه روی می دهد و به صورت صریح نقض قانون است اما پیگرد آن برای بیشتر مردم ناپذیرفتنی است. از دیگر رسانه های نوین، موسیقی است. که نمی توان از آن نام برد و به روش های مصرف آن فکر نکرد.

بخش ۴: رسانه های نوین در زندگی روزمره

بررسی کاربرد روزمره و بازی با رسانه های نوین مردم پسند، به سرعت آشکار می شود که این تکنولوژی های نوین نشانه ای از پایان زندگی و روابط روزمره نیستند؛ این طور نیست که "جهان واقعی" را رها کرده و به سمت فضای پر پیچ و خم یک فضای مجازی رفته باشیم. اثر انقلابی تکنولوژی رسانه های نوین، اغلب نوعی تغییر شکل در زندگی روزمره و ساختارها و روابطی را پیش فرض می گیرند که بر این تغییر استوار است: هویت فردی؛ مصرف؛ پویایی و سیاست تولید و جنسیت در خانواده ها شکل های خانوادگی دیگر؛ پیوندها میان امر

جهانی و امر بومی. در این بخش به مطالعه سرگرمی های نوین مردم پسند و رسانه های ارتباطی در زندگی روزمره پرداخته است. و بررسی می کند که چگونه می توان در مورد فصل مشترک میان تکنولوژی ها و شبکه های رسانه های نوین با فضاها و روابط خانه نظریه پردازی کرد. همچنین تلاش می کند تا نشان دهد که چگونه "نوبودگی" رسانه های نوین را می توان در مواجهه آن ها با زمان و فضای دیرپا تر خانه و خانواده فهمید.

در این بخش به موضوع بازی به عنوان پدیده ای فرهنگی که کمتر بررسی شده می پردازد. کنار بازی های ویدیویی و تلفن های موبایل فرهنگ روزمره را برای کودکان و بزرگسالان تغییر داده اند. فرهنگ گرایان معتقدند روابط و محیط های روزمره سرشت رسانه های نوین را تشکیل داده اند. همچنین برخی شیوه های مهم جایگزین برای تفکر در مورد بازی، تجربه، زندگی روزمره و بدن به عنوان روش های مهم فنی فرهنگی برگرفته از حوزه جدید مطالعات رسانه های نوین، از جمله علم و تکنولوژی، مطالعات بازی و مطالعات فرهنگ مجازی را اجرا می کند.

بخش ۵: فرهنگ مجازی: تکنولوژی، طبیعت و فرهنگ

برای این که نقش سایبرنتیک شناسان در ایجاد فهمی از روابط انسان- ماشین را درک کنیم، باید به سه اصل اساسی در این توصیف از فرایند کنترل و ارتباط توجه کنیم: ۱- بازخورد، مثبت و منفی. ۲- محدودیت کنش تولید می کند، نه گزینه. ۳- اطلاعات با پارازیت رابطه معکوس دارد.

این بخش در کل مطالب بخش های دیگر کتاب را استدلال می کند. از یک سو مهمترین مشکل برای هر مطالعه ای از تکنولوژی این است که چگونه نقشی را بفهمیم که به وسیله فرم کاملاً فیزیکی یک تکنولوژی در شکل دادن به تاریخ و فرهنگ ایفا می شود. از سوی دیگر چگونه آن فرهنگ تجربه می شود. برخی استدلال های قدیمی معتقد هستند رابطه میان تکنولوژی و فرهنگ تنگاتنگ تر از آن است که تصور می شود. برای نشان این امر، سه دوره در تاریخ تکنولوژی در نظر گرفته شده: مکانیکی، بخار و سایبرنتیکی؛ و در مورد تاثیر عمیق و ساختار بخش هر کدام از این تکنولوژی بحث شده است. در نهایت، بخش پنج با توجه به مطالب و استدلال هایی که در تمام طول کتاب ارائه شده، کار خود را با دفاع از نوعی واقع گرایی لازم برای فهم تکنولوژی در فرهنگ بر محور مفهوم علیت به پایان می رساند.

سازمان امور سینمایی و سمعی بصری
معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی



نشانی: تهران - میدان بهارستان - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ساختمان سازمان امور سینمایی و سمعی بصری

تلفن: ۳۸۵۱۳۳۲۷

