زمانی تئودور آدورنو در نامه‌ای به والتر بنیامین نوشت: «هنر برای هنر*... نیازمند دفاع است.»[۱]این گفته‌ی عجیب و معماگونه از منتقدی مارکسیست بسیار عجیب است، کسی که بارها هنر برای هنر را به نقد کشید. مقصود آدورنو از دفاع چه بود؟ چه نوع دفاعی مد نظر او بوده است؟ هنر برای هنر، با همه‌ی تأکیدش بر خودآیینیِ هنر و نفی کارکرد یا نقش اجتماعی هنر، از قرار بی‌پرده و پیوسته با امر زیبایی‌شناختیِ مارکسیستی سَر ناسازگاری داشته است. زیرا امر زیبایی‌شناختیِ مارکسیستی تابع این مدعای مارکس است که هنر یک شیوه‌ی تولید در میان مناسبات اجتماعی است.[۲] با وجود این، دفاع به معنای تایید نیست. آدورنو برای واکنش‌هایی که در دفاع از هنرِ متعهد، در برابر هنر خودآیین نشان داده می‌شد جایگزین ارائه می‌داد یا آن‌ها را به چالش می‌کشید. آدورنو پی برد که این دوگانگیِ ساده‌انگارانه برخطاست. از این روی، دفاع از هنر برای هنر دربرگیرنده‌ی تحققِ دیالکتیکِ اهمیتِ گریزناپذیرِ خودآیینیِ هنر با جایگاه هنر در میان مناسبات اجتماعی و شیوه‌های تولید است.

تحقق جایگاه دیالکتیکیِ اثر هنری، خاصه، در وضعِ فرهنگیِ سرمایه‌داریِ متاخرْ موضوعیت پیدا می‌کند که در آن هم سوژه‌ها و هم ابژه‌ها خودآیینی خود را در حوزه‌ی زیبایی‌شناختی از دست داده‌اند. ماترک گفته‌ی آدورنو در زمینه‌ی هنر برای هنر هم‌چنان به طرز چشم‌گیری بردوام است چون بر اهمیتِ خودآیینیِ هنر پای می‌فشارد، و این بازگشتِ به شأنِ خودآیینیِ هنر به منظورِ کندوکاو در پست‌مدرنیسم و تجاری‌سازی امرِ زیبایی‌شناختیِ نهفته در سرمایه‌داریِ متاخرْ ضروری به نظر می‌رسد. فردریک جیمسون استدلال می‌کند که آن‌چه او در پست‌مدرن به عنوان «بازگشتِ امرِ زیبایی‌شناختی»

* l'art pour l'art

مطرح می‌کند با «پایانِ امرِ سیاسی» مقارن شده است، و جیمسون به نحوی دیالکتیکی این را پیامدِ «پایان خودآیینیِ هنری، اثر هنری و قالب آن»[۳] می‌داند. به تازگی، نیکلاس براون تصریح کرده است که «آن‌چه صنعتِ فرهنگِ آدورنو را از خودبازنماییِ (self-representation) روزگار اکنون ما متمایز می‌کند همانا این است که هنرـ کالا اینک شق دیگری در برابر خود نمی‌بیند.»[۴] همان‌طور که براون خاطرنشان می‌کند، «به زعم آدورنو، هنرـ کالا یک شقِ امکان‌پذیر یا افق فکریِ سلبیِ دیگری در برابر خود داشت — یعنی همان مدرنیسم.»[۵] براون درست می‌گوید — در وضع سرمایه‌داری روزگار ما، مفهوم هنر به مثابه‌ی «شقِ امکان‌پذیر» محو شده است. این گم‌شدگیِ یک «شقِ امکان‌پذیر یا افق فکریِ سلبی» می‌تواند با مفهوم «پایانِ امرِ سیاسی» جیمسون در این مقوله هم‌ساز شود که سوژه‌ها — تماشاچیانِ [مخاطبان] آثارِ هنری یا خوانندگان متونِ ادبی — دیگر به نظر نمی‌رسد چشم‌انتظار، یا در جستجوی، آن «شقِ امکان‌پذیر» باشند.

بر این مبنا، بحث ما این است که پایانِ خودآیینیِ هنر در پست‌مدرنیسم منجر به پایانِ قابلیتِ سوژه‌ی فردی در تمیزِ فرم هنر از فرم کالا شده است. مفهومِ پایانِ خودآیینی هنر با مفهومِ پست‌مدرنیستیِ «زوالِ سوژه» هم‌جوشی دارد. جیمسون با زیرکی پی‌می‌برد که گفتمانِ پست‌مدرنِ مبتنی بر «زوالِ سوژه» که در آن سوژه‌ی وحدت‌یافته یا فردِ خودآیینِ یکتاْ به افسانه‌ای بدل گشته است، «یک دوراهیِ (dilemma) زیباشناختی» را مفروض قرار می‌دهد. زیرا، آن طور که جیمسون می‌گوید، «اگر عمرِ تجربه و ایدئولوژیِ **خودِ** (self) یکتا به سر آمده، دیگر روشن نیست که درحال حاضر تکلیف هنرمندان و نویسندگان چیست.»[۷] جیمسون به درستی بر گُنگیِ بیان هنریِ فردی انگشت می‌نهد، اما، به نظر، چیزی که در این میان، به همان میزان، حائز اهمیت است فقدانِ درکِ سوبژکتیوِ فردی در امرِ زیبایی‌شناختیِ پست‌مدرن است.

لئون تروتسکی پی‌برد که سوژه نه فقط قادر به درک فرم هنر است، بلکه تجربه‌ی هنری — گرچه حاصلِ روش‌های خاص تولید بوده باشد — با تجربه‌ی فرمِ کالایی هم‌خوان نیست. تروتسکی در ***ادبیات و انقلاب*** خاطرنشان می‌کند، «فرم هنری مشخصا و به میزان بسیار زیادی ناوابسته است، اما هنرمندی که این فرم هنری را خلق می‌کند، و مخاطبی که از آن لذت می‌برد، ماشین‌های توخالی نیستند که یکی فرم را خلق کند و دیگری آن را درک کند.»[۸] آن‌چه تروتسکی به روشن شدن آن کمک می‌کند این است که خودآیینیِ هنر با مناسبات و شرایط اجتماعی هم‌بسته است؛ زیرا هنر برای برخورداری از خودآیینی و استقلال باید به سوژه‌های جامعه وابسته باشد، سوژه‌هایی که هم خلق می‌کنند و هم در فرم‌اش

Problematicaa.com

سهیم هستند. با پایانِ خودآیینی هنر در پست‌مدرنیسم، در واقع، شاهدِ فروکاستِ سوژه (چه در مقام خالق و چه در مقام دریافت‌کننده) به «ماشین توخالی» بوده‌ایم. چناچه جیمسون برحق باشد که پست‌مدرنیسم شاهدِ «بازگشتِ امرِ زیبایی‌شناختی» بوده است، آن‌گاه این ادعای جیمسون جای تأمل دارد که «امروز تولیدِ زیباشناختی عموماً با تولیدِ تجاری یک‌پارچه شده است.»[۹] در فرهنگی که زیرِ بارِ هجمه‌ی بی‌امانِ تصاویر قرار دارد، جیمسون می‌گوید، «اکنون تجربه‌ی زیباشناختی بر همه جا سایه گسترده است و کلِ شئونِ زندگیِ روزانه و اجتماعی را به کام خود فرو برده است.»[۱۰] «بازگشتِ امرِ زیبایی‌شناختی،» در پست مدرنیسم، آنتی‌تزِ مفهومِ هنر برای هنر را عرضه می‌کند که، بنا بر آن‌چه مدعاهای نخبه‌گرایانه می‌توان نامیدش، در پی جداسازی هنر از هنجارهای بورژوایی و واقعیت کثیف، زشت، و پَست شهری و زیستِ صنعتی است. به طور تناقض‌آمیزی، به زعم جیمسون، «بازگشتِ امرِ زیبایی‌شناختیِ» پست‌مدرن خود را «در معنای دقیق فلسفی ... پایانِ خودِ امر زیبایی‌شناختی یا به طور کلی پایانِ زیبایی‌شناسی (aesthetics)»[۱۱] عرضه می‌کند. با این شیوعِ گسترده‌ی امرِ زیبایی‌شناختی، و در مجموعْ تولید فرهنگی که در خلال آن، در واقع امر، همه چیز فرهنگی می‌شود، «مشخصه‌ی امر زیبایی‌شناختی (و حتی خود فرهنگ) لاجرم کم‌فروغ یا به کل نیست می‌شود.»[۱۲] بدین سبب، چنین می‌نماید که بازنگری در مفاهیمِ تکینگی (uniqueness) و خودآیینیِ اثر هنری، صرف نظر از زیبایی آن، به رغم نگرشِ کوتاه‌بینِ پست‌مدرنیسم نسبت به آن‌ها، امری خطیر خواهد بود. «مشخصه‌ی امرِ زیبایی‌شناختی» منوط به دقت نظر در اثر هنری است.

لازمه‌ی شناخت هر دفاعِ امکان‌پذیری از هنر برای هنرْ شناختِ ژرف‌بینانه‌ی هنر برای هنر است. آدورنو در دهه‌ی ۱۹۳۰ به مباحثه در نظریه‌ی هنری پرداخت که یک‌صد سال پیش در فرانسه آغاز گشت. تئوفیل گوتیه* نخستین کسی بود که اصطلاحِ هنر برای هنر را به کار برد تا مدعی شود این اصطلاح آنتی‌تزی است در برابر هدف راستینِ هنر که هر قسم کارکرد اخلاقی یا اجتماعیِ هنر را دربرمی‌گیرد.[۱۳] ایده‌ی زیباشناختیِ هنر برای هنر در انگلستان رواج مضاعف یافت، جایی که از آن جهت مقابله با ارشادگریِ (didacticism) اخلاقی بهره گرفته شد و در ادبیات و هنرِ ویکتوریایی اشاعه پیدا کرد. در انگلستان، از زمانی که این ترم از زبان فرانسه به انگلیسی ترجمه شد، مشهورترین استقبال از هنر برای هنرْ در نقد زیباشناختیِ والتر پیتر صورت گرفت. اصطلاحِ «هنر برای هنر» در جمله‌ی پایانیِ اثرِ بدنام او، ***رنسانس***، نوشته شده به سال ۱۸۷۳، مورد اشاره قرار گرفته است که در آن پیتر مدعی می‌شود مهم‌ترین هدف هنر لذت‌بخشی است و

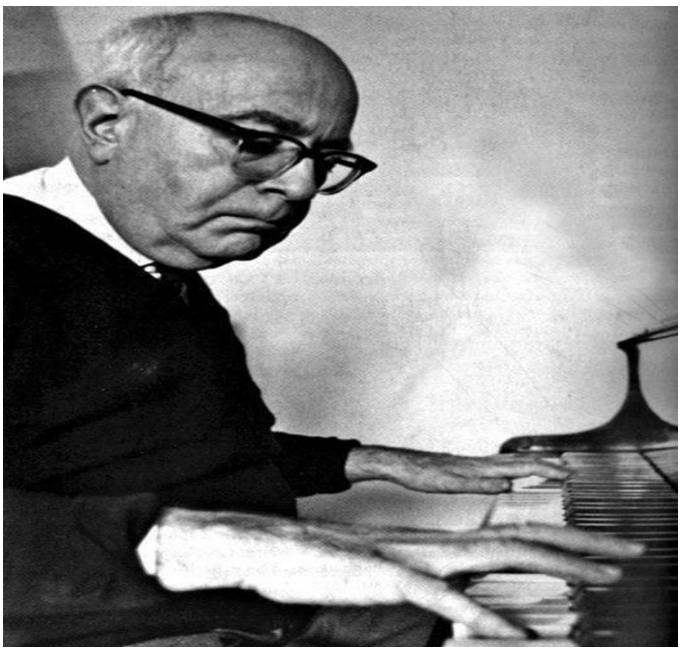
* ***Théophile Gautier***

*****Decadent:*** نام جنبشی ادبی و هنری در اواخر قرن نوردهم

«فراهم نمودن بالاترین کیفیت برای لحظاتی است که در گذر هستند و لاغیر.»[۱۴] در دهه‌ی ۱۸۹۰، ***رنسانس*** برای نویسندگانِ جنبشِ ***دِکِدنت****[*] چیزی در قواره‌ی کتاب مقدس بود.[۱۵] اسکار وایلد از آن به عنوان «کتاب طلایی»[۱۶]اش یاد کرد. نویسندگانِ جنبشِ ***دِکِدنت،*** به تأسی از پیتر، حتی بی‌پرواتر، بر خودآیینی هنر تأکید ورزیدند. امر زیبایی‌شناختیِ هنر برای هنر، از بَدوِ پیدایش، خیزشی بود در برابر وجود بورژوایی. با وجود این، همان طور که متفکرِ مارکسیستِ روس، گئورگی پلخانف، زمانی (انتشار، دوازده سال پس از پایان قرن) در مقاله‌ای در زمینه‌ی هنر برای هنر خاطرنشان ساخت، «گوتیه از ''بورژوایی'' متنفر بود اما، در عین حال، ایده‌ی مغتنم‌بودنِ فرصت برای ریشه‌کنیِ مناسبات بورژوایی را به باد انتقاد می‌گرفت.»[۱۷] پلخانف بر هنر برای هنر، مادامی که نسبت به مناسبات اجتماعی دیدی مصلحانه داشته باشد، نقدی بنیادین مفروض می‌دارد، گرچه به اصول اخلاقیِ بورژوایی نگاهی بنیان‌برانداز داشته باشد. اختلاف، به روشنی، در سطح بالایی از اهمیت قرار دارد. پشتیبانی از خودآیینیِ هنر برای مخالفت با محدودیت‌های اخلاقی بورژوایی بدون التفات به فرآیندهای شی‌انگاری، ایدئولوژی، و هژمونی، که زمینه‌سازِ موجودیتِ آن اخلاقیات هستند، مسئله‌ساز (problematic) خواهد بود. فقدان چنین بینشی می‌تواند تنزلی یک‌باره باشد به آن‌چه فرانتس فانون «بیان‌های زیباشناختی در ستایشِ نظم مستقر»[۱۸] می‌خواند. به عبارت دیگر، برای نمونه، نویسندگان و هنرمندان جنبشِ ***دِکِدنتِ*** پایانِ قرن (*fin de siècle*)، برخلاف طغیانِ زیباشناختی‌شان، در واقع امر، به جهت کناره‌جویی از واقعیتِ مناسبات اجتماعی، به نوعی ستایش‌گران نظم مستقر به شمار می‌آمده‌اند.

یک مورد استثنا اسکار وایلد است که در رساله‌ای طولانی، «***روح انسان زیر نظر سوسیالیسم،***» نشان می‌دهد که چگونه هنر، هنرمند، و فرد در زیر سلطه‌ی «نهادِ مالکیتِ خصوصی»[۱۹] قادر نیستند به درستی پرورش یابند. وایلد، در این روش منحصربه‌فردِ وایلدمآبانه‌اش، سوسیالیسمی ترسیم می‌کند که در آن مفهوم ارزش مصرفیِ مارکس و خودآیینیِ هنر و هنرمند درهم‌می‌آمیزند. «دولت (State) چیزی را می‌سازد که مفید باشد، فرد چیزی را می‌سازد که زیبا باشد.»[۲۰] گویا، در این طرح، کالا موجودیت ندارد؛ مع‌الوصف، وایلد هرگز توضیح نمی‌دهد که آیا این نوع هنر — این ابژه‌های زیبا — به فروش می‌رسند یا نه یا اینکه چگونه به مصرف می‌رسند. شاید پیچیده‌گوییِ وایلد را به واقع بشود در این جمله از مقاله‌ی **ماریون تین** در زمینه‌ی شعرِ پایانِ قرن خلاصه کرد: «زیبایی‌باوریْ درست هنگامی درخور اعتنا دانسته شد که مسائل اقتصادی و مصرف‌گرایی، در خلال سربرآوردن فرهنگ توده در پایان قرن نوردهم، داغ خود را بر هنر نهادند.»[۲۱] آن‌چه ***ماریون تین*** با نام «تناقضِ زیبایی‌شناختی/اقتصادیِ» پایان قرن از آن یاد می‌کند، در واقع، تناقض نه که

دیالکتیکِ جایگاه خودآیینیِ هنر در میان مناسبات اجتماعی و شیوه‌های تولید است.[۳۲] وانگهی، این تناقض محدود به پایان قرن [نوزدهم] نبوده و در مدرنیسم و پست‌مدرنیسم هم، آن‌چنان که جیمسون اشاره کرده است، نمایان بوده است.



می‌شود گفت آدورنو با طرحِ این مدعا در نظریه‌ی زیباشناختی برای دفاع از هنر برای هنر گامی به پیش نهاده است: «هنر به واسطه‌ی ناهم‌سازی‌اش با جامعه است که اجتماعی می‌شود و این جایگاه را تنها در هیئتِ هنرِ خودآیین تصاحب می‌کند... [و] جامعه را صرفاً به میانجیِ موجودیتِ [فی‌نفسه‌ی] خود نقد می‌کند.»[۳۳] از قرار، آدورنو برای آن جنبشِ هنر برای هنری که با جامعه سرِ ستیز داشت، به ویژه جامعه‌ی ویکتوریایی، با نظرداشتِ تاکیدِ مضاغفِ آن بر خودآیینی هنر، جایگاهی مشابه در نظر می‌گیرد. با وجود این، موضعِ آدورنو به وضوح از مفهوم وایلد فاصله می‌گیرد که می‌گوید «هنر هیچ چیزی را بیان نمی‌کند مگر خودش را.»[۳۴] آدورنو تصریح می‌کند که هنر، به میانجیِ تاموتمامِ خودآیینیِ خود، در حالی از جامعه برائت می‌جوید که از آن جداناشدنی است. این مفهوم از خودآیینیِ هنرْ پایه‌گذارِ نوعی دفاعِ مارکسیستی از هنر برای هنر است و گواهی بر سرشتِ دیالکتیکیِ چنین دفاعی؛ زیرا هنر، از سویی، با جامعه ضدیت دارد و، در عین حال، موجودیتشْ محصولی از جامعه است. پرسش این است که آیا هنر می‌تواند با صراحتِ بیشتری با مناسبات اجتماعی ضدیت داشته باشد و هم‌زمان کالایی از مناسبات اجتماعی باشد. بر این پایه، خودآیینیِ هنرْ دروغی است که هنر به خود می‌گوید، دروغی که به نحوی تناقض‌آمیز حقیقتی را دربردارد. هنر، به زعم آدورنو، هرگز به راستی خودآیین نیست مگر آن‌که ضرورتاً از آن ساحت برای انتقاد از جامعه بهره بجوید.

