

شیرازه

پیاده‌روی در منهن

● **شرق**: معماری شهری و پیوند آن با فرهنگ، جامعه، اقتصاد و زندگی اجتماعی و عمومی موضوعی است که مایکل سورکین، معمار و شهرساز و منتقد حوزه طراحی شهری، در کتاب خود با عنوان «بیست دقیقه در منهن» به آن پرداخته است؛ کتابی که ترجمه فارسی آن امسال با ترجمه امیر بدالپور در نشر بان منتشر شده است. سورکین در این کتاب با در مرکز قراردادن بافت شهری به حوزه‌های گوناگون گریز می‌زند و از رابطه معماری شهری با آن حوزه‌ها سخن می‌گوید و از نحوه ارتباط شهروندان و شهر و شیوه‌های تجربه و ادراک شهر، روایت سورکین در این کتاب نه یک روایت خشک آکادمیک و صرفاً نظری بلکه روایتی است با جذابیت‌های یک گزارش داستانی یا به بیان دقیق‌تر روایتی نظری که با جذابیت‌های داستانی و گزارشی درآمیخته است. چنان‌که در مقدمه مترجم بر ترجمه فارسی کتاب آمده است سورکین کتاب خود را «از نوشتن خاطرات‌اش آغاز می‌کند تا شالوده‌ای ادبی - و طنزآمیز - به متن خود بیخشد و چارچوب علمی و نظری خود را بر آن بنا کند». سورکین در این کتاب ضمن نقل حرکت خود از خانه تا محل کار که بیست دقیقه طول می‌کشد هرکجا که لازم می‌بیند از ادبیات و سینما و... وام می‌گیرد. مثلاً جایی در صحبت از پله‌ها به داستان «قای ریپلی باالسعداد» پاتریشا های اسمیت ارجاع می‌دهد و جایی دیگر وقتی صحبت از تأثیر فناوری بر نحوه ادراک شهر و همچنین نحوه ساخت شهر می‌شود، پای فیلم «مردی با یک دوربین فیلمبرداری» زیگا روتوف و نظریه موتاز و «جغرافیای خلاق» لف کولشوف را به میان می‌آورد و جاهایی هم به اقتضای بحث به تاریخ و گذشتهٔ دور نقت می‌زند مثلاً به معماری بابلی‌ها و مصری‌ها. کتاب از بازدهی بخش تشکیل شده است و با خروج راوی (سورکین) از آپارتمان‌اش آغاز می‌شود و پایین‌رفتن او از پله‌ها خانه سورکین در طبقه بالای یک ساختمان پنج طبقه است. او با جزئیات یک گزارشگر موشکاف و یک قصه‌پرداز توانا از پایین‌آمدن و بالا رفتن هرروزه از پله‌ها سخن می‌گوید و از اینکه «پایین‌آمدن آسان است، اما بالا رفتن از چهارونیم طبقه پلکان (به اضافه‌ی پله‌های سکوی ورودی) - در کل ۷۲ پله- می‌تواند توان‌فرسا باشد». سورکین می‌نویسد: «بعضی عصرها، به‌خصوص بعد از روزهای خسته‌کننده، به نظر می‌رسد یک‌سری پله‌ها اضافی بین طبقه‌ی چهارم و پنجم قرار گرفته است. چیز اغواکننده‌ای در بالا رفتن از پله‌ها هست، بااین‌حال، اغلب پیش می‌آید که فکر کنم به طبقه‌ی چهارم رسیده‌ام اما در طبقه‌ی سوم، یا گمان کنم که تازه به طبقه‌ی سوم رسیده‌ام درحالی‌که در طبقه‌ی

بیست دقیقه در منهن

چهارم. بحث پله‌ها کشیده می‌شود به ناخوشایندی راه‌پله‌های تنگ و اینکه راه‌پله‌ها باز و عریض چگونه می‌توانند نقش فضاهایی اجتماعی را ایفا و احساس درجمع‌بودن را القا کنند، «بعداد سخاوتمندانه‌ی پله‌ها و فضاهای ورودی (گذشته از حفاظ‌های مشبک باز آسانسورهای کوچک) بدین معناست که وقتی کسی روی پله‌ها باشد می‌تواند همه‌ی کسانی را که در محصور عمودی حرکت می‌کنند ببیند یا صدایشان را بشنود، و این مسئله احساس جمعی درون ساختمان را بیش‌تر می‌کند و به افراد احساس امنیت می‌دهد». سورکین در این بخش از کتاب به مسائلی دیگر نظیر مشکلات نقشه سال ۱۸۱۱ منهن که به اعتقاد او «هنوز هم سرسختانه حل نشده‌اند مانده است» می‌پردازد. در بخش بعدی کتاب با عنوان «سکوی ورودی» سورکین به کارکردهای سکوی ورودی ساختمان‌ها می‌پردازد: «سکوی ورودی جایگاه توقف‌های بسیار، خواندن نام زنگ‌ها از طرف غریبه‌ها، وراجی با همسایه‌ها و زنجیرشدن داشتن بچه‌ها و گردشگران و بی‌خانمان‌ها نیز هست». در بخش بعد با عنوان «بلوک» سورکین دیگر از ساختمان خارج و به خیابان با گذشتاه و حال باید انتخاب کند به راست بپیچد یا چپ. او از این سخن می‌گوید که هریک از این انتخاب‌ها او را به چه جاده‌هایی از معماری شهری مواجه خواهد کرد و چه چشم‌اندازی را پیش چشمش خواهد گشود و هر انتخاب برآمده از کدام خواسته است و متغیرهای گوناگون او را هر زمان به سمت انتخاب کدام مسیر سوق می‌دهند: «بیش‌بردن مسیرم به سوی مرکز شهر مستلزم یک‌سری انتخاب‌های ممتد است که با ترکیب همواره در نوسان خواسته‌ها هدایت می‌شود: سرعت و کارآمدی، گوناگونی، نقاط خاص مورد توجه، سمت آفتاب‌گیر در مقابل سمت سایه و مانند آن».

سورکین می‌نویسد: «ره‌افرن چیزی بیش از حرکت از جایی به جای دیگر است، زیرا آدم را در ذهن افرادی که پیش‌تر راه رفته‌اند قرار می‌دهد، در همین بخش سورکین بحث «برس‌زدن» و «برس‌زنی» را پیش می‌کشد. در بخش بعدی کتاب با عنوان «میدان واشینگتن»، سورکین با چرخش به چپ خواننده را به میدان واشینگتن می‌برد. او در جایی از این بخش از ان‌زجای خود از فیلم‌سازی سخن می‌گوید که «از شهر به‌عنوان پس‌زمینه استفاده می‌کند». محوطه‌ی لاگاردیا، سوهو، خیابان کانال، تریکا، شماره‌ی ۱۴۵ خیابان هادسون، مسیرهای دیگر و شوخی یردهنگام عنوان‌های بخش‌های دیگر کتاب «بیست دقیقه در منهن» هستند.

تغییر کارکرد موسیقی و بدل‌شدن آن به کالا از مقلواتی است که آدورنو در «فتیشیسم در موسیقی و واپس‌روی شنیدن» آن را با انکا بر دستگاه فکری مارکس و فروید طرح می‌کند. مکانیسم تحولاتی که آثار موسیقایی را به تولید انبوه بازاری فرومی‌کاهد در نظر آدورنو به خصلت فتیشیستی کالا برمی‌گردد. از طرف دیگر آدورنو به‌تبع تسلط پدیده فتیشیسم در موسیقی، از واپس‌روی شنیدن سخن می‌گوید. در ساختاری که موسیقی را به کالا بدل کند، سوزۀ شنونده نیز موجودی منفعل، مطیع و منقاد خواهد شد. اینجاست که آدورنو بحث تبلیغات را پیش می‌کشد و از ارتباط تنگاتنگ هنر و تبلیغات می‌گوید. او معتقد است که «شنیدن واپس‌رونده آشکارا از طریق سازوکار توزیع به تولید گره خورده است: به بیان دقیق‌تر، از طریق تبلیغات». در این تلقی، «تبلیغ» به‌تعبیر آدورنو به مرحله پیشین رشد خود نیست بلکه خود شئوالی معاصر واپس رفته است. تم جامعه‌شناسی انتقادی این مقاله از همین‌جا آشکار می‌شود: آدورنو تأکید می‌کند که خصلت بدوی این شنوندگان ناشی از شدنیافتگی آنان نیست، بلکه وجهی اجباری دارد. جبری که بی‌ارتباط با تحکم تبلیغات نیست که کالا را به جامه شعار درمی‌آورد؛ توده‌ها کالای توصیه‌شده را به موضوع کنش خود تبدیل می‌کنند؛ همان انکار دریافت موسیقی سبک. «توده‌ها خودشان همان چیزی هستند که به آنان قالب می‌شود. آنان با یکی‌کردن خود با محصول ناگزیر بر احساس سترونی غلبه می‌کنند... به‌علاوه با دخیل‌شدن در شرکت‌های فلاَن آقا که همواره سر راهشان سبزی می‌شوند، احساس رضایت می‌کنند.» منظور از «شرکت فلاَن آقا» در این عبارت – چنان‌که مترجم نیز در پانویست آورده است- اشاره به داستان مطرحی است که توده‌ها کالای خود را به قالب می‌پرسد و دوباره می‌شنود: «کانیفرستان». او فکر می‌کند مرد مرده همان مرد متمول است که از دنیا رفته و از اینکه مرگ فقیر و غنی نمی‌شناسد احساس رهایی به او دست می‌دهد، حال آن‌که کلمه «کانیفرستان» که موجب رهایی و سبکباری مرد فقیر شده بود در زبان محاوره یعنی «نمی‌فهمم». حبس رضایت مخاطب از یکی‌کردن خود با محصول هنری که تبلیغات به خورد او داده، از دل جنس درک رهایی است. از این فراتر، هورکهایمر و آدورنو در مقاله «صنعت فرهنگ‌سازی»^۲ وضعیتِ را تصویر می‌کنند که در آن تبلیغات به هنر و نه چیزی جز آن بدل می‌شود: «درست همان‌طور که گویلز با دوراندیشی آن‌ها را با هم ترکیب می‌کند: هنر برای هنر. تبلیغات برای نفس تبلیغ‌کردن، نوعی بازنمایی ناب و خالص قدرت اجتماعی».

در هر دو متن آدورنو، تبلیغات با هنر هم‌بسته می‌شود، یا به بیان دقیق‌تر تبلیغات خود را هنر قالب می‌زند. به‌اضافه اینکه تبلیغات که اساس صنعت فرهنگ‌سازی است، همین بلا را بر سر زبان، بیان و بیانگری می‌آورد. «آدمی از طریق زبانی که با آن سخن می‌گوید سهم خود را در شکل‌گیری فرهنگ به‌منزله تبلیغات ادا می‌کند. هرچه زبان در بیانه با اعلام نظر کامل‌تر مستحیل شود، کلمات نیز در مقام حاملان مادی معنا بیش از پیش منط می‌گردند و به نشانه‌هایی بری از هرگونه خصلت یا کیفیت ذاتی بدل می‌شوند.»^۱ آدورنو معتقد است هرچه کلمات مقصود گوینده را شفاف‌تر منتقل کنند، نفوذناپذیرتر می‌شوند. اینجاست که زبان و بیان، خصلت پُرسازنده خود را از دست می‌دهد و

درآمدی بر «فتیشیسم در موسیقی و واپس‌روی شنیدن»

کانیفرستانِ ادبیات ما



« شیمایا بهره‌مند

اگر کسی دیگر نتواند واقعاً سخن بگوید، بی‌گمان کسی نیز دیگر گوش نخواهد داد.

ادبیات

کلمه دیگر تنها نشانه‌ای بدون هرگونه معناست و چنان به شیء متصل می‌شود که چیزی جز فرمولی منجمد از آن نمی‌ماند. با این اوصاف، کلمه از نظر آدورنو به علایم تجاری شباهت می‌برد که مانند برندهای تجاری ورد زبان می‌شوند و در این فرایند هرچه پیوند بیشتری با اشیاء یا مصادیق خود پیدا کنند، از معنای زبان‌شناختی خود دورتر می‌شوند. این ایده آدورنو روی مفهوم فتیشیسم در موسیقی تا می‌خورد: او معتقد است موسیقی سبک یا سرگرم‌کننده در خدمت «فرآیند خاموش‌کردن انسان‌ها»ست که با ازبین‌بردن بُعد بیانگر زبان همراه می‌شود. صورت‌بندی آدورنو را می‌توان این‌طور فهم کرد: ناتوانی از بیان است که امر شنیدن را پس می‌راند. وجه سیاسی انتقادی مقاله آدورنو درباره وضعیتِی که موسیقی به آن گرفتار آمده است در همین تلقی بروز می‌کند. در چنین وضعیتی «موسیقی ساکن حفره‌های سکوت به‌وجودآمده میان مردمانی است که خمیرمایه‌شان با وحشت و استثمار و اطاعت بی‌چون‌وچرا دچار دگردیسی شده است». بعد، آدورنو تکلیف را یکسره می‌کند: «هنر به شیوه‌ای منفی آن امکان سعادت را توصیف می‌کند که اتفاقا پیش‌بینی جزئی مثبت سعادت در زمانه حاضر به‌شکل مخربی در برابر آن می‌ایستد. هر هنر سبک و خوشایندی بدل به وهم و دروغ شده است و دیگر نمی‌توان از آنچه از حیث زیباشناختی در مقلوات لذت ظاهر می‌شود لذت برد». آدورنو بر این باور است که وعده سعادت را که زمانی تعریفِ هنر بود دیگر نمی‌توان در جایی یافت، مگر آنجا که سعادت دروغی نقاب از چهره هرذ را بردارد. لذت لذت وابسته به نمود زیباشناختی باشد به وهم دامن می‌زند، پس تنها آن هنگام می‌توان به امکان‌ش باور داشت که نمود آن غایب باشد.

از وقتی هنر در وجه غایبش به کالاهایی تبدیل شد که برای بازار تولید می‌شوند، مصرف‌کنندگان نیز از راه رسیدند. تغییر کارکرد موسیقی از دید آدورنو به عنوان رابطه هنر و جامعه بازمی‌گردد: هرقدار اصل ارزش مبادله قاطعانه‌تر انسان‌ها را از ارزش مصرفی محروم کند، ارزش مبادله بیشتر خود را به‌مثابه موضوع لذت جا می‌زند. در حوزه کالاهای فرهنگی طبعاً ارزش مبادله بیش از ارزش مصرفی کالا مطرح است، بااین‌حال آثار هنری هم به جهان کالایی فروافتاده و بیش از هر چیز دیگری به بازار وابسته‌اند. هرقدار هم مصرف در حوزه هنر و فرهنگ جلوه متفاوتی پیدا کند، خصلت کالایی آثار هنری برجا می‌ماند و «داستان تخلیسی عرضه و تقاضا» بیش از هرچا خود را در ارتباط با کالاهای فرهنگی نشان می‌دهد که به ضرب‌وزر بازار با فروش می‌رسند و مصرف می‌شوند و اساساً «زندگانی موسیقایی کنونی» تحت سلطه شکل- کالا است و مرعوب تبلیغات. اگر کسی نتواند سخن بگوید، در فضایی که از هرگونه اِعمال قدرت به دور است، کسی نیز گوش نخواهد کرد. قدرت می‌تواند سرکوب ساختاری باشد یا زور تبلیغات و انحصار بازار و نت‌آدندن به کلیشه‌ها و مُد در جامعه. این یعنی نیست، یا همان ادامه وضعیت موجود.

۲

تعبایر آدورنو در توصیف وضعیت اخیر ادبیات و فهم ناتوانی ما در بیان نیز به کار می‌آید. «کانیفرستان» ادبی ما یعنی آن حبس رضایت جعلی که از دخیل‌شدن در امورات فرهنگی و شرکت‌کردن در مناسک ادبی ایجاد می‌شود، شاید تمثیل مناسبی باشد که ما را به درکی هرچند ناچیز از «هایوهی بسیار برای هیچ» در جامعه ادبی این روزها برساند. آدورنو «ستاره‌سازی» را یکی از قلمروهای فتیشیسم در موسیقی می‌داند که دیگر به ستاره‌سازی شخصیت‌های مشهور بسنده نمی‌کند، بلکه آثار نیز همین نقش را ایفا می‌کند. ادبیات و هنر ما نیز در دورانی که به دلایل مختلف سیاسی و اجتماعی و فرهنگی به غیاب پرترده دچار آمد، به ستاره‌سازی افتاد و امروز با افول این ستاره‌های کم‌فروغ که هرازچندگاهی سوسویی می‌زنند و بعد خاموش می‌شوند، به ستاره‌سازی آثار روی آورد و البته این هر دو چندان بی‌ارتباط با هم نیز نیستند. اینجاست که به‌قول آدورنو «شناخته‌شده‌ترین موفق‌ترین است». این شناخت به‌مدودستگاه تبلیغات برمی‌گردد که دستِ چه گروه و جریان و نشر و موسسه‌ای است. این موفقیت در حال انباشت در موسیقی به‌تعبیر آدورنو دیگر با خودانگیزگنی ازدست‌رفته مخاطب محک نمی‌خورد، و مدیون «فرمان ناشران و زعمای فیلم‌های ناطق و فرمانروایان رادیو» است. در ادبیات نیز این موفقیت در گرو سازوکار نشر و بازار است و تبلیغاتی که در انحصار چند نشر و موسسه و مجله و ابواب جمعی آن‌هاست و ازاین‌رو چندان ارتباطی به کیفیت آثار ادبی ندارد. در چنین وضعیتی است که منتقد باید دست‌به‌راش شود تا از میان انبوه کالا- کتاب‌ها و تبلیغ یا ترور مخاطب، از مفهوم کیفیت و ادبیات دفاع کند، و اشکارا نقد ادبی در این میانه توانسته باشد کاری از پیش ببرد، مگر

موسیقی در جهان اداره‌شده

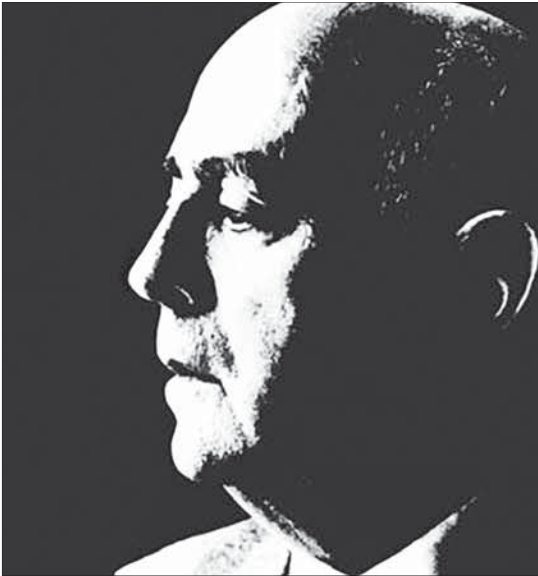
به‌خوبی باَب بحث را باز می‌کند. این متن که اکنون در قالب کتاب پیش‌روی ما است در همان سال ۱۹۳۸ در مجله «تحقیقات اجتماعی» در پاریس منتشر شد و بعدتر در ۱۹۵۶ همراه با سه مقاله دیگر در کتابی با عنوان «دیسونانس‌ها، موسیقی در جهان اداره‌شده» به چاپ رسید. مترجم سطوح مختلف متن را چنین صورت‌بندی می‌کند: می‌توان سه سطح اساسی را از هم تمیز داد: در سطح

فتیشیسم در موسیقی و واپس‌روی شنیدن

تئودور آدورنو

ترجمه سارا اباذری

نشر ماهی



روکردن دست این مکتوبات ادبی و نویسندگان‌شان در نسبت با نظم بازار. چه آن‌که در این اوضاع نقد، توان و کارکرد خود را از دست می‌دهد؛ «نقد و احترام به اثر در متن صنعت فرهنگ‌سازی ناپدید می‌شوند». در نظر آدورنو، نقد به تخصصی مکانیکی تخفیف می‌یابد و احترام جای خود را به کیش مبتذل شخصیت‌های برجسته می‌دهد. پس در وضعیتی که نقد هم در فرایند حذف و ادغام گرفتار می‌شود، گریزی نیست جز برهم‌زدن چرخه صنعت فرهنگ‌سازی که ازقضا قدرت انحصاری تولید و توزیع و تبلیغات را در دست دارد. در این چرخه ادبی است که هر نوع امتناع طرد می‌شود، نمونه اخیرش رمان «کوچه ابرهای کمشده» کورش اسدی که تا نویسنده‌اش در قید حیات بود نادیده ماند و خوانده نشد، گرچه مرگ تراژیک نویسنده، همه سر‌ها را به سمت این رمان چرخاند! این است که آدورنو از «دیسونانس» (طنین نامهارنگ و پرتش در موسیقی) سخن به میان می‌آورد و معتقد است «قدرت اغوای جذابیت فقط آن‌جا زنده می‌ماند که نیروهای امتناع به اوج خود می‌رسند: در دیسونانس، آن‌ها توهم وجود هارمونی را باور ندارند». برهم‌زدن ارکستر هم‌نوایی کلیشه‌ها تنها راهی است که به رخوت و انفعال سوزۀ‌ها پایان می‌دهد. ادبیات ما و مخاطبانش نیز به هر نوع امتناع یا دیسونانسی روی خوش نشان نمی‌دهند چون هارمونی و آرامش حاکم را برهم می‌زند. این نقدی است که ازقضا یوسف اباذری هنگام مرگ مرتضی پاشایی سعی داشت آن را با ایده‌ها و مفاهیم آدورنو تبیین کند تا وضعیت پراپتک موسیقی و انفعال جامعه را نشان دهد، که البته به‌خاطر هاله قدسی مرگ و سوءِ خول مشتاقان خواننده، به موضوع‌گیری ناپهنگام مغرضانه یا متفرعانه تعبیر شد و فرصت «شنیدن» نقد از دست رفت. انبوه کارگاه‌های ادبیات خلاق و نویسندگی به شرط چاپ و از این‌دست با این ادعای به‌ظاهر مرقی که «همه باید بنویسند» یا «همه توان نوشتن یا چیزی برای روایت‌کردن دارند»، به تولید انبوه کالا- کتاب و بازتولید کلیشه‌هایی رسیده است که صنعت فرهنگ‌سازی به مناسبت‌هایی آن را دستکاری می‌کند تا نو جلوه کنند. این چنین ادعاهایی مصادق شعار پوچ و در عین حال مخرب فاشیسم است که «هیچ‌کس نباید گرسنه یا تشنه بماند؛ اگر کسی چنین کند، جایش در اردوگاه کار اجباری است» هورکهایمر و آدورنو معتقدند

این ایدئولوژی توخالی از یک جنبه واجد جدیتی هولناک است: همه‌کس اصل می‌شوند. این شوخی راجع در آلمان فیتلری می‌تواند به‌عنوان یک تامل یا شعار بر همه سردرهای صنعت فرهنگ‌سازی بدرخشد. آزادی صوری همه افراد تضمین شده است و «هرکه بینوا و گرسنه بماند، داغ لعنت می‌خورد و بیگانه است». ادعای «همه باید بنویسند» در چرخه فرهنگی اخیر ما را می‌توان به «هیچ‌کس نباید بی‌کتاب باشد» ترجمه کرد. برای دخیل‌شدن در امر تبلیغات ابتدا باید خوراک فرهنگی کلیشه‌ای را جـا انداخت و به فروش رساند. در مرحله بعدص مخاطبان به دوز و کلک تبلیغات برای ماندن نیاز دارند. مخاطبانی که به سبودای امتداد وضعیت موجود و برهم‌نخوردن آرامش‌شان و نه باور به کیفیت بالای آثار ادبی به این ورطه افتاده‌اند یا دقیق‌تر خود را به این دام انداخته‌اند، آثار کم‌مایه ادبی را طرد می‌کنند. فروش ناچیز، عاملان و آمران صنعت فرهنگ‌سازی را به فکر می‌اندازد تا این مخاطبان را بیشتر دخیل ماجرا کنند. از اینجاست که تبلیغات وارد فاز تازه‌ای می‌شود: نویسندگان و مترجمان به قامت کارشناس کتاب در نشر‌ها کار تبلیغات را بر عهده می‌گیرند و همزمان در مجلات و روزنامه‌ها به نقد آثار و جانداختن کلیشه‌ها می‌پردازند. در همدستی نویسنده/مترجم/منتقد با ناشر و موسسات فرهنگی است که مرحله تازه‌ای رقم می‌خورد که بی‌شباهت به پدیده فتیشیسم در موسیقی نیست. نمود عینی برخورد فتیشیستی با ادبیات با اینجاست که تقلای ادبی، انواع و اقسام نشست‌های برسی و نقد و نظر است که به «پولت‌های ادبی فرهنگی تخفیف پیدا کرده‌اند و بیشتر جایی برای هم‌آوردن بحث‌های جدی انتقادی و گپ و گفت و دیدار و دورهمی‌اند که هدفی جز دخیل‌شدن و شرکت‌کردن در تبلیغات ندارند. خواندن درست مانند شنیدن، واپس رانده شده است. وقتی ادبیات به‌سبب وضعیت سیاسی و اجتماعی مسلط به‌جای لکت به وراچی و پُرگویی بیکند، دیگر خواننده نمی‌شود. اگر کسی دیگر نتواند واقعاً سخن بگوید، بی‌گمان کتاب نیز دیگر گوش نخواهد داد. چراکه «پیروزی تبلیغات در چارچوب صنعت فرهنگ‌سازی بدین معناست که مصرف‌کنندگان حس می‌کنند مجبور و موظف به خرید و استعمال محصولات این صنعت‌اند، هرچند به‌خوبی به ماهیت آنها واقف‌اند.»^۵

۱.۲. «فتیشیسم در موسیقی و واپس‌روی شنیدن»، **تئودور آدورنو، ترجمه سارا اباذری، نشر ماهی**
۵.۴.۳ «مقاله (صنعت فرهنگ‌سازی: روشنگری به‌مثابه فریب توده‌ای» نوشته **ماکس هورکهایمر و تئودور آدورنو، ترجمه مراد فرهادپور، از کتاب «مسائل نظری فرهنگ»، ارغنون ۱۸.**

عطف

گفت‌وگو با مارسل دوشان

● **شرق**: در سال ۱۹۵۹ سردبیر مجله نیوزویک روزنامه‌نگاری به نام کالوین تامکینز را به گفت‌وگو با مارسل دوشان، نقاش و مجسمه‌ساز فرانسوی، می‌فرستد. مأموریتی به گفته تامکینز: حیرت‌انگیز، چون در آن زمان او نویسندهٔ بخش اخبار خارجی مجله بوده و به گفته خودش چیزی درباره هنر نمی‌دانسته است. بااین‌حال در چندساعتی که وقت داشته کتابی را درباره مارسل دوشان و آثارش تورق می‌کند و به محل قرار با مارسل دوشان می‌رود و مصاحبه انجام می‌شود. آشنایی تامکینز با دوشان بعدها بیشتر و عمیق‌تر می‌شود. او زندگی‌نامه دوشان را در نیویورک می‌نویسد و گفت‌وگویی در سه بخش با دوشان انجام می‌دهد. کتاب «مارسل دوشان: هم‌صحبتی در عصر» که ترجمه فارسی آن با ترجمه پیمان غلامی در نشر بان منتشر شده، همین گفت‌وگوی سه‌بخشی است به علاوه تصاویری از آثار دوشان. در آغاز کتاب، به‌عنوان مقدمه، مصاحبه پل جان با کالوین تامکینز آمده است. تامکینز در ایس مصاحبه خاطره اوّلین دیدار و گفت‌وگو با دوشان را نقل کرده و همچنین تصویری از دوشان به دست داده است. او حین نقل ماجرای نخستین مصاحبه‌اش با دوشان در پاسخ به این پرسش که «اولین برداشتتان از او چه بود؟» می‌گوید: «واقعاً ماهیه تعجب و شغفم شده بود که گرچه همه‌ی پرسش‌هایم بسیار احمقانه و جاهلانه بود، اما او تا حدی سعی کرد هر رمزشمان را به چیزی جالب تبدیل کند». در بخشی از همین گفت‌وگو تامکینز برداشت خود را از میراث دوشان شرح می‌دهد. او می‌گوید: «فکر می‌کنم نگرش او در قبال آزادی کامل یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌هاست: آزادی از سنت، آزادی از هر نوع جزم. همین‌طور شیوه‌ای که با آن هیچ چیز را مسلم یا بدیهی نمی‌گرفت، او درباره‌ی این موضوع حرف زد که چطور به همه‌چیز شک دارد، و با شک به همه‌چیز شیوه‌هایی برای نزدیکی به چیزی نو پیدا می‌کند. این قطعاً بخش بزرگی از میراث اوست: این نیاز، این شوق به همه‌ی آتش‌زاری می‌رسد. حتا ماهیت خود هنر». تامکینز در صحبت از میراث دوشان به آثار موسوم به «حاضرآمده‌های او اشاره می‌کند و می‌گوید: «تکنه‌ی واقعی حاضرآمده‌ها رد امکان تعریف هنر بود. هر چیزی می‌تواند هنر باشد. هنر یک ابرّه یا حتی‌ک تصویر نیست، هنر فعالیت روح است. و این ایده به همه‌ی آتش‌زاری می‌رسد. این خاطر آن آزادی که توانسته بود برای خودش بیابد همین چیزهایی به وجود آمدند که قبلاً هیچ‌کس انجام نداده بود. او و از آن دست مسئولیت‌پذیری‌ها



که می‌توانستند مانع آزادی‌اش شوند اجتناب کرد. بی‌نهایت ساده زندگی کرد، با پولی بسیار کم. خواسته‌هایش را به حداقل محض کاهش داد که همین او را برای جست‌وجو آزاد می‌گذاشت. این نگرش آزمون‌گرانه شاید مؤثرترین هده‌باش است.» گفت‌وگوی تامکینز با مارسل دوشان با صحبت از زندگی دوشان در نیویورک پیش از جنگ جهانی اول آغاز می‌شود و با بحث‌هایی نظیر ادغام هنرمند در جامعه و رابطه پول و اثر هنری و … ادامه می‌یابد. دوشان در این بخش از مصاحبه وقتی صحبت از «حاضرآمده‌ها»ش به میان می‌آید، می‌گوید: «وقتی چنان چیزهایی تولید کردم بومد، ایده‌ام این بود که یک عالم آثار تولید کنم. حاضرآمده واقعا خروج از مبادله‌پذیری بود، یعنی از پولگی شدن فرضا اثر هنری. هرگز قصد فروش حاضرآمده‌هایم را نداشتم. پس واقعا ژستی بود که با آن نشان بدهم می‌توان کاری انجام داد بدون اینکه در پس ذهن‌تان تصویری از پول‌آوردن از طریقش وجود داشته باشد». در بخش بعدی گفت‌وگو مفصل‌تر از «حاضرآمده‌ها» صحبت می‌شود. دوشان همچنین در این بخش در پاسخ به پرسشی درباره ایده بیرون‌زدن از سنت می‌گوید: «به گمان این باید نگرش هرکسی باشد که می‌خواهد چیزی خاص خودش را بیابد. برای آنکه کاری خاص خودتان انجام بدهید باید آموخته‌هایتان را فراموش کنید. و همین که فراموش می‌کنید، به یافتن چیزی دیگر واداشت می‌شوید.» دوشان اضافه می‌کند: «البته می‌توانید امتحان کنید و هرگز موفق نشوید. فکر می‌کنید دارید چیزی کاملاً خاص خودتان را انجام می‌دهید و یک سال بعد نگاهی به آن می‌انازید و عملاً ریشه‌هایی را می‌بینید که هنراتان از آن‌جا می‌آید، بدون اینکه خودتان ذره‌ای در جریان‌ش بوده باشید». اهمیت عنصر حرکت در آثار دوشان موضوع نخستین پرسش پایانی کتاب است. پرسش تامکینز دراین‌باره است که دوشان ایده حرکت را ابتدا چطور فهم کرده بوده و آیا این ایده را از فوتوریست‌ها گرفته بوده است؟ دوشان می‌گوید که در آن دوره از وجود فوتوریست‌ها خبر نداشته است. در این بخش صحبت از علم و قانون نیز به میان می‌آید. دوشان می‌گوید: «چون کبریتی روشن می‌کند و آتشی را می‌بیند، آن را یک قانون در نظر می‌گیرد. کلمه‌ی خلی قشنگی ست، قانون، اما هیچ صحت عمیقی ندارد. من این‌طور فکر می‌کنم. قانون صرفاً یک عادت است.» مصاحبه با دوشان با این گفته او به پایان می‌رسد: «به هنر باور ندارم. به هنرمند باور دارم.»