نشانه‌ی زیبایی

به یاد مایکل کِربای (۱۹۹۷-۱۹۳۱)

رابرت مورگان
فرهاد ساسانی

حس‌کردن زیبایی بهتر است تا فهمیدن این‌که چطور آن را حس می‌کنیم.

سانتایانا[1]

در عصر اطلاعاتِ جهان‌گستری که نفی داوری‌های کیفی درباره‌ی فرهنگ آن را از هم گسیخته است، مسئله‌ی همیشگی حواس همچنان مطرح است. گویی اشباع‌شدنِ همه‌جا از اطلاعات، دستگاه گیرنده‌ی حسی ما را به هم ریخته است. ورود داده‌ها ــ داده‌های علمی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی ــ آن‌قدر زیاد شده است که سر به فلک می‌زند. ترکیب‌های تازه‌ای از داده‌ها در کسری از ثانیه ظاهر می‌شود و چرخه‌ی اطلاعات پیوسته ادامه دارد و از نو در الگوهایی تازه عرضه می‌شود. در این محیط مجازی ــ محیطی که به‌طور فرضی در مقیاسی جهانی وجود دارد و برخی محدودیت‌های بی‌مورد اقتصادی و سیاسی را ندارد ــ پرسش‌های آزارنده‌ای مطرح است: با حواس چه کنیم؟ چطور به تجربه‌ی حسی‌مان اعتماد کنیم؟ چطور بر درستی کار حواس به‌عنوان فیلتری ادراکی در تعیین کیفیت تعیین‌کننده‌ی اثر هنری صحه گذاریم؟

البته پاسخ این پرسش‌ها کاملاً به اصول ذیل متکی است: این‌که ذهنیت را بپذیریم و با اعتماد به نفس داوری‌های کیفیِ خود را که ورای ساختارهای عقلانیِ مشهودات است، بیان کنیم. نوعی شهود است که به والایشِ آگاهیِ ساختاری از زبانِ صورت بستگی دارد و به این‌که با شناختنِ

صورت، زیبایی را معلول آن معرفی کنیم، و این نکته‌ای است که سانتایانای فیلسوف بیان می‌دارد. پیش از آن‌که بتوان مفاهیم صورت و زیبایی را در عمل در رابطه با یکدیگر، به‌ویژه در موقعیت کنونی تعریف کرد، مشکل درون‌داد حسی است که به تجربه‌ی ما از آثار هنری شکل می‌دهد. این تعریف منوط به این است که بر عملکرد ذهن و بدن تأکید شود، البته شاید این یک راه حل نباشد.

درون‌داد حسی و مسئله‌ی ذهن و بدن

نشانه‌های فراوانی دال بر این وجود دارد که ما در برهه‌ای فرهنگی زندگی می‌کنیم که می‌توان آن را شکاف میان ذهن و بدن توصیف کرد. در قالب جامعه‌ای جهانی‌شده، پیوند میان دو نیم‌کره‌مان قطع شده است. مدرک بیرونی چندانی وجود ندارد که نشان دهد ذهن و بدن همیار هم‌اند یا شبکه‌ی عصبی‌شان به هم وابسته است. تعبیر به‌هم وابستگی ذهن و بدن در حال حاضر مسکوت مانده است. پنداری دیگر کسی از تعادل حسی آگاهی ندارد. علم چند سالی است که ظرفیت بار سیناپس‌ها را هنگام اطلاع‌رسانی ذهن به بدن یا اطلاع‌رسانی شیمیایی به ذهن از طریق ترشحات هورمونی بدن کشف کرده است، بااین‌حال به‌نوعی پیامدهای این پژوهش مناسب وضعیت امروز مطرح نشده است. در عوض از قضا در فرهنگی دوقطبی زندگی می‌کنیم که نقطه‌ی مقابل توجه زیاد به ذهن بت‌سازی بدن است. (آیا تعجب می‌کنید که هنر و مد را نمی‌شود عملاً از هم تفکیک کرد؟)

از زمان انتشار کتاب ساختار انقلاب‌های علمی کوهن (۱۹۶۲)، دنیای فیزیکی و زیستی کمابیش کارگاهی مفهومی تلقی شده‌اند که هر نظریه‌ای در آن رابطه‌ای علت و معلولی دارد. دنیا از علم، از عقلانیت، از حافظه‌ی آماری ساخته شده است. نظریه‌ها روی نظریه‌های دیگر ساخته می‌شوند. فرانظریه‌ها به دنبالِ توضیحِ موازینِ نظریِ گذشته‌اند. بااین‌حال هجوم برای نظریه‌سازی در باب فرهنگ، چنان‌که انگار فرهنگ تنها پدیده‌ای است که به سطح علوم اجتماعی تنزل پیدا کرده، ممکن است جلوی درهای بیانِ بازِ بیشتری را بگیرد.

فرهنگ، اما نه علم، گنجینه‌ی ارزش‌های انسانی بیان شده است. از منظر فرهنگ، غیاب معنای روشنی از شهودِ ورای امورِ عقلانی بیش از پیش مانع نگاهی دقیق به تاریخ می‌شود. بدون نگاهی دقیق به تاریخ، رسیدن به نگاهی دقیق به فرهنگ که براساس آن کیفیت نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد بی‌نهایت دشوار است. بدون شناخت دیالکتیکی روشنی از زمانِ تاریخی در ارتباط با کنونه‌ی فرهنگی، نقش تجربه‌ی حسی تا حد قابل‌توجهی کم‌رنگ می‌شود.

به‌جای تجربه‌ی حسی که به پوششی از کارکرد سیناپسی ذهن و بدن وابسته است، با بدنی مانده‌ایم که بت‌واره، کانون اصلی امیال و گونه‌ای علمی که معنای تاریخی و فرهنگی‌اش کم‌رنگ شده است. در محدوده‌ی عقلانیِ شرایط پسامدرن ما، بدن حکم کالا پیدا می‌کند ــ حکم اسطوره‌ای غیرقهرمان و تسلیم دنیای تجاری مد. به نظر می‌رسد در جایی که هیچ گواهی دال بر اهمیت کیفیت وجود ندارد، حتی در سطوح والا، نقش زیبایی به‌مثابه پیامد دستگاه حسی ما قدر و اعتباری ندارد. در

چنین مواردی، بدن طبق داده‌هایی آیین‌وار و طبق برون‌داد نرم‌افزاری که باعث می‌شود کار کند، مستقل عمل می‌کند. از منظر فرهنگ غربی‌شده، مفهوم ذهن و بدن دیگر به‌شکل ارگانیسمی هشیار و یک‌پارچه عمل نمی‌کند، بلکه هریک به‌عنوان عنصری مشخص کارکردهای جداگانه‌ای دارد و به رایانه و ورزشگاه تقسیم می‌شود.

اقدامی جالب برای یافتن هم‌پوشی ذهن و بدن را می‌توان در معماری دیجیتال اخیر گروه آراکاوا[2] و مادلین جینز[3] دید که اثرشان به‌نام سرنوشت تغییرپذیر[4] در تابستان ۱۹۹۷ در گوگنهایم سوهو[5] به نمایش در آمد. این فضاهای خیالی و پرآشوب، شامل صفحات شکسته، سطوح منحنی، مقیاس‌های تغییریافته و جابه‌جایی درون‌ها و بیرون‌ها، عملاً مسکونی نیست. هدف‌شان از این فرضیه‌ی معمارانه این است که نگاه‌ها را به ذهن همراه با بدن جلب کنند؛ رابرت موریسِ[6] مجسمه‌ساز نیز پیش‌تر همین مفهوم را به کار بسته بود. پرسشی که آراکاوا و جینز مطرح می‌کنند این است که بازنگری در مفهوم فضای معماری، از طریق فن‌آوری سایبر، تا چه حد پیش‌شناخت حسی را احیا می‌کند.

چیزی که درباره‌ی این پروژه‌های سایبری، علی‌رغم کاربرد عملی اندک‌شان، اهمیت دارد این است که نهایت بحران فرهنگی کنونی را چطور نشان می‌دهند. آراکاوا و جینز از طریق معماری بی‌شکل و قاعده و به‌شکلی مفهومی، مبنای اجتماعی-اقتصادیِ «جامعه»ی جهانی ما را زیر سؤال برده‌اند. آثار آن‌ها مانند زمین‌های بازی است برای خردمندانی که کاملاً خالی از کشش‌های حسی نیستند. نمونه‌ی آشکار این‌گونه آثار تنها پروژه‌ی معماری تحقق‌یافته‌ی آن دو تاکنون است که در یورو پارک[7] گیفو[8] در ژاپن قرار دارد. زمین ناهموار این مکان این امکان را می‌دهد که اشکال نامنظم و نامتقارن کنار هم قرار گیرند و با حرکات افراد هنگام راه‌رفتن از هم جدا بیفتند. پیوستگی این زیست‌گاه در هر نوبت به هم می‌ریزد. عابران را حسی از جابه‌جایی کامل همراه با هیجان ناشی از نوعی گسستگی ناشناخته فرا می‌گیرد. این هنرمندان وسیله‌ای پیدا کرده‌اند تا فضای معماری را از طریق نوعی بازی حسی به بدن نزدیک‌تر کنند. جنبه‌ی توهم‌زای این اثر به برنامه‌ریزی رایانه‌ای آن مربوط می‌شود. مثل یک سیستم دیجیتال کار می‌کند، بااین حال برای درگیرکردن واقعی ذهن و بدن، کاربرد محدودی دارد. وسوسه‌ی فضا و زمانِ مجازی نمایشی متقاعدکننده از محیطی مجازی ارائه می‌دهد ولی نمایشی که بسیار خودآگاهانه است و نمایان‌گر نوعی خودشیفتگی است. الگوهای مشترک آراکاوا و جینز از طریق معماری بر بت‌سازی بدن تأکید دارد. بااین حال بدون مفهومی منسجم از تعامل ذهن و بدن که بتواند در دنیای واقعی عمل کند، تنها نوعی زیبایی‌شناسی محض، نوعی شناخت حسی تقویت‌شده، و آرمان ازهم گسسته است. کاربرد عملی اندکی در دنیای واقعی دارد. زیبایی در آن مثل رمانتیک‌گرایی معکوس، افقی گم‌شده، و تعلیق باور است. از سوی دیگر، این تعلیق باور با گسستگی لحظه‌ی تاریخی کنونی، لحظه‌ای که دوره‌ی گذار شدید یا به‌قول پل ویریلیو[9] دوره‌ی مملو از فشارهای سرعت توصیف شده است، همخوانی دارد.

زیبایی به‌مثابه نشانه‌ای نحوی

در وضعیت پسامدرن ــ وضعیتی که برخی صاحب‌نظران حس می‌کنند مورد سوءاستفاده‌ی اقتصاد بازار رو به گسترش قرار گرفته و دیگر منسوخ است ــ مسئله‌ی زیبایی مسئله‌ای معلق و یک نظام ارزشی تحمیلی است که شکل را به رسمیت نمی‌شناسد. این مسئله با این تعبیر پساساخت‌گرا که نشانه‌ها در مسیر ازدست‌دادن قدرت دلالت‌گری‌شان قرار گرفته‌اند و از مصداق‌هایشان فاصله می‌گیرند، همخوانی دارد. به‌عبارت دیگر، نشانه‌ها در حالتی از تعلیق یا شناوری قرار دارند. هیچ فرضی درباره‌ی معنای از پیش تعیین‌شده‌ی آن‌ها وجود ندارد و این مسئله در پروژه‌های معماری آراکاوا و جینز مشخص است. در این‌جا نشانه‌های سکونت گسسته شده‌اند تا بنا به فرض تجربه‌ی حسی بدن را تقویت کنند. غیاب مصداق نشان می‌دهد که دیگر در عملکرد ذهن و بدن سرنوشت تعیین‌کننده نیست. بدون سرنوشت، بدن از محدودیت‌های شکل و جاذبه می‌رهد و درنتیجه به‌عنوان نوعی عنصر حس‌دار مستقل می‌تواند در طول زمان و مکان حرکت کند.

این سخن که «نشانه» می‌تواند با وابستگی متقابل عمل کند و درعین حال از مصداقش جدا باشد، اساساً سخنی پساساختاری است. همچنین سخنی کاملاً مشروط است، مشروط به پذیرش گسستگیِ نشانه که دیگر به عملکرد نحویِ خاصی نیاز ندارد. در مقابل دال‌های پیچیده‌تری که به نوعی ساختارِ نحوی وابسته‌اند، لوگوهای تجاری همچون نشانه‌هایی ثابت عمل می‌کنند که عملاً تأثیری از بافت‌شان نمی‌پذیرند. برای مثال، کوکاکولا همان معنایی را در آتلانتا می‌دهد که در توکیو یا بمبئی یا بوئنوس آیرس می‌دهد. از سوی دیگر، مفهومی انعطاف‌پذیر چون زیبایی که به‌شکلی ذهنی تعبیر می‌شود نمی‌تواند به‌شکل یک نشانه‌ی ثابت وجود داشته باشد، بلکه زیبایی به‌شکل یک نشانه‌ی نحوی باز و بدون جنبه‌ای از پیش تعیین‌شده وجود دارد.

سخنی متناقض به نظر می‌رسد اما مفهوم زیبایی ممکن است دیگر آن‌گونه که افلاتون یا کانت می‌پنداشتند مطلق نباشد بلکه نسبی است. اما این نسبیت مشروط به قبول شناخت مفهومی شکل و به همان اندازه انسجام زیبایی‌شناختی آن است. بااین حال، موقعیت نحوی و درک بافتی آن بسیار ضعیف است. برای مثال، خودرویی له‌شده در یک زباله‌دانی ممکن است زیبا به نظر نرسد، اما وقتی در بافت دیگری در یک نگارخانه‌ی سفید یا موزه قرار گیرد، مثل نمایشگاه مروریِ سزار[10] در ژودوپومِ[11] پاریس (تابستان ۱۹۹۷)، آن‌وقت به ماده ــ پولاد فشرده ــ تبدیل می‌شود و از نظر بسیاری از صاحب‌نظران، زیبا به نظر می‌رسد. می‌توان استدلال‌های مشابهی در دفاع از تخت[12] روشنبرگ (۱۹۹۵)[13]، مکعبِ پولادیِ تونی اسمیت[14] به‌نام مردن[15] (۱۹۶۲) یا سوپ کمپبل[16] وارهول[17] (۱۹۶۲) آورد. این آثار در بافت مناسب که برایان اُدوهرتی[18] منتقد آن را «مکعب سفید» نامیده است، زیبایی شگفت‌انگیزی پیدا می‌کنند.

زیبایی را نمی‌توان تحمیل کرد

لازم نیست صوری‌دانستن زیبایی متکی به امری مطلق یا تنها یک معیار یک‌پارچه متکی باشد.

وقتی چنین شود، اثر به سوی صورت‌گرایی زیبایی‌شناختی سوق پیدا می‌کند. این تعریف از زیبایی تعریفی مانع است. برای این‌که زیبایی را از طریق نشانه‌ی نحوی تعریف کنیم، لازم است نیروی دلالت‌گر آن نشانه را نیرویی صوری و مفهومی در نظر گیریم. بدون مبنایی صوری، زیبایی تنها به‌عنوان صورتی جانشین، یا یک بدل، وجود دارد. این وضعیت اغلب درمورد لوگوی تجاری یا هر نوع تصویری که در ارجاع به یک محصول یا ایدئولوژی تکثیر می‌شود، اتفاق می‌افتد. در نهایت، چنین نشانه‌هایی با جلوه‌پردازی[۱۹]، به‌عنوان دال‌های قدرت و به‌عنوان مظاهر سازشکاری، بدون هیچ مبنای ساختاری یا ارجاعی دیگری، زیبایی را تصاحب می‌کنند.

بااین حال ساختار نشانه‌ای که زیبا درک می‌شود ساختاری است که فقط وابسته به معناشناسی ایدئولوژیک نیست، که البته درمورد تجارت و سیاست این وابستگی وجود دارد. در حالی که زیبایی برای حواس جذابیت دارد، آرایشی نیست ــ پدیده‌ای سطحی نیست. زیبایی پدیده‌ای است که نمی‌توان آن را تحمیل کرد؛ نه مثل اثر رابرت لانگو[۲۰] یک امر تماشایی گفتنی است، و نه مثل اثرِ متیو بارنی[۲۱] گفته‌ای تماشایی است. به‌عبارت دیگر: استفاده از چیزی تماشایی در هنر یک مسئله است و تبدیل‌کردن هنر به چیزی تماشایی نیز مسئله‌ای دیگر.

نمی‌توان پیش از آن که اثر وجود داشته باشد، نیت کرد که زیبایی شرط اثر هنری است یا از پیش آن را تعیین کرد، بلکه زیبایی پس از اتفاق اثر به یک شرط تبدیل می‌شود ــ هاله‌ای که دریافت می‌کند. چون زیبایی امری مطلق نیست بلکه نشانه‌ای نحوی است، شرطی پسینی برای مقبولیت زیبایی‌شناختی است نه وجه پیشینی تعیین آن. زیبایی را نمی‌توان از پیش مشخص کرد. به‌همین دلیل است که آثار ساخته‌شده با نیت تجاری‌شدن در همان بافت هنر به حساب نمی‌آیند.

زیبایی اساساً تجربه‌ای حسی است حتی اگر آن تجربه به‌صورتی مفهومی برانگیخته شده باشد. امکان دارد مفهومی منسجم در سطحی عمیق و ژرف حس شود، یا اثر به‌شکل یک شیء نباشد. هنر مفهومی را نمی‌توان عاری از اثرات زیبایی دانست اگرچه رسیدن به آن، به‌دلیل انتزاع زیاد و وابستگی هنر مفهومی به دانشی کامل از تاریخ هنر، فلسفه و فرایندهای هنر کارگاهی، دشوار است. در هنر مفهومی نیز زیبایی می‌تواند وجود داشته باشد درست مثل آن‌که زیبایی در رمانتیسیسم و کلاسیسیم وجود دارد. در حالی که معیارهایشان، به‌خاطر روش‌ها و موادشان، متفاوت است اما دانشِ ساختار در هنر یکسان است.

زیبایی مسئله‌ای زیبایی‌شناختی است، اما فقط این نیست. از زمانِ انتشارِ کتابِ زیبایی‌شناسیِ[۲۲] کروچه[۲۳] در آغاز سده‌ی بیستم (ترجمه‌ی انگلیسی، ۱۹۰۹)، زیبایی‌شناسی از «علم زیبایی» به‌عنوان تنها مسئله‌اش پا فراتر گذاشته است. پس از نمایش اشیاء یافته‌شده‌ی تقریباً بی‌قاعده و من‌درآوردی دوشان، معروف به حاضرآماده‌ها (۲۱-۱۹۱۳)[۲۴]، نه‌تنها در هنر بلکه در زیبایی‌شناسی هم انقلابی صورت گرفت. زیبایی به‌شرطی از نحو تبدیل شد؛ یعنی به چگونگی درک و تولید شکل در زمان و مکانی معین.

در دهه‌ی شصت مبارزه‌ی کهنه و نو، صورت‌گرایی زیبایی‌شناختی (مدرنیسم) و هنر مفهومی در

گرفت. ترکیب هنوز آماده نشده است: تعریف زیبایی‌شناسی را چگونه به فراتر از «علم زیبایی» بسط دهیم؟ علوم اجتماعی و طبیعی، روان‌کاوی، و تنوع جنسی و قومی را چگونه به‌عنوان عواملی انعطاف‌پذیر در پذیرش یک اثر هنری در نظر گیریم؟ زیبایی‌شناسی جدید مانند ماتریسی عمل می‌کند که در قالب آن اندیشه‌ها و تصویرهای رشته‌های گوناگون وارد هنر می‌شوند و بااین حال هنر باید در گستره‌ی این اطلاعات فراوان به‌نوعی به روش خودش توجه نشان دهد. چیزی که ما را از دنیای کروچه در یک سده‌ی گذشته جدا می‌کند خودآگاهیِ قویِ ماست. بار دیگر با اشاره به مسئله‌ی شکاف ذهن و بدن، باید گفت توجه به «خود[۲۵]» است که برخلاف انتظار مانع زیبایی به‌عنوان کنشی خودزاینده می‌شود.

زیبایی جلوه‌پردازی نیست. بیشتر رسانه‌ها باید جلوه‌پردازی کنند؛ بیش‌ترین کاری که مد باید برای ما بکند جلوه‌پردازی است. بیش‌ترین کاری که دنیای هنر باید بکند جلوه‌پردازی است. جلوه‌پردازی، مانند خود دنیای هنر، کاری بسیار ناپایدار و بازارمحور است که باعث چیزی می‌شود که منتقد فقید لوئیس مامفور[۲۶] «یکنواختی[۲۷]» می‌نامید. نمایان و ناپدید می‌شود. چیزی که در یک لحظه «داخل» است، ناگهان در لحظه‌ی بعد «خارج» است. به این بستگی دارد که باز هم آن را بخواهند. جلوه‌پردازی تمامی ندارد. پول و سرمایه‌گذاری بسیار زیادی به خطر می‌افتد. جلوه‌پردازی به نشانه‌ی بیرونی ــ لوگوی تجاری ــ مربوط می‌شود و بیشتر به موضوع مصادره‌ی فرهنگ مردمی مربوط می‌شود تا ملاحظات درونی هنرمندان. چنین نمونه‌هایی را می‌توان در آثاری از مان رِی[۲۸] گرفته تا رِی جانسون[۲۹]، و از مرت اُپنهایم[۳۰] گرفته تا لویی بورژوا[۳۱] یافت.

ولی هنرمند باید در دنیایی حضور داشته باشد ــ زندگی کند ــ که از طریق جلوه‌پردازی ارتباط برقرار می‌کند. جذابیت پیوسته هست. هم همه جا هست و هم با همه چیز آشنایی دارد. وسوسه‌ی شهرت و موفقیت فوری را در خود دارد. مبنای چیزهای تماشایی است و چیزهای تماشایی در چرخه‌ی تکرار قرار دارند، و این نقصانی است که بر انفعال خط بطلان می‌کشد و تمایل ظاهری را کاملاً نفی می‌کند. زیبایی در سطح دیگری هم عمل می‌کند. نمی‌توان آن را از طریق سرمایه‌گذاری یا با والایش تبلیغات از پیش تعیین کرد. زیبایی به ساختار یا معنایی وصل است که به‌نوعی با واقعیت مادی وجود مخلوط می‌شود. چون زیبایی از طریق شکل و شهود تشخیص داده می‌شود، به ادراک، زمان و توجه نیاز دارد. ریاضی‌دان قرن هفدهم، بلز پاسکال[۳۲]، از شهود به‌عنوان ویژگی‌ای سخن می‌گفت که زمانی بروز می‌کند که محدوده‌ی منطق تمام می‌شود، به‌شرط آن‌که ذهن به آن لحظه واقف باشد. به این ترتیب، زیبایی شهودی است که به فرضیه‌ی پاسکال نزدیک است. ساختاری شهودی است، بازشناخت شکل که همان‌گونه که سانتایانا می‌گوید سرانجام با توجه براساس با حواس اثبات‌شدنی نیست.

زیبایی جمال‌آفرینی است و نه با زور و نه با تحمیل به دست نمی‌آید. زیبایی نیت نیست. چیزی را تعهد نمی‌کند. مفهومی حس‌شدنی و شرط مقبولیت است. زیبایی متفاوت از نیت عمل می‌کند اگرچه نیت مبنای ساختاری است که هنرمند کار را از آن‌جا شروع می‌کند. برای مثال، کلاژهای

اولیه[۳۳]ی کورت شوئیترز[۳۴] تکه‌پاره‌های دورانداخته شده‌ای از کاغذ، پوستر، بروشور، بلیت، برچسب و مانند آن بود که با حالتی دادایی و با نیت برهم‌زدن سیلقه‌ی طبقه‌ی متوسط اجرا شده بود. امروزه این کلاژها را آت‌آشغال یا «خرت‌وپرت[۳۵]» نمی‌دانیم بلکه چیزی می‌دانیم که در سده‌ی بیستم انقلابی در زیبایی‌شناسی به راه انداخته است. می‌توان گفت کلاژهای شوئیترز هم‌تراز حاضرآماده‌های دوشان است و عملاً معیارهای پیشین زیبایی در مدرنیسم سده‌ی بیستم را از نو تعریف می‌کند. شاید این بدان علت است که این کلاژها عوامل تعیین‌کننده‌ی زیادی ندارند؛ صرفاً براساس نیت اجرا شده‌اند.

بنابراین زیبایی چیزی غیر از نیت به ما عرضه می‌کند. صحنه‌ای از برقراری ارتباط با دنیا را همچون ارتباط ذهن با بدن به ما عرضه می‌کند. در چنین لحظه‌هایی، زیبایی را ویژگی‌ای می‌بینیم که فراتر از نیت می‌رود. وقتی نقاشی سه‌لته‌ی نقاش کره‌ای معاصر، مون بئوم، را به یاد می‌آوریم می‌بینیم که زیبایی خیلی شرط هنری‌بودن این منظره‌ی انتزاعی نیست بلکه بیشتر تأثیری است که مدت‌ها پس از دیده‌شدن اثر باقی می‌ماند. تجربه‌کردن هنر به‌مثابه یک صورت شناختی جدید هیچ منافاتی با این مسئله ندارد که بگوییم «زیباست!» زیرا زیبایی ــ که از طریق زبان صورت و مفهوم به دست می‌آید ــ همچنان بر تارک زیبایی‌شناسی جای دارد. پس ممکن است کسی نتیجه بگیرد که زیبایی از ذهنیت شناخت حسی فرد نشأت می‌گیرد در صورتی که با کاتالیزوری زیبایی‌شناختی برانگیخته شود. زیبایی خواه صورتی مادی باشد خواه مفهومی غیرمادی، علی‌رغم همه‌ی حرف‌ها و گفته‌ها درباره‌ی آن، خود را نمایان می‌کند. زبان شرطی است که براساس آن اثر انتخاب، مشخص یا فهمیده می‌شود حال آن‌که زیبایی تأثیری است که اثر براساس آن معنا می‌یابد، انتقال پیدا می‌کند و سرانجام به خاطر سپرده می‌شود.

* این مقاله برگرفته از منبع زیر است:

Robert C. Morgan, "A Sign of Beauty", *The End of the Art World* (New York: Allworth Press, 1988), pp. 41-47.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

پی‌نوشت‌ها:

1. Snatayana
2. Arakawa
3. Madeleine Gins
4. *Reversible Destiny*
5. Guggenheim SoHo
6. Robert Morris
7. Yoro Park
8. Gifu
9. Paul Virilio
10. César

11. Jeu de Paume
12. *Bed*
13. Rauschenberg
14. Tony Smith
15. *Die*
16. *Campbell's Soup*
17. Andy Warhol

۱۸. **Brian O'Doherty**: برایان اُدوهرتی (-۱۹۳۴) مجسمه‌ساز، مفهومی‌کار و کارگزاری ایرلندی که در ایالات متحده زندگی می‌کند و در واکنش به کشتار «یکشنبه‌ی خونین» در دِری در ایرلند شمالی (۳۰ژانویه‌ی ۱۹۷۲) توسط انگلیسی‌ها که طی آن ۲۶ غیرنظامی کشته شدند، نام خود را به پاتریک آیرلند تغییر داد. ـم.

19. glamour
20. Robert Longo
21. Matthew Barney
22. *Aesthetic*
23. Croce
24. readymades
25. the self
26. Lewis Mumford
27. humdrum
28. Man Ray
29. Ray Johnson
30. Meret Oppenheim
31. Louise Bourgeois

۳۲. **Blaise Pascal** (۶۲-۱۶۲۳): ریاضی‌دان، فیزیک‌دان و فیلسوف فرانسوی. ـم.

33. *Merzbilden*
34. Kurt Schwitters
35. junk

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی