

سفید

کنیا هارا

ترجمه علیرضا شلویری

سفید - کنیا هارا - ترجمه علیرضا شلویری - ویرایش مونا سیف

لیتوگرافی، چاپ و صحافی واژه پرداز اندیشه - چاپ اول ۱۴۰۰  نشر مشکی

همه حقوق برای ناشر محفوظ است. تکثیر یا تولید همه یا بخشی از کتاب به هر صورت (انتشار الکترونیکی، چاپ،

فتوگرافی، تصویر، صوت) بدون اجازه کتبی ناشر ممنوع است.

w w w . m e s h k i p u b l i c a t i o n . c o m

i n f o @ m e s h k i p u b l i c a t i o n . c o m

  @ m e s h k i p u b l i c a t i o n

فهرست

پیش‌گفتار ۹

فصل اول: کشف سفید

- ۱۵ سفید یک حس یافت است
- ۱۶ رنگ چیست؟
- ۲۲ ایتوشیروشی
- ۲۳ رنگ‌گریزی
- ۲۴ صورت آغازین حیات و اینفورماسیون

فصل دوم: کاغذ

- ۳۱ انرژی انگیزاننده ایتوشیروشی
- ۳۲ برگ سفید کاغذ
- ۳۴ رسانه‌ای که خلاقیت را شعله‌ور می‌کند
- ۳۷ نشخوار سفید
- ۴۵ تا کردن زبان
- ۴۹ در باب حروف و نشانه‌های نگارشی
- ۵۲ حروف چاپی و تایپوگرافی

فصل سوم: فضای خالی

- ۶۱ خالی بودن یعنی چه؟
 ۶۲ «درختان کاج» هاسه‌گاوا تُهاکو
 ۶۷ فضای خالی به عنوان فضای امکانات بی‌کران
 ۷۱ زیارتگاه ایسه و اطلاعات
 ۷۵ نگفتن
 ۷۹ درباره پذیرندگی دایره سرخ بر زمینه سفید
 ۸۱ خالی بودن و سفید
 ۸۳ مراسم چای
 ۸۵ خاستگاه اتاق ژاپنی
 ۹۲ اندیشه‌ها در فضای خالی درنگ می‌کنند
 ۹۴ پرسش خلاقانه بی‌نیاز از پاسخ است

فصل چهارم: بازگشت به سفید

- ۹۹ سوی‌کو، برگشت‌ناپذیری متن چاپی
 ۱۰۳ جهشی به سوی سفید
 ۱۰۴ رُفت و روب
 ۱۰۷ آشنایی‌زدایی
 ۱۰۹ شن‌های سفید و مهتاب

۱۱۱ پس‌گفتار

۱۱۳ سپاس‌گزاری

۱۱۵ اصطلاحات فارسی-انگلیسی

۱۱۹ اصطلاحات انگلیسی-فارسی

۱۲۲ دوره‌های تاریخی ژاپن و چین

۱۲۳ نام‌نامه

پیش‌گفتار

از سفید که صحبت می‌کنم، از رنگ صحبت نمی‌کنم؛ بیشتر کوشیده‌ام سرچشمه‌های فرهنگی آن احساسی را جست‌وجو کنم که به واسطه سفید در ما ایجاد می‌شود. به عبارت دیگر، کوشیده‌ام، با کندوکاو در مفهوم «سفید»، منشأ نوعی زیبایی‌شناسی ژاپنی را که پدیدآورنده «سادگی» و «نهفتگی» است بیابم و ابعاد فراتر آن را مشخص کنم.

من دیزاینر هستم. تخصصم ایجاد ارتباط است. یعنی کار من پرداختن به «چگونگی‌ها» است، نه ساختن «چیزها». به عبارت دقیق‌تر، من پوسترها و بسته‌بندی‌ها و نشان‌ها و کتاب‌ها و نمایشگاه‌های متعددی دیزاین کرده‌ام که هریک به نوعی نمود همان چیزی است که آن را «چگونگی» می‌نامم. در چارچوب حرفه‌ام مدام از خودم می‌پرسم چگونه می‌توان تصاویری ناب و تازه آفرید که خاطره‌ای ماندگار ایجاد کنند، و چگونه می‌توان از این طریق با زندگی و افکار انسان‌ها ارتباط برقرار کرد؟ در این روند، هر بار بیش از پیش دریافته‌ام که پاسخ این

پرسش‌ها را باید در شگردهای ارتباطی‌ای جست‌وجو کنیم که صرفاً از آن من نیستند، بلکه در ژاپن و در فرهنگ‌های دیگر پرورده شده‌اند. یکی از این شگردها از مفهوم «خالی بودن» (اوتسو) برآمده است. وقتی مردم با هم ارتباط برقرار می‌کنند، اطلاعات را یک‌طرفه به سوی هم پرتاب نمی‌کنند، بلکه قاعدتاً به نظرات یکدیگر گوش می‌کنند. ارتباط موفق به این بستگی دارد که چقدر خوب گوش کنیم، نه به این‌که چگونه دیگران را متقاعد کنیم. از این رو بشر در طول تاریخ، به منظور ایجاد ارتباط، شگردهایی خلق کرده است که مانند یک «ظرف خالی» عمل می‌کنند. مثلاً، برخلاف آن نمادهایی که صرفاً حاوی معانی معینی هستند، صلیب یا دایره سرخ پرچم ژاپن، با سادگی بی‌نظیرشان، می‌توانند مانند یک ظرف خالی و بزرگ، هر تصویری را در خود بگنجانند. مقابر و کلیساهای عظیم یا باغ‌های کوچکِ ذن و اتاق‌های بی‌آلایشِ چای هم بیش از هر چیز به سبب پذیرندگی فضای خالی‌شان با ما ارتباط برقرار می‌کنند. این بود که اول خواستم چیزی در مورد خالی بودن بنویسم، اما طولی نکشید که سفید ناگهان چون سدی در برابرم ظاهر شد. از نظر لغت‌شناسی هم که به موضوع نگاه کردم، دیدم که واژه «سفید» (白-شیرویی)، به عنوان جزئی از واژه «خلاء» (空白-کوهاکو)، خویشی نزدیکی با واژه «خالی بودن» دارد؛ گویی فقط با کندوکاو در سفید می‌شد به کنه خالی بودن رسید. بنابراین تصمیم گرفتم که اول چیزی در مورد سفید بنویسم، سپس به خالی بودن بپردازم.

پس از خواندن این کتاب ممکن است به سفید دیگر مثل قبل نگاه نکنید و آنچه را که واقعاً سفید است ناگهان تابناک‌تر ببینید. در این صورت می‌توان گفت که ادراک شما حساس‌تر شده است. هرچه سفید را با حساسیت بیشتری ادراک کنید، شدت و ضعف سایه‌ها را هم با حساسیت بیشتری ادراک خواهید کرد.

فصل اول: کشف سفید

سفید یک حس یافت است

چیزی به عنوان سفید وجود ندارد. سفید فقط یک حس یافت است. پس به جای آن که در جست و جوی سفید باشیم باید در پی این باشیم که سفید را چه طور ادراک می کنیم. در این مسیر با سفیدی آشنا می شویم که از آنچه تاکنون تجربه کرده ایم قدری سفیدتر است. سپس درمی یابیم که این سفید به شکل های مختلف و حیرت انگیز با فرهنگ ژاپنی درآمیخته است؛ مفاهیمی چون سکوت و فضای خالی را درک می کنیم، و معانی مختلفی را که در آن ها نهفته است کشف می کنیم؛ هرچه ارتباط ما با سفید تنگاتنگ تر می شود، جهان به چشم مان تابناک تر و سایه های آن غلیظ تر خواهد شد.

