

بررسی نظریه شیء‌شدگی در آثار هنرمند فتورئالیست دان ادی*

مینا محمدی وکیل^{۱*}، آتنا فرقانی^۲، زهرا پاکزاد^۳

^۱ استادیار گروه نقاشی، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

^۲ کارشناس ارشد نقاشی، گروه نقاشی، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

^۳ استادیار گروه نقاشی، دانشکده هنر، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران.

(تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۴/۳، تاریخ پذیرش نهایی: ۹۹/۱۲/۱۳)

چکیده

پیشتر مارکس نشان داده بود که روابط بین اشیاء، روابط انسانی را لاپوشانی می‌کند. در اقتصاد کالایی، روابط اجتماعی، ضرورتاً به صورت شکل درآمد و جز از طریق اشیاء نمی‌تواند بیان شود. به باور لوکاچ، طبق نظریه بتوارگی، ساختار اقتصاد کالایی موجب می‌شود اشیاء نقش اجتماعی ویژه‌ای داشته باشند. این نظریه مورد توجه هنرمند فتورئالیست دان ادی قرار گرفت. وی در آثارش، تبیین نظریه شیء‌وارگی را در موضوعاتی مانند ویتترین مغازه‌ها منعکس نمود. در این آثار عدم توجه به حضور انسان و تأکید شکلی و مفهومی بر جایگاه اشیاء پشت ویتترین معرف اندیشه اصالت اشیاء نزد هنرمند است این امر در قیاس با انعکاس محو و مخدوش زندگی پویای خیابان در شیشه نشان‌دهنده تفوق جایگاه شیء در جامعه صنعتی و مصرف‌گرایی معاصر است هدف از این پژوهش بررسی شیء‌شدگی در آثار نقاش فتورئالیست دان ادی است. سؤالات اصلی عبارتند از اینکه، نمود شیء‌وارگی ویتترین در آثار دان ادی چگونه رخ داده است؟ رابطه زندگی شهری، فرهنگ مصرفی و شیء‌وارگی در آثار فتورئالیستی دان ادی با کدام عناصر بصری نمود یافته است؟ نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که شیء‌شدگی در آثار فتورئالیستی مذکور نتیجه سرمایه‌داری و صنعت است. روش تحقیق به صورت توصیفی، تحلیلی و جمع‌آوری اطلاعات به صورت اسنادی، کتابخانه‌ای و دیجیتالی است.

واژه‌های کلیدی

شیء‌شدگی، فتورئالیسم، سرمایه‌داری، نقاشی ویتترین، دان ادی.

* مقاله حاضر، به صورت پژوهش مستقل در دانشگاه الزهراء با راهنمایی نگارنده اول و نگارنده سوم، انجام پذیرفته است.

** نویسنده مسئول: تلفکس: ۰۲۱-۸۸۰۳۷۹۱۱، E-mail: m.vakil@Al-Zahra.ac.ir.

مقدمه

ویژگی‌های آثار هنری نیستند. با این وجود برای شناخت و طبقه‌بندی آثار به ناچار می‌بایست به همین اصطلاحات متوسل شد و برای درک عمیق‌تر آثار به نقد و تحلیل جنبه‌های فرامتنی اثر توجه نمود. دان ادی یکی از هنرمندان معاصری است که آثارش عموماً ذیل عنوان فتورنالیسم دسته‌بندی می‌شود، اما انتخاب و تأکید موضوعات ویژه‌ای چون ویتترین توسط این هنرمند، جنبه‌های دیگری از معنا را در آثارش ملحوظ نموده که شایسته مطالعه بیشتر و مذاقه عمیق‌تر است.

نگاه ویژه دان ادی در انتخاب موضوعات آثارش را می‌توان نگاهی فتنشستی توأم با رویکردی انتقادی به جامعه مصرفی معاصر در نظر گرفت، رویکرد مذکور با وجود اهمیت موضوعی و جایگاه نظری قابل تأمل در هنر معاصر تاکنون چندین مورد توجه و تحلیل قرار نگرفته است. در آثار هنرمندان پاپ آرت^{۱۴} و جریان کیچ^{۱۵} این رویکرد با وضوح بیشتری قابل شناسایی و نقد است و می‌توان آن را در آثار هنرمندانی همچون اندی وار هول^{۱۶}، که نمایش تکرر صنعتی اشیاء روزمره را دستمایه اصلی آثار خود قرار می‌داد و یا جف کونز^{۱۷} که نمایش شیء مندی در آثار او با جلوه‌هایی از اشیای پر زرق و برق و پیش پا افتاده نمودی واضح و مشخص پیدا می‌کند، دریافت. اما با این وجود، در آثار فتورنالیستی که بیشتر مبتنی بر دقت فوق‌العاده در روش‌های بازنمایانه و تعامل عمیق با ایزه‌اند، کم‌تر به وجوه معنایی آن در مطالعات نقادانه هنر پرداخته می‌شود؛ و مشخصاً در مورد آثار دان ادی در این خصوص تاکنون پژوهشی منتشر نگردیده است. جستار حاضر می‌کوشد با دقت در تاریخ نظریات مرتبط با شیء‌شدگی، به ویژه اندیشه لوکاج، به درک لایه‌های معنایی آثار دان ادی دست یابد، تا علاوه بر آثاری که پیشتر ذکر آن گذشت به مطالعه جنبه‌های شیء‌زدگی در آثار هنری معاصر، در بستر شیوه‌ها پیررنالیستی پرداخته و برخی از لایه‌های معنایی مکنون آن را آشکار گرداند.

از سوی دیگر، لوکاج بر این امر تأکید دارد که هنر برآمده از زندگی هرروزه انسان است، و می‌بایست به نیازهای انسانی در زندگی پاسخ دهد، واقعیت از نسبت انسان با طبیعت و با ابزار کارش دانسته می‌شود. وی در ادامه می‌افزاید که لذت ادراک تمامیت از راه دقت به مورد جزئی و ویژه در هنر ممکن می‌شود؛ هنر، برخلاف علم، ما را به انسان باز می‌گرداند، و واقعیت ابژکتیو را انسانی تصویر^{۱۸} می‌کند. به‌طور خلاصه باور لوکاج به هرروزگی هنر، نسبت هنر با نیازهای روز انسان، پیوستگی هنر با ابزار کار، ویژگی دقت به موارد جزئی جهت کسب لذت ادراکی و بازتاب واقعیت ابژکتیو جهت انسانی کردن هنر از جمله مشخصه‌هایی است که به نظر نگارندگان به‌طور ویژه قابل انطباق با آثار ویتترین دان ادی می‌باشد.

لوکاج^۱ در کتاب *تاریخ و آگاهی طبقاتی*^۲ مفاهیمی مانند طبقه و آگاهی طبقاتی را مورد توجه قرار داده است، وی علاوه بر آن به آثار دوران جوانی مارکس^۳ نیز نگاه ویژه‌ای داشته است. او سعی نموده است میان مارکس و آثارش به ویژه آثار اولیه وی با آثار انگلس^۴ و دیگر مارکسیست‌ها تفاوت عمده‌ای قایل شود. یکی از آرای مهم و جالب‌توجه لوکاج مفهوم شیء‌شدگی است. شیء‌پرستی، شیء‌باوری یا فتنشسیم^۵ به معنی پرستش یا وابستگی شدید به یک جسم می‌تواند نمادی برای نیروهای فراطبیعی به شمار آید. نظریه بتوارگی کالایی، فی‌نفسه، شالوده کل نظام اقتصادی کارل مارکس است. مارکس معتقد بود روابط انسانی ذیل روابط میان اشیاء قرار می‌گیرد و آگاهی انسان را به توهمی تبدیل می‌کند که وابسته به اقتصاد کالایی است، توهمی که شخصیت انسانی به کالا می‌بخشد. توهمی که مشخصاتی را به اشیاء نسبت می‌دهد که منشأشان در روابط اجتماعی میان افراد در فرایند تولید است. کالاهای مصرفی در ارتباط با زندگی آدمی تنها نمود پرزرق‌وبرق روزمرگی‌های زندگی ماشینی و دعوت به مصرف بیشتر جهت سرعت‌بخشیدن به پیشرفت‌های صنعتی بوده است. در اندیشه لوکاج، اصطلاح شیء‌شدگی ناظر بر نوعی انقیاد در نظام سرمایه‌داری، مبتنی بر هم ذات‌پنداری کارگر با وسایل و تولیدات صنعتی است. در این نظریه نظام سرمایه با استیلا بر هویت انسان، او را به ابزار صرف در خدمت ارزش تولید بدل می‌کند. در این حالت رشد فکری، فرایند هویت‌سازی انسان و اساساً انسانیت متوقف می‌شود.

