

## هنر و مخاطب\*

نویسنده: نیک زنگویل<sup>۱</sup>

مترجم: مونا امامی<sup>۲</sup>\*

۱. Nick Zangwill، استاد دپارتمان فلسفه دانشگاه گلاسکو، بریتانیا.

۲. دکتری پژوهش هنر، دانشگاه هنر تهران، تهران، ایران.

ادراک را (به مخاطب) القا می‌کند. از نظر آرتور دانتو<sup>۴</sup>، اثر هنری «بیانیه‌ای» را در جهان هنر (برای مخاطبی خاص) مطرح می‌سازد. در نظریه نهادی هنر نیز که جورج دیکی<sup>۵</sup> آن را مطرح می‌کند، اثر به واسطه یک فرد به عنوان اثری هنری ارزشگذاری می‌گردد. این نظریه در مراحل بعدی تکامل خود، نهادهای هنری را جایگزین مخاطب (عام) ساخت. بر اساس رویکرد تاریخی جراللد لوینسون<sup>۶</sup>، آثار هنری همان‌گونه که تا پیش از این در معرض توجه مخاطبان قرار می‌گرفتند، حال نیز باید به همان شیوه مورد توجه مخاطب قرار گیرند. در واقع، تقریباً تمامی نظریات هنر که تا به حال مطرح شده‌اند، به نوعی ارجاعی بالقوه به مخاطب دارند.<sup>۷</sup>

با در نظر گرفتن این تمایزات، انواع مختلفی از نظریه‌های مخاطب پدیدار می‌شوند. نخست این‌که، مخاطب ممکن است به‌مثابه بخشی از نوعی رابطه واقعی تصور شود که در آن اثر هنری قرار دارد، یا مخاطب ممکن است هدف نیت هنرمند باشد. دوم این‌که، ارتباط با مخاطب ممکن است ارتباطی بالفعل یا بالقوه<sup>۸</sup> باشد. سوم این‌که، ویژگی‌های متمایز هر مخاطب، حائز اهمیت است: تجربه دریافتی مخاطب از هنر، ادراک، لذت، و احساس. و در آخر این‌که با چگونه مخاطبی مواجه خواهیم بود؟ این مخاطب ممکن

### ۱) نظریات معطوف به مخاطب اثر هنری و

#### چالش‌های نخستین

آیا آثار هنری اساساً مستلزم ارتباط با مخاطب هستند؟ نظریات بی‌شمار و در عین حال متفاوتی وجود دارند که به این پرسش پاسخی مثبت می‌دهند. پس برای پرسش از «چیستی هنر»، لازم است به ارتباط هنر و مخاطب توجه شود. برعکس، استدلال من این است که نظریه چیستی هنر نباید هیچ ارتباطی با مخاطب داشته باشد؛ هنر هیچ ارتباط بنیادینی با مخاطب ندارد.

#### الف. نظریات معطوف به مخاطب اثر هنری

موارد زیر، بیانیه‌های خامی درباره برخی نظریه‌های مختلف مخاطب‌محور هستند؛ به عقیده مونرو بردزلی<sup>۱</sup>، اثر هنری عامدانه تمایل به ایجاد تجارب زیبایی‌شناختی در مخاطب دارد. زیرا در نظریه بیانگری هنر مانند نظریه تولستوی<sup>۲</sup>، اثر هنری احساساتی را بیان می‌کند و تمایل به برانگیختن احساسات مشابهی در مخاطب دارد، همین امر در باب خود هنرمند نیز صدق می‌کند. به عقیده نلسون گودمن<sup>۳</sup>، اثر هنری نوعی

\* این جستار مجله زیبایی‌شناسی و نقد هنر، تابستان ۱۹۹۹، جلد ۵۷، شماره ۳، صفحه ۳۳۲-۳۱۵، انتشارات واپلی: به سفارش انجمن زیبایی‌شناسی امریکا

\*\* ایمیل مترجم: emamimona@yahoo.com

رمان‌ها، مخاطبی را در نظر داشته تا بعداً ذهن او را تغییر دهد. یا شاید همانطور که آن‌ها را برای خواننده شدن نوشته بود، می‌خواست به دلایل کاملاً متفاوتی بسوزاند. یا شاید او آن‌ها را برای یک مخاطب ایده‌آل خیالی در نظر گرفته بود؛ اما مخاطب واقعی به طرز ناامیدکننده‌ای از آن ایده‌آل فاصله داشت. تمام این تفاسیر امکان‌پذیرند. دنیل کولاک<sup>۱۳</sup> در مورد این‌ها که آیا این پیشنهادات حق مطلب را درباره حقایق تاریخی رمان‌های کافکا ادا می‌کنند بحث کرده است.<sup>۱۴</sup> اما به سختی می‌توان تشخیص داد حق با کیست. بنابراین نمی‌توان گفت که آیا رمان‌های کافکا مثال‌های نقض مناسبی هستند یا خیر.

یکی دیگر از نمونه مثال‌های نقض نظریه مخاطب، مجسمه‌هایی هستند که برای دفن همراه مردگان ساخته شده‌اند. اما این مجسمه‌ها نمونه قابل‌استنادی نیستند؛ زیرا ممکن است چنین پاسخی داده شود که مجسمه‌سازان فکر می‌کنند خدایان یا ارواح در گذشته از مجسمه‌ها تقدیر می‌کنند. بنابراین، مخاطب مدنظری وجود دارد؛ فقط این‌ها که آن مخاطب، مخاطبی از عالم اموات است.

این دو مثال واضح نیستند، چون به حدس و گمان درباره نیات ناشناخته وابسته هستند. اما دو مورد بعدی در این زمینه تعیین‌کننده‌تر هستند.

مورد اول، شعر شخصی است. این مورد برای هیچ مخاطبی در نظر گرفته نشده است. اکثریت قریب به اتفاق چنین اشعاری هرگز برای خواننده شدن توسط کسی جز سراینده آن در نظر گرفته نشده‌اند.

مورد دوم، پیش‌طرح‌هایی است که در حین آماده‌سازی آثار هنری که بناست به مخاطب ارائه شوند، ایجاد می‌شوند. پیش‌طرح‌ها، معمولاً بدون قصد به نمایش درآمدن خلق می‌شوند. آن‌ها اغلب اوقات و نه همیشه از بین می‌روند. اما مطمئناً در نوع خود آثار هنری هستند، گرچه همان آثاری نیستند که برایشان آماده می‌شدند. برخی از پیش‌طرح‌های هنرمندان مشهور حفظ شده، به نمایش درآمده و مورد تمجید واقع شده‌اند. آن‌ها جزو آثار هنری محسوب می‌شوند. اما بسیاری پیش‌طرح‌های دیگری وجود دارند که به نمایش گذاشته نشده و باقی مانده‌اند. این‌ها آثار هنری بودند که هیچ ارتباط واقعی یا از پیش تعیین‌شده‌ای با مخاطب نداشتند.

پس در اینجا دو تفسیر بالقوه متناقض از مخاطب داریم؛ و خاصیت این دو مثال است که مانند دو رمان کافکا یا مجسمه‌های مدفون، نمونه‌هایی جانبی، غیرعادی یا بحث‌برانگیز نیستند.

است مخاطبی خاص در «جهان هنر» و یا مخاطبان عام آثار هنری را شامل شود.

به برخی از این تمایزات بازخواهم گشت و سعی خواهم کرد چارچوب‌های نظریه معطوف به مخاطب را شرح دهم. اما آنچه مسلم است این‌ها هر نظریه قابل‌قبولی می‌بایست ارجاعاتی به نیت هنرمند را دربر بگیرد. بی‌شک: موجودیت اثر هنری در گرو نیت‌مندی آن است؛ زیرا آثار و رویدادهایی که ادعایی مبنی بر هنربودگی خود ندارند، ممکن است در قالب یک تجربه زیبایی‌شناختی مورد توجه و تحسین مخاطب قرار گیرند و یا چنین امکانی را به نحوی بالقوه در خود داشته باشند. پس یک نظریه محض در باب مخاطب اثر هنری، هیچ تمایزی را بین آثار هنری و آنچه غیرهنر خوانده می‌شود، قائل نمی‌شود. این تمایز (بین هنر و غیر هنر) در گرو توجه به نیت هنرمند است. در نتیجه، دیدگاهی که آثار هنری را منوط به رابطه‌ای بالفعل یا بالقوه با مخاطب می‌داند، اما به نیت‌مندی اثر توجهی ندارد چندان مورد پذیرش نخواهد بود. بیا بیا چنین نظریه محض مخاطبی را نادیده بگیریم. نظریه پرداز مخاطب هنوز هم می‌تواند مدعی باشد که اثر هنری لزوماً رابطه بالفعل یا بالقوه با مخاطب دارد؛ اما باید با ارجاع به نیت هنرمند همسو شود. با این حال، تا اینجا دلیلی نداریم که تصور کنیم درونمایه نیات هنرمند می‌بایست وابسته به مخاطب باشد.

با این‌که در این باره زیاد گفته شده، اجازه دهید بررسی‌های بیشتر درباره این‌که کدام نظریات مقبول‌تر هستند، به کمی بعدتر موکول شود.

توضیح خواهم داد که همه این نظریات دارای نقصان هستند. در نظریه ماهیت ذاتی هنر، نباید ارجاعی به مخاطب وجود داشته باشد.

## ب. مثال‌های نقض

اولین اشکال نظریه‌های مخاطب این است که به نظر می‌رسند در معرض مثال‌های نقض هستند. گرچه بسیاری از آثار هنری وابسته به مخاطب هستند، یا قرار است چنین باشند، به نظر می‌رسد بعضی از آثار هنری هیچ ارتباط بالفعل یا از پیش معینی با مخاطب ندارند.

لویسنسون در مورد رمان‌های کافکا، قصر<sup>۱۵</sup> و محاکمه<sup>۱۶</sup> صحبت کرده است. کافکا می‌خواست این رمان‌ها پس از مرگش نابود شوند. پس شاید فکر کنیم که این رمان‌ها هیچ ارتباط از پیش معینی با مخاطب ندارند. در پاسخ، لویسنسون احتمالات مختلفی را پیشنهاد می‌دهد. شاید کافکا هنگام نوشتن این

صرفاً یک گونه نمادین نظریه بالقوه باشد- نظریه‌ای است که بر اساس آن آثار هنری کارکرد تجربه شدن از سوی مخاطب را دارند. اما لازم نیست اثر هنری کارکرد خاص خود را داشته باشد، درست همان طور که قلب‌هایی وجود دارند که خون را پمپاژ نمی‌کنند و نمی‌توانند پمپاژ کنند. برای این که چیزی کارکردی داشته باشد، باید دارای ویژگی‌های متداول معین، پیشینه واقعی و ارتباط درست مابین آن‌ها باشد.<sup>۱۷</sup> بر اساس نظریه کارکردی مخاطب<sup>۱۸</sup>، مخاطب باید نیت پیشین و واقعی هنرمند را در نظر گیرد تا در صورتی که همه چیز به خوبی پیش رود، ویژگی‌های جدیدی را تولید کند که بر مخاطب تاثیر می‌گذارد.

به نظر می‌رسد این نظریه‌های جایگزین می‌توانند رمان‌های محکوم به فنا، کافکا، مجسمه‌های مدفون، پیش‌طرح‌ها، و اشعار شخصی که عملاً مخاطب معینی ندارند را نجات دهند، اما همگی در صدد ایجاد رابطه بالقوه با مخاطب هستند، یا همه این کارکرد را دارند که برای مخاطب هستند. صرفاً این طور است که در برخی موارد، این گرایش بیان می‌شود، در حالی که در بعضی موارد دیگر این گرایش بیان نمی‌شود، یا در بعضی موارد، کارکرد محقق می‌شود و در برخی موارد دیگر خیر. علاوه بر این، این نظریه‌ها، از مزیت یکپارچگی برخوردارند و صرفاً نظریاتی گسسته و فاقد عمومیت نیستند. برای بررسی این نظریات پیچیده‌تر، می‌بایست سؤالات نظری بیشتری را مطرح کنیم. تنها پس از طرح این پرسش‌ها، در موقعیتی خواهیم بود که نظریات مخاطب بالقوه و کارکردگرایانه را ارزیابی کنیم. پس اجازه دهید مدتی این نظریات را کنار بگذاریم.

#### د. اشکالات روش شناختی

برای روی آوردن به سؤالات نظری بیشتر، انگیزه دیگری وجود دارد. باید از در نظر گرفتن نمونه‌های خاص فاصله بگیریم، زیرا یک سناریوی دیالکتیکی جایگزین وجود دارد که تاکنون آن را نادیده گرفته‌ایم؛ نظریه پرداز مخاطب ممکن است به سادگی/انکار کند که مثال‌های نقض نظریات مخاطب، آثار هنری هستند. اگر آن‌ها آثار هنری نیستند، پس قابل قبول است که نظریه مخاطب آن‌ها را کنار بگذارد. این تمهید را دور از انتظار می‌دانم؛ اما نظریه پرداز سرسخت مخاطب ممکن است چندان نگران دریافت من نباشد. مشکل اصلی مثال‌های نقض- همان طور که از سبقت فلسفی می‌دانیم- این است که افرادی که از لحاظ نظری سرسخت هستند، اغلب برای حفظ نظریه خود، آماده انکار مثال‌های نقض هستند. با توجه به احتمال چنین بن بست دیالکتیکی، خوب است به جای نگرش ساده به مثال‌ها، رویکردی اصولی تر داشته باشیم.

#### ج. پاسخ‌هایی به مثال‌های نقض: نظریات بالقوه و کارکردی

اگر بپذیریم که این‌ها مثال‌های نقض مناسبی هستند، همه نظریات مخاطبی که برشمردم و همچنین بقیه نظریاتی که جایی برای ذکر آن‌ها وجود نداشت، دارای ایراداتی هستند. با این حال، نظریه پرداز مخاطب ممکن است سعی کند پیش‌طرح‌ها و شعر شخصی را در قالب تفسیر بهبودیافته‌ای از مخاطب درآورد.

یک مورد این است که ارتباط بین هنر و مخاطب گاهی غیرمستقیم است. شاید خود اثر هنری به نمایش درآمده یا برای ارائه به مخاطب در نظر گرفته شده است، یا با اثر هنری دیگری که به نمایش درآمده یا برای ارائه به مخاطب در نظر گرفته شده، مرتبط است. شاید بتوان گفت این طور نیست که مردم فقط شعر شخصی بسرایند یا فقط پیش‌طرح بکشند. گاهی اوقات باید شعری عمومی بنویسند یا اشیای واقعی را نقاشی کنند، یا حداقل- اگر به تقسیم امور فکر کنیم- کسی باید این کارها را واقعاً انجام دهد. شاید این همان چیزی است که باید درباره شعر شخصی و پیش‌طرح‌ها بگوییم. تصور بر این است که شعر شخصی یا پیش‌طرح‌ها، نمونه‌های اشتقاقی<sup>۱۵</sup> یا ناخواسته<sup>۱۶</sup> هستند. پیش‌طرح، همان اثر هنری نیست که به کمک آن خلق شده است؛ اما بنا به پیشنهاد حاضر، فقط وضعیتی هنری دارد، زیرا اثر هنری اصلی برنامه‌ریزی شده بود. بنابراین، آثار هنری به دو دسته تقسیم می‌شوند: آن‌هایی که دارای وضعیت هنری بنیادی هستند و آن‌هایی که دارای وضعیت هنری/اشتقاقی هستند.

حال این بدان معناست که وضعیت هنری شعر شخصی و پیش‌طرح به طور معنوی وابسته به چیز دیگری یا به پروژه معین دیگریست. اما این امر نامحتمل است. شاید وجود آن‌ها به طور علی وابسته به دیگر آثار هنری پیش‌بینی شده است، اما با توجه به وجودشان، وضعیت هنری آن‌ها مطمئناً مستقل از سایر آثار است. علاوه بر این، اکنون به نظر می‌رسد که ما در حال پذیرش مفهوم متمایزی از هنر هستیم که بر اساس آن اثر هنری یا بنیادی است یا/اشتقاقی. اما چرا چنین مفهوم گسسته عجیبی از هنر داریم؟ چنین می‌نماید که این نظریه فاقد عمومیت است.

نظریه پرداز مخاطب در صورت تغییر رویه، بهتر عمل می‌کند. یکی از گزینه‌ها توجه به وضعیتی است که مخاطب تجربه خواهد کرد. بر اساس چنین دیدگاهی، باید در نظر داشت اثر هنری قابلیت تجربه شدن توسط مخاطب به شیوه‌ای خاص را داراست. بنابر این لزومی ندارد که اثر هنری چیزی باشد که واقعاً توسط مخاطب تجربه شود. نظریه دیگر- که می‌تواند

هستند؟ پاسخ این سؤال، به نظریه مخاطب‌محوری که مدنظر ماست بستگی دارد. این دست نظریه‌ها تنوع زیادی دارند؛ اما هر نظریه‌ای را که برگزینیم، باید برخی از ویژگی‌های مهم اثر هنری و مخاطب انتخاب شوند. توضیح خواهیم داد که وقتی می‌خواهیم این ویژگی‌ها را مشخص کنیم، چشم‌انداز نظریه مخاطب امیدوارکننده به نظر نمی‌رسد. مسئله‌ای که می‌خواهیم بسط دهیم صرفاً به واسطه این واقعیت که اثر هنری دارای ویژگی رابطه‌ای است شکل نمی‌گیرد؛ زیرا باید این دیدگاه را جدی بگیریم که اثر هنری قابلیت تاثیرگذاری بر انسان‌ها به شیوه‌های خاصی را دارا است یا قرار داشته باشد، یا این که اثر هنری چیزی است که کارکرد تاثیرگذاری بر انسان‌ها به شیوه‌های خاصی را دارا است. (از این به بعد دیدگاه بالقوه را مورد تاکید قرار می‌دهم و دیدگاه کارکردی را کنار می‌گذارم، زیرا فرض می‌کنم که ویژگی‌های کارکردی آثار هنری از این نیت نشأت می‌گیرند که قابلیت‌های خاصی دارند.) در نگاه اول، به نظر می‌رسد/اصولاً هیچ اشکالی در دیدگاه مخاطب وجود ندارد. اشکال چنین دیدگاهی از این امر ناشی می‌شود که یکی از طرف‌های رابطه ویژگی خاصی دارد که مانع از تفسیر روشن‌گرانه هنر می‌شود.

ویژگی عجیب این رابطه از جانب مخاطب است. صرفاً به تاثیر محض حضور فیزیکی آثار هنری بر سطح مادی مخاطب نمی‌اندیشیم. نگرش‌های حسی مخاطب نیز بسیار مهم هستند. بیایید برای ساده کردن موضوع فرض کنیم که بر اساس نظریه بالقوه مخاطب، اثر هنری تمایل به ایجاد تجربیات معین در شرایطی خاص دارد (یا قرار است داشته باشد). سوال این است: محتوای این تجربیات چیست؟ (اگر قرار باشد اثر هنری درک، احساس یا لذتی به ما دهد، سوالات مشابهی مطرح می‌شود). تجربه مخاطب از یک اثر یا یک رویداد است که اثر هنری را می‌سازد. و این تجربیات، نگرش‌های حسی هستند که اثر را با ویژگی‌های خاصی نشان می‌دهند. بنابراین ویژگی‌های مربوط به مخاطب می‌بایست غیرمستقیم ویژگی‌های خاصی از آثار هنری را دربرگیرد. از این رو، اگر بخواهیم از رابطه هنر و مخاطب، تفسیری ارائه دهیم، باید بپذیریم تفسیری را باید ارائه دهیم که به برخی از ویژگی‌های مهم آثار هنری اشاره می‌کند. احتمالاً این ویژگی‌ها باعث ایجاد تجربیاتی می‌شوند که دوباره به سمت آن‌ها باز می‌گردند. تا زمانی که این ویژگی‌ها را مشخص نکنیم، مقبولیت برخی از روابط هنر با مخاطب اساساً ناقص است.

قصد ندارم این دیدگاه غالب را مطرح کنم که می‌توانیم به کمک تجربه‌مان از هنر، کژراهه غیرضروری را پشت سر بگذاریم و مستقیماً ویژگی‌های اثر هنری را که مخاطب تجربه می‌کند،

با این حال، یافتن روش اصولی برخورد با موضوع کار آسانی نیست. حال چگونه مشخص کنیم که آیا رابطه‌ای برای گونه خاصی ضروریست یا نه؟ فردی با ویژگی‌های درونی مشخصی را در نظر بگیرید. این فرد با فرض عمو بودن، ضرورتاً در رابطه خویشاوندی با فرزند برادرش است. اما جدا از این که عمو باشد و یا نباشد، جنبه‌های درونی او بدون تغییر باقی می‌ماند. شاید اثر هنری، مثل عمو بودن باشد. این که جنبه‌های درونی شخص می‌تواند ثابت باقی بماند- در حالی که نسبت خویشاوندی را به دست می‌آورد یا از دست می‌دهد- نشان نمی‌دهد که نسبت خانوادگی، ویژگی آن شخص است. به این ترتیب، بسیاری از زیبایی‌شناسان متأخر تحت تاثیر این واقعیت قرار گرفته‌اند که دو چیز ذاتاً مشابه می‌توانند وضعیت هنری متفاوتی داشته باشند، و شی‌ای می‌تواند وضعیت هنری خود را تغییر دهد، درحالی که ذاتاً بدون تغییر باقی بماند.<sup>۱۹</sup> اما این فقط نشان می‌دهد که اثر هنری اساساً وابسته به برخی از روابط است. این امر نشان نمی‌دهد که مخاطب همان حلقه رابطی است که تاحدی سازنده اثر هنری است. آنچه می‌خواهیم بدانیم این است که چطور تشخیص دهیم یک رابطه، خویشاوندی به خصوصی نیست. برای مثال، عمو بودن اساساً شامل رابطه با همسر آتی آن کودک نیست. معرفت‌شناسی<sup>۲۰</sup> این روابط انکارشده چگونه است؟ احتمالاً باید ببینیم که آیا وجود و عدم وجود همسر آتی یک کودک بر وضعیت عموی او تاثیر می‌گذارد یا خیر. مشکل اینجا است که این مسئله ممکن است به اندازه چپستی فرضیه عمو بودن، بحث‌برانگیز باشد. می‌خواهیم بدانیم که در مورد هنر، آیا می‌توان وضعیت هنر بدون مخاطب را حفظ کرد یا نه. اما به نظر می‌رسد که برای سنجش شهردمان باید نمونه‌های واقعی و خیالی متعددی را در نظر بگیریم. آن وقت به حل و فصل نمونه‌های کافکا برمی‌گردیم- رویه‌ای که ممکن است تاحدی اثربخشی دیالکتیکی داشته باشد، اما ممکن است در برابر فرد زیبایی‌شناسی که شهود سرسختانه‌ای نسبت به نمونه‌ها دارد، کارساز نباشد. با این حال، ترجیح می‌دهیم که استدلالی اصولی داشته باشیم. اما یافتن استدلال اصولی نیز آسان نیست.

## ۲) کنش هنری منطقی

### الف. شفافیت عامدانه

خواه روابط هنر و مخاطب برای هنر بودن ضروری باشند یا خیر، برخی از این روابط وجود دارند. این رابطه، تقلیل و توجیه‌ناپذیر نیست. رابطه بین اثر هنری و مخاطب آن باید به دلیل ویژگی‌های فراتر اثر هنری و مخاطب برقرار باشد. پس سؤال اینجا است: این ویژگی‌ها دقیقاً چه ویژگی‌هایی

آثار هنری مختلف به شکل‌های گوناگون تحقق یابد. اما این تحقیق‌ها باید تحقق آن ویژگی‌هایی باشد که می‌توانیم آن‌ها را ارزشمند یا مطلوب تصور کنیم. پرداختن به این ویژگی‌ها باید دغدغه ما نسبت به هنر را آشکار کند. باید توضیح دهد که چرا هنر برای ما اهمیت دارد. (توجه داشته باشید که این امر فرض را بر این نمی‌گیرد که ویژگی‌های P، ویژگی‌هایی ارزش‌گذارانه هستند، تنها به این دلیل که ویژگی‌هایی هستند که می‌توانیم آن‌ها را ارزشمند و مطلوب بدانیم. و دلالت بر این دیدگاه غیرقابل قبول ندارد که تمام آثار هنری ارزشمندند و از این رو، هنر بدی وجود ندارد. این استدلال، تنها به این معنی است که آثار هنری دارای ویژگی‌هایی هستند که می‌توانیم آن‌ها را از منظر هنرمندان و مخاطبان، ارزشمند یا مطلوب برای تفکر بدانیم.)

نظریه پرداز ضد مخاطب ممکن است وسوسه شود این استدلال ساده را مطرح کند که نظریات مخاطب از پاسخ مبهم به این سوالات ممانعت می‌کنند، زیرا گفته می‌شود که ارتباط با مخاطب بخشی از ذات هنر است. مسئله این است که اگر بخواهیم برای توضیح یکی به دیگری متوسل شویم، باید از شکاف بین هنر و مخاطب حمایت کنیم؛ و اگر شکاف را از بین ببریم، هیچ توضیحی ممکن نیست. این که بگوییم هنر ارتباطی بنیادین با مخاطب دارد، مانع از تبیین آن رابطه است. بنابراین، اگر قرار است یک نظریه هنر، کار تبیینی مورد نظر ما را انجام دهد، نباید نظریه مخاطب باشد. با این حال، این استدلال ساده بسیار قابل فهم است. زیرا تفسیر مخاطب می‌توانست با برخی توضیحات در مورد علاقه ما به هنر منطبق باشد، حتی اگر آن نظریه توضیحی را ارائه نکرده باشد. با توجه به ماهیت تمدنی تجربه مخاطب، تنها چیزی که می‌توانیم از آن حمایت کنیم این است که تا زمانی که شرحی در مورد ویژگی‌های یک اثر هنری می‌دهیم که تجربه مخاطب به آن هدایت می‌شود، چیزی نداریم که مبنای چرایی امکان علاقه‌مندی مخاطب به هنر باشد. اما این فقط برای این است که بگوییم شکافی در نظریه وجود دارد، نه این که نمی‌توان آن را پر کرد. اگر بخواهیم به تبیین منطقی متوسل شویم تا از نظریات مخاطب ممانعت کنیم، بهتر است سعی نکنیم به این استدلال پردازیم که نظریات مخاطب قطعاً امکان تبیین منطقی را رد می‌کنند. بهتر است بحث زیرکانه‌تر باشد.

قبل از این که ادامه دهیم، خوب است در نظر داشته باشیم چه نظریه‌ای می‌تواند جایگزین نظریه مخاطب باشد. زیرا اگر موافق باشیم که اثر هنری دارای ویژگی نسبت‌مندی<sup>۲۴</sup> است (به دلیل امکان غیرقابل تفکیک بودن)، برخی کنجکاوند که در چه جای دیگری می‌توان آن نظریه را یافت. اگر در اینجا

مورد بحث قرار دهیم. مدنظر، دیدگاه دومی است که تا زمانی که در گوهر تجربه، ویژگی‌های آن اثری را که شکل می‌بخشد یا قرار است ببخشند مشخص نکنیم، تاکید بر رابطه با تجربه مخاطب (ادراک، احساس یا لذت)، تاثیر کمی در یافتن ماهیت هنر به همراه دارد. موضوع این نیست که تفسیر مخاطب محور رنگ باخته است، بلکه این تفسیر باید با مشخص کردن ویژگی‌های اثر هنری که مخاطب آن‌ها را تجربه می‌کند تکمیل شود.<sup>۲۱</sup>

در این مورد توضیح خواهیم داد زمانی که نظریه پرداز مخاطب این خلأ را مرتفع کند، نظریه در برابر استدلال مخالف خاصی آسیب پذیر می‌شود.

## ب. تبیین منطقی: مخاطب و نظریات معطوف به

### هنر مند

اگرچه نمی‌توانم در اینجا درباره این موضوع بحث کنم، اما به نظرم آن چه بیشتر از هر چیزی در نظریه هنر به آن نیاز داریم، تبیین منطقی است.<sup>۲۲</sup> بی‌تردید می‌خواهیم بدانیم هنر چیست. اما نمی‌توانیم به چپستی آن پردازیم، مگر این که بتوانیم توضیح دهیم چرا هنر برایمان اهمیت دارد. به یک نظریه هنری نیاز داریم که توضیح دهد چرا مردم به هنر علاقه‌مندند. چنین پرسش‌هایی بنیادین هستند: چرا هنرمندان آثار هنری خلق می‌کنند؟ چرا برای هنر، مخاطب وجود دارد؟ و چرا هنرمندان آثار خود را برای مخاطبان ارائه می‌کنند؟ پاسخ این پرسش‌ها مفروض و مسلم نیست. فلسفه هنر باید به پاسخ آن‌ها پردازد. هدف، بیان این نیست که چرا انسان‌ها از منظری خارج از تجربه انسانی به فعالیت هنری می‌پردازند، بلکه بیان این مسئله است که در خلق و تجربه هنر چه چیزی را مطلوب و ارزشمند می‌دانیم.<sup>۲۳</sup>

فرض کنید که بعضی از نظریات هنر، برخی از ویژگی‌های خاص و بارز آثار هنری را برمی‌گزینند. این ویژگی‌ها را ویژگی‌های P بنامید. ویژگی‌های P ممکن است ویژگی‌هایی مثل زیبایی، تجسم حقایقی درباره زندگی، عامل بهبود اخلاقی، بیان احساسات، داشتن مزایای اضافه یا هر چیز دیگری باشد. ویژگی‌های P حتی می‌توانند گسسته، بالقوه یا کارکردی باشند. بیاید ویژگی‌های P را باز بگذاریم. نظریه‌های مختلفی وجود خواهند داشت که ویژگی‌های متفاوتی را به عنوان ویژگی‌های تبیینی و جالب آثار هنری مطرح می‌کنند. اما اگر قرار است نظریه‌ای تبیین‌کننده باشد، باید نشان دهد که چگونه قابل درک است که ویژگی‌های ارائه شده ارزشمند یا مطلوب هستند. البته چنین ویژگی‌هایی ممکن است در

می‌توانیم بفهمیم که چرا ایجاد ویژگی‌های ارزشمند P، هدف یا حداقل هدف هنرمند است. با توجه به این که هنرمند این ویژگی‌ها را ارزشمند یا مطلوب می‌داند، قصد تحقق آن‌ها منطقی است. (برای سادگی کار، از این پس تفکیک واژه «مطلوب» را نادیده می‌گیرم.)

بنابراین، این سوال که چرا هنرمندان می‌خواهند آثار هنری بیافرینند و این سوال که چرا مخاطبان می‌خواهند آن‌ها را تجربه کنند را می‌توان با این نظریه پاسخ داد که آثار هنری دارای ویژگی‌های ارزشمند P هستند که در نظریه هنر مورد نیاز، مشخص شده است.

نظریه مخاطب، ارجاع به تجربه مخاطب از ویژگی‌های P یا تمایل او به تجربه آن ویژگی‌ها را در بر می‌گیرد، یا در غیر این صورت ارجاعی به این نیت است که مخاطب ویژگی‌هایی را تجربه کند یا تمایلی به تجربه آن‌ها داشته باشد. از سوی دیگر، یک نظریه هنرمندمحور، مستقیماً به ویژگی‌های P و رابطه هنرمند (تعمدی یا واقعی) با ویژگی‌های P متوسل می‌شود. اما در هر صورت، ویژگی‌های P که یک نظریه موفق هنر انتخاب می‌کند باید ویژگی‌هایی باشند که آن‌ها را قابل درک می‌کند و مردم آن‌ها را ارزشمند می‌دانند. این امر برای توضیح این که چرا هنرمندان می‌خواهند آثار هنری خلق کنند و چرا مخاطبان می‌خواهند آن‌ها را تجربه کنند، ضروری است. این باور که اثر هنری می‌تواند حائز ویژگی‌های P باشد، نیت هنرمند برای خلق آن را منطقی می‌کند؛ و باور شخصی به این که اثری دارای ویژگی‌های P است، تمایل آن‌ها برای تجربه یا ادامه تجربه آن را منطقی می‌کند. این به این معناست که همسویی منطقی، میان هنرمند و مخاطب، پیرامون همان ویژگی‌های ارزشمند P وجود دارد؛ اما در جهات مختلف.

به نظر می‌رسد تا اینجای کار، نیت هنرمند و تجربیات مخاطب در یک سطح باشند. بحث، این بوده است که ما به مفهومی از هنر نیاز داریم که بر اساس آن، این موضوع که مردم برای آفرینش و درک آثار هنری ارزش قائل هستند قابل درک باشد؛ و این بدان معنی است که ویژگی یا ویژگی‌هایی که به مثابه هدف نیت هنرمند یا تجربیات مخاطب برمی‌گزینیم که از نظر آن‌ها ارزشمند است، باید قابل درک باشند. شاید تصور شود هنرمند و مخاطب به یک/ندازه سازنده اثر هنری هستند. اما حالا بحث باید در جهتی پیش برود که به نوعی تبیین منطقی مورد نیاز دست یابیم. اما حداقلی که می‌توانیم برای دستیابی به تبیین منطقی آفرینش اثر هنری فرض کنیم چیست؟ پاسخ، پاسخ سریعی است. انگیزه تحقق ویژگی‌های P می‌تواند برای توجیه منطقی کنش هنرمند کافی باشد، و ارجاع به نیت مخاطب ضروری نیست. این مسئله از همسویی منطقی ناشی می‌شود.

از نظریه وابسته به مخاطب بودن صرف نظر کنیم، جایگزین آن یک نظریه هنرمندمحور است: می‌توانیم به رابطه میان هنرمند و اثر هنری نگاه کنیم. با توجه به نظریه هنرمندمحور که ویژگی‌های ارزشمند یا مطلوب خاصی را در آثار هنری فرض می‌گیرد، کاملاً قابل درک است که مخاطبان بخواهند آن ویژگی‌ها را در آثار و رویدادها شناسایی کنند. تبیینی در مورد کنش هنری تولید آثار ارائه خواهد شد. علاوه بر این، تبیینی منطقی از آن کنش‌ها ارائه می‌گردد: هنرمندان می‌خواهند آثار هنری خلق کنند، زیرا این آثار دارای ویژگی‌هایی هستند که برایشان ارزشمند یا مطلوب هستند. بر اساس نظریه هنرمندمحور، رسیدن به آن درک منطقی که به دنبالش هستیم، نسبتاً آسان است. با چنین توضیحی، نیاز نیست انکار کنیم که مخاطبان وجود دارند و از جهاتی مهم هستند. طبیعی است که هنرمندان بخواهند آثارشان مورد توجه دیگران قرار گیرد؛ و این درست است که خواسته‌ها و انگیزه‌های حامیان اغلب تاحدودی تعیین می‌کند که کدام آثار خلق شوند و چگونه باشند. با این حال، بر اساس چنین نظریه‌ای، مخاطب هیچ نقش اساسی در چیرستی اثر هنری ایفا نمی‌کند.<sup>۲۵</sup>

### ج. همسویی و تبیین حداقلی

بیایید نسبت به انگیزه‌های هنرمندان و مخاطبان بدبین نباشیم. بیایید فرض کنیم علاقه آن‌ها به خلق و تجربه یک اثر تماماً خارج از خود اثر نیست. به عنوان مثال، علاقه هنرمند صرفاً از این امر ناشی نمی‌شود که بتواند از اثر هنری برای کسب درآمد، کسب شهرت یا تغییر جامعه استفاده کند؛ و علاقه مخاطب صرفاً از این مسئله ناشی نمی‌شود که تأمل در برخی آثار هنری، موقعیت اجتماعی آن‌ها را بیان می‌کند یا باعث می‌شود آن‌ها احساس فرهیختگی کنند. بیایید به صورت غیربدبینانه فرض کنیم که هنرمند و مخاطب دغدغه چیزی را دارند که در اثر ارزشمند می‌دانند. (در بخش چهارم به انگیزه‌های منفعت‌طلبانه می‌پردازم.)

وجود ویژگی‌های ارزشمند P، دغدغه مخاطب برای تجربه آن ویژگی‌ها را بیان می‌کند. زیرا باور مخاطب به این که اثر دارای ویژگی‌های ارزشمند P است، آن را توجیه می‌کند که بخواهد اثر را تجربه کند یا به تجربه آن ادامه دهد. به همین دلیل است که مخاطبان اغلب برای تجربه آثار هنری، آماده پرداخت هزینه هستند. و به همین دلیل است که آن‌ها اغلب سعی می‌کنند هنرمندان را ترغیب به آفرینش چیزی کنند که معتقدند دارای ویژگی‌های ارزشمند P است.

اما اگر ویژگی‌های P، ارزشمند یا مطلوب در نظر گرفته شوند،

باشد که تولید هنر را بتوان به صورت منطقی بدون استناد به ارتباط با مخاطب توضیح داد. البته، در بسیاری از موارد، نیت هنرمند پیچیده است و مستلزم نگرش همسان به مخاطب و اثر است. اما این تنها در صورتی می‌تواند درست باشد که مواردی وجود داشته باشند یا بتوانند وجود داشته باشند که فرضیه ویژگی‌های ارزشمند P، به صورت منطقی آفرینش هنر را بدون در نظر داشتن مخاطب توضیح دهد.

همچنین شاید مخاطب نیز از این واقعیت آگاه باشد که هنرمند قصد داشته است مخاطبان آن ویژگی‌ها را تجربه کنند. در اینجا، پیچیدگی‌های گرایسی<sup>۲۷</sup> می‌تواند وجود داشته باشند. اما تمام پیچیدگی‌های گرایسی<sup>۲۸</sup>، لایه‌هایی هستند که بر اساس ضرورت شکل گرفته‌اند و تصور می‌شود برخی از آثار موجود یا پیش‌بینی شده دارای ویژگی‌های ارزشمندی هستند. به همین دلیل است که هنرمندان آثار هنری خلق می‌کنند. به همین دلیل است که مخاطبان می‌خواهند آن‌ها را تجربه کنند. و به همین دلیل است که هنرمندان می‌خواهند مخاطبان نیز آن‌ها را تجربه کنند. نتیجه این که قصد تحقق ویژگی‌های ارزشمند می‌تواند تبیین علی منطقی کافی برای چرایی خلق اثر باشد. این امر هم می‌تواند کنش هنرمند را توضیح دهد و هم آن را توجیه کند.

این وضعیت با نوع خاصی از نظریه مخاطب بالقوه تفاوتی ندارد. در نظریه مخاطب غیر بالقوه که تاکنون در نظر گرفته‌ایم، این‌طور استدلال کردم که تجربیات مخاطب (لذات، احساسات و غیره) ویژگی‌هایی هستند که می‌توانیم ارزشمندی آن‌ها را درک کنیم. بنابراین اگر بگوییم هنرمند چیزی می‌آفریند تا مخاطب آن را تجربه کند، گفته‌ای ناقص است: باید ویژگی‌هایی را مشخص کنیم که هنرمند قصد دارد مخاطب آن‌ها را تجربه کند. اما اگر آن‌ها ویژگی‌های ارزشمندی هستند، پس استدلال تبیین حداقلی مطرح می‌شود: ایده تحقق این ویژگی‌ها می‌تواند آفرینش هنر را منطقی کند. حال اگر بگوییم نیت هنرمند خلق چیزی است که مخاطب تمایل به تجربه آن داشته باشد، صرفاً نمود نقصان‌ها را به تعویق می‌اندازد. این گفته نیز ناقص است. تنها زمانی می‌توانیم ارزشمند تلقی شدن تمایلات را درک کنیم که نموده‌های این تمایلات ارزشمند تلقی شوند. اما نموده‌های این تمایلات، تجربیات خاصی از اثر هنری است. بنابراین، باید ویژگی‌های اثر هنری را که ارزشمند تلقی می‌شوند مشخص کنیم. بر اساس نظریه مخاطب بالقوه، هدف هنرمند فقط این است که مخاطب تمایل به تجربه ویژگی‌های خاص P داشته باشد، زیرا او فکر می‌کند که اگر این تمایلات نمود یابند و آن‌ها واقعاً ویژگی‌های P را تجربه کنند، برای مخاطب ارزشمند خواهد بود. اما پس از

اگر مخاطبی منطقی باشد و به ویژگی‌های P علاقه نشان دهد، زیرا از نظر مخاطبان ویژگی‌های ارزشمندی هستند، پس هنرمندی که فکر می‌کند ویژگی‌های P ارزشمندند، منطقی است که سعی کند آن‌ها را با خلق یک اثر هنری محقق کند. بنابراین می‌توانیم صرفاً با استناد به میل و نیت هنرمند برای تحقق ویژگی‌های P، توجیهی منطقی برای آفرینش اثر هنری ارائه دهیم.

#### د. سه‌سویه‌سازی مسئله<sup>۲۶</sup> و تبیین حداقلی

بیا بید حالا جلوتر برویم و منطقی بودن نیت هنرمند را در موارد مربوط به مخاطب در نظر بگیریم. همه نظریه‌ها باید بپذیرند که گاهی هنرمندان نیت معطوف به مخاطب دارند. سوالات تبیینی منطقی، صرفاً سوالاتی مانند «چرا هنرمندان آثار هنری خلق می‌کنند؟» و «چرا مخاطبان می‌خواهند آن‌ها را تجربه کنند؟» نیست، بلکه این سوال می‌تواند باشد که «چرا هنرمندان می‌خواهند مخاطبان، هنر را تجربه کنند؟» یک بار دیگر، با فرض این که هنرمندان کاملاً جاه‌طلب نیستند، پاسخ این سؤال می‌تواند این باشد که وقتی هنرمندان نیت مخاطب‌محور دارند، به این دلیل است که قصد دارند مخاطب چیزی با ارزش در اثرشان بیابد (یا تمایل به یافتن داشته باشد). اما اگر این درست باشد، می‌توانیم بگوییم که هنرمند صرفاً با ایده به تجسم در آوردن آن ارزش، می‌تواند انگیزه‌ای منطقی برای خلق اثر داشته باشد.

برای تقویت این استدلال می‌توان این سوال را پرسید: چرا اصلاً هنرمند می‌خواهد مخاطب آن اثر را تجربه کند؟ مطمئناً گذشته از اهداف منفعت‌طلبانه - به این دلیل که هنرمند معتقد است که این تجربه، تجربه/ ارزشمندی خواهد بود. وقتی مخاطب در اهداف هنرمند نقش می‌بندد، باید به این دلیل باشد که او امیدوار است مخاطب ویژگی‌های ارزشمند P را تجربه کند (یا مشتاق تجربه آن‌ها باشد). دیدگاه هنرمند فقط این نیست که مخاطب ویژگی‌های P را تجربه کند، بلکه این است که تجربه مخاطب از آن‌ها/ ارزشمند خواهد بود. اینجاست که دوباره می‌توانیم یک استدلال تبیین حداقلی را ارائه کنیم. اگر هنرمند، تجربه مخاطب از ویژگی‌های P را/ ارزشمند/ ارزیابی می‌کند، تنها به این دلیل است که هنرمند ویژگی‌های P را ارزشمند می‌داند. اما اگر این درست باشد - این باور که این ویژگی‌های ارزشمند P در اثری تحقق می‌یابند - می‌تواند به طور منطقی توضیح دهد که چرا هنرمند عامدانه به آن ویژگی‌ها عینیت می‌بخشد. و این بدان معنا است که ممکن است مواردی وجود داشته

آن ویژگی‌های ارزشمند چیزی است که باید در ماهیت هنر گنجانده شود. استدلال تبیین حداقلی، غیرقابل قبول بودن هرگونه تلاشی برای تفکیک نظریه ماهیت هنر از نظریه چرایی ارزش‌گذاری آن را نشان می‌دهد.

### ۳) نظریات مخاطبان بالقوه

#### الف. مخاطبان حقیقی و بالقوه

استدلال تبیین حداقلی ما را به این نتیجه می‌رساند که در برخی مواقع، توجیه و منطقی کردن رفتار هنرمند کافی است تا فرض کنیم که او می‌خواست و معتقد بود که می‌تواند با ویژگی‌های ارزشمند P چیزی را بیان کند. هنگامی که ویژگی‌های ارزشمند P را متمایز کردیم، می‌توانیم از عقلانیت خواست مخاطب به تجربه آن‌ها و از عقلانیت خواست هنرمند که مخاطب آن‌ها را تجربه کند، به امکان تبیین منطقی کنش هنری پردازیم که صرفاً به باورها و خواسته‌های هنرمند در مورد ویژگی‌های P اثر هنری متوسل می‌شود. پس این تمام چیزی است که باید در ماهیت هنر بگنجانیم.

اما این امر در مورد خود ویژگی‌های P چه چیزی را بیان می‌کند؟ علی‌رغم آن‌چه گفته شد، هنوز ایرادی بر این نوع خاص از دیدگاه مخاطبان بالقوه نداریم. بر اساس برخی نظریه‌ها، ویژگی‌های برجسته P آثار هنری، که علاقه ما را به آن‌ها توجیه می‌کند، مشابه با قابلیت ایجاد تجربه در مخاطبان خاصی است یا به آن بستگی دارد.<sup>۲۹</sup> برای مثال، فرض کنید که ویژگی‌های ارزشمند P، ویژگی‌های زیبایی‌شناختی هستند، و فرض کنید که بیان درست ویژگی‌های زیبایی‌شناختی این است که آن‌ها قابلیت ایجاد تجربیات خاصی در مخاطبان خاصی هستند.<sup>۳۰</sup> شاید زیبایی‌شناختی برانگیختن لذت در ناظرانی باشد که آن را تجربه می‌کنند، ناظرانی که مخاطبان «متعارف» یا شاید «ایده‌آل» هستند. در صورت درستی چنین اظهارنظری، به نظر می‌رسد که اثر هنری ممکن است غیرمستقیم وابسته به مخاطب باشد. این ایده تقریباً به این معناست که اثر، اثر هنری است، اگر و تنها اگر هنرمند عمدانه به آن، قابلیت برای ایجاد تجربیاتی در مخاطبی خاص را ببخشد. این دیدگاه بیردزلی است و نوعی نظریه ابزارگرایانه ارزش زیبایی‌شناختی را پیش‌فرض می‌گیرد؛ زیرا ویژگی‌های اثر، تنها به این دلیل ارزشمندند که در یک رابطه علی با تجربیات قرار دارند.

بنابراین، اگرچه بحث تبیین حداقلی به این نتیجه می‌رسد که توجیه عقلانی آفرینش هنری فقط باید به نیت هنرمند در مورد ویژگی‌های P آثار هنری متوسل شود، اما ویژگی‌های P

آن، بحث تبیین حداقلی پیش می‌آید. اگر نمود این تمایلات به این دلیل ارزشمند باشد که مخاطب تجربه سودمندی از ویژگی‌های P داشته باشد، حداقل در برخی موارد می‌توانیم تولید هنر را با ارجاع مستقیم به دغدغه هنرمند برای تحقق ویژگی‌های P توضیح دهیم.

#### ه. از تبیین حداقلی تا ماهیت

ماهیت یک چیز نمی‌تواند بی‌ربط به تفسیر وجودی آن باشد. به عنوان مثال، اگر آب وجود دارد، باید با مولکول‌های هیدروژن و اکسیژن ارتباط داشته باشد. اگر زمانی که آب به وجود می‌آید، و ربطی به مولکول‌های کربن نداشته باشد، پس کربن جزئی از ماهیت آب نیست. به این ترتیب، اگر گاهی بتوان آفرینش هنر را بدون هیچ ارجاعی به تجربه مخاطب توضیح منطقی داد، نمی‌توان گفت که ارتباط با تجربه مخاطب بخشی از ماهیت هنر است. اگر ارتباط با تجربه مخاطب بخشی از ماهیت آن بود، تبیین وجودی آثار هنری نمی‌توانست آن ماهیت را نادیده انگارد. اما همان‌طور که دیدیم، ارتباط با مخاطب نیاز ندارد نقشی در تبیین منطقی آفرینش هنری داشته باشد. بنابراین، ارتباط با مخاطب جزئی از ذات هنر نیست. حداقل چیزی که برای تبیین منطقی خلق هنر نیاز داریم، قصد تحقق ویژگی‌های ارزشمند در ابژه یا رویداد است. بنابراین، تحقق ویژگی‌های ارزشمند، تنها چیزی است که باید در ذات هنر بگنجانیم. از این گذشته، هر نقشی که مخاطب در واقع ایفا می‌کند، تنها با این فرض قابل توضیح است که هنر ماهیتی مستقل از مخاطب دارد.

گاهی گفته می‌شود یا فرض می‌شود که نظریه ماهیت هنر یک چیز است و نظریه این‌که چرا به آن ارزش می‌دهیم چیز دیگری است. از این رو، باید یک نظریه مخاطب با ارزش خنثی داشته باشیم که با توضیحی در مورد این‌که چرا چنین چیزهایی ارزشمند تلقی می‌شوند تکمیل شده باشد. اما این یک گزینه نیست. بحث همسویی نشان می‌دهد که نگرش‌های حسی هنرمند و مخاطب باید به همان ویژگی‌های ارزشمند آثار هنری معطوف شوند. و برهان سه‌سویه‌سازی نشان می‌دهد که اگر هنرمندی قصد دارد مخاطب آن ویژگی‌های ارزشمند را تجربه کند، به این دلیل است که فکر می‌کند آن ویژگی‌ها به‌گونه‌ای هستند که تجربه آن‌ها سودمند است. پس اگر هنرمند این ویژگی‌ها را ارزشمند می‌داند، این امر، آفرینش آثاری را که به باور او حائز این ویژگی‌ها هستند، منطقی می‌کند. بنابراین، توسل به آن ویژگی‌های ارزشمند برای تبیین منطقی خلق اثر هنری مورد نیاز است و تحقق



همچنین می‌توانیم دربارهٔ این‌که دقیقاً چه نوع تمایلی مورد نظر است بحث کنیم. به عنوان مثال، می‌توانیم نظریه‌های «صلب» را که تمایل به تاثیرگذاری بر آن نوع موجوداتی دارند که اکنون هستیم، از نظریه‌های «غیرصلب» - که می‌پذیرند اگر ما تغییر کنیم، وضعیت هم تغییر خواهد کرد - متمایز کنیم.<sup>۳۲</sup>

اما از نگاه ما جالب‌تر، تمایز بین نظریه‌هایی است که به تجربهٔ افرادی مثل ما متوسل می‌شوند و نظریه‌هایی که به تجربیات خاص تر «ناظران ایده‌آل» علاقه‌مندند. گاهی اوقات ناظر ایده‌آل صرفاً کسی است که اشراف کاملی دارد. اما گاهی ناظر ایده‌آل فردی است که آن‌طور که باید، درک یا قضاوت می‌کند. چنین نظریه‌هایی بر یک بنیاد قاعده‌مند<sup>۳۳</sup> شکل می‌گیرند. یک نوع نظریه می‌گوید که اثری زیباست، اگر تمایل به ایجاد لذت داشته باشد، در حالی که نظریهٔ دیگر می‌گوید اثری زیباست، اگر تضمین‌کنندهٔ لذت باشد. می‌توانیم این نظریه‌ها را نظریات «محض» و «قاعده‌مند» بنامیم.

### ج. ولهیم و آثار باز نمایانه<sup>۳۴</sup>

دربارهٔ آثار هنری باز نمایانه، پیچیدگی‌هایی وجود دارد. ریچارد ولهیم<sup>۳۵</sup> می‌نویسد: «هنرمند برای ایجاد تجربهٔ خاصی در ذهن تماشاگر نقاشی می‌کند.» سپس ولهیم وجه تمایزی را به عنوان پشتوانهٔ گفتهٔ خود یا توضیح آن مطرح می‌کند: اگر هنرمندی بخواهد لذت ببخشد، نقاشی می‌کشد تا تجربه‌ای خاص ایجاد کند. او نقاشی می‌کند تا تجربه‌ای لذت‌بخش ایجاد کند. اما ادعای من این است که به همان اندازه که هدفش تولید محتوا یا معناست - که هدف اصلی اوست - نقاشی می‌کند تا تجربه‌ای خاص تولید کند. هنرمند نقاشی می‌کند؛ زیرا ماهیت و معنای تصویر این چنین است و نیز از این معبر می‌تواند معنای مورد نظر را به مخاطب ارائه کند.<sup>۳۶</sup> این ادعای دوگانهٔ ولهیم است. او مطلبی را در تایید این گفته در ادامه بیان می‌کند:

به بیان ساده‌تر، هنرمند نقاشی می‌کند تا تجربه‌ای ویژه ایجاد کند - یعنی زمانی که صرفاً به تولید لذت می‌پردازد - صراحتاً به تجربهٔ شخصی خود در برابر تصویر، متکی است و علاقه‌مند است که دریابد آیا این تجربه لذت‌بخش است یا خیر.

در حالی که در مورد مفهوم تصویری، می‌خواهد مطمئن شود تجربه‌ای که اثر در دیگران ایجاد می‌کند با خواستهٔ ذهنی یا هدفی که وی ترسیم می‌کند هماهنگ باشد.<sup>۳۷</sup> ولهیم به‌درستی سوالات مربوط به لذت را از سوالات مربوط

ممکن است در ارتباط بالقوه با مخاطب باشند یا نباشند. اگر ویژگی‌های ارزشمند P، در ارتباط بالقوه با مخاطب نباشند، می‌توانیم استدلال تبیین حداقلی را به کار گیریم تا توضیحی منطقی برای خلق برخی آثار هنری داشته باشیم، بدون این‌که مستلزم باورها و تمایلات در مورد ارتباط واقعی یا بالقوه با مخاطب باشد. اما اگر ویژگی‌های ارزشمند P، در ارتباط بالقوه با مخاطب باشند، آن استدلال کافی نخواهد بود؛ و به نظر می‌رسد که غیرمستقیم مجبور خواهیم شد به چنین رابطه‌ای در ماهیت هنر اعتراف کنیم.

ترجیح می‌دادم استدلال علیه نظریه‌های مخاطبان دربارهٔ ویژگی‌های زیبایی‌شناختی، از نظر معنوی بی‌طرف بماند. اما استدلالی که در ادامه می‌آورم ممکن است یکی از اشکال رایج قابلیت‌مندی<sup>۳۸</sup> دربارهٔ ویژگی‌های زیبایی‌شناختی را دچار چالش گرداند. این هدف فعلی من نیست. اما اگر از عوارض جانبی این بحث باشد، ناراحت نمی‌شوم.

### ب. انواع قابلیت‌مندی

بیاید نسخه‌های مختلف نظریهٔ مخاطب بالقوه را از هم تفکیک کنیم.

قبلاً در بخش دوم (قسمت د)، یک نوع نظریهٔ مخاطب بالقوه را کنار گذاشتیم. آن نظریه، ویژگی‌های بالقوه P را دربر نمی‌گرفت و تهدیدی برای فرضیهٔ این مقاله نبود. فرضیه صرفاً این بود که هنرمند قصد دارد مخاطب تمایل به تجربهٔ ویژگی‌های P داشته باشد. اما بر اساس نظریهٔ مخاطبی که اکنون در نظر می‌گیریم، ویژگی‌های P، همان تمایلات هستند.

برای سادگی مسئله فرض کنیم که ویژگی‌های P، ویژگی‌های زیبایی‌شناختی هستند. از این رو، بین نظریه‌های ساختاری پیرامون ویژگی‌های زیبایی‌شناسانه، می‌توان تمایزهای مختلفی قائل شد.

در یک نظریهٔ بالقوه، بر سر محتوای تجربهٔ مخاطب، اختلافاتی وجود دارد. فرض کنید فردی مجسمه‌ای را زیبا می‌داند. آیا محتوای لذت او خود زیبایی است یا ویژگی‌های غیرزیبایی‌شناسانهٔ مشهود مجسمه؟ فرض کنید می‌گوییم زیبایی، تمایلی برای برانگیختن تجربیات است و آن تجربیات مربوط به زیبایی است. این فرض برای نظریه‌پرداز مخاطب مشکل‌ساز است؛ زیرا اگر زیبایی در بستر تجربهٔ مخاطب شکل بگیرد، استدلال تبیین حداقلی مؤثر خواهد بود. اگر تجربهٔ مخاطب دربارهٔ زیبایی باشد، این زیبایی می‌تواند هنرمند را ترغیب به خلق اثر کند. از این رو، به گمانم بهتر است نظریه‌پرداز مخاطب بگوید که لذت در ویژگی‌های غیرزیبایی‌شناسانهٔ اثر است، نه در زیبایی آن.

می‌کنند تا به آن‌ها در حل مشکلاتشان کمک کند. بنابراین صرف نمایشنامه بودن، چیزی را به اثر هنری تبدیل نمی‌کند. از سوی دیگر، ممکن است تصمیم بگیریم که نقاشی‌های بازنمایانه و نمایشنامه‌ها را به عنوان آثار هنری بپذیریم. در آن صورت، مشخص می‌شود که گرچه برخی از آثار هنری اساساً با مخاطب ارتباط دارند، برخی دیگر این‌طور نیستند. این بدان معناست که نمی‌توانیم این ادعای کلی را داشته باشیم که همه آثار اساساً با مخاطب ارتباط دارند. پس بیایید سوالات برخاسته از ویژگی‌های بازنمایانه آثار هنری را کنار بگذاریم.<sup>۳۹</sup> کاری که می‌خواهیم انجام دهیم این است که دیدگاه ولهیم را درباره آن جنبه‌هایی از هنر که فقط به لذت مربوط می‌شوند، مورد بررسی قرار دهیم.<sup>۴۰</sup> بنابراین در حالی که ولهیم در مورد ویژگی‌های بازنمایانه درست می‌گوید، آن‌چه می‌گوید به همه آثار هنری تعمیم نمی‌یابد، و هیچ خدشه‌ای به یک نظریه کلی مخاطب وارد نمی‌کند.

#### ۴) خودمختاری هنری

##### الف. نوع دوستی هنری؟

ظاهراً در پس نظریه‌های مخاطب، چیزی مانند ایده هنر به مثابه ارتباط نهفته است؛ اما همان‌طور که فرد نمی‌تواند به خودش هدیه دهد، هیچ منطق بدیهی وجود ندارد که از طریق آن با خود ارتباط برقرار کند. بنابراین می‌خواهیم برای مدتی به یک مفهوم «انحصاری» از مخاطبی که هنرمند را در بر نمی‌گیرد، بپردازیم. البته، هنرمند ممکن است عضوی از دنیای هنر یا انسانی علاقه‌مند به هنر باشد. هنرمند می‌تواند مخاطب آثار هنرمندان دیگر باشد. اما وقتی هنرمندی، اثری می‌آفریند، او مخاطب آن/اثر خاص به حساب نمی‌آید. این فرض را در قسمت پنجم کنار خواهیم گذاشت. این استراتژی، استراتژی تقسیم و حل<sup>۴۱</sup> است.

واضح است که چرا جامعه مخاطبان ممکن است به موضوعاتی علاقه‌مند شوند که تمایل به ارائه تجربیات به آن‌ها دارند. اما چرا هنرمند در صورتی که عضوی از آن مخاطبان نیست، اصلاً دغدغه تحقق قابلیت تاثیرگذاری بر مخاطب را داشته باشد؟ یک احتمال این است که او انگیزه نوع دوستانه داشته باشد - او تحت تاثیر عشق به مخاطبان قرار می‌گیرد. خوب، همه این‌ها بسیار خوب است. اما مطمئناً این یک احتمال خاص و غیرعادی است. در واقع، هنرمندان اغلب به هرگونه تاثیر واقعی یا بالقوه آثارشان بر دیگران اهمیت نمی‌دهند.<sup>۴۲</sup> علاوه بر این، اگرچه نوع دوستی معمولاً از نظر اخلاقی

به محتوا یا معنا متمایز می‌کند. این تمایز مفید است. من با آن‌چه ولهیم درباره ویژگی‌های بازنمایانه می‌گوید موافقم، اما گفته‌های او درباره جنبه‌های لذت‌بخش آثار هنری را به چالش خواهیم کشید. باید بدانیم آن‌چه درباره آثار هنری بازنمایانه می‌گوید به همه آثار هنری تعمیم نمی‌یابد. آثار تجسمی بازنمایانه را که دارای محتوا یا معنا هستند در نظر بگیرید؛ به نظر می‌رسد هنرمندانی که آثار بازنمایانه خلق می‌کنند، برای تجربه آن، می‌بایست مخاطبی را در ذهن داشته باشند. از دید من، ولهیم درست می‌گوید که بازنمایی تصویری مستلزم «دیدن از منظر» یا «دیدن به مثابه» چیزی است.<sup>۳۸</sup> هنرمندی که اثر هنری بازنمایانه می‌آفریند، باید به این بیندیشد که اثر، تمایل به تولید تجربه‌های خاصی از «دیدن از منظر» یا «دیدن به مثابه» دارد. بنابراین، این که آیا یک اثر هنری دارای ویژگی بازنمایانه خاصی است یا خیر، از این جهت که متضمن ارتباط با نیت مخاطب محور هنرمند است، وابسته به مخاطب است. علاوه بر این، اگر اثر هنری بازنمایانه باشد، از آنجایی که احتمالاً دارای ویژگی‌های اساساً بازنمایانه خود است، همان اثری است که باید باشد و مخاطب محور نیز هست. بنابراین چنین می‌نماید نظریه مخاطب در مورد آثاری که دارای ویژگی‌های بازنمایانه هستند می‌تواند صادق باشد. یک پاسخ به این استدلال این است که بگوییم اگرچه بازنمایانه بودن اثری وابسته به مخاطب است، اما این بدان معنا نیست که وضعیت هنری یک اثر بازنمایانه وابسته به مخاطب است. بسیاری از بازنمایی‌ها آثار هنری نیستند و بسیاری از آثار هنری، بازنمایی نیستند. بنابراین آن‌چه که اثری را به بازنمایی تبدیل می‌کند و آن‌چه که آن را تبدیل به هنر می‌کند، از هم متمایز هستند. بعضی هم بازنمایی هستند و هم اثر هنری. اما این بدان معنا نیست که ویژگی هنر بودن اساساً شامل هر رابطه‌ای با مخاطب می‌شود که برای آثاری خاص ضروری است. یک نمایشنامه را در نظر بگیرید. درست است، نمایشنامه برای ارائه به تماشاگر است. اساساً، نمایشنامه همین است. جایگاه اثر به عنوان یک نمایشنامه بستگی به نیت مخاطب محور نویسنده دارد. و این که نمایشنامه یک نمایشنامه ویژه باشد وابسته به نیت خاص مخاطب محور او دارد. اما این به این معنا نیست که وضعیت نمایشنامه به عنوان اثر هنری به نیت مخاطب محور بستگی دارد. نمایش‌های ساده‌ای برای کودکان در مورد ایمنی جاده وجود دارد که فاقد جایگاه هنری هستند. و نمایش‌های ساده‌ای در دنیای تجارت وجود دارد که به روابط با مشتری می‌پردازند. (زمانی ویدئوی وحشتناکی به من نشان داده شد که تکنیک‌های مصاحبه «خوب» و «بد» را نشان می‌داد.) و در برخی از شیوه‌های درمانی، بیماران موقعیت‌های خاصی را اجرا

## ب. حمایت<sup>۴۷</sup> و جامعه‌شناسی

نوع دوستی تنها دلیلی نیست که هنرمندان ممکن است نگران این باشند که آثارشان در نظر دیگران چطور به چشم می‌آید. نظریهٔ هنرمندمحور مدنظر من - در باب واقعیات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی نابسامانی که تولید هنری را احاطه کرده‌اند، بسیار دور از واقعیت است - مورد اعتراض قرار خواهد گرفت. مهم‌تر از همه، این که واقعیتهای حمایت و بازار هنر وجود دارند. ممکن است مخاطب آماده باشد برای آثار خاصی پول بپردازد، اما برای انواع دیگر نه. این امر اغلب، هنرمندان را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

من هیچ‌کدام از این‌ها را انکار نمی‌کنم. با این حال، مسئلهٔ بسیار مهم این است که این عوامل اجتماعی، بسیاری از ویژگی‌های اثر هنری را تعیین می‌کنند، اما نه همهٔ آن‌ها را. چنین عواملی باعث عدم تعیین محصول نهایی می‌شوند. آن‌ها اغلب ضروری هستند، اما هرگز برای تبیین اثر هنری کافی نیستند (یا به ندرت کافی هستند). برخی از رفتارهای هنری از این جهت که انگیزهٔ آن‌ها دغدغهٔ مخاطب است، از سوی مخاطب تعیین می‌شوند. اما اصلاً قابل قبول نیست که همهٔ رفتارهای هنری به این شکل قابل توضیح باشند.

لازم نیست بپرسیم که آیا هنرمند حتی اگر مخاطبی نداشت، اثری خلق می‌کرد؟ این سوال بسیار بزرگی است. این تصور وجود دارد که آثار هنری دارای برخی ویژگی‌هایی هستند که تحقق آن‌ها توسط هنرمند وابسته به مخاطب نیست. مخاطب ممکن است طیف وسیعی از گزینه‌ها را تعیین کند، اما در این محدوده، انتخاب‌های قابل توجهی برای هنرمند وجود دارد. انتخاب نهایی در آن محدوده، با خود هنرمند خواهد بود.

دو نمونهٔ روشنگر: نمونهٔ اول، کالین رو<sup>۴۸</sup>، مورخ معماری دربارهٔ لاتورت<sup>۴۹</sup> اثر لوکوربوزیه<sup>۵۰</sup> می‌نویسد:

نقشهٔ ساختمان، مشخص بود. قرار بود صومعه‌ای بنا شود که عموم مردم در مواقعی بتوانند وارد آن شوند. قرار بود صد اتاق کوچک برای اساتید و دانشجویان، یک نمازخانه، یک اتاق غذاخوری، کتابخانه، کلاس‌های درس و فضاهایی برای کنفرانس و تفریح وجود داشته باشد. تنها یک مشکل با آداب بنیادی وجود داشت. گرچه معمار محدودیت‌های بسیار مشخصی داشت، و در چارچوب یک برنامهٔ مذهبی بود که اصول آن بیش از هفت قرن پیش بنا شده بود، اما نمی‌توان ادعا کرد که الزامات عملیاتی که با آن‌ها مواجه بود، بسیار سخت، غیرمنعطف و همچون چالشی اجتناب‌ناپذیر بودند.

ساختمان مطابق با الگوی رایج<sup>۵۱</sup> را تصور کنید: یک حجم شش‌ضلعی بزرگ که با جهت‌گیری به سمت داخل، به صورت

قابل‌ستایش تلقی می‌شود، اما وقتی در مورد انگیزه‌های خلق هنر فکر می‌کنیم، دغدغهٔ مخاطبان را می‌توان از یک منظر منفی نگریست. استراوینسکی<sup>۴۳</sup>، از آهنگسازان جوان می‌خواست مخاطبان را فراموش کنند و برای خود آهنگسازی کنند. او قطعاً به چیزی غیرممکن اصرار نمی‌کرد.<sup>۴۴</sup> سوزی گابلیک<sup>۴۵</sup> گله می‌کند که یکی از دلایل اصلی افول هنرهای تجسمی در نیمهٔ دوم قرن بیستم، دستیابی به موفقیت شغلی توسط هنرمندانی بوده است که می‌خواهند مخاطبان یا جهان هنر را به بهای هنر برای هنر خشنود کنند. او در مقابل، گرایش زاهدانه‌تر مدرنیست‌های اولیه را برای اجتناب از تحسین عمومی و جلب رضایت منتقدین می‌ستاید.<sup>۴۶</sup> با توجه به این که بسیاری از هنرمندان می‌گویند که هنرشان را به خاطر نفس هنر یا به خاطر خودشان می‌آفرینند، قابل قبول نیست که جلب رضایت مخاطب انگیزهٔ تولید تمام هنرها باشد. مسئله در اینجا صرفاً این نیست که هنرمندان گاهی دغدغهٔ نوع‌دوستانه‌ای ندارند که آیا آثارشان واقعاً مخاطب را خشنود می‌کند یا نه، بلکه این نیز هست که آن‌ها گاهی اوقات هیچ دغدغهٔ نوع‌دوستانه‌ای ندارند که آیا آثارشان قابلیت جلب رضایت مخاطب را دارد یا نه - در جایی که آن مخاطب، مخاطبی از بین مردم عادی است که در مقابل برخی مخاطبان ایده‌آل و انتزاعی قرار می‌گیرد که بنابه تعریف، قادر به شناسایی ویژگی‌های ارزشمندی است که به باور هنرمند در اثر محقق شده است. یک مثال جالب مربوط به زندانیان اردوگاه‌های کار اجباری نازی‌ها است که برای اسیرکنندگان خود موسیقی می‌نواختند یا آثار معماری طراحی می‌کردند. البته آن‌ها در درجهٔ اول می‌خواستند جان خود را نجات دهند. اما از نواختن موسیقی یا طراحی به خاطر نفس خودش افتخار هم می‌کردند. این حس غرور، ناشی از دغدغهٔ درونی آن‌ها در مورد تاثیر کارشان بر اسیرکنندگان نبود - خواه آن تاثیر واقعی باشد یا بالقوه و خواه تاثیر آن لذت باشد یا هر تاثیر ارزشمند دیگری. به احتمال زیاد آن‌ها از چنین تاثیرگذاری‌هایی پشیمان شدند، یا این که دغدغهٔ درونی نسبت به آن‌ها نداشتند.

انگیزه‌ها معمولاً به انگیزه‌های خودخواهانه و نوع‌دوستانه تقسیم می‌شوند، اما در واقع نوع سومی از انگیزه وجود دارد که نه نوع‌دوستانه است و نه خودخواهانه به معنای معمول. کسی که سرگرمیش جمع‌آوری پروانه است، انگیزه‌ای دارد که نه خودخواهانه است و نه نوع‌دوستانه. این که بگوییم نقاشان گاهی برای خودشان نقاشی می‌کشند یا آهنگسازان باید برای خودشان آهنگسازی کنند، به این معنا نیست که کنش‌هایشان انگیزه‌های خودخواهانه دارد یا باید داشته باشد. این شیوه‌ای است برای تاکید بر خودمختاری هنری - عدم توجه به مخاطبان در تولید هنر.

نقش سیاسی را ایفا کند. بنابراین دو عامل وجود دارد و صرفاً با هم تسلط اکسپرسیونیسم انتزاعی را توجیه می‌نمایند، در حالی که گیلبا، جنبه ایدئولوژیک را دلیل کافی معرفی می‌کند. می‌بایست عوامل ظاهری و ایدئولوژیک را به عنوان علل فردی لازم و مشترکاً کافی بدانیم.

این دو مورد نشان‌دهنده این امر است که با وجود همه عوامل تاثیرگذار و محدودکننده تولید هنر، هنرمند در فضای باقیمانده، هنوز آزادی دارد. این آزادی، عدم توجه به تاثیرات واقعی یا غیرمستقیم اثر هنری بر دیگران است - به استثنای این دغدغه هنرمند که مخاطب ارزش‌هایی را شناسایی کند یا تمایل به شناخت آن‌ها داشته باشد که در اثر محقق نموده است. نوشته کالین رو، به خوبی نشان می‌دهد که برخی از تصمیمات لوکوربوزیه خودمختار بوده است. در مقابل، گیلبا و بسیاری دیگر که از منظر جامعه‌شناسانه درباره هنر می‌نویسند، به اشتباه این فضای خلاقانه را حذف می‌کنند. شاید گرینبرگ بیش از حد به این موضوع پرداخته باشد، اما برخلاف گیلبا و دیگران، حق با او بود و تاحدودی خودمختاری در تولید هنری را مجاز می‌دانست.<sup>۶۰</sup>

در بخش‌های اول و دوم مطرح کردم که مواردی وجود دارند که آفرینش هنری را می‌توان بدون ارجاع به فردی غیر از هنرمند توضیح داد. اگرچه برخی از تولیدات هنری با مخاطب پیوند خورده است، برخی این‌طور نیستند. اما در اینجا مشاهده کردیم که حتی در مواردی که عوامل تاثیرگذار خارجی بر تصمیم‌گیری هنرمند وجود دارند، همیشه برخی از ویژگی‌های اثر هستند که نمی‌توان آن‌ها را بدون اشاره به میل (درونی) هنرمند مبنی بر این که اثر باید به شیوه خاصی باشد، توضیح داد.

### ج. خودمختاری و قابلیت‌مندی

نظریه‌های بالقوه می‌توانند محض یا قاعده‌مند باشند. بر اساس نظریه محض مخاطب، هدف، ایجاد تمایل به تاثیرگذاری بر مخاطب واقعی - مخاطبی با گوشت و خون - است که هنرمند به صورت مستقیم یا غیرمستقیم می‌شناسد. اما هنرمند بر اساس نظریه قاعده‌مند، مخاطب ایده‌آلی در ذهن دارد و ممکن است همه مخاطبان واقعی انتظارات او را برآورده نکنند.

مشاهده کردیم که اگر دغدغه هنرمند پیرامون تجربه مخاطب واقعی را کنار گذاریم، آزادی هنری فراوان و یک باقیمانده خودمختار به جای می‌ماند؛ حتی اگر دغدغه هنرمند نسبت به آن چه که مخاطب واقعی تمایل به تجربه

انواع شش‌ضلعی‌های کوچک، تراس‌ها و راه‌های سرپوشیده تکثیر می‌شد. سازه‌ای به سبک میس<sup>۵۲</sup> را تداعی می‌کند. ساختارهای اولیه به سبک آلتو<sup>۵۳</sup> و بسیاری از سبک‌های دیگر به تخیل هجوم می‌آورند. اما تعداد انتخاب‌های در دسترس برای هر طراح در هر دوره، هرگز به خوبی گزینه‌هایی که در واقعیت وجود دارند، نیست. مانند هر دورانی، هر طراحی سبک خود را دارد - مجموع تمایلات عاطفی، گرایش ذهنی، و اعمال مشخصه‌ای که در مجموع هویت او را تشکیل می‌دهند؛ و ساختمان لوکوربوزیه با گستردگی ساختار خود (به استثنای بخشی از آن)، کاملاً در امتداد خطوطی است که مشاهده آثار قبلی وی، پیش‌بینی سبک معماری او را ساده می‌کند.<sup>۵۴</sup> خلاصه مثال لوکوربوزیه تعیین‌کننده موارد بسیاری بود، اما در عین حال موارد بسیاری را بی‌جواب گذاشت. او آزادی قابل توجهی داشت و در آن فضا هنر خود را به کار گرفت. اگر یک حامی فرضی، تمامی جنبه‌ها را از قبل تعیین کند، دیگر به هیچ وجه حامی نخواهد بود؛ زیرا او هر گونه آزادی هنری را از هنرمند سلب می‌کند. در این صورت، حامی، به جای هنرمند قرار می‌گیرد، و هنرمند به کار گرفته شده صرفاً مثل دستیار استودیویی خواهد بود که کاری بیشتر از دریافت سفارش انجام نمی‌دهد. با توجه به خلاصه مثال لوکوربوزیه، هنرمند باید قدری آزادی داشته باشد.

نمونه دوم: سرج گیلبا<sup>۵۵</sup> استدلال کرده است که اکسپرسیونیسم انتزاعی در آن زمان، نه به دلیل برتری فرمیش - آن گونه که کلمنت گرینبرگ<sup>۵۶</sup> بر آن تاکید می‌کرد - بلکه به این دلیل رونق یافت که آرمان‌های خاص آمریکایی را منعکس می‌کرد که در مرحله اولیه جنگ سرد مفید بودند.<sup>۵۷</sup> گیلبا، ظهور اکسپرسیونیسم انتزاعی را در سال‌های پس از جنگ ترسیم می‌کند و شرح می‌دهد که چطور سیاستمدارانی که جنگ سرد را دنبال می‌کردند آن را برای اهداف خود مفید و مناسب می‌دانستند. او هم‌چنین توضیح می‌دهد که چگونه اکسپرسیونیسم انتزاعی به مشکلاتی که نظریه‌پردازان چپ طرفدار هنر آوانگارد را به ستوه آورده بود، کمک کرد. اما تحلیل جامعه‌شناسانه گیلبا، موضوعات بصری درونی آثار - عواملی را که کلمنت گرینبرگ به آن‌ها متوسل می‌شود - را کنار می‌گذارد.<sup>۵۸</sup> و سوال بدیهی این است که: چرا نمی‌شود تا حدودی حق با هر دو، هم گیلبا و هم گرینبرگ باشد؟ به عبارت دیگر، برتری فرمی، بدون سودمندی ایدئولوژیک، تسلط اکسپرسیونیسم انتزاعی را تضمین نمی‌کرد؛ ضمن این که اکسپرسیونیسم انتزاعی بدون برتری فرمی آثار، از نظر ایدئولوژیکی نیز چندان مفید نبود. اگر هنر آمریکا در آن زمان به خودی خود خیلی خوب نبود، نمی‌توانست آن

ارزنده‌ای سوق می‌دهند. اگر اولی باشد، استدلال تبیین حداقلی بلافاصله مخاطب را از میدان به‌در می‌کند. اگر مورد دوم باشد، تجارب مورد بحث باید یا از آن هنرمند باشد یا تجربه دیگران. در بخش آخر دیدیم که هنرمندان، چه نوع‌دوستانه و چه خودخواهانه، اغلب دغدغه دیگران را ندارند. حتی در جایی که چنین دغدغه‌ای وجود دارد، همه جوانب کار را تعیین نمی‌کند. بنابراین تنها امید قابل قبول باقیمانده برای نظریه بالقوه مخاطب هنر این است که بگوییم هنرمند همیشه قصد دارد و امیدوار است که اثر خلق شده تأثیری بر شخص او ایجاد کند (یا تمایل به ایجاد آن داشته باشد). اگر برای او تجلی تمایلات در تجارب واقعی خود از اثر مطرح باشد، احتمالاً فقط به خاطر کسب تجربه، به قابلیت‌مندی آن‌ها اهمیت می‌دهد.

پس بیاید اکنون با تعریف «جامعی» از مخاطب پیش برویم که بر اساس آن هنرمند می‌تواند مخاطب اثر خود باشد.

### ب. یکپارچگی هنری: اثر آکاردئونی<sup>۶۲</sup>

فقدان دغدغه نوع‌دوستانه و دغدغه خودخواهانه در ارتباط با مخاطب را در نظر بگیرید. بر اساس نظریه جامع مخاطب، هنرمند باید با این فکر برانگیخته شود که تجربه‌ای را در خود تولید خواهد کرد. مشکل اصلی این است که به نظر نمی‌رسد این درست باشد که هنرمندان همیشه علاقه به تجربه اثر خود در موقعیت‌های آتی دارند. اگر هنرمند هرگز قصد ندارد دوباره به چیزی که ساخته است نگاه کند، برایش غیرمنطقی است که به این فکر کند که آیا تمایلی به تولید تجربیات آتی برای خود دارد یا نه. دیالکتیک خود آتی هنرمند شبیه به دیالکتیکی است که در مورد افراد دیگر پیاده می‌شود. هنرمند ممکن است نه تنها «برای خود»، بلکه «برای زمان حال» خلق کند. غیرقابل قبول است که بگوییم در خلق اثر، هنرمند همیشه علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در چیز است که می‌تواند در آینده از آن بهره‌برد. این در مورد موسیقی واضح‌تر است. وقتی خودمان یک ساز موسیقی را می‌نوازیم، آیا همیشه ضبط صوت را روشن نگه می‌داریم تا بعداً بتوانیم به نواختن خودمان گوش دهیم؟ نه. گاهی اوقات، فقط می‌خواهیم ساز بنوازیم. در مواقعی که آثار هنری خود را مرور می‌کنیم، ممکن است آن‌ها را تحسین و احساس غرور کنیم. این که اثر از نظر ما به واسطه ویژگی‌های ارزنده‌اش تضمین می‌گردد، خوشحالمان می‌کند. اما برای افتخار کردن، آن را تولید نکردیم. با این رویکرد، مسیر ارزیابی را اشتباه می‌رویم.<sup>۶۴</sup> پس از مدتی، وقتی اثر خود را تحسین می‌کنیم، سوای این که «من آن را تولید کردم»، مثل هر مخاطب دیگری با آن مواجه هستیم.

آن دارد حذف کنیم، باز هم چنین چیزی باقی می‌ماند. از این رو، نمی‌توانیم نظریه‌ای صرفاً مبتنی بر ویژگی‌های P که آفرینش هنری را منطقی می‌کند، بپذیریم.

اما شاید نتوانیم مخاطب/یده‌آل/بالموه را حذف کنیم تا ببینیم آیا چیزی باقی می‌ماند یا نه. شاید هنرمندان «مخاطب ایده‌آل»ی را در ذهن داشته باشند که به صورت انتزاعی تصور می‌شود. مخاطبی که می‌تواند ارزش‌های موجود در اثر را ادراک کند.<sup>۶۱</sup> همان‌گونه که می‌توانیم خدای عالم مطلق را تصور کنیم که اعمال ما را قضاوت می‌کند، مخاطب قاعده‌مند را هم می‌توان متصور شد. مخاطب قاعده‌مند، ضرورتاً ویژگی‌های P را تشخیص می‌دهد. می‌توانیم این شکل قاعده‌مند نظریه مخاطب را کنار بگذاریم.

نظریه‌های مخاطب، اساساً نقش مخاطب را در جایگاه اشتباهی قرار می‌دهند. از آنجا که هنرمندان به این فکر می‌کنند که مخاطب از کار آن‌ها قدردانی کند (و نه فقط اثرشان را خریداری کند)، دغدغه آن‌ها این است که مخاطب حقیقی از اثر آن‌ها قدردانی کند. مخاطب حقیقی، مخاطبی است که خبره باشد و به این خاطر ویژگی‌های ارزشمندی را در اثر بیابد که هنرمند معتقد است آن‌ها را تحقق بخشیده است. هنرمندان معمولاً انگیزه‌های خیرخواهانه ندارند، اما ممکن است بخواهند از سایر افراد در مورد ارزشی که معتقدند اثرشان دارد، اطمینان خاطر پیدا کنند. رابطه هنر و مخاطب، رابطه‌ای قاعده‌مند است، نه واقعی یا بالموه.

این بدان معنا است که نباید هنر را همیشه به این منظور تولید کنیم که اثری واقعی یا بالموه بر دیگران داشته باشد. در نتیجه، نباید این هدف را بخشی از ماهیت هنر بدانیم. اصل تبیین حداقلی می‌خواهد وقتی درباره ماهیت هنر توضیح می‌دهیم، از ارجاع به هر فردی جز هنرمند خودداری کنیم. در حالی که ممکن است یک شکل آرمانی قاعده‌مند از نظریه بالقوه ویژگی‌های زیبایی‌شناختی درست باشد (نمی‌خواهم پیش‌داوری کنم)، و با توجه به این فرض که هنرمند جزو مخاطبان قرار نمی‌گیرد، باید از نظریه محض مخاطب هنر اجتناب کنیم.

### ۵) هنر خودبسنده<sup>۶۲</sup>: هنرمند به مثابه مخاطب، یکپارچگی و تفکر خلاق

#### الف. عقلانیتی خودبسنده

هر کدام از ویژگی‌های P، ذاتاً یا به صورت ابزاری ارزش‌گذاری می‌شوند. به این معنا که ویژگی‌های P یا به خودی‌خود ارزش دارند، یا ارزش آن‌ها در این است که ما را به سمت تجارب

اما کنش هنری، در حالی که فرد مشغول به آن است، نمی‌تواند آن قدر منفک باشد. این مشارکت است که توجیه می‌کند که چرا موسیقیدان یا نقاش به اثر خود افتخار می‌کند. او نه تنها برای تجربه کارش به خاطر ویژگی‌های ارزنده P (با فرض این که همه چیز خوب پیش رفته باشد)، بلکه به این دلیل که فکر می‌کند ویژگی‌های P در کار او حاضر بوده‌اند، خرسند است. از طرف دیگر، اگر اوضاع بد پیش برود، ممکن است احساس شرم کند.<sup>۷۵</sup>

### ج. نقش تجربه هنرمند: پایش و اکتشاف

به نظر من شاید این که هنرمندان در حین خلق آثار، خود را تجربه کنند، مرموز به نظر برسد. ما نیاز به تبیین نقش تجربه هنرمند از اثر خود داریم. منظورم این نیست که تجربه هنرمند را از کاری که در هنگام خلق اثر انجام می‌دهد، کم‌اهمیت جلوه دهیم. در حالی که آکاردئونم را می‌نوازم، هم می‌نوازم و هم به آن چه می‌نوازم گوش می‌دهم، درست همان‌طور که یک هنرمند تجسمی در حالی که روی سطحی خطی می‌کشد به کاری که انجام می‌دهد نگاه می‌کند. اما تجربه چه نقشی دارد؟ مسئله این نیست که آیا هنرمند در حین خلق اثرش، آن را درک می‌کند یا خیر، بلکه این است که چرا چنین می‌کند. همان‌طور که دیدیم، این ایده که هدف او تولید تجربیات برای شخص خود است، در پرتو ملاحظات یکپارچگی هنری پذیرفتنی نیست. از این رو، باید استدلال دیگری ارائه دهیم. بیایید الگوی «نقشه ساخت»<sup>۷۶</sup> تفکر هنری را از الگوی «اکتشاف» متمایز کنیم.<sup>۷۷</sup>

در الگوی نقشه ساخت تفکر هنری، هنرمند یک ایده هنری دارد و به صورت ناخودآگاه آن را محقق می‌کند. (مثلاً، موتزارت گاهی با یک اثر کامل در ذهنش بیدار می‌شد و سپس آن را یادداشت می‌کرد). پس تجربه صرفاً برای نظارت بر این که آیا اثر آن‌طور که انتظار می‌رفت از آب درآمده است یا خیر به کار می‌رود. اگر طبق انتظار پیش رفته باشد، همه چیز خوب است. در غیر این صورت، اصلاح لازم است. یا اگر بسیار بدتر از انتظار بود، ممکن است دوباره از ابتدا شروع کند. این نقش نظارتی، اولین و ساده‌ترین نقشی است که تجربه در آفرینش هنر ایفا می‌کند. فردی امیدوار و مشتاق است بر روی اثری با ویژگی‌های ارزشمند خاصی سرمایه‌گذاری کند، و این تجربه در خدمت بررسی این است که آیا آن‌ها واقعاً در قالب شکل موردنظر تحقق یافته‌اند یا خیر.

از دیدگاه مخاطب بالقوه، هنرمند به منظور خلق اثری با قابلیت ایجاد تجربه خاصی دست به آفرینش می‌زند. هدف

با این حال، شاید پیشنهاد شود که موسیقی بنوازم تا در حین نواختن، آن را تجربه کنیم. این پیشنهاد، اصلاً درست به نظر نمی‌رسد. در این داستان، هنرآفرینی اغلب تبدیل به نوعی انگیزش خودکار<sup>۷۵</sup> می‌شود. اما هنر را صرفاً به عنوان ابزاری نمی‌آفرینند که از طریق آن تجربیاتی برای خود فرد تولید شود. در تحلیل روشنگرانه کانت<sup>۷۶</sup> از هنرهای زیبا، هنرآفرینی از هر دو توانایی انتقادی و مولد ما - نبوغ و ذوق - سرچشمه می‌گیرد.<sup>۷۷</sup> مفهوم خودانگیزشی فعالیت هنری، جنبه تولیدی آفرینش هنری را - این واقعیت که ایده‌های هنری از شخص خاصی سرچشمه می‌گیرند - نادیده می‌گیرد. تحقق این ایده‌ها توسط هنرمند دارای ارزشی است که با ارزش صرفاً تولید تجربه در هنرمند یا دیگران متفاوت است. هدف هنرمند از آفرینش هنری صرفاً ارزش هنری که می‌آفریند نیست، بلکه ارزش مولد بودن او نیز هست.<sup>۷۸</sup> گاهی تصمیم می‌گیرم آکاردئون دکمه‌ای خودم را بنوازم. آیا این کار را به این دلیل انجام می‌دهم که می‌خواهم تجربیات خاصی داشته باشم؟ یعنی به این دلیل این کار را می‌کنم که از آکاردئون‌نویستی بهتر از خودم آهنگ ضبط شده‌ای ندارم؟ یا به این دلیل است که برخی از نوازندگان برتر آکاردئون، مانند معلم آکاردئونم، ایگور<sup>۷۹</sup>، در دسترس نیست تا بتوانم مثل تماشاگری منفعل به او گوش کنم؟ مطمئناً نه. (فقط دو سال است که آکاردئون می‌نوازم). اما بر اساس نظریه جامع مخاطب، زمانی که می‌توانم به صدای ضبط شده یک آکاردئون‌نویست بسیار بهتر یا مثلاً ایگور گوش کنم تا آکاردئون خود را بنوازم، برایم غیرمنطقی است. اگر کنش هنری صرفاً وسیله‌ای برای تولید تجربه شخصی باشد، در اغلب موارد به سرعت تبدیل به کنشی غیرمنطقی می‌شود. من می‌خواهم آکاردئون بنوازم، نه این که فقط وسیله‌ای در پیوندی علی باشم که به وسیله آن، صداهای خاصی تولید می‌شود. برای هدف کنش من، بسیار مهم است که صداها توسط عاملیت من تولید شوند. می‌خواهم فعال باشم نه منفعل.<sup>۷۰</sup> این مسئله مشابه تاکید معروف برنارد ویلیامز<sup>۷۱</sup> بر یکپارچگی در اخلاق است.<sup>۷۲</sup> نظریه مخاطب هنر، زمانی که بسط می‌یابد تا به یک نظریه مخاطب «جامع» تبدیل شود، مانند پیام‌گرایی<sup>۷۳</sup> در اخلاق، از ملاحظات یکپارچگی غافل می‌شود. این نکته به‌ویژه در جایی که رفتار هنری من از ایده‌های هنری خودم نشأت می‌گیرد - زمانی که در حال بداهه‌نوازی یا تفسیر خلاقانه آهنگ فرد دیگری هستم - پررنگ است. اما این امر - زمانی که تنها چیزی که می‌خواهم ارائه خوانش دوباره برخی از آثار هنری پیشین و بدون هیچ آورده تفسیری خلاقانه‌ای از خودم است - صادق است. درست است که در پروژه‌های هنری فرد، از منظر تماشاگری بی‌طرف‌تر و منصف، جای تأمل وجود دارد.<sup>۷۴</sup>

کنش هنرمند، تولید تجربه است. اما نقش نظارتی تجربه کاملاً متفاوت است. شخص کار هنری را تجربه می‌کند تا بررسی کند که آیا اقدامات هنری او موفق بوده است یا خیر - که منجر به تحقق ویژگی‌های P مورد نظر شده است. موفقیت یک اثر منوط به تولید تجربیات نمی‌شود؛ بلکه تجربیات ما روش تشخیص موفقیت آن است.

سفالگری و باغبانی را در نظر بگیرید، که بر خلاف بیشتر اشکال هنری هستند که در آن‌ها باید مدت زمان قابل توجهی بین کنش‌های یک هنرمند و نتیجه مورد نظر سپری شود. ما هنگام ساخت گلدان یا باغبانی مراقب کارهایی هستیم که انجام می‌دهیم، به طوری که خاک رس را در جاهای مناسب فشار می‌دهیم، یا گیاهان مناسب را به روش صحیح هرس می‌کنیم، زیرا می‌دانیم که این کارها چه تاثیری خواهند داشت. اما هیچ نظارت فوری بر نتایج کار وجود ندارد. باید چند ساعتی صبر کنیم تا ببینیم گلدانمان وقتی از کوره بیرون می‌آید چطور شده است. این انتظار در باغبانی چشمگیرتر است، اما اگر باغبان منتظر رشد درختان باشد، ممکن است سال‌ها طول بکشد. در هر دو مورد، باز خورد هنری به طور قابل توجهی با تاخیر همراه است. وضعیت سفال و باغبانی، تفاوت اساسی با موسیقی و نقاشی - که باز خورد آن‌ها معمولاً فوری است - ندارد. در هیچ یک از این دو مورد، هدف کنش، ایجاد تجربه نیست. بلکه هدف از تجربه، نظارت بر موفقیت کنش است که هدف مستقلی دارد. با این تفاوت که دیدن نتایج کار سفالگری و باغبانی، بیشتر از موسیقی و نقاشی طول می‌کشد.

با این حال، کنش هنرمند اغلب با تجربه او از کاری که انجام می‌دهد اصلاح می‌شود. تاکید کرده‌ام که وقتی آکاردئونم را می‌نوازم، چیزی که از آن لذت می‌برم نواختن آن و ایجاد صداهای خاص است، نه صرفاً گوش دادن به صداهایی که اتفاقی تولید می‌کنم. اما باز خوردی زیبایی‌شناختی وجود دارد. گاهی اوقات می‌نوازم و به نظر اشتباه یا ناخوشایند می‌آید. یا به من می‌گویند یا خودم سعی می‌کنم صدای آن را بهتر کنم و در نتیجه نواختنم را بهتر می‌کنم. این کار را به شیوه متفاوتی انجام می‌دهم. علاوه بر این، تجربه می‌تواند نقش مهمی در تاثیرگذاری بر ایده‌ها و کنش‌های هنری آتی داشته باشد. تجربه ممکن است مرا به اصلاح برنامه‌ام سوق دهد؛ زیرا ممکن است از تاثیری که تولید کرده‌ام و مسیر جدیدی را باز می‌کند شگفت‌زده شوم. ممکن است در جایی که کاری را انجام می‌دهم بدون این که کاملاً بدانم نتیجه آن چه می‌شود، آزمایشی<sup>۷۹</sup> وجود داشته باشد - به این معنا که دقیقاً نمی‌دانم کدام ویژگی‌های ارزنده محقق می‌شوند.

می‌توانیم این را به زبانی برگرفته از فلسفه علم توصیف کنیم؛

### جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بیا بیا اکنون این بحث منطقی را که بسیار پیچیده شده است مرور کنیم.

ویژگی‌های P یا ارزش ذاتی دارند یا دارای ارزش ابزاری هستند. اگر هنرمندان آن‌ها را دارای ارزش ذاتی می‌دانند، پس منطقی است که قصد تحقق آن‌ها را داشته باشند، و تجربه مخاطب از ویژگی‌های P صرفاً شناسایی آن ارزش مستقل است. اما اگر هنرمندان ویژگی‌های P را دارای ارزش ابزاری می‌دانند،

موردنظر است، یا ارائه بازخوردی به‌عنوان مرجعی برای آزمایش‌های آتی. بنابراین، نه توجه به تجارب مخاطبان و نه دغدغه تجارب فردی، نمی‌تواند خلق بسیاری از آثار هنری را توجیه نماید. در نتیجه، نظریات صرفاً بالقوه مخاطب، شرط عقلانیت را نادیده می‌گیرند.<sup>۸۹</sup>

نتیجه می‌گیریم که در نظریه ماهیت هنر نباید مخاطب را درنظر گرفت. مسئله حضور گه‌گاه مخاطب در نیات هنرمند، از پیش فرض را بر این می‌گیرد که می‌توان برخی از رفتارهای هنری را صرف نظر از نیات مخاطب‌محور توضیح داد. تمام نظریات معطوف به مخاطب، بر تاثیرات ثانویه و ناخواسته هنر تمرکز می‌کنند، نه بر ماهیت آن. هنگامی که یک نظریه مطلوب هنرمندمحور داشته باشیم، توضیح نقش مخاطب به‌عنوان عنصر فرعی مورد استقبال قرار نمی‌گیرد. نظریات مخاطب‌محور، مسائل را به صورتی نادرست مطرح می‌کنند. آن‌ها به کمک بخش فرعی، بخش اصلی را به حرکت درمی‌آورند. بر اساس نظریات هنرمندمحور، این بخش اصلی است که بخش فرعی را به حرکت درمی‌آورد.<sup>۹۰</sup>

در این صورت، برای آن‌ها تحقق بخشیدن به ویژگی‌های P منطقی است؛ زیرا می‌دانند که تمایل به آفریدن اثری دارند که برایشان ارزش دارد. به‌عنوان مثال، اگر زیبایی یک ارزش ذاتی است، پس کاملاً قابل‌درک است که مردم بخواهند این ارزش را ترویج کنند. اما اگر زیبایی یک ارزش ابزاری است، آنگاه ترویج زیبایی تنها در صورتی منطقی است که فرد به این فکر کند که زیبایی ابزار چه چیزی است؟ در نظریه ابزارگرایی لذت‌جویانه<sup>۸۸</sup>، خلق زیبایی تنها به این دلیل منطقی است که فرد برای لذتی که از تجربه زیبایی به دست می‌آورد ارزش قائل است.

اما لذت چه کسی؟ هنرمند؟ یا مخاطبان؟

همیشه لذت دیگران مطرح نیست؛ زیرا می‌توانیم این فرض مستقل و محتمل را در نظر آوریم که هنرمندان اغلب به آن چه دیگران فکر می‌کنند اهمیتی نمی‌دهند. گاهی هنر توسط افرادی خلق می‌شود که دغدغه این را ندارند که آیا دیگران از هنر آن‌ها لذت می‌برند یا نه (یا تجربیات ارزشمند دیگری داشته باشند). علاوه بر این، آثار هنری دارای ویژگی‌هایی هستند که مستقل از انگیزه‌ها و فشارهای مختلف افراد دیگر (حامیان، خریداران، مصرف‌کنندگان) است. انگیزه بسیاری از آثار هنری، نه نوع دوستی و نه عوامل تاثیرگذار دیگر است. بنابراین آن‌چه آفرینش هنری را منطقی می‌کند، همواره وجود دغدغه دیگران نیست.

اگر هنرمندی در آفرینش اثر هنری انگیزه‌ای از سوی عوامل دیگر نداشته باشد، آیا آن را برای تجربه خودش خلق می‌کند؟ خیر، نه در زمان خلق اثر. هدف از خلق اثر، تجربه کردن نیست. با چنین هدفی، ارزش ساخت خود اثر نادیده گرفته می‌شود؛ و ما اغلب علاقه‌ای به تجربه مجدد یک اثر در آینده نداریم.

به‌طور خلاصه، باید به آثار هنری ویژگی‌هایی را نسبت دهیم که آشکارا به‌عنوان ویژگی‌های ارزشمند شناخته می‌شوند. اما پس از آن، افکار هنرمند در مورد این ویژگی‌های ارزشمند می‌تواند به‌طور منطقی توجیه کند که چرا او ساخت یک اثر هنری را به اثر هنری دیگری ترجیح داده است. خواه این ویژگی‌های ارزشمند، تمایلاتی مربوط به مخاطب باشند، خواه نباشند. اگر مربوط به مخاطب نباشند، مخاطب سریعاً کنار گذاشته می‌شود. اما اگر ویژگی‌های ارزشمند تمایلاتی برای تاثیرگذاری بر مخاطب باشند، در مواردی که هنرمند دغدغه دیگران را ندارد، منطبق ساخت یک اثر هنری را از دست می‌دهیم؛ و حتی اگر تجربه هنرمند از اثر در حین تولید را در نظر بگیریم، او آن را برای تولید تجربه نمی‌آفریند. در عوض، این تجربه یا برای نظارت بر وجود ویژگی‌های ارزشمند



۱۷. نگاه کنید به:

Ruth Millikan, *White Queen Psychology and Other Essays for Alice* (MIT Press, 1993).

18. functional audience theory

۱۹. نگاه کنید به "The Artworld" Arthur Danto, گرایش به استفاده از موضوعات مشابه غیرقابل تفکیک، ریشه در دیدگاه هگلی دارد که تاریخ هنر، روایت‌هایی را شکل می‌دهد که آثار هنری و آرمان‌های هنرمند در ساخت آن‌ها، تنها به دلیل جایگاهشان در روایت، اهمیت دارند. این ایده احتمالاً با ابی واربرگ که در مکتب هگل تحصیل کرده بود، وارد دنیای دانشگاهی انگلیسی‌زبان شد. اروین پانوفسکی، ارنست گامبریچ و مایکل باکساندال نیز از این سنت پیروی می‌کنند.

20. epistemology

۲۱. مالکوم باد معتقد است که ارزش زیبایی‌شناختی اثر هنری، تمایل به برانگیختن (و هم‌چنین تضمین) تجربه‌ای از اثر است که «ذاتاً ارزشمند است».

Values of Art: Pictures, Poetry, and Music (London: Alan Lane, 1995).

اما او در مورد این تجربیات و این‌که چرا ممکن است ذاتاً ارزشمند باشند، چیزی نمی‌گوید. باید تجربه خود را از هنر به‌مثابه تجربه ویژگی‌هایی که برایشان ارزش قائل هستیم، درک کنیم. در مورد سایر مسائل مربوط به دیدگاه باد نسبت به تجربه، نگاه کنید به:

Jerry Levinson's critical notice "Art, Value, and Philosophy: Malcolm Budd's Values of Art: Pictures, Poetry, and Music," *Mind* 105 (1996): 667-682; and Peter Lamarque's book review in *The British Journal of Aesthetics* 37 (1997): 84-86.

۲۲. برای مطالعه بیشتر نگاه کنید به:

Nick Zangwill, "Groundrules in the Philosophy of Art," *Philosophy* 70 (1995): 533-544.

۲۳. این سیر استدلال با استدلال ریچارد ولهیم در اینجا یکسان نیست:

"The Institutional Theory of Art," essay 1 in *Art and Its Objects*, 2nd ed. (Cambridge: Cambridge University Press, 1980).

ولهیم بیان می‌کند که اگر اعضای دنیای هنر چیزی را هنر قلمداد می‌دانند، باید دلایلی برای آن داشته باشند. بنابراین، ممکن است دلیلشان را نیز به ما بگویند که هنر چیست، و از انحرافی غیرضروری در جهان هنر عبور کنیم. اما این اعتراض، چیزی در مورد عقلانیت خلق و تجربه هنر نمی‌گوید. تنها چیزی که توجه را به خود جلب می‌کند، عقلانیت هنر نامیدن یک اثر است. نکته‌ای که من بر آن تأکید می‌کنم کاملاً متفاوت است.

24. relational

۲۵. در اینجا روایتی هنرمندمحور را بسط می‌دهم:

"The Creative Theory of Art," *American Philosophical*

1. Monroe Beardsley

2. Tolstoy

3. Nelson Goodman

4. Arthur Danto

5. George Dickie

6. Jerrold Levinson

7. Monroe Beardsley, "An Aesthetic Definition of Art," in *What is Art?* ed. Hugh Curtler (New York: Haven, 1983). Leo Tolstoy, *What is Art?* (Oxford: Oxford University Press, 1955). Nelson Goodman, *Languages of Art* (Oxford: Oxford University Press, 1968). Arthur Danto, "The Artworld," *The Journal of Philosophy* 61 (1964): 571-584, and *The Transfiguration of the Commonplace* (Harvard University Press, 1981). George Dickie, *Art and the Aesthetic* (Cornell University Press, 1974), and *The Art Circle* (New York: Haven, 1984). Jerrold Levinson, *Music, Art and Metaphysics* (Cornell University Press, 1990).

8. dispositional

9. Kafka

10. The Castle

11. The Trial

12. Jerrold Levinson, "Refining Art Historically," in *Music, Art and Metaphysics* (Cornell University Press, 1990), pp. 56-58; and "A Refiner's Fire: Reply to Sartwell and Kolak," *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 48 (1990): 231-235.

13. Daniel Kolak

14. Daniel Kolak, "Art and Intentionality," *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 48 (1990): 158-161.

15. derivative

16. parasitic

۳۹. موارد خاصی وجود دارد که آثار هنری با وجود این که آثار بازنمایانه‌ای نیستند، با مخاطب ارتباط دارند. به عنوان مثال، نقاشی‌های دیواری خیابانی انتزاعی و موزک (Muzak) در آسانسورها یا سوپرمارکت‌ها؛ و پذیرفتنیست که باغبان برای لذت دیگران یا برای آینده خود باغ می‌سازد. اما باز هم همه آثار هنری این‌گونه نیستند.
۴۰. در مورد تمایز بین ویژگی‌های بازنمایانه و زیبایی‌شناسانه، نگاه کنید به:
- Nick Zangwill, "The Concept of the Aesthetic," *European Journal of Philosophy* 6 (1998): 78-93.
۴۱. Divide and conquer: (به معنی تفرقه بینداز و حکومت کن). یک الگوریتم تقسیم و حل از طریق تفکیک یک مسئله به دو یا چند زیرمسئله از یک نوع (یا انواع وابسته به هم) که به صورت بازگشتی کار می‌کند. این تفکیک تا زمانی ادامه می‌یابد که زیرمسئله‌های حاصله به میزان کافی ساده شده باشند تا بتوان آن‌ها را مستقیماً حل کرد. جواب مسئله اصلی از ترکیب جواب‌های به‌دست‌آمده برای زیر مسئله‌ها به دست می‌آید.
۴۲. گوگن از نگاه برنارد ویلیامز دقیقاً مردی است که به بهای دغدغه‌های نوع‌دوستانه به هنر خود می‌پردازد. نگاه کنید به: "Moral Luck," in *Moral Luck: Philosophical Papers 1973-1980* (Cambridge: Cambridge University Press, 1981)
43. Stravinsky
44. Igor Stravinsky and Robert Craft, *Memories and Commentary* (London: Faber and Faber, 1960), pp. 91-95. Jorge Luis Borges's short story "The Secret Miracle," in *Labyrinths* (Harmondsworth: Penguin, 1970).
- مقایسه کنید با اولین «قانون طلایی برای رهبران ارکستر جوان» از ریچارد اشتراوس: «به یاد داشته باشید که موسیقی را نه برای سرگرم کردن خود، بلکه برای خوشحال کردن مخاطبان خود می‌سازید.»
- In Richard Strauss, *Recollections and Reflections* (London: Boosey and Hawkes, 1953), p. 38.
45. Suzi Gablik
46. Suzi Gablik, *Has Modernism Failed?* (London: Thames and Hudson, 1984).
47. patronage
48. Colin Rowe
49. La Tourette
50. Le Corbusier
51. Wright
- Quarterly 32 (1995): 307-323.
26. Triangulation
27. Gricean
۲۸. (اصول همکاری گرایس) گرایس چهار اصل را در نظر می‌گیرد، او با الگوگرفتن از کانت، آن‌ها را نام‌گذاری می‌کند: ۱- اصل کمیت: یعنی ارائه اطلاعات به اندازه کافی، نه بیشتر و نه کمتر ۲- اصل کیفیت: عدم گفتن چیزی که غلط است و یا مدرک کافی برای آن وجود ندارد ۳- اصل رابطه یا مناسبت: مربوط بودن جمله به جمله همجواری در گفتار ۴- اصل شیوه: وضوح و نظم در گفتار، و پرهیز از ابهام.
۲۹. من بی‌طرفی را بین نظریاتی حفظ می‌کنم که یک ویژگی را با داشتن یک قابلیت شناسایی می‌کنند و نظریاتی که صرفاً می‌گویند که آن ویژگی به یک قابلیت بستگی دارد. نگاه کنید به:
- Colin McGinn, "Another Look at Color," *The Journal of Philosophy* 93 (1996): 537-553.
- با این حال، این تمایز را رها می‌کنم و می‌گویم که ویژگی، همان قابلیت است.
۳۰. برای مثال نگاه کنید به:
- Alan Goldman, *Aesthetic Value* (Boulder, CO: Westview, 1995).
31. dispositionalism
32. Martin Davies and Lloyd Humberstone, "Two Notions of Necessity," *Philosophical Studies* 38 (1980): 1-30. این موضوع با این مسئله مرتبط است که آیا این تمایلات به خاطر ویژگی‌های ذاتی هستند یا ویژگی‌های بیرونی. نگاه کنید به: Sydney Shoemaker, "Causality and Properties," in *Identity, Cause and Mind* (Cambridge: Cambridge University Press, 1984).
33. normative
34. Representational
35. Richard Wollheim
36. Richard Wollheim, *Painting as an Art* (London: Thames and Hudson, 1987), p. 44.
37. Ibid., p. 45.
38. Ibid., p. 45; and "Seeing-As, Seeing In, and Pictorial Representation," in *Art and its Objects*.

## 62. Egoistic Art

۶۴. The Accordion Effect: اثر آکاردئونی در ترافیک جاده‌ای به کاهش سرعت و شتاب معمول یک وسیله نقلیه، زمانی که وسیله نقلیه جلویی سرعت و شتاب می‌گیرد اشاره دارد. این نوسانات سرعت به سمت عقب منتشر می‌شوند و معمولاً در انتهای خط، بزرگ و بزرگ‌تر می‌شوند و منجر به کاهش توان ترافیک جاده‌ای می‌شوند. توصیه می‌شود که رانندگان سعی کنند شتاب‌های خودروی جلویی را به دقت دنبال و فاصله ثابتی را حفظ کنند.

۶۴. نگاه کنید به:

P. H. Nowell-Smith's discussion of psychological hedonism, in *Ethics* (London: Penguin, 1954), chap. 10.

## 65. autostimulation

## 66. Kant

۶۷. نگاه کنید به:

Kant, *Critique of Judgement* (Oxford: Oxford University Press, 1928), 48-54.

۶۸. در "The Creative Theory of Art"، بر اهمیت بینش و آفرینش هنری فردی تأکید دارم.

## 69. Igor

۷۰. به این ترتیب، وقتی می‌توان افلاطون، دکارت، هیوم و کانت را خواند، چرا برای نوشتن فلسفه زحمت کشید؟

## 71. Bernard William

۷۲. نگاه کنید به:

Bernard Williams, in J. J. C. Smart and Bernard Williams, *Utilitarianism: For and Against* (Cambridge: Cambridge University Press, 1973).

ژان پل سارتر چیزی شبیه به یکپارچگی در روند آفرینش هنری را در "Why Write?" *Literature and Existentialism* (New York: Citadel, 1994) به کار می‌برد. سارتر تا آنجا پیش می‌رود که بر غیرممکن بودن تجربه نویسنده از آثار خود مانند دیگران تأکید می‌کند. اما سارتر از دیدگاه مخاطبان درباره ادبیات استقبال می‌کند. برخی از دلایل او به معنادار بودن آثار ادبی مربوط می‌شود که به نظرم اشکالی ندارد. اما او دلایلی نیز دارد که به هنرهای غیربازنمایانه تعمیم می‌دهد و من آن‌ها را رد می‌کنم.

۷۳. پیامدگرایی یا نتیجه‌گرایی (consequentialism):

دیدگاهی اخلاقی مبنی بر این که ارزش یا درستی اخلاقی هر عمل یکسره وابسته به خوب یا بد بودن نتایج آن عمل است.

## 52. Ludwig Mies van der Rohe

## 53. Alvar Aalto

54. Colin Rowe, "La Tourette," in *The Mathematics of the Ideal Villa, and Other Essays* (MIT Press, 1976), p. 193.

## 55. Serge Guilbaut

## 56. Clement Greenberg

57. Serge Guilbaut, *How New York Stole the Idea of Modern Art* (University of Chicago Press, 1983).

۵۸. نگاه کنید به:

Clement Greenberg: *Collected Essays and Criticism*, ed. John O'Brian, in 4 volumes (University of Chicago Press, 1986).

هم‌چنین نگاه کنید به دستاوردهای پرشور گرینبرگ در:

*Modernism and Modernity*, eds. Benjamin Buchloch, Serge Guilbaut, and David Solkin (Vancouver: Nova Scotia Press, 1981), pp. 161-68, 188-193, 265-277.

۵۹. نظر به این که گیلبا مورد بحث قرار خواهد داد که سلطه اکسپرسیونیسم انتزاعی را نمی‌توان صرفاً بر اساس برتری فرمی آن توجیه کرد، به نظر می‌رسد او در مقدمه کتابش این تمایز را می‌پذیرد. (How New York Stole the Idea of Modern Art p.2) «صرفاً» به سرعت حذف می‌شود و در پایان کتاب می‌گوید که چرا این سلطه صرفاً با اشاره به سودمندی ایدئولوژیک به دست آمد.

۶۰. مخاطب به شیوه‌های مختلف، تأثیر خود را بر تولید هنری در نظام‌های اقتصادی مختلف اعمال می‌کند. بسیاری از هنرمندان در چند دهه اخیر تصور می‌کنند که با مشارکت در اشکال جایگزین هنر، مانند هنر اجرا یا هنرهای محیطی، برای فرار از دنیای هنر کالامحور تلاش می‌کنند. اما در واقع این فقط تبادل یک نوع پیش با نوع دیگری است که از بسیاری جهات به میزان کمتری کارآمد است، زیرا به میزان کمتری قابل اعتماد است. این که هنر به‌عنوان کالایی به شیوه سرمایه‌داری یا برای حامیانی مانند کلیسا، خاندان مدیچی یا شورای هنر تولید می‌شود، هیچ تفاوت اساسی در تهدیدی که برای خودمختاری هنری ایجاد می‌کند، ندارد. در اینجا با برخی از گفته‌های سوزی گابلیک در کتاب *خردمندان‌اش آیا مدرنیسم شکست خورده است؟ مخالفم*، او از افول هنرهای تجسمی اخیر به دلیل سلطه یک شکل خاص از تولید بازارمحور انتقاد می‌کند. اما فکر نمی‌کنم بتوان گفت که نهادهای رسمی هنری دولتی و شبه‌انحصاری که پاسخگوی بازار نیستند، بیش از بازار هنر سرمایه‌داری، ذهن بازتری دارند و در فکر تعالی هستند. بسیاری از نویسندگان هنر و هنرمندان، نسبت به وضعیتی که هنرمندان از فروش هنر خود به عنوان کالا دست می‌کشند و به شکل‌های «پیشروانه‌تری» از حمایت مالی دولت روی می‌آورند، دیدگاهی منطقی دارند.

۶۱. پرسید «برای چه کسی آهنگ می‌سازی؟»، پاسخ استراوینسکی این بود «برای خودم و دیگری فرضی»، صفحه ۹۱.

۷۴. برای قیاس اخلاقی نگاه کنید به:  
Peter Railton, "Alienation, Consequentialism, and the Demands of Morality," *Philosophy and Public Affairs* 13 (1984): 134-171
۷۵. آیا نظریه مخاطب می‌تواند یکپارچگی هنری را در نظر بگیرد؟ موضوع این است که مهم است که من موسیقی را با آکاردئون خود تولید کنم، اما آن چه که تولید می‌کنم هم چنان چیزی است که از آن لذت ببرم. اما چگونه ممکن است؟ چرا باید چنین میل تلفیقی عجیب و غریبی داشته باشم - که از موسیقی که اتفاقاً خودم ساخته‌ام لذت ببرم؟ در اینجا یک نکته قاعده‌مند نیز وجود دارد: نواختن ساز لذتبخش است، نه فقط به این دلیل که فرد در حال گوش دادن به آن موسیقی است که خود می‌نوازد، بلکه به این دلیل که خود را در حال تولید موسیقی ارزشمندی می‌بیند و این مایه افتخار است.
۷۶. نقشه ساخت یا بلوپرینت (BluePrint) نسخه‌ای چاپی از یک ترسیم فنی است که برای ساخت یک نقشه معماری یا طرح موتور خودرو، بر روی یک ورق حساس به نور توسط کنتاکت‌های چاپ، استفاده می‌شود. بلوپرینت در ۱۸۴۲ توسط جان هرشل اختراع شد و این امکان را فراهم می‌کرد که از یک نقشه معماری، با سرعت و دقت زیاد و به تعداد انبوه، چاپ شود.
۷۷. نگاه کنید به:  
Monroe Beardsley, "The Creation of a Work of Art," in *The Aesthetic Point of View* (Cornell University Press, 1982).  
هم‌چنین نگاه کنید به:  
Andrew Harrison, *Making and Thinking: A Study of Intelligent Activities* (Indianapolis: Hackett, 1978).
۸۰. variation
۸۱. Popperian
۸۲. Richard Dawkins
۸۳. The Blind Watchmaker
۸۴. Richard Dawkins, *The Blind Watchmaker: Why Evidence of Evolution Reveals a Universe without Design* (Harmondsworth: Penguin, 1986).
۸۵. برای ادامه مطلب به "Creative Theory of Art" مراجعه کنید.
۸۶. Socrates
۸۷. Ion
۸۸. hedonistic
۸۹. می‌خواستم از نظر معنوی در مورد ویژگی‌های P بی‌طرف بمانم. اما ممکن است ناخواسته به رد نظریه‌های بالقوه محضی که دارای ارزش زیبایی‌شناختی هستند برخورد کرده باشم. یک استدلال موازی، قابلیت‌مندی اخلاقی را تهدید می‌کند. چنین نظریاتی نمی‌توانند منطقی بودن ترویج ارزش‌ها را توجیه کنند.
۹۰. این مقاله از مکالمه با جری لوینسون در جایی در اعماق قلب شمال لندن سرچشمه گرفت. از اورسولا کوپ، بریس گاوت، متیو کیران، جری لوینسون و یک داور ناشناس برای JAAC، به خاطر نظرات در مورد پیش‌نویس‌ها تشکر می‌کنم.
78. Mozart
79. experimentation