

# باستان‌شناسی رسانه: کشف لایه‌ها در تطور رسانه

امیر عباس خلیل پور ۱

## چکیده

باستان‌شناسی رسانه<sup>۲</sup> یکی از رویکردهای نوین باستان‌شناسی در دهه ۱۹۹۰م است، این رویکرد به بررسی رسانه‌های تکنولوژیکی اکنون می‌پردازد. رسانه‌های مدرن از جمله آنالوگ و دیجیتال لایه‌های معنا در باستان‌شناسی رسانه هستند که در فرهنگ‌های مختلف شرایط متفاوتی دارند. باستان‌شناسی رسانه یک حوزه میان رشته‌ای نوظهور است که به دنبال درک رابطه بین فرهنگ‌های انسانی و فناوری‌های رسانه‌ای آن‌هاست. اگرچه رسانه همواره در زندگی انسان بدوی و امروزی نقش اساسی داشته است اما رسالت باستان‌شناسی رسانه بر نقش رسانه مدرن در زندگی انسان استوار است. احتمالاً نخستین بار توسط فردریش کیتلر نظریه پرداز آلمانی مفهوم باستان‌شناسی رسانه‌ای مطرح شده است، او بیان کرد که رسانه‌ها مصنوعات فرهنگی هستند که توسط جوامع بشری تولید و بر آن‌ها تأثیر می‌گذارند. در این مقاله، پس از پرداختن به پیشینه و چارچوب‌های نظری باستان‌شناسی رسانه با ارائه یک مرور مختصر از مفاهیم کلیدی باستان‌شناسی رسانه، مانند «رسانگی»<sup>۳</sup> و «نظام ناهمگن»<sup>۴</sup>، درباره سیر تحول فناوری ارتباطات و توسعه فناوری‌های رسانه‌ای بحث خواهد شد. همچنین در ادامه نقش باستان‌شناسی رسانه در علوم انسانی دیجیتال مورد بررسی قرار خواهد گرفت. هدف این مقاله با برجسته کردن مفاهیم کلیدی رویکرد باستان‌شناسی رسانه‌ای ارائه مروری مختصر از این حوزه برای علاقه‌مندان به کاوش در روابط به هم پیوسته بین رسانه، فرهنگ، فناوری و جوامع انسانی است.

**واژه‌های کلیدی:** باستان‌شناسی رسانه، فریدریش کیتلر، تکامل فناوری رسانه، علوم انسانی دیجیتال.

۶۲



باستان‌پژوه، سال بیست و دوم، شماره ۲۸، پیاپی

1. دانشجوی کارشناسی ارشد باستان‌شناسی گرایش ایران در دوران اسلامی، دانشگاه تهران [amir.khalilpour@ut.ac.ir](mailto:amir.khalilpour@ut.ac.ir)
2. Media archaeology
3. Medialität
4. Heterogeneous system

# Media Archaeology: Uncovering Layers in the Evolution of Media

Amirabbas Khalilpour

## Abstract

Media archaeology is one of the new approaches in archaeology in the 1990s, which now focuses on the study of technological media. Modern media, including analog and digital, are layers of meaning in media archaeology that have different conditions in various cultures. Media archaeology is an emerging interdisciplinary field that seeks to understand the relationship between human cultures and their media technologies. While media has always played a fundamental role in human life, the mission of media archaeology is to focus on the role of modern media. It is likely that the concept of media archaeology was first introduced by Friedrich Kittler, a German theorist, who stated that media are cultural artifacts produced by human societies and influence them. In this article, after discussing the background and theoretical frameworks of media archaeology, a brief overview of key concepts in media archaeology, such as “Medialität” and “heterogeneous system,” will be presented. The evolution of communication technology and the development of media technologies will also be discussed. Furthermore, the role of media archaeology in digital humanities will be examined. The aim of this article is to provide a brief overview of the field of media archaeology by highlighting key concepts for those interested in exploring the interconnected relationships between media, culture, technology, and human societies.

۶۳



باستان‌پژوهی، سال بیست و دوم، شماره ۲۸، پیاپی

**Keywords:** Media archaeology, Friedrich Kittler, Evolution of Media Technology, Digital humanities.

که فناوری‌های دیجیتال بر زندگی ما تأثیر می‌گذارند و درک ما از جهان را شکل می‌دهند، درک کند. باستان‌شناسی رسانه علاوه بر تاریخچه فناوری‌های رسانه‌ای به نقش رسانه‌ها در جنبش‌های اجتماعی و سیاسی مانند جنبش حقوق مدنی، جنبش ضد جنگ، و جنبش زنان می‌پردازد. همچنین رابطه بین فناوری‌های رسانه‌ای و زیبایی‌شناسی را مطالعه می‌کند، به ویژه در زمینه هنر معاصر و این شامل بررسی روش‌هایی است که در آن فناوری‌های رسانه‌ای برای ایجاد اشکال جدید فرهنگ بصری از آن بهره برده اند، و اینکه چگونه آن‌ها بر شیوه‌ای که در آن هنر را تجربه و درک می‌کنیم، تأثیر گذاشته‌اند.

