

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز تحت عنوان :
Critical Analysis of Predominant Orientations in Contemporary Iranian
Art Market towards Cultural Identity
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

تحلیل انتقادی گرایش‌های غالب بازار هنر معاصر ایران در رویکرد به هویت فرهنگی*

فاطمه پورمند^۱، عفت‌السادات افضل‌طوسی^{۲**}

۱. پژوهشگر دکتری پژوهش هنر، دانشگاه الزهرا (س).

۲. دانشیار گروه ارتباط تصویری، دانشگاه الزهرا (س).

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۲/۲۶ تاریخ اصلاح: ۹۷/۰۸/۰۹ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۹/۱۷ تاریخ انتشار: ۹۸/۰۱/۰۱

چکیده

بیان مسئله: در عرصه جهانی هنر معاصر، که رویدادهای به هم پیوسته‌ای از دوسالانه‌ها، داکومنتا، نمایش‌های سراسری^۱ و بازار هنر را دربرمی‌گیرد، حضور هنرمندان ایرانی در «بازار» برجسته‌تر است. بازار هنر معاصر ایران که از سال ۲۰۰۶ با همکاری گالری‌های خصوصی و شعب خاورمیانه‌ای چند حراج‌خانه بزرگ به شکوفایی رسید، مهم‌ترین عرصه‌ای بود که هنر معاصر «ایرانی» را به مخاطب جهانی می‌شناساند. بازار هنر اما با قواعد اقتصادی خود که هنر ایران را بخشی از هنر منطقه معرفی می‌کرد، به تنهایی نمی‌توانست نماینده قابل‌اطمینانی برای شناخت هنر ایران باشد. آثاری که در بازار، عرضه و مبادله می‌شدند به نشانه‌های فرهنگ «ایرانی» ارجاع داشتند، اما این مؤلفه‌های فرهنگی در آنها چگونه بروز یافته بود؟ هدف: این مقاله تبیین و نقد رویکرد هنرمندان معاصر ایرانی به هویت فرهنگی در بازار جهانی است. نویسندگان مقاله در صدد پاسخگویی به این پرسش برآمده‌اند که گرایش‌های بازاری در هنر معاصر ایران چه رویکردی به هویت فرهنگی داشته است؟ به نظر می‌رسد بهره‌برداری هنرمندان ایرانی از مؤلفه‌های هویت فرهنگی، بیش از آنکه بازتعریف معنادار آنها در نگرشی نقادانه یا ستایش‌آمیز باشد، در راستای بی‌اثر ساختن و در نهایت کالایی کردن آنهاست. روش تحقیق: این پژوهش با بهره‌گیری از «نقد مارکسیستی» روش «توصیفی-تحلیلی» را مبنا قرار داده است.

نتیجه‌گیری: هویت فرهنگی در آثار ایرانی، با ازدست‌دادن معنای تاریخی، بی‌آنکه پیوندی واقعی با مسائل دوران معاصر پیدا کند، تنها به کالایی برای فروش تبدیل شده است.
واژگان کلیدی: هنر معاصر ایران، هویت فرهنگی، بازار هنر، نقد مارکسیستی، سرمایه‌داری متأخر، کالایی‌شدن.

شده است.
**نویسنده مسئول: ۰۹۱۲۱۶۱۲۲۴۶،
afzaltousi@alzahra.ac.ir

این مقاله برگرفته از رساله دکتری با عنوان «گفتمان هویت فرهنگی در هنر معاصر ایران» تألیف فاطمه پورمند است که به راهنمایی دکتر عفت‌السادات افضل‌طوسی در دانشگاه الزهرا تهران ارائه شده است.

مقدمه و بیان مسئله

عرصه جهانی هنر که دامنه‌ای از رویدادهای گوناگون، از دوسالانه‌های مهم‌ترین شهرهای دنیا، پنج‌ساله داکومنتا در آلمان، پروژه مجسمه‌سازی مونستر^۲، نمایشگاه‌های بین‌المللی گرفته تا حراج‌های بزرگ هنری و سایر بخش‌های مرتبط با بازار را شامل می‌شود، به تمامی عرصه‌ای نیست که هنر معاصر ایران در آن حضور یافته باشد. هر چند قابل‌انکار نیست که تمامی حوزه‌های هنر معاصر با یکدیگر در ارتباطند و فاخرترین رویدادها هم کمابیش با وقایع اقتصادی هنر پیوند می‌یابند، اما تجلی وجه «بین‌المللی» هنر معاصر ایران، بیشتر به رویدادهای بازار و حراج‌خانه‌ها و نمایشگاه‌های مرتبط با آن محدود شده است. حضور هنر معاصر ایران در رویدادهای مستقل‌تر که بدیع‌ترین دستاوردهای بیان هنری را به مخاطبان جهانی عرضه می‌کنند، بسیار کم‌رنگ است. اینکه دلایل چیست و اگر آثار هنری شایسته‌ای داریم، چقدر دولت‌ها و مراجع رسمی در داخل کشور قصور داشته‌اند و یا ساختارهای بیرونی موانعی ایجاد می‌کنند، می‌تواند موضوع پژوهش دیگری باشد اما ویژگی «بازارپسند» هنر معاصر ایران، لزوم پژوهش در رویکردهای هنرمندان ایرانی را اهمیت می‌بخشد. آثار هنری راه‌یافته به حراج‌ها، عموماً به نشانه‌های فرهنگ ایرانی اشاره دارند که موجب تمایز آنها از آثار مشابه است. مؤلفه‌هایی مانند نقش‌مایه‌های هنر سنتی، خوشنویسی ایرانی/عربی، مسائل و رویدادهای اجتماعی جامعه ایران و تمام عناصر دیگری که به هویت فرهنگی ایران ارجاع می‌دهند^۳، در آثار مذکور چگونه بازتاب یافته‌اند؟ آیا پرداختن به آنها در آثاری که معاصر محسوب می‌شوند، حاکی از تفسیر و نگرشی بازاندیشانه و مرتبط با مسائل کنونی است یا کارکرد دیگری دارند؟ بخش عمده‌ای از آثار هنرمندان معاصر ایرانی که در بازار خاورمیانه مبادله می‌شود، شامل تابلوهای نقاشی و بعد از آن آثار حجمی است. بنابراین خاصیت کالایی آثار مذکور در وهله نخست به دلیل سیاست مالی بازار خاورمیانه تشدید می‌شود که همچنان معطوف به رسانه کلاسیک^۴ بیان هنری است که شانس فروش آن همیشه بالاست^۵. برترین‌های این بازار، عناصر هویت فرهنگی را اغلب دست‌مایه گرایش‌های فرمال و تاریخ‌گذشته مدرنیستی یا راهبردها و ترکیب‌های پست‌مدرنیستی بی‌فرجام نشان می‌دهد. در آثار هنرمندان معاصر ایرانی نشانی از پویایی دوران خود مشاهده نمی‌شود. «معنای معاصر»، چیزی بیش از زمان حاضر و «کنون» در حال گذار است. معاصریت، مبتنی است بر تجربه همیشگی «از هم گسیختگی‌ها»^۶ بنیادین ادراک، راه‌های نامتناجس دیدن و ارزیابی تنها دنیایی که مکان زیست ماست. سازگاری دوران‌های مختلف‌الزمان، وابستگی و

تماس کثرت‌های فرهنگی و اجتماعی گوناگون و ... تمام اینها مشخصاً ویژگی‌های دنیای کنونی ما نیز هستند. بنظر میرسد آنچه واقعاً پایدار خواهد بود، بی‌ثباتی و تغییر دائمی است» (Smith, 2006). معاصریت برای هنرمندان ایرانی بیش از آنکه بیان کارآمد دغدغه‌های پراهمیت دوران باشد یا ویژگی‌های ناپایدار عصر حاضر را بازتاب دهد، در بازی با فرم‌ها، نقش‌ها، حروف، ترکیب سبک‌ها و نهایتاً ارائه تصویری تخت از مسائل اجتماعی، خلاصه و «تثبیت» شده است؛ گمان می‌رود همین ویژگی‌ها آنها را برای فروش در بازار مناسب و جایگاهشان را محکم می‌سازد. این مقاله با هدف تبیین رویکرد هنرمندان برجسته بازار به هویت فرهنگی، آثار آنها را تحلیل و نقد می‌کند بنابراین، جامعه آماری پژوهش را آثار هنرمندان برتر بازار هنر معاصر ایران شکل می‌دهد. داده‌های حراج‌خانه کریستی، به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای بازار هنر در عرصه بین‌المللی، مبنای گزینش آثار قرار گرفت^۷. «بازار هنر معاصر به دو بخش تقسیم می‌شود: بازار اولیه و بازار ثانویه. بازار اولیه جایی است که در آن خریداران، مجموعه‌داران یا دلالان، آثار هنری را مستقیماً از هنرمندان یا افراد مشخصی می‌خرند و در بازار ثانویه تبادل آثار میان افراد با واسطه حراجی‌ها صورت می‌گیرد. هر یک از این بازارها معرف ویژگی‌های متفاوتی هستند اما به طور کلی، با گذر از بازار اولیه به ثانویه، «شهرت هنرمند و ارزش اقتصادی» آثار هنری توانمند افزایش می‌یابد» (زرلونی، ۱۳۹۵: ۶۹). با اعمال سه فیلتر «قرن ۲۱»، «ایران» و «معاصر» در سایت کریستی، ۲۹۱ اثر ایرانی فروخته شده از ۶۷ هنرمند معین شد. برترین‌ها عبارت‌اند از: فرهاد مشیری (۳۳ اثر)، رضا درخشانی (۱۸)، افشین پیرهاشمی (۱۰)، پرویز تناولی (۹)، محمد احصایی (۸)، علی بنی‌صدر (۷)، رکنی حائری‌زاده (۷)، کوروش شیشه‌گران (۷)، نصرالله افجه‌ای (۷)، گلناز فتحی (۶)، عباس کیارستمی (۶)، شیرازه هوشیاری^۸ (۵)، شادی قدیریان (۵)، سارا رهبر (۵) و شیرین نشاط (۵). همچنین، بر اساس این نتایج گران‌ترین آثار به ترتیب متعلق به تناولی، مشیری، احصایی، پیرهاشمی و بنی‌صدر هستند. هنرمندان مذکور بخش بزرگی از بازار معاصر ایران را در اختیار دارند و سایر هنرمندان عموماً با تعداد کمتر آثار ثبت‌شده و قیمت‌های پایین‌تر، یا تابع سبک بزرگان‌اند و یا رویکرد متفاوت آنها در وضعیت و جهت‌گیری بازار تعیین‌کننده نیست. همچنین حضور نام‌های بزرگی چون کیارستمی که در حوزه سینما اعتبار دارد، نشان از مقاصد سودجویانه این بازار و سرمایه‌گذاری بر شهرت افراد نام‌آور است. هرچند آثار هر هنرمند واجد ویژگی‌هایی منحصربه‌فرد است، اما به منظور تحلیل کارآمد رویکردها می‌توان آثار را در گرایش‌های

و به تعبیر جیمسون، این فرآیند مستلزم جایگزین ساختن روابط انسانی با روابط شی‌گونه‌ای همچون روابط پولی است (همان : ۵۵-۵۶). [بنابراین] عامل نگهدارنده سرمایه‌داری متأخر پسامدرن، در نهایت، نه فرهنگ به معنای نظام ارزشی هنجارین، بلکه بازار است (میلنر و براویت، ۱۳۹۴). در این موقعیت، آثار هنری نیز مانند سایر تولیدات فرهنگی، خاصیت کالایی و شی‌گونه پیدا کرده و بیش از تأثیرگذاری مطلوب اجتماعی، بازار را هدف قرار می‌دهند.

