

۷ کارنیل، بزرگترین شبکه موفقیت ایرانیان می باشد، که افرادی زیادی توانسته اند با آن به موفقیت برسند، فاطمه رتبه ۱۱ کنکور کارشناسی، محمد حسین رتبه ۶۸ کنکور کارشناسی، سپیده رتبه ۳ کنکور ارشد، مریم و همسرش راه اندازی تولیدی مانتو، امیر راه اندازی فروشگاه اینترنتی، کیوان پیوستن به تیم تراکتور سازی تبریز، میلاد پیوستن به تیم صبا، مهسا تحصیل در ایتالیا، و.... این موارد گوشه از افرادی بودند که با کارنیل به موفقیت رسیده اند، شما هم می توانید موفقیت خود را با کارنیل شروع کنید.

برای پیوستن به تیم کارنیلی های موفق روی لینک زیر کلیک کنید.

[www.karnil.com](http://www.karnil.com)

همچنین برای ورود به کانال تلگرام کارنیل روی لینک زیر کلیک کنید.

<https://telegram.me/karnil>

## ایده‌های خیابانی

برای سمیه

---

سرشناسه: بزرگیان، امین، ۱۳۶۰ -  
عنوان و نام پدیدآور: ایده‌های خیابانی نوشته‌هایی در باره شهر، تن و زندگی  
روزمره/امین بزرگیان.  
مشخصات نشر: تهران: ققنوس، ۱۳۸۸.  
مشخصات ظاهری: ۲۱۶ ص.  
شابک: 978-964-311-810-5  
یادداشت: کتابنامه: ص. ۲۱۳-۲۱۶.  
موضوع: تجدد  
موضوع: شهرنشینی  
رده‌بندی کنگره: ۱۳۸۸ ب۴۳/ت۳/ب۱۰۵  
رده‌بندی دیویی: ۱۰۷  
شماره کتاب‌شناسی ملی: ۱۸۸۹۴۱۹

---

# ایده‌های خیابانی

نوشته‌هایی در باره شهر، تن و زندگی

روزمره

امین بزرگیان





### انتشارات قنوس

تهران، خیابان انقلاب، خیابان شهدای ژاندارمری

شماره ۱۰۷، تلفن ۴۰ ۸۶ ۴۰ ۶۶

\* \* \*

امین بزرگیان

ایده‌های خیابانی

چاپ اول

؟؟؟ نسخه

۱۳۸۸

چاپ شمشاد

حق چاپ محفوظ است

شابک: ۵ - ۸۱۰ - ۳۱۱ - ۹۶۴ - ۹۷۸

ISBN: 978 - 964 - 311 - 810 - 5

info@qoqnoos.ir

www.qoqnoos.ir

Printed in Iran

؟؟؟ تومان

## فهرست

مقدمه ..... ۷

### بخش اول: شهر - فضا

ایده - خیابان	۳۳
موسیقی - ترافیک	۳۷
موتورسیکلت	۴۱
طرح ترافیک	۵۱
چاله	۵۵
مترو	۵۹
پاتوق	۶۷
پاساژ	۷۵
شعر - شهر	۸۱

### بخش دوم: شهر - بدن

باریک اندامی	۹۵
لباس - بدن	۹۹
مصرف - علوم اجتماعی	۱۰۵
ناتوانی دولت و عمومی ساختن حوزه خصوصی	۱۱۱
قدرت - بدن	۱۱۹

سیگار ..... ۱۲۵  
مرگ ..... ۱۳۵

بخش سوم: شهر - زندگی روزمره

تلویزیون ..... ۱۴۹  
اوقات فراغت ..... ۱۶۵  
موبایل ..... ۱۷۳  
فوتبال ..... ۱۸۱  
آشپزخانه ..... ۱۸۹  
آفساید ..... ۱۹۵  
سرشماری ..... ۲۰۳  
سانسور ..... ۲۰۹  
منابع ..... ۲۱۳

## مقدمه

همان‌طور که همه چیز در فراشد بی‌وقفه آمیزش و آلودگی جوهر خود را از دست می‌دهد، و ابهام جایگزین اصالت می‌شود، شهر نیز از این روند گریزی ندارد. شهرهای بزرگ که قدرت بی‌نظیر حفظ‌کننده و اطمینان‌دهنده‌شان دور کسانی را که در آرامش قلعه آن‌ها مشغول کارند می‌گیرد و با تنگ کردن منظر افقشان، آگاهیشان نیروهای همیشه هوشیار طبیعت را می‌زداید، از همه سو مورد تهاجم روستا قرار می‌گیرد، نه با منظر زیبای روستا بلکه با بخشی که در طبیعت آزاد از همه زنده‌تر است: زمین شخم‌زده، و بزرگراه‌ها، و آسمانی که سرخی لرزان شبانه دیگر آن را نمی‌پوشاند.

والتر بنیامین

۱

الف) مدرنیته جهانی شده: مارشال برمن در کتاب تجربه مدرنیته، معنا و غایت مدرنیسم را پاک کردن صحنه از همه گروه‌ها و پیوندها به منظور خلق مجدد نفس و جهان می‌داند، گروه‌ها و پیوندهایی که در صحنه پیشین (سنت) حکمفرمایی می‌کردند. این برداشت از پروژه مدرنیسم شبیه آن چیزی است



که رولان بارت در بارهٔ مدرن بودن می‌گوید: «مدرن بودن یعنی آگاهی از آنچه دیگر ممکن نیست» (بارت، ۱۳۸۳)؛ به عبارت دیگر، آگاهی از شروع دورانی تازه.

مدرنیته در مقام جایگزینی برای آنچه دیگر ممکن نیست، یا سنت، سازندهٔ پیوندهای متقابل، شبکه‌ها و جریان‌هایی است که راه و رسم‌ها، تجربه‌ها و سرنوشت‌های سیاسی، اقتصادی و زیست‌محیطی همهٔ ما را در دنیای جدید به هم پیوند می‌زند (تاملینسون، ۱۳۸۱). به عبارت دیگر، مدرنیته با ابزار جهانی شدن، در همه جای دنیا تجربه می‌شود. تجربهٔ مدرنیته در واقع حس انضمامی و ملموسی است که به این آگاهی می‌انجامد که دورانی تازه آغاز شده است. تاملینسون می‌نویسد: «پارادایم تجربهٔ مدرنیتهٔ جهانی برای بیش‌تر مردم، اقامت داشتن در یک جا اما تجربه کردن 'جایجایی' است که مدرنیتهٔ جهانی برای آنان به ارمغان می‌آورد» (تاملینسون، همان: ۲۷۰).

پس چند نکتهٔ مهم در فهم وضعیت امروزین پروژهٔ مدرنیته می‌باید مورد توجه قرار گیرد: اول این‌که مدرنیته از تغییر وضعیتی خبر می‌دهد، همان چیزی که بارت از آن به آگاهی از آنچه دیگر ممکن نیست، تعبیر می‌کند. دوم این‌که مدرنیته در سراسر جهان، جاری شده و با نیروی جهانی شدن، افراد را در سراسر دنیا به همدیگر متصل ساخته است. آنتونی مک‌گرو می‌نویسد: «امروزه کالا، سرمایه، مردم، دانش، تصویر، بزهکاری، آلوده‌کننده‌ها، مواد مخدر، مد و اعتقادات همه به راحتی از مرز کشورها عبور می‌کنند. شبکه‌های فراملی، جنبش‌ها و رابطه‌های اجتماعی تقریباً در تمام عرصه‌ها از عرصهٔ ملی گرفته تا عرصهٔ جنسی، گسترش یافته‌اند» (McGrew, 1992: 67). این اتفاق به این معناست که مدرنیته در همه جا به گونه‌ای ملموس درک و تجربه می‌شود. مدرنیته با همهٔ کامیابی‌ها و شکست‌هایش، در تجسد یافته‌ترین شکل خود، یعنی شهر، بروز و ظهور می‌یابد. شهر در واقع کالبد مدرنیته است؛

محیطی است که به تعبیر برمن، ماجرا، قدرت، شادی، رشد و دگرگونی مدرنیته را در خود انعکاس می‌دهد. برمن در کتاب تجربه مدرنیته خود سعی دارد نشان دهد که مدرنیته در شهر تجربه می‌شود. اساساً او مدرن بودن را آن نوع تجربه زندگی شخصی و اجتماعی می‌داند که به مثابه گردابی عظیم، آدمی را با این واقعیت روبرو می‌سازد که بشر و جهان، پیوسته در حال فروپاشی و تجدید حیات و آمیخته به رنج و عذاب و تناقض و ابهام است. و چون محل بروز و ظهور رنج‌ها و عذاب‌ها، تناقض‌ها و ابهام‌های مدرنیته متأخر در شهرهایی است که انسان‌ها هر روز آن‌ها را تجربه می‌کنند، شناخت و فهم مدرنیته به مثابه نوعی تجربه، مستلزم شناخت اجزا و عناصر زیست شهری و فضای شهری است.

**ب) اهمیت فضا در شناخت مدرنیته:** اهمیت فضا و مکان پیش از این در طول تاریخ تفکر از جمله در علوم انسانی مورد غفلت قرار گرفته است. در این تاریخ پر فراز و نشیب، نوعی معرفت‌شناسی تاریخی و متکی بر مفهوم «زمان» حاکم بوده که تا به امروز نیز تداوم یافته است؛ هم در مارکسیسم و هم در علوم اجتماعی لیبرال. میشل فوکو می‌گوید: «فضایی که در آن زندگی می‌کنیم، فضایی که ما را از خود بیرون می‌آورد، فضایی که در آن فرسایش زندگی‌مان، زمان و تاریخمان روی می‌دهد، فضایی که بر ما پنجه می‌کشد و ریزریز وجود ما را می‌جود، در عین حال فضایی است که در خود فضایی ناهمگون است. ما درون خلأ زندگی نمی‌کنیم. درون چیزی که می‌توانیم افراد و اشیا را در آن بگنجانیم. ما درون خلأیی زندگی نمی‌کنیم که می‌شود با مجموعه‌ای متنوع از نشانه‌ها و سایه‌روشن‌ها رنگ‌آمیزی شود؛ بلکه ما درون مجموعه‌ای از روابط زندگی می‌کنیم که محل‌ها را ترسیم می‌کنند؛ محل‌هایی که قابل فروکاست به یکدیگر نیستند و مطلقاً نمی‌توان تصویر آن [ها] را روی یکدیگر انداخت» (به نقل از دیورینگ، ۱۷۳: ۱۳۸۲). فوکو سعی داشت

توجه همگان را به این موضوع جلب کند که فرایند آگاهی همواره کوشیده است جهان را به وسیله روندهایی برآمده از مناسبات اجتماعی در پارادایم‌های تحلیلی زمان، درک کند. ادوارد سوجا<sup>۱</sup> در مقاله‌ای تحت عنوان «جغرافیا، تاریخ، مدرنیته» بر آن است که نشان دهد تاریخ‌گرایی یعنی آگاهی نظری حاکم بر سنت فلسفی، تا بدان حد مسلط است که توانسته در مقابل حساسیت انتقادی به مکانمندی زندگی اجتماعی، سد نفوذناپذیری بسازد. نتیجه بارز تأکید صرف بر مفهوم زمان در فهم مناسبات اجتماعی، خلق تئوری‌های تماماً استعلایی، در مقابل نوعی آگاهی نظری پراگماتیستی است. عدم توجه به مکان و فضا، ارتباط میان آگاهی و وضعیت مستقر را مخدوش می‌سازد. به تعبیر سوجا، شناخت زیست‌جهان وجود اجتماعی به گونه‌ای خلاق، و نه فقط در روند ساخت تاریخ، تنها با اهمیت دادن به جغرافیاهای انسانی ممکن است. وی می‌نویسد: «اگرچه ممکن است جغرافیا هنوز در قلب نظریه و نقادی معاصر، جایگزین تاریخ نشده باشد، لیکن مجادله سرزنده تازه‌ای در فضای سیاسی و نظری به راه افتاده است، مجادله‌ای که سرشار از طریقه‌های مهم متفاوتی مبتنی بر در نظر گرفتن زمان و فضا همراه یکدیگر است، سرشار از نقش متقابل تاریخ و جغرافیا. مجادله‌ای آگاه به ابعاد عمودی و افقی وجود در جهانی که از تحمیل برتری قاطعانه فطری یکی بر دیگری آزاد شده است» (به نقل از دیورینگ، همان: ۱۶۷). تئوری ادوارد سوجا بر تأکیدات میشل فوکو به اهمیت فضا بنیان گذاشته شده و او این‌گونه غایت‌اندیشی می‌کند که «به طرز بارزی نوعی جغرافیای انتقادی و پست‌مدرن انسانی در حال شکل‌گیری است، جغرافیایی که جسورانه دلالت تفسیری فضا را در حدود و ثغور اندیشه انتقادی مدرن دوباره تحکیم می‌کند» (به نقل از دیورینگ، همان: ۱۶۷).

---

1. Edward Soja

از نظر فوکو، ما در فضاهای ناهمگونی زندگی می‌کنیم. این فضاهای ناهمگون ترکیبی هستند از مکان‌ها و روابط. فوکو به روابط، «دیگر مکان‌ها» نیز می‌گوید. از نظر وی، فضاهای ناهمگون «برساخته» هر جامعه‌ای هستند و در نتیجه، اشکال گوناگون و متنوعی به خود می‌گیرند و در طول تاریخ تغییر و تحول می‌یابند. تفاوت‌های میان فضاها و مکان‌ها در انعکاس مدرنیته و عدم یکسانی و همشکلی جوامع مختلف در تجربهٔ مدرن‌بودگی، همان‌گونه که می‌توان از تئوری فوکو استخراج کرد، محصول برساختگی فضاهای ناهمگون در هر جامعه‌ای است. تمایزات آشکار تجربهٔ مدرنیته در میان شهرهای گوناگون - از جمله تهران - همان‌گونه که خواهیم دید، با این مفهوم فوکویی قابل فهم است.

فوکو تمایز جالبی میان فضاها می‌نهد. او از فضاهایی در شهر نام می‌برد که واقعی‌اند همچون گورستان، کلیسا، تئاتر و پارک، موزه و کتابخانه، بازار مکاره و تفرجگاه، پادگان و زندان، حمام عمومی اعراب و سونای اسکانندیناویایی، روسپی‌خانه و محله. در مقابل، از نظر او مکان‌هایی وجود دارند که اساساً غیرواقعی، آرمان‌شهری و انتزاعی‌اند، مکان‌هایی که نقش آن‌ها تنها ساختن فضاهایی از توهم و هذیان است، فضاهایی که نابرابری‌ها و تفکیک‌ها را پنهان می‌سازند و در واقع کنش انتقادی را خلع سلاح می‌کنند. شاید بتوان گفت کل پروژهٔ فوکو لو دادن پدیدارشناسانهٔ همین فضاها و مکان‌های غیرواقعی است که البته پرداختن به آن در این بحث نمی‌گنجد.

مفهوم محوری در تئوری جغرافیایی فوکو، «پیکربندی» است. ادوارد سوچا می‌نویسد: «پیکربندی همزمان دقیقاً به معنای فضاوند کردن تاریخ است، ساخته شدن تاریخی که با تولید اجتماعی فضا در هم پیچیده است. این پیکربندی ساختار یافتن نوعی جغرافیای تاریخی است» (به نقل از دیورینگ، همان: ۱۷۵). فوکو به همراه کردن تحلیل فضایی و مکانی با تاریخ و زمان اصرار داشت و معتقد بود که فضا در هر شکلی از زندگی اجتماعی بنیادین

است. همان‌گونه که سوچا می‌نویسد، فوکو از اولین تا آخرین کارهایش موکداً دنبال چیزی می‌گشت که خود «فصل مشترک محتوم زمان و فضا» می‌نامید. پیکربندی یا همان فضامند کردن تاریخ بهتر از هر جای دیگری در «شهر» خود را می‌نمایاند. شهر و مکان‌های واقعی‌اش فضای مدرنیته‌اند، فضایی که به گونه‌ای انضمامی و در عین حال انتزاعی، تاریخ مدرنیته را نمایش می‌دهد. از این رو، تاریخ مدرنیته هر تکه‌ای از این جهان را نه با تئوری فلسفی، که تنها با شکل و چگونگی تجسد آن در فضای شهری‌اش می‌توان درک کرد. پروژه مارشال برمن نیز در کتاب تجربه مدرنیته بر همین اصل استوار است. برمن در کتابش به‌طور واضحی از مدرنیته به عنوان تجربه‌ای زنده و گروهی نام می‌برد که در شکل موفقیت‌ها و شکست‌های زندگی خود را نشان می‌دهد. براساس توصیف ادوارد سوچا، برمن روند چندگانگی پیکربندی زندگی اجتماعی را در چهار سده گذشته مدرنیته‌ها و در تأکید مصرانه بر «شهر» نمایش می‌دهد. وی تجربه مدرنیته را این‌گونه توصیف می‌کند: «تجربه به مثابه ابزاری برای استقرار مجدد مباحث تاریخ و جغرافیا در نظریه انتقادی - اجتماعی و ابزاری برای مشخص ساختن زمینه و هم‌آیی مدرنیته» (به نقل از دیورینگ، همان: ۱۸۰). در واقع، تأکید برمن بر مفهوم «تجربه»، به مثابه آگاهی برآمده از زیستن در دوره‌ای مشخص، تأکیدی فوکویی بر فضامند کردن تاریخ یا، به تعبیر دیگر، انضمامی ساختن انتزاع است.

بی‌شک می‌توان گفت که پرداختن به شهر در شناخت نوع مدرنیته «برساخته» در هر جامعه، به همان میزان اهمیت دارد که پرداختن به فضا در تحلیل اجتماعی.

**ج) شهر و مدرنیته متناقض:** شهر در مقام عینیت مدرنیته، انباشته از تناقض‌ها و وضعیت‌های متعارض است، انباشته از شکوه توان و پویایی مدرن و در عین حال آثار تخریبی فروپاشی و نیهیلیسم مدرن. همان‌گونه که برمن

می‌نویسد: «احساس گرفتار شدن در گردابی که در آن امور واقع و ارزش‌ها می‌چرخند و منفجر و تجزیه و دوباره ترکیب می‌شوند؛ شکی عمیق در مورد آنچه اساسی و ارزشمند و حتی واقعی است. شعله کشیدن رادیکال‌ترین امیدها و در عین حال انکار همان امیدها» (برمن، ۱۴۷: ۱۳۷۹).

گئورگ زیمل در مقاله «کلانشهر و حیات ذهنی» ریشه‌ی این وضعیت را توضیح می‌دهد. او معتقد است که شهر منجر به تحریکات عصبی می‌شود که خود ناشی از تغییر سریع و بی‌وقفه محرک‌های بیرونی و درونی است. زیمل با تشریح فرایند مبادله کالا و استفاده همگانی از پول، نتیجه می‌گیرد که این رویدادها از روابط میان افراد شخصیت‌زدایی می‌کنند و «منافع» را مهم می‌سازند. او می‌نویسد: «در شهر فقط دستاوردهای عینی سنجش‌پذیر مورد توجه است. بنابراین، انسان کلانشهری با بازرگانان و مشتریان خود و همچنین با خدمتکاران خویش و حتی افرادی که مجبور است با آن‌ها روابطی اجتماعی داشته باشد، حسابگرانه برخورد می‌کند. این صور عقلانیت با سرشت محفل کوچک در تضاد است» (زیمل، ۵۵: ۱۳۷۲).

روابط شخصی حاکم بر محافل کوچک که ناگزیر رفتار گرم‌تری به وجود می‌آورد، در کلانشهرها با قرار گرفتن ناآشنایی افراد با هم به جای آشنایی سابق، تماماً در نظام عرضه و تقاضا معنا می‌یابد. «بر مبنای ناآشنایی، منافع هر دو طرف در شکل نوعی واقع‌بینی بی‌رحم جلوه‌گر می‌شود و خودخواهی اقتصادی حسابگرانه عقلانی هر دو طرف با مانعی برخورد نمی‌کند» (زیمل، همان: ۵۵).

زیمل سعی می‌کند میان شخصیت‌زدایی جدید و سرگردانی رابطه‌ای برقرار سازد. او معتقد است که حسابگرانه شدن ذهن مدرن، جهان را تبدیل به مسئله‌ای ریاضی می‌کند و ارزش‌های کیفی را به ارزش‌های کمی تقلیل می‌دهد. اشخاص در شرایط جدید، تعیین‌کننده روابط نیستند و خود را در میان توده‌های کلانشهر، تنها تر و گمشده‌تر حس می‌کنند. وی می‌نویسد: «فرد

به پیچ و مهره‌ای در سازمان عظیم اشیا و قدرت‌ها مبدل می‌شود که تمامی پیشرفت و معنویت و ارزش را از دست وی می‌ربایند تا آن‌ها را از شکل ذهنی‌شان به شکل یک زندگی کاملاً عینی مبدل سازند. فقط کافی است اشاره کنیم کلانشهر جایگاه اصیل این فرهنگ است که بر هرگونه زندگی شخصی چیره می‌شود» (زیمل، همان: ۶۴).

زندگی شخصی که در پیوندهای عاطفی هر فرد با گروه‌های نخستین (خانواده، اقوام، مذهب و...) خود را نشان می‌دهد در درون فرهنگ کلانشهر سست می‌شود. اساساً روح حاکم بر شهرها منجر به عضویت افراد در گروه‌های دومین (تجاری، شغلی و...) می‌شود. در این وضعیت فرد در شرایط متضادی گرفتار می‌شود و، به تعبیر زیمل، حالت دل‌زدگی<sup>۱</sup> پیدا می‌کند؛ سرگردانی میان علایق گروه نخستین و الزامات گروه دومین. به همین دلیل است که شهرنشین، به گفته زیمل، همواره در معرض وضعیت‌های گوناگون، متضاد و متناقض است: «از یک سو زندگی برای شخص بی‌نهایت ساده و آسان می‌شود، زیرا انگیزش‌ها و علایق و استفاده از زمان و آگاهی از هر سو در اختیار وی قرار می‌گیرند. آن‌ها همچون رودخانه‌ای شخص را با خود می‌برند و آدمی محتاج نیست که خود شنا کند. اما از سویی دیگر، زندگی بیش‌تر و بیش‌تر از این محتواهای غیرشخصی و خدماتی آکنده می‌شود که گرایش دارند رنگ و لعاب‌ها و کیفیات قیاس‌ناپذیر زندگی شخصی راستین را ریشه‌کن سازند. این امر موجب می‌شود که فرد خواهان ویژه بودن و یکتا بودن در حد‌اعلای درجه بشود تا بتواند جوهر شخصی خود را حفظ کند. او مجبور است که در عنصر شخصی خود اغراق کند، زیرا در غیر این صورت ممکن است حتی خودش نیز خود را دیگر باز نشناسد» (زیمل، همان: ۶۴).

---

1. Blas

در واقع تناقض‌های انسان جدید که در سبک زندگی، نحوه پوشش، سخن گفتن، دینداری و... در جای‌جای شهر نمودار می‌شود، محصول منطق دنیای مدرن است، منطقی که از یک سو، روابط را غیرشخصی می‌سازد و از سوی دیگر، تمایز و یکتا بودن و مشخص شدن را تحمیل می‌کند.

این وضعیتِ پرتناقض و پرتعارض است که مهم‌ترین عامل در خلق حس پارادوکسیکال نفرت و عشق نسبت به شهر و مدرنیته می‌شود، احساسی که در بین ستایشگران هایدگر و نیچه به اوج خود می‌رسد؛ و نیز در تقدیس شعر شاملو.

**د) شهر و امر روزمره:** میشل دو سرتو<sup>۱</sup> معتقد است که امر روزمره یا آنچه در زندگی هرروزه رخ می‌دهد فراموش شده است. کلیت مطلق، اجزای خرد را همواره پنهان ساخته و آن را واجد صفت «بیگانگی» کرده است. وی در نوشته‌ای تحت عنوان «قدم زدن در شهر» توجه به امر روزمره را از این جهت ضروری می‌داند که به سبب تکثر امر واقع، راه دیگری برای شناخت پیش رو نداریم (دیورینگ، ۱۳۸۲). این نکته دوسرتو در واقع همان تفسیری است که ریموند ویلیامز از «فرهنگ» انجام می‌دهد. او معتقد است: «فرهنگ عبارت است از امر معمولی، عادی و روزمره» (Williams, 1989: 4). ویلیامز این تعریف از فرهنگ را در مواجهه انتقادی با درک نخبه‌گرایانه از فرهنگ که آن را شکل ویژه و محدودی از زندگی معرفی می‌کند، بیان کرد و از فرهنگ آن چیزی را مراد کرد که دربرگیرنده تمام راه و رسم‌های زندگی روزمره است. این تعریف و تفسیر از فرهنگ، جانمایه گروهی شد که از آن به اهالی «مطالعات فرهنگی» تعبیر می‌شود. کریس بارکر در کتاب مطالعات فرهنگی: تئوری و عمل می‌نویسد: «[از نظر ویلیامز] فرهنگ تشکیل‌دهنده یک مکان است تا آن‌جایی که فرهنگ، کل یک شیوه زندگی عمومی است» (Barker, 2003:32).

1. Michel de Certeau



بخش نخست این نقل تفکر از ویلیامز ناظر به همان بحث گذشته در باره اهمیت فضا در شناخت فرهنگ مدرن است، اما در باره بخش دوم می‌باید بیش‌تر سخن گفت. گئورگ لوکاچ در کتاب تاریخ و آگاهی طبقاتی بر این نکته تأکید دارد که جوهر دیالکتیک، مقوله کلیت انضمامی است. کلیت انضمامی یکی از مهم‌ترین مفاهیم هگل در تشریح کامل‌ترین نوع تفکر است. از نظر هگل، کامل‌ترین نوع تفکر، تفکری نظام‌مند است که علاوه بر انسجام درونی، انضمامی باشد (لوکاچ، ۱۳۷۷) و تفکر با عبور از مراحل تجریدی‌تر به مراحل انضمامی‌تر، به طرف کمال می‌رود. اهمیت نگرش انضمامی، در تئوری لوکاچ نقشی محوری بازی می‌کند. از نظر او، اگر بخواهیم واقعه یا جریان تاریخی را بفهمیم باید آن را در کلیت انضمامی‌اش در نظر بگیریم. به عنوان مثال، شناخت «مدرنیته» هر چقدر از «شناخت مفهومی» به سمت «شناخت انضمامی» و مشخصش حرکت کند - مثلاً شناخت مدرنیته ایرانی - کامل‌تر می‌شود (این شناخت، همان‌گونه که اشاره خواهیم کرد، بی‌شک دیالکتیکی است).

این تلقی لوکاچ در کتاب نظریهٔ رمان گسترش و عمق بیش‌تری می‌یابد. «توپوگرافی‌های استعلایی» یکی از مفاهیم محوری این کتاب در توصیف اشکال مختلف ادبیات و زندگی است (لوکاچ، ۱۳۸۱). منظور از توپوگرافی‌های استعلایی، آن‌گونه که یوسف اباذری در خرد جامعه‌شناسی می‌نویسد، «روشن ساختن شکل ماهوی زندگی و تفکر در هر دورهٔ تاریخی است» (اباذری، ۱۸۲: ۱۳۷۷). از نظر لوکاچ، اشکال ادبی و اشکال زندگی - یا به تعبیر بوردیو: سبک زندگی - از رابطهٔ خاص انسان و جهان حاصل می‌آید. ژانرهای ادبی در هر دوره با خصوصیات واقعی و اشکال زندگی آن دوره سازگارند و این اشکال هستند که ژانرهای ادبی را خلق می‌کنند. به تعبیر دیگر، توپوگرافی‌های استعلایی را از طریق شناخت ژانرهای ادبی می‌توان انجام داد و به فهم کلیت انضمامی نائل شد. کلیت البته در هر دوره متفاوت

است. کلیت در عهد باستان با کلیت در دوران مدرن بی شک فرق دارد. لوکاچ معتقد است که در دنیای جدید و با خلق سوژه، شکافی پرناسدنی میان فرد و جهان یا سوژه و ابژه به وجود می‌آید. به تعبیر دیگر، کلیت باستانی-یونانی که در آن بندگان با خدایگان یکی بودند می‌گسلد؛ فرد به جای اجتماع، محور قرار می‌گیرد و مفهوم «جهان درونی» خود را نمایان می‌سازد. با وجود این، لوکاچ معتقد است که «کلیت» از میان نمی‌رود. اباذری می‌نویسد: «اکنون که کلیت هستی که لوکاچ آن را فقط در یونان سراغ گرفته بود در هم شکسته است، چه بر سر کلیت می‌آید؟ ... پاسخ لوکاچ این است: کلیت، هدف باقی می‌ماند و به نوعی آرمان بدل می‌گردد» (اباذری، همان: ۱۸۵). در واقع، از نظر لوکاچ، کلیت در دوره مدرن پنهان می‌گردد یا، به تعبیر دیگر، از دسترس خارج می‌شود.

شناخت انضمامی در واقع، روشی است دیالکتیکی در فهم کلیت پنهان. بر اساس گفته لوکاچ، ضعف تاریخی فلسفه مدرن همانا نگرش ذهنی به عقل و افتادن به دام ایدئالیسم ذهنی است. این ذهن‌گرایی امکان غلبه بر دوگانگی سوژه و ابژه یا عین و ذهن را از میان برده و عمق واقعیت را پنهان ساخته است. از نظر او، فراتر رفتن از هرگونه معرفت‌شناسی انتزاعی، شرط لازم فرار از این وضعیت است. در تقابل با این جزمیت غیرعقلانی، لوکاچ می‌گوید که هگل تجربه تاریخی آگاهی را مد نظر قرار می‌دهد: نوعی معرفت‌پدیداری. معرفت‌پدیداری در واقع دلالت بر شیوه‌ای دارد که در آن فهم کلیت از طریق شناخت اجزایش صورت می‌گیرد. دیالکتیک هگلی متکی بر شناخت کل از طریق اجزایش و بالعکس است. از نظر وی، شناخت هیچ کلی بدون شناخت اجزایش ممکن نیست. به این منظور معرفت انضمامی لازم است. «فرهنگ، کل یک شیوه زندگی عمومی است» - تعبیری که ویلیامز برای شناخت فرهنگ برمی‌گزیند - بی شک متأثر از این شناخت هگلی است؛ همچنین است تأکید دو سرتو بر امر روزمره.

مفهوم اجزا را می‌توان با مقوله «میانجی» در تئوری هگل دقیق‌تر درک کرد. اباضری در ارجاعی به چارلز تیلور می‌گوید که در آثار هگل زمانی به چیزی «امر بی‌واسطه» گفته می‌شود که آن چیز فی‌نفسه وجود داشته باشد، یعنی ضرورتاً به چیز دیگری مربوط و وابسته نباشد. در غیر این صورت، آن چیز «باواسطه» است. مثلاً، مفهوم «انسان»، بی‌واسطه و مفهوم «پدر» باواسطه است؛ پدر انسانی است که به سبب نسبت‌های خانوادگی‌اش او را پدر می‌نامیم. هگل معتقد است که اساساً چیزی بی‌واسطه نداریم، چرا که هر چیزی به چیز دیگری و در غایت به کل وابسته است؛ حتی آگاهی از نفس یا خود.

از این منظر، مدرنیته امری بی‌واسطه نیست که به ذات موجود و قابل شناخت باشد، بلکه وابسته به واسطه‌هایی نظیر شهر، تکنولوژی، فردیت و مانند آن‌هاست. با همین منطق، مفهوم شهر نیز تنها از طریق واسطه‌ها یا میانجی‌هاست که شناخت‌پذیر می‌شود؛ میانجی‌هایی همچون خیابان، کافه، پرسه‌زنی، خانواده و... در واقع، از طریق میانجی‌هاست که می‌توانیم کلیت‌های پنهان از جمله مدرنیته و شهر را بشناسیم، و تحلیل دیالکتیکی - به تعبیر لوکاچ - شیوه این شناخت است.

شناخت زندگی روزمره، شناخت دیالکتیکی، و نه کانتی یا پوزیتیویستی، است که در آن سوژه قصد دارد ابژه‌های عینی را توصیف مردم‌نگارانه کند. در این شناخت، مهم فهم ارتباط دوسویه میان اجزای زندگی - تجربه زیسته - و شهر یا مدرنیته است. در این‌جاست که اهمیت امر روزمره خود را می‌نمایاند. دو سرتو می‌نویسد: «می‌توان اعمال ریز، استثنایی و متکثری را تحلیل کرد که نظام شهری تصور می‌کرد آن‌ها را اداره کرده یا فرونشاند است، ولی اکنون این اعمال انحطاط خود را پشت سر گذاشته‌اند» (دیورینگ، همان: ۱۳۹). اعمال ریز همان میانجی‌هایی هستند که امکان شناخت کلیت شهر را فراهم می‌سازند و، به تعبیر تاملینسون، «متن فرهنگی» اند: «[دائو دِ جینگ]، آخرین کوارتت‌های بتهوون، گرونیکای پیکاسو یا عکس‌های رابرت

میلتورپ همان قدر متن فرهنگی هستند که NYPD Blue، آلبوم *Spice Girls*، پوشش رسانه‌ای مرگ دایانا، مجله‌های طرفداران تیم‌های فوتبال و آخرین آگهی تبلیغاتی Levis. همه این‌ها به میزانی که مردم برای معنادار کردن زندگیشان از آن‌ها استفاده می‌کنند واجد شرایط متن فرهنگی هستند» (تاملینسون، همان: ۳۷، با اندکی تغییر). در واقع می‌باید به شیوه توپوگرافی استعلایی لوکاج، مفهوم فرهنگ را در دوره و فضایی خاص شناسایی و اشکال حاصل از رابطه خاص انسان و جهان را در مکانی تاریخی درک کنیم. به تعبیر دیگر، می‌باید تمام انواع راه و رسم‌هایی را که وابستگی مستقیم یا پنهانی به رابطه بین خواننده و متن دارند به گونه‌ای دیالکتیکی مشمول این برداشت از فرهنگ سازیم.

تاملینسون در اهمیت ارتباط میان فرهنگ و امر روزمره می‌نویسد: «منظور من از فرهنگ تمام این راه و رسم‌های معمولی است که مستقیماً در روایت‌های زندگی جاری مردم نقش دارند، داستان‌هایی که ما، به گونه‌ای مزمن، وجود خود را با آن‌ها تفسیر می‌کنیم [همان میانجی‌ها] - وجود به همان معنایی که هایدگر آن را در انداخته شدن انسان به جهان می‌نامد» (تاملینسون، همان: ۳۷).

توجه به امر روزمره در شناخت مدرنیته جهانی شده، همان عبور از ایدئالیسم ذهنی به سمت رئالیسم انضمامی است، رئالیسمی که در تمامی شهر خود را می‌نمایاند و تجربه می‌شود - با همه حسن‌ها و زشتی‌هایش، با همه تناقض‌ها و تعارض‌هایش.

## ۲

الف) بخش اعظم تحولات شهری‌ای که طی چند دهه گذشته در جهان سوم رخ داده، آن را به نیروهایی که شهرهای غربی را شکل می‌بخشد نزدیک‌تر کرده است. مدرنیته جهانی، همان‌گونه که در بخش نخست بدان اشاره شد،

منجر به استفاده از شیوه‌های غربی طراحی بنا و برنامه‌ریزی شهری، و رواج ارزش‌های مصرف و سبک زندگی واقعاً همگانی پایتخت‌نشینی شده است که به تبع آن ناحیه مرکزی شهرها، در تسلط آسمان‌خراش‌های مشابه قرار دارد. جهانی شدن مدرنیته همان چیزی است که مارکس از آن به «ادبیات جهانی» تعبیر می‌کند. او در مانیفست می‌نویسد: «به جای خواسته‌های کهنه که تولیدات یک کشور آن‌ها را برآورده می‌ساخت، به خواسته‌های جدید برمی‌خوریم که برآوردن آن‌ها نیازمند تولیدات سرزمین‌ها و کشورهای دوردست است. به جای استقلال ملی و محلی کهنه، اکنون شاهد تعاملات در جهات گوناگون و وابستگی جهانی هستیم. این امر نه فقط در تولیدات کالایی و مادی بلکه در تولید معنوی نیز وجود دارد. آفریده‌های معنوی یک ملت به همگان تعلق یافته است. کوتاه‌بینی و کوتاه‌نظری ملی هرچه بیش‌تر ناممکن می‌شود و از به هم پیوستن ادبیات محلی و ملی گوناگون، ادبیات جهانی شکل می‌گیرد» (پانیچ، ۱۳۷۹: ۳۱۷).

فرهنگ مدرنیته جهانی که خود را در شهرها می‌نمایاند همان برنامه کامل مدرنیسم بین‌المللی است که از زمان مارکس تا امروز در حال شکوفایی است. «فرهنگی که دارای فکری باز و چندجانبه است و شعاع کلی آرزوهای مدرن را بیان می‌کند و علی‌رغم میانجی‌گری اقتصاد بازار، 'ملک مشترک' تمامی نوع بنی بشر است» (برمن، همان: ۱۵۰). سؤال این‌جاست که آیا، آن‌گونه که مارکس می‌پنداشت، این فرهنگ عام است؟ این فرهنگ تنها مختص به غرب نیست؟ آیا خود محوریت فرد، قطب‌بندی طبقاتی، خلاقیت فرهنگی‌ای که از نوامیدی اخلاقی و هرج و مرج معنوی سرچشمه می‌گیرد، فقر همگانی، از هم گسیختن اجتماعات و گروه‌های سابق و نظایر آن ذاتی فرهنگ مدرنیته است یا می‌توان در جایی مدرنیته را داشت و از این ناگواری‌ها به دور بود؟ آیا از تناقض‌ها و تعارض‌هایی که در شهر مدرن خود را نشان می‌دهند می‌توان جلوگیری کرد؟

پوپولیست‌های روسی در اواسط قرن نوزدهم و در خلال قیام ۱۴ دسامبر، اولین افرادی بودند که از صرفاً غربی بودن این تناقض‌ها و تعارض‌ها سخن گفتند و از امکان بروز «هماهنگی» دفاع کردند. آن‌ها می‌گفتند: «چرا نباید ملل و تمدن‌های دیگر ترکیبی هماهنگ‌تر و موزون‌تر از شیوه‌های زندگی سنتی با توان‌ها و نیازهای مدرن ایجاد کنند؟ سخن کوتاه، فقط در غرب است که هر آنچه سخت و استوار است، دود می‌شود و به هوا می‌رود. آنان این عقیده را زمانی با غرور و رضا به شکل دگماتیک ابراز کردند و زمانی مضطربانه امید بستند که چنین باشد» (برمن، همان: ۱۵۰).

این امید قرن نوزدهمی روس‌ها در قرن بیستم، در کشورهای توسعه نیافته، بار دیگر خود را احیا کرد. در حال حاضر بسیاری از نظام‌های سیاسی توسعه‌نیافته، به رغم تفاوت‌های عظیم، در آرزوی از بین بردن فرهنگ مدرن از جامعه‌شان هستند. برمن در این جا می‌پرسد: «اگر این فرهنگ مختص دنیای غرب است، پس چرا اغلب حکومت‌های جهان سوم تا این میزان برای سرکوب کردن آن تلاش می‌کنند؟» از نظر وی، آنچه این حکومت‌ها به عنوان «فساد غرب» ممنوع می‌سازند در واقع قابلیت‌ها و امیدهای مردمانی است که می‌خواهند مدرن شوند.

روح مدرنیستی امروزه خود را در همه جای جهان و در زندگی روزمره افراد می‌نمایاند. مهم این است که نوع و چگونگی بروز این روح یا فرهنگ را در هر فضا شناخت و با فضایی دیگر مقایسه کرد. برای تبیین هر چه دقیق‌تر مدرنیته ایرانی نیز، که در بارزترین شکلش در تهران ظاهر می‌شود، تبارکاوی مارشال برمن از مدرنیته روسی و شهر سن پترزبورگ بسیار راهگشا است؛ زیرا که از نظر خود وی، روسیه قرن نوزدهم – با ملحوظ داشتن تفاوت‌ها و تمایزها – نمونه یا سرمشق ازلی کشورهای جهان سوم در قرن بیستم – همچون ایران – است؛ و بالطبع، سن پترزبورگ تجسد پیشین جایی همچون تهران.

ب) تاریخ مدرنیته در روسیه نشان می‌دهد که این کشور در آغاز قرن نوزدهم، یعنی درست در زمانی که دنیای غرب به شکل چشمگیری در حال پیشرفت‌های صنعتی بود، در رکود و پسروی بی‌نظیری گرفتار آمده بود. روس‌ها در این دوره، به تعبیر برمن، مدرنیزاسیون را عمدتاً به مثابه فرایندی تجربه می‌کردند که رخ نمی‌داد. از نظر آن‌ها مدرنیزاسیون فرایندی بود مخصوص دوردست‌ها که ایشان آن را به مثابه رخدادهایی افسانه‌ای از زبان آن دسته از هموطنانشان که به غرب سفر کرده بودند می‌شنیدند. «حتی زمانی که مدرنیزاسیون در سرزمین خودشان تحقق می‌یافت [در دهه ۱۸۹۰]، آن را چونان رخدادی تجربه می‌کردند که صرفاً به اشکالی سراپا کج و کوله، مقطعی، به وضوح نافرجام یا شدیداً مخدوش و مسخ شده به وقوع می‌پیوست» (برمن، همان: ۲۱۲). روس‌ها از اوایل قرن نوزدهم، تجربه‌ای را از سرگذراندند که مردمان و ملت‌های جهان سومی در قرن بیستم با آن مواجه شدند.

دوره قاجار زمانی است که غربیان در اوج فرایند مدرنیزاسیون، شکاف کشورهای پیشرفته و کشورهای عقب‌مانده را سازماندهی می‌کردند. تلاش‌های روشنفکران ایرانی، که بخشی از آن در انقلاب نافرجام مشروطه خود را نشان داد، در واقع کوششی بود برای پر کردن این شکاف. کوشش برای متجدد ساختن ایران، خالق منازعاتی میان تجددگرایان و سنت‌گرایان شد که در نهایت به تثبیت دیکتاتوری انجامید و تا پایان دوره قاجار، مدرنیزاسیون و تا مدت‌ها، مدرنیته را عقب انداخت. ماشاءالله آجودانی در کتاب مشروطه ایرانی منازعه میان سنت‌گرایان (مشروع خواهان) و تجددگرایان بر سر مدرنیته را این‌گونه تشریح می‌کند: «مخالفت مشروع خواهان صرفاً به مخالفت با مبانی اصولی نظام مشروطیت محدود نمی‌شد، آن‌ها با تجدد هم به جد سر ستیز داشتند. تنها نظام پارلمانی، آزادی یا مساوات نبود که مخالف با شرع تلقی می‌شد؛ راه آهن، بانک، مدارس جدید، تئاتر و سینما، حتی

نرخ‌گذاری اجناس، سبّال احوال و ایجاد شناسنامه هم مخالف شرع و غیراسلامی محسوب می‌گردید» (آجودانی، ۳۸۵: ۱۳۸۲).

هر چند آشنایی ما با مدرنیته و فرهنگ غربی در دوره قاجار رخ داد، تجربه آن در شهر و به گونه‌ای انضمامی تا مدت‌ها بعد محقق نشد. می‌توان گفت که ایرانیان از پایان قرن نوزدهم با مفهوم مدرنیته آشنا شدند اما به سبب نوع این آشنایی، معمولاً آن را مترادف با مفاهیمی همچون «غرب‌زدگی» دریافتند.

ج) ساخته شدن شهر سن پترزبورگ در زمان پادشاهی پتر اول در سال ۱۷۰۳ بسیار شبیه ایجاد تهران در مقام شهری مدرن در دوره رضاخان است. برمن می‌نویسد: «ساختن شهر سن پترزبورگ احتمالاً مهیج‌ترین مورد در تاریخ کلیه آن صوری از مدرنیزاسیون است که به شیوه‌ای جبارانه از بالا برنامه‌ریزی، تحمیل و اجرا شدند» (برمن، همان: ۲۱۴) و بی‌شک تهران یکی دیگر از چندین نمونه مدرنیزاسیون جبارانه است.

الگوی شهری سن پترزبورگ، شهرهای ونیز و آمستردام و مبتنی بر خطوط مستقیم بود که از دوره رنسانس، الگوی معیار در شهرسازی غربی محسوب می‌شد. این شیوه شهرسازی در روسیه آن دوره که شهرهایش بر اساس الگوی مغشوش قرون وسطایی ساخته شده بودند شیوه‌ای جدید بود. طی قرن هجدهم، پترزبورگ به نشانه‌ای برای فرهنگی رسمی و سکولار تبدیل شد و شبیه شهرهای جدید اروپایی گردید. در واقع، همه بناها ملزم به استفاده از نماهای استاندارد غربی بودند.

تجربه‌ای که برای سن پترزبورگ در قرن هجدهم رخ داد، در قرن نوزدهم برای تهران تکرار شد. در اواخر این قرن تحولات معماری مهمی، تهران را که آن موقع قریه‌ای نزدیک ری بود تغییر داد. برنارد اورکاد، محقق فرانسوی و برجسته معماری، می‌گوید: «خیلی پیش از رضاشاه ساختن بناهای مدرن در



ایران آغاز می‌شود، به‌خصوص ساختن کلاه فرنگی به سبک اروپایی؛ اما این تحولات با تغییر ساختار شهر همراه نیستند و ساختار سنتی همچنان بر پایه سه رکن اصلی، یعنی بازار، مسجد و ارک، به حیات خود ادامه می‌دهد» (جهانبگلو، ۶۵: ۱۳۷۹).

پیدایش تهران به عنوان ساختاری مدرن زمانی است که رضاخان با سیاست مدرن‌سازی ایران، سعی می‌کند از بالا چهره شهر را تغییر دهد. سؤالی که در این جا مطرح می‌شود این است که چرا سیاست مدرنیزاسیون در دنیای غیرغربی شکلی آمرانه به خود می‌گیرد. در جامعه اروپایی فرایند مدرن‌سازی با رشد و گسترش تدریجی خرد نقاد، که ملازم تحقق تدریجی خودمختاری فردی بود، و با پیدایش جامعه مدنی، همراهی داشت، اما در روسیه قرن نوزدهم و جهان سوم (از جمله تهران) قرن بیستم، وضعیت برعکس بود. در این کشورها مدرن‌سازی مورد استقبال دیوان‌سالاران و افسرانی (همچون رضاخان ارتشی) بود که منفعت حکومت خود را در مدرن‌سازی می‌دیدند. در این نگاه به تجدد، حقوق فرد و تکالیف حکومت نسبت به فرد اهمیت جزئی داشت و اساساً خرد نقاد مورد توجه قرار نمی‌گرفت. به عبارت دیگر، در مدرنیزاسیون دستوری آنچه اهمیت داشت مدرنیزاسیون بود، نه مدرنیته. علاقه‌مندی ارتشیان به مدرن‌سازی البته محدود به ساز و کارهای نظامی نشد. تورج اتابکی در کتاب تجدد آمرانه در این باره می‌نویسد: «هرچند انگیزه اصلی برای اصلاحات بی‌تردید تمایل به ایجاد ارتشی کارآمد به سبک اروپایی بود، فرایند مدرن‌سازی به زودی از امور نظامی صرف بسیار فراتر رفت» (اتابکی، ۹: ۱۳۸۵). راه آهن، شهرسازی، اتومبیل و نظایر آن از سویی، و خواست پارلمان و حکومت قانون از جانب روشنفکران از سوی دیگر، نتایج مدرنیزاسیون دستوری بود که از اوایل قرن بیستم در ایران ظهور یافت.

ارتباط میان مدرنیزاسیون دستوری رضاخانی و تحولات اجتماعی به فهم

این نکته کمک می‌کند که چرا روشنفکران بین حکومت مقتدر و اصلاحات سریع از یک سو (مدرنیزاسیون) و آزادی‌های سیاسی گسترده‌تر از سوی دیگر (مدرنیته)، به حمایت از اولی‌گرایش نشان می‌دادند. تحولات جهانی، استعمار و جنگ نیز که استقلال کشورهای ضعیف را به خطر می‌انداخت به این باور دامن می‌زد که هر تلاشی برای دست زدن به تغییر و اصلاح از پایین به سست شدن یکپارچگی داخلی می‌انجامد. به عنوان مثال، ملک‌الشعراى بهار، یکی از مهم‌ترین آزادی‌خواهان اوایل قرن، در مقدمه‌اش بر تاریخ مختصر احزاب سیاسی می‌نویسد: «من آن روز و دیروز و امروز همیشه صاحب همین عقیده‌ام که باید دولت مرکزی مقتدری باشد.» او حتی شعری سرود در مذمت میرزا کوچک‌خان جنگلی، به عنوان کسی که علیه دولت مقتدر مرکزی شورید. همان‌طور که اتابکی نشان می‌دهد، کاربست تجدد آمرانه پس از جنگ جهانی اول گویای ناکامی تلاش‌های اولیه‌ای بود که برای ترویج مدرن‌سازی در ایران صورت گرفته بود. شکست قیام مشروطه، فروپاشی سیاسی و اشغال بخشی از ایران در طول جنگ جهانی اول و نیز خطر فروپاشی قریب‌الوقوع پس از جنگ، روشنفکران را به این اندیشه سوق داد که جز با مردی مقتدر و حکومتی متمرکز، مشکلات عقب‌ماندگی کشور حل نخواهد شد. «سیاست متمرکزسازی قدرت حکومتی و اجرای مدرن‌سازی ... به یک معنا واکنشی نسبت به این نیاز به اصلاحات آمرانه بود که به وسعت احساس می‌شد» (اتابکی، همان: ۱۵).

