

وزارت علوم، تحقیقات و فن آوری



دانشگاه کاشان

دانشکده معماری و هنر

گروه پژوهش و هنر

پایان نامه

جهت دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته‌ی پژوهش هنر

عنوان:

« نقش مخاطب در شکل‌گیری اثر هنری

در مدرنیسم و پست‌مدرنیسم »

اساتید راهنما:

دکتر عباس اکبری

دکتر امیرحسین چیت‌سازیان

توسط:

نعمت باقری فرد

بهمن ۱۳۹۱

با یاد حق ...

تقدیم به مادرم...

که این روزها
بیشتر از روزهای بودنش
پیش چشم است.

پیش از هر چیز:

با سپاس از جناب آقای دکتر
محمد حسین چیت‌سازیان که
نگاه نکته‌یابشان، کوچکترین
لغزش‌ها را برایم، دیدنی ساخت و
قدردانی و سپاس، از جناب آقای
دکتر **عباس اکبری** که ایده‌ی
مخاطب را از محضر درس ایشان
به‌عاریت دارم، و... به‌پاس کسی که
در ما، بیشتر از ما می‌داند.

در ضمن از زحمات اساتیدی چون
آقای **حسن عزیزی** و آقای
اخترکاوان که با داوری منصفانه‌ی
خویش، نکات ارزنده‌ای را یادآور
شدند، کمال تشکر را دارم. در کنار
زحمات این عزیزان، دوستان و
بزرگوarانی نیز در اجرای جلسه‌ی
دفاعیه، مرا یاری داده و مایه‌ی
دلگرمی بودند که نامشان در دل
روشن است و روشنا.

چکیده:

این نگارش و پژوهش، به ابعاد تازه‌ای از مفهوم مخاطب نظر داشته است؛ تلاش برای رفع کاستی‌های موجود در تعریف رایج از مخاطب - که ریشه در بدبینی مدرنیسم اولیه از فرهنگ توده‌ای داشت - به مرور، فضا را برای طرح جدی موضوع مخاطب باز کرد. در هنرهای تجسمی، این رویکرد، خاستگاه تازه‌ای از هنرها شد که تلویحا، مخاطب را نه محصول و نتیجه‌ی اثر هنری، بل سرچشمه و منشأ آن می‌انگارند. براین اساس، ضمن بررسی جایگاه مخاطب در دو رویکرد مدرنیسم و پست‌مدرنیسم، عوامل تاثیرگذار در جایگزینی عصر مخاطب محوری به جای عصر هنرمند محوری، مورد تحلیل قرار گرفت. همسو با فراگیر شدن هنرهای مخاطب‌محور، شاهد شکل‌گیری اندیشه‌هایی هستیم که مقوله‌ی مخاطب/دیگری را سرلوحه‌ی نقد و نظرهای خود ساخته‌اند. این هم‌گرایی در اندیشه و هنر غرب، پیامد بازبینی در بسیاری از اندیشه‌های و الگوهای هنری مدرنیسم بوده و اتفاقات جریان‌ساز هنری تازه‌ای را در پی داشته است. این تحقیق توسعه‌ای، که با شیوه‌ی گردآوری اسنادی و کتابخانه‌ای توأم با روش تحقیق تحلیلی - تاویلی، سامان یافته، با تأکید بر این هم‌گرایی، بر این نکته تأکید دارد که علی‌رغم باور تاریخی هنر، نحوه‌ی شکل‌گیری اثر هنری، ریشه در *افق خواست و انتظار مخاطب دارد نه در نیت هنرمند*.

در زمانه‌ی حاضر - عصری که با نام پست‌مدرن از آن یاد می‌شود - معنا و کارآیی هنر، ابعاد تازه‌ای به خود دیده است؛ برقراری ارتباط با مخاطب - از حیث چیستی و چگونگی‌اش -، یکی از دغدغه‌های شایع در هنر معاصر به شمار می‌رود. تا حدی که نقش تاثیرگذار مخاطب در شکل‌یابی اثر هنری، این مجال را به ما می‌دهد که هنر معاصر را مخاطب‌گراتر از رویکردهای پیشین، ارزیابی کنیم. رویکردی که شکل‌سالبه‌ی آن از مدرنیسم آغاز شد؛ هرچه مدرنیسم، بر نخبه‌گرایی و نبوغ هنرمند، تأکید و از صنعت فرهنگ عامه‌ی مردم پرهیز می‌نمود، در عوض پست‌مدرنیسم، برگ برنده‌ی هنر خود را به مخاطب می‌دهد. هنر امروز همسو با اندیشه‌های معاصر، گرایشی بنیادین به مقوله‌ی دیگری (مخاطب)، پیدا کرده است. هنر، پنجره‌ای به سمت دیگری است و به نظر می‌رسد هنر امروز، به شکلی خودآگاه، در پی گشایش آن، به روی اکثریت برآمده است؛ پنجره‌ای که در طول تاریخ، به سمت وسوی مخاطبانی ویژه باز می‌شد.

