

نوستالژی دو لا بو: در باب کاتالوگ نمایشگاه «والا و سخیف: هنر مدرن و فرهنگ عامه»

نویسنده: روزالیند کراوس

مترجم: بنفشه روانپورا

... یادداشت مترجم

در سال ۱۹۹۰ نمایشگاهی با عنوان «والا و سخیف: هنر مدرن و فرهنگ عامه» برگزار شد. کیوریتورهای این نمایشگاه کاتالوگی را منتشر کردند که نکات مهم بسیاری را در باب آثار این نمایشگاه و فرهنگ عامه مطرح می‌کند. بعدها، در بهار سال ۱۹۹۱ مجله‌ی اکتبر ویژه‌نامه‌ای را در باب این نمایشگاه منتشر می‌کند و بسیاری از جنبه‌های آن را از منظر انتقادی به چالش می‌کشد. در اینجا، در قسمت اول، ترجمه‌ای از مقدمه‌ی روزالیند کراوس بر این ویژه‌نامه ارائه می‌شود تا خواننده با زمینه‌ی مورد بحث آشنا شود و در ادامه، ترجمه‌ی مقاله‌ی کراوس با

عنوان «نوستالژی دو لا بو» آورده می‌شود.

... مقدمه

عنوان این ویژه‌نامه، *والا/ سخیف: هنر و فرهنگ توده*، رابطه‌ای همگام با نمایشگاه موزه‌ی هنر مدرن با عنوان «والا و سخیف: هنر مدرن و فرهنگ عامه» دارد. آن را تکرار می‌کند و در عین حال مسیرش را از آن جدا می‌کند. در واقع، عدم تطابق حدودی بین این دو قرار است همزمان مبین قرابت بحث ما با پروژه‌ی موزه باشد، و هم بیانگر جدایی از آن.

به منظور روشن کردن ابهام این موضع، فکر کردم که چگونگی شکل‌گیری این مسئله را توضیح دهم. اندکی پس از آن که موزه

هنر مدرن از «والا و سخیف» به عنوان پروژه نمایشگاهی آتی خبر داد، نورمن بریسون خطاب به گروهی از سردبیران و نویسندگان اکتبر، الزام ارائه‌ی بیانیه‌ای جایگزین را پیش کشید. این بر همه‌ی ما مسلم بود. بخشی به دلیل احساس سرخوردگی شدیدی که ناشی از نمایشگاه «بدوی‌گرایی» موزه در سال ۱۹۸۴ بود، و در کل به دلیل نیازی که آن زمان برای بررسی مجدد آن با رویکردی مردمی احساس می‌شد، بررسی شکل تفسیری که توسط موزه، از مدرن، از ارتباط هنر غربی با فرهنگ‌های استعمارشده ارائه شده بود. در آغاز، چندان برایمان مشخص نبود که این پروژه‌ی جایگزین چه شکلی می‌تواند داشته باشد و بنابراین در مورد گزینه‌های مختلفی بحث کردیم، مثل برپایی نمایشگاه خودمان، با سازماندهی مسیری کاملاً متفاوت. شاید تصور این مسئله دشوار باشد که چگونه، با در نظر داشتن این واقعیت که موزه در روند تنظیم نمایشگاه بود و ما دسترسی به برنامه‌هایش نداشتیم، می‌توانستیم این «مسیرهای متفاوت» را با قدری وضوح و اطمینان پیش بکشیم.

و البته، با توجه به عدم دسترسی ما نتوانستیم چنین برنامه‌ای پیاده کنیم و از درستی آن مطمئن باشیم. اما بر اساس نمایشگاه بدوی‌گرایی و چیزی که از آن اطلاع داشتیم فهرستی بود از عوامل دومین قسمت مجموعه «والا و سخیف» بر کاتالوگ، فکر کردیم می‌توانیم تا حدی پیش‌بینی کنیم. فرض ما این بود که نحوه‌ی که موزه رابطه‌ی بین چیزی که آن را هنر والا

می‌نامید و آن چه با عبارت «سخیف» ترسیم میکند- چنین می‌نمود که فرهنگ عامه درون ظرفی قرار دارد که می‌توان آن را «مدل تعالی» نامید. طبق این مدل، کارکرد هنر تعالی و تحول تجربه است، بالا بردن آن از معمولی و پیش پا افتاده به خارق‌العاده و شگفت‌انگیز. از پیش پا افتاده به بی‌همتا، از پست به والا؛ با نبوغ مخصوص موجودی هنرمند که استعداد انجام این اعمال را دارد. با این تعریف، اشکال سخیف نموده‌های بصری-گرافیتی، کتاب‌های کمیک، تبلیغات و غیره...- زیرمجموعه‌هایی از منابعی را شامل می‌شوند که هنرمند دستچین کرده و این مواد اولیه را به مجموعه مسائلی کاملاً مستقل مبدل می‌کند که به حوزه‌ی زیباشناختی وارد می‌شود، مواد با توجه به نیازها از نو ترتیب داده می‌شوند، برای مثال، از وحدت صوری، یا شیوه، یا انشعاب زیباشناختی. نمایشگاه موزه هنر مدرن، آن طور که ما پیش‌بینی کردیم، محصولی را ارائه می‌دهد که بی‌شک پژوهش تاثیرگذاری خواهد بود درباره‌ی منابع فرهنگ توده‌ای از طیف وسیعی از کار هنری قرن بیستم از کلاژهای کوبیستی تا پاپ آرت و فراتر از آن. به منظور نشان دادن چگونگی تغییر شکل پیدا کردن مایه‌ها - همانطور که منطبق مدل تعالی اقتضا می‌کند- با این فرض که چنین تحولی محصول نیت هنری فردی بوده است. اینجا البته مشهود است که مدل تعالی در اغلب موارد، مترادف مدل اصلی تحقیقات هنری-تاریخی به طور کلی است.

اکنون، در مورد میزان استفاده‌ی موزه از مدل تعالی در سازماندهی نمایشگاه خود، یا حتی به کارگیری آن چه حق با ما باشد یا نه، ما مسیرهای دیگری برای ترسیم رابطه‌ی بین هنر والا و فرهنگ توده در نظر داشتیم. مسیرهایی متفاوت و مخالف با مدل تعالی برای طرح این پرسش که آیا منابع فرهنگی توده‌ی مردم شامل مجموعه‌ای از منابع قابل قیاس با منابعی است که هنرمندان به شکل سنتی از آن‌ها استفاده کرده‌اند (مانند کتاب‌های تمثیلی، متون مذهبی، دیگر آثار هنری و غیره). به این معنا که مسئله‌ی دیگر این تحلیل‌ها این است که آیا فرهنگ توده خود یک پدیده‌ی تاریخی تعریف شده که بدون چشم‌پوشی از پیامدهای این ویژگی تاریخی نتوان آن را قابل تطبیق با الگوی تاریخ هنری دانست. کار مکتب فرانکفورت (تئودور آدورنو) و والتر بنیامین وقف باز اندیشی درباره‌ی فرهنگ از دیدگاه فرهنگ توده شد، دیدگاهی که تبعات تاریخی و مادی آن، به گفته‌ی آن‌ها، میبایست تعریف قطعی هنر را دگرگون کند. برخی از این الگوهای دیگر، هر چند منظور، همه‌ی آن‌ها نیست، که به عنوان واکنش در برابر چنین مباحثی به وجود آمد را می‌توان شامل: الگوی وانمودها (ژان بودریار)، الگوی تقدس زدایی (رولان بارت)، الگوی فرهنگی-سیاسی (مکتب برمینگام) و تصرف مجدد (میشل دوسرتو). این مدل‌های دیگر بودند که در پروژه‌هایمان برای نمایشگاه جایگزین‌مان سعی داشتیم به کار بگیریم. به دلیل محدودیت زمان، انرژی، بودجه و شاید

اراده، ما فکر نمایشگاه را کنار گذاشتیم و در عوض به برگزاری یک سمپوزیوم ساده و یک ویژه‌نامه روی آوردیم. ولی، در پی تداوم انگیزه‌های اولیه، میل پیدا کردیم که موضوع را از منظر الگوهای دیگر نیز مطرح کنیم، و نه فقط به عنوان تکیه گاهی برای مشروعیت بخشیدن به نقد انفعالی بر آن چه موزه می‌بایست یا نمی‌بایست انجام می‌داد.

نظر بر این است که موقعیت ما هم نزدیک به پروژه‌ی موزه است و هم با آن فاصله دارد. چرا که با ارائه نقدی از آن پروژه، قصد داشتیم که جایگزین‌هایی در ازای شیوه‌ای که الگوی تعالی، مسئله را مطرح می‌کند، نشان دهیم. و در عین حال فاصله‌مان را.

با این حال، در حفظ تصور رابطه‌ی بین هنر و فرهنگ توده به عنوان مسئله‌ی مورد بحث، و همچنین در حل نکردن کامل مقوله‌ی هنر تمام و کمال، ما با مسئله‌ی مطرح شده در موضوع اعلام شده‌ی موزه هم‌نظر بودیم. و این نقطه‌ی اشتراک ماست. ولی در رابطه با این نزدیکی، فکر ما این بود که در نظر گرفتن رابطه‌ی بین دو فضا، یکی درون آن چه دنیای هنر می‌خوانیم و دیگری بیرون از آن، را به طور کلی کنار بگذاریم. چشم‌پوشی از این موضوع به طور کامل، در جهت منافع مباحثی است که حوزه‌ی فرهنگ عامه را، در آن به عنوان تنها مکان مناسب برای فعالیت آوانگارد یا استقامت آن است، نشان داده می‌شود، به منزله‌ی این است که به سادگی ترتیب تحریمی علیه آن ترتیب دهیم و از مسائلی

که توسط نمایشگاه موزه طرح شده روی گردانیم. بنابراین، ما خود را در موضع خاصی از همراهی و درگیر نشدن با مسئله «والا و سخیف» قرار دادیم. تصمیم گرفتیم که گروهی از نویسندگان را دعوت کنیم تا زیرساختهای نظری که برآیند الگوهای فکری جایگزین درباره‌ی رویارویی هنر و فرهنگ توده را مستقلاً، نتیجه این شد که هسته‌ی سمپوزیومی شکل گرفت که در مرکز هنرهای دیا در ۳ نوامبر ۱۹۹۰ برگزار شد و این جا به طور مفصل، در قالب یک ویژه نامه ارائه می‌شود.

••• نوستالژی دو لا بو

مایلم با روایتی آغاز کنم - روایت نوستالژی دو لا بو، اصطلاحی فرانسوی که طبق گفته‌ی کاتالوگ موزه‌ی هنر مدرن برای نمایشگاه «های اند لو» «فقط تا حدی ترجمه‌پذیر است و حاکی از تمایلی است به فرو غلطیدن در آنچه سخیف و مبتذل تلقی می‌شود». این اصطلاح - نوستالژی گل و لای - تنها یک بار در توضیح موزه از « فرودست و فرادست» آمده است. [نوستالژی دو لا بو] به منظور نمایاندن آن جنبه از [کار] سورئالیست‌ها؛ مربوط به کنش‌های ضمیر ناخودآگاه به کار رفته است، که به نوبه خود، موجب شد [موزه] طیف وسیعی از شیوه‌های بیان‌گرانه، که آماج کنترل اجتماعی و سرکوب بودند، ارزش قائل شود و در این زمره، علاوه بر هنر به اصطلاح اسکیزوفرنیک، نمونه‌ی گرافیتی را هم باید به حساب آورد.

البته گرافیتی به خودی خود، لفظی مشروع در حیطه‌ی ارائه‌ی موزه از موضوع است - به عنوان یکی از چهار بخشی که موزه با توجه به زمینه‌ی موضوعی ترتیب داده است - در میان باقی بخش‌ها که تبلیغات، کاریکاتور و کمیک هستند. اگر چه کیوریتورها اصرار دارند که داستان چگونگی سرایت انرژی دگرگون‌کننده‌ی گرافیتی در حوزه‌ی هنر را نقل کنند، و به همان اندازه اصرار دارند توضیح دهند که چنین دوره‌ای آغاز نمی‌شود، مگر پس از جنگ جهانی دوم، به طوری که سورئالیسم، فقط یک نسبت پیش‌بینانه‌ی صرف با آن دارد. در واقع، از نظر کیوریتورها، سورئالیسم تقریباً هیچ ارتباطی با چیزی در حوزه‌ی که آن‌ها ترسیم می‌کنند، ندارد. در سطر پایانی کاتالوگ، استفاده از تصویر رسانه‌ای در آثار سیندی شرمین یا دیوید سال - از نظر میزان تاثیرگذاری - با عملکرد سورئالیسم مقایسه می‌شود. طبق نوشته آدام گاپنیک «تصویر رسانه‌ای در دهه ۱۹۸۰ به همان اندازه بی‌معنا گردید که ناخودآگاه در دهه ۱۹۳۰ [بی‌معنا] بود».

اگر موزه روال کار سورئالیسم را با اصطلاح نوستالژی دو لا بو تعریف می‌کند پس تحلیل‌های انجام گرفته از منظرهای گفتمانی کاملاً متفاوت، از [نوستالژی دو لا بو] برای توصیف چیزی کاملاً فراگیر در تمام آوانگارد پیش از جنگ جهانی دوم یا آوانگارد «تاریخی» استفاده می‌کند. بنابراین اندرو راس، در صحبت از شیوه‌ای که در دهه‌ی ۱۹۵۰، طبقه‌ی متوسط، روشنفکران ضدفرهنگ و هیپسترهای طبقه‌ی فرودست توانستند نهضت

مشترکی از طریق جریان هیپ ایجاد کنند، از این اصطلاح به عنوان یک ابزار دوره‌بندی استفاده می‌کند. او می‌نویسد: «روح این رویارویی، در دهه‌ی پنجاه، بین روشنفکران زیرزمینی (در مقابل روشنفکران کهنه کار، متعصب و سازگارتر ضد استالینی) و هیپیسترها همان چیزی نیست که الهام بخش نوستالژی د لا بو آوانگارد تاریخی شد. برای شروع، ما باید اصطلاح عامیانه ابتدایی هیپ را به عنوان مقوله‌ای از ادراک پیشرفته در مورد ذوق و سبک تجاری یا عامه در نظر بگیریم.»

قبل از پرداختن به مسائل مهم درباره‌ی دوره‌بندی که توسط راس مطرح شد یا مسئله دستیابی سورئالیسم به اشکال تصویرسازی به توصیف موزه هنر مدرن، می‌خواهم یادآور شوم که در هر دو مورد نوستالژی د لا بو در یک شرایط روایی کلی از تقبیح کردن ایجاد می‌شود: رنگ آمیزی، برای راس، فاصله‌ی واقعی آوانگارد تاریخی و جدایی از دنیای ذوق تجاری است؛ و برای موزه، رابطه‌ی خودنمایانه و عاجز سورئالیسم با کنش‌های سرکوب شده‌ای است که مورد پسندشان بود. جالب و تعجب آور به نظر می‌رسد، اگرچه هر دو متن با وارد کردن عبارتی فرانسوی، نقدشان را پیش می‌کشند، که ماهیت اصطلاحی‌اش آن را «تنها تا حدودی قابل ترجمه» می‌کند (به گفته‌ی موزه)، هر دو در صدد معنا بخشیدن به این عبارت، به کلمه نوستالژی وصله‌ی «درخور» آن را، منفی، سخیف و احساس‌گرایانه می‌چسبانند. علاوه بر این، همسانی بین این جنبش‌ها - همانطور که روشن است - با توجه

به این امر بخصوص آشکار شده است که عبارت نوستالژی د لا بو در حقیقت اصطلاحی فرانسوی نیست؛ در واقع، اصلاً استفاده‌ای در زبان فرانسوی ندارد، بلکه یک قرائت تماماً آنگلو فونیک از مفهوم انگلیسی فقیرآبادگری بوده، که به بیان پرمطراق یک عبارت به ظاهر فرانسوی، مبدل گشته است.

در حالی که هر دو موضع، نوستالژی را برای نفی [وجود] ارتباط مستقیم ابژه‌های مورد نقدشان - سورئالیسم، آوانگارد تاریخی - با امر فرهنگ عامه، به کار می‌برند، در نهایت، هر دو، مفهوم نوستالژی را به طرز مثبتی طول و تفصیل می‌دهند و از آن برای اهداف خود به عنوان شکل خاصی از رابطه با گذشته استفاده می‌کنند که از این طریق تاریخی که خود میل دارند بازگو کنند را بسازند و به کار گیرند.

همسانی‌ای که اکنون قصد دارم با جزئیات بیشتری تحلیل نمایم موجب شگفتی خواهد شد. آنچه انتظار نمی‌رود این است که شرح موزه هنر مدرن از «فرداست و فرودست» نقطه مشترکی با تحلیل راس داشته باشد، [تحلیلی] که با مجموعه‌ای از مواضع گردآوری شده تحت عنوان «مطالعات فرهنگی» مشخص شده و می‌شود. البته تعمیم همواره در مورد هر زمینه‌ای خطرناک است، به‌ویژه زمینه‌هایی که دارای نوعی انرژی روبه‌رشد و هیجان روشنفکرانه هستند که مشخصه‌ی مطالعات فرهنگی امروز هستند و تنها چیزی که من را بر آن داشت تا دست به این کار بزنم، این است که حس می‌کنم شاید به

توضیح تاثیر شگرف همگونی بین دو موضعی که کاملاً غیر قابل قیاس به نظر می‌رسد، کمک نماید.

برای بررسی این تعمیم، به جستار میگان موریس «ابتدال در مطالعات فرهنگی» تکیه می‌کنم که در بستر همین زمینه و همسو با آن، نگاشته شده و نظریه‌های بنیادی‌اش بسیار کارآمد بوده است. این نظریه‌ها از یک فرض اساسی گرفته می‌شوند، این که مصرف را می‌توان به‌عنوان واقعیتی نیمه‌مستقل که از تولید منشعب می‌شود، درک کرد. در نتیجه، در این حوزه‌ی مستقل مورد نظر، مصرف به‌عنوان مجموعه عملکردهایی تلقی می‌شود که نمی‌تواند به‌بازتابی از تولید تقلیل یابد یا از تولید مشتق شود. به گفته موریس «عملکرد مصرف‌کننده، بدین‌گونه آزاد، می‌تواند به‌عنوان چیزی بیش از فعالیت اقتصادی در نظر گرفته شود؛ می‌تواند همچنین به‌خوبی رویاها و دلخوشی، ارتباطات و رویارویی، تصویر و هویت، نشان داده شود. مانند جنسیت، مملو از کثرت گفتمان‌های پراکنده و متناقض است.» نظریه مرتبط دیگر این است که با توجه به تنوع غنی این عملکردها و استقلالشان از تولید، مصرف‌کننده‌ها اکنون تنها به‌عنوان تعدادی «احمق فرهنگی» نگریده نمی‌شوند که منفعلانه توسط یک صنعت فرهنگ مقتدر، جهت داده و اداره شده‌اند، بلکه به‌عنوان کاربران فعال و انتقادی فرهنگ توده‌قادر به بازنویسی یا کدگذاری مجدد مطالب پیش‌رویشان در خوانش‌های جدید، انتقادی و از همه

مهم‌تر خلاقانه هستند.

یک نتیجه‌ی فرعی دیگر این نظریه‌ها این است که تحلیل مکتب فرانکفورت، با مفهوم فرهنگ یکپارچه تولید استاندارد و تأثیرات استاندارد شده، سخنش از دست‌کاری توده‌ای، سلطه سیستماتیک و قربانی کردن، بیانگر یک سوء فهم عمیق از فرهنگ عامه است. مکتب فرانکفورت، با مردود دانستن پتانسیل مصرف انتقادی، از این رو که در نظرش، [مصرف انتقادی] متأثر از عملکرد خرده‌فرهنگ‌های متفاوت است، از یک سو، هرگونه امکان نقد فرهنگ غالب را برای گروه کوچک نخبه‌گرا از روشنفکران محفوظ داشته است و از سوی دیگر قدرت کدگذاری مجدد خلاقانه فرهنگ موجود را به‌طور کامل در اختیار آوانگاردی قرار داده که منحصراً به‌فعالیت هنری شناخته شده است.

نقش آوانگارد در بازنویسی و کدگذاری مجدد، اکنون نه تنها در میان متخصصان فرهنگ عامه به بحث گذاشته شده است، بلکه -با توجه به روشی که آوانگارد هنری توسط فرهنگ غالب احیا شده است- اما این که به‌عنوان شکلی از مقاومت توسط آن افراد بسیار موثرتر، عمل می‌کند، نظریه دیگری از مطالعات فرهنگی است. در واقع، از دید این نظریه‌پردازان، تغییری که در جایگاه عملکرد آوانگارد اعمال کرده‌اند نه تنها به‌از کار افتادگی مفاهیم قدیمی آوانگارد اشاره دارد، بلکه همچنین به‌عنوان جبهه‌ی دیگری به‌کارایی دارند که در آن بتوان دید تا چه اندازه صداهایی که از جانب مکتب فرانکفورت

سخن می‌گویند بی‌اعتبار هستند. برای میگان موریس، تمام این ایده‌ها توسط همکارانش در این حوزه به کرات تکرار شده‌اند، به گفته‌ی او: گاهی اوقات در مواجهه با مجله‌ی مطالعات فرهنگی، یا با مرور اجمالی انبوه تئوری پاپ در کتابفروشی، احساس می‌کنم جایی در انبار بعضی ناشران انگلیسی یک نسخه‌ی اصلی وجود دارد که هزاران نسخه از همان مقاله در مورد لذت، مقاومت و سیاست مصرف با تغییرات جزئی تحت نام‌های متفاوت عرضه می‌شود. آمریکایی‌ها و استرالیایی‌ها هم این مقاله اساسی تئوری پاپ را بازیافت می‌کنند: احتمالاً با این تفاوت عمده که نظریه پاپ انگلیسی همچنان از یک پوپولیسیم چیگرا حداقل از لحاظ صوری نشئت می‌گیرد که تلاش دارد حسی از حیات را از فاجعه‌ی تاجریسم نجات دهد. زمانی که کالاها از زمینه جدا شوند، همانگونه که در خود هستند، و در فرهنگ‌های سیاسی کاملاً متفاوت بازیافت شوند، آثار نفوذ چشمگیر آن پوپولیسیم به ناپدید شدن یا هم‌رنگی می‌گراید.

تجربه‌ی من - تجربه فوق‌العاده تعجب آور من، همانطور که گفتم - این بود که با خواندن کاتالوگ «های اند لو» با نسخه‌ی از عمده نظریه‌های مقاله‌ی اصلی تئوری پاپ مواجه شدم. در آنجا نیز، نظریه‌های تولید، به ویژه نظریه‌های مکتب فرانکفورت رد می‌شوند، به همراه عباراتی مانند «صنعت فرهنگ» یا «صنعت آگاهی» که با تمرکز بر یک روش تولید، به بازارهای این صنعت برچسب «بازارهای توده‌ای» و

به محصولاتش عنوان «فرهنگ توده‌ای» می‌دهند. موزه با امتناع از این برچسب و مفاهیم همراه آن درباره‌ی سلطه و اداره کردن، در عوض با استقبال از تنوع، ویژگی و عملکرد خرده فرهنگی به استفاده از «فرهنگ عامه» اصرار می‌ورزد. آنها در مورد نقش اجتماعی «فاسد» یا «هژمونیک» جاز، یا فیلم‌ها، یا کمیک‌ها، بدون هیچ توجهی به تنوع میان این دسته بندی‌ها، یا تحقیقی درباره‌ی افراد مختلف و تاریخ‌هایی که آن‌ها را شکل داده اند «اظهارات پیش پا افتاده» می‌نویسند. (اگر برای مثال، یک حکم شاخص قابل اطمینان کیچ را در نظر بگیریم که «فیلم‌ها، رقص تپ، داستان‌های تجاری سطحی، کمیک‌ها و آهنگ‌های محبوب را مورد استهزا قرار می‌دهد و این دسته بندی‌ها را با افراد واقعی جایگزین کنیم - افرادی مثل چارلی پاپلین، پیر پائولو پازولینی یا فرد استر یا پاول بولز و پی. جی. واده‌اوس، یا جرج هریمان، یا دوک الینگتون، و غیره - می‌توانیم ببینیم که تا چه اندازه پایه و اساس نظریه‌هایی که ادعا می‌کنند بر روی آن ایستاده‌اند شکاف عمیق دارد.

در این حمله به نظریه‌های تولید، کاتالوگ «فرداست و فرودست» خوشحال است که مفهوم خرده فرهنگ را به کار گرفته است، منظور گروه‌های کوچکی است که در یک هویت فرهنگی معین که از مراکز قدرت به حاشیه رانده شده‌اند شریک هستند، اما قادرند منابع فرهنگی داده شده را در مکان‌های مقاومتی مشخص مجدداً کدگذاری کنند. هنرمندان گرافیتی اوایل

دهه شصت در متروهای نیویورک با حروف بادکنک مانند کمیک‌های دیزنی نام خودشان را غول آسا و جادویی به عنوان نشانه‌هایی از آزادی فردی نوظهور، به عنوان نمونه ای از چنین خرده فرهنگی می‌نوشتند. گروه دیگری شامل هواخواهان کتاب‌های کمیک دهه هفتاد هستند که شناختشان از سبک‌های کمیک باستانی و وحشیانه به آنها امکان می‌دهد تا با بازنویسی سبک‌های مختلف در اشکال اعتراضی هم در برابر ابتذال کمیک ابرقهرمانی تولید انبوه/بازاری و هم در برابر حوزه‌ی گسترده‌تری از دروغ‌های فرهنگی شرکت داشته باشند. بنابراین، کاتالوگ اذعان می‌کند که طراحی‌های رابرت کرامب «یادداشت‌های یک طرفدار است، گستره‌ای بطرز عجیب قوی و شخصی از روح جدید عمومی تخصص در کتابهای کمیک که در دهه هفتاد رایج شد. یک فرهنگ جدید کتاب کمیک به وجود آمد که به دور از مصرف منفعلانه محصولات جدید خطوط تولید دی. سی و مارول، علاقه‌مند و دلمشغول تاریخ و سبک‌های قدیمی کتاب کمیک شد. نویسندگان کتاب ادامه می‌دهند، «این خرده فرهنگ جدید-خرده فرهنگ فنزینها، و انجمن‌های کتاب کمیک-اغلب، از روی طعنه، به مواردی اعتبار بخشیدند که از توجه افتاده بود.

این فعالیت‌های خرده فرهنگی است که کاتالوگ موزه تمایل زیادی دارد که نه تنها به آوانگاردهای پیشکسوت نقش عاملان یک مفر مقاومتی ببخشد، بلکه آنها را به عنوان سازندگان

هنر هم مفتخر نماید. نوشته‌ی هنرمندان گرافیتی مترو چنین می‌گوید:

اگر منظور ما از هنر، همانطور که بیش از یک قرن است داریم، یک رقابت خودران و خودساخته در سبک، یک بازی جدی است که مثل یک بازی درون-گروهی شروع می‌شود تا به زندگی تولیدکننده و معدود مخاطبان مفتونش معنا می‌بخشد، و به تولید یک سبک جدید و بطرز گسترده ای رایج می‌انجامد- خب البته که هنر همین بوده است.

برای نویسندگان کاتالوگ، یکی از نتایج نوشتن این داستان فرادست و فرودست به عنوان تاریخ روابط بین خرده فرهنگ‌های مختلف-هنرمندان پاپ مثل اندی وار هول یا لیختنشتاین از یک سو، و از سوی دیگر، تعداد انگشت شماری از هنرمندان جوان که برای کمیک‌های دی. سی. کار می‌کنند- این است که نه تنها از جدی گرفتن کل مسئله روش‌های تولید سرباز می‌زنند، بلکه ایده‌ی اصلی فرهنگ فرادست از مسئولیت نخبه‌گرایانه با تنها یک مورد دیگر بودن در میان یک گروه متنوع کلی از خرده فرهنگ‌ها جدا می‌شود. در واقع، داستانی که می‌خواهند بگویند یکی از مبادلات بین فرهنگی پیوسته است که به عنوان یک خرده فرهنگ نشانه‌های ساخته شده دیگری را بازخوانی می‌کند: لیختنشتاین روایت‌های رئالیستی کمیک‌های دی. سی. درباره جنگ و عشق را با استفاده از یک ساده سازی شدید و فرمالیزیشن بازنویسی می‌کند که نه تنها این تصاویر تجاری را در سنتی که به عنوان

آخرین مرحله از زنجیره‌ی طولانی روند آوانگارد که از دگا و گوگن آغاز شد بازتعریف می‌کند، بلکه پایه‌ای برای نسل بعدی هنرمندان تجاری می‌شود تا بازار رو به افول کتاب‌های کمیک را با کدگذاری مجدد سبکشان در همان تصویر پاپ نجات دهند.

ولی در این داستان، توجه همانطور که بر ویژگی عملکرد فرهنگی است و نسبت به آنچه به کرات به عنوان «بن بست نظریه‌پردازی پوچ» انگ گرفته هشیار است، در واقع یک نظریه به طور تدریجی شاخ و برگ می‌گیرد. و این چنین است که مصرف خلاقانه‌ی رسانه‌ی هنر فرادست از فرهنگ عامه، چیزی با خصوصیات مشخص خود است، چیزی که کاتالوگ گاه آن را «نگاه گذشته‌نگر» می‌نامد ولی به موارد دیگر نام ساده‌تر «نوستالژی» را می‌دهد. بنابراین از آغاز رابطه‌ی کویبست‌ها با منابع روزنامه‌ای، موزه «انتخاب‌های عمدی که موجب تنزل می‌شدند» را بررسی می‌کند، با «شیرابه‌ی سبک‌هایی که از رواج افتاده اند» هماهنگ می‌سازد و «یک علاقه‌ی غیراخلاقی، حتی یک نوستالژی خاص» برای صور حروف نخراشیده و زمخت سانس سریف از طرح‌های تولید انبوه قرن نوزدهمی نشان می‌دهد. نوستالژی همچنین با شوپترز به عنوان وسیله‌ای برای تفسیر موزه از ساختن رابطه‌اش با دنیای رسانه به شکلی صمیمانه و کاملاً شخصی حکمرانی می‌کند.

به هر حال، انگیزه‌های شخصی هر چه که باشد، شرط خاص برای شکل‌گیری رویارویی

است، خواه مگریت که سبک کاتالوگ‌ها و نمودارهای قدیمی را احیا کند، خواه اندی وار هول که هم از شکل و هم از موضوع شرط «نوستالژیک و قدیمی» قوطی‌های سوپ کمپبل بهره می‌گیرد. در واقع، موزه می‌گوید، وار هول، کسی که نقاشی‌های کمیک استریپ او «به این کشش صور نوستالژیک و گذشته‌نگر، سایه انداختن بر گرگ و میش» تعلق دارد «نبوغی برای لحظات گذرا در فرهنگ، برای چیزی که در حال از بین رفتن است دارد: تیترا تبلیغاتی روزنامه در عصر تلویزیون، ستاره‌ی سینما در عصر راک. او غریزه‌ای خطاناپذیر برای مواردی داشت که تصویر نمادگونه تازه در حال گسستن از مخاطبانش بود.

اکنون، دقیقاً همین غریزه‌ی خطاناپذیر برای چیزی که در شرف کنار رفتن است، برای ناتوانی رقت‌انگیزی که ستاره‌ی فیلم بطور ناگهانی مظهر عصر راک، یا دقیق‌تر، عصر ام تی‌وی، می‌شود که اندرو راس، از موضع مطالعات فرهنگی، آن را به عنوان نشان ذوق کمپ تحلیل می‌کند. برای فرم نوستالژی-نوستالژی به عنوان حالت وجه زمان‌مند- به اظهار وی، همان رسانه‌ایست که از طریق آن وضعیت طعنه آمیز هوشیاری کمپ اتفاق می‌افتد. الگویی که راس برای کمپ می‌سازد در ارتباط با تحولات در فناوری‌های فرهنگی شکل گرفته است- فیلم‌های صوتی جایگزین فیلم‌های صامت شدند؛ سیستم استودیویی موفق هالیوود بعد از رشد صنعت تلویزیون رونق گرفت؛ تلویزیون شبکه‌ای خود، توسط انقلاب کابل و ویدیو تهدید

و کنار گذاشته شد. درون این جانشینی، کمپ جذب دیدگاه‌های آنارکرونیستیک می‌شود که هر بازمانده‌ی بیگانه‌ی، دایناسور مانند فراهم می‌آورد، جایگزین دنیای فناوری جدید شده و در آن، بیگانه شده و بدون قدرت، به عنوان نشانه‌ای از زوال تدریجی آن جهان جدیدتر و مقتدرتر، خود در آستانه‌ی منسوخ شدن از سوی نسل جدید رسانه خدمت می‌کند. به گفته‌ی راس، «تاثیر کمپ صرفاً با یک تغییر در شیوه تولید فرهنگی ایجاد نمی‌شود، بلکه هنگامی شکل می‌گیرد که محصولات (ستاره‌ها، در این مورد) شیوه تولید پیشین، که قدرتش را برای چیره شدن بر معانی فرهنگی از دست داده است، در زمان حال در دسترس قرارگیرد تا مطابق کدهای ذوقی معاصر بازتعریف شود. ذوق کمپ سپس به عنوان تجلی خاصی از علایم عدم قدرت درون یک رسانه یا کالای فرهنگی عمل می‌کند. پس، به عنوان مثال، در حال حاضر ظاهر ستاره‌های سابق هالیوود وقتی که در سریال‌های آبکی اعیانی تلویزیون هنرنمایی می‌کنند مثل «داینستی» موردپسند قرار می‌دهد؛ درست همانطور که فردا از فیلم‌های ساخته شده برای تلویزیون استقبال خواهد شد، که در تلاش برای رقابت با ویدیو و ماهواره دیده خواهد شد. یا یک نمونه دیگر، برای فرهنگ راک بریتانیایی دهه ۱۹۶۰، یونیون جک می‌توانست تبدیل به یک آبژه مورد پسند کمپ تبدیل شود، راس این را به عنوان نشانه‌ای از «ظرفیت مستور

قدرت واقعی انگلیس برای شرکت در بازی امپریالیستی سلطه بر سلیقه خارجی» بیان می‌کند.

شکل نوستالژی سلیقه کمپ، که - با نسخه «نگرش گذشته نگر» خود- موضوعات تازه منسوخ شده را رواج می‌دهد و آن را به عنوان یک آبژه مصرف دوباره فعال می‌کند؛ راس هم در این زمینه بیان می‌کند که منسوخ بودن ماهیت ذاتی کالا است. همین منسوخ بودن است که کمپ آن را تجلیل و مصرف می‌کند و در انجام این کار صریح و بی‌پرده عمل می‌کند. اما این صراحت، فارغ از نقد کردن نوع کالای تولید شده، در عوض به عنوان یک عمل سلیقه‌ای کدگذاری می‌شود. و برای راس، این عمل پیوند سلیقه به امر منسوخ، در نهایت آزادی‌بخشترین حرکت کمپ بود. چون باعث «مسئله ساز شدن خود موضوع سلیقه» شده است ... نه تنها تحمیل مرزهای به ظاهر دلبخواه سلیقه را نادیده انگاشته بلکه تفکر پشت سر، خبرگی تفسیری، و دسته بندی قضاوت زیباشناختی که با تحمیل همراه است را زیر سوال برده است. هیچ چیز بیش از این نمی‌توانست برای سنت سلیقه که بر اساس احکام جهانی بودن، بی‌زمانی و منحصر به فرد بودن بنا شده زشت‌تر از یک فرهنگ از مد افتادگی باشد: یعنی طور خاصی طراحی شده که دوام نیاورد.

این استقبال نوستالژیک از امر منسوخ که به

طور مثبت آن را کدگذاری می‌کند، آن را مجدداً به چرخش و تبادل وارد می‌کند و اسکلت دو تاریخی را شکل می‌دهد که من در حال ترسیم کردن آن بوده‌ام. اگرچه آنها بخاطر تفاوت در رویکرد به این سوال که آیا مصرف را می‌توان به صورت یک سیاست درک کرد از هم جدا می‌شوند، و با توجه به دیدگاه راس که فعالیت بالقوه معارض کمپ را اساساً سیاسی می‌داند و طبق موزه که شرحش را به یک نسخه‌ی غیرسیاسی از تبادلاتی که شرح می‌دهد محدود می‌کند، همانطور که سعی کرده‌ام نشان دهم، آنها پیش‌فرض‌های مشترک تعجب برانگیزی دارند. یکی از آنها، درباره‌ی بی‌ربط بودن هر دو مکتب فرانکفورت و والتر بنیامین به تحلیل‌های آنان است که باید با توجه به محوریت با هر دو شرح مسئله نوستالژی و منسوخ شدگی، یکی را کاملاً کنایه آمیز جلوه دهد.

ارتباط اولیه بنجامین با سورتالیسم به او امکان دسترسی به تجربه منسوخ شدگی را به عنوان منبع انرژی انقلابی و به عنوان راهی برای جدا کردن زمان تاریخی از مفهوم پیشرفت داد، وجود منسوخ شدگی شروع به ایفای نقش اساسی فزاینده‌ای در تفکرش درباره‌ی تاریخ کرد. ولی با الگو گرفتن از رویکردهای خود نسبت به منسوخ شدگی با رویکردهای خود نسبت به سورتالیست‌ها، آن را به عنوان دسته‌ای از اشیاء تصور کرد که منطق کالایی دیگر بر آنها هیچ تاثیری

ندارد؛ با خارج شدن از منطق سرمایه‌داری، این اشیاء به شکل نمادین قدرتمند امکان تصور «خارجی» سیستم کالا، خارج از تبادل تبدیل می‌شوند. کمپ، که راهی برای سرمایه‌گذاری مجدد بر آنچه متروک است، بطور دقیق‌تر، ارزش مبادله‌ای، بدین ترتیب با تعریف بنیامین از امر منسوخ ناهمسو بوده است. در واقع، با توجه به این مسئله دقیق در باب خود عملکرد سورتالیستی، در رابطه با تفاوت در مثال بین بیان ارنست از امر منسوخ و ارتباط دالی با شیک بودن سبک قدیمی، حال فوستر به تازگی درباره‌ی رویکرد دالی می‌نویسد، «به جای یک انقلاب فرهنگی منتج به جدا کردن روش‌های تولید، یک تکرار اجباری مشخص را برای هموار کردن چرخه‌های مصرف برمی‌انگیزاند.

اکنون می‌توان استدلال کرد که در دیدگاه اولیه بنجامین از منسوخ شدگی، با این که ممکن است هم در تعریف راس و هم کاتالوگ موزه از کمپ بازگو نشده باشد، پیش‌فرضی از یک ایده انقلابی یا حداقل پتانسیل از جدا کردن مصرف از تولید آوانگارد و در نظر گرفتن ایده قبلی به عنوان یک زمینه مستقل وجود دارد.

با توجه به این بحث بنیادی مطالعات فرهنگی و با این اسنتنباط فرعی که «فرایندهای تولید به خوبی شناخته شده هستند، ولی عملکردهای مصرف مبهم باقی مانده‌اند»، میگان موریس یک تکذیبیه می‌نویسد که

مایلم استنتاجم را با آن به پایان برسانم: اشکالات متعددی در این سطح به صورت یک فرضیه عملی ابتدایی وجود دارد: برای مثال، مصرف (ولو عملکرد) تنها می‌تواند به عنوان یک عبارت هم‌ارز با «تولید» روبرو شود وقتی که مفهوم «روش تولید» به «کارخانه‌های سازنده‌ی کالا و سرمایه‌دارهای سودبر» تقلیل یابد. تنها در این مفهوم اقتصادی یکسره خرد، می‌توان به مصرف به عنوان یک فضای جداگانه استناد کرد تا یکی از مراحل لازم، پیچیده و متنوع از یک فرایند تولید- که دیگر شکل مستقلی نیست، بلکه شکل بدیعی از آن فرایند است.

بطور ملموس‌تر، زمانی که تعیین اندازه و جایگاه فعالیت غیرممکن است، «فعالیت‌هایی» مانند تبادل برنامه و خرید و فروش سهام در تبادلات خارجی آتی علل و معلول شکست فاجعه‌بار در بازار بورس است که سریعاً در رسانه تحت عنوان موضوعی پیش‌پاافتاده شکل می‌گیرد و همچنین به شکل علل و معلولی نامشخص در فرایند عمل می‌کند، فرضیه‌ای که تولید «شناخته شده» است و مصرف مبهم و معماگونه، که در نهایت می‌توان گفت مفید نیست.

در عصر ضدصنعتی‌سازی و افزایش یکپارچگی بازارها و حوزه‌های مشابه، مسئله نظریه‌پردازی روابط بین تولید و مصرف (یا تفکر «تولید» به طور کلی) به طور قابل توجهی پیچیده‌تر از آن است که با کاهش تلاش برای انجام

این کار در اصطلاحات نابهنجار مجاز شود. در نظریه فرهنگی [وی نتیجه می‌گیرد]، «تولید» غالباً به عنوان یک اصطلاح دم‌دستی برای «گفتار اقتصادی» به کار می‌رود. «مصرف» یعنی صحبت درباره‌ی روابط جنسی، هنر، «سیاست‌های فرهنگی» و سرگرمی. با این حال، قبل از آن که تولید را کاملاً به قلمرو دژاوو وابسته بدانیم، شاید بهتر باشد در نظر داشته باشیم که در اواخر قرن بیستم، بعد از یک قرن رومان‌تیسیم، مدرنیسم، آوانگارد، و روانکاوی، اقتصاد، در حقیقت، شاید به طور قابل توجهی مبهم‌تر از جنسیت باشد.

۱. High/Low: Art and Mass Culture
۲. High and Low: Modern Art and Popular Culture
۳. Norman Bryson
۴. Sublimation model
۵. the simulation model (Jean Baudrillard)
۶. the desublimatory model (Roland Barthes)
۷. The cultural-political model (the Birmingham School)
۸. the reappropriation model (Michel de Certeau)
۹. Dia Center for the Arts
۱۰. Nostalgie de la Boue
۱۱. Museum of Modern Art
۱۲. Nostalgie for mud