در شرایطی که سرمایه‌داری متأخر هر چیزی را به کالا بدل می‌سازد، آثار هنری با ملیت و رگه فرهنگی متفاوت چه کارکردی برای بازار دارند؟ «آنتونیو نگری» و «مایکل هارت»، نظریه‌پردازان مارکسیست معاصر، بر کلیدواژه «بحران‌زای «تفاوت» و نقش آن در ساختار بازار نوین جهانی متمرکز می‌شوند؛ آنها معتقدند ایدئولوژی این بازار همواره به طور برابر، گفتمانی ضدبنیان‌گرا و ضدذات‌گرایانه بوده است و گردش، تحرک، تنوع و امتزاج، شرایط اساسی تحقق آن هستند. این تفاوت کالاها، جمعیت‌ها و فرهنگ‌ها ظاهراً به طور بی‌نهایت در بازار جهانی تکثیر می‌شود؛ تفاوت‌هایی که هر گونه تقسیم دوتایی را با چندگانگی بی‌نهایت خود در هم می‌شکند. (نگری و هارت، ۱۳۹۱: ۲۴). ما با دیوید هاروی و جیمسون موافقیم که پسامدرنیته را مرحله جدید انباشت سرمایه و کالایی‌شدن می‌دانند. این مرحله با شکل‌گیری صورت امروزین بازار جهانی توأم است. [... هرچند] سیاست «تفاوت جهانی» که توسط بازار جهانی پدید آمده است، نه با بازی آزاد و برابری، بلکه با تحمیل سلسله‌مراتب‌های جدید تعریف می‌شود. نگری و هارت خاطرنشان می‌کنند نظریه‌های پسامدرن و پسااستعماری [چه‌بسا ناخواسته] پاسدارانی هستند که این گذر در شرف وقوع را نشان می‌دهند و از این رو بسیار مهم و ضروری‌اند (همان : ۲۲۸-۲۲۹).

بنابراین «تفاوت فرهنگی» تولیدات هنری، فرصت ایجاد یک بازار جدید با مشتریان ویژه خود است. «برای حراج‌خانه‌هایی مانند کریستی و ساتبی، فاز کنونی جهانی‌سازی، فرصت‌های فوق‌العاده‌ای برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید گشوده است. امروز هر کدام از این دو بازیگر بزرگ عرصه هنر جهان ۸۵ تا ۹۰ شعبه در ۴۰ کشور جهان (و در هر قاره) دارند» (Sevänen, 2018: 25; Alexander & Bowler, 2014: 6). حراج‌خانه کریستی در سال ۲۰۰۶، حراج‌خانه ساتبی در ۲۰۰۷ و حراج‌خانه بونامز در ۲۰۰۸، نخستین فروش خاورمیانه‌ای خود را در مرکز دبی (ثروتمندترین و پول‌سازترین شهر منطقه) برگزار کردند که با استقبال فراوان و قیمت‌هایی فراتر از مبالغ تخمینی مواجه شدند (Eshghi, 2011). بازار نوظهور خاورمیانه فرصت ایده‌آلی

خاصی از بیان هنری، توصیف و تلویحاً طبقه‌بندی کرد. در میان گرایش‌های متنوعی که هنر معاصر ایرانی را هویت می‌بخشد، فرم‌گرایی، پاپ و پرداختن به موضوعات سیاسی/ اجتماعی برای بازار، فراگیری و اهمیت بیشتری دارد.

مبانی نظری

این پژوهش، در تحلیل انتقادی گرایش‌های بازاری هنر معاصر ایران، معطوف به نقد سرمایه‌داری است و سنت انتقادی مارکس-نومارکسی را مرجع قرار می‌دهد. «نومارکسیست‌ها مشتاق بودند نشان دهند چگونه نیروهای سرمایه‌داری در کانون تغییرات فرهنگی معاصر قرار دارند» (اسمیت، ۱۳۸۳: ۳۵۱).

فردریک جیمسون^۷، از شاخص‌ترین چهره‌ها در این رویکرد نقادانه است: «نظریه انتقادی جیمسون همچون آدورنو، از طریق رد دو چیز کارش را پیش می‌برد: نخست، نظام سرمایه‌داری متأخر که به شکل فزاینده‌ای توتالیتیر می‌شود و دوم آن دسته از ایدئولوژی‌های پسامدرن که به این نظام مشروعیت می‌بخشند [...] ایده محوری جیمسون در تأکید توأمان وی بر جهانی‌شدن» و «کالایی‌شدن»^۸ نهفته است» (میلنر و براویت، ۱۳۹۴). جیمسون اما مکرر یادآور می‌شود که منظورش از پست‌مدرنیسم بیش از آنکه سبک‌شناختی باشد، «تاریخی» است (رابرتس، ۱۳۸۶: ۱۸۳). بر این اساس، پسامدرنیسم نه یک سبک متمایز و نه مجموعه خاصی از مضامین، بلکه نوعی رابطه اجتماعی ویژه بین هنر و سرمایه‌داری است. در یک کلام، پسامدرنیسم، همان مدرنیسم تهی از نقش‌های رهایی‌بخش و آوانگارد است (میلنر و براویت، ۱۳۹۴).

«سرمایه‌داری نوین، دامنه جریان کالا شدن را گسترش، آنچه رخ داده این است که تولید زیباشناختی، در جهان امروز با تولید کالا به طور کلی جمع آمده است. اکنون ضرورت‌های جنون‌آسای اقتصادی جهت ایجاد موج تازه‌ای از کالاهای هر چه جدیدتر با نرخ‌های بالاتر بازگشت سرمایه، عملکرد و موقعیت ساختاری مهم‌تری برای نوآوری و تجربه زیبایی‌شناختی ایجاد می‌کند» (جیمسون، ۱۳۸۶: ۷). جیمسون یکی از شروط فهم شایسته جهان پیرامون را داشتن آگاهی نسبت به «شی‌وارگی»^{۱۰} و کالایی‌شدن می‌داند که بر فرهنگ امروز ما حاکم شده‌اند (رابرتس، ۱۳۸۶). شی‌وارگی به دو شیوه عمل می‌کند؛ نخست، شیوه‌ای که از طریق آن، سرمایه‌داری همه چیز را بر حسب معیارهای کالایی تعریف می‌کند، چرا که هر چیزی دارای «ارزش مبادله» است، یعنی مقدار پولی که به ازای آن خرید و فروش می‌شود. در اینجا یک شیء، یعنی پول، مهم‌تر از هر چیز دیگری (مانند انسان‌ها و کیفیت هستی آنها) است

محلی» (۲۰۱۸) بر محور دو شاخص اقتصادی تناسب^{۱۳} و مالی‌سازی^{۱۴} استدلال می‌کند که چگونه هنر جهانی‌شده عمیقاً تحت نفوذ هنجارها و فعالیت‌های اقتصاد سرمایه‌دار جهانی یا در مجموع همان نیروهای بازسازی نئولیبرال است. ایلاریا ریچیونی^{۱۵} در «هنر، بازارهای سرمایه‌دار، و جامعه: بینش‌ها و بازتاب‌ها بر هنر معاصر» (۲۰۱۸) در ابتدا چند پرسش را بیان می‌کند: بازار چقدر می‌تواند بر تولید هنری و خلاقیت در هنر تأثیر بگذارد؟ آیا هنرمند واقعاً می‌تواند «کارگری» درون ماشین فرهنگی سرمایه‌داری باشد و یا هنوز تفاوتی میان پدیدآورندگی هنری و تولید صنعتی-سرمایه‌داری از هنر وجود دارد؟ ریچیونی تأکید دارد بازسازی جهان هنر، به شیوه کنونی، منجر به بیگانگی هنرمندان نسبت به آثار خود شده و این روند رو به افزایش است.

کالایی‌شدن قومیت یا هویت فرهنگی، در مطالعات انتقادی گردشگری، انسان‌شناسی و همچنین پسااستعماری مورد بحث قرار گرفته است. «شرکت [تجاری] قومیت» اثر جان و ژن کوماروف^{۱۶}، از تألیفات ارزشمند در این حوزه است که با اشاره به مرزناپذیری کالایی‌شدن، پرسش اساسی «آینده قومیت در نهایت کجا خواهد بود؟» را مطرح می‌سازد. «رابرت شپرد»^{۱۷} در «کالایی‌شدن، فرهنگ و گردشگر» (۲۰۰۲) استدلال می‌کند که چگونه پذیرش رابطه علی‌ومعلولی میان گردشگری و کالایی‌شدن فرهنگی، مستلزم پذیرش مفهوم مسئله‌دار «اصالت» است. مفهومی که نظریه‌پردازان پسااستعمار از جمله «همی بابا»^{۱۸} با ارائه جایگزین «دورگه‌گی»^{۱۹} به تقابل با آن پرداخته‌اند. ژان فیشر، منتقد هنر در عرصه مطالعات پسااستعمار، در «چرخش وفق‌دهنده: اقدامات میان‌فرهنگی در عصر چندفرهنگ‌گرایی» حضور نابرابر و یا سفارشی هنرمندان غیرغربی را در عرصه جهانی هنر معاصر مورد نقد قرار می‌دهد؛ او گردن‌نهادن هنرمندان سیاه‌پوست و غیراروپایی به روند ترویج از طریق نشانه‌های کالایی‌شده قومیت را ناشی از دلایل بقای هنری و اقتصادی می‌داند (Fisher, 2005: 235). اگزوتیسم^{۲۰} یا غرابت‌گرایی که به زیبایی‌شناسانه‌کردن ادراک از «دیگری» (خارجی/بیگانه) اشاره دارد (Berdychevsky, 2015; Huggan, 2001) از مباحث نقادانه در مطالعات پسااستعماری است. حمید کشمیرشکن در مقاله «هویت در برابر اگزوتیسم در هنر معاصر ایران» (۲۰۱۰) دو مفهوم هویت و غرابت را از مسائل اساسی و به‌هم‌پیوسته در هنر معاصر ایران می‌داند که چالش‌هایی در رابطه با مفاهیم «خود»، «دیگری» و انتظارات [بیننده/منتقد خارجی] پدید آورده است. او تأکید می‌کند که پافشاری هنرمندان ایرانی بر اثبات هویت فرهنگی متمایز است که آنها را در دام اگزوتیسم گرفتار می‌کند. کشمیرشکن همچنین در کتاب

برای حراج‌خانه‌های غربی، به منظور سرمایه‌گذاری در کشوری بود که برخی از ثروتمندترین مردم جهان در آن اقامت داشتند و اکنون می‌توانستند در دنیای هنر نقش مهمی ایفا کنند. با وجود نوسان قیمت‌ها در سال‌های بعد، رشد تقاضا برای این بازار سیر صعودی داشت و [علاوه بر خریداران خارجی] ساکنان محلی نیز بیش از پیش، به مجموعه‌داری این آثار تمایل نشان دادند (Foroutani, 2015). همان‌گونه که در مبادلات بازار هنر در سراسر جهان معمول است، بخشی از مشتریان، صرفاً به منظور ذخیره امن سرمایه، به خرید آثار هنری روی می‌آورند. «کنگسان لی»، با اشاره به بازار هنر شرق دور (چین و کره) تأکید می‌کند بازسازی نئولیبرالی، سبب جذب گروه جدیدی از خریداران هنری شده است که لزوماً به معیارهای زیباشناختی یا فرهنگی متعارف آگاهی ندارند یا برای آنها اهمیت چندانی قائل نیستند، بلکه سرمایه‌گذاری پرسود و ارزش‌های مالی و بازاری را در اولویت قرار می‌دهند (Lee, 2018: 80).

به نظر می‌رسد آثار شاخص هنرمندان معاصر ایران در گفتمان بازار خاورمیانه از قاعده نمایش تفاوت فرهنگی مستثنی نیستند. با فرض آنکه بازنمایی هویت فرهنگی در آثار ایرانی در جهت کالایی‌کردن آن است، این مقاله تلاش دارد رویکردها و شیوه‌های بیان هنری را در آثار مذکور که به روند کالایی‌کردن کمک کرده‌اند، مورد تحلیل قرار دهد. بر این اساس، رویکرد انتقادی به تجزیه و تحلیل آثار منتخب، برگرفته از نقد مارکسیستی (در جهت نقد کالایی‌شدن) است. «نقد مارکسیستی، ادبیات [و هنر] را بر پایه شرایط تاریخی آنها بررسی می‌کند» (ایگلتون، ۱۳۸۳: ۲۱). بنابراین، گرایش‌های غالب هنر معاصر ایران، بر این اساس نیز مورد ارزیابی قرار می‌گیرند که چه جایگاه و کارکرد تاریخی در زمانه خود دارند.

پیشینه پژوهش

بسیاری از پژوهشگران انتقادی، کالایی‌شدن را از مسائل بغرنج و پایان‌ناپذیر فرهنگ معاصر به شمار می‌آورند. جوانا ونالاین^{۱۱} در مقاله «فرهنگی‌کردن اقتصاد و ویژگی‌های هنری سرمایه‌داری معاصر» (۲۰۱۸) تصریح می‌کند که سرنوشت نامعلوم هنر و فرهنگ، در مواجهه با فشارهای سرمایه‌داری معاصر، چه در مباحث آکادمیک و یا عامیانه یک نگرانی تکرارشونده است. اصطلاح «اقتصاد خلاق» سرفصل آن فرآیندی را توصیف می‌کند که در آن هنر و فرهنگ به گونه‌ای فزاینده تسلیم منطق اقتصاد می‌شوند. کنگسان لی^{۱۲} در «بازسازی نئولیبرال هنر معاصر جهانی: تحولات در ارزش‌گذاری، و حوزه بازارهای جهانی و

عناصر فرهنگ و هنر سنتی ایران و تلفیق آن با وجوه سبک‌شناختی هنر مدرن غرب. فرم‌گرایی مدنظر در اینجا لزوماً به معنای شکل فاقد معنا یا آبستراسیون نیست، بلکه تأکید مضاعف سازنده اثر بر جنبه‌های شکلی، بیش از محتوایی است که اثر به خودی خود قادر به سخن گفتن از آن باشد. «در مباحث هنر، فرمالیسم توصیف‌کننده رویکردهایی است که برای "ابزارهای بیانی" اهمیتی بیش از "آنچه که بیان می‌شود" [محتوا] قائل می‌شوند» (Chilvers & Glaves-Smith, 2009: 672). فرمالیسم نگرشی است درهم‌تنیده با تاریخ مدرنیسم هنری. مجسمه‌های ترکیبی پرویز تناولی در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ شمسی، نمود موفق است از تلاش فراگیر هنرمندان نوگرای آن دوران برای بازاندیشی در جنبه‌های زیباشناختی صنایع‌دستی و هنرهای سنتی ایرانی از دیدگاهی مدرن. «پیشگامان هنر مدرن ایران به ویژه سقاخانه در تلاش بودند تا به نوعی همگرایی با هنر مدرن غربی (به ویژه هنر انتزاعی) دست یابند و سنتی میان امر مدرن و سنتی برقرار کنند. [...] اما در مجموع، بهره‌گیری این هنرمندان از سنت، بیشتر ارجاعی "صوری" به سنت بود تا اشاره به مضمونی تداعی‌گر یا محتوایی مفهومی؛ کیفیتی که در گرایش انتزاعی این جریان مشهودتر است. به عبارت دیگر آنها بر سنت‌های تصویری (شامل اشکال، نقش‌مایه‌ها، رنگ‌ها و ...) متمرکز شدند که همه اینها در کنار هم می‌توانست پیوندی قابل درک با کارمایه‌های سنتی و گاه مذهبی ایجاد کند تا ارجاع به محتوایی خاص» (کشمیرشکن، ۱۳۹۴: ۱۰۷-۱۰۹). مجسمه‌سازی «معاصر» تناولی تفاوت چشمگیری با سبک جافتاده او در دوران پیشین فعالیتش ندارد و هنرمند به بازتولید خویش در قرن ۲۱ ادامه داده است؛ آثاری که دیگر نمی‌توانند نسبتی با پیچیدگی‌های دوران معاصر بیابند (تصویر ۱ و ۲). این روند در مورد دیگر هنرمندان مهم مدرنیسم ایرانی مانند احصایی، افجه‌ای و شیشه‌گران نیز تداوم یافته است. هنرمندان جنبش نقاشی‌خط نیز مانند پیروان سقاخانه سعی داشتند از قواعد خوشنویسی سنتی فراتر روند و زیبایی‌های بصری نوشتار را با رنگ و قلم و ترکیب‌بندی‌های پیچیده‌تر یا به عبارتی به گونه‌ای «نقاشانه» بیازمایند. حاصل تلاش‌ها، تابلوهایی فاخر بود که با رویکردی فرم‌گرا هنر خطاطی را در لذت بصری حاصل از ساختار ناب حروف و کلمات بازتعریف می‌کرد. برای هنرمندان این گرایش، خوانش و معناپذیری نوشته‌ها یا ارتباط واضح و مستقیم آنها با متون دینی و ادبی اهمیت چندانی نداشت. احصایی و افجه‌ای اکنون ترکیب‌های نوشتاری را در شمایی متفاوت‌تر اما هم‌چنان فرمال ادامه داده‌اند (تصویر ۳ تا ۶). شیشه‌گران هنرمند مدرنیست فعال

«هنر معاصر ایران: ریشه‌ها و دیدگاه‌های نوین» به هویت‌های «داده‌شده» به عنوان چالشی جدی در برابر هنرمندان معاصر اشاره می‌کند: «نیاز به بازشناختن هنر غربی از دیگر هنرها بر اساس تفاوت‌های بصری» (کشمیرشکن، ۱۳۹۴: ۳۲۱). پژوهش حاضر، از منظر نقد به کالایی‌شدن هویت فرهنگی با برخی دستاوردهای مطالعات پسااستعمار توافق نظر دارد. در عین حال، ناتوانی پسااستعمار از ارائه جایگزین تاریخی که در برابر سرمایه‌داری تاب مقاومت داشته باشد، همچنان محل تأمل است.

روش تحقیق

این پژوهش در زمره تحقیقات نظری-بنیادین قرار می‌گیرد که داده‌های آن از طریق مطالعات اسنادی و مشاهده گردآوری شده است. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها کمی-کیفی بوده و برای تفسیر آنها از روش توصیفی-تحلیلی (تحلیل انتقادی برگرفته از نقد مارکسیستی) بهره گرفته شده است.

یافته‌ها

این مقاله تلاش دارد رویکرد هنرمندان برجسته در بازار هنر معاصر ایرانی را -که عموماً هنرمندانی شناخته‌شده در عرصه بین‌المللی‌اند- در به‌کارگیری نشانه‌های فرهنگی تحلیل و تبیین و از خطر کالایی‌شدن هویت فرهنگی آگاه کند. رویکردهای نقادانه از جمله نقد مارکسیستی در تحلیل آثار هنری به ویژه هنر معاصر ایران عموماً مورد توجه پژوهشگران داخلی نبوده است. دستاوردهای این پژوهش در حوزه نقد هنر به لحاظ تحلیل شیوه‌های بیان هنری و نحوه استفاده هنرمند از علائم فرهنگ ایرانی به گونه‌ای که اثر بیش از هر چیز کارکرد یک «کالای فرهنگی متفاوت» را پیدا کند، نوآورانه است.

گرایش‌های غالب بازار هنر معاصر ایران

• فرم‌گرایی

در میان هنرمندان برتر بازار با نام‌های بزرگی مواجه می‌شویم که نمایندگان دوران‌ساز تاریخ هنر مدرن ایران‌اند؛ «پرویز تناولی هم به عنوان طلایه‌دار مجسمه‌سازی مدرن ایران و هم شخصیتی محوری در نهضت سقاخانه که بر جریان‌های نوگرای بعد از خود بسیار تأثیرگذار بود» (کشمیرشکن، ۱۳۹۴)، محمد احصایی و نصرالله افجه‌ای که از پیشگامان سبک نقاشی‌خط شناخته می‌شوند و کوروش شیشه‌گران با عمر هنری پربار، متنوع و چندگانه. در این میان، هنرمندان شاخص دیگری چون رضا درخشانی، و از نسل هنرمندان جوان‌تر گلناز فتحی و علی بنی‌صدر حضور یافته‌اند. اما چه ویژگی‌هایی در آثار هنرمندان مذکور آنها را ذیل فرمالیسم قرار می‌دهد؟ کاوش در جنبه‌های زیباشناختی فرم در



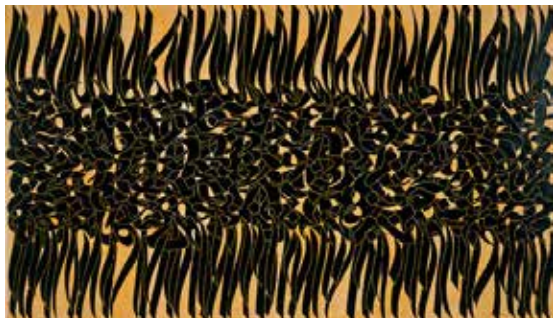
تصویر ۲. شاعر و قفس، اثر پرویز تناولی، جنس برنز، ۲۰۰۸ میلادی. ارتفاع: ۱۵۱ سانتیمتر. مأخذ: www.artnet.com



تصویر ۱. شاعر و قفس و لبل، اثر پرویز تناولی، جنس برنز، ۱۳۴۹ شمسی. ارتفاع ۹۲ سانتیمتر. مأخذ: کشمیرشکن، ۱۳۹۴: ۱۱۱.

بازی زیباشناسانه فرو می‌کاهد، مورد حمله قرار می‌دهد» (ایگلتون، ۱۳۸۳: ۴۵). فرمالیسم ایرانی برای معین کردن بافت منطقه‌ای، نشانه‌های خاص فرهنگی را دستمایه قرار می‌دهد؛ با توجه به اینکه فرم‌گرایی مستلزم به‌حاشیه‌راندن یا حذف محتواست، هویت فرهنگی بدل به آرایه‌ای سطحی می‌شود که تنها به عنوان افزونه‌ای تمایزبخش، هویت فرهنگی-ملیتی «کالا» را تغییر می‌دهد. گرایش‌های فرمالیستی جدیدتر، حتی در رویکردی پسامدرنیستی نیز از ایجاد تحول واقعی در ماهیت اجزای متکثری که به ساختار تصویر شکل می‌دهد، ناتوانند. نمایندگان این رویکرد، عمدتاً به «واسازی» هویت‌های شرقی و غربی در آثارشان شهرت یافته‌اند. رضا درخشانی در تابلوهایی پُرکار با گیرایی بصری عمیق، موضوعاتی برگرفته از ادبیات و نگارگری سنتی ایران را (صحنه‌های شکار و بزم، انار، باغ ایرانی، خوشنویسی و ...) در سبک اجرایی اکسپرسیونیسم انتزاعی به نمایش می‌گذارد (تصویر ۱۰). رویکرد مشابهی را علی بنی‌صدر در «تلفیق فضای نگارگری سنتی با سبک هیرونی موس بوش» (هنرمند اروپایی قرن ۱۵) به نمایش می‌گذارد (Millet, 2016)؛ (تصویر ۱۱). ساختارشکنی در کار این هنرمندان چیزی بیش از ترکیب زبان تصویری شرق و غرب نیست. گرایش به هم‌آمیزی شرقی-غربی، از مشغولیت‌های هنرمندان معناگرایی چون آیدین آغداشلو و بسیاری از هنرمندان جوان‌تر که از دغدغه‌های فرمی فراتر رفته‌اند نیز هست. این هم‌آمیزی عموماً مصداقی از

در دهه قبل و بعد از انقلاب اسلامی، پس از تجربیات متفاوت در نقاشی و هنرهای گرافیکی، که متناسب با آن، گاه رویکرد اجتماعی-سیاسی و گاه انتزاعی را ایجاب می‌کرد، در نهایت سبک انتزاعی ویژه‌ای را تثبیت کرد که الهامی از خوشنویسی، گرافیتی و رنگ‌آمیزی پاپ داشت. «حمید دباشی»^{۲۱} با دنبال کردن سیر فعالیت هنری شیشه‌گران از دوران مدرنیستی تا رویکردهای نظری و عملی معاصر او به طراحی خطی- که الهام‌گرفته از سنت خطاطی ایرانی است- کار شیشه‌گران را فرمی از اکسپرسیونیسم انتزاعی «خطی» توصیف می‌کند» (Nakjavani, 2017: 3)؛ (تصویر ۷ و ۸). بهره‌گیری فرمال از خوشنویسی در کار گلناز فتحی با رنگ‌های تند و ضربه‌قلم پرحرارت‌تر، هرچند نمودی اکسپرسیونیستی می‌یابد اما در نهایت چیزی فراتر از جذابیت‌های یک تابلوی انتزاعی ارائه نمی‌کند (تصویر ۹). برای هنرمندان مذکور، معاصر بودن فراتر از تاریخ اجرای اثر در قرن ۲۱ نیست. توانایی فنی، شناخت قابلیت‌های «تصویری» نقش‌مایه‌های سنتی و بهره‌گیری قابل‌تحسین از جذابیت بصری خوشنویسی در این آثار قابل‌انکار نیست، اما غلبه فرم و فقدان محتوایی که مابه‌ازای بیرونی و اجتماعی معاصر داشته باشد، نمی‌تواند جایگاهی به عنوان «نماینده هنر دوران» به آنها ببخشد. «نقد مارکسیستی همواره به طور سنتی مخالف هرگونه فرمالیسم ادبی [و هنری] بوده است و توجه ذاتی به خصوصیات تکنیکی محض را که معنای تاریخی را از ادبیات باز می‌گیرد و آن را به گونه‌ای



تصویر ۴. پژواک، اثر محمد احصایی، رنگ‌وروغن روی بوم، ۱۳۶۷ شمسی. ابعاد: ۳۰۵*۱۸۰ سانتیمتر. مأخذ: کشمیرشکن، ۱۳۹۴: ۱۵۹.



تصویر ۳. ضیافت، اثر محمد احصایی، رنگ‌وروغن روی بوم، ۲۰۰۹ میلادی. ابعاد: ۵۶۴*۲۶۰ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com



تصویر ۶. عشق، نصرالله افجه‌ای، رنگ‌وروغن روی بوم، ۱۹۸۴ میلادی. ابعاد: ۱۵۰*۵۰ سانتیمتر. مأخذ: www.artnet.com



تصویر ۵. عشق، اثر نصرالله افجه‌ای، اکریلیک روی بوم، ۲۰۱۰ میلادی. ابعاد: ۲۰۰*۲۰۰ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com

دورگه‌گی همی بابا تصور می‌شود که به عقیده فیشر «در سال‌های اخیر، محبوب‌ترین الگوی بیان میان فرهنگی [در عرصه تولیدات هنری] بوده است» (Fisher, 2005: 237). دورگه‌گی به معنای آمیزش [انقلابی] قومیت‌ها و فرهنگ‌ها، به گونه‌ای است که شکل‌های فرهنگی تازه‌ای تولید شود [...] به عقیده بابا، دورگه‌گی سلاح توانمندکننده و قدرت‌بخشی برای به‌حاشیه‌رفتگان فرهنگی است؛ زیرا هم خلوص نژادی و فرهنگی و هم تفاوت فرهنگی [ویژه و سفارشی] که دربردارنده میل به اگزوتیسم است را پشت سر می‌گذارد. [...] دورگه‌گی، هویت‌های تکثرگرایی در فضای میان فرهنگی (فضای سوم) می‌سازد که ابزار مقاومت در برابر هویت‌های یکدست و واحد است (Nayar, 2015). آنچه بابا به عنوان مقاومتی مؤثر در برابر تعیین هویت

سلطه‌گرانه پیشنهاد می‌کرد، در عرصه هنر عملاً بدل به نظریه‌ای تزیینی شد که به گونه‌ای متناقض، اگزوتیسم روزآمد و تازه‌تری تولید می‌کرد. نشانه‌های فرهنگی یا ملیتی که از محتوا و زمینه متعارف خود جدا شده‌اند و دلالت آنها فراتر از تأثیر بر فعل‌وانفعالات فرمی و صوری نمی‌رود، چگونه می‌توانند تصور از «دیگری» را عملاً ساختار شکنی کنند؟ چگونه می‌توان از تصویر جدید که تنها ظاهر خود را عوض کرده است، برای مقاصد سلطه بهره نبرد؟ شمایل تازه چگونه جایگاه نابرابر حاشیه و مرکز را واقعاً تغییر خواهد داد؟ اشیاء چشمگیر و زیبایی که هنرمندان معاصر ایرانی از ترکیب هویت‌های (پیش‌تر متقابل) شرقی و غربی تولید می‌کنند، بی آنکه پیشفرض‌های ناعادلانه را به نحو اثرگذاری به چالش گیرند، تنها مشتری پایدار خود را در



تصویر ۹. بدون عنوان، اثر گلناز فتحی، رنگ‌وروغن روی بوم، ۲۰۰۳ میلادی.
ابعاد: ۱۴۷*۱۳۴ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com



تصویر ۷. سماور، اثر کوروش شیشه‌گران، اکریلیک روی بوم، ۱۹۸۶ میلادی.
ابعاد: ۱۳۳*۱۳۳ سانتیمتر. مأخذ: www.artnet.com



تصویر ۱۰. شکار خونین، اثر رضا درخشانی، رنگ‌وروغن روی بوم دولته‌ای.
۲۰۱۶ میلادی. ابعاد هر پانل: ۱۸۳*۱۲۲ سانتیمتر.
مأخذ: www.christies.com



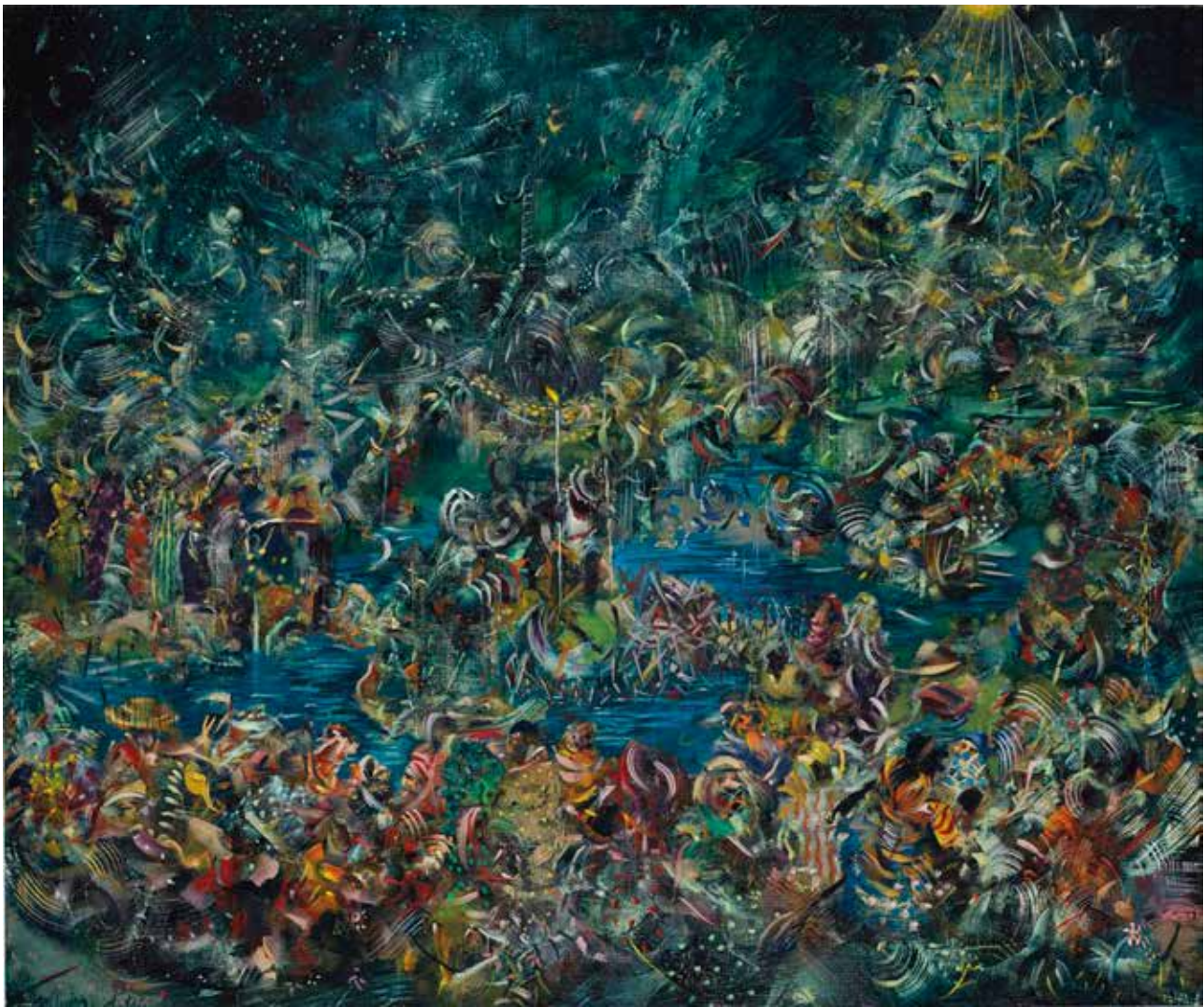
تصویر ۸. فیگور، اثر کوروش شیشه‌گران، اکریلیک روی بوم، ۲۰۱۴ میلادی.
ابعاد: ۱۶۰*۲۰۰ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com

فرهنگ بصری عوام زرق‌وبرق، ابتذال، پیش‌پاافتادگی یا به اصطلاح کیفیت «کیچ» آن بود که در تقابل با فرهنگ فاخر نخبگان پنداشته می‌شد. پاپ‌آرت به عنوان نمونه‌وارترین شکل پست‌مدرنیستی از بیان هنری (در رویکرد به فرهنگ عامه‌پسند و سلیقه کیچ) قصد داشت جدیت هنر فاخر را به سخره بگیرد؛ هر چند در نهایت به دلیل ضعف شیوه‌های نقادانه، تسلیم سرمایه‌داری متأخر شد و ارزش بازاری ویژه‌ای در مبادلات آثار هنری یافت.^{۲۲} فرهاد مشیری، ابرستاره بازار هنر خاورمیانه، در این گرایش تقریباً به یک‌ایکون تبدیل شده است. او به تنهایی بخش قابل توجهی

منطقه پیدا می‌کند؛ سرنوشت چنین آثاری جز کالاشدگی و خدمت به سرمایه‌داری نیست.

