

---

# هنر و حقیقت رسانه در روزگار پست مدرن

## بررسی رسانه به مثابه تولیدکننده وانمایی از منظر ژان بودریار

سهیلا منصوریان\*

---

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۲/۰۵/۰۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۰۱/۲۰

### چکیده

مفهوم رسانه و کارکرد آن به زعم ژان بودریار، فیلسوف معاصر فرانسوی، در نهایت مسیر خود، یعنی در دوره معاصر، دچار چرخش و دگرگونی‌ای اساسی شده است و بر خلاف انتظار و توقع توده (در حالت ناهشیاری کامل وی)، در جهت ضد ارتباط و اساسی اطلاعات بنابر منافع و مصلحت‌های هر جامعه‌ای، حرکت کرده است. این روند با دست‌کاری نشانه‌ها و استراتژی تهی‌سازی معنا و از همه مهم‌تر با اغوای مخاطب و واداشت او به سکوت و انفعال و در نهایت، خنثی‌سازی ارزش‌ها، روند خود را تثبیت کرده است و با این شیوه، خطوط قرمز زندگی فردی، ذائقه، علایق، اندیشه‌ها و... را به میدانی برای تحقق اهداف رسانه تبدیل کرده است تا در نهایت امر، طعمه اصلی یعنی فرد را نیز در خود هضم و وی را نیز به یک واسطه و رسانه تبدیل کند. در این مقاله با تفسیر بودریار از رسانه، و جریان‌سازی‌های آن مشخص می‌شود که چگونه این روند شکل گرفته و در نهایت سوژه تهی شده از فردیت و معنا در فضایی وانموده و فراواقعی باقی می‌ماند.

**کلیدواژه‌ها:** فراواقعیت، وانمایی، فراپاشی، فروپاشی، زمان واقعی

نه در جهت ارتباط که اتفاقاً در جهت ضد ارتباط عمل می‌کنند، در این تعبیر رسانه‌ها ایجاد کننده نا-ارتباط‌اند.<sup>۴</sup> رسانه‌های همگانی همچون سخنی بی‌پاسخ و یک‌طرفه، مخالف وساطت هستند (منظور واسطه‌ای بین امر بیرونی و حادث شده و هم چنین مخاطب آن‌ها) و در نتیجه بی‌واسطه عمل می‌کنند. بدین نحو، ارتباط و دیالکتیک میان گوینده و مخاطب را حذف و اتوریتهٔ حاکم را حفظ می‌کنند. (نگاهی ساده به روند نمایشی پرسش و پاسخ‌های گزارش‌های انجام شده با پاسخ‌های از پیش تعیین شده در رسانه، کاملاً مؤید این دیدگاه است). به همین علت در رسانه‌های جمعی ارتباط متقابل وجود ندارد. زیرا ارتباط امری دو سویه است، پس باید فضایی برای پرسش و پاسخ وجود داشته باشد، نه تنها به لحاظ اخلاقی و روان‌شناسی بلکه از لحاظ ارتباط دو سویه و شخصی نیز همین‌طور است. به همین دلیل سرنوشت اجتماعی بی‌خطر رسانه به زعم مک‌لوهان با نقد و نگرانی بودریار از صرف کارکردی برای عدم ایجاد هرگونه پاسخی از جانب مخاطب روبه‌رو می‌شود، بدین معنی که رسانه برخلاف ادعای خود مبنی بر شرکت دادن اظهارنظرهای مخاطب و یا سلیقه و به طور کلی هویت وی، تنها نقشی انفعالی به وی اختصاص می‌دهد.

به واقع، موضع قدرت رسانه، ایجاب می‌کند هیچ‌گونه پاسخی<sup>۵</sup> وجود نداشته باشد. به این ترتیب، هر ساختار دو گانهٔ پرسش و پاسخی را تبدیل به نظامی تک قطبی می‌کند. رسانه‌های گروهی از ایجاد پاسخ به وسیلهٔ مخاطب جلوگیری می‌کنند و تمام راه‌های ایجاد یک تقابل و مبادلهٔ دو طرفه را ناممکن می‌کنند و درست مثل یک خیابان یک طرفه عمل می‌کنند. و این‌گونه، الگوهای مثالی رسانه در استقلال و قدرت فراگیرشان با الزام‌ها و اجبارهای اجتماعی پیشامدرن، که حوزهٔ تأثیرات گسترده‌ای را ایجاد می‌کرده است، برابری می‌کنند و مخاطب یا همان به اصطلاح، اربابان واقعی، کم‌ترین اختیار در کنترل هرچیزی را دارند. اثبات این مطلب نزد بودریار توضیح ابعادی را می‌طلبد که بدون درک آن‌ها، این تسلط و مفهوم نا-ارتباط میسر نمی‌شود. اساس این مفهوم و علت ایجاد آن، همان‌طور که در

ایدهٔ مدیریت زیست جهان امروز بر پایهٔ تکنولوژی، رسانه و الگوهای سایبرنتیک نظام‌های راهبردی کامپیوتری و اطلاعات شکل گرفته که به واقع، جایگزین تولیدات صنعتی، اقتصادی، و سیاسی شده است و در آثار ژان بودریار\* فیلسوف معاصر فرانسوی، درست از نقد جملهٔ مک‌لوهان\*\* مبنی بر رسانه پیام است،<sup>۱</sup> شروع می‌شود. بر خلاف بودریار، این پژوهشگر کانادایی، رسانه را وسیله‌ای برای گسترش ارتباطات می‌داند و نظریهٔ خود را در این باب، با توجه به آرای کارل مارکس توضیح می‌دهد، به زعم او ایدهٔ تولید و مرکزیت قرار گرفتن آن را که مارکس تبیین می‌کند، از مراحل چون ساخت ماشین بخار و احداث جاده و تولیدات دیگر، می‌گذرد تا در پدیده‌ای چون تلگراف و نیز در دیگر ابزارهای ارتباطی غیر مادی به نهایت رشد خود می‌رسد (Kellner, 1989: 66). به زعم مک‌لوهان، این دستاورد در نهایت در مفاهیمی چون رسانه، پیام، و رسیدن به دهکدهٔ جهانی خلاصه می‌شود. در واقع نظام تولید مارکسی برای او در شکلی تغییر یافته، ظهور و نمود یافته و در روند توسعهٔ خود و در راستای تولید در شکل ارتباطات نمایان می‌شود. بر اساس دیدگاه خوش‌بینانهٔ مک‌لوهان، انتشار رسانهٔ جهانی می‌تواند بر بیگانگی حاصل از عقلانیت انتزاعی، که به وسیلهٔ فرهنگ کتاب حاصل شده است غلبه کند، در صورتی که درست در نقطهٔ مقابل آن، به زعم بودریار رسانه نه تنها بر این بیگانگی غلبه نمی‌کند بلکه به عنوان نیمه خدایان، بت‌هایی ذهنی عمل می‌کند که به صورت کاملاً یک‌سویه، در صدد ایجاد و تولید آگاهی‌ای تثبیت شده و تا حدی غیر قابل تغییر در افراد است، و در پاسخ و ادامه و شرح نقد به همین نظریه است که، بودریار اندیشه خود را در دهه ۱۹۶۰ با تکرار شعار «رسانه پیام است» پی گرفته و آن را با رویکرد و نگاهی جدید بسط می‌دهد. او اندیشهٔ مستقل خود را در این زمینه با نوشتن مقاله‌ای تحت عنوان «مرثیه‌ای برای رسانه»<sup>۲</sup> در کتاب نقدی بر اقتصاد سیاسی نشانه‌ها<sup>۳</sup> مطرح می‌کند. در مقالهٔ مرثیه‌ای برای رسانه او به ارائهٔ سوگواره‌ای برای پایان اعتبار تئوری مارکسیستی از رسانه می‌پردازد که بر مبنای آن، شکل رسانهٔ امروزی،

\*. Jean Baudrillard (1929-2007)

\*\* . Marshal McLuhan

درون توده فروپاشیده<sup>۱</sup> می‌شود.

دستاورد این فروپاشی وادار کردن افراد به انفعال و سکوت است که مرز میان رسانه و واقعیت را نیز محو می‌کند. در اواخر دهه ۱۹۷۰ بودریار رسانه و، به طور اختصاصی، تلویزیون را ماشینی قلمداد می‌کند که تنها مسبب این نقض و واژگونی مهم و اساسی است و کارکرد آن، محو خط مرزی میان بازنمایی و واقعیت است، تا حدی که دیگر نمی‌توان تشخیص داد و فهمید که رسانه چه تأثیری بر توده گذاشته و یا توده چطور باعث هدف‌گذاری‌های خاص رسانه شده است. تا پیش از این تلویزیون در یک رویکرد مشخص و ساده به عنوان آینه‌ای قلمداد می‌شد که واقعیت را بازنمایی می‌کرد، در حالی که امروز یک فضای فراواقعی را تشکیل می‌دهد، واقعیت رسانه‌ای جدیدی که واقعیت مورد نظر همه ما، فرع آن قرار گرفته است و در آن مسخ و منحل<sup>۱۱</sup> می‌گردد. بودریار در بخشی از کتاب نقدی بر اقتصاد سیاسی نشانه اشاره می‌کند که، حتی، خود دستگاه تلویزیون<sup>۱۱</sup> تبدیل به ابژه‌ای مرکزی در زندگی جدید شده است و مالکاش را تبدیل به یک عضو از جامعه مصرفی می‌کند؛ گویی در مالکیت داشتن یک دستگاه تلویزیون یا دوربین، سرآغازی برای ایجاد ارتباط و تعامل نبوده و مالکیت چنین ابزاری با مالکیت یک دستگاه توستر و یخچال چندان تفاوتی ندارد.

### مخاطب در مقابل امر فراواقعی

مخاطب تلویزیون چیزی را مشاهده می‌کند که خود واقعیت، هرگز به آن شیوه نبوده است. با وجود اینکه منظره بعدنمایی<sup>۱۲</sup> در آن وجود ندارد اما از طبیعت واقعی‌تر است و با ایجاد وانمایی، تأثیر رویدادها را مضاعف می‌کند (چه رویدادهای لذت‌آور و چه رویدادهای ناگوار). به طور مثال آن چیزی که در مورد جنگ ویتنام از رسانه‌ها پخش شد چیزی جز یک واقعه قطعی و نهایی از یک هم‌زیستی مسالمت‌آمیز نبود و هیچ قربانی با رویداد واقعی آن نداشت، و عاقبت با اینکه آمریکا از آن سرزمین بیرون رانده شد، ولی در ظاهر رسانه‌ای آن، پیروز صحنه اعلام شد. چنین رویکردی تنها برای ایجاد فضایی سه بعدی و به منظور اغوای دید<sup>۱۳</sup> مخاطب است. انواع تصاویر، هیجانانگیز و صداهای فریب‌دهنده و جذاب

ابتدا گفته شد تغییر رویکرد به موضوع تولید است، زیرا در شرایط جدید جهشی از سوی سبک متداول تولید به سمت جامعه‌ای که در آن کدهای تولیدی به جای کالا مبادله می‌شوند، اتفاق افتاده است. به همین دلیل، همه چیز، اعم از نیروی کارگری تا کالا و اطلاعات به کد و نشانه تبدیل می‌شود. دیگر نیروی کار نه یک جبر تولیدی، که نشانه‌ای در میان نشانه‌های دیگر است. در این نظام، هر فردی از جامعه تبدیل به نشانه و حتی یک برده و خدمتکار شده و مهره و شرطی برای رسیدن نظام تولیدی به مطلوب خود محسوب می‌گردد. هرچند که شاید فرد، جزء کوچکی از این نظام به حساب آید اما به هر حال برای کل نظام، یک شرط محسوب می‌گردد. برای پروراندن این نیروی تولیدی و جهت دهی مصرف این تولیدات و راهبردهای آن است که رسانه دست به کار می‌شود. البته هرگز به این حوزه محدود نمی‌ماند زیرا جامعه پست‌مدرن ترمینالی را ایجاد می‌کند که در آن درک رویدادهای مختلف در یک کل به هم پیوسته ممکن می‌شود. بودریار توضیح می‌دهد که رسانه با ایجاد فضای حاد - واقعیت و عدم امکان دسترسی به واقعیت، توده را درگیر جهانی از نشانه‌ها، کالاها، تصاویر رسانه‌ای و وانمایی‌ها می‌کند و امکان دسترسی افراد به واقعیت هر حوزه را منحل می‌کند. رسانه با تشدید انبوه‌پروری<sup>۱۴</sup> به هدف خود نائل می‌گردد؛ یعنی ایجاد هماهنگی بین نظرات و اعتقادات توده‌ها و یکی کردن تجربیات آن‌ها (ibid: 64). بر خلاف سخن مک‌لوهان که مدرنیته به عنوان یک فرایند فرپاشی<sup>۱۵</sup> کالاشدگی و روابط بازاری تعریف می‌شود، بودریار جامعه پست‌مدرن را شامل فروپاشی همه مرزها، حوزه‌ها و فاصله‌های بین فرهنگ والا و پست دانسته و تسری آن را نه تنها در اخلاق رسانه‌ای که در سیاست و اقتصاد و... نیز می‌داند. در این رویکرد، وجوه متمایز هویتی افراد محو می‌شود و توده تمام محتویات رسانه را جذب کرده و در آن غرق می‌شود. این غرق شدن شامل همه مفاهیم می‌شود، این مفاهیم به شیوه نرم و در قالب بازی و سرگرمی در ناخودآگاه خصوصی‌ترین بخش‌های زندگی سوژه نفوذ می‌کند و فضایی را شکل می‌دهد که در آن فرد جز گیرنده و مصرف‌کننده بودن نقشی ندارد و به آرامی

حوزه خصوصی ما را احاطه می‌کنند. این تصاویر لحظه‌ای و فوری اجازه درنگ و تأمل و تردید را از ما گرفته و تا جایی مخاطب را غرقه می‌کنند که گویی «دیگر این فرد نیست که تلویزیون را تماشا می‌کند بلکه این تلویزیون است که فرد را به شکل زنده تماشا می‌کند» (ibid: 80). شرکت دادنِ صوریِ مخاطب بخش مهمی از این رویکرد را رقم می‌زند. مخاطبی که تا پیش از این موقعیت خاصی در این فضا نداشته و اکنون در مرکز آن قرار می‌گیرد. بودریار، سریال خانواده لوید را در این زمینه مثال می‌زند. این سریال مستند در سال ۱۹۷۱ پس از هفت ماه فیلم‌برداری و ۳۰۰ ساعت کار بی‌وقفه ساخته شد. در پایان، این خانواده حاد - واقعی از هم پاشید. سریالی که یک صورت کامل از زندگی آمریکایی را نشان می‌داد. یعنی این خانواده به وسیله بازتاب رسانه‌ای آن از هم پاشیده شد. در واقع لنز دوربین مانند اشعه لیزر واقعیت زیسته را شکافته و آن را طعمه مرگ قرار می‌دهد. این امر انتخاب شده تا در عین تکریم، زیر زبانه‌های آتش و هیجان رسانه بمیرد. (ibid:19) آیا این سریال به حقیقت خانواده لوید ارجاع می‌دهد یا به حقیقت تلویزیون؟ در پاسخ باید گفت این تلویزیون است که معیار حقیقت را ارائه می‌دهد، در واقع تلویزیون خانواده لوید را تبدیل به یک موضوع حقیقی می‌کند و این پرسش که آیا حقیقت وجود دارد را بی‌اعتبار می‌سازد و با وانمایی قهرمانانه و ایدئال از زندگی آمریکایی موجبات مرگ شکل واقعی و روزمره آن می‌شود. خانواده لوید به راحتی، با اینکه خودش را به دستان تلویزیون بسپارد و به وسیله آن بمیرد موافقت کرد. در این فضای دیجیتال وضعیت ثابتی وجود ندارد و در فضای دیجیتال زده، آنچه هست جریان داده‌ها است. به همین دلیل، هر کسی دستگاه تلویزیون خود محسوب می‌شود. دیگر رسانه قابل شناسایی نیست (همان مفهوم فراپاشی). یعنی ما دیگر در جامعه‌ای که رسانه در آن نقش منظره‌ای تماشایی را ایفا کند حضور نداریم زیرا رسانه مختص به یک فضا و موقعیت خاص نیست، در همه جا گسترده و پخش شده است و دیگر به معنای تحت‌اللفظی آن وجود ندارد. مثل یک ویروس منتشر شده حضورش را در همه جا اعلام می‌کند و ما

در فضایی تهی از هر حادثه‌ای که به وسیله رسانه فیلتر شده است، از هم پاشیدگی تلویزیون در زندگی و نیز از هم پاشیدگی زندگی در تلویزیون را مشاهده می‌کنیم؛ مثل خانواده لوید، البته نه با تهاجم و فشار و خشونت و تهدید، بلکه با القا و نفوذ نامرئی و نامشخص، محکوم به فنا می‌شویم<sup>۴</sup> به همین دلیل بودریار معتقد است دیگر این شما نیستید که به شعار رسانه گوش می‌دهید، بلکه این شعار است که به شما گوش می‌دهد. در واقع یک تعویض و تغییر جریان<sup>۵</sup> در این میان رخ داده است؛ تغییر از فرایند سنتی دریافت و تصویر به سمت یک نظام باز دارنده که در آن فاصله و تمیز میان امر فعال و منفعل از بین رفته است، اینجا دیگر دستوری برای اطاعت از مدل وجود ندارد، و این شیوه که در آن خود سوژه مرکز و نقطه عطف آن قرار می‌گیرید، درست نقطه عطف جامعه حاد - واقعیت قرار می‌گیرد. به همین علت در جامعه پست‌مدرن این شعار وسوسه‌انگیز: «تو اطلاعات هستی، تو جامعه هستی، تو حادثه هستی» (Baudrillard, 1994: 24) جای تمام اجبارهای نهان مدرنیته برای جلب مخاطب را به خود اختصاص می‌دهد.

### جنگ خلیج و وانمایی

بودریار در سه مقاله، نظریه خود را مبنی بر وانموده بودن جنگ خلیج ارائه می‌دهد. مقاله نخست او در سال ۱۹۹۱م که با عنوان «جنگ خلیج اتفاق نخواهد افتاد»<sup>۶</sup> در روزنامه «لیبراسیون»، درست چند ماه قبل از وقوع جنگ و همزمان با تهدیدهای آمریکا و انگلیس مبنی بر خروج نیروهای عراق از کویت به چاپ رسید. این مقاله درست یازده روز قبل از شروع جنگ نگاشته شد. بعد از شروع جنگ نیز بودریار با عنوان‌هایی مشابه، در تثبیت نظر خود، دو مقاله را با این عناوین به رشته تحریر درآورد: «جنگ خلیج: آیا واقعاً رخ داد»<sup>۷</sup> که به رویدادهای ماه فوریه در سال ۱۹۹۱م می‌پردازد و نیز: «جنگ خلیج رخ نداد»<sup>۸</sup> که در واقع، بعد از عملیات خصمانه ۲۹ فوریه نگاشته شد. هر سه مقاله، ظاهراً پشت صحنه یک وانموده را به رخ می‌کشد. اصل حادثه‌ای که رخ داد، ظاهراً یک بمباران هوایی واقعی و جنگ واقعی بوده است، ولی واقعاً چه عاملی سبب

آن است. ولی یک نقطه تمایز وجود دارد؛ آن چیزی که دیگر وجود ندارد واقعیت داشتن دلایل مخالفت‌ها، اهمیت ایدئولوژیک جنگ و نیز واقعیت داشتن پیروزی یا شکست است. این جنگ فرایندی را ترتیب می‌دهد که بر تمام این ظواهر غلبه می‌کند به همین دلیل، «جنگ تمیز، جنگ سفید، یا جنگ برنامه‌ریزی شده، به مراتب از جنگی که زندگی انسان‌ها را مقدس می‌داند، مرگ بارتر و کشنده‌تر است.» (ibid, 1991: 56)

برای مثال، در جنگ خلیج، موقعیت دو کشور (آمریکا و عراق) حائز اهمیت است، آیا نتیجه حمله از جانب کشوری پیشرفته و دارای تسلیحات به روز شده، به کشوری بی‌دفاع، که مسلماً هیچ جوابی در مقابل حمله نخواهد داشت، از پیش معلوم و مشخص نیست؟ در نظم جدید جهانی، به ظاهر دو جبهه در رویاروی هم قرار گرفته‌اند، ولی دشمن، تنها به عنوان هدفی کامپیوتری شده ظاهر می‌گردد. (در جاده یک‌طرفه قدرت، هر رویداد دوطرفه پایان می‌یابد). تمام تلاش آمریکا در جنگی تمام‌عیار و بی‌شبهه، به منظور دگرگون کردن اطلاعاتی است که توسط ماهواره‌ها مخابره می‌شود. این جنگ از هر گونه اعتبار تهی است، به این دلیل که این دو کشور به هیچ عنوان در مقابل یکدیگر قرار نگرفتند، آمریکا در جنگ مجازی خود از پیش پیروز بوده و نیروی مقابل او، از پیش، در جنگی سنتی به خاک افتاده است، زیرا پیش از زمانی که آمریکایی‌ها پشت دیواری از بمب‌هایشان ظاهر شوند، عراقی‌ها، پشت دیواری از دود ناپدید شده بودند. (ibid: 62) به همین علت، پارادایم تقدم حادثه و تأخر گزارش رسانه‌ای، عکس می‌گردد، رسانه مسئولیت خود را در مقابل رویداد، از دست داده و به خودش به عنوان یک رویداد پرداخته و تبدیل به امری خود ارجاع می‌شود. (ibid, 2002: 186)

### جهانی بدون معنا

در این جنگ، صدام به عنوان سرباز مزدور غرب و در مقام دشمنی جعلی و فرضی<sup>۱</sup> عمل کرد، و انتصاب دوباره او پس از اعمال ننگ‌آورش به عنوان رهبر یک جنگ مقدس، به وضوح نشان می‌دهد که این جنگ به شکل واقعی رخ نداده است. (به نقل از مارکس: این تنها

می‌شود که بودریار آن را چیزی جز وانمایی نداند؟ به واقع، این اولین بار نبود که ایماژهایی از جنگ بر روی صفحه تلویزیون ظاهر شد، و اولین بار نبود که ارتش، گزارش‌ها را سانسور می‌کرد، امری که تا پیش از آن در جنگ ویتنام نیز تجربه شده بود. (3: ibid, 1991) عنوان این کتاب اشاره‌ای است به نمایش‌نامه، ژان ژیرودو\* با عنوان: «جنگ تروا رخ نخواهد داد». برخلاف جنگ تروا که نقش امر وانموده بر عهده هلن بود، در جنگ خلیج، خود مفهوم جنگ هدف قرار می‌گیرد. (G. smith, 2010: 93) به همین دلیل است که بیننده چیزی جز انبوهی از تصاویر و تسلیحات را مشاهده نمی‌کند. این شبکه CNN بود که اطلاعات و مدارک منحصربه‌فرد خود را تولید می‌کرد. تصاویر منتخب از جنگ، برای برانگیزش<sup>۱۹</sup> آنی تدارک دیده شده بوده‌اند (خدمت ارتش به امر وانموده). به زعم مفسری چون چامسکی، دوربین‌های حرفه‌ای با جراحی آگاهانه، وجه مرگبار تسلیحات را ارائه نمی‌دهند. (Baudrillard, 2009: 118) جنگ خلیج گواهی بر تولد نوع جدید بهره‌گیری از اسباب و وسایل ارتشی است که قدرت را برای کنترل تولید و سریان<sup>۲۰</sup> ایماژهایی به منظور هدایت اعمال ماشین‌ها و انسان‌ها، به کار می‌گیرد. به همین دلیل تمهیدات رسانه‌ای در جهت وانمایی و القای فضای فراواقعی، تمام مفاهیم و حوادث به ظاهر اتفاقی پیرامون ما را ساختار می‌بخشند، از مسائل خانوادگی تا جنگ... و نیز ارائه آن از طریق امواج دیجیتال به صورت تصویر و صدای فراواقعی، و در جهت ارائه مفهوم مورد نظر می‌باشد. به این معنا که جهان خارجی ما (با تمام ویژگیهای ابژکتیو آن) تحت لوای این مفهوم قرار گرفته و در جهت حفظ تثبیت آن رهبری می‌گردد. این نکته دارای اهمیت است که تسلط امر وانموده به معنای ایجاد امری انتزاعی نیست، بلکه وانمایی در خود واقعیت رسوخ می‌کند، به همین خاطر، بودریار به اخلاق‌گرایان جنگ هشدار می‌دهد که گمان نکنند آن چیزی که در جنگ رسانه‌ای وانمود می‌شود خسارت کم‌تری را نسبت به یک جنگ واقعی در بر دارد. یعنی حتی خسارتهای این رویداد بازسازی شده و صدمه‌های آن به میزان یک جنگ واقعی و گاه بیش از

\*. Jean Giradoux

ملودرامی از یک رویداد ابتدائی است). این جنگ دیگر یک جنگ نیست و اطلاعاتی که از آن، از طریق رسانه داده شده اطلاعات واقعی نیست.

«این نه یک چپق، که جمله‌ای است که می‌گوید این یک چپق است، جمله «این یک چپق نیست»، یک چپق نیست، واژه این یک چپق نیست: این نقاشی، این جمله نگاشته شده، این تصویر چپق - هیچ یک از این‌ها یک چپق نیست.» (میشل فوکو، ۱۳۸۶: ۳۷) این اثر، نشانی از امر واقع ندارد، و یک ایماژ به مثابه آیین‌های ساده از امری، حاضر نیست. با این بازسازی و وانمایی در واقع دو مفهوم متقابل به اسم جنگ و صلح نیز مرزهایشان را از دست می‌دهند. آرامش یا رعب و ترسی که بر ما غلبه می‌کند بسیار فراتر است از جنگ و صلحی که در شرایط واقعی وجود دارد و انتهایی هم برای این احساس وجود نخواهد داشت. در شرایط فعلی جنگ و صلح معادل و هم‌ارز یکدیگر قرار می‌گیرند. «جنگ همان صلح است.» (ibid, 1994: 27)

این فروریزش دو قطب در یکدیگر باعث می‌شود که هر کدام دیگری را نیز به همراه داشته باشد و یا علت ایجاد دیگری نیز باشد. در این روایت، فرد کاملاً حقیقت جنگ را از دست می‌دهد. یعنی، قبل از آنکه جنگی شروع بشود، تمام شده است. یا این جنگ شروع نشده و یا پایان آن در خود آن بوده است، نه پیروزی آمریکا به معنی واقعی پیروزی بود و نه شکست صدام، این دو امر، از نظر عدم وجود و عدم واقعیت با یکدیگر برابرند. در جنگ الکترونیکی دشمنی وجود ندارد، تنها وجود عنصری به نام «سرکشی و طغیان» است که باید خنثی شود. نابودی فرمی مشخص از معنا، عدم اعتبار اقتصادی و سیاسی و واقعیت جنگی را رقم زده و نشان می‌دهد که هدف بیشتر از آنکه بخواهد درگیری با دشمنی پیش پا افتاده‌ای مثل صدام باشد تثبیت نقش غرب برای حفظ موقعیت‌اش پس از جنگ سرد است. اینجا است که بودریار جدایی معنا از قدرت را استنباط می‌کند. جنگی که نتیجه آن از پیش معلوم باشد، با استفاده تسلیحات و نمایش آن هر چه بیشتر به مفاهیم نمادین دامن زده و قدرت را از معنی‌داری می‌رهاند، چرا که این جنگ، تنها تبدیل به ایماژی محض و تهی از معنا

می‌شود و این‌گونه، غرب تنها می‌تواند قدرتی را ارائه دهد که با تصاویر تلویزیونی ایجاد شده است و لشکرکشی ارتش صرفاً امری تبلیغاتی است و این تبلیغات بخشی از استراتژی را شکل می‌بخشد. در واقع، قدرت آمریکا و غرب به وسیله نقطه قوت و توانایی در وانمود کردن در صورت و شکل روابط قدرت<sup>۲۲</sup> متوقف<sup>۲۳</sup> شده است، و بر خلاف گذشته دیگر جنگ از صرف میل و خواستی سیاسی برای تسلط یا انگیزشی حیاتی و خشونتی مخالفت‌آمیز، فراتر نمی‌رود. (ibid, 2009: 120) به همین علت شاید این گونه جنگ نتایج آنی و مشخصی را در پی نداشته باشد، بلکه آثار و نتایجی را به دنبال دارد. که دقیقاً، آن را هدف‌گذاری کرده است. (ibid, 1994: 62)

به تبع همین موضوع است که بودریار اعلام می‌کند بسیاری از رخداد‌های دیگر نیز یا هنوز شروع نشده‌اند یا هرگز وجود نداشته‌اند (تنها رخداد‌هایی مصنوعی<sup>۲۴</sup> و ساختگی وجود دارند) به همین خاطر است که بودریار هشدار می‌دهد که حقیقت را جستجو نکنید. مدت‌ها پیش، از زمانی که لیوتار مرگ فرا روایت‌ها<sup>۲۵</sup> را مطرح کرد، ریزش معناگری یا تفکیک‌های اخلاقی و زیبایی‌شناسانه، شروع شد. بنیان‌های انسان‌گرایی روشنفکرانه از درون دچار آشوب شد و تمام حوادث از اروپای شرقی تا خلیج، که پشت رنگ‌های مختلف آزادی و جنگ پنهان بودند، به سمت خود آشوبی و سرخوردگی سیاسی و تاریخی رهنمون شدند، و به این ترتیب دیگر نمی‌توان حقیقتی را جستجو کرد، این موضع محدودیت هرگونه نقدی را یادآور می‌شود. نبود هرگونه معنی برای استقرار حقیقت مساوی با بی‌اعتقادی نسبت به همه چیز است. (Baudrillard, 2009: 119) با توجه به این توضیحات این سؤال قابل طرح است که «نقش رسانه در پخش اخبار رسمی چیست؟» پاسخ بودریار این است که پخش این اخبار صرفاً برای این است که توهم واقعیت را باقی نگه دارند؛ واقعیت ابژه‌ها و چیزهایی که ارائه شده است.

### توهم واقعیت

استراتژی رسانه ایجاب می‌کند که حوادث را با گونه‌ای

بین می‌رود، و تصاویر وانمایی جای امر واقعی را می‌گیرد، و حتی واقعی‌تر از آن حضور دارد، اصالت و خاستگاه‌ها نیز از میان می‌روند؛ فراموشی همه چیز. این‌گونه است که تلویزیون همپای انرژی هسته‌ای، ماهیتی تخریب‌گرانه می‌یابد، زیرا هر دوی آن‌ها، تحت لوای گرم و مفاهیم جنگ‌طلبانه<sup>۲۹</sup> خود، ماهیتی بازدارنده و سرد دارند. این رسانه پُر قدرت، معانی و مفاهیم، انرژی حوادث و رخدادها را خنثی می‌کند. تسلیحات هسته‌ای نیز پشت خطری که برای آن فرض شده است، یعنی انفجار واقعی آن، یک انفجار و فاجعه سرد و یک نظام بازدارنده جهانی را پنهان و یک خرابی و انهدام از طریق استراتژی ذهنی را رقم می‌زند. در فیلم سندرم چینی<sup>۳۰</sup> آن فاجعه هسته‌ای و انتظار و اضطراب وقوع آن با مهارت به نمایش گذاشته شده است. صحنه‌ایی که همه جهان منتظر انفجار هسته‌ای هستند ولی هیچگاه این انفجار رخ نمی‌دهد. پس با وجود رسانه، ترس از چیزی مثل انرژی هسته‌ای برای همیشه وجود خواهد داشت، شاید انفجار هسته‌ای و ویرانی آن فقط یک بار رخ دهد و به پایان برسد ولی در این شرایط، با وجود تبلیغات و تحریکات رسانه‌ای، مخاطب دائماً منتظر این انفجار است، او با یک انفجار دائمی و همیشگی مواجه است و این مرگ‌بارتر است از تکان انفجاری که ممکن است یک بار رخ دهد. به همین دلیل فاجعه به سان یک خرابی نهایی و نهیلیستی نیست، چنان که در تخیلات کنونی ما عمل می‌کند، و به این ترتیب این جریان به شکل دایره‌وار ادامه می‌یابد.

### روشی مشترک برای جنگیدن و فیلم ساختن

بودریار، فیلم «اینک آخرالزمان»<sup>۳۱</sup> کاپولا را نیز در همین حیطه و با همین نگرش تفسیر می‌کند فیلمی که به زعم او «همان طور ساخته شد که آمریکاییان جنگ را می‌سازند.» (ibid: 41) این فیلم برای آمریکاییان یک صحنه آزمایش و نبرد است که در آن می‌توانند ارتش و نیروهای نظامی و نیز قدرت و روشهایشان را آزمایش کنند. کاپولا قدرت مداخله سینما را به نوعی آزمایش کرد. این فیلم بخشی از جنگ ویتنام است، اگر آمریکایی‌ها آن جنگ را از دست دادند و شکست خوردند

تأخیر<sup>۲۶</sup> پخش کند، به طوری که از آن حادثه فقط یک جوش و خروش مصنوعی باقی بماند. توضیح مفصل این بحث در کتاب اغواگری<sup>۲۷</sup> موجود است، در آن جا بودریار از اصطلاحات سردوگرم<sup>۲۸</sup> برای توصیف نحوه ارائه رویدادهای تلویزیونی استفاده می‌کند. او، با توضیح این واژگان توضیح می‌دهد که رسانه‌ها چگونه اطلاعات را از مسیر خود منحرف و معنا را به کلی نابود کنند. (ibid, 217: 2001) رسانه حوادث گرمی چون رویدادهای ورزشی، جنگ‌ها، آشفتگی‌های سیاسی و ... را به رویدادها و وقایع سرد رسانه‌ای تبدیل می‌کند.

رویداد ورزشی‌ای مثل فوتبال را در نظر بگیرید، در واقع، بازتاب‌های رسانه‌ای این رویداد با آن چیزی که واقعیت آن است قابل مقایسه نیست، زیرا رویدادهای تلویزیونی شده مجموعه‌ای است از تکنیک‌های رسانه‌ای اعم از فلاش‌بک، کلوزآپ و ... است. خود حقیقت یک رویداد گرم، و بازتاب رسانه‌ای آن سرد است. این اصطلاح «سرد» به این معنا است که رسانه طوری عمل می‌کند که مخاطب درگیر تصاویر حوادثی بشود که دیگر حاوی معنی نیستند، یعنی معنایشان را از دست داده‌اند، تنها با نشان دادن تصاویر مکرری از نمایشگاه‌ها، آثار هنری‌ای که از وسایل دور ریختنی ساخته شده‌اند، فیلم‌های پورنو و ... ولی خدعه و نیرنگ رسانه به سمتی است که در عین حال که اندیشه‌گرایی نفس‌های آخر را می‌کشد، بدن، خون، و خشونت واقعی نیز به نوعی کنار گذاشته می‌شود و به سمت جذب دوباره خطرها می‌رود، بدون هرگونه اثری از خون یا خشونت. بدین ترتیب، همه چیز در اطراف ما در نور سرد ارباب و تهدید و بازدارندگی روشن شده است. همان طور که پیش از این گفته شد حضور اندیشه‌گرایی در حال از میان رفتن است. این موضوع، علاوه بر ویژگی فریبندگی تصاویر، موجب پذیرش آن‌ها می‌شود، زیرا در غیر این صورت هر کس می‌داند که این تصاویر را نباید باور کرد و «واقعیت وانمایی، غیر قابل تحمل است.» (ibid, 1994: 27) با این حيله خود واقعیت و نابودی آن فراموش می‌شود. به تبع آن بودریار اعلام می‌کند که فراموش کردن نابودی خود بخشی از نابودی است. این فراموشی برابر با نابودی حافظه، تاریخ، جامعه و ... است. وقتی اندیشه‌گرایی از

ولی در این یکی (فیلم) پیروز شدند. این فیلم یک پیروزی جهانی را برای آن‌ها در بر داشت. یک قدرت سینمایی که به شکلی فراتر از پیچیدگی‌های ارتشی و صنعتی، آمریکا و ویتنام را، به‌ظاهر، با هم آشتی داد. از این نظر، فیلم او بیش از همه به منزله تمديد جنگ با وسایلی دیگر، تکمیل آن جنگِ ناتمام، و تقدیس آن است.

