

# بررسی تأثیرات جهانی شدن بر هنر معاصر غرب از (1960 تا زمان حاضر)

امیر رضائی نبرد<sup>1</sup>

تاریخ دریافت: 1390/11/25 تاریخ پذیرش: 1390/1/27

## چکیده

تعاریف و تعبیرگوناگونی از جهانی شدن و مسائل آن به عمل آمده است که خلاصه این نظریات را اینچنین می‌توان برشمرد؛ فشرده‌گی زمان و فضا، جامعه‌ی اطلاعات محور، دهکده‌ی جهانی، فرایند غربی‌کردن جهان، آگاهی از کلیت جهانی، همبستگی جهانی واقعی، جهانی شدن عینی و ذهنی و غیره. جهانی شدن دارای جنبه‌ها و عرصه‌های گوناگونی است که از برجسته‌ترین جنبه‌های آن می‌توان به جهانی شدن فرهنگی، سیاسی و اقتصادی اشاره نمود.

در این میان بررسی هنر به عنوان یکی از قدرتمندترین ابزارهای تأثیرگذار و یکی از مؤلفه‌های جریان‌ساز در بستر جهانی شدن فرهنگی، مجال تجلی می‌یابد. در این مقاله که از نوع نظری و روش توصیفی-تحلیلی است، سعی گردید که با گردآوری اسناد کتابخانه‌ای، تأثیرات جهانی شدن بر هنر معاصر غرب در یک بازه‌ی زمانی از 1960 یعنی آغاز هنر پست‌مدرن تا زمان حاضر و در شاخه‌های گوناگون آن مورد بررسی قرار گیرد.

مسئله‌ی پژوهش، میزان تأثیرگذاری جهانی شدن بر هنر معاصر غرب در این بازه‌ی مشخص بوده است. در نهایت و به عنوان نتیجه‌گیری، میزان تأثیر پذیری هنر معاصر غرب از روند جهانی شدن بسیار چشمگیر و دارای دگرگونی‌های اساسی بوده است. استفاده‌ی متنوع از فن‌آوری نوین، تجاری و عمومی کردن هنر، توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی موزه‌ها، عدم ارائه‌ی ارزش‌ها و معیارهای اخلاقی و هنری، اهمیت نقش مخاطب، آمیختن عناصر غیرهمگن، بیان آثار از طریق نشانه و نمادها و عدم وجود اهداف متعالی در هنر معاصر غرب، از تأثیرات جهانی شدن بر هنر معاصر غرب بوده است.

**واژگان کلیدی:** جهانی شدن، جهانی شدن فرهنگی، تأثیرات، هنر معاصر غرب

## مقدمه

### جهانی شدن

واژه‌ی جهانی شدن ترکیبی است که از واژه جهان اشتقاق یافته است. «واژه globe (جهان) در زبان انگلیسی چند صد سال قبل، هنگامی که مشخص شد زمین کره‌ی شکل است، برای اشاره به کره‌ی زمین ابداع شد. با وجود این، در زبان انگلیسی رایج، صفت global (جهانی) از دهه 1890، علاوه بر معنای قبلی کره‌ی بودن برای اشاره به کل دنیا به کار برده شد» (شولت، 1382؛ 45) اگر چه واژه‌ی «جهانی» بیش از چهار صد سال قدمت دارد، اما اصطلاح‌هایی نظیر globalization، globalize و globalizing از حدود سال 1960 رواج عام یافته‌اند. مجله اکونومیست در تاریخ 1959/4/4 گزارش داد که سهمیه‌ی جهانی (globalized)

1- کارشناس ارشد پژوهش هنر و کارشناس هنر مرکز ملی مطالعات جهانی شدن

quota) برای واردات اتومبیل ایتالیا افزایش یافت و فرهنگ و بستر نخستین فرهنگ معتبری بود که در سال 1961 تعاریفی برای اصطلاح‌های globalism و globalization ارائه داد. در سال 1962 نشریه‌ی Spectator در شماره‌ی مورخ 1962/10/5 چنین مطرح کرد که مفهوم جهانی شدن یک مفهوم گیج‌کننده است» (واترز، 1379؛ 10). پس از این تاریخ است که به‌تدریج واژه‌هایی چون جهانی، جهانی‌بودن، جهانی شدن، جهانی‌سازی، جهانی‌کردن و جهان‌گرایی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

«مثلاً تعداد کتاب‌های موجود در فهرست کتابخانه‌ی کنگره تا فوریه 1994 که در عنوان آن‌ها از واژه‌ی globalization یا مشتقات آن استفاده شده است، فقط به 34 عنوان می‌رسد که هیچ‌کدام از این کتاب‌ها قبل از سال 1987 چاپ نشده است» (واترز، 1379؛ 11).

تا اواسط دهه 1980 مفاهیمی چون حکومت جهانی، بازارهای جهانی، بوم‌شناسی جهانی و مسائل جنسیتی جهانی تقریباً ناشناخته بودند. کتاب‌های اوایل دهه 1990 نیز شامل این موارد می‌گردند: پایان تاریخ (فرانسیس فوکویاما)، برخورد تمدن‌ها (سمیوئل پ. هانتینگتون)، اواخر عمر کره‌زمین (رابرت د. کاپلان)، پایان ملت - دولت (ژان ماری گننو)، غربی شدن جهان (سرژ لاتوش) و تاریخ که هرگز وقوع نیافت (الکساندر دمانت). به‌طور کلی سال‌های پایانی سده‌ی بیستم و ماه‌های آغازین هزاره‌ی سوم میلادی را می‌توان آغاز فرایند جهانی شدن تلقی نمود. البته برخی از نظریه‌پردازان مربوطه، آغاز فرایند جهانی شدن را به تاریخ‌های گوناگونی مربوط دانسته‌اند. برخی آغاز این فرایند را از ابتدای تاریخ بشر، برخی از تمدن اسلام و شرق باستان و برخی با نوگرایی و توسعه‌ی سرمایه‌داری در نظر می‌گیرند و برخی دیگر نیز جهانی شدن را یک فرایند متأخر می‌دانند که با سایر فرایندهای اجتماعی نظیر فراصنعتی شدن، فرانوگرایی یا شالوده‌شکنی سرمایه‌داری پیوند خورده است.

در این راستا، تعاریف و تعبیرگوناگونی از جهانی شدن و مسائل آن به عمل آمده است، مانند فشردگی زمان و فضا، جامعه‌ی اطلاعات محور، دهکده‌ی جهانی، فرایند غربی‌کردن جهان، آگاهی از کلیت جهانی، همبستگی جهانی واقعی، جهانی شدن عینی و ذهنی و غیره. اما به‌طور کلی می‌توان گفت که: «جهانی شدن، عبارت است از فرایند فشردگی فزاینده‌ی زمان و فضا که به واسطه‌ی آن مردم دنیا کم و بیش و به صورتی نسبتاً آگاهانه در جامعه‌ی جهانی واحد ادغام می‌شوند» (گل محمدی، 1389؛ 20). جهانی شدن بدون در نظر گرفتن قلمروها و مرزهای عینی و ذهنی منجر به تشدید آگاهی جوامع و بازنگرایی در تمامی ابعاد گوناگون زندگی انسانی گردیده است. «جهانی شدن حاکی از این واقعیت است که همه‌ی ما به نحو فزاینده‌ای در یک جهان زندگی می‌کنیم، جایی که کنش‌های ما نتایج و پیامدهایی برای دیگران و مسائل جهان پیامدهایی برای ما دارند. امروز جهانی شدن در همه‌ی کشورها بر زندگی مردم، چه فقیر باشند چه غنی، تأثیر می‌گذارد و نه فقط نظام‌های جهانی بلکه زندگی روزمره را نیز تغییر می‌دهد.» (گیدنز، 1387؛ 109) گیدنز خاطر نشان می‌سازد که «جهانی شدن پدیده‌ای است که نمی‌تواند خارج از زمینه مدرنیته‌ای که به وجود آورنده‌ی آن است، فهمیده شود. او ادامه می‌دهد که شرایط مدرنیته در ذات خود جهانی‌کردن را به همراه دارد و این در برخی از اساسی‌ترین ویژگی‌های مؤسسات مدرن آشکار است» (Jones, 2010: 38).

«جهانی شدن مخاطره‌ها، چالش‌ها و نابرابری‌هایی ایجاد می‌کند که مرزهای ملی را درمی‌نوردند و فراتر از توان ساختارهای سیاسی موجود هستند. چون حکومت‌های منفرد فاقد توانایی برای حل و فصل این مسائل فراملیتی هستند، لازم است صور نوین مدیریت جهانی به وجود آید که بتواند مسائل جهانی را به شیوه‌ای جهانی رتق و فتق کند. به کرسی نشاندن خواست و اراده‌ی ما در جهانی اجتماعی که به سرعت در حال تغییر است، شاید بزرگ‌ترین چالش سده‌ی بیست و یکم باشد» (گیدنز، 1387؛ 111).

همچنین جهانی شدن دارای جنبه‌ها و عرصه‌های گوناگونی است که از عمده‌ترین جنبه‌های آنها می‌توان به جنبه‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی اشاره نمود. از عوامل به وجود آورنده‌ی جهانی شدن نیز می‌توان به این موارد اشاره نمود: گسترش عقلانیت، کنش‌های جهانی اجتماعی، تحول سرمایه‌داری، نوآوری و فناوری در عرصه‌ی ارتباطات و چارچوب‌های نظارتی توانمند. تاکنون نظریه‌های گوناگون و بی‌شماری از سوی جامعه‌شناسان، اندیشمندان علوم سیاسی، روابط بین‌الملل و دیگر متفکران مربوطه درباره‌ی جهانی شدن ابراز گردیده است، اما برجسته‌ترین و اساسی‌ترین نظریه‌های جهانی شدن شامل نظریه‌های افراطی-گرای، شک‌گرای، نسبیت‌گرای، بازسازی‌گرای، فراساختارگرای و نظریه‌ی انتقال‌گرای می‌شود که هر یک از این نظریه‌ها دارای موافقان و مخالفان خود می‌باشند. همچنین از منظری دیگر می‌توان نظریه‌های جهانی شدن را اینچنین دسته‌بندی نمود. نسل یا گروه اول شامل جامعه‌شناسان و نظریه‌پردازان کلاسیکی چون سن‌سیمون، کنت، دورکیم، وبر و مارکس می‌گردد؛ گروه دوم شامل نظریه‌های: اجتماعی (پارسونز، بل و...)، اقتصادی (والرشتین، اسکلیور و...)، سیاسی (برتن، گیلین و...) و فرهنگی (مک لوهان) می‌گردد؛ و گروه سوم شامل نظریه‌پردازانی مانند دیویدهاروی، آنتونی‌گیدنز و رونالد رابرتسن می‌شود که به طور مستقیم به فرایند جهانی شدن و آثار و پیامدهای آن اندیشیده‌اند. همچنین «بر اساس طرح کلی هولتون و تعدیل آن از برخی جنبه‌ها، در پژوهش جهانی شدن، چهار موج متوالی را می‌توان شناسایی و به طور کلی نام‌گذاری کرد: نظری، تاریخی، نهادی و شالوده‌شکنی... موج نظری به طور کلی به بحث‌های مربوط به مفهوم جهانی شدن، پویایی‌های اصلی آن و پیامدهای سیستمی و ساختاری آن به عنوان یک فرایند دگرگونی اجتماعی جهانی سکولار پرداخته است... و بر عکس آن موج تاریخی، با تکیه بر جامعه‌شناسی تاریخی توسعه‌ی جهانی، بیشتر به بررسی این موضوع توجه داشت که جهانی شدن معاصر را از چه جنبه‌هایی می‌توان جدید و منحصر به فرد تلقی کرد... سومین موج، موج نهادی، که شکاک‌ترین این استدلال‌ها درباره‌ی دگرگونی ساختاری است... در صدد ارزیابی ادعاهای مربوط به همگرایی جهانی و واگرایی است... سرانجام چهارمین و جدیدترین موج بازتاب تأثیر تفکر پس‌ساختاری و سازه‌گرایی در علوم اجتماعی، از مارکسیسم آزاد تا پسامدرنیسم است» (هلد و مک‌گرو، 1988: 19-18).

به طور کلی از پیامدها و نتایج جهانی شدن می‌توان به پدید آمدن عام‌گرایی‌ها و خاص‌گرایی‌های گوناگون فرهنگی اشاره نمود. عام‌گرایی فرهنگی اساساً معطوف به اصول، ارزش‌ها و معیارهایی است که درباره‌ی همه‌ی مردم و در همه‌جا معتبر باشد و اصولاً انسان را چونان انسان در نظر می‌گیرد. همچنین خاص‌گرایی فرهنگی، توسل به عناصر هویت‌بخش فرهنگی است که در آن بر بی‌همتایی شیوه‌ها، اعمال و ایده‌های یک گروه یا جماعت معین و ویژه تأکید می‌گردد. در نهایت، جهانی شدن در ذات خود خوب یا بد نیست، بلکه نتایج و پیامدهای آن عمدتاً ناشی از تصمیم‌گیری‌های جوامع انسانی است که قابل بحث و قابل تغییر است. این مقاله که از نوع نظری و دارای روش توصیفی-تحلیلی است، سعی می‌نماید که با گردآوری اسناد کتابخانه‌ای، تأثیرات جهانی شدن بر هنر معاصر غرب در یک بازه زمانی از 1960 یعنی آغاز هنر پست مدرن تا زمان حاضر و در شاخه‌های گوناگون آن را مورد بررسی قرار دهد. مسئله پژوهش، میزان تأثیرگذاری جهانی شدن بر هنر معاصر غرب در این بازه مشخص می‌باشد.

## جهانی شدن فرهنگی

در راستای بررسی مفاهیم جهان و جهانی شدن که قبلاً بدان اشاره گردید، واژه‌ای دیگر کارکردی خطیر پیدا می‌کند و آن واژه‌ی فرهنگ است. «واژه‌ی culture از زبان کلاسیک و شاید زبان پیش-کلاسیک لاتین ریشه می‌گیرد و در اصل به معنای کشت و کار یا پرورش بوده است. این معنا هنوز در واژه‌های agriculture (کشاورزی) و horticulture (باغداری)، cult و cultus (آیین) برجاست. در صورت‌های تازه‌تر، مانند bee culture (پرورش زنبور)، oyster culture (کشت صدف)، pearl culture (کشت

مروارید) و bacillus culture (کشت باسیل) به همان معنا به کار می‌رود. واژه‌ی کولتور در مورد جامعه‌های بشری از حدود سال 1750 نخستین بار در زبان آلمانی به این معنا به کار رفته است» (آشوری، 1389؛ 35).

اما کاربرد دقیق مفهوم فرهنگ همراه با تعریف آن با تایلور<sup>2</sup> (1832-1917) آغاز می‌شود. «وی در کتاب پژوهش‌هایی درباره‌ی تاریخ آغازین بشر و توسعه‌ی تمدن که در 1865 منتشر کرد، گه‌گاه به اصطلاح فرهنگ روی می‌کند، ولی بیشتر اصطلاح تمدن را به کار می‌برد. اما در 1871 بود که نام فرهنگ ابتدایی<sup>3</sup> را بر کتاب اصلی خود گذاشت و در نخستین جمله‌ی آن نخستین تعریف رسمی و آشکارای فرهنگ را داد. این تاریخ را می‌توان زادسال این مفهوم علمی دانست، اگرچه زمینه‌ی آن در زبان آلمانی پیش از آن فراهم شده بود.» (آشوری، 1389؛ 39) تعریف فرهنگ از منظر تایلور عبارت است از: «فرهنگ یا تمدن... کلیت درهم‌تافته‌ای - ست شامل دانش، دین، هنر، قانون، اخلاقیات، آداب و رسوم، و هر گونه توانایی و عادت‌ی که آدمی همچون هموندی از جامعه به دست می‌آورد» (همان: 47).

همان‌گونه که قبلاً ذکر گردید، جهانی شدن دارای جنبه‌ها و عرصه‌های گوناگونی است که از برجسته‌ترین جنبه‌های آن می‌توان به جنبه‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی اشاره نمود که جنبه‌ی فرهنگی آن دارای اهمیت اساسی است. به عبارتی، «فرایندهای دگرگون‌ساز عظیم دوران ما را که با جهانی شدن توصیف می‌شوند، نمی‌توان به درستی فهمید، مگر آن که آن‌ها را با واژگان مفهومی فرهنگ دریابیم. به همین سان، بر این باورم که این دگرگونی‌ها بافت تجربه‌ی فرهنگی را تغییر می‌دهند، و در واقع بر درک ما از مفهوم فرهنگ در دنیای مدرن تأثیر می‌گذارند» (تاملینسون، 1381؛ 13).

به طور کلی و بنیادین، تصور و تداعی فرهنگی واحد در عرصه‌ی جهان دارای پیشینه‌ی بسیار طولانی است. ادیان گوناگون با رسالت سعادت و تعالی انسان‌ها، همواره دارای گستره‌ای جهان‌شمول بوده‌اند. همچنین از دیگر نمونه‌های این تصورات و اهداف می‌توان به امپراتوری‌های باستان نظیر ایران، چین و روم اشاره نمود. در این راستا جنبش‌ها و ائتلاف‌های عمده معطوف به صلح جهانی و آموزش و رواج دادن زبان‌های بین‌المللی جدیدی چون اسپرانتو نیز از دیگر مصادیق جهانی شدن فرهنگی به‌شمار می‌آیند.

جهانی شدن فرهنگ در ابتدا ممکن است با مصادیق برجسته و فراگیری چون سی‌ان‌ان، مایکروسافت، آی‌بی‌ام، لی‌وایز، نیک، مایکل جکسون، مارلبورو، کوکاکولا، مدونا و ... تداعی گردد، لیکن مسئله بسیار عمیق‌تر و جدی‌تر است. فرهنگ به عبارتی، مجموعه دستاوردهای ارزشمند و پویای معنوی و مادی انسانی است که در طول زمان و مکان و در موضوع‌های گوناگون، آموخته می‌شوند (به شکل غیر وراثتی)، و از نسلی به نسل دیگر منتقل گردیده و منجر به تعالی روح و جسم و در نهایت منجر به شناخت حقیقت و کمال آدمی می‌گردند.

بنابراین در راستای جهانی شدن فرهنگی باید شاخصه‌ها و مؤلفه‌های اساسی فرهنگ‌های گوناگون را مد نظر داشت. فرهنگ از این منظر، تمامی تجربیات ارزشمند و خلاق افراد و جوامع است و شامل تمامی اندیشه‌ها و سنت‌های عالی و پویا، گفتگوهای تخصصی، آثار و تولیدات صنایع فرهنگی و هنری و شیوه‌های گوناگون ارتباطات است. رسانه‌ها و ارتباطات یکی از تجلیات و ابزارهای عمده فرهنگی به‌شمار می‌آیند. زیرساخت‌های ارتباطی جهانی به سرعت در حال گسترش و ارتقا هستند. پدیده‌های

---

2- Sir Edward Burnett Tylor، انسان‌شناس انگلیسی که او را بنیان‌گذار انسان‌شناسی فرهنگی می‌دانند.

فرهنگی‌ای چون سرعت ترجمه و صنعت توریسم و رسانه‌هایی چون اینترنت، سینما، تلویزیون و رادیو به سرعت به سراسر جهان تسری پیدا می‌کنند.

گرچه جهانی شدن دارای دیدگاه‌ها و نمودهای گوناگون و پرشماری در خصوص شیوه‌ی پیکربندی و گسترش فرهنگ جهانی است، لیکن به طور عمده می‌توان به سه مورد اشاره نمود: یکی گسترش تجدد غربی، دوم گسترش و جهان‌گیر شدن فرهنگ مصرفی سرمایه‌داری و در نهایت جهانی شدن فرهنگ آمریکایی.

«شناخته‌ترین مدل جهانی‌سازی فرهنگی، نظریه‌ی امپریالیسم فرهنگی است. این نظریه در دهه‌ی 1960 به عنوان بخشی از نقد مارکسیستی فرهنگ سرمایه‌داری توسعه یافته و تأکید آن‌ها بر مصرف‌گرایی و ارتباطات جمعی پدیدار شد. ایده‌های این نظریه بر اساس نظریه‌ی نظام‌های جهانی شکل گرفته که بر این عقیده است که نظام اقتصادی جهانی در استیلای هسته‌ای از کشورهای توسعه یافته است، در حالی که کشورهای جهان سومی در حاشیه‌ی این نظام با کنترل اندکی بر توسعه‌ی اقتصادی و سیاسی باقی مانده‌اند» (کرین، 1383: 15).

«بر پایه‌ی نظریه‌ی امپریالیسم فرهنگی، گرچه جهانی شدن فرهنگی چونان پدیده‌ای فراتاریخی و فراملی یا نیرویی متعالی و جهانی نمودار می‌شود، ولی در واقع چیزی جز صدور کالاها، ارزش‌ها و اولویت‌های شیوه‌ی زندگی غربی نیست. آنچه در عرصه جهانی، فرهنگ رایج و مسلط می‌شود، تصورات و مصنوعات و هویت‌های تجدد غربی است که صنایع فرهنگی غربی عرضه می‌کنند. این صنایع بر شبکه‌های جهانی مسلط هستند و امکان چندانی برای روابط و تبادل فرهنگی برابر میان غرب و بقیه‌ی جهان باقی نمی‌گذارند» (Hall, 1996:305).

تجدد دارای ویژگی‌های گوناگون نهادی است که از این میان می‌توان به برجسته‌ترین آن‌ها نظیر صنعت‌گرایی، نظام سرمایه‌داری و مصرف‌گرایی و نهادهای نظارت و مراقبت، اشاره نمود. «آشکارترین تأکید فرهنگ جهانی، به هر حال بر روی گسترش فزاینده‌ی مصرف و علائق مصرف‌کننده پرنفوذ باقی ماند. گسترش نمایش فیلم‌ها و تلویزیون، مخاطبان بین‌المللی محصولات عمومی را بوجود آورد. فرهنگ مصرف‌کننده‌ی جهانی به شیوه‌های گوناگونی تجلی می‌یابد. مورد مرتبط با این موضوع، گسترش رستوران‌های غذای آماده آمریکایی است که با تمامی تنوع جوامع مصرف‌کننده در شهرها به وجود آمده‌اند» (Stearns, 2010:151). ابعاد پیچیده و گسترده‌ی جهانی شدن فرهنگی، تنها از طریق مطالعات هدفمند فرهنگی معاصر میسر می‌گردد. «مطالعات فرهنگی کاری چند رشته‌ای<sup>4</sup>، بین رشته‌ای<sup>5</sup>، سراسر رشته‌ای<sup>6</sup>، یا فرارشته‌ای<sup>7</sup> است» (آسا برگر، 1385: 16).

مطالعات فرهنگی، دارای ویژگی‌های خاصی است که از سایر مطالعات علوم اجتماعی تمایز یافته است. از آن جمله می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود: «فقدان قلمرو نظری و محدوده‌ی رشته‌ای مشخص، انتقادی بودن، دارای صبغه‌ی کم‌وبیش مارکسیستی، اصالت دادن به فرهنگ، عطف توجه به جلوه‌های عادی و نمودهای معمول زندگی روزمره به جای توجه به نظام‌های هنجاری، ساختارهای کلان و نهادهای پهن‌ی دامنه؛ تأکید بر فرهنگ دموکراتیک به معنای امکان‌یابی مشارکت همگانی در ساخت فرهنگ، طرح مباحثی عمیق در خصوص طبقه اجتماعی و ایدئولوژی و عوامل مؤثر و آثار آن‌ها، مخالفت با تفسیرهای متصلب و مکانیکی از ایدئولوژی، مخالفت با سلطه دولت بر قلمرو فرهنگ، تقویت نوعی قوم‌نگاری فرهنگی، تأکید بر ماهیت رمزی و نشانه‌ای

4. Multidisciplinary

5. Interdisciplinary

6. Pandisciplinary

7. Metadisciplinary

پدیده‌های فرهنگی و ضرورت معناکاوی آنها، تأکید بر تفسیر نشانه‌شناختی پیام‌ها و متون رسانه‌ای به ویژه تلویزیون، مخالفت با مطالعات تجربه‌گرایانه و اثباتی رایج در علوم اجتماعی پوزیتیویستی، مطالعه‌ی قوم‌نگاشتی گروه‌های نوظهور و حاشیه‌ای و مخاطبان رسانه» (شرف‌الدین، 1387: 73). در این میان یکی از شناخته‌شده‌ترین و قدیمی‌ترین مراکز مطالعات فرهنگی، مرکز مطالعات فرهنگی معاصر بیرمنگام<sup>8</sup> بریتانیا است.

آغاز به‌کار این مرکز مقارن با اولین رگه‌های مفهوم جهانی شدن گردید و به صورت پایاپای دگرگونی‌های فرهنگ در عصر معاصر را مورد مطالعه‌ی موشکافانه قرار داد. مرکز مطالعات فرهنگی معاصر بیرمنگام، که دارای علامت اختصاری CCCS است، اولین مرکز آموزشی و پژوهشی است که زمینه‌ی انجام مجموعه‌ای از مطالعات مربوطه را فراهم ساخت. این مرکز، در سال 1964 به ریاست ریچارد هوگارت<sup>9</sup> تأسیس و سپس توسط استوارت هال<sup>10</sup>، ریچارد جانسون<sup>11</sup> و در سال‌های اخیر توسط جورج لارین<sup>12</sup> اداره شد. «این مرکز عمدتاً به خاطر آمیزه‌ی فعالیت‌ش در عرصه‌ی نقد سیاسی متعهدانه‌ی معطوف به ایدئولوژی، استیلا و مبارزه بر سر تصرف معناها در زندگی روزمره، پژوهش‌های متنی از طریق مطالعات قوم‌نگارانه در چارچوب تحول سیاسی و اجتماعی و کنکاش بی‌وقفه در چارچوب‌های نظری شهرت یافته است» (پین، 1389: 606).

اکنون با توجه به چشم‌اندازی که از مقوله‌های جهانی شدن، فرهنگ و جهانی شدن فرهنگی ترسیم گردید، به یکی از برجسته‌ترین و تأثیرگذارترین موضوعات جهانی شدن فرهنگی، یعنی هنر و به ویژه تأثیر جهانی شدن بر هنر معاصر غرب پرداخته می‌شود.

### جهانی شدن و هنر معاصر غرب

هنر همواره یکی از قدرتمندترین ابزارهای تأثیرگذار و یکی از مؤلفه‌های جریان‌ساز فرهنگی در متن جوامع بوده است. هنر در فلسفه و تاریخ پر از فراز و فرودش درصدد کشف معنا، پالایش روح و زیست زیبایی‌شناسانه‌ی مردمان بوده است و رسالتی جز تعالی شخصیت و جایگاه انسان نداشته است. البته در دوران جدید و در جامعه‌شناسی هنر، آنچنان که باید بدان پرداخته نشده است.

«بنیانگذاران جامعه‌شناسی نه در متن بلکه در حاشیه به مسئله‌ی زیبایی‌شناسی نیم‌نگاهی کرده‌اند. امیل دورکیم مسئله‌ی هنر را تنها از لحاظ رابطه‌ای که در نگاهش با دین دارد، بررسی کرده است. ماکس وبر در متنی که پس از مرگش در 1921 درباره‌ی موسیقی به دست آمد، سبک‌های مختلف را به تاریخ فرایند عقلانی‌شدن غرب و به منابع فنی ارجاع می‌دهد و پایه‌های یک جامعه‌شناسی فنون در موسیقی را پی‌ریزی می‌کند. تنها جورج زیمل، در همان دوره، تحقیق درباره‌ی هنر را کمی جلوتر می‌برد. در نوشته‌هایش درباره‌ی رامبراند، میکلا آنتو و رودن سعی می‌کند موقعیت اجتماعی هنر را، به‌ویژه در مناسباتش با مسیحیت، و نفوذ جهان‌بینی‌ها را روی آثار هنری آشکار کند» (هینیک، 1384: 23).

در دوران معاصر و در راستای پدیده‌ی جهانی شدن، تعاریف و تفاسیر هنر به کلی دگرگون گردیده است. منظور از دوران معاصر دگرگونی‌های اساسی است که از 1960 و با عنوان پست‌مدرن و به موازات جرقه‌های جهانی شدن ایجاد گردیده است.

8. Centre for Contemporary Cultural Studies

9. Recharad Hoggart

<sup>10</sup> Stuart Hall

11. Recharad Johnson

12. G. L. Larrien

«در دهه‌های 1970 تا 1980، بخش عمده‌ای از هنر آمریکای لاتین در بستر متفاوتی به پیش می‌رفت. در این سال هنرمندان آمریکای لاتین بسیار شیفته‌ی هنر مفهومی و چیدمان شدند. یکی از پیشروان این گرایش، هنرمند آرژانتینی ویکتور گریپو<sup>13</sup> (متولد 1936) بود» (اسمیت، 1387: 26).

«هنر آوانگارد ژاپنی در دهه 1990، همانند کارهای یوکینوری یاناگی<sup>14</sup> (متولد 1959) شیوه متفاوتی را دنبال می‌کند. این هنر جلوه‌ای مفهومی داشته و بعضاً اندیشه‌هایی کنایه‌وار و تمسخرآمیز علیه تمایل موجود به دنباله‌روی از الگوهای غربی را مطرح می‌سازد» (همان: 35). مجموعه کشتزارهای موران پرچمی اثر یاناگی، مانند نسخه‌ای از آن که در سال 1993 در بینال ونیز به نمایش درآمد، مرکب از جعبه‌های پلاستیکی هستند که در آن‌ها شن‌های رنگ شده به شکلی مرتب شده‌اند که پرچم‌های ملیت‌های مختلف را شکل می‌دهند. «همچنان که مورچه‌های مهاجر از طریق مجاری پلاستیکی بین جعبه‌ها، به عقب و جلو حرکت می‌کنند، طرح‌های پرچم‌ها مبهم و مغشوش شده، به طوری که یک نشانه‌ی هویت ملی به هم پاشیده شده و به پرچمی دیگر تبدیل می‌شود. یاناگی این کار را به مثابه استعاره‌ای از بیهودگی ملی‌گرایی ارائه می‌کند» (همان: 36).

«تمایلات پاپ جدید در هنر معاصر چینی در آثار یو یوهان<sup>15</sup> (متولد 1943) و گروه هنرمندان جوانی که وی را احاطه کرده‌اند، مشهود است. یو یوهان که از سال 1973 استاد دانشکده هنرهای کاربردی شانگهای بوده است، کار هنری خود را ابتدا به عنوان نقاش انتزاع‌گرای متأثر از ساختارگرایی، آغاز کرد و سپس تحت تأثیر سزان قرار گرفته و نهایتاً شروع به ساخت آثاری تحلیلی در مورد هنر تبلیغاتی چین کرد.

در غرب، بی‌تردید شناخته‌شده‌ترین هنرمند برخاسته از جوامع اسلامی مونا حاتوم<sup>16</sup> (متولد 1952) است. او در یک خانواده‌ی فلسطینی در لبنان به دنیا آمده و اکنون در انگلستان زندگی می‌کند. برخی کارهای اولیه‌ی حاتوم به وضعیت او در تبعید اشاره دارند، لیکن موضوع اصلی کار او جنسیت است؛ یعنی مسئله‌ی زن بودن. «صریح‌ترین و تماشایی‌ترین تجربه‌ی او در این موضوع، یک کار ویدئویی و محیطی است با عنوان بدن بیگانه که در سال 1994 ارائه گردید. برای اجرای این اثر، حاتوم یک اندوسکوپ را در درون بدن خود کار گذاشت تا بدین ترتیب تصاویر درون پیکر او بیرونی شوند... این بدن به همان اندازه که در معرض عمومی قرار می‌گیرد، نسبت به مالک خود غریبه می‌شود» (همان: 46-47).

«هنر پست‌مدرنیسم، همچون هنر سالن سده نوزدهم، از احساس ختم یک دوران آکنده است. اهمیت اجتماعی آن در حد کوششی است برای منحرف کردن اضطراب‌های ناشی از تهی شدن روزافزون معنا در حیات فرهنگی ما. کوششی است - از طریق ارضای امیال، تحریک و تصدیق خودشیفتگان به هر شکل ممکن - برای القای توهم عظمت و نشاط باطنی به نخبگان مردد و سرگشته. محتوای این هنر، خیال خام است و جسارتش موهوم، به این معنا که فهرمانانش با هیچ نوع سانسور - چه درونی و چه بیرونی - درگیر نیستند» (یکولا، 1389: 538). «یکی از جنبه‌های پست‌مدرن اخیر، واکنشی است که به لذت خودمحور خویش نشان داده است و آن انتقال این خودمحوری مسرت‌بخش از تصویر و شیء به هنرمند و ذهن است» (Welchman, 2003: 191).

«اما پست‌مدرنیسم بر خلاف مدرنیسم راه حل زیباشناختی را نفی کرده و به جای آن به راه حل غریزی چنگ می‌زند؛ به - طوری که لذت مهم‌تر از نمایش هنری تلقی می‌شود. بنابراین در مفهوم ادبی، عقل دشمن است و امیال کالبد حقیقت‌اند. بل نیز

13. Victor Grippo

14. Yukinori Yanagi

15. Yu Youhan

16. Mona Hatoum

مانند جیمسون کاهش تمایز میان فرهنگ برتر و پست را تصدیق می‌کند: برجسته‌ترین مسئله در مورد پست‌مدرنیسم این است که آنچه زمانی مرموز تلقی می‌شد، اکنون ایدئولوژی اعلام می‌شود و آنچه زمانی دارای اشرافیت روحانی بود، اکنون دمکراتیک شدن فرهنگ توده‌ای تلقی می‌شود» (ترنر، 1384: 218).

تا قبل از دوران پست‌مدرن که در عرصه‌ی هنر وحدت بیشتری حس می‌شد، آثار مورد نظر مشخصاً مورد بررسی یا تصدیق و تکذیب قرار می‌گرفتند؛ ولی در دوره و جهان متکثر امروز و در عرصه‌ی هنر معاصر غرب که ابهام و سرگشتگی جزء لاینفک ذات آن محسوب می‌گردد، تکلیف مخاطب و منتقد هنر چندان مشخص نیست. همچنین « طرح مسائل جنسی و رمز و اشاره به هر شکل ممکن، جریان غالب هنر معاصر را دربر گرفته و هنرمندان گاه در استفاده‌ی مفرط از این گونه تصاویر گوی سبقت را از یکدیگر می‌ربایند. این خیزش جدید از سه انگیزه ناشی می‌شود. اول، میل شدید به تحریک و جنجال‌آفرینی که در اصل، میراث مدرنیست هاست. دوم، علاقه‌ی وافر که در طول قرن بیستم به طرح مسائل جنسی نشان داده شده است. سوم، این واقعیت که تمنیات جنسی یکی از زمینه‌هایی است که هنرمندان می‌توانند اذهان مشترک همه‌ی مخاطبان خود را بدان معطوف سازند، آن هم در عصری که منسجم‌ترین نظام‌های فکری با اغتشاش و بحران مواجه شده‌اند» (اسمیت، 1387: 14-15).

یکی از این دگرگونی‌های اساسی و مخرب در هنر این دوران، تجاری شدن و تجاری کردن مسئله‌ی هنر است که از نتایج جهانی شدن اقتصادی و همچنین جهانی شدن فرهنگی است. رابرت سی مورگان هنرپژوه معاصر در این زمینه چنین اظهار نظر می‌نماید: «حرف من این است که هنرمند بودن در اساسی‌ترین مفهوم آن، در نهایت یعنی وظیفه‌ی رهاسازی. چنین تفکری به این معناست که هنرمند بودن در مفهوم بین‌المللی فقط مسئله‌ی بازاریابی نشان تجاری شخص نیست، بلکه به معنای حفظ رابطه‌ی اخلاقی خاصی با هنر است» (مورگان، 1389: 37).

همچنین مورگان تجارب ارزنده و مستندی از مناطق و هنرمندان گوناگون در بستر هنر معاصر اندوخته است. او در این راستا می‌گوید: «در سفرهایی که به نقاط گوناگون جهان، خارج از جریان اصلی حاکم بر هنر داشته‌ام - آسیا، جنوب شرقی - آسیا، آمریکای جنوبی، اروپای شرقی و خاورمیانه - پای صحبت هنرمندانی نشسته‌ام که نسبت به نحوه‌ی بازاریابی هنر معاصر در جهان امروز معترض‌اند. اغلب، شکایات آنان درباره‌ی شبکه‌ی انحصار طلبانه‌ی معدود صاحبان گالری، سرمایه‌گذاران و مدیران اجرایی بانفوذی است که در عرصه‌ی هنر بین‌الملل نقش پررنگی دارند... در نهایت، دستگاه تبلیغاتی منعکس‌کننده‌ی استراتژی - های سرمایه‌گذاری یا سیاست‌های منطقه‌ای است که عملاً هیچ ارتباطی به هنر ندارند. هنرمندانی که داخل این شبکه فعالیت می‌کنند، در واقع به مجموعه‌ای از نشانه‌های تجاری تبدیل می‌شوند... منظور این است که نام‌های تجاری چون جف کونز<sup>17</sup>، سیندی شرمز<sup>18</sup>، دمن هرست<sup>19</sup> و جان کورین<sup>20</sup> - یا هر یک از همتایان چینی آن‌ها - به شیوه‌ای نه‌چندان متفاوت با کوکاکولا<sup>21</sup>، وال - مارت<sup>22</sup>، وریزون<sup>23</sup>، یا مایکروسافت<sup>24</sup> تبلیغ می‌کنند» (همان: 13-14).

17 - Jeff Koons، متولد 1955، هنرمند آمریکایی که به دلیل استفاده از تصاویر کیچ در مجسمه‌ها و نقاشی‌ها و سایر آثارش مشهور است.

18 - Cindy Sherman، متولد 1954، عکاس و کارگردان آمریکایی که بیشتر به دلیل عکس‌هایش از چهره‌ی خود مشهور است.

19 - Damien Hirst، متولد 1965، هنرمند انگلیسی و برجسته‌ترین عضو گروه مشهور وای بی‌ای یا هنرمندان جوتن بریتانیایی. وی در زمینه‌ی هنر مفهومی، چیدمان و نقاشی فعال است.

20. John Kourin

21. Coca Cola

22. Wall-Mart

23. Verizon



جهان امروز هنر، پدیده‌ای است که مستقیم یا غیر مستقیم توسط بازار و جریان سرمایه هدایت می‌شود و در آن کیفیت یا نفاست اثر هنری، عامل تعیین‌کننده یا امتیازی به شمار نمی‌آید. آنچه در غرب زمانی هنر پیشرو خوانده می‌شد، سرانجام زیر بار طاقت فرسای هنرکیچ قلابی و ریشخندآمیز فرو ریخته است و آنچه روزگاری هنر بی‌ارزش خوانده می‌شد، اکنون در جایگاه هنر پیشرو قد علم نموده است. «به جای دید نقادانه، آنچه عرضه می‌شود تصاویر منفی‌بافانه، داستان‌های بی‌روح و تأثرات شبیه‌سازی شده‌ی تزئینی است که به هیچ‌کجا نمی‌رسد و در عمل حتی هیچ زیباشناسی‌ای در خود ندارد، چه رسد به ارزش مفهومی» (همان: 14-15). فدرستون بعضی از ویژگی‌هایی را که در هنر به عنوان ویژگی‌های پساتجددگرایی مطرح است، به این شکل فهرست می‌کند: زدودن مرز میان هنر و زندگی روزمره، فروپاشیدن تمایز سلسله‌مراتبی میان فرهنگ سطح بالا و فرهنگ توده‌ای (مردمی)، بی‌قیدی سبک‌شناختی همراه با التقاطی‌گری و درهم‌آمیختن رمزها، تقلید مسخره‌آمیز، تقلید از آثار اساتید، کنایه، بازیگوشی و استقبال از بی‌عمق بودن سطحی فرهنگ، افول اصالت/نبوغ تولیدکننده‌ی اثر هنری و این فرض که هنر تنها می‌تواند تکراری باشد» (آسا برگر، 1385: 44). «بیشتر آثار جدید دهه نود بر اساس الگوهای مفهومی بنا گردیده‌اند، به طوری که هنرمند به راحتی وسایل گوناگونی را تجربه می‌کند و در جستجوی مناسب‌ترین شکل ممکن برای ارائه‌ی ایده‌ی ویژه‌ای است» (Fineberg, 2000: 499).

تا سالیان گذشته عبارت بی‌ینال (دوسالانه) تنها مختص چند مکان به خصوص بود؛ و نیز که صدمین سالگرد خود را در 1997 جشن گرفت، سائوپائولو که از 1951 آغاز شده بود، سیدنی، و نمایشگاه محلی‌تر و متفاوت‌تری که در موزه‌ی هنر آمریکایی ویتنی در نیویورک برگزار می‌شد. اما در اواخر قرن بیستم علاقه‌مندانی که به قصد بازدید از این مکان‌ها سفر می‌کردند، گزینه‌های بیشتری پیش رو داشتند: ژوهانسبورگ، گوانگجو، استانبول، دهلی، ملبورن، هاوانا و برلین، و همچنین نمایش‌های جدید و قدیم دیگری مانند داکومنتا، کارنگی اینترنشنال، مانیفستا و غیره.

## مخاطب

علاوه بر ویژگی‌های یاد شده در بستر جهانی شدن هنر معاصر، یکی از مؤلفه‌های بنیادین در هنر پست‌مدرن و معاصر جایگاه مخاطب است. در دوران کلاسیک و با تکیه بر آرای ارسطو، آثار هنری چیزی جز تجلی ادراک و احساس هنرمند نبودند. در سیر تاریخی و در دوران مدرن، اصالت هنرمند به خود اثر هنری منتقل گردید و در نهایت با چرخشی پست مدرنیستی، مخاطب کارکردی کلیدی پیدا نمود، به طوری که در برخی از گرایش‌های هنری، بدون شراکت و در نظر گرفتن مخاطب، اثر هنری ناقص و ناتمام است.

«در قرن بیستم، همتی واقعی برای میدان دادن به سلايق تماشاگران به کار گرفته شد و تئاتر در جهت مردمی‌شدن و دستیابی همگان به فرهنگ حرکت کرد. در واقع، واژه‌ی مخاطب، همچون شکل‌گیری و گسترش آن، در گفتمان‌های سیاستمداران و روشنفکران آگاه جا باز کرد. به این ترتیب، در قرون هفدهم و هجدهم، مخاطب‌ها، به ویژه مخاطب‌های تئاتر، از پیشه‌وران گرفته تا بورژواها، اشراف و شاهزادگان بسیار نامتجانس بودند» (موشوری، 1386: 19).

و در طول دهه 1960، توجه‌ها به دستیابی مخاطب به فرهنگ معطوف شد و در عوض در دهه 1980، بیشتر نزدیکی میان هنرمندان و مخاطب مد نظر بود. «نخستین جامعه‌شناسی که این موضوع را حقیقتاً به تحلیل کشید، روزه باستید<sup>25</sup> است. این دانشمند افکار خود را بر اثراتی که بیان هنری برای دریافت‌کنندگان آن فراهم می‌آورد، متمرکز کرد. از نظر وی، این بیان به کار

24. Microsoft

25. Roger Bastide

جمع می‌آید، زیرا انسجام اجتماعی تولید می‌کند. سلیقه‌ی زیباشناختی قشر بندی شده‌ای بر حسب جنس، سن، میزان تحصیلات و شغل فرد وجود دارد» (همان: 61-62).

همچنین پی‌یر فرانکاستل<sup>26</sup> جامعه‌شناس و زیباشناس فرانسوی در خصوص ارتباط میان مخاطب و آفرینش هنری چنین اظهار نظر می‌کند: «مخاطب برای فهمیدن اثر هنری، باید مانند سایر رشته‌ها چون ریاضیات تربیت شود. مخاطب باید رمز علائمی را که هنرمند به کار گرفته است، بشناسد تا بتواند معنای چیزی را که می‌خواهد بیان کند بفهمد و به آن احاطه یابد» (همان: 63). علاوه بر جایگاه مخاطب، هنرهای معاصر غرب دارای دگرگونی‌های کلان و ایدئولوژیکی نیز شده‌اند. در این قسمت سعی می‌گردد تأثیرات جهانی شدن بر هنرهای گوناگون معاصر غرب به صورت مختصر مورد بررسی قرار گیرد.

### معماری پست مدرن

چارلز جنکز<sup>27</sup>، معمار و نظریه‌پرداز و نویسنده در عرصه‌ی معماری، هنر و ادبیات پست‌مدرن، در سال 1975 برای نخستین بار واژه یا اصطلاح پست‌مدرن را در معماری و به معنای عزیمت از مدرنیسم به کار برد. کتاب مهم وی تحت عنوان زبان معماری پست‌مدرن (1977) وی را به عنوان یکی از برجسته‌ترین و مشهورترین شارحان و تحلیل‌گران پست‌مدرنیسم و جریان‌ات وابسته به آن در عرصه‌ی معماری شناساند.

«اگر لوکور بوزیه مسیح و منجی معماری مدرنیستی بود، رابرت ونتوری، دنیس اسکات براون و استیون آیزنور پیامبران معماری پست‌مدرنیسم محسوب می‌شوند. مانیفست آنان که در سال 1972 تحت عنوان آموختن از لاس‌وگاس منتشر شد، به انتقاد از عناصر اتوپایی و مترقیانه‌ی معماری مدرنیستی می‌پردازد» (نوذری، 1385: 307).

ده ویژگی اساسی معماری پست‌مدرن از منظر جنکز عبارت‌اند از:

- 1- معماری پست‌مدرن، جریان یا سبکی است پلورالیستی و بیش از حد التقاطی، ستایشگر تفاوت و دگربودگی یا غیریت.
- 2- این التقاط‌گرایی وجه اصلی دیگر معماری پست‌مدرن است که به نوعی زیبایی ناهمساز و متنافر می‌انجامد.
- 3- معماری پست‌مدرن بیانگر شهرنشینی و فرهنگ شهری است و به تنهایی قادر به دوام آوردن نیست.
- 4- ساختمان‌های پست‌مدرن انسان‌وارانه یا شبیه انسان هستند، تزئینات و گچ‌بری‌های آن‌ها غالباً بیانگر شکل انسان هستند.
- 5- ساختمان پست‌مدرن بیانگر یا نشان‌دهنده‌ی رابطه‌ای میان گذشته و حال است.
- 6- در معماری پست‌مدرن نوعی اشتیاق وافر و تمایل درونی بیش از حد بابت مضمون، محتوی و معنا به چشم می‌خورد.
- 7- در معماری پست‌مدرن نوعی رمزگذاری مضاعف یا زبان دوگانه وجود دارد.
- 8- ساختمان‌های پست‌مدرن چند بنیانی و چند ارزشی هستند. آنان همزمان می‌توانند معانی متعددی داشته باشند، یا بیانگر معانی بسیاری باشند.
- 9- معماری پست‌مدرن به تفسیر مجدد سنت می‌پردازد. صرفاً به کپی‌برداری و تقلید از گذشته نمی‌پردازد بلکه به تفسیر مجدد آن می‌نشیند.
- 10- بسیاری از ساختمان‌های پست‌مدرن در اشتیاق بازگشت به مرکز غایب، به فضای اجتماعی مرکزی هستند»

(Powell, 1998:88-90).

26. Pierre Francaestel

27. Charles Jencks

## هنرهای تجسمی

ارنست گامبریج<sup>28</sup> به نقل از سر مقاله‌ی نشریه‌ی موزه ملی هنر مدرن در پاریس مورخ دسامبر 1987 می‌گوید: «زهدورزی عبوس یا صرفاً ملالت‌بار گونه‌های مختلف نقاشی انتزاعی جای خود را با نقاشی‌های تمثیلی یا شیوه‌گری عوض کرده‌اند که شکلی و تصویری دارند و سرشار از تلمیح به سنت و اسطوره‌اند... هنرمندان، دیگر از روایت کردن، پیام دادن و موعظه‌ی اخلاقی ابایی ندارند. در عین حال، مدیران و کارگزاران هنر، مباحثان موزه‌ها، مورخان و منتقدان هنر، اعتقاد راسخ خود را به تاریخ فرم‌ها - که در این اواخر آن را با نقاشی انتزاعی آمریکایی یکی می‌دانستند - از دست داده‌اند یا مغفولش نهاده‌اند. آن‌ها، خوب یا بد، پذیرای تنوعی شده‌اند که دیگر اعتنایی به پیشتازی یا آوانگارد بودن ندارند» (گامبریج، 1387:607).

هنرهای تجسمی در بخش دولتی هر یک از کشورهای غربی دارای سیاست‌ها و راهبردهای خاص خود می‌باشد. برای مثال دموکراسی فرهنگی و نوگرایی، دو هدف اساسی سیاست‌های تجسمی معاصر در فرانسه را تشکیل می‌دهد. «شهرداری پاریس از سال 2002، شبی را با عنوان شب سفید (شب‌زنده‌داری) اعلام کرد. در این شب مراکز بزرگ و مشهور در اختیار هنرمندان رشته‌های مختلف قرار می‌گیرد و پارسی‌ها این شب را به تماشای هنرهای تجسمی در رشته‌های مختلف گذرانده، تا سپیده‌دم بیدارند. در سال 2002 که اولین سال این تجربه بود، پانصد هزار نفر و در سال‌های بعد (2003 و 2004) بیش از یک میلیون نفر از برنامه‌های مختلف این شب دیدن کردند» (ایسوی، 1388:188-189). «هنر تجسمی و نمایشی ایران در سال 2006 مهمان آرشیو ملی فرانسه در شب سفید پاریس بود و حدود بیست هزار بازدیدکننده رکورد بیشترین بازدیدکنندگان برنامه‌های این مرکز مهم را در مقایسه با سال‌های گذشته از آن خود کرد» (همان: 189). «هدف دیگر و مهم سیاست‌گذاران فرهنگی در خصوص هنرهای تجسمی تشویق برای آفرینش‌های هنری است. این سیاست که بخشی از آن آموزشی است بیشتر در چهار چوب حمایت از هنرهای معاصر و مدرن خود را نشان داد» (همان). صندوق ملی هنر معاصر (فناک)، از دو راه به حمایت از هنرهای تجسمی اهتمام ورزیده است. راه نخست، خرید آثار هنری و راه دیگر سفارش تولید اثر هنری به هنرمندان این رشته برای سازمان‌ها و نهادهای عمومی و دولتی است. «از سال 1992 بر اساس سیاست تراکم‌زدایی، سفارش هنری برای مراکز و ساختمان‌های دولتی به تقاضای قدرت‌های محلی مربوط انجام می‌شود» (همان: 206). جدول زیر سفارش‌های آثار هنری را از سال 1987 تا 2006 نشان می‌دهد (جدول 1):

جدول 1- سفارش تولید اثر هنری (به میلیون یورو)

سال	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
جمع کل	4/04	4/27	5/03	5/11	4/45	3/99	3/89	3/17	1/45
سال	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
جمع کل	3/14	1/92	3/51	0/65	4/54	2/64	3/29	2/78	2/81
سال	2005	2006							
جمع کل	1/30	3/28							

CNAP-FNAC/DEPS

از نگاه ژاک لانگ<sup>29</sup> (وزیر فرهنگ فرانسه) مردمی کردن هنر تجسمی یا دموکراسی فرهنگی در این عرصه فقط با حمایت بی-دریغ از هنرهای معاصر دست‌یافتنی بود. ولی موزه‌داران فرانسوی خود را پاسدار هنر کلاسیک و سنتی می‌شمردند و ترویج بی-اندازه هنر معاصر را موجب بی‌رونقی بازار هنر سنتی می‌پنداشتند. رویارویی نو و کهنه و سنت و مدرنیته در این عرصه زودتر از دیگر عرصه‌های هنری خود را نشان داد. «لانگ برای نهادینه کردن موج هنر نو ساختارهای تازه‌ای را به وجود آورد. این ساختارها خود را میراث‌دار هنر معاصر می‌دانستند و می‌کوشیدند برای هنرهای تجسمی معاصر سایه‌بانی در ساختمان دولت بیافرینند» (همان:203).

## موسیقی

صنعت موسیقی پاپ نیز از برخی جهات از مدل شبکه‌ای جهانی سازی فرهنگی پیروی می‌کند. هزینه‌ی پایین ضبط موسیقی (در مقایسه با برنامه‌های تلویزیونی و فیلم) و روش‌های ایجاد موسیقی‌های جدید این امکان را ایجاد کرده است تا موسیقی‌های جدید در بسیاری از کشورهای گوناگون تولید شود و با محصولات آمریکایی رقابت کند. امروزه فقط یکی از پنج شرکت بزرگ ضبط موسیقی در بازار جهانی متعلق به شرکت‌های آمریکایی است. اگر چه ایالات متحده به عنوان امپریالیست اصلی در موسیقی پاپ و راک شناخته شده است، اما دیگر سود اصلی بازار موسیقی را دارا نیست. بنیان اقتصادی فرضیه‌ی امپریالیسم فرهنگی اساساً با توجه به نیاز به قواعد کاملاً جدید، تغییر وضعیت داده است. از آنجایی که موسیقی پاپ از فرهنگ‌های قومی زیادی - چه در ایالات متحده و چه در جاهای دیگر - نشأت می‌گیرد، نسبت به فیلم و برنامه‌های تلویزیونی کمتر تحت‌الشعاع اقتدار ایالات متحده قرار گرفته است.

«سیمون فریث<sup>30</sup> (به نقل از میچل 1993) با اشاره به موسیقی‌های محلی‌ای که ریشه در کشورهای غیر انگلوساکسون خارج از جریان اقتصادی موسیقی دنیا دارند، بیان می‌کند که: موسیقی‌های پاپ همه‌ی کشورها این روزها توسط نهادها و تحت تأثیرات بین‌المللی، فن‌آوری و سرمایه‌ی چند ملیتی و ارزش‌ها و هنجارهای مردم پسند جهان شکل می‌گیرند. حتی ملی‌گراترین صداها - آهنگ‌های مردمی بسیار فرهیخته، ترانه‌های جوان‌پسند محلی خشن و رقص‌های سنتی حفظ شده (برای جهانگردان) تحت تأثیر فضای بین‌المللی اند» (کرین، 24:1383).

البته لزوماً این بدین معنی نیست که موسیقی پاپ در دیگر کشورها تقلید بی‌چون‌وچرا از ژانرهای بین‌المللی است. دیولینگ (1997) سه مرکز اصلی منطقه‌ای یا زبانی را برای موسیقی پاپ شناسایی کرد که شروع به رقابت با موسیقی انگلیسی - آمریکایی کرده‌اند: چینی‌ماندارین و کانتونزی در آسیا، مناطق اسپانیایی زبان در اروپا و آمریکا، و قاره‌ی اروپا. فرهنگ موسیقی جهانی توسط شرکت‌های رسانه‌ای توزیع می‌شود که بیشتر تمرکزشان بر هنرمندان کشورهای انگلیسی زبان است و هنرمندان دیگر کشورها، به ویژه آن‌هایی که انگلیسی صحبت نمی‌کنند را نادیده می‌گیرند. «فهرست موسیقی‌های آماده‌ی پخش بین‌المللی شرکت‌های اصلی ضبط موسیقی، بیشتر بر تعداد کمی از هنرمندان بین‌المللی متمرکز می‌شود و هنرمندان بومی به این فهرست راهی ندارند. شرکت کابلی آمریکایی ام.تی.وی که مختص پخش نماهنگ است و سلطه‌جویانه بازارهای اروپا، آسیا و آمریکای لاتین را هدف قرار داده است، در درجه‌ی اول هنرمندان ایالات متحده و بریتانیا را شامل می‌شود، به‌ویژه آن‌ها که توسط شرکت‌های اصلی موسیقی پخش شده‌اند و اهمیت چندانی به هنرمندان دیگر کشورها نمی‌دهد» (همان:21).

29. Gackque Long

30. Simon Frith

حمایت از صنعت موسیقی در فرانسه به شیوه‌های گوناگون مورد توجه قرار گرفته که در گذشته به دلیل جهانی نبودن موسیقی و موضوعات مورد بحث حمایت چندانی نیز صورت نمی‌گرفت. «نخستین گام برای حمایت از صنعت موسیقی، مقابله با تکثیر غیرقانونی لوح‌های فشرده و پاسداری از حقوق مؤلفان این عرصه است. تفاهم‌نامه‌ی تاریخی معروف به توافق الیزه که در 23 نوامبر سال 2007 به امضا رسید، گام مهمی برای مقابله با سوءاستفاده از تولیدات موسیقایی است. براساس این توافق، نهاد ویژه‌ای برای پیگیری پیوسته‌ی مسئله تکثیر غیرقانونی لوح‌های فشرده و سوءاستفاده از تولیدات موسیقی به وجود آمد» (یوبی، 228:1388).

«اقدام دیگر برای حمایت از صنعت موسیقی، کاهش مالیات بر فروش و تکثیر و تولید لوح‌های فشرده‌ی صوتی و تصویری است... آمار و ارقام حکایت می‌کند که بازار موسیقی نه فقط در داخل فرانسه، بلکه در خارج از کشور نیز از رونق خوبی برخوردار است. فروش 29/8 میلیون لوح فشرده از موسیقی‌های فرانسوی در خارج از مرزهای این کشور در سال 2005 گواه این موفقیت است. در این سال، درآمد حاصل از فروش 183 میلیون یورو می‌باشد. تولید 1700 لوح فشرده‌ی موسیقی در سال 2006 نشان می‌دهد تولیدات موسیقایی در فرانسه در شرایط مطلوبی قرار دارد» (همان: 228).

با روی کار آمدن سوسیالیست‌ها در سال 1981 و به وزارت رسیدن ژاک لانگ، دوران تازه‌ای در سیاست‌گذاری فرهنگی آغاز شد. موسیقی هم تحت تأثیر این سیاست کلی قرار می‌گرفت. ژاک لانگ مانند پیشینیان خود به تمرکز زدایی و دموکراسی فرهنگی باور داشت، ولی تعریف او از این دو اصل سیاست‌گذاری فرهنگی، با گذشته فرق می‌کرد. «از دیدگاه حکومت راست‌گرای گذشته، مردمی شدن عبارت بود از دسترسی همگانی به برنامه‌های موسیقی. اما موسیقی که به مردم عرضه می‌شد، نوع خاصی از موسیقی فاخر و کلاسیک بود، در صورتی که از دیدگاه لانگ، مردمی شدن موسیقی و برابری خواهی در این عرصه معنای دیگری هم داشت و آن دادن فرصت برابر به سبک‌های مختلف موسیقی بود» (همان: 218).

«اصطلاح موسیقی جهانی، آن طوری که از اواخر دهه 1980 در زبان روزمره‌ی ما شکل گرفته است، افزایش مهاجرت موسیقی‌دان‌ها و به ویژه موسیقی‌دان‌های جهان سوم را شدت بخشیده است. این روند با شدت بیشتر در مورد شبکه‌هایی وجود دارد که موسیقی‌دان‌هایی با ملیت‌های گوناگون را به خدمت گرفته اند و جریان تحرک موسیقایی را در سراسر جهان سرعت بخشیده اند. بنابراین فرم‌های موسیقایی تلفیقی که برچسب موسیقی جهانی را به همراه دارند، نمونه‌ی اولیه‌ی جهانی شدن شدت- یافته به شمار می‌آیند» (Eriksen, 2007: 114).

## سینما

سینما به عنوان رسانه‌ای چند بعدی و نوین، یکی از همخوان‌ترین و قدرتمندترین ابزارهای جهانی شدن فرهنگی است. در این میان کشورهای توسعه یافته برای تبلیغ سیاست‌های کلان و راهبردی خود به شیوه‌های گوناگون از صنعت سینما سود می‌برند. برای مثال «در صنعت سینما، بر اساس آمار یونسکو کشورهای آمریکا، ژاپن، کره جنوبی، هنگ‌کنگ و هند بزرگ‌ترین تولیدکنندگان فیلم هستند که هر یک سالیانه بیش از 150 فیلم سینمایی داستانی تولید کرده‌اند و آمریکا بزرگ‌ترین فروشنده و تأمین‌کننده‌ی بازار فیلم جهان بوده است (Held, 1999: 350).

تا قبل از جنگ جهانی اول فرانسوی‌ها مدعی مقام اول سینمای جهان بودند، ولی پس از جنگ و با ورود سینمای آمریکا به صحنه برتری فرانسویان در این زمینه به پایان رسیده است. با همه‌ی تدابیری که اندیشیده شده، اروپا همچنان تحت سیطره‌ی سینمای هالیوود است. فرانسه از نادر کشورهایی است که به سینماهایشان اجازه نمی‌دهد بیش از شصت درصد از فیلم‌هایشان

غیرفرانسوی باشد. با وجود این، هالیوود روز به روز مشتریان بیشتری را از آن خود می‌کند و سینمای اروپا ناتوان از رویارویی با این غول آمریکایی است. «در سال 2002، هفتاد درصد از درآمد سینمای اتحادیه اروپا با پانزده عضو متعلق به فیلم‌های آمریکایی بود و در حال حاضر وضعیت بهتر از این نیست. روند رو به رشد فیلم‌های آمریکایی از سال 1973 تاکنون این خطر را به خوبی نشان می‌دهد. در این سال تنها بیست درصد از سینماهای اروپا را فیلم‌های آمریکایی به خود اختصاص می‌داد. این رقم در سال 2003 به 53 درصد رسیده است» (ایوبی، 1388: 170).

## رسانه جدید

دگرگونی شکلی هنر در ابتدای قرن بیستم با به‌کارگیری موادی فراتر از رنگ و بوم، مانند بریده‌های کاغذ و پارچه در کولاژهای هنرمندان کوبیست، آغاز شد و در سال‌های آخرین آن به آزادی کامل هنرمندان از هر گونه قید و بند نقاشی، مجسمه‌سازی و رفتن به سوی رسانه‌ها و امکانات جدید آفرینش هنری منتهی گردید. «رسانه‌های جدید با همه‌ی نیروی بصری و فناوری پیشرفته‌شان، اینک شخص هنرمند - و نه اثر هنری - را در مرکز توجه قرار می‌دهند. بدین ترتیب در بستر جریان پیشگام، هنر و شیوه بیان هنری هر دو به حاشیه رفته و این همان نقطه‌ی تحول بنیادینی است که از آن به عنوان پایان هنر یاد می‌شود» (اسمیت، 1387: 9). منشاء این تحول به دو عامل باز می‌گردد: اول، هنر جدید از نوعی تعامل آشکار بین نوآوری‌های جدید در هنر و ظهور نهادهای نوین هنری سرچشمه گرفته است و دوم، گرایش وسیع هنرمندان به طرح مسائل شخصی و اجتماعی است. «از دهه 1960، رسانه‌ی جدید، موضوع بسیار بحث‌برانگیزی در هنر معاصر بوده است. عموماً این گونه پنداشته می‌شود که روز چهاردهم اکتبر سال 1966، طلوع‌ی ظهور رسانه جدید را رقم زده است و این همان زمانی است که راشنبرگ با همکاری یک مهندس الکترونیک به نام بیلی کلوور<sup>31</sup> مجموعه نه بعد از ظهر: تئاتر و مهندسی را در زرادخانه هنگ نهم در نیویورک به اجرا درآورد. این برنامه نیز به نوبه خود در سال بعد به تأسیس سازمانی تحت عنوان تجربه‌ها در هنر و فناوری منتهی گردید که راشنبرگ و همکار مهندسش راهبری آن را بر عهده داشتند» (همان: 49).

«ذات مشکل‌آفرین بازنمایی در رسانه‌های سنتی، در سال‌های اخیر کمتر مورد بحث بوده است. ما اکنون در شرایطی به سر می‌بریم که کراس آن را وضعیت پست مدیوم می‌نامد، و آن شرایطی است که حضور سرسام‌آور عکس و ویدئو در هنر، بیشتر به خاطر حضور همه‌جایی و فراگیر این رسانه‌ها در فرهنگ عمومی است» (آرچر، 1390: 231). ویدئو همچنین فرآورده‌ای بسیار همساز با فضای خاص آزادی‌های جنسی و اعتراضات سیاسی در دهه 1960 و اوایل 1970 بود و به همین علت بخش عمده‌ای از نخستین فیلم‌های ویدئویی تهیه شده توسط هنرمندان بر این دو موضوع متمرکز شده بود. «مشهورترین هنرمند ویدئو که این تمهید را به‌کار می‌گرفت، نام جوم پیک<sup>32</sup> متولد کشور کره است. پیک در آغاز حیات هنری خود با گروه فلاکس‌اس در آلمان در مراوده بود. سپس به نیویورک مهاجرت و در همان‌جا در رویداد نه بعد از ظهر که توسط راشنبرگ و کلوور تدارک دیده شده بود، شرکت جست» (اسمیت، 1387: 55).

عکاسی معاصر از نقطه نظر سبک‌شناختی به مراتب متنوع تر از ویدئو بوده و از حیث فنی و هنری نیز گستره‌ی وسیع‌تری را دربر می‌گیرد. یکی از جنبه‌های مهم تجربیات اخیر هنر عکاسی، کشف دوباره‌ی تکنیک‌هایی در تولید عکس است که در گذشته

31. Billi Celoor

32. Nam Jume Paik

به نظر می‌رسید برای همیشه فراموش شده‌اند. برای مثال چاک کلوز<sup>33</sup> (متولد 1940) که تأثیرات عکاسی را در نقاشی‌هایش به طرز هوشمندانه‌ای مورد تحلیل قرار داده، اخیراً مجموعه تصاویری با استفاده از قدیمی‌ترین روش‌های عکاسی تهیه کرده است. هنرمند معاصر چینی مقیم پکن، سون یوان<sup>34</sup> (متولد 1972) که از آکادمی هنر پکن فارغ‌التحصیل شده است، در ابتدا نقاشی می‌نمود و سپس به چیدمان روی آورد و کارهای مشترکی را با پن یو<sup>35</sup> (متولد 1974) ترتیب داد. وی بر این اعتقاد است که مرز واضح و آشکاری بین فرهنگ چینی و فرهنگ غربی وجود ندارد، با این حال چیدمان‌هایش اغلب از حریم‌هایی عبور می‌کنند که هنوز در هنر غربی دارای حرمت بوده و رعایت می‌شوند. برای مثال «در برخی از آن‌ها از جنین تقریباً به‌طور کامل شکل گرفته و یا سقط شده استفاده می‌شود. این اجساد کوچک را در چین که محدودیت‌های سختی برای کنترل نوزاد اعمال می‌شود، به راحتی می‌توان به دست آورد. یوان اظهار می‌دارد که آن‌ها را به‌طور کاملاً قانونی از بیمارستان خریداری کرده است» (همان: 103-102). این مورد علاوه بر انفعال وجدان یوان، به جهانی شدن اقتصاد مرتبط می‌گردد.

اثر دیگر، جان کُشی<sup>36</sup> کار مشترک سون یوان و پن یو است که در فوریه سال 2000 ساخته شد. آنچه که در این کار دیده می‌شود، سگ پوست‌کنده‌ای است که شاید از یکی از فروشگاه‌های مواد غذایی پکن خریداری شده بود. لاشه‌ی سگ در اینجا برای به تصویر کشیدن این باور قومی مردم چین به کار رفته است که روح ممکن است در درون و یا در کنار یک پیکر مرده به نحو شروانه‌ای درنگ نماید و لذا ضروری است که با توسل به خشونت هرچه سریع‌تر، آن را از بدن خارج کنند. با همین نیت، مغز سگ در این اثر با کمک یک نورافکن بسیار قوی سوزانده می‌شود. این رویکرد و بیان هنری، خود معرف دگرگونی‌های عظیم معنایی و شکلی در هنر دوره معاصر و عصر جهانی شدن فرهنگی است.

## موزه‌ها

موزه‌ها در گذشته به خاطر کیفیت و گستردگی مجموعه‌هایشان شهرت داشتند. در واقع موزه‌ها با اشیای نادر و باستانی، پاسداران میراث فرهنگی و هنری ما محسوب می‌شدند. اما امروزه کارکرد موزه‌ها به مراتب تغییر یافته است. موزه‌ها با برگزاری نمایشگاه‌های جذاب و بازسازی و گسترش فضای خود و سرمایه‌گذاری در ساخت بناهای بزرگ، نظر مردم را به خود جلب می‌کنند. از دهه‌ی 1970 پروژه‌های عظیمی به انجام رسیده است: مرکز پمپیدو در پاریس، موزه‌ی گوگنهایم در نیویورک، بخش شرقی نگارخانه‌ی ملی هنر در واشنگتن، هرم لوور، موزه‌ی گتی در لوس آنجلس، بخش سینسبری نگارخانه‌ی ملی لندن، موزه‌ی گوگنهایم در بیلباو، بازسازی چند موزه در شهر برلین و موزه جدید تیت در لندن. تمایل به عکاسی، ویدئو و هنر محیطی و تبدیل آن‌ها به فراگیرترین انتقال‌دهنده‌ی درونیات و احساسات امروز بشر، مستقیماً با پدیده‌ی گسترش موزه‌ها و امکاناتی که آن‌ها برای نمایش این نوع کارها فراهم ساخته‌اند، ارتباط دارد.

از دید میشل وان پره، باز کردن مجموعه‌ها به روی مردم بیانگر تصمیم سیاستمداران به کاهش فاصله‌ی میان متخصصان و غیرمتخصصان در حوزه‌ی دانش علمی به دلایل اقتصادی، اجتماعی یا ایدئولوژیکی بود. «در فرانسه، طرح بازکردن گراندگالری لوور در سال 1779 مطرح شد. در سال 1783 در مونیخ آلمان مجموعه‌ی تابلوهای شورای حکومتی باواریا به روی مردم باز شد و

33. Chuck Close

34. Sun Yuan

35. Pen Yu

36. Soul Killing

در ایتالیا در حدود سال 1780 موزهی اوفیتسی افتتاح شد. در وین، پایتخت اتریش، موزهی بلودره به روی همهی بازدیدکنندگان باز بود، مشروط بر این که کفش‌هایشان تمیز باشد. به گفته شر متعاقب انقلاب فرانسه، موزهی عمومی به نهادی لازم تبدیل شد؛ نهادی که در سراسر قارهی اروپا آینده‌ای کمابیش تضمین شده داشت» (بالی، 1383: 74). انقلاب فرانسه مفهومی دموکراتیک برای موزه به عنوان نهادی همگانی پدید آورد؛ نهادی که مسئولیت دولت نسبت به میراث کشور و مسئولیت موزه نسبت به شهروندان را شامل می‌شد. این مفهوم برای تکامل موزه‌ها در قرن نوزدهم تعیین‌کننده بوده است.

«فکر توسعهی فرهنگی به عنوان پروژه‌ای اجتماعی اولین بار در میان کارشناسان جهان موزه مطرح شد و طولی نکشید که به یکی از موضوع‌های اصلی در جلسه‌ها و گردهم‌آیی‌های شورای بین‌المللی موزه‌ها<sup>37</sup> تبدیل شد» (همان: 77). در بند 27 اعلامیهی حقوق بشر سازمان ملل نیز به این طرح اشاره شده است: «هر کس حق دارد آزادانه در زندگی فرهنگی اجتماع شرکت کند، از فنون و هنرها متمتع گردد و در پیشرفت علمی و فواید آن سهیم باشد» (اعلامیه حقوق بشر، 1386: 11).

«در دهه‌ی 1990، 59 درصد از موزه‌های ایالات متحده، 39 درصد از موزه‌های بریتانیا، و 35 درصد از موزه‌های آلمان خصوصی بودند. در ایتالیا، 29 درصد از موزه‌ها خصوصی بودند که از این میان 13 درصد به کلیسای کاتولیک تعلق داشت، پریمیچریو. در هلند، 66 درصد از موزه‌ها به بنیادها یا انجمن‌ها و 12 درصد به بخش خصوصی تعلق داشتند. حتی در فرانسه، بر اساس تخمینی محافظه‌کارانه، 45 درصد موزه‌ها خصوصی‌اند» (بالی، 1383: 78).

تکامل موزه‌ها در غرب اروپا در میان سال‌های 1960 و 2000 یکسان بوده است. در آلمان این تعداد از هزار به بیش از 4 هزار، و در بریتانیا و فرانسه از حدود هزار به بیش از 2 هزار رسیده است. در هردو مورد این آمار رسمی بسیار پایین‌تر از تعداد واقعی موزه‌هاست که تصور می‌شود حدود 3 یا 4 هزار باشند. در هلند نیز تعداد موزه‌ها از حدود 400 به 900 رسیده است. در ایالات متحده، در همین دوره این تعداد از 2 هزار به تقریباً 8 هزار موزه رسیده است. بر اساس تحقیقی که در هلند انجام شده است، در آغاز قرن بیستم تعداد موزه‌های هنرهای زیبا به اندازه‌ی دیگر انواع موزه بوده است. اما امروزه تنها 20 درصد موزه‌ها موزهی هنرند، و 80 درصد باقی‌مانده انواع دیگری از مجموعه‌ها را در بر می‌گیرند. در این میان، ایتالیا به دلیل سابقه فرهنگی-هنری‌اش یک استثناست. موزه‌های هنر این کشور 31 درصد تمام موزه‌ها را تشکیل می‌دهند و میراث هنری و باستانی بسیار غنی-ای در این موزه‌ها به نمایش گذاشته شده است. از سوی دیگر، معماری موزه‌های کشورها به نماد مدرنیته و پسامدرنیته تبدیل شده است. همچنین موزه‌ها دیگر به شکل سنتی اداره نمی‌شود و شبکه‌ای از مهارت‌های تخصصی در موزه‌ها شکل گرفته است.

## نتیجه‌گیری

در چارچوب فرهنگ و هنر غربی، در پایان سده‌ی بیستم و اوایل سده‌ی بیست و یکم، همه چیز مجاز است و هنر و زیبایی-شناسی این دوره به پیروی از نوع جهان‌بینی و فلسفه‌ی حاکم بر آن نسبی است. هنرمندان معاصر غرب در این دوران با نادیده گرفتن معیارها و ارزش‌های انسانی، خویشان را از قید هرگونه سانسور و مخالفت احتمالی رهانیده‌اند. به قولی، به پیشوایی مسیحاگونه نیازی ندارند که خود ابرمرد خود هستند. کومار سینگ<sup>38</sup> یکی از پژوهشگران هنر، این فرایند را این‌چنین تشریح می‌نماید: «جهانی‌سازی شاید برای هنرهای ما مصیبت به نظر رسد، زیرا مانند توفانی ممکن است بسیاری را ریشه‌کن کند. قیمت بازار، جایگاه هنر را مشخص خواهد کرد. هنر برای بازارها تولید خواهد شد، نه برای نیازهای فرهنگی. پیامدهای جامعه‌شناختی

37. ICOM

38. Kumar Singh



آن برای هنر عظیم‌تر و زیان‌بارتر خواهد بود. ولی از نگاهی دیگر، جهانی‌سازی را می‌توان فرصتی شگفت‌آور برای ملت‌هایی دانست که از نظر فرهنگی غنی‌اند. هنرهای ما پیش می‌آیند تا بر دنیا تأثیر بگذارند» (کومارسینگ، 1383: 114).

به اذعان بسیاری از پژوهشگران و صاحب‌نظران، هنر معاصر غرب با همه‌ی طول و عرض تاریخی و فراتاریخی خود گرچه دارای دستاوردهای قابل‌توجهی نیز مانند، کارکرد چندجانبه موزه‌ها و ارزش دادن به مخاطب بوده است، اما دچار بحرانی جدی است. وضعیت هنر معاصر غرب، بازتاب جهانی شدن فرهنگی و اقتصادی است و سیاست‌ها و رویکردهای این وضعیت بر روح و روان هنرمند معاصر غربی تأثیرات به‌سزایی داشته است.

هنر معاصر غرب با همه‌ی امکانات و رسانه‌های نوینش بر آن است تا همواره بر ادعای خود نسبت به موضوعات چالش‌برانگیزی نظیر آزادی، محیط زیست، خطرات هسته‌ای، فمینیسم، بیگانگی انسان و ماشین و فجایع انسانی تأکید کند. اما بیش از هر چیز دو نکته‌ی اساسی در آثار آن به چشم می‌خورد. یکی سعی در تجاری کردن و عمومی کردن هنر و دیگری تأکید آشکار بر بازنمایی مسائل جنسی. با توجه به نظریه عدم قطعیت در دوره جهانی شدن، رویکرد به هنر معاصر غرب نیز باید بر مبنای این نظریه تحلیل و تفسیر گردد. به طور کلی و خلاصه می‌توان تأثیرات جهانی شدن بر هنر معاصر غرب را از 1960 تا زمان حاضر این چنین برشمرد:

- 1- استفاده از فن‌آوری و تکنیک‌های مدرن و آمیختن عناصر غیرهمگن
- 2- عدم وفاداری به سبک‌ها و قالب‌های سنتی گذشته
- 3- بیان آثار از طریق نشانه‌ها، نمادها و اساطیر و پرداختن به تبار تاریخی اقوام و تمدن‌های گوناگون
- 4- بیان چندساحتی مفهوم تنهایی، بی‌پناهی و بی‌هدفی و عدم اهداف متعالی در هنر معاصر غرب
- 5- تأکید بر فردیت و هویت هنرمند در دوره‌ی پست‌مدرن و میل فزاینده به تجاری و عمومی کردن هنر در دوره‌ی جهانی شدن (اواخر هزاره دوم و اوایل هزاره سوم)
- 6- اهمیت نقش مخاطب در تولید، تفسیر و جایگاه هنر معاصر
- 7- توسعه همه‌جانبه موزه‌ها و اهمیت و کارکرد راهبردی آن‌ها
- 8- انحصار طلبی و بازاریابی شبکه‌ای و جهانی سرمایه‌داران و صاحب‌نفوذان عالم هنر
- 9- درنوردیدن مرزهای عینی و ذهنی هنر در بستر جهانی شدن

## فهرست منابع

- آسا برگر، آرتور (1385)، "نقد فرهنگی، ترجمه حمیرا مشیرزاده"، تهران، مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
- آشوری، داریوش (1389)، "تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ"، تهران، آگه، چاپ چهارم.
- آرچر، مایکل (1390)، "هنر بعد از 1960"، ترجمه کتابیون یوسفی، تهران، حرفه هنرمند.
- اسمیت، ادوارد لوسی (1387)، "جهانی شدن و هنر جدید"، ترجمه علیرضا سمیع‌آذر، تهران، چاپ و نشر نظر، چاپ چهارم.
- اعلامیه جهانی حقوق بشر (1386)، سازمان ملل متحد، اداره اطلاعات همگانی، مرکز اطلاعات سازمان ملل متحد، تهران.
- ایوبی، حجت‌الله با مقدمه ژان کلود کرییر (1388)، "سیاست‌گذاری فرهنگی در فرانسه: دولت و هنر"، تهران، سمت.

- بالی، کاترین (1383)، "دموکراتیک کردن و تحول نهادی: معضل موزه های امروزی"، ترجمه امید نیک فرجام، نشریه هنر و جهانی شدن، به کوشش فرهاد ساسانی، مرکز مطالعات و تحقیقات هنری، 71-89.
- بکولا، ساندر (1389)، "هنر مدرنیسم"، ترجمه رویین پاکباز و دیگران، تهران، فرهنگ معاصر.
- پین، مایکل (1389)، "فرهنگ اندیشه انتقادی"، ترجمه پیام یزدانجو، تهران، مرکز.
- تاملینسون، جان (1381)، "جهانی شدن و فرهنگ"، ترجمه محسن حکیمی، تهران، دفتر پژوهش های فرهنگی با همکاری مرکز بین المللی گفتگوی تمدن ها.
- ترنر، برایان. اس (1384)، "رویکردی جامعه شناسی به شرق شناسی، پست مدرنیسم و جهانی شدن"، ترجمه محمد علی محمدی، تهران، نشر یادآوران.
- شرف الدین، سیدحسین (1387)، "مکتب مطالعات فرهنگی"، معرفت، سال هفدهم، شماره 126.
- شولت، یان آرت (1382)، "نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن"، ترجمه مسعود کرباسیان، تهران، علمی و فرهنگی .
- کرین، دایانا (1383)، "فرهنگ و جهانی شدن: الگوهای نظری و گرایش های نوظهور"، ترجمه کاوه سجودی، نشریه هنر و جهانی شدن، به کوشش فرهاد ساسانی، مرکز مطالعات و تحقیقات هنری، 13-42.
- کومار سینگ، ابهی (1383)، "هنر سیل زده، میراث در برابر جهانی سازی"، ترجمه فرهاد ساسانی، نشریه هنر و جهانی شدن، به کوشش فرهاد ساسانی، مرکز مطالعات و تحقیقات هنری، 101-106.
- گامبریچ، ارنست (1387)، "تاریخ هنر"، ترجمه علی رامین، تهران، نشر نی.
- گل محمدی، احمد (1389)، "جهانی شدن، فرهنگ، هویت"، تهران، نشر نی، چاپ چهارم.
- گیدنز، آنتونی، با همکاری کارن برد سال (1387)، "جامعه شناسی"، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- واترز، مالکوم (1379)، "جهانی شدن"، ترجمه اسماعیل مردانی گیوی و سیاوش مریدی، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
- مورگان، رابرت سی (1389)، "هنر معاصر در عصر جهانی شدن"، ترجمه گلنار یار محمد، تهران، نشر چشمه.
- موشنوری، آنتیگون (1386)، "جامعه شناسی مخاطب در حوزه فرهنگی و هنری"، ترجمه حسین میرزایی، تهران، نشر نی.
- نوذری، حسینعلی (1385)، "صورت بندی مدرنیته و پست مدرنیته"، نقش جهان، چاپ دوم.
- هینیک، ناتالی (1384)، "جامعه شناسی هنر"، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران، انتشارات آگه.
- Welchman, John C. (2003) *Art After Appropriation (Essays on Art in the 1990s)* G+B Arts International.
- Eriksen, Thomas Hylland (2007) *The Key Concepts Globalization*, Oxford, New York, Berg.
- Fineberg, Jonathan (2000) *Art Since 1940 (Strategies of Being)*, Loureance King.
- Hawthorn, Jeremy ( 1992) *A Concise Glossary of Contemporary Literary Theory*, London, Edward Arnold.
- Hall, S ( 1996) *The Question of Cultural Identity*, S. Hall, D. Held and A. McGrew (eds) *Modernity and its Future*, Cambridge, Polity.
- Held, D. et al (1999) *Global Transformation*, Cambridge, Polity.
- Jones, Andrew (2010) *Globalization, Key Thinkers*, USA, Polity.
- Powell, James N. (1998) *Postmodernism for Beginners*, New York, Writers and Readers Publishing Ltd.

Stearns, Peter N. ( 2010) *Globalization in World History*, London , New York, Routledge.