



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

رسانه‌های نوین

درآمدی انتقادی

مارتین لستر و دیگران

مترجم: احسان شاه قاسمی

هُنُوَالْمَحْتَزَّ

رمانه های نوین: درآهدهی انتقادی

هارتین لتر، جان دووی، ست گیدینگ،
لین گرنیت، کران کلی

مترجم: احسان شاه قاسمی

با مقدمه عیدرضا عاهلی



- عنوان و نام پدیدآور : رسانه‌های نوین : درآمدی انتقادی/مارتین لستر ... [و دیگران] ؛ ترجمه احسان شاه‌قاسمی؛ با مقدمه سعیدرضا عاملی.
- مشخصات نشر : تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۸.
- مشخصات ظاهری : ۷۰۰ ص.: مصور، جدول، نمودار.
- فروست : ارتباطات و رسانه.
- شابک : ۹-۱۱۰-۴۵۲-۶۰۰-۹۷۸
- وضعیت فهرست‌نویسی : فیپا
- یادداشت : عنوان اصلی: New media : a critical introduction ,2nd ed.,2009.
- یادداشت : نویسنده مارتین لستر، جان دووی، ست گیدینگز، لین گرت، کران کلی.
- یادداشت : کتاب حاضر قبلاً با عنوان «رسانه‌های نوین با مقدمه‌ای انتقادی» با ترجمه سعید فرامرزیانی، پروانه فرامرزیانی. توسط سخنوران در سال ۱۳۹۳ منتشر شده است.
- عنوان دیگر : رسانه‌های نوین با مقدمه‌ای انتقادی.
- عنوان دیگر : درآمدی انتقادی.
- موضوع : رسانه‌های گروهی -- نوآوری
- موضوع : Mass media -- Technological innovations
- شناسه افزوده : لیستر، مارتین، ۱۹۴۷ - م.
- شناسه افزوده : Lister, Martin
- شناسه افزوده : شاه‌قاسمی، احسان، ۱۳۵۷ - مترجم
- شناسه افزوده : عاملی، سعیدسعیدرضا، ۱۳۴۰ - ، مقدمه‌نویس
- شناسه افزوده : Ameli, Saeid Reza
- شناسه افزوده : پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
- رده‌بندی کنگره : ۱۳۹۶ ۹۵/ن۹۶/P
- رده‌بندی دیویی : ۳۰۲/۲۳
- شماره کتابشناسی ملی : ۵۰۵۹۴۴۷

عنوان: رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی

نویسندگان: مارتین لستر، جان دووی، ست گیدینگز، لین گرت، کران کلی

مترجم: احسان شاه‌قاسمی

ویراستار: سیما اکبری

طراح جلد: فاطیما وفا

صفحه‌آرا: حسین آذری

نوبت چاپ: اول - زمستان ۹۸

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۷۶۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹-۱۱۰-۴۵۲-۶۰۰-۹۷۸



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ، هنر و ارتباطات

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

صندوق پستی: ۶۲۷۴-۱۴۱۵۵. تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳. دورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶. Email: nashr@nicac.ac.ir

رسانه و ارتباطات (۹)

فهرست مطالب

۱	سخن ناشر.....
۳	پیشگفتار سعیدرضا عاملی.....
۷	رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی.....
۹	زندگی نامه نویسندگان.....
۱۱	پیشگفتار ویرایش دوم.....
۱۹	پیشگفتار.....

فصل اول: رسانه‌های نوین و تکنولوژی‌های نوین

۳۱	۱-۱ رسانه‌های نوین: آیا می‌دانیم آن‌ها چه هستند؟.....
۳۸	۲-۱ ویژگی‌های رسانه‌های نوین: برخی مفاهیم معرّف.....
۸۹	۳-۱ تغییر و پیوستگی.....
۱۰۱	۴-۱ چه نوع تاریخی؟.....
۱۲۳	۵-۱ چه کسی از رسانه‌های کهنه خوشش نمی‌آید؟.....
۱۴۰	۶-۱ رسانه‌های نوین: تعیین‌کننده یا تعیین‌شونده؟.....
۱۷۷	منابع.....

فصل دوم: رسانه‌های نوین و فرهنگ دیداری

۱۸۷	۱-۲ چه اتفاقی برای واقعیت مجازی افتاد؟.....
۱۹۵	۲-۲ امر مجازی و فرهنگ دیداری.....
۱۹۸	۳-۲ امر مجازی دیجیتال.....
۲۰۳	۴-۲ غرق‌شدگی: یک تاریخ.....
۲۱۵	۵-۲ پرسپکتیو، دوربین، نرم‌افزار.....
۲۱۶	۶-۲ تصاویر مجازی/تصاویر امر مجازی.....
۲۲۹	۷-۲ سینمای دیجیتال.....
۲۶۶	منابع.....

فصل سوم: شبکه‌ها، کاربران و علم اقتصاد

۲۷۳	۱-۳ پیشگفتار
۲۷۵	۲-۳ اینترنت چیست؟
۲۷۶	۳-۳ تاریخ‌مهندسازی مطالعات شبکه
۲۸۳	۴-۳ علم اقتصاد و فرهنگ رسانه‌های شبکه‌ای شده
۲۹۱	۵-۳ اقتصاد سیاسی
۲۹۵	۶-۳ فرم اجتماعی رسانه‌های نوین
۲۹۹	۷-۳ محدودیت‌ها بر نفوذ تجاری
۲۹۹	۸-۳ جهانی شدن، نولیبرالیسم و اینترنت
۳۰۲	۹-۳ شکاف دیجیتال
۳۱۲	۱۰-۳ فراز و فرود اقتصاد اطلاعات
۳۱۵	۱۱-۳ حقوق مالکیت فکری، تعیین‌کننده و تعیین‌شونده
۳۱۸	۱۲-۳ موسیقی به‌عنوان رسانه نوین
۳۲۸	۱۳-۳ دم‌دراز
۳۳۲	۱۴-۳ ویروسی شدن
۳۳۶	۱۵-۳ پراکندگی و همگرایی
۳۳۹	۱۶-۳ جهان‌های ویکی و وب ۲/۰
۳۴۷	۱۷-۳ هویت‌ها و جماعت‌های آنلاین
۳۴۸	۱۸-۳ گمنام‌بودن
۳۵۳	۱۹-۳ تعلق
۳۵۹	۲۰-۳ زندگی در امر همپوشان
۳۶۲	۲۱-۳ اینترنت و گستره همگانی
۳۶۶	۲۲-۳ محتوای کاربرساز: حالا دیگر همه ما هوادار هستیم
۳۷۵	۲۳-۲ یوتیوب و پساتلوویزیون؟
۳۸۵	۲۴-۳ نتیجه‌گیری
۳۸۷	منابع

فصل چهارم: رسانه‌های نوین در زندگی روزمره

۳۹۷	۱-۴ زندگی روزمره در فضای مجازی
۴۰۶	۲-۴ زندگی روزمره در یک خانه رسانه‌ای
۴۲۳	۳-۴ شکل‌گیری تکنولوژیک زندگی روزمره
۴۴۲	۴-۴ پسانسان روزمره: رسانه‌های نوین و هویت
۴۷۱	۵-۴ بازی کردن
۵۰۳	۶-۴ نتیجه‌گیری: فرهنگ مجازی روزمره
۵۰۵	منابع

فصل پنجم: فرهنگ مجازی: تکنولوژی، طبیعت و فرهنگ

۵۲۱	پیشگفتار
۵۲۴	۱-۵ فرهنگ مجازی و علم سایبرنتیک
۵۴۰	۲-۵ بازبینی جبرگرایی: فیزیک‌گرایی، انسان‌گرایی و تکنولوژی

۵۶۳.....	۳-۵ تکنولوژی‌های زیست‌شناختی: تاریخ خودکارگان
۶۱۶.....	۴-۵ نظریه‌های فرهنگ مجازی
۶۶۹.....	منابع
۶۷۹.....	واژه‌نامه

سخن ناشر

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با هدف رفع نیازهای پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نزدیک به دو دهه است که با رویکرد مسئله‌محوری به دنبال شناخت مشکلات حوزه فرهنگ و هنر، شناسایی قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها و ارائه راهبردها و راهکارهای مناسب برای حل مشکلات و نیز توسعه قابلیت‌ها در مسیر تعالی فرهنگی کشور است.

این پژوهشگاه، با سه پژوهشکده فرهنگ، پژوهشکده هنر و پژوهشکده ارتباطات در تعامل و همکاری با صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه فرهنگ و هنر، ضمن اجرا و نظارت بر طرح‌های پژوهشی مورد نیاز، اقدام به برگزاری نشست‌ها، همایش‌های علمی، جلسات نقد و گفتگو و نیز جشنواره پژوهش فرهنگی سال می‌نماید.

علاوه بر این، دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه نیز، به‌عنوان متولی انجام مطالعات فرهنگی و اجتماعی در سطح ملی، ضمن اجرای نظرسنجی‌های مورد نیاز، به اجرای پیمایش‌های ملی نظیر پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان؛ مصرف‌کالا‌های فرهنگی؛ سواد رسانه‌ای؛ وضعیت فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی جامعه ایران و سنجش سرمایه اجتماعی کشور اقدام می‌نماید.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تلاش دارد تا مجموعه دستاوردهای پژوهشی خود را با هدف تحقق عدالت فرهنگی و دسترسی همه پژوهشگران و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور، منتشر نماید. از این‌رو انتشارات پژوهشگاه طی مدت فعالیت خود تاکنون، آثار پژوهشی متعدد و متنوعی را در قالب «کتاب»، «گزارش پژوهش»، «گزارش نظرسنجی» و «گزارش راهبردی» منتشر کرده است. پژوهشگاه همچنین، انتشار فصلنامه علمی پژوهشی «مطالعات

فرهنگ - ارتباطات» و نیز چاپ آثار برگزیده جشنواره فرهنگی سال را در کارنامه خود دارد. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ضمن استقبال، تعامل، همکاری و همفکری با استادان، نخبگان و پژوهشگران حوزه فرهنگ، هنر و رسانه، امیدوار است با انتشار دستاوردهای پژوهشی خود بتواند به «مرجع پژوهش» در حوزه فرهنگ و هنر ایران و نیز پایگاهی برای اندیشمندان و دلسوزان این عرصه تبدیل شود.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

پیشگفتار سعیدرضا عاملی

در بیش از یک دهه گذشته کتاب رسانه‌های نوین: پیشگفتاری انتقادی، یکی از متون اصلی درس‌های مربوط به فضای مجازی در دانشگاه‌های مختلف دنیا بوده است. دانشگاه نیواسکول در نیویورک، دانشگاه تالین در استونی، دانشگاه ماستریخت در هلند، دانشگاه کوئینزلند جنوبی در استرالیا، دانشگاه کارلوس در اسپانیا، دانشگاه برکلی در آمریکا، دانشگاه نانیانگ در سنگاپور، دانشگاه ورمانت در آمریکا، دانشگاه سهیر در ترکیه، دانشگاه مالمو در سوئد، یوسی‌آی در آمریکا، دانشگاه آی‌آی‌تی در هند، تونگ‌واکالج در هنگ‌کنگ و البته دانشگاه تهران در ایران، تنها چند مورد از دانشگاه‌ها در خارج از انگلستان (کشوری که نویسندگان کتاب در آنجا کار و پژوهش می‌کنند) هستند که کتاب رسانه‌های نوین: پیشگفتاری انتقادی در آن‌ها تدریس می‌شود. بیش از ۱۳۰۰ مقاله، کتاب و سند علمی به این کتاب ارجاع داده‌اند و این آمار، پیش از شروع به خواندن کتاب نشان می‌دهد که این کتاب در پژوهش فضای مجازی تأثیر زیادی داشته است.

