

---

## پژوهشی پیرامون خاستگاه طبقاتی مخاطبان نقاشی نوگرا بین سال‌های

۱۳۵۰ - ۱۳۲۰ ه.ش. در ایران

مریم عادل\*

حسن بلخاری قهپی\*\*

---

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۲/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۵/۲۵

### چکیده

نقاشی نوگرا یا مدرن ایرانی در فاصله سال‌های ۱۳۲۸ تا ۱۳۵۷ ه.ش. ظهور، تکوین و توسعه یافت و به جریانی مسلط در فضای هنرهای تجسمی کشور تبدیل شد. تداوم و اقتدار این جریان علاوه بر کنش و فعالیت خالقان-تولیدکنندگان و اقدامات توزیع‌کنندگان آثار هنری نوگرا نظیر ارائه و فروش آنها، مدیون وجود مصرف‌کنندگان یا مخاطبان این آثار نیز بوده است. در متون به جای مانده از بازه زمانی مذکور، اعم از نقدها، گزارش نمایشگاه‌ها، و خاطرات برخی کارگزاران فرهنگی، به گروه‌هایی از مخاطبان این آثار اشاره شده است. در مقاله پیش‌رو، که جزو پژوهش‌های تاریخی بر اساس توصیف و تحلیل به کمک مطالعات جامعه‌شناختی است، نگارنده در تلاش برای یافتن پاسخی برای پرسش از خاستگاه اجتماعی مخاطبان نقاشی نوگرا از میان شهروندان ساکن تهران، به عنوان مرکز اعمال و اجرای سیاست‌نوسازی از ابتدای دوران پهلوی است. نویسنده با جمع‌آوری اطلاعات موجود در متون فوق‌الذکر، و مقایسه آن‌ها با نتایج مطالعات اجتماعی صورت گرفته توسط اشرف و بنوعیزی، و جان فوران در زمینه طبقات اجتماعی در ایران دوران پهلوی، درستی و اعتبار این اطلاعات پراکنده را مورد بررسی قرار داده همچنین تا حدودی خاستگاه طبقاتی ایشان را در فاصله سه دهه ۲۰ تا ۵۰ ه.ش. روشن نموده است؛ به نحوی که می‌توان گفت اکثر مخاطبان نقاشی نوگرا از طبقه فرادست و نخبگان و طبقه متوسط شهری از جمله روشنفکران و دانشجویان بوده‌اند. هر چند نمی‌توان قاطعانه همه آن‌ها را جزو مخاطبان قرار داد.

**کلیدواژه‌ها:** نقاشی نوگرای ایرانی، مخاطبان، طبقات اجتماعی، روشنفکران، دانشجویان هنر

---

\*. دانشجوی مقطع دکتری رشته پژوهش هنر در گروه مطالعات عالی هنر، دانشکده هنرهای تجسمی، پردیس هنرهای زیبا، دانشگاه تهران، ایران، تهران. (نویسنده

Email: Maryam.adel94@yahoo.com

مسئول).

Email: hasan.bolkhari@ut.ac.ir

\*\* استاد، دانشگاه تهران، ایران.

## مقدمه

مخاطبان یونانی- رومی ویژگی‌های بسیاری داشتند که امروز هم آشنا می‌نمایند، از جمله: برنامه‌ریزی و سازماندهی دیدن و شنیدن برنامه‌ها و همچنین خود اجراها، ویژگی مردمی و «مردم‌پسند» وقایع، محتوای سکولار (و نه مذهبی) اجراها- برای سرگرمی، آموزش، و تجربه‌های تخیلی عاطفی، داوطلبانه بودن عمل افراد به هنگام گزینش و توجه، تخصصی شدن نقش‌های نویسندگان، نقش‌آفرینان و تماشاگران، مکان‌های نمایش و تجربه تماشاگران» (مک‌کوایل، ۱۳۸۰: ۹). در ایران مخاطب اصلی هنرهای تصویری اعم از نگارگری یا نقاشی در وهله نخست شخص شاه بود؛ از عهد صفوی به بعد بر تنوع مخاطبان افزوده شد؛ با این حال توده‌های مردم به دلایل مذهبی و عرفی مخاطب این آثار نبوده‌اند. نقاشی قهوه‌خانه به دلیل مضامین مذهبی آن، مردمی‌ترین جریان نقاشی در ایران بود و پس از آن جریان آکادمیک توانست توجه عموم مردم را به خود جلب کند. این مقاله پیرامون پرسش از خاستگاه اجتماعی مخاطبان نقاشی نوگرا در ایران شکل گرفته است. اطلاعات درباره مخاطبان نوگرا اندک نیست هرچند به شکل پراکنده در نقدها، گزارش‌های نگاه‌ها و رویدادهای هنری و خاطرات یا نظرات کارگزاران فرهنگی موجودند. پژوهش درباره خاستگاه اجتماعی ایشان منجر به ارتقای دانش موجود درباره مخاطبان نقاشی مدرن در برهه زمانی مزبور همچنین در سال‌های پس از انقلاب و دوره معاصر خواهد گردید که خود می‌تواند در تعیین سیاست‌گذاری‌های فرهنگی کلان در کشور مؤثر واقع شود.

## پیشینه تحقیق

مؤلفه مخاطب، در تداوم و توسعه یک جریان هنری نقشی مؤثر دارد با این حال نگارنده به پژوهشی که بر مقوله مخاطب نقاشی نوگرا در فاصله سال‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۵۰ ش. متمرکز باشد دست نیافته است. متون گزارش‌های فرهنگی وزارت فرهنگ و هنر، در فاصله انتهای دهه ۴۰ تا اواسط دهه ۵۰ ش. نیز جز اشاراتی به تعداد مخاطبان گاه به تفکیک جنسیت، به بررسی خاستگاه طبقاتی آن‌ها نپرداخته است. در دوران پس از

نقاشی مدرن یا نوگرای ایران، در فاصله «سال‌های ۱۳۲۸ تا ۱۳۵۷ ش. با تأسیس انجمن هنری خروس جنگی»<sup>۱</sup> شکل گرفت؛ هر چند زمینه ظهور این جریان به وسیله رویارویی سنت و مدرنیته از دوران قاجار به بعد، ظهور دولت مدرن در دوران پهلوی، مدرنیزاسیون و پیامدهای آن در تغییر چهره شهر به ویژه پایتخت و سبک زندگی مردم شهرنشین فراهم آمد. قراردادهای این جریان هنری، شامل طیفی از توجه به فرم و زبان بصری اثر هنری، تا بومی‌گرایی و توجه همزمان به هنرهای تجسمی در عرصه هنر جهان بود.<sup>۲</sup> توسعه و تداوم این جریان نقاشی و اقتدار آن نسبت به سایر جریان‌های نقاشی مانند: جریان نقاشی آکادمیک ناشی از عمل و روابط همزمان سه مؤلفه تولیدکننده، توزیع‌کننده و مصرف‌کننده آثار نقاشی نوگرا در بستر جامعه بود. در این میان اهمیت مصرف‌کننده یا مخاطب به قدری است که گریزولود<sup>۳</sup> وجودش را عاملی تعیین کننده در وجهه‌ای فرهنگی و هنری بخشیدن به اثر می‌داند. از نظر او یک اثر تنها زمانی به‌عنوان اثری هنری قلمداد می‌گردد که توسط مخاطب دریافت شده و وارد چرخه گفتمان انسانی گردد. «واژه مخاطب- که در اصل لاتین پوبلیکوس گفته می‌شد- ما را به تعداد اشخاصی که به مجموعه اجتماعی تعلق دارند، ارجاع می‌دهد [...] این واژه حضور فرد در فضای عمومی را در ذهن بیدار می‌کند، فضایی که در آن فردیت موجود انسانی به نفع رفتارهایی که فرد را توصیف می‌کنند؛ یعنی رفتار عمومی، کنار می‌رود. به این ترتیب فردیت در جمعی که در تظاهراتی یا نمایشی، شرکت می‌جویند، ذوب می‌شود. جمع افراد واحدی جدید به وجود می‌آورد: عنصری واحد. در این صورت به این واحد به‌عنوان کلیتی که رفتارهای اصیل و خاص خود را دارد، پرداخته می‌شود» (موشتوری، ۱۳۸۶: ۲۳). «نخستین برداشت‌های ما از مخاطب به گردآمدن مردم در یک مکان خاص اشاره دارد. تمام شهرهای یونان و روم دارای یک تئاتر یا میدانگاه بودند و بدون تردید، حتی قبل از آن هم گردهمایی‌های غیررسمی برای اهداف مشابه یا به جهت مناسبت‌های مذهبی یا دولتی مرسوم بوده است.

انقلاب نیز اگرچه تحقیقاتی درباره مخاطبان نقاشی در ایران انجام گرفته اما برهه زمانی مورد مطالعه آنها سال‌های بعد از انقلاب و به ویژه دهه ۸۰ به بعد است.

### روش‌شناسی تحقیق

این پژوهش تاریخی، تلاش دارد تا با ارائه توصیفی اجمالی از وضعیت مخاطب از عصر صفوی تا دوران پهلوی، نگرش هنرمند - نقاشان نوگرا به مخاطب، و سیاست‌های فرهنگی و هنری حکومت پهلوی دوم، تصویری عینی از مخاطب نقاشی نوگرا ارائه دهد. سپس با جمع‌آوری اطلاعات پراکنده موجود به این تصویر وضوح بخشیده، و برای تأیید صحت و درستی این اطلاعات، از مطالعات اجتماعی سه پژوهشگر در زمینه طبقات و افشار اجتماعی در ایران جهت مقایسه با اطلاعات مذکور استفاده کرده است. می‌توان گفت روش اصلی این تحقیق تاریخی، مبتنی بر توصیف، مقایسه و اعتبارسنجی، و در نهایت تحلیل نتایج به دست آمده است.

### مبانی نظری

#### مروری اجمالی بر مفهوم «طبقه» در مطالعه جامعه ایران

«طبقه اجتماعی به بخشی از جامعه اطلاق می‌شود که به لحاظ داشتن ارزش‌های مشترک، منزلت اجتماعی معین، فعالیت‌های دسته‌جمعی، میزان ثروت و دیگر دارایی‌های شخصی و نیز آداب معاشرت، با دیگر بخش‌های همان جامعه متفاوت باشد» (کوئن، ۱۳۹۱: ۲۹۶). اگر این تعریف مبنا قرار گیرد ممکن است همواره بتوان جامعه را به طبقاتی قابل تفکیک تقسیم نمود اما مفهوم طبقه به‌طور خاص نزد مارکس<sup>۱</sup> توسعه می‌یابد و برای مثال آن‌جا که از تأثیر طبقات اجتماعی در تحولات اجتماعی سخن می‌رود، تعریف توسعه‌یافته طبقه مد نظر است. مفهوم طبقه اجتماعی آن‌گونه که جان فوران در کتاب خود مقاومت شکننده: تاریخ تحولات اجتماعی ایران اذعان می‌نماید، در ایران به‌طور خاص مفهومی مناقشه‌برانگیز است. طبق نظر همایون کاتوزیان، «در طول تاریخ، ایران دارای دولت و جامعه‌ای خودکامه، و

فاقد دولت، طبقات اجتماعی، قانون، سیاست و ... مشابه نمونه‌هایی بوده است که نظریه‌پردازان اروپایی در تاریخ اروپا مشاهده کرده و به تبیین و تحلیل آن پرداخته‌اند» (کاتوزیان، ۱۳۹۲: ۱۳). وی نبود طبقات و نهادهای اجتماعی ماندگار را از دلایل عدم پیوستگی و استمرار تحولات جامعه ایرانی برمی‌شمرد (کاتوزیان، ۱۳۸۷: ۳۳-۳۲). پیران معتقد است کاربرد مفهوم طبقه در ایران امکان‌ناپذیر است؛ وی می‌گوید: «در ایران نه قدرت، نه ثروت و نه منزلت دارای پایداری حتی نسبی بوده است که بنیاد شکل‌گیری طبقه اجتماعی تلقی شود. به همین دلیل در منابع و متون برای بیش از هزار سال تقسیم‌بندی‌های کلی عوام و خواص رواجی کامل داشته است. [...] تغییرات ناشی از شبه‌مدرنیسم ایرانی نیز کشف و استخراج نفت و ظهور دولت رانتیر<sup>۲</sup> به شکل دیگری شرایط آنومیک [اغتشاش ارزش‌ها] را بازتولید کرده، شرایط آنومیک را به ظهور طبقات اجتماعی مدرن تسری داده است» (پیران، ۱۳۸۸). آبراهامیان معتقد است که قوم‌گرایی و پیوندهای گروهی مانند روابط قبیله‌ای یا مذهبی از جمله علل جلوگیری از ظهور طبقات در معنای دوم خود در ایران است (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۴۶). «جامعه‌شناسان، اصطلاح طبقه را حداقل به دو معنای متفاوت به کار برده‌اند: یکم، مقوله ساده جامعه‌شناسی که به افرادی با منابع درآمد مشابه، میزان درآمد همسان و شیوه زندگی همسان اطلاق می‌شود؛ دوم، یک واژه پیچیده اجتماعی- روانی که برای طبقه‌بندی افرادی که علاوه بر قرار گرفتن در سلسله مراتب اجتماعی مشابه، نگرش اقتصادی- اجتماعی و سیاسی مشترکی دارند به کار می‌رود. مارکس به خوبی از مورد اول با عنوان طبقه «در خود» و نه «برای خود» و از مورد دوم با عنوان طبقه «برای خود» و «در خود» سخن می‌گوید. به همین ترتیب، جامعه‌شناسان نیز بین طبقه اجتماعی «اقتصادی پنهان و عینی از یک سو و طبقه سیاسی- اجتماعی آشکار و ذهنی از سوی دیگر، تمایز قائل می‌شوند. بی‌تردید، همه جوامع، به درجات مختلف، طبقات پنهان اقتصادی- اجتماعی، عینی، جامعه‌شناختی دارند، ولی همه جوامع به طبقات آشکار، اجتماعی سیاسی، ذهنی و اجتماعی روان‌شناختی

تقسیم نمی‌شوند» (همان: ۴۳-۴۲). آبراهامیان معتقد است تنها در نیمه دوم این سده ۱۹م. بود که نفوذ و تأثیر غرب در دو زمینه اقتصادی و معرفتی منجر به شکل‌گیری دو طبقه در معنای طبقه «برای خود»، شد که عبارت بودند از طبقه متوسط، بیشتر شامل تجار و بازرگانان محلی، و طبقه روشنفکر، دربرگیرنده افرادی عمدتاً با مشاغل جدید (همان: ۶۶-۶۵). احمد اشرف نیز می‌گوید: «ادغام ایران در اقتصاد نوظهور جهانی در دهه‌های نخستین قرن ۱۴ه. دهه‌های پایانی قرن ۱۹م. موجب تغییرات مهمی در ساختار اجتماعی کشور شد [...] تغییرات اقتصادی منجر به پیدایش طبقات جدید اجتماعی در کنار طبقات سنتی شد، به‌ویژه گروه کوچکی از روشنفکران دیوان‌سالار و حرفه‌ای در چارچوب دستگاه دولت، گروه جدیدی از تجار بزرگ و سرمایه‌گذاران و یک طبقه کارگر صنعتی نوپا از اهمیت خاصی برخوردار بودند» (اشرف، ۱۳۸۸: ۶۳). در این مقاله نظرات آبراهامیان، اشرف و بنوعیزی و مطالعات فوران در زمینه طبقات اجتماعی در ایران مورد توجه قرار گرفته است. مطالعات فوران به دنبال توضیح ساختار اجتماعی در حال تغییر ایران، و تحلیل انفجارهای اجتماعی ادواری که مشخصه فرایند تغییرند، بر تأثیرگذاری مجموعه‌ای از بازیگران و ساختارهای داخلی و خارجی و روابط آن‌ها با یکدیگر متمرکز شده است؛ وی تحول اقتصاد ایران را در ارتباط با تحولات اقتصاد جهان مورد مطالعه قرار داده و در این راه نظریه‌های توسعه را مد نظر قرار می‌دهد. او همچنین برای ترسیم طبقات اجتماعی در ایران از عصر صفوی تا پهلوی، وجوه گوناگون تولید را مورد توجه قرار می‌دهد.

### نگرش هنرمند - نقاشان نوگرا درباره مخاطبان

سال‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲ ه.ش. شاهد حضور فعالانه چند انجمن و گروه هنری از جمله انجمن «خروس جنگی» در عرصه فرهنگ و هنر است. این انجمن سیاستی متمایز از گروه‌های دیگر در پیش گرفته و نقشی مؤثر در شکل‌گیری جریان نقاشی نوگرا در ایران داشت. سیاست اصلی انجمن، «سیاست‌زدایی از نوگرایی در هنر» بود (قلی‌پور، ۱۳۹۷: ۸۴-۸۳). بنا بر نظر

ضیاءپور<sup>۸</sup> «هنرمند] باید به مردم یاد دهد که چگونه باید در هنر نظر کنند و از هر هنری چه چیزها باید انتظار داشته باشند» (همان: ۸۴). بالا بردن سطح معرفت عمومی در عمل ناپایدارترین شعار این انجمن بود چرا که اساساً اعتقادی به معرفت عمومی نداشته و بی‌توجهی به عامه یا مردم ویژگی به‌خصوص این جریان بود (همانجا). منشاء این بی‌اعتنایی، بی‌شک اندیشه‌های نیما یوشیج<sup>۹</sup> بود که در جای‌جای نامه‌هایش با عنوان «حرف‌های همسایه» آن را تکرار کرده بود. نیما مفهوم «ذوق» را که پیش از این برای فهم شعر قدیم به کار می‌رفت، به‌عنوان خصلتی انسانی برای فهم شعر نو تعریف کرد. در اغلب این نامه‌ها او در پی اثبات این است که «عوام» هرگز نمی‌توانند مخاطب «امر نو» باشند چرا که از ذوق لازم برای فهم آن برخوردار نیستند (همانجا). «این باور به فقدان امکان ادراک «نو» نزد عوام در نوشته‌های سایر اعضای انجمن هنری خروس جنگی نیز تکرار می‌شود» (همان: ۸۵). نیما یوشیج با تفاوتی مشهود باس فروغی<sup>۱۰</sup> که پرورش‌دهنده ایده «پرورش ذوق» عامه بود و محمدتقی بهار<sup>۱۱</sup> متأثر از ایده هنر برای مردم درک هنر نو را خارج از توانایی عوام و توده‌ها می‌داند. نکته قابل توجه تفاوت تعریف هنر نزد این سه است؛ فروغی در سخن از هنر بیشتر متوجه میراث هنری تمدن ایران است؛ سخنان بهار معطوف به هنری است که برای مردم خلق شده و مردم قادر به فهم آن هستند و به زبان ایشان نزدیک است، هنری که به ارتقای ذوق و سلیقه ایشان می‌انجامد اما نیما از هنری می‌گوید که نه تنها سابقه‌ای در ایران نداشته بلکه از هیچ یک از قراردادهای از پیش موجود در آفرینش آثار هنری تبعیت نمی‌کند. هنری، که خاستگاهش در زادگاه خویش یعنی اروپا، طبقه بورژوا بوده و در آن‌جا نیز میان حامیان اشرافی و بورژوازی محافظه‌کار هنر رسمی برآمده از دل آکادمی‌ها و طبقه فرودست کارگر، که بنابر نظر بوردیو<sup>۱۲</sup> درگیری‌شان با ضرورت‌های زندگی، سبب می‌گردد تا جهت‌گیری ذوق ایشان به سوی آن دسته از هنرها باشد که از دل همین ضرورت‌ها برآمده‌اند، جایگاهی ندارد. به‌عبارت دیگر هنر مدرن حتی در محل تولد خود نیز چندان مقبول عموم مردم نیفتاد. این

مورد توجه قرار داد؛ برای مثال زنده‌رودی،<sup>۱۷</sup> در گفتگویی با م. آتشی می‌گوید: «همان‌طور که قبلاً گفتم مردم اصلاً از نظر من اهمیتی ندارند. به نظر من آن‌ها مثل کورهائی هستند که به نمایشگاه آمده‌اند [...]» (آتشی، ۱۳۵۲: ۷۷)؛ طلیعه کامران<sup>۱۸</sup> نظری متفاوت با این دو نگرش دارد و می‌گوید: «از هنر برای مردم و اینجور حرف‌ها خوشم نمی‌آید. یک مرتبه یک نفر به من می‌گفت اگر این تابلوی ترا به پرت‌ترین ده کوره هم ببرند باید همه آن را بفهمند، اما این درست نیست، آدم نمی‌تواند فکر کند و تصمیم بگیرد که برای مردم کار کند و همه هم کارش را بفهمند. اصلاً این حرف که باید همه هنر را بفهمند و از هنر و اثر هنری لذت ببرند، توقع بی‌جائست. هنر هم مثل علم است. برای فهمیدنش مطالعه و شناختن لازم است» (حاتم، ۱۳۵۳ الف: ۶۹)؛ این گفته کامران به‌طور غیر مستقیم، سخن بوردیو را مبنی بر این‌که، تجربه زیبایی‌شناختی در شکل ناب که مد نظر کانت بود به آموزش و احاطه بر رمزگان این زیباشناسی نیاز دارد، تأیید می‌نماید.

### مخاطبین آثار نقاشی نوگرا از ایده تا واقعیت

تولد نقاشی نوگرا یا مدرن، محصول تحولات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به دنبال سیاست کلی نوسازی در دوران پهلوی اول و دوم بود؛ تشکیل دولت مدرن، نوسازی و سیاست توسعه اقتصاد صنعتی همه زاینده تحولات جوامع اروپایی به‌ویژه از عصر روشنگری به بعد بود این امور تنها در پی روابط و مواجهه سیاسی و نظامی میان ایران و این کشورها، توجه روشنفکران و برخی رجال سیاسی را به خود جلب کرد و ایشان را به سوی گونه‌ای گرت‌برداری و شبیه‌سازی شرایط موجود در اروپا و بعدتر آمریکا ترغیب نمود. این شبیه‌سازی با وساطت ایده‌پردازان و مجریان و با توجه به شرایط واقعی کشور قطعا از الگوی اصلی فاصله می‌گرفت. رویارویی فرهنگی ایران با اروپا سبب گردید تا مجموعه‌های متمایزی از معرفت و اندیشه، آداب و رسوم، هنرهای باورها و ارزش‌ها به‌طور هم‌زمان با هم در جامعه مطرح گردند. هنر مدرن و نقاشی نوگرای ایران زاده چنین شرایطی است: فضایی سرشار از مفاهیم و نهادهای

واقعیت در نظر بوردیو مبین این امر بود که سلیقه زیباشناختی و گرایشات هنری متأثر از مفهوم طبقه اجتماعی و عواملی است که هر طبقه اجتماعی را تعریف می‌کنند و در عمل به کنش، و گزینش یا سلیقه زیباشناختی می‌انجامد.

در فاصله سال‌های ۱۳۲۸ تا ۱۳۵۷ ه.ش. دست‌کم بخشی از اهداف هنرمندان در تأسیس گالری‌ها و نمایشگاه‌های نقاشی، آموزش و جذب مخاطب به سوی آثار نقاشی نوگرا بوده است. برای مثال گالری آپادانا، اولین گالری مدرن ایران به گفته داریوش کیارس (۱۳۸۹ الف: ۲۰)، مکانی بود برای حضور اعضای انجمن خروس جنگی و سخنرانی‌های ایشان برای مدعوین؛ تأسیس تالار ایران یا قندریز نیز اگرچه بیشتر تحت تأثیر نیاز جمعی از هنرمندان برای فراهم آوردن فضایی جهت نمایش آثارشان بود اما مسئله تربیت و آموزش مخاطب را به‌عنوان یکی از الویت‌های تالار مد نظر قرار داد. تلاش‌های ضیاء‌پور و سایر هنرمندان مانند هنرمندان تالار ایران، در راستای تبیین منطقی بود که آثار نقاشی نوگرا را قابل درک و فهم می‌ساخت؛ کاری که بیشتر متوجه منتقدان بود اگرچه نقد آثار نقاشی نوگرا از قدمت و سابقه‌ای طولانی برخوردار نبود؛ بسیاری از به اصطلاح منتقدان هنری خود هنرمند-نقاش بودند مانند آیدین آغداشلو،<sup>۱۳</sup> هانیبال الخاص<sup>۱۴</sup> یا ایران درودی.<sup>۱۵</sup> پاکباز و موریزی‌نژاد به درستی اشاره می‌کنند که در آن دوران خلائی تئوریک احساس می‌شد بدین معنی که حتی خود هنرمند-نقاشان نوگرا نیز از نظر تئوری ضعیف بودند و شناختی اندک نسبت به هنر مدرن داشتند. همچنین توجه به این نکته ضروری است که مبانی فکری، فلسفی و زیباشناسی هنر مدرن در اروپا و بعدتر آمریکا در فضای فرهنگی-هنری ایران چندان مورد توجه نبود یا حداقل آشنایی با این مبانی به شکل کاملاً شخصی دنبال می‌شد. تلاش برای ایجاد ارتباط بی‌واسطه میان مخاطب، هنرمند و اثر هنری را می‌توان در فعالیت‌های کوروش شیشه‌گران<sup>۱۶</sup> یافت که رویکردی علیه «نهادینه شدن هنر» داشت (دل‌زنده، ۱۳۹۴: ۴۰۳). این تلاش‌ها را باید هم‌زمان با بی‌اعتنایی عده‌ای دیگر از هنرمند-نقاشان نوگرا نسبت به مسئله مخاطب



وامدار به جهان فرهنگی غرب و جهان فرهنگی ایران. طرح مفاهیمی همچون زیبایی‌شناسی، ایده‌هایی نظیر هنر برای هنر، یا توجه به فرم و صورت آثار هنری، تشکیل سازمان‌هایی نظیر اداره هنرهای ملی و بعداً اداره هنرهای زیبا همگی محصول این همزمانی در آن برهه تاریخی بودند که گاه به ایجاد فضایی پر برخورد و معارضة ختم می‌شد. تأکید و اصرار بر ترویج چنین درک و تعریفی از هنر، هنر مدرن، در کشوری که مردمانش بنا بر دلایل فرهنگی، مذهبی و عرفی، به تازگی و در پایان عصر قاجار، سر آشتی با تصویرگری و شمایل‌نگاری گرفته‌اند، کاری آسان نبود. مطالعه جسته و گریخته وضعیت مخاطبان آثار نقاشی، به‌ویژه نقاشی نوگرا در دوران پهلوی شاهدهی است بر این امر. طرح چنین درک و تعریفی از هنر و آثار هنری حتی در خود کشورهای اروپایی و بعدتر آمریکا نیز امری سهل نبوده است؛ بوردیو معتقد است که چنین تعریفی خود مولود شرایط اجتماعی ویژه، وابستگی به طبقه اجتماعی خاص و سبک زندگی مشخص است؛ به زعم او داوری زیباشناختی، یک توانایی اجتماعی ناشی از تعلیم و تربیت طبقاتی است؛ شناختی که ریشه در امکانات و شرایط، و سرمایه‌های در دسترس یک طبقه اجتماعی دارد. بنابراین حتی در جوامع غربی نیز مخاطبان آثار هنر و نقاشی مدرن گروه خاصی از افراد جامعه هستند. مروری بر متون پراکنده درباره مخاطبان آثار نقاشی نوگرا در دوران پهلوی دوم می‌تواند تصویری نسبتاً واقعی از مخاطبان این آثار ارائه دهد. سیاست‌های فرهنگی حکومت پهلوی دوم با تأکید بر حفظ و نگهداری از میراث هنری، فرهنگ برای همه، و تربیت ذائقه عامه ادامه یافت، در عین حال حکومت از نیمه دهه ۳۰ به حمایت از نقاشان نوگرا پرداخت.

### تحلیل و بررسی

نظرسنجی، مطالعه یا پژوهشی مشخص درباره مخاطبان آثار نقاش نوگرا در دوران پیش از انقلاب صورت نگرفته است. اطلاعات موجود درباره ایشان را می‌توان به‌شکل پراکنده از خلال نقدها، مصاحبه با هنرمندان، گزارش نمایشگاه‌ها در روزنامه‌ها و مجلات و

همچنین برخی کتب شامل خاطرات افرادی که در نهادهای فرهنگی دولتی یا غیر دولتی فعالیت داشته‌اند به دست آورد.

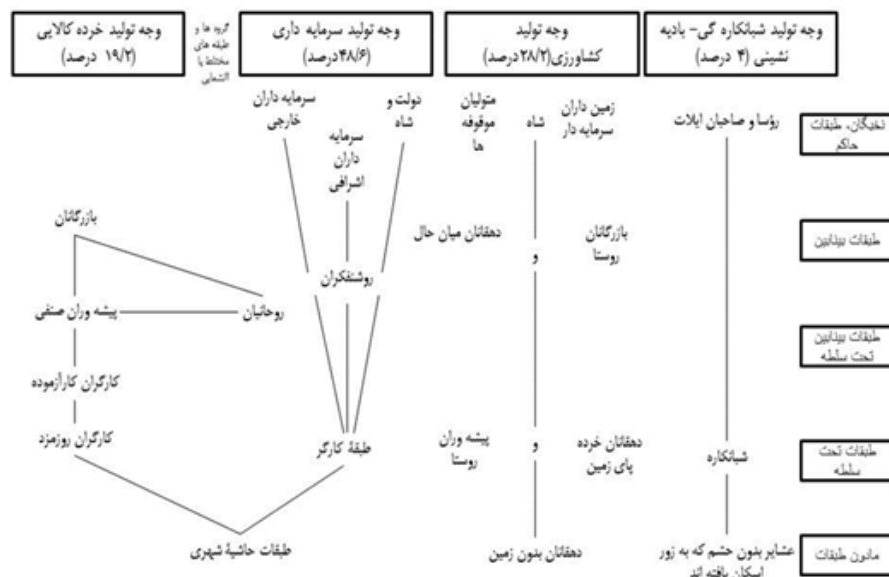
در بسیاری از متون مذکور، از مردم به طور عام به عنوان مخاطب آثار نقاشی نام برده‌اند. چنین تصویری از مخاطب آثار هنری، خام‌اندیشانه، و ناشی از برداشتی نه چندان مبتنی بر واقعیت از وضعیت مخاطبان آثار تصویری و تجسمی در ایران است. برخی متون نیز مخاطبان را گروهی خاص از نخبگان، ثروتمندان، خریداران و گردآورندگان آثار هنری، دوستداران هنر و به‌طور کلی طبقه‌ای خاص دانسته‌اند. در حین این بررسی باید به این نکته توجه داشت که مقصود از مخاطبان هنری که با عناوین گوناگون به آن‌ها اشاره شده است، افراد ساکن شهر تهران یا دست‌کم برای مدتی ساکن در تهران - مانند دانشجویان به‌ویژه دانشجویان هنر - بوده‌اند، چرا که تهران در دوران پهلوی کانون توسعه و اجرای سیاست‌نوسازی است. در ادامه با توجه به نظرات فوران و تصویری که وی براساس وجوه تولید و خاستگاه آن‌ها، از طبقات و اقشار اجتماعی در ایران ارائه می‌دهد، و بنابر نتایج مطالعات اشرف و بنوعیزی درباره اقشار و طبقات اجتماعی در ایران، طبقات شهری که در ارتباط با وجوه تولید سرمایه‌داری و خرده‌کالایی هستند، با دقت بیشتری مورد توجه قرار می‌گیرند تا در کنار اطلاعات پراکنده موجود از خلال گزارش‌ها و نقدها، تصویر کامل‌تر و صحیح‌تری از مخاطبان آثار نقاشی نوگرا ترسیم گردد.

براساس توضیحات فوران، اشرف و بنوعیزی، که در قالب دو جدول و تصاویر بالا آمده‌اند همچنین جدول مربوط به انواع مصرف‌کنندگان آثار نقاشی نوگرا بنا بر منابع مکتوب در دسترس، می‌توان بیشتر مخاطبان آثار نقاشی نوگرا را جزو طبقه نخبگان یا اقشار مسلط جامعه، و طبقه متوسط شهری (تأکید بر طبقه متوسط جدید در دوره پهلوی دوم) و به‌طور خاص، طبقه روشنفکر قلمداد نمود.

الف) متخصصان غرب‌گرا، بورژواهای جدید رو به رشد، سرمایه‌گذاران صنعتی و تجار جدید، پیمانکاران، مهندسان مشاور، صاحبان سرمایه‌های مالی و بانکداران

جدول شماره ۱. مخاطبان آثار نقاشی نوگرا و نمایشگاه‌های نقاشی بنابر گزارش‌ها، مصاحبه‌ها و نقدها [مأخذ به طور کامل در فهرست منابع آمده‌اند]

ردیف	مصرف کنندگان آثار هنری	منبع
۱	بر اساس گزارش‌ها، گفتگوها و نقدهای مورد (مطالعه)	صمیمی، ۱۳۶۸: ۸۵؛
۲	طبقات مرفه و ثروتمند؛ نخبگان غرب‌گرا؛ طبقه سرمایه‌داران تازه به دوران رسیده	امامی، ۱۳۹۵: ۵۷؛ (آل احمد، ۱۳۴۷)، (۴۱۷)؛ (کاوه [در نشریه تماشا]، ۱۳۵۲: ب: ۸۱)؛
۳	خریداران و گردآورندگان (کلکسیونر) تابلوهای نقاشی؛ هنرمندان	وزل [در نشریه تماشا]، ۱۳۵۴: ۱۶؛
۴	تعداد محدودی هنردوست و علاقمندان به گردآوری تابلوهای نقاشی	الخاص، ۱۳۸۵: ۳۷؛
۵	کارمندان	امامی، ۱۳۹۵: ۵۶، ۱۱۶ و ۱۱۷؛ (بی‌نا) [در نشریه تماشا]، ۱۳۵۱: ۱۹۴؛ (میرزائی [در نشریه تماشا]، ۱۳۵۲: ۱۰۳)؛ (الخاص، ۱۳۸۵: ۹۷)؛ (عرفان [در نشریه تماشا]، ۱۳۵۲: ۲۶)؛ (وزل، ۱۳۵۴: ۱۶)؛
۶	هنرجویان و دانشجویان رشته‌های طراحی، نقاشی و معماری؛ دانشجویان هنرهای زیبا؛ هنرجویان هنرستان‌ها؛ دانشجویان به طور اعم و اخص شامل دانشجویان دانشگاه تهران؛ جوانان از جمله جوانان تحصیل کرده	گرگین [در نشریه تماشا]، ۱۳۵۱ الف: ۸۳)؛ (مقدم، ۱۳۵۱: ۸۳)؛ (الخاص، ۱۳۸۵: ۹۷)؛
۷	خویشان؛ دوستان	امامی، ۱۳۹۵: ۲۳۶، ۱۰۹ و ۳۶۲؛ (آل احمد، ۱۳۴۷، ۱۳۱۷)؛ (الخاص، ۱۳۸۵: ۳۷)؛
۸	روشنفکران	الخاص، ۱۳۸۵: ۹۷؛ (حاتم [در نشریه تماشا]، ۱۳۵۳: ب: ۱۸)؛
۹	منتقد هنر؛ نویسندگان مطبوعات	بی‌نا [در نشریه تماشا]، ۱۳۴۹: ۵۷؛ (بی‌نا [در نشریه تماشا]، ۱۳۵۰: ۴۲)؛
۱۰	طبقه‌ای خاص، مجامع خاص	بی‌نا [گفتگو با سیما کوبان در نشریه تماشا]، ۱۳۵۲: ۷۲
۱۱	گروه کوچک آشنایان فرهنگ غرب	امامی، ۱۳۹۵: ۱۰۸، ۲۳۵ و ۴۵۹؛ (میرزائی [در نشریه تماشا]، ۱۳۵۲: ۱۰۳)؛
۱۲	خارجیان مقیم تهران، علاقمندان خارجی آثار نقاشی نوگرای ایرانی	امامی، ۱۳۹۵: ۱۰۸، ۲۳۵ و ۴۵۹؛ (میرزائی [در نشریه تماشا]، ۱۳۵۲: ۱۰۳)؛



تصویر شماره ۱. صورت بندی اجتماعی ایران در حوالی سال ۱۹۷۷ م. / ۱۳۵۶ ه. ش. (فوران، ۱۳۷۷: ۵۰۵)

چهارم این آثار از جانب دفتر علیا حضرت شهبانو و یک چهارم بقیه از جانب خانم صنعتی زاده به موزه و مرکز فرهنگی کرمان اهدا شده است» (بی نا، ۲۵۳۷: ۵). خانم سیحون مدیر گالری سیحون، در گفتگویی به خریدهای بی حساب و کتاب سازمان‌ها اشاره کرده و همین امر را عاملی برای بالا رفتن نامعقول قیمت آثار نقاشی می‌داند (بی نا، ۲۵۳۶: ۵۷). به این ترتیب به نظر می‌رسد افراد و سازمان‌های وابسته به دربار جزو خریداران آثار هنری و بنابراین تماشاگران و مخاطبان این آثار بوده‌اند. داریوش کیارس می‌گوید: «وجود ملکه‌ای هنردوست که تحصیل کرده مدرسه هنری پاریس بود، کافی بود زنان حسود خانواده پهلوی را به جنب و جوش درآورد. اغلب نمایش در گالری‌های این سال‌ها را دختران رضاخان [رضاشاه] افتتاح می‌کردند. بازگشت مهندسین و معماران جوان از غرب که از خانواده دیبا [خانواده فرح پهلوی]، عضدی و آتابای بودند؛ تهران را به پایتخت‌های هنری جهان شبیه کرد» (کیارس، ۱۳۸۹: ۱۲). کیارس همچنین در جستاری درباره گالری نیازی می‌نویسد: در سال ۱۳۵۶ ه. ش. «اردیبهشت- از چهارم تا چهاردهم- نقاشی شیلا صالح (که مجموعه‌ای از سی و پنج تابلو بود) نمایش شد. خوش‌تیپ‌ترین پسران و

و نخبگان متخصص و اداری، صاحبان صنایع بزرگ، واردکنندگان و صادرکنندگان، بورژوازی دولتی یا نخبگان اداری حرفه‌ای جدید، زمین‌داران، خانواده‌های سرشناس و قدیمی صاحبان صنایع قدیمی یا همان تاجران بازار، رده‌های بالای دولتی و افسران ارتش که به نوعی با خاندان سلطنتی در ارتباط بودند. این گروه‌ها که جزو نخبگان و طبقه مسلط اجتماعی محسوب می‌شدند از توانایی مالی، فرصت کافی، امکان آموزش و تحصیل در غرب و آشنایی با فرهنگ غرب از جمله آثار هنر مدرن برخوردار بوده‌اند. بنابر برخی گزارش‌های نشریه هفتگی تماشا، شخص فرح پهلوی، از جمله مجموعه‌داران بوده است. کاوه در گزارشی پیرامون نمایشگاهی از تاریخ نقاشی جهان که در سال ۱۳۵۲ ه. ش. در کتابخانه مرکزی دانشگاه تهران، برگزار شد می‌گوید که برای برگزاری این نمایشگاه «تعداد ۱۵۰ نمونه چاپی همراه صدوپنجاه نمونه چاپی دیگر از طرف دفتر مخصوص علیا حضرت شهبانو خریداری شد» (کاوه، ۱۳۵۲ الف: ۱۷). همچنین در گزارشی درباره گشایش موزه و مرکز هنری و فرهنگی کرمان آمده است: «در دو تالار کوچک از نمایشگاه دائمی تعدادی از آثار نقاشی و مجسمه‌سازی هنرمندان خارجی [...] گردآوری شده است [...] سه



جدول شماره ۲. خلاصه‌ای از صورت‌بندی اجتماعی ایران از سال ۱۳۲۰ تا ۱۳۵۶ ه.ش. براساس دیدگاه فوران (فوران، ۱۳۷۷: ۵۰۵-۴۷۲)

دوران پهلوی دوم				وجه تولید
وجه تولید سرمایه‌داری	وجه تولید خرده‌کالایی	وجه تولید دهقانی سهم‌بری	وجه تولید شبانکارگی، بادیه‌نشینی	طبقه اجتماعی
طبقه سرمایه‌دار (و اجزاء، دولتی، محلی و خارجیش)		زمین‌داران سرمایه‌دار، شاه، متولیان موقوفه‌ها	رؤسا و صاحبان ایلات	نخبگان و طبقات حاکم
روشنفکران شامل: معلمان، دانشجویان، نویسندگان، هنرمندان و برخی صاحبان مشاغل رده بالا که طبقه متوسط تحصیل کرده نامیده می‌شوند. مستخدمان دولت و شاید هم ارتش، تعدادی از کارکنان صنعت حمل و نقل، خدمات و برق و تلفن، شاغلین بانک‌ها، اداره‌ها و سایر سازمان‌ها.	بازرگانان که بخشی از وجه تولید خرده‌کالایی به حساب می‌آیند؛	بازرگانان روستا و دهقانان میان حال		طبقات بینابینی و طبقات بینابینی تحت سلطه
کارگران صنعتی و کارگران بخش خدمات.	شاگردهای مغازه و کارگران طبقه‌بندی نشده. صنعتگران شهری، کارگران صنایع دستی روستایی. ۱/۱ میلیون کارگر فعال در صنایع کوچک و کارهای غیر کشاورزی.	دهقانان خرده پا و پیشه‌وران روستا	شبانکاره	طبقات تحت سلطه
پادو و بساطداران / نزول‌خواران / دکانداران روستایی و طوفان و دوره‌گردهای دستفروش / عشایر بدون چشم که به زور اسکان یافته‌اند.				مادون طبقات

ردیف	طبقات اجتماعی عمده در آستانه انقلاب
۱	«اقتدار مسلط شامل متخصصان غرب‌گرا و کارمندان دولت و بورژواهای جدید رو به رشد» (اشرف و بنوعیزی، ۱۳۸۶: ۷۶). سرمایه‌گذاران صنعتی و تجار جدید، پیمانکاران، مهندسان مشاور، صاحبان سرمایه‌های مالی و بانکداران و نخبگان متخصص و اداری (همانجا)؛ صاحبان صنایع بزرگ، واردکنندگان و صادرکنندگان (همان: ۸۰). بورژوازی دولتی یا نخبگان اداری حرفه‌ای جدید؛ سطح تحصیلات نخبگان سیاسی جدید براساس بررسی‌های انجام شده در دهه ۱۳۴۰ و دهه ۱۳۵۰ ه.ش. نسبتاً بالا بود (همان: ۸۰-۷۹).
۲	«اقتدار متوسط و متوسط پایین شهری که به‌صورت کارمند در بخش دولتی و خصوصی مشغول به کار بودند» (همان: ۷۶). طبقه متوسط غیر سرمایه‌دار «که شامل صاحبان حرفه‌های آزاد، کارمندان دولتی، پرسنل نظامی، کارمندان اداری و تکنسین‌های بخش خصوصی و روشنفکران بودند. اعضای این طبقه، کنشگران اصلی در ایجاد و نوسازی حکومت در دوران پهلوی بودند» (همان: ۸۶). روشنفکران شامل نویسندگان، شاعران، معلمان، حقوقدانان، پزشکان، مهندسان و دانشجویان بودند (همان: ۸۹).
۳	«طبقات متوسط و متوسط پایین سنتی که شامل اکثریت علما، تاجران خرد، کسبه و پیشه‌وران و شاگردان آن‌ها بود» (همان: ۷۶).
۴	«طبقه کارگر بسیار ناهمگون، از جمله کارگران ماهر، نیمه ماهر صنعتی، کارگران ساده، کارگران فصلی. افراد دیگری در مشاغل حاشیه‌ای» (همان: ۷۶).
۵	«طبقات مرتبط با زمین شامل: زمین‌داران خرد، دهقانان و برزگران خوش‌نشین ترکیب (همان: ۷۶).



یعنی طوری وانمود می‌کنند که گویی به همه رموز هنر ذهنی نمایشگاه احاطه دارند، ولی اگر از همین تماشاگران که تظاهر به فهمیدن می‌کنند سؤال کنید شما چه درکی از این نقاشی یا آن مجسمه دارید کمی درنگ می‌کند و بعد می‌گوید: هنر حسی است و نمی‌توانم احساسم را بیان کنم و یا اگر حرف زدن را خوب بداند، کلماتی را به هم می‌بافد که هیچ ربطی به آن که در پیش روی ماست ندارد» (گرگین، ۱۳۵۱: ۹۹). فیروزه میرزائی در جستاری پیرامون نمایشگاه گیتی ناوران می‌گوید: «در مورد بیننده‌ها باید بگوییم: به نظر من رفتن به یک نمایشگاه این روزها آنقدر که مد هست علاقه نیست، و خیلی از این بازدیدها را می‌توان با حالت متظاهرانه‌اش در این نمایشگاه‌ها دید [...] درصد کمتری را افراد صادق و علاقمند به هنر تشکیل می‌دهند که می‌پرسند و نظراتشان قابل تعمق است و تحرک واقعی را در یک هنرمند بوجود می‌آورند» (میرزائی،

دختران تهران شب افتتاحیه را قرق کردند. شانزده کار در ساعت اولیه به فروش رفت. بوی عطر میهمانان تا خیابان اصلی عباس‌آباد رفت» (کیارس، ۱۳۸۹: ج ۱۳)؛ میهمانان نخستین اکسپوی ایرانی در تهران، که توسط گالری نیازی و با همکاری سازمان رادیو و تلویزیون و شهرداری پایتخت شکل گرفت عبارت بودند از: ملکه، وزیر فرهنگ، شهردار و رؤسای مملکتی (همانجا). در عین حال منابعی که تأیید نماید همه افراد وابسته به طبقه نخبگان و مسلط از شناخت کافی از آثار نقاشی نوگرا برخوردار بوده‌اند در دست نیست؛ از یک سو مواردی وجود دارد که می‌تواند در توانایی ایشان در درک این آثار تردید ایجاد نماید. منصوره حسینی در خلال گفتگویی اشاره می‌کند که: «تازه ممکن است تابلو خریدن میان جمعی مد شود» (گرگین، ۱۳۵۰: ۴۵). گرگین می‌گوید: «شما در نمایشگاه به آدم‌هایی برمی‌خورید که خود را دقیقاً دانا نشان می‌دهند،

۱۳۵۲: ۱۰۳). حاتم در ارزیابی نقاشی‌های سال ۱۳۵۲ ه.ش. می‌گوید: «[...] [تماشاگر] امروز گلولی او [هنرمند نقاش] را فشار می‌دهد و می‌پرسد مگر چقدر برای این تابلو وقت گذاشته‌ای که اینقدر گران است و سعی می‌کند او را راضی کند که از فلان تابلویش، یکی دیگر با رنگ بنفش که به پرده‌های اطاق او بباید، بکشد و اینقدر هم گران حساب نکند» (حاتم، ۱۳۵۲: ۱۵۲). از سوی دیگر این سخن دریابییگی در گفتگو با حاتم که: «این [هنر] زمینه‌ای نیست که بخش‌های خصوصی و آدم‌های سرمایه‌دار مایل به سرمایه‌گذاری در آن باشند. می‌بینیم که تعداد گالری‌ها مثلاً چقدر از تعداد بوتیک‌ها و رستوران‌ها کمتر است» (حاتم، ۱۳۵۳: ب: ۱۹) مایه تردید دربارهٔ این مخاطبان احتمالی آثار نقاشی نوگرا یعنی اقبال سرمایه‌دار و نخبگان مسلط می‌گردد. یکی از نکات قابل توجه، نظر شخص محمدرضا شاه دربارهٔ کار هنرمندان مدرن است که در قالب کنایه‌ای برای اشاره به اوضاع از نظر او آشفتهٔ ایران در برهه‌ای زمانی آمده است؛ وی در کتاب به سوی تمدن بزرگ می‌نویسد: «دورنمای وضع ایران در آخرین سال‌های آن دوران [پیش از اسفند ۲۴۷۹ شاهنشاهی]، تصویر واقعی کابوس وحشتناکی است که شاید حتی نقاشان هنر مدرن نیز که متخصص تجسم آشفتنگی‌ها هستند آنچنان که باید قادر به ارائهٔ آن نباشند» (پهلوی، بی‌تا: ۷۳).

ب) طبقهٔ متوسط شهری (جدید) شامل: طبقهٔ متوسط غیرسرمایه‌دار، صاحبان حرفه‌های آزاد، پرسنل نظامی، تکنسین‌های بخش خصوصی، کارمندان دولتی، مستخدمان دولت و شاید هم ارتش، تعدادی از کارکنان صنعت حمل و نقل، خدمات و برق و تلفن، شاغلین بانک‌ها، اداره‌ها و سایر سازمان‌ها همچون روشنفکران یعنی: نویسندگان، شاعران، معلمان، حقوقدانان، پزشکان، مهندسان و دانشجویان، هنرمندان، ناشران و بعضی کارمندان، برخی صاحبان مشاغل ردهٔ بالا که طبقهٔ متوسط تحصیل کرده نامیده می‌شوند، از دیگر گروه‌های مصرف‌کنندهٔ آثار نقاشی نوگرا بوده‌اند؛ این نظر براساس منابع موجود به‌طور قطع دربارهٔ دانشجویان، روشنفکران، منتقدان هنر و نویسندگان مطبوعات،

کارمندان، هنرجویان و دانشجویان رشته‌های طراحی، نقاشی و معماری، دانشجویان هنرهای زیبا، هنرجویان هنرستان‌ها، دانشجویان دانشگاه تهران صادق است. این گروه از مصرف‌کنندگان، مانند گروه نخبگان و اقبال مسلط، از توانایی مالی کافی برای خرید آثار نقاشی نوگرا برخوردار نیستند؛ الخاص به اینکه زوج‌های جوان کارمند استطاعت خرید اصل آثار زنده‌رودی را ندارند اشاره کرده است (الخاص، ۱۳۸۵: ۳۷). در عین حال این گروه‌ها به دلیل برخورداری از تحصیلات دانشگاهی در داخل یا خارج از کشور و امکان آشنایی کامل یا حدودی با فرهنگ غرب چه در بستر خانواده و چه خارج از آن، بخشی از اوقات فراغت خود را به دیدار از نمایشگاه‌های نقاشی نوگرا اختصاص داده‌اند. از طبقهٔ متوسط سنتی مانند: بازاریان، معممین، تجار، کسبه و پیشه‌وران فعال در بازار، هر چند خاستگاه برخی هنرمندان نقاش نوگرا محسوب می‌شود، و طبقهٔ کارگر کمتر به عنوان مصرف‌کنندهٔ این دست از آثار نقاشی نام برده‌اند.

ایرج زهری تصویری از نحوهٔ مواجههٔ طبقات اجتماعی با تئاتر در ایران ارائه می‌دهد؛ طبق نظر وی: «کارگران و کشاورزان و کسبه و از آن طرف روشنفکران برگزیده، اشراف و مدیران برجسته هیچ‌وقت به تئاتر نمی‌روند» (زهری، ۲۵۳۶: ۱۴). ترجیح کارگران برای سپری کردن اوقات فراغتشان، به دلیل میزان زیاد ساعات کاریشان، بودن در کنار خانواده، رفتن به سینما یا تئاتر وارسته، برنامه‌های رقص و آواز، یا تماشای عملیات محیرالعقول، دیدن مسابقات فوتبال و بکس است (همانجا)؛ کشاورزان اما به مراسم و نمایش‌های آیینی گرایش بیشتری دارند (همان: ۱۵-۱۴). کسبه نیز به دیدن تئاتر رغبتی نشان نمی‌دهند چرا که به قول زهری تصاویری که هر روز با آن مواجه می‌شوند خود همچون نمایش روی صحنه است (همان: ۱۵). اشراف، اپرا را ترجیح می‌دهند و روشنفکران برگزیده نیز مشتری دائم جشنواره‌های جهانی و تئاترهای خاص و به دنبال هنری با زبان جهانی هستند (همانجا). وی در نهایت می‌گوید، مشتریان پر و پا قرص تئاتر عبارتند از: روشنفکران شامل کارمندان، دانش‌آموزان، دانشجویان و گروهی از استادان و هنرمندان (همانجا). این نوشته، حداقل نشان

می‌دهد که کارگران شهری اوقات فراغت خود را چگونه سپری می‌کنند؛ همچنین براساس این متن می‌توان شباهتی میان مخاطبان بالقوه آثار نقاشی نوگرا، یعنی طبقه مسلط و نخبگان، و طبقه متوسط شهری با مخاطبان تئاتر مشاهده کرد.

در عین حال مطالعه‌ای در زمینه تفریح اقشار گوناگون مردم در دوران پهلوی می‌تواند برخی نگاه‌های کلیشه‌ای را به مخاطبان آثار نقاشی نوگرا تغییر دهد. سلطان‌زاده می‌گوید: «در مقطع زمانی میان سال‌های ۱۳۴۲ تا ۱۳۵۶ ه.ش. تفریحات روشنفکران متنوع‌تر از دهه‌های قبل بود. تعداد کنسرت‌ها و نمایشگاه‌های نقاشی برگزار شده به مراتب بیش از دهه سی بود. در شماره‌های گوناگون مجله روشنفکری نگین، علاوه بر اعلام اجرای تئاترها به کنسرت‌ها و نمایشگاه‌های نقاشی برپا شده هم اشاره می‌شد» (سلطان‌زاده، ۱۳۹۷: ۱۵۹). «روشنفکران منتقد حکومت تصور می‌کرد [ند] که تئاتر

امکان ایجاد تحول فکری در اقشاری از جامعه را دارد» (همان: ۱۶۱). کارکردی که احتمالاً نمی‌توانستند از نقاشی نوگرا انتظار داشته باشند. جلال آل‌احمد، از جمله روشنفکران منتقد می‌گوید: «[...] «این» حکومت‌ها هنر را زینت دیوار می‌خواهند و «کلام» را وسیله تحمیق خلاق، یا ازابه تبلیغات. و از صاحب قلم یا هنرمند به دور باد که برده‌ای باشد در چنین بازاری» (آل‌احمد، ۱۳۷۳: ۱۹۶۱). متن دیگری که می‌تواند در نتیجه‌گیری زودهنگام در زمینه تعلق طبقاتی مخاطبان آثار نقاشی نوگرا تردید ایجاد نماید، مقاله‌ای است با عنوان «جوانان دانشجو اوقات فراغت خود را چگونه می‌گذرانند»؛ این مقاله در اصل گزارشی است از نتایج گفتگوی یوسف ابادری و مسعود همتی با صد جوان دانشجو در زمینه نحوه گذراندن اوقات فراغت‌شان. در ادامه متن گزارش در قالب یک جدول می‌آید:

جدول شماره ۴. تفریحات ۱۰۰ تن از دانشجویان در گزارشی با عنوان «جوانان دانشجو اوقات فراغت خود را چگونه می‌گذرانند» (ابادری و همتی، ۱۳۴۹: ۷-۴)

ردیف	نحوه گذراندن اوقات فراغت (میزان از ۱۰۰ درصد)	ویژگی‌های بارز، شرایط خانوادگی یا شغلی و مکان زندگی
۱	۱۰ درصد بیشتر اوقات فراغت خود را در تریاها، مجالس رقص و خانه دوستان می‌گذرانند.	دارای آزادی کامل، رفاه کامل مادی و فاقد هدف معین برای آینده (ابادری و همتی، ۱۳۴۹: ۵-۴)
۲	۴۵ درصد برای اوقات فراغت خود برنامه خاصی ندارند؛ گاهی به سینما یا تریا و زمانی به خانه دوستان می‌روند همچنین بخشی از وقت خود را به بازی بیلیارد در باشگاه اختصاص می‌دهند؛ کتاب نیز می‌خوانند	دارای آزادی محدود و مشروط خانوادگی (همان: ۵)
۳	۲۰ درصد اوقات خود را با رفتن به سینما، خواندن کتاب می‌گذرانند.	غالباً اهل شهرستان، دارای عقاید تند و حاد نسبت به جامعه؛ آشنا با مکتب‌های گوناگون ادبی و اکثر نویسندگان و شاعران؛ علاقمند به فیلم‌های هنری (همان: ۶).
۴	۱۵ درصد در زمان‌های بیکاری در خانه می‌مانند یا حداکثر به سینما می‌روند.	این افراد علاوه بر تحصیل، کار نیز می‌کنند که تفریح را بی‌معنا می‌کند (همان: ۷).
۵	۱۰ درصد رفتن به دانشکده و درس را نوعی تفریح دانسته و کتاب می‌خوانند.	خواننده کتاب‌های تند و حاد و دارای افکار نامنظم، بدبین به جامعه؛ دارای عقده‌های فراوان و کمبودها که باید با توسل به دلجوئی و نوعی سرگرمی مداوا شوند (همانجا).

می‌گوید: «نظرسنجی‌های صورت گرفته در مورد گذران اوقات فراغت دانشجویان، کارگران و آموزگاران زن تهرانی هم نشان می‌دهند که تماشای فیلم‌های سینمایی، علاقمندان بسیار زیادی داشته است. مطابق این پژوهش‌ها ۹۳٪ دانشجویان، ۹۳٪ کارگران و ۶۴٪ آموزگاران زن به سینما می‌رفتند» (سلطان‌زاده، ۱۳۹۷: ۱۳۲). در واقع به‌قول سلطان‌زاده «سینماها مهم‌ترین و پرمخاطب‌ترین تفریح‌گاه‌های موجود در شهر تهران بودند» (همان: ۱۳۱). با مطالعه تاریخ تفریح در شهر تهران در دوره پهلوی می‌توان گفت، مخاطبان آثار نقاشی الزاما همه روشنفکران، و همه دانشجویان به ویژه دانشجویان تهرانی نبوده‌اند.

### نتیجه‌گیری

اقبال به آثار نقاشی نوگرا، نیاز به دانشی در زمینه تاریخ هنر مدرن غرب داشت، که تنها برخی از گروه‌های اجتماعی به دلیل داشتن تحصیلات دانشگاهی، حضور و تحصیل در کشورهای خارجی و دسترسی به منابع فرهنگی لازم از آن برخوردار بودند. ظهور و تداوم جریان نقاشی نوگرا اگرچه در امتداد سیاست نوسازی و تحولات فرهنگی و هنری ایران قابل درک بود اما مجموعه این تحولات در زمینه بستر فرهنگی و هنری ایران برای همه طبقات شهری قابل درک و هضم نبود؛ در عین حال تلاش هنرمندان و دولت نیز جهت کاهش فاصله میان مردم به طور کلی و این آثار هنری چندان با موفقیت توأم نبود. بنابر شواهد و اطلاعات موجود و مقایسه میان این اطلاعات به دست آمده از متون گوناگون در نشریات و برخی کتب با نتایج مطالعات فوران، اشرف و بنوعیزی درباره طبقات اجتماعی در ایران به نظر می‌رسد غالب مخاطبان آثار نقاشی نوگرا، جزو طبقه متوسط شهری، گروه‌های بینابین، به‌ویژه روشنفکران، دانشجویان و هنرمندان، و طبقه مسلط و نخبگان اجتماعی، مانند درباریان و وابستگان ایشان، سرمایه‌داران و کارمندان رده بالای دولتی بوده‌اند. این پژوهش اگرچه مبین این نتیجه است که اقشاری اقبال بیشتری به آثار نقاشی نوگرا داشته‌اند که از تحصیلات دانشگاهی و آموزش علمی یا فرهنگی و هنری بیشتری در داخل یا خارج از

کشور برخوردار بوده‌اند اما نمی‌تواند تبیین نماید که این اقبال در میان طبقات متوسط شهری و حتی نخبگان سیاسی همچون وابستگان دربار، براساس بهره‌مندی از ذوق و قریحه ناشی از خاستگاه طبقاتی ایشان بوده یا صرفاً تبعیت و دنباله‌روی از گرایش‌های فرهنگی و هنری نخبگان فرهنگی و اجتماعی مانند هنرمندان یا روشنفکران. همچنین این پژوهش نشان می‌دهد دانشجویان که جزو طبقات متوسط شهری و حتی ذیل عنوان کلی روشنفکران قرار می‌گیرند بنابر خاستگاه اجتماعی و جغرافیایی سلیقه متفاوتی داشته و گاه حتی اقبالی به آثار نقاشی نوگرا نشان نداده‌اند. این موارد نشان می‌دهد که مطالعه مخاطبان نقاشی نوگرای ایرانی از منظر جامعه‌شناسی و مفهوم طبقه همراه با مطالعه مؤلفه‌ها و عناصر فرهنگی مؤثر و آمیخته با زندگی ایرانیان تصویر کامل‌تری از مخاطبان آثار نقاشی نوگرای ایرانی ترسیم می‌نماید.

### پی‌نوشت

۱. «تام انجمنی که توسط چند تن از هنرمندان و شاعران نوپرداز ایرانی و به رهبری جلیل ضیاءپور، شیانی، ح. غریب و حسن شیروانی شکل گرفت (۱۹۴۹/۱۳۲۸ ه.ش.)» (پاکباز، ۱۳۸۷: ۲۰۵).
۲. ویکتوریا دی. الکساندر «الماس فرهنگی» وندی گریزولد را به عنوان ابزاری ساده جهت نمایش روابط میان وجوه مؤثر در رابطه جامعه و هنرها، با استفاده از تئوری دنیای هنر هوارد بکر، گسترش و بسط داده، و با افزودن وجه توزیع‌کننده، به تولیدکننده و مصرف‌کننده در ارتباط با هم، جامعه و هنرها الماس فرهنگی را توسعه می‌دهد (الکساندر، ۱۳۹۶: ۱۱۵-۱۱۳).
۳. Wendy Griswold (۱۹۴۶ م.)، جامعه‌شناس آمریکایی.
4. Publicus
5. Secular
۶. Karl Heinrich Marx (۱۸۸۳-۱۸۱۸ م.)، فیلسوف، اقتصاددان، مورخ، جامعه‌شناس، نظریه‌پرداز سیاسی و روزنامه‌نگار و انقلابی سوسیالیست.
7. Rentier
۸. جلیل ضیاءپور (۱۳۷۸-۱۳۹۹ ه.ش.)، نقاش، استاد دانشگاه و نویسنده-منتقد هنر ایرانی.
۹. علی اسفندیاری معروف به نیما یوشیج (۱۳۳۸-۱۳۷۶ ه.ش.)، شاعر معاصر و نوگرای ایرانی.

اشکال زیبا و مردم پسند هنر. ترجمه اعظم راودراد، تهران: مؤسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری متن و انتشارات جامعه‌شناسان.

امامی، کریم. (۱۳۹۵). *گال.. گال.. گالری*. تهران: نیلوفر.

بورديو، پیر. (۱۳۹۵). *تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*. ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ثالث.

پاکباز، روئین. (۱۳۸۹). *دائرة المعارف هنر نقاشی، پیکر سازی، گرافیک*. تهران: فرهنگ معاصر.

پاکباز، روئین و حسن موریزی‌نژاد. (۱۳۹۵). *تالار تقدیریز تجربه ای در عرصه اجتماعی هنر*. تهران: حرفه هنرمند.

مقالات و جستارها:

بی‌نا. (۱۳۴۹). «هنرها و سال‌ها»، *تماشا*. سال اول (۱)، ۵۷-۵۸.

بی‌نا. (۲۵۳۷). «رنگ خاک و رنگ سبز: موزه و مرکز هنری و فرهنگی کرمان»، *تماشا*. سال هشتم (۳۶۸)، ۷-۴ و ۷۶.

بی‌نا. (۱۳۵۱). «طلوع چهره‌هایی در نقاشی و غروب نوعی از نقاشی: نگاهی به نقاشی‌های سال ۱۳۵۱ و گزارشی درباره نقاشان»، *تماشا*. سال اول (۱۰۳)، ۱۹۴-۱۹۲.

بی‌نا. (۱۳۵۲). «مومیایی کردن کهنگی‌ها؟: سخنی درباره نمایشگاه‌های کمیته ملی هنرهای تجسمی»، *تماشا*. سال سوم (۱۵۲)، ۷۲.

بی‌نا. (۱۳۵۰). «نقاشی، تئاتر، سینما، ادبیات: صادق تبریزی»، *تماشا*. سال اول (۲)، ۴۲.

پهلوی، محمدرضا. (بی‌تا). *به سوی تمدن بزرگ*. تهران: کتابخانه پهلوی.

حاتم، بهزاد. (۱۳۵۳ الف). «طلیعه کامران در گفتگو با بهزاد حاتم»، *تماشا*. سال چهارم (۱۶۱)، ۶۹-۶۸.

حاتم، بهزاد. (۱۳۵۳ ب). «درباره نقاشی، درباره گالری‌ها: گفتگوی با دریاپیگی مدیر گالری مس»، *تماشا*. سال چهارم (۱۷۸)، ۱۹-۱۸.

حاتم، بهزاد. (۱۳۵۲). «دستمان خالی رویمان سپاه»، *تماشا*. سال سوم (۱۵۳)، ۱۵۳-۱۵۲.

زهري، ایرج. (۲۵۳۶). «تئاتر ایران و تماشاگرش»، *تماشا*. سال هفتم (۳۱۰)، ۱۵-۱۴.

دل‌زنده، سیامک. (۱۳۹۵). *تحولات تصویری هنر ایران: بررسی انتقادی*. تهران: چاپ و نشر نظر.

سلطان‌زاده، حامد. (۱۳۹۷). *تاریخ تفریح در شهر تهران: در دوران قاجار و پهلوی*. تهران: نگارستان اندیشه.

شباویز، فلورا و علی اصغر محتاج. (۲۵۳۶). «هنرهای تجسمی»: گفتگو با مسئولان ۱۱ نگارخانه در تهران»، *تماشا*. سال هشتم (۳۵۶)، ۶۶-۵۶.

۱۰. محمدعلی فروغی (۱۳۲۱-۱۳۲۴ ه.ش.)، معروف به ذکاء‌الملک، روشنفکر و سیاستمدار ایرانی.

۱۱. محمدتقی بهار (۱۳۳۰-۱۳۶۵ ه.ش.)، شاعر و ادیب و نویسنده و سیاستمدار ایرانی.

۱۲. Pierre Bourdieu (۲۰۰۲-۱۹۳۰ م.)، جامعه‌شناس، مردم‌شناس و فیلسوف فرانسوی. به نظر وی اقبال به آثار هنری و گزینش آن‌ها بنابر شرایط اقتصادی و اجتماعی کنش‌گران، پیوندی نزدیک با موقعیت‌های مختلف ممکن در فضای اجتماعی دارد، و سرانجام به عادت‌واره‌هایی گره می‌خورد که ویژگی طبقات و زیرگروه‌های طبقاتی مختلف است (بورديو، ۱۳۹۵: ۲۹).

۱۳. آیدین آغداشلو (۱۳۱۹ ه.ش.)، نقاش، گرافیست، نویسنده، منتقد هنر ایرانی.

۱۴. هانیبال الخاص (۱۳۸۹-۱۳۰۹ ه.ش.)، نقاش، منتقد و مدرس هنر ایرانی.

۱۵. ایران درودی (۱۳۱۵ ه.ش.)، نقاش، کارگردان و منتقد هنر ایرانی.

۱۶. کوروش شیشه‌گران (۱۳۲۴ ه.ش.)، نقاش و گرافیست ایرانی.

۱۷. حسین زنده‌رودی (۱۳۱۶ ه.ش.)، نقاش ایرانی.

۱۸. طللیعه کامران (۱۳۹۵-۱۳۰۹ ه.ش.)، نوازنده، نقاش و شاعر ایرانی.

### کتابنامه

آبراهامیان، یرواند. (۱۳۸۹). *ایران بین دو انقلاب*. ترجمه احمد گل محمدی و محمد ابراهیم فتحی ولیلایی، تهران: نی.

آل‌احمد، جلال. (۱۳۷۳). *ادب و هنر امروز ایران*. ج ۴. با پژوهش و ویرایش مصطفی زمانی‌نیا. تهران: میترا و همکلاسی.

آل‌احمد، جلال. (۱۳۴۷). *در خدمت و خیانت روشنفکران*. تهران: رواق.

آتشی، م. (۱۳۵۲). «حسین زنده‌رودی: نقاش رابطه‌های استتیک»، *تماشا*. سال سوم (۱۴۶)، ۷۷-۷۶.

اباذری، یوسف، و مسعود همتی. (۱۳۴۹). «جوانان دانشجو اوقات فراغت خود را چگونه می‌گذرانند»، *مکتب مام*. زمستان (۱۳)، ۸-۴.

اشرف، احمد و علی بنوعزیزی. (۱۳۸۶). *طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران*. ترجمه سهیلا ترابی فارسانی، تهران: نیلوفر.

الخاص، هانیبال. (۱۳۸۵). *بی‌پرده با آفتاب: مجموعه مقالات*. ج ۲. تهران: مجال.

الکساندر، ویکتوریا دی. (۱۳۹۶). *جامعه‌شناسی هنرها شرحی بر*

منتظر قائم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها. موشتوری، آنتیگون. (۱۳۹۴). *جامعه‌شناسی مخاطب در حوزه فرهنگی و هنری*. ترجمه حسین میرزائی، تهران: نی. میرزائی، فیروزه، (۱۳۵۲). «سیری در فضاهاى شعری شاملو: نظری به نمایشگاه گیتی ناوران»، *تماشا*. سال سوم (۱۱۴)، ص ۱۰۳.

روزنامه: وزل، علی‌رضا. (۱۳۵۴). «هنر نقاشی هنوز به توجه بیشتر نیاز دارد»، *رستاخیر*. زمستان (۲۰۹)، ص ۱۶.

- منابع اینترنتی  
پیران، پرویز. «مفهوم پیچیده طبقه اجتماعی در جامعه پیچیده ایران». (۱۳۹۸/۰۸/۱۲)، *تاریخ روزرسانی*: ۱۳۸۸، ۱۵ فروردین

Abazari, Yousef, and Massoud Hemmati. (1349). "How do young students spend their leisure time", *Maktab e Mom*. Winter (13), 8-4.

Abrahamian, Yervand. (1389). *Iran between two revolutions*. Translated by Ahmad Golmohammadi and Mohammad Ebrahim Fattahi Valilayi, Tehran: Ney.

Al-Ahmad, Jalal (1373). *Iranian literature and art today*. C 4. With research and editing by Mostafa Zamani. Tehran: Mitra and Hamkelasi.

Al-Ahmad, Jalal (1347). *In the service and betrayal of intellectuals*. Tehran: Ravagh.

Alkhas, Hannibal. (1385). *frankly with the Sun: A Collection of Articles*. Vol.2. Tehran: Majal.

Alexander, Victoria D. (1396). *Sociology of Arts a Description of The Beautiful and Popular Forms of Art*. Translated by Azam Ravradrad, Tehran: Institute of Compilation, Translation and Publication of Art Works, "Matn", and sociologists' publications.

Anonymous, (1349). "Arts and Years", *Tamasha*. First Year (1), 58-57.

Anonymous, (2537). "Soil color and green color: Museum and Art and Cultural Center of Kerman", *Tamasha*. Eighth year (368), 7-4 and 76.

Anonymous, (1351). "Rise of figures in painting and the sunset of a type of painting: a look at the

صمیمی، مینو. (۱۳۶۸). *پشت پرده‌های تخت طاووس*. ترجمه حسین ابوترابیان، تهران: اطلاعات.

عرفان، سعید. (۱۳۵۲). «گذری و نظری به گالری‌ها و نمایشگاه‌های شهر ما: چرا تنها شب شلوغ نمایشگاه‌ها، شب افتتاح آن‌هاست»، *تماشا*. سال سوم (۱۴۹)، ۲۶ تا ۲۷.

فوران، جان. (۱۳۷۷). *مقاومت شکننده: تاریخ تحولات اجتماعی ایران از سال ۱۵۰۰ میلادی تا ۱۷۹۹ شمسی تا انقلاب*. ترجمه احمد تدین، تهران: خدمات فرهنگی رسا.

قلی‌پور، علی. (۱۳۹۷). *پرورش ذوق عامه در عصر پهلوی تربیت زیباشناختی ملت در سیاست‌گذاری فرهنگی دولت*. تهران: مؤسسه فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.

کاتوزیان، همایون. (۱۳۹۲). *نه مقاله در جامعه‌شناسی تاریخی ایران نفت و توسعه اقتصادی*. ترجمه علیرضا طیب، تهران: مرکز.

کاتوزیان، همایون. (۱۳۸۷). *تضاد دولت و ملت: نظریه تاریخ و سیاست در ایران*. ترجمه علیرضا طیب، تهران: نی.

کاوه. (۱۳۵۲ الف). «نمایشگاهی از تاریخ نقاشی جهان»، *تماشا*. زمستان، سال سوم (۱۴۷)، ۱۷.

کاوه. (۱۳۵۲ ب). «نقاش بی‌حرف مردم»، *تماشا*. سال سوم (۱۳۲)، ۸۱-۸۰.

کیارس، داریوش. (۱۳۸۹ الف). «تاریخچه گالری‌های تهران ۱. گالری خانه آفتاب»، *تندیس*. زمستان (۱۹۱)، ۲۱-۲۰.

کیارس، داریوش. (۱۳۸۹ ب). «تاریخچه گالری‌های تهران: ۳. گالری لیتو»، *تندیس*. زمستان (۱۹۳)، ۱۳-۱۲.

کیارس، داریوش. (۱۳۸۹ ج). «تاریخچه گالری‌های تهران: ۴. گالری نیازی»، *تندیس*. زمستان (۱۹۴)، ۱۳-۱۲.

کوئن، بروس. (۱۳۹۱). *مبانی جامعه‌شناسی*. ترجمه غلامعباس توسلی و رضا فاضل، تهران: سمت.

گرگین، عاطفه. (۱۳۵۱ الف). «آینده نمایشگاه‌های نقاشی: آیا روزی تماشاگران نقاشی تنها خود نقاشان خواهند بود؟»، *تماشا*. سال دوم (۶۵)، ۸۳.

گرگین، عاطفه. (۱۳۵۱ ب). «فرم‌های بیگانه و هم‌بسته»، *تماشا*. سال دوم (۸۵)، ۹۹.

گرگین، عاطفه. (۱۳۵۰). «هنرمند و اجتماع پاسخگوی نیازهای متقابل یکدیگر نیستند: میزگرد نقاشان»، *تماشا*. سال اول (۹)، ۴۵-۴۴.

مقدم، حسن. (۱۳۵۱). «تزیین و جستجو در فرم: آثار بهزاد گلپایگانی در انجمن فرهنگی ایران و فرانسه»، *تماشا*. سال دوم (۱۰۰)، ۸۳.

مک‌کوایل، دنیس. (۱۳۸۰). *مخاطب‌شناسی*. ترجمه مهدی



- Gorgin, Atefeh. (1351 b) "Alien and closed forms", Tamasha. second year (85), 99.
- Gorgin, Atefeh. (1350). "The Artist and the Community Do Not Meet Mutual Needs: The Painters' Roundtable", Tamasha. First Year (9), 45-44.
- Hatam, Behzad. (1353a). "Talieh Kamran in conversation with Behzad Hatam", Tamasha. Fourth Year (161), 69-68.
- Hatam, Behzad. (1353 b). "About Painting, About Galleries: An Interview with Daryabigi, Director of Mes Gallery", Tamasha. Fourth Year (178), 19-18.
- Hatam, Behzad. (1352). "Our Empty hands, we've been put to Shame", Tamasha. Third Year (153), 153-152.
- Katozian, Homayoun. (1392). Nine articles on the historical sociology of Iranian oil and economic development. Translated by Alireza Tayeb, Tehran: Markaz.
- Katozian, Homayoun. (1387). Conflict between government and nation: Theory of history and politics in Iran. Translated by Alireza Tayeb, Tehran: Ney.
- kaveh, (1352a). "Exhibition of the history of world painting", Tmasha. third year (147), 17.
- Kaveh (1352b). "The speechless painter of the people". Tamasha, Third year (132), 81- 80.
- Kiars, Dariush. (1389a). "History of Tehran Galleries 1. Aftab House Gallery", Tandis. Winter (191), 21-20.
- Kiars, Dariush. (1389 b). "History of Tehran galleries: 3. Lito Gallery", Tandis. Winter (193), 13-12.
- Kiars, Dariush. (1389 c). "History of Tehran galleries: 4. Niazi Gallery", Tandis. Winter (194), 13-12.
- McQuail, Dennis. (1380). Audience. Translated by Mehdi Montazer Ghaem, Tehran: Center for Media Studies and Research.
- paintings of 1351 and a report about painters", Tamasha. First year (103), 194-192
- Anonymous, (1352). "Mummification of antiquities ?": A talk about the exhibitions of the National Committee of Visual Arts", Tamasha. Third year (152), 72.
- Anonymous, (1350). "Painting, theater, cinema, literature:." Sadegh Tabrizi "", Tamasha. First year (2), 42.
- Ashraf, Ahmad and Ali Banu Azizi. (1386). Social classes, government and revolution in Iran. Translated by Soheila Torabi Faresani, Tehran: Niloufar.
- Atashi, M. (1352). "Hossein Zenderoudi: Painter of Aesthetic Relationships", Tamasha. Third Year (146), 77-76.
- Emami, Karim. (1395). Gal..Gal..Gallery. Tehran: Niloufar.
- Coen, Bruce. (1391). Principles of Sociology. Translated by Dr. Gholamabbas Tavassoli and Dr. Reza Fazel, Tehran: Samt.
- Delzende, Siyamak. (1395). Visual Developments in Iranian Art: A Critical Study. Tehran: Nazar Publication.
- Erfan, Saeed (1352). "A look at the galleries and exhibitions of our city: why only the busy night of exhibitions is their opening night", Tamasha. Third year (149), 26 to 27.
- Foran, John. (1377). Fragile Resistance: The history of social developments in Iran from 1500 AD matching 879 hejra, Translated by Ahmad Tadayon, Tehran: Rasa Cultural Services.
- Gholipur, Ali, (1397). Cultivating public taste in the Pahlavi era Aesthetic education of the nation in the cultural policy of the government. Tehran: Nazar Publication.
- Gorgin, Atefeh. (1351a). "The Future of Painting Exhibitions: Will the painting spectators one day be the only painters themselves?", Tmasha. Second year (65), 83.



- Tavoos. Translated by Hossein Aboutorabian, Tehran: Ettelaat.
- Shabawiz, Flora and Ali Asghar Mohtaj. (2536). "Visual Arts": Conversation with the officials of 11 galleries in Tehran ", Tamasha, 8th year (356), 66-56.
- Sultanzadeh, Hamed. (1397). History of entertainment in Tehran: during the Qajar and Pahlavi eras. Tehran: Andisheh Negarestan.
- Zohri, Iraj. (2536). "Iranian Theater and its audience", Tamasha. Seventh Year (310), 15-14.
- Newspaper**
- Wozal, Ali Reza. (1354). "The art of painting still needs more attention", Rastakhir. Winter (209), p.16.
- Internet resources**
- Piran, Parviz. "The complex concept of social class in a complex Iranian society". (12/08/1398), (Updated date: 1388, 15 April)
- <<http://asre-nou.net/php/view.php?objnr=2830>>
- Mirzaei, Firoozeh, (1352). "A tour into poetic spaces, including: A look at the Giti Navaran exhibition". Third Year (114), p.103.
- Moghaddam, Hassan. (1351). "Decoration and search in the form: the works of Behzad Golpayegani in the Cultural Association of Iran and France", Tamasha. Second year (100), 83.
- Mouchtouris, Antigone. (1394). Sociology of the audience in the field of culture and art. Translated by Hossein Mirzaei, Tehran: Ney.
- Pakbaz, Ruyin. (1389). Encyclopedia of the art of painting, sculpture, graphics. Tehran: Contemporary Culture.
- Pakbaz, Rouin and Hassan Morizinejad. (1395). Ghandriz Hall is an experience in the social field of art. Tehran: Herfe ye Honarmand.
- Pahlavi, Mohammad Reza (?). Towards a great civilization. Tehran: Pahlavi Library.
- Samimee, Mino. (1368). The Back of the Takhte