

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز تحت عنوان :
Representation of Islamic-Iranian Identity in Contemporary Iranian Art
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

بازنمایی هویت معاصر ایرانی - اسلامی در هنر معاصر ایران

کاظم خراسانی^{۱*}، اصغر کفشچیان مقدم^۲

۱. پژوهشگر دکتری پژوهش هنر، پژوهشکده نظر، تهران، ایران.
۲. دانشیار گروه تجسمی پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۲/۱۵ تاریخ اصلاح: ۹۷/۰۳/۱۵ تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۶/۳۱ تاریخ انتشار: ۹۷/۰۹/۱۱

چکیده

در سال‌های اخیر هنر معاصر ایران بیش از پیش مورد توجه جهانیان قرار گرفته است. بی‌شک موفقیت هنرمندان ایرانی در حراج‌های اخیر و برگزاری نمایشگاه‌های متعدد در اروپا و آمریکا در فرایند جهانی شدن هنر معاصر ایران مؤثر بوده است. در این میان از آنجایی که ملیت و مذهب دو عامل مهم در ایجاد هویت متمایز برای فرد هستند و هویت او را در برابر هویت دیگری بر می‌سازند، هنرمند ایرانی برای تداوم حضور و موفقیت در عرصه جهانی، بر هویت ملی و مذهبی خویش تأکید می‌کند تا نزد مخاطب غربی شناسایی شود.

از سوی دیگر مخاطب غربی نیز همین عناصر را عامل تمایز خود و آن دیگری شرقی قلمداد کرده و به واسطه همین ویژگی‌های هویتی، هنرمند ایرانی را شناسایی می‌کند و او را در عرصه جهانی می‌پذیرد. لذا هنرمند ایرانی برای دیده شدن و مورد توجه قرار گرفتن نزد وی و در نتیجه بازار جهانی، این عناصر هویتی را در اثرش بازنمایی می‌کند. بدین ترتیب هنرمندان ایرانی برای هرچه سریع‌تر وارد شدن به چرخه فروش و مبادلات، گوشه چشمی به فرم و محتوای آثار موفق در بازار حراجی‌ها دارند؛ یعنی بخش عمده‌ای از همان آثاری که پیشتر از قیل استفاده از عناصر آشنای ملی - مذهبی در بازار موقعیتی برای خود دست و پا کرده‌اند. آنچنان که در بسیاری از آثار، استفاده از عناصر یادشده توسط هنرمند نه بر مبنای ارتباط ساختار فرمی و محتوایی بلکه به جهت تزریق نشانه‌هایی یادآور مفاهیم ملی و یا مذهبی به منظور جلب توجه مخاطب است. روش تحقیق در پژوهش حاضر توصیفی - تحلیلی است و اطلاعات مورد نظر به شیوه کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است.

واژگان کلیدی

جهانی شدن، هویت ایرانی-اسلامی، هنر معاصر ایران.

مقدمه

از پیش مورد توجه قرار گرفته است. آنچنان که طی دهه‌های اخیر تأثیرات فرایند جهانی‌سازی بر چالش‌های فرهنگی و هویتی موضوع بحث بسیاری از جامعه‌شناسان و نظریه‌پردازان بوده است. در این بین هنر به مثابه یکی از نمودهای بارز فرهنگی به نحو چشمگیری با مسئله هویت در ارتباط قرار می‌گیرد. در حقیقت هنر یک سرزمین نمودی از فرهنگ و هویت مردم آن

در سال‌های ابتدای قرن بیستم و یکم، همزمان با گسترش بحث‌های مناقشه برانگیز پیرامون جهانی شدن و جهانی‌سازی، مسئله هویت و مخصوصاً هویت ملی، مذهبی و فرهنگی بیش

هویت ایرانی و اسلامی در آن پرداخته‌اند.

جهانی‌شدن^۴ و محلی‌شدن^۵

امروزه پدیده نوظهور «جهانی‌شدن» از مهمترین مفاهیمی است که بسیاری از اندیشمندان و نظریه‌پردازان اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و سایر علوم را به خود معطوف کرده است. این واژه برای نخستین بار در سال ۱۹۶۱ به فرهنگ و بستر راه یافت که بر بازشناسی آشکار اهمیت فرآیند پیوندها و ارتباطات جهان‌گستر دلالت داشت (Kilminster, 1998). بیشتر نظریه‌پردازان توافق دارند که حدوداً از نیمه دهه ۱۹۷۰ به این سو تحولاتی در عرصه‌های اقتصاد، ارتباطات، و سیاست جهانی پدید آمد که با تمامی روندهای مشابه پیش از خود تفاوت کمی و کیفی چشم‌گیری داشتند، تحولاتی که تأثیرات آن‌ها در دهه‌های ۸۰ و به ویژه ۹۰ میلادی خود را آشکار کردند و چهره جهان و مناسبات جهانی را تا حدود زیادی تغییر دادند. اصطلاح «جهانی‌شدن» به معنای اخص کلمه به همین تحولات اشاره دارد، و نفس این واقعیت که اصطلاح «جهانی‌شدن» با معنایی که امروزه از آن سراغ داریم از اوایل دهه ۱۹۹۰ به این سو وارد گفتمان دانشگاهی و روشنفکری علوم انسانی شد نیز در این زمینه کاملاً روشن‌گر است (اخگر، ۱۳۸۹: ۱۰-۱۱). در همین سال‌ها بود که «این واژه به عرصه جامعه‌شناسی راه یافت تا زمینه تدوین نظریه‌های جامعه‌شناسی مستقل درباره فرآیند جهانی‌شدن و جنبه‌های اجتماعی آن فراهم‌شود» (Giddens, 1998: 28).

ابعاد گوناگونی که مفهوم «جهانی‌شدن» دربر دارد، سبب شده تا درک صحیح و درست آن با دشواری‌هایی همراه باشد و نتوان تعریف روشن و واحدی از آن ارائه داد؛ با این حال براساس تعاریف و دیدگاه‌های ارائه شده در این خصوص می‌توان گفت «جهانی‌شدن عبارت است از فرآیند فشردگی فزاینده زمان و فضا که به واسطه آن، مردم دنیا کم و بیش و به صورتی نسبتاً آگاهانه در جامعه جهانی واحد ادغام می‌شوند.» (گل‌محمدی، ۱۳۸۶: ۲۰) درگفتمان نظری جهانی‌شدن، این مفهوم همواره با مفهوم مکمل و ظاهراً متضاد «محلی‌شدن» همراه است. هریک از این دو مفهوم بدون دیگری معنای کامل خود را پیدا نمی‌کنند و در هم‌تنیدگی آن‌ها به حدی است که برخی نظریه‌پردازان اصطلاح ترکیبی «جهان - محلی‌شدن»^۶ را برای اشاره به دیالکتیک میان پویای‌های جهانی‌شونده و محلی‌شونده وضع کرده‌اند (اخگر، ۱۳۸۹: ۱۱). جهان محلی‌شدن در درجه نخست معطوف به امکان همزیستی و تبادل فرهنگی است که در فرآیند جهانی‌شدن فراهم

سرزمین محسوب می‌شود؛ خصوصاً هنگامی که در مواجهه نگاه بیرونی قرار می‌گیرد و در عرصه‌های فراملی عرضه می‌شود. هنر معاصر ایران نیز در سال‌های اخیر به واسطه حضور در بازارهای جهانی و گسترش فعالیت‌های هنرمندان ایرانی در خارج از مرزهای کشور، بیش از پیش در مواجهه مخاطبان غربی قرار گرفته است و همین مسئله لزوم توجه به بازنمایی هویت ملی و مذهبی را در آثار هنری معاصر ایران مطرح می‌کند.

پرسش اصلی این تحقیق چگونگی بازنمایی هویت ایرانی - اسلامی در هنر معاصر ایران است. برای پاسخ‌گویی به این پرسش ابتدا مفاهیمی چون جهانی‌شدن و محلی‌شدن را که در شکل‌گیری و قوام هویت‌های ملی و مذهبی نقش عمده‌ای برعهده دارند مورد تبیین قرار می‌دهیم. از این رهگذر به موقعیت هنر معاصر ایران در عرصه جهانی پرداخته و نشانه‌های ملی و مذهبی آثار ایرانی را که قرار است برسازنده هویت ایرانی و اسلامی هنرمعاصر ایران باشند بیان می‌کنیم. روش تحقیق در این مقاله توصیفی-تحلیلی است و اطلاعات مورد نظر به شیوه کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است.

