

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۰۱

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۱۰/۲۸

علیرضا سلیمانی^۱، غلامعلی حاتم^۲، سید سعید سید احمدی زاویه^۳

رویارویی فرهنگ عامه‌پسند - با سیاست هنر در دوره‌ی پهلوی اول* مطالعه موردی: دو کارت پستال شاهی

چکیده

موضوع نوشتار حاضر، جدی گرفتن جریان عامه‌پسند و هنر عامه به‌عنوان منبعی مهم در جنبه‌های ناپیدای حیات اجتماعی و تصمیم‌گیری‌های حوزه‌ی سیاست فرهنگی در دوره‌ی پهلوی اول است. موضوعی که از همان آغاز در اجرای جریان عظیم سیاسی موسوم به نوسازی یکی از دغدغه‌های اصلی عاملان سیاست‌گذاران فرهنگی بود و در سال‌های بعد، رفته‌رفته به ایجاد وفاق فکری میان روشنفکران و هنرمندان با دولتمردان انجامید. این پژوهش قصد دارد تا در حوزه‌ی «مطالعات فرهنگی» و با تمرکز بر «سیاست هنر» به بررسی مواجهه‌ی فرهنگ عامه‌پسند با فرهنگ سیاسی آن دوره بپردازد و به این سوال پاسخ دهد که «احساسات عامه» چگونه و تا چه اندازه دستخوش خط‌مشی سیاست‌گذاران فرهنگی پهلوی اول قرار گرفته است؟ تحلیل نشانه‌های معنایی و مضمونی دو «کارت پستال شاهی»، مصداق‌های آشکاری را از بحث این پژوهش به ما می‌دهد. این دو کارت پستال - جدای از ساختار بصری مشابه نقاشی‌های قهوه‌خانه‌ای (خیالی‌نگاری) و کیفیت‌های زیبایی‌شناسانه‌ی آنها - به این دلیل انتخاب شده‌اند که آمیزه‌ای از ارزش‌های فرهنگی مسلط و مخالف را به معرض نمایش گذارده و دارای مضامینی ملی - میهنی آمیخته با مذهب هستند. شیوه‌ی پژوهش کیفی و روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است. دستاوردهای این پژوهش نشان می‌دهد که عاملان سیاست‌گذاران فرهنگی پهلوی اول، تحت لوای یک نظام متمرکز و اقتدارگرا، در جهت رسمیت بخشیدن به نظام قدرت، موفق به ایجاد سلیقه‌ای مشروع در عامه شده و قدرت حاکمه با استفاده از ایده‌ی همگانی‌سازی فرهنگ یا همان ایدئولوژی «تربیت حس عامه» توانسته تا حد زیادی نظام قدرت را محبوب و معقول نشان دهد، همان‌گونه که تصاویر دو کارت پستال به ما می‌گویند.

واژگان کلیدی: پهلوی اول، هنر عامه‌پسند، سیاست‌گذاران فرهنگی، مطالعات فرهنگی، سیاست هنر، کارت پستال شاهی

^۱ دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده‌ی علوم نظری و مطالعات عالی هنر پردیس بین‌المللی فارابی، دانشگاه هنر، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Email: a.soleimani@student.art.ac.ir

^۲ استاد، گروه پژوهش هنر، دانشکده‌ی علوم نظری و مطالعات عالی هنر، دانشگاه هنر، تهران، ایران.

^۳ دانشیار، گروه پژوهش هنر، دانشکده‌ی علوم نظری و مطالعات عالی هنر، دانشگاه هنر، تهران.

^۴ این مقاله برگرفته از رساله‌ی دکتری نویسنده‌ی اول، علیرضا سلیمانی با عنوان «باستان‌گرایی در هنر دوره‌ی پهلوی اول» به راهنمایی دکتر غلامعلی حاتم به عنوان استاد راهنما و همچنین دکتر سید سعید سید احمدی زاویه به عنوان استاد مشاور در دانشگاه هنر تهران است.

۱ - مقدمه

جهان امروز با پرسشگری بی‌امانش در پی عیان ساختن و چیستی هرآن چیزی است که در دل تاریخ جا خوش کرده است. داریوش آشوری در کتاب «ما و مدرنیت» در ناگزیری انسان از سیطره‌ی جهان مدرن می‌نویسد: «تمام فرهنگ و تاریخ و زبان و ادبیات و اساطیر و فولکلور و جغرافیا و طبیعت پیرامونشان، می‌باید در زیر ذره‌بین کنجکاو بی‌پایان عقل مدرن از نو پدیدار شوند و ارزش و معنا و جایگاه خود را روشن کنند» (آشوری، ۱۳۷۷: ۱۵۸). کاری که در هر پژوهش راستینی می‌بایست انجام پذیرد.

مقاله‌ی حاضر، پس از ارایه‌ی تعاریف نظری و روشن ساختن جایگاه عامه‌پسندی در مطالعات فرهنگی، بحث را از آنجا آغاز می‌کند که مقصود از «سیاست فرهنگی» در عصر پهلوی اول چیست؟ و از میان انبوهی از موضوعات مورد توجه در بحث «سیاست هنر» به مسئله‌ی اصلی و مرتبط با ایده‌ی مقاله یعنی تقابل فرهنگ عامه‌پسند با تکوین قدرت سیاسی می‌پردازد. در ادامه، این نظر طرح خواهد شد که با استفاده از مفهوم «سیاست هنر» می‌توان این امکان را به دست آورد تا نقش هنر را به مثابه میانجی فرهنگ سیاسی با فرهنگ عامه بررسی کرده و متغیرهای موجود در مناسبات هنر و سیاست و امر عامه‌پسندی را از لحاظ نظری و تاریخی و شیوه‌ی تولید توجه شود. مقاله می‌کوشد تا برای دستیابی به این هدف، اولاً تأثیرات امر عامه‌پسند و به تبع آن هنر عامه را از اندیشه‌های طبقه‌ی حاکم و جایگاه تثبیت ایدئولوژی مسلط و خط‌مشی‌های سیاسی نظام قدرت در برخورد با این امر بررسی کند و ثانیاً به این مسئله بپردازد که قدرت حاکمه چگونه از هنر و فرهنگ عامه‌پسند جهت گسترش نفوذ و اعتلای خود و ایجاد یک سلیقه‌ی مشروع در آحاد جامعه بهره برده است؟ مقاله در حیطه‌ی گفتمان‌های کلی‌نگر نظری محدود نشده، به همین خاطر به مفهوم تازه‌ی سینما و مطبوعات به عنوان بخشی از تلاش‌های فرهنگ سیاسی دولت جهت اصلاح جهان‌بینی عامه و اعمال سبک نوین زندگی بر اساس هژمونی ایدئال‌اش می‌پردازد. در ادامه، مقاله با توضیح مفهوم «لذت» و ارتباط عمیق آن با عامه‌پسندی از دیدگاه مطالعات فرهنگی، مواجهه‌ی ایدئولوژی عصر نوسازی با احساسات عامه را مدنظر قرار می‌دهد. کنترل احساسات عمومی از طریق ایجاد وحدت احساسات و زدودن احساسات تحقیری در عامه و تولید فرهنگ نخبه‌گرا دستمایه‌های این مواجهه را تشکیل می‌دهند.

همچنین این پژوهش در انتها تلاش می‌کند تا با مطالعه‌ی موردی و گواه قراردادن مضامین دو کارت‌پستال و پس از بررسی و تحلیل محتوایی و مضمونی آنها به اثبات بحث‌های مقاله بپردازد. این دو کارت‌پستال جدا از کیفیت‌های زیبایی‌شناسانه، بدین جهت انتخاب شده‌اند که دارای نشانه‌های معنایی جدی هستند و مصداق‌های روشنی از بحث اصلی را در خود دارند و دربردارنده‌ی مضامینی مرتبط با موضع این پژوهش هستند. شیوه‌ی روایی و تصویری این دو کارت‌پستال نیز که در زمان سردار سپهی رضاشاه تصویر شده‌اند، ملهم و متأثر از هنر خیالی‌نگاری هستند، هنری که خود یکی از مهم‌ترین انواع هنر عامه است.

هدف مقاله این است که نوع رابطه‌ی بین قدرت حاکمه و امر عامه‌پسند در عصر پهلوی اول را برایمان آشکار کند. این رابطه دو دیدگاه مسلط و حاشیه‌ای را در مقابل هم قرار می‌دهد که هر یک در مواقعی به ضرورت و به ناچار دیگری را با چالش مواجه می‌کند. درنهایت این رودرروی به یک سنتز یا نوعی امتزاج ختم می‌شود. حاصل این امتزاج را می‌توان ابداع سنت‌های جدید مشروع و احیاء ذوق عامه‌ای دانست که هدف اصلی آن محبوبیت نظام قدرت است.

۲- پیشینه‌ی پژوهش

از آنجا که ماهیت این پژوهش، میان‌رشته‌ای است، فلذا پیشینه‌ی مورد نظر بایستی به طور مشترک هر دو حوزه‌ی مطالعات فرهنگی و هنر را دربر گیرد. تاکنون پژوهش‌ها و تحقیقات قابل ملاحظه‌ای توسط محققان، هم درباره‌ی فرهنگ عامه و هم سیاست‌گذاری فرهنگی در ادوار گوناگون صورت پذیرفته است، اما اغلب سوژه‌ی مورد تحقیق آنها هنر نبوده، بلکه عرصه‌های مرتبط با مطالعات فرهنگی همچون؛ روابط بین قدرت و فرهنگ، نهادها و نظام‌های طبقه‌بندی‌شده، ارزش‌ها و اعتقادات، هنجارها، جریانات عادی زندگی، جنسیت، نژاد، طبقه و غیره بوده است. البته به زعم حسین پاینده، محقق و مترجم کتاب «مطالعات فرهنگی درباره‌ی فرهنگ عامه»^۲ در زمینه‌ی «روش مطالعات فرهنگی» مربوط به فرهنگ عامه در ایران، پژوهش‌های بسیار کمی صورت گرفته است و مطالعات فرهنگی به طور عملی مطالعه نشده است. او معتقد است که بحث مطالعات فرهنگی در جامعه علمی ایران، مبحث جدیدی است، بنابراین پژوهش‌های مرتبط با آن هنوز در ابتدای راه است. اما از منابع قابل اعتنا یکی همین کتاب «مطالعات فرهنگی درباره‌ی فرهنگ عامه» نوشته‌ی جان استوری (۱۳۸۶) است. این کتاب کوششی است برای آشنایی با فرهنگ عامه از منظر مطالعات فرهنگی، و اما پژوهش قابل تاملی که در حوزه‌ی هنر و سیاست فرهنگی و فرهنگ عامه به نگارش درآمده، کتاب علی قلی‌پور (۱۳۹۷) است که تحت عنوان «پرورش ذوق عامه در عصر پهلوی» به چاپ رسیده است. این کتاب را می‌توان یکی از بهترین منابع نگارش یافته بر اساس مستندات و با نگرشی نو به پژوهش هنر معاصر ایران دانست. کتاب با موضوع «تربیت زیباشناختی در سیاست‌گذاری فرهنگی عصر پهلوی» مطالعه‌ای است در تبار ایده‌ی تربیت ملت و پرورش ذوق آن نزد دولتمردان و روشنفکران عصر پهلوی اول. از مقالاتی که مطالب و محتوای آنها نه به طور مستقیم ولیکن در راستای ایده و فکر این پژوهش به رشته‌ی تحریر درآمده‌اند این موارد را می‌توان برشمرد: «جایگاه ادبیات عامه‌پسند در مطالعات فرهنگی» نوشته‌ی حسین پاینده (۱۳۸۱) مقاله‌ای است در مورد ملحوظ کردن ادبیات عامه‌پسند در مطالعات فرهنگی و خصلت میان‌رشته‌ای این رهیافت. مقاله‌ی «کرانه‌های عامه‌پسندی»، گفت‌وگوی است از هادی آقاجانزاده (۱۳۹۷) با حسین پاینده در بیان پیچیدگی‌ها و آرایه‌ی تصویر چندوجهی از عامه‌پسندی. مقاله‌ی محمد معین‌الدین و همکاران (۱۳۹۳) با عنوان: «بررسی مفهوم و جایگاه سبک هنری در هنر عامه» نگارشی است در خصوص برشمردن مهم‌ترین ویژگی‌های هنر عامه و جایگاه «سبک» در آن. «درآمدی بر سیاست در فرهنگ عامه» نوشته‌ی عبدالرحمن حسینی فر (۱۳۸۶) نیز نوشتاری است در تحلیل فولکلور ادبی - سیاسی یا همان قالب ادبیات شفاهی که در فرهنگ عامه برای ارتباط با نظام سیاسی ایجاد می‌شود. لازم به ذکر است با جست‌وجو در پایگاه اطلاعات علمی و سایر آرشیوهای پژوهشی مربوط به رساله‌های دانشگاهی، مورد مطالعه‌ی قابل توجه و مرتبطی با کلیدواژه‌های این مقاله حاصل نگردید.

در روند مباحث این تحقیق به فراخور مطالب به آراء نظریه‌پردازان، محققان و صاحب‌نظرانی که در حوزه‌های نزدیک و مرتبط به بحث، ما را در رساندن به پاسخ‌های قابل تامل‌تری یاری کند مراجعه کرده‌ایم. آراء و نوشته‌های افرادی مانند: پروانده آبراهامیان، داریوش آشوری، رامین جهانگللو، شاهرخ مسکوب و علامه سیدمحمدحسین طباطبایی از این دست هستند.

۳- روش پژوهش

استراتژی تحقیق در این مقاله، تحلیل محتوای کیفی است. با استفاده از این استراتژی که در مطالعات فرهنگی از آن با عنوان «تحلیل انتقادی» نام می‌برند، می‌توان اشکال و فرایندهای فرهنگی در جوامع معاصر و نزدیک به معاصر را مورد کنکاش و مذاقه قرار داد. و همچنین مجموعه‌ی آثار گوناگون اجتماعی- فرهنگی با جهت‌گیری‌های متفاوت سیاسی را نقد و بررسی کرد. فرهنگ در این نظریه یک کلیت یکپارچه نیست بلکه به عنوان «واجد تاکیدهای چندگانه» شناخته می‌شود. از این رو، بسترهای مورد آزمایش در این تحقیق؛ زمینه‌های تولید متن، روابط میان متن و قدرت و ایدئولوژی هستند.

مطالعات فرهنگی^۲، نوعی روش‌شناسی میان‌رشته‌ای چندگانه‌ی متکثر و متشکل از مفاهیم رشته‌های مختلف است. ترکیب‌بندی‌ای^۴ از همه‌ی دانش‌هایی مانند؛ نشانه‌شناسی، جامعه‌شناسی، قوم‌شناسی، انسان‌شناسی، نظریه‌های ادبی، اخلاق، ادبیات عامه‌پسند و... که در پیرامون آن وجود دارد. امروزه می‌دانیم که در مطالعات فرهنگی، فرهنگ عامه‌پسند، تلفیقی از فرهنگ توده‌وار^۵ و فرهنگ محلی یا قومی^۶ است و در زیرمجموعه‌ی این دو مطالعه می‌شود.

این پژوهش، با توجه به ماهیت داده‌های مورد بررسی شده که مبتنی بر مطالعات فرهنگی و نگاه جامعه‌شناختی است، در ردیف پژوهش‌های بنیادی و میان‌رشته‌ای قرار دارد. شیوه‌ی پژوهش کیفی و روش تحقیق نیز توصیفی - تحلیلی است. اطلاعات به صورت اسنادی - کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده و مطالعه‌ی موردی بر روی دو کارت‌پستالی که به لحاظ محتوا و مضمون ارتباط معنایی تنگاتنگی با ایده‌ی مقاله داشته انجام پذیرفته است. ابزار گردآوری نیز کتابخانه و پایگاه‌های اینترنتی بوده است.

۴- عامه‌پسندی و جایگاه آن در مطالعات فرهنگی

امر عامه‌پسند^۷ در ابتدای قرن حاضر، امری سخیف و کم‌ارزش شمرده می‌شد. اغلب هنرمندان در ابتدای این دوره اعتقاد داشتند که مخاطبشان نه توده‌ی مردم، بلکه نخبگان جامعه هستند. صاحب‌نظران حوزه‌های مختلفی چون علوم اجتماعی و سیاست نیز معمولاً آن را با عناوینی چون: «مبتذل»، «توده‌ای» و «عوامانه» همسان می‌دانستند؛ که به همین دلیل هم، آن را چندان شایسته تحلیل و بررسی نمی‌دیدند، اما به مرور زمان و به‌ویژه از اواسط نیمه‌ی دوم قرن بیستم نظریه‌های متفاوتی درباره‌ی امر عامه‌پسند در علوم انسانی مطرح شد. برای مثال، گرامشی^۸ اعتقاد داشت که فرهنگ عامه^۹ امکان نوعی بده‌بستان یا مذاکره بین قدرت حاکم و نیروهای معارض فرهنگی را فراهم می‌کند (پاینده، ۱۳۹۷: ۱۰). از این رو امروزه بسیاری از متفکران این حوزه، امر عامه‌پسند را عرصه‌ی بروز تعارض‌های عمیق فرهنگی می‌دانند.

در فرهنگ عمید در تعریف عامه‌پسندی آمده است: «ویژگی آنچه همگان می‌پسندند: مقبول عام و مقبول عامه^{۱۰}». «از زمان تأسیس مرکز مطالعات فرهنگی دانشگاه بیرمنگام، نظریه‌پردازان مطالعات فرهنگی این دیدگاه را ترویج کرده‌اند که امر عامه‌پسند، فضایی برای طرح پاره‌گفتمان‌هاست و از این رو نمی‌تواند از دایره‌ی تحقیقات اجتماعی بیرون گذاشته شود» (پاینده، ۱۳۹۷: ۱۰). بری ریچاردز در کتاب خود با عنوان روانکاوای فرهنگ عامه، فرهنگ عامه را برای اشاره به رفتارها و تجربیات عده‌ی کثیری از افراد در یک فرهنگ ملی در نظر می‌گیرد (ریچاردز، ۱۳۹۹: ۲۳). ریموند ویلیامز^{۱۱} متفکر و نظریه‌پرداز ادبی، دو معنای قدیمی اصطلاح عامه را که بار معنایی منفی دارند این‌گونه بیان می‌کند: ۱. عامه به معنای کهنتر یا دون‌مرتبه و

مترادف عامیانه که نمونه‌هایی از مصادیق آن عبارت‌اند از ادبیات عامیانه یا مطبوعات عامیانه ۲. عامه به معنای موردپسند عوام یا افراد غیر روشنفکر و مترادف عوامانه که نمونه‌هایی از مصادیق آن عبارت‌اند از سرگرمی‌های عوامانه یا روزنامه‌نگاری به سبک و سیاق عوامانه. دلالت‌های منفی و تحقیرآمیز این دو معنا تا پیش از پیدایش مطالعات فرهنگی به‌منزله‌ی رهیافتی مدرن در پژوهش‌های اجتماعی، به میزان زیادی موجب نادیده گرفتن جایگاه و اهمیت فرهنگ عامه شده بود. ازجمله‌ی تحولات بزرگی که از رهیافت موسوم به مطالعات فرهنگی در بررسی مسائل فرهنگ سرچشمه گرفته، عطف توجه به کارکرد خاص فرهنگ عامه است.^{۱۲} «فرهنگ عامه نه نشأت گرفته از عامه یا طبقه کارگر یا پاره فرهنگی اصیل تلقی می‌شود و نه فرهنگی که صرفاً توسط صنایع فرهنگ‌سازی سرمایه‌داری تحمیل شده بلکه موازنه‌ای مبتنی بر مصالحه بین این دو امر است [...] به بیان دیگر فرهنگ عامه، آمیزه‌ی تناقض‌آمیزی از نیروهای فروتر و برتر است. هم تجاری است و هم اصیل. ویژگی آن مقاومت و ادغام است و هم شامل ساختار می‌شود و هم شامل کنشگری» (استوری، ۱۳۸۹: ۲۲). «آکادمیسین‌ها شاید زمانی فرهنگ عامه را تحقیر می‌کردند و پرداختن به آن را دون شأن خود می‌پنداشتند، اما مطابق با رویکردهای متأخر، امر عامه‌پسند عرصه‌ی بروز تعارض‌های عمیق فرهنگی است و اجتناب از بررسی آن به معنای چشم بستن بر جنبه‌های ناپیدای حیات اجتماعی خواهد بود» (پاینده، ۱۳۹۷: ۲۶).

در این مقاله، با عنایت به تعریف واژه‌ها در مطالعات فرهنگی، وقتی از امر عامه‌پسند صحبت می‌کنیم، بیشتر به کارکردهای آن به‌منزله‌ی نوعی «متن» نظر داریم، نه الزاماً تأیید یا تکذیب آن؛ بنابراین با توجه به اینکه دغدغه‌ی یک پژوهشگر فرهنگ در درجه‌ی اول فهم جوانب مختلف پدیده‌های اجتماعی است نه داوری آن، در اینجا امر عامه‌پسند و کارکردهای آن را نه خلاف اخلاق و نه تقویت‌کننده‌ی اخلاق در نظر می‌گیریم بلکه صرفاً آن را به‌عنوان یک «متن» پژوهشی مطالعه می‌کنیم. درواقع مراد از اصطلاح «متن»، همان مفهومی است که از دیدگاه نظریه‌ی نشانه‌شناسی در مطالعات فرهنگی مطرح شده است، یعنی ساختاری متشکل از چندین نشانه که معنایشان برحسب نحوه‌ی انتخاب و ترکیب آن نشانه‌ها مشخص می‌شود. از این منظر، «متن» مفهومی دربرگیرنده است، مثلاً، آیین‌های نوروز همان‌قدر یک «متن» تلقی می‌شوند که ادبیات عامه‌پسند. از طرفی در مطالعات فرهنگی، «اثر» به‌مثابه‌ی از «متن» در نظر گرفته می‌شود. این تعبیر، باعث می‌شود تا دیگر، تولیدات فرهنگی را برتر و مایه‌ی تأملات و ژرف‌اندیشی‌های عجیب‌وغریب تفسیر نکنیم و به آن قداست و هاله‌ی تقدس ندهیم. این کار باعث می‌شود که آن را بهتر از قبل ببینیم و در بوته‌ی نقد قرار دهیم، رویکردی که در این پژوهش مدنظر قرار داده‌ایم.

۵- سیاست فرهنگی و سیاست هنر در عصر پهلوی اول

مقصود از سیاست فرهنگی در معنای عام، همان سیاست رسمی و برنامه‌ریزی‌های منسجمی بود که دولت‌ها در امورات فرهنگی نظیر آموزش‌های همگانی و عمومی، هنرها و دین پایه‌ریزی کرده بودند، ولی ما در این پژوهش تنها به تأثیر سیاست‌های کارگزاران فرهنگی در هنر که به آن «سیاست هنر» می‌گوییم در دوران حاکمیت پهلوی اول خواهیم پرداخت.

رویکرد موضوعات مورد مطالعه در سیاست هنر، آن‌گفتمان‌های بنیادینی‌اند که چگونگی شکل‌گیری ذائقه اجتماعی و رابطه‌ی نهادهای هنری وابسته به قدرت را با جامعه توضیح می‌دهند. این رویکردی قصد دارد تا این نوع از رابطه‌ها را آشکار کرده و نگرش‌های آنان را در ت‌ک‌وین و تحکیم پایه‌های قدرت سیاسی هویدا سازد.

آغاز سیاست فرهنگی در عصر پهلوی اول، ادامه‌ی آن برنامه‌هایی بود که از مطالبات وامانده دوران مشروطه و شکست جنبش‌های اصلاح‌گرایانه آن عصر به‌جامانده بود. سرآغاز موضوع سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی دولت درباره‌ی «هنر» به عصر مشروطه برمی‌گردد. با تصویب «قانون اداری وزارت معارف و اوقاف و صنایع مستظرفه» در دومین مجلس شورای ملی و به ریاست محمدعلی فروغی در ۱۲۸۹/۱۹۱۰، مقرر شد تا کلیه‌ی امور اجرایی فرهنگ در یک وزارتخانه متمرکز شود. «وزارت علوم و معارف» که حالا به «وزارت معارف و اوقاف و صنایع مستظرفه» تغییر نام داده بود، وظیفه داشت تا اموراتی نظیر آموزش عمومی، اعزام دانشجویان به خارج، تأسیس موزه و کتابخانه، نظارت بر فعالیت‌های باستان‌شناسی، تأسیس مجامع ادبی و علمی و... را زیر نظر داشته باشد. تأسیس اداره‌ی هنرهای ملی در ۱۳۰۹/۱۹۳۰ که زیرمجموعه‌ی «وزارت پیشه و هنر» یا همان «وزارت صنعت» بود جزء برنامه‌های اجرایی مدون دولت نبود. به همین خاطر تولید آثار هنری در این اداره صرفاً بر اساس ذوق و سلیقه‌ی شخصی افراد بود نه متأثر از سیاست‌های فرهنگی دولت. در این کارگاه‌ها، هنر سنتی، به‌عنوان شغل یا پیشه به حساب می‌آمدند و آن را صنعت می‌نامیدند. «هنرمندان این اداره بیش از آنکه هنرمند به معنای رایج در فرهنگ دوران مدرن ایران باشند، کارمندانی بودند که به صنعت در دولت اشتغال داشتند» (قلی‌پور، ۱۳۹۸: ۲۱).

