فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ ـ ارتباطات
شماره ۵۵/ سال ۲۲/ شماره مسلسل ۸۷ / پاییز۱۴۰۰/ ۳۷ ـ ۷
Scientific Quarterly of Culture Studies – Communication
Vol. 22, Series. 86, No. 54, Spring 2021/ 7 - 37
http://www.jccs.ir DOI: 10.22083/JCCS.2020.236232.3114
Scientific-Research Article علمی ـ پژوهشی

نسبت‌یابی عرصهٔ هنر با حوزهٔ فرهنگ و ارتباطات

■ حسن بشیر[۱]، محسن جوهری[۲]

چکیده

پیش از آغاز دوران مدرن و توسعهٔ اعجاب‌آور فنّاوری ارتباطات جمعی، مقولهٔ هنر در کانون توجه اهالی اندیشه بود. اما پس از بسط رسانه‌های جمعی و توسعهٔ ادبیات حوزهٔ فرهنگ و ارتباطات، نسبتِ مقولاتی از قبیل هنر، فرهنگ و ارتباطات مغفول ماند و همین مسئله معضلات فراوانی را موجب شد. این پژوهش بر آن است که، با بررسی برخی از سازه‌های مفهومی و نظری موجود، به بررسی رابطهٔ سه مقولهٔ هنر، فرهنگ و ارتباطات بپردازد. ابتدا مفاهیم «هنر»، «فرهنگ»، «ارتباطات» و «فرهنگ و ارتباطات» واکاوی شدند و سپس آرا و دیدگاه‌های متفکرانی همچون هایدگر، بنیامین، نصر، آوینی و مددپور در حوزهٔ نسبت بین این مقولات بررسی شدند و جمع‌بندی با دو رهیافت توصیفی و تجویزی صورت گرفت و اتخاذ رویکرد «ارتباطات هنرمندانهٔ فرهنگ‌ساز» به‌مثابهٔ نسبت مطلوب بین مقولات پیشنهاد شد.

واژگان کلیدی

هنر، فرهنگ و ارتباطات، رسانه، زیبایی‌شناسی، پروپاگاندا.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۷/۱۲

۱. استاد جامعه‌شناسی ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) bashir@isu.ac.ir
۲. دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) (نویسندهٔ مسئول) mohsen.johari313@gmail.com

مقدمه

حوزهٔ فرهنگ و ارتباطات[1]، به‌مثابهٔ ساحت اندیشه‌ای، عرصه‌ای است که سودای فرهنگ را در سر دارد و البته در نضج یافتن فرهنگ، مهم‌ترین عامل را مقولهٔ ارتباطات، به‌خصوص ارتباطات جمعی[2] و رسانه‌مند، به شمار می‌آورد. در روزگاری که هنوز فنّاوری رسانه‌ای و ادبیات حوزهٔ ارتباطات به‌صورت اعجاب‌آور کنونی بسط نیافته بود و در دورانی که، به‌تبع اندیشهٔ سوبژکتیو غربی، تعریف هنر گرفتار محدودیت‌های کنونی نشده بود، مقولهٔ هنر[3] امری ساری و جاری در عرصه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی انسان بوده و تأمل در حوزهٔ زیبایی‌شناسی[4] هم نزد اهالی فکر و اندیشه قرب و منزلت بیشتری داشت. این در حالی است که، با تقویت روزافزون بُعد فنّاورانهٔ رسانه و پرورش یافتن ادبیات حوزهٔ ارتباطات جمعی، گویی توجه به مقولهٔ هنر و تأثیرات اجتماعی و فرهنگی آن تاحدودی به حاشیه رانده شد و بدین ترتیب، نسبت حوزهٔ فرهنگ و ارتباطات با مقولهٔ هنر و زیبایی‌شناسی به قدر کافی واکاوی نشد و همین ماجرا موجب آن شد که تعامل مناسبی بین این عرصه‌های بسیار مهم برقرار نشود. ازاین‌رو، هدف مقالهٔ حاضر آن است که، با تأمل و درنگ در «چیستی عرصهٔ فرهنگ و ارتباطات»، «چیستی هنر» و «رابطهٔ بین این دو عرصه»، نسبت این ساحات فکری و عینی را با یکدیگر منقّح کند. تنقیح این رابطه در سه ساحت مثمر خواهد بود. نخستین ثمرهٔ این بحث که به‌مثابهٔ هدف این پژوهش دنبال می‌شود «ثمرات نظری» است. بر این اساس، تبیین رابطهٔ فرهنگ، هنر و ارتباطات زمینه‌ساز پاسخ‌گویی به پرسش نظری مهمی در خصوص نسبت این سه مفهوم کلیدی است. اما ثمرهٔ این بحث به نتایج نظری محدود نمی‌شود، بلکه در عرصهٔ عملی هم نوعی اعتدال و توازن خلق می‌کند. به بیان دیگر، این پژوهش زمینه را برای نوعی هماهنگی و اعتدال در «فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی، هنری و رسانه‌ای» کشور فراهم می‌آورد و سیاست‌گذاران و مدیران فرهنگی کشور می‌توانند نگاهی جامع و منسجم به این سه عرصه داشته باشند و دچار یک‌جانبه‌گرایی نشوند. ثمرهٔ دیگر این بحث خود را در حوزهٔ «تولید، نقد و ارزیابی محصولات هنری و رسانه» نشان می‌دهد. بر این اساس، مشخص‌شدن نسبت‌های مذکور موجب می‌شود هنرمندان و تولیدکنندگان محصولات رسانه‌ای و منتقدان و ارزیابان هنری و رسانه‌ای نگاهی جامع به اثر هنری داشته باشند و بتوانند، مبتنی بر ایده‌ای منسجم و ساخت‌یافته، به تولید و سپس نقد و بررسی آثار بپردازند.

1. Culture And Communication
2. Mass Communication
3. Art
4. Aesthetics

برای مثال، با درنظرگرفتن رابطهٔ به‌دست‌آمده بین هنر، فرهنگ و ارتباطات در این نوشتار می‌توان نسبت‌های هماهنگ و متوازنی بین وجوه مختلف یک فیلم سینمایی، مانند وجه رسانه‌ای فیلم، جنبهٔ هنری و زیبایی‌شناسانهٔ اثر سینمایی و جنبهٔ فرهنگ‌سازانهٔ آن خلق کرد و از مصادره‌شدن برخی از ابعاد این آثار از سوی سایر وجوه جلوگیری کرد. براساس آنچه گفته شد، پرسش اصلی این پژوهش عبارت است از:

- رابطهٔ هنر با مقولاتی از قبیل ارتباطات، رسانه و فرهنگ چیست؟

سؤالات فرعی این پژوهش نیز عبارت‌اند از:

- هنر چیست؟
- فرهنگ چیست؟
- ارتباطات چیست؟
- فرهنگ و ارتباطات به‌مثابهٔ حوزهٔ مطالعاتی میان‌رشته‌ای[1] چیست؟
- مهم‌ترین اندیشمندان مسلمان و غربی چه نسبتی را بین مقولات هنر، فرهنگ و ارتباطات برقرار کرده‌اند؟

روش پژوهش

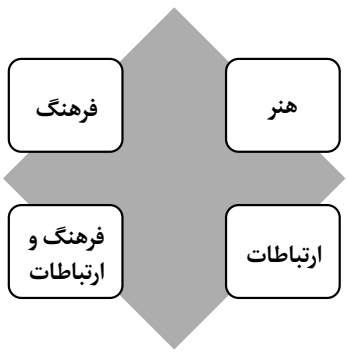
این پژوهش به روش مطالعهٔ کتابخانه‌ای انجام شده است. ازآنجاکه لازمهٔ هر بحث متقن علمی تنقیح مبادی تصوری و چارچوب مفهومی حاکم بر آن بحث است، در این مقاله نیز، ابتدا با رجوع به منابع متعدد و متنوع، چارچوب مفهومی بحث با محوریت چهار مفهوم کلیدی «هنر»، «ارتباطات»، «فرهنگ» و «فرهنگ و ارتباطات» مورد مداقّه قرار گرفت. پس از بحث پیرامون مبادی تصوری، نوبت به تنقیح مبادی تصدیقی بحث و واکاوی نظری موضوع پژوهش رسید. در این مرحله تلاش شد، با بررسی آثار تنی چند از برجسته‌ترین متفکران ایرانی و خارجی که مستقیم یا غیرمستقیم در حوزهٔ رابطهٔ فرهنگ، هنر و ارتباطات اندیشه‌ورزی کرده‌اند، ابعاد مختلف نظری بحث بررسی شود تا پشتوانهٔ فکری لازم برای دست‌یابی به جمع‌بندی جدید از بحث فراهم شود. چارچوب‌های اندیشه‌ای مذکور به نحوی انتخاب شدند که، ضمن رعایت اختصار، انواع و اقسام دیدگاه‌های نظری را پوشش دهند و زمینهٔ دست‌یابی به جمع‌بندی تحلیلی جامعی را فراهم آورند. پژوهشگران، پس از پشت سر گذاشتن این دو مرحلهٔ مهم، در نهایت مبتنی بر نوع نگاه خود، از میان ایده‌های مختلف دست به گزینش زده‌اند و البته خلاقیت‌های نظری خود را نیز به جامعهٔ علمی عرضه کرده‌اند که نتایج آن در بخش جمع‌بندی هرکدام از تعاریف، واکاوی نظری هرکدام از نظریه‌های بیان‌شده و جمع‌بندی نهایی پژوهش ارائه شده است. پژوهشگران به برخی

1. Interdisciplinary

از دیدگاه‌هایی که پیش‌تر سخنشان رفت دیدگاهی انتقادی اخذ کرده، اما در قبال برخی دیدگاه‌های دیگر به همدلی پرداخته‌اند و در بخش بحث و نتیجه‌گیری به تبیین قرائت مختار خود از رابطهٔ هنر، فرهنگ و ارتباطات با دو رهیافت توصیفی و تجویزی پرداخته‌اند.

چارچوب مفهومی پژوهش

کلیدی‌ترین مفاهیم این پژوهش که در ادامه به واکاوی هرکدام از آن‌ها پرداخته می‌شود عبارت‌اند از «هنر»، «ارتباطات»، «فرهنگ» و «فرهنگ و ارتباطات» (شکل ۱).



شکل ۱. مفاهیم کلیدی پژوهش

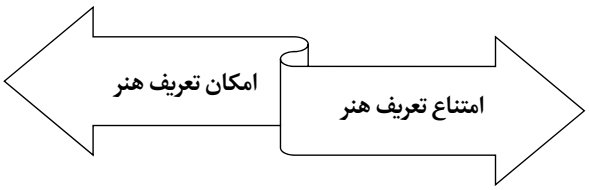
هنر

امکان یا امتناع تعریف هنر

پیش از ورود به بحث تفصیلی دربارهٔ تعاریف گوناگون هنر، به نظر می‌رسد باید به موضوعی پرداخت که به‌نوعی مقدمهٔ ورود به بحث اصلی است و آن سخن از امکان یا عدم امکان تعریف هنر است. اگرچه در ادامهٔ این نوشتار به تعاریف متعددی از مقولهٔ هنر اشاره می‌شود، بیان این نکته نیز ضروری است که عده‌ای از اندیشمندان، با عنایت به وجود اختلاف‌نظرهای فراوانی که در پاسخ به پرسش از چیستی هنر وجود دارد و نیز با اعتقاد به اینکه هیچ‌یک از تعاریف ارائه‌شده جامعیت و مانعیت کافی ندارند، بر این رأی شده‌اند که امکان ارائهٔ تعریفی دقیق از مقولهٔ هنر وجود ندارد. به بیان دیگر، از دیدگاه آنان، بسیاری از نظریه‌های مشهور هنر که به تعریف پدیدهٔ هنر می‌پردازند...، هنگامی‌که به‌عنوان تعریف واقعی تلقی شوند، آشکارا شکست می‌خورند. اگر مفاهیم کلیدی عمدتاً چنان تفسیر شوند که همهٔ آثار هنری نتوانند ذیل آن‌ها بگنجند، این مفاهیم نیز ناگزیر اشیایی را دربرمی‌گیرند که هنر نیستند. بهتر است این دیدگاه‌ها به‌عنوان رهیافت‌هایی برای تفسیر هنر تلقی شوند... نه به‌عنوان تعاریف واقعی. هنر ذات ثابتی ندارد و درنتیجه تعریف آن هم نتیجه‌بخش نخواهد بود. هنرآفرینی امری خلاقانه است و درنتیجه تلاش شخص تعریف‌کننده برای منجمد کردن آنچه جاری

است را در هم می‌شکند (صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، بی‌تا).

بر این اساس می‌توان دو رویکرد کلی متفاوت در زمینهٔ تعریف هنر را رویکرد «امتناع تعریف هنر» و رویکرد «امکان تعریف هنر» دانست (شکل ۲).



شکل ۲. دو رویکرد کلان در حوزهٔ تعریف هنر

مرور تعاریف

واژه‌شناسی هنر

یکی از شیوه‌های بررسی تعریف هنر واکاوی لغوی واژهٔ هنر در ادبیات فارسی و ادبیات لاتین است. این شیوهٔ بررسی مورد توجه بسیاری از پژوهشگران حوزهٔ هنر واقع شده و متون متعددی ناظر به آن تولید شده‌اند. در ادامه به بررسی معنای این واژه در ادبیات فارسی و لاتین می‌پردازیم.

واژهٔ هنر در زبان و ادبیات فارسی

واژهٔ هنر پیشینهٔ مستحکم و قابل‌اعتنایی در زبان و ادبیات فارسی دارد و به همین علت با بررسی معنای این واژه در زبان کهن فارسی می‌توان دریافت که در جهانِ صاحبان این زبان از چه زاویه‌ای به مقولهٔ هنر نگریسته می‌شده است.

واژهٔ هنر اصل و ریشه‌ای کاملاً ایرانی دارد. اندیشهٔ رایج دربارهٔ این واژه چنین است که این کلمه مرکب از «هو» و «نر» به معنای «نیک‌مردی» و «جوان‌مردی» است. تعمق در متون اوستایی و پهلوی سپهر معنای وسیع‌تری را در معنا و مفهوم هنر نشان می‌دهد، به‌نحوی‌که همهٔ فضایل، به‌خصوص فضایل معنوی، را شامل می‌شود (بلخاری، ۱۳۹۰: ۵۶).

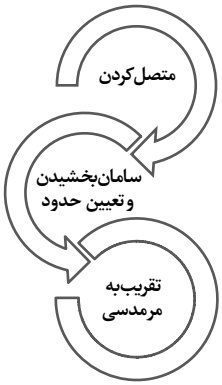
توجه به این نکته ضروری است که در ادبیات کهن فارسی، واژهٔ هنر صرفاً به معنای فضیلت به کار نرفته، بلکه به جنبهٔ مهارتی بودن و همچنین حیثیت انکشاف از واقع این مقوله نیز عنایت شده است. بدین ترتیب، براساس بررسی صورت‌گرفته در زبان و ادبیات دیرین فارسی می‌توان این جمع‌بندی را ارائه کرد که «هنر، در معنای قدیم خود، از یك‌سو، عینِ فضیلت و جوانمردی و فتوت بود و، از سوی دیگر، انکشاف و تجلی حقیقت شأنی که در آثاری که اکنون زیر عنوان اثر هنری قرار می‌دهیم ظهور و بروز می‌یابد» (بنی اردلان، ۱۳۸۸: ۳) (شکل ۳).

شکل ۳. معنای واژهٔ هنر در زبان و ادبیات کهن فارسی

واژهٔ Art در زبان و ادبیات لاتین

تعریف اصیل هنر در زبان لاتین به‌نوعی در پیوند با امر قدسی صورت می‌گرفته و بدین ترتیب هنر از همان ابتدا با معنویت درآمیخته بوده است.

واژهٔ Art از ریشهٔ Ars لاتینی است. این واژه با کلمهٔ Artus لاتینی نیز، که به معنای متصل کردن و مرتبط کردن است، هم‌ریشه است. واژهٔ Arta اوستایی به معنای امر مقدس از همین ریشه است. با این توضیح ریشه‌شناختی می‌توان گفت که یکی از معانی Art همانا متصل کردن و پیوند دادن به امر مقدس است. به بیان دیگر، به مدد هنر، امر وحدانی مقدس بر انسان متجلی می‌شود. درعین‌حال، معنای دیگر کلمهٔ Art تحدید حدود کردن و سامان بخشیدن و از این طریق، تقرّب حاصل کردن است. پس می‌توان گفت، به‌واسطهٔ هنر، آدمی به معبود خود تقرّب پیدا می‌کند (بنی اردلان، ۱۳۸۸: ۸-۹) (شکل ۴).



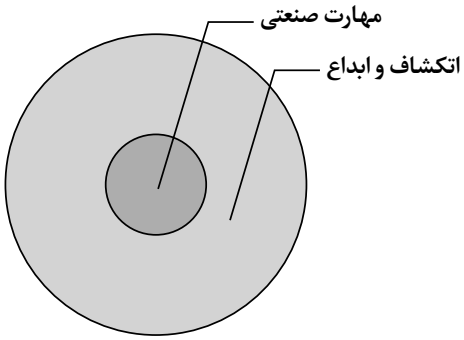
شکل ۴. معنای واژهٔ هنر در زبان و ادبیات لاتین

واژهٔ تخنه در یونان قدیم

برای کاوش پیرامون معنای هنر در فرهنگ و اندیشهٔ غرب نمی‌توان به بررسی واژهٔ Art اکتفا

کرد، بلکه باید علاوه بر آن، واژهٔ Techne را، که در اندیشهٔ باستانی غربی از جایگاه بسزایی برخوردار بوده، نیز بررسی کرد. به نظر می‌رسد که این واژه در سطح نخست به معنای مهارت و توانایی صنعتگری بوده و به همین علت در استفادهٔ ابزار به‌ویژه در عرصه‌هایی مانند فلزکاری به کار می‌رفته است؛ اما تخنه به انکشاف و ابداع نیز اشاره داشته است.

کلمهٔ تخنه در تفکر یونانیان مفهومی فراتر از «مهارت صنعتی» داشته است و آن را متعلق «پوئیسیس[1]» که به ابداع ترجمه می‌شود می‌دانسته‌اند. شعر[2] نیز از مشتقات همین کلمه است و بر این قیاس، هنر و صنعت از لحاظ نسبت مشترکی که با ابداع دارند در کلمهٔ واحد تخنه جمع می‌آمده‌اند. ابداع به مفهوم پیدا آوردن و ظاهر ساختن است و با تکنیک یا تخنه نیز نوعی انکشاف صورت می‌گیرد (آوینی، ۱۳۹۰: ۱۸۰) (شکل ۵).



شکل ۵. معنای واژهٔ تخنه در یونان باستان

تعریف افلاطون[3]

تعریف افلاطون (۳۴۰ ق.م) از هنر یکی از قدیمی‌ترین تعاریف موجود از این مقوله است که در عرصهٔ فلسفه هنر مطرح شده است. یکی از نکات قابل‌توجه در نگاه افلاطون به مقولهٔ هنر این است که وی هنر را پدیده‌ای گسسته در نسبت با زیبایی تعریف می‌کند.

براساسِ یادداشت‌های برجای‌مانده از افلاطون، وقتی او از «هنر» سخن می‌گوید، از «زیبایی» کلامی بر زبان نمی‌آورد و برعکس وقتی از «زیبایی» سخن می‌گوید، از «هنر» کلامی بر زبان نمی‌آورد؛ چراکه از دیدگاه افلاطون، اندیشهٔ زیبایی، مانند آنچه در عشق تجربه می‌شود، می‌تواند تا قلمرو اندیشه‌های متعالی ادامه یابد؛ اما هنر فقط می‌تواند تملق‌گویی کند و حواس را بفریبد و ذهن را به تغذیه‌کردن از توهمات سوق دهد (غفاری، ۱۳۹۴: ۸۱).

1. Poesis
2. Poetry
3. Plato

افلاطون هنر را نوعی محاکات و تقلید[1] می‌داند که انسان را از واقعیت دور می‌کند.

بیان تفصیلی دیدگاه افلاطون در باب هنر را باید در کتاب دهم جمهور جست‌وجو کرد. در این کتاب، بیان می‌شود که کیفیات در عالم معقولات دارای صور مثالی هستند که مصداق‌های جهان تجربهٔ حسی چیزی جز نسخهٔ بدل یا تصور آن‌ها نیست. او در این مورد مثال عینی تختخواب را می‌زند و در سه سطح، ساختن و نسخه‌برداری از آن را شرح می‌دهد. نخست، مثال تختخواب است که خداوند آن را می‌سازد. سپس تختخوابی است که به‌وسیلهٔ نجار ساخته می‌شود؛ یعنی همان تختخوابی که می‌توانیم روی آن بخوابیم. و در نهایت، تصویر تختخواب است که به دست نقاش ترسیم می‌شود. تختخواب ساختهٔ نجار نه‌تنها مادون فرم ایدئال[2] تختخواب است، که حتی به‌زعم افلاطون، از فرم ایدئالِ آن حقیقت یا واقعیت کمتری دارد. بر همین قیاس، تختخواب نقاشی‌شده در سطح فروتری قرار داشته و به‌طریق‌اولی، کمتر حقیقی است (صدرا، ۱۳۸۵: ۱۲).

تعریف لئو تولستوی[3]

تولستوی نیز تعریف هنر براساس زیبایی را رد می‌کند. وی زیبایی را ابداع دوران مدرن و مفهومی دفاع‌ناپذیر می‌داند. تولستوی، با اشاره به کاربرد جدید واژهٔ «زیبا[4]» در دوران مدرن، اعلام می‌دارد که در یونان باستان و از زمان افلاطون خوب و زیبا را از هم جدا نمی‌دانستند و درواقع زیبایی بخشی از خوبی بوده است. او با اشاره به نگرش پیش از دوران مدرن به زیبایی می‌گوید: «مفهوم "خوب[5]" مفهوم "زیبایی[6]" را شامل می‌شود اما عکس آن درست نیست. زیبایی درون خوبی است؛ یعنی خوبی مفهومی گسترده است که زیبایی بخشی از آن است» (تولستوی، ۱۳۹۴: ۱۵).

یکی از نکات قابل‌توجه در تعریف تولستوی از هنر این است که در تعریف او امر زیبایی‌شناسانه به‌شدت در پیوند با امر اخلاقی[7] تعریف می‌شود.

تولستوی در کتاب هنر چیست هنر را بیان یا انتقال احساس می‌داند. هنرمند راستین هم عاطفه را بیان می‌کند و هم آن را برمی‌انگیزد. هنرمند، از طریق هنر خود، مخاطبان خویش را به احساسی مبتلا می‌کند که خود تجربه کرده است. تولستوی این نظریه را چنان معیاری

1. Imitation
2. Ideal Form
3. Leo Tolstoy
4. Beautiful
5. Good
6. Beauty
7. Ethical

برای سنجش هنر به کار می‌برد. کیفیت هنر باید با کیفیت احساس‌هایی سنجیده شود که می‌تواند به مخاطبان خود انتقال دهد... او اخلاق را معیار هنر می‌داند... تولستوی معیار اخلاقی و زیبایی‌شناسانه را یکی می‌داند (صدرا، ۱۳۸۵: ۱۲).

تعریف بندتو کروچه[1]

کروچه در تعریف خود از مفهوم هنر بر مفهوم «فرانمود تخیلی[2]» تأکید می‌ورزد.

کروچه در کتاب کلیات زیبایی‌شناسی نظریهٔ خود در باب تعریف هنر را ارائه کرده است. وی هنر را نوعی شهود[3] (فرانمود تخیلی احساس) می‌داند. از منظر کروچه، تبیین مراحلی که در فعالیت ذهنی وجود دارد، برای بیان آنچه او شهود می‌نامد، الزامی است. در مرحلهٔ نخست، مرحله‌ای که در آن داده‌های خام احساس و ادراک دریافت می‌شوند، عواطف را احساس می‌کنیم؛ ولی به‌طور کامل از آن‌ها آگاه نیستیم، زمانی که واکنش‌هایی جسمانی، مثل رنگ پریدن که فرانمود ترس است، را از خود نشان می‌دهیم، این واکنش‌ها ارادی و تابع مهار آگاهانهٔ ما نیستند. به این نوع فرانمود، فرانمود روانی[4] می‌گوییم؛ اما فرانمود تخیلی عواطفمان را در مرحلهٔ دوم، که شهود است، ابراز می‌کنیم. در این سطح است که هنر خود را نمایان می‌سازد. فرض کنید که من احساس شادی می‌کنم. ممکن است با لبخندی غیرارادی بر چهره‌ام، فرانمودی روانی از این احساس خود ابراز کنم؛ اما اگر در مورد این احساس خود، یک شعر بگویم یا آهنگ بسازم، درواقع، فرانمودی تخیلی و هنرمندانه از احساس خود ارائه کرده‌ام که البته این فرانمود تخیلی به شیوه‌ای انتقال می‌یابد که نیازمند توجه آگاهانهٔ مستمع است (صدرا، ۱۳۸۵: ۱۴).

تعریف کلایو بِل[5]

به اعتقاد بل، برای ارائهٔ تعریفی مطلوب از مقولهٔ هنر باید قدر مشترک آثار هنری را در نظر بگیریم. این قدر مشترک می‌تواند ملاک مهمی برای قضاوت دربارهٔ آثار هنری محسوب شود. به اعتقاد او، فصل مشترک تمام آثار هنری بزرگ در طول تاریخ برخورداری از «فرم معنادار[6]» است. «این منتقد هنری و فیلسوف هنر انگلیسی با تمرکز بر تجربهٔ زیباشناختی مدعی شد واکنش زیباشناختی واکنش به فرم و روابط فرمی است. بل را می‌توان از آن دست فرمالیست‌های رادیکال به شمار آورد که عقیده داشت تمام ویژگی‌های

1. Benedetto Croce
2. Imaginary Expression
3. Intuition
4. Psychological Expression
5. Clive Bell
6. significant form

زیباشناختی یک اثر هنری فرمی (صوری) است» (بختیاریان، ۱۳۹۳: ۱۴). یکی از مهم‌ترین انتقاداتی که بر تعریف بل از هنر شده است این است که او نمی‌تواند توضیح واضح و دقیقی از مفهوم «فرم معنادار» ارائه دهد.

او در کتاب خود با عنوان فرمِ معنی‌دار مدعی شد که فقط فرم معنی‌دار ویژگی شاخص هنر است. بل هرگز توضیح نمی‌دهد که چه نوعی از فرم معنی‌دار محسوب می‌شود. او اگرچه از عاطفهٔ زیبایی‌شناسانه سخن به میان می‌آورد که بر اثر مشاهده و ادراک فرم معنی‌دار برانگیخته می‌شود؛ ولی تعریف و تحلیلی از آن ارائه نمی‌دهد (صدرا، ۱۳۸۵: ۱۵).

تعریف مونرو بردزلی[1]

بردزلی (۱۹۸۵) تعریف هنر را در نسبت با موضوع تجربهٔ زیبایی‌شناسانه بررسی می‌کند. «مونرو بردزلی تجربهٔ زیبایی‌شناختی را در شکل و کیفیات شیء که به‌صورت ملموس یا تخیلی و موردتوجه عمدهٔ وی است می‌یابد» (برلئان، ۱۳۸۷: ۱۰۷). از نگاه او، «هنر تجربه‌ای زیبایی‌شناسانه[2] است. زیبایی‌شناسی معنای بسیار گوناگونی دارد. فیلسوفان هنر معتقدند تجربهٔ هنری ما با دیگر انواع تجارب متفاوت است. خواندن رمان با مطالعه درمورد ساختمان و عملکرد دستگاه پخش متفاوت است» (صدرا، ۱۳۸۵: ۱۷). جدول ۱ مفاهیم اساسی تعاریف مذکور را نشان می‌دهد.

جدول ۱. مفاهیم اساسی تعاریف مختلف هنر

ردیف	عنوان تعریف	مفاهیم اساسی تعاریف
۱	واژه‌شناسی در زبان فارسی	نیک‌مردی، جوان‌مردی، همهٔ فضایل به‌خصوص فضایل معنوی
۲	واژه‌شناسی در زبان لاتین	عامل ارتباط انسان با امر مقدس
۳	هنر به‌مثابهٔ تکنیک (تخنه)	مهارت فنی، صنعت
۴	تعریف افلاطون	تقلید، محاکات
۵	تعریف تولستوی	انتقال احساس، یکسان بودن ملاک امر اخلاقی و امر هنری
۶	تعریف کروچه	فرانمود تخیلی احساس
۷	تعریف بِل	فرم معنی‌دار
۸	تعریف بردزلی	تجربهٔ زیبایی‌شناسانه

1. Monroe c. Beardsley

2. aesthetic experience

جمع‌بندی

براساس مطالب بیان‌شده در بخش چارچوب مفهومی هنر، به نظر می‌رسد که در مقام جمع‌بندی اشاره به چند نکتهٔ کلیدی حائز اهمیت است. نخست آنکه، براساس رویکرد واژه‌شناسانه در زبان‌های فارسی و لاتین و نیز متناسب با اندیشهٔ برخی از متفکران برجستهٔ هنر مانند اندیشهٔ هنری لئو تولستوی، مقولهٔ هنر امری است که با مقولهٔ «فضیلت» و «امر قدسی» در پیوند است. وجود پیوند بین هنر و فضیلت در این رویکردها زمینهٔ برقراری تعاملی مطلوب بین دو مقولهٔ هنر و فرهنگ را فراهم می‌کند؛ چراکه فرهنگ نیز مانند هنر از قابلیت زیادی برای پیوند یافتن با عنصر فضیلت برخوردار است. با توجه به وجود پیوند بین دو پدیدهٔ هنر و فضیلت، یکی از رویکردهای موجود در عرصهٔ هنر که خود را از هر گونه تعهد اخلاقی بَری می‌داند و شعار «هنر برای هنر[1]» سر می‌دهد و رسالتی در برقراری ارتباط با مخاطب نیز برای خود قائل نیست مورد انتقاد واقع می‌شود. دو رویکرد مذکور نسبت به هنر، یعنی رویکردی که نسبت به مخاطب احساس مسئولیت می‌کند و رویکردی که از مخاطب روی برمی‌گرداند، در بخش جمع‌بندی مقاله با دو عنوان رویکرد «توصیفی» و «تجویزی» از یکدیگر متمایز می‌شوند. نکتهٔ مهم دیگر در تعریف هنر توجه به عنصر زیبایی‌شناسی و فرم است. بدین ترتیب، به میزانی که در یک محصول فرهنگی نسبت به عنصر زیبایی‌شناسی کم‌توجهی شود، از ارزش هنری آن محصول کاسته می‌شود. به نظر می‌رسد که توجه به مقولهٔ زیبایی و فرم یکی از مهم‌ترین وجوه امتیاز هنر از ارتباطات به شمار می‌آید؛ چراکه در عرصهٔ ارتباطات، بیش از آنکه عنصر زیبایی مورد توجه واقع شود، انتقال پیام و اقناع مخاطب مورد عنایت قرار می‌گیرد.

فرهنگ

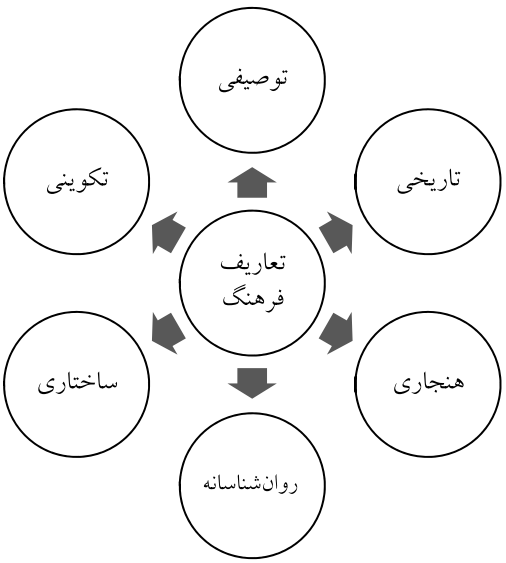
مرور تعاریف

فرهنگ ازجمله مفاهیمی است که تعاریف بسیار متعددی ناظر به آن در علوم اجتماعی ارائه شده است. آشوری (۱۳۹۷) در کتاب خود با عنوان تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ به ارائهٔ گونه‌شناسی از تعاریف متعدد فرهنگ پرداخته است. از دیدگاه وی، تعاریف مختلف فرهنگ در دسته‌های ذیل گنجانده می‌شوند:

- تعریف‌های توصیفی: این تعریف‌ها گسترده هستند و در آن‌ها به عناصر سازه‌ای فرهنگ تکیه می‌شود و چه‌بسا زیر نفوذ تعریف تایلور هستند.
- تعریف‌های تاریخی: در این تعریف‌ها بر میراث اجتماعی یا فراداد[2] تأکید شده است.

1. Art For Art Sake
2. Tradition

- تعریف‌های هنجاری: در این تعریف‌ها، تأکید بر قاعده[1] یا راه و روش[2] است.
- تعریف‌های روان‌شناسانه: در این تعریف‌ها بر فرهنگ به‌عنوان وسیلهٔ سازواری[3] و حل مسئله تأکید می‌شود.
- تعریف‌های ساختاری: تأکید بر روی الگوسازی یا سازمان فرهنگ است.
- تعریف‌های تکوینی: تأکید بر فرهنگ همچون یک فراورده یا ساخته است (آشوری، ۱۳۹۷) (شکل ۶).



شکل ۶. گونه‌شناسی تعاریف فرهنگ

یکی از بهترین شیوه‌هایی که می‌تواند به فهم تعریف فرهنگ کمک کند تمرکز بر روی عناصر، اجزا و ویژگی‌های فرهنگ است.

ساموار[4] در آثار خود به پنج عنصر اصلی فرهنگ و پنج ویژگی اساسی آن اشاره می‌کند. از دیدگاه وی اصلی‌ترین عناصر فرهنگ عبارت‌اند از: ۱. دین ۲. تاریخ ۳. ارزش‌ها ۴. نهادها ۵. زبان. از دیدگاه وی ویژگی‌های پنج‌گانهٔ فرهنگ عبارت‌اند از:

۱. اکتسابی است؛

۲. از یک نسل به نسل دیگر منتقل می‌شود؛

۳. مبتنی بر یک نظام نشانه‌ای است؛

۴. پویاست؛

1. Rule
2. Way
3. Adjustment
4. Samover

۵. نظامی درهم‌تنیده است، بدین نحو که دست‌کاری در هر بخش فرهنگ آثاری در تمام آن به جا می‌گذارد (غمامی و اسلامی تنها، ۱۳۹۸: ۳۲-۳۳).

عنصر دیگری که به فهم بهتر معنای فرهنگ کمک شایانی می‌کند توجه به تحولات و تغییرات معنایی این واژه است.

ریموند ویلیامز[1] سه تطور معنایی برای فرهنگ برمی‌شمارد: آموزش، هنر و شیوهٔ زندگی. دو معنای نخست بر رشد و زیبایی دلالت دارند، اما معنای اخیر از هر گونه رشد و زیبایی خالی شده است و به نظر می‌آید در فارسی نیز به‌تبعیت از این تحولات معرفتی در اروپا، مفهوم فرهنگ در عمده کتاب‌های دانشگاهی از ارزش خالی شده است. ماتیو آرنولد[2] معتقد است «مفهوم اخیر تکیه بر نسبی بودن و بی‌طرفی در ارزش‌گذاری است»، درحالی‌که فرهنگ در معنای هنر و آموزش بر تعهد به مجموعه‌ای از ارزش‌ها دلالت دارد و سلسله‌مراتبی است (غمامی و اسلامی تنها، ۱۳۹۸: ۳۴).

بشیر و هراتی نیک (۱۳۹۰) نیز، ضمن بررسی تعاریف مختلف فرهنگ، مؤلفه‌های مهم در تعریف فرهنگ در نگاه اندیشمندان مختلف را این‌چنین برشمرده‌اند:

- تأکید بر عنصر «آموزش»: در نگاه ویور[3]؛
- تأکید بر معنای «انتقال بین‌نسلی»: در نگاه کوپر[4]؛
- به‌مثابهٔ «حیات جمعی»: در نگاه تایلور[5]؛
- به‌عنوان «اطلاعات، رمزنگاری، ذخیره‌سازی و بازاریابی مشترک»: در نگاه ادوارد هال[6]؛
- به‌عنوان «راه‌حل مسائل»: در نگاه ترومپنارس[7]؛
- شیوهٔ «فهم اساسی از جهان»: در نگاه هوفستد[8].

از نگاه آنان سیر تعاریف به سمتی است که تعاریف فرهنگ به ارتباطات می‌رسد و این‌طور بیان می‌شود که فرهنگ و ارتباطات دو نگاه از یک واقعیت هستند (بشیر و هراتی نیک، ۱۳۹۰: ۲۷).

جمع‌بندی

براساس تعاریف مرورشده از مقولهٔ فرهنگ به نظر می‌رسد که با توجه به هدف این پژوهش اشاره به چند نکتهٔ مهم ضروری است. نخست اینکه، همان‌طور که ریموند ویلیامز اشاره

1. Raymond Henry Williams
2. Matthew Arnold
3. Weaver
4. Kuper
5. Tylor
6. Hall
7. Trompenaars
8. Hofstede

می‌کند، بعضی از تعاریف فرهنگ قائل به این‌همانی دو مقولهٔ فرهنگ و هنر هستند. این تعاریف از مقولهٔ فرهنگ از ظرفیت بسیار زیادی برای تعامل با مقولهٔ هنر برخوردارند، اما پژوهشگران این نوشتار بر آن هستند که توجه به مفهوم فرهنگ در معنای وسیع آن، که در سنخ تعاریف تایلوری از فرهنگ تجلی می‌یابد، ضمن اینکه قابلیت زیادی برای تعامل با مقولهٔ هنر دارد، زمینهٔ این موضوع را فراهم می‌کند که تعامل مذکور در سطحی بسیار وسیع و گسترده رغم بخورد و دامنهٔ تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد. به بیان دیگر، چنانچه فرهنگ در معنای وسیع و تایلوری آن در نظر گرفته شود و سپس نسبت آن با مقولهٔ هنر و زیبایی‌شناسی تبیین شود، می‌توان ردّپای نگاه هنری و زیبایی‌شناسانه را در وجوه مختلف زندگی اجتماعی بشر اعم از آداب، رسوم، ارزش‌ها، هنجارها، مناسک، سبک زندگی و... جست‌وجو کرد. بدین ترتیب، نسبت هنر و فرهنگ به‌صورت گالری‌گونه برقرار نمی‌شود، بلکه امری هنری خواهد بود که در تمامی وجوه حیات اجتماعی بشر جاری و ساری باشد. نکتهٔ دیگری که در تعریف فرهنگ باید مورد توجه قرار بگیرد خاصیت جمعی‌بودن فرهنگ است که در عمده تعاریف فرهنگ بدان اشاره شده است. توجه به این مؤلفهٔ مهم در تعریف فرهنگ باعث می‌شود که نسبت فرهنگ با گونهٔ خاصی از ارتباطات، یعنی ارتباطات جمعی، به‌خوبی برقرار شود و بدین ترتیب نسبت این دو مؤلفهٔ مهم و کلیدی تبیین شود.

ارتباطات

مرور تعاریف

ارتباطات هم مفهومی است که از دیدگاه‌های مختلف به آن نگریسته شده و متناسب با هرکدام از دیدگاه‌ها تعریفی از آن ارائه شده است. یکی از متفکرانی که به‌تفصیل پیرامون مفهوم ارتباطات و معنای آن در سنت‌های مختلف فکری بحث کرده رابرت کریگ است.

رابرت کریگ[1]، در مقالهٔ معروفش با عنوان «نظریهٔ ارتباطات به‌عنوان یک حوزه[2]» نشان می‌دهد که سنت‌های مختلف نظریه‌پردازی نگاه‌های متفاوتی به مفهوم «ارتباطات» داشته‌اند. با الهام از او تلاش می‌کنیم مفهوم «ارتباطات» را در سنت‌های مختلف توضیح داده و مفهوم محوری را دریابیم. کریگ هفت سنت مهم «بلاغی[3]»، «نشانه‌شناختی[4]»، «پدیدارشناختی[5]»،

1. Robert Craig
2. 'Communication Theory As A Field'
3. Rhetorical
4. Semiotics
5. Phenomenological

«سایبرنتیک[1]»، «اجتماعی ـ روان‌شناختی»، «اجتماعی ـ فرهنگی» و «انتقادی[2]» و منظر آن‌ها را نسبت به «ارتباطات» نشان می‌دهد (خان‌محمدی، ۱۳۹۳: ۱۳).

در جدول ۲، تعریف ارتباطات براساس هرکدام از سنت‌های هفت‌گانهٔ ارتباطی به‌اختصار ذکر شده است.

جدول ۲. تعریف ارتباطات در سنت‌های هفت‌گانهٔ ارتباطی

ردیف	سنت ارتباطی	تعریف ارتباطات
۱	بلاغی	هنر اقناع انسان جهت تأثیرگذاری بر رفتار وی
۲	نشانه‌شناختی	فراگرد مفهوم‌سازی براساس نظام نشانه‌ها
۳	پدیدارشناختی	فرایند مفهوم‌سازی خود و دیگری در گفت‌وگو
۴	سایبرنتیک	فرایند پردازش اطلاعات
۵	اجتماعی ـ روان‌شناختی	فرایند ایجاد تعامل و نفوذ اجتماعی
۶	اجتماعی ـ فرهنگی	فرایند تعاملی تولید و بازتولیدکنندهٔ ساختارهای اجتماعی
۷	انتقادی	گفتمان مبتنی بر مجموعه‌ای پیش‌فرض‌ها

جمع‌بندی

براساس نکات بیان‌شده در قسمت تعاریف مفهوم ارتباطات و متناسب با موضوع این پژوهش باید به این نکات اشاره کرد: نخست آنکه مهم‌ترین مؤلفهٔ مفهوم ارتباطات انتقال معنا[3]ست. بدین ترتیب ارتباطی موفق است که در آن بیشترین حد مطابقت معنا بین ارتباطگر و ارتباط‌گیر برقرار شود. نکتهٔ مهم دیگر اینکه در فرایند ارتباط همواره وجود یک ارتباط‌گیر مفروض است و ارتباطگر قصد دارد که معنایی را نزد وی متجلی کند. توجه به این مؤلفهٔ مهم در ارتباط باعث می‌شود که از بین انواع و اقسام هنر، رویکردی از هنر قابلیت تعامل با ارتباطات را داشته باشد که خود را نسبت به مخاطب بی‌تفاوت و غیرمتعهد نداند و در صدد انتقال معنا باشد. همچنین توجه به این نکته ضروری است که در برخی از سنت‌های نظری ارتباطات که در عرصهٔ عمل نیز تجلی گسترده‌ای دارند، به‌خصوص در سنت بلاغی، ارتباطات به پروپاگاندا[4] تقلیل پیدا می‌کند. در این رویکرد آنچه مهم است تحصیل منافع قدرت‌هاست و پای‌بندی به اخلاق و فضیلت محلی از اعراب ندارد. این معنا از ارتباطات ظرفیت تعامل با

1. Sybernetics
2. Critical
3. Meaning
4. Propaganda

هنر را، در معنایی که به‌شدت در نسبت با فضیلت و اخلاق تعریف می‌شود، ندارد. نکتهٔ دیگر قرابت دو حوزهٔ ارتباطات و رسانه با یکدیگر است. به بیان دیگر، ادبیات رسانه معمولاً سودای رسانش یک پیام به مخاطب را در سر دارد و از همین‌رو قرابت زیادی با حوزهٔ ارتباطات دارد. توجه به بُعد زیبایی‌شناسانه در رسانه معمولاً چندان برجسته نیست و لذا به نظر می‌رسد که بین دو حوزهٔ ارتباطات رسانه در نسبت با دو حوزهٔ هنر و رسانه ارتباط بیشتری برقرار است. آخرین نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه کرد این است که ارتباطات دارای انواع مختلفی است که در میان آن‌ها ارتباطات جمعی از ظرفیت عمده‌ای برای برقراری تعامل با فرهنگ برخوردار است و لذا باید به‌صورت خاص مورد عنایت واقع شود.

فرهنگ و ارتباطات

مروری بر تعاریف

اکنون که معنای دو مفهوم فرهنگ و ارتباطات بررسی شد، نوبت به بررسی معنای رشته‌ای می‌رسد که هویت خود را از ترکیب این دو مفهوم با یکدیگر یافته است. «رشتهٔ فرهنگ و ارتباطات یک رشتهٔ بین‌رشته‌ای است که از فرهنگ شروع می‌شود و به ارتباطات ختم می‌شود؛ یعنی ارتباطات در این منظر مبتنی بر فرهنگ بوده و بُعد فرهنگی ارتباطات در نظر گرفته می‌شود» (فیاض، ۱۳۸۹: ۵).

با شکل‌گیری رشتهٔ فرهنگ و ارتباطات، پژوهشگران مختلفی تلاش کردند که نسبت میان دو مقولهٔ فرهنگ و ارتباطات را بیشتر از گذشته زیر ذره‌بین قرار دهند.

فلسفهٔ فرهنگ و ارتباطات[1]، به‌عنوان فلسفهٔ بسیط و دانش درجه‌یک، بر ارتباط تنگاتنگ و منطقی میان دو مفهوم «فرهنگ» و «ارتباطات» متوقف است. بدون ربط منطقی این بحث بی‌پایه و اساس خواهد بود. نظریه‌های موجود در دانش ارتباطات برای ربط «فرهنگ» و «ارتباطات» از سه الگوی مختلف پیروی کرده‌اند که عبارت‌اند از:

- ادغام فرهنگ و ارتباطات در نظریهٔ واحد؛
- تفاوت «ارتباطات» در درون فرهنگ‌های مختلف؛
- تبیین و توصیف ارتباطات میان‌فرهنگی[2] (خان‌محمدی، ۱۳۹۳: ۱۸) (شکل ۷).

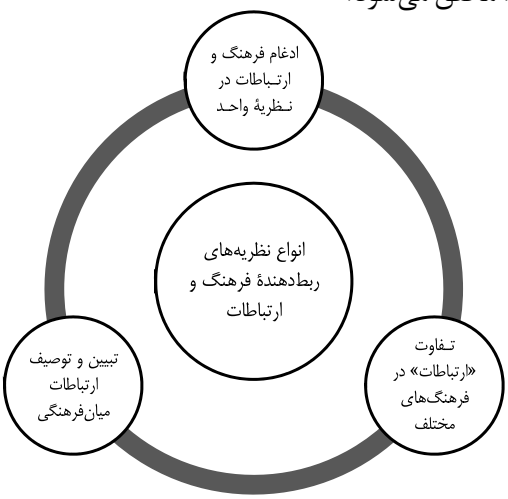
جمع‌بندی

به نظر می‌رسد که مهم‌ترین نکته در جمع‌بندی بحث پیرامون چارچوب مفهومی فرهنگ و ارتباطات، توجه به رابطهٔ تنگاتنگ و تأثیر و تأثّر دو مفهوم و ارتباطات در قبال یکدیگر است.

1. Philosophy Of Culture And Communication

2. Intercultural Communication

یکی از مهم‌ترین ابعاد این ارتباط متقابل که می‌تواند نقش بسزایی در برقراری ارتباط بین حوزهٔ فرهنگ و ارتباطات و حوزهٔ هنر داشته باشد در نظر گرفتن نقش غایی برای فرهنگ و نقش ابزاری برای ارتباطات است. در این تقریر از رابطهٔ فرهنگ و ارتباطات، هدف نهایی شکل‌دهی و حفظ فرهنگ است، ولی این هدف مهم با ابزار ارتباطات، به‌خصوص ارتباطات جمعی و رسانه‌مند، محقق می‌شود.



شکل ۷. انواع نظریه‌های ربط‌دهندهٔ فرهنگ و ارتباطات

افزون بر آنچه گفته شد، نسبت‌های دیگری نیز برای نسبت‌یابی میان فرهنگ و ارتباطات قابل فرض است. گادیکانست[1] (۱۳۹۶) به توضیح روابط هفت‌گانهٔ این دو مقوله مبادرت ورزیده است. از دیدگاه وی می‌توان نظریه‌های ارتباطات میان‌فرهنگی را به هفت دسته تقسیم‌بندی کرد: (۱) نظریه‌هایی که فرهنگ را در فراگرد ارتباطات ادغام می‌کنند؛ (۲) نظریه‌هایی که تفاوت‌های فرهنگی در ارتباطات را مد نظر قرار می‌دهند؛ (۳) نظریه‌های بین‌گروهی بین‌فرهنگی با تأکید بر پیامدهای مؤثر؛ (۴) نظریه‌های بین‌گروهی بین‌فرهنگی با تأکید بر سازش و انطباق؛ (۵) نظریه‌های بین‌گروهی یا بین‌فرهنگی با تأکید بر مدیریت هویت یا مذاکره دربارهٔ هویت؛ (۶) نظریه‌های بین‌گروهی بین‌فرهنگی با تأکید بر شبکه‌های ارتباطی و (۷) نظریه‌های بین‌فرهنگی که بر فرهنگ‌پذیری و سازگاری متمرکز می‌شوند (گادیکانست، ۱۳۹۶: ۹).

غمامی و اسلامی تنها (۱۳۹۸)، در کتاب خود با عنوان همشناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان‌فرهنگی، برای تبیین نسبت فرهنگ و ارتباطات، به تبیین سه تعریف ارتباطات یعنی ارتباطات به‌مثابهٔ کنش، ارتباطات به‌مثابهٔ میان‌کنش و ارتباطات به‌مثابهٔ تراکنش می‌پردازند. از دیدگاه آنان معنای سوم ارتباطات، یعنی ارتباطات به‌مثابهٔ تراکنش که براساس

1. Gudykunst

آن ارتباط‌گران همه فعال هستند و ارتباط عملی مشترک است، می‌تواند مبنای ارتباطات میان‌فرهنگی واقع شود و بدین ترتیب نسبت مطلوبی را میان ارتباطات و فرهنگ برقرار کند. آنان سپس چهار نسبت مختلف بین دو مقولهٔ فرهنگ و ارتباطات را بررسی می‌کنند. این نسبت‌های چهارگانه عبارت‌اند از: ۱. نسبت تساوی میان فرهنگ و ارتباطات؛ ۲. نسبت تباین بین فرهنگ و ارتباطات (عمل‌گرایی[1])؛ ۳. فرهنگ اعم از ارتباطات (ساختارگرایی[2])؛ ۴. ارتباطات اعم از فرهنگ (پدیدارشناسی). غمامی و اسلامی تنها، در نهایت پس از بحثی نسبتاً مبسوط، نگاه چهارم را نگاه بهتری برای تبیین رابطهٔ بین فرهنگ و ارتباطات می‌دانند (غمامی و اسلامی تنها، ۱۳۹۸: ۳۹-۳۷).

مبانی نظری پژوهش

مارتین هایدگر[3]

مرور دیدگاه‌ها

هایدگر فیلسوف بزرگی است که تأملات فراوانی را در باب مدرنیته داشته است. او همچنین ارزش بسیار والایی برای هنر قائل است.

او هنر را برتر از فنّاوری و فلسفه می‌دانست و می‌کوشید «قدرت نجات‌دهندهٔ هنر» در مقابل فنّاوری و فلسفه را عمده سازد. هایدگر یک بار پس از شنیدن واپسین سونات برای پیانو در سی بمل، اثر فرانتس شوبرت، گفته بود: «ما با فلسفه هرگز قادر به انجام چنین کاری نیستیم (مهرآیین و افتخاری، ۱۳۸۶: ۶).

هایدگر، ضمن پرداختن به مصائب زندگی مدرن برای بشر، به این موضوع اشاره می‌کند که تنها راه خروج از این وضعیت بحرانی هنر است؛ «هایدگر نظر خاصی نسبت به این عصر دارد. او این عصر را عصر غلبهٔ فنّاوری یا علم بر تمامی امور می‌داند و راه‌حل آن را "انفتاح از برای راز" و پناه بردن به "هنر" که مجلای مواجهه با حقیقت است می‌داند» (رضایی جهدکن، ۱۳۹۳: ۱۳۹). در باب دیدگاه هایدگر به مدرنیته بسیار سخن گفته شده است، ولی نکتهٔ حائز اهمیت در این پژوهش آن است که او خروج از بحران مدرنیسم را نوع خاصی از هنر می‌داند. «در این "زمانهٔ تنگدستی" که انسان با بهره‌گیری از فنّاوری مدرن انسانیتش در حد سیطره بر طبیعت تنزل یافته، مارتین هایدگر هنر را تنها راه رهایی برای خروج از بحران مدرنیته معرفی می‌کند» (رامین، ۱۳۹۱: ۵).

یکی از موضوعاتی که برای فهم بهتر اندیشهٔ هایدگر در این زمینه ضروری است کاویدن مفهوم «هنر بزرگ» است.

1. Pragmatism
2. Structuralism
3. Martin Heidegger

نکتهٔ مهم در این دوره از کار فکری هایدگر بی‌توجهی وی به هنر مدرن و سخن گفتن از «مرگ هنر بزرگ» است. هنر بزرگ نزد وی هنری است که در آن حقیقت موجودات به‌مثابهٔ یک کل خود را بر وجود تاریخی انسان می‌گشاید. درواقع، بزرگی هنر به این است که در وجود تاریخی انسان رسالتی تعیین‌کننده به عهده دارد. کارهای هنری بزرگ به شیوهٔ خاص خود موجودات را آشکار می‌سازند و این آشکارگی را گشوده نگه می‌دارند و لذا بزرگی هنر بزرگ، صرفاً و در وهلهٔ نخست، به کیفیت والای آنچه آفریده نیست، بلکه به این است که نیازی مطلق است. از نظر وی، اوج هنر بزرگ در هنر یونان (تراژدی، شعر و معماری) و نیز هنر روم و قرون‌وسطی قابل مشاهده است (مصطفوی، ۱۳۹۱: ۴۹).

کاوش در معنای هنر بزرگ حاکی از آن است که این مفهوم در تقابل با ایدهٔ هنر در برابر هنر شکل گرفته است. چنین به نظر می‌رسد که ایدهٔ هنر برای هنر آن‌هم در اختیار تودهٔ عظیم مردم از هر نژاد و طبقه و برای بیان هر فکر و اندیشه و آمال و آرزو و بیم و امیدی چندان در دوران باستان مقبولیت و مشروعیت و جای طرح نداشته است. برعکس، هنر در دوران باستان همچون علم و فنّاوری در نسبت با باورها و اهداف جمعی و در راستای خدمت به ایده‌های مشترک به کار می‌رفته است.

درواقع، از تحلیل هایدگر چنین برمی‌آید که آثار هنری یونان باستان فی‌نفسه یک ویژگی خاص و متمایزکننده نداشتند، بلکه ارزش آن‌ها در نقشی است که در زندگی جمعی یونانیان و به‌طریق‌اولی، در تاریخ هستی بازی می‌کردند. او با موزه‌ای کردن هنر مخالف است و اثر هنری مطلوب او اثری است که در بطن جامعه جاری و تأثیرگذار باشد. در همین راستا، مرز دوران مدرن میان هنر و زندگی نیز بی‌معنا و متافیزیکی است و هنری بزرگ است که از نقش هنر بودن بگریزد، چنان‌که در یونان باستان آثار هنری زندگی و جهان مردم را بر پا می‌کردند. برای مثال، آثار معماری و پرستشگاه‌ها و بناهای گوناگون در قلب زندگی مردم به چشم می‌آمدند؛ اشعار هومر را مردم دائماً بر لب داشتند و می‌خواندند؛ و تراژدی‌های سوفوکل تجلی و حتی محل زندگی مردم بودند (پورحسینی، ۱۳۹۱: ۵۸).

واکاوی نظری

براساس مرور صورت‌گرفته بر اندیشهٔ هایدگر و با توجه به هدف این پژوهش، توجه به دو نکته ضروری است. نخست توجه هایدگر به نقش نجات‌دهندهٔ هنر و تأثیر آن بر تغییر سرنوشت تمدنی بشر است؛ گویی در این ایده هایدگر توجه بسیار برجسته‌ای بر نقش هنر و جایگاه آن در تغییرات فرهنگی کلان زندگی بشر دارد و بدین ترتیب به برقراری پیوند بین دو عرصهٔ هنر و فرهنگ می‌پردازد. نکتهٔ مهم دیگر دیدگاه هایدگر نسبت به مفهوم هنر بزرگ و ستیز او با ایدهٔ هنر برابر هنر است. بر این اساس، هایدگر ضمن نقد ایدهٔ هنر برای هنر قائل به این

است که باید برای رسالت تاریخی هنر و نقش آن در انتقال اندیشه‌ها ارزش قائل شد. این نظر هایدگر زمینه‌ساز پیوندی مناسب بین هنر و ارتباطات است؛ چراکه اثر هنری را در ارزش زیبایی‌شناسانهٔ آن منحصر نمی‌داند و قائل به رسالت تجلی معنا برای آن است.

والتر بنیامین[1]

مرور دیدگاه‌ها

همان‌طور که می‌دانید، در سدهٔ اخیر، شاهد آن هستیم که اشکال سنتی ارتباطات مانند نقاشی و مجسمه‌سازی به حاشیه رانده می‌شوند. به نظر می‌رسد که علت به حاشیه رفتن این اشکال سنتی ارتباطات آن است که رسانه‌های جدید، که از فنّاوری‌های نوین استفاده کرده و تولید را به‌صورت انبوه انجام می‌دهند، می‌توانند آنچه رسانه‌های سنتی انجام می‌دادند بسیار جدی‌تر، پیچیده‌تر و با کارآمدی بیشتری انجام دهند» (Walker, 1995).

در این میان بنیامین اندیشمندی است که به‌خوبی موضوع تغییرات به‌وجودآمده در شیوهٔ تولید محصولات فرهنگ و هنری را در دوران مدرن مورد تحلیل قرار داده و به این ترتیب به یکی از ماندگارترین چهره‌های این عرصه تبدیل شده است. «والتر بنیامین اندیشمندی است که به‌خوبی موضوع تغییرات به‌وجودآمده در شیوهٔ تولید محصولات فرهنگ و هنری را در دوران مدرن مورد تحلیل قرار داده است» (رهبرنیا و مصدری، ۱۳۹۴: ۲۲۳).

با نگاهی به آثار بنیامین می‌توان گفت که اصلی‌ترین مسئلهٔ فکری او موضوع تکثیر گسترده و مکانیکی آثار هنری است. «مفهوم اصلی او در درک بازتولید آثار هنری مفهوم «هاله[2]»ی اثر است که وی با عنوان «حضور هاله‌ای در اثر هنری در زمان و مکانی منحصربه‌فرد» توضیح داده است. از نظر بنیامین، هالهٔ اثر هنری به معنای اصلی آن در تجلی آیین‌های مذهبی در اثر هنری، مثلاً نقاشی دیواری بر دیوار کلیسای قرون‌وسطایی، بروز و ظهور یافته است» (Wilkof, 2018).

در اندیشهٔ بنیامین نسبت وثیقی بین هالهٔ آثار هنری و مناسک دینی برقرار می‌شود. «به نظر بنیامین، ریشهٔ اصلی هاله این است که اثر هنری در بستر سنتی فرهنگی جای دارد و ریشه‌های تاریخی این سنت فرهنگی نیز در مناسک دینی نهفته است؛ بنابراین قداست هنر ریشه در قداست مناسک دینی و جادویی دارد. درست همین هاله است که در عصر بازتولید مکانیکی از بین می‌رود» (میلنر و براویت، ۱۳۹۷: ۱۰۷). از نگاه بنیامین «فنّاوری کیفیت هاله‌ای را در فراورده‌های فرهنگی امروزی از بین برده است. این فراورده‌ها ارزش بی‌همتا و روحانیت پیشین را از دست داده و به چیزهای معمولی و یکنواخت تبدیل شده‌اند» (اسمیت و رایلی، ۱۳۹۴: ۱۰۷).

1. Walter Benjamin

2. Aura

بنیامین به ما گوشزد می‌کند تحولاتی که در عرصهٔ هنر ایجاد شده است باید به سمتی سوق پیدا کند که بشر در آن به نوعی رهایی سوق پیدا کند. این امر میسر نیست مگر اینکه هنر ماهیتی سیاسی داشته باشد. از نگاه او، فنّاوری می‌تواند معنای هنر را از معنای فلسفی آن، یعنی تجربهٔ هنری، فراتر ببرد و در نهایت آن را به مقصودی سیاسی برساند. از نظر او، یکی از مفهوم‌های سنتی که ما درگیر آن هستیم «غیرمفهومی بودن» و به‌تبع آن، «غیرسیاسی بودن هنر» است. او می‌گوید که سینما مغایر با این مفهوم است؛ زیرا ازآنجاکه با توده‌ای عظیم روبه‌روست، ماهیتی سیاسی می‌یابد. این سیاسی‌شدن یا پیش‌روست یا واپس‌گرا. از نظر او، کسی که دیدگاه کانت در زمینهٔ غیرمفهومی‌بودن هنر را قبول دارد ماهیت سیاسی هنر را هم نمی‌پذیرد و از ابداعات هنری هم بهره‌ای نخواهد برد. وی معتقد است حزب نازی آلمان از رسانه‌های جمعی مدرن استفاده کرد تا زیبایی‌شناسی نازی مورد پذیرش تودهٔ مردم قرار گیرد. به این ترتیب، وسایلی که می‌توانست در جهت آگاهی‌بخشی و ارادهٔ توده‌ها مورد استفاده واقع شود در دست فاشیسم به ابزار سلطه مبدل شد. بنیامین عقیده دارد عقب‌نشینی از وضعیت پیش‌آمده و محکوم‌کردن فنّاوری و غفلت از امکانات رهایندهٔ آن ـ ازجمله در مبارزه و افشای فساد سرمایه‌داری و همچنین فاشیسم و هر نوع دیکتاتوری‌ای ـ راه را برای استفادهٔ ابزاری دولت‌های سرکوبگر می‌گشاید تا هنر را به ابزار تبلیغاتی خود تبدیل کنند. از همین‌روی، او در تلاش بود تا راه چاره‌ای را جست‌وجو کند. بدین ترتیب بنیامین، در رسالهٔ خود با نام هنرمند به‌مثابهٔ تولیدکننده، هنرمندان چپ را دعوت کرد تا در کنار پرولتاریا قرار گیرند و از هنرمندان پیش‌رو خواست تا قدم پیش نهند و مانند کارگرانی انقلابی به معنی تولیدکنندگان هنر به تغییر تکنیک رسانه‌های سنتی بپردازند (کمالی و اکبری، ۱۳۸۷: ۱۴۱ـ۱۴۵).

واکاوی نظری

مطالب بیان‌شده در بخش مرور دیدگاه‌های بنیامین گواه آن است که مبنای نظری او نیز از ظرفیت برجسته‌ای برای برقراری پیوند بین فرهنگ، هنر و ارتباطات برخوردار است. بنیامین آن‌گاه که به رابطهٔ هنر و فنّاوری‌های نوین ارتباطی و رسانه‌ای می‌اندیشد، متوجه از بین رفتن خاصیت هاله‌ای در اثر هنری می‌شود. نفْس توجه بنیامین به هالهٔ اثر هنری بسیار ارزشمند است؛ چراکه به‌نحوی حکایت از آن دارد که با توجه به بُعد تولید گستردهٔ آثار هنری، که منضم به موضوع فنّاوری‌های ارتباطات جمعی است، توجه به ابعاد زیبایی‌شناسانهٔ اثر هنری کاهش می‌یابد که این خود درنگ خوبی در برقراری تعامل بین دو حوزهٔ هنر و رسانه است. البته دیدگاه بنیامین، برخلاف نگارندگان مقاله، به کم‌اعتنایی به بُعد زیبایی‌شناسانهٔ آثار هنری منفی نیست. او از دریچهٔ از بین رفتن اثر هاله‌ای محصولات هنری به موضوع دیگری توجه می‌کند و آن کاربرد اجتماعی، سیاسی

و فرهنگی است. قائل‌شدن به رسالت اجتماعی اثر هنری و توجه به نقش فرهنگی آن موضوع دیگری است که باعث می‌شود دیدگاه بنیامین قابلیت زیادی برای برقراری ارتباط بین هنر، فرهنگ و ارتباطات داشته باشد.

سید حسین نصر

مرور دیدگاه‌ها

در این بخش از نوشتار به بررسی دیدگاه سید حسین نصر، اندیشمند سنت‌گرای ایرانی، می‌پردازیم. برای فهم اندیشهٔ هنری نصر ابتدا باید درنگی در معنای سنت و سنت‌گرایی صورت بگیرد.

سنت در گفتمان سنت‌گرایی به معنای رسم و عادت و اسلوب نیست، بلکه مقصود سنت الهی و ازلی و ابدی است که در تمامی وجود ساری و جاری است؛ به عبارت دیگر، منظور از «سنت» اندیشه‌های اصیلی است که ریشه در آموزه‌های وحیانی ادیان داشته و به حقیقت الهی و وحیانی متصل باشد نه سنت‌هایی که تنها برآمده از عقل فلسفی یا آداب و رسوم قومی و ملی باشد (موسوی گیلانی، ۱۳۹۵: ۱۹۶).

از نظر سنت‌گرایان، «حکمت خالده» آن سنت فلسفی‌ای است که با تعالیم ادریس نبی آغاز شد. این سنت در تمدن‌های مختلف، به‌ویژه تمدن ایرانیان، به نسل‌های بعدی انتقال یافت. پیام اصلی این فلسفه تمایز ظاهر و باطن ادیان و کثرت ظاهری و وحدت باطنی آن‌هاست. جریان‌های مختلف فلسفهٔ اسلامی، به‌ویژه حکمت متعالیه، از مصادیق آن به شمار می‌آیند (خسروپناه، ۱۳۹۷: ۲۱۹). «نصر، با توجه به تعریفی که از سنت و حکمت خالده دارد، تلاش می‌کند منشأ هنر اسلامی را، مطابق با تعریف سنت، ریشه‌دار در آموزه‌های وحیانی بداند. بر همین اساس، به هنر قدسی اعتقاد دارد که درون هنر سنتی است» (اسماعیلی، ۱۳۹۵: ۱۲۰).

نصر میان سه اصطلاح هنر مقدس، هنر سنتی و هنر دینی تفاوت قائل می‌شود. در خصوص این سه واژه باید گفت هنر سنتی به دو بخش تقسیم‌بندی می‌شود: هنر قدسی و هنر غیرقدسی. هنر قدسی درون هنر سنتی نهفته است. به تعبیر نصر، «هنر قدسی قلب هنر سنتی است و به شیوه‌ای مستقیم، اصول و معیارهایی را بازمی‌تابد که به شیوه‌ای غیرمستقیم‌تر در تمامی عرصه‌های هنر سنتی تجلی یافته است» (نصر، ۱۳۸۸: ۱۳۹۴).

هنر دینی، سنتی و مقدس نیست؛ به‌ویژه ازآنجاکه در جهان غرب از دوران رنسانس به بعد، هنر سنتی از میان رفته است؛ درحالی‌که هنر دینی تداوم دارد. هنر دینی موضوعش دینی است، ولی روش و زبان آن با هنر مقدس تفاوت دارد و به لحاظ نمادین هم اهمیت هنر مقدس را ندارد. هنر دینی، به‌علت موضوع یا وظیفه‌ای که مورد اهتمام قرار می‌دهد و نه سبک، روش اجرا، رمزپردازی و خاستگاه غیرفردی‌اش، هنر دینی تلقی می‌شود؛ اما هنرِ سنتی

سنتی است نه به‌علت جستارمایهٔ آن، بلکه به‌علت انطباق و هماهنگی‌اش با طبیعت مواد اولیهٔ مورداستفاده و سرانجام انطباق و هماهنگی آن با حقیقت در آن ساحت خاص واقعیت که به آن اهتمام دارد (نصر، ۱۳۸۸: ۲۶).

دکتر نصر رویکرد سلبی شدیدی را در قبال هنر مدرن اتخاذ کرده است.

نصر هیچ هنر مدرنی را، اگرچه موضوع آن مذهبی باشد، داخل قلمرو هنر سنتی نمی‌داند. وی بر این باور است که این هنرها، چون از اصول و فرم دین گرفته نشده‌اند، نمی‌توانند قدسی شوند. وی این‌گونه هنرها را مثل سینما از دنیای سنت خارج می‌داند و آن را نادیده می‌گیرد و به این هنر اعتقادی ندارد؛ زیرا هنر سنتی فقط در سنت به وجود می‌آید. به همین دلیل، اگر در سینما آثاری پیرامون زندگی انبیا ساخته شود، به دلیل استفاده از زبان مدرن، از مصادیق هنر سنتی و قدسی نمی‌داند. همچنین راه‌حل یا پیشنهادی برای امروز ارائه نمی‌دهد که، با توجه به نفوذ قدرتمند هنرهای جدید و مواجهه با تغییرات در حال وقوع، چه راهکاری برای اصلاح هنرهای امروزی وجود دارد. (اسماعیلی، ۱۳۹۵: ۱۲۹).

واکاوی نظری

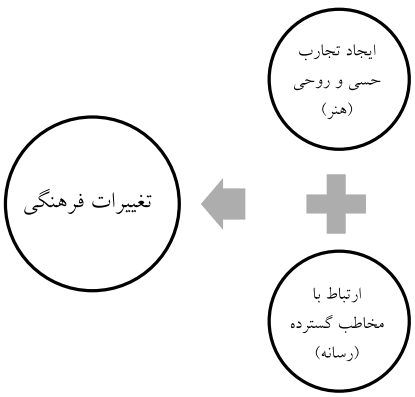
براساس مطالب بیان‌شده در قسمت مرور دیدگاه‌های سید حسین نصر، به نظر می رسد که اندیشهٔ وی از ظرفیت چندانی برای برقراری ارتباط بین سه حوزهٔ هنر، فرهنگ و ارتباطات برخوردار نیست. دلیل این موضوع نیز رویکرد سلبی بسیار شدید او در قبال هنر مدرن است. به بیان دیگر، نصر، با طرد کردن هنر مدرن که در آن شاهد امتزاج شدید دو عنصر هنر و ارتباطات با یکدیگر هستیم، برقراری رابطه بین این دو عنصر را ناممکن می‌کند. همچنین، با مختص کردن هنر سنتی به بافت فرهنگی اجتماعی دوران پیشامدرن، امکان برقراری رابطهٔ مطلوب بین هنر و هر بافت تمدنی و فرهنگی دیگری را ناممکن می‌کند.

سید مرتضی آوینی

مرور دیدگاه‌ها

برای تشریح دیدگاه آوینی در موضوع نسبت هنر، رسانه و فرهنگ باید در ابتدا به مبنای هستی‌شناسانهٔ او در قبال امر فرهنگ توجه کرد. آوینی، که در کنار آشنایی بسیار عمیق با اندیشهٔ فلسفی غرب تعمق بسیاری نیز در فلسفهٔ اسلامی داشت، در آثارش به این موضوع اشاره کرده که قائل به اصالت اجتماع است و از این لحاظ جامعه و فرهنگ را امری اصیل و واقعی می‌داند. آوینی همچنین به موضوع چگونگی ایجاد تغییرات اجتماعی و فرهنگی اشاره کرده است. از دیدگاه وی «برقراری ارتباط با مخاطبان گسترده» و ایجاد «تجربیات عمیق روحی و حسی» دو الزام اساسی رخ‌دادن چنین تغییراتی هستند.

سینما می‌تواند، با وسعت و عمق و نفوذ بسیار، منشأ تحولات فرهنگی باشد. این چیزی است که سینما به‌مثابهٔ هنر مدرن از آن غفلت دارد، چراکه لازمهٔ ایجاد تحول روحی و فرهنگی عنایت به مخاطب است. لازمهٔ اینکه سینما منشأ تحول گستردهٔ فرهنگی باشد آن است که از نخبه‌گرایی پرهیز کند و مخاطب عام داشته باشد. این حکم مجرد از آن است که مخاطبان سینمای به‌اصطلاح هنری را نخبگان این جامعه می‌دانیم یا خیر تفاوتی نمی‌کند. روی آوردن به مخاطب خاص، چه نخبگان باشند یا خیر، دست و پای سینما را می‌بندد و آن را به هنری بسیار محدود و اقلیت‌گرا تبدیل می‌کند. از این لحاظ فیلم فارسی نیز دارای مخاطب خاص بوده است. شرط لازم آنکه سینما بتواند منشأ تحول فرهنگی باشد آن است که زبان آن را از ساده‌ترین گروه‌های اجتماع تا پیچیده‌ترین آن‌ها درک کنند... شرط کافی آن است که فیلم بتواند مخاطب خاص را به یک تجربهٔ حسی و روحی بکشاند و تماشاگران را در آن زندگی که بازآفریده است شریک کند» (آوینی، ۱۳۹۰: ۳۰) (شکل ۸).



شکل ۸. لوازم تحقق تغییرات فرهنگی از دیدگاه شهید آوینی

براساس آنچه گفته شد، به نظر می‌رسد که از دیدگاه آوینی تغییرات فرهنگی در شرایطی رقم می‌خورند که دو مقولهٔ هنر و رسانه به نحوی در کنار هم قرار گیرند که هیچ‌کدام از آن‌ها به نفع دیگری نادیده گرفته نشوند. از دیدگاه آوینی، مهم‌ترین عنصر تأثیرگذار بر محصول هنری در بدو ایجادْ فرمِ آن اثر است و همین فرم است که باعث ایجاد تغییرات حسی در مخاطب می‌شود.

فیلم نیز دارای روح و جسم است و ازآنجاکه تصویر منحصراً عرصهٔ تجلی عالم ظاهر است، فیلمی که از کالبد و یا تکنیک مناسب برخوردار نباشد روح پیدا نمی‌کند. به همین لحاظ است که در همهٔ هنرها و بالأخص در عرصهٔ سینما، در مرحلهٔ ایجاد، قالب و یا کالبد از محتوا اهمیت بیشتری دارد؛ اگرچه در مرحلهٔ بعد از ایجاد و در هنگام تماشای فیلم، مضمون و

محتواست که در چشم می‌نشیند (آوینی، ۱۳۹۸: ۲۱۵).

به همین علت است که آوینی و همکارانش خود در مجلهٔ سوره حوزهٔ هنری بر آن بودند که به نقد فرمی آثار هنری توجه کنند.

در اندیشهٔ شهید آوینی توجه به جنبهٔ رسانه‌ای محصولات هنری، به‌خصوص سینما، از اهمیت بسیاری برخوردار است. ایشان اصلی‌ترین آفت هنر مدرن را گرفتارشدن آن به بیماری سوبژکتیویسم، که به فاصله‌گرفتن هنر از مخاطب منجر می‌شود، می‌داند و تأکید می‌کند که باید به ابعاد رسانه‌ای هنر و ارتباط آن با مخاطب هم توجه کرد. آوینی اگرچه به ابعاد رسانه‌ای محصولات فرهنگی و هنری توجه فراوانی دارد، ولی از سوی دیگر، تنزل مقولهٔ تبلیغات به پروپاگاندا را به نقد می‌کشد.

تبلیغات در جهان امروز معنای پروپاگاندا گرفته و تا پست‌ترین منازل وجود نزول و سقوط کرده است. مقصود ما از تبلیغ همان وظیفه‌ای است که بر انبیاء و اولیاء خدا قرار داده شده است. آیا غربی‌ها فیلم‌های مستند جنگی را برای تبلیغات و جذب مردم به‌سوی جبهه‌ها می‌ساخته‌اند؟ اگر هم این‌چنین بوده است باز هم تفاوت بسیاری است، چراکه تبلیغات مکتبی بر آگاهی مخاطب و اختیار انسانی او مبتنی است. جمله‌ای از هیتلر وجود دارد که در بهترین صورت محتوای تبلیغاتی غرب را بیان می‌کند. او گفته است: «اگر می‌خواهید مردم را به کاری وادار کنید، پست‌ترین غرایز آن‌ها را هدف تبلیغات قرار دهید. برای خریدن یک جوراب غرایز جنسی آن‌ها را تحریک کنید (آوینی، ۱۳۹۰: ۲۲۱).

او، پس از تبیین نقدهای خود به پروپاگاندای غربی، به تشریح تمایزات بسیار اساسی تبلیغات از دیدگاه اسلامی و غرب می‌پردازد:

تبلیغ در نزد ما با آن مفهومی که در غرب دارد کاملاً متفاوت است. اشتراک فقط لفظی است، اگرنه کار تبلیغ ما با جلوه‌گر ساختن حقایق به انجام می‌رسد و کار تبلیغ آن‌ها با پوشاندن و کتمان حقایق. آن‌ها می‌خواهند مخاطب خویش را بفریبند و مطلوب ما در کار تبلیغ این است که پرده‌های وهم و فریب را کنار بزنیم (آوینی، ۱۳۹۰: ۲۳۵-۲۳۴).

یکی از شاخص‌ترین ابعاد دیگر اندیشهٔ شهید آوینی نگاه ایشان به فنّاوری‌های رسانه‌ای است. آوینی با ظرافت و عمق بسیاری به بحث دربارهٔ تلوس[1] یا جهت فطری فنّاوری می‌پردازد.

با تکنیک سینما نسبت‌های مختلفی می‌توان برقرار کرد. قریب به اتفاق فیلم‌سازان دنیا کاری که می‌کنند آن است که تلوس یا جهت فطری تکنیک سینما را درمی‌یابند و خود را به آن می‌سپارند. بدون تردید سینما هم، همچون دیگر فراورده‌های فنّاوری و مظاهر تمدن غرب، ماهیتاً دارای غایت و جهتی فطری است. این معنا را هایدگر «تقدیر» یا «سرنوشت» می‌خواند. این جهت فطری یا تقدیر مقتضای آن نحو از تعین است که فنّاوری دارد... سینما جهتی فطری

1. telos

دارد که اگر تسلیم آن شویم، دیگر این سینماست که مضامین تکنیک خویش را برخواهد گزید. فی‌المثل تکنیک سینما چنین اقتضا دارد که قصهٔ فیلم در کشاکش کنش و واکنش متقابل شکل بگیرد، نه در محاورات و مکالمات هرچند متفکرانه و عمیق (آوینی، ۱۳۹۰: ۱۸۵-۱۸۴).

او اگرچه به این جهت‌گیری ذاتی رسانه اشاره دارد، هرگز بشریت را منقاد و مطیع محض فنّاوری نمی‌داند. آوینی می‌گوید که اگر بگوییم کار تمام است و ما توان تصرف در فنّاوری را نداریم، این خودش شأنی از تکنیک‌زدگی است. من به این مسئله اعتقادی ندارم و البته هم‌زمان حاشیه می‌زند که من دربارهٔ تکنیک و ماهیت آن ساده‌انگار نیستم (یامین‌پور، ۱۳۹۸: ۱۸۶). به اعتقاد آوینی، تصرف در فنّاوری در سایهٔ قدرت روحی و معنوی هنرمند و تسلط و آشنایی او با اقتضائات هر مدیوم محقق می‌شود.

واکاوی نظری

با مرور دیدگاه‌های سید مرتضی آوینی می‌توان به‌جرئت اذعان کرد که یکی از بهترین سازه‌های نظری که از ظرفیت بسیار خوبی برای برقراری ارتباط بین هنر، فرهنگ و ارتباطات برخوردار است اندیشهٔ ایشان است. همان‌طور که بیان شد، نوع نگاه آوینی به مدل تغییرات اجتماعی و فرهنگی و توجه به جایگاه فرم و هنر در ایجاد تغییرات فرهنگی بهترین زمینه را برای تبیین رابطهٔ هنر و فرهنگ فراهم می‌کند. آوینی، همچنین در امتداد همین نگاه فرهنگی، گرفتار شدن به سوبژکتیویته و دورشدن از مخاطب را امری بسیار مذموم تلقی می‌کند. به باور او، آثار هنری باید قابلیت جذب مخاطب را داشته باشند. او البته نسبت به گرفتارشدن هنر و رسانه در چنگال پروپاگاندا هشدارهایی بسیار صریح و جدی می‌دهد. با توجه آوینی نسبت به جایگاه توجه به مخاطب در آثار هنری و نیز ضرورت احتراز حداکثری از مقولهٔ پروپاگاندا، به نظر می‌رسد رابطهٔ هنر و ارتباطات نیز به بهترین نحو ممکن تئوریزه می‌شود.

محمد مددپور

مرور دیدگاه‌ها

مرحوم محمد مددپور اندیشمند دیگری است که تأملات عمیقی در حوزهٔ هنر داشته و آثار گران‌سنگی را در این عرصه از خود به جای گذاشته است. در اندیشهٔ مددپور، هنر از اهمیت و جایگاه بسیار برجسته‌ای برخوردار است. «[مددپور] همواره هنر را به اعتبار این ارج می‌نهاد که امکانی مناسب و بلکه بهترین امکان برای رسیدن به گفتمانی معنوی است و عقیده داشت که این شیوهٔ مؤثر ارتباطی (هنر) را باید از آلودگی‌های اندیشهٔ مسموم غربی دور کرد و اندیشهٔ معنوی دینی را بدان وسیله در جان جامعهٔ انسانی دمید» (باوندیان، ۱۳۸۹: ۲۲). هنر غربی موضوعی است که مددپور از زوایای مختلفی به نقد آن پرداخته است. «هنر دورهٔ

جدید، به‌تبع موضوعیت نفسانی عصر حاضر، بالتمام در محاکات ظهورات نفس اماره به پایان می‌رسد. در مرتبهٔ هنرِ آدمی با نفس خویش نسبت به‌واسطه پیدا می‌کند و در این بی‌واسطگی، حدیث نفس می‌گوید» (مددپور، ۱۳۶۸: ۱۴۴). در این دوران وظیفهٔ هنرمندان متعهد این است که، ضمن حفظ آمادگی روحی خود، برای استفادهٔ حداکثری از این ابزار در مسیر اهداف انقلاب اسلامی تلاش کنند و آثار سوء فنّاوری را به حداقل برسانند.

ایشان معتقد بود فنّاوری اساساً باید به‌گونه‌ای در جامعهٔ دینی نفوذ کند که فقط ابزاری در خدمت اهداف متعالی انقلاب باشد وگرنه ماهیت سوبژکتیو خود را بروز می‌دهد و جامعه و هنرمند دینی را کم‌کم منحرف می‌کند. این اخذ و اقتباس تا زمان ظهور هنر قدسی دینی بقیة‌الله ادامه خواهد داشت و وظیفهٔ هنرمندان متعهد آن است که، با بصیرت کامل، هم از این فنّاوری استفاده کنند و هم از ماهیت آن آگاه باشند و حتی برای پالایش آن تلاش کنند (خسروشاهی، ۱۳۸۹: ۱۵). براساس اندیشهٔ مددپور، یکی از مهم‌ترین ملاحظه‌ها در مسیر استفاده از فنّاوری‌های رسانه‌ای خودآگاهی از شرایط کنونی تاریخی و اقتضائات این نوع از فنّاوری است.

آنچه در بیشتر آثار و دیدگاه‌های دکتر مددپور بر آن تأکید شده بهره‌مندشدن فضای هنری کشور از خودآگاهی تاریخی و ترک غفلت است. به نظر او، چنانچه مفاهیم ارزشی تمدن و هنر اسلامی را عالمانه و دور از هر گونه یک‌سونگری تحلیل کنیم و جایگاه تاریخی خود را بازیابیم، خواهیم دانست که راه ما در حوزهٔ هنر باید با همان تجربه‌های معنوی اسلامی دیرین هماهنگ باشد (باوندیان، ۱۳۸۹: ۲۲).

تفکر دکتر مددپور «تفکر حکمت أنسی و اسمای قدسی» بود و از همین‌رو اعتقاد داشت که تا اسمی در بروز و ظهور قرار نگیرد، در حقیقت بیان خواص آن اسم و تأثیر و تأثیراتش شاید در عالم درنگیرد. ایشان معتقد بود وظیفهٔ ما آماده‌گری است و باید زمینه را برای ظهور اسمای حسنی آماده کنیم؛ البته از نظر ایشان همهٔ اسمای الهی حُسنی هستند، اما منظور او ظهور اسمایی بود که مظهر رحمت، مودت و عدالت‌اند. از این نظر استاد مددپور فیلسوفی منحصربه‌فرد بود (خسروشاهی، ۱۳۸۹: ۱۵).

واکاوی نظری

براساس مطالب بیان‌شده در بخش مرور دیدگاه‌های محمد مددپور، می‌توان گفت که اندیشهٔ مددپور تا حد زیادی بسط و توسعهٔ اندیشهٔ سید مرتضی آوینی در حوزهٔ هنر و رسانه است و لذا از عمده ظرفیت‌های اندیشهٔ آوینی در برقراری و توجیه رابطهٔ هنر و فرهنگ و ارتباطات برخوردار است. تأکید فراوان مددپور بر ضرورت خودآگاهی تاریخی از دوران مدرنیته از ملاحظات مهمی است که می‌تواند به برقراری رابطهٔ مطلوب بین سه عنصر هنر، رسانه و فرهنگ بینجامد.

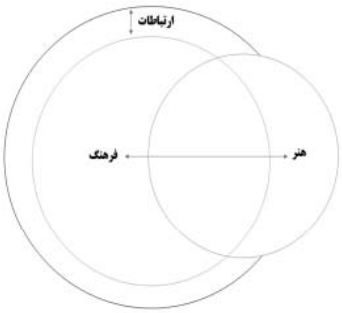
بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش بر آن بود که به بررسی نسبت میان حوزه‌های «هنر»، «فرهنگ» و «ارتباطات» بپردازد. توجه به این نکته ضروری است که تفاوت‌های ماهوی موجود بین این سه مقوله کار نسبت‌یابی بین آن‌ها را با دشواری‌های زیادی مواجه می‌کند؛ چراکه برای مثال دو مقولهٔ هنر و ارتباطات بیشتر جنبهٔ کنشی دارند، ولی فرهنگ بیشتر دارای جنبهٔ ساختاری است. به نظر می‌رسد که نسبت‌یابی این مقولات را باید در دو ساحت توصیفی و تجویزی انجام داد. به بیان دیگر، یک بار باید با در نظر گرفتن تعاریف و وضعیت عینی و موجود هرکدام از مقولات موردنظر به نسبت‌یابی بین آن‌ها پرداخت و بار دیگر این نسبت‌ها را ناظر به تحقق الگویی مطلوب صورت‌بندی کرد. در ادامه، ابتدا به نسبت‌یابی مقولات با دیدگاه توصیفی پرداخته می‌شود و سپس نسبت‌یابی با رویکرد تجویزی صورت می‌پذیرد.

با توجه به آنکه پدیدهٔ ارتباطات حوزهٔ بسیار گسترده‌ای را اعم از ارتباطات درون‌فردی، میان‌فردی، ارتباطات گروهی و ارتباطات جمعی دربرمی‌گیرد و با در نظر گرفتن این موضوع که در تعاریف فرهنگ تأکید زیادی بر ویژگی جمعی‌بودن آن صورت گرفته است، به نظر می‌رسد که می‌توان رابطهٔ ارتباطات و فرهنگ را به‌صورت عموم و خصوص مطلق در نظر گرفت. مقصود از این رابطه آن است که برخی از انواع ارتباطات باعث شکل‌گیری مقولهٔ فرهنگ و حفظ پویایی و تداوم آن می‌شوند. البته این به معنای نفی اثرپذیری ارتباطات از فرهنگ نیست و قطعاً فرهنگ بر شیوهٔ برقراری ارتباطات تأثیراتی می‌گذارد. شایان ذکر است که این رویکرد با معرفت‌شناسی آلمانی و دیدگاه‌هایی مانند کنش ارتباطی هابرماس[1] قرابت گسترده‌ای دارد.

از سوی دیگر، رابطهٔ ارتباطات و هنر عموم و خصوص من وجه است؛ چراکه بعضی از انواع موجود هنر، به‌خصوص آثار هنری تولیدشده مبتنی بر ایدهٔ هنر برای هنر، دیگر در صدد برقراری هیچ ارتباطی نیستند. این در حالی است که برخی از انواع دیگر هنر در پی آن هستند که با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنند؛ بدین ترتیب بعضی از انواع هنر ارتباطی هستند و برخی دیگر نیستند. رابطهٔ هنر و فرهنگ هم به همین نحو است. برخی از انواع هنر بر حوزهٔ فرهنگ تأثیر می‌گذارند و از آن تأثیر می‌پذیرند، اما برخی از انواع هنر، به‌خصوص نوعی از آن که وارد حوزهٔ ارتباط نشده، تأثیر چندانی بر شکل‌گیری و تداوم فرهنگ ندارند؛ همچنین برخی از انواع فعالیت‌های هنری که صرفاً در صدد بیان احساسات و هیجانات هنرمند و بروز و ظهور ضمیر ناخودآگاه وی هستند یا از فرهنگ تأثیر نمی‌گیرند یا میزان تأثیرپذیری آن‌ها در قیاس با سایر انواع قابل اغماض است (شکل ۹).

1. Jurgen Habermas



شکل ۹. نسبت هنر، فرهنگ و ارتباطات با رویکرد توصیفی

به نظر می‌رسد که در رویکرد تجویزی باید، ضمن تعریف کامل مقولهٔ هنر ذیل مقولهٔ ارتباطات، جهت‌گیری هر دوی آن‌ها به سمت امر فرهنگ باشد. در این رویکرد، مبنای هنر برای هنر به رسمیت شناخته نمی‌شود، بلکه هنر همواره در صدد برقراری ارتباط با مخاطب است و تلاش می‌کند این مخاطب را در مسیر فرهنگ متعالی جهت‌دهی کند. در این رویکرد ما با مقولهٔ «ارتباط هنرمندانهٔ فرهنگ‌ساز» مواجه هستیم. در ارتباط هنرمندانهٔ فرهنگ‌ساز، مؤلفه‌های زیبایی‌شناختی لحاظ می‌شوند و غایت نهایی آن تأثیرگذاری بر امر فرهنگی و بهسازی آن در راستای فرهنگ متعالی است (شکل ۱۰).

شکل ۱۰. نسبت هنر، فرهنگ و ارتباطات با رویکرد تجویزی

با نسبتی که در رویکرد تجویزی بین فرهنگ، هنر و ارتباطات برقرار می‌شود، از سویی، هنر گرفتار بیماری مهلک هنر برای هنر نمی‌شود و، از سوی دیگر، ارتباطات با آمیخته‌شدن به مقولهٔ هنر و نیز جهت‌دار شدن به سمت تعالی امر فرهنگی گرفتار پروپاگاندای اصحاب قدرت و ثروت و بی‌بهرگان از ذوق زیبایی‌شناختی نمی‌شود و بدین ترتیب مقولات سه‌گانهٔ موردبحث با ترکیبی متناسب در کنار هم قرار می‌گیرند.

منابع و مأخذ

آشوری، داریوش (۱۳۹۷). **تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ**، تهران: آگه.

آوینی، مرتضی (۱۳۹۰). **آینه جادو: گفت‌وگوها، سخنرانی‌ها و مقالات سینمایی**، تهران: واحه.

آوینی، مرتضی (۱۳۹۸). **آینه جادو: نقدهای سینمایی**، تهران: واحه.

اسماعیلی، رفیع‌الدین (۱۳۹۵). «بررسی رابطه هنر و دین از منظر سید حسین نصر و سید مرتضی آوینی»، **معرفت فرهنگی اجتماعی**، شماره ۷: ۱۳۲-۱۰۹.

اسمیت، فیلیپ دانیل و الگزندر رایلی (۱۳۹۴). **نظریه فرهنگی**، تهران: علمی.

باوندیان، علیرضا (۱۳۸۹). «مددپور و دغدغه پی افکندن مکتب دین‌شناختی هنر»، **زمانه**، شماره ۹: ۲۳-۲۲.

بختیاریان، مریم (۱۳۹۳). «فرمالیسم از نگاه کلایو بل و نیکلاس لومان». **هنرهای زیبا . هنرهای تجسمی**، شماره ۱۹: ۱۸-۱۳.

برلئان، آرنولد (۱۳۸۷). **تجربه به‌مثابه امر زیباشناختی**. ترجمهٔ بابک مظلومی. **زیباشناخت**، شماره ۱۸: ۱۰۱۱۰۸.

بشیر، حسن و محمدرضا هراتی نیک (۱۳۹۰). «الگو مفهومی ارزیابی فرهنگی اخلاقی راه‌حل‌های فنّاوری اطلاعات». **اخلاق در علوم و فنّاوری**، شماره ۶: ۳۴ـ۲۵.

بلخاری، حسن (۱۳۹۰). **فلسفه هنر اسلامی (مجموعه مقالات)**، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.

بنی اردلان، اسماعیل (۱۳۸۸). «بازشناسی مقام و مفهوم هنر»، **جاویدان خرد**، شماره ۶: ۲۸ـ۵.

پورحسینی، بهرنگ (۱۳۹۱). «هایدگر و هنر بزرگ یونان باستان»، **کیمیای هنر**، شماره ۱: ۶۸ـ۵۵.

تولستوی، لی یف نیکالایویچ (۱۳۹۴). **هنر چیست به‌ضمیمه حواشی و توضیحات لازم**، ترجمهٔ کاوه دهگان. تهران: شرکت چاپ و نشر بین‌الملل (وابسته به سازمان تبلیغات اسلامی).

خان‌محمدی، کریم (۱۳۹۳). «درآمدی بر مفهوم فلسفهٔ فرهنگ و ارتباطات». **اسلام و مطالعات اجتماعی**، شماره ۱: ۲۵ـ۲.

خسروپناه، عبدالحسین (۱۳۹۷). **جریان‌شناسی فکری ایران معاصر: تبیین و تحلیل جریان‌های عقلانیت اسلامی، روحانیت سنتی**. تهران: دفتر نشر معارف (وابسته به نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها)، مؤسسه فرهنگی حکمت نوین اسلامی.

خسروشاهی، جهانگیر (۱۳۸۹). «سیری در احوال اندیشمند فقید محمد مددپور: استاد «حکمت انسی»». **زمانه دوره جدید**، شماره ۹۸۹۷: ۱۵۱۵.

رامین، فرح (۱۳۹۱). «هنر؛ تنها راه نجات (نگاهی به فلسفه هنر هایدگر و نسبت آن با اندیشه متفکران مسلمان)». **مشرق موعود**، شماره ۶: ۲۶ـ۵.

رضایی جهدکن، مهدی (۱۳۹۳). «زیبایی‌شناسی و هنر از دیدگاه هایدگر: هنر، مجلای حقیقت».

اشارات، شماره ۱: ۱۴۴-۱۲۳.
رهبرنیا، زهرا و فاطمه مصدری (۱۳۹۴). «تأثیر رسانه‌های نوین بر تعاملی شدن هنر جدید با رویکردی به نظریه هنر در عصر بازتولیدپذیری مکانیکی». **جهانی رسانه**، شماره ۱۰: ۲۳۵-۲۲۱.
صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران (بی‌تا). **چیستی هنر مجموعه مقالات**. تهران: صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.
صدرا، محمد (۱۳۸۵). «انفطار صورت: تعاریف هنر از افلاطون تا مونرو بردزلی»، **رواق هنر و اندیشه**، شماره ۵: ۹۱۹.
غفاری، ابوالحسن (۱۳۹۴). «زیبایی‌شناسی و هنر در افلاطون»، **قبسات**، شماره ۲۰: ۸۴-۶۱.
غمامی، محمدعلی و اصغر اسلامی تنها (۱۳۹۸). **همشناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان‌فرهنگی**. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
فیاض، ابراهیم (۱۳۸۹). **تعامل دین، فرهنگ و ارتباطات: نگاهی مردم‌شناختی**. تهران: شرکت چاپ و نشر بین‌الملل (وابسته به سازمان تبلیغات اسلامی).
کمالی، زهرا و مجید اکبری (۱۳۸۷). «والتر بنیامین و هنر بازتولیدپذیر»، **جستارهای فلسفی**، شماره ۴: ۱۴۷-۱۲۵.
گادیکانست، ویلیام (۱۳۹۶). **نظریه‌پردازی درباره ارتباطات میان‌فرهنگی**، ترجمهٔ حسن بشیر، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
مددپور، محمد (۱۳۶۸). «سینما، هنر تکنولوژیک». **فارابی**، شماره ۱: ۱۶۵-۱۴۲.
مصطفوی، شمس‌الملوک (۱۳۹۱). «هایدگر و پدیدارشناسی هرمنوتیکی هنر». **کیمیای هنر**، شماره ۱: ۵۴-۴۷.
موسوی گیلانی، رضی (۱۳۹۵). **درآمدی بر روش‌شناسی هنر اسلامی**، قم: نشر ادیان (وابسته به دانشگاه ادیان و مذاهب)، مدرسه اسلامی هنر.
مهرآیین، مصطفی و زهرا افتخاری (۱۳۸۶). «هنر نجات می‌دهد (فلسفه هنر مارتین هایدگر)»، **خردنامه همشهری**، شماره ۱: ۹-۶.
میلنر، آندرو و جف براویت (۱۳۹۷). **درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر**، تهران: ققنوس.
نصر، حسین (۱۳۸۸). **معرفت و معنویت**، ترجمهٔ انشاءالله رحمتی، تهران: سهروردی.
یامین‌پور، وحید (۱۳۹۸). **ماجرای فکر آوینی: گفتارهایی در شناخت مفاهیم بنیادی تفکر شهید سید مرتضی آوینی**، قم: نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها، دفتر نشر معارف.
Walker, J. A. (1995). Some ins and outs of recent modernism: Art In The Age of Mass Media. **The Art Book**, 2(1), 6a-6a.
Wilkof, N. (2018). What the Frankfurt School and Walter Benjamin might teach us about works of art. **Journal of Intellectual Property Law & Practice**, 13(10), 761–762.