



نقد اقتصاد سیاسی نقد بتواریگی نقد ایدئولوژی

<https://naghd.com>

بازنمایی و ژرفا نزد مارکس و ویتگنشتاین

آلفونسو مائوریتسیو لوکانو

ترجمه‌ی: میلاد عزیزی



آذر ۱۴۰۳

چکیده: هم مارکس و هم ویتگنشتاین فرض معرفت‌شناختی دکارتی و متعلق به دوران رنسانس را رد می‌کنند؛ فرضی که با اختراع پرسپکتیو خطی متولد شد و بر اساس آن ژرفا با فاصله تلازم دارد و دانش بر مطابقت میان سوژه و ابژه استوار است. بنابر توضیح کارل مارکس در باب چستی سرشت بُت‌واره‌ای کالا «اشیاء همان‌گونه پدیدار می‌شوند که هستند». اگر چنین باشد، حقیقت در ساختارهای ظواهر است که یافتنی‌ست، همان‌گونه که ژرفا را باید در سطح کشف کرد. هوگو فون هوفمان‌شتال اعلام می‌کند: «ژرفا باید پنهان باشد. ژرفا کجاست؟ بر سطح.» و ایتالو کالوینو این مشاهده را با گفته‌ی ویتگنشتاین مقایسه می‌کند: «آن‌چه پنهان است، برای ما اهمیتی ندارد.» بنابراین ژرفا در پس‌زمینه جا خوش نکرده است، بلکه در طرح‌هایی پنهان شده که می‌توان گفت، آن‌چه را در پیش‌زمینه قابل مشاهده است، می‌سازد. این همان کاری است که سزان و کوبیست‌ها انجام دادند؛ آن‌ها ژرفا را حذف کردند و شیوه‌های بازنمایی را که در توهم پرسپکتیو پنهان شده بود، به پیش‌زمینه آوردند.

ژرفا و عدم‌مطابقت

دنیل بل در دهه‌ی هفتاد میلادی احساس کرد که آن‌چه او «بحران فاصله» می‌نامید، در دل مدرنیته به ظهور رسیده است. این مفهوم به چه اشاره دارد؟ تحلیل بل از مدرنیسم شدیداً تحت‌تأثیر مایر شاپیرو بود و مفاهیم طرح‌انداخته‌ی او، بیش‌تر شبیه به تعریف‌هایی بود که برای پُست‌مدرنیسم به کار می‌روند و بخشی از تحلیل او از چیزی هستند که وی «جامعه‌ی پسا‌صنعتی» می‌نامد. این تحلیل از نظرگاهی محافظه‌کارانه انجام شده (بنگرید به (Ceserani 1997, p. 42 ff.) و از مفهوم سبک بهره می‌گیرد. بل معتقد است که مدرنیته را نمی‌توان با اصلی واحد تعریف کرد. مدرنیته با گوناگونی و **گرایش به ترکیب** توصیف می‌شود (Bell 1976, p. 100)، در حالی که فرهنگ کلاسیک غربی بر تداوم و سنت استوار است. بل می‌نویسد: «مدرنیته را "سنت امر جدید" تعریف کرده‌اند.» (همان‌جا)، اما جنبه‌ی جالبی در چشم‌اندازِ آخرالزمانی و نومحافظه‌کارانه‌ی او [۱] از پست‌مدرنیسم وجود دارد و آن این‌که در دوران معاصر «مرکزی در کار نیست، تنها پیرامون‌ها وجود دارند» (همان منبع، ص. ۱۰۴). یکی دیگر از جوانب جالبی که بل در تحلیل خود برجسته می‌کند و فردریک جیمسون غیرمستقیم از آن در کتابش **پست‌مدرنیسم** استفاده می‌کند، چیزی است که بل آن را «افول فاصله» می‌نامد. این ویژگی یکی از بنیادهای مدرنیته را که بر ایده‌ی ارتباط ژرفا با فاصله استوار بود، متزلزل می‌کند.

پیامدهای نظری، فرهنگی و سیاسی چنین رابطه‌ای را جیمسون به شکلی بسیار متفاوت و قطعاً نه آخرالزمانی یا محافظه‌کارانه برجسته کرده است. با این حال، هر دو بر دگرگونی در ادراک جهان تأکید دارند. بل می‌نویسد: «در برداشت‌های جدید از فضا، زوالِ فاصله‌ی ذاتی به چشم می‌خورد. نه تنها فاصله‌ی فیزیکی با شیوه‌های جدید حمل و نقلِ مدرن فشرده می‌شود و بر سیاحت و لذتِ بصری از دیدنِ اماکنِ مختلف تأکید تازه‌ای می‌شود، بلکه خودِ تکنیک‌های هنرهای جدید، به‌ویژه سینما و نقاشیِ مدرن، به زوالِ فاصله‌ی روانی و زیباشناختی میانِ بیننده و تجربه‌ی بصری عمل می‌کنند» (همان منبع، ص. ۱۰۲). تازگی و شوک در چنین زمینه‌ای عنصری است مرکزی (بل هرگز به بنیامین اشاره نمی‌کند، با این حال روشن است که او نیز به همان موضوعات می‌پردازد اما از دیدگاهی مخالف) (همان منبع، ص. ۱۰۸).

این نوع سلطه، ژرفا به مثابه فاصله را کنار زد، یعنی آن‌چه دقیقاً مشخصه‌ی رنسانس بود، به‌ویژه نظریه‌ی پرسپکتیو خطی لئون باتیستا آلبرتی: «نقاشیِ رنسانس، بر اساس اصولی که آلبرتی وضع کرد، نه‌تنها از این جهت «عقلانی» بود که اصولِ ریاضیاتِ رایج را در به تصویر کشیدنِ صحنه به کار می‌برد، بلکه به این دلیل نیز که تلاش می‌کرد نوعی کیهان‌شناسیِ عقلانی از فضا به مثابه ژرفا و زمان به عنوانِ توالی را به زبانِ هنر ترجمه کند» (همان منبع). بل دلتنگِ دنیای از دست‌رفته‌ی رنسانسِ عقلانی و دقیق است، دنیایی که در آن میانِ جهان‌ها مطابقت وجود دارد، جایی که پیش‌زمینه در پرسپکتیوِ خطی به گونه‌ای هندسی ترسیم و در چارچوبِ نمونه‌هایی از یک توالیِ زمانیِ پیش‌رونده به تصویر کشیده می‌شود. از این نقطه به بعد، این فکر که ژرفا مستلزم فاصله و بیان‌گرِ عقلانیت است، به یکی از نقاطِ کانونیِ دورانِ مدرن بدل می‌شود.

بل با اشاره به **لائوکوئون** اثر لسینگ می‌نویسد: «هر ژانر حوزه‌ی خاص خود را دارد و این حوزه‌ها قابل ترکیب نیستند. در پشت همه‌ی این موارد، تصویری کیهان‌شناختی و بنیادین از جهان قرار داشت: ژرفا، هم‌چون تصویری سه‌بعدی از فضا، «فاصله‌ای درونی» ایجاد می‌کرد که نوعی شبیه‌سازی از دنیای واقعی بود؛ روایت، با ایده‌ی آغاز، میانه، و پایان، زنجیره‌ای زمانی برای ترتیبِ وقایع فراهم می‌کرد و حس پیشرفت و نتیجه‌گیری را به وجود می‌آورد» (همان منبع، ص. ۱۰۹).

در این دنیای آرمانی و اتوپیایی گذشته، بیننده **تئوریا** را خلق می‌کند، و **تئوریا** به معنای حفظ فاصله از شیء یا تجربه است که به فرد امکان می‌دهد زمان و فضای لازم برای جذب و قضاوت درباره‌ی آن را متعین کند. به گفته‌ی بل، این وضعیت با آن‌چه او **مدرنیسم** می‌نامد، یا آن‌چه می‌توان به‌عنوان **پست‌مدرن** شناسایی کرد، دستخوش تغییر شد. در این مرحله، **میمسیس** (محاکات) نابود می‌شود و در همین حال، دانش اکنون

منبع خود را در عمل و واکنش می‌یابد و جای‌گزین **تئوریا** و علل ریشه‌ای می‌شود. با سزان، چشم‌اندازِ معرفتی و زیباشناختی که لئون باتیستا آلبرتی مطرح کرده بود، تغییر می‌کند. او **میمسیس** را کنار می‌گذارد و در نتیجه، پیش از هر چیز **ژرفایی** را که با فاصله ایجاد می‌شد، حذف می‌کند: «او در زیباشناسی خود گزاره‌ی مشهوری ارائه داد مبنی بر این که تمامی ساختارهای دنیای واقعی مشتقاتی از سه شکل اساسی هستند: مکعب، کره، و مخروط» (همان منبع، ص. ۱۱۱). بنابراین، نقاشی دیگر توهم ژرفای بُعد سوم را نسبت به دو بعد دیگر ایجاد نمی‌کرد، بلکه «سطحی یگانه بود که در آن عنصر بی‌واسطگی غالب بود» (همان).

بیاید لحظه‌ای به تحلیل بازشناسی **پست‌مدرنیسم** پردازیم. دنیل بل با نگاهی نوستالژیک این دوره را به‌عنوان پایانی بر مطابقت میان بازنمایی و شیء، و میان ژرفا و فاصله مشخص می‌کند. از دیدگاهی حتی زیباشناختی‌تر، به گفته‌ی بل، ما گذار از دیدگاهی واحد به تکثر دیدگاه‌ها را مشاهده می‌کنیم، که بعدها از سوی کویست‌ها به‌تأسی از سزان تأیید شد، و هم‌چنین گذار از تفسیر صحنه به برقراری ارتباط احساسی با آن. می‌توان چنین برداشت کرد که در دوران رنسانس، مفهوم عقل‌گرایی مبتنی بر مطابقت و ژرفا غالب بود، در حالی که در دوران پست‌مدرن احساسات و ادراکات غالب شدند.

ما با نوعی ساده‌سازی تاریخی و نظری آشکار روبه‌رو هستیم، اما فراتر از آن، آن‌چه برای تحلیل مفهوم بازنمایی نزد مارکس و ویتگنشتاین شایسته‌ی تأکید است، شناسایی تباهی دوره‌ی پست‌مدرن با از میان رفتن مطابقت، ژرفا و فاصله است، و تأیید عنصر بی‌واسطگی، احساسات و عواطف: «افول فاصله، به‌مثابه‌ی واقعیتی زیباشناختی، جامعه‌شناختی و روانی، به این معناست که برای انسان‌ها و برای سازمان‌دهی اندیشه، دیگر هیچ مرز و اصولی برای طبقه‌بندی تجربه و قضاوت وجود ندارد. زمان و مکان دیگر مختصات خانه‌ای برای انسان مدرن را تشکیل نمی‌دهند» (همان، ص. ۱۱۹).

والتر بنیامین که مورد اشاره‌ی بل قرار نگرفت، در موضوعی کاملاً متفاوت، ویژگی‌های دگرگونی تاریخی مذکور درون مدرنیته را بررسی کرد. با این حال، اشتباه تفسیری صرف است که عصر بحران، و هم‌چنین نقد مدرنیته را به نوعی فروپاشی گره بزنیم؛ به سرچشمه‌ای که ردپاهای آن گم شده است، عصری طلایی که باید برای آن افسوس خورد.

بل متوجه نمی‌شود که سزان، در رد ژرفا به‌مثابه‌ی فاصله، ژرفا را بر اساس تعاریفی که به‌گونه‌ای نمونه‌وار از سوی لئون باتیستا آلبرتی ارائه شده بود نابود نمی‌کند. بلکه به دنبال ژرفایی دیگر می‌گردد و آن را نیز می‌یابد، هرچند این بار نه در پیوند با فاصله. به این مفهوم از ژرفا در ادامه بازخواهم گشت.

اکنون می‌خواهم به فردریک جیمسون اشاره کنم که با دیدگاهی کاملاً متفاوت و رویکردی مخالف، در کتاب **پست‌مدرنیسم** به مسئله‌ی ژرفا بازمی‌گردد. او نیز مشاهده می‌کند که دوران معاصر، به گونه‌ای خودشیفته و خودارجاع، مفهوم ژرفا را از دست داده است، مفهومی که در پنج تقابل خلاصه می‌شود: (۱) درون/بیرون؛ (۲) ذات/پدیدار؛ (۳) پنهان/آشکار؛ (۴) اصالت/عدم اصالت؛ (۵) دال/مدلول (Jameson 1991, p. 12).

این‌ها دوقطبی‌های مشهوری هستند که در این تفسیر بر اساس تقابل‌هایی شکل می‌گیرند که بر فاصله‌ی میان پیش‌زمینه و پس‌زمینه مبتنی‌اند، دقیقاً مطابق با مفاهیم پرسپکتیوی که آلبرتی و دوران رنسانس تعریف کرده‌اند. این رابطه با تقابل صدق/کذب در پیوند بود. اگر این تقابل‌ها را در چارچوب ایده‌ای از ژرفا، که با فاصله مشخص می‌شود، مشاهده کنیم، در آن صورت بیرون، پدیدار، آشکار، عدم اصالت و مدلول می‌توانند به گونه‌ای اساسی در واژگانی افلاطونی جنبه‌ی فریبنده‌ی سویه‌ی متضاد خود را بازنمایی کنند.

بیرون، ظاهر، آشکار، عدم اصالت و مدلول، که در پیش‌زمینه قرار می‌گیرند، حقیقت خود را در ژرفای متضادهایشان می‌یابند، به گونه‌ای که در نهایت می‌توان قسمی مطابقت میان بازنمایی و واقعیت ایجاد کرد. گزینه‌ای که به گفته‌ی جیمسون برای کنار نهادن این سناریو مطرح می‌شود، **چندسرچشمگی (pastiche)** است، واژه‌ای که او از آدورنو به عاریت گرفته و در تهینای پوچ خود، بیانی کامل از سرمایه‌داری پیشرفته‌ی پسا صنعتی و پست‌مدرن را تشکیل می‌دهد، جایی که «کشورهای سرمایه‌داری پیشرفته‌ی امروز به میدانی از گوناگونی سبکی و گفتمانی بدل شده‌اند که هیچ معیاری بر آن حاکم نیست» (همان منبع، ص. ۱۷).

اگر چنین باشد، سؤال این است: آیا برای غلبه بر وضعیت پست‌مدرن یا حداقل جنبه‌هایی از آن که ویژگی‌های جامعه‌ی پسا صنعتی و نئولیبرالیسم را مشخص می‌کند، باید برای ایده‌ی ژرفایی که آلبرتی و نقاشان رنسانس پیش می‌کشیدند، مانند دنیل بل افسوس بخوریم، یا همان‌گونه که به نظر می‌رسد جیمسون می‌اندیشد، امیدوار باشیم که زمانی به آن باز خواهیم گشت، یا از واژه‌ای عام‌تر اما گسترده‌تر استفاده کنیم و به عقلانیتی که شرایط مدرن را هدایت و همراهی می‌کرد، بازگردیم؟ در دهه‌ی هفتاد آلدو گارگانی در آثار خود **دانش بدون تسالوده‌ها (Il sapere senza fondamenti)** (۱۹۷۵) و در **بحران‌های عقل (Crisi della ragione)** (۱۹۷۹)، مجموعه مقالاتی که او ویرایش کرده، به درک انحلال ارکان مفهومی نایل شد که بر اساس ایده‌ی ژرفای در پیوند با فاصله شکل گرفته و با هدف جست‌وجوی بنیادها ترسیم شده بود. گارگانی در جست‌وجوی نوعی دیگر از ژرفا بود، نه برای طرد عقل، بلکه برای یافتن راهی متفاوت برای به‌کارگیری آن، بدون افسوسی نومحافظه‌کارانه برای دنیایی که به پایان می‌رسید، یا حتی با درخواست بازگشت به آن ابزار

کهنه با ایده‌ی تغییر جهان. به نظر من، امروزه این همان چشم‌اندازی است که برای بازگشت به موضوع ژرفا در آثار نویسندگان، فیلسوفان، دانشمندان، هنرمندان و منتقدانی لازم است که در سده‌های نوزدهم و بیستم به دنبال رهیافت‌های دیگری بودند. من به سزان، مرلوپونتی، شرودینگر، جاکومتی، دولان، ماگریت، ویتگنشتاین، بنیامین و چند تن دیگر اشاره می‌کنم که در جست‌وجوی خود برای تصور بازنمایی به شیوه‌ای نوین، از ایده‌ی مطابقت میان بازنمایی و واقعیت دست کشیدند. اگرچه آن‌ها بحران عقل مدرن را احساس می‌کردند، هرگز این ایده را که بحران مذکور به انحلال آن و افسوس بدل خواهد شد نپذیرفتند.

افزون بر این، بازنگری در مفهوم ژرفا در این معنا قادر است به ما مجال دهد که نظریه‌ی مارکس درباره‌ی بت‌وارگی کالا را دیگر نه از منظر تقابل ذات/پدیدار، بلکه به شیوه‌ای متفاوت بخوانیم. اکنون هم‌چنین می‌توانیم نظریه‌ی قدیمی ریکور و فوکو را که به واسطه‌ی آن، مارکس، نیچه و فروید را به‌عنوان فیلسوفان شک و تردید می‌شناسند، در زمینه‌ای متفاوت مورد بازاندیشی قرار دهیم، زیرا مشکوک بودن به چیزی لزوماً به معنای تلاش برای دیدن چیزی نیست که پشت آن پنهان است، بلکه هم‌چنین، مانند داستان «نامه‌ی ربوده‌شده» ادگار آلن پو، آنچه را که در سطح قرار دارد و نمی‌بینیم نیز شامل می‌شود.

مارکس و ژرفای آن چه در برابر دیدگان ما قرار دارد

مارکس در نظریه‌ی بت‌وارگی کالایی بیان می‌کند که روابط اجتماعی‌ای که افراد را به یک‌دیگر پیوند می‌زند، همان چیزی هستند که «واقعاً هستند». او چنین می‌نویسد:

«مجموع کل کار تمامی این افراد خصوصی، کار جمعی جامعه را تشکیل می‌دهد. از آن جا که تولیدکنندگان تا زمانی که محصولات خود را مبادله نکنند با یک‌دیگر ارتباط اجتماعی برقرار نمی‌سازند، خصلت اجتماعی خاص کار هر تولیدکننده تنها در عمل مبادله آشکار می‌شود. به عبارت دیگر، کار فردی تنها از طریق روابطی که عمل مبادله به‌طور مستقیم بین محصولات و به‌طور غیرمستقیم از طریق آن‌ها میان تولیدکنندگان برقرار می‌کند، به‌عنوان بخشی از کار اجتماعی تأیید می‌شود. بنابراین، برای تولیدکنندگان، روابطی که کار یک فرد را به کار دیگران متصل می‌کند، نه به‌عنوان روابط اجتماعی مستقیم میان افراد در حال کار، بلکه به‌عنوان چیزی که «واقعاً هستند»، یعنی روابط مادی میان اشخاص و روابط اجتماعی بین اشیاء ظاهر می‌شوند.» (Marx 2010, p. 47)

با این حال، اگر «چیزها همان‌گونه که به نظر می‌رسند» باشند، به‌راحتی می‌توان گفت که تحلیل انتقادی‌ای را که مارکس جوان همراه با انگلس درباره‌ی ایدئولوژی و آگاهی کاذب توسعه داد، نباید پیرامون قانون ارزش

کالاها در دوگانگی «پدیدار/ذات» جای داد و بنابراین، بخشی از آن مفهوم ژرفا که جیمسون برای توصیف مدرنیسم به کار برده نیست. [۲] با این وجود، **سرمایه. نقد اقتصاد سیاسی** مارکس هیچ پیوندی با وضعیت چندسرچشمگی پست مدرن ندارد. این قطعه صرفاً به این معناست که مارکس در خصوص کالا و خصلت بتواره‌ای آن مفهومی از ژرفا دارد که با بیان «چیزها همان‌گونه هستند که به نظر می‌رسند» سازگار است. در واقع، ارزش مصرفی و ارزش مبادله‌ای هر دو در سطح هستند و با یکدیگر هم‌پوشانی و تلاقی دارند. کالای وهم‌آلود مارکس بر پایه‌ی استعاره‌ی فاصله استوار نیست و به‌ویژه مبتنی بر مفهومی از حقیقت نیست که ذات را به اصطلاح پنهان در پس پُشت پدیدار بداند و به همین دلیل، پدیدار را به‌عنوان توهمی فریبنده و توهم را چونان فریب تلقی کند. برعکس، اگر «چیزها همان‌گونه که به نظر می‌رسند» باشند، آنگاه حقیقت را می‌توان در بافتار پدیدار یافت، همان‌گونه که ژرفا را می‌توان بر سطح جست‌وجو کرد. آقای پالومار نیز چنین ایده‌ای داشت: «تنها پس از آن که سطح چیزها را شناختید، [...] جسارت می‌کنید که به دنبال آنچه در زیر است بگردید. اما سطح بی‌پایان است» (Calvino 1999, p. 51). تنها راه فرار از این وضعیت ناممکن، یافتن ژرفا نه در پُشت، بلکه بر سطح است. «همان‌گونه که هوفمانشتال گفت: "ژرفا پنهان است. کجا؟ بر سطح." و ویتگنشتاین حتی فراتر از این رفت: «چرا که آن‌چه پنهان است [...] برای ما اهمیتی ندارد» (بنگرید به 50, p. 126, Wittgenstein, PI, § 126, p. 70; Calvino 1993, p. 70; Wittgenstein, PI, § 126, p. 50). [۳]

رابطه‌ی میان ارزش مصرفی و ارزش مبادله‌ای، میان شیء و کالا، هیچ ارتباطی با دوگانگی‌های مدرن درباره‌ی ژرفا که جیمسون مطرح کرده ندارد. ارزش مصرفی درون ارزش مبادله‌ای پنهان است، به همان صورت که ژرفا بر روی سطح پنهان است؛ این به معنای آن است که هم‌زمان مرئی و نامرئی است. طبق تعریفی از ریچارد وولهایم در بحثی درباره‌ی والتر پیتر، ارزش مبادله‌ای با ظاهر شدن به‌مثابه‌ی ارزش مصرفی و بنابراین بازنمایی آن تقریباً از آن فراتر می‌رود، به همان صورت که «بازنمایی می‌تواند از چیزی که بازمی‌نماید فراتر برود؛ و این کار را از طریق همین بازنمایی انجام دهد» (بنگرید به Wollheim 1974). در این حالت، هیچ فاصله‌ای وجود ندارد، چیزی پنهان نیست، هیچ ذاتی وجود ندارد که از پدیدار دور و پنهان باشد. هیچ نسخه‌ی بدون اصلی وجود ندارد، هیچ شبیه‌سازی در کار نیست. به‌جای آن، ما ژرفایی را می‌یابیم که مرلوپونتی سعی کرد در سزان و کوه سنت ویکتور او پیدا کند، جایی که بازنمایی از چیزی که بازنمایی می‌شود، به واسطه‌ی همین بازنمایی فراتر می‌رود. این فرا رفتن به‌هیچ‌وجه به معنای ناپدیدشدن مرجع نیست، بلکه صرفاً به معنای زوال تطابق میان بازنمایی و چیزی است که بازنمایی می‌شود، تا جایی که کوه واقعی تنها به‌عنوان تکیه‌گاه و مَحْمَلی برای کوه نقاشی‌شده باقی می‌ماند، مانند ارزش مصرفی که به واسطه‌ای برای ارزش مبادله‌ای بدل

می‌شود. ما باید ارزش مبادله‌ای را درون ارزش مصرفی پیدا کنیم، به همان شیوه‌ای که نامرئی را باید درون مرئی یافت، قسمی هم‌کاری در نمایشی که به گونه‌ای دگرگون می‌شود که تمام بازی‌گران تماشاگر می‌شوند و تمام تماشاگران بازی‌گر.

مارکس در قطعه‌ی موسوم به خصلتِ بتواره‌ی کالا و رازِ آن، اشاره می‌کند که مناسب‌ترین قیاس برای درک بت‌وارگی کالا، اتاقِ تاریک نیست، یعنی قیاسی که او پیش‌تر همراه با انگلس در *ایدئولوژی آلمانی* مطرح کرده بود، بلکه دین است؛ شکلی وهم‌آلود که تصویر را وارونه نمی‌کند، بلکه دقیقاً به واسطه‌ی بازنمایی از آن‌چه بازنمایی می‌شود فراتر می‌رود (همان منبع). آن‌چه فراتر می‌رود، امرِ بازنمایی شده را وارونه نمی‌کند، بلکه دگرگون می‌سازد و هم‌زمان با تفاوت، همانندسازی می‌کند (بنگرید به Merleau-Ponty 1964; Heidegger 2002). همان‌طور که ویکو درباره‌ی اسطوره‌ها فکر می‌کرد، آن‌ها «داستان‌های واقعی» هستند؛ یعنی شکل‌های مختلف بازنمایی که در آن‌ها حقیقت یافت می‌شود. خدایان **ایلیاد** و **اودیسه** کژدیسگی‌هایی از انسان‌ها هستند و دقیقاً به همین دلیل حقایقی درباره انسان‌ها می‌گویند. نسبت دادن وضعیتِ کذب به بت‌وارگی کالایی، با یکی دانستنِ پدیدار با کذب و ذات با حقیقت، اشتباه است. حقیقت در بافتار پدیدار نهفته است، نامرئی‌ای که در مرئی یافت می‌شود: در همین باره بود که پل کله از «آشکارسازی» می‌نوشت. آن‌چه نامرئی است، مرئی می‌شود، اما تنها درون آن‌چه مرئی است، نه جایی در پشتِ آن. ژرفا جایی در درودست‌ها نیست؛ بلکه در درونِ روابطی است که هم‌زمان در تمام ابعاد در هم تنیده‌اند. چیزی که برای بل ممکن است به‌نظر سقوط بیاید، در این‌جا به تغییرِ نوآورانه بدل می‌شود؛ به این معنا که تنها یک نقطه‌نظر وجود ندارد. این همان چیزی است که سزان می‌خواست بگوید و دیگرانی مانند جاکومتی، دولونه و مرلوپونتی آن را درک کردند.

ژرفا را نباید در جایی دور، در مکانی دیگر یا فراتر از آن‌چه پدیدار می‌شود، جست‌وجو کرد؛ بلکه باید همان‌طور که سزان با کوه خود انجام داد، در بافتار سطح به دنبال آن بود. زیرا دقیقاً به همین دلیل است که نامرئی در تار و پودِ مرئی حضور دارد، همانند استعمار مارکسی که در تار و پود کالا و مرئی‌بودن آن نهفته است. و ما، هم‌چون تماشاگرانی که مسحور نمایش‌اند، با اشتباه گرفتن فریفتاری با توهم و رها کردن تارهای حقیقتی که در توهم وجود دارد، هر بار که برای خرید کالا می‌رویم، آن را به فراموشی می‌سپاریم.

کالا وارد صحنه می‌شود: دریدا و میزهای رقصنده

به اشاره‌ی دریدا، هنگامی که مارکس در *سرمایه. نقد اقتصاد سیاسی* در باب بت‌وارگی کالایی می‌نویسد و به میزهای رقصان در جلسات احضار ارواح اشاره می‌کند که در آن زمان در سراسر جهان بسیار محبوب بود، از اصطلاح *Auftritt* استفاده می‌کند که به معنای «ورود به صحنه» (*entre en scène*) است. [۴] یک میز زمانی میز است که ارزش مصرفی داشته و از چوب ساخته شده باشد، ماده‌ای ارگانیک شکل (میز) می‌گیرد، به چیزی جدید بدل می‌شود، اما هم‌چنان چوب باقی می‌ماند.

دریدا می‌نویسد: «هنگامی که میز به کالا بدل می‌شود، وقتی پرده در بازار بالا می‌رود و میز به‌طور هم‌زمان نقش بازی‌گر و شخصیت را ایفا می‌کند، به چیزی کاملاً متفاوت بدل می‌شود. مارکس می‌گوید، میز-کالا به صحنه وارد می‌شود (*auftritt*)، شروع به راه رفتن می‌کند و خود را چونان ارزشی بازاری معرفی می‌کند. تغییری ناگهانی در صحنه: چیزی معمولی و محسوس دگرگون می‌شود (*verwandelt sich*)، به کسی بدل می‌شود، صورت و پیکری به خود می‌گیرد» (Derrida 1994, p. 188).

به بیان مارکس، کالا به چیزی بدل می‌شود که هم محسوس است و هم فراسوی حواس (*sinnliche übersinnlichen Ding*). دریدا بر جنبه‌ی شبح‌وار کالا تأکید می‌کند، اما ایده‌ی چیزی که محسوس و در عین حال فراسوی حواس است، به نظر می‌رسد بیش از این که به چیزی شبح‌وار شبیه باشد، به قسمی بدن یا چهره منجر می‌شود که فریبنده است، زیرا به گونه‌ای هم‌زمان هم خود را به نمایش می‌گذارد و هم یک دیگرگونگی را پنهان می‌کند. همانند بازی‌گری که هم‌زمان هم خود و هم یک شخصیت را به تصویر می‌کشد. دریدا ادامه می‌دهد: «مارکس باید به زبان تئاتر متوسل شود و باید ظهور کالا را به‌مثابه‌ی ورود به صحنه (*auftritt*) توصیف کند. اما هم‌چنین قطعاً باید میز بدل شده به کالا را در یک جلسه‌ی احضار ارواح توصیف کند، به‌مثابه‌ی سایه‌ای شبح‌وار، تجسم یک بازی‌گر یا رقصنده» (همان منبع، ص. ۱۸۹).

دریدا تصویر شبح (چنان که می‌دانیم، مارکس در *مانیفست کمونیست* درباره‌ی شبح کمونیسم صحبت کرده است) را با حیث تئاتری که قویاً توسط شکسپیر و هملت مشروعیت یافته است، درمی‌آمیزد.

تصویر شبح یادآور بحث شبیه‌سازی است، به معنای رونوشتی که هیچ نسخه‌ی اصل و بنابراین مرجعی ندارد. با این حال، هنگامی که مارکس به میز به‌مثابه‌ی کالایی که «هم‌هنگام محسوس است و فراسوی حواس» اشاره می‌کند و تأکید را روی قید «محسوس» می‌گذارد، بر مادی بودن تأکید می‌کند، یعنی بر مرجعی که اصل

نیست، بلکه تکیه‌گاهی است که باید ابعادی فیزیکی داشته باشد. این نه یک شیخ است و نه شبیه‌سازی، بلکه میزی صورت‌پذیرفته است، تصویر یک میز که محتوای مادی دارد، یا تقریباً همانند چیزی نقاشی شده از سوی کسی که افلاطون در کتاب پنجم **جمهور** از او متنفر است (یعنی همانی که رونوشتی از رونوشت می‌سازد). با این حال، این میز توسط موجودی بدن‌مند و محسوس طراحی و تولید می‌شود. اما «فراسوی حواس» است، نه تنها به این دلیل که از صورت برخوردار است، بلکه به این دلیل که دارای ارزش مبادله‌ای است. بازنمایی میز در همان حال که بازنمایی می‌شود از واقعیت فراتر می‌رود، زیرا میز ارزش مبادله‌ای دارد. این فرارفتن هم‌زمان مرئی است و نامرئی (قابلیت مبادله مرئی است، اما این که محصول کار امری اجتماعی است، نامرئی است) و غیرمادی و مادی در یک‌دیگر تنیده‌اند.

بازنمایی که از امر بازنمایی شده فراتر می‌رود چیزی بیش از رونوشتی ساده است. ارزش مبادله‌ی میز-کالا چیزی بیش از ارزش مصرفی آن است. ارزش مبادله‌ای از ارزش مصرفی فراتر می‌رود تا آن را به واسطه و مَحْمَلِ بدل کند (مانند چوب که مَحْمَلِ میز است، رنگ روغن که مَحْمَلِ میز نقاشی شده است یا سیلیکون که مَحْمَلِ میز دیجیتال است)، اما با وجود این، نمی‌توان ارزش مبادله‌ای را بدون ارزش مصرفی به تصور درآورد.

مرجع می‌تواند از محصول اجتماعی کار به مالکیتِ شیء، به چیزی بُت‌واره بدل شود.

روابط اجتماعی «همان‌گونه که هستند ظاهر می‌شوند»: روابط شیء‌واره میان انسان‌ها و روابط اجتماعی میان اشیاء. بنابراین کالاها چیزی را پنهان نمی‌کنند. اگر جهان به نظر وارونه می‌آید، هیچ ذات پنهانی پُشتِ ظاهر فریبنده‌ی آن نیست، هم‌چنین هیچ شبیه‌سازی‌ای در کار نیست، آن‌چه هست، کپی‌ای بدون اصل، بازنمایی‌ای بدون مرجع است.

ارزش مصرفی ناپدید نشده بلکه به برده‌ی ارزش مبادله‌ای تبدیل شده است و به این ترتیب از هم‌کاری انسانی (از کار اجتماعی) که آن را تولید کرده جدا و وارد صحنه‌هایی هم‌چون فروشگاه‌ها، نمایشگاه‌های جهانی، انبارهای بزرگ، سوپرمارکت‌ها و مراکز خرید می‌شود. ما در سوپرمارکت‌ها کار اجتماعی نهفته در کالا را نمی‌بینیم، اما این کار در آن‌جا حاضر است؛ در گره‌ای که به لطف یک قرن دانش اجتماعی و فناورانه تولید شده و در کاغذی که آن را بسته‌بندی کرده و محتوای آن را نشان می‌دهد که نیز به نوبه‌ی خود محصول کار اجتماعی و فناورانه‌ی گذشته است. آن کار اجتماعی که باعث شد کالا به مثابه‌ی کالا به واسطه‌ی ارزش مصرفی‌اش شناخته شود، هم‌زمان مرئی است و نامرئی.

هم‌کاری و نمایش

پست‌مدرنیسم به شبیه‌سازی، به کپی بدون اصل، به بازنمایی بدون مرجع اعتقاد داشت، اما کالا شبیه‌سازی نیست. کالا مانند یک بازی‌گر است که وارد صحنه می‌شود و اجازه می‌دهد نقش او کنترل را کاملاً در دست بگیرد و خود بازی‌گر را ملغی کند، به‌گونه‌ای که تماشاگران به‌طور ناخودآگاه و دائمی تردید خود را از دست می‌دهند. بنابراین، ارزش مصرفی به هم‌کاری اشاره دارد و ارزش مبادله‌ای به نمایش.

هم‌کاری که به همراه دیگران طرح‌ریزی شده، «توانایی‌های گونه‌ی او را توسعه می‌دهد» (Marx 2010, p. 226)، و به همین دلیل، به موثرترین وسیله برای استثمار کار بدل شده است. این هم‌کاری از بازی‌گرانی تشکیل شده است که با یک‌دیگر تعامل دارند. اما نمایش از تماشاگرانی تشکیل می‌شود که حتی زمانی که با دیگران هستند، در میان جمعیت تنه‌ایند. «مخاطب» هم در تئاتر با پرسپکتیو پالادیویی و هم در سینما از گروهی از افراد تنها تشکیل شده است.

آمیزه‌ی بُت‌واره‌ی میان شیء و فرد معادل آمیزه‌ی میان نمایش و هم‌کاری است.

در درون هم‌کاری، انسان‌ها به‌گونه‌ای فعال عمل می‌کنند، در نمایش اما به‌گونه‌ای منفعلانه (این به این معنی نیست که ترکیب‌هایی از هم‌کاری و نمایش وجود ندارد یا نمی‌توان آن را به تصور درآورد، در واقع در دنیای واقعی همواره چنین ترکیب‌هایی وجود دارد. تفاوت میان هم‌کاری و نمایش را باید به‌گونه‌ای ضابطه‌مند درک کرد).

کاستی نمایش سیاسی نتیجه‌ی درآمیختن بُت‌واره‌ی اشیاء و افراد است.

دید فراگیر

دیدیم که ایتالور کالوینو هنگام نقل عبارت هوفمانشتال مبنی بر این که ژرفا را باید در سطح جست‌وجو کرد، آن را با عبارتی از ویتگنشتاین پیوند زده که می‌گوید به آن چه پنهان است علاقه‌ای ندارد. این امر که در **تحقیقات فلسفی** آمده باید با تأملات ویتگنشتاین درباره‌ی *übersichtliche Darstellung*، یعنی «دید فراگیر»، مرتبط باشد. مشهور است که ویتگنشتاین اهمیت زیادی به مفهوم *übersichtliche Darstellung* می‌دهد. در واقع، این مفهوم نحوه‌ی دیدن اشیاء توصیف می‌کند.

ما چگونه اشیاء را می‌بینیم؟ به یک چشم برهم زدن، یک *Überblick* (نیچه)، که به معنای *Weltanschauung* (اشپنگلر) است. *Übersichtliche Darstellung* یک دید کامل، یک کل،

نمایشی از همه چیز ارائه می‌دهد، گویی همه چیز در سطح قرار دارد، بدون ژرفا، در پدیدار و نه فراسو، پشت و دور از آن.

با این حال دید فراگیر (Wittgenstein, PI, § 122) [۵]، لزوماً موجب فهم (das Verstehen) نمی‌گردد. ارتباط میان دید فراگیر و فهم به واسطه‌ی توانایی‌ای که هر یک از ما برای مشاهده‌ی روابط داریم ایجاد می‌شود، روابطی که به‌طور خاص پنهان نیستند، بلکه در پیش‌زمینه قرار دارند، اگرچه آن‌ها را نتوان دید. به گفته‌ی ویتگنشتاین آخرین چیزی که ما متوجه آن می‌شویم، عینک‌هایی است که برای دیدن استفاده می‌کنیم: «این از کجا آمده؟ این اندیشه، انگار عینکی است روی بینی ما، و آنچه را که می‌بینیم از پشت آن می‌بینیم. اصلاً این فکر به ذهن مان نمی‌رسد که آن را برداریم» (Wittgenstein, PI, § 103, p. 45). با این حال، این همان کاری است که گاهی اوقات باید انجام دهیم: عینک‌های خود را برداریم تا دریابیم چگونه می‌بینیم.

ژرفا نه در پس‌زمینه بلکه در بافتاری قرار دارد که آن را می‌سازد. بنابراین می‌توان گفت که این ژرفا از چیزی تشکیل یافته که در پیش‌زمینه قرار دارد. می‌توانیم از قیاسی هنری بهره بگیریم: دید فراگیر شبیه کاری است که سزان و کوبیست‌ها در دگرگونی و انقلاب‌شان در قوای بصری رقم زدند. آن‌ها در واقع ژرفا را حذف کردند و اشکال بازنمایی را که به‌واسطه‌ی توهم نوری پنهان شده بودند، به پیش‌زمینه آوردند. دیدن ارتباطات بسیار شبیه به این فرایند سازنده است. آنچه برای دلیل بل نتیجه‌ی نوعی زوال و فروپاشی است، برای ویتگنشتاین عقلانیت محسوب می‌شود.

ویتگنشتاین در یادداشت‌هایی بر **ساخته‌ی زرین** فریزر، از او بابت استفاده از شرح تاریخی انتقاد می‌کند چرا که پیوندهایی را نشان نمی‌دهد که می‌تواند به‌واسطه‌ی آن‌ها تصویری کامل از آن‌چه می‌خواهد بازنمایی کند به خواننده ارائه دهد. فریزر با این کار به‌طور ضمنی پیوندهای سازمان‌یافته بر اساس طرح تبارشناسانه را نه به‌عنوان ساختاری روش‌شناختی برای توضیح پدیده، بلکه به‌عنوان چیزی که به خود شیء تعلق دارد و نمی‌توان آن را دید، ارائه می‌دهد. به این ترتیب فریزر روش خود را به‌صورتی بت‌واره درمی‌آورد.

«توضیح تاریخی، یعنی توضیحی در قالب فرضیه‌ای درباره‌ی توسعه، تنها نوعی ترتیب تلخیصی از داده‌ها — یا همان مرور کلی آن‌ها — است. به همان اندازه می‌توان داده‌ها را در ارتباط با یک‌دیگر مشاهده و آن‌ها را در تصویری کلی جمع‌آوری کرد، بدون این که این کار را در قالب فرضیه‌ای درباره‌ی توسعه‌ی زمانی انجام دهیم.

[...] این دید فراگیر، موجدِ نوعی فهم است که در آن «فقط پیوندها» را مشاهده می‌کنیم. از این رو، یافتن حلقه‌های میانی اهمیت پیدا می‌کند. (Wittgenstein 2018, p. 46)[۶]

چه پیوندهایی را می‌توان دید؟ آن‌هایی که بافت یا چارچوب دید فراگیر را تشکیل می‌دهند که این امر به **حلقه‌های میانی** اشاره دارد، مفهومی که ویتگنشتاین از گوته به عاریت گرفته است.

برای دستیابی به فهم، لازم است **عناصر میانی** را پیدا و برجسته کنیم تا پیوندهای دید فراگیر برقرار شود. این ارائه، بنا به واژگان پل کله، پیوندهای پنهان را آشکار می‌سازد. حال، اگر طبیعی‌سازی فرآیندی است که با نشان دادن جهان در ثبات بدیهی‌اش و بدیهی انگاشتن موقعیت ما در جهان، به ما کمک می‌کند تا جهان را همان‌گونه که هست بپذیریم، پنهان کردن پیوندها در عوض، به طبیعی‌سازی یا آن‌گونه که مراد ماست به بت‌واره‌سازی منجر می‌شود.

دیدن پیوندها از طریق شناسایی عناصر میانی، فرآیندی از غیرطبیعی‌سازی است، زیرا جنبه‌ی سازنده‌ی بازنمایی را به ما نشان می‌دهد. به گفته‌ی ویتگنشتاین، فهمیدن مستلزم **غیرطبیعی‌سازی** و بنابراین، جوهر فهم از دید او امری **انتقادی** است. **فهم** (Verstehen) نزد ویتگنشتاین بر **دیدن** استوار است: *Darstellung, Zusammenhänge sehen, übersichtlich*. علاوه بر این، می‌دانیم که دیدن و رنگ‌ها برای ویتگنشتاین از اهمیتی بسیار برخوردارند.

با این حال، بحث دیدن پیوندها به منظور فهم بهتر این پرسش را مطرح می‌کند: چرا نمی‌توانیم پیوندها و عناصر میانی را ببینیم؟ زیرا آن‌ها به عینک‌های ویتگنشتاین شباهت دارند: نه پشت سر ما هستند و نه دور از دسترس، اما برای آگاه شدن از آن‌ها باید عینک‌ها مان را از چشم برداریم.

* مقاله‌ی حاضر ترجمه‌ای است از *Representation and Depth in Marx and Wittgenstein* نوشته *Alfonso Maurizio Iacono* که در کتاب زیر یافته می‌شود:

Sulpizio, F., Schimmenti, G., De Iaco, M. (2021). *Wittgenstein and Marx. Marx and Wittgenstein*. Berlin, Germany: Peter Lang Verlag. Retrieved Nov 30, 2024, from 10.3726/b18540

یادداشت‌ها

[۱]. چزرانی دیدگاه آخرالزمانی و نومحافظه‌کارانه‌ی پست‌مدرنی را که بل مطرح کرده با دیدگاه‌های تئوین‌بی، رایت میلز و نیز بودریار مرتبط می‌داند (بنگرید به Ceserani 1997, p. 45).

[۲]. البته در *ایدئولوژی آلمانی* هم قطعاتی وجود دارد که به صراحت به مفهوم ژرفای مبتنی بر فاصله می‌تازد. مثلاً قطعه‌ی زیر: «شیوه‌ی تولید را نباید صرفاً به عنوان بازتولید هستی جسمانی افراد در نظر گرفت. بلکه باید دانست که شیوه‌ی تولید، شکل معینی از فعالیت افراد، شکل معینی از ابراز وجودشان، شیوه‌ی زندگی آنان به شکلی معین است. افراد آن گونه‌اند که زندگی‌شان نشان می‌دهد. بنابراین، چپستی آنان با تولید آنان یعنی با این که چه تولید می‌کنند و چگونه تولید می‌کنند، مطابقت دارد. از این رو چپستی افراد، وابسته‌ی شرایط تولید مادی آنان است.» صد البته در این بحث اشاره به هگل و مثلاً بند ۱۳۹ *منطق دانشنامه* خالی از فایده نیست: «بنابراین در وهله‌ی نخست، امر بیرونی، همان محتوای امر درونی را دارد. آن چه درونی است هم‌چنین به صورت بیرون حضور می‌یابد و بالعکس؛ پدیدار چیزی را نشان نمی‌دهد که در ذات نیست؛ چیزی در ذات نیست که پدیدار نگردد»- م.

[3]. Cf. H. von Hoffmannsthal, *The Book of Friends*. [Online], <https://spurleditions.com/blog/2016/6/9/the-book-of-friends-aphorisms>

[۴]. Auftritt در نسخه‌ی فرانسوی ژان کلود لوفور به Entre en Sène ترجمه شده و دریدا از آن استفاده کرده است (بنگرید به Marx 1993, p. 81).

[۵]. Übersichtliche Darstellung معمولاً به «نمایش واضح» (perspicuous representation) ترجمه می‌شود، اما در Wittgenstein 2018, p. 46 به «ارائه‌ی واضح» (perspicuous presentation) و در Wittgenstein 2005, p. 307c به «نمایش قابل مشاهده» (surveyable representation) ترجمه شده است (مترجم فارسی نیز از عبارت «دید فراگیر» بهره برده که انتخاب مالک حسینی است).

[۶]. برای نشان دادن قرابت این رأی ویتگنشتاین با رویکرد مارکس می‌توان به قطعاتی از *گروندریسه* رجوع کرد: «ناممکن بود و خطا بود اگر مقولات اقتصادی را بنا به ترتیبی در پی هم می‌آوردیم که تاریخاً عامل تعیین کننده بوده‌اند. برعکس، ترتیب و توالی آن‌ها به وسیله‌ی رابطه‌ای تعیین می‌شود که آن‌ها در جامعه‌ی مدرن بورژوایی با یکدیگر دارند، و این، از قضا، وارونه‌ی ترتیبی است که آن‌ها به طور طبیعی ظهور یافته‌اند، یا ترتیبی که منطبق با تحول تاریخی‌شان است.» (گروندریسه، ترجمه‌ی کمال خسروی و حسن مرتضوی، صفحه‌ی ۸۰). «ضرورتی ندارد برای طرح و استدلال قوانین اقتصاد بورژوایی، تاریخ واقعی شیوه‌های تولید را بنویسیم...» (همان منبع، صفحه‌ی ۳۶۱)

- Bell, D. (1976). *The Cultural Contradictions of Capitalism*. New York: Basic Books.
- Calvino, I. (1993). *Six Memos for Next Millennium*. New York: Vintage.
- Calvino, I. (1999). *Mr Palomar*. London: Vintage.
- Ceserani, R. (1997). *Raccontare il postmoderno*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Derrida, J. (1994). *Spectres of Marx*. New York/London: Routledge.
- Heidegger, M. (2002). *Identity and Difference*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism*. Durham: Duke University Press.
- Gargani, A. G. (1975). *Il sapere senza fondamenti*. Torino: Einaudi.
- Gargani, A. G. (a cura di) (1979). *Crisi della ragione*. Torino: Einaudi.
- Marx, K. (1993). *Le Capital*. t. I, Paris: PUF.
- Marx, K. (2010). *Capital*. Vol. I. Moscow: Progress Publishers.
- Merleau-Ponty, M. (1964). *L'oeil et l'esprit*. Paris: Gallimard.
- Merleau-Ponty, M. (1996). *Notes de cours*. Paris: Gallimard.
- Wittgenstein, L. (1999). *Philosophical Investigations (=PI)*. Oxford: Blackwell.
- Wittgenstein, L. (2005). *The Big Typescript*. Oxford: Blackwell.
- Wittgenstein, L. (2018). *Remarks on Frazer's The Golden Bough*. In: G. Da Col and S. Palmié(eds.), *The Mythology in our Language*, Chicago: Hau Books: 29-73.
- Wollheim, R. (1974). *Walter Pater as a Critic of the Arts*. In: R. Wollheim, *On Art and Mind*, Cambridge (Mass.): Harvard University Press: 155-176.