مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
سال اول، شمارهٔ دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، صص ۱۳۱ – ۱۴۵

مرگ سوژه در هنر جدید رسانه‌ای

امیر نصری*

چکیده

هنر جدید رسانه‌ای یکی از تحولات هنری است که از دل هنرهای معاصر برآمده است. پیدایی هنرهای معاصر با جدایی از مؤلفه‌ها و مقاصد هنر مدرن ممکن شد و از میان آن‌ها تأکید بر سوژهٔ هنرمند مهم‌ترین مؤلفهٔ هنر مدرن بود که هنرهای معاصر به‌دنبال جرح و تعدیل آن بودند. سوژهٔ محوری هنر مدرن، در نهایت به انتزاع و خودآئینی هنر انجامید، اما جریان هنرهای معاصر، که واکنشی نقادانه به هنر مدرنیستی بود، مجال دگرآئین‌شدن هنر را فراهم ساخت. از نتایج این دگرآئینی می‌توان به وابستگی هنرها به رسانه‌های فراگیر اشاره کرد، به نحوی که رسانه‌ها بیش از هر مؤلفهٔ دیگری در هنر تأثیر نهادند و سبب شدند که سوژهٔ هنرمند در هنرهای معاصر تضعیف و سپس در هنر جدید رسانه‌ای حذف شود.

کلیدواژه‌ها: هنر جدید رسانه‌ای، سوژهٔ هنرمند، خودآئینی، دگرآئینی، بازتولید دیجیتالی، فرهنگ والا، فرهنگ نازل.

مقدمه

مرگ سوژه یا حذف سوژهٔ هنرمند در هنر جدید رسانه‌ای اتفاقی نیست که صرفاً بتوان آن را به پیوند هنر و تکنولوژی جدید منتسب ساخت، بلکه پیشینهٔ آن را می‌توان در هنر مدرن یافت و اگر تحولات هنر مدرن نبود، هرگز نمی‌شد رابطهٔ هنرمند و ذهنیت وی را با ابژهٔ هنری به‌صورت کنونی مورد بحث قرار داد؛ زیرا در بحث از سوژهٔ هنرمند فقط نمی‌توان به تکنیک اثر و به‌کارگیری رسانه‌های جدید یا تکنولوژی در فرایند پیدایی ابژهٔ هنری توجه کرد، بلکه

* استادیار فلسفهٔ هنر دانشگاه علامه طباطبائی
تاریخ دریافت: ۲۵/ ٤/ ۱۳۹۰، تاریخ پذیرش: ۲۸/ ۸/ ۱۳۹۰

این امور حد واسطه‌ای برای تبیین دیدگاه‌های هنرمند تلقی می‌شوند و این مسئله در حالی رخ می‌دهد که مبانی فلسفی موجود این دوران چنین چرخشی را ممکن ساخته‌اند. اساساً اگر نگرش جدید به سوژه مطرح نمی‌شد، بسیاری از تحولات هنر مدرن امکان ظهور و بروز نمی‌یافت تا بتوان از استیلای سوژهٔ هنرمند یا حذف آن در آثار هنری سخن گفت. به‌منظور تبیین فرایند استیلا تا حذف سوژهٔ هنرمند، ابتدا به تبیین دو پارادایم (paradigm) رایج در هنر قرن بیستم می‌پردازیم و به‌دنبال آن نگرش هر یک از آن‌ها به سوژهٔ هنرمند را بیان می‌کنیم و براساس آرای مختلفی که در هر یک از این پارادایم‌ها مطرح شده است به تبیین مرگ سوژه در هنر جدید رسانه‌ای می‌پردازیم.

۱. جایگاه سوژه در هنر مدرن

استیلای سوژهٔ هنرمند اساس نگرش هنر مدرن را شکل می‌دهد. هنر مدرن تجلی بیرونی نگرش «زیبایی‌شناسانه»ی (aesthetical) عصر جدید است. در این نگرش، بر دو مؤلفه تأکید می‌شود که در نظریات پیش از عصر روشنگری هیچ سابقه‌ای در مبانی نظری هنر (art theory) نداشتند. مبنای نگرش زیبایی‌شناسانه تأکید بر ادراک حسی است و این ادراک حسی منوط به سوژه است. بنابراین، از لوازم سوبژکتیویسم دکارتی توجه به زیبایی به‌صورت یک امر ذهنی است، درحالی‌که در قرون وسطی زیبایی امری عینی (objective) تلقی می‌شد. ثمرهٔ این تغییر دیدگاه حذف رویکرد تقلیدی ابژهٔ هنری است؛ یعنی سوبژکتیویسم نظریهٔ محاکات (mimesis) یا تقلید اثر هنری از عالم خارج را کنار می‌زند. مؤلفهٔ دوم، که ذیل مورد نخست پدید می‌آید، رفع وابستگی هنر به جهان خارج و خودآئینی (autonomy) هنر است. این خودآئینی در مقابل دگرآئینی (heteronomy) هنر در نظریات پیش از نهضت روشنگری است. هنر مدرن، با توجه به چرخشی که در نظریهٔ هنر پدید آمد، به‌دنبال کاستن از وابستگی ابژهٔ هنری و در نهایت خودآئینی هنر است. مکاتب گوناگون هنر مدرن هر یک درصدد بودند تا هنر را از رسانه‌ای وابسته به رسانه‌ای ناب مبدل سازند. نهایت این خودآئینی را می‌توان در رویکرد انتزاعی هنر مدرن یافت، به نحوی که در هنر انتزاعی (abstract art) از عالم خارج عزل نظر می‌شود و هنر به‌دنبال بازنمایی هیچ امری نیست که در عالم خارج مابه‌ازایی داشته باشد، بلکه هنر به جای آن توجه خود را به درون ابژهٔ هنری یا فرم آن معطوف می‌سازد (Francastel, 2000: 244). اوج این انقطاع از عالم خارج را می‌توان در جنبش اکسپرسیونیسم انتزاعی (abstract expressionism) یا در آثار هنرمندانی همچون جکسون پالاک (Jackson Pollock)