کتاب که به‌وسیله پنج استاد دانشگاه غرب انگلستان نوشته شده است، رویکرد مطالعات فرهنگی دارد؛ البته این رویکرد از آن نوعی نیست که ریموند ویلیامز در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ برای ما ترسیم کرده و در ایران هم نسبتاً محبوب است. ریموند ویلیامز که یکی از بنیان‌گذاران مطالعات فرهنگی بود (البته برخی توصیف‌ها ریشه مطالعات فرهنگی را تا بیش از یک سده قبل و حتی پیش از آن می‌دانند) معتقد بود که آنچه ما آن را اثر رسانه می‌دانیم، در واقع نتیجه کاربردی است که ما از رسانه داریم و نه چیزی دیگر. بدین ترتیب، ویلیامز نقش سرشت تکنولوژی در اثرگذاری آن روی زندگی بشر را به کلی رد می‌کند و از این جهت رو در روی مارشال

مک‌لوهان قرار می‌گیرد. مک‌لوهان که بر خلاف ویلیامز چندان علاقه‌ای به استدلال نداشت، بر این عقیده بود که این سرشت رسانه است که جوامع را دچار تغییر می‌کند. بر این مبنا علم ارتباطات را گاهی به صورت طیفی نشان می‌دهند که یک سر آن ویلیامز و سر دیگر آن مک‌لوهان قرار دارد. هر قدر که از مک‌لوهان به سمت ویلیامز حرکت کنیم، اثر «کاربرد» رسانه و در کل تکنولوژی بیشتر و اثر «سرشت» رسانه یا تکنولوژی کمتر می‌شود. لستر و همکارانش، ضمن دفاع از سنت مطالعات فرهنگی، محترمانه نظر ویلیامز را رد می‌کنند و گرچه نسبت به جبرگرایی رسانه‌ای هشدار می‌دهند، اما تلاش می‌کنند که در دام فرهنگ‌گرایی صرف هم نیفتند. آن‌ها نخست، مفهوم علیت را توضیح می‌دهند و انواع آن را برای ما معرفی می‌کنند و سپس با ایجاد شبکه‌ای از طبیعت، تکنولوژی و فرهنگ نشان می‌دهند که تنها با لحاظ همه عوامل دخیل در رسانه‌هاست که می‌توان در مورد آن‌ها و فضای مجازی صحبت کرد.

این کتاب، پنج بخش و پنج نویسنده دارد؛ ولی آن‌ها تمایلی به اینکه مشخص کنند چه کسی چه بخشی را نوشته است ندارند و همان‌طور که انتظار می‌رود، گاهی ناهماهنگی‌هایی هم بین آن‌ها دیده می‌شود و کتاب روی طیف مک‌لوهان ویلیامز اندکی جابه‌جا می‌شود. با وجود این، مطالعه این کتاب نشان می‌دهد که کتاب حاضر، انسجام قابل قبولی دارد و تلاش کرده است تا جز در مورد توصیف بی‌رحمانه از ادعاهای هیوبرت درایفوس در مبارزه طلبی علیه دیپ بلو توصیف منصفانه و جامعی از همه رویکردهای مطرح در حوزه فضای مجازی بدهد.

این توصیف منصفانه و جامع چیزی است که برای فلسفه‌پردازی و مهم‌تر از آن سیاست‌گذاری در فضای مجازی ایرانی به آن نیاز داریم. یعنی، اگرچه راه‌حل‌هایی که باید برای فضای مجازی ایرانی تهیه شوند با هیچ زمینه دیگری در بخش‌های مختلف جهان شبیه نیستند، اما پژوهشگر ایرانی فضای مجازی باید از آن راه‌حل‌ها در آن زمینه‌های دیگر آگاه باشد و وقتی می‌خواهد در مورد فضای مجازی ایرانی بیندیشد، قادر باشد عوامل مرتبط عملی و نظری آن را بشناسد.

ترجمه این کتاب با رویکردی متعادل انجام شده است. یعنی، اگرچه مترجم تلاش کرده است که واژه‌ها و اصطلاحات را به معادل فارسی آن‌ها برگرداند، اما با توجه به پیچیدگی مطالب و اهمیت کاربرد واژه، گاهی اوقات از این رویکرد عقب‌نشینی کرده است. برای نمونه، اگرچه مدت‌هاست واژه فناوری را به جای تکنولوژی به کار می‌بریم، اما، چون واژه «تکنولوژی» در فلسفه به ریشه‌های آن در جهان باستان یعنی «تخنه» ربط داده می‌شود و این ارتباط دارای تلویحات و اشارات خاصی است، مترجم ترجیح داده شده است که این کلمه به همان صورت تکنولوژی باقی بماند. البته، هر جا که «تکنولوژی»، صرفاً به معنای کلمه آن به کار رفته باشد، مترجم آن را با واژه فناوری جایگزین کرده و بنابراین «بیوتکنولوژی» را «زیست‌فناوری» ترجمه

کرده است. برخی مسائل دیگر هم در کتاب موجود است که خودبه‌خود به ترجمه هم امتداد می‌یابد. برای مثال، «فرهنگ مجازی» در این کتاب به دو معنای مرتبط آمده است. معنای نخست، مربوط به فرهنگی‌هایی است که در بین گروه‌های کوچک و بزرگی که در فضای مجازی تشکیل می‌شوند به وجود می‌آید و معنای دوم، مطالعه این فرهنگ‌هاست. در اینجا، این وظیفه خواننده است که تشخیص بدهد «فرهنگ مجازی» در کجا به چه معنایی آمده است و طبعاً در ترجمه فارسی این کتاب هم باید به همین صورت عمل کرد.

کتاب جعبه‌ها و کادرهایی را در لابه‌لای متن آورده که می‌تواند برای دانشجویان بسیار مفید باشد. متن این کتاب سنگین است و وجود این جعبه‌ها و کادرها می‌تواند نوعی رفع خستگی باشد و در عین حال اطلاعات بیشتری را نیز به خواننده بدهد. علاوه بر این، کتاب ده‌ها عکس دارد که باعث می‌شوند با خواننده ارتباط بیشتری برقرار کند.

• رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی

کتاب *رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی* مقدمه‌ای جامع بر فرهنگ، تاریخ، تکنولوژی‌ها و نظریه‌های رسانه‌های نوین است. این کتاب که به صورت ویژه برای دانشجویان نوشته شده است، جنبه‌هایی را در نظر می‌گیرد که در آن «رسانه‌های نوین» واقعاً نوین هستند، ادعاها در مورد این که انقلابی رسانه‌ای و تکنولوژیک روی داده است را ارزیابی می‌کند و شیوه‌های جدیدی از مطالعات رسانه‌ای را صورت‌بندی می‌کند تا به تکنولوژی‌های نوین پاسخ بدهد. نویسندگان، گستره وسیعی از این موضوعات را معرفی می‌کنند که عبارتند از: ویژگی‌های رسانه‌های نوین، کاربردهای اجتماعی و سیاسی ارتباطات نوین و رسانه‌های نوین، تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای، سیاست و جهانی‌شدن، زندگی روزمره و رسانه‌های نوین، نظریه‌های تعامل، همانندسازی، اقتصاد رسانه‌های نوین، علم سایبرنتیک و فرهنگ مجازی، تاریخ خودکارگان و زندگی مصنوعی.

این نسخه که در مقایسه با نسخه اول به صورت گسترده‌ای بروزرسانی شده است تا آخرین پیشرفت‌های نظری، رویکردها و توسعه‌های مهم در تکنولوژی‌ها را پوشش دهد، بهترین و تاکنون، جامع‌ترین کتاب درسی موجود در مورد این موضوع جالب و در حال گسترش بوده است.

ویژگی‌های مهم:

یک وب‌سایت کاملاً جامع www.newmediaintro.com که شامل مطالعات موردی بین‌المللی، منابع اضافه و تصاویر چندرسانه‌ای است.

ویژگی‌های آموزشی، به این اثر افزوده شده است تا متن، دسترس‌پذیرتر و کاربرد آن برای دانشجویان آسان‌تر شود و راحت‌تر بتوان از روی آن تدریس کرد. این ویژگی‌ها، شامل راهنمای کاربران، حاشیه‌نویسی‌ها، مطالعات موردی، واژه‌نامه و یک بخش منابع گسترش‌یافته و کامل برای کسانی است که می‌خواهند مطالعات بیشتری داشته باشند.

چیزهایی که در این نسخه به کتاب افزوده شده است:

۱. پیشگفتاری نو و مروری دیگر بر رویکردها و استدلال‌های عمده در کتاب؛
۲. مطالعات موردی تازه در مورد تغییر در بازی‌های ویدئویی، تلویزیون و تکنولوژی؛
۳. بحث‌های مفهومی گسترده‌ای که هم‌آراستی، همانندسازی، مجازی‌بودگی، متحرک‌بودن و شبکه‌ای‌شدن رسانه‌ها را پوشش می‌دهد؛
۴. فصل‌های جدیدی در مورد: همانندسازی مطالعات علم و تکنولوژی؛ تاریخ رسانه‌های غرق‌کننده موسیقی به‌مثابه یک رسانه نوین؛ اقتصاد «دم‌دراز» امر مجازی‌حقیقی؛ «ویکی‌ها» و وب ۲/۰ تکنولوژی، علیت و فرهنگ؛
۵. طراحی متنی کاربر پسند با تصاویر بیش‌تر.

زندگی نامه نویسندگان

مارتین لستر، جان دووی، ست گیدینگز و کران کلی هم‌وندان گروه فرهنگ، رسانه و نمایش در دانشکده هنرهای خلاق هستند و لین گرنت رئیس حوزه فلسفه در دانشکده علوم اجتماعی و انسانی است و همه آن‌ها در دانشگاه غرب انگلستان، بریستول، فعالیت می‌کنند.

مارتین لستر استاد فرهنگ دیداری در گروه فرهنگ، رسانه و نمایش در دانشکده هنرهای خلاق در دانشگاه غرب انگلستان، بریستول، است. او مطالب بسیاری در مورد عکاسی، فرهنگ دیداری و تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای نوشته و سرپرست و تولیدکننده رسانه‌ای است. او کتاب تصویر عکاسی در فرهنگ دیجیتال (راتلج، ۱۹۹۵) را ویراسته است و یک سی‌دی به نام از نقره تا سیلیکون: یک سی‌دی رام در مورد عکاسی، تکنولوژی و فرهنگ، لندن، آرتک (هر دو در سال ۱۹۹۶) را تولید کرده است. آخرین کارهایی که او منتشر کرده است شامل فصل «عکاسی در عصر تصویرسازی الکترونیک» در کتاب عکاسی: پیشگفتاری انتقادی (راتلج، ۲۰۰۳)، و مقاله «گونی ماسه: عکاسی و اطلاعات» در شماره سوم سال ۱۳ مجله کانورجنس که در سال ۲۰۰۷ سیج آن را منتشر کرد می‌شود.

