

نقش مخاطب در میدان هنر چند
رسانه‌ای جدید با تأکید بر آثار احمد
نادعلیان/ ۱۹۷-۲۰۹



باغ ایرانی، چندرسانه‌ای تعاملی، احمد
نادعلیان، ۱۳۸۳، مأخذ:
www.nadalian.com

نقش مخاطب در میدان هنر چند رسانه‌ای جدید با تأکید بر آثار احمد نادعلیان

راضیه مختاری دهکردی *

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۴/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۹/۶

صفحه ۱۹۷ تا ۲۰۹

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

هنر چند رسانه‌ای در صدد تبیین زبان تصویری جدیدی است که نقش مخاطب در ارائه اثر هنری را محور اصلی قرار می‌دهد و تعامل مخاطب با اثر، مورد اهمیت قرار می‌گیرد. احمد نادعلیان، یکی از هنرمندان معاصر ایرانی و پیشگام در هنر چند رسانه‌ای با خلق آثارش، تعامل پویایی در خوانش اثر برای مخاطب فراهم ساخته است. این پژوهش چگونگی عملکرد مخاطب در هنر چند رسانه‌ای جدید و نوع تعامل او با اثر چند رسانه‌ای را با تأکید بر آثار نادعلیان را شناسایی کرده است. هدف اصلی شناسایی و تبیین نوع مخاطب و نحوه تعامل او در ارائه این آثار است؛ بنابراین آثار چند رسانه‌ای جدید احمد نادعلیان که از مؤلفه‌های فرهنگ و هنر ایرانی استفاده نموده، مورد مطالعه قرار گرفت. بر این اساس مقاله در پی پاسخ‌گویی به این سؤال‌ها است: ۱. چه کسانی مخاطب هنر چند رسانه‌ای جدید هستند؟ ۲. مخاطب چگونه با هنر چند رسانه‌ای تعامل برقرار می‌کند؟ روش تحقیق در این پژوهش عبارتند از روش کیفی با ماهیتی اکتشافی است. شیوه جمع‌آوری اطلاعات از طریق روش اسنادی و میدانی است. چهار نمونه از آثار چند رسانه‌ای نادعلیان را بر اساس شاخص‌های تعیین شده بین شانزده مخاطب مورد مصاحبه هدایت شونده قرار گرفته‌اند. نتایج پژوهش مبین این امر است که هنر چند رسانه‌ای به دلیل ارتباطی که با طیف وسیعی از مخاطبان دارد میدان گسترده‌تری را در برمی‌گیرد و مخاطبین از هر طیفی در ارائه اثر سهم می‌شوند و مخاطب خاص به مخاطب عام تبدیل می‌گردد. مخاطبان کنشی متفاوت با اثر چند رسانه‌ای دارند که از بازی و سرگرمی تا جست‌وجو و کشف رازهای نهفته در اثر حکایت دارد. از طرفی دیگر به مدد فناوری‌های الکترونیکی، ایجاد شرایط یکسان و عمومی، هنر چند رسانه‌ای بستری است با پتانسیل‌های بالا که به‌عنوان زبان و بیان فرهنگ جامعه در عصر معاصر محسوب می‌شود. مخاطب در چند رسانه‌های احمد نادعلیان در هر موقعیت فرهنگی، اجتماعی یا اقتصادی در شرایط یکسانی قرار می‌گیرند تا با انتخاب و گزینش عناصر به هر بخشی از اثر به‌طور دلخواه اعتبار بیشتری ببخشند و کنش‌های متفاوتی داشته باشند.

کلیدواژه‌ها:

هنر چند رسانه‌ای، میدان هنر، مخاطب، تعامل، احمد نادعلیان.

*استادیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر و علوم انسانی، دانشگاه شهرکرد، شهرکرد، ایران

مقدمه

اطلاعات اولیه آن بر مبنای دو روش کتابخانه‌ای و میدانی حاصل گردید. ابزار مورداستفاده بنابراین دو روش، فیش‌برداری و مصاحبه نیمه‌باز بوده است.

جامعه آماری این پژوهش آثار چندرسانه‌ای احمد نادعلیان است که تعداد چهار نمونه از آثار چندرسانه‌ای او از طریق رویکرد اشباع نظری با هماهنگی هنرمند از سایت و مجموعه شخصی وی به صورت هدفمند انتخاب و مورد مصاحبه هدایت‌شونده، قرار گرفتند. لازم به ذکر است که تمامی آثار نادعلیان توسط نگارنده در اختیار مصاحبه‌شوندگان قرار گرفته است. طبق پیشینه و مبنای پژوهش برای متغیر مستقل یا همان مخاطب بر اساس دسته‌بندی تاریخی مخاطبان هنر، بر پایه چهار شاخص آماری یعنی درک هنری، سواد، طبقه اجتماعی و سن در دو جنس مرد و زن صورت گرفته است. این موارد از مهم‌ترین مؤلفه‌های مطالعات اجتماعی هنر بر اساس پیشینه پژوهش‌ها اخذ شده است. در پاسخ به سؤال اول برای مشخص نمودن نوع مخاطبان، لازم بود تا تعامل و یا عدم تعاملشان مورد ارزیابی قرار گیرد که از طیف پنج‌گانه لیکرت استفاده شد و برای چگونگی تعامل مخاطب با مصاحبه هدایت‌شونده، نظر مخاطبان دریافت گردید. همچنین متغیرهای سطح درآمد برای تشخیص طبقه اجتماعی در چهار دسته بر اساس مشخصات سرپرست و همسر سرپرست خانوار (نوع شغل و تحصیلات)، هزینه‌ها و درآمد، مسکن و تسهیلات و اوقات فراغت، دسته‌بندی شدند. (گرمارودی و مرادی، ۱۳۸۹: ۱۴۲) تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش به روش تحلیل محتوای کیفی از شانزده مخاطب از طریق مصاحبه به صورت ژرفانگر صورت گرفت که در جدول ۱ نحوه انتخاب شرح داده شده است.

پیشینه تحقیق

در راستای پژوهش حاضر تعداد اندک شماری پژوهش می‌توان برشمرد که از آن جمله راضیه مختاری دهکردی و همکاران در مقاله «ماهیت فضا و زمان در آثار چندرسانه‌ای کتی پاترسون» در نشریه هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی، دوره ۲۳، شماره ۳، (۱۳۹۷) مسئله زمان و مخاطب در هنر چندرسانه‌ای را مطرح می‌کنند که مخاطب در درک فضا و زمان آثار چندرسانه‌ای پاترسون، نقشی فعال داشته و بیشتر چگونگی دریافت اثر از طریق حواس مورد توجه است.

فاطمه پورمند در مقاله «افق بینا ذهنی هنرمند و مخاطب در هنر تعاملی معاصر (با نگاهی به پروژه تعاملی کتابخانه قلب)» (۱۳۹۶)، در نشریه مبنای نظری هنرهای تجسمی، شماره ۱، بر این ادعا است که مخاطب تعامل‌گر به واسطه تغییر آشکاری که می‌تواند به‌طور آگاهانه در تجسم بدنش ایجاد نماید هم‌تراز با هنرمند تأثیرگذار در خلق اثر است.

هنر چندرسانه‌ای به‌عنوان شاخه‌ای نوین از هنر جدید در دوران معاصر ظهور یافته است که از قالب‌های مرسوم هنر فراتر رفته و با به کار بستن رسانه‌های گوناگون نظیر رسانه‌های دیجیتال، پویانمایی (انیمیشن)، ویدئو و غیره و با به‌کارگیری مؤلفه‌های مختلف از جمله تصویر، صدا و متن خوانش جدیدی برای مخاطب فراهم می‌کند. در هنر چندرسانه‌ای به‌عنوان یکی از انواع جدید هنر، کنش مخاطب اهمیت ویژه‌ای می‌یابد و ارتباطی چندگانه با مخاطب میسر می‌شود. مخاطب در کنار مؤلف و با حضور مستقیم در ارائه اثر هنری، آن را شکل می‌دهد.

بدین شیوه، هنر چندرسانه‌ای در ارتباط مستقیم با مخاطب است و بدون وجود مخاطب نه‌تنها معنایی نخواهد داشت بلکه ارائه اثر هم ناتمام می‌ماند. از این‌رو جایگاه مخاطب نسبت به اثر در این هنر جدید نسبت به رسانه‌های مرسوم گذشته تغییر می‌کند به‌گونه‌ای که باید علاوه بر مخاطب بودن، مؤلف اثر نیز بود. از طرفی دیگر همواره در دوره‌های مختلف و سبک‌ها و شیوه‌های گوناگون، هرکدام مخاطب خاص خود را داشته‌اند؛ مسئله پژوهش حاضر نیز شناسایی نوع مخاطب، چگونگی تعامل و نحوه دریافت اثر در هنر چندرسانه‌ای است؛ بنابراین با توجه به اهمیت شناسایی زوایای پنهان و اثرگذار هنر چندرسانه‌ای به‌عنوان شیوه‌ای جدید در میان آثار هنرمندان ایرانی و نقش مهم آن در ارتباط با تنوع مخاطبان در جامعه، قصد بر آن است تا جایگاه و نوع مخاطب در هنر چندرسانه‌ای شناسایی گردد.

هدف اصلی شناسایی و تبیین نوع مخاطب و نحوه تعامل او در ارائه این آثار است؛ بنابراین آثار چندرسانه‌ای جدید احمد نادعلیان که از مؤلفه‌های فرهنگ و هنر ایرانی استفاده نموده، مورد مطالعه قرار گرفت.

سوال‌های این پژوهش عبارتند از: ۱. چه کسانی مخاطب هنر چندرسانه‌ای جدید هستند؟ ۲. مخاطب چگونه با هنر چندرسانه‌ای جدید تعامل برقرار می‌کند؟ **اهمیت و ضرورت این تحقیق** در این است که از یک‌طرف تاکنون پژوهشی که به نقش مخاطب در میدان هنر چندرسانه‌ای بپردازد موجود نیست و از طرف دیگر نمونه‌ای از هنر چندرسانه‌ای ایرانی مورد مطالعه قرار نگرفته و مطالعه آثار چندرسانه‌ای احمد نادعلیان از نظر جنبه‌های هنری و نحوه ارتباط مخاطبین با این‌گونه آثار امری ضروری و حائز اهمیت است.

روش تحقیق

این پژوهش به روش ترکیبی با رویکردی کیفی و کمی به دنبال پاسخ به دو سؤال چپستی نوع مخاطب و چگونگی تعامل وی با هنر چندرسانه‌ای است؛ از این‌رو ماهیتی اکتشافی و زمینه‌یابی محوریت اصلی قرار گرفت که



جدول ۱. نحوه چگونگی شاخص‌های مربوط به ۱۶ مخاطب برای مصاحبه، مأخذ: نگارنده

شاخص‌های مربوط به مخاطب	زن	مرد
سن:	۴۰-۱۸	
	۷۰-۴۰	
طبقه اجتماعی	سطح درآمد بالا	
	سطح درآمد پایین	
سطح سواد	باسواد (تحصیلات بالای دیپلم)	
	بی‌سواد (تحصیلات زیر دیپلم)	
آشنایی با هنر	آشنا به هنر (سواد بصری بالا- آشنا با هنرهای رسانه‌ای جدید)	
	ناآشنا به هنر (سواد بصری بالا- آشنا با هنرهای رسانه‌ای جدید)	

نگرفته است. از طرف دیگر این مقاله، تنها پژوهش در حوزه آثار چندرسانه‌ای است که بر نمونه داخلی تمرکز دارد.

مبانی نظری پژوهش

از نگاه پیر بورديو فضای اجتماعی دارای ساختاری سلسله مراتبی بر پایه تمایزهاست؛ جایی که در آن افراد یا گروه‌ها بر پایه نوع ارتباطشان با یکدیگر و بر پایه این نوع تمایز و تفاوت و جایگاهی که در برابر هم دارند، موجودیت می‌یابند. در اینجا فضای اجتماعی از مجموعه میدان‌های اجتماعی ساخته شده که عاملان اجتماعی در آن بر اساس جایگاهشان در توزیع سرمایه‌های اقتصادی و فرهنگی تقسیم می‌شوند. به این ترتیب موقعیت کنشگران در میدان،

همچنین زهرا رهبرنیا و مریم خیری در مقاله «هنر تعاملی به‌مثابه یک متن با اشاره به یکی از آثار تعاملی به نمایش درآمده در دوسالانه ونیز ۲۰۱۱ اثر نورما جین» (۱۳۹۲) در نشریه جهانی رسانه تعامل و مشارکت مخاطبین در خلق اثر را باعث تبدیل اثر به متن هنری و همین‌طور کم‌رنگ شدن هنرمند به‌عنوان مؤلف می‌داند؛ اما آنچه مسئله این پژوهش را از دیگر موارد جدا می‌نماید و نوآوری آن را نشان می‌دهد، توجه به اهمیت مخاطب در اثر هنر چندرسانه‌ای نیست، بلکه نوع و جایگاه مخاطب در هنر چندرسانه‌ای جدید است که به دنبال شناسایی مخاطبان این هنر در گروه‌ها و دسته‌بندی‌های مختلف جامعه است درحالی‌که پژوهش‌های پیشین این مقوله مورد توجه قرار

جدول ۲. طبقه‌بندی هنرهای چندرسانه‌ای. مأخذ: همان

آثار هنری که از ترکیب چندرسانه‌ای نظیر مجسمه، نقاشی، متن، ویدئو و... به وجود می‌آیند و گاهی مخاطب امکان مشارکت در این نوع رسانه هنری دارد و در آن‌ها رایانه نقش محوری ندارد.	هنر چندرسانه‌ای بر پایه رسانه‌های قدیمی
ترکیبی از رسانه‌های هنری جدید مانند هنر دیجیتال، هنر شنیداری، هنر تعاملی و هنر شبکه و... است در این هنرها رایانه، اولویت دارد و مخاطب می‌تواند از طریق یک میان رابط کاربر دریافت کند.	هنر چندرسانه‌ای بر پایه رسانه‌های جدید



تصویر ۱. دیوار تعاملی سحابی، طراحی توسط شرکت نییون، ۲۰۱۰. مأخذ: www.mail.fitnessgaming.com

کتاب مقدس داشته باشند. مخاطب آثار مختلف با محتوای زنان را عمدتاً مردان جامعه تشکیل می‌دادند و همچنین هنر انتزاعی، مخاطب طبقه بالایی از جامعه را به خود اختصاص می‌داد. علاوه بر این در آثار هنرمندان جنبش هنر برای هنر، مخاطب خاص این جریان هنرمندانی بودند که دغدغه اصلی آن‌ها هنر جدا از بازتاب‌های جامعه بود.

تعامل در هنر چندرسانه‌ای

در دهه‌های پایانی سده بیستم با ورود فناوری‌های جدید به‌ویژه در زمینه تصویر الکترونیک، تحولات عمیقی در هنر شکل گرفت، این تحولات و پیشرفت‌های فناورانه، زمینه‌ساز ترکیب رسانه‌های مختلف را فراهم ساخت و به‌نوعی با این ترکیب، شیوه جدیدی از هنر را به‌عنوان هنر چندرسانه‌ای رقم زد. از این‌رو هنری به نام هنر چندرسانه‌ای ظهور یافت که متکی بر ترکیب رسانه‌های گذشته است؛ بنابراین هنر چندرسانه‌ای علی‌رغم استفاده از رسانه‌های مربوط به گرایش‌های نمایشی و موسیقی، از گرایش‌های جدید هنرهای تجسمی در قرن بیستم میلادی به حساب می‌آید و اصطلاحی است که برای هر تلفیقی از رسانه‌های گوناگون دیجیتال، تصاویر، گرافیک، صدا، ویدئو، انیمیشن و متون نوشتاری مورد استفاده قرار گیرد. (اسمیت، ۲۰۰۴: ۲۳۱)

به سرمایه‌های در دسترس آن‌ها بستگی دارد. (بورديو، ۱۳۸۰: ۶۳)

مخاطب همواره نقشی کلیدی و بنیادین نسبت به اثر هنری داشته است و در طول تاریخ، هر اثری هنری -خارج از مباحث تعریف هنرها- مخاطب خاص خودش را داشته است. مخاطب هر نوع از هنر، انسانی است که دارای ویژگی‌ها و شاخص‌هایی است که عامل اصلی برای آن ارتباط بوده است. از آنجایی که مخاطب در این پژوهش به‌عنوان متغیری مستقل است و از طرفی ویژگی انتزاعی دارد، لذا شاخص‌هایی برای آن باید تعریف نمود. همان‌طور که مفهوم اصلی مخاطب را به‌طور کامل مفهومی انتزاعی می‌داند و معتقد است برای درک بهتر آن می‌توان میان مخاطبان تفاوت‌های قائل شد و مخاطبان را از طریق رسانه‌هایی که به کار می‌برند، مشخص نمود. (دونباخ، ۲۰۰۸: ۳)

از طرفی رسانه‌های هنر هرکدام ریشه بر مبنای شاخصی در کنشگران یا همان مخاطبان دارند که باعث ایجاد تعامل می‌گردند. این شاخص‌ها بر اساس مطالعات تاریخ هنر و تحولات هنر قابل بررسی است. بر این اساس مخاطب آثار هنر کلیسایی یا دینی را در ابتدا و عمدتاً افراد بی‌سوادی تشکیل می‌دادند که بر آن اساس درکی از مطالب



تصویر ۲. شب پرستاره، پتروس رلیس، ابعاد متغیر، ۲۰۱۲، مأخذ: www.designboom.com

کودکان، بزرگسالان، مردان و زنان و هرکسی است که به دنبال یک روش سرگرم‌کننده و تخیلی است. (تصویر ۱) دیوار تعاملی سحابی که توسط شرکت بازی‌های فعال هلندی نیون طراحی شده است، برای اولین بار در نمایشگاه کیندواک^۲ (۲۰۱۰) ارائه شد؛ سحابی یک دیوار تعاملی است که با استفاده از هزاران چراغ ال ای دی و فناوری‌های پیشرفته تعاملی، مخاطبان را ساعت‌ها درگیر تجربیات منحصر به فرد تعاملی می‌کند. چراغ‌ها دارای حسگر هستند و دیوار برای پاسخ دادن به لمس با تابش نور طراحی شده و به کاربران امکان می‌دهد با جلوه‌هایی که ایجاد می‌شود، بازی کنند. موجودیت اثر، در دیوار تعاملی سحابی به واسطه مشارکت مخاطب تعریف می‌شود و محوریت مطلق هنرمند نقض می‌گردد. قسمتی از این دگرگونی، به واسطه بهره‌گیری از فناوری دیجیتال ایجاد شده که دخالت مستقیم هنرمند را محدود می‌سازد و نقش مخاطب در جایگاه تمام‌کننده اثر اولویت می‌یابد و به عبارتی مفهوم هنرمند خودمحور را به چالش می‌کشد. تعامل در این هنر چندرسانه‌ای به مثابه فعالیت فیزیکی درخواست شده از سوی مخاطب، برای تحقق کامل یک اثر هنری فناورانه درک می‌شود.

بدین ترتیب شکل هنر جدید چندرسانه‌ای - با توجه به درآمیختن رسانه‌های مختلف - ارتباطی چندگانه و گوناگون با مخاطبان خود برقرار می‌سازد. همچنین بر اساس اقتضای نمایش خود در فناوری کامپیوتری، مکان ارائه را بر هم زده و به راحتی تکثیر شده و با حداقل زمان ممکن در شرایط مختلف و زمان‌های مختلف به طور اختصاصی در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد. همچنین به مخاطب امکان راهبری، تعامل، خلاقیت و ارتباط می‌دهد.

هنرهای چندرسانه‌ای به طور کلی به دو گروه قابل تفکیک است: هنر چندرسانه‌ای بر پایه رسانه‌های قدیمی و هنر چندرسانه‌ای بر پایه رسانه‌های جدید. (جدول ۲) با این حال گاهی هنرهای چندرسانه‌ای مبتنی بر رسانه‌های جدید در محیط‌های چندرسانه‌ای غیرخطی کاربر می‌توانند با رابط کاربر نرم‌افزار و با استفاده از کنترل‌های ناوبری در تعامل باشند و مطابق میل و سلیقه خود در محتوای مربوط امکان جابجایی ایجاد گردد. به چنین نوع هنری، چندرسانه‌ای تعاملی گفته می‌شود؛ زیرا مخاطب نیز در اثر مشارکت می‌نماید. (مختاری دهکردی، ۱۳۹۹: ۴۹)

«دیوار تعاملی سحابی» ساعت‌ها تعامل و به عبارتی دیگر سرگرمی فراهم می‌نماید که مناسب برای

1.Nebula
2.KindVak



تصویر ۳. باغ ایرانی، چند رسانه‌ای تعاملی، احمد نادعلیان، ۱۳۸۳، مأخذ: www.nadalian.com

که بیشتر به واسطه هنر محیطی در عرصه بین‌المللی شناخته شده است. این هنرمند در ایران در زمینه هنر چند رسانه‌ای از پیشگامان است. نادعلیان آثاری در حوزه هنر تعاملی و هنر دیجیتال به خصوص در شبکه‌های مجازی خلق کرده که با محوریت هنرهای ایرانی و منطبق بر فرهنگ و هنر ایرانی صورت گرفته است. در آثار نادعلیان ترکیبی از ماهیت هنر جدید در پیوند با هنرهای سنتی ایرانی نظیر نگارگری دیده می‌شود. در ادامه چهار نمونه از آثار وی مورد مطالعه قرار می‌گیرد:

چند رسانه‌ای باغ ایرانی

در چند رسانه‌ای «باغ ایرانی» با بهره‌گیری از تک پیکره‌ای از رضا عباسی و تلفیق آن در باغی که تماماً برگرفته از درخت‌ها و چمنزار نگارگری است، اثری تعاملی در اختیار کاربران قرار می‌دهد. (تصاویر ۳ و ۴) در کنار تصویر صوتی از صداهایی که در یک باغ ایرانی به گوش می‌رسد، به‌طور توأم قرار گرفته است. در «باغ ایرانی» امکان ایجاد ترکیب‌بندی برای مخاطب فراهم شده که می‌تواند به‌وسیله موشواره (ماوس) در نحوه قرار دهی عناصر ترکیب‌بندی دخل و تصرف کند. در این اثر اجزای

چند رسانه‌ای تعاملی «شب پرستاره»^۱ (۲۰۱۲) اثر پترس رلیس^۲ به دو صورت چیدمان و نسخه نرم‌افزار موبایل بر اساس شاهکار مشهور ونسان ونگوگ طراحی و بازسازی شده است. جریان‌های نقاشی اصلی به‌عنوان پویانمایی‌ای در ارتباط با مخاطب و تغییراتی که با لمس کردن آن‌ها به وجود می‌آیند، اثر تعاملی را شکل می‌دهند. (تصویر ۲) علاوه بر تغییر اشکال از طریق لمس انگشت مخاطب، موسیقی پس‌زمینه به این جریان‌ها پاسخ می‌دهد. هرچند که این تأثیرات موقت است و پویانمایی به تدریج به حالت اولیه بازمی‌گردد، مخاطب در مواجهه با فضای اثر سعی می‌کند تا تعامل فعال‌تری با نقاشی برقرار و ایجاد تغییر کند.

تقریباً بی‌نهایت تغییر می‌تواند به‌عنوان یک جریان که توسط دست مخاطب شکل می‌گیرد، رخ دهد. نقاشی که همیشه شکل تغییرناپذیر و ثابتی دارد توسط رلیس کیفیتی مایع و سیال گونه می‌گیرد. لذا چند رسانه‌های تعاملی قابلیت‌های دخل و تصرف بیشتری برای مخاطب نسبت به نمونه‌های هنری پیشین را دارند.

چند رسانه‌های احمد نادعلیان

احمد نادعلیان^۳ یکی از هنرمندان معاصر ایران است

1. The Starry Night
2. Petros Vrellis

۳. متولد ۱۳۴۲، سنگسر



تصویر ۴: باغ ایرانی، چندرسانه‌ای تعاملی، احمد نادعلیان، ۱۳۸۳، مأخذ: (مجموعه شخصی هنرمند)

نماد حالت وجد قلب یک عارف است. این باغ همچنین نماد وحدت است و گل‌ها نماد تعدد. صوفیان می‌گویند که همه دنیا به دلیل حضور او شادی آور است. بهار به عنوان خلسه و شادی از حالت معنوی نمادین شده است. هنرمند با شناخت ذائقه و سلیقه ایرانیان مبنی بر به‌کارگیری نمادها و هویت ایرانی به‌خوبی سعی کرده است تا با به‌کارگیری تعامل میدان هنری وسیع‌تری دارای مخاطبین بیشتر را ایجاد کند.

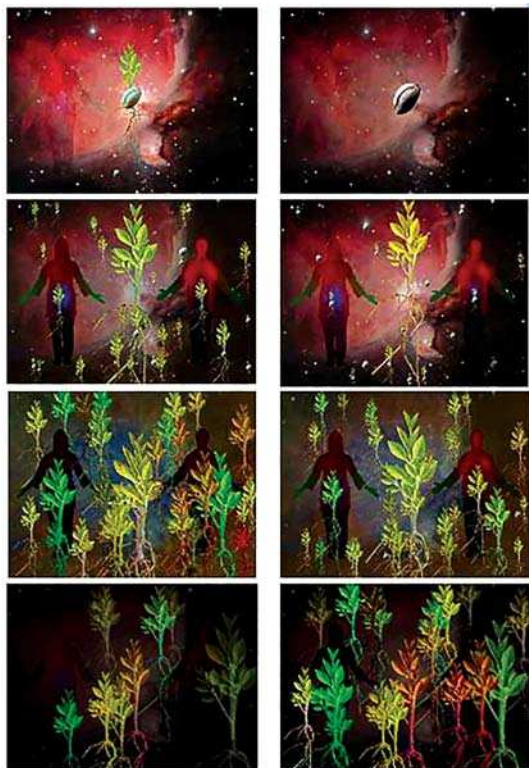
چندرسانه‌ای بارگاه کیومرث

«بارگاه کیومرث» نگاره مشهور سلطان محمد نقاش است که نادعلیان برای چندرسانه‌ای‌اش آن را به شیوه‌ای تعاملی بازآفرینی کرده است. نادعلیان با قرار دادن علامت فلش‌هایی بر روی تصویر و قرار دادن صدایی که به معرفی تدریجی اثر می‌پردازد، قالبی هنری و آموزشی برای مخاطبین فراهم کرده است. (تصویر ۵) در چندرسانه‌ای بارگاه کیومرث برخلاف آثار پیشین امکان دست‌کاری در تصویر وجود ندارد. در عوض، امکان جابه‌جایی برای چرخش چشم مخاطب وجود دارد؛ به صورتی که مخاطب تعیین می‌کند که چه مسیری را برای دریافت اثر طی کند.

تصویر بر دیگری برتری ندارد و این مخاطب است که با پس‌وپیش نمودن عناصر اولویت‌بندی می‌کند و تصمیم می‌گیرد که چه چیدمانی را ایجاد کند.

در چندرسانه‌ای دیگر نادعلیان با هم با عنوان «باغ ایرانی» ضمن بهره‌گیری از همان عناصر اثر قبلی عناصر دیگری مانند عکس و نوشته افزوده شده است؛ فضای معاصر با فضای سنتی پیوند خورده و مخاطب نظیر کار پیشین می‌تواند پیمایش‌های دلخواهی در صفحه داشته باشد. در هر دو اثر هنرمند سعی در پیوند هنر نگارگری و رسانه‌های نوین هنری دارد.

چند رسانه‌های نادعلیان، مخاطب را به فرهنگ و هنر سنتی ایران و مفهوم اصالت دعوت می‌کنند. آثاری که بازتاب‌دهنده هویت ایرانی و میراث فرهنگ سنتی است و مخاطب را به ریشه‌ها و نمادهای ایرانی ارجاع می‌دهد. در آثار وی نمادهای ایرانی به‌وفور دیده می‌شود؛ چندرسانه‌ای باغ ایرانی بازتاب بهشت است. «زنظر صوفیان، بهشت مظهر زیبایی مطلق است و ساکنان بهشت به هر شکل زیبایی که تصور و آرزو می‌کنند، وارد می‌شوند.» (وب‌سایت شخصی نادعلیان) عرفای مسلمان بهشت را به‌عنوان کارهای خوب انسان تعبیر می‌کردند. در برخی از اشعار صوفیانه، باغ



تصویر ۶. انرژی هسته‌ای، احمد نادعلیان، ۱۳۸۳، مأخذ: همان

در اینجا نیز برتری و اولویت قسمتی از اثر نسبت به قسمت دیگر وجود ندارد. به نحوی که چگونگی دریافت اثر بر عهده مخاطب است.

در چند رسانه‌ای بارگاه کیومرث تصویر و فضای کلی اثر ثابت است و مخاطب در حال چرخش و تحرک است. در چند رسانه‌های باغ ایرانی مخاطب ثابت و فضا و اجزای تصویر پویا هستند. در این اثر نبوغ سلطان محمد به مخاطبین گوشزد می‌شود تا با به چرخش درآوردن چشمشان، ریزه‌کاری‌های فراوان و حیوانات پنهان را نشان دهد؛ از این طریق مخاطب به بازخوانی اثر سلطان محمد به صورتی دقیق‌تر می‌پردازد.

نادعلیان به وسیله رسانه‌ای جدید در قالب نرم‌افزار فلش، خوانشی جدید را برای مخاطبین ارائه می‌دهد تا به موشکافی تدریجی اثر بپردازد و این مطالعه کاملاً بر عهده مخاطب است که چه مسیری را طی کند و از کدام قسمت تصویر شروع شود و به کدام نقطه خاتمه یابد. فضا در آثار چند رسانه‌ای نادعلیان امکان تجربه هنری و گزینش‌های متنوعی را برای مخاطبین فراهم می‌سازد. آثار چند رسانه‌ای جدید از جمله آثار نادعلیان برخلاف آثاری که عمدتاً با رسانه‌های قدیمی‌تر اجرا شده، تفاوت اساسی را با شرایط و ضوابط موزه‌ها و گالری‌های هنری نشان می‌داد.

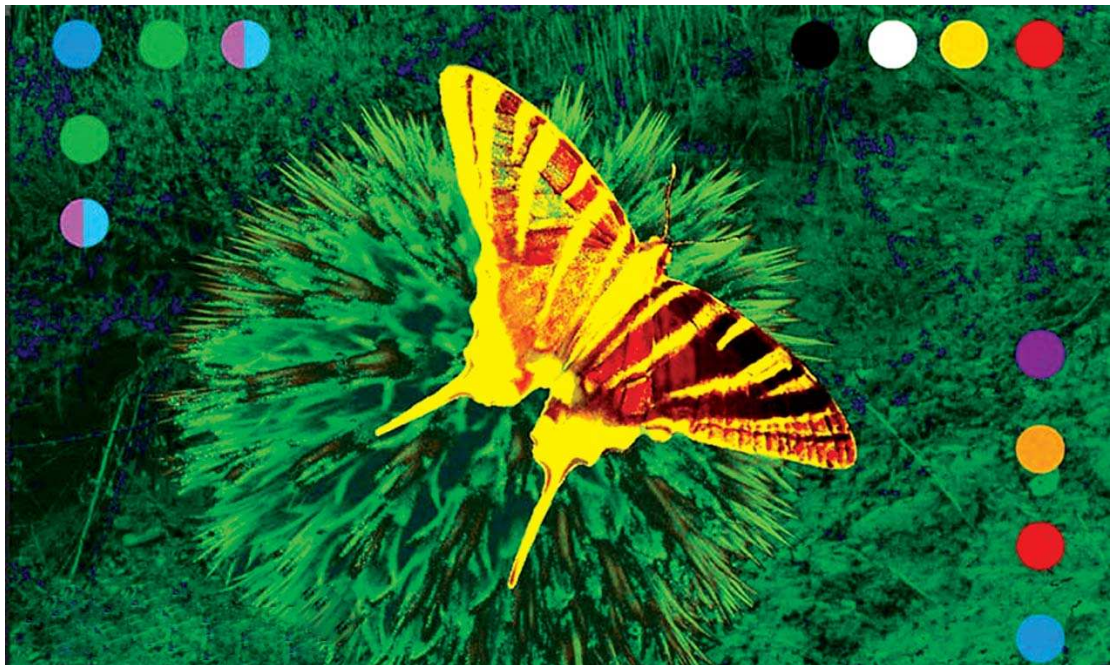
چند رسانه‌ای انرژی هسته‌ای

در چند رسانه‌ای «انرژی هسته‌ای» که تجسم مجازی و تفسیر شخصی هنرمند از انرژی هسته‌ای است (www.riverart.net)، آفرینش انسان و داستان قدیمی آدم و حوا با یک کنایه و طنز به هم آمیخته شده است. (تصویر ۶) در این اثر، هنرمند اگرچه تفسیری نوین از انرژی هسته‌ای را ارائه می‌دهد، ولی با توجه به جریان‌ات سیاسی حال حاضر ایران که یکی از مسائل مهم آن انرژی هسته‌ای است، هوشمندانه‌تر عنوانی برای ایجاد میدان هنری وسیع‌تری که مخاطبین بیشتری را شامل شود برمی‌گزیند. از طرفی با انتخاب چنین عنوان هنری در فضای مجازی که به عنوان یکی از مهم‌ترین میداين هنری نادعلیان است و با توجه به دوزبانه بودن وبسایت هنرمند، مخاطبین انگلیسی‌زبان و یا غیر ایرانی را نیز به خود جلب می‌کند. هنرمند در این چند رسانه‌ای با شناخت ذائقه مخاطبین به دنبال کنش‌های اجتماعی مخاطبین است و میدان این نوع هنر به عنوان حوزه‌ای از تعاملات، نوعی میدان کنش به لحاظ اجتماعی برساخته شده که در آن کاربران دریافت‌های متفاوتی دارند. در سراسر آثار نادعلیان نوعی سبک و سیاق ایرانی دیده می‌شود که به زعم بورديو محصول سامانمند عادت‌واره می‌شود و به نظامی از نشانه‌ها تبدیل می‌شود. در اینجا عادت‌واره‌ها در مجموعه آثار نادعلیان خلق و خواها و کنش‌های کاربران است که در ساختار اجتماعی ایران

اسلامی معنا می‌گردد و محصولی از کنش‌های مخاطبین در پیوند با فردیت و عوامل اجتماعی تأثیرگذار آثار چند رسانه‌ای است. آثار نادعلیان هرچند منحصر به فرد خودش نیستند و بر پایه آثار نگارگری‌های پیشین کار شده اما با به کارگیری امکانات هنر چند رسانه‌ای به خوبی توانسته بین مخاطب و اثرش تعامل برقرار کند؛ در این آثار مخاطب می‌تواند خوانشی چندوجهی داشته باشد و کنش‌های متفاوتی ایجاد کند.

چند رسانه‌ای «بهشت ما»

در چند رسانه‌ای «بهشت ما» (۱۳۸۴) نادعلیان نظیر آثار پیشین اثر تعاملی را ارائه می‌دهد که مخاطبین می‌توانند با گزینش و انتخاب رنگ پروانه به عنوان عنصر اصلی و متحرک اثر را تعیین کنند: «علاوه بر اجرا و چیدمان‌ها برای محیط مجازی، من آثار بسیاری را به صورت تعاملی در فضای واقعی و مجازی ارائه داده‌ام. در آثار تعاملی من، مخاطب می‌تواند که در ترکیب‌بندی و نوع رنگ محیطها دخالت کند. یکی از این آثار هنر چند رسانه‌ای تعاملی بود که هم در فضای واقعی و مجازی به نمایش درآمده



تصویر ۷. بهشت ما، احمد نادعلیان، ۱۳۸۲، مأخذ: همان

مخاطب خاص را که در رسانه‌های گذشته در قالب تک رسانه‌ای صورت می‌گرفتند، بر هم می‌زند و مخاطبان در شرایط مختلف اجتماعی و سنی را به خود جذب می‌نماید که این امر نشان از قدرت نفوذ و تأثیر هنر چندرسانه‌ای بر مخاطبان جامعه دارد و می‌تواند به عنوان عاملی مؤثر در انتقال مفاهیم مختلف و گوناگون به مخاطب نقش ایفا نماید؛ اما این ارتباط و تعامل با هر مخاطبی به نوعی متفاوت صورت گرفت. (جدول شماره ۴)

نحوه تعامل مخاطب در اثر چندرسانه‌ای نادعلیان
در جدول ۳ نوع مخاطب شناسایی شد که بر اساس همان شاخص‌ها و این بار به وسیله مصاحبه کنترل شده توسط پژوهشگر نوع کنش مخاطبان در هنر چندرسانه‌ای نادعلیان مورد توجه قرار گرفت و خلاصه و نوع تعامل در جدول ۴ بیان شده است. طبق این جدول علی‌رغم تعامل فعال مخاطبین در هنر چندرسانه‌ای «باغ ایرانی»، فارغ از جنس، سن، طبقه اجتماعی، سطح سواد و یا درجه آشنایی با هنر، آن را مانند بازی‌های نرم افزارهای موبایل شناسایی کرده‌اند و جذابیت آن را از این رو می‌دانستند که برای سرگرمی و کاربرد آن به عنوان یک بازی قابل توجه است. به این ترتیب بازی گونه بودن ملاک اصلی برای نوع کنش مخاطب رقم خورد. در چندرسانه‌ای «بارگاه کیومرث» نیز علاوه بر جالب بودن اثر آن را اثری پرزحمت و برخی آن را تا حدودی کودکانه بازخوانی کرده‌اند. ویژگی کودکانه

است» (نادعلیان، ۱۴۰۰) در این اثر مخاطب با گزینش رنگ می‌تواند فضای اثر را در اختیار خود بگیرد. (تصویر ۷) بنابراین علاوه بر ویژگی‌هایی که هنر چندرسانه‌ای نادعلیان به عنوان نمونه‌ای ایرانی داشته، مخاطبان و نوع تعامل هر مخاطب در واکنش به این آثار مورد توجه پژوهش حاضر است.

تحلیل یافته‌ها

در جدول ۳ بر اساس مصاحبه صورت گرفته با مخاطبان جامعه آماری پژوهش، به منظور برقراری و عدم برقراری تعامل با آثار چندرسانه‌ای نادعلیان از طیف لیکرت با پنج گزینه «تعامل دارد»، «تعامل ندارد»، «بینابین» تا «حدودی تعامل دارد» و «تقریباً تعامل ندارد»، استفاده شد؛ اما شاخص‌های مخاطبان که بر اساس میانی و پیشینه پژوهش حاصل گردید نیز مبتنی بر جنس مخاطبان و شرایط سنی جوان و بزرگسال در نظر گرفته شد. همچنین طبقه اجتماعی، درک سواد هنری و سواد عمومی از شاخص‌های دیگر بودند. با این وجود بعد از انجام مصاحبه و استفاده از پرسشنامه لیکرت، مشخص گردید که در طیف‌های مختلف، افراد مختلف تعامل برقرار کرده‌اند. مخاطبین در مصاحبه با نگارنده بر این نکته اذعان داشته‌اند که در آثار چندرسانه‌ای «باغ ایرانی»، «بارگاه کیومرث» و «بهشت ما» تعاملی فعال و پویا داشته‌اند و اکثریت در «انرژی هسته‌ای» تعامل پویایی برقرار نکرده‌اند. این موضوع انحصار

یا مرتبط با هنر پویانمایی یا فیلم کوتاه است. مخاطبین با اثر چندرسانه‌ای «بهشت ما» ارتباط قابل فهمی برقرار می‌کنند؛ مخاطب بی‌سواد آن را قابل درک می‌داند، چراکه از طریق وجود شاخص‌های رنگی موجود در اثر با آن ارتباط برقرار می‌کند و مخاطب باسواد، دارای درآمد بالا و یا آشنا به هنر به دنبال کشف و شناسایی بیشتر و یافتن رابطه‌ای جدید در اثر هستند که به نوعی ماجراجویی و فاصله از دنیای طبیعی و کشف رازهای نهفته در اثر زیربنای فکری آن‌هاست.

نوعی سادگی فهم اثر و همچنین عدم مواجهه با دنیای غیر ناشناخته می‌توان تعبیر نمود. هرچند که مخاطب آشنا با هنر آن را برای خوانش اثر می‌تواند نقطه شروع و پایان را خودش انتخاب کند و تا زمان دلخواهش در اثر توقف و مکث کند و یا بر روی قسمت‌های مختلف اثر چندین بار برگردد. اثر چندرسانه‌ای «انرژی هسته‌ای» برای مخاطبین مربوط به هر شاخص موجود در جدول ۴ تا حدودی مبهم و

جدول ۳. مطالعه تعامل در آثار چندرسانه‌ای احمد نادعلیان از دید مخاطبین (بر مبنای طیف لیکرت)، مأخذ: نگارنده

بهبشت ما		انرژی هسته‌ای		بارگاه کیومرث		باغ ایرانی		شاخص‌های مربوط به مخاطب	
تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	بینابین	تعامل پویا ندارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	۴۰-۱۸	سن
تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا ندارد	تقریباً ندارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تا حدودی دارد	تعامل پویا دارد	۷۰-۴۰	
تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا ندارد	تقریباً ندارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	سطح درآمد بالا	طبقه اجتماعی
تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا ندارد	تعامل پویا ندارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	سطح درآمد پایین	
تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا ندارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	باسواد	سطح سواد
تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا ندارد	تعامل پویا ندارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	بی‌سواد	
تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تقریباً ندارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	آشنا به هنر	آشنایی با هنر
تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	بینابین	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	تعامل پویا دارد	بینابین	تعامل پویا دارد	ناآشنا به هنر	

جدول ۴. نوع تعامل در آثار چندرسانه‌ای احمد نادعلیان، مأخذ: نگارنده

شاخص‌های مربوط به مخاطب		باغ ایرانی		بارگاه کیومرث		انرژی هسته‌ای		بهشت ما	
		مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن	مرد	زن
سن	۴۰-۱۸	اثر جالبی است	مانند بازی موبایل می‌ماند	برای کودکان هم مفید است	اثر جالبی است	فیلم کوتاه است!!	این چگونه هنری است؟	پروانه‌ها می‌توانند رنگی شوند	می‌توان در اثر مداخله کرد.
	۷۰-۴۰	دوستش دارم.	جالب است.	شاهنامه‌خوانی جدیدی است و تا حدودی کودکانه	جالب است.	نمی‌توان ارتباط برقرار کرد.	این هنر است؟	مثل بازی است.	رنگ‌هایش سرزنده است و می‌توان رنگ را انتخاب کرد.
طبقه اجتماعی	سطح درآمد بالا	اثر جالبی است.	اثر بامزه‌ای است.	برایم جالب و قابل فهم است.	اثر پرزحمت و جالبی است می‌توان در اثر چرخید.	نامفهوم است.	قابل فهم نیست.	به دنبال اتفاق تازه‌ای هستم	جالب و قابل درک است.
	سطح درآمد پایین	جالب است.	خودم می‌توانم اثر را تغییر دهم	تعامل دارد و قابل جابه‌جایی	جالب و پر از ریزه‌کاری است.	به هنر نامرتبط است.	کودکانه است.	زیبا و قابلیت تعامل دارد.	می‌توان بازی کرد.
سطح سواد	بیسواد	جالب و تعاملی است.	مانند بازی می‌ماند و در آن می‌توان تغییر داد.	ریزه‌کاری‌های زیادی برای شناسایی دارد.	اثر پرزحمت و جالبی برای فهمیدن است.	جالب و تعاملی است.	تا حدودی مانند پویانمایی است.	سرگرم‌کننده است. منتظر اتفاق بعدی هستم.	می‌توان دقت بیشتری داشت.
	بی‌سواد	می‌توان اثر را به نوع خود ساخت.	جالب است.	اثر پرزحمتی است.	برایم جالب است و می‌توان هر جا که بخواهم بروم	نمی‌فهمم.	قابل فهم نیست.	جالب و کاملاً قابل درک است.	قابل فهم است.
درجه آشنایی با هنر	آشنا به هنر	بازی گونه است.	زیبا است و قابل تغییر.	می‌توان جهت حرکت را خود شخص انتخاب کند.	هنر نگارگری را زنده می‌کند.	کمی سخت می‌توان فهمید.	کمی فکر لازم است.	ساده است ولی در کل جالب است.	جالب و قابل تعامل است.
	ناآشنا به هنر	زیبا و جالب است.	می‌توان در اثر مداخله کرد.	با اثر می‌توان رابطه برقرار کرد	می‌توان ارتباط برقرار کرد. جالب است.	انرژی هسته‌ای لطیفی است که با تفکر همراه است	بی‌ربط است	رنگ‌ها قابل تغییر است.	مانند بازی برای تغییر دادن است.

نتیجه

در هنر چندرسانه‌ای برخلاف اشکال پیشین هنر که در آن تعامل مخاطب فقط رویدادی ذهنی است، با بهره‌گیری از رسانه‌های سنتی و بسیاری از رسانه‌های جدید از جمله اینترنت و سایر پردازشگرهای دیجیتال بر آن است تا تماشای منفعلانه مخاطب در درک اثر را از بیننده به مشارکت‌کننده یا تعامل‌گری فعال مبدل کند. میدان مخاطب در هنر چندرسانه‌ای جدید برخلاف هنرهایی که در گالری‌ها ارائه می‌شود و جامعه آماری آن مربوط به فرهیختگان، طبقه متوسط و طبقه مرفه است، پراکندگی وسیعی دارد و می‌تواند اقشار گوناگونی از جامعه را شامل شود. در این آثار مخاطب، خود، بخشی از اثر هنر چندرسانه‌ای است که از طرفی فردگرایی هنر را به نازل‌ترین درجه خود می‌رساند و از طرف دیگر مفاهیمی چون هنر والا یا هنر نازل را مخدوش می‌کند. مفاهیمی که عمدتاً در جامعه سرمایه‌داری مطرح می‌شوند. هنر چندرسانه‌ای جدید که بر اساس فناوری‌های امروزی در اختیار اقشار مختلف جامعه قرار گرفته است و ظرفیت حضور افراد جامعه در میدان هنر را فراهم نموده است. در هنر چندرسانه‌ای دیگر گالری‌های هنری موانع اقتصادی و جغرافیایی زیادی در کار وجود ندارد؛ درک و ستایش هنر/ فرهنگ والا مانند یک کنش اجتماعی منحصر در اختیار طبقه بورژوا قرار نمی‌گیرد. هنر چندرسانه‌ای به سبب تولید انبوه و ارزان‌تر تقریباً در دسترس عموم قرار دارد و میدانی است که در آن تفاوت‌های اجتماعی و تمایز طبقاتی در آن لحاظ نمی‌شود. هنر چندرسانه‌ای به روش‌های مختلفی اعم از بازی و سرگرمی گرفته تا کنکاش و جستجوگری و کشف رازهای نهفته در اثر، با مخاطبان خود ارتباط برقرار می‌نماید و این ظرفیت با پتانسیل بالا می‌تواند بیانگر اهداف کلان فرهنگی در جامعه باشد که به دلیل تنوع مخاطبان باید مورد توجه قرار گیرد؛ زیرا قدرت درگیری مخاطب از تمام اقشار جامعه را دارا می‌باشد. احمد نادعلیان از این ظرفیت استفاده نموده است و با اتکا بر فرهنگ و هنر ایرانی، مؤلفه‌های ایرانی را در قالب شیوه‌ای نوین از هنر معاصر قرار داده است. نتایج بررسی نقش مخاطب در آثار نادعلیان نشان می‌دهد که وی سبک و هویت زندگی ایرانی را به‌عنوان اثر چندرسانه‌ای با تأکید بر مؤلفه تعامل به کار می‌بندد. مخاطبین در چند رسانه‌های این هنرمند در هر موقعیت فرهنگی، اجتماعی یا اقتصادی در شرایط یکسانی قرار می‌گیرند تا با انتخاب و گزینش عناصر به هر بخشی از اثر به‌طور دلخواه اعتبار بیشتری ببخشند و کنش‌های متفاوتی داشته باشند. از طرفی میدان آثار نادعلیان نسبت به آثار موزه‌ای یا ارائه‌شده در گالری وسیع‌تر است، به‌طوری‌که مختص قشر مرفه جامعه و یا افراد فرهیخته نیست. از طرفی کیفیت بازی گونه و سرگرم‌کننده آن، خاصیت تعاملی آن را تقویت می‌کند و مخاطبان بیشتری را جذب می‌نماید. هنر چندرسانه‌ای نادعلیان جدید از نظر ساختار باز است، چشم‌اندازها و رسانه‌های چندگانه را به کار می‌گیرد و به مخاطب ضمن فرصت اندیشیدن، امتیازهای برابر می‌دهد. از طرفی هنر چندرسانه‌ای، رسانه‌ای همگانی است که از محدودیت‌های موزه‌ای و گالری‌های هنری رهایی می‌یابد و از هرگونه سلسله‌مراتب پرهیز می‌کند؛ نادعلیان به‌خوبی توانسته است از امکانات هنر چندرسانه‌ای بهره‌گیرد و بین کیفیت هنر گونه و کیفیت بازی گونه ارتباط برقرار کند و رسانه‌های سنتی را در قالبی جدید و گاهی با چاشنی بازی و سرگرمی بازآفرینی کند.

منابع و مأخذ

- بورديو، پیر (۱۳۷۹). تکوین تاریخی زیبایی‌شناختی ناب، ترجمه مراد فرهاد پور، ارغنون، شماره ۱۷، زمستان.
- بورديو، پیر (۱۳۸۰). نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار.



پورمند، فاطمه (۱۳۹۶). افق بینا ذهنی هنرمند و مخاطب در هنر تعاملی معاصر (با نگاهی به پروژه تعاملی کتابخانه قلب)، مجله مبانی نظری هنرهای تجسمی، سال دوم شماره ۱، پیاپی ۳، بهار و تابستان، صص ۶۱-۷۶.

رهبر نیا، زهرا و خیری، مریم (۱۳۹۲). هنر تعاملی به مثابه یک متن، با اشاره به یکی از آثار تعاملی به نمایش درآمده در دوسالانه و نیز ۲۰۱۱ اثر نورما جین، دوره ۸، شماره ۱، صص ۹۲-۱۱۳.

گرمارودی، غلامرضا. مرادی، علی. (۱۳۸۹) طراحی ابزار اندازه‌گیری وضعیت اقتصادی اجتماعی در شهر تهران، نشریه پایش، سال نهم، شماره دوم، صص ۱۳۷-۱۴۴.

مختاری دهکردی، راضیه و نادعلیان، احمد و مرائی، محسن (۱۳۹۷). ماهیت فضا و زمان در آثار چندرسانه‌ای کتی پاترسون، نشریه هنرهای زیبا- هنرهای تجسمی، دوره ۲۳، شماره ۳، صص ۲۱-۳۰.

مختاری دهکردی، راضیه (۱۳۹۹). شیوه بازنمایی دیداری و شنیداری فضا و زمان در آثار چندرسانه‌ای رومن اوپالکا، فصلنامه پیکره، دوره نهم، شماره ۲۰، صص ۴۶-۵۳.

Lucie Smith, Edward (2004). Art Terms (Dictionary of Art Terms), London, Thames & Hudson.

Donsbach, W (2008). The international Encyclopedia of Communication, Singapore: Blackwell.

www.riverart.net

www.Nadalian.com

The Role of the Audience in the New Multimedia Art Field with Emphasis on the Artworks of Ahmad Nadalian

Razieh Mokhtari Dehkordi, Assistant Professor, Department of Visual Communication, Faculty of Arts and Humanities, Shahrekord University, Shahrekord, Iran

Received: 2021/07/07 Accepted: 2021/12/07



Multimedia Works of Ahmad Nadalian from the Audiences' Point of View (based on the Likert Scale), Source: Author.

n New multimedia art, while using new media technologies, seeks to explain a new visual language that is different from the visual language of previous art media and focuses on the role of the audience in presenting the work of art. In these works, the audience finds a special place and his interaction with the work becomes the main focus of multimedia art performance. Therefore, how the audience performs in the new multimedia art and the type of interaction with the multimedia work is the main issue of the present study and the main purpose is to identify and explain the type of audience and how they interact in presenting these works. Therefore, the new multimedia works of Ahmad Nadalian, who has used the components of Iranian culture and art, were studied as Iranian examples in this field to answer these questions: Who is the audience for the new multimedia art? And how does the audience interact with new multimedia art? This seeks to answer two questions: what is the type of audience and how does he / she deal with multimedia art in a combined **method** with qualitative and quantitative; From this exploratory romance and fieldwork, the main focus was that the initial information was obtained based on both library and field methods. The tools used for both methods were filing and semi-open interview. The statistical population is based on different backgrounds and principles of **research** or the same audience based on the classification of art audiences in different periods based on four statistical indicators, namely: artistic perception, literacy, social class and age in both men and women. Two cases were made as simple possible choices. The presented samples were selected from the works of Nadalian as a contemporary Iranian artist in this field, and four samples of the works in harmony with the artist were used from their site and personal archive. Also, for the analysis and analysis of the research, the qualitative analysis method of the interviews was conducted in depth. In multimedia art, unlike traditional forms of art where the audience interaction is only a mental event, using traditional media and many new media, including the Internet and other digital processors, aims to passively watch the audience in understanding Turn the work from a viewer into an active participant or interaction. New multimedia art that has been provided to different segments of society based on modern technologies and has provided the capacity for the presence of society in the field of art. In the multimedia art of other art galleries, there are not many economic and geographical barriers to work; the understanding and praise of the sublime art / culture is not given to the bourgeoisie as a unique social action. To answer the **questions**, the method of qualitative research with exploratory nature was used. The studied works that were collected through library resources and the artist's archive were analyzed by qualitative content analysis. The statistical population of the study, based on the indicators set for men and women in two conditions of age, artistic perception, general literacy, and social class, consisted of sixteen people who were interviewed on



four works by Nadalian. Finally, the results showed that multimedia art, due to the connection it establishes with a wide range of audiences, covers a wider field of audiences and audiences from all walks of life contribute to the presentation of the work and the audience. The specific becomes the general audience. Audiences, according to different backgrounds, have a different action from the multimedia work, which tells from games and entertainment to searching and discovering the secrets hidden in the work. The field of Nadalian works is wider than museum works or presented in galleries. Nadalian's new multimedia art is open in structure, employs multiple perspectives and media, and gives the audience equal privileges while thinking. On the other hand, multimedia art is a mass media that gets rid of the limitations of museums and art galleries, which avoids any hierarchy. On the other hand, Nadalian's field of works is wider than museum works or presented in a gallery, so that it is not specific to the affluent and educated people. In addition, the quality of the game and its fun, strengthens its interactive nature and attracts more audiences. The new Nadalian multimedia art is structurally open, utilizing multiple perspectives and media, giving the audience equal opportunities to think. On the other hand, multimedia art is a mass media that gets rid of the limitations of museums and art galleries, which avoids any hierarchy; Nadalian has been able to make good use of the possibilities of multimedia art and to establish a connection between the quality of art and play quality and to recreate traditional media in a new format and sometimes with a touch of entertainment.

Keywords: Multimedia Art, Art Field, Audience, Interaction, Ahmad Nadalian.

References: Bourdieu, Pierre (2000). *The Historical Genesis of a Pure Aesthetic*, translated by Morad Farhadpour, Orghanoon, No. 17, Winter.

Bourdieu, Pierre (2001) *Practical Reason: On the Theory of Action*, translated by Morteza Mardiha, Tehran: Naghsh-o-Negar Publications.

Donsbach, W (2008). *The international Encyclopedia of Communication*, Singapore: Blackwell.
Garmaroudi, Gholam Reza. Moradi, Ali (2010) *Socio-Economic status in Iran: a study of measurement index*, Payesh (Health Monitor), Volume 9, Issue 2, 137-144.

Lucie Smith, Edward (2004). *Art Terms (Dictionary of Art Terms)*, London, Thames & Hudson.

Mokhtari Dehkordi, Razieh. Nadalian, Ahmad. Marasy, Mohsen (2018) *the Nature of Space and Time in the Multimedia Artworks of Katie Paterson*, Honar-Ha-Ye-Ziba: Honar-Ha-Ye-Tajassomi, Volume 23, Issue 3, summer, Pages 21-30.

Mokhtari Dehkordi, Razieh (2021) *the visual and auditory representation of space and time in Roman Opalka's multimedia works*, Paykareh, Volume: 9 Issue: 20, Pages 46-53.

Pourmand, Fatemeh (2017). *The Intersubjective Horizon of Artist and Audience in the Contemporary Interactive Art (A Glance at an Interactive Project: The Heart Library)*, Volume 2, Issue 1, Winter and Spring, Pages 61-76

Rahbarnia, Zahra. Kheiry, Maryam (2013), *Interactive Art as a Text; Focusing on Analysis of Norma Jeane's Work Played at Venice Biannual, 2011*. Volume 8, Issue 1, summer and autumn, Pages 221-235.

www.riverart.net

www.Nadalian.com