

هم‌زیستی هنر عامه و هنر والا در بستر نسل سوم سرمایه‌داری

احمد ابراهیمی^۱

امیراحمد امینیان^۲

چکیده:

نظام‌های سلسله‌مراتبی همان‌گونه که دانش تخصصی را از دانش متعارف و معمول جدا می‌سازند، فرهنگ عالی را نیز از فرهنگ پست تفکیک می‌کنند. تلاش‌هایی را که در جهت دفاع از هر یک از این دو موضع صورت گرفته است، می‌توان هم از دیدگاه تحولات هنر عامه مورد بررسی قرار داد و هم از زاویه‌ی تحولات فرهنگ در بستر سرمایه‌داری به آن نگریست. جریان‌های اولیه‌ی سرمایه‌داری آزاد، نگاهی روشن به ارتباط فرهنگ و هنر در جامعه‌ی بازار داشتند. نظریات انتقادی که در ادامه آمدند، جداسازی هنر عامه از هنر والا را بخشی از فرایند تفکیک‌سازی طبقاتی در نسل دوم سرمایه‌داری، یعنی سرمایه‌داری سازمان‌یافته قلمداد نمودند، که مبتنی بر تجزیه‌ی زمان و مکان به حداقل سلول-های امکان‌پذیر بود. اما با ظهور شاخص‌های سرمایه‌داری بی‌سازمان، تداخل مرزهای فرهنگ و بازار فزونی گرفت تا آن‌جا که پسامدرنیست‌ها و پسا صنعت‌گرایان مدعی یگانه‌انگاری فرهنگ عامه و والا در سرمایه‌داری متأخر شدند و فرهنگ پسامدرن را اساسن پدیده‌ای متعلق به طبقه‌ی متوسط برشمردند.

واژگان کلیدی: هنر عامه، هنر والا، نهاد هنر، میدان هنر، سرمایه‌داری سازمان‌یافته، جامعه‌ی بازار، نسل سوم سرمایه‌داری، پسامدرنیته.

^۱ کارشناس ارشد اقتصاد هنر، دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع) ahmadebrahimipur@yahoo.com

^۲ دکترای معماری از دانشگاه مارسی فرانسه. استادیار گروه هنر دانشگاه بین‌المللی امام رضا (ع)
amir_58_aminian@yahoo.com

مقدمه

از آنجا که به نظر می‌آید اعمال دسته‌بندی‌های کیفی نمی‌تواند در یک خلأ نظری صورت گیرد (پین، ۱۹۹۶: ۲۴۷-۲۴۹)، جداسازی و تقسیم‌بندی کیفی آثار هنری مابین «هنر عامه» و «هنر والا» نیز خواه یا ناخواه از نظام‌های تدوین دانش تاثیر می‌پذیرد و زیرمجموعه‌ی قلمرویی فراخ‌تر «فرهنگ عامه^۱» و «فرهنگ والا^۲» قرار می‌گیرد. چونان چه بحث از «فرهنگ عامه» و «فرهنگ والا» را مربوط به «مطالعات فرهنگی» بدانیم، تمامی بازه‌ی زمانی اوایل قرن نوزدهم تا دهه‌ی ۱۹۶۰ را دربرمی‌گیرد (پاینده، ۱۳۹۰: ۳۴۳ و ۳۴۶)، به‌گونه‌ای که عمده‌ی نزاع‌های نظری در ۱۹۳۰ تا ۱۹۵۰ خود را نشان می‌دهد. در این‌جا طرح مسئله‌ی ما به شکل صحنه‌ی منازعه و مذاکره بین منافع گروه‌های مسلط اجتماعی و منافع گروه‌های تحت سلطه درمی‌آید (استوری، ۲۰۰۳: ۲۰) و غالباً رنگ‌وبویی ضد سرمایه‌دارانه به خود می‌گیرد. برحسب نگرش دیگر، فرهنگ عامه نه یک سطحی‌انگاری نافرہیخته یا تحمیل شده، بل که فعالیتی خودخواسته و خودجوش است که بیان‌کننده‌ی خواسته‌ها و تمایلات عموم مردم یک جامعه است.

اما گفتارهایی که به طور ویژه به بحث در خصوص «هنر عامه» و «هنر والا» می‌پردازند، علاوه بر سرفصل‌های جامعه‌شناختی، درباره‌ی ماهیت زیبایی، کار هنری، کارکرد ابزاری هنر، ماهیت اجتماعی قضاوت ذوقی و تولید کالایی هنر نیز موضع‌گیری می‌نمایند. خوانش‌های استوارت هال^۳ از فرهنگ عامه، دیدگاه‌های نظریه‌پردازان فرهنگی مارکسیسم و به‌ویژه مکتب فرانکفورت، کتاب «ادبیات داستانی و عامه‌ی کتاب‌خوان» (۱۹۳۲) و دیگر پژوهش‌های فرانک لیویس^۴ و هم‌سرش و نظریه-پردازهای ریچارد هاگارت^۵ و ریموند ویلیامز^۶، مشروعیت‌بخشی به فلسفه‌ی مدرسه‌ی باهاوس^۷ و کارگاه هنری اندی وار هول^۸، طرح‌های پسا صنعت‌گرایان^۹ از جمله بل^{۱۰}، بری اسمارت^{۱۱} و دیوید لاین^{۱۲} در خصوص آمیخته‌گی هنر عامه در شالوده‌ی اقتصاد، حمله‌های پسامدرنیست‌ها^{۱۳} از جمله لیوتار^{۱۴}، هاروی^{۱۵} و اکو^۱ به هنر والای مدرن، و نقدهای تضادگرایان نو به پسامدرنیته از سوی جیمسن^۲، بوردیو^۳ و ایگلتون^۴، همه‌گی در شکل‌گیری این شاخه‌ی پراهمیت در مطالعات فرهنگی نقش داشته‌اند.

-
1. Popular Culture
 2. High Culture
 3. Stuart Hall
 4. Frank Raymond "F. R." Leavis
 5. Richard Hoggart
 6. Raymond Williams
 7. Bauhaus
 8. Andy Warhol
 9. Post-industrialism
 10. Daniel Bell
 11. Barry Smart
 12. David Lyon
 13. Postmodernism
 14. Jean-Francois Lyotard
 15. David Harvey

تقابل دیرینه‌ی هنر عامه و هنر والا

با این‌همه شاید منطقی‌تر باشد که کاربرد امروزی هنر والا را بیش از هر چیز مربوط کنیم به کارکرد «امر والا» در توضیح «امر زیبا» در فلسفه‌ی کانت که به قرن هجدهم بازمی‌گردد. کانت زیبایی را از فضیلت متمایز نمود تا «قریحه» را از دسترس فاصله دهد و بر دریافت (نسبتن) مستقل از قضاوت تأکید نماید. حال آن‌که در تعریف امروزی، هنر والا یا فرهنگ والا بر اساس سرشتِ اغلب توافقی که به آن نسبت می‌دهند، معنا می‌یابد و عموماً «فرهنگی است که مختص گروه کوچکی از جامعه باشد. تئاتر، اپرا، و موسیقی کلاسیک از جمله عناصر فرهنگ والا محسوب می‌شوند. دسترسی به فرهنگ والا برای همه ممکن نیست و لازمه‌ی درک و لذت بردن از آن، آموزش دیدن و اجتماعی شدن است» (جلائی‌پور و محمدی، ۱۳۹۱: ۴۹۴). در مقابل اصطلاح فرهنگ عامه در معنای خاص خود، به نظر می‌رسد خاست‌گاهی بریتانیایی و قرن نوزدهمی دارد^۵ (پین، ۱۹۹۶: ۴۳۳) که تقارن پیدایش آن با دوران شکوفایی سرمایه‌داری نمی‌تواند بی‌معنا یا دست‌کم نامربوط باشد. فرهنگ توده^۶ نیز اصطلاح نزدیکی است برای اشاره به فرهنگی که «به گروه خاصی اختصاص ندارد و در دسترس همه است. در نتیجه، معمولن به فرهنگ توده‌ای ارزش کم‌تر داده می‌شود» (جلائی‌پور و محمدی، ۱۳۹۱: ۴۹۴).

بخش قابل توجهی از نظریه‌پردازان بر این باورند که تمایز میان هنر عامه و هنر والا در واقع آینه‌ای است از مبارزات افراد جوامع در پی تلاش برای فرادستی اجتماعی (ابینگ، ۲۰۰۲: ۱۷-۲۲). اما همین نظریه‌پردازی در خصوص جداسازی اشکال هنر و ارتباط آن با کشمکش‌های اجتماعی، فراز و نشیب‌هایی داشته است که چند دیدگاه نسبتن متفاوت از آن‌ها هم‌واره مورد بحث بوده است. در این نوشتار دیدگاه‌های یادشده با توجه به تحولات اجتماعی سرمایه‌داری، به شکل تاریخی-تحلیلی مورد بررسی قرار گرفته‌اند و هم‌زمان تلاش شده تا با روی‌کردی مقایسه‌ای و تناظری، این نزاع‌های جامعه‌شناختی به موازات تحولات فرهنگ و زیبایی‌شناسی در بستر نظام سرمایه‌داری مورد تحلیل واقع شوند.

سرمایه‌داری در قرن نوزدهم، آزاد (لیبرال) و در قرن بیست سازمان‌یافته نامیده می‌شود. سرمایه‌داری سازمان‌یافته که مبتنی بر تولید بیشینه‌ی کارخانه‌ای است، بر اساس نوعی مدیریت انضباطی شکل می‌گیرد که در آن تجزیه به کوچک‌ترین سلول‌های زمان و فضا (هاروی، ۱۹۸۹: ۲۹۷-۳۰۲)، برساننده‌ی بیش‌ترین بازده نیروی کار می‌شود (نگاه کنید به فوکو، ۱۹۷۵: ۱۷۷-۱۸۶). اما عاملی که موجب می‌شود سرمایه‌داری قرن بیست‌ویکم را سرمایه‌داری بی‌سازمان قلم‌داد کنند، گردش کالاها و سرمایه در سطح بین‌المللی است. به این معنی که ابژه‌ها یعنی پول و کالاها و سوژه‌ها یعنی نیروی

1. Umberto Eco

2. Fredrick Jameson

3. Pierre Bourdieu

4. Terry Eagleton

۵. برخی معتقدند این اصطلاح نخستین بار توسط ویلیام تامس (William Thams) در اواسط قرن نوزدهم به کار برده شده و ظاهرن در آن زمان بار معنایی منفی نداشته است.

6. Mass

کار، بیرون از مرزها قرار دارند (امرای، ۱۳۸۹). باید توجه داشت که در این جا تمرکز نه بر روی اقتصاد جهانی، بل که بر روی پیشرفت‌های نرم‌افزاری و دانش‌محوری قرار گرفته است که موجب می‌شود در شبکه‌ی مبادلات، مرزهای زمان و فضا درهم نوردیده شود.

هنر عامه و هنر والا در سرمایه‌داری آزاد

توجه به این نکته دارای اهمیت است که هنر در دوران ابتدایی شکل‌گیری سرمایه‌داری در اروپا دارای محدودیت‌هایی از لحاظ شیوه‌ی اجرا (مدیوم)، رسانه (مدیا) و ارائه‌ی اثر بود که اساسن مانع از دست‌رسی توده‌ها به آثار هنری می‌گشت. آثار نقاشی به‌عنوان بخش تعیین‌کننده‌ای از بازار هنر در آن زمان، به لحاظ زیبایی‌شناختی فاصله‌ی خود را با مخاطب حفظ می‌کند اما ظهور فیلم در دوره‌های بعد، «هر کسی را تا حدی کارشناس می‌کند. هر کسی می‌تواند عکسی بگیرد یا دست کم عکسی از او گرفته شود؛ و از آن جاست که رسم «هنر والا» برمی‌افتد» (ایگلتون، ۱۹۷۶: ۹۸).

با شکوفایی سرمایه‌داری اولیه و نخستین بارقه‌های تجارت فرهنگ، «هنرهای عالی» بی‌آن‌که از جانب فرایند تجاری‌شده تهدید شوند، مورد استقبال قرار گرفتند و به‌عنوان یکی از وجوه مشخصه‌ی تجاری عصر مدرن قلم‌داد شدند. «در واقع از نگاه اندیش‌مندان خوش‌بین مدرنیته هم‌چون هیوم^۱ و اسمیت^۲، تجارت و فرهنگ کاملن سازگار بودند. از نظر اینان، بازار بخشی از فرایند متمدن شدن را تشکیل می‌داد و موجب ارتقای عملی سلیقه‌ها، مدنیت، فرهیخته‌گی و هنر می‌شد» (اسلیتر و تونکیس، ۲۰۰۰: ۲۵۳-۲۵۴). اما روشن است که فرهنگی که در این جا مدنظر است فرهنگ عامه به معنای امروزی نیست. همان‌گونه که از کنایات بی‌شمار لارنس استرن^۳ در «زنده‌گی و عقاید آقای تریسترام شندی» (۱۷۵۹)، و اشارات متعدد ویرجینیا وولف^۴ در آثارش برمی‌آید، در نقد انگلیسی و امریکایی، هم‌واره خط قرمز میان فرهنگ والا، که ادبیات‌اش از به‌ترین چیزهایی که در جهان اندیشیده شده حراست می‌کند، و فرهنگ‌هایی که علم انسان‌شناسی آن‌ها را پست و وجودشان را تهدیدگر می‌داند، بسیار جدی بوده است (برتنس، ۲۰۰۰: ۲۰۰) و این وضعیت تا دوران مدرن به‌قوت خود باقی می‌ماند. آن‌چنان که لیوتار می‌گوید زیبایی‌شناسی مدرن، زیبایی‌شناسی امر والا است؛ گرچه نوع نوستالژیک آن (لیوتار، ۱۹۹۶).

اما به‌مرور با رشد روزافزون هنر عامه، اندیش‌مندان انتقادی گاه با دیدگاهی انسان‌گرا و گاه با نگرشی مارکسیستی تقابل هنر عامه و والا را دنبال کردند و هر دو گروه بر خصایص ارزش‌مند و زندگی‌ساز فرهنگ‌ها، خاصه فرهنگ طبقه‌ی کارگر که از سوی فرهنگ برتر به‌طور کامل مردود شمرده می‌شد، تاکید کردند (برتنس، ۲۰۰۰: ۲۰۱). اندیشه‌های ضدسرمایه‌داری اولیه تاکید نمودند که هنر نیز جزئی از زیربنای اقتصادی است. انگلس عنوان کرد که «هنر نیز مانند بسیاری از امور دیگر

1. David Hume

2. Adam Smith

3. Laurence Sterne

4. Virginia Woolf

نوعی عمل اقتصادی و از سنخ تولید کالایی است» (ایگلتون، ۱۹۷۶: ۹۵). جریان‌های حامی هنر عامه محتوا را بر فرم و صورت ارجح دانستند و بر حاکمیت استثماری بورژوازی در تعیین خوانش‌های زیبایی شناختی تاکید نمودند. استنلی فیش (در استوری، ۲۰۰۳: ۹۸) می‌گوید هیچ کیفیتی در متن مانع از تشخیص ادبی بودن آن نمی‌شود. هم‌چنین اراده‌ی مستقل و آزاد خواننده هم شالوده‌ی تشخیص ویژه‌گی‌های ادبی نیست. بل که، تشخیص ادبیت متن حاصل تصمیم مهمی است که فقط تا زمانی معتبر است که جرگه‌ای از خواننده‌گان یا پیروان هم‌چونان به آن تصمیم پای‌بند بمانند.

به این ترتیب هنر و ادبیات عامه را دیگر نمی‌شد صرفن نوعی ماده‌ی مخدر دانست که فقط خواننده‌گان غیرروشن‌فکر آن را مصرف می‌کنند (استوری، ۲۰۰۳: ۷۸ و ۷۹). با این‌همه، استوری^۱ معتقد است که بخشی از این دسته نظریات مخالف، در حالت بدبینانه بیش‌تر افشاگری‌هایی هستند درباره‌ی این‌که «دیگران» همیشه «فریب‌خورده‌گان» فرهنگی‌اند (استوری، ۲۰۰۳: ۲۴۷).

هنر عامه و هنر والا در سرمایه‌داری سازمان‌یافته

اما دیری نگذشت که ارتقای رسانه‌های هنری و تجهیز انواع هنرها به فن‌آوری‌های ضبط، بازتولید و تکثیر، سرمایه‌گذاری سرمایه‌داران را به‌ویژه در سینما و موسیقی پاپ به خود جذب نمود. با ورود به قرن بیستم تغییراتی که در حمایت از ارزش فرهنگ توده‌ها مطرح می‌گشت، هم‌زمان شد با تحولاتی اساسی در شیوه‌های عرضه‌ی هنری. مهم‌ترین این تحولات تکثیر و تولید انبوه و کارخانه‌ای‌وار آثار هنری بود که در مدرسه‌ی باهوس قاعده‌مند شد، در کارگاه نقاشان پاپ^۲ به عوام‌گرایی گرایید و در دیگر نهادها به اشکال مختلف خود را جلوه‌گر ساخت و به‌شدت مورد انتقاد جریان‌های اصالت‌گرا قرار گرفت. به چالش کشیدن مفهوم «منشأ اصالت» اثر هنری از یک سو و فراگیر شدن سینما و تلویزیون و توفیقات تجاری آن‌ها موجب شد مبارزه‌ی پایاپای میان مدافعان جوان هنر عامه در مقابل مدافعان سنتی و ریشه‌دار هنر والا صورت پذیرد.

در مقابل دیدگاه‌های نظریه‌پردازان جناح چپ نیز ارتقا یافت. از آن جمله شکل‌گیری نسخه‌های پیش‌رفته‌تر مسئله‌ی شکل ادبی و فرم هنری بود که در مکتب پراگ^۳ (تودوروف، ۲۰۰۱: ۱۰۷ و ۱۵۳) از جنبه‌ی ساختارشناختی و در کار جورج لوکاچ^۴ از جنبه‌ی جامعه‌شناختی واکاوی شد. در واقع تاکید بر ماهیت شکل هنری، آن‌ها را به تایید «واقع‌گرایی در هنر» می‌رساند و این واقع‌گرایی خود در ادامه، به ابزارمندی و خدمت هنر به ایده‌ئولوژی صحنه می‌گذاشت.

مسئله‌ی دیگر تردید در ماهیت «کار هنری» بود که به‌عنوان نمونه، از منظر زیبایی‌شناختی در کار برشت^۵ و از منظر جامعه‌شناختی در آثار بنیامین^۱ نمودار شد. مارکسیسم اولیه، نویسندگان را نه فقط

1. John Storey

2. Pop Artists

3. Prague linguistic circle

4. Gyorgy Lukacs

5. Bertolt Brecht

حاملان ساختارهای ذهنی فرافردی، بل که کارگرانی می‌دانست که بنگاه‌های انتشاراتی به کارشان می‌گیرند تا کالاهایی را تولید کنند که قابل فروش باشند (ایگلتون، ۱۹۷۶: ۹۵). آن‌گونه که در قرن شانزدهم گاه نویسندگان را با تن‌فروشان مقایسه می‌نمودند (بورديو، ۱۹۹۴: ۲۶۹). در این زمان، در حالی که مارکسیسم کلاسیک لوکاچ، تکثیر آثار هنری را به چشم ازهم‌گسیخته‌گی «کلیت» انسان در حاکمیت سرمایه‌داری می‌نگریست، بنیامین در همین امر تکثیر، امکانات مثبتی کشف نمود و آن را شالوده‌ی شکل‌های هنری پیش‌رو قلم‌داد کرد (ایگلتون، ۱۹۷۶: ۹۹). در واقع بنیامین قصد داشت از مفهوم «بازتولید» به‌عنوان راهی برای مشروعیت‌بخشی به رای زیبایی‌شناختی عامه‌ی مردم بهره بگیرد. وی در مقاله‌ی مشهور خود، «اثر هنری در عصر تکثیر مکانیکی» سعی دارد نشان دهد که آثار هنری سنتی را «هاله»‌ای از بی‌همتایی، افتخار، فاصله و استمرار فراگرفته است؛ اما بازتولید فنی مثلن فلان نقاشی از راه تکثیر نسخه‌ها جای این بی‌همتایی را می‌گیرد و به این ترتیب این هاله‌ی بیگانه‌کننده را از میان برمی‌دارد (بنیامین، ۱۹۳۶). همین مفهوم هاله را بعدها بورديو با ساختاردهی مفهوم «تمایز» قوام بخشید تا به این وسیله بر خاصیت طردکننده‌گی هنر والا تاکید نماید.

اما در میانه‌ی این کش‌مکش‌ها وضعیتی جدید رخ نمود. به‌زودی ترویج گسترده‌ی هنر عامه به‌ویژه با فراگیری تلویزیون (استوری، ۲۰۰۳: ۲۹)، به ابزاری جدید برای سرمایه‌داری جهت کنترل خود طبقه‌ی کارگر منجر شد. رسانه‌های قدیمی‌تر و سنتی‌تر طبقه‌ی کارگر، اصالت و حال و هوای زنده‌گی روزمره را با خود به همراه داشتند.

مجله‌های جدیدتر به دام احساسات‌گرایی افراطی بی‌اصالت فروافتاده‌اند. این احساسات‌گرایی، نشانه‌ی مسلم کالاشده‌گی این ژانر در دوره‌ی پس از جنگ جهانی دوم است و تدبیری است حساب شده برای دست‌یابی به فروش حداکثر و سود حداکثر، به قیمت از دست رفتن صداقت و صمیمیت. و بدین ترتیب فرهنگ توده‌ای جدید و عوام‌فریبانه‌ای به‌جای فرهنگ عامه‌ی قدیمی‌تر می‌نشیند. در حالی که در فرهنگ عامه‌ی قدیمی بین ناشران و نویسندگان از یک - سو، و مخاطبان از سوی دیگر، یک میثاق و نظامی از ارزش‌های مشترک برپا بود، در فرهنگ توده‌ای جدید، مخاطبان فقط وجود دارند تا استثمار شوند (برتنس، ۲۰۰۰: ۲۰۲).

با گذشت زمان نظریات انتقادی جدیدتر این مسئله را مطرح کردند که تلویزیون و سینما که پیش از این هنر را از انحصار طبقه‌ی برتر، و متناظر با آن، هنر برتر بیرون کشیده بود، حالا خود تبدیل به ابزار نوین سرمایه‌داری جهت تبدیل عامه‌ی مردم به اکثریتی خاموش و منفعل گردیده که از این طریق مصرف‌کنندگان بی‌چون و چرای تولیدکنندگان باشند. در حالی که دیدگاه فرانکفورتی‌ها هم - چنان بر خاصیت اغواکننده‌ی هنر عامه که در جهت تخدیر توده‌ها به کار برده می‌شد، تاکید داشت و هم‌زمان از تکثیر و تولید انبوه هنرها انتقاد می‌شد، در بخش مستقل گروه‌های هنری نیز تقابل دیگری وجود داشت که می‌شد «آن را به رویارویی هنر بورژوازی و هنر صنعتی تقسیم نمود. این تقابل آشکارا

با تقابل طبقه‌ی مسلط و طبقات تحت سلطه منطبق» (جلائی پور و محمدی، ۱۳۹۱: ۳۶۲) بود.

با رشد تولیدات کارخانه‌ای و فن‌آوری‌های تکثیر آثار هنری و در یک کلام با پیدایش مولفه‌های فوردیستی در سرمایه‌داری سازمان‌یافته، هر چیزی می‌توانست در معرض فروش گذاشته شود. به این ترتیب، هنر از محدوده‌ی حامیان درباری به‌سوی بازار بورژوازی و سپس به‌سوی سلیقه‌های مردم-پسندانه رفت و با ظهور سبک زندگی نوکیسه‌ها و پیدایش فرهنگ مصرف، سلسله مراتب منزلت‌های سنتی رو به افول گذاشت (اسلیتر و تونکیس، ۲۰۰۰: ۲۵۱).

هنر عامه و هنر والا در سرمایه‌داری بی‌سازمان

اما جریان‌های اقتصادی که از ۱۹۶۰ به بعد به‌مثابه بخشی از ماهیت متحول تولید در نظام اقتصاد جهانی به حساب می‌آمدند، با تعبیر و اصطلاحاتی نظیر «تقسیم کار صنعتی دوم» یا «نسل سوم سرمایه‌داری» یا «ظهور سرمایه‌داری بی‌سازمان» مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند. این تغییر و تحولات غالب عبارت بودند از نوعی انتقال و جابه‌جایی به سازمان‌های کوچک‌تر و نوعی تقسیم کار نسبتن غیررسمی ولی انعطاف‌پذیر (هاروی، ۱۹۸۹: ۱۹۳-۲۳۱).

در حوزه‌ی هنر نیز فن‌آوری‌های تولید و پخش در میان عامه‌ی مردم به شکل فزاینده‌ای رو به رشد نهادند. به‌طوری‌که در دهه‌ی ۱۹۹۰ تماشاگران تلویزیون در بریتانیا یک سوم از زمان بیداری خود را صرف تماشای تلویزیون می‌کردند (استوری، ۲۰۰۳: ۲۹). از این دهه به بعد دیدگاه‌هایی در جامعه-شناسی هنر و فرهنگ ارائه شدند که این مبارزه‌ی دیرینه را در عمق نظری بیش‌تری مورد بررسی قرار دادند. به‌طور خلاصه می‌توان گفت، کشاکش هنر عامه در نسل سوم سرمایه‌داری که اقتصادی ازجاکنده و بی‌سازمان دارد، در سایه‌ی مفهوم هژمونی شکل می‌گیرد و آینده‌ی تناقض‌آمیزی از نیروهای «فروتر» و «برتر» است. هم تجاری است و هم اصیل. ویژه‌گی آن مقاومت و ادغام است و هم شامل «ساختار» می‌شود و هم شامل «کنش‌گری» (استوری، ۲۰۰۳: ۲۱ و ۲۲). بر این اساس سه دیدگاه عمده را در توضیح وضعیت هنر عامه و هنر والا در سرمایه‌داری متأخر می‌توان بازشناخت.

الف) دیدگاه پسا صنعت‌گرایی مبتنی بر تلفیق هنر عامه و اقتصاد

با ظهور شاخص‌های نرم‌افزاری و ازجاکنده‌گی در سرمایه‌داری بی‌سازمان، تداخل مرزهای فرهنگ و بازار فزونی گرفت تا جایی که پسا صنعت‌گرایان نخست مدعی یگانه‌انگاری فرهنگ عامه و والا شدند و پسامدرنیته را اساسن پدیده‌ای متعلق به طبقه‌ی متوسط برشمردند و سپس مدعی یگانه‌انگاری بنیادی شئون فرهنگی و اقتصادی کالای هنری شدند. یک وجه مدعای یاد شده این است که هنر به-گونه‌ای فزاینده در اقتصاد ادغام می‌گردد (اسلیتر و تونکیس، ۲۰۰۰)، هم به این دلیل که از آن برای تشویق و ترغیب مردم به مصرف کردن استفاده می‌شود، و هم به این دلیل که هنر به نوبه‌ی خود به صورت یک کالای تجاری درمی‌آید (استریناتی، ۱۹۹۶). در نتیجه موفقیت در حوزه‌ی اقتصاد با موفقیت در حوزه‌ی فرهنگ یک‌سان است. «بدین ترتیب امر فرهنگی به زور ذیل امر اقتصادی قرار

داده می‌شود. گویی که فرهنگ صرفن تجلی پی‌آمدی است که مطمئنن هم‌واره رخ می‌دهد» (استوری، ۲۰۰۳: ۳۱۶).

با ارائه‌ی رابطه‌ی تولید با مصرف توسط گرامشی^۱ و جای‌گاه «بازنمایی^۲» در گفت‌مان قدرت توسط فوکو، و در یک کلام با مطرح شدن مفهوم «هژمونی^۳» پیوندی میان دو دیدگاه ابتدایی‌تر در خصوص فرهنگ عامه (فرهنگ تحمیلی و فرهنگ خودجوش) ایجاد شد (استوری، ۲۰۰۳: ۲۳). در نتیجه‌ی نفوذ تجاری خصلت‌های سرمایه‌داری در بازار هنر، آنچه که حسب عادت صرفن هنر عامه، و بیگانه با فرهنگ سیاسی واقعی تلقی می‌شد، اکنون مؤلفه یا عامل سیاسی نیرومندی را آشکار می‌ساخت. محتوای فرهنگ عامه آن‌گونه که از طریق رسانه‌های گروهی نشان داده می‌شود، آبستن تضمین‌های سیاسی است اما گفت‌مان فرهنگ عامه در زمینه‌ای شکل می‌گیرد که در آن معیارهای زیبایی‌شناختی مربوط به سلیقه و ذائقه‌ی ما وجه غالب را دارا هستند (کوپر، ۱۹۹۱).

در دورنمای نظریاتی که بر محور «فرهنگ هژمونیک» بنا شده‌اند، شکلی از تایید و یا حتا تمجید هنر عامه مشاهده می‌شود. البته این موضع‌گیری «با وقوف کامل به این حقیقت انجام می‌شود که آن-چه در یک زمینه‌ی خاص «مقاومت» [در مقابل هنر والا] محسوب می‌گردد، چه بسا در زمینه‌ای دیگر «ادغام» تلقی شود» (استوری، ۲۰۰۳: ۲۳). به‌رشد ادعاهای پسا صنعت‌گرایان درباره‌ی افول و سقوط تمایز بین هنر عامه و والا شاید تا حدودی صحیح باشد، به‌ویژه از این جهت که به‌نظر می‌رسد با کاربست‌ها و ایده‌تولوزی‌های گروه‌های شغلی معین در ارتباط باشند (استریناتی، ۱۹۹۶).

ب) دیدگاه پسامدرن مبتنی بر هنر طبقه‌ی متوسط

لیوتار هم‌چون بوردیو به نقش تعیین‌کننده‌ی اجماع همه‌گانی در ساختن امر زیبا اذعان دارد اما مسئله این است که از نظر او وصول به این اجماع جهت دستیابی به الگویی معین در حوزه‌ی هنری عملن امکان‌پذیر نیست. در این‌جا زیبایی تنها در صورتی وجود خواهد داشت که یک اثر هنری (که بدون هرگونه تعین مفهومی و تنها به‌کمک قریحه، واجد احساس لذتی است مستقل از هر گونه علاقه‌ای که ممکن است از دل آن اثر بیرون آید) به اصل اجماع همه‌گانی (که قابل حصول نیست) متوسل شود (لیوتار، ۱۹۹۶). بودریار^۴ با اشاره به وضعیت واقعیت‌ها و وانموده‌ها می‌پرسد «اما، در این‌جا و اکنون، آثار ادبی در کجا با این وارونه‌گی موقعیتی مواجه می‌شوند؟» (بودریار، ۱۹۹۴: ۲۰۸).

در این‌جا پسامدرنیست‌ها ترجیح می‌دهند به‌جای آن‌که مخاطب اثر هنری را مستعد دریافت زیبایی‌شناختی قلم‌داد کنند، از نوعی مصرف فرهنگی توسط عامه‌ی مردم سخن بگویند. بدین ترتیب «پسامدرنیسم را شاید اساسن، ولی نه انحصارن، بتوان پدیده‌ای متعلق به طبقه‌ی متوسط به‌شمار

1. Antonio Gramsci
2. Representation
3. Hegemony
4. Jean Baudrillard

آورد» (احمد، ۱۹۹۲). در واقع پویش و خواست این طبقه برای نیل به قدرت فرهنگی آنان را به سمت پسامدرنیسم سوق داده و از فرهنگ‌های سایر طبقات، نظیر فرهنگ والای روشن‌فکران طبقه‌ی متوسط سنتی دور می‌سازد (استریناتی، ۱۹۹۶).

البته این را نیز باید در نظر داشت که پسامدرنیست‌ها قبل از آن که از فن‌آوری بی‌زار باشند، بیش‌تر مجذوب و مسحور آن هستند و هنر عامه را به‌عنوان هنری که در لایه‌ی زیرین آثار آنان قرار دارد، نفی نمی‌کنند و بیش از حد به فکر تاثیرات آنی و نتایج فوری آثار خود هستند. به‌عنوان نمونه چاپ و نشر، بیش‌تر یک گام استراتژیک است تا کوششی برای جاودانه‌گی (هاوئورن، ۱۹۹۲). اگر نشانه‌های فرهنگی عامه و تصاویر رسانه‌ای در حال جای‌گزین شدن به‌جای تعریف ما از حس واقعیت هستند، و اگر این امر به معنای آن است که سبک بر محتوا غلبه و سیطره پیدا می‌کند، در آن صورت حفظ تمایز معنادار بین هنر عامه و والا دشوارتر می‌شود. دیگر معیار قاطعی وجود ندارد که بتواند در خدمت تفکیک هنر والا از فرهنگ عامه قرار بگیرد (استریناتی، ۱۹۹۶). پسامدرنیست‌ها معتقدند:

قضاوت زیبایی‌شناختی تنها برای تصمیم‌گیری در این خصوص ضروری است که فلان یا بهمان اثر هنری با قواعد تثبیت‌شده‌ی زیبایی‌مطابقت و هم‌آهنگی دارد یا خیر. آکادمیسم سیاسی به‌جای واداشتن اثر هنری به بررسی این‌که چه چیزی آن را به یک موضوع هنری تبدیل می‌کند و این‌که آیا قادر به پیدا کردن مخاطبی برای خود خواهد بود یا نه، دارای یک معیار پیشینی زیبایی است و آن را اعمال می‌کند، معیاری که با یک اقدام قاطع و سریع و برای همیشه به تعیین و برگزیدن یک سری آثار و مخاطب (افکار عمومی) می‌پردازد. از این رو ماهیت کاربرد مقولات در قضاوت زیبایی‌شناسی با کاربرد آن‌ها در قضاوت شناختی^۱ یک‌سان است. به تعبیر کانت هر دو قضاوتی تعیین‌کننده و ایجابی خواهند بود: بیان ابتدا در جریان مفاهمه شکل می‌گیرد، پس از آن تنها موارد حاصله در جریان تجربه آن‌هایی هستند که می‌توانند مشمول این بیان یا تعبیر به‌شمار آیند (لیوتار، ۱۹۹۶).

نتایج این تردید در قوه‌ی قضاوت را می‌توان در نوعی عوام‌گرایی دید که ویژه‌گی شاخص برخی پروژه‌های معماری پسامدرن محسوب می‌شوند (بوین و رطانسی، ۱۹۹۷). داستان‌نویس پسامدرن مرزبندی بین عامه و نخبه را محل آفرینش ادبی می‌داند و در عوض می‌کوشد تا با درآمیختن ژانرهای عامیانه و متعالی، صورت‌بندی جدیدی از هنر ارائه دهد (پاینده، ۱۳۹۰: ۲۲۶). این وضعیت در واقع معلول تمایزدایی از مفهوم تمدن و فرهنگ است.

در فرهنگ پسامدرن، تفاوت بین تمدن (ارزش‌های معطوف به بهره‌برداری) و فرهنگ (متعالی-ترین اهداف ذهن بشر) از بین می‌رود و مرز بین آن‌چه در گذشته فرهنگ عالی‌مرتبه می‌نامیدیم و فرهنگ فرومرتبه یا عامه‌پسند نامشخص می‌شود (پاینده، ۱۳۹۰: ۲۲۶). معیارهای ارزیابی ادبیات در دوره‌ی پسامدرن متکثر شده‌اند، به این معنی که هر خواننده‌ای مجاز است نیازهای فرهنگی خود را هم‌زمان از طریق ادبیات نخبه‌گرا و ادبیات عامه‌پسند ارضا کند

ج) دیدگاه تضادگرا مبتنی بر نهاد زیبایی‌شناختی

فردریک جیسمن انتقادات خود را بر قرائت‌های فرهنگی از سرمایه‌داری در پسامدرنیته متمرکز نمود و با طرح نقدی گزنده از انعطاف‌پذیری پسامدرنیسم، نشان داد که خصلت چندقرائتی و پلورالیستی سرمایه‌داری متأخر، در واقع شکل تازه‌ای از محدودیت‌سازی تنها برای آن دسته از قرائت‌هایی است که اجازه دارند در دایره‌ی قرائت‌های معتبر وارد شوند و به این ترتیب هم‌چونان فرهنگ فرودست را در حاشیه نگاه دارند. این نظریات متأخر از سوی تضادگرایان نوین، هرچند هم‌چونان بر ماهیت روابط قدرت و کشاکش طبقات اجتماعی استوار گردیده است، اما تحلیل آن‌ها در نهایت بر روی ماهیت زیبایی و قوه‌ی زیبایی‌شناختی متمرکز می‌گردد. دیدگاه دیگر مبتنی است بر نوعی طیف‌محوری که کنش‌گران حوزه‌ی هنر را در دو قطب دارای سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی اقتصادی و فواصل میانه‌ی این دو قرار می‌دهد.

از آن‌جا که به‌قول بوردیو کش‌مکش‌هایی که در حوزه‌ی قدرت وجود دارد، هیچ‌گاه به‌طور کامل از کش‌مکش بین طبقات تحت سلطه و طبقه‌ی مسلط جدا نیست (جلائی پور و محمدی، ۱۳۹۱: ۳۶۰)، چالش هنر عامه و هنر والا نیز شکلی از تقابل منافع طبقاتی محسوب می‌شود؛ و هم‌چنین شکلی از تفاوت بنیادی در الگوهای طبقه‌بندی هنرها. وی به جمله‌ای از اورتگا ای‌گاست^۱ استناد می‌کند که می‌گوید «گویی برخی افراد صاحب نوعی اندام حسی [برای تشخیص زیبایی] هستند که از دیگران دریغ شده است» (بوردیو، ۱۹۹۹: ۶۰). این دیدگاه‌ها که هم‌چنان از الگوهای جامعه‌شناسی واقع‌گرای مبتنی بر نمونه‌های میدانی پیروی می‌کنند، تأکید خود را بر این نقطه فرود می‌آورند که فرض کانت مبنی بر این که قوه‌ی زیبایی‌شناسی بر خلاف قضاوت اخلاقی، مستقل از تمایلات زنده‌گی اجتماعی شکل می‌گیرد، در واقع نظریه‌ای است درباره‌ی «قریحه»، و از آن‌جا که در نظام سرمایه‌داری پیش‌رفته، جامعه‌ی بازار تمامی شئون فرهنگی از جمله‌ی زیبایی‌شناسی را تحت کنترل قرار می‌دهد، اکنون لازم است بحث از کارکرد جامعه‌شناختی زیبایی‌شناسی را در واقع بحثی درباره‌ی «نهاد زیبایی‌شناختی» بدانیم و نه قریحه‌ی زیبایی‌شناختی (بوردیو، ۱۹۹۴: ۲۷۰ و ۲۷۱).

نتیجه‌گیری

اقتصاددانان پس از اسمیت به‌طور کلی معتقد بودند که نظام سرمایه‌داری آینده‌ی روشنی ندارد (تفضلی، ۱۳۸۷: ۱۱۳) و به‌مرور با پی‌آمدهای اقتصادی و اجتماعی وخیم‌تر مواجه خواهد گردید. از جمله‌ی این پی‌آمدها یکی شکاف اجتماعی فزاینده و دیگری نفوذ خزنده‌ی بازار در شئون فرهنگی و غیرتجاری بود. اما با این فرض می‌بایست شاهد می‌بودیم که آن شکاف فرهنگی بریتانیایی که در بدو سرمایه‌داری در اوج بود و هنر عامه را با خط قرمز پرنرنگی از هنر والا مجزا می‌نمود، به شکل فزاینده-

1. Jose Ortega y Gasset

ای تشدید شود. وان گهی حجیم شدن جامعه‌ی بازار و تعدی اهرم‌های سوداگری به قلم‌روی تقدس- یافته‌ی هنر موجب شد تا سرمایه‌داری اولیه همان‌گونه که خصلت آزادی تجاری (لیبرال) را از اسمیت دریافت نموده و در بازار به عمل رساند، در حوزه‌ی هنر نیز با ایجاد یک بازار رقابتی، خط قرمز هنر والا را درهم بشکند. هنر والا که هم‌چونان در پی حفظ فاصله‌ی خود از هنر مصرفی توده‌هاست، با آغاز پیشرفت‌های سازمان‌یافته‌ی سرمایه‌داری و تولید انبوه کالای هنری مجبور می‌شود به مبارزه‌ای پایاپای برخیزد که فرجام آن نه محدود شدن هنر عامه، بل که ایجاد تغییرات اساسی در ماهیت هنر والا بود که قرن‌ها پابرجا مانده بود.

در واقع الصاق برچسب‌های تجاری به بدنه‌ی کالای هنری، هرچند هاله‌ی هنر را مخدوش نمود اما جای‌گزین و بستری برای پر کردن شکاف فرهنگی میان هنر والا و هنر عامه ایجاد نمود. به‌طوری که با ظهور پسامدرنیته و درهم‌فروروی اقتصاد و فرهنگ، آثار هنرمندان پاپ در کنار هنرمندان انتزاعی به‌عنوان شکل رسمی هنر جدید پذیرفته شدند. در نهایت می‌توان گفت سرمایه‌داری بی‌سازمان شاهد بازآفرینی هنر در زنده‌گی روزمره تحت تاثیر خرید آثار هنری در بازار است. از این‌رو پسامدرنیسم گاه به‌منزله‌ی مجموعه‌ای از استراتژی‌ها جهت مقبول جلوه دادن سلیقه‌های مصرفی و محصولات تولیدی واسطه‌های فرهنگی جدیدی تفسیر شده است که عمدتاً برخاسته از آمال و آرزوهای طبقه‌ی متوسط پایین است و در مقابل فرهنگ والای مدرنیستی‌ای قرار می‌گیرد که آن را طرد می‌کند (اسلیتر و تونکیس، ۲۰۰۰: ۲۵۷).

منابع

- ابینگ، هانس. (2002). *درآمدی به اقتصاد استثنایی هنر: چرا هنرمندان فقیرند؟*. حمیدرضا شش- جوانی و لیلا میرصفیان (۱۳۹۲). اصفهان: تحقیقات نظری.
- استوری، جان. (۲۰۰۳). *مطالعات فرهنگی درباره‌ی فرهنگ عامه*. حسین پاینده (۱۳۸۵). تهران: آگه.
- اسلیتر، دن و تونکیس، فرن. (۲۰۰۰). *جامعه‌ی بازار*. حسین قاضیان (۱۳۹۰). تهران: نی.
- امرایی، بابک. *اقتصاد پسامدرن؛ بررسی تطبیقی تحولات اقتصادی مدرن و پست مدرن*. *اطلاعات سیاسی، اقتصادی*، (۱۳۸۹)، (۲۷۹)، ۲۳۲ - ۲۴۵.
- ایگلتون، تری. (۱۹۷۶). *مارکسیسم و نقد ادبی*. اکبر معصوم بیگی (۱۳۸۳). تهران: بوتیمار.
- برتنس، هانس. (2000). *مبانی نظریه‌ی ادبی*. محمدرضا ابوالقاسمی (۱۳۹۱). تهران: ماهی.
- بنیامین، والتر. (1936)، *اثر هنری در عصر تکثیر مکانیکی*. امید نیک‌فرجام (۱۳۷۷). *مجله فارابی*. (۳۱). ۲۱۰ - ۲۲۵.

- بودریار، ژان. (۱۹۹۴). وانموده‌ها و داستان علمی-تخیلی. در به‌سوی پسامدرن: پساساختارگرایی در مطالعات ادبی. پیام یزدان‌جو (۱۳۸۶). تهران: مرکز.
- بوردیو، پیر. (۱۹۹۹). تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی. محسن چاوشیان (۱۳۹۳). تهران: ثالث.
- بوردیو، پیر. (۱۹۹۴). نظریه‌ی کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی. مرتضا مردیها (۱۳۹۳). تهران: نقش و نگار.
- پاینده، حسین. (۱۳۹۱). داستان کوتاه در ایران: داستان‌های پسامدرن. تهران: نیلوفر.
- پاینده، حسین. (۱۳۹۰). جای‌گاه ادبیات عامه‌پسند در مطالعات فرهنگی. در گفت‌مان نقد: مقالاتی در نقد ادبی. تهران: نیلوفر.
- پین، مایکل. (۱۹۹۶). فرهنگ اندیشه‌ی انتقادی از روشن‌گری تا پسامدرنیته. پیام یزدان‌جو (۱۳۸۹). تهران: مرکز.
- تفضلی، فریدون. (۱۳۸۷). تاریخ عقاید اقتصادی: از افلاطون تا دوره‌ی معاصر. تهران: نی.
- تودوروف، تزوتان. (۲۰۰۱). نظریه‌ی ادبیات: متن‌هایی از فرمالیست‌های روس. عاطفه طاهایی (۱۳۸۵). تهران: اختران.
- چپمن، جین. (۲۰۰۵). درآمدی بر تاریخ تطبیقی رسانه‌ها: ۱۷۸۹ تا ۲۰۰۲ (داریوش دل‌آرا). تهران: ساقی.
- جلایی‌پور، حمیدرضا و محمدی، جمال. (۱۳۹۱). نظریه‌های متاخر جامعه‌شناسی. تهران: نی.
- فوکو، میشل. (۱۹۷۵). مراقبت و تنبیه: تولد زندان. نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده (۱۳۷۸). تهران: نی.
- لوکاکچ، جورج. (۱۹۷۹). جامعه‌شناسی رمان. محمدجعفر پوینده (۱۳۸۸). تهران: ماهی.
- نوذری، حسین‌علی. (۱۳۹۲). پست‌مدرنیته و پست‌مدرنیسم. تهران: نقش جهان.
- هاروی، دیوید. (۱۹۸۹). وضعیت پسامدرنیته. عارف اقوامی مقدم (۱۳۹۳). تهران: پژواک.
- Hawthorn, Jeremy. (1992). *A Concise Glossary of Contemporary Literary Theory*. London: Edward Arnold.
- Ahmed, Akbar S. (1992). Postmodernism & Islam. In A.S Ahmad, *Postmodernism & Islam* (pp. 1-50). London & N.Y.: Routledge.
- Bell, D. (1988). *The end of ideology : on the exhaustion of political ideas in the fifties : with a new afterword*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

- Boyne, Roy & Rattansi, Ali. (1997). Postmodernism & Society: The Theory & Politics of Postmodernism: By Way of an Introduction. *Postmodernism & Society*. Pp 1-45. London: Macmillan.
- Cooper, Martha. (1991). Ethical Dimensions of Political Advocacy from a Postmodern Perspective. In *Ethical dimensions of political communication*. London: Praeger.
- Lyotard, Jean-Francois. (1996). Answering the Question: What is Postmodernism? A Demand. In Richard Kearney & Marta Rainwater. *The Continental Philosophy Reader*. London & New York: Routledge.
- Strinati, Dominic. (1996). *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge.