

سه جستار در نقاشی نو

(جستار نخست)

علی گلستانه

مقدمه: اهمیت نقاشی

انتخاب عنوان «نقاشی نو» برای بررسی رسانه‌ی نقاشی در دهه‌های اخیر، آن‌هم در امتداد سلسله جلسه‌هایی با موضوع «تاریخ اجتماعی نقاشی»، این پیش‌فرض را در خود نهفته دارد که در این برهه‌ی زمانی، نوعی دگرگونی در معنا و نقش اجتماعی نقاشی روی داده است. برای یافتن مختصات این دگرگونی، و ترسیم دوباره‌ی آن در قالب طرحی منسجم و قابل ارزش‌گذاری، می‌بایست نقاشی را با سه فرایند مهم دنیای هنر دهه‌های اخیر در پیوند قرار دهیم: نخست، تکامل سبکی انتزاع مدرنیستی که از آن همچون شاهدی بر پایان یا مرگ نقاشی یاد می‌شود؛ دوم، شکل‌گیری و رواج هنر مفهومی^۱ و کاریست رسانه‌های مرتبط با آن که امکان‌های جدید هنرآفرینی از قرار متناسب با وضعیت پیشرفته‌ی صنعت و ارتباطات پس از جنگ را عرضه می‌کند؛ و سوم، تحول و تسلط تام و تمام نهادهای هنری به عنوان نهادهای اعطاکننده‌ی ارزش. در واقع، بحث ما درباره‌ی نقاشی نو، از دریچه‌ی درگیرکردن رسانه‌ی نقاشی در دهه‌های اخیر با این سه مسئله‌ی به‌هم‌پیوسته گشوده می‌شود و پیش می‌رود.

می‌توان نخست از رابطه یا دقیق‌تر بگوییم، تفاوت میان نقاشی با رسانه‌های مورد استفاده در هنر مفهومی پرسید. اگر ادعاهایی که درباره‌ی برتری امکانات بالقوه‌ی هر یک از این رسانه‌ها مطرح می‌شود را موقتاً کنار بگذاریم، می‌توانیم مفهوم «کار» را به عنوان نقطه‌ی عزیمت برگزینیم. اینجا مراد از کار، کاری است که هنرمند بر روی ماده‌ی هنری انجام می‌دهد. در واقع، جدا از بحث‌های صرفاً هنری مربوط به رسانه (و هدف ما هم این است که مبنای غیرهنری مجادلات هنری را بیابیم)، کار همان عامل تمایزگذار میان نقاشی و هنر مفهومی است. اگر این تمایز را به شکلی تاریخی پی‌گیری کنیم، به مجادله‌ای خواهیم رسید که مارسل دوشان در اوج هنر مدرنیسم بر پا کرد: هنر نه امری «شَبَکی» است^۲ و نه حاصل کار یدی هنرمند. درحالی‌که فرایند نقاشی انتزاعی به سرعت در مسیر هرچه برجسته‌ترکردن مادیت تصویر، اینجا و اکنونی بودن عمل هنرمندانه، و مادیت عمل دیدن و دریافت تصویر هنری حرکت می‌کرد، دوشان با برقرارکردن رابطه‌ای مستقیم میان هنر و ایده، هم معنای تولید هنری و دریافت آن را دگرگون کرد و هم مجرای نیرومند برای نقد مفهوم مالکیت بر تولید هنر گشود. بعدتر، در دوران متأخر تکامل نیروها و مناسبات تولید سرمایه‌دارانه‌ی پس از جنگ، هنگامی که دم‌ودستگاه اقتصادی

۱. در اینجا باید اشاره شود که اصطلاح «کانسپچوال‌آرت» (هنر مفهومی) در معنای خاص اشاره به هنر چندرسانه‌ای دهه‌های ۱۹۶۰ و ۷۰ دارد که بازاندیشی بر «زبان» را در مرکز توجه و تأمل خود قرار داده بود. اما در متن حاضر، «هنر مفهومی» در معنای عام و وسیع‌تر «کانسپچوالیسم» به کار رفته است که اشاره به انواع بهره‌گیری‌های آزاد هنر

پست‌مدرن از رسانه‌های گوناگون هنری است. این اصطلاح هم هنر دهه‌های ۶۰ و ۷۰ را در بر می‌گیرد و هم هنرهای چندرسانه‌ای پس از آن را.

۲. وابسته به شبکه‌ی چشم. دوشان این کنایه را برای اشاره به وابستگی زیاد نقاشی به چشم و دیدن به کار می‌برد.

دنیای هنر معاصر با تکیه بر مفهوم اصالت قطعه‌ی هنری دقیقاً مادیت آثار نقاشی را می‌بلعید، موج جدیدی از هنرمندان جوان با طرح «هنر مفهومی» این طرز تلقی دوشان از هنر را به کار بستند. اینان با حذف واسطه‌ی مادی اثر هنری به منزله‌ی یگانه مرجع دریافت و تفسیر محتوا، عملاً هم بر اولویت وجه فکری هنر تأکید کردند و هم کوشیدند تا با گشودن این امکان (خلق هنر به شکلی غیرمادی) هنر را از نقش کالایی قابل مبادله نجات دهند. ژوزف کاسوت، از پیشگامان این جریان، معتقد بود که «هنر فقط به شکل ذهنی وجود دارد» (کاسپیت: ۱۸۷). پس تعجبی نداشت که این هنرمندان به چیدمان‌های کوتاه‌مدت و گذرا یا اجراهای موقتی روی بیاورند که گاهی حتی عکسی هم از آن باقی نمی‌ماند. شاید کلامی که دوشان درباره‌ی ساخته‌گزیده‌هایش گفته بود، درباره‌ی هنر مفهومی هم صادق باشد: «نیازی نیست آن‌ها را ببینید، فقط کافی‌ست به یادشان بیاورید». بدین ترتیب است که اصل دیدن که شاید مهم‌ترین اصل ارتباط با اثر هنری بعد از رنسانس (مشخصاً درباره‌ی نقاشی رنسانسی به دلیل تناسب تصویر و توهم عمق این آثار) بود، در «هنر پسادوشانی» کنار گذاشته شد و فکر و مفهوم بر هر چیز دیگر اولویت یافت (گرویس: ۶۴).

از سویی دیگر گسترش و پیشرفت روزافزون ابزار تولید و تکثیر تصویر، که شامل رسانه‌هایی چون تلویزیون و بعدها اینترنت نیز می‌شد، تصویر نقاشی را زیر تأثیر خود گرفت. رسانه‌ی نقاشی که روزی تنها مجرای تولید تصویر در جهان به شمار می‌رفت و بعدتر با پیدایش عکاسی، ضمن بهره‌گیری از فناوری عکس، کوشید تا تمایزی نو در تصویرآفرینی برقرار سازد، اکنون به عنوان ابزار تولید تصویر به حاشیه رانده می‌شد. به نظر می‌رسید این هنر، که مسیر مدرنیستی انتزاع را تا سرحدات ممکن خود پیموده بود، در روند تکاملی تاریخی به پایان خود رسیده است. اگر هدف دگرگونی‌های نقاشی بعد از مانه، از رهگذار آثار کوبیستی و نیز نقاشی‌های انتزاعی مالویچ و کاندینسکی (علی‌رغم همه‌ی تفاوت‌ها و اختلاف‌هایی که میان‌شان وجود داشت) رسیدن به زبانی کاملاً مستقل و خودآیین برای نقاشی بود، چنین می‌نمود که هنرمندان نیویورکی گرایش «انتزاع پسانقاشانه» این هدف را کاملاً تحقق بخشیده‌اند. ضمن آنکه این نوع از نقاشی در این مسیر، تا حد زیادی آگاهانه یا ناآگاهانه، پیوند خود را با تجربیات انضمامی و حیات سیاسی از دست داده بود. هرچند معنای این گسست از واقعیت قابل بحث و حتی از وجهی قابل دفاع است، لیکن در بحبوحه‌ی این غفلت خواسته یا ناخواسته از امر انضمامی، هنر مفهومی توانست به شکلی بس قوی تندوتیزترین انتقادات را به ارزش‌ها، مفاهیم، و نیروهای مسلط در جامعه‌ی پس از جنگ وارد کند. هنرمندان این هنر که دست‌کم در نسل اول (دهه‌های ۱۹۶۰ و ۷۰ میلادی) از سوی نهادهای رسمی‌تری چون موزه‌ها چندان به رسمیت شناخته نمی‌شدند، با آثاری جنجال‌برانگیزی که عمداً فاقد هرگونه جذابیت صوری (به قول دوشان، فاقد «ابتذال شبکی») بود و اغلب در استودیوهای خصوصی یا در خیابان‌ها نمایش داده می‌شد و از حمایت نهادی بهره‌ای نداشت، اولاً معیارها و خواست‌های محافظه‌کارانه‌ای را که حال دیگر خود را با آثار هنر مدرن تطبیق داده بود را به هیچ گرفتند، و ثانیاً نشان دادند که چگونه ارزش‌های نظام سلطه در فرهنگ و به‌ویژه در نظام زبان بازتولید می‌شود و قوام می‌یابد.

اما نهضت مقاومت هنرمندان مفهومی دیری نپایید و نهادهای هنری جدید، از گالری‌ها تا موزه‌ها و حراجی‌ها و جشنواره‌ها درهای خود را به این هنر جدید گشودند و همان‌گونه که بانک‌ها با خرید نقاشی‌های مدرن اعتبار مالی خود را در صورتی

فرهنگی به نمایش می‌گذاشتند، شرکت‌های چندملیتی از امکانات هنر مفهومی برای تبلیغات خود بهره جستند. ضمن آنکه اجرای ایده‌های بلندپروازانه‌ی هنرمندان مفهومی نسل‌های بعدی، به اسپانسرهایی نیاز داشت تا حمایت مالی بی‌دریغ خود را نثار هنرمندان کند. زبان این هنر، که برخلاف زبان گنگ آثار انتزاعی در بسیاری موارد بر نشانه‌هایی از فرهنگ تبلیغات بازرگانی استوار بود،^۳ و نیز شکل ارائه‌ی آن که بر چیدمان یا اجرای غیرمتمرکز (زبانی که هرروز به زبان دکوراسیون نزدیک‌تر می‌شد) تکیه داشت، فرایند حل‌شدن آن را در نظم زندگی روزمره و به‌ویژه نظام تبلیغات بازرگانی تسهیل می‌ساخت. طی این فرایند (به‌ویژه در دهه‌ی ۱۹۸۰) زبان گزنده‌ی اولیه‌ی آثار مفهومی هم نرم‌تر شد و به نوعی، به قول اولاف فلتهوش، خصلتی تصدیق‌آمیز پیدا کرد (فلتهوش [۲]: ۲۱). او از حال فاستر، منقّد هنر، درباره‌ی آثار هنرمندان این نسل (کسانی مانند جف کونز) چنین نقل می‌کند: «پیکار با فرهنگ غالب به هم‌آغوشی تنگاتنگ با آن تبدیل و همه‌چیز در یکی‌شدن با [خواست] مشتریان خلاصه شد. هنرمندان و مشتریان به یک میزان مستعد ارزیابی‌کردن هنر برحسب نشانه‌های شهرت و اوراق بهادار بودند، و هر دو مایل بودند تا بر اساس اخلاق عرف‌مداری عمل کنند که تقریباً همه‌چیز را همچون نشانه-کالایی برای فروش تلقی می‌کند» (فلتهوش [۱]: ۳۱). در تحلیل فلتهوش، همین فرایند، زمینه را برای کالایی‌ترشدن هنر فراهم می‌کند و در نتیجه نوعی برابری میان ارزش اقتصادی و ارزش هنری به وجود می‌آید: «وقتی هنرمندانی چون جف کونز مجموعه‌ای از جاروبرقی‌ها را در ویتترین‌هایی غرق نور می‌گذارند، بیش از آنکه نقاب از رخ خصیصه‌ی کالایی هنر در جامعه‌ی معاصر بگیرند، آن را ستایش می‌کنند. در تحلیل آنان، منطق هنر به‌تمامی با منطق سرمایه همساز است و این هم [از نظر آنان] هیچ جای نگرانی ندارد. [...] اقتصاد پست‌مدرن می‌خواهد ارزش فرهنگی را در شکل‌های گوناگون ابتکار، نوآوری، هویت، و الهام گسترش دهد؛ در نتیجه با نگاهی به نقش‌های اجتماعی خارج از دنیای هنر می‌بینیم که هنرمندان به حیات اقتصادی کمک می‌کنند» (فلتهوش [۲]: ۲۱).

به بیانی دیگر، هنر مفهومی نه تنها نتوانست بر بازار هنر چیره شود، خود از راه ورود به بازار هنر به تبلیغ و ترویج ارزش‌های مؤید سرمایه‌داری خدمت کرد. رابطه‌ی هنر و سیاست، هنر و اقتصاد، رابطه‌ای که مخالفان محافظه‌کار هنر مفهومی آن را نفی می‌کردند و هنرمندان مفهومی نسل اول با جسارت بر آن تأکید می‌گذاشتند، به‌زودی به نفع سیاست و اقتصاد حاکم سرمایه‌داری معکوس شد. مفاهیمی مانند کثرت‌گرایی پسامدرن که بنا بود انحصار سیاسی و اقتصادی نهادهای مدرن را هدف بگیرند، خود به ابزاری ایدئولوژیک در دست سرمایه‌داری مرکز‌دوده‌ی پساوردیسم و اقتصاد چندملیتی بدل شدند.

از سویی دیگر فقدان مرکزیت فرمی و مفهومی، تناقض‌سازی بازیگوشانه، و لادری‌گری انبوه آثار پسامدرن که به اسم پرهیز از جزم‌اندیشی‌های سیاسی مدرنیستی و ناممکن‌بودن روایت در زمانه‌ی مرگ روایت‌ها بر آن تأکید می‌شد، عملاً چیزی نبود جز استراتژی‌ای همسو با آنچه تلویزیون و بعدها اینترنت رقم زدند: پاره‌پاره‌کردن ساحت تجربه به نفع از دست‌رفتن ادراک کلی - چیزی همسو با تقسیم‌تیلوریستی نیروی کار.^۴ بنابراین بخش بزرگی از تولیدات هنری، در برابر

۳. می‌توان میثاق‌های خانوادگی این هنر و هنر پاپ را به‌راحتی بازشناخت. جولیان استالابراس این زبان را زبانی تحت‌لفظی می‌داند.

۴. جیمسون در مقاله‌ی مشهور خود با نام «منطق فرهنگی سرمایه‌داری متأخر» تحلیلی درخشان از این پراکندگی در ساحت تجربه و از دست‌رفتن کلیت ارائه می‌دهد.

نیاز سیاسی به بازشناسی روابط کلی ادراک (و بازشناسی تصویر کلی مناسبات سرمایه‌دارانه)، به نفع جزئی کردن و بی‌رابطه جلوه‌دادن امور عقب کشیدند. خصلت آبرورد بخشی از هنر مدرنیسم، در رویکرد شوخی‌آمیز آثار پسامدرنیستی حل شد.

در کنار این‌ها، با اقتصادی‌تر شدن هنر، مسئله‌ی «ذهنی‌بودن» هنر پسامدرن هم کم‌کم مورد تردید قرار گرفت. کاسپیت به‌درستی اشاره می‌کند که بر خلاف نظر کاسوت مبنی بر ذهنی‌بودن هنر، هرگز هیچ هنری وجود ندارد «مگر آنکه از در ابژه تجسم یابد، از طریق مادیت ابژه زنده گردد و پایدار و ماندگار بماند» (کاسپیت: ۱۸۸). اما بوریس گریس در متنی کوبنده، از راهی دیگر می‌کوشد بنیان عمیقاً مادی هنر ظاهراً «غیرمادی» پسامدرن را نشان دهد و از این راه آن را به منزله‌ی نوعی کار «بیگانه‌شده»^۵ نقد کند. او با قیاسی میان هنر مدرن و هنر پسامدرن این فرض رایج را پیش می‌گذارد که در برابر هنر مدرن که تجلی نیروی کار هنرمند و ردی از جسم زنده و حیات گرم او به شمار می‌رفت (حتی اگر هنرمند مرده باشد)، در هنر پسامدرن (پسادوشانی) «ارتباط مستقیم میان بدن هنرمند و بدن آثار هنری قطع شده است» و از این رو این آثار ظاهری سرد و شبه‌صنعتی یافته‌اند. گریس این امر را بدو امکانی برای تولد نوعی هنر دمکراتیک می‌داند. او توضیح می‌دهد که با گسترش اینترنت، عوام‌الناس این ظاهر سرد و «طراحی صنعتی گونه» را گرفته‌اند و از آن برای آرایش زندگی و کار و تولید عکس‌هایی از لحظات زندگی روزمره‌شان بهره می‌برند (نوعی محو شدن مرزهای زندگی و هنر). اما در پس این دمکراتیک و کمونیستی شدن هنر، دشمنان این روند در پی برقرار ساختن دوباره و پی‌درپی اصول ارزش‌گذار و تمایزساز هستند: باید مرزهای هنر حفظ شود. زیرا اگر چنین نشود و تمایز ابژه‌های هنری و غیرهنری از بین برود، بازار هنر چیزی برای مبادله کردن نخواهد داشت. اینجا نهادهای هنری اهمیت می‌یابند. نهادها همان مراجعی هستند که به ابژه یا ابژه‌هایی خاص، شأن هنری اعطا می‌کنند. از نظر گریس ماجرا به اینجا ختم نمی‌شود؛ زیرا بر مبنای نظریه‌ی مارکسیستی «ارزش اضافی»، ارزش اضافی یک کالا حاصل انباشت نیروی کار در آن است. حال چگونه آثار مفهومی پسامدرن و پسادوشانی که (همان‌طور که در آغاز بحث گفته شد) کار را از هنر زدوده‌اند، می‌توانند دارای بار ارزش اضافی شوند و برچسب قیمت بخورند - درحالی که خصلت فکری و غیرمادی این آثار بنا بود آن‌ها را از قید مبادله و بازار برهاند و مژده یا نمادی از نوعی حیات آزاد از کار باشند؟ گریس با تبیین مادی‌اش از نهاد، این مسئله را پاسخ می‌دهد: گرچه برای یک اثر هنری مفهومی (مثلاً یک ساخته‌گزیده) کاری انجام نشده است، اما برای ساختن و اداره کردن نهادی که باید اثر هنری را ارزش‌گذاری و متمایز کند به کار یدی نیاز است. به عبارتی، کاری که پیش از این در آثار هنری مدرن انباشت می‌شد (و نماد ارتباط زنده‌ی بدن هنرمند با اثرش بود) اکنون در نهادهایی انباشت می‌شود که آثار پسامدرن را نمایش می‌دهند و مبادله می‌کنند. البته هنرمند نیز در این میان بخشی از کار را انجام می‌دهد: «[اینکه] ابژه‌های مادی معینی را از بیرون فضای هنر به داخل آن یا بالعکس بکشاند». به بیان خود گریس، «این‌گونه فاش می‌شود که خلاقیت ناب غیرمادی چیزی به جز توهم ناب نیست؛ چرا که کار هنری از مدافنده و غیربیگانه‌شده (هنرآفرینی مدرن) صرفاً با کار یدی و بیگانه‌شده‌ی انتقال دادن ابژه‌ها (هنر

۵. او این اصطلاح را از کارل مارکس وام گرفته است. مارکس معتقد است که فعالیت و نیروی کار آدمی در قالب محصولی که تولید می‌کند شکلی عینی به خود می‌گیرد. اما به‌واسطه‌ی «تقسیم کار» در فرایند تولید در جامعه‌ی سرمایه‌داری، کارگر هیچ آگاهی و کنترلی بر نتیجه‌ی نهایی محصول خود ندارد و به این ترتیب، کار او از محصولی که تولید می‌کند جدا افتاده و بیگانه است.

فکری پسادوشانی) جایگزین شده است». او از اصطلاح «کار بیگانه‌شده» استفاده می‌کند، زیرا دیگر اثر هنری ردی از کار مادی هنرمند را بر خود ندارد. گریس نتیجه می‌گیرد که «انقلاب دوشانی به رهاسازی هنرمند از کار ختم نشد، بلکه به پروتوسازی او از خلال برساختن و انتقال کار انجامید» (گریس: ۶۷۶).

می‌توان دید که آنچه پیروزمندانه تحت نام هنر معاصر (با تأکید بر به‌روزی بودن رسانه) طرح می‌شود، می‌تواند به راحتی تنها جذب آن بخشی از دنیای معاصر شود که در ابتدا برای نقد آن شکل گرفته بود. اگر هنر مدرن پیش از این در معرض این اتهام قرار داشت که در بازار حل شده است، هنر متکی بر رسانه‌های جدید (که اغلب رسانه‌هایی مربوط به صنعت، دکوراسیون، و فرهنگ پاپ هستند) عمدتاً امروز همدست بازار شده است. ادعاهای ابتدایی این هنر متکی بر رسانه‌های جدید شکست خورده است و این نشان می‌دهد که رسانه صرفاً نمی‌تواند عامل کافی در پیش‌کشیدن یا نمایش دادن بینشی انتقادی باشد. چنین امری درباره‌ی خود نقاشی نیز صادق است. همان‌گونه که در ابتدا اشاره‌ای شد، گرایشی همچون انتزاع پسانقاشانه در دهه‌ی ۱۹۵۰ و ۶۰ را دست‌کم از وجهی می‌توان به غرق‌شدن در فرمالیسمی مفرط متهم کرد، آن هم در زمانه‌ای که جامعه‌ی جنگ‌زده بیش‌از هر چیز به هنری هشداردهنده نیاز داشت - نیازی که نخستین موج‌های هنر مفهومی، به جسورانه‌ترین شکل به آن پاسخ داد. از سوی دیگر، حجم عظیمی از نقاشی‌های نیمه‌ی دوم سده‌ی بیستم، که می‌توان آن‌ها را نقاشی‌های پست‌مدرنیستی نامید نیز در بسیاری وجوه با دیگر فرم‌های هنری پست‌مدرن همراه‌اند. سوزی گابلیک در فصل ششم کتاب خود با پیش‌نهادن نقدهای متداول بر فرمالیسم مدرن، التقاط‌گری و بازی آزاد با نشانه‌ها در بسیاری از نقاشی‌های نئواکسپرسیونیستی را در مظان اتهامی مشابه قرار می‌دهد (اینجا بحث او بیشتر روی آثار جولیان اشنابل و میمو پالادینو است). او معتقد است که نشانه‌هایی که این هنرمندان بر می‌گزینند، از آنجا که از هر منشاء و مأخذی جدا شده‌اند مانند فرم‌های ناب انتزاعی هیچ چیز جز خودشان را بازنمایی نمی‌کنند. او تأکید بر تفسیرگریزی نقاشی پست‌مدرنیستی را مشکوک می‌شمارد و معتقد است که اگر این آثار «عملاً مصون از تفسیرند، درحالی که محشون از محتوای نمادینی هستند که قرار است هیچ معنا و دلالتی نداشته باشد، مشکل بتوان فهمید که چطور آن‌گونه که ادعا شده است، فرمالیسم را به چالش می‌کشند یا روند آن را معکوس می‌کنند. برعکس، به نظر می‌رسد این آثار شیوه‌ی فرمالیستی را از طریق ایجاد سبک زیبایی‌شناختی باز هم دیگری امتداد می‌دهند که ظاهراً هدف اصلی‌اش جابه‌جا کردن ضابطه‌های جهان هنر است» (گابلیک: ۱۱۵). این مثال ثابت می‌کند که ماجرا نمی‌تواند به سادگی نوعی دفاع از نقاشی باشد. رسانه تنها بخشی از موضوع اندیشیدن به هنر امروز را تشکیل می‌دهد. بخشی دیگر ناگزیر تأمل بر محتوای این رسانه است. یا به تعبیری، پیوند این دو: چگونه با اندیشیدن به نسبت‌های رسانه‌ی نقاشی با دیگر رسانه‌ها و نیز دنیای امروز می‌توان محتوا آفرید؟ فرض بر این است که تأمل بر این نسبت‌مندی‌ها و نیز تأمل بر پیوند نقاشی با سه مسئله‌ای که در آغاز بحث بدان اشاره شد، ما را برای یافتن ضروری‌ترین محتواهای متناسب با این رسانه راهنمایی خواهد کرد.

۶. البته در این میان نباید نقاشانی چون آنتونیو تاپیس که معمولاً در زمره‌ی نقاشان آبستره‌اکسپرسیونیست طبقه‌بندی می‌شوند را فراموش کرد. نقاشی‌های او نه تنها در نخستین آثار انتزاعی‌اش در اوایل دهه‌ی پنجاه، بلکه تا هنگام مرگ در اوایل دهه‌ی ۲۰۱۰ نیز طنین رنج و شکنجه‌ی قربانیان جنگ را در نقاشی‌هایش حفظ کرد.

حال با این مقدمه، آیا می‌توان دوباره به فرمی از نقاشی اندیشید که التزام هنری و سیاسی را یکجا گرد آورد؟ آیا می‌توان فرض کرد که نقاشی همچنان می‌تواند واجد وجهی اجتماعی باشد که مخالفان هنر مدرنیسم فقدان آن را در آثار انتزاعی میانه‌ی سده‌ی بیستم نکوهش کرده بودند؟ آیا می‌توان فرض کرد آنچه مرگ نقاشی خوانده می‌شده، فقط سوءتفاهمی ناشی از نزدیک‌بینی بوده است؟ واقعیت آن است که نقاشی هرگز نمرده بود، نه از منظر هنرمندان و نه از منظر بازار - امروز نیز همچنان آثار نقاشی با قیمت‌هایی به مراتب بالاتر از دیگر آثار هنری خرید و فروش می‌شوند. اما برای ما اندیشیدن به نقاشی، اندیشیدن به ضرورت‌های آن خواهد بود. اما این ضرورت‌ها کدام اند؟ نقاشی (به عنوان فرمی از تولید تصویر) چه تفاوت‌هایی با سایر رسانه‌های تولید تصویر در دنیای کنونی دارد و چگونه با این رسانه‌ها در پیوند قرار می‌گیرد؟ اگر میان نقاشی و دیگر رسانه‌های تولید تصویر تفاوتی وجود داشته باشد، این تفاوت در شیوه‌ی منحصربه‌فرد ساخته‌شدن تابلوی نقاشی و امکانات آن برای تسجیم است. به عبارتی دیگر، نقاشی برای متمایز شدن از دیگر رسانه‌ها باید به شیوه‌ی خاصی از تسجیم متعهد باشد. در جستارهای حاضر می‌کوشیم تا با بررسی آثار نقاشی واقعاً موجود، سه شکل گوناگون این تعهد را پیش بنهیم و توضیح دهیم که این تعهد چگونه در این آثار منعکس شده است:

۱. تعهد به مقاومت: تصویر مبارزه‌ها و مقاومت‌های مردمی در برابر نهادهای سرکوب‌گر معاصر در دل شکل مونتاژ و سازماندهی رسانه‌های اطلاع‌رسانی گم یا پاره‌پاره می‌نماید و همچون جزئی بی‌ربط از دیگر اجزاء «جهانی که بیدار است» وانمود می‌شود. نقاشی با تکیه بر ابزار مادی‌اش (قاب محدود متمرکز) می‌تواند ابزاری برای ارائه‌ی روایتی متمرکز و هدفمند از این مقاومت‌ها باشد - هرچند با تکیه بر قطعات پاره‌پاره‌ی تصویری، هرچند با نشان دادن گسست‌های درون این مقاومت‌ها. به عبارتی نقاشی با تکیه بر روایت بلاغی، تبدیل به یادمان آرزوها و خواست‌های نهفته در مقاومت‌هایی می‌شود که در دل روایت‌های متداول گم شده‌اند.

۲. تعهد به دیدن و کار خلاق در چارچوب منسجم حسی: حجم بزرگی از تصاویر امروز از دریچه‌ی دوربین‌ها و عدسی‌ها ثبت می‌شوند. آنچه در این بازنمایی گم می‌شود، نخست کنش فعالانه‌ی دیدن و دگرگون کردن «اتمسفر» آن در «فرایند» بازنمایی است، دوم «کارزمان» لازم برای بازنمایی. در کنار همه‌ی ابزارهای ثبت مکانیکی یا دیجیتال اتمسفر، نقاشی همچنان بر بازسازی امور مشهود یا ممکن به مدد کنش میمه‌تیک دست استوار است - نقطه‌ای که در آن کنش دیدن و کنش بازنمایی فراینددار (که آشکارکننده‌ی کارزمان لازم برای بازآفرینی است) به هم پیوند می‌خورند. نقاشی در این معنا، در برابر تجزیه‌شدن ساحت تجربه و ادراک بصری در چارچوب ساختار رسانه‌هایی چون تلویزیون و اینترنت، همچون مانیفست، شاهد، و گسترش‌دهنده‌ی امکانات بی‌پایان کنش دیدن و کار خلاق در چارچوب منسجم حسی به شمار می‌آید.

۳. تعهد به مستندنگاری انتقادی فرهنگ: درحالی‌که رسانه‌های ارتباط جمعی و تبلیغاتی عموماً بر تولید بی‌وقفه‌ی تصویرهای منقطع خاطرات یا لحظه‌ی حال و تکثیر و جداکردن این تصویرها از زمینه‌های بازشناختی‌شان متکی هستند، نقاشی می‌تواند روایت‌هایی چندوجهی را شکل دهد و از این امکان برای نقد چندجانبه‌ی تصویرها و تصویرهای مربوط به تاریخ، فرهنگ، و ایدئولوژی بهره‌گیرد. در این معنا نقاشی شکل مستندنگاری روشنفکرانه‌ای از تاریخ و فرهنگ را به خود

می‌گیرد که می‌کوشد با ساختن هزارتویی از نمادها و روایت‌ها، آن روابط تاریخ، فرهنگ، و ایدئولوژی را بازسازی کند که در روایت ساده‌شده‌ی حاکم بر تبلیغات و رسانه‌ها گم شده یا پنهان مانده‌اند. -

ارجاعات:

فلتهوش، اُلف، [۱]، «هنر معاصر در بازار؛ نقد، تصدیق، یا بازی؟»، ترجمه‌ی شکوفه غفاری و علی گلستانه، دوهفته‌نامه‌ی تندیس، ش ۳۲۶، ۲۵ خرداد ۱۳۹۵.

فلتهوش، اُلف، [۲]، «هنر معاصر در بازار؛ نقد، تصدیق، یا بازی؟»، ترجمه‌ی شکوفه غفاری و علی گلستانه، دوهفته‌نامه‌ی تندیس، ش ۳۲۸، ۲۲ تیر ۱۳۹۵.

کاسپیت، دانالد، *پایان هنر*، ترجمه‌ی محمدرضا جودت، تهران: آرمانشهر، ۱۳۸۹.

گابلیک، سوزی، *آیا مدرنیسم شکست خورده است؟*، ترجمه‌ی فتاح محمدی، تهران: مینوی خرد، ۱۳۸۷.

گرویس، بوریس، «مارکس پس از دوشان»، ترجمه‌ی ایمان گنجی و کیوان مهتدی، *موزه یک کارخانه است*، تهران: حرفه‌هنرمند، ۱۳۹۳.