



«برشی از خودِ زندگی» درباره‌ی «سوژه»ی

عصر جدید

محمد جوانمرد

گاهی برنامه‌هایی مثل «عصر جدید» یا معادل آمریکایی آن «استعدادیابی آمریکا» بدون این که محتوای درونی‌شان تحلیل شود، در همان نگاه اول با اصطلاحاتی مثل «صنعت فرهنگ»، «شیء‌واره‌گی» و «آمریکایی‌سازی» کنار گذاشته می‌شوند و لایق تحلیل دانسته نمی‌شوند. با این کار مفاهیم، پویایی و رابطه‌ی دیالکتیکی خود با واقعیت را از دست می‌دهند، در جایی از تاریخ ثابت می‌مانند و به‌مرور ظرفیت انتقادی خود را هم از دست خواهند داد. به‌علاوه این کار در واقع محروم کردن خود از پدیده‌هایی است که می‌توانند گوشه‌هایی

مهم از واقعیت دنیای امروز را بنمایانند. مجری «عصر جدید» درست می‌گوید که این برنامه «برشی از خود زندگی» است؛ اما مسئله این است که برشی از کدام زندگی؟ این برنامه، چگونه زندگی‌ای را «نمایندگی» می‌کند؟

شاید دلالت بسیاری از عناصر محتوایی این برنامه، به‌تنهایی روشن باشد: داورانی هستند که با رأی خود ارزش‌مند بودن یا نبودن استعدادها و اجراها را تعیین می‌کنند؛ مردمی که پشت سر داورها در فضایی تیره نشسته‌اند، با توجه به زاویه‌ی دوربین چنین حسی را القا می‌کنند که داورها عصاره‌ی جمعیت‌اند (چیزی که دست‌کم در این سطح چندان گمراه کننده هم نیست). مجری بارها به گذشته‌ی سخت شرکت‌کنندگان اشاره می‌کند و از آن‌ها می‌خواهد وضعیت خود را روایت کنند. بگذریم از مکالمه‌ی عجیب مجری با شرکت‌کننده‌ای افغانستانی که به دلیل مشکلات مالی تحصیلات‌اش را نیمه‌کاره رها کرده و مجری سعی دارد به او بقبولاند که این از کم‌تلاشی خود او بوده است. اما حتی برای فهم بهتر همین عناصر جداگانه، لازم است ابتدا این پدیده را در تمامیت خود بفهمیم. پاره‌های مختلف این پدیده، چگونه به یکدیگر مرتبط می‌شوند؟ نوع اجراها چه رابطه‌ای با فرم کلی برنامه دارد؟ مجری و داورها در حرف‌های خود چگونه اجراهایی را

توصیه می‌کنند؟ و البته با چگونه اجراهایی به وجد می‌آیند؟ منظور از فهم در تمامیت، یافتن پاسخ این پرسش‌هاست.

«چرا بهش رأی دادی؟» «هیجان‌انگیز، شجاعت، جسارت»؛ «هر اجرا با اجرای قبلی فرق داره»؛ «حسِ کارتِ خیلی غالب بود»؛ «خیلی کار متفاوتی بود»؛ این بخشی از مکالمات مجری و داورها پس از یکی از اجراهای مرحله‌ی نیمه‌نهایی است. در همین جمله‌ها دو محور کلی دیده می‌شود که بارها و بارها در حرف‌های داوران، در معیارهای انتخاب افراد برای اجرا و در شیوه‌ی روایت زندگی شخصی شرکت‌کنندگان خودنمایی می‌کنند. یکی از آنها تأکید است که روی متفاوت بودن اجراها وجود دارد. دیگری هم پررنگ بودن «حس» و برانگیزندگی است.

تأکید بر متفاوت بودن، هم درباره‌ی اجراهای فرد به نسبت اجراهای پیشین خودش صادق است و هم بین شرکت‌کننده‌های مختلف. شرکت‌کننده‌ها نمی‌توانند با تکرار اجراهای پیشین خود، هر قدر هم که مقبول بوده باشد، تأیید داوران را بگیرند. «اگر محمد همون اجرای قبلیش رو انجام می‌داد من بهش رأی مثبت می‌دادم»؛ وقتی یکی از داوران لزوم متفاوت بودن را به پرسش می‌کشد، یکی دیگر از آنها که اغلب با مجری-که تعین ارزش‌های حاکم بر برنامه است- هم‌سو است، به او جواب می‌دهد: «می‌خوای خودش رو تکرار

کنه؟». در نهایت این اختلاف نظر، در معیارهای «هیجان‌انگیز» و متفاوت بودن این اجرا، تحلیل می‌رود و داور مخالف هم به اجرا رأی مثبت می‌دهد.

از سوی دیگر همه‌ی اجراها به‌نوعی می‌کوشند تا خود را به معیار احساسات‌برانگیز بودن نزدیک کنند. این را علاوه بر سخنان صریح خود داوران، از شیوه‌ای که برای رأی‌دهی داوران در نظر گرفته شده است می‌توان دریافت؛ شرکت‌کننده‌ای در حال اجراست، داوران به‌دقت نگاه می‌کنند، تا این‌که لحظه‌ای از اجرا آن‌ها را به‌خنده می‌اندازد، یا ترس و هیجان‌شان را برمی‌انگیزد، و آن‌ها برانگیخته از احساسی لحظه‌ای، بر دکمه‌ای که جلوی آن‌هاست می‌کوبند، و رأی مثبت به‌همراه صدایی که برای بینندگان هم برانگیزنده است، ثبت می‌شود. همان‌طور که از این توصیف برمی‌آید، احساس در این‌جا به‌معنای حسی واکنشی است که از دیدن یک تصویر انگیزنده می‌شود. به این معنا چنین احساسی، باید ماهیتی تصویری و آنی داشته باشد.

به‌عنوان یک امتحان ذهنی برای سنجش قوای تخیل خود، می‌توانیم تصور کنیم یک شرکت‌کننده‌ی «بااستعداد» روی صحنه برود و یک داستان کوتاه بخواند، یا یک شعر. آیا چنین اثری به برنامه راه پیدا می‌کند؟ آیا فرم کلی برنامه اجازه‌ی چنین اجرایی را می‌دهد؟ چندان نیازی به تخیل نیست. زیرا در برنامه‌ی مقدماتی فصل دوم «عصر

جدید»، یکی از این نمونه‌ها را می‌بینیم. یکی از شرکت‌کننده‌ها قصه‌ای را با چاشنی‌ای نمایشی، روایت می‌کند؛ که البته وجه نمایشی آن جلوه‌ی چندانی ندارد. روشن است که او پذیرفته نمی‌شود: «من احساس می‌کردم بیش‌تر از این‌که تماشاگر باشم، شنونده‌ی یک نمایش‌نامه‌خوانی رادیویی‌ام»؛ این دلیلی است که مجری برای راه‌نیافتن این اجرا به بخش اصلی مسابقه می‌آورد. از همین توصیف روشن است که احساسات در این‌جا بیش‌تر به حس‌های فیزیکی نزدیک‌اند تا عواطف درونی؛ زیرا این بی‌واسطه‌گی، لحظه‌ای و واکنشی بودن، با هر نوع احساسی که نیازمند عمقی زمانی باشد، ناسازگار است. و در میان حس‌های فیزیکی، آنچه بیش‌تر از همه ظرفیت این بی‌زمان بودن و به اندیشه درنیامدن را دارد، همان دیدن است. ما برای درک صدا به طی فاصله‌ای میان دو نقطه‌ی زمانی نیاز داریم؛ برای همین هم نمی‌توان از صدا «عکس» گرفت. اما «بو» حتی از این هم تکرارناپذیرتر است؛ زیرا علاوه بر «عکس‌بردار» نبودن، برخلاف نور و صدا، پیوندی ناگسستگی با ماده دارد. نور بی‌نیاز به ماده جابه‌جا می‌شود، صدا به ماده برای رسانه‌گی خود نیازمند است، اما بو خود ماده است؛ ترکیبی منفرد در یک لحظه‌ی خاص. به تعبیر بنیامین «بو آخرین پناهگاه دور از دسترسِ خاطره‌ی غیرارادی است».

هر چه خاطره‌ای در ذهن ما روشن‌تر باشد، آن را آگاهانه‌تر به یاد می‌آوریم و ذهن در به یاد آوردن آن خاطرات غیرارادی کم‌تری را فرامی‌خواند. این آگاهانه‌گی در حد نهایی خود، با عکس اتفاق می‌افتد؛ دیگر برای به یاد آوردن خاطره‌ی خود، تنها کافی‌ست به عکس آن نگاهی بیندازیم؛ عکسی که به‌مرور بیشتر و بیشتر جای‌گزین خاطره‌ی اولیه می‌شود؛ عکسی که آن‌جاست، می‌بینیمش و همه‌ی خاطره در تصویر حاضر آن خلاصه می‌شود. دیگر برای بازخوانی خاطره نیازی به حرکت در عمقی زمانی نداریم؛ حرکتی که می‌توانست در مسیر خود خاطرات غیرارادی بسیاری را برانگیزد که مدت‌ها بود فراموش‌شان کرده‌بودیم. بنیامین این توده‌ی خاطرات غیرارادی را که به دور اشیاء حلقه می‌زنند «هاله»^۱ می‌نامد. به این معنا عکس، نماینده‌ی هاله‌زدوده‌ترین تجربیات انسان است.

این‌گونه از تجربه نشان‌گر غلبه‌ی شیوه‌ای از ارتباطات ما با محیط پیرامون است که والتر بنیامین آن را «حس کردن»^۲ می‌نامد: «انواع مختلف ارتباطات، به‌طور تاریخی با یکدیگر در رقابت بوده‌اند. جای‌گزینی شیوه‌ی قدیمی گزارش‌کردن با اطلاعات و سپس جای‌گزینی اطلاعات با حس‌کردن، جمود فزاینده‌ی تجربه را نشان می‌دهد. همه‌ی این اشکال در تضاد با قصه‌گویی به‌عنوان یکی از

قدیمی‌ترین اشکال ارتباطات قرار می‌گیرند^۱! در این‌جا منظور از جمود که شکل غایی آن در «حس کردن» صرف اتفاق می‌افتد، این است که تجربه‌ها هر کدام لحظه‌هایی منزوی‌اند که با یکدیگر ارتباطی برقرار نمی‌کنند، برخلاف قصه که تنها در عمقی زمانی امکان درک آن وجود دارد. برای فهم جملات پایانی یک داستان، همه‌ی بخش‌های دیگر آن، از جمله جمله‌های آغازین نقش بازی می‌کنند؛ و این مستلزم درکی زمان‌مند است. اما در نقطه‌ی مقابل، حس کردن به شکل روی‌دادی آنی اتفاق می‌افتد.

این معیار حسی بر همه‌ی اجراها سلطه دارد و اجراهای مختلف همگی می‌کوشند تا آن حس لحظه‌ای را برانگیزند که باعث شود تا داور دکمه‌ی تأیید را فشار دهد. اما چگونه می‌توان موجودیت همزمان این دو محور اساسی، یعنی لزوم متفاوت بودن و در عین حال اشتراک در احساسات برانگیز بودن را توضیح داد؟ همان‌طور که گفته شد، این تفاوت نه تنها در سطح فردی بلکه در سطح میان‌فردی هم مورد تأکید است. و تفاوت تنها در نوع اجرای افراد نیست، بلکه گاهی حتی سرگذشت آن‌ها اهمیت بیش‌تری می‌یابد. «صحنه‌ی عصر جدید وجودش به خاطر آدم‌هایی مثل شماست»؛ این جمله‌ای است که مجری به چند شرکت‌کننده‌ی افغانستانی در مرحله‌ی مقدماتی فصل