در اوایل دهه شصت میلادی، در همان دورانی که هنر پاپ^۶ تازه داشت در جهان هنر مورد توجه قرار می‌گرفت، تعداد کثیری از هنرمندان، با پیش‌زمینه‌های گوناگون از نقاط مختلف جغرافیای جهان مشغول تلاش برای برگرداندن نقاشی به مسیر اصلی‌اش یعنی هنر پیشگام آمریکایی بودند که به‌تازگی به رسمیت شناخته شده بود. این هنرمندان که بنیان‌های فلسفی و هنری بسیار متمایزی داشتند، در نهایت در قالب گروهی به نام «رنورنالیست‌ها»^۷ گرد هم آمدند. در آن زمان، هر هنرمندی که از سبک قابل تشخیصی در تصویرسازی استفاده می‌کرد، یک رنالیست نامیده می‌شد؛ تنها به این دلیل که دوران پسا انتزاع بود و این اصطلاح باعث تفاوت بین این هنرمندان با آن‌هایی می‌شد که در جنبش‌های رنالیستی گذشته حضور داشتند. در مدت کوتاهی، کلمات بسیاری برای تشریح شاخه‌های رنالیسم پدید آمد که کلماتی از قبیل رنالیسم برتر^۸، رنالیسم جادویی^۹، فوکوس شارپ^{۱۰}، رنالیسم افراط‌گرایانه^{۱۱}، هایپرنالیسم^{۱۲} و رنالیسم رمانتیک^{۱۳} در این میان بارزتر از همه بودند. گرچه همه این اصطلاحات دارای ایهام هستند و بعضاً می‌توانند به‌جای یکدیگر به کار روند، اما هیچ‌کدام به‌صورت کامل و واقعی توصیف‌کننده

پیشینه پژوهش

به شیء‌شدگی، تن و جنسیت پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که تکرر نشانه‌ها و یکسانی آن در حوزه‌ها و نظام‌های مختلف معنایی، سبب شده است تا خرد جنسی پست‌مدرن اساساً رو به محوشدگی گذاشته و به وانموده بدل گردد. نمود تن، در هنرها نیز تابع همین فلسفه است. تصاویر عریان در هنر معاصر دیگر نه نماد رستگاری عرفانی، نه نمود انسان‌محوری، نه ابزار انگیختگی، نه دارای قدرت فتنشستی، نه فرم اعتراض اجتماعی

در پیشینه پژوهش علاوه بر منابع اولیه‌ای که نظریه شیء‌شدگی را طرح کرده و ابعاد آن را معرفی کرده‌اند و در ادامه، به برخی از آنها اشاره خواهد شد، در مقالات متأخر داخلی نیز می‌توان به چند نمونه پژوهشی که از لحاظ موضوعی با مقاله حاضر قرابت دارند اشاره نمود: محمدی و کیل و بلخاری‌قهی در مقاله «جستاری در باب نمود پیکر انسان در هنر معاصر»،

شود، فعالیت آدمی چنان برای او بیگانه می‌شود که صرف‌نظر از آن که چه چیزی را تولید می‌کند و چگونه از او بیگانه می‌شود، میان توانایی‌های مشخص انسان و زمان اجتماعاً مَهر تضاد مطلق لازم را خورده است. در این وضعیت انسان در تقابل کامل با توانایی‌های مشخص خود مجبور به تولید است. اوست که باید به جهنمی که کارخانه نام دارد وارد شود؛ و اوست که باید تابع فرایند مادی تولید و ساعت کار باشد. کار است که ناگزیر ضمیمه‌ی ماشین می‌شود و ماشین به ارباب او تبدیل می‌گردد. بدین‌سان تمام مناسبات انسانی شیء‌واره شده و به شیء تبدیل می‌شوند. پیروان اولیه این کشف دوران‌ساز که «کار سرچشمه‌ی همه‌ی ارزش‌هاست» اسمیت^{۲۰} و ریکاردو^{۲۱} بودند. این دو نه‌تنها نتوانستند ثنوری خود را به نتیجه‌گیری منطقی‌اش برسانند یعنی این که کار سرچشمه‌ی تمام ارزش‌های اضافی است، بلکه خود به زندانیان شکل ارزشی کار بدل شدند. دلیل این امر تنها این واقعیت نبود که آن‌ها کاملاً در تحلیل مقدار ارزش غرق شدند، بلکه دلایل ژرف‌تری وجود داشت. شکل ارزش محصول کار نه تنها انتزاعی‌ترین بلکه جهان‌شمول‌ترین شکلی است که محصول در تولید بورژوازی پیدا می‌کند و این تولید را به‌عنوان نوع خاصی از تولید اجتماعی مشخص کرده و از این رهگذر به آن خصلتی تاریخی می‌بخشد؛ بنابراین اگر ما با شیوه‌ی تولید به‌عنوان شیوه‌ی برخورد کنیم که برای هر حالت از اجتماع ذاتاً به‌طور ابدی ثابت است، ناگزیر ویژگی مشخص شکل ارزش و متعاقباً شکل کالایی و تحولات آن یعنی شکل پولی، شکل سرمایه‌ی و غیره را نادیده خواهیم گرفت. به کلام دیگر آن‌ها در اینجا با مانع تاریخی خود روبه‌رو شدند. مارکس در سراسر این بخش، بارها و بارها «شگفت‌انگیز» بودن شکلی را نشان می‌دهد که سبب می‌شود مناسبات میان انسان‌ها ظاهر مناسبات میان چیزها را به خود بگیرد، با این‌همه تأکید می‌کند که در سرمایه‌داری این امر کاملاً طبیعی است: مقوله‌های اقتصاد بورژوازی شامل اشکالی مشابه هستند. آن‌ها گونه‌های اندیشه‌ای هستند که با اعتباری اجتماعی، شرایط و مناسبات یک شیوه‌ی تولیدی معین و از نظر تاریخی متعین، یعنی تولید کالاها، را بیان می‌کنند. شکلی که کار با مادیت یافتن در یک شیء به آن دست می‌یابد، به بت‌واره تبدیل می‌شود. نمونه‌ی تمام عیار این بیگانگی آن است که حتی کار هم‌شکل کالا را به خود می‌گیرد؛ و چنان که مارکس در یکی از واپسین نوشته‌هایش توضیح می‌دهد: «خصوصیت ویژه این نیست که کالا، نیروی کار، قابل فروش است، بلکه این است که نیروی کار به شکل کالا ظاهر می‌شود» (مارکس، ۱۳۸۷، ۱۸-۲۷).

لوکاج و بت‌وارگی کالا

لوکاج سعی کرد نظریه ماتریالیسم تاریخی را از جایگاه مهمی که در عرصه تفکر انقلابی به خود اختصاص داده بود کنار زند و به‌جای آن نوعی نظریه مارکسیستی درباره خودآگاهی تدوین نماید که در آن ایده شیء‌گشتگی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. نظریه شیء‌وارگی تجلی بارز «شکل کالایی» زندگی اجتماعی است که به موجب آن فعالیت‌های انسانی نظیر کار، همانند اشیاء (کالا) خرید و فروش (مبادله) می‌شوند. تحت چنین شرایطی، بازیگران یا عاملان اجتماعی دنیایی را که با دست خویش می‌سازند هویت عینیت‌یافته یا شیء گونه‌ای تلقی می‌کنند که از حیطة کنترل آنان خارج است، ضمن آن‌که به این اشیاء یا کالاها قدرت انسانی نیز می‌بخشند؛ اما به عقیده لوکاج این شکل از زندگی در

است؛ بلکه تنها نشانه‌ای است که براساس تکرار بی‌نهایت و آمیختگی با حوزه‌های متنوع فرهنگی به بی‌معنایی می‌گراید. ملک‌زاده، در مقاله «نگاهی به نقاشی واقع‌گرا در آمریکا» به بررسی تحلیلی آثار هنرمندان فئورنالیست می‌پردازد و به این نتیجه می‌رسد که فئورنالیسم به مقابله با نقاشی انتزاعی و سنت‌های هنر مدرن پرداخته است. سمیه شریفی در مقاله «هایپررئالیسم؛ مجاز یا واقعیت» مشخصاً به مسأله ابهام واقعیت، و چگونگی بیان فضای چندریختی توهمی از واقعیت در آثار دنیس پترسون، نقاش هایپررئالیست معاصر پرداخته است. شهناز ولی‌پور هفشجانی در مقاله‌ای با عنوان «نگاهی به آرای جورج لوکاج در زمینه نقد مارکسیستی» ضمن بیان این نکته که به باور لوکاج، ناتورالیسم به گزارش صرف واقعیات بسنده نمی‌کند، در ادامه، به نقد مدرنیسم بدین سبب که واقعیت را به شکل تکه‌تکه و غیرمنسجم عرضه داشته است، پرداخته و علاوه بر این به مفهوم شیء‌وارگی در ساختار اجتماعی در عصر مصرف‌گرایی از نگاه لوکاج نیز اشاره دارد. نویسنده این نظریات را صرفاً در حوزه نقد ادبی تعقیب نموده است.

مقاله پیش رو می‌کوشد به بررسی نظریه شیء‌شدگی در آثار هنرمند فئورنالیست دان ادی^۱، پرداخته و نظریه مذکور را برای نخستین بار در آثار فئورنالیستی تعقیب و تدقیق نماید.

مارکس و نظام کالا

مارکس در توصیف شیء‌وارگی می‌نویسد: حالت مبهم و مرموز صورت کالایی صرفاً معلول آن است که این صورت ویژگی‌های اجتماعی کار خود انسان‌ها را به شکل خصوصیات عینی محصولات کار و به شکل طبیعی این محصولات در نظر انسان جلوه‌گر می‌سازد. و به همین ترتیب، رابطه اجتماعی تولیدگران با مجموعه‌ی کار را به شکل رابطه‌ی اجتماعی بیرون از آنان و به شکل رابطه میان اشیاء نمودار می‌کند. اینجا جایی است که محصولات کار به کالا بدل می‌شوند، به چیزهایی اجتماعی‌ای که خصوصیاتشان در عین حال محسوس و نامحسوس است. در اینجا فقط رابطه اجتماعی معین انسان‌هاست که در نظرشان به شکل موهوم به صورت رابطه میان اشیاء در می‌آید (لوکاج، ۱۳۹۶، ۲۰۷).

مارکس با کندوکاوی عمیق در تمامی اشکال ارزش، در دهه‌ی ۱۸۶۰ پرده از بت‌واره‌پرستی کالاها برمی‌دارد، به اعتقاد او، کالا در نگاه اول همچون چیزی پیش افتاده و به سادگی قابل فهم ظاهر می‌شود، اما تحلیل آن نشان می‌دهد که در واقعیت شیء‌ای است بسیار عجیب با ظرافت‌های متافیزیکی و جزئیات یزدان‌شناسانه. تا زمانی که ارزش مصرف است، نکته‌ی رازآمیزی درباره‌ی آن وجود ندارد اما به محض آنکه آن میز به‌عنوان کالا ظاهر می‌شود، نه‌تنها با پایه‌های خود بر زمین قرار می‌گیرد بلکه در ارتباط با سایر کالاها گویی روی سر تکیه دارد و از سر چوبین خود ایده‌های عجیبی بیرون می‌ریزد که از «به رقص درآمدن خودبه‌خود میز» غریب‌تر است. این جادو از لحظه‌ای که محصول کار شکل کالایی را می‌پذیرد آغاز می‌شود، نه‌فقط به دلیل بیگانگی این محصول از تولیدکننده بلکه به این خاطر که ناشی از خود شکل است: «این همان چیزی است که مارکس بت‌واره‌پرستی نامیده است که تا محصولات کار به‌عنوان کالا تولید می‌شوند، به آن‌ها می‌چسبد و بنابراین از تولید کالاها جدایی‌ناپذیر است». نکته این است که در خود این فرایند تولید، قبل از آنکه محصول کار از کارگر گرفته

دنیای جدید، جهان افسون زده‌ی اسیر دست زندگی کالایی و پول و بازار است (کالینیکوس، ۱۳۸۳، ۱۶۵). از وجوه مشخصه شیوه‌ی تولید سرمایه‌داری دگردیسی همه‌چیز به شکل کالا است. جامعه سرمایه‌داری بر ساختار تولید کالایی استوار است. جامعه‌ای که بر پایه‌ی مالکیت خصوصی سرمایه، تقسیم‌کار فزاینده و تولید کارخانه‌ای بنا شده است که در آن روابط بازار بر همه چیز سایه افکنده است. در هر کار تولیدی، ارزشی تولید می‌شود. انسان‌ها در تعاملشان با طبیعت چیزهای مورد نیاز خویش را برای مصرف شخصی تولید می‌کنند. ارزش مصرف‌خاصیتی است که نیازی را برآورده می‌سازد. نان دارای ارزش مصرف رفع گرسنگی است، کفش دارای ارزش مصرف محافظت از پا است (ریترز، ۱۳۹۳، ۸۸).

ارزش‌های مصرف خصلتی کیفی دارند و گفتن این که نان ارزش مصرف بیشتری از کفش دارد، دشوار است؛ اما در تولید کالایی، کالا برای فروش در بازار تولید می‌شود و ارزش مبادله‌ای پیدا می‌کند. رابطه تولیدی بین انسان‌ها با هدف رفع نیاز و ارزش مصرف به رابطه بین کالاها و ارزش مبادله برای فروش تبدیل می‌شود. محصول کار از نیازها و مقصود تولیدکنندگان جدا می‌شود. انگار که چیزهای تولیدشده قلمرویی جدا از مصرف انسان دارند. کالاهای تولیدشده موجودیت و واقعیتی مستقل پیدا می‌کنند. کالا واقعیتی بیرونی پیدا می‌کند و رابطه تولیدی بین انسان‌ها به رابطه‌ی بین چیزها مبدل می‌شود. در اینجا اشیاء تولیدشده همچون اشخاص جلوه‌گر می‌شوند و انسان‌ها همچون اشیاء. این همان بت‌وارگی کالا است (اوتویت و باتامور، ۱۳۹۲، ۱۵۰).

لوکاج از بت‌انگاری کالا معنای شیء‌انگاری (چیزانگاری) را مستفاد می‌کند. شیء‌انگاری بدان معناست که انسان‌ها می‌پندارند ساختارهای اجتماع خارج از اراده و کنترل آن‌ها و غیرقابل تغییراند. انسان‌ها مسحور عینیت و اقتدار ظاهری اقتصاد می‌شوند. در عصر سرمایه‌داری، اقتصاد شکلی از سلطه است، اما ما می‌پنداریم چیزی طبیعی و عینی است (ریترز، ۱۳۹۳، ۹۰).

مارکس بر تأثیر مخرب شیوه تولید سرمایه‌داری بر کار تأکید دارد. اقتصاد سیاسی کار را صرفاً یکی از اجزای تولید در نظر می‌گیرد و آن را در کنار مواد خام، ماشین‌آلات و تجهیزات و ساختمان قرار می‌دهد. در حالی که به نظر مارکس نیروی کار به کالا تبدیل شده است. کارگر کارش را می‌فروشد و سرمایه‌دار کار او را می‌خرد. وقتی کار ویژگی و خصلت کالایی به خود می‌گیرد، مفهوم انسانی خود را از دست می‌دهد و محصول کار هم تابع قوانین بازار می‌شود و خارج از زندگی کارگر قرار می‌گیرد و کارگر زندگی‌اش را در شیء تولیدشده دفن می‌کند و شیء تولیدشده همچون بیگانه‌ای در مقابلش می‌ایستد (پاپنهایم، ۱۳۸۷، ۱۲۰).

مارکس در دست‌نوشته‌های پاریس بیگانگی کار را در مناسبات تولیدی سرمایه‌داری در چند بُعد توضیح می‌دهد. نخست بیگانگی از محصول کار: در این بیگانگی هر چه کارگر ثروت بیشتری تولید می‌کند و محصول‌اتش قدرت و مقدار بیشتری پیدا می‌کند، فقیرتر می‌شود. هر چه کارگر کالایی بیشتری می‌آفریند، خود به کالای ارزان‌تری تبدیل می‌شود و محصول کار چون چیزی بیگانه و مستقل از کارگر قد علم می‌کند. کارگر هر چه بیشتر اشیاء تولید می‌کند، کمتر صاحب آن می‌شود و بیشتر زیر نفوذ محصول کار خود یعنی سرمایه قرار می‌گیرد (مارکس، ۱۳۷۸، ۱۲۵).

سرمایه یعنی کار مرده بر کارگر یعنی کار زنده فرمان می‌راند. رابطه

واقع پدیده‌ای مختص شیوه تولید سرمایه‌داری است که برقراری نظام سوسیالیستی آن را از بیخ و بن برانداخت. به‌زعم لوکاج ساختار خودآگاهی طبقات مختلف باهم تفاوت دارند، هر طبقه اجتماعی باید هم‌زمان با تغییر مناسبات تولیدی در ساختار خودآگاهی خویش نیز تعدیل به عمل آورد؛ اما مسأله اصلی اینجاست که تمامی طبقات در جامعه سرمایه‌داری از نوعی خودآگاهی کاذب برخوردارند. مشکل تمامی نقدهایی که از خودآگاهی صورت گرفته این است که جملگی سعی دارند نشان دهند چگونه می‌توان بینشی را که اساساً از سوی طبقه تعیین می‌گردد از پرده ابهام بیرون آورد و به تشریح و تبیین آن پرداخت. به‌طوری که شناخت از درون جهان عینی مناسبات اجتماعی سر برآورد (ابراهیمی مینق و همکاران، ۱۳۸۶، ۷۴).

لوکاج با تکیه بر آرای ماکس وبر^{۲۲} در باب جامعه‌شناسی عقلانیت و روش دیالکتیکی هگل معتقد بود که منجمد کردن نیازهای انسانی در درون قالب سفت و سختی از انتزاع و عینیت نه تنها در کارخانه و بازار، بلکه در حیطه‌های روئینایی‌ای چون قانون، دانش، فلسفه و دولت نیز هویدا است. مکتب فرانکفورت کاملاً متأثر از آرای لوکاج است و اصولاً اصطلاح صنعت فرهنگ را از همین آرای لوکاج اخذ کرده است (بلخاری قهی، ۱۳۹۴، ۷۸). لوکاج ذات ساختار کالایی را بارها خاطر نشان کرده است. اساس این ساختار آن است که رابطه و پیوند میان اشخاص به‌صورت شیء و در نتیجه به‌صورت نوعی «عینیت خیالی» درمی‌آید، عینیت مستقلی که چنان به‌دقت عقلانی و فراگیر به نظر نمی‌رسد که تمام نشانه‌های ذات اساسی خویش - یعنی رابطه بین انسان‌ها - را پنهان می‌کند (لوکاج، ۱۳۹۶، ۲۰۳). لوکاج نیز همچون مارکس جهان سرمایه‌داری را جهانی می‌بیند که در آن منش اجتماعی کار انسان همچون روابط شیء‌واره و روابط میان کالاها جلوه‌گر می‌شود. در این مورد لوکاج بسیار مدیون مارکس و مفهوم بیگانگی و نیز بت‌وارگی کالا است. از سوی دیگر، جهان سرمایه‌داری جهانی است شیئی شده که در آن عقلانیت هدفمند و محاسباتی بر نظام سرمایه‌داری و انسان‌ها حاکم است نظامی که بالاترین حد محاسبه‌پذیری را ممکن می‌کند و دارای سازمان عقلانی تولید و توزیع و نظارت و کنترل بر جامعه است. (صمیمی، ۱۳۸۵، ۲۲۶)

این مباحث، در قرن بیستم از جمله موضوعات مورد توجه نظریه‌پردازانی همچون فردینان دوسوسور^{۲۳}، رولان بارت^{۲۴}، ژاک دریدا^{۲۵}، پل دومان^{۲۶} و غیره قرار گرفت. در پی آن، در دوره پُست‌مدرن نیز بحث کالایی‌شدن به یکی از مباحث‌های مرجع و البته نقدپذیر بدل شد. دوران پُست‌مدرن، ارزش تجاری یا کالایی را به‌عنوان ارزش غالب به حساب آورد. فراگیری و تفوق خصلت مذکور، به سبب آن است که سیاست تولید در عصر مدرن جای خود را به سیاست مصرف در جهان پُست‌مدرن بخشیده است. البته این فرایند کالایی‌شدن، در کنار مضراتی که دارد، باعث آمیزش برخی عرصه‌های شناختی که در عصر مدرن منفک از هم شناخته می‌شدند نیز شده است (محمدی‌وکیل و بلخاری قهی، ۱۳۹۵، ۱۱). به اعتبار پیر بوردیو^{۲۷} «اگر مدرن‌شدن به معنای تفکیک میان عرصه‌ها باشد، پُست‌مدرن‌شدن، حداقل در هم رفتن محدود عرصه‌ها در یکدیگر است. مثلاً فوران عرصه زیبایی‌شناختی به درون عرصه اجتماعی، یا در هم رفتن عرصه زیبایی‌شناختی در عرصه اقتصادی در طی فرایند کالایی‌شدن» (به نقل از لش، ۱۳۸۳، ۳۵۴).

