

واقعیت رسانه و توده در حاد واقعیت بودریار

غلامرضا پرهیزکار*

چکیده

بودریار که در آثار اولیه خود در مرحله گذار از مارکسیسم قرار دارد، توصیف روشن و کارآمدی از جامعه مصرفی به عنوان ویژگی مهم سرمایه داری جدید ارائه می‌دهد. او پس از مجهز شدن به مفاهیم و نظریات مربوط به تکنولوژی و جامعه مصرفی و با آغاز عصر اطلاعات، به سراغ آن می‌آید تا آن را در ارتباط با مفاهیم پیشین تحلیل کند و نتیجه ترکیب عملی تکنولوژی، جامعه مصرفی و عصر اطلاعات، او را به مشاهده جامعه جدیدی می‌کشانند که عده‌ای آن را پُست مدرن نامیده‌اند. بودریار الگوی کامل این جامعه را آمریکا می‌داند و تلاش می‌کند به کمک مفهوم مهم خود، یعنی حاد واقعیت و نیز توجهش به تکنولوژی‌های جدید، رسانه‌ها و توده به توصیف وضع جدید پیش آمده یا در حال وقوع بپردازد. این مقاله، ضمن نگاهی توصیفی به سیر تحول اندیشه بودریار، به مفهوم کلیدی اندیشه او یعنی حاد-واقعیت پرداخته، سپس به تصویری که وی از رسانه و فروپاشی معنی و زایل شدن امر اجتماعی و نهایتاً شکل‌گیری توده بر اساس مفهوم حاد-واقعیت ارائه می‌دهد، توجه شده است. سرانجام، با رویکردی انتقادی برخی دیدگاه‌های وی مورد بازخوانی قرار گرفته است.

کلید واژه‌ها: جامعه مصرفی، حاد واقعیت، رسانه، معنی، توده.

مقدمه

ژان بودریار^۱ به عنوان یکی از شخصیت‌های پست مدرنیسم، با مارکسیسم شروع کرد. تجربه وی از شورش ماه مه ۱۹۶۸ فرانسه زمینه خوبی برای احساس نیاز به تجدید نظر در دستاوردهای مارکسیسم برایش فراهم ساخت. هرچند در آن دوره، آغاز با مارکس، انتقاد از مارکس و عبور از او به یک مد تبدیل شده بود همچون همان مراسم آیینی بلوغ برای نوجوانان برخی قبایل که اینک افراد اندیشمند برای اثبات توانایی علمی خود، باید عبور از مارکس را به دیگران نشان دهند. اندیشه‌ها و نوشته‌های بودریار حتی در آخرین آثارش نیز به نوعی متأثر از مارکسیسم باقی ماند؛ بدین گونه که مفاهیمی ضد مارکسیستی ارائه کرد. توجه به شیوه مصرف (نشانه‌ها) به جای شیوه تولید، عرضه تصویری جدید از توده، جدایی توده از روشنفکران و عدم امکان نفوذ در توده‌ها و مهیا سازی آنها برای انقلاب و... از جمله توجهات ضد مارکسیستی وی می‌باشد. دیدگاه‌های بودریار را می‌توان خوانشی مارکسیستی مربوط به ما بعد دوران صنعتی و عصر اطلاعات به حساب آورد. بودریار برای این خوانش جدید از ساختارگرایی و نشانه‌شناسی و همچنین دیدگاه‌های مک لوهان استفاده کرد. سلطه رمزگان بر زندگی بشر، از کلیدی‌ترین ابزارهای مفهومی مورد توجه بودریار است. شاید روشن‌ترین شاخصه دوران پست مدرن از منظر بودریار را باید همین ویژگی رمز گونگی آن قلمداد کرد. البته بودریار از واژه پست مدرن کمتر استفاده کرده است.

انتقال به جامعه مصرفی

صنعتی شدن با افزایش تولید همراه گردید و تکنولوژی امکان تولیدات گسترده و یکسان را فراهم کرد. در آن زمان، اصل تولید به مسئله جدیدی تبدیل شد و تمام تلاش‌ها صرف حل همین مسئله می‌گردید. تقاضای بازار در اولویت دوم قرار داشت. در این دوره، شیوه تولید که مورد توجه مارکس نیز قرار گرفت، اولویت و مسئله نخست نظام سرمایه داری به حساب می‌آمد. اما با رشد صنعت و افزایش تولیدات، ایجاد تقاضا برای کالاهای تولیدی به امری مهم بدل گردید. اگر مصرف کننده ای نباشد، جامعه صنعتی در خطر اضمحلال خواهد بود. در این وضعیت، تولید تقاضا به جای تولید کالا به مسئله اول تبدیل گردید^۳ تلاش‌ها برای رفع این مشکل، که اتفاقاً با موفقیت نیز همراه بود، به ایجاد جامعه مصرفی

انجامید. انسان‌هایی به وجود آمدند که مصرف کردن به اولویت نخست آنان تبدیل گردید. در شرایط جدید توجه به شیوه تولید برای فهم نظام مبتنی بر سرمایه کافی نیست و به جای شیوه تولید، باید به شیوه مصرف پرداخت. از این رو، بودریار جامعه مصرفی و اقتضات آن را مورد توجه قرار داد. وی در چند کتاب نخست خود، همچون «نظام ابژه‌ها»، «جامعه مصرفی» و «آئینه تولید» و به کمک نظریات نشانه‌شناختی، ایده جدید خود را مطرح ساخت تا در آینده دیدگاه‌های پُست مدرنی خود را بر پایه آن استوار سازد^۴.

تبارشناسی ارزشی اشیاء

برای فهم اندیشه بودریار، توجه به دسته بندی تاریخی وی از اشیاء، بر اساس نوع ارزشی که یافته اند، مفید خواهد بود. وی در تبارشناسی خود از اشیاء، چهار یا پنج گونه ارزش را به اشیاء در دوره‌های مختلف تاریخی نسبت می‌دهد. دو گونه اول را مارکس مطرح کرده بود و گونه سوم را از موس و باتای گرفت و گونه چهارم و پنجم را متأثر از نشانه‌شناسی و نیز متأثر از تحولات تکنولوژیکی و فرهنگی جدید مطرح نمود و آنها را به دوره‌های مختلف تاریخی نسبت داد. پنج نوع ارزشی که بودریار برای اشیاء بر می‌شمارد عبارتند از:

- الف. ارزش مصرفی: ارزش مصرفی معادل فایده ای است که یک شیء دارد و نیازهای معینی را ارضا می‌کند. شیء در منطق فایده به ابزار تبدیل می‌شود.
- ب. ارزش مبادله‌ای: ارزش مبادله ای یک محصول، ارزش بازاری آن است که با قیمت اندازه گیری می‌شود. شیء دارای ارزش مبادله ای همان شیء کالایی شده مارکس است. شیء در منطق بازار به کالا تبدیل می‌شود.
- ج. ارزش نمادین: در ارزش نمادین فایده شیء یا قیمت آن موضوعیت ندارد و اهمیتی درجه دوم می‌یابد. آنچه مهم است نقش نمادینی است که ایفا می‌کند. برای مثال، حلقه ازدواج بیانگر یک رابطه دو سویه بین دو شخص است. در منطق هدیه شیء به یک نماد تبدیل می‌شود.

د. ارزش نشانه‌ای: در ارزش نشانه‌ای که متأثر از ساختارگرایی و نشانه‌شناسی است، هیچ شیء جدا از دیگر اشیاء وجود ندارد. این نکته که اشیاء با هم متفاوتند؛ در فهم آنها نقشی تعیین کننده دارد. همین بعد تمایز یافتگی و متفاوت بودگی اشیاء باعث شده تا در جامعه مصرفی جدید، نقشی دیگر بر عهده گیرند. اشیاء به دلیل تفاوت هایشان مثلاً

تفاوت ناشی از مارک، درجات ارزشی متفاوتی می‌یابند. این درجات متفاوت ارزشی به افراد استفاده کننده از آن اشیاء منتقل می‌شود. به بیان دیگر، اشیاء به افراد واجد آنها منزلت‌های خاص اجتماعی می‌دهند. به طوری که این ویژگی بر اصل فایده آنها و ارزش مصرفی شان تقدم می‌یابد. در یک جامعه مصرفی، اشیاء صرفاً مصرف نمی‌شوند. آنها بیش از آن که برای ارضاء یک نیاز تولید شوند، برای دلالت بر یک منزلت اجتماعی تولید می‌شوند. بنابر این، در یک جامعه مصرفی و در منطق تفاوت اشیاء به نشانه تبدیل می‌شوند.

ه. ارزش رمزی: ارزش رمزی را می‌توان به عنوان نوع پنجم و مهم‌ترین نوع ارزشی به حساب آورد که بودریار برای اشیاء و ابژه‌ها در نظر می‌گیرد و آن را در «مبادله نمادین و مرگ» مطرح می‌سازد. وی معتقد است این نوع ارزش در دوران معاصر - که به پست مدرن معروف شده - سلطه یافته است. دوران رمز، دوران نشانه را که برای مشخص ساختن تمایز میان افراد و مشخص ساختن آنان بود پشت سر می‌گذارد. ویژگی دوران جدید در این نکته نهفته است که رمزها می‌توانند از واقعیات تمایز یابند و مستقل از آنها به حیات خود ادامه دهند.^۹ این امر، همان نقطه محوری است که دیدگاه‌های بودریار بر پایه آن می‌چرخد و به زعم او همین امر، نقطه عطفی در زندگی بشر امروزی به حساب می‌آید. توضیح بیشتر در ادامه خواهد آمد.

حاد - واقعیت

حاد واقعیت ترجمه اصطلاح (hyper-reality) است که از سوی بودریار به کار رفته است. این اصطلاح را به چند گونه به فارسی ترجمه کرده‌اند. فرا واقعیت، فزون واقعیت و حاد واقعیت از نمونه ترجمه‌های آن است. در این میان، احتمالاً حاد واقعی یا واقعیت تشدید یافته با مراد بودریار سازگاری بیشتری داشته باشد. با توجه به عبارتهای مختلف بودریار می‌توان گفت: او حاد واقعی را امری به غایت شبیه امر واقعی، بلکه عین امر واقعی و تسخیر کننده جایگاه آن می‌داند. به طوری که حاد واقعی غیاب و نبود امر واقعی را پنهان می‌سازد. کسی متوجه این جا به جایی و این پنهان کاری نیست. در این حالت، حاد واقعی، واقعی تر از امر واقعی می‌شود. به بیان دیگر، چنان ماهرانه جایش را اشغال می‌کند که واقعی تر از خود آن جلوه‌گری می‌نماید. البته حاد واقعی، نه تنها جای امر واقعی را

می‌گیرد، بلکه هیچ ربطی هم بدان ندارد؛ یعنی رونوشتی از امر واقعی نیست. بدل ظریف و واقع نمای آن نمی‌باشد. حاد واقعی به چیزی ورای خود ارجاع نمی‌یابد و امری خود بنیان است.

نکته اساسی در طرح مفهوم حاد واقعی از سوی بودریار، رابطه و نسبتی است که وی میان واقعیت و بدل‌های آن، که به وسیله بشر و به مدد تکنولوژی ساخته شده است، برقرار می‌سازد. در واقع، بودریار در این جا نیز به نوعی تبارشناسی در خصوص بدل‌های امر واقعی دست می‌زند. وی در ابتدا متأثر از فوکو بود. در همین تبارشناسی وقتی به مرحله حاد واقعی پا می‌گذارد، جایی که -در برداشت بسیاری- دست از واقعیت می‌شویید- از فوکو جدا می‌شود. همانطور که پیش از آن از مارکس جدا شده بود. وی در یک تقسیم بندی، سه نوع بدل یا وانموده از واقعیت را، که به تدریج ارتباط خود را با واقعیت منقطع می‌سازند، مطرح می‌کند. به طوری که در مرحله پایانی به کلی از واقعیت جدا می‌شود و راهی جداگانه و مستقل می‌پیماید. وی در « مبادله نمادین و مرگ » و در ذیل عنوان نظم وانموده‌ها، سه نوع یا سه سطح نظم برای وانموده‌ها بر می‌شمارد.

الف. جعل: که مربوط به دوره رنسانس و آغاز انقلاب صنعتی است. این نظم در سطح قانون طبیعی ارزش یا همان ارزش مصرفی عمل می‌کند.

ب. تولید: این نظم در دوران صنعتی سلطه داشت و در سطح قانون بازاری ارزش عمل می‌کند. (ج) وانمایی: این نظم مربوط به دوران کنونی است و در سطح قانون ساختاری ارزش، که رموزها سلطه می‌رانند، عمل می‌کند^۷

در سطح اول، به راحتی می‌توان نسخه بدلی را از واقعیت تشخیص داد. در سطح دوم، هر چند مرزهای بین بدل و واقعیت محو می‌شوند، اما هنوز واقعیت وجود دارد. در سطح سوم، که مختص جهان پست مدرن است، دیگر تقابلی بین بدل و واقعیت وجود ندارد. در چنین حالتی، بدل جایگزین واقعیت می‌شود. به عبارت دیگر، فقط فرا واقعیت وجود دارد... فرا واقعیت نتیجه کاربرد تکنولوژی‌های پیشرفته و رمزگزاری هاست. رموزها امکان باز تولید پدیده‌ها را همزمان با نادیده گرفتن واقعیت فراهم می‌کنند.^۸

بودریار در وانموده‌ها شمایل و بت را مثالی برای وانموده می‌آورد که جای خدای واقعی را می‌گیرند و گویی همین‌ها اصلند و خدایی وجود ندارد. وی خروش شمایل شکنان برای از میان بردن تصاویر را ناشی از درکشان از قدرت متعالی وانموده‌ها می‌داند که چنین قدرتی می‌تواند خداوند را از آگاهی انسان‌ها پاک نماید.^۹

وی در ادامه همین نوشتار، مراحل زنجیرواری را که تصویر پشت سر می‌گذارد تا به حاد واقعی برسد این گونه بر می‌شمارد:

الف. تصویر بازتابی از واقعیتی ابتدایی است. ب. تصویر واقعیتی ابتدایی را می‌پوشاند و تحریف می‌کند. ج. تصویر غیاب واقعیتی ابتدایی را می‌پوشاند. د. تصویر هیچ گونه مناسبتی با هیچ واقعیتی ندارد و وانموده‌ای ناب از خودش است.

در مرحله اول، تصویر جلوه ای نیک است و بازنمایی در اینجا متعلق به نظام عشاء ربانی است. در مرحله دوم، تصویر جلوه ای است اهریمنی و متعلق به نظام پلیدی. و در مرحله سوم، تصویر خود را به منزله یک جلوه می‌نمایاند و متعلق به نظام جادوگری است. اما در مرحله پایانی، تصویر دیگر به هیچ رو از آن نظام جلوه‌ها نیست، بلکه به نظام وانمودن تعلق دارد. ورود به عرصه ای که گستره نشانه‌ها به جای آن‌که چیزی را پنهان کند. هیچ را پنهان می‌کند. در واقع ورود به عصر وانموده‌ها است؛ عصری که در آن درست را از نادرست و امر واقعی را از احواء مصنوعی آن نمی‌توان باز شناخت. و این به دلیل جدایی رمزگان و دال‌ها از واقعیت‌ها و مدلول‌های خود است. رمزگان می‌توانند مستقل از واقعیات و با تکیه بر یکدیگر به حیات خود ادامه دهند و به بازتولید دست بزنند، بدون آنکه نیازی به امر واقعی داشته باشند. رمزگان به شبیه سازی واقعیت رو می‌آورند و در مراحل بر واقعیت نیز پیشی می‌گیرند و با حضور همه جایی و با وجود واقعیت‌گون خود، عرصه را بر امر واقعی تنگ می‌سازند. سرانجام، این حاد واقعی است که وجود و حضور دارد و نه امر واقعی.

دنیایی که بودریار برای خود ساخته یا معتقد است در خارج شاهد پیدایش و حضور آن است، دنیایی است که به کمک رمزگان و تکنولوژی، بویژه تکنولوژی رسانه ای ساخته و پرداخته شده است. در واقع، منشأ اصلی خلق حاد واقعیت را رسانه و سلطه رمزها می‌داند. در عین حال، عرصه حضور حاد واقعی را صرفاً در صفحه و شبکه نمی‌بیند، بلکه همه زندگی را اعم از اقتصاد، سیاست، اجتماع و ... متأثر و مملو از حادهای واقعی می‌یابد. گزارشگر تلویزیونی که صحنه آرام پس از آشوب خیابانی را نشان می‌دهد، اما می‌گوید: بیم آن می‌رود که شبانه آشوب از سر گرفته شود. در این صورت، آیا آشوب‌گران به دلیل همین جملات، آن پیش‌گویی را محقق نمی‌سازند؟ یا رأی دادن در انتخابات، ناشی از تبلیغات و سیاست سطحی است یا نتیجه سیاست واقعی؟ آیا امروزه غذا، فقط غذا است یا

با سبک زندگی، که حاصل عمل رسانه ای است، پیوند خورده است. در این گونه موارد، مرز میان امر واقعی و حاد واقعی از بین رفته است و واقعیت بر طبق رمزها ساخته می‌شوند؛ رمزهایی که در سیاست، در آموزش و پرورش، صنعت، زندان، معماری، کالاهای مصرفی، نظر سنجی‌ها و غیره ساخته می‌شوند. نکته قابل توجه در این سخن اینکه گلن وارد در ادامه روایت خود از بودریار، به سبک استدلال فوکو می‌افزاید: به کمک این رمزها و نحوه ساختشان، مردم دسته بندی می‌شوند و نظم اجتماعی واقعی را می‌سازند و از این نکته که رمزها سازنده نظم اجتماعی اند، نتیجه می‌گیرد که رمزها یا حاد واقعی، بر امر واقعی پیشی می‌گیرند. از سوی دیگر، می‌گوید تمامی رمزها از این جهت که بر مردم واقعی اثر می‌گذارند، با واقعیت در تماس هستند. ^{۱۲} بودریار در مثال خود، دربارهٔ صحنه سازی برای یک سرقت مسلحانه، که به برخورد پلیس و ... می‌انجامد می‌گوید: وانمودی و تصنعی بودن را از شما نخواهند پذیرفت. در این جا امر وانمودی چنان حقایقیت یافته و وجودی چون امر واقعی پیدا نموده که پلیس در برخورد با این صحنه، واقعاً شلیک می‌کند و ادعای تصنعی بودن از شما پذیرفته نمی‌شود. در این جا، با یک امر حاد واقعی مواجهه هستیم که به مثابه یک عین واقعی و در ترکیب با واقعی‌های دیگر قرار گرفته است. ^{۱۳}

سرنوشت معنا در رسانه

پیشینه نظرات بودریار درباره رسانه را می‌توان در نظریات مدرنیستی هنر مشاهده کرد. نظریات مدرنیستی هنر، این احساس را تقویت کرده‌اند که یک اثر هنری را می‌توان و باید بر اساس قاعده و اصول خود آن و بدون مراجعه به سایر اشیاء در جهان تجربه کرد. ... آثار هنری به نوعی حضور خود را می‌تابانند. ^{۱۴} بحثی که امبرتو اکو دربارهٔ تلویزیون جدید دارد نیز در همین راستا قابل ارزیابی است. اکو می‌گوید: تلویزیون چنان در خود فرو رفته و در مداری بسته به فعالیت مشغول است که کاملاً ارتباط آن با جهان خارج قطع شده است. وی به برنامه‌هایی مثال می‌زند که حول خود تلویزیون می‌چرخد؛ همچون مصاحبه با بازیگران تلویزیونی، مستند تلویزیونی دربارهٔ برنامه‌های تلویزیونی و غیره. در نظر اکو، اغلب چیزی ارزش خبری می‌یابد که از آن فیلم برداری شده باشد. جالب و جذاب بودن، نه در آن چیزی است که در تلویزیون ظهور می‌یابد، بلکه در خود واقعیت ظهور تلویزیونی است. اکو از این طریق به تلویزیون اصالت می‌دهد و آن را دنیایی در خود فرو رفته و بسته

می‌داند، به طوری که دیگر فضای چندانی برای جهان واقعی باقی نمی‌ماند. بودریار همین مسیر را ادامه می‌دهد. اما در آن گامی از اکو فراتر می‌گذارد.^{۱۵}

مباحث رسانه‌ای بودریار متأثر از دیدگاه‌های مک لوهان در خصوص نقش تکنولوژی رسانه‌ای و این‌که «رسانه همان پیام است» شکل گرفت. البته وی بر چشم انداز مک لوهان به تکنولوژی رسانه‌ای نمی‌ایستد و از آن نیز عبور می‌کند.

بودریار تعبیر «رسانه همان پیام» است را برای تحلیل مصرف به کار می‌برد و می‌گوید: پیامی که رمز گشایی و مصرف می‌شود، مفهوم آشکار اصوات و تصاویر نیست، بلکه این پیام الگوی مقید کننده‌ای از تفکیک واقعیت به نشانه‌هایی متوالی و معادل است. در رسانه همه چیز در چارچوب الگوی مصرف قرار می‌گیرد. بودریار در توضیح این سخنان می‌گوید: در رسانه‌ها شاهد گسستگی نشانه‌ها و پیام‌ها از یکدیگر هستیم. رسانه‌ها انواعی از نشانه‌ها با پیام‌های متضاد را در برنامه‌های خبری، تفریحی، مستند، گزارش‌ها، فیلم‌ها، مناظرات سیاسی و غیره و به کمک توانمندی‌های فنی رسانه‌ای و به صورت متوالی در کنار هم می‌چینند. روند کلان این پیام‌های متوالی، یک تأثیر کلی دارد که ما را به مصرف صرف می‌کشانند. با توجه به منفعت احساسی و منحصر به فرد گفتمان مصرف، دیگر گفتمان‌ها به نفع آن کنار می‌روند. وضعیت‌های تأثیر آور و وقایع غیر منتظره، که به سرعت و به وفور در اختیار مخاطب گذاشته می‌شود، به گفتمان کالایی منتقل می‌شود. ناملایمات از طریق تدوین خنثی می‌شوند. همین ناملایمات برای مصرف آماده می‌شوند. حادثه تاریخی با یک نمایش جنجالی کاذب برابری می‌یابد. بنابراین، پیام تلوزیون تصاویر ارسالی نیست، بلکه روش‌های جدید ارتباط و درکی است که تحمیل می‌کند. در این جا، شاهد یک نظام خوانش هستیم که آنچه در آن مهم است، انسجام درونی این نظام خوانش است و حقیقت جهان یا تاریخ آن دیگر مطرح نخواهد بود. در این وضعیت، می‌توان گفت رسانه خود را به شکل پیام بر مخاطب تحمیل می‌کند.^{۱۶} با این توضیحات، می‌توان گفت ما با رسانه و نشانه‌های آن سر و کار داریم؛ اما معنی و پیامی که از رسانه دریافت می‌کنیم، معنی و پیام آن نشانه‌ها نیست. در این جا، معنا می‌میرد و ما به یک مصرف کننده نشانه‌ها که از مصرف آنها لذت می‌بریم، تبدیل می‌شویم. برای ما، دیدن صحنه مجروح شدن یک گاو باز اسپانیایی به دست گاو یا کشته شدن افرادی در یک نزاع قبیله‌ای در آفریقا با دیدن

صحنه‌های یک فیلم جنگی تفاوت چندانی ندارد. بمباران اطلاعاتی رسانه‌ها، ما را با طیف گسترده‌ای از مسائل متنوع و امور در واقع مهم مواجه می‌سازد که با آنها بیگانه ایم یا برای ما مهم نیستند. تبلیغات کلاس کنکور، نزاع در آفریقا، پوشک بچه، سیل در پاکستان، نوسانات بازار بورس در اروپا و موارد دیگر را همگان از تلویزیون می‌بینند و می‌شنوند، اما همه نسبت به همه این امور تعلق خاطر ندارند؛ با توجه به مشغله‌های شان در زندگی روزانه و واقعی و یا آرمان هایشان، ممکن است تنها برخی از اینها برای شان مهم باشد و نه همه آنها و توجه جدی شان ممکن است تنها به بخشی از پیام‌ها جلب شود و نه همه پیام‌ها. از این رو، گاه همه پیام‌های متنوع و مسلسل را در شکل یک پیام بازرگانی و برای لذت بصری آن می‌بینند و نه برای درک پیام آشکار آن.

در نگاه مک لوهان، رسانه امتداد حواس انسان است. برای مثال، تلویزیون امتداد بصر است؛ یعنی آنچه تا پیش از تلویزیون و به کمک چشمانمان می‌دیدیم، با حضور تلویزیون گسترش کمی و کیفی می‌یابد. در واقع، انسان به رشد و سعه وجودی بیشتری می‌رسد و از طریق رسانه با امر واقعی ارتباط بیشتری برقرار می‌سازد. چنان که روشن است، نگاه مک لوهان به تکنولوژی‌های رسانه‌ای و تلویزیون، نگاهی خوش بینانه و در راستای ارتباط گسترده تر با عالم خارج است. نهایت این که این درک متأثر از رسانه خاصی که مورد استفاده قرار می‌گیرد، صورت می‌پذیرد و رنگ و لعاب آن را می‌گیرد. اما بودریار به دلیل تعریف متفاوتی که از انسان دارد، نه تنها رسانه را عامل توسعه وجودی انسان مدرن نمی‌داند، بلکه به کلی مخرب آن و سازنده هویتی جدید برای انسان می‌شمارد؛ انسانی که دیگر در دنیای امور واقعی به سر نمی‌برد و به الزامات آن تن نمی‌دهد. رسانه بودریاری، به جای فراهم سازی امکان تماس و مشاهده بیشتر جهان خارجی، انسان را به جهان حادث‌های واقعی می‌کشاند و از جهان امور واقعی دور می‌سازد. در این جهان، جدید، معانی و امور واقعی در زوال می‌آسایند و حیات و نمو خود را به رمزها عطا می‌نمایند. در توضیح مرگ معناها و حیات مستقل رمزها، می‌توان این نکته را افزود که وقتی انسان‌ها خلُق و خوی مصرفی به خود می‌گیرند و اصل مصرف موضوعیت می‌یابد، مصرف باید به عنوان یک قاعده حیاتی و به هر قیمتی، تحقق حتمی یابد. از سوی دیگر، حجم وسیع رمزگان قابل مصرف نیز بر انسان‌ها هجوم می‌آورند. در این حالت، انسان‌ها با مشکل کوتاه شدگی زمان

مواجه می‌شوند؛ بدین معنا که هضم رمزهای فراوان، متنوع و گاه پیچیده و متعارض و درک درست معانی آنها در بازه زمانی اندکی، که در اختیار انسان‌ها قرار می‌گیرد، امکان پذیر نمی‌باشد، هنوز پیام‌های سابق جذب نشده، پیام‌های جدید از راه رسیده است. نتیجه این امر، عقب افتادن از معانی، رها سازی آنها و بسنده کردن به ظاهر رمزها خواهد بود. مثال برای این نوع جدا افتادن مدلول از دال خود، فردی است که متنی را در ابتدا با تأمل و تأنی و برای فهم معنی می‌خواند، اما وقتی از درک معانی آن متن در می‌ماند، به تدریج بر سرعت خواندن می‌افزاید. سرانجام، در یک عمل طوطی وار به مصرف کلمات رو می‌آورد. نکته مذکور می‌تواند دلیلی دیگر بر این سخن بودریار باشد که ما در دنیایی به سر می‌بریم که در آن، اطلاعاتی هر چه بیشتر و معانی هر چه کم تر وجود دارد.^۷ فرضیه بودریار این است که اطلاعات همبستگی الزامی و اکیدی با دلالت دارد. بدین نحو که اطلاعات مستقیماً مخرب معنا و دلالت بوده یا آن‌که آن را خنثی می‌سازد.^۸

بودریار مدعای خود را به گونه ای دیگر نیز پی می‌گیرد. وی در بحث‌های خود به کثرت دال‌ها و تسلسل آنها می‌پردازد. نتیجه این کثرت و تسلسل آن است که دال‌ها در یک گردش پایان ناپذیر و در یک حرکت دوری هر یک به دیگری اشاره خواهد داشت و هر یک اعتبار خود را از دیگری و با تکیه بر دالی دیگر به دست می‌آورد. نتیجه این حرکت دوری فراموشی مدلول و معنا و بازی خوردن در جهان دال‌ها خواهد بود.^۹ وی منکر وقوع جنگ خلیج فارس شد و آن را صرفاً نمایشی رسانه ای دانست. از جمله استدلال‌های بودریار برای این ادعا آن بود که اطلاعات ما از وقوع این جنگ از طریق شبکه سی ان ان بود که ۲۴ ساعته به پخش اخبار جنگ مبادرت می‌ورزید و استناد اخبار و گزارش هایش به خبرنگاران و گزارشگران خود و خبر و گزارش‌های پیشینش بود؛ یعنی ما صرفاً با مجموعه‌ای از دال‌ها مواجه بودیم که در یک حرکت دوری از یکدیگر کسب اعتبار می‌کردند.

بودریار در استدلالی دیگر به مسئله پیش گویی صادق در رسانه و تبلیغات می‌پردازد. پیش گویی صادق آن نوع پیش گویی است که به صرف گفته شدن حتماً محقق خواهد شد. همچون برخی شایعات، مثل کمیاب شدن کالایی در بازار در آینده نزدیک، که به صرف شیوع یافتن آن در جامعه آن شایعه تحقق می‌یابد. بودریار در استدلال خود می‌گوید: تبلیغات در کار خود به دروغ متوسل نمی‌شود و اصلاً کاری به صدق و کذب و حقیقت و

خطا ندارند. منطق عملگری آن ورای حقیقت و خطا است که مربوط به امر واقعی است. هنر تبلیغات چی‌ها در این است که طوری حرف می‌زنند که نه راست است و نه دروغ، نه درست است و نه خطا. تبلیغات به هیچ حقیقت پیشینی اشاره نمی‌کند، بلکه با ایجاد امید و علاقه نسبت به یک امر آن را به وجود می‌آورد؛ به این نحو که کالا را به یک شبه واقعه ای تبدیل می‌سازد که با حمایت مصرف کننده از گفتمان آن، به رویداد واقعی زندگی روزمره تبدیل می‌شود.^{۲۰}

با این بیان روشن می‌شود که رسانه با منطق خاص خود، که ورای حقیقت و خطا است و هر دو مربوط به امر واقع است، محصولات خاص خود را تولید و زندگی خارجی را بر اساس آن شکل و نظم می‌دهد و با سلطه هر چه بیشتر رسانه، دیگر جایی برای امر واقعی نخواهد ماند. رسانه همه امور را می‌سازد؛ اموری که ماهیتاً حاد واقعی‌اند و نه واقعی.

زوال امر اجتماعی و شکل‌گیری توده

در واقع، وقتی دال‌ها از معانی خود پیشی می‌گیرند و بین این دو فاصله می‌افتد، بین مردم و معانی جدایی افتاده است. زمانی، معانی در قالب اندیشه‌ها و ایدئولوژی‌ها ساخته می‌شد و از طریق رسانه‌ها و غیره به مردم انتقال می‌یافت و آنان نیز با پذیرش آن به مرحله اجتماعی شدن بر اساس ارزش‌ها و باورهای جدید نائل می‌آمدند. از این طریق، امر اجتماعی به معنای اعم آن، همچون امر سیاسی، فرهنگی، پزشکی و ... شکل می‌گرفت. دو قرن برای تعریف امر اجتماعی و اجتماعی سازی توده‌ها تلاش شد. اما نکته این جاست که منطق پیش روی این امر اجتماعی، که با پشتوانه سرمایه انجام می‌گرفت، آن را به سمت نابودی کشاند. امروزه آن قدر رمزگان مورد نیاز برای اجتماعی کردن گستردگی، پیچیدگی و قدرت یافته و آن قدر معانی، که زمانی به زحمت تولید می‌شد، به وفور تولید و عرضه می‌گردد که مردم را به جدایی و زدگی از معنا کشانده و به منگی و گیجی رسانده است. مردم همه رمزگان را می‌گیرند. اما با معانی آن ارتباط برقرار نمی‌کنند. در این فرایند، دیگر اجتماعی شدن رخ نمی‌دهد و امر اجتماعی معنا و مفهوم خود را از دست می‌دهد. از این پس، شاهد زوال امر اجتماعی خواهیم بود.

توضیح آن‌که، در گذشته قدرت صرفاً معنا را تولید می‌کرد و تقاضا خود در پی می‌آمد. بدین ترتیب، قدرت بر اوضاع مسلط می‌شد. چنان‌که انقلاب‌ها با تولید معانی فزون‌تر رخ

می‌داد. اما امروزه معنا در ابعادی هر چه گسترده‌تر تولید می‌شود، لکن تقاضا برای آن رو به کاهش گذاشته است. در شرایط جدید، تولید تقاضا برای معنا به دغدغه اصلی نظام مبدل شده است. این در حالی است که همه انرژی نظام نیز برای حل این مشکل ناکافی است. توده همه انرژی اجتماعی و هر نوع معنا و نشانه‌ها را به خود جذب می‌کند، اما دیگر آن را منکسر نمی‌سازد. معانی و نشانه‌ها را صرفاً هضم می‌کند. توده هیچگاه مشارکت نمی‌کند. توده به رغم اجتماعی سازی، که پشت سر گذاشته و اطلاعاتی که تسلیمش می‌شود، نمی‌گوید که حقیقت نزد چپ است یا راست، نه انقلاب را ترجیح می‌دهد و نه سرکوب را. توده حقیقت و خردی ندارد. توده وجدان و ناخودآگاهی ندارد.^{۲۱}

راهبرد قدرت در گذشته مبتنی بر کناره‌گیری و بی‌اعتنایی توده‌ها بود. اما قدرت جدید، که مبتنی بر مشارکت و دمکراسی شکل گرفته است، سکون و انفعالی را در دامان خود پروراند است که به نشانه مرگ این قدرت بدل شده است.^{۲۲} بودریار در جایی دیگر به ماهیت تبلیغات سیاسی اشاره می‌کند و اصلاح و واقع‌نما ساختن این تبلیغات را به دلیل محدودیت زمانی رسانه و الزام‌گزینی عمل کردن رسانه ناممکن می‌داند و هر تلاشی برای اصلاح را شبیه سازی جدیدی معرفی می‌کند. او می‌گوید: توده‌ها نیز به این مسئله واقفند. همه می‌دانند که نشانه‌ها ساختگی‌اند. بنابر این، از تماشای آن صرفاً لذت می‌برند و پیام‌های ارسالی آن را نادیده می‌گیرند. وی این سخنان را در نقد کسانی چون هابرماس، که به دنبال رفع تحریف از ارتباطات انسانی هستند و یا در پاسخ به کسانی که در صدد ارائه الگوهای صحیح تبلیغاتی هستند بیان می‌دارد.^{۲۳}

از نظر بودریار، مشارکت‌کننده سیاسی خود یک بازیگر فعال جامعه مصرفی است. او سیاست را نیز برای مصرف کردن و برای لذت بردن می‌خواهد. نگاه او به تبلیغات خیابانی و رسانه‌ای سیاسی، مناظرات سیاسی و ... لذت‌جویانه است. چپ و راست تضادی ماهوی با هم ندارند. همه، به یک صحنه نمایش وارد شده‌اند. بودریار، توفیق رسانه را بر اساس جذب آن می‌داند و توده‌ها را نیز در بند جذب رسانه معرفی می‌کند و جذب را غیرمتکی بر معنا و متناسب با سرپیچی از معنا قلمداد می‌کند.^{۲۴}

بودریار، نگاه خود به توده و فضای جدید اجتماعی را همچنان در مسیری پوچ‌گرایانه پیش می‌برد. وی که در فضای ضد ذات‌گرایی نیچه سخن می‌گوید، وجود سرشت اصیل

انسانی و وجود یک مجموعه نیازهای اساسی انسانی را انکار می‌کند. در نتیجه، منتقدین را فاقد معیاری برای نقد وضع موجود انسان می‌انگارد و مفاهیمی چون از خود بیگانه شدن را مفاهیمی سنتی و مربوط به انسانی می‌داند که در اصل خودی داشته و سپس، از این خود بیگانه شده است. این گونه مفاهیم را برای انسان پست مدرن نا کارآمد می‌داند.^{۲۵} بودریار، این انسان فاقد سرشت و شکل یافته در عصر رمزگان را انسانی فاقد میل و اراده معرفی کرده، و می‌گوید: شاید عمیق ترین میل‌ها میل به واگذاری مسئولیت میل خود به گردن دیگری باشد. اساساً وجود متخصصان، اهل علم، روشنفکران، سیاستمداران، تبلیغات، اطلاعات و فنون برای آن است که به ما بگویند ما چه می‌خواهیم. ما از این انتقال تمام عیار مسئولیت لذت می‌بریم. خواستن آن‌چه که آرزوی آن را داریم، دانستن آن‌چه می‌خواهیم بدانیم و یا تصمیم‌گیری در موضع تصمیم، کاری ساده نیست. تبلیغات دقیقاً به دلیل بی‌اعتنایی به فرضیه میل و اراده است که تفوق می‌یابد؛ زیرا مردم خود می‌خواهند به دستگاه تبلیغات و اطلاعات تکیه کنند. دستگاهی که آنان را ترغیب می‌کند و به جای آنان انتخاب می‌کند.^{۲۶} بنابراین، مسئله دیگر نه انقلاب [مارکسیستی]، بلکه مسئله انتقال توده ای و تفویض توده ای است؛ تفویض قدرت میل و انتخاب و پاسخ‌گویی به دستگاه‌های سیاسی، علمی، فنی و عملی.^{۲۷}

بودریار، تصویر روشن و امید بخشی از توده ارائه نمی‌ند. تا این‌ا گذشت که در نظر بودریار، انسان‌های بی‌نام و نشانی که سازنده توده‌اند، فاقد سرشت و هویت اولیه هستند. در نتیجه، نمی‌توان چنین سرشت ناموجودی را معیاری برای بررسی میزان تأثیر تبلیغات و یا معیاری برای اصلاح توده در نظر گرفت. این انسان بی‌سرشت، وقتی به جامعه مصرفی پا می‌گذارد، هویتی مصرف‌گرا و لذت‌جو می‌یابد. وقتی به دنیای پر از اطلاعات زیاد، پیچیده و متضاد پا می‌گذارد، با درماندگی و بی‌مسئولیتی اراده و میل خود را به دیگران وا می‌گذارد، معنا را به فراموشی می‌سپارد و می‌گوید: به جای من اراده کن، اما به گونه ای که من، محروم از لذت مصرف نباشم. چنین انسان‌های بی‌نام و نشانی که توده جدید را ساخته‌اند، حتی در پی ایجاد تغییر هم نیستند. تأسف انگیز اینکه به نظر بودریار این توده را نمی‌شود عوض هم کرد؛ توده ای که حاضر به دنباله روی از روشنفکران هم نیست. پس چه باید کرد؟ اگر فکر می‌کنید با گسیل اطلاعات به سوی آنها می‌توان آنها را ساختار

بخشید و انرژی محبوس در آنان را آزاد کرد، چنین چیزی ناممکن است؛ زیرا اطلاعات جدید توده ای جدید می‌سازد. توده صرفاً همه اطلاعات، نشانه‌ها و معانی را جذب و البته هیچ چیز را منکسر نمی‌سازد. همه انرژی نظام نیز قادر به توجه دادن توده به سمت معنا نخواهد بود.^۸ در این میان، برخی مردم با مشاهده زندگی آکنده از حادثه‌های واقعی، دچار هراس می‌شوند و برای فرار از این حادثه‌های واقعی، که آنها را فرا گفته، به کارهایی رو می‌آورند تا خود را به واقعیت نزدیک و برای خود اموری اصیل بسازند. برای مثال به تلویزیون‌های تعاملی، ضبط‌های زنده، تعطیلات ماجراجویانه، شنا در جهت مخالف، پرده‌های بزرگ ویدیویی، و ... رو می‌آورند. اما نکته این جا است که این تلاش‌ها، خود شبیه سازی هستند و به جای ساخت واقعیت، حاد واقعیت می‌سازد.^۹ یعنی انسان‌ها در پیله خودساخته‌شان، اسپرند و سرنوشت این کرم‌ها، نه پروانه شدن و پرواز کردن، بلکه بازی مرگ بار و رو به پایان و البته همراه با سرخوشی، در درون زندانی خواهد بود که خود به ساختنش اقدام کرده‌اند.

بودریار نشان می‌دهد که نظام، بالقوه نظام بسته ای است که در معرض خطر انفجار از درون قرار دارد. وی می‌گوید: باید ابژه [تکنولوژی و پیامدهایش] را بر سوژه [انسان] مقدم داشت و نظریه سرنوشت ساز تعیین شده به وسیله ابژه را بر نظریه انتقادی پیش پا افتاده ای که سوژه تعیین کرده، مقدم ساخت. برای بر هم زدن این نظام باید افراطی بود. شور و سرمستی، شیفتگی، خطر کردن و دچار سرگیجه شدن پیش ابژه ای که اغوا می‌کند، بر ژرف اندیشی عاقلانه و متین نظریه پیش پا افتاده اولویت می‌یابد. توده‌هایی که به علت فقدان ژرف اندیشی و عدم تبعیت شان [از روشنفکران] مایه یأس روشنفکران انقلابی بودند، اکنون به الگویی تبدیل می‌شوند که از آنها باید تبعیت کرد. توده‌ها همیشه به شور و سرمستی و بدین سان، به ابژه اولویت داده‌اند. بنابراین، توده‌ها به نزدیک شدن به نهایت بالقوه نظام گرایش دارند. منظور بودریار روشن است؛ در برخورد با آنچه در حال وقوع است، نباید به سراغ نظریه پردازان رفت. نباید با نظریه‌های انتقادی به دنبال اصلاح امر بود، بلکه باید روشنفکران تابع توده‌ها شوند و همه با هم خود را تسلیم آنچه در حال وقوع است سازند و در نعشگی مصرف گرایی سرخوش باشند تا این نظام فرصت یابد، در مقصد خود، که همان رسیدن به فعلیت کامل است، به درستی فرود آید. بودریار این را نه یک فاجعه، بلکه یک انحناء و فرود آمدن در انتهای یک دوره می‌پندارد.^{۳۱}

دیدگاه‌های بودریار همان طور که پیش می‌رفت، موجب شگفتی بیشتر بسیاری می‌گشت. وی ضمن طرفدارانی که برای خود درست کرد، گروه زیادی را نیز علیه خود شوراند؛ کسانی که او را به افراطی‌گری و استدلال‌های سست و کم مایه، بویژه در آثار بعد از دهه ۸۰ که از حالت آکادمیک خارج شده بود، متهم ساختند.

بررسی و نقد

از آنجا که ژان بودریار اصطلاحات و مفاهیم مورد نظر خود را به روشنی تعریف نمی‌کند یا تعریف نشده، رهایشان می‌سازد، خواننده آثار او باید با سماجت و حوصله خود را با کش و قوس‌های اندیشه و قلم بودریار همراه سازد، تا شاید بتواند منظور او را از لابه لای متون بیرون کشد. به عبارت دیگر، مفاهیم بودریاری همچون شخصیت‌های داستانی است که برای فهم و احیاناً دریافت تضادهای شان باید تا آخر قصه با آنها همراهی کرد. این، در یک کار علمی یک ویژگی شایسته تقدیر به حساب نمی‌آید. مشکل دیگری که در فهم آثار برخی شخصیت‌های علمی بروز می‌کند، تلاشی است که این گونه افراد برای جذب مخاطبانی خارج از محافل علمی انجام می‌دهند که این امر، آنان را نیازمند زبانی متفاوت از زبان علمی برای مفاهمه می‌سازد. در نتیجه، برهان، جلدل و ادبیات در آثارشان در هم می‌تند و همین ویژگی فهم آنان را مشکل می‌سازد. همین امر یا هر امر دیگر موجب شده تا بودریار بخواهد مدعاهای‌های کلان و بسیار مهم خود را با تعدادی مثال به اثبات برساند و گاه به دنبال تعمیم بی دلیل نظرات خود باشد. با این بیان، به اجمال، برخی دیدگاه‌های بودریار بررسی و به برخی نقدهایش اشاره می‌گردد.

۱. چنان که گذشت، مهم‌ترین مفهوم بودریار حاد واقعی است و نکته اساسی در این مفهوم، نه شکل‌گیری واقعیتی جدید در اثر تکنولوژی، بلکه ویژگی خاصی است که بودریار برای حاد واقعی برمی‌شمارد. حاد واقعی رونوشت نیست و در نتیجه، قابلیت بررسی مطابقت آن با اصل میسر نیست و از این مهم‌تر آن‌که، حاد واقعی که جنسی رمزگون دارد، جای امر واقعی پیشین را می‌گیرد و تا جایی پیش می‌رود که دیگر مجالی برای امر واقعی (پیشین) باقی نمی‌گذارد. ما همواره با حاد واقعی درگیریم و در فضای آن تنفس می‌کنیم. با این توضیح به نظر نمی‌رسد او بخواهد وجود امر واقعی را یکسره انکار کند، بلکه حاد واقعی را واقعیت جدید معرفی می‌کند. در عین حال، اگر بودریار به انکار

واقع تمایلی نداشت و اگر برخی عبارات او، که اندک هم نیست، تداعی گر این انکار نبود، احتمالاً بسیاری متقاعد نمی شدند که او در صدد انکار واقع است. برای روشن شدن مسئله بیان نقد گلن وارد مفید خواهد بود.

پارادوکس بزرگ در آثار بودریار این است که شبیه سازی‌ها فارغ از هرگونه ارجاع به واقعیت هستند، با وجود این به شدت در [امر واقعی] زندگی ما جا گرفته‌اند [و با آن امتزاج یافته‌اند]. آنها ممکن است به واقعیتی طبیعی و غیر شبیه‌سازی اشاره نداشته باشند. اما دارای تأثیراتی بسیار واقعی هستند. ما ممکن است در طی یک روز همراه با یک فیلم سوزناک بگرییم... با دیدن هنر پیشه‌ای برجسته در خیابان هیجان زده شویم... شبیه سازی‌ها گذشته از وابستگی به دنیای کوچک خودشان، عمیقاً به زندگی واقعی پیوند خورده‌اند.^{۳۲} اما با توجه به ارتباط آشکار شبیه سازی و امر واقعی، چرا بودریار واقع را انکار می‌کند؟ در نظر وی، انگاره‌ها صرفاً از میان امر واقع نمی‌گذرند. آنها از امر واقع پیشی می‌گیرند، آن را در خود جذب می‌کنند و به وجود آورنده آن هستند.^{۳۳} اما آیا اگر عاملی بر عاملی دیگر اثر گذاشت، باید اولی را علت وجودی دومی دانست و دومی را از حیز وجود ساقط نمود. اگر نور به رشد گیاه کمک می‌کند، آیا باید گفت دیگر گیاهی وجود ندارد! یک راه مناسب برای نقد حاد واقعی بودریار بحث درباره سه نکته آتی است. ۱. اصل وجود دو جهان متمایز واقعی و مجازی. ۲. هر یک از این دو جهان بر قواعد خاصی مبتنی هستند. ۳. (که همین محل نزاع با بودریار است) این دو جهان ضمن وجود مستقل خود، می‌توانند با هم تعامل دو سویه داشته باشند. هم جهان مجازی بر جهان واقعی اثر گذار باشد چنان - که بودریار می‌گوید، اما این نمی‌تواند به معنای انکار جهان واقعی باشد- و هم جهان واقعی بر جهان مجازی اثر گذار باشد. چنانکه چنین هست و حتی اصل وجود جهان مجازی از طریق جهان واقعی و با اعتبار و تلاش‌های انسانی و بهره مندی از طبیعت به وجود آمده است. این در حالی است که، اصل وجود جهان واقعی بر جهان مجازی استوار نبوده است. ۲. ممکن است گفته شود دنیای مد نظر بودریار هنوز به طور کامل تحقق نیافته است و برخی اشکالات مطرح، ناشی از همین امر است. در پاسخ باید گفت: بی‌تردید در عصر حاضر رمزها هر روز بیش از گذشته در حال افزایش و توانمندی‌های آن در حال فزونی است. اما یک سؤال مهم این است که آیا بشر روزی را شاهد خواهد بود که رمزها بر همه زندگی سلطه یابد و اساساً شاهد چیزی جز رمز نباشد. البته در این فضا، دیگر امر واقعی

وجود نخواهد داشت. بگذریم از اصل وجود انسان و طبیعت. اما به نظر پاسخ این پرسش منفی باشد. رمزگان در حوزه‌های مختلف همچون سیاست، تجارت، ورزش، تفریح، پزشکی و ... با سرعت‌های متفاوت در حال رشد است. اما سؤال این است که چرا میزان رشد در حوزه‌های مختلف متفاوت است؟ این رشد تا چه میزان ادامه خواهد یافت؟ آیا به ۱۰۰٪ خواهد رسید و در این مقدار برای مدتی دست‌کم قابل توجه ثابت خواهد ماند؟

از این سؤالات مهم تر و البته روشن تر آن‌که آیا رمزها امکان ورود به همه عرصه‌ها را دارند؟ آیا می‌شود انسان، آبی کاملاً رمزی بنوشد، غذایی کاملاً رمزی بخورد یا با رمزها بدن خود را بیوشاند؟! روشن است که رمزی شدن تمام عیار، که در این جا مد نظر است، غیر از آن است که مثلاً پوشاک در چارچوبه سبک زندگی تولید و مصرف شود. به نظر می‌رسد، سلطه همه جانبه رمز در آینده نیز ناممکن است. در نتیجه، مدعای بودریار که چیزی به نام حاد واقعیت همه زندگی را فرا گرفته است، همچنان که امروز را توصیف نمی‌کند، آینده را نیز توصیف نمی‌کند.

۳. مسئله دیگری که می‌تواند بودریار درباره حاد واقعی و رسانه را به چالش بکشد، مسئله افزایش تدریجی سطح سواد رسانه ای مردم و مخاطبان است. هرچند قرائن نشان می‌دهد که در گذر زمان و دست‌کم در کوتاه مدت، شاهد افزایش حضور رمزگان خواهیم بود. اما از سوی دیگر، همین گذر زمان در خدمت افزایش درک و سواد مردم از رسانه‌ها نیز عمل می‌کند چه بسا با فرض تحقق حاد واقعی در حال حاضر یا در آینده، به دلیل رشد سواد رسانه ای شاهد تنزل حاد واقعی به یک امر مجازی معمولی باشیم؛ یعنی درک رسانه ای مردم به حدی از رشد برسد که به راحتی بین بر ساخته‌های رمزی واقعیت گون (امر حاد واقعی) و خود واقعیت تمایز بگذارند.

۴. بودریار در توضیح دیدگاه خود درباره فراق دال و مدلول در رسانه، به تسلسل نشانه‌ها و تفکیک آنها از زمینه فرهنگی و تاریخی و غلبه گفتمان مصرف و عمل کردن قانون جذب در رسانه اشاره کرده، می‌گوید: نتیجه این امر فراموشی پیام‌های آشکار و از دست رفتن معانی در رسانه خواهد بود. این استدلال، هر چند واجد نکته ای ظریف درباره رسانه است، اما واجد یک نوع داوری افراطی درباره زوال معنا در رسانه هم می‌باشد. آن‌چه در رسانه رخ می‌دهد، الزاماً به زوال معنا نمی‌انجامد، بلکه رسانه بسیاری اوقات معنای آشکار نشانه‌ها را به مخاطبان می‌رساند، البته رسانه (مثل تلویزیون) بر اساس قانون

جذبۀ کار می‌کند و مخاطب هم بسیاری اوقات برای سرگرمی و لذت بردن تلویزیون را روشن می‌کند. برای فهم بهتر، عده‌ای را در نظر بگیرید که مخاطبان یک بخش خبری تلویزیون بوده‌اند. اگر روز بعد دربارهٔ پیام‌های آن بخش خبری، از آنان سؤال شود، طبق استدلال بودریار فقط باید خاطره‌هایی از جذبۀهای رسانه‌ای آن بخش خبری برای مخاطبان باقی مانده باشد. این درحالی است که گروه زیادی از مخاطبان هر یک به فراخور حال خود، یک یا چند پیام آشکار ارسال شده را دریافت کرده‌اند. در پاسخ به سؤال یاد شده، فردی ممکن است اطلاع یافتن خود از قیمت روز سکه را یادآوری کند که اتفاقاً در تصمیم اقتصادی روز بعد او تأثیر گذار بوده است. شخص دیگر ممکن است به اوقات شرعی درج شده بر صفحه تلویزیون اشاره کند و این که با اطلاع از آن، ساعت خود را برای بیداری صبح تنظیم کرده است و دیگری به خبر پخش شده درباره یک درگیری سیاسی در کشوری بیگانه و این که آن را با رویدادی خاص از کشور خودش مقایسه نموده است، اشاره کند ... و البته برخی هم ممکن است به سر نرفتن حوصله در اثر مشاهده اخبار، یا لذت بردن از مشاهده صحنه درگیری سیاسی در کشوری بیگانه اشاره کنند.

بنابراین، روشن است که معنا، آن طور که بودریار می‌گوید، از میان نمی‌رود. البته در عصر جدید، به همان میزان که تولید معنا افزایش یافته، معانی، مورد استفاده قرار نمی‌گیرند. هرز رفتگی، تعارض معانی، بی توجهی به معانی و... نیز وجود دارد. ولی در مقایسه با گذشته ای بسا باید مدعی شد که مخاطبان از معانی بیشتری نیز استفاده می‌کنند. در نتیجه، نمی‌توان گفت دال‌ها به کلی از معانی منسلخ می‌شوند و از آنها پیشی می‌گیرند. به همین دلیل، پذیرش زوال امر اجتماعی و پایان دوران اجتماعی سازی نیز به دلیل عدم مرگ مطلق معنا، امری نادرست است. امروزه اجتماعی شدن، که عامل انتقال معنا است، نه تنها از میان نرفته، بلکه بسیار پیچیده تر و در همه دوره‌های زندگی در حال وقوع است. به طوری که اگر کسی مدتی از این روند خارج شود، گاه زندگی در اجتماع، برایش به غایت دشوار می‌شود. حتی تلاش خود بودریار برای القای دیدگاه‌هایش به دیگران و سخنرانی در محافل مختلف، خود مصداقی برای اجتماعی کردن و انتقال معنا به حساب می‌آید و بودریار وقتی از رسانه‌ها استفاده می‌کرد، انتظار داشت تا مخاطبانش معنای مد نظر و مقصودش را بفهمند و نه صرفاً دال‌های او را مثل چپس مصرف کنند.

۵. بودریار در بحث توده و در نتیجه تأثیری که از تحولات جدید پذیرفته، مدعی می‌شود که توده میل و اراده خود را به دیگری واگذار کرده و خود صرفاً به مصرف رو آورده است. سؤال این جاست که اولاً، این حکم کلی درباره همه افراد و در خصوص همه میل‌ها و اراده‌های آنان چگونه قابل اثبات است؟ دیگر آن‌که اگر توده‌ها میل و اراده خود را به متخصصان و نهادهای مختلف اجتماعی واگذار کرده‌اند. در این صورت این نخبگان و نهادها چه جایگاهی در دیدگاه بودریار دارند؟ افراد و مجموعه‌هایی که اتفاقاً مدام و با وسواس تمام در حال اندیشه و اراده هستند و سیر حرکتی جامعه و توده را مشخص می‌سازند. چگونه است که بودریار روشنفکران را به همراهی با توده‌ها و ترک روشنفکری دعوت می‌کند، اما این افراد عملاً در حال آفرینش نقش‌های غیرتوده‌ای هستند و در نظامی که بودریار ساخته باید این کار را بر عهده داشته باشند تا توده بتواند به تودگی خود ادامه دهد. سؤال دیگر آن‌که بحث بودریار درباره میل و واگذاری آن به متخصصان و دانشمندان و سیاستمداران و ...، چه چیزی افزون بر تقسیم کار اجتماعی و سپردن کارها به متخصصان امر دارد؟ مگر در تقسیم کار واگذاری میل و اراده و اندیشه به صورتی مطلق مطرح است؟ نکته دیگر آن‌که، بودریار اصلاح توده و ایجاد تغییر در آن را ناممکن می‌داند. توده هر نوع گسیل اطلاعات جدید به سوی خود که با هدف ایجاد تغییر در توده صورت گرفته را بر اساس قاعده جا افتاده و آموخته شده مصرف‌گرایی هضم می‌کند و با معانی آن کاری ندارد. بودریار می‌گوید اگر تمام توان نظام هم برای ایجاد تغییر به کار گرفته شود، موفق به این کار نخواهد شد. ظاهراً منظور بودریار از نظام، نظام سرمایه است. البته نظام سرمایه، که مبتنی بر مصرف‌گرایی توده رشد یافته و بالا رفته است، هیچ تمایلی به از دست دادن پایه خود و سقوط ندارد. در نتیجه، شاخه‌ای را نمی‌برد که خود بر آن نشسته است. از سوی دیگر، نظام سرمایه شاید هم به دلیل ماهیتش توانایی ارسال چنین پیام‌هایی را نداشته باشد. اما برای این‌که پیام‌ها شنیده شوند و معانی درک شوند، باید معانی‌ای متضاد با معانی تکراری موجود، از درون نظامی متضاد با نظام سرمایه گسیل شود. اگر دال‌هایی گسیل شده از جنس دال‌های سرمایه‌داری نباشد، برای توده امکان تأمل و در نتیجه، رخنه در دال و رسیدن به معنا فراهم می‌آید. این معنا کاوی توده و در نتیجه، تغییر توده حتی در شکل جنگ با پیام‌های جدید و نا‌مأنوس، که مغایر با مصرف‌گرایی اش است، ممکن است تحقق یابد.

۶. بودریار با مشاهده برخی تغییرات در نگرش و رفتار مردم، حکم به عدم وجود سرشت اصیل انسانی می‌کند و نتایجی را بر آن مترتب می‌سازد. اما وجود این تغییرات، با اعتقاد به وجود سرشت اصیل انسانی نیز قابل تبیین است که در جای خود از آن بحث باید نمود.

نتیجه‌گیری

نوشته‌های بودریار را می‌توان به دو دسته آکادمیک و کمتر آکادمیک تقسیم کرد. تقریباً بحث برانگیزترین مطالب او مربوط به دسته کمتر آکادمیک آثار او است و اتفاقاً مهم‌ترین دیدگاه‌های او نیز همین دیدگاه‌های بحث‌انگیز و جنجال‌برانگیز می‌باشد. اهمیت این دیدگاه‌ها از این جهت است که اگر به واقعیت نزدیک باشند، بیانگر به وجود آمدن تحولی بسیار اساسی در زیست جهان خواهند بود. اما چنان که برخی گفته‌اند، به نظر می‌رسد بودریار درباره شکل‌گیری چیزی به نام حاد واقعی، که همه زندگی را در بر گرفته و امر واقعی را از عرصه خارج ساخته و این‌که معنا و امر اجتماعی نابود شده، دچار نوعی افراط شده و دارای یک لبه تیزی است که بودریار با آن، اطراف حقیقت امر را می‌برد و چنان کوچکش می‌سازد تا بتواند آن را در شکم فربه غول حاد واقعیت جای دهد. آن‌گاه به انسان‌ها، این ساکنان سرزمین خیالی جدید می‌گوید بیایید در این مکان تاریک و خیالی، که کاری هم به امر واقع ندارد، سرخوشی کنیم و منتظر تقدیر بمانیم که این غول ما را به کجا می‌برد. بودریار می‌گوید: ما باید در همین حال بمانیم تا این قصه خود به اوجش برسد و سرانجام به سر آید.

به نظر می‌رسد اگر بخواهیم با افراطی که در نظر بودریار است همراهی کنیم، ضمن این‌که به دنبال امری بی‌دلیل رفته ایم، به ورطه پوچ‌گرایی و خیال‌پردازی فرو غلطیده ایم. اما اگر از افراط آن فاصله بگیریم، ظاهراً حرف‌های چندان تازه‌ای نشنیده ایم. همان حرف‌هایی که پیش از این در نشانه‌شناسی و پس از آن، در نظریاتی که در باب جامعه اطلاعاتی، دنیای مجازی و غیره، بیان شده بود و هم اینک نیز بیان می‌گردد. البته هر متفکری در سال‌های کار علمی و در لابه‌لای نوشته‌ها و گفته‌های خود، نکته‌های نغز و زیبایی نیز از خود بر جای خواهد گذاشت.

۱. Jean Baudrillard (1929-2007).

۲. روزبه گیلاسیان، *فلسفه در خیابان* (عبور از فوکو و بودریار)، ص ۸۶.
۳. ژان بودریار، *در سایه اکثریت‌های خاموش*، ترجمه پیام یزدان‌جو، ص ۶۰.
۴. رک: ریچارد جی لین، *ژان بودریار*، ترجمه پارسا، مهرداد، ص ۸۷-۱۰۷.
۵. رک: جان لچت، *پنجاه متفکر بزرگ معاصر از ساختارگرایی تا پسا مدرنیته*، ترجمه حکیمی، ج ۱، ص ۳۴۵-۳۴۱.
۶. روزبه گیلاسیان، همان، بخش دوم.
۷. ژان بودریار، *در سایه اکثریت‌های خاموش*، ص ۳۵.
۸. کمیل بهرامی، *نظام، نظریه رسانه‌ها* (جامعه‌شناسی ارتباطات)، ص ۹۳.
۹. ژان بودریار، *در سایه اکثریت‌های خاموش*، ص ۸۹.
۱۰. همان، ص ۹۲-۹۱.
۱۱. گلن وارد، *پست مدرنیسم*، ترجمه علی مرشدی‌زاد، ص ۱۲۱-۱۲۰.
۱۲. همان، ص ۱۲۲-۱۲۱.
۱۳. ژان بودریار، *در سایه اکثریت‌های خاموش*، ص ۹۴-۹۳.
۱۴. گلن وارد، همان، ص ۱۰۳.
۱۵. همان، ۱۰۵ و ۱۰۷.
۱۶. ژان بودریار، *در سایه اکثریت‌های خاموش*، ص ۱۱۵-۱۱۲.
۱۷. همان، ص ۱۱۷.
۱۸. همان، ص ۱۱۸.
۱۹. رک: همان، ص ۱۰۰.
۲۰. رک: همان، ص ۱۲۱-۱۱۹.
۲۱. رک: همان، ص ۶۲-۶۰.
۲۲. رک: همان، ۵۸-۵۷.
۲۳. رک: فرانک ویستر، *نظریه‌های جامعه‌اطلاعاتی*، ترجمه اسماعیل قدیمی، ص ۳۷۹-۳۷۸.
۲۴. رک: همان، ص ۶۷.
۲۵. رک: همان، ص ۱۳۴.
۲۶. رک: همان، ص ۱۴۷-۱۴۶.
۲۷. رک: همان، ص ۱۴۵.
۲۸. همان، ص ۶۰ و ۶۲.
۲۹. گلن وارد، همان، ص ۱۲۴-۱۲۳.
۳۰. جان لچت، همان، ص ۳۴۶.
۳۱. همان، ص ۱۲۴.
۳۲. گلن وارد، همان، ص ۱۱۷.
۳۳. رک: همان، ۱۱۹-۱۱۸.

منابع

- بودریار، ژان، *در سایه اکثریت‌های خاموش*، ترجمه پیام یزدان‌جو، تهران، مرکز، ۱۳۸۱.
- ____، *فرهنگ رسانه‌های گروهی* (از کتاب *جامعه مصرفی*)، ترجمه احمدزاده، شیده، مجموعه مقالات فرهنگ و زندگی روزمره (۱) (ارغنون، ش ۱۹)، بالس، کریستوفر و دیگران، چ دوم، تهران، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۶.
- ____، *وایموده‌ها*، ترجمه مانی، حقیقی، *سرگشتگی نشانه‌ها* (نمونه‌هایی از نقد پساامدرن)، بودریار و دیگران، گزینش و ویرایش: حقیقی، مانی، تهران، مرکز، ۱۳۷۴.
- بهرامی کمیل، *نظام، نظریه رسانه‌ها* (جامعه‌شناسی ارتباطات)، تهران، کویر، ۱۳۸۸.
- گیلاسیان، روزبه، *فلسفه در خیابان* (عبور از فوکو و بودریار)، تهران، روزبهان، ۱۳۸۹.
- لجت، جان، *پنجاه متفکر بزرگ معاصر از ساختارگرایی تا پسا مدرنیته*، ترجمه محسن حکیمی چ دوم، تهران، خجسته، ۱۳۷۸.
- لین، ریچارد جی، *ژان بودریار*، ترجمه مهرداد پارسا، تهران، فرهنگ صبا، ۱۳۸۷.
- وارد، گلن، *پست مدرنیسم*، ترجمه علی مرشدی زاد، تهران، قصیده سرا، ۱۳۸۴.
- وبستر، فرانک، *نظریه‌های جامعه اطلاعاتی*، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران، قصیده سرا، ۱۳۸۰.