به طور کلی، باستان‌شناسی رسانه‌ای یک حوزه هیجان‌انگیز و به سرعت در حال رشد است که به خوبی به ما کمک می‌کند تا سرعت سریع تغییرات تکنولوژیک در قرن بیست و یکم را درک کنیم. باستان‌شناسی رسانه با ارائه دیدگاهی غنی و دقیق در مورد روابط بین فناوری‌های رسانه‌ای، فرهنگ و جامعه، این پتانسیل را دارد که به طور قابل توجهی به طیف وسیعی از پروژه‌های تحقیقاتی و پژوهشی، از جمله مطالعات رسانه، مطالعات فرهنگی، و علوم انسانی دیجیتال کمک کند.

### پیشینه پژوهش

در طول بیست و پنج سال، تعدادی کتاب با عنوان باستان‌شناسی رسانه منتشر شده است، و تعداد زیادی مقالات کاربردی در این زمینه وجود دارد که به مهم‌ترین آن‌ها اشاره خواهیم کرد. کتاب باستان‌شناسی رسانه: رویکردها، کاربردها و پیامدها (Erkki Huhtamo, Jussi Parikka 2011). باستان‌شناسی رسانه چیست؟ (Jussi Parikka, 2018). چندین کتاب از زیگفرید (Audiovi-sions 1999, Media 2006). نیز خود را مستقیماً به این سؤال می‌پردازند که «باستان‌شناسی رسانه‌ها چیست؟ و همچنین مجموعه‌ای از مقالات ولفگانگ ارنست با عنوان حافظه دیجیتال و آرشیو (Ernest, 2015). در ایران باستان‌شناسی رسانه مطالعه نشده است و منابع فارسی در این زمینه وجود ندارد.»

حوزه باستان‌شناسی رسانه‌ای در دهه ۱۹۹۰ با انتشار آثاری توسط چهره‌هایی مانند فردریش کیتلر، نیکلاس کار و پل ویریلیو ظهور کرد. از آن زمان، این رشته رشد و توسعه یافته است، و دانشمندان از سراسر جهان در این سنت تحقیقاتی پر جنب و جوش و متنوع مشارکت دارند. باستان‌شناسی رسانه اغلب به عنوان رویکردی انتقادی و تجدیدنظرطلبانه به مطالعات رسانه‌های سنتی تلقی می‌شود، زیرا مفروضات مرسوم در مورد رابطه بین فناوری رسانه و جامعه را به چالش می‌کشد. همچنین ارتباط نزدیکی با سایر زمینه‌های تحصیلی، مانند تاریخ فرهنگی، علوم انسانی دیجیتال و مطالعات رسانه‌های جدید دارد.

یکی از نظرات کلیدی در باستان‌شناسی رسانه این است که فناوری‌های رسانه‌ای صرفاً ابزاری برای ارتباط نیستند، بلکه تأثیر عمیقی بر بافت اجتماعی و فرهنگی زمان خود دارند. رسانه‌ها توسط نیروهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی گسترده شکل گرفته‌اند. بنابراین، باستان‌شناسی رسانه‌ای به دنبال درک چگونگی راه‌هایی است که بینش ما از جهان را با استفاده از فناوری‌های رسانه‌ای شکل می‌دهند.

باستان‌شناسی رسانه معتقد است که فناوری‌های رسانه‌ای ترکیب پیچیده‌ای از شیوه‌ای فرهنگی و اجتماعی هستند و نمی‌توان آن‌ها را جدا از بافت اجتماعی و فرهنگی گسترده‌ترشان فهمید. به این ترتیب، باستان‌شناسی رسانه شامل طیفی از رویکردهای روش شناختی، از جمله مطالعات قوم‌نگاری، تحلیل تاریخی، و نقد متن است. یکی از نکات کلیدی باستان‌شناسی رسانه، تمرکز آن بر مادی بودن فناوری‌های دیجیتال است. باستان‌شناسان رسانه‌ای استدلال کرده‌اند که فناوری‌های دیجیتال، مانند اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، صرفاً مصنوعات انتزاعی نیستند، بلکه آن‌ها اشیایی مادی هستند که در زندگی روزمره ما حضور فیزیکی دارند. به این ترتیب، باستان‌شناسی رسانه‌ای شامل یک رویکرد میان رشته‌ای است که بینش‌های طیف وسیعی از زمینه‌ها، از جمله زیست‌شناسی، علوم اعصاب، و مطالعات فرهنگی را ترکیب می‌کند تا راه‌هایی را



## چارچوب‌های نظری باستان‌شناسی رسانه

در باستان‌شناسی رسانه‌ای نظریه‌ها و دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد و محققان مختلف ممکن است بر نظریه‌ها یا رویکردهای متفاوتی در کار خود تأکید کنند. در اینجا به چند نمونه از نظریات و رویکردهای اصلی در باستان‌شناسی رسانه‌ای می‌پردازیم:

- نظریه ماتریالیستی<sup>۵</sup>: این رویکرد با تأکید بر ویژگی‌های مادی یا فیزیکی فناوری رسانه و روش‌هایی که این ویژگی‌ها تجربیات و بازنمایی‌های ما از جهان را شکل می‌دهند را مشخص می‌کند. نظریه ماتریالیستی استدلال می‌کند که فناوری رسانه‌ای توسط محیط‌های اجتماعی و فرهنگی وسیع‌تری که در آن ایجاد و استفاده می‌شود، شکل می‌گیرد و محیط را شکل می‌دهد (McLuhan, 1964: 89-91).

