



## همایش هنر و بیماری‌های فراگیر؛ هنر/کرونا

### گزارش نخستین نشست همایش هنر و بیماری‌های فراگیر؛ هنر/کرونا

محبوبه حاجی پروانه

یاشا سلامی میلانی

#### ماسک به مثابه یک سلاح اهورایی همگام با صنعت مد

در این همایش ابتدا، ندا اخوان اقدم به ارائه مقاله‌ای با عنوان «ماسک به مثابه یک سلاح اهورایی همگام با صنعت مد» پرداخت. او با اشاره به لزوم استفاده از ماسک برای پیشگیری از ویروس کوید ۱۹ (کرونا) و تبدیل ماسک به یکی از اجزای اصلی پوشش انسان‌ها گفت: یکی از محدود راه‌های پیشگیری از بیماری کرونا استفاده از ماسک صورت است؛ بنابراین ماسک یکی از اجزای پوشش انسان شده است و پس از فروکش کردن شوک آغازین از هجوم این بیماری، طبع زیباجوی انسان، ماسک را به گونه‌ای تبدیل کرده که مانند دیگر اجزای پوشاک حاوی پیام است.

ندا اخوان اقدم با استفاده از متون اوستایی و فارسی میانه به دیدگاه و باورها و عقاید گذشتگان درباره بیماری‌ها پرداخت و راه‌های درمان مورد استفاده در علم پزشکی اهورایی را تشریح کرد و گفت: راه‌های درمان به چند روش تقسیم می‌شدند؛ زهددرمانی (که مشابه قرنطینیگی امروز ماست)، آتش‌درمانی، گیاه‌درمانی، کادردرمانی، نیشتردرمانی و کلام مقدس‌درمانی (که معادل دعاخوانی امروزی است).

او به این مطلب اذعان کرد که در گذشته نیز از ماسک با نام «پنام» استفاده می‌شد که این کلمه ریشه در زبان اوستایی

در پی شیوع بیماری همه‌گیر «کوید ۱۹» از زمستان سال گذشته، پژوهشکده هنر فرهنگستان هنر جمهوری اسلامی ایران به منظور تحلیل و بررسی تأثیر این همه‌گیری جهانی در هنر و جامعه هنری، همایش «هنر و بیماری‌های فراگیر؛ هنر/کرونا» را در دستور کار خود قرار داد. فراخوان این همایش بهار سال جاری (۱۳۹۹) منتشر شد و پس از دریافت و بررسی مقالات رسیده به دبیرخانه این همایش، برگزاری نشست‌های پژوهشی آن در پاییز ۱۳۹۹، برنامه‌ریزی شد. این نشست‌ها، به دلیل لزوم رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی مقابله با شیوع ویروس کرونا، ضبط شد و فایل سخنرانی پژوهشگران در وب‌گاه فرهنگستان هنر در دسترس علاقه‌مندان قرار گرفت.

در این همایش ندا اخوان اقدم با موضوع «ماسک به مثابه یک سلاح اهورایی همگام با صنعت مد»؛ نعمت‌الله افضلی با موضوع «بازاندیشی در گفتمان‌های میراث فرهنگی و هنری در ایران معاصر در موقعیت کرونایی»؛ شهاب پازوکی با موضوع «پرفورمنس‌های فرهنگی در مقایسه با ویروس کوید ۱۹»؛ رضا افهمی با موضوع «نقش پژوهش در آگاهی‌بخشی جمعی از طریق هنر»؛ بهمن نامور مطلق و پریسا علیخانی با موضوع «کرونا و گذار از ابقره‌مان خیالی به قهرمانان واقعی»؛ مطالعه ترامتنی پاره‌ای از آیکون‌های دیداری»؛ مهدی محمدی‌زاده و مانده حسینی‌کومله با موضوع «گسست در تبلیغات پساکرونا»؛ بهمن نامور مطلق و زهرا مهدی‌پور با موضوع «مجموعه ماندن در خانه» از دیوید بوکه؛ مطالعه با رویکرد بینامتنیت میکائیل ریفاتس»؛ پرناز گودرزپوری و مه‌بانو فلاحی با موضوع «مروری بر تحول و پیشرفت موزه‌ها در دوران همه‌گیری کرونا»؛ و حسانه حسینیان با موضوع «تحلیلی بر نقش حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در بخش فرهنگ لزوم تأمین مالی و تخصصی»؛ به ارائه مقاله پرداختند.

دارد و به معنایی نگه دارنده در برابر چیزها و یا پوشش و حفاظ رویی است. این پژوهشگر سپس به ریشه‌یابی این واژه و مقایسه ماسک امروزی و پنام پرداخت و عنوان کرد: استفاده از پنام برای معبدهایی که مراسم آیینی برگزار می‌کردند و به آتش نزدیک می‌شدند ضروری بوده تا عنصر مقدس از بازدم آنها آلوده نشود؛ حتی برای حضور در مقابل پادشاه برای احترام پنام می‌بستند؛ بنابراین تفاوت پنام دیروز و ماسک امروز در این است که پنام عنصر مقدس را از آلودگی درون ما در امان نگه می‌داشت اما ماسک، درون ما را از ویروس بیماری‌زای بیرونی حفظ می‌کند.

او در پایان گفت: همه ماسک‌ها، بدون توجه به پیام‌های متفاوت خودشان، قرار است بنا به کارکرد اصلی خود، ما را از تازش بیماری اهریمنی در امان نگه دارند؛ در نتیجه ماسک سلاح اهواری محسوب می‌شود و علاوه بر این تمام پیام‌های نقش‌بسته روی این ماسک‌ها در زمره ارزش‌های ستودنی اهواری‌اند. این سلاح به گونه‌ای طراحی شده که علاوه بر همگام بودن با موضوعات گفتمانی روز دنیا، هرچه بیشتر مزین به ویژگی‌های اهواری نیز باشد؛ بنابراین انتخاب ماسک توسط افراد علاوه بر اینکه نشان از اهمیت آن برای حفظ سلامتی خود و دیگران است، بیانگر هویت شخصی آنهاست.

### بازاندیشی در گفتمان‌های میراث فرهنگی و هنری در ایران معاصر در موقعیت کرونایی

در ادامه این همایش، نعمت‌الله فاضلی به بازاندیشی در گفتمان‌های میراث فرهنگی و هنری در ایران معاصر در موقعیت کرونایی و مفاهیمی کلیدی پرداخت که در دو دهه اخیر در گفتمان علوم اجتماعی در سطح جهانی مطرح شده است.

این پژوهشگر با اشاره به اینکه سه معنا درباره مفهوم بازاندیشی وجود دارد گفت: معنای نخست چیزی است که آنتونی گیدنز<sup>۱</sup> نظریه‌پرداز اجتماعی مشهور، آن را مطرح کرده است. گیدنز مفهوم بازاندیشی را عمدتاً ناظر به وضعیت جهان دانش محور و جهانی شده کنونی می‌داند. از دیدگاه گیدنز در جهان امروز شهروندان در نتیجه زیستن در موقعیت رسانه‌ای، ارتباطی و تبادل گسترده اطلاعات، ناگزیر رفتارها و عملکردها و نقش‌ها و هویتشان را دائماً تغییر می‌دهند و دستکاری می‌کنند. دومین تلقی از مفهوم بازاندیشی را پیربوردیو<sup>۲</sup> جامعه‌شناس و نظریه‌پرداز فرانسوی، مطرح کرده است. از دیدگاه او بازاندیشی به نوعی معنای معرفت‌شناسانه دارد. از نظر بوردیو عوامل گوناگونی می‌توانند جهت‌گیری علمی، اعتبار، معرفت‌شناسی و هستی‌شناسی کار پژوهشی و فکری محققان را تحت تأثیر قرار دهند و این فعالیت فکری را از مسیر علمی منحرف کنند.

این پژوهشگر سومین معنای بازاندیشی را با استناد به اولریش بک<sup>۳</sup>، جامعه‌شناس فقید آلمانی، مطرح کرد و گفت به اعتقاد اولریش بک جامعه معاصر و امروز، جامعه مخاطره‌آمیز است و علم و فناوری در جهان جدید اشکال بسیار پیچیده و مخربی از خطرهای بزرگ برای محیط‌زیست و زندگی انسان و طبیعت ایجاد کرده است که باید اثرها و پیامدهای آن مورد بازاندیشی، نقادی و ارزیابی قرار گیرند.

این پژوهشگر در ادامه گفت: استدلالی که من در اینجا می‌خواهم مطرح کنم این است که ما در پرتو موقعیت کرونایی که ایجاد شده است، باید در هر سه معنایی که گیدنز، بوردیو و اولریش بک از مفهوم بازاندیشی بیان کرده‌اند، تمامی ساختارها، سیاست‌ها و حکمرانی‌ها را مورد تجدید نظر و بازبینی انتقادی

1. Anthony Giddens  
2. Pierre Bourdieu  
3. Ulrich Beck

قرار دهیم که این بازبینی انتقادی شامل میراث فرهنگی و هنری نیز می‌شود.

او در پایان سخنان خود نتیجه گرفت: گفتمان‌های سیاسی و اقتصادی حاکم بر میراث فرهنگی و هنری باید به بازاندیشی انتقادی عملکرد خود در جامعه انسانی پردازند و هنرمندان و همه کسانی که به‌عنوان کارگزاران حوزه فعالیت‌های میراثی و هنری هستند، ارزش‌های سیاسی و اقتصادی را ارزش‌های کانونی سیاست‌ها و فعالیت‌های زیبایی‌شناسانه و هنری خود قرار ندهند. چیزی که هدایت‌کننده همه فعالیت‌ها، سیاست‌ها و حکمرانی‌های هنری و فرهنگی باید باشد طبیعت، زندگی و انسان است.

### پرفورمنس‌های فرهنگی در مقایسه با ویروس کوید ۱۹

شهاب پازوکی، دیگر شرکت‌کننده در این همایش، سخنرانی خود را با موضوع «پرفورمنس‌های فرهنگی در مقایسه با ویروس کوید ۱۹» ارائه کرد.

پازوکی با توضیح اینکه در این مقاله تأثیرات کوید ۱۹ بر حوزه مطالعات پرفورمنس، به‌ویژه پرفورمنس‌های فرهنگی، بررسی شده است، گفت: در این پژوهش واکنش‌های مختلفی که پرفورمنس‌های زنده فرهنگی در مواجهه با پدیده کوید ۱۹ از خودشان بروز دادند، تحلیل می‌شوند تا به صورت‌بندی جدیدی از نمودهای فرهنگی دست پیدا کنیم؛ بنابراین سه پرسش اساسی در این مقاله مطرح شده است: ۱. پرفورمنس‌های زنده فرهنگی در مواجهه با همه‌گیری گسترده کوید ۱۹ چه واکنش‌ها و رفتارهایی از خود نشان دادند؟ ۲. آیا با بررسی مشخصه‌های رفتاری این پرفورمنس‌ها در قبال پدیده کوید ۱۹ می‌توانیم به صورت‌بندی جدیدی در مطالعات فرهنگی آن پرفورمنس دست پیدا کنیم یا خیر؟ و ۳. حیات این پرفورمنس‌ها در مواجهه با پدیده‌های فراگیر براساس کدام مؤلفه‌ها ارزیابی‌پذیر است؟

او در ادامه به تعریف مفاهیمی چون پرفورمنس فرهنگی، ارزش آیینی و ارزش نمایشی، آستانگی و دیگر مفاهیمی که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته، پرداخت و به ویژگی اجتماعی ارتباطی کوید ۱۹، که می‌تواند در حوزه مطالعات پرفورمنس مورد توجه قرار بگیرد، اشاره کرد و در ادامه مطالعه پرفورمنس‌ها را به چهار گروه کلان تقسیم کرد و به تشریح هر یک از آنها پرداخت و گفت: گروه اول و دوم بیشتر شامل پرفورمنس‌های زنده فرهنگی‌اند که اغلب حاوی ارزش‌های آیینی‌اند و دو گروه سوم و چهارم پرفورمنس‌های هنری و زیبایی‌شناختی را شامل می‌شوند.

پازوکی به دقیق‌نبودن مرز گروه‌بندی خود اشاره کرد و توضیح داد: این گروه‌بندی یک گروه‌بندی قطعی با مرزهایی دقیق و مشخص نیست. ممکن است ما در سیر مطالعاتی خود با پرفورمنس‌هایی مواجه شویم که رفتارهایی را نشان داده‌اند که ترکیبی از دو یا سه مشخصه این گروه‌هاست؛ بنابراین این

طبقه‌بندی اساساً به منزله تصمیم نظامی و مرزبندی‌های قاطع و خلل‌ناپذیر نیست؛ بلکه مرزهای سیار و شکننده و منعطف دارد.

این پژوهشگر در پایان، نتایج سخنان خود را چنین بیان کرد: حیات پرفورمنس‌ها در دوران کوید ۱۹ و پس از آن، ارتباط مستقیمی با میزان بهره‌مندی آنها از ارزش‌های آیینی یا نمایشی، توان و ظرفیتشان در خلق فضاهای آستانگی جدید، قلمروزدایی از بافتارهای پیشین اجرایی، و قابلیتشان در استفاده از رسانه‌های زنده دارد. هرکدام از پرفورمنس‌هایی که بتوانند مفهوم سنتی حضور را تغییر دهند و به مفهوم جدیدی از حضور و مواجهه برسند، اساساً امکان حیات بیشتری دارند. این نمودهای فرهنگی زمینه‌ای را فراهم کرده‌اند که ما با پرفورمنس‌های جدیدی مواجه شویم که از تعریف گذشته و سنتی خود فاصله گرفته‌اند و طبیعتاً باید روش‌های جدیدی برای مطالعه این نوع پرفورمنس‌های مشارکت‌زدایی‌شده و جسمانی‌زدایی‌شده و احساس‌زدایی‌شده پیدا کنیم.

### نقش پژوهش در آگاهی‌بخشی جمعی از طریق هنر

رضا افهمی، عضو هیئت علمی دانشکده هنر و معماری دانشگاه تربیت مدرس، دیگر سخنران این همایش بود که سخنرانی خود را با موضوع «نقش پژوهش در آگاهی‌بخشی جمعی از طریق هنر» ارائه کرد.

افهمی هدف از انجام این پژوهش را واکاوی میزان تأثیر ادبیات و آثار هنری مورد استفاده و به‌وجودآمده در دوران شیوع ویروس کوید ۱۹ در ادراک و رفتار مردم در جامعه عنوان کرد. او در ابتدا به تعریف مفهوم فاصله‌گذاری اجتماعی پرداخت و دیدگاه سازمان بهداشت جهانی و جامعه‌شناسان را در ارتباط با این واژه شرح داد. سپس به تفصیل شیوه پژوهش خود از طریق پرسش‌نامه برخط (آنلاین) را توضیح داد که مفهوم فاصله‌گذاری اجتماعی و فاصله‌گذاری فیزیکی را در آن سنجش و ارزیابی کرده است.

او در پرسش‌های خود به این نتیجه دست یافت که تداعی وجود فیزیکی فرد خارجی در جامعه به‌عنوان یک عامل بالقوه خطر برای بسیاری شناخته شده است. ولی جالب اینجاست که آنها تمایل اجتماعی بیشتری به رابطه با این فرد داشتند. این یعنی که آن رفتار فیزیکی‌ای که مردم پی می‌گیرند با رفتار اجتماعی مورد انتظارشان خیلی فرق دارد.

این پژوهشگر در خصوص نتیجه نهایی برآمده از پرسش‌نامه‌ها گفت: موقعی که رابطه بین متغیرها را سنجیدیم، دیدیم که بانوان بیشتر به حفظ فاصله فیزیکی مقیدند، ولی فاصله اجتماعی را درباره این فرد درک نمی‌کنند. همچنین افراد متدین، هم فاصله فیزیکی را حفظ می‌کنند هم فاصله اجتماعی را؛ و این احتمالاً بیشتر ناشی از آموزه‌های دینی است که ارتباط با دین متفاوت را محدودتر می‌کند. افرادی که از لحاظ سیاسی محافظه‌کارترند، فاصله اجتماعی را خیلی

## گزارش دومین نشست همایش هنر و بیماری های فراگیر؛ هنر/ کرونا

داود احمدی بلوطکی

حسین مهدلو

### کرونا و گذار از آبرقهرمان خیالی به قهرمانان واقعی؛ مطالعه ترامنتی پاره‌ای از آیگون‌های دیداری

پریسا علیخانی، دیگر پژوهشگر شرکت‌کننده در این همایش، به ارائه مقاله‌ای با عنوان «کرونا و گذار از آبرقهرمان خیالی به قهرمانان واقعی؛ مطالعه ترامنتی پاره‌ای از آیگون‌های دیداری» پرداخت که با همکاری بهمن نامورمطلق نگاشته شده است.

او سخنانش را با توضیحاتی در خصوص تاریخچه آبرقهرمان در آثار ادبی و هنری آغاز کرد و سپس به اسطوره‌سازی از نگاه تاریخی پرداخت و گفت: ملل مختلف همواره درگیر جنگ‌ها و ناملایمات زندگی بوده‌اند و آن چیزی که غرور و افتخارات آنها را برای ادامه حیات زنده نگه می‌داشته، ساخت اسطوره‌های نمادینی بوده که با شجاعت و دلآوری در مقابل این ناملایمات ایستاده‌اند. با انتشار بیماری کوید ۱۹ و تبدیل شدن آن به یک همه‌گیری خطرناک نیز نگاه به آبرقهرمانان در آثار هنری و ادبی دچار دگرگونی شد.

این پژوهشگر در ادامه گفت: بینامتنیت به عنوان یک رویکرد، با ایجاد زمینه‌ای نظری این امکان را در پژوهش فراهم می‌آورد تا با اتکا به آن، مسائل را به شکل عمیق‌تر واکاوی کند؛ بنابراین «اثر» هم در جریان تولید و هم در جریان خوانش، تحت تأثیر سوژه بینامنتی قرار دارد. باید بدانیم که یک اثر هنری تنها هنگامی شروع به سخن گفتن می‌کند که ما بدانیم چگونه باید آن را رمزگشایی کنیم و بخوانیم.

علیخانی «نشانه» را یکی از مفاهیم مهمی عنوان کرد که می‌توان در زمینه قرائت اثر هنری در مقام متن به آن توجه کرد. او گفت: از دیرباز تا کنون تصاویر و نشانه‌های تصویری به‌طور خاص به عنوان متن مطرح بوده‌اند.

او سپس با ارائه تصاویری که هنرمندان پس از انتشار ویروس کوید ۱۹، از پرستاران و پزشکان در این زمینه خلق کرده‌اند، با توجه به اسطوره‌های پیشین که در ادبیات حماسی ایرانیان یا سایر آبرقهرمانانی که در جهان وجود دارند، به تفسیر نمادها و نشانه‌های هریک از آنها پرداخت.

این پژوهشگر در پایان سخنانش به ارائه نتایج این پژوهش پرداخت و گفت: آبرقهرمانان در تلاش‌اند تا به مخاطبان خود بیاموزند چگونه از میان مشکلات، آسیب‌های روانی، و اتفاقات ناگوار به قدرت‌های درون خود پی ببرند و راه درست را در زندگی بیابند. کارتون‌ها و کاریکاتورهای منتشرشده پس از انتشار بیماری کوید ۱۹ تا کنون، به منزله متنی شکل یافته از متون مختلف پیشین و هم‌زمان با خود هستند. این متون هر

بیشتر رعایت می‌کنند اما برای فاصله فیزیکی چندان حساس نیستند. فقط آدم‌هایی که احساس خطر بیشتری می‌کنند، سعی می‌کنند تا فاصله فیزیکی شان را حفظ کنند. اینها به ما نشان می‌دهد که مفهوم فاصله اجتماعی در ذهن افراد با همان متغیرهایی درگیر است که در حالت غیر همه‌گیری هم درگیر خواهد بود؛ یعنی اساساً تغییر شرایط و بروز شرایط قرنطینه، هیچ تأثیری در تغییر رفتار آنها نمی‌گذارد؛ بنابراین متوجه شدیم که کلمه فاصله اجتماعی همان‌طور که در دنیا هم کارایی‌اش یا ناکارایی‌اش را نشان داده، همان‌طور هم در ایران توانایی اغنای مردم را نداشته است. پس اساساً کلمه مناسبی برای این شرایط نبوده و شاید کاربرد کلمه «حساسیت فیزیکی» یا «فاصله فیزیکی» خیلی بیشتر می‌توانست مردم را نسبت به این امر آگاه کند.

