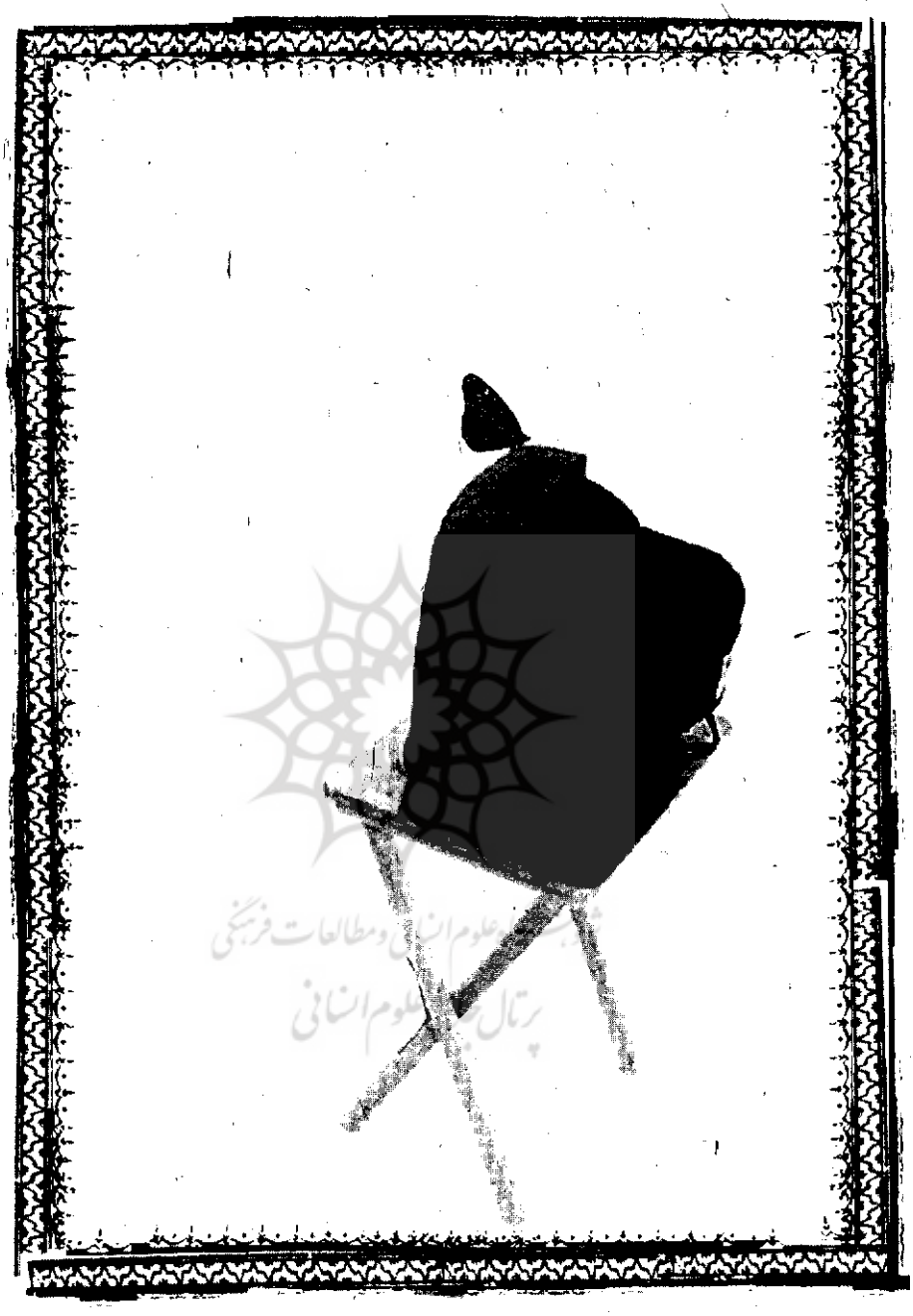
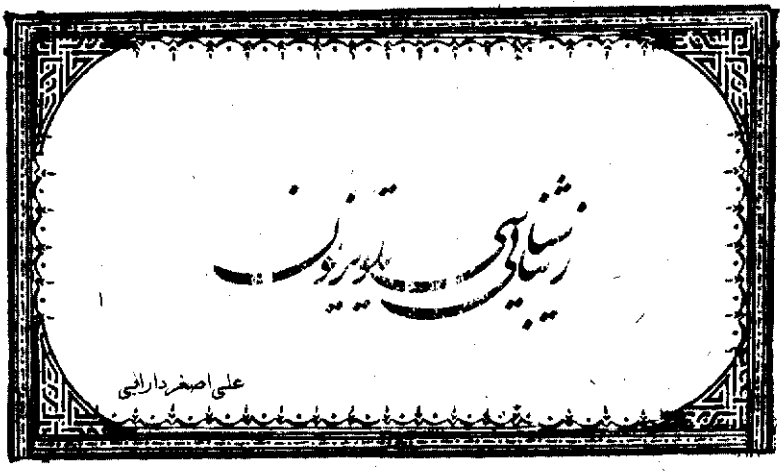
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی





درآمد

بی‌گمان هنگامی که نیچه هدف فلسفه‌اش و به بیان دقیق‌تر هدف فلسفهٔ آیندهٔ را واژگون‌سازی افلاطون‌گرایی تعریف می‌کرد،[1] شاید به باور هیچ‌کس نمی‌نشست که چنین هدفی، به سرعتی شگرف، نابودی جهان مبتنی بر گوهرها را در پی داشته باشد، به گونه‌ای که چشم‌انداز هزارهٔ سوم بدون نیاز به بحث جهان دوگانه «جواهر و ظواهر» رقم بخورد.

هزاره‌ای که بر سردرِ و طلیعهٔ آن غلبه و سیطرهٔ واقعیت مجازی[2] بر واقعیت عینی نقش بست. گستردگی و قدرت جهان مجازی باعث شده است که بسیاری از امکانات دنیای واقعی، بر عهدهٔ این فضای جدید مجازی گذاشته شود.

چنین تغییر و تحولی به تعبیر *مایکل هایم*،[3] در اصل گونه‌ای *جابه‌جایی هستی‌شناختی*[4] است که اثرات حاصل از آن، به مراتب بنیادی‌تر از دگرگونی در حیطه‌های معرفت‌شناختی است و زندگی بشر را با بحرانی عمیق‌تر مواجه می‌کند.[5]

اما به راستی هنگامی که تمایز اصل و رونوشت از هم‌گسیخته و بی‌معنا می‌شود و واقعیتی بی‌ریشه در واقعیت رخ می‌نماید که در آن نشانهٔ واقعیت به جای خود واقعیت می‌نشیند و بنا به توصیف زیبای ژان بودریار[6] «اجسام سایهٔ خود را نمی‌افکنند، بلکه سایه‌ها هستند که جسم خود را می‌افکنند»[7] آن‌گاه وضعیت و موقعیت بحث زیبایی‌شناسی[8] را در کدامین مختصات می‌بایست تبیین کرد؟ تمام مساعی متفکرین پیشامدرن مصروف این می‌شد که نسبت زیبایی با وجود را بیابند؛ زیرا در آن دوران موقعیت «وجود» مستحکم و بلا تردید بود و لاجرم هر چیزی به میزان نزدیکیش به آن، بهرهٔ بیشتری از زیبایی می‌برد ولی اکنون که «مجاز» قدر یافته و بر صدر نشسته و دیگر از نظر بسیاری متفکرین معاصر، دغدغه‌ای برای اثبات رابطه و نسبت وقایع و امور

۱. حقیقی، مانی. سرگشتگی نشانه‌ها. مقالهٔ افلاطون و وانموده. ژیل دلوز. نشر مرکز. چاپ اول. ۱۳۷۴. ص ۶۴.

با وجود نیست و دیگر مطابقت عین و ذهن، دلیل و ملاک حقیقی بودن برشمرده نمی‌شود؛ زیبایی را با چه معیاری باید شناخت؟

البته متفکرانی چون هایدگر[9] معتقدند هنر حقیقت را کشف نمی‌کند، بلکه نسبتی با آن را می‌آفریند[10] که مداقه بر این گفتار نشان می‌دهد که هایدگر، هنر را به معنای آشکارگی، دانایی و دیدن در کلی‌ترین معنای آن می‌داند. از نظر او زیبایی راهی است که در آن حقیقت به گونه‌ای بنیادین و آشکاره، روی می‌نمایاند ولی ما این نسبت‌آفرینی را چگونه و بر چه زمینه‌ای ادراک و دریافت می‌کنیم؟

برای پاسخ این پرسش‌ها، ضروری است که تاریخچهٔ هنر و زیبایی‌شناسی را به دقت بررسی کنیم ولی از آن‌جا که این نوشتار حوصلهٔ چنان مجالی را ندارد، به اجمال نظری به تحول مفهوم زیبایی می‌افکنیم و سپس آن را در دنیای جدید و قلمرو رسانه و به ویژه تلویزیون پی می‌گیریم.

زیبایی چونان تقلید و محاکات

افلاطون[11] زیبایی را به عنوان چیزی از لحاظ عینی واقعی تلقی می‌کرد، هم در هیپیاس بزرگ و هم در مهمانی، فرض شده است که همه چیز بر حسب بهره‌مندی‌شان از زیبایی کلی، یعنی زیبایی بنفسه، زیبا هستند.

نتیجهٔ بدیهی چنین نظریه‌ای این است که زیبایی درجات دارد؛ زیرا اگر یک زیبایی قائم به ذات وجود دارد پس اشیای زیبا به نسبت نزدیکی به این معیار، از زیبایی بهره‌مند می‌شوند!

این زیبایی برین، چون مطلق و سرچشمهٔ بهره‌مندی هر زیبایی است، به ناچار نمی‌تواند یک شیء زیبا و بنابراین مادی باشد؛ بلکه باید فوق محسوس و غیرمادی باشد.

البته چنین نظریه‌ای، ساختن هر تعریفی از زیبایی را که بتواند دربارهٔ همهٔ مظاهر و جلوه‌های زیبایی به کار رود، دشوار ساخت.[12] هم‌چنین هایدگر اختراع *ایده* را خطای بزرگ افلاطون و انحراف بزرگ مبحث وجودشناسی می‌داند. به باور او این مسئله باعث شد حقیقت که قابل شناخت و موردی محسوس بود، تبدیل به چیزی فراجهانی شود؛ یعنی حقیقت چیزی دانسته شد بارها مهم‌تر از آن‌چه حس می‌شناسد و عقل بدان راه می‌برد.

به این ترتیب هنر که پیش از هر چیز به حس و پدیدارهای محسوس وابسته است در قیاس با زیبایی طبیعی بی‌اعتبار می‌شود؛ چرا که این بی‌زیبایی به زیبایی طبیعی مرتبط می‌شود، سپس از راه بازسازی هنری در اثر هنری جایگزین می‌شود که بر این اساس، دو بار از حقیقت دور افتاده است![13]

با این همه افلاطون اهمیت ویژه‌ای برای هنر قائل بود و ارسطو[14] هم دربارهٔ اهمیت توجه به هنر از دیدگاه کارکردی با او هم نظر بوده است ولی در حالی که افلاطون بیشتر به کارکردهای اجتماعی هنر می‌اندیشید، ارسطو به کارکردهای فردی، درونی و ژرف هنر فکر می‌کرد.

2. Virtual Reality
3. Michael Heim
4. Ontological Shift
۵. عاملی، سعیدرضا. دو جهان موازی. روزنامهٔ ایران. شمارهٔ ۳۰۰۷. دوم دی ماه ۱۳۸۳. ص ۱۸
6. Jean Baudrillard
۷. شایگان، داریوش. افسون‌زدگی جدید. فاطمه ولیانی. نشر فرزان. چاپ اول ۱۳۸۰. صص ۶ ـ ۳۷۵.
8. Aesthic
9. Martin Heidegger
۱۰. کوکلمانس، یوزف. هیدگر و هنر. ترجمهٔ محمدجواد صافیان. نشر پرسش. چاپ اول ۱۳۸۲.
11. Plato
۱۲. کاپلستون، فردریک. تاریخ فلسفه. ج ۱. ترجمهٔ سیدجلال‌الدین مجتبوی. چاپ دوم ۱۳۶۸. ص ۳۹۲.
۱۳. احمدی، بابک. حقیقت و زیبایی. نشر مرکز. چاپ اول. ۱۳۷۴. صص ۸ ـ ۵۷.
14. Aristotle

ارسطو و افلاطون، ذات و ماهیت هنر زیبا را در تقلید از طبیعت می‌دانند. به نظر آن‌ها در هنر، دنیایی تخیلی آفریده می‌شود که تقلید و محاکاتی از عالم واقعی است.

ولی تقلید در نظر ارسطو آن صبغهٔ اهانت‌آمیز مورد نظر افلاطون را ندارد.[۱۵] از نظر ارسطو تقلید هنری لزوما تقلید از امر واقعی نیست، بلکه متکی به برداشت ذهنی از واقعیت است. از نظر او هنرمند، اشیاء و امور را آن‌چنان که باید باشند تصویر و تقلید می‌کند نه آن‌چنان که به راستی هستند. از این رو ایدهٔ زیبایی در ذهن هنرمند شکل می‌گیرد (نه در عالمی فوق محسوسات) و این ایده در هنر مهم‌تر از واقعیت دنیای بیرون است.

بر اساس چنین نگاهی است که ارسطو می‌گوید:

امر محال و ممتنع اگر باورکردنی باشد، البته بسی بهتر از امر ممکنی است که باورکردنی نباشد.[۱۶]

وقتی به بحث زیبایی‌شناسانهٔ دوران معاصر رسیدیم، اهمیت پیش‌آهنگانه و معاصرگونهٔ این کلام برملا خواهد شد.

زیبایی، میانجی نور و معنویت

فلوطین[۱۷] هم باور داشت که اشیای زیبا، نشان‌دهندهٔ تقارن‌اند ولی ابراز داشت که این تقارن صرفا تجلی خارجی یک زیبایی روحانی و درون است. بر اساس نظر او تنها موجودات روحانی (از جمله انسان) می‌توانند زیبایی را ادراک کنند و عالم هنر بین عالم جاویدان و این عالم قرار دارد.

پس هنر دارای خصلتی ذاتا دینی است و اشیای هنری بیانگر حکمت الهی‌اند. نظریهٔ فلوطین متضمن این مطلب است که باید از هر آن‌چه برای حواس ما به طور ناقص ظاهر می‌شود، اجتناب کرد و لذا نباید در نقاشی، اندازه‌ها را کوچک‌تر کرد و یا رنگ‌ها را کم‌رنگ‌تر آورد تا به عمق دلالت شود و از آن‌جا که روح، نور است از سایه و تیرگی همه باید اجتناب کرد.

بر اساس چنین راهکاری نقاشان هم‌روزگار او و اوایل قرون وسطی کوشیده‌اند جایگاه مشاهده‌گر را حذف کنند تا بتوانند همهٔ ابعاد و جوانب شیء را با وضوح تمام آشکار کنند. هم‌چنین بر این اساس پذیرفته‌اند که اشیا را به گونه‌ای ترسیم کنند که هیچ نسبتی با زمین نداشته باشند. یعنی معلق در هوا و با وضوح کامل و با تمامی ابعاد و جزییات به تصویر کشیده شوند.[۱۸]

زیبایی و رنسانس

رنسانس[۱۹] یکی از بااهمیت‌ترین دوران‌های پیشرفت هنری بوده است. اگر بخواهیم تنها یک تفاوت فرهنگی بارز بین رنسانس با قرون وسطی را بیان کنیم، آن هنر است. طی قرون وسطی، هنر بازتاب علاقهٔ عمیق آن دوره به دین بود ولی هنر دورهٔ رنسانس نسبت به قرون وسطی، غیر مذهبی‌تر بوده و صبغه‌ای واقع‌گرایانه داشت.[۲۰]

رنسانس شکاف بسیار عظیمی را در تاریخ زیبایی‌شناسی ایجاد کرد. در این دوره اگر چه آثار هنری بزرگ و هنرمندانی سترگ هم‌چون *لئوناردو داوینچی*، *میکل آنژ*، *رافائل* به منصهٔ ظهور

۱۵. کاپلستون. پیشین. ص ۴۱۲.
۱۶. ارسطو. ارسطو و فن شعر. عبدالحسین زرین‌کوب. انتشارات امیرکبیر. تهران. ۱۳۵۷.
17. Piotiu
۱۸. کوکلمانس. پیشین. ص۲۲.
19. Renaissance
۲۰. کوریک، جیمز. رنسانس. ترجمهٔ آزیتا یاسایی. انتشارات ققنوس. چاپ چهارم. ۱۳۸۴. صص ۷ ـ ۷۵.

رسیدند ولی در عین حال هیچ مفهوم جدیدی در نظریهٔ زیبایی‌شناسی به عرصهٔ وجود نرسید.

تحول تأثیرگذار و پر دوام این دوره، انکار صریح مفاهیمی بود که در قرون وسطی شکل گرفته بودند؛ مفهوم زیبایی مطلق و رجوع به زیبایی فوق طبیعی به تدریج ناپدید شد، هم‌چنین دیدگاهی که بر اساس آن همهٔ آثار هنری می‌بایست به طور رمزی و تمثیلی تفسیر می‌شدند، بی‌اعتبار و مطرود شد و در یک کلام هنر، که تا پیش از این مزین به خصایل دینی و اخلاقی بوده، زمینی‌تر و دنیایی‌تر شد.

تا پیش از این و طی قرون متمادی، فرض شده بود که ما از آن‌چه روشن، شفاف و قابل درک است، لذت می‌بریم، ولی رنسانس منادی این ندا شد که اشیای مبهم نیز می‌توانند زیبا، وجدآفرین و ملهم کشش تضاد و راز باشند[۲۱] و آدمی می‌بایست نقش عاطفه، عشق و تخیل را در ادراک امور زیبا قطعی تلقی کنند.

زیبایی چونان آزادی خیال

پیش از ورود به این مبحث، بی‌مناسبت نیست که یادآور شویم، رواقیان اولین متفکرانی بودند که بر کارکرد تخیل در تولید آثار هنری تاکید کردند. آن‌ها هم‌چنین اصطلاح *فانتاسیا*[۲۲] را به بحث پیرامون هنر وارد کردند. بر اساس نظر *فیلوستراتوس*:[۲۳]

هنرمند را تخیل، بصیرتر می‌کند تا تقلید.[۲۴]

البته رواقیان هم همان ویژگی جهان پیش از رنسانس را داشتند. آنان قائل به تمایز زیبایی اخلاقی و زیبایی جسمانی بودند هر چند دومی را انکار نمی‌کردند ولی آن را فرع بر اولی می‌دانستند در نتیجه کمتر به زیبایی هنری توجه داشتند ولی با وجود این به نقش تخیل در تولید آثار هنری راه برده بودند.

کانت[۲۵] در چهارمین و واپسین تعریف جزیی از زیبایی می‌گوید که زیبا آن است که بدون مفاهیم شناخته شود و موضوع لذتی ناگزیر و محتوم باشد و بدین گونه زیبایی را به آزادی خیال مرتبط می‌کند.

هنگامی که ما دربارهٔ ابژه‌ای تعمق می‌کنیم، از تعادل و هماهنگی میان خیال و دانایی لذت می‌بریم. این لذتی زیبایی‌شناسانه و تجربه‌ای است که با مفاهیم همراه نیست؛ یعنی کانت بر این باور است که ابژه‌های زیبایی‌شناسانه به طور سوبژکتیو وجود دارند و این خود بیانگر اصل و مرحلهٔ مهمی در فلسفهٔ هنر است.[۲۶]

برای هگل[۲۷] نیز زیبایی آن‌جا دانسته می‌شود که مورد محسوس و مورد آرمانی هم آغوش و همراه شوند.

و شاید حکم مشهور هگل هم که می‌گوید «هنر بیانگر نیست» را باید نشانگر اهمیت کار هنری تلقی کرد؛ زیرا به باور او:

۲۱. کوکلمانس، پیشین ، ص ۳۲.
22. Fantasis
23. Philostratus
۲۴. کوکلمانس، پیشین ، ص ۱۹.
25. Immznuel Kant
۲۶. احمدی، بابک ، پیشین، ص۸۸.
27. G.W.Hegel

هنر، بیانگر نیست چون چیزی مهم‌تر را به زبانی مبهم عرضه می‌کند.[۲۸]

و در عین حال می‌گوید:

[بی‌گمان درست است که] هنر، امروزه دیگر بر خلاف دوران اولیه که میان دین و هنر رابطهٔ نزدیکی وجود داشت و نیازهای روحی ما در آن جست‌وجو می‌شد، دیگر ارضاکنندهٔ نیازهای روحی ما نیست...ایام زیبایی هنر یونانی و نیز عصر طلایی دورهٔ اخیرِ میانه گذشته است.[۲۹]

به نظر هگل ما نه فقط از هنر کلاسیک که از نعمت درک هنر دور شده‌ایم.[۳۰]

مخاطب و زیبایی‌شناسی دریافت

از همان دوران اولیه، تأثیر هنر بر مخاطب امری قطعی تلقی می‌شد که بعضا موجد نگرانی می‌گردید. افلاطون تأثیر شاعران را سخیف و مضر دانست و به ناچار حکم به اخراج آنان از آرمان‌شهر[۳۱] داد ولی با وجود چنین مطالب و نکاتی که به تأثیرپذیری مخاطب از اثر هنری اشاره دارد، باز نمی‌توان در این مورد به معنای دقیق کلمه از *زیبایی‌شناسی دریافت* یاد کرد.

افلاطون و ارسطو بر این باورند که مخاطب از راه اثر با نیت مؤلف و معنای متن آشنا می‌شود. در حالی که امروزه زیبایی‌شناسی دریافت با این نکته موافق نیست و نمی‌پذیرد که ذهن مخاطب همچون لوح صاف و نانوشته‌ای است که صرفا از ابژه‌های دنیای بیرون از خود و در آن میان از اثر هنری، نقش و رنگ و تأثیر می‌گیرد و خود هیچ نقش متقابل و سازنده‌ای بر عهده ندارد. بر عکس، در مباحث فلسفهٔ هنر معاصر، نکتهٔ بسیار مهم، سازندگی مخاطب است و این آفرینندگی، خود نتیجهٔ رویارویی یا مکالمهٔ مخاطب با متن است.

مهم‌ترین ریشهٔ زیبایی‌شناسی دریافت متن، بی‌شک کارهای متفکران هرمنوتیک و به ویژه *هانس گئورگ گادامر*[۳۲] و *پل ریکور*[۳۳] است. نکتهٔ مرکزی در هرمنوتیک، تأویل است؛ متن چون تأویل می‌شود معنای خاصی می‌یابد، معنایی که دستاورد مساعی و دریافت مخاطب است.

این نکته راه را بر مباحث زیبایی‌شناسی دریافت گشود. گادامر، چون بسیاری از متفکران سال‌های پس از جنگ، از این پرسش آغاز کرد که آیا هنر مدرن، حرفی برای گفتن دارد؟ که البته پاسخ او مثبت بود. او بر این باور بود که شناخت دقیق و دگرگونی هنری، راه فهم و دگردیسی و تغییر جامعهٔ مدرن را می‌گشاید.

هنر مدرن می‌تواند به ما نشان دهد که تقدیر مدرنیته چیست؛ یعنی از راه شناخت این هنر درمی‌یابیم در جهانی که به گفتهٔ *ماکس وبر*[۳۴] *افسون‌زدایی شده*، زندگی چگونه است و چگونه خواهد شد. گادامر، دیدگاه کسانی را که هنر مدرن را ناتوان از بیان روح دوران می‌دانند به باد انتقاد می‌گیرد و نشان می‌دهد که اگر این هنر برای چنین افرادی زیبا نیست، از این روست که دین دیگر زیبا نیست و بی‌طرف و ابژکتیو شده است. دنیاست که با سوبژکتیویته سر جنگ دارد و از قضا هنر مدرن به این فرآیند معترض است.[۳۵]

۲۸. کوکلمانس، پیشین، ص ۵۵.
۲۹. احمدی، بابک، پیشین، ص ۸۹.
۳۰. کوکلمانس، پیشین.
31. Utopia
32. H.G.Gadamer
33. Paul Ricoeur
34. Max Weber
۳۵. احمدی، بابک، پیشین، ص۳۴۹.

رسانه و زیبایی

اکنون دیگر این باوری فراگیر و مقبول است که موقعیت رسانه‌های ارتباطی، تعیین‌کنندهٔ محتوای فکر، زندگی و ادراک معنایی ما هستند و اساسا ادراک حسی تازه‌ای را برای ما رقم زده‌اند. رسانه‌های جمعی منادی انکشاف بُعد بدیعی از هستی و به تبع آن زیبایی‌شناسی ویژه‌ای شدند که با عنایت به زمینه‌های فن‌آورانهٔ ارتباط، از راه تمرکز بر شکل تماس با ابژه‌ها، متن‌ها و آثار هنری پدید می‌آید.

شکل تماس با اثر هنری را سه عامل اصلی تعیین می‌کنند: عامل نخست دستگاه‌های نشانه‌شناسانه‌ای است که اثر از آن‌ها تشکیل شده است؛ عامل دوم امکاناتی است که بر اثر پیشرفت‌های فن‌آورانه فراهم می‌آید؛ و عامل سوم دگرگونی در ادراک زیبایی‌شناسانه یا به گفتهٔ گادامر تغییر در افق آگاهی زیبایی‌شناسانهٔ دوران است.[۳۶] نظر به تأثیر فن‌آورانهٔ رسانه‌های گوناگون دوران جدید است که متفکری هم‌چون *والتر بنیامین*[۳۷] تقدیر هنر مدرن را از رسانه‌های مدرن جدا نمود و *مارشال مک‌لوهان*[۳۸] جملهٔ معروف و دوران‌ساز «رسانه پیام است» را مطرح می‌کند. او تحت تأثیرها *هارولد اینیس*،[۳۹] دربارهٔ تأثیر فن‌آوری و به ویژه فن ارتباط بر زندگی اجتماعی پژوهش و بررسی کرد و به این نتیجه رسید که امروز «دسته‌بندی، توزیع و مصرف عقاید» اهمیتی بیش از تولید آن‌ها یافته است در نتیجه باید دستور زبان رسانه‌های جدید را آموخت؛ چرا که این رسانه‌ها اسطوره‌های دنیای مدرن هستند.

بر این اساس است که در کتاب *کهکشان گوتنبرگ* از وجود تاریخی و پی‌درپی سه کهکشان در افق زندگی و دانایی آدمی یاد کرد. کهکشان اول، کهکشان شفاهی بود که از طلیعهٔ خلقت انسان تا سال ۱۴۳۶ میلادی ادامه داشت و آدمیان در این دوران حضوری رودرو داشته و ارتباط در حضور و اساس دانایی، شنیداری بود. کهکشان دوم، گوتنبرگ نام گرفت. کهکشان دوم را خواندن سر و سامان می‌داد. در این کهکشان، اعتقاد به نظریه‌ها و فرضیه‌های مشخص و ثابت رونق داشت. رسانهٔ ارتباطی اصلی، *کتاب* بوده و می‌شد در غیاب مؤلف هم ارتباط را برقرار کرد. ابزار ارتباطی گرم بود؛ یعنی رسانه خود رسانندهٔ معنا بود و نیازی به مشارکت وسیع و تأثیرگذار مخاطب نداشت. ولی اساس دانایی در کهکشان سوم، شنیداری ـ دیداریِ خواندنی یا شنیداری ـ دیداریِ استوار به دانش برآمده از خواندن است.

دستاوردهای کهکشان سوم (انفورماتیک)، نظام عصبی ما را گسترش داده‌اند به گونه‌ای که ما به سرعت از محیط جهانی خود با خبر می‌شویم و در واقع جهان چونان دهکده‌ای بر ما عرضه می‌شود. مشخصهٔ اصلی این دوران، ادراک به هم‌پیوسته ماست که به جای ادراک از هم‌گسیختهٔ کهکشان گوتنبرگ پدید آمده است. آن زمان فهم پاره‌پاره‌ای از واقعیت، تصوری نادرست از تمامیت می‌آفرید ولی امروز زیست‌مکان ما تبدیل به یک کل یک‌پارچه شده است و به این ترتیب

۳۶.احمدی، بابک. پیشین. ص ۴۴۹.
37. W.Benjamin
38. Marshall Mclouhan
39. Harold Innis

رسانه‌ها، محتوای اصلی ادراک ما را، توان فهم معنایی ما را تعیین کرده‌اند.

آن‌چه که به طور محوری در مرکز مباحث مک‌لوهان قرار می‌گیرد، اطلاعات است. از نظر او اطلاعات به طور کامل در خدمت کارآیی قرار گرفته است ما را از چیزی با خبر می‌کنند که قطعا به کار آید. در چنین فرآیندی امور، ساده و زبان تقلیل‌گرا می‌شود. در سطح عموم گسترهٔ آموزش و اطلاع‌رسانی وسیع می‌شود ولی در عمق، اطلاعات محدود می‌شود. همگان مختصری از همه چیز با خبر می‌شوند، بر خلاف دوران گوتنبرک که معدودی، به گونه‌ای ژرف از امور با خبر می‌شدند.[۴۰]

رسانه‌های اصیل و حاکم این دوران، رسانه‌های سرد هستند. رسانه‌های سرد معناسازی را بر عهدهٔ مخاطب می‌گذراند و به نظر مک‌لوهان نمونهٔ عالی رسانه‌های سرد، تلویزیون است که آینهٔ تمام‌نمای روزگار ماست ولی شاید بهتر باشد پیش از پرداختن به زیبایی‌شناسی تلویزیون نظری به دو تبار رسانهٔ آن یعنی تئاتر و سینما بیفکنیم.

تئاتر و سینما

یونانیان دربارهٔ هنر از واژهٔ تخنه[۴۱] استفاده می‌کردند که در دو معنای هنر و فن به کار می‌رفت. برای یونانیان و متفکرین بزرگ آن‌ها، تفاوتی ارزشی و کیفی میان انواع ساختن وجود نداشت

۴۰. احمدی، بابک. پیشین.

41. Tekhne

ولی نقشی که برای هنر و به تبع آن برای تئاتر قائل بودند، *کاتارسیس*[۴۲] یا پالایش و تهذیب بود. بیشتر مفسران اندیشهٔ ارسطو بر این باورند که مقصود او از پالایش تأثیر ویژهٔ روحی و اخلاقی اثر در مخاطب بوده است؛ اگر چنین باشد، این نخستین نمونهٔ زیبایی‌شناسی دریافت در مغرب زمین است.

چنین به نظر می‌رسد که ارسطو در طرح مفهوم پالایش می‌خواست به افلاطون پاسخ دهد. افلاطون می‌گفت که هنر و نمایش، عواطف و هیجان‌ها را در جان آدمی بیدار می‌کنند و از این رو روح را دستخوش آشفتگی و آشوب می‌سازند. ارسطو برعکس می‌گفت که اگر روح مستعد این آشوب باشد، از راه‌های دیگری غیر از هنر نیز به آشفتگی گرفتار خواهد آمد.

ولی نکته این‌جاست که هنر و نمایش با ایجاد امکان ظهور عوامل این آشوب، در واقع روح را آرام می‌کنند و جان آدمی را از آشفتگی و آلودگی می‌پالایند.[۴۳]

تئاتر به ویژه در شکل کلاسیکش، روگرفتی به غایت قدرتمند از واقعیت است، حدت قدرتمندی آن، مجال هرگونه خیال‌پردازی را از آدمی می‌ستاند. بازیگران صحنهٔ تئاتر، حضوری واقعی را برای تماشاگران رقم می‌زنند ولی تئاتر در نمایشی چنین، به فقدان توان پندارآفرینی حقیقت‌نما، گرفتار می‌شوند.

به باور *کریستین متز*،[۴۴] توان پندارآفرینی حقیقت‌نمای متکی بر واقعیت، وجه مشخصهٔ فیلم در مقام رسانه است. قدرت واقعی سینما(فیلم)، در قیاس با تئاتر، از توانایی آن در آفرینش پندار واقعیت ناشی می‌شود.

متز می‌گوید:

> چون تئاتر بیش از حد واقعی است، داستان‌هایی که از طریق رسانهٔ تئاتر به نمایش درمی‌آیند، تنها نقش ضعیفی از واقعیت را در اذهان می‌آفرینند.[۴۵]

به یاد داشته باشیم که تئاتر هنری است که در دوران یونان باستان نضج و بالندگی گرفت و حتی مباحث سقراطی که گفت‌وگومحور هستند، ساختاری تئاتری دارند و هم از یاد نبریم که در این دوران، امور و اشیاء هر چه به حقایقِ مستقر در عالم مُثُل نزدیک‌تر بودند، بهرهٔ بیشتری از ارزشمندی نصیب می‌بردند و دل سپردن به تخیل، نشانهٔ گمراهی و بی‌ارزشی محسوب می‌شد و بر این نمط بوده که شاعران مجال حضور در آرمان‌شهر را نمی‌یافتند و خیال‌پردازی، آنان را مستحق آوارگی و اخراج می‌کرد.

ولی متز، برای بیان تفاوت تئاتر و سینما، بر موضع تماشاگر انگشت تأکید می‌نهد که چگونه از موضع ایستا (در تئاتر) به موضع پویا (در سینما) تغییر می‌کند.

و بدین‌سان مفهوم‌های کلیدی *امر تخیلی*[۴۶] و متعاقبا *امر نمادین* را برای توضیح منطق جذب تصویر شدن تماشاگر به کار می‌گیرد و با تداعی *مرحلهٔ آینه‌ای* لاکان،[۴۷] مجذوب‌شدن تماشاگر به

42. Katarsis
۴۳. احمدی، بابک. پیشین. ص۶۹
44. Christian Metz
۴۵. پحت، جان. پنجاه متفکر بزرگ معاصر. محسن حکیمی. انتشارات خجسته. چاپ سوم. ۱۳۸۳. ص ۱۲۸.
46. The imaginary
47. Jacdues Lacan

تصویر را با تصور کودک دربارهٔ «این همان‌سازی» خود با تصویر خویش در آینه معادل می‌داند.

بنابراین تلقی، تماشاگر از سینما رفتن احساس مثبتی پیدا می‌کند؛ زیرا او خود تبدیل به جزیی از نهاد سینما می‌شود. به دیگر سخن، تخیل سوژه، جزیی جدایی‌ناپذیر از نهاد سینماست. در واقع، فیلم به بخشی از میل سوژه تبدیل می‌شود. یعنی پردهٔ سینما به آینه‌ای تبدیل می‌شود که تصویری از میل خود سوژه را منعکس می‌کند.[۴۸]

از نظر متز، فیلم پندار ویژه‌ای می‌آفریند که به گونه‌ای انکارناپذیر در اغوای تماشاگر به تعلیق بی‌باوری خویش موفق است. همین که بپذیریم فیلم، پنداری یا *روگرفتی*[۴۹] از واقعیت است، تصویر از تمام توان اغواگری خود برخوردار می‌شود و مجال جولان خیال فراهم می‌آید.

از نظر لاکان، امر تخیلی جایی نیست که صرفا در آن تصویر، شکل می‌گیرد یا سوژه در لذت‌های تخیل غرق می‌شود، بلکه آن‌جا عرصهٔ توهم و جایگاهی است که در آن سوژه، سرشت امر نمادین را اشتباه می‌گیرد؛ زیرا امر نمادین با چنان شفافیتی در باور سوژه می‌نشیند که او نمی‌تواند فقدان واقعیت آن را تشخیص دهد.

سینما و تلویزیون

مارشال مک‌لوهان توجه ویژه‌ای به تفاوت متعارض این دو رسانه کرد. او یادآور شد که وقتی یک فیلم سینمایی از تلویزیون به نمایش در می‌آید به کلی تغییر ماهیت می‌دهد.

به باور او تماشاگر هنگام تماشای پردهٔ سینما، استقلال عاطفی خود را نسبت به فیلم تا حدودی حفظ می‌کند ولی تماشاگر تلویزیون خود به صورت پرده در می‌آید؛ زیرا به خوانندهٔ داستان مصوری شبیه می‌شود که با مشاهدهٔ تعدادی تصویر و کمی نوشته و به کمک تخیل، داستانی متناسب حالش در ذهن می‌سازد.

به نظر او علت این‌که با توسعهٔ تلویزیون، فروش داستان‌های مصور، کاهش یافته، ویژگی این دو رسانه است که آن‌ها را زیر عنوان *وسایل ارتباطی سرد* دسته‌بندی کرده است.

تلویزیون به دلیل ویژگی همه‌جا حاضر بودنش، در بسیاری موارد جایگزین داستان‌های مصور شده است. رسانهٔ سرد تلویزیون، قدرت تخیل تماشاگر را به کار می‌گیرد و او را در ساخت داستان و معنا، به طور فعال و گسترده درگیر و سهیم می‌کند و این همان خصوصیتی است که سینما به دلیل گرم بودنش، فاقد آن است.[۵۰]

هر چند که تلویزیون هم مانند رادیو و سینما در زمرهٔ وسایل ارتباطی جدید محسوب می‌شوند، ولی به دلایل فنی هم، با آن‌ها تفاوت اساسی دارد. تصویری که از تلویزیون پخش می‌شود، موزاییکی و درهم و بر هم است، به بیان دقیق‌تر، تصویر تلویزیونی بنا بر تعریف کلاسیک، از سه میلیون نقطهٔ نورانی در ثانیه تشکیل شده است. ولی تماشاگر برای تماشای تصویر، فقط چند صد نقطهٔ آن را انتخاب می‌کند و بقیهٔ آن را بازسازی می‌کند.[۵۱]

۴۸. پخت ، پیشین ، ص ۱۳۲
49. Impression
۵۰. پخت. پیشین. ص ۱۲۸.
۵۱. کازینو، ژان. قدرت تلویزیون. علی اسدی. انتشارات امیرکبیر. چاپ اول. ۱۳۶۴ . صص ۷ ـ ۶.

ولی تصویر سینمایی بر عکس، تعدادی نقطهٔ نورانی مشخص و به قدر کفایت متراکم را عرضه می‌کند که بدون نیاز به مشارکت تماشاگر برای بازسازی، ادراک می‌شود. از همین روست که مک‌لوهان، تماشای تلویزیون را با حس لامسه مقایسه کرده است؛ گویی تماشاگر، صفحهٔ تلویزیون را با چشمان خود لمس می‌کند.[۵۲]

رسانهٔ سرد تلویزیون، بیان کامل روزگار ماست و سرچشمهٔ اصلی با خبری ما از دنیا است و چون نیک به ماهیت این با خبری بنگریم، درمی‌یابیم «رسانه به دنیا اشاره نمی‌کند، بلکه خود دنیای تازه است.»[۵۳]

مداقه بر روی نکتهٔ اخیر، می‌نمایاند که چرا رسانه آن‌گاه که از اشاره به واقعیت تن می‌زند و خود بر جای واقعیت می‌نشیند، در واقع سالاری مجاز در برابر واقعیت را صحه می‌گذارد.

خانهٔ امروز با خانهٔ دیروز ـ که تلویزیون نداشت ـ بسیار فرق کرده است. خانه و زندگی امروز بدون تلویزیون قابل تحمل نیست. تلویزیون که آمد، بشر همزبانی را از یاد برده بود و با آمدن آن روابط، عادات و مشغولیت‌ها و رفت‌وآمدها همه به تناسب عالم بی‌همزبانی تغییر کرد و در این میان عامل تعادل‌بخش آدمی هم چیزی جز دنیای مجازی مبتنی بر واقعیت تلویزیونی، نیست.

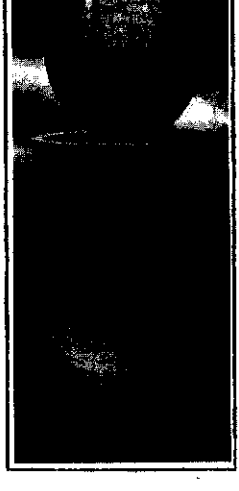
پس زندگی بدون تلویزیون، به تصور درنمی‌آید و الان اگر از اوصاف بشر بپرسند، شاید کسی بتواند بگوید که «بشر عصر ما، جانداری تماشاگر تلویزیون است.»

واقعیت مجازی

بیشتر دانشمندان و متفکران دنیا، هزارهٔ سوم را دوران سیطرهٔ *واقعیت مجازی*[۵۴] دانسته‌اند که تفاوت اساسی با جهان واقعی دارد؛ چرا که جهان واقعی، جهان مسئولیت و حقوق متقابل و قابل کنترل است؛ در حالی که جهان مجازی فاقد مسئولیت معنادار است و به طور نسبی، کم‌تر تن به کنترل می‌دهد.[۵۵]

پروفسور هیوبرت دریفوس در کتاب *نگاهی فلسفی به اینترنت*، تن زدن از مسئولیت را یکی از عوامل مؤثر رواج و نفوذ رسانه‌هایی چون تلویزیون و اینترنت می‌داند. از نظر او نکتهٔ اساسی در

۵۲. پیشین. البته با وجود تلویزیون‌های دیجیتالی تا حدود زیادی شکل این بحث باید تغییر کند.
۵۳. کازینو. پیشین. صص ۸ ـ ۴۷.
54. Virtual Reality
۵۵. عاملی. پیشین. ص ۱۸.



این مرحله از زندگی بشر، رهاشدگی در یک بی‌تفاوتی و در یک مسخ است. به اعتقاد *کیرکی‌گارد* فضای عمومی محکوم است به جهانی بی‌گرایش بدل شود. جهانی که در آن هر فردی به یک کاربر مبدل می‌شود و هر کاربری توانایی دارد در باب هر موضوعی، نظری اتخاذ کند بی‌آن‌که این اتخاذ، مسئولیتی را طلب کند.

ژان بودریار نیز بر این باور است که رسانه ها در ذات خود ضدپذیرش مسئولیت هستند. از نظر او رسانه‌های جدید، پیش از هر چیز، به دلیل شکل‌شان، سازندهٔ *غیرارتباط* هستند. او خوش‌بینی نظریه‌پردازانی چون مک‌لوهان را که می‌گویند با پیشرفت رسانه‌ها، حجم بیشتری از اطلاعات در دسترس مردم قرار می‌گیرد، رد می‌کند و اعلام می‌دارد که در دنیای ما، هرچه رسانه‌های ارتباطی پیشرفت کرده و حجم اطلاعات بیشتر شده، معنای کمتری به دست آمده است.

و روایت این رسانه‌ها، توده‌ها را با مجموعه‌ای از نشانه‌ها بمباران می‌کنند و آنان نیز با رضایت کامل این کنش و نتیجهٔ منطقی‌اش یعنی از میان رفتن توان ذهنی و انرژی آفرینندهٔ خود را می‌پذیرند.

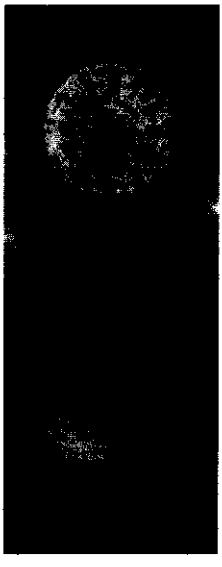
در این میان تلویزیون قاعده‌های تمرکز حسی تازه‌ای ساخته است که فقط از راه وانمایی واقعیت ممکن می‌شود. *وانمودن*[۵۶] به این معناست که نشانه‌ها دیگر فقط میان خود مبادله می‌شوند و عمل می‌کنند و ارتباطی با واقعیت ندارند.

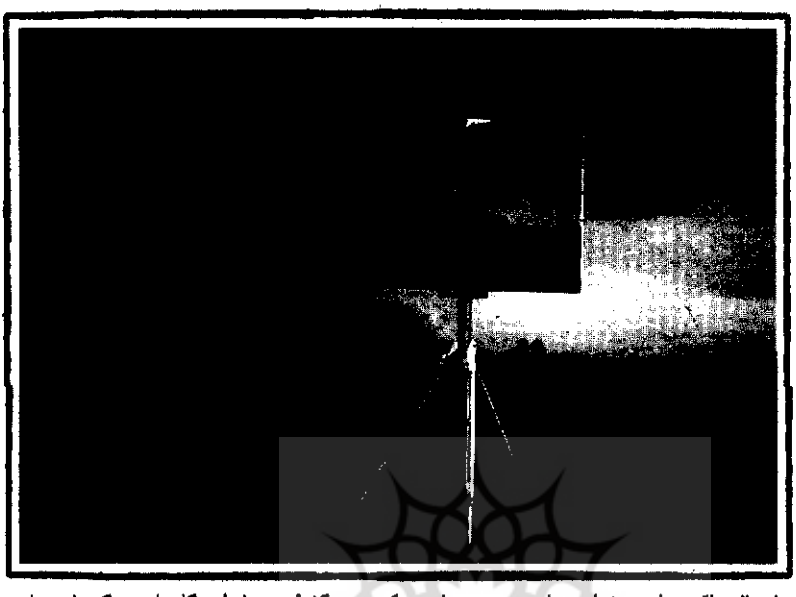
آری رسانه‌ها از راه مبادلهٔ درونی نشانه‌ها، بیانگری می‌کنند و از راه ارجاع به جهان خارج.

مسابقهٔ فوتبالی که از تلویزیون پخش می‌شود، دیگر ارتباطی با مسابقه‌ای واقعی در دنیا ندارد، این‌ها از یک بازی واحد خبر نمی‌دهند. مورد واقعی فاقد کارگردانی است ولی *وانموده* یا مورد نمایشی، از راه تصاویر، یعنی از راه وانمودن رخدادها شکل گرفته است.

نماهای درشت از چهرهٔ بازیگران که در عالم واقع قابل دیدن نیستند، بازگشت به گذشتهٔ بازی[۵۷] به همراه ترفندهایی برای توجیه این توقف زمانی، نماهای بسیار دور از ورزشگاه که تصوری فرازمانی و فرامکانی از رخداد می‌سازند، همه شگردهایی در راه وانمایی هستند که بازی

56. Simulation
57. Slow Motion





فوتبال واقعی را به رخدادی تلویزیونی تبدیل می‌کنند. به گفتهٔ بودریار اردوگاه‌ها و جنگ‌ها تبدیل به رخدادهای تلویزیونی شده‌اند. به باور او تلویزیون مورد اصلی تقلید را بی‌اهمیت می‌کند و در نتیجه واقعیت مشدد[58] می‌سازد.

زمانی رسانه آینه‌ای فرض می‌شد که واقعیت را بازمی‌تابانید ولی امروز این رسانه، خود واقعیتی را از راه وانمودن می‌سازد که حتی مهم‌تر از خود واقعیت شده است! چرا که بیش از واقعیت است. و چنین پدیده‌ای تنها با از میان برداشتن فاصلهٔ واقعیت و خیال می‌توانست تحقق یابد. با وانمودن، واقعیتی بی‌ریشه در واقعیت شکل می‌گیرد که در آن نشانهٔ واقعیت، به جای خود واقعیت می‌نشیند. تلویزیون در دنیای معاصر، بهترین نشانهٔ این موقعیت است؛ زیرا زندگی و تلویزیون یکی شده و چنان در هم تنیده‌اند که دیگر واژگونی پیش می‌آید. بودریار می‌گوید:

تلویزیون تو را نگاه می‌کند و نه تو آن را.

به این ترتیب تمایز میان رسانه‌های گرم و سرد چنان که مک‌لوهان پیش کشیده بود، دگرگون می‌شود. بودریار می‌گوید:

رسانه‌های همگانی جدید، همگی اخباری داغ چون جنگ‌ها، فاجعه‌های طبیعی، رخدادهای حاد سیاسی، ترورها، نهضت‌های انقلابی و مانند این‌ها را تبدیل به رخدادهای سرد می‌کنند؛ زیرا آن‌ها را مبدل به وانموده می‌کنند. پس دیگر بحثی هم از مشارکت مخاطب در معناسازی نمی‌تواند در میان باشد. تلویزیون چیزی نمی‌گوید. پایانه‌ای کوچک

58. Hyperreality

است که به سرعت در سر تماشاگر شکل می‌گیرد، انگار که او پرده است و تلویزیون تماشاگر.[۵۹]

جملهٔ معروف «رسانه پیام است» هم از نقد بودریار در امان نمی‌ماند. او معتقد است که چنین جمله‌ای هم به معنای مرگ پیام و هم به معنای مرگ رسانه است؛ چرا که رسانه دیگر ارتباطی با مورد راستین ندارد و لذا دیگر رساننده نیست. نشانه‌ها دیگر به واقعیت بیرونی مرتبط نیستند و به چیزی دلالت نمی‌کنند، آن‌ها فقط وانمود می‌کنند که واقعیتی در میان است و خود را شکل تقلیدی آن معرفی می‌نمایند.[۶۰]

بودریار برای روشن کردن منظورش دیسنی‌لند را مثال می‌آورد و می‌گوید:

آن‌چه در دیسنی‌لند وجود دارد، شبح واقعیت است. در واقع آن‌جا خیال به واقعیت بدل شده است.

او می‌گوید شهر لس‌آنجلس و به طور کلی سراسر آمریکا به برهوتی خیالی تبدیل شده است؛ زیرا در آن جامعه، اصالت به تصویر، انگاره‌ها و نمادها داده شده است. در چنین جامعه‌ای ارزش، همه جنبهٔ نشانه‌شناسانه دارد و اگر هم وجود داشته باشد چون مایعی رقیق بلافاصله بخار می‌شود.[۶۱]

اختفای فقدان حقیقت

بودریار به طور آشکار با دیدگاه هگل دربارهٔ هنر موافق است؛ زیرا او لحظهٔ فروپاشی هنر را در فلسفه گنجاند و یادآور شد که می‌بایست از تنگنای زیبایی‌شناسی عبور کرد و در فراخنای فرا زیبایی‌شناسی مسکن گزید.

در حالی که بسیاری از هنرشناسان، تکوین پرسپکتیو[۶۲] (چشم‌انداز و ایجاد پندار ژرفا) در نقاشی را دستاورد مهم رنسانس می‌دانند، بودریار آن را «نادرستی کنش تقلید از چیزی که طبیعت و واقعیت دانسته می‌شود» خوانده که هنر را هم به قلمرو وانمودن کشانیده است. بنابراین از نظر او «کل هنر پس از رنسانس یاوه است.»[۶۳]

و از این حکم می‌توان شدت دشمنی بودریار با فرهنگ غربی را دریافت. هنر (و علم) در قلمرو واقعیت مشدد (واقعیت غلو شده) دچار وضعیتی شده است که در آن نشانه‌های واقعیت (دال‌ها) خود واقعیت (مدلول‌ها) را مغلوب کرده و جایگزین آن شده‌اند؛ یا به بیانی عمیق‌تر، وضعیتی که در آن ، اشارهٔ نشانه‌ها به یکدیگر در گردشی بی‌پایان، ناموجود مدلول‌ها را پنهان می‌کند.

بنابراین، وانموده هرگز آن چیزی نیست که حقیقت را پنهان می‌دارد. وانموده حقیقتی است که فقدان حقیقت را پنهان می‌دارد.[۶۴] وانموده می‌نمایاند که فرهنگ به رشته‌ای از نشانه‌های مستقل تقلیل یافته است؛ نشانه‌هایی که با مغلوب کردن واقعیت مورد اشاره، دیگر به آن اشاره نتوانند کرد!

۵۹. احمدی، بابک. پیشین. درس بیست و سوم. صص ۳۷۷ ـ ۳۶۵.
۶۰.ارشاد، محمدرضا. اندیشه‌های فلسفی در پایان هزارهٔ دوم. گفت‌وگو با محمد ضیمران. انتشارات هرمس. چاپ اول، ۱۳۸۰. صص ۵ ـ ۲۲۴.
۶۱.ارشاد، محمدرضا، اندیشه های فلسفی در پایان هزاره ی دوم، گفتگو با محمد ضیمران ، انتشارات هرمس چاپ اول، ۱۳۸۰ ، صص ۵ ـ ۲۲۴.
62. Perspective
۶۳ احمدی، بابک. پیشین.
۶۴ حقیقی، مانی. پیشین. ص ۸۳.

خیال و خلاقیت هنری

ویلیام چیتیک[۶۵] در کتاب *طریقت صوفیانهٔ معرفت*[۶۶] آورده است که تعالیم ابن عربی دربارهٔ خیال، می‌تواند حاکی از این باشد که بدان هنگام که سنت عقلانی رایج غرب، خیال را به عنوان قوه‌ای که می‌تواند کسب‌کنندهٔ معرفتی واقعی و مهم باشد، رها ساخت، چیز مهمی از دست رفت.

ابن عربی تا سر حد این ادعا پیش رفت که آنان که نقش خیال را درک نکرده‌اند، اصلا چیزی نفهمیده‌اند[۶۷]

ابن عربی، خیال را در سه مرتبه لحاظ کرد:

اول: خود عالم هستی؛ که در این حالت بین وجود مطلق و عدم مطلق قرار دارد.

دوم: عالمی واسطه در دل عالم کبیر (خیال منفصل) که در این حالت بین دو عالم اصلی که خدا خلق کرده، یعنی عالم روحانی و عالم جسمانی قرار دارد.

سوم: عالمی واسطه در دل عالم صغیر (خیال متصل) که در این حالت بین روح نورانی و مجرد و جسم ظلمانی و کثیف قرار دارد.[۶۸]

ابن عربی در بحث خداشناسی می‌گوید:

> خدا به هیچ یک از اشیا و موجودات شبیه نیست؛ چرا که بی‌نهایت فوق همهٔ آن‌ها قرار دارد و شبیه همهٔ آن‌هاست؛ چرا که اوصاف خویش را در آن‌ها ظاهر می‌نماید.

بنابراین از دیدگاه ابن عربی، عقل ـ ابزار اصلی متکلمان و فلاسفه ـ تنزیه خدا را به آسانی اثبات می‌کند ولی از ادراک تشبیه او، عاجز است.

بر عکس، خیال تشبیه او را درک می‌کند ولی از تنزیه او، هیچ نمی‌داند. خیال قادر است تا خدا را در تجلی و تشبیهش، شهود کند، در حالی که عقل، خدا را در تنزیهش فهم می‌کند.[۶۹]

معرفت کامل به خدا، مستلزم شناخت او از طریق هر دو قوهٔ عقل و خیال است. بنابراین وقتی چیتیک می‌گوید با رها کردن خیال، چیز مهمی از دست رفت، منظورش این است که تصویری ناقص و واژگون از حقیقت، جایگزین فهم درست از آن شد.

65. Willam Chittick
66. The Sufi Path of Knowledge

۶۷.چیتیک، ویلیام. عوالم خیال. قاسم کاکایی. انتشارات هرمس. چاپ اول. ۱۳۸۴ . ص ۱۷.

۶۸.چیتیک، پیشین، صص ۷ ـ ۱۱۶

۶۹. چیتیک، پیشین ، ص ۱۱۷

تأکید انحصاری بر تنزیه، خدا را از عالم منفصل می‌کند، در حالی که تاکید صرف بر تشبیه، وحدت حق تعالی را تحت الشعاع قرار می‌دهد و به چند خدایی و شرک می‌انجامد. برخی سنت‌گرایان، اصلی‌ترین مشکل خلاقیت هنری در دوران معاصر را «بحران خیال» می‌دانند.

به این معنا که قدر و جایگاه خیال آن گونه که باید، شناخته شده نیست و حتی گاهی در جنب توهم و خیال‌پردازیِ بی‌اصل و مبنا قرارش داده‌اند. به همین دلیل اشتراک زبان هنری از دست رفته و معنای رمزها ناشناخته مانده است. رمزها نشانه‌های صرف نیستند و نباید به این سطح فرو کاسته شوند و صیانت از مرتبهٔ خیال است که آنان را از چنین فروکاهشی مصون نگه می‌دارد. اما وقتی دنیای معاصر، ساخت خیال منفصل و عینیت آن را انکار می‌کند و آن را ساحتی در روان بشر، بدون هیچ ما به ازای عینی و واقعی می‌داند، رمزها و صورت‌های هنری به نشانه‌هایی «من در آوردی» و تحکمی مبدل می‌شوند که البته می‌توان هر معنایی را از آن مراد کرد و آزادی بی‌بند و بار، سلبی و تحکمی هنرمند از همین نکته، سرچشمه می‌گیرد.[۷۰]

هنر و واقعیت مجازی

فریتوف شوان دربارهٔ هنر می‌گوید:

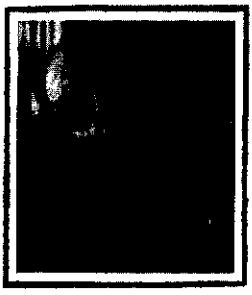
هنر دارای رسالتی است که هم سحرآمیز است و هم معنوی.

سحرآمیز است زیرا اصول، نیروها و نیز اشیایی را که برایش جذاب بنمایند، به فضل نوعی افسون هماهنگ، حی و حاضر جلوه می‌دهد.

معنوی است زیرا حقایق و زیبایی‌ها را با نظر به ساحت باطن ما، با نظر به بازگشت ما به «ملکوت خدا که در درون توست» ظاهری و بیرونی می‌کند. «مبدا به صورت تجلی در می‌آید، تا تجلی بتواند دوباره مبدا شود.»[۷۱]

از نظر شوان زیبایی نقشی اساسی در معنویت ایفا می‌کند. چه همان طور که به تکرار و تأکید نوشته است برای فرد ژرف‌اندیش، زیبایی نه اسباب عیاشی و تفنن دنیوی، بلکه موجبی برای یادآوری عالم معنا به مفهوم افلاطونی آن است. زیبایی امتداد لایتناهی الهی است.

۷۰. هنر و معنویت، مجموعه‌مقالات، انشاءالله رحمتی، صص ۹ ـ ۸.
۷۱. هنر و معنویت، پیشین، ص ۱۶.



مرحوم دکتر شریعتی در شرح قصهٔ هبوط آدمی می‌گوید:

آن‌گاه که آدمی از بهشت رانده شد و به زندان زمین گرفتار آمد و به درد فراغ مبتلا گشت؛ همواره راه برون‌شد از این خراب‌آباد را می‌جست و تمام همتش را مصروف بازگشت و بازجُستن روزگار وصل می‌کرد و در این مسیر تمام مساعی، سولان الهی، از راه لطف، این بود که درِ خروج و رهایی از این سراچهٔ هجران را به این نی ببریده از نیستان بنمایند.[۷۲]

اما آدمی که تن به چنین جست‌وجویی برای یافتن آن در سپرده بود، در عین حال نمی‌توانست برهوت غربت و حرمان را تحمل کند، به ناچار براساس میل فطری زیبایی‌جویی‌اش رنگی از آن بهشت را به دیوار این زندان زد و هنر را پنجره‌ای کرد تا با نگریستن از آن به آن‌جا و دیدن صبغه‌ای از کوی یار، این‌جا را تا یافتن درِ معهود و موعود، تحمل‌پذیر کند که البته این هم کرامتی از آن یار یگانه است که می‌بایست آدمی به جد مراقبت کند که در پی این کرامت، از آن کریم باز نماند و این صبغهٔ یادآوری، غایت و غنیمت انگاشته نشود.

هایدگر در رسالهٔ *دوران تصویر جهان*[۷۳] اعلام می‌دارد:

تصویر جهان امری است در بنیان خود متعلق به روزگار مدرن. در سده‌های میانه، کسی جهان را به صورت تصویر نمی‌دید. در آن سده‌ها انسان‌ها جایگاه خود را در نظمی که خدا آفریده بود به آسانی تشخیص می‌دادند. به همین شکل در یونان باستان هم تصویر جهان وجود نداشت؛ چرا که در یونان، انسان رابطهٔ نزدیک‌تری با هستی داشت. هیچ نظام فکری و اعتقادی نبود که بخواهد جهان را به یک تصویر کاهش دهد و جای هر نظام فکری دیگری را بگیرد. انسان جهان باستان و سده‌های میانه، سوژه نبود. فراشد تبدیل جهان به تصویر همان فراشد تبدیل انسان به سوژه است.[۷۴] و هنرهای تصویری وابسته به سینما و تلویزیون نسبتی وثیق با دنیای مدرن و فراشد مزبور دارند که چنانچه به درستی به کار گرفته نشوند، نه تنها یار شاطر نمی‌شوند که بار خاطر خواهند شد و در این به‌کارگیری هنرهای مدرن، اگر نگاه عالی را از کف بدهیم و به نگاه استقلالی گرفتار شویم، این هنرها سد و بت راه خواهند شد.

البته به بیان شوان می‌بایست به مراتب این بت‌پرستی جدید امعان نظر داشت و میان دو نوع بت‌پرستی عینی و ذهنی فرق گذاشت:

در مورد نخست این خود تصویر است که خطاآلود است. این تصویر، خدا (یا ماوراء) فرض می‌شود و در مورد دوم، ممکن است تصویر متعلق به هنر، قدسی باشد و این فقدان ژرف‌اندیشی است که بت‌پرستی را موجب می‌شود. آدمی بت‌پرست است به این دلیل که دیگر نمی‌داند چگونه شفافیت مابعدالطبیعی پدیده‌ها، تصاویر و رمزها را درک کند.[۷۵]

و بنابراین بسیارند از آموزه‌های دینی، ای بسا به دلیل قامت قاصر تلویزیون یا ناتوانی انسان در پرداخت هنری اصیل تن به فروکاهشی مهلک می‌سپارند. ویژگی قرن ما آن است که شبکه‌های

۷۲. علاقه‌مندان برای آگاهی از این دیدگاه شریعتی به مجموعه آثار ۲۰ «هنر» مقالهٔ *مذهب درسی و هنر پنجره‌ای* مراجعه کنند.

73. Weltbild

۷۴. احمدی، بابک. هایدگر و تاریخ هستی. نشر مرکز. چاپ اول. ۱۳۸۱. ص ۳۴۴.

۷۵. هنر و معنویت. پیشین. ص ۱۹.

ارتباطات، وجود فضاهای مجازی را ممکن می‌کنند که سابقا تنها در رویاها و تصورات وجود داشتند و این باعث می‌شود که واقعیت مجازی با شهود عرفانی وابسته به عالم مثال (که سطح برتر هستی را در هستی‌شناسی عرفانی ـ اسلامی تشکیل می‌دهد) شباهت‌هایی ظاهری پیدا کند و بنابراین ما با دو جهان موازی سر و کار پیدا کنیم که با وجود شباهت‌های ابتدایی، از لحاظ کیفی متفاوت‌اند و به مرتبهٔ واحدی از هستی تعلق ندارند؛ زیرا:

> یکی با وجود آن‌که زمان و مکان را در زمان واقعی در هم می‌فشرد، در سطح افقی یعنی محسوسات باقی می‌ماند، در حالی که دیگری حلقهٔ انتقالی است برای دستیابی به سطوح عالی‌تر مشاهده و بصیرت و در نتیجه اهمیت آن ناشی از جایگاه آن دو مرتبهٔ عمودی هستی است. جهان مجازی به گفتهٔ بودریار، توهم را از میان می‌برد؛ زیرا واقعیت را به واقعیت مشدد و وانمود تبدیل می‌کند ولی عالم مثال از توهم، تخیلی فعال می‌سازد که با عالم فرشتگان همسان می‌شود. با این حال باید اذعان کرد که شیوه‌های مجازی‌سازی آنان شباهت‌های حیرت‌انگیز دارد.[۷۶]

ولی مجازی‌سازی با وجود شباهت‌هایی که با معرفت شهودی و باطنی دارد، حتی یک قدم ما را به سطوح برتر هستی نزدیک‌تر نمی‌کند، بلکه به شبح‌سازی جهانی‌شدن می‌بخشد و آن را دو چندان می‌کند.

«اجسام، سایهٔ خود را نمی‌افکنند، بلکه سایه‌ها هستند که جسم خود را می‌افکنند». این جملهٔ بودریار بیانگر واقعیتی انکارناپذیر است که مجازی‌سازی، جهان را از بیخ و بن دگرگون می‌سازد، مختصات جغرافیایی مانوس ما را زیر و رو و ما را در چشم‌برهم‌زدنی، آمادهٔ پذیرش حضور همه‌جایی و ارتباط برق‌آسا می‌کند ولی با این همه، هم‌چنان در محدودهٔ محسوسات باقی می‌ماند.[۷۷]

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۷۶. شایگان، پیشین، ص ۳۴۴.
۷۷. شایگان، پیشین، ص ۶ ـ ۳۷۵.