



● نویسنده شاهنده
کارشناس ارشد فلسفه غرب

از ویژگی‌های دنیای پست‌مدرن است؛ دنیایی که بنا بر عقیده نظریه‌پردازان، اصالت و واقعیت در آن از میان رفته و همه چیز شبیه‌سازی شده است. این امر که دیگر **حقیقت مطلق**ی، آنچنان که در گذشته تصور می‌شد، در کار نیست - پتکی که نیچه، پدر بزرگ پست‌مدرنیسم، بر الواح افکار کهن کوفت - موضوع مورد بحث نیست؛ بلکه مسئله اینجاست که ممکن است ما فریب همین تصاویر و انگاره‌های خودساخته را بخوریم و شروع به باور توهمی کنیم که خود آن را خلق کرده‌ایم و این امور شبیه‌سازی شده آنچنان واقعیت موجود را اشباع کنند که دیگر به نظر رسد تجربه، فقط و فقط به واسطه همین‌ها امکان‌پذیر است. در این میان، رسانه‌های جمعی، از جمله تلویزیون، ابزار بسیار مناسبی برای بسط و اشاعه این امور شبیه‌سازی شده‌اند. با توجه به میزان تصویرپردازی و بهره‌بری از آن، به نظر می‌رسد که رادیو در مقایسه با تلویزیون رسانه کمتر اغواگری باشد! پس در این صورت، آیا کلام ارجحیت بیشتری نسبت به تصویر می‌یابد، که به ترتیب ابزار رسانه‌هایی

«... [اقل‌مرو فهم] جزیره‌ای است که طبیعت آن را با مرزهای تغییرناپذیری محصور کرده است. فهم، سرزمین حقیقت است - نامی افسون‌کننده - ! محاط در اقیانوسی گسترده و طوفانی، که زادبوم پندار است و در آن انبوه مه غلیظ و خیل عظیم کوه‌های یخی که به سرعت آب می‌شوند و به ظاهر فریبنده سواحل دور درمی‌آیند، دریانورد ماجراجو را مدام با امیدهایی واهی می‌فریبند و به ماجراهایی خطرناک و تهورآمیز می‌کشانند؛ ماجراهایی که او نه می‌تواند از آنها دست شوید و نه به پایانشان رساند...».

(کانت، ایمانوئل، **نقد عقل محض**: ۲۵۷)

عصر ما عصر تصویرها، نشانه‌ها و انگاره‌هاست. فرهنگ ما و محصولات فرهنگی‌اش غرق در تخیل‌ها و تصویرسازی‌هاست. آنجا که عقل بشری به دلیل محدودیت‌ها و حصارهایش نتواند به توجیهات منطقی و عقلانی خویش ادامه دهد، دست به خلق تصاویر و انگاره‌هایی می‌زند که باز نمودی از واقعیت می‌نماید. این یکی

چون رادیو و تلویزیون هستند؟! و اساساً وجوه مثبت و منفی این خیال پردازی ها و تصویرسازی ها چیست؟ و رسانه ها چه نقشی را در این میان ایفا می کنند؟ برای پاسخ به این پرسش ها از آرا و نظریات دو فیلسوف معاصر فرانسوی، فرانسوا لیوتار و ژان بودریار، استفاده می کنیم که هر یک به ترتیب تقدم و برتری را به «شکل/تصویر» و «گفتمان/کلام» می دهند.

درآمد

همزمان با دهه های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ که تلویزیون و دیگر شکل های هنر مردمی - از رمان های جلدنازک گرفته تا راک اندرول-^۱ میراث فولکلور^۲ مردم و فرهنگ های برتر را تهدید می کردند، رادیو به عنوان یک رسانه فراگیر اما کمتر جذاب در مقایسه با تلویزیون و دیگر شکل های هنر مردمی، اندک اندک به محاق می رفت تا دوران اوج خود را، در دهه ۱۹۷۰، پشت سر گذارد. افزون بر این، در قرن حاضر، با توجه به پیدایش پدیده هایی همچون ماهواره و اینترنت، در پایان عصری هستیم که در آن رادیو به عنوان تنها رسانه فراگیر و گسترده ای قلمداد می شود که نقش اطلاع رسانی (Informative) و درعین حال سرگرم کننده (Entertainment) دارد. به رغم گستردگی مخاطبان رادیو، به دلیل دریافت آسان امواج آن تا نقاط بسیار دورافتاده، قابلیت حمل و نقل راحت، هزینه های کم جهت تولید و راه اندازی (تا آنجا که خرده گروه ها و اقلیت ها هم می توانند شبکه رادیویی خاص خود را داشته باشند) و از این رو، رادیو درعین حال می تواند تبدیل به رسانه آنارشیزست^۳ تری نیز شود، و حتی امروزه که شبکه اطلاع رسانی جهانی (اینترنت) طلایه دار دنیای ارتباطات نوین است، و برنامه های رادیویی حجم کمتری را در این شبکه اشغال می کنند، با وجود این، به نظر می رسد که دگرگونی ای به نفع تصویر در حال شدن است.