او در ادامه گفت: ما هم مثل همه جای دنیا با مجموعه‌ای از ادبیات که باید در مواقع اضطراری و مشکل‌مورد استفاده قرار بگیرند، درگیریم و برنامه‌ریزی هم برای این امر نداریم. نتیجه اینکه بخشی از زبان و ادبیات وجود دارد که واقعاً نیازمند کار بین‌رشته‌ای است تا ما بتوانیم مجموعه‌ای از کلمات، جمله‌ها یا اصطلاحات را بسازیم که در این مواقع، از آنها استفاده کنیم.

افهمی در ادامه به پژوهش دیگری در این زمینه و نتیجه آن اشاره کرد و گفت: از سوی دیگر ما آمدم و در قالب یک پژوهش دیگر مجموعه‌ای از تصاویر را روی پلتفرم‌های اجتماعی قرار دادیم و از افراد خواستیم که برایشان کامنت بنویسند. این آثار شامل آثار هنرمندان مشهور خارجی و اثریک هنرمند ایرانی بود که در دوران قرنطینه کشیده شده بودند. نتیجه‌اش بسیار جالب بود؛ آثاری که در این دوران خیلی تکرار شده بودند، مثل ماسک زدن، برای مردم به نوعی تفسیری بینامنتی بر آثار مهم هنری تلقی می‌شد و به نظرشان یک نفر با حالت طنز، یک مجموعه از آثار هنری را تغییر داده بود تا آنها را مطابق با موقعیت کند و چندان حالت آگاهی بخشی برای مردم نداشت. بعضی از آثار واکنش‌های عاطفی برمی‌انگیخت. بعضی از آثار شرایط قرنطینه و شرایط روانی حاکم بر آن را نشان می‌داد، ولی همه آنها واکنش‌هایی هنرمندانه به شرایط، ارزیابی شدند. این نشان می‌دهد که ما در حال تفسیرهای نمادین اجتماعی هستیم که ما را از هدف اصلی اثر، یعنی ترویج و تعلیم یک رفتار، دور می‌کند.

این پژوهشگر در پایان سخنان خود به بیان نتایج حاصل‌شده از این پژوهش‌ها پرداخت و گفت: نتایج این پژوهش بیانگر این است که ما برای این موقعیت‌ها، پژوهش‌های مناسب نداشتیم. افرادی دور هم جمع نشدند که بتوانند مجموعه‌ای از فکرها و ایده‌ها را بیان کنند که در قالب آن افکار و ایده‌ها بتوانیم نوعی از ارتباط دقیق اجتماعی را برای شرایط اضطراری برنامه‌ریزی کنیم؛ بنابراین جای این نوع پژوهش‌ها در کشور ما خالی است و این پژوهش اولیه، صرفاً نوعی آسیب‌شناسی است که نشان می‌دهد این آسیب وجود دارد. حالا ما باید در صدد برآیم که بتوانیم این آسیب‌ها را جبران کنیم و بتوانیم نقش جدیدی برای ادبیات و هنرمان قائل شویم تا در شرایط اضطراری بتواند به آنچه نیاز جامعه است، پاسخ دهد.

یک دارای روایت‌ها و گفتمان‌های خاص خودند که از تلاقی آنها کلان‌روایتی شکل می‌گیرد که با افق معنایی امروزی و وقایع پیش‌آمده تأویل خواهد شد. همه این متون در تلاش‌اند تا قهرمانان واقعی را در متن زندگی واقعی و با شرایط واقعی نشان دهند. این قهرمانان واقعی بدون داشتن امکانات و نیروهای ماورایی در تلاش‌اند تا مشکلات دیگرانسان‌هایی را که به آنها احتیاج دارند برطرف کنند. سه متن عمده در تصاویر مذکور وجود دارد: توجه به اساطیر؛ اهمیت تخصص؛ ارزشمندی اندیشه خیرخواهانه. این سه مکالمه به شکل برابر و متأثر از اندیشه بینامتنیت در این آثار وجود دارد و هیچ گفتمانی بر دیگری تسلط بیشتری ندارد. این سه گفتمان در ادامه گفتمان حاکم بر آبرقهرمانانی مانند سوپرمن در تلاش‌اند تا به مخاطب خود بگویند نیروی برتری برای نجات بشریت وجود ندارد و انسان‌های عادی در پیرامون خودمان هستند که با اتکا به تخصص و خیرخواهی در تلاش‌اند تا بشریت را از همه‌گیری‌ها و مشکلات و مراحل بغرنج نجات دهند.

### پیوست و گسست در تبلیغات پسا کرونا

مانده حسینی کومله در این همایش به ارائه مقاله‌ای با عنوان «پیوست و گسست در تبلیغات پسا کرونا» پرداخت که با همکاری مهدی محمدزاده نگاشته شده است.

حسینی در ابتدا گفت: با ورود ویروس کرونا و همه‌گیری آن در سطح دنیا، گفتمانی در جوامع به راه افتاد و این گفتمان توسط اعضای فعال و زنده جامعه یعنی برندهای تجاری به کار گرفته و در تبلیغات از آنها استفاده شد. هدف از این پژوهش خوانش و تحلیل گفتمان آرم در تبلیغات پسا کرونایی برندهای «کوکاکولا»<sup>۴</sup> و «آئودی»<sup>۵</sup> با استفاده از رویکرد نشانه‌معناشناختی و با تکیه بر دیالکتیک گسست و پیوست است.

