

مطالعه‌ی بازنمایی ابژه‌های نسلی زندگی روزمره در نقاشی دهه‌ی هشتاد در ایران

بهنام کامرانی* رضوان بوستانی**

چکیده

مقاله‌ی حاضر به مطالعه‌ی بازنمایی ذهنیت نسلی در نقاشی فیگوراتیو ایران در دهه‌ی ۸۰ می‌پردازد. از این‌رو با رویکرد کیفی و روش توصیفی-تحلیلی به بررسی نمونه‌ی آثاری می‌پردازد که با استفاده از نشانه‌های شمایی آشنا، بخشی از هویت و ابژه‌های دوران خود را بازتاب داده‌اند. بر اساس نظریات مطرح شده در مورد نسل و تعریف مولفه‌های مرتبط با آن و نیز تغییرات و دگرگونی فرهنگی، بازتاب تغییرات اجتماعی و فرهنگی و نیز برخی از مولفه‌های شهری در آثار ارائه شده قابل بازخوانی است. نتیجه‌ی این مطالعه‌ی گویای آن است که هنرمند فیگوراتیو امروز در کنار تاکید بر امر بازنمایی مسائل اجتماعی و محیط شهری در اثر خود، گاه به نقد و داوری در مورد آن‌ها نیز می‌پردازد، مطلبی که کمتر در آثار هنرمندان نسل‌های قبل نمود یافته است.

واژه‌گان اصلی: بازنمایی، هویت نسلی، ابژه‌های نسلی، نقاشی فیگوراتیو.

پذیرش: ۹۰/۲/۳۱

دریافت: ۸۹/۳/۱۵

Rezvanboostani@gmail.com

*. استادیار گروه نقاشی دانشگاه هنر تهران
**. کارشناس ارشد پژوهش هنر دانشگاه علم و فرهنگ

مقدمه

از آن‌جا که بحث بازنمایی در هنر نقاشی علاوه بر نمود عینی اشیا و اجزای دنیای پیرامون در اثر هنری، در ارتباط با ذهنیت نقاش و چگونگی نگرش او به زندگی معنا می‌یابد، لازم است در ابتدا، نسبت به تعریف مفهوم بازنمایی اهتمام شود و سپس به دیگر مولفه‌ها چون نسل، هویت و ابژه‌های نسلی پرداخته شود. پس از آن نظریات مطرح شده در مورد نسل و تعریف مولفه‌های مرتبط با آن (در آثار کریستوفر بالس و نیز تالیفات تقی آزاد ارمکی و دیگران)، و نیز تغییرات و دگرگونی فرهنگی (در آثار رونالد اینگلهارت به همراه تحقیقات و نوشته‌های آزاد ارمکی و دیگران) مورد نظر قرار می‌گیرد و سپس در بحثی تحلیلی، آثار ارائه شده مورد بازبینی قرار می‌گیرند. در این‌جا هدف بازخوانی مولفه‌ها و نشانه‌هایی است که نگارندگان (به عنوان مخاطب آثار) آن‌ها را به عنوان نشانه‌های مختص یک نسل مد نظر دارند. علاوه بر تاکید بر وجه فیگوراتیو نقاشی‌ها، ملاک گزینش آثار در این مقاله بهره‌مندی آن‌ها از مولفه‌ها و نشانه‌های شهری (مشخصا شهر تهران) است که نسل جوان امروز بیشتر با آن‌ها درگیر است.

بازنمایی یا بازتعریف به معنای روایتی است که توسط فرد از واقعه یا امری تاریخی صورت می‌گیرد. از این‌رو بازنمایی برداشتی است از واقعیت که توسط افراد یا سوژگان اجتماعی و بنا به ذهنیات متعدد ایشان، به طرق گوناگون تعریف و تفسیر می‌شود. واقعیت مطلق هیچ‌گاه قابل انتقال به دیگری نیست، از این‌رو به فرد، رسانه یا اثر هنری و... و نیز به بازگویی، بازتعریف و بازنمایی‌ای وابسته است که برداشت بیننده از امر واقعی و پیش‌داشته‌ها و باورهای ذهنی او، در آن دخیل‌اند. راوی در این راستا بنا به ذهنیات خود نسبت به واقعیت، تنها بخشی از آن را گزینش کرده، کدگذاری می‌کند و برای مخاطب خود بازتعریف می‌کند. پس بازنمایی یا بازتعریف، معنای برداشت ذهنی فرد از امر واقعی و طرز بیان او را در بر دارد. بیانی که بسته به جنسیت، طبقه و دیگر موقعیت‌های ساختاری و نیز مواضع سوژه‌ای شخصیت متفاوت است.

پس هنرمند فیگوراتیو نیز می‌تواند با در نظر گرفتن امر بازنمایی و بازتعریف محیط اجتماعی در اثرش، روایتی از زندگی روزمره ارائه دهد که بسته به ذهنیات، باورها، مواضع سوژگانی‌اش در مناسبات اجتماعی و نیز دسترسی او به گفتمان‌های مختلف از جمله گفتمان هنری‌ای که حدود تعهد هنری را برایش معنا می‌دهد، متفاوت با آثار و روایت دیگر هنرمندان باشد.

تعریف هویت و ابژه‌های نسلی

اگر در تعریف دیروزمان از هویت با بزرگ کردن غیر و دیگری، در تضاد با خود معنایی می‌یافتیم و در نمایش تضادها و بازی اختلاف‌ها، به تعریف و تایید خود می‌پرداختیم، برخلاف آن دنیای ساختارگرا و در پس آن، تعریف از هویت امروزه‌ی ما در چندپارگی فرهنگی، مذهبی و حتا نژادی، چندلایه، گسترده و در نهایت تعریف ناپذیر گشته است. امروزه با از بین رفتن مرزها در عصر رسانه‌های جدید، خصوصا اینترنت، معنا و نگرش محدودی که هویت ما را در مذهب، قومیت یا جغرافیا و ملیت خاص محصور می‌داشت، متکثر، مبهم و متغیر شده است و تلاش در ایجاد هویت و وحدت یگانه در چنین جهانی ناممکن می‌نماید.

در این راستا می‌توان گفت توجه به بحث هویت و چگونگی شکل‌گیری و بروز آن خصوصا در نگرش‌های پست‌مدرن بر «زمینه تشدید هویت‌ها به‌واسطه ایدئولوژی‌های مختلف در قرن بیستم صورت گرفته است. ایدئولوژی‌های گوناگون در قرن بیستم از جمله کمونیسم، فاشیسم، لیبرالیسم، انواع ناسیونالیسم، مذهب‌گرایی، فمینیسم، نژادگرایی و غیره در پی تشدید هویت‌ها و یا تشکیل هویت‌های تازه برای فرد بوده‌اند و انسان را به عنوان موجودی طبقاتی، ملی، مذهبی و غیره هویت بخشیده‌اند. همه این ایدئولوژی‌ها بر ثبات و تغییرناپذیری هویت به عنوان سرشت ذاتی انسان تاکید گذاشته‌اند. هم‌چنین در مباحث جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری بر نقش نهادهای اجتماعی، چارچوب‌های ملی و فرهنگی و رسانه‌ها در تشکیل هویت ثابت برای انسان تاکید می‌شود» (بشیریه، ۱۳۷۹: ۸۶).