بت‌وارگی کالایی در جامعه‌ی سرمایه‌داری

سال ۱۷۶۰ در حوزه مطالعات نظری وارد گردید، وی جایگاه فتیسیسم را در حوزه مطالعات تاریخی بررسی نمود و آن را در میان مصریان باستان، یونانیان و رومیان بازنشاسایی کرد. متفکران فرانسوی دوران روشنگری، بر این باور بودند که فتیسیسم را باید به عنوان یکی از عوامل پرستشی دنیای باستان در نظر گرفت که دلیل وجودی آن در ناآگاهی بشر نهفته بوده است (Holbach, 2013).

در تفسیر هگل، باور به طلسم نوعی از ادیان نخستین با منشأ خود به خودی و یا جادوگری است. که به موجب آن انسان به طور غیرمستقیم از طریق استفاده از جادو سعی در کنترل طبیعت، و بهره‌گیری از نیروی طلسم، برای به دست آوردن نیازمندی‌های خود دارد (Hegel, 1975, 448). بر طبق نظر هگل، فتیسیسم منعکس کننده یک مرحله انتقالی در رابطه انسان با جهان است، که از جاذبه فوری عاطفی تا روابط میانجیگری کارگری و یا پرستش اشیاء طبیعی به سرمایه‌گذاری آن‌ها با معنای معنوی را در بر می‌گیرد.

خاستگاه نقاشی فئورالیسم

بین سال‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰م. هنرمندان بسیاری به نقاشی آبستره پیوسته بودند. در آغاز دهه ۱۹۵۰م. هنرمندانی مانند دکونینگ^{۳۱} و پولاک^{۳۲} در صدد ایجاد هیجان و پویایی در زمینه نقاشی فیگوراتیو برآمدند. هنرمندان دیگری مانند روتکو^{۳۳} و نیومن^{۳۴} ترکیبات آبستره آرام و ساکنی را خلق کردند. در کنار این هنرمندان، جنبش‌هایی مانند دقیق نگاری و نظیر آن پایه‌ریزی شد. این جنبش بازتاب اشتغال ذهنی آمریکاییان به صحنه‌های صنعتی و ماشینی و مناظر معماری و موضوعاتی مانند این‌ها بود. از ۱۹۶۰م. به بعد، نقاشان مدرنیست دیگری مانند روی لیختنشتاین^{۳۵} و اندی وارهل نهضت جدیدی را با عنوان پاپ آرت رواج دادند. این هنرمندان مضامین زندگی شهری و تجاری و صحنه‌های پیش‌پافتاده و حتی کریه زندگی آمریکاییان را در آثار خود منعکس کردند. از سوی دیگر، برخی هنرمندان، رهبری جنبشی به نام «آپ آرت»^{۳۶} را بر عهده داشتند و تلاش می‌کردند تا چشم و ذهن بیننده را بفریبند یا به تفنن وادارند. توجهی که از ابتدای هنر نقاشی آمریکایی به نوعی از واقع‌گرایی تعبیر می‌شد، با وجود فعالیت مصراانه اکسپرسیونیسم انتزاعی و دیگر گرایش‌های هنری این دوران، همچنان ادامه یافت و هرگز کنار گذاشته نشد. توجه به زندگی روزمره، یکی از سنت‌های پایدار هنر آمریکا به شمار می‌آید. روند این سنت را از آثار واقع‌گرایانه ایکینز^{۳۷} تا نقاشان کنونی آمریکا می‌توان پیگیری کرد. این سنت نقاشی آمریکایی در کارهای واقع‌گرایان اجتماعی ۱۹۳۰ و ۱۹۴۰م. و نقاشان پاپ تا فراواقع‌گرایان (فئورالیست‌های) دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰م. همچنان ادامه دارد. هنر پاپ دیدگاه‌های متفاوتی را در بر می‌گرفت و ناگزیر به بخش‌های مؤلفه خود تقسیم شد. اصطلاح فئورالیسم^{۳۸} از همان ابتدای ظهور هنر پاپ، به صورت برجسی بر آن سایه افکنده بود. بی‌شک، پیشروتر از فئورالیسم، پاپ آرت بود که موضوعات پیش‌پافتاده جامعه مصرف‌کننده را موضوع اصلی خود قرار داده بود. این قبیل موضوعات را دست‌مایه نقاشی قرارداد، بین هر دو جنبش مشترک بود. فئورالیسم را می‌توان وارث پاپ آرت دانست. پاپ آرت تصویرهای خود را از روی کالاهای مصرفی یا گرافیک‌های تجاری می‌کشید؛ ولی فئورالیسم به عکاسی تکیه می‌کند. در آثار فئورالیست‌ها هیچ نشانی

کارگر با محصول کارش، رابطه‌ی با شیء بیگانه است. هر چه کارگر از خودش بیشتر مایه می‌گذارد، جهان اشیاء بیگانه‌ای که می‌آفریند قدرتمندتر می‌گردد و زندگی درونی کارگر را تهی‌تر می‌سازد و اشیای کم‌تری از آن او می‌شود. کارگر زندگی‌اش را وقف تولید شیء می‌کند، اما کارش و زندگی‌اش دیگر نه به او که به شیء تعلق می‌گیرد. از این رو هر چه فعالیتش گسترده‌تر می‌شود، اشیای کم‌تری نصیبش می‌گردد. محصول کار او نه به خود او که به سرمایه‌دار می‌رسد که در بازار به فروش می‌رساند. بدین ترتیب کالایی که کارگر تولید می‌کند از او بیگانه می‌شود. دوم بیگانگی از فرآیند عمل تولید: کارگر حین کار کردن نه تنها خود را به اثبات نمی‌رساند، بلکه خود را نفی می‌کند. به جای خرسندی، احساس رنج می‌کند. نه تنها انرژی جسمانی و ذهنی‌اش آزادانه رشد نمی‌کند، بلکه جسم خود را فرسوده و ذهن خود را زایل می‌کند (همان، ۱۲۹).

سوم بیگانگی از سرشت خویش: کارگران در جامعه‌ی سرمایه‌داری، با کار بیگانه از وجود نوعی و سرشت جهان‌شمول انسانی خود که همانا آفرینش فعال، آزادانه و آگاهانه است، دور می‌شوند، زندگی تولیدی و عمل نوع انسان به جای آن که حیات آفرین باشد و کارگر خود را به عنوان موجودی نوعی به اثبات برساند، ویژگی معنوی خود را از دست داده و وی را به وجودی بیگانه از خود تبدیل می‌کند و آدمی از ذات معنوی‌اش، از کالبدش و از طبیعت‌اش بیگانه می‌گردد. (همان، ۱۳۱)

چهارم بیگانگی آدمی از آدمی: انسان‌ها اساساً نیاز و تمایل دارند که به‌طور مشترک کار کنند. تا آنچه را که لازم دارند به‌طور دسته‌جمعی تولید کرده و به مصرف برسانند؛ اما کارگران در جامعه سرمایه‌داری تمایل به همکاری‌شان دچار اختلال می‌شود. آن‌ها مجبورند در کنار هم اما جدای از هم برای سرمایه‌دار تولید کنند. ماهیت تکنولوژی و به کارگیری روش‌های بهره‌وری از سوی سرمایه‌دار، بین کارگران جدایی می‌اندازد. به‌علاوه کارگران اغلب ناگزیرند برای دریافت پول و پاداش بیشتر با یکدیگر رقابت کنند تا رضایت سرمایه‌دار را بیشتر جلب کنند (ریترز، ۱۳۹۳، ۸۵).

طلسم^{۳۸} و شیء‌وارگی

طبق تعریفی که دایره‌المعارف دانشگاه کلمبیا ارائه داده است: طلسم، در روان‌پزشکی، پارافیلیا^{۳۹} خوانده می‌شود، و در واقع، می‌توان آن را نوعی انحراف جنسی دانست، که در آن علاقه و وابستگی شخص به عشق شهوانی بر روی یک شیء بی‌جان و یا بخش خاص و غیرمعمول آناتومی متمرکز می‌گردد. معمولاً در مردان، طلسم (فتیسیسم) اغلب بر روی یک لباس (مانند لباس زیر یا کفش پاشنه‌بلند) یا قسمت‌هایی از بدن به عنوان پایه تمرکز می‌کند. در روانکاوی، یک طلسم می‌تواند به عنوان یک جایگزین برای دستگاه تناسلی مرد باشد که زنان تصور می‌کنند که از طریق عقده‌اختگی از دست داده‌اند. علت فتیسیسم به‌وضوح شناخته شده نیست، و به‌طور کلی به عنوان یک اختلال جدی در نظر گرفته نمی‌شود، مگر اینکه با سایر اختلالات روانی همراه باشد. عبادت مذهبی یک شیء مادی نیز در تعریف طلسم قرار می‌گیرد، هنگامی که ادعا می‌شود نیروی آن شیء با خواص فراطبیعی تأمین می‌شود (www.cc.columbia.edu/cu/cup).

فتیسیسم در ابتدا با مواجهه دریاوردان پرتغالی با مردم آفریقای غربی که اشیائی مانند ستون‌های چوبی و سنگ‌ها را پرستش می‌کردند، تعریف گردید. اصطلاح «طلسم» توسط دانشمند فرانسوی پروس^{۴۰} در

می‌شود.

پدر این هنرمند مالک گاراژ ادی بود، فروشگاه سفارش ماشین، جایی که ادی اولین بار در سن پایین با ابزار نقاشی یعنی قلم‌مو آشنا شد. نقاشی‌های فتورئالیستی او تماماً با قلم‌مو است. شیوه استفاده قلم‌مو، در آثار ادی، بسیار متفاوت است، بخصوص در نقاشی‌های نقطه‌ای که با اسپری نقطه‌های کوچک رنگی را در سطح تصویر ایجاد می‌کند و این تکنیک را خصوصاً در تصویر کردن ظروف نقره ویترونی اعمال می‌کند. در یک دوره، ادی پرکارترین فتورئالیست بود. در سال ۱۹۷۰ و ۱۹۷۱ زمانی که دیگران به‌طور متوسط پنج یا شش اثر را در یک سال برجای می‌گذاشتند، ادی تقریباً هفتاد نقاشی را کامل می‌کرد. هر سالی که می‌گذشت، اگرچه مسائل آسان حل می‌شدند، اما مشکلات جدیدتر و سخت‌تر هم خود را نشان می‌دادند. موضوعات نقاشی‌هایش بیشتر پیچیده و بلندپروازانه بودند. او در سال ۱۹۷۶ و ۱۹۷۷ تنها سه نقاشی را در یک سال به تصویر کشید؛ و هم‌اکنون او به این می‌اندیشد که برای یک نقاشی ممکن است دو تا چهار سال وقت صرف کند (Meisel, 1989, 175).

هدف از حصارهای سیمی و پنجره‌هایی که بعداً در نقاشی‌های این هنرمند ظاهر شدند، معین کردن نوعی چارچوب در نقاشی است که با اصطلاح انتزاعی «میدان» قابل قیاس است. در نقاشی‌هایی با یک حصار در نمای جلوی آن‌ها، نوعی رنگ‌آمیزی دو گانه به وجود می‌آید، با کشمکش که بین دو عنصر روی تابلو پدید آمده است؛ تصور فضا و ساختار رئالیستی و ساختار سطحی فرمالیستی و انتزاعی حصار لبه سختی را به وجود می‌آورد، که نوعاً مسدود و محدود کننده است. ویترونی‌ها در آثار ادی، وضعیت سه‌گانه‌ای را به نمایش می‌گذارند: سطح شیشه به‌عنوان پلان نزدیک دارای یک سطح می‌باشد، شفافیتش باعث ظهور تصویر دوم که اشیای پشت ویترونی است، می‌شود و تصویر سومی را انعکاس می‌دهد که معرف پلان عقب، انعکاس خیابان و محیط پیرامون آن است. به دلیل نحوه عملکرد چشم هرگز در واقعیت، هر سه را به‌عنوان تصاویر جدا در یک زمان نمی‌بینیم. ادی با ترکیب اطلاعاتی که از چندین عکس به‌دست آمده و گنجاندن تمام آن‌ها در نمای یک وجهی نقاشی‌اش، چیزی را که از نظر فیزیک بولویژیک غیرممکن است منطقی جلوه می‌دهد. دوربین عکاسی نمی‌تواند چنین نتیجه‌ای به دست آورد زیرا مانند چشم، تنها می‌تواند یا روی پیش‌زمینه تمرکز کند و یا پس‌زمینه. از سوی دیگر رابطه پلان‌بندی در تصویر برهم ریخته می‌شود و مفاهیم جلو، عقب، فاصله، فضا و بعد که از جمله مسائل مهم در نقاشی است، در این آثار مخدوش و درهم تنیده جلوه می‌کند. در رابطه با رنگ آمیزی، ادی به دنبال واقع‌گرایی نیست و ترجیح می‌دهد نقاشی‌هایی را که با توجه به عکس‌های سیاه‌وسفید کشیده بود رنگ کند و سیستمی را برای رنگ‌ها به وجود آورد که بیشتر بر جنبه‌های فرمالیستی تمرکز دارد. آثار ادی از دو جهت رضایت‌بخش هستند. آن‌ها باعث لذت تماشاگران معمولی می‌شوند و هنرمندان خبره را به چالش می‌کشند (ibid., 192). در این مجموعه آثار با کادری عمودی یا افقی و دارای نسبت‌های متناسب روبه‌رو هستیم. که در نگاه اول بستر مناسبی برای نمایش و تعریف یک چیستی در چشم‌انداز و در بررسی‌های دقیق‌تر از پتانسیلی برای ایجاد ساختاری شناخته شده بر پایه زیباییشناسی مرسوم برخوردار است. حال آنکه موضوع اصلی با کرانه‌نمایی و تمرکز درونیت در مرکز تأکیدی تصویر کاملاً مشخص گردیده است. عناصر به‌دقت چیده

از احساس، الهام هنری و حتی طنز دیده نمی‌شود و همه چیز بر محور مهارت‌های تکنیکی و بازسازی‌های شبه مکانیکی تکیه می‌کند. تفاوت پاپ آرت و فتورئالیسم در ماهیت چالش برانگیز موضوعات فتورئالیستی است؛ برای مثال «بازتاب‌های چندگانه» را در آن‌ها می‌توانیم نام ببریم (انعکاس صحنه‌های مختلف در شیشه ویترونی مغازه‌ها نظیر گذر عابران، نمایی از مناظر اطراف و درعین حال جلوه اشیاء چیده شده پشت شیشه و غیره که بیننده را به کاوش وامی‌دارد). این گرایش در نقاشی، در سال ۱۹۷۲ م، در داکومنتا واقع در کاسل با عنوان «هایپررئالیسم» با اندکی تفاوت در موضوع، به اوج خود رسید. «فتورئالیسم» سبکی از نقاشی است که بعد از سال ۱۹۶۰ وجه عمومی یافت. به‌ویژه اینکه در آمریکا رخ نمود و در اروپای غربی و مخصوصاً در بریتانیا طرفداران فراوانی یافت. در سال ۱۹۶۵، فتورئالیسم (فراواقع‌گرایی، سوپررئالیسم و عده‌ای نیز آن را با هایپررئالیسم یکی تلقی کردند که در اصل تفاوت‌هایی باهم دارند) به‌طور چشمگیری ظهور کرد که فرانسویان آن را واقع‌نمایی گزاف «هایپررئالیسم» نامیدند (ملک‌زاده، ۱۳۸۹، ۵۸).

شاخصه‌های هنری نقاشی فتورئالیسم

تعریف لوئیس میزل^{۳۹} از شاخصه‌هایی که یک هنرمند را به‌عنوان یک حامی تمام‌عیار جنبش فتورئالیسم شناسایی می‌کند، به شرح زیر است:

۱. یک فتورئالیست برای جمع‌آوری اطلاعات از دوربین و عکس استفاده می‌کند.
۲. یک فتورئالیست برای انتقال اطلاعات به بوم نقاشی از وسیله‌ای مکانیکی و یا نیمه مکانیکی استفاده می‌کند.
۳. یک فتورئالیست باید توانایی فنی لازم برای خلق نقاشی‌هایی شبیه به‌عکس را دارا باشد.
۴. یک نقاش باید نمایشگاهی از آثار فتورئالیستی تا سال ۱۹۷۲ برگزار کرده باشد تا به‌عنوان یک فتورئالیست اصلی شناخته شود.
۵. یک نقاش باید دستکم پنج سال به توسعه و به نمایش گذاشتن آثار فتورئالیستی پرداخته باشد (Meisel, 1989, 12-13).

در ادامه بنا به محدوده تحقیق و موضوع اصلی مورد بحث به هنرمند فتورئالیست، دان ادی، که در آثارش ویترونی‌ها را به نمایش درآورده است می‌پردازیم.

دان ادی

دان ادی، در اولین زمان برگزاری اولین نمایشگاهش در نیویورک به‌عنوان یک فتورئالیست، تنها بیست و هفت سال داشت. علی‌رغم جوان بودنش، آن آثار در آن زمان و هم‌اکنون نشان از پختگی و توان بالای اسلوب هنری او داشت. ادی در کالیفرنیا جنوبی به دنیا آمده و در هاوایی به دانشگاه رفت و پس از اتمام تحصیل دوباره به کالیفرنیا بازگشت. اگرچه ادی و گوینگز^{۴۰} مک لین^{۴۱} و بچل^{۴۲} اهل یک ایالت بودند و آثار اولیه ادی نگاهی به کالیفرنیا است، اما او بعداً در شکل‌گیری سیر هنری خود از این گروه و از صحنه سان‌فرانسیسکو کناره گرفت و به تنهایی با تأثیرپذیری اندکی از معاصرانش روش هنری خویش را توسعه بخشید. ادی که یکی از فتورئالیست‌های صورت‌گر است، از اینجرز^{۴۳} و هانس هوفمن^{۴۴} به‌عنوان کسانی که در تفکرش تأثیر گذاشته‌اند یاد می‌کند، به‌عنوان مثال از چالش بحران‌های محیطی و نظام رنگ‌ها به تاسی از دانسته‌های هوفمن یاد آور

متنوع‌تر و پذیرا‌تر را بروز نداده و در مرحله بیان مفهوم شیء‌شدگی باقی می‌ماند. تا نیروی محرکه ذهنی که در پس نقاشی‌ها وجود دارد را تحلیل کنند. دان ادی خواسته با ناخواسته روابط اجتماعی - اقتصادی نظام تولید و اشیاء تولید شده را به تصویر کشیده است و فقط جنبه مصرف آنها در نگاه اول دیده می‌شود در حالیکه در ورای این ارزش مصرف جنبه عرفانی کالا دیده نمی‌شود اینکه این افرادی که در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند و اجتماعی را شکل داده‌اند و وقت و زمانشان را در راه تولید چنین کالاهایی صرف کرده‌اند، نادیده گرفته می‌شوند. همانطور که پیشتر گفته شد در جامعه سرمایه‌داری کالای تولیدشده ارزشمندی کار انسان را از بین می‌برد و فرایند مبادله در اقتصاد کالا نیز در جایی پدیدار می‌گردد که انسان‌ها با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. اینجاست که داد و ستد آغاز می‌شود و باعث متلاشی شدن و تجزیه شدن تمام مناسبات انسان شیء‌واره شده، می‌گردد و نهایتاً به هم‌ذاتی انسان و شیء ختم می‌شود. فعالیت و کار انسانی در برابرش قرار می‌گیرد و بر وی مسلط می‌شود که این امر هم در عرصه عینی رخ می‌دهد و هم در عرصه ذهنی. شیء‌شدگی یا فتنشیم فرایند تطبیق فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی یک جسم با خواص طبیعی یا ویژگی‌های ذاتی یک چیز است. این تعریف به ویژه در موضوعی همچون ویتترین‌هایی که ما هر روز در جلوی آنها می‌ایستیم نمودی واضح دارد. شیء محصول دست بشر یا فرد است اما ما انسان‌ها به اشیاء اطرافمان جان می‌بخشیم و این امر نهایتاً منجر به جدایی خواهد شد، حتی جدایی از خودمان. یکی از استعاره‌های مناسب برای شیء‌شدگی استعاره جدایی یا فاصله است. این جدایی حاصل شیء است که از دست رنج خودمان ساخته شده است و در بیرون از ما وجود دارد. استعاره دیگری که در شیء‌وارگی داریم استعاره ارتباط است. شیء‌وارگی ارتباط را از بین می‌برد.

از نظر مارکس نیز ارتباط سالم ارتباط بین انسان با انسان و طبیعت است و سرمایه‌داری و صنعت است که این جدایی را منجر می‌شود. در این مرحله سرمایه‌داری به ترکیب معینی، عوامل فنی تولید را نشان می‌دهد؛ سرمایه‌داری با انتقال کالا از یک واحد اقتصادی به واحد دیگر مرتبط است. این پیوند تنگاتنگ میان روابط تولیدی افراد و حرکت اشیاء در فرایند مادی تولید، به شیء‌وارگی روابط تولیدی افراد منجر می‌شود. تصویر (۱).

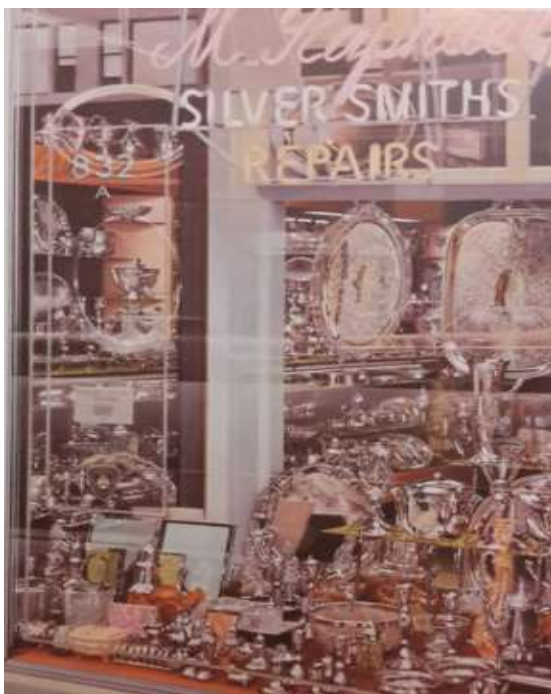


تصویر ۱- کفش تابستانی، ۱۹۷۲ (۸۲). آکر بلیک روی بوم، ۵۸×۴۵ اینچ، مجموعه خصوصی. مأخذ: (Meisel, 1989, 192)

شده‌اند و بزرگ‌تر بودن قسمتی که به موضوع اصلی؛ خواه پیکره‌های در پیش‌زمینه و خواه عنصری مرکزی در میان پلان‌های کار، اختصاص یافته، حرکت چشم را از پایین به بالا و تا گستردگی نمای آسمان هدایت می‌کند. کادر عمودی و نسبت غالب طول بر عرض، کادری متناسب و دارای قابلیت‌های بیان مفهوم موردنظر هنرمند را فراهم می‌سازد. در چنین موقعیتی مفاهیمی همچون ماشینی شدن و نگاه عمودی انسان‌ها به هم و وابستگی بیش از اندازه به اشیاء بی‌روح حداکثر نیروی بیانی خود را دارا خواهند بود. پالت رنگی به کار رفته در همه این آثار از منظر شامل بودن گستره وسیع‌تری از رنگ‌های سرد و گرم کامل است. خود این ویژگی یعنی آشنایی فضای رنگی، به غافلگیر ساختن مخاطب و جلب توجه او به چستی عناصر درون کادر و توجه به وجوه مفهومی و معمایی ارتباط عناصر محدود اثر کنجکاو می‌سازد. تعمد در محدود ساختن رنگ‌های مورد استفاده در هر اثر و غلبه رنگ فام‌های گرم، تقابل بنیادین و رادیکال مفهومی پیکره‌ها و زمینه زیستشان را به مرتبه هارمونی محدود شده اجزای بصری و رویکردهای معین تصویری بسط می‌دهد... نمادین بودن آثار نه بر حسب بهره‌گیری از نمادهای متنوع فرهنگی بلکه به دلیل ارتباط غریب عناصر و غلبه فضایی ناآشنا رخ داده است. ویژگی نمادین بودن موضوع، غلبه زندگی ماشینی بر اصل وجودی انسان که سادگی و بکر بودن را می‌پسندد، را تقویت می‌کند. سرمایه‌گذارانی که قصد تأسیس فروشگاه یا اولین مغازه کوچک خود را داشته باشند، به دنبال جذاب ساختن ویتترین مغازه خود هستند؛ چرا که ویتترین‌ها در جلب مشتری تأثیر بسیار زیادی دارند. یک ویتترین جذاب کمک می‌کند که در عرصه رقابت با سایر مغازه‌های کوچک و یا حتی فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ برنده باشند؛ اما در هر حال آن‌ها نمی‌دانند این ویتترین‌ها آینه درونی خودشان است انسان امروز پشت کالاها و اشیاء پنهان می‌شود و خبری از حیات در این قالب‌ها و اشیاء که تمام زندگی او را فراگرفته‌اند، نیست. این ویتترین‌ها؛ ویتترین‌هایی هستند که انسان امروز را نمایش می‌دهند که در واقع با لباس‌های خود تبدیل به یک ویتترین شده برای نمایش اشیاء و رفته‌رفته خود نیز یکی از همان اشیاء می‌شود؛ در این آثار به این مفهوم به خوبی پرداخته شده است. ما می‌دانیم که تاریخ، نمایش شوربختی بشر است. همه چیز ناگزیر دچار گذشته می‌شود. بدتر آن است که می‌دانیم آینده نیز خود گذشته خواهد شد. هر کنجکاو تاریخی، ما را به آن درک دلسردکننده بازمی‌گرداند که همه چیز می‌گذرد و تمام می‌شود، از درد پذیرش این واقعیت است که روزمرگی ما را به فراموشی آن مایل می‌کند. حال اگر خود روزمرگی جاری در فضا دچار از هم گسیختگی شود چشم ما نظاره‌گر چه خواهد بود؟ نظاره‌گر اینکه به جای انسانها اشیاء متحرکی می‌بینیم که برندها را با خود حمل می‌کنند، مملو از اشیاء و در واقع خود اشیاء هستند. این همان شیء‌شدگی مورد نظر است. این نقاشی‌ها به تک‌شات‌هایی از روایتی واحد می‌مانند. گویی مدتی پس از آغاز فیلم وارد سالن سینما شده‌ایم و لحظاتی از فیلم را تماشا می‌کنیم. روایت زوال انسانی که نمی‌دانیم به چه علت دچار خلأ انسانی شده است پس نیز نمی‌دانیم چرا چنین حیرت آور در حال ویرانی است. هنرمند ما را از میانه روایت بلندش وارد تک صحنه‌هایی از واقعه‌ای می‌کند که دچار آنیم. در نهایت باید گفت که آثار با تمام بدعت‌های تکنیکال آغشته به مفهوم عصر تجلی خود، توانایی فراتر رفتن از مرحله اولیه طرح معما و بسط یافتگی مفهوم در فرم‌های بیانی

مفهوم شیء‌وارگی و تجلی بارز شکل کالایی در زندگی اجتماعی است که به موجب آن فعالیت‌ها و اساساً زندگی انسانی، همانند کالا خرید و فروش می‌شوند. در چنین بستری، تمامی روابط انسانی شیء‌واره شده و به شیء تبدیل می‌شوند.

