

# «هنر» و «تبلیغ»

«هنر» و رابطه پیچیده آن با تبلیغ، در شرایط فعلی میهن ما امریست که اگر نه در سطح و عیان ولی در عمق و بطرز ناآشکار مطرح است. واضح است که می توان بطور خلاصه رابطه این دو مقوله را به این صورت توضیح داد که هنر میتواند به خدمت تبلیغ درآید و از آن در جهت پیشبرد مقاصد اجتماعی، ایدئولوژیک، سیاسی و نظایر آن سود برده شود.

شکی نیست از هنر که در هر حال بیان کننده موضوع و یا رساننده‌ی مفهومی است، میتوان جهت تبلیغ استفاده کرده و اگر تبلیغ را در معنی مکتبی آن به معنی ابلاغ کردن و رساندن پیامی از احکام الهی بگیریم، یکی از هدفهای هنر همین است اما مسلم است که رابطه «هنر» و «تبلیغ» را نمی توان سطحی انگاشت.

برای اینکه مبدائی برای بحث خود بگذاریم شاید بهتر

\* هنر اساساً در حیطه‌ی

فعالیت‌های معنوی انسان قرار می‌گیرد و آمیزشی از احساس و عاطفه و تفکر و عقیده‌ی انسان، سنگ بنای محتوی و شکل هراتر هنری را تشکیل می‌دهد.

باشد نوعی تقسیم بندی برای انواع تبلیغ قائل شویم. در این بررسی می توانیم دو نوع تبلیغ را از هم تفکیک کنیم. یک نوع بلاواسطه و صریح، و نوعی دیگر با واسطه و غیر صریح.

در حالت نخست، عمل پیام رسانی، مستقیم و آمرانه، بدون پرده پوشی و احتمالاً بدون ظرافت های هنری صورت می گیرد. در این نوع از تبلیغ، پیام رسان و گیرنده پیام هردو نسبت به مسئله، بدون واسطه برخورد می کنند و هیچ حجابی در بین نیست. فروشنده کالای خود را در روشنایی می گذارد و مستقیماً راجع به آن فریاد می زند و تبلیغ می کند. بیننده هم بدون کمترین تلاش ذهنی با این موضوع

برخورد می کند. کالا را می بیند و توصیف آنرا می شنود. (البته اینکه مقاضی کالا باشد یا نه، مسئله ایست جدا و به عوامل دیگری بستگی دارد که مورد بحث ما نیست) چنین تبلیغ عیان و بی واسطه ای نوع اول تبلیغ را تشکیل میدهد.

نوع دوم تبلیغ، پوشیده و غیر صریح است. در این مورد، معمولاً انگیزه جذب خواننده نسبت به متاع عرضه شده (این متاع و کالا می تواند مادی یا غیر مادی باشد) خواص اساسی و اصلی جنس نیست، بلکه یکسری انگیزش های جذاب اما غیر وابسته به اصل و اساس کالا، گیرنده را جذب می کند.

تفاوت بالا بین دونوع تبلیغ اساس بحث را تشکیل میدهد. «هنر» بعنوان یکی از پدیده های انسانی - اجتماعی نمی تواند همواره به خدمت هر دو نوع تبلیغ درآید. هنر بیشتر رابطه ای تنگاتنگ با تبلیغ از نوع دوم یعنی تبلیغ غیر صریح دارد. و گرچه اصطلاح به خدمت درآوردن خوشایند نیست، اما در حال می توان گفت هنر به خدمت تبلیغ از نوع دوم درمیآید. این ارتباط چگونه است؟

هنر اساساً در حیطه فعالیت‌های معنوی انسان قرار می‌گیرد و آمیزشی از احساس و عاطفه و تفکر و عقیده‌ی انسان، سنگ بنا و محتوای هر اثر هنری را تشکیل می‌دهد. انسان که زاینده هنر است و بانی و موجد آن، تحت نام «هنرمند» عمده‌ترین قسمت بررسی را تشکیل می‌دهد. جالب‌ت آنکه همیشه اول «هنر» را به اصطلاح تعریف می‌کنند و سپس کسانی را که با این تعریف همخوان باشند هنرمند، والا غیر آن مینامند و البته چنین شروعی درست نیست. چون هنر از «ذهن» انسان زاینده می‌شود، بررسی انسان بعنوان موجد و خالق هنر باید بر آن پیش شرط، برای تعریف هنر، مد نظر قرار گیرد.

انسان که موجودی اجتماعی و متفکر است، نیازهای متفاوتی دارد. این نیازها را اجزای وجود او برآورده می‌کند. نیاز مادی را کار و تلاش جسمانی، نیاز معنوی را نیایش، تفکر و جستجوی متجرب به «شناخت»؛ و نیاز به زیبایی و آفرینش او را که منشأ هنر است، احساس و عاطفه و اندیشه‌اش برآورده می‌سازند. (البته نیاز به زیبایی و آفرینش در ردیف نیازهای معنوی قرار می‌گیرند و به همین دلیل است که «هنر» درعین حال نوعی شناخت و یا برداشت از واقعیت نیز هست).

اگر بخواهیم کلیه‌ی وجوهی که در رابطه با هنر و آفرینش اثر هنری قرار دارند در تعریف هنر بگنجانیم دقت در تعریف، سبب طولانی شدن آن خواهد شد اما همینقدر می‌توان گفت که نیازهای معنوی یک ذهن واحد، با تمامی جنبه‌های فردی و اجتماعی انسان چون امیال، آرزوها، دید فلسفی، تجربیات و عواطف و احساسات وی بستگی دارد. هنر یک جنبه فردی و یک جنبه اجتماعی دارد. اثر هنری، از جنبه‌ی فردی، پدیدآورنده خود را راضی و خشنود ساخته و روح او را در جهت زیباجویی و نیاز به آفریدن، اقناع می‌کند ولی همین مسأله از جنبه اجتماعی، عملکرد دیگری دارد:

از این نظر هنر زمانی که بصورت رابطی بین انسانها، (مانند رابطه ای که هم اکنون راقم این سطور با خواننده برقرار می کند: ایجاد یک رابطه ذهنی) دخیل می شود، عملکرد اجتماعی خود را نشان میدهد، - واقعیت اینست که هر اثر هنری درعین شخصی بودن (برای پدید آورنده اش)

ناشی از یکسری خواستها و روابط اجتماعی است. درست است که هنرمند برای خودش کار می کند اما در همان لحظه در حال پاسخ دادن به یک نیاز اجتماعی نیز هست (و یا لافل باید باشد). این نیاز و خواست اجتماعی از سوی عادی مردم، تیزی عاطفی است اما هنرمند، به این نیاز عاطفی و حسی با داشتن یک جهت سیاسی - اجتماعی پاسخ می گوید. بار فکری و اجتماعی اثر هنری ناشی از آگاهی سیاسی هنرمند و سوار بر بال عاطفه و احساس و زیبایی است. بنابراین هنرمند چه بخواد، چه نخواهد و چه بداند و یا نداند جزئی از وظیفه «تنقید اجتماعی» را برعهده خود گرفته است چرا که وظیفه اجتماعی هنر، شکافتن و بررسی و بیان علل ماهوی و روابط درونی و پیچیده پدیده ها و عناصر سازنده زندگی اجتماعیست. البته هنرمند با تحلیل گر جامعه شناس تفاوت اساسی دارد و اگر در جامعه شناسی، که آن نیز به خواست اجتماع یعنی شناخت اجتماعی پاسخ می گوید، تاکید بر عقل و منطق

است، هنرمند فرا سوی بررسی علمی و منطقی عمل می کند  
و پیام را به یک تعبیر «شناخت» را با تاکید روی احساس  
و عاطفه شهر وند و می میرساند

حال یابید دید آیا این «شناختی» که هنر به ارضان می آورد می تواند در خدمت تبلیغ قرار گیرد. آیا تبلیغ کالا (این کالا می تواند مادی یا معنوی یعنی روشی از تفکر و بینش باشد) به وسیله هنر قابل انجام است؟

در اینجا باید سراجده کنیم به تعریف انواع تبلیغ، در  
نوع اول تبلیغ که نوع بی واسطه و صریح است هنر  
عملکردی ندارد، و اصولاً در تبلیغی که در رابطه با عقل و  
منطق و حساسگری است احساس و عاطفه غالباً اثری  
ندارند. نمی توان در هنگام بررسی و تحلیل یک امر عقلی،  
احساس را نیز به مدد گرفت چرا که بررسی امور عقلی  
وظیفه علوم است. بنابراین آیا هنر نمی تواند مبلغ تفکر و یا  
شیوه ای از نگرش به دنیا باشد؟

جواب این سوال مثبت است. بدون شک این امکان وجود دارد ولی مهم شکل عملی این تبلیغ است.

هنر برای تبلیغ روی اصول عقلی حوزه‌ی مخلودی دارد. هنر می‌تواند در کلی‌ترین اصول یعنی اموری چون خیر و شر، عدالت و ظلم موضع‌گیری کند، می‌تواند در جهتی باشد که به تعالی روح انسان کمک کند و نگرش او را نسبت به کلی‌ترین اموری که شخصیت وی را می‌سازند تغییر دهد. البته هنر بار آگاهی بخش دارد ولی این آگاهی در حیطه‌ی اموری که مربوط به عقائد، نیست. وقتی هنر به تبلیغ مشخص و آشکار هر نوع تفکری بپردازد پای آن انگ می‌شود. هنر در آستان تبلیغ مستقیم قربانی می‌شود و از مسکن آن مقولدهای بی‌روی میاید بنام: شعار.

شعار که از اصل هنر بی بهره است نیز نه با تکیه بر  
تعقل و منطق بلکه با تاکید روی احساس و عاطفه اثر خود  
را اعمال می کند ولی با هنر تمایز ماهوی دارد شعار به  
مخاطب خود می گوید: چنین کن، یا چنین باش، اما هنر  
هیچگاه صریحا چیزی از مخاطب خود نمی خواهد. گرچه

\* شهر میخراشد در کلی ترین

اصول یعنی اموری چون خیر و شر و عدالت و ظلم موضع گیری کرده و در جهتی باشد که به تعالی روح انسان کمک کند.

ممکن است دیدن یک تابلوی نقاشی برای یک آدم بی خبر از همه بجا سبلی محکمی باشد که او را بیدار کند اما با تحکم و ابراند سخن گفتن، غالباً برای شتر محال است.

ادامه دارد