اداره‌ی موسیقی نیز که تقریباً در انتهای سال‌های حکومت رضاشاه شکل گرفت تقریباً همین وضعیت را داشت ولی اهمیت آن به دلیل نشر مجله‌ی موسیقی بود که از طرف اداره صورت می‌گرفت. اگرچه همکاری هنرمندان و نویسندگان من جمله صادق هدایت با انتشار مقالات ارزشمند «ترانه‌های عامیانه» و «متل‌های فارسی» به‌طور بی‌سابقه و جدیدی با این مجله صورت گرفت اما این آثار را نمی‌توان به‌عنوان سیاست‌گذاری‌های دولت برای جذب هنرمندان آن دوره در نظر گرفت، چراکه در این آثار تقریباً هیچ‌گونه ردپایی از پروپاگاندا‌ی دولتی نمی‌بینیم؛ اما از میان نهادهای فرهنگی که بر اساس برنامه‌ی مدون و به‌عنوان بخشی از سازوکارهای سیاست‌گذاری فرهنگی منسجم تأسیس شدند، یکی «انجمن آثار ملی» بود که به همت عبدالحسین تیمورتاش در ۱۳۰۰/۱۹۲۱ تأسیس شد و دیگری «سازمان پرورش افکار» بود که به دستور رضاشاه در ۱۳۱۷/۱۹۳۸ بنیان نهاده شد. این دو نهاد باهدف ساختن «ایران نوین» تأسیس شدند و برنامه‌های معینی برای تربیت و پرورش جامعه داشتند به همین دلیل با دیگر نهادهای عصر پهلوی اول تفاوت بسیاری داشتند. «تولد سیاست‌گذاری فرهنگی از بطن ایده‌ی پرورش ذوق عامه را باید در همین دو نهاد جست که نقطه‌ی اتصال خواست فردی روشنفکران و دولت مطلقه ۱۳ است. به همین دلیل «انجمن آثار ملی» و «سازمان پرورش افکار» را باید حامل ایده‌ها و خواست‌های روشنفکر/دولتمرد آن زمان بدانیم» (قلی‌پور، ۱۳۹۸: ۲۳).

دولت مطلقه‌ی مدرن پهلوی اول با تکوین سیاست هنر، این امکان را برای هر روشنفکر/دولتمردی ایجاد کرد تا مطالبات مشروع خودش را از مجرای نهادهای فرهنگی مثل «انجمن آثار ملی» و «سازمان پرورش افکار» پیگیری کند. این انجمن‌ها که در تلاش بودند تا به‌ظاهر ماهیت غیرسیاسی از خود نشان دهند، مکانی برای گردهم‌آیی همفکران سیاسی، فرهنگی و هنری و جوانان وطن‌پرست ترقی‌خواه شد تا در ترویج هنرها، افکار و مفاهیم جدید در جامعه بکوشند و همچنین از طریق آموزش عمومی عقاید خود را به جامعه منتقل کنند. در این نهادهای نوپیدا نه خبری از ارادت‌های چاپلوسانه و ستایش‌های تملق‌آمیز به رضاشاه بود و نه اثری از حیثیات دنیوی و منویات هنرمند. بدین جهت شکل این انجمن‌ها و نهادها، باعث شد تا برای نخستین بار مناسبات تازه‌ای میان هنرمند و عامه برقرار شود.

حال پس از شناخت مفهوم سیاست هنر و ارتباط آن با سیاست فرهنگی از دیدگاه مطالعات فرهنگی در عصر

پهلوی اول، به موضوع مواجهه‌ی ایدئولوژی قدرت حاکمه با فرهنگ عامه که در این عصر در مسیر تازه‌ای قرار گرفته است می‌پردازیم. اما قبل از آن لازم است تا نگاهی به حیات اجتماعی فرهنگ عامه بیاندازیم و در این میان تلاش‌های فرهنگ سیاسی دولت را که قصد داشت در جهت بهبود وضعیت عامه و اعمال سبک نوین زندگی قدم بردارد، بررسی کنیم. کنترل احساسات عمومی از طریق ایجاد وحدت احساسات، زدودن احساسات تحقیری در عامه و تولید فرهنگ نخبه‌گرا از جمله تلاش‌های‌اند که در زیر به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

۶- عامه‌پسندی و حیات اجتماعی

عامه‌پسندی همواره جزئی جدایی‌ناپذیر از حیات اجتماعی بوده است. در واقع حیات اجتماعی یعنی غوطه‌ور شدن در پدیده‌های عامه‌پسند. این امر باگذشت زمان با شتابی روزافزون به رشد خود ادامه داده است تا آنجا که امروزه، تمام وجوه زندگی آحاد یک جامعه مشحون از عناصر عامه‌پسند شده است. به عقیده‌ی نظریه‌پردازان انتقادی^{۱۴}، پدیده‌های عامه‌پسند تحت سیطره‌ی صنعت فرهنگ هستند. چراکه صنعت فرهنگ‌سازی یکی از ارکان نظام سرمایه‌داری است که هم بازده اقتصادی سرشاری دارد و هم این‌که با منحرف کردن افکار توده‌ها، به موضوعاتی از قبیل عشق‌های رمانتیک، فال و ترانه‌های فرمول‌وار و غیره، توجه عموم را از مسائلی مانند نابرابری‌های طبقاتی، دور می‌کند.

یرواند آبراهامیان در کتاب «تاریخ ایران مدرن»، توجهات و تفریحات عامه‌پسندانه در ابتدای دوره‌ی پهلوی اول را این‌گونه بیان می‌کند: «سرگرمی‌های جمعی عبارت بود از نمایش‌های ورزشی در زورخانه‌های محلات، شاهنامه‌خوانی در قهوه‌خانه‌ها و چای‌خانه‌ها، معرکه‌گیری‌ها، تماشای مراسم اعدام‌های موردی در میدانی عمومی و از همه مهم‌تر مراسم قمه‌زنی‌ها، تعزیه‌ها و آیین‌های گوناگون ماه محرم» (آبراهامیان، ۱۳۹۰: ۱۸). این سرگرمی‌ها، الگوهایی از سبک زندگی را به نمایش می‌گذاشتند که منطبق بر گفتمان مسلط آن دوران بودند. تفریحاتی عامه‌پسندانه که با نوعی از تفکر و رفتار اجتماعی همسو شده بودند که در نهایت وضع موجود اجتماعی را تثبیت می‌کردند.

پهلوی اول، دوره‌ای بود که هنرمند، هنوز به معنای واقعی - آن‌گونه که در غرب معنا شده بود - ارزش مستقل خودش را نیافته بود. از همین روی او کماکان تحت لوای حاکمیت نفس می‌کشید. او از طرفی در دام تأثیر هژمونی قدرت قرار داشت و از طرف دیگر مورد هجمه‌ی تجدد بود، گاهی از سر افتخار به وطن و سرزمین، سرزنده و مفتخر به خود می‌نوشت و گاهی بیزار از دنیایی که بدان خو کرده و انزجار از حالت اکنون می‌نگاشت. توصیف حیات اجتماعی آن عصر را می‌توان از نگاه روشنفکران و نویسندگانی دید که پیش‌تر در انتقاد از جریان‌های سیاسی حکومت قاجار در قالب شعر و ادبیات عامه - که اغلب هنر عامیانه را نمایندگی می‌کرد- آثاری را انتشار می‌دادند که در اینجا به جهت تبارشناسی، رویارویی اشعار دو تن از شخصیت‌های برجسته قاجار را با حکومت وقت که در قالب ادبیات عامه‌پسند و نقد فضای سیاسی آن دوران سروده شده‌اند، اشاره می‌کنیم:

دهخدا سرودن شعر را با سرایش شعرهای عامیانه آغاز می‌کند. او در اعتراض به بی‌کفایتی دستگاه سیاست و بی‌خبری اصلاح‌طلبان دوران مشروطه، در مثنوی فکاهی و عامیانه‌ای، با سادگی و ابتکار مثال‌زدنی و با استفاده از وزن ترانه‌های عامیانه شعر طنزی را در قالب داستان کودکی که به دلیل فقر و تهی‌دستی در حال از دست رفتن است می‌سراید که در اینجا چند بیت از آن را می‌آوریم:

خاک به سرم بچه به هوش آمده
 از گشنگی ننه دارم چون می دم
 ای وانه، جونم داره در میره
 وای بچه ام رفت ز کف رود رود
 بخواب ننه یکسر دو گوش آمده
 گریه مکن فردا بهت نون می دم
 گریه مکن دیزی داره سر میره
 مانند به من آه اسف رود رود^{۱۵}

عارف قزوینی نیز با بینش سیاسی خود و در جهت بیدارسازی جامعه‌ی خواب‌آلوده‌ی قاجار تصنیف‌های سیاسی‌اش را در خدمت اجتماع درآورده بود. نمونه‌ای از شعر سیاسی بر وزن شعرهای ضربی و آهنگ‌دار کوچه و بازار و ترانه‌های عامیانه او را در اینجا می‌آوریم:

برگ چغندر اومده
 دور دور دور شه ببین
 آبیچی مظفر اومده
 امیر بهادر شه ببین
 چادر و چاقچورش کنید
 از شهر بیرونش کنید^{۱۶}

حیات اجتماعی از ابتدای شروع سلطنت رضاشاه با مفهوم «تربیت ملت» گره خورده بود. به همین دلیل نمی‌توانیم حیات اجتماعی آن روزگار را جدای از سیاست فرهنگی دولت وقت در نظر بگیریم. یکی از کسانی که اعتقادی راسخ به ضرورت «تربیت عامه» داشت، ملی‌گرای تجددخواه و نخستین نخست‌وزیر رضاشاه، محمدعلی فروغی بود. عصر بازیابی مفهوم «عامه» با هژمونی ایده‌های او در فرهنگ و هنر، بنا نهادن آرامگاه فردوسی و موزه‌ی ایران باستان آغاز می‌شود. او در قسمتی از نامه‌ای با عنوان «تأثیر رفتار شاه در تربیت ایرانی» می‌نویسد: «اگر بپرسید چه باید کرد و چاره چیست بی‌تأمل عرض می‌کنم باید ملت را تربیت کرد. تربیت ملت قسمت مهمی از آن البته به نشر معارف است، به وسایلی که به‌طوردایم گفته می‌شود: تکثیر و تأسیس مدارس و مؤسسات و مجامع و مجلات علمی و ادبی و صنعتی، ترجمه و تألیف کتب مفید» (قلی‌پور، ۱۳۹۸: ۲۹). و این درست زمانی بود که بازار فرهنگ عامه‌پسند به دلیل گسترش شهرنشینی و توسعه سریع اقتصادی در طبقه‌ی متوسط و به تبع آن رشد صنعت سرگرمی و فراغت، رونق زیادی گرفته بود.