جان دووی یک استاد رسانه‌های نمایشی در گروه هنرهای خلاق در دانشگاه غرب انگلستان، بریستول، است. تمرکز پژوهشی او بر فرم فرهنگی و تکنولوژی است؛ او کتاب رویاهای پرچین و شکن، رسانه‌های نوین در زمینه اجتماعی را ویراسته، که یکی از اولین کتاب‌های دانشگاهی در انگلستان در حوزه خود می‌باشد که در سال ۱۹۹۶ منتشر شده است. بعد از آن، او کتاب نمایش آدم‌های عجیب رسانه‌های اول شخص و تلویزیون واقع‌گرا را در

سال ۲۰۰۰ نوشت و سپس با یک همکار دیگر کتاب فرهنگ‌های بازی را در سال ۲۰۰۶ منتشر کرد. کار کنونی او بر نمایش، محتوای کاربرساز و رسانه‌های فراگیر متمرکز است که او از طریق مرکز پژوهش فرهنگ‌های مجازی که خودش مدیریت آن را در دانشگاه غرب انگلستان به عهده دارد کار را جلو می‌برد.

ست گیدینگز استاد برجسته در رسانه‌های دیجیتال و نظریه انتقادی در گروه فرهنگ، رسانه و نمایش در دانشگاه غرب انگلستان، بریستول است. او کردار رسانه‌های انتقادی و مطالعات رسانه‌های نوین را تدریس می‌کند و تمرکز او بر رسانه‌های نوین مردم‌پسند و زندگی روزمره است. پژوهش کنونی او شامل تولید اتنوگرافی‌هایی از نمایش و فرهنگ تکنولوژیک است و هم در فرم‌های نوشتاری و هم در فرم تصاویر متحرک مهارت دارد. کارهایی که او به تازگی منتشر کرده است شامل این آثار می‌شوند: مقاله «ماشین‌های دیونیسوسی: بازی‌های ویدئویی و پیروزی امر همانندسازی‌شده» که در شماره سوم سال ۱۳ مجله کانورجنس در سال ۲۰۰۷ به‌وسیله سیج منتشر شده است؛ فصل «بازی با ناآدمیان: بازی‌های دیجیتال به‌مثابه یک فرم از فرهنگ تکنولوژیک» در کتاب جهان‌ها در حال بازی: نگاه‌های بین‌المللی به پژوهش بازی‌های دیجیتال از کاستلز و جنسن (پیتر لنگ، ۲۰۰۷)؛ فصل «بازی‌های دیجیتال به‌مثابه رسانه‌های نوین» در کتاب فهم بازی‌های دیجیتال از روتر و بریس (سیج، ۲۰۰۶).

لین گرنٹ رئیس حوزه فلسفه در دانشگاه غرب انگلستان است و تخصص او پژوهش در متافیزیک، فلسفه معاصر فرانسه، فلسفه تکنولوژی و فلسفه طبیعت است. او مطالب بسیاری در مورد مسائل فلسفه و علم اروپایی پساکانتی منتشر کرده است و نویسنده کتاب‌هایی در مورد زمینه‌ها پس از شلینگ (به‌زودی منتشر می‌شود) و فلسفه‌های طبیعت پس از شلینگ (کانتینیوم، ۲۰۰۶) بوده است و به همراه یکی از همکارانش کتاب ایده‌آلیسم (اکیومن، ۲۰۰۹) را منتشر کرده‌اند.

کران کلی یک استاد برجسته در مطالعات فرهنگی در دانشگاه غرب انگلستان است و در آنجا نظریه رسانه‌ها را تدریس می‌کند. او بیش از بیست سال پیش کارش را در بخش محاسبات دولتی آغاز کرد. زمینه دانشگاهی او در تاریخ اقتصاد ریشه دارد و او از دو زمینه تخصصی خود برای کار بر روی اقتصاد سیاسی رسانه‌های نوین استفاده کرده است.

پیشگفتار ویرایش دوم

آماده کردن ویرایش دوم کتاب، این فرصت را فراهم آورد تا به چند مسئله توجه کنیم. این فرصت، به وسیله نقدهایی که روی کتاب نوشته شدند، بحث در مورد چشم اندازهای آن، بازخوردها از دانشجویان، پژوهش‌های جمعی و فردی خودمان و همین‌طور جلو رفتن تاریخ ایجاد شد؛ تاریخی که ویرایش اول کتاب به آن اشاره کرده بود و خود کتاب هم بی‌تردید بخشی از آن بود. در یک دهه گذشته، تغییراتی در رسانه‌های نوین و مطالعات رسانه‌های نوین روی داده است. وقتی از این‌جا به پروژه‌ای که آغاز کردیم نگاه می‌کنیم، در واقع، رویکردی را آزمون می‌کنیم که در ویرایش اول اتخاذ کردیم و تغییر بسیار مهمی که روی داده است و شیوه‌های فهم این تغییر را از فرهنگ گسترده‌تر روزرسانی پیوسته، از مدافداگی سریع، گزافه‌گویی‌های بازاریابان، بیانیه‌های پرسر و صدا و محدودیت‌های رشته‌ای متمایز می‌کنیم. ما از دریافتن اینکه بیش‌تر تفکرات‌مان در ویرایش نخست هنوز روا هستند خرسندیم. با وجود این، ویرایش دوم با تغییرات بسیاری همراه شد، برخی بخش‌ها به‌صورت جدی بازنویسی شدند، بخش‌های دیگری با دقت اصلاح شدند و تعدادی بخش کاملاً نو افزوده شد، اما دلیلی نبود که بخش‌های دیگر ویرایش نخست تغییر کنند.

شرایط آغاز فرایند بازبینی، ویرایش و تقویت ویرایش اول، نگرانی‌هایی را به همراه داشت. با وجود این، کار جلو رفت و ما بر بنیان‌های یک باستان‌شناسی متمرکز شدیم. ما توانستیم رویه مصنوعات تکنولوژیک و روابط «نو» را در زمینه‌ای درک کنیم که ویرایش سال ۲۰۰۳ خودمان را شکل داده بودیم. با آشکار شدن این امر، عنصر نیرومند تاریخی پروژه ما پدیدار شد. تاریخ‌هایی

که در ویرایش اول آشکار شده بودند، اکنون به دلیل گذشت زمان و تغییر، بخشی از تاریخ بلندتر بودند. در فاصله میان ویرایش نخست و دوم، بحث‌ها و نگرش‌های رقیب پدیدار شده بودند، پژوهش جدیدی انجام شده و نظریه‌هایی شکل گرفته بودند. البته ما نتوانسته‌ایم به اندازه کافی بر اهمیت بعد تاریخی مطالعه تکنولوژی (رسانه‌ای یا غیر رسانه‌ای) در فرهنگ تأکید کنیم. این مسئله که در ویرایش نخست بازتاب داده شده، اکنون باز هم آشکارتر شده است. در شمار آوردن بعد تاریخی تکنولوژی‌ها و فرهنگی که آن‌ها در آن زندگی می‌کنند و آن را تسهیل می‌کنند، باعث می‌شود که در دام باور داشتن به یک تغییر ذاتی نیفتیم. اگرچه در آغاز سده حاضر، خیلی‌ها چه از منظر آرمان‌شهری و چه از منظر ویران‌شهری از توانایی بالقوه تغییرساز تکنولوژی می‌گفتند، اما وقتی چنین برهه‌هایی را به لحاظ تاریخی بررسی کنیم، متوجه می‌شویم آن‌ها به پیشرفت‌هایی کمک کرده‌اند که تاریخ بلندتری دارند. چنین برهه‌هایی از تغییر شدید تکنولوژیک، به چنین راسخ‌های بلندتری جهت می‌دهند، سوبه‌ها را مشخص می‌کنند و در میان امکان‌هایی را انتخاب می‌کنند که این راسخ‌ها ایجاد می‌کنند.

حالا که ویرایش نخست، خودش به بخشی از تاریخ (رسانه‌های نوین) بدل شده است، چقدر در این تاریخ نقش داشته است؟ نخست، ما از دانستن اینکه این کتاب به صورت گسترده در کلاس‌های درسی در دانشگاه‌های دنیا تدریس و خوانده شده است خرسند شدیم. این به معنای تأیید مثبتی است که نشان می‌دهد هدف اصلی کتاب در مرور مهم‌ترین مسائل ایجاد شده به وسیله مسئله تکنولوژی در فرهنگ به خوبی تأمین شده است. دوم، این کتاب هم در مقطع کارشناسی و هم در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری تدریس شده و این نشان می‌دهد که توصیفات، مسئله‌پردازی‌ها و استدلال‌های کتاب توانسته است توازن میان تعقل و عمومیت را حفظ کند تا بتواند انواع مختلفی از اهداف دانشگاهی را تأمین نماید. سوم، این کتاب در شرایطی که برای کتاب‌های درسی چندان معمول نیست، به صورت انتقادی بررسی شده است و استدلال‌های آن در ادبیات پژوهشی دانشگاهی به نقد و بحث کشیده شده‌اند (کمبر، ۲۰۰۵^۱، مورلی، ۲۰۰۷^۲). این به ما نشان می‌دهد که استدلال‌مان به بار نشست است و توصیف‌های^۳ ما نه تنها از مسائل اصلی مطالعات رسانه‌های نوین، بلکه در سطح گسترده‌تر، از تکنولوژی و فرهنگ، در درون محدوده‌های همیشه نامطمئن، درست بوده‌اند.

