

بررسی مثلث هنرمند، اثر، مخاطب (توجه به تعامل نقاشی با مخاطب)

کیانا آقاربی*^۱

۱. کارشناسی ارشد نقاشی، دانشکده‌گان هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

چکیده

تاریخ هنر، تنها عرصه‌ ظهور و بروز هنرمندان و سبک‌های هنری نبوده است بلکه نشانگر طیف متنوع و پویایی از مخاطبان می‌باشد که با تغییر و دگرگونی در این طیف، هنر و فرم‌های آن نیز تغییر کرده‌است. این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و به روش کتابخانه‌ای صورت گرفته‌است و به پاسخ‌گویی به این سؤال اصلی می‌پردازد که ارتباط میان هنرمند و اثر هنری و مخاطب چگونه است؟ هم‌چنین نقش و جایگاه مخاطب در هنر نقاشی و تأویل و ادراک مخاطب در ارتباط با اثر هنری را بررسی می‌نماید. در این روند از دو منظر مطالعات جامعه‌شناسی و دیدگاه‌های فلسفی به بررسی جریان ذکرشده پرداخته است. یافته‌های این بررسی نشان دادند اشکال هنری در ارتباط با مخاطب در دوره‌های تاریخی مختلف، به چهار شکل کلی هنر فرمایشی، سفارشی، مدرن و پسامدرن تقسیم شده‌اند. در هنر مدرن، هنرمندان نابغه فرض می‌شدند، مخاطبان این آثار هنری اغلب روشنفکر بودند، در زمره خواص تلقی می‌شدند و هنرمند و اثر هنری، مرکزیت حوزه هنر را تشکیل می‌دادند و مخاطب منفعل در حاشیه قرار می‌گرفت. هنر پسامدرن، جایگاه ویژه‌ای در هنر را به مخاطب و نقش ارتباطی آن اختصاص داده‌است، اثر هنری بازتاب خواست و میل مخاطب بوده که به واسطه کنش هنری هنرمند تجسم یافته‌است. پسامدرن، مخاطب محور می‌باشد، مخاطب در مرکزیت حوزه هنر و هنرمند در حاشیه قرار گرفته و زمینه حضور مخاطب به‌عنوان بخشی از فرایند تولید اثر، فراهم شده‌است. مرز میان زبان‌های گوناگون وجود نداشته و اثر خلق شده ماهیتی متفاوت از تکنیک زبان‌های هنری را دارا می‌باشد. ایده‌گرایی و رسانه‌های نوین، نقاشی را وارد مرحله جدیدی کردند که تعامل با مخاطب را متحول نمود و به نوعی، تعریف اثر هنری از هنرمند به مخاطب ارجاع گردید. تعامل در چنین سطح گسترده‌ای مدیون امکانات و فناوری رسانه‌های نوینی می‌باشد که به تکنولوژی وابسته‌اند.

واژه‌های کلیدی

هنرمند، اثر هنری، مخاطب، نقاشی، هنر مدرن، هنر پسامدرن.

مقدمه

چندگانه باوری می‌شود. در این دوره، هنر از کارکرد زینتی فاصله می‌گیرد و به سمت کارکرد متعهد گرایش پیدا می‌کند و در این راه به مسائل اجتماعی و گاه به خود هنر متعهد می‌شود و در حقیقت، هنر موضوع گرا، نتیجه این نوع نگاه می‌باشد.

روش تحقیق

این پژوهش، به روش توصیفی-تحلیلی انجام پذیرفته است و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای در تلاش برای پاسخ‌گویی به این سؤال است که ارتباط میان هنرمند و اثر هنری و مخاطب چگونه است؟ هم‌چنین به بررسی نقش و جایگاه مخاطب در هنر نقاشی و تأویل و ادراک مخاطب در ارتباط با اثر هنری می‌پردازد. در این روند از دو منظر مطالعات جامعه‌شناسی و دیگری دیدگاه‌های فلسفی به بررسی جریان ذکرشده پرداخته خواهد شد و با توجه به اهمیت مخاطب در شکل‌گیری و موجودیت اثر هنری، پژوهشگر به بررسی ارتباط میان هنرمند و اثر هنری و مخاطبان‌شان و هم‌چنین بررسی راه‌های موجود برای ایجاد ارتباط و تعامل بیشتر میان اثر هنری (نقاشی) و مخاطب خواهد پرداخت، چرا که با به ظهور رسیدن هنرهای نوین و به‌خصوص هنرهای تعاملی (نقاشی تعاملی) و با توجه به سرعت تحولات هنری، شیوه‌های اثرگذاری بر حواس پنج‌گانه مخاطب و تعامل با او تغییر یافته‌است.

پیشینه تحقیق

در راستای مباحث نظری مورد توجه در این پژوهش، منابع متعددی شامل کتاب‌ها، مقالات و پایان‌نامه‌ها وجود دارند که به صورت غیرمستقیم با موضوع انتخابی ارتباط دارند و در طی انجام پژوهش، پس از بررسی و مطالعه توسط نگارنده، مورد استفاده قرار خواهند گرفت. از جمله کتاب‌هایی که در راستای مبحث مخاطب حائز اهمیت به نظر می‌رسند، کتاب حقیقت و زیبایی نوشته بابک احمدی است که فصل دهم آن به‌طور مشخص به موضوع مخاطب اختصاص یافته‌است. از جمله پایان‌نامه‌ها می‌توان به پایان‌نامه اعظم یونسی (۱۳۹۰) به راهنمایی استاد بهنام جلالی با عنوان «نقش مخاطب در تحول و تکوین هنر معاصر (در هنرهای چیدمان و اجرا)» اشاره کرد. محقق در این پژوهش تأثیرات سنت‌های هنری و ایدئولوژی زیبایی‌شناسی (هرمنوتیک) و گرایش‌های اجتماعی در پدیدآمدن هنر معاصر و نهایتاً نقش جدید مخاطب در جریان گرایش‌های هنر معاصر را بررسی نموده است که در پژوهش حاضر در تکمیل اطلاعات در مبحث جایگاه مخاطب هنر پست‌مدرن، سودمند

از زمانی که انسان، بودن در اجتماع انسانی را (خواه به ضرورت و خواه بنا به فطرت) اختیار می‌نماید، برقراری ارتباط با هم‌نوعانش، قوام‌بخش هویت و جایگاه جمعی وی می‌گردد. هنر، شکل خاصی از برقراری ارتباط است که از همان ابتدای تشکیل اجتماعات اولیه، حضور پررنگی دارد؛ همواره و در طول تاریخ، به‌عنوان بخشی از زندگی و حیات مردم و اقوام مختلف در کنار آن‌ها می‌باشد.

با گسترش مطالعات جامعه‌شناسی، گروهی از دانشمندان، علاقه‌مند به بررسی جنبه‌های مختلف زندگی اجتماعی انسان‌ها می‌شوند و زمینه برای شکل‌گیری و رشد نظریه‌های مرتبط با هنر، ایجاد می‌شود، که عموماً این مطالعات، معطوف به سه گرایش می‌شود: آفرینش‌گر، مخاطب و اثر هنری. ایجاد اثر هنری بدون فرض این ارتباط و به تبع آن بدون فرض مخاطبان خویش، منتفی است. درواقع، نقش هنرمند در مقام آفرینش‌گر اثر هنری به‌عنوان علت فاعلی به شمار می‌آید و نقش مخاطبان در شکل‌گیری آثار هنری در حقیقت علت غایی آن است. بخش عمده‌ای از سرنوشت اثر هنری را مخاطب غایبی (حاضر غایبی) رقم می‌زند که هنرمند را به شکلی ناخودآگاه با امیال و خواست‌های خود در خلق اثر، همراهی می‌کند. هر اثری برای روزی خلق می‌شود که توسط مخاطبان احتمالی‌اش فهم و دریافت شود؛ امروزه منتقدان هنری، بر این نکته اتفاق نظر دارند که یک اثر هنری، شبکه پیچیده‌ای از روابط اجتماعی و فرهنگی را در برمی‌گیرد که هنرمند، مجری آن و اثرش پیامد نحوه کنش و واکنشی است که با این شبکه عظیم مناسبات اجتماعی برقرار می‌سازد. جریان‌ها و گرایش‌های متفاوت زیبایی‌شناسی و جامعه‌شناسی در طول دوران مختلف، مخاطب را در جایگاه‌های متفاوت تعریف می‌کنند. هنرمند قرون وسطی بر دیدگاه عقلانی‌تر و برخورد منطقی‌تر با عرفان و مذهب تأکید می‌کرد و سعی می‌نمود به هر شیئی که تصویر می‌کند هیئتی ماورایی بدهد، تا آیین جلال ازلی باشد. در ادامه و در دوران رنسانس که حاکمیت عقل، وحدت جامعه دینی را در هم شکست، بازنمایی دقیق واقعیت برای هنرمند هدف اصلی است و مخاطب هم خواهان آن است. کم‌کم نام‌گرایی پر تب و تاب دوره رنسانس، جای خود را به مکتب‌گرایی دوره مدرنیته می‌دهد. رویکردی که در آن، هنر فقط در مالکیت هنرمند نیست بلکه وام‌دار یک ایده و نگاه و جریان است. روند تأثیرگذاری وقایع اجتماعی ادامه دارد تا قرن بیستم که تحولات فراوان اقتصادی و سیاسی (جنگ جهانی) و فرهنگی آن سرمنشاء شکل‌گیری جریان پست‌مدرنیسم، تأکید بر فرد و حقوق فردی و نهایتاً فرهنگ

ارزش‌های اقتصادی و یا ارزش‌های شخصی که معنای جدیدی به اثر هنری می‌دهند.

هنرمند با نیتی خاص دست به آفرینش می‌زند ولی مخاطب نیز سلیقه و برداشت خود را در مواجهه با اثر دارد. هنرمند اثر را می‌آفریند، اما مخاطب نیز در فراشد دریافت اثر آن را تأویل می‌کند، یعنی می‌سازد (احمدی، ۱۳۹۵، ۲۱۲). بدین ترتیب، آفرینش اثر هنری تا بی‌نهایت و به تعداد تک‌تک مخاطبان در حال انجام است و تنها هنرمند به‌عنوان خالق و آفرینش‌گر اثر در شکل‌گیری این بده بستان هنری نقش ندارد بلکه مخاطبان نیز نقش بسزایی در این جریان هنری به عهده دارند.

مخاطب اثر هنری و تأویل و تفسیر آن از نگاه چند نظریه‌پرداز و فیلسوف در طول تاریخ

نظریه‌پردازان و فلاسفه در دوران مختلف، ارتباط اثر هنری و مخاطب را مورد بحث و گفت‌وگو قرار داده‌اند و اندیشه‌های خود را در زمینه معنی هنر و جایگاه مخاطب آن، بیان کرده‌اند. «افلاطون»^۲ معتقد است که «هنر باعث ایجاد بی‌قانونی در جامعه می‌شود چون تقلید از هنرمند باعث می‌شود مخاطب به دنبال احساسات خود برود و از عقل و منطق دوری گزیند» (افلاطون، ۱۳۶۸، ۱۲۶۷). اما «ارسطو»^۳ به زیبایی‌شناسی دریافت، یعنی بحث رویارویی مخاطب با اثر هنری توجه می‌کند.

به‌طور کلی «عقاید افلاطون و ارسطو به این نکته اشاره دارد که هر آن‌چه که هنرمند در ذهن دارد به راحتی به مخاطب قابل انتقال است و مخاطب فقط به عنوان گیرنده پیام هیچ‌گونه دخالتی در دریافت اثر ندارد. اما نظریه‌پردازان مدرن این موضوع را رد کرده‌اند، مخصوصاً زیبایی‌شناسی دریافت کاملاً بر این نکته پافشاری کرده که ذهن مخاطب خود بر اثر هنری تأثیر دارد و ممکن است دریافتی از اثر داشته که هرگز نیت مولف بیان این مسئله نبوده است بنابراین در دنیای مدرن و پست مدرن مخاطب بر اثر هنری تأثیر بسزایی داشته تا جایی که ممکن است مخاطب حتی به عنوان تکمیل‌کننده اثر هنری مطرح شود» (احمدی، ۱۳۹۸، ۳۹۶).

«دکارت»^۴ دقیقاً برخلاف افلاطون بازنمایی را امری اصیل می‌داند و عقیده دارد اثر هنری باید مخاطب خود را به فکر فرو برد و مخاطب با دیدن اثر هنری دچار چالش فکری شود و به رمزگشایی اثر هنری بپردازد. در واقع هنرمند در پی تقلید صرف طبیعت نیست» (مددپور، ۱۳۹۰، ۱۶۷).

در قرن هجدهم که زمان آغاز نقد هنری است، مسئله اصلی مورد توجه نظریه‌پردازان، ذوق، سلیقه، علم و زیبایی‌شناسی است. در نتیجه در دیدگاه فلاسفه با رویکردی روشنگرانه به

خواهد بود. از جمله مقالات مرتبط می‌توان به پژوهش فاطمه پورمند (۱۳۹۶) با عنوان «افق بینادهنی هنرمند و مخاطب در هنر تعاملی معاصر (با نگاهی به پروژه تعاملی کتابخانه قلب)» اشاره کرد که در آن، اهمیت یافتن عرصه بینادهنی در فرایند تولید هنری و نقض محوریت مطلق هنرمند، مورد بررسی قرار گرفته است که در پژوهش حاضر برای تکمیل داده‌ها و اطلاعات، مفید خواهد بود. در نهایت می‌توان گفت طی سال‌های اخیر پژوهش‌هایی در ارتباط با نقش مخاطب صورت گرفته است اما پژوهش جامعی درباره ارتباط سه مؤلفه هنرمند، اثر هنری و مخاطب با یکدیگر صورت نگرفته است.

هنرمند - اثر - مخاطب

امروزه منتقدان هنری، برای این نکته اتفاق نظر دارند که یک اثر هنری، شبکه پیچیده‌ای از روابط اجتماعی و فرهنگی را در برمی‌گیرد که هنرمند، مجری آن و اثرش پیامد نحوه کنش و واکنشی است که با این شبکه عظیم مناسبات اجتماعی برقرار می‌سازد. آثار هنری جهت ارائه به دیگری یا دیگران است که خلق می‌شوند در غیر این صورت نه تنها اثری، بلکه هنری هم شکل نمی‌گرفت. درواقع، انگیزش اولیه هنرمند در خلق اثر هنری، مخاطب است. اثر هنری همواره تاریخ، محصول دو همزاد قرین هم (هنرمند و مخاطب) بوده و هست.

اثر هنری از لحظه‌ای که ارائه می‌شود، منش ارتباطی می‌یابد و این از خواست یا اکراه پدیدآورنده‌اش مستقل است. در هر اثر هنری، گوهری نایافتنی وجود دارد که به‌گونه‌ای کامل بر خود هنرمند و مخاطب آشکار نمی‌شود اما این نهان‌گرایی یا (روپنهان کردن اثر) مانع از تصدیق وجود آن به‌عنوان ابژه‌ای ارتباطی نمی‌شود (احمدی، ۱۳۹۸، ۳۹۱-۳۹۳).

در پروسه آفرینش اثر هنری، گاهاً هنرمند دایره مخاطبین اثر خود را نیز مورد نظر قرار می‌دهد. مخاطب، شرط ضروری ارتباط است؛ کار هنرمند را در طول تاریخ، می‌توان از این منظر مورد ارزیابی قرار داد که در دوره‌های مختلف هنری، حاجت‌گردان چه نوع مخاطبی بوده است. از این منظر، مخاطب، در جایگاه سازنده و حرکت‌بخش خواست و میل هنرمند، عمل می‌کند (ملزر، واین برگر و زینمان، ۱۳۹۶، ۱۱۰).

از مهم‌ترین ویژگی‌هایی که «آرنولد هاووزر»^۱ برای هنر نام می‌برد این است که اثر هنری، نمایش‌دهنده تمامیت زندگی است. هاووزر می‌گوید: «تولید هنری هرگز با تمام شدن کار هنرمند تمام نمی‌شود بلکه روند خلق آن با هر بار خوانش اثر ادامه پیدا می‌کند و در هر دوره‌ای معنایی متناسب با همان دوره کسب می‌نماید» (راوودراد، ۱۳۹۴، ۴۵). بدین ترتیب، درک و دریافت اثر هنری وابسته است به ارزش‌های اجتماعی،

«رولان بارت»^{۱۲} در مقاله «مرگ مؤلف»^{۱۳} رویکردی جدید برای فهم متن ارائه داد. وی به جای مؤلف، خواننده را مقدم می‌شمارد و با جمله «تولد خواننده باید به بهای مرگ مؤلف باشد» (بارت، ۱۳۸۹، ۱۷۰) مقاله را تمام می‌کند. از اندیشه‌های بارت چنین برمی‌آید که مؤلفی وجود ندارد و مرده است و به فرض وجود مؤلفی در ساختارهای زبانی، به محض تولید اثر می‌میرد تا خواننده متولد شود. در این صورت، ما با شماری از معناهای برخاسته از متن روبه‌رو می‌شویم چرا که هنرمند پیامی را ارائه می‌دهد، اما مخاطبان هریک می‌توانند برداشت خود را از آن داشته باشند، حتی اگر منطبق با پیام موردنظر هنرمند نباشد.

مخاطب در تاریخ

هر دوره‌ای از تاریخ، مخاطبین آثار هنری در قیاس با دیگر دوره‌های تاریخی، تغییر کرده و مناسبات تازه‌ای را در عالم هنر، رقم زده‌اند. هنر در تمام شاخه‌های حضورش، در طول تاریخ با مخاطبان گوناگونی سروکار داشته است. از نهاد سیاست گرفته تا نهادهای دینی، اقتصادی، اجتماعی و... که گاه، هنر را در حد ابزاری برای رسیدن به اهداف خود تقلیل داده‌اند. اشکال تأثیرگذاری مخاطب در شکل‌گیری هنر در دوره‌های تاریخی مختلف، متفاوت بوده و هست. در ادامه به چهار شکل کلی هنر و همزاد جدایی‌ناپذیرش، مخاطب، اشاره می‌شود.

۱. هنر فرمایشی

دوره تاریخی‌ای که هنر به خواست و دستور خدایان و نمایندگان زمینی‌شان (فرمانروایان و شاهان) خلق می‌شد. بی‌شک، هنرمند می‌بایست تمام تلاشش را معطوف به هنری می‌ساخت، که برآورنده خواست خدایان و نایبان آن‌ها باشد. اغلب آثار فرمایشی از طرف شاه و فرمانروا، برای نصب در مکان‌های عمومی، خطاب به جمع و جامعه و یا کاخ‌های سلطنتی، برای بالابردن شکوه و عظمت جایگاه شاهانه به کار گرفته می‌شد. آزادی عمل هنرمند در خلق اثر به خواست و سلیقه شاه و دربار وابسته بود. معلوم نیست مثلاً لوح پیروزی نارامسین، صرفاً محصول ابداع و ابتکار هنرمند نقش‌برجسته‌کار آن است یا خواست و دستور نارامسین در ارائه طرح و بافت کلی آن دخیل بوده است. اما به هر رو، امری که آشکار است جنبه فرمایشی اثر است که نشان اقتدار دستوردهنده را در خود ثبت و ضبط کرده، تا جایی که کلاهی که تا پیش از این، تنها روی سر خدایان دیده می‌شد، بر سر نارامسین نیز قرار گرفته است (شکل ۱).

همه جوانب شرایط شکل‌گیری اثر هنری، از جمله مخاطب مواجهیم. «هیوم»^{۱۴} معتقد است که مخاطب با ذهنیات خود با اثر مواجه می‌شود در نتیجه، واکنش‌ها و بازتاب‌های رویارویی با اثر، مطلق نیست پس امر صحیح یا غلط نیز مطلق نیست. «کانت»^{۱۵} که زیبایی‌شناسی محور اصلی فلسفه‌اش می‌باشد، قضاوت زیبایی‌شناسانه و در نتیجه، مبحث دریافت و ادراک مخاطب را مبنای بیان فلسفی خود قرار داده است. او معتقد است داوری و درک از زیبایی، متفاوت از درک منطقی، مفهومی و عقلانی است (احمدی، ۱۳۹۸، ۸۰).

در اوایل قرن نوزدهم است که توجه عده‌ای از نظریه‌پردازان به تفاوت دریافت‌های اثر هنری از منظر مخاطبان مختلف جلب می‌شود. «فریدریش شلایرماخر»^{۱۶} و «ویلهلم دیلتای»^{۱۷} دو تن از نظریه‌پردازان این دوره بودند که اصول اولیه دانش تأویل‌شناسی «هرمنوتیک»^{۱۸} را در سده نوزدهم بنیان گذارند. نکته مرکزی در هرمنوتیک سنتی، تأویل است. تأویل، ناگزیر هم به زبان و زمینه دلالت‌های متن وابسته است و هم به ذهنیت مؤلف متن. غایت علم هرمنوتیک، بازسازی تجربه ذهنی هنرمند و در حقیقت، پیام اصلی، همان مقصود هنرمند است.

هرمنوتیک سنتی عقیده دارد که معنا را مؤلف می‌آفریند و به نظریه قطعیت معنا اعتقاد دارد. اما هرمنوتیک جدید که ریشه در دوران پست‌مدرن دارد یا شکل‌دهنده دوران پست‌مدرنیسم است، هیچ‌گونه قطعیتی را در مورد اثر هنری نمی‌پذیرد و به تغییرپذیر بودن برداشت مخاطب از اثر در هر دوره زمانی اعتقاد دارد.

آغازگر طرح بحث هرمنوتیک مدرن، دیدگاه هستی‌شناسی «مارتین هایدگر»^{۱۹} است. او با کنار گذاشتن سوژه، راه را بر انکار نقش نیت مؤلف در تعیین معنای نهایی و قطعی متن گشود. «هایدگر اثر هنری را دارای هستی منحصر به فرد می‌داند و دارای توان مکالمه در بیان حقیقت خویش. زمانی این امکان به اثر هنری داده می‌شود که آن را جدا و تهی از آن چه نیت و مقصود مولف آن نامیده می‌شود، دانست» (مددپور، ۱۳۹۰، ۴۳۸).

«گادامر»^{۲۰} که آغازگر اندیشه هرمنوتیک او، مباحث هایدگر در زمینه تأویل است، ریشه‌ها و بنیان تأویل را از گسترده هستی‌شناسی به قلمروی دیگری کشاند. او معتقد است: «گفت‌وگو میان مخاطب و اثر هنری نه تنها به شناخت متن (اثر هنری) و کشف معناهای متن بلکه به (ساختن) معناها منجر شده و موجب حرکت تأویل‌کننده به سوی شناخت خویش است و هر تأویل راه‌گشای آگاهی از خویشتن محسوب می‌شود» (احمدی، ۱۳۹۵، ۱۳۴).



تصویر ۲. کاراوادجو، قدیس متی، تخریب‌شده، ۱۶۰۲م، موزه سابق کایزر (گامبریج، ۱۳۹۸، ۱۶).



تصویر ۳. کاراوادجو، قدیس متی، ۱۶۰۲ م، کلیسای سن لوتیچی دئی فرانچزی، رم (گامبریج، ۱۳۹۸، ۱۶).



تصویر ۴. مودیلیانی، پرتره آنکا زبروسکا، ۱۹۱۸م، رنگ روغن روی بوم، ۸۰*۵۲ سانتی‌متر، موزه هنر سائوپائولو، برزیل (Uhl۲).



تصویر ۱. لوح نارامسین، ۲۳۰۰-۲۲۰۰ ق.م، موزه لوور، پاریس (Uhl۱).

۲. هنر سفارشی

هنری است که در آن، هنرمند صاحب جایگاهی می‌شود و از اقصای مختلف (اغلب طرف کلیسا و دربار یا از اقصای مرفه و اشراف‌منش) به او سفارش کار هنری داده می‌شود. به‌عنوان مثال از «کاراوادجو»^{۱۴} دو تابلوی نقاشی متفاوت از یک موضوع برجامانده که سفارش‌دهنده آن کلیسای وقت بوده است؛ «به او ماموریت دادند که تصویر متی حواری را برای محراب کلیسایی در روم نقاشی کند [...] کاراوادجو قدیس متی را با سری طاس و پاهایی برهنه و خاک‌آلود به تصویر درآورد [...] هنگامی که کاراوادجو این تابلو را برای نصب در محراب به کلیسا تحویل داد، تابلو پذیرفته نشد و کاراوادجو ناچار شد کار را دوباره آغاز کند» (گامبریج، ۱۳۹۸، ۱۸). ذکر این مثال، نشان از اهمیت مخاطب در جایگاه سفارش‌دهنده دارد (تصویرهای ۲ و ۳).

اشراف و دولت‌مردان سیاسی و اقتصادی، طیف تازه‌ای از مخاطبان آثار هنری بودند که کشیدن پرتره‌های شخصی در بین آن‌ها، عمومیت یافت و سفارش آن‌ها در نوع و شکل اثر هنری تأثیر بسزایی داشت.

هنرمندی چون «مودیلیانی»^{۱۵} گرچه براساس سفارش نقاشی پرتره می‌کشید اما هیچ‌گاه ایده‌های ذهنی خود را فدای واقعیت و اجبار سفارش‌دهنده نکرد. در نقاشی‌های او از انسان، تعریفی دیگرگونه ارائه می‌شود. گویی روح صاحب پرتره بر روی بوم حک شده‌است (شکل ۴). به‌طور کلی



تصویر ۵. پل سزان، زیست خاموش با پرده، ۱۸۹۵م، رنگ روغن روی بوم، ۵۴*۵۵ سانتی‌متر، موزه ارمیتاژ، سن پترزبورگ، روسیه (Utl3).

می‌شود، تجزیه و تحلیل و فرم و ترکیب و نحوه‌ی ارائه اشیاء سه‌بعدی در بوم دوبعدی اهمیت شایانی داشتند و لذا او موضوع کار خود را به‌جای مضامین انسانی و دغدغه‌های اجتماعی، از میان منظره‌ها، طبیعت بی‌جان و اشیاء ساده انتخاب می‌کرد» (همان، ۹) سزان در ارتباط با مخاطب، رویکرد حرفه‌گرایی داشته و در آثار او، ارتباط بین هنرمند، مخاطب و اثر به مثابه کنش یا فراگرد یک‌طرفه بوده‌است (تصویر ۵).

مخاطبان این آثار هنری، قشر خاصی را شامل می‌شود که اغلب روشنفکر بوده و در زمره‌ی خواص تلقی می‌شوند و در نگاه مخاطب آموزش‌نیافته، این هنر، غیرقابل نفوذ می‌نماید. می‌توان گفت در این‌جا هنرمند به مخاطب اثر خود توجهی نشان نمی‌دهد و این تجربه‌های علمی در زمینه نور و رنگ است که برای او اهمیت می‌یابد. مخاطب اثر هنری در این دوره، در واقع در درون خود هنرمند قرار دارد و این هنرمند است که قصد دارد تا از کار خود راضی باشد و فرایند نقاشی است که برای او اهمیت دارد نه برخورد مخاطب.

بدین ترتیب می‌توان گفت در رویکرد مدرن، اثر هنری دارای کلیتی درونی بوده که به‌واسطه‌ی هنرمند، ظهور یافته و مخاطب/بیننده‌ی اثر، تنها حق دیدن آن را دارد. هنرمند و اثر هنری، مرکزیت حوزه‌ی هنر را تشکیل داده و مخاطب، منفعلانه در حاشیه قرار می‌گیرد، هنرمند محدوده‌ی اثر را به‌طور کامل محصور کرده و در برابر حضور و تعامل مخاطب نفوذناپذیر می‌کند و هر کسی صلاحیت احراز نام مخاطب اثر هنری را ندارد. در این رویکرد، هنرمند نابغه شمرده می‌شود و در رأس مثلث قرار می‌گیرد.

۴. هنر پست‌مدرن (هنر پست‌مدرن)

مفهوم پست‌مدرن کاربرد وسیعی در زمینه‌های ادبی، موسیقی، معماری و نقاشی در اروپا و آمریکا یافت. هنر پست‌مدرن که خود زاده‌ی جریان‌های فکری، اجتماعی، فلسفی و هنری عرصه‌های مختلف بود، تمامی افکار، اندیشه‌ها و هنرها (کلاسیسم^{۲۳}، رئالیسم^{۲۴}، فرمالیسم^{۲۵}، مفهوم‌گرایی^{۲۶} و...) را جمع کرد و چنین

گرچه سفارش، گستره‌ی موضوعی اثر را محدود می‌ساخت اما چندان مانع خلاقیت هنرمند نبود.

بدین ترتیب ممکن است در یک دوره‌ی زمانی مشخص، همزمان چند هنر (فرمایشی، سفارشی و اشکال دیگر) وجود داشته باشد. کما این‌که در حال حاضر نیز چنین پدیده‌ای دیده می‌شود؛ انبوه اطلاعیه‌ها و آگهی‌های جشنواره‌ها و مسابقات موضوعی هنر، برگزاری نمایشگاه‌های مناسبی در حوزه هنرهای تجسمی، نمونه‌ی بارز چنین التقاطی هستند.

۳. هنر مدرن

مدرنیسم اصطلاح جامعی است که تقریباً از پایان قرن نوزدهم، برای شیوه‌ی واکنش جامعه‌ی انسانی به تغییرات رخ داده در طول انقلاب صنعتی به‌کار می‌رود (کریبر و مارتین، ۱۳۹۰، ۲۴). می‌توان از وجه هنری، تعریف مدرنیسم را این‌گونه پی‌جویی نمود؛ «در بیشتر تعاریف مدرنیسم در هنر، پیدایش این دوره را همزمان با نقاشی هنرمندان امپرسیونیست^{۱۶} و پساامپرسیونیست^{۱۷} فرانسوی (از قبیل مونه^{۱۸}، دگا^{۱۹} و گوگن^{۲۰}) نسبت می‌دهند. این دوره اغلب، سرآغاز دوره‌ی عظیم تجربی هنر به حساب می‌آید، دوره‌ای که در آن، هنر اهداف جدیدی دنبال می‌کرد و خود را از قید و بند همه سنت‌های بازنمایی رها می‌ساخت» (وارد، ۱۳۹۲، ۵۸).

مدرنیسم مدافع دیدگاه «هنر برای هنر»^{۲۱} بود. این دیدگاه، هنر را به ساحت امور انتزاعی و تئوریک، نزدیک ساخت و فاصله‌ی روزافزونی از زندگی و عینیت‌های آن گرفت. این فاصله‌گیری، بسیاری از توده‌های مردم را از دایره‌ی دریافت و برقراری ارتباط با آثار هنری بیرون راند و هنر به طبقه‌ای خاص تعلق یافت. هنرمندان مدرنیست، گاه چنان فاصله‌ای با مردم عادی پیدا کردند که آثارشان، برای بخش عظیمی از جامعه، کم‌تر قابل درک بود. هنرمند، نابغه فرض می‌شد و اثرش نشانه‌ای از نبوغ وی. هنرمند مدرنیست، گویی شخصیتی پیامبرگونه دارد که رسالت دارد ملتی را از گمراهی بیرون بکشد (کریبر و مارتین، ۱۳۹۰، ۲۶).

یک خصوصیت نسبتاً عام، مدرنیسم را از نگره‌های هنری پیش از مدرن متمایز می‌سازد و آن چیزی نیست جز نگاه درونی و ساختاری به خود هنر. در واقع، نقاشی مدرن انگاره‌ای است که نقاشی‌بودن نقاشی در آن، بیش از هر چیز دیگری اهمیت می‌یابد. بنابراین مسائل خاص تکنیکی نقاشی، هم‌چون ادارک، شیء رنگین، بصری، فرایند دیدن، عمق‌نمایی و سطح‌گرایی، فرم و ترکیب و عناصر بنیادین تصویر همانند رنگ، بافت و خط، به دغدغه‌ی اصلی مدرنیست‌ها تبدیل شد تا بدان‌جا که موضوع در نقاشی اولویت خود را از دست داد (سمیع‌آذر، ۱۳۹۲، ۱۰-۱۱).

به عنوان مثال، «برای سزان^{۲۲} که پدر نقاشی مدرن شناخته

کف مکان اجرا را پوشانده است و مخاطبان می‌توانند وارد اثر هنری شوند، روی تخمه‌ها راه بروند، دراز بکشند و صدای حاصل از برخورد با تخمه‌ها را بشنوند. مخاطبان با آمیخته‌ای از حس‌های بصری، شنیداری و لمس همراه با امکان حرکتی به مکان‌یابی خود در این فضا می‌پردازند (تصویرهای ۶ تا ۸). در پست‌مدرنیسم است که مخاطب، هم در مقام مصرف‌کننده کالای فرهنگی و هم در جایگاهی که بدون او اثر هنری فعلیت نمی‌یابد، در کانون توجه هنر و اندیشه معاصر قرار می‌گیرد. به فراخور چنین رویکردی، شاهد شکل‌گیری آثاری هستیم که به اصطلاح، مخاطب‌محور هستند. «لوسی اسمیت»^{۳۰} در خصوص اهمیت‌یابی مخاطب می‌گوید: «در مجموع هنر قرن بیستم و به‌ویژه نیمه‌ی دوم آن، بیش از همیشه در صدد تأثیر گذاشتن بر مخاطب بود» (لوسی اسمیت، ۱۳۹۶، ۹).



تصویر ۶. آی‌وی‌وی، تخمه آفتاب‌گردان، ۲۰۱۰م، موزه هنر مدرن لندن (Url4).



تصویر ۷. هنرمند در حین رنگ‌آمیزی تخمه‌های سرامیکی. (Url5).



تصویر ۸. تعامل مخاطب با اثر تخمه آفتاب‌گردان. (Url6).

شکل گرفت: پست‌مدرن یعنی احیای قالب‌ها و محتوای سنتی از انحنای مختلف به همراه ترکیب آن‌ها با قالب‌ها و محتوای بدیع، فنون، فناوری (تکنولوژی)؛ یعنی دستاوردهای سنتی، صنعتی و فراصنعتی.

هنر پست‌مدرن از کارکرد زینتی فاصله گرفته و به سمت کارکرد متعهد گرایش پیدا می‌کند و هنرمندان پست‌مدرن از تکنیک‌های متنوع این هنر، گاه برای عرضه اندیشه‌های ساده و معطوف به خود درباره هنر و گاه برای انتقال پیام‌های پیچیده درباره مسائل مهم انسانی و اجتماعی، جهت انتقال به مخاطب خود بهره می‌برند و در حقیقت، هنر موضوع‌گرا نتیجه این نوع نگاه است.

پست‌مدرن بر ماهیت گذرا و از بین‌رونده اثر هنری تأکید می‌کند. به ازای کوتاهی ناگزیر عمر رویکردهای هنری و مرگ آثار بزرگ، هنر، امکانی را کسب می‌کند: امکان همگانی‌شدن. هنرمند نیز، انسانی عادی است که هنرمند شدن را انتخاب کرده‌است و تافته جداافتاده از اجتماع و مردم نیست. بدین معنا، «دیگر هنرمند موجودی استثنایی نیست که نتوانیم خود را با او مقایسه کنیم، او کسی است مانند ما» (میه، ۱۳۹۶، ۵۰).

هنرمندان پست‌مدرن تلاش می‌کنند هنر را به روی توده مردمی که روند آن را می‌پذیرند، گشوده و آن را از انحصار نخبگان خارج کنند و در نتیجه، هنر معاصر، تبدیل به بازار بزرگ هنری شده که مردم، نوع زیبایی‌شناسی خود را انتخاب می‌کنند نه عده‌ای خاص از حاکمان، هنرمندان و نخبگان که هنر را معنی کرده و فضایی خاص برای تعیین می‌کنند. «اندی وار هول»^{۳۱} می‌گوید: «به نظر من هنر نباید مختص افراد ممتاز باشد، من فکر می‌کنم هنر باید برای توده‌ی مردم باشد که به هر صورت آن را می‌پذیرند» (راش، ۱۳۸۹، ۳۴). شاید بتوان پست‌مدرنیسم را سرآغاز خودآگاهی مردم عادی از اقتدار بالقوه آن‌ها در جایگاه مخاطب دانست. در پست‌مدرنیسم با تکیه و تأکید بر اصل کثرت‌گرایی، امکان مشارکت همگان، تشدیدشده و گاه حتی زمینه حضور مخاطب به‌عنوان بخشی از فرایند تولید اثر، فراهم می‌شود. یا به عبارتی، آثار با مشارکت مسقیم مخاطب شکل می‌یابند که در آن‌ها، نقش هنرمند و مخاطب در هم گره می‌خورد.

تخمه آفتاب‌گردان^{۳۲}، اثر «آی‌وی‌وی»^{۳۳}، نمونه‌ای از آثاری است که نشان‌دهنده مشارکت مستقیم هنرمند و مخاطب (توده مردم) می‌باشد که از تعداد بی‌شماری تخمه آفتاب‌گردان سرامیکی تشکیل شده که هنرمند برای ساخت و رنگ‌آمیزی آن‌ها از تعداد زیادی از نیروی کار با تخصص سرامیک سنتی بهره برده‌است. هدف هنرمند از استخدام این افراد، به‌کارگیری تکنیک‌های قدیمی برای بیان زبانی معاصر در هنر و تعامل با توده مردم بوده است. این تخمه‌ها مانند یک فرش،

کردند که تعامل با مخاطب را متحول و به نوعی تعریف اثر هنری از هنرمند به مخاطب ارجاع گردید. چنین تعاملاتی بین مخاطب، اثر هنری و هنرمند، شرایط جدی تری را جهت نقش آفرینی مخاطب، در آفرینش اثر هنری، فراهم می‌آورد. «هنرهای تعاملی»^{۳۳} از جمله رویکردهایی هستند که در آن‌ها، مخاطب نقشی اساسی و تعیین کننده در خلق و جهت یابی اثر هنری برعهده دارد.

هنرمندان هنر تعاملی، با گرایش‌های مختلف و متفاوت، اثر خود را تولید می‌کنند، اما هدف مشترک همه آن‌ها، درگیر کردن هرچه بیشتر مخاطب با اثر، قرار گرفتن در متن و تغییر دادن آن است. آثار تعاملی سوالی در ذهن تماشاگر پدید می‌آورند. «هنر تعاملی به دنبال مفهوم زدایی نیست، بلکه می‌خواهد مخاطب، مفهومی را کشف و دوباره سازی کند. تماشاگران، شرکت کنندگان، مخاطبان و کنش‌گران همانند هنرمندان در جایگاه خلق قرار گرفته و می‌توانند فرایند اثر هنری و پروژه‌های تعاملی را آگاهانه و یا تحت تأثیر ناخودآگاه دچار تغییر کرده و نتایج جدیدی را به بار آورند. در اغلب رسانه‌ها مخاطب منفعل است ولی در هنر تعاملی (که هنری دوسویه است)، مخاطب در جهت شکل گیری اثر نقش دارد» (کریبر و مارتین، ۱۳۹۰، ۶۷).

اثر دیوار تعاملی^{۳۴}، با همکاری تیمی از هنرمندان با هدف ساختن تجربه تصویری متحرک در فضا ایجاد شده است. با ورود مردم به محیط پروژه، سنسورهای موجود در دیوار حرکت مخاطبان را تشخیص داده و آن‌ها را تبدیل به تصاویر گرافیکی می‌کنند. در این اثر، مخاطبان با استفاده کردن از ورودی‌ها، برای تأثیر گذاشتن بر خروجی‌ها به طریقی در فرایند هنری شرکت دارند. تعامل گرایمی، امکان جست‌وجو، ایجاد کردن و همیاری در اثر هنری را فراهم می‌سازد، عملی که بسیار فراتر از فعالیت روانی است. در این اثر، ارتباط از نوع تراکنشی می‌باشد؛ مخاطب به صورت فیزیکی با اثر تعامل دارد و بدون حضور او، اثر موجودیت نمی‌یابد (تصویرهای ۹ تا ۱۱).



تصویر ۹. دیوار تعاملی، اثر تیمی سونیل والو و آشکا شاه. (Url7)

یکی از اهداف اصلی هنر پست مدرنیسم، ایجاد مجموعه آثاری است که بتواند با گروه عظیمی از مخاطبان ارتباط برقرار سازد و معانی دیگر اثر را در ادراک دیگران جست‌وجو می‌کند. «پست مدرنیسم امکان دخالت تعییر و تفسیرهای گوناگون را فراهم می‌آورد و پای هرمنوتیک و واسازی اثر هنری را به قلمرو هنر باز می‌گشاید» (بودریار، ۱۳۹۴، ۱۶۴). «تماشاگر امروز، در سهیم شدن با هنرمند در کشف شیوه‌های تازه‌ی اندیشه و احساس و برداشت، مشتاق‌تر از پیش شده است» (اسماگولا، ۱۳۸۱، ۱۰).

در مجموع با ظهور دیدگاه‌های مؤلف‌گریزی چون مرگ مؤلف و عدم قطعیت معنا و طرح «نظریه دریافت»^{۳۱} و نیز تضعیف قید و بندهای ایدئولوژیک مدرنیسم و کثرت‌گرایی و... کم‌کم نفوذ و اقتدار آفریننده اثر به نفع خواننده آن (مخاطب)، کنار رفت. در چنین وضعیتی که مخاطب اثر، تعیین کننده سوبیه‌های معنایی و ارتباطی اثر شده، دوران تازه‌ای در مناسبات هنری شکل گرفته که می‌توان از آن به عنوان عصر مخاطب یاد کرد. عصری که به نظر می‌رسد، «دلالت یک اثر نه در منشا آن که در مقصد آن است» (میه، ۱۳۹۶، ۶۷).

آثار هنری که امروزه خلق می‌شوند میان رسانه‌ای هستند یعنی موضوع مشخصی ندارند و رسانه ناب و خالص را دارای اصالت نمی‌شمارند بلکه از میان رسانه‌های گوناگون نو و یا سنتی، دست به گزینش می‌زند. «امروز نظریه پردازان هنر درباره‌ی چیزی گفت‌وگو می‌کنند که روزالیند کروس^{۳۲} آن را شرایط فرا رسانه‌ای هنرهای تجسمی خواند. مفهوم این تلقی جدید آن است که دیگر نه تنها رسانه برتری وجود ندارد، بلکه اصولاً نوع رسانه و ابزاری که برای بیان هنری به کار گرفته می‌شود چندان حائز اهمیت نیست» (لوسی اسمیت، ۱۳۹۶، ۱۵).

در نهایت، زمینه‌های وسیع تری برای آزادی هنرمند فراهم شد. هنرمند معاصر، بیشترین آزادی ممکن را در انتخاب شیوه‌های بیانی، تکنیک و رسانه اجرایی از زمان گذشته در این زمان پیدا کرد. در کنار دستاوردهایی که برای هنرمند شکل گرفت، مخاطبین نیز جایگاهی متفاوت یافته‌اند. بدین ترتیب، در هم تنیدگی زبان‌های هنری در زمانی که مرزی میان زبان‌های گوناگون وجود ندارد، باعث می‌شود که اثر خلق شده ماهیتی متفاوت از تکنیک زبان‌های هنری را داشته باشد. زمانی که زبان نقاشی با طراحی و هنر اجرا و سایر زبان‌های تجسمی درمی‌آمیزد، اثری با ماهیتی جدید خلق می‌شود. در این زمان، هنرمندان موفق به کشف قابلیت‌های محیط و رویدادها و اجراهای هنری شده بودند و آثارشان اکثراً در محیطی شکل می‌گرفت که می‌توانست رابطه‌ای با مخاطب برقرار کند.

ایده‌گرایی و رسانه‌های نوین، نقاشی را وارد مرحله جدیدی



تصویر ۱۲. جهان بدون مرز، اثری از موسسه تیم لب، ۲۰۱۸م، موزه هنر دیجیتال، توکیو (Url8).



تصویر ۱۳. مخاطب در مواجهه با اثر جهان بدون مرز (Url9).

«هنگامی که دوشان^{۳۴} پیشنهاد داد که کار هنری برای تکمیل مفهوم وابسته به تماشاگر است، هرگز نمی‌دانست در پایان این قرن برخی از آثار هنری به معنای واقعی وابسته به تماشاگرانند؛ نه تنها برای کامل کردن بلکه برای آغاز کردن و محتوا بخشیدن به اثر» (راش، ۱۳۸۹، ۲۸).

بدین ترتیب می‌توان گفت رویکرد پسامدرن جایگاه ویژه‌ای در هنر را به مخاطب و نقش ارتباطی آن اختصاص می‌دهد. اثر هنری، بازتاب خواست و میل مخاطب است که به واسطه کنش هنری هنرمند تجسم می‌یابد. پسامدرن، مخاطب‌محور است، مخاطب در مرکزیت حوزه هنر و هنرمند، در حاشیه قرار می‌گیرد. در هنر پسامدرن، مخاطب عام در رأس مثلث (هنرمند-اثر-مخاطب) قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری

نتایج به‌دست آمده از این پژوهش با هدف بررسی ارتباط میان هنرمند و اثر هنری و مخاطب، شامل موارد زیر است: ۱. آثار هنری جهت ارائه به دیگری یا دیگران است که خلق می‌شوند، اثر هنری از لحظه‌ای که ارائه می‌شود، منش



تصویر ۱۰. مخاطب و اثر دیوار تعاملی (Url7).



تصویر ۱۱. نمای دیگری از تعامل مخاطب و اثر دیوار تعاملی (Url7).

بنابراین اگر بتوان گفت که نقاشی و دانش بصری دیگر محدود به ابژه نیست، می‌توان جهان سیال و در حال تغییر نقاشی را که حتی درون کامپیوترها وجود دارد و جهان نوینی که کامپیوتر آن را برای نقاشی به وجود آورده است، درک کرد. دنیای هنر تعاملی که واقعیتش مجازی باشد، برای تکمیل اثر به مخاطب وابسته است.

اثر جهان بدون مرز^{۳۵}، توسط گروهی متشکل از هنرمندان، برنامه‌نویسان، معماران و انیماتورها در موزه هنر دیجیتال توکیو ساخته شده است. مخاطبان به فضای مجازی این اثر وارد می‌شوند و تشویق می‌شوند راه خود را در این مناظر دیجیتالی بسازند. مخاطبان در میان آبشارها راه می‌روند که در این میان حتی می‌توانند پرنده‌های دیجیتالی را لمس کنند و در جنگل‌هایی که توسط کامپیوترها ساخته شده‌است پرسه بزنند. در این اثر، مخاطبان با آمیخته‌ای از حس‌های بصری، شنیداری و لمس، همراه با امکان حرکتی، به مکان‌یابی خود در میان این فضا می‌پردازند. در این اثر، ارتباط از نوع تراکنشی می‌باشد. مخاطب به صورت فیزیکی و ذهنی با اثر تعامل دارد و رویکرد مخاطب، از نوع تراکنشی است (تصویرهای ۱۲ و ۱۳).

هرکسی صلاحیت احراز نام مخاطب اثر هنری را ندارد. هنر مدرن، هنرمندمحور است و در این رویکرد، هنرمند در رأس مثلث (هنرمند- اثر هنری- مخاطب) قرار می‌گیرد.

۷. هنر پسامدرن جایگاه ویژه‌ای در هنر را به مخاطب و نقش ارتباطی آن اختصاص می‌دهد. هنرمند پست‌مدرن، انسانی عادی است و تلاش می‌کند هنر را به روی توده مردم گشوده و آن را از انحصار نخبگان خارج کند. هنرمند پست‌مدرن از تکنیک‌های متنوع این هنر، گاه برای عرضه اندیشه‌های ساده و معطوف به خود درباره هنر و گاه برای انتقال پیام‌های پیچیده درباره مسائل مهم انسانی و اجتماعی، جهت انتقال به مخاطب خود بهره می‌برد. در پست‌مدرنیسم با تکیه و تأکید بر اصل کثرت‌گرایی، امکان مشارکت همگان، تشدید شده و گاه حتی زمینه حضور مخاطب به‌عنوان بخشی از فرایند تولید اثر، فراهم می‌شود یا به‌عبارتی، آثار با مشارکت مسقیم مخاطب شکل می‌یابند که در آن‌ها، نقش هنرمند و مخاطب در هم گره می‌خورد. اثر هنری، بازتاب خواست و میل مخاطب است که به واسطه کنش هنری هنرمند، تجسم می‌یابد. پسامدرن، مخاطب‌محور است. مخاطب در مرکزیت حوزه هنر و هنرمند، در حاشیه قرار می‌گیرد. در هنر پسامدرن، مخاطب عام در رأس مثلث (هنرمند- اثر- مخاطب) قرار می‌گیرد.

۸. هنرمند معاصر بیشترین آزادی ممکن را در انتخاب شیوه‌های بیانی، تکنیک و رسانه اجرایی دارد و مرزی میان زبان‌های گوناگون وجود ندارد، اثر خلق شده، ماهیتی متفاوت از تکنیک زبان‌های هنری دارد. ایده‌گرایی و رسانه‌های نوین، نقاشی را وارد مرحله جدیدی کردند که تعامل با مخاطب را متحول ساخت و به‌نوعی، تعریف اثر هنری از هنرمند به مخاطب ارجاع گردید.

۹. هنرهای تعاملی از جمله رویکردهایی هستند که در آن‌ها، مخاطب، نقشی اساسی و تعیین‌کننده در خلق و جهت‌یابی اثر هنری برعهده دارد. هدف مشترک هنرمندان هنر تعاملی، درگیر کردن هرچه بیشتر مخاطب با اثر، قرار گرفتن در متن و تغییر دادن آن است. تعامل در چنین سطح گسترده‌ای، مدیون امکانات و فناوری رسانه‌های نوینی است که به تکنولوژی وابسته هستند.

ارتباطی می‌یابد و در واقع انگیزش اولیه هنرمند در خلق اثر هنری، مخاطب است. اثر هنری، همواره تاریخ، محصول دو همزاد قرین هم (هنرمند و مخاطب) بوده و هست.

۲. تولید هنری، هرگز با تمام‌شدن کار هنرمند تمام نمی‌شود؛ بلکه روند خلق آن با هر بار خوانش اثر، ادامه پیدا می‌کند و در هر دوره‌ای، معنایی متناسب با همان دوره کسب می‌نماید. پس از مطرح‌شدن و اهمیت پیدا کردن نظریه مرگ مؤلف، شاید بتوان ارتباط میان هنرمند و مخاطب را از نوع رابطه تراکنشی دانست، چرا که هنرمند، پیامی را ارائه می‌دهد اما مخاطبان هر یک می‌توانند برداشت خود را از آن داشته باشند، حتی اگر منطبق با پیام موردنظر هنرمند نباشد.

۳. اشکال هنری در ارتباط با مخاطب در دوره‌های تاریخی مختلف، به چهار شکل کلی هنر فرمایشی، سفارشی، مدرن و پسامدرن تقسیم می‌شوند. ممکن است در یک دوره زمانی مشخص، همزمان چند هنر (فرمایشی، سفارشی و اشکال دیگر) وجود داشته باشد.

۴. هنر فرمایشی دوره تاریخی‌ای که هنر به خواست و دستور خدایان و نمایندگان زمینی‌شان (فرمانروایان و شاهان) خلق می‌شد. آزادی عمل هنرمند در خلق اثر به خواست و سلیقه شاه و دربار وابسته بود.

۵. هنر سفارشی هنری است که در آن، هنرمند صاحب جایگاهی می‌شود و از اقبال مختلف به او سفارش کار هنری داده می‌شود. با اهمیت‌یابی نقش هنر در جامعه، جایگاه ویژه‌ای برای قشر هنرمند در نظر گرفته می‌شود.

۶. هنر مدرن، مدافع دیدگاه هنر برای هنر است. در این حوزه، نقاشی فقط نقاشی است و از قید و بند قراردادهای اجتماعی آزاد است. اثر هنری دارای کلیتی درونی است که به‌واسطه هنرمند ظهور می‌یابد و مخاطب/بیننده اثر تنها حق دیدن آن را دارد. هنرمندان، نابغه فرض می‌شوند و آثارشان، برای بخش عظیمی از جامعه، کم‌تر قابل درک است. اغلب مخاطبان این آثار هنری، روشنفکر هستند و در زمره خواص تلقی می‌شوند. در نتیجه، هنرمند و اثر هنری مرکزیت حوزه هنر را تشکیل می‌دهد و مخاطب، منفعلانه در حاشیه قرار می‌گیرد. هنرمند، محدوده اثر را به‌طور کامل محصور کرده و در برابر حضور و تعامل مخاطب، نفوذناپذیر می‌نماید و

پی‌نوشت

منابع

۱. Arnold HAUSER (۱۸۹۲-۱۹۷۸م)، جامعه‌شناس و مورخ هنر مجارستانی.
۲. PLATO (۴۲۸/۴۲۷ ق.م-۳۴۸/۳۴۷ ق.م)، افلاطون دومین فیلسوف از سه‌گانه فلاسفه بزرگ یونانی است.
۳. ARISTOTLE (۳۸۴ ق.م-۳۲۲ ق.م)، از فیلسوفان یونان باستان.
۴. Rene DESCARTES (۱۵۹۶-۱۶۵۰م)، ریاضی‌دان و فیلسوف فرانسوی.
۵. David HUME (۱۷۱۱-۱۷۷۶م)، فیلسوف اسکاتلندی.
۶. Immanuel KANT (۱۷۲۴-۱۸۰۴م)، فیلسوف آلمانی.
۷. Friedrich SCHLEIERMACHER (۱۷۶۸-۱۸۳۴م)، مترجم الهی‌دان و فیلسوف آلمانی.
۸. Wilhelm DILTHEY (۱۸۳۳-۱۹۱۱م)، مورخ، جامعه‌شناس، روان‌شناس و فیلسوف آلمانی.
۹. Hermeneutics، علمی که مسئله فهم متون و چگونگی ادراک و فهم و روند آن را بررسی می‌کند.
۱۰. Martin HEIDEGGER (۱۸۸۹-۱۹۷۶م)، شاعر و فیلسوف آلمانی.
۱۱. Hans-Georg GADAMER (۱۹۰۰-۲۰۰۲م)، فیلسوف آلمانی.
۱۲. Roland BARTHES (۱۹۱۵-۱۹۸۰م)، نویسنده، فیلسوف، نظریه‌پرداز ادبی، منتقد و نشانه‌شناس معروف فرانسوی.
۱۳. The Death of the Author
۱۴. CARAVAGGIO (۱۵۷۱-۱۶۱۰م)، نقاش ایتالیایی.
۱۵. Amedeo CIEMENTE MODIGLIANI (۱۸۸۴-۱۹۲۰م)، نقاش و مجسمه‌ساز ایتالیایی.
16. Impressionism
17. Post-Impressionism
۱۸. Claude MONET (۱۸۴۰-۱۹۲۶م)، نقاش امپرسیونیسم فرانسوی.
۱۹. Edgar DEGAS (۱۸۳۴-۱۹۱۷م)، نقاش و مجسمه‌ساز فرانسوی.
۲۰. Paul GAUGUIN (۱۸۴۸-۱۹۰۳م)، نقاش و مجسمه‌ساز فرانسوی.
21. Art For Art
۲۲. Paul CEZANNE (۱۸۳۹-۱۹۰۶م)، نقاش فرانسوی.
23. Classicism
24. Realism
25. Formalism
26. Conceptual art
۲۷. Andy WARHOL (۱۹۲۸-۱۹۸۷م)، هنرمند و نقاش آمریکایی.
۲۸. Sunflower seeds
۲۹. Ai WEIWEI (۱۹۵۷م)، هنرمند چینی.
۳۰. Edward LUCIE- SMITH (۱۹۳۳م)، نویسنده و منتقد هنری بریتانیایی.
۳۱. Reception theory
۳۲. Rosalind KRAUSS (۱۹۴۱م)، هنرمند آمریکایی.
33. Interactive Art
34. Interactive Wall
35. Borderless World
۳۶. Marcel DUSHUMP (۱۸۷۷-۱۹۶۸م)، نقاش و مجسمه‌ساز فرانسوی.
- احمدی، بابک. (۱۳۹۵). ساختار و تأویل متن. چاپ بازدهم. تهران: انتشارات مرکز.
- (۱۳۹۸). حقیقت و زیبایی، چاپ سی‌وپنجم، تهران: انتشارات مرکز.
- اسماگولا، هواردجی. (۱۳۸۱). گرایش‌های معاصر در هنرهای بصری. ترجمه فرهاد غبرایی. تهران: انتشارات پژوهش‌های فرهنگی.
- افلاطون. (۱۳۶۸). جمهوری. ترجمه فواد روحانی. تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- بارت، رولان. (۱۳۸۹). لذت متن. ترجمه پیام یزدان‌جو. چاپ پنجم. تهران: انتشارات مرکز.
- بودریار، ژان. (۱۳۹۴). جامعه‌ی مصرفی (اسطوره‌ها و ساختارها). ترجمه پیروز ایزدی. چاپ پنجم. تهران: انتشارات ثالث.
- پورمند، فاطمه. (۱۳۹۶). «افق بینادهنی هنرمند و مخاطب در هنر تعاملی معاصر». میانی نظری هنرهای تجسمی، شماره ۳: ۶۱-۷۶.
- راش، مایکل. (۱۳۸۹). رسانه‌های نوین در هنر قرن بیستم. ترجمه بیتا روشنی. تهران: انتشارات نظر.
- راودراد، اعظم. (۱۳۹۴). نظریه‌های جامعه‌شناسی هنر و ادبیات. چاپ سوم. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- سمیع آذر، علی‌رضا. (۱۳۹۲). اوج و افول مدرنیسم. چاپ چهارم. تهران: انتشارات نظر.
- کریبر، گلن؛ رویستون، مارتین. (۱۳۹۰). فرهنگ‌های دیجیتال. ترجمه مرضیه وحدانی. تهران: انتشارات ساقی.
- گامبریج، ارنست. (۱۳۹۸). تاریخ هنر. ترجمه علی رامین. چاپ دوازدهم. تهران: نشر نی.
- لوسی اسمیت، ادوارد. (۱۳۹۶). مفاهیم و رویکردها در آخرین جنبش‌های هنری قرن بیستم. ترجمه علی‌رضا سمیع‌آذر. چاپ هفدهم. تهران: انتشارات نظر.
- مددپور، محمد. (۱۳۹۰). آشنایی با آراء متفکران درباره‌ی هنر. چاپ سوم. تهران: انتشارات سوره مهر.
- ملزر، آرتور؛ واین برگر، جری؛ زینمان، ریچارد. (۱۳۹۶). دموکراسی و هنر. ترجمه شیراز شاپور جورکش، علی معصومی و پولاد فرخ‌زاد. چاپ سوم. تهران: نشر چشمه.
- میه، کاترین. (۱۳۹۶). هنر معاصر (تاریخ و جغرافیا). ترجمه مهشید نونهالی. چاپ سوم. تهران: انتشارات نظر.
- وارد، گلن. (۱۳۹۲). پست مدرنیسم. ترجمه قادر فخر رنج‌بری و ابودر کرمی. چاپ سوم. تهران: انتشارات ماهی.
- یونسی، اعظم. (۱۳۹۰). «نقش مخاطب در تحول و تکوین هنر معاصر»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر.
- Url1: https://en.wikipedia.org/wiki/Victory_Stele_of_Naram-Sin
- Url2: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Amedeo_modigliani__retrato_de_madame_hanka_zborowska_02.jpg

Url3: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:C3%A9zanne,_Paul_-_Still_Life_with_a_Curtain.jpg

Url4: https://en.wikipedia.org/wiki/Ai_Weiwei#/media/File:Sunflower_Seeds_Weiwei_Tate_2011_01.JPG

Url5: <https://smarthistory.org/ai-weiwei-kui-hua-zi-sunflower-seeds>

Url6: https://www.researchgate.net/figure/Ai-Weiwei-with-his-Sunflower-seeds-2010-30_fig1_306455762

/Url7: <https://www.pinterest.com/pin/54606214211799286>

Url8: <https://mai-ko.com/tour/mori-building-digital-art-museum-epson-teamlab-borderless-tokyo>

Url9: <https://www.nature.com/articles/s41928-018-0192-z>