او سپس با استفاده از نمایش تصاویر نمونه‌هایی از برندهای مختلف تجاری، به توضیح و ارائه مقاله خود پرداخت و اظهار کرد: این برندها گفتمان‌های متفاوتی از کرونا را در تبلیغات خودشان به کار برده‌اند، بعضی برندها مشخصاً تبلیغات خود را در حوزه خرد و مفهوم فاصله‌گذاری اجتماعی منتشر کرده‌اند.

او سپس به تحلیل برند آئودی پرداخت و گفت: لوگوی آئودی از چهار حلقه پیوسته به هم‌گره خورده تشکیل شده که هر کدام از آنها نشانگر یک شرکت خودروسازی است که در سال ۱۹۳۲م با ادغام این چهار شرکت خودروساز، کمپانی آئودی شکل گرفت. پس از کرونا این شرکت در لوگوموشنی<sup>۶</sup> که منتشر کرد، این چهار حلقه را به نشانه فاصله‌گذاری اجتماعی از هم جدا می‌کند و مجدداً به هم‌گره می‌زند و دائماً این چرخه پیوست / گسست تکرار می‌شود.

او سپس به تحلیل برند کوکاکولا پرداخت و ادامه داد: شرکت

کوکاکولا نیز پس از کرونا تبلیغی در میدان تایمز نیویورک به نمایش گذاشت که در این تبلیغ آرم اصلی کوکاکولا را به صورت ازهم‌گسسته در بالای تبلیغ، و در پایین نیز شعار «جدامانندن از هم، بهترین راه برای متحدماندن و باهم ماندن است» را درج کرده بود؛ پیامی مشابه لوگوموشن شرکت آئودی.

حسینی کومله در پایان سخنانش این‌طور نتیجه‌گیری کرد که تبلیغات و برندینگ می‌تواند زمینه‌ای مناسب برای گفتمان‌سازی جریان‌ها و رویدادها در نظر گرفته شود. گسست گفتمانی با بروز رویدادها در گفتمان برندها اتفاق می‌افتد و به واسطه این گسست گفتمانی، معناهای نو خلق می‌شوند و برندها به تعهدات اجتماعی و انسانی خود توجه ویژه پیدا می‌کنند و این همان چیزی است که از آن به‌عنوان نظام ایتیک<sup>۷</sup> نام برده شده است.

### مجموعه «ماندن در خانه» از دیوید بوکه؛ مطالعه با رویکرد بینامتنیت میکائیل ریفاتر

در ادامه زهرا مهدی پورمقدم، از دیگر سخنرانان این همایش، مقاله خود را با عنوان «مجموعه 'ماندن در خانه' از دیوید بوکه»<sup>۸</sup> مطالعه با رویکرد بینامتنیت میکائیل ریفاتر<sup>۹</sup> که با همکاری بهمن نامورمطلق نوشته بود، ارائه کرد.

او در ابتدا هدف از انجام این پژوهش را کشف دلالت نهفته در ویرای آثار، به کمک متن و ارجاعات عنوان کرد و گفت: این پژوهش بیان می‌کند که چگونه در ارجاعات بینامتنی، یک متن، توسط یک مخاطب و به واسطه روابط بینامتنیت خوانش می‌شود. عمده پژوهش‌هایی که با این رویکرد انجام شده است بر پایه شعر و آثار ادبی بوده است. با توجه به حجم زیاد آثار، سعی شده تا به صورت هدفمند، آثاری به‌عنوان پیکره مطالعاتی انتخاب، تحلیل و خوانش شوند که بیشترین‌انگیز زندگی روزمره افرادند؛ این آثار با مضامین مدرسه، کسب‌وکار، تفریح و سرگرمی و موارد مشابه‌اند و یا برای مخاطب آشنا هستند.

زهرا مهدی پورمقدم گفت: بینامتنیت ریفاتری، با ارجاع به متن‌های دیگر و متن‌های پیشین، در ذهن مخاطب انجام می‌شود؛ بنابراین، این ارجاع می‌تواند هم بینامتنی باشد و هم فرامتنی. در خوانش اول با بینامتنیت حتمی مواجهیم؛ چون نمی‌توانیم وجود پیش‌متن را در متن دوم انکار و یا حذف کنیم. در خوانش دوم با بینامتنیت احتمالی مواجهیم که به اعتقاد خود ریفاتر ویژگی‌اش بیرونی بودن از متن و وابسته‌بودنش به شرایط خاص مخاطب است؛ یعنی متن با توجه به شرایط زمانی و مکانی می‌تواند برای مخاطب یادآور واقعیتی بیرونی و در واقع فرامتن باشد.

او سپس به نشانه‌های تصویری و کلامی در خوانش و انتقال

7. Ethique  
8. David Bokeh  
9. Michael Riffaterre

4. Coca-Cola  
5. Audi  
6. Logo Motion



بسیاری از کشورها را به اجرای طرح‌های غیرفعال‌سازی کامل ساختارها و فعالیت‌های غیرضروری، از جمله موزه‌ها، مجبور کرد، موزه‌هایی که نمی‌توانند درهای خود را روی بازدیدکنندگان باز کنند و مجبورند تا از طریق مسیرهای فناوری برخط برای گسترش فرهنگ و دانش تلاش کنند.

او ادامه داد: در شرایط کنونی و همه‌گیری بیماری کرونا، بحران هویت در بسیاری از موزه‌های بزرگ جهان وجود دارد و حقایق علمی ارزش کمتری نسبت به قبل پیدا کرده‌اند. در این زمان، موزه‌ها با این پرسش‌ها مواجه‌اند که «مخاطبانشان چه کسانی‌اند؟ چه انتظاراتی دارند؟ و باید به کدام جوامع، خدمات ارائه دهند؟»

گودرزپرووری به مزیت بازدید مجازی از موزه پرداخت و گفت: موزه‌ها ابزاری قدرتمند برای مطالعه مقایسه‌ای و تحقیق درباره موضوعات و یا محلی خاص هستند که اطلاعات دقیقی در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهند. بازدید از موزه‌ها و گالری‌های جهان که در دوران قبل از کرونا ممکن نبود، در چنین شرایطی ممکن شده است و معرفی موزه‌های کوچک و ناشناس برای بازدید عموم، یکی از فواید موزه‌های مجازی محسوب می‌شود.

او در پایان سخنانش گفت: رسیدن به موفقیت در چالش‌های موجود در توسعه موزه دیجیتال، نه تنها می‌تواند رشد موزه را در این دوره با فناوری پیشرفته تقویت کند، بلکه باعث تقویت ارزش اجتماعی میراث فرهنگی هم خواهد شد. تجربه کاربران می‌تواند ایده‌هایی را برای کمک به متصدیان و محققان در ساختن یک چارچوب علمی پایدار ارائه دهد.

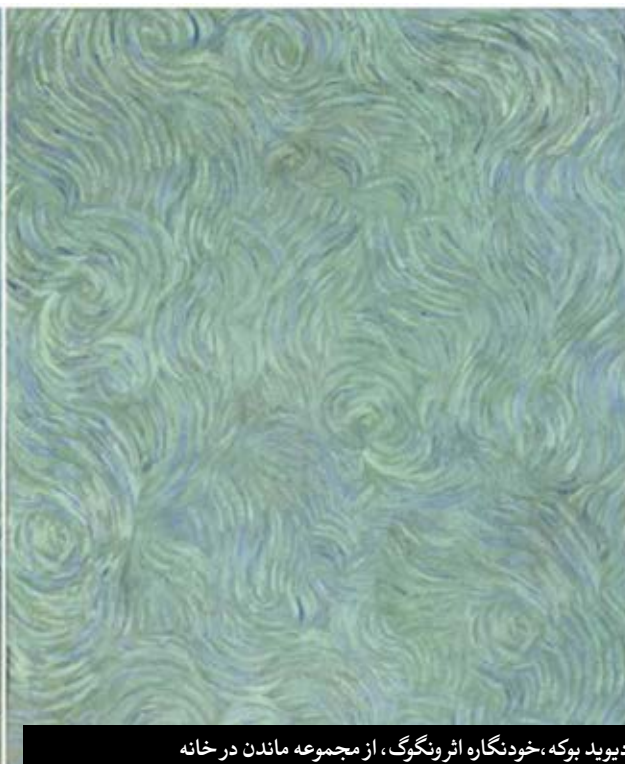
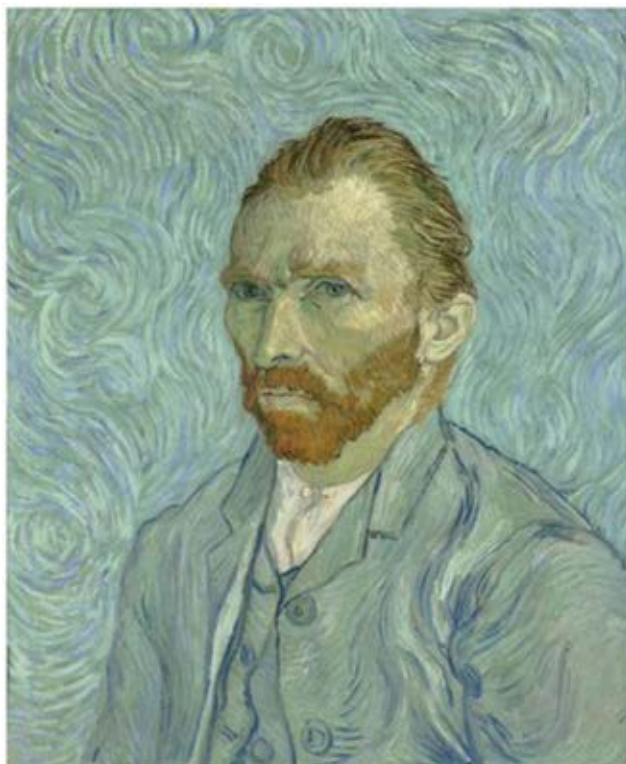
پیام اثرپرداخت و گفت: نشانه‌های تصویری و کلامی، وجود یک دال مرکزی را اثبات می‌کند که همه این تغییرات، حول محور این دال، یعنی شیوع ویروس کرونا، انجام شده است و مدلول‌هایی برای این دال ایجاد شده است. این دال و مدلول‌های مشترک بین تمام آثار مجموعه، زنگ خطری را به مخاطب القا می‌کند، آن هم به واسطه پیش‌متن و پیش‌متن که در مجموعه «ماندن در خانه» متن اولیه و متن ثانویه، برای انتقال بهتر پیام، در کنار هم قرار گرفته‌اند؛ یعنی در اینجا ارتباطی بین متن و مخاطب ایجاد شده است. به عبارتی دیگر، خوانش سطح دوم و حرکت به سمت مفاهیم کلیدی، به اعتقاد ریفاترشناخت هسته معنایی متن است، و به آن هیپوگرام گفته می‌شود. این هیپوگرام می‌تواند بخشی از یک اثر آشنا باشد که مخاطب در هر جایی دیده و یا در متن دیگری آن را خوانده است.

مهدی پورمقدم در پایان نتیجه گرفت: بیان بوکه برای دعوت تمام جهان به اجرای پیام «ماندن در خانه» با پالایش و کاهش همراه بوده است که ما این بیان کاهش و تقلیلی را در همه پیش‌متن‌ها می‌توانیم ببینیم.

#### مروری بر تحول و پیشرفت موزه‌ها در دوران همه‌گیری کرونا

پرناز گودرزپرووری سخنران بعدی این همایش بود که مقاله خود را با عنوان «مروری بر تحول و پیشرفت موزه‌ها در دوران همه‌گیری کرونا» که با همکاری مه بانوفلاحی نگاشته بود، در این همایش ارائه کرد.

پرناز گودرزپرووری در ابتدا گفت: همه‌گیری غیرمنتظره کوید ۱۹،



دیوید بوکه، خودنگاره اثر ونگوگ، از مجموعه ماندن در خانه

## تحلیلی بر نقش حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط در بخش فرهنگ

حسانه حسینیان، شرکت‌کننده بعدی این نشست، با موضوع «تحلیلی بر نقش حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط در بخش فرهنگ: لزوم تأمین مالی و تخصصی» سخنرانی کرد.

این پژوهشگر در ابتدا عنوان کرد: در این مقاله سعی شده است بر اهمیت تدوین ساختار مالی، برای بنگاه‌های کوچک فعال در بخش فرهنگ، تأکید شود. آسیب‌هایی که این روزها با شیوع بیماری کرونا و شکل‌گیری دوران قرنطینه بر کسب و کارها وارد شده، برکسی پوشیده نیست. بر این اساس نخست به مطالعه ویژگی‌های کسب و کارهای کوچک و متوسط هنری و شرایط آنها در بحران‌های اقتصادی پرداخته می‌شود، و در ادامه تجربیات کشورهای دیگر و تجربه بانک‌های سرمایه‌گذار در بخش فرهنگ و هنر، بررسی می‌شود.

او در ادامه گفت: از سال ۱۹۹۹م بانک جهانی، یکی از نهادهای اصلی مالی در عرصه بین‌المللی، اعلام کرد که فرهنگ، مؤلفه ضروری توسعه اقتصادی است و از این پس، فرهنگ نقشی قدرتمند در شکل‌دادن به عملیات اقتصادی بانک جهانی بازی خواهد کرد. همین امر باعث شد تا فرهنگ و هنر از حاشیه سیاست‌گذاری اقتصادی به مرکز بیاید و از این پس بود که ما تغییر مفهوم مشاغل فرهنگی و هنری را شاهدیم. امروزه، فرهنگ و هنر در زیرمجموعه مفهوم وسیع‌تری به نام «صنایع خلاق» ادغام شده است.

حسینیان سپس مؤسسات فرهنگی و هنری را به دو دسته «خلاق» که مطابق با قوانین بازار فعالیت می‌کنند و برای سود بیشتر رقابت می‌کنند و دیگری، مؤسسات و شرکت‌های فرهنگی و هنری «غیرسودآور» تقسیم کرد و به ارزش‌ها و اصالت هنری آثاری که در این دو مؤسسه به دست می‌آید پرداخت و وضعیت حمایت دولتی را در شرایط عادی و بحران تشریح کرد.

او با دسته‌بندی شیوه‌های رایج حمایت از بخش فرهنگ، به سه بخش «مدل حمایت همه‌جانبه دولت از بخش فرهنگ، معروف به مدل پدرسالاری»، «مدل سرمایه‌گذاری»، و «مدل تشویق حمایت از بخش فرهنگ و هنر» گفت: در مدل سوم، نهادهای مالی تخصصی و وام‌های بانکی، نقشی کلیدی در نظام مالی این بخش ایفا می‌کنند. در نتیجه، هدف این نوع از حمایت از فرهنگ و هنر، نه تنها بهبود موقعیت مالی این نهادهای فرهنگی و هنری است، بلکه ارتقای سازگاری با محیط بازار نیز مدنظر قرار دارد.

او در نتیجه‌گیری سخنانش گفت: با اینکه نهادهای مالی در عرصه هنر ایران سابقه‌ای چندان طولانی نسبت به کشورهای توسعه‌یافته ندارند، در همین مدت کوتاه توانسته‌اند تأثیر مثبت و معنی‌داری بگذارند و نوید این موضوع را بدهند که توجه به توسعه مالی و شکل‌گیری ساختار یکپارچه مالی هماهنگ با ویژگی کسب و کارهای هنری، می‌تواند کمک مؤثری در توسعه فرهنگ و کسب و کارهای هنری باشد.



دیوید بوکه، سرگردان بر فراز دریای مه اثر دیوید فردریش، از مجموعه ماندن در خانه