و مارک روتکو (Mark Rothko) یافت که نقطهٔ پایان هنر مدرن نیز تلقی می‌شوند. در این جنبش، آمال هنرمندان هنر مدرن نمود یافته است که از آن میان می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

نخست، بدل‌شدن ابژهٔ هنری به فرم ناب است که انتزاع از لوازم آن است. بنابراین، ابژهٔ هنری، به‌جای آن‌که با سایر رسانه‌ها در بازنمایی عالم مشترک باشد، از زبانی منحصر و جداگانه برخوردار می‌شود. این زبان و بیان انحصاری وظیفهٔ بازنمایی عالم خارج را به دیگر رسانه‌ها، از جمله عکاسی خبری، سینما، و تلویزیون، واگذار می‌کند و با پیدایی آن‌ها، که به نحو دقیق‌تر و با برخورداری از مخاطبان بیشتر بیانگر عالم واقع‌اند، قلمرو خود را به خلق ابژه‌هایی زیبایی‌شناختی (aesthetical objects) محدود می‌سازد. بر این اساس، ابژه‌های غیرزیبایی‌شناسانه (nonaesthetical objects) دیگر موضوع هنر محسوب نمی‌شوند.

دومین آرمانی که در هنر مدرن تحقق یافت حضور و به تعبیری، استیلای سوژهٔ هنرمند است. با عزل نظر هنرمند از عالم خارج، وی دیگر براساس الگویی بیرونی به خلق ابژه‌های هنری نمی‌پرداخت و ناگزیر باید این الگو را در درون خود و براساس ذهنیت مختص به خودش می‌یافت. پس هنرمند مجال آن را می‌یافت تا در قبال هنر ماقبل خودش مجال بیشتری برای درون‌کاوی بیابد. از این حیث، مکتب سوررئالیسم از نقاط اوج هنر مدرن است. در این مکتب، ضمیر ناخودآگاه (unconsciousness) هنرمند است که مولد موضوع ابژهٔ هنری است و این ضمیر جانشین موضوعات اساطیری، دینی، تاریخی، اجتماعی، و غیره می‌شود. با توجه به این امر، هنر مرز مشخصی میان خود و دیگر رسانه‌ها ترسیم می‌کند؛ زیرا سایر رسانه‌ها کاملاً به بازنمایی غیرشخصی متعلقات جهان خارج وابسته بودند و به نوعی هویت و تشخص خودشان را از آن‌ها اخذ می‌کردند، اما هنر مدرن در این زمینه کاملاً مستقل عمل می‌کرد. البته این سخن به این معنا نیست که هنر مدرن به محیط پیرامون خود کاملاً بی‌اعتنا بود، بلکه محیط پیرامونی‌اش را با توجه به طرز تلقی خاص خودش بازنمایی می‌کرد. همچنین، سیاست‌گذاری‌های مختلف قدرت‌های سیاسی ـ اقتصادی در زمینهٔ هنر مدرن نیز بر این امر تأکید داشت. مثلاً می‌توان از سیاست‌گذاری‌های امریکا در بسط و گسترش جنبش اکسپرسیونیسم انتزاعی نام برد. ظاهراً این هنر در خدمت سیاست‌هایی نبود که دولت امریکا در رسانه‌هایش به تبلیغ آن می‌پرداخت، اما در باطن این آثار نقاشی، که در ابعاد عظیم ترسیم شده‌اند، می‌توان سیاست‌های کلی امریکا در برتری و القای مظاهر فرهنگی خود را یافت. این آثار به‌سبب ابعادشان در هر موزه و مرکز فرهنگی قابلیت نمایش نداشتند و گالری‌های گوناگون برای نمایش آن‌ها نیازمند تغییرات جدی بودند. بنابراین، نمی‌توان همواره نتیجه

گرفت که هنر انتزاعی عصر مدرن به وضعیت اطراف خود بی‌اعتنا بوده است، بلکه دیگر عوامل مؤثر در هنر، از جمله سیاست‌گذاری‌های فرهنگی، اقتصادی، و سیاسی، در نحوهٔ عرضهٔ این هنر که به‌دنبال خودآئینی است تأثیرگذارند. با این وصف، می‌توان نتیجه گرفت که، هرچند هنر مدرن در عالمِ مختص به خودش به‌دنبال سیطرهٔ بی‌چون و چرای هنرمند بود، در مقام عمل و در ساحتِ عمومی عوامل دیگری در آن تأثیرگذار بودند و این هنر را مطابق با نیات خاص خودشان به‌کار می‌بردند.

۲. جایگاه سوژه در هنرهای معاصر

پیدایی هنرهای معاصر (contemporary arts) واکنشی نقادانه به هنر مدرن بود. این واکنش نقادانه فقط به فرم و نحوهٔ عرضهٔ هنر مدرن محدود نشد، بلکه در مضامین هنر مدرن نیز بازنگری کرد و تلاش کرد برای انقطاع ظاهری هنر مدرن از عالم واقع چاره‌اندیشی کند. بنابراین، یکی از موارد اساسی محل اختلاف آن با هنر مدرن در بحث خودآئینی بود. هنرهای معاصر این خودآئینی را برنتافتند و به اقتضای اوضاعی که در آن قرار داشتند، بحث از دگرآئینی هنرها را مطرح ساختند؛ زیرا در این دوران عوامل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، و غیره در هنرها مؤثر بودند و هنر وابستگی تام و تمامی به تکنولوژی یافت. حاصل این فرایند محدودیت سوژهٔ هنرمند در اثر هنری بود و این محدودیت تا آن‌جا پیش رفت که در هنرهای تعاملی معاصر (interactive arts) به حذف سوژه یا به تعبیر دیگر، به مرگ سوژهٔ هنرمند انجامید (Hansen, 2004: 141).