Problematicaa.com

مدعاهای آدورنو در زمینه‌ی نقشِ اجتماعیِ خوآیینیِ هنر با گفته‌های جیمسون در خصوصِ «بازگشتِ امرِ زیبایی‌شناختی» و «پایانِ امرِ سیاسی» در زمانه‌ی پست‌مدرن، که از پایانِ خودآیینیِ هنر منتج می‌شوند، مرتبط است. زیرا امر زیبایی‌شناختی، به معنایی، در پست مدرنیسم، دیگر آن تحققِ براندازانه‌ی خودآیینیِ هنر را دربرنمی‌گیرد. هنر، آن‌گونه که هربرت مارکوزه مطرح می‌کند، به «ضدِ هنر» یا به مفهومِ پایانِ هنر استحاله می‌یابد —— همه‌ی عناوینِ قطعیْ مدعیِ پایانی برای امرِ زیبایی‌شناختی هستند.[۳۵] اما، به طرزی پارادوکسیکال، هم‌چنان که جیمسون در ادامه اشاره می‌دارد، پست‌مدرنیسم شاهدِ سَرریزی از امر زیبایی‌شناختی در تولید کالایی بوده است. از این روی، ممکن است تبلیغاتْ نسبت به آن‌چه آدورنو و مارکوزه «آثار هنریِ اصیل» می‌نامیدندْ از «زیبایی» بیشتری برخوردار باشند. وانگهی، آثار هنریِ معاصرْ ظرفیتِ ایجادِ دردسر و مزاحمت برای وضع موجود را از دست داده‌اند. همان گونه که جیمسون ابراز می‌دارد، «حتی شورشی‌ترین قالب‌های این هنر... از سوی جامعه به گرمی پذیرفته شده‌اند، و برخلاف تولیداتِ پیشینِ مدرنیسمِ والا (high modernism) از جنبه‌ی تجاری موفق هستند.»[۳۶] برجسته‌ترین ویژگیِ نقدِ جیمسونْ تحققِ موفقیتِ تجاری، و به‌تَبعِ آن مالی، این قالب‌های هنریِ نوْ در پست‌مدرن است؛ جلوه‌های بیگانه‌سازِ (alienating) هنرْ بازاری شده‌اند. مارکوزه آن‌گاه که شاهدِ فرهنگ‌پذیریِ مدرنیسمِ والا از «جامعه‌ی تک‌سویه»ی دهه‌ی ۱۹۵۰ و اوایلِ دهه‌ی ۱۹۶۰ بود، چنین چیزی را پیش‌بینی می‌کرد: «آثار هنریِ بیگانه و بیگانه‌سازِ فرهنگِ روشنفکریْ به اجناس و خدماتِ آشنا بدل شده‌اند.»[۳۷]

وقتی موضعِ ضدیتِ با جامعه که در درون آثار هنریِ خودآیینْ نهفته است خیلی تروتمیز و پرجلوه بسته‌بندی و مصرفی می‌شود، آن‌گاه هنر چگونه می‌تواند صرفاً با وجودِ فی‌نفسه‌اش با جامعه ضدیت داشته باشد؟ آیا هنر هنوز قادر است خودآیین باشد؟ چنین به نظر می‌آید که هنر —— فارغ از این که هنوز می‌تواند یا نه —— ناگزیرِ به خودآیین بودن است تا به سوی امرِ سیاسی بازگردد. امر دیالکتیکْ در پی تحققِ آن امر است تا از قِبَلِ آن هنرْ سیاسی شود، به گونه‌ای که در مضمون کمتر سیاسی باشد، آن‌چنان که آدورنو زمانی مباحثه کرد: «در هر گونه‌ای از هنر که هنوز امکان‌پذیر است، نقدِ اجتماعی باید به سطحِ فرم کشیده شود، بدان سبب که این عمل همه‌ی مضامینِ آشکارِ اجتماعی را زیرورو می‌کند.»[۳۸] اما چنین ایده‌ای را باید در روزگارِ کنونی بیشتر سبک‌سنگین کرد؛ زیرا آدورنو در زمانه‌ای از آثار هنریِ مدرنیستی سخن می‌گفت که مباحثه‌های پیرامونِ هنرِ متعهد جای خود را باز می‌کردند. اکنون، چنین به نظر می‌رسد که، در پست‌مدرنیسم،

Problematicaa.com

مفهومِ هنرِ متعهد همان‌قدر منسوخ است که هنر برای هنر. روبرتو شواتز کالاشدگیِ هنر متعهد را در مبحث‌اش راجع به زیبایی شناختیِ [برتولت] برشتی شرح می‌دهد:

«به سادگی می‌شود دید که از دل شگفت‌آورترین کشفیاتِ هنرِ آوانگاردْ به‌کارگیریِ تبلیغات بیرون آمده است، و در آن میانْ شگردهای بازیگریِ برشتی. بالا بردن قدرت درک و فهم که اثرِ بیگانگی [=فاصله‌گذاری] بر آن دلالت دارد، و پیشتر به عنوانِ روش‌های برانگیزنده‌ی نقد و گزینه‌ی آزادی‌بخشِ اجتماعی از آن تعبیر می‌شد، در برابرِ وضعیتِ جدیدِ مصرف‌گرایی تغییرِ معنا می‌دهد و در خدمت تبلیغ برای یک برندِ جدیدِ موادِ شوینده قرار می‌گیرد.»[۲۹]

نه تنها جلوه‌های بیگانه‌سازِ هنرِ آوانگاردْ بازاری شده‌اند که حتی تیزوتندترین جنبه‌ی سیاسیِ زیبایی‌شناختیِ آوانگارد هم می‌تواند کالایی شود و به تَبَعِ آن در برابرِ، به گفته‌ی درستِ شواتز، «وضعیت جدیدِ مصرف‌گرایی» از لحاظ سیاسی برکنار بماند. مقاله‌ی مشهورِ آدورنو، «تعهد،» در دفاع از مفهومِ خودآیینی، زیبایی‌شناختیِ برشتی را به نقد می‌کشد. اما برای تشریحِ اهمیتِ اثرِ هنریِ خودآیین در پست‌مدرنیسم ضروری است دانسته شود که هنرِ آوانگاردِ مدرنیستی و هنرِ متعهد به یک میزان در بازار حل شده‌اند.

۷

در پست‌مدرنیسم، مسئله چندان به چگونگیِ خلقِ اثرِ هنری — خواه از دیدگاه هنرِ متعهد یا از دیدگاه هنرِ خودآیین — برنمی‌گردد بلکه بیشتر به چگونگیِ دریافت یا تعبیر اثرِ هنری برمی‌گردد. بنابراین، در زمانه‌ی ما یا جامعه‌ی پست‌مدرن، مسئله‌ی زیباشناختیْ مسئله‌ی سوژه است؛ مصرفِ هنر همان‌قدر مسئله شده است که تولیدِ هنر. از دیدگاه جیمسون، پایانِ اثرِ خودآیین به راهی کشیده می‌شود که در آن توجه از دریافتِ راستین و درستِ ابژه‌ی هنری دور شده و به «جانبِ سوبژکتیویته [ذهنیت] میل می‌کند.»[۳۰] اما شکلِ خاصِ سوبژکتیویته‌ی مدِ نظرِ جیمسون — لابد یک سوبژکتیویته‌ی پست‌مدرن؟ — دامنه‌ی محدودی دارد؛ زیرا جیمسون یک تجربه‌ی زیباشناختیِ سوبژکتیو از «نمونه‌ی گسترده‌ای از احساسات، اثرگذاری‌ها، و عواملِ تحریک حواس» را مفروض می‌گیرد که در نگاه اول به نقدِ امپرسیونیستیِ پیتر شبیه است که بر «خودِ تجربه»[۳۱] تاکید دارد. با نگاهی نزدیک‌تر آشکار می‌شود که، برخلافِ تجربه‌ی زیباشناختیِ پیتری، «زندگیِ جدیدِ احساسِ پست‌مدرن» بیشتر به تجربه‌ی حسیِ محیطِ شهریِ معاصر، با بیلبوردها، نورافشانی‌ها، و تبلیغاتِ پرزرق‌وبرقش نزدیک است.[۳۲] جیمسون با زیرکی فرض را بر این می‌گیرد که «بازگشتِ امرِ زیبایی‌شناختیِ» پست‌مدرنْ نه بر پایه‌ی «حالت‌مندی‌هایِ (modalities) ویژه‌یِ زیباشناختی» که بر اساسِ «پیش‌آمدهایی در پیوستارِ زندگیِ پسامعاصر و شکاف‌ها و روزنه‌های موجود در نظامِ دریافتِ سرمایه‌داریِ متاخر»[۳۳]است. در پست‌مدرنیسم، تجربه‌ی

زیباشناختیْ بیشتر مواقع بر مبنای دریافت نیست، بلکه بر مبنای جریانی (با وام گرفتن از جیمسون) از محیط‌های مکانیِ سرمایه‌داری متاخر. جیمسون تشبیهی جالب به دست می‌دهد: راه رفتن در میانِ یک موزه که شخص به تک تک آثار توجهی نمی‌کند بلکه یک تصویرِ کلیِ «گذرا» از رنگ‌ها و سایه‌ها در نگاهش شکل می‌گیرد.[۳۴]

از قرار، پیتر از خطرِ سرریزِ حسیْ آگاه بوده زمانی که می‌نوشته، «در نگاهِ نخست، تجربهْ ما را زیرِ آماجِ بی‌امانِ ابژه‌های بیرونیْ دفن می‌کند.»[۳۵] راه‌حلِ مشهورِ پیتر این بود که «همیشه با شعله‌ای هم‌چون اخگرِ سوزان و فروزندهْ بسوزانید» و این اثربخشی‌ها را به کامل‌ترین وجه تجربه کنید.[۳۶] پرسشِ پیتر — «ما چگونه قادر خواهیم بود که شتابان از نقطه‌ای به نقطه‌ی دیگر در گذر باشیم و همواره در بطنْ حضور داشته باشیم، یعنی جایی که بیشترین شمارِ نیروهایِ حیاتی با ناب‌ترین توانْ گِرد آمده باشند — به نظر، خودْ نیرویی حیاتی است برای به پرسش کشیدنِ «زندگیِ جدیدِ احساسِ پست‌مدرن.»[۳۷] نگرشِ پیتر مبنی بر «دفن [شدن] زیر آماجِ بی‌امانِ ابژه‌های بیرونی» امروز، در فرهنگِ کالاییِ سرمایه‌داریِ متاخر بیشتر درخورِ اعتنا است که در آن ابژه‌ها و (تصاویر) ما را دربرگرفته‌اند و همیشه بر فرم کالایی دلالت می‌کنند [بازنماییِ فرمِ کالایی]. بنابراین، با بازگشتِ به نقدِ امپرسیونیستیِ پیتر، و تاکیدش بر هنر برای هنر، می‌توان آگاهیِ حسی و تجربه‌یِ زیباشناختیِ برآمده از حواسی را احیا کرد که در پست‌مدرنیسم به دستِ بازارْ قلب شده و غالب گشته‌اند. و این فقط پرسش از موزه نیست، بلکه از خیابان است؛ باید به پرسشِ پیتر بها داده شود و آن را در برابرِ کالاشدگیِ امرِ زیبایی‌شناختی (و فرهنگ) نشاند: ما چگونه می‌توانیم «همواره در بطن حضور داشته باشیم؟»

راه‌حلِ آدورنو برای آن‌چه او، هم‌چون جیمسون، محدودیت‌های تجربه‌ی سوبژکتیوِ هنر می‌داند ْ «لرزش» (shudder) است؛ «لرزش» در برابرِ «ایده‌ی متداولِ تجربه» ایستادگی می‌کند زیرا باعثِ «وَارفتگیِ ***من*** (I) می‌شود که، چون فروبلرزد، محدودیت و کرانمندی خود را درمی‌یابد.» از نظر آدورنو، تجربه‌ی فردیِ هنری سرانجام از شکلِ فردی‌اش فراتر رفته و جداییِ بینِ فرد و جامعه و واقعیتِ ابژکتیو [عینی] را نفی می‌کند. با این وجود، هم‌چنان که آدورنو بیان می‌دارد، «***من*** نیازمندِ مزاحمت نیست بلکه محتاج حد بالایی از کشمکش است» تا اینکه «لرزش» اثرگذار باشد.[۳۸] چنین اثری که، به نظر، به مفهومِ [کانتیِ] امر والا (Sublime) شبیه است، گویی در پست‌مدرنیسم امکان‌پذیر نیست.[۳۹] به طرز تناقض‌آمیزی، افراد نه تنها بسیار موردِ مزاحمتِ فرهنگِ تصویری قرار می‌گیرند که در عین حال به دلیل چیزی مانند «لرزشِ» آدورنو با پیرامون خود در سطح بالایی از کشمکش هستند تا به مثابه‌ی تجربه‌ای زیباشناختی نقش ایفا کنند. سوژه‌ی مرکززدوده‌ی (decentered) پست‌مدرن در جهانی از ابژه‌ها مرکززدایی شده است. تری ایگلتون

سرشتِ این فرآیندِ مرکززدایی را چنین شرح می‌دهد: «سرمایه‌داری، مُدام، در حوزه‌ی ارزش‌ها به سوژه مرکزیت می‌دهد، فقط به این دلیل که از آن در قلمروی چیزها مرکززدایی کند.»[۴۰] سرمایه‌داریِ متأخر خاصه از سوژه در میانِ قلمروی چیزهای فرهنگیْ مرکززدایی می‌کند، فرهنگی که خود دارد کالا می‌شود. تجربه‌ی فضای شهری، یا به بیانی بهتر مرکزخریدهای حومه‌ی شهر، دارد شکل موزه به خود می‌گیرد. به روشنی و فراوانی نمایان است که آن‌چه موجبِ مزاحمت است، در مرتبه‌ای پراهمیت‌تر، موجب کشمکش است. فقدانِ فضای فردی در تجربه‌ی پست‌مدرنْ جایگاه این کشمکش است: فقدانی از فضای فردی وجود دارد که در آن یک اثرپذیری سویژکتیو حقیقتا می‌تواند تجربه شود؛ گویی هر فضایی، حتی فضایِ به‌اصطلاح «خصوصی» به تسخیرِ تصویر درآمده است. فضاهایِ عمومی — خیابان‌های شهری — گرچه در ظاهر عمومی هستند، به مثابه‌ی مالکیت خصوصی تجربه می‌شوند؛ خیابان‌ها غرقِ در تبلیغات شده‌اند و شبیه رگ‌هایی هستند که در کالبدِ کالاییْ پخش شده‌اند. لحظه‌ای که شخص با هر شکل از رسانه درگیر می‌شود، همه‌ی فضاهای «خصوصی» مورد هجوم واقع می‌شوند. کشمکش، بنابراین، نوعی اضطراب است. این به معنای بازگشتِ امر سرکوب‌شده نیست؛ برعکس، این کشمکشْ آن‌چه را که مارکوزه «جنبه‌های رهایی‌بخش» در«فرمِ زیباشناختی» می‌داند از بنیاد سرکوب می‌کند. سیطره‌ی تصاویر و متونی که به فرد توصیه می‌کنند چگونه نگاه کند، چگونه عمل کند — و در نهایت چگونه به یک خودِ کالایی بدل شود — هر دم عرصه را تنگ می‌کند و می‌کوشد حاکم بلامنازع واقعیت باشد. پس‌راندنِ واقعیتِ ابژکتیوْ زوالِ واقعیتِ سوبژکتیو را پیش می‌اندازد و به تَبَعِ آن، همه‌ی جنبه‌های رهایی‌بخشِ آثارِ هنری از میان می‌روند. آن‌چه نگارنده به عنوانِ «کشمکش» ترسیم کند، جیمسون به شکلِ «هم‌زیستیِ فراگیرِ بینِ انگیزه‌ی مخرب یا منفی و دگردیسیِ فرهنگیِ آن به سوی ''لذت'' و ''هیجان'' در سرمایه‌داریِ متاخر»[۴۲]توصیف می‌کند. دگردیسیِ از کشمکش به «لذت» و «هیجانْ» علتِ تجربیاتِ حسیِ کم‌مایه‌ی هنری را تشریح می‌کند که جیمسون در سوبژکتیویته‌ی پست‌مدرن می‌یابد. هر کدام از «جنبه‌های رهایی‌بخش» که ممکن است در یک اثر هنری وجود داشته باشد می‌تواند به راحتی سرکوب شود و در میانِ حسانی‌گریِ (aestheticization) کالا به شکلِ «هیجان» تصعید [والایش] شود.

تجربه‌ی «لرزشِ» آدورنو در میانِ بی‌شمار نمونه‌هایی که بنیامین «تجربه‌ی تکان‌دهنده»[۴۴] می‌نامید هر دم دشوارتر می‌شود. «تکان‌دهنده» یا «لرزش» در اثرِ تجربه‌ی «آثارِ مهم» هنری ایجاد می‌شدند.[۴۵] بنیامین، اما، از امر تکان‌دهنده‌ای که فضای مدرنِ شهری تولید می‌کرد آگاه بود. به زعم بنیامین، «هر چه سهمِ عاملِ امر تکان‌دهنده در برداشت‌های

Problematicaa.com

خاص بیشتر باشد، باید آگاهیِ همواره بیشتری را مد نظر داشت که به شکلِ حائلی در برابر انگیزه‌ها قرا بگیرد.»[۴۶] تمرکز و آگاهیِ بیشترْ بی‌چندوچون همان چیزی است که در پست‌مدرنیته به آن نیاز است و به سختی هم به دست می‌آید. در واقع، آن‌چنان که جیمسون ابراز می‌دارد، لازم است که «هم‌زیستیِ فراگیر» موردِ بحث او را به عنوان پیامدِ عاملِ امرِ تکان‌دهنده دانست.[۴۷]

افزون بر این، این کشمکشْ سیمپتومِ [دردنشانِ] بیگانگی است، سیمپتومِ غریبه‌شدنِ هنر با چیزی است که مارکوزه آن را «فرمِ بیگانه‌سازِ» هنر می‌نامد.[۴۸] زمانی که تبلیغات از امرِ زیبایی‌شناختیِ شیوه‌های پیشینِ تولیدِ هنرْ بهره می‌برد، وقتی بازتولیدِ انبوه تصاویرِ هنری به بدترین نوعِ بت‌وارگیِ کالایی، به گونه‌ای که بنیامین نمی‌توانسته پیش‌بینی کند، تنزل کرده است، آن‌گاه امرِ زیبایی‌شناختی تهی و بی‌مایه می‌شود. سوژه، از این روی، چیری ندارد که دریابد. همان‌طور که مارکس پی برد، سوژه همان‌قدر توسط تولید خلق می‌شود که توسط ابژه: «ابژه‌ی هنری — مانند هر محصولِ دیگری — مردمی خلق می‌کند که به هنر حساس است و از زیبایی لذت می‌برد. بنابراین، تولید نه تنها یک ابژه برای سوژه که هم‌چنین یک سوژه برای ابژه خلق می‌کند.»[۴۹]

با کنارهم‌گذاشتنِ نگرش مارکس نسبت به تولید و مفهومِ جیمسون مبنی بر این که پایانِ خودآیینیِ هنر منجر به زوالِ ابژکتیویته به نفعِ شکلی از سوبژکتیویته‌ی برساخته از احساسِ سطحی می‌شود، مبرهن است که پایانِ خودآیینیِ هنر به زوالِ سوژه می‌انجامد. چون سوبژکتیویته‌ای که، بنا بر تشخیص جیمسون، به جایِ ابژکتیویته می‌نشیند، در واقع، ابدا سوبژکتیویته نیست. چنین سوبژکتیویته‌ای همان‌قدر سطحی است که «سطحی‌بودگی» که جیمسون از هنرِ پست‌مدرن دریافت می‌کند که در آن نوعِ «جدیدی از کم‌مایگی» به جایِ «امرِ زیبایی‌شناختیِ بیان» قدیمی‌تر می‌نشیند.[۵۰] پایانِ خودآیینیِ هنرْ شرایطی خلق کرده که عاری از سوژه و ابژه است. بنا بر نظریه‌ی پست‌مدرن، هم سوژه و هم ابژه به دال‌های فرهنگی بدل شده‌اند، اما آن‌ها در قلمروی امرِ زیبایی‌شناختی (و البته امر سیاسی) به تولیداتِ مصرف و نیز محصولاتِ تولید بدل شده‌اند. هنرْ محصولی تولیدی است و محصولی برای مصرف. در این «زندگیِ جدیدِ احساسِ پست‌مدرن،» سوژه به محصولی مصرفی بدل شده است؛ سوژه بیشتر از آن که توسط تولیدِ هنری خلق شود توسط مصرفش خلق می‌شود. مارکوزه در ***انسان تک‌سویه*** ابراز می‌دارد که «مردم خود را در کالاهای‌شان می‌شناسند.»[۵۱] اکنون، در پست‌مدرن، این امر بیشتر نمود دارد؛ درون‌نگریِ (inwardness) فردی با مصرفِ بی‌وقفه‌ی فرهنگ به شکل کالا است که تعریف می‌شود. آثارِ هنری، آن‌چنان که جیمسون بیان می‌دارد، نه به مثابه‌ی ابژه بلکه به عنوانِ

Problematicaa.com

حواسِ سوبژکتیو تجربه می‌شوند. و این حواسِ سوبژکتیو، از نظر فرهنگی، توسطِ فرهنگِ تصویری و فرمِ کالایی تَعیُن می‌پذیرند.

اکنون، سوبژکتیویته و ***امرِ زیبا***، به نحو تناقض‌آمیزی، نسبت به زمانی که هنر برای هنرْ سوبژکتیویته و ***امرِ زیبا*** را آیین خود می‌دانست، از اهمیتِ بیشتری برخوردار است. «لرزش» آدورنو، با توجه به شباهتش به ***امر والا***، دیگر قادر نیست بر سر همان طریقی باشد که زمانی نقش ایفا می‌کرد. جلوه‌های بیگانه‌سازیِ ***امرِ والا***ی متعلق به مدرنیسم والا، در سرمایه‌داری متاخر، کالایی شده‌اند. سوبژکتیویته هم، به تبع، اسیرِ تولیدِ زیباشناختیِ سرمایه‌داریِ متاخر شده است که، به گفته‌ی جیمسون، «با تولید کالاییْ یک‌پارچه» شده است.[۵۲] در زمانه‌ای، سوژه به سادگی توسطِ ابژه‌ها شیئیت می‌یافت — همان چیزی که گئورگ لوکاچ با عنوانِ «کالاـساخت» به آن اشاره می‌کرد — اما اکنون، در پست‌مدرن، از طریقِ ابژهایی شیئیت می‌یابد که خودْ شیئیت‌یافته هستند.[۵۳] ابژه‌ی هنری در هیئتِ ابژه‌ای شیئیت می‌یابد که عاری از شانِ ابژکتیوِ خود — خودآیینیِ خود — است.

مارکوزه، در ***بُعدِ زیباشناختی***، در بحثِ بنیادِ خودآیینیِ هنر، اذعان می‌دارد که «پتانسیلِ سیاسیِ» هنر به صراحت در خودِ فرمِ هنر جای گرفته است.[۵۴] ضرورتی ندارد که هنر از پیامِ سیاسی و اجتماعیِ صریح برخوردار باشد؛ پیامِ هنریْ در خودِ فرم وجود دارد زیرا هنر به واسطه‌ی سرشت و فرمِ زیباشناختی‌اش با واقعیت ضدیت دارد. آن‌سان که آدورنو خاطرنشان می‌کند، هنر با وجودِ فی‌نفسه‌اش با جامعه ضدیت دارد. به زعمِ مارکوزه، هر «اثرِ هنریِ اصیلْ» بالقوه انقلابی است زیرا کیفرخواستی برعلیه واقعیتِ تثبیت شده است.[۵۵] و مارکوزه این واقعیت را در کنارِ واقعیتِ خودِ هنر می‌نشاند: «حقیقتِ هنر در قدرتش برای درهم‌شکستنِ انحصارِ واقعیتِ تثبیت‌شده (به بیان دقیق، انحصارِ کسانی که آن را تثبیت کرده‌اند) نهفته است تا [به‌پشتوانه‌ی آن] به تعریف آن‌چه واقعی است بپردازد. در این گسست، که دست‌آوردِ فرمِ زیباشناختی است، جهانِ خیالیِ هنر به مثابه‌ی واقعیتِ راستین تبلور می‌یابد»[۵۶] اگرچه مارکوزه با وام‌گرفتن از فروید، در این پیام — با تاکید بر «کسانی که» واقعیت را «تثبیت کرده‌اند» — روشن‌می‌دارد که این تعریفِ واقعیتْ همان اندازه بر مناسبات اجتماعی متکی است که بر اصلِ واقعیتِ فرویدی. هنر از قدرتی برخوردار است که، به جهتِ دیدِ نفی‌نگرش به «واقعیتِ تثبیت‌شده،» موجبِ تغییر، نه به طور مستقیم در مناسبات اجتماعی، که در آگاهی می‌شود. به نظر آدورنو، به سببِ این قابلیت در تغییرِ آگاهی، هنرِ خودآیین به خودیِ خود از نظرِ اجتماعی سازنده است؛ هر پراکسیس یا تغییرِ

Problematicaa.com

اجتماعیِ ممکن که برآمده از هنر باشد ناشی از ارشادگری یا مجادله یا، به گفته‌ی آدورنو، «سخن‌سرایی» نیست بلکه نتیجه‌ی کم‌وبیش ناپیدای دگرگونی در آگاهی است.[۵۷]

این انگاره‌ی دگرگونیِ آگاهیْ در متنِ تجربه‌ی زیباشناختی است که مارکوزه را برآن‌می‌دارد تا مدعی شود که هنرْb برای هنر است: «هنر مادامی ''هنر برای هنر'' است که فرمِ زیباشناختیْ از سویه‌های تابوگشته و سرکوب‌شده‌ی واقعیتْ پرده‌دری کند: جنبه‌های رهایی‌بخش.»[۵۸] مارکوزه از شعرِ مالارمه به عنوان نمونه‌ای از این جنبه‌های رهایی‌بخش یاد می‌کند: «این اشعارْ شیوه‌ی ادراک، خیال‌ورزی، اشارات را فراچشم می‌آورد — بزمی از حس‌انگیزی که تجربه‌ی هر روزه را فرومی‌پاشد و گونه‌ای از اصلِ واقعیتِ متفاوت را پیش‌بینی می‌کند.»[۵۹] اهمیتِ محکومیتِ واقعیتِ تثبیت‌شده از جانبِ هنر پیش از این تشریح شده است، اما آن‌چه بیش از همه در این فقره روشنگر استْ تاکید مارکوزه بر «حس‌انگیزی» است. شعرِ مالارمه که در هیئتِ «بزمِ حس‌انگیزی» قادر به تحول در دریافت‌ها و آگاهی ماست تاکیدِ پیتری بر اثرگذاریِ حسیِ زیباشناختیِ را به یاد می‌آورد.

پیتر در «نتیجه‌گیریِ» ***رنسانس*** توصیه می‌کند که «هر شورِ شگرف را به کف آرید یا هر دهشی از دانش را در فراسویی بلند هم آن‌چه برای دمی جان را رهایی می‌بخشد و هوش و حواس را برمی‌جهاند.»[۶۰] در چشمِ پیتر، هم‌چون مارکوزه، حس‌انگیزی و رهایی‌بخشی به‌هم‌پیوسته هستند. پیتر شخص را فرامی‌خواند تا به هر چیزی که باعثِ برانگیختنِ حواس می‌شود یا هر معرفتی که باعثِ رهایی‌بخشی می‌شود چنگ زند. مارکوزه در کاربستِ فرمِ زیباشناختیِ مالارمه ظرفیتِ رهایی‌بخشی می‌یابد که یادآورِ تجربه‌ی حسی است که تجربه‌ی هر روزه و استیلای آگاهیِ غالب را ازهم‌می‌گسلد. بر این پایه، پیتر و مارکوزه تجربه‌ی خوشایندِ هنری را محرکی می‌بینند که پاره‌هایی از اشکالِ رهایی‌بخش را بسیج می‌کند.

امرِ رهایی‌بخشی که پیتر از آن یاد می‌کند، به احتمال زیاد، غیرسیاسی است. بندِ درخشانِ ***رنسانسِ*** پیتر می‌گوید: «شورِ شعری، شوقِ زیبایی، عشق به هنرِ فی‌نفسهْ سرشار از این خردمندی است، زیرا هنر به سوی شما می‌آید تا بی‌پرده ندا دهد که به هیچ چیز تمسک نجویید مگر والاترین کیفیت برای لحظاتی که در گذر هستند، فقط برای همان لحظات.»[۶۱] گرچه این مقاله در پی آن نیست که برله یا علیه وفاداری سیاسی پیتر بحث کند، واضح است که این مفهوم از هنر در این فقره با تجربه‌ی سوبژکتیو آغاز می‌شود و با آن پایان می‌یابد. هیچ سخنی از سهم‌پذیریِ هنر در قبالِ رهاییِ جمعی وجود ندارد. آزادیِ فراخوانده‌شده در گفته‌ی پیشینِ او مبنی بر جستجویِ شناختی که موجبِ رهایی شخص شود اکنون پیداست

Problematicaa.com

که نوعی آزادیِ فردی است که اساسا بر مبنای زیبایی و لذت بنا شده است، زیبایی و لذت در «بالاترین کیفیت.» از این روی، زیبایی‌شناختی پیتری، به نظر، با مفهومِ پتانسیلِ سیاسیِ مارکوزه در تضاد است.

با وجود این، مارکوزه تجربه‌یِ سوبژکتیو را انکار نمی‌کند. برعکس، مارکوزه تجربه‌ی سوبژکتیو را به چشمِ «نیرویی ستیزه‌گرِ (antagonistic) در جامعه‌ی سرمایه‌داری»[۶۲] نگاه می‌کند. مارکوزه، در آغازِ ***بُعدِ زیباشناختی***، به مخالفت با «تفسیرِ سوبژکتیویته در حُکمِ مفهومی ''بورژوایی''» نزدِ مارکسیستِ راست‌کیش می‌پردازد و آن را از نظر تاریخی «مساله‌دار» می‌داند.[۶۳] مارکوزه می‌گوید:

«اما حتی در جامعه‌ی بورژوایی، اصرارِ بر حقیقت و راستیِ درون‌نگریْ واقعا ارزشی بورژوایی نیست. با پذیرشِ درون‌سوییِ [میلِ به درون‌داشتنِ] سوبژکتیویته، فرد از شبکه‌ی مناسباتِ مبادله‌ای و ارزش‌های مبادله‌ای خارج می‌شود، از واقعیتِ جامعه‌ی بورژوایی کناره می‌گیرد، و به سویه‌ی دیگری از وجود (existence) وارد می‌شود. در واقع، این رهایی از قیدِ واقعیتْ به تجربه‌ای راه کشید که می‌توانست (و توانست) به نیرویی پرقدرت بدل شود تا ارزش‌های غالبِ واقعا موجودِ بورژوایی را از اعتبار ساقط کند، یعنی چرخشِ مرکزِ ثقلِ تحققِ فردی از قلمروی اصلِ کارایی و انگیزه‌ی سودجویی به سوی منابعِ درونی انسان: شوروشوق، خیال‌ورزی، وجدان.»

مارکوزه تجربه‌ی درونیِ سوبژکتیو را در درونِ قلمروی رهایی‌بخش جای می‌نهد. او دست به دگرگونی مفهومی از درون‌سویی می‌زند که آن را با مفهومِ موفقیت و دست‌آوردِ فردی در چهارچوبِ اصلِ تقسیمِ کار مرتبط می‌داند. برعکس، آن شکلِ رهاشدگی از ارزش‌های بورژوایی که در چهارچوب پذیرفته‌شدنِ سوبژکتیویته‌ی خودِ فردْ قرار می‌گیرد در عمل می‌تواند باعث دست‌شستنِ فرد از چنین ارزش‌هایی بشود. نوعی از درون‌سویی که مارکوزه در این فقره وصف می‌کند —— که در آن سوژه می‌تواند در عمل از مناسبات مبادله‌ای خارج شود —— می‌تواند به سوژه‌ی فردی کمک کند تا فرمِ زیباشناختی را از فرم کالایی تمیز دهد.

هنر به میانجیِ پیوندش با امر سوبژکتیو، چه در حالتِ تجربه و چه در حالتِ آفرینش، به مقامی می‌رسد که نظمِ مستقرِ واقعیت را، حولِ محورِ دگرگونیِ آگاهی، تغییر دهد. آیا این درست همان سرشتِ سوبژکتیویته‌ای نیست که پیتر در ***رنسانس*** از آن سخن می‌گوید و به شرحِ اثربخشیِ سوبژکتیوِ اثرِ هنری می‌پردازد و می‌پرسد، «سرشتِ من چگونه توسطِ حضورش، و تحتِ تاثیرش، دگرگون می‌شود»؟[۶۵] پیتر به توانایی هنر در تغییردادنِ آگاهی واقف بود. با این حال،

باور پیتر به حقیقتِ اثربخشیِ سوبژکتیو — تجلی‌یافته در این رهنمودش: «تا فرد اثربخشیِ خود را آن‌سان که واقعا هست بشناسد» — ناگزیر این پرسش را پیش می‌کشد که چگونه این اثربخشی و، به تَبَعِ آن، خودِ این سوبژکتیویته خلق می‌شود.[۶۶] آیا چنین چیزی به منزله‌ی «اثربخشیِ خودِ فرد» است، یا آیا چنین اثربخشیْ محصول ایدئولوژی است؟ مفهومِ «درون‌سویی» مارکوزه، بدین سان، باید موردِ پرسش قرار گیرد. چنان‌چه سرمایه‌داری، و مناسباتِ اجتماعیِ سرمایه‌داری، است که سوژه را می‌سازد، آن‌گاه خودِ مفهومِ «درون‌سویی» همیشه در معرضِ شی‌شدگی قرار می‌گیرد. وانگهی، آیا چنین مرتبه‌ای از «درون‌سویی» قادر است در فرهنگی که موردِ هجوم کالا قرار گرفته وجود داشته باشد؟ چنین پرسش‌هایی برای هر جای‌گذاریِ فرد در تحلیل فرهنگی حیاتی است؛ با وجود این، مشوقِ پیتر، به نظر، اکنون، در جامعه‌ای تحتِ تسلطِ تصویر، بیشتر به چشم می‌آید. کوشش در جهتِ شناختنِ «اثربخشیِ فرد آن‌سان که واقعا هست،» در فرهنگی که درآن همه چیز فرهنگی می‌شود، چه‌بسا عملی در پراکسیس و عملی در خودش است.

آدورنو با نگاهی انتقادی‌تر به واکنشِ سوبژکتیوِ فردی به هنر، تا آن‌جا پیش‌می‌رود که ادعا می‌کند «حواسِ وایلدْ پیش‌درآمدهای صنعتِ فرهنگ بود.»[۶۷]زیرا آدورنو، احتمالا نوعی پسش‌بینیِ وضعیتِ فرهنگیِ پست‌مدرن، مدعی می‌شود که «با گسترشِ دامنه‌ی انگیزه‌های زیباشناختیْ این انگیزه‌ها آلتِ دست می‌شدند؛ آن‌ها مستعد بودند تا برای بازارِ فرهنگیْ به تولید برسند.[۶۸] نگرشِ آدورنو به دست‌کاریِ انگیزه‌های زیباشناختی در جهتِ مبادله‌ی نهایی این انگیزه‌ها در فرمِ کالاشده، در واقع، آن چیزی است که در فرهنگِ کالایی و تصویری ما رخ داده است. و اما به سخره‌گرفته‌شدنِ امرِ زیباشناختیِ هنر برای هنر از سوی آدورنو به دلیلِ ستایشِ آن از حسِ فردی چه در خودِ هنر و چه نقد — گرچه در یک تراز— به تأمل در بابِ تولیدِ زیباشناختیِ پست‌مدرن ارتباطی ندارد. آدورنو با طرح این مدعا که خوگیریِ هنر با دَم‌دَمی‌ترین واکنش‌های فردیْ ریشه در شیئیت‌یافتگیِ این واکنش‌ها دارد، به صراحت از نویسندگانی چون وایلد خرده‌می‌گیرد که در پی برانگیختنِ واکنشِ حسیِ خوانندگان بوده‌اند.[۶۹] این پافشاری بر امرِ سوبژکتیو در مقوله‌ی هنر (و در واکنش‌هایِ فردی نسبت به هنر) موجبِ جداییِ اثرِ هنری از ابژکتیویته‌ی [عینیتِ] خود می‌شد: «بِدان حد که اسمِ شبِ هنر برای هنرْ صورتکی بود بر چهره‌ی مخالفش.»[۷۰] در وجهی واحد، گفته‌های آدورنو، به نظر، در راستایِ مفاهیمِ جیمسون در خصوصِ زوالِ ابژکتیویته به سودِ سوبژکتیویته [ذهنیت] باشد که سرشار از «یک نمونه‌گیریِ تصادفی اما گسترده از حواس» است.[۷۱] با وجود این، همان‌طور که جیمسون ابراز می‌دارد، زوالِ ابژکتیویته در پست‌مدرن پیامدِ پایانِ خودآیینیِ هنر است در حوزه‌ی تجربه و تولیدِ زیباشناختی. باید خاطرنشان شود که آدورنو، به رغمِ همه‌ی انتقادهای‌اش

Problematicaa.com

به هنر برای هنر، ابراز می‌داشت که هنر برای هنر نیازمندِ دفاع است؛ می‌توان اذعان داشت آدورنو بزرگترین نظریه‌پردازِ خودآیینیِ هنر بود. آدورنو به درستی پی برد که خودآیینیِ هنر همانا ابژکتیویته‌ی آن است و به همین دلیل بود که او می‌گفت هنر برای هنرْ «صورتکِ مخالفش» شده است، در همان حال که به صرافت افتاده است تا تجربه‌ی حسیِ فردی را تا بالاترین حد ارضا کند. این امر که انگیزه‌های زیباشناختی، آن‌سان که آدورنو توصیف می‌کند، در گستره‌ای بزرگ آلتِ دست شده‌اند، سوبژکتیویته‌ای کم‌مایه خلق می‌کند، در همان حال که اثرِ هنریِ خودآیین، هم‌پای آن، ضربه‌ی کاری‌اش را دریافت کرده است، تناقضی آشکار را برملا می‌کند.

انتقادهای آدورنو به «احساساتِ وایلد» نخواهد توانست «زندگیِ جدیدِ احساسِ پست‌مدرن» را نقض کند، چون «احساساتِ وایلد» با ***درهم‌ریختگیِ*** (randomness) احساساتِ پست‌مدرن قابل مقایسه نیست. در نظرِ زیبایی‌شناسانِ پایانِ قرن، ابژه‌ی هنریْ نه به صورتِ «گذرا» بلکه، آگاهانه، مفصل و تام‌وتمام دریافت می‌شد. بر این مبنا، هنر برای هنر نه فقط اثرِ هنری که احساسِ هنری را هم بت‌واره کرد؛ و هنر برای هنر خود را بت‌واره کرد و ارتباط انکارناپذیرش با مناسبات اجتماعی و تولیدِ فرهنگی را انکار کرد. اما برخلافِ چنین نقدهایی، نمی‌توان گفت که مفاهیمِ زیباشناختیِ هنر برای هنر نزدِ وایلد و پیتر شامل همان درهم‌ریختگیِ کم‌مایه‌ای است که جیمسون در پست‌مدرن سراغ می‌گیرد. با این حال، مفهومِ امرِ زیبایی، و تجربه‌ی امرِ زیبایی، می‌شود گفت، طیِ پایان قرن به نوبه‌ی خود عصیان‌گر بوده است. جیمسون این موضوع را چنین شرح می‌دهد: «پایانِ قرن، از موریس* تا وایلد، از زیبایی سلاحی ساخت تا بر

* Morris

علیه جامعه‌ی ماتریالیستیِ ویکتوریاییِ مُتفرعنِ بورژوایی به‌کارگیرد و در قامتِ ملامت‌گرِ قدرت و پول، و در مقامِ مولدِ تحولِ شخصی و اجتماعی در قلبِ جامعه‌ای صنعتی و کثیف، قدرتِ منفی‌اش [سلبی‌اش] را درآماتیزه کند.»[۷۲] با وجود این، باید در نظر داشت که، هم‌چنان که پلخانف هم ابراز داشت، هنر برای هنرْ ملامت‌گرِ مناسباتِ اجتماعی سرمایه‌داری نبود، خواه «ملامت‌گرِ قدرت و پول» بوده باشد یا نه. به‌کارگیریِ امرِ زیبا در سپهرِ هنر برای هنرْ ممکن است عصیان‌گر بوده باشد، اما هرگز تحول‌آفرین نبوده است.

و اما، اَرکانِ عصیان‌گرِ هنر برای هنر — صرفِ نظر از محدودیت‌های‌شان — اکنون بالقوهْ رادیکال جلوه می‌کنند، آن‌چنان که هر گونه طغیان‌گری از ساحتِ امر زیبایی‌شناختیِ پست‌مدرن رخت بربسته‌است. آدورنو زمانی مدعی شد: «هنر فقط شناساییِ آلترناتیوها نیست بلکه بیشتر ایستادگی است، ایستادگیِ صرفا به میانجیِ فرمِ هنری در برابرِ جریانِ جهانی که به‌تمامی هفت‌تیری به سوی سرِ انسان نشانه رفته‌است.»[۷۳] در این تاکیدِ بر ایستادگیِ هنر «فقط به میانجیِ فرمِ هنری،» آدورنو به روشنی بر اهمیتِ خودآیینیِ هنر برای حفاظت در برابرِ هفت‌تیرِ جهان انگشت می‌گذارد. با این حال، در پست‌مدرنیسم چنین می‌نماید که فرهنگ یکی از بی‌شمار هفت‌تیرهایی است که به سر انسان نشانه رفته‌اند. آن‌گاه که جامعه‌ای زیرِ رگبارِ فرهنگ در هیئتِ تصاویر، تبلیغات، و ابژه‌ها قرار گرفت، باید به آزادیِ انتخابِ فرهنگ و آزادیِ حقیقیِ تجربه‌کردنِ فرهنگْ بدگمان شد. از این روی، پرسشی که به ذهن می‌رسد این است که ما در فرهنگِ کالایی، چه مقدار خودآیینی در واقعِ امر، در تجربه‌ی فرهنگی و نیز در دریافت‌های حسیِ خودمان دارا هستیم.

بدین‌سان، چیست آن زمینه‌سازِ ایجادِ شرایطِ اجتماعی و فرهنگی که به پشتوانه‌ی آن هنر قادر است «فقط به میانجیِ فرمِ هنری» ایستادگی کند؟ در نظر آدورنو، ایستادگیِ هنرْ به وجودِ آثارِ هنری پشت‌گرم است که ما اکنون با نام مدرنیسمِ والا می‌شناسیم (برای نمونه، کافکا، پروست و...). به زعمِ آدورنو، مدرنیسمْ شرایطی فراهم می‌کند تا قابلیتِ هنری بتواند از قِبَلِ آن و به موجبِ پافشاری‌اش بر خودآیینیِ اثرِ هنریْ ایستادگی کند. آن‌سان که نیکلاس براون می‌گوید، «در زمانه‌ی مدرنیسم، عزمِ جزمِ خودآیینیْ فضایِ غیربازاریِ یگانه‌ای در میانِ بسترِ اجتماعیِ سرمایه‌داری ایجاد می‌کرد — حالا هم می‌کند.»[۷۴] با این حال، آن‌چنان که مارکوزه، پیش از آن‌که زمانه‌ی فرهنگیِ پست‌مدرن — آن‌سان که تشریح شد — به عرصه برسد، اشاره می‌کرد که آثارِ هنریِ مدرنْ مشمولِ خودِ صنعتِ فرهنگ شدند؛ آن‌ها بدل به «اجناس و خدماتِ آشنا» شدند.[۷۵] آیا چنین آثارِ هنری در شرایطِ پست‌مدرن می‌توانند، آن‌سان که آدورنو در سر داشت، نویدبخشِ رهایی باشند؟ براون هم به درستی ابراز می‌دارد، «هیچ ظرفیتِ طبیعیِ سیاسی در فاصله‌ی بینِ مدرنیسم و بازار وجود

ندارد، زیرا مدرنیسم نمی‌تواند راه خود را زیرِ بارِ بسیاری از چیزها، از جمله سلطه‌ی ایدئولوژی بازار که ما امروز تجربه می‌کنیم، بیابد.»[۷۶] از این رو، ضروری است که اثرِ هنریِ خودآیین، هم‌چنان که آدورنو پی برد، به ویژه در ارتباط با بازارِ سرمایه‌داریِ پست‌مدرن، موردِ بازبینی قرار گیرد.

بیل مارتین اذعان می‌دارد که نگرشِ آدورنو نسبت به «اثرِ هنریِ خودآیین» آن‌گاه که اشاره می‌دارد «به سوی جهانی بهتر... به ''یوتوپیایی محض'' بدل خواهد شد، اگر رُکنِ نفی‌نگری از آن گرفته شود... اگر یوتوپیایی از آن مراد شود که ما در آن بتوانیم با خیالی آسوده از زشتیِ جهان موجود برای خود لم بدهیم و بیاساییم.»[۷۷] آن‌چنان که از گفته‌ی مارتین برمی‌آید، این مفهومِ «نفی‌نگریِ رادیکال» است که اثرِ هنریِ خودآیین را از بدل‌شدن به «تخلیه‌ی روانی یا رهاشدگیِ محضْ» مصون می‌دارد.[۷۸] اما، بار دیگر، ما می‌خواهیم بپرسیم که وقتی وجودِ «نفی‌نگریِ رادیکال» ضرورتاً قادر نیست سوژه را در رویارویی با سدِ تصاویرِ کالایی یاری دهد و لزوما به سوژه این فرصت را نمی‌دهد که بینِ فرمِ هنری و فرم کالایی تمایز قائل شود، آن‌گاه باز هم امکانی برای آن مفهوم [نفی‌نگریِ رادیکال] باقی می‌ماند.

ما برآنیم که بگوییم مفهومِ مدِ نظرِ پیتر از «همیشه حضورداشتن در بطن» در این مورد بسیار راه‌گشا ست زیرا طریقی را مفروض می‌گیرد که به مرزبندی میانِ اثرِ هنری و اشکال و تصاویرِ مختلفِ کالایی می‌پردازد. «بطن» مورد نظرِ پیترْ مفاهیمِ مزاحمت و کشکمش را کنار می‌زند و ما را به سوی امکانِ تجربه‌ای زیباشناختی سوق می‌دهد که یادآورِ «لرزش» آدورنو است — تجربه‌ای سوبژکتیو [ذهنی] که می‌تواند سوبژکتیویته‌ی کم‌مایه‌ای را که خودِ سرمایه‌داری بنیاد نهاده از دور خارج کند. پیتر، از میانِ همه‌ی نظریه‌پردازان — نظریه‌پردازانِ هنر برای هنر — این توان را دارد که برای زیبایی‌شناختی مارکسیستی بستری فراهم کند که امکانِ مفاهیمی چون رهایی‌بخشی و تحول‌آفرینی را در چشم‌انداز داشته‌باشد. آن‌چنان که شرح داده شده، زیبایی‌باوریِ هنر برای هنر فقط به آفرینش هنر خلاصه نمی‌شود بلکه امرِ دریافتِ هنر را هم دربرمی‌گیرد. این نگرهْ به رابطه‌ی سوژه و ابژه‌ی هنری اعتبار می‌بخشد و به‌تبع، توجه‌ها را به آن جلب می‌کند. اگر این فرهنگ — و به همراه آن خودِ ایده‌ی هنر و امرِ زیبایی‌شناختی — است که اکنون با نیروی قدرقدرتِ همه‌جاگسترش «هفت‌تیری به سوی سر انسان نشانه رفته است،» آن‌گاه اقدامی بس سترگ نیاز خواهد بود تا هم‌سازِ با پیش‌آهنگیِ پیتر «همیشه در بطن حضور داشت.» برایِ رسیدن به این مقصود، بایسته است پاره‌ای از ارکانِ خودآیینی را در بخشِ سوژه (و سوژه‌های جمعی) ناظر و بر علیه کنسرسیومِ تصاویر در سرمایه‌داریِ متاخر سامان داد. از این روی، آشکار است که هر آن‌چه را که آدورنو به مثابه‌ی دفاع از هنر برای هنر در ذهن می‌پرورانده اکنون می‌توان مشروطِ به

Problematicaa.com

رسیدن به خودآیینی دانست. زیرا در کنسرسیومِ تصاویرِ کالایی (و فرم‌های کالایی) به طرز فزاینده‌ای بایسته می‌نماید اثر هنری از کالا تمیز داده شود، اگر اصلاً بشود هنر را چراغ راه آینده دانست.

این مقاله ترجمه‌ای است از:

-Jackson Petch. 'the importance of being autonomous". Mediations ۲۶.۱-۲ (Fall ۲۰۱۲-Spring ۲۰۱۳) ۱۴۳-۱۵۸

پی‌نوشت‌ها:

۱.Theodor W. Adorno, "Letters to Walter Benjamin," in *Aesthetics and Politics,* trans. Harry Zohn (London: Verso, ۱۹۷۷) ۱۲۲.
۲. In Marx's *Economic and Philosophic Manuscripts of ۱۸۴۴*in *The Marx-Engels Reader Second Edition,* edited by Robert Tucker (New York: Norton, ۱۹۷۸), Marx had already outlined "production and consumption" to be "the movement" of private property (۸۵). And Marx listed "art" among several "particular modes of production" that "fall under its general law" (۸۵). Art therefore is inseparable from the domain of private property, its modes of production, and thus the social relations which exist and result from capitalist modes of production.
۳. Fredric Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity," in *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern: ۱۹۸۳-۱۹۹۸* (London: Verso, ۱۹۹۸) ۱۱۱.
۴. Nicholas Brown, "The Work of Art in the Age of Its Real Subsumption under Capital," *nonsite.org*.
۵. Brown, "The Work of Art."
۶. Fredric Jameson, "Postmodernism and the Consumer Society," in *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern, ۱۹۸۳-۱۹۹۸* (London: Verso, ۱۹۹۸) ۶.
۷. Jameson, "Postmodernism and the Consumer Society" ۶-۷.
۸. Leon Trotsky, *Literature and Revolution,* ed. William Keach (Chicago: Haymarket, ۲۰۰۵) ۱۴۴.
۹. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۱۱, and *Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism* (Durham: Duke UP, ۱۹۹۱) ۴.
۱۰. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۰۰.
۱۱. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۱۱.
۱۲. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۱۱.
۱۳. Karl Beckson, *London in the ۱۸۹۰s: A Cultural History* (New York: Norton, ۱۹۹۲) ۳۲-۳۳.
۱۴. Walter Pater, *The Renaissance* (Oxford: Oxford UP, ۱۹۸۶) ۱۵۳.
۱۵. Aside from Wilde, some poets influenced by Pater and Pater's aesthetic criticism were Arthur Symons, "Michael Field" (Katherine Bradley and Edith Cooper), W.B. Yeats, and Ernest Dowson.

۱۶. Beckson, *London in the ۱۸۹۰s* ۴۱.
۱۷. Gyorgii Plekhanov, "On Art for Art's Sake," in *Marxism and Art: Writings in Aesthetics and Criticism*, eds. Berel Lang and Forrest Williams (New York: Longman, ۱۹۷۲) ۹۱.
۱۸. Frantz Fanon, *The Wretched of the Earth,* trans. Constance Farrington (New York: Grove, ۱۹۶۳) ۳۸.
۱۹. Oscar Wilde, "The Soul of Man under Socialism," in *The Artist as Critic: Critical Writings of Oscar Wilde*, ed. Richard Ellmann (Chicago: U Chicago P, ۱۹۶۸) ۲۵۶.
۲۰. Wilde, "The Soul of Man under Socialism" ۲۶۸.
۲۱. Marion Thain, "Poetry," in *The Cambridge Companion to the Fin de Siècle*, ed. Gail Marshall (Cambridge: Cambridge UP, ۲۰۰۷) ۲۲۹.
۲۲. Thain, "Poetry" ۲۲۹.
۲۳. Theodor W. Adorno, *Aesthetic Theory*, eds. Gretel Adorno and Rolf Tiedemann, trans. Robert Hullot-Kentor (Minneapolis: U Minnesota P, ۱۹۹۷) ۲۲۵-۲۶.
۲۴. Oscar Wilde, "The Decay of Lying" in *The Artist as Critic: Critical Writings of Oscar Wilde,* ed. Richard Ellmann (Chicago: U Chicago P, ۱۹۶۸) ۳۱۹.
۲۵. Herbert Marcuse, *The Aesthetic Dimension: Toward a Critique of Marxist Aesthetics* (Boston: Beacon, ۱۹۷۸) ۴۹.
۲۶. Jameson, "Postmodernism and Consumer Society" ۱۹.
۲۷. Herbert Marcuse, *One-Dimensional Man* (Boston: Beacon, ۱۹۶۴) ۶۱.
۲۸. Adorno, *Aesthetic Theory* ۲۵۰.
۲۹. Roberto Schwarz, "The Relevance of Brecht: High Points and Low," trans. Emilio Sauri. *Mediations* ۲۳:۱ (۲۰۰۷): ۴۲.
۳۰. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۱۲.
۳۱. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۱۲.
۳۲. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۱۲.
۳۳. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۱۲.
۳۴. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۱۲.
۳۵. Pater, *The Renaissance* ۱۵۱.
۳۶. Pater, *The Renaissance* ۱۵۲.
۳۷. Pater, *The Renaissance* ۱۵۲, and Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۱۲.Adorno,
۳۸. Adorno, *Aesthetic Theory* ۲۴۵.
۳۹. It is perhaps important to consider the Kantian notion of the Sublime, and Terry Eagleton gives an apt definition of the Kantian Sublime and its relation to the subject in his *Ideology of the Aesthetic* (Malden: Blackwell, ۱۹۹۰), which bears great resemblance to Adorno's "shudder": "The sublime…decentres the subject into an awesome awareness of its finitude" (۹۰).
۴۰. Eagleton, *The Ideology of the Aesthetic* ۹۲.
۴۱. Henri Lefebvre's theorization of space is useful in this regard. Indeed, in his work *The Production of Space*, translated by Donald Nicholson-Smith (Malden: Blackwell, ۱۹۸۴, ۱۹۹۱), Lefebvre speaks of "fetishized abstract space" creating "'users' who cannot recognize themselves within it" (۹۳), which, I would argue, relates to the subject's inability to differentiate between the commodity form and the art form within the city space itself. If Lefebvre is correct that a "cultured art-lover looking at a painting" experiences what he/she experiences "on the plane of (pictural) space," then the very notion of "space" itself becomes crucial (۱۱۴). Jameson, of course, famously theorized the postmodern, and historicized the transition from modernism to postmodernism, in terms of "spatialization" (*Postmodernism* ۱۵۴). Moreover, Jameson refers to the "new space that…involves the suppression of distance…and the relentless saturation of any remaining voids and empty places" and cites Lefebvre's notion of "abstract space" in relation to this "new space" or the "spatial peculiarities of postmodernism" (*Postmodernism* ۴۱۳).
۴۲. Marcuse, *The Aesthetic Dimension* ۱۹.
۴۳. Fredric Jameson, *Jameson on Jameson: Conversations on Cultural Marxism*, ed. Ian Buchanan (Durham: Duke UP, ۲۰۰۷) ۳۴.
۴۴. Walter Benjamin, On Some Motifs in Baudelaire," in *Illuminations*, ed. Hannah Arendt (New York: Schocken, ۱۹۶۸) ۱۶۲.
۴۵. Adorno, *Aesthetic Theory* ۲۴۴-۴۵. Adorno's emphasis on "important works" (۲۴۴) is perhaps another reason why the "shudder" can no longer take effect. For we have rightly come to see that categorizations such as "important" are problematic. However, the attempt at leveling elitist claims to culture has not bypassed the dialectic of Adorno's "important works" versus the "culture industry." Indeed, there is a certain tendency to fetishize popular culture within the realm of cultural studies which can become just as problematic. This dialectic perhaps needs to be reevaluated and revisited as well as the dialectic

Problematicaa.com

of art's autonomy.

۴۶. Benjamin, "On Some Motifs in Baudelaire" ۱۶۳.

۴۷. Jameson, *Jameson on Jameson* ۳۴.

۴۸. Marcuse, *The Aesthetic Dimension* ۱۰.

۴۹. Karl Marx, *The Grundrisse,* in *The Marx-Engels Reader, Second Edition*, ed. Robert C. Tucker (New York: Norton, ۱۹۷۸) ۲۳۰.

۵۰. Jameson, *Postmodernism* ۹, ۱۱.

۵۱. Marcuse, *One-Dimensional Man* ۹.

۵۲. Jameson, *Postmodernism* ۴.

۵۳. Georg Lukács, *History and Class Consciousness: Studies in Marxist Dialectics*, trans. Rodney Livingstone (Cambridge: MIT P, ۱۹۷۱) ۸۳.

۵۴. Marcuse, *The Aesthetic Dimension* ix.

۵۵. Marcuse, *The Aesthetic Dimension* xi.

۵۶. Marcuse, *The Aesthetic Dimension* ۹.

۵۷. Adorno, *Aesthetic Theory* ۲۴۳.

۵۸. Marcuse, *The Aesthetic Dimension* ۱۹.

۵۹. Marcuse, *The Aesthetic Dimension* ۱۹.

۶۰. Pater, *The Renaissance* ۱۵۲.

۶۱. Pater, *The Renaissance* ۱۵۳.

۶۲. Marcuse, *The Aesthetic Dimension* ۳۸.

۶۳. Marcuse, *The Aesthetic Dimension* ۴.

۶۴. Marcuse, *The Aesthetic Dimension* ۴-۵.

۶۵. Pater, *The Renaissance* xxix.

۶۶. Pater, *The Renaissance* xxix.

۶۷. Adorno, *Aesthetic Theory* ۲۳۹.

۶۸. Adorno, *Aesthetic Theory* ۲۳۹.

۶۹. Adorno, *Aesthetic Theory* ۲۳۹

۷۰. Adorno, *Aesthetic Theory* ۲۳۹.

۷۱. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۱۲.

۷۲. Jameson, "Transformations of the Image in Postmodernity" ۱۳۴.

۷۳. Theodor W. Adorno, "Commitment," in *Notes to Literature, Volume Two*, ed. Rolf Tiedemann, trans. Shierry Weber Nicholsen (New York: Columbia UP, ۱۹۷۴) ۸۰.

۷۴. Brown, "The Work of Art."

۷۵. Marcuse, *One-Dimensional Man* ۶۱.

۷۶. Brown, "The Work of Art."

۷۷. Bill Martin, *Ethical Marxism: The Categorical Imperative of Liberation* (Chicago: Open Court, ۲۰۰۸) ۳۷۳.

۷۸. Martin, *Ethical Marxism* ۳۷۳.

۷۹. Nicholas Brown makes a similar claim when he states, "Under contemporary conditions, the assertion of aesthetic autonomy is, in itself, a political claim. (A minimal one to be sure)" ("The Work of Art")

Problematicaa.com

Problematicaa.com