نتیجه عینی و ملموس سیاست تجدد آمرانه رضاخان را مردم بیش از هر جای دیگر در تجربه زندگیشان در شهرها و بالاخص تهران درک کردند. پیش از دهه ۱۳۲۰ نخستین نشانه‌های مدرن شدن در ساختار شهری خود را نمایاند. پیش‌تر - حتی در دوره پایتختی تهران در زمان قاجار - زندگی همواره در محله‌های کوچک سازمان می‌یافت. اورکاد می‌گوید: «با ساخته شدن خیابان‌های بزرگ، بخشی از زندگی به خیابان‌هایی انتقال یافت که در آن‌ها

اتومبیل رفت و آمد می‌کرد؛ اما بخشی دیگر در کوچه‌های کوچک و در خانه‌هایی ادامه یافت که در آن‌ها نظام سنتی همچنان حاکم بود و امکان حفاظت فرهنگی را به نحو بهتری فراهم می‌کرد» (جهانبگلو، همان: ۶۵).

د) ۱۴ دسامبر ۱۸۲۵ – حدود یک قرن پس از آغاز ساختن سن پترزبورگ و بعد از مرگ الکساندر اول – قیامی پوپولیستی در روسیه به حمایت از قانون اساسی و دوک اعظم کنستانتین رخ داد که نمونه‌های همشکل آن را در قرن بعد و در جهان سوم می‌بینیم. برمن در باره این قیام می‌نویسد: «اگر از منظر پترزبورگ و از منظر مدرنیزاسیون به قیام ۱۴ دسامبر بنگریم، با مبنایی نو برای حس تکریم و احترام امثال هرترزن مواجه خواهیم شد. اگر به خود شهر به مثابه نوعی تجلی نمادین مدرنیزاسیون از بالا بنگریم، قیام ۱۴ دسامبر معرف نخستین تلاش برای پافشاری بر شیوه دیگری از تحول، یعنی مدرنیزاسیون از پایین است که در مرکز سیاسی و جغرافیایی شهر رخ داد» (برمن، همان: ۲۱۹). از زمان تأسیس دستوری سن پترزبورگ، حکومت بر اوضاع مدرنیزاسیون مسلط بود، اما ناگهان مردم علیه این وضعیت شوریدند. بسیاری از این مردم همان‌هایی بودند که حکومت آن‌ها را وادار به اقامت در این شهر کرده بود. قیام آن‌ها علیه پادشاهی بود که با قتل و ارباب و خودکامگی سعی می‌کرد هر چه بیش‌تر به اروپا شبیه شود و زمینه پیشرفت روسیه را فراهم کند. برمن از این وضعیت تحت عنوان «مدرنیسم توسعه‌نیافتگی» نام می‌برد. به عبارت دیگر، این نوع مدرنیسم خالق قیام و برخاسته از دیدگاه‌هایی بود که پیش‌تر از آن‌ها سخن رفت – همان تجربه مدرنیته خارج از ادبیات جهانی. «مدرنیسم توسعه‌نیافتگی» شاید بهترین تعبیر در توصیف تجدد آمرانه رضاخان و فرزندش محمدرضا پهلوی باشد. رضا شاه با ساختن خیابان‌های تازه و مغازه‌ها، ویت‌ها، رستوران‌های مشرف به خیابان همچون هتل نادری و در مجموع تغییر فضای شهری به

سبک اروپایی، سعی داشت فضای عمومی را عوض کند. این تغییرات بیرونی در تهران شکاف میان پایتخت و شهرستان‌ها را به شکل روزافزونی افزایش داد. از سوی دیگر، خود تهران نیز از این شکاف بی‌نصیب نماند و بین مناطق شمالی و جنوبی‌اش فاصله فاحشی ایجاد شد. در سال‌های بعد و با سیاست اصلاحات ارضی پهلوی دوم، که بارزترین تجلی مدرنیزاسیون دولتی بود، بسیاری از روستاییان به شهرها آمدند و تهران انباشته از ناراضیانی شد که از مدرنیزاسیون و ظواهر غربی متنفر بودند.

انقلاب توده‌ای سال ۵۷ ایران بی‌شک محصول نوعی از مدرنیزاسیون بود که پیش‌تر در روسیه تجربه شده بود. انقلاب شد و شهر به مثابه بستر آن تغییر کرد. شکل تهران بعد از قیام، هم برگرفته از مدرنیزاسیون دولتی و هم متأثر از انقلاب ۵۷ شد. بعد از انقلاب، تهران به دست انقلابیونی ساخته شد که از همه جا آمده و علیه شاه شوریده بودند. اورکاد به خوبی این وضعیت را تشریح می‌کند: «انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ را در تاریخ بلندمدت ایران، می‌توان انقلابی شهری دانست. ... انقلاب از شهرها شروع شد و مردم اداره شهرها را به دست گرفتند. تظاهرات و راهپیمایی‌ها از یک سر شهر به سر دیگر آن به شهرنشینان امکان داد تا شهر را به اختیار خود درآورند. پدیده کاملاً نویی در این جا اتفاق افتاد که موجب درهم‌آمیزی دوباره جمعیت شد. ... گروهی دیگر با تصاحب زمین‌های مصادره شده، شهر را تصرف کردند و از این طریق زیستگاه انقلابی خود را بنا نهادند. ... مردم شهر را تصرف کردند و حرفشان این بود که شهر مال ماست. ... این پدیده نماد تصرف تهران است به دست ساکنانش. تهران امروز دیگر نه شهر رضاشاه است که با بولدوزر در آن خیابان می‌کشید و نه شهر محمدرضا شاه که در آن بزرگراه‌هایی می‌ساخت که از فرودگاه مستقیماً به نیاوران می‌رفتند. تهران امروز شهری است که ساکنانش آن را ساخته‌اند، با تمام تناقضات و تعارضاتی که در آن می‌توان یافت» (جهانبگلو، همان: ۷۰).

قیام سال ۵۷ در ایران در مقابله با مدرنیزاسیون دولتی بود که سعی داشت ایران را به غرب شبیه سازد و تئوری‌های پشتیبان این انقلاب - همچون غرب زدگی - تئوری‌هایی بودند که از اتصال تجربه مدرنیته ایرانی به تجربه‌ای جهانی (مدرنیته جهانی) اعلام بیزاری می‌کردند؛ و این شبیه تجربه‌ای بود که روسیه در قیام ۱۴ دسامبر از سرگذرانده بود. از سوی دیگر، مجموعه اتفاقاتی که از آن‌ها سخن رفت باعث شد که مدرنیته در وجدان عمومی ایرانیان به مدرنیزاسیون و مدرنیزاسیون به مدرنیزاسیون آمرانه و دولتی تقلیل پیدا کند و حس تنفر نسبت به مدرنیته و تجلی نمادینش، شهر، در ذهنیت آنان برانگیخته شود.

### ۳

اگر مدرنیته را پروژه جهانی جستجوی دائمی عقلانیت، خودمختاری سیاسی و حاکمیت فرد بدانیم که فرد مدرن هر روز آن را تجربه می‌کند، ایرانیان نیز در حال تجربه آن هستند. تغییرات به وجود آمده در زندگی شهری، رویش سبک‌های مختلف زندگی، و عادات و رفتارهای مربوط به زندگی جدید در کنار ظهور جنبش‌های گوناگون اجتماعی و سیاسی در تاریخ صد ساله اخیر ایران، نشان‌دهنده این تجربه است.

این تجربه را با هیچ چیز دیگری غیر از خودش نمی‌توان توضیح داد. تنها راه شناخت چگونگی و نوع این تجربه، مراجعه به زندگی هرروزه ساکنان آن فضا است. در واقع، می‌توان گفت خیابان‌ها، پاتوق‌ها و کافه‌ها، پاساژها، اتومبیل‌ها، موتورسوارها، ادبیات و هزاران نشانه دیگر هستند که در مجموع فهم ما را از تهران به مثابه تجسد مدرنیته ایرانی می‌سازند. شناخت جزئی امر روزمره در تهران تنها راه کشف نوع و چگونگی این تجربه است که تفاوت تهران با دیگر فضاها را نیز نشان می‌دهد.

\* \* \*

تمامی نوشته‌های این مجموعه در خلال حضور در خیابان متولد شده‌اند. دغدغه اصلی‌ام در نگارش آن‌ها بیش از هر چیز یافتن راهی بود برای پر کردن شکاف‌هایی که در خلال زندگی روزمره در تهران سر باز می‌کند، شکاف‌هایی ماحصل حضور در «زندگی روزمره». به نظرم ما در «شهر» همواره درون زندگی روزمره‌ایم. این زندگی به همان میزان که در اختیار ماست، بر ما مسلط است؛ تنها لحظاتی هست که می‌توان ایستاد و بدان نگریست. به تعبیر بنیامین، در عرصه‌هایی که درون آن هستیم، شناخت فقط به شکل جرقه‌های آذرخش فرا می‌رسد. این متن‌های نامنجم در طول چند سال نوشته شده‌اند. سعی کرده‌ام کم‌ترین بازبینی را برای انتشار آن‌ها در قالب کتاب انجام دهم تا بیش‌تر بتوانند وضعیت خودم را در «شهر» نشان دهند. به نظرم، نوشتن متنی منسجم در باره چیزی به غایت نامنجم اساساً خیال‌پردازانه است.



بخش اول

شهر - فضا





## ایده - خیابان

زیاد مهم نیست اگر کسی راهش را در شهری پیدا نکند، اما اگر کسی می‌خواهد راهش را در شهری گم کند، این نیازمند تمرین است.

والتر بنیامین

۱

در مقاله‌ای خواندم که والتر بنیامین ایده «پروژه پاساژها» را در خلال قدم زدن در خیابان‌های پاریس به همراه دوستش فرانتس هسل<sup>۱</sup> پیدا کرده و آن را بعدها، البته نیمه‌کاره، بسط داده است.<sup>۲</sup> این واقعیت به همراه اهمیت تاریخی و انضمامی مفهوم «شهر» ما را به سه ضلعی ایده، خیابان و قدم زدن متصل می‌کند. چه نسبتی است میان خلاقیت ذهنی (ایده)، خیابان (شهر) و قدم زدن (پرسه زنی)؟

---

1. Franz Hessel

۲. بنگرید به: بنیامین، ۱۳۸۵.

در وهله نخست این‌گونه به نظر می‌رسد که ایده‌پردازی، در مقام امری متعالی، با پرسه‌زنی (به تعبیر عامیانه: ولگردی) در خیابان‌های شهر، در مقام امری مبتذل، بی‌قرابت و نامتجانس است، اما تأمل بیش‌تر به ما می‌گوید که، به یک اعتبار، تمامی «ایده‌ها» محصول «شهر»ند. خلاقیت‌ها در «خیابان» می‌رویند، نه «مزرعه». حتی ایده‌هایدگری بازگشت به طبیعت برهنه یا روستا (چیزی در تقابل با تکنولوژی) در «شهر» روئیده است.

شهر به عنوان تجسد مادی مدرنیته - به تعبیر مارشال برمن - زادگاه و کندوی نظم‌ها و ناسازه‌ها، فزونی‌ها و فقدان‌ها و لذت‌ها و مصائب است؛ در واقع، شهر ماهیتی پارادوکسیکال دارد. اگر بپذیریم که «ایده» در قالب نوعی منطق «دیالکتیکی» امکان می‌یابد و اساساً چیزی نیست جز «سنتز» یا محصول ذهنی منازعات عینی بین این سویه‌های متضاد، به خوبی در خواهیم یافت که شهر و خیابان تنها مکان ظهور و بروز ایده‌هاست. ایده‌ها در واقع هم علت و هم معلول شهرند؛ ایده‌ها شهرها را می‌سازند و شهرها ایده‌ها را.

پرسه‌زن نیز به عنوان تماشاگری که اختیار و توانایی لذت بردن از ازدحام شهری، گردش در شهر و سهیم شدن در مناظر زیبا و زشتش را داراست، هنگام قدم زدن به ظاهر بی‌هدف خود در لایه‌های نمودیافته شهر است که می‌تواند امکان بروز «ایده» را محقق سازد. به تعبیر دیگر، ایده‌های راجع به مدرنیته و اجزایش، در لحظه پرسه‌زنی بهتر از هر زمان دیگری، امکان هبوط می‌یابند. معبد پیامبر مدرنیته، شهر و گوهر مناسک او بی‌شک پرسه‌زنی در خیابان‌ها و پاساژهاست. بودلر به عنوان سرآمد شاعران و ادیبان مدرن با طرح تئوری پرسه‌زن، بیش از هر چیز دیگر، پیوستگی میان مدرنیته، شهر و پرسه‌زنی را می‌رساند. همچنین است بنیامین در مقام وارث زبردست بودلر. بنیامین در قطعه‌ای کوتاه در باره اهمیت پرسه‌زن می‌نویسد: «نخست عابر پیاده بود که خود را به درون جمعیت انداخت، ولی همچنین این پرسه‌زن بود که خواهان فضای حرکت بود و دوست نداشت زندگی جتلمن‌هایی را که

اوقات فراغت را می‌گذرانند از سر گیرد. پدیدار شدن آرام آرام پرسه‌زن به منزله نوعی شخصیت در حکم اعتراضی است نسبت به روند تقسیم کار اجتماعی که آدمیان را بدل به متخصصین می‌کند. این پدیداری همچنین در حکم اعتراضی نسبت به صنعتی‌شدگی آدمیان بود (بنیامین، ۱۳۸۵). سوزان سانتاگ در مورد نسبت میان ایده‌های درخشان بنیامین و پرسه‌زنی وی در خیابان‌ها می‌نویسد: «بنیامین در کتاب کوتاه خاطرات کودکی و سال‌های دانشجویی‌اش در برلین که در اوایل دهه ۱۹۳۰ نوشته است و تنها پس از مرگش به چاپ رسیده، آشکارترین سیمای خود را رسم می‌کند. این مالیخولیایی مادرزاد، چه در مدرسه و چه در قدم‌زنی‌های همراه مادرش، تنهایی را مناسب‌ترین موقعیت آدمی می‌داند. مقصود بنیامین از تنهایی، تنهایی در یک اتاق نیست. او در کودکی اغلب بیمار بود. منظور او تنها بودن در کلانشهر است. این مشغولیت آدمی است که در پرسه‌زنی‌هایش خود را به خیال روزانه می‌سپارد، به همه جا نگاه می‌کند، در فکر فرو می‌رود و گشت می‌زند.»<sup>۱</sup>

## ۲

چگونگی خیابان و نوع شهر است که «ایده» را می‌سازد. برمن با اشاره به تفاوت‌های میان سن پترزبورگ و پاریس، اختلاف‌های بنیادین میان داستایفسکی و بودلر را در فهم مدرنیته، ناشی از نوع شهری می‌داند که این دو در آن قدم می‌زدند: «بودلر، که در بطن انقلابی‌ترین شهر جهان می‌زیست، هرگز حتی برای لحظه‌ای در حقوق انسانی خویش شک نکرد. او شاید خود را در جهان، غریبه و بیگانه حس می‌کرد، اما به عنوان یک انسان و شهروند، خیابان‌های پاریس را خانه خود می‌دانست. بولووار نویسنده شهر پترزبورگ به

۱. بنگرید به: سوزان سانتاگ، «سیمای والتر بنیامین»، در والتر بنیامین، ۱۳۸۰.

لحاظ فضایی شبیه بولوار پاریس بود...، اما به لحاظ اقتصادی و سیاسی و معنوی فاصله آن‌ها بی‌حد و حصر بود» (برمن، همان).

بر این اساس، شاید بخشی از تفاوت‌های میان لس‌آنجلس و تهران پاسخی باشد برای چرایی اختلاف فکری زیاد و فاصله عمیق افق معنایی میان فعالان اجتماعی - سیاسی مقیم در این دو شهر.

## موسیقی - ترافیک

۱

بسیاری - به خصوص آسیب شناس ها - می پندارند که تغییرات فرهنگی در دهه اخیر ایران تماماً ماحصل فرهنگ دیگر و رقیب است. بر این اساس، کار فرهنگی از نظر آنان، اصولاً صورت بندی میدان کارزار با «دیگری» است. هرچند که نمی توان حقیقت این میدان را انکار کرد، اما باید به این نکته توجه کرد که بسیاری از تغییرات فرهنگی ماحصل تغییرات اجتماعی است، ماحصل مدرنیته است. تجدد، تغییرات ریشه ای در کیفیت زندگی روزمره پدید می آورد و بر خصوصی ترین وجوه تجربه های ما تأثیر می نهد. با این وصف، تغییرات حاصل از نهادهای امروزی به طور مستقیم با زندگی فردی و، بنابراین، با خود ما می آمیزند.

یکی از ریشه ای ترین تغییرات، ظهور و حضور «سرعت» در زندگی روزمره انسان جدید است. سرعت انتقال از ویژگی های دنیای جدید است: سرعت در گردش پول، سرعت در خبررسانی و سرعت در حمل و نقل. در دنیای جدید زمان اهمیت فوق العاده ای دارد تا جایی که خریده می شود. از

مهم‌ترین کارکردهای وسایل نقلیه‌ای همچون اتومبیل نیز سرعت است. سرعت در جابجایی برای خریدن زمان.

هرچند انسان شهری امروزه کندی و آهستگی را بر نمی‌تابد، اما با افزایش جمعیت شهری، پیشرفت تکنولوژی و رشد مصرف نمادین طبقه متوسط، شهرها از اتومبیل انباشته شد و این انباشتگی منجر به آن گردید که اتومبیل نوعی کژکارکرد پیدا کند، به این معنا که منجر به «کندی» و آهستگی شود. به عبارت دیگر، با افزایش بهره‌گیری انسان‌ها از اتومبیل، شهرهای مدرن از حجم اتومبیل انباشته شد و معضل ترافیک پدید آمد. ترافیک به عنوان یکی از فراگیرترین نمودهای شهری جدایی عین و ذهن – مهم‌ترین نتیجه پروژه روشنگری – در معنای گیدنزی‌اش، بازتاب خواست سرعت است. بی‌شک کندی حاصل از ترافیک نتیجه میل انسان شهری به سرعت در حمل و نقل است. طبیعت این بار در هیئتی ثانویه و دست‌ساخته (اتومبیل) از انسان انتقام می‌گیرد. واقعیت موجود، یعنی کندی حرکت، با میل موجود، یعنی سرعت، وضعیتی پارادوکسیکال برای انسان مدرن می‌سازد.

در این حال، انسان مدرن سعی دارد از وضعیت پارادوکسیکال خودساخته‌اش، که همان ترافیک است، خارج شود و به یک معنا به احیای هژمونی دنیای مدرن، که همان سرعت است، بپردازد. او چه می‌کند؟ به موسیقی تند امروزی گوش می‌دهد.

## ۲

سؤال این است که چه اتفاقی رخ می‌دهد که موسیقی‌های کلاسیک با ریتم کند (مثل آثار باخ و شجریان) – با وجود علاقه بسیاری از سرنشینان اتومبیل به موسیقی کلاسیک – پشت چراغ قرمز شنیده نمی‌شوند؟  
 بورديو معتقد است که عادت‌واره یا منش<sup>۱</sup> محصول تعامل ساختارهای

1. habitus

عینی و سرگذشت شخصی است. وی در نظریه‌کنش می‌نویسد: «ساختارهایی که سازنده محیطی خاص هستند (مثلاً شرایط مادی موجود که مشخصه شرایط طبقاتی‌اند) منش را تولید می‌کنند» (بوردیو، ۱۳۸۱). به تعبیر وی، منش، مولد و انسجام‌بخش اعمال و صورت درونی شده شرایط طبقاتی و در واقع نقشه شناختی دنیای اجتماعی و مسیرهای از پیش تعیین شده است که عمل مناسب هر وضعیتی را نشان می‌دهد. عمل<sup>۱</sup> در واقع منش فعلیت‌یافته است. حال اگر بخواهیم سؤالمان را بوردیویی بخوانیم باید بگوییم: عمل گوش دادن به موسیقی‌های پاپ و عامه‌پسند در وضعیت ترافیک محصول چه منشی است؟ میانجی عمل گوش دادن به موسیقی تند در کنده ترافیک چیست؟

آنچه می‌تواند انسان را از پارادوکس ترافیک تا حدودی رها کند و به ذهن شکاف‌یافته وی تخیل آرامش را برگرداند، موسیقی مردم‌پسند است. تندی موسیقی، شدت و حدت کنده ترافیک را به نفع میل به سرعت می‌کاهد و روان انسان شهری گرفتار آمده در ترافیک را تسلی می‌بخشد. در حقیقت منش این کنش (انتخاب موزیک عامه‌پسند در ترافیک) مدرنیته، شهر، ترافیک و پارادوکس سوژه - ابژه است. البته تاریخ فرد و فرهنگ نیز در انتخاب نوع موسیقی پاپ مؤثر است (توجه کنید به نوع پاپ ایرانی).

اگر این تئوری بوردیو را بپذیریم که کنش‌های ما ریشه در منش‌ها دارند، می‌توانیم این آموزه مطالعات فرهنگی را نیز بپذیریم که ریشه تمایلات هنری ما در واقعیات روزمره است، یعنی آنچه سلیق هنری را می‌سازد عناصر زندگی روزمره ماست، عناصری که برای بازسازی خود نیاز به التیام‌های هنری دارند؛ عناصری همچون ترافیک. زندگی پاره پاره‌ی، به تعبیر هایدگر، بی‌خانمانی انسان مدرن، باعث شده است که زیست‌جهان افراد هرچه

---

1. practice



افزون‌تر از یکدستی خارج شود و شکاف پیدا کند. به سبب همین وضعیت، فرد مدرن در خانه و تنهایی یک نوع موسیقی، در ترافیک نوع دیگری از آن و در جاده موسیقی متفاوتی برمی‌گزیند.

### ۳

موسیقی مردم‌پسند به یکی از عناصر فرهنگ مردمی جوامع معاصر تبدیل شده است. موسیقی مردمی در همه جا حضور دارد؛ در خانه، اتومبیل، تاکسی، فرودگاه، هواپیما، فروشگاه‌های بزرگ، قطار و... زیست‌جهان ما از صدا لبریز است. کم‌تر عرصه‌ای از زندگی جمعی در جوامع معاصر دیده می‌شود که موسیقی در آن حضور نداشته باشد. بر اساس یکی از تحقیقات انجام شده، نزدیک به ۷۵ دلار از درآمد سرانه مردم در برخی از جوامع اروپایی صرف خریدن یا شنیدن موسیقی مردم‌پسند می‌شود و مردم به‌طور متوسط ۵/۳ ساعت در روز به این موسیقی گوش می‌دهند.<sup>۱</sup> این تحول، گویای نسبت میان مدرنیته متأخر و موسیقی عامه‌پسند است.

انسان جویای هژمونی دنیای مدرن، یعنی سرعت، در ترافیک سنگین شهری همچون تهران، توانایی تکنولوژیکی تغییر وضعیت را ندارد؛ او نمی‌تواند از تبعات مدرنیزاسیون فرار کند، اما توانایی آن را دارد که این وضعیت پارادوکس‌گونه را کمرنگ نماید. او به موسیقی تند روی می‌آورد. شاید بتوان گفت موسیقی‌های جدید (پاپ، راک، جاز و...) روح نوستالوژیک انسان گرفتار آمده در ترافیک را ارضا و او را از میانه‌کندی به خیال سرعت پرتاب می‌کنند.

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: Philip Tagg (2000).

## موتورسیکلت

۱

الف) اعتبار موتورسیکلت از جایی آغاز می‌شود که اتومبیل دچار بحران کارکردی می‌شود. سرعت در جابجایی کالا، انسان و پیام یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های دوران جدید است. هواپیماها و کشتی‌های غول‌آسا، رسانه‌های جمعی و تجهیزات جدید مخابراتی و نیز اتومبیل، ابزارهایی هستند که سعی دارند میل انسان مدرن به «سرعت» را اجابت کنند، اما تجربه زیست مدرن با همه موفقیت‌ها و پیشرفت‌هایش، آکنده است از شکست‌ها، ناکامی‌ها و کندی‌ها. آن هنگام که هواپیمایی سقوط می‌کند (تصویر آشنا برای مای ایرانی) و بسیاری از انسان‌ها را به کام مرگ و کالاهایی را به کام نابودی می‌کشاند یا کشتی‌ای غرق می‌شود، آن هنگام که رسانه‌های جمعی به دستگاهی در جهت ترویج ابتدال و بلاهت مبدل می‌شوند، و آن هنگام که اتومبیل در میانه ترافیک، سرگردان و خسته، کارکردش را تماماً از دست می‌دهد و به جای سرعت، کندی به ارمغان می‌آورد. باری آن هنگام شکست‌ها و ناکامی‌ها سر باز می‌کنند؛ در این جاست که مزیت نسبی موتورسیکلت در ارضای میل

ناکام مانده به سرعت (در مقام هیستری شهرنشینان) در مواجهه با بدن‌های مردهٔ اتومبیل‌های گرفتار در عذاب ترافیک، خود را می‌نمایاند. موتورهای دوپا زمانی فخرفروشی می‌کنند که شهرها انباشته از اتومبیل و ترافیک شوند. لایی کشیدن‌ها و حرکات مارپیچ موتورها در میانهٔ اتومبیل‌های گران‌قیمتِ محبوس در ترافیک، شبیه رقص پای سرخوشانهٔ رقصندگان است که فاخرانه وضعیت غرورانگیز خود را در پیش چشم‌های نگران و خستهٔ اتومبیل‌سواران به رخ می‌کشند، اتومبیل‌سوارانی که در خیال تماشای ارضا شدن (ارگاسم) غریزهٔ «رسیدن» موتورسوارها، وضعیت هیستریک خود را با به کار بردن فحش – غالباً جنسی – خطاب به موتورسوارها و دیگر عناصر شهری (ترافیک، رفت و آمد عابران، چراغ قرمز و...) به نمایش می‌گذارند. در واقع موتورسوارانی که با حمل و نقل مسافران بر سر هر چهارراه و میدانی، رهگذران را با فریادهای خود تحریک می‌کنند، از شکاف میان امر آرمانی سرعت و امر انضمامی‌گندی (ترافیک) نان می‌خورند.

ب) نکتهٔ جالب توجهی در بارهٔ مسافرکش‌های موتوری این است که آن‌ها غالباً در مناطق ممنوعهٔ شهری (طرح ترافیک) کسب ارتزاق می‌کنند، یعنی همان بهره‌ای که فروشندگان و سازندگان سی‌دی‌های مستهجن از نمایش مناطق ممنوعهٔ بدن می‌برند. به تعبیر فروید، اساساً هر منطقهٔ ممنوعه‌ای خالق تکانه‌ای است، تکانه‌ای در جهت ارضای میلی؛ میل به غذا یا قدرت یا میل جنسی.<sup>۱</sup>

## ۲

الف) شهرها معمولاً برای اتومبیل‌ها طراحی می‌شوند و برنامه‌ریزان شهری متوجه اتومبیل، شهرها را می‌سازند. در این وضعیت، موتورسیکلت‌ها به

۱. برای مطالعهٔ بیش‌تر بنگرید به: فروید، ۱۳۸۲.

واقع در حاشیه اتومبیل‌ها قرار دارند. آن‌ها وسایل حمل و نقلی هستند زاید بر اتومبیل‌ها. هژمونی حاکم بر شهر با تمام نمادهایش از جمله پمپ‌های بنزین، چراغ‌های قرمز، خطوط عابر پیاده و توقف و تابلوهای ایستگاه‌های مسافربری حاکی از این است که اتومبیل به سبب نسبت بیش‌ترش با مفهوم شهر (به عنوان تجسد مدرنیته) نقش مرکزی را در این هژمونی بازی می‌کند. به دلیل محوریت مفهومی اتومبیل در هژمونی شهری است که موتور می‌تواند نقشی ضد هژمونیک در شهر بیابد. موتور می‌تواند از جلوی چشمان پلیس بسیار آسان‌تر از اتومبیل بگریزد یا، به تعبیری، خلاف کند. چراغ قرمز رد کند، قوانین حاکم بر خطوط عابر پیاده و توقف را رعایت نکند، از ورود ممنوع عبور کند و در پیاده‌روها ویراژ دهد، بدون این‌که مورد مؤاخذه جدی قانون (پلیس) و رهگذران قرار گیرد. موتورها در واقع ضد هژمونی نظم شهری‌اند. نابسامانی و تخریب در ذات آن‌هاست و به همین دلیل برای شهرنشینان به خصوص در شهری مثل تهران نفرت‌انگیزند.

ب) کارکرد ضد نظم موتورسیکلت‌ها در زندگی روزمره را می‌توان در جاهای دیگری نیز جستجو کرد. کیف‌قاپ‌ها، دزدهای حرفه‌ای یا آماتور و تروریست‌ها برای اقدامات تخریبی خود از موتور بهره می‌گیرند؛ به یک دلیل ساده و آن هم برخورداری از امکان «فرار» بهتر. به سبب وضعیت ضد هژمونیک موتور است که این وسیله نقلیه با «فرار» قرابت زیادی پیدا کرده است. ترور سعید حجاریان و قاضی مقدسی در سال‌های اخیر به دست تروریست‌هایی انجام شد که هوشمندانه موتورسیکلت به همراه داشتند. از همه ملموس‌تر، صحنه پرتکرار قاپ‌زنی موتورسیکلت‌سوارهاست؛ اینان همگی «فرار» می‌کنند. اساساً موتورسیکلت وسیله‌ای است برای «فرار»؛ چه فرار از دستگاه‌های زور دولتی (همچون پلیس) چه فرار از هژمونی مسلط بر شهر.

ج) از سویی دیگر، وضعیت تراژیک مسافرکش‌های موتوری نیز مؤید نقش

ضد انتظام‌بخشی موتورهاست. مسافرکش‌های موتوری افراد مستأصلی هستند که از نظم اقتصادی رایج در شهرها بیرون افتاده‌اند. آن‌ها نه کارمندند، نه مغازه‌دار و نه حتی مسافرکش‌هایی به رسمیت شناخته شده (رانندگان تاکسی). آن‌ها مجبورند برای زنده نگه داشتن خود و خانواده خود، با استفاده از کم‌ترین سرمایه - موتور - خیابان‌های شهر را درنوردند. مسافرکش‌های موتوری در شهر تهران بیش از هر چیز نشان‌دهنده توحش اقتصاد و فاصله فاحش طبقاتی‌اند. آن‌ها در حقیقت رانده‌شدگانی از هژمونی مسلط اقتصادی‌اند که به گونه‌ای سیار، مدام از جلوی چشمان ما عبور می‌کنند.

### ۳

**الف)** موتور در دهه شصت نماد جوانان رزمنده در ایران بود. در دوران جنگ، رزمندگانی که از جبهه برمی‌گشتند یا جوانانی که در انتظار اعزام به جبهه بودند به دلایلی همچون نشانه سرمایه‌داری و طاغوتی بودن اتومبیل، تمایز یافتن از دیگر افراد و عامل اثرگذار سرعت در هنگام جنگ، از موتورسیکلت‌های نسبتاً ارزان‌قیمتی - اکثراً هوندا ۱۲۵ - استفاده می‌کردند که بسیار رنگ و بوی شعارها و ارزش‌های انقلابی داشت. نکته دیگر این‌که جوانانی که به جبهه می‌رفتند عموماً از طبقات پایین اقتصادی بودند (در آن مقطع از تاریخ ایران هنوز طبقات متوسط مدرن به‌طور ملموس شکل نگرفته بودند. خانواده‌های شهری غالباً یا از طبقات پایین بودند یا از طبقات مرفه). این جوانان از سرمایه‌پدیری برای خرید اتومبیل بی‌بهره بودند. اتومبیل‌های غیرشخصی و دولتی هم که ممکن بود در اختیار جوانان رزمنده قرار بگیرد، هم به دلیل ماهیت سرمایه‌دارانه اتومبیل از نظر ایدئولوژی چپ‌گرایی اسلامی حاکم بر آن روزها، و هم به دلیل واقعیت عینی طاغوتی بودن اتومبیل‌های دولتی، مورد اقبال جوانان رزمنده و انقلابی قرار نمی‌گرفت. اتومبیل‌های دولتی در اوایل انقلاب یا باقی‌مانده از حکومت قبلی بودند یا

مصادره شده از خانواده‌های طاغوتی. در این شرایط، موتورسیکلت جانشین اتومبیل و تبدیل به نماد رزمندگان شد.

ب) با پایان جنگ و آغاز دوره سازندگی، ایدئولوژی حاکم از چپ‌گرایی اسلامی به راست‌گرایی اسلامی تغییر وضعیت داد. در شرایط جدید، با شکل‌گیری آشکالی از طبقه متوسط، نحوه نگرش به زندگی تغییر پیدا کرد. جامعه تازه مصرفی شده آن سال‌های ایران، با همراهی دولت، به تغییرات عمده‌ای در نگرش دست یافت. از اتومبیل نیز در کنار بسیاری از وسایل مدرن، ایدئولوژی‌زدایی صورت گرفت و این وسیله مصرف شد. در دوره سازندگی، هر چند موتورها همچنان به عنوان نمادی از رزمندگان مورد استفاده قرار می‌گرفتند، دیگر اتومبیل معنای طاغوتی خود را از دست داده بود. در وضعیت جدید، بسیاری از رزمندگان سابق موتورهای خود را رها کردند و اتومبیل سوار شدند.

ج) آغاز دوره اصلاحات در میانه دهه هفتاد، برای موتورها آفریننده نشانه نمادین دیگری بود. با تغییر فضای سیاسی در ایران (خرداد ۷۶) و بروز عدم یکدستی فرهنگی طبقات گوناگون اجتماعی، بسیاری از کشمکش‌ها به خیابان کشیده شد.

تجربه زیست سیاسی در این سال‌ها گواه حضور گروهی معمولاً جوان در درگیری‌های سیاسی حوزه عمومی بود که با نام «انصار حزب‌الله» شناخته می‌شدند. اعضای این گروه به غیر از نشانه‌های ظاهری (ریش، پیراهن مشکی و...) نشانه دیگری نیز داشتند: موتورسیکلت. آن‌ها معمولاً با موتورسیکلت می‌آمدند، با گروه‌های سیاسی مقابل درگیر می‌شدند و با موتورسیکلت می‌رفتند. این نشانه در فیلم آژانس شیشه‌ای به روشنی آمده است. حاج کاظم، رزمنده رنجور و آرمان‌گرای باقی‌مانده از سال‌های جنگ در دیالوگی با یکی از هم‌زمان خود که اکنون منصبی انتظامی یافته است، خطاب به او می‌گوید که دود موتورهای حامیان او را آزار می‌دهد.

در دهه هفتاد و تحت تأثیر تحولات اجتماعی-سیاسی، موتور تبدیل به نماد «انصار حزب‌الله» شد، نماد افراد جوانی که سعی داشتند نشانه‌های رزمندگان دهه شصت را، که واقعی و ناب بودند، بازتولید کنند. بدنه انصار حزب‌الله غالباً از جوانانی تشکیل می‌شد که در دوران جنگ کودک بودند. کودکان دهه شصت، در دهه هفتاد سعی داشتند از طریق همسان‌سازی ظاهری خود با رزمندگان واقعی (در قالب اشیایی همچون موتورسیکلت)، امر آرمان‌گرایانه موجود در ناخودآگاهشان را احیا کنند و در مرکز توجه قرار گیرند. نکته‌ای که این جوانان به آن توجه نکردند این بود که با تغییرات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی رخ داده در جامعه، تنها شباهتشان با رزمندگان دهه شصت، نوع وسیله نقلیه آنهاست. البته موتورها هم تغییر پیدا کرده و از اصالت افتاده بودند؛ موتورسیکلت رزمندگان دهه شصت، ژاپنی بود و موتورسیکلت هواداران دهه هفتاد آنها، محصول بازار مشترک یا نوع مونتاژ شده ایرانی آن.

د) در سال‌های اخیر موتورسیکلت نه نماد رزمندگان است نه نماد انصار حزب‌الله. با ظهور انبوه مسافرکش‌های موتوری، این وسیله امروز تبدیل به نماد رئالیسم اقتصادی شده است. مفهوم موتور از ایده آل اعتقادی و سیاسی خالی شده و از نیازمندی اقتصادی خبر می‌دهد. موتورسوارها نه دیگر شعار انقلابی می‌دهند نه منتقدان وضع موجود را می‌ترسانند. موتورسوارها امروز نیز همچون گذشته بر سر چهارراه‌ها و میدان‌ها فریاد می‌زنند: «انقلاب، جمهوری!» اما تنها به این معنا که «با موتور شما را به میدان انقلاب یا جمهوری می‌رسانم و پول می‌گیرم.»

افول ایدئالیسم اتوپیایی انقلابی به سمت رئالیسم انضمامی جامعه ایران در سه دهه اخیر، در نشانه‌ای به نام موتورسیکلت به طور ملموسی قابل ردیابی است.

الف) والتر بنیامین در قطعه‌ای از کتاب خیابان یک‌طرفه خود با عنوان «کودک روی اسب چوبی چرخان» می‌نویسد: «تخته‌ای که حیوان‌های رام روی آنند در فاصله‌ای نزدیک به زمین می‌چرخد. در مناسب‌ترین ارتفاعی است که می‌توان برای پرواز خیال کرد. موزیک شروع می‌شود و کودک با یک تکان از مادرش جدا می‌شود و شروع به چرخیدن می‌کند. ابتدا از این‌که از او دور شده است می‌ترسد، اما لحظه‌ای بعد متوجه می‌شود چقدر آدم دلاوری است! روی اسبش مانند فرمانروایی که از روی بارگاه خود به سرزمینش حکمرانی می‌کند جا خوش کرده است» (بنیامین، ۱۳۸۰).

کودک به کمک اسب چوبی چرخان و در خلال بازی شادی‌بخش خود، پرواز را تخیل می‌کند. خیال در روانکاوی به معنی صحنه یا روایتی تخیلی است که در آن شخص خیال‌پرداز حضور دارد، ولی این صحنه، صحنه‌ای است دگرگون شده یا تبدیل یافته؛ به گونه‌ای که آرزویی را برآورده می‌کند. در واقع، خیال، افکار را به روایت و تصاویر خاص تبدیل می‌کند. کار رؤیایا یا خیال‌ها تبدیل فکری به «تجربه»‌ای است، تجربه‌ای که وقوعش در واقعیت منتفی است.

همان‌گونه که بنیامین می‌نویسد، کودک با بهره‌گیری از اسباب‌بازی‌هایش و نیز تخیل خلاقانه‌اش، پرواز را تجربه می‌کند. او در رؤیا، خود را فرمانروایی دلاور می‌بیند که فاخرانه بر زمین زیرپایش حکم می‌راند. منطق بنیامین در باره اسب چوبی چرخان را می‌توان به اسب‌های آهنی بنزینی یا موتورسیکلت‌ها نیز گسترش داد. موتورسوار جوان، بر روی اسب خود، خیال کودکی را بازتولید می‌کند و لذتی را که رؤیای پرواز برای او می‌آفریند احیا می‌کند. او کودکی از دست رفته خویش را می‌جوید تا به وسیله آن بتواند دقایقی از زمین (واقعیت) جدا شود و به پرواز (حقیقت) درآید. میل جوانان به موتورسواری همان میل کودکان به بازی الاکلنگ و تاب بازی و در ادامه



آن‌هاست. شاید بتوان گفت که تجربه‌ی رؤیاگون پرواز بیش از هر چیز دیگری با موتور در شهر تداوم می‌یابد، تجربه‌ای کوتاه، کودکانه و بدلی.

ب) یکی دیگر از جذابیت‌های مهم موتور در ترکیبی است که میان حیوانیت محض (اسب) و تکنولوژی در این وسیله ایجاد شده است. موتور در واقع سعی دارد نوستالژی توان و حرکت اسب - تصویری روستایی - را در شهر احیا کند. در نظام «بازنمایی» تلویزیون این ترکیب به خوبی قابل مشاهده است. در بسیاری از تبلیغات تلویزیونی موتورسیکلت‌ها شاهد این صحنه هستیم که موتور، تبدیل به اسب سفید یا سیاه قدرتمندی می‌شود یا می‌تواند اسب‌ها را جا بگذارد. در واقع، نکته‌ای که در این تبلیغات تلقین می‌شود اینهمانی اسب و موتورسیکلت است. موتورسوار در خلال ویراژهای خود در شهر و با کمک تصاویر تبلیغاتی به طور همزمان دو تصویر را دیالکتیک‌وار برای خود و موتورش می‌سازد: تصویر اسبی قدرتمند همراه با سوارکاری ماهر و تصویر تکنولوژی مدرن که او را خوشبخت ساخته است.

## ۵

الف) برخلاف اتومبیل، که هم دارای دلالت‌های زنانه و هم واجد دلالت‌های مردانه است، موتورسیکلت به خصوص در ایران تماماً مردانه است. بری ریچاردز در کتاب روانکاوی فرهنگ عامه معتقد است که اتومبیل به سبب برخورداری از محیط نرم و گرم برای سرنشینان، تداعی‌گر رجم مادر است. از سویی دیگر، اتومبیل همان قدر که حکم بدن محافظت‌کننده مادرانه را دارد، در حکم بدنی مردانه نیز هست که با فشار راه خود را می‌گشاید. موتورسیکلت فاقد ویژگی‌های نمادین زنانگی است. موتور هیچ‌گاه مکانی راحت، آرام و امن برای مسافران خود فراهم نمی‌آورد. تمام تکان‌های ناشی از ناهمواری خیابان‌ها و کوچه‌ها به راننده و سرنشینان آن انتقال می‌یابد و آسودگی را از آن‌ها می‌رباید. هیچ فردی نمی‌تواند هنگام موتورسواری

بخواهد، اما خوابیدن در اتومبیل، رایج است؛ از سویی دیگر، موتور با حرکت‌های آنی و سریع به سمت جلو، نرینگی خود را در حد ناب به تصویر می‌کشد. در واقع، موتور در تهران به «قضیب» شهر تبدیل شده است. همواره، چه در گذشته و چه در سال‌های اخیر، زنان اتومبیل داشته‌اند - در گذشته کم‌تر و اخیراً بیش‌تر؛ اما هیچ تصویری از موتورسواری زنان در ذهن عمومی جامعه ایران وجود ندارد. در ایران، موتور تماماً در اختیار مردان است و هیچ زنی آن را نمی‌راند، در حالی که موتورسواری زنان در کشورهای غربی تصویری آشنا و در کشورهای جنوب شرقی آسیا رایج است.

ب) ایدئولوژی جلوگیری از موتورسواری زنان، یعنی دخالت دادن امر جنسی در موضوعی تماماً غیرجنسی، در جایی دیگر به گونه‌ای معکوس بازتولید شده و موتورسواری را در واقع تبدیل به یکی از بارزترین مظاهر سکسوالیته کرده است. به سبب ویژگی‌های موتورسیکلت، زنانی که پشت آن می‌نشینند، بیش از آنچه در هر حالت و وسیله نقلیه دیگری ممکن است، می‌توانند در عرصه عمومی شهر به جنس مذکر نزدیک شوند و او را در بغل بگیرند. نزدیکی فیزیکی دو جنس در شهر، بیش از هر جای دیگری روی موتورها قابل رؤیت است. موتورهایی که قرار بود «مردانه» باشند، در خلال کنترل‌ها و مراقبت‌های ایدئولوژیک، به بارزترین تجلی سکسوالیته در سطح شهر تبدیل شده‌اند. در تنها فضایی از شهر که می‌توان تماس بدنی دو جنس مخالف را توجیه عقلانی کرد - یعنی روی موتور - فرصتی فراهم شده است که دو جنس، ایدئولوژی را به عکس آن مبدل سازند.

ایدئولوژی حتی سوار بر موتور نیز دود می‌شود و به هوا می‌رود.

## ۶

نوربرت الیاس، جامعه‌شناس برجسته آلمانی، در کتاب خود تحت عنوان فرایند متمدن شدن معتقد است که دنیای جدید، خشونت را از میان برده بلکه

آن را پنهان یا قانونمند کرده است. نقطه آغاز الیاس این نظر اوست که فرآیند «متمدن شدن» جریان «کنترل بر خویشتن» است. هر اندازه انسان‌ها بر خویشتن کنترل می‌ورزند، به همان اندازه متمدن می‌شوند. پس در این تلقی، متمدن شدن یعنی سرکوب بسیاری از کنش‌ها و رفتارها. در خلال فرایند متمدن شدن است که بسیاری از اقدامات خانمانسوز و تخریب‌کننده همچون قتل و غارت و جنگ از میان می‌رود و جای خود را به اشکال پنهان یا قانونمندی از خشونت همچون ورزش‌های قهرمانی و نزاع‌های خیابانی می‌دهد.<sup>۱</sup>

توجه به آمار فجایی که موتور برای موتورسواران در شهرهای بزرگ ایران می‌آفریند مؤید روشن ساختار غیرتمدنی جامعه ماست. موتورها در سطح خیابان‌ها با خطرهایی که می‌آفرینند، گویای این واقعیت هستند که رانندگان آن‌ها از توانایی کافی برای کنترل بر نفس برخوردار نیستند و خشونت را باز به سبک قرون پیش و جلوی چشمان ناظران، به گونه‌ای عریان تولید می‌کنند. موتورسوارانی که بدون کلاه ایمنی و با سرعت زیاد و گاهی با دو یا سه سرنشین، خیابان‌ها را به دنبال «هیچ» می‌پیمایند گلا دیاتورهایی را می‌مانند که بی‌زره و شمشیر، سوار بر اسب خود به دل دشمن می‌تازند. هر قدر که جنگ گلا دیاتورها در قرون قبل از تمدن دور بود، اقدام این موتورسواران نیز غیرمتمدانه است.

نکته تراژیک - کمیک در این جاست که پلیس خود را مکلف به حفظ جان موتورسوارها می‌داند، اما بسیاری از آن‌ها، نیهیلیست‌وار، از دست پلیس فرار می‌کنند و به سمت نیستی (نوعی نیروانا) می‌روند. بسیار دیده‌ایم که پلیس در تهران موتورسوارانی را که کلاه ایمنی ندارند جریمه می‌کند. موتورسواران در تهران جریمه می‌شوند، چون از جان خودشان مراقبت نمی‌کنند. این جمله برگرفته از داستانی به قلم بورخس نیست، تنها جمله‌ای توصیفی است.

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: N. Elias, (1994).

## طرح ترافیک

۱

پیکرهای متعدد و متنوع آهنی متحرک در خیابان‌های شهرهای بزرگ دچار پارادوکس عجیبی هستند. در واقع، اتومبیل‌ها در تهران بدون «منطق رفتاری» به نظر می‌آیند.

شهرها همواره توسط مدرنیزاسیون و سیاست‌های دولت، مهاجرپذیر و انباشته می‌شوند و شهرنشینان، درون روابط پیچیده شهر و در میانه فشارهای سنگین تمنای برخورداری از سرمایه‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی – در هوس خرید پوشاک، خانه، اتومبیل، مدرک تحصیلی و ... – مشتاقانه می‌سوزند. شهرها بزرگ می‌شوند، جمعیت زیاد می‌شود، شمار اتومبیل‌ها افزایش می‌یابد، اتوبان‌ها ساخته می‌شود؛ اما ناگهان برای حضور بدن‌های آهنی در خیابان، ممنوعیت ایجاد می‌شود، به این دلیل که هوا آلوده و شهر شلوغ شده است. در این جاست که پارادوکس یا تناقض خود را باز می‌نمایاند. تولیدکنندگان اتومبیل در ایران – که وابسته به دولت هستند – هر سال با افتخار از افزایش تعداد و تنوع تولیدات خود می‌گویند. درست در همین

لحظهٔ پرافتخار! پلیس - بخش دیگری از دولت - از عبور و مرور اتومبیل‌ها در خیابان‌های شهر ممانعت به عمل می‌آورد و طرح ترافیک را به اجرا می‌گذارد، و رئیس پلیس شهر هم مفتخرانه از کنترل موفق اتومبیل‌ها می‌گوید. دولت در ایران به شکل عجیبی هم تحریک می‌کند هم سرکوب: تحریک میل به خریدن اتومبیل و سپس سرکوب میل رانندگی.

دولت در دنیای مدرن همواره تلاش می‌کند وضعیت پارادوکسیکال و تناقض‌آمیز خود را پوشیده نگه دارد - پوشیدگی‌ای که البته روشنفکران آن را افشا می‌کنند - اما در جوامع توسعه‌نیافته، همچون ایران، دولت به شکل بسیار عریان، پارادوکسیکال و تناقض‌آمیز است. به این سبب، در این جوامع برای شناخت دولت و تناقض‌هایش نیاز چندانی به روشنفکران نیست؛ رانندهٔ تاکسی کفایت می‌کند. یکی از دلایل مهم اظهارنظرهای تخصصی عامه مردم در تهران در مورد مسائل مختلف سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، همین بیرون‌افتادگی و لختی امر پارادوکسیکال است.

## ۲

طرح ترافیک چه حسی برمی‌انگیزد؟ انسان شهری در مواجهه با تنبیه پلیس در قبال عدم رعایت محدودهٔ طرح ترافیک چه عکس‌العملی دارد؟

انسان صاحب اتومبیل در «تهران» از دو واقعیت خبردار است: یکی آلودگی هوای شهر تهران و نقش اتومبیل‌ها در این آلودگی، و دیگری اهمیت منافع شخصی در برخورداری از اتومبیل. اولین واقعیت او را به این دیدگاه می‌کشاند که دولت باید برنامه‌هایی همچون طرح ترافیک را به خوبی اجرا کند و در سطحی بالاتر، شمار زیادی اتومبیل در اختیار شهرنشینان قرار ندهد تا شهر بیش از این آلوده نشود؛ اما واقعیت دوم، او را به این کنش می‌کشاند که اتومبیل بخرد و سوار آن شود؛ و برای این کار اگر لازم شد، دولت را فریب دهد تا مشمول جریمهٔ تخلف از طرح ترافیک نشود. پس، انسان ساکن در شهر

تهران دیدگاهی دارد به مثابه تئوری و عملی انجام می‌دهد به مثابه پراتیک، که این دو به گونه‌ای رادیکال از هم جدا هستند. به عبارت دیگر، سوژه و ابژه یا ذهن و عین در تهران و سوار بر اتومبیل، هرچه بیش‌تر از هم جدا می‌شوند.