• پاپ و کیچ

پست‌مدرنیسم ایرانی، در گرایش‌های پاپ‌گونه بازار و آن دسته آثاری که فرهنگ کوچه‌بازاری را دستمایه قرار می‌دهند، شمایل آشکارتری پیدا می‌کند. «پاپ، فرهنگ مصرف توده‌ای را مرجع قرار می‌دهد. کتاب‌های کمیک‌استریپ، آگهی‌های تبلیغاتی، بسته‌بندی و تصاویر تلویزیون و سینما شمایل‌شناسی این هنر را پدید آوردند» (Chilvers & Glaves-Smith, 2009: 1552). ویژگی



تصویر ۱۱. روشنایی، اثر علی بنی صدر، رنگ و روغن روی بوم، ۲۰۱۰ میلادی. ابعاد: ۹۱،۵ * ۷۶،۵ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com

را به خط نستعلیق مصور کرده است. شاید تصور معمول از هنر فاخر نخبگان زیرسؤال رفته باشد؛ یا آن طور که برخی منتقدان، کار مشیری را به سبب کاوش طنزآمیز در مرز باریک (و نامحسوس) مصرف‌گرایی^{۲۴} و هنر به عنوان ابژه مصرف ستایش می‌کنند (Babaie, 2011: 142) حساسیت او به تناقضات دنیای هنر قابل توجه باشد، اما زمانی که این تابلو در حراج بونامز^{۲۵}، ۱ میلیون و ۴۸ هزار دلار چکش می‌خورد و مشیری را به اولین هنرمندی در خاورمیانه بدل می‌سازد که اثری را بیش از ۱ میلیون دلار به فروش رسانده، فقط نوع کالای فروخته‌شده (در رده خود) تغییر یافته است؛ اگر تاکنون خرید و فروش تابلوهای خاصی به عنوان «هنر والا» سزاوار نقد، تکفیر و طرد از حوزه مستقل هنر بود، اکنون صرفاً آثاری در نقطه مقابل (هرچند به اصطلاح خودآگاه و نقادانه) این جایگاه را در بازار تصاحب

از بازار ایران را در اختیار دارد. رویکردهای شبه‌پاپ و بازی با عناصر فرهنگ توده یا تصاویر تجاری-تبلیغاتی، سوژه محبوبی میان هنرمندان شناخته‌شده ایرانی از جمله «خسرو حسن‌زاده» و «افسون» نیز هست که هنوز در بازار فاصله زیادی با موقعیت استثنائی مشیری دارند. مشیری تکیه کلام‌های کوچه‌بازاری را در موقعیتی نامرتبط، با انواع زیورآلات پُرزرق و برق به تصویر درمی‌آورد. نمونه دیگر کارهای او این است که نموده‌هایی از هنر سنتی (کوزه، فرش و ...) را با شیوه‌های جدیدتر مانند نقاشی بافت‌دار در ابعاد بزرگ یا چیدمان اجرا می‌کند و در برخی موارد از تکنیکی بهره می‌برد که عموماً برای تولید هنر فاخر به کار نمی‌رود؛ مانند گلدوزی، سنگ‌دوزی یا پولک‌دوزی (تصویر ۱۲ و ۱۳). او در تابلوی «عشق» با صدها قطعه درخشان، از جمله کریستال‌های گران‌قیمت کمپانی سواروسکی^{۲۳}، واژه عشق



تصویر ۱۳. عشق، اثر فرهاد مشیری، رنگ‌وروغن و اکریلیک روی بوم، ۲۰۰۳ میلادی. ابعاد: ۲۷۱*۱۸۱ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com



تصویر ۱۲. عشق، اثر فرهاد مشیری، کریستال سواروسکی، پولک و سنگ در ترکیب با اکریلیک روی بوم (سوارشده بر تخته)، ۲۰۰۷ میلادی. ابعاد: ۱۵۵*۱۷۶. مأخذ: www.bonhams.com

شناخته‌شده‌ترین هنرمند ایرانی در غرب باشد. اغلب آثار او بر اساس موضوعاتی مبتنی بر تقابل‌های دوتایی مردان و زنان، امر مقدس و امر نامقدس، مهاجرت و تعلق شکل گرفته‌اند. نشاط همچنین به خاطر برخورد علنی و صریح خود با مسئله «ارتباط جنسیت‌ها» توجه گسترده‌ای را به خود معطوف داشته‌است» (کشمیرشکن، ۱۳۹۴: ۳۹۵). نشاط با بهره‌گیری از عکس و ویدئو از معدود هنرمندانی بود که رویکرد رسانه‌ای مؤثری در بیان مسائلی اساساً اجتماعی در پیش گرفت. هرچند آثار دهه ۹۰ میلادی او مورد توجه و ستایش قرار گرفت، اما چه در آن زمان و چه در قرن حاضر که نشاط مواضع پیشین خود را با اندک تغییری تکرار کرده است، داستان‌پردازی و روایات نیمه‌واقعی/خیالی او ارتباطی اندک با تجربه زیسته زنان ایرانی (در ابعاد گسترده) داشت. تأثیر و قدرت بیان رسانه مستندنگار طبعاً تجربه متفاوت و ملموس‌تری برای بیننده فراهم می‌کند اما تمرکز فزون از حد نشاط بر عناصر نمادین با معانی بسیار شخصی، مخاطب نوعی را که می‌تواند به وسعت جامعه درگیر با مسائل زنان باشد، از حوزه ارتباط دور نگه می‌دارد. در آثار پراحساس نشاط، بیان عاطفی عمیق، خرج سوژه‌ها و داستان‌هایی شده است که جایگاه و معنای تاریخی مشخص یا مناسبی ندارند. توصیف نشاط از زن، شمایل نوعی که از آن می‌سازد و نمادهایی که در جوار او می‌گنجاند، بیش از هر چیز یادآور کلیشه‌های شرق‌شناسانه^{۲۴} است که زن اسرارآمیز شرقی را از نگاه بیننده‌ای خارجی می‌نمایند (تصویر ۱۶ و ۱۷). ژانر محبوب و بازاری «چادرآرت»^{۲۷} احتمالاً از تأثیرات رویکرد نشاط بر آثار هنرمندان جوان‌تر است. امیرعلی قاسمی، هنرمند و

می‌کنند. علاوه بر آنکه هاله تقدسِ گران‌قیمت‌ترین تابلوی بازار خاورمیانه (در زمان خود) طبعاً برند لوکس سواروسکی را هم در بر می‌گیرد و از اعتبار جهان فاخر هنر بی‌نصیب نمی‌گذارد.

خسرو حسن‌زاده و افسون، با پیچیدگی‌های بیانی کمتر، صرفاً ساختاری ملهم از زیبایی‌شناسی پاپ را شالوده کار خود قرار می‌دهند (تصاویر ۱۴ و ۱۵). آنها با استفاده از تکنیک‌های اجرایی پاپ مانند انواع چاپ (به ویژه سیلک‌اسکرین) عکاسی، نقاشی روی عکس، کلاژ و حتی مددگرفتن از نرم‌افزارهای ترکیب‌کننده مانند فوتوشاپ، تصاویری شبه‌رسانه‌ای (خبری/تبلیغاتی/بازرگانی) را با نقش‌آفرینی محوری شخصیت‌های سیاسی، تاریخی، داستانی و... تولید می‌کنند، بی‌آنکه از رهگذر بیان هنری مطلوب، تفاوت ماهوی کار خود (به عنوان اثر هنری) و منبع اصلی الهام را برجسته و معنادار سازند. در این آثار اشارات کنایه‌آمیز و عموماً نارسا به تناقض‌ها، خلاءها و نابرابری‌های اجتماعی-فرهنگی کوششی است نافرجام برای گنجاندن نیم‌نگاهی انتقادی و خودآگاهانه در آثاری که سرخوشانه و دم‌دستی به نظر می‌آیند.

● سیاسی-اجتماعی

طیف گسترده‌ای از هنرمندان معاصر ایرانی، رویدادهای اجتماعی و سیاسی را سوژه قرار داده و تلاش کرده‌اند رویکرد انتقادی جدی‌تری را دنبال کنند. در میان نام‌آورترین‌های بازار ایران در این گرایش، شیرین نشاط، افشین پیرهاشمی، رکنی حائری‌زاده، شادی قدیریان و سارا رهبر شاخص‌تر هستند. «به نظر می‌رسد شیرین نشاط که از ۱۳۵۳ در نیویورک به زندگی و کار مشغول بوده است،



تصویر ۱۵. شاه و سه ملکه‌اش، اثر افسون، فوتوکلاژ چاپ شده روی کاغذ، ۲۰۰۹ میلادی. ابعاد مجموع چهارعکس: ۱۶۴*۵۸ سانتیمتر. www.christies.com مأخذ:



تصویر ۱۴. مادروخواهر (از مجموعه تروریست)، اثر خسرو حسن‌زاده، سیلک‌اسکرین با اکریلیک روی بوم، ۲۰۰۴ میلادی. ابعاد تصویر راست: ۳۰۸*۲۰۴. ابعاد تصویر چپ: ۳۰۰*۲۱۷ سانتیمتر. مأخذ: www.artnet.com

چنین رویکردی به هنر نیست. در نهایت، ضعف نقادانه در روندی معکوس موجب می‌شود محتوای موردنقد در قالب‌هایی جدیدتر و خوش‌نماتر تولید شود. شادی قدیریان با عکاسی در فضای خانگی یا استودیو، در رویکردی به مراتب ضعیف‌تر که بر فرمولی ابتدایی از هم‌نشینی تقابل برانگیز زن و اشیاء نمادین بنا شده است، تلاش دارد محدودیت‌های اجتماعی زن ایرانی و تنش‌های حاصل از رویارویی سنت و مدرنیته را برجسته سازد (تصویر ۱۹).

در موضع‌گیری آشکارتر به مسائل سیاسی-اجتماعی، رکنی حائری‌زاده، چهره شاخصی محسوب می‌شود. در آثار او غالباً ناپیوستگی فرهنگی جامعه ایرانی، از جمله تنش‌های بنیادین میان رسوم سنتی و مدرن، نقش‌های جنسیتی، تأثیرپذیری از فرهنگ بیگانه و رویدادهای سیاسی ایران معاصر موردنقد قرار گرفته است. حائری‌زاده در رویکرد به مسائل مذکور از طریق نقاشی‌های کاریکاتورگونه گذری سطحی به متن‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی و هنری می‌زند و صرفاً از طریق ایجاد پیوندهای سست و تحت‌اللفظی و تکیه بر آنچه که ممکن است در ذهن بیننده زنده سازد، موضوع را برجسته می‌سازد (تصویر ۲۰ و ۲۱). در مجموعه «شهر قصه»^{۲۸} از شناخته‌شده‌ترین آثار حائری‌زاده، هنرمند با عکس‌های خبری نقاشی شده و ارجاع همزمان به داستان و تمثیل، رویدادهای سیاسی اخیر ایران را سوژه قرار می‌دهد. تصویرپردازی رسانه‌ای حائری‌زاده و رویکرد بینامتنی او به داستانی معنادار، نه مصداقی از نقیضه‌پردازی^{۲۹} نقادانه و مؤثر، بلکه در نهایت همان پاستیش^{۳۰} پست‌مدرنیستی از کار درآمده است که در آثار بسیاری از هنرمندان جوان

نمایشگاه‌گردان، این اصطلاح را در توصیف نمودهای بصری از زنان در آثار هنری معاصر به کار می‌برد که چادر او عموماً حجاب را به مثابه نمادی از «هویت» جنس مؤنث در ایران [با رویکردی به اصطلاح نقادانه] دستمایه قرار داده‌اند (Khatib, 2013: 100). این ژانر بصری در مدت زمانی کوتاه، به یکی از کلیشه‌های پایدار برای هویت‌بخشی به آثار خاورمیانه‌ای تبدیل شد؛ مانند افشین پیرهاشمی، از موفق‌ترین هنرمندان بازار که تلاش دارد با نقاشی فوتورئالیستی، از روزنه موضوع «زن از نگاه مرد» به مسائل و پیچیدگی‌های زندگی معاصر در جامعه ایران بپردازد. پیرهاشمی علی‌رغم اجرای قدرتمند و بیانگر فیگورها، تنها به چیدمان منجمد علائمی نمادین بر صفحه بوم بسنده کرده است. پیش از هر چیز می‌توان گفت رسانه صامت پیرهاشمی (نقاشی) و بسیاری از هنرمندان جوان دیگر، در اساس فاقد قابلیت پرداختن به یک مسئله پراشتاب اجتماعی در دوران معاصر است. پس از آن، پیرهاشمی در نزدیک شدن به سوژه زنانه نیز متکی به دیدگاهی خلاقانه و شخصی نیست و تصویر او از زن اسرارآمیز یا اغواگر در جوامع نیمه‌سنتی-مدرن خاورمیانه، باز هم شمایل روزآمدشده‌ای از کلیشه‌های اریانتالیستی است (تصویر ۱۸). نوآوری هنرمند صرفاً به جابه‌جایی صحنه‌ها و پس‌زمینه‌ها، واردکردن علائم زندگی مدرن در تقابل با سنت و تکیه بر معنای نمادین اشیاء محدود شده است. تغییراتی در این سطح ممکن است به لحاظ بصری و زیبایی‌شناختی جالب‌توجه باشد، اما امید به تأثیر اجتماعی گسترده‌تر از جمله تقابل یا به‌چالش‌گرفتن نگاه بیننده‌ای که با ذهن آکنده از پیش‌فرض‌ها با مردم شرق روبرو می‌شود، در توان



تصویر ۱۷. مونس و مرد انقلابی (از مجموعه زنان بدون مردان)، اثر شیرین نشاط، نوشته جوهری روی C-print، 2008 میلادی. ابعاد: ۱۳۸.۴*۲۴۳.۸ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com



تصویر ۱۶. متولیان انقلاب (از مجموعه زنان الله)، اثر شیرین نشاط، نوشته‌های جوهری بر چاپ نقره ژلاتینی. ابعاد: ۱۱۰*۹۹.۷ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com



تصویر ۱۸. اغوا، اثر افشین هاشمی، رنگ‌وروغن، ۲۰۱۰ میلادی. ابعاد: ۲۰۰*۲۹۸ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com



تصویر ۱۹. #۱ (از مجموعه مثل هرروز)، اثر شادی قدیریان، C-print، 2000 میلادی. ابعاد: ۵۰*۵۰ سانتیمتر. مأخذ: www.artnet.com

قدرت برتر شکل می‌گیرد و تثبیت می‌شود. ضعف دیگر در کار هنرمندان منتقد ایرانی چنان‌که اشاره شد، عدم تناسب رسانه‌ی بیانی و محتوای موردنظر است. یا رسانه تاب انتقال مؤثر محتوا را ندارد و یا محتوا بی‌بضاعت‌تر از آن است که در قالب رسانه‌ی جدید کاری از پیش برد. در نهایت هنرمندان شناخته‌شده ایران نه هنر پیشرو و انتقادی، بلکه «هنر سیاسی» بی‌خطری می‌سازند که گزینه‌های متنوع بازار را تکمیل می‌کند. «برای مجموعه‌داران و گالری‌های خارجی، انتقاد سیاسی به یک نقطه‌ی تمایز^{۳۱} محصول بدل شده که پیامد نامطلوب آن، هنرآفرینی با موضوع سیاست، به عوض خلق «هنر سیاسی» است» (Mosquera, 2001). والتر بنیامین در یکی از مهم‌ترین مقالات خود با عنوان «هنرمند همچون تولیدکننده» (۱۹۳۴) تأکید می‌کند هنرمند انقلابی [=سیاسی] نباید نیروهای موجود تولید هنری را به طور غیرانتقادی بپذیرد، بلکه باید این نیروها را متحول و انقلابی کند [...] وظیفه‌ی او این است که رسانه‌های نوین را توسعه بخشد و در عین حال شیوه‌های کهن‌تر تولید هنری را دگرگون سازد. مسئله بر سر تبلیغ فلان پیام انقلابی از طریق رسانه‌های موجود نیست؛ مسئله ایجاد انقلاب در این رسانه‌هاست. [...] تعهد فقط عرضه‌ی آرای سیاسی درست در اثر هنری نیست، بلکه خود را در این نکته نشان می‌دهد که هنرمند تا کجا شکل‌های هنری در دسترس خود را بازسازی می‌کند (ایگلتون، ۱۳۸۳: ۹۲-۹۱).

آنچه در آثار هنرمندان ما کالایی می‌شود، نمادها و نشانه‌های پرمعنا یا رویدادهای واقعی سیاسی و اجتماعی است که به تنش‌ها و آشفتگی‌های جامعه‌ی معاصر ایرانی ارجاع دارند.

ایرانی به الگویی غالب تبدیل شده است. از دیدگاه جیمسون، در پسامدرنیسم، پارودی (نقیضه) دیگر نمی‌تواند نیروی فرهنگی تکان‌دهنده‌ای باشد؛ پارودی دیگر کارکردی ندارد و چیز جدید غریبی به تدریج جای آن را می‌گیرد که همانا پاستیش است. پاستیش، پارودی خالی‌شده از محتواست. تقلیدی خنثی است، بدون هیچ‌یک از انگیزه‌های پنهانی پارودی (رابرتس، ۱۳۸۶؛ Jameson, 1998).

«سارا رهبر» در چیدمان‌هایی که از مواد بسیار متنوع می‌سازد، عناصری نمادین و پرمعنا چون پرچم، پارچه و دست‌بافته‌های سنتی را با اشیای دیگری چون فشنگ، قطعات و لباس‌های نظامی ترکیب می‌کند و بعضاً نوشته‌هایی معنادار هم به آنها می‌افزاید تا افاق‌های گوناگونی از تفسیر و معنا را در ذهن بیننده بگشاید (تصویر ۲۲). اشیایی که او تولید می‌کند نمادگرایی محبوب هنرمندان انتقادی را صرفاً در سطح مادی متفاوتی بازآفرینی می‌کند. رویکرد به نماد و معنا در این نمونه‌های خاص نیز گسسته از زمینه‌ی اصلی و نهایتاً در خدمت الزامات زیبایی‌شناختی در ترکیب بصری کار است. گزینش یک شیء خاص ممکن است بازتاب‌دهنده‌ی نیت هنرمند و مشغولیت او به محتوایی خاص باشد اما ضعف یا فقدان تفسیر صریح هنرمند و موضع‌گیری محکم او موجب می‌شود که اثر، هر گونه جهت‌گیری تفسیری را پذیرا شود یا با کم‌رنگ‌شدن وجه معنایی، به سوی شی‌وارگی سوق پیدا کند. گرچه رهایی معنایی و ارج نهادن به «برداشت آزاد مخاطب» دموکراتیک به نظر می‌آید اما نه در شرایطی که گروه‌های مختلف نیروی نابرابر دارند. بحث تفسیر همواره با مسئله‌ی قدرت درهم تنیده است و معنای نهایتاً «مقبول» اثر هنری در گفتمان متعلق به



تصویر ۲۰. شمال، اثر رکنی حائری‌زاده، نقاشی روی بوم دولته‌ای، ۲۰۰۸ میلادی. ابعاد هر پانل: ۲۰۰*۳۰۰ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com

نتیجه‌گیری

هنر معاصر ایران بیش از هر عرصه جهانی دیگر، در صحنه بازار خوش درخشیده است. بخشی از این واقعیت در ولع پایان‌ناپذیر سرمایه‌داری متأخر و اهتمام آن در تبدیل هر چیزی به کالا است و هنر هم از این قاعده مستثنی نیست. منطق سوداندیش بازار جهانی همواره در اندیشه تولید کالاهای تازه برای مشتریان تازه است و تنوع لازم را در عرصه هنر، از تفاوت فرهنگی تأمین می‌سازد. این کالاهای به هویت فرهنگی دست می‌آویزند تا تفاوت نوع و ماهیت خود را اثبات کنند، اما در نهایت همگی کالاهایی هستند که در بازاری خاص با ارزش واحد پول مبادله می‌شوند. هویت فرهنگی چگونه در فرآیند کالایی‌شدن هنر مشارکت می‌کند؟ به عبارتی پذیرش یا ازدست‌دادن چه خصوصیتی، هویت فرهنگی را برای نوعی مبادله کالایی پُر سود و بی‌خطر در عرصه هنر مطلوب می‌سازد؟ این مقاله با تحلیل گرایش‌های غالب بازار هنر معاصر ایران در رویکرد به هویت فرهنگی به این نتیجه دست یافت که هویت فرهنگی بیش از هر چیز، به سبب جدا شدن از معنای تاریخی و متعاقباً عدم کسب معنا و نداشتن کارکردی مثبت در زمانه معاصر، کالایی شده است. گرایش‌های فرم‌گرا با تهی‌ساختن نشانه‌های فرهنگی از محتوای پیشین و وارد ساختن آنها به بازی زیباشناسانه شکل، رنگ و بافت، به هویت فرهنگی، معنایی بیش از لایه‌ای برای تزیین کالای هنری نبخشیدند. هنرمندانی که در رویکرد به اصطلاح پیش‌روتر، تصمیم به واسازی هویت شرقی و غربی داشتند، صرفاً با ترکیب فرمال زبان‌های تصویری دو فرهنگ کار بیشتری از پیش نبردند، غیر از آنکه کالایی چشمگیرتر و زیباتر برای بازار تولید کردند. طغیان علیه هویتی که ضعیف را در برابر قوی تعریف می‌کرد با سلاح فرم، آن هم در رسانه‌ای بی‌خطر چون تابلوی نقاشی امکان‌پذیر نبود. پاپ‌آرت ایرانی نیز نتوانست هویت فرهنگی را به عامل معنادار و مؤثری در یک رویکرد هنری بدل سازد که سرمایه‌داری پیش‌تر آن را نه فقط فلج و بی‌اثر ساخته بود (جدول ۱)، بلکه تناقض‌وار با اختصاص بالاترین جایگاه بازار، پاپ‌آرت را به نماد ویژه خود بدل ساخته بود. هنرمند ایرانی نه‌توانست نقدی به فرهنگ مصرف‌گرا وارد سازد، نه شی‌وارگی هنر والا را زیر سؤال ببرد و نه از منظر فرهنگ مردمی موضع نقادانه خود را صریحاً بیان کند. نتیجه آنکه کالای محبوب بازار را در شمایل «ایرانی» بازتولید کرد. در نهایت هنرمندانی که سعی داشتند به حساسیت‌های اجتماعی خود بیان ببخشند، از قابلیت‌های رسانه تأثیرگذار غافل ماندند. رسانه‌های سنتی که عموماً صامت و بر تصویر



تصویر ۲۱. منشور کوروش به خانه بازمی‌گردد (شهر قسه)، اثر رکنی حائری‌زاده، جسو، آبرنگ و جوهر روی چاپ کاغذی، ۲۰۱۱ میلادی. ابعاد: ۳۰*۳۰ سانتیمتر. مأخذ: Farzin, 2014:12.



