سینما و سرمایه

جاناتان بلر
ترجمه: مسعود اوحدی

این مقاله بخشی از رسالهٔ انتقادی جاناتان بلر (Jonathan Beller) استاد دانشگاه «دوک» (Duke) تحت عنوان «سینما، سرمایه قرن بیستم» است. بِلِر در این مقاله با بررسی دو حیطهٔ «تولید کالا» و «تولید تصویر»، این دو مقوله را از لحاظ ساختار و تأثیر هم ـ جهت دانسته، و کار (کار منتهی به تولید سرمایه) را با نگاه کردن به شکلی از کار تولید کننده ارزش (و نهایتاً سرمایه) مقایسه می‌کند و هر دو مقوله را در پرتو تحلیل‌های کلاسیک و مدرن اقتصاد سیاسی قرار می‌دهد.

روال سینمایی

روال سینمایی تولید، موقعیت و نامی برای روال غالب تولید در طول دورانی تاریخی مطرح ساخته که از آستانه سده گذشته آغاز شده و اکنون به پایان خود نزدیک گردیده است. در طول این دوران، سرمایه‌داری و زمامداران آن به سازمان‌دهی جهانی بیش از پیش شبیه فیلم پرداختند: جهانی که در آن تولید کالا در واقع شکلی از مونتاژ بود. همان‌طور که نوار فیلم از مسیر خاصی گذشته و سرانجام به تولید «تصویری فیلمی» می‌انجامد، سرمایه نیز از مسیر ویژه خود می‌گذرد تا «کالا» تولید کند. و همانند آن چه که در تدوین فیلم روی می‌دهد، سرمایه در هنگام حرکت از درون عوامل تعیین‌کننده در تولید کالا، عملاً تدوین می‌شود. امروزه، با همگرایی و ادغام صنایع تصویرسازی و دیگر صور تولید کالا (به عنوان مثال، در صنعت تبلیغات، که تصویر به نحوی تمام عیار به صورت کالا نمایان می‌شود) ما برای مشاهده پویایی جهانی روال سینمایی در تولید اقتصادی نسبت به هر زمان دیگری در موقعیت بهتری قرار داریم و می‌توانیم بعضی از پیامدهای آن را گمانه‌زنی کنیم. فرضیه و مدعای تحلیل مقاله حاضر چنین است که:

۱) سینما به‌طور هم‌زمان تصویرگر و مجری گردش ارزش اقتصادی است. سینما مظهر و منعکس کننده «خود الگوهای گردش ارزش اقتصادی» است.

۲) این گردش ارزش در محور «سینما ـ تماشاگر» خود تولید کننده ارزش است زیرا نگاه کردن شکلی از کار و زحمت‌کشی است. در اینجا باید بر این مسئله تأکید کنم که تمامی صور پیشین کار سرمایه‌ساز همچنان دست‌نخورده باقی می‌مانند؛ اما، لحاظ «نگاه کردن» به عنوان کار، نمایانگر گرایش به سمت موارد بیش از پیش انتزاعی رابط بین کار و سرمایه است، که در واقع رژیم جدید تعیین موقعیت تکنولوژیکی افراد به‌منظور استخراج ارزش است. اگر چه این گرایش رفته‌رفته به‌صورت گرایشی غالب درمی‌آید، یعنی رابطه بین آگاهی (عمومی) و حکومت مهم‌تر از هر زمان دیگری است، ولی تمامی صور پیشین استثمار به بقای خود ادامه می‌دهند. هنگامی که یک رسانه تصویری تحت تنگناهای مالکیت یا ملک خصوصی کار می‌کند، کار انجام شده توسط مصرف کننده آن می‌تواند، همچون اجاره زمین، سرمایه‌ساز یا قابل تبدیل به سرمایه شده و در نزد مالک رسانه انباشته گردد و به او تعلق گیرد. به عبارت دیگر، کسانی هستند که از نگاه کردن مردم بهره اقتصادی می‌برند. شیوه‌های تولید این بهره و چگونگی بسترگیری و اساساً مجراگزینی آن، سیاست تولید فرهنگی و رابطه آن با حکومت را تعریف می‌کند.

۳) یک چنین روش انقلابی جهت استخراج ارزش اقتصادی از جسم انسان تأثیری آن چنان ژرف بر تمامی جنبه‌های سازمان اجتماعی دارد (همان‌طور که خط تولید صنعتی چنان تأثیری داشت)، که اصلاً پویایی رؤیت و مشاهده را برای همیشه دگرگون ساخته، و آن‌چه را که می‌توان به مثابه اقتصاد دیداری (بصری) در اندیشه جای داد مطرح و بحث‌اش را نوگشایی می‌کند. این اقتصاد، آن‌طور که من به اختصار طرحی از آن ترسیم خواهم کرد، مدتی است که تکوین یافته است.

۴) سینما، آن‌گونه که به عنوان تکنولوژیی با قابلیت تسلیم چشم و قرار دادن آن درمعرض یک رژیم جدید انضباطی شناخته شده، می‌تواند به عنوان مدلی برای بسیاری از تکنولوژی‌ها که در واقع ماشین را از خط تولید (مونتاژ) صنعتی برداشته و آن را در وجود فرد (انسان) جمع می‌آورند تا آن را برای قدرت کار مورد بهره‌برداری قرار دهند، در نظر گرفته شود.

۵) پیدایی روش جدید انتقال ارزش و نیز استخراج ارزش، نیازمند گرفتن سهم تازه‌ای از نقد اقتصاد سیاسی است.

این فرضیه که «دید»، «رؤیت»، و در شکل کلی‌تر، توجه انسانی، امروزه تولیدکننده ارزش اقتصادی است،

با نشان دادن این نکته می‌تواند مورد پشتیبانی قرار گیرد که نگره ارزش کار، به ویژه آن‌گونه که توسط مارکس توصیف شده، «مورد خاصی از یک فرضیه کلی‌تر» است که به تولید ارزش مربوط می‌شود. این را من «فرضیه ارزش تولیدی توجه انسانی» یا «نگره ارزش توجه» می‌نامم. و این برآمده از شیوه‌ای است که طی آن فرآیند سرمایه وقت انسان را در سینما و سایر رسانه‌ها اشغال می‌کند. اگر عجالتاً فرض را بر آن قرار دهیم که توجه انسانی یک کالای ارزش ـ افزودنی است که رسانه‌های سرمایه‌ساز خواهانش هستند، می‌توان این مسئله را روشن کرد که اگر نگاه کردن در واقع کار کردن باشد، پس دست کم راه‌حلی محدود یا جزیی برای معضلی که به واسطه استمرار سرمایه‌داری در برابر عالم اقتصاد سیاسی قرار دارد، خودنمایی کرده است. باید یادمان باشد که امروزه از نظر اقتصاددان سیاسی، سرمایه‌داری در نقض آشکار نگره ارزش کار و قانون تنزل نرخ سود موفق بیرون می‌آید. این دو محدودیت در زمینه توسعه سرمایه، مارکس و دیگر علمای اقتصاد سیاسی را بر آن داشت که یک نقطه انباشتگی بحرانی برای سرمایه پیش‌بینی کنند ـ نقطه‌ای فاجعه‌آمیز که سرمایه فراتر از آن نتواند توسعه یابد. به یاد داریم که با این پیش‌بینی، انتظار می‌رفت سرمایهٔ کاملاً جهانی شده که دیگر توانایی توسعه و گسترش نداشته و در نتیجه قادر به سودآوری نیست، کمر به نابودی ببندد. قرار بود قانون ارزش مغلوب شود و دنیایی باشد که هر کدام از ما اگر بخواهیم بتوانیم صبح به شکار برویم، عصر ماهیگیری کنیم و شب انتقاد. مشخص است که علی‌رغم جهانی شدن سرمایه، این خود ـ نابودی به وقوع نپیوسته است. چیزی که می‌خواهم نشان دهم این است که، از دیدگاه سرمایه، با توجه به محدودیت‌های جغرافیایی اکنون به تمامی مغلوب سرمایه می‌شوند، سرمایه جسم انسان را مرز بعدی فرض می‌کند.

برای دنبال کردن خط سیر تحولی سرمایه همواره در حال گسترش (که سینما جزیی بسیار مهم از آن است) باید به «سایبر نیتیزه کردن[1]» جسم ـ آن چه که ویریلیو[2] «زیستگاه ابزار متابولیک» می‌نامد توجهی تام و تمام داشته باشیم. همچون پدیده‌ای مثل، جادّه (ارزشی تولید کننده که مارکس به وجود آن گمان برد ولی هیچ‌وقت آن را نشان نداد)، یک چنین رابط‌ها یا میانجی‌های ماشینی ـ جسمی توزیع جسم در میان پیوندهای ماشینی آن را مشخصاً تغییر داده، و سایت‌ها و زمان‌های بسیار بیشتری را برای تولید ارزش می‌گشاید، و تعداد سایت‌های کاری ممکن را چندین برابر می‌کند. سرمایه نه تنها از نظر جغرافیایی به سمت بیرون گسترش می‌یابد، بلکه به درون جسم نیز نقبی می‌زند. این پیچاندن چوب پنبه به سمت داخل (بطری) پیامدهایی ژرف بر اشکال زندگی داشته است. مشاهده این که چگونه تکنولوژی دیداری مدرن برای فرآیندهای جدید کار در قرن بیستم بدن انسان را آلت دست قرار داده، خود دال بر مطالعات موازی سایر هنرها و تکنولوژی‌ها و دوره‌ها، گذشته، حال، و آینده است. هنر در مقام دست ـ ساخته فرهنگی پدیده‌ای جالب است، اما هنر و فرهنگ در مقام تکنولوژی آمیخته با ضرورت تاریخی، حیاتی / نفسانی و بصری، توجیه قانع کننده‌تری از دگرگونی‌های (سایبرنتیک) انسانی را نوید می‌دهند. بدن مبین از نظر تکنولوژیکی برای صرفاً بازتاب روابط اجتماعی جدید یا بیان امیال جدید دگرگونی نمی‌پذیرد، تن در دادن آن به نقش‌پذیری مجدد برای اقتصاد تولید و باز ـ تولید اجتماعی امری رایج و همیشگی، و «تحول»ی ضروری در روابط اجتماعی است.

سینما به عنوان رسانه‌ای قابل دریافت و ادراک حسی، چیزی جز تحول رسانه‌ای جدید جهت تولید و گردش ارزش نیست (رسانه‌ای که اهمیت آن در دگرگونی روابط انسانی کمتر از اهمیت راه‌آهن یا بزرگراه نیست). مساعی انسانی که به‌طور کلی زیر طبقه

«علوم انسانی» دسته‌بندی شده‌اند، همین که به عنوان قلمروهای آزادی نسبی تجربه می‌شوند، می‌توانند تولید کننده، از نظر اقتصادی محسوب گردند و در واقع، هم اکنون آن را مولد ارزش اقتصادی می‌دانند.

روابط خاص بین نگاه کردن و ارزش (اقتصادی) از هم اکنون به‌صورت سایت‌های گسترده قانون‌گذاری و مبارزات سیاسی درآمده و همچنان این موقعیت را حفظ خواهد کرد. عکس‌های «ماپل تورپ[3]»، مثلث صورتی، واژه‌های انگلیسی در تبلیغات فرانسوی، و صحنه‌های غیر اخلاقی در فیلم‌های آمریکایی به نمایش در آمده در فیلیپین، مثال‌هایی از این روابط‌اند؛ در زمره سایر مثال‌ها باید از رقابت شرکت‌های بزرگ برای استانداردهای صنعت در تلویزیون وضوح بالا (HDTV)، ارتباطات ماهواره‌ای و کامپیوتر یاد کرد. این‌جا، در سطحی بسیار کلی، من درباره «کالایی کردن فرهنگ و واسطه‌گری، درباره فرهنگ به عنوان میانجی افراد (ابدان) و نظام جهانی صحبت می‌کنم. تا حال، کارهای زیادی در زمینه این مسئله کالایی کردن فرهنگ صورت گرفته، اما هیچ‌کدام نسبت به مسئله سرمایه‌سازی از فرهنگ در بعد کمی‌اش (در مقابل بعد کیفی یا استعاری آن) آگاهی کامل نشان نداده است. معنای کمیت نهایی ارزش فرهنگی به عنوان سرمایه، اکنون بر این حقیقت که تغییرات یاجابه‌جایی‌های کیفی در فرهنگ تا چه حد اساسی و بنیادی شده‌اند پرتوافکن می‌شود. نتیجه منطقی یا قهری در این‌جا، این است که دلمشغولی‌های آکادمیک، فلسفی، تاریخی و زیباشناختی در واقع جنبه‌های ضروری دگرگونی اجتماعی ـ اقتصادی‌اند ـ همان فرآیندهای حسی که جسم (فرد) را با تولید اجتماعی به‌طور کلی، یکی و یکپارچه می‌سازند. لحاظ کردن کار دخیل در فرآیندی همچون تولید فرهنگ‌ها، هویت‌ها و امیال، از هم اکنون نحوه شکل‌گیری و استمرار، هر چند ناپایدار، بلوک‌های سیاسی در جامعه پُست مدرن را رقم زده و خواهد زد.

حرکت ـ تصویر

می‌توانیم برای لحظه‌ای تصور کنیم که در نقطه خاصی از تاریخ سازمان‌بندی جهان بیش از پیش شبیه فیلم شد. همچنان که جفری ناول اسمیت[4] اشاره می‌کند، شکل خط (مونتاژ) تولید صنعتی، مونتاژ (سینمایی) را به راحتی در ذهن متبادر می‌کند ـ این قیاس در اصطلاح فرانسوی (Chaine de montage) (زنجیره مونتاژ) هم به خوبی نمایان است، اما گردش خود سرمایه را می‌توان نوعی تدوین دانست. همان‌طور که فیلم با گذر از مسیری خاص تدوین می‌شود تا سرانجام تصویری فیلمی تولید کند، سرمایه هم از مسیرهای مختلف خود می‌گذرد تا کالاها را تولید کند سرمایه هنگام حرکت و گذر از منزلگاه‌ها و مقاصد خود در خط مونتاژ تولید در واقع تدوین می‌شود. همچون پرده سینما که تماشاگران در آن حرکت تولید سینمایی را درک و فراچنگ می‌آورد، سرمایه هم دیدگاه، قاب و چهارچوبی است که از طریق آن می‌توانیم حرکت ارزش را ببینیم، می‌توانیم صحنه‌ای را که طی آن یک لحظه در فرآیند تولید شکل می‌گیرد، مشاهده کنیم. سرمایه چهارچوبی فراهم می‌آورد که از طریق آن حرکت اقتصادی را مشاهده می‌کنیم. کالای تمام / تکمیل شده یا تصویر (کالا ـ تصویر) حاصل مجموعه‌ای از حرکات کامل (شده) است. پس، سینما خود اشاره‌ای ضمنی برگردش سرمایه است، نفی و تناقض دیالکتیکی شکل کُند و آهسته‌ای از فیلم است. به این ترتیب، کفش ورزشی آدیداس، و فیلم هالیوودی در حرکات سیستمیک[5] (حرکات مربوط به کل سیستم) خاص سرمایه برای ایجاد محصول / تصویر مربوط به خود، سهیم‌اند.

پی‌نوشت‌ها:

1- Cyberneticization یا فرمانش‌سازی

2- Virilio, 3- Mapple Thorpe

4- Geoffrey Nowell Smith, 5- Systemic

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی