

## نقدی بر جامعه‌شناسی هنر

نیک زانگویل  
دانشگاه گلزگو  
برگردان: مانده میرزایی

### زیبایی‌شناسی علیه تفاسیر جامعه‌شناختی از فعالیت‌های هنری

نظریه‌های زیبایی‌شناختی هنر از بین نمی‌روند. با وجود دهه‌ها انتقاد و استهزا، اقلیتی از متفکران، لجوجانه اصرار می‌ورزند که ما به نظریه‌ی عمومی از هنر نیازمندیم که درباره‌ی زیبایی، ظرافت، لطافت، و دیگر ویژگی‌های زیبایی‌شناختی تجدید نظری اساسی کند. [۱] اما کسانی که رویکردی جامعه‌شناسانه به نظریه‌ی هنر دارند، اساساً درباره‌ی هرگونه تعریفی از هنر که به ویژگی‌های زیبایی‌شناختی توسل جوید، با بدگمانی نگاه می‌کنند. این‌گونه بدگمانی دو فرم هم‌پوشاننده دارد که در اینجا تنها به یکی از آنها پرداخته خواهد شد. آن نوع از بدگمانی که مورد توجه من است، به انکار این موضوع مربوط می‌شود که در توضیح و تفسیر تولید هنر، ما نیازمندیم تا به ملاحظات زیبایی‌شناسانه توسل جویم. بیایید به آن **بدگمانی تولید**<sup>۱</sup> بگوییم. این فرم از بدگمانی تطابقی با بدگمانی در توسل جستن به ملاحظات زیبایی‌شناسانه در توضیح و تفسیر تجربه و داوری ما درباره‌ی هنر ندارد. بیایید این فرم را **بدگمانی مصرف**<sup>۲</sup> بنامیم. نمونه‌های بدگمانی مصرف، پیر بردیو و تری ایگلتون هستند که معتقدند داوری‌های ارزشی زیبایی‌شناختی درباره‌ی هنر، در واقع بیش از آنکه واکنشی به کیفیات آثار باشد، منعکس‌کننده‌ی جایگاه اجتماعی آنها است. [۲] از نظر من دلایلی که در این باره وجود دارد و بردیو و ایگلتون آنها را به طرفداری از بدگمانی مصرف به کار می‌بندند، بسیار ضعیف است و بر پایه‌ی شمار زیادی از برداشت‌های غلط

---

1. production skepticism  
2. consumption skepticism

غیرمنصفانه درباره‌ی مقوله‌ی زیبایی‌شناسی شکل گرفته. به علاوه اشکالات زیادی هم دارد که در جای دیگری به آن پرداخته‌ام. [۳] با این حال، بدگمانی مصرف با بدگمانی تولید یکی نیست و به همین خاطر باید جداگانه بررسی شود. بدگمانی تولید ممکن است درست باشد، اما بدگمانی مصرف درست نیست. بدگمانی مصرف البته یک نقش مشخص جزئی را برای زیبایی‌شناسی در چرایی تولید آثار هنری از بین برد. اغلب، مخاطبان آثار هنری تعیین می‌کنند که هنرمندان چه چیزی تولید کنند، چرا که تمایل دارند آنچه را که دوست دارند بیشتر، و آنچه را که نمی‌پسندند کمتر تقاضا کنند. اما این نقش زیبایی‌شناسی تاثیر بلاواسطه‌ی کمتری در تولید هنر دارد تا نقشی که به عنوان نظریه‌ی زیبایی‌شناسی از هنر در تولید آن ایفا می‌کند. یک نظریه‌ی زیبایی‌شناسی هنر بیان می‌کند که برای توضیح تولید هنر می‌بایست در ذهن هنرمندی که آثار هنری تولید می‌کند، نقشی برای زیبایی‌شناسی در نظر بگیریم: به طور خلاصه، هنرمند می‌بایست تمایل و قصد داشته باشد که چیزی با کیفیات زیبایی‌شناختی مشخص بیافریند. نظریه‌ی زیبایی‌شناختی درباره‌ی هنر همچنین نقشی برای زیبایی‌شناسی در ذهن مخاطبی در نظر می‌گیرد که آثار هنری را تجربه و برای آنها تولید تقاضا می‌کند، اما این کارکرد مولد نسبت به نقشی که زیبایی‌شناسی در ذهن هنرمند دارد، کمتر مستقیم و بی‌واسطه است. درست در مقابل، بدگمانی تولید هر دوی این کارکردهای زیبایی‌شناسی را در تولید هنر نفی می‌کند. به این معنا که بدگمانی تولید نمی‌پذیرد که زیبایی‌شناسی نقش موثری در تولید هنر در ذهن هنرمند و همچنین ذهن مخاطب دارد.

برای آوردن مثالی از بدگمانی تولید، می‌توان به نوشته‌ی گریز لدا پولاک<sup>۳</sup> رجوع کرد:

«بحث من این است که تاریخ هنر فمینیستی باید به تمامی این نقد ارزش‌گذارانه را کنار گذارد و از مانور دادن صرف با ملاک زیبایی‌شناسی برای تحسین هنر دست بردارد و در عوض باید بر فرم‌های تاریخی توضیح تولید هنر زنان متمرکز شود.» [۴]

به تقابلی ظریفی که او در اینجا بین معیارهای زیبایی‌شناسانه در داوری از یک طرف و تولید هنر از طرف دیگر فرض می‌کند، توجه کنید. این ایده که هنرمندان ممکن است معیارهای زیبایی‌شناختی برای تولید داشته باشند به طرز خاموش نادیده گرفته شده است.

جنت وُلف<sup>۴</sup> می‌گوید که او از اتخاذ موضعی حذفی یا تقلیل‌گرا درباره‌ی زیبایی‌شناسی پرهیز کند. [۵] او رسماً وانمود می‌کند نسبت به «زیبایی‌شناسی» به عنوان مقوله‌ی که هنگام صحبت کردن درباره‌ی هنر باید حفظش کنیم یا به آن بی‌اعتنا باشیم، بی‌طرف است. تظاهر می‌کند که نمی‌گوید زیبایی‌شناسی یک توهم است. (احتمالاً موضع‌گیری‌اش بر اساس درک عمومی<sup>۵</sup> درباره‌ی مفهوم ارزش زیبایی‌شناسی، هنگام فکر کردن به تجربه‌های شخصی‌اش، او را در کنار گذاشتن کامل این مفهوم دچار تردید کرده است.) با این وجود، روشن است که وُلف اجازه نمی‌دهد که ما در توضیح تولید هنر به زیبایی‌شناسی متوسل شویم. زیبایی‌شناسی اگر تاب‌آور دنی است به این خاطر است که پدیده‌ی ثانوی است و به هیچ وجه تاریخ هنر را پیش نمی‌برد.

3. Griselda Pollock  
4. Janet Wolff  
5. commonsense

نویسنده‌ای دیگر از این دست، هاوارد بکر است. او در کتابش، *جهان‌های هنر*، صراحتاً توضیح زیبایی‌شناختی از تولید هنر را رد نمی‌کند و در عوض توضیحات دیگری را به جای آن می‌گذارد. برای او توصیف (با اصطلاحات بی‌طرفانه) ساختارهای اجتماعی که هنر در آن تولید می‌شود، قانع‌کننده است. [۶] اما این همان فرض گرفتن استراتژی زیبایی‌شناسی زدایی است بی‌آنکه آشکارا چنین گفته شود. بکر چیزی در این مورد نمی‌گوید که چرا شرکت‌کنندگان در آن نظام‌های اجتماعی زحمت درگیر شدن در آن ساختارهای اجتماعی را به خود می‌دهند، و سپس هیچ توضیحی درباره‌ی ساختن و ایجاد هنر به دست نمی‌دهد و تنها به توضیح سطحی این‌که چگونه مردم به هنگام تولید هنر با یکدیگر در ارتباط قرار می‌گیرند، بسنده می‌کند. نزد او، این نظر که شرکت‌کنندگان ممکن است انگیزه‌ی برای شرکت کردن داشته باشند از قلم افتاده است. کتاب بکر از قبل فرض گرفته است که تولید هنر مانند هر فرم دیگری از تولید، کار است [۷] که این تا اندازه‌ی قابل قبول است. اما این اصل کلی که همه‌ی شکل‌های کار تولیدی، توضیحی برابر دارند، جای تردید دارد. نبود ارجاع به محتوای ذهنی فردی یا هرگونه جزئیاتی از محتوای ذهنی، ناگزیر به این توصیفات سطحی می‌انجامد.

از نظر من، موضوع مرکزی در نظریه‌ی هنر، توضیحی بودن آن است. [۸] ما به نظریه‌ی نیاز داریم که توضیحی مناسب از این‌که چرا مردم هنر را تولید و مصرف می‌کنند، ارائه دهد. در یک نظریه‌ی زیبایی‌شناختی هنر، توضیح این واقعیت که مردم هنر را می‌سازند و به آن می‌اندیشند، آن است که آنها می‌خواهند چیزهایی بیافرینند که ارزش زیبایی‌شناختی دارد و فکر می‌کنند که در چیزها ارزش زیبایی‌شناختی پیدا می‌کنند. قطعاً این توضیح نه تنها یک توضیح علی است بلکه یک توضیح علی‌عقلانی هم هست. این توضیح، آنچه را مردم در ساختن هنر و اندیشیدن به آن می‌بینند، برایمان آشکار، و خلق هنر و اندیشیدن درباره‌ی آن را قابل فهم می‌کند. در مقابل، طبق بدگمانی تولید و مصرف، توضیح حقیقی از این واقعیت که مردم هنر را می‌آفرینند یا درباره‌ی آن می‌اندیشند این نیست که می‌خواهند چیزهایی با ارزش زیبایی‌شناختی خلق کنند یا فکر می‌کنند در چیزها ارزشی زیبایی‌شناختی پیدا می‌کنند، هر چند مردم اینگونه می‌اندیشند. در عوض، هنر ویژگی‌های اجتماعی دیگری دارد که در واقع آنها را به ساخت و دریافتش سوق می‌دهد. مثلاً شاید هنر روابط مشخصی از قدرت اجتماعی را تحکیم بخشد. این توضیحات جامعه‌شناختی در نتیجه مستلزم انتساب‌های خودفریبانه و فهم غلط می‌شود. آنها توضیحاتی غیرمنطقی اند. پرسشی که ما باید مطرح کنیم این است که آیا فرضیه‌ی زیبایی‌شناسی به خوبی فرضیه‌های بدگمانی که از زیبایی‌شناسی چشم‌پوشی می‌کنند هست یا نه؟

### برخی / همه، جامع / غیر جامع

به نظر من، جامعه‌شناسان هنر چندان چیزی در اختیار ما نگذاشته‌اند تا بتوانند حمایت ما را به بدگمانی به نقشی که زیبایی‌شناسی در تولید هنری ایفا می‌کند جلب کنند. شیوه‌ی معمول، پرداختن به تأثیرات متفاوت غیرزیبایی‌شناسانه بر تولید هنر است. اما مشکل در گامی است که از اینجا تا نتیجه‌گیری تردیدآمیز درباره‌ی نقش زیبایی‌شناسی در تولید هنر برداشته می‌شود. بدون شک درست است که تأثیرات مهم غیرزیبایی‌شناسانه‌ی بر تولید هنر وجود دارد و عجیب

خواهد بود اگر چنین نباشد! مثلاً ممکن است قیمت رنگدانه‌های متفاوت، تعیین‌کننده‌ی رنگ‌هایی باشد که مشتری درخواست می‌کند. [۹] و ممکن است اثر، ایده‌های مرتبط با مناسبات اجتماعی قدرت را استحکام بخشد، آنها را تجویز کند، یا بازتاب دهد. ممکن است تازه شهرنشین شده‌های ثروتمند، نقاشی‌های طبیعت بی‌جان از محصولات را بخواهند که با آنها زندگی‌شان را تأمین می‌کنند. اما پرسش اینجاست که چنین عواملی تا چه اندازه، توضیحی درباره‌ی هستی و خصلت آثار هنری به ما عرضه می‌کنند. مسئله‌ی اساسی آن است که چنین ملاحظاتی، برخی از جنبه‌های آثار هنری را توضیح می‌دهد نه همه‌ی آنها را. تاثیرات غیرزیبایی‌شناسانه تمامی داستان را نمی‌گویند. آنها تعیین آثار هنری را کم برآورد می‌کنند. این واقعیت که برخی از جنبه‌های اثر هنری توسط عوامل اجتماعی تعیین می‌شود به این معنا نیست که تماماً همین‌طور است. من این را **سفسطه‌ی برخی** — همه می‌نامم. نظریه‌پردازانی که از منظر جامعه‌شناختی درباره‌ی هنر صحبت می‌کنند اغلب مرتکب سفسطه‌ی برخی — همه می‌شوند.