سیاهی حروف چاپی از خود حروف نیست، بلکه فقط در تقابل با سفیدی کاغذ است که پدیدار می شود. سرخی تابناک دایره پرچم ژاپن هم فقط در تقابل با سفیدی اطرافش امکان بروز می یابد. در مورد آبی یا بژ

هم، مادامی که بر زمینه سفید نشسته باشند، همین طور است. نیستی در طلب هستی است؛ از این رو نیستی گاهی حس بودنی به وجود می آورد که از خود هستی نیرومندتر است. از آن جا که سفید هم زود چرک می شود و هم پاک نگه داشتنش بسیار دشوار است، زیبایی اش عمیقاً در ما تأثیر می کند چرا که به طرز تأثیرانگیزی از بی دوامی آن آگاهیم.

وجوه درخشانی از فرهنگ ژاپنی، از جمله معماری و دیزاین فضا، کتاب آرایبی و باغ آرایبی، در نتیجه همین فرایند آگاهی، که ارتباط تنگاتنگی با مفهوم سفید دارد، پدید آمده اند. پیش تر جونیچیرو تانیزاکی (۱۸۸۶-۱۹۶۵)، نویسنده ژاپنی، در کتاب در ستایش سایه ها (۱۹۳۳)، زیبایی شناسی ژاپنی را از منظر سایه تفسیر کرده و توانسته به یاری سایه ها یکی از نقاط گریز تصویر جامعی را که برای پرداختن به این موضوع ترسیم کرده است مشخص کند. کار تانیزاکی از این جهت واقعاً درخشان است. ولی آیا در این تصویر، در آن جایی که روشنایی به اوج می رسد، نقطه گریز دیگری وجود ندارد؟

رنگ چیست؟

آیا سفید یک رنگ است؟ سفید شبه رنگ است، اما در عین حال می توان آن را یک نا-رنگ هم دانست. پس رنگ اساساً چیست؟

امروزه، در پی دستاوردهای فیزیک مدرن، سازوکار رنگ به یاری نظام های معتبری چون نظام رنگی مانسل یا اُستوالد به دقت مشخص شده و نظم یافته است. این نظام ها رنگ ها را بر اساس «فام»، «درخشندگی» و «اشباع»، یعنی بر حسب میزان وضوح و روشنایی، در کنار هم، در قالب نمودارهای دایره ای و سه بعدی ترسیم می کنند، و به این ترتیب به ما امکان می دهند تا رنگ ها را، به عنوان یک پدیده فیزیکی، به آسانی در ذهن خود مجسم کنیم. اما تکیه بر چنین نمودارهایی برای پاسخ دادن به این سؤال که ما رنگ ها را چگونه احساس می کنیم مطلقاً کافی نیست. زرد درخشنده ای که از تخم مرغی شکسته بیرون می زند، فقط رنگ نیست؛ سبز آن چای که فنجان را پُر کرده است نمی توان فقط رنگ دانست. ما این رنگ ها را، در سطحی عمیق تر، از طریق بو و بافت و طعم شان، ادراک می کنیم. و این مؤلفه ها، مجموعاً، در کیفیت احساس ما نسبت به یک رنگ تأثیرگذارند. بنابراین ما رنگ را نه فقط از طریق بینایی، که با تمام حواس خود ادراک می کنیم. اما نظام های رنگی یادشده رنگ را به ویژگی های فیزیکی بصری آن تقلیل می دهند و سازوکار این پدیده جامع را صرفاً بر همین اساس تعریف می کنند.

امروزه در انتخاب رنگ ها برای منسوجات یا محصولات چایی و صنعتی از رنگ نامه ها استفاده می کنیم. محتوای این رنگ نامه ها غالباً مشابه و بر مبنای معیارهای نظام های رنگی مانسل و استوالد تنظیم شده است؛ به همین دلیل استفاده از آن ها واقعاً سودمند است. عینیت

این نظام‌ها به ما امکان می‌دهد تا هر رنگ را به وضوح پیش چشم بیاوریم و از رنگ‌های دیگر تمیز دهیم. با این همه، یکی از رنگ‌نامه‌هایی که من غالباً به آن رجوع می‌کنم، کتاب *رنگ‌های سنتی ژاپنی* است. این کتاب براساس نام‌گذاری سنتی رنگ‌ها در ژاپن تنظیم شده، و از آن‌جا که در پی هماهنگی با نظام‌های رنگی مرجع نیست، نمی‌توان برای تعیین دقیق رنگ‌ها آن را به کار گرفت؛ اما به نظر من مزیتش این است که قوه خیال را برمی‌انگیزد. هروقت این کتاب را باز می‌کنم می‌توانم خصایص رنگ‌ها را، همان‌طور که در نام‌گذاری‌ها ضبط شده، به شکل غریزی احساس کنم و بی‌چون‌وچرا بپذیرم. در عین حال، اشارات ظریفی که در این نام‌ها نهفته است احساسات مختلفی را در من برمی‌انگیزد: احساس بیدار شدن، چنان‌که انگار همین حالا چشم‌هایم را باز کرده‌ام؛ احساس امنیت و آرامش، چنان‌که انگار صدای مادرم را شنیده‌ام؛ و نیز ته‌رنگی از اندوه و تنهایی. منشأ این قبیل احساسات کجاست؟

روشن است که این احساسات بر اثر حالات لطیف رنگ‌ها در ما ایجاد می‌شوند، اما این تمام داستان نیست. اگر بپذیریم که هر انسان رنگ را شخصاً کشف می‌کند، آیا نمی‌توان گفت که پژواک دور این کشف در نام رنگ‌ها هم شنیده می‌شود، و همین است که ما را متأثر می‌کند؟ هیچ رنگی در طبیعت به‌طور مستقل و جدا وجود ندارد. رنگ‌ها با کوچکترین تغییرات نور تغییر می‌کنند. این کلمات اند که به رنگ‌ها هویتی مستقل می‌بخشند، و انتخاب درست همین کلمات

است که عمیقاً در ما تأثیر می‌کند. نام رنگ‌های سنتی در هر حوزه فرهنگی حاکی از شیوه دریافت و درک رنگ در آن حوزه فرهنگی است. پیش از آن‌که بخواهیم در مورد رنگ‌ها خیال‌پردازی کنیم، بهتر است پیش‌فرض‌ها و دانسته‌های خود را رها کنیم و به «نقطه آغاز» برگردیم. واژه «ایرو» در زبان ژاپنی، علاوه بر رنگ، بر «معشوق» هم دلالت می‌کند؛ یعنی قلمرو معنایی آن بسیار گسترده‌تر از درک امروزی ما از «رنگ» است. وقتی که در مورد رنگ‌ها نظر می‌دهیم، ناخودآگاه تحت تأثیر دوازده رنگ مدادرنگی‌هایی هستیم که در کودکی با آن‌ها نقاشی می‌کردیم؛ خوب یا بدش به کنار، تصور ما از این‌که آب چه رنگی است یا پوست چه رنگی، بر مبنای همین رنگ‌ها شکل گرفته است. اما اگر چنین معیارهایی در کار نباشد و صرفاً واژه‌های محدودی برای نامیدن رنگ‌ها در اختیار ما باشد، آیا باز هم می‌توانیم رنگ‌ها را با همان دقت و نظم امروزی مشخص و از هم تفکیک کنیم؟

از قراری که می‌گویند، در قرن هشتم میلادی، در دوره‌ای که مانیشو – نخستین مجموعه شعر ژاپنی – تدوین شده، تعداد کلماتی که برای نامیدن رنگ‌ها به کار می‌رفته بسیار محدود بوده است. به بیان دقیق‌تر، در زبان ژاپنی تنها چهار واژه وجود داشته: سرخ (آکایی)، سیاه (کورویی)، سفید (شیرویی)، و آبی (آئویی). پسوند «یی» در این کلمات گویای آن است که آن‌ها در اصل صفت بوده‌اند. این چهار صفت، که ریشه در عهد باستان دارند، بر این معانی دلالت می‌کنند:

نمودی روشن و سرزنده (سرخ)، تاریکی و غیاب نور (سیاه)، درخششی فوق‌العاده (سفید)، احساس مبهم و نامشخص (آبی). این صفات – به رغم آن‌که فوق‌العاده محدودند – گستره معنایی وسیعی را دربر می‌گرفته‌اند و احتمالاً می‌توانسته‌اند، بسته به فحوای کلام، بیان‌گر تفاوت‌های ظریفی از نظر معنا و حال‌وهوا باشند. علاوه بر این، در آن زمان ضرورت نداشته است که رنگ‌ها را، با همان دقت و انضباطی که امروز مرسوم است، دسته‌بندی کنند. در نتیجه، مثلاً ممکن بود که هم سبز و هم آبی را، از لحاظ تأثیرات عاطفی، ذیل مفهوم جامع‌تر آئویی بگنجانند. در مورد رنگ‌های دیگر می‌توان حدس زد که نام آن‌ها از نام چیزهایی که به آن رنگ‌ها بوده‌اند، یا از نام گیاهانی که منشأ آن رنگ‌ها بوده‌اند سرچشمه گرفته باشند، مثل واکاکوسا (علف نورسته)، هایی (خاکستر)، دایی‌دایی (پرتقال)، مورا ساکی (بنفش)، و آیی (نیلی). در آن دوره این شیوه نام‌گذاری بسیار متداول‌تر از به کار بردن صفاتی بوده است که حالت روانی دریافت‌کننده را بیان می‌کردند.

تنوع قابل توجه رنگ‌های سنتی ژاپنی به فرهنگ درباری دوره هی‌آن بازمی‌گردد. مردم آن دوره تغییرات طبیعت را با شامه‌ای حساس دریافت می‌کردند و این تغییرات را در رنگ لباس‌ها و اثاثیه منزل خود منعکس می‌کردند. سال را معمولاً به چهار فصل تقسیم می‌کنند، اما ژاپنی‌ها نظام گاه‌شماری چینی را برگزیدند و فصل‌های بیست و چهارگانه آن را، با توجه به حس یافت‌های خود، به هفتاد و دو مقطع زمانی پنج‌روزه تقسیم کردند.

متمرکز کردن نگاه بر زیبایی نهفته در گردش ظریف این مقاطع پنج‌روزه – که از طریق برف و ماه و شکوفه گیلاس بیان می‌شد – جزوی از سبک زندگی آن دوره بود، و کسی که می‌توانست این تغییرات را به صورت ایباتی دلنواز درآورد جزو فرهیختگان به شمار می‌آمد.

کلماتی چون موئگی (سبز روشن مایل به زرد گیاهی که در حال جوانه زدن است) یا آساگی (سبز مایل به آبی برگ‌های تیره)، که گردش رنگ‌های طبیعت را در خود ثبت می‌کنند، ضعیف و کم‌جان‌اند؛ اما چون گریزانندگی رنگ را در لحظه مشاهده به چنگ می‌اندازند، دقیق و پذیرفتنی‌اند؛ به همین سبب در عمق وجود ما نفوذ می‌کنند و اثر می‌گذارند. نام رنگ‌ها مانند نخی است متصل به سوزنی ظریف، که لطیف‌ترین حس‌یافت‌های ما را به هم پیوند می‌دهد. وقتی که این سوزن به هدف می‌خورد احساس لذت یا همدلی به ما دست می‌دهد؛ در عین حال، متوجه می‌شویم که این حس‌یافت‌های لطیف، در پی شرایط زندگی امروز، در شرف از بین رفتن‌اند، که به عنوان سویه دیگر همان احساس برای ما بسیار دردناک و غم‌انگیز است.

همان‌طور که یک غار چکنده‌سنگی بر اثر انباشت تدریجی قطره‌هایی که آهسته و پیوسته می‌چکند به وجود می‌آید، نام رنگ‌ها هم بر اثر انباشت تدریجی تصاویری که انسان‌ها برای فهم درخشش طبیعت و ناپایداری دنیا در ذهن خود ساخته‌اند به وجود آمده است. در این روند ناآگاهانه چیزهایی از دست رفته و چیزهایی تغییر کرده است، اما

سرانجام نظام ادراکی عظیمی پدید آمده است که آن را رنگ نامیده‌ایم. احتمالاً به تعداد زبان‌ها و فرهنگ‌ها نظام‌های رنگی مختلفی در جهان وجود دارد. «رنگ‌های سنتی ژاپنی» تنها یکی از این نظام‌هاست.

ایتوشیروشی

تبار واژه شیرویی، یا همان سفید رنگ‌های سنتی ژاپنی، که یکی از آن صفت‌های رنگی چهارگانه باستانی به شمار می‌رود، واژه شیروشی است. شیروشی مترادف است با کهن واژه ایتوشیروشی، که امروز در زبان ژاپنی به صورت اچی جیروشی به کار می‌رود. همه این کلمات بر «امر آشکار» دلالت دارند. اچی جیروشی وضع یا کیفیتی عینی است که خصوصاً در پدیده‌هایی که پیوسته در حال تحول‌اند با وضوح بیشتری آشکار می‌شود، مثلاً در نور به صورت پاکی، در قطره آب به صورت شفافیت، و در آبشار غرنده به صورت قدرت. وقتی که بر چنین چیزهایی آگاهانه تمرکز می‌کنیم، ادراک حسی ما مثل تارهای یک ساز زهی مرتعش می‌شود – این حالت مکاشفه‌گون همان شیروشی است. هر دو این ایده‌ها به زبان ژاپنی راه یافته‌اند و در طول تاریخ به صورت یک اصل زیبایی‌شناختی درآمده‌اند که همان کانسپت شیرویی یا سفید است. رنگ‌های سنتی صرفاً به خواص فیزیکی نور اشاره نمی‌کنند،

بلکه، چنان‌که اشاره شد، جنبه‌های مادی و احساسی متعددی را دربر می‌گیرند. این‌که اچی جیروشی در واژه شیرویی نهفته است، آن را به ابزاری کارا برای رسیدن به کنه پدیده سفید بدل می‌کند.

رنگ‌گزینی

سفید رنگی یگانه است، چراکه غیاب رنگ را نمودار می‌کند. ژاپنی‌ها در قدیم آنچه را که امکان موجود شدن دارد اما هنوز به وجود نیامده کین می‌نامیدند. از آن‌جا که سفید قابلیت تبدیل شدن به رنگ‌های دیگر را دارد، می‌توان آن را کین یا رنگ بالقوه نامید.

سفید از ترکیب همه رنگ‌های طیف نور، یا از تفریق همه رنگیزه‌های یک رنگ پدید می‌آید. یعنی سفید تلفیق همه رنگ‌ها و در عین حال یک نا-رنگ است. این ویژگی، یعنی رنگ‌گزینی، سفید را به رنگی کاملاً خاص بدل می‌کند. در یک کلام: سفید تن به رنگ بودن نمی‌دهد. علاوه بر این، سفید ویژگی‌های دیگری هم دارد، از جمله بافتی که مادیت اشیا را به وضوح آشکار می‌سازد، و مفهوم شامل و وسیعی که اصولی چون ما (فضای میانی زمانی و فضایی) و یوهاکو (حاشیه خالی) و مفاهیم مجردی چون عدم و صفر را هم در خودش می‌گنجاند. روشن است که این سفید نه وجه مشترکی با سفید مصرفی و روزمره