۶-۱ - عامه‌پسندی و جهان‌بینی اصلاح‌گرایانه در مطبوعات و سینما

برخی مطبوعات در دهه‌ی ۱۳۰۰/۱۹۲۱ و ۱۳۱۰/۱۹۳۱ گفتمانی را ترویج می‌کردند که در آن زندگی مدرن به طرز روزافزونی پیوند مستقیمی با کیفیات عصر مدرن داشت. کیفیاتی مثل رفاه، ترقی، آزادی‌های فردی و اجتماعی، سلامت فردی و بهداشت عمومی و... این امر رفته‌رفته بیشتر گسترش پیدا کرد به طوری که غالب مطبوعات دهه‌ی ۱۳۱۰/۱۹۳۱ سبک زندگی اجتماعی - فرهنگی مدرنی را تبلیغ می‌کردند که به اشاعه‌ی این مفاهیم و مفهوم جدیدی تحت عنوان «اوقات فراغت» می‌پرداخت. این مفهوم نوظهور به بخشی از تلاش‌های فرهنگ سیاسی دولت جهت اصلاح جهان‌بینی عامه و اعمال سبک نوین زندگی بر اساس ایدئال دولت مربوط می‌شد که «هدف از آن خلق یک جامعه‌ی مدرن، برساخته از افراد عاقل، سالم، منضبط و مفید بود» (Schayegh, Cyrus, 341, 2002).

آگهی‌های تبلیغاتی نیز در این مطبوعات، معیارهای سلیقه‌ی نوین خواست دولت-ملت مدرن را نمایش می‌دادند. بیشتر این تبلیغات با اطوارگرایی فریبنده‌ی خود، به اوقات فراغت، معنایی جدید می‌بخشیدند؛ و این سرآغاز تحول تازه‌ای در طرز تلقی ایرانیان با عامه‌پسندی و طرز فکر آنان نسبت به مفهوم فراغت بود. نوشته‌ها و تصاویر به‌گونه‌ای رقم می‌خوردند تا ایدئال‌های موردنظر دارای مبنایی علمی و حتی

اخلاقی به نظر آیند. آن‌گونه که منطق اسطوره‌ای بارت می‌گوید: «اسطوره‌ها دارای نقش طبیعی‌سازی هستند. نقش اسطوره آن است که امر فرهنگی را طبیعی جلوه دهد. به عبارت دیگر کاری کند که ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورهای فرهنگی و تاریخی، طبیعی و هنجار، بدیهی، فاقد زمان و مبتنی بر عقل سلیم به نظر برسند و بدین ترتیب در نظر ما بازتاب عینی و حقیقی امور باشند» (سجودی، ۱۳۹۰: ۸۵).

یکی دیگر از روش‌های این نظام اسطوره ساز، در پدیده‌ی نوظهور سینما بود. نظام اسطوره‌ایی که به قول بارت، کارکردی دوگانه داشت؛ هم نشان می‌داد و آگاهی می‌داد و هم می‌قبولاند و تحمیل می‌کرد (بارت، ۱۳۷۵: ۴۱). «در آن روزگار فقط رسانه‌ای همچون سینما می‌توانست عامل پیشرفت اجتماعی در میان مخاطبان عامه شود. فضا و محتوای فیلم‌ها، عامل نوعی الگوسازی در وضع خودآرایی و لباس‌ها، آداب و معاشرت، روابط جنسیتی و شکل زندگی مخاطبان می‌شد» (محمدی، زاویه، ۱۳۹۶: ۱۲).

خصیصه‌ی ذاتی سینما که همانا سرگرم‌کنندگی و عامه‌پسندانه بودن آن است باعث شد تا قدرت این رسانه بیش از دیگر هنرها و رسانه‌ها که اغلب مخاطب خاص دارند، در جذب طیف بسیار وسیع مخاطبان مؤثر واقع شود. سینما بر همه‌ی ابعاد زندگی اجتماعی مردم من جمله بر سلايق عامه‌پسندانه‌ی آنها تأثیر می‌گذاشت، توان آموزشی قدرتمند سینما این امکان را نیز به صاحبان قدرت می‌دهد تا مخاطبان ضمن غرق شدن در دنیای سرگرمی که برایش فراهم شده، تأثیرات ناخودآگاه ایدئولوژیک را از سوی آنان دریافت کنند. «بدین ترتیب مخاطب با تماشای فیلم [...] به آهستگی مفاهیم و موضوعات مطرح در این فیلم‌ها، سبک زندگی و شیوه‌های برخورد با جهان خارج را در مجموع درونی می‌کند و آنها را به‌عنوان امور طبیعی و از ازل موجود و همیشگی می‌شناسد» (راو دراد، ۱۳۹۱: ۵۳).

به‌زعم رامین جهان‌نگلو «با منتقل کردن تصاویری که از یک جهان تاریخی و هستی‌شناختی متفاوت آمده بودند، فرایند مدرن سازی را شدت بخشید» (جهان‌نگلو، ۱۳۸۴: ۱۶۱). با توجه به اقبال عمومی به سینما در بین مردم، رضاشاه در راستای سیاست‌های تجددگرایانه‌اش در ۱۳۱۴/۱۹۳۵ دستور داد تا زنان نیز همانند مردان در کنار آنها در سالن‌های سینما به تماشای فیلم بنشینند. این تمهید سیاسی رضاشاه به تقویت و ترویج سالن‌های سینما کمک کرد و باعث شد تا سینما رفته‌رفته به‌عنوان یکی از مهم‌ترین تفریحات و فعالیت‌های اصلی اوقات فراغت عامه مردم شهرنشین ایران تبدیل شود. درنهایت می‌توان گفت که سینما، از همان آغاز خود در ایران پدیده‌ای به‌غایت سرگرم‌کننده، جذاب و عامه‌پسند شد که به‌سرعت در متن زندگی ایرانیان وارد شد و نه تنها نخبگان تجددخواه بلکه توده‌ی مردم از تمام طبقات مختلف اجتماعی را مجذوب خود کرد و خیلی سریع به بستری مناسب برای ارایه ایده آل‌های ایدئولوژیک حکومت و غرب بدل شد.

۲-۶- ایجاد وحدت احساسات

عامه‌پسندی با «لذت» ارتباط عمیقی دارد. لذتی بی‌واسطه و مستقیم، تجربه‌ای از زیستن در لحظه و «آن». به عقیده‌ی صاحب‌نظران، احساس لذت از مشارکت در هنر عامه می‌تواند ناشی از مفهوم «رهایی‌بخش» بودن در فرهنگ عامه باشد. مفهومی که وجه لذت‌جویانه‌ی عامه‌پسندی را آن‌چنان تقویت می‌کند و قدرت می‌بخشد که گاه تا مرز ابتذال پیش می‌رود.

این هم باید اضافه کنیم که التذاذ ناخودآگاهانه‌ای که در اثر مشارکت در فرهنگ عامه برای مخاطب پدید می‌آید ناشی از نگرشی روانکاوانه است. نگرشی که ظرایف و پیچیدگی‌های فراوانی دارد. غالب مردم

با گوش دادن به موسیقی‌های کوچه‌بازاری، تماشای ورزش‌های نمایشی و معرکه‌گیری‌های پُرطرفدار، خواندن رمان‌های بازاری و غیره در سطحی فراتر از آگاهی، احساس لذت می‌کنند.

بری ریچاردز در کتاب روانکاوی فرهنگ‌عامه، دومین اصل بنیادین نظریه‌ی فرهنگ‌عامه را این‌گونه بیان می‌کند که انسان‌ها با سهیم شدن در فرهنگ‌عامه کسب لذت می‌کنند. او در ادامه، اصل بعدی و سوم را مطرح می‌کند و می‌گوید که التذاذ ما از مشارکت در شکل‌های فرهنگی عامه‌پسندانه، ماهیتی لزوماً اجتماعی دارند و همین ماهیت موجب قوت قلب و لذت می‌گردد. به‌زعم ریچاردز «سهیم شدن در فرهنگ‌عامه مجدداً بر آن چهارچوب اجتماعی بازدارنده‌ای صحه می‌گذارد که ما خود بخشی از آن هستیم، به آن تعلق داریم و آن چهارچوب نیز به ما تعلق دارد» (ریچاردز، ۲۹: ۱۳۹۹-۲۶).

«نشاط» و «خوشبختی» دو کلیدواژه اصلی در مضامین سخنرانی‌های سازمان پرورش افکار در کنار کلیدواژگان دیگر همچون «تربیت ملت»، «ترقی و تقویت معنوی» و «پرورش افکار عمومی» بود. این واژگان حامل مفاهیم ویژه‌ای بودند که از قبل برنامه‌ریزی شده بودند. موضوعات سخنرانی‌های ایرادشده نیز در راستای اصلاحات اجتماعی و اهمیت نهادن به احساسات ملت تدوین یافته بودند. سعید نفیسی در کتاب تاریخ معاصر ایران در رابطه با ترقی «روح ملت» و «اتحاد معنوی» ایران نوین می‌نویسد: «باید کودکان را چنان بار بیاورند که چون به سن رشد رسیدند همیشه با شور و شغف و نشاط و سرور زندگی کنند [...] آن سرگشتگی و خواری و زبونی را که دو سه قرن انحطاط و تنزل در فکر مردم ایران جای داده بود از میان ببرند و به‌جای آن رشادت و مردانگی و نشاط تولید کنند» (نفیسی، ۱۳۴۵: ۹۸).

با مروری بر فعالیت‌ها و جریانات مرتبط با موضوعات اصلی سازمان پرورش افکار به‌عنوان یکی از نهادهای وابسته به قدرت، به این نتیجه می‌رسیم که توجه و تعهد به تربیت حس عامه از رئوس برنامه‌های مدون قدرت حاکمه در عصر نوسازی بود. برنامه‌هایی که اهدافش ایجاد نشاط و لذت در زندگی از طریق تقویت حس میهن‌دوستی، وطن‌پرستی، انسان‌دوستی، فداکاری و سلحشوری بود.

۳-۶- زدودن احساسات تحقیری

آنچه در عصر پهلوی اول اهمیت داشت، میل رضاشاه و دولتمردانش به نفوذ در احساسات ملت بود. رضاشاه تمایل داشت تا مردم در حقیقت به سلطنتش ایمان داشته باشند و در ضمن خودش را نیز با از صمیم قلب دوست داشته باشند. بدین خاطر خواست دولت، متمرکز بر تأسیس نهاد یا نهادهایی شد تا کنترل احساسات عمومی را در دست بگیرد و رضایت عمومی و ایمان قلبی را در مردم ایجاد کند.

همان‌طور که پیش‌تر هم گفتیم محمدعلی فروغی که خودش فردی ادیب و صاحب‌ذوق بود رویکردی تازه به «تربیت عامه» داشت دغدغه‌ی او «تربیت جامعه» با شیوه‌ای نو از تفکر بود. او اوضاع ایران را به لحاظ فرهنگی بحرانی می‌دانست. نوشته‌های او نظیر: «چگونه می‌توان توده و ملت را به سوی ترقی کشانید و تکامل آن‌ها را سریع گردانید» به‌روشنی نبود آگاهی در میان عوام را گوشزد می‌کرد. او در قسمتی از نامه‌ی ناتمامی که احتمالاً در زمان سفیرکبری‌اش در ترکیه در ۱۳۰۶/۱۹۲۷ نوشته است، در توصیف وضعیت جامعه این‌گونه می‌نویسد: «باید کاری کنیم که مردم از شارلاتانی، هوچیگری و انتریک‌بازی مأیوس شوند و دست‌بردارند» (قلی‌پور، ۱۳۹۸: ۲۹). این عبارات وضعیت «دانش عوام» یا «فرهنگ توده» - معادل‌های فرهنگ‌عامه در آن زمان - را نشان می‌دهد؛ و البته ذکر این نکته بسیار ضروری است که این نوع از فرهنگ که مدنظر فروغی بود، کاملاً جدای از فولکلور نزد مردمان باذوق و قومیت‌های مختلف در اقصی نقاط ایران

بود. آن چنانکه صادق هدایت، فولکلور را «روح هنری یک ملت» تعبیر می‌کرد. اما از منظر سیاسیون مذهبی اوضاع متفاوت بود، دیدگاه ایشان چیز دیگری بود. در نزد آنان «ابتدال» نوعی ارزش داوری اخلاق‌مبنایانه داشت و به همین خاطر استفاده از پدیده‌های عامه‌پسندانه‌ی غربی به طورعموم مذموم شمرده می‌شد و مشارکت در آنها امری نکوهیده بود. ذکر این نکته در اینجا اهمیت دارد که کلمه‌ی «ابتدال» نوعی ارزش داوری اخلاق‌مبنایانه دارد. به همین خاطر باید خاطر نشان کرد که این امر بدان معنا نیست که وقتی آحاد جامعه‌ای در پدیده‌ای عامه‌پسند مشارکت تام و تمام دارند، پس باید بگوییم که به نوعی دچار انحطاط اخلاقی شده‌اند!