اگرچه شرایط اجتماعی، پارامترهای مشخصی را وضع می‌کند، اما در درون همان پارامترها، هنرمند آزادانه انتخاب می‌کند که چه چیزی را بیافریند و برخی از این انتخاب‌ها در زمینه‌های زیبایی‌شناسی انجام می‌گیرد. ابتدا پذیرفتنی نیست که هر انتخابی که هنرمند می‌کند از بیرون توسط شرایط اجتماعی تعیین گردد. انتخاب‌های او تا حدی مستقل اند حتی اگر گزینه‌هایی که از بین‌شان دست به انتخاب می‌زند، تحت کنترل او نباشد. گفته‌ی مشهور وولفین<sup>۷</sup> این است که همه چیز در همه‌ی زمان‌ها امکان‌پذیر نیست، اما همچنین درست است که بگوییم همه چیز در همه‌ی زمان‌ها **ضروری** نیست. برای مثال، همان‌طور که سرژ گیلبو<sup>۸</sup> استدلال می‌کند، شاید شرایط سیاسی که جنگ سرد را احاطه کرده بود، منجر به ایجاد آثار نفیس انتزاعی برجسته و مسطح در نیویورک پس از جنگ شد. [۱۰] اما حتی اگر این‌طور باشد، نقاشی‌های چکه‌گذارانه‌ی پولاک<sup>۹</sup> — که توسط کلمنت گرینبرگ<sup>۱۰</sup> بزرگ داشته شد — به وسیله‌ی آن شرایط اجتماعی به تعیین نرسیده بود. پولاک منشا آن ایده‌ی زیبایی‌شناسانه بوده است — بستگی به او داشت که چکه‌گذاری کند یا نه.

دست‌کم این ظاهر کار است. اما ظاهر صرف هم نیست. ظاهر از درک عمومی<sup>۱۱</sup> و معرفت عام<sup>۱۲</sup> ما منتج می‌شود که در توضیح تولید هنر از آن استفاده می‌کنیم. بدون شک نظریه‌ی عامه بر اساس درک عمومی<sup>۱۳</sup>، از هر نوعی می‌تواند نادرست و تجسم ایدئولوژی گمراه‌کننده باشد. اما نظریه‌ی عامه همچنین می‌تواند بسیار بهتر از آن چیزی باشد که قرار است جایش را بگیرد. عده‌ی بحث کرده‌اند که تصور عامه‌ی ما از ذهن گمراه‌کننده است. آته‌ایست معتقدند که الهیات عامه نادرست است. اما آنجا که نظریه‌ی عامه توضیحاتی ارائه می‌کند که به نظر می‌رسد اساس پیش‌بینی‌های موفق باشد، مسئولیت تردیدکنندگان خواهد بود که نشان دهند این پدیده چگونه می‌تواند با اصطلاحاتی دیگر، بهتر از این توضیح داده و پیش‌بینی شود و همچنین باید نشان دهند چگونه توضیحات عامه می‌توانند به نظر موفق بیانند در حالی که در واقع درست نیستند.

7. Wollfin

8. Serge Guilbaut

9. Pollock

10. Clement Greenberg

11. commonsense

12. folk wisdom

13. commonsense folk theory

به نظر من مسئولیت اثبات متوجه فرد بدگمان در امر تولید است، چراکه توضیحات زیبایی شناسانه قسمتی از نظریه‌ی عامه‌ی ما بر اساس درک عمومی درباره‌ی تعامل ما با هنر است، که به نظر می‌رسد به خوبی عمل می‌کند. می‌پذیرم که یک توضیح جامعه‌شناختی بدگمان گاهی از توضیح زیبایی شناختی عامه بهتر است. برای مثال مطمئناً افراد گاهی به انجام داوری‌های ذوقی متمایل می‌شوند که چنان‌که کانت گفته، «ناخالص» اند (چراکه زمینه‌ی عملی تعیین شان بازنمایی شرایط گوناگون اجتماعی است و نه فقط لذت بردن، یا ناخشنودی از بازنمایی مان از یک ابژه). [۱۱] و مطمئناً ما گاهی به دلایلی به ایجاد آثار هنری متمایل می‌شویم که هیچ ارتباطی با ویژگی‌های زیبایی شناسانه ندارند. این قبیل حقایق جزئی هستند که توضیحات قانع‌کننده‌ی برای محبوبیت نظریه‌پردازی‌های جامعه‌شناختی ارائه می‌کنند. این گونه نیست که چنین نظریه‌هایی از هیچ درجه‌ی از منطق یا معقولیت برخوردار نباشند. گاهی اوقات صحیح و درست اند. مخالفت من با این عقیده است که تمام توضیح زیبایی شناختی عامه نادرست است. هیچ چیزی شبیه دلیل و مدرک برای اثبات آن در اختیارمان گذاشته نشده است. توضیحات زیبایی شناختی عامه‌ی ما به اندازه‌ی کافی برای اهداف روزمره مناسب اند و نظریه‌ی جامعه‌شناختی جایگزین نمی‌تواند کل پدیده‌ی را توضیح دهد که توضیحات زیبایی شناختی توضیح‌اش می‌دهد. پس باید توضیحات عامه را حفظ کنیم. [۱۲]

این حقیقتی اجتماعی است که بدگمانی تولید درباره‌ی ارزش زیبایی شناسی بیش از حد توسط جامعه‌شناسانی که در هنر تعمق می‌کنند عنوان می‌شود تا تاریخ‌نگاران هنر که زمینه‌ی اجتماعی هنر را بررسی می‌کنند. [۱۳] در واقع به نظر می‌رسد که ارتباط معکوسی وجود داشته باشد: هرچه شواهد تجربی بیشتری عنوان شود، نظریه‌های حاصل از آن کمتر مانع از ارجاع به زیبایی شناسی، به عنوان یک اصل می‌گردد. برای مثال، نظریه‌ی جامعه‌شناختی جالب ریچارد پترسون<sup>۱۴</sup> (که به نقش خبررسانی رسانه‌ها و امثال آن می‌پردازد)، شواهد زیادی گرد می‌آورد. اما نظریه‌ی که او بر پایه‌ی آن مصداق‌ها پایه‌ریزی می‌کند، نسبت به نقش مسائل زیبایی شناختی بی‌طرف است. به علاوه او گهگاه به ملاحظات زیبایی شناختی اشاره می‌کند اما نه آنطور که گویی با نظریه‌اش مغایرت دارد بلکه به عنوان چیزی که جایگاهی طبیعی در نظریه‌اش دارد. برای مثال درجایی می‌نویسد:

نوآوری زیبایی شناسانه با دوره‌هایی از رقابت شدید میان ناشران موسیقی همراه بوده است. [۱۴]

چه می‌شد اگر جامعه‌شناسان بیشتری مثل پترسون بودند!

ما باید بین طرح‌های جامع و غیرجامع در جامعه‌شناسی هنر تمایز قائل شویم. طرح جامع با این هدف شروع می‌کند تا نشان دهد چگونه تولید هنر کاملاً توسط شرایط اجتماعی - اقتصادی که تحت آن تولید می‌شود، تعیین می‌گردد و هیچ نقشی برای روش‌هایی که هنرمندان فعالیت خودشان را در آنها درک می‌کنند، قائل نیست. در مقابل، طرح غیرجامع هم عوامل اجتماعی، و هم ادراک خود هنرمند، هر دو را ضروری، اما به‌تنهایی ناکافی می‌داند. این دو فقط و فقط در کنار یکدیگر می‌توانند تولید هنر را توضیح دهند. طرح غیرجامع قابل قبول است اما بیشتر جامعه‌شناسان هنر طرح جامع را

14. Richard Peterson

دنبال می‌کنند. [۱۵]

مشکل اصلی طرح جامع در جامعه‌شناسی هنر آن است که خود آثار به‌گونه‌ای که بوده‌اند، خود به‌خود از قلم می‌افتند. اما این مستلزم آگاهی غلط بسیار بالایی است. بررسی‌های جامعه‌شناختی محض هرگز توضیح کاملی از تعامل اجتماعی ما با هنر نخواهد بود. اگرچه ممکن است توضیحاتی جزئی به‌دست دهد. مادامی که طرح جامع در جامعه‌شناسی هنر سودای چنین توضیح کاملی را در سر دارد، بر فرض نادیده گرفتن زیبایی‌شناسی استوار است. (چنین مفهومی در گفته‌ی پولاک آشکار است) اما توسل جستن به زیبایی‌شناسی ارزشی توضیحی دارد که تعاریف محض جامعه‌شناختی نمی‌تواند جایگزین‌اش شود. به همین دلیل است که طرح جامع در جامعه‌شناسی هنر، به طرز ناتوان‌کننده‌ی، از نظر توضیحی ناکامل است. هیچ بحث جدی درباره‌ی ماهیت عام ارزش و توصیف‌کنندگی هنر ممکن نخواهد بود مگر اینکه این ایدئولوژی ضدزیبایی‌شناسی را کنار بگذاریم. مادامی که زیبایی‌شناسی پست‌مدرنیستی، مارکسیستی، و فمینیستی طرح جامع جامعه‌شناسی هنر را مفروض بدانند، این طرح‌ها ناقص خواهد بود. توضیحات زیبایی‌شناختی ضروری‌اند. [۱۶]

### توصیف‌های سواره

مدافعان زیبایی‌شناسی می‌توانند تا رسیدن به نقطه‌ی نیرومندتر پیش بروند — اینکه توضیحات ایدئولوژیکی به توضیحات زیبایی‌شناختی وابسته‌اند. جامعه‌شناسی هنر با این پرسش‌ها روبه‌روست: چرا درحالی‌که می‌توان بیانی ایدئولوژیکی، بدون هنر و هیچ نمود زیبایی‌شناسانه‌ی دیگری داشت، بیان ایدئولوژیکی و زیبایی‌شناختی با هم آمیخته می‌شوند؟ مطمئناً پاسخ این است که پروپاگاندا تابع محصولاتی با کیفیت زیبایی‌شناختی بالا است، چراکه ارزش زیبایی‌شناختی به تبلیغات یا ایدئولوژی وابسته نیست. جنبه‌ی ایدئولوژیکی هنر به کمک جنبه‌ی زیبایی‌شناختی‌اش به پیش می‌رود همان و جهی که ذهن جامعه‌شناسانه از به رسمیت شناختن‌اش خودداری می‌کند. آن دسته از ایدئولوگ‌های ضدزیبایی‌شناسی که زیبایی‌شناسی را به‌عنوان یک توهم ایدئولوژیکی رد می‌کنند، خودشان را تضعیف کرده‌اند. تازمانی که خود را از توضیحات قابل قبول ایدئولوژیکی محروم می‌سازند، به زیان خودشان عمل می‌کنند.

پس آثار هنری نه تنها هم ویژگی‌های زیبایی‌شناختی و هم ایدئولوژیکی دارند، بلکه ویژگی‌های زیبایی‌شناختی تقدم توضیحی دارند. برای توضیح دادن این امر که چرا کسانی که می‌خواهند یک ایدئولوژی را ترویج دهند از هنر زیبایی‌شناسانه بهره می‌گیرند، نیازمند توسل جستن به ارزشی زیبایی‌شناسانه ایم. برای مثال، بیشتر هنر مصری در خدمت تبلیغ برای فراغنه بوده اما هیچ شکی نیست که دلیل اثربخشی آن تا حدی تاثیر زیبایی‌شناسانه‌اش بوده است.

یا، با گذار سریع از مصر باستان به نیویورک پس از جنگ، می‌بینیم که کلمنت گرینبرگ با بیشتر نظریه‌پردازان با ذهنیت جامعه‌شناختی بر سر نقش توضیحات زیبایی‌شناختی در توصیف پدیده‌ی هنر اکسپرسیونیسم انتزاعی آمریکایی پس از جنگ در کشمکش و رویارویی بود. برخلاف منتقدان فراوانش، من معتقدم که نقد کلمنت گرینبرگ گاهی اوقات (مطمئناً نه همیشه) پاسخی به ارزش موجود در آثاری که او درباره‌شان بحث می‌کرد، و بیانی روشن از آن بود. [۱۷] این بیان چیزی بود که گرینبرگ استعدادی خاص برای آن داشت. و باید از گرینبرگ به خاطر پافشاری سرسختانه‌اش بر آن ارزش در برابر جماعتی که مخالفش بودند، قدر دانی کرد. البته درباره‌ی چیزهایی که تاریخ هنر را پیش می‌برند حرف‌های بیشتری برای

گفتن وجود دارد. درست است که اغلب، فشارهای ایدئولوژیکی بر سر کار است. اما اگر آنچه گرینبرگ بدان توجه کرد و آن را باظرافت بیان نمود، وجود نمی داشت، نه تنها هیچ چیز برای تاریخ هنر نمی ماند تا تاریخ اش باشد، بلکه برای ایدئولوژی هم چیزی وجود نمی داشت که به آن وصل شود. زیبایی شناسی بخشی اساسی از چیزی است که تکامل هنر را به پیش می برد.

اگر چه گرینبرگ به معنایی فرمالیست بود، مشتاق آنچه چشم را خیره می کند، همچنین باوری هگلی به سیر و پیشرفت تاریخی داشت. (در این مورد او برعکس بل و فرای<sup>۱۵</sup> و بیشتر شبیه گامبریچ<sup>۱۶</sup> است.) گرینبرگ در دیدگاه اش نسبت به تکامل هنر قرن بیستم، فرمالیسم و هگلیسم اش را با هم آمیخت. برای او، هنر آمریکای سالهای پس از جنگ جای بود که روح زمانه در آن متجلی بود، نقطه ی اوج آنچه در اروپای نیمه ی اول قرن، جریان داشت. [۱۸] اما نیازی نیست ما این داستان را به تمامی بپذیریم، می توانیم برچسب هگل را از گرینبرگ برداریم، بعلاوه می توانیم بپذیریم که حق با گیلبو بود که می گفت بخشی از این اتهام درست است که چیرگی هنر آمریکای پس از جنگ ارتباط زیادی با منفعت سیاسی اش برای راست گراهایی داشت که پی گیر جنگ سرد بودند. باین حال بررسی گرینبرگ از آنچه چشمانش را به خود جلب می کرد، در بسیاری از موارد درست است — البته در مورد آثاری که او درباره شان بحث می کند. و پدیده ی ایدئولوژیکی که مخالفانش آن را برجسته می کردند ممکن نمی بود مگر اینکه تحلیل گرینبرگ درباره ی ویژگی های زیبایی شناختی آن آثار تا حد زیادی درست باشد.

امروزه آثار هنری کالاهایی هستند که بسته به نظام اقتصادی که در آن قرار دارند، به روش های متفاوتی ایجاد و مبادله می گردند. در جهان معاصر بسیاری از آثار هنری، در میان دیگر چیزها، کالاهایی زیبایی شناختی در یک نظام اقتصاد کاپیتالیستی هستند. [۱۹] اما آنها دست کم تا قسمتی کالاهایی زیبایی شناختی اند. افراد تا قسمتی، به خاطر کیفیات ارزشمند زیبایی شناختی علاقه مند به آثار هنری هستند و این دلیل آن است که چرا آنها حاضرند برای آثار هنری هزینه کنند. تولید هنر معمولا بر اساس سود و منفعت به پیش برده می شود، تنها به این دلیل که تقاضا برای این آثار، تاحدی به خاطر رضایت زیبایی شناختی که موجب می شوند، وجود دارد. بدون تحسین زیبایی شناختی هیچ تولیدی در هنر وجود ندارد. توضیحات اقتصادی جای توضیح زیبایی شناختی را نمی گیرد — به آن متکی و وابسته است! همچون توضیحات ایدئولوژیکی، توضیحات اقتصادی نیز بر اساس توضیحات زیبایی شناختی به پیش می روند.

با اینکه بسیاری از آثار معاصر کالاهای سرمایه داری نیستند، اما با بودجه ی دولت تامین می شوند. این در مورد آثار آوانگارد که به ویژه توجه نظریه پردازان هنر را جلب می کنند، بسیار صادق است. بسیاری از آثار آوانگارد توسط موزه ها یا گالری های عمومی، یا دست کم موزه ها و گالری های دارای سوبسید عمومی، سفارش داده می شوند و در آنها به نمایش درمی آیند. این شکل از حمایت اشتراکات بیشتری با شکل های سنتی سرپرستی و حمایت اشراف یا کلیسا دارد. تعداد کمی از این آثار تولید می شدند اگر قرار بود کاملاً متکی بر بازار هنر کاپیتالیستی باشند. باین حال گردانندگان نهادهای هنری که تحت مالکیت یا سوبسید عمومی هستند، برای سفارش دادن و خریدن آثار دلایلی دارند. شکی نیست که فشارهای ایدئولوژیکی در کار هست که بر تصمیمات آنها تاثیر می گذارد. اما گاه، ملاحظاتی زیبایی شناختی نیز جزء دلایل سفارش و

