

تأثیر فرهنگ بر زیبایی‌شناسی در تاریخ هنرهای صناعی ایران^۱

سارا رستخیز، دانشجوی دانشگاه الزهرا
دکتر عفت السادات افضل طوسی، دانشیار دانشگاه الزهرا (نویسنده مسئول)

چکیده

فهم ما از زیبایی ریشه‌های فرهنگی دارد. فرهنگ و بازنمودهای فرهنگی، ملاک‌های زیبایی را برای ما در طول تاریخ تبیین و تعریف می‌کند. بخش مهمی از ادراک زیبایی یعنی ادراک معنا، نشان‌ها و نمادها علاوه بر آن که در زیبایی‌شناسی واجد اهمیت خاص است، مشخص‌کننده خصوصیات و چگونگی ارتباط مردم با هنرهای صناعی نیز هست. هنرهای صناعی بخشی یکپارچه از میراث فرهنگی به‌شمار می‌روند و در بررسی زیبایی‌شناسانه میراث فرهنگی در هنرهای صناعی همواره یک طرف رابطه را مردم تشکیل می‌دهند. در اینجا سؤال اصلی این است که مردم در ارتباط با هنرهای فرهنگی، زیبایی را چگونه ارزیابی می‌کنند یا چگونه هنری را زیبا می‌دانند؟ متغیرهای تأثیرگذار بر درک زیبایی‌شناسی هنرهای صناعی از دیدگاه مخاطب چیست؟ هنرهای صناعی بخش جدایی‌ناپذیر زندگی روزمره‌اند و به زندگی و محیط فردی و اجتماعی شکل می‌دهند. مفهوم لذت ناشی از زیبایی در انسان سنتی از راه استفاده و کاربرد هنرهای صناعی در زندگی پدید می‌آمده است و ما نمی‌توانیم این لذت را با لذت ناشی از هنر جدید مقایسه کرده و در یک عرض قرار دهیم. آثار هنری جدید که در امتداد سنت هنری گذشته تولید می‌شوند با یادآوری حس لذت از وجود خاطره زمانی و مکانی گذشته، معنا می‌یابند. ولی در بسیاری از موارد این یادآوری‌ها به علت قطع در تکرار و استمرار، نیاز به تعلیل‌سازی دارد. در این پژوهش سعی شده

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۸/۳

E-mail: Afzaltousi@alzahra.ac.ir

است به معیارهای فرهنگی مشترک برای لمس و درک زیبایی در هنرهای صناعی ایران پرداخته شود و این هدف، با توجه به تعریف فرهنگ و کارکردهای زیبایی‌شناسی هنرهای صناعی دست‌یافتنی است.

واژگان کلیدی: فرهنگ، زیبایی‌شناسی، تزئین، هنرهای صناعی.

مقدمه

هنرهای صناعی بخش چشمگیری از هنرهای تزئینی و دستی ایرانی را شامل می‌شود که بستری گسترده برای فهم مفاهیم فرهنگی و هنری ایرانی را به وجود آورده است. برای مثال نقوش و خطوط اسلیمی درهم پیچیده با نظم دقیق که یادآور مفاهیم عمیق فرهنگی اسلامی-ایرانی بوده همیشه در پشت پرده اکثر هنرهای صناعی پنهان است. در حال حاضر شاید بسیاری از افراد تنها با بُعد زیبایی و ظاهری بدون معنا با اشیا بیشتر ارتباط برقرار کنند، تا فهم زیبایی‌های کلیده شده. آنها می‌خواهند آن گونه که علاقه‌مندند آن زیبایی را لمس و درک کنند و این در روند تفسیر آزاد از هنر دوران پست‌مدرن، منطقی و بی‌عیب به نظر می‌رسد. بر اساس تئوری‌های جدید مخاطب محور، مخاطب و خواهان هنرهای صناعی را نباید محدود کرد، بلکه باید سلاقی و تنوعات ذوقی طیف وسیعی از مخاطبان این هنر مرزوق شود تا بتواند راهی برای بقا و عرضه‌ای برای نمایش ایجاد کند. هنری که نشان‌دهنده فرهنگ یک ملت است باید در میان قشر وسیعی از این جامعه محبوب و کارآمد باشد تا بتواند رسالت محتوایی خود را حفظ کند و ادامه دهد و این رسالت حضور در متن زندگی مردم است.

تعریف‌هایی که از هنر سنتی و هنرهای صناعی ارائه می‌شود، به نکاتی اشاره دارند که در ظاهر امر نمی‌تواند این گستردگی جذب مخاطب امروز را پاسخ گوید. بر اساس تعریف، هنرهای صناعی یا سنتی، هنرها و صنایع ظریفی هستند که در طول سده‌های متمادی با حفظ ریشه‌ها و سنت‌های خود رشد کرده‌اند، مراحل شکل‌گیری خود را گذرانده یا می‌گذرانند و نشان‌دهنده فرهنگ یک ملت‌اند.

هنرهای سنتی ایران را می‌توان به گروه‌های زیر تقسیم کرد:

۱. شعر و ادبیات؛
۲. موسیقی؛
۳. معماری و هنرهای وابسته؛
۴. نمایش‌های سنتی و آیینی؛

۵. هنرها سستی (صنایع دستی).

صنعت و صنایع مستظرفه مقیاسی برای سنجیدن درجه تکامل معنوی و روحی یک ملت است. در جهانی با هزاران محسوس که در زیر نفوذ حواس پنجگانه خود از وجود و چگونگی آنها باخبر می‌شویم، بعضی چیزها هست که ما بی‌اختیار آنها را بیشتر دوست داریم. روح و قلب ما مجذوبشان می‌شود، بدون آنکه از آنها فایده عملی و آئی برای ما حاصل شود. این ویژگی پنهان و لمس‌نشده هنرهای صناعی است که معمولاً از عبارت هنرهای صناعی برای بیان آن بخش از صنایع دستی که بیش از فن به هنر وابسته‌اند، استفاده می‌شود.

با کنکاش در نمونه‌های مختلف هنرهای نام‌برده در طول تاریخ ایران می‌توان مشاهده کرد که هنر سنتی انعکاسی از فرهنگ و جهان‌بینی هنرمند مسلمان ایرانی بوده است. به همین سبب در این پژوهش هنرهای سنتی در زیرمجموعه‌ای از هنر ایرانی - اسلامی بررسی می‌شود. شرق‌شناسان و اسلام‌شناسان بسیاری در باب هنر اسلامی پژوهش و نگارش کرده‌اند که در یک جمع‌بندی کلی، این افراد به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند. نخست گروهی که هنر اسلامی را به‌شیوه تاریخ‌نگاری ثبت و بررسی‌پی کرده‌اند. مانند «الگ گرابر» و ریچارد اتینگ‌هاوزن «شیلابلر»، «جانانان بلوم» و «تالبوت رایس» که در آثارشان تنها به‌صورت توصیفی به جنبه‌های تاریخی هنرهای اسلامی پرداخته‌اند. دسته دوم گروهی هستند که هنر اسلامی را به دیده هنری مقدس، نمادین و حامل معنای ضمنی نگریسته‌اند و به معناشناسی این هنر پرداخته‌اند. از جمله «تیتوس یورکهارت»، «هانری کرین» «فریتهوف شوئون» و «پاپادوپولو» و برای کلیت این هنر و همچنین جزء به جزء آن، معانی نمادین و رمزی قائل‌اند. از آنجاکه در این پژوهش، اصل بر معناداری و نمادین بودن هنر قرار دارد و نقش‌ها در هنرهای صناعی ما نمادی از فرهنگ و سلیقه را بیان می‌کنند، بنابراین برای اثبات فرضیه پژوهش، نظریات در جهت تأکید بر آرای دست‌دوم هنرشناسان اسلامی ایرانی است.

جست‌وجوی آنچه در زیر مشهودات پنهان است می‌تواند به بینشی بارور بینجامد. درک ما از هویت‌مان از طریق نشانه‌ها تثبیت می‌شود. ما مفهوم خود را از طریق فهرستی از نشانه‌ها و رمزگان قراردادی و از پیش موجود که خودمان به وجودشان نیاورده‌ایم مشتق کرده‌ایم. پس ما موضوع نظام نشانه‌ای‌مان هستیم و مثل کاربرانی نیستیم که این نظام‌ها را تحت کنترل خود دارند. البته فرایندهای نشانه‌های نشانه‌شناختی شکلی جبرگرایانه را تعیین نمی‌کنند؛ اما بسیار بیش از آن که فکرش را بکنیم ما را شکل می‌دهند (چندلر، ۱۳۸۷: ۳۱۶). مجموعه نشانه‌های موجود در

هنرهای صناعی در طی اعصار و دوران تاریخی هنری ایران، فرهنگی از نقوش صناعی را به‌وجود آوردند که سیر تداوم استفاده و کاربرد، در طیف وسیعی از هنرهای صناعی فرهنگ‌سازی شده است و هنرمند هوشیار، مانند بافنده‌ای که هنر خود را برای عرضه با تلفیق هنرهای جدید و نقوش سنتی پایدار و نو نمایان می‌کند، نقش کلیدی برای تغییر همسو با فرهنگ هنری سرزمین خود بازی می‌کند.

ریشه‌های شناسایی نشانه‌های زیبایی در فرهنگ و هنر امروز را باید در زبان و ادبیات فارسی جست‌وجو کرد. پیوند نزدیک هنر با ادبیات باعث به‌وجود آمدن نقش‌های زیبا در هنرهای صناعی متنوع با مضامین ادبی و حماسی و دینی و... شده است. علاوه بر خلاقیت و ابتکار هنرمند در گسترش و تبیین مفاهیم جدید در هنر، هنرمند ایرانی همواره در پی نمایش وجهی از زیبایی بوده است که بتواند انسان را به‌سوی وجه معنوی حیاتش رهنمون گرداند؛ شعر فارسی نمونه بارز این گرایش و هدایتگری است. درواقع شعر فارسی که در هر مجموعه‌ای به وجهی بسیار زیبا با نام خداوند آغاز می‌شود، در پی آن است که انسان را به‌سمت غایتی که برای حیاتش معین شده، به مختصات راه و چگونگی راه‌سپاری و مدارج آن آشنا کند. از نظر متفکر سنت‌گرا، حسین نصر، «زیبایی بخشیدن به ماده زدودن کدورت آن و تبدیل آن به مظهری از مراتب برتر هستی، که هدف هنر قدسی و فی‌الواقع هنر سنتی است، مستلزم سنت روحانی زنده و پویایی است تا تصور عالم معقول را میسر سازد و راه را برای شناخت سرّ درونی نماد یا سمبل هموار نماید» (Nasr, 1971:3)

متعالی‌ترین هنر در جامعه سنتی قدیس شدن، یعنی صیقل یافتن روح است تا آن که روح به‌شکل اثری هنری درخور مقام الوهیت تجلی کند. مجموعه حیات قدیس یک اثر هنری است و سایر هنرها در صنعت و انجام امور، هر یک طبق اصول روحانی خاص خود، از همین اسوه متعالی تبعیت می‌کنند و از نظر متفکران سنتی پیوند بسیار عمیقی میان هنر و معنویت وجود دارد. به این ترتیب و از آنجا که الهام و سیراب شدن هنر از اصول جهان‌بینی و باورهای هنرمند و به‌عبارتی تغذیه هنر از اعتقادات هنرمند و جامعه وی موضوعی انکارناپذیر است و سبب انتساب بسیاری سبک‌ها و آثار به ادیان و جهان‌بینی‌هاست و حتی وقتی که سبکی و هنری به زمان یا قوم و ملت یا سرزمینی نیز منتسب می‌شود، مراد اصلی تفکری است که در آن سرزمین و در میان آن ملت و در آن زمان خاص حاکم بوده و سرچشمه الهام هنر و هنرمندان شده است. هنر اسلامی (و هنر مسلمین) نیز از این قاعده مستثنی نیست و به‌دلیل تمایز

تفکر و جهان‌بینی اسلامی نسبت به سایر مکاتب فکری و اعتقاد به اصولی متمایز، تعالیم اسلامی موجب هنری گشته است که وجه تمایز آن با هنر سایر تمدن‌ها امری مسلم است. نوشتار حاضر سعی بر آن خواهد داشت تا به بررسی برخی ویژگی‌های زیبایی، هنر اسلامی که وجه ممیزه هنرهای صناعی ما است با رویکردی فرهنگی بپردازد، هر چند که توضیح و تشریح کامل موضوع مستلزم شناخت، در چند حوزه جامعه‌شناسی، نشانه‌شناسی، مطالعات فرهنگی و انسان‌شناسی را طلب می‌کند.

در هر دوره‌ای از تاریخ هنر ایران، جسم و ظاهر هنرهای صناعی ما مبتنی بر روح حاکم و باورهای آن دوره مشخص شکل گرفته و قابل تشخیص از دوران قبل و بعد خود است. در سیر شناخت این خصوصیات می‌توان به اوج و ترقی هنرها به خوبی پی برد و روح نشئت گرفته از آنها را در تحولات و تغییرات دوران جست‌وجو کرد. مسیر شناخت هنرهای صناعی ایرانی بعد از اسلام و مشخص شدن اوج و نزول در دوران‌های مختلف، که در بسیاری از کتب هنرهای اسلامی از جمله کتاب «راهنمای صنایع اسلامی» (۱۳۸۳) نوشته موریس دیمان و کتاب «هنر اسلامی» (۱۳۸۳) نوشته باربارا برند، گویای این مسئله است که اوج انحلال و جدایی جسم و روح هنرهای صناعی از دوران قاجار با واردات گسترده کالا به اوج خود رسیده است، ولی هنرمندان بزرگی در این عرصه توانستند روح هنرهای صناعی این دوران را زنده نگه دارند. چنان‌که، آثار تولیدشده در آن مقطع تاریخی هنوز زبازد افرا خیره و اهل فن در گرایش‌های مختلف هنری است؛ ولی امروزه هنرهای صناعی ما عقیم شده‌اند. مانند انسانی که تا بود و زنده بود به اهمیت وجودیش پی نبرده ولی با به پایان رسیدن عمر، وارثی خلف و به حق نداشت، تلاش‌ها بعد از بی‌ثمر شدن نیروی زایشی این هنر بی‌فایده به نظر می‌رسد. هنرهای صناعی امروز، در نقش و کاربرد و تکنیک نتوانسته‌اند با دنیای معاصر به شایستگی قبل ارتباط داشته باشند و در دنیای امروز که دنیای طراحی است، سلیق مختلف را ارضا کنند. مشکلات اقتصادی ناشی از غیررقابتی شدن هنرهای صناعی نیز به‌علاوه مشکلات قبلی، باعث شده است این هنرها در دوران رکود به سر ببرد و در تلاش برای بقا جسمی بی‌جان به نظر برسد. این مشکل با بررسی دقیق و ریشه‌ای موضوعات وابسته به آن برطرف خواهد شد و سریع‌ترین راه چاره در طراحی و تولید و خلق آثاری با سلیقه فرهنگی جدید دنیای معاصر است. در این تحقیق به موضوعات وابسته، برای فهم آثار هنری سنتی پرداخته می‌شود که پیچیدگی ارتباط عناصر دخیل، یکی از موانع مسیر رشد هنرهای صناعی است.

فرهنگ تزئین در هنرهای صناعی

هنر سنتی کمتر نگران کشف و ابداع و راه‌های نو است. بیشتر، مهارت هنرمند در اجرای هنر است که اهمیت می‌یابد. کار هنرمند سنتی، دقت در ریزه‌کاری‌هاست، نه تغییر اصول کلی. برخلاف هنر مدرن که وظیفه خود را تأکید بر تفاوت‌های اجتماعی و تشریح ناهماهنگی‌های دنیا می‌داند، هنر سنتی به تقویت روح جمعی و وحدت اجتماعی می‌پردازد. از این رو تکرار در نقوش تزئینی معین در هنر سنتی نوعی عملی آئینی محسوب می‌شود که به آن هویت می‌بخشد.

تزئین هنری است که بیشترین تأکید را بر صورت ظاهری شیء دارد و این ظاهر در هنر ایرانی خالی از محتوا نیست. یکی از مزایای شناخت فرهنگ تزئینی ایرانی باعث می‌شود بدان احساس علاقه و تعلق خاطر کنیم و از جهت رویه و زیبایی سطحی در میان انبوه انتخاب‌های و سلیق زیبایی با آگاهی هنر و ویژگی‌های تزئینی خود را حفظ و انتخاب کنیم. «فارغ از ضرورت کارکرد مادی، هدف هنر تزئین در ابتدا و انتها، ایجاد خوشایندی است. هنر تزئین شیء غیرضروری را وارد عرصه اشتیاق و زیبایی، نوآوری و جلوه‌گری می‌کند. توانمندی‌های عاطفی زینت‌گری به گونه‌ای سربسته و پشت نقاب نظم و ترتیب نقش و نگارها پنهان شده است؛ به گونه‌ای که تزئین در وهله اول از طریق شکل ظاهری ارتباط برقرار می‌کند» (تریلینگ، ۱۳۹۴، ۵). بخش وسیعی از پوسته بیرونی هنرهای صناعی ما را تزئین پر می‌کند؛ تا جایی که کوچک‌ترین قسمت‌ها از دید هنرمند پنهان نیست و به آن پرداخته شده است.

یکی از ویژگی‌های آثار صناعی ما درهم‌تنیدگی در تزئین و نبودن فضای خالی در غالب نقوش تزئینی متنوع است. این بدان خاطر است که هنرمند ایرانی گویی بدین صورت، به نهایت هنر و غایت خود می‌رسید. در بسیاری از هنرهای صناعی، فرم مغلوب هنر تزئین می‌شود و هر بار با تزئینی جدید بر روی فرم‌های ثابت به هزاران نحو خوانش می‌شود و این یکی از قابلیت‌های تزئین است. زینت مستلزم تلاش وقت‌گیر و سخت است بر این اساس چرا هنرمند اصولاً باید مرارتی سخت و طولانی را بدون داشتن فکر مناسب درباره شکل اثر شروع کند؟ «پیامی که از این تزئین‌ها منتقل می‌شود، تنها به شناسایی حس و سبک شیوه هنرمند نمی‌انجامد و مجموعه آثار یک هنرمند محیط اجتماعی فرهنگی اوست که شخص در آن می‌زیسته است. سبک یک اثر، حس هنرمند، شخصیت وی و سبک یک فرهنگ جغرافیای عاطفی آن تمدن را تشکیل می‌دهد» (تریلینگ، ۱۳۹۴: ۷). هنرهای صناعی در طول اعصار و دوران‌های اوج و طلایی با خلاقیت‌ها و ابتکارات بی‌نظیری توانسته‌اند فرهنگی غنی را برای ما به میراث بگذارند که

زینت‌بخش بزرگ‌ترین موزه‌های دنیا به‌عنوان آثار شاخص هنر و تمدن ایرانی‌اند. «از یک سو، فرهنگی داریم که در آن هرچیزی (نه صرفاً واژه‌ها بلکه اشیا) به واقعیتهای والاتر دلالت می‌کنند و خود اشیا نه به‌دلیل ماهیت جسمانی‌شان یا کارکردشان، بلکه به‌دلیل این که به چیزی دلالت می‌کنند مهم‌اند و از سوی دیگر، نظام فرهنگی‌ای داریم که در آن دنیای اشیا واقعی است» (سجودی، ۱۳۹۰: ۱۲) غفلت از یادآوری و تکرار این منبع غنی تزئینی باعث پایین آمدن کیفیت بصری آثار جدید شده‌اند. هنرمندان به شناخت فرم و تزئین و ارتباط معنی‌دار این دو به‌عنوان مکمل یکدیگر و به تعمق در زیبایی‌شناسی آثار گذشته که با تیزبینی هنرمندان آن زمان به اقتضای تقاضای حس زیبایی آن دوران شکل گرفته‌اند، خواهند رسید. هنرهای صناعی ما فرهنگی غنی از نقوش تزئینی را در خود جای داده است. این فرهنگ ریشه در باورهای اسطوره‌ای و دینی و اعتقادی مردمانی دارند که با آنها زندگی می‌کنند و در هنر خود متجلی ساخته‌اند.