- نظریه فمینیستی<sup>۶</sup>: مشخصه این رویکرد تأکید بر روش‌هایی است که فناوری‌های رسانه‌ای توسط آن‌ها تجارب و بازنمایی زنان را شکل می‌دهند و بر آن تأثیر می‌گذارند. نظریه فمینیستی استدلال می‌کند که فناوری رسانه‌ها خنثی نیستند، بلکه منعکس‌کننده و تقویت‌کننده نابرابری‌ها و سوگیری‌های جنسیتی در جامعه هستند (Modleski, 1988: 12-15).

- نظریه مطالعات فرهنگی<sup>۷</sup>: مشخصه این رویکرد تأکید بر راه‌هایی است که فناوری رسانه و فرهنگ به هم پیوسته‌اند، و روش‌هایی که فناوری رسانه به شیوه‌ها و بازنمایی‌های فرهنگی ما از جهان شکل داده و شکل خواهد داد (Nelson, 2013: 22-28).

- نظریه مارکسیستی<sup>۸</sup>: این رویکرد برگرفته از ایده‌های کارل مارکس است و با تأکید بر روش‌هایی که فناوری رسانه‌ای و شیوه‌های فرهنگی توسط ساختارها و روابط اقتصادی بزرگ‌تر شکل می‌گیرند و آن‌ها را شکل می‌دهند می‌پردازد. نظریه مارکسیستی استدلال می‌کند که فناوری رسانه منعکس‌کننده و تقویت‌کننده نابرابری‌ها و روابط قدرت در جامعه است (Hall, 1980: 57-72).

## مفاهیم کلیدی رسانگی<sup>۹</sup> و سیستم ناهمگن<sup>۱۰</sup>

### در باستان‌شناسی رسانه

«رسانگی» اصطلاحی است که در مطالعات رسانه‌ای برای اشاره به ویژگی‌های ذاتی یا «میانجی بودن» اشکال رسانه‌ای مختلف استفاده می‌شود. به روش‌های خاصی مربوط می‌شود که رسانه‌های مختلف محتوایی را که منتقل می‌کنند شکل می‌دهند. به عنوان مثال، واسطه بودن یک رمان (کلمه نوشتاری) با واسطه بودن یک فیلم (تصاویر متحرک و صدا) متفاوت است. هر رسانه ویژگی‌های منحصر به فرد خود را دارد که بر نحوه بیان داستان‌ها، انتقال اطلاعات و درگیر شدن مخاطبان تأثیر می‌گذارد (Kiening, 2015: 350-353).

باستان‌شناسان رسانه‌ای و انسان‌شناسان رسانه معتقدند که فناوری‌های رسانه‌ای فقط مادیت نیستند، بلکه در زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی خاص شکل می‌گیرند، تولید می‌شوند و مورد استفاده قرار می‌گیرند و تأثیرات ماندگاری بر شیوه‌های زندگی، کار کار و سرگرمی ما دارند. اصطلاح «سیستم ناهمگن» در باستان‌شناسی رسانه‌ای به ماهیت متنوع و تنوع اشکال و شیوه‌های رسانه‌ای اشاره دارد. باستان‌شناسی رسانه، تاریخ رسانه‌ها را به عنوان یک پیشرفت خطی از رسانه‌های «قدیم» به «جدید» نمی‌بیند، بلکه به عنوان شبکه‌ای پیچیده از اشکال، فناوری‌ها و شیوه‌های مختلف رسانه‌ای که به طرق مختلف در طول زمان تکامل یافته و در تعامل بوده‌اند، به آن‌ها نگاه می‌کند. این ناهمگونی یک جنبه کلیدی از رویکرد باستان‌شناسی رسانه برای مطالعه تاریخ رسانه است. از این نظر، باستان‌شناسی رسانه‌ای به «ناهمگون» علاقه‌مند است به این معنا که به دنبال کشف تاریخ‌های متنوع و اغلب نادیده گرفته شده رسانه‌ها است. این موضوع می‌تواند شامل مطالعه



5. Materialist theory
6. Feminist theory
7. Cultural studies theory
8. Marxist theory
9. Medialität
10. Heterogeneous system



فناوری‌های رسانه‌ای منسوخ یا فراموش شده، کاوش در تاریخچه‌های رسانه‌ای قدیمی یا «منسوخ شده» و بررسی شرایط مادی و تکنولوژیکی تولید و استفاده از رسانه باشد. با این دیدگاه، باستان‌شناسی رسانه‌ای قصد دارد روایت‌های غالب تاریخ رسانه‌ها را به چالش بکشد و ماهیت پیچیده و متنوع تکامل رسانه‌ها را کشف کند (Zielinski:2008).

