

ایدئولوژی جنسیتی بصری در آثار نقاشان زن و مرد با موضوع پرتره زنان در شش دهه گذشته در ایران

فرزان سجودی^۱ و لیلا طباطبایی یزدی^{۲*}

چکیده

با نگاهی مقایسه‌ای میان آثار نقاشان مرد و زن که به تصویر چهره زن پرداخته‌اند و بررسی این آثار در طول تاریخ نقاشی معاصر ایران که نگارندگان آن را به سه دوره مجزا تقسیم کرده‌اند می‌توان به نتایج قابل توجهی درباره ایدئولوژی جنسیتی موجود در این آثار دست یافت. این پژوهش با تلفیق دو مفهوم ایدئولوژی جنسیتی و ایدئولوژی بصری به صورت «ایدئولوژی جنسیتی بصری» و کاربست این سازه مفهومی در تحلیل نمونه‌هایی از آثار نقاشان زن و مرد در این سه دوره با استفاده از روش‌شناسی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر، سعی در روشن کردن ایدئولوژی جنسیتی مجسم در این آثار دارد. همچنین، به سیر تحول رویکرد نقاشان در بازنمایی تصویر زن در این سه دوره پرداخته است. در پایان این‌طور نتیجه می‌گیریم که رویکرد تبعیض‌آمیز جنسیتی در بازنمایی زنان در آثار نقاشان مرد از آغازین جریان‌های نقاشی نوگرا تا نقاشی امروز بسیار تعدیل شده است.

واژه‌های کلیدی: ایدئولوژی جنسیتی بصری، بازنمایی، تک‌چهره‌نگاری، نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر، نقد فمینیستی.

پذیرش: ۱۳۹۳/۳/۲۰

دریافت: ۱۳۹۲/۹/۵

مقدمه

مسئله جدایی یا پیوند تولیدات فرهنگی به طور عام و هنر به طور خاص، مدت‌هاست در زمره مباحث مجادله‌برانگیز و مورد بحث نظریه‌پردازان، منتقدان و محققان در زمینه‌های جامعه‌شناسی هنر و مطالعات فرهنگی بوده است. از پیشگامان مهم نظریه نخست مبنی بر

۱. دانشیار دانشکده سینما تئاتر دانشگاه هنر تهران

۲. دانشجوی دکترای هنر اسلامی، دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول) leiliyazdi@gmail.com

جدایی تولیدات هنری از جامعه و تأثیرات زندگی اجتماعی بر هنرمند که هنر را به مثابه پدیده‌ای خودبسنده و کاملاً فارغ از تعیین‌گرهای اجتماعی آن در نظر می‌گیرند، می‌توان به دنیس دنوگو^۱ و آرای او در باب تولیدات هنری اشاره کرد. «دنوگو هنرها را مکاشفه‌رازمیزی می‌داند که تن به تحلیل‌های علوم طبیعی و تجربی نمی‌سپارد» (رامین، ۱۳۸۲: ۱۶). «طرفداران چنین رویکردهایی هر یک به طریقی هنر را برتر از تعیین‌کننده‌های تاریخی و ایدئولوژیکی می‌دانند و تاریخ هنر را تحول درونی سبک، یعنی مستقل از عوامل اجتماعی یا تاریخی بیرون از حوزه زیبایی‌شناسی به شمار می‌آورند» (برود و گاراد، ۱۹۹۴: ۶۳). آن‌ها بر قوه نبوغ هنرمند و ذوق زیبایی‌شناسی‌اش در خلق آفرینش‌های هنری تأکید دارند و در نتیجه هنرمند و اثرش را کاملاً مبرا از تعیین‌گرهای تاریخی، ایدئولوژیکی و فرهنگی- اجتماعی می‌دانند. مقابل چنین رویکردی در نظر گرفتن تمامی عوامل دخیل در تولیدات هنری و از آن جمله تعیین‌گرهای اجتماعی و ایدئولوژیک و قائل بودن به عاملیت و نقش بنیادین و اساسی این عوامل در آفرینش آثار هنری است؛ رویکردی که نمونه‌هایی از آن را می‌توان در آرای نظریه‌پردازان، مورخان و جامعه‌شناسان هنر نظیر جنت ولف^۲، آرنولد هاووزر^۳ و هوارد بکر^۴ جست. پیروان این رویکرد به هنر معتقدند که آثار هنری موجودیتی بسته، خودشمول و متعالی ندارد، بلکه فراورده عوامل تاریخی و ایدئولوژیکی خاصی است که در شرایطی معین گروه‌های اجتماعی قابل شناسایی آن‌ها را انجام می‌دهند، بنابراین «مهر عقاید، ارزش‌ها و شرایط زندگی آن گروه‌ها، و نمایندگانشان را در هنرمندان خاص، بر خود دارند» (همان).

نقش بسیار تعیین‌کننده و حائز اهمیت گفتمان‌ها و فضاها ی ایدئولوژیک مسلط بر بافت اجتماعی و تاریخی هنرمندان در شکل‌گیری آثار هنری را مطلقاً نمی‌توان انکار کرد، آنچنان که قدرت نبوغ، شهود فردی، و قوه ذوق زیبایی‌شناسانه و گاه انگیزه‌های فردی هنرمند را در خلق این آثار نمی‌توان انکار کرد. بنابراین قائل بودن به سرشت ایدئولوژیک هنر آنچنان که مد نظر زیبایی‌شناسی مارکسیستی است، و در عین حال در نظر داشتن جنبه‌های زیبایی‌شناسانه و نبوغ خلاق هنرمند رهیافتی است جامع و دقیق و در عین حال به دور از جنبه‌های کاستی‌گرایانه هر یک از دو رویکرد بالا به طور مستقل و مبتنی بر انکار و نفی همه جنبه‌های دیگر. در پژوهش حاضر سعی بر این است که پس از تعریف مختصر مفاهیم بازنمایی و

1. Denis Donoghue
2. Janet Wolff
3. Arnold Hauser
4. Howard S. Becker

ایدئولوژی جنسیتی بصری، نمونه‌هایی از آثار نقاشی خلق شده به دست هنرمندان زن و مرد را که در دهه‌های اخیر به بازنمایی زنان در آثار خود پرداخته‌اند با استفاده از روش‌شناسی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر تحلیل کنیم و از این رهگذر به مقایسه ایدئولوژی جنسیتی بصری موجود در آثار نقاشی این دو گروه از هنرمندان در طول شش دهه اخیر از تاریخ نقاشی معاصر ایران بپردازیم.

چارچوب نظری

مفهوم بازنمایی در هنر همواره از مفاهیم کلیدی مورد نظر در مباحث مربوط به مطالعات فرهنگی و رویکرد انتقادی و جامعه‌شناسانه به مطالعه هنرها بوده است. تعریفی که هال از مفهوم بازنمایی ارائه می‌دهد تعریفی بسیار جامع و در عین حال بنیادین است، تا جایی که معتقد است اساساً زبان از طریق بازنمایی کارکرد می‌یابد: «از طریق بازنمایی است که زبان عمل می‌کند» (کرس و فون لیون، ۲۰۰۶: ۴). هال (۱۹۹۷) در ابتدای فصل نخست از اثر برجسته خود با عنوان *بازنمایی، بازنمایی فرهنگی و فرایندهای معنابخشی* کاربرد بسیار رایج و عموماً پذیرفته شده از این مفهوم را این‌طور بیان می‌کند: «بازنمایی به معنای استفاده از زبان به منظور گفتن سخنی معنادار درباره جهان یا نشان دادن و نمایاندن جهان به گونه‌ای معنادار به دیگران است» (همان). اما وی در تعریفی که از این مفهوم ارائه می‌دهد گامی فراتر می‌نهد و نقشی بنیادین در فرایند تولید یا ساخت معنا برای این مفهوم متصور می‌شود: «بازنمایی بخش ذاتی و حیاتی در فرایندی است که معنا به وسیله آن ساخته می‌شود و در بین افراد متعلق به یک فرهنگ خاص رد و بدل می‌شود. این به معنای استفاده از زبان، نشانه‌ها و تصاویری می‌باشد که نماینده چیزهای مشخصی هستند و یا آن‌ها را نشان می‌دهند» (کرس و فون لیون، ۲۰۰۶: ۴). هال معتقد است که عمل بازنمایی نه تنها صرفاً منتقل‌کننده معنای از پیش‌ساخته شده نیست، بلکه در ساخت و تولید معنا نقشی فعال دارد. دیدگاه سنتی به فرایند تولید معنا از طریق بازنمایی برای تمامی پدیده‌ها معنایی از پیش‌ساخته و مستقل از نحوه بازنمایی آن‌ها متصور است. در این دیدگاه چیزها در جهان مادی و طبیعی وجود دارد، و مشخصه‌های مادی و طبیعی آن‌هاست که تعیین‌کننده و سازنده معنای آن‌هاست. «اما بعد از چرخش فرهنگی^۱ در دوره مدرن در علوم انسانی و اجتماعی، معنا به عنوان پدیده‌ای در نظر گرفته می‌شود که تولید می‌شود-ساخته می‌شود نه اینکه صرفاً پیدا شود» (همان: ۵). بنابراین،

1. Cultural turn

از این پس در رویکردی که بر ساختگرایی اجتماعی نامیده می‌شود کنش بازنمایی نقشی فعال و سازنده در تولید معنا دارد. در واقع، فرایند بازنمایی خود سازنده بخش قابل توجهی از معناست. بنا بر عقیده استوارت هال، در فرایند بازنمایی نه تنها مدلول مورد نظر با دال زبانی خاصی بازنمایی می‌شود، بلکه دال‌ها و رمزگان زبانی مورد استفاده در فرایند دلالت خود نیز معانی و دلالت‌های تازه‌ای را به مفاهیم پیشین می‌افزایند.

هال سه رویکرد را در بازنمایی معرفی می‌کند که عبارت‌اند از رویکرد بازتابندگی^۱، رویکرد نیت‌مدار^۲، و رویکرد بر ساخت‌گرا^۳. بنا بر رویکرد بازتابندگی فرض بر این است که در فرایند بازنمایی تمامی پدیده‌ها و مفاهیم موجود در متن جهان عیناً به همان صورتی که در جهان خارج وجود دارند و پدیدار می‌شوند به واسطه رمزگان زبانی مورد استفاده در فرایند بازنمایی بازنموده می‌شوند. در واقع، طرفداران چنین رویکردی برای سوژه زبانی نقشی کاملاً منفعل در ساخت معنا در خلال فرایند بازنمایی متصورند. بر اساس این رویکرد به بازنمایی، به نظر می‌رسد که معنا در خود شیء، انسان، ایده یا پدیده در جهان واقع وجود دارد، و زبان در بازتاب معنای حقیقی، آن‌طور که در جهان خارج وجود دارد، به صورت آینه عمل می‌کند (کرس و فون لیون، ۲۰۰۶: ۲۴). این رویکرد به بازنمایی «بر عینیت خارجی تأکید دارد و معتقد است که معانی در خود عینیت-شخص-ایده واقع در جهان واقعی قرار دارند و معانی همان وجود خارجی هستند که در آینه منعکس می‌شود» (ولف، ۱۳۶۷: ۸۸). بنا بر رویکرد دوم که می‌توان آن را رویکرد نیت‌مدار نامید، سوژه زبانی به واسطه رمزگان زبانی خاصی که در اختیار دارد پدیده یا مفهوم مورد نظر را هر آن‌گونه که بخواهد باز می‌نمایاند. از چنین دیدگاهی این سخن گوینده و یا نویسنده است که معنای خاص مورد نظر خود را از طریق به کارگیری رمزگان زبانی موجود (به متن) تحمیل می‌کند (کرس و فون لیون، ۲۰۰۶: ۲۵). بر اساس چنین رویکردی هیچ معنایی از پیش وجود ندارد و ساخته شده نیست، بلکه صرفاً از طریق فرایند بازنمایی و بر اساس خواست و دخالت انحصاری سوژه زبانی است که معناها ساخته می‌شود. این رویکرد به بازنمایی «به نیت و ذهنیت فرد در فهم امر عینی-خارجی تأکید دارد. هر فردی در زمان خلق یک متن، با تکیه بر دانش خود از جهان، روابط و ذهنیتی که دارد جهانی را تصویر می‌کند و فهم او این‌گونه حاصل می‌شود» (ولف، ۱۳۶۷: ۸۸). در واقع، این به معنای نقش تام و

1. Reflective approach
2. Intentional approach
3. Constructionist approach

مطلق سوژه زبانی است در تولید و انتقال معنا، و بدون در نظر گرفتن مفاهیم از پیش موجود و ساخته شده در متن اجتماع و بستر فرهنگی به خصوصی که سوژه‌های زبانی در آن به سر می‌برند. اما رویکرد سوم که معنای مورد نظر حال است و در این پژوهش به آن توجه شده رویکرد برساخت‌گراست. در این رویکرد دیگر نه معنای از پیش ساخته و نه سلیقه و غرض سوژه زبانی، بلکه نحوه بازنمایی و چگونگی به کارگیری نظام‌های بازنمایی است که به تولید معنا می‌انجامد. اشیا و پدیده‌ها به خودی خود دارای معنای مشخصی نیستند، بلکه این ماییم که به واسطه به کارگیری نظام‌های بازنمودی- مفاهیم و نشانه‌ها- معنا را برمی‌سازیم. «این دنیای مادی نیست که باعث برانگیختن معنا می‌شود، بلکه نظام زبانی و یا هر نظام (رمزگانی) دیگری که ما برای بیان مفاهیم مورد نظرمان به کار می‌بریم آن را تولید می‌کند» (کرس و فون لیون، ۲۰۰۶: ۲۵). بنابراین می‌توان آنچه را از این رویکرد به بازنمایی مورد نظر هست این‌طور بیان کرد: «بازنمایی، انعکاس و بازتاب معنای پدیده‌ها در جهان خارج نیست، بلکه تولید و ساخت معنا بر اساس چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی است» (هینیک، ۱۳۷۸: ۱۰). حال استدلال می‌کند که «واقعیت به نحو معنادار وجود ندارد و بازنمایی یکی از شیوه‌های تولید معناست. معنا صریح یا شفاف نیست و از طریق بازنمایی در گذر زمان، یک‌دست باقی نمی‌ماند» (هینیک، ۱۳۷۸: ۱۶).

دومین مفهوم کلیدی مورد نظر در این پژوهش مفهوم ایدئولوژی جنسیتی بصری^۱ است که در واقع تلفیقی است از دو مفهوم ایدئولوژی جنسیتی^۲ و ایدئولوژی بصری^۳ چنانچه مورد نظر نگارندگان این مقاله است. اصطلاح ایدئولوژی جنسیتی به معنای ایدئولوژی یک گروه اجتماعی معین است زمانی که ناظر به مسائل مربوط به جنسیت است. ایدئولوژی جنسیتی به طور کلی در بردارنده مجموعه عقاید، باورها و سنت‌های مربوط به جنسیت و نقش‌های جنسیتی موجود در میان افراد متعلق به یک گروه اجتماعی خاص است. به سخن دیگر، مجموع نگرش‌های مشترکی را می‌توان ایدئولوژی جنسیتی دانست که در میان افراد متعلق به یک زمینه فرهنگی- اجتماعی مشترک نسبت به مفهوم جنسیت، نقش‌ها و ویژگی‌های جنسیتی و از همه مهم‌تر انتظارات به دلیل تعلق فرد به یک جنس خاص نسبت به رفتارهای جنسیتی آن فرد وجود دارد. این نگرش مشترک اغلب شالوده‌ای است از باورهای مذهبی، رسوم و سنت‌های قومی، و از همه مهم‌تر چگونگی توزیع قدرت میان دو جنس و روابط بین فردی آن‌ها که بر اساس این

1. Visual Gender Ideology
2. Gender Ideology
3. Visual Ideology

الگوی توزیع قدرت میان دو جنس شکل می‌گیرد. «ایدئولوژی جنسیتی با باورهای هنجاری درباره نقش‌های مناسب برای دو جنس و نیز طبیعت بنیادین زنان و مردان در جوامع انسانی سروکار دارد» (وودال، ۱۹۹۷).

اصطلاح ایدئولوژی بصری را اولین بار در سال ۱۹۷۳ نیکوس هجینی کولاتو^۱، مورخ هنر، در کتاب خود با عنوان تاریخ هنر و مبارزه طبقاتی به کار برد. «او آثار هنری را چونان ابزارهایی در مبارزه طبقات ملاحظه و آن را به عنوان «ایدئولوژی‌های تصویری» تفسیر می‌کند» (کد، ۲۰۰۳: ۳۶). این اصطلاح برای اشاره به کاربست عینیت‌یافته ایدئولوژی هنرمندان در آثار هنری است. در واقع، شکل دیداری و مجسم همان ایدئولوژی هنرمند است. او در کتابش پیوند آشکار میان ایدئولوژی مربوط به طبقه اجتماعی و آثار هنری هنرمندان متعلق به آن طبقه را در طول تاریخ هنر بررسی می‌کند و معتقد بود که باید تاریخ هنر را با چنین رویکردی مطالعه کرد. وی نقاشی را به عنوان مدیومی دربردارنده فضاهای ایدئولوژیک مربوط به یک طبقه اجتماعی مشخص در نظر می‌گرفت و در تحلیلش از آثار گویا، هوگارت و رمبراند آن‌ها را به مثابه ایدئولوژی‌های دیداری- انتقادی تفسیر می‌کرد. «ایدئولوژی به شکل خالص خود در یک اثر هنری بیان نمی‌شود و اثر هنری رسانه منفعل آن نیست، بلکه خود اثر هنری ایدئولوژی را در قالبی زیباشناختی، طبق قاعده‌ها و قراردادهای تولید هنری زمانه خود بازسازی می‌کند» (رامین، ۱۳۸۲: ۲۶۷).