این فرایند حذف سوژهٔ هنرمند حذف فردیت و تشخص هنرمند را درپی داشت و سبب شد هنرهای معاصر به رسانه‌های فراگیر و فرایندهای مورد نظر آن‌ها نزدیک شوند. شروع این نزدیکی را می‌توان در جریان هنر پاپ (pop Art) ملاحظه کرد که نقطهٔ آغاز هنرهای معاصر نیز تلقی می‌شود. هنر پاپ دقیقاً به‌دنبال آن بود که خود را با فرهنگ تجاری‌ای درگیر سازد که رسانه‌ها تبلیغ می‌کردند.

این جنبش هنری عامداً به بازنمایی آثاری می‌پرداخت که نمونهٔ صنعتی و تولیدی آن در بازار یافت می‌شد. مثلاً اندی وارهول (Andy Warhol) نمونه‌هایی از جعبهٔ صابون بریلو (Brillo) یا قوطی سوپ کمبل (Campbell) را در ابعادی بزرگ‌تر از ابعاد اصلی آن ساخت و به‌صورت ابژهٔ هنری به نمایش گذاشت یا روی لیختن‌اشتاین (Roy Lichtenstein) به بازسازی تصاویر کمیک استریپ (Comic Strip) نشریات پرداخت که در دههٔ ۱۹۶۰

هواداران بسیاری در امریکا داشت، منتها آثار لیختن‌اشتاین در ابعادی بزرگ‌تر از ابعاد اصلی ترسیم می‌شدند. هنرمندان پاپ، هرچند موضوعات آثار خودشان را از فرهنگ توده‌ای اخذ کرده بودند، از جهتی نیز به‌دنبال آن بودند که خودشان را از مظاهر فرهنگ توده‌ای مجزا سازند (Lippard, 2001: 93). این جداساختن ابژهٔ هنری از مظاهر فرهنگ توده‌ای را می‌توان در ابعاد آثار این هنرمندان و تکرار این آثار مشاهده کرد.

با توجه به مثال هنر پاپ و نمونه‌های مشابه دیگری که می‌توان برای قرابت اثر هنری با فرهنگ توده‌ای برشمرد، هنرهای معاصر به ابژه‌های هنری همچون رسانه‌ای مستقل و مجزا نمی‌نگریستند، بلکه آن‌ها را رسانه‌ای وابسته به دیگر رسانه‌ها می‌دانستند. از این لحاظ، هم به سیطرهٔ فراگیر رسانه‌ها معترض بودند که نمونهٔ آن را در هنر پاپ مشاهده کردیم و هم این‌که وابستگی به آن‌ها را ناگزیر می‌دانستند. در این وضع، اگر ابژهٔ هنری درصدد بود که به نقد رسانه‌ها بپردازد، از این مسئله گریزی نداشت که ابتدا موضوعات مورد بازنمایی آن‌ها را در حالتی اغراق‌شده اخذ کند و سپس با زبان مختص خودش به عرضهٔ آن‌ها بپردازد. بنابراین، حتی هنگامی که هنر به دیگر رسانه‌ها نگرشی معترضانه دارد، باز هم به نوعی با رسانه‌ها مرتبط است.

با این وصف که یکی از مرزهای میان هنر مدرن و هنرهای معاصر در توجه آن‌ها به رسانه‌ها عیان می‌شود، هنر مدرن به‌دنبال منزه‌ساختن خود از دیگر رسانه‌ها و تبدیل‌شدن به رسانه‌ای ناب است، درحالی‌که هنرهای معاصر نه‌تنها دست‌یابی به رسانهٔ ناب را بی‌ثمر می‌دانند، بلکه برای نزدیکی هنر به دیگر رسانه‌ها و بهره‌مندی از امکانات آن‌ها تلاش می‌کنند. نتیجهٔ این مسئله را می‌توان در نحوهٔ نگرش آن‌ها به سوژهٔ هنرمند یافت. رهیافتِ نخست حضور تام و تمام سوژهٔ هنرمند و رابطهٔ آن با ابژهٔ هنری را غایت خود می‌داند، اما رهیافت دوم در نهایت به مرگ سوژهٔ هنرمند در اثر هنری می‌انجامد. هنر جدید رسانه‌ای از مصادیق بارز رهیافت دوم است که در آن می‌توان چنین نگرشی به سوژهٔ هنرمند را یافت.

۱.۲ هنر جدید رسانه‌ای

اصطلاح هنر جدید رسانه‌ای به هنری اطلاق می‌شود که ابژه‌های هنری متعلق به آن از تکنولوژی جدید رسانه‌ای بهره می‌گیرند. این تکنولوژی حیطه‌ای مشتمل بر هنر دیجیتال و گرافیک رایانه‌ای تا اینترنت و هنرهای تعاملی را دربر دارد. صفت «جدید» که به این هنر اطلاق می‌شود تعمداً مرز آن را از دیگر هنرهای تجسمی از جمله نقاشی و مجسمه‌سازی،

جدا می‌سازد. بنابراین، هنر یادشده درصدد معرفی زبان تصویری جدیدی است که با زبان تصویری دیگر واسطه‌های هنری متفاوت است. این زبان تصویری برای معرفی مفاهیم مورد نظرش از امکانات تکنولوژیکی‌ای بهره می‌گیرد که در زمان این هنر پدید آمده‌اند یا رواج عام یافته‌اند. بنابراین، تکنولوژی همچون شرط لازم پیدایی این هنر است و نمی‌توان آن را از هنر مورد نظر حذف کرد؛ زیرا این هنر، علاوه بر استفاده از امکاناتی که تکنولوژی در اختیارش قرار می‌دهد، تکنولوژی را همچون مادهٔ خامی برای عرضهٔ اثر هنری به‌کار می‌برد. پس نقش تکنولوژی در این هنر انکارناپذیر است و عرضهٔ هنر ژانر مستقیماً با تکنولوژی مرتبط می‌شود.

همچنین در باب پیشینهٔ این ژانر هنری نباید آن را صرفاً برخاسته از فضای پس از دههٔ ۱۹۸۰ دانست، بلکه پیشینهٔ آن را می‌توان حتی تا زمان پیدایی عکاسی به عقب برگرداند (Reenan, et al., 2009: 9-10). البته این بازگشت تاریخی فقط از حیث تبارشناسی این ژانر هنری شایان توجه است، و الا نمی‌توان گفت که با پیدایی عکاسی چنین ژانری پدید آمده است. مدعیات این ژانر جدید هنری نیز گواه بر آن است که هر گونه بهره‌گیری از تکنولوژی پدیدآورندهٔ آثاری از این سنخ نخواهد بود. این ژانر جدید بیش از هر ژانر هنری دیگری در تعامل با امکاناتی شکل گرفته است که زمانه در اختیار آن قرار داده است و اگر حضور فراگیر دیگر رسانه‌ها نمی‌بود، این هنر هرگز به منصهٔ ظهور نمی‌رسید. بنابراین، اشاره به پیشینهٔ آن صرفاً توجه به جریان‌های هنری‌ای است که زمینهٔ ظهور این ژانر را فراهم ساختند.

شاید نخستین ریشه‌های تأثیرگذار در این ژانر را بتوان در جنبش دادائیسم (dadaism) در دههٔ دوم قرن بیستم یافت. این جنبش، که در میانهٔ جنگ دوم جهانی شکل گرفت، با بازتولید مکانیکی متون و تصاویر و بهره‌گرفتن از کولاژ، فتومونتاژ، و اشیای حاضر – آماده (ready-made) به روند صنعتی‌سازی واکنش نشان داد، همان‌گونه که هنر جدید رسانه‌ای، به‌رغم بهره‌گیری‌اش از تکنولوژی دیجیتالی، واکنشی به انقلاب‌های تکنولوژیکی و دیجیتالی‌شدن صورت‌های فرهنگی بود. بدین ترتیب، هر دو جریان با یک هدف مشترک به بهره‌گیری از امکانات زمانهٔ خود پرداختند. این هدف گونه‌ای اسطوره‌زدایی (demythicizing) از باورهای زمانه‌شان بود، منتها از همان ابزار و امکانی بهره می‌گرفتند که درصدد نقد آن بودند. همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، شیوهٔ مورد استفادهٔ هنر پاپ نیز چنین بود. با این وصف، روش و هدفی را که هنر جدید رسانه‌ای به‌دنبال آن است در

جنبش‌های هنری پیش از آن نیز می‌توان یافت. این هنرها، که می‌توان اصطلاح عام هنرهای مفهومی (conceptual arts) را به آن‌ها اطلاق کرد، به جای توجه به شیئیت ابژهٔ هنری و دوام آن، بر انتقال ایده یا مفهوم از طریق ابژهٔ هنری تأکید داشتند. البته اهمیت‌ندادن به شیئیت نیز اعتراضی به وضع موجود در برخورد با آثار هنری بود، اما طرح این مسئله از این منظر محل بحث فعلی نیست. پیش‌تر اشاره شد که این ژانر هنری زبان تصویری جدیدی خلق کرد؛ بخشی از این زبان جدید تصویری بازسازی و بازتولید دیجیتالی آثار هنری والا (high art) است و با این کار تلاش می‌کند که آن‌ها را به فرهنگ عمومی نزدیک‌تر سازد. این امر در ادامهٔ همان فرایندی است که والتر بنیامین (Walter Benjamin) در مقالهٔ «اثر هنری در دوران بازتولیدپذیری مکانیکی» از آن با عنوان ازمیان‌رفتن هالهٔ (aura) اثر هنری یاد می‌کرد (Benjamin, 2002: 103). اما مسئلهٔ ازمیان‌رفتن هالهٔ اثر هنری را پیش‌تر رسانه‌های دیگر صورت داده بودند، و همین امر زمینهٔ مناسبی برای طرح این ژانر جدید فراهم ساخته بود. پس، این ژانر قدم در راهی نهاده بود که دیگر رسانه‌ها به نحو معمول آن را انجام می‌دادند. اما جهانی‌سازی فرهنگ و اقتصاد نیز در زمان پیدایی این ژانر در جهت اهداف این هنر به آن یاری رسانده بود و پذیرش آن را در میان مخاطبان راحت‌تر کرده بود.

پذیرش عام هنر جدید رسانه‌ای با بی‌توجهی و حتی مرگ دیگر واسطه‌های هنری همراه بود، به نحوی که با پیدایی آن شاهد زایش هنرهای چندرسانه‌ای (multi-media arts) هستیم. در این هنر، رایانه دیگر وسیله‌ای نبود که از طریق آن برای بهبود تصاویر و دست‌بردن در آن‌ها استفاده می‌شد، بلکه خود به واسطه‌ای برای عرضهٔ آثار بدل شد (Conter and Geczy, 2006: 222)؛ واسطه‌ای که باعث شد ابژه‌های هنری با حداقل هزینه‌ها شکل گیرند و در اختیار مخاطبان قرار بگیرند. در این فرایند هنری، مخاطبان آثار، برخلاف مخاطبان پیش از این دوران، نقش منفعلانه‌ای بازی نمی‌کردند، بلکه نقش کاملاً فعالانه‌ای برعهده داشتند. بنابراین، در این دوران، تلقی جدیدی از هنر شکل گرفت که از تلقی موجود در کل تاریخ هنر متمایز بود. این گسست حاصل آن بود که در این تلقی مخاطب نیز با توجه به شرایط و ذوق شخصی خودش به ابژهٔ هنری صورت می‌بخشید و هنرمند امکان این صورت‌بخشی مجدد را برای وی فراهم آورده بود، در صورتی که در ابژه‌های هنری پیش از این با صورتی کاملاً قطعی از شیء مواجه‌ایم و مخاطب هرگز اجازهٔ برهم‌زدن نظم موجود در ابژهٔ هنری و این قطعیت را نمی‌یابد. بخشی از این مسئله به قطعیت واسطه‌های هنری و مرزبندی مشخص میان آن‌ها بازمی‌گشت، به‌نحوی که مرز میان

هنرهایی چون نقاشی، مجسمه‌سازی، و نمایش از یکدیگر به‌دقت تفکیک شده بودند. اما در هنرهای معاصر، نه‌تنها تفکیکی میان رسانه‌های هنری وجود نداشت، بلکه این مرزبندی عامدانه نیز در هم شکسته شد تا اقتدار پدیدآورندهٔ اثر هنری و مشروعیتی که وی از طریق یک رسانهٔ خاص هنری کسب می‌کرد نیز تضعیف شود. در طول تاریخ هنر، بخشی از اقتدار هنرمندان به رسانهٔ هنری مورد استفادهٔ آنان وابسته بود. مثلاً از میکل‌آنژ همواره با نام پیکرتراش برجسته یاد می‌شود، اما اگر این رسانه مستقل نباشد خودبه‌خود اقتدار پدیدآورندهٔ وی نیز مانند گذشته نخواهد بود. هیچ‌یک از هنرمندان معاصر به‌واسطهٔ رسانهٔ هنری خاصی به شهرت نرسیده‌اند؛ هر یک از آنان شهرت خود را وام‌دار استفاده از رسانه‌های هنری گوناگون‌اند.

۳. مؤلفه‌های مرگ سوژهٔ هنرمند در هنرهای رسانه‌ای

تضعیف سوژهٔ هنرمند را می‌توان در همهٔ هنرهای معاصر یافت، اما سوژهٔ هنرمند در هنر جدید رسانه‌ای به پایان خود می‌رسد. این فرایند مؤلفه‌های مختلفی دارد و در این زمینه نمی‌توان صرفاً به یک مؤلفه بسنده کرد. در مباحث ذیل، به ذکر یکایک این مؤلفه‌ها می‌پردازیم و نشان می‌دهیم که سیطرهٔ رسانه‌های فراگیر تا چه حد در تشدید تأثیرگذاری هر یک از آن‌ها نقش آفرینی کرده است.

۱.۳ حساسیت‌های جسمانی انسان

در هنرهای معاصر، جسم انسان به یک نشانهٔ صرف بدل می‌شود و این سبب می‌شود که به حد یک شیء تنزل یابد؛ شیئی در حد همان طبیعت بی‌جان (still life) که پیش از مورخان مورد توجه نقاشان بود. بنابراین، جسم انسان فقط ابزاری است که برای انتقال پیام از آن استفاده می‌کنیم و در مواردی نیز به یک رسانهٔ هنری بدل می‌شود. مثلاً در «بادی آرت» (body art) جسم انسان به موادی همچون سنگ و چوب تقلیل می‌یابد که در گذشته مادهٔ خام اثر هنری تلقی می‌شدند. این فرایند تقلیل‌یافتن سبب می‌شود که جسم انسان دیگر یک کل ارگانیک لحاظ نشود، بلکه در نهایت یک کلیت مکانیکی محسوب شود. پس جسم انسان، که پیش‌تر موضوع مورد تقلید آثار هنری بود، خود به اثر هنری بدل می‌شود. در این صورت، هنگامی که از هنرهای تجسمی نام می‌بریم، به تعبیر رولان بارت (Roland Barthes)، با نشانه‌های شمایلی (iconic signs) سروکار داریم.[۱] این حضور بلاواسطهٔ جسم انسان در آثار هنری سایر

حساسیت‌هایی را از میان می‌برد که اثرهای گوناگون هنری درصدد بازنمایی آن بودند. مثلاً نشان‌دادن حالات درونی انسان‌ها از دغدغه‌های اصلی هنرهای تجسمی گذشته بود، اما در هنرهای معاصر با صریح‌ترین رویکرد به واقعیت، یعنی خود جسم، روبه‌روییم. اگر چنین حالاتی قابلیت بازنمایی داشته باشند، در اثر هنری منعکس می‌شوند و اگر چنین امری ناممکن باشد، دیگر هیچ رسانه‌ای قادر به بازنمایی این حالت نخواهد بود.

هنرهای معاصر با این کار حساسیت‌های جسمانی انسان را نادیده می‌گیرند، درحالی‌که بسیاری از هنرمندان گذشته بر این حساسیت‌ها تأکید ویژه‌ای می‌کردند. شاید بتوان در این مسئله بازتاب رسانه‌های جدید را شاهد بود که در آن‌ها نیز جسم انسان همچون یک نشانهٔ معمولی و بدون توجه به حساسیت‌های آن بازنمایی می‌شود. بنابراین، در رسانه‌ها نیز جسم انسان فقط در حکم ابزاری برای انتقال پیام است. تبلیغات تجاری‌ای که برای منافع خود از جسم انسان بهره می‌گیرند گواهی بر این مطلب‌اند.

۲.۳ سیطرهٔ زیبایی‌شناسی بر زندگی روزمره

در هنرهای معاصر، ابژهٔ هنری نیز حجیت گذشتهٔ خود را از کف می‌نهد، به نحوی که نمی‌توان آن چهارچوب مشخص و مدون گذشته را برای آن در نظر گرفت. بنابراین، زیبایی‌شناسی، که در دو قرن اخیر به بحث در باب ابژهٔ هنری اختصاص داشت، ابژه‌های غیرهنری را نیز دربر می‌گیرد. ثمرهٔ چنین نگرشی را می‌توان در مبدل‌شدن زیبایی به یک امر روزمره و مصرفی دانست و زیبایی نیز فقط در قلمرو مختص به خودش محصور نمی‌ماند و در همهٔ شئون زندگی رواج می‌یابد (Mirzoeff, 2001: 174). این رواج عام به خودی خود به مشکل نمی‌انجامد، اما هنگامی که به تبعات آن بنگریم، متوجه می‌شویم که زیبایی و فرایند ابداع آثار زیبا دیگر در انحصار سوژهٔ هنرمند و تجربهٔ زیبایی‌شناختی مخاطبان نیز خاص آثار هنری نیست، بلکه ضامن زیبایی پذیرش آن در فرهنگ توده‌ای است. یعنی هنر پس از رنسانس، که همواره مرزبندی مشخصی میان ابژه‌های هنری فرهنگ والا (high culture) و فرهنگ نازل (low culture) برقرار ساخته بود، ناگهان با پدیده‌ای مواجه می‌شود که نه‌تنها این مرزبندی را کاذب می‌شمارد، بلکه تلاش می‌کند برای آثار هنری فرهنگ نازل مخاطبانی از فرهنگ والا بیابد (Jones, 2007: 493). رواج عام موسیقی سیاهان نمونه‌ای از این تداخل فرهنگی است.

حضور رسانه‌ها به سیطرهٔ زیبایی‌شناسی بر زندگی روزمره شکل بخشیدند و سبب شدند که دیگر ابژه‌های هنری فرهنگ والا تعیین‌کنندهٔ ملاک زیبایی و هنر فاخر نباشند.

رسانه‌ها با معرفی جریان‌های هنری‌ای که همواره در اقلیت به سر می‌بردند حداقل آن‌ها را به جریان‌های مد روز ارتقا دادند و رقیبی برای جریان‌های رایج معرفی کردند. در این وضع، هنرمندان بزرگ دیگر معرف جریان‌ها نبودند، بلکه رسانه‌ها و زندگی روزمره در معرفی جریان‌های هنری نقش اصلی داشتند.

۳.۳ رواج زیبایی‌شناسی زشتی

این مؤلفه با مؤلفهٔ پیشین پیوند تنگاتنگی دارد. هنگامی که زیبایی‌شناسی بر همهٔ شئون زندگی روزمره سیطره می‌یابد و به نوعی تعریف گذشتهٔ خود را ازدست می‌دهد، این امکان فراهم می‌آید که بتوان به همهٔ امور زندگی روزمره از جمله زشتی‌ها نیز بیانی زیبایی‌شناختی بخشید از این روی، دیگر زیبایی پیش‌شرط ابژه‌های هنری لحاظ نمی‌شود و تعریف جدیدی از کیفیات زیبایی‌شناختی بیان می‌شود. رواج این طرز تلقی مرهون رسانه‌هایی چون تلویزیون است. در اخبار تلویزیونی بارها با تصاویری از خشونت و جنگ مواجه شده‌ایم و آن‌ها به گونه‌ای به تکرار فجایع می‌پردازند که مخاطب حساسیت گذشتهٔ خود به این صحنه‌ها را از دست دهد. امروزه در حافظهٔ بسیاری از مخاطبان نماهای مختلفی از جنگ در دیگر نقاط جهان نقش بسته؛ نماهایی که می‌خواست زیباترین و به‌یادماندنی‌ترین نماهای تصویری جنگ را بازنمایی کند. بنابراین، رسانه‌هایی چون تلویزیون تلاش می‌کنند تا به حذف حداکثر دخالت احساسات و عواطف در فرایند بازنمایی بپردازند و به مخاطبان خود نیز چنان القا کنند که آن‌ها نیز به حذف دخالت احساسات و عواطف خود بپردازند. نتیجهٔ این نگرش بدل‌ساختن متعلق بازنمایی به یک مؤلفهٔ موجود در صحنهٔ نمایش است. تکرار این مسئله به عادت مخاطبان منجر شده است؛ آن‌ها تصاویر زیبا از امور زشت را می‌پسندند و می‌توانند به چنین تصاویری به‌مثابهٔ یک سرگرمی صرف بنگرند. کارل هاینس اشتوکهاوزن (Karl Heinz Stockhausen) دربارهٔ واقعهٔ یازده سپتامبر ۲۰۰۱ معتقد است که در بازنمایی رسانه‌ها از این واقعه با کامل‌ترین اثر هنری تاریخ مواجه شده‌ایم. بنابراین، زشتی هم به یکی از موضوعات رایج ابژه‌های هنری بدل می‌شود. در گذشته، هنرمندان درپی خلق امور زیبا بودند. اما در هنرهای معاصر نه‌تنها به خلق زیبایی نمی‌پردازند، بلکه زیبایی و زشتی را از زندگی روزمره و وقایع مربوط به آن کسب می‌کنند. با این وصف، هنرمند صرفاً گیرنده و منتقل‌کنندهٔ مسائلی است که در زندگی به‌وقوع می‌پیوندند (Danto, 1997: 87). مثلاً اشتوکهاوزن به‌دنبال خلق اصوات گوش‌نواز جدیدی نبود، بلکه از همان اصواتی بهره گرفت که در عالم

خارج بارها آن‌ها را می‌شنویم. وی در مقام آهنگساز فقط آن‌ها را صورت‌بندی مجدد (re-mix) می‌کرد.

٤.٣ تکثیر و بازتولید تصاویر

فرایند بازتولید و تکثیر مکانیکی مختص هنرهای معاصر نیست و همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، مدرنیسم هنری از همان دوران به چنین مسئله‌ای حساسیت نشان داده است. اما تفاوت هنرهای معاصر با هنر مدرن در این است که در هنرهای معاصر بازتولید آثار هنری از نمونهٔ مکانیکی فراتر می‌رود و شاهد بازتولید دیجیتالی ابژه‌های هنری هستیم. یعنی هنرهای معاصر از لوازم و امکاناتی که رسانه‌هایی همچون اینترنت در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد کمال بهره را می‌برد و با این بهره‌گیری ابژه‌های هنری را در تیراژ بسیار وسیعی در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد (Stalla brass, 2004: 132). این مسئله نشانهٔ وابستگی تام ابژهٔ هنری به تکنولوژی است، به نحوی که ابژهٔ هنری بدون بهره‌گیری از تکنولوژی امکان ظهور و بروز نمی‌یابد. بر این اساس، تکنولوژی مقدم و جزء ذاتی اثر هنری تلقی می‌شود.

از لوازم وابستگی ابژهٔ هنری به تکنولوژی می‌توان خروج هنر از فضایی محدود به فضایی گسترده را ذکر کرد. این خروج سبب می‌شود ابژه‌های هنری اشیا دور از دسترس مخاطبان و انحصاری نباشند، بلکه با حداقل هزینه در اختیار عموم قرار گیرند و فرهنگ عمومی نیز الهام‌بخش آثار هنری شود. علاوه بر این، هنرمندان نیز امکان ارتباط مستقیم را با مخاطبان خود بیابند. این تعداد از مخاطبان و این نحوهٔ ارتباطی هنرمند با مخاطبان صرفاً از طریق رسانه‌های جدید امکان ظهور یافت و پیش از آن هرگز سابقه نداشت.

از لوازم دیگری که بازتولید دیجیتالی تصاویر را با خود به‌دنبال داشت، می‌توان به فرایند «از آن خود ساختن» (appropriation) اشاره کرد که از طریق آن هنرمند، به‌جای تخیل صرف، به از آن خود ساختن نمونه‌هایی می‌پردازد که پیش از این به دیگران تعلق داشته است. یعنی هنرمند در این فرایند به‌دنبال آن است که از خصلت‌های آثار ماندگار بهره گیرد و آن‌ها را به درون اثر خود راه دهد. به این ترتیب، هم اثر جدید پدید آورده است که فردیت و خلاقیت وی را دربر دارد و هم در این اثر جدید خصوصیات آثار پیشین نیز موجود است. این فرایند را می‌توان بینامتنی (intertextuality) نیز نامید. در این وضع، هنرمند دیگر از ویژگی‌های منحصر به خودش برخوردار نیست، بلکه کار وی به تفسیر نمونه‌های تاریخی یا نمونه‌های متعلق به دیگران تقلیل می‌یابد. همچنین، باید توجه داشت که این فرایند تفسیریِ هنرمند

پذیرش مخاطبان را نیز در نظر دارد. با این وصف، از حیث هستی‌شناختی نیز نمی‌توان همچون گذشته به اصالت (originality) ابژه‌های هنری معتقد بود. یکی از مواردی که سوژهٔ هنرمند از آن کسب مشروعیت می‌کرد همان معیار اصیل‌بودن اثر اوست. بنابراین، هنگامی که اصالت‌مندی ابژهٔ هنری با معیارهای جدید مواجه می‌شود، به تبعیت از آن، مشروعیت سوژهٔ هنرمند نیز به همان صورت گذشته نخواهد بود.

۵.۳ مبدل شدن هنر به صنعت فرهنگ‌ساز

در دوران معاصر، همان‌گونه که رسانه‌های فراگیر به ابزاری در خدمت صنعت فرهنگ بدل شده‌اند، ابژهٔ هنری نیز چنین شأنی یافته است؛ زیرا در مؤلفه‌های پیشین مشاهده کردیم که هنر با فرهنگ توده‌ای مرتبط شده است و این ارتباط موجب شده است که بسیاری از پدیده‌های موجود در فرهنگ توده‌ای به ابژه‌های هنری راه یابند. سپس، ابژه‌های هنری نیز به شیوهٔ رسانه‌ها بسیاری از پدیده‌های کاذب و ویرانگر را رواج می‌دهند که به‌صورت مجموعه‌ای از عقاید از پیش طبقه‌بندی‌شده و به تولید انبوه رسیده نمایان می‌شوند. از این حیث، ابژه‌های هنری در جهت تثبیت نیازها و آگاهی کاذب در صنعتی گسترده نقش‌آفرینی می‌کنند. سیطرهٔ پدیدهٔ کیچ (Kitsch) در هنرهای معاصر گواه این مطلب است.[۲] کیچ نه‌تنها در این دوران مورد استقبال توده‌هاست، بلکه هنرمندان نیز عامدانه آن را به‌کار می‌بندند (Kocur and Leung, 2008: 84). البته این کاربرد عامدانه همواره تأییدی بر وضعیت موجود نیست، بلکه آثار هنری با به‌کاربستن مؤلفه‌های وضعیت موجود درصدد انتقاد از آن‌اند. در هر حال، هنگامی که بهره‌گیری از کیچ مطرح است، دیگر نمی‌توان نقش خلاقانهٔ هنرمند را با وضعیت پیشین مقایسه کرد.

۶.۳ بی‌توجهی به درک تاریخی

با اوصافی که از ابژهٔ هنری در هنرهای معاصر کردیم، می‌توان اذعان کرد که این مفهوم در سنت تاریخی‌اش گسسته شده است. به تعبیری، ابژهٔ هنری در این دوران از تاریخ منحصر به خودش برخوردار است و نمی‌توان آن را با موازین تاریخ هنر سنجید. مهم‌ترین معضلی که در این گسست تاریخی با آن مواجه می‌شویم ملاک‌هایی است که ابژه‌های هنری را با آن‌ها بسنجیم و به تبعیت از آن ملاک‌هایی برای سنجش هنرمندان بیابیم. در این وضعیت نمی‌توان این ملاک‌ها را از «عالم هنر» (art world) کسب کرد، بلکه بسیاری از آن‌ها را

باید از ملاک‌های «عالم رسانه‌ای» (media world) وام گرفت. این مسئله نه برای هنر وضعیت چندان مساعدی به‌دنبال خواهد داشت و نه برای هنرمند؛ زیرا مفاهیم هنر و هنرمند از جمله مفاهیمی است که در طول تاریخ مختص به خود شکل گرفته‌اند و مشروعیت خودشان را وام‌دار این تاریخ‌اند. بنابراین، اگر به این درک تاریخی توجه نکنیم، باعث تضعیف آن‌ها شده‌ایم.

چنین وضعیتی زمان را به مجموعهٔ گسسته‌ای از زمان‌های حال مبدل می‌سازد که اجزای آن هیچ‌گونه ارتباط ارگانیکی و دیالکتیکی با یکدیگر نخواهند داشت. این تلقی از زمان دقیقاً مشابه همان تلقی‌ای است که در رسانه‌ها با آن مواجه‌ایم. در رسانه‌ها بیش از هر چیز زمان حال اهمیت دارد و اگر به زمان گذشته توجه شود، صرفاً به‌سبب ارتباط آن با زمان حال است. در شرایطی که آثار هنری به موقعیت زمان‌مند خود عنایتی نداشته باشند، خود را در مرتبهٔ دیگر رسانه‌ها قرار داده‌اند و هنرمند نیز از اعتبار گذشته برخوردار نخواهد بود.

۷.۳ برتری تصویر بر کلام

این مؤلفه در هنرهای معاصر تحت تأثیر رسانه‌ها شکل می‌گیرد. این تقدم به حدی است که حتی رسانه‌های شنیداری نیز به‌دنبال خلق تصاویر ذهنی در مخاطبان خویش‌اند. هنرهای معاصر در جهت تقویت تصاویر از چند رسانهٔ هنری بهره می‌گیرند و همچنان که پیش‌تر ذکر شد، به یک رسانهٔ خالص هنری وابسته نیستند، بلکه چند رسانه را در کنار یکدیگر به‌کار می‌گیرند. برتری تصویر سبب شده است که هنرمند برای ارتباط با مخاطبان خود از تصاویر کاملاً آشنا برای آنان بهره گیرد. این تصاویر آشنا به ناگزیر از رسانه‌های فراگیر برگرفته شده‌اند و علاوه بر این، از نقش انکارناپذیر رسانه‌ها در شکل‌گیری ابژهٔ هنری حکایت دارند و اقتدار هنرمند را با مشکل مواجه می‌کنند. وجه دیگری که این برتری را برجسته‌تر می‌سازد این است که، در دوران معاصر، رسانه‌های تصویری بر دیگر رسانه‌ها غلبه یافته‌اند و این‌که این غلبه را در نظام هنرهای معاصر نیز می‌توان ملاحظه کرد. مثلاً در این دوران سینما بیشترین میزان مخاطب را دارد و جانشین هنرهای کلامی شده است که در گذشته بر هنرهای تصویری غلبه داشت. بنابراین، هر اندازه که وابستگی هنر به تکنولوژی بیشتر شود، شاهد برتری تصویر بر کلام خواهیم بود. این تصاویر نه تنها از امکانات جدیدی بهره می‌گیرند که تکنولوژی در اختیار هنر قرار می‌دهد، بلکه فرهنگ تصویری جدیدی را شکل می‌دهد که با فرهنگ تصویری رسانه‌های فراگیر سازگارند. یکی از علل

توجه به هنرهای معاصر به هنر فیگوراتیو به‌جای هنر انتزاعی نیز ممکن است همین مسئله باشد؛ زیرا مخاطبان هنر در دوران معاصر به‌واسطهٔ عادت‌هایی که رسانه‌ها برای آن‌ها پدید آورده اند به تصاویر فیگوراتیو گرایش دارند.

نتیجه‌گیری

مؤلفه‌های هفت‌گانه‌ای که در متن مقاله از آن‌ها سخن به میان آمد همگی بیانگر تضعیف هنرمند و در نهایت پایان سیطرهٔ هنرمندند. این مسئله سبب شده است که ابژهٔ هنری در دوران معاصر از امری خودآئین به امری دگرآئین بدل شود. این دگرآئینی ابژهٔ هنری را به اموری غیر از «عالم هنر» متکی ساخته است و رسانه‌های فراگیر یکی از این عوامل است که هنر به آن وابسته است. در هنرهای معاصر به‌طور عام و «هنر رسانه‌ای جدید» به‌طور خاص شاهد این وابستگی هستیم، به‌طوری که رسانه‌های فراگیر عامل اصلی قانون‌گذاری بر ابژه‌های هنری‌اند. این مسئله نشان می‌دهد که اختلاط هنر با رسانه نه‌تنها ابژه‌های هنری را در موضوع و محتوا به رسانه‌ها وابسته کرده است، بلکه آن‌ها را در شیوه‌های بازنمایی نیز از شیوه‌های بازنمایی موجود در رسانه‌ها متأثر ساخته است. هر اندازه این فرایند تأثیرپذیری تشدید یابد، از میزان مشروعیت و اقتدار سوژهٔ هنرمند می‌کاهد. این فرایند تا آن‌جا پیش رفته است که مخاطبان فعال هنرهای تعاملی مرگ سوژهٔ هنرمند را رقم زده‌اند.

پی‌نوشت

۱. رولان بارت، برخلاف چارلز سندرس پیرس، تصاویر موجود بر کارت شناسایی را نشانهٔ شمایلی نمی‌داند و معتقد است که فیگور انسانی در هنر تئاتر نشانهٔ شمایلی محسوب می‌شود.

۲. کیچ پدیده‌ای است که در همهٔ عرصه‌های زندگی از هنر گرفته تا سیاست، مد، و آرایش حضور دارد. تعریف عام این اصطلاح عبارت است از جانشینی امور جعلی و بدلی به جای امور اصلی. بهره‌گرفتن معماری پست‌مدرن از تزئینات مربوط به دوران پیشامدرن نمونه‌ای از بهره‌گیری کیچ در هنرهای معاصر است. در زبان فارسی نمی‌توان معادل دقیقی برای این اصطلاح یافت.

منابع

Reena, Jana, Mark Tribe, and Utah Grosenick (2009). *New Media Art*, Koln: Taschen.

Stalla Brass, Julian (2004). *Contemporary Art: a Very Short Introduction*, Oxford University Press.

Hansen, Mark (2004). *New Philosophy for New Media*, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Benjamin, Wolter (2002). *Selected Writings* (1953- 38), Belknap Press of Harvard University.

Conter, Michael and Adam Geczy (2006). *Reframing Art*, Oxford: Berg.

Francastel, Pierre (2000). *Art and Technology in the Nineteenth and Twentieth Country*, New York: Zone Books.

Mirzoeff, Nicholas (2001). *An Introduction to Visual Culture*, London and New York: Rout Ledge.

Jones, Amelia (2007). *A Companion to Contemporary Art since 1945*, Block Well Publishing.

Lippard, Lucy R. (2001). *Pop Art*, London: Themes and Hudson.

Danto, Arthur (1997). *After the end of Art: Contemporary Art and the Pale Art History*, Princeton University Press.

Kocur, Zoya and Simon Leung (2008). *Theory in Contemporary Art since 1984*, Black Well Publishing.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی