

# تحلیل انتقادی جنبش سقاخانه براساس مفهوم صنعت فرهنگ در اندیشه

آدورنو\*

سحر همایون نژاد\*\*

نرگس ذاکر جعفری\*\*\*

خیزران اسماعیل زاده\*\*\*\*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۵/۷

## چکیده

از قرن بیستم به این سو و با رواج یافتن اندیشه انتقادی در بررسی و نقد هنر، یکی از اصلی‌ترین انتقادات به نظام ارزش‌گذاری آثار هنری، تعیین ارزش آن‌ها بر مبنای میزان فروش و اعتبار هنرمند در بازار جهانی است. رسانه‌های مختلف هنری از جمله موسیقی، سینما، نقاشی و غیره به کالایی قابل مصرف بدل شده و تحت تأثیر نظام سرمایه‌داری و تحولات سیاسی - اقتصادی کارکرد متفاوتی به خود گرفته‌اند. از نخستین جلوه‌های پدیده کالایی شدن هنر در ایران، ظهور جنبش سقاخانه در دهه چهل شمسی است. تحقیق حاضر در صدد است رابطه آثار تولیدشده را، ذیل جنبش سقاخانه و بازار هنر، واکاوی کند. این پژوهش با تکیه بر مفهوم صنعت فرهنگ در اندیشه آدورنو در پی یافتن عواملی است که موجب شده برخی از آثار هنر سقاخانه به جای ارزش هنری و فرهنگی، ارزش اقتصادی و مبادله‌ای پیدا کنند. در این راستا، آثار هنری سقاخانه براساس چهار مؤلفه از آرای آدورنو تحلیل شده‌اند. طبق یافته‌های تحقیق حاضر، از دست‌دادن «اصالت و خودآیینی»، عدم «خودانگیزگی و فردیت»، «تکرارپذیری و بازتولید»، و «مصرف‌کنندگی مخاطب» از جمله ویژگی‌هایی هستند که ارزش اقتصادی و مبادله‌ای برای آثار جنبش سقاخانه رقم زده‌اند. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که هنرمندان سقاخانه با از دست‌دادن مهم‌ترین شاخصه‌های هنر اصیل، همانند محصولات صنعت فرهنگ به ابزاری برای تبلیغات بدل شدند. این تحقیق با رویکردی کیفی و روش توصیفی - تحلیلی است و شیوه گردآوری اطلاعات بر اساس منابع مکتوب (کتابخانه‌ای - آرشیوی) انجام شده است.

**کلیدواژه‌ها:** جنبش سقاخانه، صنعت فرهنگ، آدورنو، هنر انتقادی، نقاشی معاصر ایران

\* این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد پژوهش هنر با عنوان «بررسی انتقادی جریان‌ها و تحولات هنر معاصر ایران در دهه ۸۰ و ۹۰ شمسی، با تکیه بر آراء متفکران مکتب فرانکفورت» با راهنمایی دکتر نرگس ذاکر جعفری و مشاوره دکتر خیزران اسماعیل‌زاده در دانشکده هنر و معماری دانشگاه گیلان است.

\*\* دانشجوی کارشناسی ارشد گروه پژوهش هنر دانشکده هنر و معماری دانشگاه گیلان، گیلان، رشت، ایران. Email: saharhomayun0@gmail.com

\*\*\* دانشیار گروه موسیقی دانشکده هنر و معماری دانشگاه گیلان، گیلان، رشت، ایران (نویسنده مسئول) Email: nargeszakeri@guilan.ac.ir

\*\*\*\* دکتری پژوهش هنر، استاد مدعو دانشکده هنر و معماری دانشگاه گیلان، گیلان، رشت، ایران. Email: kheyzaran.smaelzadeh@gmail.com

## مقدمه

جنبش هنری موسوم به سقاخانه در برهه‌ای از تاریخ هنر ایران به‌وجود آمد که کشور نخستین گام‌های خود را به‌سوی مدرنیته برمی‌داشت. در جدال میان سنت و مدرنیته، پیدایش این مکتب از مهم‌ترین رویدادهای هنری دههٔ چهل شمسی به‌شمار می‌آید. برخی پژوهشگران معتقدند که هنرمندان سقاخانه به‌دلیل استفاده از عناصر بومی و به‌نوعی محبوب گردشگران و مخاطبان خارجی، در بازار جهانی، مورد توجه قرار گرفته‌اند و برخی دیگر حمایت مستقیم حاکمیت وقت را دلیل موفقیت اقتصادی آن در بازار هنر معاصر می‌دانند.

آدورنو، مارکوزه و هورکهایمر بر این عقیده‌اند که برای بررسی هر اثر هنری باید علاوه بر شکل و محتوا به خاستگاه، کارکرد و کلیت اجتماعی آن‌ها توجه کرد، زیرا تمام عرصه‌های فرهنگی به زمینه‌های اجتماعی در هر جامعه‌ای ارجاع دارند. آن‌ها تأکید داشتند که فرهنگ انبوه را باید در بستر جامعه و در تعامل با دیگر ابعاد اجتماعی مطالعه کرد. آدورنو علاوه بر هنر نگاهی کاملاً اجتماعی به فرهنگ دارد. به‌عبارتی او جامعه‌شناس فرهنگ است و به تأثیر اجتماعی فرهنگ می‌پردازد. از این جهت در بررسی اثر هنری به زمینه‌های اجتماعی آن توجه می‌کند. از دید آدورنو، هنر به این دلیل اجتماعی است که منتقد جامعه است. برای آدورنو هنری خودآیین و مستقل است که این کارکرد انتقادی اجتماعی را دارا باشد. هنر خودآیین از ضرورت ایفای هر نقش اجتماعی خاص و از پیش تعیین‌شده‌هایی یافته است (ویلسون، ۱۳۸۹: ۹۲). با این مقدمه، این پرسش مطرح می‌شود که نسبت گروه سقاخانه با جامعهٔ ایران دههٔ چهل شمسی چه بوده است؟ این مقاله با تکیه بر مفهوم «صنعت فرهنگ»<sup>۱</sup> به دنبال تحلیلی انتقادی و درصدد پاسخ به این پرسش است که روند کالایی‌شدن آثار هنری و تبدیل ارزش فرهنگی به ارزش اقتصادی مبادله‌ای در آثار بانیان سقاخانه به‌واسطهٔ کدام عوامل صورت گرفته است؟ برای پاسخ به این پرسش‌ها باید سقاخانه را به‌عنوان بخشی از تاریخ سیاسی هنر<sup>۲</sup> ایران بررسی کرد.

## روش پژوهش

مقالهٔ حاضر از حیث جست‌وجوی زمینه‌ها و بررسی عوامل اجتماعی و سیاسی تأثیرگذار بر هنر، به‌طور کلی ذیل جامعه‌شناسی هنر قرار می‌گیرد. گردآوری اطلاعات در اینجا بر پژوهش‌های اسنادی و استفاده از منابع کتابخانه‌ای، ترجمهٔ مقالات، مشاهده و تحلیل آثار متکی است. رویکرد تحقیق بر مبنای آرای متفکر آلمانی، تئودور آدورنو<sup>۳</sup> دربارهٔ هنر انتقادی و مفهوم صنعت فرهنگ گزینش شده و بر اساس آن چارچوب و مؤلفه‌های تحلیل شکل گرفته است. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها کیفی است.

## پیشینهٔ پژوهش

مطالعات صورت گرفته دربارهٔ ایدهٔ این پژوهش، نشان می‌دهد که پژوهشی دقیقاً مشابه موضوع این پژوهش انجام نپذیرفته است، اما موضوع کار برخی پژوهش‌ها در جاهایی با ایدهٔ این پژوهش هم‌پوشانی داشته یا به شکل‌گیری آن کمک کرده است که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود. مقالهٔ «جنبش سقاخانه در هنر معاصر ایران و ارتباط آن با رویکردهای هنری مدرن یا پست‌مدرن» (کشورز؛ بایرام‌زاده، ۱۳۹۹) با مرور مهم‌ترین ویژگی‌های هنر مدرن و پست‌مدرن و همچنین واکاوی شرایط پیدایش مکتب سقاخانه، به این موضوع پرداخته که آیا تلاش برای ارجاع به هویت ایرانی در جنبش سقاخانه در ایران می‌تواند آن را در حوزهٔ هنر پست‌مدرن قرار دهد. نتایج به‌دست آمده از مقالهٔ مذکور نشان می‌دهد که معاصر بودن در هنر سقاخانه به‌معنای معاصر بودن ایرانی است و نه معاصر بودن جهانی و تطبیق آن با پارادیم‌های فکری روز و مطرح در هنر غرب آن زمان، یعنی پست‌مدرنیته، لزوماً در هنر معاصر ایران جریان نداشته است (گروسی؛ کفشچیان مقدم، ۱۳۹۹). در مقالهٔ «بازخوانی آثار نقاشان سقاخانه از منظر آشنائزادایی شکلوفسکی (منتخب آثار اوپسی، قندریز و تبریزی)» به بررسی تفکر و آرای شکلوفسکی و تطبیق آن با رویکرد هنرمندان سقاخانه پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که اصل تفکر شکلوفسکی مبنی بر غریبه‌سازی عناصر آشنا و دم‌دستی با کار نقاشان