دوم می‌گوید؛ کسانی که به خاطر مشکل مالی یا ادامه‌ی تحصیل نداده‌اند یا به کارهای یدی‌ای مشغول‌اند که با رشته‌ی تحصیلی آن‌ها تناسبی ندارد. به‌علاوه شرکت‌کننده‌هایی از قومیت‌های مختلف ایران (و گاهی با لباس محلی) حضور دارند. و البته به‌روشنی تلاش بر آن است تا افرادی با اجراهای ماهیتاً متفاوت به مرحله‌های بالاتر برسند. این‌ها در کنار هم تفاوت‌های افراد را چه از نظر استعدادها و چه از نظر عناصر هویتی‌شان برجسته می‌کند. اما همه‌ی شرکت‌کننده‌ها باید استعدادهای خود را به‌شکلی عرضه کنند که ارزش آن‌ها را داوران و بینندگان، تأیید کنند. این‌جا ما با تفاوت‌هایی سروکار داریم که هرچند انکارناپذیرند، اما می‌کوشند تا یکسان‌سازیِ نهفته در این فرایند را بپوشانند. همه‌ی اجراهای آن‌ها در نهایت باید احساسات را برانگیزد.

فردریک جیمسون، نظریه‌پرداز مارکسیست آمریکایی، این پدیده را این‌گونه توضیح می‌دهد: «مستحیل کردن^۱، یعنی تبدیل کردن ناهمگونی‌ها به همگونی، مستحیل کردن آن‌ها در انتزاع، استانداردسازی چندگونگی جهان». در واقع پیش از هر چیز باید از خود پرسیم، یک آوازخوانی در چه فرایندی است که با عروسک‌گردانی یا شعبده‌بازی مقایسه‌پذیر می‌شود و می‌توان بین آن‌ها انتخاب کرد؟ چگونه می‌توان یک اجرای نمایشی را با خماندن

Subsume^۱

میل‌گرد با چالِ گلو مقایسه کرد؟ لازم است همه‌ی این تفاوت‌ها در حلالِ سکوی نمایش، به احساسات صرف، به هیجاناتِ نیندیشیده در بیابند تا بتوان آن‌ها را روی کفه‌ی ترازو گذاشت. برای همین است که وقتی داوری یک اجرای ترانه‌خوانی را خام و غیرحرفه‌ای توصیف می‌کند و به آن رأی منفی می‌دهد، مجری می‌کوشد تا با ارجاع به «حس»، نظر او را تغییر دهد؛ و البته موفق هم می‌شود.

مفاهیم دوگانه‌ی ارزش مصرف و مبادله می‌توانند در تبیین مستحیل شدن این تفاوت‌ها در یکسانی‌ای عمیق‌تر کمک‌مان کنند. این مفاهیم را هرچند مارکس در آغاز برای تحلیل‌های اقتصادی به کار گرفت، اما در ادامه قابلیت‌های خود را برای تحلیل پدیده‌های فرهنگی هم نشان دادند؛ به‌ویژه از هنگامی که خود فرهنگ بیش از پیش ماهیتی اقتصادی به خود گرفت. اما حرکت از یک مثال اقتصادی می‌تواند روشن‌گر باشد. تلفن همراه از نظر ارزش مصرف هیچ سنخیتی با چیزی مثل فرش ندارد. این دو نمی‌توانند به جای هم به کار روند و از این نظر بسیار متفاوت‌اند. اما «بازار» جایی است که تفاوت‌های این دو از بین می‌رود و کیفیت‌های متفاوت کارِ انسانی‌ای که روی آن‌ها انجام شده است، جای خود را به تفاوت‌های کمی‌ای می‌دهد که آن‌ها را با هم مقایسه‌پذیر می‌سازد. اما با پیش‌روی اقتصاد در فرهنگ، یا به بیان جیمسون با «تخت‌شدن» ساختار جامعه، اینک همه شئون فردی و

اجتماعی خصلتی کالایی می‌یابند. و ارزش کالا نه در فعالیت منحصر به فردی که صرف ساختن‌اش شده و نه در استفاده‌ی مشخص آن، بلکه در ارزش مبادله‌ی آن است.

سیطره‌ی ارزش مبادله بر کالاهای فرهنگی و بر وجوه مختلف شخصیت افراد، باعث می‌شود تا آنچه مورد پسند است، باز تولید شود. قانون بازار همین است؛ قانونی که با خود باز تولید همه‌ی خصلت‌های مبتنی بر سرعت، رقابت و هیجان‌انگیزی را به همراه می‌آورد. شاید چیزی بهتر از فیلم‌های هالیوودی نتواند عصاره‌ی این خصلت‌ها را نمایش دهد؛ فیلم‌هایی که با سرعتِ تصویر و موسیقیِ هیجان‌انگیز خود، اجازه‌ی هر گونه اندیشیدن را از بیننده‌ای که زیر بمبارانِ احساسی است، می‌گیرند و در آخر او را با پایانی تسکین‌بخش به خانه می‌فرستند، تا پس از انباشت دوباره‌ی نارضایتی از زندگی معنازوده‌ی خود، برای تسکین دوباره بازگردد. این همان مفهوم آشنای صنعت فرهنگ است که آدورنو و هورکهایمر در دیالکتیکِ روشنگری پیامدهای آن را این گونه توصیف می‌کنند: «اینک فرهنگ، یکسانی را به همه چیز سرایت می‌دهد؛ فیلم، رادیو و مجلات جملگی نظامی را شکل می‌بخشند. هر شاخه‌ی فرهنگ در خود یک دست و همگی نیز با هم یک دست و یکنواخت‌اند.»^۱

۵- از کتاب دیالکتیک روشنگری، تئودور آدورنو و ماکس هورکهایمر

سیطره‌ی ارزش مبادله در «عصر جدید»، به این معنا است که ارزش هیچ اجرایی در خود آن نیست، بلکه در تأییدی است که از داوران خود (شامل تماشاگران و مردمی که به او رأی می‌دهند) می‌گیرد. طراحی برنامه به گونه‌ای است که به ما بقبولاند آن‌هایی هم که حذف می‌شوند، به خاطر تلاش‌شان شایسته‌ی تقدیرند؛ به این معنا که ارزش کار آن‌ها در خود فعالیت‌شان بوده است. اما این طراحی می‌کوشد این واقعیت را بپوشاند که آن‌ها نه به خاطر تلاشِ ناکام واپسین‌شان، بلکه به خاطر تأییدهای پیشین است که باید ستوده شوند. آیا کسی از آن‌ها که در همان بخش مقدماتی (یا به قول خود برنامه، راستی‌آزمایی!) حذف می‌شوند تقدیر می‌کند؟ آیا هیچکس از بینندگان آن‌ها را شایسته‌ی تقدیر می‌بیند؟

همین غلبه‌ی ارزش مبادله است که باعث می‌شود همه‌ی اجراها طوری تنظیم شوند که با تکیه بر برانگیختن احساسات، بیش‌ترین مقبولیت را به دست بیاورند. برای همین هم اصلاً جای تعجب نیست که شصت درصد از کسانی که به مرحله‌ی نیمه‌نهایی فصل اول برنامه رسیدند، اجراهای ورزشی داشتند و آن‌هایی هم که نیستند همه‌ی تمرکزشان را صرف برانگیختن احساسات آنی می‌کنند؛ تا جایی که یکی از شرکت‌کننده‌ها در حین اجرای ترانه‌ای با مضمون ستایش

مادر، مادرش را روی صحنه می آورد تا تأثیر بیش‌تری در مخاطب برانگیزد.

هرچند فرم خود «عصر جدید» تا حد زیادی این گرایش به حس برانگیزی را باعث می‌شود، اما آیا چنین برنامه‌ای ممکن بود در ایران دهه‌ی شصت یا هفتاد ساخته و محبوب شود؟ برای این که چنین برنامه‌ای محبوب شود، پیش‌تر باید شرایط لازم برای شکل‌گیری این نوع سوژه‌گی خاص، که در آن انسان به بدن، به حس‌های فیزیکی خود تقلیل پیدا کرده است، شکل گرفته باشد. در واقع این برنامه محصول سرمایه‌داری متأخر مصرفی است که شرایط تحقق آن در سال‌های آغازین پس از جنگ پی‌ریزی شد.

در حالی که انقلاب و جنگ نوعی سوژه‌ی جمع‌گرا را در خود بازتولید می‌کرد، اینک با پایان یافتن آن دوره، دولت وقت، سیاست اقتصادی‌ای را در پیش می‌گرفت که مستلزم جای‌گزینی ارزش‌های جمع‌گرای پیشین با ارزش‌های فردگرای جدید بود؛ سیاستی مبتنی بر خصوصی‌سازی اقتصادی در کنار بازاری‌سازی وجوه مختلف زندگی اجتماعی که اسطوره‌ی «موفقیت» فردی و لزوم رقابت برای کسب آن را با خود به همراه می‌آورد. در دوران جنگ «فرهنگ شهادت» بر «فرهنگ زندگی» غلبه یافت و به دلیل شرایطی که جنگ ایجاد کرده بود، جامعه بیش‌تر بر روح‌های بی‌بدن خود تأکید می‌کرد تا بر

بدن‌های بی‌روح.^۱ به همین خاطر، چرخش دهه‌ی هفتاد به‌سوی بدن را می‌توان به‌نوعی «بازگشت امر سرکوب‌شده»ی دوران جنگ دانست که مکمل برنامه‌های اقتصادی حاکمیت در این دوره بود. «برنامه‌های صبحگاهی تلویزیون، سرگرمی‌ها و هشدارهای مهم به خانواده‌ها همه حول مسائل پزشکی، تغذیه و بدن متمرکز بوده و هست.»^۲ تغییر نگاه توده‌ی مردم به‌ویژه طبقه‌ی متوسط از تمرکز بر ارزش‌های اجتماعی و ناین‌جهانی به‌سوی ارزش‌های فردی و این‌جهانی برای چرخش سیاست اقتصادی حاکمیت ضروری به نظر می‌رسید.

البته در این جستار منظور از تقلیل به بدن، با مفهوم تمرکز بر بدن در نقل‌قول‌های بالا تفاوتی بنیادی دارد. منظور از این اصطلاح در این نوشتار از میان رفتن بُعد زمان‌مند انسان و تحویل هرچه بیش‌تر زمان به مکان، به معنای از دست رفتن توان درک پدیده‌ها در کلیت زمان‌مند خود است، که در سطح فردی تکه‌تکه‌شدن تجربه‌های انسانی و در سطح جمعی ناتوانی از درک تاریخ را به‌دنبال دارد. تکه‌تکه‌شدن تجربه‌های انسانی، به‌نوعی همان چیزی است که بنیامین آن را شیوه‌ی «حس کردن»^۳ در ادراک می‌نامد؛ حسی که بیش از هر چیز با تصویر سروکار دارد. عکس‌هایی از زمان‌ها و خاطرات مختلف که روی

۶- از کتاب امر روزمره در جامعه‌ی پساانقلابی نوشته‌ی عباس کاظمی

۷- همان

میزی پخش شده‌اند، به‌خوبی می‌تواند تحویل زمان به مکان را تبیین کند؛ هر خاطره به ابژه‌ای مکانی تبدیل شده است و دیگر برای جابه‌جایی میان خاطره‌ها نیازی به حرکت زمانی نیست. کافیست سرمان را بچرخانیم. امروز این میز کاملاً به‌شکل شبکه‌های اجتماعی محقق شده‌است؛ شبکه‌هایی که از هر تجربه‌ی سابقاً زمان‌مند، ابژه‌هایی می‌سازند که با جازدنِ خود به جای تجربه‌ی اولیه، تمام «هاله»ی آن را می‌بلعند.

این پدیده جزئی از فرهنگِ پسامدرن است که خود از سرمایه‌داری متأخر سربرآورده است. جیمسون دو ویژگی برجسته‌ی این فرهنگِ درهم‌تنیده با اقتصاد را «تبدیل واقعیت به تصاویر و تکه‌تکه شدن زمان به اکنون‌های ابدی»^۱ می‌داند. انسانی که تجربه‌هایش به انگیزش‌های حسیِ آنی‌ای محدود باشد که هرگز به‌شیوه‌ای زمان‌مند با هم ارتباط برقرار نمی‌کنند، به‌ناچار درکی از تاریخ نخواهد داشت؛ و به همین خاطر در اکنونی ابدی گرفتار می‌شود. به این معنا، غلبه‌ی ارزش مبادله بر مصرف در شکل‌نهایی خود، همگون‌سازیِ ناهمگون‌ها را در دو سطح همزمانی و درزمانی موجب می‌شود. سطح همزمانیِ آن که پیش‌تر توضیح داده شد، تفاوت‌های میان پدیده‌های همزمان را از میان می‌برد؛ مانند شباهتِ

۹- از کتاب پسامدرنیسم و جامعه‌ی مصرفی

همه‌ی اجراهای برنامه‌ی «عصر جدید» در گرایش آن‌ها به برانگیختن احساسات آنی. اما همگون‌سازیِ در زمانی به شکل گرفتار شدن در اکنون ابدی متعین می‌شود؛ نوعی «تخت‌شدن» در زمان حال، به طوری که «آینده غیرقابل تخیل می‌شود، در حالی که گذشته به شکل تصاویرِ غبارآلود و هالیوودی^۱ درمی‌آید. این شکل از همگون‌شدن را در اجراهای مختلف یک فرد می‌توان دید؛ اجراهایی که «تکراری» نیستند، اما همگی به طور مشابه به «حسن» و به «تصاویر» تقلیل یافته‌اند.

تقلیل یافتن به بدن به معنای مورد نظر این جستار، نیازمند شیء‌واره شدن همه‌ی ساحت‌های زندگی فردی و اجتماعی است؛ شیء‌واره‌گی‌ای که در شکل نهایی خود در پدیده‌ی «عکس» متجلی می‌شود. منظرهای زیبا، یک جشن تولد، حتی هدیه‌ای که از نزدیکان مان می‌گیریم، به جای آن که «تجربه» شوند، به شکل عکس تصاحب و به ابژه‌های قابل اشتراک در شبکه‌های اجتماعی تبدیل می‌شوند. یا به معنای صریح واژه، تبدیل به کالایی می‌شود که باید به فروش برسد تا ارزش‌اش محقق شود. به همین خاطر، هرچند چرخش سال‌های آغازین پس از جنگ، پی‌ریز سوژه‌ی عصر جدید است، اما محقق شدن چنین سوژه‌گی‌ای تنها در نتیجه‌ی جهانی‌سازی (به معنای منتشر شدن مرکز در حاشیه، هرچند نه با همه‌ی خصلت‌های آن) و

همه‌ی اثرات ضمنی یکسان‌ساز آن ممکن بود؛ اثراتی که از اولین لحظه‌های صبح تا آخرین لحظه‌های پیش از خوابیدن مان را تحت تأثیر خود دارند، تجربه‌ها را تکه‌تکه می‌کنند، به شکل عکس درمی‌آورند و یا در ۲۸۰ حرفِ قابلِ عرضه می‌گنجانند.