فرد در کلانشهر همواره دچار پارادوکس منافع شخصی و منافع جمعی است. نوعی تضاد سرسختانه میان علائق حوزه خصوصی و منافع حوزه عمومی. برگه‌های تنفربرانگیز «جریمه» حاصل همین شکاف ذهن و عین است. دولت سعی دارد با شبیح گسترده کنترل و جریمه اتومبیل‌ها این شکاف را به گونه‌ای مصنوعی پر کند. به زبان دیگر، فشارهای متعدد شهرنشینان - که بسیاری از آن‌ها صاحب اتومبیل هستند یا دوست دارند صاحب آن باشند - به دولت برای حفظ محیط زیست و برخورد با کسانی که همواره میل دارند با اتومبیل خود به محدوده‌های شلوغ و آلوده شهر رفت و آمد کنند، باعث اجرای قوانینی چون طرح ترافیک برای کاهش آلودگی هوا و ترافیک می‌شود. دولت طرح را به اجرا می‌گذارد، اما ناگهان همه در خلال زندگی روزمره‌شان در شهر می‌بینند که کم‌تر کسی مایل است با اتومبیلش به همه جای شهر نرود و از منفعت شخصی‌اش به خاطر جمع بگذرد (تناقض در عرصه عمومی). از سویی دیگر، دولتی که با ابزار زور (پلیس) سعی می‌کند از منفعت عمومی در خیابان‌ها مراقبت کند، در کارخانه‌های صنعتی و تبلیغاتی با کمک ابزار سرمایه، اتومبیل می‌سازد - البته مونتاژ می‌کند - و به خیابان‌ها تحویل می‌دهد (تناقض در دولت). در این شرایط معماگونه، سردرگمی تشدید می‌شود، تناقض عریان حاکم می‌شود و عشق و نفرت، توأمان ظاهر می‌شوند. قانونی همچون طرح ترافیک در شهری همچون تهران هم حس «نارضایتی و تنفر» فرد را برمی‌انگیزد هم حس «رضایت و عشق» او را. تنفر از جریمه و عشق به آرامش و پاکی گم شده در شهر.

کنش پارادوکسیکال فرد و دولت در جامعه مدرن، در پروژه‌ای مشترک به احیا و بازتولید یکدیگر بسیار کمک می‌کنند. شهر مکان بروز تناقض‌هاست.



## چاله

۱

یکی از رایج‌ترین اعتراضات در عرصه عمومی شهرهای بزرگ ایران، اعتراض نسبت به ناهمواری آسفالت خیابان‌ها یا همان معضل «چاله چوله‌های شهری» است. گاهی این‌گونه به نظر می‌رسد که همه در همه اوقات نسبت به ناهمواری خیابان‌ها و کوچه‌ها شاکی و معترضند. این مسئله به میزانی زبان انتقادی در حوزه عمومی را به خود مشغول ساخته است که حل آن تبدیل به «ژستی مدیریتی» و تبخیری اجرایی شده است. کاندیداهای شهرداری، شورای شهر، مجلس، ریاست جمهوری و حتی وزرای مربوط در کنار پرداختن به مسائل مختلف مملکتی، از این معضل هم صحبت می‌کنند. بی‌شک این توجه ناشی از نارضایتی بدنه اجتماعی از این معضل شهری است. به جرئت می‌توان گفت که «چاله» بخش مهمی از گفتمان رایج شهری در ایران امروز است.

اما فارغ از درستی یا نادرستی اعتراض نسبت به چاله چوله‌های خیابانی، نارضایتی صاحبان اتومبیل از ناهمواری آسفالت خیابان‌ها در شهرهای



بزرگ، گویای مراقبت آن‌ها از سلامت خودرو خویش و سالم نگه داشتن بدن – یا بدنۀ – آن‌ها است. اتومبیل‌هایی که امروزه نوعی وضعیت «اینهمان» با انسان یافته‌اند، بی‌شک دارای بدن‌هایی شده‌اند که اهمیت دارند و حتی تقدیس و تکریم می‌شوند. انسان جدید با برقراری رابطه‌ای مادی و عاطفی با اتومبیل خود و نشان دادن آن در مقام دوست، شیء‌بودگی آن را فراموش می‌کند و تا جایی پیش می‌رود که با وی «اینهمان» می‌شود.

رابطهٔ مادی ما با اتومبیل بازمی‌گردد به نقش انکارناپذیر این وسیله در برانگیختن احساسات «فن دوستانه» ما. اتومبیل را شاید بتوان بارزترین تجسد عینی پیشرفت مادی بشر در یک قرن اخیر دانست. رابطهٔ عاطفی ما با اتومبیل نیز بازمی‌گردد به ارتباط اتومبیل با امیال جنسی. اتومبیل هم بدن مردانه با قدرت نرینگی است که راه خود را با فشار می‌گشاید و هم بدن زنانه است با اتاقی شیک و خوش‌رنگ که آدمی در آن لم می‌دهد. این روابط مادی و عاطفی با اتومبیل، این وسیله را از وضعیت شیء‌بودگی صرف خارج می‌کند و آن را در جایگاه استعلایی یکی شدن – اینهمانی – با انسان مدرن قرار می‌دهد. در این شرایط، فرد به راحتی می‌تواند اتومبیلش را در مقام معشوق یا معشوقه‌اش تصور کند.

حس اینهمانی، «مراقبت پرستش‌گونه» از اتومبیل را به همراه می‌آورد. فرد آن‌گونه از اتومبیلش مراقبت می‌کند که گویی عضوی از خانوادهٔ اوست. به دردهای ماشین می‌اندیشد آن هنگام که در چاله‌ای می‌افتد و احساس غم و تنفر به او دست می‌دهد؛ تنفیری که با ناسزا و اعتراض نسبت به چاله‌های خیابان و شهردار خود را به روشنی نشان می‌دهد. این احساس تعلق خاطر نسبت به اتومبیل منجر به اهمیت یافتن مسئله‌ای همچون ناهمواری آسفالت خیابان در عرصهٔ عمومی می‌شود. جاده‌های مالرو، خاکی یا حتی سنگی و موزاییکی در شهرهای بزرگ قدیمی و روستاهای امروزی، هیچ‌گاه موجبات اعتراض نسبت به ناهموار بودن آن‌ها را فراهم نمی‌آوردند و نمی‌آورند، زیرا

که در این شهرها و روستاها وسیله نقلیه اساساً چنین جایگاهی نداشته است. وسیله نقلیه ای همچون اتومبیل شخصی در شرایط جدید جایگاهی پیدا کرده که چاله چوله‌ها را برای صاحبش تحمل‌ناپذیر ساخته است. این نکته به معنای غفلت از دلایل اقتصادی اعتراض نسبت به ناهمواری خیابان‌ها از جمله هزینه سنگین تعمیر اتومبیل‌ها نیست، بلکه غرض از آن توجه دادن به اهمیت مسائل غیراقتصادی در کنار مسائل اقتصادی است.

## ۲

الیاس، در چارچوب دیدگاه خویش در باره نسبت متمدن شدن و توانایی کنترل بر خویشتن، در مقاله‌ای سعی کرد به این سؤال پاسخ دهد که چرا تصادفات رانندگی در کشورهای جهان سوم نسبت به کشورهای مدرن بسیار زیاد است؟<sup>۱</sup> وی در این نوشته نشان داد که کیفیت اتومبیل‌ها، نوع جاده‌ها و اموری از این دست در تفاوت میزان تصادفات رانندگی در این دو دسته کشور، چندان دخیل نیست، بلکه عامل مهم در این میان تمدن و فرایند متمدن شدن است. از نظر او، رانندگان در کشورهای مدرن «کنترل بر خویشتن» بیش‌تری نسبت به رانندگان در جهان سوم دارند و با رعایت خودآگاهانه سرعت مجاز و قوانین رانندگی از تصادف جلوگیری می‌کنند.

تمایلات مخرب انسان (همچون میل جنسی بی‌شکل، سرعت زیاد و...) یا به وسیله فرایند متمدن شدن (کنترل بر خویشتن) مهار می‌شوند یا به دست دولت در مقام «سوژه سرکوب» با ابزار پلیس. در جوامعی که فرایند متمدن شدن ضعیف عمل می‌کند، دولت و ابزار سرکوب آن، اهمیت پیدا می‌کنند، مورد استقبال قرار می‌گیرند و مهم می‌شوند. به عبارت دیگر، «کنترل بیرونی» جای «کنترل درونی» را می‌گیرد و پلیس همواره تقویت می‌شود. اگر میل به

۱. نگاه کنید به: الیاس، ۱۳۷۷.

سرعت زیاد توسط «کنترل بر خویشتن» مهار نشود، باید توسط عوامل دیگر مثل پلیس یا حتی چاله‌های خیابان مهار شود. ناهمواری آسفالت خیابان‌های تهران، که در گذر زمان بخش قابل توجهی از تصور ما نسبت به شهر شده است، در شرایط فقدان تمدن، از میل ما به سرعت زیاد جلوگیری می‌کند. به عبارت دیگر، فرض وجود ناهمواری در ذهن راننده ایرانی، باعث کاهش سرعت او – جهت آسیب ندیدن بدن معشوق یا همان ماشینش – می‌شود و در نتیجه، به کاهش تصادفات می‌انجامد، یعنی به درد می‌خورد. این ایده که هر لحظه ممکن است بدن مقدس اتومبیل درون چاله‌ای بیفتد و تا حدی تخریب شود، به صورت پراتیک منجر به کاهش سرعت می‌شود و به این ترتیب جان افراد بیشتری محفوظ می‌ماند. پس چاله‌های خیابان‌ها را پر نکنید، لطفاً.

## مترو

کیست که حتی یک بار هنگامی که از مترو به هوای آزاد آمده و قدم به آفتاب درخشان گذاشته، از خود بی خود نشده باشد؟ در صورتی که خورشید همین چند دقیقه پیش که پایین می‌رفت، به همین روشنی می‌درخشید. چه زود جهان بالا را فراموش کرد، و جهان نیز او را به همین زودی فراموش کرد.

والتر بنیامین

۱

مترو در دنیای جدید تنها جایی است که شما را به دهان زمین می‌کشاند. زمین در طول تاریخ، در پرتو آموزه‌های جادویی، اسطوره‌ای و دینی، وضعیتی رمزگون داشته است. مردگان و هر آنچه پنهان است، همچون گنج، مهم‌ترین سازندگان این رمزگونی بوده‌اند. رابطه انسان با زمین یا برای پنهان ساختن چیزهای ارزشمند همچون مردگان و اشیای گران‌قیمت بوده است یا برای آشکار ساختن چیزهای ارزشمند همچون گنج، آب و حتی درختان و میوه‌ها.

زمین همواره معنایی دوگانه داشته است: خوشی و ناخوشی، ولی همواره و در هر حال نشانه‌ای رمزگون بوده است. مترو تلاشی است برای عرفی ساختن زمین. به عبارت دیگر، زمین با مترو رمززدایی می‌شود همان‌گونه که آسمان با جت و هواپیما.

## ۲

مسافر مترو و مقنی، تجربه‌گران مدرن و سنتی درون زمینند. شاید «یاد مرگ» – مفهوم مأنوس با درون زمین – برای تجربه‌گر مدرن جای خود را به «سرعت» داده باشد، اما هر دو نفر یک وجه اشتراک تاریخی دارند: کار. در واقع، در گوشه‌هایی دورافتاده از هم در تاریخ، هر دو در زیرزمین و برخوردار از ابزار تولید، «از خود بیگانگی» را میان خود، نابرابر، تقسیم می‌کنند. بی‌شک آن پله‌های پرتعداد و آن هوای دلپذیر به همراه معماری پر از سنگ ایستگاه مترو، خالق ایماژی است متفاوت با ایماژ چاهی که مقنی هنگامی که فانوسش را می‌چرخاند، درک می‌کند. از نگاه بودلری، مدرنیته چیزی نیست جز همین تغییر ایماژها، و توصیف ایماژها در واقع روایت «تاریخ» است.

## ۳

در فضای مترو هر چیزی قابل دیدن است – حتی جزئی‌ترین کالاها – به غیر از آن چیزی که از درون زمین انتظار می‌رود: خاک. همه چیز با رنگ مدرنیته پوشیده شده است. به تعبیری دیگر، دستکاری سوژه، طبیعت را «غیب» کرده است. آیا روزی می‌رسد که در درون دریا هر چیزی بتوان یافت غیر از آب؟ در شهر، سوژه یا انسان کاملاً از طبیعت یا ابژه جدا شده و زندگی مصنوعی را دنبال می‌کند. در زندگی مصنوعی یا، به تعبیر آدورنو، «طبیعت ثانوی»، مقوله‌بندی ذهن و عقل جدید (مقولات شناختی کانت) وارد صحنه

زندگی هرروزه شده است. زیست جدید نیز متأثر از انتزاع فلسفه، انباشته شده است از مقولات عینی، مقولاتی که در تجسد انضمامیشان به هیئت جعبه‌های یک پازلند. کار انسان در شهر حرکت از جعبه‌ای به جعبه‌ای دیگر از طریق جعبه‌ای متحرک است در مسیر آسمان یا در دل زمین. با این منطق، مترو یکی از مهم‌ترین مقولات عینی جدید است.

#### ۴

فضای مترو شالوده نگرش انسان جدید را نسبت به زمین می‌شکند. درون زمین جایی می‌شود همچون روی زمین، داخل خانه‌ها و ادارات. جایی می‌شود همچون همه جا؛ و این همان «کلیت» نظم جدید است، کلیتی که مدرنیزاسیون با کمال بی‌رحمی و قدرت، برای رفاه متعلقاتش ساخته است. دیواره‌های روسپی مترو که هر روز به رنگی در می‌آیند و از محصولی ستایش می‌کنند، نیاز به مصرف را تا عمیق‌ترین لایه‌های زمین کشانده‌اند. گویی به نظر می‌رسد که دیگر جایی را نمی‌توان یافت که در آن، به تعبیر هابرماس، غیردموکراتیک‌ترین شکل ارتباطی، یعنی «تبلیغات»، را ندید. خزنده اعظم یعنی قطار برقی، آن وقت که می‌رسد، همه به استقبالش می‌روند. زنی جیغ نمی‌زند و مردی فرار نمی‌کند. سرخوشانه به درون شکم مار عظیم می‌روند و همچون طعمه‌ای بلعیده می‌شوند. آن‌ها در کام تکنولوژی و نظم جدید فرو می‌روند. مسافران زود جابجا می‌شوند تا به نقش خود در ساختار هر چه بهتر عمل کنند یا بهتر بگوییم: بلعیده شوند. هنگامی که ترافیک و شلوغی روی زمین بلعیدگی را دچار اختلال می‌کند، همه دست به دامن مار مسافرپر زیرزمین می‌شوند.

#### ۵

این مکانیسم بلعیدگی در پاره‌ای اوقات مختل می‌شود و از کار می‌افتد.

درست در همین لحظاتِ «ناکارآمدی» یا «فقدان» است که سوژه از دست رفته، خود را احیا می‌کند. اساساً یکی از مهم‌ترین زمان‌هایی که سوژه به احیای خود در جامعه مدرن متأخر می‌پردازد، زمانی است که تکنولوژی می‌ایستد یا در مکانیسم بلعیدگی روزمره اختلال ایجاد می‌شود. در این لحظات است که افراد در آمیزه‌ای از کلافگی و عصبانیت یا ترس، به یاد می‌آورند که خالق این شرایط خودشانند، چیزی که همواره در پشت هیبت تکنولوژی آن را فراموش می‌کنند. به تعبیر هایدگر، افراد فراموش می‌کنند که سوژه خالق این ابژه‌اند. آن‌ها تکنولوژی را موجودی قائم به ذات می‌انگارند.<sup>۱</sup> وقتی برق ایستگاه می‌رود و قطار می‌ایستد، یا درهای کابین‌ها به گونه‌ای هراس‌انگیز بسته می‌مانند، یا، به تعبیری دیگر، اقتدار تکنیک ناپدید می‌شود، سوژه خود را باز می‌یابد.

سوژه به گونه‌ای دیگر نیز در ایستگاه‌های مترو خود را می‌نمایاند: خودکشی. در فرانسه سالانه بیش از شصت شهروند با انداختن خود بر روی ریل مترو خودکشی می‌کنند. این آمار تقریباً در تمام کشورهای صنعتی و پیرامونی تکرار می‌شود. در سال ۸۶ روزنامه‌های ایران نوشتند که مردی میانسال پس از این‌که فریاد زد «شش ماهه که بی‌کارم»، خود را جلوی واگن‌های مترو انداخت و در دم جان داد.<sup>۲</sup> اینان همان کسانی هستند که دقیقاً به ابژگی خود در خلال زندگی جدید پی برده‌اند اما وضعیت انضمامیشان اجازه نداده است که آن را فراموش کنند. اینان با قربانی ساختن خودشان در پای یکی از مظاهر این از خودبیگانگی، سوژگی را احیا می‌کنند. در واقع، سوژه در این‌جا با فنا شدن، احیا می‌شود. اینان در واقع با انتخاب مترو به روشنی نشان می‌دهند که قربانی چه چیزی‌اند؛ اینان خود را از کوه پرت نمی‌کنند، بلکه مظاهر مدرنیزاسیون را برمی‌گزینند.

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: هایدگر، ۱۳۷۳.

۲. «خودکشی به سبک فرانسوی» در روزنامه کارگزاران، پنجشنبه ۱۳ دی ۱۳۸۶، ص ۱۱.

## ۶

شهر دیگر افقی رشد نمی‌کند. شهرهای امروزی عمودی‌اند. از بالاترین نقطه آسمان تا زیرزمین در اختیار شهر است. به تعبیر بودریار، همه چیز به زیربنایی غرق در نور و انرژی مصنوعی بدل شده است. این تحول در زندگی امروز، به کمک بزرگراه و مترو که رفت و آمد بهتر را امکان‌پذیر می‌سازند، ادامه می‌یابد. از طریق بزرگراه و مترو می‌توان بدون تماس با شالوده‌های شهر در آن عبور کرد. اکنون می‌توان در چند دقیقه از ری به میرداماد رفت و از محلات مختلف عبور کرد بی‌آن‌که آن‌ها را دید.

آن پایین در مترو، جهان یکرنگ است. ایستگاه پایین شهر با ایستگاه بالای شهر تفاوت عمده‌ای ندارد و همه چیز مثل هم است. در حقیقت، واقعیت انضمامی بیرون در ایستگاه مترو محو می‌شود و فاصله طبقاتی به نظر نمی‌رسد. تمایز، با چند پله که ما را به زیرزمین می‌برد، ناپدید می‌شود. اگر بولوارهای جدید چشمگیرترین ابتکار شهری قرن نوزدهمی هستند، مترو نماینده قرن بیستمی این ابتکار است. بولوارها به مثابه لوله‌هایی بودند که نقاط مختلف شهر را به یکدیگر متصل می‌ساختند و همه چیز را منتقل می‌کردند: فرهنگ، پول، فقر و... به عبارت دیگر، شهر به وسیله بولوارها متعلق به همه شد و حصارها شکست. مترو لوله‌های زیرکار است که وقتی پر می‌شوند، با فشار زیاد آدمیان را به بیرون پرت می‌کنند؛ گدایان و کارگران را به محل‌های کار خود در مناطق مرفه‌نشین یا بیرون از شهر و کارمندان را به مرکز شهر می‌رسانند.

در واقع، شبکه‌های حمل و نقل سازمان فضایی شهر را صورت‌بندی می‌کنند. توزیع مشاغل به طور عمده به قابلیت دسترسی و لذا به حمل و نقل بستگی دارد. وسایل حمل و نقلی همچون مترو رابطه میان محل سکونت و محل کار را تغییر داده‌اند و امکان دورافتادگی این دو را فراهم ساخته‌اند. مترو همچون هر وسیله نقلیه دیگری، شهرنشینی را به افزایش تحرک روزانه



متصل می‌کند و بی‌جهت نیست که پس از هزینه مسکن و غذا، هزینه حمل و نقل سومین هزینه عمده خانوارهای شهرنشین است.

## ۷

تهران بیش از آن که به سبب نرینگی‌هایش همچون برج آزادی و برج میلاد از دیگر شهرهای ایران متمایز باشد، با حفره‌ای به نام مترو متمایز شده است. در واقع، تهران با حفره منحصراً به فردش «دیگری» می‌شود (شهرستان - تهران) و خود را تبدیل به وضعیت آرمانی یا اسطوره‌ای می‌کند. تهران تنها شهری در ایران است که مدرنیزاسیون هم به آن وجوه مردانه بخشیده است هم وجوه زنانه؛ و در واقع، این شهر نه زنانه است و نه مردانه. تهران، همچون هر کلانشهر دیگری، «بی‌جنسیت» است و به همین علت، برای همه جذاب و وسوسه‌انگیز است: همه می‌خواهند در تهران یا تهرانی باشند.

امروزه، بر خلاف مدرنیته متقدم، همه چیز به وضعیت «نبودن» یا خالی بودن - به تعبیر لاکان، حفره - نزدیک می‌شود، حفره‌ای که همه در تلاشند آن را پر کنند.

## ۸

اولین باری که سوار مترو شدم، احساس کردم که در شهری مدرن زندگی می‌کنم، احساسی که در دفعه‌های بعد از بین رفت و درست یک بار در مترو بود که به این نتیجه رسیدم که ایران مدرن نمی‌شود.

ایستگاه مترو با طراحی داخلی‌اش، نور و تبلیغاتش و بیش از همه با سرعت و راحتی قطار زیرزمینی‌اش در اولین مواجهه حس پیشرفت و خشنودی را در من برانگیخت، و با هجوم آدم‌ها برای سوار شدن، بوی نامطبوع فضای داخل کابین‌های قطارش، بلند بلند صحبت کردن مسافران،

مترو ♦ ۶۵

حرف زدن آن‌ها با موبایل و از همه مهم‌تر با تکراری شدنش، حس عقب‌ماندگی و تنفر را تداعی کرد.

شهر با میانجی‌هایی همچون مترو، خالق حس دوگانهٔ عشق و تنفر نسبت به مدرنیته و انباشته از تناقض و تعارض است. مترو، همچون هر نشانهٔ مدرنیستی دیگری، ابژه‌ای تنفربرانگیز است که نمی‌توان بدون آن زندگی کرد.



## پاتوق

نویسنده اندیشه‌اش را روی میز مرمر کافه پهن می‌کند، و تعمقی دور و دراز؛ زیرا می‌خواهد پیش از رسیدن لیوان نوشیدنی از زمان استفاده کند.

والتر بنیامین

### ۱. گفتگو

پاتوق در بدو امر دو حوزه معنایی پیدا می‌کند: یکی «تجسم مکانی» پاتوق که همان کافه‌ها و قهوه‌خانه‌های قدیمی و کافی شاپ‌های جدید است، و دیگری «تجسم زبانی» آن که به منظور پاسخ به چرایی پاتوق، صورت‌بندی می‌شود. در حوزه معنایی اخیر، پاتوق را می‌توان «گفتگویی» فارغ از «نهاد» دانست، فارغ از نهادهایی همچون دولت، خانواده، مدرسه و دانشگاه. بدین ترتیب می‌توان با تمام نارسایی‌های احتمالی، این تعریف را از پاتوق بیان کرد: «گفتگویی فارغ از نهاد در کافه».

یورگن هابرماس، متفکر معاصر آلمانی، در کتاب تحول ساختاری حوزه عمومی که به تازگی به فارسی نیز ترجمه شده است از قهوه‌خانه‌ها به عنوان

یکی از مهم‌ترین مظاهر تجلی حوزه عمومی بورژوازی نام می‌برد. منظور او از حوزه عمومی عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحثه عقلانی گرد هم می‌آیند.<sup>۱</sup> حوزه عمومی در مقام یک مفهوم، محصول دوره روشنگری است. کانت ضمن ارائه تصویری لیبرالیستی از حوزه عمومی معتقد بود که کاربرد خرد هر فرد در امور عمومی می‌باید همواره آزاد باشد، و گرنه چنانچه در مباحثه عمومی محدودیت ایجاد شود، انجمن‌های سری تشکیل می‌شوند. رویکرد کانت، متأثر از عصر روشنگری، این بود که رذایل شخصی در حوزه عمومی به فضایل تبدیل می‌شوند. اما هگل بعد از رخدادهای دهشتناکی همچون انقلاب فرانسه، با دیدگاه رایج لیبرالیستی در باره حوزه عمومی مخالفت کرد و گفت که افکار عمومی افراد خصوصی که گرد می‌آیند تا جمع عامی تشکیل دهند، حاوی مبنای وحدت و حقیقت نیست. افکار عمومی از نظر هگل همواره به سطح افکار شخصی تعدادی اندک از مردم تنزل پیدا می‌کند. در واقع هگل رابطه کانتی میان افکار عامه و حقیقت را جدا می‌سازد. مارکس، بر دوش هگل، از عرصه عمومی به عنوان محل تجلی تعارضات طبقاتی نام می‌برد. از نظر وی، افکار عمومی در حوزه عمومی بورژوازی چیزی فراتر از آگاهی کاذب نیست.

هابرماس در نقد تأملات مارکسی در باره حوزه عمومی از این فرض دفاع می‌کند که می‌توان بدون منازعه خشونت‌آمیز به چیزی شبیه حوزه عمومی دست یافت. او در این راه به شکل‌های بالقوه دموکراتیکی که درون جامعه بورژوازی پدید آمده‌اند اشاره می‌کند و معتقد است که آن‌ها مباحثه در فضای عمومی را ممکن می‌کنند، مکان‌هایی مثل کافه‌ها، قهوه‌خانه‌ها و سالن‌های اپرا. هابرماس معتقد است که هر چند به سبب دخالت دولت در امور خصوصی و آمیخته شدن جامعه درون دولت در نظم جدید، شکل اولیه

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: هابرماس، ۱۳۸۶.

بورژوازی حوزه عمومی رو به افول نهاده است، اما می‌توان تلاشی مجدد در بازسازی این حوزه کرد.

کورسوی امید هابرماس برای احیای حوزه عمومی از پنجره نظریه «کنش ارتباطی» او می‌تابد. کنش ارتباطی به وضعیتی اشاره دارد که مفاهیمی بین‌الذهانی در خلال گفتگوی میان شهروندان ایجاد می‌شود. از نظریه این تفاهم، یگانه راه ممکن برای رهایی از فشارهای بی‌امان دنیای جدید سرمایه‌داری بر انسان است. همان‌گونه که ملاحظه شد، تئوری هابرماس ترکیبی است از دیدگاه‌های کانت، هگل و مارکس: حوزه عمومی عرصه‌ای است جهت بیان آزادانه دیدگاه‌های شخصی (کانت)، برای رسیدن به تفاهمی (هگل) میان افراد جامعه، به امید رهایی از فشارهای نظم سرمایه‌داری (مارکس).

«کنش ارتباطی» با گفتگو حاصل می‌شود. به همین دلیل است که هابرماس با تأکید بر فضاهای گفتگو، از احیای آن‌ها به عنوان راهی برای رسیدن به تفاهم عمومی و عقلانی دفاع می‌کند. یکی از مهم‌ترین فضاهایی که هابرماس در بررسی تاریخی خود به آن‌ها اشاره دارد قهوه‌خانه‌های دوره بورژوازی است.

قهوه‌خانه فضایی بود که افراد گوناگون بعد از ظهرهای خود را در آن می‌گذرانند و در مورد مسائل و معضلات زندگی روزمره‌شان مباحثه می‌کردند. هابرماس می‌نویسد: «[از قرن سیزدهم به بعد] به میزانی که دولت مدرن توانست از حوزه شخصی پادشاه فاصله بگیرد محفل اشرافی - درباری، نیز از دربار مستقل شد و به وزنه تعادل دربار در شهر تبدیل گردید. شهر، نه فقط به لحاظ اقتصادی مرکز جامعه مدنی بود، بلکه در تضادی سیاسی - فرهنگی با دربار قرار داشت و باعث رشد و شکوفایی حوزه عمومی ادبی شد، حوزه‌ای که نهادهای اصلی آن قهوه‌خانه‌ها، سالن‌ها و محافل بحث بودند» (هابرماس، ۱۳۸۶). این فرایند در قرن هفدهم و با پدید

آمدن نهادهای جدید شکل کامل‌تری به خود گرفت. قرن هفدهم زمانی بود که دربار صرفاً به جایگاه خانواده سلطنتی تبدیل شد که از بقیه جامعه جدا بود و جز در مناسبات رسمی قابل دسترس نبود. هابرماس می‌نویسد: «پدید آمدن نهادهای جدید باعث سیطره هر چه بیش‌تر شهر شد. این نهادها به رغم تفاهوتشان در فرانسه و بریتانیا کارکردهای اجتماعی یکسانی داشتند: قهوه‌خانه‌ها در دوران طلایشان بین سال‌های ۱۶۸۰ و ۱۷۳۰ در بریتانیا و سالن‌ها در دوره بین نیابت‌السلطنت و انقلاب در فرانسه. این‌ها مراکز نقد در بریتانیا و فرانسه بودند» (هابرماس، همان).

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این مکان‌ها «بیرون‌نهادی» بودنشان است؛ جایی هستند فارغ از حکومت (نهاد دولت) و خانواده (نهاد خصوصی). اساساً حوزه عمومی، جایی است در میان حوزه خصوصی و دولت. سوخت موتور حوزه عمومی، عقلانیت و مقصد آن تفاهم است؛ در حالی که در حوزه خصوصی، احساس و تعلقات شخصی فارغ از عقلانیت و در دولت، اقتدار و تنظیم حکمفرماست.

هابرماس، مهم‌ترین وجه سیاسی حوزه عمومی را «دموکراسی» می‌داند. از نظر وی، دموکراسی حاصل تضارب آزدانه افکار در حوزه عمومی و به رسمیت شناختن حوزه خصوصی و نتیجه عینی و طبیعی آن است. بار دیگر به تعریف ابتدایی خود از «پاتوق» باز می‌گردم: گفتگویی فارغ از نهاد در کافه. با نگاهی هابرماسی به پاتوق‌ها، در وضعیت آرمانی می‌توان مجموعه انسان‌هایی را دید که در مکانی فارغ از سلطه نهادی، از طریق گفتگو با یکدیگر به ایجاد یا تحکیم دموکراسی کمک می‌کنند.

## ۲. کافه یا کافه شاپ

بودلر، در قطعه سوم شعر بلند خود تحت عنوان «ملال پاریس» عاشق و معشوقی را توصیف می‌کند که در برابر کافه جدیدی در گوشه‌ای از بولوار

نوساز، پشت میزی نشسته‌اند. کافه با نوری خیره‌کننده می‌درخشد و در و دیوارها را روشن می‌سازد. عاشق و معشوق کنار یکدیگر و چشم در چشم هم نشسته‌اند که ناگهان با چشمان خیره‌افزادی ژنده‌پوش و فقیر مواجه می‌شوند و ...

همان‌گونه که شعر بودلر به روشنی تصویر می‌کند، کافه‌ها در شهر و در کنار خیابان یا بولوار می‌رویند. به تعبیر مارشال برمن، «بولوارهای جدید به واقع چشمگیرترین ابداع و ابتکار شهری قرن نوزدهم و معرف پیشرفتی قطعی در مدرنیزاسیون شهر سنتی بودند» (برمن، همان). بولوارها در واقع مجاری‌ای بودند که نقاط مختلف شهر را به یکدیگر متصل می‌ساختند. پایین شهر و حاشیه‌نشینان را به بالای شهر و طبقات مرفه وصل کردند. همان‌گونه که برمن می‌گوید، شاعر خود دلیل حضور ژنده‌پوشان در پشت شیشه‌های کافه را به دقت - چند کلمه قبل‌تر - ذکر کرده است: بولوار.

بولوارها و خیابان‌ها همچنین «بازار» را در سطح شهر پخش کردند. مغازه‌ها و فروشگاه‌ها به سبب آسانی عبور و مرور به مدد بولوارها و خیابان‌ها از مکان سنتی خودشان (بازار مرکزی) خارج و در تمامی شهر جاری شدند. حضور همه‌جایی «بازار» قدم زدن را به تمامی سطح حاشیه خیابان‌ها کشاند. پرسه‌زنان با همراهی بوتیک‌ها، بی‌وقفه خیابان‌ها را می‌پیمایند و شهر را به عنوان بارزترین و مهم‌ترین تجسد مدرنیته تجربه می‌کنند. پرسه‌زنی به عنوان بخشی از آداب زندگی شهری مدرن به بخشی جدایی‌ناپذیر از سوژه شهری تبدیل شده و مناسک‌وار تکرار می‌شود. در این وضعیت، کافی‌شاپ‌ها در نقش کاروانسراهای میان‌راهی ظاهر می‌شوند، جایی برای نشستن و تجدید قوا جهت ادامه فریضه. به همین سبب، پیوندی ناگسستنی میان کافه یا کافی‌شاپ و پرسه‌زنی وجود دارد. به تعبیر بنیامین بازار واپسین پاتوق پرسه‌زن است. در آغاز، خیابان بدل به نوعی اندرونی یا فضای داخلی برای او شده بود، اما اکنون این اندرونی جدید، بدل به خیابان



می‌شود و او درون هزارتوی کالاها پرسه می‌زند، همان‌گونه که زمانی درون هزارتوی شهر پرسه می‌زد. پرسه‌زن کسی است که خود را به دست امواج جمعیت می‌سپارد و در وضعیت کالا سهیم می‌شود.<sup>۱</sup>

نشانه‌های موجود در کافه در مطابقت و همسویی با معبد پرسه‌زن، یعنی «شهر»، برگزیده می‌شوند. شهر سده گذشته در اروپا، قهوه‌خانه‌ها یا کافه‌ها و شهر پست‌مدرن امروزی، کافی‌شاپ‌های چندمنظوره را در خود پرورش داده است. کافی‌شاپ‌ها نسبت به قهوه‌خانه‌های قدیمی فضای زنانه‌تری پیدا کرده‌اند به این معنا که جنسیت در کافی‌شاپ‌ها و کافه‌های جدید، به عنوان محیطی عمومی، خود را بیش از هر مکانی در شهر ظاهر می‌سازد. عاشق و معشوق یا دو جنس مخالف در جریان پرسه‌زنی، کنار هم راه می‌روند و نگاهشان به ویتترین‌ها و دیگر انسان‌هاست، نه به یکدیگر. کافی‌شاپ یا کافه با نوع خاص چینش صندلی‌ها و میز که آن را جذاب ساخته است فرصتی است تا دو جنس بار دیگر جنسیت خود را به یاد آورند و میل به دیگری را «بازتولید» کنند.

کافه‌ها و کافی‌شاپ‌ها به عنوان پاتوق‌های مدرن، همچون هر مکان دیگری، گفتمان یا نظام معنایی خاص خود را می‌آفرینند و بر سوژه‌ها تحمیل می‌کنند. این نظام معانی خالق رفتارها و کنش‌هایی است که در کنار یکدیگر و در مکانی خاص، کلیتی به نام «پاتوق» را در کافه می‌سازند.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های کافه یا کافی‌شاپ، حضور مرتب فالگیران یا کودکانی است که اشعار حافظ را می‌فروشند. آنان در کنار میزهای کافه‌نشینان بیش از هر چیز آفریننده خرسندی برای پرسه‌زنان خسته‌اند. پرسه‌زنان در خلال التماس‌های فالگیران و کودکان می‌توانند بار دیگر «تمایز» خود را با آن‌ها در ملأ عموم و مهم‌تر از آن برای خود، بازسازی کنند و از ته دل شاد شوند.

۱. برای مطالعه بیشتر تر بنگرید به: بنیامین، ۱۳۸۵.

تا به حال شده است از خود بپرسید: چرا حافظ؟ چرا ژنده‌پوشان شهری فال حافظ می‌فروشد؟ شعر حافظ دارای مجموعه نمادهای دوگانه‌ای است از حس تغزل نوستالژیک که به خوبی تناقض‌ها و چند چهره بودن انسان ایرانی را توجیه می‌کند، و این برای انسان صنعت‌زده امروزی که هنوز یک پا در گذشته دارد بسیار لذت‌بخش است. به این ترتیب هم خواست مدرن بودن او اجابت می‌شود (حضور در کافی شاپ) و هم حس نوستالژیک و تغزلی او نسبت به گذشته و سنت (حافظ‌خوانی). تجربه مدرنیته و زندگی شهری برای ما مالا مال است از این تناقض‌ها.

### ۳. مقاومت در برابر نهاد

در دنیای جدید و در قرن بیستم وضعیت آرمانی بیان (گفتگو) در میان افراد به اشکال ارتباطی غیردموکراتیکی همچون فعالیت‌های تبلیغاتی تبدیل شده است. امر مسلط با سیاست‌های حزبی و اقتصادی و نیز دستکاری رسانه‌های جمعی، وضعیتی را ساخته است که یورگن هابرماس از آن به «فتودالیزه شدن دوباره حوزه عمومی» یاد می‌کند. او می‌نویسد: «در روزگار ما اشکال بورژوازی، جای خود را به الگوهای جدیدی از جامعه‌پذیری داده است که به رغم تفاوت ملی و منطقه‌ای یک قدر مشترک دارند: هیچ یک از این الگوها جایی برای مباحثه ادبی و سیاسی باقی نگذاشته‌اند. ... امروزه فعالیت‌های فارغ‌دلانه توده مصرف‌گر فرهنگ در فضای اجتماعی گشوده‌ای اتفاق می‌افتد که نیازی به دامن زدن بحث‌های عمومی نمی‌بیند» (هابرماس، همان). هابرماس این وضعیت را محصول شخصی شدن امور و افول روابط عمومی می‌داند، وضعیتی که هر نوع مباحثه انتقادی را به امری مصرفی و سازمان‌یافته تبدیل ساخته است.

در شرایط جدید و در میانه هژمونی مسلط، برقراری امکان گفتگو و مباحثه عقلانی یا همان کمک به احیای حوزه عمومی، از ارکان مهم و اساسی

«مقاومت» در دورهٔ مدرنیته متأخر است. «مقاومت» یعنی جلوگیری از بازتولید هژمونی مسلط توسط نهادهای سلطه (دولت، خانواده، مدرسه، تلویزیون و ...). کافه‌ها و کافی‌شاپ‌ها بی‌شک مکان‌هایی هستند برای شکل‌گیری پاتوق‌ها، و پاتوق‌ها امکان‌هایی هستند برای مقاومت در برابر دستگاه تبلیغات یک‌سویه. پاتوق‌ها با روشن نگاه داشتن میدان‌های گفتگوی عمومی و مباحثهٔ عقلانی هم بیرون از سلطهٔ پدر خانواده عمل می‌کنند و هم فارغ از نظام معانی و عینی دولت، صورت‌بندی می‌شوند. در پاتوق‌های دوستی، زبان رسمی که در مدرسه آموخته می‌شود و در رسانه تبلیغ می‌شود، «شکسته» می‌شود و کلمات و عباراتی خارج از گفتمان رسمی به کار می‌رود. امر مقدس مصنوع، همچون بدن حاکم، دست انداخته می‌شود و در خلال این دست‌اندازی، بدن تحت فشار محکومین مجال قدرت‌نمایی می‌یابد. پاتوق‌ها در واقع لحظات کوتاهی هستند در درون ساختار رسمی که با وجودشان می‌توانند فشارهای ساختاری را قابل‌تحمل‌تر کنند.

## پاساژ

امروزه شاید برای بسیاری هیچ کاری به اندازه «خرید»، بالاخص خرید لباس، لذت بخش نباشد. تمام شهر پر شده است از مغازه‌ها و ویترین‌های رنگارنگ عرضه لباس و تماشاگرانی (گاه تبدیل می‌شوند به خریدار) که با ولع و پشتکاری قابل توجه در حسرت داشتن می‌سوزند. این میل باعث شده مراکز اصلی تجمع در شهرهای بزرگی همچون تهران، فروشگاه‌ها و مغازه‌های به هم پیوسته عرضه لباس و کیف و کفش باشد که تمام شهر را در برگرفته‌اند.

۱

نظریه‌پردازی در باره مراکز خرید مدرن در قالب سه پارادایم عمده صورت می‌گیرد. یکی از آن‌ها پارادایم چپ انتقادی است که می‌گوید مراکز خرید ماشین‌های تولید مصرف‌کننده‌های همسان هستند که در نهایت به تباهی آنان می‌انجامند. مهم‌ترین تئوری پرداز این پارادایم ژان بودریار است. او معتقد است که ما در جهانی زندگی می‌کنیم که مصرف تمامی زندگیمان را در برگرفته و از معنا تهی کرده است. بودریار می‌نویسد: «مصرف هیچ

محدودیتی ندارد. اگر این همان‌طور که ساده‌لوحانه فرض می‌شود، نوعی جذب و ولع باشد، پس باید به اقتناع دست یابیم؛ ولی می‌دانیم که چنین نیست. این وسواس مصرف نتیجه بعضی عوامل تعیین‌کننده روان‌شناختی و چیزهایی شبیه به آن نیست. صرف قدرت رقابت و همچشمی هم نیست. اگر مصرف مهارنشده‌ای به نظر می‌آید به این علت است که تجربه‌ای تماماً ایدئالیستی است که دیگر (فراتر از حد معینی) چیزی برای ارضای نیازهای اصیل و واقعی ندارد. تمایل به تعدیل مصرف، اخلاقی‌گری ساده‌لوحانه و بیهوده‌ای است» (Baudrillard, 1988: 24-5). از نظر بودریار، مصرف به نوعی سطح نمادین تقریباً اثری یا فوق واقعی تبدیل شده است، به طوری که دیگر تصور خریدن است که مانند عمل خریدن برای بسیاری از مزدبگیران انگیزه کار درست می‌کند.

دیگرانی همچون گراسبرگ تحت تأثیر دو سرتو از استعاره فریب، اغوا و نیرنگ در مورد فضاهای استراتژیک مراکز خرید استفاده می‌کنند. از نظر گراسبرگ، مراکز خرید چشم‌اندازهایی هستند که به نظر می‌رسد بناست مصرف‌کنندگان را به خواست خود برسانند، اما قصه این است که در پشت این نمای به ظاهر پرزرق و برق مگاکمی ژرف نهفته است.<sup>۱</sup> در واقع، از خودبیگانگی مصرف کالا، خود را در پشت نقاب کارناوال مراکز خرید پنهان کرده است.

دومین پارادایم در بررسی مراکز خرید از آن مکتب بیرمنگام (مطالعات فرهنگی) است. جان فیسک سعی می‌کند از خرید به عنوان امری کارناوالی، زنانه و رهایی‌بخش تفسیر خوش‌بینانه‌ای به دست دهد. از نظر فیسک، جوانان و زنان با قدم زدن در مراکز خرید فضاهایی برای «مقاومت» در برابر محدودیت‌های خود در خانه و جامعه ایجاد می‌کنند. فیسک می‌نویسد:

۱. به نقل از پایان‌نامه دکتر عباس کاظمی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.

«جوانان به جای خرید کالا به تماشا و اشغال فضا می‌پردازند، نوعی مصرف لذت که سودی مادی برای کسی ندارد. آن‌ها واقعاً از بالا و پایین [کردن و] رژه رفتن، آزردن مصرف‌کنندگان واقعی و نمایندگان قانون و نظم، و به رخ کشیدن تفاوت‌هایشان لذت می‌برند. کلیسای مصرف‌گرایی با یک تجربه مخالفت فرهنگی روبرو شده است» (باکاک، ۱۳۸۱). در واقع، در این پارادایم، خرید و پرتی در مراکز خرید کنشی است برای رهایی از فشارهای حاکم که نظام دقیق و رسمی سرمایه‌داری بر افراد اعمال می‌کند.

سومین پارادایم مهم در نظریه‌های پیر بوردیو ظاهر می‌شود. بوردیو پروژه «خرید» و مراکز خرید را در فهم مناسبات اجتماعی و سرمایه‌های نمادین بررسی می‌کند و از آن به عنوان عرصه‌ای «هویت‌بخش» نام می‌برد. او سعی دارد نشان دهد که چگونه افراد در درون طبقات اجتماعی - اقتصادی متفاوت از میان انواع گزینه‌ها، انواع خاصی از کالاهای مصرفی، روش‌های غذا خوردن، مبلمان و تزئین داخلی منزل را به کار می‌گیرند تا روش زندگی مجزای خود را مشخص کنند و خود را از دیگران متمایز سازند. از نظر او، مصرف را باید در دل دسته‌ای از اعمال اجتماعی و فرهنگی، راهی برای ایجاد تمایزات بین گروه‌های اجتماعی دانست، نه صرفاً راه و روشی جهت بیان تفاوت‌هایی که در نتیجه عوامل اقتصادی قبلاً به وجود آمده‌اند.<sup>۱</sup>

## ۲

نیل اسملسر<sup>۲</sup> در کتاب ارزشمند جامعه‌شناسی اقتصادی می‌گوید: «معامله از طریق چانه‌زنی و قیمت‌گذاری ترجیحی مبتنی بر روابط گروه‌گرایانه، در ساختارهای بازار غرب معاصر کاهش یافته است، گرچه به کلی از میان نرفته است. به جای آن عمل قیمت‌گذاری استاندارد برای محصول برقرار شده

۱. بنگرید به: Pierre Bourdieu (1984).

2. Neil Smelser

است. خریدار می‌تواند قیمت را بپذیرد یا رد کند، ولی معمولاً نمی‌تواند در آن تغییری بدهد. این اتفاق بیش از هر چیز مدیون تولید متمرکز و توزیع انبوه کالا است که روابط شخصی میان فروشندگان و خریداران را ضعیف ساخته است» (اسملسر، ۱۳۷۶).

مشاهدات متعدد ما از پاساژهای پر زرق و برق تهران که انباشته از لباس و کفش و مانتو است، هرچند واقعیتهای را که اسملسر بدان اشاره کرده است نشان می‌دهد، اما از واقعیت دیگری نیز خبر می‌دهد. در پاساژ مدرن ایرانی، کنش چانه‌زنی واقعی جای خود را به چانه‌زنی تظاهری داده است. تماشاگران (به ظاهر خریداران) با نمایشگران (به ظاهر فروشندگان) برای کاهش قیمت کالا وارد تعامل و گفتگو نمی‌شوند، بلکه آن‌ها از خود «چانه‌زدن» لذت می‌برند، نه از کاهش قیمت. آن‌ها در اصل «خریدار» نیستند. نمایشگر و تماشاگر به دنبال فرصت گفتگو هستند. در بازار سنتی، خریدار برای خرید کالای مورد نیاز سعی دارد با فروشنده بر سر قیمت کالا چانه بزند و تا حد امکان، قیمت را کاهش دهد؛ اما در پاساژ مدرن، چانه‌زنی تماماً صوری است، زیرا اولاً بازار کالا در وضعیت جدید، به گفته اسملسر، از قیمت استاندارد تبعیت می‌کند، و ثانیاً همواره از تظاهر به چانه‌زنی به عنوان امکانی برای آغاز گفتگو بهره گرفته می‌شود.

### ۳

تعامل در پاساژ مبتنی بر مراجعه تماشاگر (خریدار) است، اما تعامل در بازار، مبتنی بر فروش کالا (محصول) است. در پاساژ غالباً امکان تعویض یا پس دادن کالای خریداری شده وجود دارد، اما در بازار کالای فروخته شده، یا قابل پس دادن و تعویض کردن نیست یا به سختی می‌توان این کار را انجام داد. وسواس بیش از اندازه نسل قدیم در خرید و خرید سریع و بی‌وقفه مدرن در پاساژ، گویای تفاوت قابلیت تعویض کالا بین بازار و پاساژ است. به تعبیر

دیگر، در خرید غیرمدرن «زمان» مصرف می‌شود؛ خرید در بازار، مناسبی بود که می‌باید از چندی قبل برای آن برنامه‌ریزی کرد و وقت خاصی به آن اختصاص داد. اما خرید در دوره مدرن، پراکنده و همه‌زمانی است. بازار در دوره جدید گستردگی و پراکندگی پیدا کرده و تمام حاشیه خیابان‌ها را در بر گرفته است و فرد در دوره جدید برای هر کاری که از خانه خارج شود، امکان دارد خرید نیز کند.

#### ۴

سوزان لنگر با استفاده از مفهوم «غیربرهانی»، به اهمیت «نماد» پرداخت و بحث او بسیار مورد توجه جامعه‌شناسان در حوزه «مصرف» قرار گرفت. وی، برخلاف اثبات‌گرایان که معنادار بودن را محدود به منطق، علم و ریاضیات می‌کردند، معتقد بود که در هنر، مذهب و رؤیا نیز معنا وجود دارد، هرچند از نوع اخلاقی و عاطفی.

لنگر در کتاب فلسفه در مایه‌ای جدید<sup>۱</sup> می‌نویسد: «در انسان یک نیاز اولیه وجود دارد که احتمالاً سایر مخلوقات فاقد آن هستند و تمام خواست‌های به ظاهر غیرجانوری او، خیال‌پردازی حسرت‌بار او، آگاهی‌اش از ارزش، شور و شوق کاملاً غیرعملی‌اش و آگاهی مملو از تقدس از آخرت را برمی‌انگیزد. این نیاز اولیه، که صرفاً در انسان مشهود است، نیاز به نمادپردازی است. کارکرد نمادسازی، همچون خوردن، نگاه کردن یا گردش، یکی از فعالیت‌های اولیه انسان است. نمادسازی، فرآیند اساسی ذهن اوست و همیشه ادامه دارد» (به نقل از باکاک، همان).

لنگر، برخلاف مارکس که «آگاهی» را مایه تمیز انسان از دیگر جانوران معرفی می‌کند، «نماد» را در این مقام می‌نشانند. به تعبیر باکاک از اندیشه لنگر،

---

1. *Philosophy in a New Key*



نماد، که می‌تواند دارای معنایی ناخودآگاه باشد، به‌طور ضمنی حاکی از مفهومی است که منتقل می‌کند و مهم نیست که شیء یا حالتی که نماد به آن ارجاع دارد در محیط، غایب باشد یا حاضر. از این منظر که بنگریم، فرایند مصرف، فرایند اجتماعی، فرهنگی و نمادینی است که برخلاف تلقی لیبرالیسم کلاسیک و مارکسیسم ماده‌گرایانه، کاملاً اقتصادی نیست. مصرف با بازی نمادها، و نه صرفاً با ارضای نیازهای مادی، سروکار دارد. در پاساژ، نمادها هستند که ارائه و خریداری می‌شوند.

لباس‌ها و کفش‌های چیده شده در قفسه‌ها و پشت ویترین‌ها با آن نورپردازی عالی، ابزاری هستند برای خلق نمادین هویت. مصرف کالاهای قفسه‌ها و پشت ویترین دیگر تنها ارضای دسته‌ای از نیازهای زیستی نیست، بلکه روندی است که در آن خریدار از طریق به نمایش گذاشتن کالاهای خریداری شده و حتی تنها با حضور فیزیکی در پاساژ و پرسه‌زنی در میان خیل عظیمی از پرسه‌زنان دیگر، در تلاش برای خلق و حفظ یک «هویت» است، هویتی که با نمادهای مصرفی تولید می‌شود. در پاساژهای شهرهای مدرن ایران افرادی را مشاهده می‌کنیم که از الگوی مصرفی مشخصی تبعیت می‌کنند، بدون این‌که در طبقه اقتصادی، اجتماعی یا منزلت یکسانی قرار داشته باشند؛ تا جایی که طبقه اقتصادی و اجتماعی آن‌ها در پشت نمادهای مصرفیشان قابل تشخیص نیست. شاید بتوان گفت که کالا دیگر تنها برای ارضای نیاز نیست، بلکه نمادی است که منزلت و طبقه می‌سازد. در پاساژها با «مارک»های متحرک روبرویم، مارک‌هایی که حتی دیگر نمی‌توان تشخیص داد اصلند یا تقلبی.

## شعر - شهر

۱

والتر بنیامین در مقاله «قصه گو؛ تأملاتی در آثار نیکلای لسکوف»<sup>۱</sup> جهانی را وصف می‌کند که به سبب مدرنیزاسیون و جنگ ویران شده و در آن بدن آدمی زیر فشارهای جنگ صنعتی مدرن له شده است. در چنین وضعیتی، زندگی روزمره آدمیان دستخوش تحولات شگرفی شده و ضرباهنگش تغییر اساسی کرده است. بنیامین مهم‌ترین تحول رخ داده را در زندگی روزمره دوران جدید، سرگردانی «تجربه» می‌داند. او می‌گوید شاید در دوره جدید به سبب اتفاقات متعدد و متنوع، بر تعداد تجربه‌های انسان‌ها افزوده شده باشد، اما این تجربه‌ها سرگردانند؛ زیرا نمی‌توانند درون معنای زندگی جای گیرند. از نظر بنیامین، تجربه‌های روزمره مدرن نمی‌توانند شکلی قابل تبادل پیدا کنند و به همین سبب قابلیت شناخت، نقد و تغییر را نیز ندارند. ریچارد پالمر نیز در بررسی‌های خود در باره مفهوم «تجربه» نزد

---

۱. برای مطالعه بیشتر تر بنگرید به: بنیامین، ۱۳۷۵.

نویسندگان آلمانی بر این مسئله تأکید دارد که - تحت تأثیر دیلتای - در سنت آلمانی، بین دو نوع تجربه تفاوت است؛ یکی تجربه زنده و زیست شده یا تجربه آنی (Erlebnis) و دیگری تجربه جمعی و انباشت‌پذیر (Erfahrung) که قابل تبادل و تعامل است. تجربه آنی یا زیسته، تجربه‌ای خام، ابتدایی و بی‌واسطه است که به پیش‌زبان و پیش‌تأمل تعلق دارد و در زبان آلمانی هم‌ریشه با فعل زیستن (leben) و دال بر بی‌واسطگی خود زندگی در برخورد ما با آن است. پالمر می‌نویسد: «[در اندیشه دیلتای] تجربه معنادار نقاشی، از باب مثال، شاید متضمن دیدارهای جداگانه‌ای از حیث زمان باشد و همچنان تجربه (Erlebnis) نامیده شود. تجربه عشق رمانتیک مبتنی بر دیدار نیست اما وقایعی با نوع و زمان و مکان متفاوت به وجود می‌آورد، و وحدت معنای آن‌ها در مقام 'تجربه' آن‌ها را از جریان زندگی بالاتر می‌برد و آن‌ها را در واحدی دارای معنا یگانه می‌کند، و این تجربه (Erfahrung) است» (پالمر، ۱۳۷۷). این نکته به این معناست که تجربه جمعی است که تجربه‌های زیسته را به لحاظ اجتماعی معنادار می‌سازد.

در دیدگاه بنیامین، مشکل مدرنیته امروزی این است که تجربه زیسته نمی‌تواند به شکل تجربه تبادل‌پذیر عرضه شود. انسان مدرن در زندگی روزمره خود از تجربه‌های زیسته اشباع شده، بدون این‌که بتواند این تجربه‌ها را با دیگران مبادله کند. در فقدان تجربه به معنای Erfahrung، تجربه‌های مربوط به Erlebnis متعدد، بی‌معنا و سرگردانند.

بنیامین این بحث را در مقاله دیگری تحت عنوان «در باره برخی مضامین و دستمایه‌های شعر بودلر»<sup>۱</sup> ادامه می‌دهد. او در این مقاله برای بودلر نقشی ویژه قائل می‌شود. از نظر بنیامین، بودلر کسی بود که توانست به تبادل‌پذیر ساختن تجربه دست بزند. او قادر بود تجربه اندیشیده شده را به تجربه زیسته

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: بنیامین، ۱۳۷۷.

پیوند دهد. بر این اساس، اهمیت اشعار بودلر در این است که اجازه می‌دهد تجربه زیسته به میانجی تجربه تبادلی پذیر و اندیشیده شده، صورت‌بندی شود. این صورت‌بندی از نظر بنیامین مهم‌ترین نقش را در فهم و نقد زندگی روزمره بازی می‌کند.

انتقاد اساسی بنیامین بازمی‌گردد به فروکاستگی تجربه‌های جمعی ما به تجربه‌های شخصی یا، به تعبیری دیگر، افول تجربه‌های جمعی. از نظر او، در تجربه جمعی است که می‌توانیم تبادل و فهم را ببینیم. مسئله بنیامین این است که در دوران مدرن با انباشت تجربه‌های زیسته‌ای مواجه هستیم که قابلیت تبادل و نقد ندارند. تجربه اگر بخواهد به میدان نقد وارد شود باید تجربه‌ای جمعی و تبادلی پذیر شود. دغدغه وی این است که تلاش کند چنین تجربه‌های زنده و منحصر به فردی را به تجربه‌های جمعی و قابل تبادل گره بزند.

دیلتای نیز به دنبال ابزارهایی بود تا به کمک آن‌ها فهم تجربه‌های زیسته ممکن شود. این ابزارها بی‌شک، همان‌گونه که باختین مطرح می‌کند، از دل زندگی روزمره بیرون می‌آیند، نه فنون تبیینی. شعر یکی از این ابزارهاست. بنیامین سعی داشت نشان دهد که شعر شارل بودلر - به عنوان نخستین شاعر مدرن - چگونه توانست ابهام‌ها و تناقض‌های مدرنیته و آمیختگی زیبایی و زوال، فرهنگ و فساد در زندگی مدرن را به مثابه تجربه‌ای زیسته روایت کند (یعنی به صورت تجربه‌ای قابل تبادل درآورد). در واقع، شعر یکی از مهم‌ترین ژانرهایی است که می‌تواند نوعی تجربه جمعی را برای جامعه بسازد. شعر با روایت تجربه زیسته، تجربه اندیشیده می‌سازد. روایت یا زبان - در این جا شعر - مهم‌ترین عامل است. تجربه زیسته تا به وسیله زبان شاعرانه روایت می‌شود، تبدیل به تجربه اندیشیده و تبادلی پذیر می‌شود. در این میان، برخی روایت‌ها از میان انواع روایت‌ها بیش‌تر مبادله می‌شوند یا اهمیت بیش‌تری پیدا می‌کنند. به تعبیر بنیامینی، بودلر از این جهت مهم‌تر است که روایتش از تجربه زیسته‌اش (مثلاً زندگی در پاریس) از دیگر

روایت‌ها اثرگذارتر بوده است. نکته این جاست که این اشعار یا شاعران اثرگذارتر در واقع همان‌هایی هستند که تجربهٔ جمعی را می‌سازند، تجربهٔ جمعی جامعه، نسل یا طبقه‌ای خاص را. از این رهگذر است که فهم این گفتهٔ دیلتای برای ما ممکن‌تر می‌شود که جهان‌بینی هر قومی را شاعران آن قوم می‌سازند.

## ۲

شاعران ما برای ما چه جهان‌بینی‌ای ساخته‌اند؟ تجربه‌های زیسته‌ای که آن‌ها روایت کرده‌اند چه نوع تجربهٔ جمعی را ساخته است؟ در بارهٔ جامعه‌مان هر طور که داوری کنیم، همان داوری را - منطقاً و با پذیرش سخن دیلتای - به نوعی باید نسبت به شاعرانمان نیز روا داریم، و بالعکس.

بخش مهمی از باورها، ایده‌ها و مکانیسم‌های رفتاری هر جامعه‌ای را می‌توان در «ادبیات» آن جامعه تبارکاوای کرد. به عبارت دیگر، یکی از مهم‌ترین طرح‌های تحقیقی در شناخت هر جامعه‌ای بررسی دیالکتیک آن جامعه و ادبیات آن است. به عنوان مثال، نسبت ما با مدرنیته، هم در ادبیات و شعر مدرن ما انعکاس یافته است و هم ادبیات و شعر مدرن ما این نسبت را صورت‌بندی کرده‌اند؛ این همان دیالکتیک ادبیات و جامعه است.

## ۳

لوکاچ در نظریهٔ رمان تأکید می‌کند که ژانرهای ادبی در هر دوره‌ای با خصوصیات واقعی و اشکال زندگی آن دوره سازگارند، و این اشکال هستند که ژانر ادبی را خلق می‌کنند. برای شناخت انضمامی هر دوره نیز راهی باقی نمی‌ماند جز شناخت اجزا و عناصر آن دوره همچون ادبیات.

سوژهٔ مدرن در رمان (مهم‌ترین ژانر ادبی دنیای جدید) به مفهوم لوکاچی اش هیچ‌گاه در ایران - با اغماض به غیر از بوف کور هدایت - شکل

واقعی به خود نگرفته است. در سال‌های گذشته، رمان‌ها غالباً داستان‌های بلندی بوده‌اند یا در ستایش روستا و در فضایی غیرشهری و غیرمدرن - به عنوان مثال کلیدر محمود دولت‌آبادی - یا در شرح ماجرای ساده و بسیط عشقی نافرجام یا قتل‌ی بدفرجام بدون نشان دادن هیچ‌گونه فردیت و تناقضی در زندگی مدرن.

سترونی رمان در ایران از یک سو، و جعل داستان‌های بلند به جای رمان از سوی دیگر، بیش از هر چیز گویای چگونگی رابطه میان مدرنیته و روشنفکران ایرانی است. عامل اصلی ایجاد این فضای ادبی غیرمدرن جامعه‌ای بوده که نویسنده و روشنفکرش نیز تنها در حال تجربه مدرنیزاسیون بوده‌اند، نه مدرنیسم.

در دوران منتهی به انقلاب، تجربه زیسته مدرن شهری تا حدودی به ادبیات نفوذ پیدا کرد، اما این بار نیز تنها در مقام امکانی سمبولیستی و البته بیش‌تر در تنها ژانر ادبی قابل توجه در ایران یعنی شعر. به عنوان نمونه سیاوش کسرایی در شعری تحت عنوان «قصیده دراز راه رنج تا رستاخیز» که در آذر ۱۳۵۷ سروده است می‌گوید:

از خانه بیرون زدم

تنها

که در خود نمی‌گنجیدم

چنان که جمعیت در خیابان و

خیابان در شهر

نه

دلکاسه، حوصله دریا نداشت.

جانوری بودم

شاید ازدهایی

که دهانم  
 در کار بلعیدن «شهید»<sup>۱</sup> بود و  
 دُمم  
 «پل چوبی» را نوازش می‌کرد  
 های های  
 افسانه از واقعیت جان می‌گرفت.

...

توده تیره‌ای بودیم  
 خال کبود غم  
 برگونه شهر  
 و در برابر دشمن سربی  
 کوره‌ای گداخته از خشم.<sup>۲</sup>

همان‌گونه که روشن است، تهران و مناطقش (میدان شهید و پل چوبی) در این دوره، محل ظهور و بروز کنش انقلابی است. وضعیت آن روز به تمامی در شعر ظاهر شده و عناصر روزمره شهری با واسطه انقلاب در متن ادبی انعکاس یافته است. در این دوره (سال‌های انقلاب) شهر وارد ادبیات می‌شود، اما به گونه‌ای ثانوی. هیچ سخنی از خود شهر نیست، بلکه شهر در این متن واسطه‌ای است برای اعتراض و انقلاب، جایی که جمعیت در آن می‌خروشد. در گفتمان حاکم بر ادبیات و شعر ایرانی، تنفر از مدرنیته انعکاس روشنی یافته است. در سال‌های بعد از مدرنیزاسیون دستوری رضاخان و نیز در دوره پهلوی دوم، روشنفکران مواجهه خود را با تهران - به عنوان تجسد مدرنیزاسیون - به گونه‌ای عیان انعکاس داده‌اند. احمد شاملو در شعری که در سال ۱۳۳۰ سروده است می‌گوید:

۱. نام سابق میدان آزادی. ۲. سیاوش کسرایی، ۱۳۸۰.

بدن لخت خیابان  
 به بغل شهر افتاده بود  
 و قطره‌های بلوغ  
 از لمبرهای راه  
 بالا می‌کشید ...  
 خیابان برهنه  
 با سنگفرش دندان‌های صدفش، دهان گشود  
 تا دردهای لذت یک عشق  
 زهر کامش را بمکد  
 و شهر بر او پیچید  
 و او را تنگ‌تر فشرد  
 در بازوهای پرتحرک آغوشش.<sup>۱</sup>

شهر در این دوره فضایی حس می‌شد که با انسانیت، خوبی، عشق و ... در تضاد است و به نابودی این‌ها می‌انجامد. در واقع، شهر در شعر شاعران پلی بود که می‌توانست حس تنفر نسبت به مدرنیزاسیون رضاخانی و آمرانه را انتقال دهد. شاملو به صراحت می‌گوید:

و معبر هر گلوله بر هر گوشت  
 دهان سگی است که عاج گرانبهای پادشاهی را  
 در انوالیدی می‌جود.  
 و لقمه دهان جنازه هر بی‌چیز پادشاه

رضاخان!

شرف یک پادشاه بی‌همه‌چیز است.<sup>۲</sup>

۱. احمد شاملو، ۱۳۸۳. ۲. همان.



محمدعلی سپانلو نیز در شعری تحت عنوان «خیابان» که در سال ۱۳۳۹ سروده است می‌گوید:

شهر با قلب فلزی می‌تپد آرام  
 تابلوهای نئون بر سردر هر سینما هر کافه می‌لرزد  
 تا نسیم خاکپوش خواب تابستان  
 بر جبین خانه‌های آجری افسانه می‌گوید  
 بوی گازوئیل، بوی قهوه، بوی اسب  
 در شب پردود می‌روید ...  
 در خیابان‌ها گیجاگیج  
 مست‌ها در کار استفراغ،  
 سایه‌ها در حاشیه‌ها منتظر  
 و چراغ برق در گاز شبانگاهی ...  
 در خیابان پر از قاتل  
 یک نفر مأمور پیدا نیست.  
 با چراغ قرمزی  
 در سه‌راه شاه  
 (این سه‌راه چارراه پوچ)  
 راه‌ها بسته است...!

تصویر رمانتیک نفرت از شهر، در دوره انقلاب جای خود را به تصویر سمبولیستی از آن می‌دهد. به غیر از شعر کسرابی - که به آن اشاره شد - به شعر دیگری در این دوره نگاهی می‌اندازیم. شاملو در شعری تحت عنوان «بچه‌های اعماق» می‌گوید:

در شهر بی خیابان می‌بالند  
 در شبکه مورگی پس‌کوچه و بن‌بست،  
 آغشته دود کوره و قاچاق و زردزخم  
 قاب رنگین در جیب و تیر کمان در دست،  
 بچه‌های اعماق  
 بچه‌های اعماق.<sup>۱</sup>

«در شهر بی خیابان می‌بالند» اشاره به این دارد که بچه‌های اعماق - که در ادامه شعر تبدیل به «کاوه‌های اعماق» خواهند شد - یعنی همان انقلابیون، کسانی هستند که در خیابان نبوده‌اند، بلکه در شبکه مورگی پس‌کوچه‌ها و بن‌بست‌ها بزرگ شده‌اند. آن‌ها از خیابان متنفرند و بر ضد آن می‌شورند؛ با تیر و کمان در دست. بچه‌هایی که آغشته به دود کوره و قاچاق و زردزخم (نتایج منفی مدرنیزاسیون) هستند. این بچه‌ها با حنجره خونینشان می‌خوانند و این وضعیت را کاوه‌وار تغییر می‌دهند:

با حنجره خونین می‌خوانند و از پا درآمدنا  
 درفشی بلند به کف دارند  
 کاوه‌های اعماق  
 کاوه‌های اعماق.<sup>۲</sup>

طبق نظریه‌های اجتماعی - روانکاوانه، هرگاه چیزی کم‌ارزش و تنفربرانگیز می‌شود، چیز دیگری آرمانی می‌گردد. آرمانی ساختن روستا بعد از انقلاب، محصول نفرت از شهر بود که خود را در ستایش زبانی از فضای اصیل یا دست‌نخورده روستا نشان داد. بری ریچاردز می‌نویسد: «در قضیه آرمانی ساختن مناطق روستایی، پیکر شهر عرصه خطر و ناپاکیزگی، یا محیط

۱. احمد شاملو، همان. ۲. همان.

خفقان آور، یا مکانی از هم گسیخته و غیرعادی، و از این قبیل قلمداد می‌شود. به بیان دقیق‌تر، در این فرافکنی‌ها خصمانه‌ترین ویژگی‌ها به مناطق مرکزی شهر نسبت داده شده‌اند، به نحوی که این بخش از شهر محل رشد بدخیم‌ترین غده‌هایی قلمداد گردیده که ممکن است در پیکر ملت شکل بگیرند» (ریچاردز، همان).

نبود سوژه مدرن در رمان و انعکاس تنفر از شهر در شعر قرن بیستم ایران بازتاب نحوه آشنایی ما با مدرنیته است. تغییراتی که جامعه ایران از اواخر قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم در راه رسیدن به مدرنیته از سرگذراند، همچون غیرشخصی شدن روابط اجتماعی، ورود فرهنگ پولی و مبادله‌ای، و چون و چرا کردن در ارزش‌های سنتی، فرهنگ عینی جامعه را تغییر داد. در این وضعیت، فرد درون مجموعه پیچیده‌ای از روابط غرق می‌شد که با آن احساس نامأنوسی و عدم قرابت می‌کرد؛ به تعبیر دیگر، مدرنیته و مدرنیسم برای او «دیگری» شده بود که هر لحظه بیش‌تر او را از گذشته نوستالژیکش جدا می‌ساخت. این وضعیت برای فرد سازنده خواسته‌های ارضاننده‌ای همچون بود که از دل شرایط جدید برمی‌خاست، ارضا نشدن خواسته‌هایی همچون حس منحصر به فرد بودن و یگانگی با جهان (انطباق سوژه و ابژه)، که درون ساختار پیچیده جدید رنگ می‌باخت، حس تنفر را نسبت به شرایط تازه در او برمی‌انگیخت.

فرد ایرانی در حالی که از امکانات و شرایط دنیای جدید به واقع استفاده می‌کرد، از آن‌ها متنفر بود و این تنفر را در شعر یا هر جای دیگر یا به هر وسیله دیگری انعکاس می‌داد و بازگو می‌کرد. نکته این جاست که کسانی به ستایش نفرت شاملو از شهر در قالب شعر، می‌پرداختند که خود در شهر زندگی می‌کردند - و می‌کنند - و با اتومبیل شخصی، خیابان‌ها را می‌پیمودند تا در محل شعرخوانی او حاضر شوند؛ همچون خود شاعر. آن‌ها همان

کسانی هستند که درون مناسبات شهری هرروزه زندگی می‌کنند و حتی لحظه‌ای حاضر نیستند به روستاها مهاجرت کنند یا سبک زندگی شهری خود را تغییر دهند. در واقع، آن‌ها ستایشگران واقعی فرهنگ عینی مدرنیستی هستند که در انتزاع خود، ضد آن برمی‌آشوبند و در خیال خود با آن در ستیزند. این ستیز ذهنی و کلامی بارها و بارها در ادبیات، فرهنگ عامیانه و گفتگوهای روزمره خود را نشان می‌دهد؛ اما در واقعیت، فرد را هرچه بیشتر به آنچه از آن احساس تنفر می‌کند می‌چسباند. برمن می‌نویسد: «هرقدر گوینده‌ای شهر را با شدت و حدت بیشتر تری محکوم کند، تصویر آن را با درخشش و شفافیت بیشتر تری ترسیم کرده و بدان جذابیت بیشتر تری می‌بخشد» (برمن، همان). به عبارت دیگر، هر قدر که فرد سعی می‌کند خود را بیشتر از شهر منفصل سازد، به صورتی عمیق‌تر با آن یکی می‌شود و نیاز حیاتی‌اش به زندگی در شهر را روشن‌تر می‌سازد. نفرت انعکاس یافته‌اش او در واقع گویای وضعیت اوست، وضعیتی که مالا مال از عشق عینی به مدرنیته و تبلور آن، یعنی شهر، است.

حس توأمان عشق و نفرت نسبت به مدرنیته در زندگی روزمره، یکی از مهم‌ترین مظاهر وضعیت تناقض‌آمیز زندگی مدرن ماست. شهرنشینان همواره از مظاهر مدرنیته گله و شکایت می‌کنند - ماشین‌ها، آلودگی هوا، ترافیک، خیابان‌های متعدد، بزرگ شدن شهر، آلودگی صوتی، و غیره - اما در واقع، در همان لحظه‌ای که لب به اعتراض می‌کشند و حس تنفر خود را بیان می‌کنند، عاشقانه شهر را با تمام مشکلاتش ستایش کرده‌اند؛ زیرا که خود نیز جزئی از این وضعیتند و از این که جز این باشند (سستی نامیده شوند یا روستایی باشند) هراس دارند. در واقع، به بیان زیملی می‌توان گفت که جدایی فرهنگ عینی و فرهنگ ذهنی، که در کلانشهرها به اوج خود می‌رسد و گویای گسست ذهن و عین است، از ویژگی‌های مهم تماس با دنیای جدید

است.<sup>۱</sup> این جدایی که در لایه‌های مختلف زندگی روزمره تمامی کسانی که مدرنیته را تجربه می‌کنند قابل رؤیت است، در ادبیات مدرن ما خود را به روشنی عرضه می‌دارد. این همان دیالکتیک ادبیات و جامعه است.

---

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: زیمل، ۱۳۸۰.

بخش دوم

شهر - بدن



## باریک اندامی

۱

لاغری و باریک اندامی از ارزش های مدرنیته متأخر است. می توان گفت که باریک اندامی یکی از مهم ترین شاخصه های سبک زندگی در نیم قرن اخیر است. ارزش رو به فزونی لاغری در میان طبقه متوسط ایران نیز در چند سال اخیر و تشدید اهمیت گفتمان پزشکان تغذیه – در قالب نشانه دکتر کرمانی – و جراحان لاغری که چربی ها را از بدن تخلیه می کنند، در رسانه های رسمی و مطبوعات و همچنین گفتگوهای هرروزه، به وضوح قابل مشاهده است. گروگن با ارجاع به تحقیقی از پیر بوردیو می نویسد: «در جوامع غربی، باریک اندامی صفت باارزشی برای زنان تلقی می شود که جذابیت، کنترل بر نفس، مهارت اجتماعی، موفقیت شغلی و جوانی را تداعی می کند.»<sup>۱</sup> اما روایت های باقی مانده از گذشته نشان می دهد که اساساً چنین تأکیدی بر «لاغری» در کار نبوده است. مثلاً، در آثار چارلز دیکنز، نویسنده انگلیسی،

---

1. S. Grogan, (1999).



تمام قهرمانان خوب و نیکوکار افرادی چاق و تنومندند و برعکس، افراد لاغر مردمانی جنایتکارند. در تراژدی ژولیوس سزار شکسپیر نیز وضع ظاهری کاسیوس، سزار را ناراحت می‌کند، اما آنتونیوس که می‌خواهد به او اثبات کند که ترس و واهمه‌اش بی‌اساس است، به سزار می‌گوید که اگر او از این هم چاق‌تر بود، همین اخلاق را می‌داشت. عکس زنان حرمسراهای پادشاهان ایران، بی‌شک، صریح‌ترین نشان قبح لاغری و ارزشمندی زیباشناختی چاقی در گذشته بوده است.

## ۲

بدن زنان در طول تاریخ، محدود و کنترل شده تا از طریق لباس‌های تنگ و مخصوص و اخیراً از طریق رژیم‌های غذایی وحشت‌آفرین، با معیارهای زیباشناختی همخوان شود.

به تعبیر فوکو، بدن زنان به عنوان سرمایه‌ای اجتماعی، تحت تأثیر فشار اجتماعی که ارزش و شکل آن را تعیین می‌کند، تغییر شکل می‌دهد و این تغییر شکل به منزلت یا وضع اجتماعی آنان کمکی شایان توجه می‌کند.<sup>۱</sup> فوکو با این تز متداول که در جوامع سرمایه‌داری و بورژوازی، قدرت، بدن را به نفع روح، آگاهی و کمال مطلوب انکار کرده است، مخالفت می‌کند و معتقد است که هیچ چیز به اندازه اعمال قدرت، مادی، جسمانی و فیزیکی نیست. تأکید او بر این نکته است که باید دید چه نوع سرمایه‌گذاری بدنی در یک جامعه سرمایه‌داری، ضروری و کارآمد است. او معتقد است که از قرن هجدهم تا اوایل قرن بیستم فرض غالب این بود که سرمایه‌گذاری بدنی قدرت، سنگین و شدید، دشوار و مداوم است. رژیم‌های رعب‌آور انضباطی در مدارس، بیمارستان‌ها، پادگان‌ها، کارخانه‌ها، شهرها، منازل و خانواده‌ها

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: فوکو، ۱۳۸۳.

نمونه‌های بارز آن بودند. تبارک‌آوی فوکو نشان می‌دهد که رفته‌رفته ناکارآمدی اشکال سخت و دست و پاگیر قدرت آشکارتر شد و جوامع صنعتی دریافتند که می‌توانند از صور ملایم‌تر اعمال قدرت بر بدن استفاده کنند. از این رو، بر آن شدند که با بهره‌گیری از تدابیر جدید، کنترل بدن‌ها را با روش‌های نامحسوس‌تری انجام دهند. بی‌شک یکی از مهم‌ترین این روش‌ها حاکم شدن ارزش «لاگری» در جامعه جدید، بالاخص برای زنان، است.

ساخته شدن اجتماعی «بدن»، بی‌شک، فرآورده قدرت و دانشی است که بر ذهن و بدن فرد اعمال می‌شود. جالب آن که این اعمال قدرت برای تغییر بدن در جهت ارزش اجتماعی حاکم و عدم تخطی از آن، برعهده خود «زن» است. در جامعه، زنان بعد از مدتی خود اصلی‌ترین سوژه مراقبت از خویش (سلطه بر خود) می‌شوند، چرا که مراقبت دائم از بدن‌ها حتی اگر مراقبت‌کننده (نگرنده مرد) دیده نشود، آن چنان درونی می‌شود که آنان خود به بهترین مراقبان خود برای عدم تخطی از لاگری و «خوش اندام» بودن تبدیل می‌شوند. این دقیقاً همان روش نامحسوسی است که فوکو بدان اشاره می‌کند.

### ۳

به نظر براین ترنر، رشد نظریه‌های «رژیم غذایی» و جلوگیری از «چاقی» کاملاً همسو با رواج این تلقی است که «بدن» نوعی «ماشین» است که باید منظم کار کند و دارای بدنه‌ای زیبا باشد.<sup>۱</sup> فرد در دوره جدید، آگاهانه، رژیم غذایی می‌گیرد و رابطه‌ای برقرار می‌کند میان بدن، هویت شخصی (تشخیص) و غذا. هرگاه که غذا می‌خورد یا خوردنی می‌بیند، اولین چیزی که به یاد می‌آورد «بدن» و «رژیم غذایی» اش است، نه لذت احتمالی از طعم آن

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: B. Turner, (1992).

خوراکی. اولین نتیجه تداوم این رابطه سه‌سویه، شکل‌گیری «وسواس خوردن» است. افراد وقتی احساس می‌کنند بیش از آنی که در رژیم غذایی‌شان آمده است می‌خورند، «احساس گناه» می‌کنند و افسرده می‌شوند. دوره مدرن، چیزی از تصور انسان به مثابه موجودی گناهکار نکاسته است. این پروژه عظیم که انسان را از بند بسیاری از ترس‌ها و وحشیگری‌ها رها کرده نتوانسته او را از بند گناهانش برهاند؛ لیکن معنای گناه را عمیقاً متحول کرده است. در دوران جدید، گناه از سلطه احکام دینی جدا شده و صورت‌های دیگری جایگزین صورت‌های دینی آن شده‌اند. بنیامین در مقاله‌ای با عنوان «سرمایه‌داری به مثابه دین»<sup>۱</sup> به این شباهت و تفاوت اشاره می‌کند. او یکی از وجوه تشابه دین و سرمایه‌داری را در مواجهه با «گناه» می‌داند. بنیامین می‌نویسد که سرمایه‌داری نیز مرحله‌ای از تاریخ است که در آن تثبیت تصویر انسان به مثابه گناهکار، یکی از روندهای درونی عمیق و مؤثر آن است. در جهان مدرن، تعداد احکامی که فرد را گناهکار تشخیص می‌دهند کم‌تر می‌شود، ولی در ازای این کاهش، احساس پیچیده، مبهم، مجهول و کلی گناه می‌نشیند. در واقع، در دوران جدید احساس «گناه» از بین نرفته بلکه شکلی پیچیده به خود گرفته است. گناهکاران دوران جدید، همچون «راسکولنیکف»<sup>۲</sup>، بیش‌تر قربانی‌اند تا مجرم، قربانیانی که در برابر نظام ارزشی جدید، هر روز نحیف‌تر و هماهنگ‌تر می‌شوند.

مدرنیته متأخر و بدن‌آگاهی، انسان‌هایی تولید کرده است که در دریایی از محصولات و خوردنی‌ها گرسنگی می‌کشند تا ماشین بدنشان بدنه‌ای جذاب داشته باشد.

1. W. Benjamin, (1999).

۲. شخصیت اصلی در رمان جنایت و مکافات داستایفسکی.

## لباس - بدن

۱

طرح پوشش و مد که در برخی نهادهای رسمی پیگیری می شود و اقداماتی مشابه آن، همچون نمایشگاه نیروی انتظامی در فصل تابستان در موضوع مد و پوشش اسلامی، بی شک از مسئله‌ای برخاسته است - ژیل دلوز می گوید: هر چیزی که وجود دارد تجسم مسئله‌ای است<sup>۱</sup> - مسئله ناهنجاری‌های پوششی بخشی از مردم (مشخصاً شهروندان شهرهای بزرگ همچون تهران و به خصوص شهروندان جوان و به ویژه شهروندان جوان زن) از دیدگاه مسلط، واقعیت ظهور عینی و ملموس آن، که البته این موضوع را تبدیل به شاخص مهمی در درک نوع سیاست‌های اجتماعی کرده است.

۲

زیمبل در مقاله‌ای در باره مد معتقد است که شهر با آزاد ساختن فرد از

---

۱. برای مطالعه بیشتر تر نگاه کنید به: G. Deleuze, (1994).

بسیاری از قید و بندهای جامعه سنتی، فردیت را به ارمغان می‌آورد؛ اما همین فرد آزاد شده، خود را در میانه فشار ساختارهای جامعه‌ای می‌یابد که دائماً به عرصه فردیت او تعرض می‌کند.<sup>۱</sup> از دید زیمل، فرد مدرن در این وضعیت، تنها با پیگیری نمادها و نشانه‌های منزلتی «مد» است که می‌تواند فردگرایی خود را گسترش دهد و فشارهای زندگی جدید را تحمل کند. به یک معنا، «خود» از طریق مصرف «مد» است که می‌تواند خود را اثبات کند. از سوی دیگر مد، دیالکتیک میان میل فرد به شبیه بودن به دیگران از یک سو و در همان حال متمایز بودن از دیگران است. هم‌گویای تمایزات طبقاتی است و هم موجب همبستگی‌های گروهی می‌شود. دوگانگی‌ای در مد متبلور می‌شود که به صورت سنتزی عملی میان گرایش روان‌شناختی به تقلید و گرایش روان‌شناختی به تمایز ابراز می‌شود. زیمل می‌نویسد: «مد یعنی تمرکز آگاهی اجتماعی فرد بر جایی که اسباب مرگ خود مد را نیز فراهم می‌کند. بی‌هیچ دلیل ملموسی ناگهان پدیده‌ای جدید در جایی ظاهر می‌شود، تا این‌که بار دیگر فوراً از بین برود. مد شکلی زیباشناختی از غریزه تخریب است، گسستی کاملاً موقتی از گذشته. در مد اصل حیات متغیر، جایگزین اعتقادات اصلی، ماندگار و پابرجایی می‌شود که بیش از پیش قدرت خود را در مدرنیته از دست می‌دهند» (به نقل از واندنبرگ، ۱۳۸۶).

نکته مهم دیگری که زیمل به آن اشاره می‌کند این است که اگر مدگرایش به همسان شدن و منفرد شدن (به گونه‌ای توأمان) باشد، پس شاید این امر توجیه کند که چرا زنان به طور کلی این‌چنین به آن علاقه‌مندند. از نظر وی، ضعف جایگاه اجتماعی زنان در قسمت اعظمی از تاریخ موجب شده تا آنان با آنچه عرف و شایسته است رابطه نزدیکی پیدا کنند؛ زیرا که ضعف تاریخی و تحمیل شده بر آنان این حالت را در وجودشان درونی کرده که از

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: دیوید فریزبی، ۱۳۸۶.

مسئولیت‌های پذیرش فردیت اجتناب ورزند و در سایه برگزیدن شکل زندگی همگانی از سوءاستفاده دیگران در امان باشند. اما از سویی دیگر، زنان تلاش می‌کنند که به میزانی از فردی شدن و متمایز شدن دست یابند که هنوز در بنیان مستحکم عرف و سطح عمومی زندگی برایشان امکان دارد. مد، از نظر زیمل، این ترکیب را به بهترین وجه ممکن برای آن‌ها ارائه می‌کند. لباس‌های منطبق با مد در شهرهای بزرگ ایران، گویای پیچیدگی‌هایی است که زندگی مدرن با خود به همراه می‌آورد؛ نشان‌دهنده جامعه‌ای است که در آن نزاع ساده با «طبیعت» - وضعیت جامعه سنتی - جای خود را به مصالحه پیچیده با «تکنیک» داده است.

در کلانشهرهای ایران مدی که بیش از هر جای دیگر در لباس زنان خود را نمایان می‌سازد، بر حسب تلقی زیملی، تلاشی است برای یافتن فردیت از دست رفته در سطح خیابان. از سویی دیگر، وسیله‌ای است برای متمایز ساختن «خود» از «دیگری» با تقلید از «دیگری»؛ به عبارت دیگر، تلاشی همگانی برای متمایز ساختن خود از کسانی که نمی‌خواهی مثل آن‌ها باشی و شبیه ساختن خود به کسانی که دوست داری مثل آن‌ها باشی. تغییر مداوم شمایل سر و مو، بدنه اتومبیل، نوع زنگ موبایل، مارک لباس (اصل یا تقلبی) و...، در واقع نمادی است زیباشناسانه از جدا شدن طبقات از هم؛ طبقات بالا، طبقات پیرو.

### ۳

بورديو اولین جامعه‌شناسی است که به صورت نظام‌مند به موضوع مصرف و «سبک زندگی» پرداخته است. از دیدگاه او، شرایط انضمامی و ملموس زندگی فرد و موقعیتش در ساختار اجتماعی است که منجر به «منش» خاصی در او می‌شود. این منش خاص همان چیزی است که سبک زندگی او را مشخص می‌کند. در واقع سبک زندگی، صورت بروزیافته ترجیحات فرد است که به شکل عمل درآمد و قابل مشاهده است.

مسئله‌ای که با عنوان معضل پوشش در «دولت» مطرح شده، ناشی از نوعی سبک زندگی است که به صورت عینی و قابل مشاهده در شکل و نوع آرایش، تنگی و کوتاهی مانتوها و... درآمده است. بی‌شک فهم و بررسی آن، همچون هر منش دیگری، باید با شناخت شرایط انضمامی فرد و ساختار اجتماعی او همراه باشد. عناصر سیاست‌گذار امر مسلط که وضعیت لباس در ایران را «مسئله» می‌بینند، پیش از به میان آوردن هر طرحی و طراحی هر نوع مدی، برای شناختن چرایی این مسئله، می‌باید چگونگی وضعیت اجتماعی را فهم کنند. یکی از هزار جزء این وضعیت رابطه میان لباس و بدن در ایران است. قدرت (فرهنگ و دولت) از حضور بدن در عرصه عمومی جامعه ایران همواره جلوگیری به عمل می‌آورد. به بیان دیگر، حوزه عمومی خالی از «بدن» است. در این وضعیت، «لباس» کارکردهای «بدن» را به عهده گرفته است. «لباس» به عنوان واسط میان بدن‌ها، در شرایط فقدان حضور بدن، به بازنمای بدن تبدیل می‌شود؛ انتزاعاً جایگزین «بدن» می‌شود. به همین سبب، نسبت به دیگر جوامع، اهمیت بیش‌تری می‌یابد - تبدیل به امر مسئله‌انگیز می‌شود - و به عبارتی، به صورت محور مصرف درمی‌آید. به این ترتیب لباس‌های بدن‌نما و تنگ، مانتوهای کوتاه، شلوارهای برمودا و تی‌شرت‌های بی‌آستین در سطح شهر - با حمایت لوازم آرایشی و تکنولوژی‌های همراه - و در مجموع «مهمونیزه» شدن تمام سطح خیابان‌ها و شهر، گویای روند سرکوب «بدن» در عرصه عمومی است. در واقع انباشته شدن شهر از بوتیک‌های لباس و نمایش بدن‌های پارچه‌ای در هاله‌ای از نورهای سفید و رنگین پشت شیشه‌های براق، گویای غیبت بدن واقعی و میل رو به تصاعد داشتن جایگزین هر چه بهتر برای آن، در سطح خیابان‌ها و پرسه‌زنی‌های شبانه است. تا زمانی که «لباس» نقش بازنمایی «بدن» را بازی می‌کند، نمی‌توان به ظهور کارکرد دیگری برای آن در میان طبقه متوسط شهرنشین امید چندانی داشت.

سبک‌های زندگی، همان‌گونه که در تئوری بورديو آمده است، محصول منش‌ها هستند و خود منش‌ها هم تابعی از تجربه‌های زیسته فرد و از همه مهم‌تر تجربه آموزش رسمی‌اند. از دید این اندیشمند فرانسوی، آموزش رسمی، سازنده اصلی گرایش‌های پایدار جهت به کار بستن الگوهای مصرفی خاص است.<sup>۱</sup> ناخودآگاهی که به سلايق مصرف‌کننده جهت می‌دهد تحت‌تأثیر نمادهای فرهنگی ساخته می‌شود که مدارس آن‌ها را تولید می‌کنند.

تبارکاوای ماتوهای کوتاه و تی‌شرت‌های تنگ هنجارشکن امروزی که - به اجبار - از تن درآورده می‌شود به روپوش‌های سرمه‌ای و مقنعه‌های خاکستری هنجارینی می‌رسد که روزی - نه چندان به اجبار - به تن می‌شده است. بر این اساس، نهادهای رسمی و تمام کسانی که پوشش و لباس را در شهرهای بزرگ نامناسب می‌دانند می‌باید به این موضوع دقت کنند که در مدارس رسمی، چه تئوری و چه روشی حاکم بوده است که محصولات آن‌ها، یعنی همین جوانان خالق مسئله پوشش، سازنده اشکال امروزی پوشش و مد در خیابان‌ها شده‌اند. آن‌ها باید بررسی کنند که ارزش نمادینی که لباس در حوزه عمومی ایران تولید می‌کند چیست؛ زیرا تنها زمانی می‌توان شکل و چگونگی «نماد» را تغییر داد که ارزش نهفته در پس آن را نیز دگرگون کرد. به عبارت دیگر، برای آن که کسی از مدی پیروی کند یا لباس خاصی بپوشد، می‌باید او را از نظر ارزشی با خود همسو ساخت، و گرنه تدوین طرح و طراحی چندان کارگر نمی‌افتد.

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: ریچارد جنکینز، ۱۳۸۶.





## مصرف - علوم اجتماعی

۱

با وجود تأکیدات کارل مارکس، درگیر شدن غرب در دو جنگ جهانی پیاپی و تجربه رکود اقتصادی پایان دهه بیست و اوایل دهه سی مانع از آن شدند که جامعه‌شناسان به پدیده «مصرف» به قدر کافی توجه کنند. با پایان گرفتن جنگ جهانی دوم بود که اهمیت مصرف ناگهان به چشم آمد و جامعه‌شناسان و فلاسفه بیش از اقتصاددانان به آن توجه کردند. مطالعات انجام شده در این زمینه، که در دهه‌های هفتاد و هشتاد به اوج خود رسید، در عین حال از تغییر اساسی در ارتباط میان مصرف، اقتصاد و جامعه حکایت می‌کند. به گفته رابرت باکاک در کتاب مصرف، در پایان قرن بیستم دیگر مصرف فقط روندی اجتماعی-فرهنگی نیست و به مرامی تبدیل شده است که می‌توان از خلال تأثیرات آن بر جامعه و خرده‌فرهنگ‌های اجتماعی، به برآمدن دوران جدیدی در تاریخ کشورهای اروپایی پی برد، دورانی که به دلیل پایان دادن به دوره پیشین، که «مدرنیسم» نام داشت، از زبان بسیاری «پست مدرنیسم» خوانده می‌شود. در این دوران جدید، به گفته بوردیو، مصرف دیگر تنها ارضای دسته‌ای از

نیازها که از نظر زیستی ریشه‌دارند نیست، بلکه متضمن نشانه‌ها، نمادها، ایده‌ها و ارزش‌هاست. همچنین، به تعبیر بودریار، مصرف در دوران جدید روندی است که در آن خریدار کالا از طریق به نمایش گذاشتن کالاهای خریداری شده‌اش، به طور فعالی مشغول تلاش برای خلق و حفظ حس «هویت»<sup>۱</sup> است. به عبارت دیگر، امروزه افراد، هویت خویش را از طریق آنچه مصرف می‌کنند، تولید یا - بهتر بگوییم - «جعل» می‌کنند. این روند تا جایی ادامه یافته که شهرها را به بازارهایی بزرگ تبدیل کرده است. بازار (که در گذشته محدوده‌ای مکانی داشت) به تمامی نقاط شهر سرایت کرده، و در حومه خیابان‌های شهرهای بزرگ به جای خانه، نشسته است. آیین قدم‌زنی یا «پرسه‌زنی» در حاشیه خیابان‌ها، محصول همین سرایت مراکز خرید به همه جاست.

## ۲

مسئله مصرف یا خرید در شرایط اجتماعی متأخر ایران اهمیت زیادی پیدا کرده است.<sup>۲</sup> در ایران آن چیزی که امروزه در طبقه متوسط شهرنشین - طبقه پولدار قدیمی و طبقات پایین منظور نیست - دیده می‌شود، این است که کنش مصرف و خرید، سبک‌های زندگی جدیدی خلق کرده است که افراد در آن‌ها، هویت خودساخته‌ای می‌جویند. تجربه امروز نشان می‌دهد که فرد ایرانی از طریق کالاهایی که او را به هویتی که دوست دارد نزدیک می‌کند، می‌کوشد به همان کسی تبدیل شود که مایل است، یعنی «سلیقه» از جایگاه مهم‌تری برخوردار شده است. شرایط جدید، که می‌توان نمود آن را در پرسه‌زنی در خیابان‌های بزرگ و پاساژها و مغازه‌ها به خوبی دید، هویت‌های

### 1. identity

۲. البته میان خرید (shopping) و مصرف (consumption) تفاوت‌های چندی وجود دارد. در این نوشته این دو واژه با اغماض به یک معنا به کار برده شده‌اند.

جدیدی ساخته که خود را در قالب مصرف و نمایش این مصرف توسط پوشش، آرایش، مد، اتومبیل، موبایل و... نشان می‌دهند. این وضعیت را نمی‌توان تنها بر حسب موقعیت کنشگران در ساختار اجتماعی - اقتصادی خاصی تحلیل کرد. می‌توان گفت که موقعیت ساختاری و رویه‌های فرهنگی همچون مصرف به متغیرهای مستقل تبدیل می‌شوند یا شده‌اند.

اگر بخواهیم انضمامی نگاه کنیم، در خیابان‌ها و پاساژهای متعلق به طبقه متوسط شهرنشین ایران، افرادی را مشاهده می‌کنیم که از الگوی مصرفی مشخصی تبعیت می‌کنند، بدون این‌که در طبقه اقتصادی یا اجتماعی یا منزلتی یکسانی قرار داشته باشند؛ تا جایی که طبقه اقتصادی و اجتماعی آن‌ها در پشت نمادهای مصرفیشان قابل شناسایی نیست. تغییرات مصرفی، حتی در حوزه بدن (آرایش، مد و...) در فرد ایرانی آن‌چنان به سرعت رخ می‌دهد که بعد از مدت کوتاهی طبقه اقتصادی و اجتماعی و حتی فرهنگی او اساساً قابل شناسایی نیست و تنها با مراجعه مستقیم به شناسنامه او ست - اگر این یکی را جعل نکرده باشد - که می‌توان فهمید اهل کجاست. در واقع، او با لباس تنها بدن خود را نمی‌پوشاند، بلکه طبقه خود را نیز «غیب» می‌کند. زیمیل نام این قبیل افراد را demi-monde می‌گذارد. منظور زنانی هستند که گرچه با شکوه پا به عرصه خیابان می‌گذارند، طبقه اجتماعی مبهم و ناشناخته‌ای دارند و اساساً فاقد فرهنگ واقعی‌اند. آن‌ها همان مرزشکنان مد جدیدند و بر شکل زندگی بی‌خانمان‌گونه منحصر به فرد خویش استوارند.<sup>۱</sup>

در تئوری‌های جامعه‌شناسانی همچون بوردیو و بودریار نیز تأکید شده است که مصرف و سبک زندگی انسان جدید را نه در نوعی تقسیم‌بندی طبقاتی - اقتصادی مارکسیستی بلکه در تحلیلی فرهنگی می‌توان فهمید. فی‌المثل، بوردیو در کاری جامعه‌شناسانه - تجربی، مصرف عطر و ادکلن را به

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: گئورگ زیمیل، ۱۳۸۶.

عنوان یک امر نمادین «تشخص بخش» در میان طبقات گوناگون اقتصادی - فرهنگی فرانسه، در وضعیتی انضمامی تحلیل کرد و کوشید تا نشان دهد که مصرف عطر و انتخاب نوع و مارک آن، راهی است نمادین برای ایجاد تمایزات بین گروه‌های اجتماعی.

اما تفاوتی وجود دارد. بی‌شکلی جامعه ما و تبدیل «جامعه» Society ایران به نوعی «توده» mass از تفاوت‌های جدی بینامتنی میان فرهنگ مصرفی ایرانی و فرهنگ مصرفی غربی است. در حالی که تحلیل‌گری اجتماعی همچون بوردیو می‌تواند پروژه خود در باب مصرف را در میدان‌های اجتماعی گوناگون فرانسه پیگیری کند، تحلیل‌گران ایرانی نمی‌توانند به همان طریق و با همان روشی که در جامعه غربی است، کار انضمامی دقیقی در باره ایران انجام دهند؛ زیرا که طبقات مختلف فرهنگی و اجتماعی در گستره فراگیر مصرف، در مرکزی هضم شده‌اند و تکثر سبک زندگی، اساساً در حال از بین رفتن است. بوردیو از طبقه کارگر یا طبقه متوسط پایین یا متوسط بالای فرانسه صحبت می‌کند و تمایزات ساختاری آن‌ها را - که البته فرهنگی نیز می‌داند نه صرفاً اقتصادی - در مصرف یا مد نشان می‌دهد. در این دورنما، طبقه کارگر مثلاً، لباس جین می‌پوشد و به تعطیلات اهمیت فراوان می‌دهد، موسیقی خاصی گوش می‌کند، به تیم ورزشی مشخصی علاقه دارد و... اما در ایران سبک‌های زندگی جدید گویای هیچ تمایز فرهنگی‌ای نیستند. همه به نوعی شبیه یکدیگرند. تمایزات میان افراد در خلال مصرف «گم» شده، و این گم‌گشتگی شناخت را دشوار می‌کند.

### ۳

حال سؤال این است که آیا جامعه ایران را نمی‌توان فهمید. دانشکده‌های علوم اجتماعی در ایران با نپرداختن به امور مسئله‌انگیز این‌گونه وانمود می‌کنند که نمی‌توان؛ اما دانش علوم اجتماعی همواره این آموزه را القا می‌کند

که وظیفه جامعه‌شناسی عرضه دیدگاه‌های متنوع برای شناخت هر جامعه‌ای است. بوردیو به ما می‌آموزد که کار جامعه‌شناس، شناختن تمایزات و تفاوت‌های میان گروه‌های اجتماعی مختلف است. از نظر او، چیزی به اسم جامعه‌شناسی زبان یا فرهنگ یا معرفت به‌طور کلی وجود ندارد، فقط جامعه‌شناسی زبان و یا فرهنگ یا معرفتی وجود دارد که در هر متن و زمینه‌ای کم و بیش مسلط است.<sup>۱</sup>

از این منظر، جامعه علمی جامعه‌شناسی در ایران وظیفه‌ای ندارد جز ارائه تصویری دقیق از مشخصات تمایزبخش جامعه ما و تحلیل آن برای کنشگران اجتماعی و دولت. مد و پوشش یکی از اجزای این تصویر است. ولیکن در ایران چنین چیزی دیده نمی‌شود؛ در واقع متن یا تحلیل کارآمدی در باره مسائل جامعه ایرانی نمی‌توان دید که آکادمی آن را تولید کرده باشد. اندک تلاش‌هایی نیز که صورت می‌گیرد در بوروکراسی احمقانه دانشگاه له شده و درس عبرتی برای دیگران می‌شوند. این فاصله میان دانشگاه ما و دانشگاه کارآمد، خود جامعه‌شناسی در ایران را تبدیل به «مسئله» کرده است. به تعبیری دیگر، جامعه‌شناسی چیزی شده است شبیه مد و پوشش. ابزار شناخت تبدیل به موضوع شناخت شده و در نتیجه، جا برای برخوردهای دیگر با مسائل اجتماعی باز شده است.

وقتی جامعه‌شناسی نمی‌تواند مسائل انضمامی را بشناسد و حاصل تلاش‌ها و دیدگاه‌های خود را به عرصه عمومی و دولت منتقل کند، در واقع جا برای نگرش‌های متفاوت و مضر نسبت به مسائل اجتماعی می‌گشاید. شاید بتوان گفت اقدامات دولت در مواجهه با اراذل و اوباش و بدحجابی در قالب طرح امنیت اجتماعی و همچنین نگرش عمومی مردم نسبت به این مسائل بر ساخته ناتوانی و ناکارآمدی جامعه‌شناسی در ایران است.

۱. برای مطالعه بیشتر تر بنگرید به: جنکینز، ۱۳۸۵.



## ناتوانی دولت و عمومی ساختن حوزه خصوصی<sup>۱</sup>

زیگمونت باومن

۱

ارسطو به ما آموخته است که «اویکوس» یا عرصه شخصی را از «اکلسیا» یا عرصه تنظیم امور عمومی، جدا کنیم.

عرصه آسوده و گاه پردغدغه قلمرو خصوصی را که در آن هر روز با افراد آشنا و نزدیک، چهره به چهره می شویم و در باره نوع زندگی مشترکمان به گفتگو می نشینیم، می باید از عرصه بیرونی (و غیرشخصی) که در آن مسائل عمومی زندگی تنظیم می شوند متمایز سازیم. عرصه سومی نیز وجود دارد: «آگورا»<sup>۲</sup> که قلمرویی است میان آن دو حوزه که نه کاملاً منطبق با حوزه خصوصی است و نه کاملاً منطبق با حوزه تنظیم امور عمومی، هرچند که از هر دو تأثیر می پذیرد. در آگورا، امر عمومی و امر خصوصی در کنار هم قرار می گیرند و با

۱. متن ترجمه‌ای است برگرفته از: [www.opendemocracy.net](http://www.opendemocracy.net).

۲. agora: در زبان یونانی به معنای محل تجمع مخصوصاً بازار یا میدان.



یکدیگر روبرو می‌شوند و به عبارتی همزیستی مسالمت‌آمیز و مفید پیدا می‌کنند.

## ۲

آگورا زادگاه دموکراسی است. اساساً میزان دموکراسی در هر فضایی، تابع تعداد انسان‌هایی است که در آگورا حضور دارند و مدت زمانی را در آن سپری می‌کنند. به تعبیری دیگر، در آگوراست که اویکوس<sup>۱</sup> و اکلسیا دائماً به یکدیگر بازگردانده و «تبدیل» می‌شوند؛ زیرا که دموکراسی کنش تبدیل مستمر میان امر عمومی و امر خصوصی است: دگرگون‌سازی مداوم مسائل خصوصی در قلمرو تنظیمات عمومی و بازتولید مسائل رفاه همگانی در حوزه خصوصی. البته این تبدیل و جابجایی مانند هر تبدیل دیگری، کامل نیست و همواره نیازمند اصلاح است. همچنین، سطوح مختلفی از امکانات را در هر حوزه رها می‌سازد. شلایرماخر به ما آموخته است که «تفسیر» از «دور هرمنوتیکی» بی‌پایان شکل می‌گیرد. با توجه به شیوه عمل یکسان تبدیل، دموکراسی نیز «دور جابجایی» است؛ جابجایی مداوم میان حوزه خصوصی و حوزه تنظیمات عمومی.

نکته این جاست که با پایان گرفتن تبدیل و جابجایی در آگورا، دموکراسی به پایان می‌رسد. هر دموکراسی‌ای اگر می‌خواهد به ذات و حقیقتش پای‌بند بماند، نمی‌تواند هیچ‌گونه تبدیل و جابجایی را کامل و غیرگفتگویی تلقی کند. به همین دلیل است که جامعه دموکراتیک همواره از روی بدگمانی دائمی موجود در آن شناخته می‌شود، بدگمانی‌ای که کمال مطلق را تا ابد به تأخیر می‌اندازد. شاید می‌باید از دیدگاه کاستوریادیس<sup>۲</sup>، فیلسوف فرانسوی، پیروی کنیم. او برای جوهره دموکراسی هیچ توصیفی را بهتر از این نمی‌داند که «از نظر شورا و مردم خوب به نظر می‌رسد». این عبارت را آتنی‌ها به مثابه

۱. oikos: در زبان یونانی به معنای خانه.

2. Cornelius Castoriadis

پیش درآمدی بر صدر همه قوانینی نشانند که به تصویب می‌رسانند و از آن‌ها پیروی می‌کردند. «خوب به نظر می‌رسد» گویای این واقعیت است که آنچه امروز خوب می‌نماید، شاید دیگر فردا، وقتی شورا از نو تشکیل شود و مردم دو باره در آگورا جمع شوند، خوب نباشد. بنابراین، می‌توان گفت که در دموکراسی، گفتگو میان اکلسیا و اویکوس، هیچ‌وقت پایان نمی‌گیرد.

### ۳

نباید فراموش کرد که تحقق‌پذیری تبدیل و جابجایی در گرو این شرط بنیادی است: استقلال جامعه (اکلسیا) از اعضایش (اویکوس) و بالعکس. شهروندان جامعه دموکراتیک می‌باید خودبنیاد و آزاد باشند تا رأی و نظر خود را پیورند و بیان کنند. جامعه نیز باید مستقل و آزاد باشد تا قوانین را وضع کند. زمانی این دو حوزه مستقل یکدیگر را کامل می‌کنند که همدیگر را پوشش دهند تا زیست مشترک «خوب» باشد. می‌توان گفت که آنچه گفتگو میان جامعه و مردم را مهم می‌سازد این انتظار است که هر آنچه به نظر دو طرف «خوب» می‌نماید، در جهان واقع تبدیل به «قانون» شود. قانونی که هم اکلسیا و هم اویکوس از آن تبعیت کنند و تن به اقتدار آن دهند.

### ۴

دموکراسی با دو تهدید دست به گریبان است. اولین تهدید ناشی از ناتوانی فزاینده اکلسیاست آن‌گاه که نه از آنچه «خوب می‌نماید» برخوردار است و نه قادر به اجرای آن است. تهدید دیگر، که با تهدید اولی در ارتباط است، از فقدان تبدیل و جابجایی میان دو حوزه اکلسیا و اویکوس در دوره جدید حاصل می‌شود.

از تهدید نخست شروع کنیم. قدرت، امروزه به گونه‌ای فراگیر از سیاست

جدا شده است. قدرت، همان‌گونه که مانوئل کاستلز<sup>۱</sup> می‌گوید، روان است. اما در مقابل این واقعیت، تمامی نهادهای سیاسی‌ای که طی دو‌یست سال تاریخ جدید دموکراسی تأسیس شده‌اند همچون گذشته باقی مانده‌اند و تغییری نکرده‌اند.

امروزه قدرت، فراملیتی و جهانی است اما سیاست محلی و ملی. قدرت بدون هیچ مانعی روان و به سرعت الکترونیک است. پل ویریلیو معتقد است که هرچند سرودن مرثیه‌هایی در رشای مرگ تاریخ، بسیار خام به نظر می‌رسد، اما بی‌شک شاهد پایان جغرافیا هستیم. «فاصله»، دیگر در انتقال قدرت ایفای نقش نمی‌کند، ولی سیاست با ابزاری یگانه به نام «دولت» کماکان در محدوده مکان تعریف می‌شود. نتیجه این وضعیت تهدید دوم است که همانا شکاف روزافزون میان نهاد سیاست (دولت یا اکلسیا) از حوزه‌ای است که در آن مهم‌ترین مسائل زندگی انسانی رقم می‌خورد (خانواده یا اویکوس). امروزه اویکوس دیگر جایی در حوزه قدرت دولت مستقل، یعنی در حوزه تمامیت، ندارد.

تا به حال تمامی تلاش‌های البته نیمه‌کاره دولت‌ها برای پر ساختن این شکاف به گونه‌ای مفتضح شکست خورده است. قوانین بی‌نتیجه دولت اوروگوئه در جهت دست یافتن به نظرهای مشترک در باره مسائل پراهمیتی همچون دستکاری در ژن‌ها و شبیه‌سازی، آشکارا از این شکست خبر می‌دهد. جنگ داخلی یوگسلاوی نیز گویای مسائل مهمی در این زمینه است. این جنگ در واقع میخی بر تابوت نوعی از استقلال دولت بود که در طول بخش قابل توجهی از تاریخ مدرنیته، پایه نظم جهانی و دموکراسی را تشکیل داده بود. خلاصه این‌که هیچ نظریه‌ای برای دموکراسی جهانی وجود ندارد. آنتونی گیدنز برای فهم این وضعیت از واژه تمثیلی «مسلخ» یا عقیده‌ای

---

1. Manuel Castells

مذهب‌گونه که انسان، خلسه‌وار، قربانی آن می‌شود بهره می‌گیرد. این تمثیل قطع نظر از این که تا چه حد برای درک پویایی دنیای مدرن مناسب است، می‌تواند منطق جهانی شدن را به خوبی شرح دهد. البته خلسه مذهبی امروزه بیش‌تر محدود به شاعران درباری فراقدرت‌ها یا بلندگویان فراقدرت‌ها همچون فرانسیس فوکویاما یا توماس فریدمن است. برای این کنشگران دولتی باهوش، به‌روز ساختن خرد حکومتی کفایت می‌کند (به‌روز ساختن مسلخ و خلسه مذهبی). امروزه اصل جایگزین‌ناپذیری و تغییرناپذیری تئوری پی‌یر بوردیو بهترین دستاویز محافظه‌کاری دولت‌هاست. حامیان بازار آزاد جهانی با اتکا به این اصل است که می‌گویند: ما هیچ کاری نمی‌توانیم انجام دهیم تا جلوی این فرایند را بگیریم. هنگامی که نمی‌توانی وضعیت را تغییر دهی، با آن متحد شو!

## ۵

در واقع، نتیجه یکی است. دانش سیاسی (دولت) با کوچک کردن قواعد و قوانین و کیفی کردن انعطاف‌پذیری بازار تولید و پول، وظیفه خود را به این کنش محدود می‌سازد که امکان فعالیت را برای سرمایه‌های مالی و تجاری فراهم سازد و کشور را برای استقرار نهادهای قدرتمند دوستانه و وسوسه‌گر آماده کند. به عبارت دیگر، اکلسیا از قدرتش به این منظور بهره می‌گیرد که قدرتش را هر چه بهتر تفویض کند. به همین علت است که دولت‌ها با یکدیگر در جنگند تا بتوانند هرچه بیش‌تر «قربانی» را به سوی خود جلب کنند.

کلاوس اوفه چندی پیش این مسئله را مورد تأکید قرار داد که واقعیت چنان در ساختارهای اجتماعی، متصلب و محکم شده است که هر شکل تأمل انتقادی در باره سازوکارهایش، بدون پیامد عملی است. سفت بودن یک تکه گوشت گواه تیزی چاقو و دندان‌هاست، اما وقتی هیچ چاقویی روی میز نیست و دندان‌ها کشیده شده است، امکان گاز زدن آن منتفی است. به همین

سبب، امروزه عذاب‌آورترین مسئله سیاسی پاسخ به «چه باید کرد؟» نیست بلکه پاسخ این سؤال است که «چه کسی آن کار را انجام می‌داد، اگر همه آگاه بودیم که چه باید کرد؟» هنگامی که معیار کنش، قدرت ابزار است، اکثر انسان‌های عاقل از اکلسیا انتظار اقدامات چندانی ندارند، زیرا بر آن‌ها روشن است که تا چه میزان امکان اثربخشی اکلسیا محدود شده است.

## ۶

به نظر هر فردی که به آزادی و رفاه اویکوس علاقه‌مند است، نهادها و فعالیت‌های موجود در آگورا برای تعامل و مذاکره در بارهٔ علائق مشترک، به منزلهٔ هدر دادن فزایندهٔ وقت است. آن‌ها نیز همچون سیاستمداران حرفه‌ای اکلسیا دلیل آشکاری نمی‌بینند که با آگورا در تعامل باشند. آن‌ها تنها این هشدار را تکرار می‌کنند که مسائل را همان‌گونه که هستند قبول کنید و در نتیجه، افراد را به این سو سوق می‌دهند که با مسائل به تنهایی با چاقوی شخصی و دندان‌های مصنوعی درگیر شوند (بدون کمک خواستن از آگورا و دخالت مؤثر اکلسیا).

هرچند که آگورا ترک شده است، اما مدتی طولانی خالی نمی‌ماند. آگورا دو باره پر می‌شود، اما این بار با صداهایی که از درون اویکوس بیرون می‌زند. همان‌گونه که پیتر اوستینوف،<sup>۱</sup> رمان‌نویس انگلیسی، می‌گوید: «ما در کشوری آزاد زندگی می‌کنیم. مداوم. ما حق داریم زندگی خصوصی شما را با شما در حوزهٔ عمومی تقسیم کنیم.» جامعه‌شناس فرانسوی، اهرنبرگ،<sup>۲</sup> غروب چهارشنبهٔ یکی از روزهای اکتبر سال ۱۹۸۳ را نقطهٔ عطفی در تاریخ فرهنگ فرانسه می‌داند. در آن روز زنی به نام ویویان در مقابل چشمان میلیون‌ها بینندهٔ تلویزیونی اعلام کرد که، شوهرش، اخته است و او هنگام رابطهٔ جنسی با

1. Peter Ustinov

2. Ehrenberg

میشل هیچ لذتی نمی‌برد. از زمان این رخداد مهم تاکنون، برنامه‌های تفریحی زیادی ساخته شده‌اند که بینندگان تلویزیون را با یک دریچه به گوشه و کنار جهان انسان‌ها پرتاب می‌کنند. آنچه از درون این دریچه‌ها دیده می‌شود تصویر انسان‌هایی است که خصوصی‌ترین خاطرات و وقایع خود را تعریف می‌کنند، خاطراتی که پیش از این هیچ‌گاه در ملاً عام گفته نشده بود. آموزه اساسی‌ای که می‌توان شنید این است که هر شخصی از میان ما باید خود، بار دلمشغولی‌ها و رنج‌هایش را بر دوش بکشد، خودش با حواس پنجگانه‌اش. البته امر شخصی هیچ‌گاه خود را به زور وارد عرصه عمومی نمی‌کند. با این‌که امر شخصی از طریق خاطراتی تا حد ملال، تکرار می‌شود، نکته این‌جاست که با ورود به عرصه عمومی کیفیت جدید و خاصی کسب نمی‌کند. در حقیقت، کیفیت شخصی امر شخصی با ارائه شدن در حوزه عمومی تقویت می‌شود. پخش رسانه‌ای یاوه‌های «افراد عادی» همچون ویویان و میشل و ستارگان سینما و تلویزیون و نیز سیاستمداران و افراد معروف دیگر به ما یادآور می‌شود که زندگی عمومی تا چه حد تهی است. این کار یادآور بیهوده امیدهایی است به این‌که بی‌چارگی حوزه شخصی در عرصه عمومی علاج شود.

امروزه انسان‌های تنها و منزوی به این دلیل پا به آگورا می‌گذارند که در آن‌جا اشخاص تنها و منزوی دیگری را ملاقات کنند. این ملاقات تنها تأییدی است بر تنهاییشان که بدان‌ها آرامش خاطر می‌دهد. سپس آن‌ها به خانه‌هایشان باز می‌گردند.

گره کور دموکراسی امروزی درست در همین جاست: ناتوانی قابل توجه مؤسسات عمومی، موضوعات مشترک و وفاق را از جاذبه می‌اندازد. در همین حال با کاهش توانایی اکلسیا، اراده‌ای برای تبدیل رنج‌های شخصی به موضوعات همگانی باقی نمی‌ماند. در این‌جا کار برای فراقدرت‌های جهانی آسان‌تر می‌شود و آن‌ها ایند که از نتیجه بهره می‌برند.



## قدرت - بدن

۱

تن جامعه در امتداد تن حاکم است.

میشل فوکو

پخش غیراخلاقی فیلمی منسوب به یکی از بازیگران سریال پربیننده‌ای در تلویزیون تبدیل به یکی از موضوعات محوری اکثر گفتگوها شد. حتی پلیس با ورود به این مسئله خودکشی بازیگر را تکذیب کرد و در باره مراقبت از حوزه خصوصی هشدار داد. سی‌دی‌ها منتشر و نظام مبادله اقتصادی برپا شد، نظامی که از فاش ساختن حوزه خصوصی افراد سود می‌برد. شاید در این بین بی‌اهمیت‌ترین موضوع، واقعی بودن یا ساختگی بودن این فیلم است. مهم رموز لو رفته، معاملات اقتصادی شکل‌گرفته و حضور پلیس است.

۲

میشل فوکو در کتاب تاریخ جنسیت می‌گوید که قرن هفدهم دوره حرکات و



اشارات آشکار و مستقیم بود، دوره‌ای که گفتارِ خالی از شرم و احساس گناه، آشکار بود، دوره‌ای که در آن بدن‌ها نمایش داده می‌شدند و آزادانه با هم اختلاط می‌کردند و کودکانِ آگاه از امور جنسی در میان خنده بزرگسالان می‌لولیدند. اما در دوره بورژوازی و تا پیش از میانه قرن نوزدهم، سکسوالیته محدود به خانه و در خانه نیز به اتاق خواب پدر و مادر منحصر شد؛ سکسوالیته‌ای که باقی مانده بود، به تعبیر فوکو، خالی از شور و لذت بود و فایده‌گرایانه شده بود.<sup>۱</sup> سکسوالیته در وضعیت جدید تنها ابزاری برای بازتولید بود، بازتولید انسان و نیز قوانین بورژوازی و ویکتوریایی.

علت اصلی برقراری این محدودیت، قوانین نظام سرمایه‌داری بود. نظام سرمایه‌داری با محدود ساختن بدن‌ها آن‌ها را به کاریدی واداشت و، به گفته مارکوزه در کتاب اروس و تمدن، عمل جنسی را محدود به اجزای خاصی از بدن و زمان و مکان خاصی کرد و بقیه اجزا و زمان‌ها و مکان‌ها را به خدمت نظام تولید درآورد.<sup>۲</sup> فوکو سعی دارد نشان دهد که تا چه میزان سکسوالیته یا عمل جنسی با «قدرت» در ارتباط است. او با نفی سکسوالیته فراتاریخی، به عنوان یک کنش طبیعی انسانی، با تمام قوا می‌کوشد تا عیان سازد که عمل جنسی ما با اشکال خاصی از «قدرت» پیوند دارد. از قرن نوزدهم به بعد، سخن گفتن یا نمایش دادن سکسوالیته به شیوه‌ای صریح به خودی خود حمله‌ای بر نظام سلطه و سرکوب و عملی ذاتاً سیاسی علیه نظام سرمایه‌داری تلقی شده است. به همین دلیل است که «پلیس» بعد از هرگونه صراحت جنسی، وارد میدان می‌شود. به تعبیر فوکو، وظیفه پلیس، تنظیم و اجرای تکنیک‌های قدرت مشرف بر حیات به منظور افزایش نظارت دولت بر جمعیت است. نظارت دولت بر جمعیت را شاید بتوان دلیل اصلی مداخله پلیس در سکسوالیته دانست. در قرن هجدهم و با توجه به پیشرفت‌های

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: هیوبرت دریفوس و پل رابینو، ۱۳۷۹.

۲. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: هربرت مارکوزه، در دست انتشار.

صنعتی، مدیران و کارگزاران دولتی به جمعیت همچون چیزی می‌نگریستند که باید شناخته شود و تحت مراقبت و توجه قرار گیرد، زیرا که جمعیت انسانی بود که چرخ کارخانه‌ها را می‌چرخاند. کارگزاران در این زمان به تدریج به تعبیه روش‌هایی برای مداخله در زندگی جنسی مردم رسیدند. بدین سان زندگی جنسی تحت تأثیر این گونه علائق سیاسی و اقتصادی به صورت مسئله‌ای درآمد که دولت و فرد در آن دخیل بودند. دولت با ابزار پلیس و فرد با سرکوب غریزه جنسی، سکسوالیته را در خدمت نظام اقتصادی درآوردند. در قرن نوزدهم، علاوه بر سیاست‌های جمعیتی، گفتار در باره سکسوالیته در قالب مقولات پزشکی نیز کنترل شد. جنسیت با دانش پیوند خورد و رابطه‌ای میان فرد، گروه، معنا و مراقبت برقرار شد. این امکان پیدا شد که با وساطت پزشکان، روان‌پزشکان و کسان دیگری که اعترافات ما را در باره اندیشه‌ها و اعمال نهانی و خصوصیمان می‌شنیدند، به رموز بدن و اندیشه خود پی ببریم. فوکو همین فرآیند شخصی شدن، طبی شدن و رمزدار شدن زندگی جنسی را که در دوران جدید رخ داد انتشار سکسوالیته می‌خواند.

### ۳

بدن زن، به عنوان بدنی مرموز و پنهان در نظم جدید، پنهان‌تر از گذشته می‌شود. بسیاری می‌پندارند که دنیای صنعتی و جدید، بدن زن و سکسوالیته را از حالت نهفته درآورده و آن‌ها را آشکار ساخته است، اما وضعیت خلاف این تلقی رایج است.

در دوران صنعتی و سرمایه‌داری است که سکسوالیته، محدود و بدن زن، پنهان می‌شود. در این دوره، جمعیت انسانی تحت کنترل سیاست‌های دولت است. دولت با دخالت در حوزه خصوصی افراد، تعداد اعمال جنسی تمام آن‌ها را مشخص و با سیاست‌های جمعیتی مختلف، بازتولید انسان در مناسبات سکسوالیته را کنترل می‌کند. بدن زن به عنوان کارخانه بازتولید،

تحت مراقبت و نظارت دولت قرار می‌گیرد و پنهان می‌شود. زن در دوره جدید به سبب تلقی سرمایه‌دارانه، در دسترس نیست و مرموز است. پیام‌های بهداشتی و پزشکی نیز با هجوم حداکثری رسانه‌ها به پنهان ماندن هر چه بیش‌تر سکسوالیته می‌افزایند و سرکوب را شکل می‌دهند. در برابر این محدودیت تام، بدن زنان به گونه‌ای اقتصادی متبلور می‌شود. تصویر زنان با بدن‌های برهنه روی کالاهای مختلف جهت فروش هر چه بیش‌تر و حضور سکسوالیته در نظام تصویری باز هم جهت فروش هر چه بیش‌تر، عمل جنسی را تبدیل به کالایی در جهت منافع اقتصادی می‌کند. نظام جدید ابتدائاً با پنهان ساختن و مرموز کردن بدن زنانه و مراقبت پلیسی از سکسوالیته و سپس با نمایش کالایی آن، از میل عیان ساختن گناه، بهره برده و سودآوری اقتصادی کلانی را موجب شده است.

#### ۴

بدن مرموز منسوب به بازیگر معروفی که در رسانه عمومی تماماً پوشیده بوده است در قالبی اقتصادی همچون سی دی و کارت اینترنت جهت تماشا، فاش می‌شود. این وضعیت از دو جنبه قابل تأمل است؛ اول این‌که در سی دی‌های اروتیک پخش شده، بدن زنانه سرکوب شده‌ای نمایش داده می‌شود که نظام اقتصادی مسلط با تمام امکانات سعی کرده بود آن را به گونه‌ای که ایدئولوژی اقتصادی حاکم بر جهان می‌خواهد نمایش دهد (آنچه فوکو مرموزسازی بدن زن در نظم جدید می‌نامد). از سوی دیگر، باید به این نکته توجه کرد که این بدن، بدن زنانه معمولی، که در ساختار اقتصادی پوشیده می‌شود، نیست. این بدن به گونه‌ای «مضاعف» توسط ایدئولوژی قدرت و با ابزار هژمونیک تلویزیون، در فرم پوشیده، به نمایش درآمده است. پوشیدگی این بدن مضاعف است، زیرا که در یک سطح شامل پوشیدگی بدن زنانه در نظم اقتصادمحور جدید می‌شود و در سطحی دیگر ایدئولوژی

سیاسی انضمامی حاکم، (با استفاده از اعتقادات و پلیس) آن را پوشیده می‌کند و نمایش می‌دهد.

حال آن بدن به گونه مضاعف پوشیده شده، در رسانه‌ای دیگر، «لو» رفته است. در این وضعیت دو سطح از سرکوب و سلطه عیان شده است؛ سطح اول، بدن زنانه و سطح دوم، ایدئولوژی قدرت. همین است که باعث می‌شود مسئله بازیگر، جنبه ملی پیدا کند. مقامات ارشد پلیس و قوه قضائیه وارد می‌شوند و در این باره کنفرانس خبری می‌گذارند، روزنامه‌ها (نه فقط روزنامه‌های زرد) مدام گزارش می‌دهند، همه در هر محفلی در باره آن سخن می‌گویند و... در حالی که این موضوع (رابطه جنسی میان دو نفر) به خودی خود موضوعی به غایت بی‌اهمیت و رایج است، آن چیزی که به این اتفاق چنین جنبه‌هایی می‌دهد بی‌شک همان «لو» رفتگی است. در واقع، با لخت شدن زنی که در چارچوب مکانیسم ایدئولوژی همواره پوشیده نمایش داده می‌شده است، تن امر حاکم لخت می‌شود و لو می‌رود. همین لورفتگی است که باعث می‌شود همه مشتاقانه پول خرج کنند (کاری که برای آثار هنری شاید به این راحتی انجام ندهند) و سی دی بازیگر را بخرند و از این‌که او را این بار فارغ از ایدئولوژی می‌بینند لذت ببرند؛ و درست در همین شکاف میان ایدئولوژی و لذت است که نظام اقتصادی منتفع می‌شود. سی‌دی‌ها می‌فروشد، بدون این‌که کم‌ترین پولی در جیب بازیگر عیان و کارگردان پوشیده فیلم برود. عناصر مختلف این مسئله، یعنی هم منافع اقتصادی و هم سطوح ضد ایدئولوژیک آن (یعنی لو رفتن بدن زن و ایدئولوژی قدرت) را تنها می‌توان در پیوند با نظام جدید مدرن و سرمایه‌دارانه، فهمید و تحلیل کرد.



## سیگار

۱

نوشتن در باره «سیگار» مخاطره‌آمیز است؛ همچون نوشتن در باره امر مسلط. در بین اجزای زندگی روزمره، شاید هیچ اُبژه‌ای به اندازه سیگار، در خانواده‌های ایرانی به امر مسئله‌انگیز تبدیل نشده است. ترس از نوشتن در باره سیگار نیز از این جا برمی‌خیزد که این نوشتار، ابتدال‌نامه تلقی شود و وضعیت نویسنده، مسئله‌انگیز شود.

یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های والدین در خانواده‌های مدرن شهری ایران، ترس از سیگار کشیدن فرزندان است. شیخ سیگار آن‌چنان فراگیر شده است که کم‌تر پدر و مادری را می‌توان یافت که تا به حال لباس‌های فرزندان‌شان را بو نکرده، یا وسایل آن‌ها را، در جستجوی سیگار یا، به عبارت بهتر، در انضمامی ساختن ترس از شیخ سیگار، نگشته باشند. به نظر می‌رسد که امروزه در ایران، سیگار به یکی از مهم‌ترین موضوعات «هراس اخلاقی» تبدیل شده است. مفهوم هراس اخلاقی یکی از مهم‌ترین مفاهیم در جامعه‌شناسی فرهنگی بالاخص نزد افرادی است که به نقش و کارکرد

رسانه‌ها توجه دارند. به‌طور کلی این مفهوم برای درک نقش رسانه‌ها در ایجاد واکنش‌های عمومی یا سیاسی در برابر موضوعاتی همچون خرده‌فرهنگ‌های جوانان، مواد مخدر، شیطان‌پرستی، جرم و جنایت و ایدز به‌کار گرفته شده است.

استنلی کوهن در کتاب شیاطین محلی و هراس اخلاقی با بررسی واکنش مردم در برابر انحرافات به این موضوع توجه می‌دهد که انحرافات یا شیاطین محلی (منحرفان) محصول رسانه‌هایند. رسانه‌ها با رواج نوعی فرایند «حساسیت‌سازی» در میان مردم، هراس اخلاقی نسبت به انحرافات ساخته‌اند. در واقع، آن‌ها با «اشباع» یا بزرگ کردن انحرافات، ترس دروغینی از آن‌ها در میان مردم ایجاد می‌کنند. وی می‌نویسد: «جوامع هر از گاهی در معرض دوران‌هایی از هراس اخلاقی قرار می‌گیرند، وضعیت یا صحنه‌ای که در آن شخصی یا گروه‌هایی از افراد به عنوان تهدیدی برای ارزش‌ها و منافع اجتماعی تعریف می‌شوند. رسانه‌های جمعی، پیش‌داورانه به موضوع می‌پردازند. سردبیران، کشیشان و سیاستمداران و دیگر وابستگان جناح راست پشت سنگرهای اخلاقی موضع می‌گیرند. متخصصان و کارشناسان راه‌حل ارائه می‌دهند و شیوه‌های حل مسئله مطرح می‌شود، اما ناگهان این وضعیت یا از بین می‌رود یا وخیم‌تر می‌شود. گاهی اوقات موضوع هراس‌انگیز کاملاً نو است، اما گاهی اوقات هم موضوعی است که قبلاً وجود داشته ولی اکنون احیا شده است. گاهی اوقات هراس فراموش می‌شود و فقط در فرهنگ عامیانه و حافظه جمعی می‌ماند، اما گاهی نیز پیامدهای جدی‌تر و بادوام‌تری دارد و ممکن است تحولاتی در سیاست اجتماعی، قانون‌گذاری و حتی در نحوه تصور جامعه‌ای از خودش ایجاد کند» (Cohen, 1973). نظام رسمی در ایران نیز در چند دهه اخیر و هماهنگ با رشد طبقه متوسط، از طریق رسانه‌ها هراس اخلاقی را تا ابژه سیگار گسترش داده و آن را از ماده مخدري معمولی و رایج تا حد امری مسئله‌انگیز بالا کشیده است.

در دنیای سنتی، بیماری دال روشنی بود برای مدلول‌هایی همچون بختک، جن‌زدگی و نظایر آن‌ها. فردی که دچار بیماری می‌شد غالباً به جادوگران یا طبیبانی مراجعه می‌کرد که سعی می‌کردند او را از چشم‌زخم‌ها و پلیدی‌ها پاک کنند. در دوره‌های بعدی نیز همان‌گونه که فوکو در زایش درمانگاه می‌نویسد، پزشکی، بیماری‌ها را بر حسب نظام مقوله‌های خاصی از معرفت طبقه‌بندی می‌کرد که با رهیافت‌های جدید پزشکی تفاوت‌های آشکاری داشت.<sup>۱</sup> در سده هجدهم، پزشکی با نگاهی خاص به بیمار می‌نگریست و او را حقیقتی خارجی و عرصه‌ای عینی می‌دانست که در آن اهمیت عوارض بیماری را می‌توان مشاهده کرد. در دوره جدید با بی‌معنا شدن مدلول‌هایی همچون بختک و جن‌زدگی و حاکم شدن گفتمان پزشکی علمی، بیماری تبدیل به «دال»ی شد که از نارسایی در تنظیمات جسمی فرد خبر می‌داد. گفتمان بهداشت و مبارزه با بیماری در این دوره آن‌چنان رونق گرفت که پزشکان و طبیبان مبدل به یکی از قدرتمندترین گروه‌های اجتماعی شدند. بیماران از آن‌ها بدون هیچ کم و کاستی حرف شنوی کردند و این باور رونق گرفت که تنها نیرویی که می‌تواند «مرگ» را به تأخیر بیندازد نیروی پزشکی است.

سیگار در وضعیت جدید و در درون گفتمان پر قدرت بهداشت، توانسته است تا حدود زیادی نقش «مدلول» بیماری یا همان بختک را ایفا کند و قدرت پزشکان را در توجیه بیماری افزایش دهد. تأکید بیش از حد بر نقش منفی سیگار در سلامت افراد (که البته بدیهی است)، وسیله‌ای است که پزشکان به منظور افزایش اقتدار خود از آن بهره می‌گیرند. آن‌ها اساساً به این موضوع نمی‌پردازند که بسیاری از سیگاری‌ها را می‌توان نشان داد که بیش از هر کس دیگری مرگ را به تأخیر انداخته‌اند و عمر زیادی داشته‌اند. نکته

۱. برای مطالعه بیشتر تر بنگرید به: میشل فوکو، ۱۳۸۵.



این جاست که این دست موضوعات تماماً از گفتمان پزشکی و، در نتیجه، زبان رایج حذف شده و برای مقاصد خاص نادیده گرفته شده است. میشل فوکو در کتاب زایش درمانگاه سعی کرد ثابت کند که میان اشکال گوناگون دانش و زبان، همبستگی نزدیکی وجود دارد. به تعبیری، در دوران جدید رفته رفته زبان و بیان، تابع و مطیع فرایند تجربی گردید؛ بدین معنا که زبان به عنوان ابزاری تفسیری در خدمت نگاه پزشکی قرار گرفت. پروژه فوکو را می‌توان در مسئله سیگار به خوبی ردیابی کرد. در حقیقت سیگار، بیش از آن‌که برای استعمال‌کنندگان نقش منفی و مخرب بازی کند برای گفتمان پزشکی نقشی مثبت و حیاتی داشته و زبان رایج را مطیع قدرت گفتمان بهداشت و سلامت کرده است. پس می‌توان یکی از مهم‌ترین منابع ایجاد هراس اخلاقی از سیگار را این گفتمان دانست.

### ۳

آموزه‌های دینی یکی دیگر از منابع هراس اخلاقی نسبت به سیگارند. یکی از مهم‌ترین تابوهای دینی در نفی آسیب رساندن به بدن خود صورت‌بندی شده است. دورکیم در کتاب صور ابتدایی حیات دینی می‌نویسد: «دین نظام یکپارچه‌ای از اعتقادات و اعمال مرتبط با امور مقدس است؛ یعنی اموری که حرمت یافته و ممنوعه‌اند، اعتقادات و اعمالی که همه کسانی را که به آن‌ها عمل می‌کنند، در ضمن اجتماعی اخلاقی موسوم به کلیسا با هم متحد می‌کند» (دورکیم، ۱۳۸۲). در تئوری دورکیم، حقیقت دینی، حقیقتی جامعه‌شناختی است و مرجع نمادهای دینی خود جامعه است. یکی از مهم‌ترین کنش‌های ممنوع در ادیان، خودکشی است. او در کتاب دیگری تحت عنوان خودکشی می‌نویسد: «به محض این‌که جوامع مسیحی شکل گرفت، خودکشی در این جوامع مورد تحریم قرار گرفت. از همان سال ۴۵۲ شورای آرل اعلام کرد که خودکشی یک جنایت محسوب می‌شود و جز

نتیجه تلقین شیطانی نیست» (دورکیم، ۱۳۷۸). دورکیم علت اصلی معصیت بودن خودکشی در میان ادیان را نقش مخرب این کنش برای ساختارهای اجتماعی می‌داند. وی همچنین در باره ممنوعیت خودکشی در اسلام می‌نویسد: «جوامع مسلمان نیز با همان قدرت و قوت خودکشی را منع کرده‌اند» (دورکیم، ۱۳۷۸).

از جمله گفتارهای رایج در مورد سیگار کشیدن در جامعه‌ای مذهبی همچون ایران، پیوند این کنش با خودکشی است: سیگار کشیدن خودکشی تدریجی است. این عبارت بیش از هر چیز گویای ارتباط میان عقاید دینی و گفتمان رایج پزشکی است. برخی از مراجع تقلید شیعه در درون همین نظام معنایی، سیگار کشیدن را حرام اعلام کرده‌اند. استدلال آن‌ها این بوده که سیگار منجر به آسیب رسیدن به خود می‌شود و این اقدام از نظر شرعی حرام است. کشف ارتباط میان سیگار و آسیب به خود یا همان خودکشی، مرهون دانش پزشکی و گفتمان قدرتمندانه آن در چند دهه اخیر است که دستگاه دینی را نیز تحت تأثیر خود قرار داده است. فرایند تبدیل شدن سیگار کشیدن به نوعی کنش مبتنی بر خودکشی و ممنوعیت فقهاتی آن بیش از هر چیز اثبات‌گر تئوری دورکیم در باب دین و حقیقت جامعه‌شناختی آن است. در این فرایند به خوبی می‌توان این مسئله را مشاهده کرد که مرجع حکم دینی حرام بودن استعمال سیگار، تصور مشابهت آن با خودکشی است که گفتمان پزشکی باعث و بانی آن بوده است.

#### ۴

مصرف سیگار را بسیاری از روانکاوان به «لذت دهانی» ارتباط داده‌اند که بازآفریده لذت کودکان از مکیدن سینه مادر است. آنتونی ایستوپ در کتاب ناخودآگاه می‌نویسد: «نخستین لذت، لذت دهانی است. لذت‌هایی که دهان نوزاد از مکیدن و انگشت مکیدن احساس می‌کند. ... وقتی از شیر گرفته

می‌شود، زنجیره بی‌پایانی از جانشین‌ها در پی می‌آید که با آب نبات، بستنی یخی، آدامس شروع می‌شود و به همه نوع خوردنی و شیرینی می‌رسد، و سپس به سوی جانشین‌های دیگر از قبیل سیگار و نوشیدنی و... می‌رود» (ایستوپ، ۱۳۸۲).

اما فارغ از این ارجاع روانکاوانه، سیگار بالاخص در یکی - دو قرن اخیر، نقش اجتماعی مهمی ایفا کرده است. فیلم قابل توجه قهوه و سیگار ساخته جیم جارموش سعی می‌کند در اپیزودهای مختلف به ارتباط مناسبات اجتماعی - که خود را در قالب گفتگو در پشت میز نشان می‌دهد - با قهوه و سیگار اشاراتی کند. بری ریچاردز در کتاب روانکاوی فرهنگ عامه به این موضوع توجه می‌کند: «چه دوستی‌ها و پیوندهای خانوادگی زیادی که به واسطه سیگار آغاز شده‌اند و چه تعامل‌های اجتماعی زیادی که به واسطه تبادل سیگار سامان یافته‌اند. سیگار کشیدن هم با معاشرت اجتماعی گسترده عجین است و هم با مکیدن سبانه» (ریچاردز، ۱۳۸۲). سیگار، امروزه تبدیل به یکی از عناصر زندگی روزمره در مدرنیته متأخر شده است. پاکت‌های متعدد و متنوع آن در همه جا پیدا می‌شود. سیگار «وینستون» آمریکایی آن‌چنان جهانی شده که حتی در کشورهای غیر دموکراتیک نیز نامی آشناست. وینستون حتی بیش‌تر از دموکراسی، جهانی شده است.

تابلوهای ممنوعیت سیگار کشیدن در اماکن عمومی، محصول منازعات دامنه‌داری است میان تلقی‌های مختلف در باب آزادی. آیا آزادی فردی بر منافع جمعی مقدم است یا بالعکس؟ اگر در مکانی عمومی اکثر افراد معتقد باشند که می‌توان سیگار کشید، آیا سیگار کشیدن مجاز می‌شود، یا باز می‌باید رأی اقلیت مبنی بر ممنوعیت سیگار در اماکن عمومی حکم فرما شود؟ نقش سیگار در زندگی روزمره را در مقاومت‌هایی که در برابر ساختارهای رسمی و مسلط به صورت کنش سیگار کشیدن صورت می‌گیرد، می‌توان دید. سیگار از نظر تاریخی با مفهوم «مقاومت» پیوندی تنگاتنگ دارد. سیگار تا

قبل از جنگ جهانی اول، کالایی بود که زن‌ها، به منظور مقاومت در برابر دنیای مردانه، آن را مصرف می‌کردند. بعد از جنگ که مردان نیز به مصرف زنانه تنباکو (سیگار) گرایش پیدا کردند، سیگار به مظهری مهم از آزادی زنان تبدیل شد و با جنبش روشنفکرانه برابری خواهانه آنان عجین گردید. از نظر ریچاردز، این نماد امروزه بسیار فراگیر شده است: «مشابه همین فرایند در سال‌های اخیر در برخی جوامع مسلمان نیز رخ داده است» (ریچاردز، همان).

## ۵

با وجود اهمیت گفتمان بهداشت و سلامت و نیز آموزه‌های دینی در خلق هراس اخلاقی نسبت به سیگار در ایران، بی‌شک دولت (به عنوان هسته اصلی امر مسلط) بیش‌ترین نقش را در ایجاد این هراس بازی می‌کند، چون بیش‌ترین منافع را می‌برد.

معمولاً از سیگار به عنوان مقدمه مفاسد بزرگ‌تر نام برده می‌شود؛ مصداق ضرب‌المثل «تخم مرغ دزد، شتر مرغ می‌شود». تحت‌تأثیر مفهوم «گناه» در ادیان، گفتمان رایج علاقه‌مند است که با سلسله‌مراتبی ساختن فساد و تبهکاری، به ظاهر، امکان شناخت و آگاهی از مسائل اجتماعی را ایجاد کند. بسیاری از برنامه‌ها و اقدامات دولتی و غیردولتی نهادهای مرتبط، با اتکا بر همین شناخت سلسله‌مراتبی از تبهکاری سازمان‌دهی می‌شوند. در این ساختار معرفتی فساد، سیگار کشیدن مقدمه است. این مسئله در بازنمایی فرد بزهکار در رسانه به وضوح قابل مشاهده است؛ همه تبهکاران و فاسدان و بزهکاران در بدو امر سیگار می‌کشیدند. بی‌شک نظام معرفتی سلسله‌مراتبی تبهکاری موجود در ساختارهای عینی همچون دولت، خانواده، تلویزیون و مدرسه - و ساختار ذهنی همچون زبان و علوم انسانی - به هدف ساده‌سازی شناخت مسئله اجتماعی، این‌گونه طرح می‌شود. ساختار مسلط فرهنگی و سیاسی ایران در مواجهه با آسیب‌های اجتماعی

همچون مواد مخدر، دزدی، فحشا و قتل (به‌طور کل مسئله اجتماعی تبهکاری) و در نمایش آن، به خانواده‌ها توصیه می‌کند که مراقب فرزندان خود باشند تا سیگاری نشوند زیرا که سیگار مقدمه همه این مفاسد است. این ساده‌سازی در واقع شانه خالی کردن از فهم و شناخت دقیق و حل مسائل و معضلات و در جهت آن است که این آسیب‌ها را متوجه خانواده‌ها کنند. والدین چه می‌کنند؟ با نگرانی و اضطراب در باره سرانجام و عاقبت فرزندان‌شان، با شبح سیگار، روز و شب می‌گذرانند و به عنوان واسط میان امر مسلط و فرزندان، گفتمان رایج را تحکیم می‌بخشند و خانواده را تبدیل به کانون بحران می‌کنند.

معرفی سیگار به مثابه علت‌العلل تبهکاری‌ها و فسادهای موجود در جامعه، در واقع روان‌شناسانه کردن مسائل عمیقاً جامعه‌شناسانه فعلی است. روان‌شناسان (یا همان ناکارشناسان تلویزیونی) می‌کوشند تا به هر طریق ممکن این باور را رواج دهند که اگر عیب و ایرادی در جامعه وجود دارد، تقصیر فرد یا روابط خانوادگی است. بنابراین، برای حل مسائل اجتماعی موجود کافی است که فرد هنجارها را رعایت کند؛ مثلاً، سیگار نکشد.

اما در این بین سؤالی مطرح می‌شود: اگر چنانچه امر مسلط با حمایت قاطع دولت، ریشه فسادها را سیگار کشیدن می‌داند، پس چرا از تولید و ورود پرحجم سیگار در کشور جلوگیری نمی‌کند؟ مگر سیگار چه کمکی به گفتمان مسلط می‌کند که با وجود تبلیغات منفی فراوان این گفتمان، همچنان باقی می‌ماند؟ برای پاسخ دادن به این سؤال می‌باید به ساز و کار قدرت، که همان پنهان‌سازی است، رجوع کرد. سیگار برای امر مسلط بی‌خطرترین و کم‌هزینه‌ترین چیزی است که می‌توان آن را در مقام علت فساد و تبهکاری جامعه معرفی کرد. به راحتی می‌توان تمام تقصیر نارسایی‌ها و تبهکاری‌ها را به گردن ابژه‌آشنای در دسترسی انداخت که همچون روحی فراگیر همه جا حضور دارد و والدین را متهم ساخت که با عدم رعایت نظام مراقبت و

سیگار ♦ ۱۳۳

انضباط، شیاطینی را به جامعه تحمیل کرده‌اند. در این جا سیگار، مدلول کاذبی است برای پنهان ساختن مدلول‌های راستین.

سیگار به سبب نقش پنهان‌سازی که دارد، بر خلاف تصور رایج، کالای مورد علاقهٔ امر مسلط است. سیگار نارسایی‌های سیستم را از جلوی دیدگان آسیب‌دیده‌های سیستم غیب می‌کند و برای همین است که سیگار و قربانیانش لازمهٔ نظم گفتمانی مسلطند. در واقع، فرد با سیگار کشیدن، تلخی و بدمزگی قدرت - قدرت فوکویی - حاکم را به ربه‌ها می‌فرستد و درون خود را آکنده از فضای انقیاد آفرین بیرون می‌کند.



## مرگ

زندگی روزمره موضوع مناسبی برای فلسفه است، زیرا فلسفه را از موضوعات سنتی به سمت رویدادهای تکراری و این‌که هستی اجتماعی اشخاص چگونه تولید می‌شود هدایت می‌کند. ...وظیفه دانش‌پژوهان زندگی روزمره، یافتن انتقادی نوعی الگوی معنادار در زندگی روزمره اشخاص نوعی است؛ یعنی در فعالیت‌های تکراری، در اشیایی که می‌خرند و مورد استفاده قرار می‌دهند، در اخباری که می‌خوانند، آگهی‌هایی که می‌شنوند و می‌بینند و ...

هانری لوفور

۱

تجربه مرگ از درون زندگی روزمره ما به بیرون پرت شده است. ما دیگر مردگان را نمی‌بینیم. گورستان‌ها، غسل‌خانه‌ها و سردخانه‌ها از جلوی چشمان ما دور شده‌اند. در واقع، ما مردگان واقعی را نمی‌بینیم، بلکه آن چیزی که



می‌بینیم بازنمایی مردگان در تصاویر تلویزیونی است. همان‌گونه که بودریار در مبادله نمادین و مرگ<sup>۱</sup> نشان می‌دهد، مفهوم مرگ اکنون به جای این‌که جزء ملازم اعتقادات جامعه باشد از جامعه بیرون رانده شده، انکار، محو و طرد شده است. از نظر بودریار، در جوامع مدرن از مرگ به مثابه حقیقت یا مادیتی زیست‌شناختی سخن به میان می‌آید که در آن مرده‌ها کاملاً از زنده‌ها جدا می‌شوند؛ برخلاف «بدوین» که مرگ برای آنان مناسبتی اجتماعی و، به گونه‌ای پارادوکسیکال، بیش‌تر حقیقتی مادی است، چرا که هم از آن آگاهند و هم با شکلی از آن سروکار دارند.

به سبب پیشرفت‌های بشری در حوزه پزشکی و نیز گسترش فرایندهای متمدن شدن، مردگان از واقعیت به «تصویر» تبدیل شده‌اند. کم‌تر اتفاق می‌افتد که جسدی را ببینیم. مردگان طی فرایندی شبه‌بوروکراتیک، سریعاً از مناظر عمومی جمع‌آوری و به دورترین مناطق بیرون از شهر برده می‌شوند و به دست کارگرانی حرفه‌ای و مخصوص، آماده خاکسپاری و به گونه‌ای پوشیده دفن می‌شوند. والدین تا می‌توانند کودکان را از گفتن واژه «مرگ» برحذر می‌دارند، آن‌ها را به مراسم خاکسپاری نمی‌برند و به بهانه تأثیرات بد روانی از کنار مردگان دورشان می‌کنند.

اما در گذشته، مرگ به گونه‌ای تجسدیافته و ملموس در زندگی روزمره افراد حضور داشت. گورستان‌ها نه مکان‌هایی دورافتاده از شهر بلکه مکان‌هایی درون شهر بودند و افراد می‌توانستند اجساد را تجربه کنند. از سویی دیگر، در قرون گذشته، انسان‌ها امکانات ناچیزی برای تسکین دردهای خود داشتند و فرایند بیماری‌های آن‌ها تا مردن به وسیله داروهای تسکین‌بخش یا اتاق‌های پنهان در بیمارستان‌ها غیب نمی‌شد. افراد در میان اقوام و نزدیکان خود درد و رنج پیش از مرگ را تحمل می‌کردند و اطرافیان

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: ریچارد جی. لین، ۱۳۸۷.

شاهد دردهای آنها بودند. امروزه افراد «به یکباره» می‌میرند. مرگ تبدیل به «رخداد»ی غیرمنتظره شده است که دیگران را غافلگیر می‌کند؛ به این خاطر که فرایند مرگ از جلوی چشم همه - حتی خود بیمار - پنهان می‌شود. داروها و صنعت پزشکی، مرگ را تبدیل به رخداد کرده‌اند.

مناسبات پیچیده شهری نیز در این امر بی‌تأثیر نبوده‌اند. زندگی شهری خالق انواع خاصی از امراض و شیوه‌های مردن شده است. امروزه در همه جا می‌خوانیم که سکنه‌های قلبی و مغزی مهم‌ترین عامل مرگ و میرها هستند. افزایش سکنه‌های قلبی و مغزی در دوران جدید بی‌شک محصول شهرها و مناسبات شهری است. صف‌های طویل بیماران منتظر جراحی قلب در بیمارستان‌های شهرهای بزرگ از واقعیت تأثیر نوع زندگی در نوع مرگ خبر می‌دهند.

مرگ بدون درد، آرام‌تر و رخدادگونه، منجر به پوشیدگی مرگ از زندگی روزمره ما شده است. نوربرت الیاس در این باره می‌نویسد: «آنچه قطعی است این است که در قرون وسطی به نسبت روزگار ما، به شیوه‌ای آشکارتر و پربسامدتر سخن از مرگ و مردن می‌رفت. ادبیات عامیانه آن روزگار بر این امر گواهی می‌دهد» (الیاس، ۱۳۸۴). آنچه مشخص است این است که در مقایسه با اکنون، مرگ در گذشته چندان پوشیده و در پرده نبود، بلکه وجهی فراگیرتر و مانوس‌تر داشت. امروزه ما با تصویر مرگ روبرو هستیم. تلویزیون، تصاویری از کشته‌شدگان یا مردگان را از سراسر دنیا مخابره می‌کند، مردگانی که محصول خشونت‌ها و حوادث طبیعی‌اند یا فیلم‌های سینمایی پر زد و خورد و خشن که در آنها افراد زیادی به راحتی می‌میرند. این نوع مواجهه با مرگ (در قالب بازنمایی) مهم‌ترین نقش را در تقویت حس نامیرایی ما ایفا می‌کند. تجربه باواسطه ما از مرگ، به سبب تصویر، برانگیزاننده این باور در ماست که مرگ «دور» از ماست و در جایی دیگر یا مجازی رخ می‌دهد. در

حقیقت، پنهان شدن مرگ در زندگی روزمره و انعکاس آن در تلویزیون در میانه هزاران هزار تصویر تخدیرکننده دیگر (در قالب سریال‌ها، سرگرمی‌ها و...) بودن مرگ را باورنکردنی‌تر می‌سازد.

ایمنی ما در برابر خطرهای غیرمترقبه طبیعی و تهدیدهای جانی رایج در گذشته، هم به پروژه سکولاریسم (کاهش باور به دین) کمک کرده است و هم منجر به افزایش عمر افراد شده است. با طولانی‌تر شدن زندگی، مرگ به تأخیر می‌افتد. در این حال، دیگر منظره مردن و افراد مرده امری عادی و پیش پا افتاده نیست. دنیای جدید با ساختن این باور که مرگ برای پیری است، در واقع تجربه مرگ را هم به مثابه تجربه‌ای عینی کاهش داده است هم به مثابه تجربه‌ای ذهنی. افراد دیگر تا جوانند و از متوسط عمر دور هستند، به مرگ نمی‌اندیشند؛ اگر هم بیندیشند، اندیشه آن‌ها اشکال فانتزی پیدا می‌کند. نااندیشیدن به مرگ کاملاً مبتنی است بر تسلط تکنولوژیک بر واقعیت با بهره‌گیری از دستاوردهای مبهوت‌کننده علوم طبیعی جدید.

این نااندیشیدن گویای این نکته نیز هست که نیاز به اندیشیدن به مرگ از میان رفته است. مرگ در نظر پیشینیان، اسطوره‌ای بود که برای دردها، فقدان‌ها و ندانسته‌های آن‌ها پاسخی آرامش‌بخش دست و پا می‌کرد. علم مدرن با صورت‌بندی جهان‌بینی تازه‌ای در باره منشأ حیات و چگونگی کارکرد آن و نیز کاستن بسیاری از دردها و فقدان‌ها، مفهوم مرگ را تغییر داده و نیاز به اندیشیدن به «آخر» را کمرنگ ساخته است. همان‌گونه که مشخص است، تغییر نوع زندگی انسان‌ها در طول تاریخ، بینش آن‌ها را نسبت به مرگ تغییر داده است. این به آن معناست که تجربه مرگ به عنوان یکی از عناصر زندگی روزمره، از منطبق حاکم بر کلیت زندگی روزمره پیروی می‌کند. در این حال، اگر یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مطالعات فرهنگی را فهم سویه‌های سلطه در لایه‌های پنهان کنش‌های روزمره بدانیم، توجه به ایدئولوژی‌های

مستتر در نوع تجربه مرگ، یکی از وظایف نگاه مطالعات فرهنگی به این عنصر مهم در زندگی روزمره است.

## ۲

منطق زندگی روزمره به تجربه مرگ نیز سرایت کرده است. بهشت زهرا نمونه عالی این نفوذ است. بهشت زهرا به عنوان تجسد مکانی تجربه مرگ، براساس منطق حاکم بر تمام عناصر زندگی روزمره مدرن عمل می‌کند؛ روزانه صدها جسد را به صورت کامپیوتری ثبت می‌کنند و با بهره‌گیری از مکانیسم منظم آمبولانس، غسل، کفن، روحانیون متصدی نماز میت (که در اتاقکی در انتظار مرده‌ها نشسته‌اند و به نوبت جا عوض می‌کنند) و قبرهای از قبل آماده شده، نظم حاکم بر سیستم را تا لحظات آخرِ بودگی فرد روی زمین، حتی بر جسد او تحمیل می‌کنند.

نکته جالب این است که بهشت زهرا در ایران یکی از منظم‌ترین ادارات است. بوروکراسی در آنجا بهتر از هر اداره و وزارتخانه‌ای عمل می‌کند و مراجعان معمولاً راضی‌اند. شاید این به آن جهت باشد که هدف مشخص است و نیازی به پارتی‌بازی نیست. در بهشت زهرا همه می‌دانند که چه کاری باید انجام دهند و تا پایان مسیر، کارها مشخص است. انضباط بر بدن‌هایی اعمال می‌شود که صامتند و برای همین مشکلی درست نمی‌کنند؛ کسی از آن‌ها به دنبال پارتی‌بازی برای راه افتادن کارهایش نیست، تو صف نمی‌زند، رشوه نمی‌دهد، شکایت نمی‌کند و... همراهان مرده نیز آن‌قدر درگیر دلشوره و ترس شخصی از فضای خاص قبرستان و غم از دست دادن هستند که توانایی اخلال در نظم سیستم را ندارند. در واقع، بهشت زهرا اوتوپیی ادارات ماست. اگر در شهرهای ما سازمان عقلانی کارزماتیک یا سنتی حاکم است، در بهشت زهرا عقلانیت معطوف به هدف، به بهترین نحو جلوه‌گر

می‌شود. در این میان، آنچه در بهشت زهرا بازتولید می‌شود بیش از آن‌که احساس ترس از مرگ، ایمان به خدا و... باشد، قدرت نهادهای متصدی کفن و دفن و نظام پزشکی است.

نظام پزشکی چنان تصویر غلوآمیزی از خود در اذهان عمومی ساخته است که به افراد نوعی حس نامیرایی بخشیده است. افراد حتی در درون قبرستان‌ها هم دل به تکنولوژی پزشکی بسته‌اند و مرگ خود را باور ندارند؛ برای همین است که تا از فضای قبرستان فارغ می‌شوند (معمولاً هنگام ناهار در رستورانی مجلل) مراسمی را که قرار بود برای آن‌ها حزن‌انگیز و عبرت‌آموز باشد، به کارناوالی جهت خنده و شادی با دوستان تبدیل می‌کنند. ارجاع علت مرگ از سوی بازماندگان به عاملی پزشکی - درمانی و دور شدن از پایان عمر به مثابه علتی خودبنیاد که در گذشته مورد قبول بود، از دیگر جلوه‌های قدرت گفتمان پزشکی است.

### ۳

تکنولوژی مدرن، تجربه مرگ را نیز همچون دیگر عناصر زندگی روزمره دربر گرفته و سیستم اقتصاد بر این تجربه هجوم آورده است. این‌گونه القا می‌شود که صنعت پزشکی می‌تواند جلوی مرگ شما را بگیرد. اقتصاد، این‌بار در هیئت صنعت پزشکی از ترس افراد از مرگ بهره می‌برد و با استفاده از تبلیغات به واقع اقتصادی (و به ظاهر پزشکی) فوبیای مرگ را به گونه‌ای دروغین تشدید می‌کند. در واقع، این فوبیای دروغین است که جایگاه پزشکی و بیمارستان را در زندگی روزمره شهرنشینان تا این حد ارتقا بخشیده است. فوکو در کتاب زایش درمانگاه سعی می‌کند به چگونگی ایجاد «گفتمان پزشکی» در دنیای جدید و ارتقای جایگاه پزشکی در زندگی روزمره توجه نشان دهد. او با شیوه تبارکاوی نشان می‌دهد که در پزشکی قرن هجدهم آنچه

اهمیت داشت طبقه‌بندی بیماری‌ها بود.<sup>۱</sup> پزشک در آن دوره سعی می‌کرد هر بیماری‌ای را درون طبقه خاصی جای دهد و بر اساس جایگاه آن طبابت کند. بنابراین، فرد بیمار در این معادله پدیده‌ای حاشیه‌ای محسوب می‌شد و پزشک ابتدا بیمار را در تشخیص مرض فاقد اهمیت می‌شمرد و در پی آن بود تا موضع بیماری را در طبقه‌بندی پزشکی کشف کند. در نیمه دوم قرن هجدهم، ناگهان مناسبات میان نوع بیماری و ارگان‌یسم خاصی که بیماری در آن استقرار دارد اهمیت خاصی یافت؛ به عبارت دیگر، کالبد بیمار اهمیت پیدا کرد.

از نظر فوکو، همان‌گونه که دیوانگی موضوع علم روان‌پزشکی شد، مرگ نیز به علم پزشکی جهتی تازه بخشید. در واقع، تضاد میان قدرت پزشک و ناتوانی و مرگ بیمار، گفتمان جدید پزشکی را سامان داد. از نظر او، در پزشکی جدید، سوژه پزشک در برابر ابژه بیمار قرار گرفت و بدن بیمار بعد از مرگ تبدیل به موضوعی تجربی شد. روش‌شناسی این دانش نو، کالبدشناسی‌ای بود که با جسم بی‌جان انسان سر و کار داشت. در این راستا، مرگ سرآغاز تکوین معرفت به شمار می‌رفت؛ برخلاف قرن هجدهم که نه تنها مرگ پایان زندگی محسوب می‌شد بلکه پایان بیماری و محدودیت‌ها نیز بود. در واقع، در پزشکی جدید، جسم مرده ابژه‌ای است برای شناخت بیش‌تر از طریق کالبدشکافی و کالبدشناسی. این نکته به آن معنا نیست که شیوه کالبدشکافی یا کالبدشناسی منجر به تغییر جایگاه پزشکی شده است، بلکه به این معناست که پزشکی جدید، نتیجه برقراری رابطه‌ای جدید در گفتمان پزشکی میان چندین عنصر مجزاست. بعضی از این عناصر به جایگاه پزشکان مربوط می‌شد، برخی دیگر به موقعیتی نهادی و تکنیکی - که پزشکان از دریچه آن سخن می‌گفتند - و برخی هم به مقام پزشکان به عنوان سوژه یا فاعل شناسا. فوکو معتقد است که این رابطه میان عناصر مختلف را

۱. برای مطالعه بیش‌تر بنگرید به: میشل فوکو، ۱۳۸۵.

گفتمان پزشکی ایجاد می‌کند. در واقع، گفتمان پزشکی است که به مثابه‌کردار میان همه‌ی این عناصر، منظومه‌ای از روابط برقرار می‌سازد و دائما از آن استفاده می‌کند و بر قدرت خود می‌افزاید. در واقع، راهکارها و عملکردهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی درمانگاه‌ها در پیوند با حوزه‌های قدرت در متن جامعه شکل گرفت. ادراک پزشکی ماهیتی اجتماعی حاصل کرد و از عرصه‌ی بیمارستان‌ها به متن جامعه راه یافت و دانش پزشکی با بافت اجتماعی قدرت درآمیخت. به راستی که در رسانه‌ها و به‌خصوص تلویزیون - با انواع برنامه‌های پزشکی و کارشناسان رنگارنگ سلامت - ترس از بیماری و بالطبع مرگ بازتولید می‌شود، و این یکی از مهم‌ترین عناصری است که در شکل‌دهی به گفتمان پزشکی جدید نقش دارد.

همواره این‌گونه تصویر می‌شود که پزشکان می‌توانند مرگ را به تأخیر بیندازند، در حالی که آن‌ها تنها قادر به حفظ مصنوعی حیاتند. همان‌گونه که گادامر می‌نویسد، پزشکان با طولانی کردن مصنوعی حیات در واقع به طولانی کردن مرگ دست می‌زنند.<sup>۱</sup> بسیاری از بیماران را دیده‌ایم که مدت‌های مدیدی را در بیمارستان سپری کرده‌اند و در نهایت مرده‌اند. آن‌ها در واقع تنها به چرخش مالی گفتمان پزشکی خدمت رسانده‌اند. نکته‌ی جالب این است که بیماران و نزدیکانشان بعد از تحمل دردها و رنج‌های طولانی (تجربه‌ی مرگ طولانی) از عواملان همین دردها و رنج‌ها (نهاد پزشکی) ملتسانه می‌خواهند که به این وضعیت پایان دهند و مرگ را به بیمار هدیه کنند. مولیر در پرده‌ی سوم نمایشنامه «طیب خیالی» به شکلی درخشان این وضعیت را به تصویر می‌کشد: «تصمیم دارم، تمام عمرم را وقف پزشکی کنم که به نظرم از همه مشاغل بهتر است، زیرا چه خوب عمل کنی چه بد، دستمزدت را می‌گیری. ما هیچ‌وقت مقصّر نیستیم، مرده مقصّر است. بالاخره

۱. برای مطالعه‌ی بیشتر بنگرید به: هانس - گئورگ گادامر، ۱۳۸۴.

حسن این حرفه در این است که مردگان، شریف‌ترین و رازدارترین مردم دنیا هستند و هرگز دیده نشده از پزشکی که آن‌ها را کشته است گله و شکایتی داشته باشند». بیمارستان‌ها با وجود تلاش صادقانه‌شان در زندگی بخشیدن به بیماران، در کار ترتیب دادن مرگند. این نکته به معنای نفی خدمات پزشکی به انسان نیست، بلکه بر این مسئله تأکید دارد که چگونه گفتمان پزشکی در زندگی روزمره جدید تا بدین حد قدرت یافته و افراد را به خود وابسته کرده است. همان‌گونه که فوکو می‌نویسد، این قدرت ناشی از مجموعه روابط گفتمانی در زمینه واقعیت مرگ است.

#### ۴

مرده‌ها را چندی است که در تهران با مرسدس بنزهای آخرین سیستم حمل می‌کنند، چرا؟ شاید به این دلیل که زنده‌ها را همچنان با بدترین اتومبیل‌ها حمل می‌کنند.

تصویر قبلی ما از نعش‌کش‌ها اتومبیل‌ها و انسان‌هایی بودند با رنگ‌های پریده، ماشین‌هایی قدیمی و حال و روزی معمولاً عصبی و قرین محرومیت. این تصویر امروزه عوض شده است، اما به نظر می‌رسد که راه زیبایی‌شناسانه کردن مرگ این نباشد. در کشورهای پیشرفته دنیا برای این کار معمولاً از تئاتر، ادبیات، فلسفه و سینما استفاده می‌شود، نه از بنز.

سوار کردن اجساد درون اتومبیل‌های آخرین سیستم از همان منطقی پیروی می‌کند که برگزاری سمینار و مراسم یادبود برای بزرگان و دانشمندان بعد از مرگ آن‌ها.

#### ۵

نظام «تمایز»، آن‌گونه که پیر بوردیو بدان می‌پردازد، در تجربه مرگ نیز



بازتولید می‌شود. به عبارت دیگر، افراد از طریق نوع تجربه مرگشان خود را از دیگران متمایز می‌سازند. آن‌ها در واقع با بهره‌گیری از مناسبات مرگ به کسب منزلت اجتماعی و تعیین طبقه خویش دست می‌زنند. این نکته را ژرژ باتای نیز به‌گونه‌ای دیگر توضیح می‌دهد. از نظر او، دو مقوله را در باره «مصرف» باید از هم جدا کرد: یکی مصرف حداقلی، که لازمه استمرار زندگی تولیدی انسان‌هاست و انسان‌ها از طریق آن مایحتاج اولیه خود را برای زندگی و کار تأمین می‌کنند، و دیگری مصرف غیرتولیدی که غایتی فراتر از خود ندارد؛ همچون تجملات، سوگواری و مراسم مرگ، جنگ، رسوم و سنن، ساخت و سازهای لوکس و پر زرق و برق، بازی‌ها، نمایش‌ها، هنرها و کنش‌های نامشروع جنسی (Bataille, 1985). این نوع مصرف است که پیوندی عمیق با مناسبات اجتماعی و فرهنگی دارد و تمایزات انسانی را در خود انعکاس می‌دهد.

چگونگی برگزاری مراسم ختم، امروزه در بخش قابل توجهی از طبقه متوسط شهرنشین ایران، ابژه‌ای قابل توجه برای درک منازعات اجتماعی است. کیفیت مسجد و این‌که در چه منطقه‌ای از شهر باشد عنصر بسیار مهمی در کسب منزلت اجتماعی برای خانواده متوفی است. پاره‌ای مسجدها در این‌گونه مراسم با تغییر کاربری، محتوایی همچون محتوای سالن‌های جشن و عروسی پیدا می‌کنند و پرمراجعه و معروف بودن آن‌ها نقش قابل توجهی در ارزش‌گذاری اجتماعی می‌یابد. مسجد امیرآباد، مسجد نور (میدان فاطمی) و مسجد میدان کاج (سعادت‌آباد) در تهران از جمله آن‌هاست. هر خانواده‌ای که بتواند در این مسجدها مراسم ختم متوفای خود را برگزار کند، جایگاه منزلتی بالاتری پیدا می‌کند. از دیگر عناصر مهم منزلت‌بخش در مراسم ختم، دسته‌گل‌هاست. حجم، تعدد، تنوع، قیمت و صاحب اسم و رسم بودن افراد و شرکت‌های فرستنده دسته‌گل‌ها، در ارزش‌گذاری اجتماعی نقش قابل توجهی دارد.

نظام تمایزبخش به غیر از خانواده و بازماندگان متوفی، بر خود مردگان نیز اعمال می‌شود. امروزه بهشت زهرا، بر حسب طبقات اجتماعی و فرهنگی تقسیم شده است؛ قطعاً شهدا، هنرمندان، خبرنگاران، خانواده شهدا و... این اتفاق بی‌شک محصول خواست زندگان بوده است. زنده‌ها از این بابت که مرده‌شان در کدام قطعه و طبقه فرهنگی - اجتماعی مدفون شده باشد، برای خود منزلت اجتماعی دست و پا می‌کنند. در گذشته، افراد بر حسب داشتن مقبره‌های خانوادگی ارزش‌گذاری می‌شدند، اما امروزه با تغییر مناسبات اجتماعی و اهمیت یافتن سبک زندگی، طبقه‌بندی‌های فرهنگی - اجتماعی برای طبقه متوسط، ارزشمندتر می‌نماید. مقبره‌های خانوادگی، طبقات اقتصادی را نشان می‌داد و افراد سعی می‌کردند با داشتن این نوع قبور، طبقه اقتصادی خانواده خود را از دیگران متمایز سازند. در دوره جدید با افول محوریت اقتصاد در طبقه‌بندی‌های اجتماعی و جامعه‌شناسانه و اهمیت یافتن سبک زندگی به عنوان شاخصی اجتماعی - فرهنگی، مقبره‌های خانوادگی اهمیت خود را به اشکال جدید داده است. این تحول را در گرافیک سنگ‌های قبرستان و تغییرات آن در سال‌های اخیر، به خوبی می‌توان ردیابی کرد.

## ۶

به‌طور کلی می‌توان گفت که تجربه مرگ همچون دیگر تجربه‌های زندگی روزمره در دنیای جدید، زنا شده است. این اتفاق، همان‌گونه که باکاک در مورد زندگی روزمره توضیح می‌دهد، محصول مصرف‌گرایی مدرن و تغییر نقش‌های کلیشه‌ای زنان و مردان در زیست جدید است. اهمیت یافتن نوع پذیرایی در مراسم ختم و ظهور نمادهای زیبایی‌شناسانه در این‌گونه مراسم، گویای این وضعیت تازه است. عکس‌های رنگی و متنوع با طرح‌های گرافیکی

جذاب از مردگان، صحنه‌پردازی و چینش مکان‌های برگزاری مراسم هماهنگ با طرح‌های دکوراسیون داخلی، تزئینات قابل توجه روی خوراکی‌ها (حلو، خرما و...) و نیز تنوع غذاها و نوشیدنی‌ها در این گونه مراسم از جمله مهم‌ترین مظاهر زنانگی در تجربه مرگ است.

از سویی دیگر، تجربه مرگ به سمت یکسان‌شدگی و غیرسیاسی شدن پیش رفته است. مداحان و واعظان در مراسم عزاداری از پرداختن به مسائل سیاسی (به خواست بازماندگان) اجتناب می‌کنند و به گونه‌ای یکسان - تنها با تغییر نام متوفی در پایان اجراهایشان - مجالس را برگزار می‌کنند. در واقع، می‌توان گفت که مراسم عزاداری معمولاً به طور صوری (فرمال) و غیرسیاسی برگزار می‌شود و ما با نوعی «صنعت ختم‌سازی» مواجه هستیم. در این صنعت از مسجد گرفته تا واعظ و مداح با قیمت‌هایی از پیش تعیین شده، در زمان‌هایی مشخص و دقیق، سخن‌ها و اشعار یکسان و همشکلی ایراد می‌کنند و شخصیت متوفی و خانواده او برایشان اهمیت چندانی ندارد. واعظان بدون توجه به سبک زندگی متوفی، او را عاشق اسلام و اهل بیت معرفی و برای شادی روحش از حضار طلب صلوات و فاتحه می‌کنند. این یکسان‌شدگی، بازتاب زیست همسان‌شده طبقه متوسط شهری در ایران است که بی‌شک محصول نظام مصرفی اقتصادی و فرهنگی آن‌هاست. خواندن حجم زیادی از نام‌های خانوادگی در پایان مراسم عزاداری از سوی واعظان، در واقع حد اعلای ساختار تقلیل‌یافته به فرم در این گونه مراسم است، اسامی‌ای که امروزه در همه جا و به گونه‌ای بی‌ارجاع حضور دارند و همه به دنبال ثبت آن‌ها در جایی هستند - حتی روی آگهی‌های تسلیت.

بخش سوم

شهر - زندگی روزمره



## تلویزیون

الف:

۱

ناگفته پیداست که محتوای رسانه‌ها در بیش‌تر مواقع نقش واقعی آن‌ها را از ما پنهان می‌سازد. محتوا خود را به صورت پیام ارائه می‌کند، در حالی که پیام واقعی (که گفتمان آشکار در رابطه با آن شاید مفهوم ضمنی صرف محسوب شود) تغییر ساختاری عمیقی است (تغییر میزان، الگو، عادت) که در رابطه‌های انسانی شکل گرفته است. پیام تلویزیون تصاویری نیست که ارسال می‌کند بلکه روش‌های جدید ارتباط و درکی است که تحمیل می‌کند و تغییراتی است که در ساختارهای سنتی خانوادگی و جمعی به وجود می‌آورد...

ژان بودریار

برتولت برشت، در نوشتار کوتاهی تحت عنوان «در باره نوشتار رئالیستی»،<sup>۱</sup>

---

۱. به نقل از: تری ایگلتون، ۱۳۸۳.

ترویج متن رئالیستی را مهم‌ترین سبک در مبارزه با دستگاه هیتلر معرفی می‌کند. برشت به این نکته اشاره دارد که اصالت بخشیدن به جهان درون (رمانتیسیسم) از یک سو و ایده‌گرایی (ایده‌آلیسم) ذهنی از سوی دیگر، توده مردم را از واقعیت‌های انضمامی دور می‌سازد و فجایعی همچون نازیسم و استالینیسم می‌آفریند. تأکید اصلی تئوری‌های «جامعه توده‌ای»، که بعد از جنگ جهانی مطرح شد، متوجه رسانه‌های الکترونیکی (همچون رادیو و تلویزیون) بود که تحت سیطره ایدئولوژی و با هدف ساختن جهان آرمانی، از حمایت مردم از فاشیسم ستایش می‌کردند. به نظر غالب تئوری‌پردازان حوزه تلویزیون، بعد از جنگ، رسانه‌ها با نمایش تصاویری کاذب از واقعیت، پیام‌های ایدئولوژیک گردانندگان خود را به مخاطبان انتقال می‌دهند. آنان در واقع با کمک رسانه‌های توده‌ای، مسائل را طبیعی و بهنجار جلوه می‌دهند و، به تعبیر برشت، واقعیت‌زدایی می‌کنند. به عنوان مثال، نژادپرستی و وجود نژادی برتر در میان دیگر نژادها را امری مسلم فرض می‌گیرند.

اساساً بحث در باره رسانه‌ها، بعد از جنگ جهانی و استفاده تبلیغاتی هیتلر از رادیو و تلویزیون، اوج گرفت. رادیو و تلویزیون در تفکر رایج، دستگاه‌های قدرتمند ایدئولوژیکی هستند که با پوشاندن امر واقع، ایدئولوژی‌های آرمان‌گرایانه و رمانتیک فرهنگ مسلط را تبلیغ می‌کنند و رهایی را ناممکن‌تر می‌سازند. اوج این قبیل تئوری‌ها، مفهوم «وانمایی»<sup>۱</sup> ژان بودریار است. بودریار معتقد است که رسانه‌ها، بر اساس منطق جامعه مصرفی، همه چیز را تحت اراده خود در می‌آورند و در بازی انگاره‌ها و صورت‌های خیالی گرفتار می‌سازند که کم‌ترین ارتباطی با واقعیت خارجی ندارند. از نظر او، ما در ساختاری از صورت‌های توهمی زندگی می‌کنیم که به جای تجربه مستقیم و شناخت مصداق یا مدلول رویداد، با معنی‌دهنده‌ها یا

---

1. simulation

وانموده‌ها روبرویم. از نظر بودریار، جهان جدید چیزی جز مجموعه وانموده‌های تقلبی نیست که به دست رسانه‌ها تولید شده است. واقعیت، دیگر نه در نتیجه مواجهه ما با جهان خارج بلکه امری است که در صفحه تلویزیون ساخته می‌شود (Baudrillard, 1998). از نظر بودریار و البته فردریک جیمسون و بسیاری دیگر از نظریه‌پردازان انتقادی، تلویزیون نمایشگر جهان خارج نیست، بلکه خود، جهانی است که به زندگی ما رسوخ کرده، جهانی که در آن اطلاعات جای معنی را گرفته و در مجموع باعث ایجاد «توده»‌ها شده است.

بودریار در این جا بسیار به مک‌لوهان نزدیک شده و تئوری وی را تحت عنوان «رسانه، پیام است» بازسازی می‌کند. مک‌لوهان سعی داشت نشان دهد که موقعیت رسانه‌ها، تعیین‌کننده محتوای فکر، زندگی و ادراک معنایی ماست. از نظر وی، رسانه‌ها هستند که حتی ادراک حسی تازه‌ای برای ما ساخته‌اند. مک‌لوهان تلویزیون را به عنوان یکی از مهم‌ترین رسانه‌های سرد، مخرب نقش تمدن‌ساز متن و کاغذ (چاپ) نام می‌برد. تمدنی که قرار بود با استفاده از وسایل ارتباطی‌ای همچون زبان و نوشتار، آگاهی را رواج دهد با ظهور تلویزیون منجر به یکسان‌سازی‌ها و حذف تمایزات و تفاوت‌های بشری شده و انسان‌ها را به سمت «سادگی» برده است.

همان‌گونه که اشاره شد، بعد از جنگ جهانی دوم و فجایع آفریده شده، موضوع «توده» بسیار مورد توجه قرار گرفت. استفاده ایدئولوژیک نازی‌ها از تصاویر و صداهای رسانه‌ای و همچنین حمایت‌های گسترده مردم از خالقان «فجایع» در اوایل قرن بیستم، اندیشه جامعه‌شناسانه را به وحشت انداخت. مارکوزه و آدورنو با انتقاد از اصالت‌بخشی به توده، سعی کردند رابطه‌ای میان تبلیغات حزب نازی و فاجعه فاشیسم و نیز میان تبلیغات سرمایه‌داری و فاجعه صنعت فرهنگ‌سازی برقرار کنند و این تئوری را گسترش دهند که نظام سرمایه‌داری نیز همچون فاشیسم از رسانه‌های تأثیرگذار بر توده برای



خلق فاجعه بهره می‌گیرد. غالب متفکران انتقادی نسبت به تلویزیون بدبین بوده‌اند و آن را نوعی «فاجعه توده‌ای» نامیده‌اند.

به غیر از توده‌گرایی، انتقاد عمده دیگر متفکران انتقادی به تلویزیون بر این اصل استوار است که رسانه‌های جمعی بالاخص تلویزیون، زیبایی‌شناسی را نابود می‌سازند. از نظر آنان، رسانه‌ها با تکثیر و تولید انبوه تصاویر و صداها، خلاقیت هنری را صنعتی و مکانیکی کرده‌اند و ارزش معنابخشی آن را به بازیچه گرفته‌اند. آدورنو معتقد است که رسانه‌ها نقش واپس‌گرایی در ویران کردن نیروی ادراک نوآوری‌ها بر عهده دارند. از نظر وی، رسانه‌ها در نظام سرمایه‌داری معاصر زاینده عادت‌های حسی‌ای هستند که در حکم ویرانی «نوجویی» است. موسیقی رادیو با همگانی ساختن واکنش‌های شنوندگان، تجلی موسیقی را برای هر فرد از میان برده و به جای فردیت راستینی که سازنده ادراک والایی از هنر است، پنداری از فردیت نشسته است. در مجموع می‌توان گفت تأکید اصلی این‌گونه انتقادات بر این است که رسانه‌های جمعی الکترونیکی با ابتذال فرهنگ، مخاطبان خود را از سرمایه فرهنگی تهی می‌کنند.<sup>۱</sup>

## ۲

بیننده می‌تواند هم معنای لفظی [صریح] و هم معنای ضمنی [پنهان] گفتار را درک کند اما پیام را به شیوه‌ای کاملاً متضاد رمزگشایی کند. این بیننده پیام را در رمزگان ترجیح داده شده تجزیه می‌کند تا آن را در چارچوب مرجع دیگری ترکیب کند.

### استوارت هال

انتقاد از تلویزیون به غیر از تلقی‌های رایج انتقادی - مارکسیستی که به آن‌ها اشاره شد، در نظریه مطالعات فرهنگی نیز تداوم یافت، اما با این تفاوت که در

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: تئودور آدورنو و ماکس هورکهایمر، ۱۳۸۲.

این جا سعی شد با توجه به اهمیت «سوژه» و زندگی روزمره، از تمایز خشک فرانکفورتی‌ها میان فرهنگ توده‌ای و فرهنگ اصیل اجتناب شود. در این میان، در دهه شصت برخی از متفکران چپ بر این نکته پافشاری کردند که تلویزیون می‌تواند به «رهایی‌بخشی» کمک کند. آنان، که بسیار متأثر از والتر بنیامین بودند، از مغفول افتادن امکانات تلویزیون نزد سنت چپ، انتقاد و زیبایی‌شناسی استعلایی این سنت را رد کردند.

تئوری مطالعات فرهنگی با احیای سوژه، در کنار پذیرش واقعیتی به نام «ساختار» از امکان «مقاومت»‌هایی سخن می‌گوید که می‌تواند در نظم بازتولیدی سرمایه‌داری خلل ایجاد کند. متفکران این سنت، برخلاف مارکسیست‌های انتقادی، بر این باورند که مردم در زندگی روزمره به انتظار نمی‌نشینند تا پیام‌های جداگانه و مخصوصی دریافت کنند، بلکه در محیطی زندگی می‌کنند که به طور مرتب می‌توانند بین پیام‌های مختلف در درون زمینه اجتماعی‌شان دست به انتخاب بزنند و برخی از پیام‌ها را دریافت و برخی دیگر را رد کنند. از سویی دیگر، آن‌ها معتقدند که همه مردم متنی واحد را به شیوه‌ای یکسان ادراک نمی‌کنند. به عنوان مثال، استوارت هال معتقد است که در فرایند ارتباطات، ساختار پیچیده‌ای از سلطه دخیل است. از نظر او، ملاحظات مختلفی همچون ملاحظات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، مذهبی و فنی مقاصد و اهداف رسانه‌ها را شکل می‌دهد. در واقع، رسانه‌ها سعی می‌کنند این ملاحظات یا، به تعبیری دیگر، ایدئولوژی‌ها را با استفاده از نمادهای رایج به زبان عادی ترجمه کنند و به مخاطبان انتقال دهند. او از تعبیر «رمزگذاری» برای نامیدن این فرایند استفاده می‌کند. مخاطبان در این ارتباط افرادی هستند که سعی می‌کنند رمزها را بفهمند و درونی کنند. هال به فرایند فهمیدن و درونی کردن پیام رسانه‌ها «رمزگشایی» می‌گوید.<sup>۱</sup>

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: استوارت هال، ۱۳۸۲.

نکته‌ای که حال بر آن تأکید می‌کند این است که تضمینی وجود ندارد که میان معانی‌ای که رمزگذاران تولید می‌کنند و معانی‌ای که رمزگشایان دریافت می‌دارند شباهتی وجود داشته باشد. هر چند که قرائت غالب در میان رمزگشایان یا مخاطبان از یک «رمز» همانی است که هژمونی مسلط یا رمزگذار می‌خواهد فهمیده شود، اما در این بین قرائت‌های ضد هژمونیک فراوانی نیز تولید می‌شود که بیش‌تر مربوط به دلالت‌های پنهان رمزها هستند. تئوری‌پردازان مطالعات فرهنگی همچون هال با تأسی به گرامشی معتقدند که قرائت‌های ضد هژمونیک را کسانی صورت‌بندی می‌کنند که از رمزهای حاکم در پیام هژمونیک آگاهند و می‌توانند آن‌ها را لو دهند. بر مبنای همین تئوری است که مطالعات فرهنگی به فرهنگ توده‌ای علاقه‌مند است و سعی می‌کند به تولیدات و مصارف فرهنگ توده‌ای از جمله برنامه‌های تلویزیونی نزدیک شود و به دقت آن‌ها را بررسی کند.

مقاومت‌های رمزگشایان یا مخاطبان در خلال ارتباط رسانه‌ای که منجر به خوانش پیام برخلاف خواست رمزگذاران می‌شود این نکته را برجسته می‌کند که تنها در صورتی می‌توان نظم موجود را به سمت وضعیت مطلوب تغییر داد که به غیر از تحلیل «قدرت»، «مقاومت»‌هایی نیز علیه آن صورت‌بندی کرد. علاوه بر این، تأکید اهالی مطالعات فرهنگی بر «سوژه» در مواجهه با تلویزیون این امکان را برای آن‌ها فراهم می‌کند که بتوانند به دلایل مختلف اجتماعی، سیاسی و فرهنگی تمایل مخاطبان به برنامه‌های تلویزیونی مبتذل توجه کنند و از صورت‌های وقیحانه زندگی روزمره انتقاد کنند.

مطالعات فرهنگی، برخلاف تصور رایج، لزوماً به تقدیس فرهنگ توده‌ای نمی‌پردازد، بلکه سعی می‌کند آن را فراموش نکند. وجوه مختلف فرهنگ توده‌ای، موضوع مهم مطالعات فرهنگی است. این پارادایم دو شاخه عمده دارد. برخی از اهالی مطالعات فرهنگی همچون استوارت هال و میگان

موريس، تحت تأثیر گرامشی و مفهوم «مقاومت» وی، راه‌های مقاومت در برابر فرهنگ سرمایه‌داری مسلط را تئوریزه می‌کنند، و شاخه‌ای دیگر از آن‌ها تحت تأثیر اندیشه‌های میشل دوسرتو و میخائیل باختین، از امکان‌های رهایی‌بخشی فرهنگ توده همچون تلویزیون سخن می‌گویند. جان فیسک در کتاب فرهنگ تلویزیون<sup>۱</sup> می‌گوید که در کنار خصوصیات سرکوبگرانه و ایدئولوژیکی رسانه‌ها، برنامه‌های عامه‌پسند تلویزیون به مردم اجازه می‌دهند که «لذت» را مستقر سازند و قرائت‌هایی مخالف ایجاد کنند. لذتی که مردم از مشاهده تصویر مدونا یا گوش دادن به موسیقی یا تماشای فیلم یا فوتبال و نظایر این‌ها می‌برند و در گفتار روزمره خود با یکدیگر به آن اشاره می‌کنند، در واقع مقاومتی است که در جهت رهایی از فرهنگ خشک و رسمی حاکم از خود بروز می‌دهند؛ آن‌ها برخلاف خواست رمزگذار، از داده‌های موجود در این برنامه‌ها در جهت افزایش و بازسازی درک خود از جهان اطراف بهره می‌گیرند.

### ۳

آنچه در عصر بازتولیدپذیری تکنیکی اثر هنری می‌میرد هاله اثر هنری است. این فرآیند واجد سرشتی دردناکانه است. معنای آن به فرا سوی گستره هنر دلالت دارد. صورت‌بندی کلی این امر می‌تواند چنین باشد: تکنیک بازتولید، امر بازتولید شده را از پیوستار سنت می‌گسلاند. با افزودن بر شمار بازتولیدها، کثرتی انبوه را جانشین وقوع یکه اثر اصل می‌کند، و بدین شیوه که به بازتولید اجازه روبرویی با مخاطبان در وضعیت خاص خودشان را می‌دهد، امر بازتولید شده را اکنون می‌سازد.

والتر بنیامین

۱. برای مطالعه بیشتر تر نگاه کنید به: J. Fiske, (1987).

گفته شد که یکی از مهم‌ترین انتقادهای آدورنو از رسانه‌های جمعی به نقش آن‌ها در زدودن امر زیبایی‌شناسانه از طریق خصوصیت تکرارپذیری اثر هنری بازمی‌گردد. والتر بنیامین در سال ۱۹۳۶ و در مقاله‌ای تحت عنوان «اثر هنری در عصر بازتولیدپذیری تکنیکی آن»،<sup>۱</sup> الهام‌بخش تئوری‌های مطالعات فرهنگی در عبور از انتقاد آدورنوی از رسانه‌های جمعی شد. بنیامین در مقاله خود نشان داد که غالباً کار هنری همچون نقاشی یا مجسمه‌سازی را کنشی در جهت ساخت اشیای استثنایی، بی‌نظیر و اصالت‌دار تعریف می‌کنند. او این تعریف رایج از هنر را خالق نیروهایی رمزآلود و جادویی برای آن می‌داند که از آن‌ها به «هاله‌ای بر دور اثر هنری» تعبیر می‌کند. هاله از نظر بنیامین باقی‌مانده فرهنگ بت‌پرستی سده‌های پیشین است. بت به عنوان دست‌ساخته‌ای که خدا در آن هبوط کرده است با برآمدن سرمایه‌داری صنعتی دستخوش دگرگونی ریشه‌ای شد. در دیدگاه بنیامین، ظهور تدریجی مفهوم «هنر» از جایی آغاز شد که بت یا همان دست‌ساخته از مکان‌های مخفی که تنها کاهن‌های اعظم در آن‌ها رفت و آمد داشتند، خارج شد و به صحن عمومی کلیسا آمد و در نهایت با حضور در محیط سکولار «موزه» تغییر اسم داد. تقدس موجود در هنر اصیل، برگرفته و باقی‌مانده از فرهنگ سنتی است که سعی داشت به دست‌ساخته خود، جان یا روح متعالی ببخشد. به گفته بنیامین، در حالی که محصولات هنری دست‌ساخته، اصیلند و هاله‌ای خاص گرد آن‌هاست، محصولات بازتولیدی (همچون تصاویر تلویزیونی، عکس و...) به نوعی نشان‌دهنده انحطاط آن هاله هستند. پس تکنولوژی، کیفیت «تقدس» را از محصولات معاصر فرهنگی زدوده و آن‌ها را در دسترس و قابل نقد ساخته است. وی در ادامه با تأکید بر فیلم سینمایی توضیح می‌دهد که رسانه‌های الکترونیک با الوهیت‌زدایی از هنر آن را از

۱. برای مطالعه بیشتر تر نگاه کنید به: والتر بنیامین، ۱۳۸۴.

تعالی رها می‌سازند و با قابلیت تولید چندباره و متعدد آن، هنر را در دسترس و رهایی بخش می‌کنند. البته بنیامین در پایان بر این نکته تأکید می‌کند که رسانه می‌باید در اختیار اشخاص یا افکار مناسب باشد تا بتواند به رهایی منجر شود. به واقع، در این جاست که او از سوژه گرداننده رسانه یا، به تعبیر هال، رمزگذار رسانه به عنوان عامل تولید اراجیف تلویزیونی یا رادیویی نام می‌برد و تئوری خود را از توصیفات جوهری یا ذات‌گرایانه رسانه‌های جمعی، خالی می‌کند.

از نظر بنیامین، مهم‌تر از خود رسانه، رمزگذار آن است. گرداننده رسانه است که هم می‌تواند اراجیف تولید کند و هم هنر نمایش دهد. تئوری پردازان مطالعات فرهنگی با استناد به بنیامین، سعی می‌کنند نشان دهند که هر چند بخش عمده‌ای از انتقاد آدورنو و هورکهایمر نسبت به صنعت فرهنگ سازی در تولید فرهنگ سطحی، مبتذل و دستکاری شده توده‌ای توسط تلویزیون و دیگر رسانه‌های جمعی قابل قبول است، اما انسان‌ها موجوداتی یکسره منفعل نیستند که تماماً در اختیار معانی تولید شده تلویزیون باشند؛ بلکه هم سوژه مخاطب و هم پیام‌های رسانه‌ای دارای ظرفیت‌هایی در جهت مقاومت در برابر هژمونی مسلط هستند. از نظر آنان، آثار هنری هاله شده امروز، حاصل زندگی روزمره گذشتگان است. نقاشی‌های حک شده بر دیوارهای غارها و کلیساها، مجسمه‌های تنومند سده‌های میانه و نقاشی‌ها، موسیقی‌ها و طرح‌های جاودان قرون قبلی، در خلال زیست روزمره و همسو با دیگر تجربه‌های زیسته آنان تولید شده است؛ به این معنا که زیبایی‌شناسی اساساً، برخلاف تصور آدورنو، انضمامی است و در فرهنگ عامه (چیزی که آدورنو از آن متنفر است) ظهور می‌یابد، نه در جهان متعالی هنرمندان اصیل. فیلم مودیلانی یا آمادئوس به خوبی این را نشان داده‌اند که آثار هنری برجسته هنرمندان بزرگی همچون موتسارت و پیکاسو از بطن زندگی روزمره آنها برخاسته و اساساً بیرون از هاله‌سازی‌های رایج است.

در واقع انتقاد اصلی، به غلبه هستی‌شناختی ایده‌های تجریدی است که بر واقعیات جامعه‌شناختی زیست روزمره مستولی شده‌اند. این قبیل پارادایم‌های ذهن‌گرا اساساً با گسستی کامل از واقعیات اجتماعی موجود، زندگی روزمره و مسائل و دغدغه‌های آن به نوعی نخبه‌گرایی و متافیزیک متوسل می‌شوند.

## ب:

بازی بارسلونا و اُتلوا به صورت زنده از شبکه سوم تلویزیون در حال پخش است. در لحظاتی از بازی، صدای گزارشگر و تصاویر فوتبال بر هم منطبق نیستند. فردوسی‌پور، گزارشگر فوتبال، در این هنگام می‌گوید: «... من بر روی مانیتورم تصویر ندارم. یک لحظه من تصاویر اصلی را گزارش کردم. حالا برمی‌گردیم به بازی...» پخش فوتبال به روال عادی‌اش بازمی‌گردد.<sup>۱</sup>

این‌که «تلویزیون» در ایران چه تأثیری بر طبقات گوناگون اجتماعی دارد، بحثی است مهم و قابل توجه که در نوشته‌ها و گفته‌های بسیاری بدان پرداخته شده است. تلویزیون در ایران، هم مانند تمام تلویزیون‌ها تکنولوژی محبوبی است که، به تعبیر ژاک لاکان، به تحکیم «امر خیالی» و یکپارچه‌سازی «خود» در دوران مدرن مشغول است و هم مهم‌ترین دستگاه ایدئولوژیک دولت است که ایدئولوژی را در اشکالی «پاکیزه» و رمانتیک به همه نقاط منتقل می‌کند. اما سؤال این است که تلویزیون در ایران چگونه ایدئولوژی مسلط را در میان نخبگان و روشنفکران تداوم می‌بخشد. مواجهه روشنفکران ایرانی با تلویزیون چگونه است؟

تئوری «وانمایی» بودریار در باره نسبت میان واقعیت و تصویر، و تئوری

۱. شنبه، سوم آبان ۸۶.

«صنعت فرهنگ سازی» آدورنو در باره وضعیت فرهنگ در رسانه‌های جمعی، قابلیت فراوانی در تحلیل ارتباط میان تلویزیون، توده و نظم سرمایه‌داری دارند. از سویی دیگر، تئوری‌های مطالعات فرهنگی نیز با وجود انتقاد از ساختار رسانه‌های جمعی و تلویزیون، تحت‌تأثیر بنیامین و گرامشی بر مقاومت‌هایی تأکید می‌کنند که به احیای سوژه در برابر ساختار می‌انجامد. همچنین، آن‌ها توجه به زندگی روزمره و امر انضمامی را به جای تلقی‌های فلسفی و ذهن‌گرایی مدنظر قرار می‌دهند. اما مسئله این است که نوع مواجهه روشنفکران ایرانی با تلویزیون نشان می‌دهد که آن‌ها دچار نوعی بدخوانی و سوءتعبیر این تئوری‌ها شده‌اند. گویا این تئوری‌ها تنها نوعی کلبی‌مشربی و دورویی برای آن‌ها به ارمغان آورده است.

هر دو نحله (تئوریک) در باره تلویزیون به دست روشنفکرانی صورت‌بندی شده است که سعی داشته‌اند فرهنگ توده‌ای مدرن را مورد تحلیل و ارزیابی قرار دهند. در هر دو نحله، روشنفکران با شناختن وضعیت موجود، به گونه‌ای آگاهی‌دهنده در برابر تلویزیون ایستادگی می‌کنند. اما در ایران به نظر می‌رسد که به غیر از رابطه توده مردم و تلویزیون، رابطه میان خود روشنفکران و تلویزیون نیز وضعیت مسئله‌انگیز دارد.

شناخت رابطه میان روشنفکران و تلویزیون، کمک زیادی می‌کند تا به لایه‌های عمیقی از علل ناکامی پروژه‌های مدرنیستی و دموکراتیک در ایران دست یابیم. مواجهه روشنفکران و نخبگان ایرانی با تلویزیون ملهم از تقابلشان با تکنولوژی و فرهنگ مدرن (یا مدرنیزاسیون و مدرنیسم) است. آن‌ها در حالی که در مواجهه با سؤال «نظرتان در باره تلویزیون چیست؟» پاسخی نزدیک به دیدگاه‌های انتقادی مارکسیستی می‌دهند و صراحتاً نشان می‌دهند که تلویزیون نمی‌بینند، در واقع بسیاری از اوقات خود را جلوی تلویزیون می‌گذرانند (این واقعیت را می‌توان در برخی لحظات از خلال سخنان خود آن‌ها و تکرار بعضی مضامین تلویزیونی رایج از زبان خودشان،



فهمید). آن‌ها با وجود آگاهی از نقش هژمونیک و ایدئولوژیک تلویزیون، در برابر آن گشوده‌اند، همان‌گونه که در برابر مدرسه (برای فرزندان‌شان) و دانشگاه و دیگر دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت گشوده‌اند و در عمل با آن‌ها همراهی می‌کنند. این وضعیت همان چیزی است که اسلاوی ژیزک آن را کلبی‌مشربی<sup>۱</sup> سوژه‌های مدرن می‌نامد.<sup>۲</sup> امروزه همگی ما به تحریفی که ایدئولوژی و دستگاه‌های آن از واقعیت می‌کنند آگاهیم اما باز درون دستگاه‌های ایدئولوژیک مستقر می‌شویم و کلبی‌مشربان به آن‌ها می‌چسبیم. نخبگان و تحصیل‌کرده‌های ما گرفتار دورویی و ریاکاری عجیبی در مواجهه با تلویزیون هستند. آن‌ها غالباً به گونه‌ای رمانتیک مدعی می‌شوند که تلویزیون تماشا نمی‌کنند و خود را خصم آن نشان می‌دهند (تحت‌تأثیر آموزه‌های رایج روشنفکرانهٔ چپ‌گرایی استعلایی) در حالی که اوقاتی را صرف تماشای تلویزیون می‌کنند (به سبب ساختار مسلط فرهنگ جهانی سرمایه‌داری). به تعبیری دیگر، آن‌ها در مواجهه با تلویزیون، همچون دیگر مظاهر مدرنیته، دچار احساس دوگانگی «عشق و نفرت» هستند. تلویزیون را با پا پس می‌زنند و با دست پیش می‌کشند. از چیزی نفرت نشان می‌دهند که همان لحظه به آن وابسته‌اند.

فروافتادن نخبگان به ورطهٔ رمانتیسم ریاکارانه در برابر تلویزیون و غفلت از واقعیت زندگی روزمره، هم ناشی از نگرش غالب استعلایی آنان به هنر و هم نشانهٔ قدرتمندی فرهنگ تلویزیونی است.

نگرش استعلایی به هنر همان مسئله‌ای است که بنیامین در نقد آدورنو مورد توجه قرار می‌دهد. در این نگرش هر آن چیزی که رسانه‌های عمومی تولید کنند و نمایش دهند، چون مخاطب عمومی دارند، بی‌ارزش و غیرهنری هستند. از سوی دیگر، به این دلیل که تلویزیون یا رسانه در اختیار سوژه

1. Cynicism

۲. برای مطالعهٔ بیشتر بنگرید به: تونی مایرس، ۱۳۸۵.

مسلط است، تمام متون نمایش داده شده در آن، آگاهی کاذب است و، در نتیجه، «رهایی» را به تأخیر می‌اندازد. این در حالی است که همان‌گونه که بنیامین اشاره می‌کند، هنر رهایی‌بخش اتفاقاً در خلال حضور در مناظر عمومی و هاله‌زدایی، رخ می‌دهد. مشکل فرهنگ رو به تزاید سرمایه‌داری در دنیای جدید از نظر بنیامین نمایش عمومی هنر یا مخاطب عام پیدا کردن امر هنری نیست، بلکه مشکل از این‌جا ناشی می‌شود که گردانندگان رسانه‌ها و تلویزیون (نظم مسلط)، هنر را تبدیل به کالای مصرفی می‌کنند و اساساً برای هنر رهایی‌بخش، جایگاهی قائل نمی‌شوند.

مواجههٔ ریاکارانه با تلویزیون نشان‌دهندهٔ قدرتمندی فرهنگ تلویزیونی نیز هست. همان‌گونه که بودریار می‌گوید، بسیاری از رمزگان پنهان تلویزیون در عصر جدید، تقدیس فریب، دروغ و ریاکاری در زندگی مدرن است. تلویزیون با فروکاستن هر امر واقعی به دوگانهٔ ساده‌انگارانهٔ خوب و بد، سعی می‌کند ایدئولوژی زمخت خود را در کاغذ کادوی تصاویر پرزرق و برق به مخاطب قالب کند و زشتی واقعی جهان را با زیبایی ظاهری و فریبنده پنهان سازد. حال فرد نخبه به جای افشای این فریب و مقاومت واقعی در برابر آن، در خلال زندگی روزمرهٔ خود به ریاکاری بزرگ‌تری دچار می‌شود و می‌گوید: «تلویزیون نمی‌بینم.» یعنی بیش از هر کس دیگری به منطق رایج تلویزیونی باج می‌دهد و آن را بازتولید می‌کند. فرد در آن لحظه که به دروغ و در جهت کسب منزلت اجتماعی روشنفکرانه می‌گوید که تلویزیون نمی‌بیند (به این معنا که اصلاً برای او اهمیتی ندارد و اندیشیدن به آن دور از شأن اوست) بیش از هر کس دیگری، ابتدال فرهنگ تلویزیون را پذیرفته است؛ زیرا عملاً آن را به کار برده است.

به نظر می‌رسد که نخبگان برای مقاومت در برابر بازتولید هژمونی مسلط از طریق تلویزیون، به جای نفی استعلایی و تجریدی آن می‌باید تلویزیون (و دیگر رسانه‌ها) را وارد نظام گفتمانی خود کنند. همان‌گونه که قبلاً اشاره شد،

تئوری‌های مطالعات فرهنگی بر این نکته تأکید می‌ورزند که روشنفکران قرائت‌های ضدهژمونیک را با آگاهی از نظام رمزگان فاش می‌سازند. آنان زمانی می‌توانند این کار را انجام دهند که دستگاه‌های ایدئولوژیک را جدی بگیرند و از مواجهه کلبی مشربانه و ریاکارانه با آنها دست بکشند. از سویی دیگر، اهالی مطالعات فرهنگی با تأکید بر تفاوت میان خواست رمزگذار و معنای رمزگشایی شده، هم به واقعیتی عینی اشاره می‌کنند و هم تغییر در وضعیت موجود و ترک برداشتن ایدئولوژی مسلط را نوید می‌دهند.

نفی مطلق تلاش و مقاومت برای تغییر اصلاح‌گرانه در دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت همچون مدرسه و تلویزیون، و مبارزه با امری استعلایی و صوری به نام دولت در حوزه سیاسی و سرایت این نگاه استعلایی و ایده‌آلیستی به «رهایی‌بخشی» از ویژگی‌های مهم رفتار روشنفکران و فعالان حوزه عمومی در ایران بوده است. عدم حمایت از روشنفکرانی نظیر صادق زیباکلام، حاتم قادری و مقصود فراستخواه که توانسته بودند با وجود محدودیت‌های ایدئولوژیک به تلویزیون بروند و در کلیت هژمونی اختلال ایجاد کنند و حتی نفی آنها به سبب این اقدام از جانب برخی گروه‌های روشنفکری مثل جنبش دانشجویی از مصادیق بارز این رویکرد است. بی‌توجهی فعالان روشنفکری دموکراسی‌خواه در ایران به اهمیت هژمونیک تلویزیون و نقش آن در ترویج ایدئولوژی مسلط را می‌توان در نوشته‌ها، بیانیه‌ها، سخنرانی‌ها و میتینگ‌های آنها و نیز توجه صرف به رسانه‌های چاپی ملاحظه کرد. این بی‌توجهی منجر به آن شده است که تلویزیون، بدون صورت گرفتن هیچ مقاومتی در برابر آن، تماماً تحت اختیار هژمونی مسلط قرار گیرد.

بسیاری از نخبگان با عدم توجه به نقش قدرتمند رسانه تصویری در وانمایی، باور نکردند که واقعیت و تصویر در عصر جدید اینهمان می‌شوند (بودریار) و تصور کردند که می‌توانند تنها با چند روزنامه و مجله، خواست

دموکراسی را وارد زندگی روزمره مردم کنند. روشنفکران و اصلاح طلبان دموکراسی خواه ما در سوم تیر ۱۳۸۴، در واقع به قدرت بازنمایی تلویزیون باختند، زیرا که رأی دهندگان به کاندیداهای اصول‌گرایان، در روز رأی‌گیری و در پای صندوق‌های رأی، خود را با تلویزیون یکپارچه ساختند. همان‌گونه که از استوارت هال نقل شد، قرائت غالب رمز در میان مخاطبان رسانه همانی است که هژمونی مسلط یا رمزگذار می‌خواهد. اگر عرصه مقاومت در برابر امر مسلط «نحیف» شود و تنها به گونه‌ای استعلایی، کلی و رمانتیک (بدون توجه به امور انضمامی همچون برنامه‌های تلویزیون) با دولت یا قدرت مخالفت شود، وضعیت به سمت یگانگی هر چه بیش‌تر خواست سوژه رمزگذار و کنش سوژه رمزگشا، که وضعیت طبیعی ارتباط میان این دو عنصر ارتباطی است، سوق می‌یابد. انتخاب احمدی‌نژاد به عنوان رئیس‌جمهور در تیرماه ۱۳۸۴ نتیجه منطقی پیام‌های سیاسی - اجتماعی تلویزیون بود، همان‌گونه که جنون خرید و روابط کالایی در عصر جدید، محصول منطقی نظام تبلیغات سرمایه‌داری است. این چیزی جز اینهمانی کارکرد رسانه نیست.

روشنفکران ما حتی به این مسئله توجه نکردند که بخش قابل توجهی از ظهور خاتمی به عنوان پدیده‌ای محبوب و آغاز دوره اصلاحات، مدیون مقاومتی بود که او در تلویزیون و در برنامه تبلیغاتی خود در برابر هژمونی مسلط نشان داد. می‌توان گفت که هر چند ظهور خاتمی در دستگاه تئوری بودریار نمی‌گنجید (و توجیه این اتفاق از عهده هال برمی‌آید) اما به قدرت رسیدن احمدی‌نژاد را بودریار پیش‌بینی کرده بود.

تلویزیون در ایران قدرتمندانه، در قالب برنامه‌های گوناگون (و از همه مهم‌تر اخبار و سریال‌های خانوادگی) هژمونی مسلط را تحکیم می‌بخشد. این قدرت تا حدی است که برای بسیاری این دغدغه را به وجود آورده است که با وجود تأثیرات تلویزیون چگونه می‌توان وضعیت را بهبود بخشید؟ به

نظر می‌رسد دو راه برای مقاومت در برابر تلویزیون وجود دارد: یکی وارد ساختن تولیدات آن به نظام گفتمانی روشنفکری، و دیگری نفوذ همه‌جانبه به خود نهاد تلویزیون در ایران. تا زمانی که تماشای تلویزیون به شکل «گناه» بنماید و به این دلیل هیچ‌کس در باره آن به گونه‌ای انضمامی و دقیق سخن نگوید، یا جرئت نکند سخنی بگوید، اختلالی در وضعیت حاضر به وجود نمی‌آید. روشنفکران باید با کنار گذاشتن تفکرات استعلایی نسبت به تلویزیون، آن را به دقت زیر نظر بگیرند و در حوزه عمومی اجزای آن را برای مخاطبانش نشان دهند و نشانه‌های پنهان آن را افشا کنند. از سوی دیگر، روشنفکران و نخبگان نزدیک‌تر به ایدئولوژی حاکم که امکان این را دارند که لحظاتی در تلویزیون ظاهر شوند، سعی کنند با حضور در جعبه جادویی، در حد امکان، ایدئولوژی مسلط را تضعیف و مقاومتی را صورت‌بندی کنند - چیزی که در برخی برنامه‌های تلویزیونی (همچون «نود»، «شب شیشه‌ای»، «در سپهر سیاست») دیده می‌شود؛ هر چند که خود تصویر (تبلیغات بازرگانی، فیلم، پخش مستقیم فوتبال و...) و عوامل سازنده و تهیه‌کنندگان آن (کارکنان و فعالان حرفه‌ای در صدا و سیما) بیش‌ترین نقش را در ایجاد اختلال در ایدئولوژی مسلط بر عهده دارند. به هر حال، باید این آموزه جامعه‌شناسانه مارکس را جدی بگیریم که به جای تفسیر جهان، باید آن را (به سمت مطلوب) تغییر داد. سخن گفتن از چیستی تلویزیون و نقش آن نیمی از راه است؛ مهم این است که چگونه می‌توان از قدرتش کاست و آن را در جهت مطلوب بازسازی و واسازی کرد، هر چند که از آن عمیقاً متنفر باشیم.

حالا شاید بیش‌تر بتوان به اهمیت جمله فردوسی‌پور در خلال گزارش فوتبال پی برد.

## اوقات فراغت

زمان فراغت و فضای فراغت به‌طور خودکار و منفک در جامعه وجود خارجی ندارند. بر عکس، زمان فراغت و مکان فراغت همواره توسط اعمال و کنش‌های مردم در حال ساخته شدن و بازسازی است. به علاوه، این اعمال معمولاً شامل درگیری‌هایی بنیادی بر سر معانی و موارد استفاده زمان و مکان فراغت می‌شوند. فعالیت فراغتی و تفریحی فعالیتی سرشار از ارزش و معناست. درگیری‌ها و تنش‌هایی که مناسبات واقعی فراغت مردم به همراه دارد معمولاً در میان شعارهای جذاب و فریبنده برنامه‌ریزان فراغت و مدیرانی که سخن از جامعه فراغتی و سیاست تفریح برای همه می‌گویند گم می‌شود.

کریس روژک

۱

در تعریف رایج، اوقات فراغت به وقت‌های آزادی (در برابر وقت‌های کار) گفته می‌شود که فرد در آن‌ها به «میل» خود رفتار می‌کند و بابت آن «دستمزد»

نمی‌گیرد. پس، به نظر می‌رسد که اوقات فراغت دو ویژگی محوری دارد: میل و فقدان دستمزد.

به گفته ویلیامز، بهره‌گیری از عبارت «اوقات فراغت» در معنای متأخرش، مصادف است با ظهور دنیای صنعتی<sup>۱</sup> و اگر بپذیریم که «زمان» در دنیای صنعتی به اشغال کار درمی‌آید و زندگی نه بر محوریت خانواده، دین، زمین و... که بر محوریت «کار» بنیان گذاشته می‌شود، اوقات فراغت نیز به عنوان تکه‌ای از این جهان صنعتی شده، در درون پارادایم «کار» قابل ارزیابی و سنجش است. اساساً اوقات فراغت زمانی است برای استراحت و تجدید قوا تا شخص بتواند بهتر، کامل‌تر و بادقت‌تر در درون نظام اشتغال و دستمزد، کار کند یا، به تعبیر چارلی چاپلین در فیلم عصر جدید، «له» شود.

فروپاشی حوزه عمومی ادبی در قرن هجدهم و تبدیل آن به حوزه مصرف فرهنگی، به گفته یورگن هابرماس منجر به از میان رفتن تمایز بین حوزه عمومی و زندگی شخصی شد. در این وضعیت، کنش‌های شهروندان در حوزه اوقات فراغت بر چرخه تولید و مصرف متکی شد و خصلتی غیرسیاسی به خود گرفت. هابرماس در بررسی تاریخی خود در باره حوزه عمومی سعی می‌کند این فرآیند را تشریح کند که چگونه اوقات فراغت از خصلت سیاسی تهی می‌شود و اشکال مصرفی پیدا می‌کند؛ به این معنا که دیگر در خدمت آزادی و رهایی آدمیان از قید الزامات و ضرورت‌های حیات نیست. هابرماس می‌نویسد: «از آن‌جا که اوقات فراغت صرفاً مکمل اوقات کار بود، لذا اغلب صرف فعالیت‌های معطوف به منافع شخصی شد. در حوزه اوقات فراغت دیگر ارتباط عمومی بین افراد خصوصی غیرممکن بود... زمانی که قوانین و مقررات بازار (که بر دو حوزه مبادله کالا و کار اجتماعی حاکم بود) به درون محافل بحث افراد خصوصی سرایت پیدا کرد، بحث

۱. برای مطالعه بیشتر تر نگاه کنید به: R. Williams (1960).

عقلانی - انتقادی نیز جایش را به مصرف فرهنگی داد و شبکه ارتباطات عمومی بین افراد خصوصی به روابط شخصی مبدل گشت.» (هابرماس، ۱۳۸۶) در نگاه انتقادی، امکان اوقات فراغت در دنیای صنعتی، امکان تجدید نیرو جهت تولید هر چه افزون‌تر است و تا زمانی که این تولید مازاد اهمیت دارد، اوقات فراغت نیز مهم و انکارناپذیر است. در این دورنما، اوقات فراغت، سیاست هوشمندانه و فریبکارانه نظم تکنولوژیک جدید برای کار و تولید هر چه بیش‌تر است. اما از نگاهی دیگر، فراغت و صنعت «سرگرمی»، همان‌گونه که ریچارد دایر می‌گوید، با فراهم ساختن امکان فرار از واقعیت موجود و دوری از پیچیدگی‌های نظم ساختاری سرمایه‌دارانه، توانسته وجوه کارناوالی (شادی‌انگیز) از دست رفته را تا حدودی احیا کند.<sup>۱</sup> به بیان دیگر، مصرف سرگرمی که در اوقات فراغت صورت می‌گیرد، مصرفی است در جهت برآورده ساختن برخی از نیازهای واقعی مخاطبان که همانا برخورداری از فضاها یا زمان‌هایی فارغ از فضا و زمان هژمونیک است. چه تعبیر بدبینانه آدورنویی و چه تعبیر خوش‌بینانه مطالعات فرهنگی را در باره اوقات فراغت و سرگرمی بپذیریم، به نظر می‌رسد بر سر این نکته توافق داریم که اوقات فراغت، موقعیتی است در کنار «کار» و در مواجهه با نظم حاکم بر نظام صنعتی.

## ۲

آدورنو در جایی از مقاله خود در باره «اوقات فراغت» می‌نویسد: «حتی آن‌جا که سیطره این جادو (نقش فرد در جامعه) کاهش می‌یابد و مردم، خود حداقل تصور می‌کنند که بر اساس اراده آزاد خود عمل می‌کنند، خود این اراده توسط همان نیروهایی شکل می‌گیرد که مردم در صدند در ساعات بی‌کاری از

۱. برای مطالعه بیشتر تر بنگرید به: ریچارد دایر، در مجموعه مقالات مطالعات فرهنگی، ۱۳۸۲.



دست آن‌ها فرار کنند» (آدورنو، ۱۳۷۹). رمزگشایی اوقات فراغت نشان می‌دهد که همواره وقت‌های به ظاهر آزاد به نقیض خود تبدیل می‌شوند. هژمونی فراگیر «کار» و لزوم گرفتن هر چه افزون‌تر «دستمزد»، تصمیم‌گیری در باره چگونگی گذران وقت آزاد را از دست فرد (سوژه مدرن) رها ساخته و او را در گذران اوقات فراغت هر چه بیش‌تر بی‌اختیار می‌کند. در این جاست که اوقات فراغت به ضد خود تبدیل می‌شود: زمانی که قرار بود صرف «میل سوژه» و خواست‌های فرد شود، از او جدا و تبدیل به بخشی از اوقات مسلط، یعنی اوقات کار، می‌شود. فرد، اوقات فراغت دارد تا بهتر کار کند.

هر قدر بتوان اوقات فراغت را با «میل» یا خواست سوژه پر کرد، به همان میزان می‌توان در برابر هژمونی کار یا سیطره حاکم مقاومت کرد. شاید بتوان این‌گونه بازگفت که در درون موقعیت «اوقات فراغت» همچون موقعیت‌های دیگر، نزاع سختی بین قدرت، هژمونی یا ساختار و سوژه، میل یا رهایی وجود دارد که مناسبات آن را به عنوان امری واقعی، ساخته‌اند. واقعیت موجود ما را به این نکته می‌رساند که در درون اوقات فراغت، وجوهی از هژمونی و ضد هژمونی یا قدرت و مقاومت وجود دارد که باید آن‌ها را به گونه‌ای انضمامی شناخت.

### ۳

امروزه شیوه گذران اوقات فراغت بی‌شک تبدیل به یکی از مهم‌ترین وجوه «تمایز» شده است به این معنا که نوع «سرگرمی»ها نوع «سرمایه فرهنگی» و «سرمایه اقتصادی» افراد و خانواده‌ها را مشخص می‌سازد و میزان «منزلت اجتماعی» آن‌ها را تعیین می‌کند و میان آن‌ها تمایز می‌گذارد. به تعبیر پیر بوردیو، شما با نوع ورزش، نوع پوشش، نوع موسیقی و نوع فیلمی که می‌پسندید، می‌توانید خود را از بقیه (دیگری) «تمایز» و طبقه خویش را

تعیین کنید.<sup>۱</sup> در این وضعیت، داشتن اوقات فراغت به نوعی «اجبار» (در برابر اختیار و میل) تبدیل می‌شود که میدان فرهنگی شما را می‌سازد. در صورت نداشتن اوقات فراغت شایسته و سرگرمی‌های پرطمطراق، به عنوان سرمایه‌ای نمادین، طبقه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی نازلی پیدا می‌کنید. بورديو می‌گوید سرمایه نمادین متراکم، امکان دسترسی به فرهنگ و استفاده عملی از آن را فراهم می‌کند. طبقه مسلط به علت برخورداری از امکان بیش‌تر برای بازدید موزه‌ها، استفاده از کتابخانه‌ها، دیدن تئاتر، مسافرت، خرید کتاب و به‌طور کلی دستیابی به سرمایه‌های فرهنگی، از جایگاه برتری برخوردار است. در واقع، از نظر او، ثروت‌های فرهنگی که به صورت نابرابر پخش می‌شوند، لزوماً انعکاسی از نابرابری اقتصادی نیستند بلکه ممکن است انعکاس استراتژی تشخیص و تمایز، یعنی مبارزه طبقاتی در دل یک فرهنگ، باشند. این مبارزه طبقاتی بیش از هر جای دیگر در زندگی روزمره خود را نشان می‌دهد. به همین سبب است که کنشگران اجتماعی به وسیله نوع مصرف کالای فرهنگی، خود را طبقه‌بندی می‌کنند و از طریق «تمایز» می‌کوشند جایگاه خود را حفظ کنند. شیوه گذران اوقات فراغت یا انتخاب نوع سرگرمی به عنوان کالایی فرهنگی، سرمایه فرهنگی و اجتماعی فرد را می‌سازد و امکان سلطه را فراهم می‌آورد.

بچه‌ها در ایران تا مدرسه‌شان تمام می‌شود و از ماراتن مهلک امتحانات جان سالم به در می‌برند (ماراتنی برساخته که خود، حاصل نزاع خونین میان خانواده‌ها - و نه بچه‌ها - برای ارتقای سرمایه فرهنگی و منزلت اجتماعی، جهت تمایز هر چه بیش‌تر است) به درون چاه تمایزبخش دیگری برای پدر و مادرشان می‌افتند که همانا داشتن اوقات فراغت منظم و علمی است که حتی از دوران کارشان (تحصیل و مدرسه رفتن) دقیق‌تر و رسمی‌تر است. بی‌شک

۱. بنگرید به: جنکینز، ۱۳۸۵.

عینی‌ترین نتیجه اوقات فراغتِ دربندکننده کودکان طبقه متوسط، این است که «میل» آنان را درون نظام نمایش منزلت‌های اجتماعی احمقانه، خرد می‌کند و نابود می‌سازد. بچه‌ها در درون بنگاه‌های گذران اوقات فراغت، در واقع به ابزار منزلت اجتماعی و سرمایه فرهنگی والدین خود تبدیل می‌شوند و سلطه را هرچه بیشتر و دوسویه - هم از سوی نظام مدرسه و هم از سوی ایدئولوژی افزایش منزلت اجتماعی والدین - هر چه بیشتر بر دوش می‌کشند.

#### ۴

صرف نظر از چگونگی گذران اوقات فراغت کودکان در طبقه متوسط ایران، اساساً «اوقات فراغت» در جامعه ما وضعیت جالب توجهی یافته است. بر اساس یافته‌ها، مهم‌ترین سرگرمی در زمان‌های آزاد، تماشا کردن تلویزیون است.<sup>۱</sup> تلویزیون در واقع به پل اصلی در میان پل‌های موجود (تماشای فیلم، کتاب خواندن، آموختن هنر و...) برای گذران اوقات فراغت تبدیل شده است. عمومیت تماشای تلویزیون در همه کشورها وجود دارد با این تفاوت که در ایران میزان پر کردن اوقات فراغت با تلویزیون در چند دهه اخیر با اختلافی فاحش، بسیار بیش‌تر از دیگر گزینه‌هاست. به عبارت دیگر، زمان‌های آزاد در میان طبقه متوسط شهرنشین ایران بیش از هر جای دیگری، خالی از سرمایه‌های هنری و فرهنگی و محدود به تماشای تلویزیون است. در گذشته، زمان‌های فراغت به گونه‌ای سنتی سپری می‌شد: دید و بازدید از اقوام، شب‌نشینی‌ها و... اما امروزه به سبب جهانی شدن و رشد فرهنگ صنعتی از سرمایه‌های سنتی خالی شده و نیز با عدم برخوردارگی از سرمایه‌های فرهنگی مدرن (همچون موسیقی، فیلم و تئاتر) در واقع «تهی» شده است.

۱. بنگرید به: یافته‌های تحقیق وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در باره فعالیت و مصرف کالاهای فرهنگی در ایران، بخش تقاضاهای فرهنگی، پاییز ۱۳۸۱.

سؤال این است که چرا زمان‌های فراغت از کار در میان طبقه متوسط، تا این میزان بدون دستمایه فرهنگی سپری می‌شود و تماماً در انحصار تلویزیون است. به نظر می‌رسد که، به سبب چسبیدگی مفهوم اوقات فراغت به مفهوم کار، برای پاسخ دادن به این سؤال باید به «اوقات کار» در ایران توجه کرد. اوقات کار در ایران به سبب حاکمیت نظام کارمندی، یعنی نظامی با یک کارفرمای بزرگ به نام دولت که افراد در آن نفع شخصی ملموسی ندارند - یعنی تنها مزدگیرند - نظامی است سراسر انباشته از فراغت. به این معنا که با وجود ساختار و فرم مدرن، بوروکراتیک و صنعتی «کار» در ایران، محتوای زمان‌های کار بر اساس منطق «بطالت» و «از زیر کار در رفتن» می‌گذرد. به تعبیر دیگر، گفتمان مسلط بر اوقات کار در جامعه ما «فراغت» است و نظم مدرن تا حدود زیادی نظامی صوری است. به همین سبب، هژمونی یا قدرت «قفس آهنینی» بر ما مسلط نیست که در برابر آن مقاومتی صورت گیرد. مقاومت در جایی صورت می‌گیرد که قدرتی وجود داشته باشد. اگر مقاومتی در حوزه اوقات فراغت دیده نمی‌شود (همان وجود سرگرمی‌های فرهنگی) باید علت را در فقدان قدرت بوروکراتیک کارگشا و مدرن در «اوقات کار» جستجو کرد.

به واقع، در ایران بخش قابل توجهی از «اوقات کار» به «اوقات فراغت» تبدیل شده و به همین سبب، اوقات فراغت، در جلوی تلویزیون نابود و پوچ می‌شود. فرد، مقدار زیادی از اوقات فراغت خود را در زمان کار سپری می‌کند و خیره به صفحه تلویزیون تنها وقت می‌گذراند، نه اوقات فراغت.



## موبایل

۱

الف) میخائیل باختین، نظریه‌پرداز روس، با الهام از مفهوم «کارناوال» سعی می‌کند «مقاومت» در شرایط سخت و طاقت‌فرسا را تئوریزه کند. او در کتاب رابله و دنیای او<sup>۱</sup> تلاش می‌کند تا نیروهای غیررسمی مقاومت را در خلال مناسک جمعی کارناوال بیابد. فرهنگ کارناوالی رنسانس، همه تمایزات سلسله‌مراتبی و حصارهای میان افراد و ممنوعیت‌های زندگی معمولی را به حالت تعلیق موقت درمی‌آورد. در این دوره، به تعبیر باختین، خنده در رادیکال‌ترین و عام‌ترین صورت خود که تمامی جهان را دربر می‌گرفت و نیز در شادترین شکل خود، در طی پنجاه - شصت سال، از درون فرهنگ مردمی غیررسمی و با زبان عامیانه بیرون آمد و به ادبیات و ایدئولوژی والا راه یافت. در واقع، توجه باختین به زندگی روزمره و چگونگی خارج ساختن آن از مرتبه امری معمولی است. وی معتقد است با کارناوالیزه شدن زندگی روزمره

---

۱. برای مطالعه بیشتر نگاه کنید به: Bakhtin, M. (1984).

سویه‌های «مقاومت» در برابر «امر مسلط» را می‌توان آشکار ساخت. کارناوال‌ها مناسکی بودند که در آن‌ها افرادی که در رأس قدرت بودند به باد استهزا گرفته می‌شدند و تمامی عقاید رسمی جامعه، تاریخ و سرنوشت را پوچ جلوه می‌دادند. کارناوال با ماسک‌ها و پرچم‌ها، جشن‌ها و بازی‌ها و عربده‌کشی‌های بی‌پایانش، احیای لذت‌ها را خواستار بود. در کارناوال، طبقات بالا و پایین جامعه بدون توجه به هویت‌ها حضور پیدا می‌کردند و «وضعیت» را به تعلیق موقت می‌بردند. باختین می‌نویسد: «بر خلاف جشن رسمی، کارناوال پیروزی نوعی رهایی‌گذا از حقیقت مسلط و نظام حاکم و نابودی موقت تمام مناسبات سلسله‌مراتبی (طبقاتی)، امتیازها، قواعد و محرمانه بود. ... این خنده پیش از هر چیز خنده جشن است و، بنابراین، واکنشی فردی در برابر این یا آن پدیده مضحک منفرد نیست. خنده کارناوالی در وهله نخست از آن مجموعه مردم است» (باختین، ۱۳۷۷). از نظری، در رئالیسم گروتسک، اصل مادی و جسمانی، شایع و فراگیر است و به همین دلیل با هرگونه جدایی اندیشه‌های مادی و جسمانی از دنیا و هرگونه خصلت آرمانی انتزاعی مخالفت می‌ورزد. در نگاه کارناوالی، قدرت عینی مسلط، با زبانی قابل فهم عموم به استهزا کشیده می‌شود و بدین ترتیب ویژگی انتزاعی و آرمانی خود را - آن‌گونه که سعی می‌کند نمایش دهد - در لحظاتی از دست می‌دهد، این لحظات، لحظات رهایی است.

از دید باختین، اشکالی از خصوصیات کارناوالی در درون ادبیات، هنر و زندگی روزمره وجود دارد. مهم جستجو و یافتن خصوصیات کارناوالی در زندگی روزمره است، خصوصیتی که در جریان تاریخ، نابود شده‌اند. از نظر او به میزان قدرت یافتن نظام طبقاتی و دولت در طول تاریخ، صورت‌های خنده‌آور معنایشان تغییر می‌یابد و به حاشیه می‌روند.

شوخی طبیعی و «جوک» یکی از مناسک کارناوالی زندگی روزمره در جهت مقاومت در برابر هژمونی رسمی حاکم است. باختین در فصل نخستین

کتابش، با تبارکاوی خنده در فرهنگ عامیانه سده‌های میانه، این مسئله را بیان می‌کند که خندانند و خندیدن ابزاری است که در جهت مقاومت در برابر ایدئولوژی رسمی و غلبه بر آن عمل می‌کند. «فقط فرهنگ‌های جزمی و استبدادی به طور یک‌جانبه جدی هستند. خشونت، خنده را نمی‌شناسد.» (باختین، ۱۳۷۹).

به نظر باختین، ساز و کار خنده همان نیرویی است که تمامی تشریفات فئودالی، اخلاقی و اجتماعی و هر نوع ایدئولوژی را در هم می‌شکند و در واقع آشکارکننده حقیقت نیز هست. صفات «وقیح»، «بی‌ادب» و «غیراخلاقی» که فرهنگ مسلط برای محکوم کردن مناسک کارناوالی به کار می‌برد، گویای قدرت نمادین زیادی است که فرهنگ روزمره در برابر فرهنگ رسمی از آن برخوردار است. به گفته گاردینر،<sup>۱</sup> باختین معتقد بود که ایماژها و مجازهای فرهنگ مردمی هزاران ساله قادرند تا ایده‌آلیسم باد کرده آثار از قرون به جای مانده و اصول حامیان مدرسه‌ای خودگماشته نظم و سعادت و احترام را بترکانند و از این طریق، بنیادهای ایدئولوژیک نظام قرون وسطایی محتضر و پژمرده را متزلزل سازند.

ب) زندگی تکنولوژیک مدرن پر است از جدیت و خشونت، جدیت و خشونت‌هایی که بر «بدن»ها اعمال می‌شود و عینی (ابژکتیویته) است. به تعبیر میشل فوکو، در نظام مدرنیته، با اشکال شدیدتری از انتظام بخشی به بدن‌ها مواجه هستیم که به صورت خرد و جزئی (میکروفیزیک قدرت) اعمال می‌شود.<sup>۲</sup> مناسک کارناوالی زندگی روزمره، هر چه بیش‌تر بتوانند بدن‌های رام را نجات بخشند و از تسلط امر حاکم، بر تن‌ها بکاهند، به همان میزان موفق‌تر – یا خطرناک‌تر – و توجه‌برانگیزترند.

۱. برای مطالعه بیش‌تر بنگرید به مایکل گاردینر، ۱۳۸۱.

۲. برای مطالعه بیش‌تر بنگرید به: میشل فوکو، ۱۳۸۲.



اشاره بی‌شمار ساز و کار خنده به «بدن» و به‌خصوص مناطق ممنوعه آن با هدف خندانیدن دیگری، یکی از روشن‌ترین تلاش‌های امر کارناوالی زندگی روزمره در جهت مقاومت در برابر امور رسمی است. زبان رسمی با تقسیم اجزای بدن، اعضا و مناطقی از آن را که به‌کار تولید و کار سرمایه‌دارانه نمی‌آیند را با کمک اخلاق بر ساخته این نظام از درون کنش‌های زبانی حذف کرده و در عوض زمینه تکرار مداوم دست، پا و سر (اعضای گرداننده نظام تولید) را در زبان فراهم ساخته است. گروتسک موجود در کنش‌های کارناوالی زندگی روزمره، همچون جوک‌های عامیانه، با اشارات مستقیم و غیرمستقیم به مناطق ممنوعه، در واقع منافذی را در خلال زندگی روزمره شهری می‌گشاید. باختین می‌نویسد که امر رسمی در گذشته، در کلیسا و رهبانیت مسیحی، مردان و زنان مؤمن را وادار می‌کرد تا تن خودشان را فراموش کنند و برای خروج روح از کالبد جسمانی، آن را زجر و شکنجه دهند، گرسنگی بکشند و گوشت نشان را آب کنند. کارناوال‌های سده‌های میانه، مبارزه‌ای علیه چنین اراده‌ای بود. اشکال کارناوالی زندگی روزمره مدرن نیز با تحقیر و خوارشماری امور آرمانی مسلط، می‌کوشند اوتوپیا و ایده‌آلیسم انتزاعی پنهان در بطن مدرنیته را به امور انضمامی و طبیعی بازگردانند و از استالینستی شدن نوسازی، جلوگیری به عمل آورند.

## ۲

**الف)** صف‌های طویل خرید موبایل یا تلفن همراه و بازار همیشه پررونق فروش این وسیله ارتباطی در ایران، شاید از میل به سویه‌های کارناوالی موبایل نشئت گرفته باشد. موبایل با در اختیار قرار دادن امکان ارسال مکتوب یا تصویری جوک و ترویج شوخ‌طبعی و استهزای امور خدشه‌ناپذیر در عرصه عمومی رسمی، می‌تواند از فشارهای طاقت‌فرسای نظم حاکم بر بدن و زبان بکاهد و در برابر آن‌ها «مقاومت» کند.

در کنار دلایل جامعه‌شناسانه و اقتصادی بسیاری که محققان در توضیح ترویج تلفن همراه بیان داشته‌اند، گروتسک موجود در گفتمان موبایل ایرانی نیز می‌باید مورد توجه قرار گیرد. موبایل در ابتدا در انحصار طبقات متوسط به بالا و عموماً مردانی بود که استفاده حرفه‌ای و شغلی از آن می‌کردند. در پیمایشی که در سال ۱۹۹۶ انجام شد،<sup>۱</sup> تنها ۱۴ درصد مکالمات انجام شده توسط موبایل، به امور شخصی و دوستانه اختصاص داشت. در ایران موبایل در میانه دهه هفتاد، که مقارن با افول هژمونی مردمی انقلاب و دوران نوزایی طبقه متوسط اقتصادی بود، ظهور یافت. در این زمان، گوشی‌های بزرگ موبایل در دست کسانی بود که عمدتاً یا مسئولیت‌های رده‌بالای دولتی داشتند یا در میدان اقتصادی فعالیت می‌کردند؛ اما در مدت کوتاهی، طبقات پایین، زنان و جوانان نیز به کاربران تلفن همراه پیوستند. موبایل در مدت کوتاهی از ابزاری در خدمت مشاغل رسمی و اقتصادی، به وسیله‌ای با کاربردهای دیگر تبدیل شد؛ به طوری که اکنون بیش‌تر مورد استفاده گروه‌های حاشیه‌ای (زنان، جوانان و...) است. موبایل و امکانات حاشیه‌ای‌اش همچون پیام‌های نوشتاری، در دهه اخیر این امکان را برای حاشیه‌ها فراهم ساخته است که با تولید «لحظه»های فرار از نظم مسلط، حوزه عمومی مجازی‌ای برای خود فراهم سازند. «لحظه»<sup>۲</sup> مفهومی است که هانری لوفور<sup>۳</sup> در بررسی‌های خود در باره فضای شهری برای اشاره به موقعیت‌هایی که فرد مدرن می‌تواند از شر از خود بیگانگی در دستگاه مسلط خلاصی یابد از آن استفاده می‌کند. از نظر لوفور، توجه به لحظه‌ها در واقع توجه به تجربه‌های آشکار شدن حس عدم از خود بیگانگی است؛

۱. نگاه کنید به: Leopoldina Fortunati, (2002).

2. moment

۳. برای مطالعه بیش‌تر نگاه کنید به: Lefebvre, Henri (1996).

موقعیت‌هایی که فرد می‌تواند رازگشایی، آشکارگی احساس و حضور نفس را تجربه کند. لحظه‌ها در واقع دریچه‌های نجاتند در مقابل از خود بیگانگی روزافزون هرروزه ما در زندگی روزمره. شاید تکنولوژی موبایل به دلیل پیوستگی‌های بی‌شمار و جوهری‌اش - همچون هر تکنولوژی دیگر - به سرمایه‌داری، نتواند به تولید این لحظه‌ها به گونه‌ای ناب منجر شود (چیزی که در تولید هنری نمود می‌یابد) اما بی‌شک می‌تواند به بخشی از آنچه، به تعبیر باختین، کارناوالیزه شدن زندگی روزمره است یاری رساند. شاید بتوان کارناوالیزه کردن زندگی روزمره را یکی از اشکال عمومی تولید «لحظه» دانست. گفتمان موبایل در میان گروه‌های حاشیه‌ای با خارج شدن از زبان رایج اقتصادی، خطوط قرمز محافظت شده در فضای عمومی را بی‌محابا می‌شکند و با زبانی غیررسمی سعی در تولید گروتسک رئالیستی دارد.

ب) تصور اولیه در توجیه برخورداری از موبایل این بود که این وسیله در موقعیت‌های اضطراری به کار می‌آید. عموماً موبایل را انتزاعاً وسیله‌ای می‌دانند که می‌تواند در هنگام «فقدان» (فقدان امنیت، ابزار و...) به کمک افراد بیاید.<sup>۱</sup> اما فارغ از این تصور، امروزه به گونه‌ای عینی شاهد هستیم که موبایل به جزئی از زندگی عادی تبدیل شده و اشکال فراغتی و گروتسک پیدا کرده است. این مسئله بیش از آن که به توانایی‌های تکنولوژی موبایل بازگردد، ناشی از این است که در دنیای جدید تمام زندگی آمیخته به وضعیت اضطراری شده است. به تعبیر گیدنز،<sup>۲</sup> در دوره متأخر با جوامع ریسکی روبرویم، جوامعی که افراد در ناخودآگاهشان همواره احساس خطر یا فقدان می‌کنند. در واقع، منطق فرهنگی - اجتماعی متأخر، لزوم برخورداری از تکنولوژی‌های همراه را برمی‌سازد، اما همین تکنولوژی‌ها امکانات

۱. اساساً با همین دل‌نگرانی خانواده‌ها به خریدن موبایل برای فرزندانشان اقدام می‌کنند.

۲. برای مطالعه بیشتر تر نگاه کنید به: آنتونی گیدنز، ۱۳۷۸.

کارناوالیزه کردن زندگی روزمره و دست انداختن خود منطق مسلط را فراهم می‌سازند. دولت، موبایل را به گونه‌ای سادیستی وارد می‌کند، تبلیغ می‌کند و می‌فروشد. اما همین موبایل هژمونی آن را مدام تضعیف می‌کند.

البته باید توجه داشت که امکانات کارناوالی و رهایی‌بخش موبایل یک روی سکه است. با تغییر در نوع نگاه (کنار گذاشتن خوش‌بینی مطالعات فرهنگی) می‌توان آنچه را گفتمان موبایل انجام می‌دهد هدر دادن ظرفیت‌های واقعی اعتراض دانست. از این منظر، زبان گروتسک موبایل، توان‌های انقلاب و اعتراض علیه قوای مسلط را به اشکالی بی‌خطر بدل می‌سازد و در واقع آن‌ها را در فضای واقعی مسلط رها می‌کند، توان‌هایی که می‌توانستند با انباشته شدن، نیرویی واقعاً خطرناک در برابر هژمونی حاکم بیافرینند.



## فوتبال

۱

در تابستان ۱۳۸۵ علی دایی «ابژهٔ تفریرانگیر» جامعه و مطبوعات ایران بود؛ درست بعد از پایان مسابقات بین‌المللی فوتبال. اما سال بعد، بعد از قهرمانی سایپا در اولین تجربهٔ مربی‌گری علی دایی، او ناگهان تبدیل به «افتخار ملی» شد. کار تا جایی بالا گرفت که یکی از گزارشگران دولتی فوتبال – جواد خیابانی – او را عامل شناخت فوتبال برای ایرانی‌ها معرفی کرد!

علی دایی یکی از بی‌شمار نمونه‌های وضعیت تناقض‌آمیز ماست. ابژه‌ای است که به گونه‌ای دوگانه هم حس تنفر را برمی‌انگیزاند هم حس عشق را. همهٔ ما هر روز علیه اتومبیل، تهران، پلیس، همسر و... موضع می‌گیریم بدون این‌که واقعاً بتوانیم بدون آن‌ها زندگی کنیم. گویی افراد همه جور کاری می‌کنند تا اتومبیل، دارایی و همسر داشته باشند و سپس تا به دستشان آوردند بر ضد آن‌ها بشورند یا آن‌ها را مرجع و منشأ مشکلاتشان معرفی کنند. علی دایی یکی از بارزترین نمونه‌های این وضعیت است. در دورهٔ آخری که او در مقام بازیکن در زمین حاضر بود، بر اساس تصویری که خود او در گذشته از

توانایی‌هایش برای همه ساخته بود، مورد انتقاد و حتی آماج بد و بیراه واقع می‌شد (به حجم نامتعارف انتقاد از وی در مسابقات جام جهانی نگاه کنید) اما هنگامی که از فوتبال کناره‌گیری کرد، همان‌هایی که او را به دلیل بازی کردن در سن بالا برای تیم ملی مورد دشنام قرار می‌دادند، با بروز ضعف در گلزنی تیم ملی، نام او را ستایش‌گونه در استادیوم‌ها فریاد زدند.

لحظه‌ای که وی گل می‌زد و پیروز می‌شد، ذهنیت ما در حوزه فوتبال با عینیت یکی می‌شد؛ به عبارت دیگر، انتظار را برآورده می‌ساخت. این یکسانی، رضایت‌ساز و خشنودی‌آفرین بود (علی دایی در مقام ابژه مسرت‌بخش)؛ اما هنگامی که گل نمی‌زد و می‌باخت، شکاف ذهن و عین یا سوژه و ابژه در حوزه فوتبال سر باز می‌زد، و این وضعیت تنفربرانگیز بود. البته این تنفر همواره با ابزار «واژگان غایی» خاص خود در زندگی روزمره، ارائه می‌شود. به عنوان مثال، علی دایی در لحظاتی که تبدیل به ابژه تنفربرانگیز شده، همواره با این واژگان غایی نفی شده است که پولدار است، باندبازی می‌کند، پیر شده است، خوش شانس است و ...

شاید به جای علی دایی «افتخار ملی»، بهتر باشد بگوییم علی دایی «ابژه ملی»؛ زیرا همه افراد او را در زندگی هرروزه خود به عنوان ابژه‌ای دریافته‌اند، ابژه‌ای تنفربرانگیز یا مسرت‌بخش یا هر دو. مهم این است که وی از معدود کسانی است که در سطحی ملی و عمومی، شناخته و فهم شده است.

## ۲

بخشی از جذابیت‌های فوتبال بی‌شک ناشی از حضور عینی «بدن» در استادیوم‌ها و جلوی دوربین‌های تلویزیونی است. «بدن» در زمین فوتبال به‌طور کامل «نمایش» داده می‌شود و از قواعدی پیروی می‌کند. شاید بتوان گفت زمین فوتبال جایی است که «بدن» اعتبار از دست رفته‌اش در دنیای مدرن را بار دیگر به دست می‌آورد.

بدن در دوران جدید در برابر قدرت «تکنولوژی» و «قانون»، هضم و سرکوب شد و به «ذهن» تقلیل یافت. در واقع، بدن تبدیل به پوسته‌ای شد که تنها از «ذهن» مراقبت می‌کرد. کارهای سخت بدنی که در دنیای سنت مرسوم بود به تکنولوژی محول شد و بدن، تحت انقیاد «قانون»، پنهان شد. در زمین‌های کشاورزی، بدن آزاد و رها به نظر می‌رسید و میزان قدرتش، میزان محصول و درآمد را تعیین می‌کرد، حتی از بدن حیوانات نیز همین تعبیر وجود داشت. در وضعیت پیشین، بدن «ابزار مصرف» بود، یعنی وسیله‌ای بود که برای تولید و سپس مصرف به کار برده می‌شد (سوژه تغییر)، اما در دوره متأخر، مصرف بود که بدن را صورت‌بندی، تنظیم، آرایش و لاغر کرد تا مصرف‌کننده (ابژه تغییر). به عبارت دیگر، بدن «هدف مصرف» شد. اما زمین فوتبال جایی است که در آن بدن به اعتبار گذشته‌اش برمی‌گردد و سوژگی خود را احیا می‌کند. ساق پای بازیکنان مطرح فوتبال، بیمه می‌شود و بازوها در معرض نمایش قرار می‌گیرد.

### ۳

فوتبال به غیر از رجعت مجدد به «بدن»، با بهره‌گیری نامتعارف از اعضای آن اهمیتش را دوچندان می‌سازد. قوانین فوتبال دست را تبدیل به «تابو» می‌کنند و با اصرار بر استفاده از پا، سوبه‌های پنهان و مغفول توانایی این عضو بدن را آشکار می‌سازند. به عبارت دیگر، قوانین و مقررات با نظارت داور، به بدن قاعده و نظم می‌دهند و این همان ساز و کار «تمدن» است. به تعبیر نوربرت الیاس، تاریخ متمدن شدن، تاریخ تربیت و تنظیم بدن است.<sup>۱</sup> او در مقایسه‌ای که میان جوامع پیشین و جوامع امروزی می‌کند به این جمع‌بندی می‌رسد که در جوامع قدیمی، بدن تحت قیود نبود، رها و آزاد بود و مردم کم‌تر دچار

۱. برای مطالعه بیشتر نگاه کنید به: نوربرت الیاس، ۱۳۷۷.



شرم و حیا می‌شدند. با پیشرفت جوامع، شیوه‌های بروز و ظهور بدن، انضباط بیش‌تری یافت و با سخت‌گیری‌های منظم‌تری همراه شد. پس، می‌توان گفت که در فوتبال، افراد ضمن این‌که با بدن‌های حریف در مبارزه هستند با بدن خودشان هم مبارزه یا، به عبارت رایج‌تر، رقابت می‌کنند؛ مبارزه و رقابتی با تمنیات و امیال بدن. در فوتبال در عین این‌که بدن بار دیگر (همچون نبرد گلادیاتورها) به گونه‌ای «عینی» عرضه می‌شود، (بر خلاف نبرد گلادیاتورها) به گونه‌ای «عینی» نیز توسط قانون تنظیم می‌شود.

فوتبال نمادی از تمدن است؛ انضباط، کنترل بر نفس و در عین حال هماهنگی با دیگران، تقسیم وظایف و کار.

#### ۴

برخی ورزش‌ها انجام می‌شوند جهت «تمایز شدن». پی‌یر بوردیو در مقاله «کنش‌های ورزش، کنش‌های اجتماعی» می‌گوید: «ورزش‌هایی مثل تنیس، سوارکاری، قایقرانی و گلف بی‌شک امروزه نیز بخشی از محبوبیتشان را مرهون کارکرد متمایزکننده و، دقیق‌تر بگوییم، مرهون دستاوردهایی هستند که در زمینه ایجاد تمایز به بار می‌آورند» (بوردیو، ۱۳۸۱). اشاره‌ی روشنفکر معاصر فرانسوی گویای این است که امروزه «ورزش» و نوع آن برای فرد، سازنده یا تأمین‌کننده‌ی بخش قابل توجهی از منزلت اجتماعی است. فرد با ورزشی که انجام می‌دهد یا مسابقاتی که پیگیری می‌کند، تلاش دارد طبقه اقتصادی یا فرهنگی‌اش را نشان دهد و خود را از بقیه متمایز سازد. این واقعیت البته در درون «متن اجتماعی» قابل ارزیابی است و در جوامع متنوع، متغیر است. به عنوان مثال، ورزش «بسکتبال» در جامعه آمریکا، همچون راگی، بسیار عمومی و بیش‌تر مورد استقبال طبقات محروم و متوسط رو به پایین جامعه است، در حالی که در ایران، ورزشی است بسیار محدود و دانشگاهی و مربوط به طبقات مرفه.

## ۵

برخی ورزش‌ها از محبوبیت بیش‌تری برخوردارند، همچون فوتبال. این محبوبیت همچون هر نوع محبوبیت دیگری - محبوبیت موسیقی پاپ نسبت به موسیقی کلاسیک و نیز محبوبیت سینمای هالیوود - «ساخته» می‌شود. اساساً «محبوبیت»، به گفته آدورنو، مصنوعی است.<sup>۱</sup> ساختن محبوبیت ارتباط تنگاتنگی دارد با «تولید انبوه». تولید انبوه، نیاز انبوه و سپس تقاضای انبوه می‌سازد. آن چیزی که در «صنعت فرهنگ‌سازی» سازنده تقاضای نامحدود است، عرضه نامحدود است.

البته تولید محبوبیت، ساز و کاری پیچیده و طولانی دارد. محبوبیت از طریق «نمایش» ساخته می‌شود. فوتبال همچون موسیقی محلی در فرایند «نمایش» تغییر ماهیت می‌دهد و به گونه‌ای دیگر، عرضه و محبوب می‌شود، همچنان که موسیقی محلی نیز در کارخانه فرهنگ‌سازی، به تولید انبوه می‌رسد، تغییر شکل می‌دهد و سپس مدام نمایش داده می‌شود و ماهیت جدیدی پیدا می‌کند. نمایش مدام فوتبال و حضور «شومن»‌های متعدد و متنوع (صنعت فوتبال‌سازی) در قالب گزارشگر، کارشناس و... این ورزش را تا آن حد پراهمیت و حیاتی ساخته است که در زیست‌جهان کم‌تر کسی غایب است.

## ۶

مسابقات بین‌المللی برای مای ایرانی بسیار «پراهمیت» و «ضروری» است؛ به عبارت دیگر، «حیاتی» است. اولاً، به سبب تولید انبوه هرچه افزون‌تر فوتبال در عرصه عمومی - در قالب تیراژ و تعداد پرشمار مجله‌ها و روزنامه‌های ورزشی و برنامه‌های متعدد تلویزیونی و رادیویی - در طول چند سال اخیر،

۱. برای مطالعه بیش‌تر بنگرید به: تئودور آدورنو و ماکس هورکهایمر، ۱۳۸۲.

«میل به پیروزی»، به صورت خواست امر مسلط درآمده و توسط رسانه در قالب مسابقات ورزشی بالاخص فوتبال، «تصعید» یافته است. این میل در شرایط ثبات در چیزی مثل فوتبال خود را می‌نمایاند، و در دوران جنگ به شکلی دیگر. میل به پیروزی یا غلبه و لزوم وجود مفهومی «دشمن»، عنصر سازنده مفهوم دیگری است به نام «ملیت». به جرئت می‌توان گفت که ملیت در عصر «جهانی شدن» در زمین فوتبال منعکس می‌شود و با افراختن پرچم (نشان ملیت) به حد نهایت می‌رسد. اگر فرض جامعه‌شناسان سیاسی را بپذیریم که «دنیای جدید با پیدایش دولت - ملت‌ها شکل عینی می‌گیرد»، آن‌گاه چرایی اهمیت فوتبال برای دولت‌ها، راحت‌تر درک می‌شود. علت دوم آمیخته شدن فوتبال با «هویت» است. فوتبال آینه بروز «دیگری» است و لزوم برخورداری از هویت متمایزکننده. دیگری تولید شده برای ما در فستیوال جام جهانی فوتبال - مکزیک، اوگاندا و پرتغال -، عینی‌ترین نوع «دیگری» است که حس «تمایز» را بیش از هر زمان و مکان دیگری تقویت می‌کند. نمایندگان ایران در قالب تیم ملی فوتبال، ملیت و هویت خود را میان تعدادی دیگر از هویت‌ها و ملیت‌ها عرضه می‌دارند و جای خالی جنگ‌های جهانی را به کامل‌ترین شکل ممکن پر می‌کنند.

## ۷

این جنگ قانونی (فوتبال در مسابقات بین‌المللی) نمایش داده می‌شود و «تام» است، یعنی هم از هیجان برخوردار است (همچون هر مسابقه دیگری) و هم هویتی است (برای تیم‌های حاضر). ساختار موقت «هیجان - هویت»، که تیم ملی فوتبال ایران در مسابقات بین‌المللی می‌سازد، بیش از هر چیز به کمک ساختار دائم «دولت - ملت» می‌آید. تیم ملی فوتبال با تولید هیجان، امر «مسئله‌انگیز» را غیب می‌کند و با تقویت هویت، همبستگی اجتماعی را در مقابل «دیگری»‌های عینی، بازتولید می‌کند.

۸

جامعه مدرن متأخر را نمایش صنعت محبوب فوتبال جادو می‌کند؛ کاری که پیش‌تر خدایان یونان قدیم، صدای مهیب اسب بخار و کوره‌های آدم‌پزی هیتلر می‌کردند. جادویی که در خانه و روبروی تلویزیون خلق می‌شود.



## آشپزخانه

۱

با رشد صنعت و حضور ملموس تکنولوژی در خانه به هیئت لوازم پیشرفته خانگی، همچون جاروبرقی، ماشین ظرفشویی و ماشین لباسشویی، زن به عنوان یکی از ارکان مهم خانواده با محول کردن بسیاری از کارهایی که در دنیای سنت، در خانه مجبور بود آن‌ها را انجام دهد فراغ بالی گسترده پیدا کرد و وقت آزاد بیش‌تری به دست آورد که حال می‌توانست آن را صرف کارهای اجرایی در بیرون از خانه و از آن مهم‌تر کارهای فکری کند. بی‌شک استفاده از صنعت و رشد مصرف تکنولوژی تأثیر و نقشی بسزا در ایجاد و تقویت جنبش‌های فکری - اجتماعی زنانه و برابری جویانه داشته است.

۲

امروزه در جامعه مدرن انسان‌ها ناظر قدرت‌نمایی اشیا هستند، اما دیروز در دنیای سنت اشیا بودند که بر قدرت انسان‌ها نظاره داشتند، یعنی اشیا بخشی یا نمودی از انسان‌هایی بودند که فرهنگ و تعلقات فکری و روحی خویش را

به شیء منتقل می‌کردند. به عبارت دیگر، رابطه‌ای تنگاتنگ بین فرهنگ خالق اثر و معنای درونی اثر وجود داشت. اما در دنیای مدرن مصرفی امروز، انسان‌ها با ریتم اشیا زندگی می‌کنند. اشیا و کارکرد آن‌ها نوع زندگی مصرف‌کنندگانشان را مشخص می‌کند. امروزه شیء، سوژه و انسان ابژه شده است، انسانی که در میان اشیاست. به گفته بودریار، فضای جدید موجب شده است، که مفهوم «کنش متقابل» از میان افراد (در تلقی وبری) به میان فرد و شیء یا کالا منتقل شود.<sup>۱</sup> به این معنا که در جامعه مصرفی بیش‌ترین کنش‌ها، کنش میان فرد و کالا است، نه کنش میان افراد.

این فضای جدید، یعنی فضایی که در آن اشیا و کالاها بر انسان احاطه یافته‌اند، به دنبال خودش ویژگی دیگری را برای جامعه مصرفی رقم می‌زند که همانا فراوانی و نمایش کالا است. قلت انتخاب‌گران (انسان‌ها) و کثرت انتخاب‌شوندگان (کالاها) منجر به از میان رفتن مفهوم «کمبود» می‌شود، مفهومی که همیشه مجال قدرت‌نمایی انسان را فراهم کرده است. انسان‌ها در شرایط «کمبود» بود که می‌توانستند در دنیای سنت، قدرت خویش را به نمایش گذارند. «فداکاری» و «مهربانی» نتایج پسین موقعیت «کمبود» بودند. کمبود مایحتاجی مهم مثل آب، غذا، امنیت یا نیروی جنگی منجر به این می‌شد که افراد، قدرت نهفته انسانی خویش را به نمایش گذارند و این کمبود را با فداکاری به خاطر دیگران جبران کنند و برای خویش تقدس بیافرینند. از میان رفتن شرایط «کمبود» در جامعه جدید با افزونی کالا، امکان فداکاری یا مهربانی را از میان برداشته یا کم کرده است. این تصور ایجاد شده است که هر کاری و هر خدمتی از دست کالا برمی‌آید (فتیشیسم کالا) و کالاها هستند که در رقابت سخت میان خویش برای جلب مخاطب، هر یک به اندازه‌ای کمبود آدمیان را رفع و مشکلات را از میان برمی‌دارند. به همین دلیل امروزه چون

۱. برای مطالعه بیش‌تر بنگرید به ژان بودریار، ۱۳۸۰.

همه کارها را ابزار مدرنیته انجام می دهد، وجوه بسیاری از تقدس آدمیان در مشاغل مختلف از میان رفته است (افسون زدایی).

### ۳

امروز در خانه با ریتم اشیا و لوازم خانگی زندگی می کنیم. دیگر تصور این که بدون لوازمی همچون یخچال و ماشین لباسشویی می توان زندگی کرد بسیار سخت و چنین زیستی تا حدی ناممکن شده است. در انواع تبلیغات تصویری و تلویزیونی مربوط به وسایل خانگی، معمولاً صدای زن یا مادر خانه شنیده می شود که از کارکردهای مثبت این گونه وسایل صحبت می کند و به صراحت، اعلام می دارد که با این وسایل رفاهی، دیگر مشکلی وجود ندارد و زن خانه راحت است و همه کارها را ابزار انجام می دهد.

اولین اثری که این وسایل پیشرفته خانگی و به دنبال آن نمایش مدام آن ها بر اذهان افراد خانواده و حتی خود «زن» می گذارد، از میان رفتن بخشی مهم از قدسیت زن یا مادر است. وجوهی اساسی از قدسیت مادر در دنیای سنت ناشی از تماشای وظایف سخت و طاقت فرسایی بود که او در منزل داشت - این شرایط سخت کار در منزل همچون شرایط کارگران صنعتی قرن نوزدهم در کارخانه ها بود که به آن ها چنان قدسیتی بخشید که مارکس و تبعات فکری اش را آفرید و چپ را به نوعی سیستماتیک خلق کرد. در دنیای مصرفی جدید این تصور که تمامی کارها و خدمات داخل خانه به وسایل خانگی سپرده شده است و مادر تنها کنترل کننده آن ها است، تصور کارهای سخت مادر را در میان اعضای خانواده از بین برده و قدسیت زن را نابوده کرده است در حالی که اساساً این تنها یک «تصور» آرمانی برساخته سرمایه داری است. یعنی همچنان موقعیت آشپزخانه با تمامی وسایل مدرنش، به گونه ای دیگر و در اشکالی متفاوت باز بر مادر و زن در خانه وظایف طاقت فرسایی را تحمیل کرده است و آن ها در وضعیت جدید نیز باید همان کارهای سخت را به



آشکالی دیگر انجام دهند؛ زیرا که تقسیم کار تفاوت چندانی نکرده است و از زن همچنان انتظار می‌رود که تمام کارهای خانه را انجام دهد و در صورت عدم انجام این وظیفه، مؤاخذه می‌شود؛ هر چند که کار بیرون از خانه در جامعه جدید بین زن و مرد تقسیم شده است. به زبان دیگر، حوزه خصوصی همچنان مردسالار و سنتی باقی مانده، هر چند که حوزه عمومی با تلاش‌های برابری خواهانه تا حدودی بین زن و مرد تقسیم شده است. از میان رفتن «کمبود» در وسایل خانگی، صفت فداکاری یا مهربانی را که در گذشته با مفهوم زن و مادر همراه بوده است را از میان برده در حالی که، در سختی کار زن اساساً تغییر عمده‌ای حاصل نشده است، زیرا او می‌باید برای گرفتن حقوق خویش در بیرون از خانه نیز کار کند.

#### ۴

فمینیست‌ها معتقدند که قدسیت پنهان در مفهوم زن در دنیای گذشته همواره موجبات «دیگری‌سازی»، تمایز و سرکوب آنان را فراهم ساخته است. اصولاً قدسیت‌زدایی از آدمیان و مشاغل ویژگی برجسته دنیای جدید است، اما ادعا این است که قدسیت کالا جانشین وضعیت قبلی شده و در «سرکوب»، تغییر عمده‌ای حاصل نشده است. به عبارت دیگر، قدسیت‌زدایی از زن به سبب رشد تکنولوژی و فقدان کمبود، آن گونه که فمینیست‌ها می‌اندیشند، از شدت سرکوب زنان نکاسته بلکه تنها شکل آن را تغییر داده است. در واقع، زنان در وضعیت جدید، در مقایسه با شرایط گذشته، تنها این تغییر را به خود دیده‌اند که با کمک تکنولوژی و رشد جنبش‌های برابری خواهانه، از سرکوب‌شدگی خود تا حدودی آگاه شده‌اند. فشار ذهنی و اجتماعی‌ای که به مدد آسان شدن کارهایشان در خانه، از جانب فرایندهای آگاهی‌سازی بر آنان اعمال شده، زنان را از خانه خارج کرده و شاغل ساخته، در حالی که در واقع آنان همچنان مدیر آشپزخانه‌اند بدون این‌که از قدسیت اسطوره‌ای سابق برخوردار باشند.

در واقع، همه – حتی خود زنان – می‌پندارند که کارهای خانه با وجود تکنولوژی‌های آشپزخانه، آسان شده است، در حالی که با افزوده شدن مشاغل بیرون از خانه، مدیریت آشپزخانه به دست آنان – هر چند با کمک وسایل تکنولوژیک آسان‌تر شده است – حکم کار مضاعف یا مازاد کار را پیدا کرده است، مازاد کاری که دیگر هیچ قدسیتی با خود ندارد غیر از قدسیت آن وسایل تکنولوژیک.



## آفساید

۱

به نظر می‌رسد که جعفر پناهی در فیلم آفساید صراحتاً نظام مردسالار را مورد انتقاد قرار می‌دهد. او با استفاده از خواستی عمومی (خواست زنان مبنی بر رفتن به استادیوم فوتبال) از دو نوع ممنوعیت بر سر راه ارضای این خواست انتقاد می‌کند: اول، دولت و ایدئولوژی حاکم و دوم، مردان و فرهنگ حاکم بر آنان. پناهی با بهره‌گیری از زبان فیلم سعی می‌کند از انقیاد زنان در جامعه و دولت مردسالار ایران انتقاد کند و فرودستی زنان را نشان دهد. فیلم از خواستی واقعی خبر می‌دهد: در این چند سال اخیر یکی از شعارهای فعالان زن در ایران، برخوردار شدن از حق تماشای مسابقات فوتبال در استادیوم بوده است. برخی از آنان حتی هنگام برگزاری تعدادی از مسابقه‌های ملی به ورزشگاه آزادی رفتند و توانستند با زحمت فراوان داخل استادیوم شوند، اما تعدادی دیگر نیز نتوانستند و حتی بازداشت شدند – که این اتفاق دستمایه پناهی در آفساید بوده است.

شکی نیست که بسیاری از فضاها و مکان‌های واقعی در شهرهای ما

جنسی است به این معنا که زنان راهی به آن‌ها ندارند. استادیوم‌ها – به‌خصوص استادیوم‌های فوتبال – از جمله این مکان‌هاست. اما نکته این است که علاوه بر خواست ممنوعیت ورود زنان به استادیوم، خواست ورود زنان به استادیوم نیز خواستی مردسالارانه است.

## ۲

خرد یا عقل بر خلاف تفسیرهای مطلق‌گرایانه فلسفی (همچون تفسیر هگل) محصول امر اجتماعی است (به تعبیر هابرماس) که در جریان مباحثه و گفتگو میان افراد در حوزه عمومی ساخته می‌شود. هابرماس در آثار خود اغلب «فلسفه آگاهی» را که منتج از ذهن منفردی است که در باره جهان می‌اندیشد در مقابل مفهوم تعامل بین‌الذهانی قرار می‌دهد. در این مفهوم معانی، هنجارها و ارزش‌های مشترک، مسلط هستند. چیزی که به نظر هابرماس در رویکردش به زبان و در تحلیلش از اصول کلی بیان ثابت می‌شود اولویت کنش‌های معطوف به نیل به تفاهم در مقابل کنش‌های معطوف به کنترل یا دستکاری اشیا و دیگر کارگزاران اجتماعی در جهان است. هابرماس با دفاع از روش پژوهش دیالکتیکی و نقد معرفت‌انتزاعی، تأکید می‌کند که متن زندگی اجتماعی است که ساحت «خرد» را تعیین می‌کند.<sup>۱</sup> اگر این ایده هابرماس را بپذیریم که خرد و تولیدات آن (صور معرفت) ریشه در تاریخ دارد و از منافع و علائق بشری سرچشمه می‌گیرد، می‌توانیم بر این نکته تأکید کنیم که به میزانی که سوژه زنانه از حوزه عمومی غایب است، خرد نیز مردانه‌تر می‌شود. در این وضعیت سایر اشکال خرد همچون خرد زنانه تضعیف می‌شود و از بین می‌رود و در مواردی، خرد مردانه، که در غیاب سوژه زنانه در حوزه عمومی حاکم می‌شود، به طور مداوم به بازتولید «قدرت

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: اباذری، ۱۳۷۷.

مردانه» می‌پردازد. «بیان» نیز به عنوان ابزار انتقال خرد، در این روند شامل دوگانه خردمندانه (یا مردانه) و غیرخردمندانه (یا زنانه) می‌شود.

در این وضعیت زنان اگر بخواهند در عرصه عمومی مشارکت داشته باشند (همچون زنان نخبه و فعال) ناگزیر از آن هستند که با زبان رایج مردانه سخن بگویند. زنان در درون نظام معنایی مردانه حاکم بر عرصه عمومی، خواسته‌هایی همچون خواسته‌های مردان پیدا می‌کنند و اساساً می‌کوشند کارهایی را انجام دهند که مردان می‌کنند، چون در واقع کنش معقول یعنی کنش مردانه. سوژه، تنها سوژه‌ای مردانه است و هر کنشگری برای کنشگر بودن باید به سوژه‌ای مردانه تبدیل شود، حتی اگر زن باشد. هرچند نمی‌توان نقش سوژه را در برساختن خرد رد کرد، اما، به گفته هابرماس، این سوژه، سوژه‌ای غیرتاریخی و استعلایی نیست، بلکه در مناسبات اجتماعی ساخته می‌شود.

خرد در شرایط تاریخی و انضمامی جامعه ایران، که جامعه‌ای مردسالار بوده است، سوژه‌های زن را همواره نادیده گرفته و غیب کرده است. در این وضعیت، سوژه زن همواره در درون خرد، که در طول تاریخ، مردانه بوده است، حضور و جایگاهی نداشته است. در این ساختار اجتماعی، گفتمان مردانه چنان حاکم است که سوژه زنانه برای حضور در عرصه عمومی راهی جز تبعیت از خرد مردانه را ندارد؛ این انتخاب، انتخاب اختیاری نیست بلکه معرفت‌شناسانه است. همان گونه که لوس ایریگاری می‌نویسد: «جنسیت زنانه همواره بر پایه پارامترهای مردانه در نظر گرفته شده است» (ایریگاری، ۱۳۸۱).

در این شرایط، تعدادی از زنان حوزه عمومی را رها می‌کنند و تنها به حوزه خصوصی الصاق می‌شوند (در این حوزه امکان زنانه زیستن را بیش‌تر مهیا می‌بینند) و تعدادی دیگر که تمایزات حقوقی میان زنان و مردان در آگاهیشان حس می‌شود، سعی می‌کنند در حوزه عمومی بمانند اما نه به عنوان سوژه‌ای زنانه بلکه سوژه‌ای که «نمایش» مردانه دارد.

## ۳

افراد، به تعبیر گافمن، همواره می‌کوشند جنبه‌ای از خود را به نمایش گذارند که مورد پذیرش دیگران (جامعه یا عرصه عمومی) باشد. آن‌ها امیدوارند خودی که به حضار نشان می‌دهند به اندازه‌ای نیرومند باشد که آن‌ها را به همان سان که جامعه می‌خواهد نمایش دهد. از نظر گافمن، ما همواره با این تقاضا از جانب دیگری روبرویم که هر آنچه دیگران از ما انتظار دارند انجام دهیم. گافمن می‌نویسد: «خود چیزی اندامی نیست که جای خاصی داشته باشد. پس در تحلیل خود باید از صاحب خود، یعنی از کسی که بیش‌ترین سود یا زیان را از خود می‌برد، صرف نظر کنیم؛ زیرا او و بدنش تنها کاری که می‌کنند این است که قلبی را فراهم می‌کنند تا بتوان یک نوع فرآورده گروهی را به مدتی معین به آن آویزان کرد» (Goffman, 1959).

در عرصه عمومی مردانه، سوژه تلاش دارد مردانه بخواهد، مردانه اقدام کند و در نهایت مردانه شود. زنان همواره در زیست جهانی زندگی می‌کنند که به دست خودشان ساخته نشده و تعلق به آنان ندارد. مردانگی زیست جهان باعث می‌شود که بخشی از زنان به عنوان جنس دوم، خویشتن خویش – یا همان میل واقعی – را فراموش کنند و در هیئتی مردانه به حیات خود ادامه دهند.

## ۴

از میان بردن تمایز خواست بین زنان و مردان و مردانه ساختن همه خواست‌ها – همچون خواست زنان مبنی بر تماشای بی‌واسطه بازی فوتبال مردان – یکی از مظاهر وجود حوزه عمومی مردانه است. اگر مردانه بودن استادیوم‌های فوتبال (یعنی جلوگیری از ورود زنان به ورزشگاه‌ها) سطح آشکار حوزه عمومی مردانه ماست، خواست برخی از فعالان زن مبنی بر دخول مردانه به استادیوم‌ها نیز سطح پنهان حوزه عمومی مردانه در ایران

است. شماری از زنان، تحت سیطرهٔ رسانه‌های مردانه، مایلند به استادیوم‌ها بیایند و تیم ملی فوتبال مردان ایران را تشویق کنند و با تحریک احساسات ناسیونالیستی، وضعیت فرودستی خود را فراموش کنند؛ عکس بازیکنان را در دست بگیرند - در فیلم آفساید در نشانهٔ عکس علی کریمی در استان دختری که می‌خواست به استادیوم برود و پشت صورت مردانهٔ آن پنهان شده بود این نکته را می‌توان دید - و به خانه ببرند و تیم‌های فوتبال مردان را به شدت تشویق کنند. حتی حاضرند برای حضور در عرصهٔ عمومی مردساز، ناهمواری‌های بسیاری را بر خود هموار سازند.

چرا زنان، زنان ورزشکار را این‌گونه تقدیس نمی‌کنند؟ چرا زنان سعی نمی‌کنند کاری انجام دهند که تیم فوتبال زنان اهمیت یابد؟ چرا زنان برای استعدادهای خود تماشاچی نمی‌سازند؟ زیرا آن‌ها کاملاً تحت سیطرهٔ خرد مسلط و گفتمان حوزهٔ عمومی مردانه‌اند.

این نکته دقیقاً مشابه انتقادی است که زیمِل در مقاله‌اش در بارهٔ مد از زنان آزاد و نخبه‌ای می‌کند که بر نفی مد، به عنوان کنشی ضد مردانه، تأکید می‌کنند.<sup>۱</sup> اشارهٔ زیمِل به زنانی است که با مدگرایی به عنوان کنشی «مردخواسته» مقابله می‌کنند و مبارزه با مد و تن ندادن به آن را به عنوان فعالیتی ضد مردسالاری تبلیغ می‌کنند. از نظر زیمِل، آن‌ها دقیقاً درون خردی مردانه این‌گونه می‌اندیشند. او می‌گوید که بررسی‌های اجتماعی، روانی و تاریخی گواه این است که زن در قیاس با مرد، سرشتی وفادارتر دارد. این وفاداری و یکپارچگی در حوزهٔ خانوادگی به تنوعی پویانده در عرصه‌های به حاشیه رانده شده نیاز دارد. برعکس، مرد، که بر اساس سرشتش بی‌وفاتر است، به رابطه‌ای که زمانی برقرار شده نوعاً با همان تمرکزی که نسبت به دیگر منافع زندگی دارد، متعهد نمی‌ماند و به تبع آن کم‌تر به اشکال تنوع

۱. برای مطالعه بیشتر نگاه کنید به: گئورگ زیمِل، ۱۳۸۶.



ظاهری احساس نیاز می‌کند. اساساً از نظر زیمل طرد تغییرات در عرصه‌های ظاهری، یعنی بی‌اعتنایی نسبت به جلوه‌های رنگارنگ بیرونی، اساساً خواستی مردانه است نه به این دلیل که مرد ماهیتی یکپارچه دارد بلکه به این دلیل که وی به‌طور کلی ماهیتی متنوع‌تر دارد و، بنابراین، متمایل است که از تنوعات بیرونی صرف‌نظر کند. پس زن طرفدار برابری که بر آن است تا ماهیت و شخصیت مردسالارانه را نفی کند، با بی‌اعتنایی خود نسبت به مد، در واقع به تحکیم خواست و ماهیت مردانه می‌پردازد و نابرابری را بازتولید می‌کند.

## ۵

سؤالی که شاید مطرح شود این است که اگر زنان برای حضور در فضاهایی که سراسر مردانه است تلاش نکنند، پس چگونه می‌توان حوزه عمومی را از وضعیت مردسالار رها کرد؟

تغییرگفتمان مردانه عرصه عمومی، بیش از نیاز به بدن زنانه به خواست یا میل زنانه نیاز دارد. زنان قبل از آن که برای حضور در ورزشگاه‌ها تلاش کنند باید خواست‌های هضم‌شده خویش در عرصه عمومی مردانه را احیا و بازتولید کنند. در واقع، به تعبیر ژولیا کریستوا، با سرپیچی از قواعد مردانه، بر تمایزات خود با مردان تأکید ورزند و خود را بازتعریف کنند.<sup>۱</sup> نکته این‌جاست که قوانین دولتی - همچون ممنوعیت ورود زنان به استادیوم‌های فوتبال - بخش کوچکی از قواعد مردانه در جامعه مردسالار است؛ لازمه شکستن فضاهای مردانه، شکستن گفتمان قضیب‌سالارانه است، وگرنه جنس دوم در استادیوم هم باز جنس دوم می‌ماند.

بی‌شک یکی از مهم‌ترین ابزار تغییر فضای مردسالارانه عرصه عمومی در

۱. برای مطالعه بیشتر بنگرید به: نوئل مک آفی، ۱۳۸۵.

ایران سینماست. سینما و زبان تصویر می‌تواند با «لو» دادن ساختارهای آشکار، و مهم‌تر از آن، پنهان مردسالاری، میل زنانه را بازتاب دهد. (بهترین نمونه این نوع فیلم‌ها در ایران، فیلم دو زن ساخته تهمینه میلانی بود که نه این کارگردان و نه کارگردان‌های دیگر آن را تداوم ندادند). زبان آفساید زبانی ملهم از خرد مسلط در عرصه عمومی است. آفساید در عین این‌که به قصد انتقاد از جامعه مردسالار صورت‌بندی شده، در واقع به صورت عکس خود درآمده و به تحکیم خواست مردانه انجامیده است.



## سرشماری

۱

محوریت روش‌های کمی برای شناخت و تحلیل مسائل اجتماعی بازمی‌گردد به قدرت‌نمایی علوم طبیعی و فضای فکری در عصر بیکن. عقلانیت ابزاری حاکم بر نظام سرمایه‌داری در حال رشد قرن هفدهم تمایل عجیبی به شناخت موضوعات اجتماعی بر اساس روش علوم طبیعی داشت. از این منظر، مطمئن‌ترین راه شناخت و تحلیل انسان بسیار شبیه طریقی بود که شیمیدانان برای شناختن مواد معدنی طی می‌کنند. ماده‌کانی هنگامی شناخته می‌شود که با عمل تجزیه، عناصر تشکیل‌دهنده آن جدا شوند و جامعه انسانی نیز تنها با تقسیم و تجزیه عناصرش – سن، جنس و... – شناخته می‌شود. این نگرش منجر به تقویت شیوه‌های «آمار» در علوم اجتماعی شد و اساساً پیوند مستمری برقرار شد میان جامعه‌شناسی و آمار. دموکراسی و رجوع به آرای عمومی و حاکم شدن دیدگاه اکثریت نیز به تقویت اهمیت نظرسنجی و افکار عمومی انجامید تا جایی که تأسیس مراکز افکارسنجی به یکی از الزامات نهادهای حزبی و دولتی تبدیل شد. از سوی دیگر، منطق

بازار و میدان اقتصادی نیز که بر اساس معادلات عرضه و تقاضا اداره می‌شد حوزه قدرت را کاملاً به سرشماری و نظرسنجی پیوند زد.

## ۲

جوامع همواره در معرض سرشماری و نظرسنجی‌ها هستند. سرشماری مهم‌ترین تجلی شیوه‌های آماری در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌های دولت است. اساساً واژه *statistique* به معنای آمار از واژه *state* به معنای دولت گرفته شده است. دولت‌ها همواره از آمار برای توجیه سیاست‌ها و اقدامات خود بهره می‌گیرند، هر چند آمار را مبنای سیاست‌های خود می‌نامند. هر کنش و برنامه‌ای از سوی یک نهاد دولتی می‌تواند با جدول‌ها و ارقامی توجیه شود و صحت آن بدون توجه به واقعیات انضمامی اثبات شود و پشت و پشیمان‌ترین «علمی بودن» قرار گیرد. این واقعیت را در بیلان کاری مدیران که در پایان هر سال ارائه می‌شود می‌توان به وضوح دید؛ بیلانی که تماماً در کار توجیه عددی اقدامات مدیران است.

همه کسانی که در کار نظرسنجی هستند می‌دانند که چگونه می‌توان پرسش‌ها را به نحوی طراحی کرد که به پاسخی مشخص رسید. پی‌یر بوردیو در مقاله‌ای با عنوان «افکار عمومی وجود ندارد» این نکته را مطرح می‌کند که همه پرسش‌ها به هر حال تا اندازه‌ای جانبدارانه‌اند.<sup>۱</sup> هر پژوهشگری بنا بر موقعیتش با موضوع مورد پژوهش ارتباط متفاوتی برقرار می‌کند و بر این اساس هم بر روش پژوهشی خود و هم بر نتایج و به‌خصوص بر تفسیر نتایج اثر می‌گذارد، بدون این‌که لزوماً در این زمینه خودآگاهانه عمل کند. بنابراین، نتیجه کار تنها آنچه او در باره موضوعی گردآورده نیست بلکه نمودار موقعیت خود محقق نیز هست. نظرسنجی هر قدر که از دغدغه یافتن حقیقت

۱. به نقل از ناصر فکوهی، «کنترل اخلاقی و افکارسنجی»، روزنامه سرمایه، ش ۲۱۶، ۱۴ تیر ۱۳۸۵، ص ۸.

به سمت دغدغه اثبات وضعیت موجود (آنچه قدرت می‌خواهد) تغییر وضعیت دهد، به همان میزان به ابزاری برای قلب واقعیت تبدیل می‌شود.

### ۳

در غیاب نوعی دغدغه (Problematic) و فرضیه‌ای نظری، آمار چیزی نیست جز تکثیر داده‌های فاقد معنا که، به تعبیر سوروکین،<sup>۱</sup> نوعی رواج «جنون کمیت» و «عددشناسی» است. یکی از عوارض جدی چنین تکیه‌ای بر آمار، گرایش به کمی کردن عموم داده‌های کیفی است. نکته این جاست که علل مسائل اجتماعی انضمامی را نمی‌توان با رگرسیون و جدول‌های چندوجهی کشف کرد. روش‌های آماری، ابزار توصیف وضعیت موجودند، نه تحلیل آن. آن‌ها به ما نمی‌گویند چرا. فقط امکان این را فراهم می‌سازند که وضعیت را بشناسیم.

البته مخالفت با تسلط روش‌های کمی به معنای نفی جنبه‌های مفید آمار نیست. بورديو خود جامعه‌شناسی است که به بهترین نحو ممکن از روش‌های کمی و آماری در تحقیقات جامعه‌شناسانه بهره برده است. هنگامی که روش‌های آماری به نوعی تقلید شبه‌ریاضی تبدیل می‌شوند و در مورد پدیده‌هایی به کار می‌روند که مطلقاً تن به مقداری شدن نمی‌دهند، این روش‌ها به کلی از هدف خود دور می‌افتند.

### ۴

در تجربه همه، از جمله تک‌تک افراد جامعه آماری و نیز مجریان روش‌های کمی، این واقعیت نهفته است که به آمارها چندان نمی‌توان اعتنا کرد. دلایل عینی زیادی وجود دارد که آمارها مخدوش است؛ مخدوش به سبب

---

1. Sorokin

پاسخ‌های غلط و مخدوش به سبب تحلیل این پاسخ‌ها. غلط در این جا به معنای «غیرواقعی» است. پاسخ مخاطبان پرسش‌های مأمور آمارگیری، در بسیاری از موارد و به‌خصوص در جامعه‌ای مثل جامعه ما بیش از آن‌که بازگوکننده طبقه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی فرد باشد، بازگوکننده میل طبقاتی اوست. در جامعه‌ای که تمایزات طبقاتی به نفع یک «وضعیت واحد» از بین رفته است و گروه‌ها و افراد مختلف سعی می‌کنند خود را هر چه بیش‌تر در راه سبک زندگی خاصی قربانی کنند، سرشماری و نظرسنجی بهترین راه تجلی این میل است، میلی که بر اساس تغییر زبانی (و نه واقعی) «وضع موجود» شکل می‌گیرد.

تهرانیزه شدن یا مرکزپرستی<sup>۱</sup> گویای این تلقی است که خرده‌گروه‌های اجتماعی و حتی قومی در راه الصاق به «مرکز» از هیچ کوششی دریغ نمی‌ورزند و همواره خود را «خودمرکز» و بقیه را «دیگری‌مرکز» می‌بینند. در واقع، در نظام زبانی و نمادی (سبک زندگی) با جامعه‌ای روبرو هستید که همه اهل تهران، ساکن مناطق بالای شهر و نظایر این‌ها هستند؛ و سرشماری و نظرسنجی موقعیتی است که آن‌ها می‌توانند به بازگویی این میل بپردازند.

## ۵

در سرشماری و نظرسنجی هر چند به «سوژه» مراجعه می‌شود، یعنی سن و جنس او فارغ از «کلیت» (خانواده، شهر، جامعه) مورد پرسش قرار می‌گیرد، اما هیچ‌گاه از «فردیت» او پرسش نمی‌شود؛ یعنی با بهره‌گیری و رجوع به پاسخ‌ها نمی‌توان «زیست‌جهان» فرد را کشف کرد. در سرشماری هدف همواره دانستن ویژگی‌های عددی «سوژه» برای تنظیم دقیق‌تر «سیستم» است. سیستم برای سلطه هر چه بیش‌تر بر «زیست‌جهان»‌ها نیازمند

---

1. centralism

اطلاعاتی است که او را از احوال آن‌ها مطلع سازد، و بی‌شک سرشماری بهترین وسیله برای این هدف است. چیزی که در سرشماری‌ها و نیز در جامعه‌شناسی کمی اساساً بی‌اهمیت انگاشته می‌شود زندگی روزمره و خرد تک‌تک عناصر جامعه است. نکته این است که به‌رغم تکرارپذیری و مشابهت عناصر جامعه، هر تجربه زیسته‌ای یک مورد خاص و جداگانه است. بسیاری از فرایندها و «همکنش»های حیات جمعی میان اعضای جامعه با هم یا میان آن‌ها و شرایط محیطی، گو این‌که در مقولات مشترکی طبقه‌بندی می‌شوند، اگر تا اعماق ردیابی شوند، هر کدام می‌تواند مختصات ویژه‌ای به دست دهد، و این اساساً یکی از ادعاهای مطالعات فرهنگی است.





## سانسور

۱

سانسور هر نوشته‌ای اقدامی است علیه تئوری «مرگ مؤلف» رولان بارت. بارت، نشانه‌شناس و منتقد ادبی معاصر فرانسوی، معتقد است که هر متنی آن هنگام که خلق می‌شود، مؤلفش را به کام مرگ می‌فرستد به این معنا که مؤلف متن و کیستی او در رمزگشایی و فهمیدن اجزای متن، دخالت ندارد. تفسیر مؤلف از متنش همچون دیگر تفاسیر و هم‌رتبه با آن‌هاست و هیچ رجحانی نسبت به تفسیرهای دیگر ندارد. بارت می‌نویسد: «به لحاظ زبان‌شناختی، مؤلف هیچ‌گاه نیست مگر در لحظه نوشتن، همان‌گونه که 'من' هیچ نیست مگر لحظه گفتن من. ... ما می‌دانیم که آینده نوشتار در گرو فروپاشی اسطوره است. تولد خواننده باید به بهای مرگ مؤلف باشد» (بارت، ۱۳۸۰).

بی‌شک، پروژه بارت تحت عنوان «مرگ مؤلف» در مقابل سوژه‌انگاری فلسفه روشنگری و خرد دکارتی است. عامل سانسور با حذف بخشی از متن (به هر دلیل) مؤلف مرده را زنده می‌کند. بعد از حذف بخشی از متن، معنا،

دچار اختلال و متن از وضعیت بیانی خارج می‌شود. در واقع، در ساز و کار تفسیر اختلال ایجاد می‌شود و رابطه متن با متن‌های دیگر، قطع می‌شود. به تعبیری دیگر، متن از «متن» (زبان، جامعه و غیره) جدا می‌شود. در این هنگام، خواننده، دو راه بیش‌تر پیش رو ندارد: یا این‌که متن را به همان جایی بفرستد که مؤلفش قبلاً رفته و اساساً آن را نخواند، یا این‌که سعی کند با بهره‌گیری از خلاقیتی کنجکاوانه، حدس بزند که مؤلف چه نوشته، گفته یا حک کرده است. در این لحظه است که اجباراً مؤلف زنده می‌شود و مخاطب، مجبور می‌شود برای فهم متن، مؤلفش را بشناسد. به عبارت دیگر، متن سانسور شده، مخاطب را به دنبال مؤلف می‌کشانند. در وضعیت عدم امکان دسترسی به فهم رمزهای متن، شناخت مؤلف متن لازم می‌شود. مؤلف متن در تحلیل بارت می‌میرد چون متن دارای معنای تفسیری و ساختاری و قابل گفتگو فرض می‌شود؛ اما وقتی متن، برخی از اجزای خود را از دست می‌دهد، امکان گفتگو با او – تفسیر – نابود می‌شود. مخاطب متن، در این لحظه، راهی ندارد جز گفتگو با پیشینه مؤلف و کشف روانکاوانه سطور پاک‌شده متن.

از سویی دیگر، مؤلف متن نیز در وضعیت اختگی متن خود مجبور می‌شود تکه‌های حذف شده را به عنوان تنها سوژه آگاه به کلیت متن، با خود به این سو و آن سو بکشانند و مدام فریاد بزنند. در این وضعیت، سوژه مؤلف زنده می‌شود و ایده بارت، دود می‌شود و به هوا می‌رود. جالب این‌جاست که این رخداد، دقیقاً برخلاف خواست عامل سانسور است. عامل سانسور اهمیت مؤلف را دوچندان می‌کند؛ مؤلفی که با او همفکر نیست.

## ۲

کسانی هستند که می‌نویسند یا خلق می‌کنند تا سانسور شوند، زیرا تنها همان لحظه که متنشان سانسور می‌شود، تشخص – تمایز – می‌یابند و مخلوقشان

مورد توجه قرار می‌گیرد. برخی از مؤلفان برای باقی ماندن در میدان فرهنگی، منظورشان را آن‌گونه در متن منعکس می‌کنند که به شکلی صریح حذف شود. سانسور متن مؤلف خواستار سانسور، آسان‌ترین و مطمئن‌ترین راه اهمیت یافتن «مؤلف تھی» است، زیرا سانسور متن، مؤلف مرده را زنده می‌کند.

آن‌هایی که آگاهانه آن‌گونه می‌نویسند که مشمول سانسور شوند در فرجام، تنها منجر به تقویت سیستم سانسور می‌شوند؛ چون سانسورچی را کنجکاوتر، پرکارتر و زبردست‌تر می‌کنند. در این‌جا رابطه‌ای دیالکتیکی برقرار می‌شود میان مؤلف خواستار سانسور و سانسورچی، و جالب این‌که هر دو به یکدیگر اعتبار و منزلت می‌بخشند. سنتز این دیالکتیک بی‌شک سقوط متن است.

دو گروهند که هیچ کمکی به «متن» نمی‌کنند: آن‌هایی که هیچ‌گاه مشمول سانسور نمی‌شوند و آن‌هایی که در همه حال سانسور می‌شوند.



## منابع

- آجودانی، ماشاءالله، مشروطه ایرانی، تهران، انتشارات اختران، ۱۳۸۲.
- آدورنو، «اوقات فراغت»، ترجمه جمال آل احمد، زیباشناخت، ش ۲، تابستان ۱۳۷۹.
- آدورنو، تئودور و هورکهایمر، ماکس، دیالکتیک روشنگری، ترجمه مراد فرهادپور و امید مهرگان، تهران، گام نو، ۱۳۸۲.
- اباذری، یوسف، خرد جامعه‌شناسی، تهران، انتشارات طرح نو، ۱۳۷۷.
- اتابکی، تورج، تجدد آمرانه: جامعه و دولت در عصر رضاشاه، ترجمه مهدی حقیقت‌خواه، تهران، انتشارات ققنوس، ۱۳۸۵.
- اسملسر، جی، جامعه‌شناسی اقتصادی، ترجمه محسن کلاهچی، تهران، کویر، ۱۳۷۶.
- الیاس، نوربرت، «تکنیک و تمدن»، ترجمه مراد فرهادپور، فصلنامه ارغنون، ش ۱۳، پاییز ۱۳۷۷.
- الیاس، نوربرت، «تنهایی محضران»، ترجمه یوسف اباذری، فصلنامه ارغنون، ش ۲۶ و ۲۷، بهار ۱۳۸۴.
- ایران و مدرنیته: (گفتگوهای رامین جهانینگلو با پژوهشگران ایرانی و خارجی)، ترجمه حسین سامعی، تهران، انتشارات گفتار، ۱۳۷۹.
- ایریگاری، لوس، «آن اندام جنسی که اندام نیست»، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهانانیده، در لارنس کهون (ویراستار)، از مدرنیسم تا پست‌مدرنیسم، تهران، نشر نی، ۱۳۸۱.
- ایستوب، آنتونی، ناخودآگاه، ترجمه شیوا رویگریان، تهران، نشر مرکز، ۱۳۸۲.
- ایگلتون، تری، مارکسیسم و نقد ادبی، ترجمه اکبر معصوم‌بیگی، تهران، نشر دیگر، ۱۳۸۳.
- باختین، میخائیل، مکالمه، خنده و آزادی، ترجمه جعفر پوینده، تهران، نشر چشمه، ۱۳۷۹.

- باختین، میخائیل و دیگران، درآمدی بر جامعه‌شناسی ادبیات، ترجمه محمدجعفر پوینده، تهران، انتشارات نقش جهان، ۱۳۷۷.
- بارت، رولان، امپراتوری نشانه‌ها، ترجمه ناصر فکوهی، تهران، نشر نی، ۱۳۸۳.
- بارت، رولان، ساخت‌گرایی، پساساخت‌گرایی و مطالعات ادبی (مجموعه مقالات)، به کوشش فرزانه سجودی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی، ۱۳۸۰.
- باکاک، رابرت، مصرف، ترجمه خسرو صبری، تهران، شیرازه، ۱۳۸۱.
- برمن، مارشال، تجربه مدرنیته: هر آنچه سخت و استوار است دود می‌شود و به هوامی رود، ترجمه مراد فرهادپور، تهران، انتشارات طرح نو، ۱۳۷۹.
- بنیامین، والتر، «اثر هنری در عصر بازتولیدپذیری تکنیکی آن»، در زیبایی‌شناسی انتقادی، ترجمه امید مهرگان، تهران، گام نو، ۱۳۸۴.
- بنیامین، والتر، خیابان یک طرفه، ترجمه حمید فرازنده، تهران، نشر مرکز، ۱۳۸۰.
- بنیامین، والتر، عروسک و کوتوله، ترجمه مراد فرهادپور و امید مهرگان، تهران، گام نو، ۱۳۸۵.
- بنیامین، والتر، «قصه‌گو؛ تأملاتی در آثار نیکلای لسکوف»، ترجمه مراد فرهادپور و فضل‌الله پاکزاد، فصلنامه ارغنون، ش ۹ و ۱۰، بهار و تابستان ۱۳۷۵.
- بودریار، ژان، «در باب تحقق میل در ارزش مبادله»، ترجمه مراد فرهادپور، فصلنامه ارغنون، ش ۱۹، زمستان ۱۳۸۰.
- بورديو، پیر، نظریه‌کنش، ترجمه مرتضی مردیها، تهران، نقش و نگار، ۱۳۸۱.
- بورديو، پیر، «کنش‌های ورزشی و کنش‌های اجتماعی»، ترجمه محمدرضا فرازنده، فصلنامه ارغنون، ش ۲۰، تابستان ۱۳۸۱.
- پانیچ، نثو و لیز، کالین، مانیفست پس از ۱۵۰ سال، ترجمه حسن مرتضوی، تهران، انتشارات آگه، ۱۳۷۹.
- تاملینسون، جان، جهانی شدن و فرهنگ، ترجمه محسن حکیمی، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۱.
- جنکینز، ریچارد، پی‌یر بورديو، ترجمه حسن چاووشیان و لیلا جوافشانی، تهران، نشر نی، ۱۳۸۶.
- دریفوس، هیوبرت و رابینو، پل، میشل فوکو، فراسوی ساخت‌گرایی و هرمنوتیک، ترجمه حسن بشیریه، تهران، نشر نی، ۱۳۷۹.
- دورکیم، امیل، خودکشی، ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۷۸.
- دورکیم، امیل، صورابتدایی حیات مذهبی، ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، ۱۳۸۲.
- دیورینگ، سایمون، مطالعات فرهنگی: مجموعه مقالات، ترجمه نیما ملک‌محمدی و شهریار وقفی‌پور، تهران، انتشارات تلخون، ۱۳۸۲.
- ریچاردز، بری، روان‌کاوی فرهنگ عامه: نظم و ترتیب نشاط، ترجمه حسین پاینده، تهران، انتشارات طرح نو، ۱۳۸۲.

- زیمبل، جرج، «تضاد فرهنگ مدرن»، ترجمه هاله لاجوردی، فصلنامه ارغنون، ش ۱۸، پاییز ۱۳۸۰.
- زیمبل، گئورگ، «زن و مد» (بخشی از مقاله «مد»)، ترجمه عباس کاظمی و عبدالله سالاروند، روزنامه هم‌میهن، ۷ تیر ۱۳۸۶.
- زیمبل، گئورگ، «کلانشهر و حیات ذهنی»، ترجمه یوسف اباذری، نامه علوم اجتماعی، ش ۳، بهار ۱۳۷۲.
- فروید، زیگموند، «شرحی کوتاه در باره روانکاوی»، ترجمه حسین پاینده، فصلنامه ارغنون، ش ۲۱، بهار ۱۳۸۲.
- فریزی، دیوید، گئورگ زیمبل، ترجمه جواد گنجی، تهران، انتشارات گام نو، ۱۳۸۶.
- فکو، ناصر «کنترل اخلاقی و افکارسنجی»، روزنامه سرمایه، ش ۲۱۶، ۱۴ تیر ۱۳۸۵.
- فوکو، میشل، اراده به دانستن، ترجمه افشین جهان‌دیده و نیکو سرخوش، تهران، نشر نی، ۱۳۸۳.
- فوکو، میشل، «پیدایش کلینیک»، ترجمه یحیی امامی، تهران، انتشارات نقش و نگار، ۱۳۸۵.
- فوکو، میشل، مراقبت و تنبیه، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران، نشر نی، ۱۳۸۲.
- گادامر، هانس-گئورگ، «تجربه مرگ»، ترجمه علی ملائکه، فصلنامه ارغنون، ش ۲۶ و ۲۷، بهار ۱۳۸۴.
- گاردینر، مایکل، «تخیل معمولی باختمین»، ترجمه یوسف اباذری، فصلنامه ارغنون، ش ۲۰، ۱۳۸۱.
- گیدنز، آنتونی، تجدد و تشخص، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی، ۱۳۷۸.
- لوکاچ، جرج، تاریخ و آگاهی طبقاتی، ترجمه محمدجعفر پوینده، تهران، انتشارات تجربه، ۱۳۷۷.
- لوکاچ، جرج، نظریه رمان، ترجمه حسن مرتضوی، تهران، نشر قصه، ۱۳۸۱.
- لین، ریچارد جی، ژان بودریار، ترجمه مهرداد پارسا، تهران، انتشارات فرهنگ صبا، ۱۳۸۷.
- مارکوزه، هربرت، اروس و تمدن، ترجمه امیرهوشنگ افتخاری‌راد (در دست انتشار).
- مایرس، تونی، اسلاوی ژبک، ترجمه فتاح محمدی، تهران، نشر هزاره سوم، ۱۳۸۵.
- نوئل، مک‌آفی، ژولیاکریستوا، ترجمه مهرداد پارسا، تهران، نشر مرکز، ۱۳۸۵.
- واندنبرگ، فردریک، جامعه‌شناسی جورج زیمبل، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران، انتشارات توتیا، ۱۳۸۶.
- هابرماس، یورگن، تحول ساختاری حوزه عمومی، ترجمه جمال محمدی، تهران، نشر افکار، ۱۳۸۶.
- هایدگر، مارتین، «پرسش از تکنولوژی»، ترجمه شاپور اعتماد، فصلنامه ارغنون، ش ۱، بهار ۱۳۷۳.







در کانال تلگرام کارنیل هر روز انگیزه خود را شارژ کنید 😊

<https://telegram.me/karnil>

