

بررسی گفتمان هویت فرهنگی در هنر معاصر (مطالعه موردی: هنر ایران)

سارا جهانگیری<sup>۱</sup>، محمدرضا شریف زاده<sup>۲</sup>، محمد کاظم حسنونند<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۱۹

چکیده:

جهانی شدن دارای جنبه‌ها و عرصه‌های گوناگون است که از برجسته‌ترین جنبه‌های آن می‌توان به جهانی شدن به بحث هنر و فرهنگ اشاره کرد. در این میان بررسی هنر معاصر به‌عنوان یکی از قدرتمندترین ابزارهای تأثیرگذار و یکی از مؤلفه‌های جریان‌ساز فرهنگی در بستر جهانی شدن، مورد توجه است. هدف از این نوشتار اهمیت مطالعه‌ی شناخت توانایی هنرهای معاصر در گفتمان هویت فرهنگی به‌پرزاد و تا به این سؤال پاسخ دهد که هنر معاصر ایران چه نقشی در گفتمان فرهنگی در عرصه جهانی شدن داشته است؟ روش انجام تحقیق بر مبنای ماهیت توصیفی-تحلیلی بوده و شیوه گردآوری اطلاعات به‌صورت کتابخانه‌ای و اسنادی است. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز کیفی است. نتایج بر این است که هنر ایران از پتانسیل اقتصادی بالایی برخوردار است به‌طوری‌که می‌تواند در افزایش تولید ناخالص ملی نقش مهمی داشته باشد. احساس پیوستگی به یک ملت یا سنت، با ایده انتخاب آزاد در اقتصاد بازار جایگزین می‌شود. البته باید توجه داشت زبان‌ها، مناسبات شخصی و پیوندهای مذهبی، قومی و سیاسی در برابر گسترش فرهنگ یکپارچه جهانی ایستادگی می‌کنند که باید گفت جهانی شدن فرهنگی بر فرهنگ عامه و فرهنگ سیاسی تأثیر می‌گذارد. هنر معاصر در رابطه با جهانی شدن دارای پیوستگی، تعامل و اثرگذاری فرهنگ‌ها بر یکدیگر است و این توانایی را دارد تا با تأثیرگذاری در بحث گفتمان هویت فرهنگی نقش مهمی را در جهانی شدن هنرهای معاصر ایران داشته باشد.

**واژگان اصلی:** هنر معاصر، گفتمان فرهنگی، جهانی شدن.

۱. دانشجوی دکتری، گروه تاریخ، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲. استاد گروه هنر، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

۳. دانشیار گروه نقاشی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

جهانی شدن و پیامدهای گسترده آن در ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، جالب‌ترین موضوع مورد بحث در محافل دانشگاهی و مهم‌ترین مسئله و چالش در حوزه فرهنگ سیاسی کشورها در سطح جهان می‌باشد. جهانی شدن، از سال ۱۹۸۹ نیروی مسلط در شکل دادن به هنر بوده است. فرهنگ عبارت است از زندگی و عادات روزمره افراد که به زندگی اجتماعی تسری پیدا می‌کند و ارتباطات فرآیند انتقال پیام از فرستنده به گیرنده به شرط همسان بودن معانی بین آن‌ها است؛ فرهنگ و ارتباطات را می‌توان سنگ بنای جوامع انسانی برشمرد. هویت فرهنگی از عمده مسائل مطالعات فرهنگی و جامعه‌شناسی فرهنگی در همه‌ی جوامع، بالأخص جوامع در حال گذار است. امروزه عمده متفکران اجتماعی در جهان در سایه تحولات سریع و پرشتاب عصر جدید به تبع جهانی‌سازی و جهانی شدن، در ادبیات خود از مسئله هویت بالأخص جایگاه فرهنگ صحبت می‌کنند. یکی از راه‌های پرداختن به این مسئله در ایران، بررسی اندیشه‌های فکری و فرهنگی در فضای هنری ایران است.

جهانی شدن دارای جنبه‌های مختلفی است که از مهم‌ترین آن می‌توان به جهانی شدن فرهنگی، سیاسی و اقتصادی اشاره کرد. در راستای جهانی شدن فرهنگی باید شاخصه‌ها و مؤلفه‌های اساسی فرهنگ‌های گوناگون را مدنظر داشت. فرهنگ از این منظر، تمامی تجربیات ارزشمند و خلاق افراد و جوامع است و شامل تمامی اندیشه‌ها و سنت‌های عالی و پویا، گفت‌وگوهای تخصصی، آثار و تولیدات صنایع فرهنگی و هنری و شیوه‌های گوناگون ارتباطات است. هنر همواره یکی از قدرتمندترین ابزارهای تأثیرگذار و یکی از مؤلفه‌های جریان‌ساز فرهنگی در متن جوامع بوده است و هنر معاصر می‌تواند ویژگی‌های شاخصی در این زمینه داشته باشد. در این نوشتار با تکیه بر فرهنگ و جهانی شدن، در راستای این جریان و به‌منظور شناسایی نوع رابطه فرهنگ و هنر معاصر ایران با فرهنگ جهانی، می‌توان فرض را بر این گذاشت که به نظر

می‌رسد هنر معاصر با ایجاد گفتمان هویت فرهنگی نقشی مهم در جهانی شدن هنر را داراست؛ و به این پرسش پاسخ دهد که هنر معاصر ایران چه نقشی می‌تواند در گفتمان هویت فرهنگی در عرصه جهانی شدن داشته باشد؟

روش تحقیق به کار برده شده از نوع توصیفی-تحلیلی است. در این روند، با بهره‌گیری از منابع و مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی، اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شده است. جامعه آماری تصویری پژوهش حاضر به منظور معرفی ویژگی‌های تصویری در هنر معاصر است.

