

فناوری و رسانه

به بهانه وینار جدال خرد و تکنولوژی در وب ارتباطی آینده

قدرت تکنولوژی رسانه نگران کننده است؟



مخاطب توده‌پرور در شبکه خانگی

شبکه خانگی مخاطب خود را چطور می‌بیند؟ پاسخ به این سؤال به معنی دست‌یابی به بطن ماجرا و فلسفه وجودی ساخت بسیاری از فیلم‌ها در شبکه خانگی است. زمانی مخاطب رسانه، توده‌ای فاقد دیدگاه تلقی می‌شد و رسانه می‌توانست یک مخاطب واحد را به خورد همه بدهد و تأثیر مشابهی را نیز انتظار داشته باشد. به عنوان مثال یک خبر از یک حادثه منتشر می‌شد و مخاطب را ناراحت و متأسف می‌کرد. قرار نبود تحلیل یا نظر دیگری از اطراف این روند تکراری درز کند و مخاطب توده‌ای بود که به افراد با احساس و اندیشه مجزا تقسیم‌بندی و منفک نمی‌شد. همه آدم‌ها یک شکل بودند و در مقابل محتوای تولیدی رسانه نیز عکس‌العمل یکسان داشتند. از سال ۱۹۵۰ به بعد این داستان در کل دنیا تغییر یافته است. یکی از پژوهشگران ارتباطات به نام فریدسون نوع نگاه به مخاطب را نقد کرد و تفکر نگاه توده‌وار را در هم شکست. وی اینطور استدلال می‌کرد که آدم‌ها در یک پس زمینه میان شخصی به سینما می‌روند، رادیو گوش می‌دهند و تلویزیون تماشا می‌کنند. بنابراین دیدگاه رسانه موفق باید سلیقه مختلف را در نظر گرفته و به تنوع افکار عمومی احترام بگذارد. از تاریخی که فریدسون این استدلال را به زبان آورد نزدیک به ۸۰ سال سپری شده است و این در حالی است که شبکه خانگی در ایران بی‌توجه به یافته‌های جدید در دنیای رسانه، همچنان نگاه توده‌وار به مخاطب دارد. شبکه خانگی که توانسته با کلیشه‌های قتل، تجاوز، سریال‌های پلیسی معمايي، مواد مخدر، روابط نامتعارف اجتماعی و حتی سوژه‌های تحریف شده تاریخی سرگرم‌مان کند، تمامی اعضای جامعه را یکسان قلمداد می‌کند. حتی در سریال‌هایی که مخاطبان بیشتری داشته‌اند، نگاه به مخاطب، خریدار فیلمی با سوژه تکراری اما مهیج است. باید یک نفر بمیرد یا در زیر فشار مشکلات له شود و در نهایت داستان به طور معجزه‌آسایی همه چیز خاتمه یابد. این شکل از آبتندی در سوژه‌ها در غفلت یکی از مهمترین ضروریات مواجهه با رسانه یعنی تحلیل و پایش محتوا و صحبت مخاطبان با یکدیگر جسارت یافته و موجب شده تا ما توده‌وار نسبت به خرید محتوای شبکه خانگی گرایش پیدا کنیم. برای اثبات این ادعا مقایسه سوژه‌های سریال‌های شبکه خانگی کافی است که هر قدر سوژه تکراری و دم‌دستی به طور ما داده می‌شود، بدون کمترین اعتراضی پذیرای آن هستیم. اما در جامعه‌ای که مردم نسبت به محتوای رسانه با آگاهی عمل می‌کنند، رسانه مجبور به تأمین سلیقه مخاطب خواهد شد. شاید این چرخه تولید و مصرف و بازتولید و بازمصرف تا زمانی که ما از فرط بدخوری محتواها دچار تهوع نشده‌ایم، ادامه یابد اما آنچه قابل توجه است گرایش بسیاری از هنرمندان به تولیدات شبکه خانگی است که از قضا می‌تواند دستمزدهای خوبی هم داشته باشد. هنرمندانی که وقتی پشت میکروفون‌های بزرگ کرده و سالن‌های با تهویه مطبوع هستند، می‌توانند از احترام به مخاطب و تلاش برای تولید کاری متفاوت بگویند. اما واقعیت این است که کاری متفاوت به ندرت لمس می‌شود و شبکه خانگی همچنان تصویر توده‌وار را به عنوان استراتژی فروش به کار گرفته است. ته ماجرا سؤال این است که مشاهده چنین فیلم‌هایی چه دردی از ما دو می‌کند؟ در چه زمینه‌ای آگاهی ما را بیشتر می‌کند؟ کدام واقعیت تاریخی و یا الزام فرهنگی را به ما یادآور می‌شود؟ کدام عواطف و احساسات و رفتار اخلاقی را به ما می‌آموزد و چه تعالی برای جامعه ما به همراه دارد؟ آیا نهادهایی که مجوز و پایش محتواها را صرفاً در ظاهر و پوشش بازیکران و احیاناً به کار بردن الفاظ مناسب خلاصه کرده‌اند، به پاسخ این سؤالات اهمیت می‌دهند؟



وقتی تغییر تبدیل به یک فرایند دائمی شود معنای جهان سایبر کم‌کم برداشته می‌شود و عملاً جهان واقعی و سایبر یکی می‌شود. ما در فضای سایبر زندگی می‌کنیم و این مفهوم نظم را دچار خدشه می‌کند. سرعت این تغییرات آنچنان زیاد است که عنصر نظم را از ما می‌گیرد. «بوی با اشاره به لزوم تحلیل دقیق اکنون و آینده تصریح کرد: «انسان با این تغییر همراه است، این نظم نیست و یک نوع سردرگمی و افراط است. هوش مصنوعی می‌تواند تشخیص بدهد و تحلیل کند اما از منطق صوری برخوردار نیست و اقامه برهان ندارد. اگر داده دریافت کند به پاسخ می‌رسد و بنابراین فقط پاسخ دارد اما این پاسخ بر مبنای استدلال نیست.»

عملاً جهان واقعی و سایبر یکی می‌شود. ما در فضای سایبر زندگی می‌کنیم و این مفهوم نظم را دچار خدشه می‌کند. سرعت این تغییرات آنچنان زیاد است که عنصر نظم را از ما می‌گیرد. «بوی با اشاره به لزوم تحلیل دقیق اکنون و آینده تصریح کرد: «انسان با این تغییر همراه است، این نظم نیست و یک نوع سردرگمی و افراط است. هوش مصنوعی می‌تواند تشخیص بدهد و تحلیل کند اما از منطق صوری برخوردار نیست و اقامه برهان ندارد. اگر داده دریافت کند به پاسخ می‌رسد و بنابراین فقط پاسخ دارد اما این پاسخ بر مبنای استدلال نیست.»

رضایان معتقد است: «هوش مصنوعی مانند انسان حافظه دارد اما فاقد حس و تخیل است. انسان خردمند می‌تواند آرمان‌خواهی کند و رویات‌ها براساس آنچه دریافت می‌کند پاسخ می‌دهد اما هرگز نمی‌تواند آرمان‌خواهی کند یا چیزی را احساس کند. مؤسس مدرسه روزنامه‌نگاری و مطالعات رسانه تأکید دارد که: «در سال ۲۰۳۵ انسان علیه تکنولوژی شورش خواهد کرد، به دلیل ملال آور بودن آن. ما اسیر تکنولوژی نشده‌ایم بلکه تکنولوژی ما را بلعیده و بیش از این هم اتفاق خواهد افتاد. همه چیز تا در دیوار هم دارای هوش و داده‌ورزی شده و سپس انسان برای زندگی واقعی خود دلتنگ می‌شود. امروز بشر به مرحله‌ای رسیده است که رسانه‌ها او را به چالش فراخوانده است. این مخلوق دست بشر، چنان قدرت یافته است که امروز مقوله بازگردانی هوش مصنوعی به یک دغدغه جدی تبدیل شده است.

رسانه‌ها با یکدست کردن فرهنگ و تاریخ، فرهنگ و تاریخ خواسته خود را شکل داده‌اند و از بشر می‌خواهند فرزند مطیع باشند. بازی قدرت ما با رسانه، ادامه دارد؛ تا زمانی که روزنه‌ای برای انتخاب بشر و تعمیر و اصلاح آینده از هم اکنون وجود دارد، چگونه در مقابل قدرت جدید قد علم کرده و آزادی خرد خود را تضمین خواهد کرد؟

مصنوعی به یکی از ارکان گزینش به جای انسان تبدیل شد تا جایی که امروز به عنوان تنها رکن گزینش و اقدام به جای انسان تصور می‌شود. در وینار جدال خرد و تکنولوژی، نویسنده کتاب شیوه‌نامه روزنامه‌نگاری با اشاره به جدال انسان و هوش مصنوعی این سؤال را طرح کرد که «محور جهان روباتیک هوش مصنوعی است و حالا این پرسش به وجود می‌آید که هوش مصنوعی چه ظهور اولین ابزارهای رسانه‌ای مانند روزنامه‌ها و کتب، ارتباط کاربر با رسانه یکسویه و کاربر صرفاً مصرف‌کننده بود. بعدها تلویزیون، موبایل و اینترنت این تعامل را دوسویه کرد و این بار کاربران خود به حاکمان رسانه تبدیل شده بودند. هرچه می‌خواستند آزادانه طرح می‌کردند و تازه بعد از انتشار بود که این امکان وجود داشت از صحنه کاربری یک رسانه خاص حذف شوند. آبی که کاربر ریخته بود هیچ رقم جمع نمی‌شد و می‌توانست با یک تصویر یا متن، حتی موجی از اتفاقات و رویدادها را در منطقه‌ای وسیع یا در مرزهای متعدد رقم زده و در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی جامعه خود تأثیر گذار باشد. به مرور زمان رسانه‌ها متوجه تهدید قدرت‌نمایی کاربران خود شدند. آن فرزندگی که اجازه یافته بود نظر خود را طرح کند، امروز به بالغی غیرقابل مهار تبدیل شده بود و حتی در مقابل والدین خود طغیان می‌کرد. به دیگران آسیب می‌زد و اولیاهای اخلاق و قانون تعریف شده در جغرافیای زیستی خود را زیر پا می‌گذاشت؛ این بود که رسانه‌ها که زمانی ابزار قدرت‌نمایی حکمرانی‌ها و زمانی خود به تنهایی حکمران بودند، متوجه ضعف رفتاری خود و وانهادگی کاربران شدند اما ورق برگشت. هوش

بزه‌زوی نرم افزار به جای انسان بسیاری از کارها را انجام خواهد داد، مثلاً هوش مصنوعی به جای روزنامه‌نگار تیتیر می‌زند. «این جمله در حین سادگی از جدالی در آینده نزدیک خبر می‌دهد. ناآگاهی انسان، پرور شده و او را بلعد. وینار «جدال خرد و تکنولوژی در وب ارتباطی آینده» از سلسله نشست‌های هفته ارتباطات، در دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه سوره با حضور مجید رضایان، استاد دانشگاه و پژوهشگر ژورنالیسم برگزار شد تا یکی از مهمترین موضوعاتی را که در آینده نه چندان دور گریبانگیر ما کاربران رسانه خواهد شد مورد بررسی قرار دهد.

قدرت‌گیری تکنولوژی بویژه در ارتباطات آینده دیگر قابل انکار یا چشم‌پوشی نیست تا جایی که پژوهشگران را به هشدار واداشته و می‌خواهد از واقعیت سلطه تکنولوژی بویژه هوش مصنوعی بر خرد سخن بگوید.

فوکو می‌گوید قدرت صرفاً بر افراد آزاد یعنی کسانی که در موضع انتخاب قرار دارند اعمال می‌شود زیرا هدفش نفوذ بر گزینش‌های انسان و شکل دادن به اعمال اوست.

به تعبیر این اندیشمند نمی‌توان از قدرت زمانی که حق انتخاب وجود ندارد، سخن راند. رابطه آزادی و قدرت به حدی در هم تنیده است که به موازات هم در جوامع و سایه به سایه یکدیگر حرکت می‌کنند. هر زمان بخشی پرقوت‌تر بوده، بخش دیگر به ضعف گراییده است. چنین زورآزمایی در لایحه‌های پنهان رسانه‌ها نیز دیده می‌شود.

رسانه که قرار است سردمدار بازی تبادل اطلاعات در جامعه باشد، در بازی قدرت میان حاکمیت‌ها و کاربران خود به یکی