دنیای ما دنیای تصاویر است. این تصویرسازی نه فقط در رسانه ها (Media) و فرهنگ عامی و مصرفی (Consumer Culture)، که حتی در جدی ترین و انتزاعی ترین دانش انسانی، یعنی فلسفه، به وقوع پیوسته است؛ همچنان که در عبارتی که از کتاب **نقد عقل محض** کانت در بالا نقل شد، ملاحظه می شود که چگونه کانت در اثری که خود آن را نقادی عقل محض می نامد، از **فهم** به عنوان سرزمینی یاد می کند که برای توصیف آن از تصاویر و استعاراتی چون جزیره، مه، کوه، یخ، دریای طوفانی و... بهره می برد. در این میان، برخی بر این باورند که تصویرهای فلسفه در محدوده فراگفتمان فلسفه^۴ به دو شیوه توضیح داده شده اند: یا آنها را نشانه احمای شکل ابتدایی و کودکوار اندیشه دانسته اند یا با آنها چون تصاویری بدیهی و برخوردار از آشکارگی شهودی برخورد کرده اند (LeDoeuff, ۱۹۸۹: ۱۲).

البته چنین گمان می رود که در فلسفه درجه ای از پیشداوری برضد تصور بصری وجود دارد. فلاسفه اغلب استفاده از تصورات

بصری را نشان دهنده شکلی از اندیشه بچگانه یا بدوی تر وصف کرده اند، که از دنیای خشک و جدی درک مفهومی بدور است و فقط کسانی برای آن ارزش قائل اند که به ابزارهای بیانی عالمانه تر دسترسی ندارند (فالزن، ۱۳۸۲: ۱۶). با این حال، به نظر می رسد که استفاده از ایماژها (Images) از آغاز جزئی لایتجزا در تفکر فلسفی بوده است تا آنجا که افلاطون که تأملات خویش را در قالب محاورات و مکالمات رقم زد و اساساً روش فلسفه را، همچون استاد خویش سقراط، دیالوگ و گفت و گو می دانست، ناگزیر به استفاده از تصویر - برای مثال تمثیل غار - در نوشته های خود بود. البته به کارگیری تصاویر برای روشن کردن دیدگاه ها و مواضع فلسفی بدین نحو، ویژه افلاطون نیست.

فیلسوفان با وجود گرایش دیرینه افلاطونی برای کوچک شمردن تصویر در بیانیه های رسمی شان، همواره به انبوهی از مناظر چشمگیر و روشن متوسل شده اند تا دیدگاهشان را روشن یا مسئله ای را تدوین و مبانی ای را برای بحث فراهم سازند. در فلسفه به این نوع تصاویر و ابداعات عجیب و شگفت انگیز بسیار برمی خوریم. نگاهی اجمالی به ادبیات فلسفی گویای این مطلب است: «الاهی که در میان دو بسته یونجه گرسنگی می کشد تا بمیرد، تصاویر متعددی از یک جامعه آرمانی، مناظر غم انگیز از زندگی بدون مسئولیت از هر نوع، شیطان بدذاتی که باعث می شود انسان ها خطا کنند، یک تکه موم حالت پذیر، یک شیخ آبی رنگ سرگردان، و...» (همان: ۱۸)

حال نکته اینجاست که آیا این تصویرپردازی ها می تواند کمکی به درک موضوع مورد نظر کند یا ما را به کلی از آن دور می سازد؟ دراینکه بخشی از این تصویرسازی ها و خیال پردازی ها می تواند در خدمت زندگی فکری و حتی اجتماعی بشری قرار گیرد هیچ تردیدی نیست. به عنوان مثال، برخی نظریه پردازان از جمله میشل لودوف، در مورد این نکته بحث می کنند که چگونه تخیلاتی همچون ناکجا آبادها (اتوپیا) در آثار فیلسوفانی چون افلاطون، مور و بیکن در خدمت دفاع و نمایش زندگی فکری اجتماعی شده قرار می گیرد (LeDoeuff, ۱۹۸۲: ۴۴۶).

همین پرسش نیز درباره رسانه های جمعی مطرح است: آیا تخیلاتی که با دیدن یا شنیدن اخبار، آگهی ها و تبلیغات رسانه ها در ذهن ما نقش می بندد، یا تصویرپردازی های آنها درباره موضوعات مختلف که همچون تجربه های واقعی ما قلمداد می شوند، می تواند برای ما سودمند واقع شود یا به عکس، امری زیانبار خواهد بود؟ بی شک، ما نمی توانیم بدون برخوردارگی از تجربه های خود که اغلب از طریق ابزارهایی چون سینما، تلویزیون، و رادیو معرفی و در دسترس ما قرار داده می شود، به ابراز احساسی یا بیان مطلبی پردازیم. برای مثال چگونه می توانیم بدون برخوردارگی از تجربه های خود از شهرهای نیویورکی که در سینما، تلویزیون و گزارش های خبری معرفی می شوند از نیویورک بازدید کرده یا حتی در آن شهر زندگی کنیم؟ یا بدون به یاد آوردن فیلم ها

و سریال‌های بی‌شماری که روزانه فراز و نشیب‌های عاشقی را بیان می‌کنند، به ابزار عشق پردازیم؟ (وارد، ۱۳۸۴: ۱۰۸)

از این گذشته، حتی معروف است که تروریست‌های معینی اقدامات خود را بر اساس فیلم‌های حادثه‌ای طراحی کرده‌اند. اما جدای از کسب این تجارب انسانی(!) به واسطه ابزارهایی چون رسانه‌ها، نباید در این میان غافل از مطالعه همه‌جانبه تأثیر آنها بر زندگی فکری و فرهنگی خود باشیم. در واقع در اینجا دو چشم‌انداز (Perspective) وجود دارد: چشم‌اندازی که در آن تصاویر و تخیلات را، بی‌هیچ نقدی، ابزاری مناسب برای افزایش خواست و قدرت انسانی می‌داند (لیوتار)؛ و چشم‌اندازی که در آن تخیلات ناشی از این تصویرپردازی‌ها را ابزار مناسبی برای بهره‌برداری و استثمار افراد در دستان کاپیتالیسم و سرمایه‌داری می‌داند (بودریار). برای درک بهتر این موضوع می‌باید در محدوده تفاوت آگاهی مدرن و آگاهی پست‌مدرن - که هنر و زیبایی‌شناسی خاص خود را نیز در پی دارند - گام برداشت. نظریه‌پردازان را عقیده بر آن است که شعور مدرنیته شعوری کلامی است و کلمات را بر تصاویر ترجیح می‌دهد، در حالی که شعور پست‌مدرن شعوری بصری است تا ادبی و شکل را برتر از معنا می‌داند. اگرچه هر دو اندیشمندانی که در اینجا بخشی از آرا و نظریات ایشان - به طرز بسیار موجز و مختصر - می‌آید هر دو از طلایه داران تفکر پست‌مدرنیسم هستند، اما در خوانش هریک، جایگاه کلام و تصویر به گونه‌ای متفاوت از دیگری است.

لیوتار: برتری شکل بر گفتمان

ژان-فرانسوا لیوتار (۹۸-۱۹۲۴)، فیلسوف مشهور فرانسوی است که عمدتاً به عنوان نظریه‌پرداز پیشناز پست مدرنیسم شناخته شده است. آثار او مشتمل بر انتقادی شدید از محصورات فلسفی، تمامیت تاریخی و جزمیت سیاسی است و نیز دربردارنده بازارزش‌گذاری ماهیت علومی چون اخلاق، زیبایی‌شناسی و سیاست.

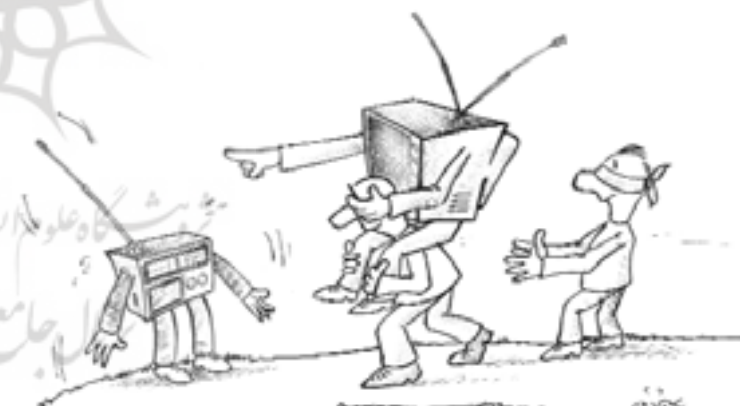
گفتمان، شکل (Discourse, Figure) یکی از آثار لیوتار است که به طرز بنیادین رویکردی ساختارشکن به زیبایی‌شناسی دارد و در آن الگوی ساختارگرایان را برای زبان، و به‌ویژه تفسیر لکان را از فروید، در مورد محدودیت و سرکوبی شدید میل، به نقد می‌کشد. لیوتار در این کتاب، در حالی که قصد دارد گفتمان‌ها، تدابیر نوشتاری، سیاست، و چشم‌اندازهای جدیدی را بسط دهد، در عین حال حمله‌ی تندی به گفتمان‌ها و نظریه‌های مدرن می‌کند:

«این کتاب معترض است که آنچه در اینجا ارائه شده یک متن نیست؛ معترض است که درون این کتاب تراکم و انبوهی، یا بهتر بگوییم تفاوت ترکیبی‌ای وجود دارد که نباید خوانده شود؛ بلکه باید دیده شود^۵ و اینکه این تفاوت و پویایی بی‌جنبشی که این امر را آشکار می‌سازد همان چیزی است که دائماً در فرایند معناسازی از یاد می‌رود.» (Lyotard, ۱۹۷۱: ۹)

گفتمان، شکل، بحث و جدل لیوتار را علیه گفتمان نظری آغاز می‌کند و تلاش نظام‌مند او را برای توسعه چشم‌انداز نظری جدیدی دربر دارد. **گفتمان، شکل**، زیبایی‌شناسی تحدی‌گر و سبک نوشتن نوینی را ارائه می‌دهد. اصطلاح دیوید کارول: «زیبایی‌شناسی نابهنجار» (۱۹۸۷) برای توضیح این امر خطیر به نظر مفید می‌رسد، امر خطیری که هنر را با استفاده از اشکال، صورت‌ها و تصاویر هنری و برای واژگونی و برانداختن موقعیت‌های نظری، در برابر نظریه قرار می‌دهد. با رد رویکرد متن‌گرا که متن‌ها و گفتمان‌ها را بر تجربه، حواس و تصورات برتری می‌دهد، گفتمان، شکل از ادعاهایی مبنی بر برتری حس و تجربه بر انتزاعات و مفاهیم دفاع می‌کند.