### مبانی نظری

مکتب فرانکفورت<sup>۴</sup> در رابطه با نظریه هنر انتقادی<sup>۵</sup> و در سال ۱۹۳۰ میلادی در قالب یک انجمن پژوهش اجتماعی در فرانکفورت تأسیس شد. تئودور آدورنو، جامعه‌شناس، فیلسوف و موسیقی‌دان نئومارکسیست آلمانی از بنیان‌گذاران و نظریه‌پردازان اصلی این مکتب، در ایجاد نظریه انتقادی نقش به‌سزا و پیچیده‌ای دارد (باتامور، ۱۳۷۵: ۲۲). این نظریه‌پردازان معتقدند فرهنگ توده‌ای<sup>۶</sup> ابزاری است برای شکل‌دادن و پروراندن اعضای جامعه‌ای که تحت مدیریت کلان یا تمامیت‌خواه قرار دارند. فرهنگ توده در نظر آنان نه در معنایی که در ابتدای سده بیستم به فرهنگ طبقات فرودست و کارگری اشاره داشت؛ بلکه به هنری نظر داشت که مخاطب آن طیف وسیعی از مردم باشند. آدورنو و هورکهایمر اصطلاح «صنعت فرهنگ»<sup>۷</sup> را جایگزین فرهنگ توده کردند. آن‌ها فرهنگ توده را شاخه‌ای از صنعت فرهنگ خوانده‌اند؛ زیرا صنعت فرهنگ مبتنی بر تولید انبوه است و مردم صرفاً مصرف‌کننده هستند و مصرف‌شدن چیزی توسط مردم لزوماً به معنای مردم‌پسند بودن آن نمی‌تواند باشد. فرهنگی که آدورنو و هورکهایمر به آن اشاره می‌کنند به وسیله صنعت چاپ و نشر، تلویزیون، سینما، نوارهای موسیقی و... تولید می‌شود و تأثیری گسترده و یکسان بر توده‌ها می‌گذارد. به بیان دیگر همان مکانیسم سلیقه‌سازی بازار کالاهای اقتصادی به کالاهای فرهنگی نیز راه می‌یابد. هدف صنعت فرهنگ گسترش روحیه مصرف‌گرایی به نفع جامعه سرمایه‌داری است، ولی این منفعت صرفاً از طریق کالاهای اقتصادی حاصل نمی‌شود، بلکه از طریق تولیدات فرهنگی نیز تأمین می‌شود. بدین اعتبار می‌توان گفت در نظام تولیدی سرمایه‌داری، فرهنگ نیز همانند دیگر مقولات به یک شیء یا کالا تبدیل شده است؛ به عبارت دیگر، فرهنگ در کلیت خود به صورت صنعت فرهنگ درآمدی که هدف اصلی آن، افزایش هرچه بیشتر سود به نفع صاحبان این صنعت جدید و فراگیر است (نوذری، ۱۴۰۰: ۳۴۲). در نظر آدورنو صنعت فرهنگ عبارت است از تکرار (آدورنو؛ هورکهایمر، ۱۳۹۶: ۱۹۴) چرخه‌ای که در آن بازتولید انبوه و تبدیل هر ابره (خواه

سقاخانه قابل انطباق است (Zakeri, 2021). در مقاله «جریان خوشنویسی - نقاشی سقاخانه در ایران» به تأثیر جنبش سقاخانه بر هنرمندان معاصر ایران و تأثیراتی که منجر به افزایش تعداد دست‌اندرکاران، مجموعه‌داران و حضور تبلیغات و طراحی با الهام از نقاشی خط شده، پرداخته است. به علاوه، این جریان به تدریج جایگاهی در دنیای هنر جهانی پیدا کرده و در میان تولیدات خاورمیانه برجسته شده است. نتایج حاصل از پژوهش (رضایی، ۱۳۹۹) با عنوان «مطالعه هنر مکتب سقاخانه در تقابل سنت و مدرنیسم» بیانگر آن است که هنر سقاخانه در ابتدا با توجه به مذهب و ادیان شکل گرفته و ورود غرب‌زدگی به ایران این هنر را تحت تأثیر قرار داده؛ تا جایی که به سمت مدرنیته گرایش پیدا کرده است. در مقاله «پروپاگاندا در مکتب سقاخانه» (بهمنی‌پور؛ افضل‌طوسی، ۱۳۹۵) با بهره‌گیری از نظرات جامعه‌شناسی پیر بوردیو، کنش هنرمندان سقاخانه با میدان قدرت و به منظور تأمین اهداف و سیاست‌های دولت تبیین شده است. بر این اساس، دولت به عنوان میدان قدرت با میدان زیرسلطه‌اش کنش دارد و آن را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. مقاله «سقاخانه در تصویر تاریخ» (اسماعیل‌زاده، ۱۳۹۴) به تحلیل تاریخ سقاخانه در یک بستر تاریخی فرهنگی پرداخته است. ایده اصلی مقاله، تأکید بر سقاخانه چون خرده‌فرهنگی ذیل گرایش‌های کلی و متناقض است. در پژوهش «اشیاء جادویی در فرهنگ عامه ایران و تأثیر آن در نقاشی مکتب سقاخانه» (علی‌پور سعدانی؛ شیخ‌زاده، ۱۳۸۸) با ارائه منتخبی از این اشیاء به بررسی فرهنگ عامیانه ایران، با تأکید بر خصیصه شیء‌باوری و معرفی آن‌ها به عنوان فرهنگی ناب و دست‌نخورده، پرداخته شده و تأثیر این باورها را در هنر ایران، به ویژه جنبش سقاخانه، آشکار کرده است. هرکدام از پژوهش‌های فوق، مسائلی را درباره مکتب سقاخانه روشن می‌کنند، اما به پرسش این تحقیق یعنی رابطه میان این جنبش و بازار هنر نپرداخته‌اند. با توجه به این کمبود نظری، پژوهش حاضر با تکیه بر مفهوم صنعت فرهنگ در اندیشه آدورنو در پی یافتن عواملی است که موجب شد برخی از آثار هنری سقاخانه به جای ارزش هنری و فرهنگی، ارزش اقتصادی و مبادله‌ای پیدا کنند.

آن است. به این سبب در اصطلاح صنعت فرهنگ تأکید اصلی بر نوعی فرهنگ‌سازی به واسطه رسانه‌های تکنیکی و تکثیرپذیری انبوه آثار هنری است.

### ۱. شکل‌گیری جریان سقاخانه

آغاز دهه ۱۳۴۰ در تاریخ هنر ایران با نام «جنبش سقاخانه» پیوند خورده است. سال ۱۳۴۲ مقاله‌ای به نام «مکتب جدید ایرانی» به قلم کریم امامی در کیهان انگلیسی (۵ ژوئن ۱۹۶۳) به چاپ رسید. در این مقاله برای نخستین بار نام مکتب سقاخانه مطرح شد و حسین زنده‌رودی به‌عنوان سردمدار گروه معرفی شد (امامی، ۱۳۹۳: ۳۳). سقاخانه در آغاز از بازدید شبه توریستی پرویز تناولی و حسین زنده‌رودی از حرم شاه‌عبدالعظیم زاده شد و با استخراج موتیف‌های فرهنگ فولکلور فرم بصری خود را یافت، اما در کنار تولیدات هنری واجد پتانسیل جست‌وجوهای پژوهشی در فرهنگ بصری ایران بود که پرویز تناولی و سلسله پژوهش‌های فرهنگی‌اش، به‌طور مشخص، آن را بروز دادند (گرامی؛ رضایی‌اقدم، ۱۳۹۴: ۷۴). با محوریت یافتن گرایش «هنر عامیانه» در جنبش سقاخانه و رویکرد تزئینی آن که به تعبیر آرتور پوپ<sup>۱</sup> ویژگی اصلی همه اعصار هنری در ایران است، هنرمندان سقاخانه نیز

اقتصادی و خواه فرهنگی) به کالایی در خدمت سرمایه‌داری، موجب یکسان‌سازی علایق و سلب خلاقیت است. «به‌طور کلی صنعت‌فرهنگ صرف‌نظر از دیدگاه آدورنو، مسئله تأثیرپذیری فرهنگ از صنعت است. رادیو، تلویزیون، فیلم، ویدئو، ماهواره و اینترنت، تمامی این‌ها ابزار صنعتی‌ای هستند که قدرت تکثیر، تولید و بازتولید پیام را دارند. از این‌رو بر خود پیام و شیوه انتقال پیام تأثیر می‌گذارند. این نحوه تولید اثر فرهنگی با مدخلیت صنعت و رسانه‌های صنعتی را صنعت فرهنگ می‌نامند» (همان: ۲۱۳). نگرانی عمده نظریه‌پردازان انتقادی حول دو محور مهم است: اول اینکه صنعت فرهنگ پدیده‌ای است کاذب، نادرست و ویران‌گر که به‌صورت مجموعه‌ای از عقاید از پیش بسته‌بندی‌شده، تولید انبوه گشته و به کمک رسانه‌های جمعی به خورد توده‌ها داده می‌شود؛ دوم اینکه نظریه‌پردازان انتقادی نگران تأثیرات مخرب و منفعل‌ساز این صنعت بر توده‌ها هستند (نوذری، ۱۴۰۰: ۲۶۳). شایان ذکر است که کلمه «فرهنگ» در اصطلاح صنعت فرهنگ ارتباطی با معنای لغوی آن ندارد. در اینجا مراد از فرهنگ، فرهنگی مصنوعی است که نه در گذشته بلکه در اکنون و آینده ایجاد می‌شود و تنها وجه اشتراک آن با تعاریف کلی فرهنگ در اجتماعی بودن و جامعه‌پذیری



تصویر ۲. حسین زنده‌رودی-۱۳۳۹ نقاشی شیر و خورشید- از مجموعه ابی‌گری -  
موزه دانشگاه نیویورک منبع: (<https://www.wikiwand.com>)



تصویر ۱. فرامرز پیلارام-۱۳۵۰ از مجموعه فرهنگستان هنر- پیش از این متعلق به  
مجموعه صنعتی بهشهر بوده است  
منبع: (<https://tehranauction.com>)



نمایشگاه‌های بزرگ و بین‌المللی از مهم‌ترین اهداف آن بود؛ بر این مبنا به آثاری در این بی-ینال‌ها توجه می‌شد که هم ایرانی بود و هم امروزی (سیم، ۱۳۸۹: ۵۹). برگزارکنندگان دوسالانه‌های تهران در نظر داشتند تا نوعی از هنر مدرن را که متضمن اهداف فرهنگی دولت است، معرفی و ترویج کنند (کشمیرشکن، ۱۳۹۴ الف: ۱۴۱).

نمایش فرمی ایرانیزه‌شده اثر هنری به این دلیل بود که «در آن سال‌ها، تأیید گرفتن از محافل بین‌المللی هدف اصلی بود» (پاکباز، ۱۳۸۷: ۱۴۷). به همین جهت برخی از هنرمندان سقاخانه راه ورود به بازار جهانی هنر را در استحاله هنرهای سنتی و عامیانه ایران یافتند و برخی دیگر همچون منصور قندریز خود را از این مسیر جدا کردند. مرز میان هنر اصیل<sup>۱</sup> و مستقل با هنر ایدئولوژیک در اینجا مشخص می‌شود؛ هنر ایدئولوژیک تسلیم مناسبات بازار می‌شود و هنر اصیل در مقابل آن مقاومت می‌کند. در تفکر آدورنو نیز مفهوم مهمی تحت عنوان «مقاومت» مطرح می‌شود. بنا به استدلال آدورنو آنچه محتوای یک مواجهه زیبایی‌شناختی را تعیین می‌کند نه انتقال محتوا و نه آشکارکردن پیامی به مخاطب است. امر زیبایی‌شناختی را باید برحسب روش‌های صوری و مشخص آن برای مقاومت در برابر مصادره‌شدن و ابزارشدن فهمید (Adorno, 1997). کمکی که هنر می‌تواند به جامعه بکند «نه برقرار کردن ارتباط

با احساس آزادی عمل به استفاده از هنر عامیانه به‌کاررفته در ساختار سقاخانه‌ها روی آوردند (دل‌زنده، ۱۳۹۹: ۳۰۹). آن‌ها کوشیدند هنری ایرانی و درعین‌حال مدرن بیافرینند. هنرمندانی همچون پرویز تناولی، حسین زنده‌رودی، فرامرز پیلارام، ژازه تباتبایی، ابوالقاسم سعیدی، ناصر اویسی و چند تن دیگر که عده‌ای از آنان خود را منتسب به سقاخانه نمی‌دانند (تصاویر ۱-۳).

### ۱. اصالت و خودآیینی در جنبش سقاخانه

در کشورهای نفتی فراز و فرود هنر و رویدادهای هنری را باید در فراز و فرود دولت‌های متکی بر اقتصاد نفت مطالعه کرد (مریدی، ۱۳۹۸: ۱۹). سقاخانه در دوران اوج رونق درآمد نفتی از بستر فرهنگ عامیانه برخاسته بود. نهادهای حامی هنرمندان متجدد دولتی بودند؛ در حقیقت آن‌ها را بخشی از تکنوکرات‌ها و بروکرات‌های دولتی به بودجه نفتی متصل کردند و بی‌دلیل نیست که اوج رونق هنر متجدد مصادف بود با پرشدن خزانه دولت از دلارهای نفتی (افسریان، ۱۳۸۴: ۲۴۳). مراسم جشن هنر شیراز، برگزاری بی‌ینال‌ها، افتتاح موزه هنرهای معاصر و جمع‌آوری گنجینه هنر مدرن از مهم‌ترین اقدامات فرهنگی دولت و حاصل افزایش درآمد فروش نفت بود. برگزاری بی‌ینال‌های تهران یکی از اصلی‌ترین اقدامات دولت در حمایت از هنر نوگرا بود. فرستادن برگزیدگان بی‌ینال‌های تهران به



تصویر ۳. ژازه تباتبایی ۱۳۵۰- از مجموعه موزه هنرهای معاصر - منبع: (<https://ideagallery.art>)

با جامعه بلکه چیزی به حد نهایت وساطت یافته است: یعنی مقاومت» (ibid:226). به تعبیری هنر خود را از طریق نیروی مقاومتش در برابر جامعه زنده نگه می‌دارد. مقاومتی که اگر نباشد هنر حتی در صورت‌های انتقادی‌اش کالا می‌شود (ibid:225-226). با توجه به آنچه مطرح شد، هنرمندان سقاخانه نه تنها مقاومتی در برابر صادره‌شدن اثرشان نمی‌کنند، که خود با تسلیم‌شدن بر وضع موجود صحنه می‌گذارند؛ این تسلیم شدن نه تنها در برابر نهاد قدرت که در برابر مناسبات بازار نیز هست. آن‌ها با استفاده از خط و خوشنویسی فارسی، واژگان بصری عامیانه (مذهبی) و عناصر تزئینی توانستند نبض مخاطب غربی را در بازار جهانی دریابند و آثارشان با مبالغ بالایی به فروش رسید.

نظریه‌پردازان انتقادی در این عقیده مشترک‌اند که بهترین شکل هنر یعنی هنر اصیل، متضمن ابعادی انتقادی است و با توسل به وضعیت آرمانی به نفی وضعیت موجود می‌پردازد. به عقیده آدورنو هنر به واسطه تقابلی با جامعه اجتماعی می‌شود و از هنجارهای اجتماعی موجود پیروی نمی‌کند و امری مفید به حال جامعه نمی‌شود بلکه در وجود خودش به مثابه چیزی منحصر به خودش تبلور می‌یابد و از این طریق جامعه را به نقد می‌کشد (Hullot, 1997: 225-226).

مفهوم مهم دیگری که در اندیشه آدورنو مطرح می‌شود، خودآیینی هنر است. خودآیینی هنر در حکم آزادی و اختیار مطلق اوست. ادعای آدورنو این است که وضعیت خودآیینی<sup>۱۰</sup> و کالایی‌بودن در تنش و تناقض با یکدیگر هستند، اما هر کدام نیازمند دیگری است.<sup>۱۱</sup> آثار هنری خودآیین فاقد کارکرد اجتماعی مستقیم است. به عبارت دیگر، هنر خودآیین غایتش خلق چیزی بدون غایت مستقیم است (Hamilton, 2009: 25). در نگاه آدورنو «تنها آن چیزی که با این جهان سازگار نیست، حقیقی است» (Adorno, 1997). پس هنر به واسطه قوانین ذاتی خود و با سلبیت و بی‌غرضی‌اش در برابر جامعه مقاومت می‌کند. بنابراین، هنر خودآیین و مستقل از نظر آدورنو یعنی هنری که کارکردی انتقادی در مقابل اجتماع داشته باشد؛ هنر به این دلیل اجتماعی است که منتقد جامعه است. آدورنو هنر اصیل را در مقابل تولیدات صنعت فرهنگ قرار می‌دهد؛ این عبارت به این معنا

نیست که هنر اصیل هرگز در سازوکار مبادله اقتصادی قرار نمی‌گیرد یا مصرف نمی‌شود، بلکه به این معنا است که ارزشمندی اثر در گرو ارزش مبادله قرار نمی‌گیرد و به جهت مقاومتش در برابر تبدیل ارزش فرهنگی به ارزش اقتصادی، اصیل نامیده می‌شود.

بنا بر دیدگاه آدورنو هنر اصیل نباید استقلال خود را از دست دهد و تبدیل به ابزاری برای تبلیغات سیاسی و در کنترل حاکمیت شود، بلکه باید منتقد و نفی‌کننده واقعیت موجود باشد. آن‌چنان که در نظر او هنر متعهد می‌تواند برده نظام حاکم شود. آدورنو در بحث از اصالت تا آنجا پیش می‌رود که می‌گوید: «هنر شاید آنجا به اصالت دست یابد که خود را به‌طور کامل از مفهوم اصالت رها کند؛ یعنی از این مفهوم که باید حتما چنین باشد، نه طور دیگری» (Adorno, 1962: 220).

حال به دو دلیل اساسی می‌توان آثار سقاخانه را فاقد اصالت و خودآیینی دانست: نخست آنکه این جنبش وجه انتقادی خود را با یکسان‌سازی فرم و محتوا از دست داد. اگرچه در آثار اولیه سقاخانه گرایش‌های پاپ داداییستی و انتقادی وجود داشت، اما در ادامه آن‌ها با تکرار مضامین دینی و غیرسیاسی خود را ابراز کردند. هنرمندان سقاخانه آزاد بودند آن‌طور که می‌خواهند خلق کنند، اما این آزادی منجر به تنوع در آثار نشد، برعکس به تکرار مضامین یکسان انجامید. شباهت میان آثار امکان شخصی‌سازی به هنرمند نمی‌دهد و در مخاطب ذوق هنری یکسان پدید می‌آورد. دلیل دوم خریداران و حامیان دولتی است. حمایت رسمی و دولتی از هنرمندان این جنبش، به‌خصوص بعد از ازدواج فرح پهلوی با محمدرضا شاه، در سال (۱۳۳۸) عاملی بسیار مهم بود که در کنار عوامل بیرونی منجر به تثبیت این جریان و موفقیت داخلی و خارجی آن شد (معتقدی، ۱۳۹۷: ۴۷). فرح دیبا به جمع‌آوری مجموعه‌ای از کارهای نقاشان نوگرای ایران پرداخت. وزارت فرهنگ زیر نظر مهرداد پهلبد در اشاعه هنر مدرن نقشی مؤثر ایفا کرد. همچنین بسیاری از مدیران رده‌بالا و نیز شرکت‌ها و سرمایه‌داران بخش خصوصی، همچون خاندان لاجوردی و گروه صنعتی بهشهر و بانک‌ها به خرید آثاری از نقاشان نوگرا تمایل پیدا کردند. امیرعباس

هویدا نیز مجموعه‌ای برای نهاد نخست‌وزیری خریداری کرد (Diba, 1989:155). کارگزاران فرهنگی کشور هم می‌خواستند شاهد ظهور یک «مکتب هنر ملی» باشند؛ مکتبی که پیوندهای روشنی با دوره‌های باشکوه هنر ایران، هنر هخامنشی و ساسانی و صفوی داشته باشد (کریم امامی به نقل از پاکباز، ۱۳۹۰: ۲۱۴). به این ترتیب نهادهای دولتی و شرکت‌های خصوصی بسیاری به حامیان هنر مدرن بدل شدند که از میان آن‌ها، به‌طور خاص، می‌توان به دفتر مخصوص فرح پهلوی اشاره کرد. دیگر حامیان هنر از جمله وزارت‌خانه‌ها و رادیو تلویزیون ملی ایران، به نحوی مؤثر از هنرهای تجسمی حمایت می‌کردند (کشمیرشکن الف، ۱۳۹۴). همچنین آغاز به‌کار جشن هنر شیراز (۱۳۴۶-۱۳۵۶) تا حد زیادی به ادامه حیات سقاخانه در عرصه نمایشگاه‌ها و رخدادهای ملی کمک کرد. دیگر عامل مؤثر داخلی بر رونق بازار هنر ایران و یادآوری سقاخانه، افتتاح موزه هنرهای معاصر تهران بود که به‌خصوص با حمایت‌های نهادی (رئیس وقت دفتر مخصوص) و تلاش‌های کامران دیبا و همکارانش در گردآوری کلکسیونی برای موزه که تقریباً مهم‌ترین آثار سقاخانه در آن جای داشت به سرانجام رسید (معتقدی، ۱۳۹۷: ۴۹). این نخستین باری بود که آثار مهم سقاخانه برای یک موزه ایرانی خریداری می‌شد (که البته بخشی از آن را قبلاً دفتر مخصوص خریداری کرده بود) و پس از تشکیل سازمان اداری موزه و بنیاد فرح این نهاد کار خرید آثار را ادامه داد. بعد از کلکسیون موزه معاصر مجموعه‌هایی نیز از آثار هنرمندان سقاخانه برای کلکسیون کاخ‌های سعد آباد و نیاوران، موزه صنعتی کرمان، بانک کشاورزی، تالار رودکی، بانک سپه، و چند نهاد و سازمان دیگر خریداری شد که خوشبختانه بخشی از آن‌ها هنوز در این مراکز موجود هستند (همان: ۵۰). علاوه‌براین مجموعه‌داران خارجی نیز از مهم‌ترین خریداران آثار سقاخانه بودند. بدون شک یکی از جامع‌ترین مجموعه‌هایی که در خارج از ایران از مکتب سقاخانه، به‌خصوص سال‌های اولیه آن، وجود دارد؛ مجموعه خانم ابی‌گری<sup>۱۲</sup> (مجموعه‌دار امریکایی) است که در دانشگاه نیویورک از آن نگهداری می‌شود (تناولی، ۱۳۹۷: ۳۱). خانم گری بعدها نقش مهمی در

موفقیت و معرفی جنبش سقاخانه در سطح بین‌المللی داشت. او هزینه سفر و دو سال اقامت و فعالیت در امریکا را برای تناولی فراهم کرد. مجموعه هیچ تناولی در همان زمان خلق شد (شش‌جوانی، ۱۳۹۷: ۱۳۴). همچنین تأسیس گالری بورگز (۱۳۴۰) از نخستین فضاهاى ارائه فروش آثار سقاخانه بود و تأثیر جدی بر رونق هنر پایتخت و به‌خصوص هنرمندان سقاخانه داشت. صاحب فرانسوی گالری، ارتباط نزدیکی با دربار داشت و به همین سبب بخش اعظمی از آثار هنرمندان سقاخانه را به طبقه حاکم و بسیاری از اروپاییان که در تهران زندگی و کار می‌کردند، فروخت و به این نحو این جریان هنری هرچه بیشتر شناخته شد (معتقدی، ۱۳۹۷: ۵۰). به این ترتیب خریداران وابسته به نهادهای قدرت همچون بنیاد پهلوی، دفتر مخصوص ملکه وقت، بانک‌ها و حمایت مجموعه‌داران، منتقدان و هنرشناسان غربی موجب جلب توجه سقاخانه در مجامع بین‌المللی، بی‌ینال‌ها و موزه‌های غرب شدند. آثار هنرمندان سقاخانه به موزه‌ها و بی‌ینال‌های بین‌المللی وارد شد؛ حمایت‌های دولتی که زیر نظر دفتر مخصوص و همسو با سلیقه نهاد قدرت بود به افزایش نمایش و فروش آثار کمک قابل‌توجهی کرد. فرهنگ‌عامیانه و سنتی ایران بر دیوار کاخ‌های سلطنتی (سعدآباد، نیاوران)، تالار رودکی، خانه‌های کلکسیون‌دارهای امریکایی و درنهایت به گنجینه نفیس موزه هنرهای معاصر راه یافت، اما در این بین با از دست‌رفتن استقلال هنرمند، اصالت و خودآیینی اثر هنری نیز از میان رفت.

#### ۲.۱. خودانگیختگی و فردیت در جنبش سقاخانه

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های هنر مدرن تلاش هنرمندان برای به چالش کشیدن هنجارها و رهایی از قید سنت و آیین است. هنرمند مدرن با غلبه ذهنیت بر عینیت، دریافت شخصی‌اش از جهان را به تصویر می‌کشد؛ اما این مسئله به معنای نفی واقعیت نیست. او می‌تواند عناصری از واقعیت را برگزیند یا به شیوه دوشان<sup>۱۳</sup> حاضر و آماده بر متن کار قرار دهد، اما همچنان فاصله‌اش را از واقعیت حفظ کند. به همین دلیل در کار هنرمند مدرن با چگونگی اندیشه و عمل مواجهیم. غیاب اندیشه و خیال موجب برداشتی سطحی

از واقعیت است. مهم‌تر از همه آنکه هنرمند مدرن خلاقیت را نه در پیوند با گذشته که در گسستن از آن و معطوف به آینده می‌یابد. از این رو شکستن سنت و قراردادهای حائز اهمیت است، نه پیوستن به آن؛ در این صورت امکان قیاسی با گذشته و اکنون میان تصاویر سنتی و تصاویر بنیادستیز برقرار می‌شود. هنرمند مدرن حتی با وجود قرارگیری ذیل جنبش‌ها، سبک‌ها، و مکتب‌های هنری، فردیت<sup>۱۴</sup> را در قالب ایده ناب یا تجربه‌ای متمایز از دیگری به اشتراک می‌گذارد؛ در نتیجه خلق اثر هنری حاصل اراده هنرمند است، اما نظام صنعت فرهنگ با رواج الگوهایی کلیشه‌ای و از پیش تعیین شده هدفش قراردادن خودکاری به جای خودانگیختگی است. چنین می‌نماید که هر کس می‌تواند هرگونه کالای فرهنگی یا کار هنری را انتخاب و تولید کند، اما همه گوناگونی‌ها در سلیقه، انتخاب و تولید پیشاپیش در همدستی و بده‌وبستان بازار و رسانه‌ها تنظیم شده است (جمادی، ۱۳۹۰: ۱۰۰). آدورنو تولیدات صنعت فرهنگ را به این دلیل فاقد خودانگیختگی می‌داند که آن‌ها از معنا تهی شده‌اند. از او خودکاری به جای خودانگیختگی می‌گوید. در تفکر آدورنو فقدان خودانگیختگی با فقدان آزادی و اراده مترادف است.

برای فهم بهتر این نکته که چرا جنبش سقاخانه فاقد دو اصل مهم هنر نوگرا، یعنی خودانگیختگی و فردیت است، تمرکز بر این گزاره آدورنو ضروری است: از نظر او زیبایی‌شناسی امروز جز دفاع از هنر نازل توده‌ها و اسنویسم و آنچه کیچ<sup>۱۵</sup> خوانده می‌شود، کاری نمی‌کند. آدورنو درباره ضرورت زیبایی‌شناسی‌زدایی از هنر بر این عقیده است که هنر باید از زمینه اسطوره‌ای، آیینی، مناسکی که در آن پرورده شده، جدا شود و مسیر تکامل درونی خود را بیابد (Adorno, 1962). اما جنبش سقاخانه این مسیر را وارونه طی کرد. با دقت در برخی از تولیدات سقاخانه درمی‌یابیم که این آثار نه تنها بازتولید نامتعارف سنت است، که با ارجاعاتی سطحی به گذشته مخاطب به آسانی به هویت ایرانی آثار پی می‌برد. این ارجاعات سبب شد که آثار برای مخاطب ناآشنا به هنر ایرانی متمایز جلوه کند. در صورتی که هنر مدرن معنی سراسر است به بیننده نمی‌رساند و می‌گذارد مخاطب

درباره معنی آن بیندیشد یا به تعبیر بارت<sup>۱۶</sup> متن بازی است که امکان دریافت معانی گوناگون به بیننده می‌دهد. آدورنو مدرنیته یا نوگرایی هنر را ناشی از این واقعیت مسلم می‌داند که رابطه تقلیدی‌اش با واقعیت به یک رابطه از خودبیگانه بدل شده است. اثر هنری نازل به جای اینکه خود را در معرض چنین شکستی قرار دهد، همواره به شباهت خود با دیگر آثار هنری تکیه می‌کند؛ یعنی بر هویتی کاذب که در صنعت فرهنگ‌سازی این تقلید به اوج خود می‌رسد و به امری مطلق بدل می‌شود (فرهادپور، ۱۳۸۸: ۴۵). آدورنو می‌نویسد: «با بهره‌گیری از الگوهای کلیشه‌ای و انکار تضادها و تفاوت‌ها مصرف‌کننده محتوای تکراری را فراموش می‌کند و امکان تفکر مستقل از او سلب می‌شود. صنعت فرهنگ مجال بروز فکر، اندیشه، خلاقیت و هیچ امر نویی را به مخاطبان نمی‌دهد. شمای یکسان بودن را با چنان قاطعیتی بر هر پدیده‌ای حک می‌کند که هر آنچه از قبل حامل نشان اصطلاحات رایج نباشد، یا در همان نگاه نخست تأیید نشود، هیچ‌گاه قادر به ظهور نیست» (آدورنو؛ هورکهایمر، ۱۳۹۶: ۱۸۴). چنانکه موسیقی عامه‌پسند شنونده را از خودانگیختگی و صرافت تهی و به واکنش‌های شرطی وادار می‌کند، تولیدات صنعت فرهنگ نیز مانع استقلال و خودمختاری افراد می‌شود.

نوشته‌هایی که در آثار نقاشی سقاخانه وجود دارد، مانند لتریست‌ها، با تأکید روی شکل ظاهری حروف، بزرگ و کوچک کردن کلمه‌ها و علائم، سعی دارد از کلام به‌عنوان نقش و تصویر استفاده کند؛ نوشته‌ها عموماً فاقد معنا هستند و تنها به‌عنوان عوامل بصری استفاده می‌شوند. تکرار حرف «ن» یا «ه» تأکیدی است بر جنبه‌های بصری حروف و نه لزوماً معنای آن‌ها؛ هنرمندان سقاخانه با بهره‌گیری از اشیاء به‌مثابه عنصری عامیانه، کارکردی دکوراتیو در جهت جلب نظر در بازار یافتند و آثارشان همانند محصولات صنعت فرهنگ به کالایی تزئینی، قابل مبادله، و سفارشی بدل شد. غلبه سوبه‌های بازاری بر سوبه‌های اجتماعی منجر به تولید آثاری کلیشه‌ای، تکراری و شعارگونه شد. در نتیجه فقدان معنا، تزریق نشانه‌هایی سطحی و تکراری، ارجاع



باریک و پر پیچ و خم، و این چشمان خالی اما آکنده از معنا، پرتره فلسفی انسان آن دوره باشد. هیچ که قرار بود هیچ نگوید اتفاقاً پرسروصداترین کار تناولی شد» (تاج‌الدینی، ۱۳۹۴: ۱۲۱) (تصاویر ۴ و ۵).

پرویز تناولی در یکی از مصاحبه‌هایش عنوان می‌کند که هیچ در ابتدا اعتراضی بود به فضای هنری آن دوران؛ اعتراضی بر ساده‌نگاری و بی‌توجهی هنرمندانی که از راه نرسیده دستی بر مکتب سقاخانه می‌انداختند و با استفاده از مهارتشان در خوشنویسی ایرانی آثاری سطحی به عنوان یک اثر هنری آوانگارد می‌ساختند؛ او در ادامه از آرزوی ساختن کارخانه هیچ‌سازی و این ایده که می‌خواستند دنیا را پر از هیچ کند می‌گوید<sup>۱۷</sup> در این گفتار دغدغه تولید کالای یکسان و انبوه برای همه انسان‌ها بیش از اهمیت ادراک اثر برای مخاطب مطرح است. هیچ با مواد ارزان‌تر و قطعات کوچک‌تر در اختیار همگان قرار می‌گیرد، اما برای بازار همچنان در ابعاد بزرگ‌تر و ارزش اقتصادی بالاتر تولید می‌شود. هیچ تناولی در شکل‌های گوناگون با تلفیق، تغییر اندازه و ماده ساخته می‌شود، اما کلیت یکسانی دارد. چنانکه به عقیده آدورنو نظام صنعت‌فرهنگ، گوناگونی و تنوعاتی را ارائه می‌کند اما این تنوعات کمی هستند و با الگوهایی

به گذشته با نمادهای مذهبی و اسطوره‌ای در آثار هنرمندان سقاخانه، موجب از دست‌دادن دو شاخصه اصلی هنر مدرن یعنی خودانگیزگی و فردیت شد. ۳.۱. تکرارپذیری و بازتولید انبوه (تمرکز بر مجموعه

آثار هیچ)

از میان هنرمندان سقاخانه پرویز تناولی تنها مجسمه‌ساز این جنبش بود. در دوره‌های مختلف کاری خود فراز و فرودهای بسیاری را طی کرد. مقایسه میان مجسمه‌های اولیه تناولی که از همان دهه چهل تولید شده‌اند با مجموعه هیچ نشان از نوعی روایت‌پردازی با تأثیر از ادبیات و اسطوره دارد. به‌عنوان مثال قفل، یکی از پرکاربردترین نقش‌مایه‌های تناولی، متضمن معانی گسترده‌ای است. در فرهنگ ایرانی می‌تواند تداعی‌گر طلسم، جادو یا حاجت و نذر باشد، اما در برخی از فرهنگ‌های اروپایی نماد عشق است. تناولی با توجه به زیرمتن‌ها در تلاش بود تا اثری جهان‌شمول خلق کند؛ از مجموعه فرهاد به عشاق و از ساخت قفل و ضریح به دیوار بابل و پرسپولیس رسید. فرهاد را به شاعر ترجمه کرد تا به زبانی جهانی فهمیده شود. به این ترتیب با تغییر نام و شخصیت‌ها درصدد بود تا آثارش در سطحی گسترده ادراک شود. این تغییرات مشخصاً در فرم هیچ تناولی خود را نشان داد. هیچ از قالب مجسمه بیرون آمد؛ فرمی انسانی به خود گرفت در ابعاد یک انگشت کوچک شد و بر روی لباس مردان و زنان تکثیر شد. تأکید بر حرف «ه» و پیچ و خم، آن را به یک فرم فیگوراتیو مبدل کرد؛ «درحالی‌که قرار بود این اندام



تصویر ۵. مجسمه هیچ - ۱۳۴۹ - دانشگاه هم‌لاین - مینه سوتا  
منبع: (<https://www.tanavoli.com>)



تصویر ۴. از مجموعه هیچ  
منبع: (<https://www.pressreader.com>)

می‌ماند. چنانکه بنیامین مصورسازی یک متن را نوعی کانالیزه کردن و جهت‌دهی به فهم مخاطب از محتوای متن می‌داند. او این موضوع را برای عکس یک معیار تعیین‌کننده می‌داند؛ به شکلی که افزودن کپشن به عکس می‌تواند کارکردی انقلابی به اثر دهد یا ارائه عکس بدون کپشن و رویکرد فرم‌گرا آن را مبدل به کالایی مصرفی و حتی به اثری ضدانقلابی کند. بنیامین همین تمایز را برای موسیقی بی‌کلام و باکلام قائل است. اضافه‌شدن کلام به موسیقی امکان مواجهه هرمنوتیکال را با اثر برای مخاطب به حداقل می‌رساند و در مقابل موسیقی بی‌کلام امکان تحقق یک هنر ایدئولوژیک را ندارد (الماسی‌زند، ۱۴۰۰: ۷۵). بسیاری از آثار نقاشی سقاخانه با بهره‌گیری از تصاویر ملی و مذهبی، نه بر مبنای ارتباط ساختاری فرم و محتوا که، به جهت جلب توجه مخاطب است. اما آن‌ها کدام مخاطب را مدنظر داشتند؟ سقاخانه با تکیه بر نشانه‌های ملی و مذهبی به عنوان یک هویت متمایز در برابر هویت مخاطب غربی، اثر هنری را به کالایی سفارشی و قابل مبادله تنزل دادند؛ نشانه‌هایی که مخاطب (خریدار) غربی درکی از محتوای آن ندارد و به همین سبب در نظرش متمایز جلوه می‌کند. شاهد این ادعا می‌تواند نقدهایی باشد که در همان زمان نویسندگان ایرانی مانند سیمین دانشور<sup>۱۹</sup> و کریم امامی<sup>۲۰</sup> به تولیدات پرویز تناولی و حسین زنده‌رودی وارد کردند و در مقابل، منتقدان خارجی<sup>۲۱</sup> به ستایش این آثار پرداختند. هنر در این شرایط به زیر منطق بازار رفت؛ خلق اثر

کلیشه‌ای و از پیش تعیین‌شده ساخته می‌شوند (آدورنو؛ هورکهایمر، ۱۳۹۶: ۱۹۴). آدورنو از هنری قالبی و فرهنگی صنعتی می‌گوید که نتیجه آن یکسان‌سازی علایق و سلب خلاقیت است، زیرا برای همگان نیاز واحد تعریف می‌کند. تولیدات یکسان و انبوه (خواه اقتصادی و خواه فرهنگی) مانند یک کالا در خدمت سرمایه‌داری عرضه می‌شوند تا مصرف شوند. به عبارتی تولید هنری برای پاسخ به یک نیاز مصرفی در جامعه تقلیل می‌یابد. هیچ در ابتدا با تفکری اعتراضی تولید شد، اما امروزه خود هیچ برای برخی از منتقدان معاصر و تاریخ‌نگاران به موضوعی برای پرسش‌های انتقادی بدل شده است. پس از برگزاری نمایشگاه تناولی و پنجاه سال هنرپاپ در سال ۱۳۹۵ جواد مدرسسی<sup>۱۸</sup> به طرح این سؤال می‌پردازد که نسبت «هیچ» با هریک از این شخصیت‌ها چگونه است؟ (تصاویر ۶ تا ۸).

#### ۴.۱. مصرف‌کنندگی مخاطب

یکی از مباحث اساسی پیرامون هنر معاصر موضوع مخاطب اثر هنری است. بحث‌هایی که پیرامون تأویل و هرمنوتیک مطرح می‌شود نشان از اهمیت این موضوع در میان متفکران دارد. در هرمنوتیک ریکور اهمیت مخاطب و متن بیش از مؤلف است. مخاطب با گذر از مراحل تأویل (تبیین، فهم، و خویش‌ستن‌فهمی) اثر را تفسیر می‌کند. اما زمانی که متن به یاری تصاویر و الگوهای کلیشه‌ای و آسان‌فهم گشوده شود، مخاطب هر آنچه عینی است را می‌شناسد یا به تعبیری در سطح متن



تصویر ۸. از مجموعه تناولی و پنجاه سال هنر پاپ  
منبع: (<https://www.tanavoli.com>)



تصویر ۷. از مجموعه تناولی و پنجاه سال هنر پاپ  
منبع: (<https://www.tanavoli.com>)



تصویر ۶. از مجموعه تناولی و پنجاه سال هنر پاپ  
منبع: (<https://www.tanavoli.com>)

این در تضاد با ایده هنر مدرن است؛ حال آنکه بنا بر دیدگاه آدورنو آثار هنری اصیل و مستقل نه بر مبنای قواعد بازار که بر مبنای قواعد خودشان آفریده می‌شوند. شاید به همین دلیل است که سقاخانه‌ای‌ها در بازار تجاری هنر موفقیت‌های بسیاری کسب کردند. به‌عنوان مثال در چهارمین حراج بین‌المللی کریستی یازدهم اردیبهشت ۱۳۸۷ (۲۰۰۸) که در دبی برگزار شد، تابلو نقاشی خط چهار باغ اثر حسین زنده‌رودی (تصویر ۹) به مبلغ یک میلیون و ششصد هزار دلار فروخته شد که رکورد گران‌ترین تابلو نقاشی مدرن در تاریخ نقاشی ایران است. همچنین در سال ۱۳۹۱ (۲۰۱۳) اثر پرسپولیس ساخته پرویز تناولی (تصویر ۱۰) رکورد حراج کریستی در خاورمیانه را شکست.

### نتیجه‌گیری

در تفکر انتقادی آدورنو، کار هنری یکی از تجسم‌های به نقد کشیدن وضعیت موجود است. وضعیتی که در آن تمرکز قدرت بر فرهنگ و هنر مبتنی بر سلطه است. در این میان آدورنو با دفاع از هنر خودآیین و وظیفه هنر را دستیابی به آزادی و رهایی می‌داند. پرداختن به هنر در اندیشه آدورنو راهی است تا از طریق آن هنر بتواند با امید به دنیایی بهتر و با ایده حقیقت ارتباط یابد. در فرمول معروف آدورنو، هر اثر هنری، هم‌زمان هم مستقل و هم بازنمایی از یک واقعیت اجتماعی است. این پژوهش بر اساس آرای آدورنو با چهار مؤلفه به تحلیل جنبش

نه برای ایجاد یک رابطه مفهومی، دیالکتیکی با مخاطب، بلکه مانند تولیدات صنعت فرهنگ تولید می‌شود تا مصرف شود. از نظر آدورنو این کارکرد صنعت فرهنگ ناشی از منافع آن‌هایی است که رسانه‌ها را در کنترل دارند. او می‌گوید «ساخته‌های صنعت فرهنگ نصایحی برای پا را از خط بیرون نگذاشتن و تابع مقررات بودن است که در پشت آن قوی‌ترین منافع ایستاده است. محصولات صنعت فرهنگ که هنر نامیده می‌شوند، دیگر هنری همچون هنر بزرگ گذشته نیستند، بلکه کالا هستند. آن‌ها محصولاتی‌اند که برای فروش ساخته شده‌اند؛ با این هدف که آگاهی و ذهن انتقادی مردم را بخزند (Adorno, 1975: 17). حاکمیت سرمایه در جهان مجال نمی‌دهد تا اثر هنری خودش باشد؛ بنابراین کارکرد انتقادی‌اش را از دست می‌دهد یا به بیان دقیق‌تر «قیمت بازار، جایگاه هنر را مشخص خواهد کرد. هنر برای بازارها تولید خواهد شد، نه برای نیازهای فرهنگی...» (کومارسینگ، ۱۳۸۳: ۱۱۴). به همین دلیل آدورنو از هنر اصیل دفاع می‌کند که تن به ایدئولوژی حاکم نمی‌دهد و منتقد جامعه مدرن است. نظریه پردازان انتقادی استدلال کردند که فرهنگ تجاری‌شده، فرهنگ کالایی‌شده و فرهنگ عامه‌پسند یا مصرفی، که عمدتاً سازوکارهای بازار و ابزار بوروکراتیک آن‌ها را شکل می‌دهند، صرفاً تقلیدی مضحک از دنیای پیرامونی نمادها و ظواهر هستند (نوذری، ۱۴۰۰: ۲۷۱). تبعیت از قانون بازار و ایدئولوژی هویت‌جویی سبب شد تا ارزش هنری آثار سقاخانه با ارزش اقتصادی جایگزین شود و



تصویر ۱۰. پرسپولیس. پرویز تناولی

منبع: (<https://ideaschool.ir/parviz-tanavoli>)



تصویر ۹. چهارباغ. حسین زنده‌رودی منبع: (<https://tajasomi.ir>)

مواجه بودند؛ پوشیده در ظاهری نو اما با ماهیتی محافظه کار، عاری از تفکر و آسان فهم، همانند محصولات صنعت فرهنگ به ابزاری برای تبلیغات بدل شد. سقاخانه با بهره‌گیری از فرهنگ عامه در قالب نشانه‌های ملی، مذهبی، به ابزاری برای آن‌ها که رسانه و سرمایه را در اختیار دارند تبدیل شد. به این ترتیب در جریان خلق اثر نه تنها فردیت هنرمند به مثابه مؤلف متن، که فردیت مخاطب نیز نفی شده است.

### پی‌نوشت‌ها

#### 1. Culture industry

۲. «تاریخ سیاسی هنر به وضعیت هنر در نقاط عطف تصمیم‌های دولت‌ها برای همراه کردن هنر با خود می‌پردازد. به‌ویژه در کشورهایی که دولت‌ها مرکزگراتر و انحصارگراتر هستند و رویدادها معطوف به تصمیم‌های دولتی است. تاریخ سیاسی هنر به معنایی دیگر، تاریخی افشاگرانه است و به مدیریت نهادهای هنری، بودجه‌های وزارتخانه‌های فرهنگی و مصوبات سیاست‌گذارانه فرهنگی استناد می‌کند. این تاریخ‌نگاری در پی آن است که نشان دهد چگونه آپاراتوس دولتی به دنبال بازتولید خود در هنر است» (میریدی، ۱۳۹۸: ۲۰). به تعبیری قدرت، شکلی از ارج‌گذاری هنری را به‌وجود می‌آورد و از این‌رو می‌تواند موجب پیدایش و تکوین شماری از گونه‌های هنری و مرگ و انزوای گونه‌هایی دیگر شود (روشنی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۲۴).

#### 3. Theodor Ludwig Wiesengrund Adorno

#### 4. Frankfurt School

#### 5. Critical Art

#### 6. Popular culture

پاپ کالچر، فرهنگ انبوه، فرهنگ مردم‌پسند، فرهنگ عامه، فرهنگ مردمی و فرهنگ توده‌ای همگی انواع ترجمه از عبارتی هستند که برای توصیف شکلی از فرهنگ در میان مردم به‌کار می‌روند که بعدتر آدورنو و هورکهایمر آن را ذیل مفهوم «صنعت فرهنگ» قرار دادند.

۷. به آلمانی:

#### Kulturindustrie

#### 8. Arthur Upham Pope

#### 9. Noble art.

در اینجا اصالت هنر به معنای ریشه‌داری یا تکین بودن اثر هنری نیست، در معنایی به کار می‌رود که متضمن ابعادی انتقادی و اجتماعی است. بنا بر دیدگاه آدورنو آثار هنری اصیل آثاری هستند که در برابر تجاری شدن مقاومت

سقاخانه پرداخت. براساس یافته‌های تحقیق حاضر، در بحث از اصالت و خودآیینی، سقاخانه را، با از دست‌دادن مهم‌ترین شاخصه‌های هنر اصیل یعنی استقلال، فردیت و خلاقیت نمی‌توان دارای اصالت و خودآیینی دانست؛ چنانچه آدورنو اساس منطق خود را علیه تمام آثار هنری‌ای به‌کار برد که برای بازار ساخته می‌شوند و آن‌ها را در مقابل هنر مدرن قرار داد. در نگاه آدورنو هنر توده‌ای که آمیخته با سرگرمی است از هرگونه رویکرد انتقادی تهی شده است. به همین دلیل از هنر توده‌ای با عنوان صنعت فرهنگ نام می‌برد و در برابر آن از هنر خودآیین دفاع می‌کند که قابل تقلیل به نیازهای جامعه نیست و در تعارض با مبادلات تجاری و مصرفی قرار می‌گیرد؛ او این نکته را گوشزد می‌کند که در زمانه ما، هنر تنها می‌تواند نمودی از خودآیینی باشد. در بخش خودانگیختگی و فردیت، عواملی مانند تبعیت از قانون بازار و ایدئولوژی هویت‌جویی، از دست‌رفتن استقلال هنرمند به‌واسطه حمایت مادی و معنوی نهادهای حکومتی به‌دنبال افزایش درآمد نفتی خصلت‌های تعیین‌کننده‌ای است که سبب از دست‌دادن فردیت و خودانگیختگی در آثار هنرمندان سقاخانه شده است. در بخش سوم تکرارپذیری و بازتولید انبوه با تمرکز بر مجموعه آثار هیچ ساخته پرویز تناولی، به ذکر دلایلی پرداختیم که سبب شد هیچ به‌جای ارزش فرهنگی، ارزش اقتصادی و مبادله‌ای پیدا کند؛ تا آنجا که بازتولید انبوه خصلت تکین بودن اثر و توان نفی‌کنندگی را از آن سلب کرد و درمقابل به حرکت چرخ‌های سرمایه‌داری انجامید. در بخش چهارم نیز به نقش مخاطب در مقام مصرف‌کننده آثار هنری سقاخانه پرداخته شد؛ مخاطبی که از توان مالی و سیاسی بالایی برخوردار بوده است. حمایت مالی بانک‌ها، خریداران و منتقدان خارجی و مهم‌تر از همه سیاست‌های فرهنگی قدرت غالب سیاسی موجب شد برخی از هنرمندان سقاخانه خود را بنا به سلیقه مخاطب خود، تکرار یا به تعبیر آدورنو بازتولید کنند. در نتیجه آثارشان همانند کالا و سرمایه‌های لوکس در انحصار سرمایه‌داران و سیاست‌مداران جامعه قرار گرفت. تلفیق هنر ایرانی با مدرنیسم غربی اصلی‌ترین پارادوکسی بود که همواره هنرمندان سقاخانه با آن





دهنده چیست؟ آیا در این هیچ‌ها می‌توان به شناسایی شواهد جامعه مصرفی رسید؟ (مدرسی، ۱۳۹۵: ۱۷۷-۱۷۹). همچنین در این رابطه توکا ملکی در کتاب هنر نوگرایی/ایران می‌نویسد: امروز هیچ، در فرایند تولید انبوه، به جای اینکه بازتولید یک برند مشهور باشد، خود به نشانه و برند تناولی تبدیل شده است، حال آنکه هنرمند پاپ آرت سوژه خود را از دل جامعه مصرفی برمی‌دارد و بازتولید می‌کند. نه آنکه خود هنرمند مبدل به برند شود (ملکی، ۱۳۹۶: ۴۷)

۱۹. سیمین دانشور در مقاله‌ای به مناسبت سومین بی‌ینال تهران، در خصوص حسین زنده‌رودی از نقاشان سقاخانه می‌نویسد: متحیرم که آیا زنده‌رودی سبک فعلی خود را، که بی‌شبهت به بزرگ کردن (آگران‌دیسمن) گوشه‌ای از ادعیه و طلسمات قدیم نیست و بیشتر به درد پرده و چادرنویسی می‌خورد؛ باز دنبال خواهد کرد؟ نباید گذاشت سوژه این-چنین هنرمند را در طلسم خود به حصار کشد (دانشور، ۱۳۴۱).

۲۰. امامی در نشریه کیهان اینترنت‌نشال می‌نویسد: تناولی از هنرمندان پاپ تمام‌عیار نیست، اما وجوه اشتراکی با این هنرمندان دارد... «به سختی می‌توان ادعا کرد تناولی برای اجرای ایده‌هایش از مهارت‌های خود در مقام نقاش و مجسمه‌سازی ورزیده بهره برده است. ممکن بود هر آدمی، حتی نجار، این تابلو را سر هم کند. اما شاید یکی با صدای بلند بگوید تناولی ایده‌ای نو داشته، و تنها چیزی هم که مهم است همین است. او سه چیز به ظاهر بی‌ربط را کنار هم گذاشته: آفتابه، قالیچه، تخمه کدو تا بیهودگی و تکرار شکل‌هایی از زندگی را نشان دهد. تا نشان دهد این چیزها چه نقشی در زندگی برخی آدم‌ها بازی می‌کنند...» (امامی، ۱۴۰۰).

۲۱. دیوید گالووی در مورد تناولی می‌نویسد: «بیش از دو دهه از اولین مواجهه من با مجموعه آثار قابل اعتنای پرویز تناولی می‌گذرد، با این حال، هنوز هم که هنوز است شدت آن بهت‌شناسی برخاسته از این مواجهه فروکش نکرده است. در آن زمان، درک چندانی از «زیرمتن» ظریف کار او نداشتم، کاری که عمیقاً در سنت‌های بصری و ادبی ایران باستان ریشه دارد؛ اما درعین حال به همان میزان به واسطه واقعیت‌های روزمره بازار شکل گرفته است. با این حال، فرم-زبان موجز این مجسمه‌ساز از ترجمه بی‌نیاز بود. هاله این اثر درست مانند هنر اصیل همه عصرها و فرهنگ‌ها، پیش از هر چیز در سطحی فراتر از معنارسانی سراسر، منتقل می‌شد (گالووی، ۱۳۹۴: ۱۱۳).

می‌کنند و در نتیجه این مقاومت به استقلال می‌رسند. هنر اصیل بر مبنای منطق درونی و خصلت انتقادی خویش امکان تغییر و آزادی را ایجاد می‌کند. هنر اصیل در برابر هنر توده‌ای قرار می‌گیرد که در سیطره صنعت فرهنگ گرفتار آمده است.

## 10. Autonomy

می‌توان گفت که مفهوم خودآیینی همان ترجمه آزادی یا اختیار است به آن معنایی که در ایده آلیسم آلمانی مراد می‌شود. هنر در صورت تلاش برای خلق تأثیرات سیاسی یا آموزشی خاص اهمیت و برجستگی خود را از دست خواهد داد. بی‌کارکردی هنر کارکرد اجتماعی حقیقی آن است. در دوران معاصر، هنر زمانی در انتقادی‌ترین حالت و موضع خود به سر خواهد برد که مستقل باشد؛ یعنی زمانی که به نفی و طرد واقعیت تجربی‌ای بپردازد که از آن برخاسته است (نوذری، ۱۴۰۰: ۲۷۴).

۱۱. آدورنو به هنر تکثیرشونده بدبین بود و در ضمن نامه‌ای به بنیامین او را از خطر توده‌ای شدن هنر آگاه کرد و در برابر هنر توده‌ای، هنر آوانگارد را دارای اصالت می‌دانست که در تضاد با ذاتاً محافظه‌کارانه حاکمیت‌هایی بود که در پی بسیج توده‌ها برای پیشبرد اهداف خود بودند (سیم، ۱۳۸۹: ۲۱).

## 12. Abby Weed Grey

## 13. Marcel Duchamp

## 14. Individuality

## 15. kitsch

## 16. Roland Barthes

## 17. www.Vista.ir

۱۸. جواد مدرسی در یادداشتی بر نمایشگاه نقاشی‌های پرویز تناولی با عنوان «مشاهیر عالم تناولی و پنجاه سال هنر پاپ» در گالری شهرپور به ویژگی‌های هنر پاپ آرت اشاره می‌کند: همه ارزش پاپ آرت تنها در همین تأکید بر بازتولید ویژه شواهد جامعه مصرفی است. و حقیقت‌شان مارک، یا به عبارت بهتر برند است. فلسفه وجودی پاپ آرت پرداختن به برندهای زنده و اثرگذار است، نه برنده مرده... حال آنکه پرویز تناولی با به تصویر کشیدن چهره احمد شاه، فریدا کالو، مرلین مونرو، ناصرالدین شاه، رونالد ریگان، ملکه ویکتوریا و... چهره‌های مرده و قدیمی را نقاشی کرده که نه از نظر فرهنگی و نه زمانی و مکانی هیچ نسبتی با یکدیگر ندارند. در بخش دوم یادداشت این پرسش را مطرح می‌کند که نسبت «هیچ» با هریک از این شخصیت‌ها چگونه است؟ به بیان دیگر، اضافه شدن هیچ به هریک از این شخصیت‌ها و پیچ و تاب خوردن و چفت و بست گرافیکی آن‌ها نشان

## کتابنامه

- احمدی، بابک (۱۳۹۹). حقیقت و زیبایی. تهران: مرکز. — (۱۳۷۳). مدرنیته و اندیشه انتقادی. تهران: مرکز. اسماعیل‌زاده، خیزران (۱۳۹۴). سقاخانه در تصویر تاریخ. حرفه هنرمند (۵۴)، ۶۱-۷۲.
- افسران، ایمان (۱۳۸۴). در جستجوی زبان نو. تهران: حرفه هنرمند.
- امامی، کریم (۱۳۹۳). گال...گال...گالری. تهران: نشر نیلوفر. امامی، کریم (۱۴۰۰). «هنر تناولی پاپ‌تر می‌شود». فصلنامه حرفه: هنرمند. ش ۷۸.
- الماسی‌زند، علی (۱۴۰۰). نسبت هنر و ایدئولوژی نزد والتر بنیامین. تهران: نقد فرهنگ.
- آدرنو، تئودور (۱۳۹۶). علیه ایده‌آلیسم. ترجمه: مراد فرهادپور، تهران: هرمس.
- آدرنو، تئودور؛ هورکهایمر، ماکس (۱۳۹۶). دیالکتیک روشنگری. ترجمه: مراد فرهادپور و امید مهرگان، تهران: هرمس.
- باتامور، تامس (۱۳۷۵). مکتب فرانکفورت. ترجمه: حسینعلی نوذری، تهران: نشر نی.
- بنیامین، والتر (۱۳۸۸). اثر هنری در عصر بازتولیدپذیری تکنیکی آن در زیبایی‌شناسی انتقادی: گزیده نوشته‌هایی در باب زیبایی‌شناسی از بنیامین، آدرنو، مارکوزه. ترجمه: امید مهرگان، (چاپ چهارم)، تهران: گام نو.
- بهمنی‌پور، آزاده؛ افضل‌طوسی، عفت سادات (۱۳۹۵). پروپاگاندا در مکتب سقاخانه بر اساس نظریات پیر بوردیو. کیمیای هنر، ۵ (۱۹): ۷۱-۸۸.
- پاکباز، رویین (۱۳۸۷). ایران و مدرنیته: گفتگوهای رامین جهانگللو. ترجمه: حسین سامعی، تهران: نشر قطره.
- پاکباز، رویین (۱۳۹۰). نقاشی ایران: از دیرباز تا امروز. تهران: زرین و سیمین.
- تاج‌الدینی، مرجان (۱۳۹۴). مدرنیسم ایرانی پرویز تناولی. حرفه هنرمند، (۵۴).
- تناولی، پرویز (۱۳۹۷). عوامل تأثیرگذار خارجی بر سقاخانه. پشت بام، (۱)، ۴۰-۵۳.
- جمادی، سیاوش (۱۳۹۰). ماهیت صنعت فرهنگ و رسانه‌های فنی از دیدگاه اندیشه و نظریه انتقادی. مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۱ (۱)، ۹۹-۱۲۱.
- دانشور، سیمین (۱۳۴۱). کتاب ماه. تهران: کیهان.
- دل‌زنده، سیامک (۱۳۹۰). تکثیر کیچ، تکرار هیچ. حرفه هنرمند، (۴۰)، ۱۲۳-۱۲۸.

- دل‌زنده، سیامک (۱۳۹۹). بررسی انتقادی تحولات تصویری هنر ایران. تهران: نظر.
- رضایی، محمد (۱۳۹۹). مطالعه مکتب سقاخانه در تقابل سنت و مدرنیسم. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی غیر دولتی طبری.
- روشنی‌نژاد، بابک (۱۳۸۸). هنر و گفتمان اقلیت. تهران: سوره مهر.
- ریشتر، گرهارد (۱۳۹۷). والتر بنیامین و تئودور آدرنو: متفکران بزرگ زیبایی‌شناسی. گردآوری و تدوین: الساندرو جُوآنلی، ترجمه: صالح نجفی، ۱۷۴-۱۸۹، تهران: لگا.
- زهتابچی، منا (۱۳۹۴). شارل یا حسین زنده‌رودی. حرفه هنرمند، (۵۴)، ۱۸۶-۱۹۱.
- سیم، استوارت (۱۳۸۹). مارکسیسم و زیبایی‌شناسی. ترجمه: مشیت علایی، تهران: فرهنگستان هنر.
- شش‌جوانی، حمیدرضا (۱۳۹۷). سقاخانه و اقتصاد هنر دولت بنیان. پشت بام، (۱)، ۱۳۲-۱۳۵.
- علی‌پور سعدانی، رضا؛ شیخ‌زاده، مرجان (۱۳۸۸). اشیاء جادویی در فرهنگ عامه ایران و تاثیر آن در نقاشی مکتب سقاخانه. باغ نظر، (۱۱) ۶.
- فرهادپور، مراد (۱۳۸۸). پاره‌های فکر: هنر ادبیات. تهران: طرح نو.
- کشاورز، گلناز؛ بایرام زاده، رضا (۱۳۹۹). جنبش سقاخانه در هنر معاصر ایران و ارتباط آن با رویکردهای هنری مدرن یا پست‌مدرن. پژوهش‌نامه گرافیک نقاشی، ۱۲۲-۱۳۳.
- کشمیرشکن، حمید (۱۳۹۴ الف). هنر معاصر ایران: ریشه‌ها، دیدگاه‌های نوین. تهران: نظر.
- کشمیرشکن، حمید (۱۳۹۴ ب). هنر معاصر ایران، ریشه‌ها و دیدگاه‌های نوین: گفتگو با دکتر حمید کشمیرشکن. فصلنامه نقد کتاب، (۷)، ۲۰-۵.
- کومارسینگ، اهبی (۱۳۸۳). هنر سیل‌زده، میراث در برابر جهانی‌سازی. ترجمه: فرهاد ساسانی، به کوشش فرهاد ساسانی، هنر و جهانی‌شدن، مرکز مطالعات تحقیقات هنری، ۱۰۶-۱۰۱.
- گالوی، دیوید (۱۳۹۴). پرویز تناولی و امر خاص عام. ترجمه: ابوالفضل توکلی، حرفه هنرمند، (۵۴)، ۱۱۲-۱۱۸.
- گرامی، پیمان؛ رضایی اقدم، علیرضا (۱۳۹۴). مکتب سقاخانه: آشتی رویایی تعارضات. حرفه هنرمند، (۵۷)، ۸۱-۷۳.
- گراو، ایزابل (۱۳۹۸). پرسش‌نامه مجله اکتبر درباره هنر معاصر. حرفه هنرمند، (۷۳)، ۷۸-۷۶.
- گروسی، عاطفه؛ کفشچیان‌مقدم، اصغر (۱۳۹۹). بازخوانی آثار

نقاشان سقاخانه از منظر آشنای دایمی شکلو فسکی (منتخب آثار اویسی، قندریز و تبریزی). پیکره، ۹(۲۲)، ۷۲-۵۹. مدرس، جواد (۱۳۹۵). نقدی بر نقاشی‌های پرویز تناولی در گالری شهریور. حرفه هنرمند، (۶۰)، ۱۷۹-۱۷۷. مریدی، محمدرضا (۱۳۹۸). هنر اجتماعی. تهران: آبان. معتقدی، کیانوش (۱۳۹۷). پیشا سقاخانه. پشت بام، (۱)، ۵۳-۴۰.

ملکی، توکا (۱۳۹۶). هنر نوگرایی ایران. تهران: نظر. نودری، حسینعلی (۱۴۰۰). نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی. تهران: آگه. ویلسون، راس (۱۳۸۹). تئودور آدورنو. ترجمه: پویا ایمانی، تهران: مرکز.

Adorno, T. W; Rabinbach, A. G (1975). Culture industry reconsidered. *New German Critique*, (6), 12-19.

Adorno, T. W (1974). Commitment. *New Left Review*, (87) 75.

Adorno, T. W; Hildenbrand, H; Lindenberg, A (1962). *Philosophie de la nouvelle musique*.

Diba, Kamran (1989). Iran. in Wigdan Ali, ed, *Contemporary Art from Islamic world*, London, Hamilton, Andy (2009). Adorno and the autonomy of art. visi & G. Agoštini Saavedra (eds.), *Nošalgia for a Redeemed Future: Critical Theory*, University of Delaware.

Hullot, Kentor, R. (1997). *Aesthetic Theory*. Minneapolis: University of Minnesota Prees.

Zakeri, S (2021). The Saqqa-khaneh Calligraphy-Painting Movement in Iran. *Barcelona Investigation Arte Creation*, 9 (3).