

## نجات دادن هنر از دست بازار

نویسنده: جیمز پلستد

ترجمه: هومن کاسبی

«هنر آشغال است.» دادائیس‌های برلین، یک جنبش هنری آوانگارد، در سال ۱۹۱۹ چنین اعلام کردند. دادائیس‌ها در برابر هنری واکنش نشان می‌دادند که خودش را بر فراز هیاهو و قیل‌وقال جامعه تلقی می‌کرد؛ جامعه‌ای که در نبرد طبقاتی تلخی از هم دریده می‌شد. امروزه هم وضعیت مشابهی برقرار است.

حراج دیگری که در آن ده‌ها میلیون دلار توسط کلکسیونرهای شخصی و سرمایه‌گذاران برای نقاشی‌هایی پرداخت می‌شوند که اثر «استادانی» هستند که مدت‌ها پیش مرده‌اند. افتتاحیه‌ی دیگری به ریاست یک قشر کوچک - و از نظر فرهنگی همگن - نخبگان و سرآمدان، که در حین این که از احساس برتری خود غرق در لذت‌اند، جرعه جرعه شامپاین می‌نوشند.

دنیای هنری رسمی، که به طور فزاینده‌ای زیر سلطه‌ی جیب‌های گشاد اهداکنندگان ثروتمند، کلکسیونرها و سرمایه‌گذاران قرار دارد، به منزله‌ی توهینی به واقعیت بحران اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی جهانی به نظر می‌آید.

سرمایه‌داری در حال کشتن هنر است. «خلاقیت» و «تخیل» [بیدل به] چیزهای ستادهای بازاریابی، اظهارنامه‌های ارزش شرکت و معیار گزینش کلیدی می‌شوند. واقعیت آن است که جایی که پول حکم می‌راند، «بازار هنر» ظهور می‌کند و هنر و هنرمندان سقوط می‌کنند.

«هنر مرده است»؛ این یکی دیگر از شعارهای محبوب دادائیس‌ها بود. جان هارتفیلد و گئورگ گروس که از دادائیس‌های پیش‌تاز زمان خود بودند، در گاهنامه‌ی جدلی‌شان [به نام] «هنر رذل» (۱۹۲۰) نوشتند:

"امروزه پاک کردن یک تفنگ توسط یک سرباز [ارتش] سرخ از معنی و مفهوم عظیم‌تری از تمام برون‌داد مابعدالطبیعی همه‌ی نقاشان برخوردار است."

هنر مرده است، یا به سرعت در حال مرگ است، تا به حدی که به یک کالا تقلیل یافته است؛ یک صحنه پردازی برای پانتومیم تجملات توخالی که برای ابرثروتمندان زندگی روزمره را تشکیل می‌دهد. وظیفه‌ی ما نجات دادن هنر به سود مردم است؛ بازگرداندن آن به خیابان، جایی که به آن تعلق دارد.

[به لحاظ تاریخی] دادائیس‌ها نمونه‌ای عملی از نحوه‌ی عملی کردن این وظیفه را در اختیار ما می‌گذارند. به‌رغم اوج‌گیری گهگاهی ادبیات برانگیزاننده و رتوریک [نزد این طیف از دادائیس‌ها] و ستایش آن‌ها از «سرباز سرخ»، سلاح برگزیده برای اشخاصی مانند هارتفیلد و گروس در سال‌های انقلابی آلمان (از ۱۹۱۸ تا ۱۹۲۳) همچنان قلم‌مو و قلم باقی ماند.

[پس از] پیوستن به «حزب کمونیست آلمان<sup>۲</sup>» در طی کنفرانس مؤسس آن در ۱۹۱۸، آن‌ها نوع جدیدی از هنر را خلق کردند؛ هنری که، به جای تلاش برای «ایستادن برفراز هیاهوی جامعه» جای‌اش را در مبارزات روزمره‌ی کارگران برای رهایی از استثمار و خشونت سرمایه‌داری یافت.

هنر آن‌ها [دادائیس‌های برلین] هنری برای خیابان و از خیابان بود. هنری که در به تصویر کشیدن واقعیت‌های زشت جامعه‌ای که در آستانه‌ی خودویران‌گری [برای زایشی نو] تلوتلو می‌خورد هیچ پرده‌پوشی نمی‌کرد؛ هنری که قدرتش را از خشم از بی‌عدالتی، از فغان مردمی که زیر چکمه‌ی ظلم و ستم له می‌شدند و از لذت و شعف پیروزی‌های به دست آمده در مسیر مبارزه‌ی جمعی دریافت می‌کرد.

دادائیس‌ها در عزم‌شان برای اطمینان‌یابی از این که هنرشان برای مخاطبان وسیعی قابل دسترس است، همچنین به نوآوران بزرگی در حوزه‌ی زیبایی‌شناسی بدل شدند. استفاده از مونتاژ، برداشت نشانه‌ها و نمادها از تبلیغات و رسانه‌های جمعی و غیره. همه‌ی این‌ها به از میان برداشتن پوسته‌ی محافظه‌کاری [رایج] کمک کرد و موجب گشایش فضا برای شکوفایی تکنیک‌ها و فرم‌های تازه‌ای شد که وجه مشخصه‌ی هنر عصر وایمار بودند (از برشت تا باهاوس و فراتر از آن).

این همان نوع ورزش هوای تازه‌ای است که امروزه هنربدان نیاز دارد؛ خارج از گالری‌ها و به درون خیابان‌ها!

\* \* \*

منبع: متن فوق ترجمه‌ای است از این مقاله:

[Saving art from the market](#)

By James Plested, RedFlag, 23 Feb. 2015

---

2 KPD: [Kommunistische Partei Deutschlands](#)