بسیاری از سنت‌گرایان مذهبی و غیرمذهبی در ایران از قاجار تا دوران پهلوی همچون شیخ فضل‌الله نوری و آیت‌الله مدرس با گسترش سرگرمی‌های جدید عامه‌پسندانه و رسانه‌های جدید همچون سینما که آرام‌آرام به مرکزی برای سپری کردن اوقات فراغت تبدیل می‌شد، مخالفت بودند و به تکفیر آن می‌پرداختند. از منظر آنان، سینما، رمان‌های فرنگی و مطبوعات خارجی، محصول سیاست‌عامدانه‌ی امپریالیسم فرهنگی غرب بود. «آیت‌الله مدرس از اینکه مردم روستایی تحت تأثیر فیلم‌های سینمایی لباس‌های فرنگی می‌پوشند و آدا‌های فرنگی در می‌آورند نگران بود» (محمدی، زاویه، ۱۳۹۶: ۱۲). از نگاه ایشان، تقریباً تمام سرگرمی‌های وارداتی، منافی اخلاقیات مرسوم و هنجارهای جامعه‌ی ایران شمرده می‌شد و ابتدال را در اقصای مردم انتشار می‌داد.

۴-۶- ایجاد فرهنگ نخبه‌گرا

به لحاظ تبدل و تحول پدیده‌های عامه‌پسند و نخبه‌گرایانه در طول زمان باید گفت که تقسیم‌بندی‌های پدیده‌های «عامه‌پسند» و «نخبه‌گرا» همواره متأثر از عناصری گفتمانی بوده‌اند. آن چنان‌که اگر این گفتمان‌ها، تحول پیدا کنند و یا جایگاه آنها از مسلط به حاشیه و برعکس تغییر پیدا کند، تعاریف و طبقه‌بندی آنها هم تحت تأثیر قرار می‌گیرند؛ بنابراین تعریف‌های ما از امر عامه‌پسند می‌تواند در گذر زمان دستخوش تغییر شود و آنچه امروز عامه‌پسند می‌پنداریم در آینده با نگرشی متفاوت دیگر عامه‌پسند ندانیم؛ و یا اینکه «متنی» که در گذشته جایگاه جدی نداشته است، در حال حاضر با تعریفی که در مطالعات فرهنگی پیدا کرده است، جایگاه تثبیت‌شده‌ای برای خود کسب کند.

نخبگان یک جامعه همواره «عامه» را نیازمند آموزش و تربیت می‌دانستند چنانکه سعدی گوید:

«خر به سعی آدمی نخواهد شد اگرچه در پای منبری باشد آدمی را که تربیت نکنند تا به صدسالگی خری باشد»

یا آن‌طور که سنایی گوید:

«آنچه گفتم یادگیر و آنچه بنمودم بین ورنه همچون کور و کر عامه بمانی کور و کر»

علی قلی پور در مقدمه‌ی کتاب خود؛ «پرورش ذوق عامه در عصر پهلوی» از سند رسمی می‌گوید که شورای راهبردی وزارت فرهنگ و هنر در ۱۳۴۸/۱۹۶۹ تحت عنوان «سیاست فرهنگی ایران» آن را منتشر می‌کند. یکی از اصول سیاست‌گذاری فرهنگی در این سند رسمی «فرهنگ برای همه» است که گویی به‌طورتولیخی به فقدان فرهنگ نزد همه‌ی آحاد مردم اعتراف می‌کند. به‌زعم نویسنده‌ی کتاب، همگانی سازی فرهنگ در نیمه‌ی دوم دهه‌ی ۱۳۴۰/۱۹۶۱ بیانگر سودای دولت در تعریف نوعی از فرهنگ والای نخبه‌گرا برای همه است. او با استنباط و فرض قرار دادن فقدان فرهنگ نزد عامه از سند مورد اشاره، استفاده‌ی مشروع دولت و توسل به‌زور و قدرت جهت تحقق امر همگانی سازی فرهنگ و به‌اصطلاح «مردمی شدن

فرهنگ» را مطرح می‌کند. ایده‌ی این امر که مردمی شدن فرهنگ را خواستار بود البته در سال‌های پیش و همگام با نوسازی ایران مدرن آغاز شده بود (قلی‌پور ۱۴: ۱۳۹۸).

از سیاستمداران نامدار این دوره که خود از فرهیختگان و نخبگان عصر خود بودند، یکی علی‌اکبر سیاسی مؤسس «انجمن ایران جوان» و دیگری اسماعیل مرآت وزیر فرهنگ رضاشاه بود. رضاخان در مرام‌نامه‌ی انجمن به بانیان آن توصیه کرده بود: «ضرر ندارد که با ترویج مرام خودتان چشم و گوش‌ها را بازکنید و مردم را با این مطالب آشنا بسازید» (قلی‌پور ۱۳۹۸: ۲۴). این سفارش رضاخان که هنوز در دوران نخست‌وزیری‌اش به سر می‌برد توصیه به تغییر در فرهنگ توده و تمایل به دگرگونی در دانش عوام بود. این تغییر و تغییرات مشابه دیگر در راستای برنامه‌های نوسازی ایران و اصلاحات در حوزه‌ی فرهنگ و اجتماع بود که بر سه محور ترویج ناسیونالیسم باستان‌گرا، تجدیدگرایی غربی و سیاست مذهب زدایی بنیان نهاده شده بود.

از دیگر شارحان تفکر نوسازی و بانفوذ پهلوی اول که هر یک به‌نوبه‌ی خود سهم قابل‌توجهی از تحول عامه‌پسندی و تبدل آراء توده به فرهنگ والای نخبه‌گرا و همگانی شدن فرهنگ داشتند می‌توان از این افراد نام برد: علی‌اصغر حکمت، سید علی‌خان نصر، محمدعلی فروغی، غلامرضا رشید یاسمی، احمد متین‌دفتری و عبدالحسین تیمورتاش. تلاش این اشخاص در جهت پرورش و راهنمایی افکار عمومی و تربیت ملت از راه تأسیس انجمن‌ها، سازمان‌ها و نهادهای دولتی نظیر «انجمن ایران جوان»، «سازمان پرورش افکار» و «انجمن آثار ملی» بود.

۷- مواجهه‌ی ایدئولوژی عصر نوسازی با احساسات عامه

در الگوی مطالعات فرهنگی، بر این اساس برای نوع رابطه‌ی بین قدرت حاکمه و امر عامه‌پسند تعریفی دیالکتیکی قائل می‌شوند، رابطه‌ای که بر پایه‌ی گفت‌وگویی نقادانه و کنشی حقیقی شکل می‌گیرد، این رابطه همواره بین یک امر مسلط و یک امر حاشیه‌ای اتفاق می‌افتد؛ و درعین‌حالی که هر یک سعی دارد تا دیگری را با چالش مواجه کند، نوعی سنتز بین آنها به وجود می‌آید که ناشی از برهم‌کنش آنهاست. همچنین با استفاده از الگوی مطالعات فرهنگی می‌توان به بررسی انتقادی، تحلیل معانی و آشکار کردن دلالت‌های حقیقی عامه‌پسند و «احساس عامه» پرداخت. مطالعات فرهنگی جایی برای طرح مسئله‌ی رویارویی فرهنگ عامه‌پسند با سیاست هنر است. جایی برای طرح این سؤال که طبقات تحت سلطه چگونه هژمونی طبقه‌ی حاکم را امری عادی و واقعیتی منطبق با عقل سلیم تصور می‌کنند و با رضا و رغبت به آن تن در می‌دهند؟ تعمیم این سؤال به جهان پهلوی اول، ما را به این پرسش بسیار مهم می‌رساند که «ایدئولوژی میهن‌پرستی» نزد عاملان قدرت چگونه به «حس میهن‌پرستی» در عامه بدل گردید؟ «گرامشی» معتقد بود که قدرت حاکم برای اینکه موجبات رضایت طبقه‌ی تحت سلطه را فراهم سازد، نیاز به سیستمی یا دستگاه عقیدتی یا ایدئولوژیک دارد تا با آن بتواند اندیشه‌ها و آراء و ارزش‌های خاصی را که متضمن منافع و ادامه‌ی سلطه است را ترویج دهد. مسئولیت اشاعه‌ی نامحسوس و متقاعدکننده‌ی این آراء و طبیعی جلوه دادن این اندیشه‌ها نیز بر عهده‌ی نهادهای مدنی مانند نظام‌های آموزشی و رسانه‌های خودی است. بدین ترتیب، هژمونی طبقه‌ی حاکم موجد جامعه‌ای می‌گردد که طبقات و گروه‌های فرودست با احساس رضایت‌مندی به سلطه‌ای که به آنان اعمال می‌شود تن در می‌دهند. «اعمال قدرت دولت مطلقه همیشه به‌واسطه یک دستگاه اداری منسجم اعمال می‌شود. بدون دستگاه اداری و سازوکار بوروکراتیک، دولت مطلقه از اعمال زور و یا

قدرت ناتوان خواهد بود. این دستگاه باید کاملاً متعلق به دولت یا حاکم مطلقه باشد. از این رو فاقد استقلال است" (Lousse, 1964:43-48).

بسیاری از روشنفکران افراد طبقه متوسط و حتی نخبگان و مردم عادی پس از ناآرامی‌ها و اشغال ایران در انتظار حکومت مرکزی مقتدری بودند که بتواند به نوسازی اصلاح و تقویت ایران بپردازد. (کدی، ۱۳۸۱:۱۵۱). بنابراین رضاشاه بخت این را پیدا کرد تا به اصلاح امور بپردازد. نظام پهلوی اول در سال‌های میانی حکومت خود کوشید با الگو گرفتن از جوامع صنعتی دنیا و پیروی از نظام سرمایه‌داری انحصاری که ویژگی نظام تولید سرمایه‌دارانه‌ی آن مقطع از زمان در غرب بود، اقدامات فرهنگی خود را به پیش ببرد. از آنجاکه در سال‌های ابتدایی حکومت رضاشاه، واسطه‌های قدرتمند و کارآمد منحصراً در اختیار حاکمیت بودند، به اجرا درآوردن برنامه‌ها و ایده‌های فرهنگی و سیاسی دولت تقریباً کاری آسان به نظر می‌رسید، چراکه رضاشاه با زور دولت مطلقه، این زمینه مساعد را فراهم ساخته بود. او با تأسیس دولت مرکزی و ایجاد نخستین نهادهای فرهنگی و همچنین همکاری و همفکری حلقه‌ی روشنفکران حرفه‌ای خود نظیر محمدعلی فروغی، موفق شد تا ایده‌ی ساخت تربیت جامعه و هویت ملی را شکل دهد. این ایده که حالا تبدیل به دغدغه اصلی عاملان سیاست‌گذاری فرهنگی و همچنین نویسندگان، روشنفکران و هنرمندان شده بود می‌خواست تا به ترقیات روحی توده‌ی مردم و پرورش احساسات عامه بپردازد.

یکی از ایدئولوژی‌های نظام سلطه در پهلوی اول که در جهت سامانندی افکار و احساسات در انجام پروژه‌ی عظیم موسوم به نوسازی به اجرا گذاشته شد، «تربیت ملت» و «وحدت احساسات» از طریق ایجاد نهادها و سازمان‌های وابسته به قدرت به قصد نفوذ در فرهنگ عامه بود. اولاً کارکرد این نهادها و سازمان‌ها باعث می‌شد تا احساس رضایت و رغبت در جامعه افزایش پیدا کند چراکه باعث می‌شد تا شهروندان به حقوق مدنی خویش آگاه شوند درثانی رضاشاه و حلقه‌ی روشنفکران حرفه‌ای او می‌دانستند که نقش ایدئولوژی در تحصیل رضایت طبقات تحت سلطه همواره مهم‌تر از خود نیروی سیاسی است، به همین سبب همان‌طور که پیش‌تر هم گفته شد به مرور هرچه قدر کشور به سمت ترقی پیش می‌رفت میل دولتمردان به نفوذ در «احساسات ملت» نیز اهمیت بیشتری پیدا می‌کرد. البته در این مسیر با برخی حوزه‌های مقاومت از سوی فرهنگ عامه‌پسند روبه‌رو شد، چراکه به برخی از این حوزه‌ها و جریان‌ها، اتهام کامروایی عامه‌پسندانه زده شد. اتهامی که در سال‌های بعد از پهلوی اول، تبدیل به پدیده‌هایی نظیر «فیلم فارسی» و «موسیقی کوچه‌بازاری» شدند و از سوی دولتمردان، روشنفکران و منتقدان هنری، «ابتذال» نام گرفتند. این یکی از مواجهه‌های جدی احساس عامه در برابر سیاست‌های فرهنگی نظام قدرت بود. مواجهه‌ای از جنس احساسات توده‌ای مقاوم و آموزش ندیده به نام «عامه» در برابر کارگزاران فرهنگی دولت. به همین خاطر سیاست دولت برآن شد تا فرهنگ عامه از طریق آموزش‌های همگانی و مفهوم «پروش» در فرم‌های فاخری ادغام گردد تا شم زیباشناختی ملت تربیت شود. در واقع این همان زمانی بود که پایه‌های ایدئولوژیک نظام قدرت در معرض تهدید قرار می‌گرفت در این زمان گفتمان حاکم می‌کوشید تا ایدئولوژی خود را اعمال کرده و شکل‌های التذاذ عامیانه را که از خطوط قرمز حاکمیت فراتر رفته بودند مهار کند.

۸- رویارویی هنر عامه‌پسند و سیاست هنر در دو کارت‌پستال شاهی

آثار هنر عامه، شکل بارزی از کنش‌ها و واکنش‌های فرهنگ عامه‌ی یک جامعه در رویارویی با جهان پیرامون است. این جهان پیرامون را گاهی نهادهای قدرت تشکیل می‌دادند. نهادهایی که همواره در تلاش بودند تا

مردم را در جهت تحقق برنامه‌های خود همراه سازند. این موضوع، می‌توانست سوژه‌ی هنرمندانی باشد که در خارج از حوزه‌ی فرهنگِ خواص کار می‌کردند. هنرمندانی که هنر آنان را با عنوان «هنر مردمی» یا «هنر عامه» می‌شناسیم. در میان انواع گوناگون این هنرها از اشعار عامیانه گرفته تا شمایل‌کشی پرده‌ها یا کاشی‌های نقاشی‌شده و بشقاب‌های مزین به تمثال «اعلی‌حضرت رضاشاه کبیر»، تصاویر کارت‌پستال‌ها به خاطر امر تکثیر و در دسترس قرار گرفتن نزد عامه از جذابیت و مقبولیت خاصی برخوردار بودند. کارت‌پستال‌ها بسیار جذاب بودند به این دلیل که یک نفر برای اولین بار می‌توانست تصاویر سیاه و سفید و گاه رنگی‌شده‌ی اشخاص و یا مناظر خیره‌کننده‌ای را نزد خود محفوظ دارد. در واقع کارکرد اصلی کارت‌پستال‌ها، پیام‌رسانی آنها بود. این کارکرد که در مراودات خارجی و داخلی از آن استفاده می‌شد و همچنین برخوردار بودن از جادوی تصاویر حاوی نگاره و نگارش خیره‌کننده‌ی آنها، کارت‌پستال‌ها را از دیگر هنرهای عامه ممتاز می‌کرد. و اما از میان کارت‌پستال‌هایی با مضامین ملی - میهنی و مذهبی، دو کارت‌پستال مربوط به دوران رئیس‌الوزرای رضاخان و اندک زمانی قبل از شاهنشاهی او را انتخاب کرده‌ایم که نسبت به بقیه از بیان تصویری قوی‌تری برخوردار هستند. اگر چه این دو کارت‌پستال مربوط به قبل از سلطنت رضاشاه است اما ردپای سیاست فرهنگی عصر پهلوی اول را می‌توان در آنها جست‌وجو کرد. در واقع ریشه‌ی تاریخ فکر سیاست‌گذاران فرهنگی دوران رضاشاهی را می‌بایست در دوران سردار سپه‌ی و نخست‌وزیری او دید. دلیل این اتفاق را می‌توان اوضاع پر هرج‌ومرج سیاسی اواخر دوران قاجار و جو پرتلهاب و متشنج آن زمان دانست.

ما در این قسمت از پژوهش قصد داریم تا ردپای این دو را در دو کارت‌پستال شاهی بررسی کنیم. این دو کارت‌پستال، مطابق سنت دیرینه‌ی نقاشی ایرانی و با اثرپذیری از نقاشی طبیعت‌گرایانه‌ی مرسوم آن زمان به دست هنرمندانی مکتب ندیده و با مضامین ملی - میهنی آمیخته با مذهب تصویر شده‌اند. نمونه‌ای عامیانه از هنر که تکیه‌ی اصلی آن بر شرح وقایع و داستان‌پردازی است. در واقع، نوعی از نقاشی روایی که «موضوع» در آن، عنصر اساسی محسوب می‌شود. اگرچه این تصاویر از نظام زیبایی‌شناختی معینی برخوردار نیستند اما آن‌گونه که رویین پاکباز از توصیف نقاشی قهوه‌خانه‌ای (خیالی‌نگاری) می‌گوید: «بازگوکننده‌ی آمال، علایق ملی و اعتقادات مذهبی‌اند و روح فرهنگ خاص لایه‌های میانی جامعه‌ی شهری را باز می‌تابانند» (پاکباز، ۱۳۸۸: ۵۸۷). خلق این تصاویر و نوشته‌ها در وهله‌ی اول اوضاع مملکت قبل از سلطنت رضاشاه را نشان می‌دهد و مطالعه‌ی عبارات به نگارش درآمده اهمیت انتظار مردم نسبت به اوضاع نابسامان و اصلاح امور را گوشزد می‌کند.



تصویر ۱ - کارت پستال، چاپ‌شده در آلمان به سفارش تجارتخانه‌ی کاشانی - مجموعه‌ی خصوصی محمدعلی کریم‌زاده تبریزی، منبع: کتاب بررسی‌های تاریخی، شماره‌ی مخصوص پنجاهمین سال بزرگداشت شاهنشاهی پهلوی، سال یازدهم، چاپخانه‌ی ارتش شاهنشاهی، در ۲۵۳۵ شاهنشاهی، صفحه ۳۷۱

تصویر شماره‌ی ۱ مربوط به کارت پستالی است که در ۱۳۰۲/۱۹۲۳ در تجارتخانه‌ی صادرات و واردات سید علی‌اکبر کاشانی و در آلمان چاپ‌شده است. اگرچه این کارت پستال در دوره‌ی ریاست وزرایی رضاخان تصویر شده است اما وضعیت پیش روی هنرمند عامه را به‌خوبی نشان می‌دهد. در این کارت پستال که اصل آن رنگی است، یک تصویر تخت و بدون ژرفانمایی را می‌بینیم که ده تن از رجال و پادشاهان گذشته ایران دویه‌دو، دور رضاخان حلقه‌زده‌اند. رضاخان سپه‌سالار در مرکز تصویر با لباس فرم و سازوبرگ و نشان نظامی، مطابق سنت دیرینه‌ی نگارگری ایرانی بزرگ‌تر از دیگران و با نیم‌تنه‌ی کامل، تصویر شده است. از رجال مصور شده در این کارت پستال یعنی؛ نادرشاه افشار، کریم‌خان زند، شاه‌عباس و شاه اسماعیل صفوی، آغامحمدخان، فتحعلی‌شاه، ناصرالدین‌شاه، مظفرالدین‌شاه و احمدشاه قاجار، تنها اوست که دست‌هایش

به تصویر درآمده، دست‌هایی که نشان از دست روزگار و دست تقدیر است. دو فرشته‌ی بالدار که البته آنها هم صاحب دودست هستند، تاج مرصع شاهی را که بسیار بزرگ‌تر از معمول است، طوری نگاه داشته‌اند که خبر از پادشاهی سپه‌سالار در آینده‌ای بسیار نزدیک می‌دهد. دو آیه از آیات مبارکه‌ی قرآن در دو طرف سر سردار سپه؛ پادشاه آینده‌ی ایران زمین به صورت قرینه نوشته شده است. عبارت سمت راست: *يَدُ اللَّهِ فَوْقَ أَيْدِيهِمْ* (دست خدا بالای دست‌هاست) بخشی از آیه‌ی ۱۰ از سوره‌ی مبارکه‌ی فتح است که می‌فرماید: *إِنَّ الَّذِينَ يُبَايِعُونَكَ إِنَّمَا يُبَايِعُونَ اللَّهَ يَدُ اللَّهِ فَوْقَ أَيْدِيهِمْ فَمَنْ نَكَثَ فَإِنَّمَا يَنْكُثُ عَلَىٰ نَفْسِهِ وَمَنْ أَوْفَىٰ بِمَا عَاهَدَ عَلَيْهِ اللَّهُ فَمَسِيئَتِهِ أَجْرًا عَظِيمًا*. (کسانی که با تو بیعت می‌کنند (در حقیقت) تنها با خدا بیعت می‌نمایند و دست خدا بالای دست آنها است پس هر کس پیمان‌شکنی کند، تنها به زیان خود پیمان شکسته است و آن کس که نسبت به عهدی که با خدا بسته وفا کند، به زودی پاداش عظیمی به او خواهد داد). این آیه‌ی شریفه در مقام قدردانی و اعلام رضایت خداوند از اهل ایمان است که با پیامبر اکرم (ص) بیعت کردند و دست خود را در دست پیشوا و رهبر خود گذاشتند و پیمان وفاداری را از این طریق آشکار کردند.

برخی از مفسران در تفسیر «*يَدُ اللَّهِ فَوْقَ أَيْدِيهِمْ*» گفته‌اند: این عبارت یعنی اینکه قدرت و نصرتی که خدای تعالی به پیامبر اسلام (ص) داده، بالاتر از قدرت و نصرت بیعت‌کنندگان با پیامبر (ص) است؛ بنابراین، وقتی خداوند پشتیبان کسانی است که با رسول او بیعت کرده‌اند، به طریق اولی دست او پشتیبان آن رسول هم خواهد بود (شریف لاهیجی، ۱۳۷۳: ۱۹۰).

اگرچه کلمه *يُبَايِعُونَكَ* در آیه‌ی آورده شده در تصویر نیست اما برای اینکه اهمیت به تصویر کشیدن دست رضاخان را بهتر بفهمیم شایسته است تا تفسیر کلمه‌ی *يُبَايِعُونَكَ* به معنی: «با تو بیعت می‌کنند» را از زبان علامه طباطبایی بشنویم. علامه طباطبایی در تفسیر خود از این کلمه می‌گوید: «کلمه (بیعت) یک نوع پیمان است که بیعت‌کننده خود را مطیع بیعت شونده می‌سازد. [...] و این کلمه از ماده (بیع) - که معنای معروفی دارد- گرفته شده و چون رسم عرب (و همچنین در ایران) این بود که وقتی می‌خواستند معامله را قطعی کنند، به یکدیگر دست می‌دادند و گویا با این عمل مسئله نقل و انتقال را نشان می‌دادند - چون نتیجه نقل و انتقال که همان تصرف است بیشتر به دست ارتباط دارد- لذا دست به دست یکدیگر می‌زدند و به همین جهت دست زدن به دست دیگری در هنگام بذل اطاعت را (مُبايعه) و (بیعت) می‌خواندند و حقیقت معنایش این بود که بیعت‌کننده دست خود را به بیعت شونده می‌بخشید و به سلطان بیعت شونده می‌گفت: این دست من مال تو است، هر کاری می‌خواهی با آن انجام بده» (طباطبایی، ۱۳۹۳: ۴۰۹).

با تفسیر این آیه، ارتباط معنایی نمایش دو دست رضاخان سپه‌سالار که تنها فرد از یازده فردی است که دست‌هایش به تصویر کشیده شده است، روشن می‌شود.

