

# به نام خدا

چاپخانه

شماره دوازدهم | تابستان ۱۴۰۱

CHAPKHOONEH ART MAGAZINE

## ۱ | نمایشگاه حاضر

### FIGURE OUT

محمود زینلی مانند اکثر هنرمندان - و شاید آدم‌ها - درگیر سماجت بیش از یک فکر است. تأثیر تجارب کودکی، مرگ، جنسیت، گفتمان قدرت، فضا-زمان و... تنها بخشی از این افکار سمج‌اند که به چشم نویسنده این سطور آشنا تر آمد. فضا سازی نقاشی به مکانی خاص ارجاع ندارد؛ تند دستی نقاش به «انجماد» گذر زمان منجر نشده است و رنگ در کنار فرم بدن‌های مچاله شده از اهمیت یکسانی برخوردار است. رنگ از تیوب رنگ مستقیم وارد نقاشی نشده، از فریادهای بشر زیر سلطه‌ی کلیت غیر شخصی بر ذهنیت واقعی فرد تقطیر شده است. حاصل پرداخت او از این مواد است که رنگ شده و روی بوم به عنوان واقعیت باز آفریده قرار گرفته است. بشر در قالب بدنی که پیش از محاکمه، محکوم شده و دیگر قادر به تبریته خویش در هیچ دادگاهی نیست. شگرد کار زینلی همین توجه به آدمیان است، فردی را نشان می‌دهد که مانند آهن زنگ زده در ورطه فروپاشی است، و بشریتی که با یک حالت گریز از مرکز، در تقابل هویت تقلیل ناپذیر ذهنیت فردی در برابر کلیت نیروهای ناشناخته‌ی اجتماعی، در تیررس هنرمندی قرار گرفته است که با برون ایستادگی‌ای که لازمه زمانه‌اش است در هست بودن غرق می‌شود و پرده‌ی عقل را برمی‌دارد؛ به دنبال «آشکارگی هستی» است اما با فروپاشی جهان تصویر و جهان معقولانه، در برخورد با نیستی و مرگ دچار دلهره و به خود رها می‌شود. این «خود را از جانب خود نشان دادن» در عرصه تصویر؛ این قریب الوقوعی مرگ که همواره در این آثار چشم را تهدید می‌کند و این نمایش بدن‌ها در موقعیت‌های افراطی، گاهی به صورت اجسادی درهم فشرده و ترسان، منجر به تقابل عواطف همدردی و نفرت در بیننده می‌شود. این نمایشگاه شاید برخوردی است با شرایطی که قدرت و سلطه با میل به تصرف رقم زده است، تصرف در اشیاء، در زمان، در انسان‌ها و نهایتاً در کل زندگی. می‌توان گفت «سرجمع مسئول فاجعه را نمی‌شناسیم، به قهرمان داستان بد گمانیم و دنیا جای کوچک تنگی است.»

## ۲ | درباره هنرمند

محمود زینلی در بهمن سال ۱۳۵۸ در شهر شیراز متولد شد. با پیشینه مجسمه‌سازی وارد رشته نقاشی شد. طراحی و ساخت تندیس جایزه ادبی سراسری داستان خلاق در سال ۱۳۹۵؛ تندیس جشنواره سراسری تحلیل و نقد حیرت ۱۳۹۷؛ تصویرسازی کتاب کودک «هیس هیس و روح پدر بزرگ» در سال ۱۳۹۷ از جمله فعالیت‌های هنری وی بوده است.

## x | اعضاء چاپ خونه

صاحب امتیاز: خانه هنر شیراز | موتورخونه  
مدیر مسئول و دبیر هنری: سپهر سیاح | ۴  
سردبیر: شیدا بردبار | ۳  
دبیر پژوهشی: مریم رئیسی | ۱-۲  
ویراستار: مرجان شعائری  
گرافیک: فائزه غیثی  
تصویر: پوریا زارع