پیشینه تحقیق

پیش از این رویکردها و رهیافت‌های گوناگونی از جانب نظریه‌پردازان و جامعه‌شناسان در خصوص پدیده «جهانی‌شدن» و «هویت» ارائه شده است که تلاش داشته‌اند تا این مفاهیم را در قالب یک الگوی نظری عام و فراگیر، قابل فهم کنند، اما اکثراً در ارائه یک تحلیل منطقی و قطعی توفیقی نیافته‌اند. قدمت و پیشینه اندک جهانی‌شدن در محافل علمی و ارتباط آن با سطوح گوناگون تحلیل، مانند سیاست، اقتصاد و فرهنگ در دشواری تعریف آن مؤثر بوده است. از آن جمله می‌توان به کتاب‌ها و نوشته‌های «آنتونی گیدنز»^۱ و «مانوئل کاستلز»^۲ اشاره کرد. همچنین «جولیان استالابراس»^۳ در نوشته‌های خود با نگاهی انتقادی به هنر معاصر پرداخته و بحث هویت و جهانی‌شدن را در این بستر مورد نقد قرار داده است. در خصوص هویت ایرانی و اسلامی آثار هنری معاصر ایران می‌توان به مقاله «مجید اخگر» با عنوان «جهانی‌شدن ایرانی‌شدن: تأملی درباره صحنه اخیر ایران» و مقاله «شعله مصطفوی» با عنوان «جهان تصاویر ایرانی از نگاه بیگانه» اشاره کرد که هر دو در سال ۱۳۸۹ و در شماره ۳۳ فصلنامه حرفه هنرمند به چاپ رسیده‌اند. نگارندگان این دو مقاله هریک از نگاه خود به تحلیل موقعیت هنر معاصر ایران و مسئله جهانی‌شدن و

تعلق به یک ملت خاص، یا یک مذهب خاص در او نمایان می‌شود، خود را از غیر متمایز بداند و این‌گونه نزد دیگری در نظر آید.

هنر معاصر ایران در عرصه جهانی

هنر معاصر ایران در سال‌های اخیر، همگام با تمایلات حوزه‌های دیگر نظیر حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی به سوی جهانی‌شدن خیز برداشته است. البته چنین گرایشی بیشتر از تمایل جامعه جهانی در دهه ۹۰ میلادی به جهانی‌شدن هویت‌های مختلف ملی و فرهنگی ناشی می‌شود. پس از تثبیت نظم نوین جهانی و از پی تحولات فرهنگی و سیاسی اواخر این دهه، بستر لازم جهت دگرگونی‌های بنیادین فراهم شد. رویدادهای جهانی سال ۱۹۸۹ و پس از آن اتحاد دو آلمان، فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، افزایش قراردادهای تجاری جهانی، تحکیم بلوک‌های تجاری، و دگرگونی چین به سوی اقتصاد سرمایه‌دارانه اوضاع جهان هنر را به شدت تغییر داد (استالابراس، ۱۳۸۹: ۳۱). در همین سال‌ها فروپاشی فراروایت‌های فروکاهنده‌ای که ناتوانی‌شان در تحقق آرمان‌های آزادی بخش موعود، به طور عملی به اثبات رسیده بود، به جایگزینی سیاست بی‌مرکز متکثری منجر شد که جستجوی رفع مسائل اجتماعی را در سطح گروه‌های هویتی (نژادی، قومی، جنسی و جز آن) ممکن می‌دید (صحاف‌زاده، ۱۳۸۸: ۱۷۹-۱۸۰). به موازات همین روند از دهه ۱۹۶۰ یک تغییر انقلابی در بیان هنر معاصر رخ داد که طی آن آثار هنری به طور فزاینده‌ای نه بر مبنای سبک، بلکه بر مبنای موضوع‌شان تقسیم‌بندی می‌شوند (همان: ۱۸۱). برگزاری نمایشگاه‌های چند فرهنگی، توجه به آثار هنرمندان آفریقایی و آمریکای جنوبی، حضور هنرمندان زن در نمایشگاه‌های بین‌المللی، تأسیس موزه‌های بزرگ در سراسر دنیا و افزایش مبادلات آثار هنری همگی در دهه ۱۹۹۰ میلادی و در راستای جهانی‌شدن محقق شد.

در این میان تحولات فرهنگی میانه دهه ۷۰ شمسی این فرصت را در اختیار هنرمند ایرانی قرار داد تا ارتباط خود را به نحو مؤثرتری با هنر جهانی برقرار سازد. تغییر مدیریتی موزه هنرهای معاصر تهران در اوایل دهه ۸۰ و تمرکز حراج‌گزارهای بزرگ دنیا بر هنر خاورمیانه در سال‌های اخیر تحولات بنیادینی بر جریان هنری و فرهنگی کشور به وجود آورد.

برای نخستین بار آثار هنرمند ایرانی مقیم آمریکا، «شیرین نشاط»، با مجموعه عکس‌های «زنان الله» (تصویر ۱) و مجموعه ویدئوهایش با نام‌های «بی‌قرار» (تصویر ۲)، «وجد»

می‌شود. این اصطلاح را که در حقیقت بازاریاب‌های ژاپنی‌ها ابداع کرده‌اند بیش از همه «رولان رابرتسون»^۸ جامعه‌شناس و تئوریسین شرح و بسط داده است. «جهان-محلی‌شدن» حاکی از این است که ما اکنون با جهانی‌شدن امور محلی و محلی‌شدن امور جهانی سروکار داریم. در مطالعات فرهنگی پیرامون جهانی‌شدن، این اصطلاح می‌تواند این نکته را روشن کند که، خلاف دیدگاه‌های رایج، جهانی‌شدن صرفاً یک حرکت همگون‌ساز فرهنگی و صرفاً معادل غربی‌شدن نیست، بلکه در دو جهت موازی حرکت می‌کند و به گونه‌ای فزاینده به تفاوت‌ها دامن می‌زند (استالابراس، ۱۳۸۹: ۱۲). همین دامن‌زدن به تفاوت‌هاست که مسئله هویت را در فرایند جهانی‌شدن برجسته می‌کند.

هویت ملی و هویت دینی

هویت، تفسیری است از خود که جایگاه فرد را به لحاظ فرهنگی مشخص می‌کند. در حقیقت هویت علاوه بر زمان‌مندی و مکان‌مندی، بیانگر بستر و زمینه‌ای است که فرد به آن تعلق دارد. هویت‌ها فقط در جوامع وجود دارند، چرا که این جوامع هستند که آنها را تعریف و سازماندهی می‌کنند. از آنجا که فرد نیازمند است تا به یک اجتماع تعلق پیدا کند، همواره در جستجوی هویت است. «ملت» نیز نماینده یکی از این اجتماعات است و هویت ملی محصول آن (گیبرنا، ۱۳۷۸: ۱۲۰).

استمرار در طی زمان و متمایز بودن از دیگران از مهمترین معیارهای معرف هویت‌اند. در واقع هویت همواره غیریت را تداعی می‌کند: «هویت ما» همواره در برابر «هویت دیگری» است. به علاوه استمرار و تداوم تاریخی نیازمند برساختن هویت است. افراد این تداوم را از طریق مجموعه تجربیاتی که در گذشته پدید آمده و زیر چتر یک معنای مشترک متحد شده‌اند درک می‌کنند. تمایز از دیگران ناشی از آگاهی از تشکیل یک اجتماع یا یک فرهنگ مشترک است که منجر به تمایز میان خودی و غریبه می‌شود (همان: ۱۲۱). هنگامی که در مورد هویت‌ها صحبت می‌شود بدین معناست که گروه‌های اجتماعی درباره جهان به نحوی متفاوت می‌اندیشند؛ با معیارهایی متفاوت آن را ارزیابی می‌کنند؛ خواست‌ها و آرزوهای متفاوتی دارند و در مجموع سبک متفاوتی از زندگی را ترجیح می‌دهند (عبدی و گودرزی، ۱۳۷۸: ۱).

در این میان ملیت و مذهب دو عامل مهم در ایجاد هویت متمایز برای فرد هستند که هویت وی را در برابر هویت دیگری بر می‌سازند. این دو عنصر سبب می‌شوند تا فرد متعلق به یک جامعه به واسطه تفاوت‌هایی که از طریق

و کالیگرافی، نمادها و نشانه‌های مذهبی، نقوش اسلیمی و مینیاتوری، فرم‌های تزیینی دوره قاجار، عکس‌های قدیمی آل‌بوم‌های خانوادگی و دیگر اشکال بصری از این دست را تشکیل می‌دهد که در اکثر موارد بدون هیچ خلاقیتی در بطن اثر قرار گرفته‌اند (تصاویر ۳ تا ۷).

بدین ترتیب امروزه معنایی که در مواجهه با آثار هنری معاصر بسیاری از هنرمندان ایرانی از مفهوم «هویت ایرانی-اسلامی» به ذهن متبادر می‌شود، بیشتر کلیتی ایدئولوژیک است. گویی برخورداری از هویتی ملی و مذهبی برای هنرمند در استفاده از بسته‌های محتوایی تعیین یافته و از پیش آماده‌ایست که وی باید به نحوی جبرگرایانه در آثارش به کار برد تا در عرصه جهانی هنرهای تجسمی دیده شود. این بسته‌های مشخص عموماً شامل مؤلفه‌های بصری آشنایی هستند که مستقیماً به تاریخ و فرهنگ ایرانی یا اسلامی ما ارجاع می‌دهند و قرار است تا کلیت آن را در فرم جزئی خویش بازنمایی کنند.

البته باید توجه داشت که نفس ارجاع و اشاره به این عناصر در اثر محل ایراد نیست. آنچه استفاده از این عناصر را سطحی و مبتذل می‌کند کاربرد غیرخلاقانه و نابهنگام آن‌ها به گونه‌ای بی‌واسطه و مستقیم و بی‌هیچ توجیه فرمالی در میان اثر است که در اکثر موارد ساختار فرمی سُست و مبهمی را برمی‌سازد. چنین رویکردی تمام غنای تاریخی و معنایی عناصر یادشده را کمرنگ کرده و وجهی نمایشی و زینتی به اثر می‌بخشد.

چنین آثاری از سوی بسیاری از مخاطبین، خریداران و منتقدین، با تکیه بر انگاره‌هایی چون هنر اسلامی یا هنر ایرانی تفسیر و معرفی می‌شود. برخورداری از چنین هویتی در بیشتر موارد عامل اصلی توجه مخاطبین و مجموعه داران غربی به این آثار است. چرا که هنر و هنرمند ایرانی را با همان مؤلفه‌هایی به او باز می‌شناساند که از پیش برایش آشنا بوده است. در واقع هنرمند ایرانی همان هویتی را بازنمایی می‌کند که از پیش برای او در نظر گرفته شده است. این رویکرد اگزوتیک اغلب سبب می‌شود هنرمند هیچ ضرورتی را برای برقراری هارمونی میان این عناصر، کلیت اثر و مضمون مورد نظر آن مد نظر قرار ندهد و از این رو در بیشتر موارد این آثار سوبه‌ای نمایشی به خود می‌گیرند.

نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر با شتاب جریان هنرمعاصر ایران برای جهانی شدن و توفیق هم‌زمان هنرمندان ایرانی در حراجی‌های کریستیز و ساتبیز در دبی و برخی کشورهای

«شور» که در چهل و هشتمین دوره بی‌ینال ونیز موفقیتی را برای او به همراه داشت، نظر جهانیان را به سوی هنر ایران جلب کرد (مصطفوی، ۱۳۸۹). دو نقش‌مایه عمده نشاط در این آثار زن مسلمان ایرانی و سنت زیبایی‌شناسانه مرتبط با خوشنویسی بود که پس از شهرت او در عرصه جهانی توجه هنرمندان داخلی را بیش از پیش به خود جلب کرد.

در همین زمان موفقیت آثار دیگر هنرمندان ایرانی در حراجی‌خانه‌های «کریستیز»^۹ و «ساتبیز»^{۱۰} که بر پایه زیبایی‌شناسی خط فارسی شکل گرفته بود، نظیر «محمد احصایی»، «فرامرز پیلارام»، «پرویز تناولی» و «حسین زنده‌رودی»، و یا از تصویر مربوط به زن مسلمان ایرانی بهره می‌برد، مانند «افشین پیرهاشمی»، «شادی قدیریان» و «شیرین علی‌آبادی»، مورد توجه قرار گرفت. این موفقیت‌ها هم‌زمان شد با کنجکاوای جهانی پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ نسبت به خاورمیانه و گرایشات فرهنگی، ملی و مذهبی ساکنین این منطقه که قطعاً در موفقیت هنرمندان خاورمیانه در بازار مؤثر بوده است.

هویت ایرانی - اسلامی در آثار هنری معاصر

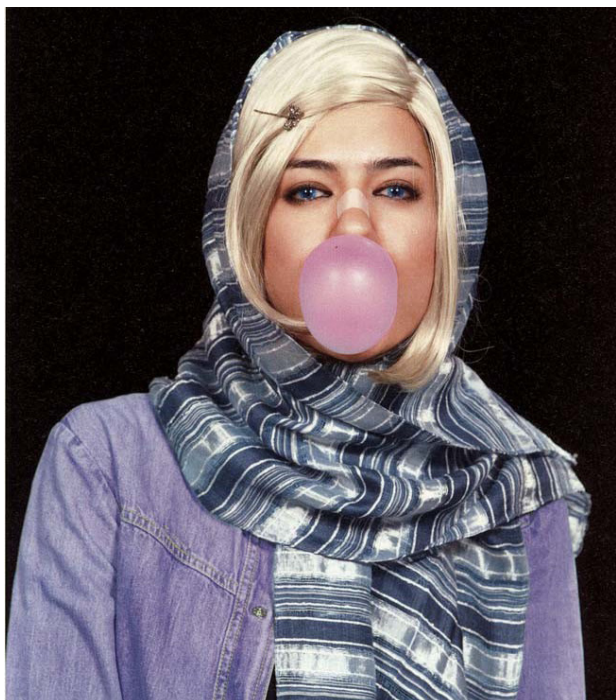
با حضور چشمگیر هنرمندان ایرانی در عرصه‌های جهانی و موفقیت‌هایی که در مبادلات بین‌المللی به دست آمد، هنرمعاصر ایران بیش از گذشته مورد توجه نگاه مخاطب غربی قرار گرفت. جهانی‌شدن هنر معاصر ایران، هنرمند ایرانی را در شرایطی قرار داد که تأکید بر هویت ملی و مذهبی‌اش را شرط لازم برای تداوم حضور در این عرصه قلمداد کرد. گویی هنرمند ایرانی برای تحکیم موقعیتش در فرایند جهانی‌شدن ناگزیر باید این مسئله را به تجربه آوَرَد «که زاد و بومش بی‌هیچ تمایزی تحت عنوان کلی و به لحاظ تاریخی و جغرافیایی، عاری از هرگونه دقت و ظرافتی، به عنوان «شرق» یا «اورینت»^{۱۱} رده‌بندی می‌شود» (مصطفوی، ۱۳۸۹: ۳۹). امروزه هنرمندان کشورهای غربی به دلخواه با عنوان «اسلامی» یا «شرقی»، شناسایی شان می‌کنند (مانند ایران) خود به خدمت همان کلیشه‌های روز تصویر شرقی (اورینتال) درآمده‌اند (همان) که در پایان سده نوزدهم تصویری یافته بود. چنین رویکردی بی‌شک به امید موفقیت اقتصادی و تحسین جهانی است که آثارشان از این رهگذر در غرب به دست می‌آورد. این کلیشه‌های تصویری در آثار هنرمندان معاصر ایران، طیف گسترده‌ای از نمادهای ایدئولوژیک چون چادر و روسری و تصویر پوشیده زن مسلمان ایرانی، استفاده از خوشنویسی



تصویر ۱. روایاتی از شهادت از مجموعه «زنان الله»، ۱۹۹۵، مأخذ: <http://www.artnet.com>.



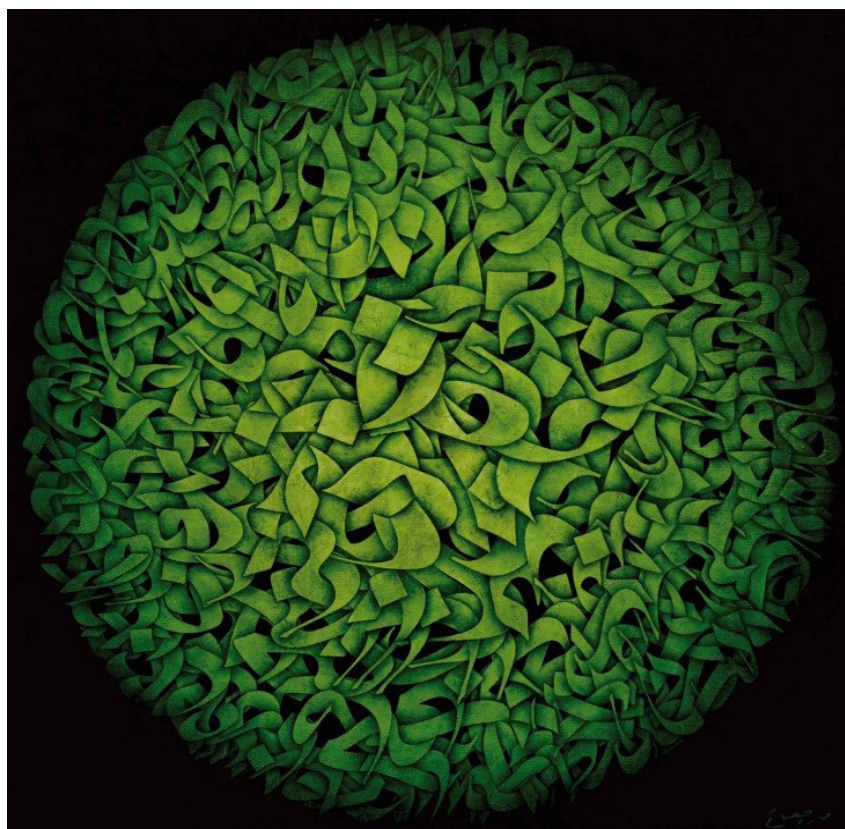
تصویر ۲. تصویر ثابت از ویدئو «بی قرار»، ۱۹۹۸، مأخذ: آرچر، ۱۳۸۷.



تصویر ۴. «خانم ترکیبی ۳»، مأخذ: علی آبادی، ۱۳۸۹.



تصویر ۳. مجموعه «فاجار»، مأخذ: قندریان، ۱۳۸۹.



تصویر ۵. زمین سبز، مأخذ: احصائی، ۱۳۹۰.

جهانی شدن هنرمعاصر ایران، هنرمند ایرانی را در شرایطی قرار داده که تأکید بر هویت ملی و مذهبی‌اش را شرط لازم برای تداوم حضور در این عرصه قلمداد کرد چرا که ملیت و مذهب دو عامل مهم در ایجاد هویت متمایز برای فرد هستند که هویت وی را در برابر هویت دیگری بر می‌سازند. این دو عنصر سبب می‌شوند تا فرد متعلق به یک جامعه به واسطه تفاوت‌هایی که از طریق تعلق به یک ملت خاص، یا یک مذهب خاص در او نمایان می‌شود، خود را از غیر متمایز بداند و این‌گونه نزد دیگری در نظر آید. از سوی دیگر مخاطب غربی نیز همین عناصر را عامل تمایز خود و آن دیگری شرقی قلمداد کرده و به واسطه همین ویژگی‌های هویتی، هنرمند شرقی (در اینجا ایرانی) را شناسایی می‌کند و او را در عرصه جهانی شدن می‌پذیرد. لذا هنرمند ایرانی باید برای دیده شدن و مورد توجه قرار گرفتن نزد وی و در نتیجه بازار جهانی، این عناصر هویتی را در اثرش بازنمایی کند.

بدین ترتیب هنرمندان ایرانی برای هرچه سریع‌تر وارد شدن به چرخه فروش و مبادلات، گوشه چشمی به فرم و محتوای آثار موفق در بازار حراجی‌ها دارند. یعنی بخش عمده‌ای از همان آثاری که پیشتر از قبل استفاده از عناصر آشنای ملی - مذهبی در بازار موقعیتی برای خود دست و پا کرده‌اند. آنچنان که در بسیاری از آثار، استفاده از عناصر یاد شده توسط هنرمند نه بر مبنای ارتباط ساختارفرمی و محتوایی بلکه به جهت تزریق نشانه‌هایی یادآور مفاهیم ملی و یا مذهبی به منظور جلب توجه مخاطب است. نشانه‌هایی که قرار است برای هنرمند هویتی دست و پا کنند تا از نگاه خریدار، معاصر و با ارزش جلوه کند. بدین قرار اثر هنری صرفاً به کالایی سفارشی و قابل مبادله تنزل می‌یابد که قرار است هویت ایرانی و اسلامی ما را نمایندگی کند.

پی‌نوشت‌ها

۱. Anthony Giddens
۲. Manuel Castells
۳. Julian Stallabrass
۴. Globalization
۵. Webster
۶. Localization
۷. Glocalization
۸. Roland Robertson
۹. Christie's
۱۰. Sotheby's
۱۱. Orient

فهرست منابع

• اخگر، مجید. (۱۳۸۹). جهانی شدن ایرانی شدن: تأملی درباره صحنه



تصویر ۶. بدون عنوان، مأخذ: علیخانزاده، ۱۳۹۰.



تصویر ۷. حوا، ۱۳۹۴، مأخذ: <http://www.imagomundiart.com>

اروپایی، شور و تحولی نسبی در بازار هنرهای تجسمی ایران به وجود آمده و مبادلات هنری رشد چشمگیری داشته است.

- گیبرنا، مونتسرات. (۱۳۷۸). مکاتب ناسیونالیسم : ناسیونالیسم و دولت ملت در قرن بیستم، ترجمه : امیر مسعود اجتهادی، تهران: مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- عبدی، عباس و گودرزی، محسن. (۱۳۷۸). تحولات فرهنگی در ایران، تهران: انتشارات روش.
- مصطفوی، شعله. (۱۳۸۹). جهان تصاویر ایرانی از نگاه بیگانه، ترجمه: مریم اطهاری، فصلنامه حرفه هنرمند، (۳۳): ۳۷-۴۵.

- Giddens, A . (1990). *The consequences of modernity*, Cambridge: polity press.
- Kilminster , R. (1998). *The Sociological Revolution* , London : Routledge.

- اخیر ایران، فصلنامه حرفه هنرمند، (۳۳): ۲۹-۱۰.
- احصائی، محمد. (۱۳۹۰). زمین سبز، هنرفردا، (۱): ۳۱-۳۵
- استالابراس، جولیان. (۱۳۸۹). هنرمعاصر، ترجمه : بهرنگ پورحسینی، تهران: نشر چشمه.
- صحافزاده، علیرضا. (۱۳۸۸). هنر هویت و سیاست بازنمایی، تهران: نشر بیدگل.
- علی آبادی، شیرین. (۱۳۸۹). خانم ترکیبی ۳، فصلنامه حرفه هنرمند، (۳۳): ۵۸-۶۷
- علیخانزاده، سمیرا. (۱۳۹۰). بدون عنوان، هنرفردا، (۱): ۶۳-۶۹
- قنبری، شادی. (۱۳۸۹). مجموعه قاجار، فصلنامه حرفه هنرمند، (۳۳): ۳۱-۳۶
- گل محمدی، احمد. (۱۳۸۶). جهانی شدن فرهنگ، هویت ، تهران: نشر نی.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author (s), with publication rights granted to the journal of art & civilization of the orient. 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

خراسانی، کاظم و کفشچیان مقدم، اصغر (۱۳۹۷). بازنمایی هویت معاصر ایرانی- اسلامی در هنر معاصر ایران. مجله هنر و تمدن شرق، ۶ (۳۱): ۲۳-۳۰

DOI:10.22034/JACO.2018.77146

URL: http://www.jaco-sj.com/article_77146.html