و اما عبارت سمت چپ: *وَتُعِزُّ مَنْ تَشَاءُ وَتُدِلُّ مَنْ تَشَاءُ* به معنی اینکه: هر که را بخواهی، عزت می‌دهی و هر که را بخواهی خوار می‌کنی. بخشی از آیه‌ی ۲۶ از سوره‌ی مبارکه‌ی آل‌عمران است که می‌فرماید: *قُلِ اللَّهُمَّ مَالِكُ الْمُلْكِ تُؤْتِي الْمُلْكَ مَنْ تَشَاءُ وَتَنْزِعُ الْمُلْكَ مِمَّنْ تَشَاءُ وَتُعِزُّ مَنْ تَشَاءُ وَتُدِلُّ مَنْ تَشَاءُ بِيَدِكَ الْخَيْرُ إِنَّكَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ*. (بگو: خداوندا! تو صاحب فرمان و سلطنتی. به هر کس (طبق مصلحت و حکمت خود) بخواهی حکومت می‌دهی و از هر کس بخواهی حکومت را می‌گیری و هر که را بخواهی عزت می‌بخشی و هر که را بخواهی ذلیل می‌نمایی، همه خیرها تنها به دست توست. همانا تو بر هر چیز توانایی). با توجه به معنای این آیه که عزت و ذلت را عطا می‌کند و مطابق قوانین و سنتش معرفی می‌کند و خداوند بدون جهت و دلیل کسی را عزت نمی‌بخشد، مقصود تصویرگر از آوردن این آیات مشخص می‌شود. در

حقیقت مقصود اصلی تضمین آیات، مقبولیت و مشروعیت بخشی به شاه و دستگاه شاهی است. چنانکه سعدی در بوستان می‌فرماید:

یکی را به سر برنهد تاج بخت یکی را به خاک اندر آرد ز تخت
کلاه سعادت یکی بر سرش گلیم شقاوت یکی در برش

و یا قآنی:

آن را که کردگار کرد عزیز نتواند زمانه خوار کند

همان‌طور که پیش‌تر گفتیم سفارش این کارت‌پستال به دو سال قبل از به سلطنت رسیدن رضاشاه و در زمان ریاست وزرایی وی برمی‌گردد؛ و این زمانی است که احساسات و افکار، تحت نفوذ حوزه‌ی دین در جامعه بوده است. به همین خاطر، از عبارات قرآنی کمک گرفته‌شده تا احساسات عامه را تهییج کنند. احساساتی که آن عصر در کنترل نیروهای مذهبی بود؛ اما در آینده‌ی نزدیک و در دولت مطلقه‌ی او، اوضاع متفاوت می‌شود، محدودیت‌ها در قلمرو نفوذ و تأثیر دین تشدید می‌گردند و یا کلاً حذف می‌شوند و ملی‌گرایی سکولار جایگزین آن محدودیت‌ها می‌شود. مثلاً، ممنوعیت اجرای روضه‌خوانی یا شبیه‌خوانی در آن روزها را می‌توان ناشی از ایدئولوژی سکولار ملی‌گرایی دانست. حالا دیگر می‌بایست احساسات و افکار در کنترل دولت مرکزی و در جهت نوسازی و معطوف به ترقیات روحی قرار بگیرد نه در حوزه‌ی دین و مناسک دینی که دولت مداخله‌ای در آن نداشت.



تصویر ۲ - کارت‌پستال، چاپ‌شده در آلمان در اندازه‌ی استاندارد و به سفارش تجارتخانه‌ی رزاق‌اف در ۱۳۰۲ - مجموعه‌ی خصوصی محمدعلی کریم‌زاده تبریزی، منبع: کتاب بررسی‌های تاریخی، شماره‌ی مخصوص پنجاهمین سال بزرگداشت شاهنشاهی پهلوی، سال یازدهم، چاپخانه‌ی ارتش شاهنشاهی، ۲۵۳۵ شاهنشاهی، صفحه ۳۷۰

تصویر شماره‌ی ۲ کارت‌پستالی را نشان می‌دهد که به سفارش تجارتخانه‌ی رزاق‌اف (رزاق منش) که یکی از

تجار معروف وقت در تهران بوده در ۱۳۰۲/۱۹۲۳ و در آلمان چاپ شده است. در اینجا نیز از برجسته‌نمایی و ژرفانمایی خبری نیست. تصویر به شیوه و اسلوبی آزاد و بدون رجوع مستقیم به مدل به تصویر درآمده است. سردار سپه مطابق قراردادهای تصویری معین نقاشان عامیانه جهت تأکید بر جنبه‌ی مثبت شخصیتش، با چهره‌ای مصمم و با قامتی افراشته و باحالتی پذیرا، شمشیر به دست ایستاده و روی سینه‌اش علامت مخصوصی دیده می‌شود که روی آن نوشته شده است: «وزارت جنگ». نگارش این عبارت بر روی سینه‌ی رضاخان بدین علت است که سینه، نمادی از قدرت و ورزیدگی است، از طرفی در ادبیات، مخزن اسرار و همچنین مآمن درد و رنج است. چنان‌که حافظ می‌فرماید: چو حافظ گنج او در سینه دارم اگرچه مدعی بیند حقیرم

درواقع تصویرگر به زیرکی به بیننده گواه می‌دهد که او حاضر به نبرد و ناظر به اوضاع است. در دست چپ نخست‌وزیر پرچم سه رنگ ایران جلب توجه می‌کند. استقرار و اهتزاز پرچم ایران، شکوه و غرور مملکت را به نمایش می‌گذارد. از آنجاکه پرچم، همواره نماد و سمبل امنیت و هویت است، نمایش آن بازگوکننده‌ی امنیت ملی از طرف شاه آینده‌ی ایران زمین است. بیرون بودن شمشیر از غلاف نیز نشان از آمادگی سردار سپه در نبردهای احتمالی آینده دارد. نبردی برای آزادی و رهایی ایران از بند زمانه. در سمت راست تصویر نوشته شده است: «حضرت اشرف آقای سردار سپه» در قسمت بالای داخل کادر مستطیل نوشته شده: «پس از یکصد و نود و چهار سال» که به‌طور تلویحی اشاره به نبردهای موفقیت‌آمیز نادرشاه افشار علیه عثمانی‌ها در ۱۱۰۸/۱۷۲۹ و پیروزی‌های مکرر او علیه افغان‌ها و پایان حکومت آنان در ایران دارد. در اثر دیگری در همین زمان اشعاری از شاعری گمنام از زبان نادرشاه افشار خطاب به سردار سپه گفته می‌شود که در واقع رضاخان را ناجی ایران معرفی می‌کند.

این مادر بی‌پناه مضطر	اکنون که نموده تکیه بر تو
گیریش چو جان خویش در بر	باید که ز راه مهربانی
چون برق زنی ز تیغ آذر ^{۱۷}	بر دشمن آب و خاک ایران

در سمت چپ کارت پستال، مادر وطن با پاهای برهنه و موهای آشفته‌اش، در حالی که بر عصای خود خمیده شده، دیده می‌شود. او تابلویی در دست راستش دارد که رویش تک‌بیتی از شعر حافظ نوشته شده:

«گرچه پیرم تو شبی تنگ در آغوشم گیر تا سحرگه ز کنار تو جوان برخیزم»

این شعر و حالت نمایش او در تصویر، حاکی از وضعیت اسفناک و رنجور وطن می‌دهد. همان‌گونه که نقاش قهوه‌خانه‌ای (خیالی‌نگاری) در بازنمایی صحنه و نمایش خصوصیات ظاهری و درونی آدم‌ها، همواره تحت تأثیر جانب‌داری او از نیروهای خیر قرار می‌گیرد، در اینجا نیز تصویرگر، با همین منطق روایی و انگیزش اخلاقی و عقیدتی کار را پیش می‌برد. او شاه آینده را در سمت راست کارت پستال با اونیفورم نظامی و با قدوقامتی افراشته و بلدتر از مادر وطن، منبع خیر و برکت ایران معرفی می‌کند. استفاده از شعر حافظ در اینجا، همانند به‌کار بردن آیات قرآن در کارت پستال قبلی، به دلیل نفوذ در احساسات مذهبی و میهنی و مقبولیت نزد عامه است.

در دست چپ مادر وطن یک ترازو و یک پرچم دیده می‌شود، روی شاهین ترازو نوشته شده: «وزارت عدلیه» و روی پرچم «وزارت خارجه» حک شده است. مادر وطن یک صندوق در باز را که حاکی از خالی بودن خزانه‌ی دولت است در پشت خود حمل می‌کند که روی آن عبارت «وزارت مالیه» نگاشته شده است. مطابق

سنت نقاشی قهوه‌خانه‌ای (خیالی‌نگاری) که اغلب نام اشخاص را به جهت صراحت و سادگی بیان، در پرده‌ی نقاشی در کنار شخصیت‌ها می‌نوشتند در جای‌جای اندام نحیف مادر وطن عبارات مختلفی از جمله؛ «وزارت معارف»، «وزارت فلاحت و تجارت»، «وزارت داخله» و «وزارت پست و تلگراف» دیده می‌شود که همگی نشان از مریض‌حالی و پریشان‌احوالی تمام بدنه‌ی حاکمیت و اوضاع وخیم مملکت می‌دهد.

۹- نتیجه‌گیری

در نظریات مطالعات فرهنگی، رواج فرهنگ عامه منوط به وجود زمینه‌های عینی در حیات اجتماعی است، این مطلب را می‌توان به عصر پهلوی اول تعمیم داد. در این دوران، هنگامی احساسات عامه در کانون توجه عاملان قدرت قرار می‌گیرد که شرایط و اوضاع اجتماعی مساعد شده و رخدادهای اجتماعی - فرهنگی با اقبال عمومی مواجه می‌گردند. رضاشاه این زمینه‌ی مساعد را برای تربیت ملت با زور دولت مطلقه‌ی خود فراهم می‌سازد و بسیاری از روشنفکران آن عصر را با این اقدام همراه و هم‌قدم می‌کند. در این مسیر، وظیفه‌ی اصلی بر دوش عاملان اصلی سیاست‌گذاران فرهنگی نهاده می‌شود که در جهت تقویت بنیه‌ی نظام سلطه به رویارویی ایده‌ی «تربیت احساسات» با «عامه» می‌پردازند. خواست دولت برای تصرف «حس عمومی» به عنوان بخشی از برنامه‌های فرهنگی برای جامعه به یکی از مهم‌ترین اقدامات، به خصوص در سال‌های نیمه‌ی دوم عصر پهلوی اول تبدیل می‌شود.

بدین منظور عاملان فرهنگ و روشنفکر-دولتمردانی نظیر؛ محمدعلی فروغی، عبدالحسین تیمورتاش، احمد متین‌دفتری و برخی دیگر از اشخاص بانفوذ و صاحب‌منصب، موفق می‌شوند تا از راه قدرت دولت مطلقه، ایده‌ی ایجاد نهادهای فرهنگی مانند «انجمن آثار ملی» و «سازمان پرورش افکار» را محقق کنند. مشخصاً سازمان پرورش افکار را می‌توان در عمل پایه‌گذار سیاست‌گذاری‌های فرهنگی منسجم متناسب با برنامه‌های نوسازی دولت دانست که در ترویج هنرها، افکار و مفاهیم جدید در جامعه مؤثر عمل کرده و از طریق آموزش‌های عمومی عقاید مطلوب موردنظر را به جامعه منتقل می‌کند. این فعالیت‌ها که با هدف تقویت احساسات ملی - میهنی و از طریق برنامه‌های سازمان‌یافته‌شده به اجرا درمی‌آمد، به تولید احساس نشاط و خوشبختی نیز در زندگی عامه کمک می‌کند. با مروری بر فعالیت‌ها و جریان‌ات مرتبط با موضوعات اصلی سازمان پرورش افکار به‌عنوان یکی از نهادهای وابسته به قدرت، به این نتیجه می‌رسیم که توجه و تعهد به تربیت حس عامه از رئوس برنامه‌های مدون قدرت حاکمه در عصر نوسازی بوده است. البته این نهاد و «انجمن آثار ملی» که همواره سعی داشتند ماهیت خود را غیرسیاسی نمایش دهند، در نهایت، تبدیل به مکانی برای گردهم‌آیی همفکران سیاسی، فرهنگی و هنری و جوانان وطن‌پرست ترقی‌خواه شدند.

به عبارت بهتر با همگانی‌سازی فرهنگ یا همان «تربیت حس عامه» امکان ایجاد ذوق و سلیقه‌ی نخبه‌گرایانه در دولت و همچنین یک سلیقه‌ی مشروع در عامه فراهم می‌شود. این کار علاوه بر آنکه به نظام قدرت رسمیت می‌بخشد، آن را بیش‌ازپیش نزد عامه محبوب و معقول جلوه می‌دهد؛ بنابراین چنین می‌توان نتیجه گرفت که ایدئولوژی «تربیت حس عامه» نزد عاملان قدرت به‌عنوان بخشی از برنامه‌های سیاست فرهنگی، موفق عمل کرده است. ساخت و تقویت احساسات ملی - میهنی نظیر؛ حس میهن‌دوستی، حس وطن‌پرستی، حس فداکاری و احساس نشاط در عامه از نمونه برنامه‌های اصلی این پروژه‌ی عظیم فرهنگی است. این را هم باید اضافه کنیم که در این نهادهای نوبنیاد سعی می‌شد برای نمایش ظاهری و ژست غیرسیاسی، از ارادت‌های

چاپلوسانه و ستایش‌های تملق‌آمیز به رضاشاه کمتر گفته شود. هنرمند نیز در این مناسبات یاد می‌گرفت تا از حیثیات دنیوی و منویات، خود را برهاند. بدین جهت شکل این انجمن‌ها و نهادها، باعث شد تا برای نخستین بار مناسبات تازه‌ای میان هنرمند و عامه برقرار شود.

نتایج حاصل از تحلیل مضمونی و محتوایی دو کارت‌پستال شاهی نیز به ما چنین می‌گوید که این تصاویر به‌تنهایی نه خودجوش و نه تحمیلی هستند. به‌عبارت‌دیگر، این تصاویر که گواهی بر هنر عامه‌پسند هستند، نه به‌طور دقیق دربرگیرنده‌ی آن باورها و ارزش‌هایی هستند که گروه‌های تحت سلطه از سر اختیار وضع کرده‌اند و نه مبین باورها و ارزش‌هایی که ایدئولوژی گروه‌های مسلط به آنان قبولانده‌اند. تطبیق این عبارات با تعاریفی که در مطالعات فرهنگی از فرهنگ عامه می‌شود کاملاً همخوانی دارد. گرامشی برای توصیف سازوکار فرهنگ عامه با نهادهای قدرت از اصطلاح «موازنه‌ی مصالحه‌آمیز» استفاده می‌کرد. بر این اساس، در این دو کارت‌پستال، آمیزه‌ای از ارزش‌های فرهنگی مسلط و مخالف را می‌توان دید که در شکل‌های مختلف با یکدیگر ترکیب شده و به‌نوعی سازش رسیده‌اند.

از ماحصل موارد مطرح‌شده در طرح مسئله‌ی رویارویی فرهنگ عامه با سیاست هنر در دوره‌ی پهلوی اول، به‌طور کلی چنین می‌توان نتیجه گرفت که سودای دولت در همگانی کردن فرهنگ با اعمال سیاست «تعلیم و تربیت توده‌ی ملت» تا حد زیادی عملی گشته‌است. تأسیس سازمان‌ها و نهادهای نویناد که مسوولیت پرورش و راهنمایی افکار عمومی و احساسات عامه را بر عهده داشتند از آن جمله هستند. از طرفی فرهنگ عامه‌پسند که خود یکی از کانون‌های مورد توجه برای تغییر از سوی دولت بود، نه صرفاً کارگزار قدرت حاکمه بود و نه لزوماً یکسره تحت نفوذ آن بود، بلکه گاهی در تقابل با سازوکار استبدادی نظام سیاسی پهلوی قرار می‌گرفت. قدرت حاکمه نیز سعی می‌کرد تا در راستای برنامه‌های نوسازی به «تربیت ملت» و «وحدت احساسات» جامه‌ی عمل بپوشاند که گهگاه نیز با حوزه‌های مقاومت از سوی فرهنگ عامه روبه‌رو می‌شد، این حوزه‌ها در سال‌های بعد تبدیل به پدیده‌هایی نظیر «فیلم‌فارسی» و «موسیقی کوچه‌بازاری» شدند. به‌طور کلی در عصر پهلوی اول، نوع رابطه بین قدرت حاکمه و امر عامه‌پسند را می‌توان یک نوع رابطه دیالکتیکی دانست که گفتمانی نقادانه و کنشی حقیقی بین دو دیدگاه که یکی مسلط و دیگری حاشیه‌ای بود را شکل می‌داد. این گفتمان باعث می‌شد تا هر یک، دیگری را با چالش مواجه کند، البته این رودررویی در نهایت به یک سنتز یا نوعی امتزاج انجامید. ابداع سنت‌های جدید مشروع و احیاء ذوق عامه که در جهت همگانی سازی فرهنگ و محبوبیت نظام قدرت صورت گرفت حاصل این سنتز بود.

پی‌نوشت‌ها

1. Arts Politic
2. نک به کتاب استوری، جان (۱۳۸۶). مطالعات فرهنگی درباره‌ی فرهنگ عامه. ترجمه‌ی حسین پاینده. تهران: نشر آگه.
3. Cultural studies.
4. Particulation.
5. Mass Culture.
6. Folk Culture.
7. The popular.
8. آنتونیو گرامشی (به ایتالیایی: 1891-1937 Antonio Gramsci). فیلسوف و نظریه‌پرداز بزرگ مارکسیست و از رهبران

و بنیان‌گذاران حزب کمونیست ایتالیا بود. گرامشی از تنورسین‌ها و مبارزان ضد سرمایه‌داری بود. اصطلاح مشهور هژمونی (فرداستی/فرداستی فرهنگی) از اوست.

9. Popular Culture

۱۰. نک به واژه‌نامه عمید در پایگاه اینترنتی: <https://www.vajehyab.com/amid>

11. Raymond Henry Williams

۱۲. نک به نوشتار حسین پاینده با عنوان ملاحظاتی درباره‌ی مطالعات فرهنگی و فرهنگ‌عامه به آدرس وبسایت:

<http://hosseinpayandeh.blogfa.com/post/349>

13. absolute state

۱۴. طرفداران جنبش و نظریه‌ی فکری و فلسفی‌ای که در ۱۹۳۰ در آلمان مطرح شد که به نقد جامعه و فرهنگ در علوم اجتماعی و انسانی می‌پردازد.

۱۵. نک به کتاب سه گفتار در زمینه‌ی ادب و تاریخ ایران. بهمن ۱۳۴۸، ۱۱۰-۱۰۹. نشر دانشگاه پهلوی،

۱۶. نک به مقاله‌ی محمدعلی زهرا زاده و هادی بهی و نجیبه بور با عنوان اشعار مطبوعاتی در دوره‌ی مشروطه چاپ‌شده در کتاب الکترونیکی با عنوان پرنیان سخن مربوط به پنجمین همایش پژوهش‌های زبان و ادبیات فارسی در ۱۳۸۹.

۱۷. نک به کتاب «بررسی‌های تاریخی، سال بزرگداشت پنجاه سال شاهنشاهی پهلوی». شماره‌ی مخصوص سال یازدهم. چاپ در چاپخانه‌ی ارتش شاهنشاهی. ۲۵۳۵ شاهنشاهی. صفحه ۳۴۸.

فهرست منابع

- آبراهامیان، یرواند (۱۳۹۰). تاریخ ایران مدرن، ترجمه‌ی محمدابراهیم فتاحی. چاپ ششم. تهران: نشر نی.
- استوری، جان (۱۳۸۹). مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ‌عامه. ترجمه‌ی حسین پاینده. تهران: نشر آگه.
- آشوری، داریوش (۱۳۷۷). ما و مدرنیته. چاپ دوم. تهران: نشر صراط.
- بارت، رولان (۱۳۷۵). اسطوره. امروز. ترجمه‌ی شیرین دخت حقیقیان. تهران: نشر مرکز.
- بی‌نا (۲۵۳۵ شاهنشاهی). بررسی‌های تاریخی. سال بزرگداشت پنجاه سال شاهنشاهی پهلوی. شماره‌ی مخصوص. سال یازدهم. تهران: چاپخانه‌ی ارتش شاهنشاهی.
- پاکباز، رویین (۱۳۸۸). دانه‌المعارف هنر. چاپ هشتم. تهران: نشر فرهنگ معاصر.
- پاینده، حسین (۱۳۹۷). مجموعه مقالات با عنوان «کرانه‌های عامه‌پسندی». پاییز ۱۳۹۷، ۱۷-۸. تهران: نشریه‌ی آنگاه.
- جهاننگلو، رامین (۱۳۸۴). ایران در جست‌وجوی مدرنیته. تهران: نشر مرکز.
- ریچاردز، بری (۱۳۹۹). روان‌کاوی فرهنگ‌عامه. ترجمه‌ی حسین پاینده. چاپ سوم. تهران: نشر مروارید.
- راودراد، اعظم (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی سینما و سینمای ایران. تهران: نشر دانشگاه تهران.
- سجودی، فرزانه (۱۳۹۰). نشانه‌شناسی کاربردی. تهران: نشر علم.
- شریف لاهیجی، محمد بن علی (۱۳۷۳). تفسیر شریف لاهیجی. تحقیق: حسینی ارموی (محدث). میر جلال الدین. ج ۴. ص ۱۹۰. چاپ اول. تهران: دفتر نشر داد.
- طباطبایی، سید محمد حسین (۱۳۹۳). تفسیر المیزان. ترجمه‌ی سید محمد باقر موسوی همدانی. جلد ۱۸. تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- کدی، نیکی. آر (۱۳۸۱). ایران دوران قاجار و برآمدن رضاخان ۱۱۷۵-۱۳۰۴. ترجمه‌ی مهدی حقیقت‌خواه. تهران: نشر ققنوس.
- قلی‌پور، علی (۱۳۹۸). پرورش ذوق عامه. تهران: نشر موسسه‌ی فرهنگی پژوهشی چاپ و نشر نظر.
- مسکوب، شاهرخ (۱۳۸۴). داستان ادبیات و سرگذشت اجتماع. تهران: نشر فرزانه.
- محمدی، منظر؛ سید احمدی زاویه، سید سعید. (۱۳۹۶). چرخش فرهنگ زیبایی: تحول معیارهای زیبایی فردی درگذر از

عصر قاجار به پهلوی. شماره ۷۱، ۱۶-۵. تهران: نشریه‌ی هنرهای زیبا.

- نفیسی، سعید(۱۳۴۵). تاریخ معاصر ایران: از کودتای سوم اسفند تا بیست و چهارم شهریور ۱۳۲۰. تهران: فروغی.

- Lousse, Emile(1964), Absolutism, in Heinz Lubasz, ed. The Development of the Modern State, New York: Macmillian.
- Schayegh, Cyrus(2002), Sport, Health, and the Iranian Middle Class in the 1920s 1930s, Iranian Studies, vol. 35, No. 4, Sport and Games (autumn,2002),pp:341

<http://hosseinpayandeh.blogfa.com/post/349>

Received: 2021/09/23
Accepted: 2022/01/18

Confrontation of popular culture with the politics of art in the first Pahlavi period (Case study; two royal postcards)

Alireza Soleimani, Ph.D Candidate of Art Studies, Faculty of Theoretical Sciences and Higher Studies of Art, Pardis International Farabi, Art University, Tehran, Iran.

Gholamali Hatam, Professor, Department of Art Research, Faculty of Theoretical Sciences and Higher Studies of Art, Art University, Tehran, Iran.

Seyed Saeed Seyedahmadi Zavieh, Associate Professor, Department of Art Research, Faculty of Theoretical Sciences and Higher Studies of Art, Art University,

Abstract

The subject of the present article is to take seriously the popular and folk art as an important source in the invisible aspects of social life and cultural policy decisions in the first Pahlavi period. This issue has been one of the main concerns of cultural policymakers from the very beginning in the implementation of the great political stream called modernization, and in the following years, it gradually led to the establishment of an intellectual consensus between intellectuals and artists with the government. In the field of “cultural studies” focusing on “art politics”, this study intends to examine the confrontation of popular culture with the political culture of that period and to answer the question that how and to what extent the “public feelings” had been subjected to the policy of cultural policy makers in the first Pahlavi era? The analysis of the semantic and thematic signs of the two “royal postcards” gives us clear examples from the discussion of this research. These two postcards – apart from the visual structure similar to coffee house paintings (fantasy) and their aesthetic qualities – have been chosen because they exhibit a mixture of dominant and opposing cultural values and have national–patriotic themes mixed with religion. The research method is descriptive–analytical in a qualitative way. The data collection is also done in a documentary–library manner. The findings of this study show that the actors of the first Pahlavi cultural policy making, under the banner of a centralized and authoritarian system, in order to formalize the system of power, succeeded in creating a legitimate taste in the public. Using the idea of popularization of culture or the ideology of “the common sense training”, the ruling power has been able to make the system of power more popular and reasonable than ever, as the pictures of the two postcards tell us.

Keywords: First Pahlavi, Popular Art, Cultural Policymakers, Cultural Studies, Art Policy, Royal Postcard