تصویر ۲۲. پرچم شماره ۱۵، اثر سارا رهبر، چیدمان از پارچه، کمر بند چرمی، قالی، منگوله، سکه و ستاره‌های فلزی، ۲۰۰۸ میلادی. ابعاد ۳۰*۱۰۰ سانتیمتر. مأخذ: www.christies.com

هنرمند با بیانی ناکارآمد موجب می‌شود ظرفیت‌های بیانی مجموعه‌های معنادار و ارزشمند مورد استفاده اش هدر رود و با تثبیت در ساختار معنایی نامطلوب و بدل‌شدن به کلیشه، امکان بهره‌وری از آنها در ساختار و مجموعه آثاری دیگر بسیار دشوار شود.

دوبعدی متکی‌اند، قادر نیستند در برابر پیچیدگی‌های جهان معاصر ما حرکتی مؤثر ایجاد کنند. سوژه‌قراردادن رویدادهای سیاسی/اجتماعی در فضای محدود تصویر و متکی‌شدن به معنای نمادین گداهای فرهنگی، ارجاعات

پراکنده و کنترل‌نشده به متون مختلف و سوق‌یافتن نقیضه به پاستی‌سازی مغشوش از منابع فرهنگی گوناگون، همیشه قادر به جهت‌دادن ذهن مخاطب مطابق خواسته هنرمند نیست. عناصر پس از جدایی از متن پیشین، چنانچه در

جدول ۱. تحلیل انتقادی گرایش‌های غالب بازار هنر معاصر ایران در رویکرد به هویت فرهنگی. ماخذ: نگارندگان.

گرایش بیانی	رسانه/تکنیک	مؤلفه‌های هویت فرهنگی	رویکرد به مؤلفه فرهنگی	معیار کالایی‌شدن (پیماند رویکرد هنرمند)	هنرمندان شناخته‌شده
فرم‌گرایی	مجمه‌سازی نقاشی	- نگارگری - خوشنویسی فارسی و عربی	- تکرار رویکردهای مدرنیستی - استیلیزه کردن فرم سنتی - بهره‌گیری تزیینی از نقوش - ترکیب یا سرهم‌بندی فرمال - نقش‌ها فارغ از ریشه تاریخی و توجه صرف به ترکیب بصری و زیباشناختی - فرارفتن از قواعد سنتی خوشنویسی و آزمون امکانات گوناگون فرم نوشتار - خلق ترکیب‌های فرمال از حروف فارغ از جنبه معنایی نوشتار - ترکیب خوشنویسی و نقاشی - انتزاعی کردن ترکیب نوشتاری - دورگه‌سازی آگروتیک و ترکیب پست‌مدرنیستی - سبک‌های تصویری شرق و غرب مانند اجرای موضوع ایرانی با تکنیک غربی	- جداسدن فرم از محتوا و در پیش گرفتن مسیر تکامل مستقل - ازدست‌رفتن معنای تاریخی و تزیینی شدن اثر هنری - عدم تناسب موضوع، شیوه بیان و رسانه با ضرورت‌های دوران معاصر - شی‌واره شدن اثر هنری	- پرویز تناولی - محمد احصابی - نصرالله افجه‌ای - کوروش شیشه‌گران - گلناز فتحی - رضا درخشانی - علی بنی‌صدر
پاپ و کیچ	رسانه‌های ترکیبی و چندگانه شامل نقاشی، حجم، عکاسی، چیدمان، کلاژ، فوتو کلاژ، چاپ سیلک‌اسکرین استفاده از اشیاء تزیینی و تکنیک‌های هنر عامه مانند گلدوزی	- خوشنویسی فارسی - اشیاء و نقش‌مایه‌های هنرهای بومی و سنتی - دست‌ساخته‌های هنر عامه‌پسند ایرانی - تصاویر رسانه‌های توده‌ای (خبری/تبلیغاتی/سیاسی و اجتماعی) - ادبیات کوچه و بازار - فرهنگ مصرف ایرانی - فرهنگ پهلوانی و زورخانه‌ای	- مینا قراردادن «غیرنقادانه» سلیقه عوامانه و غیرهنری در ساخت اثر - هم‌جواری پراکنده و سطحی نشانه‌های فرهنگ عامه ایرانی بدون ایجاد جایگاه و پیوند معنایی مشخص - بهره‌گیری طنزآمیز اما بی‌مقصد از ادبیات عامه و تصاویر شخصیت‌های داستانی/سیاسی	- مرز تعریف‌نشده اثر هنری و شیء کیچ و سوق یافتن مجدد اثر به سوی شی‌وارگی - همدستی با نهاد‌های تجاری و خدشه به استقلال هنر - آشفتنگی معنایی و ازدست‌رفتن مفهوم ایرونیك اثر	- فرهاد مشیری - خسرو حسن‌زاده - افسون
سیاسی-اجتماعی (انتقادی)	نقاشی، چیدمان، عکس، ویدئو، ترکیب مواد مانند عکس-نقاشی، فوتو کلاژ و...	- حافظه جمعی و تاریخ سیاسی معاصر ایران: انقلاب ۵۷، جنگ ۸ ساله، وقایع ۸۸ - ساختار فرهنگی و اجتماعی ایران: نقش‌ها و نابرابری‌های جنسیتی، رابطه میان دو جنس، سبک زندگی و نحوه پوشش - زبان و نوشتار فارسی - علائم و نمادهای سیاسی-فرهنگی مانند پرچم، صنایع دستی، ابزارآلات نظامی و...	- نمادگرایی مغشوش، بهره‌گیری کلیشه‌ای از نمادها یا بی‌معناساختن نمادها در متن اثر - نزدیک شدن به مسائل اجتماعی ایران از منظر کلیشه‌های شرق‌شناسانه - تغییر شمایل کلیشه‌های پایدار و روزآمد کردن آنها - بیان نارسای پیچیدگی‌های اجتماعی از طریق فرمول‌های تصویرسازی سهل و ساده - بینامتنیت پراکنده و روابط معنایی کنترل‌نشده - تبدیل نقیضه به پاستی‌سازی - تاکید مضاعف بر معنای شخصی برای رویارویی مسائل «اجتماعی»	- ضعف رویکرد انتقادی در بیان هنری و نداشتن قدرت تغییر - ازدست‌رفتن موضع انتقادی هنرمند میان آشفتنگی معنایی - عدم تناسب قدرت رسانه با محتوای انتقادی - ازدست‌رفتن قدرت انتقادی موضوع در دام کلیشه‌ها - تولید کلیشه‌های نوپدید بازاری و سوق یافتن اثر به سمت شی‌وارگی	- شیرین نشاط - افشین پیرهاشمی - شادی قدربیان - رکنی حائری‌زاده - سارا رهبر

۶. مأخذ : <https://www.christies.com/LotFinde>; Accessed 5/23/2018
۷. هوشیاری از جمله هنرمندانی معناگراست که با الهام از اشعار فارسی به ویژه اشعار مولانا تابلوهایی با رویکرد مینیمالیستی خلق می‌کند.
۸. (Fredric Jameson) 1934
۹. Commodification
۱۰. Reification
۱۱. Juhana Venäläinen
۱۲. Kangsan Lee
۱۳. Commensuration
۱۴. Financialization
۱۵. Ilaria Riccioni
۱۷. John L. and Jean Comaroff
۱۸. Robert Shepherd
۱۹. Homi K. Bhabha
۲۰. Hybridity
۲۱. Exoticism. چندلر در معنایی انتقادی‌تر از گزوتیسم را رمانتیزه‌کردن، بت‌سازی و کالایی‌کردن دگربودگی فرهنگی، نژادی و قومی تعریف می‌کند و تأکید دارد در کلیشه‌سازی قوم‌محورانه، این «دیگری» برچسب «تفاوت» می‌خورد (Chandler & Munday, 2011).
۲۲. منتقد سیاسی، روزنامه‌نگار، جامعه‌شناس و پژوهشگر ایرانی در حوزه فرهنگ ایران و اسلام.
۲۳. همان‌گونه که امروز سرشناس‌ترین و البته گران‌ترین هنرمندان بازار، مانند «جف کونز»، «تاکاشی موراکامی» و «دمین هرست» در سبک پاپ کار می‌کنند.
۲۴. Swarovski، سواروسکی یک شرکت اتریشی شناخته‌شده در زمینه تولید شیشه-کریستال‌های تزئینی، جواهرات و لوازم جانبی لوکس است.
۲۵. مشیری، به سبب استفاده طنزآمیز از علائمی که به زندگی «پر زرق‌وبرق» طبقه بورژوا یا به اصطلاح «تازه به دوران رسیده» ایرانی اشاره دارد، مورد توجه قرار گرفته است، اما اینکه چقدر می‌توان نشانه‌های نقد به این وضعیت را در آثار او پیگیری کرد، جای بحث دارد.
۲۶. Bonhams، بونامز، یک حراج‌خانه بین‌المللی با سهام خصوصی است که در سال ۱۷۹۳ تأسیس شد. پس از کریستی بونامز بزرگترین و معتبرترین حراج‌خانه در نیاست که به مبادله هنرهای زیبا، عتیقه‌جات، اتومبیل و جواهرات می‌پردازد.
۲۷. Orientalism، شرق‌شناسی در مطالعات استعماری ادوارد سعید، به آن تصاویر خیالی ارجاع دارد که غرب از شرق به عنوان «دیگری» برای تثبیت جایگاه و قدرت خود پدید آورده است.
۲۸. Chador Art
۲۹. Fictionville
۳۰. هرگونه اقتباس از سبک‌های هنری پیشین را می‌توان نقیضه (Parody) خواند، اما نقیضه، در معنای خاص و دقیق آن، عبارت است از به‌کارگرفتن آگاهانه، آبیرونیکی و کنایه‌آمیز یک الگوی هنری دیگر (مکاریک، ۱۳۹۱: ۴۳۷).
۳۱. Pastiche، پاستیش به دو معنا به‌کار می‌رود: ۱. هر نوع تولید رسانه‌ای که با تقلید از اثر مشابه دیگری ساخته شود. ۲. متنی که از فرم‌های ترکیبی و به‌هم‌ریخته ساخته شده باشد؛ این معنا اساساً با پست‌مدرنیسم پیوند دارد که بر نوعی بیان جمعی به واسطه آمیزه‌ای از سبک‌های اقتباسی متمرکز است (Danesi, 2009: 226-7).
۳۲. Selling Point

فهرست منابع

- آشنا، حسام‌الدین و روحانی، محمدرضا. (۱۳۸۹). هویت فرهنگی ایرانیان از رویکردهای نظری تا مؤلفه‌های بنیادین. نشریه تحقیقات فرهنگی ایران، ۳ (۴): ۱۸۴-۱۵۷.
- اسمیت، فیلیپ. (۱۳۸۳). درآمدی بر نظریه فرهنگی. ت: حسن پویان. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- ایگلتن، تری (۱۳۸۳). مارکسیسم و نقد ادبی. ت: اکبر معصوم بیگی. چاپ اول. تهران: دیگر.

ترکیب جدید به موازات شرایط واقعی (و بیرونی) مورد توجه هنرمند، جایگاه معنایی محکم و پایداری نیابند، عواملی معلق و بی‌اثر خواهند بود و در نهایت گفتمان‌های قدرتمندتر سرنوشت معنایی آنها را به دست خواهند گرفت. نمی‌توان در موضع قضاوت هنرمندان قرار گرفت و اثبات کرد آیا آنها آگاهانه به روند کالایی‌کردن هنر ایرانی یاری رسانده‌اند یا ناخواسته با سرمایه‌داری همدست شده‌اند. جهان هنر در هر حال از تهدید سرمایه‌داری ایمن نیست. هنری که قادر نباشد مناسبات سرمایه‌داری را به گونه‌ای مؤثر زیر سؤال ببرد، می‌تواند بی‌درنگ به خوراک او تبدیل شود. قدرت سرمایه‌داری و ساختارهای محکم آن انکارناپذیر است اما رسالت هنرمند در این شرایط تاریخی چیست و چگونه می‌تواند نقش مؤثرتری ایفا کند؟ مبارزه با شکل کالایی موجود آن‌گونه که جیمسون و سایر صاحب‌نظران این حوزه همواره تأکید داشته‌اند، نخست آگاهی و شناخت درست از ساختارهای پیچیده و متغیر سرمایه‌داری جهانی‌شونده است که با هوشیاری و درک صحیح از الگوهای عملی آن می‌توان رویکردی جایگزین اتخاذ کرد و نقش اصلی هنر یعنی تأثیرگذاری و ایجاد تحول اجتماعی را به آن بازگرداند. هنرمندان معاصر ایران اگر درصددند با تکیه بر هویت فرهنگی ایرانی در عرصه جهانی حضور داشته باشند، باید معنایی تاریخی و فراخور زمانه به آن ببخشند و آن را در نسبتی کارآمد با هویت فردی و هویت جهانی تعریف کنند. در دوران معاصر، سخن‌گفتن از هویت فرهنگی زمانی معنا خواهد داشت که اثر هنری، همزمان، دربردارنده دیدگاه شخصی و بدیع هنرمند (هویت فردی) به عنوان دارنده نوعی شناخت و آگاهی ویژه به جهان و توانایی در بیان مؤثر آن باشد؛ آنچه هنرمند مایل به اشتراک‌گذاشتن و بیان آن است زمانی ارزشمند خواهد بود که به پهنای جامعه جهانی (هویت جهانی) و فارغ از مرزبندی جغرافیایی، ضروری و شنیدنی باشد (جدول ۱).

پی‌نوشت‌ها

۱. Art fairs
۲. Skulptur Projekte Münster
۳. هویت فرهنگی مؤلفه‌هایی مانند زبان (زبان نوشتاری و زبان گفتاری)، دیانت (دین و مذهب)، جغرافیای فرهنگی، تاریخ و حافظه فرهنگی (میراث مادی [بناها و اشیاء] و معنوی [آیین‌ها و مناسک])، نظام اجتماعی (نظام آموزشی، نظام خانواده، نظام اقتصادی، نظام فرهنگی، نظام سیاسی و حقوقی) را دربرمی‌گیرد (آشنا و روحانی، ۱۳۸۹: ۱۵۹).
۴. چهار نوع بازار هنرهای تجسمی که در تحلیل رقابتی، راهبردی و ساختاری نظام هنر معاصر نقش بنیادین دارند: بازار هنر آوانگارد، بازار هنر معاصر کلاسیک، بازار هنر آلترناتیو، بازار هنر خرت‌وپرت (زرلونی، ۱۳۹۵: ۲۸).
۵. نقاشی همچنان مهم‌ترین بخش هنرهای معاصر باقی مانده است. این تداوم و حیات را می‌توان بر اساس درآمد کل حراجی‌ها اندازه گرفت. طبق گزارش آرت پرایس (۲۰۰۹-۲۰۱۰) حدود ۶۷ درصد از کل درآمد بازار هنرهای معاصر جهان در اختیار بخش نقاشی بوده است (زرلونی، ۱۳۹۵: ۹۲).

- Business. New York: Sotheby's Institute of Art. Michigan: ProQuest LLC.
- Huggan, G. (2001). *The Postcolonial Exotic: Marketing the Margins*. New York: Routledge.
 - Jameson, F. (1998). *The Cultural Turn: Selected Writings on the Postmodern 1983-1998*. London: Verso.
 - Keshmirshakan, H. (2010). The Question of Identity vis-a-vis Exoticism in Contemporary Iranian Art. *Iranian Studies*, 43 (4): 489-512.
 - Khatib, L. (2013). *Image Politics in the Middle East: The Role of the Visual in Political Struggle*. London: I.B.Tauris.
 - Lee, K. (2018). Neoliberal Marketization of Global Contemporary Visual Art Worlds: Changes in Valuations and the Scope of Local and Global Markets. In: *Art and the Challenge of Markets: From Commodification of Art to Artistic Critiques of Capitalism*. Edited by V. Alexander, S. Hägg, S. Häyrynen & E. Sevänen. Cham: Springer Nature.
 - Millet, C. (2016). Review on Ali Banisadr at Thaddeus Ropac. *Art Press*, (23). Available from: <https://www.pressreader.com/france/art-press/.../281599534550200> (Accessed: 6/27/2018)
 - Mosquera, G. (2001) New Cuban Art Y2K, In: *Art Cuba: The New Generation*. Edited by H. Block. Translated by C. Franzen. New York: Harry N. Abrams.
 - Nakjavani, E. (2017). *Koorosh Shishegaran: The Art of Altruism. (Review of the book Koorosh Shishegaran: The Art of Altruism)*. *Iranian Studies*. London: Saqi Books.
 - Nayar, P. K. (2015). *The Postcolonial Studies Dictionary*. Sussex: Wiley.
 - Riccioni, I. (2018). Art, Capitalist Markets, and Society: Insights and Reflections on Contemporary Art. In: *Art and the Challenge of Markets: From Commodification of Art to Artistic Critiques of Capitalism*. Edited by V. Alexander, S. Hägg, S. Häyrynen, E. Sevänen. Cham: Springer Nature.
 - Sevänen, E. (2018). Capitalist Economy as a Precondition and Restraint of Modern and Contemporary Art Worlds. In: *Art and the Challenge of Markets: From Commodification of Art to Artistic Critiques of Capitalism*. Edited by V. Alexander, S. Hägg, S. Häyrynen, E. Sevänen. Cham: Springer Nature.
 - Shepherd, R. (2002). Commodification, culture and tourism. *Tourist Studies*, 2 (2): 183-201.
 - Smith, T. (2006). Contemporary Art and Contemporaneity. *Critical Inquiry*, 32 (4): 681-707.
 - Venäläinen, J. (2018). Culturalization of the Economy
 - جیمسون، فردریک. (۱۳۸۶). *منطق فرهنگی سرمایه‌داری متاخر*. ت: مجید محمدی. پست‌مدرنیسم: منطق فرهنگی سرمایه‌داری متاخر (مجموعه مقالات). گروه مترجمان. تهران: هرمس.
 - رابرتس، آدام. (۱۳۸۶). *فردریک جیمسون: مارکسیسم، نقد ادبی و پسا‌مدرنیسم*. ت: وحید ولی‌زاده. تهران: نی.
 - زرلونی، السیا. (۱۳۹۵). *اقتصاد هنر معاصر (بازارها، راهبردها و نظام ستاره‌سازی)*. ت: حمیدرضا شش‌جوانی و لیلیا میرصفیان. تهران: متن.
 - کشمیرشکن، حمید. (۱۳۹۴). *هنر معاصر ایران: ریشه‌ها و دیدگاه‌های نوین*. تهران: نظر.
 - مکاریک، ایرنا ریما. (۱۳۹۰). *دانش‌نامه نظریه‌های ادبی معاصر*. ت: مهران مهاجر و محمد نبوی. تهران: آگه.
 - میلنر، آندرو و براویت، جف. (۱۳۹۴). *درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر*. ت: جمال محمدی. تهران: ققنوس.
 - نگری، آنتونیو و هارت، مایکل. (۱۳۹۱). *امپراطوری: تبارشناسی جهانی شدن*. ت: صالح نجف‌زاده. تهران: قصیده‌سرا.
 - Alexander, V. D. & Bowler, A. (2014). Art at the Crossroads: The Arts in Society and the Sociology of Art. *Poetics*, (43): 1-19.
 - Babaie, S. (2011) Voices of Authority: Locating the "Modern" in "Islamic" Arts. *Getty Research Journal*, (3): 133-149.
 - Berdychevsky, L. (2015). *Exoticism, tourism*. In *Encyclopedia of Tourism*. Edited by J. Jafari & Xiao, H. Cham: Springer.
 - Chandler, D. & Munday, R. (2011). *A Dictionary of Media and Communication*. Oxford: Oxford.
 - Chilvers, I. & Glaves-Smith, J. (2009). *A Dictionary of Modern and Contemporary Art*. Oxford: Oxford.
 - Comaroff, J. & Comaroff, J. (2009). *Ethnicity, Inc.* Chicago: University of Chicago Press.
 - Danesi, M. (2009). *Dictionary of Media and Communications*. New York: Routledge.
 - Eshghi, A. D. (2011). *The Iranian Contemporary Art Market: Market Influences and Patronage*. A thesis For the Master's Degree in Art Business. New York: Sotheby's Institute of Art. Michigan: ProQuest LLC.
 - Farzin, M. (2014). *Of Bombs and Barks*. In: *Rokni Haerizadeh: Fictionville*. Edited by Farzin, M; Kukielski, T; Mohebbi, S; and Azimi, N. London: Koenig Books.
 - Fisher, J. (2005). The Syncretic Turn: Cross-cultural Practices in the Age of Multiculturalism. In: *Theory in Contemporary Art since 1985*. Edited by Z. Kocur & Leung, S. Oxford: BlackWell.
 - Foroutani, S. (2015). *The Iranian Modern and Contemporary Art Market post-2008*. Thesis for the Master's Degree in Art

and the Artistic Qualities of Contemporary Capitalism. In: *Art and the Challenge of Markets: From Commodification of Art to*

Artistic Critiques of Capitalism. Edited by by V. Alexander, S. Hägg, S. Häyrynen, E. Sevänen. Cham: Springer Nature.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author(s), with publication rights granted to the Bagh-e Nazar Journal. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

پورمند، فاطمه و افضل طوسی، عفت‌السادات. (۱۳۹۸). تحلیل انتقادی گرایش‌های غالب بازار هنر معاصر ایران در رویکرد به هویت فرهنگی. باغ نظر، ۱۶ (۷۰) : ۳۱-۴۸.

DOI: 10.22034/bagh.2019.84955

URL: http://www.bagh-sj.com/article_84955.html