این اصطلاح به مرور در باستان‌شناسی رسانه شکل گرفته است اما ریشه در نظریات رسانه‌ای محقق فیلسوف فرانسوی میشل فوکو دارد که استدلال می‌کرد تاریخ و تکامل فناوری‌های رسانه‌ای و شیوه‌های فرهنگی توسط یک تأثیر متقابل پیچیده عوامل اجتماعی، فرهنگی و تاریخی شکل می‌گیرد، بنابراین، مفهوم «ناهمگونی» بر پیچیدگی و تنوع فناوری‌های رسانه‌ای و شیوه‌های فرهنگی تأکید می‌کند (Packer,2013: 4-5).

### سیر تطوری رسانه‌ها

رسانه‌ها صرفاً پیام‌د اختراعات فنی نیستند، بلکه از فرآیند دو مرحله‌ای اختراع و «نهادینه‌سازی اجتماعی»<sup>۱۱</sup> ناشی می‌شوند. به عنوان مثال، گوتنبرگ انتشارات، فیلم‌ها و رسانه‌های نوری قدیمی‌تر و تلگراف سیمی را بهبود بخشید. در مرحله بعدی نوآوری، رسانه‌های جدید نهادینه شدند و در حال حاضر، رسانه‌های جدید مانند مطبوعات دوره‌ای، تصاویر متحرک و صدا و سیما ظهور کرده‌اند. فرآیند «نهادسازی اجتماعی» رسانه‌های ابداع شده را به طور اساسی تغییر می‌دهد. جامعه با کشف امکانات جدید ارتباطی، اختراعات را «نهادسازی» می‌کند. رسانه‌های جدید را پذیرفته و قالب‌بندی می‌کند (Stöber,2004:483). رسانه‌های قدیمی هم روزی جدید بوده‌اند و هر رسانه جدید هم روزی قدیمی محسوب می‌شود. با این وجود روند ظهور رسانه‌های جدید همواره مبهم است. برخی

معتقدند این فرآیند توسط فناوری هدایت می‌شود و برخی دیگر آن را محصول یک انگیزه اقتصادی می‌دانند. برخی پیشنهاد می‌کنند که تقاضا توسط مخاطبان رسانه هدایت می‌شود. و عده‌ای تأکید بر بحث‌های فرهنگی در شکل‌گیری رسانه‌های جدید دارند (همان‌جا). Stöber در مقاله‌ای با نام «چطور رسانه‌ها تحول پیدا می‌کنند» با تأکید بر رویکردی نظری بر رسانه‌های جدید ترکیبی از این عوامل را بدون ارجحیت بر یکدیگر باعث ظهور رسانه‌های جدید می‌داند.

تقریباً ۵۰۰ سال از اختراع گوتنبرگ می‌گذرد، اختراع گوتنبرگ بین سال‌های ۱۴۴۰ تا ۱۴۵۵م انجام شد، اختراع تلگراف در سال ۱۸۰۹ به پایان رسید، تلفن ۱۸۶۱ تا ۱۸۷۶، فیلم ۱۸۹۵، رادیو ۱۹۰۶، تلویزیون مکانیکی ۱۸۸۴، تلویزیون الکترونیکی ۱۹۰۸، کامپیوتر بین ۱۹۴۱ و ۱۹۴۵ و اینترنت ۱۹۶۴ تا ۱۹۶۸. به عنوان مثال، گوتنبرگ موضوعیت خود را در سال ۱۴۵۵ تغییر نداد، اما تعدادی کتاب منسوخ شده و آثار جزئی را چاپ کرد و انجیل معروف ۴۲ خطی را در آن سال به پایان رساند. سومرینگ اولین تلگراف برقی را در سال ۱۸۰۹ ساخت. تلفن فیلیپ ریس به سال ۱۸۶۱، و تلفن بل به سال ۱۸۷۶ برمی‌گردد. ادیسون، برادران لومیر و برادران اسکلا دانوفسکی در اواسط دهه ۱۸۹۰ در تولید فیلم موفق شدند. کمپیل سوئینتون مفهوم تلویزیون الکتریکی خود را در سال ۱۹۰۸ نوشت. نمایش رادیویی کریسمس فسندن در سال ۱۹۰۶ ممکن است به عنوان اولین پخش رادیویی باشد. پایان مرحله اختراع کامپیوترها به سختی تقریباً هر رسانه دیگری است. به عنوان مثال، زوزه حتی قبل از اینکه فون نویمان مطرح شود، یک «ماشین فون نویمان»<sup>۱۲</sup> ساخت اما بعداً زوزه تمام حقوق ثبت اختراع خود را از دست داد، زیرا اختراعات خود را به درستی ثبت نکرده بود (Petzold, 1998). مخترعان مختلفی قبل و در طول جنگ جهانی دوم وجود داشتند. برای تاریخ‌گذاری

### 11. Social institutionalizing

12. Von Neumann machine طراحی اولیه کامپیوتر مدرن یا کلاسیک، این مفهوم توسط سه دانشمند آرتور بورکز، هرمان گلدستاین و جان فون نویمان - در بحث مقدماتی طراحی منطقی یک ابزار محاسباتی الکترونیکی (۱۹۴۶) مطرح شد. اگرچه بسیاری از محققان به طور مستقیم یا غیرمستقیم ایده‌هایی را در مقاله ارائه کردند، فون نویمان نویسنده اصلی بود و اغلب به عنوان گواهی تولد علوم کامپیوتر از آن یاد می‌شود (Britannica).

