







سال دوم، مسلسل ۳، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۲  
شاپا چاپی: 250X - 2981  
شاپا الکترونیکی: 9266 - 2980

#### صاحب امتیاز:

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مدیرمسئول: دکتر قاسم زائری

سر دبیر: دکتر مصطفی گودرزی

دستیار سردبیر: دکتر هادی بابایی فلاح

#### اعضای هیأت تحریریه:

[به ترتیب حروف الفبا]

دکتر سید غلامرضا اسلامی (استاد دانشگاه تهران)  
دکتر مرتضی افشاری (دانشیار دانشگاه شاهد)  
دکتر رضا افهمی (دانشیار دانشگاه تربیت مدرس)  
دکتر محمدرضا حسنائی (استاد دانشگاه هنر)  
دکتر محمد شهبها (استاد دانشگاه هنر)  
دکتر محمد باقر قهرمانی (دانشیار دانشگاه تهران)  
دکتر مصطفی گودرزی (استاد دانشگاه تهران)  
دکتر مهران هوشیار (دانشیار دانشگاه سوره)  
دکتر سیده راضیه یاسینی (دانشیار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات)

#### اعضای هیأت داوری:

[به ترتیب حروف الفبا]

دکتر آیه ناسفندیاری، دکتر هادی بابایی فلاح، دکتر عبداله بیچرانلو،  
دکتر پینکی چادها، دکتر فاطمه حسینی شکیب، دکتر مینو خانی،  
دکتر سامرا سلیم پور، دکتر بهزاد محبی، دکتر زینب مظفری خواه،  
دکتر سید محمود میرعزیزی

مدیر داخلی: رقیه مهری

امور هنری: حامد خلیلی

ویراستار: زهرا ارجمندی

ویراستار انگلیسی: دکتر پینکی چادها

وبگاه: ssa.ricac.ac.ir

نشانی: تهران، پایین تر از میدان ولیعصر، خیابان دمشق، شماره ۹  
صندوق پستی: ۶۴۷۴-۱۴۱۵ تلفن: ۸۸۹۱۹۱۸۶-۲۱-۰۲۱-۸۸۸۹۳۰۷۶-۰۲۱

بها: ۳۸۵۰۰۰۰ ریال

# هنر مطالعات

فصلنامه «مطالعات هنر» به صاحب‌امتیازی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات پس از اخذ پروانه انتشار به شماره ثبت ۸۶۰۷۹ از معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، با همکاری «انجمن علمی هنر اسلامی ایران» به انتشار می‌رسد. این نشریه، بر اساس آیین‌نامه نشریات علمی، مصوب کمیسیون نشریات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری پس از انتشار چهار شماره متوالی، در فرایند ارزیابی نشریات علمی قرار داده خواهد شد و مقالاتی که در این چهار شماره چاپ شده‌اند نیز از رتبه علمی اعلام‌شده از سوی وزارت علوم برخوردار خواهند شد.

## درباره نشریه

فصلنامه «مطالعات هنر» با انتشار مقاله‌های علمی محققان در حوزه‌های مطالعات میان‌رشته‌ای هنر، درصدد دریافت و ارائه راهبردها و راهکارها در خصوص حل مسائل خرد و کلان عرصه هنر معاصر ایران است. با توجه به وظایف و مأموریت پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و تکالیف محوله به آن، که به مسئله‌شناسی و نیازسنجی و انجام پژوهش در پاسخ‌دهی به نیازها و مسائل موجود جامعه ایران در زمینه هنر معطوف است، این مجله، بر ترویج مطالعات راهبردی و تقویت زمینه‌های تولید نظریه در عرصه‌های هنری با رویکرد بومی متمرکز بوده و از مقاله‌های علمی پژوهشگرانی که به این‌گونه مطالعات برای «حل مسئله» در حوزه هنر ایران علاقه‌مند هستند، استقبال می‌کند.

## محورها و اولویت‌های موضوعی نشریه:

- جامعه‌شناسی هنر، اقتصاد هنر، مدیریت هنر، روان‌شناسی هنر، انسان‌شناسی هنر، آموزش هنر، هنر و سیاست، هنر و رسانه، نقد هنری و حقوق مالکیت هنرمندان و آثار هنری.
- چالش‌های نظری و روش‌شناختی در پژوهش‌های راهبردی و کاربردی هنر.
- تحلیل مطالعات راهبردی در هنر جهان به‌منظور بومی‌سازی و کاربردی آنها در ایران.
- مطالعه هنرهای رسمی، بومی و جدید در ایران و جهان با رویکرد پژوهش راهبردی و کاربردی.
- طرح مسائل و چالش‌های اساسی در هنر ایران و ارائه دیدگاه‌های جدید و استدلالی به سیاست‌گذاران و مدیران فرهنگی و هنری برای حل آنها.



### فهرست

- ۷ ◀ وجوه کارکرد نظریه خیال ابونصر فارابی در آثار نقاشی هانیبال الخاص و حبیب‌الله صادقی بهزاد محبی، فریدون حسنخانی قوام
- ۲۵ ◀ گفتمان تعهد اجتماعی در نقاشی معاصر با چارچوب نظریه روبرت و سنو «دوران مشروطه-پیروزی انقلاب اسلامی»  
ترنم تقوی، مصطفی گودرزی
- ۵۳ ◀ تأثیر تحلیل نقش مایه‌های فولکلور بر حفظ هویت قالی‌های نوبران با رویکرد آینده‌نگاری  
نرگس احمدی، مهران هوشیار، رضا میر مبین
- ۷۹ ◀ جریان‌سازی هنری نگارخانه‌ها در ایران  
هادی بابائی فلاح
- ۱۰۱ ◀ بازشناسی فرایند تجاری‌سازی شخصیت‌های پویانمایی کودکان  
حسین ربانی غریبی، سعید شریفی، رضا ابراهیم‌زاده دستجردی
- ۱۲۵ ◀ آتش در هنر نگارگری ایرانی: معنانشناسی و بعد نمادین «آتش» در فرهنگ ایرانی  
علی حریری، مظفرعلی چاوشی



## Functions of Farabi's Fantasy Theory in Paintings of Hannibal Alkhas and Habib Allah Sadeghi

*Behzad Mohebbi, Assistant Professor, Department of Art, Faculty of Literature and Humanities, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran (Corresponding Author) bmohebbi@uma.ac.ir*

*Fereydoun Hasankhani Qavam, Instructor, Department of Art, Faculty of Literature and Humanities, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. f.ghavam77@gmail.com*

### Abstract

Imagination has been extensively researched in the field of philosophy and art. Most of philosophers and artists consider Imagination as an integral part of creating an art work. Farabi, called The Second Teacher, who has been one of the greatest Iranian-Islamic thinkers, has proposed theories about Imagination. He proposed three areas with one sub-group for Imagination. In this study, we investigated the functions of Farabi's Imagination Theory in paintings of Hannibal Alkhas and Habib Allah Sadeghi as the contemporary Iranian artists who has created distinguishing art works in different periods. The works of Hannibal Alkhas have used Imagination by having characteristics such as modernism, symbols of Iranian art and elements of the Assyrian tribe. The works of Habib Allah Sadeghi is distinguished by signs of Iranian art, tendency towards revolution and war art, and symbolism. The current study is a descriptive-analytical. The findings revealed that considering the approach of art works of Hannibal Alkhas and Habib Allah Sadeghi, their work period are closely related to the second and third stages of Farabi's theory. As there is no comprehensive realism in art works of Hannibal Alkhas, therefore we cannot put his works in the first stage of Farabi's Fantasy Theory. Considering that most of art works of Hannibal Alkhas enjoy analysis of elements and symbolizing and depicting elements in their secondary concept, so we can put them in the second stage and first section of the third stage. Regarding the art works of Habib Allah Sadeghi, some of them have been created based on a tendency towards realism; so, they can be in the first stage. However, most of his art works should be put in the second stage and the first part of the third stage.

### Keywords

Imagination, Farabi, painting, Hannibal Alkhas, Habib Allah Sadeghi.





## وجوه کارکرد نظریه خیال ابونصر فارابی در آثار نقاشی هانیبال الخاص و حبیب‌الله صادقی

بهزاد محبی<sup>۱</sup>، فریدون حسنخانی‌قوام<sup>۲</sup>

### چکیده

خیال از موارد مورد مطالعه و نظریه پردازی در حوزه فلسفه و هنر بوده است. بسیاری خیال را بخش اساسی پروسه خلق اثر هنری دانسته و مبنای سنجش آثار را مبتنی بر حضور هنرمند در ساحت خیال برشمرده‌اند. ابونصر فارابی ملقب به معلم ثانی از نامدارترین اندیشمندان ایرانی - اسلامی در حوزه خیال، نظریه‌هایی را مکتوب کرده و سه ساحت کلی با یک زیرمجموعه برای خیال قائل شده است. هرچند در آثار وی، وجه تمایزی بین واژه «خیال» و «تخیل» مشاهده نمی‌شود؛ ولی در بخش سوم که خود به دو بخش تقسیم شده است، این تفاوت دیده می‌شود. نگارندگان این مقاله به امکان سنجی کارکرد خیال فارابی در هنر معاصر پرداخته و برای تبیین مسئله، آثار نقاشی هانیبال الخاص و حبیب‌الله صادقی را به عنوان هنرمندان معاصر ایرانی که آثار متفاوتی و در دوره‌های مختلف کاری خلق کرده‌اند، مورد بررسی قرار داده‌اند. مقاله حاضر که به روش توصیفی-تحلیلی انجام یافته، با جمع‌آوری داده‌ها به صورت اسنادی، منابع تصویری و با استفاده از رویکرد استنتاج به تحلیل یافته‌ها پرداخته، نشان از آن دارد که با توجه به رویکرد آثار الخاص و صادقی و نوع تصاویر و مجموعه‌های خلق شده، دوره‌های مختلف کاری هرکدام به مراحل دوم و سوم نظریه فارابی نزدیک هستند و امکان سنجش خیال آثار هنری معاصر براساس نظریه فارابی وجود دارد.

### واژگان کلیدی

خیال، فارابی، نقاشی، هانیبال الخاص، حبیب‌الله صادقی.

## مقدمه

ابونصر محمد بن محمد فارابی (۳۳۹-۲۵۹ ق) فیلسوف و عالم برجسته و ملقب به معلم ثانی، نقش بزرگی در گستره حکمی و علمی جهان اسلام و ایران زمین دارد. نظریات وی در مورد تخیل و خلاقیت هنری و دسته‌بندی آن در سه بخش مجزا، زمینه‌ساز شکل‌گیری نظریه‌های بعدی در حوزه عالم خیال گشت. نوع تقسیم‌بندی فارابی از خیال، این امکان را می‌سازد تا آن را در حیطه آثار هنری مورد توجه قرار داد. بدین ترتیب، آثار دو نقاش ایرانی انتخاب گردید تا ابعاد نظریه فارابی در این آثار بررسی و تحلیل شوند؛ همچنین مبنای انتخاب این دو نقاش، شیوه‌های متفاوت کاری آن‌ها بوده است. هانیبال الخاص به عنوان نقاش معاصر ایرانی دارای خصوصیتی است از جمله: آشنایی با ادبیات، ترجمه، شاگردپروری و نیز توجه به سنت‌های اصیل نقاشی ایرانی و کاربست و تعمیق بخشی به آن در آثار نقاشی خود هستند. عدم گرایش او به آثار خلق‌شده تحت عنوان مدرنیته (بدون بازشناسی عمیق مفاهیم و فاصله‌گرفتن از گرایش‌های آن دوران تحت عناوین ایرانیزه کردن و سقاخانه) نقش او را در هنر معاصر ایران بارزتر می‌نماید. حبیب‌الله صادقی به عنوان نقاش معاصر و فعال در عرصه تجسمی کشور نیز که به طور کلی در رده نقاشان هنر انقلاب شناخته می‌شود، دارای دوره‌های کاری متفاوتی است. سبک و دوره‌های کاری مبتنی بر موضوع‌های اغلب «مذهبی» از ویژگی آثار ایشان است. فرضیه تحقیق مبتنی بر این است که دسته‌بندی خیال توسط فارابی، محدود به زمان، مکان و سبک خاصی نیست و امکان بازیابی آن در هنر معاصر نیز وجود دارد. از آن رو در این دسته‌بندی‌ها حدود خیال در هر کدام مشخص گشته، امکان سنجش برای نزدیک شدن به دنیای خلاق هنرمندان به دست می‌دهد. این مقاله با رویکرد تحلیلی و با مبنا قراردادن کارکرد خیال از دیدگاه فارابی در آثار نقاشی هانیبال الخاص و حبیب‌الله صادقی، در پی پاسخ به این پرسش‌ها است که آیا براساس دیدگاه خیال در نزد فارابی، امکان سنجش حد خیال در آثار نقاشی وجود دارد؟ و دوره‌های مختلف آثار هانیبال الخاص و حبیب‌الله صادقی در کدام جایگاه خیال چهارگانه فارابی قرار می‌گیرند؟ در جهت رسیدن به موارد مذکور تلاش خواهد شد، پس از ارائه و تشریح عالم خیال از دیدگاه فارابی و دسته‌بندی آثار هنرمندان به این مسئله که کدام آثار در کدامین بخش از نظریه خیال فارابی امکان قرارگیری دارند، پرداخته شود.

## پیشینه پژوهش

مطالعات صورت‌گرفته در این حوزه به صورت مجزا بوده و تاکنون پژوهش مستقلی در باب کارکرد نظریه خیال فارابی در آثار نقاشی هنرمندان انتخابی صورت نگرفته است. از پژوهش‌های انجام‌گرفته مربوط به خیال در نزد فارابی می‌توان به موارد ذیل اشاره داشت.

کربن (۱۳۸۵) در کتاب خود با عنوان «تاریخ فلسفه اسلامی» به رویکرد فارابی به عالم خیال اشاره داشته؛ اما هیچ اشاره‌ای به کارکردها و نمونه‌های آن ندارد. بلخاری (۱۳۸۶) در مقاله نگاشته شده با عنوان «ابداعات فارابی در مفهوم و کارکرد خیال» ضمن تشریح مفهوم خیال در نزد سایر فلاسفه به وجوه متمایز نظریه فارابی از جمله طرح اثبات نبوت که از مختصات اصلی نظریه فارابی است، اشاره می‌کند.

قادری (۱۳۸۹) در مقاله «اهمیت الخاص شناسی» به نقش تأثیرگذار الخاص در هنر معاصر ایران اشاره می‌کند. در مورد حبیب‌الله صادقی اثر مستقلی وجود ندارد و اکثر مطالب مربوط به مصاحبه‌های انجام گرفته است.

مفتونی (۱۳۸۹) در کتاب خود با عنوان «فارابی، خیال و خلاقیت هنری» به طرح جزئیات خیال از دیدگاه فارابی پرداخته و ضمن دسته‌بندی موضوع برای هر کدام از موارد سه‌گانه خیال نمونه‌هایی را آورده است.

مفتونی (۱۳۸۹) در مقاله «هنر به مثابه راهبرد فرهنگی در اندیشه فارابی» به مفاهیم خیال و خلاقیت هنری در نزد فارابی اشاره می‌کند.

در این پژوهش نگارندگان تلاش دارند به کارکردهای عینی دسته‌بندی صورت گرفته توسط فارابی پرداخته و امکان سنجش حد خیال در آثار نقاشی معاصر را براساس این نظریه مورد توجه قرار دهند.

## روش پژوهش

این مقاله باهدف بررسی وجوه خیال در نظریه فارابی و تحلیل کارکرد آن در هنر معاصر و با مبنا قراردادن آثار هانیبال الخاص و حبیب‌الله صادقی انجام گرفته است؛ لذا باتوجه به اهداف مشخص شده و ویژگی موضوع از روش توصیفی-تحلیلی و استفاده از منابع کتابخانه‌ای و تصویری استفاده شده و تحلیل موضوع به روش استنتاج انجام یافته است. با تحلیل آثار نقاشی الخاص و صادقی به دسته‌بندی آثار و نیز وجوه مختلف هر کدام از آثار پرداخته و ضمن تشریح نظریه خیال از دیدگاه فارابی، حوزه‌های احتمالی خیال الخاص و صادقی برطبق این نظریه استخراج و توصیف گشته است.

## خیال

در لغت‌نامه‌ها خیال به صورت معناهای چون: خیال بستن (تاج المصادر بیهقی) (زوزنی). صورت بستن چیزی مر کسی را (منتهی الارب) (ناظم الاطباء). در خیال آوردن (غیاث اللغات) (آنندراج). کسی را خیال نمودن (ترجمان جرجانی ترتیب عادل بن علی) (از اقرب الموارد): یکی را تخیل گویند، نخستین درجه که چیزها را بتواند دید و شنید (تاریخ بیهقی) آمده است.

علامه حسن زاده آملی در نوشتار «انسان در عرف عرفان» و نیز «دروس معرفت نفس» خیال را این‌گونه بیان می‌کند: «قوه خیال یکی از مظاهر خداوند است یا دقیق‌تر، یکی از مظاهر اسماء الهی است؛ زیرا یکی از اسماء الهی اسم شریف «مصور» است و نفس نیز از طریق خیال، صورتگری می‌کند. از این رو، می‌توان گفت قوه خیال مظهر اسم شریف «المصور» است و از آنجاکه اسماء الهی حق‌اند، مظاهر اسماء الهی نیز حق‌اند و چون اسماء، توقیفی‌اند؛ یعنی نمی‌شود اسماء لفظی و اسماء عینی را نمی‌توان از جای خویش برداشت؛ چرا که برداشتن آن‌ها موجب خلل در نظام آفرینش است، قوه خیال نیز در جای خویش نیکو و احسن است و در نظام احسن باید قوه خیال باشد و نمی‌شود این قوه را برداشت» (حسن زاده آملی، ۱۳۹۱: ۶۵-۶۴). وی همچنین اشاره می‌کند: «کار قوه خیال تصویر دادن معانی و حقایق مدرکه است مثلاً نفس مطالبی را از عالم مجردات می‌گیرد و آن حقیقت را به روح می‌دهد و روح آن را به قلب داده و قلب آن حقایق را به خیال می‌سپارد و خیال نیز آن حقایق را مبدل به صورتی می‌کند. مثلاً دشمنی را به شکل مار و یا به شکل سگ صورت می‌دهد و علم و رزق را به شکل آب یا شیر صورت می‌دهد» (همان: ۱۸۴-۱۸۲). در نزد برخی از نظریه‌پردازان سیر در عالم خیال، شروطی دارد و لازمه درک آن پایبندی به آن معیارها است. «همه به جهان غیب اتصال دارند وقتی دریچه این مخزن باز شود، اسرار از غیب به عقل و سپس به روح، از روح به نفس، از نفس ناطقه به جسم و از جسم به اندام تنزل می‌یابد و به این ترتیب اثر هنری اعم یک قطعه شعر، یک قطعه خوشنویسی، مجسمه یا... ظاهر می‌گردد. این سلسله مراتب، یک چشم و ذهن آگاه را با مشاهده یک اثر هنری دوباره به جهان غیب برمی‌گرداند. در حقیقت آن غیب در اثر هنری شکل پیدا کرده تا باری دیگر مخاطب را در مخاطبه با خود به همان مخزن غیب ببرد» (ابراهیمی دینانی، ۱۳۹۶: ۸۸).

### ابونصر محمد بن محمد فارابی (۲۵۹-۳۳۹ ه.ق)

فارابی در علم، فلسفه، منطق، جامعه‌شناسی، ریاضیات و موسیقی تخصص داشت. وی به مکتب نوافلاطونی تعلق داشت که سعی داشتند تفکرات افلاطون و ارسطو را با الهیات توحیدی هماهنگ کنند و در فلسفه اسلامی نیز از جمله اندیشمندان مشایی محسوب می‌شود. او را معلم ثانی خوانده‌اند. وی آثاری نظیر «الجمع بین الرایین»، «اغراض مابعدالطبیعه ارسطو»، «فصول الحکم» و «احصاء العلوم» را نگاشته است. در قرون وسطی آثاری چند از او به زبان لاتین برگردانده شده‌اند و او به خوبی در غرب نیز شهرت یافته است. فارابی معتقد است که حقیقت مذهب، استعاری، هنری، ادبی و تخیلی است. برای او انسان ارزش منحصر به فردی دارد و ارزش او عموماً از حرکت به سمت هنر و زیباشناسی

به دست می‌آید. فراتر از مطالب ارسطو و افلاطون، ایده‌های فارابی ترکیبی از دین، فلسفه، هنر، علم و دلیل و وجود هستند. او را می‌توان مبدع معرفت‌شناسی انتقادی دانست که اثر مشهودی را بر کل تاریخ فلسفه بعد از خود برجای گذاشت و این اثر در سنت اسلامی و فلسفه غربی نمود پیدا کرد (Amin Nadir, 2015): (226). ایجاد نسبت میان متخیله و نبوت را یکی دیگر از ابداعات فارابی می‌توان نامید (بلخاری، ۱۳۸۶: ۸۵).

### هنر در نزد فارابی

فارابی جایگاه منحصربه‌فردی برای هنر و هنرمندان در مدینه فاضله خود طراحی کرده و با اتصال هنر به وحی، هنرمندان را در جایگاه دوم و هم‌ردیف با خطیبان و مبلغان دینی و پس از انبیای الهی و جانشینانشان قرار داده است (مفتونی، ۱۳۹۷: ۱۰۸-۱۰۷). برای هنر دو قاعده در نظر گرفته است: کم فایده و مفید؛ منظور از کم فایده، هنری دانسته که هدفش صرفاً ایجاد لذت است و مفید را هنری نامیده که علاوه بر لذت، تخیلات و احساسات و انفعالاتی هم در نفس ایجاد کند و از این طریق، امور دیگری را محاکات کند. فارابی بر محورهای ذوق، عنصر عقلانی، تخیل، انفعالات نفسانی و لذت در تعریف هنر تاکید کرده است (مفتونی، ۱۳۸۹: ۱۲۰-۱۱۹). از دیدگاه فارابی، پیدایی وجود برتر هر موجودی و حصول واپسین کمالش زیبایی است (هاشم نژاد، ۱۳۸۵: ۳۲۰).

### نظام طولی فیض از دیدگاه فارابی

موجود اول، موجود دوم را صادر می‌کند که جوهری مجرد است و هم ذات خود را تعقل می‌کند و هم ذات موجود اول را. با تعقل ذات اول، موجود سوم و از تعقل ذات خود، آسمان اول از او صادر می‌شود. به این ترتیب از عقل چهارم، زحل؛ عقل پنجم، مشتری؛ عقل ششم، مریخ؛ عقل هفتم، خورشید؛ عقل هشتم، زهره؛ عقل نهم، عطارد؛ عقل دهم، قمر آفریده می‌شوند. از عقل دهم عقل دیگری به وجود نمی‌آید؛ بلکه معلول آن محتاج به ماده و موضوع است. عقل دهم (عقل فعال یا موجود یازدهم) مدبر عالم مادون فلک قمر است و با وجود کره قمر، وجود اجسام آسمانی ختم می‌شود (خادمی، ۱۳۸۶: ۸۳-۸۲).

### شکل‌گیری خیال از دیدگاه فارابی

از دیدگاه فارابی این دسته از عوامل در شکل‌گیری خیال دخیل هستند: عقل فعال یا عقل دهم، افلاک و کواکب، موجودات سماوی، قوه ناطقه، محسوسات، قوه متخیله. عقل فعال از نظر فارابی می‌تواند منشأ خیال باشد و صور خیالی را بر انسان عرضه کند. این عمل برای پیامبران و نفوس قدسی می‌تواند در خواب و بیداری اتفاق بیفتد؛ تا این حد که هیچ معقولی برای آنان مجهول و مخفی نماند؛ همان‌گونه که برای پیامبران الهی می‌افتد. از نظر فارابی نفوس فلکی می‌توانستند

در قوه خیال انسان‌ها تأثیر بگذارند. این نظریه که افلاک و کواکب دارای نفس هستند، امروزه منسوخ گشته است. فارابی همچنین معتقد به تأثیر قوه نطق و تعقل به عنوان مصدر و منبع خیال برای انسان بود (مفتونی، ۱۳۸۹: ۳۸-۳۷). «پس عقل فعال هم بدین سان است، نخست در قوه ناطقه آدمی چیزی رسم می‌نماید که آن چیز خاص نسبت به نفس ناطقه به منزله نور است نسبت به بصر و به وسیله همین امر مفاض است که نفس ناطقه عقل فعال را درک می‌کند و به وسیله همان است که اشیایی که بالقوه معقول او بوده‌اند، بالفعل معقول او شوند» (فلامکی، ۱۳۸۵: ۱۸۳). «از نظر فارابی این عقل، عالی‌ترین حالت عقل انسانی است؛ حالتی که در آن عقل انسانی می‌تواند بدون وساطت حواس، صوری را که عقل فعال افاضه می‌کند به شهود و اشراق دریابد و این همان واهب الصور است» (کرین، ۱۳۸۵: ۲۳۰).

### تخیل از دیدگاه فارابی

ویژگی بارز نظریه فارابی در مورد خیال، توجه به کارکردهایش است و بدین صورت وجوه خیال را این‌گونه تشریح می‌کند.

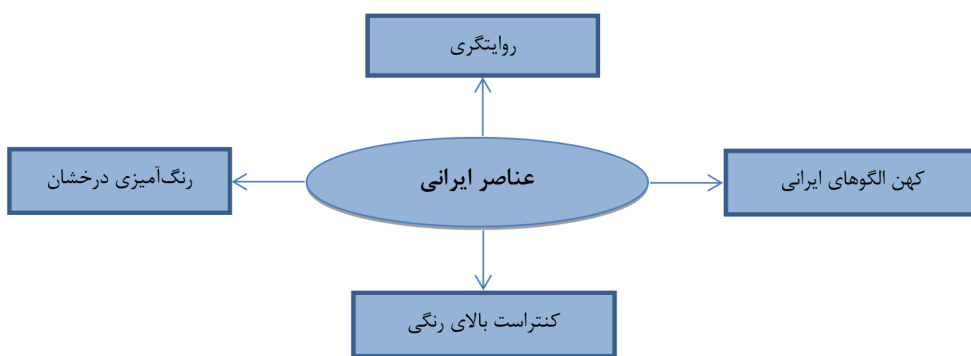
۱. حفظ صور محسوس: در این مرحله، آنچه از طریق حواس ظاهری درک می‌شود، پس از انقطاع از عوالم حسی در خیال انسان باقی می‌ماند.
۲. تجزیه و ترکیب صور محسوس: در این سطح، صورت‌هایی که از عالم محسوسات دریافت کرده تجزیه و سپس ترکیب می‌نماید.
۳. محاکات به وسیله صور محسوس. این سطح از نظر فارابی بر دو وجه است:
  - ۱-۳. محاکات محسوس به محسوس: در این بخش، قوه خیال هم امکان تجسم محسوس را به واسطه محسوس دیگر دارد و هم امکان تجزیه و ترکیب صورت‌ها را دارا می‌باشد.
  - ۲-۳. محاکات معقول به محسوس: در این سطح، قوه خیال برای امور معقول نشانه‌های بصری خلق می‌کند (مفتونی، ۱۳۸۹: ۳۳-۳۲).

### هانیبال الخاص (۱۳۰۹-۱۳۸۹ ه. ش)

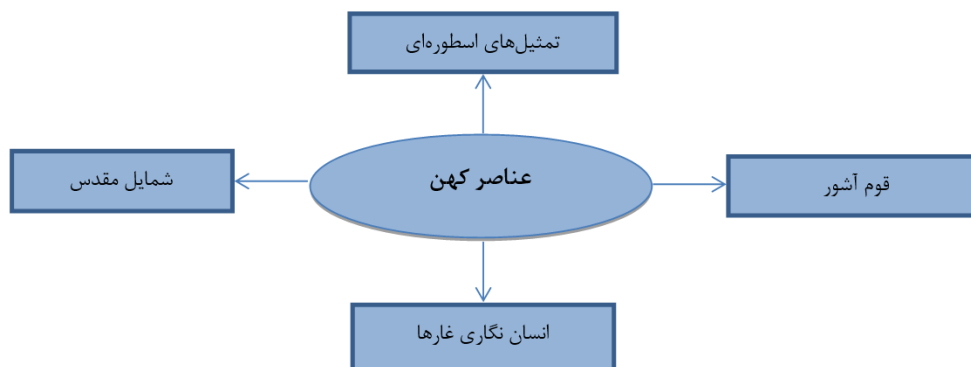
هانیبال الخاص فارغ‌التحصیل رشته هنرهای تجسمی بود و می‌توان وی را از اشخاص مؤثر در حوزه آموزش نقاشی در ایران برشمرد. از جمله فعالیت‌های الخاص می‌توان به: تأسیس گالری «گیل‌گمش»، مدرس هنرستان عالی، تدریس در چندین دانشگاه خارجی، دانشگاه آزاد اسلامی و عضو هیئت داور بی‌نیال نقاشی موزه هنرهای معاصر تهران نام برد.

روش کار وی، تأکید بر سنت‌های اصیل نقاشی در تکنیک و سنت‌های ملی و مذهبی در محتوا بود و بخشی از اتفاقات هنر معاصر ایران را تقلید کورکورانه هنرمندان از نمونه‌های غربی و در نتیجه، استحاله در آن نوع از هنرها، بی‌آنکه

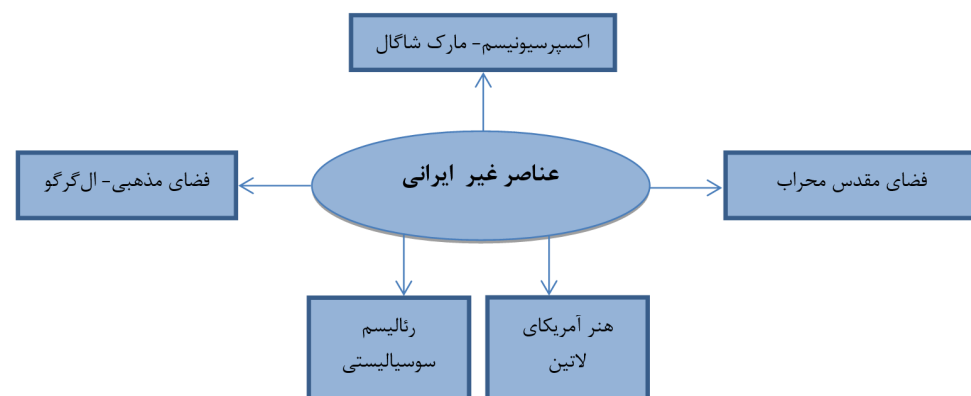
معنای درونی آن‌ها را یافته باشند، می‌دانست. الخاص بنا بر آرمان‌ها، زندگی و اقلیت مذهبی بودنش، تابلوهایی خلق کرده که بخش مهمی از عناصر آن را نشانه‌هایی از قوم آشور و مسیح، اسلامی و ایران باستان و اساطیر تشکیل داده‌اند. آن‌ها از نظر فرم و تکنیک نقاشی «ساده نگار» محسوب می‌شود (نمودارهای ۱-۲-۳).



نمودار ۱. عناصر ایرانی در نقاشی هانیبال الخاص



نمودار ۲. عناصر کهن در نقاشی هانیبال الخاص.



نمودار ۳. عناصر غیرایرانی معاصر در نقاشی هانیبال الخاص (نگارندگان).

الخاص معتقد به هنر اصیل ایرانی بود: «من در مینیاتور همه مکاتب هنری دنیا را دیده‌ام. مثلاً در «تذهیب» حاشیه مینیاتورها «آپ آرت» و «ویکتور وازرلی» را می‌توان به وضوح پیدا کرد. در «تشعیر» به سهولت می‌توان سوررئالیسم و سالوادور دالی را دید. در خود «نگارگر» و در بعضی تک‌چهره‌های فراوانی که در مینیاتور ما است، می‌توان اکسپرسیونیسم نابی را یافت که اگر در ابعاد بزرگ آن را ببینیم به عنوان نمونه‌ای قدیمی و بسیار قدیمی‌تر از اکسپرسیونیسم آلمان قابل ارائه است. در پرداخت ظریف و دقیق نگارگری ایرانی «پوانتلیسم» را با نقطه‌نقطه کردن‌های بسیار پرحوصله‌ای دیده‌ام. در منظره‌سازی رؤیایی و شاعرانه برخی از مینیاتورهای ایرانی نوعی «رومانتیسیم» باشکوه و بی‌بدیل دیده می‌شود. در آداب چگونگی جادادن عناصر در صفحه و در ساختار هندسی هر مینیاتور «کلاسیسیم» را می‌توان به عیان دید» (1: URL). وی می‌گوید: «هنرمند لازم است به مصداق پندار زیبای خواجه حافظ شیراز «شستشویی کن و آنگه به خرابات خرام ...» هرچه شیله‌پیله دارد، هرچه چرک و پلشتی دارد، هرچه عقده دارد، همه را بیرون بریزد و خودش را به صداقت و پاکی کودکی، به همان تخیل برساند، ذوق خالص کودکانه خود را باز یابد و با تجربیات زندگی کاری را تلفیق کند، حتماً هنرمندی خوب خواهد شد» (صدر، ۱۳۸۹: ۱۹). دوره‌های کاری الخاص در ادامه آمده است (جدول ۱).

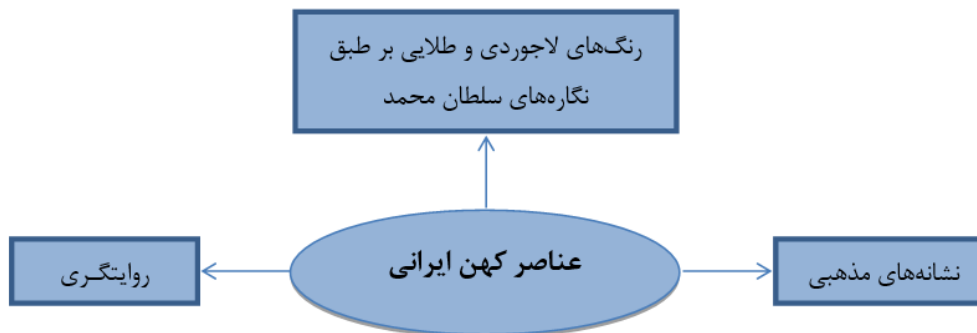
جدول ۱. شناسایی دوره‌های کاری هانیبال الخاص (نگارندگان).

آثار با نشان صلیب	آثار اسطوره‌ای	نقاشی از چهره هنرمندان ایرانی	آثار با درون‌مایه نگارگری
			
آثار با تم دویخی	آثار با تم نوشته	چهره هنرمندان غیرایرانی	آثار با فضای غالب سفید
			

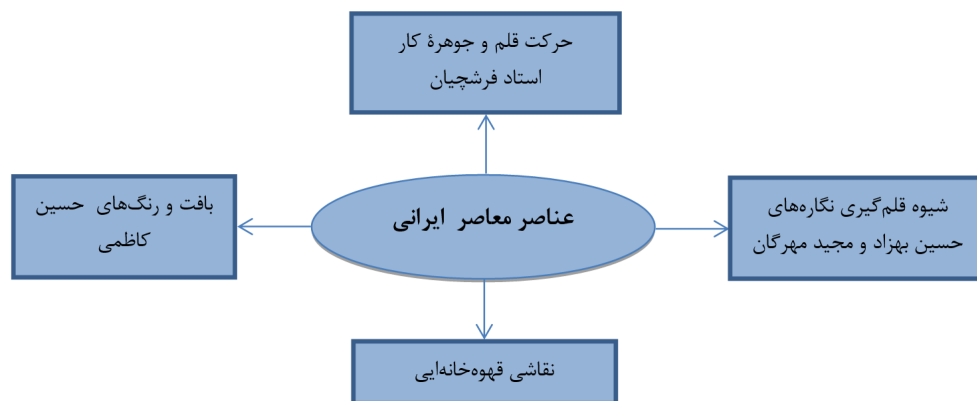
### حبیب‌الله صادقی، ۱۴۰۱-۱۳۳۶ ه.ش

صادقی دکتری پژوهش هنر را از دانشگاه تربیت مدرس و با موضوع رساله دکتری: «تجلی عالم خیال و مثال در هنر ایرانی»، اخذ کرده و عضو پیوسته فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران است. از آثار ایشان علاوه بر برپایی چندین نمایشگاه، دو اثر تبدیل به نقاشی دیواری شده است. صادقی را به عنوان هنرمند عرصه انقلاب و دفاع مقدس می‌شناسد و اکثر آثار وی در این حوزه خلق شده است. ایشان به عالم خیال و کارکرد آن در عرصه خلق اثر اعتقاد دارند؛ چنانکه موضوع رساله دکتری را نیز با عنوان «عالم خیال و مثال در هنر ایرانی» نگاشته است.

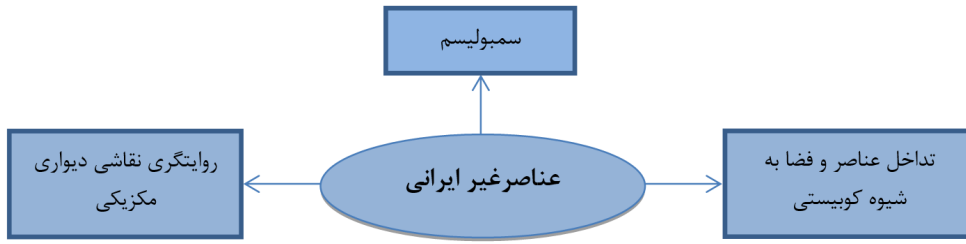
حبیب‌الله صادقی معتقد است، زیبا نشان دادن شجاعت و قهرمان‌پروری کار خوبی است که باید در اندیشه یک هنرمند شکل گرفته باشد تا بتواند آن را به تصویر بکشد. ما سعی کردیم در هنر و ادبیاتمان به سنت‌هایمان توجه کنیم؛ اما حواسمان نبوده زمان به سرعت سیر می‌شود و ما موظف هستیم، اندیشه تابناک اسلام را به شکل معاصر بیان کنیم (1: URL). مجموع آثار صادقی در حوزه نگارگری و نقاشی معاصر خلق شده است (جدول ۲) و اغلب این آثار، موضوع انقلاب اسلامی و دفاع مقدس را شامل می‌شوند. تنها در مجموعه «خیال شرقی» گرایش به آبستره و هنر انتزاعی مشهود است (نمودارهای ۴-۵-۶).



نمودار ۴. عناصر کهن ایرانی در آثار حبیب‌الله صادقی.



نمودار ۵. عناصر معاصر ایرانی در آثار حبیب‌الله صادقی.



نمودار ۶. عناصر غیر ایرانی در آثار حبیب‌الله صادقی (نگارندگان).

جدول ۲. شناسایی دوره‌های کاری حبیب‌الله صادقی (نگارندگان).

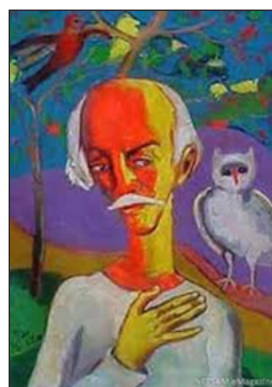
موضوعات مذهبی	نقاشی با گرایش رئالیستی	آثار با فضای نگارگری ایرانی
فضای سمبولیستی	فضای انتزاعی	نقاشی انقلاب و دفاع مقدس

## نظریه خیال فارابی در آثار هانیبال الخاص

در مجموعه آثار هانیبال الخاص، نشانه‌ای از مرحله اول فارابی؛ یعنی تجسم عینی صور مشاهده نمی‌شود؛ ولی در برخی از آثار وی مرحله دو؛ یعنی تجزیه و ترکیب عناصر قابل بازشناسی است. در این مرحله چنانچه در ابتدای مطالب بدان پرداخته شده، از مرحله توصیف امر بیرونی عبور کرده و سعی بر آن دارد که با تلفیق دو عنصر عینی و ایجاد کم‌وکاست و یا افزودن عناصر و برهم‌سازی آنان به خلق اثر بپردازد، مجموعه «پرتره هنرمندان» را می‌توان در مرحله دوم قرار داد (تصاویر ۱-۲).



تصویر ۲. بدون عنوان ، مقوا،  
۱۳۸۱، ۳۲\*۳۲ سانتی متر  
(URL 4).



تصویر ۱. نیما، ۱۳۷۸، اکریلیک،  
۴۰\*۶۰ سانتی متر  
(URL 3).

بیشتر آثار هانیبال الخاص در پی تجسم عناصر محسوس در کنار هم و خلق نشانه‌هایی جدید است. از این رو با یک نگاه کلی، اکثر آثار الخاص را می‌توان در بخش اول مرحله سوم نظریه خیال فارابی، قراردادن خیال در برابر یک صورت واقعی محسوس و برای توصیف و تخیل آن، از یک صورت محسوس دیگر استفاده‌کردن، قرار داد (تصاویر ۳ الی ۵).



تصویر ۳. بدون عنوان، ۱۳۸۳، ترکیب مواد،  
۲۶\*۲۶ سانتی متر (URL 3).



تصویر ۴. بدون عنوان، ۱۳۷۸، اکریلیک،  
۱۲۵\*۱۰۵ سانتی متر (URL 3).



تصویر ۵. بدون عنوان، ۱۳۷۹، جوهر و  
پاستل، ۶۰\*۸۰ سانتی متر (URL 3).

## نظریه خیال فارابی در آثار حبیب‌الله صادقی

برطبق نظریه فارابی در این مرحله، عین صور محسوس به تصویر کشیده می‌شود. در آثار حبیب‌الله صادقی در مجموعه «خانه پدری» نشانه‌هایی از این مرحله، قابل کدگذاری است؛ هرچند به نظر می‌رسد این آثار نیز با عبور از فیلتر خیال هنرمند ترسیم شده باشد؛ ولی از لحاظ مجموع عوامل در مرحله اول بازنشانی می‌شوند (تصویر ۶).



تصویر ۶. خانه پدری، ۱۳۹۰، ترکیب مواد،

۱۱۰\*۱۸۰ سانتی‌متر (URL 5).

در سری دیگری از آثار صادقی تمامی عوامل به صورت واقع‌نمایی ترسیم شده‌اند؛ اما از دیدگاه هنرمند، معنایی دومی نیز در اثر مستور است. این آثار را می‌توان حرکت از مرحله اول به سمت بخش اول مرحله سوم؛ یعنی نشان یک محسوس با محسوس دیگر و آفرینش معنای دیگر (تصویر ۷).



تصویر ۷. یک روز سال ۱۳۶۴، ۱۳۶۵، رنگ و روغن،

۱۴۰\*۲۰۰ سانتی‌متر (URL 5).

آثار حبیب‌الله صادقی با گرایش سمبولیسم در بخش اول مرحله سوم نظریه فارابی قابل‌شناسایی است. در این مرحله هنرمند، تلاش دارد تا با ترکیب نشانه‌هایی بصری در کنار هم و نحوه ارائه آن‌ها به معنای ثانویه دست یابد (تصویر ۸).



تصویر ۸. من ماهیم، ۱۳۶۱، زنگ و روغن،  
۹۰\*۱۲۰ سانتی‌متر (URL 5).

در مجموعه آثار صادقی با عنوان «خیال شرقی» کمتر نشانی از عوامل بیرونی دیده می‌شود (هرچند در برخی آثار، نشانی از دورنمای منظره و گاه نشانی از آثار حسین کاظمی مشهود است) اما در مجموع آن، همچنان که از اسمش برمی‌آید، عنصر خیال هنرمند حاکم است و شاید بتوان گفت هنرمند، گستره خیال خود را با عبور از مرزهای مادی و محسوس به جایگاه عالم معقول نزدیک شده و خلق اثر در لحظاتی فارغ از مادیات خلق شده است. از این رو می‌توان بخش‌هایی از این مجموعه را در بخش دوم مرحله سوم نظریه فارابی طبقه‌بندی کرد (تصاویر ۹-۱۰).



تصویر ۱۰. مشرق خیال، ۱۳۹۰، ترکیب مواد،  
۱۱۰\*۱۱۰ سانتی‌متر (URL 5).



تصویر ۹. مشرق خیال، ۱۳۸۹، ترکیب مواد،  
۱۳۰\*۱۳۰ سانتی‌متر (URL 5).

## نتیجه‌گیری

در حوزه مطالعات اندیشمندان اسلامی-ایرانی خیال از مقولات مورد توجه بوده و در دوره‌های مختلف تاریخی بخش‌هایی از معانی آن مفتوح گشته است. در این میان، فارابی را می‌توان به‌عنوان اولین نظریه‌پردازان عالم خیال جهان اسلام دانست. بخش‌هایی از نظریات فارابی گرچه در دوره‌های بعدی مورد چالش و نقد حکمای اسلامی قرار گرفت؛ لیکن ساختار کلی آن دست‌نخورده باقی ماند و مورد تأیید اکثر حکما قرار گرفت. نظریات فارابی در عالم خیال شامل سه مرحله عمده و یک بخش که در زیر مجموعه سوم است. آنچه مد نظر این مقاله بوده، امکان‌سنجی کارکرد این مباحث در آثار نقاشی معاصر بوده که در این راستا آثار هانیبال‌الخاص و حبیب‌الله صادقی به‌جهت معاصر بودن و تنوع آثار و دارا بودن دوره‌های مختلف هنری و ارج‌گذاری هر دو هنرمند به مقوله خیال انتخاب گردید. نتایج مقاله نشان از آن دارد، برطبق نظریه فارابی که پایین حد از خیال را عینی‌سازی و مشاهده مستقیم است در آثار الخاص قابل‌شناسایی نیست؛ ولی در برخی از آثار صادقی این وجه از عین‌سازی مشاهده می‌شود. حرکت هر دو هنرمند از مرحله دو و تجزیه و ترکیب شروع و به بخش اول مرحله سوم، همان قراردادان صور محسوس در کنار هم و خلق معنایی جدید می‌رسد؛ اما عالی‌ترین وجه از خیال در نزد فارابی که تجسم صور معقول هست و از آن به‌عنوان مراحل از خیال انبیا و قدیسیان نام برده و می‌توان گفت، چالشی‌ترین مرحله برای عرصه هنر است. هرچند امکان درک درست و سنجش حد خیال هنرمند در عالم بیرون وجود ندارد؛ ولی با در نظر گرفتن دسته‌بندی خیال در نزد فارابی، در مجموع آثار هانیبال‌الخاص را می‌توان در حیطه مرحله دوم و بخش اول مرحله سوم طبقه‌بندی کرد و آثار حبیب‌الله صادقی را در تمامی مراحل (چه در مرحله اول و چه در بخش دوم مرحله سوم) قابل‌سنجش دانست.

پیشنهاد پژوهشی نگارندگان مبتنی بر این مسئله است که براساس نظریه خیال فارابی و مشخص نمودن پایین‌ترین و بالاترین حد خیال، چرا دوره‌های کاری هنرمندان منتخب از یک‌روند روبه‌رشد برطبق این نظریه برخوردار نیست و چه بسا دوره‌های کاری سال‌های قبل هنرمند در نسبت با آثار جدیدترش در رده بالاتر خیال قرار می‌گیرند.

## منابع و مأخذ

- ابراهیمی دینانی، غلامحسین (۱۳۹۶). رویکرد حکمت اشراق به هنر اسلامی. مجموعه مقالات درس و گفتارها، جستارهایی در چیستی هنر. تهران: فرهنگستان هنر.
- بلخاری، حسن (۱۳۸۶). ابداعات فارابی در مفهوم و کارکرد تخیل. پژوهشنامه علوم انسانی، ۵۳، ۹۰-۷۵.
- حسن‌زاده آملی، حسن (۱۳۹۱). انسان در عرف عرفان. چاپ یازدهم (اول: ۱۳۷۷)، تهران: انتشارات سروش.
- حسن‌زاده آملی، حسن (۱۳۸۶). دروس معرفت نفس. چاپ سوم (اول: ۱۳۸۱)، قم: انتشارات الف. لام. میم.
- خادمی، عین‌الله (۱۳۸۶). چگونگی پیدایش کثیر از واحد (نظام فیض) از دیدگاه فارابی، فصلنامه اندیشه نوین دینی، ۳(۱۰)، ۷۳-۱۰۰.
- صدر، علی (۱۳۸۹). کودکی و خصلت نقاشی هانیبال الخاص. بیک، ۱۳۰، ۱۹.
- فلامکی، منصور (۱۳۸۵). فارابی و سیر شهروندی در ایران. چاپ دوم، (اول: ۱۳۸۴)، تهران: انتشارات فضا.
- قادری، سید محمدهادی (۱۳۸۹). اهمیت الخاص شناسی. نشریه اینترنتی فیروزه، تهران.
- کربن، هانری (۱۳۸۵). تاریخ فلسفه اسلامی. مترجم: جواد طباطبایی، تهران: انتشارات کویر.
- مفتونی، نادیا (۱۳۹۷). نظریه هنر فاضله فارابی و رهیافت معاصر. پژوهش‌های عقلی نوین، ۳(۶)، ۹۷-۱۱۶.
- Doi: 10.22081/NIR.2019.52448.1061
- مفتونی، نادیا (۱۳۸۹). فارابی، خیال و خلاقیت هنری. تهران: انتشارات سوره مهر.
- مفتونی، نادیا (۱۳۸۹). هنر به مثابه راهبرد فرهنگی در اندیشه فارابی. راهبرد فرهنگ، ۱۰(۱۱)، ۱۲۶-۱۱۳.
- هاشم نژاد، حسین (۱۳۸۵). درآمدی بر فلسفه هنر از دیدگاه فیلسوفان اسلامی. فصلنامه قیاسات، ۱۱(۴۰-۳۹)، ۳۱۳-۳۳۲.
- Nadir, A. (2015). Investigation The Plase Of Imagination In Farabi's Epistemological Theory. Asian Science, 11(22), 227-220.
- URL 1: <http://moarek.blogfa.com>. (access date: 25/07/1394)
- URL 2: <https://www.isna.ir>. (access date: 1397 /29/06 )
- URL 3: <http://www.elahe.net>. (access date: 25/07/1394)
- URL 4: <http://arthibition.net>. (access date: 1397 /29/10 )
- URL 5: <http://sadeghi.gallery.com>. (access date: 21/08/1397)
- Balkhari, H. (2007). Farabi's innovations in the concept and function of imagination. Journal of Humanities, No. 53, 90-75. [In Persian].
- Carbon, H. (2006). History of Islamic Philosophy, translated by Javad Tabatabai, fifth edition, Tehran: Kavir Publications. [In Persian].
- Ebrahimi Dinani, G. (2016). The approach of Hikmat Ishrak to Islamic art. A collection of essays on lessons and speeches, Essays on the nature of art, 7th edition, Tehran: Farhangistan Art Academy. [In Persian].
- Flameki, M. (2006). Farabi and the course of citizenship in Iran, third edition, Tehran: Eshar Fazza. [In Persian].
- Hashemnejad, H. (2016). an introduction to the philosophy of art from the perspective of Islamic philosophers, Qobsat Quarterly, 11(39-40). 331-332. [In Persian].
- Hassanzadeh Amoli, H. (2007). Self-knowledge, Qom: A. Lam. Mim Publications. [In Persian].
- Hassanzadeh Amoli, H. (2011). Man in mysticism, Tehran: Soroush Publications. [In Persian].

- Khademi, A. (2007). The way of the emergence of multiple units (Nizam Faiz) from Farabi's point of view, *New Religious Thought Quarterly*, 3(10), 73-100. **[In Persian]**.
- Maftoni, N. (2010). Art as a cultural strategy in Farabi's thought, *culture strategy*, 10(11). 113-126. **[In Persian]**.
- Maftoni, N. (2010). Farabi, artistic imagination and creativity, Tehran: Surah Mehr Publications. **[In Persian]**.
- Maftoni, N. (2017). Farabi's theory of ideal art and contemporary approach, *modern intellectual researches*, 3(6) 97-116. **[In Persian]**.
- Nadir, A. (2015). Investigation The Place Of Imagination In Farabi's Epistemological Theory. *Asian Science*, 11(22), 227-220.
- Qadri, S. M. H.. (2010). The importance of specialism, Firouze online publication, Tehran. **[In Persian]**.  
Doi: 10.22081/NIR.2019.52448.1061.
- Sadr, Ali (2008). Childhood and characteristic of Hannibal's painting. *Peak*, 130, 19.  
URL 1: <http://moarek.blogfa.com>. (access date: 25/07/1394)  
URL 2: <https://www.isna.ir>. (access date: 1397 /29/06 )  
URL 3: <http://www.elahe.net>. (access date: 25/07/1394)  
URL 4: <http://arthibition.net>. (access date: 1397 /29/10 )  
URL 5: <http://sadeghi.gallery.com>. (access date: 21/08/1397)

## Discourse of Social Commitment in Contemporary Iranian Art from the Constitutional Era to the Victory of the Islamic Revolution

In the framework of Robert Wuthnow's theory

*Tarannom taghavi*, PhD, Department of Art Studies, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author), email: Taghavi\_tm@yahoo.com

*Mostafa Goudarzi*, Professor, Department of Art Studies, Faculty of Fine Arts, University of Tehran, Tehran, Iran. email: mostafagoudarzi@ut.ac.ir

### Abstract

According to Robert Wuthnow, artistic and cultural movements are not a mere reflection of the social structure; rather, they are produced at historical milestones and in their production process, they need sufficient resources for creation and a suitable social environment for growth. The question raised is that what conditions have provided the necessary ground for the formation of the discourse of social commitment in the art of the years before the Islamic revolution, and to what extent have these works come close to the goals of this discourse? The purpose of this research is to study the fields of social art production and its effect on the expression of artistic works from the constitutional revolution to the Islamic revolution under the left discourse. This research, in the theoretical framework of "Robert Wuthnow", in a library-documentary study and with a descriptive-analytical method, examines the social and political conditions governing the time and how these conditions affect the formation of discourse of socially committed art. The prevailing conditions of the time, by creating a crisis in the existing order of discourse, mobilizing resources and forming interaction chains, have provided the means to produce, select and institutionalize the discourse of social commitment in the field of art and literature. Although, for several reasons, discourse of social commitment in pre-revolutionary Iranian art was heavily sloganeering and politicized in its content, and in execution, due to the lack of connection with the artistic structures of the Iranian society, avoid being institutionalized.

### Keywords

Contemporary Painting, Left Discourse, Robert Wuthnow, Social commitment.





## گفتمان تعهد اجتماعی در نقاشی معاصر با چارچوب نظریه روبرت و سنو «دوران مشروطه-پیروزی انقلاب اسلامی»

ترنم تقوی<sup>۱</sup>، مصطفی گودرزی<sup>۲</sup>

### چکیده

بنابر نظر روبرت و سنو، جنبش‌های هنری و فرهنگی، بازتاب‌دهنده صرف ساختار اجتماعی نیستند؛ بلکه در نقاط عطف تاریخی تولید می‌شوند و در فرایند تولید خود، نیازمند منابع کافی برای خلق و فضای اجتماعی مناسب برای رشد هستند. پرسش مطرح شده آن است که چه شرایطی زمینه لازم برای شکل‌گیری گفتمان تعهد اجتماعی در هنر سال‌های پیش از انقلاب اسلامی را فراهم ساخته است و این آثار تا چه اندازه به اهداف این گفتمان نزدیک شده‌اند؟ هدف این پژوهش، مطالعه زمینه‌های تولید هنر اجتماعی (شرایط کلان اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی) و تأثیر آن بر نحوه بیان آثار هنری از انقلاب مشروطه تا انقلاب اسلامی در ذیل گفتمان چپ است. این پژوهش در چارچوب نظری جامعه‌شناسی فرهنگ «روبرت و سنو»، در مطالعه‌ای کتابخانه‌ای - اسنادی و به روش توصیفی - تحلیلی شرایط کلان اجتماعی و سیاسی حاکم بر زمانه و نحوه تأثیرگذاری این شرایط بر شکل‌گیری گفتمان هنر متعهد اجتماعی را مورد بررسی قرار داده است. شرایط حاکم بر زمانه، با ایجاد بحران در نظم گفتمان موجود، بسیج منابع و شکل‌گیری زنجیره‌های تعامل، موجبات تولید، گزینش و نهادینه شدن گفتمان تعهد اجتماعی در عرصه هنر و ادبیات را فراهم ساخته است. هرچند از یک سو گرایش چپ در میان هنرمندان و از سویی دیگر موج تجددخواهی سبب گردید، گفتمان تعهد اجتماعی در هنر ایران پیش از انقلاب در محتوا به شدت شعاری و سیاست‌زده و در اجرا با عدم پیوند متناسب با ساختارهای هنری جامعه ایرانی از نهادینه شدن بازمانده و به گفتمان جاری در هنر زمانه تبدیل نشود.

### واژگان کلیدی

تعهد اجتماعی، روبرت و سنو، گفتمان چپ، نقاشی معاصر.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۱۴

۱. دکتری تخصصی، رشته پژوهش هنر، دانشکده هنرهای تجسمی، دانشکده‌گان هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ایران (نویسنده مسئول)

taghavi\_tm@yahoo.com

۲. استادگروه مطالعات عالی هنر، دانشکده تجسمی، دانشکده‌گان هنرهای زیبا، دانشگاه تهران.

mostafagoudarzi@ut.ac.ir

## مقدمه

جامعه‌شناسی فرهنگ و سنو با تعبیر فرهنگ به امری عینی (اثر هنری، متن و...)، آن را در پیوندی مبهم و پیچیده با ساختار اجتماعی قرار می‌دهد. او در مدل نظری خود، از «بافت‌های نهادی» و «بحران در نظم اخلاقی» جامعه به‌عنوان دو مکانیسمی نام می‌برد که تحولات اجتماعی را در «پیوند» با تغییر فرهنگی قرار می‌دهند. این تغییرات فرهنگی در ایران دوران مشروطه در پیوند با زمینه سیاسی و اجتماعی و اقتصادی، به شکل‌گیری گفتمان تعهد اجتماعی و ظهور واقع‌گرایی در مقابل ایدئالیسم و تولید هنر و ادبیات اجتماعی-انتقادی در مقابل هنر درباری و ادبیات تغزلی انجامید؛ گفتمانی که در دوران پهلوی اول و دوم در هم‌نشینی با گفتمان چپ‌گرا با تأکید بر گفتمان برابری و نفی نشانه‌های سرمایه‌داری، به عرضه هنر متعهد با مضامینی چون فاصله طبقاتی، نابرابری‌های قومیتی و... در شکلی از هنر مبارز و انقلابی تبدیل گردید

در این پژوهش، بررسی شرایط تولید گفتمان تعهد اجتماعی در نقاشی معاصر ایران از دوران مشروطه تا پیروزی انقلاب، با بهره‌گیری از مدل نظری و سنو صورت گرفته است. پرسشی که در این پژوهش مطرح می‌گردد آن است، چه شرایطی زمینه لازم برای شکل‌گیری گفتمان تعهد اجتماعی در هنر ایران در بازه زمانی یاد شده را فراهم ساخته است و آثار هنر اجتماعی، تا چه اندازه به اهداف این گفتمان نزدیک شده‌اند؟

بنابر فرض پژوهش، چنین به نظر می‌رسد که در فاصله سال‌های پیروزی انقلاب مشروطه تا انقلاب اسلامی، شرایط حاکم بر زمانه (شرایط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی) سبب بسیج منابع، ایجاد بحران در نظم گفتمان و شکل‌گیری زنجیره‌های تعامل شده و این عوامل در کنار عواملی چون افق اجتماعی و بافت گفتمانی مسلط در جامعه، موجبات تولید گفتمان تعهد اجتماعی در هنر و گزینش این گفتمان را فراهم ساخته است. در نهایت این‌گونه به نظر می‌رسد که گفتمان تعهد اجتماعی در هنر پیش از انقلاب، تحت تأثیر گفتمان چپ، با تمرکز بر طبقه فرودست و کارگر جامعه با نمایشی سراسر از رخداد‌های زمانه، به دلیل فقدان «پیوند» متناسب میان ساختار اجتماعی و هنر، همچنین ناکارآمدی بیان زیباشناسانه اثر، از نهادینه شدن بازمانده است.

لازم به ذکر است منظور از گفتمان چپ، گفتمانی است که از اواخر سده سیزدهم هجری شمسی در ایران پا گرفت. در واقع با وجود نخستین بارقه‌های اندیشه سوسیالیستی در آثار و آرای برخی از روشنفکران صدر مشروطه، گفتمان چپ در ایران، بر مبنای تغییر ماهیت فتو‌الدیته، تشکیل احزاب سوسیال‌دموکرات و شکل‌گیری طبقه متوسط جدیدی در بافت شهری جامعه، به نام «روشنفکران»، پایه‌ریزی شد. جامعه ایران در این زمان، با به نمایش گذاشتن یک صورت‌بندی اجتماعی نوین، نماینده آغاز گذار از جامعه‌ای سنتی به جامعه‌ای شبه مدرن گردید

و این مسئله تغییرات بنیادینی را در میزان آگاهی‌های اجتماعی افراد رقم زد. اهمیت این پژوهش در آن است که شناخت زمینه‌های خلق آثار و پیامدهای سلطه‌گفتمان چپ در دوران معاصر را با مطالعه اسناد تاریخی و بازتاب آن بر ادبیات و هنر ایران فراهم آورده و بر این اساس، فهم جامع‌تری از هنر دوران معاصر در گسست تاریخی خود در دوران سلطه‌گفتمان چپ امکان‌پذیر می‌سازد.

این تحقیق بر اساس ماهیت و روش، توصیفی - تحلیلی و روش گردآوری اطلاعات، به صورت کتابخانه‌ای است. تبیین گفتمان تعهد اجتماعی در هنر سال‌های پیش از انقلاب، با در نظر گرفتن دودسته از متغیرها صورت می‌گیرد. دسته اول متغیرها، شامل تحولات و تغییرات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است. این تحولات با ایجاد بی‌نظمی در نظم اخلاقی جامعه در پی فرایند مدرنیزاسیون و تأثیرات آن بر تغییر نگرش اجتماعی و در نهایت تغییر در گفتمان‌های جاری در اجتماع، فرایند تولید گفتمان تعهد اجتماعی در هنر معاصر ایران را تبیین خواهد کرد. دسته دوم متغیرها، با نگاهی به افق اجتماعی گفتمان، شکل‌گیری محتوای گفتمان تعهد اجتماعی در هنر سال‌های مذکور را تبیین خواهد کرد. آثار انتخاب‌شده در این رساله، بر مبنای معانی همگرا و مضامین مشترک با رویکرد موضوع طبقه و سیاست مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

### پیشینه پژوهش

کتاب دوجلدی علیرضا ازغندی با عنوان «تاریخ تحولات سیاسی و اجتماعی ایران» (۱۳۷۹)، یکی از کتاب‌های قابل توجه در این زمینه است. در مقاله مرتضی اسدی با عنوان «هنر اعتراض، هنر انقلاب» (۱۳۸۵)، با نگاهی گذرا به هنرمندان انقلاب یا «هنرمندان طرفدار عدالت اجتماعی» مواجه هستیم.

کتاب مرتضی گودرزی (دیباچ)، با عنوان «گرافیک انقلاب: هنر متعهد اجتماعی - دینی در ایران» (۱۳۸۷)، کتاب مرتضی گودرزی (دیباچ)، با عنوان «نقاشی انقلاب» (۱۳۸۸)، از جمله منابعی هستند که هنر و شرایط اجتماعی ایران را در بازه زمانی مدنظر مورد بررسی قرار داده‌اند.

حسینی‌راد و خلیلی در مقاله «بررسی نقش جریان‌های فکری و حکومتی در رویکرد ملی‌گرایانه نقاشی نوگرای ایران در دوران پهلوی» (۱۳۹۱)، تأثیر تحولات برون‌متنی بر جریان کلی نقاشی ایران را با رویکرد ملی‌گرایانه محور مطالعه قرار می‌دهد. مقاله محمدرضا مریدی و معصومه تقی‌زادگان تحت عنوان «گفتمان‌های هنر ملی در ایران» (۱۳۹۱)، به مطالعه تأثیر فرازوفرود سیاست‌های فرهنگی نظام قدرت بر مفهوم هنر ملی در سه گفتمان ناسیونالیستی، اصالت‌گرا و اسلامی با اندیشه‌های انقلابی پرداخته‌اند.

مقاله مرتضی اسدی و احمد نادعلیان، تحت عنوان «بررسی تأثیر ایدئولوژی و تفکر سیاسی در به‌کارگیری عناصر تصویری در آثار نقاشی انقلاب اسلامی» (۱۳۹۲)،

به آشکارسازی چگونگی استفاده از نمادهای تصویری بر مبنای مبانی اندیشه‌ای حاکم بر زمانه پرداخته است.

مقاله حسن زین‌الصالحین و نعمت‌الله فاضلی، با عنوان «سیاست و بازنمایی، بررسی نقش ایدئولوژیک دوربین عکاسی و عکس در دوره پهلوی» (۱۳۹۴)، به بررسی عکاسی دوران پهلوی از دریچه تحولات ساختاری در حوزه سیاست و تأثیر آن بر هنر پرداخته است.

محمد رضا مریدی در مقاله‌ای با عنوان «کشمکش‌های رئالیسم و ایدئالیسم در نقاشی ایران معاصر: طرح رویکردی برای مطالعه تاریخ اجتماعی هنر ایران معاصر» (۱۳۹۵)، به منظور بررسی جریان‌های هنری ایران، به مطالعه ظهور و گسترش طبقه متوسط و کشمکش میان طبقه متوسط قدیم و جدید و هرژمونیک شدن ارزش‌های این طبقات در تاریخ تحولات اجتماعی پرداخته است.

علاوه بر مقولات مذکور، کتاب محمدعلی احمدی، با عنوان «گفتمان چپ در ایران: دوره قاجار و پهلوی اول» (۱۳۹۷) و کتاب علی قلی‌پور، با عنوان «پرورش ذوق عامه در عصر پهلوی» (۱۳۹۸)، می‌توان در این زمینه نام برد. مقاله ترنم تقوی و محبوبه پهلوان تحت عنوان «تحلیل بازتاب گفتمان چپ در نقاشی معاصر ایران در دهه ۴۰ تا ۶۰؛ بر اساس آرای میشل فوکو» (۱۳۹۸)، به مطالعه تأثیر گفتمان چپ بر نقاشی نوگرایی ایران و نحوه بیان آثار هنری پرداخته است.

بنابر نتیجه مقاله نام‌برده، در بازه زمانی مذکور، به دلیل اکتسابی و تقلیدی بودن برداشت هنرمندان از هنر انقلابی کشورهای دیگر، اهدافی که هنرمندان متعهد اجتماعی در بیانیه‌های خود، عنوان می‌کردند کاربردی اجرایی نداشت و بسیار ایده‌آل‌گرایانه و تکرار مفاهیمی بود که گاه هیچ ارتباط ذاتی با خواست و پیشینه فرهنگی ما نداشت؛ بنابراین این هنرمندان نتوانستند به آرمان‌های خود که دستیابی به هنری در پیوند با جامعه روز و مخاطب زمانه است، دست یابند.

### چارچوب نظری

روبرت و سنو<sup>۱</sup> در کتابی تحت عنوان «اجتماعات گفتمانی: ایدئولوژی و ساختار اجتماعی در جنبش اصلاح دینی، روشنگری و سوسیالیسم اروپایی»<sup>۲</sup> (۱۹۸۹)، به پژوهش در باب رابطه میان اندیشه، فرهنگ، هنر و ساختار اجتماعی پرداخته است. به اعتقاد او جنبش‌های هنری و فرهنگی بازتاب‌دهنده صرف ساختار اجتماعی نیستند؛ بلکه تولید می‌شوند و در فرایند تولید خود، نیازمند منابع کافی و فضای اجتماعی مناسب («شرایط محیطی»<sup>۳</sup>)، «بافت‌ها و زمینه‌های نهادی»<sup>۴</sup> و «زنجیره‌های کنش»<sup>۵</sup>) برای تولید و رشد هستند. بنابراین مطالعات او به بررسی مکانیسم‌هایی می‌پردازد که جامعه و فرهنگ (در شکل عینی آن شامل گفتارها، رمزگان نمادین، کالاهای فرهنگی مانند نقاشی، کتاب، فیلم و...) را به هم پیوند می‌دهد. به عقیده و سنو، تغییرات محیطی به‌طور مستقیم بر ظهور جنبش‌های فرهنگی هنری جدید

تأثیر نمی‌گذارند؛ بلکه این تغییرات با بسیج منابع به سمت گفتمانی خاص و ایجاد بی‌ثباتی در نظم اخلاقی حاکم بر جامعه، فرصت مناسب برای ظهور جنبش‌های هنری جدید را فراهم کرده و با مهیا کردن منابع لازم برای ظهور جنبش‌های فرهنگی - هنری جدید به خلق فرهنگ و هنر کمک می‌کنند. در این میان، هدایت منابع برای خلق هنر به کمک برخی واسطه‌ها و بافت‌های نهادی مانند دولت، آموزش و پرورش، انجمن‌های هنری و مؤسسه‌های هنری صورت می‌گیرد.

دسته دیگر از مفاهیمی که وسنو در مدل نظری خود آن‌ها را مطرح می‌کند، عبارت‌اند از تولید<sup>۵</sup>، انتخاب یا گزینش<sup>۶</sup> و نهادینه شدن<sup>۷</sup>. وسنو معتقد است، تغییرات به معنای جایگزینی یک ایده با ایده‌ای جدید نیست؛ بلکه فرایندی است که از سه مرحله تولید و انتخاب و نهادینه شدن می‌گذرد. این مفاهیم به بررسی شرایطی می‌پردازند که به طور آگاهانه، سبب جهت‌گیری یا گستره تنوع در تولید محصول هنری خاص و نهادینه شدن آن شده و یا با ایجاد مانع، در پیشبرد اهداف گفتمان یک شق هنری خاص خلل ایجاد کرده‌اند. به اعتقاد وسنو «در مرحله تولید با افزایش کلی میزان تنوع فرم‌های ایدئولوژیک روبه‌رو هستیم [...] فرایند بعدی انتخاب است. با شدت یافتن میزان تولید ایدئولوژیک و به وجود آمدن سطح بالای تنوع ایدئولوژیک، فرایند انتخاب یا گزینش اجتماعی آغاز می‌شود. تحت تأثیر بعضی شرایط، برخی انواع ایدئولوژی‌ها در نسبت با بقیه، از موفقیت بیشتری در به دست آوردن منابع برخوردار می‌شوند. در همین حال، برخی ایدئولوژی‌ها از بین می‌روند و تعدادی دیگر به فضای حاشیه‌ای نسبتاً محدودی رانده می‌شوند (وسنو، ۱۳۹۹: ۳۰-۳۱). با جاری شدن شماری از منابع به سمت نوع خاصی از ایدئولوژی، برخی از ژانرها نسبت به بقیه، شکل مطلوب‌تری با محیط جدید را هماهنگ کرده و میزانی از پیوند میان اشکال گفتمان (ایدئولوژی) و بافت‌هایی که در آن‌ها به وقوع می‌پیوندند (ساختار اجتماعی) برقرار می‌شود.

فرایند نهایی، نهادینه شدن است. وسنو در توضیح فرایند نهادینه شدن می‌نویسد: «برای تضمین بقای یک مکتب یا عقیده خاص، ساختار مذهبی تعریف می‌شود؛ صورت‌ها و فرم‌هایی که یک ایدئولوژی در قالب آن‌ها ابراز و بیان می‌شود، رایج‌تر و متداول‌تر می‌شوند؛ نشریات و فعالیت‌های انتشاراتی رونق می‌گیرند؛ تشکیلات و سازمان‌های تولیدکننده فرهنگ از کنترل بیشتری بر راه‌های دستیابی‌شان به منابع برخوردار می‌شوند. این امر، در ایجاد نظام‌های پاداش و انتظار خاص خود مستقل‌تر می‌شوند. در نتیجه، نه تنها یک ایدئولوژی خاص تولید می‌شود و این ایدئولوژی به رقابت با ایدئولوژی رقیب می‌پردازد؛ بلکه به مؤلفه‌ای نسبتاً ثابت از ساختار نهادی جامعه مورد نظر تبدیل می‌شود» (Wuthnow, 1989: 10). این سه مرحله را می‌توان در خصوص فرایند تغییر هنری به کار گرفت. در مرحله تولید، با افزایش و گستره میزان تنوع محصولات هنری در بافتی معین مواجه هستیم.

با افزایش تولید و تنوع در محصولات، مرحله انتخاب یا گزینش آغاز می‌گردد. با گذشت زمان، برخی از محصولات هنری در به دست آوردن منابع لازم، موفق‌تر از دیگر هم‌سلکان خود عمل کرده و حامیان، تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان هم انواع موفق‌تر را انتخاب می‌کنند. بر این مبنا، تغییرات هنری یک جایگزینی ساده از یک سبک قدیمی به سبکی نوین نبوده و شامل سه مرحله تولید، انتخاب و نهادینه شدن است. دو دسته مفهومی مورد مطالعه، از منظر وسنو، ساختار اجتماعی را در «پیوند» با فرهنگ و هنر قرار می‌دهد.

یکی دیگر از بنیادی‌ترین مسائلی که وسنو در نظریه خود در خصوص تحول و تغییر فرهنگی سعی در روشن ساختن آن دارد، بحث چگونگی تغییر در شرایط محیطی، به تغییر فرهنگی یا به طور خاص، تغییر ایدئولوژیک منجر می‌شود. او در کتاب خود با عنوان «معنا و نظم اخلاقی» از نظم اخلاقی به عنوان مهم‌ترین مکانیسم واسط، میان ساختار اجتماعی و ایدئولوژی سخن می‌گوید. او می‌نویسد: ظهور ایدئولوژی‌ها اساساً به احساس تشویش افراد، احساس از جا در رفتگی آن‌ها یا دیگر نیازهای روان‌شناختی افراد باز نمی‌گردد. برعکس ظهور ایدئولوژی‌ها ریشه در تغییرات به وجود آمده در نظم اخلاقی جامعه - در تعریف جامعه از تکالیف و وظایف اخلاقی خود- دارد که تلاش‌های جدید برای نمایشی کردن ماهیت روابط اجتماعی را ضروری می‌سازد (Wuthnow, b, 1989: 150). این بی‌ثباتی بنابر دلایلی، چون افزایش سطح تولید و در نتیجه، افزایش امکان گزینش، تغییر در شرایط محیطی و هنجارها، ایجاد شوک و مبهم بودن یا چندمعنا بودن برخی نمادهای نظم اخلاقی رخ می‌دهد. در نهایت، بی‌ثباتی در نظم اخلاقی جامعه، با پیش‌بینی ناپذیر کردن روابط اجتماعی، فرایند نوآوری را تشدید می‌کند.

در یک جمع‌بندی کلی، بحران در نظم اخلاقی از نظر وسنو زمانی رخ می‌دهد که سه مؤلفه نظم اخلاقی، یعنی رمزگان فرهنگی، ایدئولوژی‌ها و آثار فرهنگی - هنری که رمزگان فرهنگی را بازنمایی می‌کنند، و در نهایت نهادهایی که بنیان نهادی نظم اخلاقی را شکل می‌دهند، دچار تکثر شوند. بر این اساس، چنانچه در یک جامعه، گفتمان‌ها، ایدئولوژی‌ها، شعائر و آثار هنری مختلفی وجود داشته باشد که نتوان مجموعه آن‌ها را نماینده یک نظام اخلاقی واحد دانست، آنگاه می‌توان ادعا کرد در آن جامعه با بحران در نظم اخلاقی مواجه هستیم. در این پژوهش با قبول این فرض که محتوای آثار هنری تا حدودی در نتیجه پیوند (پیوندی ظریف و مبهم) میان هنر و گفتمان‌های جاری در سطح اجتماع شکل می‌گیرد، به بررسی گفتمان تعهد اجتماعی در هنر ایران از دوران پس از انقلاب مشروطه تا پیروزی انقلاب اسلامی می‌پردازیم.

### گفتمان چپ سوسیالیستی در دوران مشروطه

در روندی مستمر، یکپارچه و نظام‌مند، اندیشه و ساحت مدرنیته در جوامع غربی شکل گرفت. در واقع با آغاز رنسانس، جوامع مدرن آغاز به شکل‌گیری کردند،

اما اندیشه مدرن، در گفتمان عصر روشنگری سده هجدهم خود را نمایان ساخت و در نهایت در قرن نوزدهم با ظهور صنعت‌گرایی، مدرنیته، هویتی مشخص یافت. بنیاد علمی مدرنیسم یا تجدد، در قرن هجده و نوزده، بر اندیشه ترقی و تکامل جامعه به عنوان موجودی پویا و توانایی انسان بر ساخت هر آنچه اراده کند، استوار بود. باور به مقولاتی چون عقلانیت، آزادی، حکومت قانون، مالکیت خصوصی، تقویت خودباوری و ... تجربه تغییرات اجتماعی بر مبنای مدرنیته را مهیا ساخت. تجربه‌ای که به شکلی سطحی و ایدئولوژیک به سایر کشورهای جهان همچون ایران انتقال یافت.

روشنفکران دوره قاجار، در پی آشنایی با مدرنیته غربی و تجربه انقلاب روسیه (۱۹۰۵ م)، راه جبران عقب‌ماندگی علمی و فنی سرزمینشان را تغییر در ساختار قدرت می‌دیدند. تاریخ انقلاب مشروطه (۱۲۸۵ ش/ ۱۹۰۶ م) گواهی بر تأثیرپذیری جامعه ایران از تحولات سیاسی و اجتماعی سرزمین‌های دور و نزدیک است. اما انقلاب مشروطه، تنها حاصل آشنایی ایرانیان با مظاهر غرب نبود. در کنار زمینه‌های مذهبی و فرهنگی که موجب رشد و آگاهی سیاسی و اجتماعی مردم ایران شد، نارسایی‌های اقتصادی، سلطه استعمار بر بازرگانی ایران و به تبع آن، ورشکستگی بازرگانان، فقر توده مردم، نابسامانی‌های دستگاه حاکم و واگذاری امتیازات فراوان به بیگانگان و ... به قیام یکپارچه مردم علیه استبداد منجر گردید. کمی پیش از مشروطیت، در پی قتل ناصرالدین‌شاه، نظم اجتماعی برآمده از گفتمان عهد باستان درهم شکسته شده و از تصویر شاه به عنوان نماینده خدا بر زمین، عظمت‌زدایی شد.



تصویر ۳. کمال الملک، فالگیر  
یهودی (بغدادی)، ۱۲۷۷ ش ۱۳۱۶ ق،  
۴۶ \* ۵۵/۵ سانتی‌متر، رنگ روغن روی بوم،  
موزه مجلس شورای اسلامی.



تصویر ۲. کمال الملک، دختران  
گدا، ۱۲۶۸ ش ۱۳۰۸ ق،  
۶۷ \* ۴۰/۵ سانتی‌متر، رنگ  
روغن روی بوم، کاخ موزه  
گلستان.



تصویر ۱. آقا میرزا موسی  
ممیز، سبزی فروش، ۱۲۷۶،  
گنجینه کاخ موزه گلستان.

در این زمان با تغییر در گفتمان سیاست، شاه از مرکز گفتمان طرد و دال‌های دیگری همچون «مردم» که نام جدیدی برای رعیت بود، مجلس و دولت، به مرکز گفتمان فراخوانده می‌شوند. با آمدن مشروطه، سیاست تغییر شکل می‌دهد و دیگر حقوق پادشاه برای سرکوبی و شکنجه شورشیان رعیت زاده و نوکر زادگان نیست، بلکه کوشش مردم برای به خدمت‌گیری دولت به قصد پیشبرد منافع همگانی یک ملت است (تاجیک، ۱۳۸۴: ۱۷۱). در این برهه، اصلاحات آموزشی، رشد فناوری و

گسترش ارتباطات، به رواج مفاهیمی چون برابری، حقوق شهروندی و هویت فردی منجر شد. در واقع انقلاب مشروطه، نماد پایان یافتن محوریت مطلق قدرت شاه، طلیعه مدرنیته و در پی آن، شکل‌گیری میدان‌ها و منش‌های مستقل اجتماعی در ایران بود. انجمن‌های عصر مشروطه در نقش نهادهای مدنی، از مهم‌ترین عوامل همبستگی اجتماعی برای مبارزه با استبداد بودند و به همین دلیل، در مشروطیت اول بیش از هزار انجمن در ایران تأسیس شد (خارابی، ۱۳۸۶: ۱۹). این انجمن‌ها از طریق انتشار روزنامه، نشریه، اجرای تئاتر و آموزش عمومی، به انتقال عقاید و نظریات خود به جامعه و روشنگری عامه می‌پرداختند. بر این اساس، طلیعه تفکر مدرن در ایران با دوران مشروطه آغاز شد و در پی آن ورود اندیشه چپ به ساحت فکری ایران هم‌زمان با اولین موج ورود اندیشه‌های مدرن در انقلاب مشروطیت رقم خورد. مارکسیست‌های ایرانی از زمان انقلاب مشروطه ۱۲۸۵، در صحنه سیاسی اجتماعی ایران فعال بودند (بهرز، ۱۳۸۰: ۲۷) و حزب توده از سه ایدئولوژی (مشروطه‌خواهی، سوسیالیسم و ناسیونالیسم) به دو ایدئولوژی نخست، بسیار وابسته و پایبند بود [...] از مشروطیت پشتیبانی می‌کرد و خودش را وارث انقلاب مشروطه قلمداد می‌نمود (آبراهامیان، ۱۳۹۷: ۴۲۲). در واقع انقلاب مشروطه این فرصت را برای احزاب چپ فراهم ساخت تا ریشه‌های خود را در ایران مستحکم کنند. مشروطه ایرانی با جستجوی قالب‌های جدید، برای بیان و القای مضامینی چون وطن‌خواهی، استعمارستیزی، آزادی‌خواهی، عدالت‌طلبی و... منشأ بسیاری از تحولات در حیات فردی و اجتماعی ایرانیان و از این طریق در شعر و ادبیات شد. در این زمان، بخشی از فرهنگ و هنر، در خدمت خواست سیاسی مشروطه‌خواهان قرار گرفت و «هنر انتقادی به یاری مطبوعات و نشریات از انحصار دربار خارج و به زبان تجددخواهان و عموم مردم تبدیل شد. البته موج انتقادی هنر در نقاشی کمتر از نفوذ آن در شعر و ادبیات بود. طبقه متوسط جدید با خردگرایی در سیاست (که پیامد قوانین پارلمانی بود) و عقل‌گرایی در معرفت (که آن را به جای مذهب در علم می‌جست) سلايق زیباشناختی واقع‌گرایی انتقادی را دنبال کرد (مریدی، ۱۳۹۷: ۵۱) و تا حدودی به استقلال از مفاهیم دیکته شده درباری دست یافت. همانند آنچه در دنیای غرب در واکنش میان هنر و ادبیات رئالیستی و رمانتیسیسم رخ داد، روشنفکران مشروطه به مخالفت با ادبیات غنایی پرداخته و درون‌گرایی موجود در اشعار عرفانی و غنایی گذشته را مورد نفی و شماتت قرار داده و در این ارتباط، هنر نیز با نگاهی رئالیستی در آثار هنرمندانی چون میرزا موسی ممیز و کمال‌الملک خود را نمایان ساخت (تصویر شماره ۱ و ۲ و ۳). هرچند در این آثار، ردپایی از رئالیسم انتقادی به چشم نمی‌خورد و به جای غبار فقر، همواره تأکیدی بر خرسندی و قناعت و استغنائی درونی در چهره‌ها نمایش داده می‌شد. باین‌وجود در آثار تعدادی از شاگردان کمال‌الملک<sup>۹</sup> با نوعی نگاه رئالیستی مواجه می‌شویم که پس از چندی به

پرورش واقع‌گرایی انتقادی انجامید. در نگاهی کلی با ظهور طبقه متوسط روشنفکر و شکل‌گیری گفتمان مشروطه و برهم خوردن نظم اخلاقی جامعه در دوران قاجار با انتقال قدرت از مفهوم «مرکزی پادشاه» به مفهوم «مرکزی قانون» و در پی آن توجه به «مردم» به عنوان فرد و نه به عنوان رعیت مواجه هستیم. همچنین در این دوران، شاهد ظهور واقع‌گرایی در مقابل ایدئالیسم و هنر و ادبیات اجتماعی-انتقادی در مقابل هنر درباری و ادبیات تغزلی هستیم. در جدول شماره ۱ برخی از عوامل مؤثر در برهم خوردن نظم اخلاقی جامعه و منابع لازم جهت شکل‌گیری گفتمان تعهد اجتماعی در هنر و ادبیات دوران مشروطه بیان شده است.

جدول ۱. عوامل بی‌ثباتی در نظم اخلاقی جامعه و منابع مؤثر بر شکل‌گیری گفتمان تعهد اجتماعی در هنر و ادبیات عصر مشروطه.

دوران مشروطه			
بسیج منابع			
عوامل اقتصادی	عوامل اجتماعی	عوامل فرهنگی	عوامل سیاسی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- پیدایش نهادهای مدرن اقتصادی</li> <li>- ظهور طبقه متوسط بازرگان در مقابل طبقه اشراف درباری</li> <li>- تشکیل مجلس وکلای تجار (اتاق بازرگانی)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تأسیس بیش از هزار انجمن به عنوان نهاد مدنی</li> <li>- شکل‌گیری میدان‌ها و منش‌های مستقل اجتماعی</li> <li>- تغییر در نظام آموزش از نظام درباری به نظام مدارس عمومی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- برخورد با فرهنگ غرب</li> <li>- ظهور اندیشه مدرن (سیطه خرد بر سنت و تبدیل انسان به سوژه مرکزی)</li> <li>- انتشار روزنامه، نشریه و اجرای تئاتر و آموزش عمومی</li> <li>- تأسیس نهادهای مدنی مدرن مانند مطبوعات آزاد، نشریات و دیگر تشکلهای صنفی و خصوصی فرهنگی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- انقلاب مشروطه</li> <li>- عبور از نظام سلطنتی به پارلمانی</li> <li>- ورود ایدئولوژی‌های انقلابی</li> <li>- چاپ‌گرا (ایدئولوژی جنگ طبقاتی و برقراری عدالت سوسیالیستی)</li> </ul>
عوامل بی‌ثباتی در نظم اخلاقی ایدئولوژیک			
اقتصادی	اجتماعی	فرهنگی	سیاسی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- عدم به رسمیت شناختن بخش خصوصی از قدرت سیاسی حاکم و ایجاد نارضایتی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تکثر در گفتمان‌های جاری در سطح اجتماع</li> <li>- شکل‌گیری تحولات فکری در میان گروهی از زنان جامعه ایرانی</li> <li>- افزایش طبقه متوسط تحصیل‌کرده</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ورود مفاهیمی چون وطن و اندیشه وطن‌گرایی، آزادی و قانون‌گرایی</li> <li>- ظهور طبقه روشنفکر منتقد دولت</li> <li>- تغییر سوژه‌های درباری به سوژه‌های مردمی در زبان تصویر</li> <li>- ظهور اولین نمونه‌های مکتوب درباره هنر در مطبوعات</li> <li>- ظهور رئالیسم در برابر ایدئالیسم</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- عظمت‌زدایی از تصویر شاه به‌عنوان نماینده خدا</li> <li>- باور به استقلال در برابر نظام استبدادی</li> </ul>
تولید گفتمان تعهد اجتماعی در هنر و ادبیات			

## گفتمان چپ سوسیالیستی در دوران پهلوی اول

با آغاز حکومت رضاشاه پهلوی، ایران شاهد تحولات بسیاری در حوزه اقتصاد، سیاست و مذهب بود. ایجاد ارتش ملی، مبارزه با فرهنگ دینی و سنتی، تضعیف روحانیون و استفاده از متخصصان تحصیل کرده غربی در مناصب دولتی، رونق اقتصادی در پی تسهیل حمل و نقل به وسیله راه آهن و شتاب فزاینده صنعتی شدن به دنبال تأسیس کارخانه های صنعتی و آغاز استخراج تجاری نفت و ... شاه را به عنوان قدرت کلیدی و مرکزی در رأس همه امور قرار داد. در این زمان، تصویر شاه با جلال و جبروت، بر صفحه اول روزنامه ها نقش بست. در روزنامه ایران باستان، عکس های بزرگی از رضاشاه تمام صفحه اول را پر می کرد و در کنار آن، عکس هایی از آثار باستانی به چاپ می رسید. در محور دو گفتمان ملی گرای و باستان گرایی هدف از این تصاویر «در وهله نخست، پیوند دو عصر درخشان ایران باستان و ایران نوشده عصر پهلوی، همچنین در مرتبه بعدی ایجاد حس شاه دوستی، شاه پرستی ملت و وطن پرستی بود. شاه پرستی و شاه دوستی از عناصر سازنده ملیت و هویت ایران متجدد بود (اکبری، ۱۳۸۴: ۲۵۰-۲۸۲).

تأسیس کانون ایران باستان (۱۳۱۰) و هفته نامه «ایران باستان» (۱۳۱۱) به منظور پرداختن به تاریخ باستانی و نشان دادن عظمت و شکوه دولت های شاهنشاهی ایران، تشکیل انجمن آثار ملی (۱۳۱۲) به منظور بازسازی و مرمت آثار باستانی، برگزاری جشن هزاره فردوسی (۱۳۱۳) و تشکیل فرهنگستان ایران (۱۳۱۴) باهدف پاک سازی زبان فارسی از لغات عربی و ترکی، و تغییر نام ایران از «پرشیا» به ایران (۱۳۱۴)، از جمله رخدادهای مرتبط با رویکرد ناسیونالیسم باستان گرای دوران پهلوی اول بود. در این زمان، توزیع آگاهانه تصاویر شاه و فعالیت های او، در جهت اهداف تبلیغاتی، برای مردمی با نام جدید «شهروند» انجام می گرفت.



تصویر ۴. اسماعیل آشتیانی، قهوه خانه، ۱۳۰۸،  
رنگ روغن روی بوم،  
آرشیو کتابخانه مجلس شورای اسلامی.

همگام با شهرسازی و معماری نوین شهرها، نصب تندیس‌های رسمی (عمدتاً از رضاشاه) در اماکن عمومی و میادین، ابزاری مهم در جهت توزیع تصویر شاه در منظر عمومی بود. رضاشاه با تمرکز بر نوسازی و صنعتی کردن شهرها و احداث کارخانه‌های صنعتی، به رشد شهرنشینی شتاب بیشتری بخشید. در چنین بازه زمانی، با صنعتی شدن کشور، بر جمعیت طبقه کارگر افزوده شد. کارگران صنعتی در کنار دیگر کارگران، با افزایش آگاهی عمومی، به هویت جمعی و حقوق از دست رفته خود، بیش از گذشته آگاه شدند؛ هرچند که فعالیت حزبی آن‌ها در این دوران، مورد سرکوب واقع شد؛ اما با توسعه صنعتی، روز به روز بر وسعت نیروی سیاسی مؤثر در جنبش کارگری ایران افزوده می‌گشت. از سویی دیگر، برنامه نوسازی رضاشاه و سیاست‌های آموزشی او (ایجاد مؤسسات متعدد آموزشی از جمله هنرستان‌ها، دبیرستان‌ها و دانشگاه تهران) موجب پیدایش یکی از گروه‌های مهم اجتماعی، یعنی روشنفکران تحصیل کرده گردید. البته نباید رشد کمی تعداد تحصیل‌کردگان، به معنای حضور فعال آنان در عرصه سیاسی برای نقد تصمیم‌گیری‌های دستگاه حکومتی تعبیر شود. آنان در دوره رضاشاه، میدان محدودی برای بروز استعداد‌های خود داشتند؛ اما بعد از شهریور ۱۳۲۰ روشنفکران در صف مقدم بسیاری از حرکت‌های اعتراض آمیز سیاسی قرار گرفتند (ازغندی، ۱۳۷۹: ۱۳۹). نکته مورد توجه آن است که در این دوران، با روی کار آمدن و قدرت گرفتن طبقه متوسطی که در گذشته منتقد قدرت سلطنتی پیشین بودند، رئالیسم انتقادی آثار ادبی و هنری، به ناتورالیسمی محافظه‌کارانه تبدیل شد و هنر را به سوی ناسیونالیسم باستان‌گرا و ایدئالیسمی در ستایش میهن پیش برد. در نتیجه، هرگونه بیان انتقادی مطرود و تصویر انسان در نقاشی‌ها، به نمایشی از آیین‌ها و روش زندگی طبقه متوسط شهری، محدود شده و تنها تعداد انگشت‌شماری از آثار، جنبه‌هایی از هنر انتقادی را به تصویر کشیدند. در این دوران، هنر با بازگشت به تصویری ایدئالیسم از پادشاه و نشانه‌های تاریخ‌گرایانه در هم‌نشینی با تجدد و پذیرش ناتورالیسم هنری، از بیان انتقادی و اجتماعی فروماند و در ادبیات سال‌های (۱۳۲۰-۱۳۰۰)، انتقاد اجتماعی ادبیات مشروطه، جای خود را به خرده‌گیری از اخلاقیات ناپسند فردی داد (میرعابدینی، ۱۳۸۷: ۱۲۴).

در دوره رضاشاه روشنفکران در کنار طبقه حاکم، معتقد به ملی‌گرایی و نوسازی فرهنگی بر مبنای تغییر فرهنگ سنتی به فرهنگ مدرن بودند تا از این طریق عظمت تاریخ گذشته ایران را بازگردانند. در نتیجه سه گفتمان ملی‌گرایی (ناسیونالیسم تاریخ‌گرا)، تجددگرایی (اندیشه پیشرفت) و باستان‌گرایی، گفتمان‌های غالب در عصر پهلوی اول بودند. اما با وجود شعارهای تجددطلبانه و ملی‌گرایانه شاه که طیف وسیعی از روشنفکران را با خود همراه ساخت، به زودی

ساختار غیر دموکرات و خشن حکومت در برخورد با روشنفکران خود را نمایان ساخت و پایه‌های تضاد میان طبقه روشنفکر و طبقه صاحب قدرت را بر زمین نهاد. این دوره، در تقابل با رویکرد بازگشت و احیای گذشته، آرای نویسندگان و روشنفکران چپ‌گرا در مجله دنیا<sup>۹</sup> (۱۳۱۲)، به سرپرستی تقی آرانی<sup>۱۰</sup>، از سال ۱۳۱۲ تا ۱۳۱۴ انتشار می‌یافت. مقالات این مجله، نخستین تلاش برای توضیح چپستی ادبیات و هنر، بر طبق نظریات مارکسیستی در ایران بود. نوشته‌های آرانی و بزرگ علوی بر ضرورت عبور از واژه صنعت و صنایع ظریفه به واژه هنر تأکید کرده و هنر را به عنوان تولیدی جهت‌مند و هدفمند مورد نظر قرار می‌داد.<sup>۱۱</sup> یکی از نخستین نقاشی‌های رئالیستی با موضوعی اجتماعی، تابلویی از اسماعیل آشتیانی بود (تصویر شماره ۴) که در آن «سه جوان در قهوه‌خانه، بر منقلی گرد آمده‌اند و تریاک چاق می‌کنند و بر نشئه افیون خماری؛ ژنده‌پوش هستند و معلوم است دستشان به دهانشان نمی‌رسد. این یکی از پرده‌های برجسته مکتب رئالیسم انتقادی است که زندگی اسفبار توده مردم فلک‌زده ایران را طرح می‌کرد (موسوی‌زاده، ۱۳۸۳: ۳۸).

### گفتمان چپ در دوران پهلوی دوم (۱۳۲۰-۱۳۴۰)

با حمله قوای متفقین به ایران در سال ۱۳۲۰، زمینه استعفای رضاشاه و جانشینی فرزند او، محمدرضاشاه پهلوی، برقرار شد. درآمدهای روزافزون نفتی، دست شاه جوان را برای توسعه نظامی، اقتصادی و صنعتی باز گذاشت. در کنار عوامل یادشده در سال‌های آغازین حکومت، آزادی زندانیان سیاسی و روشنفکران و به رسمیت شناختن حزب توده، رواج مطبوعات و بسط آزادی نظریه‌پردازان چپ‌گرا، پیشرفت روزافزون صنعتی و ادامه مدرنیزاسیون و رشد مراکز آموزش عالی، به تحول فرهنگی و اجتماعی دامن زده و با تغییر در ساختار جمعیت و ساختار طبقاتی جامعه به تولد طبقه متوسط جدید انجامید. «تولد طبقه متوسط جدید و متمایز شهرنشین را باید دستاورد افزایش درآمد کشور، صنعتی‌سازی، گسترش بوروکراسی و برنامه آموزش عمومی دولت مطلقه‌ای دانست که از دست رفتن تمرکز منابع قدرت آن، تکثرگرایی دهه ۲۰ را در پی داشت. ارزش‌ها و هنجارها و سبک زندگی غربی طبقه متوسط جدید با نخبگان دولتی سازگار بود. آن‌ها اهداف و منافع خود را با سکولاریسم<sup>۱۲</sup> و مدرنیسم دولت مطلقه پیوند زدند؛ اما دولت مطلقه پهلوی اول، امکان مشارکت سیاسی معنادار را از آن‌ها سلب کرده بود و به همین دلیل، فضای پس از شهریور ۱۳۲۰ فرصتی مغتنم برای فعالیت‌های سیاسی گوناگون آن‌ها شد (اشرف و بنوعیزی، ۱۳۸۷: ۸۸-۸۹).

خطر رشد کمونیسم، نفوذ بیشتر امریکا به عنوان یک هم‌پیمان نظامی و سیاسی، اهمیت نهادهای بین‌المللی و گسترش سرمایه‌داری بین‌المللی و

عقد معاهدات تجاری و ظهور مجدد منتقدان اسلام‌گرا، قدرت پادشاهی این دوره را در نظام‌های معنایی جدیدی نسبت به دوره پیشین قرار داد (مریدی، ۱۳۹۷: ۹۰). نظام‌هایی که به تقابل میان دو طبقه سنتی و جدید انجامید و جریاناتی تازه را رقم زد. در این زمان صورت‌بندی نوینی از معنا و کارکرد هنر در متن‌های ادبی و هنری نمایان می‌شود. هم‌سو با تحولات جاری، اتحاد جماهیر شوروی، شعبه‌ای از انجمن روابط فرهنگی اتحاد جماهیر شوروی با کشورهای خارجی (وکس<sup>۱۳</sup>) را در تهران افتتاح کرد و با پیگیری هواخواهان روابط گسترده ایران و شوروی، در سال ۱۳۲۵، اولین کنگره نویسندگان ایران، تحت نظارت انجمن روابط فرهنگی ایران و شوروی، با تأکید بر نقش اجتماعی هنر در ادبیات ایران، تشکیل شد که می‌توان آن را نتیجه تأثیر سیاست بر ادبیات و مطرح شدن وظیفه و نقش تازه هنر و هنرمند شمرد. با شکل‌گیری احزاب و سازمان‌های سیاسی مختلف با گرایش‌های ایدئولوژیکی گوناگون، رقابت بر سر تثبیت و ترویج عقاید و خواست سیاسی هر حزب، به کمک ابزار فرهنگی آغاز شد. در این زمان، به دلیل پاره‌ای از مشکلات، مانند بحران سیاست خارجی و داخلی، معضلات جنگ جهانی دوم، وضعیت اقتصادی و نفوذ احزاب گوناگون در جامعه، در غیاب حمایت حکومت از آثار هنری و عدم فرصت سیاست‌گذاری برای هنرها، زمینه لازم برای حمایت احزاب از انواع هنر و شکل‌گیری گفتمانی تازه، میان فرهنگ و هنر و جامعه فراهم شد. گفتمانی که بیش از همه، تحت تأثیر مبانی مورد پذیرش هنر در شوروی، با تأکید بر رابطه میان هنر و اجتماع، داعیه بیداری توده و اصلاح جامعه را داشت<sup>۱۴</sup>.

نکته مورد توجه آن است که در دوران رضاشاه، اگرچه گروهی از جناح روشنفکر، سویه‌های چپ و اعتراضی را در گفتار و آثار خود نمود می‌دادند؛ اما اکثریت جامعه روشنفکر به تلاش در جهت نوسازی ایران می‌پرداختند. این تصویر در دوران محمدرضاشاه، سویه عکس گرفت و روشنفکران، با نفی عقاید روشنفکران قبل از خود، بیش‌ازپیش به جناح چپ گرویدند و از میل به فرایند نوسازی فاصله گرفتند و روشنفکری اعتراض و نفی و تضاد را پایه نهادند. در واقع گفتمان چپ با اندیشه تضاد و تقابل در پیوند است؛ تضاد میان فقیر و غنی، تضاد میان مترجع و مترقی، تضاد میان بورژوا و پرولتاریا و دیگر تضادهایی که در اندیشه روشنفکران آن زمان ریشه دوانده بود.

تحت تأثیر گفتمان حاکم بر جامعه، در فاصله سال‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲، هنر همچون ادبیات، خصلت ایدئولوژیک یافت. اما در این برهه، اهل هنر و ادب، کمتر به سبک و روش بیان هنری اندیشیده و تمرکزشان بیش از همه، بر تأثیر اجتماعی هنر بود. بخش عمده‌ای از چپ‌گرایان در انجمن و حزب توده، در این دوران حمایتی علنی از هنر نو را آغاز کردند. درست برخلاف آنچه در شوروی، در

خصوص هنر مدرن که از منظر آن‌ها هنری بورژوازی و ناتوان از ارتباط با توده بود، رخ نمود. حزب توده و چپ‌گرایان، بر اساس تجربه‌ای که از انقلاب روسیه داشتند، نیاز روشنفکران به انقلابی هنری به منظور درکی از انقلاب حقیقی را تشخیص دادند و بسیاری از نوگرایان را به خود جذب کردند. اما در سال ۱۳۲۶ معیارهای ارزیابی و داوری آثار هنری تغییراتی کرد و سبک رئالیسم سوسیالیستی، مورد پذیرش تعداد بیشتری از نویسندگان و نظریه‌پردازان حزب توده قرار گرفت. به تدریج برگستره افکار ایدئولوژیک در حزب توده افزوده شد و با این تغییرات، سبک رئالیسم سوسیالیسم به عنوان یگانه سبک مورد پذیرش در هنر و ادبیات معرفی گردید. این مسئله تا بدان جا پیش رفت که در آن نوگرایی فرمالیستی، خدمت به قدرت مسلط دانسته شده و شعاری شدن آثار بر ضد دیکتاتوری، مورد تشویق و عامل ارتقای هنرمند محسوب می‌گردید.

جدول ۲. عوامل بی‌ثباتی در نظم اخلاقی جامعه و منابع مؤثر  
بر شکل‌گیری گفتمان تعهد اجتماعی در هنر و ادبیات دوران پهلوی دوم (۱۳۲۰-۱۳۴۰).

دوران پهلوی دوم (۱۳۲۰-۱۳۴۰) بسیج منابع			
عوامل اقتصادی	عوامل اجتماعی	عوامل فرهنگی	عوامل سیاسی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- تقلای شدید اقتصادی و سیاسی بر سر کنترل نفت</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- رشد طبقه متوسط جدید</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ایجاد انجمن روابط فرهنگی اتحاد جماهیر شوروی با ایران</li> <li>- برگزاری نمایشگاه هنرهای زیبا به کوشش انجمن فرهنگی ایران و شوروی (نخستین نمایشگاه جمعی هنر ایران)</li> <li>- ایجاد پایگاه‌های ادبی (کنگره نویسندگان ایران) و هنری با گرایش چپ</li> <li>- افزایش نشریات و گاهنامه‌های انتقادی و چاپ و ترجمه آثار سیاسی</li> <li>- ظهور نخستین نمونه‌های شرح و نقد آثار هنری در معنای نوین آن</li> <li>- برگزاری اولین بینال تهران (۱۳۳۷)</li> <li>- ورود تلویزیون به عنوان یک رسانه جمعی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- افزایش آزادی‌های سیاسی و رسمیت حزب توده</li> <li>- بحران سیاست خارجی و داخلی</li> <li>- نفی نشانه‌های فرهنگ بورژوازی توسط گفتمان چپ</li> </ul>

عوامل بی‌ثباتی در نظم اخلاقی ایدئولوژیک			
سیاسی	فرهنگی	اجتماعی	اقتصادی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- سانسور مطبوعات و تئاتر</li> <li>و فیلم توسط گفتمان قدرت</li> <li>- سرکوب و انحلال حزب توده</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تکثر در سطح گفتمان‌های جاری در سطح اجتماع</li> <li>- انتشار مجله «جام‌جم» با رویکرد ملی‌گرایانه در تقابل با حزب توده</li> <li>- بسط گفتمان عقلانی و انتقادی و پیشبرد مدرنیته سیاسی</li> <li>- ایجاد دو گفتمان هنر متعهد و هنر برای هنر</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- رشد انجمن‌ها و نشریات مختلف زنان</li> <li>- ظهور روشنفکری اعتراض و نفی و تضاد و رادیکالیزه شدن ارزش‌های طبقه متوسط</li> <li>در هم‌سویی با روشنفکران</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- بحران اقتصادی</li> </ul>
گزینش گفتمان تعهد اجتماعی در هنر و ادبیات			

تأثیرگذاری گسترده حزب توده، با وقوع چند رخداد رو به افول نهاد. روشن شدن نقش شوروی در بحران آذربایجان و تلاش برای تحمیل قرارداد نفتی بر ایران، نگاه خوش‌بینانه مردم و روشنفکران ایرانی را نسبت به شوروی تغییر داد. سرانجام با انحلال حزب توده در سال ۱۳۲۷ و پس‌از آن سرکوب کودتای ۱۳۳۲، فشار حکومت بر فرهنگ‌زدایی کشور از آثار روسی و همچنین برملا شدن وابستگی سیاسی حزب توده به شوروی و تعصب ایدئولوژیک این حزب بر رئالیسم سوسیالیستی به عنوان یگانه سبک مورد پذیرش، که به انکار واقعیت و پنهان کردن آن پیش از نمایش آن اصرار می‌ورزید، دیدگاه‌های مارکسیستی در میان روشنفکران تا حدودی تعدیل شد و به گرایش‌های انتقادی و جامعه‌گرایانه، طرح دیدگاه‌های منتقدانه و تجلی عواطف وطن‌خواهانه در آثار و آرای هنرمندان و نویسندگان تقلیل یافت. سرانجام سوء قصد نافرجام به جان محمدرضا پهلوی در بهمن ۱۳۲۷ تا سرکوب اساسی حزب، در پی کوتای مرداد ۱۳۳۲، به تضعیف حزب توده ایران انجامید و در سال‌های بعد، آن را وارد فضای سیاسی نوینی کرد. در جدول شماره ۲، برخی از عوامل مؤثر در برهم خوردن نظم اخلاقی جامعه و منابع لازم جهت گزینش گفتمان تعهد اجتماعی در هنر و ادبیات دوران پهلوی دوم (۱۳۲۰-۱۳۴۰) بیان شده است.

## گفتمان چپ در دوران پهلوی دوم (۱۳۴۰-۱۳۵۷)

در اواخر دهه ۳۰، خطر گسترش آرای مارکسیسم، پهلوی دوم را بر آن داشت که به منظور راضی نمودن روشنفکران چپ‌گرا، دست به اصلاحات اجتماعی-اقتصادی بزند. او در سال ۱۳۴۱ تحت نام «انقلاب سفید»<sup>۱۵</sup> دست به اصلاحات ارضی زد و در همین دهه، با اجرای برنامه‌های سوسیالیستی، سعی در جذب نیروهای عقیدتی و روشنفکری چپ در نهادهای دولتی نمود تا بتواند به نحوی قدرت این گروه را تحت اختیار خود گرفته و بر عملکردشان کنترل بیشتری داشته باشد. اقدامات شاه و افزایش شمار دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها، موجب رشد گسترده طبقه روشنفکر در طبقه متوسط جدید، رشد نهادها و نشریات، تغییر در ساختار طبقاتی جامعه، گسترش ارتباطات و رسانه‌های جمعی، توجه به حقوق زنان و خلق گفتمان‌های متفاوت و نوین در عرصه فرهنگ، ادب و هنر به ویژه گفتمان تعهد در خلق آثار هنری و ادبی شد. به عقیده آبراهامیان «اگرچه شاه به نوسازی ساختار اجتماعی-اقتصادی کمک کرد، برای ایجاد نظام سیاسی؛ یعنی امکان دادن به تشکیل گروه‌های فشار، باز کردن عرصه سیاست به روی نیروهای مختلف اجتماعی، ایجاد پیوند بین رژیم و طبقات جدید، حفظ پیوندهای موجود بین رژیم و طبقات قدیم و گسترش دادن پایگاه اجتماعی سلطنت، که به هر حال عمدتاً به سبب کودتای نظامی ۱۳۳۲ به حیات خود ادامه داد، چندان کاری انجام نداد (آبراهامیان، ۱۳۹۷: ۵۳۵). در این زمان به واسطه اندیشه‌های شکل گرفته در میان طبقه متوسط، طبقه حاکم از تسری گفتمان مورد نظر خود به سطوح مختلف جامعه بازماند. در نهایت، سانسور مطبوعات و فضای بسته دوران کودتا و در عین حال آزادی‌های منتج شده از انقلاب سفید و خارج شدن جامعه از موضعی یکدست، سبب ترک برداشتن و تزلزل در نظم اخلاقی گفتمان قدرت، یعنی نظامی که حاکمیت در پی تثبیت آن بود، گردید. بر مبنای نظریه و سنو چنین می‌توان گفت، سیاست‌های اصلاحی حکومت محمدرضا پهلوی و اندیشه پیشرفت در جامعه‌ای با بنیان مذهبی، منجر به بیگانگی میان گفتمان قدرت و مردم شد. به علاوه، با ایجاد بحران در نظم اخلاقی جامعه، به شکل‌گیری احزاب و کانون‌های مختلف (شکل‌گیری زنجیره‌های تعامل)، بسیج منابع و بازتولید گفتمان تعهد اجتماعی-سیاسی در هنر و ادبیات انجامید.

در وادی هنر، رشد گالری‌ها، انجمن‌های فرهنگی، نشر مجلات، سخنرانی‌های هنری و ادبی و ... هنر این برهه از محفل‌نشینی روشنفکری دهه ۱۳۲۰ به انجمن‌گرایی و گروه‌گرایی دهه ۱۳۴۰ سوق داد و زنجیره‌های تعامل میان معترضان را شکل داد. در این دوران، دو قطبی شدیدی بر فضای هنر ایران حاکم شد. از یک سو تسلط شرایط سرکوب و سانسور و قطب‌بندی ایدئولوژیک

جامعه، بخش بزرگی از روشنفکران و هنرمندان را به سوی آرمان‌های انقلابی سوق داده بود و در سویی دیگر به همین اندازه افراطی، هنر رسمی ایران، گوشه دیگری از احوالات اجتماعی را نشان می‌داد: در ساحل امن و آسوده‌ای که برای طبقه مرفه فراهم شده بود، امکان بیشتری برای تبادل و تجربه‌اندوزی هنرمندان و روشنفکران در کشورهای غربی به وجود آمد و دوره جدیدی از هنر مدرن ایران به شکوفایی رسید. هنری که بر اساس الگوهای نظری و عملی مدرنیسم، از طرح و تحمل موضوعات اجتماعی پرهیز داشت و به دیده تحقیر به آن می‌نگریست (امیرابراهیمی، ۱۳۹۵: ۱۰). براین اساس، دو گفتمان هنری در دو جبهه مقابل هم سر برافراشتند: از یک سو گرایش به هنر انتزاعی و مدرن غربی با رویکرد به نظریه هنر برای هنر، در هم نشینی با سبک‌هایی چون هنر سقاخانه و هنر تزئینی با گرایش‌های ملی و ازسوی دیگر، هنر متعهد اجتماعی فیگوراتیو تحت تأثیر گفتمان چپ با نیم‌نگاهی به هنر غرب<sup>۴</sup>. در جدول شماره ۴ برخی از عوامل مؤثر در برهم خوردن نظم اخلاقی جامعه و منابع لازم جهت گزینش گفتمان تعهد اجتماعی در هنر و ادبیات دوران پهلوی دوم (۱۳۴۰-۱۳۵۷) بیان شده است.

### هنر متعهد مبارز و اجتماعی در دهه ۵۰

در میانه سال‌های دهه ۵۰ گفتمان چپ، مجدداً فرصت ابراز وجود یافت و شکل خود را در تعریف هنری یافت که بیان مؤلفه‌های اجتماعی در فرم و محتوا ضرورت اصلی آن بود (مجابی، ۱۳۹۵: ۱۵۷). این اندیشه با ایجاد مفاهیمی چون هویت طبقاتی، تضاد طبقاتی، پویایی طبقاتی و گفتمانی تازه در سیاست مفصل‌بندی کرد. مناسبات آن علی‌رغم تحدید و تنظیم از جانب قدرت، در فضای فکری جامعه مؤثر افتاد (آبراهامیان، ۱۳۹۱: ۲۰۸).



تصویر ۷. ایوب امدادیان، نهال آزادی، ۱۳۵۳، رنگ روغن روی بوم، ۲۶۰ \* ۲۴۹ سانتی‌متر، مجموعه خصوصی (گودرزی، ۱۳۸۷: ۲۰۴).



تصویر ۶. نصرت‌الله مسلمیان، اعدامی، ۱۳۵۴، رنگ روغن روی بوم، ۱۹۰ \* ۱۲۰ سانتی‌متر

(<https://tajasomi.ir/fa/pages/newsdetail/38575>).



تصویر ۵. شهاب موسوی زاده، شب‌نامه، ۲۵۰ در ۲۰۰ سانتی‌متر، ۱۹۷۵، سایت شخصی هنرمند.



تصویر ۸. منوچهر صفرزاده، وحدت کلمه (بخشی از اثر)، ۱۳۵۱، رنگ روغن روی بوم، ۲۵۰ \* ۲۰۰ سانتی‌متر، مجموعه موزه هنرهای معاصر (نگارندگان).



تصویر ۹. هانیبال الخاص، شروع انقلاب اسلامی، ۱۳۵۸، رنگ و روغن روی بوم، ۶۵۰ \* ۱۷۰ سانتی‌متر (۵ لته)، مجموعه موزه هنرهای معاصر (نگارندگان).



تصویر ۱۱. نصرت الله مسلمیان، اعتصاب کارگران نفت، ۱۳۵۷، رنگ روغن روی بوم، ۲۰۰ \* ۴۰۵ سانتی‌متر. (<https://www.tajasomi.ir/fa/pages/newsdetail/110310>)

تصویر ۱۰. بهرام دبیری، فراماسیون‌ها (بخشی از اثر)، ۱۳۵۹، رنگ روغن روی بوم، ۱۸۰ \* ۶۰۰ سانتی‌متر. (گودرزی، ۱۳۸۷، ۱۹۳).

در دهه ۱۳۵۰ تعداد بیشتری از هنرمندان با دغدغه‌های اجتماعی و سیاسی به خلق اثر پرداختند. هنرمندان در این بازه زمان، نمود تصویری اندیشه خود را در نمایشگاه‌ها، دیوارنگاره‌ها و پوسترها به نمایش گذاشتند. آثار شهاب موسوی‌زاده (تصویر شماره ۵)، نصرت‌الله مسلمیان (تصویر شماره ۶)، ایوب امدادیان (تصویر شماره ۷)، نیلوفر قادری‌نژاد، علیرضا اسپهبد، نیکزاد نجومی، یعقوب عمامه‌پیچ، منوچهر صفرزاده (تصویر شماره ۸)، بهمن محمص، هانیبال‌الخاص (تصویر شماره ۹)، بهرام دبیری (تصویر شماره ۱۰) و چندتن دیگر، در امتداد عقاید چپ‌گرایانه بود. این هنرمندان، تحت تأثیر نقاشی رئالیسم اجتماعی اتحاد جماهیر شوروی بودند و موضوع آثارشان متمرکز بر طبقه محروم جامعه، جنبش‌های کارگری، تضاد طبقاتی، زندگی حاشیه‌نشین‌ها و اعتصاب کارگران بود. در تابلویی از مسلمیان تحت عنوان «اعتصاب کارگران نفت» (۱۳۵۷) (تصویر شماره ۱۱) هنرمند مبارزات کارگران صنعت نفت را که نقشی پررنگ در مبارزات انقلابی داشتند، با نمادهای سوسیالیستی به تصویر کشیده است؛ کارگری در مرکز تصویر، پرچمی سرخ را در دست گرفته و دیگر کارگران در صفوفی به هم فشرده و دست‌هایی در هم گره‌خورده، اتحاد خود را به نمایش می‌گذارند و در دیگر قسمت‌های تابلو، تصویر فقر و سختی کار، با نگاهی انتقادی از طریق عبور لوله‌های بزرگ نفت از روی سر خانواده‌ها و کارگران، به نمایش گذاشته شده است.<sup>۱۷</sup> مسلمیان در تابلوی «مهاجرت» (۱۳۵۵) (تصویر شماره ۱۲) با نگاهی انتقادی به مسائل اقتصادی و سیاسی زمانه‌اش، آنچه تحت عنوان صنایع وابسته (مونتاژ)، باعث مهاجرت اجباری روستاییان به شهرها شده بود، نقش آنان را در تولید محصول به تصویر کشیده است. در واقع نقاشی دوران پیش از انقلاب و سال‌های نخستین انقلاب، بنابر خصیصه ذاتی آن، بر موضوعاتی چون مردم ستم‌دیده و مبارزات مردمی تکیه داشته و گرایش به اکسپرسیونیسم سیاسی، با اغراق در نمایش تأثیر ظلم بر انسان و انسانیت‌زدایی از او، تلاشی برای حدت بخشیدن بر این گفتمان بصری است.

با نزدیکی به انقلاب، تغییرات عمده‌ای در جهت‌گیری‌های مخالفین نظام پهلوی ایجاد شد. برگزاری ده شب کانون نویسندگان، با همکاری انجمن فرهنگی ایران و آلمان در انیستیتو گوته تهران در مهرماه سال ۱۳۵۶، نمادی از فرهنگ سیاسی و هنری روشنفکران و ضدیت آن‌ها با گفتمان قدرت حاکم در سال‌های پایانی اقتدارش بود. «در این زمان، مذهب به عنوان ایدئولوژی مبارزه و قیام، کم‌کم جای خود را در میان مردم باز کرد و می‌رفت تا جایگزین مارکسیسم شود. در این راستا، سخنرانی‌ها و نوشته‌های متفکرینی چون جلال آل احمد و به‌ویژه دکتر علی‌شریعتی و برخی از روحانیون بسیار کارساز بود (گودرزی، ۱۳۸۷: ۲۸) و فضا سازی‌های لازم را برای تحولات بعدی جامعه پراختناق آن سال‌ها فراهم ساخت. علاوه بر مسائل مطرح شده، دو بحران غیرمنتظره، پایه‌های حکومت پهلوی را لرزاند. «بحران اقتصادی به شکل تورم حاد و بحران نهادی

ناشی از اعمال فشارهای خارجی بر شاه که هدف آن‌ها وادار ساختن رژیم به تعدیل کنترل‌های پلیسی و رعایت حقوق بشر به‌ویژه حقوق مخالفان سیاسی در ایران بود (آبراهامیان، ۱۳۹۷: ۶۱۳). علی‌رغم تلاش شاه برای بازگرداندن وجه خود در سطح جهانی، رکود اقتصادی، اعتراضات طبقه کارگر و مسئله خفقان سیاسی، طبقه روشنفکر و متوسط را در سال ۵۷ به تظاهرات گسترده واداشت؛ تظاهراتی که نتیجه آن پیروزی انقلاب در بهمن ۱۳۵۷ بود.

جدول ۳. عوامل بی‌ثباتی در نظم اخلاقی جامعه و منابع مؤثر بر شکل‌گیری گفتمان تعهد اجتماعی در هنر و ادبیات دوران پهلوی دوم (۱۳۴۰-۱۳۵۷).

دوران پهلوی دوم (۱۳۴۰-۱۳۵۷) بسیج منابع			
عوامل اقتصادی	عوامل اجتماعی	عوامل فرهنگی	عوامل سیاسی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- انقلاب سفید و اصلاحات ارضی</li> <li>- افزایش درآمد نفت و بالا رفتن میزان سرمایه‌گذاری خارجی در ایران</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- افزایش شمار دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها</li> <li>- رشد گسترده طبقه روشنفکر در طبقه متوسط جدید</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- گسترش ارتباطات و رسانه‌های جمعی</li> <li>- نوسازی ساختار اجتماعی - اقتصادی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- جذب نیروهای عقیدتی و روشنفکری چپ در نهادهای دولتی</li> </ul>
عوامل بی‌ثباتی در نظم اخلاقی ایدئولوژیک			
اقتصادی	اجتماعی	فرهنگی	سیاسی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- بحران اقتصادی به شکل تورم حاد و اعتراضات طبقه کارگر</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تغییر در ساختار طبقاتی جامعه</li> <li>- خارج شدن جامعه از موضعی یک‌دست</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- شکل‌گیری احزاب و کانون‌های مختلف (شکل‌گیری زنجیره‌های تعامل)</li> <li>- ماهیت سوسیالیستی رابطه میان هنرمندان و نویسندگان با احزاب سیاسی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- رشد تناقض‌های اجتماعی و وحدت‌یابی اقدام‌های گروه‌های چریکی</li> </ul>
نهادینه شدن گفتمان تعهد اجتماعی در هنر و ادبیات			

## تحلیل نهایی

چنانچه مشاهده گردید، جامعه ایران، پس از آشنایی با مدرنیته تحولات عمیقی را در عرصه اجتماعی تجربه کرده و گفتمان‌های هنری متفاوتی را پذیرا شد. گفتمان‌های مزبور بر مبنای چارچوب‌های نظری متغیر، مفاهیم مختلف و گاه متفاوتی را مطرح ساختند. ارتباط این گفتمان‌ها با گفتمان قدرت، نهادها و گروه‌های مسلط اجتماعی، نیز متفاوت بوده و گاه در هم‌نشینی با گفتمان حاکم و گاه در تضاد با آن استوار بود. در این دوره به دلیل رخدادهایی چون انقلاب مشروطه، تفکرات آزادی خواهی، افزایش چاپ روزنامه و کتاب، ترجمه کتاب‌های خارجی، یأس از به ثمر نرسیدن انقلاب مشروطه، بحران‌های سیاسی و اجتماعی، اعزام دانشجویان به فرنگ، برخورد جامعه ایران با غرب، آزادی نسبی مردم پس از عزل رضاشاه تا پایان دوران مصدق، ملی شدن صنعت نفت، انقلاب شوروی، جنگ‌های جهانی، فعالیت احزاب چپ در ایران، اعتصاب کارگران، اصلاحات ارضی و طرح مسئله غرب‌زدگی و بازگشت به خویشتن، گفتمان رئالیستی در برابر گفتمان ایدئالیستی قد علم کرد. در واقع سیاست‌های اصلاحی دولت (نظامی، اقتصادی، صنعتی، فرهنگی) به ایجاد تغییر در فرهنگ جامعه و ساختار طبقاتی آن انجامید و با رشد طبقه متوسط جدید و گرایش به آموزش عالی، به رشد قشر طبقه روشنفکر، رشد رسانه‌ها و نهادهای فرهنگی، روزنامه‌ها، نشریات و مجلات مختلف ادبی، کانون‌ها و جلسات نقد و گفت‌وگو، افزایش تعامل میان اقشار فرهنگی و روشنفکر و درنهایت به برهم خوردن نظم اخلاقی جامعه انجامید. با سست شدن نظم اخلاقی جامعه، شکل‌گیری گروه‌های مختلف فکری و فرهنگی و درنهایت خارج شدن جامعه از فضایی یک‌دست، گروه‌ها و انجمن‌های مختلف، به هدف نقد و به چالش کشیدن هژمونی گفتمان مسلط، به تدریج یکدیگر را یافته و در اهداف خود به تلاقی رسیدند.

طبق نظریات و سنو زمانی می‌توان از شکل‌گیری یک گفتمان نوین سخن گفت که سه فرایند تولید، گزینش و نهادینه شدن متون مرتبط با آن را پشت سر نهاده باشد. طی مباحث پیشین مشخص گردید که دوران مشروطه، دوران آغاز شکوفایی گفتمان تعهد در هنر ایران بود. با وجود کاهش نسبی این گفتمان در سال‌های بعد، در دهه سی، بار دیگر گفتمان تعهد با نگاهی انتقادی به مسائل جامعه، تولید شد. مرحله گزینش، زمانی شکل گرفت که بحث هنر متعهد و غیر متعهد بر فضای فرهنگی جامعه حاکم شد. در این دوران، با گرایش بسیاری از هنرمندان و روشنفکران به هنر متعهد، مقوله ترجیح یک گفتمان در فضای جامعه مطرح گردید و نهایتاً در سال‌های پایانی حکومت پهلوی، با نهادینه شدن نسبی گفتمان تعهد اجتماعی-سیاسی تحت تأثیر گفتمان چپ مواجه هستیم. گفتمان چپ‌گرا با دال مرکزی برابری و نفی نشانه‌های سرمایه‌داری، به عرضه هنر متعهد با مضامینی

چون فاصله طبقاتی، نابرابری‌های قومیتی و ... در شکلی از هنر مبارز و انقلابی می‌پرداخت. جریانی که از رویکردهای اجتماعی و ملی هنر در نهاد گروه‌هایی چون تالار قندریز آغاز شده بود با نهادهای دیگری چون دانشگاه و انجمن‌های فرهنگی و ادبی به عنوان بسترهای روشنفکری همراه شد و از هنر به عنوان بستری، جهت ارتباط با مخاطب بهره برد. براین اساس، هنر اجتماعی این دوران در شکل هنری، رابطه‌ای متعامل با مخاطب عامه برقرار کرده و بیان موضوعی آن در نشانه‌های قابل شناسایی متجلی شد.

ارجاعات سرراست و قابل فهم، تصویر انسان با چهره‌ای خموده و اندوهناک و سر در گریبان، بدن‌های نحیف و تکیده در کسوت کارگر، کشاورز روستایی، اسیر، فقیر، مبارز، شهید و مصدوم، فضای محصور و مبهم و مه‌آلود، جمعیت‌های به هم فشردده با نمایش کودکان در آغوش مادرانی آماده جهاد و کارگرانی با داس و چکش، با گرده برداری‌های ارجاعی و فرمی از آثار کلاسیک انقلاب فرانسه، مکزیک و اسپانیا، مشخصه‌های هنری است که بیان اجتماعی را برتر از بیان فرمی اثر می‌نشانند. در واقع این نوع نقاشی، تحت فشار موج تجدخواهی دوره پهلوی و زبان رئالیستی اعتراضی در نقاشی روسیه، دائم مابین رئالیسم، اکسپرسیونیسم، سمبولیسم و انتزاع در نوسان بود. به همین سبب، نتوانست همانند الگوهای خود در برخی از نقاشی‌های واقع‌گرای اجتماعی در روسیه و اروپا به سبکی تأثیرگذار و ماندگار تبدیل شود؛ گویی در اینجا موضوع، تنها بهانه‌ای برای رسیدن به نوعی زبان نوین هنری بود. این گفتمان با وجود نهادینه شدن در نزد هنرمندان و طبقات روشنفکر، در دوران انقلاب، نتوانست به گفتمانی نهادینه در هنر سال‌های بعد تبدیل شود؛ زیرا «به دلیل اکتسابی و تقلیدی بودن برداشت هنرمندان از هنر انقلابی کشورهای دیگر، اهدافی که هنرمندان متعهد در بیانیه‌های خود عنوان می‌کردند، کاربردی اجرایی نداشته و بسیار ایده‌آل‌گرایانه و تکرار مفاهیمی بود که گاه هیچ ارتباط ذاتی با خواست و پیشینه فرهنگی ما چه در محتوا و چه در اجرای آثار نداشت (تقوی و پهلوان، ۱۳۹۸: ۳۲). نمایش مردم انقلابی با چهره‌هایی پرتنش و انسانیت‌زدایی شده، تنها می‌توانست با ضد گفتمان حاکم زمانه خود هم‌سو باشد و پس از براندازی گفتمان حاکم و برآمدن گفتمانی نو، این گرایش جایگاهی در هنر مسلط زمانه نداشت و براین اساس، گفتمان انتقادی دوران انقلاب را به نقاشی ثبات‌گرای رمانتیک دفاع مقدس و گفتمان‌هایی چون شهادت و معنویت تبدیل کرد و خود از حرکت بازماند.

## نتیجه‌گیری

چنانچه مشاهده کردیم به عقیدهٔ وسنو، تغییر در شرایط محیطی به طور مستقیم بر ظهور جنبش‌های فرهنگی-هنری جدید تأثیر نمی‌گذارند، بلکه این تغییرات با برهم زدن نظم اخلاقی حاکم بر جامعه و ایجاد بی‌ثباتی و درعین حال مهیا ساختن منابع لازم، فرصت و شرایط مناسب برای ظهور جنبش‌های هنری جدید را فراهم ساخته و به خلق فرهنگ و هنر کمک می‌کنند. با خوانش تاریخ سیاسی-اجتماعی ایران بر مبنای نظریهٔ وسنو این نتیجه حاصل گردید، اقدامات اصلاحی دولت، زمینه‌های ایجاد بحران در نظم اخلاقی جامعه را فراهم ساخت و با تغییر در نظم طبقاتی جامعه، طبقهٔ جدید متوسط و روشنفکر پا به عرصه نهاد. با تحولات آموزشی و گسترش شبکه‌های ارتباطی، مشکلات و کاستی‌های جامعه، بیش‌ازپیش آشکار گشت. در این زمان، گفتمان تعهد یا عدم تعهد در ادبیات و هنر نمودی آشکار یافت. با برهم خوردن یک‌دستی جامعه و ایجاد چندصدایی، افراد در شکل‌ها و گروه‌های متفاوت به کمک روزنامه‌ها، مجلات، ترجمهٔ منابع خارجی، نهادها و کانون‌های مختلف، زنجیره‌های تعامل را شکل داده و درنهایت به تولید گفتمان تعهد اجتماعی و گزینش و نهادینه کردن آن در عرصهٔ ادبیات و هنر پرداختند؛ اما درنهایت گرایش چپ، باعث شعاری و سیاست‌زدگی گفتمان انتقادی در ایران و همچنین این گفتمان در مرحلهٔ نهادینه شدن با مشکل مواجه گردد. هنرمندان نوگرای ایران با گرایش چپ سوسیالیسم، با وجود محتوای اجتماعی در آثارشان به دلیل مؤلفه‌هایی چون تسلط گفتمان تجددخواهی، نرسیدن به فرم هنری منسجم، الگوبرداری‌های ناسنجیده و بدون رابطه ذاتی با بینش فرهنگی مان و گاه الزام بیرونی هنرمندان به خلق اثری با محتوای سیاسی و اجتماعی، موجبات عدم ارتباط اثر با مخاطب زمانه را مهیا نموده و درنهایت این گفتمان به خلق جریانی ماندگار نینجامید<sup>۱۸</sup>. طبق بررسی صورت گرفته، چارچوب نظری وسنو با در نظر گرفتن عواملی چون بحران در نظم اخلاقی جامعه، شکل‌گیری زنجیره‌های تعامل (کنش) و بسیج منابع، رویکردی مناسب برای مطالعهٔ شرایط تولید یک گفتمان نوین است. همچنین وسنو با در نظر گرفتن پیوند ظریف، مبهم و پیچیده میان هنر و ساختار اجتماعی معتقد است که چنانچه آثار هنری در ارتباط و پیوند تنگاتنگ با موقعیت اجتماعی‌شان باشند، ممکن است به‌عنوان آثاری محدود و مقید به زمان و مکان، دوام و دستیابی به مخاطبانی متنوع را از دست بدهند. پیوندی که چنین به نظر می‌رسد در آثار هنر اجتماعی ایران در سال‌های مورد بررسی، از مرزهای راستین خود عدول کرده و از نهادینه شدن بازمانده است.

## پی‌نوشت‌ها

1. Robert Wuthnow (1946) جامعه‌شناس فرهنگ امریکایی.
2. Communities of Discourse: Ideology and Social Structure in the Reformation, the Enlightenment, and European Socialism
۳. شرایط محیطی اشاره به شرایط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی هریک از دوره‌های تغییر فرهنگی دارد. مطالعه میزان کاهش یا افزایش جمعیت، رکود یا رونق اقتصادی، فضای سیاسی و مذهبی حاکم و تکثر سیاسی یا تک‌صدایی از جمله عوامل مناسب برای مطالعه شرایط محیطی هستند. او به کارکرد محیط کلان اجتماعی به‌عنوان «بانک یا ذخیره منابع» نگاه می‌کند (وسنو(الف)، ۱۹۸۹، ۵۴۴ و وسنو، ۱۳۹۹، ۲۲).
۴. بنابر نظریهٔ وسنو بافت‌ها یا زمینه‌های نهادی بی‌واسطه‌ترین موقعیت‌ها و محیط‌های تولید ایدئولوژی هستند که منابع مزبور درون آن‌ها ساخت و قالب می‌یابند (وسنو(الف)، ۱۹۸۹، ۷ و وسنو، ۱۳۹۹، ۲۵-۲۶). در این بافت‌ها خالقان هنر به منابع لازم دسترسی یافته و با یکدیگر و با مخاطبانشان ارتباط می‌یابند.
۵. به اعتقاد وسنو «ایدئولوژی‌ها، محصول عمل کنشگران تاریخی‌اند. زنجیره‌های کنش درون بافت‌ها یا زمینه‌های نهادی روی می‌دهند. در مدل وسنو، مفهوم زنجیره‌های کنش به رفتارکنندگان و مصرف‌کنندگان فرهنگ و تصمیم‌های حامیان یک جنبش فرهنگی، مأموران سانسور، رهبران سیاسی و دیگرانی که بر رفتار تولیدکنندگان فرهنگ و مخاطبانشان تأثیر دارند، اشاره می‌کند (همان، ۷، همان، ۲۷-۲۸).
6. Production
7. Selection
8. Institutionalization
۹. به‌عنوان مثال «در اثر محمود اولیا با نام «دو پسر گدا» که چهره تهنی دست را نمایش می‌داد و «دختر فقیر» اثر علی اکبر یاسمی و «قهوه‌خانه» اثر اسماعیل آشتیانی که فقر و اعتیاد را تصویر می‌کرد (مریدی، ۱۳۹۷: ۷۸-۷۹) نوعی نگاه رئالیستی قابل مشاهده است.
۱۰. «اهمیت مجله دنیا در حفظ خط سیر گفتمان چپ در ایران در این بود که در فضایی که هرگونه فعالیت سازمانی و تبلیغی از سوی این جریان قانوناً ممنوع اعلام گردیده بود، آشکارا به انتشار مطالبی مارکسیستی اقدام کرد و هسته‌ای پیرامون آن شکل گرفت که به نطفه اصلی جنبش چپ در دوره‌های بعد تبدیل گردید (احمدی، ۱۳۹۷: ۲۷۵).
۱۱. «تقی ارانی (۱۳۸۱-۱۳۱۸) فعال سیاسی، تئوریسین مارکسیست و ناشر. نکتهٔ مهم و برجسته اندیشه مارکسیستی ارانی در طول حیات فکری خود، نگاه علمی به مارکسیسم بود. او در فضای سیاسی اروپای غربی و در یک سیر مطالعاتی تئوریک به ماتریالیسم دیالکتیک و مارکسیسم گرایش پیدا کرده بود (احمدی، ۱۳۹۷: ۲۴۷).
۱۲. بزرگ علوی در مقاله «هنر و ماتریالیسم» و تقی ارانی در نوشتاری با عنوان «تاریخ‌سازی در هنر»، نقد اجتماعی آثار هنری را دنبال می‌کنند.
13. Secularism دنیاگرایی
14. Vox
۱۵. در این زمان، مباحث نظری مربوط به هنر و ادبیات، در روزنامه مردم برای روشنفکران (۱۳۲۳) مطرح شده و دیدگاه‌های سیاسی طبقهٔ روشنفکر، در مجله سخن بازتاب می‌یافت. همچنین از جمله پایگاه‌های ادبی طبقه روشنفکر با دیدگاه چپ‌گرا، مجله پیام نو و روزنامه نامه مردم و مجله کبوتر صلح بود. از دیگر مجلات هم‌سو با اندیشه چپ، مجله فردوسی بود. این نشریه از جمله هفته‌نامه‌هایی بود که به‌طور مسائل سیاسی روز می‌پرداخت. «نشریه تأثر به مدیریت مهدی امینی و عطاالله زاهد، از نشریات چپ‌گرای آن دوران بود که توسط «اتحادیه هنرپیشگان ایران» باهدف «شناساندن هنر تئاتر به مردم ایران» و «مبارزات صنفی به‌منظور بهبودی وضع مادی هنرپیشگان و بالا بردن سطح تئاتر» فعالیت خود را علیه سانسور دولتی آغاز کرد [...] این تشکل صنفی که سال ۱۳۲۹ تشکیل شد، توأمان به تشدید سانسور دولت، کارفرمایان تئاتر و حتی اخذ عوارض از سالن‌های تئاتر اعتراض می‌کرد (تأثر، ۱۳۳۱ (الف): ۱ به نقل از قلی‌پور، ۱۳۹۸: ۵۶).
۱۶. انقلاب سفید با محورهای شش‌گانه ملی شدن جنگل‌ها، فروش سهام کارخانه‌های دولتی، سهمیه شدن کارگران در سود کارخانه‌ها، اصلاح قانون انتخابات، تشکیل سپاه دانش و اصلاحات ارضی (ازغندی، ۱۳۷۹: ۱۸۶) شناخته می‌شود.
۱۷. در این دوران تالار قندریز محفلی برای قائلان به هنر اجتماعی و ارتباط هنر با مخاطب است. «مسئله اصلی ارتباط یا عدم

ارتباط با دولت و تعهد هنری است که در این دوره غالباً بر شکاف میان هنرمند و جامعه و مسئله گریز او از اجتماع یا نفی او توسط اجتماع جست و جوی می شود (ثقفی، ۱۳۷۵: ۴۱).

۱۸. «این رویکرد به تاریخ و چهره‌های سازنده آن با رفتارهای قبلی هنرمندان با شخصیت‌های تاریخی متفاوت بود. آن‌ها ارواحی را از تاریخ احضار می‌کردند که به تفسیری چپ‌گرایانه از تنازع تاریخی ظالم و مظلوم تن در دهند. در حقیقت این همان سویه تجسمی پروژه‌ای بود که به ایدئولوژیک کردن سنت و تاریخ انجامید. بازخوانی اسلام یا سنت، درون دستگاه تفسیری ایدئولوژیک. اگر علی شریعتی از نزاع هابیل و قابیل در صدر تاریخ به نزاع امروزی مستضعف و مستکبر می‌رسد، پس نقاشی هم می‌تواند از جنگ‌های بابک خرمدین با خلیفه عباسی یا از غائله میرزا کوچک‌خان، پیامی در پرده و تفسیری برای انقلاب در امروز استخراج کند. این پرتره‌نگاری و نقاشی از چهره‌های تاریخی در دهه ۶۰ و ۷۰ نیز ادامه داشت و در آثار افرادی همچون قاسم حاجی‌زاده، بهزاد شیشه‌گران، هانیبال‌الخاص، احمد امین نظر، امین نورانی، و هادی ضیاء الدینی ... ادامه پیدا کرد (افسرین و خضری، ۱۳۹۶: ۸۰).

۱۹. نگارنده در مقاله‌ای تحت عنوان «تحلیل بازتاب گفتمان چپ بر نقاشی نوگرای ایران دهه ۴۰ تا ۶۰: با رویکردی به آرای میشل فوکو»، تأثیر گفتمان چپ بر نحوه بیان آثار هنر اجتماعی را مورد بررسی قرار داده است.

## منابع و مأخذ

ابراهیمی دینانی، غلامحسین (۱۳۹۶). رویکرد حکمت اشراق به هنر اسلامی. مجموعه مقالات درس و گفتارها، جستارهایی در چیستی هنر. تهران: فرهنگستان هنر.

بلخاری، حسن (۱۳۸۶). ابداعات فارابی در مفهوم و کارکرد تخیل. پژوهشنامه علوم انسانی، ۵۳، ۷۵-۹۰.

حسن زاده آملی، حسن (۱۳۹۱). انسان در عرف عرفان. چاپ یازدهم (اول: ۱۳۷۷)، تهران: انتشارات سروش.

حسن زاده آملی، حسن (۱۳۸۶). دروس معرفت نفس. چاپ سوم (اول: ۱۳۸۱)، قم: انتشارات الف. لام. میم.

خادمی، عین‌الله (۱۳۸۶). چگونگی پیدایش کثیر از واحد (نظام فیض) از دیدگاه فارابی، فصلنامه اندیشه نوین دینی، ۳(۱۰)، ۷۳-۱۰۰.

صدر، علی (۱۳۸۹). کودکی و خصلت نقاشی هانیبال‌الخاص. پیک، ۱۳۰، ۱۹.

فلامکی، منصور (۱۳۸۵). فارابی و سیر شهروندی در ایران. چاپ دوم (اول: ۱۳۸۴)، تهران: انتشارات فضا.

قادری، سید محمد هادی (۱۳۸۹). اهمیت‌الخاص شناسی. نشریه اینترنتی فیروزه، تهران.

کرین، هانری (۱۳۸۵). تاریخ فلسفه اسلامی. مترجم: جواد طباطبایی، تهران: انتشارات کویر.

مفتونی، نادیا (۱۳۹۷). نظریه هنر فاضله فارابی و رهیافت معاصر. پژوهش‌های عقلی نوین، ۳(۶)، ۹۷-۱۱۶.

Doi: 10.22081/NIR.2019.52448.1061

مفتونی، نادیا (۱۳۸۹). فارابی، خیال و خلاقیت هنری. تهران: انتشارات سوره مهر.

مفتونی، نادیا (۱۳۸۹). هنر به مثابه راهبرد فرهنگی در اندیشه فارابی. راهبرد فرهنگ، ۱۰(۱۱)، ۱۲۶-۱۱۳.

هاشم نژاد، حسین (۱۳۸۵). درآمدی بر فلسفه هنر از دیدگاه فیلسوفان اسلامی. فصلنامه قیاسات، ۱۱(۴۰-۳۹)، ۳۳۲-۳۱۳.

Nadir, A. (2015). Investigation The Place Of Imagination In Farabi's Epistemological Theory. Asian Science, 11(22), 227-220.

URL 1: <http://moarek.blogfa.com>. (access date: 25/07/1394)

URL 2: <https://www.isna.ir>. (access date: 29/06/1397)

URL 3: <http://www.elahe.net>. (access date: 25/07/1394)

URL 4: <http://arthibition.net>. (access date: 29/10/1397)

URL 5: <http://sadeghi.gallery.com>. (access date: 21/08/1397)

Balkhari, H. (2007). Farabi's innovations in the concept and function of imagination. *Journal of Humanities*, No. 53, 90-75. [In Persian].

- Carbon, H. (2006). *History of Islamic Philosophy, translated by Javad Tabatabai, fifth edition*, Tehran: Kavir Publications. [In Persian].
- Ebrahimi Dinani, G. (2016). *The approach of Hikmat Ishrak to Islamic art*. A collection of essays on lessons and speeches, Essays on the nature of art, 7th edition, Tehran: Farhangistan Art Academy. [In Persian].
- Flameki, M. (2006). *Farabi and the course of citizenship in Iran*, third edition, Tehran: Eshar Fazza. [In Persian].
- Hashemnejad, H. (2016). an introduction to the philosophy of art from the perspective of Islamic philosophers, *Qobsat Quarterly*, 11(39-40). 331-332. [In Persian].
- Hassanzadeh Amoli, H. (2007). *Self-knowledge*, Qom: A. Lam. Mim Publications. [In Persian].
- Hassanzadeh Amoli, H. (2011). *Man in mysticism*, Tehran: Soroush Publications. [In Persian].
- Khademi, A. (2007). The way of the emergence of multiple units (Nizam Faiz) from Farabi's point of view, *New Religious Thought Quarterly*, 3(10), 73-100. [In Persian].
- Maftoni, N. (2010). Art as a cultural strategy in Farabi's thought, *culture strategy*, 10(11). 113-126. [In Persian].
- Maftoni, N. (2010). *Farabi, artistic imagination and creativity*, Tehran: Surah Mehr Publications. [In Persian].
- Maftoni, N. (2017). Farabi's theory of ideal art and contemporary approach, *modern intellectual researches*, 3(6) 97-116. [In Persian].
- Nadir, A. (2015). Investigation The Plase Of Imagination In Farabi's Epistemological Theory. *Asian Science*, 11(22), 227-220.
- Qadri, S. M. H.. (2010). The importance of specialism, *Firouze online publication*, Tehran. [In Persian].  
Doi: 10.22081/NIR.2019.52448.1061.
- Sadr, Ali (2008). Childhood and characteristic of Hannibal's painting. *Peak*, 130, 19.
- URL 1:<http://moarek.blogfa.com>. (access date: 25/07/1394)
- URL 2: <https://www.isna.ir>. (access date: 29/06/ 1397)
- URL 3: <http://www.elahe.net>. (access date: 25/07/1394)
- URL 4: <http://arthibition.net>. (access date: 29/10/ 1397)
- URL 5:[http:// sadeghi.gallery.com](http://sadeghi.gallery.com). (access date: 21/08/1397)

## The effect of the analysis of folklore motifs on the preservation of the identity of Nobaran carpets: Foresight\*

*Narges Ahmadi, M.A. Student, Handicrafts, Faculty of Arts, Sourah University.  
narges.ahmadi700@gmail.com*

*Mehran Houshiar, Associate Professor, Soora University, houshiar@soore.ac.ir*

*Reza Mirmobin, Guest Lecturer, Handicrafts and Islamic Art Department of Soora University.  
r.mirmobin@yahoo.com*

### Abstract

Mentally woven carpets are a manifestation of popular culture and valuable resources in cultural studies. The concern of the research is the lack of production, use and forgetting of the design of Saman Saveh village carpets. With the main goal of reviving, preserving and transferring cultural heritage to future generations in the face of cultural invasion, Jihad of explanation has been used as a necessity of research and a strategy to solve the concern of research. The statistical population is Nobaran Saveh villages and the target population is Saman village of Nobaran foothills. The present fundamental, qualitative and descriptive-analytical research answers the following questions with a prospective approach with documentary, field, and interview methods: 1. How can the motifs of Saveh village rugs be used in order to realize the "Elucidation Jihad" as quoted by supreme leader of Iran? "Elucidation Jihad" can be done in three ways: A- Cultural explanation, by researching and explaining the content of carpet designs in the form of articles, books, and content creation; B- Artistic explanation, by designing mental designs in the area of carpet patterns in Iran; C- The present article deals with the cultural and political economic aspect and its achievement is to create recognition and self-confidence and to revive the national identity and to introduce the "Elucidation Jihad" as a non-active defense in the soft war that leads to the prosperity of production.

### Key words

Elucidation Jihad, folklore, futurism, pattern, Nobaran.



\*. This article is taken from the master's thesis entitled "Revival of motifs taken from folklore stories in the design of Saweh carpets in the context of jihad explanation" under the guidance of Dr. Mehran Houshiar at Soore University in Tehran (2023).



## تأثیر تحلیل نقش‌مایه‌های فولکلور بر حفظ هویت قالی‌های نوبران با رویکرد آینده‌نگاری\*

نرگس احمدی<sup>۱</sup>، مهران هوشیار<sup>۲</sup>، رضامیرمبین<sup>۳</sup>

### چکیده

قالی‌های ذهنی‌باف، تجلی‌گاه فرهنگ عامه و منابع ارزشمندی در مطالعات فرهنگی هستند. دغدغه پژوهش، کم‌رونی تولید، کاربرد و فراموشی طرح قالی‌های روستای سامان ساوه است. باهدف اصلی احیاء، حفظ و انتقال میراث فرهنگی به نسل‌های آینده در مقابله با تهاجم فرهنگی از جهاد تبیین به‌عنوان ضرورت پژوهش و راهبرد برای رفع دغدغه پژوهش استفاده شده است. جامعه آماری، روستاهای نوبران ساوه و جامعه هدف، روستای سامان از دهستان کوهپایه نوبران است. پژوهش بنیادی، کیفی و توصیفی - تحلیلی حاضر با رویکرد آینده‌نگاری با روش اسنادی، میدانی و مصاحبه به سؤالات ذیل پاسخ می‌دهد. ۱. چگونه می‌توان از نقش‌مایه‌های قالی روستایی ساوه در راستای تحقق جهاد تبیین استفاده کرد؟ ۲. دستاورد تحقق جهاد تبیین با دیدگاه آینده‌نگاری در هویت منطقه نوبران چیست؟ جهاد تبیین به سه صورت قابل انجام است. الف) تبیین فرهنگی، با پژوهش و تشریح محتوای طرح قالی‌ها در قالب مقاله، کتاب و تولید محتوا. ب) تبیین هنری، با تبدیل طرح‌های ذهنی در معرض فراموشی منطقه به نقشه‌های قالی. ج) تبیین اقتصادی - سیاسی با افشای شیوه استعماری غرب برای تسلط اقتصادی و فرهنگی بر ایران از طریق قالی. نوشتار حاضر به بعد فرهنگی، اقتصادی و سیاسی پرداخته، همچنین دستاورد آن ایجاد شناخت و خودباوری، احیای هویت ملی و معرفی جهاد تبیین به‌عنوان پدافند غیرعامل در جنگ نرم است که به رونق تولید می‌انجامد.

### واژگان کلیدی

آینده‌نگاری، جهاد تبیین، فولکلور، نقش‌مایه، نوبران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۲۰

\* این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «احیای نقوش برگرفته از داستان‌های فولکلور در طراحی قالی‌های ساوه در افق جهاد تبیین» به راهنمایی دکتر مهران هوشیار در دانشگاه سوره تهران (۱۴۰۲) است. ۱. دانشجوی کارشناسی ارشد، صنایع دستی، دانشکده هنر، دانشگاه سوره، تهران، ایران.

Narges.ahmadi700@gmail.com

۲. دانشیار گروه هنر اسلامی و صنایع دستی، دانشگاه سوره، تهران، ایران.

houshiar@soore.ac.ir

۳. مدرس گروه صنایع دستی و هنر اسلامی دانشگاه سوره، تهران، ایران.

r.mirmobin@yahoo.com

## مقدمه

قالی‌های ذهنی‌باف روستایی و عشایری، تجلی‌گاه فرهنگ عامه یا فولکلور هستند و به دلیل تأثیرپذیری از طبیعت و بطن زندگی مردم، نمایانگر آداب و رسوم، باورها و سنت‌ها بوده‌اند؛ همچنین منابع مهم و ارزشمندی در حوزه هنر، علوم انسانی و مطالعات فرهنگی هستند. قالی‌های روستایی بخش نوبران از توابع شهرستان ساوه نیز از این قاعده مستثنی نیستند. قالیبافی با طرح‌های متنوع در روستاهای متعدد شاهسون‌نشین و ترک‌زبان نوبران در گذشته نه‌چندان دور نشان از اهمیت تاریخی و هنری منطقه دارد؛ دغدغه پژوهش حاضر در مقطع کنونی، کم‌رونقی تولید و کاربرد قالی دستباف روستایی و بیم فراموشی طرح و نقش آن‌ها می‌باشد. بر همین اساس در جست‌وجوی هدف اصلی احیاء، حفظ و انتقال میراث فرهنگی به نسل‌های آینده و در مقابله با تهاجم فرهنگی به نظر می‌رسد، تحقق جهاد تبیین که در فرمایشات مقام معظم رهبری از آن به عنوان فریضه‌ای فوری یاد شده و همه اقشار را به روشنگری در حد توان دعوت کرده است. به عنوان اهمیت و ضرورت تحقیق، بتواند راهبردی مناسب برای طراحی سناریوهای آینده‌نگارانه در رفع دغدغه پژوهش باشد. به همین منظور، پژوهش حاضر سعی دارد از میان بیش از یکصد روستای بخش نوبران شهرستان ساوه به روش میدانی و پویشی، با گردآوری، ضبط و تصویربرداری از نمونه‌های انتخابی و باقی‌مانده از قالی‌های صدسال اخیر موجود در منازل روستایی سامان نوبران و مصاحبه حضوری با ساکنین بومی منطقه و متخصصان عرصه فرش به این سؤال پاسخ دهد که: ۱. چگونه می‌توان از نقش‌مایه‌های قالی روستایی ساوه در راستای تحقق جهاد تبیین استفاده کرد؟ ۲. دستاورد تحقق جهاد تبیین با دیدگاه آینده‌نگاری در هویت منطقه نوبران چیست؟ این تحقیق از نظر هدف، بنیادی و ازلحاظ ماهیت، توصیفی-تحلیلی و از نظر چیستی، کیفیت‌محور بوده و تحلیل یافته‌های آن براساس منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه با متخصصان، مدیران و فعالان حوزه فرش صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش روستاهای بخش نوبران و جامعه هدف، روستای سامان از توابع دهستان کوهپایه نوبران است.

## پیشینه پژوهش

مقاله‌ای از افروغ (۱۳۹۰) با عنوان «نقوش قالی دستباف ایرانی، عناصر و نمادهایی از هویت ملی» به بررسی قالی دستباف ایرانی به عنوان هنر ملی و بستری مناسب برای شناخت هویت ایرانی پرداخته و با اشاره به نمود این هویت به صورت نمادهای تصویری در قالی، آن‌ها را به نقوش گیاهی، جانوری و ابنیه باستانی تقسیم کرده و معتقد است که از داستان‌ها، باورها و اسطوره‌های ملی و ایرانی مانند شاهنامه سرچشمه گرفته و در قالی ایرانی نقش بسته‌اند. این مقاله به روش میدانی و کتابخانه‌ای به گردآوری نمونه‌های تصویری از موزه‌ها به تحلیل محتوای آن‌ها

پرداخته و هدف بافندگان ایرانی را تثبیت، معرفی و حفظ باورها و هویت ایرانی در بافته‌ها معرفی کرده است. پژوهش مذکور با ریشه‌یابی نقش ماهی ارتباط آن با آیین مهرپرستی را مطرح می‌کند که از این جهت برای پژوهش حاضر مهم تلقی می‌شود. مزگان مجیدی و همکاران (۱۳۹۰)، در مقاله‌ای تحت عنوان «نقش اعتقادات و باورها در نقوش دست‌بافته‌های عشایری»، به بررسی نقوش دست‌بافته‌های عشایر دو ایل شاهسون و بختیاری، باهدف پی‌بردن به اعتقادات و باورهای آنان پرداخته‌اند و به دودسته از عوامل جغرافیایی و اقلیمی و عوامل فرهنگی مانند آداب و رسوم، باورها و اعتقادات طبقه‌بندی کرده‌اند. در همین راستا، پرداختن به ریشه‌های فرهنگی نقش مایه‌های فرش شاهسون با جامعه آماری پژوهش پیشرو مرتبط است.

عسگری (۱۳۹۳) در پایان‌نامه‌ای با عنوان «شناسایی، ریشه‌یابی و احیاء طرح و نقش قالی شاهسون بغدادی»، درصدد یافتن سیاست‌های کوچ اجباری شاهسون‌ها و ریشه‌های اصلی نقوش فرش شاهسون بغدادی برآمده است. این تحقیق کیفیت محور به روش توصیفی-تحلیلی و تطبیقی به نقش، ساختار و شیوه بافت قالی‌های سه منطقه مرکزی، جنوب و شمال غرب، همچنین ریشه‌یابی و تطبیق آن‌ها پرداخته است. با این هدف که ساختارهای قالی شاهسون بغدادی را با سندی شاخص، معرفی نماید. یکی از نقش‌های اصیل آن‌ها به عنوان نماد قالی شاهسون احیاء به این نتیجه دست یافته که نقش قالی‌های شاهسون در اولین منطقه اسکان آنان، واقع در جمهوری آذربایجان و ناحیه قفقاز و نیز در زمان پیش از مهاجرت به این مناطق ریشه دارد. کوچ اختیاری و اجباری، هر دو موجب گسترش فرهنگ اصیل آنان از شمال غرب تا جنوب ایران شده است. وی ساختار طرح قالی‌های شاهسون بغدادی را شامل فرم‌های ترنج شکسته، فرم لچک پلکانی و نقش مایه‌های مشترک در متن معرفی کرده است. از مشخصات ترنج، محیط کنگره‌دار، به شکل دوحوضی و سه حوضی با نگاره‌های مرغی و گیاهی نام برده و انواع قالی‌ها را با لچک، بدون لچک و دورلچک شناسایی کرده است. متن با نگاره‌های حیوانی، گیاهی، هندسی و حاشیه‌های بزرگ، دارای عناصر مشترک یافته است. این پژوهش در بخشی از جامعه آماری خود با جامعه هدف پژوهش حاضر دارای اشتراک است.

مجابی و فنایی (۱۳۹۵) نیز در مقاله‌ای با عنوان «طبقه‌بندی طرح‌ها و نقش مایه‌های قالی ذهنی‌بافت روستای مزلقان»، فرش‌های روستای مزلقان بخش نوبران شهرستان ساوه را از نظر نقش مایه، کاربرد و ماهیت بصری به دو گروه گیاهی و فرمی همچنین، حاشیه‌ها را به چهار دسته طبقه‌بندی کرده است. باهدف شناسایی و احیای طرح‌های رایج و فراموش شده در بازارهای ازدست‌رفته به این نتیجه رسیده که قالی‌های مزلقان ذهنی‌باف هستند. نکته دیگر اینکه، آنان به سبک روستایی و در دو قالب نقش بته و مزلقان بافته می‌شوند و به سه نوع کف ساده، کف خلوت

و چند ترنجی تقسیم می‌شوند. نقشه ذهنی لچک ترنج به صورت یک چهارم است و لچک‌های دیرسک‌دار، نشانه قالی مزلقان به حساب می‌آید. پژوهش مذکور به جهت اشتراک در دغدغه پژوهش و محدوده مکانی، برای پژوهش حاضر مهم تلقی می‌شود.

مقاله‌ای به قلم مهران هوشیار (۱۴۰۱) با عنوان «بازتعریف صنایع دستی معاصر ایران با رویکرد آینده‌پژوهی»، در تلاش است با تکیه بر رویکرد آینده‌پژوهی اکتشافی، هدف حفظ جایگاه صنایع دستی معاصر و خلق معنای نوین آن در آینده و طرح سناریو، الگویی برای تعریف علمی جدید و راهبردی آن، ارائه دهد، همچنین با بهره‌گیری از خرد جمعی به توسعه پایدار در این حوزه دست یابد. این مقاله در بطن خود به نوعی احیای سنت‌ها با روش آینده‌پژوهی اشاره می‌کند؛ علاوه بر این، قرابت زیادی با مفهوم «جهاد تبیین» دارد؛ آنجاکه ملی‌گرایی و هویت‌یابی را در مقابله با خطر «دیگری» که در مفهوم «جهاد تبیین»، همان «دشمن» است را چاره کار می‌یابد؛ چراکه انسان زمانی می‌جنگد که خطری وجود داشته باشد و آن خطر امروزه تهاجم فرهنگی است. پژوهش مورد نظر با نوشتار حاضر دارای هدف و رویکردی مشترک است.

مقاله‌ای از بهنام زنگی (۱۴۰۱) تحت عنوان «کارایی آینده‌پژوهی هنری در اثربخشی فرهنگ و هنر برای توسعه پایدار»، رویکرد آینده‌پژوهی را در مطالعات هنری برای رسیدن به توسعه پایدار، لازم و اثرگذار یافته است. او هنر را به دلیل ارتباط ریشه‌دار با تفکر، هویت و آرمان جوامع، نیازمند بررسی در ارتباط با حوزه‌ها و رشته‌های دیگر می‌داند؛ افزون بر آن، آینده‌پژوهی در هنر را بیان‌کننده تغییرات هنری در مواجهه با فرهنگ، سیاست، اقتصاد و مسائل اجتماعی دانسته و همچنین وی به الزامات آینده‌پژوهی و محصولات فرهنگی پرداخته است. این تحقیق به دلیل تأکید بر توجه به نقش پژوهش‌های میان‌رشته‌ای آینده‌محور، مانند اقتصاد، هنر صنایع دستی، هنر و برند ملی، کارکرد اجتماعی و سیاسی هنر، کارکرد رسانه‌ای هنر و ارزش‌های تاریخی هنر در ترسیم مسیر آینده، پژوهش حاضر را یاری خواهد کرد.

مراد پیری و کاوند (۱۴۰۱) در مقاله خود با عنوان «رسالت دانشجویان به مثابه قدرت نرم در جهاد تبیین با بهره‌گیری از منویات امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)»، به بررسی جامعه آماری خود که مجموعه بیانات مقام معظم رهبری از سال ۱۳۶۸ تا ۱۴۰۱ پرداخته و باهدف شناسایی رسالت‌های دانشجویان به‌عنوان مصادیق جنگ نرم در جهاد تبیین، الزامات ورود به میدان جهاد تبیین را ولایی بودن، اخلاق‌گرایی، مدیریت جهادی و اصلاح و تربیت نفس معرفی کرده است. پژوهش مذکور روشن‌کننده هم‌سویی رویکرد آینده‌پژوهی و جهاد تبیین است. این دو مفهوم در بسیاری موارد مانند اخلاق‌گرایی، نگاه به آینده، شناخت فرصت‌ها و موانع که از الزامات آینده‌پژوهی شناخته‌شده، مواضع مشترک دارند. تلفیق این دو رویکرد، راهبردی

قاطع و رهیافتی کارآمد برای تغییرات اساسی و ایجاد تمدن نوین جهانی به دست می‌دهد و با طرح موضوع جنگ نرم به درک اهمیت رویکرد، هدف و رسالت پژوهش پیشرو نزد مخاطبان تحقیق کمک خواهد کرد.

بررسی پیشینه‌ها نشان می‌دهد که در مورد صنایع دستی، قالی‌های روستایی و فرهنگ عامه، تحقیقات بسیاری انجام شده است؛ اما هرچند تبیین و روشننگری پس از انقلاب اسلامی، همواره رهیافت محققان متعهد بوده است؛ اما به عنوان رویکردی جهادی در حوزه صنایع دستی کمتر مورد توجه قرار گرفته و به طور خاص، نقش آن‌ها در احیای نقوش قالی در شهرستان ساوه به عنوان قابلیت و ظرفیت فرهنگی مورد تبیین و تحقیق قرار نگرفته است.

### معرفی شهر نوبران

نوبران، شهری کوچک با مردمانی ترک‌زبان در نزدیکی ساوه است. این شهر در ۶۰ کیلومتری غرب ساوه، در مسیر شهر همدان قرار دارد. سامان، یکی از روستاهای بخش کوهپایه نوبران و مورد پژوهش نوشتار حاضر است. روستای سامان، یکی از شهرهای مهم دوره سلجوقی بوده و قدمت آن مربوط به هزاره اول و دوم پیش از میلاد است (غفاری، ۱۳۹۱). مارکوپولو در مسیر تبریز به خلیج فارس از طریق زنجان و ابرهر به ساوه که به جاده قدیمی «سلطانیه به اصفهان» شناخته می‌شود، بایستی از «اوج» همدان در امتداد کوه‌های خرقان به «سامان» و شهرک مزدقان رفته باشد که از سه مغ (مجوس) بشارت‌دهنده ظهور عیسی مسیح (ع) که یکی شاه شهر ساوه بوده و قلعه آتش‌پرستان یاد کرده است (غفاری، ۱۳۹۱) به نقل از اذکایی (۱۳۶۹: ۲۵). در قدیم، مزلقان به مجموعه‌ای از دهستان‌های اطراف رودخانه مزلقان‌چای گفته می‌شد (عسگری، ۱۳۹۷). امروزه روستایی با نام مزلقان و رودی با نام مزلقان‌چای در نوبران وجود دارد. منطقه مزلقان‌چای به دلیل وجود چنین رودی به این نام خوانده می‌شود. در زبان ترکی «چای» به معنای رود است. دشت بیات، دو رودخانه به نام‌های رود مزلقان که دو شاخه دارد و از شمال روستای سامان سرچشمه می‌گیرد. رودخانه قره‌چای که از همدان سرچشمه می‌گیرد، قره‌چای دارد. نوبران محل تلاقی این دو رودخانه است که زمین‌های ساوه با آن‌ها آبیاری می‌شوند (ستوده، ۱۳۸۰). در ساوه چهار طایفه خلج، بیگدلی، بیات و شاهسون ساکن هستند (بیگ‌باباپور، ۱۳۸۰). شاهسون‌ها در شمال شرقی و جنوب ساوه ساکن هستند (مینورسکی، ۱۳۶۹: ۳۳).

روستاهای بخش نوبران شهرستان ساوه در گذشته در زمینه صنایع دستی فعال و در اغلب منازل روستایی، حداقل یک دار قالی برپا بوده است. چند نمونه از قالی‌های استان مرکزی از جمله، قالیچه لچک ترنج روستای مزلقان نوبران مربوط به قرن ۱۴ هجری شمسی در موزه آستان قدس نگهداری می‌شود که یکی از نمادهای هویتی استان مرکزی است. مراجعه حضوری به روستاهای اطراف رودخانه مزلقان

نشان می‌دهد، راه‌اندازی اتوبان تهران-ساوه، تبدیل روستاها به شهرک‌های لوکس ویلایی و سنت کوچک پارچه‌بافی در سی‌سال گذشته، عملاً سنت فرش‌بافی را در این مناطق روبه فراموشی برده و موجب خروج بسیاری از قالی‌های قدیمی از منطقه شده است (مجابی و فنایی، ۱۳۹۵). نقشه قالی‌های ساوه و مزلقان در زمره فرش‌های ایللیاتی قرار دارد (صوراسرافیل، ۱۳۹۷). منطقه جغرافیایی می‌تواند بر فرهنگ تأثیرگذار باشد و هویت فرهنگی ایجاد کند. در فرهنگ بومی که همچون بسیاری از فرهنگ‌های جهان، یک فرهنگ محلی-منطقه‌ای است؛ افراد خود را به دلیل ویژگی‌های فرهنگی-اجتماعی و محیطی از غیریومیان متمایز می‌دانند و ما به دلیل حضور دلالت‌های توپولوژیک و محیطی به آن «فرهنگ بومی» می‌گوییم (طاهری و بیاتی، ۱۳۹۶). در این خصوص (کشمیر شکن، ۱۳۹۶: ۱۶۴) می‌نویسد: «بومی‌گرایی را می‌توان دکترینی تعریف کرد که جامعه را به تجدید حیات، بازگشت به گذشته یا تداوم آداب و رسوم، باورها و ارزش‌های فرهنگی بومی فراخواند. بومی‌گرایی بر پایه باورهای عمیقی چون ایستادگی در برابر پذیرش فرهنگی، ارجح شمردن هویت بومی اصیل خودی و اشتیاق برای بازگشت به سنت فرهنگی بومی ناب شکل گرفته است» (هوشیار، ۱۴۰۱: ۲۸).

### فرهنگ عامه (فولکلور)

فولکلور<sup>۱</sup> واژه‌ای فرانسوی است که از دو کلمه «فولک» به معنای توده و «لور» به معنای دانش تشکیل شده است؛ در واقع آگاهی نسبت به آداب و رسوم مردم عادی جامعه، داستان‌ها، اشعار عامیانه و مردم‌شناسی گفته می‌شود (دهخدا، ۱۳۸۸). فرهنگ، همواره از موضوعات مهم و مورد توجه در میان پژوهشگران است. بیهقی به نقل از «ادوارد تیلور»<sup>۲</sup> بنیان‌گذار انسان‌شناسی فرهنگی می‌نویسد: «فرهنگ یا تمدن، مجموعه‌ای حاوی دانش‌ها، اعتقادات، هنرها، قانون‌ها، اخلاقیات، عادت‌ها و مهارت‌های کسب‌شده توسط انسان است» (بیهقی، ۱۳۶۵). فرهنگ عامه یا فولکلور را مجموعه‌ای از دانستنی‌ها و اعمال و رفتاری می‌گویند که در میان عامه مردم، از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود. موضوع فولکلور، پرداختن به جنبه‌های سنتی جامعه؛ یعنی روش‌های اعمال و رفتار و عادات و باورهای سنتی است؛ بنابراین در فرهنگ عامه‌شناسی، سنت یک واژه بنیادی است که این دانش را از دانش‌های دیگر متمایز می‌کند (اسکویی، ۱۳۹۴).

### جهاد تبیین

واژه جهاد همراه با بار ارزشی مثبت است و در فرهنگ قرآن، اسلام و عرف مسلمانان، «جهاد» به جنگی اطلاق می‌شود که اهداف حق‌طلبانه و عادلانه دارد. به همین دلیل مترجمان، آن را «جنگ مقدس» می‌گویند. «هر تحرکی اشمش جهاد نیست و خصوصیات جهاد را استمرار و همه‌جانبگی، هوشمندانه بودن، مخلصانه بودن

در مقابل حرکت مغرضانه دشمن که در آن استمرار وجود داشته باشد، معرفی کردند»<sup>۳</sup> (صلح میرزایی، ۱۴۰۰: ۲۹). همچنین در بیان ویژگی خاص هنر فرمودند: «خاصیت هنر در این است که حقایق را با یک بینش زیبا، لطیف، آراسته و رنگین بیان می‌کند»<sup>۴</sup>. بر همین اساس، با توجه به اینکه فرش می‌تواند نقش رسانه در انتقال میراث فرهنگی به آیندگان داشته باشد، می‌توان از قابلیت تبیینی هنر برای ترسیم آینده مطلوب و توسعه پایدار فرش استفاده کرد. «جهاد تبیین، یک فریضه قطعی و یک فریضه فوری است و هرکسی که می‌تواند باید اقدام کند»<sup>۵</sup>. جهاد تبیین نیز که حکم آن در سال ۱۴۰۰ از طرف مقام معظم رهبری صادر شد به نوعی نگاه به آینده دارد و در مقابل جنگ نظامی دشمنان در شرایطی که از جنگ سرد با سلاح‌های نظامی ناامید شده و جنگ نرم را پیش گرفته‌اند، شکل گرفته است؛ در واقع جنگ نرم نیز نوعی جنگ نظامی است که به فراخور زمان در استفاده از ابزار نظامی دچار دگرگونی شده است. «ما امروزه هرچه راجع به آینده بگوییم، در حقیقت نگاه کردن، گفتن و اشاره کردن به برهه‌ای از زمان است که آن برهه، متعلق به شما است؛ وجود واقعی شما در آن برهه، تعیین‌کننده و کارگشا است»<sup>۶</sup> (صلح میرزایی، ۱۴۰۰: ۵۹).

پژوهش‌های مربوط به آینده با رویکرد جهاد تبیین قرابت بسیار دارد. در هر دو دیدگاه آینده‌پژوهی و جهاد تبیین، نوعی جهد و سعی برای درک و ساختن آینده دیده می‌شود. این جهد و تلاش تنها در صورتی که در راستای هدفی والا باشد، مقدس است و می‌توان به کمک آن چشم‌اندازی از آینده مطلوب ترسیم کرد. در این پژوهش‌ها نیز سعی می‌شود با نظر به زمان گذشته، حال و یادآوری هویت ملی به شناخت، درک منصفانه و واقعیت‌گرایانه عوامل پیشران و بازدارنده کنونی که بر فرش منطقه ساوه تأثیرگذار بوده‌اند اقدام و با تمرکز بر داشته‌ها و عبرت از تاریخ و آنچه از دست‌رفته است، به سناریوسازی و ترسیم چشم‌اندازی از آینده که بر زمان حال تأثیرگذار باشد و حرکت مسئولانه توأم با اراده و امید برای احیاء و توسعه ایجاد کند مبادرت و این نکته را تبیین کند که همه در ساخت آینده مطلوب مسئول و سهیم هستیم و همان‌گونه که امروز زاده دیروز است؛ کردار امروز ما نیز چگونگی آینده را تعیین می‌کند.

فرهنگ، هویت و تمدن ایرانی-اسلامی در افق جهاد تبیین که نوعی آینده‌نگری است؛ همچنان که زمزمه‌های آن به گوش می‌رسد، قابلیت تبدیل به تمدنی فراگیر و جهانی دارد؛ لذا به نظر می‌رسد، در حوزه فرش نیز حرکت جهادی با تکیه بر تبیین فرهنگی می‌تواند راهبردی مؤثر در حفظ، احیاء و انتقال میراث گذشتگان باشد. قالی دستباف ایرانی در کنار دیگر عناصر هویت ملی همچون جغرافیا، دین، ادبیات، فرهنگ و هنر و زبان، برجسته‌ترین هنر بومی و هنر ملی ایرانیان است (افروغ، ۱۳۹۰). هر جامعه‌ای دارای تاریخ، آداب و رسوم، ادبیات، هنرها و آثار فرهنگی است که هویت فرهنگی آن را تشکیل می‌دهد، در صورت آسیب به سادگی آماده پذیرش

هرگونه عنصر فرهنگی بیگانه می‌شود. در برخورد با پدیده جهانی شدن آنچه دارای اهمیت است، حفظ، تقویت و شناساندن هویت فرهنگی، خودآگاهی و بازگشت به خویشتنن و مقابله با از خود بیگانگی که یکی از معضلات اساسی جوامع رو به رشد است را در پی خواهد داشت (مرادی، ۱۳۹۰).

## یافته‌های پژوهش

براساس تحقیقات کتابخانه‌ای و میدانی، فرش‌های منطقه نوبران از نظر سبک در دسته روستایی و عشایری و ذهنی‌باف قرار می‌گیرد. در کتاب فرش ایران، نقشه قالی‌های ساوه و مزلقان در ردیف فرش‌های ایلپاتی قرار گرفته است (صوراسرافیل، ۱۳۷۸). هرچند به صورت حفظی بافته می‌شوند؛ اما ریشه ذهنی دارند و در حین بافت، بنابر تشخیص بافنده در آن دخل و تصرف و خلاقیت صورت می‌گیرد و هر نسخه از آن با نسخ دیگر متفاوت است. بافت آن‌ها با گره متقارن در ابعاد کوچک از پادری تا سه‌زرع و گاهی کناره‌های ۴ متری با تار و پود پنبه در رجشمار ۲۵ با رنگریزی طبیعی و گیاهی انجام می‌شده است.

در حال حاضر در روستاهای مورد تحقیق رنگریزی انجام نمی‌شود. طبق گفته ساکنین و اهالی روستا در صورت بافت، خامه‌های رنگریزی شده از مرکز شهر تهیه می‌شود. هرچند اهالی روستای سامان دارای فعالیت‌های فرهنگی و هنری مانند قالیبافی بوده و مردم آن نسبت به پیشینه خود آگاهی زیادی دارند؛ اما دلایلی نظیر در دسترس نبودن و گرانی مواد اولیه بافت و رنگریزی، نبود فضای مناسب، انتقال نیافتن مهارت بافت و رنگریزی از نسل گذشته به جوانان امروز، عدم حضور یا ناتوانی سالمندان و صاحبان مهارت و تجربه، اشتغال به کار و تحصیل جوانان و عدم گرایش آنان به صنایع دستی و هنرهای سنتی، همچنین استفاده از فرش‌های ماشینی به عنوان کفپوش منازل از عوامل کاهش تمایل به بافت قالی‌های روستایی برشمردند.

نام حاشیه‌های معروف فرش روستایی نوبران نیز که به زبان محلی ترکی، شامل حاشیه یارپاق (برگ مو یا انگور)، دَو بوینو (گردن شتر)، آرسین شرفه (حاشیه آرسین)، آشوق (استخوان زانوی گوسفند)، بالوق (ماهی)، پیشیک آیقی (جای پای گربه) و نام تعدادی از نقش‌مایه‌های آن‌ها آلماگول (گل سیب)، چیتیل‌گول (گل پنبه‌ای)، چپ گول (گل چپ)، تویوق آیقی (پای مرغ)، چی‌یین (شانه)، مجمع قیراقی (دورمجمعی)، خاک انداز، بویرگ (قلوه)، آرسین (ابزار پخت نان)، قَطَر آلماگول (قطار گل سیب) و طرح‌های فرش آن با نام‌های بگدلی، کمپانی، گیللاس، احمدخانی، ترنج نقشه، مُرغی، بالوق، طرح خرقان، اوچ‌ترنج و شاه‌پسند نام دارند. در این منطقه، فرش‌هایی با مضامین مذهبی نیز دیده شد. پژوهش حاضر به تبیین طرح بالوق<sup>۶</sup> به عنوان یکی از رایج‌ترین طرح‌های منطقه می‌پردازد.

جدول ۱. اسامی طرح قالی‌های نوبران ساوه.

طرح		
		
کمپانی	بگدلی	بالوق
		
مرغی	گیلاس	احمدخانی
		
شاه‌پسند	ترنج	خرقان

طرح	
	
پنج تن	اوج ترنج

### طرح قالی بالوق

یکی از طرح‌های رایج در قالی‌های منطقه نوبران که تقریباً در همه روستاها دیده می‌شود «بالوق» است. در زبان ترکی به معنای ماهی است و با تفاوت‌های جزئی در متن، رنگ و حاشیه تقریباً در تمامی مساجد و منازل روستایی مشاهده می‌شود. مصاحبه‌حضوری نشان داد، روستاییان بسیاری از طرح و نقش‌ها را بدون شناخت و تنها به دلیل اینکه نسل به نسل به آن‌ها منتقل شده بود، حفظی بافی می‌کردند و گاهی الگوی بافت آن‌ها، پشت فرش‌های بافته شده‌ای بود که از مادرانشان به ارث برده بودند. نام نقوش تنها به صورت گفتاری به نسل بعد منتقل شده و ممکن است، بسیاری از طرح‌ها با مرگ بافنده از یادها رفته باشد. مختاری طی مصاحبه‌حضوری اظهار می‌دارد: «نقشه ماهی در کل ایران بافته می‌شود؛ اما در هر جا با



شکل ۱. نقش ماهی بالوق

توجه به منطقه، کمی متفاوت است و در اصل شامل دو برگ و یک گل شاه‌عباسی یا لوتوس می‌شود که نشان درخت زندگی است و از دوره زرتشت به ما رسیده است» (مختاری، ۱۴۰۲). مشاهدات میدانی نیز نشان می‌دهد، طرح بالوق در روستاهای نوبران نیز نقش‌مایه‌ای شامل دو برگ با حرکت دورانی بر گرد یک گل است که در سرتاسر قالی تکرار می‌شود و در برخی موارد دارای ترنج مرکزی است (شکل ۱).

این طرح اغلب در ابعاد سه‌ذرع یا کناره بافته می‌شود. مصاحبه‌حضوری نشان می‌دهد، ساکنین و قدمای روستا از پیشینه این طرح اطلاعی نداشته و در مواردی افراد جوان، این طرح را مربوط به روستای بالقلو می‌دانند. بالقلو روستایی در نزدیکی سامان مربوط به دهستان آق‌کهریز است که یکی از مساجد زیبای آن در کنار زیارتگاهی با نام امامزاده نوح بن موسی‌الکاظم (ع) قرار دارد. از کنار امامزاده

چشمه‌ای روان است و از بالادست سرازیر و به برکه‌ای محصور در میان دوکوه می‌ریزد. این برکه پر از ماهی است؛ اما مردم این روستا و روستاهای اطراف به هیچ عنوان آن‌ها را صید نمی‌کنند و تنها از آب برکه برای کشاورزی استفاده می‌کنند. پرهیز از صید ماهیان در اعتقادات مردم این منطقه ریشه دارد. آن‌ها بر این باورند که این ماهی‌ها نظرکرده هستند.

جدول ۲. طرح بالوق در روستاهای نوبران.

		
سامان	جلکبر	یاتان
		
کمالو	علی‌درزی	مرغی

### تحلیل طرح بالوق

ازجمله نقوش حیوانی در قالی روستای سامان، بالوق است که به علت تکرار نقش‌مایه در متن به عنوان طرحی مستقل شناخته می‌شود. طرح بالوق از مهم‌ترین و فراگیرترین طرح‌های فرش ایران است. به جهت آنکه در دوره تیموریان در هرات رواج داشته به آن هراتی می‌گفتند. این طرح از دو ماهی و گل گرد هشت پری در میان آن تشکیل شده است. قبل از اسلام در نقوش قالی و هنرهای دستی ایران از نقش انسان، حیوان و طبیعت استفاده می‌کردند؛ اما با رواج اسلام که شبیه‌سازی را منع می‌کرد، نقوش قالی با استفاده از نقوش تجریدی (استیلیزه) و هندسی به روش رمزی و اشاره‌ای تغییر کرد. در هنر طراحی فرش ایران، نقش‌ها، ساده، خلاصه شده و دارای پیام‌هایی هستند که با صراحت یا با رمز و استعاره نشان داده می‌شود.

به همین دلیل، برخی از محققان غربی از درک نگاره‌های فرش ایرانی ناتوان هستند (حشمتی رضوی، ۱۳۹۲). در دوره اسلامی ماهی‌ها به برگ و چهره انسان به گل شباهت پیدا کرد تا نماز، ظاهراً سجده بر موجود نباشد. در ایران باورهای متعددی درخصوص این نقش‌مایه کهن وجود دارد:

۱. طرح هراتی بر آئین مهر یا میترائیسم و تولد مهر و تصویر کودکی بر روی نیلوفر آبی استوار است که دو دلفین او را از آب بیرون می‌آوردند. طرح هراتی در دوره تیموری بر حاشیه فرش ایرانی به شکل جام شراب و به نام حاشیه دوستکامی معروف است که دارای هفت خط بوده و کسانی که به تازگی وارد آئین مهرپرستی می‌شدند به اندازه یک خط و قدمای آنان به اندازه هفت خط از آن می‌نوشیدند. این حاشیه از فرش قزاق در شمال قفقاز تا جنوب و شرق ایران رایج است و دو صورت شرقی و غربی دارد. در گونه شرقی، لوزی (حوض یا تور) وجود ندارد و در گونه غربی لوزی و نقش‌های پیچیده‌تر دیده می‌شود (حصوری، ۱۳۸۹). دلفین نماد ماهی و باران‌خواهی و برکت از طرف دریاست. در آیین مزدیسا برای آنچه گرانها بوده مانند آب موکل و فرشته، نگهبانی در نظر می‌گرفتند؛ برای نگهبانی از عنصر آب نیز ایزدی با نام آناهیتا در مقابله با وحشت خشکسالی داشتند. در کتاب اوستا آناهیتا بانوی جاری‌کننده آب‌های آسمانی و فرشته حاصل‌خیزی و باروری وزایش و پرورش‌دهنده رمه‌ها و گیاهان و برکت‌دهنده نعمت‌هاست (غفاری، ۱۳۹۱).

۲. درباره معنای نمادین ماهی (طاهری، صدرالدین، ۱۳۸۸) به باوری باستانی اشاره می‌کند که زمین بر روی شاخ‌های گاوی قرار گرفته که این گاو بر پشت یک ماهی ایستاده است (به نقل از دهخدا، ۱۳۷۷: ۲۰۵۹).

۳. مختاری مدرس دانشگاه طی مصاحبه حضوری در تحلیل این نقش اظهار می‌دارد: «نقشه ماهی در کل ایران بافته می‌شود؛ اما در هر جا با توجه به منطقه، کمی متفاوت است و در اصل شامل دو برگ و یک گل شاه‌عباسی یا لوتوس می‌شود که نشان درخت زندگی است و از دوره زرتشت به ما رسیده است» (مختاری، ۱۴۰۲/۵/۲۲).

۴. همچنین (آویشی، محمدزاده و آویشی، ۱۳۹۹) می‌نویسند: «ایران سرزمین دین‌ها و آیین‌های بزرگ از جمله مهر و میترا است. طبق آیین میترائیسم که پس از دین زرتشت با آن ترکیب شد؛ میترا یا مهر از دوشیزه‌ای به نام آناهیتا که در دریاچه هامون از نطفه زرتشت باردار شده، یکی از بزرگترین خدایان هند و ایرانی بوده است. مهر در آیین میترائیسم نماد زندگی و حرکت است» (به نقل از مقدم، ۱۳۸۸: ۱۳).

۵. جایانام‌ها نیز می‌تواند در باورها ریشه داشته باشد. مؤلف کتاب جغرافیای تاریخی شهرها با اشاره به مطلبی از کتاب برهان قاطع آورده است که واژه ساوه بی‌مناسبت با آب نیست. مردم محلی، ساوه را همان سه‌آبه می‌دانند. «او» در گویش محلی به معنای آب است (نهجیری، ۱۳۷۰). «ساوه از معارف امکانه ایران و از مشاهیر

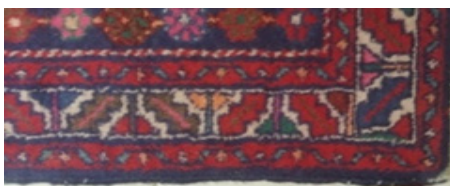
بلدان زمان است. در تواریخ و سایر کتب صحیحۀ معتبره، آنجا را از ابنیه طهمورث نوشته‌اند؛ دوازدهم شهر یا پانزدهم شهر است؛ چون یکی از غرایب واقعات و عجایب حادثات که در شب ولادت جناب خاتم (صلی‌الله علیه و اله و سلم) اتفاق افتاد، خشکی دریاچه ساوه و جریان رود ساوه است» (بیگ باباپور، ۱۳۷۷: ۳۷۷). در مورد نام‌گذاری نوبران احتمالاتی وجود دارد؛ از جمله اینکه ممکن است، کلمه «نو» همان «ناو» در فرهنگ معین به معنای جوی آب و دره‌ای که رودی از میان آن بگذرد باشد. «ران» پسوند مکان است، مانند واژه تهران یا شمیران. دلیل این نام‌گذاری این است که چند نهر و رودخانه در این منطقه به هم می‌رسند. دلیل دیگر آنکه ممکن است، نوبران همان «ناوران» در زبان پهلوی باشد. «ناور» مراسم بزرگ مذهبی پیشوایان دینی گفته می‌شود و به علت نزدیکی به شهر قدیم مزدکان از این نام گرفته شده که دارای کیش‌های مانوی و مزدکی بوده‌اند (غفاری، ۱۳۹۱).

۶. مجابی و فنایی (۱۳۹۵) می‌نویسند: «به نظر می‌رسد مزلقان از نام مزدکان که پایگاه مزدکیان و پناهگاه پیروان مزدکی که از ترس جان خود از مدائن فرار کرده و در قلعه‌های محکم زیرزمینی به نشر عقاید مزدکیان در دوره ساسانی می‌پرداخته‌اند، گرفته شده باشد» (به نقل از شعبانی، ۱۳۸۹: ۴۶). رودخانه سامان در گذشته با ریزابه‌های کوچک از کوه‌ها و رودخانه‌های روستاهای اطراف در مجموع، رود مزدقان یا مزدکان را تشکیل و سرانجام با سیراب کردن اراضی جنوب ساوه به رود قره‌چای پیوسته و در نهایت به دریاچه نمک می‌ریخت (غفاری، ۱۳۹۱).

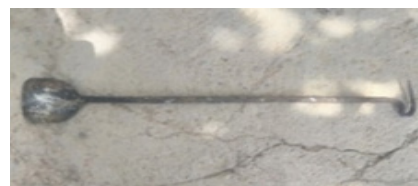
مرور منابع مکتوب نشان از اهمیت آب در محدوده مورد مطالعه و تأثیر آن در فرهنگ و زیست ساکنین آن دارد. به نظر می‌رسد به دلیل کمبود آب در شهر ساوه از گذشته دور، آب همواره عنصری مهم، حیاتی و مقدس بوده و مردم منطقه طبق باورهای خود برای حفظ و نگاهداشت آن به بافت نقوش مرتبط با آن در قالی‌ها اقدام می‌کرده‌اند. نقش مایه‌های فرش دستباف ایرانی نقشی فراتر از تزئین دارند و بافندگان آن به باورهای نیاکان خود اندیشیده و هویت ایرانی را که در قالب نمادهای انسانی، حیوانی و گیاهی است بافته و آن را تثبیت، معرفی و حفاظت می‌کنند (افروغ، ۱۳۹۰). در مصاحبه با قاسم‌نژاد متخصص و فروشنده فرش دستباف نیز به اهمیت آب و بازتاب آن در صنایع دستی منطقه اشاره شد. از آنجاکه آب همواره در مناطق خشک مرکزی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده است، نقش مایه‌های فرش با نیت باران خواهی و طلب آب و باران شکل گرفته و بافندگان آرزوهای خود را با امید محقق شدن آن‌ها می‌بافتند (قاسم‌نژاد، ۱۴۰۲).

در دست‌بافته‌های عشایری علی‌رغم هندسی و شکسته‌بودن نقوش، نقش‌ها از قابلیت کشش و تغییر و تبدیل به اشکال دیگر برخوردارند که این امر باعث ایجاد ترکیبات فراوان می‌شوند (مجیدی، برازجانی و حاتم، ۱۳۹۰: ۲۶۶). از جمله این تغییرات می‌توان به نقش مایه‌ای با نام آرسین اشاره کرد که یکی از

حاشیه‌های متداول در فرش‌های منطقه نوبران و روستای سامان است. «آرسین» وسیله فلزی است که یک سر آن به شکل کاردک و سر دیگر به صورت چنگک است و برای خارج کردن نان از تنور است (شکل ۲). این واژه احتمالاً از کلمه «آسین» است که در زبان پهلوی به معنی آهن است که در گویش مردم همدان «آرسین» گفته می‌شود (غفاری، ۱۳۹۱: ۲۳۱). این نقش مایه هرگاه به عنوان حاشیه، مورد استفاده قرار گیرد و در میان دو نقش مایه پلکانی باشد، در میان روستاییان به «آرسین شرفه» مشهور است (شکل ۳). نام دیگر حاشیه آرسین در منابع مکتوب «دیرناخ» است. انواع دیگر حاشیه دیرناخ که در زبان ترکی به معنای ناخن است، در مناطق قفقاز با عنوان حاشیه برگ و جام شناخته می‌شود و حاشیه اصلی قالی‌های شاهسونی بغدادی به شمار می‌آید (عسگری، ۱۳۹۷) (شکل ۴). این نقش مایه در متن قالی به صورت تک یا صلیب مانند، دیده می‌شود. مصاحبه با بافندگان روستایی نشان می‌دهد (شکل ۵) مجابی و فنایی (۱۳۹۵) می‌نویسند: «این حاشیه در قالی مزلقان، حاشیه دوست‌کامی نامیده می‌شود که از حاشیه‌های معروف فرش ایران است و در فرش‌های قشقایی و قفقازی دیده می‌شود. ریشه این نقش مایه، حاشیه به آیین مهرپرستی و جام دوست‌کامی بازمی‌گردد که مرشدان و نوگرویدگان به مهرپرستی آن را دست‌به‌دست کرده و طبق رتبه و مقام، همچنین خطوط هفت‌گانه آن نوشیده می‌شد. ساختار ظاهری این نقش مایه، جام شرابی است که در دو طرف آن دو برگ پلکانی یا اره‌ای قرار گرفته است» (به نقل از حصوری، ۱۳۸۱: ۴۷).



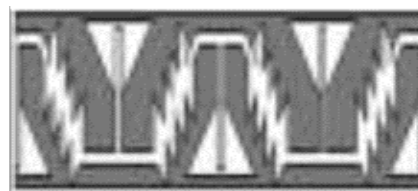
شکل ۳. آرسین شرفه



شکل ۲. آرسین



شکل ۵. آرسین در متن قالی

شکل ۴. حاشیه دیرناخ  
(عسگری، ۱۳۹۷)

صمدی بهرامی (۱۴۰۲) از مدیران و فعالان فرش دستباف در اهمیت جایگاه فرش نوبران ساوه در گذشته گفت: «فرش روستایی ساوه به‌ویژه روستای مزلقان و کردر در گذشته به دلیل کیفیت اعلی، شهرت جهانی داشته و مجموعه‌داران به داشتن فرش این روستاها در مجموعه‌های خود افتخار می‌کرده‌اند». بی‌توجهی و عدم حمایت مستمر دولت از تولیدکننده و صادرکنندگان، به روز نشدن فرش روستایی با سبک زندگی امروزی، اولویت داشتن مسائل اقتصادی روستاییان بر مسائل فرهنگی، از موارد مشترکی بود که در مصاحبه‌ها به‌عنوان تهدید برای فرش روستایی مطرح شد. مختاری، مدرس دانشگاه و متخصص تذهیب و طراحی فرش معتقد است: «مشکلی که فرش روستایی با آن مواجه است، به‌روز نشدن طرح‌ها همگام با تغییر سلیقه‌هاست؛ بنابراین بازار خوبی ندارد. این مشکل همه مناطق ایران است. ابعاد و اندازه‌های فرش روستایی نیز با معماری امروز همخوانی ندارد» (مختاری، ۱۴۰۲). «خود منطقه نوبران نیز کیفیت فرش خود را از نظر جنس و رنگ پایین آورده است و حمایت برای به‌روزرسانی آن انجام نشده و این اتفاق در همه روستاها و کالاها افتاده است» (صمدی بهرامی، ۱۴۰۲).

مهم‌ترین دلیلی که باعث شده این هنر به نسل بعد منتقل نشود، رنج‌های ناشی از بافت قالی برای امرار معاش و پایین بودن منزلت این هنر در خاطره جمعی زنان و دختران جوان که امروزه سالمندان روستاها هستند، بوده است. عدم تبیین و توضیح جایگاه بلند فرش دستباف روستایی و عشایری در جهان برای روستاییان، مانع از انتقال این هنر به نسل‌های آینده شده است (مصاحبه با روستاییان). عدم احساس نیاز به تولید و مصرف قالی‌های دستباف نیز از دلایل مهم و قابل توجه است؛ چراکه در گذشته شیوه امرار معاش خانواده، تولید فرش دستباف توسط زنان و دختران خانواده و ازسوی دیگر، کشاورزی و دامداری مردان بوده است؛ لیکن امروزه دسترسی به منابع جدید درآمد، این نیاز را برطرف کرده است. صمدی بهرامی یکی از راهکارهای احیای فرش‌های منطقه را تبیین و روشنگری این موارد برای ایجاد خودباوری و اعتماد بنفس و غرور ملی در ساکنین و تولیدکنندگان منطقه دانست و بر طراحی فرش‌هایی بر پایه پیشینه چندهزارساله ساوه جهت ایجاد مد و سلیقه در بازارهای جهانی با مطالعه و پژوهش تأکید کرد (صمدی بهرامی، ۱۴۰۲). حمایت مستمر دولت، یکی از راهکارهای اساسی احیای فرش منطقه نوبران بود که تمامی مصاحبه‌شوندگان بر روی آن اتفاق نظر داشتند؛ هرچند این حمایت به‌تنهایی نمی‌تواند به‌عنوان مؤلفه پیشران بر فرش منطقه، تأثیرگذار باشد و در کنار خود هم‌افزایی ارگان‌های مربوطه را می‌طلبد. عدم شفافیت و رعایت عدالت در تخصیص بودجه و تسهیلات تولید برای شهرستان ساوه و تمرکز توجه دولت به چند شهر معدود، مانند قم و تبریز و انحلال اتحادیه فرش دستباف ساوه

در حدود پنج سال گذشته، مناطق شهری و روستایی شهرستان ساوه را به نیروی کار ارزان برای برندهای مطرح قم و تبریز تبدیل کرده و موجب فراموشی طرح‌های اصیل منطقه شده است (صمدی بهرامی، ۱۴۰۲). «نیروی کار ماهر در منطقه وجود دارد؛ اما از آن‌ها برای مقاصد اقتصادی برندهای معروف استفاده می‌شود. قم، در ایلام و زنجان نیز در حال بافت فرش ابریشم است؛ افزون بر آن، کاشمر، همدان و سنندج نیز فرش تبریز می‌بافند» (صمدی بهرامی، ۱۴۰۲). آنان نیز که گرایش به بافت قالی دارند برای مقاصد اقتصادی دیگر شهرها به بافت تابلوفرش می‌پردازند. به نظر می‌رسد پدیده غالب در منطقه، مسئله اقتصادی است که اولویت یافتن آن بر دیگر مسائل به‌ویژه فرهنگ تهدیدکننده است؛ البته این موضوع تنها به فرش و این منطقه خلاصه نشده و پدیده‌ای فراگیر است. «هرگاه اقتصاد ضعیف می‌شود، کالای فرهنگی اولین چیزی است که از سبد خانوار حذف می‌شود» (قاسم‌نژاد، ۱۴۰۲). «ما به نیروهای متخصص بومی و دلسوز نیاز داریم که براساس اصول و ضوابط قانونی برای منطقه خود با دلسوزی کار کنند» (امام جماعتی، ۱۴۰۲).

مسئله اقتصاد به میزانی مهم و مؤثر است که جاده تهاجم فرهنگی را هموار می‌سازد؛ به طوری که ترجیح هویت و فرهنگ این باشد که با دست خود قربانی اقتصاد شوند و بدین ترتیب، خیانت استعمار به گردن اقتصاد می‌افتد. «مسائل اقتصادی نیز تأثیر زیادی بر فرش گذاشته است. شیوه اقتصاد می‌گوید که چگونه فکر کنید. به قول مارکسیست‌ها اقتصاد زیربناست. وقتی فقر و تورم زیاد می‌شود، دیگر به فرهنگ فکر نمی‌شود» (صمدی بهرامی، ۱۴۰۲). «اگر طرحی قرار است بکشید، ابتدا به پیشینه چند هزارساله خود نگاه کنید و بشناسید، سپس طرح به روز ایجاد کنید. همانطور که غربی‌ها سلیقه و مد ایجاد می‌کنند، ما نیز می‌توانیم؛ زمانی نمی‌توانیم که بی‌ریشه شده و مطالعه نداشته باشیم؛ پس دنباله‌رو آن‌ها می‌شویم و خود را فراموش می‌کنیم؛ اما اگر به خودباوری برسیم، احساس اعتماد به نفس ایجاد می‌شود و اجازه نمی‌دهد که تن به هر چیز بدهیم. کسی که قصد نابودی ما را دارد، این کار را کرده است؛ بنابراین اگر تبیین شود با راهکار درست مسئله اقتصادی نیز حل می‌شود. ازسوی دیگر، دورنمای خوب هم ترسیم شود، همه به دنبال آن می‌روند.

در جوامع تاریخی، همیشه پیشینه یادآوری می‌شود؛ به همین منظور، غرور و افتخار رازنده نگه می‌دارند. «تهاجم فرهنگی نیز از موضوعاتی بود که در مصاحبه اول به عنوان تهدید شناخته نشد و خلأهای هویتی و فرهنگی داخلی مهم‌تر و زمینه‌ساز تهاجم فرهنگی معرفی شد. دلیل کم‌رونقی فرش روستایی، حمایت نکردن دولت است (امام جماعتی، ۱۴۰۲). میرمبین، مدرنیته، تبلیغات و تهاجم فرهنگی را به دلیل تحول در اندیشه‌ها و سبک زندگی، مؤثر دانست و مدرنیسم غربی را در بلندمدت

مخرب و رمانتیسیم غربی را تقویت‌کننده معرفی کرد (میرمبین، ۱۴۰۲). حنیفی با بیان شیوه‌های استعمار فرش ایران اشاره کرد که ورود رنگ‌های شیمیایی توسط کمپانی «هند شرقی» و «زیگلر» در ابتدا برای تولید فرش برای خودشان در کرمان و اراک بوده است. این رنگرز ما بود که به علت سهولت رنگرزی شیمیایی، رنگرزی سنتی را کنار گذاشت و بافنده ما بود که به خاطر جلب رضایت و سلیقه بازار غربی پیشنهاد بی‌گره‌بافی را قبول کرد؛ به همین جهت فرش ایرانی را معیوب کرد» (حنیفی، ۱۴۰۲). براساس نظر کارشناسان، چنین استنباط می‌شود که با توجه به موارد ذکر شده، لزوم توجه به مفاهیم مستتر در «جهاد تبیین» به بهبود وضعیت موجود، می‌تواند راهگشا باشد؛ همچنین به نظر می‌رسد براساس دیدگاه کارشناسی در این حوزه، ایجاد رویکرد راهبرد آینده‌نگارانه مستلزم تبیین آسیب‌ها، موانع و راهکارها در ابتدای مسیر سازندگی (احیای نقوش فرش نوبران) است. با توجه به تعدد موارد مطرح شده در مصاحبه با کارشناسان، جداول شماره ۳، ۴ و ۵ با عناوین مهم‌ترین فرصت‌ها، تهدیدها و راهکارها تنظیم و کدگذاری شده است.

جدول ۳. فرصت‌ها

ردیف	ردیف	ردیف
۱	تولید فرش به صورت سنتی	۸
۲	راه‌اندازی سامانه صدور مجوز	۹
۳	اینترنت و فضای مجازی	۱۰
۴	آشنایی نسل جدید با فناوری‌های روز	۱۱
۵	صدور گواهی موقت مهارت دوساله به بافندگان	۱۲
۶	قابلیت تولید فرش روستایی در فضای سنتی و مدرن	۱۳
۷	ذهنی‌باف بودن فرش روستایی	۱۴
	تبیین هویت فرش مناطق	
	استقبال غرب از فرش ایرانی	
	علاقه‌مندی کشورها به نمادهای فرش ایران	
	وجود ابزار هنر و رسانه	
	داستان‌های موجود در طرح‌ها	
	فناوری‌های روز و ارتباطات اینترنتی	
	پیشینه غنی طرح‌های فرش روستایی نوبران	

اهم تهدیدها و موانع موجود در مسیر احیای فرش دستباف روستایی نوبران شهرستان ساوه به شرح زیر ارزیابی شد. (جدول ۴)

جدول ۴. تهدیدها

ردیف	تهدید	ردیف	تهدید
۱	تحریم‌ها	۷	کوتاهی در ثبت نقشه‌ها در ایران
۲	کاهش کیفیت مواد اولیه	۸	بافت فرش‌ها با ابعاد ناهمخوان با معماری امروزی
۳	سرقت هنری نقشه‌های ایران توسط دیگر کشورها	۹	اولویت مسائل اقتصادی نسبت به فرهنگ
۴	عدم امکان رقابت به علت هزینه و قیمت تمام شده	۱۰	تولید فرش ابریشم در ساوه به نام قم و تبریز
۵	کمبود دانش اقتصادی	۱۱	عدم توان رقابت با محصولات صنعتی و مدرن
۶	نبود حمایت دولتی برای به‌روزرسانی فرش منطقه	۱۲	ناکارآمدی وام‌های تخصیص یافته به بافندگان
۱۳	ازبین رفتن هویت فرش مناطق	۱۹	کمبود حمایت داخلی از پژوهش‌های فرش
۱۴	وجود یارانه و عدم نیاز مالی بافنده	۲۰	فعالیت مخفیانه غرب برای تولید فرش مرغوب به سبک ایرانی
۱۵	رواج فرش ماشینی	۲۱	تلاش غرب برای تنزل جایگاه فرش ایرانی
۱۶	پروژه عادی‌سازی دشمن برای شکل‌گیری خیانت	۲۲	مهاجرت اهالی فرش
۱۷	عدم انتقال طرح‌ها و هنر بافت به نسل بعد	۲۳	پیشنهاد چین به ایران در سال ۱۳۷۳ برای جلوگیری از صادرات
۱۸	حذف کالای فرهنگی در اثر اقتصاد ضعیف	۲۴	تحریم بازار مناسب آمریکا

از نظر کارشناسان مهم‌ترین راهکارها جهت نیل به اهداف پژوهش در سال ۱۴۰۲ به شرح زیر است (جدول ۵).

جدول ۵. راهکارها

ردیف	راهکار	ردیف	راهکار
۱	تبیین و روشن‌گری	۱۵	تولید برای اقتصاد
۲	طراحی درگاه‌های مجازی	۱۶	هوشمندسازی سیستم‌ها
۳	افزایش دستمزد بافندگان	۱۷	فرهنگ‌سازی با پژوهش و جمع‌آوری آمار و اطلاعات
۴	محاسبه دقیق و علمی میزان تسهیلات	۱۸	احیای شرکت فرش منحل شده در ساوه
۵	کاهش حضور بازرسان با راه‌اندازی نظارت مجازی	۱۹	نظارت بر روی نظارت جهت صحت‌سنجی
۶	کاهش دیوان‌سالاری	۲۰	موظف نمودن بافنده به تولید در قبال تسهیلات
۷	به‌روزرسانی نقشه‌ها	۲۱	پژوهش در قالب رسانه

ردیف	ردیف	ردیف
۸	کار تیمی با مدیریت کلان در احیای فرش دستباف	۲۲
۹	همکاری با مؤسسات دانش بنیان و هوشمندسازی سیستم‌ها	۲۳
۱۰	فعالیت گروه‌های گردشگری و بوم گردی	۲۴
۱۱	واگذاری فرایند نظارت به بخش‌های خصوصی	۲۵
۱۲	تسهیل در دسترسی به منابع و مقالات علمی	۲۶
۱۳	حذف اظهارنامه مالیاتی	۲۷
۱۴	حمایت‌های دولت از صنعت توریسم	۲۸
	هم‌افزایی تولید فرش با دیگر هنرهای سنتی	
	تبیین روش استعمار خارجی	
	استفاده از ابزار هنر برای تغییر دیدگاه منفی به فرش دستباف	
	حضور متخصصان بومی و دلسوز در صحنه	
	نیازسنجی بازار	
	تبیین استعمار داخلی	
	اختصاص وام و تسهیلات به افراد متخصص و کارآمد	

## نتیجه‌گیری

یکی از عوامل تهاجم فرهنگی و شکل‌گیری فضای جنگ نرم در ایران، کم‌توجهی به حوزه فرهنگ و هنر است. آنچه می‌تواند مورد توجه قرارگیرد، تقویت هویت ملی است که بخشی از آن، هنرهای بومی و سنتی به‌ویژه فرش دستباف روستایی و عشایری در حال فراموشی که نقش مایه‌های آن نمادی از فرهنگ عامه، باورها، آیین‌ها و اسطوره‌های ایرانی است، تشکیل می‌دهد. از آنجاکه ایرانیان با بافت عناصر هویتی خود به صورت نمادهای گیاهی، جانوری و انسانی بر پهنای قالی، آن‌ها را حفظ و معرفی می‌کرده‌اند؛ در صورت معرفی و تبیین طرح قالی‌ها با رویکرد آینده‌نگارانه می‌توان به حفظ، احیاء و انتقال میراث فرهنگی به نسل‌های آینده دست یافت و تولید و استفاده از آن‌ها را در اثر خودباوری و امیدآفرینی، رونق بخشید.

حکم «جهاد تبیین» در سال ۱۴۰۰ توسط مقام معظم رهبری صادر شد و بر تلاش هدفمند همه اقشار به اندازه توان برای خنثی‌سازی توطئه‌های دشمنان ایران که با تحریف واقعیت‌ها در صدد تهی‌سازی فرهنگی برآمده‌اند؛ تأکید داشت می‌تواند لایه‌های پنهان موضوعات و عمق فاجعه را برای اقشار مختلف جامعه روشن سازد و عزم ملی و بصیرت جمعی و وحدت کلمه در سایه خرد جمعی و به اشتراک گذاشتن دانش ایجاد کند. این کلیدواژه می‌تواند، راهبرد اساسی در طراحی نقشه راه برای دستیابی به آینده، مطلوب باشد و به عنوان پدافند غیرعامل در مقابل جنگ نرم به کار آید. پژوهش حاضر نیز در حد توان خود به این نتایج دست یافته است که جهاد تبیین در حوزه هنر-صنعت فرش روستایی نوبران به سه صورت قابل انجام است: الف) تبیین فرهنگی ب) تبیین هنری ج) تبیین اقتصادی-سیاسی. شیوه فرهنگی، تبیین مبتنی بر پژوهش و تشریح محتوای طرح‌ها، مفاهیم و نقش مایه‌های قالی‌های روستایی نوبران ساوه با آخرین روش‌ها و رسانه‌های روز

در قالب مقاله، کتاب، تولید محتوا در سایه هم‌افزایی پژوهشگران، هنرمندان و صنعتگران و ارگان‌ها است؛ برای مثال، تبیین و تحلیل طرح قالی بالوق به عنوان نقش‌مایه‌ای که برای حفاظت از عنصر حیاتی آب در مقابل وحشت خشکسالی منطقه نوبران از فرهنگ عامه بر پهنای فرش کوچ کرده است می‌تواند در شناخت بافندگان از هویت ملی و بومی مؤثر باشد. در این صورت، بافنده روستای سامان، قالی‌هایی را که تاکنون بدون اطلاع از ارزش تاریخی، فرهنگی و هنری تولید کرده با آگاهی، خودباوری و اعتماد به نفس خلق می‌کند و با وقوف بر نقشه‌های منطقه خود از بافت نقشه‌های غیربومی و معیوب امتناع کرده و فرهنگ را قربانی اقتصاد نخواهند کرد.

«جهاد تبیین» پدافند غیرعامل در مقابل تهاجم فرهنگی است و با ایجاد خودباوری و امیدآفرینی، هویت ملی را زنده می‌کند و به تولید، همچنین استفاده از قالی‌های دستباف روستای سامان رونق می‌بخشد. علاوه بر آن، تربیت هنرمندان بومی متعهد، دانش‌آموختگان رشته فرش، مبلغان قالی ایرانی، بازاریابان داخلی و خارجی، تأسیس شرکت‌های دانش‌بنیان، سرعت و یکپارچگی علمی و صنعتی و اقتدار و هویت ملی را موجب می‌شود. در حوزه تبیین هنری، طراحان فرش با استفاده از ابزار هنر و فن‌آوری‌های روز و ظرفیت‌های فرهنگی، هنری و تاریخی به عنوان قدرت نرم و طراحی قالی‌های حاوی نقش‌مایه‌های اصیل و همخوان با سبک زندگی و سلیقه امروزی و گردآوری طرح‌های در پس ذهن بافندگان ذهنی‌باف و نقوش در معرض فراموشی و تبدیل آن‌ها به نقشه‌های قابل بافت به پایداری و انتقال آن به آیندگان و حفظ هویت قالی مناطق کمک خواهد کرد. در حوزه تبیین اقتصادی-سیاسی نیز روشنگری برای همه اقدار جامعه از شیوه استعماری غرب برای تسلط بر ایران، از طریق قالی یکی از راهکارهای احیاء این هنر صنعت است و دستیابی به آینده مطلوب را در سایه دیدگاه راهبردی «جهاد تبیین» میسر می‌سازد. کشورهای غربی پس از شناخت قالی اصیل ایرانی به عنوان دومین کالای ارزآور، پس از نفت و بازار طلایی آن در جهان، با هدف کاهش اعتبار آن در انظار جهانیان، با سوءاستفاده از ناآگاهی بافندگان و طراحان و تولیدکنندگان و با تکیه بر سیاست‌های اقتصادی داخلی و خلأهای فرهنگی و با استعمار و سوءاستفاده از کشورهای هم‌چون هدف، به بازارهای جهانی دست یافته و چهره استعماری خود را در پس اقتصاد بیمار آن‌ها پنهان کردند تا صورت مسئله تهاجم فرهنگی را پاک کنند؛ اما در این تحقیق با برشمردن شگردهای غرب مشخص شد که هدف، همان تهاجم فرهنگی بوده است؛ اما این سیستم‌طوری کارشناسی و طراحی شده که نتیجه به دست آمده، تبریّه غرب و خودتحقیری در باورهای فرهنگی و سنت‌های بومی‌مان باشد.

## تشکر و قدردانی

بدین وسیله مراتب تشکر خود را از استادان بزرگوار بخش مصاحبه و مسئولان بخش‌داری نوبران، اداره فرش اراک و ساوه و اهالی محترم روستاهای بخش نوبران و روستای سامان ابراز می‌نمایم.

## پی‌نوشت‌ها

1. Folklore

2. Edward Burnett Tylor

۳. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با فعالان بخش‌های اقتصادی کشور (۱۳۹۰/۵/۲۶)

۴. بیانات مقام مع رهبری در دیدار دست‌اندرکاران برگزاری مراسم ارتحال امام خمینی (ره) (۱۳۷۶/۳/۱۲)

۵. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار فرماندهان و کارکنان نیروی هوایی و پدافند هوایی ارتش (۱۴۰۰/۱۱/۱۹)

۶. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار استادان و دانشجویان کردستان (۱۳۸۸/۲/۲۷)

7. Balooq

مصاحبه با آقای دکتر ابوالقاسم امام‌جماعتی: کارشناس اصناف و مشاغل خانگی اداره فرش ساوه (۱۴۰۲/۵/۱۶)

مصاحبه با یاسر حنیفی: معاون امور تولید مرکز ملی فرش ایران (مرکز ملی فرش ایران)، (۱۴۰۲/۵/۱۷)

مصاحبه با یوسف صمدی بهرامی: مدیر فرش چننه (۱۴۰۲/۵/۱۸)

مصاحبه با عبدالحسین قاسم‌نژاد: فروشنده فرش دستباف (موزه فرش ایران)، (۱۴۰۲/۵/۱۸)

مصاحبه با اردشیر مختاری وافر: مدرس دانشگاه سوره (دانشگاه سوره، تهران)، (۱۴۰۲/۵/۲۲)

مصاحبه با آقای دکتر رضا میرمبین: کارشناس میراث‌فرهنگی (وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی) (۱۴۰۲/۶/۴)

## منابع و مأخذ

آویشی، حمیدرضا، محمدزاده، سوگند و آویشی، عاطفه (۱۳۹۹). تأثیر آیین میتراثیسم در نقش مایه‌های ماهی درهم فرش صفوی. *مطالعات هنر اسلامی*، ۱۷ (۴۰)، ۲۶۸-۲۸۲. Doi: 10.22034/IAS.2020.219100.1186

اذکایی، پرویز (۱۳۶۹). ساوه باستان. ساوه‌نامه: اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی ساوه.

اسکویی، نرگس (۱۳۹۴). تأثیر فرهنگ عامه بر شعر رسمی. *زبان و ادبیات فارسی*، (۳۹) ۱-۲۲.

افروغ، محمد (۱۳۹۰). نقوش قالی دستباف ایرانی، عناصر و نمادهایی از هویت ملی. *مطالعات ملی*، ۴ (۱۴۲)، ۱۴۲-۱۷۲. Dor: 20.1001.1.1735059.1390.12.48.7.7

بیگ‌باباپور، یوسف (۱۳۹۱). رساله در تاریخ ساوه در دوره قاجاریه از مؤلفی ناشناخته. *پیام بهارستان*، ۴ (۱۶)،

بیهقی، حسینعلی (۱۳۶۵). پژوهش و بررسی فرهنگ عامه ایران. آستان قدس رضوی.

حاج‌محمدحسینی، همایون، آیت‌اللهی، حبیب‌الله (۱۳۸۴). زیبایی‌شناسی در فرش‌های روستایی ایران. *گلجام*، ۱، ۹۵-۶۱. Dor: 20.1001.1.20082738.1384.1.1.14.8

حشمتی رضوی، فضل‌الله (۱۳۹۲). تاریخ فرش، سیر تحول و تطور فرش بافی ایران، تهران: انتشارات سمت

حصوری، علی (۱۳۸۹). مبانی طراحی سنتی در ایران، تهران: انتشارات چشمه.

دهخدا، محمد (۱۳۸۸). *فرهنگنامه دهخدا*. مؤسسه دهخدا.

ستوده، منوچهر (۱۳۸۰). *دشت بیات*، مجله بخارا، ۱۷ (۴)، ۸۵-۹۳.

صوراسرافیل، شیرین (۱۳۶۷). فرش ایران (سیری در مراحل تکمیل فرش، طراحی، رنگرزی و رفو)، تهران: انتشارات فرهنگسرا.

صلح میرزایی، سعید (۱۴۰۰). جهاد تبیین در اندیشه حضرت آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، تهران: انتشارات انقلاب اسلامی.

طاهری، صدرالدین (۱۳۸۸). بن‌مایه ماهی در هم در قالی ایرانی. فصلنامه فروزش، (۴).

طاهری، عبدالحمید و بیاتی، احمد (۱۳۹۶). فرهنگ بومی و تمدن توسعه. همایش بین‌المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و علوم اجتماعی، مرکز آموزش و پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان همدان.

عسگری، مینا، وند شعاری، علی (۱۳۹۵). مطالعه تطبیقی ساختار طرح و نقش قالی‌های شاهسون ایران شمال غرب، مرکز و جنوب. مطالعات تطبیقی هنر، ۶ (۱۱)، ۱۱-۲۳. Dor: 20.1001.1.23453842.1395.6.11.4.7

عسگری، مینا، وند شعاری، علی و یعقوب‌زاده، آزاده (۱۳۹۷). بررسی طرح و نقش قالی‌های شاهسون بغدادی (نواحی مرکز ایران). مطالعات هنر اسلامی، ۳۰ (صفحه)، ۷۶-۹۴.

غفاری، علی‌اکبر (۱۳۹۱). دیار سامان؛ پیشینه تاریخی، فرهنگ باستانی و اعلام جغرافیایی سامان ساوه، تهران: انتشارات لاهیتا.

مجبایی، سیدعلی، فنایی، زهرا (۱۳۹۵). طبقه‌بندی طرح‌ها و نقش مایه‌های قالی ذهنی بافت روستای مزلقان. انتشارات گلجام، ۲۹، ۹۳-۱۱۷. Dor: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.5.2

مجیدی، مژگان، نوروز برازجانی، ویدا و حاتم، غلامعلی (۱۳۹۰). نقش اعتقادات و باورها در نقوش دست‌بافته‌های عشایری. همایش ملی هنر، فرهنگ، تاریخ و تولید فرش دستباف ایران و جهان، ۲۶۱-۲۶۷.

مرادپیری، هادی، کاوند، ندا (۱۴۰۱). رسالت‌های راهبردی دانشجویان به مثابه قدرت نرم در جهاد تبیین با بهره‌گیری از منویات امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی). فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، ۱۲ (۴)، ۷-۲۷. Dor: 20.1001.1.23225580.1401.12.4.4.5

مرادی، علیرضا (۱۳۹۰). نقش میراث فرهنگی در تقویت هویت فرهنگی. ماهنامه مهندسی فرهنگی، ۵ (۵۳ و ۵۴).

مهربانی، قربانلی و زرگران خوزانی، فاطمه (۱۴۰۱). واکاوی جهاد تبیین: پژوهشی مبتنی بر تحلیل مضمون در بیانات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی). فصلنامه علمی مطالعات مدیریت ملی راهبردی دفاع، ۶ (۲۴)، ۴۱۴-۳۸۳.

مینورسکی، ولادیمیر (۱۳۶۹). شهر ساوه، ترجمه مرتضی ذکایی، ساوه‌نامه (مجموعه مقاله‌های ساوه‌پژوهی)، مشهد: اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی ساوه.

نقیسی‌نیا، لیلیا و آشوری، محمدتقی (۱۳۹۲). نقش هراتی «ماهی در هم» در جغرافیای فرش ایران. نشریه گلجام، (۲۳)، ۹۱-۱۱۰.

نهیچیری، عبدالحسین (۱۳۷۰). جغرافیای تاریخی شهرها. تهران: انتشارات مدرسه.

هوشیار، مهران (۱۴۰۱). بازتعریف صنایع دستی معاصر ایران با رویکرد آینده‌پژوهی، دوفصلنامه علمی هنرهای صناعی ایران، ۵ (۸). Doi: 10.22052/HSI.2022.246481.1030

مقام معظم رهبری در دیدار با فرماندهان و کارکنان نیروی هوایی و پدافند هوایی ارتش (۱۴۰۰). پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای.

مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از اهالی فرهنگ و هنر (۱۳۸۰). پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای.

مقام معظم رهبری در دیدار دست‌اندرکاران برگزار مراسم ارتحال امام خمینی (ره) (۱۳۷۶). پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر نشر آثار مقام معظم رهبری.

<https://www.khamenei.ir>

بازیابی بهمن ۱۴۰۱

Afrogh, Mohammad. (2010). Iranian handmade carpet motifs, elements and symbols of national identity. *National Studies*, 4(142), 142-172. [In Persian]

Asgari, Mina and Vand Shaari, Ali (2015). A comparative study of the design structure and role of shah-soun carpets in north-west, center and south of Iran. *Comparative Art Studies*, (11), 11-23. [In Persian]

- Asgari, Mina and Vand Shaari, Ali and Yaqoubzadeh, Azadeh. (2017). Examining the designs and patterns of Shahson Baghdadi carpets (central areas of Iran), *Islamic art studies*, (30), 76-94. **[In Persian]**
- Avishi, Hamidreza and Mohammadzadeh, Sogand and Avishi, Atefeh. (2019). The influence of Mithraism in the motifs of fish motifs in Safavid carpets. *Islamic Art Studies*, 17(40), 268-282. **[In Persian]**
- Azkaei, Parvez. (1369). *Ancient Saveh. Article in: Saveh Name: Saveh Culture and Islamic Guidance Department*. **[In Persian]**
- Bey Babapour, Yusuf. (2011). A treatise on the history of Saveh in the Qajar period by an unknown author. *Payam Baharestan, fourth year*. 16(374). **[In Persian]**
- Bayhaghi, Hossein Ali. (1365). *Research and investigation of popular culture of Iran*. Astan Qods Razavi. **[In Persian]**
- Dehkhoda, Mohammad. (2008). *Dictionary of Dehkhoda*. Dehkhoda Institute. **[In Persian]**
- Ghaffari, Ali Akbar. (2011). *Diyar Saman Historical background, ancient culture and geographical declaration of Saman Saveh*. First edition, Tehran: Lahita. **[In Persian]**
- Haj Mohammad Hosseini, Homayun and Ayatollahi, Habibullah. (1384). Aesthetics in rural Iranian carpets. *Goljam*(1), 61-95. **[In Persian]**
- Hasuri, Ali. (1389). *Basics of traditional design in Iran, third edition*, Tehran: Cheshme. **[In Persian]**
- Heshmati Razavi, Fadlullah. (2012). *History of carpets, evolution and development of Iranian carpet weaving*. Third edition, Tehran: Samt. **[In Persian]**
- Hoshair, Mehran. (1401). "Redefining Iran's Contemporary Handicrafts with a Futuristic Approach", *Biquarterly Journal of Iranian Crafts*, 5(8). **[In Persian]**. Dor: Doi: 10.22052/HSI.2022.246481.1030.
- Majidi, Mozhgan and Norouz Barazjani, Vida and Hatem, Gholamali. (2018). The role of beliefs in nomadic handwoven motifs. National conference of art, culture, history and production of handwoven carpets of Iran and the world, 28 and 29 April, Islamic Azad University, *Najafabad branch*, 261-267. **[In Persian]**
- Mirzaei peace, Saeed. (1400). *Explanation Jihad in the thought of Ayatollah Ali Khamenei* (Madazalah al-Aali), first edition, Tehran: Islamic Revolution. **[In Persian]**
- Minorsky, Vladimir. (1369). *Saveh city, translated by Morteza Zakai, Savehnameh* (a collection of Saveh research articles), Mashhad: Saveh Culture and Islamic Guidance Department. **[In Persian]**
- Mojabi, Seyyed Ali and Fanai, Zahra. (2015). Classification of the designs and motifs of the mental woven carpet of Mazalghan village. *Goljam*, (29), 117-93. **[In Persian]**
- Dor: 20.1001.1.20082738.1395.12.29.5.2.
- Muradpiri, Hadi, Kavand, Nada. (1401). "Students' strategic messages as soft power in the Jihad of clarification using Imam Khamenei's menus (Zaleh al-Ali mod)", *Scientific Quarterly of Soft Power Studies*, Volume 12, (4), Serial Number (31). **[In Persian]**
- Moradi, Alireza. (1390). "The role of cultural heritage in strengthening cultural identity", *Cultural Engineering*, 5, 53-54. **[In Persian]** Dor: 20.1001.1.23225580.1401.12.4.4.5.
- Mehrabani, Ghorbanli and Zargarani Khozani, Fatemeh. (1401). Analyzing the jihad of explanation: a research based on thematic analysis in the statements of the Supreme Leader *Scientific Quarterly Journal of Defense Strategic National Management Studies*, 6(24). **[In Persian]**
- Nahchiri, Abdul Hossein. (1370). *Historical Geography of Cities*, Volume 1, Tehran, Madrasa, (121). **[In Persian]**
- Nafisinia, Leila and Ashuri, Mohammad Taghi. (2012). "The role of Herati "fish together" in the geography of Iranian rugs", *Goljam publication*, (23), 91-110. **[In Persian]**
- Surasrafil, Shirin. (1367). *Farsh Iran* (Survey in the stages of carpet completion, design, dyeing and finishing), second edition, Tehran: Farhangsera. **[In Persian]**

- Skui, Nargis. (2014). The influence of popular culture on formal poetry. *Persian language and literature*, (39), 1- 22. **[In Persian]**
- Sotoudeh, Manouchehr. (2010). *Dasht Bayat, Bukhara*. 17(4), 85-93. **[In Persian]**
- Supreme Leader in a group meeting of people of culture and art. (1380). *The information base of the Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Ali Khamenei, one August, retrieval of Bahman 1401*. **[In Persian]**
- Supreme Leader in a meeting with those involved in the funeral ceremony of Imam Khomeini (RA). (1376). *Information base of Supreme Leader's Publications Office, 12 Khordad Retrieving Bahman 1401* **[In Persian]**
- Taheri, Sadruddin. (1388). Fish sauce in Persian carpet. *Furozesh*, (4). **[In Persian]**
- The Supreme Leader in a meeting with the commanders and employees of the Air Force and Air Defense of the Army. (1400). *The information base of the Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Ali Khamenei, 19 Bahman, retrieved 1401 Bahman*. **[In Persian]**

## Art Streaming in Iran through Galleries

*Hadi Babaei Fallah, Assistant Professor, Department of of Traditional Arts Reseach Institute of Cultural Heritage and Tourism, Tehran, Iran. Email: h.babaei@richt.ir*

### Abstract

The gallery is the center for the display of newly created works of art by visual arts' artists. Galleries are divided into two categories: public galleries and private galleries. The global experiences of the activities of galleries, especially the experiences of European and American countries, reached Iran since the end of World War II. At first, the galleries supported by the embassies displayed works of art, and after them, in the late twenties and early thirties, several cultural centers and private galleries entered the field of visual arts in a more professional manner. Galleries played an important role in promoting important art movements in the last seventy years; modern European styles and important contemporary trends such as Saqaqhana painting were recorded and promoted through the activities of galleries. The present article, which was written in a descriptive and analytical method, took a qualitative look at the artistic flow of galleries in Iran and the factors affecting these flows; the main purpose of writing this article is to understand the effects of art galleries on art trends in contemporary Iran and to explain the role of components such as the effects of artists and art groups on the activity of art galleries, the role of audiences, advertisements, media and critics, governance and political issues and economic issues. The questions raised in this research is: how art galleries appeared in Iran and the effective atmosphere in their creation? The influence of galleries on Iranian artistic movements and the extent of their positive and negative effects on the important artistic movements of Iran in the last hundred years will also be among other questions in this research.

### Keywords

Iranian art- contemporary art-Art gallery-visual art



## جریان سازی هنری نگارخانه‌ها در ایران

هادی بابائی فلاح<sup>۱</sup>

### چکیده

نگارخانه یا گالری مرکزی برای نمایش آثار هنری تازه خلق شده توسط هنرمندان هنرهای تجسمی است. نگارخانه‌ها در دو دسته اصلی نگارخانه‌های دولتی و خصوصی به فعالیت مشغول هستند. تجربیات جهانی فعالیت‌های نگارخانه‌ای، به خصوص در کشورهای اروپایی و امریکا از حدود سال‌های جنگ جهانی دوم در ایران نیز متداول گردید. ابتدا نگارخانه‌های تحت حمایت سفارتخانه‌ها به نمایش آثار مبادرت ورزیدند و پس از آن‌ها در اواخر دهه بیست و اوایل دهه سی خورشیدی، چند مرکز فرهنگی و نگارخانه خصوصی به شکل حرفه‌ای تر وارد عرصه نمایش آثار هنرهای تجسمی شدند. نگارخانه‌ها، نقش مهمی در ترویج جریان‌های هنری مهم در حدود هفتادسال اخیر داشتند؛ سبک‌های مدرن اروپایی و جریانات مهم معاصر مثل جریان هنری نقاشی سقاخانه به واسطه فعالیت نگارخانه‌ها ثبت، ضبط و ترویج پیدا کردند. مقاله حاضر که به روش توصیفی و تحلیلی نگارش پیدا کرده است، به شکل کیفی، نگاهی اجمالی به جریان سازی هنری نگارخانه‌ها در ایران و مؤلفه‌های مؤثر بر این جریان سازی‌ها داشته است؛ هدف اصلی از نگارش این مقاله، درک تأثیرات نگارخانه‌های هنری بر جریان سازی‌های هنری در ایران معاصر و تبیین نقش مؤلفه‌هایی مثل تأثیرات خود هنرمندان و گروه‌های هنری بر فعالیت جریان ساز نگارخانه‌ها، نقش مخاطبان، تبلیغات و رسانه‌ها و منتقدین، حاکمیت و مسائل سیاسی و اقتصادی می باشد. سؤالات مطرح در این تحقیق چگونگی ظهور نگارخانه‌های هنری در ایران و فضای مؤثر در ایجاد آن‌ها است. تأثیر نگارخانه‌ها بر جریان سازی‌های هنری ایران و میزان تأثیر مثبت و منفی آن‌ها بر جریانات مهم هنری یک صد سال اخیر ایران نیز از سؤالات دیگر در این تحقیق خواهد بود.

### واژگان کلیدی

هنر ایران، هنر معاصر، گالری یا نگارخانه هنری، هنر تجسمی.

## مقدمه

نگارخانه‌های هنری یا نگارخانه‌ها مراکز نمایش آثار هنری، به خصوص آثار هنرهای تجسمی هستند. در اروپا واژه گالری به سالن‌های بزرگ و سرپوشیده اطلاق می‌شود؛ سالن‌هایی مناسب برای نمایش تابلوهای نقاشی و اشیاء هنری ظریف (دهخدا، ۱۳۷۷: ۱۸۷۳۱). تاریخچه نمایش آثار هنری در فضای نگارخانه‌ها، قدمتی بسیار طولانی دارد. در کشور ایران و دیگر تمدن‌های شرقی، نمایش نگارخانه‌ای آثاری که امروز به آن‌ها آثار هنری اطلاق می‌شود، عموماً جنبه آیینی یا سلطنتی داشته است. در جهان غرب یکی از ملموس‌ترین و نزدیک‌ترین فضاهای نمایشگاهی به نگارخانه‌های امروز در دوره رنسانس تجلی پیدا کرد. در حدود سده پنزدهم میلادی، خانواده‌های ثروتمند و وابسته به خاندان‌های سلطنتی در جایگاه حامیان و سفارش‌دهندگان آثار هنری قرار گرفتند و آثار هنری را در محوطه کاخ‌هایشان به نمایش گذاشتند. خانواده ثروتمند مدیچی، یکی از این خانواده‌های بزرگ بود که طبق گزارشات تاریخ هنری، آثاری مثل مجسمه داود اثر دوناتلو و هرکول و آنتئوس اثر آنتونیو دل پولایوئولو در محیط کاخ‌های این خاندان به نمایش درآمده بود (دیویس، ۱۳۸۸: ۵۲۹).

با این وجود، اولین نگارخانه‌ها به معنای واقعی کلمه از طریق شروع به کار فرهنگستان‌های هنری در اروپا به وجود آمده‌اند. شکل‌گیری این نگارخانه‌ها از نیمه‌های سده هفدهم میلادی از طریق برپایی نمایشگاه‌های سلطنتی شبیه به دوسالانه‌ها آغاز گردید. این نمایشگاه‌ها در محیط‌هایی که با واژه سالن معرفی می‌شدند، برگزار می‌شد. سالن‌ها، نقش کلیدی و بنیادی در پیدایش محیط‌های نمایش آثار هنری به شکل موقت آن داشتند. «اتل دو رامبویه» که در سال (۱۶۶۷) میلادی بنیان گذاشته شد، مشهورترین سالن فرانسه بود؛ این سالن هر سال آثار اعضای آکادمی سلطنتی نقاشی و مجسمه‌سازی را به نمایش می‌گذاشت. تا انقلاب فرانسه، عموم مردم امکان تماشای آثار هنری در سالن‌ها را نداشتند؛ ولی از سال (۱۷۸۹) درهای سالن به روی همه هنرمندان گشوده شد (پاکباز، ۱۳۷۸: ۲۹۵). متولی برگزاری نمایشگاه‌های هنری در سالن‌ها، فرهنگستان‌های هنری بودند؛ فرهنگستان هنر فرانسه در سال (۱۶۴۸) تأسیس شد و به شیوه‌های گوناگون تا پایان سده نوزدهم میلادی تولید آثار هنری در کشور فرانسه را کنترل می‌کرد. سال (۱۸۶۳) میلادی وقتی که تعدادی از نقاشان مردود شده، نتوانستند آثارشان را در سالن رسمی به نمایش بگذارند، با اعتراض آن‌ها این آثار در یک سالن دیگر به نمایش درآمد. این اتفاق تاریخ هنری، مقدمه‌ای برای شکل‌گیری نگارخانه‌های خصوصی و فارغ از سیستم دولتی در فرانسه سده نوزدهم و پس از آن در اروپا و دیگر کشورهای جهان شد. از سده بیستم میلادی، تعداد نگارخانه‌های خصوصی رشد فزاینده‌ای یافت. ایران معاصر نیز از حدود سال‌های جنگ جهانی دوم و پس

از حضور انبوه نیروهای متفکین در ایران به شکل جدی صاحب نگارخانه‌های هنری شد. مقاله حاضر با مبنا قرار دادن سؤالات ذیل، جریان‌سازی هنری نگارخانه‌ها در ایران را مورد کاوش قرار خواهد داد:

۱. نگارخانه‌های هنری از چه تاریخی در ایران ظهور پیدا کردند و عوامل مؤثر بر پیدایش آن‌ها چه چیزهایی بوده است؟

۲. ظهور نگارخانه‌ها در ایران چه تأثیری بر جریان‌سازی‌های هنری دوره معاصر داشته است؟ از طریق فعالیت نگارخانه‌های هنری، کدام جریان‌های هنری تجسمی رشد پیدا کرده و کدام جریان‌های هنری تضعیف گردیده‌اند؟

هدف اصلی از نگارش تحقیق نیز درک تأثیرات نگارخانه‌های هنری (در حوزه هنرهای تجسمی) بر روی جریان‌سازی‌های هنری در ایران معاصر بوده است. از اهداف فرعی تحقیق نیز تلاش برای کشف عوامل جانبی مؤثر بر عملکرد جریان‌ساز نگارخانه‌ها مثل نقدهای هنری، گزارش‌های مطبوعاتی، تبلیغات، حمایت‌های حکومتی، حمایت‌های خارجی و مواردی از این قبیل خواهد بود.

روش تحقیق در پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی بوده و شیوه گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و میدانی است. در این تحقیق، کلیه نگارخانه‌های هنری ایران معاصر و کلیه عوامل مؤثر بر فعالیت آن‌ها، جامعه آماری تحقیق در نظر گرفته شده و نمونه‌های مطالعاتی به شکل انتخابی و براساس میزان اهمیت، همچنین تنوع تاریخی‌گزینش شده است و مورد بحث قرار خواهند گرفت.

### سابقه نگارخانه یا گالری هنری در ایران

در فرهنگ‌های لغت فارسی برای «نگارخانه» معانی نقاش‌خانه، کارگاه نقاشی، نمایشگاه نقاشی و بت‌خانه (به معنای محل نمایش مجسمه) در نظر گرفته شده است (دهخدا، ۱۳۷۷: ۲۲۷۰۷) و (انوری، ۱۳۸۱: ۷۹۴۷). واژه نگار، اشاره به نقش دارد؛ ولی عموماً برای نقش‌های زیبا مورد استفاده قرار می‌گیرد. نگار در ارتباط با معشوق زیبا نیز کاربرد دارد و هم‌نشین با کلمات مرتبط با آن می‌شود؛ یار نگارین، محبوب نگارین، دلبر نگارین و ... واژه نگار در ارتباط با هنر نقاشی و نقاشان نیز کاربرد پیدا کرده است. هنر تجسمی رسمی، سده‌های گذشته ایران که وظیفه آن تصویرسازی زیبا و دل‌انگیز متون، به خصوص متون ادبی و دیوان شعرا بود با نام نگارگری و هنرمندان آن با نگارگر معرفی شده‌اند. واژه نگار در ادبیات فارسی نیز کاربرد فراوانی دارد و درباره معشوق یا هر سوژه زیبایی دیگری مورد استفاده قرار می‌گیرد «این همه عکس می و نقش نگارین که نمود / یک فروغ رخ ساقی است که در جام افتاد» (حافظ، ۱۳۹۴: ۱۱۷).

در ارتباط با معنای امروزی واژه نگارخانه که به محل نمایش آثار هنرهای تجسمی اطلاق می‌شود، مصادیق ادبی ارزشمندی از ادبیات کهن ایران در دسترس است. در این مصادیق، نگارخانه محل نمایش آثار نقاشی زیبا دانسته شده و در بسیاری

از این مصادیق، پسوند چینی بعد از واژه نگارخانه یا نگارگر آمده است. شهره بودن سرزمین چین به داشتن هنرمندان نقاش زبردست، دلیل این استفاده‌های ادبی بوده است؛ «خوش‌تر از صد نگارخانه چین / نقش آن کارگاه دست‌گزین» (نظامی گنجوی، ۱۳۸۷: ۵۷۵)، «گفت باز از نگارخانه‌ی چین / جوش لشگر گرفت روی زمین» (نظامی گنجوی، ۱۳۸۷: ۷۱۵)، «گر التفات خداوندی‌اش بیاراید / نگارخانه چینی و نقش ارتنگی است / امید هست که روی ملال در نکشد / ازین سخن که گلستان نه جای دل‌تنگی است» (سعدی، ۱۳۸۵: ۱۱).

نگارخانه در معنای عام محل نمایش و احتمالاً فروش آثار هنری است: آثاری از قبیل نقاشی، مجسمه، خوش‌نویسی، انواع و اقسام طراحی‌ها و نمودهای دیگر از هنرهای دیداری. مرز باریکی میان نگارخانه‌ها و موزه‌ها وجود دارد؛ نگارخانه‌ها عموماً نمایش موقت آثار تازه خلق‌شده را در دستور کار دارند (از نمایش‌های یک‌روزه و سه‌روزه تا نمایش‌های سه‌ماهه و شش‌ماهه)؛ ولی موزه‌ها عموماً به نمایش دائمی آثار تاریخی مبادرت می‌ورزند.<sup>۲</sup>

در عهد ناصرالدین‌شاه قاجار، حجم بالای هدایای دریافتی از کشورهای خارجی و همچنین نیاز به نمایش آثار فاخر گذشته، باعث شد تا اولین موزه ایران معاصر در کاخ گلستان تأسیس شود. موزه مخصوص که در ضلع شمالی کاخ گلستان و در طبقه همکف (زیر تالار سلام) قرار دارد، هنوز بعد گذشت چیزی حدود صد و پنجاه سال از زمان تأسیس، به حیات خود ادامه می‌دهد.

در موزه مخصوص علاوه بر آثار اهدایی از سران کشورهای خارجی، آثار نفیس گذشتگان از دوره صفوی مثل زره شاه اسماعیل صفوی، تیروکمان نادرشاه افشار، بازوبند و مهر فتحعلی‌شاه و اولین تاج آقا محمدخان قاجار به نمایش درآمده بودند. بخشی از آثار به نمایش درآمده در موزه مخصوص به مرور زمان و با ایجاد فضاهای جدیدی مثل موزه جواهرات به مکان‌های دیگر انتقال پیدا کرد. تغییر در نمایش بعضی از آثار باعث می‌شود که برای موزه مخصوص، وجه نگارخانه‌ای نیز در نظر گرفته شود. این موزه برای عموم قابل بازدید نبود و صرفاً سران کشور و میهمانان خارجی امکان بازدید از آن را داشته‌اند.

به مرور زمان با پیدایش حکومت پهلوی، نگارخانه‌ها به معنای تخصصی نمایشگاهی که آثار هنری تازه خلق‌شده را به طور موقت نمایش می‌دهند، پا به عرصه وجود گذاشتند. انجمن‌های فرهنگی کشورهای بیگانه در ایران، پیشگام برپایی چنین نمایشگاه‌هایی بودند. در دوره پهلوی اول نمونه‌های گذرایی مثل نمایشگاه نقاشی آبرنگ آلبرت هونمان در زمستان سال (۱۳۱۴) خورشیدی در کلپ آلمانی‌ها مؤید وجود نمایشگاه‌های تخصصی نقاشی در عصر پهلوی است (روزنامه اطلاعات، ۱۳۱۴/۷/۲۹: ۴). مخاطبان این نمایشگاه‌ها، خارجی‌ها و اشراف‌زادگان، متمولین و تحصیل‌کردگان ایرانی بودند.

با شکل‌گیری جنگ جهانی دوم و ورود نیروهای متفقین به ایران از شهریورماه سال (۱۳۲۰) فضای فرهنگی بیشتری برای فعالیت‌های هنری مثل گالری‌گردی فراهم شد. از این سال علاوه بر افزایش کمی و کیفی انجمن‌های فرهنگی مرتبط با کشورهای خارجی، چند مرکز فرهنگی مثل باشگاه مهرگان نیز میزبان برپایی نمایشگاه‌ها شدند. با همه این اوصاف، اولین گالری خصوصی ایران که شباهت زیادی به یک مرکز فرهنگی داشت، با همت نسل اول نقاشان دانشگاهی ایران در شهر تهران گشایش یافت. این مرکز فرهنگی یا نگارخانه که «آپادانا» نام داشت در معرفی و ترویج نقاشی مدرن نقش بسزایی را برعهده گرفت. در حدود همین سال‌ها «جلیل ضیاءپور» نیز انجمن خروس جنگی را افتتاح کرد. انجمن خروس جنگی نیز علاوه بر سخنرانی و نشست، به برپایی نمایشگاه‌های نقاشی موقت مبادرت ورزید.

چند سال بعد، در حدود سال (۱۳۳۳) دو گالری تخصصی‌تر در تهران گشایش یافت. ابتدا گالری تخصصی استتیک که توسط «مارکو گریگوریان» تأسیس و دومی نگارخانه عصر جدید که توسط «ژازه تباتبایی» ایجاد شد. در این بین، گالری استتیک «مارکو گریگوریان» نسبت به دیگر مراکز جایگاه تخصصی‌تری پیدا کرد. از میانه‌های دهه ۳۰ خورشیدی، نگارخانه‌های بیشتری افتتاح شدند و به فعالیت پرداختند. پس از گذشت دهه‌ها از افتتاح نگارخانه‌های تخصصی، هنوز شهر تهران به تنهایی میزبان اکثریت قریب به اتفاق نمایشگاه‌های هنری در ایران است.

## انواع نگارخانه‌ها

مهم‌ترین دسته‌بندی نگارخانه‌ها مربوط به دولتی و خصوصی بودن آن‌ها است؛ نگارخانه‌های دولتی از قدرت و اختیارات بیشتری برخوردار هستند و عموماً در راستای اهداف فرهنگی و هنری دولت‌ها حرکت می‌کنند و در سمت مقابل، نگارخانه‌های خصوصی بازتاب‌دهنده سلیقه هنری صاحبان آن‌ها هستند و از جهت بازتاب خبری و رسانه‌های نمایشگاه‌هایشان ضعیف‌تر عمل می‌کنند.

در میان دو گونه نگارخانه فوق، نگارخانه‌های نیمه‌خصوصی و نیمه‌دولتی نیز وجود دارند؛ در پشت مدیریت یا حمایت از این نگارخانه‌ها، دستگاه‌های فرهنگی دولت قرار دارند؛ ولی در ظاهر نشان چندانی از این حمایت‌ها و پشتوانه‌های دولتی به چشم نمی‌خورد. بخشی از مؤثرترین کانال‌های نیمه‌دولتی و نیمه‌خصوصی ایران در نیمه دوم دهه چهل-پنجاه خورشیدی به فعالیت پرداختند. این نگارخانه‌ها آن دسته از هنرهای تحت حمایت دولت یا دربار که چندان توجه نگارخانه‌های خصوصی نبود را مورد توجه قرار می‌دادند. در دهه پنجاه خورشیدی، فعالیت تعدادی از این نگارخانه‌ها موجب افزایش توجهات عمومی به تعدادی از هنرهای سنتی و ملی مهجور ایران گردید.

فعالیت بخش فرهنگی سفارتخانه‌های خارجی تحت نظر مستقیم سفارتخانه‌ها

یا در ذیل انجمن‌های فرهنگی مشترک میان آن کشور و ایران، در ضمن فعالیت‌های فرهنگی مختلف مثل برگزاری اجراهای زنده (کنسرت) موسیقی، برپایی نمایش یا نمایش فیلم از طریق برگزاری نمایشگاه هنری نیز فعالیت می‌کردند. این فعالیت‌ها از دوره پهلوی اول آغاز و تقریباً با پیدایش انقلاب اسلامی خاتمه پیدا کرد. مکان این نگارخانه‌ها در فضاهای ذیل سفارتخانه‌ها و درباره کشورهای مثل آمریکا، فرانسه، آلمان و ایتالیا که انجمن فرهنگی مستقل داشته‌اند در بخش نمایشگاهی ساختمان این انجمن‌های فرهنگی بوده است.

از جهت مکانی، بسترهای زیادی برای برپایی نمایشگاه‌های هنری وجود دارد. نگارخانه ممکن است در طبقه‌ای از یک ساختمان مسکونی در منطقه‌ای مسکونی از شهر تهران تأسیس شود، گاه ممکن است در طبقه‌ای از یک ساختمان اداری و تجاری تأسیس شود، گاه کل فضای یک خانه تاریخی یا ویلایی را به خود اختصاص دهد، بعضی اوقات ممکن است بخشی از یک مکان تفریحی و فرهنگی مثل کافه، رستوران و کتاب‌فروشی باشد و گاه مثل نمونه‌هایی که در دوره پهلوی رواج بیشتری داشت ممکن است به طور موقت بخش‌هایی مثل سالن بانک‌ها به فعالیت نگارخانه اختصاص پیدا کند.

در چند نمونه نسبتاً موفق، موزه‌ها بخشی از فضای خود را به نگارخانه‌ها اختصاص داده‌اند؛ موزه‌های ملی ایران، رضا عباسی، آبگینه و سعدآباد نمونه‌هایی هستند که علاوه بر فضای موزه‌ای، امکان برگزاری نمایشگاه‌های چندروزه و چند هفته‌ای نیز در بخش نمایشگاهی آن‌ها فراهم است.

با افزایش سهم دنیای مجازی از زندگی روزمره، نگارخانه‌های مجازی نیز وارد دسته بندی نگارخانه‌ها شده‌اند. یکی از آخرین تغییر وضعیت‌های مهم در عرصه فعالیت نگارخانه‌ها، اعلام پایان کار حضوری نگارخانه گلستان و شروع فعالیت مجازی آن برای نمایش و فروش آثار بوده است. بعضی از نگارخانه‌ها برای فعالیت مجازی، سایت تخصصی طراحی کرده‌اند و برخی با کمک شبکه‌های اجتماعی به فعالیت می‌پردازند. مالکیت نگارخانه‌ها نیز گاه با خود هنرمندان و گاه با افرادی می‌باشد که علاقه‌مند به هنر بوده و نگاه تجاری‌تری به هنر دارند. روال معمول برای فعالیت نگارخانه‌ها نیز به این شکل است که هنرمندان رزومه و مجموعه آثار خودشان را برای مدیر نگارخانه ارسال می‌کنند و منتظر تأیید، سپس تعیین وقت نمایشگاه توسط ایشان می‌شوند. تصمیم درباره آثار هنری، واصله به عهده مدیر گالری یا تیم هنری تعیین شده توسط وی می‌باشد. در ارتباط با هنرمندان شناخته شده و معتبر، شخص مدیر گالری برای دعوت از هنرمند و برپایی نمایشگاه از آثار وی پیش قدم شده است و رأساً اقدام می‌کند. از جهت مالی نیز نگارخانه‌های خصوصی قوانین خاص خود را دارند؛ تعدادی از آن‌ها مبلغ مشخصی بابت هر نمایشگاه دریافت می‌کنند و تعدادی دیگر سود خود را بر

درصد فروش آثار استوار می‌کنند (در بعضی موارد به شکل توأمان مبلغ ثابت و درصد فروش دریافت می‌شود). نگارخانه‌های دولتی برخلاف نگارخانه‌های خصوصی، توجه چندانی به کسب درآمد از برپایی نمایشگاه‌ها ندارند.

### عوامل مؤثر در جریان‌سازی نگارخانه‌ها

با نگاه خرد به عملکرد نگارخانه‌ها، این مراکز بستر موقتی برای نمایش آثار هنری جدید یک هنرمند هستند؛ اما در نگاه کلان و پس از کنار هم قرار دادن مجموعه نمایشگاه‌های یک نگارخانه که اندیشه و جهان بینی هنری مدیر نگارخانه را بازتاب می‌دهند، هر یک از این مراکز هنری، ظرفیتی فوق‌العاده برای جریان‌سازی هنری در جامعه دارند. از طریق توجه یک نگارخانه به نوع خاصی از هنر و تبلیغ و تشویق‌هایی که از طریق نمایشگاه‌ها برگزار می‌شود، اقشار بیشتری از هنرمندان به سوی آن نوع خاص هنر خواهند آمد، در نهایت اندیشه و تفکر متصل به آن جریان هنری، رشد و توسعه پیدا خواهد کرد. عوامل مؤثر بر جریان‌سازی هنری نگارخانه‌ها در چند دسته، قابل تقسیم‌بندی هستند؛ هنرمندان و گروه‌های هنری، مخاطبان، تبلیغات و رسانه‌ها و منتقدین، حاکمیت و مسائل سیاسی و مسائل اقتصادی. توصیف موارد فوق‌الذکر و نقش آن‌ها در جریان‌سازی هنری نگارخانه‌ها به شرح ذیل خواهد بود:

الف) هنرمندان و گروه‌های هنری؛ مؤلفه‌های شخصیتی، ظاهری و هنری یک هنرمند تأثیر تعیین‌کننده‌ای در جایگاه هنری او خواهد داشت. بخشی از پربحث‌ترین و شناخته‌شده‌ترین هنرمندان هنرهای تجسمی ایران مثل «جلیل ضیاءپور»، «مارکو گریگوریان»، «سهراب سپهری»، «پرویز تناولی» و «آیدین آغداشلو» هیچ‌گاه نقاش یا مجسمه‌ساز صرف نبود. فعالیت این افراد در حوزه‌های دیگر فرهنگ، هنر و رسانه نقش تعیین‌کننده‌ای در مطرح شدن ایشان در جامعه داشته است؛ جلیل ضیاءپور علاوه بر نقاشی، نویسنده، منتقد هنری و سخنران توانمندی بود. «مارکو گریگوریان» علاوه بر نقاشی و مجسمه‌سازی، نگارخانه‌دار، مدیر هنری و هنرپیشه توانمندی بود. «سهراب سپهری» علاوه بر نقاشی، به نقدنویسی هنری و سرایش شعر می‌پرداخت و در هر دو مورد دیگر، همانند نقاشی بسیار توانا بود. «پرویز تناولی» علاوه بر نقاشی و مجسمه‌سازی، نویسنده توانمند و خلاق در عرصه هنر و استاد توانایی در زمینه دانشگاه‌های هنری بود. وی به واسطه قلم توانا و روابط اجتماعی قوی، بیشترین سهم از معرفی آثارش به مخاطبان را برعهده می‌گرفت. «آیدین آغداشلو» نیز با بهره‌مندی از مؤلفه‌های ظاهری ممتاز، علاوه بر نقاشی در حوزه‌های اجتماعی دیگر از هنر نیز ظهور و بروز جدی پیدا کرده است. برنامه‌های تلویزیونی «آیدین آغداشلو» در واپسین سال‌های دوره پهلوی، درباره هنر نگارگری، همچنان از جذاب‌ترین و مفیدترین برنامه‌های تلویزیونی در عرصه هنر است. برنامه‌هایی که به شناخته

شدن وی توسط عموم جامعه کمک شایانی کرد. فصل مشترک فعالیت این هنرمندان، هنرهای تجسمی نوجویی و نوگرایی ایشان است. این هنرمندان در بازه‌های زمانی حیات هنری خود، حداقل در استفاده فرمی از تجربیات هنر مدرن اروپا و جایگزین کردن آن با سبک‌ها و روش‌های هنری بومی تلاش بسیار کردند.

چند گروه هنری نیز در افزایش بازده فعالیت‌های جریان‌ساز نگارخانه‌ها مؤثر واقع شده‌اند؛ «گروه پنج» شامل «پرویز تناولی»، «بهمن محمص»، «ابوالقاسم سعیدی» و «حسین زنده‌رودی» و با همکاری مدعوینی مثل «معصومه سیحون» در دههٔ چهل خورشیدی به فعالیت پرداختند (پاکباز و امدادیان، ۱۳۸۱: ۲۸) و «گروه آزاد نقاشان و مجسمه‌سازان» با حضور «مارکو گریگوریان»، «غلامحسین نامی»، «مرتضی ممیز»، «فرامرز پیلارام»، «سیراک ملکونیان»، «مسعود عربشاهی» و «عبدالرضا دریابیگی» در دههٔ پنجاه خورشیدی، بخشی از گروه‌های هنری مهم بودند که بر اثر همراهی هنرمندان شاخص آن‌ها با هم تأثیرات زیادی بر جریان‌سازی هنری مدرنیسم در ایران از طریق نگارخانه‌ها باقی گذاشتند.

ب) مخاطبان؛ در بحبوحهٔ جنگ جهانی دوم و از شهریور سال (۱۳۲۰) که کشور ایران توسط قوای متفقین اشغال شد، گروه‌های مختلفی از قوای نظامی و پس از آن فرهنگی این کشورها روانه ایران شدند. سلیقه و سبک زندگی نیروهای خارجی مستقر در ایران که شامل کافه رفتن، سینما رفتن، توجه به هنر نمایش و مواردی از این دست بود، در حوزهٔ هنرهای تجسمی نیز تأثیرگذار گردید؛ تا پیش از این، عمدهٔ مواجههٔ مردم با هنرهای تجسمی از طریق قهوه‌خانه‌ها، تکیه‌ها و پرده‌های نقاشی نقالان یا از طریق تماشای آثار نقاشی به کار رفته در معماری خانه‌ها اتفاق می‌افتاد؛ ولی با تسری پیدا کردن سلیقهٔ اروپایی‌ها و آمریکایی‌ها، قرارگیری تابلوهای نقاشی هنرمندان بر روی دیوار نگارخانه‌ها و تماشای آن توسط مخاطبین، در بین ایرانیان روشنفکر و تجددخواه تبدیل به فضیلت شد. در طول دههٔ بیست خورشیدی، تعدادی از نسل اول هنرمندان نقاش دانشگاهی ایران نیز راهی اروپا شدند. بازگشت این نقاشان، بر تعداد گسترده‌ای از دوستان و خانواده‌های ایشان تأثیرگذار گردید و آن‌ها را به مراجعان و پیگیری‌کنندگان نقاشی و مجسمه‌سازی نمایشگاهی تبدیل کرد. علاوه بر این، فعالیت‌های جدی هنرمندان برای آشناسازی مخاطبان با هنرهای تجسمی از دریچهٔ نگارخانه‌ها نیز تأثیر زیادی در افزایش مخاطبان داشت.

دو مثال از مواجههٔ منفی و مثبت مخاطبان با هنر نقاشی، در فاصلهٔ زمانی کوتاهی از یکدیگر در سال‌های دهه بیست خورشیدی، قابل طرح است. مثال‌هایی که اهمیت فرهنگ‌سازی توسط هنرمندان را گوشزد می‌کند. «محمود جوادی پور» دربارهٔ اولین فضای دانشگاهی دانشجویان هنر که محوطهٔ مسجد مروی بوده

است، عصبانیت مردم از همراهی دختران و پسران دانشجوی و وضعیت پوشش نامناسب سوژه نقاشی آن‌ها را یادآور شده است. عصبانیتی که موجب عدم تحمل این افراد و بیرون رانده شدن آن‌ها از محوطه مسجد مروی و انتقال موقت آنان به زیرزمین دانشکده فنی دانشگاه تهران شد. چند سال بعد، وقتی «محمود جوادی پور» و دوستان وی، نگارخانه آپادانا را تأسیس کرده بودند؛ پس از کمتر از یک سال چیزی حدود پنج تا شش هزار نفر مخاطب علاقه‌مند به نمایش‌های نگارخانه‌ای تربیت کرده بودند؛ «آپادانا ظاهراً تعطیل شد؛ لیکن حدود پنج-شش هزار نفری که به دیدن نمایشگاه‌ها و حضور در سایر فعالیت‌های جانبی آن عادت کرده بودند، گروهی را تشکیل دادند که همواره در نمایشگاه‌ها، سخنرانی‌ها و سایر مجالس و محافل هنری حاضر می‌شدند و دیگران را نیز برای شرکت در این گونه بازدیدها و فعالیت‌های هنری تشویق می‌کردند» (مجابی، ۱۳۷۶: ۱۱۶).

ج) تبلیغات، رسانه‌ها و منتقدین؛ منتقدین یکی از حلقه‌های ارتباطی مهم میان نگارخانه‌ها و مخاطبان هستند و فعالیت‌های آن‌ها به واسطه رسانه‌ها در معرض قضاوت مخاطبان قرار می‌گیرد و در جریان‌سازی هنری نگارخانه‌ها، نقش مؤثر ایفا می‌کند. منتقدین با نقد و تفسیر نمایشگاه‌های مهم و حتی نام‌گذاری مکاتب و جریان‌های هنری، نقش کلیدی و مهمی در معرفی هنرمندان و جریان‌های هنری دارند. در تاریخ هنر غرب واژه «امپرسیونیسم» به واسطه نگاه منتقدانه و حتی تمسخرآمیز یک منتقد و روزنامه‌نگار به نام «لویی لورا» ثبت و ماندگار گردید. مقاله «نقاشان کوبیست» آپلینر نیز به معرفی و ثبت جریان کوبیسم کمک زیادی کرد. متن «آندره برتون» به پیدایش جنبش سورئالیسم کمک کرد و نام‌گذاری سبک فوویسم نیز بر عهده «لوی وسل» منتقد و روزنامه‌نگار بود... در ایران نیز چند منتقد و روزنامه‌نگار و چند نشریه هنری و نیمه‌هنری مهم در نام‌گذاری و معرفی جریان‌های هنری پیش‌تاز و مؤثر بودند؛ «کریم امامی» در نام‌گذاری و معرفی جریان نقاشی سقاخانه در دههٔ چهل خورشیدی و همچنین نام‌گذاری و احیای نقاشی قهوه‌خانه تأثیرات زیادی باقی گذاشته است.

منتقدین و روزنامه‌نگاران به واسطه رسانه‌ها، نقش تبلیغاتی برای معرفی و جریان‌سازی هنری نگارخانه‌ها داشته‌اند؛ حتی در پاره‌ای اوقات، نقدهای منفی آن‌ها نسبت به آثار هنری و هنرمندان نیز موجب افزایش توجهات به ایشان شده است. د) حاکمیت و مسائل سیاسی؛ نو بودن فضای نگارخانه‌ها و تعلق آن به اقشار فرهیخته، روشنفکر و تحصیل‌کرده موجب شد تا حاکمیت دورهٔ پهلوی نیز به نگارخانه‌ها توجه نشان دهد و توجه به آن را در مقوله کارهای فرهنگی ارزشمند و تأثیرگذار طبقه‌بندی کند. با تأیید دولت وقت از نیمه دوم دهه سی خورشیدی دوسالانه‌های نقاشی در بخشی از کاخ گلستان (کاخ اییض) که یک فضای کاملاً حکومتی بود برگزار شد. اعضای خاندان سلطنتی (به خصوص

ملکه)، نخست‌وزیران، وزیران و تعدادی از نمایندگان مجلس پای ثابت بسیاری از افتتاحیه‌های مهم در نگارخانه‌های شهر تهران بودند و با حضور خود توجهات عمومی را به هنرهای دیداری جلب می‌کردند.<sup>۳</sup> از اواخر دهه سی خورشیدی با پیدا شدن ملکه‌ای که در فرانسه درس هنر خوانده بود، تحت حمایت‌های او گرایش‌های مدرنیستی افزایش چشم‌گیری پیدا کرد. از این ایام تا وقوع انقلاب اسلامی، نمایشگاه‌های دارای رویکرد نوگرایانه و مدرنیستی به واسطه حضور شخص ملکه در افتتاحیه‌ها، توجهات بیشتری را به خود جلب کرد. از طریق این توجهات، نگارخانه‌های گاه کوچکی که ظاهر چشمگیری نداشتند، در مرکز توجهات اهل هنر قرار گرفته و در تسریع شناخت هنر نوگرا نقش اساسی ایفا کردند.<sup>۴</sup>

علاوه بر حاکمیت داخلی، کشورهای خارجی نیز در جریان‌سازی هنری نگارخانه‌های ایران مؤثر واقع شده‌اند؛ کشورهای قدرتمند از طریق ایجاد انجمن‌های فرهنگی مشترک، مظاهر فرهنگی و هنری خاص کشور خود را در ایران عرضه می‌کردند. بخشی از این مظاهر فرهنگی؛ آثار هنرهای تجسمی بود که از طریق نگارخانه‌های داخل این انجمن‌ها بازدید عمومی پیدا می‌کردند. مهم‌ترین انجمن‌های فرهنگی که تا پیدایش انقلاب اسلامی به حیات خود ادامه دادند؛ انجمن فرهنگی ایران شوروی (وُکس)، ایران و آمریکا، ایران و فرانسه، ایران انگلیس، ایران و آلمان، ایران و اتریش، ایران و ایتالیا و باشگاه آارات بودند که در مورد باشگاه آارات به دلیل روابط تاریخی میان ایران و ارمنستان و تعلق آن روزها به کشور شوروی، در قالب انجمن فرهنگی معرفی نمی‌گردید.

به عنوان مثال در سال (۱۳۲۵) یک گردهم‌آیی بزرگ ادبی و هنری در انجمن فرهنگی ایران و شوروی برگزار گردید که در آن آثار چند جوان نقاش نیز به نمایش درآمد.<sup>۵</sup> در این نمایشگاه، تابلوی کاوه آهنگر «جلیل ضیاءپور» که به شیوه اکسپرسیونیستی انجام شده بود نیز نمایش داده شد. برگزاری این نمایشگاه‌ها در مطبوعات بازتاب پیدا می‌کرد. در نمونه‌ای از آن‌ها، راهگشایی این نمایشگاه‌ها در تعیین نقشه راه جدید برای هنرهای تجسمی ایران به این شکل بیان شده است: «متأسفانه در جامعه ما حتی روشنفکرترین طبقات آن نیز با وضع هنرهای زیبا آشنا نبوده و تصور می‌کردند هنرهای زیبای ایران از حدود مینیاتور کلاسیک و نازک‌کاری‌های فرعی تجاوز نمی‌کند و در همان نقطه متوقف است. هر بیننده‌ای پس از تماشا، به رأی‌العین مشاهده خواهد نمود که تا چه اندازه نظر آنان مخالف حقیقت و واقعیت است و فقط بر اثر عدم آشنایی با آثار نقاشان معاصر (به خصوص جوانان) این نظر مخالف پدیدار شده است. استعداد و جست‌وجوی طرق جدید که اغلب با کامیابی قرین شده به‌ویژه در قسمت نقاشی نمایان است» (سیاح، ۱۳۷۶: ۱۰).<sup>۶</sup>

۵) مسائل اقتصادی؛ پس از شکل‌گیری نگارخانه‌ها، مجموعه‌داری امری رایج در کشورهای اروپایی بود. فعالیتی که خواه‌ناخواه با دلالتی و داد و ستد آثار هنری همراه بوده است (پاکباز، ۱۳۷۸: ۳۱۳). دلالت آثار هنری پل ارتباطی میان هنرمندان و افراد ثروتمند و خریداران آثار هنری بودند. این افراد آثار هنری را همچون متاعی برای داد و ستد و سودآفرینی مالی می‌دانستند (سیرلوت، ۱۳۸۳: ۱۰).

تا اواخر دوره قاجار، آثار نقاشی سنتی در فروشگاه‌هایی که دیگر آثار هنرهای صناعی فروخته می‌شدند، به فروش می‌رسید. در این حالات، عموماً نقاش حجره‌ای در بازار داشت و در همان جا به تولید آثار می‌پرداخت. انواع دیگری از هنرهای تجسمی مثل آثار نقاشی قهوه‌خانه‌ای، خریداران و سفارش‌دهندگان خود را در دل قهوه‌خانه‌ها پیدا می‌کرد. این نقاشان، وظیفه نقاشی بر روی دیوار خانه متمولین را نیز عهده‌دار می‌شدند. نقاشی بر روی بسترهایی مثل کاشی‌ها نیز با واسطه‌گری معماران و بنایان به انجام می‌رسید. با قوام یافتن نقاشی کلاسیک و افزایش جایگاه این سبک از نقاشی در میان متمولین، از دوره پهلوی مغازه‌های مخصوصی برای فروش این آثار پدیدار گشت. بقایای این کارگاه-مغازه‌ها تا چند دهه قبل در محله‌هایی مثل خیابان‌های منوچهری، نادری و استانبول قابل رؤیت بود و امروز در راسته خیابان ولیعصر (حداصل میدان ولیعصر تا ابتدای خیابان بهشتی) قابل مشاهده است.

از حدود دهه چهل خورشید و با آغاز به کار نمونه نگارخانه‌هایی مثل گالری بورگز که تمرکز خود را بر مسئله اقتصاد هنر بنا نهاده بود، خرید و فروش آثار نوگرا و متأثر از نقاشی مدرن شکل سازمان‌دهی شده‌تری پیدا کرد. از این سال‌ها، افرادی که بیشترین هدف خود از توجه به هنر را کسب سود مالی می‌دانستند، در قالب صاحبان برخی نگارخانه‌های مهم متجلی شدند و به فعالیت پرداختند. از حدود دهه نود خورشیدی با پیدایش حراج‌های بزرگ دولتی و نیمه‌دولتی، فضای جدید بر اقتصاد هنرهای تجسمی حاکم شد. این حراج‌ها با مشارکت تعدادی از نگارخانه‌های قدرتمند و صاحب نفوذ، آثار مشخصی از بعضی هنرمندان نوگرا را صاحب قیمت‌های غیرواقعی کردند؛ معادلاتی که عموم افراد از درک نکات پشت پرده آن عاجز هستند. در حال حاضر یک نقاش جز با حمایت نگارخانه‌های خصوصی و قدرتمند امکان، تبدیل اثر هنری خود به ریال یا دلار را نخواهد داشت.

### نقش نگارخانه‌ها در هویت‌بخشی به جریان‌های هنری

الف) نقش نگارخانه‌ها در کاهش بازتاب هنرهای تجسمی غیرنوگرا در ایران معاصر؛ تا پیش از ورود جدی هنر نوگرا به ایران که توسط نگارخانه‌های انجمن‌های فرهنگی مشترک میان ایران و کشورهای دیگر، انجمن‌های فرهنگی و هنری داخلی و نگارخانه‌ها رخ داد، جریان‌های غالب هنرهای تجسمی شامل نقاشی کلاسیک، نگارگری، نقاشی متأثر از هنر قاجار (به خصوص نقاشی قهوه‌خانه‌ای) بودند. این

جریان‌ات یک فصل مشترک مهم داشتند؛ درون‌گرایی و کم‌گویی هنرمندان شاغل در این سبک‌های هنری تأثیر مستقیمی بر درون‌گرایی این هنرها داشت. این روحیه دقیقاً در سمت مقابل روحیه هنرمندان نوگرایی بود که از دهه بیست خورشیدی به شکل جدی وارد عرصه هنرهای تجسمی ایران شدند. این هنرمندان به شکل ریشه‌ای مخالف باقی‌ماندن در سنت‌های بومی و ادامه مسیر کلاسیک‌گرایی کمال‌الملکی بودند و در این راه از برگزاری انواع و اقسام سخنرانی‌های پرشور و نگارش متن‌های مطبوعاتی آتشین پرهیز نداشتند. ریشه نوگرایی هنرهای تجسمی در کشورهای اروپایی، آمریکا و شوروی بود و هر یک از این حوزه‌های فرهنگی برای بخشی از ایرانیان دهه‌های بیست و سی خورشیدی مظهر موفقیت به حساب می‌آمد. عطش عمومی نسبت به فعالیت‌های نوگرا در عرصه هنرهای تجسمی که از طریق نگارخانه‌ها در معرض تماشای مردم قرار می‌گرفت، دیگر جریان‌های هنری آن سال‌ها را به محاق برد. از نیمه دوم دهه سی خورشیدی، حاکمیت نیز به شکل صریح و روشن در جایگاه حامی هنرهای نوگرا ظاهر شد. این حمایت تام و تمام تا حدود سال (۱۳۵۳) ادامه پیدا کرد. از این سال توجه مجدد حاکمیت به هویت ایرانی، حمایت یک جانبه از هنرهای نوگرا را به چالش کشانید. فعالیت پر سر و صدای نگارخانه‌ها، مهم‌ترین تأثیر را بر محو شدن یک باره هر نوع فعالیت تجسمی دیگری غیر از گرایش‌های نوگرایانه باقی گذاشت.

ب) نقش نگارخانه‌ها در قوام‌یابی هنر مدرن در ایران؛ ورود هنر مدرن به ایران نیازمند ورود تفکر مدرن بود. این تفکر به شکل نه چندان کامل، توسط اولین فارغ‌التحصیلان رشته نقاشی که برای مدتی امکان حضور در کشورهای اروپایی را به دست آورده بودند، وارد ایران شد. این هنرمندان از طریق برگزاری برنامه‌های مفصل و جذاب، یافته‌های خود از هنر مدرن را به مخاطبان ایرانی انتقال دادند. بستر اصلی برای تجلی این آورده‌ها، نگارخانه‌ها و انجمن‌های هنری بود. برخی از این فرهنگ‌سازی‌ها در قالب جلسات سخنرانی و مجالس گفتگو به ثمر می‌رسید و برخی دیگر از طریق مکتوبات؛ برای مثال در مهرماه سال (۱۳۲۷) رساله‌ای به نام «تئوری ضیاءپور در نقاشی مکاتب گذشته از پریمیتیو تا سورئالیسم» به مجامع فرهنگی و روزنامه‌ها ارسال شد. رساله‌ای که در آن پس از بیان تاریخچه فشرده‌ای از مکاتب هنری غرب، تمامی این مکاتب برای هدف اصلی نقاشی نارسا شمرده شده بود. در این ارزیابی حتی کوبیسم هم از نقص بری دانسته نشده بود؛ کلیه مکاتب نقاشی، به‌ویژه بعضی‌ها با وجود کوشش زیادی که برای رهایی خود از چنگ انگل‌ها کرده‌اند، از نقاشی‌های دوران اولیه گرفته تا امروز که مشعشع‌ترین دوران نقاشی است، دچار آن هستند. پیشروترین مکاتب، حتی کوبیسم و سورئالیسم هم با آن غوغا تنها به تغییر شکل تصاویر و مضامین معمولی پرداختند و قدم اساسی و کاملاً مؤثری برای نجات نقاشی از قیود قالب‌های عاریه برنداشتند».

گروه دیگری از هنرمندان نوگرای اول با همکاری هم نگارخانه آپادانا را تأسیس کردند. این هنرمندان با مشارکت یکدیگر، اولین نمایشگاه خود را در تاریخ بیست و هشتم مهر سال (۱۳۲۸) برگزار کردند. این نمایشگاه‌ها برای حدود شش ماه ادامه یافت و افراد حاضر در آن از طریق آگهی‌های مطبوعاتی به نمایشگاه‌ها دعوت می‌شدند (در ازای خرید بلیطی به قیمت پنج ریال). فعالیت‌های جانبی جذاب مثل برگزاری موسیقی زنده و ارائه خوراکی‌های ساده، فعالیت‌های این نگارخانه را به اتفاقات رایج در انجمن‌های فرهنگی نزدیک کرده بود. با این وجود بخش نمایش آثار جدید این هنرمندان و صحبت درباره آثار، نقش مؤثری در افزایش شناخت عموم از هنرهای نوگرا داشت.

با شروع دهه سی خورشیدی، یکی از ارمانه مؤثر در نوگرایی نقاشی معاصر ایران، یعنی «مارکو گریگوریان» نگارخانه تخصصی خود را تأسیس کرد؛ گالری استتیک بدون توجه به مسائل حاشیه‌ای، تنها به نمایش تخصصی آثار هنری اشتغال داشت. آگهی برخی از نمایشگاه‌های مهم این گالری در مطبوعات نیز درج می‌گردید. پس از مارکو، «ژازه تباتبایی» نیز گالری هنر جدید را افتتاح کرد. او در این گالری به نمایش و عرضه کارهای خود متمرکز بود و در این میان نمایشگاهی از آثار دوستان هنرمندش را نیز برگزار می‌کرد. «ژازه تباتبایی» بخشی را نیز به انتشار مکتوبات درباره هنر و ادبیات جدید اختصاص داد. علاوه بر این مراکز خصوص، فضاهایی مثل باشگاه مهرگان نیز به نمایش آثار هنرمندان جوان مبادرت می‌ورزید؛ یکی از مهم‌ترین نمایشگاه‌های باشگاه مهرگان در اردیبهشت سال (۱۳۳۲) برگزار شد و آثار تعدادی از دانشجویان رشته نقاشی را به نمایش گذاشت.

در طول دهه‌های بیست تا پنجاه خورشیدی، همه نقدها و تحلیل‌های مطبوعاتی در راستای ترویج و حمایت از هنر نوگرا نبود. در مواردی نیز افراد معتبر برعلیه نوگرایی‌هایی که از نظر ایشان غیر عمیق به نظر می‌رسید، دست به قلم شدند. یک نمونه از این مکتوبات که به قلم «یحیی ذکاء» نگاشته شده به این شرح است: «از بیست و نهم اردیبهشت تا چهارم خرداد سال (۱۳۴۲) نمایشگاه نقاشی هنرمندانی که در ایتالیا تحصیل کرده‌اند... در مرکز فرهنگی ایتالیا برقرار بود. در این نمایشگاه آثار ده هنرمند به معرض تماشا گذاشته شده بود که کارهای اغلب آن‌ها را سابقاً نیز به‌ویژه در نمایشگاه دوسالانه اخیر تهران مشاهده کرده بودیم. جنبه کلی نمایشگاه، همان تمایل بی‌بندوبار هنرمندان جوان ما برای هنر تجریدی بود و چون بارها در این باره صحبت کرده‌ایم، به بحث مفصل درباره آن نمی‌پردازیم. همین قدر اشاره می‌کنیم که ما نخواستیم در هنر را تقبیح نمی‌کنیم و متصف به کهنه‌پرستی هم نیستیم، ولی لجام‌گسیختگی و ناپختگی در این زمینه را دلیل بر ضعف و جهل می‌دانیم... مسلم آن است که در این شیوه، مبتدی هستند و مراحل را که هنرمندان غرب در این راه به سوی کمال پیموده‌اند، طی نکرده‌اند

و چون این شیوه، زائیده نیازها و خواست‌های محیط زندگی و خواست‌های روحی آنان بوده، ناچار در گرداب تقلید افتاده‌اند و عرصه کار و تکاپوی استعداد خود را محدود به افق‌های شناخته شده هنر جدید غرب ساخته‌اند. نتیجه این وضع آن است که کار این هنرمندان را نه از نظر جهانی ارزشی است و نه برای مردم این مملکت مفهوم؛ نه خبرگان به آثار آن‌ها ارزش می‌نهند و نه لاقبل مردم کوچه و بازار از کارشان چیزی می‌فهمند» (ذکاء، ۱۳۴۲: ۱۱۴).<sup>۷</sup>

نمونه‌هایی مثل نقدهای جدی فوق، به دیده شدن بیشتر نقاشی نوگرا کمک کرد و در عمل به دلیل ضعف و در هم فرورفتگی جریان‌های هنری دیگر، جریان دیگری را جایگزین آن نکرد. نقاشی نوگرای ایران تا سال‌ها، محدود به بازکشف دستاوردهای غربی در حوزه‌های امپرسیونیسم، کوبیسم و سورئالیسم بود. تلاش‌ها برای ایرانی‌سازی هنر مدرن، با اتفاقاتی مثل پیدایش و رونق گرفتن جریان نقاشی سقاخانه وارد فضای دیگری شد؛ از سال (۱۳۴۰) با پیدایش جریان سقاخانه و حمایت و هدایت آن، توسط نگارخانه‌ها و منتقدین، استفاده فرمی از مؤلفه‌های بصری قدیم ایران رواج پیدا کرد. گزارش مکتوب کریم امامی از چگونگی پیدایش جریان سقاخانه، در قالب کتابچه نمایشگاهی کوچکی به همین نام در موزه هنرهای معاصر چاپ گردید (سال ۱۳۵۶). فرازی از این مکتوب به شرح ذیل است: «یکی از کارهای اولیه زنده‌رودی را در همان دوران در خانه دوستی دیدم. طرح ساده جسد بی سر و بی دست شهیدی بود از شهدای کربلا که روی آن را با اعداد و کلمات، با قلم ریز، طلسم وار پر کرده بود و هرچه خواسته بود، نوشته بود؛ گاه جدی و گاه شوخی. کار دیگری هم در سال‌های بعد در خانه دوست دیگری از زنده‌رودی دیدم که به آغاز راه سقاخانه مربوط می‌شد؛ یک حکاکی بزرگ لاینولتوم که رویدادهای صحرای کربلا را به سبک پره‌های قهوه‌خانه‌ای قدم به قدم دنبال می‌کرد... حال و هوای کارها همین بود؛ بوی روضه و گریه، روشنی شمع و برق طاس برنجی، صدای صلوات یا حسین و فدای لب تشنه‌ات یا ابا عبدالله، حال و هوای مذهبی بود؛ ولی نه در حد مسجد شاه اصفهان رفیع و فخیم، نه در حد مسجد سپهسالار تهران سترگ و غیرشخصی، بلکه نزدیک و آشنا در حد سقاخانه سرگذر. بر همین اساس نام سقاخانه برای این نوع آثار از این قلم جاری شد و گروهی را خوش آمد و جمعی را ناخوش، ولی در هر حال به کار رفت».

نقاشی سقاخانه‌ای به جایگاهی که انتظار می‌رفت دست پیدا کرد. استفاده افراطی از علائم و نشانه‌های بصری سنتی، بدون در نظر داشتن پشتوانه‌های فکری و محتوایی برای آن، اسباب افول این جریان را فراهم آورد. در این رابطه، عربشاهی در یک اظهار نظر واژه «ایرانی‌بازی» را برای این فعالیت‌ها ذکر کرده است؛ «نقاشان وابسته به شیوه سقاخانه‌ای که من نیز یکی از آن‌ها بودم، پایه کارشان را بر سنت‌ها گذاشته و گاه ایرانی‌بازی درمی‌آوردند. در صورتی که حالا به

اعتقاد من کافی است، هنرمند ایرانی باشد تا کارش هم ایرانی از آب درآید؛ ولی آن موقع در برداشت از پشتوانه‌مان زیاده‌روی می‌کردیم... الخ»<sup>۷</sup>.

فعالیت نگارخانه‌ها با افزایش تعداد آن‌ها از دهه چهل خورشیدی رونق بیشتری گرفت؛ تالار ایران (قندریز)، نگارخانه‌های نیازی، نگار، سولیوان، سیحون، لیتو، نگارخانه فصل‌ها و یادها، زروان، مانی، سامان، کرته، زند و گاری‌های شیخ، شهر و... بخشی از مهم‌ترین این نگارخانه‌ها بودند. از حدود اوایل دهه پنجاه خورشیدی، تعدادی نگارخانه نیمه‌دولتی و نیمه‌خصوصی نیز تأسیس شدند که وظیفه آن‌ها ترویج هنرهای سنتی‌تر و نیازمند حمایت بوده است.

ذهن مخاطبان عام از طریق تبلیغات و اتفاقات خاص به سوی نمایشگاه‌ها جلب می‌شد. اتفاقاتی که جنبه اجتماعی داشت و ذهن مخاطبان را درگیر هنر نوگرا می‌کرد؛ به‌عنوان مثال، کشف استعداد‌های هنری فراش دانشکده هنرهای زیبا و جهانی شدن هنر او از طریق خرید آثارش برای بنیاد آمریکایی «گری» یکی از این اتفاقات هنری بود. «مش اسماعیل» (اسماعیل توکل) هنرمندی مکتب، ندیده بود که از طریق کشف و تشویق‌های «پرویز تناولی» تبدیل به یک مجسمه‌ساز موفق گردید.

اوضاع سال‌های منتهی به انقلاب اسلامی در یک روایت از «آیدین آغداشلو» شکل مشهودتری پیدا می‌کند؛ «این نسل به آسودگی‌هایی دست یافت که نتیجه تلاش نسل پیشین را دانسته و نقاشان آن سعی می‌کردند و چه سعی جانکاهی تا کل دوره صد ساله غرب را در یک دهه، مرور و عرضه کنند و حاصل چه اغتشاشی شد؛ آنچه بود دورافتادگی بود و بیگانگی، روشنفکر و هنرمند این دوره همان قدر از تئاتر پوچی بیگانه ماند که از تعزیه و همان قدر از کوبیسم دور ماند که از مینیاتور؛ بیگانگی گسترده‌ای بود»<sup>۹</sup>.

### بحث و نتیجه‌گیری

نگارخانه یا گالری در معنا و با کاربرد امروزی آن یک وضعیت غیربومی و وارداتی است. نگارخانه‌ها متناسب با نیازهای هنر تجسمی نوگرا، برای تجلی بیشتر آثار پدیدار گشتند. ایران سال‌های پس از اشغال توسط متفقین، شرایط مساعدی برای پیدایش این مراکز هنری بود. اولین نگارخانه‌های ایران معاصر به‌وسیله انجمن‌های فرهنگی مشترک میان ایران و دیگر کشورها پا به عرصه ظهور گذاشتند. سالن‌های نمایش آثار هنرهای تجسمی در انجمن‌های فرهنگی، ابتدا آثار هنرمندان متعلق به آن کشورها و پس از تربیت شدن نقاشان نوگرای ایرانی متعهد به جریان‌ات مدرن، آثار ایشان را به نمایش گذاشتند. از دهه بیست خورشیدی با به بلوغ رسیدن نسل اول نوگرایان نقاشی ایران، نگارخانه‌هایی توسط ایشان تأسیس شد. این اتفاق در سراسر دهه سی خورشیدی استمرار پیدا کرد و نهایتاً در دهه‌های چهل و پنجاه خورشیدی به اوج بالندگی رسید. جریان‌سازی هنری

نگارخانه‌ها در ایران به صراحت در عرصه حمایت و ترویج نوگرایی عمل کرد. فعالیت نگارخانه‌ها عرصه روشنی برای حمایت از آثار متأثر از سبک‌های هنری روز اروپا و آمریکا و در سوی مقابل، تخفیف انواع دیگر هنرهای تجسمی از قبیل نقاشی کلاسیک، نگارگری و نقاشی‌های متأثر از نقاشی سنتی قاجار (به خصوص نقاشی قهوه‌خانه‌ای) بود.

ابزارهای کمکی برای جریان‌سازی هنری نگارخانه‌ها در ایران، فعالیت‌های خود هنرمندان از قبیل سخنرانی‌ها، نقدنویسی‌ها و استیتمنت‌نویسی‌های ایشان (توضیحاتی که هنرمندان به منظور معرفی زوایای پنهان اثر خود می‌دهند) بود. فعالیت‌های جانبی آن‌ها در پیرامون نمایش‌های نگارخانه‌ای نیز بر جذابیت فعالیت این مراکز می‌افزود. علاوه بر آن، بخش‌های قابل تأملی از مخاطبان روشنفکر و نوگرا نیز به دلیل اینکه نگارخانه‌ها ارمغان فرهنگی کشورهای مترقی بودند، استقبال خوبی از آن‌ها کردند و مشتاقانه، پای صحبت هنرمندان و شارحین نقاشی نوگرا نشستند و استقبال روزافزونی از این مراکز به عمل آوردند.

نو بودن هنرهای تحت نمایش نگارخانه‌ها و استقبال مراکز فرهنگی بیگانه از نمایش‌های آنان، سبب افزایش توجه رسانه‌ها نسبت به آن‌ها گردید. ظهور منتقدین و روزنامه‌نگاران علاقه‌مند به این آثار نیز مکمل فعالیت‌های رو به افزایش مطبوعاتی در این حوزه‌ها شد. از اواخر دهه سی خورشیدی با حمایت روشن‌تر حکومت از هنرهای نوگرا، حاکمیت نیز به حمایت از این جریان‌ات پرداخت و نگارخانه‌ها محل تلاقی حاکمیت، هنرمندان و علاقه‌مندان به هنرهای نوگرا گردید. این امر موجب ورود جدی‌تر اقتصاد به عملکرد نگارخانه‌ها شد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی برای حدود یک دهه، فعالیت نگارخانه‌های خصوصی به حداقل ممکن رسید. در این دهه، فضاهای معدودی مثل موزه هنرهای معاصر جایگاه نگارخانه‌ای مهمی پیدا کردند و آثار متناسب با فرهنگ انقلاب اسلامی را نمایش دادند. از دهه هفتاد، نگارخانه‌ها مجدداً فعالیت چشمگیری پیدا کردند. نکته مهم در فعالیت مجدد نگارخانه‌ها در ایران پس از دهه هفتاد خورشیدی، استمرار همان نگاه سابق در فعالیت اکثر آن‌ها است. عمده نگارخانه‌های امروز ایران که تقریباً همگی در شهر تهران و در چند محله مشخص قرار دارند، همان نگاه نوگرایانه متکی به دستاوردهای روز غرب را دنبال می‌کنند.

### پیشنهاد‌های راهبردی

دولت در صورت کاربست چند نکته ساده در قبال نگارخانه‌های هنری، تحولات چشمگیری را موجب خواهد شد. این نکات براساس تجربیات تاریخ هنری، همچنین ظرفیت‌های هنری امروز ایران به این شرح است:

۱. ترمیم روابط حاکمیت و نگارخانه‌ها؛ برخلاف دوره‌هایی از تاریخ معاصر،

مسئولان امروز کشور با نگارخانه‌های خصوصی قهر هستند. آشتی مسئولین با نگارخانه‌ها و بازدید آن‌ها از نمایشگاه‌های هنری، موجب آگاهی آن‌ها از مشکلات نگارخانه‌ها، افزون‌بر آن، مشکلات هنرمندان خواهد شد و برای هر دو طرف مفید حاصل می‌شود.

۲. ورود دولت به خرید مستقیم از نگارخانه‌ها؛ یکی از تأثیرات مثبت دولت بر عملکرد نگارخانه‌های خصوصی، ورود به خرید آثار خواهد بود. برای پیشگیری از فساد، امکان تعیین کمیته‌های تخصصی از سوی دولت وجود دارد؛ کمیته‌هایی که وظیفه شناسایی آثار برتر، قیمت‌گذاری و خرید آن‌ها را بر عهده خواهند داشت. استمرار این کار، موجب افزایش توان نگارخانه‌ها و هنرمندان خواهد شد.

۳. برنامه‌های حمایتی دولت؛ دولت از طریق برگزاری حراجی‌های بزرگ، حمایت از بازاریابی و صادرات آثار هنری خریداری‌شده، توسط نگارخانه‌ها به خارج از کشور، کمک به برپایی نمایشگاه‌های برون‌مرزی نگارخانه‌ها در کشورهای ثروتمند، حمایت‌های مالیاتی و مواردی از این دست، موجب رونق فعالیت نگارخانه‌ها خواهد شد.

۴. تأسیس نگارخانه‌های نیمه‌دولتی و نیمه‌خصوصی؛ در سال‌های منتهی به انقلاب اسلامی، تجربیات ارزشمندی در زمینه تأسیس نگارخانه‌های نیمه‌دولتی و نیمه‌خصوصی به انجام رسید. امروز نیز تأسیس چنین فضاهایی سودمند خواهد بود؛ نگارخانه‌های نیمه‌دولتی با مدیرانی از جنس هنرمندان و افراد دانشگاهی، در وضعیت اقتصادی بهتر، شرایط ساده‌تری را برای برپایی نمایشگاه توسط هنرمندان فراهم خواهند کرد. هنرمندان دارای گرایش‌های سنتی و ملی، عموماً برای برپایی نمایشگاه در نگارخانه‌های خصوصی با مشکل مواجه هستند، این هنرمندان در نگارخانه‌های نیمه‌دولتی امکان دیده شدن خواهند داشت. نگارخانه‌های نیمه‌دولتی و نیمه‌خصوصی شرایط را برای تجلی آثار هنری و هنرمندان مهجور فراهم خواهد آورد.

۵. ایجاد و حمایت از نشریات نقد هنرهای تجسمی؛ دولت با ورود مستقیم به مسئله نقد هنرهای تجسمی و تزریق پول به این عرصه، امکان تأثیر مثبت بر انتقاد هنرهای تجسمی و به تبع آن نگارخانه‌ها و هنرمندان حرفه‌ای را خواهد داشت. نشریات تخصصی نقد هنرهای تجسمی و نقد نمایشگاهی، در صورت حمایت مالی از منتقدان، موجب افزایش کمی و کیفی نقد در کشور خواهد شد و سره از ناسره آثار و نمایشگاه‌ها را مشخص خواهد کرد. قدرت گرفتن انتقاد، آثار کپی و غیراصیل را از میدان بیرون خواهد کرد و تأثیر مثبت پایداری بر هنرهای تجسمی کشور و فعالیت نگارخانه‌ها خواهد داشت.

۶. برنامه‌سازی تخصصی در صداوسیما و رسانه‌ها؛ برنامه‌سازی تخصصی درباره نمایشگاه‌های برپاشده در نگارخانه‌ها و تحلیل جامع نمایشگاه‌ها، موجب رونق آن‌ها و افزایش اعتبار نگارخانه‌های تخصصی و هنرمندان شاخص خواهد شد. در حال حاضر شبکه‌های فارسی ماهواره‌ای برنامه‌های تخصصی درباره نمایشگاه‌های روز ایران دارند؛ ولی صداوسیما و رسانه‌های داخلی، هیچ فعالیت مثبت و سازنده‌ای در این عرصه ندارند.

## پی‌نوشت

### 1. Gallery

۲. در یک برداشت ذهنی آزاد، قهوه‌خانه‌ها نیز یکی از قدیمی‌ترین انواع نگارخانه‌های هنری در ایران به حساب می‌آیند؛ قهوه‌خانه‌ها بستر نمایش تابلوهای نقاشی قهوه‌خانه‌ای بودند و دیوار آن‌ها میزبان همیشگی پرده‌های ملی، تغزلی و حتی مذهبی نقاشی بود. جایگاه نگارخانه‌های قهوه‌خانه‌ها یکی از مباحث مغفول در عرصه پژوهش هنر ایران است و تاریخچه قبل از دوره قاجار آن چندان روشن نیست.
۳. شخص فرح پهلوی، خود افتتاح‌کننده دومین بی‌ینال نقاشی ایران در سال ۱۳۳۹ بود (روزنامه اطلاعات، ۱۳۳۹/۱/۷: ۲۰).
۴. تالار قندریز و نگارخانه سیحون دو نمونه تأثیرگذار از نگارخانه‌ها بودند که ظاهر کوچک و حتی نسبتاً حقیرانه‌ای داشتند؛ ولی به دلیل پاخوری توسط سران کشور، از اهمیت جریان‌ساز ویژه‌ای برخوردار شدند. تالار قندریز یک زیرزمین در آن‌سوی خیابان روبروی دانشکده هنرهای زیبای دانشگاه تهران بود و نگارخانه سیحون نیز یک سالن نسبتاً کوچک در قسمت شمالی انجمن فرهنگی ایران و آمریکا بود.
۵. پیش از این نمایشگاه‌هایی از آثار هنرمندان شوروی مثل نقاشی‌های گراسیموف در سال ۱۳۲۳ و آثار نقاشان لاک‌ی شوروی در سال ۱۳۲۴ و در انجمن ایران و شوروی برگزار گردیده بود.
۶. به نقل از جواد مجابی در کتاب «پیشگامان نقاشی معاصر ایران (نسل اول)»، ترجمه کریم امامی، تهران: هنر ایران. شماره اول از ماهنامه سخن، مرداد سال ۱۳۴۲.
۸. به نقل از کتاب پیشگامان هنر نوگرای ایران (مسعود عربشاهی)، مصاحبه‌ای با مسعود عربشاهی در سال ۱۳۵۱، صفحه ۲۷.
۹. به نقل از کتاب پیشگامان هنر نوگرای ایران (مسعود عربشاهی)، مصاحبه‌ای با مسعود عربشاهی در سال ۱۳۵۱، صفحه ۲۷.

## منابع و مأخذ

- انوری، حسن (۱۳۸۱). فرهنگ بزرگ سخن، ج ۸، تهران: انتشارات سخن.
- پاکباز، رویین (۱۳۷۸). *دائرةالمعارف هنر*، تهران: فرهنگ معاصر.
- پاکباز، رویین و یعقوب امدادیان (۱۳۸۰). *پیشگامان هنر نوگرای ایران* (مسعود عربشاهی)، تهران: موزه هنرهای معاصر.
- پاکباز، رویین و یعقوب امدادیان (۱۳۸۱). *پیشگامان هنر نوگرای ایران* (پرویز تناولی)، تهران: موزه هنرهای معاصر.
- حافظ شیرازی، شمس‌الدین محمد (۱۳۹۴). *دیوان اشعار*، تهران: عقیل.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷). *لغت‌نامه*، جلد ۱۲ و ۱۴. تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران با همکاری انتشارات روزنه.
- دیویس، دنی و دیگران (۱۳۸۸). *تاریخ هنر جانسون*. ترجمه فرزانه سجودی و دیگران، تهران: فرهنگ‌سرای میر دشتی.
- سعدی شیرازی، مصلح‌الدین (۱۳۸۵). *کلیات*، تهران: هرمس.
- سیرلوت، لوردس (۱۳۸۳). *راهنمای هنر مدرن*. ترجمه نسرین هاشمی، تهران: ساقی.
- نظامی گنجوی، نظام‌الدین الیاس (۱۳۸۷). *خمسه*، تهران: هرمس.
- مجابی، جواد (۱۳۷۶). *پیشگامان نقاشی معاصر ایران* (نسل اول). ترجمه کریم امامی، تهران: هنر ایران.

Anvari, Hasan. (2002). *The great culture of Sokhan*, Tehran: Sokhan. [in Persian].

Pakbaz, Rouein. (1999). *Encyclopaedia of Art*, Tehran: Farhange Moaser. [in Persian].

Pakbaz, Rouein. (2001). *Pioneers of modern Iranian art* Masoud Arabshahi, Tehran: Museum of Contemporary Art. [in Persian].

Pakbaz, Rouin. (2002). *Pioneers of modern Iranian art* (Parviz Tanavoli), Tehran: Museum of Contemporary Art. [in Persian].

Hafez Shirazi, Shamsoldin Mohammad. (2015). *Collected Poems*,

Tehran: Aghil. [in Persian].

Dehkhoda, Ali Akbar. (1998). *Dictionary*, Tehran: Institute of Publishing and Printing University of Tehran in cooperation with Rozeneh Publishing House. [in Persian].

Davis, Dany and others. (2009). *Jensen & art history*, Translated by Farzan Sojudi and others, Tehran: Farhangsaraye Mirdashti. [in Persian].

Sadi Shirazi, Mosleholdin. (2006). *General poems*, Tehran: Hermes. [in Persian].

Sirlot, Lourdes. (2004). *Guide to Modern Art*, Translated by Nasreen

Hashemi, Tehran: Saghi. [in Persian].

Nezami Ganjavi, Nezamoldin Elyas. (2008). *Khamsa*, Tehran: Hermes. [in Persian].

Mojabi, Javad. (1997). *Pioneers of contemporary Iranian painting (first generation)*, Translated by Karim Emami, Tehran: Honare Iran. [in Persian].

## Recognizing the Commercialization Process of Children's Animated Characters\* (Study: Filshah Animation)

*Hossein Rabbani Gharibi*, PhD researcher, Cultural Management, Islamic Azad University, Isfahan Branch (Khorasgan). [hoseinrabani@gmail.com](mailto:hoseinrabani@gmail.com)

*Saeid Sharifi*, Assistant Professor, Cultural Management Department, Isfahan Islamic Azad University (Khorasgan), Isfahan, Iran. (Corresponding Author). [hoseinrabani@gmail.com](mailto:hoseinrabani@gmail.com)

*Reza Ebrahimzadeh Dastjerdi*, Assistant Professor, Cultural Management Department, Isfahan Islamic Azad University (Khorasgan), Isfahan, Iran. [ebrahimzadeh2020@gmail.com](mailto:ebrahimzadeh2020@gmail.com)

### Abstract

The present study was conducted with aim of recognizing process of commercialization of children's animated characters. The qualitative research method was exploratory, with descriptive phenomenological approach. The research community consists of subject matter experts in the field of animation production using the purposeful sampling method, which reached the theoretical data saturation level with 12 people according to criteria for entering the research. The data collection tool was semi-structured interview. The validity of the collected data was confirmed by Lincoln and Guba (1985) assessment criteria and Denzin (1978) and Patton (1999) method. Data analysis was done inductively using the seven-step of Colaizzi's method. The findings showed that commercialization components of children's animated characters are classified into 128 primary categories in the form of 27 sub-categories and 7 main categories including idea generation, feasibility, development, prototype, growth, production and sales stage. Since the commercialization of animated characters is classified in the field of creative businesses; it is necessary to know the capabilities that exist in animations. Knowing the process of commercialization and its internal elements from the point of view of animation creators will show its real aspects. Therefore, it seems that analyzing the experiences of subject experts is an important source in understanding the capacities and capabilities of commercializing children's animation as a creative industries business. Paying attention to process aspects of children's animation production, from creative ideation to sales, will show interdisciplinary challenges regardless of the factors affecting this process.

### Keywords

Phenomenology, Children's animation, Commercialization, Animated Characters.





## بازشناسی فرایند تجاری سازی شخصیت های پویانمایی کودکان\* (مورد مطالعه: پویانمایی فیلیشاه)

حسین ربانی غریبی<sup>۱</sup>، سعید شریفی<sup>۲</sup>، رضا ابراهیم زاده دستجردی<sup>۳</sup>

### چکیده

پژوهش حاضر باهدف بازشناسی فرایند تجاری سازی شخصیت های پویانمایی کودکان انجام شده است. روش تحقیق کیفی از نوع اکتشافی، با رویکرد پدیدارشناسانه توصیفی است. جامعه پژوهش، متشکل از متخصصان موضوعی در حوزه تولید پویانمایی به روش نمونه گیری هدفمند وابسته به معیار است که با توجه به معیارهای ورود به پژوهش با ۱۲ نفر به حد اشباع نظری داده ها رسید. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه نیمه ساختار یافته بود. اعتبار اطلاعات گردآوری شده از معیار ارزیابی لینکن و گوبا (۱۹۸۵) و روش دنزین (۱۹۷۸) و پاتون (۱۹۹۹) تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده ها استقرایی و با استفاده از روش هفت مرحله ای کولیزی (۱۹۷۸) انجام گرفت. یافته ها نشان داد، مؤلفه های تجاری سازی شخصیت های پویانمایی کودکان تعداد ۱۲۸ مقوله اولیه در قالب ۲۷ مقوله فرعی و ۷ مقوله اصلی شامل ایده یابی، امکان سنجی، توسعه، نمونه اولیه، مرحله رشد، مرحله تولید و مرحله فروش دسته بندی می شود. از آنجا که تجاری سازی شخصیت های پویانمایی در زمینه کسب و کارهای خلاق رده بندی می شود؛ شناخت قابلیت هایی که برای این امر در پویانمایی ها وجود دارد، ضروری است. شناخت فرایند تجاری سازی و عناصر درونی آن از نظر سازندگان پویانمایی جنبه های واقعی آن را نشان خواهد داد. از این رو به نظر می رسد، واکاوی تجربیات متخصصان موضوعی منبع مهمی در درک ظرفیت ها و قابلیت های تجاری سازی پویانمایی کودکان به عنوان عرصه کسب و کاری صنایع خلاق باشد. توجه به جنبه های فرایندی تولید پویانمایی کودکان از ایده یابی خلاق تا فروش چالش های میان رشته ای را فارغ از عوامل مؤثر بر این فرایند نشان خواهد داد.

### واژگان کلیدی

پدیدارشناسی، پویانمایی، پویانمایی کودکان، تجاری سازی، شخصیت های پویانمایی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۰۹

۱. دانشجوی دکتری مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان).

hoseinrabani@gmail.com

۲. عضو هیئت علمی گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.  
(نویسنده مسئول).

sa.sharifi@khuisf.ac.ir

۳. عضو هیئت علمی گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

ebrahimzadeh2020@gmail.com

## مقدمه

تجاری‌سازی شخصیت‌های پویانمایی کودکان از معدود مسائل قابل تأملی است که در حوزه اقتصاد و فرهنگ به کانون مطالعات مشترک بدل شده است. پویانمایی کودکان از بدو ایجاد تاکنون در بازی‌های ویدئویی و جلوه‌های ویژه، بسیار مورد استفاده قرار گرفته و غلبه نگاه تجاری به آن، ویژگی مشترک بیشتر این برنامه‌ها بوده است (Buchan, 2013). موضوعی که با توسعه اقتصاد فرهنگ و هنر در حوزه محصولات رسانه‌ای مورد توجه بسیاری از کشورها بود و به عنوان معیاری در توسعه اقتصاد غیرنفتی، برای کشورهای در حال توسعه به عنوان امکانی برای توسعه که پیش‌تر کشورهای توسعه‌یافته از آن بهره‌برداری کردند، به حساب می‌آید (Lent & Ying, 2013).

بدین منظور، لی (۲۰۱۱) صنعت پویانمایی را بخش مهمی از صنایع خلاق می‌داند که چین، ژاپن و انگلستان با تأکید بر تحقیقات صنایع خلاق، مانند پویایی مکان، نقش سیاست‌های دولت، شرایط کار نیروی کار خلاق، خلاقیت مصرف‌کننده و حمایت از حقوق مالکیت معنوی بر روی آن برنامه‌ریزی‌های بلندمدتی کرده‌اند. به‌زعم او همچنان در خصوص نحوه شروع و پرورش و چگونگی تجدید و اصلاح آن‌ها از طریق فرایندهای تولید، توزیع و مصرف چالش‌های جدی وجود دارد.

توسعه فناوری‌های تولید محصولات فرهنگی به‌ویژه از طریق رایانه، امکانی به وجود آورد که بازاریابی در صنعت فرهنگی در چارچوبی رقابتی قرار گیرد (Shahhosseini & Ardahaey, 2011). از سوی دیگر به‌علت آنکه محصولات فرهنگی هم در قالب خدمات و هم در قالب کالاها تولید می‌شوند و در قلمرو ملی و فراملی قابل توزیع هستند؛ تجاری‌سازی عمدتاً دو قلمرو داخلی یعنی «بازار محلی»<sup>۱</sup> و هم «بازار جهانی»<sup>۲</sup> را در برمی‌گیرد. به همین منظور، سیاست‌های تجاری‌سازی محصولات فرهنگی می‌تواند از طریق صنعت فرهنگ، در قالب صادرات فرهنگی<sup>۳</sup> مرزهای ملی را نیز درنوردد. همان‌گونه که چن (۲۰۱۶)، در پژوهشی با عنوان «فناوری فرهنگی: چارچوبی برای بازاریابی و صادرات فرهنگی»<sup>۴</sup> مطرح می‌کند، بازاریابی کالاهای فرهنگی توسط رسانه‌های تولیدکننده فرهنگ (صنعت فرهنگی)، یکی از استراتژی‌هایی ورود از بازارهای داخلی به بازارهای جهانی است. اگرچه بسیاری از شخصیت‌های کارتونی و پویانمایی‌شده خارجی در کشورهای در حال توسعه، گردش مالی زیادی در حوزه تجارت به صورت‌های مختلف مثل پوشاک، نوشت‌افزار، اسباب‌بازی و... دارند، (Jiao et al, 2017)؛ اما مسئله تجاری‌سازی پویانمایی صرفاً محدود به جنبه‌های تجاری آن نیست؛ بلکه تجاری کردن پویانمایی، علاوه بر جنبه‌های توجه به بازار داخل و کسب درآمد از آن، پیامدهای هویتی برای کودکان به همراه دارد (Amidi & Nagel, 2016). در حال حاضر فارغ از جنبه‌های انتقادی که به سینمای پویانما به‌ویژه در

رابطه با مخاطبان کودک وارد است (Amidi & Nagel, 2016). تجاری‌سازی از حیث نظری به معنای مدیریت کسب‌وکار برای بهره‌برداری از سود ناشی از بازار است (Merriam-Webster, 2019). این مفهوم از حیث عملی فرایند معرفی یک محصول یا روش تولید جدید به بازار است (Pohl & Kirchberger, 2016). همین امر، جنبه‌های تجاری‌سازی این محصول را به عنوان یک محصول فرهنگی و هنری به یک مسئله قابل تأمل بدل کرده است.

عمدتاً موضوعات تجاری‌سازی به تجاری‌سازی فناوری (M'Chirgui et al, 2018), Kim et al, 2018; Wei et al, 2019) تجاری‌سازی تحقیقات در حوزه‌های مختلف به ویژه موضوعات فنی و مهندسی معطوف شده است (Sapir, 2019). اگرچه در زمینه‌های مختلفی همچون آموزش (Bok, 2009), ورزش (Whiteside et al, 2011) سلامت الکترونیک (Oderanti & Li 2018) و حتی جنبه‌های هنری متعددی مثل سینما و موسیقی (Laing, 2018) نیز تجاری‌سازی مطرح شده است. تجاری‌سازی در ایران عمدتاً به حوزه‌های فناوری و دانش در زمینه‌های فنی و مهندسی معطوف شده است (یحیایی، حسن‌زاده، ۱۳۹۷؛ قاسمی‌نژاد، ۱۳۹۶؛ جهرمی، ۱۳۹۶؛ آذر و همکاران، ۱۳۹۶). به نظر می‌رسد چالش‌های فراروی تجاری‌سازی بیش از هر چیز، مانع جدی برای توسعه این فعالیت‌ها است. موضوعی که واسطه محدودیت‌های اقتضائی به‌ویژه در جامعه ایران، به یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر بدل شده است. از سوی دیگر به دلیل افزایش رویکرد صادرات غیر نفتی در چند ساله اخیر در کشور، رسیدن به مدلی از تجاری‌سازی محصولات رسانه‌ای به‌ویژه پویانمایی که ظرفیت‌های فرهنگی قابل توجهی دارد، اهمیت چشمگیری یافته و پیش‌نیاز آن، بازشناسی موانع و چالش‌های فراروی چنین اقدامی است. در واقع به منظور دستیابی به موفقیت در بازار داخلی و صادرات فرهنگی که می‌تواند به عنوان دو هدف مهم در درآمدزایی و صادرات محتوای فرهنگی باشد، تجاری‌سازی محصولات فرهنگی و رسانه‌ای مسئله قابل توجهی در قلمرو پژوهش‌های دانشگاهی است.

فقدان مدلی مشخص در حوزه صادرات فرهنگی از طریق برنامه‌های پویانمایی، مبنی بر توجه به بازارهای خارجی به عنوان محلی برای تأثیرگذاری بیشتر بر مصرف‌کنندگان محتوای فرهنگی یکی از ضرورت‌های پژوهش حاضر است.

هرچند پویانمایی در ایران به رغم محدودیت‌ها سابقه زیادی دارد؛ اما در حوزه تجاری‌سازی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. تجاری‌سازی کاراکترهای پویانمایی به لحاظ بعد اقتصاد فرهنگ و انتقال فرهنگ واجد اهمیت بسیار بوده که در کشور ما مغفول مانده است. بسیاری از محصولات کاراکتر محور، با شخصیت‌های خارجی در بازار ایران را می‌توان، نماد عدم موفقیت تجاری‌سازی این محصولات با کاراکترهای داخلی دانست. این در حالی است که صنعت پویانمایی رشد

قابل توجهی داشته و ظرفیت‌های زیادی به‌ویژه در شخصیت‌های این صنعت برای کودکان وجود دارد که می‌توان از آن برای تجاری‌سازی استفاده نمود. این ظرفیت‌ها همچنان در کشور مورد واکاوی قرار نگرفته است. از آنجاکه ایجاد و توسعه شخصیت‌های پویانمایی از رهگذر بررسی تجربه زیسته افراد قابل احصا است، بررسی این دیدگاه‌ها و تجربیات می‌تواند نشان‌دهنده زمینه تجاری‌سازی باشد. بر همین اساس، پژوهش حاضر در پی بازشناسی فرایند تجاری‌سازی شخصیت‌های پویانمایی کودکان است تا امکانی برای توسعه و بازشناسی آن در فضای صنعت پویانمایی ایجاد کند.

پویانمایی‌های زیادی در ایران تولید شده است؛ با این وجود برای نخستین بار پویانمایی فیلشاه با تکنیک‌های فنی قوی توانست هم بازار داخل و هم عرصه‌های منطقه‌ای کشورهای همسایه با سه زبان عربی، انگلیسی و فارسی را تحت تأثیر قرار دهد. این پویانمایی توانسته به چندین کشور از جمله کشورهای عراق، اردن، امارات به شرق آسیا نیز راه یابد. این پویانمایی، علاوه بر رکورد فروش تاریخ سینمای ایران، جوایز متعددی را دریافت کرده است. این پویانمایی به دلیل قابلیت‌های محتوایی و تکنیک‌های فنی قابل توجه در طراحی شخصیت‌های داستانی این ظرفیت را دارد که به عنوان یک سوژه تجاری‌سازی در بازار داخل و خارج مورد مطالعه قرار گیرد.

### ادبیات و چارچوب نظری پژوهش

تجاری‌سازی را فراگردی که از بینش فناوری-بازار آغاز شده و به کارکردهای پایدار محصول متناسب با بازار ختم می‌شود، تعریف می‌کند (Jolly, 1997: 38). اسپلینگ با مروری بر تعاریف مختلف از جمله تعریف (Jolly, 1997) در مورد تجاری‌سازی تعریف جامعی ارائه می‌نماید؛ وی تجاری‌سازی را به عنوان فراگرد انتقال و تبدیل دانش نظری موجود در نهادهای دانشگاهی به برخی انواع فعالیت‌های اقتصادی تعریف کرد (Spilling, 2004: 3). طبق گفته‌های (Siegel et al, 2003: 115)، تجاری‌سازی به ابتکار عمل تحقیق و توسعه بستگی دارد و پس از کشف، بازخورد، ارزیابی اختراعات ثبت شده به تولید ثروت محصولات و خدمات تجاری کمک می‌کنند. با ورود فناوری رایانه به عرصه رقابت، تلاش برای دستیابی به سهم بازار پویانمایی بیشتر شد؛ اما کمتر از هر چیز به ظرفیت آثاری پرداخته شد که در فرایند تجاری‌سازی قرار می‌گرفتند. در سال ۲۰۰۹، جدال مهمی بین صنعت اسباب‌بازی و پویانمایی انجام شد و یک نقطه عطف جدید در جست‌وجوی مدل تجاری برای فعال کردن صنعت پویانمایی شکل گرفت (Han, 2017: 10). تجاری‌سازی از حیث نظری به معنای مدیریت کسب‌وکار برای بهره‌برداری از سود ناشی از بازار است (Merriam-Webster, 2019). این مفهوم از حیث عملی فرایند معرفی یک محصول یا روش تولید جدید به بازار

دانسته می شود (Kirchberger & Pohl, 2016: 1079). رویکردهای مختلفی به تجاری سازی وجود دارد (Goletti et al, 2003). در این میان اما توجه به مدل هایی که به تجاری سازی محصول و دانش تأکید دارند، برای حوزه پویانمایی بیشتر مورد توجه هستند. مدل های تجاری سازی گلداسمیت (Khofiyah et al, 2018)، راث ول و زیگفیلد (Lasambouw et al, 2020)، جولی (Jolly & Thein, 2007) از جمله مدل هایی هستند که قابلیت استفاده در زمینه های فرهنگی و هنری را دارند. در حالی که بخش هایی از هر مدل ممکن است تناسب لازم را به جنبه های هنری نداشته باشند. علاوه بر این، تجاری سازی های مرتبط با پویانمایی به دلیل حوزه عمومی و قابلیت هایی که در بازارهای مختلف دارند، نیازمند توجه به رویکردهای ترکیبی در تجاری سازی هستند. در واقع تجاری سازی پویانمایی به رویکرد کسب و کاری تولیدات پویانمایی اطلاق می شود که پس از ارائه به مخاطبان (به ویژه کودکان)، ظرفیت کسب و کارهای دیگر را توسعه می دهد. به همین ترتیب، همواره پویانمایی ها به سبب جذابیتی که برای کودکان دارند، موضوع مناسبی برای تجاری سازی خواهند بود (Yan-hua, 2010). شخصیت های پویانمایی به طور مثبت با شخصیت های کودکان در ارتباط هستند؛ شخصیت کودکان محصول نگرش به تبلیغاتی است که خود را در صنایع مختلف نشان می دهد. شواهد نشان می دهد شخصیت های پویانمایی تبلیغات مواد غذایی تلویزیونی و محصولات تبلیغی بر رفتار کودکان اثر داشته اند (Neeley & Schumann, 2004: 7) شواهد از تأثیرپذیری کودکان از شخصیت های پویانمایی حکایت دارد؛ در پژوهشی سناریوهای قلدری به ۸۰ کودک ده ساله از دو مدرسه ارائه شد و نشان داد همبستگی بین کودک و شخصیت های داستانی پویانمایی بسیار بالا است (Woods et al, 2007: 770).

### پیشینه پژوهش

هرچند پژوهش های زیادی در حوزه تجاری سازی پویانمایی در ایران انجام نشده؛ اما در سال های اخیر، پژوهش های مرتبط با شخصیت های مسکات و تبلیغات تجاری محصولات غذایی (مسعودنیا، ۱۳۹۶) و پژوهش های لنگرودی و همکاران (۱۳۹۲)، موسوی (۱۳۹۶) و یار جواهری (۱۳۹۵) نشان دهنده چالش های کاربردی پویانمایی در حوزه تجاری شدن آن است؛ در صورتی که پژوهش های خارجی عمدتاً موضوع محور و با رویکرد مطالعه موردی جنبه های مختلف تجاری سازی پویانمایی ها را بررسی کرده اند. شیرازی و ایزدخواه (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان رویکرد سیاستی در اقتصاد فرهنگ، مورد مطالعه: تجاری سازی محصولات جانبی پویانمایی ضمن معرفی چهار بازیگر کلیدی در عرصه خلق شخصیت و تجاری سازی محصولات مبتنی بر آن، نقش تولیدکنندگان پویانمایی و نهادهای حاکمیتی به عنوان بسترساز را کلیدی می دانند؛ آن ها همچنین توصیه های سیاستی به نهادهای حکومتی

که می‌بایست در جهت بسترسازی فرایند تجاری‌سازی مورد توجه قرار دهند و تولیدکنندگان پویانمایی در راستای موفقیت در تجاری‌سازی ارائه می‌دهند (شیرازی و ایزدخواه، ۱۳۹۵: ۱۴۱).

سانگ و ژانگ (۲۰۰۸) نیز بر ارزش‌های فرهنگی شخصیت‌ها در پویانمایی کودکان چینی نشان دادند که ارزش‌های سنتی (به‌عنوان مثال سلسله‌مراتب، دوستی، خرد، پشتکار، جمع‌گرایی، انسان‌دوستانه، خانواده و طبیعت) بیشتر از مضامین غیرتداخلی (به‌عنوان مثال علاقه شخصی، لذت، برابری، زیبایی- جوانی) رواج داشته است. در همین راستا کیم (۲۰۰۹)، در پژوهشی، کارتون‌های کودکان کره‌ای با مطالعه بر ۷۰ شخصیت کارتونی، ویژگی‌های متمرکز شخصیت‌های کارتونی براساس ترتیب زمانی را مورد بررسی و نشان داد، شخصیت کارتونی کودکان موجودیت فردی نیست؛ بلکه در درون آن گسترش سنت و روند تاریخ کاریکاتور نهفته است؛ شباهت و ارتباط انسانی بین شخصیت کارتونی با شخصیت کاریکاتور نیست در تمام آثار قابل تشخیص بود (Kim, 2009: 182). پژوهش واسکو (۲۰۱۰) نشان می‌دهد اشکال بازاریابی و فعالیت تجاری نه تنها در دنیای کودکان که دنیای بزرگان را تحت تأثیر قرار داده است. او نشان می‌دهد راهبردهای بازاریابی و تبلیغاتی که برای کودکان طراحی شده‌اند، تأثیر بیشتری بر رفتار تجاری خانواده‌ها دارند (Wasko, 2010: 127). گریمز (۲۰۱۵) نشان می‌دهد بازی‌های پویانمایی مثل «پنگوئن باشگاه دیزنی»، «نیکل اندون» و «کوکي جار» سبب محدود کردن فرصت‌های بالقوه مهم برای مشارکت، ارتباط، دسترسی و حقوق فرهنگی مانند آزادی بیان هستند.

### سؤال پژوهش

مؤلفه‌های تجاری‌سازی شخصیت‌های پویانمایی کودکان کدام است؟

### روش پژوهش

روش پژوهش حاضر از نظر ماهیت روش، کیفی با رویکرد پدیدارشناسی است. پدیدارشناسی یکی از رویکردهای پژوهش کیفی متمرکز بر تجارب زندگی انسان‌ها می‌باشد؛ در واقع در مطالعات کیفی، تجارب روزمره زندگی افراد مطالعه می‌شود تا پدیده‌هایی که به‌طور طبیعی در حالت‌های معمول رخ می‌دهند، درک شوند (Morse, 2005).

جامعه پژوهش، کلیه متخصصان موضوعی ساخت و تولید پویانمایی در حوزه‌های مختلف هنری و همچنین تهیه‌کنندگان، کارگردانان و منتقدین سینمای پویانمایی است. نمونه‌گیری در این پژوهش تا اشباع نظری داده‌ها ادامه یافت. نمونه‌گیری به روش هدفمند وابسته به معیار انجام گرفت. شیوه ایده‌آل در این نمونه‌گیری این است که تا رسیدن به مورد اشباع (موردی که پس از آن اطلاعات جدیدی به دست نمی‌آید) متناسب با معیارهای ازپیش‌تعیین‌شده، مانند سابقه

کار تجربی، دانش نظری و همچنین تجربه عملی در ساخت و تولید و فروش پویانمایی ایرانی و مواجهه با واقعیت‌های عرصه پویانمایی انتخاب ادامه داده شود. در این پژوهش تا ۱۲ نفر مصاحبه ادامه یافت؛ جدول (۱) مشخصات نمونه پژوهش و ویژگی‌های جمعیت شناختی آن‌ها را نشان داده است.

جدول ۱. مشخصات نمونه پژوهش

شماره	رشته	تحصیلات	جنس	شرکت کننده	شماره	رشته	تحصیلات	جنس	شرکت کننده
۱۰	روانشناسی	دکتری	مرد	کد ۷	۱۰	هنر	کارشناسی ارشد	مرد	کد ۱
۶	پژوهش هنر	دکتری	مرد	کد ۸	۱۲	رسانه	دکتری	مرد	کد ۲
۵	مهندسی نرم افزار	دکتری	مرد	کد ۹	۱۰	مهندسی نرم افزار	کارشناسی ارشد	مرد	کد ۳
۱۲	هنر	کارشناسی ارشد	مرد	کد ۱۰	۹	روانشناسی	کارشناسی ارشد	زن	کد ۴
۱۰	ارتباطات	دکتری	زن	کد ۱۱	۹	ارتباطات	دکتری	مرد	کد ۵
۸	پژوهش هنر	کارشناسی ارشد	مرد	کد ۱۲	۱۳	رسانه	کارشناسی ارشد	مرد	کد ۶

در این پژوهش برای تأیید اعتبار داده‌ها از معیار ارزیابی لینکن و گوبا استفاده شد. این روش‌ها هم اعتبار و هم پایایی داده‌ها را تأیید می‌کنند. لینکلن و گوبا معتقدند که قابلیت وابستگی در تحقیقات کیفی با پایایی در تحقیقات کمی مطابقت دارد. رآو و پری (۲۰۰۳) وجود حداقل دوفرد برای انجام مصاحبه به صورت جداگانه؛ اما موازی با یکدیگر و مقایسه یافته‌های دو و یا چند محقق یا استفاده از کمیته راهنما برای ارزیابی و اجرای برنامه مصاحبه را به عنوان روش‌های سنجش پایایی در نظر گرفته شد. شاخص‌های لینکن و گوبا شامل معیارهای موثق بودن، انتقال پذیری، قابلیت وابستگی و تأیید پذیری هستند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش کولایزی (۱۹۷۸)، معروف به روش ۷ مرحله‌ای، استفاده شد.

### یافته‌های پژوهش

در پاسخ به سؤال پژوهش مبنی بر اینکه مؤلفه‌های تجاری سازی شخصیت‌های پویانمایی کودکان چیست؟ تحلیل داده‌های برگرفته از مصاحبه با متخصصان موضوعی نشان می‌دهد، این مؤلفه‌ها در هفت بعد شامل ایده‌یابی، امکان‌سنجی، توسعه، نمونه اولیه، مرحله رشد، مرحله تولید و مرحله فروش دسته‌بندی می‌شود. شرح این ابعاد در ادامه آمده است:

## ۱. ایده‌یابی

براساس یافته‌های پژوهش مشارکت‌کنندگان بر این عقیده بودند که ایده‌یابی، به معنای جذب ایده‌های جدید و ایجاد سازوکار دستیابی به آن مرحله اولیه و بنیادین در تجاری‌سازی است؛ این متغیر در قالب چند دسته شامل ایجاد کارگروه و تحلیل ایده اولیه، ایده‌های فرایندی، ایده‌های تیم‌سازی و ایجاد گروه کاری و ایده‌های محتوایی تدوین شده است. در بعد ایجاد و تحلیل ایده ناب مشارکت‌کنندگان بر این عقیده بودند که از طریق ایجاد جلسات طوفان ذهنی، تشکیل گروه‌های اسمی و کانونی برای ایده‌پردازی و تحلیل ایده‌های اولیه می‌توان به ایده ناب رسید. یکی از مشارکت‌کنندگان (۲) مطرح می‌کند «جلسات طوفان مغزی برای ما همیشه راهگشا بود. برای برنامه‌های پویانمایی‌ای عمدتاً زمان را برای این بخش می‌گذاشتیم». در همین راستا، یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان (۱۲) مطرح می‌کند «خاطرم هست در همین جلسات بود که ایده ساخت پویانمایی فیلساه و چند برنامه دیگر به ذهن ما رسید؛ ایده آن پرورش یافت؛ حتی در چند جلسه کاری روی آن بحث شد».

ایده‌های فرایند محور، عمدتاً بر پایه چارچوب‌های فرایندی تولید و ارزیابی کیفیت محصول که می‌تواند کالا یا خدمات باشد، نهفته است. یکی از مشارکت‌کنندگان (۵) مطرح می‌کند: «به نظرم آنچه امروز در بحث تجاری‌سازی دارای اهمیت است، توجه به فرایندها است، عمدتاً محتواها به واسطه غنای فرهنگی خوب و قوی هستند؛ اما فرایندها دارای ضعف‌اند، برای همین در مواجهه با اجرای کار چه از توزیع و تولید و فروش گرفته چه در بازاریابی و این‌ها ما لنگ می‌زنیم».

در بعد تیم محوری، در بیان برخی از مشارکت‌کننده‌ها مهم‌ترین جنبه‌های مربوط به تجاری‌سازی را می‌توان در گروه‌های کاری دید یکی از مشارکت‌کنندگان (۱۰) مطرح می‌کند: «برای تجاری‌سازی ایده‌های فرهنگی، نمی‌توان بدون یک گروه کاری و منسجم عمل کرد؛ گروهی که هم به جنبه‌های فنی تسلط داشته باشد و همچنین بتواند بخش‌های فرهنگی را درک و تحلیل کند. البته به تجربه دریافته‌ام که اگر کارگروه‌ها از هم مجزا باشد کمتر دچار گروه‌اندیشی می‌شوند و نتایج بهتری از کارشان به دست می‌آید». به همین ترتیب، یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان (۱۱) مطرح می‌کند «تیم ما اولین چیزی که برای خودش می‌سازد، فرایند «عمل کردن» است. در واقع کار تیمی؛ یعنی توجه به همین فرایندهایی که در درون آن، ایده‌ها شکل می‌گیرد، خیلی از مشکلات تیمی در فرایندها از طریق ایده‌هایی حل شده است که به راحتی فرد نمی‌توانست آن را پردازش کند».

در بعد ایده‌های محتوا محور، مشارکت‌کنندگان در پژوهش علاوه بر جنبه‌های فرایندی به ابعاد محتوایی نیز تأکید داشتند؛ به زعم اکثر آن‌ها بیشتر زمان و انرژی را باید صرف کرد برای تدوین محتوای درخور و شایسته که قابلیت رقابت

داشته باشد. یکی از مشارکت کنندگان (۵) مطرح می کند: «محتواهایی که ما تولید می کنیم، متأسفانه جنبه بازتولیدی دارند؛ یعنی خلاقانه، جدید و حتی رقابتی نیستند؛ بنابراین همیشه دست برنده را نداریم».

## ۲. امکان سنجی

بعد دیگری از تجاری سازی شخصیت های پویانمایی، توجه به مقوله امکان سنجی ایده است. این مقوله براساس انتزاع از داده ای برخاسته از کدبندی مفاهیم استخراج شده از مصاحبه ها در دو سطح امکان سنجی فرایندی و امکان سنجی محتوایی قابل دسته بندی است.

در بعد امکان سنجی فرایندی، عناصری همچون بررسی امکان جذب منابع برون گروهی، کسب ایده های ظرفیت فرهنگی پذیرش محصول، بررسی منابع انسانی حرفه ای، تحلیل ظرفیت های رقباتی داخلی و خارجی، تحلیل فرایند تولید، تحلیل وضعیت محصولات جایگزین، بررسی امکان تولید براساس شاخص های بین المللی، ایجاد سازوکارهای ایمن و محافظ حقوق معنوی، ایجاد حلقه های مطمئن حفاظت از داده ها، اطمینان از ایمنی دانش تولید شده، ایجاد دواير ضربه گیر نفوذ رقبا، بررسی وضعیت سیستم های پایش و کنترل کیفیت، تحلیل ذینفعان کلیدی، تحلیل وضعیت بازاریابی و فروش (اندازه بازار و حجم مشتریان) و عناصری از این دست قرار دارند. این عناصر عمدتاً به امکان ایجاد و یا تحقق ایده در عمل در بعد فرایند اشاره دارند. بدین معنا، ایده های ارائه شده باید امکان سنجی شوند که آیا می توانند در زمینه اجرا محقق شوند یا خیر؛ در همین راستا مشارکت کننده ای (۱۰) مطرح می کند: «در موضوع تجاری سازی، بررسی چند مسئله اهمیت دارد؛ نخست اینکه به محصولات جایگزین یا اصطلاحاً موجود، توجه کرد و دوم اینکه بازارهای داخلی و خارجی این محصول از حیث رقابت پذیری بررسی شوند. بسیاری از محصولاتی که به نظر ما تازگی دارند، در بازارهای بین المللی مدت ها ممکن است وجود داشته باشند و ورود در تولید آن ها ممکن است با چالش عدم پذیرش مخاطب مواجه شود».

در بعد امکان سنجی محتوایی عناصری همچون بررسی وضعیت نیازهای احصا شده با ایده های موجود، بررسی آستانه حساسیت جامعه نسبت به تولید محصول، بررسی میزان استقبال جامعه مخاطب نسبت به محصول، بررسی وضعیت نیروهای مخالف تولید، بررسی ظرفیت های فرادستی (قانون، سیاست های دولت و...)، ارزیابی ویژگی های زیست فرهنگی و ایمنی روانی محصول، امکان سنجی تولید در گام آزمایشی، تحلیل مشترکات فرهنگی بازارهای هدف، بررسی ایده ها با ویژگی های جمعیت شناختی مخاطب، نیازسنجی از خانواده ها، تحلیل سبب فرهنگی- فراغتی خانواده، تحلیل محتوای بازی های در دسترس، پیمایش نظرات نخبگان و متخصصان موضوعی، بررسی داده های بین المللی و

موضوعاتی از این دست ناظر بر این هستند که سوژه مورد نظر قبل از تولید از حیث محتوایی نیز امکان‌سنجی شود. این امکان‌سنجی ناظر بر جنبه‌هایی است که به خود پدیده و همچنین محتوا و ماهیت آن اشاره دارد. مشارکت‌کننده‌ای (۸) در این زمینه مطرح می‌کند: «ممکن است در اغلب اوقات، آنچه نیازسنجی شده با آنچه ظرفیت تولید آن وجود دارد و یا محدودیت‌هایی که برای تولید وجود دارد مانع از آن شود که بتوان آن را ساخت، برای همین ایجاد آن نیازمند این است که بررسی شود آنچه موجود است با آنچه می‌خواهیم انجام دهیم، چقدر نزدیک است».

### ۳. توسعه

در بعد توسعه این بحث مطرح می‌شود که پس از امکان‌سنجی، عناصر مورد بررسی ذیل بعد امکان‌سنجی، ظرفیت‌های مورد نیاز توسعه و تحلیل یابند؛ بنابراین عناصری چون توسعه مدیریت دانش، توسعه ایده‌پردازی، تصمیم فنی، صلاحیت‌های مدیریتی، تحلیل و تضمین کمی تولید و دیپلماسی فرهنگی در این حوزه دسته‌بندی شدند.

در بعد توسعه مدیریت دانش عناصری چون ایجاد سازوکار حمایت از دانش فنی، تقویت چرخه مدیریت دانش محتوایی و توسعه دانش میان‌فرهنگی قرار دارند. منظور از این مؤلفه، ایجاد سازه دانشی در هنگام تجاری‌سازی است. توجه به چرخه «مدیریت دانش» می‌تواند چرخه مدیریت دانش فنی و همچنین شبکه دانش میان فرهنگی را تقویت نماید. در این حالت، دانش ذخیره‌شده و می‌تواند حتی به فروش برسد. مشارکت‌کننده (۹) در تبیین این بعد مطرح می‌کند: «البته این موضوع مهم است که تا چه اندازه دانشی که برای تجاری‌سازی محتوای بررسی شده وجود دارد از آن خود شرکت است، گاهی مال‌گویی را از جایی گرفته‌ایم، بدون آنکه به جنبه‌های فنی آن مسلط باشیم، به همین دلیل دانش فنی مدیریت نمی‌شود».

در بعد توسعه ایده‌پردازی که مهم‌ترین و مرحله آغازین تجاری‌سازی است نمی‌توان تنها در یک سطح اولیه محدود کرد. بدین منظور، لازم است به صورت مداوم تقویت و حمایت شود. به روزرسانی ایده‌ها با توجه شرایط و مقتضیات موجود اهمیت دارد. در این بعد، عناصری چون سازوکارها و مشوق‌های جذب ایده جدید، تدوین شاخص‌های سنجش و ارزیابی ایده‌ها و ایجاد دوایر جذب ایده و اتاق فکر به عنوان عناصر اصلی دسته‌بندی شدند. مشارکت‌کننده (۲) به منظور توضیح این مفهوم مطرح می‌کند: «شما هم حتماً با من هم عقیده هستید که ایده‌ها ممکن است فاقد اعتبار شوند؛ بنابراین بهتر است مدام به روز شوند؛ اینکه از اتاق‌های فکر استفاده شود و یا جاهایی برای بررسی مداوم، ایده‌های تجاری‌سازی وجود داشته باشد، بسیار مهم است». علاوه بر این باید برای اینکه ایده‌ها ارزش داشته باشند، عوامل تقویت‌کننده و مشوق‌های انگیزشی ایجاد کرد.

بعد تصمیمات فنی عموماً ناظر بر جنبه‌های فنی و عناصر مربوط به فرایند تولید هستند؛ در واقع در این بعد بر سر عناصری همچون تصمیم در خصوص ظرفیت‌های منابع انسانی درون-برون گروه، تصمیم در خصوص جذب سرمایه اولیه، انتخاب تأمین‌کنندگان و توسعه مدل‌ها و فرایندهای تولید بحث می‌شود. این به معنای توجه به جنبه‌هایی است که نقش تولیدکنندگی و ایجاد را در تجاری‌سازی دارند. همان‌گونه که مشارکت‌کننده (۱) مطرح می‌کند: «وقتی این مسئله بررسی شد، باید تصمیم گرفت که نیازها با ظرفیت‌های موجود تا چه اندازه نزدیک‌اند؛ در واقع مرحله مهم اینجا است که از بین گزینه‌های موجود باید انتخاب کرد؛ مثلاً اینکه کدام تأمین‌کننده، ظرفیت تأمین منابع را دارد، همچنین تا چه میزانی می‌شود و از کجا چه منابعی را به عنوان سرمایه اولیه جذب کرد. این مسئله، همان نتیجه تحلیل‌هایی است که انجام شد».

در بعد صلاحیت‌های مدیریتی مطرح می‌شود مدیران به‌ویژه مدیران ارشد، نقش مهمی در ایجاد و پیاده‌سازی تصمیمات مهم دارند. از این رو مدیران باید دارای ظرفیت‌هایی باشد که توانایی انجام کار را داشته باشند. این ظرفیت‌ها را می‌توان صلاحیت یا شایستگی مدیریتی دانست. عناصری چون التزام مدیریت ارشد، مسئولیت‌پذیری مدیریت، تحلیل شایستگی‌های فرهنگی و توان نظارت بر تیم‌های کاری از جمله صلاحیت‌های مدیریتی هستند. همان‌طور که مشارکت‌کننده (۳) مطرح می‌کند: «همه مدیران، توانایی تجاری‌سازی هرچیزی را ندارند. واقعیت اینجا است که باید بین امر فرهنگی و تولید یک قوطی رب گوجه‌فرنگی تفاوت قائل شد؛ خیلی از مدیران بین آن‌ها تمایز قائل نمی‌شوند و معتقدند مسیر و ابزار تحقق تجاری‌سازی یکسان است. به همین منظور، چندان فرقی ندارد که تولید در چه عرصه‌ای انجام شود».

بعد تحلیل کمی یا کمی‌سازی، قابلیت است که امکان ارزیابی، سنجش و کنترل را تا حدی فراهم می‌کند. این بعد با عناصری چون کمی‌سازی، امکان محتوایی و فرایند تولید، تحلیل ریسک تولید، ایجاد دوایر سنجش، پایش و تضمین کیفیت معرفی شده است. مشارکت‌کنندگان بر این عقیده بودند، در صورت کمی‌سازی، امکان سنجش و ارزیابی بیشتر میسر خواهد بود. در همین راستا، یکی از مشارکت‌کنندگان (۱) مطرح می‌کند: «توجه به اینکه تا چه میزان تصمیمات امکان‌پذیرند باید براساس شاخص‌های کمی انجام شود. همچنین اینکه چقدر تولید در شرایط مختلف می‌تواند میسر باشد و اینکه ریسک تولید و تصمیم چقدر است؟ این‌ها باید اندازه‌گیری شود».

در ذیل مؤلفه دیپلماسی فرهنگی، عناصری چون تحلیل سپهر هم فرهنگی، تبدیل عناصر به نشانه‌های معنادار فرهنگی و ایجاد حلقه‌های گفتگوی بین فرهنگی قرار گرفته و ناظر بر پدیده روابط میان فرهنگی است که طی آن امکان

تبادل عناصر فرهنگی از طریق فضای رسانه و سیاسی میسر می‌شود. یکی از مشارکت‌کنندگان (۴) بر این عقیده است که: «در همه موضوعات تجاری‌سازی توجه به عناصر فرهنگی مهم است؛ اما در این موضوع بیشتر اهمیت می‌یابد؛ چراکه عمده عناصر شخصیت‌های انیمیشینی، ماهیت فرهنگی دارند و از یک جهان فرهنگی دیگر به جهان فرهنگی دیگری قدم گذاشته‌اند؛ به همین ترتیب، لازم است این تفاوت‌ها بررسی شود. اکثر نشانه‌هایی که ممکن است در فرهنگ تولیدکننده، معنادار باشند در فرهنگ مصرف‌کننده ممکن است فاقد معنا و حتی معنای متفاوت و ضد فرهنگی داشته باشند».

#### ۴. نمونه اولیه محصول

ذیل مؤلفه نمونه اولیه، عناصری چون بازاندیشی محتوا و فرایند تولید، صیانت از دارایی‌های معنوی و فروش هدفمند قرار می‌گیرد. منظور از نمونه اولیه، ایجاد یک نمونه قابل ارائه به عنوان مدل اصلی تولید است که قبل از تولید اصلی و انبوه به منظور درک شرایط واقعی در نظر گرفته می‌شود.

بازاندیشی محتوایی و فرایندی نوعی امکان فهم عناصر محتوایی است که توسط متخصصان و همچنین در رابطه با مراکز پژوهشی محقق می‌شود. مؤلفه‌هایی چون ایجاد گروه کارشناسان خبره (مشاوران و کارشناسان)، (باز) مهندسی شخصیت، سیاست‌های طراحی، فهم زبان مخاطب و ایجاد حلقه ارتباط با دانشگاه‌ها در ذیل این دسته‌بندی قرار می‌گیرند. یکی از مشارکت‌کنندگان (۵) مطرح می‌کند: «در برخی از پویانمایی‌های ساخت داخل، فارغ از جذابیت‌های بصری، عناصری نظیر صدا و موقعیت با شخصیت اصلی همسویی ندارند؛ مثلاً صدای شخصیت به هیکل و قیافه کاراکتر نمی‌آید، علاوه بر این در دوبلاژ صدا به تناسب شخصیت کمتر توجه می‌شود و عموماً از صدای خانم‌ها برای کودکان استفاده می‌شود؛ در صورتی که درون‌مایه صدای اصلی، یک نوجوان یا پسر بچه است».

در بعد صیانت از دارایی‌های معنوی بر سر مسائلی که جنبه‌های حقوق معنوی افراد، تولید فکر و ایده و نوآوری محصول را دارد بحث می‌شود؛ عناصری چون ثبت حقوق مالکیت فکری و ایجاد فروش مبتنی بر سلامت الکترونیک در این بعد مورد بحث قرار می‌گیرد. یکی از مشارکت‌کنندگان (۶) مطرح می‌کند: «ما عمدتاً با مسئله حقوق معنوی که مبتلا به جامعه در زمینه محصولات پویانمایی‌ای هم می‌باشد، مواجه هستیم. بسیاری از تصاویر و نمادها، به سهولت، پس از ایجاد ممکن است به سرقت بروند یا بدون اجازه از تولیدکننده در جاهای دیگری استفاده شوند. این موضوع باید در تجاری‌سازی جدا لحاظ شود؛ اگر می‌خواهیم از این نشانه‌ها و نمادها به خوبی بهره‌برداری کنیم».

فروش هدفمند، در واقع ناظر بر بررسی جنبه‌های مرتبط با تولید نمونه اولیه از حیث فروش است. عناصری چون نمونه‌نمایشی ویژگی‌های محصول، اجرای فروش محدود و

مطالعه میدانی، جذبه های فرهنگی مشتریان در این دسته بندی قرار می گیرند. همان طور که مشارکت کننده (۵) مطرح می کند: «اینکه ما برای ذائقه شناسی به یک نکته مهم، یعنی توجه به جنبه های نمایشی محصول (اینکه محصول چه تأثیری در ذهن افراد می گذارد و چه ویژگی هایی دارد) مثل جذابیت رنگ یا صدا و یا نمادها که می تواند باعث فروش شود توجه کرد». همو در بخش دیگری مطرح می کند: «افراد به دلیل تفاوت های فرهنگی به سمت محصولاتی کشیده می شوند که با تمایلات فرهنگی آن ها سازگار است. بر همین اساس، باید بازار را بخش بندی کرد و مزه دهان بازار را درک کرد».

۵. مرحله رشد

در این مرحله عناصری چون تحلیل پیامد محیطی، تحلیل پیامدهای فروش اولیه، تدوین و اجرای برنامه های کلان، توسعه میان فرهنگی قرار می گیرند؛ این عناصر در کل نشان دهنده وضعیت رشد محصول تولید شده و بلوغ یافتگی آن است. در بعد تحلیل پیامد محیط دسته بندی مؤلفه هایی چون ایجاد دوا و ایرضربه گیر بر اساس تحلیل محیطی، تدوین پیوست فرهنگی و اجتماعی، تحلیل تأثیرگذاری های جنسیتی، پایش وضعیت روحی و روانی مصرف کنندگان، بررسی محبوبیت محصول، تحلیل پیامدهای هویتی و ارزیابی ویژگی های زیست محیطی، شناسایی موانع بازار قرار می گیرد. مشارکت کنندگان در پژوهش معتقد بودند به منظور افزایش سطح اثربخشی و کیفیت فرایند تجاری سازی شخصیت های پویانمایی، توجه به مقوله های پیوست روانی، عاطفی و همچنین فرهنگی دارای اهمیت است. مشارکت کننده (۷) در رابطه با پیوست فرهنگی و عناصر عاطفی و هیجانی تحلیل پیامدی مطرح می کند: «اگر دقت کرده باشید در بیشتر برنامه های پویانمایی ای عمدتاً جاذبه های عاطفی وجود دارد؛ مثلاً اینکه شخصیت ناراحت یا خوشحال می شود و می تواند ارتباط با مخاطب برقرار کند؛ پشیمان و اندوهگین می شود و از این طریق احساسش را به مخاطب منتقل می کند. همه این ها باید در تولیدات نیز در نظر گرفته شود؛ اینکه از کدام شخصیت برای کدام رده سنی استفاده می شود؛ حتی از کدام حالت بدنی آن شخصیت مهم است؛ مثلاً آیا تصویر مرد عنکبوتی در حال جنگ، جاذبه دارد یا وقتی به یک دختر کوچولو گل می دهد؟! همه این ها باید تحلیل شود و اثرات روانی آن روی جامعه مخاطب مطالعه شود.»

در ذیل مؤلفه تدوین و اجرای برنامه های کلان، عناصری چون انتخاب ساختار سازمانی شرکت، برنامه راهبردی کسب و کار، تعریف بازار هدف، تدوین چشم انداز، مأموریت، سیاست، استخدام و آموزش کارکنان قرار گرفته است. این عناصر عمدتاً جنبه اداری و رسمی دارند و برای هر نوع تجاری سازی، قابلیت کاربرد دارند. این مؤلفه ها به یک سازمان کمک می کنند؛ برای تدوین برنامه های کلان و اجرای آن ظرفیت سازی صورت گیرد. در همین راستا، یکی از مشارکت کنندگان (۸) مطرح می کند: «به نظرم هرچند از نظر هویتی باید روی ویژگی های یک اثر کار کرد؛ اما نباید اثرات سازمانی را نادیده گرفت. وجود عناصر سازمانی که در شرکت

ایجاد می‌شود؛ مثلاً سلسه مراتب یا فرایندهای ارتباطی می‌تواند تسریع‌کننده یا مانع تجاری‌سازی باشد. حتی اینکه شما ایده‌های ناب را در یک شرکتی درگیر کنید، فاقد چشم‌انداز مشخص است یا نمی‌داند چه افرادی را باید جذب کند و تحت فشار سیاسی است، همه می‌تواند مانع شود؛ پس به نظرم ساختار شرکت را باید خیلی خوب در نظر گرفت».

در ذیل مؤلفه توسعه میان‌فرهنگی توجه به عناصر تهاجم فرهنگی، توجه به پرورش چند فرهنگی و احترام به حقوق اقلیت‌ها قرار گرفته است. این عناصر، ناظر بر جنبه‌های فرهنگی مقوله رشد تجاری‌سازی هستند، پذیرش این عناصر جنبه‌های بین فرهنگی را تقویت می‌کند. به همین جهت، یکی از مشارکت‌کنندگان (۹) مطرح می‌کند: «خیلی از عناصر پویانمایی‌ای که برای بچه‌های ما جذاب هستند و حتی تصاویر آن‌ها در محصولات دیگر به‌ویژه روی لباس بچه‌ها درج می‌شود، مربوط به فرهنگ ایرانی نیست. البته این چیز بدی نیست، فقط باید در نظر داشت از حیث ارزش‌ها به همه فرهنگ‌ها توجه داشت. اگر ما عناصر یک فرهنگ خاص را تقویت کنیم؛ مثلاً برنامه‌ای ساخته شود که شخصیت‌های آن، لهجه‌ها را مسخره کرده و معروفیت آن‌ها از این راه باشد، بعدها ممکن است پیامدهای تخریبی جدی برای فرهنگ ملی ما داشته باشد».

#### ۶. مرحله تولید

در ذیل مرحله تولید، ابعادی چون اعتبارسنجی، سنجش تولید، ارزیابی تولید و تحلیل محصول قرار گرفته‌اند. این عناصر ناظر بر ماهیت تولید هستند. به‌منظور عملیات تولید توجه به این عناصر ضروری هستند. در ذیل مؤلفه اعتبارسنجی، بر عناصری همچون اعتبارسنجی قابلیت‌های فنی و بررسی قدرت تولید و حفاظت از دارایی‌های معنوی بحث می‌شود. در ذیل مؤلفه سنجش تولید، بر عناصری نظیر بررسی انحراف از تولید و اجرای تولید انبوه تأکید می‌شود؛ این عناصر ماهیت تولیدی دارند و ناظر بر فرایند تولید محصول هستند. همان‌طور که مشارکت‌کننده (۴) مطرح می‌کند: «البته فرایند تولید محصولات تجاری که بار فرهنگی و هویتی بیشتری دارد کمی متفاوت است، شاید از حیث فنی صرف نباید به قضیه نگاه کرد. عناصری که عمدتاً در ویژگی‌های شخصیت‌های کارتونی خودش را نشان می‌دهد، وقتی می‌خواهد بازتاب پیدا کند در حیطه‌های جذابیت‌بخش خلاصه می‌شود، درحالی‌که یک بخش فنی حرفه‌ای می‌تواند عناصر هویتی را با استفاده از رنگ و یا فیگور به مراتب بهتر و تأثیرگذارتر نشان دهد. این کاملاً بستگی دارد به نوع سنجش ما از فعالیت تولیدی؛ آیا اینکه فقط این عناصر بازتاب داده شوند یا جنبه‌های فراتر از شخصیت باید در آن بازنمایی شود، نیز بخش مهمی از فرایند تولید است».

در ذیل مؤلفه ارزیابی تولید، بر عناصری همچون بازاریابی در محتوای تولید و بازاریابی در فرایند تولید، بازاریابی در اینجا به معنای ساختار شکنی در محتوا

و نواندیشی در آن است؛ در صورتی که بازنگری به اصلاح فرایندها اشاره دارد؛ مشارکت‌کننده (۲) در این رابطه مطرح می‌کند: «من به این قائل نیستم که عناصر فرهنگی و یا حتی ویژگی‌های شخصیتی باید تابع سنت باشد؛ ممکن است ارزش‌هایی در جامعه کنونی وجود داشته باشد که لازم است بازاندیشی شود و خلاقانه به کار گرفته شود».

در ذیل مؤلفه تحلیل محصول مؤلفه‌هایی چون تحلیل پیامدی تولید انبوه و تحلیل اثرات مستقیم و غیرمستقیم مصرف فرهنگی قرار گرفته است. مشارکت‌کننده (۱) در این رابطه مطرح می‌کند: «شاید این فرض که اثر یک محصول در حوزه کوچک‌تری، مثلاً در یک روستا یا حتی در سطح کمتری مثلاً یک مدرسه بیشتر باشد منطقی به نظر برسد؛ اما وقتی یک اثر به تولید انبوه می‌رسد ممکن است بار فرهنگی متفاوتی داشته باشد؛ بنابراین لازم است اثرات آن بررسی شود؛ مثلاً توزیع آن به طور وسیع و دسترسی‌پذیری همه اقشار به محصولات تجاری شده، شاید آن را از بار طبقاتی پایین‌تری برخوردار کند؛ چراکه ممکن است این اثر برای مصارف سطح بالاتر طراحی شده باشد؛ ولی با تولید انبوه اعتبار خودش را از دست می‌دهد».

#### ۷. مرحله فروش

در مرحله فروش، مشارکت‌کنندگان بر عناصری چون کنترل محصول، تحلیل نوآوری‌ها، ارتباط با مشتری، بازاریابی فرهنگی محصول و تحلیل پیامدهای فرهنگی فروش تأکید دارند. این عناصر، غالباً نشان‌دهنده فرایند فروش و عناصر وابسته با آن، مانند بازاریابی و مشتری‌مداری است.

در ذیل مؤلفه کنترل محصول عناصری چون زیرساخت‌های جدید بازاریابی، اصلاح ویژگی‌های محصول، نظارت بر منحنی عمر محصول، بررسی وضعیت پذیرش محصول در بازارهای خارجی دسته‌بندی می‌شوند. این عناصر ناظر بر کنترل کیفیت و پذیرش محصول در بازار است. همان‌طور که مشارکت‌کننده (۳) مطرح می‌کند: «نوع نگاه به قلمرو محصولات تولیدشده اهمیت دارد، اگر محصول برای فضای خارج از ایران طراحی می‌شود، بدون شک پذیرا بودن ارزش‌های جامعه هدف نیز مهم است. آیا واقعاً باید مصرف‌کنندگان ارزش‌های ما را پذیرا باشند یا پذیرش محصول نیز در آنجا شرط است؟ به نظر می‌رسد توجه به این مسئله، توسط تولیدکننده‌های خارجی خیلی بیشتر رعایت می‌شود».

در ذیل مؤلفه تحلیل نوآوری‌ها، عناصری چون اجرای نوآوری‌ها، رصد و کشف ایده‌های خلاق در مصرف کالا و شناسایی بازار جدید قرار می‌گیرد. این بخش ناظر به پدیده‌های جدیدی است که هنگام فروش و مصرف کالا و خدمات ممکن است به دست بیاید، همچنین ظرفیت‌های جدیدی که فروش کالا از حیث بازار ایجاد می‌کند. همان‌طور که مشارکت‌کننده (۷) مطرح می‌کند: «در بیشتر کارهای ما گرایش به رویه

ثابت غالب است؛ مثلاً بارها دیده شده وقتی محصولی در بازار فروش رفت، آن قدر تولید می‌کنیم که دیگر فروش نرود! درحالی‌که رصد آنچه خلاقانه به نظر می‌رسد اهمیت بیشتری دارد، عنصر خلاقیت و نوآوری امکان دوام ما را بیشتر از ثبات می‌دهد». در ذیل مؤلفه ارتباط با مشتری عناصری چون حمایت‌های پس از فروش، آموزش استفاده از محصول و جذب نظرات مخاطبان قرار می‌گیرند. این عناصر ناظر بر اهمیت مشتری در فرایند تجاری‌سازی و توجه به انتظارات و خواسته‌های او به عنوان رکن اصلی مصرف است. در این رابطه، مشارکت‌کننده (۸) مطرح می‌کند: «یکی از مسائلی که در تولید سناریوهای پویانمایی‌ای همیشه مورد توجه بوده اینکه تا چه حد خواسته‌های مخاطبان مبنای کار قرار بگیرد؟ یعنی اینکه یک شخصیت برخاسته از انتظارات اجتماعی باید باشد یا مفاهیم و ارزش‌های فراتر از آن را بسط دهد؟ گویا مخاطب، اینجا معنا و اعتبار می‌یابد؛ اینکه تا چه حد دیدگاه مخاطب می‌تواند در یک شخصیت پویانمایی‌ای خودش را نشان دهد».

همان‌طور که تحلیل مصاحبه با مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد، ذیل مفهوم بازاریابی فرهنگی محصول عناصری چون رصد مصرف فراغتی مصرف‌کنندگان، بررسی میزان جانشین‌سازی محصول، بررسی روند نفوذ محصول در سبک کالای فرهنگی قرار دارند. این مؤلفه ناظر بر فهم و درک بازار محصول و تحلیل مصرف‌کنندگان است.

تحلیل پیامدهای فرهنگی فروش ناظر بر عناصری است که عنصر فرهنگ و رسانه را در فهم تجاری‌شده محصولات مصرف‌شده نشان می‌دهد. این عناصر که شامل بررسی میزان تقویت اصل عناصر بازتولیدشده و کنترل بازتولیدپذیری مکانیکی اثر فرهنگی-هنری هستند، نشان می‌دهند مصرف عناصر تجاری‌شده چه بازتاب‌ها و پیامدهای فرهنگی دارد. به همین جهت، مشارکت‌کننده (۴) مطرح می‌کند: «یک نکته‌ای در تجاری‌سازی محصولات فرهنگی وجود دارد که لازم است اینجا هم دیده شود و آن تولید انبوهی است که فاقد روح و ارزش هنری است. در واقع ما وقتی یک شخصیت می‌سازیم که زنده است و پویایی دارد و عناصر ارزشی را احیا می‌کند؛ اما در تولید انبوه شما می‌بینید که حجم زیادی از ارزش‌های بی‌روح مدام کپی می‌شوند، هرچند این‌ها ممکن است یاد و خاطره ما را زنده کنند؛ اما ارزش فرهنگی کمتر تولید می‌شود؛ بنابراین، لازم است به آن توجه کرد».

### نتیجه‌گیری

امروزه پویانمایی به عنوان رسانه‌ای قدرتمند و صنعتی پول‌ساز، در کشورهای بزرگ جهان به شمار می‌آید و در طول یک قرن توانسته به سرعت روند رشد و تکامل را سپری کند. بر همین اساس، یکی از راه‌های توسعه کسب‌وکار، مبتنی بر این مؤلفه، بزرگ شدن بازار هدف آن است و در کنار مشخصه‌های مختلف بازار هدف، مشخصه‌های گروه مخاطب به عنوان یکی از تأثیرگذارترین معیارهای انتخاب، همواره مد نظر کسب‌وکارها بوده است. در این فرایند نیز افزایش گستره

جغرافیایی بازار، معمولاً به‌عنوان اولین راهبرد، مورد توجه قرار می‌گیرد. زمانی که این افزایش گستره از مرزهای جغرافیایی کشور مبدأ فراتر می‌رود، بدین ترتیب مقوله تجاری شدن آن موضوعیت می‌یابد. تجاری‌سازی شخصیت، ابزاری است که تولیدکنندگان جهت هدف گرفتن مخاطبان‌شان برای ارائه محصولات و خدمات خود از آن استفاده می‌کنند و این مفهوم در قالب پشتوانه‌ای مهم در فروش بیشتر و ترفیع فروش مد نظر قرار می‌گیرد؛ به‌همین منظور، باید به جنبه‌های مادی و محتوایی آن باید توجه شود. از این‌رو تجاری‌سازی شخصیت‌های انیمیشنی، از بعد اقتصاد فرهنگ و نیز از بعد انتقال فرهنگ واجد اهمیت است.

نتایج این پژوهش با تحقیقات موسی پور و درتاج (۱۳۸۷) در خصوص توجه به جنبه‌های محتوایی، روش‌شناسی و روش‌های همکاران (۱۳۹۱) در خصوص عوامل مربوط به منابع، شرکت، محصول و استراتژی تجاری‌سازی نوآوری‌های رسانه‌ای دیجیتال، شیرازی و ایزدخواه (۱۳۹۵) در خصوص تجاری‌سازی محصولات جانبی پویانمایی و نقش تولیدکنندگان پویانمایی و نهادهای حاکمیتی و بسترسازی فرایند تجاری‌سازی هم‌راستایی دارد.

همچنین نتایج این پژوهش با تحقیقات گیرجا (۲۰۱۹) در خصوص تجاری‌سازی رسانه‌های دیجیتال، جوهانس دوتیر (۲۰۱۸) در خصوص تجاری‌سازی در رسانه‌های خبری، شجاع و همکاران (۲۰۱۸) در خصوص کارایی استفاده از شخصیت‌های متحرک در تبلیغات هدفمند برای کودکان و به شخصیت‌های پویانمایی متحرک، فرانتز و اسمولان (۲۰۱۷) در خصوص پیامدهای منفی تسلط تجاری شدن در رسانه، گریمز (۲۰۱۵) در خصوص تجاری‌سازی در دنیای مجازی کودکان، واسکو (۲۰۱۰) در خصوص تجاری‌سازی در فضای اینترنت کودکان با این پژوهش مطابقت دارد. برای نمونه، گریمز (۲۰۱۵) نشان می‌دهد در بازی‌هایی که برای کودکان به‌طور خاص به کودکان زیر ۱۳ سال اختصاص یافته است، مثل «پنگوئن باشگاه دیزنی»، «نیکل اندون» و «کوکي جار» برای بسیج کردن اقتصادهای مجازی در معامله پول و تبلیغ، با استفاده از مکانیزم بازی، اقلام مجازی و سایر ویژگی‌ها برای انواع مختلف نام تجاری و شخص ثالث طراحی شده‌اند. این بازی‌ها سبب محدود کردن فرصت‌های بالقوه مهم برای مشارکت، ارتباط، دسترسی و حقوق فرهنگی مانند آزادی بیان هستند. بسیاری از محصولات کاراکترمحور با شخصیت‌های خارجی در بازار ایران را می‌توان نماد عدم موفقیت تجاری‌سازی این محصولات با کاراکترهای داخلی دانست.

شخصیت‌های پویانمایی با رویکرد تجاری در ایران چندان قوی نیستند؛ حتی پژوهش‌های صورت‌گرفته در زمینه تجاری‌سازی در شخصیت‌های پویانمایی محدود بوده و نشان می‌دهد چالش‌های موجود در مسیر توسعه پویانمایی ایرانی، نیازمند واکاوی عمیق است. مسائل قابل توجهی که عمدتاً فراتر از فرایند تولید و فروش پویانمایی بوده

و می‌تواند محصول بستر فرهنگی و سیاسی جامعه باشد تا حد زیادی می‌تواند وضعیت تجاری‌سازی پویانمایی ایرانی را تحت تأثیر قرار دهد. از آنجاکه نگاه تجاری‌سازی محدود است، عمدتاً از پویانمایی به عنوان ابزاری برای تأثیرگذاری محتوا استفاده می‌شود که با توجه به سپهر فرهنگی در جامعه ایران، کاربرد ایدئولوژیک پیدا می‌کند؛ این امر به نوبه خود، آسیب‌های متعددی از جمله تأثیرگذاری بر مخاطب را به همراه خواهد داشت.

شواهد در ایران نشان می‌دهد، علی‌رغم تمایل سیاست‌گذاران فرهنگی ایران به تولید پویانمایی، همچنین تلاش هنرمندان و دست‌اندرکاران عرصه پویانمایی برای گسترش این صنعت «توسعه صنعت پویانمایی ایران» با در نظر گرفتن رویکرد غالب ایدئولوژیکی به آن، با چالش‌هایی مواجه شده است که تا حدودی ناشی از تأکید بیش‌از اندازه در اکثر پویانمایی‌های تولیدشده، بر صرف انتقال پیام می‌باشد. این موضوع موجب شده اغلب تولیدات پویانمایی‌ای ایران، فاقد جذابیت لازم برای جذب دامنه گسترده‌ای از مخاطبان باشند (موسوی، ۱۳۹۶: ۱). علاوه بر این چالش‌های اقتصادی و هزینه‌ای تولید صنعتی و ضرورت‌های حمایتی در عرصه پویانمایی (لنگرودی و صفورا، ۱۳۹۲: ۱۶۷)، ناآشنایی مدیران با روش مناسب تولید انبوه و موضوعات مربوط به حوزه مدیریت تولید عدم توفیق تولید انبوه پویانمایی در دهه گذشته شناخته شده‌اند (لنگرودی، صفورا و ندائی، ۱۳۹۲: ۶۱). همچنین بزرگ‌ترین مشکل پویانمایی ایران به صنعتی نبودن آن باز می‌گردد و مهم‌ترین دلیل آن، عملکرد بخش دولتی دانسته شده است؛ چراکه همه حقوق کار، از تهیه‌کننده اخذ می‌گردد و امکان فروش لوازم جانبی را ناممکن می‌سازد (یارجواهری، ۱۳۹۵: ۱).

نتایج این پژوهش عمدتاً ناظر بر فرایند تجاری‌سازی پویانمایی است. مراحل متعدد از ایده‌یابی تا فروش، نیازمند کنشگری‌های مختلفی است که پویانمایی ایرانی را با چالش‌های متعدد مواجه می‌کند. به نظر می‌رسد فارغ از محدودیت‌های تولید، خلاقیت و ایده‌یابی اولیه که در بستر فرهنگی جامعه ایران را در خود نهفته دارد، نیازمند توجه جدی باشد.

با توجه به یافته‌های پژوهش در حوزه خلاقیت و ایده‌پردازی پیشنهاد می‌شود در گروه‌های هنری و فعالان عرصه پویانمایی تکنیک‌های ایده‌پردازی برای استارت‌آپ‌ها آموزش داده شود. همچنین ویژگی‌های تفکر خلاق و نحوه افزایش این مهارت به ویژه در بین گروه‌های کارآفرین و فعال در عرصه هنر و صنایع فرهنگی می‌تواند از طریق مؤسسات آموزشی مورد توجه قرار گیرد. با در نظر گرفتن یافته‌های پژوهش، توجه به تحلیل سرمایه فرهنگی مخاطبان از اهمیت زیادی برخوردار است؛ به همین منظور، پیشنهاد می‌شود وضعیت مصارف فرهنگی به ویژه توجه به سرمایه‌های نمادین و عینیت یافته از طریق مطالعه و پایش وضعیت مخاطبان و جامعه هدف مورد توجه قرار گیرد.

یکی از یافته‌های پژوهش، توجه به پرورش چند فرهنگی می‌باشد؛ در همین راستا، می‌توان از طریق تولید محتوای چند فرهنگی و همچنین آموزش سواد و هوش چند فرهنگی، تولیدکنندگان محصولات تجاری افزایش یابند.

## پی نوشت

1. Local market
2. Global Market
3. Cultural Export
4. Cultural technology: A framework for marketing cultural exports
5. Mascot
6. Credibility
7. Transferability
8. Dependability
9. Confirmability

## منابع و مأخذ

- آذر، عادل، واعظی، رضا و محمدپورسرایبی، وحید (۱۳۹۶). طراحی مدل خط‌مشی گذاری تجاری سازی فناوری نانو با رویکرد متدولوژی سیستم های نرم. مدیریت سازمان های دولتی، ۵(۲)، ۹۱-۱۰۷.
- جهرمی، امین پژوهش (۱۳۹۶). مدل سازی عوامل مؤثر بر تجاری سازی دستاوردهای تحقیقات دانشگاهی: رویکردی آمیخته (مورد مطالعه: دانشکده های فنی مهندسی دانشگاه های دولتی شهر تهران). مدیریت صنعتی، ۹(۲)، ۲۶۵-۲۸۶.  
Doi: 10.22059/IMJ.2017.218663.1007135
- روشندل، اربطانی، طاهر، مقیمی، سید محمد، میناوند، محمدقلی، و خواجه بیان، داتیس (۱۳۹۱). چارچوبی برای تجاری سازی نوآوری های دیجیتال در شرکت های کارآفرین رسانه های ایران (مطالعه ای چند موردی). مدیریت بازرگانی، ۴(۱۱)، ۷۱-۸۸.  
Doi: 10.22059/JIBM.2012.28614
- شیرازی، حسین، ایزدخواه، محمد مهدی (۱۳۹۵). رویکرد سیاستی در اقتصاد فرهنگ (مورد مطالعه: تجاری سازی محصولات جانبی پویانمایی). سیاست گذاری عمومی، ۲(۳)، ۱۴۱-۱۶۱.  
Doi: 10.30497/SMT.2022.241208.3255
- قاسمی نژاد، باسر (۱۳۹۶). تبیین فرایند نوآوری فناوریانه: از تولید تا تجاری سازی و انتشار ایده. رشد فناوری، ۱۳(۵۰)، ۲۹-۴۰.  
Doi: 10.7508/jstpi.2017.02.004
- لنگرودی، احمد و صفورا، محمد علی (۱۳۹۲). بررسی موانع اقتصاد مالی و هزینه های تولید صنعتی انیمیشن ایران دهه ۹۰-۱۳۸۰. فصلنامه پژوهش های ارتباطی، ۲۰(۲)، ۱۸۵-۱۶۷.
- لنگرودی، احمد، صفورا، محمد علی و ندائی، امیرحسین (۱۳۹۲). عدم توفیق تولید انبوه انیمیشن در ایران با رویکرد مدیریت تولید، دهه ۱۳۸۰-۱۳۹۰. نشریه هنرهای زیبا- هنرهای نمایشی و موسیقی، ۱۷(۲)، ۶۱-۶۸.  
Doi: 10.2059/jfadram.2013.30304
- مسعودنیا، نوید (۱۳۹۶). بررسی کارکرد شخصیت های مسکات در انیمیشن های تبلیغاتی محصولات غذایی، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده سینما و تئاتر، دانشگاه هنر تهران.
- موسی پور، نعمت اله و درتاج، فریبا (۱۳۸۷). ارزشیابی پویانمایی های دینی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران. تحقیقات فرهنگی ایران، ۱(۳)، ۱۵۷-۱۸۲.  
Doi: 10.7508/ijcr.2008.03.007
- موسوی، سعیده سادات (۱۳۹۶). بررسی تطبیقی سیاست های رسانه ای در صنعت انیمیشن ایران و ژاپن. رساله دکتری تخصصی پژوهش هنر، دانشکده علوم نظری و مطالعات عالی هنر، دانشگاه هنر تهران.
- یارجواهری، مهدی (۱۳۹۵). بهینه سازی تولید انیمیشن در ایران (موانع و راهکارها)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- یحیایی، مهری و حسن زاده، علی (۱۳۹۷). ارائه مدل تجاری سازی فناوری در شرکت های دانش بنیان حوزه ICT. دانش سرمایه گذاری، ۷(۲۶)، ۶۳-۸۲.

- Bok, D. (2009). *Universities in the marketplace: The commercialization of higher education*(49). Princeton University Press.
- Buchan, S. (2013). *Pervasive animation*. Routledge.
- Buckingham, D. (2013). *Beyond technology: Children's learning in the age of digital culture*. John Wiley & Sons.
- Crafton, D. (2011). The veiled genealogies of animation and cinema. *Animation*, 6(2), 93-110.
- Cross, G. S. (2009). *Kids' stuff: Toys and the changing world of American childhood*. Harvard University Press.
- Furnham, A., & Gunter, B. (2008). *Children as consumers: A psychological analysis of the young people's market*. Routledge.
- Goletti, F., Purcell, T., & Smith, D. (2003). Concepts of commercialization and agricultural development. *Agrifood Consulting International Discussion Paper Series*, 8.
- Grimes, S. M. (2015). Playing by the market rules: Promotional priorities and commercialization in children's virtual worlds. *Journal of Consumer Culture*, 15(1), 110-134.
- Han, M. (2017). The Study of Impact of Toy Product on Animation Business and its Activation Plan: Focusing on Animated Toys of Character Licensing Business. *TECHART: Journal of Arts and Imaging Science*, 4(3), 9-14.
- Jiao, H., Wang, Y., Xiao, H., Zhou, J., & Zeng, W. (2017). Promoting profit model innovation in animation project in northeast Asia: Case study on Chinese cultural and creative industry. *Sustainability*, 9(12).
- Jolly, D. (1997). Co-operation in a niche market: The case of fiat and PSA in multi purpose vehicles. *European Management Journal*, 15(1), 35-44.
- Jolly, D. R., & Therin, F. (2007). New venture technology sourcing: exploring the effect of absorptive capacity, learning attitude and past performance. *Innovation*, 9(3-4), 235-248.
- Khofiyah, N. A., Maret, S., Sutopo, W., & Nugroho, B. D. A. (2018). Goldsmith's commercialization model for feasibility study of technology lithium battery pack drone. In *2018 5th International Conference on Electric Vehicular Technology (ICEVT)* 147-151. IEEE.
- Kim, B. S. (2009). A study on the chronology of children's cartoon focused on the character. *Cartoon and Animation Studies*, 179-198.
- Kim, K. O., You, Y. Y., & Jung, J. T. (2018). A Study on Collaboration Performance based on Convergence Business and Technology Commercialization on Innovative Enterprise. *Indian Journal of Public Health Research & Development*, 9(8).
- Kirchberger, M. A., & Pohl, L. (2016). Technology commercialization: a literature review of success factors and antecedents across different contexts. *The Journal of Technology Transfer*, 41(5), 1077-1112.
- Kirchberger, M. A., & Pohl, L. (2016). Technology commercialization: a literature review of success factors and antecedents across different contexts. *The Journal of Technology Transfer*, 41, 1077-1112.
- line, S. (1995). *Out of the Garden: Toys, TV, and Children's Culture in the Age of Marketing*. Verso.
- Laing, D. (2016). Music Hall and the Commercialization of English Popular Music. In *Britpop and the English Music Tradition*(pp. 27-42). Routledge.
- Lasambouw, C. M., Sutjiredjeki, E., & Nuryati, N. (2020). Overcoming the Challenges of Commercializing Research's Products: A Qualitative Research on the Experience of Higher Education in Indonesia. *Soshum: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 10(3), 244-260.
- Lee, H. K. (2011). Introduction: Animation industry at a crossroads. *Creative Industries Journal*, 3(3), 183-187.
- Lent, J. A., & Ying, X. (2013). Chinese Animation: An historical and contemporary analysis. *Journal of Asian Pacific Communication*, 23(1), 19-40.

- M'Chirgui, Z., Lamine, W., Mian, S., & Fayolle, A. (2018). University technology commercialization through new venture projects: an assessment of the French regional incubator program. *The Journal of Technology Transfer*, 43(5), 1142-1160.
- Neeley, S. M., & Schumann, D. W. (2004). Using animated spokes-characters in advertising to young children: Does increasing attention to advertising necessarily lead to product preference?. *Journal of Advertising*, 33(3), 7-23.
- McDuling, John (2014). "Hollywood Is Giving Up on Comedy". *The Atlantic. The Atlantic Monthly Group*.
- Mittell, J. (2004). *Genre and television: From cop shows to cartoons in American culture*. Routledge.
- Morley, B. C. (2007). *National community survey of TV food advertising to children*. Cancer Council Victoria.
- Oderanti, F. O., & Li, F. (2018). Commercialization of eHealth innovations in the market of the UK healthcare sector: A framework for a sustainable business model. *Psychology & Marketing*, 35(2), 120-137.
- Okleshen, C., Baker, S. M., & Mittelstaedt, R. (2000). Santa Claus does more than deliver toys: Advertising's commercialization of the collective memory of Americans. *Consumption, Markets and Culture*, 4(3), 207-240
- Perea, K. (2013). Power girls before girl power: 1980s toy-based girl cartoons.
- Sapir, A. (2019). Mythologizing the Story of a Scientific Invention: Constructing the legitimacy of research commercialization. *Organization Studies*.
- Siegel, D. S., Waldman, D. A., Atwater, L. E., & Link, A. N. (2003). Commercial knowledge transfers from universities to firms: improving the effectiveness of university-industry collaboration. *The Journal of High Technology Management Research*, 14(1), 111-133.
- Song, Y., & Zhang, Y. B. (2008). Cultural Values in Chinese Children's Animation: A Content Analysis of The Legend of Nezha. *China Media Research*, 4(3).
- Spilling, O. R. (2004). Commercialization of knowledge-conceptual framework. In *13th Nordic Conference on Small Business (NCSB) Research*.
- Terrence, M. (2007). CG101: A Computer Graphics Industry Reference. Unique and personal histories of early computer animation production plus a comprehensive foundation of the industry for all reading levels. In "Sound for Film and Television." Boston: Focal Press, 2002. Digital Fauxtography.
- Wasko, J. (2010). Children's virtual worlds: The latest commercialization of children's culture. In *Childhood and consumer culture* (pp. 113-129). Palgrave Macmillan, London.
- Webster Merriam)2019 (, Commercialization, Accessed at: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/commercialize>
- Wei, G., Wei, C., Wang, J., Gao, H., & Wei, Y. (2019). Some q-rung orthopair fuzzy maclaurin symmetric mean operators and their applications to potential evaluation of emerging technology commercialization. *International Journal of Intelligent Systems*, 34(1), 50-81.
- Whiteside, E., Hardin, M., & Ash, E. (2011). Good for Society or Good for Business? Division I Sports Information Directors' Attitudes Toward the Commercialization of Sports. *International Journal of Sport Communication*, 4(4), 473-491.
- Woods, S., Hall, L., Dautenhahn, K., & Wolke, D. (2007). Implications of gender differences for the development of animated characters for the study of bullying behavior. *Computers in Human Behavior*, 23(1), 770-786.
- Yanhua, H. (2010). On Protecting the Copyright of Cartoon Character Commercialization. *Journal of Anhui Vocational College of Police Officers*, (1), 4.
- Amidi, Amid (2016). "NY Film Critics Didn't like a Single Animated Film This Year". Cartoon Brew. [In Persian]

- Azar, Adel, Vaezi, Reza and Mohammadpour saraei, Vahid (2016). Designing a policy model for the commercialization of nanotechnology with a soft systems methodology approach. *Management of Government Organizations*, 5(2), 91-107. **[In Persian]**
- Ghaseminejad, Yaser (2016). Explaining the technological innovation process: from production to commercialization and dissemination of ideas. *Technology Growth*, 13(50), 29-40. **[In Persian]** Doi: 10.7508/jstpi.2017.02.004
- Langroudi, Ahmad & Safora, Mohammad Ali (2012). Investigating financial and cost obstacles to the industrial production of animation in Iran in the 1380s-1990s. *Communication Research Quarterly*, 20(2), 167-185. **[In Persian]**
- Langroudi, Ahmed, Safora, Mohammad Ali & Nadai, Amirhassan (2012). The failure of mass production of animation in Iran with the approach of production management, 1380-1390. *Journal of Fine Arts-Performing Arts and Music*, 17(2), 61-68. **[In Persian]**
- Masoudnia, Navid (2016). Investigating the function of mascot characters in food product advertising animations, master's thesis, Faculty of Cinema and Theater, Tehran University of Arts. **[In Persian]**
- Mousavi, Saeedeh Sadat. (2016). Comparative study of media policies in Iranian and Japanese animation industry. *Doctoral thesis on art research, Faculty of Theoretical Sciences and Advanced Art Studies*, Tehran University of Art. **[In Persian]**
- Musipour, Nemat Allah & Dortaj, Fariba (2008). Evaluating the religious animations of the Islamic Republic of Iran TV. *Cultural Research of Iran*, 1(3), 157-182. **[In Persian]**  
Doi.org/10.7508/ijcr.2008.03.007
- Nagel, Jan. (2016). "Gender in Media: Females Don't Rule" .*Animation World Network*. **[In Persian]**
- Pajohesh, Amin (2016). Modeling factors affecting the commercialization of university research achievements: a mixed approach (case study: technical and engineering faculties of Tehran state universities). *Industrial Management*, 9(2), 265-286. **[In Persian]**  
Doi: 10.22059/IMJ.2017.218663.1007135
- Roshandel, Arbatani, Taher, Moghimi, Seyed Mohammad, Minavand, Mohammad Qoli, & Khajeh Yayan, Datis (2011). A framework for the commercialization of digital innovations in Iranian media entrepreneurial companies (a multi-case study). *Business Management*, 4(11), 71-88. **[In Persian]** Doi:10.22059/JIBM.2012.28614
- Shahhosseini, A., & Ardahaey, F. T. (2011). Marketing mix practices in the cultural industry. *International Journal of Business and Management*, 6(8), 230. **[In Persian]**
- Shirazi, Hossein, Izadkhan, Mohammad Mahdi (2015). A policy approach in the economy of culture (case study: commercialization of animation by-products). *Public Policy*, 2(3), 141-161. **[In Persian]** Doi: 10.30497/SMT.2022.241208.3255
- Shoja, M., Heshmati Nabavi, F., Ramezani, M., & Saki, A. (2018). Effect of a preoperative preparation program on anxiety in school-age children undergoing surgery using a factorial design. *Evidence Based Care*, 7(4), 30-37. **[In Persian]** DOI: 10.22038/EBCJ.2017.28381.1688
- Yahyai, Mehri & Hassanzadeh, Ali. (2017). Presenting the technology commercialization model in knowledge-based companies in the field of ICT. *Investment Knowledge*, 7(26), 63-82. **[In Persian]**
- Yarjawaheri, Mehdi (2015). Optimization of animation production in Iran (obstacles and solutions), *Master's thesis, University of Broadcasting of the Islamic Republic of Iran*, Faculty of Broadcasting of the Islamic Republic of Iran. **[In Persian]**

## Fire in the art of Iranian painting: Semantics and symbolic dimension of “fire” in Iranian culture

*Ali Hariri, Master of Arts Research Department of Higher Art Studies, Faculty of Visual Arts, Faculty of Fine Arts, University of Tehran, Tehran (Corresponding Author)*

*alihariraa473@gmail.com*

*Mozafar Ali Chavoshi, Master of Arts Research in Tehran Art University.*

*ali.chavoshi8956@gmail.com*

### Abstract

Fire symbolizes various meanings, including transformation, passion, purification, and energy. Artists across cultures have used fire as a powerful metaphor, leveraging its dynamic and unpredictable nature to convey themes of life, creativity, and the cyclical nature of existence. Fire's dual characteristics of destruction and creation make it a rich symbol in traditional artistic expression, offering a versatile and profound representation of human experiences and emotions. This research seeks to answer the fundamental question: how are images and motifs of fire depicted in Iranian miniature painting, and what symbolic role has it played in Iranian culture and art? The specific objectives of this study are to examine the semantics and status of fire in Iranian culture and art (ancient and Islamic periods), analyze the symbols of fire in Iranian miniature art, and identify the various functions and roles of fire in this art form. Therefore, this article aims to explore, using a descriptive-analytical method and drawing from documentary and library sources, fire in ancient beliefs, fire in ancient and Islamic Iran, light and fire, the status of fire in Iranian culture, and the depiction of fire in Iranian miniature painting. The findings indicate that in ancient Iranian art, fire is often associated with Zoroastrianism. Additionally, fire symbolizes enlightenment, wisdom, and the eternal struggle between good and evil in Iranian artistic expression. In the Islamic period, the fire symbol in Iranian miniature art retained its significance and intertwined with Islamic concepts. In Islamic miniature art, fire appears as a symbol of light, inspiration, and connection to the spiritual world, represented in flaming scenes in religious and spiritual contexts. In Iranian mystical literature, fire has also been used as a symbol of love, knowledge, and spirituality. Ultimately, it is concluded that Iranian miniaturists, throughout different eras, have been aware of the distinction between divine light fire and burning fire, depicting it through the differentiation of form and color in various types of fire. While its theoretical foundations may have dissolved into history, its impact has persisted as a tradition in Iranian-Islamic visual culture. Thus, the symbol of fire in Iranian miniature art during the Islamic period has continued to be present and merged with Islamic concepts, reflecting the spiritual and mystical dimension of this element.

### Keywords

Keywords: Fire, Ancient Iran, Flame, Miniature Painting, Symbol.





## آتش در هنر نگارگری ایرانی: معناشناسی و بعد نمادین «آتش» در فرهنگ ایرانی

علی حریری<sup>۱</sup>، مظفرعلی چاوشی<sup>۲</sup>

### چکیده

نماد آتش مظهری از معانی مختلف است. از جمله این معانی دگرگونی، اشتیاق، پاک‌سازی و انرژی است. هنرمندان در سراسر فرهنگ‌ها از آتش به‌عنوان یک استعاره قدرتمند استفاده می‌کنند. این افراد ماهیت پویا و غیرقابل پیش‌بینی آن را برای انتقال مضامین زندگی، خلاقیت و ماهیت چرخه‌ای هستی به تصویر می‌کشند. ویژگی‌های دوگانه آتش که هم قادر به تخریب و هم خلقت است، آن را به نمادی غنی در بیان هنری سنتی تبدیل می‌کند که نمایشی همه‌کاره و عمیق از تجربیات و احساسات انسانی ارائه می‌دهد. لذا این پژوهش در پی پاسخ‌گویی به پرسش اساسی است که: چگونه تصاویر و نقوش آتش در نگارگری ایرانی بازنمایی شده است؟ و چه نقش نمادینی در فرهنگ و هنر ایران داشته است؟ اهداف این پژوهش به‌طور خاص، عبارت‌اند از: بررسی معناشناسی و جایگاه آتش در فرهنگ و هنر ایرانی (دوران باستان و دوران اسلامی)، تحلیل نمادهای آتش در هنر نگارگری ایرانی، شناسایی کارکردها و نقش‌های مختلف آتش در هنر نگارگری ایرانی. لذا این مقاله درصدد است تا با شیوه توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از منابع اسنادی و کتابخانه‌ای به بررسی آتش در باورهای کهن، آتش در ایران باستان و دوره اسلامی، نور و آتش، جایگاه آتش در فرهنگ ایران و نیز چگونگی ترسیم آتش در نگارگری ایران بپردازد. نتایج حاکی از آن است که در هنر ایران باستان آتش اغلب با دین زرتشتی، مرتبط است. علاوه بر این، آتش نماد روشنگری، خرد و مبارزه ابدی خیر و شر در بیان هنری ایرانی است. در دوران اسلامی، نماد آتش در هنر نگارگری ایرانی همچنان جایگاه مهمی داشته و با مفاهیم اسلامی درهم‌تنیده شده است. در هنر نگارگری اسلامی، آتش به‌عنوان نماد روشنائی، الهام و ارتباط با جهان معنوی ظاهر می‌شود و به‌مانند شعله‌های آتشین در صحنه‌های مذهبی و دینی به‌کاررفته است. در ادبیات عرفانی ایرانی نیز، آتش به‌عنوان نماد عشق، معرفت و معنویت مورد استفاده قرار گرفته است. در نهایت چنین نتیجه می‌شود که نگارگر ایرانی، در اعصار گوناگون از تمایز میان آتش نور الهی و آتش سوزاننده مطلع بوده است و آن

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۰۶

۱. فارغ‌التحصیل کارشناسی‌ارشد پژوهش هنر، گروه مطالعات عالی هنر، دانشکده هنرهای تجسمی، دانشکده‌گان هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Alihariraa473@gmail.com

۲. فارغ‌التحصیل کارشناسی‌ارشد پژوهش هنر، دانشکده هنر تهران، تهران، ایران.

Ali.chavoshi8956@gmail.com

را در تمایز میان فرم و رنگ انواع آتش به تصویر کشیده است. هرچند که ممکن است، مبانی نظری آن در دل تاریخ حل شده باشد، اما تأثیر آن، همواره به صورت یک سنت، در فرهنگ تصویرسازی ایرانی - اسلامی باقی مانده است؛ بنابراین، نماد آتش در هنر نگارگری ایرانی در دوران اسلامی همچنان حضور داشته و با مفاهیم اسلامی تلفیق شده است و بیانگر بعد معنوی و عرفانی این عنصر است.

### واژگان کلیدی

آتش، ایران باستان، شعله، نگارگری، نماد.

## مقدمه

آتش به عنوان یکی از چهار عنصر اصلی طبیعت (آب، خاک، باد و آتش)، همواره در فرهنگ و تمدن ایرانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده است. این عنصر طبیعی که از دیرباز در اعتقادات و باورهای ایرانیان مقدس شمرده می‌شده، در طول تاریخ ایران، به ویژه در دوران باستان و دوران اسلامی، نقش‌های گوناگونی را ایفا کرده و معانی مختلفی را به خود اختصاص داده است. در حوزه هنر نگارگری ایرانی، آتش به عنوان یکی از مهم‌ترین نمادها و عناصر تصویری مورد استفاده قرار گرفته است. این عنصر طبیعی، در نگاره‌های ایرانی، پیوندی عمیق با مفاهیم معنوی، مذهبی و نمادین داشته و به شکل‌های متنوعی در آثار ظاهر شده است. از هاله‌های دایره‌سان روشن گرفته تا شعله‌های زبانه کشیده و مقدس، آتش همواره به عنوان نماد روشنایی، پاکی، معرفت و ارتباط با جهان معنوی مطرح بوده است. فراتر از این، آتش در هنر نگارگری ایرانی، در طول دوران مختلف تاریخی، به ویژه در دوران باستان و دوران اسلامی، دارای ابعاد نمادین متفاوتی بوده است. در دوران باستان، آتش عموماً نماد خورشید، قدرت و حاکمیت بوده، اما در دوران اسلامی، این نماد با تفسیرهای عرفانی و اسلامی همراه شده و به عنوان نماد روشنایی، معرفت و عشق الهی مطرح گشته است. همچنین، در آیین‌های مذهبی اسلامی، آتش به عنوان نماد پاکی و تطهیر نیز به کار رفته است. در این مقاله، با بررسی معناشناسی و ابعاد نمادین آتش در فرهنگ و هنر ایرانی، به ویژه در حوزه نگارگری، به نقش و جایگاه این عنصر طبیعی در آثار هنری و نمادین ایرانیان خواهیم پرداخت و به مهم‌ترین کارکردها و نمادپردازی‌های آن در هنر نگارگری ایرانی اشاره خواهیم کرد.

## پیشینه پژوهش

در باب وجه نمادین آتش، جایگاه و معناشناسی آن در آیین‌ها، مذاهب و همچنین فرهنگ و هنر ایران زمین تحقیقات بسیاری توسط پژوهشگران انجام شده است. از جمله پژوهش‌های صورت گرفته در سال‌های اخیر می‌توان به مقاله اسماعیل فروزان‌کیا و ابراهیم استاجی تحت عنوان «تجلی آتش در اساطیر و ادیان» (۱۳۸۹) اشاره کرد. این نویسندگان، از پیشینه آتش به عنوان یکی از عناصر چهارگانه در ادیان مختلف و اسطوره‌ها یاد می‌کنند. در تحقیقی دیگر، با عنوان «چند سویگی معنائی آتش در معراج نامه تیموری» (۱۳۹۲)، به نویسندگی علی عباسی مراتب مختلف آتش مورد بررسی قرار می‌گیرد. از آنجاکه در این معراج نامه، شعله‌های آتشین بسیاری در نمادهای مختلف وجود دارد، بنابراین به کشف معناهای آن می‌پردازد. مقاله مذکور به مطالعه مفاهیم مختلف آتش و چگونگی تغییر کارکرد معنایی آن در این معراج نامه نیز توجه داشته است و سعی دارد علاوه بر بررسی پیوند نور و نار در این نسخه، مراتب مختلف آتش در آن را نیز با بینش اسلام

نگارگر تیموری مطابقت دهد. همچنین مقاله‌ای با عنوان بررسی عناصر چهارگانه آب، باد خاک و آتش در شعر عنصری (۱۳۹۷)، به تحریر سهراب سعیدی اشاره داشت. این تحقیق، مربوط به رشته ادبیات فارسی است؛ بدین گونه در ابتدا عناصر اربعه (چهارعنصر آب، باد، خاک و آتش) را در اساطیر و ایران باستان مورد بررسی قرار می‌دهد و سپس به جایگاه این عناصر در ادبیات فارسی کهن ایرانی می‌پردازد. با توجه به مطالعه پیشینه‌های موضوع انجام‌گرفته می‌توان گفت، وجه تمایز این پژوهش در نوع رویکرد نمادپردازانه و نوع تقسیم‌بندی نمادهای آتش در نگاره‌های برجای مانده از نسخ ایرانی است.

### روش پژوهش

روش تحقیق در این پژوهش به صورت توصیفی - تحلیلی است. این روش شامل مطالعات توصیفی است که از طریق جمع‌آوری اطلاعات و مستندات مربوط به نقش و جایگاه آتش در هنر و فرهنگ ایران (باستان و دوره اسلامی) از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی اسناد تصویری و توصیف دقیق و مبسوط ویژگی‌ها و نمادهای آتش در آثار نگارگری ایرانی به دست می‌آید. همچنین مطالعات تحلیلی این پژوهش شامل تجزیه و تحلیل محتوایی نمادها و معانی نهفته در تصاویر آتش در آثار نگارگری، تحلیل تطبیقی برای درک تحول مفهوم و نمادپردازی آتش در طول تاریخ هنر ایران و تفسیر و استخراج ابعاد نمادین و معناشناختی آتش در هنر نگارگری است بنابراین، روش تحقیق این پژوهش ترکیبی از مطالعات توصیفی و تحلیلی است تا بتواند به فهم عمیق‌تر و جامع‌تری از نقش نماد آتش در هنر نگارگری ایرانی دست یابد.

### معنای نمادین آتش

همه خصایص آتش دوگانه است. «شارل گیوم شیله»<sup>۱</sup>، به سال (۱۷۸۱ م) در کتاب «رساله در شیمی هوا و آتش»، از دشواری‌های بی‌شماری که در پژوهش، با آن‌ها روبروست و وی نتوانسته درباره خواص حقیقی آتش، بیش از آنچه معلوم و دانسته است، شناختی به دست آورد، سخن می‌گوید (عابد دوست، ۱۳۹۳). «محمد بن محمود بن احمد طوسی»<sup>۲</sup> در کتاب خود «عجایب المخلوقات و غرایب الموجودات»<sup>۳</sup> می‌نویسد: «بدان که آتش همه عالم را فراگرفته است و هیچ سنگی و چوبی از آتش خالی نیست. گر جاهلی چوبی بردارد گوید آتش کجاست گوییم: طریق استخراج هر چیزی ظاهر است؛ چنانکه دو چوب را بر هم زنند، آتش ظاهر گردد یا سنگ بر آهن زنند [...] پس آتش در جزءها پنهان است؛ چنانکه عسل در شکم زنبور» (طوسی سلمان، ۱۳۴۵).

آتش زیاست. اگر به درستی حفظ و نگاهداری و مهار شود، محرک تولیدمثل است و بخشاینده نیرو؛ جوانی را بازمی‌گرداند و می‌زاید و مولد است. مثال این

نگرش وجود ققنوس در باورهای کهن اساطیری است. از طرفی، آتش پاک‌کننده و زداینده نیز هست و همه چیزهای بد و شوم را نابود می‌کند. در نهایت، آنچه کششی رمزآمیز و فطری میان انسان و منابع نور و آتش برقرار می‌کند، همان خصوصیات نیمه مادی و نیمه معنوی و انرژی بخشی آتش است. انسانی که همواره دغدغه جاودانگی و پیوستن به ابدیت را دارد، می‌داند که باید به پاکی روح و سرشت دست یابد تا آن مهم نیز ممکن شود و در این راه در میان چهارعنصر طبیعت تنها آتش را دارای قدرت جادویی می‌یابد. آب پاک‌کننده جسم و آتش تطهیرکننده روح تلقی می‌شود؛ انسانی که در دوران کهن با پرستش خورشید و نکوداشت، آتش، به دنبال رهایی روح و رسیدن به الوهیت بود، امروزه در غسل تعمید<sup>۴</sup> با آب آن را باز می‌جوید.

«این سنت را یحیی معمدان<sup>۵</sup>، پایه گذاشت؛ اما انجیل، انسان را وعده می‌دهد که من شما را با آب تعمید می‌دهم؛ ولی خواهد آمد آن بزرگ‌تر از من که شما را با آتش روح القدس، تعمید خواهد داد» (انجیل، مرقس آیه ۸). این چنین آتش قدرتی فرای دیگر عناصر دارد و آن چیز را که دیگر آب توان پاک‌کنندگی آن را ندارد، آتش تطهیر خواهد کرد. «در تمامی کتب دینی وعده داده شده که در آخرالزمان آتش در زمین روان می‌شود و همه چیز را فرامی‌گیرد؛ چراکه تنها آتش است که قدرت آن را دارد که همه چیز را پاک کند و چون گوهر اولیه درخشان سازد» (نیک خواه و پورمند، ۱۳۹۰).

آتش، نمادی که در هنرهای سنتی به عنوان پرچم دار تجدد و انرژی، در قالب رقصانده‌ها، مراسم دینی و نمایش‌های هنری به تداوم زندگی و امید نشان داده می‌شود. نقاشان، نوازندگان و هنرمندان، با ابتکارهای خلاقانه خود، آتش را به عنوان نمادی از ابتکار، شور و تجسم زندگی به تصویر می‌کشند. این متن درگیر با تعبیرهای متنوع هنرهای سنتی از آتش و نقش آن در ایجاد ارتباط عمیق با انسان و جهان است. قدیمیان معتقد بودند جهان از چهارعنصر تشکیل شده است؛ آتش، آب باد و خاک؛ باین وجود، براساس نظریات فلسفی، در طبیعت تنها، سه آخشیج<sup>۶</sup> وجود دارد: زمین (خاک و هوا (باد)) و آب به اعتقاد «هیروسم کاردانوس»<sup>۷</sup>: «آتش، اصل نیست؛ بلکه عنصری است وابسته به سه عنصر دیگر و از آسمان آمده است. به عقیده وی، طبیعت گرمایی به غایت معتدل، در آسمان به جای نهاده است که همه چیز از آن زاده می‌شود. [...] بنابراین آتش که چنین پدیدآمده، عنصر نیست» (پیر بایار، ۱۳۹۶).

در اعتقادات یهود نیز، عنصر زمین (خاک) حذف شده ولی آتش باقی و محفوظ مانده است؛ بدین‌گونه، آتش جا و مقام بس ممتاز و شامخی پیدا کرد و رفته‌رفته کیفیتی مینویی و آسمانی یافت؛ چراکه آتش نور و گرمابخش همواره در حیات معنوی تمدن‌ها وجود داشته‌اند. آتش نماد پاکی است، گاهی در برخی

از آثار هنری و مذهبی به جای هاله‌مدور نورانی از شعله‌های آتش در اطراف سر یا پیکره افراد مقدس استفاده می‌شود که در بردارنده معنایی یکسان و مفهومی مشابه هستند. آتش را می‌توان یکی از چهار عنصر پایه موجود در طبیعت شمرد. «ارسطو<sup>۱</sup> و اکثر حکما از زمین (خاک)، هوا (باد)، آب و آتش سخن گفته‌اند. آتش دارای جایگاهی شاخص‌تر است؛ چون سه عنصر دیگر به زمین نزدیک‌تر هستند» (پیر بایار، ۱۳۹۶: ۲۰).

همچنین آتش زنده‌ترین عنصر موجود در طبیعت است؛ چون در مقایسه با دیگر عناصر، فعال‌ترین و پویاترین آن‌ها محسوب می‌شود. آتش در آئین زردشت نماینده راستی نیز است. تمام دروغ را می‌سوزاند و باعث تجلی باشکوه احق می‌شود. در واقع می‌توان گفت که آتش جلوه برون‌ذاتی راستی، درستی و جلوه درون‌ذاتی خود است. آتش دارای خصلتی روحانی نیز است؛ روشنی می‌بخشد؛ درخشان و فروزان است و نقش رهبر و راهنما را نیز ایفا می‌نماید. روشنایی آن خصلت تقدس و وسیله اشراق است. در عین حال موجب تطهیر و تصفیه نیز است. آتش عناصر را تفکیک و ترکیب می‌کند، جسم ناقص را به کمال می‌رساند و از صافی می‌گذراند، انسان به برکت این استحاله و به حکم قانون تکامل، ارتقا و اعتلا می‌یابد و به عالم مینوی عروج می‌کند.

«برخی از عارفان ایرانی معتقدند، خاک غلیظ و آتش از هوا لطیف‌تر؛ هرکدام لطیف‌تر است، مکان وی در عالم بالاتر، نفوذ وی زیاد، مشمول و احاطه وی بیشتر است» (نسفی، ۱۳۹۲: ۳۷۷). پس آتش از هوا بالاتر است؛ چراکه رو به سوی اعلا و مقامی رفیع‌تر دارد. «نجم‌الدین کبری»<sup>۲</sup> نیز وجهی دیگر را مطرح نظر قرار داده است. وی عروج انسان کامل و نورانی را در باز پیوستن دو نور آتشین که یکی از آسمان می‌آید و دیگری از فرد زمینی برمی‌خیزد، بیان می‌دارد. در بسیاری از ادیان، آتش تجلی نور خداست. در دین زردشت، آتش نماد اهورامزدا و کانون عبادت‌های روزانه است. واقعاً چه چیزی می‌تواند بیش از یک شعله پاک بی‌آلایش نماینده طبیعی و والای خدا باشد که خود نور جاودانی است.

والایی آتش چنان بوده که آن را برآمده از اورمزد<sup>۳</sup> و یکی از ایزدان انگاشته‌اند. آتش، منشأ مفهوم‌سازی‌های متنوع و در بسیاری موارد، متضاد با متباین می‌باشد. آتش نماد تعالی نیکی، ارتقا، کمال، مظهر خشم، شهرت، سرکشی عصیان و نیز بالاگرایی چالاکي نشاط‌آوری چندگونگی، جاندارنمایی، مهابت قدرت تخریب ناآرامی طغیانگری سرکشی و سوزاندگی می‌باشد. در سیر اندیشه عرفانی-فلسفی ایران، در حکمت اشراق نیز آتش اهمیت نمادین و ویژه‌ای دارد؛ در حقیقت وجود نور مؤثر است. شرافت منصب خلافت در عالم قدس به نور اسپهبدی انسان و در عالم عناصر به آتش محسوس، اختصاص یافته و نورالانور ذات حق تعالی است. در قرآن کریم نیز گاه تصاویر متعالی از آتش به چشم می‌خورد که از جمله

می‌توان به میقات حضرت موسی (ع) با حضرت حق اشاره کرد (سوره طه، آیه ۱۰). در این واقعه به نوعی آتش وسیله تجلی خداوند بر موسی است. قرآن آمده است که آفرینش ابلیس و جنّ از آتش بوده است. برخی از مفسران این استدلال را بررسی کرده‌اند و دلایل چندی آورده‌اند که برخلاف ادعای ابلیس، خاک برتر از آتش است. گفته‌اند در خاک استعدادهایی است که در آتش نیست. همچنین در قرآن مجید آمده است که معجزه برخی از پیامبران این بود که آتشی به گونه خارق عادت پدیدار می‌شد و قربانی را که برای تقدیم به پیشگاه خدا فراهم آورده بودند، می‌سوزاند. یهودیان از پیامبر اسلام نیز چنین معجزه‌ای خواستار شدند و قرآن به آنان پاسخ داد که شما این معجزه را از برخی پیامبران پیشین خواستید و آن‌ها آن را آوردند، ولی به آن باور نیاوردید (آل عمران، ۱۸۳). در قرآن و حدیث واژه آتش (نار)، بیش از هر مورد دیگر در مورد عذاب آخرت به کاررفته است. در این کتاب‌ها آتش وسیله عذاب جسمانی اصلی کافران، مشرکان و گناهکاران در سرای دیگر است. برخی از اینان در آتش جاودان خواهند بود و برخی دیگر تنها مدت معینی عذاب آن را خواهند چشید. تعبیرات قرآن در این باره متفاوت است (فخر رازی، ۲۳۲). در پاره‌ای از موارد تعبیر «عذاب النار» به کاررفته، در موارد دیگری تعبیر «نار جهنم» آمده و در موارد بسیار از این آتش اخروی با دو اصطلاح معروف «جهنم» و «جحیم» تعبیر شده است (میبدی، ۱۳۵۷: ۳۷۴).

### آتش در باورهای کهن

همان‌گونه که مدنیت با کشاورزی آغاز شد، صناعت نیز با معجزه کشف آتش ممکن گشت. شعله‌های شکل شده [در] دور خورشید، در سنگ‌نگاره‌های غاری عصر دیرینه‌سنگی و تکرار این نقش در دوره‌های بعد دلیلی بر خورشیدپرستی است. نور و آتش به تدریج در دوره‌های تمدن پا به عرصه زندگی معنوی مردمان گذاشتند و [...] اسطوره‌های ملل جدید را پایه‌ریزی نمودند.

خدای شَمَش، در تمدن بین‌النهرین، خورشید، خدای مصر (بعدها در رع<sup>۱۱</sup> خپری<sup>۱۲</sup> و آتوم<sup>۱۳</sup> تجلی کرد)، پنج خورشید، خدای ریگ و دای هندی<sup>۱۴</sup>، سپس آگنی<sup>۱۵</sup> و نمادپردازی رقص شیوا نمونه‌هایی از حضور همیشگی تقدس و نگاه رمزآلود به عنصر گرما و آتش در تفکرهای کهن است. خورشید و ماه از طریق تصاویر ایرانی و یونانی خورشید. خدایان به تمدن روم رسید و کم‌کم در دین مسیح رسوخ کرد و عیسی (ع) به عنوان خورشید درستکاری شهرت یافت (دادور و منصور، ۱۳۸۵).

### آتش در ایران باستان

وجود آتشکده‌های متعدد در ایران باستان، خبر از جایگاه رفیع آتش و تقدس آن در آموزه‌های دینی، همچنین تفکر ایرانی می‌دهد. این تقدس آتش به دوران هندواروپایی بازمی‌گردد. آتش یا آذر در فارسی میانه (ataxs یا azar) و در اوستا

(atar) نامیده می‌شود. وی ایزدی است که او را پسر اورمزد به شمار آورده‌اند و آتش روشن نشانهٔ مرئی حضور هرمزد<sup>۱۶</sup> است. طبق بندهش هفتمین و آخرین آفریدهٔ مادی، آتش است که درخشش از روشنی بیکران نشان‌دهندهٔ جایگاه هرمزد است (هینلز، ۱۳۷۱).

در تفکر انسان شرقی، آتش دوست برادر و نزدیک‌ترین خویشاوند بشر است؛ آتش موجودات پلید را می‌راند و حیوانات درنده را شبانگاه از حمله به مأوای مردمان بازمی‌دارد. از دیگر علل سودمندی آتش، نقش این عنصر به عنوان پیک خدایان نزد مردمان است؛ چراکه آتش نفقه و قربانی‌های جهانیان را نزد خدایان می‌برد.

در آیین زرتشتی، آتش مرکزیت دارد؛ حضور سه گروه آتش مقدس آیینی، پنج نوع آتش مینوی و سه آتشکدهٔ بزرگ اساطیری نشان از تقدس و نگاه الوهی به عنصر آتش است. در دین کنونی زرتشتی، آتش چنان مقدس است که نه نور خورشید باید بر آن بیفتد و نه چشم کافری آن را ببیند. در آیین زرتشتی زندگی پس از مرگ نیز با حضور آتش آمیخته است. آذرفرنبغ<sup>۱۷</sup> به صورت آتشی روشنگر، تاریکی را از بین می‌برد و روان مرده را از پل چینود<sup>۱۸</sup>، به سلامتی عبور می‌دهد. از نظر امشاسپندان<sup>۱۹</sup>، اردیبهشت حافظ آتش است. آتش از نظر جنسیت مذکر است. براساس بندهش<sup>۲۰</sup> در پایان سه هزارهٔ دوم، اهریمن به آفرینش هرمزدی [تازید] و آتش را به دود و مه سوزندگی [آلایید] چنان که آن نبرد بزرگ در آغاز با بارش باران و آب و باد بود. این نبرد نهایی با تابش و تف و گرمای آتش و باد آتش افزای است.

با توجه به مطالبی که گفته شد، بدیهی است آتشی که این چنین پررمزوراز است در طول زمان، انگاره‌ای عارفانه به خود بگیرد و دربردارندهٔ اسراری شود که قدرت رساندن انسان به معبود ازلی خویش را دارد؛ معبودی که روشنایی و نور مطلق است. اگرچه آیین‌های مرتبط با آتش درگذر تاریخ دچار تحول شد؛ اما ارتباط میان، نور، روشنایی آتش و گرما همچنان باقی ماند و بی‌شک شناخت هرچه بهتر این مفاهیم، باعث درک صحیح‌تر و عمیق‌تر از مضامین آتش و تجلیات باورهای به آن در هنرهای شکلی خواهد شد.

## نور و آتش

شکل و نماد آتش در تمامی تمدن‌ها، بیان‌کنندهٔ معانی رمزآلودی هستند که دربردارندهٔ عقاید سنت‌ها و کارکردهای فراطبیعت نور و آتش در فرهنگ‌های گوناگون هستند. این تصاویر بنا به ماهیت سبک‌شناسانه و کاربردی، خود اشکال متنوعی را شامل می‌شوند؛ مثلاً انرژی و گدازندگی آتش غالباً با اشکال دندانه‌دار و پیچان شکل می‌شود. هرچند که گسترهٔ معانی رمزی آتش در تصاویر به جای مانده از فرهنگ‌ها و تمدن‌های گوناگون، بسیار وسیع و دامنه‌دار است؛ اما در این میان دو کارکرد متفاوت ولی مشترک، اهمیت بیشتری دارد.

از شکل آتش به عنوان جانشینی برای بیان شکلی الوهیت و تقدس استفاده شده

و یا به عنوان عنصری سوزاننده و گدازنده، مثلاً در تصاویر دوزخ به کاررفته است. ظهور الوهیت به شکل آتش در هنرهای بصری، ریشه اعتقادات مذهبی و دینی دارد؛ به روایت تورات<sup>۲۱</sup>، «در کوه طور<sup>۲۲</sup> نور خدا به صورت آتشی بر موسی (ع) تجلی می‌کند آتشی که شعله‌ور است اما نمی‌سوزد» (خروج، ۳: ۳-۲). «ابلیس نیز، هنگامی که بر حضرت آدم (ع) سجده نمی‌کند به آفرینش خود از آتش استدلال می‌کند» (اعراف، ۱۳-۱۱)، «آتشی که خداوند از آن، جنیان را خلق کرد و در قرآن این آتش رخسندۀ شعله آتش است» (الرحمن، ۱۵).

### جایگاه آتش در فرهنگ ایران باستان

نکوداشت و نیایش آتش از دوران باستان در ایران رواج داشته است. «آریایی‌ها معتقد بودند آتش، جوهر هستی، زندگی و اساس آن است. همچنین تصور می‌کردند میان روح نیاکان ایشان و آتش، ارتباط و نزدیکی وجود دارد» (عقیقی، ۱۳۷۴: ۴۰۵-۴۰۶). علت این که آتش پرستی و نیاپرستی با یکدیگر ارتباط داشته‌اند، نیز همین موضوع است. پرستش آذر از رسوم و آداب بسیار قدیم ایرانیان است؛ چراکه دارای اهمیت خاصی بوده و آن را با تشریفات و مناسکی همانند آنچه آریایی‌ها در هند به آن «عنصر فروزان» می‌گفته‌اند، شبیه می‌دانند. در آیین و دایی خدای آتش «اگنی»<sup>۲۳</sup> نام دارد. در آداب ایرانیان، نامی از این خدا برده شده است (عقیقی، ۱۳۷۴: ۴۰۵-۴۰۶).

در دین میترا، آتش از نیرویی پاک‌کننده برخوردار است. آتش شیر را که از صفات میترا است، با میترا و خورشید مرتبط می‌سازد و اینان با ارباب خورشید ارتباط می‌یابند (ورمازرن، ۱۳۹۰: ۲۵). زردشت به آتش جنبه اخلاقی و معنوی داد و آن را علامت و نشانه زنده‌ای از پاکی و طهارت دانست. در نظر زرتشتیان توجه آنان به آتش دلیل بر آتش پرستی نیست؛ بلکه نظیر توجه مسلمین به قبله و احترام مسیحیان به صلیب است (باشلار، ۱۳۹۴: ۱۶۸).

در آیین مزدیسنا، آتش نماد فروغ و روشنایی بی‌پایان و جاودانه است و فروغ آتش، جلوه‌ای از فروغ اهورامزدا است و همه روشنایی‌ها از پرتو خورشید تا ماه و اختران و چراغ همه درخور بزرگداشت و ارج نهادن هستند؛ چون پرتوی از کانون فروغ بی‌کرانه هستند (بختورتاش، ۱۳۹۱: ۱۷۴).



شکل ۱. سنگ حک شده با طرح ایزد آتش بر روی آتشدان، کتابخانه ملی، پاریس.

مانویان سرچشمه هستی را میترا با مهر (نورالانوار) یا به گفته عامیانه روشنان روشن می‌دانستند. میترا با مهر جزء سرچشمه زندگی مادی و از دیدگاه جهان بینی و فرهنگ باستانی ایران سرچشمه فروغ و مهر مینوی نیز هست. از زمان مادها در نزدیکی هرسین نقشی به جا مانده‌است که یک ایرانی را در برابر آتش به شکل کشیده است. از دوره هخامنشیان نیز نقش‌های برجسته باقی مانده است. بدین صورت که شاه را در برابر قربانگاهی که در آن آتش مقدس مشتعل است، نشان می‌دهد. در این نقش‌ونگار، وی مشغول مراسم بخشش و فدیة است و بالای سر او قرص بالدار دیده می‌شود. در دوره ساسانیان هم نقش آتشدان یکی از نقوش ملی شد که بر سکه‌های پادشاهان این سلسله نیز نقش گردید (معین، ۱۳۶۳، ج ۱، ۲۷۹)، (شکل ۲).



شکل ۲. سکه دوره ساسانی با نقش آتشدان، (پوپ، ۱۳۸۰، ۲۵۴).

## جایگاه آتش در فرهنگ دوره اسلامی

از منظر دین اسلام و قرآن کریم، آتش نقش و جایگاه مهمی دارد که مفهوم آن در چهار دسته به شرح زیر به کاررفته است. دسته اول به داستان آتش در آفرینش اشاره می‌کند. قرآن کریم به خلقت آتش توسط خداوند متعال اشاره دارد (الرحمن، ۱۵): «و آتش را آفرید که دارای شعله است». آتش به عنوان یکی از چهار عنصر اساسی آفرینش (آب، خاک، هوا و آتش) در اسلام شناخته شده است که نخستین بار از آن طریق که خداوند آن را آفرید و سپس به خدمت بشر گرفت، جایگاه مهمی در آفرینش پیدا کرد.

دسته دوم مفهوم و جایگاه آتش در داستان‌های قرآنی است همچون داستان حضرت موسی (ع) و ظهور آتش در کوه طور (طه، ۱۰-۱۲) «موسی در کوه طور آتشی را مشاهده کرد و از آن به نزد قوم خود آمد تا پیام خداوند را برساند»؛ و داستان حضرت ابراهیم (ع) و نجات او از آتش (انبیاء، ۶۸-۶۹): «ابراهیم توسط قومش به آتش انداخته شد اما خداوند او را نجات داد و آتش بر او سرد و سلامت شد»؛ و اما دسته سوم آتش در نمادگرایی اسلامی است: آتش نماد جهنم و عذاب اخروی برای گناهکاران است (بقره، ۲۴).

دسته چهارم مربوط است به آموزه‌های اخلاقی و رفتاری مرتبط با آتش و اهمیت دقت و مراقبت در استفاده از آتش (بقره، ۱۹۵): «و به دست خود به هلاکت نیندازید». نکوهش غضب و خشم که در قرآن به آتش تشبیه شده است (آل عمران، ۱۳۳): «از آتش دوری کنید که پروردگارتان آن را برای کافران آماده کرده است»؛ و ارزش مثبت آتش در تجهیز و گرمابخشی به انسان‌ها در زندگی.

به طور خلاصه، قرآن کریم و اسلام به آتش به عنوان یکی از عناصر مهم آفرینش خداوند نگاه کرده و آن را در ابعاد مختلف نمادین، اخلاقی، مذهبی و کاربردی مورد توجه قرار داده است. آتش در اندیشه اسلامی دارای جایگاه ویژه و چندبُعدی است. در دوره اسلامی جایگاه آتش نیز از نظر عرفانی جایگاه خاصی بود. به خصوص از لحاظ معنا و مفهوم مدنظر عرفا قرار گرفت. شعله مظهر شوروشوق مذهبی و به ویژه یک قلب شعله‌ور است. شعله تجسم نوع دوستی و نماد نزول روح القدس<sup>۲۴</sup> نیز هست. همچنین نقاط اشتراک کاملاً مشخص بین شعله و نور وجود دارد.

نماد شعله یا آتش برگرد سر انبیای اولیاء و افراد پاک، می‌تواند نمادی از شعله‌ورگشتن عشق الهی و نمایان گشتن این عشق و ایمان در چهره و سیمای این افراد باشد. به قول نووالیس شعله شمع و زبانه آتش نماد اتصال به لاهوت و ملکوت است. درواقع این هاله نورانی در شکل شعله و زبانه آتش، نمایانگر نزدیک بودن به پروردگار و عالم ملکوت است که جای و ایمن هرکسی نیست. (هال، ۱۳۸۰: ۱۲۳۰).

## جایگاه نمادین آتش در نگارگری ایران

وسعت تصاویر و اسرار آتش بسیار زیاد است. آتش که در نگاره‌های ایرانی به وفور به کار می‌رود، شکلی از معانی مختلف عرفانی را بیان می‌کند. به همین دلیل، شمایل‌نگاری آتش تنها زمانی قابل بررسی است که عنصر آتش در ارتباط با اشکال دیگری که معانی متضاد و مشابه با این عنصر دارند در نظر گرفته شود. سنین مختلف به دقت مورد مطالعه قرار گرفتند. بدیهی است که درک نقاشان از فرم و دانش پنهان نقاشان در بستری سنتی و مرموز شکل گرفته است که بدون درک کیفیت شکل‌گیری این درک از تمامی اسرار فرم کامل نخواهد شد. تصاویر بارنگ‌های غنی و استفاده از طلا و نقره هنوز غیرقابل دسترس به نظر می‌رسند. البته ذکر این نکته ضروری است که همه نقاشان و هنرمندان ایرانی لزوماً عارف نبوده‌اند. شاید از بسیاری از معانی عرفانی در مباحث رنگ و نور غافل بوده‌اند، اما نکته قابل توجه، اصولی که مبنا و منشأ آن است. نقاشی ایرانی-اسلامی، دیدگاه دینی (با رویکردی عرفانی به جهان پیرامون بشریت) است. فلسفه کیهان‌شناسی و جهان بینی دینی-اسلامی، با آمیختن باورهای کهن ایران زمینی نظامی می‌یابد که فراتر از جست‌وجوی فرمالیسم در اثر هنری و معنا در خدمت فرم است. اگرچه باگذشت زمان، علت بسیاری از پایه‌های این اندیشه‌های بزرگ به فراموشی سپرده شد، اما تأثیر آن به عنوان یک سنت، در نگارگری ایرانی باقی ماند و باگذشت زمان و ظهور فرهنگی جدید، درخشش تازه‌ای یافت (عابد دوست و کاظم پور، ۱۳۹۵).

آنچه در نگاره‌های دوره اسلامی مشترک است باور و اعتقاد هنرمندان در بازتاب معنای نور الهی و نیروی ترکیبی آتش و طلای شمسی یا انرژی الهی در نگاره است؛ نور ساطع از تقدس؛ نیروی معنوی و قدرت نور؛ تقدس؛ فر؛ «دایره شکوهمند»؛ نبوغ؛ فضیلت؛ صدور قوه حیاتی موجود در سر؛ انرژی حیاتی خرد؛ نور متعالی معرفت (کوپر، ۱۳۷۹: ۳۷۸). در برخی از نسخه‌های مصور قدیمی مثل «التریاق» (سده هفت ه. ق). این هاله بر دور سر همه پیکره‌های انسانی و همچنین پرنده‌ها و حیوانات به چشم می‌آید که شاید با توجه به تأثیر اندیشه‌های اسلامی مبنی بر تقدس همه موجودات و جایگاه یکسان همه آن‌ها نزد خداوند باشد؛ اما رفته‌رفته این هاله مقدس تنها سر مقدسین را احاطه کرده و نماد درخشش نور الهی از شخصیت مقدس می‌شود. شکل هاله نخست فرم دیسک مانند داشت که کم‌کم به هاله وسیع با زبانه‌های آتشین و طلایی که به سوی آسمان سر کشیده تبدیل شد که می‌تواند نمودار و نماد نسب پاک، آسمانی واله آن شخصیت باشد.

## انواع ترسیم آتش در نگارگری ایرانی

برای بررسی شمایل‌های آتش در نگارگری ایرانی - اسلامی، یکی از راهکارهای ممکن، بررسی این عنصر با توجه به مفهوم و کاربردی است که مدّ نظر متن و شکل بوده است. طبق نتایج تحقیق نویسنده با بررسی بیش از ۸۰ نگاره از دوره‌های مختلف، عمده‌ترین معانی این عنصر شکلی در نگاره‌ها عبارت‌اند از:

### • آتش مادی و سوزاننده

آتش به مفهوم آتش عادی که در زندگی هرروز انسان به‌کاربرده می‌شود، در متون ادبی - هنری ایرانی، قابل بررسی است. منظور از «آتش مادی» در اندیشه و سنت ایرانی، آن دسته از مفاهیم و نمادهایی است که به آتش به‌عنوان یک پدیده فیزیکی و طبیعی اشاره دارند. این مفهوم در تقابل با «آتش معنوی» قرار دارد. آتش مادی به شرح زیر قابل توضیح است:

ا. آتش مادی به آتش فیزیکی و محسوس اشاره دارد که در طبیعت و زندگی روزمره انسان‌ها وجود دارد. این آتش موجب گرما، سوختن و ایجاد نور می‌شود.  
ب. در سنت ایرانی، آتش مادی نماد قدرت، انرژی و حیات است. آتش در بسیاری از کاربردهای عملی مانند گرمایش و روشنایی نقش اساسی دارد.  
ج. آتش مادی همچنین نماد خورشید و آسمان است و در آیین‌های مذهبی و فرهنگی ایران مانند جشن‌های نوروزی و آتش‌افروزی‌ها به کار می‌رود.  
د. این آتش به‌عنوان یکی از چهارعنصر اصلی طبیعت (آب، خاک، باد و آتش) در فرهنگ ایرانی مورد احترام و تقدیس قرار داشته است.

در تصاویر دربردارنده آتش با این مضمون، شمایل آتش به صورت فرم‌های شعله مانند (دارای تابدار و منحنی‌گون) شکل شده است. اصولاً این شعله‌ها در قسمت پایین، سنگین و ایستا و در بالا، نوک‌تیز و تند جلوه می‌کنند. در رنگ‌آمیزی این شعله‌ها، رنگ قرمز با دورگیری‌های سیاه و یا قرمز تیره از رایج‌ترین روش‌هاست. وجود رنگ قرمز در این‌گونه از آتش، بیان‌کننده خطر، سوزش گرما و حرارت است شکل (۳). وجود دود، یکی دیگر از علائمی است که برای بیان آتش مادی به کار گرفته می‌شود لیکن در هیچ‌یک از انواع آتش، عنصر دود وجود ندارد.



شکل ۳. جنگ زاغان و جعد انوار، با شرحی به زبان عربی متعلق به حوالی سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۲۵ میلادی در سرزمین شام، منبع (کتابخانه ملی فرانسه).

### • آتش نفسانی یا آتش درونی

همان‌طور که پیش‌ازاین نیز توضیح داده شد، آتش دربردارنده مفاهیم حسی و درونی نیز است. در این عالم علاوه بر آتش ظاهری، آتشی معنوی و پنهان که درون انسان جای دارد وجود دارد که حرارت آن به مراتب بالاتر از آتش ظاهری است و قدرت تخریب بالایی دارد. اصطلاحاتی مانند آتش عشق، آتش کینه و انتقام از این دست مضامین است. تجسمِ شکلی این‌گونه از آتش، شبیه به مورد قبلی می‌تواند با شعله‌های نورانی و یا با بهره‌گیری از رنگ آتش بر پیکره فرد باشد. زمانی که آتش، کینه مدّ نظر است، آتش سوزاننده و گدازنده نمایان می‌شود و گویی با حرکتی شتابان، برای انتقام در حرکت است و زمانی که آتش عشق قلب را می‌افروزد گرمابخش و مأمن جلوه می‌نماید. در داستان دریدن پیراهن یوسف، نفس عماره زلیخا به طور بسیار برجسته و آشکار تجلی یافته است و بر عقل و منطق او تسلط کامل دارد. در (شکل ۴) کمال‌الدین بهزاد آتش نفسانی و هوس زمینی زلیخا در برابر یوسف (ع) را با بهره‌گیری از رنگ قرمز آتشین نشان داده است. قرمز نماد آتش شهوت و شور درونی اوست که به واسطه این رنگ در جامه نمایان شده است.



شکل ۴. نگاره یوسف و زلیخا از بوستان سعدی، تجلی رنگ قرمز به عنوان بعد نمادین از آتش عشق زلیخا بر یوسف، نگارگر کمال الدین بهزاد، منبع (کتابخانه ملی قاهره).

## • آتش در معنی آتش الهی و نور

شاید رایج‌ترین موارد استفاده از آتش در نگاره‌های ایرانی، به کارگیری آن، در مفهوم آتش الهی و نور معرفت که تنها خاص «اولیاء الله» است. از آنجاکه نگارگری ایرانی - اسلامی دنیای مثالی را به شکل می‌کشد، شخصیت‌پردازی به مفهوم رئالیستی در آن بی‌معناست و هرکس به عنوان انسانی کامل شکل می‌شود؛ وجود هاله نورانی آتش‌گون، یکی از مواردی است که می‌توان به کمک آن شخصیت امام و پیامبر را از دیگر کاراکترها متمایز کرد. هاله آتش وار در اطراف سر، اصولاً ایستا و روبه بالا شکل شده‌اند؛ گویی نوک آن به حق اشاره می‌کند. رنگ رایج، استفاده از طلایی و در مواردی زرد - طلایی است که اصولاً درگیری سفید دارد. در موارد بسیاری نیز فقط از رنگ طلایی استفاده شده است. این نور الهی که بیان‌کننده کثرت به وحدت است، دارای تنوع در شکل نیز هست؛ شعله‌های برگی، تابدار و ابرناک از رایج‌ترین فرم‌های این‌گونه از آتش است و تماماً دربردارنده نوعی آرامش و الوهیت‌اند بی‌شک در (شکل ۵) وجود این شعله‌ها در تصویر، نمادی از تأثیر معنوی و روحانی یوسف بر اطرافیان و پیروان خود است؛ بنابراین این شعله‌های آتشین بر چهره یوسف نبی، نشانگر ابعاد مختلف کمال، معرفت و مقام والای این پیامبر برگزیده در عرفان و تعالیم اسلامی است.

همچنین می‌توان وجود شعله‌های آتشین برگرد چهره معصومین (ع) را در نگارگری در برخی روایات و تفسیرهای داستان، نمادی از چند مفهوم مهم در عرفان و تعالیم اسلامی دانست از جمله: نور و جمال الهی، نماد پاکی و عصمت این پیامبران که حتی در برابر وسوسه‌های نفس‌عماره، خود را حفظ کرده‌اند و همچنین معرفت و الهام الهی این افراد که درجات بالای معرفت و الهام الهی را از خداوند دریافت کرده‌اند. بی‌شک این شعله‌های نورانی مقام معنوی رفیع و مقام والای پیامبران در نزد خداوند را نشان می‌دهند.



شکل ۵. حضرت یوسف با هاله دور سر منسوب به شیخ محمد، دوره صفوی، (منبع: کتابخانه اینترنتی موزه نیویورک).

## ● آتش شیطانی در موجودات افسانه‌ای

در اکثر تصاویر به جای مانده از شاهنامه، درباره حضرت سلیمان (ع) و معجزات موسی (ع) همچون نبرد نام‌آورانی چون رستم و هوشنگ به شکل از دیوان، اجنه و اژدها پرداخته شده است. در اغلب این تصاویر به غیراز رنگ نامتعارف بدن، دیوان از چشمان و دهان آن‌ها نیز شعله‌های آتش بیرون می‌زند. مورد قابل بررسی این است که این‌گونه از آتش، اصولاً بارنگ سرخ که هرچه به سمت کناره‌ها می‌آید، در رنگ زرد حل می‌شود. در اینجا نیز، رنگ قرمز پوشش دیو، دربردارنده توحش، شومی، نیرنگ، خطر و فرمان‌ناپذیری در موجودات ماورایی است (شکل ۶ و ۷).

بنابراین در این‌گونه از نگاره‌ها آتش دهان موجودات افسانه‌ای اغلب نماد و نشانه‌ای از قدرت، خشم و ویرانگری است. چند نکته در این زمینه قابل ذکر است که: اژدها به عنوان موجودات قدرتمند و شکست‌ناپذیر تصویر می‌شوند. آتش دهان آن‌ها نمادی از این قدرت و توانایی فوق‌العاده است. همچنین آتش بیرون آمده از دهان اژدها، نشانه خشم و خطری است که این موجودات برای دیگران و محیط پیرامونشان محسوب می‌شوند.

و شعله‌های آتش که از دهان اژدها زبانه می‌کشند، نمادی از توانایی این موجودات در ایجاد ویرانی و تخریب گسترده است. از دیگر سو، در برخی از موارد، آتش دهان اژدها با صفاتی مانند شرارت، خبث و شیطنت مرتبط دانسته می‌شود؛ بنابراین در اساطیر و داستان‌های اژدهایی، آتش دهان معمولاً نشانه‌ای از قدرت، خطر و بدخواهی این موجودات افسانه‌ای محسوب می‌شود.



شکل ۶. حمله اژدهای موسی به خدمتکار فرعون، نسخه‌ای از قصص الانبیای نیشابوری، دوره صفوی، (منبع: بازیل گری، ۱۳۸۵: ۲۲۸).



شکل ۷. بخشی از نگاره کشتن دیو سپاه به دست هوشنگ شاهنامه فردوسی، مکتب تبریز (۹۲۹ ه-ق).

از نظر فرمی، این گونه آتش بسیار متراکم و کم شعله است. از این قبیل سوزاننده نیست؛ بلکه صرفاً دربردارنده عنصر ترس از آتش است. در اجنه به صورت ضمنی به توصیفات قرآن و روایات نیز می پردازند که خداوند، اجنه را از شیطان آفرید؛ بنابراین شعله نمی کشند. در تصاویری که ازدها در آن نمایش داده می شود، آتش حاوی عنصر ترس و سوزاندگی است. این گونه آتش با شعله هایی باریک و تیز، اطراف بدن و بال های ازدها را فراگرفته و دهان او نیز شعله ور است. فرم آتش، خطی تیز و سوزاننده است. همچنین از رنگ قرمز، برای دورگیری و نورپردازی در این تصاویر بهره گرفته شده است (شکل ۸).



شکل ۸. تبدیل شدن عصای موسی به ازدها قصص الانبیا مکتب، قزوین ۱۰۰۴ ه ق، موزه لوور، (سلطان کاشفی، ۱۳۹۱).

نماد آتش در هنر نگارگری ایران، نقشی ظریف و چندوجهی است که به شکلی پیچیده در بافت فرهنگی و مذهبی منطقه تنیده شده است. تصویر آن، اغلب لایه‌هایی از معنا را به همراه دارد و ملایه‌ای غنی برای داستان‌گویی بصری ارائه می‌کند.

**نگارگری:** در نسخه‌های نگارگری، از آتش برای به تصویر کشیدن روایت‌های اسطوره‌ای و رویدادهای تاریخی استفاده می‌شود. شعله‌های آتش ممکن است نماد لحظات دگرگونی، مداخله الهی یا روح پدیدار مردم ایران در دوره‌های مختلف باشد.

**ریشه‌های زرتشتی:** نماد آتش در مرکز هنر ایرانی ریشه‌های خود را به آیین زرتشتی می‌رساند، جایی که آتش مقدس شمرده می‌شود و پاکی را تجسم می‌دهد. شعله جاویدان، یک موتیف تکرارشونده، نماد حضور الهی است و به عنوان یک نقطه کانونی در هر دو زمینه مذهبی و هنری عمل می‌کند.

**ریشه‌های اسلامی:** در هنر نگارگری ایرانی، نماد آتش ریشه‌های عمیق در باورهای اسلامی دارد. همانند سایر اعتقادات اسلامی، در نگارگری ایرانی نیز آتش و نور آن به عنوان نمادی از معنویت، الهام الهی و هدایت خداوند به تصویر کشیده شده است. این نماد در تصاویر مذهبی و عرفانی بسیار مشهود است. فراتر از کاربرد واقعی، آتش و نور آن در نگارگری‌ها به صورت نمادین و استعاری به کاررفته است. برای نمونه در تصاویر عرفانی، شعله‌های آتش نماد عشق الهی و سوزوگداز روحانی هستند. در برخی از صحنه‌های نگارگری، آتش به عنوان نماد روشنایی، هدایت و الهام آسمانی به کاررفته است. این برداشت ریشه در آموزه‌های اسلامی دارد. همچنین شعله‌های روشن آتش بر حول سر انبیای الهی به عنوان نمادی از جهان ماوراء و عالم غیب در نگارگری‌ها ظاهر شده است که این نیز برگرفته از باورهای اسلامی است. در مجموع، نماد آتش در هنر نگارگری ایران ترکیبی از باورهای اسلامی و پیش از اسلام است که در طول تاریخ در این هنر مورد استفاده قرار گرفته است.

**سمبولیسم نور:** آتش در هنر ایرانی اغلب نماد نور و روشنایی است. این جنبه استعاری، نشان‌دهنده تعقیب دانش، بیداری معنوی و پیروزی خرد بر تاریکی است.

**طبیعت چرخه‌ای:** ماهیت چرخه‌ای آتش، توانایی آن در مصرف و تجدید، موضوعی تکراری است. این دوگانگی منعکس‌کننده مفاهیم فلسفی گسترده‌تری است که در فرهنگ ایرانی وجود دارد و مضامین خلقت، نابودی و تولد دوباره را بررسی می‌کند.

در اصل، نماد آتش در هنر نگارگری ایران به عنوان یک زبان بصری عمل می‌کند و ابعاد معنوی، فرهنگی و فلسفی یک تمدن با تاریخ غنی را منتقل می‌کند. تصویر پیچیده آن، بینندگان را به کاوش در پیچیدگی‌های هویت ایرانی دعوت می‌کند و ارتباطی بین امر ملموس و الهی برقرار می‌کند.

## نتیجه‌گیری

آتش را می‌توان یکی از چهارعنصر پایه موجود در طبیعت شمرد. ارسطو و اکثر حکما از زمین (خاک)، هوا (باد)، آب و آتش سخن گفته‌اند. آتش دارای جایگاهی

شاخص‌تر است؛ چون سه عنصر دیگر به زمین نزدیک‌تر هستند. همچنین آتش، زنده‌ترین عنصر موجود در طبیعت است؛ زیرا در مقایسه با دیگر عناصر، فعال‌ترین و پویاترین آن‌ها محسوب می‌شود. آتش در آئین زردشت، نمایندهٔ راستی نیز می‌باشد؛ تمام دروغ را می‌سوزاند و باعث تجلی باشکوه احق می‌شود. در واقع می‌توان گفت، آتش جلوهٔ برون‌ذاتی راستی و درستی و جلوهٔ درون‌ذاتی خود است. وجود آتشکده‌های متعدد در ایران باستان، خبر از جایگاه رفیع آتش و تقدس آن در آموزه‌های دینی و تفکر ایرانی می‌دهد. این تقدس و گرامی داشت آتش به دوران هندواروپایی بازمی‌گردد. شکل و نماد آتش در تمامی تمدن‌ها، بیان‌کنندهٔ معانی رمزآلودی هستند که دربردارندهٔ عقاید، سنت‌ها، کارکردهای فراطبیعت نور و آتش در فرهنگ‌های گوناگون هستند. این تصاویر بنا به ماهیت سبک‌شناسانه و کاربردی، خود اشکال متنوعی را شامل می‌شوند. پرستش آذر از رسوم و آداب بسیار قدیم ایرانیان دارای اهمیت خاصی بوده و آن را با تشریفات و مناسکی شبیه به آنچه آریایی‌ها در هند (به آن عنصر فروزان می‌گفته‌اند)، شبیه می‌دانند. در آیین و دایی خدای آتش «اگنی» نام دارد. در آداب ایرانیان، نامی از این خدا برده شده است. در دین میترا، آتش از نیرویی پاک‌کننده برخوردار است. آتش شیر که از صفات میترا می‌باشد با میترا و خورشید مرتبط می‌سازد و اینان با ارباب خورشید ارتباط می‌یابند. زرتشت به آتش جنبهٔ اخلاقی و معنوی داد و آن را نشانهٔ زنده‌ای از پاکی و طهارت دانست. در نظر زرتشتیان، توجه آنان به آتش دلیلی بر آتش‌پرستی نیست؛ بلکه نظیر توجه مسلمین به قبله و احترام مسیحیان به صلیب است. طبق بررسی‌های صورت‌گرفته، شمایل‌های آتش در نگارگری ایرانی-اسلامی عبارت‌اند از: آتش مادی و سوزاننده، آتش غیرمادی یا آتش درونی (که از عشق وافر و یا کینه و نفرت) پدید می‌آید و آتش در معنی آتش الهی و نور و آتش ماحصل از موجودات ماورایی، آتش به مفهوم آتش عادی که در زندگی هرروز انسان به‌کاربرده می‌شود در متون ادبی-هنری ایرانی، قابل بررسی است. در تصاویر دربردارندهٔ آتش با این مضمون، شمایل آتش به صورت فرم‌های شعله‌مانند، تابدار و ماریچ، شکل شده است. آتش دربردارندهٔ مفاهیم حسی و درونی نیز است. اصطلاحاتی مانند آتش عشق، آتش کینه و انتقام از این دست مضامین است. تجسم شکلی این‌گونه از آتش، شبیه به مورد شمارهٔ یک است. زمانی که آتش کینه و یا عشق وافر و زمینی، مد نظر است، آتش سوزاننده و گدازنده است؛ گویی با حرکتی شتابان، برای انتقام در حرکت است و زمانی که آتش عشق، قلب را می‌افروزد، گرمابخش و مامن جلوه می‌نماید و آنگاه که در هیئت موجودات تخیلی و افسانه‌ای برآید نمادی است از قدرت مطلق ویرانگری که خساراتی در بر ندارد و بیشتر جنبه ترس آن در نگاره‌ها مطرح است. در مجموع، نگارگران ایرانی از تنوع شکل‌های بصری آتش برای ایجاد حس و معانی مختلف در آثار خود بهره برده‌اند. این تصاویر آتش، جنبه‌ی نمادین و مفهومی در بردارند.

## پی‌نوشت

۱. شارل ادوارد گیوم، (به فرانسوی: Charles Édouard Guillaume) (۱۸۶۱-۱۹۳۸)، یک فیزیک‌دان سوییسی بود که در سال ۱۹۲۰ در به رسمیت شناختن خدمات او در پیشبرد فیزیک به خاطر ارائه دادن اندازه‌گیری‌های دقیق با کشف ناهنجاری‌های آلایژ نیکل - فولاد موفق به دریافت جایزه فیزیک نوبل گردید.
۲. محمد بن محمود بن احمد طوسی مسلمان ایرانی که در زمان طغرل دوم (آخرین فرمانروای سلجوقی عراق و کردستان؛ ۱۱۷۷-۱۱۹۴ میلادی) زندگی می‌کرده است.
۳. عجایب‌المخلوقات و غرایب‌الموجودات، با نام‌های دیگر عجایب‌نامه و جام‌گیتی‌نمای، کتابی است به زبان فارسی نوشته محمد بن محمود بن احمد طوسی (همدانی).
۴. غسل تعمید یا بپتیسیم (به انگلیسی: Baptism) یک آیین تظہیری دینی برای کسب بخشش از گناهان و زندگی دوباره است که در مذاهب گوناگونی مانند مسیحیت و آیین سیک‌ها رواج دارد و ریشه آن آیین‌های طهارت یهودی است.
۵. یحیی، مشهور به یوحنا المعمدان، فرزند زکریا، واعظ و تارک جهان یهودی سده یکم میلادی بود که مسیحیان، مسلمانان، صابئین مندایی و بهائیان به پیامبری او باورمند هستند. نام تعمیددهنده در انجیل‌های غنوصی ذکر شده است. براساس انجیل لوقا، یحیی خویشاوند عیسی بود.
۶. عناصر چهارگانه یا عناصر اساسی یا چهار آخشیح، اشاره به آب، هوا، خاک و آتش دارد.
۷. Hirosom Cardanos (۱۵۰۱ - ۱۵۷۶، رم) یک پزشک، ریاضی‌دان و ستاره‌شناس ایتالیایی بود که اولین توصیف بالینی تب تیفوس را ارائه کرد و کتاب او Ars magna (آرس مگنا) بود. هنر بزرگ؛ یا قواعد جبر) یکی از سنگ بنای تاریخ جبر است.
۸. آرسطو (۳۸۴ ق.م - ۳۲۲ ق.م) از فیلسوفان یونان باستان و یکی از مهم‌ترین فیلسوفان غربی به حساب می‌آید.
۹. ابو عبدالله احمد بن عمر بن محمد خویقی خوارزمی کنیه ابوالجناح و ملقب به نجم‌الدین کبری و طامه‌الکبری و مشهور به شیخ ولی‌تراش از صوفیان سده ششم و هفتم قمری است.
۱۰. آهورامزدا (به اوستایی: «مَرزدا آهورَه») (و نیز با نام‌های: اهورا، اورمَزدا، هورمَزدا، اورمَزدا، هورمَز و هُرْمَز و ورمز) نام آفریدگارِ نِکویی‌ها و دادار و پروردگارِ همه هستی در آئین مَزَدَیَسنا است. او الوهیت و الهه آفرینش در این دین است.
۱۱. رَع یا را خدای خورشید یا آفتاب در مصر باستان است. رَع به شکل یک انسان با سر شاهین به تصویر کشیده شده است، با تاجی شبیه خورشید بر سرش که یک مار کبرا دور آن پیچیده است.
۱۲. خپری یا خیره از اسطوره‌های مصر باستان هم به معنی سرگین‌چرخانان نوعی سوسک و هم به معنای قائم به ذات است. او در نزد شهروندان هلیوپولیس، نمودار طلوع خورشید بود و مانند سوسک، از جوهر خویش سر بر می‌آورد و زاده خویش است. خپری ایزد دگرگونی‌های حیات بود و همیشه از نو زاده می‌شد.
۱۳. آتوم یا تیم از ایزدان آغازین هلیوپولیس و خورشید ایزدی پیش دودمانی در مصر باستان است.
۱۴. ریگ‌ودا مجموعه‌ای از اشعار و سرودهای مذهبی هندو به زبان سانسکریت ودایی است و یکی از چهار متن اصلی در مجموعه شنوده‌های (شروتی) مقدس هندوئیسم یعنی وداها و کهن‌ترین بخش آن است که احتمالاً حدود سال‌های ۱۷۰۰ تا ۱۱۰۰ پیش از میلاد در منطقه شمال غربی شبه‌قاره هند تألیف شده است.
۱۵. آگنی یک الوهیت هندو و یکی از مهم‌ترین خدایان دوره ودایی است. آگنی به معنای آتش در زبان هندی و هم‌چنین در زبان سانسکریت است.
۱۶. همان اهورامزدا است.
۱۷. آتشکده آذَرَفَرَنبِغ یا آتشکده کاریان با ارتفاع تقریبی ۲۰ متر در مسیر کاریان، از دهستان هرم، بخش هرم، شهرستان جویم در استان فارس و در ۴۲ کیلومتری جنوب غربی جویم در نیمه راه بندر سیراف و دارابگرد قرار دارد.
۱۸. پل چینود یا چنوت (زبان اوستایی: Činvat Peretum) پل داوری درگذشتگان در عقاید زرتشتی است که آن را برابر با پل صراط در دین اسلام دانسته‌اند.
۱۹. امشاسپندان یا امشَه شَبَنته جمع امشاسپند است که امشاسفند، اموسپند و امهوسپند نیز گفته‌اند. امشاسپندان از صفات پاک اهورامزدا هستند.
۲۰. بُدَهَشَن یا بُدَهَش نام کتابی است به پهلوی که تدوین نهایی آن در سده سوم هجری قمری انجام شده است؛ ولی اصل آن در اواخر دوره ساسانی تألیف شده‌بود. نویسنده (تدوین‌کننده نهایی) آن «فَرَنبِغ»، فرزند «دادویه» نام داشت.

۲۱. کتاب مقدس یهودیان.
۲۲. کوه سینا (به عربی: طور سیناء یا جَبَلِ موسی)، (به انگلیسی: Mount Sinai) (به عبری: به معنی خاردان) نام کوهی در شمال شرقی مصر است. این کوه در دین‌های ابراهیمی به‌ویژه یهودیت شهرت فراوانی دارد.
۲۳. آگنی یک الوهیت هندو و یکی از مهم‌ترین خدایان دوره ودایی است. آگنی به معنای آتش در زبان هندی و همچنین در زبان سانسکریت است.
۲۴. روح‌القدس یا جان پاک واژه و مفهومی است که در ادیان ابراهیمی همانند یهودیت، مسیحیت، اسلام و همچنین در بهائیت از آن یاد شده است.
۲۵. گئورگ فیلیپ فریدرش فون هاردنبرگ (آلمانی: Georg Philipp Friedrich Freiherr von Hardenberg) با نام مستعار نووالیس (آلمانی: Novalis؛ ۱۷۷۲-۱۸۰۱) یک شاعر، فیلسوف و مهندس عمران اهل آلمان بود.

## منابع و مأخذ

- استاجی، ابراهیم و فروزان‌کیا، اسماعیل (۱۳۸۹). تجلی آتش در اساطیر و ادیان. همایش پژوهش‌های ادبی، باشلار، گاستون (۱۳۹۴). روانکاوی آتش. ترجمه جلال ستاری. تهران: توس.
- بختورتاش، نصرت‌اله (۱۳۹۱). نشان راز آمیز. تهران: مؤلف.
- پیراویونگ، مرضیه، عباسی، علی و نیکونژاد، محبوبه (۱۳۹۲). چندسویگی معنایی آتش در معراج‌نامه تیموری. نشریه جلوه هنر، Doi: 10.22051/jzh.2013.41 (۱۰).
- پیربایار، ژان (۱۳۹۶). رمزپردازی آتش، جلال ستاری. تهران: آفتاب. خوسفی بیرجندی، ابن حسام. ۱۳۸۱. خاوران‌نامه. ساوجی، محمد و خورشیا، صادق و فرهاد نقاش. تهران: سازمان میراث فرهنگی. دادگی، فرنخ؛ بهار، مهرداد. ۱۳۸۵. تهران.
- دادور، ابوالقاسم و منصوری، الهام (۱۳۸۵). درآمدی بر اسطوره‌ها و نمادهای ایران و هند در عهد باستان. تهران: کلهو و دانشگاه الزهرا.
- کوپر، جی. سی (۱۳۷۹). فرهنگ مصور نمادهای سنتی. ترجمه ملیحه کرباسیان. تهران: فرشاد.
- سلطان کاشفی، جلال‌الدین (۱۳۹۱). جایگاه قدسی آب در نقش برجسته و تندیس‌های طاق‌بستان. جلوه هنر، (۸). Doi: 2014/29.jzh/10/22051
- گری، بازیل، (۱۳۸۵). نقاشی ایرانی، ترجمه عربعلی شروه، تهران: دنیای نو.
- سلمانی، طوسی (۱۳۴۵). عجایب المخلوقات/تالیف محمد بن محمود بن طوسی باهتمام منوچهرستوده. نشر بنگاه، تهران.
- سعیدی، سهراب؛ پشت‌دار، محمدعلی (۱۳۹۷). بررسی عناصر چهارگانه آب، باد، خاک و آتش در شعر عنصری، نشریه اورمزد، Doi: JR\_OURMAZD-11-44\_001 (۴۴).
- عابد دوست، حسین (۱۳۹۳). بررسی جلوه‌های صوری و محتوایی نقاشی بقاع متبرکه و نقش آن در ترویج اعتقادات شیعی در ایران. مجموعه مقالات نخستین کنگره بین‌المللی امامزادگان، سازمان اوقاف و امور خیریه، تهران.
- عابد دوست، حسین و کاظم‌پور، زیبا (۱۳۹۵). بررسی و تحلیل تضادهای دوگانه در نقاشی‌های بقاع متبرکه در ایران و مقایسه آن با نقاشی‌های مانوی. در دست چاپ.
- عفیفی، رحیم (۱۳۷۴). اساطیر و فرهنگ ایران در نوشته‌های پهلوی. تهران: توس.
- فخررازی، محمد بن عمر (بی‌تا). التفسیر الکبیر، ج ۲۶، بیروت: داراحیاء التراث العربی.
- میبدی، ابوالفضل (۱۳۵۷). کشف الاسرار، ج ۸، به کوشش علی‌اصغر حکمت، تهران: امیرکبیر.
- معین، محمد (۱۳۶۳). مزدیسنا و ادب فارسی، ج اول. تهران: دانشگاه تهران.
- نسفی، عزیزالدین (۱۳۹۲). کتاب‌الانسان الکامل، تصحیح و مقدمه ماریژان موله. تهران: طهوری.
- نیک‌خواه، هانیه و پورمند، حسنعلی (۱۳۹۰). بازشناسی نمادهای بنیادین مؤثر در شکل‌گیری هاله تقدس. کتاب ماه هنر (۱۵۴)، ۶۳-۵۲.
- ورمازرن، مارتین (۱۳۹۰). آئین میتر، بزرگ نادرزاده. تهران: نشر چشمه.

هال، جیمز (۱۳۸۰). فرهنگ نگاره‌های نمادها در هنر شرق و غرب، ترجمه رقیه بهزادی. تهران: فرهنگ معاصر.  
 هینلز. ج (۱۳۷۱). شناخت اساطیر ایران، ترجمه ژاله آموزگار و احمد تفضلی. تهران: کتابسرای بابل.

*Examining the visual and content effects of Beqaa* (Abed Dost, Hossein 2014)

*Motbarakah painting and its role in promoting Shiite beliefs in Iran*, collection of articles of the first International Imamzadegan Congress, Awqaf and Charitable Affairs Organization, Tehran. [In Persian]

Abed Dost, Hossein and Kazempour, Ziba. (2016). *Investigating and analyzing the double contrasts in the paintings of Bekaa Motbareke in Iran and comparing it with.*

Manichaeon paintings. Under press. Afifi Rahim (1995). *Iranian mythology and culture in Pahlavi's writings*. Tehran: Tos. [In Persian]

Bashelar, Gaston. (2014). *Psychoanalysis of fire, Jalal Sattari*. Tehran. [In Persian]

Tos Bakhturtash, Nusratoleh. (2011). *Nishan Razamez*, Tehran: Author. [In Persian]

Birjandi, Ibn Hossam. (2000). *Khavaran Namah Savji, Mohammad and Khorsha, Sadegh and Farhad Naqash*. Tehran: Cultural Heritage Organization. giving Farnbagh; Bahar, Mehrdad. Tehran. [In Persian]

Dadour, Abulqasem and Mansouri, Elham (2004). *An introduction to the myths and symbols of Iran and India in ancient times*. Tehran: Kalhor and Al-Zahra University. [In Persian]

Ghaemi, Farzad. (2010). Anthropological analysis of Farrah myth and its functions in Ferdowsi's Shahnameh and its mythology. *Literary Essays, Scientific-Research Journal*, (174), 113-147. [In Persian] Doi: 10.22067/JLS.V44I3.12652

Hall, James. (2001). *Pictorial dictionary of symbols in the art of East and West, Roghieh Behzadi*. Tehran: Contemporary Culture. [In Persian]

Hinels. J. (1993). *Knowing the mythology of Iran, Jale Amoozgar and Ahmad Tafzali*. Tehran: Babol Library. [In Persian]

Moin, Mohammad. (1981). *Mazdasna and Persian literature, the first volume*. Tehran: University of Tehran. [In Persian]

Nasfi, Azizuddin (2013). *Kitab al-Insan al-Kamal, revised and introduced by Marijan Mole*. Tehran: Tahori. [In Persian]

Nikkhah, Haniyeh and Pourmand, Hassan Ali (2010). *Recognizing the fundamental symbols effective in the formation of the aura of sanctity*. The book of the month of art. 154. 52-63. [In Persian]

Piraviong, Marzieh, Abbasi, Ali and Nikunjad, Mahbobeh. (2012). *Semantic ambiguity of fire in Timuri's Meraj Nameh. Jaloh Honar Magazine*, (10). [In Persian] Doi:10.22051/jjh.2013.41

Pirbayar, Jean. (2016). *The encryption of fire, Jalal Satari*. Tehran: Aftab. Khosfi

Saidi, Sohrab; Pushtdar, Mohammad Ali (2018), review of the four elements of water, wind, earth and fire in elemental poetry, *Ormuzd publication*, (44). [In Persian] Doi: JR\_OURMAZD-11-44\_001

Salmani, Tousi (1964). *Ajaib al-Makhlouqat / Compiled by Mohammad bin Mahmoud bin Tousi with the attention of Manocherstoudeh, Bangah Publishing House, Tehran. [In Persian]*

Staji, Ebrahim and Forozankia, Ismail (2010). *Manifestation of fire in mythology and religions*. Literary research conference. [In Persian]

Sultan Kashfi, Jalaluddin. (2011). The sacred place of water in the relief and sculptures of Taqobstan, *Jehlo Hanar*, (8). [In Persian] Doi: 10.22051/jjh.2014.29

Vermazern, Martin. (2010). *Ayin Mitra, Bozur Naderzadeh*. Tehran: Cheshme Publishing House. [In Persian]



**Research Center for Culture,  
Art and Communication**  
Ministry of Culture and Guidance

# ART STUDIES

[ M O T A L E A T \_ L E H O N A R ]

## Contents

7	▶ <b>Functions of Farabi's Fantasy Theory in Paintings of Hannibal Alkhas and Habib Allah Sadeghi</b> Behzad Mohebbi, Fereydoun Hasankhani Qavam
25	▶ <b>Discourse of Social Commitment in Contemporary Iranian Art from the Constitutional Era to the Victory of the Islamic Revolution</b> Tarannom Taghavi, Mostafa Goudarzi
53	▶ <b>Discourse of Social Commitment in Contemporary Iranian Art from the Constitutional Era to the Victory of the Islamic Revolution</b> Tarannom Taghavi, Mostafa Goudarzi
79	▶ <b>The effect of the analysis of folklore motifs on the preservation of the identity of Nobaran carpets with a foresight approach</b> Narges Ahmadi, Mehran Hoshidar, Reza Mirmobin, Hadi Babaei Fallah
101	▶ <b>Recognizing the Commercialization Process of Children's Animated Characters</b> Hossein Rabbani Gharibi, Saeid Sharifi, Reza Ebrahimzadeh Dastjerdi
125	▶ <b>The Symbolism of Fire in Iranian Art: Semantics and Symbolic Dimension</b> Ali Hariri, Mozafar Ali Chavoshi

# ART STUDIES

[ M O T A L E A T \_ E H O N A R ]

**Vol.2 , Series. 3, No.2, Summer 2023**

**Print ISSN: 2981-250X**

**Electronic ISSN: 2980-0266**

**Research Institute of Culture, Art and Communication  
Ministry of Culture and Islamic Guidance**

**Managing Director: Zaeri, Ghasem (Ph.D)**

**Editor in Chief: Mostafa Goudarzi (Ph.D)**

**Asistent Editor: Hadi Babaei Fallah (Ph.D)**

**Editorial Board:**

**Seyed Gholamreza Eslami(Ph.D)**

**Morteza Afshari (Ph.D)**

**Reza Afemi (Ph.D)**

**Mohammadreza Hassanai (Ph.D)**

**Mohammad Shahba (Ph.D)**

**Sasan Fatemi (Ph.D)**

**Mohammad Baqer Ghahrani (Ph.D)**

**Mehran Hoshiar (Ph.D)**

**Reviewers for this issue**

**Apena Esfandiari (PH.D)**

**Abdullah Bichranloo (PH.D)**

**Pinky Chadha (PH.D)**

**Fateme, HoseinShakib (PH.D)**

**Minoo, khany (PH.D)**

**Samera, Salimpour (PH.D)**

**Behzad, Mohebbi (PH.D)**

**Zeinab, MozafariKhawa (PH.D)**

**SyeyedMahmoud, Mirazizi (PH.D)**

**Production Manager: Mehri, Roghayeh**

**Persian Editor: Zahra Arjmandi**

**English Editor: Pinky Chadha**

**Layout: Khalili, Hamed**

**Editorial Office**

No.9, Dameshgh St. Valiasr Square, Tehran,

Islamic Republic of Iran

**Tel:** (021) 88919186

**Fax:** (021) 88893076

**website:** <http://ssa.ricac.ac.ir>

**Aim and Scopes**

"Studies of Art" quarterly, by publishing scientific articles of researchers in the fields of interdisciplinary studies of art, seeks to find and present strategies and solutions for solving micro and macro problems in various fields of contemporary Iranian art. The most important of these fields are: sociology of art, economics of art, management of art, psychology of art, anthropology of art, art education, art and politics, art and media, art criticism and property rights of artists and artworks.

IN THE  
NAME  
OF GOD