کلمات کلیدی: هنرمدرن، هنر پست‌مدرن، هنرمند محوری، مخاطب محوری، دیگری

فهرست مطالب

صفحه	عنوان موضوع:
	فصل اول:
۸	۱-۱-۱ بیان مساله:.....
۸	۱-۱-۲ ضرورت‌ها و اهداف:.....
۹	۱-۱-۳ سوالات تحقیق:.....
۹	۱-۱-۴ فرضیات تحقیق:.....
۱۰	۱-۱-۵ چارچوب نظری:.....
۱۱	۱-۱-۶ روش تحقیق:.....
۱۲	۱-۲ ادبیات موضوع (پیشینه تحقیق):.....
	فصل دوم:
۱۹	مخاطب، تاریخ و جغرافیا:.....
۱۹	۲-۱ مخاطب کیست/چيست؟.....
۲۷	۲-۲ مخاطب در تاریخ.....
۲۷	۲-۲-۱ هنر فرمایشی:.....
۲۸	۲-۲-۲ هنر سفارشی:.....
۳۰	۲-۲-۳ هنر مدرن:.....
۳۲	۲-۲-۴ هنر پسامدرن:.....
۳۳	۲-۳ مخاطب و جغرافیا.....
	فصل سوم:
۳۶	مخاطب در مدرنیسم:.....
۳۷	۳-۱ مدرنیسم: آغازین / پسین.....
۴۳	۳-۲ کلمنت گرینبرگ.....
۴۷	۳-۳ هنر والا/ هنر پست.....
۵۰	۳-۴ صنعت فرهنگ: اثر هنری/کالای هنری.....
۵۳	۳-۵ بنیامین و آواهایی برای همگانی شدن فرهنگ.....
۵۵	۳-۶ جدال لفظی مدرنیسم و پست‌مدرنیسم.....
	فصل چهارم:
۵۸	مخاطب در پست‌مدرنیسم:.....
۵۹	۴-۱ اولین آغازها، پس از هنر مدرن.....
۶۳	۴-۲ درباره‌ی مولفه‌های پست‌مدرنیسم هنری.....
۶۶	۴-۳ پاپ و روزمره گی (زیبایی شناسانه کردن زندگی روزمره).....
۷۰	۴-۴ هنرهای تعاملی.....
۷۳	۴-۵ رسانه و مخاطب.....
۷۶	۴-۶ اقتباس در برابر ابتکار (کیی برابر اصل) (رویکرد تدوینی در پست‌مدرنیسم).....

عنوان موضوع: چند انتقاد به وضعیت پست مدرن ۴-۷
صفحه ۷۹

فصل پنجم:

تجزیه و تحلیل و نتیجه گیری: ۸۳

۵-۱ یافته‌های تحقیق: ۸۴

۵-۲ بررسی فرضیات: ۹۳

۵-۳ سخن پایانی: ۹۶

کتابشناسی:

پیوست‌ها: ۹۷

منابع و مأخذ متن: ۹۸

منابع و مأخذ تصویر: ۱۰۰

فهرست تصاویر

صفحه	عنوان موضوع:
۱	تصویر ۱: جوتو، زاری بر جسد مسیح، ۱۳۰۵، نمازخانه‌ی آرنا (گاردنر، ۱۳۸۷: ۳۳۶)
۱	تصویر ۲: رافائل سانتسیو، مدرسه‌ی آتن، کاخ واتیکان، رم (گاردنر، ۱۳۸۷: ۴۱۷)
۲۲	تصویر ۳: کریستو، جزایر محصور، خلیج بیکاین، میامی، فلوریدا
۲۳	تصویر ۴: مارسل دوشان، برهنه از پلکان پایین می‌آید، شماره‌ی دو، ۱۹۱۲، موزه‌ی هنر فیلادلفیا
۲۴	تصویر ۵: اندی وار هول، زیگموند فروید، ۱۹۸۰
۲۷	تصویر ۶: لوح نارامسین، حدود ۲۳۰۰-۲۲۰۰ ق.م، موزه‌ی لوور
۲۹	تصویر ۷: میکل آنژ، آفرینش آدم، جزیی از سقف نمازخانه‌ی سیستین، واتیکان، رم، ۱۵۰۸-۱۵۱۲
۳۰	تصویر ۸: آماندو مودیلیانی، سردیس، حدود ۱۹۱۲، سنگ آهک، موزه‌ی سالومون و گوگنهایم، نیویورک
۳۲	تصویر ۹: ژرژ سورا، یکشنبه بعدازظهر در جزیره‌ی ژات بزرگ، ۸۶-۱۸۸۴
۳۸	تصویر ۱۰: آنسلم کیفر، چیدمان، ۲۰۱۲
۴۲	تصویر 11: کفش‌های روستایی، وینست ون گوگ
۴۵	تصویر ۱۲: جکسون پولاک، ۱۹۴۷، fathom five
۵۲	تصویر ۱۳: روبرت راشنبرگ، بستر، ۱۹۵۵
۵۵	تصویر ۱۴: جوزف بویز، من امریکا را دوست دارم، امریکا هم مرا دوست دارد
۵۹	تصویر ۱۵: رابرت مادروول، بدون عنوان
۶۰	تصویر ۱۶: مارسل دوشان، عروس، ۱۹۱۲، موزه‌ی هنر فیلادلفیا
۶۲	تصویر ۱۷: دن گراهام، اجرا/ مخاطب/ آینه، ۱۹۹۷
۶۵	تصویر ۱۸: باربارا کروگر، نگاه خیره‌ات به یک طرف صورتم می‌خورد، ۱۹۸۱
۷۹	تصویر ۱۹: ادوارد مونش، جیغ، ۱۸۹۳، موزه‌ی ملی، اوسلو
۸۶	تصویر ۲۰: کاراوادجو. قدیس متی. ۱۶۰۲. تخریب شده، موزه‌ی سابق کایزر.
۸۶	تصویر ۲۲: کاراوادجو. قدیس متی. ۱۶۰۲. کلیسای سن لویی‌جی دئی فرانچزی.
۹۱	تصویر ۲۳: فرانک استلا، هران ۲، ۱۹۶۷

مقدمه:

امروزه منتقدان هنری، بر این نکته اتفاق نظر دارند که یک اثر هنری، شبکه پیچیده‌ای از روابط اجتماعی و فرهنگی را در برمی‌گیرد که هنرمند مجری آن و اثرش پیامد نحوه‌ی کنش و واکنشی است، که با این شبکه‌ی عظیم مناسبات اجتماعی برقرار می‌سازد. بنا به استناد بسیاری از کتاب‌های تاریخ هنر، در هنرهای پس از رنسانس، با تعداد زیادی از اسم‌ها و رسم‌ها روبرو هستیم؛ افرادی چون جوتو^۱، داوینچی^۲ و میک‌آنژ^۳، رافائل^۴ و روبنس^۵ ... در پس زمینه‌ی بسیار فراخی از نام‌ها و چهره‌هاست که این چنین پرآوازه گشته‌اند. هنوز هم، اغلب کتاب‌های تاریخ هنر، بخش اعظمی از حجم خود را به تشریح و واکاوی مولفه‌های ستایش برانگیز آثار این بزرگان اختصاص می‌دهند.



تصویر ۱: جوتو، زاری بر جسد مسیح، ۱۳۰۵، نمازخانه‌ی آرنا (گاردنر، ۱۳۸۷: ۳۳۶)



تصویر ۲: رافائل سانتسیو، مدرسه‌ی آتن، کاخ واتیکان، رم (گاردنر، ۱۳۸۷: ۴۱۷)

کم‌کم نام‌گرایی پر تب و تاب دوره‌ی رنسانس، جای خود را به مکتب‌گرایی دوره مدرنیته می‌دهد. رویکردی که در آن هنر، فقط در مالکیت هنرمند نیست بلکه وامدار یک ایده و نگاه و جریان است.

^۱. Ambrrogio di Bondonel Giotto

^۲. Lenardo Da Vinci

^۳. Michelangelo Buonartri

^۴. Raffaello Sanzio

^۵. Peter Paul Rubens

هنرمند هنرش را از مالکیت شخصی خارج ساخته و به اشتراک دیگران می‌گذارد. در دو رویکرد مدرنیسم و پست‌مدرنیسم (۱)، در تعیین ویژگی‌های این به اصطلاح دیگران (مخاطبان)، تفاوت‌هایی دیده می‌شود که موضوع بررسی این پایان‌نامه می‌باشد.

در مدرنیسم این دیگری/مخاطب، قشر خاصی را شامل می‌شود که اغلب روشنفکر بوده و در زمره‌ی خواص تلقی می‌شوند. اما جامعه‌ی هدف هنر پست‌مدرن، اکثریت مردم است. این تغییر نگاه، به اتفاقات هنری تازه‌ای، مجال بروز داده که اغلب مخاطب محوراند و جایگاه ویژه‌ای را در هنرشان به مخاطب و نقش ارتباطی آن، اختصاص می‌دهند.

در کنار چنین رویکردی، پیشرفت‌هایی که در عرصه‌ی صنعت و تکنولوژی رخ داده، بیش‌از پیش، به همگانی شدن فرهنگ و هنر، دامن زده است. دسترسی راحت‌تر به منابع نگاشتاری هنر (از نوشتار و تصویر گرفته تا علائم و نشانگان)، هنر را واداشت تا نسبت به این فراگیر شدن هنر واکنش نشان دهد. شکل واکنش هنر مدرنیسم، تفاوت‌های چشمگیری با طرز تلقی و واکنش پست‌مدرنیسم نسبت به هنر و مخاطبان‌ش دارد که البته، چندان بی‌ارتباط با هم نیست. به عبارت دیگر، تفاوت‌ها و تمایزات این دو دوره، پیامدِ بده-بستان‌های تقابلی بین آن‌ها است. چیزی که به زبان هگلی *دیالکتیک* نامیده می‌شود؛ همواره یک ایده (به عنوان تز) توسط دیدگاهی دیگر (در قالب آنتی تز) به چالش گرفته می‌شود، برآیند این مواجهه‌ی گاه حتی خشونت‌بار، شکل‌گیری دیدگاه تازه‌ایست که کمتر محل ایراد و اشکال است؛ «در وجه دانشگاهی پست‌مدرنیسم شکلی از تئوری انتقادی بود که فرضیات موجود در باب مدرنیسم را زیر سوال می‌برد. یکی از اولین فرضیات- که در نگاهی دوباره تا حدی طنز آمیز هم هست- این بود که مدرنیسم نخبه گراست و این نخبه‌گرایی از مفاهیم کیفیت محوری ناشی می‌شود که احتمالاً بر *فرمالیسم* (فرم‌گرایی) زیباشناسانه، استوار است... نسل هنرمندان مطرح دهه‌ی هشتاد زیر سلطه‌ی تمنای طاقت فرسای رهایی از نام پدر و کنار گذاشتن فرمالیسم دهه‌های پیش بودند و در این رابطه، هنر مفهومی به نمادی از هرچه که می‌شد آن‌را ایده خواند تبدیل شد و در برنامه‌ی درسی دوره‌های کارشناسی‌ارشد هنر، به عنوان جایگزین فرمالیسم حضوری پررنگ یافت. در آغاز دهه‌ی هشتاد، تئوری انتقادی چه از نوع فرانسوی و چه آلمانی، عملاً مترادف پست‌مدرنیسم بود. شرکت در جریانِ کدایی ساختارزدایی نشانه‌های فرهنگی، به اصلی بنیادین در هنر بدل شد. تجربه‌ی اثر هنری از هر نوع، دیگر شامل هیچ درجه‌ای از آگاهی احساسی والا نبود. هنر دیگر به معنای تبدیل جهان بینی شخصی به احساس نبود. در ساحت پست‌مدرنیسم، هنر در بهترین شکل آن تمرین تاریخ بود؛ و در بدترین شکل توهمی فرهنگی، (و) امیال در برابر اطلاعات در مرتبه‌ی پایین‌تری قرار داشت. در ابتدا، تئوری انتقادی به عنوان راهی برای گردن نهادن به فقدان زیبایی‌شناسی در نقاشی نئواکسپرسیونیست اهمیت یافت. (اما) به تدریج به چیز دیگری تبدیل شد. هنر آیینی که آیین مدرنیسم و رسوم نخبه‌گرای فرهنگی مردم‌سالار را تعدیل می‌کرد.» (مورگان، ۱۳۸۸: ۳۰ و ۳۱)

⁶ . G.W.F.Hegel

شکاکیت مدرنیسم، راه را برای ظهور اندیشه‌های مخالف‌خوان با خودش گشود. در واقع پسامدرن، از بطن شک درونی مدرنیسم زاده شد. در این پایان‌نامه، گرچه محور اصلی بحث‌ها بر مدار مخاطب سیر می‌کند، اما ضرورت روشن ساختن فضای عصر مدرنیسم و پست‌مدرنیسم برای درک بهتر از موضوع ایجاب می‌نمود تا فصل‌های سوم و چهارم پایان‌نامه، به بحثی هرچند مختصر از شرایط و مولفه‌های اساسی هر دو دوره، اختصاص یابد.

فرضیات: بدون فرض مخاطب، اثر هنری نیز خلق نمی‌شود. (فرضیه اول) به خاطر مخاطب است که اثر هنری شکل می‌گیرد. در بررسی‌های مرسوم از هنر، سهم ویژه‌ای برای خالق اثر هنری یعنی هنرمند، در نظر گرفته می‌شود. به مرور، بافت اجتماعی زمان خلق اثر و بستر و شرایطی که در آن خلق شده نیز، مورد توجه نقادان هنری، قرار گرفته و آن‌را در تحلیل‌های خود از اثر لحاظ نمودند. از منظر این پایان‌نامه، مفهوم مخاطب در حکم بستر و زمینه‌ای است که نه تنها اثر از آن تاثیر می‌پذیرد بلکه به خاطر آن، ایجاد می‌شود. در واقع انگیزش اولیه‌ی هنرمند، در خلق اثر هنری، مخاطب است. تاریخ نشان داده که هر کجا پای مخاطبانی خوب در میان بوده هنرهای زیبا و والایی نیز پدید آمده‌اند. گرچه در فصل سوم (مخاطب، تاریخ و جغرافیا) خواهیم دید که نقش مخاطب، پدیده‌ای تازه و امروزی نیست و در طول تاریخ، هنر بنا به مخاطبانی خاص، سامان یافته، اما ذکر این نکته در اینجا ما را با یکی دیگر از فرضیات محوری این پایان‌نامه مواجه می‌سازد؛ حدّ اعلای اهمیت مخاطب در زمانه‌ای است که به نام پست‌مدرن می‌شناسیم. به عبارت دیگر: هنر پست‌مدرن، مخاطب محورتر از هنر دوره‌ی مدرن است. (فرضیه دوم)

اینکه چه اتفاقاتی باعث شده تا هنر پست‌مدرن - در مقایسه با هنر مدرن - نسبت به مخاطب عام، گرایش بیشتری نشان دهد، موضوع تحلیل دو فصل مخاطب و مدرنیسم و مخاطب و پست‌مدرنیسم می‌باشد.

روش تحقیق: روش به کار رفته در این تحقیق توسعه‌ای، با گردآوری و بهره‌گیری از منابع و اسناد کتابخانه‌ای مرتبط با موضوع، از روش تحقیق توصیفی در کنار روش تحلیلی - تاویلی برای پیگیری ادعای مطرح شده در فرضیات، بهره می‌گیرد. در دو فصل کلیات و مخاطب، تاریخ و جغرافیا، و نیز در بخش جمع‌بندی داده‌ها، پایان‌نامه بیشتر متکی بر روش تحلیلی - تاویلی است و در دو فصل مخاطب و مدرنیسم و مخاطب و پست‌مدرنیسم بر اساس روش تطبیقی (تحلیل مقایسه‌ای مولفه‌ی دو دوره‌ی مدرن و پست‌مدرن) سامان می‌یابد.

و اما ترتیب فصل‌ها به شرح ذیل است؛ در فصل پیشینه‌ی تحقیق خواهیم خواند که منابع موجود در ارتباط با بحث مخاطب بیشتر محدود به نظرات و جملات جزئی بوده و منابع نوشتاری که به طور ویژه معطوف به بحث مخاطب و نقش آن در شکل‌گیری اثر هنری باشد بسیار محدود و انگشت شمارند.

تنها کتاب ترجمه شده که در آن عنوان کتاب اشاره به بحث مخاطب دارد کتاب جامعه‌شناسی مخاطب در حوزه‌ی فرهنگی و هنری اثر آنتیگون موشتوری^۷ است. در مابقی منابع هنری ترجمه شده به فارسی، اگر از مخاطب حرفی در میان است، اشاره وار است و جزئی.

کتاب موشتوری، روی نحوه و چگونگی شکل‌گیری مخاطب در گستره‌ی تاریخ فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی تاکید دارد؛ «وقایع اثرگذار قرن، اردوگاه‌های نازی، رواج تبلیغات، کشف ماه، استعمارزدایی، پیدایش دهکده‌ی جهانی، گسترش فن‌آوری‌های جدید، و جهانی سازی اقتصاد، نگاه‌ها را نسبت به جهان تغییر داده‌اند. به موازات، شکل‌گیری رفتارهای انسانی تحول یافته است و به طور خاص، این وقایع بر قرائت‌هایی که می‌توانستیم از شکل‌گیری مخاطب داشته باشیم، اثر گذاشته‌اند. (موشتوری، ۱۳۸۶: ۱۳) اما خود موشتوری برخلاف رویکرد غالب در کتابش که معطوف به شکل‌یابی مخاطبان، بنا به شرایطی است که در آن محاط اند، در مقدمه می‌نویسد: «چنین به نظر می‌رسد که مخاطب فرهیخته، کیفیت اثر هنری را مشروعیت می‌بخشد، درحالی‌که مخاطب عام، به نهاد مربوطه مشروعیت می‌بخشد. به این ترتیب، میان محیط هنری و تصمیم گیرندگان پیوسته در قبول مخاطب عام، دوگانگی به وجود می‌آید. اما باید بدانیم که بدون مخاطب، هیچ اثری نمی‌تواند در میدان عمومی شهر به صحنه بیاید.» (همان: ۱۵)

یکی از دغدغه‌های محوری در این پایان‌نامه معطوف به این نقش از مخاطب است که نه تنها مخاطب کیفیت اثر را مشروعیت می‌بخشد بلکه در شیوه و کیفیت خلق آن نیز به شکلی پنهان، سهیم است؛ مخاطب به منزله‌ی حضور غائب حاضری است که در لحظه‌ی آفرینش اثر همراه هنرمند است. «آنچه بلافاصله باید افزود این است که میل به نمایش درآمده در خیال پردازی نه میل خود سوژه (در اینجا، هنرمند)، بلکه میل دیگری (در اینجا، مخاطب) است. میل اطرافیان من که با آن‌ها در تعامل یا عمل متقابل هستم... پرسش آغازین میل فوراً این نیست که من چه می‌خواهم بلکه این است که دیگران از من چه می‌خواهند، چه چیزی در من می‌بینند؟ من برای آن دیگران چه هستم؟» (ژیتک، ۱۳۹۰: ۶۸)

در این قرائت از مخاطب - یعنی قرائت روانشناسانه که یکی از چارچوب‌های نظری این پایان‌نامه است -، نقشی که مخاطب عهده‌دار است صرفاً به مرحله‌ی خوانش و تاویل اثر محدود نمی‌شود - رویکردی که در دیدگاه هرمنوتیک و نظریه دریافت شاهد آنیم - به عبارت دیگر، اثر بازتاب خواست و میل مخاطب است که به واسطه‌ی کنش هنری هنرمند تجسم می‌یابد. در فصل دوم، برای درکی روشن‌تر از مفهوم مخاطب سه بخش متفاوت اما مرتبط به هم گنجانده شده است؛ بخش نخست به تعریف و چیستی و چه سانی واژه و مفهوم مخاطب اشاره دارد. فارغ از معنای مصطلح و متداول، مفهوم مخاطب، ما را با پیچیدگی‌های زیادی روبرو می‌سازد که بدون در نظر گرفتن آن‌ها، درک مناسبی از مخاطب و نقش آن حاصل نمی‌شود. مخاطب فردی عینی و همیشگی نیست که بتوان آنرا مصداق مشخص مخاطب اثر هنری فرض نمود. از یک سو، مخاطب یک اثر بودن، پیامد یک مواجهه‌ی

⁷ . Antigone Mouchtouris

درگیرانه بین اثر و فرد است. از سوی دیگر مفهوم مخاطب، اشاره به عرصه‌ای دارد که فراخوانی برای همه است حتی خطاب به هنرمند. در بخش مخاطب کیست/چیست؟ به طور مفصل در این باره بحث خواهد شد.

در ادامه، بخش دوم همین فصل، بر آن است تا نشان دهد که اهمیت مخاطب صرفاً به هنر معاصر خلاصه نمی‌شود؛ در طول دوره‌های مختلف تاریخی این مخاطبان بوده‌اند که بر چگونگی، چرایی و ضرورت خلق آثار هنری، نظارت و کنترل داشته‌اند. در دوره مدرنیسم و پست‌مدرنیسم، نقش مخاطبان موضوع بحث‌ها و نقدهایی شد که در سرشت و سرنوشت اثر هنری تاثیرگذار بوده است. روی هم رفته، چهار دوره‌ی هنری در ارتباط با مخاطب ترسیم شده که در بخش مخاطب در تاریخ با آن روبرو خواهید شد.

در بخش بعدی این فصل (مخاطب و جغرافیا)، ارتباط هنر با جغرافیا مورد بررسی قرار گرفته است؛ هنر در پی مخاطبش جریان دارد و جاری است، از مرزی به مرزی دیگر در سفر است؛ بی‌اعتنا به این مرزبندی‌ها. روح سیال هنر به هر جا که پای می‌گذارد، تبعات فرهنگی - هنری خاصی را دامن می‌زند. مناطق بسیاری در جهان وجود دارند که روزگاری پایتخت هنری دوران خود بوده و نقش مناطق گذار فرهنگی را ایفا کرده‌اند. از بین‌النهرین گرفته تا مصر و یونان، از روم و ایتالیا گرفته تا فرانسه و آلمان و آمریکا، عرصه‌ی بروز جنبش‌های فرهنگی و هنری تازه‌ای بوده که در سرشت و سرنوشت زیست بوم فرهنگی بشر نقش بسزایی داشته و دارند. به طوری که جهان امروز هنر، ادامه‌ی روندی است که پیشینیانمان در قالب آثار خود پیشنهاد داده‌اند. هنر دوره‌ی مدرنیسم بیشتر رنگ و بویی اروپایی، و هنر پست‌مدرنیسم - گرچه متولد آمریکا است اما - اقامت جهانی دارد. به طوری که، یافتن راهی برای بیشترین حد مشارکت مخاطبان اثر - کمی و کیفی - دغدغه‌ی رایجی در هنرهای معاصر شده است.

در فصل‌های سوم و چهارم به طور مفصل، به تفاوت‌ها و تمایزات اندیشه و هنر معاصر با دوره‌ی مدرنیسم اشاره خواهد شد. در این دو فصل - که حجم کثیری از اطلاعات جمع‌آوری شده از کتاب‌های مرتبط با بحث پایان‌نامه در آن، درج شده -، مولفه‌های مهمی که در مدرنیسم و پست‌مدرنیسم بر سر آن‌ها اتفاق نظر چندانی وجود ندارد، عنوان‌بندی و شرح داده شده است. عنوان‌بندی این دو فصل در واقع، در حکم تحلیلی مقایسه‌ای بین دو رویکرد مدرنیسم و پست‌مدرنیسم بوده و زمینه‌ی لازم را برای درک اهمیت موضوع مخاطب فراهم می‌سازد. بر این اساس، سعی شده تا مولفه‌های مورد تاکید این دو رویکرد که تلویحاً در ارتباط با مخاطب‌اند بررسی و ارزیابی شوند.

در قسمت پایانی پایان‌نامه، که مربوط به تحلیل موضوع و نتیجه‌گیری از داده‌ها و یافته‌های به دست آمده است، به نظر نمی‌رسد نام نتیجه‌گیری، به طور کامل در مورد آن صادق باشد و بیشتر در حد طرح دغدغه‌های بینامتنی (نقد هنری، جامعه‌شناسی، روانشناسی و فلسفه)، از موضوع مخاطب، باقی می‌ماند. به طور کلی، نتیجه‌گیری درباره‌ی مسائل هنری بخصوص مسائل کیفی آن، به دور از سمت و سوی جهان درونی اثر هنری است که از عریانی محض تئوریک، گریزان است و تن به محاسبات

محدود و آشکار یک دیدگاه نمی‌دهد. با این اوصاف سعی شده در این بخش، جمع‌بندی مناسبی از سایر بخش‌ها و فصل‌ها به‌عمل آید.

فصل اول:

۱-۱ کلیات

۱-۱-۱ بیان مساله:

آثار هنری، در طول تاریخ دستخوش تغییر و تحولات بسیاری بوده‌اند. با مروری اجمالی بر آثار برجای مانده از دستاوردهای هنری پیشینیان، شاهد دامنه‌ی وسیعی از این تغییرات از حیث بصری و مفهومی خواهیم بود. در معنا و ماهیت هنر و نیز کارایی و رسالتش بارها و بارها تجدید نظر شده و مورد بازبینی‌های مکرر قرار گرفته است. در این نوشتار، تلاش می‌شود تا دامنه‌ی تغییرات هنر، از حیث مخاطب، در دوران مدرنیسم و نیز عصری که از آن با نام پست‌مدرنیسم یاد می‌شود، مورد ارزیابی و تحلیل قرار گیرد. گرچه هنوز، کم و بیش مناقشه بر سر موجودیت و اثبات عصر پست‌مدرنیسم، از سوی برخی منتقدان و صاحب نظران ادامه دارد، اما به نظر می‌رسد مولفه‌ها و شاخصه‌های ویژه و خاصی در دیدگاه و هنر معاصر بروز یافته که نمی‌توان آن را با دغدغه‌های وضعیت مدرن مطابقت داد. یکی از این مولفه‌ها را می‌توان در برداشت متفاوت هر دو دوره از مفهوم و کارکرد مخاطب در عرصه‌ی هنرهای تجسمی، پیگیری و ارزیابی نمود.

جامعه هنری، اغلب در رویکردی مرسوم، ابداع سبک‌ها و شیوه‌های هنری را به نام خالق آنها، ثبت و ضبط کرده و از حق مسلم خالق اثر به عنوان مالک تام الاختیار آن دفاع می‌کند. به عبارت دیگر، جامعه هنری، اغلب هنر را از منظر آفرینندگان آن، به نقد و بررسی گذاشته است. اما آیا یک نقاشی، صرفاً محصول شخص واحدی است که ملقب به نام نقاش است؟ این برداشت هنرمند محور، در فعالیت هنری برخی از هنرمندان اواخر سده بیستم، به چالش کشیده شد و فاصله‌ی هنرمند با دیگران - که در اوایل سده بیستم، به نظر فاصله‌ای پرنشدنی می‌آمد- روز به روز کمتر و کمتر شد.

۱-۱-۲ ضرورت‌ها و اهداف:

بی‌شک، بروز تحولات سیاسی- اقتصادی و صنعتی و تکنولوژیک در قرن بیستم و بهت فراگیر ناشی از جنگ‌های جهانی، بازنگری اغلب مفاهیم انسانی و هنری را ضرورت بخشید. پیش از آن نیز، رشد شهرنشینی در نتیجه‌ی رشد روزافزون صنعت توأم با نقش ارتباطی رسانه‌های جمعی و صنعت چاپ به طور طبیعی، بر میزان مخاطبان آثار هنری افزود و سبب شد تا هنر از قید وابستگی به ثروت اشراف و قدرت سیاست، خارج شود. این چرخش ارتباطی، آزادی عمل بیشتری به هنرمند برای خلق آثار داد که تا پیش از این یا امکان خلق آنان نبود یا هنرمند از آن منع می‌شد. بی‌دلیل نیست که پس از این چرخش اساسی، با انبوهی از ایسم‌های هنری مواجهیم که از جمله مولفه‌های اساسی آنها، تغییر در طرز تلقی از مخاطب و جایگاه آن در فرایند خلق اثر است. اگر پیش از این هنرمند بود که برای مخاطب تعیین تکلیف کرده و دیدگاه و ذوق هنری خود را بر خواست و نیاز مخاطب اولویت می‌

بخشید، حال با رویکردی معکوس مواجهیم که در آن هنرمند در مقام سخنگوی ذوق و سلیقه مخاطب، دست به کار هنری می‌زند.

از این رو، بخش عمده‌ای از سرنوشت اثر هنری را مخاطب غایبی (حاضر غایبی) رقم می‌زند که هنرمند را به شکلی ناخودآگاه با امیال و خواست‌های خود در خلق اثر، همراهی می‌کند. بر این اساس، درک جایگاه مخاطب در تحولات تاریخ هنر و جابجایی و تغییر مدام در عینیت و مصداق واقعی مخاطبان و در یک کلام پرداختن به اثر هنری از منظر مخاطبانی که اثر خطاب به آنان سر و سامان یافته، می‌تواند راهگشای دریافت دقیق‌تری از آثار هنری معاصر باشد.

تاریخ، شاهد کارکردهای متفاوت و گوناگونی از هنر بوده و هست؛ همراهی‌اش با مناسک جادویی، همبستگی‌اش با قدرت شاهان و حکمرانان، در هم تنیدگی‌اش با بعد معنوی و دینی، پشتیبانی از صنعت و تکنولوژی، هم‌رزمی‌اش با جریان‌ها و جنبش‌های انقلابی و رهایی بخش، هم‌رنگی‌اش با جهان سرمایه‌داری، همدلی‌اش با مردم و فرهنگ عامه و... بر این اساس، تعیین جایگاه مخاطب، نیازمند بررسی تاریخی هنر و ارتباطش با مناسبات مرسوم است که در شکل‌گیری‌اش دخیل‌اند. بی‌شک پرداختن به سیر تاریخی مخاطب در حوصله و خواست این نوشتار نیست اما در فصل دوم (مخاطب، تاریخ و جغرافیا)، به صورتی گذرا بدان پرداخته می‌شود. در مجموع، ترسیم سیمای مخاطب مدرنیستی و پست‌مدرنیستی در قالب تحلیل منابع اسنادی و کتابخانه‌ای در کنار روش تحلیل تاویلی مدنظر قرار گرفته و بررسی ابعاد گسترده تر این موضوع به نوشتاری دیگر موکول می‌شود.

۳-۱-۱ سوالات تحقیق:

و اما برآستی چرا مخاطب؟ مگر مخاطب چه اهمیتی در شکل‌گیری هنر هنرمند دارد؟ مخاطبی که امروزه حتی اسم مستعار دیگری هم به خود گرفته؛ مصرف‌کننده‌ی کالای فرهنگی. این مصرف‌کننده‌ی سیری ناپذیر، چطور می‌تواند بنا به ادعای فرضیه‌ی این پایان‌نامه، در شکل‌گیری اثر هنری سهمی داشته باشد؟ معنا و مصداق مخاطب کیست یا چیست؟ چرا هنرهای امروزی، در قیاس با دوره‌های پیشین رویکردی مخاطب‌گراتر دارند؟ چه امکاناتی (خواه مادی و خواه نظری و معنوی)، جریان مخاطب محور پست‌مدرن را سرعت بخشید؟ در خلال فصل‌ها، به پرسش‌های فوق پاسخ داده خواهد شد.

۴-۱-۱ فرضیات تحقیق:

فرضیه‌هایی که دیگر پژوهش‌های پایان‌نامه بر مدار آن‌ها می‌گردند، در این عبارات خلاصه می‌شوند: فرضیه‌ی اول: سرمنشأ انگیزشی اثر را، نه در هنرمند و نه در اثر هنری، بل در مخاطب است که می‌توان سراغ گرفت. بدون فرض مخاطب، اثر هنری شکل نمی‌گیرد. فرضیه‌ی دوم: اگر چه هنر، همواره‌ی تاریخ، انگیزش اولیه‌اش را از ارتباط با مخاطب به دست آورده است، اما به نظر می‌رسد بتوان دهه‌های پایانی قرن بیستم را - که همزمان با تشدید جنبش‌های پست‌مدرنیستی است- حد اعلای حضور مخاطب در خلق چگونگی آثار هنری دانست. هنر پست‌مدرن، مخاطب‌گراتر از هنر مدرن است.

۵-۱-۱ چارچوب نظری:

چارچوب نظری این پایان‌نامه، متکی بر تحلیلی بینامتنی در هنر و نقادی هنری است و اهمیت مفهوم مخاطب را در حوزه‌هایی چون نقد هنری و ادبی، نقادی اجتماعی، روانشناسی و اندیشه‌ی معاصر، برجسته می‌سازد؛ یکی از خصیصه‌های هنر و اندیشه‌ی معاصر، گردش سیال اثر و ایده در حوزه‌های متفاوت دانش بشری و بهره‌گیری از ظرفیت‌های آن‌هاست. مرزبندی‌های رایج در حوزه‌های دانش - به ویژه در هنر - کم رنگ شده و داده‌های به دست آمده در حوزه‌های مختلف، در یک بده - بستان چند جانبه در جریان و گردش اند. در نقدهای موجود از هنرهای تجسمی، جای نقدهایی که متکی بر کشف رابطه‌های بینامتنی آثار باشند - به خصوص در نمونه نقدهای داخلی - بسیار خالی است. در این پایان‌نامه سعی شده، در پرتو موضوع مخاطب، ارتباطی چند سویه بین حوزه‌ی هنرهای تجسمی با جامعه‌شناسی و روانشناسی و اندیشه‌ی معاصر برقرار شود. هم در جامعه‌شناسی و هم در روان‌شناسی معاصر، هنر از ابعاد دیگری علاوه بر نقش هنرمند بررسی و تحلیل می‌شود؛ جامعه‌شناسی، نقش شرایط و بستر اجتماعی محاط بر اثر را پررنگ می‌سازد و روان‌شناسی از دل این بستر، نقش دیگری را در شکل‌گیری انگیزه‌های فرد (هنرمند)، مقدم می‌داند. « یک قرن پیش، (زیگموند) فروید^۸، برای اینکه دستاورد خود در خصوص کشف ناخودآگاه را در بطن تاریخ اروپای مدرن جای دهد، ایده‌ی سه سرافکنندگی پشت سرهم انسان، به قول خودش سه بیماری نارسیستی، را بسط داد. نخست کوپرنیک نشان داد که زمین به دور خورشید می‌چرخد، و بدین ترتیب ما انسان‌ها را از جایگاه مرکزی در کائنات محروم کرد. سپس داروین^۹ ظهور ما از بطن یک تطور یا جهش کور را به اثبات رساند، و جایگاه والایی را که در میان موجودات زنده داشتیم از ما گرفت. سرانجام، وقتی فروید نقش مسلط ناخودآگاه در فرایندهای روانی را آشکار ساخت، معلوم شد که خود یا ایگوی ما حتی در خانه‌ی خودش هم حکمفرما نیست. (همان: ۶) به عبارت دیگر، این دیگری است که در ما بر ما حکمفرماست. هنر

^۸. Sigmund Freud

^۹. Charles Darwin

پیامد ارتباط با این دیگری است. لحظه‌ای که هنرمند از طریق دیگری/مخاطب، دست به کار هنر می‌شود.

در مجموع، با کم رنگ شدن نفوذ و مشروعیت سوژه‌ی دکارتی و کشف ناخودآگاه به عنوان سرچشمه‌ی اصلی آثار هنری و طرح سیطره‌ی زبان بر کاربران خود و ظهور دیدگاه‌های مولف‌گریزی چون مرگِ مولف و عدم قطعیت معنا و طرح نظریه‌ی دریافت و نیز تضعیف قید و بندهای ایدئولوژیکِ مدرنیسم و کثرت‌گرایی فرهنگی و... کم‌کم نفوذ و اقتدار آفریننده‌ی اثر به نفع خواننده‌ی آن (مخاطب)، کنار رفت. در چنین وضعیتی که مخاطبِ اثر، تعیین کننده‌ی سویه‌های معنایی و ارتباطی اثر شد، دوران تازه‌ای در مناسبات هنری شکل گرفت که می‌توان از آن به عنوان عصر مخاطب یاد کرد. عصری که به نظر می‌رسد، «دلالت یک اثر نه در منشاء آن که در مقصد آن است.» (میته، ۱۳۸۹، ۶۷)

براساس تاکید فرضیه‌ی این پایان‌نامه، برخلاف رویکرد مرسوم، نقش مخاطب تنها به وهله‌ی خوانش و تاویل اثر محدود نمی‌باشد. و مخاطب در حکم آن حضور غائبِ حاضری است که همزمان با هنرمند دست اندرکار خلق اثر است و بدون او اثری هم موجودیت نمی‌یابد.

اینکه چه فعل و انفعالاتی سبب شده تا هنر پست‌مدرن - در مقایسه با هنر مدرن - نسبت به مخاطبِ عام، گرایش بیشتری از خود نشان دهد، موضوع تحلیل دو فصلِ مخاطب و مدرنیسم و مخاطب و پست‌مدرنیسم می‌باشد. بخش اعظمی از مولفه‌هایی که مدرنیسم به آن مفتخر بود در پست‌مدرنیسم به چالش گرفته می‌شود. مولفه‌های ذکر شده در این دو فصل، بیشتر جنبه‌ی تقابلی داشته و ما را در درک علت و چرایی مخاطب محوری هنر دوران پست‌مدرن یاری می‌کند.

۶-۱-۱ روش تحقیق:

در این تحقیق توسعه‌ای، با بهره‌گیری از منابع و اسناد کتابخانه‌ای مرتبط با موضوع پایان‌نامه، علاوه بر روش توصیفی، از روش تحلیلی - تاویلی، برای پیگیری ادعای مطرح شده در فرضیات، استفاده شده است. در دو فصل کلیات و مخاطب، تاریخ و جغرافیا و نیز در بخش جمع‌بندی داده‌ها، پایان‌نامه، بیشتر متکی بر روش تحلیلی - تاویلی است و در دو فصل مخاطب و مدرنیسم و مخاطب و پست‌مدرنیسم براساس روش توصیف و مقایسه‌ی داده‌های به دست آمده، سامان می‌یابد. نوع روش گردآوری اطلاعات: داده‌ها و اطلاعات جمع‌آوری شده در این پایان‌نامه، از طریق فیش‌برداری از منابع مرتبط با موضوع مخاطب گردآوری شده است. توأم با منابع نوشتاری به کار رفته در پایان‌نامه، از آثار تصویری هنرمندان معاصر به عنوان شاهد مثال‌های تصویری برای درک عینی و بهتر از موضوع بهره گرفته شده است. اغلب آثار تصویری از طیف هنرمندان دوره‌های مدرنیسم و پست‌مدرنیسم گزینش و انتخاب شده است که در ارتباط با موضوع پایان‌نامه یعنی مخاطب می‌باشند. مطابقت و تجزیه و تحلیل