در دنیایی مملو از آثار صنعتی که در پاسخ به نیازهای زندگی امروزی به وفور تولید می‌شوند، خلأ تزئینی که خاطرات فرهنگی را با خود حمل کند، حس می‌شود. این خلأ را باید با آگاهی پر کرد. برخورد ناشیانه آسیب جدی به حوزه تزئین وارد خواهد کرد و او را منزوی‌تر می‌کند. تزئین روح تازه‌ای برای تولید است و از این قابلیت باید به‌درستی استفاده کرد. «چهارچوب ارزیابی دیداری و مطالعه تاریخی تزئین ده مجموعه دوتایی به‌اصطلاح دیالکتیک مفاهیم را شامل است:

۱. حرکت در مقابل سکون؛
۲. ظرافت در مقابل قدرت؛
۳. قطعیت در مقابل عدم قطعیت؛
۴. درک‌پذیری در مقابل پیچیدگی؛
۵. ساده‌سازی در مقابل سطحی‌گرایی؛
۶. مهارت در مقابل حفظ ماهیت مواد؛
۷. کاربرد شیء در مقابل ادغام با شیء؛
۸. عرف در مقابل نوآوری؛
۹. تخیل سازنده در مقابل تخیل سفارش‌دهنده؛

۱۰. سنت محلی در مقابل تأثیرات بیرونی (که سه مورد آخر دربر گیرنده مفاهیمی هستند که تکامل تاریخی تزئین را توصیف می‌کنند).
این موارد هر کدام جداگانه یا همراه یکدیگر بر جوهر یا سبک شیء دلالت دارند. هفت مورد نخست عملاً مستقل از زمینه‌اند. بهترین دستاورد این نمودار در نتیجه‌ای است که از آنها حاصل می‌شود؛ تشخیص این‌که با وجود جهانی بودن اصول تزئین، هر اثر برجسته همواره منحصر به فرد باقی می‌ماند» (تریلینگ، ۱۳۹۴: ۱۱، ۱۲). تزئین همواره به اثر اضافه نمی‌شود. تزئین جزئی از الزامات اثر برای خوانش فرهنگی آن است.

زیبایی‌شناسی

زیبایی‌شناسی حوزه بی‌سامان پژوهش و پرسش است که معضلات معمول شرح و سازماندهی خود را دارد. ضمناً یکی از جذاب‌ترین و دشوارترین شاخه‌های فلسفه به‌شمار می‌رود.

زیبایی‌شناسی در مقام فلسفه نظام‌مند هنر از لحاظ تاریخی تشخیص خود را دارد؛ اما دوگانگی و تمایز میان تعبیر حسی و تجربی (aisthesis) و خرد و دانش (noesis) در فلسفه کلاسیک دوران باستان موجب پیامدهای ریشه‌داری در فلسفه و تفکر غربی شده است. الکساندر باومگارتن در اواسط سده هجدهم، زیبایی‌شناسی را به‌مثابه نظمی فلسفی معرفی کرد؛ ولی چندی بعد اندیشه‌های لایب‌نیتز آن را تحت‌شعاع قرار داد. با وجود این شناسی زیبایی‌شناسی خردانگاری و روشن‌گری و نقد است. گو این‌که این خردانگاری مطلق و منطقی است، اما ارزش شناختی به aisthesis نمی‌دهد (آبرگ، ۱۳۸۰: ۴۹).

از زیبایی‌شناسی اغلب به‌عنوان فلسفه فرهنگ و نقد فرهنگ تعبیر می‌شود. چنان‌که مایکل کلی در مقدمه کتابش چنین می‌گوید: «زیبایی‌شناسی زمینه‌ای است برای بسیاری از نظام‌های آکادمیک و قراردادهای فرهنگی؛ زیبایی‌شناسی بازتاب دقیق و موشکافانه هنر و فرهنگ و طبیعت است» (کلی، ۱۳۸۳: ۱۲).

بنابراین زیبایی‌شناسی نظمی است فلسفی که با پدیده‌های زیبایی‌شناختی به‌طور اعم و با آثار هنری به‌طور اخص و همچنین با تحلیل فلسفی نقد هنری مرتبط است. این تعریف کاملاً هنر محور است، درحالی‌که تعاریف ولش و شوسترمان چنین نیست.

زندگی روزمره و فرهنگ عامه دیری است که نظر محققان را به خود جلب کرده است. مساله‌ی حایز اهمیت در اینجا این است که چگونه می‌توان با «تحول زیبایی‌شناختی» به تعریف و توصیف مفاهیم «زیبا شناختی» و «زیبایی‌شناسی» پرداخت. این ترکیب از نظر واژه‌شناسی ریشه در معنای «زیبایی‌شناسانه» دارد، یعنی «آنچه به احساسات و درک و حظ حسی از ویژگیهای ادراکی و حسی مربوط است.

بخش اعظم انگیزه‌ی «تحول زیبایی‌شناختی» مشتق از برتری یک جنبه، یعنی معنای سنتی «زیبایی‌شناختی» عمدتاً به تئوری پست مدرن تعلق دارد، صحیح است، بنابراین زیبایی‌شناس فلسفی و تحلیلگر فرهنگی به این صورت به مطالعه‌ی پست مدرنیسم در هنرها می‌پردازد. دیدگاه ما در قبال «تحول زیبایی‌شناختی» تحت تأثیر دیدگاه هایمان به نظریه پست مدرن و پست مدرنیسم است و برای علمی چون زیبایی‌شناسی فلسفی، فلسفه و جامعه‌شناسی فرهنگی مهم است که با «موقعیت فرهنگ» موشکافانه و نقادانه برخورد شود. زمانی که بحث Aesthization تئوری پیش می‌آید و این اطمینان وجود ندارد که علم و حقیقت aestheticize شده اندو بهتر است از کسانی که Aesthization اخلاق، تئوری، واقعیت و هر چیز دیگر را می‌پذیرند، فاصله بگیریم و به ارزیابی مجدد دیدگاه‌های ولش و شوسترمان بپردازیم. مطالعه علم اخلاق و زندگی روزمره بدون اشکال و در فرهنگ معاصر حائز اهمیت است، اما این‌که باید در متن زیبایی‌شناسی فلسفی لحاظ شوند، مشخص نیست. معضلات هنر و تجربه هنر را نباید به اشتباه trans-aesthetics تعبیر کرد یا به ورطه‌ی soma-aesthetics افتاد. به عقیده ولش trans-aesthetics به معنی از هم پاشیدن زیبایی‌شناسی و زیبایی‌شناختی است. درواقع هنر باید به مثابه پدیده‌ای نسبتاً متمایز دیده شود که نیازمند بازتاب تئوریک متمایزی است. (Shusterman, 1997:96)

نکات مهم زیبایی‌شناسی

۱. بُعد زیبایی‌شناختی غالباً به میزان درک و تعبیر ما از واقعیت بستگی دارد.
۲. این گرایش منسوب به تفکر معاصر در نتیجه تحولات فرهنگی اخیر است (انتقال از مدرنیته به پست‌مدرن).

۳. نظام‌های زیبایی‌شناسانه از جمله زیبایی‌شناسی فلسفی باید افق‌های خود را توسعه دهند، تا جای که همه پدیده‌های زیبایی‌شناسانه بیرون از دایره هنرهایشان را دربر گیرند (آبرگ، ۱۳۸۰، ۵۰).

سه نظریه درباره زیبایی وجود دارد:

نظریه یکم، زیبایی عبارت است از یک نمود عینی که موردپسند ذهن و خوشایند باشد و ذهن آدمی هیچ نقشی جز منعکس ساختن آن ندارد. نظریه دوم، زیبایی عبارت است از درک و دریافت ذهنی از پدیده‌های عینی که اگر آدمی از چنین ذهنی برخوردار نباشد، زیبایی هم وجود ندارد. نظریه سوم، دوقطبی بودن زیبایی است که زیبایی را پدیده‌ای وابسته به دو قطب درون ذات و برون ذات می‌دانند.

جمعی از متفکران نظریه یکم را انتخاب کرده‌اند و ذهن آدمی را در دریافت زیبایی مانند آینه‌ای می‌دانند که کاری جز منعکس ساختن نمودی که رویاروی آن قرار گرفته است ندارد. گروهی از متفکران درست در نقطه مقابل ایستاده و می‌گویند: زیبایی فقط در درون ماست و برون ذات ما نه زشت است و نه زیبا (جعفری، ۱۳۹۰: ۲۰۱). درک زیبایی آثار هنری هم در زیبایی عینی این آثار نیز در ذهنیت فرهنگی مردم آن قوم است که زیبایی را درک می‌کند.

مفهوم فرهنگ

مطالعه فرهنگ به معنای وسیع کلمه یکی از موضوعات مورد علاقه علم نشانه‌شناسی است. اگر به یکی از کاربردهای فرهنگ که آثار و تجربه‌های فکری به‌ویژه فعالیت‌های هنری انسان را مورد تأکید قرار می‌دهد (پهلوان، ۱۳۷۸: ۶) توجه کنیم، آن‌گاه دستاوردهای هنری معماری، چشم‌اندازهای فرهنگی Cultural Landscape انسان‌ساخت Man-made یکی از جنبه‌های مهم فرهنگ است.

بنابه نظریه جامعه‌پذیری جامعه به‌منظور ورود به درون افراد و تبدیل آنها به انسان اجتماعی راهی جز تبدیل خود به «امر نمادین» یا همان «جامعه در زبان» ندارد. به زبان دورکیم، آنچه ما را با جامعه آشنا می‌سازد و جامعه را در ما درونی می‌کند همان «واقعیت اجتماعی غیرمادی» یا «فرهنگ» است (میلنر، ۱۳۸۵، ۴۷) فرهنگ چیزی جز جامعه در قالب زبانی یا گفتمانی آن نیست.

ما با درونی کردن فرهنگ در واقع جامعه را به درون خود می‌بریم و تبدیل به انسان اجتماعی می‌شویم؛ انسانی که مهم‌ترین منبع مشروعیت کنش و رفتار و افکار بعدی خود را همان فرهنگ درونی‌شده می‌داند. در این حالت، ما می‌کوشیم خود را دائم با معیار فرهنگ موجود یا همان امر نمادین لاکان بسنجیم. در جامعه‌ای که استفاده از آثار هنری بیگانه و لوازم لوکس خارجی معیاری برای طبقه بالای اجتماعی بودن است، فرهنگی درونی می‌شود که با استمرار و تداوم استفاده از آن آثار، روح فرهنگی آن نیز با خود منتقل شده و در طی زمان، بخشی از فرهنگ ما می‌شود که ما با آن انس و الفتی نداریم. «فهم فرهنگ همان فهم مردمی است که فرهنگ در آن زیسته است» (الیوت، ۱۳۹۱: ۴). شکاف‌های فرهنگی موجود دنیای معاصر منجر به فهم چندپاره‌ما از هنر می‌شود و بدین صورت هنرمند نیز اثری را خلق می‌کند که خود از فهم و بیان آن عاجز است و با تقلید و تکرار هنر پیشین آن را تأیید می‌کند.

همان‌گونه که در نشانه‌شناسی انسان‌ها لزوماً نشانه‌ساز هستند (آسابرگر، ۱۳۷۹) و در ایجاد نشانه‌ها نقش اصلی را بازی می‌کنند، در جغرافیای انسانی و فرهنگی نیز انسان عامل ایجاد آثار و چشم‌اندازها در مکان و فضا است. تأکید بر بُعد ویژه آثار انسان‌ساخت به‌عنوان واقعیت‌های خارجی و عینی با حقیقت درونی و باطنی در ارتباط است که از طریق آنها می‌توان معنای مدنظر را جست‌وجو و کشف کرد. این معناشناسی از طریق نشانه‌شناسی قابل‌دستیابی است و نشانه در بستر فرهنگی قابل‌معناست. در هنرهای صناعی نشانه‌های هنری نشانه‌های فرهنگی معنا می‌شوند و با بررسی‌شان در بستر فرهنگی معانی هنری آنها لمس می‌شود.

مفهوم هویت

هویت یکی از مفاهیم پیچیده اجتماعی است که تاکنون دیدگاه‌های مختلفی درباره آن ارائه شده است. هویت در لغت به‌معنای تشخیص (دهخدا، ۱۳۷۷: ۲۰۸۶) و آنچه سبب شناسایی شخص باشد تعریف شده است. اما از نظر اصطلاحی، عبارت است از مجموعه خصوصیات و مشخصات اساسی اجتماعی، فرهنگی، روانی، فلسفی، زیستی و تاریخی همسان که به رسایی و روایی بر ماهیت یا ذات گروه، به‌معنای یگانگی یا همانندی اعضای آن با یکدیگر، دلالت کند و آنان را در یک ظرف زمانی و مکانی معین به‌طور مشخص و قابل‌قبول و آگاهانه از سایر گروه‌ها و افراد متعلق به آنها متمایز سازد (الطایی، ۱۳۷۸: ۱۳۹).

هویت در کلی‌ترین مفهوم آن به خودآگاهی هر شخص در رابطه با دیگری اشاره دارد. با وجود این در روان‌شناسی اجتماعی، با یک مفهوم خاص‌تر یعنی خودآگاهی در چارچوب عضویت یک فرد در گروه‌های اجتماعی مختلف، دلالت می‌کند. این مفهوم بر واژهٔ هویت تأکید کرده و استدلال خود را بیشتر مرهون مطالعات جی.اچ.مید است که بر مفهوم اجتماعی «خود» تأکید داشت و استدلال می‌کرد که تجربهٔ افراد نسبت به خودشان از منظر اجتماعی است که به آن تعلق دارند. این مسئله برای تشخیص جنبهٔ عمومی (یا اجتماعی) هویت از جنبهٔ خصوصی‌تر آن (یا شخصی) اهمیت دارد (Kuper, 1996:789).

از منظر دیگر، هویت امر ثابتی نیست، بلکه براساس دیالکتیکی که بین شبکهٔ معنایی ذهن و نظام اجتماعی و فرهنگی پیرامون رخ می‌دهد در حال تغییر و تکوین است (آشنا و روحانی، ۱۳۸۹: ۱۸۰). این ویژگی ریشه در فهم کنشگر از خود و بازنمایی کنشگر به همان شکل از سوی سایرین دارد (جمالی، ۱۳۹۰: ۲۰). در هویت شکل گرفته، چارچوب معنایی را انگاره‌ها می‌سازند و کنشگر با توجه به آن، جهت‌گیری رفتاری خود را سازمان می‌بخشد و قواعد و هنجارها و فرهنگ کنشگر را تنظیم و هدایت می‌کنند و با ایجاد کنشگری باثبات رفتار وی را قابل‌پیش‌بینی می‌کنند. درک بسترهای فرهنگی کنشگری، نیازمند فهم این مهم است که فرهنگ علاوه بر این که از طریق تکوین هویت به رفتارها شکل می‌دهد، به‌طور مستقل نیز قادر است به ماهیت رفتار شکل و سمت‌وسو دهد (فکوهی، ۱۳۷۸: ۷۹).

دربارهٔ اهمیت هویت در جامعه و بحث از آن می‌توان گفت که شناخت از خود فردی و جمعی آثار بسیار سودمندی را به‌دنبال خواهد داشت. از جمله این که رسیدن به پیشرفت و توسعه و تعالی انسان نیازمند شناخت از خود است و به تعبیری از خود بیگانگی نمی‌تواند انسان را به مقصد برساند. عماد افروغ در کتاب «هویت ایرانی و حقوق فرهنگی» با اشاره به نظرات ولیام هانوی در خصوص اهمیت هویت می‌نویسد: به تعبیر ویلیام هانوی، یکی از ایران‌شناسان و شرق‌شناسان، ما تا ندانیم که بودیم، نمی‌توانیم بدانیم که هستیم؛ یعنی شناخت هستی ما در گرو شناخت تاریخی ماست و تا ندانیم که چگونه به جایی که هستیم رسیده‌ایم، نمی‌توانیم بدانیم که به کجا می‌رویم. این سخن پرمعنا و پرمغزی است. ما هر کجا که می‌خواهیم برویم، چه در قالب توسعهٔ اقتصادی، توسعهٔ سیاسی یا توسعهٔ فرهنگی، اول باید ببینیم که در تاریخ چه بوده‌ایم. چگونه به اینجا که الان هستیم رسیده‌ایم؟ این گذشته را باید خوب شناخت (افروغ، ۱۳۸۷: ۲۳).

امانوئل کاستلز در این زمینه معتقد است: همان‌گونه که نقش‌ها کار ویژه‌ها را سازمان می‌دهند، هویت‌ها هم معنا را سازمان می‌دهند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲).

رجائی در کتاب «مشکلۀ هویت ایرانیان امروز» ضرورت بحث از هویت را در این می‌داند که داشتن تعریفی از خود، اولین قدم نه‌تنها در برعهده گرفتن نقش، بلکه از مقدمات انسان بودن است. «هویت محصول خودشناسی فردی و گروهی است» (رجایی، ۱۳۸۲: ۴۲) و باعث می‌شود که دو عامل اعتمادبه‌نفس فردی و داشتن جهت کلی جمعی با هم تلفیق شوند و به تعبیر ابن‌خلدون، سبب تمدن‌سازی و «تولید تمدنی» شود. (طباطبایی، ۱۳۷۹، ۸۲)

به‌صورت خلاصه از آنچه درباره اهمیت و کارکرد هویت در انسان گفته شد، می‌توان گفت که هویت در ایجاد امنیت برای جامعه و انسان ضروری است و از سوی دیگر رسیدن به پیشرفت و توسعه نیازمند هویت است و بدون شک پیشرفت و تعالی انسان نیازمند هویت است. باید توجه داشت از عواملی که در شکل‌گیری هویت اثر فراوان دارد فرهنگ، جهان بینی و نگاهی است که انسان به خود و اجتماع دارد. بنابراین بن‌مایه هویت‌های اجتماعی، فرهنگ است و براساس آن مفهومی به‌نام هویت فرهنگی نیز قابل احصا است که در آن افراد خود را متعلق به فرهنگی خاص دانسته و حرکت رو به جلو و پیشرفت خود را براساس آن تعریف می‌کند. فرهنگ به طریق مختلف در زبان، هنر، زندگی روزمره و طرز تفکر/افراد خود را هویدا می‌کند. هنر ایرانی دارای فرهنگی ریشه‌ای در طول تاریخ است که با نشانه‌های منحصربه‌فرد خود قابل‌شناسی و تمیز است.

هویت فرهنگی

برای تعریف فرهنگ دو روش نظری و عملی وجود دارد که طرح روش نظری ضروری به‌نظر نمی‌رسد؛ اما در روش عملی چون مفاهیم انتزاعی همانند شخصیت، تفکر و... که ساختار محسوب می‌شوند با توجه به بازتابی که در گفتار، کردار و مصنوعات هنری دارند، تعریف می‌شوند. فرهنگ جامعه نیز عبارت است از برداشت‌های ذهنی و عقاید و ارزش‌های حاکم در بین گروه‌های مسلط جامعه. «از این دیدگاه فرهنگ هر جامعه دو بُعد متمایز مادی و غیرمادی دارد. بُعد مادی به مجموعه پدیده‌هایی اطلاق می‌شود که محسوس و ملموس و قابل اندازه‌گیری با موازین کمی و علمی است و این مجموعه شامل ابزارها و اشیائی است که به دست اعضای پیشین جامعه ساخته شده و برای اعضای حاضر برجای مانده‌اند، مانند فنون، ابزارهای کاربردی و

تولیدی. بُعد غیرمادی شامل مسائلی است که با موازین کمی قابل اندازه‌گیری نیست. این مجموعه شامل آداب و رسوم و معتقدات، علوم و هنرهایی است که عمدتاً به وسیله زبان و خط فراگرفته می‌شوند. درواقع این دو مجموعه هویت فرهنگی یک جامعه را شکل می‌دهند» (روح‌الامینی، ۱۳۸۴: ۲۴).

بنا به نظر ویلیامز، فرهنگ به معنای زیبایی‌شناسانه آن صرفاً به هنر و پالایش حساسیت هنری می‌پرداخت و رشته مطالعات فرهنگی برای پرهیز از این تنگنا باید به مفهوم انسان‌شناختی فرهنگ رو می‌آورد؛ همان نکته‌ای که ویلیامز آن را به «روش کلی زندگی» تعبیر می‌کرد. این مفهوم اخیر نه تنها صورت‌های هنری و فکری حیات اجتماعی را دربر می‌گیرد، بلکه شکل اقتصاد و سیاست اجتماعی را نیز شامل می‌شود (Williams, 1960: 18).

هویت فرهنگی و اشیا

اشیا بخشی از هویت ما هستند، اشیا همچون انسان‌ها در زندگی شهری از حقوقی برخوردارند. واقعیت این است که باستان‌شناسان و فرهنگ‌شناسان پیش‌تر این مسئله را حل کرده‌اند. یکی از مهم‌ترین کتاب‌ها در این زمینه «امر روزمره در جامعه پسا انقلابی» است که در فصل «زندگی اجتماعی اشیا» به بیوگرافی فرهنگی اشیا پرداخته می‌شود؛ (کاظمی، ۱۳۹۵: ۴۳)، اشیا نیز همچون انسان می‌توانند بالغ، منقلب، محافظه‌کار و... شوند و سرانجام همچون انسان بمیرند. بنابراین سرنوشت اشیا نیز سوژه‌ای برای انسان‌شناس‌ها بوده است. براساس این دیدگاه نباید اشیای پیرامون را ساکن، بی‌اراده و غیرتأثیرگذار فرض کرد؛ چراکه آنها بخشی از زندگی ما هستند و تأثیرگذارند و مادامی می‌توان به درک بهتری از آنها رسید که در شبکه روابط اجتماعی پیچیده زندگی شهری ما درک شوند. طبیعتاً پیش‌از این انسان‌شناس‌ها و باستان‌شناس‌ها بر روی اشیا کار کرده‌اند. قدیمی‌ترین مطالعاتی که باستان‌شناسان در قرن نوزده صورت داده‌اند این است که برای مطالعه اشیا و ابزار ابتدایی، آنها را جمع کرده و در مکانی همچون موزه قرار می‌دادند و می‌کوشیدند که اَبژه‌ها (Objet) را در فرهنگ و زندگی روزمره ابتدایی و در گذشته جست‌وجو کرده و مطالعه کنند.

هر آنچه ما مصرف می‌کنیم به ما هویت می‌بخشد. مصرف کالاها و خدمات مصرفی فرهنگی نشان‌گر این است که کدهای اصلی جامعه‌ای که فرد در آن زندگی می‌کند، صرف‌نظر از درجه توسعه اقتصادی و اجتماعی‌اش، به آنها معنا می‌بخشد. از این رو، حوزه مصرف حوزه‌ای

مهم در تشکیل ذهنیت‌ها و ارزش‌های منبعث از فعالیت‌های شرکت‌های فراملیتی است؛ زیرا نماد مصرف یا کد اشیای مصرف‌شده، ترجمان وضع فرهنگی یا هویت فرهنگی است و افراد با دسترسی به کالاهای خاص، برطبق موازین و مقیاس‌های جامعه، نه تنها از منزلت و مقام خود، بلکه از جایگاه دیگران نیز آگاهی می‌یابند و اشیا با ایفای یک کارکرد اجتماعی متمایز معرف افراد یا به معنای صحیح‌تر، مشخص‌کننده افراد می‌شوند. درحقیقت تمایز قائل شدن بر حسب اشیا مبین یا موجد تفکیک و تفاوت اجتماعی است که افراد را طبقه‌بندی می‌کند و سلسله‌مراتب اجتماعی را به دنبال دارد. این بُعد نمادی در تمام سطوح جامعه، برطبق کدهای متفاوت، مشاهده می‌شود و به طبقه اجتماعی خاصی نیز محدود نمی‌شود. علاوه بر این، باید به مصرف، بُعد تخیلی نیز افزود؛ زیرا اشیا وسیله فرار و طلسمی هستند که فرد با توسل به آنها می‌تواند جهان سحرآمیز را تصور کند. آرزوها به سوی نیازها هدایت شده، در وجود کالاها برآورده می‌شوند.

هنرها در شیوه سنتی خود، ماهیتی کاربردی دارند. به عبارت دیگر، در این حیطه، هرگونه خلاقیت هنری، نخست برای برآوردن نیازی از نیازهای زندگی روزمره به کار می‌آید و در گذر زمان است که به زیبایی‌شناسی هنری آراسته می‌شود. در سرزمین خودمان، سفالینه‌های برجا مانده از دوره‌های گوناگون تاریخی، انواع فرش و قالی، معماری‌های گوناگون از خانه و مسجد و پُل و...، موسیقی محلی و ترانه‌های مناطق مختلف، از جمله نمونه‌های این تعریف بوده‌اند. آثاری هنری که هیچ‌یک، از جریان پویای زندگی روزمره و نیازهای عمومی جدا نیستند.

نتیجه

یکی از ویژگی‌های ذاتی هنر این است که از وضع موجود فراتر می‌رود. بدان سبب آرمان را در برابر امنیت مطرح می‌کنند که هنرمند اگر بخواهد به ستایش وضع موجود بپردازد، با علت وجودی خلاقیت هنری درافتاده و با به‌کارگیری نمادها، به اشیا، روابط و عقاید ارزش و معنا می‌بخشد و این امر در جامعه‌ای تحقق می‌یابد که در زیر چتر فرهنگ خود را به‌روز کند و به تعالی برساند. نقش و تأثیر فرهنگ آن قدر زیاد است که بدون فهم دقیق آن، فهم مظاهر آن غیرقابل درک است.

پیش از این که مخاطب با نوعی از انواع هنر برخورد کند، کلیاتی در ذهن دارد و این ذهن ناخودآگاه فرهنگ است که باعث پیش‌فرض‌هایی می‌شود. درواقع انسان به آن چیزی که به‌عنوان هنر می‌بیند، واکنش نشان می‌دهد. این واکنش ناآگاهانه واکنشی فرهنگی است. انسان چیزی را

زیبا نام‌گذاری می‌کند که برایش لذت‌بخش باشد و درواقع زیبا بودن جدای از زیبایی‌شناسی با نوع مخاطب در ارتباط است؛ اما همین زیبا بودن در روند زیبایی‌شناختی است که به‌عنوان اثری درخور بحث ارزیابی می‌شود. همانا هنر در نگاه اول با زیبایی رقم خورده و تنیده شده است و فرهنگ در تلقین و دریافت ما از زیبایی نقش اساسی دارد. بنابراین گره خوردن هنرهای صناعی با فرهنگ ما یکی از نشانه‌های اصلی فرهنگ ماست که می‌توان به صورت عینی، فرهنگ را نظاره کرد و به زیبایی حس فرهنگی از دیدن آثار صناعی ایرانی رسید.

هرچند که مردم عموماً از رها کردن سنت‌ها، ارزش‌ها و رسوم و پذیرش ارزش‌های تازه به‌جای آنها کراهت دارند، اما هیچ‌گاه، فرهنگی نیست که طی یک دوره زمانی، هیچ‌گونه دگرگونی را پذیرا نشده باشد. روش و درجه این دگرگونی، متفاوت است. هرگاه عناصر و مجموعه‌های فرهنگی تازه‌ای در یک فرهنگ پدیدار شوند و بر اثر آن محتوا و ساختار آن فرهنگ دگرگون شود، دگرگونی فرهنگی پدید می‌آید. فرهنگ در منظر زمانی همواره درحال تغییر است. از آنجاکه الگوهای فرهنگی جامعه از عناصر به‌هم پیوسته و منسجم تشکیل شده است، تغییر در بخشی از فرهنگ سبب ایجاد تنش در سایر قسمت‌های فرهنگ خواهد شد و در این حالت ضرورت دارد که ساخت کلی فرهنگ مجدداً به تعادل برسد، اما این فرایند تعادلی معمولاً خیلی سریع بروز نمی‌کند. درحقیقت ممکن است فاصله زمانی زیادی وجود داشته است باشد تا یک جزء عقب‌مانده فرهنگ بتواند به سایر قسمت‌ها برسد و یکپارچگی فرهنگی حاصل شود؛ به این معنا که تغییرات امروز با سرعت حرکت هنرهای صناعی ما همگن نیست و پرکردن شکاف بین این تغییر جز به دست هنرمندان آگاه این رشته میسر نمی‌باشد. درک مبانی ساختاری فرهنگ و ارتباط زیبایی‌شناسی آثار هنری سنتی با دنیای مدرن که تغییری در ذائقه زیبایی مخاطب آن ایجاد شده، یکی از راهکارهای حل مشکل این شکاف به‌نظر می‌آید. امید است با فهم و درک مبانی مهم در ساختار شکل‌گیری هنرهای صناعی بتوان جایگاه فرهنگی این هنر را در دوران معاصر تقویت کرد.

یادداشت:

- ۱- این مقاله مستخرج از رساله دکترای سارا رستخیز تحت عنوان " نشانه شناسی فرهنگی آثار شیشه ای دوران قاجار " با راهنمایی خانم دکتر عفت السادات افضل طوسی می باشد.

منابع

- آسابرگر، آرتور (۱۳۷۹)، نقد فرهنگی، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: انتشارات باز.
- آشنا، حسام‌الدین و محمدرضا روحانی (۱۳۸۹)، «هویت فرهنگی ایرانیان، از رویکردهای نظری تا مؤلفه‌های بنیادی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۴، صفحه ۱۵۷-۱۸۴.
- افروغ، عماد (۱۳۸۷)، هویت ایرانی و حقوق فرهنگی، تهران: انتشارات سوره مهر.
- الطایی، علی (۱۳۷۸)، بحران هویت قومی در ایران، تهران: نشر شادگان.
- الیوت، تی.اس. (۱۳۹۱)، درباره فرهنگ. ترجمه: حمید شاهرخ. تهران: نشر مرکز.
- پهلوان، چنگیز (۱۳۷۸)، فرهنگ شناسی، تهران: انتشارات قطره.
- تریلینگ، جیمز (۱۳۹۴)، زبان تزئین، ترجمه منصور حسامی، تهران: دانشگاه هنر.
- جعفری، محمدتقی (۱۳۹۰)، زیبایی و هنر از دیدگاه اسلام، تهران: موسسه تدوین و نشر آثار استاد علامه محمدتقی جعفری.
- جمالی، جواد (۱۳۹۰)، افراط‌گرایی در پاکستان، تهران: مؤسسه مطالعات اندیشه‌سازان نور.
- چندلر، دانیل (۱۳۸۷)، مبانی نشانه‌شناسی، ترجمه مهدی پارسا، تهران: انتشارات سوره مهر.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷)، لغت‌نامه دهخدا، زیر نظر محمد معین، جعفر شهیدی، تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه لغت‌نامه دهخدا.
- رجایی، فرهنگ (۱۳۸۲)، مشکل هویت ایرانیان امروز، ایفای نقش در عصر یک تمدن و چند فرهنگ، تهران: نشر نی.
- سجودی، فرزانه (۱۳۹۰)، نشانه‌شناسی فرهنگی، تهران: نشر علم.
- فکوهی، ناصر (۱۳۷۸)، خشونت سیاسی، نظریات، مباحث، اشکال و راهکارها، تهران: پیام امروز.
- کاستلنز، امانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات، قدرت هویت، ترجمه: حسن چاوشیان، ج ۲، تهران: طرح نو.
- کاظمی، عباس (۱۳۹۵)، امر روزمره در جامعه پساانقلابی، تهران: نشر فرهنگ جاوید.
- آبرگ، لارس (۱۳۸۰)، «زیبایی‌شناسی فلسفه فرهنگ و "تحول زیبایی‌شناختی"»، مترجم: مهسا ملک مرزبان، مجله کیهان فرهنگی، آبان ۱۳۸۰، شماره ۱۸۱، ص ۴۹.
- میلنر، ا. جف. ب. (۱۳۸۵)، درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر، ترجمه جمال محمدی، تهران: انتشارات ققنوس، چاپ اول.

والتون، کندال (۱۳۸۳)، *دایرة المعارف زیبایی‌شناسی*، تهران: مؤسسه فرهنگی گسترش هنر.
روح‌الامینی، م. (۱۳۸۴)، *مبانی انسان‌شناسی*. عطار. چاپ سوم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

کلی، مایکل (۱۳۸۳) *زیبایی‌شناسی تهران*، مرکز مطالعات و تحقیقات هنری: گسترش هنر
طباطبایی، جواد، (۱۳۷۹) *ابن خلدون و علوم اجتماعی انتشارات طرح نو*

Nasr, Seyyed Hossein(1971)The Sacred Art in Pernian Cuture, London:Golgonooza Prees.

Kuper, Adam and Jesica Kuper (1996), The Social Science Encyclopedia, London and Newyork :Routledge.

Williams, Raymond(1960), Culture & Society 1780-1950, Doubleday & Company, Inc.

Shusterman, Richard (1997), Practicing Philosophy: Pragmatism and the. Philosophical Life. New York and London: Routledge.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی