

نقد و شکایت

نوشته‌ی بوریس گرویس

ترجمه‌ی علی گلستانه

امروزه وقتی می‌خواهیم هنر ببینیم به موزه (گالری هنری، نمایشگاه موقت، و مانند آن) می‌رویم، یا در مقابل نمایشگر کامپیوترمان تصاویر را با پس‌ویش‌کردنشان نگاه می‌کنیم. در هر دو مورد چیزی را می‌بینیم که برای ما ارائه می‌شود – خواه نهادی آن را نمایش بدهد و خواه به‌واسطه‌ی گشت‌وگذار در اینترنت با آن مواجه شویم. اینجا ناگزیر پرسشی ظاهر می‌شود: چرا این تصاویر برای ما نمایش داده می‌شود و نه تصاویری دیگر؟ چون تصاویر دیگری موجود نیست؟ شاید. اما شاید تصاویر دیگری هم موجود باشد – تصاویری که از چشم ما مخفی مانده‌اند. این شک از یک سو به تولید نقد نقادی راه می‌برد و از سوی دیگر شکایتی به اینترنت وارد می‌کند. بیابید تفاوت میان نقد و شکایت را بررسی کنیم – اینکه چرا شک و ظنی واحد دو واکنش متفاوت را به موزه و اینترنت برمی‌انگیزد.

تاریخ موزه یعنی تاریخ نبرد بر ضد گزینشگری و شمول. امروزه از نظر بسیاری این‌طور به نظر می‌رسد که این نبرد به سرانجام خود رسیده و موضوعیتش را از دست داده است. دلیل این تحول ظهور اینترنت است. اینترنت هیچ کیوریتوری ندارد. در اینترنت هر کسی می‌تواند متن و تصویر تولید کند و آن را در دسترس کل جهان بگذارد. راستش اینترنت تولید و توزیع هنر را تاحدی ارزان و برای عموم دسترسی‌پذیر کرده است. اما آیا می‌توانیم بگوییم که پس از رهایی از سیطره‌ی سانسور نظام موزه‌ای، حالا دیگر همه‌ی تصاویر آزادانه به جریان افتاده و به‌نحوی برابر در دسترس همه قرار دارند؟

واضح است که اینترنت به نوعی فضای عمومی جهانی با دسترسی‌پذیری برابر تبدیل نشد. اینترنت رسانه‌ای به‌غایت خودشیفته‌وار است؛ آینده‌ای است از تعلقات و تمایلات خود. ما. اینترنت آنچه که نمی‌خواهیم ببینیم را به ما نشان نمی‌دهد. در بستر اینترنت ما بیش از هرچیز با کسانی در ارتباط هستیم که در تعلقات و رویکردهای سیاسی یا زیبایی‌شناختی ما شریک‌اند. این نخستین دلیل اندیشیدن به این است که انبوهی از اطلاعات، از جمله تصاویر، از دسترس ما بیرون می‌مانند – به این دلیل ساده که پراکندگی تصاویر در اینترنت به‌واسطه‌ی الگوریتم‌هایی تنظیم می‌شود که از چشم ما کاربران پنهان‌اند و فقط مختصان به آن دسترسی دارند. پس ما نمی‌توانیم بر نحوه‌ی عملکرد این الگوریتم‌ها دوری کنیم. تنها چیزی که باید درباره‌شان بدانیم این است: آن‌ها به نحوی کار می‌کنند که دسترسی به تصاویر محبوب را آسان‌تر از دسترسی به تصاویر نامحسوب کنند. مرجع اینترنت محبوب بودن است، نه نامحسوب بودن. اگر کسی معتقد باشد که محبوبیت بهترین، اگر نه تنها، معیار ارزش هنری است پس منطقاً باید اینترنت را هم بر موزه ترجیح بدهد.

واقع امر آن است که موزه‌ها، آن‌طور که دیده‌ایم، انباشته‌اند از تصاویری که دشوار می‌توان محبوب قلمدادشان کرد. فرد می‌تواند دلیل بیاورد که کیوریتورهای موزه طبق سلیقه‌ی شخصی‌شان (و بر ضد سلیقه‌ی متداول عمومی) عمل می‌کنند. و مهم‌تر آنکه ایشان اغلب ضد سلیقه‌ی محیط‌هایی عمل می‌کنند که موزه‌ها در آن واقع شده‌اند. این اصلی‌ترین نقدی است که امروزه به موزه‌ها وارد می‌شود: وقتی مردم به موزه‌ها می‌روند می‌خواهند تصاویری ببینند که

تطابق بیشتری با هویت و سلیقه‌ی فرهنگی‌شان دارد. بی‌شک در مقابل این نقد، برهان‌های مخالفی هم وجود دارد. برای مثال اینکه موزه صرفاً نباید سلیقه‌ی محیطی که بی‌واسطه در دل آن قرار دارد را بازتاب دهد، بلکه باید آینه‌ی تاریخ هنر و صحنه‌ی بین‌المللی هنر نیز باشد. این بحثی قدیمی است و دلیلی ندارد که اینجا بازگویش کنیم. همین کافی است که آن را بحثی منطقی بدانیم — یعنی بحثی که به ما کمک می‌کند تا بفهمیم وقتی فکر می‌کنیم که می‌خواهیم هنر ببینیم درواقع می‌خواهیم چه چیزی ببینیم.

این بحث منطقی است، زیرا کارنمای موزه‌ای همواره مبتنی بر اصول و معیارهایی است که بتوان آن‌ها را به نحوی عقلانی صورتبندی کرد. وقتی از کارنمایی دیدن می‌کنیم، فقط به تصاویر و اشیاء به‌نمایش درآمده نگاه نمی‌کنیم؛ بلکه بر روابط فضایی و مکانی میان آن‌ها و گزینش‌ها و راهبردهای کیوریتوری و چیزهایی از این قبیل که آن کارنما را متحقق کرده است نیز تأمل می‌کنیم. اینجا کارهای هنری منفرد از بسترهایشان کنده می‌شوند و در بستری نو و مصنوع قرار می‌گیرند، بستری که در آن تصویرها و اشیاء به نحوی با هم مرتبط می‌شوند که هرگز «به لحاظ تاریخی» و «در زندگی واقعی» ممکن نیست. در چنین کارنمایی می‌توانیم برای مثال خدایان مصری را در کنار خدایان مکزیکایی یا خدایان اینکاها ببینیم — در ترکیبی با رویاهای آرمانشهری اوانگاردی که هرگز در «زندگی واقعی» متحقق نشدند. این کنار هم قرارگرفتن‌ها دال بر اعمال خشونت است، از جمله خشونت اقتصادی و خشونت صریح نظامی. پس کارنماهای هنری از یک سو نمایانگر قواعد و قوانین و روش‌های مبادله‌ای است که جهان ما را به نظم درمی‌آورد و از سوی دیگر نمایانگر شکاف‌هایی مثل جنگ‌ها و انقلابات و جرائمی که این قواعد را تهدید می‌کند.

این قواعد را نمی‌توان «دید». اما می‌توان و عملاً هم این‌طور است که آن‌ها را در ساختار یک کارنما و به‌واسطه‌ی «در قاب قراردادن» هنر بیان کرد. نکته‌ی مهم آن است که فراموش نکنیم که هر کارنمای مشخصی را می‌توان مجازاً بخشی از کارنمای جهانی تلقی کرد. درواقع، گنجاندن هر کار هنری یا هنرمند مشخصی در کارنمای هنری دست‌کم به‌طور بالقوه یعنی ثبت‌کردن هنرمند در «جهان هنر» یا «محیط جهانی هنر». ازاین‌رو کیوریتورهای کارنماهای هنری سنتاً به خاطر قدرت زیادشان ملامت می‌شوند. در نتیجه نه فقط کارنماهای جهانی مثل داکومنتا و بی‌ینال‌های گوناگون بلکه تقریباً همه‌ی کارنماها به خاطر انتخاب‌هایی که عرضه می‌کنند نقد می‌شوند. این نقد مستقیماً علیه کیوریتورها و مدیران موزه‌ها و دیگر مسئولان است. عموماً نامشان آشنا است، عقاید و رویکردهایشان کمابیش شناخته‌شده است، و بنابراین می‌توان آنان را به نحوی عقلانی و قابل‌فهم نقد کرد.

برعکس، اینترنت ناشناس است. می‌توان شرکت‌های بزرگ اینترنتی را به دلیل نبود سانسور یا اصطلاحاً اجازه‌ی گردش این‌همه «اخبار دروغ» و دیگر اطلاعاتی که به معیارهای نظم و اخلاق عمومی آسیب می‌زند نقد کرد. بااین‌حال واضح است که نمی‌توان گوگل یا مایکروسافت را به خاطر ترجیح مثلاً جف کونز بر جوزف کوسوت نقد کرد. فقط می‌توان گفت که کونز از کوسوت عام‌پسندتر است — پس کاربر شانس بیشتری دارد که تصاویر کار کونز را روی اینترنت ببیند. نه خود اینترنت سلیقه‌ای دارد که بتوان نقدش کرد و نه مردم الگوریتم‌هایی را خلق می‌کنند که سلیقه‌ای هنری مشخصی که دوست دارند را به خورد بقیه بدهند. سلیقه‌ی عمومی است که خودش را در و به‌واسطه‌ی اینترنت بیان می‌کند.

ولی بعد سوالی ایجاد می‌شود: امر عمومی اینترنت از کجا می‌آید؟ واضح است که امر عمومی اینترنت از تولیدات اینترنت است. پیش از اینترنت هیچ امر عمومی اینترنتی نبود. صحبت از محبوبیت (popularity) یعنی صحبت از «جمعیت» (populus). اما «جمعیت» همیشه نوعی برداشت و تفسیر است. قاعداً دولت است که «مردمان» (demos) یا «جمعیت» یا ملت را خلق می‌کند. اگر مرزهای دولتی تغییر کند «جمعیت» آن نیز تغییر خواهد کرد. موزه‌ها هم جمعیت خود را می‌سازند. پیوستن به جمعیت موزه یعنی تصمیم بگیریم که به دفعات کم یا زیاد به موزه برویم. آدم آن‌طور که به عنوان شهروند دولت زاده می‌شود، به عنوان تماشاگر موزه زاده نمی‌شود. آدم در نتیجه‌ی ارتباط و گفت‌وگو به بخشی از جمعیت موزه تبدیل می‌شود. در فرهنگ سکولار ما موزه جایگزین کلیسا شده است. از این رو است که همچنین می‌توانیم با ازدست‌دادن تعلّقمان به هنر و مبادله‌ی آن با تعلق مثلاً به فوتبال دیگر بخشی از جمعیت موزه نباشیم. اما همچنین می‌توانیم علیه موزه-کلیسای غالب شورش کنیم و به فرقه‌ای نو بپیوندیم.

اما امر عمومی اینترنت از هیچ شکلی از اقتدار دولتی یا گفت‌وگوی ایدئولوژیک یا فرهنگی تشکیل نشده است؛ بلکه صرفاً متشکل است از توده‌ی مردمی که پول کافی و زیرساخت لازم برای دسترسی به اینترنت را دارند. مردم به اینترنت می‌روند تا مسائل عادی زندگی‌شان را حل کنند، نه اینکه هنر ببینند. اینترنت اساساً رسانه‌ای مصرفی است. دسترسی کاربران اینترنت به هنر را می‌توان با با گوش‌دادن به موسیقی در فروشگاه قیاس کرد، نه با بازدید از موزه. آیا ممکن است که سلیقه‌ی این عموم نامتعهد را نقد کرد؟ خیر. دلیلش هم به قدر کفایت روشن است.

زمانی می‌توان سلیقه‌ی دیگران را نقد کرد که آن سلیقه نخست قالب نوعی حکم زیبایی‌شناختی مبتنی بر اصول و معیارهایی معین را به خود گرفته باشد. در این صورت می‌توان استدلال کرد که این اصول و معیارها نادرست‌اند یا به‌روشی نادرست تفسیر می‌شوند. به بیان دیگر، می‌توان سلیقه‌ی هنرمندان و کیوریتورها و شاید بتوان گفت تماشاگران حرفه‌ای هنر را نقد کرد. اما واکنش امر عمومی اینترنت به هنر مسئله‌ای است متفاوت. صرفاً می‌گوییم آن را دوست داریم یا دوست نداریم. مردم که هنردوست کانتی نیستند که از دیگران بخواهند در سلیقه‌شان شریک شوند و بعد هم دلایلی در توجیه‌ش بیاورند. من اگر خواستار این نباشم که دیگران در سلیقه‌ام شریک شوند و در توجیه‌ش استدلال نکنم سلیقه‌ام نقدناپذیر می‌شود. پس سلیقه‌ی عمومی اینترنت هم نقدناپذیر است. البته روی دیگر به‌اصطلاح احترام به سلیقه یا عقاید یا تمایلات دیگران مصون‌نگه‌داشتن سلیقه یا عقاید یا تمایلات خودمان از استدلال عقلانی است. آنچه باقی می‌ماند فقط «این را دوست دارم» یا «این را دوست ندارم» است. به نظر می‌رسد که با پرهیز از هرگونه نقدی بر سلیقه‌ی دیگران، متقابلاً خودمان آزادی سلیقه‌ی بی‌چون‌وچرایی را دریافت می‌کنیم—آزادی از استبداد کیوریتورها و منتقدان و کلاً آزادی از نظرات دیگران.

با این‌همه وابستگی به دیگران از بین نرفته است. اما این وابستگی شکل دیگری به خود می‌گیرد. پیش‌تر من به سلیقه‌ی کیوریتورهای موزه‌ها وابسته بودم و می‌خواستم ببینم که آنان چه چیزی را برای من نمایش می‌دهند. امروز می‌خواهم ببینم که چه چیزی محبوب است. آنچه محبوب نباشد وارد حوزه‌ی مشهودات نمی‌شود؛ از چشم عموم ناپدید می‌شود. این درباره‌ی کالاهای عادی هم صدق می‌کند. همین عیناً درباره‌ی سپهر زیبایی‌شناختی و سیاسی نیز صادق است. پس هنوز فقط می‌توان چیزهایی را دید که دیگران برای ما نمایش می‌دهند. تنها فرقی با گذشته این است: قبل‌ها می‌توانستیم سلیقه‌ی کیوریتورها را نقد کنیم؛ اما نقد سلیقه‌ی عمومی بی‌معنا است، زیرا این سلیقه ورای سپهر

زبان عقلانی کار می‌کند. امروز فقط می‌توانیم از این شاکی باشیم که چرا نمی‌توانیم چیزی را ببینیم که سلیقه‌ی عمومی نمی‌خواهد ببیند – حتی اگر مشخص نباشد که چه جایگزین دیگری برای این وضعیت ممکن است.

منبع: www.e-flux.com