

# آرت کالت

به صورت الکترونیکی تولید و منتشر می شود

آرت کالت

شماره ۲

تصویر/شبح:  
بونوئل و بورژواری

امین قضائی

نقاشی بلاهت

این بیل بوردهای تبلیغاتی  
بزرگ کرده چه می گویند؟

وحید ولی زاده

قرائت جیمسون از  
پست مدرنیسم

## تصویر / شبیح: بونوئل و بورژوازی امین قضایی

تصویر،  
حضور  
بدون  
وجود،

نمود بدون بود است . شبیح ، وجود بدون تصویر ، بودن بدون نمود است. تصویر دانستن محض است . تصویر همانچیزی است که ارائه می دهد دو بعدی و بی کم و کاست ( برخلاف هر چیز سه بعدی که معلوم نیست که پشت خود چه پنهان کرده است). یک ادعای دانستن . و البته رویای اسطوره ای روشننگری . تصویر ، محل دانستن ، منبع اغوایی گستاخ ( مانند یک درخواست ناگهانی برای همبستری یا حضور ناگهانی یک برنامه بر صفحه تلویزیون ) کمال یک حضور سیاسی و هدف بنیادین روشننگری است. در مقابل شبیح ، ندانستن است . منبع ترس و راندگی ، وجودی بدون آنکه تصویری ارائه دهد. موجود محسوس اما همیشه مشکوک غار افلاطونی. چیزی که باید به تصویر کشیده شود تا گمراهی بر طرف شود. شبیح توسط ژرفا بلعیده شده است. دوگانه متافیزیک ارسطو یعنی ماده / صورت همان دوگانه شبیح / تصویر است . ماده به مانند شبیحی به مانند وجودی بدون تصویر همواره بنیادی است برای حضور تصویر= صورت . آن دو در متافیزیک ارسطو از یکدیگر جدانشدنی هستند . این بنیان جدایی ناپذیر وجود هنوز هم یادآور خاصیت پیشا زئوسی جهان است . جایی که هر موجودی دوجنسی است . از یکسوی مرد و از یکسوی زن که به یکدیگر چسبیده شده اند. این خاصیت پیشا زئوسی یا ژوئیسانسسی در نظریه لکان نیز ادامه می یابد. لکان به پیروی از هگل به یک فلسفه حق کامل برای تکمیل مسئله ادامه می دهد . در موقعیت پیشا زئوسی ، مادر- کودک هنوز هویتی مجزا از یکدیگر ندارند کودک باید از مادر جدا شود تا در یک تن یافتگی عمیقا هگلی در امر نمادین قرار گیرد و همین سرکوب و جداشدن برای همیشه وی را به جایگزینی یک ابژه جنسی ثانوی وا دارد. ما هنوز هم همان روایت ارسطویی را باید بشنویم که ماده محض

یعنی یک هیولا یک شبیح محض در نهایت به صورت محض تکامل می یابد. روشننگری از آغاز سقراطی اش تا پایان عصر رسانه ها ، یعنی از آغاز مبارزه با شبیح محض اسطوره تا پایان تصویر محض یعنی رسانه ها همچنان به اسطوره زدایی اسطوره ای اش ادامه می دهد. روشننگری که اینک بورژوازی را سر میز شام قرار می دهد .

تمامیت ایدئولوژی که اینک بورژوازی به عنوان یک طبقه برتر عهده دار آن است با حفظ دوگانه شبیح / تصویر ممکن گشته است. توده هایی در هیات یک شبیح مخاطب ( وجود بدون تصویر) و رسانه ای در هیات یک متن ( تصویر بدون وجود). همیشه همه چیز، هر تصویری برای توده های مخاطب عزیز است ( من در خدمت مردمم !). اما توده ها کاملا منفعل در ژرفای تاریک سینما قرار می گیرند. اشباحی در خانه ها مقابل تلویزیون، در تاریکی سالن های سینما در لابه لای صفحات روزنامه ، اشباحی که در شهر در رفت و آمدند . همه این اشباح این وجود های بدون تصویر اما شیفته تصویر ، به سلطه ای تن می دهند که پیشتر تحت دوگانه شبیح / تصویر آنها را به توده هایی خاکستری رنگ مبدل کرده است. همچنان که توتم یا بت نقش تصویر بدون موجودیت را برای بدوی ایفا می کند تا سلطه همچنان تداوم یابد در اینجا نیز شاهد همین اسطوره هستیم . بت های رسانه ای تصویرهایی بدون موجودیت واقعی اند : یک بتمن ، سوپر من ، اسپایدرمن ، ، کت و من ، « فلان من» نماینده ی تام یک شهروند بی عرضه بورژوا و کاملا معمولی است اما وقتی نقاب را بر چهره می زند وقتی به تصویر مجهز می شود به قهرمان حافظ و شکست ناپذیر سرمایه داری مبدل می شود. در واقع تمامی این فیلمهای تجاری با تمامی سفاهت شان تلویحا نیروی ایدئولوژیکی حفظ سلطه را نشان می دهند : نگاه داشتن تصویر. بورژوازی با نمایش تصویر زنده است . تصویری که برای اشباح توده ها ترسیم می گردد. همیشه همین تصویر سلطه را حفظ نموده است : تصویر بت ( امر مقدس)، تصویرگری صور افلاطونی ( امر هندسی ) تصویرگری رنج مسیح ( سنتز تضاد امر هندسی و امر مقدس) ونهایتا



دوگانه تصویر/ شبح را شالوده شکنی می کند اما مسئله فقط به تصویر کشیدن اشباح توده ها و یا سخن گفتن موقعیت های فرودست نیست. یکی کردن تصویری که سینما از انسان ارائه می دهد با وجود واقعی انسان یعنی انسان کارگر ، انسان تاریخی موجود ، وظیفه یک هنر انقلابی است. بورژوازی همیشه به یک تصویر بدون وجود و یک وجود بدون تصویر نیاز دارد . او همیشه باید تصویر و شبح را از یکدیگر متمایز کند ( و به همین خاطر سینمای وحشت جز در بازی ظریف عدم نمایش ، مضحک از اب در می آید ابژه ی سینمای وحشت در تناقض با خود فعل به تصویر کشیدن است) اما مقابله با این تمایز همیشه با حضور ناگهانی مخاطب در تصویر ممکن نیست چرا که بدون به چالش کشیدن خود تفاوت تصویر/ شبح و تمامی منطقی های حاکم بر آن ، این تمایز بازتولید می شود. در تمامی زبان ما در تمایز های فرم و محتوا ، صورت و ماده ، سطح و عمق ، متن و مخاطب ، هنرمند و منتقد ، ذهن و بیان و مراسم و سنت ... چنین تمایزی حاکم است. برای مثال آیا مراسم وانمود می کند که از سنت گرفته می شود ؟ اما همین سنت به مدد تکرار مراسم زنده است. مراسم تصویر شبح سنت است. در واقع هیچکدام علت دیگری نیست بلکه برعکس این دوگانه مراسم / سنت است که یکدیگر را حفظ و تقویت می کند

فیلم بونوئل پارادوکس بنیادین دیگری را نیز در بردارد که به راهبرد مضحک بورژوازی در حفظ

تصاویر رسانه ها( امر جعلی ، و این برآستی رستاخیز مسیح است . اینک گویی همه تاریخ در تمامی هیکلش ظاهر گشته است. البته می دانیم که تمامی سینمای تاریخی چیزی جز مجموعه ای از لوکیشن های تاریخی نیست- به قول ویرلیو آنچه تصویر می شود نه تاریخ که یک زمان لحظه ای همیشگی است.) تمامی این تصاویر تنها وقتی می تواند شکل بگیرد که در مقابل اشباحی از توده های تحت سلطه فرض گرفته شود : شبح زنانگی پیش از امر نمادین. شبح توده های پیش از قرارداد اجتماعی ، شبح مردمی پیش از بازنمایی واقعیات خودشان توسط اخبار و گزارش ها.

بونوئل در « جذابیت پنهان بورژوازی » تلاش می کند تا چنین سلطه ای را با به تصویر کشیدن شبح مخاطب و مولف از بین ببرد. در واقع او می خواهد نشان دهد چگونه بورژوازی باید از تصویر ، از سینما ، از هنر و از موقعیت مسلط گورش را گم کند. بورژوازی مشغول بازتکرار همیشگی صرف شام است . اما ناگهان پرده کنار می رود و اتاق پذیرایی به یک صحنه نمایش مبدل می شود. کارگردان و مخاطب خود را در تصویر نشان می دهند . بورژوازی رنگ پریده ، غافلگیر شده و صحنه را ترک می کند . آیا با از بین رفتن ژرفای مولف و مخاطب و حضور ناگهانی اندو در متن بورژوازی تصویر را رها می کند ؟ در واقع تصویر تنها وقتی در اختیار بورژوازی است که پرولتاریا همچون یک توده همیشه منتظر ، یک شبح مخاطب در ژرفا قرار گرفته باشد. بونوئل

سلطه اشاره دارد. خوردن و نشستن سر میز شام ، بازتولیدِ مداوم چپاول و غارت بورژوازی است. بورژوازی در فیلم وی موجودی بی عرضه ، ترسو ، وسواسی و ابله ترسیم می شود که حتی نمی تواند یک میهمانی را به درستی برگزار کند. او مرتبا با بحرانی روبرو می شود. یک ناهماهنگی زمانی ، یک مرده ، ترس ، اتمام مواد غذایی ، هجوم بیگانگان یا پلیس . یا حضور ناگهانی مخاطب بورژوازی را مداوما تهدید می کند ( چیزی که در فیلم های حادثه ای به خوبی می توان مشاهده نمود: از زنبور و مورچه و عنکبوت گرفته تا گودزیلا و کمونیست و موجودات بیگانه یا دانشمند دیوانه همه و همه سرمایه داری را تهدید می کنند) اما با وجود تمامی معضلات و تناقضات بنیادین نظام سرمایه داری بورژوازی همچنان براه خود ادامه می دهد . او همچنان در تاریخ به جلو می رود. و همین تناقض به گونه ای برعکس در مورد پرولتاریا صادق است : اوست که همه چیز را می سازد و کاملا توانا و قادر است اما با این همه هنوز گامی به پیش برنداشته است.

وقتی سه خانم بورژوا در یک رستوران کنار هم نشسته اند ، فروید با عرض احترام جلو می آید و داستان خود را بیان می کند: من= اودیپ وقتی بچه بودم پدر خود را کشتم. و مشخصا این صحنه فیلم نشان می دهد که چیزی به نام فروید وجود ندارد ( همان فروید ی که مائو آنرا نفهمیده) بلکه همراهی با بتی فریدمن باید بگوییم ما با یک تفاوت فروید- زن

طبقه متوسط طرفیم . موقعیت شناسنده فرویدی کاملا مرهون چنین ترکیب بندی است یعنی او برای آنکه فروید باشد حتما باید جلو بیاید و داستان احمقانه اش را برای چند زن بورژوا بیان کند. سلطه همچنان حفظ می شود. و البته فروید برای طرح چنین داستانی باید سرباز در خدمت نظام سرمایه داری باشد . دو سوژه سرخ و سیاه نظامی و کشیش ، تنها کسانی هستند که می توانند با بورژوازی همسفره شوند.

بورژوازی برآستی ناتوان است چرا که او فقط یک تصویر است و تنها کاری که باید بکند برگزاری یک میهمانی است . یعنی یک بورژوا باید با دیگر بورژوا ها به توافق برسد تا همگی سر میز شام ثمره کار و زحمت دیگران را میل نمایند. قدرت وانمودی بیش نیست بورژوازی به حفظ یک حوزه خصوصی احتیاج دارد او چیزی جز این نیست. ارائه تصویری از یک حوزه خصوصی برای پرولتاریا : پرولتاریا از سر کار بر می گردد او تلویزیون را روشن می کند و در اوقات فراغت خود تفریح و سرگرمی و میهمانی و مسافرت بورژوازی را تماشا می کند . سپس فردا صبح با انگیزه خلق چنین زندگی خوبی به سر کار می رود. پرولتاریا در فراغت خود مصرف می کند اما چه چیز را ؟ تصویر مصرف بورژوازی را . پرولتاریا تنها یک شبح است . باغبانی همین اطراف که در گوشه و کنار باغ پرسه می زند



**این  
بیل بوردهای  
تبلیغاتی بزرگ کرده  
چه  
می گویند؟  
وحید ولی زاده**

## قدرت را احساس کنید! لذت را تجربه کنید!

دو بیل بوردها گول آسا  
در اتوبان همت در

کنار تصاویری از اتوموبیل بی ام و، همچون خدایی از فراز سر سرنشینان اتوموبیل های گیر کرده در ترافیک، با این جملات آنها را به بهشت خود فرا می خواند. شما می توانید با خرید بی ام و قدرت و لذت را بخردید. احتمالاً نمایندگی بی ام و به فروش بیشتر محصولات خود می اندیشد. اما من به دندان های ایدئولوژی بورژوازی می اندیشم.

۱

ما می اندیشیم که روی این سخن با ما است. خدای امروزی من را مورد خطاب قرار داده است. من به احساس کردن قدرت دعوت شده ام. به تجربه کردن لذت. آشکارا این خدا می داند که بندگان او بدون قدرتند، بدون لذت. اما دوگانه قدرت و لذت چه چیزی را در لایه های پنهان خود حمل می کند.

در اولین سطح ( در سطح نیت و قصد ) نمایندگی بی ام و خریداران بالقوه را هدف گرفته است، بورژواها را. برای خرید چنین اتوموبیلی باید پول زیادی داشت. این شعار دوگانه تبلیغاتی دو بخش بورژوازی ایران را خطاب قرار داده است. بورژواهای دارای قدرت، ولی بی تجربه در لذت. بورژواهای غرق در لذت، ولی فاقد قدرت. بورژواهای امروزی یکی از این دو دسته اند. دسته اول یک تیپ اجتماعی جدید در ایران است. آنها در سالهای جوانی لذت پیشه و لذت گریز بوده اند. دوست دختر نداشته اند. پارتی نرفته اند. خنده، موزیک، رستوران، سیگار خوب، و ... هیچ یک را تجربه نکرده اند. حالا در سنین میان سالی مهمترین مقامات را در اختیار دارند. کارخانه های

دولتی، شرکت های بزرگ انرژی، روابط محکم در سیستم، پول، اقتدار. آنها تازه بورژوا شده اند. رستوران های گران قیمت می روند. باغ های بزرگ خریده اند. ویلاهای شمال کشور مسافرت خارج از کشور. آنها از هم پالکی های جدیدشان قدرتمندترند. آنها اربابان ایران اند. اما تازه در فضای لذت قرار گرفته اند. حوزه لذت غیر دینی است. بورژواهای قدیمی دهه ها است در این فضا قرار دارند اما برای این دسته این حوزه تازه کشف شده است. آنها نا آشنایند. مهم تر از همه، جوانی سپری شده است. فضای جدید حسرت بار است. آنها برای سالها لذت را از دست داده اند. برای جبران باید سرعت به خرج داد. سرعت برای کسب تجربه لذت. بی ام و مادیت

آن است

بورژواهای دسته دوم لذت را تجربه کرده اند. حتی در قلب تهران در دهه ۶۰. آنها موزیک خوب، شراب خوب، پارتی خوب، مهمانی خوب و ... همه را تجربه کرده اند اما فقدان قدرت همیشه جراحی بر این طبقه بوده است. فقدان قدرت به محصور شدن منجر می شود. آنها در حوزه عمومی بی قدرتند. یک بسیجی ۱۴ ساله در خیابان می تواند آنها را تحقیر کند. آنها اقتدار ندارند. آنها تنها در محافل خصوصی و جمع همگون خود می توانند خود را ابراز کنند. آنها به قدرت احتیاج دارند. به حضور مقتدرانه در حوزه عمومی. جداره ای مستحکم تا قدرت را احساس کنند. بی ام و عینیت آن است

۲

شعار تبلیغاتی عصاره ایدئولوژی سرمایه داری است. ایدئولوژی بورژوازی می گوید قدرت و لذت در خرید کالا است. کسی که بی ام و دارد قدرت را احساس می کند. کسی که بی ام و دارد لذت را تجربه می کند. ایدئولوژی بورژوازی می گوید قدرت تملک بی ام و است. نه اینکه بتوانی شغل دلخواه خود را انتخاب کنی. قدرت مشارکت در سازماندهی جامعه نیست. مشارکت در اداره و کنترل کارخانه ها، دانشگاه ها، محله ها و ایالت ها نیست. قدرت در داشتن بی ام و است. و یا در واقع میانجی شما با بی

ام و، یعنی پول. برای داشتن قدرت باید پول داشت نه سندیکا. پول، نه همبستگی. او می گوید لذت در بی ام و است نه در خواندن یک شعر یا گپی با یک دوست. لذت با بی ام و تداعی می شود، نه با خواندن یک رمان خوب یا قدم زدن شبانه در پیاده رویی پرت. از عشق می توان لذت برد اما تنها سوار بر بی ام و. تنها سوار بر پول.

سرمایه داری می گوید لذت یک کالا است. آنرا بخر. قدرت یک کالا است. آنرا بخر.

توده آمبورژوازه ای که هر روز مخاطب این جملات است تنها به کسب پول می اندیشد. توده با خود می گوید من از لذت و قدرت محرومم. اما ندایی از بلندی به من می گوید قدرت را احساس کن. لذت را تجربه کن. او به من می گوید. بی ام و من روزی تو را در آغوش می کشم. اما اکنون با یک پراید قسطی کمی قدرت و کمی لذت را بدست می آورم. من بیشتر کار می کنم. بیشتر وام می گیرم. من شهروند خوب توام ای خدای خوب سرمایه.

۳

ایدئولوژی با این توهم همراه است که تو مخاطب آن هستی. فقط تو. سخنی که تو را خطاب قرار داده به کسی اشاره دارد که تو را برای گفتگو برگزیده است. تو دعوت می شوی به خرید اتوموبیل. تو دعوت می شوی به کسب قدرت. تو لذت خواهی برد. در اجتماعی که فرد تو هیچ اهمیتی ندارد، هیچ توجهی به آن نمی شود، در میان میلیون ها ماشین-نسان دیگر می دود، لا به لای دود و آهن و بتن دیده نمی شود، فردیتی که در مقابل ثروت، منزلت، قدرت ناپیدا شده است، ناگهان مورد خطاب قرار می گیرد. تو لذت را تجربه کن. پس وجد توده ها در جواب دادن به این خطاب بی دلیل نیست. کسی هست که تو را خطاب کرده. تو که بی کس شده ای به او جواب می دهی. مشتاقانه.

اما نه کسی وجود دارد و نه فردی مورد خطاب قرار می گیرد. تنها کلماتی چند بر روی یک تابلو نقش بسته اند و به منظور فروش محصولات یک کمپانی بزرگ در ابعادی چشم گیر بر پلی نصب شده اند. هر کس می تواند از اتوبان همت رد شود و نوشته ها را بخواند. شمای بخصوص هیچ اهمیتی برای بی ام و ندارید. شما برای بی ام و با دیگران یکسانید. سرمایه داری به فردیت شما کاری ندارد. به پول شما کار دارد. بی ام و به پول شما و سرمایه داری ایرانی به پول زدگی شما

۴

ایدئولوژی همیشه توسط تناقضاتش افشا می شود. تبلیغ بی ام و در پر ترافیک ترین نقطه اتوبان همت قرار گرفته تا همگان فرصت توجه به آن را داشته باشند. اما در همان حال توهم بودن خود را نیز افشا می کند. تبلیغ می گوید که با خرید بی ام و قدرت را احساس می کنید، لذت را تجربه می کنید. درست در زمانی که کلافه در ترافیکی گیر کرده اید که به نظر وانشدنی می آید. در وضعیتی که لا به لای هزاران اتوموبیل دیگر در ترافیکی کیلومتری متوقفید و حتی اگر مهم ترین کار جهان را داشته باشید هیچ کاری از شما بر نمی آید. شما مستأصل و بی قدرتید. کلافه و ناراحتید. فرقی نمی کند اتوموبیل شما چه باشد. پیکان یا بی ام و، سرنوشت شما همچون همه است. راهی مخفی یا اختصاصی برای شما دارنده ی خوشبخت بی ام و وجود ندارد. در شبکه مسیرهایی که سرمایه داری طراحی کرده است

شما

قدرت را احساس نخواهید کرد

شما

لذت را تجربه نخواهید کرد

## نقاشی بلاهت

### امین قضائی

همان کارهای روزمره اش ادامه می دهد که گویی همیشه زنده است. تا نوه های خود را بزرگ کند. تصویرگری بروگل تلاش برای نجات از چنین مرگی است، او می خواهد نظام گیز متافیزیکی را بر

این پیرزن، این ابژه و مکانیسم بلاهت اعمال کند. او می خواهد با نگاه یک نقاش، نگاه ابلهانه و مرگبار این پیرزن را به مبارزه طلبد.

در واقع این یک مبارزه است: مبارزه پیرزن با بلاهتش، با بی تفاوتی محض، با خودشیفتگی اش، با تکرارش، با مظلوم نمایی اش (و این مظلوم نمایی بهترین شیوه خود شیفتگی است، یک پیرزن نه با زیبایی بلکه با ضعف و سستی اش نگاهها را به خود جلب می کند. او همیشه با این روش برجسته ترین ابژه است) با عدم اراده به دانستن ندانستن، در برابر هر گونه سوژه خودآگاهی. و بروگل در مقابل، نظامی از نگاه را بنیان می نهد: نگاه پیرزن به سمت راست است و نه به روبرو، نگاه او هرگز با نگاه ما تلاقی نمی کند. گویی او دارد به حرفی کسی گوش می دهد که هیچ از آن سر در نمی آورد. و نگاه نقاش = مخاطب و شناسنده، دقیقا در این تابلو به

صورت پیرزن است. هیچ ابژه برجسته دیگری جز صورت پیرزن وجود ندارد. چنین نمایی نزدیکی از

صورت در حالیکه صورت کاملا حالت نیمرخ دارد، فوراً بیننده را بر می انگیزاند که نگاه زن به تصویر کشیده شده را تعقیب کند. اما نقاشی بروگل کامل به نظر می رسد. هیچ انگیزش یا پرسشی وجود ندارد که پیرزن به چه چیز نگاه می کند. نگاه پیرزن به سوی نیستی است. گیز پیرزن به سوی مرگ است. نشانه مرگ است: درست مثل گیز مدوسا.



دهانی باز، دماغی دراز و چشمانی که هرگز به هیچ جایی نفوذ نکرده اند. هیچ امیدی نیست. منظره کاملی از مرگ = پیرزن. چه چیزی بروگل را واداشت تا این نقاشی را بکشد؟ او همیشه در جستجوی به تصویر

کشیدن بلاهت مردمان بود. و نهایتاً به نظر من موفق ترین کارش را با انتخاب بهترین ابژه به انجام می رساند. بهترین ابژه برای بلاهت: پیرزن.

اما صبر کنید. چرا بهترین ابژه بلاهت، پیرزن است؟ آیا نه بدین خاطر که بهترین شناسنده ما، گیزی است مشتاق تجاوز، نفوذ کردن و شناختن. و چه چیزی برای چنین گیزی شناسنده ای ناگوارتر از آغوش یک پیرزن. اگر شناختن همیشه تصرف کردن، به چنگ آوردن و مبدل نمودن امر مورد شناخت به ابژه تحت مراقبت است پس پیرزن هیچ چیزی برای شناختن ندارد و هیچ امیدی برای نزدیکی بدان.

سئوالم را تکرار می کنم: چه چیزی بروگل را واداشت تا این نقاشی را بکشد؟ این نقاشی تصویرگر مناسبترین ابژه برای نمایش بلاهت نیست، بل تقلایی است برای نجات شناسنده از

مرگ. چه چیزی بروگل را می آزارد؟ زیستن بدون دانستن و مکانیسم بلاهت (بلاهت نه چون ندانستن

محض بل مکانیسمی تا از طریق آن سوژه از ساحت آگاهی از مرگ به سمت بدنی محض عقب نشینی کند) پیرزن، یعنی نهایتاً مرگ به مثابه پیرزن. مرگ به مثابه پیرزن، یعنی فرو رفتن در آغوش ندانستنی محض، فرو رفتن در خدمت نوع. و پیرزن موجودی است که در مجاورت مرگ، چنان می زید، می شورد، می پزد، غیبت و حرافی می کند، چنان براحتی به

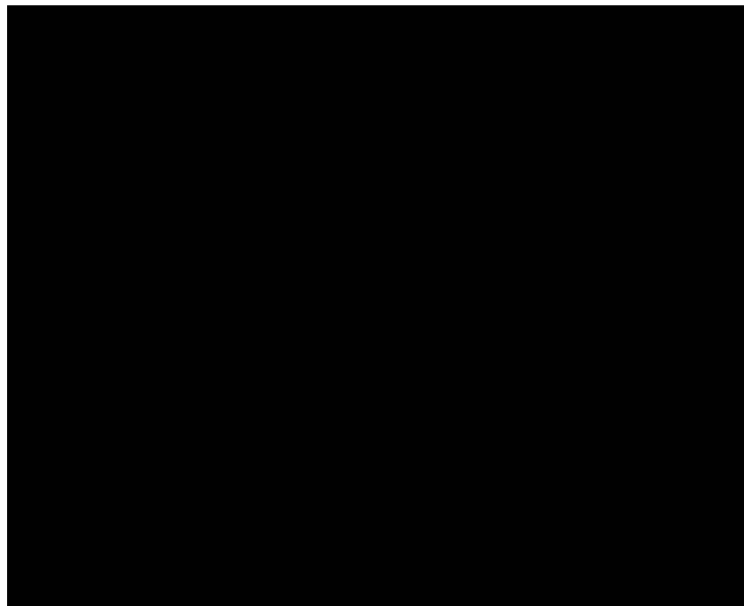
اگر نقاشی بروگل را با قطعه ای که از نقاشی تیسین برش زده ام مقایسه نمایید ، مشاهده می کنید که نگاه زن یا الهه، برخلاف



پیرزن ما را به سوی مقابل هدایت می کند. سه علامت مشخصه بلاهت ، دهان باز، (براستی با دهان باز نمی توان تمرکز نمود. امتحان کنید . ) دماغ دراز و چشمانی بی رمق ، نشانه تاکید بروگل بر بلاهت پیرزن است . و این تاکید بر بلاهت چیزی

نیست جز تاکید بر این اسطوره شناسنده ، که چیزی برای شناختن هم وجود دارد و بلاهت پیرزن به سوی نیستی خودش اشاره دارد. اما هرگز این گونه نیست .

بهترین ابژه= الهه تیسین با نگاهی که ما را به جانب دیگر هدایت می کند ، توهمی از شناخت را موجب می شود. ما به ابژه ای زیبا نگاه می کنیم ، زیبایی ابژه ما را برمی انگیزاند که نگاه و خواست شهوانی او را پی گیریم. اما پیرزن بدترین ابژه است . او را نمی توان جز در این وضعیت کاریکاتوری ترسیم نمود. ابژه ای که تمامی انتظارات ما از ابژه ای شهوت انگیز برای شناخته شدن و نشانه رفتنش را از بین می برد.





## قرائت فردریک جیمسون از پست مدرنیسم

(مطلب پاره ای از مقاله ی «قرائت فردریک جیمسون از پست مدرنیسم» نوشته ی ایرا جرنوس است.)

وحید ولی زاده

تنها ما باید اجزای مختلف جهانمان را بشناسیم بلکه باید تمامیت آن را نیز درک کنیم. ما باید تصویر بزرگ را تا حد ممکن کامل ببینیم. البته ما هرگز آن را تماما نخواهیم دید. همیشه این خطر وجود دارد-آنگونه که فرا روایت ها انجام می دهند- از طریق تشریح آن تصویر بزرگ، برخی از اجزای آن را تحریف کنیم. یک فراروایت یک انتزاع است و همواره در زمانی که ادعا می کند تمام حقیقت را در یک داستان واحد می گوید، کیفیت ساختگی معینی دارد. اما جیمسون می گوید که تحلیل مارکسیستی می تواند ما را بیش از هر داستان دیگری به حقیقت کلی نزدیک کند. به این معنا یک داستان مفید است چرا که نسبت به دیگر داستان ها به ما آزادی بیشتری در جهت کنترل بر زندگی مان می دهد. تحلیل مارکسیستی از کلیت جهان ما با یک فرض اصلی آغاز می شود. اینکه زندگی ما به وسیله ی شیوه ی تولیدی که در جامعه ما وجود دارد شکل می گیرد. شیوه ی تولید به معنی ابزارهای متنوع در دسترس برای تولید کالاها و خدمات ( نیروی کار انسانی، منابع طبیعی، تکنولوژی، سرمایه و ... ) و شیوه های سازماندهی این ابزار است. که شیوه هایی که ما به هنگام استفاده از این ابزارها خود را سازماندهی می کنیم را نیز شامل می شود. یعنی شیوه هایی که ما به عنوان تولید کنندگان و مصرف کنندگان کالاها و خدمات به یکدیگر مرتبط می شویم. ما تنها هنگامی قدرت واقعی داریم که بتوانیم بر شیوه ی تولید خود کنترل داشته باشیم. ما باید قادر به تولید وسایلی باشیم که خودمان واقعا می خواهیم و به شیوه هایی که واقعا دوست داریم. در نتیجه ما باید شیوه های مختلف تولید را مطالعه کنیم و آزادانه

مفهوم کلیت که در واقع یک مفهوم هگلی است، امروزه مورد انتقاد بسیاری از نظریه پردازان قرار دارد چرا که به زعم آنها به توتالیتراریسم منجر می شود. اما جیمسون معتقد است که کلیت هنوز ایده ای ارزشمند است. به این دلیل که ما باید تلاش کنیم تا بفهمیم چگونه تمام اجزاء جهان و تجربه های ما به یکدیگر می پیوندند. چرا؟ به این دلیل که دانش به ما قدرت می دهد. هر چه بیشتر دنیایمان را بفهمیم، انتخاب ها و اعمال خردمندانه ی بیشتری برای بهتر ساختن دنیا خواهیم داشت. اگر ما این اجزاء را در ذهنمان کنار یکدیگر قرار ندهیم به آنها اجازه می دهیم که به شکل کنونی شان بمانند و شکل کنونی آنها رضایتبخش نیست. اقلیتی از انسانها در کل جهان بسیار ثروتمند و قدرتمند هستند. بعضی از مردم ( اکثرا در کشورهای پیشرفته ی صنعتی ) تا حدی مرفه اند و شاید تا حدی در وهم قدرت هستند ( زمانی که رأی می دهند و یا سرمایه گذاری می کنند). اکثریت مردم دنیا فقیراند و یا در حاشیه ی فقر به سر می برند، به لحاظ جسمانی و یا روانی رنجور اند و قادر به هیچ عملی در مقابل این وضعیت نیستند.

جیمسون به عنوان یک مارکسیست چنین می پندارد که انسانها خواهان بیشترین حد ممکن از کنترل بر زندگی خود هستند. این دیدگاه او در مقابل نظریات بسیاری از پست مدرنیست ها است. آنها نگران این هستند که هنگامی که ما برای به دست آوردن کنترل تلاش می کنیم، به طور اجتناب ناپذیری برای تسلط بر دیگران تلاش می کنیم و سعی در حذف تفاوت ها و تنوعات از طریق تحمیل دیدگاه خود به دیگران داریم. اما جیمسون تمایل به این خطر پذیری دارد. او معتقد است که به چنگ آوردن کنترل بر سرنوشتمان بدون تجاوز به آزادی دیگران ممکن است. برای رسیدن به این منظور نه

تصمیم بگیریم که کدام یک را می‌خواهیم و باید قادر به اجرای تصمیماتمان باشیم. منظور از ما در اینجا تمام مردم جامعه است که با یکدیگر کار می‌کنند. تنها راه برای بهبود واقعی جهان این است که همگان در قدرت واقعی سهیم شوند. در غیر این صورت نابرابری، تبعیض و سرکوب ادامه خواهد یافت. نخستین گام به سمت تغییر واقعی، فهم شیوه‌ی رایج تولید و موقعیت ما در آن است. سرمایه‌داری به گونه‌ای پیش رفته است که اغلب ما از عواملی که زندگی ما را کنترل می‌کنند ناآگاهیم. ما نمی‌توانیم کلیت را ببینیم. آن تصویر بزرگ را. در نتیجه ما حتی قادر نیستیم به شیوه‌های نوین تر و رضایتبخش تری از زندگی بیااندیشیم و بدیلی عملی بوجود آوریم. هر شیوه‌ی تولیدی، فرهنگ مسلط ویژه‌ی خود را دارد. سبک زندگی ویژه‌اش را، شیوه‌ی سخن گفتن، مدها، هنرها، مذهب و ... ویژه‌ی خود را. شیوه‌ی تولید و سبک‌های فرهنگی با یکدیگر تغییر می‌کنند. تغییر در فرهنگ ما از مدرنیته به پست مدرنیته، تغییری را در شیوه‌ی تولید منعکس می‌کند.

حدود ۶ دهه‌ی نخست قرن ۲۰ هنوز بخشی از مدرنیته بود. شیوه‌ی تولید در بخش اعظم جهان بر پایه‌ی سرمایه‌داری انحصاری بود. در هر کشوری، معدودی کمپانی‌های بزرگ بر بخش عمده‌ی اقتصاد کنترل داشت و دولت نیز به تداوم سیستم کمک می‌کرد. دولت‌ها نیروهای نظامی خود را برای فتح سرزمین‌هایی به کار می‌بردند که مواد خام و بازار برای محصولات کمپانی‌های بزرگ فراهم می‌آوردند. کشورهای قدرتمند بر سر کنترل کشورهای کوچک تر با یکدیگر رقابت می‌کردند و جهان را به حوزه‌های نفوذ خود تقسیم کرده بودند. عصر استعمار، امپریالیزم و جنگ‌های جهانی بود. تکنولوژی مسلط، ماشین‌ها و دستگاه‌های با نیروی محرکه‌ی الکتریکی بود.

در طی دهه‌های ۵۰ و ۶۰ حداقل سه دگرگونی عمده در شیوه‌ی تولید اتفاق افتاد. نخست توسعه‌ی شگفت‌انگیز شرکت‌های بین‌المللی بود. اغلب کمپانی‌های بزرگ به منظور توسعه در کشورهای دیگر برنامه‌ریزی کردند. اقتصادهای ملی مختلف

شروع کردند به شکل دادن به یک اقتصاد درهم تنیده جهانی. در وهله‌ی دوم، در این اقتصاد جدید بین‌المللی استعمار به شیوه‌ی اروپایی آن‌ها کارآمد شد. شرکت‌های فراملی هنگامی که نخبگان بومی ثروتمند کنترل سیاسی کشورشان را در دست می‌گرفتند ثروت بیشتری بدست می‌آوردند. چرا که معمولاً نخبگان بومی با نخبگان ثروتمند قدرت‌های بزرگ صنعتی همکاری می‌کردند. ایالات متحده آمریکا که اکنون قدرت مسلط جهان شده بود، شیوه‌های دوباره سازمان‌دهی «جهان آزاد» را بر اساس این اصول رهبری کرد. در درجه‌ی سوم، دستگاه‌های با نیروی محرکه‌ی الکتریکی جای خود را به عصر کامپیوتر، رسانه‌های جمعی و پردازشگرهای اطلاعات داد. اکنون ماشین‌ها بیش از آنکه برای تولید محصولات به کار روند برای بازتولید تصاویر (کلمات، عکس‌ها، گراف‌ها و ...) به کار می‌رفتند که حاوی اطلاعات بودند. داده و نه کالا، ارزشمندترین دارایی شد که شرکت‌های بزرگ آن‌ها را کنترل می‌کردند. این سه تغییر انتقال از سرمایه‌داری انحصاری به سرمایه‌داری فراملی یا متأخر را مشخص می‌کنند. مدرنیسم فرهنگ سرمایه‌داری انحصاری بود. پست مدرنیسم فرهنگ سرمایه‌داری فراملی یا متأخر است. البته این نکته به این معنا نیست که همه چیز در فرهنگ ما پست مدرن است. هنوز عناصر بازمانده‌ی زیادی از مدرنیسم با ما است. همچنین بذرهایی در حال ظهور اشکال فرهنگی آینده و بعد از پست مدرنیسم نیز وجود دارد. اما پست مدرنیسم نیروی مسلط در فرهنگ ما است. نیرویی است که هر کس و هر چیز با آن رو به رو است. همانطور که سرمایه‌داری سعی دارد تمام نیروهای تولید را تحت کنترل خود در آورد، همانطور نیز پست مدرنیسم سعی دارد تمام فرهنگ را تحت کنترل خود درآورد. در واقع پست مدرنیسم ارتش فرهنگی سرمایه‌داری امروز است. نیرومندترین ابزار سرمایه‌داری برای تسلط بر زندگی ما است. و کاملاً نیز موفق است. خصوصیات فرهنگ مدرن به سرعت با فرهنگ پست مدرن جایگزین می‌شوند. سرمایه‌داری متأخر و پست مدرنیسم کیفیات خوب و بد تومانی دارند. آنها به شیوه‌هایی آزادی و

تصویر حریق اتوموبیل‌ها در پاریس، نمونه‌ی هنر خیابانی و ناپایداری است که از جنس زندگی غارت شدگان جامعه‌ی سرمایه‌داری است. شورش و انقلاب، پیوند دهنده‌ی زندگی و هنر حاشیه‌نشینان است. سنگر جوانان مهاجرفرانسه بدیل‌گالی‌های پر زرق و برق بورژواهاست. آرت کالت این نقاشان زندگی مدرن را می‌ستاید و به وزیر کشور فرانسه می‌گوید:

**بروگمشو**

**آبان ۸۴-نوامبر ۰۵**

شادمانی انسان را محدود می‌کنند. به شیوه‌هایی نیز آزادی و شادمانی را افزایش می‌دهند. در نتیجه به سادگی نمی‌توان پست مدرنیسم را محکوم و یا ستایش کرد. بلکه بیش از هر چیز باید آن را تا حد ممکن دقیق تحلیل کرد. چرا که بهترین کلید برای واقعیت جامعه‌ی ما است. آنچه ما برای فهم هر چه بیشتر پست مدرنیسم به آن محتاجیم، پیوند پیچیده‌ای میان شیوه‌ی تولید در سرمایه‌داری متأخر و اشکال فرهنگ امروز است. اگر ما قطعات پازل واقعیت معاصر را کنار یکدیگر بچینیم، می‌توانیم هوشمندانه درباره‌ی واقعیت‌مان فکر کنیم. می‌توانیم درباره‌ی آنچه دوست داریم تصمیم بگیریم، درباره‌ی آنچه می‌خواهیم تغییر کند و اینکه با یکدیگر چگونه کار کنیم تا آن تغییر را به وجود آوریم.

کتاب پست مدرنیسم یا منطق فرهنگی سرمایه‌داری متأخر با این کلمات شروع می‌شود: «مطمئن‌ترین راه برای فهم مفهوم پست مدرنیسم، تلاش برای فکر کردن به آن به شیوه‌ی تاریخی است، آنهم در زمانه‌ای که در وهله‌ی نخست تاریخی اندیشیدن فراموش شده است.» به بیان دیگر ما برای پیدا کردن معنای واقعی اکنون پست مدرن، باید آن را به گذشته ارتباط دهیم. ما باید اکنون را به صورت فصلی از داستان دنباله‌دار تمدن بشری ببینیم. اگر ما بتوانیم بفهمیم که چگونه تغییرات تاریخی گذشته منتهی به حال شده است، می‌توانیم درباره‌ی اینکه در آینده به کجا می‌رویم و یا باید به کجا برویم، شناخت کسب کنیم. اما تاریخ به نوع جدیدی از فرهنگ منتهی شده است. فرهنگ کنونی پست مدرن. که تقریباً به طور کلی گرایش دراز مدت تاریخ را نادیده گرفته است. در نتیجه، پیوند برقرار کردن میان حال با گذشته و یا آینده مشکل شده است. پست مدرنیست‌هایی که فراروایت‌ها را طرد می‌کنند، تاریخی اندیشیدن را نیز طرد می‌کنند، چرا که فراروایت‌ها معمولاً داستان‌هایی درباره‌ی معنای تغییرات در تاریخ اند.

**آرت کالت را به دوستانتان**

**معرفی کنید**

**با فرستادن آدرس ایمیل**

**خود به آدرس آرت کالت**

**شماره‌های جدید آن را**

**دریافت کنید**

**[E\\_artcult@yahoo.com](mailto:E_artcult@yahoo.com)**