اختراع اینترنت، می‌توان مفهوم «شبکه‌های توزیع‌شده» پل باران در سال ۱۹۶۴ یا نصب Arpanet در سال ۱۹۶۸ را در نظر گرفت. نقل قول‌های مختلفی نسبت به رسانه‌ها در جوامع گوناگون وجود داشته است، گاهی مورد تعریف و تمجید قرار گرفته و گاهی واکنش‌های منفی در بر داشته است. سناتور آمریکایی ویلیام سوارد در سال ۱۸۵۶ گفت: «پس از یک بار کشیدن سیم تلگراف، دیگر جنگی بین ایالات متحده و بریتانیای کبیر وجود نخواهد داشت» (Winston, 1998: 246). تا به امروز، سوارد درست گفته است. اما دیگرانی که تصور می‌کردند تلگراف «رابطه انسانی و هماهنگی بین مردم و ملت‌ها را از بین می‌برد و مردمان را «در تماس اخلاقی نزدیک‌تر با یکدیگر» قرار می‌دهد» (Boff, 1989: 209). ستایش پتانسیل عظیم رسانه‌های جدید تا زمانی که کامپیوتر و اینترنت به کار گرفته شدند رایج شده بود. از سوی دیگر، نقل قول‌های منفی از افراد شک‌گرا نیز وجود داشت، از اولین روزهای چاپ تا آخرین روزهای فناوری اطلاعات. به عنوان مثال، پاپ اینوسنس هشتم در سال ۱۴۸۷ به جنبه‌های مثبت و منفی اشاره کرده است و منتقدان فرهنگی روزنامه خوانی در قرن ۱۸م آن‌را با اعتیاد به مواد مخدر مقایسه کرده‌اند. روحانیون و معلمان در اوایل قرن بیستم ترس خود را از فیلم این‌گونه ابراز کردند: فیلم‌ها اخلاق جوانان را از بین می‌برد. با استدلالی مشابه (تخریب اخلاق جامعه به طور کلی)، تلویزیون در برخی کشورها تا اواخر قرن بیستم ممنوع شد. کامپیوتر و فناوری اطلاعات ترس از کابوس‌های اورولی را برانگیخت. به طور کلی، بحث موافقان و مخالفان، ماهیت رسانه‌های جدید را برای جامعه روشن‌تر می‌کند. این نشان می‌دهد که رسانه‌های جدید دیگر چیزی قدیمی در نظر گرفته نمی‌شوند (Stöber, 2004: 495-96).

در تطور رسانه‌ها یک الگوی تکرار شونده وجود دارد و آن است که هر رسانه نوظهور برای بهبود بخشیدن به کارکرد رسانه‌های قدیمی‌تر از خود اختراع شده است. به عنوان مثال، یوهانس گوتنبرگ ماشین چاپ را اختراع نکرد، بلکه چاپ با حروف قابل جابجایی را اختراع کرد. به عبارت دیگر، انتشار و کپی را بهبود و تسریع بخشید. هدف گوتنبرگ عمدتاً بازار کتاب‌های بسیار گران قیمت

بود. اعلامیه‌های عزاداری و تقویم‌ها نیز مواردی بودند که او چاپ می‌کرد. اما آن‌ها یک دغدغه ثانویه بودند. گوتنبرگ این آثار کوچک‌تر را زمانی که تلاش کرد «هنر جدید» خود را بهبود بخشد، چاپ کرد و از این «هنر جدید» به‌عنوان آخرین پیشرفت در نویسندگی یاد کرد. یادداشت ویراستاران به کاتولیکون در ۱۴۶۰ می‌گوید: «به‌حمایت خداوند، این کتاب بزرگ کاتولیکون با مداد یا پر نوشته نشده است، بلکه با حروف و حروف با هماهنگی عالی چاپ شده است. بنابراین، پروردگارم را ستایش خواهم کرد» (Giesecke, 1998: 142). برخی نیز تحت تأثیر کیفیت چاپ قرار گرفتند نه سرعت تولید دستگاه چاپ مثل پاپ پارسا دوم بعد از اینکه صفحاتی از کتاب مقدس گوتنبرگ را در نمایشگاه کتاب فرانکفورت در سال ۱۴۵۵ دید، به این اختراع این‌گونه اشاره کرد: «با دیدن کتابی با حروفی با بالاترین کیفیت که قبلاً هرگز مثل آن را ندیده بودم» (Hanebutt, Benz, 2000: 132, 338).

**علوم انسانی دیجیتال و باستان‌شناسی رسانه**  
منظور از علوم انسانی دیجیتال چیست؟ علوم انسانی دیجیتال اصطلاحی است که به کاربرد فناوری‌های دیجیتال و داده‌های دیجیتال برای مطالعه و تحلیل علوم انسانی مانند ادبیات، فلسفه و تاریخ و حتی باستان‌شناسی اشاره دارد. این حوزه گسترده رویکردها و روش‌های مختلفی از جمله تحلیل متن، تجزیه و تحلیل تصویر، زبان‌شناسی محاسباتی، تجزیه و تحلیل رسانه‌های اجتماعی و داده کاوی را در بر می‌گیرد. هدف علوم انسانی دیجیتال ارائه دیدگاه‌ها و بینش‌های جدید در مورد فرهنگ‌ها، متون و تاریخ‌های انسانی است و همچنین می‌تواند به حفظ و تجزیه و تحلیل میراث دیجیتال کمک کند (Liu, 2013: 411).

علوم انسانی دیجیتال یک رشته با ماهیت میان رشته‌ای است که ابزارها و تکنیک‌های محاسبات، فناوری، تجزیه و تحلیل داده‌ها و علم اطلاعات را با روش‌ها و رویکردهای علوم انسانی ترکیب می‌کند. این رشته زیر شاخه‌های مختلفی از جمله تاریخ







دیجیتال، مطالعات ادبی دیجیتال، باستان‌شناسی دیجیتال، تاریخ کلاسیک دیجیتال، موسیقی‌شناسی دیجیتال، انسان‌شناسی دیجیتال و غیره را در بر می‌گیرد. ایده اصلی استفاده از ابزارهای دیجیتال برای کشف و درک میراث تاریخی و فرهنگی گذشته در یک محیط دیجیتال است (همان: ۴۱۲-۱۵).

یکی از اهداف تحقیقاتی علوم انسانی دیجیتال جدید، به طور کلی تولید گفتمان دانشگاهی در عصر دیجیتال بوده است. محققان DH<sup>13</sup> در موقعیت خوبی هستند تا به عنوان سوژه در ارزیابی‌های خود در انتشارات و به‌ویژه زمانی که نوبت به بررسی رابطه بین فرم‌های چاپی و دیجیتالی می‌شود، خدمت کنند. آن‌ها قالباً به طور مستقیم در پروژه‌های دیجیتالی‌سازی شرکت می‌کنند و در آن کتاب‌ها و سایر مواد چاپی را اسکن می‌کنند، فایل‌ها را ویرایش می‌کنند، ابر داده‌ها را اضافه می‌کنند، و CMS<sup>14</sup>ها را برای انتشار آنلاین و ابزارهایی برای مقایسه، ویرایش و مطالعه متون دیجیتالی طراحی یا تغییر کاربری می‌دهند. آن‌ها در رمزگذاری متون در قالب‌های مختلف و ساخت برنامه‌های کاربردی برای خوانندگان الکترونیکی و دستگاه‌های تلفن همراه و همچنین رایانه‌های رومیزی مشارکت دارند. اما مهم‌تر از آن، بسیاری از آن‌ها در مورد طراحی و استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای ارتباطات علمی آنلاین و انتشار، راه‌های ترکیب شبکه‌های اجتماعی و اشتراک‌گذاری تحقیقات با هم‌تایان و همکاران و بخشی از عموم مردم تجدیدنظر می‌کنند. یکی از خلاصه‌ترین تعریف‌های DH، علوم انسانی انجام شده به صورت دیجیتالی بوده است، و DH به عنوان یکی از پرسش‌های پژوهشی خود این موضوع را مطرح کرده است: انتشار در پلتفرم‌های دیجیتال برای علوم انسانی به طور کلی چه معنایی دارد؟ (Jones, 2013: 147).

در دهه گذشته، تیم‌های بین رشته‌ای چندین ابزار

جدید برای جستجو در مجموعه‌های دیجیتالی وسیع، متنوع و پراکنده ایجاد کردند. توسعه این ابزارهای دیجیتال جدید به تکرار به عنوان «یک انقلاب عملی» عنوان شده است، انقلابی که تحقیقات را سریع‌تر، آسان‌تر، راحت‌تر و سازنده‌تر کرده است (Nichol-son, 2013: 60). محققینی که در علوم کامپیوتر کار می‌کنند اغلب «مقالات نمایشی» می‌نویسند در اغلب این مقالات صرفاً ابزارهای دیجیتال و نکات فنی آن‌ها به نمایش گذاشته می‌شود (Huurnink, 2013). سایر محققین فعال در این زمینه در بر ابزارهای دیجیتال، دیدگاه علوم اجتماعی تمرکز دارند، که عمدتاً با هدف توصیف و مطالعه «کاربران» و «رفتار کاربر» انجام می‌پذیرد، رفتار کاربر ثبت می‌شود، ردیابی می‌شود و اندازه‌گیری می‌شود تا بینش کافی در پژوهش به دست آید (Goddard, 2014: 4-7).