به عبارت بهتر، «جنگ فیلم شده است» و یا «فیلم جنگ شده است.» (ibid, 1981: 41)

### فراموشی اجباری

فرایند ایجاد فراموشی به وسیله تلویزیون ایجاد می‌شود، زیرا تلویزیون پرتوهای خاصی از یک حادثه را انتخاب می‌کند و تبحر خود را در ارائه آن به نحوی به کار می‌برد که خود مخاطب نمی‌خواهد بپذیرد که این رویداد، متعلق به رسانه یا تلویزیون است، و آن را کاملاً واقعی می‌پندارد. این پاک شدن از منظر بودریار امری خطرناک است زیرا موجب شده است که ذهن‌های ساختگی و بدلی و مصنوعی، ذهن بشریت را پاک کنند. (ibid: 41)

پس تلویزیون دیگر یک تصویر یا تخیل نیست و چیزی جز یک انتقال‌دهنده نیست<sup>۳۲</sup> که از طریق نوارها و سیستم اعصاب مخاطب فعال می‌شود و از طریق نوار مغناطیسی، که بودریار ذهن انسان را به آن تشبیه کرده، عمل می‌کند. رسانه دیگر نیازی به ارائه تصویری خیالی ندارد، بلکه با قرار دادن ایستگاه خود در ذهن مخاطب و نه ایجاد یک تصویر، به مقصود خود می‌رسد. بودریار در اینجا گونه‌ای انقلاب کپرنیکی را توضیح می‌دهد؛ چرخش قدرت از سوی خدا یا عواملی چون خورشید و... به سوی مردم. هیچ امر استعلایی<sup>۳۳</sup> دیگر وجود ندارد «همه چیز از مردم است و به سمت آن‌ها باز می‌گردد.» (ibid: 33)

بودریار با پیچیدگی خاصی بر سر موضع مخاطب بحث می‌کند. او روند سکوت مخاطب را مورد مذاقه قرار می‌دهد. منظور سکوتی است که از رسانه‌ها و جذبه آن‌ها ناشی می‌شود. آیا سکوت توده‌ها یک مقاومت منفعلانه است؟ ابدأ این طور نیست، پیداست که در این جا ناسازه‌ای در کار است: آیا این رسانه‌ها هستند که معنا را خنثی می‌کنند و توده‌های بی‌شکل<sup>۳۴</sup> و یا نا مطلع

را تولید می‌کنند؟ یا این توده‌ها هستند که ظفرمندان و با معکوس کردن یا جذب همه پیام‌های که رسانه‌ها تولید می‌کنند و بدون پاسخ‌گویی به این پیام‌ها، در برابر رسانه‌ها مقاومت می‌کنند؟ در این جا بودریار نقل قولی را از موگادیشو - استمهایم<sup>۳۵</sup> می‌آورد: رسانه‌ها خود را به محمل محکوم‌سازی اخلاقی تروریسم و محمل بهره‌برداری از هراس غالب در راستای اهداف سیاسی بدل کرده‌اند. اما، در عین حال، در دو سویگی‌ای تام و تمام، جذبه سبانه اقدام تروریستی را اشاعه می‌دهند. رسانه‌ها حامل معنا و بی‌معنایی‌اند، رسانه‌ها در آن واحد و از همه سو دخل و تصرف می‌کنند. این فرایند را نمی‌توان تحت کنترل در آورد، زیرا رسانه‌ها محمل وانمایی ذاتی بوده، و وانمایی این نظام را بر اساس منطقی که مطلقاً پیچ در پیچ و دایره‌وار است ویران می‌کند، علاوه بر اینکه رسانه وقایع را تجسم بخشیده و خلق می‌کند، کاری می‌کند تا مخاطب در عین محکومیت، به سادگی، فریفته و جذب آن گردد، این دقیقاً منطق وانمایی است و نه تقدیر الهی.

### رابطه اطلاعات و ارتباطات

با توجه به مطالب گفته شده مشخص شد که، اولاً، رسانه انفجار و فراپاشی گسترده‌ای از اطلاعات را شامل می‌شود و ثانیاً برخلاف تصور رایج که بالا رفتن میزان اطلاعات را با گسترش معنی مساوی می‌داند، بودریار ادله‌ای متضاد با آن را ذکر می‌کند. «ما در دنیایی به سر می‌بریم که اطلاعات در آن هرچه بیش‌تر و بیش‌تر و معنا هر چه کم‌کم‌تر حضور دارد.» (Baudrillard, 1994: 53)

اگر سه گونه ارتباط میان اطلاعات در نظر گرفته شود که بر مبنای آن:

۱. بین اطلاعات و معنی ارتباط وجود دارد، یعنی اطلاعات معنی را ایجاد می‌کنند؛
۲. اطلاعات هیچ سر و کاری با معنا ندارند؛
۳. کاملاً برعکس، همبستگی الزامی میان این دو وجود دارد.

از منظر بودریار فضای رسانه مورد سوم را شامل می‌شود که بر مبنای آن اطلاعات مستقیماً مخرب معنا بوده یا که آن‌ها را خنثی می‌کند. فقدان معنا رابطه



شکل مسلط رسانه جذب می‌شود و رسانه خود به تنهایی می‌تواند پدید آورندهٔ رخدادها باشد و محتویات آن، چه له یا علیه، هر چه باشد تفاوتی نخواهد کرد. این تسلط تا آنجا پیش می‌رود که شناساندن هویت و وجود مخاطب را نیز به دست می‌گیرد. بودریار برای توضیح این مطلب تصاویر رسانه‌ای را به عنوان تصاویری سه بعدی شرح می‌دهد. در واقع، این بخشی از رؤیای ماست که به ورای خود برویم و خود را در آن بباییم. بودریار تحقق این رویا را وقتی می‌داند که جفت سه بعدی و هولوگرامی شما در فضا حرکت کند، حرف بزند، و... در آن جا شما این معجزه را درک خواهید کرد. عملکرد رسانه درست تحقق همین رویا است. شخص وجود مادی شدهٔ خود را در فضا به واسطهٔ نور پروژکتورها احساس می‌کند این حضور شفاعت کننده‌ای را می‌ماند که از میان مردم می‌گذرد (منظور همان تودهٔ میلیونی مخاطبان است) و این مخاطبان، با تمام وجود این حضور را درک می‌کنند و افزون بر آن بی آنکه خود بدانند وجود خویش را نیز تسلیم می‌کنند. (Baudrillard, 1994: 71) بر خلاف نقاشی که برای جذب و فریب چشم از یک نکتهٔ پنهان استفاده می‌شود، در این تصاویر این مخاطب است که به یک نقطهٔ پنهان در این تصاویر تبدیل می‌شود. به زعم بودریار، این تصاویر بعد از خلق، یعنی بعد از اینکه شخص شروع به یافتن خویش از طریق آن می‌کند، به شکل یک جسم اثری درآمده و شخص را احاطه می‌کند. این امر به یک معنا پایان امر زیبایی‌شناسانه<sup>۳۶</sup> و آغاز تسلط رسانه است.

با این تصاویر هولوگرامی ما به شکل مجازی در جهان دیگری سیر می‌کنیم، که چیزی جز معادل آینه‌وار این جهان نیست. اما، به واقع این کدام جهان است؟ این جهانی که ما رؤیای آن را داریم و به ما احساس گذر از جهان جسم خودمان و رفتن به جهانی دیگر را فراهم می‌کند، این همزاد، به وسیلهٔ لیزر خلق می‌شود. به سان چاقوی کالبدشکافی که تومور را از درون بدن جدا می‌کند، لیزر نیز تمام ویژگی‌ها را از عمق درون شخص بیرون می‌کشد. (از ناخودآگاه شخص) این همزاد درست و دقیق شبیه اصل است به طوری که تشخیص آن از اصل دشوار است. «وقتی یک شیئی

مستقیمی با کنش مضمحل کننده و باز دارندهٔ اطلاعات، رسانه‌ها، و رسانه‌های همگانی دارد. اجتماعی شدن همه جا برحسب میزان قرارگرفتن در معرض پیامهای رسانه‌ای مورد سنجش قرار می‌گیرد، آنهایی که چندان در معرض رسانه‌ها قرار نگرفته‌اند عملاً غیر اجتماعی محسوب می‌شوند و در عوض اطلاعات به جای تولید معنا، خود را در نمایش گذاری معنا می‌فرساید. (بودریار، ۱۳۸۱:۱۱۸)

در واقع این نوع رویکرد، اسطورهٔ آغاز و انجام مدرنیته است. اما این سازمان، در نهایت، شروع به فروریزش کرد، همانجایی که گمان می‌کردیم اطلاعات به تولید معنا مشغول است درست خلاف آن در پیش گرفته شد و اطلاعات، ارتباطات، و امر اجتماعی را در خود بلعید. این فرایند برای ما بسیار آشنا است، مصاحبه‌های غیر مستقیم، بحث‌های غیر مستقیم، تماس‌های تلفنی شنوندگان، مشارکت در همهٔ سطوح و حتی به نوعی اخاذی از طریق سخن‌گویی: «منظور شما هستید، ماجرا در مورد شماست و از این قبیل ترفندها. . . . رسانه‌های همگانی با فشار اطلاعاتی که اعمال می‌کنند، ساختارزدایی مقاومت‌ناپذیری از امر اجتماعی را در پی می‌آوردند، یعنی موجب آن‌تروپی (ایجاد بی‌نظمی و اختلال برای از بین بردن رابطهٔ علی معلولی بین حوادث) می‌گردند. این به این معنا که رسانه با به کار بردن این حيله‌ها، دامی پهن می‌کند تا به واسطهٔ آن قدرت توده و زهر آن از بین برود. پس منطقی است که، برای مثال، رسانه‌ها در جنبش دانشجویی ماه می ۱۹۶۸م به شکل وسیعی شرکت کنند. با اینکه این خبررسانی گسترده مجال اعتصاب عمومی را فراهم آورد و در اصل همین اعتصاب، زهر اصلی جنبش را هم گرفت. پس نفس این گسترش نه یک بسط مثبت، که، در واقع، دامی بیش نبوده است.

### بقای وانموده در گرو تسخیر انسان

نکتهٔ دیگر صرف انرژی‌های عظیم برای سر پا نگه داشتن این وانموده است. یعنی رسانه‌ها از پوشش دهی اخبار یک رویداد گرفته تا تبلیغ یک کالای مصرفی هزینه‌های هنگفتی را می‌پردازند و به این ترتیب محتویات معنا در

درست شبیه یک چیز دیگر است، دقیقاً مثل آن نیست، بلکه اندکی از آن دقیق‌تر است.» (ibid:73) رسانه همزاد سه بعدی شخص را با مختصاتی که از طریق سلیقه مصرفی او به دست می‌آورد، بازسازی می‌کند و با این توصیفات، رسانه کاملاً وارد حوزه خصوصی افراد شده و آن را کنترل می‌نماید. در این جامعه همه چیز کاملاً کدگذاری شده است و همه چیز در صدد شکل‌بخشی به زندگی اجتماعی است. این سیگنال‌های رسانه‌ای که افراد را احاطه کرده، دائماً به صورت آزمایشی فرستاده می‌شود. در این نظام پاسخ مخاطب بر اساس یک نظام دوتایی مورد بررسی قرار می‌گیرد. مانند نظام دوتایی در DNA و ژنتیک. هر تبلیغی یا هر برنامه تلویزیونی، مد و حتی افرادی که برای انتخابات ریاست جمهوری برگزیده می‌شوند، عرصه‌ای را فراهم می‌کنند برای آزمون و دریافت اینکه مخاطب چه گزینه‌ای را برمی‌گزیند می‌کند؟ کدام کالا و یا کدام شخص را برای ریاست جمهوری انتخاب می‌کند؟ روند پیشروی این سیستم با جوابهای دوتایی<sup>۳۷</sup> (آری، نه) پیش گرفته می‌شود و هدف‌گذارهای بعدی از روی آن‌ها انجام می‌گیرد. شخص درون این نظام کدگذاری شده جای داده شده است. با اینکه به ظاهر شخص گزینه‌های متعددی را در پیش روی دارد ولی این انتخاب‌ها در یک حوزه معینی محدود شده‌اند، پس اختیارات او به این ترتیب دست‌کاری و کنترل می‌شوند. این نگاه درست مقابل تفکری قرار می‌گیرد که در دوره‌های قبل حاکم بود (تئوریهای توطئه جوامع جبرگرا<sup>۳۸</sup> که بر اساس آن، اشخاص به عنوان گروه‌هایی محسوب می‌شوند که به نوعی در دست‌کاری عامه جامعه برای رسیدن به اهداف خاص، شرکت دارند. بودریار، الگوی جدیدی را ارائه می‌دهد که بر اساس آن افراد مجبورند به پیغام‌های از پیش کدگذاری شده در زمینه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، و زندگی روزمره پاسخ بدهند. مجموعه‌ای از گزینه‌های تکراری در این چرخه مانند یک دایره ادامه می‌یابد. پس، ظاهر این چرخه اختیار را نشان می‌دهد و اصل این فرایند جبری از پیش تعیین شده را مدام ادامه می‌دهد. نگه داشتن مخاطب در مقابل رسانه تکنیک‌های خاصی را می‌طلبد؛ از جمله اینکه، رسانه باید تناقضی را

حفظ کند تا بتواند به روند خود ادامه دهد، دیگر اینکه در ظاهر عملکردی را ارائه دهد که با واقعیت درونی آن متضاد است، مثلاً با اینکه نظام وانمایی و درگیر شدن مخاطب در این نظام موجب شده است که اشخاص هویت خودشان را از دست داده و در عین حال روابط با دیگر اجزای جامعه را نیز از دست بدهند، به طوری که هویت هر کس و روابط اجتماعی‌اش مساوی می‌شود با کالایی که خریداری می‌کند؛ ولی سیاست حکم می‌کند که نوع جدیدی از روابط برای جبران، جایگزین شود. تشویق مردم به داشتن روابطی مسالمت‌آمیز با دیگر اعضای جامعه، حتی راه‌اندازی مؤسساتی به‌منظور ارتباط درمانی<sup>۳۹</sup> تشویق برای استفاده از غذاهای گیاهی (درست خلاف مواد غذایی رایج در شرایط امروزی)، تحریک مردم به انجام ورزش‌های چون یوگا و ... برای تفکر و تعمق و خودیابی و حتی رسیدن به آرامش، همه این‌ها از سیاست‌های جامعه سرمایه‌داری معاصر است. حتی شیوه تشویق به سوی استفاده از کالاها نیز دگرگون شده است. در نظام سنتی سرکوب با نوعی خشونت همراه بود و، عموماً، فضایی پلیسی داشت که نمود آن در تبلیغات تجاری و (به شیوه فروش کالا با فشار شدید فروشندگان) و نیز تبلیغات سیاسی به شدت بالا گرفته بود. این خشونت با وجود وانمایی عصر پست مدرن، عقلانیتی کهنه و عتیق است. در این فرهنگ یک گرایش تروپیسمی<sup>۴۰</sup> ایجاد می‌گردد، یعنی به جای اعمال قدرت، دستگاه‌های محیطی و کارکردی جای خود را پیدا می‌کنند (بودریار، ۱۳۸۸: ۴۷). خریدار یا مخاطب، در این چرخه، ناخودآگاهانه انتخاب‌هایی را انجام می‌دهد که دقیقاً هدف و مطلوب جامعه مصرفی است.

دیگر نه خیره شدنی در کار است و نه صحنه‌ای (به این معنی همه عرصه‌ها به عرصه وانمایی تبدیل شده است)، این پایان نمایش و تماشایی بودن است، این پایان با خودش فروریختن واقعیت به درون حاد - واقعیت، تکثیر مجدد و بسیار دقیق امر واقعی، ترجیحاً از طریق یک وسیله بازتولید کننده دیگر نظیر تبلیغات و عکاسی را به همراه می‌آورد. امر واقعی از طریق بازتولید از یک وسیله به وسیله دیگر تبخیر می‌شود، تمثیل مرگ می‌شود، اما از نابودی خویش نیز نیرو کسب

می‌کند و درون این فضا مانند ویروس‌های فعال شروع به کار می‌کند. روندی که به حذف مخاطب ختم می‌شود. «ما نیازی به دستکش‌های دیجیتالی نداریم، با همین فرم موجود در جهانی به مثابهٔ ایماژهای ترکیبی به دور خود می‌گردیم.» (Baudrillard, 1997: 19) مانند بسیاری از دیگر نوشته‌های بودریار در این قسمت نیز لحن او کنایه‌وار می‌شود: مخاطب این شرایط، میکروفون و گوشی‌های ارتباطی را فرو بلعیده، به همراه این همه جایی شدن رسانه، بازیگر زندگی خود شده است، و ایماژ خود را درونی کرده است. رکن دیگری که در فرایند مجازی شدن به کار گرفته شده نمایش واقعیت با استفاده از امور حاضر - آماده<sup>۴۳</sup> است؛ همان طور که دوشان اثر خود را با استفاده از جابطری موجود ایجاد کرد، او ابتدا جابطری<sup>۴۴</sup> را از جهان واقعیت بیرون کشید و آن را در سطحی قرار داد که فرا واقعیتی غیر قابل تعریف را ارائه می‌دهد. دوشان با همهٔ تعالی‌سازی‌های هنر و آرمانی‌سازی آن به مبارزه برمی‌خیزد. نتیجه این است که به جابطری به عنوان یک ابژهٔ واقعی پایان داده می‌شود درست در تناقض با آن چیزی که قبلاً وجود داشته و تلقی می‌شده است، به تبع آن نیز نگاه به هنر به عنوان ابداع و اختراع، و به هنرمند به عنوان یک بازیگر از جهان دیگر پایان داده می‌شود. یعنی بازیگری که نقشی را ایفا می‌کند، در واقع الگو و نمونهٔ خود را به همان شیوه‌ای که دوشان اثر خود را نمایش داد، ارائه می‌دهد. در واقع، جابطری از بستری که در آن قرار داشته بیرون کشیده و از مفهوم و کارکرد آن خارج شد و به اصلاح بودریار واقعی‌تر از واقعی و هنرتر از هنر<sup>۴۵</sup> شده است. این شیء وارد یک فضای فرازیبایی شده<sup>۴۶</sup> و پیش پا افتاده و مبتذل شده است، فضایی که در آن شیء بی‌اعتبار و بی‌اهمیت قرار است صورت محض هنر قرار بگیرد.

هر شیئی، هر فردی، و هر موقعیتی می‌تواند یک امر حاضر - آماده باشد. امروزه این امر مانند برجسب روی هر موجودی وجود دارد، مثل حیواناتی که تاکسیدرمی شده و جنبه‌ای تزئینی در پشت ویترین پیدا کرده‌اند، به گونه‌ای که انگار زنده‌اند ولی در صورتی که در یک فرم ناب و خالص، مجذوب و خنثی شده‌اند. با این نحوه

می‌کند و امر واقعی به خاطر خودش به بت‌وارگی<sup>۴۱</sup> (به معنی پرستش اشیای طبیعی که دارای روح تلقی می‌شدند، به وسیلهٔ اقوام بدوی) ابژهٔ گم شده که دیگر ابژهٔ بازنمایی نیست، بلکه وجد انکار انهدام آئینی خویش است، یعنی به واقعیت مفرط، تبدیل می‌شود. پس دنیای رسانه‌ها نه در راستای ارتقای آگاهی از وضعیت مدرن و آرمانهای عصر روشنگری بلکه در راستای از میان برداشتن هرگونه آگاهی و آرمانی گام بر می‌دارد - دنیایی که به جای مشارکت و سخن‌سازی، بی‌تفاوتی و خاموش‌نشینی را دامن می‌زند. (یزدان‌جو، ۱۳۸۷: ۴۷۳)

### محو مخاطب

این امر که گویی دوربینی پشت هر چیزی پنهان شده توسط کنترل رسانه‌ای به ذهن تیزبین متبادر می‌شود. همیشه دوربینی در محلی پنهان شده، صاحب این دوربین ممکن است یک فرد واقعی باشد، ولی با توجه به گفته‌های بودریار این دوربین می‌تواند خود ما باشد؛ دوربین واقعی در سر ما است و به این ترتیب، زندگی واقعی ما نیز بر روی دستگاه پخش قرار گرفته است. اصالت<sup>۴۲</sup> ما دیگر محور بحث نیست و شادی زیادی برای جنس مخاطب امروزی ایجاد نمی‌کند. واقعیت ما دیگر وجود ندارد، ژست و فرم‌های وجود ما تحت کنترل شبکه‌های تلویزیونی درآمده است. (حتی قبل از اینکه پلیس در صدد کنترل باشد)

مخاطب رسانه، حتی اجازهٔ نقد برنامه‌های نمایشی را ندارد. همان طور که او جنبهٔ نمایشی پیدا کرده، این برنامه‌ها نیز گونه‌ای ساده و بی‌گناه از تغییر شکل و تبدیل خود زندگی، از زندگی روزمره به واقعیت مجازی است. این فرایند ارائهٔ خود و همه‌گیر شدن آن در نمایشهای رسانه‌ای کاربرد پیشین رسانه را از بین می‌برد. در گذشته ما به رسانه نیاز داشتیم تا به وسیلهٔ آن مشکلاتمان را مطرح کنیم و از این طریق برای حل آن اقدام نماییم، حال آنکه امروز هر وجودی تنها در صورت نمایش تلویزیونی به خودش ارائه می‌گردد و به این شکل به خود، آگاه می‌گردد، بدین گونه است که تلویزیون و رسانه فضای واسطه‌ای خود را به منظور محاصره کردن زندگی واقعی از درون خود آن، ترک

از بودن است که «من» نیز صرفاً فرمی خالص و کمینه<sup>۴۷</sup> از خود را می‌شناسد. من وجود دارم، من خود را می‌بینم، یعنی من هم به همان اندازه شئی موجود در آثار دوشان هویت دارم و نه بیشتر. هر کس در این صحنه نمایش دعوت شده تا خودش را به عنوان ابژه ای حاضر - آماده ارائه دهد و نقش فرا واقعی‌اش را بر روی صحنه نمایش ایفا کند. همان طور که اشاره شد رسانه سعی می‌کند تا مخاطب را به مصرف‌کننده‌ای صرف بدل کند، حتی خود دست‌اندرکاران تولید کالا مانند کارگران و تولیدکنندگان هم سهام‌داران جامعه سرمایه‌داری محسوب می‌شوند، پس مخاطب باید همان تغییری را تحمل کند که دوشان در مورد جا بطری انجام داد. دوشان با این انتقال ابهامی قطعی میان هنر و جهان واقعیت برقرار کرد. امروز هنر چیزی بیش از آشفتگی تناقض گونه این دو امر نیست، در هم پیچش هنر و زندگی، این آشفتگی در فرم زندگی روزمره برقرار است، در نوع سرگرمی‌ها و امور مختلفی که با آن مرتبط است. گویی در موزه زندگی می‌کنیم و در این آشفتگی به ایماژهایی بدل می‌شویم که تکثیر می‌شوند، این آمیختگی هر چیز در چیز دیگر، در این شرایط هم باز یادآور عمل دوشان است که هر چیز اندکی به قسمی از هنر و هنر به هر چیز اندکی اختصاص داده می‌شود.

یکی از مختصات دیگری که به محو شدن مخاطب منجر می‌شود و او را غرق در دنیای وانموده می‌کند، تقلید موزه‌ها از همان فرم فریبنده دیزنی‌لند است، یعنی، به جای این که فرد را در مقابل یک اثر هنری و نقاشی قرار دهند (که این امر خود باعث می‌شود مخاطب خیلی وارد تعامل نشود و حتی به اینکه یک تماشاچی محض است شک بکنند، یعنی به طور جدی در آن غرق نشود و صرفاً خودش را یک تماشاچی محض بپندارد) او را وارد خود نقاشی کنند، مانند فضای چند رسانه‌ای که به شخص شکل بصری وارد فضای واقعیت مجازی شود، این فضای امپرسیونیستی موجب لذت و ارتباط می‌گردد (اشاره به هنر اجرایی).<sup>۴۸</sup> امر قطعی و نهایی دیگر در این روند تبدیل شدن همه چیز، اعم از انسان و اشیای دیگر به اطلاعات محض است. این ایده‌آل فرایند ناپدید شدن است.

در مقابل این نمایش‌های رسانه‌ای و تأثیرات جنبی آن، سیاست رسانه‌ای حکم می‌کند که این دست‌کاری را با نوعی پیچیده‌سازی وانمایی محکوم نموده و نیز با عواملی آن را توجیه کند. به همین دلیل مکانی مانند دیزنی‌لند ساخته می‌شود تا اذعان دارد که فقط این فضا است که جنبه وانموده دارد و مکان‌های دیگر آمریکا شامل زندگی و شرایطی عادی می‌باشد. این فراشدنی که از طریق رسانه ایجاد شده نوعی بیگانگی را رغم زده است. هم بیگانگی انسان با صورت واقعی خودش و هم بیگانگی مفاهیم به کار برده شده با معانی عرفی و مرسوم آن در محیط حاکم. این نکته به زعم نگارنده، هوشمندی بودریار را نشان می‌دهد. در واقع از دیدگاه بودریار وجه منفی بسیاری از موضوعات در این روند حذف می‌گردد (یعنی انتقادگری منفی کنار گذاشته می‌شود). این نوع نگرش به مفهوم اجازه می‌دهد تا هم‌چنان در محور معنای مثبت وانمود شده خود، باقی بماند و به روند خود ادامه دهد. به طور مثال گوینده و اشاعه دهنده مذهب و سیاست و ... که در صدد آشکارسازی رتبه عالی این مفاهیم است، این نکته را فراموش می‌کند که مذهب در عمل دور از آن چیزی است که در بیشتر قالب‌ها فهمیده شده است. در عمل لامذهبی، بی‌حرمتی سیاسی و فرهنگی است که سلطه یافته و در رسانه بازنمایی مثبتی از آن ارائه می‌گردد. پس نه تنها انسان که مفاهیم نیز در بردارنده اصلیت و خاستگاهی نیستند. مجازی شدن انسان، پس از اضمحلال او در رسانه ایجاد می‌شود و پله بعدی در فرایند ناپدید شدن وجود او را شامل می‌شود، ولی نکته قابل توجه نقش خود سوژه در این فرایند است یعنی اگر عدد و دنیای دیجیتال و سایبرنتیک علائم مجازی شدن انسان است پیش از آن‌ها خود سوژه با تکرار خود در این امکانات بعدی را فراهم کرده است که این فانتزی‌ها و رویاها او را بپوشانند. و به این ترتیب انسان همزاد و جفت خود می‌گردد.

### زمان واقعی برای وانمایی اطلاعات و پایان معنای واقعی

یکی از ارکان فرایند ناپدید شدن سوژه که باعث بی‌واسطگی میان رسانه و مخاطب شده مسئله زمان است. بودریار این موضوع را با نام زمان واقعی<sup>۴۹</sup> مطرح می‌کند. مسئله

تصاویر وانمایی شده از ما در زمان واقعی وجود دارند. درک زمان واقعی به این موضوع وابسته است که می‌تواند در هر لحظه و هر جزء دریافته شود؛ در همان فضای هولوگرامی که به نوعی رها شدن از توهم است، زیرا فاصله در این شرایط از بین می‌رود. یک رویداد، یک انسان، و هر لحظه همگی تبدیل به رمزگانی می‌شود که در هر آن در اختیار رسانه است و قابل کنترل و بررسی است. به همین دلیل است که یک حادثه از جهات مختلف قابل کنترل می‌گردد. غایت و نهایت امر واقعی در واقع غایت و نهایت واقعیت است. تمام تعلیق‌ها و مسائل غیر قابل پیش‌بینی به پایان رسیده است. به همین دلیل زمان واقعی مطرح می‌شود. این زمان واقعی در دنیای مجازی ما را از خودمان ربوده است، و تا محو و ناپدید شدن کامل آن پیش می‌رود. ما در زمان واقعی و در واقعیت مجازی، از هم پاشیده شده‌ایم قبل از اینکه ستاره‌ها خاموش شوند.

### نتیجه‌گیری

با رویکرد انتقادی بودریار به موضوع تولید و دیدگاه مارکسیستی، می‌توان این نتیجه را گرفت که در جهان پست‌مدرن، دیگر تأکیدی بر روی مفهوم تولید وجود ندارد. نشانه‌های انضمامی و واقعی امر تولید جای خود را به روند دیجیتالی شدن و نشانه‌های رسانه‌ای می‌سپارند که نه تنها از امور واقعی حکایت نمی‌کنند، بلکه با واسازی واقعیت بر اساس سیاست‌های خاص خود بر فاصله واقعیت و نشانه می‌افزایند، تا جایی که دیگر نشانه‌های بی‌ارجاع رسانه‌ها سر و کاری با حوادث واقعی نداشته و خود به بازتولید واقعیت می‌پردازند. همان‌طور که بیان شد، رسانه‌ها با محور قرار دادن اغوای مخاطب به عنوان مهم‌ترین نقش در این استراتژی تمام تلاش خود را مصروف انفعال و سکوت و محو مخاطب می‌کنند تا از عدم بروز هرگونه مخالفت و یا ایجاد آگاهی از دنیای فرا واقعی اطمینان حاصل کنند. نکته اینجا است که مفاهیمی در این روند جعل می‌شوند که در نگاه نخست، جلب رضایت کامل مخاطب را برعهده دارند، اما در نهایت، به وسیله ناخودآگاه وی، به جایی ختم می‌شوند که نه تنها از امر واقع که از فردیت و هویت مخاطب نیز

زمان واقعی مسئله متلاشی شدن واقعیت است. در این زمان واقعی زندگی و مرگ بی‌واسطه و بی‌درنگ بر روی صفحه‌های نمایش جمعی نقش می‌بندد. بدون هرگونه تأخیر یا فاصله‌ای که در شرایط عادی زندگی وجود دارد. «در زمان واقعی فکر کنید، تفکر شما، فوراً، به دستگاه چاپگر منتقل می‌شود، انقلاب را در زمان واقعی انجام دهید و انقلاب کنید، نه در خیابان بلکه در استودیوی تلویزیون حتی عشق و علاقه و اشتیاق را هم در زمان واقعی یعنی در فیلمی که از یکدیگر موجود دارید تجربه کنید.» (ibid: 20)

این عملکرد زمان، به شکل فوری و بی‌درنگ از امر واقعی و به واسطه پرده نمایش است، این انقلاب آنی شده<sup>۵</sup> و در لحظه به وقوع پیوسته‌ای است که در اندیشه مک لوهان و در عبارت: «رسانه پیام است» به شکلی ضمنی و تلویحی وجود دارد. ولی، مک لوهان نتایج آن را به هیچ عنوان تحلیل نکرد.

فهم قطعی از جهان، تغییر و دگرگونی، تمام حوادث و وقایع تاریخی، تمام جوهر مادی و انرژی به اطلاعات محض بدل می‌گردد. برای شرح این موضوع بودریار رمان «نود و نه میلیارد نام خدا» اثر آرتور.سی. کلارک\* را مثال می‌زند، در این داستان، راهبان معابد خودشان را وقف می‌کنند تا نود و نه میلیارد نام خدا را به نگارش در بیاورند و بعد از آن جهان به پایان خواهد رسید. این کار به کارشناسان کامپیوتر مرکز ای. بی. ام واگذار شد تا در مدت چند ماه این طرح را به پایان برسانند، ولی این دانشمندان بعد از اتمام کار، محل کارشان را ترک کردند و به وعده پایان جهان بعد از اتمام رونویسی از نامهای خدا توجهی نکردند. در همین زمان بود که ستارگان در آسمان یکی یکی محو شدند و وعده راهبان محقق شد. (ibid, p. 23) این داستان گونه‌ای تمثیلی است از تغییر شکل تکنولوژیکی مفهوم پایان و برچیده شدن سلطنت مدرن بدون امید رهایی و آشکارسازی و حتی تصور آخرالزمانی. این تمثیل تبعات شتاب و سرعت سایبرنتیک را در محو شدن محض و مطلق نشان می‌دهد.

به این ترتیب، ایماژ ما چیزی جز رمزگانی دیجیتالی نیست؛ ایماژهایی پراکنده و قطعه قطعه شده. این

\*. Arthur c. clarke

36. aesthetic
37. binary
38. determinist
39. contacttherapy
۴۰. tropismic گرایش گیاهان به سمت عوامل محیطی نظیر نور و رطوبت و ...
41. fetishism
42. originality
43. ready-made
44. bottle-racke
45. more art than art
46. transaesthetic
47. minimal
48. performace art
49. rela time
50. immediatic

### کتابنامه

- بودریار، ژان. (۱۳۸۱) در سایه اکثریت‌های خاموش، ترجمه: پیام یزدان‌جو، تهران: نشر مرکز.
- جی‌لین، ریچارد. (۱۳۸۷) ژان بودریار، ترجمه: مهرداد پارسا، تهران: رخداد نو.
- فوکو، میشل. (۱۳۸۶) این یک چپق نیست، ترجمه: مانی حقیقی، تهران: نشر مرکز.
- کهنون، لارنس. (۱۳۸۸) «مبادله نمادین و مرگ» ترجمه، عبدالکریم رشیدیان در: از مدرنیسم تا پست مدرنیسم، تهران: نشر نی.

Baudrillard. Jean(1981), *For a Critique of Political Economy of Sign*. St. Louis,Mo: Telos Press.

(1994), *Simulacra and Simulation*. Unitedstates: Michigan University press.

(1997), *Art and Artefact*. London: Sage Publication.

(2001), *Seduction*. Montreal:Theory Book.

(2002), *Screened Out*. London:Newyork Verso.

(2009), *Fatal Theory*. London and Newyork: Routledge, Taylor and Francis Group.

G. smith, Richard (2010), *The Baudrillard Dictionary*. Ehrthard: Edinburgh University.

kellner, Douglas. (1989), *From Marxism to Post-modernism*. Newyork: Routledge.

دیگر چیزی بر جای نمی‌گذارند. تأکید رسانه بر محو واقعیت، با تکرار نشانه‌ها، سریان بی‌بازگشت مفاهیمی را در بر دارد که دیگر به زمان نیز اجازه پیشروی و جلو رفتن را نمی‌دهد. محو واقعیت باید با تکرار آناتی باشد که آگاهی از هر چیزی جز لذتِ سکرآورِ مصرفِ امر وانموده را سلب کند. اینجا درست جایی است که مخاطب خود به رسانه‌ای تبدیل می‌شود که با واسطه قرارگرفتن، نقش پخش امور و انموده و گسترش آن را برعهده دارد، تا بدین ترتیب به ازای هر انسان، یک رسانه وجود داشته باشد، و این گونه است که دیگر هیچ واقعیتی برای ارجاع وجود نخواهد داشت.

### پی‌نوشت‌ها

1. Media is the message
2. Requim for the media
3. *For a critique of political economy of signs*
4. non-communication
5. response
6. hyper-real
7. massification
8. explosion
9. implosion
10. dissolving
11. tv object
12. prespective
13. tropme l'oeil
14. illegible
15. switch
16. The gulf war will not take place
17. The gulf war:did take place
18. The gulf war did not take place
19. Stimulation
20. circulation
21. fake enemy
22. relation of forces
23. paralysed
24. Ersatz
25. metannarative
26. delay
27. seduction
28. cool and hot
29. negentropic
30. China syndrome
31. Apocalypse now
32. transistor
33. transcendental
34. informe
35. Mogadishu Estemheim