لیوتار نوشتار خویش را همچون دفاعیه‌ای از چشم (Lyotard, ۱۹۷۱: ۱۱) توضیح می‌دهد و غرق شدن عمیق او در هنرهای بصری وضعیت او را بیان می‌کند. لیوتار با انتقاد از بی‌ارزش ساختن حواس از زمان افلاطون در فلسفه غرب، سعی دارد تا شیخ نیمه‌تاریکی را از میان بردارد که پس از افلاطون سایه انداخته است. در واقع، لیوتار با مخالفت کردن با تقدم زبان که در بسیاری از نظریه‌های وابسته به علائم رمزی (نمادشناسی) جانبداری شده است، از شکل و صورت به جای نظریه دفاع می‌کند (به عبارت دیگر، از تخیل و تصویر).

نیمه نخست **گفتمان، شکل** که ساختاری بسیار پیچیده و انبوه دارد، علیه نمادشناسی استعمارگر و سلطه جو و نظریه‌های کلی بحث



با توجه به میزان تصویرپردازی و بهره‌بری از آن، به نظر می‌رسد که رادیو در مقایسه با تلویزیون رسانه کم‌تر اغواگری باشد! پس در این صورت، آیا کلام ارجحیت بیشتری نسبت به تصویر می‌یابد، که به ترتیب ابزار رسانه‌هایی چون رادیو و تلویزیون هستند؟!

و مجادله می کند، در حالی که نیمه دوم این اثر طرح «فلسفه میل» لیوتار را عرضه می دارد. نیمه نخست این اثر به پدیدارشناسی بسیار نزدیک می شود و به ویژه آرای مرلو پونتی را برای به نقد کشیدن نظریه های فرمالیستی زبان شناختی و متافیزیک اندیشگون (نظروزی) به کار می گیرد، در حالی که نیمه دوم آن برای بسط دادن فلسفه میل به فروید نزدیک می شود، یعنی موقعیتی که لیوتار آن را بعدها در اصطلاحات نیچه ای بیشتری توسعه می دهد - که در اینجا توجه ما نیز بدین بخش خواهد بود.

میل برای لیوتار در رساله «گفتمان، شکل به دو نیرو تقسیم می شود: نیرویی منفی، مخرب و خطا کار که واقعیت را برای به دست آوردن غایتی برای خویش واژگون می سازد و نیرویی مثبت و تأییدگر که کلمات، آواها، رنگ ها، شکل ها و اشیای مشخص را تأیید می کند. لیوتار ادعا می کند که هر دو این معانی را می توان در کارها و آثار فروید دید، او فروید را همچون نظریه پرداز ماهیت متغیر و مخرب میل می داند. عشق (اروس/Eros)، که برای لیوتار غرایز زندگی، و تاناتوس (Thanatos)^۶ غرایز مرگ است، در نظریه ناخودآگاه فروید درهم پیچیده شده است. فروید بر این امر تأکید می کند که آیا میل در یک نمونه داده شده باعث پراکندگی است یا یکپارچگی، منفی است یا مثبت. در واقع، او اشاره می کند که اروس و تاناتوس هر دو همیشه در میل حضور دارند. لیوتار همه امیال را (اعم از مثبت و منفی) برای فراهم ساختن فزونی تجارب، رهایی از شرایط سرکوب کننده و خلاقیت می ستاید، در حالی که این انتقاد بر لیوتار وارد است که اشکال فاشیستی میل را تقبیح نمی کند. افزون بر این، هنر و تصویر ابزارهای خاص میل هستند که در عین تخریب و عصیانگری، تأییدکننده انرژی های زندگی اند که در اشکال تصویری مشخص می شوند. پس، میل مخرب بی درنگ در هنر یافت می شود، هنری که بر حاکمیت موجود عقل، نظم و عرف می تازد.

برای لیوتار، میل در آن معنایی که فروید آن را فرایندهای اولیه (فرایندهای مستقیم، لیبیدویی، ناخودآگاه و غریزی که تابع اصل لذت اند) می نامد، بیانی آشکار در تصاویر می یابد. در مقابل، گفتمان آن چیزی را دنبال می کند که فروید آن را به عنوان فرایندهای ثانویه (یعنی فرایندهایی که توسط امر واقعی اداره می شوند) توضیح می دهد که از قوانین و روش عقلانی خود (Ego) ناشی می شود. میلی که در گفتمان به طرز صریح مشخص می گردد، با دستور زبان ساخته و محدود می شود. بنابراین، گفتمان خلاصه تر، معقول تر و مرسوم تر از تصاویر میل است. در نتیجه، لیوتار گفتمان را با نظریه ای مربوط می داند که روانی و تکثر میل را منجمد می سازد، از حرکت می اندازد و فلج می کند (Lyotard, 1974: 9). بدین ترتیب، لیوتار سعی دارد تا تخیلات، شکل ها و تصاویر را از انتقاد یا بی ارزش ساختن آنها به دست هر دو نظریه های عقل محور و متن محور رهایی بخشد.