در سال‌های اخیر، توجه آثار علمی به چالش‌های معرفت‌شناختی و روش‌شناختی معطوف شده است که پژوهش‌ها را با ابزارها و فناوری‌های دیجیتال جدید انجام می‌دهند. چالش مورد بحث توسط تارا مک فرسون محقق رسانه‌های آمریکایی به خوبی منظور را می‌رساند: «نقش محاسبات در علوم انسانی بسیار بیشتر از ایجاد آرشیوهای گسترده است که محققان در روش‌های سنتی درباره آن می‌نویسند» (McPherson, 2009: 120).

یکی از ابزارهای دیجیتال برای مطالعات رسانه‌های AVResearcherXL<sup>15</sup> یک ابزار اکتشافی جدید برای تحقیقات مطالعات رسانه‌ای است که کاربران را قادر می‌سازد تا فراداده‌های برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی عمومی و مجموعه‌ای از مقالات روزنامه و کتابخانه‌ها را جستجو، مقایسه و تجسم کنند، در نتیجه با ترکیب بینش‌های علوم انسانی دیجیتال با باستان‌شناسی رسانه به کارکرد این ابزار نزدیک‌تر می‌شویم. علوم انسانی دیجیتال عمدتاً یک رشته عملی یا یک

13. Digital humanities

14. Content management system

15. AVResearcherXL توسط موسسه هلند برای صدا و تصویر، مرکز تلویزیون در حال انتقال در دانشگاه اوترخت، و

ILPS در دانشگاه آمستردام، هلند توسعه یافته است.

## نتیجه گیری

اگرچه باستان‌شناسی رسانه در ایران هنوز مورد مطالعه قرار نگرفته است اما ظرفیتی غنی در این زمینه وجود دارد چنانچه سابقه رسانه‌های جدید بیش از یک سده است و به دوران قاجار می‌رسد. عکس‌ها، روزنامه‌ها، فیلم‌ها، شبکه‌های رادیویی، تلویزیون، تلفن ثابت و تلفن همراه و همچنین شبکه‌های اینترنت بعنوان محوطه‌های بکر برای پژوهش‌های باستان‌شناسی رسانه در ایران هستند. با کاوش در لایه‌های رسانه‌ای می‌توان اهدافی که در پس شکل‌گیری رسانه‌های جمعی مدرن وجود دارد را واکاوی کرد و چگونگی تأثیر گذاری حکومت‌ها بر مردم از طریق پروپاگاندا ی رسانه‌ای را واریسی کرد. این‌ها فقط بخش کوچکی از اهمیت باستان‌شناسی رسانه را بیان می‌کند. امروزه رسانه‌ها بخش مهمی از زندگی هموساپینس‌ها هستند و این گونه انسانی به شدت به فناوری‌های رسانه‌ای در زمینه روابط اجتماعی و فردی، شغل، تحصیل و آموزش، هنر، فرهنگ، حمل و نقل، پزشکی، مسیریابی و... وابسته است. محققین علوم انسانی دیجیتال بدون اینکه احساس شود در حال انباشت لایه‌های دیجیتال آرشیو شده برای باستان‌شناسان رسانه هستند. آنچه علوم انسانی دیجیتال آرشیو می‌کند داده‌های پایه برای باستان‌شناسی رسانه است که پژوهش‌گران می‌توانند در آینده از آن‌ها استفاده کنند. بدون شک باستان‌شناسی رسانه بزودی جایگاه ویژه‌ای در کشورمان پیدا خواهد کرد، چنانچه در سایر ملل بسیار دارای اهمیت و کاربرد است.

## سپاسگزاری

قدردان و سپاسگزار رهنمودهای ارزنده دکتر محمداسماعیل اسمعیلی جلودار هستم.

ارگان «تولیدکننده» است: درباره ساختن چیزهایی مانند متون، نرم‌افزارها و پلتفرم‌ها است. علوم انسانی دیجیتال امروزه، پس از اولین موج مطالعاتی خود در اواخر دهه ۱۹۸۰، در حال رونق و پیشرفت مطالعات و رویکردهای خود است. علوم انسانی دیجیتال که در ابتدا بر زبان‌شناسی و ادبیات و عمدتاً بر مجموعه‌های متنی و فهرست‌نویسی، ویژگی‌های زبانی، محیط‌های یادگیری و داده‌های ساختاریافته تمرکز داشت، و هنوز هم تا حد زیادی این کار را انجام می‌دهد. امروزه زبان‌شناسی و ادبیات رابطه گفتمانی عمیق‌تری با مفهوم علوم انسانی دیجیتال نسبت به مطالعات رسانه‌ای در گذشته دارند (Fitzpatrick, 2014).

اکنون باستان‌شناسی رسانه‌ای بعنوان رشته نظری و فلسفی میان‌رشته‌ای به یک مرجع رایج در بحث‌های آرشیو دیجیتال تبدیل شده است. اما نه خانه دائمی دارد و نه روش‌شناسی مشخص. همانطور که Huhtamo و Parikka در مورد باستان‌شناسی رسانه‌ای بحث می‌کنند، رویکردهای متغیری برای باستان‌شناسی رسانه وجود دارد، و به نظر می‌رسد که این تنوع رویکردها است که در واقع هسته اصلی این رشته را تشکیل می‌دهد. Parikka از آرشیو به عنوان یک مکان کلیدی که باستان‌شناسی رسانه‌ای در آن رخ می‌دهد، نام می‌برد. از آنجایی که آرشیو به طور روز افزون به یک آرشیو دیجیتال تبدیل شده و می‌شود، باستان‌شناسی رسانه‌ها علوم انسانی دیجیتال را دربر می‌گیرد (Huhtamo and Parikka, 2011).

در همین راستا، زیلینسکی استدلال می‌کند که چگونه رسانه‌ها فضاهای عملی هستند که تلاش می‌کنند برای ساختن و پیوند داد مفاهیمی که یکدیگر را گم کرده‌اند. او این را «آنارکولوژی» می‌نامد و استدلال می‌کند که چگونه در درازمدت، «مجموعه مطالعات آنارکولوژیک فردی باید «نوع‌شناسی رسانه» را تشکیل دهد. آنچه او پیشنهاد می‌کند این است که به جای «جستجوی روندهای تکراری باید بتوان تغییرات فردی را کشف کرد» (Zielinski, 2006).

Anarchaeology. 16 آنارکولوژی اصطلاحی است که دو واژه «anarchy» و «archaeology» را ترکیب می‌کند تا رویکردی انتقادی به باستان‌شناسی را توصیف کند که در آن ساختارهای قدرت سنتی و سلسله مراتب را به چالش می‌کشد و به دنبال کشف تاریخ‌های پنهان، به چالش کشیدن روایت‌های رایج، و ترویج عدالت اجتماعی و برابری است.





## REFERENCES

1. Armitage, J.(2012). Virilio and the Media. Polity.
2. Nicholson, B. (2013). The Digital Turn: Exploring the methodological possibilities of digital newspaper archives. *Media History*, 19(1), 59-73.
3. Huurnink, B., Bronner, A., Bron, M., Van Gorp, J., de Goede, B., & van Wees, J. (2013). AVResearcher: Exploring Audiovisual Metadata. In *DIR* (Vol. 2013, p. 13th).
4. Curran, J., & Morley, D.(Eds.).(2007). *Media and cultural theory*. Routledge.
5. Fitzpatrick, K.(2014). Anne Burdick, Johanna Drucker, Peter Lunenfeld, Todd Presner, & Jeffrey Schnapp, *Digital\_Humanities*. *International Journal of Communication*, 8, 5.
6. Hall, S.(1980). Cultural studies: Two paradigms. *Media, culture & society*, 2(1), 57-72.
7. Hauser, M. D.(1996). *The evolution of communication*. MIT press.
8. Huhtamo, E., & Parikka, J.(Eds.).(2011). *Media archaeology: Approaches, applications, and implications*. Univ of California Press.
9. Jones, S. E.(2013). *The emergence of the digital humanities*. Taylor & Francis.
10. Kiening, C., Ackermann, C., & Egerding, M.(2015). Medialität. *De Gruyter Reference*, 349-382.
11. Kittler, F. A.(1999). *Gramophone, film, typewriter*. Stanford University Press.
12. Liu, A.(2013). The meaning of the digital humanities. *pmla*, 128(2), 409-423.
13. McLuhan, M.(2019). *The medium is the message(1964)*. In *Crime and Media*(pp. 20-31). Routledge.
14. Goddard, M. (2015). Opening up the black boxes: Media archaeology, 'an-archaeology' and media materiality. *New Media & Society*, 17(11), 1761-1776.
15. Modleski, T.(1988). *The women who knew too much: Hitchcock and feminist theory*.
16. Nelson, C., Treichler, P. A., & Grossberg, L.(2013). Cultural studies: An introduction. In *Cultural studies*(pp. 1-22). Routledge.
17. O Hara, F. M.(2001, May). A brief history of technical communication. In *ANNUAL CONFERENCE-SOCIETY FOR TECHNICAL COMMUNICATION*(Vol. 48, pp. 500-504). UNKNOWN.
18. Packer, J., & Valdivia, A. N.(2013). The conditions of media's possibility. *The international encyclopedia of media studies*, 1.
19. Parikka, J.(2013). *What is media archaeology?.* John Wiley & Sons.



20. Poſter, M. (2010). McLuhan and the cultural theory of media. *MediaTropes*, 2(2), 1-18.
21. Zielinski, S. (2008). *Deep time of the media: Toward an archaeology of hearing and seeing by technical means*. mit Press.
22. Swaine, M. R. and Freiburger, Paul A. (2024, February 1). von Neumann machine. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/technology/von-Neumann-machine>.
23. McPherson, T. (2009). Introduction: Media studies and the digital humanities. *Cinema Journal*, 48(2), 119-123.
24. Zielinski, S. (2008). *Deep time of the media: Toward an archaeology of hearing and seeing by technical means*. mit Press.