## ۱۳ | جستاری کوتاه درباره فلسفه هنر

گئورگ لوکاچ یکی از نظریه‌پردازانی است که از هنر چون محصولی تاریخی، اجتماعی و از اهمیت‌های زمینه‌ی مادی هنر یاد می‌کند. تفکرات لوکاچ به دو دوره پیشا مارکسیستی و دوره مارکسیستی تقسیم می‌شود. کتاب فلسفه هنر ۱۹۱۲-۱۹۱۴ یکی از مهم‌ترین آثارش طی دوران فعالیت حرفه‌ای اوست که از برجسته‌ترین‌های زمینه‌ی زیبایی‌شناسی آغاز شده بیستم محسوب می‌شود؛ اما متأسفانه نگارش این کتاب در زمان حیات او متوقف شد و در سال ۱۹۷۴ توسط دو تن از شاگردانش با عنوان «یادداشت‌های زیبایی‌شناسی یا فلسفه هنر هیدلبرگ ۱۹۱۲-۱۹۱۴» منتشر شد. این کتاب با بیان به‌وضوح دشوار خود، به فلسفه و تفکر متفکران آلمانی در باب نقادی ادبی امروز و نکات مهم زیبایی‌شناسی توجه دارد و مباحث کلیدی چون نقش مخاطب در تعیین قلمرو معنایی اثر هنری، اهمیت شکل در اثر در نسبت آن با محتوا، نسبت اثر با تاریخ، با واقعیت، با ذهنیت مؤلف و با خودآگاهی دوران را مطرح می‌کند. لوکاچ در مقالات و بیانیه‌های خود پیش از این کتاب، از متفکران بزرگی چون نیچه و مارکس بسیار تأثیر گرفته است؛ اما این تأثیرات در کتاب فلسفه هنر، برخلاف مقالات پیشین، مشهود نیست. دلیل اهمیت این اثر، از فراهم آوردن امکان رویارویی مواضع در خود می‌آید. کتاب از یک روند سه‌جزئی پیروی می‌کند: ابتدا از نظریه‌ای پدیدارشناسانه آغاز می‌شود؛ سپس به نظریه‌ای در باب هنر می‌پردازد و در آخر نسبت اثر هنری با تاریخ را مورد بررسی قرار می‌دهد. سؤال اصلی که در مواجهه ابتدایی با این اثر پیش می‌آید آن است که با توجه نگاه لوکاچ به فلسفه، آیا نوشتن این کتاب راهی برای جدایی فلسفه و هنر و یا تجربه‌ی «باژگون کردن افلاطون‌گرایی» بوده است؟ در سری بعدی چاپ‌خونه بیشتر به نگاه این فیلسوف خواهیم پرداخت.

## ۱۴ | اقتصاد هنر

جریان سازی در بازار هنری ایران، موردی است که تاکنون بسیار به آن پرداختیم و وجوه مختلف فعالیت در این چرخه را مورد بررسی قرار دادیم؛ اما تاکنون جزءها را کنار هم چیدیم و در باب گالری‌ها، سرمایه‌گذاران، کلکسیونرهای شخصی، حیطة فعالیت و دیدگاهشان صحبت کردیم؛ بحث اقتصادی هنر همواره در سیر خلق، ارائه و جریان سازی آن در مقیاس‌های بزرگ جزو مسائل چالشی بوده است. در این میان، جریانی معتقد به بازاریابی یا همان اصطلاح تخصصی آن یعنی اکسپو هستند. این روند در دوره‌های مختلف و به اشکال متفاوت مطرح گشته و در بسیاری از کشورها به طرق گوناگون طی سالیان گذشته صورت پذیرفته، لیکن در ایران حرکتی نو تلقی می‌شود. بر طبق این فرآیند میزان فروش آثار نقاشی بر اساس مخاطب و بازار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اکسپوی تهران را می‌توان جزو جنجالی‌ترین‌های این حوزه در ایران دانست. این اکسپو با سابقه برگزاری دوره‌های متعدد، توانسته جایگاه مطلوبی را به دست آورد؛ اما میزان تأثیرگذاری آن در جامعه هنری هنوز به صورت دقیق مورد سنجش قرار نگرفته است. سؤالات اصلی مبتنی بر این است که آیا برگزاری حراج و به‌طور اخص حراج تهران چه میزانی از تأثیر را بر جامعه هنری دارد؟ و این تأثیرات از چه جنس اثرگذاری است؟ سازنده و یا مخرب؟