مشخص است که وقتی می‌خواهیم در مورد هر چیز «نویی» بنویسیم دلهره معینی وجود دارد: امر نوین بر اساس تعریفش زودگذر است و نمی‌تواند برای همیشه نو بماند؛ ما در

1 Kember

2 Morley

3 characterisations

زمانی که ویرایش نخست کتاب را آماده می‌کردیم از خودمان پرسیدیم چگونه می‌توانیم به بهترین شیوه از این دام محتوم بپرهیزیم. بنابراین، به‌صورت آشکار در مورد چالش‌های کتابی که می‌خواهد در مورد رسانه‌های نوین بگوید صحبت کردیم. همچنین، ما به‌صورت واضح در مورد راهبردی صحبت کردیم که قرار بود اتخاذ کنیم و به این نتیجه رسیدیم که بحث از «رسانه‌های نوین» را به آن رسانه‌های خاصی پیوند بزنیم که در زمان نگارش کتاب نو بودند، کاری مبتذل است؛ کار ما این نبود که ردیفی از این رسانه‌های نو را بشماریم و کاربردهای آن‌ها را نشان بدهیم، بلکه قرار بود بر روندهای بزرگ‌مقیاس تاریخی متمرکز شویم و مسائل اصلی تکنولوژی و فرهنگ را بیابیم. چه چیزی باعث نوبودگی رسانه‌ها می‌شود؟ آیا ویژگی‌های اصلی‌ای وجود دارد که به ما امکان دهد تا امر «نو» را از امر «کهنه» تشخیص دهیم؟ تغییر تکنولوژیک چه نقشی در این کار دارد؟ رسانه‌های نوین، چه پرسش‌هایی در مورد چارچوب‌های تحلیلی موجود مطرح می‌کنند؟ چه رشته‌هایی به ما کمک می‌کنند؟ ما در تلاش برای پرهیز از تولید کتابی که تنها یک رویداد تاریخی است که فقط یک لحظه را توضیح می‌دهد، حوزه نگرشمان را به تاریخ و فلسفه تکنولوژی و فرهنگ به‌عنوان زمینه آگاهی‌بخش مطالعه‌مان از رسانه‌های نوین گسترش دادیم. در نتیجه، کاربرد پیوسته و درخواست‌ها برای ویرایش دوم، پیشینه‌ای معتبر در مورد موفقیت اهداف ما برای ویرایش نخست را فراهم می‌آورد.

وقتی که روی این ویرایش نو کار می‌کردیم، اصلی را مینا گذاشتیم تا ما را در تصمیم برای وارد کردن مطالب نو هدایت کند. اصل این است: تنها ظهور یک ابزار رسانه‌ای نو یا یک کردار رسانه‌ای تازه به‌خودی‌خود به این معنا نیست که ما باید بخشی از این کتاب را به آن اختصاص دهیم. این شیوه، همان چیزی است که پژوهش نومدار «روزآمد» دیوانه‌وار به دنبال آن است و ما در ویرایش نخست تلاش کردیم از آن بپرهیزیم. این کار مثل این است که دنبال دماغمان راه برویم. در عوض، ما پرسیدیم: آیا یک پیشرفت جدید نیازمند مفهوم‌سازی نو است؟ چه پیشرفت‌هایی به دلیل این که مسائل و پرسش‌هایی را پیش پای ما می‌نهند و ویرایش نخست ابزار پاسخگویی به آن‌ها را ندارد، نیازمند تفکر جدید هستند؟ در این جا، برای نمونه بر آن شدیم که «وبلاگ» و «وبلاگ‌نویسی»، فرم و کرداری است که از سال ۲۰۰۲ به‌صورت نمایی رشد کرده است، اما این پدیده نیازمند یک تفکر و تحلیل کاملاً نو، فراتر از آنچه پیش‌تر در مورد ارتباطات کامپیوتر واسط گفتیم و به‌خصوص آن‌چه در ویرایش اول در مورد موقت‌بودگی و تعاملی بودن ایمیل آمد، نیست. از سوی دیگر، رشد سریع سایت‌های شبکه اجتماعی از سال ۲۰۰۳ (بوید، ۲۰۰۷) یا اهمیت یوتیوب، ما را با کردارهای اجتماعی فنی‌ای رویارو کرد که

در سال ۲۰۰۳ مشهود نبودند و یا این که هنوز در مرحله فرگشت بودند. این چیزها، نیازمند توجه ما بود. در این پیشگفتار در مورد تاریخ که یکی از وجوه اصلی نگاه ما را تشکیل می‌دهد صحبت کردیم؛ وجه مهم دیگر، تشخیص مسائل مکرر فراتاریخی فرهنگ‌های تکنولوژیک است. گرچه همه مسائل در این کتاب نمی‌گنجد، اما برخی از این مسائل آن‌قدر ارزش دارند که توجه خوانندگان را به آن‌ها جلب کنیم. این امر فقط بدین معنا نیست که ما فکر می‌کنیم این مسائل جالب هستند (اگرچه ما واقعاً معتقدیم آن‌ها جالبند)، بلکه این رویکرد چارچوبی را فراهم می‌کند که به اعتقاد ما هر مطالعه‌ای از تکنولوژی در فرهنگ باید از آن بهره بگیرد.

در مرحله اول برنامه‌ریزی ویرایش نخست، بسیاری از استادان و پژوهشگران این پروژه را به دلیل توجه بیش از حد به مسئله‌ای نقد کردند که از نظر آن‌ها انحرافی روش‌شناختی بود. این مسئله‌ای بود که ما با توجه بحث‌های مک‌لوهان و ریموند ویلیامز مطرح و توصیف کردیم. ما خطر بی‌ارزش شدن کارمان در چشم همکارانمان را به جان خریدیم و اصرار داشتیم که نگاه این دو پژوهشگر به مسئله میدان^۱ تکنولوژی و فرهنگ را ترسیم کنیم. همان‌طور که در ادامه نشان خواهیم داد، در حالی که توصیف ویلیامز در میان اکثر مطالعات اجتماعی، فرهنگی و تاریخی رسانه‌ها فرهنگ و تکنولوژی پسند شده است، مشکلی که این توصیف نتیجه‌گیری‌های رشته‌ساز خود را در مورد آن ارائه کرده هنوز وجود دارد و برجسته‌تر هم شده است. به‌خصوص، بحث‌های متمرکز بر نقش علت‌ها در فرهنگ حل نشده باقی مانده‌اند. در حالی که پاسخ تاکنون سنتی به این مسئله این بوده است که فعال‌بودن علت‌ها در پدیده‌های فرهنگی و یا علت‌های مهم در مطالعه این پدیده‌ها را انکار کنیم و به‌طور کلی بر عاملیت انسانی متمرکز شویم، پیشرفت‌های جدیدتر در انواع مختلف تحقیقات علمی باید به‌صورت خاص از اثر مهم نظریه کنشگر شبکه در مطالعات علم و تکنولوژی نام ببریم. به‌صورت مؤثری با بازاندیشی و انکار تفاوت ذاتی میان رویدادهای طبیعی و فرهنگی، این بحث را دوباره گشوده‌اند. البته ما در ادامه تحت سرفصل *واقع‌گرایی در مطالعه تکنولوژی و فرهنگ* به این نکات پاسخ خواهیم داد. بنابراین، از خوانندگانمان می‌خواهیم تا حواسشان باشد که اگر ما هم مثل ویلیامز بر این باور نباشیم که فرهنگ اساساً از طبیعت جداست، نگاه‌مان به مطالعات فرهنگی چه تغییری خواهد کرد. این نه یک حکم جزم‌اندیشانه و نه شکلی است که چنین مطالعاتی روی فرهنگ، پیشاپیش آن را معین می‌دانند؛ بلکه ما بر این عقیده‌ایم که این حوزه‌ای است که در برابر تلاش‌های جدید گشوده است و در آن فرصت‌های بسیاری برای ایفای نقش در ایجاد توصیفات نو از پدیده‌های فرهنگی وجود دارد. البته تغییر مفهومی،

1. problem-field

شامل تغییر در تصویر کلی ما از یک فرهنگ و عناصر آن هم می‌شود. به صورت کلی، در علوم انسانی و اجتماعی ما عادت داریم که مفاهیم «سوژه‌ها» و «هویت‌ها» را امور اصلی در مطالعه فرهنگ بدانیم؛ با وجود این، این‌ها چيستند و چگونه می‌توان با ترسیم نقشه‌های مختلف هستی‌های فرهنگی‌شان را تغییر داد و یا حتی جایگزین کرد؟

مسئله مهم دیگری که در موقعیت کنونی باید به آن پاسخ بدهیم این است که تکنولوژی یک بازیگر گهگاهی در رویدادهای فرهنگی نیست، بلکه سازهای ثابت است. فرهنگی که ما در آن زندگی می‌کنیم، بدون نوعی از تکنولوژی‌های ثابت و ضبط (تبلت، کاغذ، موم، حروف سربی، لوازم الکترونیک آنالوگ و دیجیتال و ...) وجود ندارد. بنابراین، تکنولوژی در دغدغه‌های تحلیل‌گران فرهنگ، رسانه و تاریخ، نقش پیرامونی ندارد، بلکه عنصری فراگیر در آن‌هاست. به‌طور کوتاه، کل فرهنگ، تکنولوژیک است. اگرچه برخی ممکن است از شنیدن این حرف به هراس بیفتند و احتمالاً از این بترسند که مطالعات فرهنگی ممکن است جای خود را به نمودارهای مهندسی بدهد؛ این پاسخ تقلیل‌گرایانه احتمالاً تنها پاسخ موجود نیست. البته ما باید به این فکر باشیم، در محیط‌هایی که به طرز فزاینده‌ای به لحاظ تکنولوژیک پیچیده‌تر می‌شوند، با همه بازیگران در درون تولید فرهنگی ما علوم، مهندسی و علوم انسانی و اجتماعی – وارد گفت‌وگو بشویم و بنابراین نباید از سر ترس یا به دلیل تمایل به آسودگی که در درون خانه‌های علمی‌مان داریم، بگوییم مهندسی، ربطی به فرهنگ ندارد. برای نمونه، همان‌طور که در ادامه خواهیم گفت، تأثیراتی (برای مثال، ترس، گسیختگی و بی‌تفاوتی) که همراه با تکنولوژی هستند، خودشان عناصر واقعی در فرهنگ‌هایی‌اند که این تکنولوژی‌ها در درون آن‌ها زندگی می‌کنند. یکی از استدلال‌هایی که ما ارائه می‌کنیم و هم در مهندسی و هم در تأثیرات معنی‌پیدا می‌کند، مفهوم کارآیندی^۱ است: تکنولوژی همه چیز فرهنگ نیست و فرهنگ را به شیوه‌ای پیش‌بینی‌پذیر و مطلق تعیین نمی‌کند؛ بلکه تکنولوژی‌ها زمینه امکان‌های فرهنگی را فراهم می‌کنند که همه این امکان‌ها واقعی نمی‌شوند و یا از همه آن‌ها استفاده نمی‌شود. ویرایش نخست این کتاب در سال ۲۰۰۳ منتشر شد و این بدان معناست که پژوهش این کتاب از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۲ انجام شده است و طرح اولیه کتاب حتی مربوط به پیش از این زمان است. در ویرایش نخست، ما در عین توجه به تاریخچه‌های رسمی، گفتیم که میانه دهه ۱۹۸۰ برهه‌ای مفید برای تفکر در مورد «رسانه‌های نوین» بود (نگاه کنید به صفحه دوم از پیشگفتار). البته، حتی در آن زمان هم برخی از مفسران اصطلاح «رسانه‌های نوین» را یک اصطلاح غریب برای اشاره به چیزی می‌دانستند که در دهه ۱۹۸۰

