

رویارویی سوپرکتیو و ابرکتیو در نمایش‌های رادیویی

● ملکه شاهی زاده
دانشجوی دکتری فلسفه غرب

وسطای غربی بازیابی کرد. سوژه که از پیشوند لاتینی sub به معنای زیر یا درون و Jectum به معنای مکان ساخته شده، در قرون وسطی با توجه به معنای لغوی و تحت‌اللفظی آن، یعنی «زیر نهاد»، «زیر ایستنده» یا «درون‌سر» به موضوع یا مسندالیه یک جمله، که زیر نهاد یا محمول محمول یا مسند است، اطلاق می‌شده و با فرض ارسطویی این‌همانی موضوع منطقی و جوهر فلسفی، سوژه، جوهر یا همان موجود قائم به ذاتی بوده که وجود واقعی خارجی دارد. در مقابل این اصطلاح، باز در قرون وسطی واژه «ابژه» (object) را داریم که در مورد هیت‌هایی مثل کوه طلا یا دریای جیوه، که وجود واقعی خارجی ندارند و تنها در محدوده تخیلات جا گرفته‌اند به کار می‌رفته است. در نظام فلسفی دکارت - که اگرچه به معنایی، بنیادهای مدرنیته بر آن استوار شده، ولی در هر حال ادامه تفکر قرون وسطی است - اصطلاحات سوژه و ابژه به کار گرفته شده و لیکن گویی انقلابی در معنای آنها رخ داده است. بر اساس نخستین مبنای فلسفه دکارت، یگانه موجود حقیقی کوژیتو (cogite) است: یعنی انسان از آن حیث که فکر می‌کند. بر اساس این مبنای سوژه که در قرون وسطی بر همه موجودات واقعی عالم خارج اطلاق می‌شده، نخستین بار فقط در مورد انسان - که به معنایی، یگانه موجود حقیقی شمرده می‌شود - به کار می‌رود. تعبیری که دکارت برای دیگر موجودات به کار برده، ابژه است.

مقاله حاضر، با مرور کوتاهی بر تاریخچه، «سوپرکتیویته» در تفکر فلسفی، بحث خود را آغاز می‌کند و سپس با ارائه توصیفی از رابطه رادیو با مخاطب - که تنها از راه شنیدن به وجود می‌آید - می‌کوشد این رابطه را منحصراً درباره نحوه مخاطب شنونده‌ها با نمایش‌های رادیویی در دو ساحت مختلف بازگو کند: در یکی از این ساحت‌ها، شنونده به مثابه سوژه، و شخصیت‌های نمایش‌نامه چونان ابژه او تلقی می‌شوند؛ و در ساحت دیگر، مخاطب از طریق هجوم معنا و تخیل، وحدت درونی خود را از دست داده، خود، تبدیل به ابژه، برای سوژه دیگر (شخصیت‌های نمایش‌نامه) می‌شود. این بحث در نهایت با استناد به چندین نمایش‌نامه وزین، و سیلان دائم و گذر از سوژه به ابژه، و بالعکس در آن نمایش‌نامه‌ها و تبیین این سیلان فهم، خاتمه می‌یابد.

مرور کوتاهی بر تاریخچه «سوپرکتیویته»

شاید در تاریخ اندیشه غربی، کمتر واژه‌ای به اندازه اصطلاح سوژه، با اهمیت و سلسله‌جنبان بوده است. سوژه که در زبان فارسی با اندکی مسامحه و سعه صدر، به «فاعل شناسا»، «موضوع» و «درون ذات» ترجمه شده است، معادل دقیقی در تفکر شرقی و زبان فارسی ندارد. سابقه رواج این اصطلاح در عالم اندیشه را می‌توان در قرون

تمام موجودات قائم به سوژه هستند و سوژه اصل و بنیاد همه چیز است.

اصالت سوژه، یا اصالت انسان معناآفرین و فاصله ژرف و گاه پرنشاندنی آن با امور بیرونی یا ابژه‌ها، پیش از آنکه در نظام قدرتمند کانت، سر و صورت دیگری پیدا کند، به دست کسانی چون اسپینوزا، لایب نیتس، مالبرانش و فلاسفه تجربی مسلک انگلستان پرورده شد و مثلاً در آراء فیلسوفی مثل بارکلی، تعیین نهایی به خود گرفت. بارکلی نتیجه مهم اندیشه دکارتی را به بهترین وجهی بیان نموده است: وجود یا سوژه است، یا ابژه بودن برای سوژه.

در فلسفه کانت، چگونه هست بودن جهان واقعی منتفی می‌شود و سوژه یا همان «انسان شناسنده» به موجود خارجی تکلیف می‌کند که این موجود خارجی، برای داشتن اوصاف شناختنی، چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد. نهایت اصالت دادن به سوژه یا نهایت انتزاعیت ذهن، اما، در نظام فلسفی هگل رخ می‌نماید. روح مطلق هگلی در سیر دیالکتیکی خود، تنها وقتی به کمال می‌رسد که وارد انسان شود و بدین ترتیب کشتی انسان محوری، در ساحل امن سوژکتیویته به گل می‌نشیند.

ویژگی‌های نمایش‌های رادیویی و نسبت آنها با مسئله سوژکتیویته

«ظاهراً یکی از تهیه‌کننده‌های برنامه‌های رادیویی گفته است که ما به طور معمول، عادت به شنیدن این جمله داریم که نمایش را «می‌بینیم» نه اینکه به نمایش «گوش می‌دهیم» و به همین دلیل است که تقابل کلمه «رادیو» و «نمایش» برای خیلی از مردم تناقض ایجاد کرده است» (کرایسل، ۱۳۸۱: ۲۲۹). و این پرسش را به نحو جدی مطرح نموده که در رسانه‌ای مثل رادیو - که ویژگی عمده‌اش را غیربصری یا کور بودن دانسته‌اند و در آن صحنه‌پردازی، لباس، گریم، نورپردازی، دکورصحنه و ... وجود ندارد - نمایش چگونه امکان وجود پیدا می‌کند؟ به ویژه که شخصیت‌های نمایش‌های رادیویی نه تنها دیدنی نیستند بلکه در واقع غایب‌اند و مخاطبان هم از این نظر که در زمان ضبط نمایش حضور ندارند، غایب محسوب می‌شوند و هم از این نظر که در زمان گوش دادن به نمایش در خانه یا محل کار یا هر جای دیگر با محیط و فضاهایی غیر از فضایی که نمایش‌نامه رادیویی ایجاد می‌کند سروکار دارند، غایب به شمار می‌آیند.

بعضی از پژوهشگران عرصه رادیو، پس از مقایسه ویژگی‌های نمایش‌های دیداری و شنیداری، و در دفاع از جایگاه نمایش‌های رادیویی در انتقال معنای مورد نظر خود به مخاطب، گفته‌اند که: «اگرچه بارزترین شیوه نمود یک شیء که در تئاتر هم امکان وجود دارد، دیدن آن شیء است، ولی شیوه‌های دیگری هم در اختیار رادیو قرار دارد که این نمود را به شکل ثانوی عرضه می‌کند، یعنی از طریق صدا. حال اگر این کار غیر ممکن یا سخت باشد، باید آن

شیء را از طریق یک نشانه و یا نشانه‌های مصنوعی و قراردادی (یعنی سمبل‌ها و نمادهایی که «کلمه» نامیده می‌شوند) نشان داد و عرضه کرد (همان، ۲۲۹). از این رو می‌توان گفت که نمایش یک اثر، تنها به دیدن آن منحصر نمی‌شود.

از سوی دیگر، منحصر نبودن نمایش در دیدن، این امکان را برای مخاطب نمایش غیر بصری فراهم می‌آورد که پیکربندی نمایش‌نامه را بر عهده طرح تخیل (به تعبیر ریکور) مخاطب قرار دهد و از این حیث، بخش بزرگی از شاکله و معنای نمایش‌نامه، حاصل تخیل «من» (سوژه) مخاطب خواهد بود که داده‌های شنیداری و ناتمام نمایش‌نامه رادیویی را با درافتن چیزی از درون خود بدان، تمام و کامل می‌کند و بدون اینکه بخواهد با ساز نمایش‌نامه به نوا در می‌آید (آن‌طور که فی‌المثل در تئاتر اتفاق می‌افتد) یا با آن همراهی می‌کند و مستغنی از هر امر تصویری بیرونی، تصویرهای ویژه عالم خود را می‌آفریند.

پرسش از اینکه کدام یک از تصویرها و معانی‌ای که مخاطبان مختلف خلق می‌کنند، تصویر و معنای حقیقی نمایش است در فضاهایی که سوژکتیویته ترسیم می‌کند، پرسش نابجایی می‌نماید زیرا نمایش رادیویی، برحسب تعریف، امری است که بر ساختن تصویر و معنا را به عمق نهاد مخاطب واگذار می‌کند. اگرچه برخی این امر را به نحو کم‌رنگ‌تری، ویژه تمام انواع دیگر نمایش‌ها هم می‌دانند اما بدیهی است که «دیده شدن»، داده‌های بیشتری را برای خلق معنا از سوی مخاطب فراهم می‌کند؛ و از این رو، مخاطب در برساختن عالم خاص نمایش، چندان آزاد نیست که در خلق فضای نمایش رادیویی.

در یک جمع‌بندی کلی، نتیجه بحث مربوط به نسبت سوژکتیویته و نمایش رادیویی را می‌توان بدین گونه صورت‌بندی کرد که نمایش رادیویی (در میان انواع دیگر نمایش‌ها) بیشترین پیوند را با روح سوژکتیویته دارد و مخاطب این نمایش، دقیقاً همچون سوژه در سنت فلسفه غربی، دائماً در کار آفرینش تصویر، معناسازی، نظام بخشیدن و خلق یا برساختن عوالم مصنوعی است. عواملی که همچون دنیای مدرنی که گالیله و دکارت نخستین سازنده‌های آن بودند تنها و تنها از طریق طرح ذهنی سوژه فهم‌پذیر می‌شود؛ طرحی که کاملاً از تصاویر و داده‌های واقعیت‌های بیرونی مستقل است.

البته باید این نکته را هم به این بحث اضافه کرد که اصل تصویرسازی - که بیانگر به حضور آوردن چیزی غایب است - مختص نمایش‌نامه‌های رادیویی نیست و به نحو کمتری در تلویزیون و تئاتر هم وجود دارد؛ چرا که فی‌المثل حتی در تئاترهای سنتی و مرسوم هم همه چیز کاملاً نشان داده نمی‌شود و بازسازی کل یک برنامه تلویزیونی، فیلم یا تئاتر هم به عهده تخیل مخاطب گذاشته می‌شود و لیکن این امر در رادیو به نحو برجسته‌تری خود را نشان می‌دهد.

اما نقش پر اهمیت مخاطب (سوژه) در رویکرد یا ساحت

دیگری که واژه‌ها و گفتار را بر سازنده اصیل معنا و واقعیت می‌داند، جای خود را، تمام و کمال، به شخصیت‌های نمایش‌های رادیویی می‌دهد و میان نسبت سوژه و ابژه چرخشی اتفاق می‌افتد.

در این رویکرد، چیزها، تصویرها و معانی، تنها از طریق زبان و واژه، به آنچه هستند تبدیل می‌شوند و می‌مانند. آدمیان، معانی و تصویرهای فضای نمایش را از راه تجربه دیداری یا فراشدهای طبیعی کشف نمی‌کنند بلکه درست بر عکس آنها، به خاطر تجربه‌ای اصیل از معنا و از راه اندیشه‌ای سازنده، نمایش رادیویی را به نحو خودبسندگی، آشکارکننده معنا می‌دانند. ریشه این رویکرد بر تلقی خاصی از زبان، مبتنی است که در آن، زبان در بیان آنچه می‌خواهد، هیچ از نمادها و داده‌های بصری کم نمی‌آورد. «واژه‌ها از تجربه‌ها پدید می‌آیند. همچون گیاهان که از خاک. واژه‌ها چون گیاهان نیازمند مراقبت‌اند» (علی اکبری، ۱۳۸۳: ۷۱).

اصل این رویکرد زبان‌شناسانه از هایدگر است که به زبان، معناها و افق‌های تازه‌ای می‌بخشد و آن را آفریننده ژرفنا در کلیه گستره‌ها می‌داند. در اینجا زبان اصلاً شأنی ابزاری و حیثیتی قراردادی ندارد. هایدگر به تأسی از فلسفه یونان، زبان را عامل گشایش روح انسان‌ها به سوی یکدیگر و به روی هستی می‌داند؛ به عبارت دیگر، زبان، واجد شأن «حقیقت‌نمایی» می‌شود نه گزارش‌گرانه. زبان، جایگاه حقیقت و بازنماینده آن است (همان، ۷۱).

این‌گونه نیست که نمایشی که برای رادیو ساخته می‌شود، در برابر معنایی که مخاطب از آن خلق می‌کند، کاملاً بی‌دفاع باشد. بلکه رادیو از طریق واژگان و زبان، مخاطب را تبدیل به ابژه می‌کند. شخصیت‌های نمایش، جهان مخاطب را می‌دزدند و او را به یک ابژه درجهان خود، فرو می‌کاهند. بدین‌سان و در این طرز تلقی، سوژکتیویته انسان از دست می‌رود و فضای نمایش، چهره‌ای دارد که زبان نمایش را در آن، برمی‌سازد و به مخاطب تحمیل می‌کند. در توصیف بیشتر معنای شنیده شدن، مثالی آورده‌اند که فرض

می‌کند کسی از سر کنجکاوی، حسادت یا هر انگیزه دیگری، پشت در اتاقی، استراق سمع می‌کند. در این حالت، او غرق در شنیدن است و می‌توان گفت اصلاً خودی ندارد که بخواهد به عنوان سوژه، معنایی بیافریند؛ زیرا مخاطب، چیزی جز عمل شنیدن نیست. «سارتر در نمایش نامه قدیس ژنه، نیز از ایجاد یک فرد جوهری سخن گفته است که این خود جوهری یا طبیعت را دیگری به من می‌دهد؛ حتی اگر خودش حضور نداشته باشد» (علوی تبار، ۱۳۸۱: ۵۹). در این حالت، ابژه بودن به ساختار بنیادی مخاطب تبدیل می‌شود و او حتی در صورت غیبت تمام فضا یا عالم نمایش نامه، آن را حفظ می‌کند؛ زیرا آن غیبت به معنای امکان حضور است (همان، ۶۳).

حتی می‌توان گفت که بزرگ‌ترین تجربه‌های دینی بزرگان دین، به صورت صدایی که آنها را مورد خطاب قرار می‌دهد به تجربه در آمده است، نه چیزی که دیده شده باشد. از این جهت، سارتر در بحث خود در مورد خدا معتقد است که: خدا، با تسلط مطلق خود بر آدمی، او را تبدیل به ابژه می‌کند؛ این ابژه شدن، هم مطلوب است و هم نامطلوب. زیرا انسان، با از دست دادن سوژکتیویته خود و تبدیل شدن به یک ابژه، از اضطراب (و شاید مسئولیت؟!‌) رهایی می‌یابد و به سکوت و آرامش می‌رسد. اما از سوی دیگر، آزادی خود را از دست می‌دهد و به یک شیء تبدیل می‌شود (همان، ۶۶).

نتیجه‌گیری

درست است که پاسخی قطعی و نهایی به این پرسش که آیا مخاطب، بر اساس طرح تخیل خود، آفریننده تصویرها و معانی نمایش رادیویی است یا رادیو، خود از طریق به‌کارگیری واژگان، معانی را به شنونده تحمیل می‌کند وجود ندارد و شاید در یک نگاه معتدل‌تر بتوان میان رادیو و مخاطبانش در امر خلق تصاویر و معناها، تعاملی را در نظر گرفت. اما آنچه در این بحث، بااهمیت

درست است که پاسخی قطعی و نهایی به این پرسش که آیا مخاطب، بر اساس طرح تخیل خود، آفریننده تصویرها و معانی نمایش رادیویی است یا رادیو، خود از طریق به‌کارگیری واژگان، معانی را به شنونده تحمیل می‌کند وجود ندارد و شاید در یک نگاه معتدل‌تر بتوان میان رادیو و مخاطبانش در امر خلق تصاویر و معناها، تعاملی را در نظر گرفت



می‌نماید این است: اگر فرض کنیم یا بپذیریم که تحمیل یا انتقال معانی تا حدودی به خود نمایش‌نامه‌های رادیویی تعلق دارد - و عبارت است از نگارش یا گزینش نمایش‌نامه‌ها و نحوه اجرای آنها - می‌پذیریم که نمایش‌های رادیویی در گسترش فرهنگ و شکل بخشیدن به ذهنیت مخاطب، بسیار برجسته و پراهمیت‌اند. به‌ویژه که این نمایش‌ها برخلاف نمایش‌های بصری، طیف بسیار وسیعی از مخاطبان را پوشش می‌دهند. مخاطبانی که برای ارتباط برقرار کردن با یک نمایش، نیازی به خروج از منزل یا محل کار یا صرف هزینه یا ... را ندارند.

برای مثال نمایش‌نامه در بسته، که انحطاط رابطه میان انسان‌ها را به مخاطب القا می‌کند، می‌تواند تبعات فرهنگی و تربیتی سنگینی داشته باشد، صحنه نمایش دوزخی را به بیان در می‌آورد که شخصیت‌های نمایش‌نامه، گارسن، اینس و استل، در آن دوزخ، در انتظار عذابی‌اند که به آن محکوم شده‌اند. اما آنچه تعجب آنها را برمی‌انگیزد این است که می‌بینند در دوزخ، از آتش و عذاب

... هیچ خبری نیست. آنها در پایان به این نتیجه می‌رسند (و در واقع، نمایش‌نامه بدین نتیجه می‌رسد) که هر کدام از آنها، وسیله عذاب دیگری است: «دوزخ، انسان‌های دیگر هستند!»

در نمایش‌نامه دیگری از سارتر با نام **خدا و شیطان** از زبان یک صراف (یکی از شخصیت‌های نمایش‌نامه) می‌شنویم که «سی سال است که من یک اصل برای خودم قرار داده‌ام و بر طبق آن عمل می‌کنم. آن اصل، این است که هر کس، در هر کاری، نفع خودش را می‌طلبد. اشخاص مختلف، پیش من برای توجیه اعمال خود، شرافتمندانه‌ترین دلایل را آورده‌اند. اما من از این گوش می‌شنیدم و از آن گوش بیرون می‌کردم و با خود می‌گفتم: نفعشان کجاست؟!»

به نظر می‌رسد که رادیو، گاه و البته به درستی، برای حفظ جایگاه خود در میان رسانه‌های قدرتمند دیگر، به سوی برخی نمایش‌نامه‌های وزین و پرمغز می‌رود که بار معنایی نیهیلیستی یا رویکردهای هابزی - فرویدی یا سارتری دارند (که به عنوان نمونه به دو مورد از آنها اشاره شده است). این نمایش‌نامه، صرف نظر از اهمیت فلسفی - هنری، شاید برای مخاطب عامی که آن را می‌شنود و ارتباط حقیقی با آن پیدا می‌کند تبعات فردی و فرهنگی نامطلوبی به جا بگذارد. شاید یک پیشنهاد ممکن، این باشد که در کنار تولید و پخش نمایش‌نامه‌هایی که وضع و حال نابسامان انسان مدرن را بیان می‌کنند برنامه‌های تحلیل و نقادی هم ساخته شود که در عین برجسته کردن و توضیح ارزش‌های هنری و فکری نمایش‌نامه‌ها، به‌ویژه آثار نویسندگان بزرگ و معتبر و صاحب‌نام، به سرچشمه‌ها و منابع دیدگاهی که نمایش‌نامه مبتنی بر آن است و تحلیل، نقد و ایضاح آن بپردازد.

تولید برنامه‌هایی در راستای نمایش‌های رادیویی، که کمک کند مخاطب در فضای فکری و هنری نمایش قرار بگیرد و وجوه مثبت و منفی آن را تا حدودی باز شناسد، نیز می‌تواند به مثابه حرکتی نوین در زمینه نمایش‌های رادیویی و معرفی آنها به مخاطب به شمار آید.

منابع:

- کرایسل، اندرو. (۱۳۸۱). درک رادیو تهران: تحقیق و توسعه صدا.
- علی‌اکبری، معصومه. (۱۳۸۲). روایت گشوده و تفسیری بی‌پایان. کتاب ماه.
- علوی تبار، هدایت. (۱۳۸۳). نگاه مطلق خدا در فلسفه سارتر و نقد آن. نامه مفید.



این‌گونه نیست که نمایشی که برای رادیو ساخته می‌شود، در برابر معنایی که مخاطب از آن خلق می‌کند، کاملاً بی‌دفاع باشد. بلکه رادیو از طریق واژگان و زبان، مخاطب را تبدیل به ابژه می‌کند