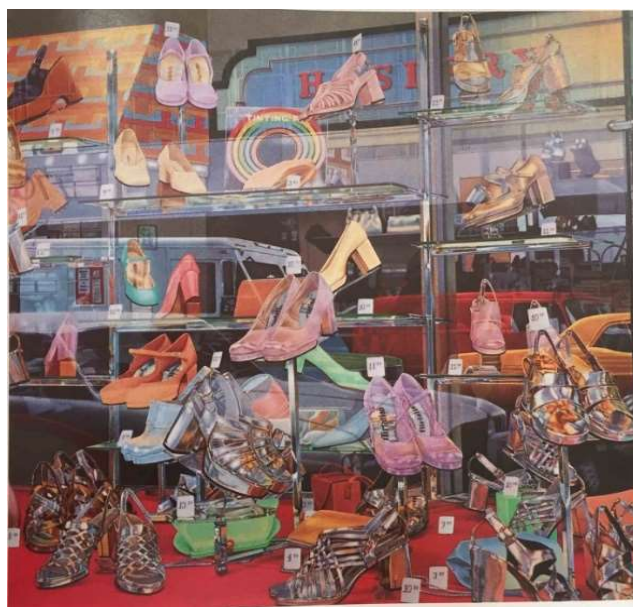
تصویر (۳) از مجموعه *ظروف نقره‌ای، دان‌ادی* است. در این مجموعه هنرمند با انتخاب موضوعی دیگر باز هم بر وجه شیء‌شدگی تمرکز داشته است. سطوح انعکاس نقره و کروم هر لحظه تغییر می‌کنند. هیچ چشمی نمی‌تواند بعد از یک پلک‌زدن تصویر ثابتی از آن‌ها ببیند، تلاش برای نقاشی زنده از نقره یا کروم بسیار دشوار است. اجرای این موضوع در نقاشی بدون عکاسی امکان‌پذیر نیست. این اثر یک نقاشی بیش-واقع‌گرایانه است که نشان از آن دارد که انسان‌ها در گیر زرق‌وبرق کالاهای تولید شده توسط خودشان می‌شوند و این زرق‌وبرق را در مقام و جایگاهی ستایش‌گرانه، قرار می‌دهند. و هنگامی که انسان باور بر برتری جایگاه شیء را تا بدین مرتبت پیدا کند، ناچاراً به ورطه هم‌ذات‌پنداری با شیء خواهد رسید و این همان شیء‌شدگی است. و اینجاست که سرمایه‌داری و صنعت سایه می‌افکند بر روابط انسانی. در اینجا نیز همچون دو تصویر قبل زاویه دید به صورت غیرمتعارف و از پایین به بالا انتخاب شده است. چشم انسان در ابعاد و توان واقعی هرگز از این منظر نمی‌تواند واقعیت را ادراک کند، گرچه آثار دان‌ادی در نگاه اول آثار هایپررئالیستی با چالش‌های بصری عمیق و رهیافت‌های تجسمی دقیق در تعامل با مدل به نظر می‌رسند، اما انتخاب زاویه خاص (به گونه‌ایی که گویی مخاطب در حالی که بر زمین افتاده از پایین به مدل خیره شده است) از یک سو و بر هم نهادن چند بُعد فوکوس شده بر هم از واقعیت، ابعاد وسیع تری از درک موضوع را در چارچوب نظریه شیء‌شدگی برای مخاطب آشکار می‌کند.



تصویر ۳- ظروف نقره‌ای ۱۹۷۵. آکرلیک بر روی بوم، ۶۰×۴۰ اینچ، مجموعه خصوصی. مأخذ: (Meisel, 1989, 197)

با عنوان *کفش تابستانی، نمونه بصری* این رخداد را نمایش می‌دهد. نمایش سه ساحت مختلف از واقعیت به صورت هم‌زمان که پیشتر شرح داده شد و انطباق آنها بر روی یک صفحه تصویری، نشان از همبستگی آنها در معنا دارد. نمایش اشیاء (در اینجا کفش‌ها)، شیشه میانجی ویتترین و انعکاس وقایع پویای خیایان در حالیکه تقدم و اهمیت را کاملاً معطوف به اشیای پشت ویتترین کرده است، از یکسو پلان‌بندی مرسوم در نقاشی را در هم می‌شکند و از سوی دیگر بر این مسأله تأکید دارد که زندگی بیرون صرفاً انعکاسی غیرقطعی و دائماً در تغییر است که بر بستر اصالت اشیاء هویدا می‌گردد. در این اثر زاویه دید مخاطب نیز نسبت به موضوع ویژگی خاصی یافته است. منظر نگاه در اینجا از پایین به بالا انتخاب شده است. معمولاً استفاده از این زاویه برای نشان دادن و تأکید بر زینت و والایی موضوع و نگاه ستایش‌گرایانه بر ابژه قلمداد می‌گردد. در تاریخ هنر آثار پرشماری با موضوعات مقدس و والا زاویه نگاه پایین به بالا را جهت نمایش عظمت موضوع تصویر کرده‌اند. نگاهی که علاوه بر وجه ستایش‌گرایانه‌ی موضوع بر اهمیت آن و رهن و دینی که ناظر بر موضوع دارد تأکید می‌کند. در آثار ادی برای نخستین بار این نگاه ستایش‌گرایانه مستقیم و بی‌پرده بر اشیای روزمره و ویتترین مغازه متمرکز شده است تا استعاراً به وجه شیء‌شدگی ارزش‌های انسانی اشاره و تأکید داشته باشد.

در تصویر (۲)، علاوه بر ویژگی‌هایی که در تصویر نخست وجود دارد، کفش‌های نقره‌ای براق با انعکاسی مضاعف و پس‌زمینه قرمز علاوه بر آنکه نشانگر گرمای روز افزون تابستان است، بر وجه پرزرق و برق جامعه مصرفی آمریکا و تفوق جایگاه شیء در آن نیز تأکید دارد. در این اثر نیز همچون تصویر قبل موضوع از منظر پایین به بالا تجسم شده است. تا بر تقدس و تفوق جایگاه شیء نسبت به ناظر آن تأکید کرده باشد. این اثر هنری زیبا که مشخصاً فراواقعی تصویر شده است با دقت و تنوع در حرکت رنگ‌ها و جزئیات زیباشناسی خاصی را ایجاد کرده است و در نگاه اول ذهن انسان را جذب خودش می‌کند، عمیق‌تر که می‌شویم چشم ما نظاره‌گر



تصویر ۲- کفش‌های نقره‌ای ۱۹۷۴ (۹۳). آکرلیک بر روی بوم، ۴۰×۴۰ اینچ، مجموعه خصوصی. مأخذ: (Meisel, 1989, 191)

نتیجه

نشان از اهمیت آن لایه نسبت به دو لایه دیگر دارد. این تداخل پلان‌های تصویری، مفاهیم بنیادین فضا‌سازی و پلان بندی در نقاشی را به چالش کشانده و تعریف متفاوتی از بُعد، فضا و فاصله در صفحه تصویری به وجود می‌آورد. علاوه بر این، انتخاب ویژه زاویه دید مخاطب در آثار دان ادی را نیز می‌توان مرتبط با مفهوم شیء‌شدگی قلمداد نمود؛ این آثار از منظر پایین به بالا تجسم یافته‌اند، تا بر تقدس و تفوق جایگاه شیء نسبت به ناظر آن تأکید کرده باشند. از این رو، این امر تجلی‌گر وجه ستایش‌گرایانه موقعیت شیء در نظر مخاطب است. در باب سوال دوم، که به رابطه زندگی شهری، فرهنگ مصرفی و شیء‌وارگی در آثار فتورئالیستی دان ادی و عناصر بصری معرف آن طرح گردیده بود، روشن شد که در آثار این هنرمند ثبات و ایستایی اشیاء در برابر ناپایداری تصاویر انعکاسی بیرونی و نورهای متغیر سطح شیشه، که معرف ویژگی عدم قطعیت آن دو لایه است، در قیاس با جایگاه ثابت اشیاء تأکید شده است، این امر تلویحاً بر اصالت شیء در این آثار اشارت دارد. همچنین انتخاب اشیائی که دارای سطوح نقره‌ای و بسیار درخشان هستند و نمایش آنها به روش فتورئالیستی، علاوه بر چالش بصری، به سبب دگرگونی‌های آنی نور و سایه‌ها در این سطوح، کنایه‌ای از تجمل‌گرایی و زرق و برق خیره‌کننده و در عین حال بسیار گذرا و ناپایدار در جامعه شهری و مصرف‌گرای آمریکا است. این نوع از اجراء خصلت زرق و برق اشیاء را در مقام و جایگاه‌های ستایش‌گرانه، قرار می‌دهد. و هنگامی که انسان باور بر برتری جایگاه شیء را تا بدین مرتبت پیدا کند، ناچاراً به ورطه هم‌ذات‌پنداری با شیء خواهد رسید و این همان شیء‌شدگی است و بدین‌سان سرمایه‌داری و صنعت بر روابط انسانی سایه می‌گستراند.

کالا هم ارزش است، هم سرمایه، در دنیای سرمایه‌داری، آنچه قوانین بازار خوانده می‌شود، باعث شده این توهم بین اقتصاددان‌های متعلق به طبقه بورژوا ایجاد شود که ارزش کالاها، ذاتاً به خود کالاها تعلق دارند و بنابراین کالاهای سرمایه‌داری به جادوهایی تبدیل شوند که گویی خود دارای این قابلیت هستند که ارزش مستقل از روابط اجتماعی و اقتصادی داشته باشند. شواهد نشان می‌دهد که شیء‌شدگی ویتترین‌ها در آثار هنرمند فتورئالیست دان ادی، نتیجه سرمایه‌داری و صنعت می‌باشد. دان ادی در نقاشی‌هایش انسان‌ها را که در زرق‌وبرق کالاهای تولیدشده خودشان غرق شده و با آن‌ها درگیر هستند به نمایش درآورده و از این طریق شکل کالایی‌شدن زندگی اجتماعی را نشان می‌دهد. روابط بین اشیاء، روابط میان انسان‌ها را نادیده می‌گیرد و در اقتصاد کالایی، روابط اجتماعی، ضرورتاً شکل شیء به خود گرفته و جز از طریق شیء نمی‌تواند بیان شود؛ و این سرمایه‌داری و صنعت است که روزبه‌روز بر شیء‌شدگی ما می‌افزاید و جامعه و فرهنگ و مذهب در شیء‌شدگیست که منشأ آن از جامعه سرمایه‌داری و صنعت می‌گیرد؛ و شیء‌وارگی فقط «گام بلندی در فرایند عینیت‌یابی» است. این استدلال را نیز می‌توان افزود که فقط مادامی که آدمیان فراموش کرده باشند که واقعیت اجتماعی واقعیتی است بر ساخته شده، این واقعیت می‌تواند دوام پیدا کند. جهت پاسخ به سوال اول پژوهش، که چگونگی نمود شیء‌وارگی ویتترین در آثار دان ادی را مورد پرسش قرار داده بود، مشخص گردید که در این آثار انطباق سه لایه از واقعیت یعنی اشیای پشت ویتترین، سطح شیشه و انعکاس وقایع پویا در خیالیان، از یک‌سو باعث ایجاد همبستگی شکلی و مفهومی بین این سه ساحت شده است و از سوی دیگر تقدم و تأکید بر اشیای پشت ویتترین

پی‌نوشت‌ها

21. Ricardo.
22. Max Weber.
23. Ferdinand Dossoor.
24. Roland Bart.
25. Jacques Derrida.
26. Paul Duhamen.
27. Pierre Bourdieu.
28. Fetishism.
29. Parafilia.
30. C. de Brosse.
31. De Kooning.
32. Pollock.
33. Rothko.
34. Newman.
35. Lichtenstein.
36. Op Art.
37. Thomas Eakins.
38. Photo Realism.
39. Meisel, Louis
40. Goings.

1. Lukacs.
2. History and Class Consciousness.
3. Marx.
4. Friedrich Engels.
5. Fetishism.
6. Pop Art.
7. Neorealist.
8. Superior realism.
9. Magical Realism.
10. Sharp focus.
11. Extremist realism.
12. Hyperrealism.
13. Romantic realism.
14. Pop art.
15. Kitsch.
16. Andy Warhol.
17. Jeff Koons.

۱۸. نک. احمدی، ۱۳۸۳، ۲۰۳.

19. Don Eddy.
20. Smith.

لش، اسکات (۱۳۸۳)، *جامعه‌شناسی پست‌مدرنیسم*، ترجمه شاپور بهیان، انتشارات ققنوس، تهران.
لوکاچ، گئورگ (۱۳۹۶)، *تاریخ و آگاهی طبقاتی*، مترجم محمدجعفر پوینده، تهران: انتشارات بوتیمار.

مارکس، کارل (۱۳۷۸)، *دست‌نوشته‌های اقتصادی و فلسفی ۱۸۴۴*، چاپ دوم، مترجم حسن مرتضوی، تهران: آگاه.

مارکس، کارل (۱۳۸۷)، *سرمایه جلد اول*، مترجم جمشید هادیان، تهران: انتشارات آگه.

محمدی‌وکیل، مینا؛ بلخاری‌قهی، حسن (۱۳۹۵)، جستاری در باب نمود پیکر انسان در هنر معاصر، با تأکید بر نظریات بوردیار، *مجله هنرهای زیبا، هنرهای تجسمی*، دانشگاه تهران، دوره ۲۲، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۶، صص ۹-۲۰.
ملک‌زاده، پری (۱۳۸۹)، نگاهی به نقاشی واقع‌گرا در آمریکا، *مجله جلوه هنر*، دوره ۲، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۳۸۹، صص ۵۷-۶۹.

Hegel, G. (1975). *Philosophy of Religion*, vol. 1, Moscow.

Holbach, Baron. (2013). *The System of Nature; Or, the laws of the moral and physical world*. eBook at www.gutenberg.org

Meisel, Louis K., (1989). *Photo-Realism*, New York: Abradale Press.

The Columbia Electronic Encyclopedia™ Copyright © 2013, Columbia University Press. Licensed from Columbia University Press. www.cc.columbia.edu/cu/cup

41. MCLean.

42. Bechtle.

43. Ingers.

44. Hans Hofmann.

فهرست منابع

آوتویت، ویلیام؛ باتامور، تام (۱۳۹۲)، *فرهنگ علوم اجتماعی در قرن بیستم*، ترجمه حسن چاوشیان، چاپ اول، تهران: نشرنی.

ابراهیمی‌مینق، جعفر؛ امیری، محمد و عامری، مهدی (۱۳۸۶)، *مکتب فرانتفور و نظریه انتقادی (آرا و نظریه‌ها)*، سال اول، شماره ۴، صص ۶۵-۸۶.

احمدی، بابک (۱۳۸۳)، *حقیقت و زیبایی، درس‌های فلسفه هنر*، چاپ هفتم، تهران: نشر مرکز.

پاپنهایم، فرینس (۱۳۸۷)، *از خودبیگانگی انسان مدرن*، مترجم مجید مددی، چاپ اول، تهران: آگاه.

ریتزر، جورج (۱۳۹۳)، *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر تهران*، مترجم: حسین ثلاثی، انتشارات علمی.

ریتزر، جورج (۱۳۹۳)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، مترجم هوشنگ ناییبی، چاپ اول، تهران: نشر نی.

صمیمی، نیلوفر (۱۳۸۵)، *شیء‌شدگی از لوکاچ تا هابرماس، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی*، شماره ۴۱.

کالینیکوس، آلکس (۱۳۸۳)، *درآمدی تاریخی بر نظریه اجتماعی*، مترجم اکبر معصوم‌بیگی، چاپ اول: آگاه.

A Study of Reification Theory in Photorealist Artist Don Eddy's Works

Mina Mohammadi Vakil^{*1}, Atena Forghani², Zahra Pakzad³

¹Assistant Professor, Department of Painting, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran.

²Graduate Master in Painting, Department of Painting, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran.

³Assistant Professor, Department of Painting, Faculty of Art, Alzahra University, Tehran, Iran.

(Received: 24 Jun 2019, Accepted: 3 Mar 2021)

In the works of the Photorealist artist Dan Eddie, objects such as shop windows are an attempt to fade and vulgar reality. In these works, the lack of attention to human presence and human concepts was raised more than any other viewpoint. Marx had previously shown that relation between objects obscure relations between humans; commodity economics, social relations, necessarily form objects, and cannot be expressed except through objects. According to the theory of idolatry, the structure of commodity economics makes, objects a very special social role. The theme of the showcases as a fascinating subject was given to the attention of Edwardian photorealist artist. The objects behind the showcases stared at every visitor with the utmost precision, along with detailing with inexhaustible technique and skill. Glamorous objects can represent the presence of consumer-oriented man and machine and industrial life. Donald Eddy's desire or unwillingness to depict the socioeconomic relations of production relations and their produced objects, and only the aspect of their consumption can be seen at first glance, while beyond this value, the hidden aspect of the goods cannot be seen as these people beside And socializing, have ignored their time and time in producing such goods. As we have said before, in the capitalist society, the produced value of human value is destroyed and the process of exchange in the economy of goods also emerge where humans communicate with one another. It is here that trading begins and disintegrates, and all human relationships become object-oriented. The activity and work of human beings are placed against him, and he dominated it that this realm occurs both in the realm of the realm and in the mental arena. Relationships between objects ignore relations between humans and in the commodity economy, social relations are necessarily the form of an object and cannot be expressed except through the object; in the capitalist world, what is called the laws of the market has caused this illusion between The economists

belong to the bourgeois class are created when the value of goods inherently belong to the goods themselves, and thus capital goods become spells that, as if they, themselves can have value independent of social and economic relations, and this is capitalism and industry. Every day, it adds up to our object and drowns the development of society, culture and religion, which originates from the capitalist society and the industry, is aimed at investigating the object in the works of the photorealist painter. How has the showcase shown in Dan Eddie's works? What is the relation between urban, industrial and object life in the works of Photorealism with which visual elements? The results show that there is an object in the works of the photorealist painter who is in the hidden layers of capitalism and industry, which shows us as an object. The result of capitalism is based on the intrinsic nature of the worker with industrial equipment and products. The research methodology is descriptive, analytical and data collection as documentary, library and digital.

Keywords

Object, Photorealism, Capitalism, Showcase painting, Don Eddy.

* This article has been done as an independent research under the supervision of the first and third authors at Alzahra University.

** Corresponding Author: Tel/Fax:(+98-21) 88037911, E-mail: m.vakil@alzahra.ac.ir