### فرهنگ

اصطلاحی عام برای وجوهی از زندگی انسان‌ها که به واسطه‌ی جامعه منتقل می‌شوند و انسان‌ها به لطف آن‌ها به فعالیت‌هایشان معنا و ارزش می‌بخشند. مسلماً فرهنگ شامل هنر و فلسفه نیز می‌شود (طباطبایان، ۱۳۹۱). ادوارد بارنت تایلور<sup>۱</sup> کسی که تعریف فرهنگ را از حالت کلاسیک خود خارج کرد و در راستای تمدن معنا کرد، در کتاب خود<sup>۲</sup> واژه فرهنگ را به این صورت تعریف کرد: «فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای است که شامل معارف، اعتقادات، هنرها، صنایع، فنون، اخلاق، قوانین، سنن و بالأخره تمام عادات و رفتار و ضوابطی است که فرد به‌عنوان عضو جامعه، از جامعه خود فرا می‌گیرد و در برابر آن جامعه وظایف و تعهداتی را بر عهده دارد». فرهنگ، نظامی سازمان‌یافته از رفتارها و شیوه‌های عمومی زندگی گروهی از انسان‌هاست که عناصر فرهنگی از قبیل سنت‌ها، عادات، ارزش‌ها، اعتقادات و نقطه نظرات مشترک انسان‌ها را با یکدیگر پیوند می‌زند و هویت اجتماعی را ایجاد می‌کند (پناهی و همکاران، ۱۳۹۵). فرهنگ، مفهومی پیچیده و پویاست که برای افراد مختلف تنوعی از معنا را داراست. فرهنگ در زبان فارسی در اصل به معنای کشیدن، سپس به معانی دانش،

<sup>۱</sup> Edward burnt Taylor

<sup>۲</sup> Primitive culture

ادب، عقل و غیره به کار رفته است (دهخدا، ۱۳۷۷). در لغت‌نامه معین نیز به معنای ادب، تربیت، دانش، علم و معرفت آمده است (معین، ۱۳۸۶). فرهنگ لغت و بستر فرهنگ را به عنوان مجموعه‌ای از رفتارهای پیچیده انسانی می‌داند که شامل؛ افکار، روش زندگی، گفتار، اعمال و آثار هنری است که بر توانایی انسان برای به‌کارگیری و انتقال دانش به نسل دیگر اشاره دارد. فرهنگ؛ مجموعه‌ای از باورها، آیین‌ها، اندیشه‌ها، آداب و رسوم و ارزش‌های حاکم بر جامعه در نظر گرفته می‌شود و به بیانی شیوه و اسلوب زندگی است و مقوله‌ای است که بر بسیاری از شرایط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جامعه تأثیرگذار است (خانجری، ۱۳۸۸: ۳۵). فرهنگ؛ عبارت است از رفتار متعارف و مرسوم جامعه فرهنگ بر همه‌ی کنش‌های هر شخص، تأثیر می‌گذارد حتی اگر فرد به دشواری عمل به آن آگاه باشد. در مجموع می‌توان فرهنگ را مجموعه‌ای از باورها، آیین‌ها، اندیشه‌ها، آداب و رسوم و ارزش‌های حاکم بر یک جامعه دانست. به دیگر سخن، فرهنگ مقوله‌ایست که در سطح جامعه و گروه و در تعامل میان آن‌ها معنا می‌یابد و شیوه برقراری ارتباط و تعامل را میان افراد آن جامعه بیان می‌کند. بر مبنای فرهنگ است که افراد تجارب، تصورات و عقاید خود را با دیگران مبادله می‌کنند (نورایی، ۱۳۸۹). بهترین وضعیت برای هویت فرهنگی یک جامعه این است که افراد آن ضمن حفظ استقلال و هویت فرهنگی خود به جذب نکات مثبت و همسو با داشته‌هایشان از سایر آداب و فرهنگ‌ها می‌پردازند؛ یعنی بتوانند زمان و فرهنگ گذشته‌ی خویش را با زمان و فرهنگ حال خود پیوند دهند؛ زیرا همان‌گونه که زمان به‌طور مداوم در حال دگرگونی است، جوامع و شرایط زندگی نیز دستخوش تغییر می‌شوند. این شرایط جدید نیازمند روش و رفتار جدید است که گاه برخی از سنت‌های گذشته پاسخ‌گوی آن‌ها نیستند. برای مثال نوع شهرنشینی به دلیل افزایش جمعیت و ماشینیزه شدن، تغییرات جدی کرده بالطبع برای برخورد با این تغییرات

نیاز به رویکردی جدید است. در چنین شرایطی حفظ موقعیت گذشته به همان شکل دیگر بهترین راه نیست. اینجاست که تحمیل فرهنگی (خصوصاً از جانب قدرت‌های صنعتی) بیش از پیش نمایان می‌شود و در سطح جامعه به دلیل عدم برخورداری از پیشینه لازم بیشتر به صورت تقلیدی ناقص خواهد شد. بهتر آن است که آگاهانه تغییرات را بشناسیم چرا که آنان که جهت تغییر را درک می‌کنند قادر خواهند بود از آن به نفع خود بهره برند. در تعریف مردم‌شناختی از فرهنگ، پاسخی است شکل گرفته که شیوه احساس کردن، اندیشیدن و انجام دادن کارها را بازمی‌تاباند و مردم و گروهی که در جامعه زندگی می‌کنند آن را می‌پذیرند (بهنامی، ۱۳۸۳).

### هویت

هویت در لغت به معنای بیان و یا نمایش ماهیت شیء یا پدیده در ذهن انسان است. هویت احساس تعلق خاطر به مجموعه‌ای مادی و معنوی است که عناصر آن از قبل شکل گرفته و دارای مفاهیم عام و خاص با ویژگی‌های آشکار و تکرارشونده است. هویت داشتن به معنای خاص بودن و متمایز بودن، ثابت و پایدار ماندن و به جمع تعلق داشتن است. مکان، فضا، زمان و فرهنگ عوامل اصلی هویت‌سازی هستند (عظیمی، ۱۳۹۵).

### هویت فرهنگی

هویت به‌مثابه سیالیت نهفته در گفتمان معنایی در حال تطور است که در انواع متون در نهادهای گوناگون و در سراسر زندگی روزمره یافت می‌شود اما این یافته‌ها بر سه محور سیاست، فرهنگ و اجتماع استوار است. هویت فرهنگی به‌عنوان یکی از سه محور اصیل هویت ملی در فرآورده‌های گفتمانی متفاوت، معانی گوناگونی به همراه دارد؛ این که ما که هستیم، چگونه خود فرهنگی مان را تعریف می‌کنیم، چه اغیاری فرهنگی برای خود شناسایی و چه نسبتی با دیگران داریم یک مسئله بنیادی است. با ورود واژه هویت فرهنگی در قرن بیستم به مباحث علوم

اجتماعی و پررنگ‌تر شدن ابعاد گوناگون آن و همچنین برجسته‌تر شدن مرزهای جغرافیای و سیاسی بین کشورها لزوم ایجاد و تقویت یک هویت مشترک که مورد علاقه و تعهد مردم یک کشور باشد دوجندان گشت (فرهادی محلی، ۱۳۹۰). دو دهه اخیر مطالعات فرهنگی به جریانی گسترده تبدیل شده است. به‌منظور مطرح کردن فرهنگ به‌مثابه هویت می‌بایست به جنبه‌های وحدت‌دهنده آن بیشتر تأکید کرد. در این مفهوم هر فرهنگ، برحسب شکل پذیرفته‌شده از جانب جامعه، موقعیت خود را نسبت به دیگر فرهنگ‌ها مشخص می‌کند؛ بنابراین، هویت فرهنگی جنبه ذهنی می‌یابد که فرد با در اختیار داشتن آن به موقعیت خود، پی می‌برد و به کمک این آگاهی به تنظیم روابطش می‌پردازد (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶).

### جهانی شدن و هنر معاصر ایران

معنای هنر در سال‌های اخیر بسیار عوض شده است. در دنیایی که هنر جهانی رو به گسترش است دیگر تنها توجه به معانی زبان‌شناختی جواب‌گو نیست، زیرا ظاهری که حاکی از متن است با تغییر متن تغییر می‌یابد. در پایه‌ای‌ترین تعریف، هنر معاصر هنری است که در طول زندگی ما شکل گرفته است که از هنر مدرن و پست‌مدرن متمایز است (شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۶). هنر معاصر در شکل کنونی خود به‌عنوان واکنشی به نیروهای جهانی شدن و محصول آن ظهور کرد. هنر معاصر، هنر جهانی است و بالعکس - هنر واقعی جهانی - فقط می‌تواند معاصر باشد. معاصرت برای هنرمندان ایرانی بیش از آنکه بیان کارآمد دغدغه‌های پراهمیت دوران باشد یا ویژگی‌های ناپایدار عصر حاضر را بازتاب دهد، در ارائه شکل دادن به فرم‌ها، نقش‌ها، حروف، ترکیب سبک‌ها و نهایتاً تصویری تخت از مسائل اجتماعی است؛ و همین ویژگی‌های آن‌ها را برای فروش در بازار مناسب و جایگاه‌شان را محکم می‌سازد

(روشندل اربطانی و همکاران، ۱۳۹۱). هنرهای معاصر در خط مقدم رابطه جدید بین فرهنگ و بازارهای جهانی قرار دارد. در دهه‌های اخیر، هنر معاصر همچنین به فضای باز تبدیل شده است که در آن سایر زمینه‌های هنری و اجتماعی - رقص، تئاتر، سینما، شعر، موسیقی، معماری، بحث‌های سیاسی، به‌صورت کنش‌گری با هم ارتباط دارند. از لحاظ تاریخی، در زمان بحران‌ها و درگیری‌های انسانی، هنرمندان به دنبال راهی برای بیان رنج و دغدغه‌های انسان بوده‌اند. امروزه که جوامع در مواجهه با تعارض، جابه‌جایی و تغییرات عمیق اجتماعی، اقتصادی و تکنولوژیک برای یافتن معنا و منزلت تلاش می‌کند، هنر می‌تواند به ما در تصور آینده‌ای مشترک کمک کند. جهانی شدن باعث افزایش دسترسی به اطلاعات و درک اهمیت آن شده است و در عرصه اطلاعات نیز جهانی شدن به‌مثابه تسهیل جریان اطلاعات بر فراز مرزها یا بدون توجه به مرزها تلقی می‌شود (فرهادی محلی، ۱۳۹۰). هر جنبه‌ای از تولید، مصرف و جریان هنری تحت تأثیر جهانی شدن قرار گرفته است. موقعیتی است که به‌طور کامل در تضادهای جهانی شدن گنجانده شده است که هنر توانسته سریع‌تر و با حساسیتی بیشتر از هر زمینه دیگری به تنش‌های جامعه‌ی معاصر بپردازد.

یکی از پیامدها و بیم‌های مرتبط با جهانی‌سازی این است که یکسانی، متحدالشکلی و همگونی ایجاد می‌کند و هویت‌های فرهنگی را محو می‌کند. با این حال، جهانی شدن همچنین تقاضای متقابلی را برای اصالت ایجاد می‌کند که یک ارز، ارزشمند در بازار جهانی است. هویت‌های فرهنگی در این تلاقی امر محلی و جهانی گرفتار شده‌اند. تمرکز بر ویژگی‌های محلی و هویت‌های فرهنگی سنتی اغلب پاسخ فوری به نیروهای فراگیر جهانی شدن است. مثال هنر نشان می‌دهد که صحنه‌های هنری محلی برای شمول و شناخت تلاش می‌کنند و هنر جهانی شبکه‌ای از زمینه‌ها و ویژگی‌های محلی است؛ بنابراین دیدگاه هنر، مسئله هویت فرهنگی را

دوباره تنظیم می‌کند؛ که آیا جهانی بودن بهتر از ویژگی محلی است و بالعکس. مهم‌ترین مسئله در رابطه با هویت فرهنگی این‌که چگونه به انعطاف‌پذیری اجتماعی در مواجهه با چالش‌های عظیم پیش روی جوامع معاصر کمک می‌کند؟ آیا این انعطاف‌پذیری تابعی از یک هویت قوی یا بهتر بگوییم یک هویت تغییر یافته است؟ هنر و فرهنگ درگیر همان نقایصی است که جهانی‌سازی با پیوستن به بازار جهانی در حال گسترش و فرهنگ جریان اصلی، سود بردن از ویژگی‌های محلی و ایجاد نخبگان جهانی جدید، به‌عنوان چند مورد، درگیر شده است. یکی از تأثیرات مهم جهانی شدن بر حوزه فرهنگ است؛ بدین‌صورت که، فروریزی مرزها و فضاهای محدود، موجب برخورد فرهنگ‌ها با یکدیگر و با فرهنگ جهانی می‌شود که در اثر این برخورد، با فرهنگ‌های دیگر مستحیل می‌شوند، برخی دیگر موضعی سرسختانه و ستیزآمیز نسبت به فرهنگ مهاجم اتخاذ می‌کنند. شماری از فرهنگ‌ها به همزیستی مسالمت‌آمیز تن می‌دهند و تعدادی هم گفت‌وگو و تبادل فرهنگی را گریزناپذیر می‌دانند. از طرف دیگر درست است که فرآیند جهانی شدن به همگونی و یکدست شدن فرهنگ و تفاوت‌زدایی و تنوع‌زدایی می‌انجامد، ولی نوع دیگری از همزیستی‌ها، آمیزش‌ها، تفاوت‌ها و خاص‌ها را هم پدید می‌آورد (فرهادی محلی، ۱۳۹۰). دو جنبه اصلی وجود دارد که اهمیت هنر را در این بحث مشخص می‌کند؛ جوامع و آینده. هنر همیشه تلاش کرده است که متحد شود؛ این آرمان‌ها هرگز بدون مشکل نبوده‌اند، اما بر تمایل بشر برای ایجاد جوامعی در آن‌سوی مرزها تأکید می‌کنند، جایی که هر کس بتواند در آن شرکت کند و خود را پیدا کند. هنر در نهایت نمودی از آینده است، جایی که حتی سخت‌ترین مشکلات نیز با آن مواجه و نشان داده می‌شوند. گرچه اصطلاح جهانی شدن در ابتدا ناشی از ترکیب جهانی توافقات تجارت جهانی آزاد، شبکه جهانی و یکپارچگی بازارهای مالی بود که مرزها و فاصله‌ها را از بین برده و جهان

را به‌عنوان یک واحد کل اقتصادی مطرح کرد. ولی از اواخر ۱۹۶۰ فرآیند جهانی شدن در عرصه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی و فرهنگی متجلی گردید؛ به‌ویژه این امر در اقتصاد و فرهنگ مشهود است و روزبه‌روز وسیع‌تر می‌شود. رولند رابرتسون می‌گوید: «جهانی شدن، جهان‌شمول شدن صفات خاص و خاص شدن جهان‌شمولی‌هاست. در واقع مرحله شتابان فعلی جهانی شدن نیز علاوه بر تأثیراتی که بر حوزه‌های سیاست و حکومت، اقتصاد و محیط زیست می‌گذارد به نظر می‌رسد که پیش و بیش از همه در حوزه فرهنگ تأثیر خود را نهاده است و گرایش بیشتری در این راه از خود نشان داده است به‌طوری‌که از آن گاهاً به جهانی شدن فرهنگ یا جهانی‌سازی فرهنگی یاد می‌کنند (فرهادی محلی، ۱۳۹۰).

هنر و فرهنگ درگیر همان معایبی است که جهانی شدن در جاهای دیگر به ارمغان آورده است؛ پیوستن به بازار جهانی در حال گسترش و فرهنگ جریان اصلی، سودجویی از ویژگی‌های محلی و ایجاد نخبگان جهانی جدید. هنر آوانگارد انتقادی همیشه در یک تعادل شکننده بین استقلال و وابستگی به نیروهای خارج از هنر قرار داشته است. یک هنر کاملاً مستقل صرفاً نخبه‌گرایانه و بریده از مشکلات جامعه خواهد بود. هنری که بیش‌ازحد به سیاست، بازار یا سایر فشارهای اجتماعی وابسته است، ابزاری ناب قدرت یا سرگرمی خواهد بود. هنر معاصر محصول واقعیت اجتماعی بسیار متضادی است که می‌خواهد بر آن غلبه کند. از درون تضادهای کنونی الگوهایی را برای جامعه آینده ارائه می‌دهد» (اکویو<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۰۲).

جهانی شدن ترکیب جهانی توافقات تجارت آزاد، شبکه جهانی و یکپارچگی بازارهای مالی رقابتی که مرزها و فاصله‌ها را پاک کرده و یا آن را به‌عنوان یک واحد کل متحد ساخته است. هرچند که واژه‌ی جهانی شدن ظاهراً به پدیده‌ی اقتصادی اشاره دارد؛ اما عواملی وجود دارد که

<sup>1</sup> Okwui

تأثیرات جهانی شدن را اجتماعی و فرهنگی تر می‌سازد. ایده‌ها، آئین‌ها، حرکات فرهنگی و نمونه‌هایی از آن همگی به دنبال مبادلات کالاها بر فراز مرزهای ملی حرکت می‌کند (خرمشاد و همکاران، ۱۳۹۳). جهانی شدن شیوه‌هایی را از مناطق مختلف با میراث فرهنگی، زمینه‌های سیاسی و اجتماعی متنوع وارد دنیای هنر کرد. این امر حفظ مفاهیم مدرنیستی غربی از هنر را بر اساس ایده‌های تاریخ هنر جهانی دشوار کرد. هنرمندان باید زمینه مشترک جدیدی پیدا می‌کردند. به‌طور رسمی یکی از این زمینه‌ها، زبان رسانه‌های جمعی (از جمله هنر) بود که برای همه به اشتراک گذاشته و قابل درک بود. عنصر دیگر احساس مشارکت در زمان مشترک «معاصر» بود که با تنوع فرهنگی، مهاجرت، جریان اطلاعات و درگیری‌های محلی مشخص می‌شد. درگیر شدن با مشکلات زمان خود به تعریف معاصر بودن هنر تبدیل شد (پورمند و همکاران، ۱۳۹۸). بنابراین، خواه جهانی شدن را تحولی مثبت و یا منفی تلقی نماییم، آنچه مسلم است این است که این پدیده، نظام جهانی را آشکارا تغییر داده است و فرصت و تهدید را به‌طور هم‌زمان ایجاد نموده است. در اصطلاح، جهانی شدن اندیشه‌ای کلیدی نهفته است که بدون توجه به آن، نمی‌توان در خصوص احتمالات مربوط به جامعه بشر در هزاره‌ی سوم درک و نظر درستی پیدا کرد؛ زیرا جهانی شدن پدیده‌ای اجتماعی است که شامل فرآیندهایی می‌شود که روابط اجتماعی و وابستگی متقابل را تشدید و تقویت می‌کنند. جهانی شدن فرهنگ نه بر از بین بردن ارزش‌ها و فرهنگ‌های بومی و سنتی بلکه بر ایجاد و گسترش ارزش‌های مشترک انسانی اشاره دارد. نمونه‌های این ۳ حقوق بشر مقابله با خشونت سازمان‌یافته ۴ ارزش‌های مشترک پذیرش مفاهیم دولتی، مقابله با آلودگی محیط زیست و حمایت از قلمرو فرهنگی جوامع ملی می‌باشد. این ارزش‌های مشترک متفاوت از تحمیل فرهنگی است. واقعیت امر این است که بسیاری از دانشمندان علوم سیاسی و سایر علوم نیز بر

جهانی شدن فرهنگ تأکید دارند. بنابراین در جهان کنونی که افراد تحت تأثیر فرهنگ‌های بسیاری هستند، فرهنگی می‌تواند تداوم یابد که پاسخ‌گوی نیازهای مادی و روحی افراد باشد. هویت مستلزم نوعی انتخاب است؛ بنابراین باید چنان زمینه‌های فرهنگی تقویت هویت خودی را توسعه داد که افراد دلایل کافی برای انتخاب نمادهای هویت خودی را داشته باشند (بهنامی، ۱۳۸۳).

### تحلیل گفتمان هویت فرهنگی در هنر معاصر ایران و جهانی شدن

یکی از زمینه‌هایی که امید رسیدن عصر جهانی شدن را می‌دهد تحول در عرصه هنر و فرهنگ است. البته، عاملی که احتمالاً مسئول این تصور است که دنیا به سوی جهانی شدن و همگون‌سازی فرهنگی می‌رود، در یک کلمه رسانه است. ارتباطات در فاصله‌های زیاد هرگز از این سریع‌تر نبوده و هرگز این مقدار ارتباطات وجود نداشته است. عرصه‌های فرهنگ و هنر ذی‌نفعان انفجار رسانه‌ای - ارتباطی هستند. از آنجایی که رسانه‌های ارتباطی جمعی با تجربه جهان شهری فراملیتی بسیار یکپارچه هستند، مقاومت در برابر این تصور که هنرها کاملاً جهانی شده‌اند سخت است. از یک‌سو، می‌توان گفت که بدون شک ما وارد دوره جدیدی از جهانی شدن هم از منظر کلی و هم در زمینه هنر و فرهنگ شده‌ایم؛ اما از سوی دیگر، به نظر می‌رسد که تنها با کمی فشار، مفهوم جهانی شدن در هر دو زمینه از هم گسیخته می‌شود؛ زیرا هر ملتی در دنیا در این پیوستگی جهانی به‌طور مساوی شریک نبوده و حتی آن بخش‌هایی که در شرکت‌های فراملی مشارکت دارند اغلب بیشتر در سطح منطقه‌ای درگیر هستند تا در سطح جهانی. دنیا آن‌طور که اغلب تصور می‌شود به‌طور گسترده به هم متصل نیست. علاوه‌براین، گرایش به تبادل فرهنگی و هنری، تأثیر و حتی استقراض‌هایی که منجر به ترکیب می‌شود چیزی نیست که اخیراً با اینترنت به وجود آمده باشد. هر زمان که تمدن‌ها با یکدیگر مواجه می‌شدند این امر با سرعت‌های مختلف اتفاق می‌افتاد؛ بنابراین، آیا باید از این ایده که چیزی

تغییر کرده است دست کشید؟ چیزی تغییر کرده است، اما مفهوم جهانی شدن، تفسیر شده به‌عنوان یک طرز فکر هگلی، روش مؤثری برای بیان این تغییر نیست. به‌جای فکر کردن به زمان حال از منظر یک کل اداره شده توسط ذات متحرکی که در همه ابعاد خود منکسر می‌شود، بهتر است که به یک مقیاس کوچک‌تر فکر کرد. بدون شک، یکی از دلایلی که درباره جهانی شدن صحبت می‌شود تکثیر گسترده آثار و مکان‌های مبادله در مقایسه با گذشته است (بازارهای جهانی در هنر) و مطمئناً فعالیت‌های فراملی بیشتر از هر زمان دیگری در حال انجام است، به این دلیل که تعداد ملت‌ها، مردم و روش‌های بیشتری برای اتصال و ارتباط آن‌ها وجود دارد؛ اما هیچ دلیلی وجود ندارد که فکر کنیم که این‌ها در یک بسته مرتبی قرار می‌گیرند برای مثال نمی‌توان گفت «امروز، همه به یک طریق اجتناب‌ناپذیر جهانی به یکدیگر وابسته هستند»؛ بلکه مسئله پیچیده‌تر از این است. بنابراین به‌جای تلاش برای بیان چیزی درباره شرایط جهانی به‌طور کلی می‌توان سعی درباره برخی شکل‌های روابط فراملی که در حال توسعه در جهات جدیدی هستند بررسی انجام داد؛ یعنی آنچه که جهانی شدن نامیده می‌شود ممکن است از نظر افزایش شیوه‌های سازماندهی موجود برای ساخت فراملی نسخه‌های جدید ساختارهای فرهنگی که قبلاً عملکردهای اجتماعی خود را به‌صورت محلی تری انجام می‌دادند تجزیه شود؛ یا به‌عبارت‌دیگر، بهتر است این سؤال این‌طور مطرح شود: آیا نهادهای فراملی جدیدی در حال شکل‌گیری هستند؟ بی‌شک مهم‌ترین و بارزترین وجه تمایز اقتصاد امروز و دیروز، جهانی شدن است (دسیلوا<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۷). پدیده جهانی شدن تحولات اساسی در ابعاد مختلف در جهان امروز ایجاد کرده است. آثار هنری همواره از مرزهای فرهنگی و قومی عبور کرده‌اند، به‌صورت مبادله، بازارهای هنر، فستیوال‌ها، حراجی‌ها و غیره؛ بنابراین

<sup>1</sup> Dessislava

هنرمندان، ارائه‌کنندگان، منتقدان و علاقه‌مندان هنر تعدادی چهارچوب مفهومی و استراتژی هرمنوتیک را به اشتراک می‌گذارند که درک فراملی را تسهیل می‌کنند. به این معنا، هنرمند می‌تواند فرض کند که با توجه به انواع خاصی از آثار که نمادگرایی‌های خاصی دارند، مخاطب برای کشف اثر در پرتو دغدغه‌ها، مشغله‌ها یا ایده‌های مکرر و متعدد آماده است. اغلب، این موقعیت‌های هرمنوتیکی آثاری با توجه به سیاست‌ها همانند پسااستعمارگرایی، فمینیسم، آزادی هم‌جنس‌گرایان، جهانی شدن و نابرابری جهانی، سرکوب آزادی بیان و حقوق بشری، سیاست‌های هویتی و دغدغه‌های انسان معاصر و همچنین یک ضدیت با استقرارگرایی کلی هستند. با توجه به توضیحات به آثار ارائه‌شده هنرمندان ایرانی در حراج تهران پرداخته می‌شود و گفتمان هویت فرهنگی در سطح جهانی مورد تحلیل قرار گرفت؛ با اعمال دو فیلتر هنر معاصر، حراج تهران، آثار فروخته شده از هنرمند ایرانی در حراج تهران و نتایج خرید و فروش به‌دست آمد. در پانزدهمین حراج تهران که در ۲۴ دی‌ماه ۱۴۰۰ انجام گرفت، مبلغ ۱، ۵۸۸، ۹۰۰، ۰۰۰، ۰۰۰ ریال، رقم کل فروش بوده است؛ که در کل از فروش ۸۰ اثر از ۶۰ هنرمند ایرانی به‌دست آمده است. در جدول ۵ اثر رکورددار در قیمت نشان داده شده است.



اثر ۱: شیراز منیر فرمانفرمائیان،

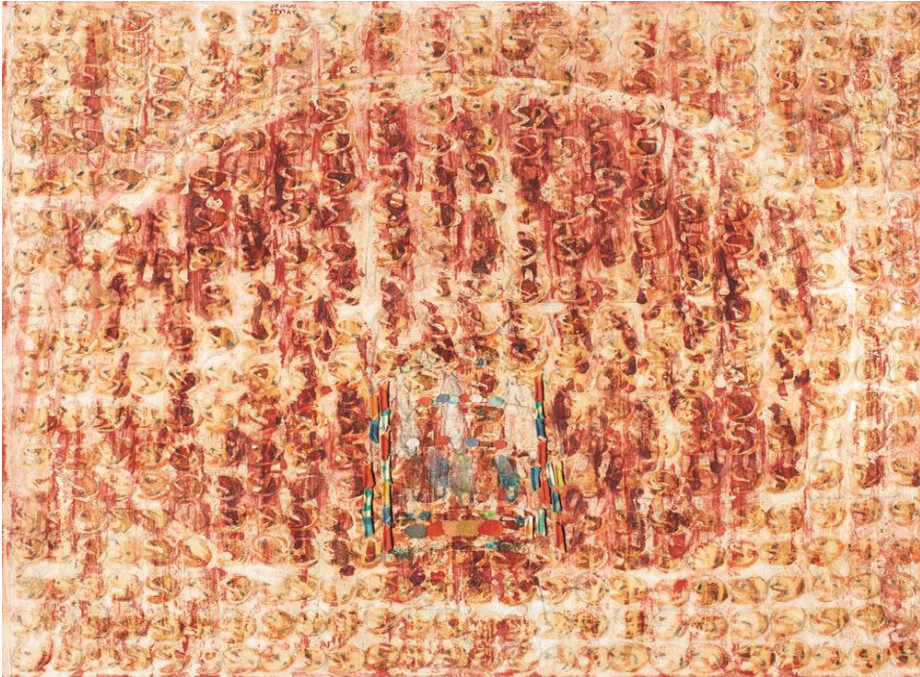


اثر ۱: اثر با عنوان لا + لا + صر ، حسین زنده‌رودی (این اثر در نوامبر ۲۰۲۰ در حراج بونامز لندن ارایه شده است)



اثر ۳: علیرضا آستانه (متولد ۱۳۳۱) از مجموعه عملکرد گل‌ها، آلومینیوم و استیل

۱۱۰×۱۵۰×۹ سانتیمتر (تاریخ اثر: ۱۳۹۸)



اثر ۴: آنه محمد ناتاری (۱۳۸۶) بدون عنوان، چاپ باتیک و کلاژ روی پارچه چسبیده شله روی بوم (۱۴۸×۱۳۳ سانتیمتر)



اثر ۲: جمشید سماواتیان، عنوان اثر: بدون عنوان (۱۳۹۱) ترکیب مواد روی تخته (۹۶×۱۳۰ سانتیمتر)

## نتیجه‌گیری

دنیای هنر فراملی گرچه به‌ندرت بدون اصطکاک بوده و به‌هیچ‌وجه با توجه به هر علاقه‌ای که هنرمندان جدی در حال حاضر دنبال می‌کنند جامع نیست یک بازی زبانی مملو از پیش‌فرض‌های مکالمه‌ای، موضوعات مکرر و استراتژی‌های معنا ساز را ایجاد کرده است. این یک چهارچوب گفتمانی جهان‌گستر یک ابزار مفید برای نزدیک شدن و رمزگشایی است. علاوه بر آن، این پیش‌فرض‌های مکالمه‌ای مشترک یک سنت و تاریخ مشترک نیز به همراه دارد. در گذشته، دنیا‌های هنری فرهنگ‌های مختلف متمایز بوده، با سنت‌های متنوع‌شان از ایجاد و معنا، بیان و تفسیر جدا می‌شدند. حتی در جایی که این سنت‌های متمایز یکدیگر را لمس و بارور کردند، شجره‌نامه‌ها و معیارهایشان مجزا باقی ماندند. آنچه که به نظر می‌رسد در لحظه تاریخی حاضر در حال تغییر است این است که یک دنیای هنر یکپارچه با سنت‌ها و بازی‌های زبانی مشترک در سراسر جهان در حال ظهور است. ارتباطات بین موزه‌ها، گالری‌ها و نمایشگاه‌های بزرگ به علت انفجار واقعی در ابزار ارتباطات و حمل‌ونقل شدیدتر می‌شوند؛ اما این فراتر از تنها یک سیستم توزیع است. این فرضیه با پیش‌فرض‌های مشترک، استراتژی‌های معنا ساز، میراث‌های تاریخی و همچنین تمایل به استفاده از رسانه‌های خاص تأیید می‌شود. این بیشتر یک فرهنگ هنری متداول است، فرهنگی که طرح‌بندی آن نیاز به مطالعه بسیار بیشتری از این طرح اولیه دارد. البته، امروزه هر فعالیت هنری به این نهاد فراملی هنر در حال ظهور تعلق ندارد. هنوز هنر محلی، هنر توده و سنت‌های ملی متنوع وجود دارند؛ اما هم‌زمان، این نهاد فراملی هنر وجود دارد که رویکردهای هنری مراکز شهری سراسر دنیا را به‌طور فیزیکی و فکری به هم متصل می‌کند. این نهاد هنری نیست که فیلسوف جورج دیکی زمانی که این اصطلاح را ایجاد کرد در ذهن داشت. کارکرد آن آزاد کردن هنر نیست. کارکرد آن تثبیت یک

دنیای هنر جهانی یا فراملی است؛ یک منظره فرهنگی با بازی‌های زبانی و شبکه‌های ارتباطات، توزیع و پذیرش خاص خود. هویت فرهنگی در آثار ایرانی، با از دست دادن معنای تاریخی، بی‌آنکه پیوندی واقعی با مسائل دوران معاصر پیدا کند، تنها به کالایی برای فروش تبدیل شده است. 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 کالایی شدن است و هنر هم از این قاعده مستثنی نیست. منطق سوداندیش بازار جهانی همواره در اندیشه‌ی تولید کالاهاى تازه برای مشتریان تازه است و تنوع مورد نظر را در عرصه هنر، از تفاوت فرهنگی تأمین می‌سازد. این کالاها 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 کالایی شدن هنر می‌تواند مشارکت کند؛ به عبارتی پذیرش یا از دست دادن چه خصوصیتی، هویت فرهنگی را برای نوعی مبادله کالایی در عرصه هنر مطلوب می‌سازد، این پژوهش با توجه به گرایش‌های غالب هنر معاصر ایران در رویکرد به هویت فرهنگی به این نتیجه دست یافت که هویت فرهنگی بیش از هر چیز، به سبب عدم کسب معنا و فاصله گرفتن از معنای تاریخی و سبغه سنتی، کالایی گشته است. توجه به مبحث فرم و بی‌توجهی به هویت فرهنگی ایرانی، معنایی است که بیش از این برای کالایی شدن هنری نیست. موضوع هویت‌های فرهنگی در شرایط کنونی جهانی شدن علاوه بر اهمیت نظری، دارای اهمیت راهبردی، سیاسی و اقتصادی نیز است. باید توجه داشت جهانی شدن فرهنگ نه بر از بین بردن ارزش‌ها و فرهنگ‌های بومی و سنتی بلکه بر ایجاد و گسترش ارزش‌های مشترک انسانی است که کمتر به این مبحث در آثار حراجی تهران توجه شده است. هنر ایران از پتانسیل اقتصادی بالایی برخوردار است به طوری که

می‌تواند در افزایش تولید ناخالص ملی نقش مهمی داشته باشد. بر این اساس سوپرمارکت فرهنگی جهانی با عرضه کالاهای فرهنگی و رسانه‌ای متفاوت، جای عناصر فرهنگی محلی را می‌گیرد و هویت فرهنگی به هویت بازار تبدیل می‌گردد. احساس پیوستگی به یک ملت یا سنت، با ایده انتخاب آزاد در اقتصاد بازار جایگزین می‌شود. البته باید توجه داشت زبان‌ها، مناسبات شخصی و پیوندهای مذهبی، قومی و سیاسی در برابر گسترش فرهنگ یکپارچه جهانی ایستادگی می‌کنند که باید گفت جهانی شدن فرهنگی بر فرهنگ عامه و فرهنگ سیاسی تأثیر می‌گذارد؛ بنابراین باید به این مورد توجه ویژه داشت که همگون‌سازی هویت فرهنگی تحت تأثیر عوامل زیادی قرار دارد. هنر می‌تواند از فرای این موانع گذشته و مرزها را درنوردد. البته باید توجه داشت این امر دو روی سکه است کالایی شدن اثر هنری و بی‌توجهی به هویت فرهنگی اثر به بیانی ارزش‌گزاردن به چیزی که بازار جهانی می‌طلبد و در مقابل گذر از مرزها و شناخت هویت فرهنگی ایرانی و جهانی و توجه به پتانسیل فرهنگی و اقتصادی در کنار هم و در نهایت پیشرفت سیاسی، اقتصادی و فرهنگی؛ بنابراین هنرمندان و دست‌اندرکاران نهادهای هنری باید دقت لازم را داشته باشند تا تنها درگیر نگاهی کالاگون به هنر و کسب سود مادی نباشند و با جلوه‌گری و کالایی کردن هویت فرهنگی، هنر را به دام سرمایه‌داری نوین جهانی سوق دهد که هدف هنر فراتر از آن است. نتایج پژوهش حاضر نشانگر آن است که جهانی‌سازی، به دلیل تعاملات و ارتباطات با توجه به رویدادهای مختلف فرهنگی هنری جهانی و همین‌طور بسترهای ظهور آثار در رویدادهای مختلف ممکن است مخاطراتی را نیز در بر داشته باشد. جهانی شدن نیاز به حرکت به‌سوی پیشرفت و تعاملات با دنیا دارد که در پی آن هنر ایران شناخته خواهد شد و هنری با هویت ایرانی معاصر می‌تواند در این راستا در روند صحیح این حرکت تأثیرگذار باشد؛ بنابراین تلاش برای ایجاد جهانی یکپارچه، همگون و به

دور از کثرت‌گرایی و چندگانگی در بحث هنر رقابت انجام بوده و می‌تواند علاوه بر گفتمان هویت فرهنگی در سطح جهانی پیشرفت اقتصادی هم به همراه داشته باشد.

## منابع

- بهنامی، ژوزف. (۱۳۸۳). فناوری و فرهنگ. ماهنامه تدبیر، شماره ۱۵۰. ص ۸۳.
- پناهی، صادق؛ معروفی، یحیی. (۱۳۹۵). جایگاه مؤلفه‌های هویت فرهنگی در کتاب ادبیات فارسی، پژوهش در برنامه‌ریزی درسی، سال سیزدهم، دوره دوم، شماره ۷۹ (پیاپی ۱۶)، پاییز.
- پورمند، فاطمه، افضل طوسی، غفت‌السادات. (۱۳۹۸). تحلیل انتقادی گرایش‌های غالب بازار هنر معاصر ایران در رویکرد به هویت فرهنگی. باغ نظر.
- خرمشاد، محمدباقر؛ سرپرست سادات، سید ابراهیم. (۱۳۹۳). روشنفکران ایرانی و هویت در آینه بحران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره سوم، شماره ۷، تابستان.
- دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۷۷). لغت‌نامه و فرهنگ. تهران: موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- روشندل اربطانی، طاهر و صابر، منوچهر. (۱۳۹۱). ارتباط میان فرهنگ و فناوری اطلاعات و ارتباطات و آسیب‌های فرهنگی اینترنت. مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال دوم، ۱۰۹-۱۲۸.
- شریف‌زاده، محمدرضا و اتحاد بابلی، فاران. (۱۳۹۶). ویدئو آرت. تهران: علمی. ص ۳۹-۵۱.
- طباطبائیان، مریم‌السادات. (۱۳۹۱). فرهنگ کار و نقش آن در بهره‌وری. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، بابلسر.
- عظیمی، حسین. (۱۳۹۵). توسعه فرهنگ آموزش کتاب اقتصاد ایران. تهران: نشر نی.
- فرهادی محلی، علی. (۱۳۹۰). بررسی تحلیلی پدیده جهانی شدن با تمرکز بر حوزه فرهنگ. مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی.
- معین، محمد. (۱۳۸۶). فرهنگ معین. تهران: زرین.
- نورایی، مهرداد. (۱۳۸۹). تحلیل بر تأثیرات متقابل هویت فرهنگی و تغییرات جامعه، فصلنامه جامعه‌پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سیال پنجم، شماره اول، بهار.
- Dessislava Dimova and Eckhart J. Gillen. (2017). Globalization and Cultural Identity – The Perspective of Contemporary Art. Trilogies

Salzburg.  
Okwui Enwezor, “The Black Box”, in Catalogue,  
Documenta11\_Platform5: Exhibition, ed. Okwui Enwezor et al.  
Ostfildern-Ruit: Hatje Cantz Verlag, 2002, p. 44.