حال بنابر آنچه در تعریف ایدئولوژی جنسیتی و ایدئولوژی بصری گفته شد، به تشریح مفهوم مورد نظر نگارندگان از تلفیق این دو مفهوم در قالب اصطلاح ایدئولوژی جنسیتی بصری خواهیم پرداخت. در حقیقت معنای مورد نظر محققان از این اصطلاح این بار شکل مشخصی از مفهوم ایدئولوژی بصری است: نوعی ایدئولوژی بصری که ناظر بر مقوله جنسیت، یا به بیان دقیق‌تر حامل ایدئولوژی جنسیتی است. همچنین، می‌توان این مفهوم را این‌طور تعریف کرد: ایدئولوژی جنسیتی مجسم و عینیت یافته در متن هر رسانه دیداری. این ایدئولوژی جنسیتی منجمدشده در بافت رمزگانی رسانه‌های بصری ممکن است گاه بسیار روشن و به راحتی قابل تشخیص باشد و گاه در لایه‌های زیرین این رمزگان بصری پنهان باشد و به روشنی قابل انتقال و درک نباشد. همچنین، این ایدئولوژی جنسیتی عینیت یافته در بستر رسانه بصری ممکن است نمودی از همان ایدئولوژی جنسیتی مسلط در جامعه و مورد حمایت نهادهای قدرت باشد، در نتیجه در جهت بازتولید و تبلیغ این ایدئولوژی مسلط به کار گرفته شده باشد.

1. Nicos Hadjinicolaou

همچنین، ممکن است متفاوت با ایدئولوژی جنسیتی مسلط باشد، بنابراین تلاشش به چالش کشیدن مشروعیت آن و نوعی مبارزه علیه آن باشد. در این صورت شاید بتوان آن را «ایدئولوژی جنسیتی بصری انتقادی» نامید. (با تأسی از تفسیری که هجینی کولائو برای توصیف ایدئولوژی بصری موجود در تابلوهای رامبراند، هوگارت و گویا مطرح می‌کند و آن را «ایدئولوژی بصری انتقادی» می‌نامد).

روش تحقیق

نظریه فمینیسم در نقد هنری

رویکرد نظری فمینیسم در مطالعه تولیدات فرهنگی اعم از هنر و ادبیات چندین دهه است که به صورت گرایشی مدّون و روش‌مند در نقد هنری و ادبیات تبدیل شده است. ورود نظریه فمینیسم به تاریخ هنر در اوایل دهه ۱۹۶۰ همراه بود با بازنگری در تاریخ هنر و نیز مباحث زیباشناسی و فلسفه هنر با هدف بیرون کشیدن و برملا کردن روابط سلطه پنهانی نهفته در پس‌متون و مباحث مربوط به این گرایش‌ها. «هرآنچه را پیش‌تر به عنوان مقولاتی فارغ از بعد زمان، و ارزش‌هایی جهانی در زیباشناسی برمی‌شمردند فمینیست‌ها به چالش کشیدند؛ آن‌ها مدعی بودند مقولاتی نظیر هنرهای زیبا، نبوغ خلاقانه، و ادراک زیبایی‌شناسانه بر اساس سوی‌گیری‌های جنسیتی قاب‌بندی شده‌اند» (هریسون، ۲۰۰۳: ۵). «بنا به گفته پیشگامان جنبش فمینیستی در هنر، هدف فمینیسم این بود که طبیعت هنر را دگرگون کند، و از طریق معرفی کردن و ارائه پرسپکتیو سرکوب‌گرانه‌ای که تا بدین نقطه از تاریخ هنر از زنان وجود داشت، فرهنگ را دچار تحولی فراگیر و دائمی کند» (هال، ۱۹۹۷: ۱۰).

مجموعه پژوهش‌های تاریخی، همچنین تلاش‌های انتقادی فمینیست‌ها در عرصه تاریخ هنر را می‌توان ذیل دو مقوله کلی گنجانند. اول اینکه چرا و چگونه هیچ اثری از زنان هنرمند در تاریخ هنرها موجود نیست، که این خود دو فرضیه به همراه دارد: آیا هیچ هنرمند زن برجسته‌ای در عرصه هنر و ادبیات در طول تاریخ وجود نداشته است یا اینکه زنان هنرمند (به دلایلی) از تاریخ هنر کنار گذاشته شده‌اند؟ از میان آثار فمینیستی بی‌شماری که به این مقوله پرداخته‌اند می‌توان به اثر کلاسیک و بسیار ارزش‌مند لیندا ناکلین (۱۹۷۱) اشاره کرد، به نام «چرا هیچ هنرمند بزرگ زنی وجود نداشته است»^۱. وی در این مقاله دلیل فرصت نیافتن زنان

1. "Why Are There No Great Women Artists?"

برای تبدیل شدن به هنرمندانی بزرگ و صاحب شهرت و در نتیجه وارد نشدن هنرمندان زن به جریان اصلی تاریخ هنر را در ساختارهای اجتماعی و ایدئولوژیکِ مردسالارانه در طول تاریخ غرب می‌جوید.

دومین مقوله عمده در نظریه فمینیستی در نقد هنری به نحوه بازنمایی زنان در هنرها و ادبیات در طول تاریخ نظر دارد و در پی به چالش کشیدن روابط سلطه و ایدئولوژی جنسیتی گاه نهفته و گاه آشکار در این آثار است. هنر فمینیستی در حقیقت برای به انجام رساندن چنین رسالتی بود که شکل گرفت. «هنر فمینیستی با وارونگی آگاهانه کم و بیش همه ارزش‌های زیبایی‌شناختی به جنبش‌هایی در جهان هنر پیوست - و گاهی آن را رهبری کرد - که آن جنبش‌ها با تاختن به هسته مفهوم هنر، همگان را سردرگم، شگفت‌زده و خشمگین ساخته‌اند» (مهدی‌زاده و اسمعیلی، ۱۳۹۱: ۲۱۲). «یکی از عرصه‌های اعمال قدرت و به کارگیری استراتژی مقاومت، مواجهه زنان با گفتمان مسلط مردان است. فمینیست‌ها هدف خود را مبارزه در برابر سوژه‌شدگی زن در گفتمان مسلط مردانه می‌دانند» (راودراد و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲۷).

پژوهش حاضر نیز از همین دومین مقوله نگرش فمینیستی به هنرها سود می‌جوید، که همان رویکرد انتقادی و اعتراض فمینیست‌ها به رویکردهای تبعیض‌آمیز جنسیتی هنرمندان مرد به بازنمایی تصویر زن در تاریخ هنر اشاره دارد. «مقوله زیبایی‌شناسی اگرچه به طور سنتی به عنوان مقوله‌ای نگرسته می‌شده است که از نظر جنسیتی خنثی است، اما این مفاهیم به روشنی متوجه فعالیت‌های مردان بوده است، آثار خلاقانه زنان را نادیده گرفته است و زنان را به صورت ابژه‌هایی منفعل برای تمجید و ستایش طبقه‌بندی کرده است» (هریسون، ۲۰۰۳).

منتقدان فمینیست معتقدند هویتی که از زن در مقام سوژه‌های هنری آثار هنرمندان مرد مشاهده می‌کنیم هویتی است نه ذاتی زنان، بلکه برساخته ایدئولوژی جنسیتی مسلط در جوامع که همان مجموعه باورها و نگرش‌های ناظر به مسئله جنسیت در میان افراد متعلق به فرهنگ و جامعه مشخصی است. بنابراین، آنچه از طیف گسترده جریان‌ها و رویکردهای نظری فمینیسم در روش‌شناسی این پژوهش مورد نظر است نظریه فمینیستی پس‌اساختارگرایانه است. این رویکرد، زنان و مفهوم زنانگی را به صورت مفهومی طبیعی و از پیش ساخته شده در نظر نمی‌گیرد که در آثار هنری بازنمایی می‌شود، بلکه معتقد است که زنان به عنوان گروه اجتماعی و نیز ماهیت و اساس زنانگی امور برساخته اجتماع، همچنین فرایندهای بازنمایی است. «فمینیست‌های پس‌اساختارگرا زن بودن را به منزله دارا بودن تفاوت‌های بیولوژیکی نسبت به مردان در نظر نمی‌گیرند، بلکه آن را ماحصل فرایندی روان‌شناختی از سلطه مردانه تعریف می‌کنند» (فون لیون و جویت، ۲۰۱۰: ۲۰۲).

نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر^۱

رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی برای تحلیل تصاویر که از آن به نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر یاد می‌شود، با هدف دریافتن اینکه تصاویر چگونه پیام‌هایی را که حامل آن است به مخاطبان خود منتقل می‌کند، برگرفته از همین رویکرد در نشانه‌شناسی است و در اینجا در چارچوب مطالعات فرهنگی به تحلیل تصاویر می‌پردازد. این رویکرد را چنین توصیف کرده‌اند: «توصیف منابع نشانه‌ای، اینکه با تصاویر می‌توان چه چیزی گفت و چه کاری انجام داد، و اینکه چطور آنچه افراد با استفاده از این تصاویر می‌گویند و انجام می‌دهند تفسیر می‌شود» (فون لیون و جویت، ۲۰۱۰: ۱۲۶). پیروان این رویکرد به طور کلی تولید و دریافت نشانه‌ها را عملی اجتماعی می‌دانند و نشانه‌ها را به صورت پدیده‌هایی ثابت و ایستا نمی‌نگرند، بلکه آن‌ها را به مثابه پدیده‌هایی چندوجهی^۲ و دربردارنده معانی چند لایه در نظر می‌گیرند. «اگرچه نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر تنها چارچوب نظری برای کاوش در این مورد نیست که چگونه تصاویر معناها را القا می‌کنند، این رویکرد در تمرکز بر اینکه یک تصویر نتیجه نوعی فعالیت خلاقه انفرادی نیست، بلکه برعکس خود یک فرایند فرهنگی است، منحصر به فرد است. بنابراین معنای هر تصویر حاصل گفتگویی است میان تولیدکننده و مخاطب آن تصویر، و بازتابنده ارزش‌ها و نگرش‌های انفرادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آن‌ها» (اسملسر و بالتز، ۲۰۰۱: ۶).

روش‌شناسی نشانه‌شناسی اجتماعی تصویر را گانتز کرس و تئو فون لیوون (۲۰۰۶) به صورت مدلی عملی در تحلیل تصاویر مطرح کردند. آن‌ها سه سطح از معنا را در تحلیل تصاویر از یکدیگر جدا کردند: معنای بازنمودی^۳، معنای تعاملی^۴ و معنای ترکیبی^۵. معتقدند تفکیک این سه سطح از معنا در تحلیل متون تصویری شیوه‌ای نظام‌مند برای واسازی آن‌ها و آشکار کردن الگوهای (نهانی) آن‌هاست؛ روشی برای بیرون کشیدن معناهای پنهان در دل تصاویر (اسلازمن، ۲۰۰۶). از آنجا که ما در پژوهش پیش رو تنها به تحلیل پرتره‌ها خواهیم پرداخت و فرانش ترکیبی در تحلیل پرتره‌ها عموماً کاربرد چندانی ندارد، در این قسمت به توضیح اجمالی دو فرانش بازنمودی و تعاملی اکتفا خواهیم کرد.

1. Visual social semiotics
2. Multimodal
3. Representational meaning
4. Interactional meaning
5. Compositional meaning

کرس و فون لیوون معنای بازنمودی را در دو ساخت عمده در نظر می‌گیرند که عبارت‌اند از: ۱. ساخت‌های روایتی^۱، که منظور از آن روایت‌هایی است که درون ترکیب‌بندی تصاویر وجود دارد. در واقع، تصاویر با به کارگیری منابع نشانه‌ای در ترکیب‌بندی خود روایت‌های مختلفی برای ما نقل می‌کنند؛ اینکه درون یک تصویر چه چیز دارد به وقوع می‌پیوندد. خطوط یا بردارهای نیروی ذهنی میان عناصر و افراد موجود در یک تفسیر (برای مثال، خطوط عمودی و افقی اشیا و سطوح موجود در تصاویر، خطوط پیکرها، خطوط فرضی حاصل از دنبال کردن جهت نگاه‌ها و جزآن) حامل جریان‌های پویایی است که به نحوی نمادین گویای روابط قدرت میان این المان‌ها و افراد است.

۲. ساخت‌های مفهومی^۲. این ساخت‌های بصری روایت‌کننده جریان‌ها و روابط قدرت میان المان‌ها و افراد موجود در تصاویر نیست، بلکه اساساً توصیف‌کننده و تبیین‌کننده مفاهیم مشخصی است. این دسته از تصاویر المان‌ها و اجزای موجود در خود را به نوعی دسته‌بندی و سامان‌دهی می‌کنند و پیامی که برای مخاطب خود به همراه دارند چیزی نیست جز همین تبیین چستی و جایگاه این عناصر. در این‌گونه تصاویر المان‌ها و افراد حاضر در قاب تصویر به نوعی در جای خود نشانه شده‌اند و هدف از نمایش آن‌ها توصیف و تبیین ویژگی‌های آن‌ها یا انتساب ویژگی‌های مشخصی به آن‌هاست.

از آنجا که در مطالعه موردی این پژوهش به بررسی آثار پرتره می‌پردازیم، عملاً تنها با ساخت مفهومی در معنای بازنمودی سروکار داریم، و بیشتر توجه در تحلیل نمونه‌ها به سه مؤلفه اصلی برساننده معنای تعاملی معطوف است.

بر اساس تحقیقات کرس و فون لیوون معنای تعاملی و در بردارنده روابط معنایی میان عناصر موجود در تصویر و مخاطبان خارج از قاب تصویر صورت می‌پذیرد و از سه رهگذر عمده صورت می‌یابد: تماس^۳، فاصله^۴ و نقطه دید^۵. تماس در این مدل به معنای این است که رابطه نگاه شخص یا اشخاص داخل تصویر به اشخاصی که در بیرون از قاب تصویر و به عنوان نظاره‌گر وجود دارند به چه صورت است. آیا این نگاه مستقیم، خیره، بیانگرانه، جستجوگر و مطالبه‌گر است؟ یا اینکه غیرمستقیم، گنگ، بدون معنا و معطوف به دوردست‌هاست؟ کرس و فون لیوون

1. Narrative structures
2. Conceptual structures
3. Contact
4. Distance
5. Point of view

دسته اول از تصاویر را که در آن‌ها شخص یا اشخاص موجود در تصویر نگاه‌های معنادار و مطالبه‌گری به تماشاگران دارند تصویرهای مطالبه‌گر^۱ می‌نامند؛ مانند تصاویری که در آن‌ها افراد نگاه‌هایی دارند که احساس‌هایی نظیر حس همدردی، دلسوزی، درگیری و جزآن را در مخاطب برمی‌انگیزد. همچنین، دسته دوم از تصاویر را که حامل چنین نگاه‌های مستقیم و مطالبه‌گری به تماشاگران خود نیست، و در واقع دارای چنین تماس خیالی‌ای میان فرد یا افراد حاضر در دنیای درون و خارج از تصویر نیست و در عوض تنها دربردارنده اطلاعات مشخصی برای آن‌هاست تصاویر ارائه‌دهنده^۲ می‌نامند. دومین عامل که همان فاصله است در اینجا به معنای نسبتی است که میان ابعاد قاب تصویر و سوژه درون تصویر وجود دارد. تقسیم‌بندی این فاصله، همچنین معناهای نمادینی که هر یک دربردارند بنا بر عقیده کرس و فون لیوون به چند دسته تقسیم می‌شود.

این فاصله ممکن است بسیار نزدیک باشد مانند آنچه در اصطلاح سینمایی کلوزآپ^۳ یا نمای نزدیک نامیده می‌شود. این نمای نزدیک که در آن بیشتر سطح تصویر را سوژه اشغال می‌کند، به نوعی بیانگر اهمیت برجسته سوژه است که به بیشترین نحو ممکن باعث ایجاد حس نزدیکی میان بیننده و سوژه موجود در قاب تصویر می‌شود.

حالت دوم فاصله متوسط است که در اصطلاح سینمایی نمای میانه^۴ نامیده می‌شود و در آن سوژه به طور تقریبی نیمی از سطح تصویر را اشغال می‌کند. این در واقع همان نمای معمولی و روزمره‌ای است که ما انسان‌های اطراف خود را با آن نگاه می‌کنیم؛ نوعی حس طبیعی بودن و عادی بودن را می‌رساند.

و اما آخر از همه فاصله دور است که در اصطلاح سینمایی نمای دور^۵ نامیده می‌شود و در این نما سوژه بخش بسیار کوچکی از سطح تصویر را اشغال می‌کند و رابطه ابعاد قاب تصویر و سوژه بازنموده شده در بیشترین حالت قرار دارد. استفاده از این نما برای نمایش فرد یا افرادی نشان از بی‌اهمیت یا کم‌اهمیت بودن آن‌ها و یا جایگاه فرودست آن‌هاست.

سومین عامل نقطه دید^۶ است. نقطه دید در واقع حامل دو بردار افقی و عمودی و هر یک دارای گستره متنوعی از اشکال ممکن است. بنا بر عقیده کرس و فون لیوون هر یک از این

1. Demand pictures
2. Offer pictures
3. Close-up
4. Medium shot
5. Long shot
6. Point of view

حالات ممکن در بردارنده معنای نمادین مشخصی است. بردار افقی نقطه دید شامل سه حالت کلی زاویه روبه‌رو^۱، سه‌رخ^۲ و نیم‌رخ^۳، همچنین گستره متنوعی از حالات ممکن دیگر در میان این سه حالت است. زاویه تمام‌رخ یا روبه‌رو امکان درگیری حداکثری مخاطب با سوژه موجود در قاب تصویر را فراهم می‌کند. این حالت ممکن است در بردارنده معنای نمادین درگیری مستقیم و نزدیک با سوژه باشد. زاویه نیم‌رخ کمترین مجال درگیری میان سوژه در تصویر و تماشاگر را فراهم می‌کند و توجه تماشاگر را تا حد ممکن از سوژه به دور نگه می‌دارد. حالت میان این دو که زاویه سه‌رخ نامیده می‌شود و در واقع حالت تعدیل شده‌ای است از دو حالت قبلی، و امکان مشارکت و درگیری نسبی میان تماشاگر و سوژه را فراهم می‌کند. بردار عمودی نیز درست مشابه بردار افقی دارای سه حالت اصلی است و گستره‌ای از حالات ممکن در میان این سه حالت را فراهم می‌کند. زاویه دید از بالا به پایین^۴ به معنای جایگاه فرودست شخص نظاره‌شونده نسبت به جایگاه فرد نظاره‌گر است. این زاویه دید در بردارنده رابطه قدرتی نمادین از جانب تماشاگر بر سوژه حاضر در تصویر است. حالت دیگر زاویه دید از پایین به بالا^۵ است که درست برعکس حالت قبلی خبر از جایگاه فرادست سوژه موجود در تصویر نسبت به جایگاه تماشاگر دارد. حالت سوم نقطه دید هم‌سطح^۶ میان تماشاگر و سوژه نمایش داده شده است که به معنای رابطه قدرتی نسبتاً خنثی میان نظاره‌کننده و نظاره‌شونده است.

کرس و فون لیوون مؤلفه‌های سازنده معنای ترکیبی را ارزش اطلاعات^۷، قاب‌بندی^۸، برجستگی^۹ و واقع‌نمایی یا مودالیتته^{۱۰} معرفی می‌کنند و به تشریح آن‌ها و کارکردشان در ایجاد و انتقال معنای ترکیبی می‌پردازند. از آنجا که در پژوهش حاضر تنها به تحلیل نمونه‌هایی از تصاویر پرتره خواهیم پرداخت، تنها با دو مؤلفه برجستگی و واقع‌نمایی سروکار خواهیم داشت. منظور از برجستگی کاربرد عناصر بصری، به خصوص رنگ در جهتی است که توجه تماشاگران را به قسمت مشخصی از تصویر جلب کند. برای مثال، استفاده از کنتراست‌های رنگی یا رنگ

1. Front angle
2. Semi profile
3. Profile
4. High angle
5. Low angle
6. Eye angle
7. Value of information
8. Framing
9. Saliency
10. Modality

قرمز توجه تماشاگران را به خود معطوف می‌کند. منظور کرس و فون لیوون از مفهوم مودالیتته این است که سوژه یا پدیده بازنمایی شده در تصویر تا چه اندازه به شکل حقیقی آن در خارج از مرزهای تصویر نزدیک یا از آن دور است. برای مثال، رسانه عکس به دلیل ثبت واقعیت ابژه‌ها در زمان خاص همواره از مودالیتته بالایی برخوردار است، اما در دیگر مدیوم‌های هنری میزان مودالیتته ابژه تصویر شده بسته به میل هنرمند متغیر است. ابژه بازنمایی شده در این آثار هنری گاه با مودالیتته‌ای بالا و بسیار واقعی، و گاه با مودالیتته‌ای بسیار پایین و به صورتی انتزاعی و خیالی ترسیم می‌شود.

یافته‌های تحقیق

در میان آثار تجسمی، پرتره‌نگاره‌ها و به طور کلی آن دسته از آثاری که به طور برجسته به بازنمایی صورت زنان پرداخته‌اند می‌توان به شواهد بصری بسیار روشنی از ایدئولوژی جنسیتی مسلط در جامعه دست یافت. به عقیده نگارندگان این پژوهش این دسته از آثار نیز همچون دیگر آثار تجسمی که به بازنمایی زنان پرداخته‌اند، خبر از ایدئولوژی جنسیتی موجود و مسلط در جامعه و در مجموع نگاهی می‌دهد که در فرهنگ ما به ماهیت و نقش زنان وجود دارد. بنابر گفته جووانی وودال^۱ در پژوهشی که درباره تاریخ پرتره‌نگاری انجام داده است، پرتره‌نگاری را می‌توان به مثابه یکی کنش اجتماعی در نظر گرفت (ودال، ۱۹۹۷).

در پژوهش حاضر نگارندگان مجموع شش دهه نقاشی معاصر ایران را از ابتدای شکل‌گیری اولین جریان‌های نقاشی نوگرا تا آنچه از آن با عنوان نقاشی امروز یاد می‌شود، بر اساس مشاهده تجربی خود و دریافتن وجوه افتراق در مضمون و تکنیک‌های فرمی در آثار نقاشان زن و مرد، به سه دوره تقسیم کرده‌اند. دوره اول شامل هنرمندانی از اولین و دومین نسل از آغاز جریان نقاشی نوگراست. دوره دوم اختصاص دارد به سومین و چهارمین نسل از نقاشان پس از نقاشی نوگرا شامل یک دهه قبل و یک دهه بعد از انقلاب اسلامی. و بالاخره دوره سوم که همان نقاشان جوان امروزند جریان نقاشی امروز ایران را رقم می‌زند. در انتخاب نمونه‌ها از بروشورهای نمایشگاه‌ها، کاتالوگ مجموعه آثار جشنواره‌های تجسمی فجر، همچنین دوسالانه‌های نقاشی ایران استفاده شده است.

گروه اول: نقاشان متعلق به اولین و دومین نسل از آغاز جریان نقاشی نوگرا در ایران. در این دوره در میان نقاشان مرد می‌توان از علی‌اکبر معصومی (۱۳۱۲-)، صادق تبریزی (۱۳۱۷-)، ژازه تباتبایی (۱۳۰۹-۱۳۸۶)، پرویز کلانتری (۱۳۱۰-) و ناصر اوپسی (۱۳۱۳-)، و در میان

1. Jouvana Woodal

نقاشان زن از مهین عظیما (۱۳۰۸-)، لیلی متین دفتری (۱۳۱۵-۱۳۸۸)، معصومه حسینی (۱۳۰۵-۱۳۹۱) و شکوه ریاضی (۱۳۰۰-۱۳۴۱) نام برد.



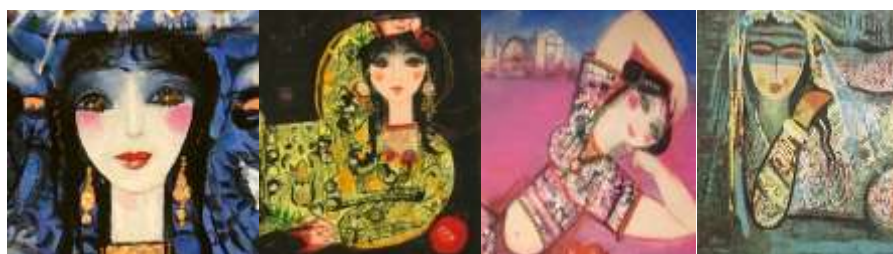
شکل ۱. علی‌اکبر معصومی شکل ۲. علی‌اکبر معصومی شکل ۳. علی‌اکبر معصومی شکل ۴. پرویز کلانتری



شکل ۷. زاره تباتبایی

شکل ۶. صادق تبریزی

شکل ۵. صادق تبریزی



شکل ۱۱. ناصر اویسی

شکل ۱۰. ناصر اویسی

شکل ۹. ناصر اویسی

شکل ۸. زاره تباتبایی

ایدئولوژی جنسیتی بصری در آثار نقاشان زن و مرد با...



شکل ۱۲. مهین عظیمیا شکل ۱۳. مهین عظیمیا شکل ۱۴. منصوره حسینی شکل ۱۵. منصوره حسینی



شکل ۱۶. شکوه ریاضی شکل ۱۷. لیلی متین دفتری شکل ۱۸. لیلی متین دفتری شکل ۱۹. لیلی متین دفتری

گروه دوم: نقاشان نسل سوم و چهارم از آغاز جریان نقاشی نوگرا در ایران. در این بخش در میان نقاشان مرد می توان از بهرام دبیری (۱۳۲۹-) و غلامعلی طاهری (۱۳۳۵-) و از میان نقاشان زن از معصومه مظفری (۱۳۳۷-)، شیده تامی (۱۳۴۱-) نام برد.



شکل ۲۰. بهرام دبیری شکل ۲۱. بهرام دبیری شکل ۲۲. غلامعلی طاهری شکل ۲۳. غلامعلی طاهری



شکل ۲۴. شیده تامی شکل ۲۵. شیده تامی شکل ۲۶. معصومه مظفری شکل ۲۷. معصومه مظفری

گروه سوم: نقاشان امروز. در این دوره در میان نقاشان زن می‌توان از هاله جمالی (۱۳۵۰-)، شیرین قندچی (۱۳۵۹-)، سمیرا اسکندر فر (۱۳۵۹-)، آفرین ساجدی (۱۳۶۰-)، راحله بصیر (۱۳۶۳-)، آهو حامدی (۱۳۶۰-)، و در میان نقاشان مرد از بابک روشنی‌نژاد (۱۳۵۶-)، رضا عظیمیان (۱۳۵۶-)، علی راد (۱۳۶۲-) و فرید مرشدزاده (۱۳۵۳-) نام برد.



شکل ۲۸. بابک روشنی‌نژاد شکل ۲۹. بابک روشنی‌نژاد شکل ۳۰. رضا عظیمیان شکل ۳۱. رضا عظیمیان



شکل ۳۲. علی راد شکل ۳۳. علی راد شکل ۳۴. فرید مرشدزاده شکل ۳۵. فرید مرشدزاده



شکل ۳۶. سمیرا اسکندر فر شکل ۳۷. سمیرا اسکندر فر شکل ۳۸. سمیرا اسکندر فر شکل ۳۹. شیرین قندچی



شکل ۴۰. شیرین قندچی شکل ۴۱. شیرین قندچی شکل ۴۲. هاله جمالی شکل ۴۳. هاله جمالی



شکل ۴۴. آهو حامدی شکل ۴۵. آهو حامدی شکل ۴۶. آفرین ساجدی شکل ۴۷. آفرین ساجدی



شکل ۴۸. آفرین ساجدی شکل ۴۹. راحله بصیر شکل ۵۰. راحله بصیر شکل ۵۱. راحله بصیر

مجموعه یافته‌های پژوهش حاضر دربارهٔ وجوه افتراق تکنیکی و مضمونی و به طور کلی رویکرد بازنمایی تصویر زن یا به طور دقیق‌تر جنسیت زنانه، در آثار نقاشان زن و مرد در دورهٔ معاصر را در دسته‌بندی دوره‌ای انجام‌شدهٔ نگارندگان، می‌توان این‌طور خلاصه کرد: در آثار هنرمندان مرد در دورهٔ اول، زنان با مودالیتتهٔ بسیار پایین بازنمایی شده‌اند و تمامی توجه نقاشان مرد معطوف به خلق زیبایی ظاهری صورت و پیکر زنان است. این توجه گاه در اغراق‌آمیزترین حالت خود باعث خلق چهره‌هایی می‌شود که هیچ شباهتی با زنان «واقعی» و جهانی ندارد که در آن زیست می‌کنند، و این مسئله تا جایی پیش می‌رود که گاه با صورت‌هایی کاملاً تصنعی و عروسک‌گون مواجه می‌شویم که خاصیتی شیء‌واره دارند. همچنین، در اغلب موارد زنان سوژه شده در آثار هنرمندان مرد این دوره، در فضاهایی تخیلی و انتزاعی باغ و بهشت‌مانند با ترکیب‌بندی‌های رنگی متنوع و گرم و سرزنده به نمایش در آمده‌اند. می‌توان گفت چنین رویکردی در بازنمایی زنان در این دوره، یا همان ایدئولوژی جنسیتی مسلط در آثار مربوط به این دوره، از یک سو بازتابی است از ایدئولوژی جنسیتی مشخصاً مردسالارانه در این دوران و جایگاه فرودست زنان از نظر اجتماعی و در واقع محدود شدن موجودیت زنانه در قالب کلیشه‌های جنسیتی مشخصی که آنان را در ذهن مردانهٔ زمانهٔ خود محصور می‌کرد؛ در واقع، می‌توان به این آثار همچون مانیفستی بصری از ایدئولوژی جنسیتی تبعیض‌آمیز در این دوران نگریست. از سوی دیگر وسیله‌ای بود برای بازتولید و استمرار این الگوهای جنسیتی. اما جالب توجه اینکه در آثار نقاشان زن در این دوره رویکردی کاملاً متفاوت نسبت به هم‌تابان مرد خود در بازنمایی چهرهٔ زنان و جنسیت زنانه را شاهدیم. سوژه‌های زن در این آثار نیز عموماً از مودالیتتهٔ پایینی برخوردارند، اما مجموع ویژگی‌های ترکیب‌بندی فرمی و رنگی به هیچ عنوان در

جهت تأکید بر ویژگی‌های ظاهری مرسوم در گفتمان بصری مسلط در آن دوران نیست که دلالت بر جنسیت زنانه دارند. در عوض در این آثار موجوداتی انسانی را شاهدیم با حالات صورت و ژست‌های «واقعی‌تر» که بیشتر یادآور موجودیت انسانی سوژه‌های به تصویر آمده است تا روایتی شیئیت‌انگارانه از آنان. حتی در انتزاعی‌ترین سبک‌ها در بازنمایی زنان حالات اجزای چهره و ژست‌ها به نحوی بازنمایی شده‌اند که دارای وجه بیانگرانه برجسته‌ای است؛ وجه بیانگرانه‌ای که حکایت از حالات درونی مغموم و تجربه زیسته زنان به عنوان سوژه‌های حقیقی انسانی در خارج از مرزهای آثار هنری و در متن زندگی حقیقی اجتماعی‌شان در آن دوران دارد. سوژه‌های زن در این آثار، اینجا نیز درست برخلاف سوژه‌های زن در آثار نقاشان مرد در این دوره، نه در فضاهای خیالی و انتزاعی که یادآور باغ‌های بهشتی است، بلکه عموماً در محیط‌های بسته خانگی با ترکیب‌بندی رنگی تیره و گرفته نمایش داده شده‌اند که مجموعاً واقع‌نمایانه‌تر به نظر می‌رسند.

و اما در دوره دوم، زنان در آثار هنرمندان مرد دیگر با آن زیبایی آرمانی و اغراق‌آمیز نشان داده نمی‌شوند و فضای کلی این آثار کمتر بار تخیلی و تغزلی دارد. اجزای چهره این زنان، لباس‌هایی که بر تن دارند، پیش‌زمینه‌ای که آن‌ها را در بر گرفته است و به طور کلی فضای کلی این آثار که ده‌های قبل و بعد از انقلاب را دربرمی‌گیرد با اینکه همچنان دارای عناصر نمادگرایانه و آرمانی است، نسبت به آثاری که در دوره پیشین شاهد آن بودیم طبیعی‌تر و واقع‌نما‌تر به نظر می‌رسد. مجموع ترکیب‌بندی‌های فرمی و رنگی دارای مودالیتته بالاتری است و بیشتر به زنان «واقعی» شبیه و نزدیک به نظر می‌رسد. اما حتی در آثاری که زنان با حجاب سر تصویر شده‌اند، این حجاب سر تأثیری بر توجه و تأکید هنرمندان بر زیبایی تمام و کمال و بی‌نقص چهره‌های سوژه‌های زن نداشته است و ما در این آثار هم شاهد کاربست اصول و قواعد مرسوم زیبایی‌شناسی در تصویر کردن صورت زنانه و در نتیجه حضور زنانی با چهره‌های زیبا و بدون نقص‌ایم. اگر بخواهیم از تعبیر ریو-سارسه (۱۳۸۵) استفاده کنیم، در آثار نقاشی‌ای که در این سال‌ها به بازنمایی زنان پرداخته‌اند، فضا میان اُبژه لوکس و فرشته خانگی نسبت به گذشته تنگ‌تر می‌شود و زنان در حد فاصل میان این دو کارکرد ترسیم می‌شوند. می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که به طور کلی نحوه بازنمایی زنان در آثار نقاشان مرد متعلق به دو دوره‌ای که بحث شد تا حدود بسیار زیادی منطبق بر انتظارات و چشم‌داشت‌های جنسیتی مسلط در فضای اجتماعی و فکری این دوره‌ها بوده است. حال اگر به نمونه‌هایی از آثار هنرمندان زن در این دوره در بازنمایی چهره زنان نظری بیفکنیم، با تصویری کاملاً متفاوت از

سوژه زن نسبت به آنچه در آثار همتایان مرد خود می‌دیدیم، مواجه می‌شویم. در تمامی این نمونه‌ها حضور تازه‌ای از جنسیت و نقش زنان را شاهدیم. زنان در این نمونه‌ها چه از نظر فرمی و ترکیب‌بندی رنگی از مودالیت‌های بالا برخوردار باشند یا نباشند، زنانی بسیار واقعی به نظر می‌رسند و وجه بیانگری در تمامی اجزای چهره آن‌ها مشهود و نمایان است. سوژه‌های زن در این آثار با حالات چهره و ژست‌هایی کاملاً عادی و روزمره به نظر می‌رسند و هیچ تأکیدی از سوی هنرمند بر زیبایی ظاهری صورت و پیکر آن‌ها به چشم نمی‌خورد. این سوژه‌های زن به سان زنان حقیقی و روزمره‌ای در بستر تجربه زندگی واقعی خود می‌مانند که حالا در درون قاب تصویر ثبت شده‌اند. همچنین، پیش‌زمینه‌ای که زنان در این آثار در آن‌ها نمایش داده شده‌اند عموماً فضاهای خانگی و سربسته‌ای است که با حالت گرفته و ترکیب‌بندی‌های تیره و واقع‌نمایشان یادآور همان فضاهای خانگی است که زنان در آن دوره بیشتر اوقات خود را در آن محصور بودند.

نکته قابل توجه اینکه در آثار نقاشان زن این دوره و دوره پیشین با سوژه‌های زنی مواجه‌ایم که به نظر می‌رسد از تمامی ویژگی‌های ظاهری جنسیت زنانه خود که در آثار همتایان مرد در این دو دوره به روشنی نمایان بود، تهی شده‌اند. هنرمندان زن در این دو دوره هیچ‌گونه تأکیدی بر پررنگ کردن جنسیت زنانه یا کارکردهای جنسی تصویر زن از طریق تأکید اغراق‌آمیز بر زیبایی اجزای چهره و موها و حتی لباس سوژه‌های خود نداشتند.

در نهایت، به سومین دوره که نقاشان امروزند می‌رسیم. در میان آثار نقاشان مرد این دوره با رمزگان بصری تازه و فضای مضمونی متفاوتی نسبت به آنچه در آثار نقاشان مرد در دوره‌های پیشین آن‌ها شاهد بودیم مواجه‌ایم. این دوره با تغییرات زیادی در بدنه فرهنگی و اجتماعی کشور ما در رابطه با جایگاه زنان در اجتماع و خانواده و به طور کلی ایدئولوژی جنسیتی در سطح عمومی جامعه همراه بوده است. می‌توان دامنه این تغییرات را در فرهنگ بصری آن و به خصوص در آثار هنری تجسمی مشاهده کرد. در حقیقت دو دهه گذشته در ایران با تغییرات کلان در وضعیت اجتماعی زنان همراه بوده است، که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به افزایش چشمگیر حضور زنان در دانشگاه‌ها و در نتیجه پیشرفت روزافزون سطح تحصیلات زنان، تصدیق مناصب مهم حرفه‌ای و شغلی در سطوح دولتی و خصوصی، و نیز افزایش قابل توجه میزان مشارکت سیاسی زنان اشاره کرد. همچنین، در سطح عامه جامعه و رسانه‌های جمعی نیز شاهد تغییرات شگرفی در دیدگاه نسبت به جنس زن و جایگاه و اهمیت زنان بوده‌ایم. از دستاوردهای این تحول در ایدئولوژی جنسیتی جامعه می‌توان به شکل‌گیری جنبش‌های

اجتماعی زنان در سطوح مختلف و در میان اقشار گوناگون زنان در دهه‌های اخیر اشاره کرد. در حقیقت، در این دوره می‌توان نوعی فشار و تلاش در میان زنان در جهت دموکراتیک کردن زندگی فردی و اجتماعی آن‌ها مشاهده کرد که غالباً ناشی از الگوهای جدید زندگی، همچنین نقش بسیار مهم و عملکرد متفاوت رسانه‌های جمعی است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷: ۲۸). بنابراین، افزایش آگاهی زنان از موقعیت خود و تغییر در شیوه نگرش آن‌ها نسبت به مسائل ناظر بر زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی خود، و تلاش زنان نخبه و عامه برای تزریق این آگاهی و تغییر نگرش به سطوح مختلف جامعه همگی منجر به بروز و بازتاب این تغییرات در رسانه‌های تصویری و تولیدات فرهنگی به طور عام، و آثار هنری به طور خاص و چنانچه مد نظر نگارندگان است، شده است. در این دوره سوژه‌های زن در آثار نقاشان مرد این دوره از فضای انتزاعی و ویژگی‌های تغزلی‌ای که در دوره‌های قبل از آن‌ها سراغ داشتیم به طرز محسوسی فاصله گرفته‌اند و به زنان «واقعی» بیشتر نزدیک شده‌اند. در این دوره در بسیاری از موارد دیگر شاهد تأکیدهای اغراق‌آمیز هنرمندان مرد در ترسیم زیبایی مطلق چهره‌های زنانه نیستیم. در عوض، به نظر می‌رسد که نقاشان مرد در تلاش برای عمیق‌تر شدن در ماهیت زنانگی و بازنمایی جنسیت زنانه با ابعاد حقیقی‌تر خودند. در میان این آثار دیگر نشانی از لبخندهای رضایت‌آمیزی نیست که پیش‌تر سوژه‌های زن بر چهره داشتند. تأکید هنرمندان مرد این دوره بر زیبایی ظاهری زنان کاهش قابل توجهی داشته است. پیش‌زمینه‌هایی که زنان در آن به نمایش درآمده‌اند دیگر فضاهایی تغزلی و خیالی نیست بلکه به شدت رنگ واقعیت دارد و مجموع ترکیب‌بندی‌ها در این نمونه آثار دلالت بر جنبه‌هایی واقعی‌تر از زیست و تجربه حقیقی زنان در روزگار ما دارد.

اما در آثار هنرمندان زن این دوره که به تصویر کردن چهره زن در آثار خود پرداخته‌اند، چرخشی بنیادین در رویکردشان به بازنمایی زنان و جنسیت زنانه را شاهدیم. نقاشان زن در دو دهه اخیر به بیان تعریفی یکسر تازه از زنانگی و هویت زنانه در آثار خود دست یافته‌اند. نقاشان زن در این دوره تمام تلاش خود را به کار بسته‌اند تا بتوانند با استفاده از تکنیک‌های فرمی و مضامین متفاوت همراه با ترکیب‌بندی رنگی تازه‌ای (استفاده از تن‌مایه‌های رنگی غلیظ و ترکیب‌بندی تیره که هنرمندان زن با استفاده از آن‌ها کوشیده‌اند تا ویژگی بیانگرانه آثار خود را بیشتر و شدیدتر کنند؛ برای مثال نگاه کنید به شکل ۳۶، ۳۸، ۴۰، ۴۷ و ۴۹. مجموعه این عوامل باعث تأکید بیشتر بر حالات عاطفی‌ای می‌شود که هنرمندان سعی بر انتقال آن‌ها دارند) که مختص خودشان است برای انتقال مضامین و فضاهای مورد نظرشان به زبان بصری

منحصر به فرد خود دست یابند. سوژه‌های زن در تمامی این نمونه‌ها با رویکردهایی کاملاً متفاوت و منحصر به فرد بازنمایی شده‌اند. علی‌رغم اینکه مودالیتة برخی از این سوژه‌های زن بالا نیست، اما ویژگی بیانگرانه این آثار و تأثیر دراماتیک و عاطفی شدیدی که بر تماشاگران می‌گذارند چنان است که می‌توان این زنان را زانی واقعی فرض کرد.

اغلب نقاشان زن امروز در خلق چهره‌های زنانه به ویران کردن و واسازی بسیاری از قواعد مرسوم در چهره‌پردازی زنانه دست زده‌اند و به طور روشنی علیه کلیشه‌های بصری رایج برای بازنمایی چهره زن در دوره‌های پیش از خود تاخته‌اند. زنان در این آثار دیگر به هیچ عنوان دارای ویژگی‌های بصری کلیشه‌ای نیستند و به هیچ روی تأکیدی از سوی هنرمند بر زیبایی چهره‌هایشان دیده نمی‌شود، بلکه برعکس این هنرمندان با کاربرد خلاقانه عناصر بصری باعث گسستی بنیادین از قواعد مرسوم زیبایی‌شناسی و کلیشه‌های جنسیتی بصری رایج در بازنمایی زنان شده‌اند و بنا بر تعبیر ترزا دولاتریس به نوعی زبان بصری «ضد زیبایی‌شناسی فمینیستی» دست یافته‌اند. اغلب زنان در این نمونه‌ها در حالتی کاملاً متفاوت با سوژه‌های منفعل و چشم‌نواز پیشین نمایش داده شده‌اند و این امر منجر به بیان روایت کاملاً تازه از زنانگی در فرهنگ بصری در جامعه امروز ایران است. این زنان اغلب حالت‌ها و نگاه‌هایی کاملاً بیانگرانه، تهاجمی، پردرد، و گاه بسیار مغموم دارند. نقاشان زن در این دوره تمام تلاش خود را به کار بسته‌اند تا تصویری از زن را در آثارشان نشان دهند که بیانگر تجربه زیسته حقیقی آن‌ها در زندگی فردی و اجتماعی‌شان باشد، و با استفاده از تکنیک‌های فرمی خلاقانه و شوک‌های بصری‌ای که به تماشاگران خود وارد می‌کنند تأثیرگذاری خود را صد چندان می‌کنند. راودراد و همکاران (۱۳۸۹) نیز در نتیجه پژوهشی مشابه به این مسئله اشاره کرده‌اند و این رویکرد متفاوت زنان در بازنمایی جنسیت زنانه را نوعی سازوکار مقاومت در برابر سوژه‌شدگی توصیف کرده‌اند. نقاشان زن در این دوره به بهترین و هنرمندانه‌ترین شکل علیه سلطه بصری مردانه در بازنمایی جنسیت خود شوریدند و با این کار باعث تزریق تغییری شگرف به بدنه فرهنگ بصری امروز جامعه ایران شدند.

نتیجه‌گیری

به طور خلاصه می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که بر اساس تقسیم‌بندی تاریخی نگارندگان از نقاشی معاصر ایران از ابتدای شکل‌گیری جریان نقاشی نوگرا، طی دو دوره اول در آثار نقاشان مرد شاهد تصویری از زنان‌ایم که بیش از همه ساخته تخیل و ذهنیت هنرمندان مرد خالق

آن‌هاست؛ نوعی رویکرد تبعیض‌آمیز جنسیتی در بازنمایی زنان که تنها و تنها به بازتولید کلیشه‌های جنسیتی بصری رایج در فرهنگ بصری جامعه ایران در آن دوران می‌پرداخت و نیز در حقیقت بازنمودی است از ایدئولوژی جنسیتی مردسالارانه در آن دوران. می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که ایدئولوژی جنسیتی بصری در این آثار کاملاً منطبق است بر ایدئولوژی جنسیتی مسلط مردسالارانه در آن دوران. می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که در این دوران این «تصور» از زنانگی (در ذهنیت مردان به عنوان گروه مسلط جامعه) بوده است که «واقعیت» آن را می‌ساخته است؛ تصویری کاذب از جنسیت زن و زنانگی که منجر به شکل‌گیری واقعیتی عینی از هویت زن از طریق بازنمایی سوژه‌های زن در آثار نقاشی و بنابراین شکل دادن به هویتی غیرذاتی و برساخته گفتمان بصری رایج برای زنان در این دوره شده است.

نقاشان زن امروز با دستکاری‌های خلاقانه خود در قواعد زیبایی‌شناسی مرسوم و کلیشه‌های بصری رایج در بازنمایی زنان و جنسیت زنانه، ساختارها و قوانین زیبایی‌شناسی رایج در ترسیم چهره و پیکر زنان را آشکارا به بازی گرفتند و از این راه اعتراض خود را بر وجه تبعیض‌آمیز جنسیتی آن‌ها به طرزی کنایه‌آمیز و در عین حال صریح بیان کردند. این تندروی نقاشان زن و بعضاً گروهی از نقاشان مرد در سال‌های اخیر منجر به بروز نوعی زبان و الگوهای بصری خاص فمینیستی شده است. برخلاف آنچه در دو دوره اول شاهد آن بودیم، در تولیدات فرهنگی مربوط به دو دهه گذشته و چنانچه در این پژوهش نمونه‌هایی را مشاهده کردیم، در نقاشی امروز ایران با سوژه‌های زنی مواجه‌ایم که بسیار شبیه به زنان واقعی به نظر می‌رسند و نحوه بازنمایی آنان ریشه در واقعیتی دارد که از تجربه زیسته زنان در جامعه امروز خبر می‌دهد. در واقع، ایدئولوژی جنسیتی بصری در آثار نقاشان امروز نیز همراه با ایدئولوژی جنسیتی موجود در جامعه کنونی ما نسبت به دوران گذشته تکامل یافته است و در جهت ایدئولوژی جنسیتی برابرخواهانه‌تری پیش می‌رود، که می‌توان ریشه‌های این تغییر و تکامل را در تغییراتی جست که طی چندین دهه گذشته بدنه فرهنگی و اجتماعی کشور ما نسبت به جایگاه زنان رخ داده است. عواملی نظیر افزایش حضور و مشارکت زنان در جامعه، فازهایی از جنبش اجتماعی زنان در ایران که همراه بوده است با چاپ و انتشار کتب و مقالات در سطح دانشگاهی و عمومی نظیر مجلات و روزنامه‌ها، تغییر رویکرد رسانه‌های جمعی در بازنمایی جنسیت زنانه، تأسیس رشته‌های مطالعات زنان و جنسیت در دانشگاه‌های کشور و به طور کلی تلاش‌ها و اقداماتی در جهت دستیابی زنان به برابری حقوقی و اجتماعی، همگی باعث ایجاد تغییرات شگرفی در وضعیت اجتماعی و ارزشی زنان در نظام فرهنگی کشور ما و به طور کلی ایدئولوژی جنسیتی تعدیل

شده‌تر و برابرطلبانه‌تری شده است. طبیعتاً می‌توان ردپای این تغییرات را در تولیدات فرهنگی و آثار هنری متعلق به چندین دهه گذشته به روشنی باز یافت. رویکرد واقع‌گرایانه‌ای که در بازنمایی جنسیت زنانه در این دوره شاهدیم حاصل همین تغییر در ایدئولوژی جنسیتی مسلط در جامعه کنونی ایران است. بنابراین می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که در این دوره برخلاف آنچه در دو دوره‌های قبل شاهد آن بودیم، این «واقعیت» زنانگی است که «تصور» آن را می‌سازد؛ واقعیت تجربه زیسته زنان را می‌سازد که تصویری است که امروز هنرمندان از جنسیت زن دارند و آن را به شکلی عینی در آثار خود نمایش می‌دهند. البته، باید یادآور شد که در بسیاری از موارد خصوصاً در چندین سال اخیر گروهی از هنرمندان مرد نیز به این جنبش اعتراضی پیوستند و سهمی بسزا در این واسازی قواعد مرسوم زیبایی‌شناسی و ظهور این به اصطلاح جریان «ضد زیبایی‌شناسی فمینیستی» در فرهنگ بصری امروز جامعه ایران شدند.

منابع

۱. اوپسی، ناصر (۱۳۴۴). بیست و چهار تابلو رنگی و نوزده تابلو سیاه و سفید از ناصر اوپسی. تهران، مروارید.
۲. رامین، علی (۱۳۸۲). مبانی جامعه‌شناسی هنر، تهران، نشرنی.
۳. راودراد، اعظم، مریدی، محمدرضا و تقی‌زادگان، معصومه (۱۳۸۹). «تحلیلی بر بازنمایی زن در نقاشی معاصر ایران». فصلنامه‌ی پژوهش زنان، دوره ۸، شماره ۱، بهار ۱۳۸۹، صص ۱۲۵-۱۴۱.
۴. ریو سارسه، میشل (۱۳۸۵). تاریخ فمینیسم. ترجمه عبدالوهاب احمدی، تهران، انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
۵. مهدی‌زاده، سید محمد و اسمعیلی، معصومه (۱۳۹۱). «نشانه‌شناختی تصویر زن در سینمای ابراهیم حاتمی‌کیا». فصلنامه زن در فرهنگ و هنر، دوره ۴، شماره ۱.
۶. مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی. تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دفتر معاونت و توسعه رسانه‌ها.
۷. ولف، جنت (۱۳۶۷). تولید اجتماعی هنر. ترجمه نیره توکلی، تهران، نشر مرکز.
۸. هینیک، ناتالی (۱۳۷۸). جامعه‌شناسی هنر. ترجمه عبدالحیسن نیک‌گهر، تهران، نشر آگه.
9. Broude, N. & Garrard D. M. (Eds.) (1994). *The Power of Feminist Art, Emergence, Impact and Triumph of the American Feminist Art Movement*. NY: Thames and Hudson.
10. Code, L. (Ed.) (2003). *Encyclopedia of Feminist Theories*. NY: Routledge.

11. Hall, S. (Ed.) (1997). Representation, Cultural Representation and Signifying Practices. London: Sage Publications.
12. Harrison, C. (2003). "Visual Social Semiotics, Understanding How Still Images Make Meaning", Technical Communication. Vol. 50, No.1, February.
13. Kress, G. & van Leeuwen, T. (2006). Reading Images, the Grammar of Visual Design. Taylor and Francis E-Library.
14. Smelser, J.N. & Baltes, B.P. (Eds.) (2001). International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences. Vols. 19 & 20, Elsevier Ltd.
15. Saltzman Chafetz, J. (2006). Handbook of the Sociology of Gender. NY: Springer.
16. Van Leeuwen, T. & Jewitt, C. (Eds.) (2010). A Handbook of Visual Analysis. London: Sage Publications.
17. Woodal, J. (1997). Portraiture: Facing the Subject. Manchester University Press.