

Baudrillard, Jean	بودریار، ژان، ۱۹۲۹-۲۰۰۷م.
و انموده‌ها و وانمود / تألیف ژان بودریار؛ ترجمه پیروز ایزدی - تهران: نشر ثالث، ۱۳۹۶.	
۲۱۶ ص.	
ISBN 978-600-405-220-7	شابک ۹۷۸-۶۰۰-۴۰۵-۲۲۰-۷
Simulacres et Simulation, c1981	عنوان اصلی:
Resemblance (Philosophy)	همانندی (فلسفه)
Reality	واقعیت
۱۹۴	ایزدی، پیروز، ۱۳۳۷ - مترجم.
	BD ۲۳۶/ب/۸۶ و ۲



دفتر مرکزی: خیابان کریمخان زند / بین ایرانشهر و ماهشهر / پ ۱۵۰ / طبقه چهارم
 فروشگاه شماره یک: خیابان کریمخان زند / بین ایرانشهر و ماهشهر / پ ۱۴۸
 فروشگاه شماره دو: اتوبان شهید همت / مجتمع ایران مال / طبقه G3 / شماره ۱۸۳
 توزیع: خیابان کریمخان زند / بین ایرانشهر و ماهشهر / پ ۱۵۰ / طبقه همکف
 تلفن گویا: ۷-۸۸۳۲۵۳۷۶-۸۸۳۰۲۴۳۷-۸۸۳۱۰۵۰۰-۸۸۳۱۰۷۰۰-۸۸۸۶۱۶۶۶

• سایت اینترنتی: www.salepublication.com

• پست الکترونیکی: salepub@gmail.com - info@salepublication.com

■ وانموده‌ها و وانمود

• ژان بودریار • ترجمه پیروز ایزدی • ناشر: نشر ثالث

• مجموعه فلسفه و علوم اجتماعی

• چاپ دوم: ۱۳۹۸ / ۵۵۰ نسخه

• لیتوگرافی: ثالث • چاپ: سازمان چاپ احمدی • صحافی: مینو

• کلیه حقوق محفوظ و متعلق به نشر ثالث است.

ISBN 978-600-405-220-7

• شابک ۹۷۸-۶۰۰-۴۰۵-۲۲۰-۷

فهرست

- ۷..... یادداشت مترجم
- ۹..... تقدم وانموده‌ها
- ۱۲..... برارجاعی تصاویر
- ۱۷..... رامسس یا احیای گلگون
- ۲۵..... ابرواقعی و خیالی
- ۲۸..... افسون سیاسی
- ۳۰..... چرخه نفی - موبیوس
- ۳۶..... استراتژی امر واقعی
- ۴۷..... پایان سراسرینی
- ۵۴..... امر مداری و امر هسته‌ای
- ۶۵..... تاریخ: سناریوی نگاه به گذشته
- ۷۳..... هوئوکاست
- ۷۷..... سندروم چینی
- ۸۵..... اینک آخرالزمان
- ۸۹..... اثر بویورگی
- ۸۹..... انفجار درونی و بازدارندگی
- ۱۰۹..... ابربازار (هایپرمارکت) و ابرکالا

- ۱۱۵..... انفجار درونی معنا در رسانه‌ها
- ۱۲۵..... تبلیغات مطلق، تبلیغات در نقطه صفر
- ۱۳۵..... داستان همانندسازی
- ۱۴۴..... یادداشت
- ۱۴۷..... هولوگرام‌ها
- ۱۵۳..... تصادف
- ۱۶۵..... وانمودها و داستان علمی-تخیلی
- ۱۷۳..... حیوانات: سرزمین و دگردیسی‌ها
- ۱۸۹..... باقیمانده
- ۱۹۷..... جسد ماریچی
- ۲۰۵..... آخرین تانگو ارزش
- ۲۰۹..... در باره نیهیلیسم
- ۳۱۱..... من نیهیلیستم

یادداشت مترجم

کتاب *وانموده‌ها* و *وانمود* از مهم‌ترین آثار ژان بودریار است که خواندن آن می‌تواند افق‌های روشن‌تری را در خصوص فهم اندیشه‌های او پیش روی ما بگشاید. بودریار در این کتاب می‌کوشد بر اساس دیدگاه خاص خود تصویرگر جامعه کنونی ما در قالب رابطه‌ای باشد که میان نمادها، نشانه‌ها و جامعه برقرار است. او در این کتاب به ویژه به شرح و توصیف دو مفهوم اساسی در اندیشه‌های خود یعنی «وانموده» و «وانمود» می‌پردازد.

از منظر او، وانموده‌ها کپی‌برداری‌هایی از چیزهایی است که مرجع و منشأ خود را از دست داده‌اند و وانمود تقلیدی از عملکرد فرایندها و سیستم‌ها در جهان واقعی است. بودریار ادعا می‌کند که در جامعه کنونی ما، نمادها و نشانه‌ها جایگزین واقعیت و معنا شده‌اند و تجربه بشری تقلیدی از واقعیت است. اما به باور او، وانموده حقیقت را پنهان نمی‌کند، و در روزگار ما، این حقیقت است که پنهان می‌کند چیزی پشت سر آن وجود ندارد. در واقع، وانموده‌ها همان دلالت‌ها و نمادهایی‌اند که در قالب فرهنگ و رسانه‌ها واقعیت ادراک‌شده را برمی‌سازند، و بر مبنای این درک اکتسابی است که زندگی و حیات مشترک ما معنا دار می‌شود. بودریار معتقد بود وانموده‌ها جامعه معاصر را اشباع کرده‌اند و زندگی ما نیز از بر ساخته‌های جامعه اشباع شده است. پیامد این امور چیزی جز این نبوده است که همه معانی با توجه به این که بی‌نهایت تغییر پذیرند، بی‌معنا شده‌اند. از این رو، بودریار این پدیده را تقدم وانموده‌ها خوانده است.

درحقیقت، مبنای اندیشه‌های بودریار بر بازنمایی واقعیت توسط نشانه‌ها استوار است و این امر از مراتبی برخوردار است که با بازنمایی وفادارانه آغاز می‌شود و در مراحل بعدی به تحریف واقعیت، ادعای دروغین بازنمایی واقعیت و وناموده صرف می‌رسد که در آن هیچ‌گونه رابطه‌ای با واقعیت قابل تصور نیست.

از سوی دیگر، این بازنمایی طی مراحل تاریخی مختلف دستخوش دگرگونی‌هایی شده است، از جمله این که در دوران پیشامدرن، بازنمایی نشانه‌ای مصنوعی را به جای عنصر واقعی می‌نشانند. در عصر مدرنیته، تمایز میان بازنمایی و واقعیت به دلیل اشاعه نسخه‌های کپی که قابلیت تولید انبوه را دارند و نیز به این علت که این نسخه‌ها به همان اندازه نمونه اصلی واقعی‌اند، اقتدار نسخه اصلی را تهدید می‌کرد. در عصر پسامدرن، وناموده بر اصل تقدم می‌یابد و تمایز میان واقعیت و بازنمایی از میان می‌رود. تنها ونامود باقی می‌ماند و اصالت به مفهومی کاملاً بی‌معنا تبدیل می‌شود.

فقدان تمایز میان واقعیت و وناموده از چنین پدیده ناشی می‌شود. «رسانه‌ها» مرز میان محصولات ضروری و محصولات را که نیاز به آنها توسط تبلیغات بازرگانی ایجاد می‌شود کمرنگ می‌کنند. «ارزش مبادله» نظامی را پدید آورده است که در آن ارزش کالاها مبتنی بر پول است و نه فایده و مطلوبیت آن‌ها. «سرمایه‌داری» مبتنی بر شرکت‌های چندملیتی ارتباط میان کالاهای تولیدشده و مواد اولیه و انسان‌ها یعنی تولیدکنندگان اصلی کالاها را به کلی قطع کرده است. «شهرنشینی» به عاملی تبدیل شده که انسان‌ها را از جهان غیرانسانی جدا ساخته و فرهنگ را حول محور نظام‌هایی تولیدی در مقیاسی چنان عظیم سامان داده که سبب ازخودبیگانگی انسان‌ها شده است. «زبان و ایدئولوژی» نیز در این میان گرفتار روابط قدرت در میان گروه‌های اجتماعی شده‌اند.

در پایان، توجه خوانندگان را به این نکته جلب می‌کنم که درک مفاهیم به‌کاررفته از سوی نویسنده تنها با آگاهی از دیدگاه کلی او امکان‌پذیر است. از این رو، امید می‌رود این یادداشت کوتاه بتواند در این زمینه مفید باشد.

پیروز ایزدی

پاییز ۱۳۹۷