هویت از چندین لایه تشکیل شده، چندپاره و تودرتو است. در دسترسی سوژه (فرد) به گفتمان‌های مختلف و معانی‌ای که از آن‌ها دریافت می‌کند، لایه‌های هم‌پوشانی شکل می‌گیرند که جایگاه او را در میان خرده‌فرهنگ‌های مختلف در بروز هویت‌های هم‌راستا مشخص می‌سازند. در این مسیر بازنمایی یا بازتعریف او از محیط اطرافش و باورها و ابژه‌های نسل‌اش، بسته به گفتمان‌هایی است که در ذهن او ارجحیت بیشتری دارند.

باید اضافه کرد که «هویت هر نسل، آمیزه‌ای عجیب و غریب از مفاهیمی است که یا توسط همان نسل ابداع شده یا به آن‌ها تحمیل گردیده است، زیرا پسندهای اشخاص در زمینه موسیقی (هنر) و نیز تعبیری که در زبان ابداع می‌کنند، با رویدادهای خارج از کنترل‌شان سنخیت دارد (رویدادهایی مانند جنگ، بحران‌های اقتصادی و نظایر آن). با این همه ابژه‌های نسلی هم‌چون ابژه‌های هنر عوام‌پسند باب روزاند، دقیقا به این دلیل که با زمان تاریخی در هم می‌آمیزند» (بالس، ۱۳۸۷: ۱۹). اگر معنای نسل را حد واسط میان والدین و فرزندان فرض کنیم و سن بچه‌دار شدن را ۲۰-۲۵ سالگی بدانیم، هر ۲۵ تا ۳۰ سال یک نسل جدید ظهور می‌کند. اما چون این فرضیات در همه‌جا یکسان نیست و سن ازدواج و بچه‌دار شدن‌ها متفاوت است، آن‌گاه تعبیری چون میان‌نسلی یا پیشانسلی مطرح می‌شوند. اما بهتر است که در شناخت تفاوت‌های معناداری که در اندیشه و اذهان نسل‌ها وجود دارد از برهه‌های زمانی کوتاه‌تری چون دهه استفاده کنیم. اگرچه در نهایت نمی‌توان اندیشه‌ها و پایداری آن‌ها را با زمان سنجدید و رابطه‌ی ذهنیت نسل‌ها را با دهه دسته‌بندی کرد؛ اما شاید بهتر باشد بپذیریم که دهه تقریبا کوچک‌ترین واحد زمانی است که می‌تواند شاخص تعیین فرهنگ جمعی و تجربیات مشترک انسان‌ها باشد.

در واقع باید گفت که «حدودا هر ده سال، ما از فرهنگ، ارزش‌ها، پسندها، علائق هنری، دیدگاه‌های سیاسی و فهرمان‌های اجتماعی خود تعریفی جدید ارائه می‌کنیم. این مجموعه هر یک دهه به نحوی بارز دگرگون می‌شود» (بالس، همان: ۶). مسائلی که در ارتباط با این تحول

فرهنگی و تحول نسلی وجود دارد در جزئیات، علاوه بر ذهنیت و هویت نسلی، ابژه‌های نسلی و تحرک نسلی را نیز شامل می‌شود. از آن‌رو که هر نسل عناصری از نسل قبل را از کودکی به یاد داشته و به میراث می‌برد، وقوف بر ذهنیت نسلی، نیازمند تامل در گذشته نیز هست. آحاد هر نسل از طریق تجربه ذهنی کردن واقعیت، پیوند یافته و در ساختن معنا و ذهنیت خود و گزینش ابژه‌هایشان در برهه‌ای از زمان شریک می‌شوند، تا هویت جمعی خود را معنادار سازند. بنا به تعبیر بالس سرنوشت هر نسلی این است که بر خود دلالت داشته‌باشد، و دال‌هایش را برگزیند: ما از آن اشکال (موسیقی، کتاب‌ها، مد) به منظور عینیت دادن به هویت نسلمان استفاده می‌کنیم (همان: ۲۲).

هر نسلی آن دست از ابژه‌های نسلی، اشخاص، رویدادها و چیزها را برمی‌گزیند که برای هویت آن نسل دارای معنایی خاص هستند. ابژه‌های هر نسلی هم‌چنین به‌طور بالقوه برای نسلی دیگر واجد اهمیت‌اند و به نسبت سایر ابژه‌ها به‌ویژه ابژه‌های تاریخی واجد معنایی دقیق‌تراند. پس می‌توان گفت ابژه نسلی عبارت است از شخص، مکان، شی یا رویدادی که از نظر فرد مبین نسل اوست و به یاد آوردنش احساسی از نسل خود او را در ذهنش زنده می‌کند (بالس، همان: ۱۲-۱۳). اما در کنار این مشارکت در ایجاد هویت نسلی گاه در مواردی هم می‌توان از افرادی یاد کرد که از سهمیم شدن در ذهنیت نسلشان اکراه دارند. با ذکر مواردی چون وابستگی افراد به طبقه و نژاد خاص و تفاوت در جنسیت‌ها، برداشت‌های ایشان از نسل متفاوت و مسئله بغرنج‌تر می‌شود.

در رابطه با تحرک نسلی باید گفت که «تحرک نسلی که بیشتر در ابژه‌ها خودنمایی می‌کند با دو فرایند تفکیک و تلفیق نسلی صورت می‌گیرد. از یک طرف، با انتخاب ابژه‌های ویژه تفکیک نسلی صورت می‌گیرد و از طرف دیگر با انتخاب ابژه‌های مشترک بین نسلی تلفیق و سازگاری و پیوند بین‌نسلی شکل می‌گیرد. علت بروز کارکرد بین‌نسلی برای ابژه‌ها به نوع آن برمی‌گردد، زیرا بعضی از ابژه‌ها فرانسلی فرامکانی و فرازمانی هستند» (آزادارمکی، ۱۳۸۷:

۱۸۸). ابژه‌های نسلی با کارکردهای متفاوتی نزد نسل‌ها معنا یافته یا معنایی را از دست می‌دهند. این ابژه‌ها که زیرمجموعه‌ی ابژه‌های فرهنگی قرار می‌گیرند، در جریان تحولات فرهنگی و تغییر نسل‌ها گاه عناصر معناداری را برای تشکیل چارچوب شکل‌دهنده‌ی یک نسل می‌سازند. اشتراک مجموعه‌ای از انسان‌ها در این ابژه‌ها و مفاهیم‌شان در برهه‌ای از زمان را می‌توان معنایی از حس هویت نسلی برای ایشان دانست، این انسان‌ها ایند که با کاربرد ابژه‌ها در زندگی روزمره‌شان بیش و واقعیات اجتماعی خود را شکل می‌دهند. در این میان ابژه‌های نسل گذشته گاه از سوی آحاد یک نسل مورد استفاده و بازخوانی قرار می‌گیرند و گاه در عملی ویرانگرانه، دیگرگونه ساخته می‌شوند. نسل جدید در عملی خشونت‌آمیز، ذهنیت نسل گذشته و ابژه‌هایش را دور ریخته و بینش خود را جایگزین می‌کند. هم چنین در این راستا گاه اختلاف‌های میان نسلی به ایجاد شکاف میان ایشان منجر می‌شود. باطل شدن ارزش‌های گذشته و جایگزینی ارزش‌های نوین مورد نظر نسل جدید، امری است غیرقابل اجتناب که در راستای تاریخ و تحولات آن، جوامع را از سکون باز می‌دارد. در واقع «دیالکتیک بین نسلی همه‌ما را در خشونت پذیرش و زایش فرهنگی درگیر می‌کند. ما با افراد بزرگ‌تر از خودمان تخالف می‌ورزیم، آن‌ها هم با ما مقابله می‌کنند...» (بالس، ۱۳۸۰: ۲۷).

دگرگونی ارزشی که در فرایند نوسازی جهانی و صنعتی شدن نمود بارزتری یافت، در جریان جنگ‌های جهانی و انقلابات بزرگ در سطح جهان نیز به وضوح قابل مشاهده است. نظریات اینگلهارت (۱۳۸۳) مبنی بر توجه بیشتر افراد جوان به امور فرامادی در مقایسه با امور مادی، پس از جنگ بروز کرده است، یعنی زمانی که امور اولیه چون امنیت اقتصادی و جانی و... که از ضرورت‌های اولیه در ارزش‌گذاری‌ها هستند، به اموری معمول برای نسل جوان تبدیل شده و اقتصاد مناسب و رفاه ایجاد شده اذهان ایشان را متوجه کیفیت زندگی و دیگر نیازها چون تحصیلات، ارتباطات، آزادی، زیبایی‌شناسی و... می‌کند. بنا بر نظر وی از نیمه‌ی دوم قرن بیستم دگرگونی فرهنگی و ارزشی پدید آمده در جوامع صنعتی، متأثر از شرایط ایجاد شده

توسط نظام سرمایه‌داری و رشد اقتصادی است و به موجب آن نسل جدید ارزش‌های فرهنگی - ای متفاوت از نسل قبل برگزیده است. این دگرگونی وسیع فرهنگی و ارزشی در نسل‌های بعد با تفاوت‌های شاخص‌تری نسبت به گذشته نمود می‌یابد (اینگلهارت، همان).

پس از جنگ جهانی دوم «در پی روند عام نوسازی جهانی، ابتدا جوامع پیشرفته و سپس جوامع در حال توسعه، تغییرات سریع و شدید و حوادث بزرگ مقطعی و تاریخی - نظیر جنگ‌ها، جنبش‌ها، و انقلابات اجتماعی - را تجربه کردند که در مجموع سبب شد بین اجتماع سنتی دیروز و جامعه مدرن امروز، شکاف وسیع و عمیقی به وجود آید. از مظاهر مهم این شکاف، تغییر موقعیت اجتماعی نسل جوان معاصر به شکلی بی‌سابقه است. کاهش روزافزون تاثیر سنت، میراث و اقتدار جامعه بزرگسال بر نسل‌های جوان‌تر در اثر افزایش آگاهی، مهارت و توانایی نسل جدید در مواجهه با زندگی و جهان مدرن در مقابل ناتوانی و عدم مهارت نسل‌های سالمند و ناکارآمدی نهادهای سنتی نظیر خانواده، نظام آموزشی و نهادهای فرهنگی دیگر در انطباق خود با تحولات پرشتاب و پیچیده عصر جدید از وجوه مهم تغییر موقعیت نسل‌های جوان معاصر به شمار می‌روند... نسل فعلی بیش از هر نسل دیگری در تاریخ شاهد دگرگونی فنی و اجتماعی بی‌سابقه بوده است. از این رو ما شاهد نوعی دوگانگی و جدایی روزافزون اجتماعی و فرهنگی میان نسل‌های گذشته و امروز و ظهور نسل‌هایی با امکانات، تجارب، معرفت، ایده‌ها و خواسته‌های متمایز از نسل‌های قبل و بعضاً در تعارض جدی با آنها هستیم که تحلیل‌گران اجتماعی از آن به شکاف نسل‌ها تعبیر می‌کنند» (توکل، ۱۳۸۵: ۹۷). از این رو در مواردی می‌توان نمونه‌هایی از تنوع و ایجاد اختلاف میان ارزش‌ها، باورها و نگرش‌هایی یافت که در جریان تغییرات اجتماعی و فرهنگی جامعه، نسل جوان، هویت و ایژه‌هایش را از گذشته متمایز کرده است. مواردی از این دست در آثار منتخب قابل بازخوانی است.

تعریف مولفه‌ها و ابژه‌های نسلی در ایران

در کنار تغییرات فرهنگی در جریان روند مدرنیته در ایران که با مولفه‌های شهرنشینی و نیز روشنفکری همراه است، می‌توان شاهد گذار از مولفه‌های دنیای سنتی به دنیای جدید بود. خصوصاً پس از انقلاب با گذشت سه دهه تحولات جدید در وضعیت فکری - اجتماعی از قبیل سبک زندگی، الگوی مصرف، نگاه به جهان و دین‌گرایی در شهرهای بزرگ و بیشتر از همه در تهران قابل بررسی است. یکی از مهم‌ترین عوامل تغییر فرهنگی، تغییر نگرش در دیدگاه‌های نسل جدید است. به تعبیر آزاد ارمکی «با کنترل سهم عوامل بیرونی از قبیل شرایط بین‌المللی، اقتصاد و سیاست جهانی، میل فرهنگ به تغییر و وجود انعطاف‌پذیری در مقابل تغییرات نمی‌توان از سهم نسل‌ها در فرهنگ غافل ماند. از سوی دیگر نسل‌ها و به‌طور خاص نسل جدید در ایران سهم تعیین‌کننده‌ای در تغییرات دارند... نسل جوان در ایران در فضای فرهنگی در سطوح ملی-جهانی قرار گرفته و عامل تغییر فرهنگی به سوی جهانی نو با ویژگی ملی-جهانی می‌باشد. این نسل با طرح علایق، نیازها و گرایش‌هایش تلاش دارد تا فرهنگ را دچار تکاپوی بیشتر نموده و ساختار مدرن‌تری به فرهنگ بدهد» (آزاد ارمکی، ۱۳۸۷: ۱۸۵).

در این رابطه باید اضافه کرد که «افراد جوان در شرایط جدید با داشتن علاقه به گذران اوقات فراغت در خارج از خانه، مسافرت با دوستان و خانواده، میل به روابط دوستانه در کنار روابط خانوادگی، مشاغل جدید و بالا رفتن سواد با نسل پیر و میان‌سال فرق دارند» (همان: ۱۹۳).

از این‌رو می‌توان گفت پس از پایان جنگ تحمیلی در ایران، به لحاظ فروکش کردن نیازهای مادی از قبیل امنیت جانی، اقتصادی و ...، نسل امروز به ارزش‌های فرامادی روی آورده و لذا در اثر فرایند مدرنیزاسیون، رفاه نسبی ایجاد شده و نیز در نتیجه رویارویی بیشتر با دیدگاه‌های جهانی از ذهنیات نسل گذشته فاصله گرفته است. در این راستا در تحقیقات آزاد ارمکی و گیاث‌وند نمونه‌های بررسی شده بدین شرح است: با پایان جنگ تحمیلی در ایران با

روند تغییر در نگرش‌ها روبه‌روئیم، اگرچه «وضعیت غالب گرایش ارزشی در ایران سنخ التقاطی است...» یعنی گرایش کامل به سمت ارزش‌های فرامادی بر طبق نظریه‌ی اینگلههارت هنوز ایجاد نشده‌است. در این ارتباط افراد متاهل بیشتر از مجردان به ارزش‌های مادی اهمیت می‌دهند. در طی زمان و افزایش سن گرایش به ارزش‌های مادی افزایش می‌یابد، در صورتی که جوانان به ارزش‌های فرامادی مقید هستند. هرچه به درصد سواد افزوده شود، میزان گرایش به ارزش‌های فرامادی نیز بالاتر می‌رود. توجه به وقت آزاد در بین التقاطیون و فرامادیون در مقایسه با مادی‌گرایان اهمیت بیشتری دارد. فرامادیون، در مقایسه با التقاطیون و مادیون، گرایش و کشش بیشتری به سیاست دارند و اهمیت بیشتری برای آن قائل هستند. و در آخر اهمیت و توجه به خدمت و کمک به دیگران در بین مادیون به‌طور چشمگیری بالاتر از التقاطیون و فرامادیون است (آزادارمکی و غیاث‌وند، ۱۳۸۳: ۲۱۵-۲۱۹).

ویژگی‌های سبک زندگی پسامدرن از قبیل مد و سلیقه‌ی التقاطی، تعامل امر محلی و جهانی، اهمیت سرگرمی و مصرف و نقش حیاتی لذت، بخشی از نگرش و فرهنگ جوانان ایرانی را می‌سازند که در تحقیق شالچی (۱۳۸۶) مورد توجه قرار گرفته‌اند. این فرهنگ که ابزار و امکانات و نیازهای خاص خود را دارد، در پاتوق‌های این جوانان چون کافی‌شاپ‌ها و پاساژها با فرایندها و تحولات خود نمود بارزی دارد. در این مکان‌های نمونه‌ای می‌توان ذهنیت نسل جدید را باز یافت، ذهنیت یا نگرشی که در ارزش‌گذاری‌هایش چون توجه به فرهنگ غالب جهانی با تاکید ویژه بر نقش محوری لذت، توجه به موسیقی، مد و تن، همراه با مطلوب بودن کالاهای جهانی، رسانه‌های جهانی و زبان انگلیسی، زیبایی اندام و لباس و نیز لزوم بازانندیشی در فهم معمول از شریعت با گذشته فرق دارد. نسلی که گویی با «هنجارهای سبک زندگی مصرفی سرمایه‌داری متاخر» سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی بیشتری نسبت به گذشته در اختیار دارد و در نتیجه‌ی تعاملات و ارتباطات جهانی به گفتمان‌های بیشتری برای گزینش شیوه و سبک زندگی‌اش دسترسی دارد.

تحلیل آثار و بازخوانی ابژه‌های نسلی

در نگاهی کلی به آثار منتخب در این مقاله، نمونه‌هایی از گذار فرهنگی و تحولات ابژه‌ای در ایران در طی چند دهه‌ی بعد از انقلاب تا کنون به خوبی نمایان است. در فضای اجتماعی و شهری (خصوصاً تهران) که سرعت تغییرات مرتبط با مدرنیزاسیون و گاه مدرنیته در آن شدت یافته است، از انواع نمونه‌های مد و پوشش‌ها مورد استفاده برای ارتقای کیفیت ظاهر شدن در مجامع عمومی گرفته تا انواع بسته‌بندی‌ها و مدل‌های ارائه کالاهای، از ابزارهای کاربردی گرفته تا نشانه‌های حاکی از سرمایه‌های اقتصادی و نمادین چون موبایل، مدل‌های مختلف اتومبیل و در محیط شهری از پل‌ها و آپارتمان‌ها گرفته تا برج‌ها و ... همه بخشی از ابژه‌هایی هستند که گاه می‌توانند به عنوان مولفه‌های نسلی انسان‌ها محسوب شده، به آن‌ها معنا ببخشند و نیز خاطراتشان را زنده کنند.

در این‌جا می‌توان از ابژه‌های نسلی به عنوان عناصری مشترک در خاطرات نسلی که آن‌ها را به وجود آوردند و مورد استفاده قرار دادند، یاد کرد. ابژه‌هایی که در طول دهه شصت به عنوان بخشی از تجربیات زیسته نسل جنگ و تعبیرش از زندگی و حیات اجتماعی مورد اقبال و استفاده قرار گرفت، با پایان این دهه و اتمام جنگ، از سوی نسل‌های بعد، طی دو دهه کم‌کم مورد بی‌توجهی قرار گرفتند. این ابژه‌ها که نمود زیبایی از آن‌ها را در دوره‌ای از آثار شهره مهران می‌توان یافت، با تغییر در ارزش‌ها، توسط نسل بعد که با رفاه نسبی ایجاد شده و سرمایه‌ی بیشتری پرورش یافته بود، مورد بی‌اعتنایی قرار می‌گیرد. تصاویر بزرگ شهیدا که با لباس‌های نظامی بر در و دیوار شهر نقش بسته‌اند، اگرچه، خصوصاً در جریان گرامی‌داشت یاد و خاطره، جنگ و هم‌چنین فداکاری و از جان گذشتگی ایشان، ابژه‌های مهمی از فرهنگ ما هستند، اما گویی امروزه ارزش خود را به نقاشی‌های جدیدی داده‌اند که توسط امور زیباسازی شهرداری در کنار آن‌ها کشیده شده‌اند. این امر خود به معنای گذار زمانه و پیوستن گذشته به تاریخ است.

نقاشی‌های شهره مهران (تصاویر شماره ۲۰۱) از دیوارهای شهر، خانه‌ها و مغازه‌های قدیمی با طاقچه‌ها و لوسترها و نیز پنجره‌های معماری گذشته در آثار ایمان افسریان (تصاویر شماره ۴۰۳) و حتا زنان و مردان پا به سن گذاشته‌ی آثار احمد مرشدلو (تصویر شماره ۵) (این سه هنرمند در یک نسل قرار می‌گیرند) هر یک بخشی از هویت و ابژه نسلی در حال گذار ما محسوب می‌شوند. مولفه‌هایی متفاوت از آن چه به عنوان هویت نسلی در آثار نسل جوان اکنون ایران در دهه‌ی ۸۰ دیده می‌شود، چه در بازنمایی عناصر شهری و چه در بازگویی هویت‌های فردی.

خصوصیات بنیادی هر نسل، از جمله تعبیری که از زندگی دارد و اعلام موجودیت‌اش به گونه‌ای نو یا گذران عمرش به شیوه‌ای خاص در آثار نقاشانی که نسل خود را در آثارشان تعریف کرده‌اند، قابل خوانش است. آنچه ایشان بازتاب می‌دهند نمایشگر هویت بخشی از جوانان هم‌نسل‌شان است که در یک یا چند دیدگاه با آن ارتباط یافته‌اند. آثار ایشان می‌تواند حکایتی از تغییرات فرهنگی را به همراه ارزش‌گذاری‌های نسل جدید، در قیاس با ابژه‌های نسل گذشته در بر داشته باشد. این تغییرات چه در پوشاک و آرایش افراد و چه در ذهنیت‌های عصیان‌گرانه‌شان دیده می‌شود، ذهنیت‌هایی که در تقابل با عرف‌های گذشته قرار می‌گیرند و مواردی از جمله گرایش زنان به فوتبال، مصرف سیگار و پوشش نامتعارف را در بر می‌گیرد. نسل جوان نقاش امروز با مشارکت در فرایندی جمعی به تعبیر زمانه خود پرداخته است. به دست دادن تعبیر از جایگاه تاریخی نسل خود در طول زمان، حقیقتی است که هر نسل با قرار گرفتن در موقعیت صدر نشینی‌اش به آن می‌رسد. هر یک از ایشان پاره ابژه‌ای از این جمعی است که ابژه‌ها، رویدادها، اشیا، مردم و برهه‌ای از تاریخ را به عنوان علائق خاص خود برمی‌گزینند، از آن‌ها معنا می‌سازد و در تعبیر واقعیت از آن‌ها بهره می‌برد. در حقیقت «هویت نسلی در فاصله بین عصیان نوجوانی و سی سالگی شکل می‌گیرد. سی سالگی زمانی است که فرد می‌تواند دوران کودکی، نوجوانی و جوانی خود را به صورت یک رشته‌ی متصل در نظر

بگیرد. فرد سی ساله خود را جزیی از نسل خویش می‌داند و چند سال بعد متوجه می‌شود که نسل جدیدی دست‌اندر کار شناساندن خود است» (بالس، همان: ۱۳).

با توجه به این‌که شهره مهران را می‌توان از اولین کسانی دانست که پس از جنگ، به خیابان و شهر خصوصاً ماشین‌ها توجه داشته و به بازنمایی آن در آثار خود پرداخته، نمونه‌هایی از مولفه‌های شهری و نسلی در آثار وی قابل بازخوانی است (تصاویر شماره‌ی ۱ و ۲). پلاک قدیم ماشین‌ها در تقابل با پلاک‌های جدید، یک رنگ بودن آن‌ها در تقابل با رنگ‌های متفاوت امروزه، تفاوت نشانگانی بازشناسی تاکسی‌ها از ماشین‌های شخصی در کنار برخی از تابلوهای شهری و نقاشی‌های دیواری در طی این دو دهه، حکایت از تغییرات شهری و ابژه‌های نسلی‌ای دارد که اثر او را از یکی از آثار علی‌رضا جهرمی (تصویر شماره‌ی ۶) متفاوت می‌سازد. مدل اتوبوس‌های قرمز سال ۸۸ شرکت واحد با نام «بی.آر.تی»، رنگ تماماً زرد تاکسی‌ها با انواع مدل‌های جدیدتر ماشین، پلاک‌های جدید و بسیاری از دیگر نشانه‌های شهری، خیابان‌ها، جدول‌ها و خط‌کشی‌ها از عناصری هستند که در نتیجه‌ی توجه روزمره‌ی نقاش به محیط اطرافش در اثر او جای گرفته‌اند. در اثر جهرمی (تصویر شماره‌ی ۶) رنگ خاکسترای که کل کادر را پوشانده در کنار هیاهوی محو انتهای کادر و رنگ‌پاشی‌های جزئی هنرمند در برخی از قسمت‌ها، نشان‌هایی از آلودگی هوا و ازدحام جمعیت و آشوب در این شهر را نیز به همراه دارد. در اثر عادل یونسی (تصویر شماره‌ی ۷) روایتی خشن از انتقال یکی از ابژه‌های نسلی به زباله‌دان تاریخ ارائه می‌شود. یک روز برفی در فضایی نامعلوم یک پیکان تصادفی را از صحنه‌ای با ردی از خون می‌گذرانند که در پیش‌زمینه‌ی آن تعدادی زن با پوشش و تیپ‌های امروزی دور یک میز نشسته‌اند. صرف نظر از آنکه تصور کنیم گفت‌وگوی میان ایشان چیست و چه ارتباطی با صحنه‌ی پس‌زمینه دارند و یا اینکه افراد نسبت به حادثه بی‌اعتنایند، آن‌چه از این تصویر برمی‌آید فضایی به نظر غیرواقعی است که در آن ابژه‌ای از نسل گذشته را با کمی احترام در مقابل نسل امروز بی‌تفاوت به آن می‌برند، به طوری که در وجهی کمیک قرار است روی آن برف نشینند.

در اثر داریوش قره‌زاد (تصویر شماره ۸) علاوه بر نحوه پوشش افراد که نشانی از مولفه‌های نسلی را بازمی‌نمایانند، دیوارنوشته‌ها و تصاویر دیگری هم دیده می‌شوند که بر پهنای دیوارهای شهر، بنا به علایق عده‌ای نقش بسته‌اند. جز این موارد مولفه‌های دیگری چون تابلوهای برق و مخابرات و نوشته‌هایی که حتی روی آن‌ها هم شکل گرفته، موانع جدیدی که شهرداری تهران برای جلوگیری از تردد موتورسواران در پیاده‌روها قرار داده هم دیده می‌شود. این موانع که چند سالی بیشتر از کارگذاری آن‌ها نگذشته و در بهترین نحو کارکردشان، شبانه روشنی‌بخش مسیر عابرانند، خود از مواردی محسوب می‌شوند که حساسیت نقاش را در به تصویر کشیدن ابژه‌های نسلی و شهری به نمایش می‌گذارد.

مسئله خرید در زندگی روزمره که تا پیش از این جز در مواردی اندک چندان مورد توجه نقاشان نبوده، جای خود را به خوبی در نمونه آثار برخی از هنرمندان امروز باز کرده است. در این راستا پاساژها به عنوان مراکزی نوین که نسل جدید در گذران اوقات فراغت خود به آن‌ها خو گرفته‌اند، از دید نقاش پنهان نمانده و همراه با مولفه‌های فرهنگی و اجتماعی بازنمایی شده‌اند. تفاوت ابژه‌های شهری، فضاها و نیز مولفه‌های نسلی در بستری از موقعیت‌های اجتماعی در بازنمایی‌های متفاوت ایمان افسریان (تصاویر شماره ۳ و ۴)، مرجان مدنی رزاقی (تصویر شماره ۹) و نیز ساغر دثیری (تصاویر شماره ۱۰ و ۱۱) قابل مشاهده است. امروزه به جای دکان‌های مختلفی نظیر بقالی‌های گذشته، سوپرمارکت‌ها و پاساژها نشسته‌اند و بدین ترتیب تحول ابژه‌های خرید و تغییر مدل‌های مختلف عرضه را در فضاها مرتبط با هر مولفه، در بستر تغییرات اجتماعی، نشان می‌دهند. در مقابل ویتترین نیمه‌روشن مغازه‌های تصویرشده در آثار افسریان که اشیا تک و توک رنگ‌پریده‌ای را در خود جای داده و با لامپ‌هایی روشن شده‌اند که امروزه پرمصرف خواهده می‌شود، ویتترین‌های مملو از نورهای درخشان فلورسنت پاساژها مشتریان متفاوتی را طلب می‌کند که در مسیر زندگی مصرف‌زده امروزه قرار گرفته‌اند. نشانه‌های آشنای آثار افسریان در کنار هویت‌های جمعی گذشته و در غیاب نگرش‌های مصرفی

امروزین، معنایی از هویت یک نسل را بازمی‌نمایاند. زمانی نه چندان دور را به یاد داریم که شامپوهای داروگر و صحت و نیز مایع ظرفشویی گلی و ربکا در حدی بی‌رقیب در بازار موجود بودند، به نحوی که هم در تمامی خانه‌ها دیده می‌شدند و هم به دلیل کثرت مصرف در زندگی روزمره به نشانه‌هایی جانشین تبدیل شده بودند: به عنوان مثال «ربکا» به معنای مایع ظرفشویی و «برف» به معنای پودر رختشویی در میان مردم مصطلح شدند. استفاده همگانی از این مواد آشنا و عدم کثرت مارک‌ها و مدل‌های رقیب این کالاها و نشانه‌ها، در کنار فرم پنجره و کرکره‌ی مغازه در آثار افسریان (تصویر شماره ۴۳) حسی نوستالژیک از گذر زمان و تغییرات ناشی از آن را القا می‌کند که غیاب آدم‌ها نیز تأکیدی بر این مسئله است. اما با ظهور مصرف-گرایی در جامعه امروز که به تمایزات طبقه-محور و منزلت‌های گروهی دامن زده است، می‌توان گفت اکثر جوانان، هریک متناسب با توان مالی، سلیق و علایق و نیز خصوصیت‌های جسمی خود از کالاهای متنوع تولید داخل یا خارج از کشور استفاده می‌کنند.

از سوی دیگر مسئله پوشش از جمله نموده‌های بارز تغییر در نحوه ظاهر شدن افراد در جامعه با توجه به مناسبات اجتماعی است. از آن‌جا که با توجه به قوانین خاص اجتماعی و مذهبی، حضور افراد در فضای رسمی جامعه از ذهنیات افراد و نحوه حضور آن‌ها در فضای شخصی و غیر رسمی متفاوت است، می‌توان گفت بخشی از نسل جوان امروز در جریان بروز هویت خود به مقاومت در برابر این موارد می‌پردازند که اغلب امکان خلاقیت آنها را در توجه به مدها و مدل‌ها محدود می‌سازند. با توجه به ظهور زمینه‌های مصرف‌گرایی و سبک‌مند کردن زندگی همراه با نگرش‌های زیباشناسانه‌ی افراد، ایشان در ایجاد تمایز برای بروز هویت‌های فردی خاص خود در مواردی ناگزیر به مخالفت با مناسبات موجود هستند و برای تغییر آن تلاش می‌کنند.

در این رابطه باید گفت که «از آن‌جا که در دنیای امروز «فرهنگ مصرف» طیف وسیعی از انتخاب‌ها را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد و هر «انتخاب» نشان‌گر ارزش‌ها،

نگرش‌ها و ذائقه‌هایی است که ممکن است ویژگی گروهی اجتماعی باشد، پس می‌توان نتیجه گرفت که مصرف به مفهوم هویت جمعی مربوط می‌شود. ذوق و قریحه فرد و انتخاب ذوقی او جزو مسولیت‌های اوست که از رهگذر آن مورد قضاوت دیگران قرار می‌گیرد. بنابراین ذوق و قریحه با حس هویت در هم می‌آمیزد» (اباذری، ۱۳۸۱: ۲۳).

در تمایز نحوه حضور افراد در فضاهای عمومی و رسمی با چگونگی حضورشان در فضاهای خصوصی و خانگی، آنچه اهمیت می‌یابد آزادی بیشتری است که فرد در بروز هویت و شخصیت فردی خود در جمع‌های غیررسمی دارد. ملاحظات فرهنگی و مناسبات اجتماعی، افراد و خصوصاً زنان را ملزم به اجرای دستورات و تابعیت از هنجارهایی می‌کند که در مواردی برخلاف تمایل ایشان است. این مخالفت‌ها امروزه بیش از گذشته در طرز پوشش و آرایش زنان نمود پیدا کرده و امر مطلوب اجتماعی را تحت‌الشعاع قرار داده است.

امروزه از یک طرف چادر به عنوان قدیمی‌ترین نوع حجاب زنانه جای خود را به حجاب نسبتاً باز زنان امروزی داده است که شال و روسری بر سر می‌کنند و از دیگر سو مدل پیشین پیرایش ریش و موی مردان که در نمونه عکس‌هایی که از نسل‌های گذشته در هر خانواده ایرانی به یادگار مانده است، به وفور مشاهده می‌شود، با انواع مدل‌های متفاوت آرایش و پیرایش مردانه (خصوصاً نسل جوان) جایگزین شده است. این تغییرات مربوط به حجاب و آرایش بدن در ایران دهه ۸۰ در کنار دیگر ابژه‌های زندگی هرروزه چون ماشین‌ها، اتوبوس‌ها، مواد مصرفی و تغییرات شهرسازی نظیر آپارتمان‌ها، برج‌ها، پارک‌ها، تزیینات و نقاشی‌های شهری و حتی تغییرات اخیر در میدان انقلاب خود نشانه‌ای از تغییر در جامعه و نیز تحول در ارزش‌ها و هویت‌های نسلی، در فرهنگ و اجتماع ایرانی دارد.

در غالب شیوه‌های آرایش و پوشش زنان و دختران امروزی متعلق به برخی از خرده-فرهنگ‌ها، می‌توان اعتراض‌شان را نسبت به وضع موجود حاصل از مناسبات جامعه مردسالار دید و به ناخرسندی‌شان از تعیین حدود یک امر شخصی به واسطه چنین مناسباتی پی برد.

بازنمایی این افراد و بازتاب نحوه حضورشان در جامعه را می‌توان در آثار ساغر دئیری (تصاویر شماره ۱۰ و ۱۱)، داریوش قره‌زاد (تصویر شماره ۸) و آرش صداقت‌کیش (تصاویر شماره ۱۲) مشاهده کرد.

دلیل آنکه این زنان به بازناندیشی موقعیت و هویت خود در جامعه مدرن امروز دست زده‌اند، برآوردن خواست مردان و جلب توجه آن‌ها که از اغلب این آثار و از محیط‌های زنانه‌شان طرد شده‌اند نبوده است، بل دلیل آن است که زنان به علت حساسیت بیشتری که نسبت به تن، اندام، لباس، آرایش و نحوه حضورشان در جامعه دارند، عمدتاً به سمت ایجاد تمایزهایی میل دارند که بیان‌گر هویت و شخصیت فردی و نیز جایگاه اقتصادی و اجتماعی ایشان باشد. پوشش‌های مذکور در کار دئیری با زشت‌نمایی انتقادی غرب‌گرایی همراه است و در آثار صداقت‌کیش معرف تیپ‌شناسی متفاوت دختران به ویژه دانشجویان هنر می‌باشد.

ورود به چنین مرحله‌ای از بازناندیشی نسبت به تن، جسم و روح خود، مرحله‌ای است که زن سنتی آثار مرشدلو (تصویر شماره ۵) به آن توجهی ندارد. زنی که در اندام متعارف و کلیشه‌ای یک مادر، می‌توان از او انتظار چندین فرزند و نوه را داشت. زنی که چادر را چون عادت‌ی همیشگی جزئی از لباس خود می‌داند و زندگی‌اش در کنار همسرش یا به معنایی مردش معنا می‌یابد. برخلاف باور و احترام او به مضامین و قوانین مناسبات اجتماعی، نسل فرزندان یا نوه‌هایش با توجه به مد روز، مارک‌های مطرح جهانی، کالاهای خارجی، و... در پوشیدن و انتخاب لباس‌هایشان دل‌خواهانه و حساب‌شده‌تر عمل می‌کند. برخلاف خریدهای منظم روزانه یا هفتگی مادر، این نسل مراکز خرید را، پاتوق و تفریح‌گاه خود قرار می‌دهد و گاه حتا نه برای خرید بل برای دیدن آدم‌ها (خصوصاً از جنس مخالف) و دیده شدن به آن‌جا می‌رود.

در مواردی می‌توان گفت که در این پاساژها و مراکز خرید، جایگاه کالا و خریدار و نیز جایگاه خریدار و فروشنده عوض شده و زنان در این تغییر چونان کالایی دیده و تعبیر می‌شوند که می‌توانند در زیر نورهای درخشان پاساژها گزینش و انتخاب شوند. نگاه منتقدانه‌ی ساغر

دئیری (تصویر شماره‌ی ۱۰) بدین امر در یکی از آثار او قابل تامل است. قرار گرفتن زنان میان واژه‌های «حراج» معنایی فرامتنی می‌یابد که در مناسبات اجتماعی ناهنجار و نامطلوب دیده شده است. در اینجا اگرچه زنان نسبت به جایگاه سنتی و نقش منفعلی که در آن داشته‌اند به بازاندیشی پرداخته و در رهایی از قیود مردسالارانه تمنای حضوری متفاوت در جامعه را دارند، اما گویی از سوی دیگر در دنیای مصرفی امروز گرفتار آمده و منفعل در برابر کالا و ارزش‌های نمادین آن، به سازهای این دنیای مصرفی رقصیده‌اند.

حضور زنان و مردان امروزی با ظاهری متفاوت از دیگران برخلاف یک‌دستی‌های جامعه سنت‌گرای گذشته در آثار آرش صداقت‌کیش (تصاویر شماره‌ی ۱۲) حکایت از حضور نسلی دارد که با توجه به شرایط و بستری که در آن رشد کرده برخلاف نسل‌های گذشته به ارزش‌های مادی زندگی‌اش بیشتر توجه دارد. این امر با توجه به آشنایی این نسل با جهان اطلاعات و ارتباطات و نیز رفاه نسبی‌ای که دارد، در کنار تغییرات اجتماعی و نیز امکان دسترسی‌اش به گفتمان‌های مختلف و... دور از انتظار نیست. شاید بتوان گفت همان‌طور که با افزایش سطح سواد در جامعه و نیز متکثر شدن دنیای تخصص‌های فردی و با وجود رشته‌های متعدد دانشگاهی، این نسل در جریان تحصیلات خود به تمایزات فکری متعدد و متکثری دست می‌یابد که فاصله او را از نسل گذشته و نیز از هم‌نسلان خود با تخصص‌های ویژه‌شان زیاد می‌کند، در ظاهر امر نیز تمایلات فردی او در بروز درونیات وی نمود بیشتری می‌یابد. این امر در قالب خرده‌فرهنگ‌هایی که اجزا و افراد آن خود را مقید به نوعی پوشش خاص می‌دانند، نمود بهتری داشته و قابل بازشناسی است. زنان آثار دئیری را هم می‌توان در یکی از این خرده‌فرهنگ‌های مشابه نسل جدید جای داد.

در نهایت شاید بتوان گفت حضور متفاوت و چشمگیر زنان در گوشه و کنار مسایل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، هنری و حتی ورزشی چون فعالیت زنان در ورزش فوتبال (تصویر شماره‌ی ۱۳) از مولفه‌هایی است که در چند سال اخیر اگرچه از زیر بار ممنوعیت گذشته خارج

شده اما هنوز به هنجاری عادی تبدیل نشده و چندان رسمیت نیافته است. این امر از تمایلات نسل جدید در جامعه‌ای خبر می‌دهد که در گذار از سنت‌ها به دنیای مدرن و در مواردی پسامدرن وجهی التقاطی یافته‌است. فوتبال زنان با حفظ حجاب و موازین اسلامی و نیز حفظ سنت‌های ایرانی، سیگار کشیدن ایشان در برخی از مجامع عمومی و ... در کنار نفوذ ذره به ذره فرهنگ غیر ایرانی به جامعه، از دیگر مضامینی است که از دیدرس هنرمند امروز پنهان نمی‌ماند.

رویکرد سیامک فیلی‌زاده به این بخش از فرهنگ امروز ایرانی در بیانی طنزگونه در تصویر شماره ۱۴ دیده می‌شود. فیلی‌زاده در این اثر با کنار هم قرار دادن تاکیدات نسل نو در استفاده از کالاها و مارک‌های خارجی چون پوشاک برند «بنتون»، پهلوانان ورزش سنتی ایرانی، ماشین نیسان زامیاد آبی‌رنگ مخصوص باربری با انبوه دودی که تولید می‌کند و نیز استفاده از ابرها و کوه‌های نگارگری ایرانی به جای دود ماشین، همه ترکیبی ناهمگون از ناسازه‌هایی را می‌سازد که جامعه ایرانی درگیر آن است. این امر به عنوان دغدغه این نسل که در پی گذر از سنت، حفظ برخی از ارزش‌ها و نیز استقبال از شماری از مولفه‌های دنیای جدید به واسطه ارتباطات جهانی است، توسط این نقاش در وجهی کمیک بازنمایی شده‌است.

نتیجه‌گیری

همان‌طور که گفته شد با توجه به افزایش سواد در جامعه و بالطبع با عنایت به توجه و حساسیت بیشتر افراد باسواد نسبت به محیط و مسایل اطراف خود در کنار ظهور خواست‌های جدید در صحنه اجتماعی این دوران، و تا حدی تحول در نظام ارزشی جامعه (عبدی، ۱۳۸۷) انتظار بازتاب و واکنش نسبت به مناسبات اجتماعی در آثار هنرمندان دهه‌های ۷۰ و ۸۰ بیشتر است. در میان آثار هنرمندان نیز، که با افزایش تعداد دانشگاه‌های هنری رشد بالنده‌ای داشته‌اند، شاهد تکرر نگرش‌های متفاوت نسبت به محیط اجتماعی و افزایش حساسیت به

مسایل شهری پیرامون خود، در مقایسه با گذشته هستیم. در باب تفاوت ارزش‌های نسل جدید (نیز هنرمندانش) با ارزش‌های نسل‌های گذشته (و هنرمندانش) که تجربه جنگ نقشی کانونی در هویت‌شان داشت، باید گفت که نسل جدید دغدغه ارتباطات جهانی و ماهواره‌ای، زندگی در فضای مجازی اینترنت و رد برخی از هنجارها را دارند. ظهور برخی از نشانه‌های نظام سرمایه‌داری در کنار رواج مصرف‌گرایی در این نسل ایشان را به سمت تمایزهایی کشانده که نشان از بروز هویت‌های فردی در مقابل هویت‌های گروهی و اغلب ارزش‌مدار نسل قبل دارد. هم‌چنین ابراز هویت فردی نسل جوان در کنار ذهنیت جهانی‌شدن، ایشان را دچار دغدغه‌هایی میان امر محلی و بومی و جهانی کرده است که نمود آن در هنر به عنوان عرصه‌ای آزاد برای بیان درونیات و ذهنیات هنرمند نشان داده می‌شود.

زنان همراه با بازاندیشی نسبت به خود و نحوه حضورشان در جامعه راه‌کارهای جدیدی به کار گرفتند که این شکل تازه حضور آنان توسط هنرمندان امروز ایران (خصوصاً زنان نقاش) مورد تاکید بوده است. در کنار توجه به محیط شهری و مناسبات حاکم بر آن، بازنمایی هویت‌های فردی با توجه به تمایزات ناشی از انتخاب و مصرف، مدها و مدل‌های گونه‌گونی را می‌سازد که جوانان و زنان با استفاده از آن و به واسطه حضورشان در اجتماع، به معرفی دیدگاه‌ها و ارزش‌های نوین متفاوت با سنت‌ها و هنجارهای گذشته پرداخته‌اند. با در نظر گرفتن وضعیت شکل‌گیری گفتمان هنری نسل جدید در بستر جامعه، در مقایسه با بستر تولید هنری در دهه‌های ۶۰ و ۷۰، به نظر می‌رسد ایشان تمایل بیشتری به بازنمایی مناظر و مولفه‌های شهری و توجه به ضرورت‌های مادی زندگی آن در آثار خود دارند. گویی این مناظر از جمله خیابان‌ها، پاساژها، امکانات و ابزارهایی چون وسایل نقلیه و نیز مواد و اشیا مصرفی روزمره در کنار شلوغی، دود و آلودگی شهری و هم‌چنین نگرانی‌های فکری و حتی مسایل سیاسی، همه به بخشی از دغدغه‌های روزمره نقاش بدل شده‌اند، چیزی که نقاش گذشته برای فرار از آن‌ها، یا به محیط امن و آرام طبیعت پناه می‌برد و یا به زیبایی‌های ذهنی و خیالی نظر می‌انداخت.

باید تاکید نمود که تجربه‌های تازه برآمده از نگرش اسطوره‌ای یا بر گرفته از شاخه‌های هنری قبل نیز در نسل تازه قابل پیگیری است اما به هر حال توجه این مقاله معطوف به آثاری است که بر گرفته از مسایل تازه پیرامونی خلق شده‌اند و این توجه به معنی برتری یکی بر دیگری نیست. گسترش توجه نسل جدید هنرمندان به محیط زندگی خود که همسو با انتظارات ایشان از جامعه و مناسبات آن صورت می‌گیرد، رو به افزایش است.



تصویر شماره ۱۵. شهره مهرا. ۱۳۷۲



تصویر شماره ۲. شهره مهراّن. ۱۳۸۶



تصویر شماره ۳. ایمان افسریان. ۱۳۸۵



تصویر شماره ۴. ایمان افسریان. ۱۳۸۴.



تصویر شماره ۵. احمد مرشدلو. ۱۳۸۴.



تصویر شماره ۶. علی‌رضا جهرمی. ۱۳۸۸



تصویر شماره ۷. عادل یونسفی. ۱۳۸۸



تصویر شماره ۸. داریوش قره‌زاد. ۱۳۸۶



تصویر شماره ۹. مرجان مدنی رزاقی. عنوان: پاساژهای تهران. ۱۳۸۸



تصویر شماره ۱۰. ساغر دبیری. مجموعه‌ی پاساژ تهران. ۱۳۸۷.



تصویر شماره ۱۱. ساغر دبیری. مجموعه‌ی کافی‌شاپ‌های تهران. ۱۳۸۷.



تصاویر شماره ۱۲. آرش صداقت‌کیش.



تصویر شماره ۱۳. بهرنگ صمدزادگان.



تصویر شماره ۱۴. سپامک فیلی زاده

منابع

- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۷) جامعه‌شناسی فرهنگ، تهران: علم.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۷) «زندگی روزمره و کافی‌شاپ» در عباس کاظمی: مطالعات فرهنگی. مصرف فرهنگی و زندگی روزمره در ایران، تهران: جهاد دانشگاهی واحد تهران.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۴) تغییرات اجتماعی در ایران، تهران: اجتماع.
- آزاد ارمکی، تقی و احمد غیاث‌وند (۱۳۸۳) جامعه‌شناسی تغییرات فرهنگی در ایران، تهران: آن.
- اباذری، یوسف و حسن چاوشیان (۱۳۸۱) «از طبقه اجتماعی تا سبک زندگی. رویکردهای نوین در تحلیل جامعه‌شناختی هویت اجتماعی»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۰، صص: ۲۷-۳.
- استوری، جان (۱۳۸۵) مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه، ترجمه: حسین پاینده، تهران: نشر آگه.
- افسریان، ایمان و مهران مهاجر (۱۳۸۷) «پرده‌های ناپلونی: گفت‌وگو با شهره مهران»، حرفه هنرمند، شماره ۲۵، صص: ۱۰۸-۱۱۳.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۸۳) تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی، ترجمه: مریم وتر، تهران: کویر.

بالس، کریستوفر، (۱۳۸۰) «ذهنیت نسلی دیدگاهی روانکاوانه دربارهٔ اختلاف نسل‌ها»، ترجمه: حسین پاینده، *ارغنون*، شماره‌ی ۱۹، چاپ دوم. صص: ۱-۲۹.

بشیریه، حسین (۱۳۷۹) *نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم*، تهران: موسسه فرهنگی هنری آینده پویان.

بنت، اندی (۱۳۸۶) *فرهنگ و زندگی روزمره*، ترجمه: لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: اختران.

توکل، محمد و مریم قاضی‌نژاد (بهار ۱۳۸۵) «شکاف نسلی در رویکردهای کلان جامعه‌شناختی»، *نامه‌ی علوم اجتماعی*، شماره پیاپی ۲۷، صص: ۹۵-۱۲۴.

حمیدی، نفیسه و مهدی فرجی (۱۳۸۷) «مصرف فرهنگی آرایش در میان زنان»، در عباس کاظمی: *مطالعات فرهنگی و زندگی روزمره در ایران* تهران: جهاد دانشگاهی واحد تهران، صص: ۲۲۳-۲۴۴.

رضایی، محمد (۱۳۸۷) «درآمدی بر مطالعات فرهنگی»، در عباس کاظمی: *مطالعات فرهنگی*. مصرف فرهنگی و زندگی روزمره در ایران، تهران: جهاد دانشگاهی واحد تهران، صص: ۲۴-۳.

شالچی، وحید، (۱۳۸۶ پاییز) «سبک زندگی جوانان کافی‌شاپ»، *تحقیقات فرهنگی*، سال اول. شماره‌ی ۱. صص ۹۳ تا ۱۱۵.

عبداللهیان، حمید و نفیسه حمیدی و مهدی فرجی (بهار ۱۳۸۵) «روایت‌شناسی: موارد خاصی از بازاندیشی زنانه در ایران»، *نامه‌ی علوم اجتماعی* شماره‌ی پیاپی ۲۷، صص: ۵۷-۹۳.

عبدی، عباس و محسن گودرزی (۱۳۷۸) *تحولات فرهنگی در ایران*. تهران: روش.

کاظمی، عباس. (۱۳۸۴) «پروپلمتیک زندگی روزمره در مطالعات فرهنگی و نسبت آن با جامعه‌ی ایران»، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، سال اول، شماره‌ی ۴.

کاظمی، عباس، (۱۳۸۸) *پرسه‌زنی و زندگی روزمره‌ی ایرانی*، تهران: آشیان.

گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۸) *تجدد و تشخیص جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه: ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.

منابع تصاویر

<http://persian.kargah.com/>
<http://www.qoqnoos.com/>
<http://www.tavoosonline.com/Artist/>
<http://tehranavenue.com/article>