15. Bell and Fry

16. Gombrich

خرید است. کسانی می‌توانند تا حدی به این موضوع بدبین باشند، اما باید این را هم در نظر بگیرند که ملاحظات زیبایی‌شناختی در تعیین گزینه‌ها و بنابراین در تعیین آنچه تولید می‌شود، نقش دارد. برای مثال، یک مدیر هنری ممکن است به دلایل ایدئولوژیک تصمیم بگیرد که تنها از آثار هنر فمینیستی کارهایی را خریداری کند و در نمایشگاهی آنها را به نمایش گذارد. باین حال اگر تولید چنین آثاری بسیار کم نباشد، آزادی انتخاب وسیعی وجود خواهد داشت و دلایل زیبایی‌شناختی یک حوزه از دلایل انتخاب بین آثار رقابت‌کننده و یا هنرمندانی که معیار ایدئولوژیک را کسب کرده‌اند، خواهد بود. مورد مشخص اکسپرسیونیسم انتزاعی از این حیث بسیار جالب است. گیلو خاطر نشان می‌کند که بسیاری از کسانی که شدیداً از اکسپرسیونیسم انتزاعی حمایت می‌کردند، از خود آثار خوششان نمی‌آمد و برخلاف ارزیابی منفی زیبایی‌شناسانه‌شان، به دلایل سیاسی از آنها طرفداری می‌کردند. [۲۰] من فکر می‌کنم که این درجه از بدبینی غیر عادی است. به هر حال، هنوز کسی باید تعدادی از آثار اکسپرسیونیسم انتزاعی را از میان دیگر آثار این سبک انتخاب کند. بدبینان در راست سیاسی خوشحال بودند که آن کار را به مدیران هنری با بدبینی کمتر محول کنند. همچنان باید میان آثار رقابت‌کننده دست به انتخاب زد. این، جایی بود که منتقدانی چون گرینبرگ پایه عرصه گذاشتند. هنرمندان اکسپرسیونیست انتزاعی پر شمار بودند، بسیار بیشتر از اندازه‌یی که بتوان کارشان را ترویج کرد، پس باید انتخاب‌هایی انجام می‌گرفت. اکسپرسیونیسم انتزاعی در نظر گرفته شده بود تا ارزش‌های سیاسی آمریکایی را به روشنی و به طرز نشان دهد که نظر موافق روشنفکران اروپایی را جلب کند که شیفته‌ی ایدئولوژی و نظام شوروی پس از جنگ جهانی دوم بودند. جکسن پولاک با تاکیدش بر بیان فردی و کنش مستقل، درست در تقابل با ارزش‌های شایسته و کسل‌کننده‌یی بود که رأیست‌های سوسیالیست «هنر تراکتوری» ایجاد کرده بودند، دقیقاً همان چیزی بود که راست سیاسی در آمریکا به آن نیاز داشت. اما باید بگویم که پولاک این ارزش‌ها را از بسیاری از دیگر معاصرانش بهتر بیان کرده و این بیان بهتر عمدتاً به دلیل مزیت زیبایی‌شناختی آثار اوست. به همین خاطر توضیحات زیبایی‌شناختی حتماً آن جا هم نیاز است.

پس نه تنها برای ما دلایلی جامعه‌شناختی با کمترین میزان قانع‌کنندگی ارائه نشده است تا عقیده‌ی زیبایی‌شناسی بر اساس درک عمومی و بدون بدگمانی را کنار بگذاریم، بلکه هر گونه توضیح قابل قبول ایدئولوژیک یا اقتصادی نابدگمانی به زیبایی‌شناسی را پیش فرض قرار داده است. بدون وجود داشتن گرینبرگ که به ما بگوید چرا آثار در خودشان ارزش دارند و این انتظار هم می‌رود که چنین باشد، هیچ توضیح دیگری نمی‌توانست قابلیت ظهور پیدا کند.

اگر جامعه‌شناسی هنر می‌بایست وجود داشته باشد، آنچه نیاز داریم جامعه‌شناسی زیبایی‌شناسی است نه جامعه‌شناسی توهم زیباشناسی.

## زیبایی و لذت

پرسشی باقی می‌ماند و آن این است که توضیح زیبایی‌شناختی از تولید هنر دقیقاً چگونه عمل می‌کند. اگر بخواهیم جایگزینی ماندنی برای بدگمانی تولید داشته باشیم، باید چیزی در این باره بگویم. در ابتدا گفتم که می‌توانیم راه را برای تحلیل‌های بیشتر و مفصل‌تر در مورد زیبایی و دیگر ویژگی‌های زیبایی‌شناختی باز بگذاریم. اما هر تحلیلی داشته باشیم، لازم است به پرسش‌های انگیزشی و ارزش‌گذارانه درباره‌ی اینکه چرا ویژگی‌های زیبایی‌شناختی ما را برمی‌انگیزند و چرا



برای آنها ارزش قائل ایم، پاسخ دهیم.

در این مورد، همراه با سنتی بسیار دور و دراز و کهن در زیبایی شناسی، که دست کم به یونان باستان برمی گردد، می توانیم به لذت متوسل شویم. [۲۱] در تعریفی واقع گرایانه، لذت زیبایی شناختی طرز دریافت و درک ما از ویژگی های واقعی زیبایی شناختی در جهان است. اما در تعریفی غیر واقع گرایانه لذت زیبایی شناختی واکنشی به ادراکات و اعتقادات غیر زیبایی شناسانه، آن طور که هیوم و کانت بدان اندیشیده بودند، است. در هر کدام از این دو تعریف، لذت باید لذتی بسیار خاص باشد. هیوم و کانت چیزهای روشنگر بسیاری در مورد اینکه این لذت از چه نوعی است گفته اند. مثلا، فکر می کنم مقداری از آنچه کانت در مورد «بدون منفعت» بودن لذت زیبایی شناختی گفته است، قابل دفاع باشد. [۲۲] در این باره می توان بیشتر صحبت کرد. [۲۳] اما به روشنی قابل فهم است که لذت، ما را برمی انگیزد و همچنین قابل فهم است که ما آن را ارزش گذاری می کنیم. بنابراین، قابل فهم است که به تعمق در چیزهایی که موجب لذت می شوند تمایل داریم و به آنها ارزش می دهیم. نلسون گودمن<sup>۱۷</sup> با نامگذاری بلیغ نظریه های لذت با عنوان «نظریه های غوطه وری در خلجان» [۲۴] نظریه های زیبایی شناختی هنر را برخلاف نظریه ی شناختی متعالی خودش به تمسخر می گیرد. اما من می گویم که درباره ی یک خلجان خوب هم چیزهای زیادی می توان گفت. خلجان های لذت بخش اکثر ما را برمی انگیزد حتا اگر با گودمن کاری نکند. می تواند این طور باشد که اینگونه خلجان ها حاصل ارزش خاصی هستند که از فضیلت محتوای برجسته، روابط و هنجارهای متمایز شان ناشی می شود.

به هر ترتیب، هر چند دست یافتن به لذت در فهم زیبایی اهمیت دارد و قسمتی از جریان تولید هنر است اما برای توضیح تولید هنر کافی نیست، چراکه چیزی در مورد فرد یا افرادی که مستقیما هنر را تولید می کنند نمی گوید. پذیرفتنی نیست که تمام تولید هنر با میل به تولید لذت، چه در دیگران، و چه فرد تولید کننده برانگیخته شود. لذتی که از خلق هنر کسب می کنیم معمولا در درون جریان خلق کردن است. هنگامی که در حال ساختن هنر هستیم یا بعد از آنکه ساخته شد، یا در این اندیشه که دیگران از آن لذت می برند، یا حتا در این فکر که کسی چیزی ارزنده ساخته، دیگر مسئله ی لذت در فهم اثر در کار نیست. [۲۵] هنگامی که کسی چیزی می سازد در آن به لذتی ذاتی دست می یابد. لذتی که در ساختن هنر هست، ممکن است به طرز مفیدی در مقوله ی لذت زیبایی شناختی قرار نگیرد که معمولا به عنوان لذت تامل در نظر گرفته می شود. لذت ساخت هنر لذتی است در یک **فعالیت** (من عاشق **نواختن** آکاردئون ام هستم). لذت ساختن چیزی زیبا با لذت تامل در چیزی زیبا یکی نیست. باین حال شک دارم که لذت فعال ساختن هنر در رابطه ی نزدیک با لذت تاملی زیبایی شناختی باشد. این گونه نیست که ما ساختن هنر را لذت بخش ندانیم مگر اینکه تامل در مورد آن را هم لذت بخش بپنداریم. [۲۶]

آن نظریه ی هنری که به لذت های تاملی و فعال توسل جوید، مطمئنا از نقطه ی معقولی شروع به حرکت کرده است. چراکه چنین نظریه ی بی آنکه دچار اشتباه شود، در جایگاهی است که توضیح دهد چرا ما برای فعالیت های هنری ارزش قائل ایم. در چنین دیدگاهی، علت آنکه ما فعالیت هایمان را ارزش گذاری می کنیم برایمان روشن است. و آن اینکه چیزی هست که ما به آن آگاه ایم، نه چیزی که از ما پنهان است و باین حال دلیل زیرین کنش های ماست. یک نظریه ی لذت از نتیجه گیری های شایع آگاهی کاذب یا نتایج روانشناختی پنهان که تنها تحلیل های جامعه شناختی و روانکاوانه می تواند

17. Nelson Goodman

نشانش دهد، دوری می جوید. در عوض ما فعالیت‌های هنری را ارزش‌گذاری می‌کنیم چون در آنها ارزشی می‌یابیم که بدون شک از آن برخوردارند. در مقابل، نظریه‌ی که مدعی توضیح هنر از طریق عوامل نامعلوم جامعه‌شناختی یا روان‌شناختی است (هنر به مثابه کنترل اجتماعی، هنر به مثابه بازی و غیره)، قادر نخواهد بود توضیحی منطقی به دست دهد که چرا ما هنر را ارزش‌گذاری می‌کنیم. چرا که [در چنین نظریه‌ی] عقیده‌ی ما درباره‌ی چرایی ارزش‌گذاری هنر، از دلیل واقعی اینکه چرا هنرها را ارزش‌گذاری می‌کنیم، جدا می‌شود. با چنین تعریفی، توضیح تجربه‌کردن و ساختن هنر برای ما روشن نخواهد بود. پس آنگاه، دشواری کار در توضیح فراگیر بودن و عمومیت ارزش‌گذاری ما از هنرها خواهد بود. چگونه است که انسان‌ها به طرز گسترده و عمیقی با فرهنگ‌ها، طبقات، نژادها، اعتقادات و در اعصار مختلف فریب خورده‌اند و هیچ‌گاه متوجه آن نشده‌اند؟ پندار غلطی که می‌بایست باور کنیم به قدری در روانشناسی ما گسترده و عمیق شده که باورپذیر گشته است. به نظر می‌رسد — البته برای اکثریت — که بسیاری از ارزش‌هایی که ما در تامل درباره‌ی هنر و ساختن آن می‌یابیم، روشن و آشکارند. برجسته‌ترین این ارزش‌ها، لذتی است که ساخت زیبایی و تامل در آن در بر دارد. شاید هنرها متضمن گونه‌ی مشخصی از لذت اند که از ارزش معینی منتج شده، ارزشی والاتر از آنچه کانت «لذت مطبوع» می‌نامد، اما به هر روی لذت است.

بگذارید مرزی در اینجا قائل شویم. واضح است که چیزهای زیادی برای گفتن درباره‌ی طبیعت لذت و داوری زیبایی‌شناسانه، درباره‌ی زیبایی و دیگر ویژگی‌های زیبایی‌شناختی، و درباره‌ی طبیعت تخیل خلاق زیبایی‌شناسانه وجود دارد. ما به دریافت و ساخت چیزهای زیبا به خاطر مزیت لذتی که به هنگام خلق و تحسین آنها بدست می‌آوریم، علاقه‌مندیم و آنها را ارزش‌گذاری می‌کنیم. اینکه چرا اینگونه است مسأله‌ی عمیقی است اما ما مسلماً انجامش می‌دهیم. بر این اساس، ما می‌توانیم نظریه‌ی از هنر ایجاد کنیم که اهمیت‌اش را به درستی درک کنیم. هنر، در میان سایر چیزها، هنر زیبایی است. دریافت و آفرینش زیبایی دو منشا برای لذت‌هایی از انواع متفاوت اند و به همین خاطر است که برای هنر تا این درجه ارزش قائل ایم.

---

## پی‌نوشت

۱. اگر چنین دیدگاهی داشته باشیم، می‌توانیم از اتخاذ یک تئوری مشخص درباره‌ی ویژگی‌های زیبایی‌شناختی پرهیز کنیم. این موضوع را می‌توان به عنوان مبحثی مستقل بررسی کرد. [در اینجا] مسئله این است که ببینیم با اتخاذ تعریفی که از ویژگی‌های زیبایی‌شناختی کمک می‌گیرد تا چه حد می‌توانیم هنر را درک کنیم. چنین نظریه‌ی می‌تواند با پرداختن به سرشت حقیقی ویژگی‌های زیبایی‌شناختی به عنوان یک عامل متغیر شکل بگیرد.

2. Pierre Bourdieu, *Distinction* (London: Routledge & Kegan Paul, 1984); Terry Eagleton, *The Ideology of the Aesthetic* (Oxford: Blackwell, 1984).
3. See Nick Zangwill, "Against the Sociology of Taste," *Cultural Values Journal* 5(2001), reprinted in Nick Zangwill, *Metaphysics of Beauty* (Ithaca, NY: Cornell University Press, 2001), chap. 12.
4. Griselda Pollock, *Vision and Difference* (London: Routledge, 1988), 27.
5. Janet Wolff, *The Social Production of Art* (New York: Methuen, 1984), esp. 7, conclusion.

6. Howard Becker, *Art Worlds* (Berkeley: University of California Press, 1982).
7. Ibid., ix-x.
8. Nick Zangwill, "Groundrules in the Philosophy of Art," *Philosophy* 70(1995):533-544.
9. Michael Baxandall, *Painting and Experience in Fifteenth Century Italy* (Oxford: Oxford University Press, 1972).
10. See Serge Guilbaut, *How New York Stole the Idea of the Avant Garde* (Chicago: University of Chicago Press, 1983). See also David Wise, "Spook Art," *ArtNews*, September 2000; and Frances Stonar, *The Cultural Cold War* (New York: New Press, 2000).
11. Kant, *Critique of Judgement*, translated by James Creed Meredith (Oxford: Oxford University Press, 1928), 65-66.

۱۲. توجه کنید که به هیچ عنوان دلیلی ندارد که گمان کنیم نظریه‌ی زیبایی‌شناختی متعهد به نوعی از «خودبستگی» هنر است. این کار بیهوده‌ی است: اثر هنری می‌تواند ارزش‌های زیبایی‌شناختی متکی بر معنای اثر داشته باشد. نیازی نیست که یک اثر فقط ارزش‌های زیبایی‌شناختی داشته باشد. به‌علاوه یک نظریه‌ی زیبایی‌شناختی ملزم به رجحان دادن به فرم‌های هنری عالی و سطح بالا و یا تعهد به فرمالیسمی افراطی در رابطه با ویژگی‌های زیبایی‌شناختی نیست. مثلاً کانت قائل به هیچ کدام از این موارد نبود.

۱۳. یکی از تاریخ‌نگاران بسیار درخور توجه هنر که به واقعیت‌های اجتماعی توجه می‌کند اما به ارزش زیبایی‌شناختی بی‌اعتنا نیست مایکل بکسندال است. برای مثال نک. *نقاشی و تجربه در قرن پانزدهم ایتالیا و الگوهای مفهوم*، درست بر خلاف کتاب *جنت ولف*، *تولید اجتماعی هنر*، که حاوی شواهد تجربی اندک و یا فاقد آن است. ولف تنها به دیگر نویسندگانی که رویکردی جامعه‌شناسانه دارند استناد می‌کند. برای دیدن این نقیصه همچنین نک. *زیبایی‌شناسی و جامعه‌شناسی هنر*.

14. See Richard Peterson, "Cultural Standing through the Production Perspective," in *The Sociology of Culture*, edited by Diana Crane (London: Routledge, 1994), 175.

۱۵. طنز قضیه اینجاست که بخشی از تولید فرهنگی که قاعدتاً باید موضوع توصیف جامعه‌شناسانه باشد، مخالفت نظری جامعه‌شناسان هنر قرن بیستم با زیبایی‌شناسی است. جامعه‌شناسان به طرز چشمگیری از به‌کارگیری شیوه‌های جامعه‌شناسانه دریاره‌ی نظرات خودشان پرهیز می‌کنند.

۱۶. آنچه تاریخ هنر «جدید» خوانده می‌شود مشتاقانه در پی نبش قبر ویژگی‌های ایدئولوژیک آثار هنری (و نیز نوشته‌های پیرامون آنها) است. نک. *تاریخ هنر جدید* ویرایش ای. ال ریز و فرانسس بروزلو. اما در واقع تاریخ هنر «قدیمی» هیچ‌گاه کلیشه‌ی ساده‌انگارانه‌ی که وانمود می‌شود نبود. ارنست گامبریچ نمونه‌ی بسیار خوبی در این زمینه است.

17. See *Clement Greenberg: Collected Essays and Criticism*, 4 vols., edited by John O'Brian (Chicago: University of Chicago Press, 1986). See also Clement Greenberg's writings in *Modernism and Modernity*, edited by Benjamin Buchloch, Serge Guilbaut, and David Solkin (Vancouver, British Columbia, Canada: Nova Scotia Press, 1981): "To Cope with Decadence," his contributions to the discussion on T. J. Clark's paper (pp. 188-93), and his contributions to the general panel discussion (pp. 265-77). See also Clement Greenberg, *Homemade Esthetics* (Oxford: Oxford University Press, 1999).

18. See "Modernist Painting," in *Clement Greenberg: Collected Essays and Criticism*, vol. 4.

۱۹. نک. کتاب *نقاشی و تجربه* بکسندال، آنجا که او یک سیستم اقتصادی را توصیف می‌کند که مبادله‌ی آثار هنری به نحوی متفاوت با شیوه‌ی انجام می‌گرفت که در بیشتر سالهای قرن بیستم رایج بود و آثار هنری به عنوان کالا خرید و فروش می‌شدند.

20. The CIA funded exhibitions in Paris in 1952 and in Vienna in 1959. See Wise, "Spook Art," 163.

۲۱. افلاطون می‌گوید «زیبایی چیزی است که شنیدن و دیدنش دلپذیر است». آکویناس می‌گوید: «چیزهایی که آنها را زیبا می‌نامیم آنهایی هستند که وقتی می‌بینیم‌شان برایمان دلپذیر اند». به‌علاوه این ایده که بعضی چیزها «چشم را می‌نوازند» در *سفر آفریش و در اودیسه‌ی هومر* نیز عنوان شده است.

22. See Nick Zangill, "UnKantian Notions of Disinterest," *British Journal of Aesthetics*, 32 (1992): 149-52; and Nick Zangill, "Kant on Pleasure in the Agreeable," *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 53 (1995): 167-76.
23. See Jerry Levinson, "Pleasure and the Value of the Arts," in *Pleasure, Value and the Arts* (Ithaca, NY: Cornell University Press, 1995).
24. Nelson Goodman, *Languages of Art* (Oxford: Oxford University Press, 1969), 112.
25. See Nick Zangwill, "Art and Audience," *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 1999.

۲۶. کانت یادآوری می‌کند که اگرچه تولید هنر مستلزم تخیل مولد است اما ذوق و داوری را نیز به همراه دارد.