1. affordances

در حال پدیدارشدن بود. در آن زمان، ما عنوان کتابمان را با اشاره به این که این اصطلاح یک اصطلاح مفیدتر نسبت به گزینه‌های جایگزین آن مثل «رسانه‌های دیجیتال»، «رسانه‌های تعاملی»، یا «ارتباطات کامپیوتر واسط» است انتخاب و توصیه کردیم (برای دیدن این دلایل نگاه کنید به ۱-۱-۴). برای برخی، ممکن است حتی عجیب و غریب‌تر به نظر بیاید که همین عنوان را برای نسخه کنونی کتاب حفظ کنیم. اکنون یک نسل کامل از خوانندگان که در دهه ۱۹۸۰ به دنیا آمده‌اند، به سن بزرگسالی رسیده‌اند و برای آن‌ها همین به اصطلاح «رسانه‌های نوین» همیشه بخشی از جهان آن‌ها محسوب می‌شده است و رسانه‌های «کهنه» ای که رسانه‌های نو همیشه با آن‌ها مقایسه می‌شدند، اکنون به‌سختی در فرم متمایز و مصون از دست‌کاری و تغییر امر «نو» وجود دارند. این در مورد تولید یک فرم رسانه‌ای باستانی مثل کتاب و شیوه‌ای که نوشته و تولید می‌شد، به همان اندازه وجود و ادامه حیات جهان مجازی سکند لایفا^۱ صادق است. البته حرکت‌های حساب‌شده محدود و فرهنگ‌های اقلیت در درون بازساختار بندی فراگیر رسانه‌ها و یا علیه آن وجود دارند. برخی افراد دنبال فیلم‌های سوپر هشت میلی‌متری، صفحه موسیقی، نامه‌های دست‌نویس، نقاشی‌های دستی و نواختن گیتار اکوستیک هستند یا با پشتکار زیاد تلاش می‌کنند تا عکاسی شیمیایی انجام دهند. مسلماً این‌ها چنین می‌کنند و علم اقتصاد تخصص‌گرا هم از آن‌ها پشتیبانی می‌کند (جالب است که اغلب، این کار را با استفاده از منابع اینترنتی انجام می‌دهند). البته، نسلی هم هست که بسیاری از آن‌ها خوانندگان این کتاب خواهند بود که در یک محیط رسانه‌های نوین، مثل ماهی‌ای که در دریا شنا می‌کند، کار، تفکر و بازی می‌کند. برای آن‌ها (برای شما) عبارت «نو» که به رسانه‌های آن‌ها (شما) پیوست می‌شود، تنها با تلاش و با کسب یک چشم‌انداز تاریخی معنادار می‌شود. پژوهش انتقادی در مورد شکل‌گیری و اهمیت طبیعی‌شده‌ترین و عادی‌شده‌ترین پدیده‌ها از نوعی فاصله یا شوک «غریب‌سازی» استفاده می‌کند. این امر خیلی مهم و شاهدهی بر سرعت و عمق تغییر است و ما باید این «غریب‌سازی» را در مورد «رسانه‌های نوین» کسب کنیم تا مثل مارشال مک‌لوهان بینیم «چیزی که ماهی که در مورد آن هیچ نمی‌داند آب است، چون آن‌ها هیچ امر پادمحیطی^۲ ندارند که به آن‌ها امکان دهد تا عنصری که در آن زندگی می‌کنند را درک کنند» (مک‌لوهان، نقل‌شده در فدرمن، ۲۰۰۳). این کتاب با بیش‌ترین احترام به ماهی‌ها، هم در ویرایش نخست و هم در ویرایش کنونی آن تلاش می‌کند تا آن‌چه آن‌ها نمی‌دانند را پیش چشم‌شان بیاورد.

1. Second Life

2. anti-environment

اصطلاح «رسانه‌های نوین» به لحاظ دوره‌ای و همین‌طور زندگی‌نامه‌ای^۱ تاریخی است. در زمانی که این کتاب نوشته می‌شود، جست‌وجوی گوگل برای اصطلاحاتی که شامل «رسانه‌های نوین» [به انگلیسی] می‌شوند نتایج بسیاری می‌دهد: «درس‌های رسانه‌های نوین» ۴۹ میلیون نتیجه، «شغل‌های رسانه‌های نوین» ۵۲ میلیون نتیجه و برای «محصولات رسانه‌های نوین» ۵۱ میلیون نتیجه به دست می‌آید؛ جست‌وجوی «رسانه‌های نوین» به‌عنوان موضوعی برای پژوهش در گوگل اسکالر بیش از ۳۱ میلیون نتیجه داد. این اصطلاح مثل اصطلاح «جهان‌نو» آمریکا که اروپایی‌ها آن را در سده چهاردهم «کشف» کردند، کاملاً بجا به کار برده شده است. این اصطلاح یک نشانه‌گذار تاریخی است و یک جلگه حاصلخیز را یافته است.

در آنچه از این به بعد می‌بینید، ما موضوعات معینی در تاریخ را پیشنهاد می‌کنیم و آن‌ها را به بحث می‌گذاریم؛ برخی از آن‌ها خطی و «غایت‌شناسانه» هستند یا به سمت یک نتیجه خاص هدایت می‌شوند؛ برخی از آن‌ها از این نظر خطی نیستند، اما شامل پیچش‌ها یا چرخش‌هایی هستند که تنها بعد از انجام کارشان مشخص خواهند شد. ما کارمان را با توصیه یک رویکرد تاریخی خاص به پایان نمی‌بریم، بلکه تنها اصرار خواهیم کرد که تاریخ پر پیچ و خم است. آنچه از یک منظر کنونی و محدود به نظر خطی و ساده می‌آید، همیشه پیچیده‌تر است. به‌طور خاص، تاریخ تکنولوژی، همان‌طور که مارکس می‌گوید پر از ارواح «جنازه‌های ماشین‌های مرده» است (برای نمونه، نگاه کنید ۲-۱). بخشی از توضیح این تاریخ شامل دقت در حضور فراگیر و توجه به آنچه در نگاه اول به‌رغم آشکاربودن روشن نیست، می‌شود و بدون تردید ما در ترسیم این تاریخ‌ها به این امور بر خواهیم خورد. گریزناپذیری تاریخ را باید پذیرفت و حضور ما در آن را باید مطالعه کرد. ما با درگیر کردن خودمان در این نسخه دوم، این فرصت را یافته‌ایم که خودمان را بیشتر در پیشرفت‌های پیش‌بینی‌ناپذیر دخالت دهیم: در پیشگویی‌های ضعیف و فهم مبهم از اکنون. ما با ترسیم نقشه‌ها (همیشه مشکلات جدیدی است که باید آن‌ها را تشخیص داد) از این امر نمی‌گریزیم و یا با دست‌یازیدن به کل تاریخ به‌صورتی از بیرون به نظر می‌آمده است که از آن نمی‌پرهیزیم (حتی اگر این کار ممکن بود، این امر به تاریخی تبدیل می‌شد که در یک نقطه معین تاریخی از بیرون به آن نگاه می‌شد). بلکه، ما با دقت در تاریخ و مسائل تکنولوژی در فرهنگ و با توجه به این که هیچ مسئله‌ای از قبل حل شده نیست، تلاشی جدی برای فهم محیط‌مان و این که چگونه این محیط چنین شکل غریبی به خود گرفته است خواهیم داشت. ما دوست داریم بقیه را هم به کار روی این پروژه ترغیب کنیم و به همین دلیل این ویرایش دوم را تهیه کردیم؛ گرچه محدودیت‌هایی هم دارد، اما ممکن است شما را تشویق به همکاری در این عرصه کند.

منابع

- Boyd, M. Danah 'Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship', *Journal of Computer-Mediated Communication*, <http://jcmc.indiana.edu/>, 2007.
- Federman, M. 'Enterprise Awareness: McLuhan Thinking', McLuhan Program in Culture and Technology, University of Toronto. <http://www.utoronto.ca/mcluhan/EnterpriseAwarenessMcLuhanThinking.pdf>, 2003.
- Kember, S. 'Doing Technoscience as (New) Media' in J. Curran and D. Morley (eds) *Media and Cultural Theory*, Routledge, 2005.
- Morley, D. *Media, Modernity and Technology: The Geography of the New*, Routledge, 2007.

پیشگفتار

هدف کتاب

هدف این کتاب این است که به دانشجویان، چارچوبی مفهومی برای تفکر در مورد گستره‌ای از مسائلی مهم بدهد که در خلال دو دهه اندیشه در پسایندهای فرهنگی رسانه‌های نوین ایجاد شده‌اند. این کتاب پیش از هر چیز کتابی در مورد پرسش‌ها، ایده‌ها و بحث‌ها مسائل انتقادی است که پیدایش تکنولوژی‌های رسانه‌ای نوین، آن‌ها را پدید آورده است. البته این کتاب، اثری کاملاً بی‌طرف و غیرسودار نیست که بحث‌ها را بدون طرفداری از یکی در برابر دیگری یا مهم‌تر دانستن برخی جنبه‌های مسئله و غیرمهم خواندن بقیه، یکی پس از دیگری فهرست کند. بنابراین، خواننده باید از پیش توجه داشته باشد که یک مؤلفه مهم این کتاب و هر کتاب دیگری این است که نویسنده آن در مورد آنچه مهم است و آنچه مهم نیست، قضاوت می‌کند و نویسندگان از برخی مواضع نظری، هواداری و علیه مواضع دیگری موضع‌گیری می‌کنند. قصد ما این نیست که به شیوه‌ای خنثی، رسانه‌های نوین و تکنولوژی‌های نوین را به‌صورت خلاصه توضیح دهیم، بلکه می‌خواهیم برای خوانندگان، برخی از مسائل مورد مناقشه را ارائه کنیم که در این حوزه نوپدید شایع است. شما در این کتاب استدلال‌هایی را در پشتیبانی مواضع مختلف خواهید یافت. هر جا چنین باشد، آشکارا آن را اعلام می‌کنیم و به شما خوانندگان هم می‌گوییم. مسلماً این چیزی است که باید انتظار آن را داشته باشیم، چون این کتاب به شیوه‌ای ویژه مجموعه تخصص‌هایی را در حوزه موضوعی خود جمع کرده که منطبق با زمینه‌های رشته‌ای مختلف ما در فرهنگ دیداری، تاریخ فرهنگی و رسانه‌ای،

نظریه رسانه‌ها، تولید رسانه‌ای، فلسفه و تاریخ علوم، اقتصاد سیاسی و جامعه‌شناسی است. در پایان، همان‌طور که مهم است، نسبت به آنچه استدلال‌های مختلف در این کتاب را از هم تفکیک می‌کند آگاهی داشته باشیم، باید بگوییم که چه چیزی در همه استدلال‌های ما مشترک است. نویسندگان این کتاب، تعهد مشترکی به رویکرد هم‌نهستی به مطالعات رسانه‌های نوین دارند. هر کدام از ما به‌صورت فردی معتقدیم که این حوزه این‌قدر پیچیده است که جزء با ترکیب یا هم‌نهشت کردن دانش‌ها نمی‌توان آن را توصیف کرد. اگرچه این حرف، کتاب را به‌عنوان یک کل پیچیده می‌کند، اما به‌صورتی دقیق‌تر حوزه مورد مناقشه مطالعات رسانه‌های نوین را تن‌یافته می‌نماید.

رویکرد ما به موضوع

این رسانه، یعنی کتاب، بر خلاف برخی رسانه‌های نوین که در ادامه این اثر در مورد آن‌ها بحث خواهیم کرد، آشکارا نویسندگان و خوانندگان را از هم جدا می‌کند. درست است که یک نویسنده، همه هزاران خواننده خود را نمی‌شناسد، اما او باید بتواند به شیوه‌ای برای خودش توصیف کند که خوانندگان احتمالاً چگونه‌اند و اگر این را از یاد ببرد آنگاه احتمالاً ناشر به او یادآوری خواهد کرد، چون ناشر به دنبال فروش کتاب است؛ برای ناشر شناسایی موفقیت‌آمیز مجموعه خوانندگان، یک بازار است. ما وقتی این کتاب را می‌نوشتیم در مورد خوانندگانمان چه فکری می‌کردیم؟ ما فرض را بر این گرفتیم که اکثر خوانندگان ما دانشجویانی هستند که در پانزده سال گذشته و حتی قبل‌تر از آن علاقه خاصی به مطالعه فرم‌های رسانه‌های نوین پیدا کرده‌اند و تصور می‌کنیم آن‌ها دانشی اولیه از مطالعات رسانه‌ای یا یک حوزه مرتبط دارند. خوانندگان، همچنین می‌خواهند بدانند از نویسندگان‌شان چه انتظاری داشته باشند. این کتاب چندین انتظار را برآورده می‌کند و ما بعدتر در این مورد صحبت خواهیم کرد. البته برای اکنون باید بدانیم که فرصت کنونی برای پیوند میان نویسندگان و خوانندگان، همان موضوع کتاب است: رسانه‌های نوین. خوب، این رسانه‌های نوین چیستند؟ ما آن‌ها را آن روش‌ها و کردارهای اجتماعی ارتباطی، بازنمایی، نمودی در نظر می‌گیریم که با استفاده از کامپیوترهای دیجیتال، چندرسانه‌ای و شبکه‌بندی‌شده و شیوه‌هایی به وجود آمده که تصور می‌شود این ماشین‌ها کار در دیگر رسانه‌ها را تغییر داده‌اند؛ در این‌جا منظور از دیگر رسانه‌ها از کتاب تا فیلم و از تلفن تا تلویزیون است. این‌ها کی روی دادند؟ به سخن دیگر، در چه دوره‌ای «همه چیز تغییر کرد»؟ فرایندی که به‌وسیله آن کامپیوتری‌سازی یا «دیجیتال‌سازی» بر رسانه‌های سده بیستم اثر گذاشت در بسیاری از حوزه‌ها و با سرعت‌های مختلف همچنان

به پیش می‌رود و بنابراین به دشواری می‌توان تاریخی مشخص یا دوره‌ای قطعی را برای ظهور رسانه‌های نوین بیان کرد. حتی پیشرفت‌های مهم در رایانش، که تکنولوژی اصلی این دیجیتال‌سازی است و در بلندمدت باعث شد این تکنولوژی به صورت مفهومی و فنی ممکن شود، یکی دو تا نیستند. می‌توانیم با در نظر گرفتن پیدایش کامپیوتر شخصی، به دوره‌ای فکر کنیم که بیش‌تر به ما مربوط است. می‌توانیم به دهه ۱۹۸۰ به عنوان جلگه حاصلخیزی نگاه کنیم که در آن کامپیوتر شخصی کم‌کم مجهز به همپوشانی‌های گرافیکی تعاملی شد؛ در این دوره بود که حافظه کافی برای اجرای نسخه‌های اولیه نرم‌افزارهای دست‌کاری تصاویر فراهم شد و در این دوره بود که کم‌کم شبکه‌های ارتباطاتی کامپیوتر واسط پدیدار شدند. این زمانی بود که ایده‌ها و مفاهیم خیال‌با فان‌پیشین، کم‌کم به واقعیت پیوستند.

از آن زمان تاکنون، دوره‌ای تقریباً کمتر از سی سال گذشته و در این زمان گمانه‌زنی، پیش‌بینی، نظریه‌پردازی و بحث در مورد سرشت و توانایی‌های این رسانه‌های نوین با سرعت عجیب و نفس‌گیری پیش رفته است. گستره‌ای وسیع‌تر از ایده‌هایی به وجود آمدند که بسیاری از آن‌ها، فرضیات موجود در مورد رسانه، فرهنگ و تکنولوژی (و مسلماً طبیعت) را به چالش می‌کشند و در گردابی از نوآوری‌های سریع و پیوسته تکنولوژیک حرکت کردند. به همین ترتیب، در میانه دهه ۱۹۸۰ «هیاهوهای» بسیاری در مورد پیدایش رسانه‌های نوین وجود داشت. این هیاهوها مسلماً هنوز با ما هستند، اما امروز به دلیل تجربه و زمان کافی که برای ایجاد توازن انتقادی داشته‌ایم، با این هیاهوها برخورد سخت‌تری می‌شود. رسانه‌های نوین به تمرکز پژوهشی عمده‌ای در حوزه نوپدید مطالعه رسانه و فرهنگ تبدیل شده‌اند و اکنون مجموعه‌ای پیچیده از تفکر و نوشته در مورد آن‌ها وجود دارد. تفکر در مورد رسانه‌های نوین به یک حوزه انتقادی و پرقابیت مطالعه بدل شده است.

مطالعات رسانه‌ای، مثل هر حوزه پژوهشی دیگری با مشکلاتی دست به‌گریبان 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 پرسش‌هایی ارزش کارکردن دارند؟ چه ایده‌هایی واقعاً مهمند؟ در این کتاب ما با کنار هم قراردادن گستره‌ای از صداها و رشته‌های دانشگاهی، تلاش کرده‌ایم تا نقشه‌ای اولیه از این سرزمین و بحث‌های آن فراهم کنیم.

چنین پروژه‌ای، چالش‌های خودش را دارد. وقتی ما نگارش این کتاب را آغاز کردیم، پیش از هر چیز دیگری از گام تند تغییر رسانه‌ای تکنولوژیک آگاه بودیم که ویژگی پایان سده بیستم و آغاز سده بیست و یکم بود. با پیدایش آن‌چه می‌توانیم آن را «فرهنگ برورسانی» بخوانیم، این

مسئله آشکارتر شد: خود کامپیوتر با کردار بروزرسانی به یک تکنولوژی سیال تبدیل شد، نه یک تکنولوژی نهایی و ثابت. بنابراین، ما با این پرسش مواجه بودیم که چگونه می‌توانیم یک نقطه انفصال را پیدا کنیم. تغییر تکنولوژیک و رسانه‌ای پیوسته باعث شده است که پیوند زدن بحث از «رسانه‌های نوین» به آن رسانه‌های خاصی که در زمان نگارش این کتاب نو هستند به امری مبتذل تبدیل شود. بلکه، ما خودمان را موظف به پژوهش در مسائل بنیادین تری مثل این‌که چه چیزی باعث نوبودگی در رسانه‌ها می‌شود و تغییر تکنولوژیک چه نقشی در آن بازی می‌کند می‌دانیم. به همین ترتیب، ما به جای این‌که فقط حواسمان به آن ایده‌هایی باشد که در زمینه بحث‌های بلاواسطه در مورد «فرهنگ مجازی» ایجاد می‌شوند، به گستره بسیار وسیع‌تر منابع معاصر و تاریخی‌ای مراجعه می‌کنیم که به ما کمک می‌کنند، موقعیت کنونی را روشن کنیم. بنابراین، این کتاب از نظریه‌ها و چارچوب‌هایی نه فقط از مطالعات رسانه‌ها، بلکه همچنین از تاریخ فرهنگ و هنر، مطالعه فرهنگ مردم‌پسند، اقتصاد سیاسی، علوم و فلسفه بهره می‌گیرد. باور ما این است که این جامعیت تنها راه آغاز فهم تغییراتی فرهنگی است که گفته می‌شود رسانه‌های نوین ایجاد کرده‌اند. ما با اتخاذ این رویکرد، تلاش می‌کنیم سرمان را بالاتر از جزر و مد تغییرات تکنولوژیک و رسانه‌ای نگه داریم تا به جای تمرکز بر کف‌های روی موج، ببینیم چه چیزی در دوردست وجود دارد. حتی موج‌سواران هم به تاریخ موج توجه دارند و تلاش می‌کنند تا در لحظه بهینه از پیدایش موج، آن را دریابند؛ تنها یک موج‌سوار احمق ممکن است این لحظه را نادیده بگیرد! بنابراین، این کتاب، کتابی نیست که دلش را به آخرین بروزرسانی نرم‌افزارها، بازی‌ها، تجربه آوانگارد، یا ترفندهای بازاریابی خوش کند. بلکه، آنچه ما امیدوارم بتواند این کتاب را از دیگر آثار متمایز کند این است که این کتاب نه تنها بر این امور مختلف تمرکز می‌کند، بلکه به این‌که چه فرم‌هایی از فهم به آن‌ها ربط پیدا می‌کنند و چه معنایی در آن‌ها قرار داده می‌شوند هم توجه دارد.

به این دلیل است که این کتاب، درآمدی انتقادی به رسانه‌ها و تکنولوژی نوین است. «انتقادی» بودن به معنای اتخاذ این موضع که «در جهان، هیچ چیز جدیدی وجود ندارد» نیست. نوبودگی رسانه‌های نوین تا حدودی واقعی است، چون این رسانه‌ها تا پیش از اکنون وجود نداشتند. اما وارد کردن این تغییرات در توصیف به معنای این نیست که بگوییم کل تاریخ به این دلیل اهمیت ندارد که پر از لحظات مشابه نوبودگی است. ما با اتخاذ نگاهی انتقادی و تاریخی به رسانه‌ها و تکنولوژی نوین امید داریم که این کتاب نه نوبودگی را فدای تاریخ کند و نه تاریخ را فدای نوبودگی، بلکه خودش نیز با تاریخ نوبودگی آغاز می‌شود. برای روشن کردن این نکته، دقت کنید که چگونه برخی از رویکردهای اصطلاحاً انتقادی

اغلب به صورت جدی هر تغییر مهمی را چه در رسانه‌ها و چه در فرهنگ‌هایی انکار می‌کنند که این رسانه‌ها در شکل دادن به آن‌ها نقش دارند. چنین توصیفات انتقادی از رسانه‌های نوین دائماً بر پیوستگی در منافع اقتصادی، الزامات سیاسی و ارزش‌های فرهنگی تأکید می‌کنند که رسانه‌های «نو» و «کهنه» را هدایت می‌کنند و شکل می‌دهند. آن‌ها تلاش می‌کنند نشان دهند که تفکر غالب در مورد تفاوت رسانه‌های نوین که راهش را از رسانه‌های کهنه، انفعالی و آنالوگ ما جدا کرده است و پیش‌تر از آن حرکت می‌کند یک حقه و افسانه ایدئولوژیک است. آن‌ها می‌گویند می‌توان به صورت جدی نشان داد که رسانه‌های نوین، آخرین تحریف هوشمندانه سرمایه‌داری برای مسخ کردن ما با **کالاهای** فریبنده و وعده دروغین برای یک زندگی بهتر است. این صداها مهم هستند، اما کامپیوترها و دیگر تکنولوژی‌های مرتبط دیجیتال، دست‌کم کاندیدایی برای وارد شدن در فهرستی از تکنولوژی‌های فرهنگی (شامل مطبوعات و کتاب، عکاسی، تلفن، سینما و تلویزیون) هستند که به روش‌های پیچیده و غیرمستقیم، نقش مهمی در تغییر فرهنگی و اجتماعی بازی کرده‌اند. اگرچه درست است که هیچ‌کدام از این رسانه‌ها را نمی‌توان به سادگی به‌خاطر برخی کاربردها و محتواهایشان دستاوردهای بزرگ و سودمند انسانی دانست، اما آن‌ها را هم نمی‌توان به فریب‌های شیطانی سرمایه‌داری فروکاست!

از سوی دیگر، منتقدانی را در نظر بگیرید که به صورت غیرانتقادی اصرار دارند که هر چیزی تغییر کرده است و یا آنهایی را فرض کنید که تکنولوژی‌های دیجیتال را اموری می‌دانند که آن را آرمان‌شهری پدید آورده‌اند و نمونه آن هرگز پیش‌تر وجود نداشته است، یا این‌جا هم کسانی هستند که به سادگی همه نظرات انتقادی را رد می‌کنند و اصرار دارند که ابزارهای قدیمی نظری در مواجهه با تغییرات گسترده تکنولوژیکی‌ای که روی می‌دهد، ناکارآمد هستند. در حالی که آشکارا برخی تغییرات روی داده‌اند، حتی اگر هم این تغییرات به آن اندازه که می‌گویند بنیادین باشند، آنگاه غیرممکن خواهد بود که بشود گفت با واژه‌ها چه اتفاقی افتاده است!

ما با پیگیری استعاره‌ای که پیش‌تر گفتیم، می‌توانیم بگوییم که منتقدان انتقادی، آن‌چنان در ژرفنای دریا هستند که نمی‌توانند موج را ببینند. در عین حال، آرمان‌شهرگرایان هم آن‌چنان بر فراز موج متمرکز می‌شوند که اقیانوسی که موج بخشی از آن است را نمی‌بینند. این‌طور نیست که «در بر همان پاشنه بچرخد»، اما این‌طور هم نیست که در کاملاً از جایش در رفته باشد. بلکه، در این کتاب، ما هم دامنمان را از هیاهوها پس خواهیم کشید و هم در سرشت تغییرات پژوهش خواهیم کرد. به نظر ما می‌رسد که هیچ جایگزین واقعی وجود ندارد. ما توجه خوانندگان را به دو ویژگی این کتاب جلب می‌کنیم.

بعد تاریخی کتاب

ممکن است به نظر برسد که درآمدی در تفکر انتقادی در مورد رسانه‌های نوین، بر خلاف چنین درآمدی در مورد پدیده‌هایی همچون عکاسی، فیلم یا سینما نیاز چندانی به کار تاریخی ندارد، اما همان‌طور که پیش‌تر نیز گفتیم ما معتقدیم درگیر نشدن با تاریخ‌های تکنولوژی‌ها و رسانه‌های مورد بحث یک اشتباه مهم است. این‌طور نیست که چیزهای نو، تاریخ نداشته باشند، بلکه تنها کار ما در پژوهش در مورد تاریخشان را دشوارتر می‌کنند، زیرا مسلماً چیزهای نو ممکن است تاریخ‌های نادیده گرفته شده را بیرون بکشند تا به این پرسش پاسخ بدهند که از کجا آمده‌اند. افزون بر آن، در ادعاها و ایده‌هایی که اکنون در مورد رسانه‌های نوین وجود دارد، می‌توانیم دوره‌های تاریخی بسیاری را ببینیم. ما باید توجه داشته باشیم که تکنولوژی‌های رسانه‌ای «کهنه» نیز زمانی نو بودند و برای مردم عصر خودشان، مثل خود ما، اهمیت زیادی داشته‌اند. تلاش برای فهم ماشین‌های نوی امروز و محصولات آن‌ها باید آگاهی‌ای از این‌که پیش‌تر هم این‌جا بوده‌ایم در ما به وجود بیاورد. حتی کتاب‌های چاپی هم‌زمانی نو بودند. بنابراین می‌توانیم بپرسیم این نبودگی در چه شرایطی درک می‌شده است؟ به چه شیوه‌هایی با نبودگی در جهان ما قابل مقایسه است؟ و چه ربطی با نتایج نهایی داشته است؟ ما در پاسخ به امر «نوین»، امروز چیزهایی را از زمان‌ها و لحظات تاریخی دیگر خواهیم آموخت.

تأکید کتاب بر پرسش‌های وسیع‌تر از فرهنگ و تکنولوژی

بخش‌هایی از کتاب حاضر ما را متوجه این موضوع می‌کند که رسانه‌های نوین تا چه حد از تکنولوژی‌هایی جدایی‌ناپذیرند که هستی آن‌ها را امکان‌پذیر کرده‌اند. این بدان معناست که ما باید زمینه را برای تفکر در مورد رابطه رسانه و تکنولوژی آماده می‌کردیم. این موضوعی بزرگ‌تر را مطرح می‌کند و بحث‌هایی را در مورد رابطه میان فرهنگ و تکنولوژی پیش می‌کشد؛ مسئله‌ای که دقیقاً در اصطلاحی مثل «فرهنگ مجازی» هم مطرح می‌شود. به نظر مهم می‌رسد که ما روش‌هایی برای ارزیابی میزان و شدت آن نوع از تغییراتی داشته باشیم که تکنولوژی‌های رسانه‌ای می‌توانند ایجاد کنند. اگر آن‌طور که به نظر می‌رسد فرهنگ معاصر ما عمیقاً در فرم‌های در حال تغییر تکنولوژیک غرق شده باشد، پرسش مهم این است که رسانه‌های نوین و تکنولوژی‌های ارتباطی نوین و به‌طور کلی تکنولوژی‌ها تا چه حد فرهنگی را تعیین می‌کنند که خود در آن هستند. برعکس، ما باید این را هم بپرسیم که عوامل فرهنگی، تا چه حد استفاده و تجربه ما از قدرت تکنولوژیک را شکل می‌دهند. همان‌طور که بسیاری از مفسران کنونی و پیشین گفته‌اند، این‌ها پرسش‌هایی پیچیده و بی‌پاسخ هستند که رسانه‌های نوین یک بار دیگر با قدرت آنها را پیش پای ما می‌نهند.

ساختار کتاب

پنج بخش اصلی این کتاب به جای این که به فرم‌های رسانه‌ای متمایز یا جدا از هم (برای مثال فصلی به اینترنت و فصل دیگری به بازی‌های کامپیوتری) اختصاص داده شوند، بر اساس بحث‌ها و شیوه‌های تفکر متفاوت در مورد رسانه‌های نوین بنیان نهاده شده‌اند. به این شیوه، هر بخش مجموعه متفاوتی از مسائل و استدلال‌های انتقادی را پیش‌روی می‌نهد و هر جا لازم باشد در کنار آن بحث‌های مفصل در مورد فرم‌های خاص رسانه‌ای یا تکنولوژیک را هم اضافه می‌کند. هر بخش از این کتاب رسانه‌های نوین را از درون منشور انواع مختلف پرسش‌ها و نظریه‌ها می‌بیند. خواننده متوجه خواهد شد که فرم‌های بسیاری از رسانه‌های نوین در چندین جای کتاب، و احتمالاً در چند بخش این پنج فصل به بحث گذارده شده‌اند (برای نمونه در مورد «واقعیت مجازی» به صورت مختصر در بخش ۱ به عنوان بخشی از یک تحلیل در مورد ویژگی‌های اصلی و معرّف رسانه‌های نوین به بحث گذارده شده است، در بخش ۲ که تغییرات در فرهنگ دیداری بررسی شده‌اند، تاریخی از رسانه‌های غرق‌کننده ارائه شده است و در بخش ۵ که استدلال‌های فلسفی در مورد رابطه امر «مجازی» با امر «واقعی» ارائه شده، باز هم به بحث گذاشته شده است). از یک جنبه، انواع مختلف چارچوب‌های نظری که در هر بخش از کتاب به کار گرفته می‌شوند، منعکس‌کننده نوع مطالعات رسانه‌ای خود هستند. برای نمونه بخش ۳ مطالعاتی از رسانه‌های نوین را ارائه می‌کند که از چشم‌انداز اقتصاد سیاسی و بحث‌های گسترده جامعه‌شناختی نقش رسانه‌های نوین در شکل‌دادن به جماعت و هویت استفاده کرده است. بنابراین، این بخش به نسبت بخش‌های دیگر کتاب در مورد رسانه‌های آنلاین و شبکه‌هایی ارتباطی که این پدیده‌ها در آن‌ها روی می‌دهند حرف بیش‌تری برای گفتن دارد.

چگونه از این کتاب استفاده کنیم

همان‌طور که پیش‌تر گفتیم، وقتی به خوانندگانمان فکر می‌کردیم یک خواننده دانشجوی را فرض کردیم که پیشتر مطالعاتی در حوزه مطالعات رسانه‌ها یا یک رشته مرتبط داشته است و اکنون می‌خواهد با بحث‌های خاص در مورد مطالعات رسانه‌های نوین درگیر شود. البته گستره مسئله‌ای که ما در این صفحات معرفی و بررسی کردیم به خودی خود به معنای آن است که مطالب ناآشنای زیادی مطرح خواهند شد. ما برای این که در این شرایط به خواننده کمک کنیم چند راهبرد را در پیش گرفته‌ایم. تا جایی که ممکن بوده است تلاش کرده‌ایم از زبان بیش از حد فنی بپرهیزیم و هم در درون متن و هم در واژه‌نامه انتهای کتاب توضیحاتی برای مفاهیم به کار رفته ارائه کنیم. همچنین در جاهای مناسب استدلال‌ها را با مطالعات موردی روشن‌تر

کرده‌ایم و در جاهایی که مجموعه خاصی از ایده‌های دشوار ارائه شده‌اند نیز خلاصه‌ای کوتاه برای خوانندگان آورده‌ایم تا به آن‌ها کمک کنیم استدلال موجود را درک کنند و آن‌ها را به سمت مطالعات بیش‌تر راهنمایی کنیم تا در آنجا بتوانند با عمق بیش‌تری ایده‌ها را مطالعه کنند. در کنار متن اصلی، مجموعه‌ای جاری از یادداشت‌های حاشیه‌ای آورده شده است. این متن‌ها دو کارکرد دارند. اول این که آن‌ها بدون گسیخته کردن جریان استدلال اصلی جزئیات بیش‌تری به آن می‌افزایند و دوم این که منابع کتاب‌نامه‌ای مهم و مرتبط با نکته مورد بحث را معرفی می‌کنند. البته همه منابع در کتاب‌نامه گسترده در انتهای هر بخش آورده شده است.

این اثر، کتابی حجیم است که حوزه‌های زیادی را پوشش می‌دهد. ممکن است بیش‌تر خوانندگان به جای خواندن همه کتاب به شیوه‌ای خطی از آغاز تا پایان، در زمان‌های مختلف به بخش‌های متنوع آن مراجعه کنند. با توجه به این مسئله، ما برخی نکات را در بیش از یک جای کتاب به‌طور خلاصه بازگو می‌کنیم، تا خواننده بدون نیاز به تعقیب مطالب پشتیبان در جای دیگر کتاب، بتواند با بخشی درگیر شود که انتخاب کرده است. همچنین، در کل کتاب ما ارجاعات درون کتابی می‌دهیم که به خواننده می‌گویند که در کجای کتاب می‌تواند مطالب بیش‌تری در مورد این موضوع پیدا کند یا در کجا می‌تواند یک نگرش دیگر به این مسئله را ببیند.

بخش‌های کتاب

بخش ۱: رسانه‌های نوین و تکنولوژی‌های نوین

در این بخش از کتاب برخی پرسش‌های بنیادین در مورد رسانه‌های نوین مطرح می‌شوند و تمایزاتی در مورد پدیده‌هایی که تحت عنوان «رسانه‌های نوین» طبقه‌بندی می‌شوند نیز بیان می‌گردند تا بهتر بتوان این حوزه مطالعه را مدیریت کرد. سپس برخی ویژگی‌های اصلی را که به نظر می‌رسد معرف رسانه‌های نوین باشند، نقشه‌بندی می‌کنیم، به بحث می‌گذاریم، در مورد آن‌ها مثال می‌زنیم و می‌پرسیم «نوبودگی» رسانه‌های نوین چگونه به شیوه‌های مختلفی درک می‌شود. در بخش‌های بعدی، ما در مورد شیوه‌هایی بحث می‌کنیم که به رسانه‌های نوین تاریخ داده شده و در این فرایند چگونه به آن‌ها اهمیت داده شده است. مفهومی مهم در مطالعات فرهنگی تکنولوژی رسانه که «تخیل تکنولوژیک» است، معرفی می‌شود و شباهت‌های میان شیوه‌های دریافت «رسانه‌های نوین» قبلی در سده بیستم و پیشرفت‌های کنونی به بحث گذاشته می‌شوند. در پایان این بخش، ریشه‌های بحث امروز در مورد رسانه‌های نوین را بررسی می‌کنیم که بر مدار قدرت رسانه‌ها می‌چرخند، تا سرشت فرهنگ و جامعه را تعیین کنیم. ما متوجه اهمیتی خواهیم شد که در بیش‌تر اندیشه‌های امروزی در مورد رسانه‌های نوین به کار مارشال مک‌لوهان

داده می‌شود و استدلال‌هایی را بررسی می‌کنیم که ریموند ویلیامز و بیش‌تر مطالعات رسانه‌ای دانشگاهی به‌وسیله آن‌ها، این شیوه از فهم رسانه‌های نوین را به چالش می‌کشند. نقش کارهایی که از خارج از حوزه سنتی مطالعات رسانه‌ها برای فهم رسانه‌های نوین انجام شده، مخصوصاً کارهایی نیز بررسی می‌شوند که از چشم‌انداز مطالعات علم و تکنولوژی انجام شده‌اند.

بخش ۲: رسانه‌های نوین و فرهنگ دیداری

پرسش ما در بخش ۲ این است که رسانه‌های دیداری و تکنولوژی‌های تصویرسازی، چگونه تغییرات امروزی را در فرهنگ دیداری ممکن کرده‌اند. در کل سده بیستم، هر تکنولوژی رسانه‌ای که از راه رسیده فرهنگ دیداری را تحت سلطه خود گرفته و بعد جای خود را به تکنولوژی دیگری داده است: عکاسی، فیلم روایی و سینما، تلویزیون و ویدئو؛ هر کدام از این‌ها در جای خود به‌عنوان اموری دیده شده‌اند که ما را به سمت نگاهی متفاوتی از جهان هدایت کرده‌اند. با نگاهی وسیع‌تر، برخی، خود سرشت دیدن را به‌لحاظ تاریخی امری متغیر می‌دانند. این فرایندها چگونه به درون عصر رسانه‌های نوین امتداد یافته‌اند؟ ما برای یافتن پاسخ به این پرسش تاریخ واقعیت مجازی، رسانه‌های غرق‌کننده، و سینمای دیجیتال را رهگیری کرده‌ایم. همچنین ما به‌عنوان بخشی از بحث در مورد واقعیت مجازی، پسایندهای فرهنگی فصل مشترک تاریخی تکنولوژی‌های همانندسازی که از دهه ۱۹۶۰ به این سو در علوم کامپیوتری توسعه یافتند و سنت‌های بسیار ریشه‌دار بازنمایی دیداری غربی را مورد توجه قرار داده‌ایم و مفاهیم بازنمایی و همانندسازی به بحث گذاشته شده‌اند (این بحث‌ها در ۱-۲-۶ هم موجودند). مسائل اصلی برای نظریه‌های عکاسی و فیلم و سینما واقع‌گرایی و سرشت بازنمایی دیداری آن‌ها بوده است. ما با تبعیت از استدلالی که می‌گویید در واقعیت مجازی، بازنمایی جای خود را به کرداری دیگر یعنی همانندسازی می‌دهد، این مسائل را در زمینه انیمیشن کامپیوترساز، جلوه‌های ویژه و سینمای دیجیتال بررسی می‌کنیم.

بخش ۳: شبکه‌ها، کاربران و علم اقتصاد

بخش ۳ با فرم‌های شبکه‌ای شده رسانه‌ای سروکار دارد که اینترنت، امکان بروز آن‌ها را فراهم می‌کند. این بخش، تأکید خاصی بر رابطه میان اقتصاد و فرم‌های فرهنگ رسانه‌ای دارد که از طریق تکنولوژی‌های شبکه‌بنیاد پدیدار می‌شوند. به همین دلیل هدف آن نشان دادن این است که ما چقدر به فهم رابطه میان خلاقیت انسانی، قابلیت تکنولوژیک و امکان‌های ارائه‌شده به‌وسیله بازارها نیاز داریم. ساختار خود این بخش، به‌عنوان مدلی برای فهم این روابط برهم‌کنش‌گر ارائه شده است و میان یک فهم کلی از نیروهای اقتصاد کلان جهانی شدن و نولبرالیسم و به‌عنوان مثالی خاص این‌که چگونه این امر می‌تواند بر کاربرد سایت‌های شبکه اجتماعی یا

شخص یا نهاد تهیه‌کننده تلویزیون آنلاین اثر بگذارد، حرکت می‌کند. این بخش نشان می‌دهد که چگونه می‌توان رویکرد «شکل‌دهی اجتماعی به تکنولوژی» را از طریق ابزارهای اقتصاد سیاسی برای مطالعات سنتی رسانه‌ها به‌خوبی به کار گرفت. این بخش به‌صورت انتقادی هم‌ذات‌پنداری میان اینترنت و جهانی شدن را با تأکید بر واقعیت یک «شکاف دیجیتال» به‌عنوان روشی برای به چالش کشیدن وجه تسمیه «وب گسترده» برای وب جهان‌گستر تحلیل می‌کند. همچنین به‌صورت خاص‌تر شیوه‌ای را مطالعه می‌کند که در آن کسب‌وکارهای شبکه‌مدار در چرخه قدرت‌یابی و انفجار بازار قرار می‌گیرند و در این بخش این کار به‌عنوان شیوه‌ای برای فهم پیشرفت‌های وب ۲/۰ به‌مثابه یک پاسخ مستقیم به سقوط دات‌کام در سال ۲۰۰۰-۲۰۰۲ انجام می‌شود. ما یک بخش جدید هم در مورد شیوه تأثیرگذاری کردارها و تکنولوژی‌های شبکه‌ای بر صنایع موسیقایی آورده‌ایم که از خیلی جهات نشان‌دهنده تضادهای موجود میان کاربران و صاحبان حقوق پدیدآورندگان است و همه کسب‌وکارهای رسانه‌ای این مسئله را در سال‌های آغازین این سده بسیار چالش‌برانگیز یافته‌اند. استدلال ما این است که نظریه اقتصادی «دم‌دراز»^۱ به‌مثابه مدلی نو و مهم برای فهم رسانه‌های شبکه‌ای پدید آمده است که امکان‌های جدیدی را هم برای کاربران و هم برای تولیدکنندگان ایجاد می‌کند که به کردارهای جدید کسب‌وکار در بازاریابی واقعی مجازی، مدیریت جماعتی و تبلیغات وبی می‌انجامد. بعد از این که خواننده با این پس‌زمینه درگیر شد، می‌تواند خلاصه‌ای از سنت‌های اصلی در مطالعه ارتباطات کامپیوتر واسط را مطالعه کند و با پارادایم‌های تفکر در مورد نوع سرمایه‌گذاری‌های شخصی آشنا شود که اینترنت به ما ارائه می‌دهد. این سرمایه‌گذاری‌ها را اکنون بیشتر با عنوان «محتوای کاربزاز» می‌شناسند و این بخش به برخی از فرم‌هایی که این انفجار تولیدات رسانه‌ای به خود می‌گیرد، مثل یوتیوب، نگاهی خواهد انداخت.

بخش ۴: رسانه‌های نوین در زندگی روزمره

ادعاها در مورد اثر انقلابی تکنولوژی‌های رسانه‌ای نوین، اغلب نوعی تغییر شکل در زندگی روزمره و ساختارها و روابطی را پیش‌فرض می‌گیرند که بر این تغییر استوار هستند: حس خود یا هویت فردی؛ مصرف؛ پویایی و سیاست تولید و جنسیت در خانواده‌ها و شکل‌های خانوادگی دیگر؛ پیوندها میان امر جهانی و امر بومی. بخش ۴ به مطالعه سرگرمی‌های نوین مردم‌پسند و رسانه‌های ارتباطی در زندگی روزمره پرداخته است. این بخش بررسی می‌کند که چگونه می‌توان در مورد فصول مشترک میان تکنولوژی‌ها و شبکه‌های رسانه‌ای نوین با فضاها و روابط خانه نظریه‌پردازی کرد. همچنین تلاش می‌کند تا نشان دهد که چگونه



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

رسانه‌های نوین: درآمدی انتقادی، مقدمه‌ای جامع بر فرهنگ، تاریخ، تکنولوژی‌ها و نظریه‌های رسانه‌های نوین است. کتاب به ارزیابی ادعاهایی می‌پردازد که معتقدند، انقلابی رسانه‌ای و تکنولوژیک روی داده است و ازین رهگذر شیوه‌های جدیدی از مطالعات رسانه‌ای را صورت بندی می‌کند تا به تکنولوژی‌های نوین پاسخ گوید. مهمترین مفاهیمی که در این اثر مورد مطالعه قرار گرفته، عبارتند از: ویژگی‌های رسانه‌های نوین، کاربردهای اجتماعی و سیاسی ارتباطات و رسانه‌های نوین، تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای، سیاست و جهانی شدن، زندگی روزمره و رسانه‌های نوین، نظریه‌های تعامل، همانندسازی، اقتصاد رسانه‌های نوین، علم سایبرنتیک و فرهنگ مجازی، تاریخ خودکارگان و زندگی مصنوعی.



ISBN: 978-600-452-110-9



9

786004

521109