تمایز میان گفتمان (کلام) و شکل (تصویر)، خود پایه و اساس زیبایی شناسی پست مدرن را به عنوان «شکل حاکم تصویری معنا» فراهم می آورد. در چنین خوانشی، شعور مدرن در اصل استدلالی است، در حالی که کلمات را بر تصاویر، مفهوم را بر بی مفهومی، معنا را بر بی معنایی، عقل را بر غیر عقلانیت و من را بر غیر من ترجیح می دهد. در مقابل، شعور پست مدرن تصویری است و آگاهی بصری را بر ادبی، شکل را بر مفهوم، احساس را بر معنا و روش های بی واسطه و مستقیم را بر غیرمستقیم آن ترجیح می دهد.

با وجود این، هنوز هم رساله «گفتمان، شکل لیوتار شالوده شکن است و به سادگی از برتری شکل بر گفتمان، یا دیدار بر گفتار دفاع نمی کند. لیوتار می خواهد تا به تصویر اجازه ورود و شکل بخشیدن به گفتمان را بدهد، همچنان که می خواهد جنبه ای از نوشتار را بسط دهد که خوداندیشه ای است برای نقاشی کردن با کلمات و در کلمات (Lyotard, 1971: 53). در نتیجه، او در حالی که شعر را همچون الگویی برای تمام انواع نوشتن می ستاید، از تخیل، معانی چندمرزی شعری، و ابهام در نوشتار دفاع می کند. هدف، تلفیق گفتمان های انتزاعی نظری با گفتمان های تصویری است و برانداختن گفتمان های سلطه جو توسط گفتمان های نوینی که تدابیر ادبی عصیانگر را به خدمت می گیرند. لیوتار توان های تک و منحصر به فرد را به جای ساختار موسیقایی یا تصنیف قطعه ای هنری ارج می نهد، باین استدلال که: شنیدن یک حادثه یعنی تبدیل آن به اشک ها، خنده ها، رقص، کلمات، صداها، ... (Lyotard, 1986b: 93)

بدین سان، لیوتار تحلیل کاملاً متفاوتی را از تخیلات نسبت به بودریار - همچنان که در ادامه خواهد آمد - ارائه می دهد: در حالی که تخیلات در جامعه معاصر برای بودریار تبدیل به چیزی بسیار انتزاعی، کالایی (Commodified) و جدا از واقعیت اجتماعی می شود، چه در شکل نمایشی آن و چه در ظاهر سازی هایش، برای لیوتار متقدم تخیل همان تصویر وفور و سرشاری، همان تصویر میل تپنده و همان تصویر منحصر به فرد و یکتا است. بودریار تحلیل می کند که چگونه تخیلات، میل را ماهرانه به زوالی کالایی و دیگر جنبه های مرسوم اجتماعی تبدیل می کند حال آنکه لیوتار تخیل و تصویر را به عنوان نیروهایی برتری می داند که زندگی و جریان میل را تقویت می کنند. بدین ترتیب لیوتار در حالی که به زبان و نظریه حمله می برد، در اینجا با قدری از رمانتیسم تخیل و تصویر وارد عمل می شود. او تمایل دارد تا تخیلات را از فرایند تولید و پذیرش اجتماعی جدا سازد و بی هیچ نقدی، از تخیلات و تصویرها به خودی خود و همچون ابزاری برای میل و قدرت دفاع کند.

همچنان که پیش تر گذشت، این چشم انداز غافل از روشی است که در آن کاپیتالیزم (سرمایه داری) از تخیلات بهره برداری می کند، و نقصان نظریه اجتماعی و نقدی را به نمایش می گذارد که می توان آن را مشکلی بازگشت پذیر در آثار لیوتار دانست.

بودریار: در گرداب رسانه‌ها

اغلب گفته می‌شود به هر جا که نظر افکنید تصاویری وجود دارد. تی‌شرت‌ها، بیلبوردها^۱، پوسترها، روزنامه‌ها، مجلات، تلویزیون، سینما، رایانه و بازی‌های ویدئویی را می‌توان به‌عنوان منابع این تصویرپردازی‌ها در نظر گرفت. بسیاری از ما دوربین‌های عکاسی، وب‌کم‌ها و دوربین‌های فیلمبرداری را در اختیار داریم و از اکثر ما در فروشگاه‌ها و بزرگراه‌ها توسط دوربین‌های مراقبت مداربسته فیلمبرداری می‌کنند و بسیاری



از جنین‌ها در صفحات تلویزیون نمایش داده می‌شوند. بودریار معتقد است که این وسواس آشکار نسبت به تصاویر، جهان ما را دچار تغییری بنیادین کرده است. (وارد، ۱۳۸۴: ۱۰۸)

شاید ژان بودریار (...-۱۹۲۹) را باید همچون متفکری پسا‌ساختارگرا دانست که بر اهمیت زبان در اجتماع و مفاهیم و اصطلاحات جدید ابداع‌شده متمرکز شد تا جنبه‌های بسیار پیشرفته ارتباطات الکترونیکی را بهتر درک کند. اهمیت بودریار برای فلسفه علوم اجتماعی مبنی بر تلاش او برای نظریه‌پردازی درباره جنبه‌های مختلف فرهنگ عامی است. او در پاسخ به پرسش‌هایی درباره فرهنگ رسانه‌ها و فرهنگ مصرفی جدید بی‌سابقه‌ای را در اهداف نظری به ارمان آورد. بودریار سعی داشته است تا گزارشی از اهمیت و محبوبیت رو به رشد رسانه‌ها و فرهنگی را در جامعه ارائه دهد که در زندگی روزمره به مصرف‌کننده و فرهنگ مصرف‌گرا اهمیت بسیاری می‌دهد. او فرهنگ رسانه‌ای را فرهنگی بریادرفته توصیف می‌کند و اظهار می‌دارد از آنجا که امروزه رسانه‌ها بی‌هیچ ارجاع و اشاره ضروری‌ای به واقعیت به فعالیت خود مشغول‌اند، اکنون با وضعیتی روبه‌رو هستیم که در آن انگاره هیچ ارتباطی با واقعیت ندارد: انگاره، شبیه‌سازی‌شده خالص خویش است. (Baudrillard, ۱۹۸۸: ۱۷۰)

بودریار در آثار میانه دهه ۱۹۷۰ خود^۲ مشخص می‌سازد که چگونه فرهنگ رسانه‌ها و به ویژه آگهی‌های تبلیغاتی، رمزی (Code) را شکل می‌بخشند که نفوذ عظیم و گسترده‌ای را بر افراد دارد. «رمز» ذات مصرف است. مردم نه‌اشیای بسیاری، که تصاویر، ایده‌آل‌ها، خیال‌ها و فانتزی‌ها، سبک‌ها و متدها، و خلاصه همه آنچه به‌واسطه تبلیغات و ارائه نمایش در رسانه‌های الکترونیکی

تبلیغ می‌شود مصرف می‌کنند. این بعدی جدید از زندگی اجتماعی است که برای همیشه سبب رخت برستن فرهنگ «بورژوازی» کهنه و منسوخ از جامعه مدرن می‌شود. استدلال بودریار این است که افراد خودشان خودشان را می‌سازند؛ یا به عبارت بهتر، هویت آنان از طریق پاسخ‌هایشان به تبلیغات و رسانه‌ها شکل می‌گیرد. در بازارها و مراکز خرید، در رادیو و تبلیغات تلویزیونی، فرهنگی ساخته شده است که توجه ما را به خود نه فقط جلب، بلکه تسخیر می‌کند. تصویرسازی نه‌تنها مردم عامی جوامع صنعتی که مردمان جوامع کمونیستی اروپای شرقی و بیشتر کشورهای جهان سوم را افسون و مفتون خویش ساخته است. (Poster, ۱۹۹۸)

هدف بودریار مسئله ساز کردن ایده نیاز یا فایده است. در جامعه مصرفی، اشیا صرفاً مصرف نمی‌شوند؛ آنها بیش از آنکه برای ارضای یک نیاز تولید شوند برای دلالت یک منزلت [اجتماعی] تولید می‌شوند و این کار فقط به علت رابطه تفاوتی اشیا امکان‌پذیر می‌شود؛ یعنی اشیا به نشانه تبدیل می‌گردند. در مجموع می‌توان گفت که انسان‌ها در جست‌وجوی نیک‌بختی نیستند؛ آنان به دنبال تحقق برابری نیستند؛ مصرف، عاملی همگن ساز نیست، بلکه از طریق نظام نشانه، افتراق ایجاد می‌کند. سبک زندگی و ارزش‌ها هستند و نه نیاز اقتصادی که شالوده زندگی اجتماعی را شکل می‌دهند. (لچت، ۱۳۷۸: ۳۴۳)

بودریار برای تحلیل ساختار تبلیغات، به نشانه‌شناسی بازمی‌گردد و اثبات می‌کند که چگونه تبلیغات زبان را از نو و به روشی تازه بازسازی می‌کند تا در آن، برای مثال، کلمه کوکاکولا (Coca Cola) در تبلیغاتی که برای آن محصول نمایش می‌شود، نه به یک مایع گازدار قهوه‌ای‌رنگ که به تصویری از جوانی،

تمایلات جنسی و لذت و خوشی ارجاع دهد. در دهه ۱۹۷۰ بودریار تا آنجا پیش رفت که در یکی از آثار خود به نام **در سایه‌سار اکثریت خاموش (In the Shadow of the Silent Majority)** بی‌حسی و بی‌علاقگی آشکار و هویدای عامه مردم و فقدان شور و هیجانی انقلابی را در واقع شکل جدیدی از مقاومت علیه نظام و سیستم اعلام کرد (Poster, ۱۹۹۸).

بودریار در مجموعه‌ای از آثار خویش در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ تحلیل خود را از تبلیغات و آگهی‌های رسانه‌ها به درکی کلی از فرهنگ پست مدرن بسط داد. او استدلال مهمی را بیان می‌کند مبنی بر اینکه خود واقعیت، به عنوان نتیجه و تالی یک فرهنگ مصرف‌گرای جدید در حال تغییر است. همچنان که مردم زمان بیش‌تر و بیش‌تری را با ارتباطات الکترونیکی می‌گذرانند (پیچ رادیو را می‌چرخانند، به تلویزیون می‌چسبند، سراخ رایانه می‌روند، به واکمن گوش می‌دهند، با تلفن صحبت می‌کنند، فکس می‌زنند، ای‌میل دریافت می‌کنند، و...)، به همان اندازه زمان بیشتری هم برای مبادله و رد و بدل کردن علائم و نشانه‌ها از طریق تأمل روبه‌رشد ماشین‌های هوشمند وجود دارد. دنیای روابط چهره‌به‌چهره و شخص‌به‌شخص (Face-to-Face) در حال تبدیل شدن به دنیایی از ارتباطات الکترونی (Interface) است. بودریار این فرهنگ نوظهور را فراواقعی (Hyper Real) می‌نامد.

فراواقعی بودن بر اساس اصول فرهنگی جدید ساخته می‌شود. سازه‌های نمادین دیگر ریشه در منبعی اصیل و واقعی مانند یک محاوره و گفت‌وگو، یا یک نامه نوشته‌شده ندارند. حالا زبان به‌طرزی فراگیر شبیه‌سازی (Simulation) شده است؛ بدین معنا که امر ارائه‌شده همیشه دو چیز است: یک اصل، و یک بدل. برای مثال، اخبار تلویزیونی به راستی درباره چیزی در دنیای بیرونی سخن نمی‌گویند بلکه به اغراق و برجسته‌سازی آن امر می‌پردازند، خبرهایی را خلق می‌کنند در حالی که درباره آنها فقط گزارش می‌دهند. این منطق دشوار، یعنی فراواقعیت به طرز همه‌جانبه تبادلات میان کلمات و تصاویر را تحت سلطه خویش درمی‌آورد و به تدریج فرهنگی جدید و بسیار عجیب را شکل می‌بخشد (همان).

نقد بودریار از فرهنگ عامی و مصرفی، وی را رهنمون می‌شود تا درباره رابطه توده‌ها با تصاویر و ایماژها، که خود منجر به دخالتی سیاسی می‌شود، اظهار دارد که توده‌ها به نهایت‌های بالقوه هر نظام بسته سیاسی گرایش دارند، آنان می‌خواهند به تعادل برسند و حال آنکه بودریار معتقد به برهم زدن تعادل نظام‌ها از طریق افراطی بودن و شور و هیجانی انقلابی است که فرهنگ مصرفی آن را از یاد مردم برده است: توده‌هایی که به علت فقدان ژرف‌اندیشی و عدم تبعیثشان از روشنفکران انقلابی مایه یأس آنان بودند، اکنون به الگویی تبدیل می‌شوند که باید از ایشان پیروی کرد (لجنت، ۱۳۷۸: ۳۴۶). او برخلاف لیوتار که به دلیل تمایل آرمان‌گرایانه اش معتقد است که باید حوزه‌هایی چون اخلاق، علم

و هنر را از انحصار متخصصان و حرفه‌ای‌ها رهایی بخشید و به مردم عادی بازگرداند (وارد، ۱۳۸۴: ۲۹۶). در این باره می‌نویسد: در این تبعیت و هم‌رنگی با جماعت، نیروی اغواگری به معنای دقیق کلمه وجود دارد، نیروی تغییر مسیر، تغییر شکل، گیرایی و شیفتگی زندانه - نوعی راهبرد سرنوشت‌ساز (!) (Baudrillard, ۱۹۸۱: ۱۴-۱۵).

پی‌نوشت:

۱. Rock and Roll: نوعی موسیقی مشهور مردمی و عامه‌پسند، برگرفته از جاز.
۲. Folklore: اعتقادات و آداب و رسوم قدیمی و اجدادی هر قوم و ملتی.
۳. Anarchist: این واژه هم به معنای آشوبگر و هرج و مرج طلب است و هم به معنای حرکتی اجتماعی که برضد تمامی اشکال ترس و تهدید و زور و اجبار به مخالفت برمی‌خیزد و اعتراض می‌کند. در اینجا بیشتر معنای اخیر مد نظر است.
۴. Philosophy's Meta-Discourse: یعنی گفتمان‌های فلسفه درباره خودش و نه درباره مسائل فلسفی.
۵. تأکید از نگارنده این نوشتار است.
۶. در اسطوره‌شناسی یونانی تجسد و تجسم یافتن مرگ.
۷. Billboard: تخته یا تابلوی اعلانات و آگهی‌ها؛ هر قسمتی از نرده یا دیوار که بر روی آن اعلانی نصب شود.
۸. به منظور آشنایی بیشتر علاقه‌مندان، فهرست کامل آثار بودریار در اینجا ارائه می‌شود:

Baudrillard, J. (1968). *Le Système des objets*. Paris: Gallimard; trans J. Benedict, *The System of Objects*, New York: Verso. 1996.

(در این مطالعه بنیادین و مسحورکننده درباره فرهنگ مصرفی، بودریار پرتوهایی خیره‌کننده را بر پریشی غضبناک از زبان کالاها و اجناس می‌افکند.)

----- (1970). *La Société de consommation* (The consumer society). Paris: Gallimard.

(تصویری نظام‌مند از فرهنگ مصرفی قرن بیستم.)

----- (1972). *Pour une critique de l'économie du signe*, Paris: Gallimard; trans. C. Levin, *For a Critique of the Political Economy*. St Louis, MN: Telos Press, 1981.

(شاید شاهکار نظری بودریار باشد - مقایسه‌ای میان سبک تولید و سبک مصرف.)

----- (1973). *Le Miroir de la production*. Paris: Casterman; trans. M. Poster, *The Mirror of Production*. St Louis, MN: Telos Press. 1975.

Kellner, D. (1989). *Jean Baudrillard: From Marxism to Postmodernism and Beyond*. Stanford, CA: Stanford University Press.

(مطالعات تطبیقی و انتقادی از آرا و عقاید بودریار در ارتباط با نظریه اجتماعی).

Kellner, D. (ed). (1994). *Baudrillard: A Critical Reader*. New York: Blackwell.

(ارزیابی و نظریات گوناگون درباره آثار و جایگاه بودریار در تفکر معاصر).

Poster, M. (ed). (1988). *Jean Baudrillard: Selected Writings*. Stanford, CA: Stanford University Press.

(منتخب آثار بودریار به همراه مقدمه‌ای از ویراستار آن).

منابع:

لچت، جان. (۱۳۷۸). *پنج‌جاه متفکر بزرگ معاصر (از پسا ساختارگرایی تا پسامدرنیته)*. ترجمه محسن حکیمی. تهران: خجسته.

فالزن، کریستوفر. (۱۳۸۲). *فلسفه به‌روایت سینما*. ترجمه ناصرالدین علی تقویان. تهران: قصیده‌سرا.

وارد، گلن. (۱۳۸۴). *پست‌مدرنیسم*. ترجمه علی مرشدی‌زاد. تهران: قصیده‌سرا.

Baudrillard, Jean. (1981). *The Evil Demon of Images*. trans. Paul Patton and Paul Foss. Sydney: Power Institute.

----- (1988). *Selected Writings*. M. Poster (ed.). Stanford, CA: Stanford University Press.

Carroll, David. (1987). *Paraesthetics: Foucault, Lyotard, Derrida*. London & New York: Methuen.

Kant, Immanuel. (1970). *Critique of Pure Reason*. trans. Norman Kemp-Smith. London & Basingstoke: Macmillan.

Le Doeuff, Michele. (1982). "Utopias: Scholarly". trans. Susan Rotenstreich. *Social Research*, 49, 2, pp. 441-466.

----- (1989). *The Philosophical Imaginary*. trans. Colin Gordon. Stanford University Press: Stanford.

Lyotard, Jean-Francois. (1971). *Discourse, Figure*. Paris: Klincksieck.

----- (1974) (1993). *Libidinal Economy*. London: Athlone.

----- (1986b) (1992). *The Postmodern Explained: Correspondence: 1982-1985*. trans. and ed. J. Pefanis and M. Thomas. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Poster, Mark. (1998). "Jean Baudrillard", in E. Craig (ed.) *Routledge Encyclopedia of Philosophy*, vol. 1. London & New York: Routledge.

(انتقاد بودریار از مارکسیسم و عزیمت وی از آن).

----- (1976). *L'change symbolique et la mort*. Paris: Gallimard; trans. I. Hamilton Grant, *Symbolic Exchange and Death*. London: Sage. 1993.

(نظریه بودریار درباره شق دیگری از جامعه‌ای وابسته به علائم رمزی به عنوان راه چاره).

----- (1977). *Oublier Foucault*. Paris: ?ditions Galilée; trans. S. Lotringer. Forget Foucault. New York: Semiotext(e). 1987.

----- (1978). *L'ombre des majorités silencieuses, ou la fin de la social*. Paris: Utopie; trans. P. Foss, P. Patton and J.

Johnston. In *the Shadow of the Silent Majorities or, The End of the Social and Other Essays*. New York: Semiotext(e). 1983.

----- (1979). *De la seduction*. Paris: ?ditions Galilée; trans. B. Singer. *Seduction*. Montreal: New World Perspectives. 1990.

----- (1981). *Simulacres et simulations*. Paris: ?ditions Galilée; trans. S. Faria Glaser. *Simulacra and Simulations*, Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1994.

(بانفوذترین اثر بودریار که شامل تأثیر رسانه‌ها به عنوان شکل جدیدی از واقعیت می‌شود - فراواقعیت).

----- (1983). *Les Stratégies fatales*. Paris: Bernard Grasset; trans. P. Beitchman and W.G.J. Niesluchowski. *Fatal Strategies*. New York: Semiotext(e), 1990.

(تراژدی-کمدی‌ای درباره ابژه‌ها).

----- (1990). *La Transparence du mal: essai sur les phénomènes extremes*. Paris: ?ditions Galilée; trans. J. Benedict. *The Transparency of Evil: Essays on Extreme Phenomena*. London: Verso. 1993.

----- (1991a). *L'illusion de la fin (The illusion of the end)*. Paris: ?ditions Galilée.

----- (1991b). *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu*. Paris: ?ditions Galilée; trans. P. Patton. *The Gulf War Did Not Take Place*. Bloomington, IN: Indiana University Press. 1995.

----- (1995). *Le Crime parfait*. Paris: ?ditions Galilée; trans. C. Turner, *The Perfect Crime*. London: Verso, 1996.

منابعی برای مطالعه بیشتر درباره آرا و عقاید بودریار از قرار زیر است: