

مجموعه مقالات همایش بین‌المللی

نشانه‌شناسی مسائل و کنش‌های اجتماعی

به کوشش:

دکتر حمیدرضا شعیری

(عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس)

دکتر فاطمه عظیمی فرد

(دانش‌آموخته دکتری زبان‌شناسی، پژوهشگر سازمان صدا و سیما)



سرشناسه	همایش بین‌المللی نشانه‌شناسی مسائل و کنش‌های اجتماعی (نخستین: ۱۳۹۷: تهران)
عنوان و نام پدیدآور	همایش بین‌المللی نشانه‌شناسی مسائل و کنش‌های اجتماعی / به کوشش: حمیدرضا شعیری، فاطمه عظیمی‌فرد.
مشخصات نشر	تهران: نشر نویسه پاریسی، ۱۴۰۳
مشخصات ظاهری	۴۵۲ صفحه
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۰۳۰-۸۹-۹
وضعیت فهرست نویسی	فیپا
موضوع	زبان‌شناسی -- ایران -- کنگره‌ها
موضوع	فارسی -- کنگره‌ها
شناسه افزوده	شعیری، حمیدرضا، ۱۳۴۷-، گردآورنده
شناسه افزوده	عظیمی‌فرد، فاطمه، ۱۳۵۴-، گردآورنده
شناسه افزوده	پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رده بندی کنگره	P84۵۲۳ ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	۴۱۰
شماره کتابشناسی ملی	۵۳۸۸۱۴۰



تهران، صندوق پستی ۱۳۷۹-۱۶۷۶۵
 تلفن: ۷۷۰۵۳۲۴۶
 شماره: ۷۷۰۵۳۲۴۶
 سامانه پیام کوتاه: ۰۹۰۲۱۰۰۵۱۶۱
 وبگاه نشر نویسه پاریس:
www.neveeseh.com



تهران، بزرگراه چمران، پل مدیریت، خیابان علامه
 طباطبایی جنوبی، دانشکده ادبیات فارسی و
 زبان‌های خارجی دانشگاه علامه طباطبایی. طبقه اول، اتاق
 ۱۱۷. صندوق پستی: ۱۵۹۷۶۳۳۱۱
 تلفن: ۸۸۶۹۰۰۲۲ شماره: ۸۸۶۹۰۰۲۲
www.lsi.ir



دارای درجه علمی - پژوهشی

نمایه شده در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)

دارای درجه علمی - پژوهشی، بر اساس بند ۱ ماده ۳ آیین‌نامه نحوه برگزاری و ساماندهی همایش‌های علمی ابلاغیه شماره ۳/۱۶۸۲۱۶ مورخ ۱۳۹۳/۹/۱۱ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

همه حقوق محفوظ و متعلق به «نشر نویسه پاریس» است.
 تکثیر، انتشار و ترجمه این اثر با قسمتی از آن به هر شیوه، بدون مجوز قبلی و کتبی ممنوع و مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۳۰-۸۹-۹

ISBN: 978-600-7030-89-9

مجموعه مقالات همایش بین‌المللی نشانه‌شناسی مسائل و کنش‌های اجتماعی

دکتر حمیدرضا شعیری، دکتر فاطمه عظیمی فرد	به کوشش
آتابه نشر نویسه پاریس	طرح جلد و یونیفورم
روز	چاپ و صحافی
۱۰۰ نسخه	شمارگان
اول، ۱۴۰۳	نوبت چاپ
۵۰۰،۰۰۰ تومان	قیمت

همایش بین‌المللی نشانه‌شناسی مسائل و کنش‌های اجتماعی

برگزارکننده

انجمن زبان‌شناسی ایران
حلقه نشانه‌شناسی تهران
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

با همکاری

پایگاه استنادی جهان اسلام (ISC)
نشر نویسه پاریسی

حامیان علمی همایش

انجمن زبان‌شناسی ایران
حلقه نشانه‌شناسی تهران

سازمان همایش

دکتر حمیدرضا شعیری
دکتر فاطمه عظیمی‌فرد
دبیر علمی
دبیر اجرایی

کمیته علمی

عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان	دکتری تخصصی	دکتر مسعود آگهونه
عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	دکتری تخصصی	دکتر آریتا افراشی
عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان	دکتری تخصصی	دکتر حسین باغبان
عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	دکتری تخصصی	دکتر احمد پاکتنچی
عضو هیئت علمی دانشگاه کردستان	دکتری تخصصی	دکتر مسعود دهقان

عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا	دکتری تخصصی	دکتر فرهاد ساسانی
عضو هیئت علمی دانشگاه هنر	دکتری تخصصی	دکتر فرزانه سجودی
عضو هیئت علمی دانشگاه مفید قم	دکتری تخصصی	دکتر علی اصغر سلطانی
عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان	دکتری تخصصی	دکتر ابراهیم سلیمی کوچی
عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس	دکتری تخصصی	دکتر حمیدرضا شعبری
عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی	دکتری تخصصی	دکتر کورش صفوی
عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی	دکتری تخصصی	دکتر علی عباسی
عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور	دکتری تخصصی	دکتر علی کریمی فیروزجاهی
عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی	دکتری تخصصی	دکتر مرتضی بابک معین
عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی	دکتری تخصصی	دکتر امیرعلی نجمیان

هیئت داوران

عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	دکتری تخصصی	دکتر آریتا افراشی
عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	دکتری تخصصی	دکتر احمد پاکتچی
عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور	دکتری تخصصی	دکتر بهمن زندی
عضو هیئت علمی دانشگاه الزهرا	دکتری تخصصی	دکتر فرهاد ساسانی
عضو هیئت علمی دانشگاه هنر	دکتری تخصصی	دکتر فرزانه سجودی
عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس	دکتری تخصصی	دکتر حمیدرضا شعبری
عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی	دکتری تخصصی	دکتر علی عباسی
پژوهشگر صداوسیما	دکتری تخصصی	دکتر فاطمه عظیمی فرد
عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی	دکتری تخصصی	دکتر مرتضی بابک معین
عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی	دکتری تخصصی	دکتر بهمن نامور مطلق
عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی	دکتری تخصصی	دکتر امیرعلی نجمیان

کمیتهٔ اجرایی

زهرا ابراهیم بانکی

سهیلا ایزدی

غزاله خلجی

مریم رمضانخانی

سلیمه زمانی

ساناز عسکری

مهسا فتحعلی

بیبا قوچانی

ریحانه منظوری

مریم محمدی

طاهره همتی

فهرست مطالب

- سخن دبیر علمی همایش ۱۱
- نشانه‌شناسی اجتماعی مسئله سانسور در فیلم ایرانی «عصبانی نیستم!» با تکیه بر
نشانه‌شناسی پیش‌متنی ژنت ۱۵
پریسا آقابابایی
- نشانه‌شناسی احترام در داستان زال و مهرباب در شاهنامه فردوسی ۲۷
ملیحه انوشه، زهرا ابوالحسنی چیمه
- تحلیل نشانه‌شناختی روایت از سبک زندگی مردان در آگهی تبلیغاتی مجلات خانوادگی ۴۳
فرزانه بازیار
- نشانه‌شناسی چالش‌های هویتی نوجوان بر اثر تقابل گفتمان‌های خانواده و مدرسه در
داستان‌های هوشنگ مرادی کرمانی ۶۱
سارا برامکی
- دیالکتیک درونی/برونی هویت و تحلیل نشانه‌شناختی آن در چهارچوب نظام‌های
معنایی اریک لاندوفسکی ۸۵
کامران پاک‌نژاد راسخی

- نشانه‌شناسی هویت ملی در طراحی جلد کتاب؛ توجه به نقش مایه‌های هنر دوران قاجار در نمونه‌هایی از جلد کتاب‌های دهه ۱۳۸۰ و ۱۳۹۰ خورشیدی، به‌عنوان نشانه‌های گفتمان هویت ملی..... ۹۹
- شادی تاکی
- مهاجرت و تغییر پوشش افغانهای مقیم ایران ۱۲۳
- زهرآ جواهرچی، رقیه امام
- نشانه‌شناسی تعاملات فرهنگی ۱۳۹
- الهام حبیبی
- پیوستارهای تنگی و گشودگی فضای شهری: از ناامنی تا لذت ۱۵۱
- حمیدرضا شعیری، احسان وحیدطاری
- نشانه‌شناسی خبر خوب در رسانه ملی؛ مطالعه موردی: بخش خبری رادیویی قاصدک ۱۷۹
- فاطمه عظیمی‌فرد
- شناسایی نشانه‌های شاخص شهری و سنجش کیفیت فرم کالبدی آنان بر نقشه‌های شناختی شهروندان..... ۱۹۱
- ریحانه علائی، مجید علائی، مصطفی جواهری تقدس
- بررسی نشانه - معناشناختی بازنمود گفتمان قوم‌مداری در اسکناس؛ مطالعه موردی: اسکناس‌های جمهوری اسلامی ایران ۲۰۹
- وهاب کریمی، مهدی قربانیان قهرودی
- تحلیل نشانه‌بوم‌زیست گفتمانی و رابطه طبیعت و فرهنگ در داستان «مینا و پلنگ» .. ۲۳۳
- علی کریمی فیروزجایی
- بررسی تأثیر کنش احتکار بر تغییر هویت اجتماعی افراد: خروج «خود» از درون‌گروه و تبدیل شدن به «غیر» از منظر مطالعات فرهنگی ۲۴۹
- فاطمه کواشی

زایش تصاویر و نشانه‌های شهری در بطن روایت‌هایی زنانه، مطالعه روابط حاکم بر نظام
نشانه-معناشناختی شهر در مجموعه داستان اسم شوهر من تهران است ۲۷۱
زینب گلستانی درو، نسرین دخت خطاط

خوانش تحولات پوشش ایرانیان با رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی؛ نمونه موردی: نیمه
دوم دوره قاجار و پهلوی اول..... ۲۸۷
مرتضی بابک معین، شیما گلچین

نقش کیچ در همگرایی پوششی ۳۱۵
مرضیه نامور مطلق

سیری از «پدیدارشناسی» تا نشانه-معناشناسی «شناختی»؛ نگاهی پدیداری-شناختی
به متن لویی-فردینان سلین..... ۳۳۹
وحید نژادمحمد

نشانه‌شناسی آخرالزمان در سینمای غرب با تأکید بر تولیدات سینمایی هالیوود..... ۳۵۳
سید رضا نقیب‌السادات، فائزه کریمی مهر

جایگاه نشانه معناشناختی دو شخصیت عروسکی مبارک و کاراگز در بستر تعاملات
اجتماعی-فرهنگی ۳۷۷
سپیده نورایی

تحلیل رابطه خود و دیگری در فیلم «گذشته» اصغر فرهادی: رویکرد نشانه‌شناسی
فرهنگی..... ۳۹۷
بهاره‌هادی لو، زهره صفوی زاده سهی

مهاجرت در فیلم «روکو و برادرانش»، اثر لوکینو ویسکونتی بر اساس نشانه‌شناسی
پاساخت‌گرای دریدا درباره مهاجرت و رویکرد معاصر به هویت..... ۴۱۵
محمد هاشمی

سخن دبیر علمی همایش

نشانه‌شناسی اجتماعی را باید نتیجه گفت‌وگو بین نظریه‌هایی دانست که در طول یک قرن جهان نشانه و معنا را تحت تأثیر خود قرار داده‌اند. سوسور^۱ از همان ابتدا به دنبال تبیین علمی بود که نشانه‌ها را درون نظام اجتماعی مطالعه کند. اینک اگر به سپهر نشانه‌ای لوتمان^۲ و رابطه پیوسته در حال شکل‌گیری و تعامل من و دیگری دقت کنیم؛ اگر به دیدگاه پیرس^۳ و نظام تفسیری او که همواره مبتنی بر حضور کسی است که ابژه جهان بیرون و بازنمون را در ارتباط با یکدیگر قرار داده و تفسیر می‌کند، توجه کنیم؛ اگر به تفکر گرمس^۴ مبنی بر اینکه وقتی معنایی وجود دارد فقط معنای زندگی است، اندیشه کنیم؛ اگر به رویکرد اتیک و نظریه اخلاق لویناس^۵ که دیگری را چهره‌ای بیکران می‌داند باور کنیم؛ اگر به نگاه فوکو^۶ و نقش نهادهای اجتماعی در تبیین معنای قدرت و رابطه ما به جهان فکر کنیم؛ اگر از دیدگاه اسطوره‌های اجتماعی و رسانه‌ای بارت^۷ غافل نماییم؛ اگر نظریه تعاملات اجتماعی لاندوسکی^۸ را به خاطر بیاوریم؛ اگر به الگوی ارایه شده توسط فوتنتی^۹ در ارتباط با سبک زندگی ایمان داشته باشیم؛ اگر تفکر برونو لاتور^{۱۰} در باب شیوه‌های آگریستانس اجتماعی را جدی بگیریم؛ اگر عادت‌واره‌های اجتماعی بوردیو^{۱۱} را از یاد نبریم؛ اگر مفهوم زیست‌بوم اکسکول^{۱۲} را یک فرصت مناسب برای فهم رابطه نشانه و جهان بدانیم؛ اگر به چندصدایی باختین و دیالوژیسم او ارجاع دهیم؛ اگر دیدگاه اوستین^{۱۳} در مورد کنش‌های گفتاری را به خاطر بیاوریم؛ اگر طرح‌واره‌های تصویری لیکاف و جانسون^{۱۴} را مرور کنیم؛ اگر نظریه تشیی و هم‌بسته زیلبربرگ^{۱۵} را که فراتقابلی عمل می‌کند از یاد نبریم؛ و بالاخره اگر نقش تجربه زیسته حضور که پدیدارشناسی بر آن تأکید دارد را همواره در یاد زنده نگاه داریم؛ در می‌یابیم که نشانه‌ها بدون تعامل، ارتباط، گفت‌وگو، هم‌زیستی با جهان و جامعه وجه وجودی خود را از دست می‌دهند. در همه نظریه‌های اشاره شده یک وجه مشترک وجود دارد و آن هم توجه به زیربنای انسانی و زیستی برای حوزه نشانه و معناست. امروز، نشانه‌ها جدای از انسان و جامعه به‌عنوان ساختاری ذات‌محور و خودبسنده دارای ارزش کاربردی نیستند و نمی‌توانند به بسیاری از نیازهای گفتمانی پاسخ دهند.

¹ Saussure

² Lotman

³ Peirce

⁴ Greimas

⁵ Lévinas

⁶ Foucault

⁷ Barthes

⁸ Landowski

⁹ Fontanille

¹⁰ Latour

¹¹ Bourdieu

¹² uexküll

¹³ Austin

¹⁴ Lakoff and Johnson

¹⁵ Zilberberg

ما در نشانه‌شناسی اجتماعی همواره با این پرسش اصلی مواجه هستیم که شرایط تعامل گفتمانها و کنش‌های اجتماعی چیست؟ چگونه معنا از طریق کنش‌های اجتماعی تولید، دریافت و بازپردازی می‌شود؟ چگونه نشانه‌شناسی ما را از آسیب‌های اجتماعی آگاه نموده و راههای تعامل برای بهبود شرایط را مطالعه می‌کند؟ چگونه کنش‌های اجتماعی از طریق گفتمان‌ها بازیابی گشته و قابل تفسیر معنایی هستند؟ یا اینکه گفتمانها چگونه کنش‌های اجتماعی را اصلاح نموده و در خدمت توسعه اجتماعی قرار می‌دهند. به این ترتیب و با توجه به این پرسشها، من اعتقاد راسخ دارم که نشانه‌شناسی اجتماعی دلالت بر بلوغ نشانه‌شناسی دارد.

از ابتدای تحولات زبان‌شناسی، سوسور زبان را بخش اجتماعی سخن دانست که بیرون از هر فرد قرار دارد و به واسطه قدرت استعمال جمعی بر او تحمیل می‌گردد. دورکهم¹ هم برای زندگی اجتماعی مجموعه‌ای از بازنمودها را قابل بود که مشترک و الزامی بودند. اگر بپذیریم که علوم اجتماعی بر خلاف نشانه‌شناسی ساختارگرا که ساختار را جدای از هر نوع تعامل بیرونی مطالعه نموده است، به تحلیل گفتمان‌ها درون موقعیت‌های اجتماعی پرداخته، می‌توانیم ادعا کنیم که نشانه‌شناسی اجتماعی عبور از ساختار به گفتمان و تلفیق گفتمان با تعاملات اجتماعی در موقعیت‌های کاربردی و بر اساس فرآیندی بیناکنشی و بین سوژه‌ای است.

اما از چه زمانی نشانه‌شناسی وارد مطالعات اجتماعی شد؟ از همان زمانی که کاربردشناسی به حوزه مطالعات نشانه و معنا نفوذ کرد. از همان زمانی که مطالعه موقعیت شرکای گفتمانی جای مطالعه جمله و ساختارهای بسته زبانی را گرفت. از همان زمانی که احساسات و عواطف، همچنین جسمانه و تن و حضور تعاملی جای سوژه‌های کاغذی و گرامری را گرفت. به همین ترتیب، به تدریج شرایط تولید گفتمان، کنش‌های گفتاری، تعاملات نشانه - معنایی، نیت گفتمانی، ارزشهای اخلاقی، نگرشهای بین‌رسانه‌ای، حایل‌های گفتمانی و نشانه‌های حایلی هر روز بیشتر در مطالعات جهان نشانه‌ها وارد شدند تا اینکه ما امروز بتوانیم ادعا کنیم که نشانه‌شناسی به بلوغ رسیده است.

درواقع، یا باید نشانه‌شناسی گفته، گفته‌پردازی و گفتمان را محدود به دنیای متن می‌دانست و این امر سبب از دست رفتن بسیاری از عناصر دخیل در تولید معنا بر اساس تعاملات می‌شد، یا باید نشانه‌شناسی حوزه عملیاتی خود را توسعه می‌داد و نظام ارتباطی زبان را در قالب تعاملات و مبادله بین گروههای گفتمانی در نظر می‌گرفت تا ارزشهای زبانی و ارزشهای کاربردی بتوانند با یکدیگر پیوندی منطقی داشته باشند. اما نشانه‌شناسی امروز راه سومی را در نظر گرفت است که

¹ Durkheim

عبارت است از ثبت گفتمان به عنوان کنشی اجتماعی و نشانه - معنایی درون موقعیت یا بافتی متنی که خود وابسته به گفتمانی به طور تاریخی چندلایه است. بی‌شک چنین گفتمانی به حوزه جهان زیسته مربوط است.

در مجموع اگر گفتمان، تعاملات کنشی، همایی سوژه و ابژه به جای تقابل، جهان زیسته، تجربه حضور و شرایط تولید معنا در ارتباط تنگاتنگ با یکدیگر هستند، ما این پیوند را مدیون تحولاتی هستیم که از زمان فرمالیسم تا کنون با آن مواجه هستیم.

موضوع همایش نشانه‌شناسی اجتماعی در اسفند ۱۳۹۷ بررسی و مطالعه همین تعاملات اجتماعی درون نظامهای نشانه‌ای و گفتمانی است. در اینجا وظیفه خود می‌دانم از همه نهادها و اشخاص حقیقی و حقوقی که ما را در تحقق این امر یاری نمودند تشکر ویژه داشته باشم. حلقه نشانه‌شناسی تهران که امسال قرار است پانزدهمین سال تولدش را با هم جشن بگیریم و عزیزان این حلقه، دکتر نامور مطلق، دکتر پاکت‌چی، دکتر نجومیان، دکتر سجودی، دکتر ساسانی، دکتر عباسی و دکتر معین نهایت سپاس را دارم. همچنین خانم کنگرانی و خانم دکتر بنویدی و جناب آقای میهن‌پرست را که در این مسیر همیشه همراه ما بودند فراموش نمی‌کنیم. همچنین مراتب قدردانی و سپاس بیکران از انجمن زبان‌شناسی ایران به‌ویژه سرکار خانم دکتر افراشی، سرکار خانم دکتر روشن و سرکار خانم دکتر عظیمی‌فرد را داریم. از پژوهشگاه علوم انسانی به خاطر همه زحمات و همه همراهی و کمک‌های مادی و معنوی بی‌دریغشان و همچنین نشر نویسه‌پاری نهایت سپاس را داریم. از همه عزیزانی که با ارایه مقاله و سخنرانی سبب عزت و سربلندی این همایش می‌شوند و ما را در این همایش علمی یاری می‌نمایند نیز بی‌نهایت متشکریم. به امید برگزاری همایشی شایسته جامعه علمی نشانه‌شناسی ایران.

حمید رضا شعیری

دبیر علمی

تهران، اسفند ۱۳۹۷

نشانه‌شناسی اجتماعی مسئله سانسور در فیلم ایرانی «عصبانی نیستم!» با تکیه

بر نشانه‌شناسی بیش‌متنی ژنت

پریسا آقابابایی^۱

دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فرانسه، دانشگاه شهید بهشتی تهران

چکیده

یکی از انواع ترامتیت از دیدگاه ژنت، بیش‌متنیت است که به رابطه بیش‌متن و پیش‌متن می‌پردازد. آنچه حائز اهمیت است، این است که در متن دوم (بیش‌متن) همیشه نشانه‌هایی از عناصر متن اول (پیش‌متن) وجود دارد. یکی از حالت‌های بیش‌متنیت به وجود آوردن تغییر در حجم بیش‌متن است که از آن با عنوان تغییر فرم کمی تعبیر می‌شود و می‌تواند افزایشی یا کاهش‌ی باشد. بدین معنا که با افزایش و یا کاهش عناصر متن اول، متن تازه‌ای را خلق می‌کنیم. بر مبنای دیدگاه ژنت، یکی از انواع تغییر فرم کاهش‌ی، سانسور و خودسانسوری است، اما سانسور می‌تواند در حوزه تغییر فرم افزایشی نیز در نظر گرفته شود که در این مقاله به تفصیل به آن پرداخته خواهد شد. هدف این مقاله بررسی و مطالعه اشکال مختلف سانسور در آثار سینمایی و تلویزیونی پس از انقلاب بر مبنای نشانه‌شناسی بیش‌متنی ژنت است. لازم به ذکر است که از دیرباز سانسور به عنوان یک پدیده و مسئله اجتماعی وجود داشته است و همواره آثار هنری را دستخوش تغییراتی نموده است. حال در این مطالعه با تکیه بر تئوری نشانه‌شناسی به تحلیل و بررسی اجتماعی علل پیدایش سانسور در آثار سینمایی پس از انقلاب می‌پردازیم.

کلیدواژه‌ها: بیش‌متنیت، سانسور، نشانه‌شناسی اجتماعی، ژنت.

مقدمه

سانسور (به فرانسوی *censure*) یک پدیده اجتماعی در تمام جوامع است و اکثراً با هدف کنترل کلام و نحوه ابراز وجود انسان‌ها توسط سازمان‌های دولتی و همچنین با قصد ایجاد ثبات در جامعه و حفظ منافع ملی انجام می‌گیرد. با توجه به نظام ارزشی حاکم بر جامعه، سانسور می‌تواند در سطح کلمات و مفاهیم خاص و یا حتی کل مفهوم صورت گیرد. نظر به اینکه سانسور یک

^۱ parisa.aghababaei@gmail.com

مسئله اجتماعی است همواره از دیرباز مورد توجه جامعه‌شناسان و نشانه‌شناسان قرار گرفته است. در واقع سانسور همواره مرتبط با بحران‌ها و آسیب‌های اجتماعی است و بدین ترتیب نشانه‌شناسی مسائل و کنش‌های اجتماعی در حوزه مطالعات مربوط با سانسور قرار می‌گیرد. سانسور در واقع همان پاکسازی متن محسوب می‌شود که ژنت^۱ (۱۹۸۲: ۳۳۰) در کتاب خود به نام «الواح بازنوشتنی» از آن با عنوان Expurgation نام می‌برد و به معنای حذف نکات غیراخلاقی و پاکسازی متن است. در برخی موارد به دلیل محدودیت‌ها و هنجارهایی که از جانب جامعه به فرد تحمیل می‌شود، شاهد پدیده خودسانسوری هستیم که ژنت از آن با عنوان Auto-expurgation نام می‌برد.

هدف اصلی این نوشتار بررسی ارتباط میان متن اصلی سانسور نشده و متن سانسور شده فیلم «عصبانی نیستم!» و ارتباط میان این دو متن طبق مطالعات بینامتنی است که یکی از مهمترین روش‌های نقد در قرن بیستم است. در واقع ما در این پژوهش در جستجوی چگونگی تولید معنا از طریق نشانه‌شناسی بینامتنی ژنت که روشی توصیفی-تحلیلی و تطبیقی است و همچنین علل مختلف شکل‌گیری مسئله سانسور به‌عنوان یک پدیده اجتماعی به روش ترامنتیت و رویکرد بیش‌متنی ژنت هستیم.

رویکرد نظری

یکی از مهم‌ترین روش‌های نقد قرن بیستم که در حوزه مطالعات تطبیقی بسیار قابل توجه است، بینامتنیت است. ژولیا کریستوا^۲ مطرح‌ترین نام در حوزه بینامتنیت و بنیانگذار این اصطلاح در دهه ۱۹۶۰ است. ژرار ژنت در ادامه فعالیت‌های کریستوا در حوزه مطالعات بینامتنی، در کتاب «الواح بازنوشتنی»^۳ برای مطالعه ارتباط میان متون گوناگون واژه ترامنتیت^۴ را مطرح کرد که به پنج دسته تقسیم می‌شود: بینامتنیت^۵، پیرامنتیت^۶، فرامنتیت^۷، سرمنتیت^۸ و بیش‌متنتیت^۹. رویکردی که در این نوشتار مورد استفاده قرار گرفته است، رویکرد بیش‌متنتیت است. بیش‌متنتیت رابطه میان دو متن ادبی یا هنری را بررسی می‌کند و این رابطه بر اساس اصل برگرفتگی و اشتقاق

¹ Genette

² J. Kristeva

³ Palimpsestes

⁴ Transtextualité

⁵ Intertextualité

⁶ Paratextualité

⁷ Métatextualité

⁸ Architextualité

⁹ Hypertextualité

بنا و استوار شده است. ژنت خود در تعریف بیش‌متنیت می‌نویسد: «هر رابطه‌ای که موجب پیوند میان یک متن (Hypertext) با یک متن پیشین (Hypotext) باشد، چنان که این پیوند از نوع تفسیری نباشد» (۱۹۸۲). در واقع می‌توان گفت بیش‌متن متنی است که از یک متن پیشین (پیش‌متن) برگرفته شده باشد. این نکته حائز اهمیت است که در بیش‌متنیت وجود متن دوم وابسته به وجود متن اول است و در واقع بدون پیش‌متن، خلق بیش‌متن غیر ممکن است. ژنت رابطه بیش‌متنیت را به دو دسته تقلیدی^۱ و تراگونی^۲ تقسیم کرده است. یکی از انواع تراگونی، جایگشت^۳ است که با توجه به معیارهای مختلف، فرایندهای مختلفی را دربرمی‌گیرد. ژنت با توجه به معیار اندازه و مقایسه حجم بیش‌متن و پیش‌متن، دو دسته تغییر فرم کمی^۴ کاهشی (تقلیلی) و تغییر فرم کمی افزایشی (گسترشی) را نام می‌برد.

سانسور و دگرگونی پیش‌متن

طبق دسته‌بندی ژنت، یکی از روش‌های تغییر فرم کمی کاهشی، پیرایش^۵ پیش‌متن است. ژنت این فرایند را به شش نوع اصلی تقسیم‌بندی می‌کند که یکی از آنها حذف نکات غیر اخلاقی و پاکسازی متن^۶ است. همانطور که از نام این فرایند مشخص است، عملکرد آن اخلاقی و تصحیح‌کننده است. در این فرایند نه تنها آنچه که خواننده جوان را آزار می‌دهد، بلکه آنچه که می‌تواند روح بی‌گناه او را شوکه و نگران کند نیز حذف می‌شود. در واقع، آگاهی یافتن زود هنگام از موضوعات جنسی و یا واقعات بشری همانند ضعف‌های بشریت، برای جوان کم سن و سال ضروری نیست. مسئله سانسور نیز از همین تفکر ناشی می‌شود، با این تفاوت که در دنیای بزرگسالان علل سانسور تا حد زیادی بستگی به شرایط اجتماعی و فرهنگی آن زمان دارد. در واقع سانسور یکی از اقداماتی است که از سمت حکومت‌ها بر آثار ادبی و هنری جامعه اعمال می‌شود. علل مختلفی برای این اقدام وجود دارد که تمامی آنها در راستای جلوگیری از آسیب به اندیشه‌ها و ساختارهای حاکم بر آن جامعه است. از سانسور در آثار هنری با کلمه ممیزی نیز یاد می‌شود.

در لغت‌نامه دهخدا، سانسور به‌عنوان ممیزی و تفتیش مطبوعات، مکاتب و نمایشنامه‌ها معنا شده است. معنای سانسور در دایره‌المعارف کتابداری به این گونه آمده است: «سانسور به معنای تلاش حکومت، سازمان‌های خصوصی، فرد یا گروه است برای جلوگیری از خواندن، دیدن و

¹ Imitation

² Transformation

³ Transposition

⁴ Transformation quantitative

⁵ Excision

⁶ Expurgation

شنیدن آنچه تصور می‌رود برای حکومت یا اخلاق عمومی خطرناک و زیان‌بار باشد» (معصومی، ۱۳۹۰). در واقع می‌توان گفت سانسور نظارتی است که توسط مقام‌های مؤثر و صاحب نفوذ مثل دولت یا مقامات دینی و یا گروهی مؤثر صورت می‌گیرد و با هدف جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی و اخلاقی و سیاسی انجام می‌شود. معمولاً سانسور قبل از انتشار صورت می‌گیرد اما در مواردی شاهد سانسور پس از انتشار نیز بوده‌ایم که در ادامه با آن خواهیم پرداخت.

بنابراین، سانسور به علل گوناگونی اعمال می‌شود و به لحاظ موضوع به سه دسته اصلی تقسیم می‌شود: سانسور دینی، سانسور اخلاقی، سانسور سیاسی و اجتماعی.

سانسور دینی به معنای اخلال در زمینه مسائلی است که به‌عنوان تکلیف و ارزش از سوی ادیان برای مؤمنان در نظر گرفته شده است؛ به عبارت دیگر، مسائلی که توهین به ادیان، عقاید و شخصیت‌های مورد احترام مذهبی و همچنین برخلاف آموزه‌های دینی هستند. سانسور اخلاقی شامل مسائلی می‌شود که در کل قصد فساد و تباهی داشته باشند، بیان مسائل جنسی و دیگر مسائل تحریک‌کننده و همچنین اهانت آشکار به ارزش‌های اخلاقی جامعه مشمول سانسور اخلاقی هستند.

یکی از مواردی که می‌توان به آن اشاره کرد، فیلم «خانه پدری» به کارگردانی و نویسندگی کیانوش عیاری محصول سال ۱۳۸۹ است. این فیلم پس از ۳ سال توقیف در جشنواره فجر ۳۲ اکران شد. عیاری در خانه پدری، به فرهنگ پنهان‌کاری در خانواده‌های ایرانی اشاره می‌کند و همه جنایت‌ها و خشونت‌ها بعدی را نیز از عواقب آن می‌داند. خانه پدری نشان‌دهنده بحران‌های اخلاقی و اجتماعی است. این فیلم در دی ماه ۱۳۹۳ در گروه هنر و تجربه در پردیس سینمایی کوروش به نمایش درآمد اما پس از آن اکران فیلم جلوگیری شد. منتقدان به تصویر کشیدن فرزندکشی به فجیع‌ترین شکل را از جمله دلایل توقیف آن می‌دانند. «خانه پدری» در ایزود ابتدایی خود ماجرای قتل یک دختر جوان توسط پدر متشرعش را به تصویر می‌کشد؛ بنابراین، یکی دیگر از علل توقیف این فیلم، مخدوش کردن چهره‌ای مذهبی و همچنین سیاه‌نمایی چهره همواره مقدس پدر است. این مسائل یک تابوی اجتماعی است که ریشه در دین و هنجارهای جامعه دارد.

مثال دیگر سانسور اخلاقی و دینی فیلم «خانه دختر» است که در سال ۱۳۹۳ در سی و سومین جشنواره فجر اکران شد و پس از نقدهای شدیدی که به مضمون این اثر وارد آمد، به مدت ۳ سال توقیف شد. شهرام شاه‌حسینی دست روی مضمونی گذاشته بود که ظرفیت طرحش در جامعه وجود ندارد. «خانه دختر» داستان «بهار» دختر دانشجویی است که در روز عقدش با

«منصور» خودکشی می‌کند و سپس دو هم‌دانشگاهی‌اش در پی کشف راز مرگ این دختر می‌روند. تماشاگر در ابتدا تصور می‌کند که دختر خودکشی کرده، قبل از ازدواج با یک مرد غریبه رابطه داشته و به واسطه اینکه نمی‌توانسته شرط مادر شوهرش را برای آزمایش بکارت بپذیرد، خودکشی کرده اما در ادامه، برخی دیالوگ‌ها و حتی نگاه‌های معنادار «پدر»، این حقیقت تلخ را آشکار می‌کند که آن فرد پدر بهار بوده است. رفع توقیف و اکران فیلم «خانه دختر» در سال ۱۳۹۶ در شرایطی رخ داد که ممیزی شدید و سنگینی به این فیلم سینمایی اعمال شده بود. شدت ممیزی به حدی بوده که اکنون می‌توان هر یک از کاراکترها را در معرض اتهام تعرضی دانست که منجر به خودکشی دختر شده و بدین ترتیب، سایه اتهام تعرض تا حدودی از روی سر پدر خانواده کنار رفته است. این سانسور به دلیل تأکید جامعه بر نقش مقدس پدر خانواده و حذف سیاه‌نمایی اجتماعی بوده است و فیلم با اعمال سانسور توانسته تا حدودی روابط پدر / دختر را معقول کند.

در ارتباط با سانسور سیاسی اجتماعی می‌توان گفت تمام مسائلی که موجب اخلال در حقوق و مصالح عمومی و جامعه گردد، مشمول سانسور میشوند. از این محدودیت تحت عنوان امنیت ملی نیز نام می‌برند. با توجه به اهمیت و حساسیت مسائل سیاسی و اجتماعی و نقش اساسی آن در زندگی جمعی انسان، اغلب سانسورها در این حوزه اعمال می‌شود یا به نوعی با آن در ارتباط است. افشای اسرار و اسناد دولتی، انتقاد به دولتمردان و عملکرد دولت‌ها، اهانت و تمسخر مقامات سیاسی، افشای مسائل امنیتی، اخلال در امنیت و ایجاد وحشت و اضطراب در مردم، انتشار اطلاعاتی که موجب شورش و اغتشاش در کشور شود و همچنین تبلیغ علیه نظام جمهوری اسلامی ایران و به نفع گروه‌ها و سازمان‌های مخالف نظام، از مصادیق سانسور سیاسی-اجتماعی هستند. (معصومی، ۱۳۹۰)

ژنت در این بخش از خودسانسوری^۱ نیز نام می‌برد، در واقع گاهی به دلیل محدودیت‌های موجود در یک جامعه، ما با پدیده خودسانسوری روبرو می‌شویم. خودسانسوری به معنای خودداری کردن یک نویسنده از بیان مسائلی است که مشمول ممیزی خواهند شد. در واقع خود نویسنده یک نسخه سانسور شده از اثرش را تولید می‌کند. می‌توان گفت خودسانسوری در واقع یک نوع عمل پیش‌گیرانه است. برای مثال می‌توان به مسئله کلاه‌گیس برای بانوان در فیلم‌های ایرانی اشاره کرد. طبق حکم شرعی اسلام موی بانوان باید پوشیده شده باشد؛ بنابراین، فیلمسازان برای طبیعی

^۱ Auto-expurgation

جلوه دادن برخی صحنه‌ها مجبور هستند که از کلاه‌گیس برای بانوان استفاده کنند. برای مثال صحنه‌هایی که بانوان در خانه و نزد محارم هستند و یا در فیلم‌های تاریخی که حجاب اسلامی وجود نداشت. مجموعه «سربداران» به کارگردانی محمدعلی نجفی یکی از اولین مواردی است که بازیگران زن در آن از کلاه‌گیس استفاده کرده‌اند. در واقع اقتضای کار ایجاب می‌کرد که بعضی از صحنه‌هایی که بازیگران زن در آن حضور دارند، با موی باز تصویربرداری شود اما پس از ساخت سریال بخش‌هایی که در آن بازیگران زن بدون روسری به تصویر کشیده شده بودند، سانسور شد ولی باز هم بخش‌هایی که ملکه‌ها به ایفای نقش می‌پرداختند، نمایش داده شد.^۱ در واقع مشاهده می‌کنیم حتی این فرایند خودسانسوری چندان کارآمد هم نیست و بازهم در مواردی منجر به سانسور می‌شود. علت اصلی حکم برخی مراجع تقلید در ارتباط با استفاده از کلاه‌گیس برای بانوان است که آن را حرام می‌دانند. استفاده از کلاه‌گیس در مواردی منجر به توقیف کامل فیلم شده است. در حالی که بسیاری منتظر بودند تا نام «کاناپه» به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فیلم‌های سی و پنجمین جشنواره فجر اعلام شود، این فیلم به دلیل استفاده از «کلاه‌گیس» برای بانوان از این دوره جشنواره فیلم فجر کنار گذاشته شد. در فیلم بازیگران زن با کلاه‌گیس در نماهای داخلی و جلوی محارمشان حضور دارند. در واقع استفاده از کلاه‌گیس در فیلم‌های تاریخ رایج و معمول است اما برای یک فیلم رئالیستی کمتر اتفاق افتاده و به همین دلیل در جامعه حساسیت ایجاد کرده است.

به دلیل نظرات متفاوت در مورد استفاده از کلاه‌گیس، در سال‌های اخیر شاهد ترفند استفاده از کلاه برای زنان بوده‌ایم که تا حدی پوشش مناسب‌تری از نظر عرف و شرع است. استفاده از کلاه برای شخصیت‌های زن در «هزارستان» ساخته علی حاتمی از اولین تلاش‌ها برای طبیعی جلوه دادن پوشش زنان بود و بعد از آن در بسیاری از فیلم‌ها و سریال‌ها شاهد این تمهید برای گریز از حجاب معمول بوده‌ایم، برای مثال سریال کیف انگلیسی، شب دهم، معمای شاه، شهرزاد و ...

راهکارهای دیگری نیز در خودسانسوری وجود دارد. برای مثال استفاده از مرد در نقش زن و یا استفاده از زنان غیر مسلمان در فیلم، تمهیداتی هستند که فیلمسازان برای پیشگیری از سانسور به کار می‌برند.

همانگونه که اشاره کردیم سانسور یکی از حالات پیرایش پیش‌متن است که در تغییر فرم کمی کاهشی جای می‌گیرد. اما ذکر این نکته ضروری است که گاهی پیرایش پیش‌متن نه تنها با تغییر فرم کاهشی صورت می‌گیرد، بلکه در دسته‌بندی تغییر فرم افزایشی قرار می‌گیرد. این مدل سانسور در فیلم‌های خارجی که در ایران اکران می‌شوند اتفاق می‌افتد و دلایل مختلفی دارد. یکی از بارزترین آنها سانسور پوشش زنان در پیش‌متن است و ما در پیش‌متن رنگ‌ها، تصاویر و یا پوشش‌های اضافه شده را می‌بینیم. گاهی اشیایی نیز در فیلم طوری گنجانده شده‌اند که حجاب نادرست زنان را پوشش دهند. این تغییر فرم کمی افزایشی حتی به هنگام دوبله دیالوگ‌ها اتفاق می‌افتد و گاهی موجب تغییر روایت و شخصیت‌های داستان نیز می‌شود.

در نهایت موضوع بحث و تحلیل این پژوهش به طور خاص بررسی پیش‌متن و پیش‌متن فیلم «عصبانی نیستم!» طبق رویکرد پیش‌متنی ژنت است که به آن خواهیم پرداخت.

معرفی متن مطالعاتی

چنانکه گفته شد فیلم سینمایی «عصبانی نیستم!» دومین ساخته رضا درمیشیان که در سال ۱۳۹۲ ساخته شد و در جشنواره فجر به نمایش درآمد که متن اصلی مورد مطالعه این نوشتار است. فیلم به دلیل موضع‌گیری سیاسی خود با استقبال بی‌نظیری روبه‌رو شد اما همین مسئله باعث شد «عصبانی نیستم!» با وجود کاندید شدن در بخش‌های بازیگر نقش اول مرد (نوید محمدزاده)، بازیگر نقش اول زن (باران کوثری)، تدوین (هایده صفی یاری)، صداپردازی (نظام‌الدین کیایی) و صداگذاری (محمد رضا دلپاک) از بخش جوایز مسابقه کنار گذاشته شود و در نتیجه این فیلم با حاشیه‌های فراوانی روبه‌رو شد و پس از آن نیز به‌طور کامل توقیف شد. این فیلم پس از طی مراحل بسیاری و با ممیزی‌های فراوان و قابل توجه، در نهایت در اردیبهشت سال ۱۳۹۷ اکران عمومی رسید.

داستان فیلم درباره دانشجوی اخراجی به اسم نوید (نوید محمدزاده) است که به واسطه فعالیت‌های سیاسی از دانشگاه اخراج شده و حالا گرفتار جامعه‌ای شده که به هیچوجه سر سازگاری با او ندارد. نوید که به دلیل مشکلات شخصی‌اش به اختلالات روانی دچار شده و برای مهار عصبانیت خود به مصرف قرص روی آورده است، تمام تلاش خود را به کار می‌بندد تا بتواند در مقابل جامعه ویران پیرامونش که در آن همه چیز با دزدی و دلالی پیش می‌رود، رفتار متعادلی از خود به نمایش بگذارد. جامعه‌ای که نقطه روشنی از اخلاق در آن به چشم نمی‌خورد و همه در

بی‌چیره شدن بر یکدیگر برای کسب یک زندگی بهتر هستند؛ بحرانی اخلاقی که نوید توان همسو شدن با آن را ندارد. نوید در تهیه مخارج زندگی‌اش به مشکل برخورد و در عین حال قصد دارد تا ستاره (باران کوثری) را که تنها امید زندگی اوست در کنار خود نگه دارد.^۱

دغدغه اصلی کارگردان این اثر، همواره درد مردم بوده است. او شخصیت نوید را به گونه‌ای در طول داستان پرورش می‌دهد که تماشاگر می‌تواند به راحتی به ذهن او وارد شود و با او هم‌زادپنداری کند. شخصیت نوید در طول داستان در موقعیت‌های اجتماعی مختلفی قرار می‌گیرد که همگی آنان برخاسته از شرایط اجتماعی جامعه کنونی ایران است و به همین جهت تماشاگر خیلی زود با نوید احساس همدردی می‌کند.

خوانش بیش‌متنی اثر

متن مورد مطالعه نسخه اکران شده فیلم به‌عنوان بیش‌متن است که با پیش‌متن خود یعنی اصل اثر تفاوت فاحشی دارد. نسخه‌ای که در سی‌و‌دومین جشنواره فیلم فجر نمایش داده شد، با ۱۷ دقیقه سانسور و حذف پایان فیلم بود. این فیلم به دلیل حال و هوای سیاسی و انتقادی فیلم به دولت و رئیس‌دولت پیشین، در جشنواره با سانسور به نمایش درآمد. «عصبانی نیستم!» اشارات صریحی به ۸ سال دوران ریاست‌جمهوری محمود احمدی‌نژاد دارد و داستان دانشجویی اخراجی و ستاره‌دار پس از جریانات سال ۱۳۸۸ است و به همین دلیل «فیلم حامی فتنه» لقب گرفته است. در شهریور ۱۳۹۳ قرار بر اکران این فیلم سینمایی شد اما در نهایت پس از کش و قوس‌های فراوان و سانسورهای متعدد فیلم با نسخه ۹۹ دقیقه‌ای و ۲۱ دقیقه کوتاه‌تر از نسخه اصلی ۱۲ اردیبهشت ۱۳۹۷ روانه سینماها شد.

در وهله اول ذکر این نکته ضروری است که به دلیل فاصله زمانی ۵ ساله میان پیش‌متن و بیش‌متن، طبیعی است که از تأثیرگذاری فیلم کاسته شود زیرا فیلم در بافت اجتماعی دوره‌ای خاص ساخته شده است اما پس از گذشت ۵ سال اکران شده است. با این حال می‌بینیم نه تنها فیلم تازگی موضوع خود را از دست نداده است بلکه حتی در زمان اکران برای اقشار مختلف جامعه ملموس‌تر شده است. به عبارت دیگر، فیلم با وجود اغراق در سیاه‌نمایی، کلیت و واقعیت جامعه ایران را نشان می‌دهد و نکته تأسف‌برانگیز این است که با وجود گذشت ۵ سال از تولید، فیلم در زمان

^۱ <https://moviemag.ir/cinema/movie->

[iran20850-reviews-beresi-film-](https://iran20850reviews.com/iran20850-reviews-beresi-film-)

عصبانی-نیستم

اکران کاملاً قابل درک است. صحت این موضوع را می‌توانیم از خود فیلم نیز برداشت کنیم: در یکی از سکانس‌های فیلم زمانی که نوید به‌طور کامل از جامعه خویش ناامید شده، از ستاره درخواست می‌کند که با او به خارج از کشور برود اما ستاره می‌گوید که اینجا وطن ماست و همه چیز درست می‌شود و نوید در پاسخ می‌گوید: «همیشه گفته‌اند همه چیز درست می‌شود اما هر سال بدتر می‌شه!» این جمله پیام اصلی درمیشیان است در توصیف جامعه‌ای که هر سال بیش از گذشته دچار فروپاشی‌های اخلاقی و اقتصادی می‌شود و پایبندی به اصول اخلاقی دیگر معنایی ندارد.

مشاهده و قیاس نسخه اصلی فیلم و نسخه اکران شده طبق رابطه پیش‌متنی بیان می‌دارد که رابطه برگرفتگی و اشتقاق میان آنها با تغییر و دگرگونی همراه بوده است. بدین معنا که پیش‌متن (نسخه اصلی) در فرآیند تبدیل به پیش‌متن (نسخه اکران شده) دچار تحول و دگرگونی شده است. از این رو، این رابطه پیش‌متنی از نوع تراگونی است. این تغییر و دگرگونی پیش‌متن در فرآیند تبدیل به پیش‌متن، با توجه به موضوعات مطرح شده در پیش‌متن، اجتناب‌ناپذیر است. گفتنی است که یک اثر ادبی یا هنری همواره تحت تأثیر جامعه دوران نویسنده نوشته می‌شود. بنابراین، همیشه میان متن نویسنده و جامعه ارتباطی وجود دارد. و بسیاری از تغییرات پیش‌متن متأثر از همین تفاوت‌ها در جامعه و فرهنگ دو متن است.

بر پایه همین تفاوت‌ها، در نسخه اکران شده فیلم «عصبانی نیستم!» (پیش‌متن) در نهایت مسائلی که تهدیدی بر آرامش فکری، امیدواری، هنجارهای جامعه و امنیت ملی است وجود ندارد، و پیش‌متن با تکیه بر هنجارهای فرهنگی، قوانین اجتماعی و سیاست حاکم بر جامعه خلق شده است. با این حال «عصبانی نیستم!» با وجود ممیزی‌های شدیدی که روی آن اعمال شده و تفاوت چشمگیری با نسخه اصلی (پیش‌متن) دارد، اثری اجتماعی است. سکانس‌های بیشماری در فیلم وجود دارد که معضلات اجتماعی و اقتصادی را به نمایش می‌گذارد، مانند بحث اهدای کلیه و بیکاری.

به دلیل ممیزی‌های فراوان فیلم و حذف بخش‌های سیاسی و فعالیت‌های دانشگاهی نوید، علت دربه‌دوری او در طول داستان گنگ و نامفهوم باقی مانده و در نهایت حذف سرنوشت او ضربه نهایی را به پایان‌بندی اثر زده است که تفاوت کاملاً آشکاری با نسخه اصلی دارد. پایان‌بندی جدید با اعمال ممیزی بسیار بی‌معنی و غافلگیرکننده شده است. با اینحال «عصبانی نیستم!» روایتگر درد نسل جوان است که گرفتار وضعیتی شده که هیچ راه فراری برای آن وجود ندارد.

گرچه با اعمال سانسور مضمون و محتوای بیش‌متن تغییری چندانی نکرده است، اما حذف پایان فیلم لطمه جبران‌ناپذیری به بدنه و محتوای فیلم زده است. سرانجامی برای بی‌قراری‌های شخصیت اصلی فیلم وجود ندارد. روایت داستان خشم و عصبانیت نوید را لحظه به لحظه بیشتر می‌کند و جنون او به دلیل ترس از دست دادن ستاره بیشتر و بیشتر می‌شود. هرچه به انتهای داستان نزدیک‌تر می‌شویم، این دیوانگی بیشتر نمود بیرونی پیدا می‌کند. صحبت تند و تهدیدآمیز نوید با پدر ستاره، کتک زدن شهرام (رقیب عشقی‌اش) و بازگشتن پیش صاحب‌کار قبلی‌اش همه نشانه‌هایی از یک انفجار بزرگ هستند. بعد از قرصی آرام‌بخش قوی‌ای که نوید و ستاره باهم خورده‌اند، درحالی‌که آرامش در چشمان نوید برای اولین بار موج می‌زند، باهم به خانه ستاره و پدرش می‌روند. اما در نسخه اکران شده، داستان همین جا تمام می‌شود و مخاطب را شوکه می‌کند. در پیش‌متن داستان ادامه پیدا می‌کند. نوید پدر ستاره را می‌کشد. سکانس پایانی فیلم، هنگامی که پاهای بی‌جان نوید روی زمین کشیده می‌شود تا به چهارپایه برسد و لحظه‌ای که پیش از بالا رفتن سرش را روی سینه مجری قانون می‌گذارد و می‌گیرد بسیار دردناک است. این پایان به کلی از بیش‌متن حذف شده است و تصویر روزهای خوش و رنگی و آب بازی ستاره و نوید زیر بارش نور خورشید سکانس نهایی بیش‌متن است که به تماشاگر این حس را تلقی می‌کند که آینده خوشی در انتظار نوید و ستاره است. در صورتی که این تصویر درواقع خاطراتی از گذشته است و آخرین تصویری است که نوید قبل از مرگش می‌بیند. مهم‌ترین علت حذف این پایان، تلخی بیش از اندازه آن و سیاه‌نمایی است. درواقع سرنوشت شوم جوانی که شرایطی شبیه بسیاری از جوانان جامعه دارد، موجب گسترش ناامیدی و لطمه زدن به روحیه جوانان می‌شود و همچنین عمل قتل خلاف اخلاقیات جامعه است. بنابراین، این حذفیات در حوزه سانسورهای اخلاقی-اجتماعی جای می‌گیرد.

نتیجه‌گیری

براساس بیش‌متنیت ژنت که هدف از آن، مطالعه ارتباط میان متن‌ها با یکدیگر و چگونگی برگرفتنی بیش‌متن از پیش‌متن است، مسئله سانسور را در آثار تلویزیونی و سینمایی ایرانی بررسی کردیم. با خوانش بیش‌متنی متن اصلی مطالعاتی پژوهش یعنی فیلم سینمایی «عصبانی نیستم!»، به این نتیجه رسیدیم که بیش‌متن ممکن است با تغییرات گسترده‌ای نسبت به پیش‌متن خود خلق شده باشد. یکی از علل این تغییرات مسئله اجتماعی سانسور در جوامع است که می‌تواند ریشه

در مذهب، هنجارها و اخلاقیات، فرهنگ، سیاست و مسائل امنیتی یک جامعه داشته باشد. در واقع سانسور همواره از سمت حکومت‌ها و جوامع با هدف حفظ اخلاقیات و سنت‌ها و همچنین حفظ منافع ملی و امنیتی جامعه صورت می‌گیرد. می‌توان گفت فیلم‌هایی که مورد اعمال سانسور قرار می‌گیرند، همواره مورد توجه منتقدان و جامعه‌شناسان قرار می‌گیرند و فیلم «عصبانی نیستم!» به دلیل تفاوت زیادی که با پیش‌متن خود دارد، مورد بررسی بیش‌متنی این پژوهش قرار گرفت.

مطالعه روابط پیش‌متنی مطرح شده در این نوشتار، بیانگر آن است که پیش‌متن «عصبانی نیستم!» مورد اعمال سانسور سیاسی، اجتماعی، مذهبی و اخلاقی قرار گرفته است و به همین دلیل پیش‌متن با حذف ۲۱ دقیقه از پیش‌متن پس از ۵ سال اکران شده است. به عبارت دیگر پیش‌متن به دلیل پاکسازی شدن از نکات ممنوعه دچار تغییر و دگرگونی فراوانی شده است به گونه‌ای که پایان فیلم به دلیل تأثیرگذاری منفی و سیاه‌نمایی به طور کامل حذف شده است و فیلم در ابهام تلخی به پایان می‌رسد. این تغییرات و دگرگونی‌ها منجر به حفظ ساختار و در عین حال ایجاد تحول در سبک و محتوای پیش‌متن نسبت به پیش‌متن خود شده است.

فهرست منابع

معصومی، جمشید (۱۳۹۰). «سانسور و اقسام و روش‌های آن». مطالعات نقد ادبی (پژوهش ادبی). شماره ۲۴-۲۵.

نامورمطلق، بهمن (۱۳۸۶). «ترامنتیت، مطالعه روابط یک متن با دیگر متن‌ها». پژوهشنامه علوم انسانی. شماره ۵۶.

نامورمطلق، بهمن (۱۳۹۱). «گونه‌شناسی پیش‌متنی»، فصلنامه پژوهش‌های ادبی. شماره ۱۵۲. نوری، نسترن و نامورمطلق، بهمن (۱۳۹۷)، «خوانش پیش‌متنی چهار اثر برگزیده تصویرسازی کلودیا پالماروسی با پیش‌متن‌هایی از نقاشی ایرانی»، نشریه‌های هنرهای زیبا-هنرهای تجسمی، شماره ۱.

Genette, Gérard (1982). *Palimpsestes. La Littérature au second degré*, éditions du Seuil, Paris.

https://fa.wikipedia.org/wiki/عصبانی_نیستم!

<https://www.asriran.com/fa/news/519617/>-کاناپه-مشکل-گیس-کلاه-سر-استفتا-بر-سر-کلاه-گیس-مشکل-کاناپه-

چیست

<https://moviemag.ir/cinema/movie-reviews/iran/20850->فيلم-بررسی-نقد-و-بررسی-فيلم-

عصبانی-نیستم

نشانه‌شناسی احترام در داستان زال و مهرباب در شاهنامه فردوسی

ملیحه انوشه^۱

دانشجوی دکتری زبان‌شناسی همگانی

دانشگاه آزاد اسلامی تهران شمال

زهرابوالحسنی چیمه^۲

عضو هیئت علمی پژوهشکده سمت

چکیده

واسازی رویکردی است که تحت تأثیر نشانه‌شناسی پساساختگرایی و آثار نظریه‌پردازانی چون فوکو^۳، لاکان^۴، کرستیوا^۵ و بخصوص دریدا^۶ شکل گرفت. به باور آنها دلالت هر دال می‌تواند همزمان به چندین مدلول باشد. دال‌های شناور تنها به معنای اولیه خود اشاره نمی‌کنند و با گذر زمان، تغییر ارزش‌ها و یا عمداً به معانی جدید و کاملاً متفاوتی پیوند می‌یابند. شاهنامه فردوسی مملو از دال‌های مرتبط با مدلول‌هایی است که در نگاه اول به دیدگاه سوسور^۷ نزدیک است اما با بررسی دقیق‌تر می‌توان به مواردی اشاره کرد که با توجه به بافت و محتوای کلامی که در آن به کار رفته‌اند، علاوه بر معنای اولیه، مفهوم دیگری را نشان می‌دهند. از این رو، این پژوهش بر اساس دیدگاه نشانه‌شناسی پساساختگرا به مطالعه دال‌های احترام در داستان زال و مهرباب در شاهنامه پرداخته و به این نتیجه دست یافته است که اگر چه انتظار می‌رود دال‌های حوزه مفهوم احترام همچون «بوسیدن زمین»، «ستودن»، «نواختن» تنها به مدلول‌های احترام اشاره کنند، اما در بعضی موارد این دال‌ها بر روی مدلول‌هایی همچون «تظاهر»، «ترس»، ... می‌لغزند.

کلیدواژه‌ها: احترام، دال شناور، واسازی، دریدا، نشانه‌شناسی، پساساختگرا.

¹ m_anoosheh@ymail.com

² zabolhassani@hotmail.com

³ M. Foucault

⁴ J. Lacan

⁵ J. Kristeva

⁶ J. Derrida

⁷ F. de Saussure

مقدمه

شاهنامه، نامه فرهنگ و منش ایرانی و نیز تجلی‌گر روح ملی ایرانی، دربردارنده اطلاعات ارزشمندی در زمینه‌های مختلف چون سیاست، اخلاق، رسوم و ... از ایران باستان است. شاهنامه مجموعه‌ای است از آداب و فرهنگ و اصول اجتماعی ایران باستان که از آن به‌عنوان بزرگترین کتاب فرهنگ اصیل ایرانی یاد می‌شود. زبان شاهنامه بر اساس زبان نشانه و کاملاً ادبی و متفاوت از زبان معمولی است. در زبان معمولی ارتباط میان دال و مدلول مشخص است و هر واژه به یک معنی ختم می‌شود، اما زبان ادبی با نشانه‌هایی در ارتباط است که هر نشانه به یک نشانه دیگر ارجاع می‌دهد و این روال ادامه پیدا می‌کند؛ به گفته ژاک دریدا دال به یک مدلول مشخص اشاره نمی‌کند (شمیسا، ۱۳۹۷). این بازی بی‌پایان و انتشاردال‌ها اساس تفکر دریدا است؛ در نظام نشانه‌ای وی مدلول حذف می‌شود و معنا به تعویق می‌افتد و این آغاز بی‌پایان بازی دال‌ها است (ابدالی، ۱۳۸۱).

شاهنامه، نامه فرهنگ و منش ایرانی، نماد رونق و عظمت فرهنگ و تمدن ایران باستان است و نشان‌دهنده کنش‌های اجتماعی و آیین‌های ایرانی است. سرامی (۱۳۸۲) معتقد است که این اثر گهربار می‌تواند در مطالعه برخی علوم انسانی چون تاریخ، جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، قوم‌شناسی و روان‌شناسی تأثیرگذار باشد.

شاهنامه به‌مثابه سرچشمه‌ای جوشان و بی‌انتها برای مطالعه و آموزش است؛ از این رو، واکاوی این متن خدمتی ارزشمند به فرهنگ و ادبیات فارسی است.

اما خوانش متن و درک معنای آن تنها وابسته به عوامل موجود و نمایان در متن نیست. مکتب پساساختگرایی گرچه ریشه در مکتب ساختگرایی دارد ولی رویکردی را معرفی می‌کند که نه تنها در خوانش متن مؤثر است بلکه در نقد ادبی نیز کاربرد زیادی دارد.

به گفته اسلامی ندوشن (۱۳۸۱: ۳۰) (به نقل از رادمنش و جلالی (۱۳۹۱) در شاهنامه همه چیز هست؛ از دوستی و دشمنی و خیانت و خوبی و بدی، ولی هر چه هست از دایره ادب و قاعده خارج نمی‌شود. می‌توان گفت شاهنامه اثری است که می‌تواند در تربیت و اصلاح کنش‌های اجتماعی بسیار تأثیرگذار باشد و به جهت تعلیمی درخور توجه و بررسی است. شاهنامه دارای دال‌های فراوانی است که برای مدلول‌های مشخص و گاه نامشخص ارائه شده‌اند. هدف این پژوهش این است که به چگونگی ارتباط میان دال و مدلول آن بپردازد که آیا هر دال بر اساس نگاه

سوسور فقط به یک مدلول ثابت مرتبط است و یا اینکه با توجه به تنوعی که در کنش‌های اجتماعی بشر وجود دارد و نیز تنوعی که در رفتارهای انسان با دال‌های یکسان وجود دارد، با نگاه دریدا قابل بررسی است. در این مقاله تلاش می‌شود با توجه به داده‌های یک داستان از شاهنامه فردوسی، داستان زال و مهرباب، به این پرسش پاسخ داده شود که وضعیت ارتباط دال‌ها با مدلول‌ها و نیز ارتباط مدلول‌ها با کنش‌های اجتماعی به چه صورت تبیین می‌شود؛ آیا هر دال فقط یک مدلول ثابت و غیر متغیر دارد و یا اینکه بر روی بیش از یک مدلول شناور است و می‌لغزد. با توجه به ابیات «یکی آفرین کرد بر سام گرد / وز آب دو دیده همی گل سترد» و «چو بشنید مهرباب کرد آفرین / به دل زال را خواند ناپاک‌دین» می‌توان این‌گونه نشان داد که در هر دو بیت «آفرین کرد» و «کرد آفرین» به معنای ستایش کردن و برای ادای احترام بیان شده‌اند اما در بیت دوم در واقع احترام نیست و تنها به دلیل رعایت آداب و رسوم و داشتن روابط اجتماعی و سیاسی بهتر در ظاهر ادای احترام شده‌است. از این رو، می‌توان گفت رابطه میان دال و مدلول ثابت نیست. اگرچه دال‌های احترام به‌طور کلی بر احترام دلالت می‌کنند و به کنش اجتماعی محترم شمردن طرف مقابل اشاره دارند، اما دیده می‌شود که در برخی موارد کنش‌های اجتماعی دیگری را نیز دربردارند.

نشانه‌شناسی پساساختگرا

پساساختگرایی در اواخر دهه ۱۹۶۰ و از درون ساختگرایی نشأت گرفت و به مطالعات درزمانی توجه کرد؛ تحلیل متن در پساساختگرایی به گونه‌ای متفاوت از ساختگرایی انجام می‌شود. ساختگرایان معتقدند که متن توسط تعدادی اصول و قوانین خاص کنترل می‌شود اما پساساختگرایان بر این باورند که اصالت متن ادبی به پرسش گرفته شود و نباید محدود به متن شد. نظریه‌پردازانی چون بارت^۱، فوکو و دریدا به نسبت و تعدد معنی دال‌ها توجه کردند و دریدا رویکرد و اساسی^۲ را معرفی کرد که بر عدم وجود رابطه ثابت و قطعی میان دال و مدلول تأکید می‌کند و سبب شکل‌گرفتن مفاهیم متنوعی از متن می‌شود (دهقانیان و شکیب، ۱۳۹۰).

به نظر کولر^۳ (۱۹۳۸:۱۰۸) ژاک دریدا، فیلسوف و نظریه‌پرداز فرانسوی، بر خلاف فلاسفه غرب که به گفتار بیش از نوشتار اهمیت می‌دادند، معتقد است که معنی در گفتار و نوشتار هر دو تحت یک نظام نشانه‌ای یکسان هستند و هر واژه یا نشانه تولیدشده در یک فرایند درک قرار می‌گیرند.

¹ R. Barthes

² deconstruction

³ Culler

هارلند^۱ (۱۹۸۷: ۱۲۷) بیان می‌کند دریدا به نوشتار اهمیت بیشتری می‌دهد، چراکه این امکان برای خواننده ایجاد می‌شود که بدون حضور نویسنده معنی را درک کند. دریدا معتقد است که نویسنده فقط معنای موردنظر خود را مطرح می‌کند اما نشانه نوشتاری تأکیدش بر خواننده است و تنها محدود به معنا و قصد مدنظر نویسنده نیست (۱۹۸۷: ۱۳۱-۱۳۲). توجه دریدا به زبان نوشتاری به معنی برتری آن به زبان گفتاری نیست، بلکه قصد دارد تا تقابل میان نوشتار و گفتار از میان ببرد، در واقع وی نگاهی متفاوت به زبان دارد (بهین، ۱۳۸۵). دریدا اندیشه اهمیت گفتار بر نوشتار را کلام‌محوری می‌داند، به عبارتی معنی به دلیل حضور گوینده و شنونده در گفتار نمود می‌یابد و قابل درک است. وی این اندیشه کلام‌محوری را نقد می‌کند و می‌گوید نشانه همواره به نشانه دیگری راه می‌برد و تفسیر می‌شود (خاتمی، ۱۳۸۶).

لبدو^۲ (۲۰۱۳) (به نقل از هارلند، ۱۹۸۷: ۱۲۴ و ۱۳۶-۱۳۷) بیان می‌کند که پس‌اساختگرایی دو شیوه برای عملکرد نشانه ارائه می‌دهد. روش اول مربوط به مدل سوسور است و هر نشانه قابل پیش‌بینی و دارای معنای ثابت است. سوسور بیان می‌کند که هر نشانه به تنهایی نمی‌تواند ثبات داشته باشد؛ از این رو، در تقابل با نشانه‌ها و کلمات دیگر به این ایستایی می‌رسد. روش دوم قانون مشخصی ندارد و نشانه به صورت خلاقانه و غیرقابل پیش‌بینی به کار می‌رود. در این حالت ارتباط ثابت و معینی بین دال و مدلول سوسور وجود ندارد. در نظر دریدا کلمات و نشانه‌ها دیگر به یکدیگر وابسته و متصل نیستند؛ بلکه در زنجیره‌های علیّی مانند اجزای دومینو بر روی یکدیگر می‌لغزند. نوسلدر^۳ (۲۰۰۹) می‌گوید نشانه‌شناسان ساختگرا چون سوسور ارتباط میان دال و مدلول را قراردادی معرفی می‌کنند اما در مکتب پس‌اساختگرا دال و مدلول از یکدیگر جدا شده و ارتباطی با هم ندارند. لاکان، بارت و دریدا اغلب به این موضوع پرداخته‌اند که برای درک نشانه نیازی به وجود ارتباط ثابت میان دال و مدلول مشخصی نیست (گرا دینارو، ۲۰۱۸). سیلیرز^۴ (۱۹۹۸: ۴۲) این‌گونه می‌نویسد که به عقیده دریدا یک ارتباط واحد میان دال و مدلول وجود ندارد و آنها می‌توانند پیوسته در ترکیبات متنوعی به کار روند. وی موضوع درک معنا در ذهن را رد می‌کند و بر این باور است که معنای یک نشانه هرگز به طور کامل حضور ندارد و یک نشانه می‌تواند معنای متفاوتی را از دیگر نشانه‌ها دریافت کند، پس یک مدلول ثابت وجود ندارد و خود می‌تواند نقش یک دال را نیز داشته باشد (لبدو، ۲۰۱۳).

¹ Harland
² Lebedava

³ Nusselder
⁴ Cilliers

رویکرد و اسازی توسط نظریه‌پردازانی چون میشل فوکو، ژاک لاکان، ژولیا کریستوا^۱ و ژاک دریدا بررسی شده است اما بیش از همه به ژاک دریدا مربوط می‌شود. وی این فرض را که زبان سبب درک صحیح ما از جهان می‌شود به چالش کشیده و آن را بی‌ثبات می‌داند؛ به عبارتی این رویکرد به نبود قطعیت و ثبات ظاهری ساختار و معنا اشاره می‌کند (گودرزی، ۱۳۹۱). اسازی تحلیلی است که به درک معنا از متن می‌پردازد تا امکانات درونی متن را آشکار کند. درک هر معنی وابسته به درک معنی دیگری است و این روند پیوسته ادامه دارد، در نتیجه متن حالت چند وجهی می‌گیرد (خاتمی، ۱۳۸۶). وی معتقد است که ورای هر گزاره معناداری، مجموعه‌ای از انگاره‌ها، پیش-فرض‌ها و پیش‌داوری‌ها وجود دارد که سبب تأخیر در درک و آشکار شدن معنی آن می‌شود؛ بر این اساس ارتباط دال و مدلول به صورت شناور است و تثبیت طبیعی معنایی وجود ندارد. به بیانی دیگر اسازی به غیر قابل پیش‌بینی بودن، فراوانی و اقتضا اهمیت می‌دهد و مخالف محدودیت و ارتباط ثابت میان دال و مدلول است (عالم و انصافی، ۱۳۹۷).

لویی اشتراوس^۲ (۱۹۸۷: ۶۳) تحت تأثیر موس^۳ برای اولین بار اصطلاح دال شناور^۴ را معرفی کرد. به نظر موس تمام موقعیت‌های اجتماعی باید از طریق زبان درک شوند؛ وی تأکید می‌کند که ارتباط میان دال و مدلول ممکن است دوپهلوی، موقتی و گذرا باشد (گرادینارو، ۲۰۱۸). پس از آن نظریه‌پردازان هر یک به گونه‌ای آن را تعریف کردند. استوارت هال^۵ دال شناور را واژه‌ای می‌داند که با توجه به کاربردش، بافت آن و فردی که آن را به کار می‌برد، می‌تواند معناهای متفاوتی داشته باشد. بارت زنجیره شناور دال‌ها را مفاهیم یا زنجیره مفاهیمی باز برای درک می‌داند (عبدالقادر، ۲۰۱۸). به نظر چندلر^۶ دال شناور دالی است با مدلولی مبهم، متغیر و نامشخص و یا بدون مدلول؛ چنین دال‌هایی برای افراد مختلف تعابیر متفاوت دارند و ممکن است هر آنچه که مفسر می‌خواهد تعبیر شوند. به عقیده لاکلا^۷ (۲۰۰۷) دال شناور می‌تواند با مفاهیم متفاوت در ارتباط باشد و چون میان این مفاهیم در حرکت است، پس حالت شناور دارد (مورائس، ۲۰۱۴). دریدا اصطلاح بازی آزاد دال‌ها را برای رد کردن هرگونه ثبات معنا مطرح می‌کند و ارتباط نامعینی را میان دال و مدلول قائل است. به باور وی یک دال پیوسته در حال توضیح دادن و ارجاع دادن است و این به دلیل عدم قطعیت و بی‌ثباتی آن است (عبدالقادر، ۲۰۱۸).

¹ Julia Kristeva
² C. Lévi-Strauss
³ Mauss
⁴ floating signifier

⁵ Staurt Hall
⁶ Chandler
⁷ Laclau

تایسون^۱ (۲۰۰۶: ۲۵۲) می‌گوید دریدا بر این باور است که مدلول ساختگرایی در واقع زنجیره‌ای از دال‌ها است که هر دال می‌تواند در یک زمان به چند مدلول ارجاع دهد و این مدلول‌ها نیز می‌توانند در جایگاه دال به مدلول‌های دیگر اشاره کنند (ملک‌شاهی، ۱۳۹۴). نوریس^۲ (۱۳۸۸: ۱۳) (به گفته رضایی ۱۳۹۳) رویکرد واسازی دریدا را این‌گونه عنوان می‌کند که در رویارویی با هر متن، شکستن آگاهانه شالوده متن در چهارچوب نظام متن سبب آشکار شدن معناهای دیگر می‌شود و نویسنده و معناهای از پیش تعیین شده کنار می‌روند. رضایی (۱۳۹۳) (به نقل از فتوحی: ۱۳۸۷) می‌نویسد که هر خوانش با یک معنای تازه همراه است و این جریان ادامه‌دار خوانش‌ها سبب به تعویق افتادن تفسیر معنای یک متن می‌شود و واسازی ایجاد می‌شود. به بیانی دیگر معنایی غیر از معنای مرکزی تفسیر می‌شود.

به گفته شمیسا (۱۳۸۶: ۲۰۷) (به نقل از دهقانیان و خسروی، ۱۳۹۰) دریدا به شکست محوریت و مرکزیت کلام در متن تأکید دارد و متن را خنثی کرده و خواننده را از تسلط کلام نجات می‌دهد تا به آنچه که گفته و مطرح نشده برسد.

این رویکرد، در حقیقت روشی است برای خوانش متفاوت متون و قصد ویران کردن متن را ندارد و هدفش رد کردن کلام‌محوری متن است (عبداللهیان و فرهمند، ۱۳۹۱).

تحلیل داده‌ها

داستان زال و رودابه داستانی عاشقانه است که سرآغاز آن از شنیده‌ها بود و سپس به دیداری پنهانی و در نهایت آشکار انجامید. این پژوهش بر اساس رویکرد واسازی به مطالعه نشانه‌های احترام در این داستان می‌پردازد که آیا این نشانه‌ها تنها دارای یک معنی هستند و یا به صورت دال شناورند و هم‌زمان به مدلول دیگری ارجاع می‌دهند و نیز تأثیر آن‌ها بر کنش‌های اجتماعی چیست، که در اینجا به تعدادی از بیت‌ها اشاره می‌شود.

۱. پذیره شدش زال و بنواختش بدآیین یکی پایگه ساختش

ردیف	عبارت	معنی	مدلول	رابطه اجتماعی
۱	پذیره شدش	استقبال کردن	احترام	مهمان‌نوازی
۲	بنواختش	رفتار محبت‌آمیز داشتن	احترام	

¹ Tyson

² Nouris

۳	پایگه ساختش	جایگاه مناسب دادن	احترام
---	-------------	-------------------	--------

استقبال کردن، رفتار محبت‌آمیز و جایگاه مناسب دادن به مهراب (پادشاه کابل) از طرف زال (پسر پهلوان ایران) نشان از آداب مهمان‌نوازی و احترام به مهمان در آیین ایران باستان دارد؛ حتی اگر مهمان دشمن باشد. بنابراین، کنش اجتماعی ارج و قرب نهادن مهمان از طرف میزبان است، گرچه دشمن باشد که سبب داشتن رابطه‌ای بهتر می‌شود.

۲. چو بشنید مهراب کرد آفرین به دل زال را خواند: «ناپاک‌دین!»

خرامان برفت از بر تخت اوی همی آفرین خواند بر بخت اوی

ردیف	عبارت	معنی	مدلول	رابطه اجتماعی
۱	کرد آفرین	ستایش کردن	احترام همراه با تظاهر	ارتباط ظاهری خوب میان دو طرف
۲	آفرین خواند	ستایش کردن	احترام همراه با تظاهر	دشمن برای داشتن رابطه سیاسی بهتر

ستایش کردن زال توسط مهراب جهت احترام اما در ظاهر. این نشان از اهمیت والای احترام در میان افراد دارد، اگرچه علاقه‌ای نیست اما به رسم آداب و آیین ایران باستان رعایت می‌شود. هدف کنش اجتماعی ایجاد رابطه سیاسی بهتر است.

۳. چو دستان سام از پشش بنگرید ستودشی فراوان، چنان چون سزید

ردیف	عبارت	معنی	مدلول	رابطه اجتماعی
۱	ستودش	ستایش کردن	احترام همراه با علاقه	رابطه دوستانه با دشمن

ستایش زال از مهراب پس از رفتن وی که نشان از علاقه زال به مهراب است. برقراری رابطه دوستانه با دشمن نتیجه کنش اجتماعی این مدلول است.

۴. مر او راستودند یک یک مهان همان کز پس پرده بودش نهان

ردیف	عبارت	معنی	مدلول	رابطه اجتماعی
۱	ستودند	ستایش کردن	احترام در ظاهر	ارتباط میان بزرگان ایران و شاه کاوول

ستایش بزرگان از مهراب برخلاف میل خود و برای احترام به زال. اگرچه بزرگان علاقه‌ای به مهراب ندارند اما به دلیل احترامی که برای زال قائل هستند او را ستایش می‌کنند. رفتار اجتماعی مورد نظر برای جلب مهر و توجه زال انجام شده است.

۵. به آواز گفتند: ما بنده‌ایم؛ به دل مهربان و پرستنده‌ایم

ردیف	عبارت	معنی	مدلول	رابطه اجتماعی
۱	بنده‌ایم	فرمانبردار	احترام و مطیع بودن	ارتباط میان بزرگان ایران و فرزندان پهلوان جهان
۲	به دل مهربان	علاقه‌مند	احترام و ابراز علاقه	
۳	پرستنده‌ایم	ستایش‌گر	احترام و علاقه	

کنش اجتماعی در این بیت ادای احترام به زال با اعلام فرمانبرداری بزرگان از او و ابراز علاقه به وی برای داشتن رابطه‌ی اجتماعی بهتر و صمیمانه‌تر می‌باشد.

۶. چو ما صد هزاران فدای تو باد خرد ز آفرینش ردای تو باد!

رابطه اجتماعی	مدلول	معنی	عبارت	ردیف
ارتباط میان خدمه و بالادست (دختر شاه کاول)	احترام و از جان گذشتن که می‌تواند همراه با ترس و یا علاقه باشد	از خودگذشتگی	فدای تو باد	۱

خدمه رودابه (دختر شاه کابل) با بیان از خودگذشتگی احترام خود را به او نشان می‌دهند. کنش اجتماعی نشان‌دهنده ارتباط میان دو سطح اجتماعی بالا و پایین است و جهت آرام شدن رودابه بیان شده است.

۷. چو بر بام آن باره‌ی شست باز برآمد، پری روی بردش نماز

رابطه اجتماعی	مدلول	معنی	عبارت	ردیف
ارتباطی عاشقانه میان دو دل‌داده	احترام همراه با عشق	تعظیم کردن	بردش نماز	۱

تأثیر این نوع کنش دوام ارتباط عاشقانه است.

۸. درم داد و دینار درویش را نوازنده شد مردم خویش را

رابطه اجتماعی	مدلول	معنی	عبارت	ردیف
ارتباط میان بالادست (پسر پهلوان جهان) و پایین دست (مردم سرزمینش)	احترام همراه با شادی	گرامی داشتن	نوازنده شد	۱

رفتار محبت‌آمیز زال با مردمش و گرمی داشتن آنها که نشان از شاد بودن زال می‌باشد. رفتار اجتماعی محترمانه از طرف فردی در دستگاه حکومتی و با قدرت و سطح اجتماعی بالا نسبت به مردم در سطح اجتماعی پایین‌تر انجام شده‌است و سبب شاد شدن و در نتیجه جلب توجه مردم می‌شود.

۹. پری روی بر زن درم برفشاند به کرسی زریپیکرش برنشاند

ردیف	عبارت	معنی	مدلول	رابطه اجتماعی
۱	درم برفشاند	درم ریختن	احترام همراه با عشق	ارتباط میان عاشق و خدمه معشوق
۲	به کرسی زریپیکرش برنشاند	نشاندن بر تخت زرین	احترام همراه با عشق	

درم ریختن بر پای فرستاده زال و نشاندنش بر تخت زرین نشان از احترام و عشق رودابه به زال است که سبب می‌شود برای فرستاده زال نیز احترام قائل شود؛ چراکه رودابه نسبت به فرستاده زال در مقام اجتماعی بالاتری است و به شخصی در موقعیت اجتماعی پایین‌تر این‌گونه احترام می‌گذارد؛ کنش اجتماعی از سمت سطح اجتماعی بالا به سطح اجتماعی پایین‌تر انجام شده‌است که اثرش ایجاد علاقه بیشتر است.

۱۰. زن از بیم او گشت چون سندروس بترسید و روی زمین دادبوسی

ردیف	عبارت	معنی	مدلول	رابطه اجتماعی
۱	زمین داد بوس	سجده کردن	احترام همراه با ترس	ارتباط میان خدمه و بالادست

دیدار ناگهانی فرستاده زال با سیندخت که سجده کرده و زمین را می‌بوسد. این احترام همراه با ترس از طرف شخصی با سطح اجتماعی پایین در برابر فردی با سطح اجتماعی بالا انجام می‌شود.

۱۱. زمین دید رودابه و پشت پای فروماند، از شرم مادر، به جای

رابطه اجتماعی	مدلول	معنی	عبارت	ردیف
ارتباط میان دختر و مادر	احترام همراه با شرمندگی	سر به پایین بودن	زمین دید	۱
	احترام همراه با شرمندگی	ایستادن	فروماند بر جای	۲

پشت سر مادر ایستادن و نگاه به زمین داشتن رودابه پس از آشکار شدن ارتباطش با زال. در اینجا ایستادن و سر خم داشتن نشان از احترام همراه با شرمندگی است. حتی می‌تواند مفهوم عذرخواهی را دربرداشته باشد. در اینجا نیز موقعیت اجتماعی رودابه گرچه بالا می‌باشد اما در برابر مادرش در سطح پایین‌تری است. هدف از این نوع کنش عذرخواهی و مورد بخشش واقع شدن است.

۱۲. رها کردن زن را و بنواختن چنان کرد پیدا که نشناختش

رابطه اجتماعی	مدلول	معنی	عبارت	ردیف
ارتباط میان بالادست و خدمه	احترام همراه با علاقه یا ترس	گرامی داشتن	بنواختن	۱

در این بیت سیندخت نسبت به فرستاده زال سطح اجتماعی بالاتری دارد اما با وی برخوردی محترمانه دارد که این احترام گذاشتن سیندخت مادر رودابه برای فرستاده زال پس از شناختن او می‌تواند همراه با ترس از زال و یا به دلیل علاقه به زال باشد. تأثیر این نوع کنش ایجاد رابطه‌ی بهتر حتی از نوع خویشاوندی با دشمن است.

۱۳. چنین گفت که: از کِهتو اکنون یکی سخن بشنو و گوش دار اندکی

رابطه اجتماعی	مدلول	معنی	عبارت	ردیف
ارتباط میان دو همسر	احترام به دیگری همراه با کوچک کردن خود و داشتن تقاضا	پایین‌تر	کهنتر	۱

احترام سیندخت به مهراب و کوچک شمردن خود و درخواست وی از مهراب برای شنیدن حرفهایش، سیندخت در موقعیت اجتماعی پایین‌تری از مهراب قرار دارد، اگرچه همسر اوست. نتیجه این کنش قبول درخواست سیندخت است.

۱۴. چو بشنید سیندخت، بسز پیش اوی فرو برد و برخاک بنهاد روی

رابطه اجتماعی	مدلول	معنی	عبارت	ردیف
رابطه میان دو همسر	احترام همراه با تشکر	سر خم کردن	سر فرو برد	۱
	احترام همراه با تشکر	سجده کردن	بر خاک بنهاد روی	۲

سر خم کردن و سجده کردن سیندخت در مقابل همسر خود، مهراب، که در جایگاه بالاتری نسبت به او قرار دارد، علاوه بر نشان احترام، بیان‌کننده تشکر نیز می‌باشد که تأثیر آن را می‌توان در تقویت رابطه زناشویی میان زوجین دانست.

۱۵. بوسید تخت و پمالید روی بر آن نامور مهر انگشت اوی

رابطه اجتماعی	مدلول	معنی	عبارت	ردیف
ارتباط میان دو سطح اجتماعی	احترام و فرمانبرداری	بوسیدن تخت شاه	بوسید تخت	۱

۲	بمالید روی بر آن نامورمهر انگشت اوی	مالیدن صورت بر مهر انگشتی	احترام و فرمانبرداری	بالا؛ شاه و پهلوان جهان
---	---	------------------------------	-------------------------	----------------------------

بوسیدن تخت و مالیدن صورت بر مهرانگشتی شاه توسط پهلوان جهان، سام، که نشان از احترام و فرمانبرداری پهلوان جهان در برابر شاه ایران دارد. اگرچه پهلوان جهان از موقعیت اجتماعی بسیار بالایی برخوردار است اما در برابر شاه ایران احترام می‌گذارد و سبب دوام ارتباط محترمانه متقابل می‌شود.

۱۶. بر او آفرین کرد شاه بزرگ همان نامورمهتران سترگ

ردیف	عبارت	معنی	مدلول	رابطه اجتماعی
۱	آفرین کرد	ستایش کردن	احترام و تشویق	شاه و فرزند پهلوان جهان

تشویق کردن زال (پسر پهلوان ایران) توسط شاه ایران نمونه‌ای از رعایت آداب احترام از طرف فردی در موقعیت اجتماعی بسیار بالا نسبت به فردی در سطحی متفاوت از خود دارد. همانطور که پهلوان جهان برای فرد اول مملکت محترم است، وابسته‌های خانوادگی وی نیز مقرب و قابل ستایش هستند و این نشان از رکن بودن خانواده و اهمیت ارتباط پدر و فرزندی است.

بررسی داده‌ها نشان می‌دهد که از میان ۵۹ بیت از داستان زال و مهرباب، در ۲۸ مورد دال تنها به یک مفهوم احترام ارجاع دارد؛ و در دیگر موارد دال مورد نظر به صورت شناور علاوه بر مفهوم احترام بر دیگر مفاهیم اشاره دارد؛ مفهوم علاقه، فرمانبرداری، عشق و درخواست هر کدام ۴ مورد، مفهوم دعا ۳ مورد، مفهوم تظاهر، ترس و عذرخواهی یا شرمندگی هر کدام ۲ مورد، و مفاهیمی چون از خود گذشتن، شادی، کوچک شمردن خود برای داشتن تقاضا، تشکر و تشویق هر کدام ۱ مورد و دو مورد دیگر که علاوه بر احترام می‌تواند دربردارنده مفهوم ترس باشد و یا مفهوم علاقه. این پژوهش نشان می‌دهد که کنش‌های اجتماعی افراد به گونه‌ای است که نظام

روابط اجتماعی رعایت شده و در بیشتر موارد (۴۲ مورد) موقعیت اجتماعی بالاتر مورد احترام واقع شده‌است. در مواردی (۱۲ مورد) گفتمان و کنش به گونه‌ای است که موقعیت اجتماعی پایین‌تر از طرف سطح اجتماعی بالاتر مورد احترام واقع می‌شود که این می‌تواند به دلیل ترس، عشق، شادی، و یا علاقه باشد. تعداد اندکی هم (۵ مورد) وجود دارد که هر دو طرف گفتمان از سطح اجتماعی بالایی برخوردار می‌باشند و هر دو برای هم احترام قائل هستند.

نتیجه‌گیری

داستان زال و رودابه یکی از داستان‌های عاشقانه شاهنامه میان دو شخصیتی است که عشق آنها از شنیده‌ها آغاز می‌شود و چون رودابه از خاندان ضحاک می‌باشد با مشکلاتی از دو طرف روبه‌رو می‌شوند. اما در تمام لحظه‌های داستان و در تمام کنش‌های اجتماعی میان شخصیت‌ها با سطح اجتماعی متفاوت احترام رعایت می‌شود گرچه دشمن یکدیگرند. رعایت آداب و آیین احترام در کنش‌ها سبب رفع مشکل و ایجاد عشق و دوستی بیشتر میان افرادی شد که در ابتدا به چشم دشمن به هم می‌نگریستند. این پژوهش همچنان نمایانگر نکات تربیتی آموزنده‌ای است که در موقعیت‌های گوناگون به چشم می‌خورد؛ مهمان‌نوازی دشمن و ارج نهادن او بدون توجه به موقعیت اجتماعی، سیاسی و قدرت، گرمی داشتن دیگران با سطح اجتماعی پایین‌تر از طرف فردی با سطح اجتماعی مهم و بالا و دارای قدرت، سرافکننده و شرمنده بودن به دلیل انجام کار نادرست، سعی در جبران خطای انجام شده، محترمانه مطرح کردن درخواست و سپاسگزاری کردن برای انجام شدن تقاضای مورد نظر و تشویق دیگران مخصوصاً از جانب فردی در سطح اجتماعی بسیار بالا نمونه‌هایی از نکات ارزشمندی است که در این داستان مطرح شده‌اند. امید است پژوهش در متون ادبی مهم چون شاهنامه که سراسر حاوی نکات آموزشی و تربیتی است و گسترش آنها تأثیری مثبت در کنش‌ها و رفتارهای اجتماعی ما داشته باشد.

فهرست منابع

- ابدالی، فرهاد (۱۳۸۱). «ردپای زلف». مجله بآی.آ.د، ۲د، ۳، ۴، ۵، ۱۱-۸.
- بهین، بهرام (۱۳۸۵). «خواندن متون ادبی در افق پساساختگرایی: تجربه‌ای از جهان هستی». پژوهش‌نامه ادب غنایی. ش ۶، بهار و تابستان ۱۳۸۵.
- خاتمی، محمود (۱۳۸۶). «دریدا و ساختارشکنی». فصل‌نامه فلسفی، عرفانی و ادبی. س ۲، ش ۴، بهار و تابستان ۸۶، ۲۲۳-۲۱۳.

- خالفی مطلق، جلال (۱۳۹۳). شاهنامه فردوسی. تهران: انتشارات سخن.
- دهقانیان، جواد و خسروی شکیب، محمد (۱۳۹۰). «نگاهی تازه به داستان کی‌کاووس بر اساس نظریه ساخت‌شکنی». مجله تاریخ ادبیات. ش ۶۵۱۳، ۱۱۸-۱۰۱.
- رضایی‌دشت ارژنه، محمود (۱۳۹۳). «نقد و بررسی داستان فرود سیاوش بر اساس رویکرد ساخت‌شکنی». مجله شعرپژوهی (بوستان ادب) دانشگاه شیراز. ش ۵، ش ۲، تابستان ۱۳۹۳، ۱۶-۳۹.
- شمیسا، سیروس (۱۳۹۷). شاهنامه‌ها. تهران: انتشارات هرمس.
- عالم، عبدالرحمن و فرهنگ، فرنوش (۱۳۹۱). «نقد شالوده‌شکنانه دو داستان از بیژن نجدی». فصل‌نامه زبان و ادبیات فارسی. ش ۲۰، ش ۷۲، بهار ۱۳۹۱، ۷۱-۵۳.
- عبداللهیان، حمید و انصافی مصطفی (۱۳۹۷). «بازشناسی‌گذار ساختگرایی به پساساختگرایی». فصل‌نامه سیاست مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی. ش ۴۸، ش ۱، بهار ۱۳۹۷، ۷۶-۵۹.
- عطامنش، محمد و جلالی، حسین (۱۳۹۱). «پژواک فرهنگ آرم. ادب در شاهنامه و متون پهلوی». پژوهشنامه ادبیات تعلیمی. ش ۴، ش ۱۴، تابستان ۱۳۹۱، ۲۲-۱.
- گودرزی، عباس (۱۳۹۱). «پساساختگرایی: رهیافتی نو در نظریه نقد ادبی معاصر». فصل‌نامه علمی پژوهشی زبان و ادب فارسی ادب و عرفان، ۴۶-۲۹.
- ملک‌شاهی، مرضیه (۱۳۹۴). «ترجمه چیست؟». فصل‌نامه مترجم. ش ۲۴، ش ۳۴-۲۳.
- Babita (2013). *Jacque Derrida as a deconstructive theorist with special referenceto structure, sign and play in the discourse of human sciences*. An International Refereed e-Journal of Literary Explorations vol I, issue III.
- Ben Rhit, A. (2018). *Towards a Readig of Post-Colonial Identity as a Free- Floating Signifier in Ben Okri's The Famished Road Trilogy*. International Journal of Humanities and Cutral studies, vol 5, issue 3, December 2018, 8-31.
- Gradinaru, C. (2018). *GIFs as Floating signifiers* . Sign SystemsStudies 46(2/3) 2018, 294-318.
- Lebedava, M. (2013). *A paly of signifiers:absence and presence in the picturebooks of Shaun Tan*, MA thesis, University of Stellenbosch.
- Moraes, S.E. (2014). *Global Citizenship as a Floating Signifier* . International Journal of Development Education and Global Learning 6(2) 2014, 27-42.

تحلیل نشانه‌شناختی روایت از سبک زندگی مردان در آگهی تبلیغاتی مجلات خانوادگی

فرزانه بازبار^۱

دکترای جامعه‌شناسی فرهنگی

چکیده

هدف از این پژوهش مطالعه سبک زندگی مردان در آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی است. از این‌رو، با استفاده از نظریه گیدنز^۲ در حوزه سبک زندگی و روش نشانه‌شناسی بارت^۳ در پی پاسخ به این پرسش است که: آیا آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی معاصر سبک زندگی مبتنی بر کلیشه‌های جنسیتی مردانه را روایت می‌کنند؟ در این راستا هویت فردی، هویت اجتماعی، کالایستی، مدیریت بدن و شور و شغف به‌عنوان مؤلفه‌های نظری سبک زندگی در مجلات خانوادگی است. ادعای نظری این پژوهش بر آن است که: اگر تا پیش از این زنان به‌عنوان مصرف‌کننده صرف در آگهی‌های تبلیغاتی بازنمایی می‌شدند، نشریات خانوادگی در دوران معاصر تلاش می‌کنند مردان را نیز به‌عنوان مصرف‌کننده روایت-کنند و در این روایت‌ها هویت‌های جدیدی از مردانگی بازنمایی می‌شود که با رویکرد سنتی با مفاهیم مردانگی که در عرف جامعه ایرانی رواج داشت، مغایرت دارد. میدان پژوهش مجلات خانوادگی و واحد تحلیل تصاویر تبلیغاتی موجود در این مجلات است. یافته‌های پژوهش بر مبنای نمونه آماری که همانا چهار نشریه سیب سبز، زندگی ایده‌آل، زندگی ایرانی و زندگی مثبت است، دلالت بر آن دارد که: مردان بیشتر در حالت خرید و اوقات فراغت بازنمایی می‌شوند، محصولات آرایشی و بهداشتی مصرف و تلاش می‌کنند که به نقش‌های که تا پیش از این در حوزه سبک زندگی زنان قرار داشت، نزدیکتر شوند. در این میان مفهوم نوین مردانگی با بدن مردانه درهم آمیخته شده است.

کلیدواژه‌ها: سبک زندگی، کلیشه‌های جنسیتی، نشانه‌شناسی، مدیریت بدن، ابژه جنسی.

مقدمه

این مقاله تلاشی است در راستای بازنمایی سبک زندگی مردان در آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی. سبک زندگی مفهوم نوینی است که چندی است وارد ادبیات جامعه‌شناسی و مطالعات فرهنگی شده است. اهمیت و رواج مفهوم سبک زندگی و مضامین مربوط به آن در ظاهر ناشی از این واقعیت است که سنخ‌شناسی نسبی درباره ساختار طبقاتی و شغلی دیگر نمی‌تواند گوناگونی دنیای اجتماعی را تبیین کند. از این رو، این مفهوم علاوه بر اهمیت چشمگیرش در دنیای معاصر، محبوبیت شدیدی در بین نسل جدید به همراه داشته است. در اواخر دهه پنجاه میلادی و به دنبال شکوفایی اقتصادی ایالات متحده آمریکا، الگوی جدیدی از کنش اقتصادی-اجتماعی شکل گرفت که عمدتاً مبتنی بر مصرف انبوه بود. مصرف انبوه بعدها در دیگر نقاط جهان از جمله ایران نیز گسترش یافت. پدیده مصرف انبوه مفهومی مدرن بود و حکایت از آن داشت که یک پدیده اقتصادی جدید بر تمام اقشار اجتماعی، طبقات و سنین مختلف به ویژه در کشورهای غربی اثر گذاشته بود. با رشد روزافزون مصرف‌گرایی، مفهوم «سبک زندگی» بخشی جدایی‌ناپذیر از جامعه مصرفی شد (باکاک، ۱۳۸۱: ۳۹). امروزه این دو اصطلاح آنچنان در هم عجین شده‌اند که نام هر یک تداعی‌کننده دیگری است.

جامعه ایران از اوایل دهه نود میلادی با سرعتی چشمگیر به سوی جامعه مصرفی پیش می‌رود و در این میان رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری کارآمد این روند را پیش از پیش سرعت می‌بخشند. تکرار و تنوع رسانه و گستردگی اشکال آن از جمله تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی، سینما، نشریات چاپی و ... در جامعه معاصر نه تنها نقش آنان را در بازنمایی واقعیت‌های اجتماعی برجسته‌تر کرده است بلکه به‌عنوان ابزاری قدرتمند در برساخت معنا در جامعه ایران به کار می‌روند و موجب تغییر نگرش و عقاید مخاطبان خود شده‌اند. رسانه‌ها گاه مردم را به اتخاذ سبک‌های خاص در زندگی فردی، اجتماعی و حتی سیاسی شان سوق داده‌اند. در این میان، حرکت به سوی جامعه مصرفی رشد روزافزون آگهی‌های تبلیغاتی را نیز ایجاب می‌کند. این پدیده به گونه‌ای است که آگهی‌های تبلیغاتی بخش گریزناپذیری از زندگی روزمره مردم را تشکیل می‌دهند. با این حال باید تأکید داشت که کارکرد آگهی‌های تبلیغاتی صرفاً در ابعاد اقتصادی آن نیست بلکه پیامدهای ایدئولوژیک آن و معناسازی‌های اجتماعی جهت‌مند از جمله کارکردهای دیگری است که اندیشمندان اجتماعی بر آن تأکید دارند. در این میان، این

پژوهش تلاش می‌کند سبک‌های زندگی مردانه‌ای را که در آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی روایت می‌شود رمزگشایی کند. لوید^۲ بر این باور است که: مردانگی امری برساختی، تاریخی و متکثر است. از این‌رو، در جوامع و فرهنگ‌های گوناگون به شیوه‌ها و روش‌های متفاوتی برساخت می‌شود. در حقیقت محتوای نمادین مردانگی را نمی‌توان برابر با مفهوم مرد بودن که محصول جامعه است، بدانیم. این مفهوم نمادین با مفهوم جنسیت که در اجتماع ساخته می‌شود درهم‌آمیختگی پیدا کرده است (لوید ۱۳۸۱: ۳۹). در این میان رسانه‌ها نیز تلاش می‌کند این تعاریف جدید و درهم‌آمیختگی را نه تنها به انحنای مختلف روایت کند بلکه برساخت‌های معنایی به آن افزون یا کم کند.

اگرچه، مطالعه بازنمایی زنان در آگهی‌های تبلیغاتی و به‌طور کلی رسانه با رشد چشمگیری در دهه اخیر صورت گرفته است، فقدان پژوهش در حوزه سبک‌های زندگی مردان و به‌طور کلی بازنمایی مردانگی در آگهی‌های تبلیغاتی به‌طور چشمگیری مشاهده می‌شود. در حالی که با فقر این سوژه در آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی مواجه هستیم تلاش‌هایی در رسانه ملی با این مضمون صورت گرفته است. حسن پیری و همکاران در پژوهش خود با عنوان «بازنمایی مردانگی در شبکه استانی ایلام» معتقد است: بازنمایی شکل خاصی از مردانگی به‌عنوان مردانگی هژمونیک که ریشه در کلیشه‌های جنسیتی مردانه است در شبکه استانی ایلام بازنمایی می‌شود. در این میان هر گونه مردانگی دیگری که جدا از بافت پدرسالارانه و سنتی روایت شوند به‌عنوان مرد نابهنجار به حاشیه رانده می‌شود (حسن پیری، ۱۳۹۵: ۱۲). مهرزاد بهمنی در پژوهش خود بر این باور است که رسانه ملی موجودیت و ایدئولوژی نظام پدرسالارانه را مورد نقد قرار می‌دهد و تصویری متزلزلی از نظام پدرسالاری روایت می‌کند. با این حال، الگوی متناسب و متعارف جانشین آنرا برساخت نمی‌کند (بهمنی، ۱۳۹۶: ۱۲). در حالی که پیشینه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که رسانه ملی در راستای بازنمایی کلیشه‌های سبک زندگی مردانه و در مواردی منتقد آن است. این پژوهش تلاش می‌کند تا به این پرسش پاسخ دهد که: آیا آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی سبک زندگی مبتنی بر کلیشه‌های جنسیتی از مردانگی روایت می‌کنند؟ موضوع پژوهش در این مقاله با این منطق صورت گرفته است که بسیاری از پژوهشگران مطالعات فرهنگی و اجتماعی بر این باورند که آنچه در مورد سبک

^۱ Masculinity

^۲ Louid

زندگی و بازنمایی آنان در رسانه ملی بر ساخت می‌شود در دیگر رسانه‌ها نیز بازتولید می‌شود) میرزایی و پاینده (۱۳۸۵). از آنجا که، رسانه ملی دستگاه ایدئولوژیک نظام سیاسی به حساب می‌آید و بر اساس آرا و ارزش‌های حاکمیت اداره می‌شود؛ بنابراین، نظارت بر سبک‌های زندگی روایت شده، در رسانه ملی هماهنگ با چهارچوب‌های ارزشی نظام است. این در حالی است که نشریات خانوادگی عمدتاً به بخش خصوصی اختصاص دارند و عموماً در جهت خط مشی و اسلوب گرداندگان آن طراحی می‌شوند. از این رو، این مقاله مدعی است که می‌توان با تحلیل آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی دوران معاصر روایتی از سبک‌های زندگی مردانه را که مجلات خانوادگی آن‌را بر ساخت می‌کنند به دایره شناخت درآورد. شناخت هر چه بیشتر سبک‌های زندگی مردان جامعه ایرانی، نه تنها ما را با سبک‌های جدید زندگی روزمره آنان آشنا می‌کند بلکه به دگرذیسی‌های گوناگونی که در این حوزه اتفاق افتاده است، اشراف نظر پیدا خواهیم کرد. با دقت هر چه بیشتر در آگهی‌های تبلیغاتی، می‌توان به درک بهتری از ارزش‌ها و الگوهای مردانگی که این گونه آگهی‌ها بازنمایی می‌کنند، دست یافت. افزون بر این، در حالی که، بسیاری از پژوهشگران رسانه و فرهنگ میدان پژوهش خود را رسانه ملی قرار داده‌اند، مطالعه مجله‌های خانوادگی می‌تواند نقش برجسته اینگونه نشریات در تغییر ارزش‌ها، نگرش‌ها و ذائقه مخاطبین را آشکار کند. در نهایت، هدف این پژوهش مطالعه سبک‌های زندگی مردانه‌ای است که مجلات خانوادگی با ابزار تبلیغات برای مخاطبان خود بازنمایی می‌کنند.

تعریف مفاهیم و چهارچوب نظری

این مقاله با عنوان «مطالعه سبک‌های زندگی مردان در آگهی‌های تبلیغاتی نشریات خانوادگی» به فرآیند سبک زندگی مردان از طریق آگهی‌های تجاری می‌پردازد. همانگونه که از عنوان بر می‌آید، در اینجا، مفاهیمی وجود دارند که تأمل درباره همین مفاهیم و معنای آنها می‌تواند مسئله پژوهش را روشن‌تر کند. در حقیقت حوزه سبک زندگی گستره وسیعی را در بر می‌گیرد. این در حالی است که پژوهش پیش رو صرفاً بر یکی از این وجوه که همانا اثر رسانه بر سبک زندگی است می‌پردازد. به عبارت دقیق‌تر این مقاله بر روی آگهی‌های تبلیغاتی و اثر آنها بر سبک زندگی مردم ایران بحث خواهد کرد. بر این اساس، در ابتدای امر تلاش می‌شود تا شرحی از مفاهیم کلیدی پژوهش جهت درک عمیق‌تر و زاویه دید روشن‌تری از

موضوع بدست آوریم. سپس در تلاش برای شناخت روش‌های برساخت سبک زندگی مردان در آگهی‌های تبلیغاتی از مباحث نظری گیدنز در حوزه سبک زندگی و مؤلفه‌های آن استفاده خواهد شد. این مفاهیم عبارتند از تبلیغات، سبک زندگی، مصرف و نشریات خانوادگی که در زیر به شرح آنها می‌پردازیم تا شیوه کاربرد آنها برای تبیین نظری سبک زندگی در ایران را روشن کنیم.

تبلیغات

برای واژه تبلیغات تعاریف متعددی ارائه شده است که در هر یک از تعاریف عناصر خاصی مورد تأیید قرار گرفته است، اگرچه در طول زمان این تعاریف ابعاد متفاوت‌تری گرفته و بر غنای آن افزوده شده است. با این حال در این مقاله از تعریف لاسول استفاده شده است. او معتقد است که «تبلیغات در کلی‌ترین معنی، فن اثرگذاری بر عمل انسانی از راه دستکاری نمودگاراها است. این نمودگاراها ممکن است شکل گفتاری، نوشتاری، تصویری یا موسیقایی به خود بگیرد» (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۱۴۸). چنین فنی را ما در تبیین نظری با تمرکز بر مجلات خانوادگی پی می‌گیریم.

سبک زندگی

گیدنز معتقد است سبک‌های زندگی کردارهایی هستند که به جریان عادی زندگی روزمره تبدیل شده‌اند، جریان‌هایی که در لباس پوشیدن، غذا خوردن، شیوه‌های کنش و محیط دلخواه برای ملاقات کردن دیگران جلوه می‌کنند (سبل، ۱۹۸۱: ۳۹). او سبک زندگی را بازاندیشی یکی از مؤلفه‌های دنیای مدرن می‌داند. بازاندیشی عصر مدرن، پویایی و تحرک بی‌سابقه‌ای به این روال داده است، به نحوی که در هیچ یک از فرهنگ‌های ماقبل مدرن وجود نداشته است (چنی، ۱۳۸۷: ۲۹). این نوع مدرن شدن را نیز در ایران و در آگهی‌ها می‌توان به دایره شناخت درآورد. مشاهده می‌شود که این مفهوم نیز کاربرد ویژه‌ای در این مطالعه دارد.

مصرف

مفهوم مصرف در نگاه نخست مفهومی اقتصادی و حلقه‌ای از زنجیره فعالیت اقتصادی (تولید، توزیع و مصرف) به شمار می‌آید؛ و به هرگونه کنش و رفتاری دلالت دارد که با استفاده از کالاها و خدمات به رفع نیازهای انسان می‌انجامد. اما تأملی در این باره آشکار می‌سازد که این مفهوم پیچیده‌تر و چندبعدی است. «مصرف» در درجه اول در خدمت برآوردن نیازهای

زیستی است و در مراتب بعدی در خدمت تعریف کردن کیستی کنشگر، بازکردن راهی برای عضویت افراد در گروه‌های اجتماعی، ایجاد گروه‌بندی‌های مدرن متمایز با گروه‌بندی‌های سنتی، تجاری کردن زندگی روزمره و در واقع «مصرف» اصلی‌ترین پدیده‌ای است که همواره سبک زندگی با ارجاع به آن تعریف می‌شود. در اینجا ما معتقدیم که هم تبلیغات و هم مصرف و هم سبک زندگی را باید در قالب نشریه‌های خانوادگی مورد بحث نظری قرار بدهیم.

نشریه خانوادگی

نشریه خانوادگی به نشریه‌ای گفته می‌شود که در مجوز آن که از معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد اسلامی دریافت شده، عنوان «فرهنگی» یا «اجتماعی» درج شده باشد. این گونه نشریات بر محوریت خانواده و بیشتر بر موضوعات خانوادگی (روان‌شناسی فرد، آشپزی، داستان زندگی، مهارت‌های خانه‌داری، دکوراسیون، طراحی خانه و...) قلم می‌زنند. در ادبیات عامیانه بسیاری، این نشریات را با عنوان «نشریات زرد» می‌شناسند.

کاربرد نظری و تبیین نقش مجلات خانوادگی ایرانی در برساخت سبک زندگی مردان

ایرانی

در تعیین نقش مفاهیم فوق در نظریه سبک زندگی همین بس که بدون مفهوم مصرف، مفهوم سبک زندگی شکل نمی‌گرفت. از این رو، مفهوم سبک زندگی و مصرف همچون زنجیره‌های هستند که هر کدام از پس دیگری می‌آید. از دیگر سو، ابزار رشد جامعه مصرفی در ایران و گسترش سبک‌های زندگی بی‌گمان چیزی نمی‌تواند باشد جز رسانه‌ها. خیل عظیم رسانه با سازوکار خود از جمله تبلیغات تلاشی مضاعف در جهت روند رو به گسترش مصرف و انتشار سبک‌های زندگی نو ظهور دارد. آگاهی تبلیغاتی مجلات خانوادگی با توجه به نوع کالا و خدمات آن و همچنین مخاطبان - که بیشتر آنان را زنان تشکیل می‌دهد - در این میان نقش در خور توجهی در گسترش سبک‌های زندگی دارد. از این رو، به نظر می‌رسد در ابتدای چهارچوب پژوهش تعریف این مفاهیم کمک در خور توجهی در روند پژوهش خواهد داشت. در همین زمینه باید به مفهوم خصوصی‌سازی شور و شوق اشاره کرد که گیدنز از آن یاد می‌کند و در حقیقت استعاره‌ای از روابط جنسی است. این مفهوم که در فرهنگ بومی ایران همواره تابو بوده است و کاربرد آن در محافل عمومی تقریباً نادر بوده است. اما به نظر می‌رسد به مدد آگاهی‌های تبلیغاتی آرام آرام وارد حوزه عمومی شده‌اند و به گونه‌ای مؤلفه‌ای از سبک

زندگی را برساخت می‌کنند. از این رو، این مفهوم می‌تواند مفهومی کلیدی در راستای برساخت‌های معنایی‌ای باشد که آگهی‌های تبلیغاتی بازنمایی می‌کنند. در حالی که دیر زمانی این مفهوم بیشتر کارکرد تولید مثل و در چهارچوب نظام خانواده بازتعریف می‌شد اما باید دید در بازنمایی این مفهوم به مدد آگهی‌های تبلیغاتی در مجلات خانوادگی ایرانی آیا برساخت و کارکردی‌های جدیدی از آن برداشت شده و می‌شود؟ در نهایت، هویت شخصی، هویت اجتماعی، مدیریت بدن، خصوصی‌سازی شور و شغف، از جمله مؤلفه‌های سبک زندگی در نظریه گیدنز است که ما در اینجا از آنها استفاده کرده‌ایم. همچنین سعی ما بر آن است تا سر نخ این مفاهیم در آگهی‌های تبلیغاتی را در مؤلفه‌هایی همچون نظام پوشش و آرایش، کنترل اندام (مدیریت بدن) و دیگر آگهی‌هایی که به گونه‌ای با مفاهیم فوق در ارتباط است، مورد مشاهده قرار دهیم. از این رو، مفاهیم و مؤلفه‌های یاد شده چهارچوبی در جهت معنادار کردن آگهی‌های تبلیغاتی در عرصه سبک زندگی به ما ارائه می‌دهند و راهگشای تبیین و فهم بهتر سبک‌های زندگی مردان در آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی است. برخی از این مفاهیم به صورت آشکار و برخی به صورت ضمنی در آگهی‌های تبلیغاتی بازنمایی می‌شوند. از این رو، کاربرد این مفاهیم در معناسازی این گونه دلالت‌ها به سوژه ما جهت خواهد داد.

ادعای نظری مقاله بر این نکته تأکید دارد که نشریات خانوادگی از طریق اهرم تبلیغات بر مصرف و به ضرورت سبک زندگی مردان ایرانی اثر داشته‌اند. البته از آنجا که این پژوهش کیفی است با احتیاط از مفهوم فرضیه استفاده کردیم ولی با همین گویه قرار است در بحث‌ها نشان دهیم که میزان و میدان این اثرگذاری چه بوده است.

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به آنکه داده‌های پژوهش، داده‌هایی مشاهده‌محور هستند و پژوهش پیش رو در پی کشف سازوکارهای برساخت معنای آگهی‌های تبلیغاتی است. از این رو، بر آن شدیم تا از روش نشانه‌شناسی استفاده کنیم. در واقع، نشانه‌شناسی هم در داده‌های مبتنی بر تصویر کاربرد دارد و هم برای کشف سازوکارهای آفرینش معنا چه به صورت آشکار یا ضمنی به کار می‌رود.

در اینجا نشانه‌شناسی را به‌مثابه روش‌شناسی و یک فن به کار برده شده است و اعتقاد بر این است که برای مطالعه و کشف معنای نهفته در لایه‌های زیرین متون - به معنای عام - به کار می‌آید. از این رو، در این پژوهش از منظر نشانه‌شناسی بارت بهره خواهیم برد. در نظام

نشانه‌شناسی بارت دال، معنا- شکل خوانده می‌شود. مدلول، مفهوم نامیده می‌شود و به نشانه، دلالت اطلاق می‌شود. بر این اساس، در پژوهش مذکور، تصاویر تبلیغاتی مجلات خانوادگی دال هستند و برساخت‌های معنایی که این نظام نشانه‌ای برساخت می‌کند به‌عنوان مدلول بازنمایی می‌شوند و در نهایت رابطه بین تصاویر تبلیغاتی و مفهومی که در ذهن مخاطب برساخت می‌شود را دلالت می‌نامیم.

مهمترین عناصر نشانه‌شناسی که در این مقاله در راستای تبیین آگهی‌های تبلیغاتی از آن بهره برده‌ایم عبارتند از: استعاره، مجاز، تقابل‌های دوگانه، دلالت صریح و دلالت ضمنی، محورهای هم‌نشینی و جانشینی. در حقیقت مؤلفه‌های فوق ابزارهایی در جهت تفسیر و تبیین سبک زندگی در آگهی‌های تبلیغاتی در جهت پاسخ به پرسش اصلی پژوهش هستند. بدین ترتیب، معنادار کردن سبک آگهی‌های تبلیغاتی و کشف سازوکار بر ساخت آن به کمک این مؤلفه‌ها در نشانه‌شناسی امکان‌پذیر خواهد بود. کشف معنا در لایه‌های زیرین به کمک این ابزارها، همانا به فهم کامل‌تر روایت‌های گوناگون سبک‌های زندگی مردان در بستر آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی کمک می‌کند. کاربرد هر کدام از این مؤلفه‌ها با توجه به مضامین تبلیغاتی و خلاقیت طراح متفاوت است. از این رو، روایت‌های متنوع از آگهی‌های تبلیغاتی بر اساس شکل و محتوا، عناصر نشانه‌شناختی متفاوتی را می‌طلبد. روایت‌هایی که در بسیاری موارد با مفصل‌بندی رنگ و نور، شکل‌بندی خاصی از سبک‌های زندگی را به مخاطب ارائه می‌کند.

واحد تحلیل در این مطالعه مجلات خانوادگی است که از معاونت مطبوعاتی مجوز نشر دریافت کرده‌اند. بر اساس سامانه، «ای- رسانه» معاونت مطبوعاتی، بیش از ۶۵۰۰ نشریه در زمینه‌های متفاوت به زیر چاپ می‌روند و تقریباً ۲۰ نشریه مؤلفه‌های مجلات خانوادگی را که پیش از این گفته شد، دارا هستند. از این رو، بر اساس نمونه‌گیری هدفمند چهار مجله سیب سبز، زندگی ایده‌آل، زندگی مثبت و زندگی ایرانی انتخاب شد. بر این اساس واحد تحلیل این مطالعه را مجلات خانوادگی دوران معاصر (۱۳۸۸-۱۳۹۵)، و واحدهای مشاهده را تصاویر تبلیغاتی مجلات خانواده همراه با مفصل‌بندی متن، رنگ و نورپردازی آگهی تبلیغاتی نشریات مذکور تشکیل می‌دهند. در نهایت تفسیر کدهای نشانه‌ای بر اساس ابزارهای روش نشانه‌شناسی همچون استعاره، مجاز، غیاب، تقابل‌های دوگانه و... تفسیر شد.

یافته‌های پژوهش

آگهی تبلیغاتی ساعت لوند ویل از نشان شمایل‌گون محمدرضا گلزار در کنار محصول خود یعنی: ساعت مردانه لوند ویل استفاده کرده است. در بالای صفحه لوگوی برند با فونت درشت و در زیر آن جمله Global Style watch درج شده است. دو رنگ زرد و آبی برای پس زمینه تصویر آگهی تبلیغاتی به کار رفته است.



تصویر شماره ۱- آگهی تبلیغاتی ساعت لوند ویل در مجله سیب سبز

تبلیغ لوند ویل بر اساس محوریت عمودی به نمایش درآمده است. در سمت چپ تصویر کالای تبلیغاتی (ساعت) و در سمت راست تصویر سلبریتی، درج شده است، درحالی‌که در پس زمینه آن از دو رنگ زرد و آبی به‌عنوان نشانه نمادین استفاده کرده است.

بسلی و دنزی معتقدند: تصاویر تبلیغاتی که از افراد مشهور و سلبریتی استفاده می‌کنند در حقیقت، برای اعتبار هر چه بیشتر مخاطب به محصول دست به این کار می‌زنند (بسلی و دنزی، ۲۰۰۰: ۳۹). بنابراین، لوند ویل و دیگر آگهی‌های تبلیغاتی (تصویر شماره ۳، ۲، ۱ و ۴) تلاش می‌کند با هم‌نشینی سلبریتی در کنار محصول تبلیغاتی خود اعتبار و اطمینان مخاطب را به برند تبلیغاتی خود جلب کند. آگهی با هم‌نشینی گلزار و رادان در کنار محصول به طور فعال ارتباط بین محصول و سلبریتی در ذهن مخاطب را بر ساخت می‌کند. این دو سلبریتی در طول فعالیت خود به خاطر قابلیت‌هایش در عرصه‌های فرهنگی، هنری و ورزشی به‌عنوان یک سلبریتی موفق در اذهان عمومی بر ساخت شده است. همچنین مشخصات ظاهری آنها چون جذابیت چهره، زیبایی اندام و شیک‌پوشی طرفداران بی‌شماری را برای آنها رغم زده است.

آگهی‌های تبلیغاتی با استفاده از تصاویر سلبریتی‌های مشهور یک رابطه بین نشانه و «دیگری» بر ساخت می‌کند که مؤلفه‌ای حیاتی در تبلیغ به شمار می‌رود. این گونه معنای اسطوره‌ای زیبایی، جذابیت، شیک‌پوشی و موفقیت از گلزار و رادان به‌عنوان نشانه شمایل‌گون به محصول تبلیغاتی منتقل می‌شود. در حقیقت تبلیغ ساعت لوند ویل و چرم مشهد و محصولات آرایشی روژا مخاطب را دعوت می‌کند با استفاده از درک معانی خود رابطه بین سلبریتی و محصولات تبلیغی را رمزگشایی کند. بردار نگاه گلزار و رادان در تصاویر یک و دو و چهار به صورت مستقیم و با نگاه خیره مخاطب را دعوت به مشارکت در این رمزگشایی و بر ساخت ذهنی «خود» به‌عنوان افرادی جذاب، زیبا و موفق می‌کند. مخاطب تلاش می‌کند خود را در همان موقعیت و ویژگی‌ها تصویرسازی کند. این آگهی مخاطب را به لذت بردن از تصویرسازی مرد ایده‌آل و بر ساخت خود درون این هویت‌ها دعوت می‌کنند.

در حقیقت این آگهی‌های تبلیغاتی بر ساختی نوین از مردانگی و اسطوره مردانگی تولید می‌کند. بنا به گفته بارت، مهم نیست چه کسی و کجا عکس گرفته باشد. تنها ویژگی قابل توجه از مدل عکس آن است که او ویژگی‌هایی را بازنمایی می‌کند که می‌توان آنرا به‌عنوان یک نشانگر برای معنای اسطوره بازتولید کرد (بارت، ۱۳۸۰: ۸۰). در حالی که به لحاظ تاریخی نقش مردان اساساً با کارشان تعریف می‌شود، امروزه دنیای مردان در تصاویر تبلیغاتی بیشتر بر محوریت اوقات فراغات و خرید کالاهای مصرفی است (بیگنل، ۱۳۹۳: ۶۴) (تصاویر ۳، ۲، ۱ و ۴). بدین ترتیب، دنیای مردان در تصاویر تبلیغاتی بر علائق و فعالیت‌هایی محوریت دارد که بیرون از حوزه کار بازنمایی می‌شوند.



تصویر شماره ۲- بهرام رادان در آگهی تبلیغاتی چرم نوین مشهد در نشریه زندگی ایرانی

در تعریف اسطوره مردانگی نوین که آگهی‌های تبلیغاتی آنرا بازنمایی می‌کنند، مرد نوین کسی است که برای آخرین ابزارهای الکترونیک، لباس محصولات زیبایی و مد پول خرج کند (تصویر شماره ۲، ۳ و ۴).



تصویر شماره ۳- مهران غفوریان در آگهی تبلیغاتی تلویزیون‌های ال جی در نشریه

زندگی آرمانی

این دنیای مردانه جدید دنیای مصرف است که نه فقط شامل خرید کردن بلکه مصرف کردن فیزیکی نیز باشد. اگر تا پیش از این، فرهنگ مصرفی برساختی از نقش زنان در رسانه‌ها بازنمایی می‌شد، سرمایه‌داری تلاش کرد تا این فرهنگ را در دنیای مردانه ایجاد کند تا منابع ارزش افزوده بیشتری را جلب کند. در این میان ورود مردان به دنیای مدلینگ و بازنمایی آنان به‌عنوان مصرف‌کننده نقطه عطف نزدیکی دنیای زنانه و مردانه را بوجود آورد. از این رو، بازتولید مردان با جذابیت‌های ظاهری، که محصولات مراقبت از پوست و مو مصرف می‌کنند و در دنیای مدلینگ فعالیت می‌کنند مفهومی جدید با عنوان «زنانه شدن مردانگی» را برساخت کرد (تصویر شماره ۱ و ۳). اگر تا پیش از این مصرف در حیطه زنان و نیازهای آنان بازنمایی می‌شد و هژمونی تبلیغات در عرصه نیازهای زنانه بازتولید می‌شد با ورود مردان به دنیای مدلینگ مصرف به حوزه مردانه نیز رسوخ کرد. آگهی تبلیغاتی محصولات آرایشی روزا با همشین کردن بهرام رادان به‌عنوان یک سلبریتی در کنار محصول خود، ادکلن، تلاش می‌کند دال‌هایی چون جذابیت، زیبایی سلبریتی را به‌عنوان نشانه‌های کلیشه‌ای به کالای خود دلالت دهد. در این میان بردار مستقیم رادان به مخاطب نه تنها دلالتی بر اعتماد به نفس و موفقیت است بلکه مخاطب را به رمزگشایی فرا می‌خواند. دستان گره کرده و لبخند ملیح او دلالت آشکار بر قدرت و موفقیت او است. به‌طور کلی آگهی تبلیغاتی روزا نه تنها نشانه‌های کلیشه‌ای جنسی مردانه همچون: موفقیت، اعتماد به

نفس، قدرت را بازتولید می‌کند، بلکه برساختی جدید از زیبایی و مصرف را در میان مردان روایت می‌کند. در حقیقت همنشینی رادان با تبلیغ برندی که در حوزه آرایشی فعالیت می‌کند و تا پیش از این در تبلیغات خود از حضور زنان استفاده می‌کرد، دلالتی ضمنی بر زنانه شدن مردانگی است. در این میان امری که بیش از همه در آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی حضور پیدا کرد همنشینی سلبریتی‌های مرد در کنار محصولات آرایشی است (تصویر شماره ۴).

با این حال تبلیغات روزا صرفاً از صنعت همنشینی استفاده نکرده است بلکه این آگهی تبلیغاتی با استفاده از مجاز جز از کل به‌عنوان یک صنعت نشانه‌شناختی با به تصویر کشیدن بالاتنه مردانه به‌عنوان یک کلیت، هویت مردانه را بیش از پیش بر وجه بصری آن برجسته کرده است. در این میان، در تعریف مردانگی نوین بدن آهنین با دلالت‌هایی چون: سینه‌ای ستر، چهارشانه و بازوانی قطور دلالتی بر یک کلیت مردانه نوین است (تصویر شماره ۴). همچنین در آگهی تبلیغاتی لوند ویل (تصویر شماره ۱)، در حالی که گلزار در نقش مدلینگ، یک کلیت نمادین از موفقیت، شیک‌پوشی و زیبایی را برساخت می‌کند، قاب‌بندی سه‌گانه که بر بازوان عضلانی این سلبریتی قرار گرفته دلالتی ضمنی بر ابژه جنسی بودن او نیز است. این ابژگی را در آگهی تبلیغاتی روزا نیز مشاهده می‌شود (تصویر شماره ۱ و ۳). بدن مردانه در تعریف سنتی مردانگی، دلالتی صریح بر قدرت بود که خود بر بخش مهمی از مردانگی دلالت داشت و به‌عنوان مؤلفه‌ای در رابطه با تولید قرار می‌گرفت (مکینون، ۲۰۰۳: ۳۱). اما تبلیغ لوند ویل و روزا در یک چرخش معنایی بدن عضلانی سلبریتی را کمال مطلوب فیزیک مردانه می‌داند که به‌عنوان دلالتی ضمنی از زیباشناختی و ابژه جنسی آنرا بازنمایی می‌کند (تصویر شماره ۱ و ۳). با این حال، صرفاً بدن عضلانی سلبریتی دلالت بر ابژه جنسی بودن او ندارد. بلکه رنگ پوست برنزه مدل، نیز بازتولیدی از اروتیک بودن او است. در حقیقت آگهی تبلیغاتی فوق با به چالش کشیدن اسطوره سنتی مردانگی که با کار و قدرت بدنی همراه بود و خشونت جز لاینفک آن بود، اسطوره نوینی بازتولید کرد که در آن هژمونی زیبایی، جذابیت ظاهری، ابژه جنسی و شیک‌پوشی برساختی از مردانگی جدید به همراه داشت. در این تقابل دوگانه مردانگی یک نگرش ضد جنسیتی به تصویر کشیده می‌شود. بنابراین، مردمی‌تواند زیبا، جذاب و اروتیک باشد و کماکان مردانه به نظر برسد. در این میان امری که بیش از همه رخ می‌دهد تبدیل بدن به سرمایه جنسی است. بدن آهنین مردانه نه تنها دلالتی بر زیبایی و شهوانیت او است بلکه نگاه خیره را به‌همراه می‌آورد. اگر تا پیش از این نگاه خیره، مطلوب مردانه‌ای بود که در رابطه با سوژه جنسی زن برساخت می‌شد. اکنون تبلیغات

با به تصویر کشیدن بدن مردانه به‌عنوان دلالتی زیباشناختی و اروتیک نگاه خیر مردان و همچنین زنان را به بدن مردانه دعوت می‌کنند. بدین‌سان نه تنها اروتیزه شدن سبک زندگی مردان در آگهی‌های تبلیغاتی بازنمایی می‌شود بلکه الگوهای از استاندارد شدن زیبایی نیز بر ساخت می‌گردد که هر گونه تعریفی و رای آن طرد می‌شود



تصویر شماره ۴- بهرام رادان در آگهی تبلیغاتی محصولات آرایش رژا نشریه سیب سبز این نزدیکی نقش‌ها صرفاً در آگهی‌های تبلیغاتی کالای لوکس باقی نماند بلکه در این میان تلاش شد مردان به‌عنوان همراه همیشگی زن در عرصه زندگی روزمره بازنمایی شوند. این در حالی است که: در هژمونی مردانه سنتی «مرد واقعی» بر اساس رابطه‌اش با زن تعریف می‌شود و در این تعریف هیچگاه نباید در کلیشه‌های جنسی و نقش‌های زنانه روایت شود (بارنون، ۱۹۷۶: ۳۲). همنشینی مردان در آگهی‌های تبلیغاتی محصولات شوینده و کالای خانگی مجلات خانوادگی و جانشینی آنان با تصاویر زنان را که تا پیش از این به‌عنوان کلیشه‌های زنانه بر ساخت می‌شد می‌توان از آن جمله یاد کرد. در حقیقت حضور مردان در آگهی‌های تبلیغاتی محصولات شوینده و کالاهای آشپزخانه و غیاب زنان در این آگهی‌ها نه تنها ورود مردان را به این حیطه روایت می‌کند، بلکه تلاش می‌شود تصویر ضدجنسیتی کلیشه‌ای از مرد سنتی خشن که پیش از این در دیگر رسانه‌ها بر ساخت می‌شود به گونه‌ای تلطیف نماید. این چنین تصاویر تبلیغاتی زنجیره‌ای از تصاویر منفی را که هژمونی مردانه را طبیعی‌سازی می‌کنند تحمیل نمی‌کند، بلکه وجهی خانواده‌دوست و همراه را از مرد به تصویر می‌کشد (تصویر شماره ۵ و ۶).



تصویر شماره ۵- آگهی محصولات شوینده در مجله زندگی ایده‌ال



تصویر شماره ۶- آگهی تبلیغاتی سامسونگ در نشریه سیب سبز

با این حال آنچه در تصاویر تبلیغاتی محصولات شوینده و کالای آشپزخانه بازنمایی می‌شود صرفاً حضور مردانه و غیاب تصویر زنانه نیست بلکه تقابل دوگانه‌ای است که در اینگونه آگهی‌ها بر ساخت می‌شود. در حقیقت درحالی که آگهی‌های تبلیغاتی محصولات آرایشی و کالای لوکس تلاش می‌کنند تا با استفاده از سلبریتی‌های زیبا، جذاب و خوش‌اندام دلالت‌های آن را به کالای خود انتقال دهند. در تبلیغات محصولات شوینده و کالاهای خانگی که با همنشینی مردان روایت شده است. در تقابل با محصولات آرایشی ما با مردانی لاغر و ضعیف مواجه هستیم که در آن هیچگونه دلالت‌های آشکاری از اندام ستبر و جذابیت ظاهری که تا پیش از این در دیگر آگهی‌های تبلیغاتی در راستای باز تعریف مردانگی بازنمایی می‌شد، دیده نمی‌شود. اگر چه آگهی‌های تبلیغاتی تلاش می‌کنند تا نزدیکی نقش‌ها را در میان مردان و زنان بازنمایی کنند. با این حال آنچه که بیش از همه اتفاق می‌افتد هژمونی برخی از نقش‌ها بر دیگری است. بدین ترتیب، هژمونی مصرف کالای لوکس و زیبایی مردان بر نقش مردان در کارهای خانه پیشی می‌گیرد. در

حقیقت، اگرچه سرمایه‌داری برساخت معنایی از تغییر نقش‌ها مبتنی بر مصرف را روایت می‌کند، با این حال در یک اولویت‌بندی کماکان کلیشه‌های جنسیتی و تابوهای آن به اشکال نوین برساخت می‌شود (تصویر شماره ۵ و ۶).

در تمام آگهی‌های تبلیغاتی فوق‌هژمونی پیشامدرن سبک زندگی مردانه که مبتنی بر کار، قدرت، تعصب و چاشنی خشونت بود، شکسته می‌شود و یک هژمونی ترکیبی بر اساس مؤلفه‌های چون مصرف، قدرت، موفقیت، زیبایی، ملاطفت همراه با کلیشه‌های جنسیتی مردانه برساخت می‌شود. در این هژمونی ترکیبی نه تنها با تغییر نقش‌های مردانه مواجه هستیم بلکه در مواردی به نزدیکی نقش‌های زنانه و مردانه که مصرف، الگوی اصلی صورت‌بندی آن است بازتولید می‌شود. در این میان بدن مردانه رابطه خود را با کار از دست می‌دهد و به سرمایه جنسی بدل می‌شود که الگوهای از زیباشناسی و سبک زندگی اروتیک را روایت می‌کند. آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی مفهوم دلالت‌شده‌ای از سبک زندگی مردانه را بازنمایی می‌کنند که حول محور مصرف و مالکیت صورت‌بندی شده است و از مردان دعوت می‌شود با رمزگشایی در آن مشارکت کنند. با این حال، آگهی‌های تبلیغاتی در عین اینکه خواننده خود را با الگوهای سبک زندگی نوین مردانه آشنا می‌سازند، مفاهیم از زنانگی را به آنها نیز تزریق می‌کنند.

آگهی‌های تبلیغاتی مجلات خانوادگی تلاش می‌کنند «خود» بهتری را در بین مردان بازنمایی کند. آن چنان که مردی دوست دارد، بدان دست یابد. در حقیقت بازنمایی مرد ایده‌آل، میل به بدل شدن خود بهتر به کمک نشانه‌های دیداری، میل بر غلبه بر فقدان است که همه مردان در ذهن خود بر ساخت می‌کنند. آگهی‌های تبلیغاتی با هم‌نشینی تصاویر کالا و سلبریتی‌های معروف، تمام دال‌های زیبایی، جذابیت، موفقیت و ابژه جنسی بودن را به کالای تبلیغ شده انتقال می‌دهد و به خواننده القا می‌کند با خرید محصول تبلیغ شده با اطمینان خاطر تمام ارزش‌های مذکور را که از مؤلفه‌های سبک زندگی نوین مردانگی و جهان‌شمول است، بدست خواهد آورد.

نتیجه‌گیری

این تصور اشتباه است که بازنمایی‌های سبک زندگی مردانه در مجلات خانوادگی واقعیت‌های اجتماعی از سبک زندگی مردان واقعی را بازنمایی کند. بازنمایی‌ها متشکل از نشانه‌هایی هستند که معنا دارند زیرا متعلق به کدهای به لحاظ اجتماعی پذیرفته شده‌ای هستند

که خوانندگان می‌توانند بشناسند و رمزگشایی کنند. در این مجال سعی شد به جای نقد کردن مجلات و تصاویر تبلیغاتی از جنبه ارائه بازنمایی‌های کاذب و مغایر با ارزش‌های جامعه ایرانی، تحلیلی نشانه‌شناختی با تمرکز بر نحوه شکل‌گیری معانی اجتماعی سبک‌های زندگی مردانه در مجلات خانوادگی بدست آوریم. بدین‌سان تحلیل نشانه‌شناختی چهار مجله خانوادگی برساختی از مصرف‌گرایی مبتنی بر تعاریف نوین از مردانگی را بر ساخت می‌کنند. در حقیقت در جامعه مصرفی معاصر تبلیغات تلاش می‌کنند تا بازارهای جدیدی را بوجود بیاورند. از این‌رو، در بازنمایی‌های جنسی خود نسل جدیدی از مردان مصرف‌کننده برساخت می‌شود که به مانند زنان که تا پیش از این تنها مصرف‌کنندگان جامعه بازنمایی می‌شدند، با صرف هزینه و مصرف کالا مفهومی نوین از اسطوره مردانگی را برساخت کنند. در این میان امری که بیش از همه روایت می‌شود کالاپرستی است که در زندگی روزمره بازنمایی می‌شود. هویت‌های فردی مردانه نه تنها مبتنی بر لذت مصرف، بلکه مبتنی بر رقابت در مصرف بازتولید می‌شود. اروتیزه شدن زندگی روزمره و ایزه‌های جنسی مردانه بازنمایی شده در تبلیغات همانا دلالتی بر مفهوم شور و شغف جنسی گیدنزی است که بر تجربه جنسی دلالت دارد. اگر تا پیش از این بدن مردانه مهمترین مؤلفه مردانگی در راستای بازنمایی قدرت و مهمترین ابزار تولیدی او به شمار می‌رفت، گفتمان تبلیغات در یک چرخش معنایی بدن مردانه را به‌عنوان مهمترین دلالت جنسی مردانگی و منبع زیبایی و لذت او در دوران معاصر برساخت می‌کند. در این میان نه تنها کلیشه‌های جنسیتی موفقیت و قدرت مردانه در اشکال جدید به یمن مصرف رنگ و تصویر در مجلات خانوادگی صورتبندی می‌شود، بلکه حضور مردان در آگهی‌های تبلیغاتی و مصرف کالاهای که تا پیش از این در دنیای زنانه مورد اقبال بود و همچنین نزدیکی نقش‌های جنسیتی روایتی از زنانه شدن دنیای مردانه نیز محسوب می‌شود.

در حقیقت گفتمان تبلیغات مجلات خانوادگی در دوران معاصر تلاش می‌کنند با استفاده از تصاویر پررنگ و لعاب مردان بر صفحات تبلیغات و به یمن استفاده از ابزارهای چون رنگ و نور نه تنها به تبلیغ کالای مصرفی خود پردازند بلکه به پشتوانه دلالت‌های ضمنی و گاه دلالت‌های آشکار و تمهیدات نشانه‌شناختی سبک‌های زندگی نوین و ارزش‌های مردانگی جدیدی در قالب تصاویر جذاب روایت می‌کنند. در این میان آنچه بیش از پیش رخ می‌دهد صرفاً بازنمایی هویت‌های جدید از مردانگی نیست بلکه چالش‌های نوظهوری است که این هویت‌های جدید با هویت‌های سنتی مردانه‌ای که ریشه در عرف جامعه ایرانی و مبتنی بر ارزش‌های آن دارد، بازنمایی

می‌کند. اگر چه چالش‌های هویتی مردانگی پژوهشی دیگر را می‌طلبد و در این مجال نمی‌گنجد با این حال به نظر می‌رسد، با نگاهی گذرا در سبک زندگی مردان در کلان شهرها، این چالش هویتی به نفع تعاریف جدید مردانگی است.

فهرست منابع

- بارت، رولان (۱۳۹۳)، اتاق روشن، ترجمه فرشید ارژنگ، تهران: انتشارات حرفه هنرمند.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، مصرف، ترجمه خسرو صبری؛ تهران: نشر شیرازه
- بهمنی، مهرزاد (۱۳۹۶)، «بازنمایی رسانه‌ای مردانگی در نظام پدرسالار با رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی»، پژوهشهای ارتباطی، سال بیست و چهارم، شماره دوم.
- پاینده، حسین (۱۳۸۵)، نقد ادبی و مطالعات فرهنگی، تهران: نشر روزگار.
- پیری، حسین (۱۳۹۵)، «بازنمایی مردانگی در شبکه محلی سیمای ایلام»، فصلنامه جامعه پژوهی فرهنگی، سال هفتم، شماره اول.
- چندلر، دانیل (۱۳۹۴)، مبانی نشانه‌شناسی، ترجمه مهدی پارسا، تهران: نشر سوره مهر.
- چنی، دبوید (۱۳۸۷)، سبک زندگی، ترجمه حسن چاووشیان، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دبیرخانه‌ی شورای فرهنگ عمومی.
- سجودی، فرزانه (۱۳۹۲)، نشانه‌شناسی: نظریه و عمل، تهران: نشر علم.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶)، تجدد و تشخیص، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۳)، جامعه‌شناسی، ترجمه حسن چاووشیان، تهران: نشر نی.
- لیکاف، جورج، باکاک، جانسون (۱۳۹۵)، استعاره‌های که با آن زندگی می‌کنیم، ترجمه هاجر ابراهیمی، تهران: نشر علم.
- لوید، ژ (۱۳۸۱)، عقل مذکر: مردانگی و زنانگی در فلسفه غرب. ترجمه محبوبه مهاجر، تهران: نشر نی.
- میرزایی، حسین (۱۳۸۴)، «تحلیل محتوای پیام‌های بازرگانی تلویزیون»، طرح پژوهشی مطالعات فرهنگی جهاد دانشگاهی، دانشکده علوم اجتماعی.
- ورنر، جوزف سورین، تانگارد، جیمز (۱۳۹۶)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
- Basset, M(2009). Masculinity in Magazine Advertisements, university of Alabama press.
- MacKinnon, K. (2003). Representing men: Maleness and masculinity in the media. New York: Oxford University Press Inc.
- Sobel, Michael (1981), life Style and Social Structure, Academic Press

نشانه‌شناسی چالش‌های هویتی نوجوان بر اثر تقابل گفتمان‌های خانواده و مدرسه در داستان‌های هوشنگ مرادی کرمانی

سارا برامکی^۱

دکترای زبان و ادبیات فارسی

چکیده

هویت‌ها برساخته مفصل‌بندی‌های هژمونیک گفتمان‌ها هستند و هر گفتمان با بهره‌مندی از منابع قدرت سعی می‌کند ایدئولوژی مورد نظر خود را برای افراد طبیعی جلوه دهد و از طریق ایجاد اقلان و با استفاده از هژمونی ارزشمندبودن اهداف گفتمان خود، این ارزش‌ها را برای افراد خود درونی‌کند. دو گفتمان قدرتمند خانواده و نظام آموزشی در هر جامعه گفتمان‌هایی هستند که بیشترین تأثیر را در فرایند برساختن هویت فردی و اجتماعی افراد دارند و در صورتی که این دو گفتمان ایدئولوژی و اهداف متفاوت و گاه متضادی داشته باشند، سوژه در فرایند برساخته‌شدن هویت فردی و اجتماعی‌اش با چالش‌های فراوانی روبرو خواهد شد که ممکن است سلامت روانی‌اش به خطر افتد. در این پژوهش با استفاده از رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی به بررسی چگونگی تأثیر تفاوت‌های ایدئولوژیک دو گفتمان خانواده و مدرسه بر ایجاد چالش‌های هویتی افراد و آشکارسازی توهم طبیعی بودن و یک‌دستی ارزش‌های این دو گفتمان در داستان‌های هوشنگ مرادی کرمانی پرداخته می‌شود. پژوهش در بررسی‌های خود به این نتیجه دست می‌یابد که با وجود ادعای کلیشه‌ای همگامی خانواده و مدرسه در شکل‌گیری هویت فرد، هر کدام از این دو گفتمان هویت‌ساز سعی در برساختن هویت سوژه بر اساس اهداف ایدئولوژیک خود دارند و گاه تفاوت‌ها و تعارض‌های این دو باعث سردرگمی و تضادهای ارزشی در نوجوان می‌شود.

کلیدواژه‌ها: نشانه‌شناسی اجتماعی، خانواده، مدرسه، هوشنگ مرادی کرمانی.

۱. مقدمه

نشانه‌شناسی^۲ علم مطالعه چگونگی تولید، انتقال و دریافت معنا است و نشانه‌شناسی گفتمانی^۳ یکی از شاخه‌های مهم نشانه‌شناسی است که متون را در موقعیت‌های فرهنگی،

¹ baramakis532@yahoo.com

² Semantics

³ Discourse Semantics

سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بررسی و تحلیل می‌کند، زیرا معتقد است که معنا از گوینده، شنونده و بافت جدا نمی‌شود. در این رویکرد برخلاف نشانه‌شناسی ساختارگرا نشانه‌ها در گفتمان تولید، تفسیر و بازتولید می‌شوند. از این رو، گفتمانی بودن ویژگی مهم نظام‌های نشانه‌ای است. در نشانه‌شناسی گفتمانی، متن صرفاً کلامی یا نوشتاری نیست. بلکه «هر آنچه دلالت‌گر باشد و وارد فرایند تولید و دریافت معنا شود لایه‌ای از متن تلقی می‌شود. در واقع متن حاصل هم‌نشینی لایه‌های متفاوت است که بر اساس انتخاب رمزگان‌های متفاوت در فضاهای متفاوت گفتمانی در کنش ارتباطی تحقق عینی یافته‌اند» (سجودی، ۱۳۹۳). به همین دلیل برای خوانش و تفسیر لایه‌ها و جنبه‌های مختلف متن نیاز به رویکردی کاربردی و همه‌جانبه‌نگر احساس می‌شود. به عبارت دیگر می‌توان گفت هدف نشانه‌شناسی گفتمانی این است که از یک سو نشان دهد علاوه بر زبان، دیگر قلمروهای نشانه‌ای چگونه کارکرد گفتمانی پیدا می‌کنند و از سوی دیگر به دنبال یافتن روش‌هایی برای مطالعه این نظام‌های نشانه‌ای، یعنی روش‌هایی برای توصیف متن و تفسیر کارکردهای گفتمانی آنها است.

همچنین با توجه به پیچیدگی‌های قلمروهای گفتمانی و در نتیجه متون گفتمانی، برای تفسیر و خوانش آنها باید نگاهی انتقادی داشت تا بتوان به لایه‌های تودرتوی معنایی آن پی برد. از این رو، رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی می‌تواند از طریق استفاده از مبانی و مفاهیم مطرح شده در دیگر رویکردهای نظری و فلسفی، به تکنیک‌های انتقادی ویژه‌ای برای تحلیل متون دست یابد. نظریه گفتمان میشل فوکو^۱ یکی از نظریه‌هایی است که این توانایی را دارد تا ابزارهای ویژه‌ای برای بازکردن درهم‌تیدگی‌ها و گره‌های ناآشکار متون مختلف در اختیار نشانه‌شناس گفتمانی قرار دهد تا لایه‌های پنهان و تودرتوی معنایی آنها را یکی پس از دیگری کنار بزند و دلایل شکل‌گیری نوع خاصی از معنا در بافت موقعیتی ویژه‌ای را آشکار کند و نقشی قدرت در شکل‌گیری آن از طریق ارائه ایدئولوژی را توضیح دهد. از این رو با استفاده رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی از مفاهیم مطرح در نظریه تحلیل گفتمان فوکو که جنبه‌ای به شدت انتقادی دارد و زمینه‌ساز شکل‌گیری رویکردهای تحلیل انتقادی گفتمان نیز بوده است، می‌توان به تبیین رویکرد نشانه‌شناسی انتقادی-گفتمانی دست یافت و با نگاهی انتقادی با به چالش کشیدن هنجارهای ایدئولوژیک و

¹ M. Foucault

ایده‌های مسلط، طبیعی و مقبول پنهان‌شده در متون، بدیهی و طبیعی بودن ایدئولوژی‌های درون-گفتمانی آنها را در معرض دید و تردید قرار داد. از این رو، نشانه‌شناسی انتقادی-گفتمانی می‌تواند در تحلیل‌های خود، با نگاهی و اساسانه آنچه از سوی گفتمان‌های مختلف به‌مثابه امور طبیعی، به اعتبار و مشروعیت عام دست یافته است، را مورد پرسش قرار دهد و ایدئولوژی‌های درون‌گفتمانی و پشت‌گفتمانی آنها را به چالش بکشد.

این پژوهش قصد دارد با استفاده از رویکرد نشانه‌شناسی انتقادی-گفتمانی به پرسش‌های زیر پاسخ دهد:

۱. تقابل‌های ایدئولوژیکی دو گفتمان خانواده و مدرسه چگونه سبب چالش‌های هویتی فرد می‌شود؟

۲. گفتمان آموزش و پرورش چگونه از طریق درونی‌کردن ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های خود در فرد، موفق به خلق موقعیت سوژگی و تبدیل او به سوژه می‌شود؟

برای پی‌بردن به پاسخ این پرسش‌ها داستان خمره، قصه‌های مجید و داستان لبخند انار از مجموعه داستان لبخند انار از هوشنگ مرادی کرمانی انتخاب شده است. دلیل انتخاب آثار مذکور این است که این سه داستان به ترتیب به سه دوره مهم از زندگی فرد اشاره دارد: خمره: دوران کودکی، قصه‌های مجید: دوران نوجوانی و لبخند انار: دوران بزرگسالی فرد. از این رو با بررسی چالش‌های فرد در برابر ایدئولوژی‌های دو گفتمان خانواده و مدرسه و تلاش‌های نظام آموزشی برای برتری دادن ایدئولوژی خود بر ایدئولوژی خانواده، می‌توان فرایند برساخته شدن سوژه را در این آثار بررسی و تحلیل کرد.

خلاصه داستان‌ها

داستان خمره: ماجراهای معلم و دانش‌آموزان مدرسه‌ای در یک روستای دورافتاده است که پس از شکستن خمره آب مدرسه برای تعمیر خمره به هر اقدامی دست می‌زنند اما پس از پی‌بردن به غیرقابل تعمیر بودن خمره، به‌ناچار با کمک مردم روستا برای خرید خمره‌ای دیگر تلاش می‌کنند.

قصه‌های مجید: مجموعه روایت‌های نوجوانی به نام مجید است که نزد بی‌بی خود زندگی می‌کند. او اهل شعر و ادبیات است و در زمانه و مدرسه‌ای که برای هنر و ادبیات چندان ارزشی قائل نیستند، چالش‌های فراوانی را در گیرودار علایق، رؤیاهای و استعداد خود و مصلحت‌دید

خانواده و مدرسه برای آینده‌ او تجربه می‌کند و از این رهگذر ماجراهای شیرین و گاه غم‌انگیزی را خلق می‌کند.

لبخند انار: اولین داستان از مجموعه داستان لبخند انار است. این داستان درباره‌ گروهی از دانش‌آموزان قدیمی مدرسه‌ای به نام تلاش است که هر ساله در زمان مشخصی برای بزرگداشت مدیر قدیمی مدرسه، آقای دباغ، که موفقیت‌های خود در زندگی علمی و کاری را مدیون تشبیه‌های بدنی او می‌دانند، در همان مدرسه گرد هم می‌آیند و خاطرات خود از تشبیه‌های او را مرور می‌کنند.

۲. پیشینه پژوهش

فرزان سجودی (۱۳۹۳) در سخنرانی خود با عنوان «نشانه‌شناسی گفتمانی» در پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی به موضوع نشانه‌شناسی گفتمانی پرداخته است. سجودی متون را فراتر از متون زبانی می‌داند و نشانه‌شناسی گفتمانی را رویکردی معرفی می‌کند که متون را در نظام‌های نشانه‌ای غیرزبانی بررسی و تحلیل کند. سجودی متن را محصول گفتمان می‌داند و معتقد است نشانه‌شناسی به‌دنبال رویکردی برای بررسی متون گفتمانی است و او این رویکرد را نشانه‌شناسی گفتمانی می‌نامد. به‌نظر او نشانه‌شناسی گفتمانی روشی در تحلیل نشانه‌شناختی است که از توصیف ساختاری و دستوری نشانه‌ها فراتر رفته و به کارکردهای گفتمانی متون در بستر روابط بینامتنی می‌پردازد. همچنین مریم قهرمانی (۱۳۹۳) در کتاب ترجمه و تحلیل انتقادی گفتمان: رویکرد نشانه‌شناختی معتقد است که باید با رویکرد نشانه‌شناسی به تحلیل انتقادی گفتمان پرداخت تا بتوان به روابط پنهان متون پی برد. او این رویکرد را نشانه‌شناسی گفتمانی انتقادی می‌نامد و پس از بررسی نقش و تأثیر نشانه‌شناسان اجتماعی در شکل‌گیری نشانه‌شناسی گفتمانی انتقادی، بر نظریه تحلیل انتقادی گفتمان لاکلاو و موفه تمرکز می‌کند و معتقد است که اتخاذ چنین رویکردی، این امکان را به تحلیل‌گر انتقادی گفتمان می‌دهد تا تمامی کنش‌ها، فرایندها، پدیده‌ها و رویدادهای اجتماعی - فرهنگی را امور گفتمانی تلقی کند و آنها را تابع قواعد گفتمانی بداند.

در پژوهش حاضر با استفاده از نظریه تحلیل گفتمان فوکو و کاربرد مفاهیمی چون قدرت، گفتمان، سوژه، دانش در اندیشه او نگاهی انتقادی به رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی شده و به تبیین رویکرد نشانه‌شناسی انتقادی گفتمانی پرداخته شده است. گفتمانی بودن و انتقادی بودن دو وجه بسیار مهم این رویکرد است اما آنچه در این رویکرد بیش از هر چیز اهمیت دارد وجه

انتقادی آن است به همین دلیل نام نشانه‌شناسی انتقادی گفتمانی، با اولویت مکانی واژه انتقادی، برای آن انتخاب شد. با توجه به بررسی‌های انجام شده تاکنون پژوهشی که به بررسی آثار مرادی کرمانی با رویکرد نشانه‌شناسی انتقادی گفتمانی پرداخته باشد انجام نشده است.

۳. نشانه‌شناسی انتقادی-گفتمانی

دانش نشانه‌شناسی در سیر تحولی و تکاملی خود از نشانه‌شناسی ساختارگرا که نشانه‌ها را دارای هویتی ایستا، در انزوا و مستقل از بافت گفتمانی و اجتماعی بررسی می‌کرد و در پی به دست آوردن گرامری برای تحلیل و تفسیر نشانه‌ها بود به نشانه‌شناسی پساساختارگرا رسید که نشانه‌ها را محصول گفتمان، سیال و پویا می‌دانست. در این نگاه جدید تولید معنا درون گفتمان و در ارتباط برهم کنش‌های متعدد عناصر گفتمانی اتفاق می‌افتد. اما از آنجا که نشانه‌ها صرفاً در انحصار قلمروهای زبانی بودند و از سوی دیگر گرامرهای نشانه‌شناسی ساختارگرا ظرفیت و توانایی تحلیل و تفسیر نشانه‌های گفتمانی را نداشت، نشانه‌شناسی فقدان شیوه و روشی برای بررسی معناهای سیال و پویای نشانه‌ها در تعریف جدید را به شدت احساس می‌کرد. از این رو نشانه‌شناسان پساساختارگرا و نشانه‌شناسان اجتماعی^۱ در پی دستیابی به روشی برای بررسی معناها در ارتباط با گفتمان‌های تولیدکننده و شکل‌دهنده آنها به نشانه‌شناسی گفتمانی روی آوردند.

از این رو، می‌توان گفت نشانه‌شناسی گفتمانی روشی در تحلیل نشانه‌شناختی است که از توصیف ساختاری و دستوری نشانه‌ها فراتر رفته و به کارکردهای گفتمانی متون در بستر روابط بینامتنی می‌پردازد؛ یعنی به کاربرد نشانه‌ها در شکل‌گیری متون به مثابه اعمال گفتمانی و در سطح کلان‌تر اعمال اجتماعی می‌پردازد. در نتیجه «علاوه بر وجه همزمانی به وجه تاریخی یعنی در زمانی متون و البته بستر فرهنگی که متون در آن شکل گرفته‌اند توجه ویژه دارد. روابط قدرت، مناسبات اجتماعی و شیوه‌های تولید و توزیع متون و نهادهای مرتبط با این فرایند چون تلویزیون، آژانس تبلیغاتی، نظام‌های آموزشی، خانواده و غیره در تحلیل نشانه‌شناسی گفتمانی مورد توجه قرار می‌گیرند. در نشانه‌شناسی گفتمانی، گفتمان صرفاً محصول عملیات زبانی نیست و همه حوزه‌های نشانه‌ای از جمله تصویر و رمزگان‌هایی چون ژست، حرکت، مکان، چیزها^۲، لباس، خوراک، عوامل پیرایه‌زبانی شامل لحن و غیره را دربر می‌گیرد» (سجودی، ۱۳۹۳). به عبارت دیگر

¹ Post-structural Semiotics

² Social Semiotics

³ Objects

نشانه‌شناسی گفتمانی متون را در روابط بینامتنی در نظام‌های مختلف نشانه‌ای-گفتمانی و در بسترهای تاریخی و فرهنگی و در مناسبات اجتماعی بررسی می‌کنند و از این جهت به کلی خود را از شیوه‌های ساخت‌گرا که به بررسی ساختار با هدف تدوین دستور می‌پردازند متمایز می‌کند. در این رویکرد گفتمان‌ها قلمروهای شناخت اجتماعی‌اند. شیوه‌های خاص اجتماعی برای شناخت و تبیین اعمال اجتماعی و در نتیجه منابعی هستند برای بازنمایی اعمال اجتماعی در متن و به همین دلیل می‌توان هر گفتمان را بر اساس متونی که در آن گفتمان شکل گرفته‌اند یا به عبارت دیگر گفتمان بر اساس آنها بنا شده‌است، بازشناخت. گفتمان‌ها برساخته‌های معنایی جنبه‌های خصوصی از واقعیت‌اند و در خدمت منافع گروه‌های خاص در بافت‌های خاص تاریخی یا اجتماعی قرار دارند. در واقع «به‌محض نشانه‌ای شدن یعنی ورود جهان به قلمرو دلالت، شیوه‌های بخصوص معنا دادن به جهان یعنی گفتمان‌ها وارد عمل می‌شوند و گویی جوامع انسانی عرصهٔ چالش‌های گفتمانی یعنی جدال بر سر معنا و چگونگی فهم جهان‌اند.» (همان)

نیاز به ایجاد روش‌شناسی مدونی برای مطالعه قلمروهای نشانه‌ای گفتمانی غیرزبانی، نشانه‌شناسی گفتمانی را به تکاپوی استفاده از دیدگاه‌های انتقادی می‌کشاند و استفاده از مبانی نظریه‌ها و رویکردهای انتقادی متن باید در دستور کار آن قرار گیرد. میشل فوکو از اندیشمندان است که در بسیاری از آثار خود به بسیاری از پدیده‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نگاهی انتقادی دارد و مفاهیمی چون قدرت، سوژه^۲، دانش^۳ و گفتمان در نظریه او می‌تواند رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی را به ابزارهای کاربردی و مناسبی مجهز کند و روشی مدون برای مطالعه و تحلیل نظام‌های نشانه‌ای غیرزبانی در اختیار آن قرار می‌دهد. از این رو رویکرد نشانه‌شناسی گفتمانی از طریق ترکیب مبانی خود با بنیان‌های نظری-اندیشگانی او سبب شکل‌گیری رویکرد نشانه‌شناسی انتقادی-گفتمانی می‌شود.

گفتمان از نظر فوکو «معارف برساختهٔ اجتماع دربارهٔ جنبه‌ای از واقعیت» (۱۹۶۹) است؛ جنبه‌ای که تأمین‌کنندهٔ منافع کنشگران اجتماعی آن بافت است. مفهومی که به اعتقاد فوکو از طریق آن می‌توان به صورت‌بندی‌های گفتمان‌ها و تأثیرات آنها بر امر واقع نگریست. (فوکو، ۱۹۹۱: ۸۵) فوکو در دیرینه‌شناسی دانش^۴ بر بُعد درونی گفتمان متمرکز می‌شود و به بررسی عناصر غیرگفتمانی علاقه‌ای نشان نمی‌دهد. اما در تبارشناسی^۵ به یک نگاه کلان می‌رسد که طی

¹ Power

² subject

³ Knowledge

⁴ The Archaeology of Knowledge

⁵ Genealogy

آن، تفاوت‌های عناصر گفتمانی و غیرگفتمانی برای او بی‌اهمیت شده و هردو ذیل مفهوم گفتمان به هم گره می‌خورند. از این رو، می‌توان گفت او در عبور از دیرینه‌شناسی به تبارشناسی از گفتمان مرکزیت‌زدایی^۱ می‌کند و مسئله اهمیت عناصر گفتمانی بر غیرگفتمانی را به‌گونه‌ای دیگر تنظیم می‌کند. (فوکو، ۱۹۸۰)

به‌نظر فوکو گفتمان از طریق قواعدی که شرایط وجود گفتمان (عناصر گفتمانی) هستند، شکل می‌گیرد (قواعد گفتمانی). به اعتقاد او هر گفتمان زمانی که شکل می‌گیرد چهار عنصر یا بعد کلیدی دارد که در درون گفتمان و بر مبنای آن قواعد تولید می‌شوند. یعنی گفتمان زمانی شکل گرفته است که این چهار عنصر را خلق کرده باشد. این چهار عنصر عبارتند از: ۱- صورتبندی‌های مختلفی که به‌واسطه کارکردهای گزاره‌ها شکل می‌گیرد؛ ۲- پیوند مهم گزاره، گفتمان و صورتبندی گفتمانی که در همین کارکرد نهفته است؛ ۳- گزاره اگر به جریان بیافتد باید ارجاعیت داشته باشد، موقعیت سوژگی ایجاد کند، یک حوزه همجواری برای گزاره‌ها به‌وجود آورد؛ ۴- از طریق بکارگیری مجدد دارای مادیت باشد. فوکو بر مبنای این کارکردها چهار صورتبندی در نظر دارد که معتقد است طی آنها ابژه، سوژه، مفاهیم و استراتژی‌ها تولید می‌شوند. (فوکو، ۱۹۶۹)

به‌نظر فوکو گفتمان‌ها غریبانه و بی‌ارتباط با سایر گفتمان‌ها زندگی نمی‌کنند. گفتمان‌ها ممکن است شبیه به هم باشند یا رفتار خصمانه‌ای نسبت به یکدیگر داشته باشند. بطور کلی رابطه میان یک گفتمان با دیگر گفتمان‌ها می‌تواند به‌شکل شباهت، تضاد، رابطه تکمیلی یا محدودیت متقابل باشد. (همان)

یکی دیگر از کلیدواژه‌های اندیشه فوکو واژه قدرت است. فوکو همه گفتمان‌ها را به‌گونه‌ای با قدرت مرتبط می‌داند اما معتقد است که قدرت متکثر است و از سوی یک مرکز سیاسی واحد اجرا نمی‌گردد، بلکه از جاهای بی‌شماری اعمال می‌شود و به همین دلیل تحت حاکمیت طرح فراگیر واحدی نیست. در آثار فوکو استفاده از اصطلاح قدرت بر یک دیدگاه انتقادی نسبت به کردارهای اجتماعی دلالت دارد. به‌نظر فوکو «قدرت افراد را هم به ابژه و هم به سوژه تبدیل می‌کند. به همین دلیل فوکو عقیده انسان‌گرایان را مبنی بر اینکه سوژه منبع معنای ارادی، بازناندیشی خویشتن، وحدت و عقلانیت است، رد می‌کند.» (فوکو، ۱۹۸۴) به‌عقیده فوکو سوژه‌ها

¹ Decentralization

همواره مطیع شده هستند. در گفتمان‌ها و کردارهای قدرتی ساخته شده‌اند که آن‌ها را در موقعیت سخنگویانی در تعریف خود آگاهی قرار می‌دهد.

فوکو همچنین معتقد است قدرت تنها بر آن‌ها که در برابر آن مقاومت می‌کنند، اعمال می‌شود و آن‌ها نیز به نوبه خود آن را بر دیگران اعمال می‌کنند، بنابراین همواره امکان واژگونی قدرت وجود دارد، اما در فضای سلطه، آن‌ها که تحت سلطه قرار گرفته‌اند چنان فضای محدودی برای نمایش دارند که واژگونی قدرت غیرعملی می‌شود. هرچند آشکارا به غیرممکن بودن این امر اذعان نمی‌کنند. (فوکو، ۱۹۸۲)

فوکو برای تحلیل روابط قدرت توجه به چند نکته را لازم می‌داند: ۱- نظام تمایزهایی نظیر شئون و امتیازات سنتی، تمایزهای ایجادشده توسط قانون، زبان و فرهنگ، که به فرد امکان می‌دهد تا به نحوی بر اعمال دیگران تأثیر بگذارد. ۲- انواع اهداف و مقاصدی که اعمال‌کنندگان قدرت تعقیب می‌کنند، نظیر حفظ امتیازات و انباشت سود؛ ۳- وسایل برقراری روابط قدرت: برحسب این که آیا قدرت به واسطه تهدید کاربرد وسایل قوه قهریه، به واسطه اثرات ترغیبی کلام، با کاربرد وسایل کم و بیش پیچیده کنترل یا کاربرد سیستم‌های مراقبتی با به‌کارگیری بایگانی‌ها، به موجب قواعدی که آشکار یا ضمنی، ثابت یا قابل تغییر هستند، با کاربرد وسایل تکنولوژیکی برای اجرای همه آنها و یا بدون کاربرد این وسایل اجرا می‌شود؛ ۴- اشکال نهادمندی: این اشکال ممکن است گرایش‌های سنتی، ساختارهای حقوقی و پدیده‌های مربوط به رسوم و شیوه‌های رایج را با هم درآمیزند (مانند خانواده). همچنین ممکن است به شکل چهارچوبی بسته ظاهر شوند که دارای کانون‌های دقیق قواعد و ساختارهای سلسله‌مراتبی و شخصی، و استقلال نسبی در عملکرد باشند. همچنین ممکن است نظام‌های بسیار پیچیده‌ای باشند که بر همه امور، ایجاد نظم و مراقبت سراسری، اعمال تنظیم و نظارت و تا اندازه‌ای هم توزیع همه روابط قدرت در درون نظام اجتماعی دلالت داشته باشند؛ ۵- درجات عقلانی شدن: اجرای روابط قدرت به‌عنوان عمل در حوزه‌ای از امکانات، ممکن است به نسبت تأثیرگذاری ابزارها و قطعیت نتایج آنها و نیز به نسبت هزینه احتمالی (خواه هزینه اقتصادی وسایل مورد استفاده و یا هزینه به مفهوم مقاومتی که برانگیخته می‌شود) پیچیده‌تر شود. (دریفوس، ۱۳۸۷: ۳۶۲) از این رو قدرت برای فوکو «ساختار کلی اعمالی است که بر روی اعمال ممکن دیگر تأثیر می‌گذارد. قدرت بر می‌انگیزاند، اغوا می‌کند، تسهیل می‌کند یا دشوار می‌سازد، محدودیت ایجاد می‌کند یا مطلقاً منع و نهی

می‌کند؛ با این حال، قدرت همواره شیوه انجام عمل بر روی فاعل عمل است، زیرا فاعل عمل، عمل می‌کند و یا قادر به انجام عمل است.» (همان: ۳۵۸)

فوکو دانش را به دو ضلع دیگر نظریه خود یعنی گفتمان و قدرت می‌افزاید و معتقد است گفتمان چون محلی است که در آن قدرت و دانش به هم می‌پیوندد. قدرت مولد است و «امر واقعی را تولید می‌کند؛ قدرت قلمروهای ابژه‌ها و تشریفات حقیقت را تولید می‌کند» (فوکو، ۱۹۸۰) اما به نظر فوکو این قدرت نمی‌تواند بدون نوعی «اقتصاد گفتمان‌های حقیقت» (همان) اعمال شود. این حقیقت به نظر او تا حدودی بخشی از آن دانش (و نه ایدئولوژی) است که در این مثلث قرار می‌گیرد. بنابراین فوکو به این نتیجه می‌رسد که باید تحلیل خود از قدرت را بر مبنای مطالعه تکنیک‌ها و تاکتیک‌های سلطه قرار دهیم (همان) تکنیک‌هایی که سبب رابطه و تأثیر میان قدرت و دانش می‌شود.

از سوی دیگر مسأله اصلی فوکو در بخش قابل توجهی از تاریخ اندیشگانی او این است که چگونه انسان‌ها به واسطه قرار گرفتن در درون شبکه‌ای از روابط قدرت و دانش، به عنوان سوژه و ابژه تشکیل می‌شوند. در واقع، با بهره‌گیری فوکو از روش تبارشناسی، مطالعات وی پیرامون قدرت جدی‌تر می‌شود و به بررسی قدرت، دانش و پیکر آدمی می‌پردازد. از این رو با بحث پیرامون مسائلی مانند زندان، مجازات، بیمارستان و مدرسه، در صدد ردیابی تکنیک‌های جدید قدرت در عصر مدرن بر می‌آید. بنابراین می‌توان این‌گونه تعبیر کرد که فوکو در تبارشناسی به تحلیل شرایط تاریخی پیدایش علوم انسانی پرداخته و از روابط آنها با تکنولوژی‌های قدرت، آثار سوژه‌ساز و ابژه‌ساز آنها و چگونگی تأسیس رژیم‌های حقیقت سخن می‌گوید.

به باور فوکو، این شکل از قدرت، که بر زندگی روزمره بی‌واسطه اعمال می‌شود، افراد را طبقه‌بندی می‌کند، به آنها فردیت مشخص می‌دهد، به هویتشان مقید می‌کند و به آنان قانونی از حقیقت را تحمیل می‌کند که باید بپذیرند و دیگران نیز باید این قانون را در آنان بازشناسند. به نظر او این شکلی از قدرت است که افراد را به سوژه تبدیل می‌کند. فوکو معتقد است که در کلمه سوژه دو معنا یافت می‌شود؛ سوژه تابع دیگری از طریق کنترل و وابستگی و سوژه مقید به هویت خویش از طریق آگاهی یا شناخت از خود. در هر دو حالت، این کلمه شکلی از قدرت را القا می‌کند که به انقیاد درمی‌آورد و متقاد می‌سازد. (فوکو، ۱۳۸۹: ۴۱۴) از این سوژگی در اینجا به معنای موردی است که فرد را به خود مقید و با این شیوه وی را تسلیم دیگران می‌کند. پس سوژگی متضمن مضمون انقیاد است. (دریفس و رابینو، ۱۳۸۷: ۳۴۹) آن‌چه برای فوکو مهم است این است که

نشان دهد سوژه مخلوق قدرت است؛ یعنی مخلوق مکانیزم‌های قدرت و سازوکارهای هنجارسازی است.

فوکو بر این باور است که هر چقدر جامعه منظم‌تر می‌شود، فرد در ابعاد بیشتری ساختار می‌یابد و بنابراین، آزادی‌اش محدودتر می‌شود و گسست این بندها سخت‌تر به نظر می‌رسد. در جوامع ساختارمند، خود نظام و ساختار، کنترل جامعه و افرادش را به عهده می‌گیرد و رویکردهای جامعه را تعیین می‌کند. به نظر او انسان‌ها «عامل کلی دگرگونی‌ها نیستند». فوکو در پی حذف انسان در تحلیل‌ها بر می‌آید و تنها فرایندهای کلی‌تری یعنی گفتمان در دیرینه‌شناسی و روابط قدرت و دانش در تبارشناسی را مورد کنکاش و جستجو قرار می‌دهد. او سوژه را ساخته گفتمان یا روابط قدرت حاکم بر زمانه می‌داند نه سازنده آنها. به نظر او افراد صرفاً کارگزاران و بازیگرانی هستند که افکار جامعه در زبانشان جاری است. فوکو می‌گوید مطالعه تاریخ نشان می‌دهد که روابط قدرت حاکم و ساختارهای گفتمانی سوژه را ایجاد کرده و تاکنون ادامه داده طوری که اکنون «فرد» امری بدیهی به نظر برسد.

فوکو، به‌ویژه در آثار متأخر خود، توجه‌اش را به انواع فعالیت‌های سازمان‌دهنده، تحمیل-کننده، و شکل‌دهنده به خود سوژه معطوف می‌کند و بدین‌سان فرایند پیدایش مراقبت و تنبیه را تبیین می‌کند. به نظر فوکو سوژه و بدنش در فرایند سازوکارهای نظارتی و تنبیهی شکل می‌گیرند. به نظر او مهم‌ترین پیامد چنین وضعیتی از خود بیگانگی، اسارت، تکه پاره شدن سوژه و بدن او است. فوکو در کتاب مراقبت و تنبیه نشان می‌دهد که چگونه تکنولوژی‌های قدرت، با ابزار و بردارهای خاص، بدن سوژه‌ها را شکل می‌دهند. (فوکو، ۱۳۹۲: ۴۳)

۴. بحث و بررسی

۴-۱. ایدئولوژی / دانش / قدرت

آلتوسر^۱ در هر جامعه از دو گروه نهادها یا گفتمان‌هایی نام می‌برد که در خدمت دولت‌ها به کار کنترل و نظارت و شکل‌دهی به اعمال و رفتار مردم اقدام می‌کنند. یک گروه نهادهایی چون پلیس، ارتش، سیستم قضایی، دادگاه‌ها و زندان‌ها هستند که به صورت آشکار با قدرت و دولت سروکار دارند. (آلتوسر، ۱۳۸۶: ۳۷) اما او گروه‌های دیگری را نام می‌برد که ظاهراً وجه اشتراک مشخص و مستقیمی با قدرت سیاسی ندارند، نهادهایی که به نظر می‌رسد باید زیست و

¹L. Althusser

کارکردشان مستقل از قدرت سیاسی باشد، اما درحقیقت اینطور نیست؛ آلتوسر نهادهای دین، آموزش (شامل نظام مدارس تا دانشگاه‌ها)، خانواده، نهادهای فرهنگی (حوزه‌های گوناگون ادبیات، هنر و حتی ورزش) را نهادهایی می‌داند که با چهره پنهان قدرت دولت یعنی «ایدئولوژی» سر و کار دارند. آلتوسر این نهادها را «دم و دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت»^۱ می‌خواند. (همان) دستگاه‌هایی که دولت‌ها با به‌کارگیری و استخدام‌شان، سلطه خویش را به میانجی ایدئولوژی قدرت به عرصه عمومی و خصوصی وارد می‌کنند.

این گفتمان‌های ایدئولوژیکی به‌صورت شبکه‌ای درهم تنیده و بسیار پیچیده - که در بسیاری موارد مکمل همدیگر نیز هستند - از طریق تزریق ایدئولوژی‌های کلی خود به افراد به کار سوژه - سازی می‌پردازند و متضمن فرایند ایجاد اطاعت و منقادسازی افراد و تولید سوژه‌های مطیع، رام، یکسان و یکدست هستند. به‌نظر آلتوسر ایدئولوژی نظامی از بازنمایی‌ها (تصاویر، اساطیر، ایده‌ها یا مفاهیم) است که از هستی و نقش تاریخی معین در چهارچوب یک جامعه خاص برخوردار است. به‌عبارت دیگر او ایدئولوژی را به‌عنوان نظامی از بازنمایی‌های، متمایز از علم می‌داند، چراکه کارکرد عملی - اجتماعی ایدئولوژی بسیار مهم‌تر از کارکرد نظری (کارکرد به‌عنوان آگاهی) آن است. (آلتوسر،^۲ ۱۹۶۹: ۲۳۱) او معتقد است افراد توسط ایدئولوژی بازخواست یا استیضاح^۳ می‌شوند. یعنی ایدئولوژی با فراخواندن فرد، او را در موقعیت‌های خاص قرار می‌دهد و اعمال خاص ناشی از این موقعیت را از فرد انتظار دارد.

هر کدام از دو گفتمان خانواده و مدرسه ایدئولوژی‌های خاص خود را برای هویت‌بخشی به فرد دارند. کودک قبل از ورود به مدرسه تمام وقت خود را با خانواده می‌گذراند. خانواده او را تحت نظارت دارد، از او مراقبت می‌کند، برای او تعیین تکلیف می‌کند، او را تنبیه می‌کند و از این طریق قصد دارد از او مراقبت کند. همه این اقدامات تنبیهی و مراقبتی همراه با محبت و ایجاد نوعی وابستگی است؛ از این رو، کودک آن‌ها را با میل و رغبت می‌پذیرد. وقتی کودک وارد مدرسه می‌شود، در مدرسه نیز فرایند نظارت، مراقبت، کنترل، تنبیه و محدودیت وجود دارد اما از طرفی دیگر فضای مدرسه برای او فضایی ناآشنا است و از محبتی که تاکنون در خانواده تجربه کرده است خبری نیست. از سوی دیگر مدرسه به‌دلیل بهره‌مندی از ابزار دانش که قدرت‌آفرین است، سبب می‌شود که کودک دچار گونه‌ای دوگانگی احساسی شود و نخستین چالش‌های هویتی خود

^۱ Ideology and Ideological State Apparatuses

^۲ L. Althusser

^۳ Interpellation

را تجربه کند؛ او از یک سو دوست دارد به فضای آشنای خانواده برگردد و از سوی دیگر براساس ایدئولوژی «برتری علم و اولویت کسب علم با وجود سختی‌های فراوان» که مرتباً از طریق خانواده و مدرسه به او داده می‌شود، ناچار به ماندن در فضای مدرسه می‌شود.

در سراسر داستان‌های هوشنگ مرادی کرمانی که در این پژوهش انتخاب شده‌اند فرایند انتقال ایدئولوژی به فرد در مقاطع مختلف تحصیلی از سوی دو گفتمان قدرتمند خانواده و نظام آموزش و به شیوه‌های مختلف از جمله تهدید، تنبیه، نظارت و کنترل شدید به‌فراوانی دیده می‌شود.

در داستان خمره فرد (کودک) به دلیل اینکه مدت زمان زیادی از ورود او به مدرسه نمی‌گذرد، همچنان تحت تأثیر خانواده است. حضور خانواده و مدرسه در این داستان تقریباً متناسب و پایه-پای هم پیش می‌رود. والدین حضوری فعال دارند؛ به‌راحتی وارد مدرسه می‌شوند، اظهارنظر می‌کنند و گاهی معلم را تهدید می‌کنند. به معلم چندان اعتمادی ندارند و او را به‌عنوان یک «دیگری» و غریبه می‌شناسند. معلم نیز به آنها چندان اعتمادی ندارد و تمایلی به برقراری ارتباط با آنها ندارد؛ چنانکه حتی برای پیاده‌روی، راهی که از پشت مدرسه و روستا می‌گذرد را انتخاب می‌کند و جز در موارد ضروری با آنها ارتباط برقرار نمی‌کند.

این بی‌اعتمادی دوسویه است چنانکه وقتی معلم برای تعمیر خمره شکسته مدرسه از بچه‌ها می‌خواهد تخم‌مرغ بیاورند با مخالفت والدین روبه‌رو می‌شود. از این‌رو، معلم برای رسیدن به خواسته خود از ابزار قدرت یعنی نمره استفاده می‌کند و از آنها می‌خواهد برای کسب نمره تخم‌مرغ بیاورند. والدین معلم را متهم می‌کنند که در پی کسب سود شخصی است و قصد دارد از این طریق زرده تخم‌مرغ‌ها را برای خودش استفاده کند. همچنین وقتی که مادر محمدعلی برای خریدن خمره نو پول جمع‌آوری می‌کند مردم معلم را به سوءاستفاده از پول و اجناس متهم می‌کنند. در این مرحله والدین هرچند از منابع قدرت‌آفرین دانش بی‌بهره‌اند اما به دلیل اعتماد کودک به آنها و رابطه عاطفی قوی و پیوند خانوادگی، همچنان تأثیر نیرومند خود را بر کودک حفظ می‌کنند و سعی می‌کنند از طریق شایعه‌پراکنی و اتهام زدن به معلم، معلم را به حاشیه برانند و همچنان نقش اول فرایند بر ساختن هویت او را برای خود حفظ کنند.

در این مرحله کودک همچنان ارتباط عمیق خود با خانواده را حفظ کرده است. از این‌رو وقایع مدرسه یا صحبت‌ها و رفتارهای معلم را به خانواده گزارش می‌دهد. اما به تدریج معلم از طریق شبیه‌سازی مدرسه با خانه، سعی در جلب اعتماد آنها دارد. معلم با استفاده از ضمیر «ما» و قرار دادن بچه‌ها با خودش در یک گروه و ایجاد احساس آرامش از طریق خانه دانستن مدرسه، کودک

را به خود نزدیک می‌کند و سپس او را تهدید می‌کند که اگر خبرچینی کند و وقایع مدرسه را به بیرون (خانواده‌ها) اطلاع دهد او را از مدرسه (خانه دوم) که به دلیل برخورداری از ابزار دانش از قدرت بیشتری نسبت به خانه اول نیز برخوردار است، بیرون می‌اندازد. از این رو اولویت دادن مدرسه بر خانواده از طریق نظام آموزشی به کودک آموزش داده می‌شود.

در این داستان معلم یکی از کودکان را به شدت تنبیه می‌کند و با توجه به اینکه پیش از این کودکان رفتارهای معلم را به خانواده‌هایشان گزارش می‌دادند، بیشتر نگران پیگیری خانواده او است؛ اما متوجه می‌شود که هیچ کدام از کودکان موضوع دعوا در مدرسه را به خانواده‌هایشان اطلاع نداده‌اند و کودک منتبّه نیز به دروغ دلیل دیگری را برای بیماری و ناراحتی خود به خانواده اعلام کرده است. از این رو کودک می‌آموزد که باید بخاطر حفظ اسرار مدرسه به دروغ و پنهان‌کاری روی آورد. از سوی دیگر همزمان در خانواده و مدرسه بر ارزش‌هایی چون صداقت و راستگویی به عنوان اصولی اساسی تأکید می‌شود و کودک را دچار چالش دیگری می‌کنند، پس او می‌آموزد که در مواردی می‌تواند دروغ بگوید.

این پنهان‌کاری در دیگر مراحل زندگی و تحصیل نیز ادامه می‌یابد. مثلاً در قصه‌های مجید، که بازنمایی دوره نوجوانی فرد است وقتی مجید به وسیله ناظم به شدت تنبیه می‌شود، با وجود اصرار زیاد بی‌بی سخنی به میان نمی‌آورد: «حال و حوصله نشستن نداشتم. پهلو هام درد می‌کرد. ذق ذق می‌کرد، همان جایی که آقا لگد زده بود. آمدم تو اتاق، رختخوابم را انداختم و رفتم زیر لحاف. لحاف را کشیدم رو سرم که چشمم تو چشم بی‌بی نیفتد. گوش هام را گرفتم که صداش را نشنوم. برایم از روز روشن تر بود که اگر چشمش تو چشم بیفتد و بام حرف بزند، همه چیز را از زیر زبانت بیرون می‌کشد، آن وقت قشقرقی راه می‌اندازد که آن سرش ناپیدا است (مرادی کرمانی، ۱۳۸۸: ۴۲۶). او که می‌داند اگر همه چیز را رک و راست نگوید بی‌بی تا صبح خوابش نمی‌برد و اگر بروز بدهد که او را از مدرسه بیرون انداخته‌اند با گریه و ناراحتی بی‌بی روبه‌رو می‌شود، درگیر و دار راست یا دروغ گفتن، دروغ را انتخاب می‌کند و خرید کفش و لباس ورزشی را علت ناراحتی خود می‌داند. مجید اما ماجرا را برای فرد دیگری از گفتمان مدرسه بازگو می‌کند و از او کمک می‌خواهد زیرا می‌داند گفتمان مدرسه برای گفتمان خانواده او که نه تنها نقش پدر و مادر در آن غایب است، بلکه از دانش و ثروت که از ابزارهای قدرت‌آفرین هستند نیز بی‌بهره است، چندان ارزشی قائل نیست.

از سوی دیگر توجه به این نکته مهم بسیار ضروری است که یکی از ویژگی‌های مهم گفتمان‌های ایدئولوژیکی در فرایند بساختن سوژه، تأکید بر اموری است که بدیهی تلقی می‌شوند؛ چراکه با استفاده از این ویژگی است که ایدئولوژی، ایده‌ها را به‌مثابه اموری بدیهی بدون آن که به نظر برسد پای اراده دیگری در پسِ پشت سامان یافتن آن‌ها در جریان است، به سوژه خویش تزریق می‌کند؛ زیرا افراد به‌عنوان سوژه‌ای که در چنبره گفتمان ایدئولوژیکی گرفتار شده‌اند، همواره در مواجهه با بدیهیات از پیش مفروض گرفته شده، بدون هیچ مقاومتی تنها با تأیید و در مواردی نیز حتی با تحسین آن با واکنش طبیعی و اجتناب‌ناپذیری موافق و پذیرای امور مذکور هستند. قداست مدرسه و برتری معلم نسبت به دیگر افراد یکی از امور ایدئولوژیکی بدیهی پنداشته شده است که گفتمان آموزش و پرورش سعی در درونی کردن آن در سوژه‌های خود دارد. برتری معلم نسبت به دیگر افراد و در اولویت قرار دادن احساسات او بر این بدیهی‌سازی است که در هر سه داستان به شیوه‌های مختلف نشان داده شده است. یکی از این تکنیک‌ها از طریق دادن لقب «آقا» به معلم خود را نشان می‌دهد. در همه داستان‌ها معلم به‌صورت آقا یا آقا معلم یا آقای مدیر و آقای ناظم مخاطب قرار می‌گیرد. در حالی که هیچ کدام از شخصیت‌های دیگر در این داستان‌ها عنوان آقا نمی‌گیرند. در داستان خمره با وجود اینکه معلم یکی از دانش‌آموزان را به شدت تنبیه می‌کند اما بچه‌های دیگر نگران ناراحت شدن معلم هستند و به او می‌گویند: «آقا! خودش را زده به موش مردگی. شما خودتان را ناراحت نکنین» (مرادی کرمانی، ۱۳۸۵: ۳۸) و مادر احمد قنبری از همسرش می‌خواهد که کار تعمیر خمره را بر کار خودش ارجحیت دهد «حالا به احترام آقای مدیری سر می‌رفتی مدرسه» (همان: ۲۵) این اعتقاد به قداست تا جایی پیش می‌رود که وقتی معلم بخاطر شایعات روستا تخم مرغ‌ها را پس می‌دهد، بسیاری از کودکان با احساس گناه و عذاب وجدان شدید بخاطر ناراحت کردن معلم با گریه مدرسه را ترک می‌کنند.

۴-۲. چالش‌های هویتی

دانش‌آموزان در همه داستان‌های بررسی شده در این پژوهش، به دلیل خصلت قدرت‌آفرینی مدرسه، سعی می‌کنند از طریق عواملی که سبب هویت‌بخشی به آنها می‌شود به گونه‌ای خود را به مدرسه مرتبط کنند. در داستان خمره احمد قنبری از طریق انتساب خود به پدرش که خمره‌ساز است و می‌تواند با درست کردن خمره مدرسه به مدرسه خدمتی بکند خود را از دیگران برتر می‌داند و برای خود هویتی متمایز از دیگر بچه‌ها در نظر دارد. او حضور معلم در خانه خود را به‌عنوان

عاملی برای هویت‌سازی و برتری‌یابی خود نسبت به دیگران به حساب می‌آورد. مجید در قصه‌های مجید نیز از طریق شعر و دانایی که محصول گفتمان مدرسه است و به نمایش گذاشتن این دانایی از طریق چاپ در روزنامه برای خود کسب هویت می‌کند. او همچنین از طریق نوشتن انشاء که از محصولات گفتمان مدرسه است در جستجوی کسب هویت برای خود است.

خانواده‌های این افراد نیز هر کدام سعی می‌کنند با نزدیک شدن به مدرسه کسب هویت کنند. پدر و مادر قنبری از طریق تلاش برای تعمیر کوزه مدرسه؛ خاور، مادر محمدعلی، و پسرش عباس از طریق پول جمع کردن و اقدام به خرید خمره نو برای مدرسه؛ بی‌بی مجید از طریق برآورده کردن خواسته‌های مجید یا به عبارتی دیگر خواسته‌های مدرسه و کمک به مجید در گذراندن درس و تحصیل سعی می‌کنند ارتباط خود را با مدرسه حفظ کنند. خانواده‌های دانش‌آموزان مدرسه تلاش در داستان لبخند انار نیز از طریق حمایت‌های مالی از مدرسه و حتی حمایت‌های معنوی همواره سعی می‌کنند با همراهی با مدرسه، برای خود هویتی به‌عنوان والدین آگاه و دانش‌دوست ارائه کنند.

از این رو، یکی از مسائلی که در فرایند برساخته شدن سوژه باید مورد توجه جدی قرار گیرد چالش‌های هویتی است که افراد با آنها درگیر هستند. احمد قنبری در داستان خمره نمی‌تواند میان دو گفتمان خانواده و مدرسه یکی را انتخاب کند. او به پدرش اصرار می‌کند که بخاطر معلم و حفظ آبروی خودش خمره مدرسه را تعمیر کند. با وجود تأکید پدر بر اینکه باید خواسته‌های خانواده را در اولویت قرار دهد اما او نمی‌تواند مدرسه را در درجه دوم اهمیت قرار دهد. احمد با وجود اینکه پس از بی‌توجهی پدر به خواست او و معلم، به مدرسه می‌رود اما مدت طولانی در آنجا نمی‌ماند و از مدرسه فرار می‌کند تا پدر را راضی به آمدن به مدرسه و کسب مجدد اعتبار برای خود کند.

مجید که آرزو دارد در آینده نویسنده‌ای خلاق و موفق شود اما با توجه به ایدئولوژی مدرسه که شغل‌هایی را که درآمدزا هستند ارزشمند می‌داند و برای شاعری و نویسندگی ارزشی قائل نیست همواره گرفتار چالشی بزرگ است. اوج این رویارویی و تقابل را در داستان ناظم می‌بینیم. وقتی مجید برای موضوع انشاء به شرح زندگی و فعالیت یک «مرده‌شور» می‌پردازد ناظم او را به شدت مورد توهین و ضرب و شتم قرار می‌دهد. ناظم در پاسخ به مجید که می‌گفت تصمیم دارم در آینده نویسنده بشوم او را به تمسخر می‌گیرد: «- می‌خواهی چه کاره بشی با اون عقل ناقص؟ - هرچی خدا خواست. اما بیشتر دلم می‌خواد نویسنده بشم.»

میان اوقات تلخی و حرص خوردن، یکهو خندید. دندان‌های چرک و زردش، که دود سیگار پدرشان را درآورده بود از زیر سیبل‌هاش درآمد. خنده‌اش تلخ بود و صدا نداشت...» (مرادی کرمانی، ۱۳۸۸: ۴۲۰)

مجید علت انتخاب موضوع «مرده‌شور» را نو و تازه بودن موضوع بیان می‌کند: «راستش می‌خواستم چیزی بنویسم که نو باشه. به فکر هیچ کس نرسیده باشه. می‌دونستم همه از معلم یا دکتر و سرباز و این جور آدم‌ها می‌نویسن، نخواستم انشام مثل آنها باشه.» (همان)

اما گفتمان آموزش و پرورش که در این داستان‌ها همواره تأکید بر همانندی و یکدستی افراد برای خلق سوژه‌هایی مطیع و رام دارد این تک‌روی و تفاوت را تاب نمی‌آورد و مجید را به شدت تشبیه و حتی تهدید به اخراج از مدرسه می‌کند. مجید پس از این برخورد به‌گونه‌ای دچار ناراحتی و ترس می‌شود که در داستان‌های این مجموعه بی‌سابقه است: «همیشه خدا خدا می‌کردم که روز دوشنبه بیاد و سر کلاس انشا بخونم. حالا گفتن تو مزخرف نوشتی، پرونده‌ات رو بگیر و برو بی کارت. من که چیز بدی ننوشتم. دیگه نمی‌نویسم. هیچ چیز نمی‌نویسم. اصلاً نمی‌خوام نویسنده باشم. دردسر داره. کتاب هم نمی‌خونم... مگه می‌شه؟ مگه می‌تونم هیچ چیز ننویسم؟ هیچ چیز نخونم؟ ننویسم چه کار کنم؟ از انشا رد می‌شم. تجدید می‌شم... از روی کتاب می‌نویسم، مثل دیگران؛ نه، می‌نویسم، خودم می‌نویسم. خب، بیرونم کنن. می‌زنن تا بمیرم... خیال کردی همیشه می‌گذارنت رو سرشون و حلواحلوات می‌کنن... کاش ریاضیم خوب بود. کاش فوتبال بلد بودم. (مرادی کرمانی، ۱۳۸۸: ۴۲۴-۴۲۵)

«آن شب، تا نزدیک سحر، پلک نزدم. همین جور چشم‌هام باز بود. مثل مرده گناهکار هی پهلوی به پهلوی شدم و عذاب کشیدم. فکر کردم و فکر کردم. داشتم دیوانه می‌شدم. یکهو، نصف شب، بلند شدم و تو رختخواب نشستم و بلند گفتم: بی‌بی من نمی‌خوام نویسنده بشم و کتاب بنویسم. نمی‌گذارند هرچه می‌خوام بنویسم.» (همان: ۴۲۸)

بنابراین تأکید بر اصیل و درست بودن ایدئولوژی مدرسه بر ایدئولوژی دیگر گفتمان‌های هویت‌ساز از آغاز تحصیل و در تمام مراحل و مقاطع تحصیل به فرد آموزش داده می‌شود. مدرسه مجید را از خود می‌راند و از آگاهی و دانشی که لازمه کسب قدرت است، محروم می‌کند زیرا او برخلاف خواست مدرسه به منبع آگاهی‌آفرین دیگری که گفتمان روشنفکری است روی آورده است و سعی در پرورش اندیشه‌اش به‌گونه‌ای متفاوت دارد. صحنه برخورد بی‌بی با کتابفروش در بازار که فکر می‌کند او صادق هدایت است که با دادن کتاب‌هایش به مجید سبب خشم ناظم

مدرسه و اخراج او شده است، یکی از دردناک‌ترین صحنه‌های این داستان تراژیک است. بی‌بی پس از اطمینان از اینکه صادق هدایت مرده است و کسی هم کتاب‌های او را نمی‌فروشد به مدرسه بازمی‌گردد و از ناظم و مدیر می‌خواهد هر آنچه خوشایند آنهاست را به مجید دیکته کنند تا بنویسد: « شما سرمشقی به‌اش بدین، غلط می‌کنه که غیر از اون بنویسه. اگر نوشت من ضامن... یادش بدین که چی بنویسه تا شما خوشتون بیاد. (همان: ۴۶۶) بی‌بی همچنین از مدرسه برای هدایت مجید کمک می‌خواهد و تصمیم آنها را برای آینده مجید بهترین تصمیم می‌داند تا از این طریق مجوز ورود مجدد او را به مدرسه بدست آورد: «این هنوز بچه است... بد و خوب دنیا رو نمی‌دونه. خیال می‌کنه هرچه می‌نویسه، خوبه... خدا خیرتون بده، کمکش کنین. این کسی رو نداره. انگار کنین فرزند خودتونه. (همان)

وقتی مجید به معلم می‌گوید که ما شنیدیم که هر کتابی به یک بار خوندنش می‌ارزه، معلم می‌گوید: «هرکی همچین حرفی زده غلط کرده. خیلی کتاب‌های اراجیف، نگاه کردنشون هم صلاح نیست چه رسد به اینکه بخونیش، اون هم تو سن و سال تو که خوب و بد رو نمی‌فهمی.» (همان: ۴۳۷) بنابراین مدرسه که با هر اندیشه و ایدئولوژی غیر از آنچه که او تشخیص می‌دهد درست و برای فرد لازم است، مخالف است، امکان آزمایش کردن هیچ تجربه جدیدی را به او نمی‌دهد و معتقد است که او توانایی و صلاحیت تشخیص خوب از بد را ندارد.

در این داستان‌ها برتری و اعمال قدرت مدرسه به دلیل دراختیارداشتن منابع قدرت بر افراد به‌گونه‌ای است که خانواده در برابر عقیده او از عقیده خود می‌گذرد. بی‌بی که همواره از انشاء و اشعار مجید لذت می‌برد و این جنبه از استعداد مجید را مایه مباهات خود می‌دانست، پس از مخالفت خشونت‌آمیز مدرسه با نوشته‌های مجید از عقیده خود برمی‌گردد و با مدرسه همراه و هم‌عقیده می‌شود هرچند درواقع اعتقادی به گفته‌های او نداشته باشد. بی‌بی: «آقا می‌خواد بلانسبت شما، شاعر بشه، چه می‌دونم، نویسنده بشه. والله، ما تو طایفه‌مون همه جور آدمی داشتیم غیر از شاعر و نویسنده... شما به این بگین شاعر بشه، نویسنده بشه چی گیرش می‌آد؟ پول به‌اش می‌دن؟... یواش به بی‌بی گفتم: بی‌بی تو که همیشه از نوشته‌های من خوشت می‌اومد، حالا چی شده که... خدایا، مرز، از زیر چادر، با آرنجش قایم زد به پهلو، که نفسم برید.» (مرادی کرمانی، ۱۳۸۸: ۴۳۷-۴۳۸)

چنانچه گفته شد یکی از ایدئولوژی‌هایی که در طول دوران تحصیل به فرد آموزش داده می‌شود اهمیت و اولویت مدرسه بر دیگر گفتمان‌ها است. اگر فرد این ایدئولوژی را باور کند، جدایی

و دوری از مدرسه و بیرون انداخته شدن از آن، او را دچار وحشت و سرگردانی می‌کند. با تأکیدی که هر دو گفتمان خانواده و مدرسه بر اهمیت مدرسه و تحصیل دارند و تنها راه رستگاری و کسب موفقیت در آینده را علم‌آموزی می‌دانند، نوجوان پس از اخطار اخراج از مدرسه حیران و سرگردان می‌شود: «بچه مدرسه‌ای‌ها کتاب و کیف به دست به مدرسه می‌رفتند و من حیران و سرگردان تو خیابان‌ها و کوچه‌ها پلاس بودم. می‌خواستم بروم مدرسه، و آنجا بایستم و انتظار بکشم اما ترسیدم چشم بچه‌ها به‌ام بیفتد و آبروم برود. دلم هوای مدرسه، هوای کلاس کرده بود... بیخودی تو خیابان‌ها می‌گشتم و به چرخ رکاب می‌زدم.» (همان: ۴۳۱)

یکی دیگر از افرادی که در فرایند تبدیل شدن به سوژه دچار چالش‌های شدید هویتی است ناصر، دانش‌آموز موفق و نخبه‌مدرسه تلاش در داستان لیخند انار است. در مدرسه‌ای که همه افراد شبیه به هم هستند و همه کتک می‌خورند این دانش‌آموز به دلیل متفاوت بودن، دچار عذاب و ناراحتی است به گونه‌ای که به هر کاری دست می‌زند تا مثل دیگران تشبیه شود: «همه به من می‌گفتند نور چشمی و من خیلی رنج می‌بردم که با بچه‌های دیگر فرق دارم. جوری شده بود که هر که بیشتر کتک می‌خورد، محبوب‌تر و به اصطلاح قهرمان‌تر از دیگران بود. حتی دبستانی‌ها هم دیگر از کتک نمی‌ترسیدند و بچه‌هایی که کتک می‌خورند احساس افتخار و قدرت بیشتری می‌کردند. از جمله قلی‌پور که هر روز فلک می‌شد یا چوب کف دستش می‌خورد. زنگ‌های تفریح دست‌هایش را از هم باز می‌کرد سینه‌اش را می‌داد جلو، سرش را می‌گرفت بالا و... همه بچه‌ها او را به‌عنوان قهرمان مدرسه می‌شناختند و دلشان می‌خواست مثل او بشوند. در چنین جو و موقعیتی بنده احساس حقارت می‌کردم و دلم می‌خواست هر جور هست آقای دباغ مرا بزنند تا این قدر جلوی این و آن احساس حقارت نکنم و نشنوم که بگویند نور چشمی... آرزو داشتم آقای دباغ مرا جلوی بچه‌ها بزند تا احساس کنم مثل دیگران هستم.» (مرادی کرمانی، ۱۳۸۲: ۳۲-۳۳)

اندیشه‌ی همانندسازی در دانش‌آموز به‌گونه‌ای درونی شده است که تشبیه که باید به‌عنوان ابزار گفتمان مدرسه برای رسیدن به نخبگی استفاده شود، کارکردی متفاوت و حتی متضاد پیدا می‌کند و خود تبدیل به هدف می‌شود.

در چنین سیستم یکپارچه‌نگر و دارای چهارچوب خشک و غیر قابل انعطاف نه تنها دانش-آموزان با چنین چالش‌هایی درگیر هستند بلکه برگزارکنندگان و گردانندگان آن نیز گاه با چالش‌های فراوانی روبه‌رو هستند. در این داستان‌ها بزرگترین چالش در معلم سخت‌گیر و منظم مدرسه

تلاش، آقای دباغ، دیده می‌شود. در داستان لبخند انار از آغاز داستان از مردی سخن گفته می‌شود که بیشتر به شکنجه‌گر شبیه است تا معلم یا مدیر مدرسه. همهٔ بچه‌ها و معلمان و خانواده‌های آنها از او به شدت می‌ترسند. تقریباً همهٔ دانش‌آموزان از دست او کتک خورده‌اند یا فلک شده‌اند. بعضی هر روز و بعضی دیگر نیز به تناسب شیطنت و کم‌کاری شان. اما در پایان داستان به جنبه‌هایی ظریف و پنهانی از شخصیت او پی برده می‌شود که او را به عنوان فردی مهربان و احساساتی نشان می‌دهد؛ او کسی است که انارهای باغ را میان همهٔ بچه‌ها تقسیم می‌کند، حتی برای گنجشک‌ها هم بر بالای شاخه‌های درخت انار می‌گذارد، برای بچه‌های فقیر کفش و لباس می‌خرد، به معلمان برای خوردن کباب که ممکن است باعث هوس کردن بچه‌ها شود تذکر می‌دهد و برای کتک‌زدن ناصر دانش‌آموز زرننگ کلاس خود گریه می‌کند. به گفتهٔ پسرش او اکثر روزها بعد از ساعت اداری لیست بچه‌هایی که معلم‌ها به او داده بودند را تیبیه می‌کرد و در پایان روز خسته و عصبی به منزل بازمی‌گشت و حوصله صحبت با کسی را نداشت.

۳-۴. سوژهٔ برساخته‌شده

فرد پس از پشت سرگذاشتن چالش‌های هویتی و آموختن و پذیرفتن ایدئولوژی‌های نظام آموزشی به مرحله‌ای می‌رسد که نه تنها تمام خواسته‌ها و مطالبات آن را گردن می‌نهد بلکه خود تبدیل به ابزاری برای تبلیغ و ترویج ایدئولوژی آن می‌شود. نتیجه فرایند تبدیل فرد به سوژه در مجموعه داستان‌های هوشنگ مرادی کرمانی در داستان لبخند انار به صورت مجموعه‌ای از سوژه‌های ایدئولوژی‌زده‌ای - که نشان همهٔ سختی‌ها و خشونت‌های آن را می‌توان بر پیکره‌اش به نظاره نشست - به نمایش گذاشته شده است؛ سوژه‌هایی بیمار که چنان در قید و بند نظام آموزشی خود گرفتار شده‌اند و چنان بندگی و بردگی آن را با دل و جان پذیرفته‌اند که پس از گذشت سال‌ها و رهاشدن از موقعیت و مکان اعمال نظارت و خشونت سیستم آموزشی، اما همچنان نمی‌توانند ذهن و روح خود را از سیطرهٔ دُگم و خشونت‌بار آن رها کنند. از این‌رو هر سال در زمان خاصی هر کجا که باشند، در مدرسه تلاش که مکان آموزش انقیاد و اطاعت بی‌چون و چرای آنها در برابر نظام آموزشی سلطه‌گر بوده است گرد هم می‌آیند و با انجام سخنانی تکراری و بازگویی خاطرات دوران مدرسه، یاد معلم شکنجه‌گر مدرسه را گرمی می‌دارند.

بنابراین از آنجا که یکی از ابزارهای نظام آموزشی برای ساختن سوژه‌هایی رام و شهروندانی مطیع، تیبیه و انضباط است، نخستین لازمهٔ استفاده از چنین ابزاری ایجاد فضایی است با

مجموعه‌ای از تکنیک‌ها که فوکو آن را «هنر تمایزگذاریها» می‌نامد. به‌نظری او گاهی لازم است تا فضا برای تصریح این که یک مکان، مکان یک دیسپلین خاص است محصور/دیوارکشی شود. چراکه فضا گاهی باید به منظور شناخت، تسلط و استفاده از آن تفکیک شود به طوری که هر فرد بتواند به مکانی اختصاص یابد و از مکانش درون نظم محصور نهاد یا سپهر انضباطی آگاهی یابد. از این‌رو نظام‌های آموزشی اقدام به آموزش ایدئولوژی‌های خود در فضای محصور مدرسه و با ابزار تشبیه می‌کنند. چنین فرایندی به مرور و در طول زمان اتفاق می‌افتد و از انکار و فاصله گرفتن از مکان آموزش و تشبیه شروع می‌شود اما در نهایت به پذیرش مکان و همراهی با آن منجر می‌شود. چنانکه در داستان‌های منتخب این پژوهش نیز کودکان داستان آن خمره و نوجوان قصه‌های مجید ترس از مدرسه و فاصله خود با آن را رعایت می‌کنند. مجید جرأت رفتن به دفتر مدرسه را در حضور معلمان و مدیر و ناظم ندارد و دفتر را مکان استراحت و راحتی معلم‌ها و عذاب و تشبیه دانش‌آموزان می‌داند: «رفتن تو دفتر دل شیر می‌خواست. معمولاً دفتر جای چای خوردن و بگو و بخند معلم‌ها و مدیر بود و کتک خوردن بچه‌ها. حالا خودتان حسابش را بکنید کدام طفل نادانی هوس رفتن تو دفتر به کله‌اش می‌افتاد؟ تازه، پدر و مادرهایی هم که تو دفتر می‌رفتند بیشتر برای شکایت کردن از بچه‌ها و پاپوش دوختن برای آنها بود؛ یا آه و ناله کردن بابت بی‌پولی و بردن آبروی آنها و چیزهایی از این دست. پس دفتر برای بچه‌ها جای بسیار ناجور و خطرناکی بود. از آن گذشته، هرگز اتفاق نیفتاده بود که بچه‌ای وارد دفتر شود و یکی از معلم‌ها یا مدیر یک چای تلخ بی‌قابلیت تعارفش بکند و لبخندی تحویلش بدهد. تعجب اینجا بود معلم‌ها که حتماً خاطرات ناگوار و تلخی از بچگی و اوضاع و احوال دفتر داشتند، چطور دلشان می‌آمد با خیال راحت بنشینند، چای بخورند و بدون این که یاد گذشته دردناک خود در آنجا بیفتند از دنیا لذت ببرند؟! (مرادی کرمانی، ۱۳۸۸: ۱۰۲) مجید هنوز نمی‌داند که یکی از مهمترین کارکردهای مدرسه، تبدیل فرد به سوژه است و وقتی چنین اتفاقی افتاد، سوژه ایدئولوژی‌های گفتمان آموزشی را پذیرفته است و خود نیز مجری انجام آنها می‌شود. چنان‌که گردآمدن هر ساله سوژه‌های رنج‌کشیده مدرسه تلاش در داستان لبخند انار که موفقیت خود را مدیون نظام آموزشی و با تأکید ویژه به عامل تشبیه منتسب می‌کنند، نشان از موفقیت نظام آموزشی در این فرایند تبدیل دارد. فوکو، به‌ویژه در آثار متأخر خود، توجه‌اش را به انواع فعالیت‌های سازمان‌دهنده، تحمیل‌کننده، و شکل‌دهنده به خود سوژه معطوف می‌کند و بدین‌سان فرایند پیدایش مراقبت و تشبیه را تبیین می‌کند. از نظر فوکو، این کردارها متضمن تکنیک‌هایی است که به سوژه‌ها امکان مؤثر بودن

را می‌دهد تا به درجه‌ معینی از حالت شادی، خلوص، کمال، و قدرت معنوی دست یابند.» (فوکو، ۱۹۸۲) فوکو، درنهایت، از بدن‌های رامی سخن می‌گوید که، تحت تأثیر این تکنولوژی، انضباط مکانی می‌یابند؛ یعنی این بدن‌ها در این مکان‌ها طوری تربیت می‌شوند که می‌پذیرند هر-گونه فعالیت مخالف نظم موجود باید مجازات (بیش از هر چیز مجازات بدنی) شود. از این رو، این بدن‌ها می‌کوشند با خود و دیگران صرفاً روابطی برقرار کنند که برای این مکان مفید است و از خلاف آن بپرهیزند. (همان). بنابراین، می‌توان گفت بدن سوژه‌های مدرسه تلاش در دایره‌ی برسازندگی تکنولوژی مراقبت و تنبیه شکل گرفته‌اند و در امتداد چنین فرایندی است که بدن‌مندی سوژه‌ها و تکنیک‌های خودمراقبتی، تحت تأثیر تکنولوژی قدرتمند مراقبت و تنبیه، دگرگون و به دیگرمراقبتی تبدیل می‌شود. این کودکان دیروز در ظاهر سرخوش از موفقیت‌های اجتماعی که کسب کرده‌اند از معلم و سیستم آموزشی خود بسیار سپاسگزارند. به گفته‌ی دکتر مهرآوا که او نیز موفقیت خود را مدیون سیستم آموزشی است: «پدرم وقتی دید دوستان نابابی دورم را گرفته‌اند، دستم را گرفت و آورد پیش آقای دباغ و گفت: «این بچه دست شما، گوشتش از شما و استخوانش از ما. یعنی بزنی، بزنی تا گوشتش بریزد و استخوانش را بفرستید خانه» آقای دباغ هم در این کارها استاد بود از روز اول، مرا زیر نظر گرفت... تقریباً هر روز چند تا ترکه انار کف دست و پایم می‌زد تا کم‌کم سر به راه شدم... شب تا مشق‌هایم را نمی‌نوشتم نمی‌خوابیدم. اگر نمی‌نوشتم و می‌خوابیدم تا صبح خواب‌های ترسناک و کابوس کتک‌های آقای دباغ را می‌دیدم.» (مرادی کرمانی، ۱۳۸۲: ۸)

به‌نظر فوکو چنین سیستم انضباطی شدیدی قصد دارد از طریق کنترل بدن‌های افراد در محیط‌های انضباطی مشخص و تحت نظارت، پیامدهای غیردقیق توزیع بدن‌ها، ناپیدایی کنترل‌شده‌ی افراد، گردش پراکنده‌ی آنها، و لختی استفاده‌ناپذیر و خطرناکشان را از بین ببرد. به‌نظر او این نوعی رویه برای مقابله با فرار از کار، ضد ولگردی و ضد تمرکز بود و هدفش پایه‌ریزی حضور و غیاب بود و آگاهی از اینکه افراد کجا و چگونه [در فضا] مستقر شده‌اند است تا از این طریق به ایجاد ارتباط سودمند و ممانعت از سایر ارتباطات، فراهم کردن امکان نظارت بر رفتار هر یک از افراد در هر لحظه، ارزیابی رفتارها، قضاوت درباره‌ی این رفتارها، و سنجش ویژگی‌ها و مزایایشان بپردازند. در نتیجه، این رویه‌ای است که به دنبال شناختن، مسلط شدن و استفاده کردن است. (نقل شده در ژلینتیس، ۹۵)

سوژه‌های مدرسه تلاش نه‌تنها مراقب رفتارهای خود هستند بلکه دیگرانی که خطایی از آنها سر می‌زند را به شدت تنبیه می‌کنند و معتقد به ادامه این شیوه تربیتی در کودکان نسل حاضر نیز هستند. خانم اکبری، همسر یکی از دانش‌آموزان سابق مدرسه تلاش، که خود به دلیلی نامشخص در جلسه غایب است، در خطاب به مادر کودکی که قصد دارد فرزند خود را که از فضای جلسه ترسیده است، بیرون ببرد می‌گوید:

- مادر کودک: خانم بچه دارد گریه می‌کند، دارد زهره‌ترک می‌شود. همه‌اش حرف از کتک زدن، کتک خوردن، ترکه انار و بریدن پوست و گوشت و آمدن خون و این جور چیزهاست. بچه‌های امروزی این چیزها را دوست ندارند» (مرادی کرمانی، ۱۳۸۲):

(۱۱)

خانم اکبری: بگذارید بچه‌ها در این جلسه‌ها این حرف‌ها را بشنوند تا ببینند که در گذشته وضع تعلیم و تربیت چه بوده و نسل ما چه وضع و حالی داشته... اشتباه شما همین جاست که دارید بچه‌ها را از این چیزها می‌ترسانید و به آنها تجربه و تاریخ را یاد نمی‌دهید. این چیزها هم جزء زندگی است. بفرمایید بنشینید و بگذارید بچه همه چیز را بشنود. (همان)

۵. نتیجه‌گیری

این پژوهش پس از بررسی و تحلیل دو داستان و یک مجموعه داستان از هوشنگ مرادی کرمانی براساس رویکرد نشانه‌شناسی انتقادی گفتمانی چالش‌های هویتی فرد و فرایند برساخته شدن موقعیت سوژگی در او را مورد کنکاش قرار داده است. در این سه اثر فرایند ساخته شدن سوژه با گذر از کودکی و ورود به مرحله نوجوانی و سپس دوران بزرگسالی نشان داده شده است. بنابر این پژوهش مدرسه به دلیل برخورداری از دانش و حمایت‌های گفتمان غالب، به تبلیغ و تزیق ایدئولوژی‌های گفتمان خود می‌پردازد و از طریق استفاده از تکنیک‌های تنبیه، مراقبت، کنترل و ایجاد محدودیت نه‌تنها به تولید سوژه وابسته و درانقیاد دست می‌یابد بلکه در این مسیر با غلبه بر گفتمان خانواده و به حاشیه راندن ایدئولوژی‌های او و با قیافه‌ای حق به جانب، خانواده را به ایدئولوژی‌های خود معتقد و یا بدون اعتقاد، به ناچار با خود همراه می‌کند.

در این داستان‌ها گفتمان آموزشی با طی مسیری طولانی و در فرایندی پیچیده، پس از ایجاد چالش‌های فراوان هویتی در فرد و پیمودن گام‌به‌گام مسیر تبدیل کردن او به سوژه‌ای رام و مطیع، فرد را با احساس رضایت و شادی حاصل از دست‌یابی به موفقیت‌هایی که به اعتقاد او تنها در

سایه به کار بستن راهکارهای نظام هوشمند آموزشی میسر می‌شد، در موقعیت سوژگی قرار داده و سوژه بر ساخته را به عنوان ابزاری برای تبلیغ اهداف و ایدئولوژی‌های خود به آغوش سیستم باز می‌گرداند.

بر این اساس در مجموعه داستان‌های منتخب این پژوهش نظام آموزشی با آموزش ارزش‌هایی چون برتری ایدئولوژی‌های نظام آموزشی بر ارزش‌های خانواده، در اولویت قرار دادن اهداف و منافع نظام آموزشی به کودک داستان خمره و نوجوان قصه‌های مجید و به حاشیه راندن گفتمان خانواده و با استفاده از ابزار تنبیه و مراقبت شدید و تلاش برای یک‌دستی و رفع تمایزات و تفاوت‌ها میان او و دیگران موفق به خلق سوژه‌ای مطیع، وابسته و وفادار به ایدئولوژی‌های خود در داستان لبخند انار می‌شود؛ سوژه‌هایی که حاضر به انجام هرگونه از خودگذشتگی برای گفتمان آموزشی هستند.

فهرست منابع

آلتوسر، لویی (۱۳۸۶). ایدئولوژی و ساز و برگ‌های ایدئولوژیک دولت، ترجمه روزبه صدرآرا، تهران: چشمه. دریفوس، هیوبرت و رایینو، پل (۱۳۸۷). میشل فوکو فراسوی ساختارگرایی و هرمنوتیک، ترجمه حسین بشریه. تهران: نشر نی.

ژلنیس، آندری (۱۳۹۵). میشل فوکو: فضا، دانش و قدرت. ترجمه آیدین ترکمه. برگرفته از:

<http://www.dialecticalspace.com>

فوکو، میشل (۱۳۹۲). مراقبت و تنبیه. ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده. تهران: نشر نی. فوکو، میشل (۱۳۸۹). تئاتر فلسفه: گزیده‌ای از درس‌گفتارها، کوتاه‌نوشت‌ها، گفتگوها، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران: نشر نی.

قهرمانی، مریم. (۱۳۹۳). ترجمه و تحلیل انتقادی گفتمان: رویکرد نشانه‌شناختی. تهران: نشر علم سجودی، فرزاد (۱۳۹۳). «نشانه‌شناسی گفتمانی». سخنرانی در تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ۳ خرداد ۱۳۹۳.

مرادی کرمانی، هوشنگ (۱۳۸۵). داستان آن خمره. تهران: معین.

مرادی کرمانی، هوشنگ (۱۳۸۸). قصه‌های مجید. تهران: معین.

مرادی کرمانی، هوشنگ (۱۳۸۲). لبخند انار. تهران: معین.

Althusser, L. (1969). *For Marx*. Translate by: Ben Brewster. London and New York: Verso.

Althusser. (1984). *Politics and Ethics: an Interview*. In P. Rabinow (Ed.). *The Foucault Reader*. Penguin, Harmondsworth.

- Althusser. (1991) *the Foucault Effect: Studies in Governmentality*. G. Burchell, C. Gordon , P. Miller(Ed). University of Chicago press.
- Althusser. (1969) *the Archaeology of Knowledge*. London: Routledge.
- Althusser. (1980) *Power/Knowledge: Selected Interviews & Other Writings 1972-1977*. (Ed) C. Gordon. New York: Pantheon.
- Althusser. (1982) *Afterword: the Subject and Power*. In H. Dreyfus, and P. Rabinow. *Michel Foucault: beyond Structuralism and Hermeneutics*, Brighton: Harvester Press. pp208-226.

دیالکتیک درونی/برونی هویت و تحلیل نشانه‌شناختی آن در چهارچوب نظام‌های معنایی اریک لاندوفسکی

کامران پاک‌نژاد راسخی^۱

دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشگاه هنر تهران

چکیده

ریچارد جنکینز در قالب چهارچوبی نظری که آن را «دیالکتیک درونی/برونی» می‌نامد معتقد است که هویت، حاصل یک کنش متقابل دیالکتیکی است بین تعریف «خود» یا همان خودانگاره (درونی) با تعاریفی که «دیگری» از ما ارائه می‌کند (برونی). بنابراین، بحران هویت زمانی رخ می‌دهد که تعارض میان تعریف درونی با برونی به حدی است که امکان هرگونه ترکیب، توافق، غلبه و یا سنتزی بسیار سخت شود و در عین حال شکل‌گیری هویتی پایدار وابسته به سنتز موفقیت‌آمیز این فرآیند دیالکتیک است. از سویی دیگر، در مدل نشانه‌شناختی لاندوفسکی چهار رویکرد در برهم‌کنش بین سوژه با ابژه (من با دیگری یا جهان) طرح شده و نسبت هر کدام با فرآیندهای تولید معنا تحلیل شده است؛ این نظام‌های معنایی عبارتند از «برنامه‌مداریت»، «مجاب‌سازی»، «تطبیق» و «تصادف» که هر یک توصیف‌کننده نوع متفاوتی از برهم‌کنش سوژه (من) و ابژه (دیگری) بوده و بر اساس ویژگی‌های هر یک می‌توان مفهوم هویت در چهارچوب نظری جنکینز را نیز در فرآیندهای معناآفرینی آن‌ها تحلیل نمود. بر این اساس می‌توان نشان داد که چگونه کنش متقابل خودانگاره «سوژه» (درونی) با انگاره «دیگری» (برونی) از او در سه رویکرد برنامه‌مدار، مجاب‌ساز و تصادف، منجر به شکل‌گیری هویتی متزلزل و مجازی شده و فضای معنایی بوجود آمده را می‌توان در قالب «بحران هویت» تفسیر کرد ولی چنین کنش متقابلی با رویکرد نظام معنایی «تطبیق» به‌واسطه ماهیت برهم‌کنش سوژه با دیگری منجر به شکل‌گیری هویتی پویا خواهد شد.

کلیدواژه‌ها: هویت، دیالکتیک‌رونی/برونی، سمیولوژی، سمیوتیک، نظام‌های معنایی.

¹ Kamran.paknejad.r@gmail.com

مقدمه

هویت چیست؟ و چه معنایی دارد؟ قدم نخست در پاسخ به این پرسش مراجعه به فرهنگ‌نامه‌های معتبر است. یکی از معانی که در فرهنگ‌نامه آکسفورد برای آن به کار رفته است همانندی نزدیک یا خویشاوندی است؛ همچنین این فرهنگ‌نامه ریشه لغوی Identity را از ریشه ای لاتین به نام Identitas دانسته که از واژه Idem به معنی «شبیبه» مشتق شده است؛ هر گاه واژه شباهت مطرح می‌شود در چهارچوب دوگانه‌های متقابل معنایی نام قطب مخالف آن یعنی تفاوت نیز تداعی خواهد شد. بنابراین ما در مواجهه معنایی با این واژه دارای دو مفهوم بنیادی سر و کار خواهیم داشت، «تشابه» و «تمایز»، در نتیجه مفهوم هویت از دو نظرگاه به چستی یا کیستی چیزها می‌پردازد، یکی بر اساس شباهت‌های میان آنها و دیگری بر اساس تفاوت‌های بین آنها؛ همانطور که در کتاب هویت اجتماعی به نقل از زیمل آمده است: «ارج و قرب عملی انسان‌ها برای یکدیگر... به واسطه شباهت‌ها و تفاوت‌های میان آنها تعیین می‌گردد... در واقع تاریخ فرهنگی نوع بشر را می‌توان به منزله تاریخ مخاصمه‌ها و کوشش‌های مسالمت‌جویانه میان این دو مفهوم دانست». گرچه هویت چیزها در نظام‌های فکری مختلف اعم از سنتی یا مدرن معیارهای سنجش مختلف و متنوعی دارد (حجت، ۱۳۸۴: ۵۷) ولی شباهت‌های میان فرد، افراد یا گروه‌ها با یکدیگر و همچنین نشانه‌هایی که سبب تمایز آنها از یکدیگر است که باعث می‌شود هویت در عین ثباتی وابسته به نظام فکری مسلط بر جامعه دارای مفهومی پویا و دگرگون شونده نیز باشد، بنابراین هویت و به طور خاص هویت اجتماعی دارای معنایی ذاتی نبوده و محصول توافق و یا عدم توافق بر سر آن شباهت‌ها و تمایزات است که خود ذاتا امری است زمان‌مند و مکان‌مند و به همین دلیل است که برخی هویت‌ها تداوم دارند. همینطور فرآیندهای پویایی و دگرگونی هویت فردی و هویت اجتماعی کاملاً همانند بوده و هر دو ذاتی اجتماعی دارند از این جهت در این متن نیز به مانند رویکرد ریچارد جنکینز^۲ در کتاب هویت اجتماعی مراد از واژه هویت همان هویت اجتماعی خواهد بود که البته بیشتر از هویت فردی که بر تمایزها متکی است بر شباهت‌ها تأکید دارد.

1

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/identity>

2 Richard Jenkins

همچنانکه در ادامه به آن خواهیم پرداخت جنکینز هویت را حاصل برهم‌کنش نیروهای فردی و جمعی دانسته و آنرا فرآیندی در همواره در حال «شدن» می‌داند (جنکینز، ترجمه، ۱۳۹۱: ۶). از سویی دیگر در نشانه‌شناسی با رویکرد پدیدارشناختی نیز معنا فرآیندی همواره در حال شدن است و اریک لاندوفسکی با طرح نظام‌های معنایی خود حالاتی متفاوت از برهم‌کنش‌های فرد با دیگری را تشریح می‌کند که فرجام معنایی متفاوتی را رقم می‌زنند. هدف ما در این مقاله مطالعه ای تطبیقی میان الگوی نظری جنکینز و نظام‌های معنایی لاندوفسکی در ارتباط با کنش متقابل من و دیگری است تا به کمک آن بتوان ساز و کار فرآیندهای هویت‌ساز را نیز همانند فرآیندهای معنا‌ساز در برهم‌کنش‌های متفاوت میان من و دیگری تحلیل کرده و نشان داد که پویایی فرآیندهای هویت نیز همانند فرآیندهای معنا‌ساز بوده و بحران هویت نیز همانند بحران‌های معنایی در قالب ترکیبی از این دو نظریه قابل تحلیل است. با این هدف ابتدا به بررسی الگوی نظری جنکینز پرداخته، سپس با مروری بر مفهوم نشانه‌شناسی با رویکرد پدیدارشناختی به تشریح نظام‌های معنایی لاندوفسکی می‌پردازیم و در ادامه به تحلیل جایگاه هویت در قالب نظام‌های معنایی خواهیم پرداخت. روش پژوهش ما در این مقاله از نوع توصیفی-تحلیلی است.

دیالکتیک درونی/برونی شناسایی

ریچارد جنکینز در کتاب هویت اجتماعی چهارچوب نظری درباره هویت (فردی و اجتماعی) معرفی کرده است که مبنای نظری مناسبی در بحث پیرامون هویت است. جنکینز این چهارچوب نظری را «دیالکتیک درونی/برونی شناسایی» می‌نامد که در واقع هویت را حاصل یک کنش متقابل دیالکتیکی بین تعریف خود از هویت یا همان خودانگاره (درونی) با تعاریفی که دیگران درباره ما می‌اندیشند (برونی)، می‌داند. (همان، ۳۵) در حقیقت هر تعریفی که از خویش خویش به‌مثابه یک هویت فردی یا عامل شناسایی داریم حاصل فرآیندی دیالکتیکی از تعاریف درونی و برونی است. به نظر می‌رسد این حقیقت را می‌توان به دامنه هویت اجتماعی، گروه‌ها، اقوام و نژادها و ... تعمیم داد.

از دیگر نتایج پذیرش این نظریه این است که در واقع آنچه دیگران درباره ما نیز به همان اندازه مهم است که خودمان درباره خود فکر می‌کنیم و این دو کاملاً به هم مرتبطند به این معنا که آنچه خویش را می‌پنداریم باید توسط دیگران نیز تأیید شود تا هویتی پایدار از ما ساخته شود، حال این دیگران می‌توانند نهادهایی سازمان یافته مانند گروه‌ها، اقوام، اصناف و یا حتی سازمان‌های

وابسته به ساختار قدرت باشند یا خانواده و حلقه دوستان و آشنایان و ... که به نوعی مرجعیت بخش به هویت ما خواهند بود؛ در این حالت جنکینز این برچسب اختصاص یافته از جانب نهاد قدرت را درونی کردن می‌نامد که البته می‌تواند به جای درونی کردن در شرایطی منجر به نوعی مقاومت در برابر آن نیز بشود (همان، ۳۹). بنابراین حصول توافق بین امر درونی با برونی در تثبیت یک هویت شکل گرفته شرطی لازم است گرچه نافی ذات تغییرپذیر هویت نیست.

از آنجا که مفهوم هویت و به‌طور خاص هویت اجتماعی دارای معنایی ذاتی نبوده و وابسته به حصول سنتزی مورد توافق در فرآیند دیالکتیک بین امر درونی (تز) و امر برونی (آنتی تز) است می‌توان نتیجه گرفت که در مفهوم «بحران هویت» نیز یک فرآیند دیالکتیکی درونی و بیرونی وجود دارد، بدین معنا که عدم حصول توافقی هر چند مرزی درباره آنچه که فرد از خویش ارائه می‌دهد با آنچه دیگران از جایگاه و تعریف شخصی وی به رسمیت می‌شناسند می‌تواند باعث گسستی هویتی شده و انزوای فردی را به همراه داشته باشد. در اینجا شایان ذکر است دیگرانی که نقش گروه‌های مرجع هویت‌ساز را بازی می‌کنند، می‌توانند رسمی یا غیررسمی باشند؛ رسمی مانند نهادهای آموزشی و فرهنگی دولتی و غیررسمی مانند خانواده یا شبکه دوستان و اطرفیان، هر چه انتظارات و استانداردهای اجتماعی و فرهنگی نهادهای رسمی و غیررسمی به یکدیگر نزدیک تر باشد قدرت تأثیرگذاری امر برونی افزایش خواهد یافت ولی در نهایت مهم فرآیند رسیدن به یک توافق بر سر امر درونی و برونی است. در نتیجه اگر تعریف درونی با تعریف برونی آنقدر از هم دور باشند که حصول توافق امکان‌پذیر نباشد آنگاه می‌توان شاهد شکل‌گیری بحران هویت بود.

نشانه‌شناسی با رویکرد پدیدارشناختی

در دهه‌های گذشته نشانه‌شناسی کلاسیک با رویکردی عمدتاً ساختگرا در جستجوی کشف معانی رمزگذاری شده در لایه‌های سطوح بیانی متون بود، معنایی که از پیش، موجود فرض شده و فقط باید کشف شود، این نگاه پوزیتیویستی به معنا ریشه در رویکردهایی ساختگرایانه داشت.

به‌طور کلی ساختگرایی^۱ به روشی گفته می‌شود که در آن هر جز یا عنصر در ارتباط با مناسب با یک کل بررسی شود. این رویکرد نخست توسط فرمالیست‌ها به کار گرفته شد و حتی ابداع نام ساختگرایی نیز به مکتب پراگ نسبت داده می‌شود. ساختگرایی برای فرمالیست‌ها

^۱ Structuralism

شیوه‌ای برای روشن کردن رابطه مورفیم‌های (تکواژه‌های) درون جمله با طرح کلی زبان یا همان لانگ^۱ است، فردینان سوسور^۲ زبان‌شناس سوئیسی بر این عقیده بود که باید هر عنصر زبانی را در ارتباط با مجموعه عناصری که خود بخشی از آن است، بررسی کرد و این خود اساس روش ساختگرایی است. در نشانه‌شناسی سوسوری عناصر زبانی فقط در حالتی که به‌عنوان جزئی از یک نظام زبانی در نظر گرفته شوند، دارای معنا خواهند بود و در نتیجه هیچ گونه معنایی برای واژگان در پس ارتباط میان نشانه‌ها و اشیا وجود ندارد؛ (سجودی، ۱۳۹۳) نشانه‌شناسی چون گرماس^۳ نیز در دوره نخست فکری خود در کتاب معناشناسی ساختاری تنها به دنبال آشکار کردن مکانیسم تولید و زایش معنا در درون نظام و سیستم زبانی بود؛ (معین، ۱۳۹۴، ص ۴۱) و اصولاً نشانه‌شناسی کلاسیک با تجزیه و تحلیل سطح بیانی و سطح محتوایی به دنبال مطالعه معنا از دال و مدلول به بعد بود، (همان، ص ۲۴) این در حالی است که نشانه‌شناسی نوین (سمیوتیک^۴) با رویکردی پدیدارشناختی به فرآیند تولید معنا به شکلی بنیادی تر توجه می‌کند و این توجه بنیادی ریشه در پدیدارشناسی ادراک مرلوپوتتی دارد. به قول او «کودک قبل از اینکه بیاندیشد ادراک می‌کند». (همان)

چندلر^۵ نیز نشانه‌شناسی را مطالعه نشانه‌ها به‌عنوان بخشی از نظام‌های نشانه‌ای می‌داند و معتقد است که نشانه‌شناسی معاصر به دنبال درک چگونگی ساخت و بازنمایی معانی است (چندلر، ۲۰۰۷). اساساً قبل از پیدایش هر دال و مدلولی، سوژه‌ای وجود داشته است، سوژه‌ای دارای تن، دارای ادراک و حس، گویی نشانه‌شناسی کلاسیک - سمیولوژی^۶ - فراموش می‌کند که هر فرآیند دلالتی قبل از هر چیز زاینده سوژه‌ای تن دار است، پس چگونه می‌توان نقش این تن - سوژه‌ی حسگر و ادراک‌کننده را در فرآیند تولید معنا نادیده پنداشت و به قول گرماس ساختاری مدعی شد: «خارج از متن، هیچ رستگاری وجود ندارد» (همان، ص ۲۵)، البته گرماس با تغییر و تحول در دیدگاه خود در کتاب در باب نقصان معنا از رویکرد ساختگرایی خود فاصله گرفته و با رویکردی پدیدارشناختی به معرفی مفهوم جریان ادراکی - حسی در نشانه‌شناسی می‌پردازد (همان، ص ۲۶)، به این ترتیب با در نظر گرفتن برهم‌کنشی متفاوت از سوی سوژه‌ای تن دار با دیگری یا جهان (ابژه) و شکل‌گیری معنایی ادراک شده در طی فرآیندی برآمده از یک کنش متقابل دیالکتیکی دست کم دو سوویه، شاهد دامنه گسترده‌ای از زایش معانی خواهیم بود که

¹ Langue

² Ferdinand de Saussure

³ Greimas

⁴ Semiotic

⁵ Chandler

⁶ Semiology

پیش از آن نشانه‌شناسی (سمیولوژی) را راهی به ساحت آن نبود؛ این برهم‌کنش متفاوت سوژه جهان را اریک لاندوفسکی^۱ با طرح مفهوم تطبیق^۲ که به توضیح آن در ادامه خواهیم رسید به زیبایی شرح داده است. در این نقطه است که مانند فلسفه ذن، «لحظه‌ای زبان باز می‌ایستد» و در این باز ایستادن چرخه زبان یا به قول بارت «در این حالت نا-زبان نوعی آزادی تجربه می‌شود» (بارت^۳، ۱۳۹۲، ص ۱۱۰) که البته منظور بارت آزادی از قید معانی از پیش ساخته شده، از پیش معلوم و تکراری و بطور کل از قید نشانه‌ها است.

چهار نظام معنایی لاندوفسکی

در این مدل چهار رویکرد در برهم‌کنش بین سوژه با ابژه (دیگری یا جهان) طرح شده و نسبت فرآیندهای هر کدام با روند تولید معنا و همچنین روابط بازگشتی هر یک با نظام دیگر تحلیل شده است؛ نخست نظام مبتنی بر کنش برنامه‌مدار است که در این کنش سوژه بر ابژه مسلط شده و با انگاره مالکیت، ابژه را در راستای اهداف خود تغییر می‌دهد، این تغییر همراه با نوعی برنامه‌ریزی و برنامه‌مداری ابژه توسط سوژه است تا بواسطه آن در طی روندی منظم ابژه همانند ماشینی برنامه‌ریزی شده به شرح وظایف از پیش تعیین شده پردازد، این نوع رویکرد نوعی روابط مکانیکی و ریاتیکی بین سوژه و ابژه پدید می‌آورد که بواسطه آن نه تنها رفتار ابژه قابل پیش‌بینی خواهد بود بلکه سوژه نوعی امنیت ناب را در خصوص نتایج این نوع برهم‌کنش تجربه می‌کند، نتایجی که بیشترین همخوانی را با اهداف از پیش تعیین شده وی خواهد داشت. این کنش در سطح اجتماعی بدل به وضع قوانینی سخت و غیر قابل انعطاف یا به تعبیر لاندوفسکی «الزاماتی اجتماعی در ارتباطات بین انسانی» می‌شود. (معین، ۱۳۹۶، ص ۲۴)

دومین حالت نظام مبتنی بر کنش مجاب‌ساز است که در این نظام سوژه، دیگری را نه به‌عنوان ابژه بلکه سوژه‌ای دارای انگیزه‌های درونی می‌پندارد، از این‌رو، برای رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده خود لازم است ابتدا دیگری را شناخته تا بتواند با ترندهایی وی را مجاب به رفتار یا اقدام در جهت منافع خود سازد، همانطور که لاندوفسکی می‌نویسد: «... مجاب‌سازی یعنی تا اندازه‌ای دخالت در زندگی درونی دیگری یعنی به دنبال این باشیم تا انگیزه‌های سوژه دیگر را برای کنش در راستای هدفی مشخص فعال کنیم»، (معین، ۱۳۹۴، ص ۱۰۸) نکته مهم در این کنش این است که روش‌های مجاب‌سازی به شکلی آگاهانه و پویا انتخاب می‌شوند گرچه به طور

^۱ Eric Landowski

^۲ Adjustment

^۳ Roland Barthes

طبیعی می‌توانند همراه با خطا نیز باشند، همچنین اگر دیگری، غیر جاندار باشد - همچون طبیعت - روش‌های بهره‌کشی از آن نیز نسبت به روش برنامه‌مدار شکلی هوشمندانه‌تر و پویاتر خواهد داشت؛ در این کنش با توجه به میدان عمل حساب شده‌ای که از طرف سوژه به دیگری داده می‌شود رفتار دیگری به مانند حالت برنامه‌مدار قابل پیش‌بینی نبوده و سوژه در راستای رسیدن به اهداف خود درصد کمی از خطر و ریسک را تجربه خواهد کرد.

سومین حالت نظام مبتنی بر تطبیق است که در این نظام برهم‌کنش میان سوژه و ابژه حالتی ویژه دارد، به این ترتیب که سوژه دیگری یا جهان را نیز به مانند شیوه‌مجاب‌سازی، سوژه فرض کرده با این تفاوت بنیادی که این بار نه برای هدفی از پیش تعیین شده و یک سویه بلکه برای برهم‌کنشی حسی با دیگری در شرایطی برابر، شرایطی که در آن سوژه خود را نه تنها مالک دیگری فرض نمی‌کند بلکه خود را با دیگری دارای ارزشی یکسان می‌بیند و دو طرف کنش با هم را تجربه می‌کنند، کنشی که متکی بر توانایی حس کردن است توانایی که می‌توان آن را توانش ادراکی - حسی نامید. بنابراین به شکل اجتناب‌ناپذیری در این برهم‌کنش مسئله معنا به مثابه حضور مطرح می‌شود که خود سبب شکل‌گیری نظام معنایی دیگری می‌شود که بر پایه و بنیاد هم‌حضور حسی، بلافصل و بی‌واسطه‌ی کنشگرها بنا شده است، کنشگرهایی تن‌دار، در رودررویی با یکدیگر و با وجوه متفاوت غیریت در جهان. (معین، ۱۳۹۲، ص ۱۲۷) بدیهی است برای آنکه جریان ادراکی - حسی میان سوژه‌ای تن‌دار با دیگری برقرار شود می‌بایست دیگری را نیز تن - سوژه به حساب آورد، تن - سوژه‌ای دارای توانایی حس کردن، در اینجا است که نتایج این برهم‌کنش حسی دوسویه غیر قابل پیش‌بینی خواهد بود که در آن فضا، نوعی ناامنی و خطر تجربه خواهد شد.

فرآیند تطبیق تجربه نوعی بیداری آنی و لحظه‌ای است، مانند آن هنگام که سر در گریبان زندگی تکراری و کسالت بار روزمره به ناگاه چشم‌ها به افق زیبا و سحرانگیز غروب خورشید دوخته می‌شود که فقط برای لحظاتی از میان ابرها در افق نمایان می‌شود و در آن لحظه است که یکی شدن و تطبیق، با شکوه و شگفتی دیگری را تجربه می‌کنیم، تجربه‌ای که به قول بارت همانند مفهوم ساتوری در ذن تجربه «بیداری در برابر واقعیت» است؛ (بارت، ۱۳۹۲، ص ۱۱۴) البته سوژه می‌تواند خود را برای تجربیاتی این چنین آماده‌تر سازد و حساسیت خود را برای شکار لحظاتی این چنین بالاتر برد.

بنابراین، سمیوتیک می‌تواند تن را نه مانند سمبولوژی، یک نشانه یا متن، بلکه به‌عنوان یک «ساحت گفتمانی» تولید معنا بنگرد، (معین، ۱۳۹۴، ص ۹۷)، دامنه‌ای از معانی نامکشف که تنها از طریق یک کنش متقابل دیالکتیکی دوسویه - تطبیق - میان یک سوژه و ابژه‌ای که در مقام سوژه‌ای تن‌دار قرار می‌گیرد، آشکار می‌شوند. تطبیق همچنین می‌تواند در طی فرآیندی در زمانی نیز رخ دهد همانند بداهه‌نوازی دو نوازنده که در طول زمان با تمرین مداوم به درجه‌ای از هم‌حسی و درک متقابل رسیده‌اند که این امکان را برایشان میسر می‌سازد و یا هماهنگی میان سوارکار با اسبش که سوای مهارت سوارکاری و یا تیمارداری مناسب اسب، می‌تواند ناشی از تطابقی حسی و ادراکی شکل گرفته در طول زمان، میان دو سوژه‌ی تن‌دار باشد.

چهارمین حالت نظام مبتنی بر تضاد است که فضای حاکم بر این نظام، هرج و مرج است؛ رابطه سوژه با دیگری یا جهان از نوع واکنش است نه برهم‌کنش، در برهم‌کنش، سوژه دارای نوعی میل یا اراده در برقراری رابطه‌ای دوسویه است، رابطه‌ای که ممکن است برنامه‌مدار بوده و یا با مجاب‌سازی دیگری به اهداف خود نزدیک شود و یا حتی بدون هدف از پیش تعیین شده‌ای تنها بر اساس داشتن انگیزه‌ای برای برهم‌کنشی پویا به تطابقی تدریجی با دیگری بیانجامد، اما در نظام تضاد، تنها با واکنش سوژه به محرک‌های بیرونی (دیگری یا جهان) مواجهیم؛ زیرا سوژه در برخورد با جهان دارای هیچ انگیزه و برنامه و یا هدف خاصی نبوده و خصوصیات این برخورد را تنها مکانیسم شانس و تضاد تعیین می‌کنند. بنابراین رفتار سوژه تنها بر اصل اقبال و شانس متکی است، این سوژه بیشتر علاقه مند به تجربه‌های تضادفی است مانند شرکت در قرعه‌کشی بلیط‌های بخت آزمایی. (معین، ۱۳۹۴، ص ۱۳۵)

این‌گونه است که می‌توان گفت سوژه در نظام تضاد، تنها در جهان پرسه می‌زند؛ اگر مواجهه ناگهانی با شکوه و عظمت ابژه‌ای که به ناگاه در لابلای زندگی کسالت بار روزمره از میان ابرها نمایان می‌شود، برای لحظه‌ای جرقه‌ای از معنا را برای سوژه‌ای که دارای توانش حسی است ایجاد می‌کند، برای سوژه منفعل نظام تضاد تنها با بی‌تفاوتی همراه خواهد بود، چون اساساً برهم‌کنشی دوسویه برقرار نمی‌شود ولو برای لحظه‌ای، بنابراین در نظام مبتنی بر تضاد بر اساس توصیفی که از خصوصیات آن داشتیم، اساساً برهم‌کنش معناسازی شکل نخواهد گرفت. در اینجا پیش‌بینی ناپذیری امور از جنس خطر ناب است، خطری که در دل هرج و مرج نهفته است و «به نوعی ما را در پوچی فرو خواهد برد.» (همان)

فرآیندهای هویت‌ساز در نظام‌های معنایی لاندوفسکی

همانطور که اشاره شد در دیدگاه جنکینز هویت توافقی مرزی است میان امر درونی و امر برونی که حاصل برهم‌کنش دیالکتیکی من با دیگری است. از سویی دیگر با توجه به آنچه در تشریح نظام‌های معنا ساز لاندوفسکی در ارتباط کنش متقابل سوژه (من) با ابژه (دیگری) بیان شد به خوبی می‌توان دیالکتیک درونی/برونی شناسایی را در قالب هر کدام از این نظام‌های معنایی نیز تحلیل نمود. در کنش برنامه‌مدار شاهد تسلط مستقیم، هژمونیک و توأم با اعمال قدرت در رابطه «دیگری» (مانند نهاد قدرت) بر «من» هستیم، رابطه‌ای منظم بر مبنای شکل‌دهی الزاماتی اجتماعی برای من توسط دیگری. این الزامات اجتماعی مجموعه عادات جمعی را نهادینه می‌کند که به قول جنکینز شامل «شیوه بودن» و «شیوه انجام دادن کارها» است (جنکینز، ترجمه، ۱۳۹۱: ۲۲۳) که در نهایت این فرآیند واگذاری نقش‌ها منجر به شکل‌گیری هویتی نهادینه می‌شود؛ اما از آنجایی که «من» ماهیتاً دارای توانش ادراکی-حسی است بنا به نظر فونتانی «... هیچ کنشگر انسانی نمی‌تواند این چنین برنامه‌مدار شود... هر لحظه خطر این وجود دارد که از کنترل و برنامه از پیش معلوم شده بگریزد و الزامات و نیازهای خود را تحمیل کند...» (معین، ۱۳۹۶، ص ۲۴). بنابراین، واضح است که این فرآیند هژمونیک تفویض نقش‌ها از طریق اعمال قدرت در کنش برنامه‌مدار هویت را نیز در شکل کمینۀ خود شکل داده و آن را محدود به برنامه و اهداف سازمانی از پیش تعیین شده می‌کند ولی همانطور که در این نظام معنایی شاهد «معنازدایی» هستیم (معین، ۱۳۹۴: ۱۴۰)، هویت شکل گرفته نیز همواره در خطر واکنش «من» بوده و موقعیتی متزلزل خواهد داشت، به خصوص آنکه بر اساس ماهیت ارتباط میان من با دیگری در کنش برنامه‌مدار مشاهده می‌شود که فاصله خودانگاره با انگارۀ تفویض شده توسط دیگری آتقدر زیاد است که امکان حصول توافق مرزی در فرآیندی دیالکتیکی میسر نبوده و نقش‌ها صرفاً تبدیل به عاداتی تحمیل شده بوده و در نتیجه بر اساس تعریفی که پیش‌تر بیان شد ما با شکل‌گیری نوعی «بحران هویت» در کنش برنامه‌مدار مواجه خواهیم بود.

در دومین نظام معنایی یعنی کنش مبتنی بر مجاب‌سازی دیگری من را به‌عنوان سوژه ای دارای توانش ادراکی-حسی به رسمیت شناخته و کنش‌های من را نتیجه انگیزش‌های درونی می‌داند بنابراین سعی می‌کند تا با شناخت مناسبی از سوژه مورد نظر و استفاده از یکی یا ترکیبی

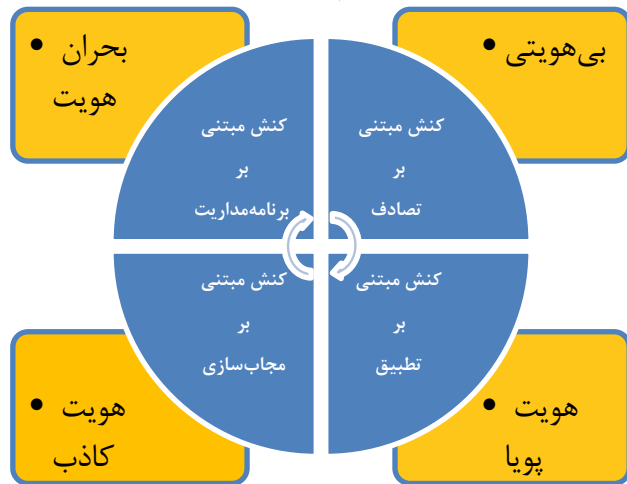
از چهار استراتژی معرفی شده توسط ژوزف کورتز (معین، ۱۳۹۶: ۲۵) یعنی وسوسه، تهدید، اغواگری و تحریک سوژه را در راستای اهداف خود مجاب به کنش نماید؛ در واقع همانطور که لاندوفسکی اشاره می‌کند («... منظور این است که بتواند او را بهتر مجاب کند و با تأثیر بر انگیزه‌ها و منطق او، و شاید هم پنهان‌ترین آنها، سیطره کاملتری بر او داشته باشد») (همان، ۲۹). اما چگونه من توسط دیگری مجاب به پذیرش هویتی جدید در راستای اهداف دیگری می‌شود؟ جنکینز معتقد است مناسب گذار هویتی از خلال سه مرحله جدایی، در آستانه قرار گرفتن و ادغام هویدا می‌شود (جنکینز، ترجمه، ۱۳۹۱: ۲۴۱) بدین مفهوم که در فرآیند دگرگونش هویت ابتدا من مجاب شده توسط دیگری از انگاره درونی خود جدا شده، انگاره جدید را پذیرفته و با ادغام با آن هویت جدید ترویج شده از بیرون را درونی می‌نماید. همانطور که مشاهده می‌شود در چهارچوب دیالکتیک درونی/برونی فرآیند شناسایی به شکلی دوسویه و توافقی میان امر دورنی و امر برونی شکل گرفته است، بنابراین هویت شکل گرفته در کنش مجاب‌سازی نسبت به کنش برنامه‌مدار از ثبات بیشتری برخوردار است اما توجه به یک نکته ضروری است و آن نیت نظام معنایی مبتنی بر مجاب‌سازی است؛ در این نظام مجاب کردن سوژه به پذیرش الزامات و نقش‌های اجتماعی گرچه با توافق و جلب انگیزش‌های درونی وی رخ می‌دهد ولی در حقیقت ساز و کار توافق با هدف از پیش تعیین شده، سلطه و سیطره بر سوژه طراحی شده است، بنابراین می‌توان گفت گرچه با حصول توافقی دوسویه با بروز بحران هویت مواجه نیستیم ولی هویت شکل گرفته در این نظام معنایی نه هویتی اصیل بلکه نوعی هویت از پیش طراحی شده و کاذب خواهد بود. اشاره به این نکته نیز لازم است که در کنش مجاب‌سازی با توجه به آزادی عمل ظاهری سوژه در انتخاب و چانه‌زنی با امر برونی همیشه جزییات فرآیند مطابق اهداف اولیه پیش نمی‌رود ولی نهایتاً وجود کمیته ای از آزادی در کنش سوژه باعث حصول سنتزی هویت‌ساز - اگرچه کاذب - خواهد شد.

در نظام معنایی تطبیق شاهد بودیم که برهم‌کنش من با دیگری بر اساس شرایطی برابر و بر خلاف دو نظام پیشین بدون برنامه و هدفی برای سیطره و تسلط یکی از دو سوی رابطه شکل گرفته و فرآیندهای معنا‌ساز متکی بر جریان دوسویه ادراکی - حسی دامنه‌دیعی از معانی مبتنی بر سرایت حسی را خلق می‌کنند (معین، ۱۳۹۴: ۱۴۰). از سویی با توجه به ساز و کار هویت‌سازی در دیالکتیک امر درونی و برونی و فرآیند چانه‌زنی هویت‌ها در مرز میان خودانگاره (من) و انگاره دیگری شاهد هستیم که در کنش مبتنی بر تطبیق چانه‌زنی تبدیل به کنش با هم، تجربه حسی

دوسویه بدون برنامه‌ریزی و نیت مندی و مصداق بارزهایی دو سوژه دارای توانش ادراکی-حسی می‌شود؛ در اینجا دیگر مانند کنش برنامه‌مدار هویتی تزریقی بر اساس تفویض نقش‌ها و الزامات اجتماعی به «من» مسخ شده از سوی دیگری تحمیل نمی‌شود، همچنین برخلاف کنش مجاب‌ساز «من» توسط دیگری اغوا و فریفته نیز نمی‌شود و در پوشش نقش‌ها و برجسب‌هایی به ظاهر انتخابی هویتی کاذب به من القاء نشده است؛ اساساً در کنش تطبیق چانه‌زنی در کار نیست، تجربه‌ای است پویا و دگرگون‌شونده ولی اصیل، بدیهی است که توافق مرزی میان امر درونی و برونی در این نظام معنایی توافقی سیال ولی همواره مبتنی بر توافقی آزاد و رهاست و بنابراین، گرچه هویت شکل گرفته در کنش مبتنی بر تطبیق نسبت به دو نظام پیشین از ثبات کمتری برخوردار است ولی اصیل‌ترین و با ارزش‌ترین نوع هویت است. هویتی بر اساس تجربه حسی دیگری توسط من و تجربه حسی من توسط دیگری.

در نظام مبتنی بر تصادف همانطور که شرح داده شد مواجهه من با دیگری بدون انگیزش درونی و صرفاً بر اساس شانس و تصادف صورت می‌پذیرد؛ در واقع در این نظام ما نه با کنش من بلکه با واکنش من نسبت به رویارویی بدون برنامه و ناگهانی با دیگری مواجه هستیم، مواجهه‌ای که فرجام معنایی آن «بی‌معنایی» است. (همان) بنابراین بر طبق اصل دیالکتیک درونی/برونی هیچ‌گونه کنش متقابل دو سوژه نه از نوع برنامه‌مدار و نه نیت‌مند و نه بر اساس جریان ادراکی-حسی رخ نداده و اساساً شاهد هیچ نوع فرآیند هویت‌سازی نیستیم. ارتباط هر یک از نظام‌های معنایی با نتیجه فرآیند هویت‌سازی در قالب دیالکتیک درونی/برونی در شکل صفحه بعد قابل مشاهده است. (شکل ۱)

شکل ۱. ارتباط نظام‌های معنایی با نتیجه فرآیند هویت‌سازی



نتیجه‌گیری

همانطور که تشریح شد چهارچوب نظری مناسبی در بحث هویت توسط ریچارد جنکینز در کتاب هویت اجتماعی طرح شده است؛ جنکینز این چهارچوب نظری را «دیالکتیک درونی/برونی‌شناسایی» می‌نامد که در واقع هویت را حاصل یک کنش متقابل دیالکتیکی بین تعریف خود از هویت یا همان خودانگاره (درونی) با تعاریفی که دیگران درباره ما می‌اندیشند (برونی)، می‌داند. از این نظرگاه می‌توان نتیجه گرفت که در مفهوم «بحران هویت» نیز یک فرآیند دیالکتیکی درونی و بیرونی وجود دارد، بدین معنا که عدم حصول توافقی هر چند مرزی درباره آنچه که فرد از خویش ارائه می‌دهد با آنچه دیگران از جایگاه و تعریف شخصی وی به رسمیت می‌شناسند می‌تواند باعث گسستی هویتی شده و انزوای فردی را به همراه داشته باشد. از سویی دیگر با تشریح تفاوت سمیوتیک با سمبولوژی و آشنایی با فرآیندهای معنا ساز در برهم‌کنش‌های دو سویه میان سوژه و ابژه در چهارچوب نشانه‌شناسی با رویکرد پدیدارشناختی مشاهده شد که برهم‌کنش دیالکتیک هویت‌ساز میان «من» و «دیگری» یا همان امر درونی با برونی در قالب چهار نظام معنایی اریک لاندوفسکی نیز مشابه با فرآیندهای معنا ساز بر اساس نوع کنش میان سوژه و ابژه به‌خوبی قابل تحلیل بوده و بر اساس تحلیلی که در متن تشریح شد

وضعیت و فرجام فرآیند شکل‌گیری هویت در کنش مبتنی بر برنامه‌مداریت را می‌توان بر اساس رابطه هژمونیک و برنامه‌ریزی شده دیگری با من با توجه به تعاریف ارائه شده، «بحران هویت» تفسیر کرده و در کنش مبتنی بر مجاب‌سازی نیز با وجود به رسمیت شناختن خودانگاره من به‌مثابه سوژه ای دارای توانش ادراکی حسی توسط دیگری با هدف سیطره و تسلط بر من با شکل‌گیری «هویت کاذب» مواجه هستیم؛ در کنش مبتنی بر تصادف همانگونه که با بی‌معنایی محض روبه‌رو هستیم فرجام فرآیندهای هویت‌ساز نیز شکل‌گیری نوعی بی‌هویتی یا «خلع هویت» خواهد بود اما در کنش مبتنی بر نظام معنایی تطبیق با توجه به ویژگی‌های خاص کنش دوسویه ادراکی-حسی میان من و دیگری و کنش با هم دو سوژه تن‌دار بی‌هیچ هدفی برای تسلط بر دیگری، شاهد شکل‌گیری «هویتی اصیل و پویا» خواهیم بود، که تشریح شکل‌گیری این چهار وضعیت هویتی در متن مقاله ارائه شده است.

فهرست منابع

- بارت، رولان. (۱۳۹۲). امپراتوری نشانه‌ها. ترجمه ناصر فکوهی. تهران: نی.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۹۱). هویت اجتماعی. ترجمه تورج یاراحمدی. تهران: پردیس دانش.
- سجودی، فرزانه. (۱۳۹۳). نشانه‌شناسی کاربردی. تهران: نشر علم.
- معین، مرتضی بابک. (۱۳۹۴). معنا به‌مثابه تجربه زیسته. تهران: سخن.
- معین، مرتضی بابک. (۱۳۹۶). ابعاد گم‌شده معنا در نشانه‌شناسی روایی کلاسیک: نظام معنایی تطبیق یا رقص در تعامل. تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- معین، مرتضی بابک. (۱۳۹۲). «تبیین خلق زبان شاعرانه با استفاده از نظام تطبیق و لغزش‌های مهار شده اریک لاندوفسکی»، فصل‌نامه مطالعات زبان و ترجمه، ش ۴، صص ۱۲۱-۱۳۴.

Chandler D. (2007). *The Basics Semiotics*. (Second Edition). Routledge.

<https://en.oxforddictionaries.com/definition/identity>.

نشانه‌شناسی هویت ملی در طراحی جلد کتاب؛ توجه به نقش مایه‌های هنر دوران

قاجار در نمونه‌هایی از جلد کتاب‌های دهه ۱۳۸۰ و ۱۳۹۰ خورشیدی، به‌عنوان

نشانه‌های گفتمان هویت ملی

شادی تاکی^۱

چکیده

از ابتدای شکل‌گیری طراحی گرافیک ایران به مفهوم امروزی‌اش، «هویت‌بخشی» به‌عنوان مسئله‌ای مهم، بر پایه بهره‌مندی از میراث تاریخ تصویری کشور، استوار شده است. ادعایی که با نگاهی گذرا به گرافیک مطبوعاتی نخستین روزنامه‌های ایران و در سال‌های پس از آن، طراحی نخستین نشانه‌ها (آرم) با استفاده از نقوش ایران باستان و به‌ویژه بازخورد این نقوش در پوسته‌های فرهنگی سال‌های قبل از انقلاب اسلامی، قابل درک است. با بروز تحولات تاریخی در کشور، بازنمود هویت ملی در قالب نقش‌مایه‌های گوناگون دوره‌های مختلف هنر ایران، همچنان در طراحی گرافیک ادامه یافت و وارد عرصه‌های دیگر این رشته شد. طراحی جلد کتاب به سبب ارتباط مستقیم با افراد جامعه و نیز در تعامل با محتوای نوشتاری کتاب‌ها، در بازتاب تصویر هویت ملی نقش مهمی برعهده دارد. پرسش این است که گذر از سال‌ها و رویارویی با گفتمان‌های مختلف، چه نقش‌مایه‌هایی را به‌عنوان دال‌های مفهوم «هویت ملی»، وارد طرح جلد کتاب‌های دهه ۸۰ و ۹۰ خورشیدی، کرده‌اند و گفتمانی که این مفهوم را شکل داده چگونه تعریف می‌شود؟ با بررسی نمونه‌هایی از کتاب‌های این دو دهه می‌توان این فرضیه را مطرح کرد که نقش‌مایه‌های بسیاری از فرهنگ بصری دوران قاجار در آنها به کار رفته است. این مقاله برای پاسخ به چرایی کاربرد نقش‌مایه‌ها از نشانه‌شناسی گفتمانی با تأکید بر مفهوم هویت، استفاده کرده و در پایان به این نتیجه دست یافته است که نقطه کانونی و دال مرکزی گفتمان دهه ۸۰ و ۹۰ را می‌توان مفهوم «سنت» در نظر گرفت و آن را «گفتمان سنت‌گرا» نامید. پس طراحانی که قصد دارند در طراحی‌شان به جلد کتاب‌ها، هویت ملی بخشند با کمک نقش‌مایه‌های هنر قاجار به‌عنوان دال‌های گفتمان سنت‌گرا، این هویت را تعیین می‌نمایند.

واژگان کلیدی: طرح جلد کتاب، هویت ملی، نشانه‌شناسی گفتمانی، هنر دوران قاجار.

مقدمه

طراحی جلد کتاب، به‌عنوان یکی از حوزه‌های طراحی گرافیک از ابتدای شکل‌گیری گرافیک معاصر ایران و توانایی بهره‌مندی از امکانات صنعت چاپ - مانند استفاده از رنگ و بازتاب کیفیت مناسب طرح‌ها - مورد توجه بوده است و شاید بتوان در میان دیگر حوزه‌های این رشته به‌ویژه در حیطه گرافیک فرهنگی^۱، آن را در پیوند نزدیک‌تری با مردم جامعه به شمار آورد. از سویی طرح جلد کتاب‌ها متونی هستند که بار معنایی دو نظام رمزگانی تصویر و نوشتار را به صورت لایه‌های هم‌نشین در کنار هم دارند و می‌توانند در خوانش این آثار مورد توجه باشند، زیرا که به طور یقین عنوان کتاب و در پس آن مضمون داخلش با نقش‌مایه‌های به کار رفته بر جلد کتاب مرتبط هستند. همچنین روند تاریخی طراحی جلد‌ها همچنانکه بازتابی است از سلیقه بصری هنرمند و مخاطب و چگونگی انتخاب نشانه‌ها و نقش‌مایه‌های مختلف در هر دوره، بدون شک این متون فرهنگی خود زائیده گفتمان‌ها و هویت‌های غالب در آن دوره هستند. این مقاله در راستای اثرگذاری و اثرپذیری طرح جلدکتاب‌ها بر جامعه و از جامعه در دوره‌های مختلف تاریخ معاصر ایران، به دنبال پاسخ به این پرسش است که به طور معمول گفتمان‌های مسلط بر جامعه ایران در صد بازتاب چه نوع هویتی هستند و این هویت با کدام پیشخوانه بصری و کاربرد نقوش، در طرح جلد کتاب‌ها شکل گرفته است؟ همچنین با نگاهی اجمالی به انبوه کتاب‌های منتشر شده در دو دهه ۸۰ و ۹۰ خورشیدی که می‌توان به آسانی آنها را در پیشخوان کتابفروشی‌ها دید؛ بسیاری از طراحان جلد این کتاب‌ها به‌ویژه در زمینه ادبیات و علوم انسانی و بیشتر کتاب‌های شعر، داستان و تاریخ، در آثار خود از عناصر بصری هنر دوران قاجار با نقش‌مایه‌های تزئینی، عامیانه و یا خوشنویسی (تایپوگرافی)، بهره جسته‌اند. پرسش این است که دلیل حجم گسترده و حضور پررنگ فرهنگ و هنر دوران قاجار در هنر امروز ایران - نه تنها در عرصه هنرهای تجسمی که در آثار سینمایی، تلویزیونی و حتی سلیقه عامه مردم از انتخاب پوشاک تا لوازم و چیدمان خانه‌ها - چیست؟ در پاسخ می‌توان به مواردی چون نیت هنرمند یا سفارش‌دهنده و همچنین توجه مردم به پیشینه تاریخی خود و... اشاره نمود، اما مقاله پاسخ را در شرایط معرفت‌شناختی، تاریخی و اجتماعی فرض می‌کند و برای تحلیل موارد مذکور از نشانه‌شناسی گفتمانی بهره‌مند می‌شود. در حقیقت مسئله مقاله این است که «توجه به هنرهای دوره قاجار در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ خورشیدی

۱. اصولاً در مباحث مربوط به گرافیک این رشته را از لحاظ محتوا در سه دسته تقسیم‌بندی می‌نمایند:

۱. گرافیک فرهنگی، ۲. گرافیک تجاری، ۳. گرافیک اجتماعی-سیاسی.

در چه زمینه گفتمانی قرار داد؟» بر این اساس بیان تعریف هویت به‌ویژه هویت ملی و اجتماعی و توجه به تحول معنایی این هویت در سال‌های تاریخ معاصر ایران و همچنین بررسی اجمالی چگونگی گفتمان‌ها و فضای اجتماعی این دوره‌های تاریخی، برای درک پیوندشان با بکارگیری طرح‌ها و نقش‌مایه‌های رایج در آن، مورد مطالعه قرار می‌گیرد، سپس تعدادی از طرح‌جلدهایی که از بازار کتاب به این منظور عکاسی شده، مورد تحلیل قرار می‌گیرند تا فرضیه مقاله را که «توجه به هنر دوره قاجار در گرافیک دهه‌های ۸۰ و ۹۰ خورشیدی، به‌ویژه در طرح‌جلدهایی موسوم به طرح‌های سنتی یا ایرانی، درون چهارچوب‌های گفتمان هویتی این دوره یعنی «گفتمان سنت‌گرا» قابل تعریف و تبیین است»، مورد بررسی قرار دهد.

پیشینه پژوهش

در مورد پرداختن به بازنمایی هویت ملی در متون مختلف فرهنگی، حقوقی، آموزشی، ادبی و... پژوهش‌هایی صورت گرفته است. اما از آنجایی که پژوهش در متون هنری سابقه کمتری نسبت به دیگر موضوعات علوم انسانی دارد، در این زمینه نیز به‌ویژه با تأکید بر هنر گرافیک، نمونه‌های اندکی وجود دارد. در این بخش به معرفی دو پژوهشی که به رویکرد مقاله حاضر نزدیک‌تر است، پرداخته می‌شود. مرندی، و معنوی‌راد و ساسانی (۱۳۹۴) در مقاله «بررسی تکوین هویت ایرانی در گرافیک معاصر ایران با رویکرد تحلیل گفتمان (مطالعه موردی: توجه به هنر ایران باستان در پوسته‌های فرهنگی دهه‌های ۴۰ و ۵۰ شمسی)»، استفاده از عناصر بصری آثار هنری مربوط به ایران باستان در پوسته‌های فرهنگی این دو دهه را به‌عنوان کرداری هویت بخش معرفی کرده‌اند و با بهره‌گیری از نظریه گفتمان و روش تحلیل گفتمان ارنستو لاکلا و شانتال موف، توجه به هنر ایران باستان در پوسته‌های فرهنگی دهه‌های ۴۰ و ۵۰، به‌ویژه پوسته‌های جشنواره‌ای، را درون چهارچوب‌های گفتمان هویتی مسلط این دوره یعنی «گفتمان ملی‌گرایی» یا به تعبیر این مقاله «گفتمان ایرانیت»، که باستان‌گرایی بخش مهمی از آن است، تعبیر و تبیین نموده‌اند. همچنین در پژوهشی دیگر با عنوان «بازنمایی هویت ملی ایران در طراحی گرافیک با تأکید بر عنصر جهانی شدن»، ملکی و اسداللهی و شاهرودی (۱۳۹۵) سعی در آشکار ساختن سویه توجه طراحی گرافیک ایران در چالش میان بازنمایی هویت ملی و یا فرهنگ همگون جهانی داشته‌اند. آنها در مقاله خود دوسالانه‌های گرافیک را به‌عنوان مهم‌ترین رویداد این عرصه بیان می‌کنند و با روش تحلیل کیفی متن و به کمک فن نشانه‌شناسی لایه‌ای به تحلیل متون پرداخته و به این نتیجه

رسیده‌اند که طراحی گرافیک ایران بر بازنمایی مؤلفه‌های هویت ملی در مقابل آنچه تنها دلالت‌گر فرهنگ جهانی است، تفوق یافته است.

روش‌شناسی / مبانی نظری پژوهش

این مقاله به روش توصیفی-تحلیلی است که برای دستیابی به نشانه‌های بصری هویت ملی در نمونه‌هایی از طرح جلد کتاب‌های دهه ۸۰ و ۹۰ خورشیدی، از نشانه‌شناسی گفتمانی با تکیه بر مفهوم هویت استفاده می‌کند زیرا که در این کتاب‌ها طرح جلد به مثابه متون تصویری، متشکل از نشانه‌هایی است که اغلب با ارجاع به رمزگان‌های بصری دوره‌های مختلفی از تاریخ هنر ایران (به‌ویژه هنر دوران قاجار)، مدعی وابستگی بصری به هویت ملی هستند اما معنای این نشانه‌ها حتی اگر به ظاهر نشانه‌ای منفرد به نظر آیند، در روابط همنشینی با سطح خرد (درون متن) و کلان (بینامتن)، شکل می‌گیرد و در واقع برای دستیابی به هدف مقاله این نشانه‌ها به‌عنوان لایه‌ای از متنی که در بافت فرهنگی-سیاسی-اجتماعی دهه‌های مذکور شکل گرفته است، بررسی می‌شوند «زیرا علاوه بر اینکه ارزش نشانه‌ای خود را از رمزگان دریافت می‌کنند، در تعامل با دیگر لایه‌های متنی هم‌نشین، معنی گفتمانی به دست می‌آورند.» (سجودی، ۱۳۹۳: ۲۶)

بنابراین، بجاست تا شرحی از واژه گفتمان^۱ بیان شود. در حقیقت امروزه گفتمان به واژه‌ای همگانی در متون نوشتاری و گفتارهای روزمره تبدیل شده است و از سویی به طور رایج در انواع رشته‌های تخصصی از نظریه‌های انتقادی تا جامعه‌شناسی، زبان‌شناسی، فلسفه، روان‌شناسی اجتماعی، نشانه‌شناسی و حوزه‌های دیگر کاربرد بسیار دارد. گفتمان‌ها در نظام‌های نشانه‌ای به عمل در می‌آیند و به‌عنوان سامانه‌های متفاوتی از دانش با تکیه بر کشمکش‌های اجتماعی و رمزگان‌های متفاوت در بافت‌های خاص تاریخی و اجتماعی فعال می‌شوند. همچنین «گفتمان‌ها قلمروهای شناخت اجتماعی هستند؛ شیوه‌های خاص اجتماعی‌اند برای شناخت اعمال اجتماعی و در نتیجه منابعی برای بازنمایی اعمال اجتماعی در متن، به این ترتیب می‌توان هر گفتمان را بر اساس متونی که بر آن گفتمان بنا شده‌اند بازساخت.» (سجودی، ۱۳۹۳: ۱۴) از سوی دیگر آگاهی و شناخت انسان از جهان و خودش محصول، دستگاه‌ها، نظام‌ها و یا ساختارهای معناسازی به نام گفتمان هستند بنابراین می‌توان گفتمان را امری تاریخی در نظر گرفت بدین مفهوم که با گذر زمان و ایجاد تحولات در ساختارها و نظام‌های سازنده مذکور، گفتمان نیز

دچار دگرگونی و واسازی می‌گردد. در حقیقت گفتمان‌ها روش‌های بخصوص معنا دادن به جهان هستند که تکثر آن‌ها باعث به وجود آمدن چالش‌های گفتمانی و جدال بر سر معنا و چگونگی فهم جهان می‌شود، همچنین هر گفتمان به افراد اجتماع وابسته به آن، هویت می‌بخشد و کنش-های اجتماعی آن‌ها را تعریف می‌کند. چنانکه به گفته سارا میلز: «گفتمان‌ها هم فهم ما از واقعیت، هم تصویری را که از هویت خودمان داریم شکل می‌دهند». (میلز، ۱۳۸۲: ۲۴)

همچنین بر اساس دیدگاه‌های نظری و منابع تجربی جامعه‌شناسی معاصر، هویت امری اجتماعی است که فرد آن را در تعامل با افراد و گروه‌های اجتماعی کسب می‌کند. هویت با این مفهوم دارای طبقه‌بندی‌های عدیده‌ای است که مهم‌ترین آن‌ها دو نوع فردی و جمعی است. هویت فردی که گاه به دو صورت شخصی و نقشی مطرح می‌شود در مجموع به نوعی آگاهی اطلاق می‌شود که هر فرد در فرآیند اجتماعی شدن و تعامل با دیگران درباره‌ی خود کسب می‌کند. این خودآگاهی به صورتی نسبتاً سازمان یافته به‌مثابه‌ی بخشی از نظام شخصیتی (برآیند دیالکتیکی ذهن و عین) حائل و واسطه‌ی بین دنیای درونی و برونی فرد است و در هر حوزه یا میدان تعاملاتی، رابطه‌ی او را با خود و دیگران تنظیم و کنش‌هایش را هدایت می‌کند. این نوع هویت که توانایی فرد را در به کار بردن ضمیر مفرد «من» نشان می‌دهد معرف هویت و استقلال شخصی و نقشی فرد است و معمولاً در پاسخ به این پرسش‌ها مطرح می‌شود که «من کیستم و چیستم؟ و افراد دیگر کیستند و چیستند؟». ولی هویت جمعی معرف احساس تعلق فرد به گروه‌های اجتماعی یا واحدهای جمعی نظیر خانواده، طبقه‌ی اجتماعی، قوم، ملت و... و احساس تعهد و وفاداری در برابر آن‌هاست. این نوع هویت که معمولاً با ضمیر جمع «ما» بیان می‌شود رابطه‌ی فرد را با گروه‌های اجتماعی تنظیم می‌کند و در برابر این پرسش‌ها مطرح می‌شود که «ما کیستیم و چیستیم؟ و گروه‌های دیگر کیستند و چیستند؟». (عبداللهی و حسین‌بر، ۱۳۸۱: ۱۰۷) بر این اساس بستر شکل‌گیری هویت، زندگی جمعی است و از آنجا که زندگی اجتماعی مدام در حال دگرگونی و برخورد با شرایط و تحولات گوناگون است پس نمی‌توان هویت (کیستی و چیستی) یک جامعه را امر ثابتی در نظر گرفت زیرا که در طول تاریخ در برخورد با ابعاد و تحولات تغییر می‌کند، در حقیقت اگر «هویت را به معنای «داشتن تصویر روشنی از خود یا پنداری آگاهانه از کیستی و چیستی خود» تعریف کنیم آنگاه در می‌یابیم که شناخت هستی در گرو شناخت تاریخی

ماست، چراکه تمامی افراد جامعه باید بتوانند به تجارب خود به آگاهی از جامعه، فرهنگ، تاریخ و... نائل آیند». (قادری، ۱۳۸۷: ۱۰۱-۱۰۲) اصطلاح هویت ملی نیز از همینجا مایه می‌گیرد زیرا که هویت ملی در حوزه هویت جمعی قرار دارد و «هویت جمعی هویت گروهی است که یک جمع (گروه) را از دیگر جمع‌ها (گروه‌ها) جدا می‌سازد. هویت ملی نوعی هویت جمعی در سطح گروهی اجتماعی به نام ملت است... در واقع هویت ملی رکن یا ارکانی است که در تشکیل ملت واحد نقش کلیدی داشته و آن را از دیگر ملت‌ها متمایز می‌کند اما در دوره‌های مختلف، تنها به بخشی از مؤلفه‌های شکل دهنده هویت ملی توجه شده و آگاهانه یا نا آگاهانه بخش‌های دیگر نادیده انگاشته شده است... همچنین مهم‌ترین مؤلفه‌های هویت ملی تأکید مستمر بر سه عنصر زبان، تاریخ و دین هستند که اگر بخواهیم با نگاهی جامع درباره ارکان هویت ملی ایران سخن بگوییم بدون شک باید تمامی ابعاد اجتماعی، تاریخی، جغرافیایی، فرهنگی، سیاسی و مؤلفه‌های مربوط به آنها، که سازنده هویت یک جامعه هستند را در نظر بگیریم.» (طبیعی، امینی‌زاده، کریمی، ۱۳۹۷: ۱۴۵-۱۴۶). همچنین با توجه به چهارچوب نظری مقاله در راستای تحلیل نشانه‌شناسانه، می‌توان بحث هویت را از دیدگاه نشانه‌شناسی نیز مورد توجه قرار داد؛ چنانکه دانیل چندلر در کتاب مبانی نشانه‌شناسی می‌نویسد: «عقل سلیم می‌گوید «من» یک شخص یگانه هستم و هویت و عقاید پایداری خاص خودم را دارم. نشانه‌شناسی کمکمان می‌کند تا بفهمیم که این دیدگاه‌ها با دخالت نظام‌های نشانه‌ای به وجود آمده‌اند: درک ما از هویت‌مان از طریق نشانه‌ها تثبیت می‌شود. ما مفهوم «خود»^۱ را از طریق فهرستی از نشانه‌ها و رمزگان قراردادی و از پیش موجود که خودمان در وجودشان نیآورده‌ایم مشتق کرده‌ایم. بنابراین ما موضوع نظام‌های نشانه‌ای مان هستیم و مثل کاربرانی نیستیم که این نظام‌ها را تحت کنترل خود دارند. با این‌که فرآیندهای نشانه‌شناختی به شکلی جبرگرایانه هستی ما را تعیین نمی‌کنند اما بسیار پیش از آن که فکرش را می‌کنیم ما را شکل می‌دهند.» (چندلر، ۱۳۸۷: ۳۱۶)

نشانه‌شناسی گفتمانی - رویکردی در خوانش متن است و معتقد است جهان آن‌طور که توسط ما دریافت می‌شود، از فرآیند نشانگی عبور می‌کند تا به قلمرو شناخت وارد شود و در واقع، جهان متن است. همچنین این رویکرد در خوانش متون «علاوه بر وجه همزمانی به وجه تاریخی یعنی در زمانی متون و البته بستر فرهنگی که متون در آن شکل گرفته‌اند توجه ویژه دارد. روابط قدرت،

مناسبات اجتماعی و شیوه‌های تولید و توزیع متون و نهادهای درگیر [مثلاً دستگاه‌های نظارتی، ارگان‌های حمایت‌کننده، آژانس‌های تبلیغاتی و...] در تحلیل نشانه‌شناسی گفتمانی مورد توجه قرار می‌گیرند. در نشانه‌شناسی گفتمانی، گفتمان صرفاً محصول عملیات زبانی نیست و همه حوزه‌های نشانه‌ای از جمله، تصویر، رمزگان‌هایی چون ژست، حرکت، مکان، اشیا، لباس، خوراک و غیره را در برمی‌گیرد. خلاصه آن‌که نشانه‌شناسی گفتمانی متون در تعریف گسترده آن، متن‌ها را در روابط بینامتنی، در چهارچوب‌های گفتمانی، در بسترهای تاریخی و فرهنگی و در مناسبات اجتماعی بررسی می‌کند و از این جهت به کلی خود را از شیوه‌های ساختگرا که به بررسی ساختار با هدف تدوین دستور می‌پردازد، متمایز می‌سازد». (سجودی، ۱۳۹۳: ۱۴) در دیدگاه نشانه‌شناسی معنا وابسته به بافت است و نشانه‌های هم‌نشین در کنش ارتباطی‌شان تعیین‌کننده معنی هستند و آنچه در بافت بخصوص دریافت می‌شود ممکن است بر اساس تقسیم‌بندی‌های آن بافت معنای صریح یا ضمنی تلقی شود، همچنین نگاه گفتمانی می‌تواند نشان دهد که تلاش از طریق کدام فرایند، معنای نشانه‌ها را تثبیت می‌کند و کدام فرایند موجب می‌شود که برخی از موارد تثبیت معنا به چنان امر معمولی بدل شوند که حتی آن‌ها پدیده‌ای طبیعی بشمار آیند. بنابراین بررسی نقش‌مایه‌های به کار رفته در طراحی جلد کتاب، نشانه‌هایی نمادین از بستر فرهنگی هر دوره از تاریخ هستند که با دلالت بر معانی هویت‌ساز، عملکرد گفتمان مسلط و یا هژمونیک شده آن دوران را می‌سازند. درواقع بررسی چپستی نقش‌مایه‌ها و نمادها و چگونگی طراحی آنها در جلد یک کتاب و ارتباط بین‌نشانه‌ای و گاه بین‌رسانه‌ای به صورت بینامتن و همچنین لایه‌های مختلف درون متن، موجب می‌شود که بخشی از معنای گفتمانی یک دوره تاریخی را با تکیه بر هویت‌های موجود در بستر زندگی اجتماعی مردم جامعه، بازتاب نماید.

شکل‌گیری گفتمان برای فرار از بحران

منظور از به کارگیری واژه بحران در عنوان این بخش، درواقع توجه به بحران هویت است. بحران خیزی هویت در جامعه ایران با تقابل سنت و مدرنیته، تقریباً از اوایل سلطنت قاجار آغاز می‌شود. درواقع این رویداد با ورود دو ابزار ایدئولوژی و فناوری از سوی غرب به وجود می‌آید. بحران هویت از این دوران یکی از مهم‌ترین مسائل اجتماعی-سیاسی ایران به حساب می‌آید و تا امروز این روند همچنان ادامه دارد، هر بار جامعه وابسته به تحولات و شرایط گوناگون تاریخی، در پاسخ به کیستی خود و برای چپستی هویتش، با توجه به دلالت‌هایی چون فرهنگ، جغرافیا، مذهب،

تاریخ و... گفتمانی را برساخته است. در پی این رویداد می‌توان انقلاب مشروطه و به دنبالش نظام حاکم در این دوران را به نوعی آغازگر جنبش ملت خواهی، خواند که در همان زمان «برخی ترجیح می‌دادند با شرح عناصر کهن در تاریخ این مرز و بوم، همچون زبان و ادبیات، ریشه‌های ملت خواهی فرهنگی را تا قدمت پیدایش زبان فارسی گسترش دهند و پس از آن نظام پهلوی و برخی از ملت‌خواهان رادیکال، این آمادگی را داشتند که حوزه‌ها و سرچشمه‌های ملت‌خواهی ایرانی را به تاسیس دولت مادها و سپس اوج‌گیری آن در زمان هخامنشیان به عقب ببرند.» (قادری، ۱۳۸۷: ۱۹)، این تفکر نه تنها بر فرهنگ و ادبیات و ابعاد مختلف هنری در قشر تحصیلکرده و روشنفکر که رفته رفته بر افکار و حتی در مواردی چون آداب و رسوم روزمره مردم جامعه نیز تأثیر بسیار می‌گذارد. در حقیقت این دوران به واسطهٔ رویارویی با بحران هویت در پی توسل به گفتمانی مستقل برای ابراز کیستی خود است، «این بحران هویت را باید محصول نوعی احساس ابهام در کیستی خود، سردرگمی و گم‌گشتگی ایرانیان پس از مواجهه‌شان با مدرنیته در نظر گرفت» (مرندی، معنوی‌راد، ساسانی، ۱۳۹۴: ۹۳)، که بیش از یک قرن پیش در زندگی ایرانیان رخ نمود و در دوره‌های مختلف براساس گفتمان‌های مسلط در هر مقطع از این دوران، هویت ویژه‌ای را کسب کرد. «تا قبل از مشروطه، هویت ملی همواره تحت‌الشعاع هویت‌های سلطنتی، دینی یا قبیله‌ای بوده است و پس از مشروطه هم بیشتر در حالت‌های «سلبی»، همچون ملی شدن صنعت نفت خود را نشان داد». (قادری، ۱۳۸۷: ۱۹) در چنین شرایطی است که شکل‌گیری گفتمان مسلط از سوی نظام حاکم و یا گفتمان هژمونیک شده‌ای در جامعه باعث می‌شود پاسخگوی کیستی و سردرگمی جامعه در امر هویت ملی خود باشد. «در این دوره، از اواخر قاجار تا پهلوی مجموعه رخداد‌های تاریخی و بین‌المللی از شکست ایران از روسیه، برخورد جامعه ایران با غرب و حضور گفتمان غرب و مدرنیته در جامعه ایران، انقلاب مشروطه، جنگ جهانی اول شورش‌های بومی، محلی و قومی، تحولات ژئوپولیتیک بین‌المللی، تا رخداد‌های تحقیقاتی مانند باستان‌شناسی، زبان‌شناسی، تاریخ و... زنجیرهٔ علل شکل‌گیری تاریخی گفتمان ایرانیّت [یا به تعبیری «گفتمان هویت ملی ایرانی»] یا «گفتمان ملی‌گرایی ایرانی» را به وجود آوردند». (مرندی، معنوی‌راد، ساسانی، ۱۳۹۴: ۹۷) اما چنانکه در شرح گفتمان اشاره شد، گفتمان به‌عنوان امری تاریخی در شرایط تاریخی و به صورت تصادفی وابسته به دستگاه‌ها، نظام‌ها و یا ساختارها شکل می‌گیرد و ازلی و ابدی نمی‌تواند باشد، براین اساس «گفتمان هویت ملی ایرانی» یا «گفتمان ملی‌گرایی ایرانی» که با دال‌های باستان‌گرایی به مفهوم گفتمان ایرانیّت به آن

اشاره شد، با رویداد انقلاب اسلامی سال ۵۷ در ایران، تسلط و محوریت خود را از دست داد. «در آستانه انقلاب اسلامی ایران، به نظر رسید که شاید وفاقی بین هویت ملی - دینی به شکل ایجابی امکان پذیر باشد قبل از این هم شعار دوگانه اسلامیت - ایرانیت مصدق مطرح شده بود و سپس نهضت آزادی ایران، نمایندگان برجسته خود را بر این وفاق معرفی می‌کردند، هرچند که جبهه ملی و گروه‌های روشنفکر دینی هم از این دعوی بیگانه نبودند و حتی در تفسیری گسترده‌تر و البته بیشتر سیاسی - تبلیغاتی، محمدرضاشاه نیز سعی داشت خود را تبلوری از پادشاهی شیعه در چهارچوب ملیت ایرانی، معرفی نماید. اما حوادث پس از انقلاب اسلامی به سرعت برتری گفتمان دینی بر هویت ملی را به وجود آورد و سپس از اواخر جنگ ایران - عراق، رفته رفته گفتمان ملی، به گونه‌های مختلف در فضای سیاسی - اجتماعی، بار دیگر احیا شد. البته این گفتمان هویت مشخص و واحدی نداشته و ندارد. در این گفتمان عناصری از ملیت، مذهب، سرزمین، فرهنگ، نوگرایی و... وجود دارد که هنوز نسبت متعادلی با یکدیگر نیافته‌اند. وضعیت برخورد با عناصر این گفتمان نیز از نظر اجتماعی و سیاسی یکسان نیست». (قادری، ۱۳۸۷: ۲۰)

به طوری که بخشی از طبقات اجتماعی و برخی از گروه‌های سیاسی، عناصری چون سرزمین، فرهنگ و نوگرایی را مورد تأکید قرار می‌دهند و یا برخی دیگر بیشتر بر مذهب و ملیت توجه دارند. در واقع این ناهماهنگی در گفتمان ملی ایران تا به امروز نیز بدون شک تأثیر مستقیمی بر آثار هنری دارد و بر همین اساس است که جامعه هنری از انسجام واحدی در بازتاب گفتمان ملی برخوردار نیست. از آنچه در این بخش مورد مطالعه قرار گرفت چنین بر می‌آید که در بکارگیری اصطلاح «گفتمان هویت ملی ایران» در صد سال اخیر، یک مفهوم مشخص و ثابت وجود ندارد بلکه اگرچه در طول این تاریخ اصطلاح «هویت ملی» برای دوره‌های مختلف استفاده شده است اما در اصل با گفتمان‌های هویت ملی ایران مواجه هستیم نه تنها با یک گفتمان منسجم.

نمود تصویری گفتمان‌های هویت ملی در طراحی جلد کتاب‌های ایران معاصر تا دهه ۸۰ خورشیدی

برای بررسی چپستی گفتمان ملی در جامعه امروز ایران و استفاده از آن برای تحلیل نمونه‌هایی از طرح جلد کتاب‌های (دارای نقش مایه‌هایی مبنی بر هویت ملی) دهه‌های ۸۰ و ۹۰ خورشیدی باید

نگاهی اجمالی به تاریخ گفتمان‌های یک قرن اخیر و چگونگی بازتاب آن از سوی نشانه‌های موجود در طراحی جلد، به‌عنوان متون فرهنگی آن دوره - داشت. همچنین هویت یکی از مفاهیم کلیدی این مقاله است و برای پرداختن به چگونگی شکل‌گیری گفتمان‌های هر دوره بهتر است با واکاوی مفهوم هویت، تحولات و شرایط اجتماعی و تاریخی ایران در تأثیر بر گرافیک این کشور پرداخته شود. در حقیقت هنر گرافیک به شکل امروزی و به‌ویژه در قالب هنری تکثیر شونده، وارداتی و متعلق به دوره معاصر در ایران است. رواج واژه گرافیک و در راستای آن اوج‌گیری این رشته به‌عنوان یک حرفه کارآمد در ایران به تاریخ تاسیس دانشکده هنرهای زیبا و مدتی پس از آن، هنرکده هنرهای تزئینی باز می‌گردد که این رویداد مرتبط با نیمه دوم دهه ۴۰ شمسی است. همچنین می‌دانیم که به‌طور کلی ایجاد تحولات تازه در ادبیات و هنر ایران در این دهه تأثیرات ماندگاری بر تاریخ هنر و فرهنگ این سرزمین داشته است [که می‌توان به ایجاد مکتب سقاخانه^۱ در نقاشی و رواج رویکردهای تازه در شعر و نثر ادبی اشاره نمود] رویدادهایی که بی‌شک از فضای اجتماعی و سیاسی آن زمان بی‌بهره نیست. چنانکه مرتضی ممیز (۱۳۸۴-۱۳۱۵) از طراحان گرافیک نامی و پرکار، می‌نویسد: «در نیمه دوم سال‌های ۵۰-۱۳۴۰ که قیمت نفت ترقی کرد و دولت درآمد بیشتری پیدا کرد، فعالیت‌های فرهنگی و هنری اوج گرفت. موسسات فرهنگی و هنری جدیدی به وجود آمدند که سفارش دهندگان خوبی برای هنرمندان و از جمله طراحان گرافیک شدند. برپایی جشنواره‌ها و انتشارات انواع کتب و مجلات از طرف این مؤسسات سبب رقابت بین طراحان گرافیک شد و نتیجه این رقابت‌ها تولد هنر گرافیک معاصر ایران است». (ممیز، ۱۳۸۲: ۸۵) یکی از حوزه‌های مورد توجه در طراحی گرافیک که شاید بتوان در میان دیگر حوزه‌های این رشته به‌ویژه با رویکرد فرهنگی آن، در پیوندی نزدیک با مردم جامعه به شمار آورد، طراحی جلد کتاب است و همانطور که ممیز به آن اشاره می‌کند در سال‌های ۴۰ و ۵۰ این حوزه نیز رشد بیشتری می‌یابد. در این سال‌ها که به واسطه ارتباطات با کشورهای اروپایی و نیز سیاست‌های پهلوی دوم به‌ویژه پس از انقلاب سفید در اواخر سال ۱۳۴۱ خورشیدی، مبنی بر اصلاحات و ایجاد فضای باز سیاسی و در پی آن تفکر باستان‌گرایی در این دوران که با برپایی جشن‌های ۲۵۰۰ساله شاهنشاهی به اوج خود رسید، بدون شک آثار هنرمندان در حوزه‌های مختلف هنری از تأثیر این تحولات سیاسی - اجتماعی بی‌بهره نمی‌تواند باشد. مرتضی ممیز در

۱. نقاشان و مجسمه‌سازان مکتب سقاخانه، که آنان را هنرمندان سنت‌گرای نو نیز خوانده‌اند، بیش از کسان دیگر در جهت دستیابی به یک هدف قدیمی پیش رفتند، یعنی

ایجاد یک مکتب هنر ملی، که کارهای پدید آمده در لوای آن در عین حال هم امروزی و هم ایرانی بود. (پاکباز، ۱۳۸۴: ۲۱۵)

ادامه شرح خود درباره آثار گرافیک سال‌های ۵۰-۱۳۴۰ می‌نویسد: «در ابتدای این ایام، به طور طبیعی طراحان گرافیک تحت تأثیر هنرمندان غربی بخصوص طراحان لهستانی، سوئیسی، آلمانی و بالاخره آمریکایی قرار داشتند، اما بعد از تمرینات اولیه هر یک کم‌کم شیوه‌های اختصاصی خود را پیدا کردند و همزمان نسبت به میراث عظیم هنر سنتی ایران توجه نمودند». (ممیز، ۱۳۸۲: ۸۵) با بررسی آثار این طراحان که در بسیاری از موارد الگویی برای نسل‌های بعد به شمار می‌آید، می‌توان گفت‌مان موجود در فضای جامعه آن سال‌ها را به خوبی درک نمود. در واقع آنچه ممیز با عنوان میراث عظیم هنر سنتی ایران در آثار گرافیک (از جمله اعلان، کتاب، مجله و...) نام می‌برد بیشتر هنرهای تزئینی و عامیانه تاریخ هنر ایران است - که سابقه استفاده از آنها توسط هنرمندان مکتب سقاخانه‌ای نیز دیده می‌شود- اما بیشترین نقش‌مایه‌های به کار رفته در آثار طراحان گرافیک دهه‌های ۴۰ و ۵۰ شمسی، بازتابی هستند از گفت‌مان هویت ملی ایران با مفهوم باستان‌گرایی -یا به تعبیری که قبلاً اشاره شد، گفت‌مان ایرانیت- که آن سال‌ها مورد تأکید بسیار بود، این نقش‌مایه‌ها برگرفته از «بناهای معماری، مجسمه‌ها، نقش‌برجسته‌ها، تصاویر، کتیبه‌ها، ظروف، مهرها، سکه‌ها و... به‌عنوان تنها نشانه‌های ملموس و دیداری ایران باستان بودند و از این جهت اهمیت فراوانی برای گفت‌مان ایرانیت داشتند. چراکه تنها از طریق این آثار مفاهیم ایران باستان ملموس و عینی می‌شد». (مرندی، معنوی‌راد، ساسانی، ۱۳۹۴: ۹۷) آنچه مسلم است در راستای وقوع انقلاب اسلامی در ایران و تسلط گفت‌مان دینی-اسلامی و نیز حماسی بر جامعه، کاربرد نقش‌مایه‌های باستانی جای خود را به نقش‌مایه‌های هنر اسلامی و همچنین انواع خوشنویسی -از خطوط کوفی تا خوشنویسی فارسی-، می‌دهد. در واقع استفاده از اسلیمی‌ها و ختایی‌ها عناصر تزئینی عمده کتاب‌ها و معماری اسلامی در تذهیب و کاشی‌کاری، نقوش هندسی و تزیینات روی ظروف و درها و پنجره‌ها، نمای بناهای مذهبی، و... همراه با محتوای مذهبی که موضوع بیشتر کتاب‌های آن زمان را دربردارد، رواج می‌یابد و همچنان این روند هنر سال‌های جنگ و مضامین حماسی - که گرایش به وقایع مذهبی تاریخ تشیع دارد-، را نیز پوشش می‌دهد. با پایان جنگ، حرکت کشور به سوی سازندگی و تحولات و افکار تازه در جامعه گسترش یافت و تسلط گفت‌مان دینی - اسلامی - حماسی رفته رفته کمرنگتر می‌شود و تأکید بر توانایی در سازندگی کشور و حس ایرانی بودن با توجه به جغرافیا و سرزمینی مستقل -در فرهنگ، مذهب، تمدن و...- پس از هشت سال جنگ و در پی آن مطرح شدن موضوع گفتگوی تمدن‌ها در نیمه دوم دهه ۷۰ خورشیدی و همچنین در زمینه پیشرفت فناوری استفاده از رایانه به‌عنوان تکنولوژی جدید در دست طراح

گرافیک، همه این موارد باعث می‌شود که توجه به ملی‌گرایی و ایرانی‌بودگی دوباره احیا شود. «دهه هفتاد، دهه ورود رسمی ابزار دیجیتال به طراحی گرافیک ایران است. تکنولوژی اما، هیچ‌کجا به طور ناگهانی وارد میدان نمی‌شود. سال‌های آغازین دهه هفتاد، یعنی سال‌های نسخه‌های اولیه نرم‌افزارهای گرافیک و قدرت‌نمایی نصفه‌نیمه ابزار نو، روزگار حروف‌چینی با رایانه و پرینت آن و چسباندنش روی آرت‌ورک کاغذی، سال‌های نرم‌افزارهای وکتور اولیه و بدون امکان وارد کردن تصویر در آنها. رایانه در آغاز، تنها قابلیت حروف‌چینی و اجرای افکت‌هایی را داشت، که تا قبل از آن هم با دستگاه‌های لیتوگرافی ممکن بود. در نتیجه زمانی باید می‌گذشت تا با پیشرفت سریع نرم‌افزارها، انقلاب دیجیتال در طراحی گرافیک فراگیر شود. از طرفی سال‌های میانی دهه هفتاد، سال‌های گشایش فضای اجتماعی و فرهنگی نیز است، بنابراین رشد چشم‌گیر و بی‌سابقه نشریات و انتشارات و ورود طراحان جوان نسل چهارم به عرصه طراحی نشریات و کتاب در این دوران، جهش تاریخی نشر ایران را رقم می‌زند»^۱. در واقع این بار میدان هنر با آثاری، جدید در صورت و فرم و با محتوایی برگرفته از گفتمان سازندگی و اصلاحات (در نگاهی تازه به ایران اسلامی) روبرو می‌شود که دال‌های تصویری این گفتمان در نقش‌مایه‌هایی با رنگ و بوی تازه در اجرا و با محتوای ملی و مذهبی با نگاهی متفاوت و حتی گاهی انتقادی، در آثار نسل جوان‌تر و پرکارتر از طراحان گرافیک دیده می‌شود.

نمونه‌های بارز از آثار فضای فکری نیمه دوم دهه ۷۰ تا سال‌های اولیه ۸۰ خورشیدی را می‌توان در طراحی‌های کوروش پارسا نژاد (۱۳۴۶)، رضا عابدینی (۱۳۴۶) و دیگر طراحان این نسل از گرافیک ایران مشاهده نمود. (تصاویر شماره ۱ و ۲)

۱. ایلنا (۱۳۹۶/۱۲/۸). سیری بر جلد کتاب‌ها در ایران با اشاراتی به «فرانکلین»، «کانون پرورشی»، «کتاب هفته»، تا دهه‌های اخیر.



تصویر شماره ۱: طرح جلد کتاب و مجله از کوروش پارسا نژاد (دهه ۷۰ تا سال‌های اولیه ۸۰). استفاده از تمهیدات بصری متفاوت برای بیان محتوا به کمک رواج کاربرد رایانه در بین نسل جدید طراحان آن دوره



تصویر شماره ۲: طرح جلد کتاب از رضا عابدینی (دهه ۷۰)

چنانکه در نمونه‌های تصویر شماره ۲ نیز دیده می‌شود توجه و به نوعی احیای انواع هنرهای دوران قاجار که هنرهای عامیانه نیز بخشی از آن شمرده می‌شود، بیشتر ریشه در این سال‌ها دارد حرکتی که در دهه‌های بعد از آن به طور گسترده‌تر ادامه خواهد یافت و قسمت اعظم بار بصری بازنمایی

هویت ملی را بر طرح جلد‌ها، همین نقش‌مایه‌ها عهده‌دار خواهند شد. در همین جا برای ابهام-زدایی و درک بهتر این نکته و نمونه‌های موجود در بخش تحلیل داده‌ها، به بیان تعریفی کوتاه درباره هنر دوره قاجار پرداخته می‌شود. کتاب «اوج‌های درخشان هنر ایران»، دوره قاجار را با این مضمون بیان می‌کند که اگرچه هنر این دوره در زمره «هنر عالی» به شمار نمی‌آید اما ویژگی-های دلنشین دارد «نسبتاً خام‌دستانه، ساده (بگوئید: تصنعی) و بسیار انسانی است و نیز زمانه-اش را کاملاً منعکس می‌کند». (اتینگهاوزن و یارشاطر، ۱۳۷۹: ۳۴۲) همچنین با توجه به تنوع هنرهای برخاسته از این دوران می‌توان هنر قاجار را در دو گروه کلی «اشرافی» و «عامیانه» قرار داد. «تمام آثار نقاشی دوره قاجار در زمان حکومت پادشاهان مختلف، با وجود تفاوت زیادی که با هم دارند، در یکی از این دو گروه، قرار می‌گیرند که در جدول زیر مشخص شده‌اند.

نقاشی دوره قاجار	
عامیانه	اشرافی
- نقاشی قهوه‌خانه‌ای؛ - تصویرسازی کتاب‌های چاپ سنگی؛ - عیدی‌سازی؛ - کاریکاتور و طراحی برای مطبوعات؛ - اشیاء معمولی و ارزان قیمت مانند: گلدان، سرقلبان و ...؛ - کاشی سردر حمام‌ها و برخی اماکن عمومی دیگر؛ - نقاشی دیواری امام‌زاده‌ها و مکان‌های عمومی مشابه.	- تابلوهای رنگ و روغن دوره زند و قاجار (اوج شکوفایی آنها در زمان فتحعلی شاه است و پس از پایان سلطنت او به تدریج این شیوه نقاشی منسوخ می‌شود)؛ - نگاره‌های آبرنگ کتاب‌های خطی؛ - طراحی‌ها و تصویرسازی پرکار و ارزنده برای روزنامه‌های درباری مانند شرف و شرافت؛ - اشیاء نفیس قصرها و منازل اشراف مانند: قلمدان، جعبه جواهر، ...؛ - کاشی و تزیینات داخلی کاخ‌ها و منازل اشراف؛ - مرقع‌ها و قباله‌های نفیس ازدواج؛ - تابلوهای رنگ و روغن و نقاشی‌های دیواری کاخ‌ها در زمان ناصرالدین‌شاه و پس از آن.

... [در این دوران] تأثیرپذیری از غرب را فقط در منظره‌هایی می‌بینیم که گاهی در زمینه تابلو دیده می‌شود و تأثیرات محدودی از پرسپکتیو که آن هم اغلب در همین زمینه‌های آثار به چشم می‌خورد و مقدار مختصری سایه روشن و سه بعدی نمایاندن، که در همین‌ها هم روحیه ایرانی کاملاً رعایت می‌شود، به گونه‌ای که اصول نگارگری ایرانی و حس هنر بومی به وضوح بر فضای اثر حاکم است. (افشارمهاجر، ۱۳۸۴: ۶۰)

حال با شرح کوتاهی که درباره عوامل سیاسی-اجتماعی مؤثر بر ایجاد نشانه‌های تصویری هویت ملی در سال‌های ابتدایی گرافیک و در مورد طراحی جلد به شکل امروزی آن از لحاظ فرم و محتوا بیان شد، می‌توان در ادامه این مسیر دهه‌های ۸۰ و ۹۰ خورشیدی، را با توجه به همسانی‌ها و تفاوت‌های موجود در آنها نسبت به دوره‌های گذشته بررسی نمود.

تحلیل داده‌ها

این بخش با بررسی شباهت‌های بصری در نمونه‌های مختلف جلد کتاب‌های دهه‌های ۸۰ و ۹۰ خورشیدی و دسته‌بندی آنها از لحاظ فرمی، قصد دارد نقش مایه‌های بازتابنده هویت ملی در این دو دهه را بازشناسی کند و به چرایی انتخاب آنها در این نوع طراحی‌ها دست یابد. با نگاهی اجمالی به این سال‌ها، می‌توان دید که همزمان با دیگر کشورها ایران نیز در مسیر پیشرفت‌های علمی قرار می‌گیرد و فناوری روز به روز با حرفه و زندگی روزمره مردم عجین می‌شود. در این زمان طراحان گرافیک نیز سوار بر ابزار تکنولوژیک به فعالیت در عرصه‌های مختلف این هنر می‌پردازند. البته با توجه به موضوع مقاله نمی‌توان این نکته را نادیده گرفت که «مدیریت‌های ناکارآمد فرهنگی و هنری در نیمه‌ی دوم دهه هشتاد و آغاز دهه نود محدودیت‌های بسیاری را در مسیر تولید و رشد آثار گرافیک و به‌ویژه طراحی جلد کتاب‌ها حاصل نمود زیرا که هنرهای دیداری نیز مانند هر عرصه‌دیگر متأثر از فضای کلی فرهنگی، سیاسی و اجتماعی جامعه است و در کنار خلاقیت و مهارت هنرمند، فضایی پذیرا نیز مورد نیاز است»^۱؛ در صورتی که وجود محدودیت‌ها در ابتدای این دو دهه و در پی آن تیراژ کم، گرانی کاغذ و قیمت بالای تمام شده هر کتاب و در نتیجه کاهش قدرت مردم برای خرید کتاب و همچنین ورشکستگی و ضعف شدن ناشران، بدون شک طرح جلد و طراحان آن را تحت تأثیر بسیار قرار داد. اما با این تفاسیر، جلدهای طراحی شده برای کتاب‌ها در این برهه زمانی، با تمام ناهمگونی‌ها در فرم و نیز محتوا، بازتاب‌دهنده هویت ناهماهنگ و غیر منسجم این دو دهه است، وجود ناهماهنگی که در گفتمان این سال‌ها مانع بیان تعریف مشخصی از «هویت ملی» شده است. بنابراین، طراحان با بکارگیری مهارت‌های حرفه‌ای و سلیقه‌ای خود و توجه به محتوای کتاب‌ها (که در این مقاله تمرکز بر کتاب‌های علوم انسانی به‌ویژه مضامینی چون شعر، داستان، تاریخ، اجتماعی و... است) و همچنین سلیقه ناشران و خواسته مخاطبان که به طور قطع بی‌تأثیر از فرهنگ بصری جامعه که خود ساخته و پرداخته

۱. همان.

تحولات خواسته یا ناخواسته از سوی گفتمان مسلط و مردم جامعه است، انواع گوناگونی از طراحی جلد را در بازار نشر کتاب به وجود آورده‌اند.

نگارنده با جستجو در نمونه جلد‌های این دو دهه و نیز عکاسی از بازار کتاب، برای رسیدن به هدف مورد نظر مقاله، انواع طراحی جلد کتاب‌ها در دو دهه ۸۰ و ۹۰ خورشیدی را که با تکیه بر نمونه‌گیری تصادفی از بین بیش از ۱۳۰ تصویر متنوع انتخاب شده‌اند، به دو گروه عمده تقسیم‌بندی می‌نماید: ۱. طرح جلد‌های جهان‌شمول که طراح از تصاویری شناخته شده از عکس‌ها و نقاشی‌های اغلب معروف تاریخ جهان، در یک یونیفرم بصری ثابت و یا از طرح‌های خطی و انتزاعی که هیچ ارجاعی به فرهنگ بصری هویت ایرانی ندارند استفاده می‌کند و سعی دارد با این روش بین کتاب‌های یک نشر و یا مجموعه‌ای از کتاب‌های آن نشر، هماهنگی ایجاد کند. نکته قابل ملاحظه اینکه طراح بر جهان‌شمول بودن طرح بیش از جنبه ملی و هویت ایرانی، تکیه دارد و به جز عنوان کتاب که با زبان و اغلب قلم‌های فارسی نوشته می‌شود هیچ نشانه‌ای از هویت ملی در آن دیده نمی‌شود. (تصویر شماره ۱)



تصویر شماره ۳: طرح جلد‌های جهان‌شمول که طراح بر بازتاب جنبه ملی و هویت ایرانی در آنها تکیه نمی‌کند.

۲. طرح جلد‌های سنتی یا ایرانی، آثاری که طراح سعی دارد با استفاده از نقش‌مایه‌های موجود در تاریخ هنر ایران دال‌هایی برای گفتمان هویت ملی ایران امروز بسازد. نکته قابل توجه و تأمل اینکه حجم چنین آثاری در طراحی جلد کتاب دهه‌های ۸۰ و ۹۰ خورشیدی، با دسته‌های گوناگونی از نقش‌مایه‌های مختلف و برای کتاب‌هایی با مضامین متنوع، در حدی تعدادشان زیاد است که می‌توان آنها را در یک دسته‌بندی جداگانه جای داد، با تأکید بر این نکته که هدف مقاله نیز مطالعه و بررسی همین دسته از آثار در بازتاب «هویت ملی» بر طرح جلد کتاب‌ها است، که اصطلاحاً این‌گونه آثار را طرح جلد‌های سنتی و گاه ایرانی می‌خوانند. در بررسی این آثار برای دستیابی به چستی نشانه‌های موجود که دال‌های بصری در ایجاد حس هویت ملی به حساب می‌آیند به تکنیک‌ها و نقش‌مایه‌های متنوعی برخورد می‌شود که می‌توان دسته‌بندی دیگری برای آنها نیز در نظر گرفت. ۱. طرح جلد‌هایی که به طور مستقیم از نقش‌مایه‌های آثار هنری تاریخ ایران در آنها استفاده شده است و یا حاصل تصویرسازی‌های خود طراح هستند و طراح به طور مستقیم یا غیر مستقیم از نشانه‌های تصویری وابسته به هویت ایرانی بهره جسته است. ۲. طرح جلد‌هایی که وابسته به خط و خوشنویسی فارسی طراحی می‌شود. (تصاویر شماره ۴ و ۵)



تصویر شماره ۴: طرح جلد‌هایی که به طور مستقیم از نقش‌مایه‌های آثار هنری تاریخ ایران استفاده شده است.



تصویر شماره ۵: طرح جلد‌هایی که وابسته به خط و خوشنویسی فارسی طراحی شده‌اند. چنانکه مشاهده می‌شود در نمونه‌های گروه اول از طرح جلد‌های سنتی یا ایرانی (تصویر شماره ۴)، که به طور تصادفی انتخاب شده‌اند، بیشتر نقش‌مایه‌های موجود در این آثار ریشه در نشانه‌های تصویری فرهنگ و هنر ایران در دوران قاجار دارند- هر دو دسته هنر اشرافی و هنر عامیانه- . توجه به هنر این دوره از تاریخ برای استفاده در طراحی جلد کتاب‌ها بدون شک بی‌ارتباط با گفتمان‌های مبنی بر انقلاب اسلامی و تحولات پس از آن در ایران، نیست. غرب‌گریزی و فاصله گرفتن از سیاست‌های مختلف دوران پهلوی از جمله سیاست‌های فرهنگی و گفتمان هویت ملی ایران در آن دوران با تکیه بر مفهوم باستان‌گرایی، همچنین توجه به هنرهای عامیانه مذهبی و ... اعمال شده از سوی فضای گفتمان مسلط در این دوران، باعث شد که هنرمندان در آثار خود برای بازتاب هویت ملی، به بخش دیگری از تاریخ هنر ایران روی آورند. هنرهای دوران قاجار از چند جهت برای این گفتمان مناسب هستند نخست این که ریشه در حکومت پهلوی و سیاست‌های فرهنگی‌اش ندارند و چنانکه قبلاً نیز اشاره شد رگه‌های تأثیر غرب در این هنر کمتر دیده می‌شوند.

همچنین دال‌های مفهومی بسیاری در فرهنگ و هنر دوران قاجار وجود دارد که با سیاست‌های گفتمان مسلط جامعه مبنی بر اهمیت هویت دینی-اسلامی، می‌تواند همخوانی داشته باشد، همچون اسناد به جای مانده از دوران قاجار که رواج کاربرد کلمات و اصطلاحات زبان عربی در خط و زبان فارسی آن دوران بسیار دیده می‌شود، توجه به برپایی مراسم تعزیه و عزاداری‌ها، گسترش پرده‌خوانی‌ها و پرده‌نگاری‌ها (نقاشی قهوه‌خانه‌ای یا خیالی‌نگاری) و آیین‌های مذهبی. البته توجه به هویت بصری دوران قاجار از سوی اهالی فرهنگ و هنر به‌ویژه برای هنرمندان هنرهای تجسمی مورد تأیید واقع شد زیرا سابقه استفاده از نشانه‌های بصری هنر قاجار، نقش‌مایه‌های هنر عامیانه و کاربرد خط و خوشنویسی توسط هنرمندان مکتب سقاخانه- که به درستی می‌توان آن را تنها مکتب تأثیرگذار بر هنر معاصر ایران نامید -، باعث می‌شد که طراحان گرافیک به راحتی با این نقوش ارتباط برقرار کنند و با آگاهی در آثار خود به کار برند. همچنین رواج انتشار کتاب‌های گوناگون با محتوای تاریخی و داستانی دوران قاجار و شاهد مهم‌تر از آن ساخت مجموعه‌های تلویزیونی تأثیرگذار از همان سال‌های ابتدای انقلاب و به دنبال آن فیلم‌های سینمایی با مضامین فرهنگ و تاریخ قجری که همچنان تا دو دهه ۸۰ و ۹۰ خورشیدی نیز ادامه دارد و بسیاری از عوامل دیگر که از سویی ریشه در سیاست‌های فرهنگی گفتمان مسلط جامعه و از دیگر سو در ادامه روند تاریخی فرهنگ و هنر ایران در تعامل با رویدادهای جهان معاصر و رویکردهای پسا نوگرایی^۱ مبنی بر بازگشت مستقیم و صریح به تاریخ و سنت، به‌ویژه توجه به خصیصه‌های هنر عامیانه دوران قاجار روز به روز بیشتر شد و بر فرهنگ بستری مردم جامعه و حتی زندگی روزمره آنها -طراحی پارچه و نوع انتخاب پوشاک و زیورآلات، دکوراسیون خانه و محیط کار، انتخاب وسایل تزئینی و هدایا و... - نیز تأثیر گذاشت. با این تفاسیر و در ادامه معرفی گفتمان‌های تاریخ معاصر ایران برای بازشناسی هویت ایرانی در دوره‌های مختلف، می‌توان نقطه کانونی و دال مرکزی گفتمان دهه ۸۰ و ۹۰ را مفهوم «سنت» در نظر گرفت و آن را «گفتمان سنت‌گرا» نامید. پس طراحانی که قصد دارند در طراحی‌شان، به جلد کتاب‌ها هویت ملی بخشند با کمک نقش‌مایه‌های هنر قاجار به‌عنوان دال‌های گفتمان سنت‌گرا، این هویت را تعیین می‌نمایند به‌طوری‌که گویی هنرهای دوران قاجار (اشرافی و عامیانه) به‌عنوان یک اسطوره به ارائه تصویری آرمانی از جامعه می‌پردازد و مجموعه دال‌های مرتبط با این دوران در دو دهه اخیر به مهم‌ترین و

شاید بهتر آن است که گفت، «مرسوم‌ترین» نشانه‌ها در هویت‌بخشی به جامعه ایران و ایرانی بدل شده است.

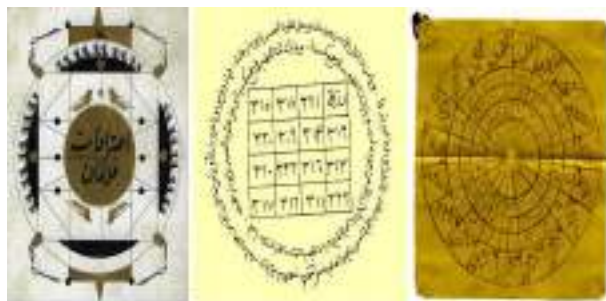
نقوش چاپ سنگی، عیدی سازی‌ها، نقاشی‌های زیرلاکی، گل و مرغ‌ها، پوشش‌های قجری، بناهای معماری منقوش (مانند خانه‌ها و کاخ‌های قاجاری)، عکس‌های به جا مانده از آن دوران، صفحه‌آرایی کتاب‌ها به‌ویژه قرآن‌ها و ... سازنده هویت بسیاری از طرح‌جلدها و دیگر آثار هنری هستند که مستقیم و یا همراه با تمهیدات بصری گوناگون جلوه‌گر می‌شوند. (تصویر شماره ۶)



تصویر شماره ۶: سمت راست، نمونه‌ای از نقاشی زیرلاکی - گل و مرغ و استفاده از آن در طراحی جلد کتاب، طراح: پژمان رحیم‌زاده - ۱۳۹۶؛ سمت چپ، تلفیقی عکس پهلوانی از دوران قاجار همراه با نقشی برگرفته از هنر عامیانه عیدی سازی در این دوران، طراح: نرگس زبانی - ۱۳۹۶.

همچنین در دسته‌بندی کتاب‌ها، نمونه‌های تصویر شماره ۵، طرح جلدهایی که وابسته به خط و خوشنویسی فارسی طراحی شده‌اند، نیز در گروه طرح جلد‌های سنتی یا ایرانی قرار دارند. این نوع تصاویر که به‌عنوان طراحی‌های تایپوگرافی شناخته می‌شوند بعد از انقلاب، نیمه دهه ۷۰ خورشیدی رواج می‌یابند و در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ به اوج خود می‌رسند. توجه به استفاده از خوشنویسی فارسی در هنر نوگرای ایران، ریشه در نقاشان مکتب سقاخانه‌ای دارد، چنانکه رویین پاکباز (۱۳۱۸-) نیز در کتاب نقاشی ایران ضمن اینکه به حسین زنده‌رودی به‌عنوان نخستین کسی که از گنجینه هنرهای تزئینی و عامیانه و نیز خوشنویسی فارسی بهره می‌گیرد، نام می‌برد به این

نکته نیز اشاره دارد که «سپس چند تن از هنرجویان هنرکده تزیینی به او پیوستند و تأیید داروان بی‌ینال چهارم (۱۳۴۳ ه.ش) به حرکت این گروه قوت بخشید. (جریان «نقاشی خط» هم که تا به امروز اداه دارد، در همین اوان آغاز شد)» (پاکباز، ۱۳۸۴: ۲۱۵). در واقع در سال‌های پس از انقلاب به‌ویژه از نیمه دهه هفتاد و در پی آن در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ خورشیدی، جریان نقاشی خط در هنر نقاشی و پرداختن به تایپوگرافی در عرصه‌های مختلف هنر گرافیک از جمله طراحی جلد کتاب مورد توجه است و در این سال‌ها تحولات بسیاری را تجربه کرده است. «تایپوگرافی به‌طور کلی یعنی کار با تایپ و نوشته در یک کار گرافیک» (مثقالی، ۱۳۹۳: ۶) که این پدیده بصری در گرافیک کشورهای مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. اما از دیگر سو توجه به سابقه خوشنویسی و ایجاد هماهنگی و انسجام در خط فارسی به‌ویژه پس از ورود اسلام به ایران و کتابت کتاب‌ها ب مذهبی و در صدر آن قرآن، مورد اهمیت است. بدون شک این سابقه درخشان در کاربرد خط فارسی پشتوانه‌ای قوی برای استفاده طراحان گرافیک است که در عین حال استفاده از آن دلالت در مفهوم سنت را نیز تداعی می‌کند. همچنین در راستای سیاست‌های فرهنگی پس از انقلاب به خوشنویسی اهمیت مضاعف داده شد و با هدف گسترش کمی و کیفی این هنر مورد توجه بسیار قرار گرفت. به‌طوری‌که این امر بر فرهنگ بصری نسل‌های جدید طراحان گرافیک تأثیر فراوان گذاشت و در آثارشان پدیدار شد. این آثار متشکل از حروف و کلمات فارسی به صورت مستقل و یا در ترکیب با رنگ و تصویر در طراحی جلد کتاب‌ها از سال‌های اول انقلاب تا کنون مورد استفاده قرار می‌گیرند. همچنین طراحان گرافیک از توجه به سیاه‌مشق‌های و نیز چگونگی چیدمان نوشته، حروف و اعداد در اسناد و مدارک به جای مانده از دوران قاجار غافل نبودند و از آنها به‌عنوان دال‌های «گفتمان سنت‌گرا» برای بازتاب مفهوم سنت و هویت ملی بهره برده‌اند. (تصاویر شماره ۸ و ۷)



تصویر شماره ۷: استفاده از لی اوت (طرح‌بندی) برگه‌های دعا و طلسم‌های هنر عامیانه قاجار در
طراح: کوروش پارسا نژاد - ۱۳۹۵.



تصویر شماره ۸: سمت راست، سیاه‌مشق میرزا غلام‌رضا اصفهانی خوشنویس معروف و مبدع سیاه-
مشق نویسی در دوران قاجار است؛ سمت چپ، تلفیق خوشنویسی و طرحی از بندی تزئینی از گیاه
تاک (بر گرفته از طراحی سنتی ایرانی)، که درهم پیچیدگی‌شان تداعی‌گر ترکیب سیاه‌مشق است،
طراح: فرزاد ادیبی - ۱۳۹۶.

نتیجه‌گیری

در بررسی طرح جلد کتاب‌ها از نیمه دوم دهه ۷۰ خورشیدی و به دنبال آن در دهه‌های ۸۰ و ۹۰،
حضور قابل توجهی نقش‌مایه‌ها و تصاویر هنر دوران قاجار دیده می‌شود که به‌عنوان نشانه‌های
هویتی مورد استفاده قرار گرفته‌اند. در این سال‌ها از سویی توجه گفتمان‌های مبتنی بر انقلاب
اسلامی و تحولات پس از آن در ایران اسلامی به مؤلفه‌هایی همچون غرب‌گریزی و فاصله‌گرفتن
از سیاست‌های مختلف دوران پهلوی از جمله گفتمان هویت ملی ایران با تکیه بر مفهوم
باستانگرایی و همچنین توجه به هنرهای عامیانه مذهبی در راستای سیاست‌های فرهنگی بعد از
انقلاب اسلامی، تکیه دارد و از دیگر سو رویکرد جامعه فرهنگی و هنری به بازگشت مستقیم و
صریح به تاریخ و سنت و خصیصه‌های هنر عامیانه برای هویت‌بخشی، است. بنابراین، در این
سال‌ها از هر دو سو، توجه فرهنگ بصری جامعه به هنرهای دوران قاجار جلب شده است؛ زیرا که
این هنرها از چند جهت با شرایط مذکور مناسب هستند، نخست این که ریشه در حکومت پهلوی
و سیاست‌های فرهنگی‌اش ندارند و رگه‌های تأثیر غرب در آنها کمتر دیده می‌شود. همچنین در
این دوران برپایی مراسم تعزیه و عزاداری‌ها و گسترش پرده‌خوانی‌ها و پرده‌نگاری‌ها (نقاشی
قهوه‌خانه‌ای یا خیالی‌نگاری) و آیین‌های مذهبی بسیار مورد توجه است. این امر در هنر گرافیک
به‌ویژه با پیشینه موجود در آثار مکتب سقاخانه، حضور پررنگ و آگاهانه ایفا می‌کند. چنانکه در
پاسخ به مسئله این مقاله باید گفت توجه به آثار هنری دوران قاجار در طرح جلد کتاب‌های موسوم

به طرح‌های سنتی یا ایرانی متعلق به دهه‌های ۸۰ و ۹۰ خورشیدی، حاصل هژمونیک شدن گفتمان سنت‌گرا برای دستیابی به مفهوم هویت ملی در این سال‌ها است. در واقع هنرهای دوران قاجار به‌عنوان یک اسطوره به ارائه تصویری آرمانی از جامعه می‌پردازد و مجموعه دال‌های مرتبط با این دوران در دو دهه اخیر، به مهم‌ترین نشانه‌ها در هویت‌بخشی به جامعه ایران و ایرانی بدل شده است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت استفاده از نقش‌مایه‌های هنر دوران قاجار در جلد کتاب‌های دهه ۸۰ و ۹۰ خورشیدی به‌عنوان نشانه هویت ملی، امری گفتمانی و در ارتباط با هژمونیک شدن گفتمانی است که در این مقاله با نام «گفتمان سنت‌گرا» از آن تعبیر شده است.

فهرست منابع

- ایتینگهاوزن، ریچارد و یارشاطر، احسان (۱۳۷۹). اوج‌های درخشان هنر ایران. تهران: آگه.
- افشارمهاجر، کامران (۱۳۸۴). هنرمند ایرانی و مدرنیسم. تهران: دانشگاه هنر.
- پاکباز، رویین (۱۳۸۴). نقاشی ایران. تهران: زرین و سیمین.
- چندر، دانیل (۱۳۸۷). مبانی نشانه‌شناسی. ترجمه مهدی پارسا. تهران: سوره‌مهر.
- سجودی، فرزانه (۱۳۹۳). بازنمایی پوشاک زنان در مجموعه‌های تلویزیونی. تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- طبیعی، منصور و امینی‌زاده، سینا و کریمی، ماندانا (۱۳۹۷). «نشانه‌شناسی هویت ملی در پوستره‌های انتخاباتی شورای شهر شیراز»، فصلنامه مطالعات ملی. سال نوزدهم. شماره ۳: ۱۴۲ تا ۱۵۴.
- عبداللهی، محمد و حسین بر، محمد عثمان (۱۳۸۱). «گرایش دانشجویان بلوچ به هویت ملی در ایران»، مجله جامعه‌شناسی ایران. سال چهارم. شماره ۴: صفحه ۱۰۱ تا ۱۲۶.
- قادری، حاتم (۱۳۸۷). سوبه‌های هویت. تهران: شیرازه.
- مثنالی، فرشید (۱۳۹۳). تایپوگرافی. تهران: نشر نظر.
- مندی، لیلیا و معنوی‌راد، میترا و ساسانی، فرهاد (۱۳۹۴). «بررسی تکوین هویت ایرانی در گرافیک معاصر ایران با رویکرد تحلیل گفتمان (مطالعه موردی: توجه به هنر ایران باستان در پوستره‌های فرهنگی دهه‌های ۴۰ و ۵۰ شمسی)»، نامه هنرهای تجسمی و کاربردی. شماره ۱۶: صفحه ۹۱ تا ۱۱۱.
- ملکی، سپیده و اسداللهی، مصطفی و شاهرودی، فاطمه (۱۳۹۵). «بازنمایی هویت ملی ایران در طراحی گرافیک با تأکید بر عنصر جهانی شدن»، فصلنامه مطالعات ملی. سال هفتم. شماره ۳: صفحه ۷۰ تا ۸۲.
- ممیز، مرتضی (۱۳۸۲). حرف‌های تجربه مرتضی ممیز. تهران: انتشارات دید.
- میلز، سارا (۱۳۸۸). گفتمان. ترجمه فتح محمدی. تهران: نشر هزاره سوم.
- خبرنگار ایلنا (۱۳۹۶/۱۲/۸). سیری بر جلد کتاب‌ها در ایران با اشاراتی به «فرانکلین»، «کانون پرورشی»، «کتاب هفته»، تا دهه‌های اخیر. برگرفته از: www.roozame.com/categories/cultural

مهاجرت و تغییر پوشش افغان‌های مقیم ایران

زهرا جوهرچی^۱

دکتری زبان‌شناسی همگانی، مدرس دانشگاه آزاد واحد تهران غرب

رقیه امام^۲

کارشناس ارشد ادبیات فارسی، مدیر مسئول انجمن پرنده درخت کوچک

چکیده

جهان اجتماعی امروز، دنیایی است با شرکت و دخالت همه افراد در تعاملات روزمره آن. دنیایی پیچیده که شاهد تغییرات اساسی در فرهنگ، ارزش‌ها و عملکرد زندگی است و بر این مبنا هویت انسان‌ها شکل می‌گیرد. هویت اجتماعی افراد به‌مثابه شیوه‌ای برای تبیین رفتار گروهی است. لباس اولین و عینی‌ترین وسیله برقراری ارتباط اجتماعی است. نوع ترکیب پوشش آثار روانی و احساسی بسیاری در روابط اجتماعی برجای می‌گذارد. اندیشمندان علوم اجتماعی باور دارند که هر فرد از طریق پوشش خود علاوه بر جنسیت حداقل هفت پیام را به دیگران منتقل می‌کند: وضعیت اجتماعی، سطح اقتصاد، اعتقادات مذهبی، سطح تحصیلات، سطح موفقیت، ویژگی‌های اخلاقی و سطح پیچیدگی شخصیتی. در پژوهش فوق پوشش افغان‌های مهاجر به ایران بررسی شده است. بر این اساس جامعه آماری این پژوهش از تعداد ۸۰ مرد، زن و کودک (زیر ۱۸ سال) تشکیل شده است که ساکن کوی کن و شهران واقع در منطقه غرب تهران هستند. پرسش‌های پژوهش این سه مورد است: ۱- آیا پوشش این افراد تغییر کرده است؟ ۲- آیا به میل خود پوشش را انتخاب کرده‌اند؟ ۳- تأثیر جامعه در تغییر هویت پوشش چگونه است؟ امروزه پوشاک نه تنها نیاز اساسی و طبیعی انسان است، بلکه یک پدیده فرهنگی است. پوشش افغان‌های مهاجر بر اساس سال ورود به ایران، میزان تحصیلات، شهری که ترک کرده‌اند، مذهب و باورها، اشتغال و سن افراد اهمیت می‌یابد.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ، هویت، لباس، افغان.

^۱ zjoharchij@gmail.com

^۲ emamr69@yahoo.com

مقدمه

پوشش و نوع لباس در هر جامعه اهمیت دارد زیرا نمودار هویت فرهنگی مردم است. تاریخ مد به سالهای بسیار دور باز می‌گردد. از زمانی که بشر پوشش خود را انتخاب کرده، عوامل گوناگون چون شرایط اقلیمی، زمان، مکان، موقعیت اقتصادی و فرهنگی و ... در نوع لباس او مؤثر بوده‌است. رولان بارت، نشانه‌شناس فرانسوی موضوع گوناگونی چون ادبیات، سینما، نقاشی، پوشاک، مسائل روزمره زندگی را در آثار خود بررسی کرده است. و این که ساختارهای اصلی و مناسبات درونی پدیده‌های فرهنگی را به یاری روش‌های زبان‌شناسی می‌توان درک کرد که بر دو رکن استوار است: نخست این که هر پدیده اجتماعی و فرهنگی با معنا است و یک نشانه تلقی می‌شود. دیگر این که این پدیده‌ها در مناسبات با یکدیگر دریافت می‌شوند. بر این اساس بارت گونه‌ای نظام کُگذاری را در تمامی جنبه‌های زندگی جامعه جدید یافته است. (احمدی، ۱۳۹۳: ۲۱۹-۲۱۸)

این پژوهش به سه پرسش پاسخ خواهد داد: نخست این که آیا پوشش افغان‌های مورد پژوهش این پژوهش تغییر کرده است؟ سپس این سؤال که آیا به میل خود پوشش را انتخاب کرده‌اند؟ و آخرین سؤال این است که تأثیر جامعه در تغییر هویت پوشش چگونه است؟^۱

روش پژوهش

این پژوهش میدانی به همراه پژوهش کتابخانه‌ای است. مکان مورد بررسی شهران و کوی کن واقع در منطقه غرب تهران است. برای این منظور پرسش‌نامه‌ای تهیه شد که در آن سؤال‌هایی در باره جنس، سن، تاریخ ورود به ایران، نژاد (پشتو، تاجیک، پارسی، هزاره و ...)، نوع پوشش قبلی و فعلی، لباس سنتی، زیورآلات، مراسم و فرهنگ غذایی طرح شد. آنچه مورد بحث این پژوهش است پوشاک این مهاجران است. بنابراین، فرهنگ غذایی آنها ملحوظ نمی‌شود.

مهاجران افغان که در یک منطقه ساکن هستند، معمولاً به طور گروهی وارد ایران شده‌اند. قوم‌های پشتو، پارسی، تاجیک، هزاره (قزنی، جاغوری) از اهالی یک شهر یا

۱. این پژوهش با همکاری مسئول محترم، هیئت مدیره و برخی از مربیان انجمن پرنده درخت کوچک واقع در

کوی کن انجام شده است که از تک تک آنها سپاسگزاریم.

روستا در افغانستان هستند که خانوادگی و یا با هدایت و پشت‌گرمی هم‌ولایتی‌هایشان به ایران آمده‌اند. بر این اساس پوشش و آداب و سنن اغلب آن‌ها مشترک است.

افراد مورد مطالعه شامل ۴۰ زن، ۲۰ مرد و ۲۰ کودک (زیر ۱۸ سال) هستند. کودکانی که در ایران به دنیا آمده‌اند به طور قطع فرهنگ و آداب ایرانی را بهتر از خانواده خود پذیرفته‌اند. تعداد زنان مورد مطالعه دو برابر مردان و کودکان است، زیرا مادران تأثیر بسزائی در حفظ آداب و سنت و یا تغییر آن دارند که در بحث و تحلیل در این باره توضیح داده می‌شود.

پیشینه پژوهش

در باره زندگی مهاجران افغان مقاله‌های بسیاری نوشته شده است؛ به طور نمونه از مقاله محسن شاطریان و محمود گنجی‌پوربا عنوان «تأثیر مهاجرت بر شرایط اقتصادی و اجتماعی شهرکاشان» نام برد. در این مقاله به مشکلاتی چون بیکاری، فقر، افزایش آمار بیسواد، تأثیرات اجتماعی و بحران هویت اشاره شده که با جمعیت افغان بالغ بر بیست هزار نفر تا سال ۱۳۸۹ در کاشان به وجود آمده است.

مهدی عباس‌زاده فتح‌اللهی و همکاران در سال جاری (۱۳۹۷) مقاله‌ای با عنوان «نقش زنان در فرایندهای مربوط به صلح در عصر جهانی شدن، مورد مطالعه افغانستان» به طور دقیق نقش زنان افغان را از دوره امان‌الله‌خان (۱۹۱۹) تا (۲۰۱۸) بررسی کرده‌اند. در این پژوهش به‌طورکلی به پوشش اجباری چادر و برقع در چند دوره از جمله در دوره پنج ساله طالبان اشاره شده است.

به غیر از مقاله‌هایی که اشاره شد و به طور گذرا به پوشش آنها اشاره داشته‌اند، از منظر زبان‌شناسی و نشانه‌شناسی به مقوله پوشش و لباس آنها توجهی نشده است.

مبانی نظری

نخستین بار فردینان دو سوسور نشانه‌شناسی را مطرح کرد. او زبان را نه به‌عنوان پدیده‌ای تاریخی بلکه به‌عنوان یک نظام موجود در زمان حال در نظر می‌گیرد. اگر بخواهیم زبان را به‌عنوان نظام در نظر بگیریم، باید تقابلی بین گفتار (پارول) و زبان (لانگ) قایل شویم. همه گُنش‌های محتمل پارول محصول نظام لانگ و قواعد آنند. زبان‌شناسی سوسوری نیز در پی بررسی نظام زبان و قوانین آن است نه گفتار. چراکه لانگ باید به طور هم‌زمانی یا غیرتاریخی بررسی شود در حالی که گفتار (پارول) لاجرم در زمانی یا تاریخی خواهد بود. نشانه ترکیبی از یک دال (اصوات یا

علائم مکتوب) و یک مدلول (مفهوم) است. مدلول یک مفهوم ذهنی است. نشانه‌شناسی در پی بررسی عمومی نظام‌های نشانه‌ای است که جوامع ما را سامان می‌دهند. نظام‌های نشانه‌ای بسیاری در جهان وجود دارد از جمله نظام مُد. (نیاورزی، ۱۳۸۹: ۳۶)

رولان بارت، نشانه‌شناس فرانسوی، جهان مدرن را جایی می‌داندست که ما پیوسته در آن زیر بمباران نشانه‌هایی هستیم که دیگران ساخته و پرداخته‌اند، و مهیب‌ترین این مجموعه‌های نشانه‌ای نیز به باور او زبان است که هیچ چیز را بیرون از خودش نمی‌پذیرد و استبداد خود را بر همه کس و همه چیز برقرار می‌کند (بارت، ۱۹۸۴، فکوهی ۱۳۹۴: ۱۳). از دیدگاه بارت کار نشانه‌شناسی یافتن دلالت معنایی در گستره پایان زندگی بشر امروزی است. شهر یک سخن است و این سخن به راستی یک زبان است. شهر با ساکنان خود سخن می‌گوید. ما با شهرمان که در آن زندگی می‌کنیم، به گونه‌ای بسیار ساده، با زیستن و آمد و رفت در آن و نگرستن به آن سخن می‌گوئیم. نوع خاصی از پوشاک، مدلی از اتومبیل، یک بشقاب غذای تزیین شده، یک فیلم، گونه‌ای موسیقی و ... در ظاهر چیزهایی نامتجانس هستند ولی بارت میان آنها وجه مشترک می‌بیند. آنها دستکم همگی نشانه‌اند. (بارت، ۱۹۵۷، دقیقیان، ۱۳۹۲: ۱۲)

بارت شش سال برای نگارش کتاب «نظام رسم پوشاک» کار کرد. این کتاب در باره شیوه پوشاک افراد، یا قواعد پوشاک بنا بر احکام «مجله‌های مُد» نیست. هدف اصلی فهم معانی به یاری نشانه‌شناسی است. لباس‌ها - همچون متون ادبی - جهانی از نشانه‌هاست. نظام رسم پوشاک یک زبان است. بارت با تأکید بر اهمیت نظام پوشاک یادآور شده که نویسندگانی چون بالزاک، میشله و پروست به زبان پوشاک آگاه بودند. او باور دارد که به هیچ موضوع فرهنگی خارج از زبان نمی‌توان اندیشید. (احمدی، ۹۳: ۲۲۱)

زبان در نظام پوشاک (Vestimentary) از تقابل قطعه‌ها، تکه‌های لباس و «جزئیات»، تنوعی که می‌تواند تغییر معنا ایجاد کند (پوشیدن کلاه پوست و کلاه لبه‌دار معنای یکسانی ندارد)؛ و از قواعدی که بر رابطه بین قطعه‌ها با همدیگر و بسته به طول یا عمق بدن حکم می‌کنند، به دست می‌آید. (بارت، ۲۰۰۶، نجومیان، ۱۳۹۶: ۸۷)

بحث و تحلیل

«روش پوشاک» موردی شخصی است که آن را گفتار می‌نامیم، گفتار در نظام پوشش شامل همه پدیده‌های مربوط به ساخت بی‌قاعده یا فردی پوشش است. «(زبان پوشاک)» موردی همگانی

است و آن را زبان می‌خوانیم. لباس‌ها را آنگونه که پوشیده می‌شوند در نظام پوشش زبان می‌خوانیم. تمامی جامعه زبان پوشاک را از راه کارکرد گروهی از طراحان و «مدسازان» یعنی مراکز اصلی تولید پوشاک، می‌شناسند. بارت می‌گوید در یک آگهی تجاری کنار تصویر فنجانی قهوه که بخار از آن برمی‌خیزد، نوشته شده است: «تازه، طبیعی، خوش‌عطر»، و با توجه به این نوشته و تأکید آن علاوه بر تصویر قهوه، بارت می‌گوید: «زبان یعنی قدرت». (احمدی، ۹۳: ۲۲۲-۲۲۳)

مهاجرت یعنی ترک شهر مبدأ و انتخاب مقصدی که خواسته‌ها و رؤیاهای او را محقق کند. دلایل مهاجرت می‌تواند اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی باشد. قدر مسلم آن که شهر منتخب همه یا بعضی از شرایط مورد نظر فرد را داراست از این‌رو، همواره سعی در تبعیت از فرهنگ، زبان، آداب و رسوم آن می‌شود. این که کدام طبقه اجتماعی با چه میزان سواد و گروه سنی پذیرش بیشتری دارند مورد نظر این پژوهش است. مهاجران افغان در سه گروه زنان، مردان و کودکان (زیر ۱۸ سال) بررسی می‌شوند.

الف. زنان

چهل نفر از افراد مورد پژوهش، زن هستند که در نمودار شماره یک مشاهده می‌شوند.

نمودار ۱. زنان

سن	زیر بیست سال	زیر سی سال	زیر چهل سال	زیر پنجاه سال	
	۱۰٪	۳۰٪	۵۰٪	۱۰٪	
تاریخ ورود به ایران	متولد ایران	ورود زیر یکسال	ورود زیر سهسال	ورود زیر سی سال	
	۱۰٪	۴۰٪	۱۰٪	۳۰٪	
	۲۳٪	۴۰٪	۲۷٪	۱۰٪	
زیسته در استان، شهر	کابل	هرات	استانف	پروان	مزار شریف
	۳۷٪	۳۸٪	۱۵٪	۵٪	۵٪
نژاد	تاجیک	پارسی	هزار		
	۵۲٪	۲۲٪	۶٪		
پوشش در افغانستان	چادر آبی*	لباس محلی و روسری	لباس گردی رنگارنگ		
	۶۰٪	۳۰٪	۱۰٪		
پوشش ایران، در منزل	تهرانی	سنی			
	۶۵٪	۳۵٪			
پوشش لباس در مجالس و میهمانی	تهرانی	افغانستانی			
	۷۵٪	۲۵٪			

تخصیلات :

در جامعه ی آماری ۳۷۵ زن فرزند تحصیلات آنان به شرح جدول زیر بوده است :

زن	بی سواد	کم سواد(اندازه)	متکامل	متوسط	دیپلم	لیسانس	دکتر
۵۲،۷۲٪	۲۴،۹۰٪	۵،۰۹٪	۳،۶۳٪	۹،۷۲٪	۰،۷۳٪	۱۰،۱۸٪	

● چادر آبی، چادری است که همه اندام زن را می‌پوشاند و زن تنها به وسیله تور کوچکی که مقابل صورتش قرار دارد می‌تواند ببیند. در زیر چادر پیراهن شلوار و یا بلوز شلوار می‌پوشند.

● توضیح این که ستونهای جدول تنها بیان‌کننده همان بند هستند و ارتباطی با ستون بالا یا پائین ندارند. به طور نمونه ۸۰٪ زنان مورد بررسی افغان متولد ایران هستند. که هیچکدام بیسواد نیستند. اما در ستون زیرین آمار بیسوادان زن ۲۳٪ است که ارتباطی به متولدین در ایران ندارد.

فرهنگ عبارت است از نحوه زندگی کردن ما در طبیعت. فرهنگ عبارت است از رفتارها و فرایندهای معناسازی با متونی که در زندگی روزمره با آن‌ها سروکار داریم. به این ترتیب، فرهنگ - های گوناگون حاصل تولید و رواج و مصرف معانی گوناگون‌اند. از این رو، سهیم شدن در یک فرهنگ یعنی تفسیر جهان (یا معنادار ساختن آن) به شیوه‌هایی که آشکارا مشابه به شیوه‌های دیگر آحاد جامعه است. (پاینده، ۸۹: ۱۸)

زنان از نظر آمار جمعیتی نیمی از جامعه را تشکیل می‌دهند، اما از نظر سازندگی و تأثیرگذاری در خانواده درصد بیشتری را شامل می‌شوند ولی متأسفانه در جامعه افغان به آن‌ها به چشم جنس دوم نگاه شده است و از اختیارات بسیار ناچیزی در خانواده برخوردارند. الگوهای رفتاری در خوراک و پوشاک بر همسر و فرزندان آنها به ویژه دختران مؤثر است. زنان متولد ایران خود را با فرهنگ پوشش ایران آراسته‌اند. کسانی که بیست، سی سال عمر خود را در افغانستان و در دوره - های پوشش اجباری چادر و روبنده سرکرده‌اند، در ایران با انتخاب خود یا خانواده حجاب چادر ایرانی و یا ماتتو روسری را اختیار کرده‌اند. ۲۵٪ آنها در مجالس مهمانی لباس سنتی خود را می‌پوشند. عروس در روز عقد لباس سبز سنتی دارد و روز جشن عروسی همانند سایر عروسه‌های دنیا با لباس سپید خود را می‌آراید و روز سوم لباس قرمز می‌پوشد. زنان هراتی در روزهای میهمانی عروسی لباسی به شکل پرچم خود به بر می‌کنند؛ به طرزى که بخش بالانتنه به رنگ سبز، میان به رنگ سرخ و شلوار به رنگ سیاه است.

در منطقه کن بسیاری از زنان افزون بر خانه‌داری و مسئولیت کودکان، به کار درآمدزا از قبیل هنرهای دستی، خیاطی، کارگری و ... مشغول هستند. به نظر می‌رسد که آنها در پی کسب استقلال و آزادی هستند که سالها از آنها دریغ شده بود. پنجاه درصد آنها تحصیلات دیپلم و یا

بالای ششم ابتدائی را گذرانده‌اند و بیست و هفت درصد در انجمن پرنده درخت کوچک واقع در منطقه کن در کلاس‌های نهضت سوادآموزی به دانش خود می‌افزایند. سواد مادران موجب تشویق بیشتر آنها به علم و دانش و آموزش هنر و غیره است. حتی مادران بیسواد که بیست و سه درصد جامعه آماری ما را تشکیل می‌دهند، در این سال‌های مهاجرت، نسبت به بعضی مسائل اجتماعی و فرهنگی نگرش خود را تغییر داده‌اند. با میل و اشتیاق کودکان خود همراهی می‌کنند تا در کلاس‌های آموزشی، هنری و ورزشی شرکت جویند.

نکته قابل توجه در باره این زنان این است که ۹۰٪ این زنان از شهر کابل و روستاهای اطراف آن مثل پشه‌ای و استالف و شهر هرات و روستاهای اطراف آن مثل شندنی به ایران مهاجرت کرده‌اند و حدود ۷۵٪ آنها بیسواد و یا کم‌سواد هستند. ۱۰٪ زیر یکسال و ۴۰٪ زیر دهسال به ایران مهاجرت کرده‌اند. پس تاریخ ورود به ایران (۲۰ سال پیش یا چندماه قبل) ارتباطی به سواد آنها ندارد. به نظر می‌رسد زنان مهاجر افغان چه از جانب کشور و چه از طرف همسران خود در بیشتر موارد از حقوق اجتماعی محروم هستند.

درچند سال اخیر انجمن‌های خیریه با تشکیل کلاسهای نهضت سوادآموزی گام‌های مؤثری در این راه برداشته‌اند.

ب. مردان

نمودار ۲. مردان

ب- گروه مردان

سن	زیر بیست سال	زیر سی سال	زیر چهل سال	زیر پنجاه سال
	۱۵٪	۲۵٪	۳۵٪	۲۵٪
تاریخ ورود به ایران	زیر ده سال	زیر بیست سال	زیر سی سال	زیر پنجاه سال
	۳۵٪	۲۰٪	۳۵٪	—
زیسته در استان، شهر	کابل	هرات	استانک	—
	۴۵٪	۴۵٪	۱۰٪	—
نژاد	تاجیک	پارسی	افغان	استانک
	۴۰٪	۲۰٪	۲۰٪	۲۰٪
پوشش در افغانستان	لباس محلی*			
	۱۰۰٪			
پوشش در ایران	لباس مردانه ایرانی	لباس سنتی افغان		
	۹۵٪	۵٪		
پوشش دلقه‌ها	پوشش ایرانی	پوشش سنتی		
	۹۵٪	۵٪		

اینجای پژوهش برای جامعه آماری ۲۷۱ مرد به شرح زیر است:

سن	بی نژاد	کم نژاد (تتایی)	سیکن	دورستان	دهلم	ایمان	لغمت
مرد	۴۲.۹۱٪	۳۶.۹۰٪	۶.۲۷٪	۲.۲۱٪	۵.۹۰٪	۰.۳۶٪	۴.۴۲٪

- لباس محلی افغانها شامل پیراهن بلند و شلوار (تتبان) گشاد است.

اروینگ گافمن^۱، انسان‌شناس و جامعه‌شناس اوکراینی‌الاصول مهاجر کانادا، در پی پژوهش‌های خود به این نکته پی برد که هویت آن چیزی نیست که ما هستیم، بلکه هویت چیزی است که ما می‌سازیم و از طریق انتخاب لباس، نحوه رفتار و ایفای نقش به آن جامعه عمل می‌پوشانیم. (صادقی فسائی و همکار، ۱۳۹۵: ۴۴۰)

هویت اجتماعی یکی از مسائلی است که در اندیشه‌های گافمن نقش کلیدی دارد. هویت اجتماعی که گافمن به آن عقیده دارد، هویتی است که در جریان کنش‌های اجتماعی زاده می‌شود و به وجود می‌آید. گافمن در ضمن بحث درباره هویت اجتماعی به صورت خواسته یا ناخواسته به بحث فرد و جامعه نیز وارد می‌شود. گافمن هویت اجتماعی را هویتی ساخته شده و آماده نمی‌داند که به صورت قالبی آماده و ساخته و پرداخته وجود داشته باشد. این هویتی است که در جریان کنش‌های اجتماعی به وجود می‌آید، پذیرفته و یا رد می‌شود. جامعه از خلال نقش‌هایی که افراد اجرا می‌کنند هویت ایشان را رقم می‌زند و شکل می‌دهد. و افراد در تلاش‌های خود برای اجرای هرچه بهتر نقش خود می‌کوشند تا هویت مورد نظر خود را تثبیت کرده و دیگران را وادار به پذیرش آن کنند. این تلاش‌ها در زمینه قواعدی به وقوع می‌پیوندد که گافمن از آن با نام چهارچوب نام می‌برد که معادل موقعیت‌های کم و بیش ساختار یافته هستند. جامعه برای افراد نقش‌هایی را در نظر گرفته است که باید در این نقش‌ها حاضر شده و به ایفای آن بپردازند. (فکوهی و همکار، ۱۳۸۴)

در کتاب «داغ ننگ»، گافمن طرد اجتماعی را طرح می‌کند. به باور او هر فردی از نظر روانی نیاز به احساس تعلق و عضویت در جامعه را دارد. در جامعه‌ای که بی‌عدالتی و نابرابری وجود دارد نگرانی از طرد اجتماعی دور از ذهن نیست. جرج زیمل در تعریفی که از طرد شدگی یک غریبه در یک جامعه ارائه می‌دهد او را فردی معرفی می‌کند که به لحاظ فیزیکی نزدیک است اما به لحاظ اجتماعی فاصله دارد. نظریه دیگری فقر، نبود شغل، آسیب‌های اجتماعی را از عوامل طرد شدگی می‌داند. (صادقی فسائی و همکار، ۱۳۹۵: ۴۴۲)

صد درصد مردان مورد پژوهش در افغانستان پوشش سنتی خود را داشته‌اند و پس از مهاجرت به ایران مطابق ایرانی‌ها لباس می‌پوشند. آنها با بیست- سی سال زندگی با فرهنگ و

^۱ . Irving Gaffman

مردم ایران لباس خود را تغییر داده‌اند و هویت قبلی آنها متزلزل شده است. زیرا دوست دارند دیده شوند و تفاوت هایشان با ایرانی‌ها کم‌رنگ باشد.

این که مردها در چه شرایط سنی، تحصیلی و از کدام استان و شهر افغانستان هستند حائز اهمیت است. افراد بیسواد با ۴/۴۱٪ و افراد کم سواد با ۸/۳۴٪ آمار نشانگر این است که شغل و حرفه‌ای که در ایران مشغول می‌شوند، با حداقل دستمزد و معیشت، زندگی این گروه را سخت‌تر می‌کند. ۳۰ درصد از افراد تحصیلات حدود دیپلم دارند و به طور قطع با وجود بیکاری، شرایط و زندگی بهتری برای آنها رقم می‌خورد. نابرابری اجتماعی برای مهاجرین وجود دارد و در شرایط مساوی حرفه و دانش، کسی که مزد کمتری درخواست کند به کار دعوت می‌شود و به همین دلیل رواج بیکاری بین ایرانیان می‌تواند به یکی از نگرانی‌های صاحب نظران از پذیرش مهاجر باشد. ۶۵٪ از مهاجرین افغان در بیست سال اخیر به ایران آمده‌اند. ۱۰٪ آنها در افغانستان پوشش سنتی داشته‌اند و در ایران اکثر آنها از لباس معمولی ایرانی استفاده می‌کنند. قوم تاجیک تا حدودی پوشش سنتی افغان را ترجیح می‌دهد. از دیدگاه بارت کار نشانه‌شناسی یافتن دلالت معنایی در گستره پایان زندگی بشر امروزی است. شهر یک سخن است و این سخن به‌راستی یک زبان است. شهر با ساکنان خود سخن می‌گوید. ما با شهرمان که در آن زندگی می‌کنیم، به‌گونه‌ای بسیار ساده، با زیستن و آمد و رفت درن و نگرستن به آن سخن می‌گوئیم. نوع خاصی از پوشاک، مدلی از اتومبیل، یک بشقاب غذای تزیین شده، یک فیلم، گونه‌ای موسیقی و ... در ظاهر چیزهایی نامتجانس هستند ولی بارت میان آنها وجه مشترک می‌بیند. آنها دستکم همگی نشانه‌اند. تغییر پوشش مردان افغان نشانه‌ای از پذیرش فرهنگ شهر مقصد است. فرم آرایش مو، ریش و سیبیل و حتی تغییر رفتار، عادات غذایی، همه نشان از تغییر فرهنگ و روابط اجتماعی آنها دارد. جشن‌های مناسبتی در سالن‌های ایرانی، برگزاری مراسم عید نوروز و جشن عید فطر به سبک خودشان و ... نشان از علاقه‌ی آنان به ریشه خود دارد مردان به لحاظ فرهنگی خود اتکا هستند و برخلاف بسیاری از زنانشان در انتخاب لباس و آرایش ظاهر، خودشان تصمیم می‌گیرند. ظاهرا در افراد بالای ۵۰ سال هنوز بعضی از سنت‌های پوشاک پابرجاست اما جوانترها با معیارهای جامعه ما هم‌آهنگ شده‌اند.

مردان افغان به سخت‌کوشی معروفند. این مردان در کارهای ساختمانی، کوره‌پز خانه‌ها، معادن و ... مشغول به کارند. تمام تلاش آنها برای دیده شدن و حقوق آنهاست. لباس و پوشش آنها تغییر می‌کند تا با ایرانی‌ها همپوشی داشته باشند. از طرفی جوانترها به تغییر ظاهر علاقه‌مندند

و از مُد پیروی می‌کنند. بسیاری از کشورهای جهان سالهاست که از مُد و طراحی لباس جوامع غربی پیروی می‌کنند. به نظر می‌رسد که کشورهای درحال توسعه برای اثبات پیشرفت و تمدن خود، خریداران آخرین مُدهای پاریس و لندن هستند.

ج. کودکان و نوجوانان

نمودار ۳. کودکان و نوجوانان

ج کودک و نوجوان

سن	زیر نوزده سال	زیر هجده سال		
	۷۵٪	۲۵٪		
تاریخ ورود به ایران	متولد ایران	ورود زیر هجده سال	ورود زیر بیست سال	
تحصیلات	معدل ابتدایی	معدل دبیرستان	۱۵٪	
زیسته در استان، شهر	کابل	هرات	استانک	
	۴۵٪	۴۰٪	۵٪	
نژاد	تاجیک	پارسی	افغان	استانک
	۳۵٪	۲۰٪	۲۰٪	۱۰٪
پوشش در افغانستان	لباس محلی	متولدین ایران		
	۳۰٪	همانند ایرانیان		
پوشش در ایران	لباس معمولی ایرانی	چادر ایرانی		
	۹۵٪	۵٪		
پوشش داخواه	پوشش ایرانی	پوشش سنتی		
	۹۰٪	۱۰٪		

فیل کوهن^۱ راجع به پاره فرهنگ‌های جوانان مدعی است که پاره فرهنگ جوانان حکم کوششی برای حل مشکلات فرهنگ مادری را دارند (فرهنگ کارگری والدین، همالان غیرپاره فرهنگی و از این قبیل). به نظری کارکرد ناپیدای پاره فرهنگ از این قرار است: متجلی و حل کردن ولو «سحرآمیز» تناقضاتی که در فرهنگ مادری مکتوم یا حل نشده باقی می‌مانند. کلیه پاره فرهنگ‌هایی را که این فرهنگ مادری یکی پس از دیگری به وجود می‌آورد، می‌توان شکل‌های مختلف و بسیار متعدد یک مضمون اصلی محسوب کرد که در سطح ایدئولوژیک عبارت است از تناقض بین منزه‌طلبی سنتی طبقه کارگر و لذت جویی جدید مصرف، و در سطح اقتصادی عبارت است از تناقض بین آینده‌ای که کارگران بخشی از نخبگان جامعه می‌شوند و از پویایی اجتماعی برخوردار می‌گردند و آینده‌ای که کارگران بخشی از پرولتراها و اباش جدید را تشکیل می‌دهند. {گروه‌های جوانان از قبیل آلامدها، کاپشن‌پوش‌ها، کله‌تاس‌ها و کرومبی پوش‌ها (نوعی پالتو که نشانه تعلق به پاره فرهنگ کله‌تاس هاست)} . به عبارتی دیگر آنان بسیاری از ارزش‌های سنتی فرهنگ مادری خویش را قبول داشتند که نشانه‌هایش عبارت بودند از (زبان لاتنی و رفتارهای آیینی آنان) با این همه لباس‌هایی که می‌پوشیدند و نوع موسیقی ای که گوش می‌دادند، بازتابی بود از تصویر لذت جویانه‌ی مصرف‌کننده‌ی مرفه. از این رو، پاره فرهنگ‌ها باز نمود راه‌حلی مصالحه‌آمیز برای ارضاء دو نیاز متناقض هستند: نیاز به ایجاد و ابراز استقلال از والدین و تفاوت داشتن با آن‌ها... و نیاز به حفظ... هم‌هویتی با والدین. (پاینده، ۱۳۸۹: ۲۷۹-۲۷۸)

کودک و نوجوان افغان در مدارس ایران تبعیض و نابرابری را تجربه می‌کند. گاهی خود را ایرانی معرفی می‌کند و یا برای نمایش برتری به هم‌کلاسی‌هایش، از جدیدترین مدل لباس و آرایش مو استفاده می‌کند. بچه افغانی در جامعه ما اغلب به‌عنوان «دیگری» به حاشیه رانده می‌شود. این کودکان، بخصوص پسرها، با والدین خود تفاوت دارند و حاضر نیستند لباس سنتی بپوشند. با این که دخترها برای پذیرش مسئولیت خانواده آماده می‌شوند و بیشتر از پسران تحت انقیاد هستند بازهم در ایران به خواسته‌های خانواده کاملن تن در نمی‌دهند. دخترانی که گاهی در سرزمین خودشان ناچارند با هویت پسر باشند تا از حداقل حقوق و آزادی برخوردار باشند. نوردبرگ^۲ در کتاب خود توضیح می‌دهد که چرا بعضی خانواده‌ها دختران خود را مانند پسران لباس می‌پوشانند. به این کار «بچه‌پوش» می‌گویند. پژوهش‌های نوردبرگ به عللی چون تاریخ، مذهب،

1. coohen

2. Nordberg

فرهنگ و اقتصاد اشاره دارد که خانواده‌ها را مجبور می‌کند تا دختران خود را به‌عنوان پسر تعریف کنند. (نوردبرگ، ۱۹: ۲۰۱۵). ۹۰٪ کودکان مورد پژوهش لباس و پوشش ایرانی را ترجیح می‌دهند و استفاده می‌کنند. ۹۰٪ این کودکان در حال تحصیل هستند. تعدادی از افراد بازمانده از تحصیل (به دلیل سن بالا و یا کودک کار) هم در این منطقه شناسائی شده‌اند و بعد از ظهرها به مدرسه‌ای می‌روند که کمک به تحصیل کودکان بازمانده از تحصیل را مسئولیت اجتماعی خود می‌داند. جامعه مصرفی در پی یافتن مصرف‌کنندگان بیشتر است. نوجوانان چه مهاجر و چه ساکن، بهترین گزینه برای مصرف هستند.

در روانکاوی پسا ساختارگرایانه ژاک لاکان ایدئولوژی مصرف کماکان همان کارکردی را دارد که «ایدئولوژی داستان عاشقانه». مصرف کالا همچون جستجو برای نیل به عشق، حاکی از نوعی نقصان است. وعده ایدئولوژی مصرف این است که مصرف کالا (مانند عشق)، راه حل تمام مشکلات انسان است و ما را به تمامیت می‌رساند (پاینده، ۸۹: ۲۶۷-۲۶۶). هربرت مارکوزه (Herbert Marcuse, 1968) می‌گوید که ایدئولوژی مصرف، نیازهای کاذب در مردم ایجاد می‌کند و این نیازها به صورت نوعی مهار اجتماعی عمل می‌کنند: مردم خویشتن را در کالاهایشان باز می‌شناسند؛ آنان روح خود را در اتومبیل‌شان، رادیو ضبط‌شان، خانه‌ها، پوشش و غیره می‌بینند (پاینده، ۸۹: ۲۶۶). مهاجرانی که از نظر مالی رفاه نسبی دارند، برای نوجوانانشان کالاهای لوکس و زیبا خریداری می‌کنند. در حالیکه کمتر به فکر تحصیلات و رشد فکری آنان هستند.

نتیجه‌گیری

در بررسی گروه زنان، مردان و کودکان افغان در منطقه کن مشاهده شد که ۹۰٪ پوشش آنها تغییر کرده است. لباس سنتی زنان در افغانستان اغلب چادر آبی و یا پیراهن و شلوار و حجاب بوده است. مردان هم در افغانستان پیراهن بلند با نوعی سوزن‌دوزی به نام خامه‌دوزی و تبنان می‌پوشیدند که پس از مهاجرت نظیر مردان ایرانی از بلوز- شلوار یا پیراهن- شلوار و یا کت و شلوار استفاده می‌کنند. کودکان و نوجوانان هم اگر متولد ایران و یا مهاجر هستند همه پوشش ایرانی دارند و اگر زنان و دختران چادر می‌پوشند، چادر ایرانی انتخاب می‌کنند. با وجود انتخاب پوشش ایرانی، ۳۵٪ زنان و ۱۰٪ دختران پوشش سنتی خود را ترجیح می‌دهند و در جشن‌های عروسی و یا مناسبتی از لباسهای رنگارنگ خود استفاده می‌کنند. نژاد آنها (پارسی، تاجیک، افغان، هزاره، استالف و ...) تأثیر ناچیزی در پوشش لباس آنها در ایران دارد. تاجیک‌ها معمولاً

ترجیح می‌دهند از لباس سنتی خود استفاده کنند و در مراسمی مانند حنابندان یکبار با لباس سنتی و بار دیگر با لباس رسمی ایرانی ظاهر می‌شوند. اولین پرسش این پژوهش پاسخ داده شد. این که پوشش افغان‌های مقیم ایران تغییر کرده است. دومین پرسش این بود که آیا این مهاجرین به میل خود پوشش را انتخاب کرده‌اند یا به اجبار بوده است.

در فرهنگ مهاجرت، اگر کشور مقصد نسبت به مبدأ از نظر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برتری داشته باشد، افراد مهاجر در فرهنگ کشور مقصد با هویت جدید خود را معرفی می‌کنند. در گروه مورد پژوهش مردان و پسران با نظر خود پوشش را انتخاب می‌کنند اما بعضی زنان و دختران همچنان با نظر بزرگترهایشان همراه می‌شوند. در سومین پرسش تأثیر جامعه در تغییر هویت و پوشش طرح شده است. بدون شک قوانینی که حکومت افغانستان سالها در باره حجاب و پوشش زن و مرد اجرا کرده است، مورد پذیرش اغلب مردم نبوده است. امان‌الله خان، محمد ظاهرشاه و نورمحمد ترکی گامهایی برای حمایت از بانوان برداشتند. آنها رسوم ازدواج سنتی را ملغی کردند و سن بلوغ دختران را به ۱۶ سال تغییر دادند. این قوانین دوام نداشت متأسفانه هنوز هم ازدواج سنتی در سنین بسیار پایین بین مهاجرین افغان شایع است و در دوره نادرشاه و یا دوره طالبان زنان از تحصیل و حقوق اجتماعی محروم بوده‌اند. در انتخابات ۲۰۱۰، شصت و نه کرسی از دویست و چهل و نه کرسی پارلمان به زنان اختصاص یافت. با وجود چهار زن در مقام وزارت، هنوز وضعیت سواد و آموزش زنان مناسب نیست. به علاوه وجود ۴/۴۱٪ از مردان بیسواد نشانگر آن است که افغانها نیاز به تغییر بنیادین برای آموزش و پرورش دارند. نگرش فرهنگی آنها در ایران قدری متحول شده است طوری که زنان و کودکان مهاجر کمتر در معرض اعمال فشار و تنبیه بدنی هستند. اما باید کاملاً مطیع و فرمانبردار همسر خود باشند. زنان در مورد بچه‌دار شدن و تربیت کودکان تفاوت کرده‌اند. اغلب زنان جوان کابلی منطقه کن دو یا سه فرزند دارند در حالیکه بقیه نژادها حداقل ۵ فرزند دارند. افغان‌ها در پی زندگی برتر نسبت به کشور خود هستند و وقتی فضای مناسبی در ایران برای پوشش آنها ایجاد می‌شود با جامعه مقصد خود را وفق می‌دهند و آن را انتخاب می‌کنند.

فهرست منابع

احمدی، بابک (۱۳۹۳). ساختار و تأویل متن. (چاپ اول ۱۳۷۰). تهران: نشر مرکز.

استوری، جان (۲۰۰۳). مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه. ترجمه حسین پاینده (۱۳۸۹)، چاپ اول (۱۳۸۶)، تهران: انتشارات آگاه.

بارت، رولان (۱۹۷۵). اس / زد. ترجمه سپیده شکری‌پور. چاپ اول ۱۳۹۴، تهران: انتشارات افراز.
بارت، رولان (۱۹۷۰). امپراتوری نشانه‌ها. ترجمه ناصر فکوهی. چاپ ششم ۱۳۹۴، چاپ اول ۱۳۸۳، تهران: نشر نی.

شاطریان، محسن - محمود گنجی‌پور (۱۳۸۹). «تأثیر مهاجرت افغان‌ها بر شرایط اقتصادی و اجتماعی شهر کاشان». مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال اول شماره سوم، صص ۱۰۲-۸۳.
صادقی فسائی، سهیلا - حامد نظری (۱۳۹۵). «بجه افغانی، شکل‌گیری تصویر از خود و دیگری در تجربه زندگی روزمره نوجوانان افغان». مجله مطالعات و پژوهش‌های اجتماعی در ایران، دوره ۵، شماره ۳ صص ۴۵۶-۴۳۷.

عباس‌زاده فتح‌آبادی - مهدی عباس - نیلوفرالسادات عمرانی - شهرام عسکری حسن (۱۳۹۷). «نقش زنان در فرآیندهای مربوط به صلح در عصر جهانی شدن (مورد مطالعه: افغانستان)». فصلنامه علمی تخصصی سپهر سیاست، سال پنجم شماره پانزدهم، صص ۱۹۹-۱۷۳.

فکوهی، ناصر - زهره رهبری (۱۳۸۳-۸۴). کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، گزارش پژوهش نظری. «زندگی و اندیشه‌های اروینگ گافمن، درس نظریه‌های جدید انسان‌شناسی». نجومیان، امیرعلی (۱۳۹۶)، نشانه‌شناسی، تهران: انتشارات مروارید.
نیاورزی، سینا (۱۳۸۹). خواندن مُد رولان بارت و مُد. مجله روان‌شناسی و هنر، سال چهارم شماره هشت، صص ۳۶-۳۷.

Segal, Victoria. The Guardian; London(u k) 29 May 2015: 19.

نشانه‌شناسی تعاملات فرهنگی

الهام حبیبی^۱

دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فرانسه دانشگاه شهید بهشتی

چکیده

نشانه‌شناسی اجتماعی معنا را در بافت^۲ متن جست و جو می‌کند، خواه این بافت، بافت موقعیتی آن باشد، خواه بافت اجتماعی-فرهنگی آن. بنابراین، آنچه اغلب مورد بررسی قرار می‌گیرد مخاطبین متن هستند که از دل یک فرهنگ و اجتماع خاصی برآمده‌اند. از آنجا که مخاطبین تئاتر اغلب از قشر هنری و ادبی یک جامعه هستند، می‌خواهیم بدانیم آیا این موضوع در رابطه با نمایش بینوایان که به‌تازگی در ایران به روی صحنه رفت نیز صدق می‌کند؟ بنابراین، مطالعه مخاطبین یک متن در نشانه‌شناسی اجتماعی اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. در ادامه برای تحلیل بهتر به مبحث بیش‌متنیت^۳ از اصطلاحات ژنت^۴ خواهیم پرداخت. یکی از موارد بیش‌متنیت جایگشت^۵ است و تراوجیهیت^۶ یک جایگشت ساختاری محسوب می‌شود. اگر بتوان این اثر را نمونه‌ای در نظر گرفت که به‌طور مستقیم از رمان بینوایان برگرفته شده، بنابراین شاهد یک تراوجیهیت بیناوجهی^۷ هستیم. اما در غیر این صورت، اگر دریابیم که این اثر در واقع یک رونوشت از نسخه سینمایی آن در سال ۲۰۱۲ است، شاهد یک تراوجیهیت درون‌وجهی^۸ هستیم. این جایگشت، زمینه بسیاری از نقدهای جدی از سوی منتقدان و یا حتی تماشاگران این اثر را در پی داشت. واکنش‌های اخیر به نوعی جبهه‌گیری به نحوه میزآnsن و یا نحوه موزیکالیته این نمایش است که زرق و برق فاخر آن را در مقابل نام «بینوایان» قرار می‌دهد و عده‌ای از اصطلاح «تئاتر لاکچری» برای نقد آن استفاده کردند. پژوهش پیش‌رو به بررسی ابعاد مختلف این جایگشت فرمی با رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی می‌پردازد.

کلیدواژه‌ها: ژنت، نشانه‌شناسی اجتماعی، جایگشت، بیش‌متنیت، بینوایان.

¹ Eli_habibi98@yahoo.com

² Contexte

³ Hypertextualité

⁴ Gérard Genette

⁵ Transposition

⁶ Transmodalisation

⁷ Transmodalisation intramodale

⁸ Transmodalisation intermodale

مقدمه

نشانه‌شناسی در مفهوم کلی آن به بررسی چگونگی تولید و دریافت معنا می‌پردازد. در مطالعه نشانه‌شناسی، نشانه‌شناس بر آن است تا نشان دهد که یک متن چگونه معنا تولید می‌کند و با مخاطبین خود ارتباط برقرار می‌کند. در مقاله حاضر از رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی که به مطالعه متن‌ها در بافت‌های اجتماعی و فرهنگی مختلف می‌پردازد، بهره گرفته‌ایم. آن معنایی که نشانه‌شناسان اجتماعی به دنبال آن هستند، عمیقاً در ارتباط با سازنده، مخاطب و بافت متن است. بنابراین، موقعیت زمانی، مکانی، تاریخی و فرهنگی که متن در آن تولید و یا بازتولید می‌شود مورد اهمیت قرار می‌گیرد.

از اصلی‌ترین نشانه‌شناسان اجتماعی می‌توان به مایکل الکساندر هلییدی^۱ و جان روبرت فرث^۲ اشاره کرد. در این جستار خواهیم دید که معنا، کاربردی موقعیتی و اجتماعی پیدا می‌کند و بدون تجربه دنیای بیرونی ما زایش معنا عملاً امکان‌ناپذیر است. نشانه‌شناسی اجتماعی - انتقادی معتقد است که زبان رسانه‌ای خنثی نیست و به شدت سوگیری دارد و هر آنچه گفته و نوشته می‌شود بیانگر باورها، ایدئولوژی و یا به تعبیری فرهنگ گوینده است (حسینی و ساسانی، ۱۳۹۵: ۶۴). حتی می‌توان گفت وقتی ما انتخاب می‌کنیم از یک ایده سخن بگوییم یعنی تصمیم گرفته‌ایم ایده‌های دیگر را نادیده بگیریم و یک گفتمان خاص را برجسته کنیم. وجه روایی (تئاتر و یا فیلم) بهترین ابزار برای برجسته‌سازی یک گفتمان است. در ادامه مباحث نشانه‌شناسی اجتماعی به بررسی بیش‌متنیت نمایش بینوایان در ایران می‌پردازیم و با مطالعه این نمایش در ایران می‌خواهیم بدانیم سازنده در پی برجسته‌سازی کدام گفتمان موجود در جامعه است و آیا معنای مورد نظر او توسط مخاطب دریافت شده است؟ آیا بافت سیاسی اجتماعی امروز ایران در چگونگی تولید معنای متن تأثیری داشته است؟ خوانشگرهای مختلف از قشرهای متفاوت چه دریافتی از نمایش بینوایان داشته‌اند؟

بنابراین ما در این جستار با بررسی نشانه‌شناسی اجتماعی نمایش بینوایان، می‌خواهیم در قدم اول به ایدئولوژی ذهنی سازنده‌ی آن دست یابیم و در قدم دوم بافتی را که متن در آن تولید شده مورد پژوهش قرار دهیم. به‌علاوه با بررسی ساختاری آن و تبیین پیوندهای بینا متنی و بیش‌متنی از دیدگاه ژنت، می‌خواهیم به تحلیل دو طیف از مخاطبین این نمایش بپردازیم.

¹ Michael Alexander Kirkwood
Halliday

² John Rupert Firth

نشانه‌شناسی اجتماعی گفتمان

تئاتر بینوایان به کارگردانی محمد پارسایی در یکی از هتل‌های لوکس تهران به روی صحنه رفت و به نقل از یک مقاله فرانسوی در مجله OBS، صحنه‌پردازی به نحوی بود که اگر بازیگران به فارسی آواز نمی‌خواندند، گویی در یکی سالن‌های پاریس یا نیو ورک در حال تماشای نمایش هستیم. این در حالی است که از عمده نگرانی‌های هنر ایران تهاجم فرهنگی از سوی غرب است.^۱ اولین بار در سال ۱۹۱۰ بینوایان در ایران ترجمه شد. مسئله‌ای که اکنون مطرح است این است که چگونه یک کمدی موزیکال که قاعدتاً دارای صحنه‌های رقص و تک‌خوانی بانوان در مقابل مردان است در ایران به روی صحنه می‌رود؟ کارگردان این اثر، حسین پارسایی قاعدتاً راه‌هایی برای تغییر میزآnsن این نمایش با توجه به این شرایط اجتماعی و فرهنگی ایران انتخاب کرده است که در ادامه به آنها خواهیم پرداخت. بینوایان در ایران از اولین‌های تئاترهای موزیکال محسوب می‌شود، اما انتقادها حاکی از آن است که این اثر تنها برای قشر خاصی از جامعه طرح‌ریزی شده و پیامی را که بینوایان هوگو داشته نیز به همراه نداشته است. به نحوی که بعضی منتقدان «ورود بینوایان ممنوع» را برای تئاتر بینوایان تلقی می‌کنند و معتقدند که این تئاتر سرمایه‌داری، ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی و هنری این اثر فاخر را از بین برده است. اما پیامدهای اجتماعی دیگری هم در قشری که غالباً مخاطب تئاتر هستند دیده می‌شد و آن نیز مرزبندی بین آن بیننده‌هایی است که می‌توانند به این تئاتر بروند و آنهایی که نمی‌توانند، و یا بلعکس آیا آنهایی که به این تئاتر می‌روند از مخاطبین همیشگی سایر تئاترها هم بوده‌اند؟ مسئله این است که بینوایان هوگو با مبارزه با اختلاف طبقاتی در زمان خود پرداخته بود و بینوایان امروز تهران این اختلاف طبقاتی را به‌خوبی یادآور می‌شود. در بخشی از مصاحبه‌ها کارگردان معتقد بوده که می‌خواست به نوعی شادی را به جامعه تزریق کند، اما آیا در حقیقت منظور او از جامعه همان قشر خاص مخاطب یک تئاتر لوکس هستند؟

در این بخش به مسئله پیوندهای میان یک متن با بیرون متن خواهیم پرداخت. در واقع، آنچه اهمیت دارد بافت موقعیتی زمانی و مکانی و بافت اجتماعی فرهنگی‌ای است که متن اصلی در آن ساخته و فهمیده می‌شود و این بافت اجتماعی خود شامل متن‌های دیگر است که با متن

¹ Avec "Les Misérables", l'Iran s'ouvre à Paris et à Broadway, <https://www.nouvelobs.com/topnews/20190103.AFP0359/avec-les->

اصلی ارتباط بینامتنی برقرار می‌کند. از این منظر در این رویکرد آنچه در بیرون متن رخ می‌دهد مورد توجه قرار می‌گیرد. در واقع، آن مخاطبی که متن را می‌خواند، می‌شنود و یا تماشا می‌کند و آنچه در لحظه رخداد متن در بیرون قاب متن می‌گذرد مورد توجه قرار می‌گیرد. بنابراین، با تغییر محدوده متن، علی‌رغم وجود شباهت‌ها، هر بار متن جدیدی تولید می‌شود. به عبارتی سازنده متن و خوانشگر متن تعیین‌کننده مرز میان متن و بیرون متن هستند. (ساسانی، ۱۳۸۹: ۱۸۲)

بافت متنی که مورد نظر است تا حد بسیاری از جنس متن است و به سادگی نمی‌توان آن‌ها را تفکیک کرد. به همین جهت نمی‌توان بافت موقعیتی را از متن جدا کرد چراکه بافت متن شامل خود متن، سازنده متن و خوانشگر آن متن است. بنابراین، گاهی متن در بافت متن محو می‌شود. در همین راستا امکان مرزگذاری بین بافت موقعیتی و بافت اجتماعی فرهنگی وجود ندارد. بنابراین، در صورتی که ما برای بررسی یک متن به جنبه‌های فیزیکی و یا جغرافیایی بافت اجتماعی فرهنگی آن متن بپردازیم، که به گونه‌ای در ادامه بافت موقعیتی آن متن قرار دارد، به عبارتی با «سپهری^۱» از متن‌های مختلف رو به رو می‌شویم. این متن‌ها توسط خوانشگرهای مختلف خوانده خواهند شد و این پیوندهای مختلف در زایش معنای متن تأثیر خواهند داشت.

هر متنی که مورد خوانش قرار می‌گیرد، حاصل پیوندهای بینامتنی است و نشانه‌هایی در متن هستند که نشان می‌دهند چگونه این متن با سایر متون دارای روابط چند وجهی است. بنابراین، نمایش مورد مطالعه از نظر ما تنها یک متن نیست، بلکه چندین متن را در بر می‌گیرد، که هر کدام در بافت خاص خود تولید شده‌اند. کما اینکه بدون شک نمایش بینوایان با دیگر نسخه‌های روایی و نمایشی آن در ارتباط است. اما از سوی دیگر، این متن نه تنها با نشانه‌های دیگر همراه می‌شود بلکه با نشانه‌هایی فرامتنی نیز همراه می‌شود و خوانشگر با انبوهی از نشانه‌های فرامتنی رو به رو می‌شود. بدین معنا که بار معنایی اعتقادی، اجتماعی، اسطوره‌ای و به‌طور کلی فرهنگ آن بافت را به دوش می‌کشد. ارزش این نشانه‌ها به واسطه رمزگان فرهنگی آنها تعریف می‌شود. بنابراین، بدون بررسی سابقه تاریخی نمی‌توان این رمزگان فرهنگی را از دل متن بیرون کشید. (سجودی، ۱۳۹۰: ۱۳۸)

با این اوصاف می‌توان گفت متن، سازنده و خوانشگر همگی در بافتی قرار دارند که بدون شک سازنده متن و خوانشگر متن در معنای متن تأثیر خواهند داشت. همچنین همه متن‌هایی که

^۱ Sphère

با متن یاد شده در ارتباطند و سازنده سپهرنشانه‌ای و فرهنگ یک متن هستند به واسطه خوانشگرها و یا همان کاربرهای متن بر روی معنای متن تأثیر می‌گذارند. از طرفی خود آن کاربران متن تحت تأثیر سپهر نشانه‌ای و فرهنگ و اجتماعی هستند که در آن زندگی می‌کنند و می‌توان گفت تمامی این جریان‌ها در ارتباط با خود متن است. آیا می‌توان گفت که فرهنگ ایران هیچ تأثیری در نمایش بینوایان نداشته است؟ بدون شک تعاریفی از عرف در بافت ایران کنونی در نمایش و عدم نمایش بسیاری از صحنه‌ها تأثیر داشته و گاهی می‌توان گفت حذف و اضافه برخی صحنه‌ها خود به تولید معنایابی منجر شده که این اتفاقات در تئاتر اکنون ایران امری طبیعی به نظر می‌رسد.

حال با توجه به پیوستاری متن و بافت موقعیتی و اجتماعی فرهنگی متن در این بخش به شرح این عناوین خواهیم پرداخت.

بافت متن همه آن چیزی است که متن را قاب می‌گیرد. گاهی بافت متن، بافت موقعیتی آن را نیز شامل می‌شود. بافت موقعیتی یک متن شامل سازه‌های تشکیل‌دهنده یک متن است و به نوعی در معنایی که متن تولید می‌کند تأثیر دارد. این معنای تولید شده در واقع در ارتباط با سایر متون و پیوندهای اجتماعی و فرهنگی است که در آن به وقوع می‌پیوندد. بنابراین، در بررسی بافت موقعیتی یک متن خواهیم دید که سازه‌های درون متن و همچنین روابط متن با بافت فیزیکی و موقعیتی آن معنای آن متن را متغیر می‌سازند. بنابراین، در بررسی نشانه‌شناسی اجتماعی بررسی بافت موقعیتی آن متن و یا زمینه‌ایجاد آن ضروری است. به نقل از جان روبرت فرث، بافت موقعیت علاوه بر اشیا، شرکت‌کنندگان در آن بافت متنی را نیز شامل می‌شود (ساسانی، ۱۳۸۹: ۱۹۱). بنابراین، ما باید تمامی ملزومات مکانی و زمانی که در شکل‌گیری متن اصلی تأثیری نداشتند و به بیان دیگر، دیگری را که خواه بیننده است یا شنونده و خواه مفسر آن متن نیز مورد بررسی قرار دهیم. در متن مورد بررسی ما تمامی عوامل فیزیکی متن از جمله صحنه نمایش، سالن نمایش، گروه موسیقی و غیره در بافت موقعیتی متن قرار می‌گیرند که هر کدام از این‌ها برای مخاطبین نمایش معنایی متفاوت تولید می‌کند. دکور عظیم نمایش بینوایان غالباً ثابت است و چشم مخاطب را خسته می‌کند، علی‌رغم اینکه سازنده در یک مصاحبه معتقد بود که سالن اسپیناس پالاس امکانات لازم را داشته است در صورتی که یقیناً سالن وحدت پتانسیل بیشتری

به نسبت آن سالن داشت. در رابطه با طراحی لباس‌ها نیز عقیده‌های متفاوتی وجود داشت که برخی لباس‌های فاخر را برازنده شخصیت‌های بینوایان نمی‌دانستند. بنابراین، یکی از مهم‌ترین زمینه‌های بافت موقعیتی مورد توجه بسیاری از مخاطبین قرار گرفت. عده‌ای وجود گروه موسیقی در بالای صحنه را هم نوعی شوآف تلقی می‌کردند چراکه غالباً این گروه در پایین سن قرار می‌گیرند. ملودی آوازها کاملاً و عین به عین از متن خارجی تقلید شده بود. یکی از مهم‌ترین عوامل سازنده بافت موقعیتی یک تئاتر بازیگران آن هستند که در این مورد یکی از دلایل اصلی انتخاب دیدن آن برای مردم حضور بازیگران بسیار مطرح سینمایی بود. مفسرین این نمایش هم از جامعه هنری گرفته تا منتقدان تدررو را شامل می‌شده است. با در نظر گرفتن بافت موقعیتی این تئاتر بیش از اینکه مخاطب آن را به چشم یک اثر هنری فاخر ببیند، به آن به چشم یک تفریح لوکس نگاه می‌کند.

بافت اجتماعی فرهنگی را می‌توان بافت موقعیتی‌ای در نظر گرفت که در واقع جغرافیای بزرگتری دارد و سپهر بسیار گسترده‌تری را در برمی‌گیرد و به نوعی همان فرهنگ غالب بافت متن است. واژه فرهنگ در نشانه‌شناسی فرهنگ یوری لوتمان^۱ مورد توجه قرار گرفته است. او از مفهوم سپهر نشانه‌ای استفاده می‌کند و آن را فضای نشانه‌ای همزمانی می‌داند که بدون آن هیچ فضای نشانه‌ای نمی‌تواند کارکردی داشته باشد و یا معنایی تولید کند. بنابراین، فرهنگ از این منظر حاوی اطلاعات است و قابلیت انتقال و تبادل دارد. (سرافراز و پاکتچی، ۱۳۹۶: ۷۸)

حال بنا را بر این بگیریم که قرار باشد متنی در غیر از بافت اولیه خود اجرا و مورد خوانش قرار بگیرد. این دگرگونی بافتی یا به تعبیری بافت‌زدایی متن تغییراتی از قبیل حذف و یا افزایش برخی عناصر در متن خواهد بود که خود دگرگونی در روابط میان متن با بافت و یا متون دیگر را به دنبال خواهد داشت. در اینجاست که متن از بافت اولیه خود جدا می‌شود و در بافت جدیدی قرار می‌گیرد. به عبارتی سازنده متن در حال بازیافت‌سازی (ساسانی، ۱۳۸۷: ۱۹۷) است. سؤالی که پیش می‌آید این است که آیا به صحنه بردن تئاتر موزیکال و تک‌خوانی زنان در ایران امروز ممکن است؟ با توجه به توضیح اخیر باید گفت بله ممکن است به شرطی که متن دچار فرایند بافت‌زدایی شود و اجراکننده نمایش با توجه به بافت حاضر ایران و قوانین حاکم نوعی دگرگونی در متن ایجاد می‌کند. برای مثال در نمایش بینوایان که بازیگران زن آواز می‌خوانند، فارغ از نقدهای تکنیکی که

^۱ Youri Lotman

به آن وارد است، با توجه به اینکه از نظر برخی مراجع تک‌خوانی زنان مشکل دارد، حضور یک یا دو خانم در گوشه صحنه را می‌بینیم که همزمان با بازیگران زن می‌خواند و این حضور به‌منزله رفع شبهه تک‌خوانی بانوان در ایران و در واقع همان بافت جدید متن صورت گرفته است.

موضوع دیگر استفاده از پرچم فرانسه در نمایش بینوایان است که با توجه به متن اصلی فرانسوی، این امر ضرورت بافت اولیه متن یعنی موقعیت زمانی و مکانی رمان بینوایان بود. اما این موضوع با انتقاداتی در بافت جدید صحنه ایرانی مواجه شد که به نوعی ترس از به اهتزاز درآمدن پرچم یک کشور غربی در ایران که همواره به مبارزه با تهاجم فرهنگی می‌پرداخته وجود داشت. این بافت اولیه در نمایش‌های بعدی به تقسیم سه رنگ پرچم فرانسه در سه پرچم جداگانه تک رنگ به نوعی دچار دگرگونی بافتی و یا همان باز بافت‌سازی شد.

وقتی متن و بافت متن را از منظر نشانه‌شناسی اجتماعی تحلیل می‌کنیم ناگزیر به نشانه‌شناسی انتقادی گفتمان و ایدئولوژی سازنده می‌پردازیم. بنابراین، آنچه در بخش بعدی می‌بینیم بررسی گفتمان انتقادی بینوایان و معنای تولیدی و دریافت شده آن است.

نشانه‌شناسی انتقادی گفتمان

در نشانه‌شناسی گفتمان انتقادی بارت به تعریف ایدئولوژی و سوگیری می‌پردازد و معتقد است هیچ متنی بدون ایدئولوژی وجود ندارد و ایدئولوژی به‌مثابه «تبدیل امر فرهنگی، تاریخی و نیت‌مند به امر طبیعی، همه زمانی و همه جهانی است»^۱. اما نشانه‌شناسی اجتماعی یکی از خاستگاه‌های نشانه‌شناسی انتقادی گفتمان است که برای اولین بار توسط مایکل هلبیدی مطرح شد. به‌طور کلی نشانه‌شناسی اجتماعی متن را در بافت اجتماعی متن تحلیل می‌کند و به گونه‌ای به نادیده گرفتن وجه اجتماعی در نشانه‌شناسی پیروان سوسور انتقاد می‌کند. بنابراین، اینگونه است که هیچ گفتمانی بدون سوگیری و خنثی نیست و در هر بافت اجتماعی پویایی خود را کسب می‌کند.

نشانه‌شناسی انتقادی نشان می‌دهد که چیزی به اسم امر زیبا یا زیبایی‌شناسی خنثی وجود ندارد، بلکه همه این مفاهیم در اثر درگیری‌های گفتمان‌های متفاوت در جهت مشروعیت‌بخشی به خود و تولید دیگری گفتمانی و در مواردی مشروعیت‌بخشی به گفتمان‌های مسلط و به حاشیه

^۱ قهرمانی، م.: «نشانه‌شناسی گفتمانی انتقادی»، انسان‌شناسی و فرهنگ،

راندن گفتمان‌های انتقادی و اعتراضی است. از این رو، وقتی ما نشانه‌ها را به کار می‌گیریم، صرفاً در یک فضای خنثای ارتباطی نشانه‌ها را به کار نمی‌گیریم. یعنی نشانه‌ها را به کار نمی‌گیریم که پیامی را منتقل کنیم به آن مفهوم که سازنده پیامی دارد و بهترین حالت ممکن این است که خوانشگر پیام ذهن او را دریافت کند، بلکه ما به محض اینکه نشانه‌ها را به کار می‌گیریم، درگیر نوعی کنش اجتماعی می‌شویم. کنش اجتماعی معمولاً با مناسبات قدرت، با کشمکش‌های گروه‌ها و اقشار مختلف اجتماعی بر سر منافعشان با طبیعی سازی شرایط موجود با مقابله و نقد روال‌های طبیعی‌ساز موجود بر می‌خیزد و به‌طور کلی با شکل‌گیری گفتمان‌ها و فعالیت یادگفتمان‌ها سر و کار دارد. پس این نشانه‌شناسی انتقادی نگاه خاصی به آثار نمایشی و رمان‌ها دارد برای اینکه نشان دهد که آنها چگونه گفتمان‌های متفاوت را به چالش می‌کشند و چگونه سوگیری گفتمانی دارند و چگونه مجموعه‌ای از باورها را برای مخاطبین خود به باورهای طبیعی شده و یا همان فرهنگ تبدیل کند.^۱

آنچه مورد بحث ماست با توجه به اینکه نمایش بینوایان در بافت فرهنگی نسبتاً سنتی ایران به روی صحنه می‌رود، بیش از خود نمایش آنچه در پیرامون نمایش در اجتماع ایرانی می‌گذرد مورد توجه رسانه‌ها قرار می‌گیرد. به تعبیر دیگر بعد از انقلاب اسلامی تفریح‌های لوکس، خانه‌های لوکس و هنر لوکس همیشه مورد انتقاد قرار می‌گرفته و به نوعی قناعت و فقر (در معنای مثبت آن) مورد ستایش و ارزشمند تلقی می‌شده است؛ بنابراین، عناصری از قبیل محل لوکس اجرای نمایش، قیمت بلیط، سابقه کارگردان، انتخاب بازیگران و عواملی از این دست به تولید معناهایی منجر می‌شود که شاید در بافتی خارج از ایران چنان تعبیری نداشته باشد. البته اوضاع سیاسی و وضعیت اقتصادی ایران کنونی در این باره اهمیت به‌سزایی دارد. در حالی که در چند ماه اخیر موضوع‌های اقتصادی خیلی بیش از پیش مورد توجه مردم قرار گرفته، این نمایش پرهزینه به روی صحنه می‌رود و علی‌رغم میل سازنده آنچه مورد توجه قرار می‌گیرد، چیزی به غیر از پیام بینوایان اصلی است. طبق گفته‌های محمد پارسایی هدف این نمایش این خواهد بود که به مخاطب القا کند که «انقلاب هنوز زنده است» و سعی داشته گفتمان انقلابی را به مخاطب القا کند. اما آن معنایی که مخاطبین (شامل مفسرین تئاتر نیز می‌شود)، دریافت می‌کردند فاصله بسیاری دارد با آنچه مورد هدف سازنده بود. برای مثال با اندکی جست و جو در نظرات مخاطبین در رابطه با این

^۱ بخشی در از سخنرانی‌های دکتر فرزاد سجودی در باب نشانه‌شناسی انتقادی.

تئاتر به گفته بهزاد فراهانی، بازیگر پیشکسوت تئاتر می‌رسیم که معتقد است «کارگردان چنین نمایش‌هایی دشمن تئاترند و با همه دلبستگی‌ها، تئاتر را به قهقرا می‌کشاند». وی در ادامه به قیمت بلیط‌ها اشاره می‌کند: «من نمی‌دانم کسی که قیمت بلیت تئاتر را ۲۰۰ هزار تومان اعلام می‌کند، آیا اصلاً در عمرش به این فکر کرده که یک دانشجو چگونه می‌تواند هزینه چنین نمایشی را فراهم کند؟». بنابراین، آنچه اغلب مورد بحث قرار می‌گیرد مخاطبین این اثر هستند. به واقع چه کسانی مخاطبین این اثر هستند؟ آیا پیامی که سازنده قصد انتقال آن را داشته برای مخاطبین لاکچری این اثر بوده؟ آیا به دنبال طلب حق برای اقشار کم‌درآمد کنونی جامعه ایران بوده است؟ آیا تضاد بین محتوای تولیدی و مخاطبین لاکچری نمایش خود به واقع تولید کاربرد و معنای جدیدی نمی‌کند؟ در جست و جوی پاسخ برای این سؤالات با توجه به گفته‌های سازنده به سوگیری‌هایی می‌رسیم که گویی کارگردان به طبیعی‌سازی این قیمت‌های گزاف می‌پردازد و معتقد است این قیمت‌ها امری طبیعی است و هرکس که علاقه‌مند باشد این هزینه را پرداخت می‌کند. و یا همانطور که در قسمت قبلی اشاره کردیم عرف امروز ایران منجر به حذف برخی صحنه‌ها در نمایش شده که گویی برای مخاطبین هم امری طبیعی محسوب می‌شود. این طبیعی جلوه کردن خود بیانگر سوگیری یکپارچه اعتقادی و در مواردی سیاسی سازندگان آثار نمایشی خواهد بود. علی‌رغم اینکه معتقدیم بینوایان و ویکتور هوگو اکنون یک اثر جهانی و بدون مرز محسوب می‌شود، باید گفت که با توجه به موضوعات خاص فرهنگی ایران، هیچ متن و در این مورد خاص نمایش‌نامه خارجی را نمی‌توان یافت که در پیوند با این بافت قرار بگیرد.

در بخش بعدی می‌خواهیم بررسی کنیم که آیا اگر خوانشگر به متن‌های قبلی بینوایان واقف نباشد همان معنایی را دریافت می‌کند که خوانشگران فعال دریافت می‌کنند؟ آیا پیوندهای بینامتنی و بیش‌متنی تأثیری بر روند تولید معنا خواهد داشت؟

پیوندهای بینامتنی و ورامتنی گفتمان‌های اجتماعی

پیوندهای میان یک متن با متن‌های دیگر در فرایند ساخت معنا تأثیر به‌سزایی دارد. گاهی حتی اگر خوانشگر متن پیوند آن متن با متن‌های دیگر را دریافت نکند و آنها را بازشناسی نکند، نمی‌تواند معنای مناسبی را دریافت کند. به عبارتی خوانشگر متن نقش فعالی در زمینه کشف این

پیوندهای بینامتنی خواهد داشت. هرچه این پیوندها بیشتر باشند، به تناسب بار معنایی بیشتری هم به دنبال خواهند داشت.

و اما در رابطه این پیوندهای بینامتنی گاهی با عبارات مختلفی در حوزه‌های گوناگون رو به رو می‌شویم. برای مثال هر کدام از عبارات سرقت ادبی و یا تلمیح در تعریف خود از همین پیوندهای بینامتنی سخن می‌گویند اما آنچه در تمایز این دو نقش دارد به ادعاهای خالق اثر ثانویه مربوط می‌شود. برای مثال عده‌ای از منتقدان نمایش بینوایان را رونویسی از یک فیلم سینمایی امریکایی به همین نام محصول سال ۲۰۱۲ می‌دانند و نمایش ایرانی را به نوعی سرقت ادبی و خالی از هرگونه خلاقیت می‌خوانند. اما کارگردان اثر مدعی است که نمایش بینوایان مستقیماً برگرفته شده از رمان و یکتور هوگو است که هر کدام از این جایگشت‌ها در نوع خود جای بحث دارند.

برای اولین بار ژولیا کریستوا^۱ از اصطلاح بینامتنیت سخن گفت و معتقد بود که متن‌ها پیوسته در در حال تولید معنا هستند و خوانشگر نیز همواره در مسیر تولید معنا با متن همراه می‌شود (ساسانی، ۱۳۸۴: ۴۴). اما آنچه در ادامه به آن خواهیم پرداخت یکی از انواع ورامنتیت^۲ با توجه به تعریف ژرارد ژنت است. او این اصطلاح ورامنتیت را به متن‌هایی اطلاق می‌کند که «یک متن را خواه آشکارا خواه پنهانی، در رابطه با متون دیگر قرار می‌دهند» (همان: ۲۱۰). در بخش پایانی اثر خود به نام Palimpsestes در انواع دسته‌بندی انواع ورامنتیت به زبرمنتیت^۳ می‌پردازد. و در انواع زبرمنتیت به موردی به نام جایگشت می‌پردازد. به عبارتی هر متنی جایگشتی از متن‌های دیگر است. و اما در نهایت می‌بینیم که این جایگشت خود به چند دسته تقسیم می‌شود. اما موردی که در این بخش به آن خواهیم پرداخت ترواجهیت است که در تعاریف نوعی دگرگونی وجهی بیان شده است.

قبل از ورود به مبحث ترواجهیت باید به تعریف وجه^۴ از منظر ژرارد ژنت بپردازیم. از نظر ژنت وجه همان نحوه ارائه یک متن است که به نسبت *mimésis* و *diégésis* موجود در یک متن بستگی دارد و با این تعریف تمامی متون به دو وجه روایی و نمایشی تقسیم می‌شوند.

در ترواجهیت ما شاهد یک دگرگونی وجهی ساختاری هستیم. خواه این دگرگونی در گذر از وجهی به وجهی دیگر صورت بگیرد، که آن را ترواجهیت بینانحوی (Transmodalisation)

¹ Transposition

² Julia Kristeva

³ Transtextualité

⁴ Hypertextualité

⁵ mode

(intermodale) می‌نامیم. یعنی گاهی پیش‌متن^۱ از وجه روایی به پیش‌متنی^۲ با وجه نمایشی گذر می‌کند و یا بالعکس. و خواه یک دگرگونی درون همان وجه روایی و یا نمایشی صورت می‌گیرد که آن را تراوجهیت درون نحوی (Transmodalisation intermodale) می‌نامیم.

اما آنچه مورد بحث این بخش است تمایزی است که بین مخاطبین این اثر ایجاد می‌شود. در نمایش بینوایان به لحاظ ساختاری در صورتی که خوانشگرهای این نمایش، آن را اثری اقتباس شده از رمان بینوایان و یکتور هوگو بدانند. در واقع، یک تراوجهیت بینا وجهی رخ داده است. به گونه‌ای می‌توان گفت مخاطبینی که این نوع از جایگشت را در ذهن انتخاب می‌کنند مخاطبین اصلی تئاتر نیستند و به بیان دیگر از خوانشگرهای فعال حوزه ادبی و نمایشی محسوب نمی‌شوند چراکه یک خوانشگر فعال به راحتی در می‌یابد که این نمایش یک رونوشت سطحی از نسخه آمریکایی سال ۲۰۱۲ است و بنابراین، دگرگونی درون همان وجه نمایشی رخ داده است. نمایشی در بافت فرهنگی اجتماعی جدیدی به نمایش دیگر تبدیل شده و ناگزیر تغییراتی نیز صورت گرفته اما ساختار اصلی، ترتیب صحنه‌ها، موسیقی متن، ملودی آوازها همان‌هایی است که در پیش‌متن وجود داشته است. بنابراین، برای مخاطبینی که در می‌یابند که این تئاتر با اندکی دخل و تصرف از یک فیلم الگوبرداری کرده، یک تراوجهیت درون وجهی رخ داده است. به بیان دیگر برخی که مخاطب این نمایش بودند غالباً مخاطب اصلی تئاتر نبودند و گویی جذابیت بازیگران خوش‌نام و تبلیغات گسترده شهری آنها را به داخل سالن نمایش آورد و علی‌رغم تمام مشکلات اقتصادی و گهگاه شکوه جامعه تئاتر از عدم استقبال مردم از تئاتر، آنچه باعث پر شدن سالن این تئاتر شد کنجکاوی برخی مخاطبین و بعضاً ژست لاکچری‌ای که برای آنها به همراه داشت، بود. در بین مخاطبین لاکچری نیز آنهایی بودند که برای اولین بار به دیدن تئاتر آمده بودند و می‌توان گفت برایشان تئاتر پیشینی نبود که بتوانند سطح کیفی این تئاتر را با آن مقایسه کنند.

نتیجه‌گیری

بینوایان و یکتور هوگو یکی از برجسته‌ترین رمان‌های جهان محسوب می‌شود که ترکیبی از داستان‌های عاشقانه و مسائل سیاسی فرانسه است و تا به امروز همچنان برای خواننده تازگی دارد. بینوایان ایرانی علی‌رغم اینکه سازنده ادعا داشت که مستقیماً از رمان بینوایان اقتباس کرده اما شواهد به خوبی بیانگر این هستند که روایت ایرانی تا حد زیادی از فیلمنامه آمریکایی محصول

^۱ hypotexte

^۲ hypertexte

سال ۲۰۱۲ برگرفته شده است. این مسئله تا حدی به ضرر تئاتر بینوایان شد چراکه بیننده فعال به سرعت متوجه این شباهت شد و در نتیجه بیش از محتوای مورد نظر سازنده، مخاطب درگیر مسائل دیگری از جمله مقایسه این دو نمایشنامه، موقعیت فیزیکی سالن، مسائل اجتماعی سیاسی کنونی ایران شد.

در این پژوهش کوشیدیم تا ابعاد مختلف معنایی را که خوانشگران تئاتر از تئاتر بینوایان داشتند بررسی کنیم. در واقع، دیدیم که چگونه معنا به بافت اجتماعی فرهنگی متن وابسته است و خوانشگر تا چه حد در دریافت این معنا نقش دارد.

فهرست منابع

- حسینی، م؛ ساسانی، ف؛ نظر دنیوی، س (۱۳۹۵). «تحلیل نشانه‌شناسی اجتماعی فیلمنامه آژانس شیشه‌ای». زبان‌پژوهی. سال هشتم بهار: ۱۳۹۵، شماره ۱۸، سال ۱۳۹۵.
- ساسانی، فرهاد (۱۳۸۹). معناکاوی: به سوی نشانه‌شناسی اجتماعی، تهران، نشر علم.
- ساسانی، ف (۱۳۸۴). «تأثیر روابط بینامتنی در خوانش متن». زبان و زبان‌شناسی، مقاله ۳، دوره ۱، شماره ۲، پاییز و زمستان.
- ساسانی، ف (۱۳۸۳). «بینامتنیت، پیشینه و پسینه نقد بینامتنی». نقد و هنر، شماره ۱ پنجم و ششم.
- سرافراز، ح؛ پاکتچی، الف؛ کوثری، م؛ آشنا، ح (۱۳۹۶). «واکاوی نظریه فرهنگی سپهر نشانه‌ای یوری لوتمان». راهبرد فرهنگ، شماره ۳۹، پاییز.
- کاکه‌خوانی، ف؛ سجودی، ف (۱۳۹۰). «بازی نشانه‌ها و ترجمه شعر». زبان‌پژوهی، سال سوم، بهار، شماره ۵، سال ۱۳۹۰.

Genette, Gérard, *Palimpsestes. La Littérature au second degré*, 1982, éditions du Seuil.

پیوستارهای تنگی و گشودگی فضای شهری: از ناامنی تا لذت^۱

حمیدرضا شعیری^۲

عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس

احسان وحیدطاری^۳

کارشناسی ارشد طراحی شهری

چکیده

رویکرد اجتماعی- مکانی به فضای شهری در چند دهه اخیر، اهمیت و جایگاهی ویژه یافته و بدین ترتیب بُعد انسانی شهر در مرکز توجه تولید فضا و تأثیرپذیری از آن قرار گرفته است. مبتنی بر دستاوردهای نشانه- معناشناسی مکتب پاریس و با اتکا به پژوهش‌های شهری عینی و تجربی که توسط طراحان شهری واجد رویکرد اجتماعی- مکانی به فضای شهری صورت گرفته است، راهی به سوی تحلیل گفتمان عاطفی فضای شهری گشوده شده است. پرسش اینجاست که چگونه فضای شهری به منبع تولید جریان‌های عاطفی تبدیل می‌گردد؟ و به عبارت دیگر چگونه می‌توان این جریان‌ها را شناسایی و تحلیل نمود؟ فرضیه پژوهش این است که در فضای شهری می‌توان به‌طور کلی سه پیوستار عاطفی- معنایی شامل پیوستارهای حفاظت- ناامنی، آسایش- ناراحتی و لذت- انزجار را در سوژه شهری شناسایی نمود که برآیند این پیوستارها در احساس ناخوشایندی و تنگی فضای شهری یا حسی از گشودگی و خوشایندی فضا نقش دارند.

کلیدواژه‌ها: فضای تنشی، مکان‌بودگی، مکان‌شدگی، معیار کیفی فضا، تنگی فضا، گشودگی فضا.

^۱ این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد نویسنده مسئول با عنوان «تبیین ابعاد عاطفی فضای شهری در تهران: رویکرد نشانه- معناشناختی» به راهنمایی جناب دکتر حمیدرضا شعیری است که در سال ۱۳۹۴ در

دانشکده هنر و معماری دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی دفاع شد.

^۲ shairih@gmail.com

^۳ ehsanvahidari@yahoo.com

مسئول

۱. مقدمه

پرداختن به شهر و مسائل آن، جزو یکی از مهمترین موضوعات قرن بیست و یکم شناخته شده است تا جایی که گی بورژل^۱ بر اساس برآوردهای انجام شده از رشد شهرنشینی در قرن حاضر می‌گوید: «قرن بیست و یکم قرن شهرسازی خواهد بود» (بورژل، ۱۳۹۲: ۷). با بیانی مشابه، مارک گاتدینر^۲ می‌گوید: «[اکنون] ما در جهانی شهری زندگی می‌کنیم. در آغاز قرن بیست و یکم بیش از ۳ میلیارد نفر (حدود نیمی از جمعیت جهان) در شهرها زندگی می‌کردند. تا سال ۲۰۳۰ این جمعیت به بیش از ۵ میلیارد نفر یعنی حدود ۶۰ درصد جمعیت جهان در آن موقع خواهد رسید. [...] این اولین قرن شهری در تاریخ زندگی انسان است» (Gottdiener & Hutchison, 2011: 1). گاتدینر در ادامه، کانون مطالعات شهری را انسان و تأثیر و تأثرات او در نسبت با شهر معرفی می‌کند: «اولین نکته در این چالش بسیار مهم، مطالعه جامعه شناختی شهر است، همان که به ما نه تنها ابزارهایی برای فهم اینکه چگونه مناطق شهری رشد و توسعه می‌یابند، می‌دهد، بلکه برای فهم اثر زندگی شهری بر افرادی که در شهرها، حومه‌ها و مناطق کلان‌شهری زندگی می‌کنند، و برای فهم اثری حتی بزرگتر، از شهرسازی جهانی بر جوامع انسانی و محیط طبیعی نیز ابزارهایی در اختیار ما قرار می‌دهد» (Ibid). نکته جالب توجه این است که گاتدینر برای تحقق این مهم، توجه ویژه‌ای به جایگاه نشانه‌شناسی داشته تا جایی که طرح اصطلاح «نشانه‌شناسی شهری»^۳ در ادبیات مطالعات شهری به او منسوب شده (Hutchison, 2010: 919; Cuthbert, 2011: 73) و خود او نیز پژوهش‌های متعددی در این خصوص صورت داده است. این رویکرد که شواهد بسیاری برای آن قابل ذکر است، نشان از اهمیت مطالعات شهری در قرن حاضر در نسبت با سوژه شهری است که بدون شک روش نشانه‌شناسی یکی از روش‌های مهم و پرکاربرد در این خصوص است.

می‌توان گفت که نشانه‌معناشناسی مکتب پاریس (پساگرمسی)، بیش از همه، «انسان» را در کانون نظریه نشانه‌شناسی خود قرار داده است (شعیری، ۱۳۹۲: ۵۹)، همچنین گروهی از متخصصین مطالعه و طراحی مکان در حوزه شهرسازی که از نمایندگان برجسته و متأخر ایشان، یان گل است، همین دغدغه یعنی محوریت انسان را در طراحی شهری دنبال نموده‌اند؛ امری که

3. Urban Semiotics

۱. استاد شهرسازی در دانشگاه پاریس
 ۲. استاد جامعه‌شناسی شهری دانشگاه بوفالو
 (نیویورک)

به‌ویژه در شهرسازی مدرن، مورد غفلت یا کم‌توجهی واقع شده است (گِل، ۱۳۹۲: ۳). این متخصصین که از مهمترین ایشان می‌توان به جین جیکوبز، ویلیام آیت، کریستوفر الکساندر، دونالد اپلبارد، الن جیکوبز و... اشاره نمود (Gehl & Svarre, 2013: 50-60) مرکز توجه و تحقیقات خود را موضوع زندگی جمعی^۱ در مکان و شهر قرار داده و با رویکردی عینی و تجربی به مطالعه، تحلیل، ارائه راهکار و طراحی در این زمینه پرداخته‌اند. از این رو، برای این پژوهش به‌عنوان پژوهشی میان‌رشته‌ای و با هدفی کاربردی در حوزه تحلیل فضای شهری، مناسب دیده شد تا تحلیل نشانه‌معناشناختی گفتمان فضای شهری، با اتکا به برخی دستاوردهای نماینده این گروه از متخصصان شهری یعنی یان گِل، که محصول نیم قرن مطالعه زندگی شهری و انجام پروژه‌های متعدد طراحی شهری است، صورت پذیرد.

۲. رویکرد اجتماعی- مکانی به فضای شهری^۲

یک مکان تنها وقتی معنا می‌یابد که موقعیت یک شیء یا رویداد باشد، موقعیتی که برای شخص یا گروهی ویژه آکنده از معنا باشد. برای انسان، این امر به مفهوم شکل‌گیری تفاسیر و مفاهیم بین فردی و پیوندهای عاطفی بوده است. اهمیت اجتماعی و روان‌شناسی افراد، اشیا و رویدادها تنها در یک زمینه که اساساً موقعیت را شامل می‌شود معنا می‌یابد. این موقعیت به طرز اجتناب‌ناپذیری ترکیبی از موقعیت فیزیکی و موضع اجتماعی خواهد بود (مدنی‌پور، ۱۳۹۰: ۲۴۹).

به‌طور کلی می‌توان گفت که فهم از فضا در قالب سه رویکرد قابل دسته‌بندی است: آنچه از واژه فضا در وهله اول به ذهن متبادر می‌شود عبارت از فواصل تهی میان اشیاء است. فهمی که به عقلانیت اقلیدسی اعم از فلاسفه و فیزیکدانان تعلق دارد (مدنی‌پور، ۱۳۹۰: ۲۳۶-۲۳۹).

مفهوم دوم که به واقع مفهومی رابطه‌ای بوده و در مقابل فضای فیزیکی و عینی قرار داد، فضای ذهنی ادراک و بازنمایی است، که تلاش برای کاوش معنای فردی و محتوای نمادین نقشه‌های ذهنی و تصویرسازی از چشم‌اندازها، در آن جای می‌گیرد. در این مفهوم از فضا که

1. Public Life

2. Urban Space

به‌ویژه با گسترش رویکرد پدیدارشناختی مورد توجه بیشتر قرار می‌گیرد، فضا امری انتزاعی، سویژکتیو و وابسته به ادراکات، خاطرات، معانی و تجربیات فردی از محیط عینی و بیرونی تلقی می‌شود.

مفهوم سوم که بیشتر محصول جریان‌های فکری متأخر در میان دانشمندان علوم اجتماعی است، نوعی تلقی اجتماعی از فضا است که نه تنها به دو مفهوم فوق نظر دارد بلکه قصد تنمیم و تکمیل آن را داشته است. دلالت کلیدی این رهیافت این است که فضا چیزی فراتر از صرف یک ظرف است که در درون آن فرایندهای اجتماعی یا اقتصادی خاصی در حال وقوع هستند (شارع‌پور، ۱۳۹۳: ۳۸-۳۹). تلاش در جهت منسجم ساختن ابعاد اجتماعی و فیزیکی فضا یا به عبارتی، متن‌دار ساختن فضای فیزیکی با رویه‌های انسان، گامی مهم در درک ما از فضا است. نمی‌توانیم محیط‌مان را، مجموعه نامرتب از اشیای مادی بدانیم، آن‌گونه که در گرایش برای گرفتن شهرها با ساختمان‌هایشان شاهدیم. از سوی دیگر، نمی‌توانیم فضایمان را به‌عنوان صرفاً ظرفی برای روابط اجتماعی، بدون بُعدی فیزیکی، درک کنیم (مدنی‌پور، ۱۳۹۲: ۲۱). بر این اساس، مفهوم سوم از فضا مفهومی است که در دهه‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران شهرسازی است.

نظر به تلقی فوق از فضا، آنطور که در نسبت با انسان اهمیت و کاربرد می‌یابد، حال می‌توان درباره تعریف «فضای شهری» سخن گفت. به‌طور کلی، فضاهای زندگی انسان در یک تقسیم‌بندی به سه فضای خصوصی، نیمه خصوصی - نیمه عمومی و فضای عمومی تقسیم می‌گردد. مهمترین ویژگی شهر، وجود فضاهای عمومی در آن است. منظور از فضای عمومی آن دسته از فضاهای مربوط به محیط طبیعی یا محیط مصنوع است که عموم مردم آزادانه و بدون نیاز به کنترل، به آن دسترسی دارند (پاکزاد، ۱۳۸۶: ۷۷ و ۷۸) و هدف از آنها فراهم ساختن زمینه مشارکت اجتماعی و فعالیت‌های فراغتی برای شهروندان است. فضاهایی نظیر خیابان‌ها، میدان‌ها، پارک‌ها، مراکز خرید، ایستگاه‌های اتوبوس و مترو و ساختمان‌های عمومی نظیر مراکز مذهبی، فرهنگسراها، سینماها و مانند آن. همچنین آن بخش از فضاهای خصوصی که از فضاهای عمومی قابل رؤیت است نیز به نوعی بخشی از فضای عمومی به حساب می‌آید. همان: (۷۸) مبتنی بر این تعاریف، فضای شهری به فضاهای عمومی شهر که در واقع دارای ابعاد فیزیکی و اجتماعی هستند اطلاق می‌گردد.

بنابراین در مفهوم اصطلاحی فضای شهری، هم مفاهیم فیزیکی، ذهنی و اجتماعی فضا به نحوی منسجم و یکتاگرایانه اخذ شده است و هم این مفهوم مقید به قید فضای عمومی است. چنین رویکردی به فضای شهری، نقش تعیین‌کننده‌ای در درک و تحلیل ما از ابعاد و عناصر فضای شهری داشته و بالتبع در تصمیمات و مداخلات ما نیز بسیار مؤثر است. این نگرش به فضای شهری، راه را برای عبور از نگاه‌های تقلیل‌گرایانه به فضای شهری که در آن، فضا منفک از عامل انسانی تحلیل می‌شود به رویکردی انسانی- اجتماعی به فضای شهری باز می‌کند. در نتیجه بُعد انسانی شهر در مرکز توجه تولید و تأثر از فضای شهری قرار گرفته و زمینه‌ساز مطالعه معنا با نگرشی گفتمانی- تعاملی می‌گردد.

۳. کارکردهای فضای شهری

پژوهش‌های تجربی مختلف نشان داده که فضاهای عمومی طیف متنوعی از کارکردها را در شهر دارد؛ از جمله انسجام و تعاملات اجتماعی، کمک به شکل‌گیری و تقویت سرمایه اجتماعی، بهبود رقابت‌پذیری اقتصادی و سرمایه‌گذاری، بهبود وضعیت زیست‌محیطی و در نهایت کمک به سلامت جسمی و روانی و در نتیجه افزایش قابلیت زندگی در شهر (شارع‌پور، ۱۳۹۳: ۵۱). از گونه‌بندی‌های انجام گرفته از کارکردهای فضای شهری که با موضوع این پژوهش هماهنگی دارد، گونه‌بندی صورت پذیرفته توسط یان گل است که با محوریت اهداف و فعالیت‌های انسانی ترتیب داده است. او انواع فعالیت‌ها در زندگی شهری را به سه دسته ضروری، اختیاری- فراغتی و اجتماعی به شرح زیر تقسیم می‌نماید: (گل، ۱۳۹۲: ۱۹-۲۳) (نمودار ۱)

۱- فعالیت‌های ضروری: یعنی فعالیت‌هایی که مردم معمولاً مجبور به انجام آن‌ها هستند: رفتن به محل کار یا مدرسه، انتظار در ایستگاه اتوبوس و تحویل کالا به مشتریان. این فعالیت‌ها تحت هر شرایطی انجام می‌شوند.

۲- فعالیت‌های اختیاری و فراغتی: یعنی فعالیت‌هایی که مردم به آن‌ها علاقمندند: پیاده‌روی در گردشگاه، سر پا ایستادن برای داشتن زاویه دید خوبی به شهر، نشستن برای لذت بردن از منظره و یا هوا. اغلب جذاب‌ترین و محبوب‌ترین فعالیت‌های شهر به گروه فعالیت‌های اختیاری تعلق دارند که کیفیت مناسب شهر پیش‌نیاز آن‌هاست.

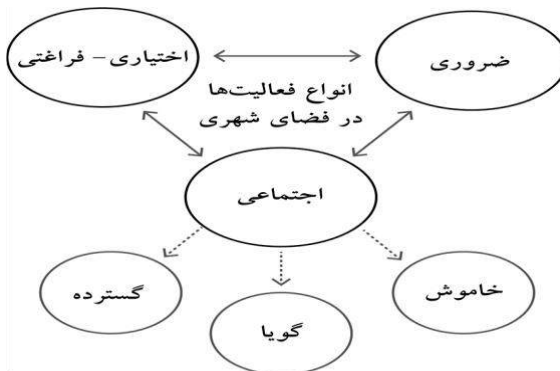
۳- فعالیت‌های اجتماعی: فعالیت‌های اجتماعی شامل طیف وسیعی از فعالیت‌های متنوع است.

۱-۳- ارتباطات منفعل (خاموش): انواع ارتباطات شنیداری و دیداری مانند تماشاکردن مردم و رخدادهای. این شکل ساده ارتباط گسترده‌ترین بخش فعالیت اجتماعی شهر است.

۲-۳- ارتباطات فعال محدود (گویا): مانند احوالپرسی، مکالمات کوتاه با غریبه‌ها روی نیمکت‌ها، فضاهای خرید، فضاهای انتظار، ملاقات‌های اتفاقی، آدرس پرسیدن و رد و بدل اطلاعات، آشنایی‌هایی کوتاه به مناسبت همبازی شده فرزندان در فضای شهری و...

۳-۳- ارتباطات فعال گسترده: شامل گروه بزرگی از فعالیت‌های مشترک کم و بیش برنامه‌ریزی شده مانند بازارها، بزم‌های خیابانی، ملاقات‌ها، رژه و تظاهرات.

بدین ترتیب، فضای شهری می‌بایست طیف وسیعی از فعالیت‌ها با انگیزه‌ها و اهداف گوناگون را در خود پذیرا بوده و کیفیاتی متناسب را برای پاسخگویی بدان‌ها واجد باشد. این گونه‌شناسی ما را از تقلیل کارکرد فضای شهری به عنوان فضایی عبوری و واسطه که تنها در خدمت فعالیت‌های ضروری قرار دارد پرهیز داده و راه را برای تحلیلی جامع‌تر از حضور انسان در گفتمان فضای شهری باز می‌نماید.



نمودار ۱. انواع فعالیت‌ها در فضای شهری؛ منبع: نگارندگان.

۴. تحلیل فضای شهری به مثابه گفتمان

بارت در امپراتوری نشانه‌ها تصریح می‌نماید که شهر یک متن است: «شهر یک پنداره‌نگار^۱ است: یک متن پیوسته» (بارت، ۱۳۹۲: ۵۷) اما در پایان مقاله خود تحت عنوان «نشانه‌شناسی و فضای شهری» که تقریر سخنرانی بارت در ۱۹۶۷م. است می‌گوید: «[...] شهر یک شعر است - همانطور که همواره گفته شده و هوگو بهتر از هر کس دیگری اشاره کرده است - اما شهر شعری کلاسیک نیست، یعنی شهری غیرمنعطف با یک مرکز، بلکه شعری است که دال‌ها را رها و آشکار می‌کند و در این رهاسازی است که سرانجام نشانه‌شناسی شهر باید تلاش کند مدلول آن را به چنگ آورد و از آن نشانه بسازد» (بارت، ۱۳۹۰: ۲۰۳). ملاحظه می‌شود که بارت متوجه سیالیت، گریزپذیری و رخدادی بودن نشانه - معناها در شهر شده است. وی سرانجام اذعان می‌دارد: «شهر یک گفتمان است و این گفتمان، دقیقاً و به درستی، یک زبان است: شهر با ساکنان خود سخن می‌گوید، ما با شهرمان سخن می‌گوییم صرفاً با زندگی کردن در آن، با نگاه کردن به آن و با پرسه زدن در آن» (Barthes, 1997: 168).

باید اذعان نمود که دو گونه از تولیدات زبانی در تعیین و معرفی دو نوع مدل نشانه - معناساختی نقش داشته‌اند:

- ۱- تولیداتی زبانی که آنها را تمام شده، پایان یافته، بسته و دارای معناهای تثبیت شده بدانیم؛ در این حالت ما با آنچه گفته (متن) نامیده می‌شود مواجهیم؛
 - ۲- تولیداتی زبانی که آنها را پایان نیافته، باز، در حال انتخاب، دگرگونی، جابه‌جایی، تغییر، ترکیب، وسازی، ایجاد، ... و بالاخره دارای معناهای سیال و تثبیت نشده بدانیم؛ در این حالت ما با آنچه گفتمان یا عملیات گفتمانی نامیده می‌شود مواجهیم (شعیری، ۱۳۸۷: ۱۱۵).
- با توجه به این دو گونه تولیدات زبانی، دو روش مهم مطالعه و تجزیه و تحلیل نشانه - معناساختی مطرح است. در نظام گفته‌ای، با عناصر معنایی تثبیت شده مواجهیم، چراکه تولید معنا تابع برنامه‌ای نظام‌مند است. به همین دلیل در نظام گفته‌ای، با فرآیند زایشی تولید معنا که الگویی مبتنی بر طبقه‌بندی داده‌هاست، مواجهیم.

اما در نظام گفتمانی، معنا پدیداری یا رخدادی است و تولید آن تابع برنامه‌روایی خاصی نیست، چراکه معنا می‌تواند وجود داشته باشد بی‌آنکه تغییری رخ داده باشد. در چنین نظامی، آنچه تضمین‌کننده تولید معناست، نوع حضور عوامل گفتمانی است. در حقیقت، اگرچه در نظام

^۱. Idéogramme

گفته‌ای، نقصان عامل اصلی برنامه‌روایی است که بر اساس آن بنیان‌های تولید معنا شکل می‌گیرد، در نظام گفتمانی، حضور و غیاب است که جریان تولید معنا بر آن استوار است. حضور و غیبت حساسیتی را رقم می‌زنند که شوشگر حسی - ادراکی را جایگزین کنشگر برنامه‌روایی گفته‌ای می‌سازد. پس تفاوت اساسی نظام گفته‌ای با نظام گفتمانی در این است که در اولی ما با کنش و برنامه‌کنشی مواجهیم، در حالیکه در دومی با شوش^۱ و برنامه‌شوشی. و شوش یعنی آن چیزی که در حال شدن است و هیچ ثباتی برای آن قابل تصور نیست (همان: ۱۳۲-۱۳۳).

بدون تردید، این روش مطالعه گفتمانی دستاورد نشانه‌شناسی فرانسوی است که یکی از مؤثرترین شخصیت‌های آن، گرمس است. گرمس با انتشار کتاب «نقصان معنا» (۱۹۸۷)، زمینه‌ساز تحول نشانه‌شناسی از الگوی ساختارگرا به نشانه‌معناشناسی عواطف شد. چندی بعد، انتشار کتاب «معناشناسی عواطف» (۱۹۹۱) توسط گرمس و فوتنتی تحول عظیمی در حوزه نشانه‌معناشناسی رقم زد. این دستاوردها که پس از آن در مکتبی موسوم به مکتب نشانه‌معناشناسی پاریس دنبال شده و توسعه یافته است، راه را برای تحلیل جریان سیال گفتمان که در آن معانی در حال تولید، دریافت و بازتولید هستند باز می‌نماید و به گفته اریک لاندوفسکی اینجا دیگر بحث در خصوص متن نیست، بلکه صحبت از فرایند، تعامل و پراتیک‌های اجتماعی است که در جریان می‌باشند (معین، ۱۳۹۴: ۳۶)، تفاوتی که به‌عنوان مثال می‌توان در تحلیل یک نقاشی در مقایسه با تحلیل یک اعتصاب در حال وقوع مشاهده کرد. از این رو، فضای شهری به‌عنوانی متنی باز و در جریان، نیازمند تحلیلی گفتمانی است. این تحلیل می‌تواند بر جریان‌های خاصی مانند عواطف متمرکز گردد که بُعدی از ابعاد گفتمان را تشکیل می‌دهد. بنابراین، هرگاه در گفتمان با شوش‌ها مواجه باشیم با نظامی عاطفی مواجه هستیم و در واقع، تحلیل عاطفی گفتمان، بررسی فرایند و چندوچون شکل‌گیری و تحول همین شوش‌ها است که پیوستاری از خوشایندی تا ناخوشایندی را در شوشگر به همراه دارد. جهت انجام این امر، مفاهیم و ابزارهایی تحلیلی لازم است که در ادامه، به آن اشاره می‌شود.

۵. نظام عاطفی گفتمان: آهنگ و نمود

شرایط عاطفی گفتمان در فضایی موسوم به فضای تئشی^۲ تنظیم می‌گردد. در چنین فضایی، به محض احساس کمترین اختلاف پتانسیل که سبب از هم پاشیدگی توازن و تعادل و تقارن بشود،

^۱. l'état

^۲. Espace Tensif

تغییراتی جهت‌مند و قابل پیش‌بینی بوجود می‌آید. همین تغییرات قوا سبب بروز دو نوع نیروی متفاوت در دو قسمت فضای تششی می‌گردد که می‌توان آن را مبدأ- مقصد نامید. این حداقل اختلاف پتانسیل یا همان کشش اولیه، به هدف‌گیری چیزی یا دنیایی توسط شوشگر احساس مدار قابل تعبیر است. هدفمندی مزبور بر اساس عنصر نقصان قابل تعریف بوده و این نقصان بر اصل عدم توازن قوا در نزد نیروهای مستقر در فضای تششی استوار است. کشش اولیه‌ای که ما به آن هدف‌گیری دنیا یا چیزی اطلاق نمودیم، همان متوجه حضور چیزی شدن و یا نسبت به آن حضور حساس شدن است و بر اساس همین کشش اولیه است که فضایی اعتباری^۱، پدید می‌آید. فضای اعتباری را می‌توان شرایطی دانست که به واسطه آن ارزش اعتبار می‌یابد یا از توجیه اعتباری برخوردار می‌گردد. پس جریان اعتباریابی همان اولین عمل تمایزگذاری در فضای تششی است. به این ترتیب، جریان ویژه‌ای پدیدار می‌گردد که به «منطقه تششی هدفمندی» تبدیل می‌شود. با توجه به این مسائل، در فضای تششی، این منطقه قادر به دریافت وابستگی‌ها، تضادها، تفاوت‌ها و ارزش‌های خاص است. در حقیقت، فضای تششی تبدیل به فضایی اعتباری می‌شود که نوعی جهت‌مند شدن است. همین جهت‌مندی است که ما را متقاعد به مطالعه و بررسی معنا می‌سازد. این فضای اعتباری که از شرایط شکل‌گیری ارزش به شمار می‌رود، می‌تواند به نوبه خود در تغییرات فضای تششی ایفای نقش کند و سبب بروز ارزش‌هایی شود که فراتر از ارزش‌های رایج آن فضا هستند و به گونه‌ای آنها را تحت پوشش خود قرار می‌دهند یا ضامن آنها هستند؛ به چنین ارزش‌هایی فرارزش^۲ گفته می‌شود. در ارتباط با دنیای گفتمان و ساختارهای گفتمانی به دو نوع فرارزش می‌توان اشاره نمود:

۱. تغییرات آهنگ گفتمان (ریتم)، که تعیین‌کننده چگونگی گردش «ارزش»ها در گفتمان و حضور موجه و قابل قبول آنهاست.
۲. روابط سازمان یافته بین یک کل و بخش‌های مربوط به آن که در جهت ایجاد ثبات و رفع نقصان در فرایند گفتمانی است.

بنابراین، این دو نوع فرارزش، ترسیم‌کننده گونه‌های ابتدایی و اولیه ارزش به معنای تمایز (فرارزش ریتمیک) و ارزش به معنای هماهنگی (همه بخش‌ها در خدمت یک کل واحد) در فضای تششی هستند. بی‌شک، چنین فضایی حکایت از شکل‌گیری شرایط نظام عاطفی گفتمان

۱. Fiducie

۲. Valence

دارد و بدون آن، اندیشه بعد عاطفی گفتمان در نشانه‌معناشناسی امری بیهوده است. (شعیری، ۱۳۸۹: ۱۳۹-۱۴۳). بدین ترتیب، در بعد عاطفی گفتمان، فرارزش حاصل از تغییر آهنگ گفتمان نقش اساسی ایفا می‌کند، چراکه عامل شوش (تغییر هیجان) از حالی به حال دیگر بوده و یا شدت و ضعف آن را تغییر می‌دهد.

آهنگ متن که خود تجلی‌بخش فضای عاطفی حاکم بر گفتمان است، می‌تواند دارای نمودهای متفاوتی باشد: تکرار، فاصله (دور/نزدیک)، برجستگی (حضور/غیاب)، تراکم و عدم تراکم (پرو خالی)، تو در تویی و تفکیک (بازو بسته)، که عبارتند از میزان کمترین و ضعیف‌ترین حضور یا بیشترین و قوی‌ترین حضور (شعیری، ۱۳۹۲ الف: ۷۶). آهنگ متن را می‌توان به مثابه یکی از اشکال کمینه‌ای دانست که هدفمند است. یعنی بر اساس نظم یا برنامه خاصی ظاهر یا ناپدید می‌گردند. منظور از آهنگ در اینجا چگونگی تجلی روند حرکت در گفتمان است و نمود^۲ یا نمایه، شرایطی است که بر اساس آن روند حرکت فرصت بروز می‌یابد. چنین ظهور و غیبتی نشان دهنده آن است که آهنگ‌های گفتمانی هدفمند و با برنامه هستند، سازماندهی می‌کنند و از همه مهم‌تر به ایجاد تقابل می‌انجامند. مجموعه این اعمال منجر به تولید اثرات عاطفی گفتمان می‌گردد. در بسیاری از موارد، آهنگ متن را عنصر یا جنبه‌ای نمودی نیز همراهی می‌کند (شعیری، ۱۳۸۹: ۱۵۲-۱۵۳). بدین ترتیب، عواملی را می‌توان شناسایی کرد که عامل تحقق ضربانگ (ریتم) در متنی از گونه فضای شهری است و ما را در تحلیل گفتمان عاطفی فضا یاری می‌رساند. برخی از مهمترین این عوامل تولید و تغییر ریتم بدین شرح است: (شعیری، ۱۳۹۲ الف: ۷۶-۸۵)

۵/۱. رابطه فشاره- گستره

ضعیف‌ترین حضور حضوری است که دارای گستره بالاست؛ یعنی بی‌نهایت بسط یافته است تا جایی که به ابهام تبدیل شده است و قوی‌ترین حضور حضوری است که بسیار نزدیک به سوژه است و در کمترین فاصله نسبت به او قرار گرفته باشد و یا از طرف سوژه اینگونه احساس شود. چنین حضوری که نوعی حجیم شدن، تراکم یا انباشتگی ابژه شهری را در پی دارد، حضور فشاره‌ای یا منقبض نامیده می‌شود. اما در بسیاری از فضاهای شهری فشاره و گستره در تعامل با یکدیگر قرار می‌گیرند. از رابطه فشاره و گستره نوعی ریتم تششی در فضا شکل می‌گیرد که سبب

^۱. Rhythm

^۲. Aspect

تووع عناصر فضایی و سیالیت نشانه‌ها می‌گردد. گاهی هم با عناصری مواجه می‌شویم که در عین فشارهای بودن، گستره‌ای نیز هستند. یعنی صراحت و ابهام به طور همزمان در درون یک متن فضایی - شهری مشاهده می‌شوند.

۵.۲. رابطه حضور- غیاب

رابطه حضور و غیاب نیز نوعی ریتم بخشی به فضای شهری است. گاهی نشانه‌ای نشانه دیگر را که غایب است حاضر می‌سازد و گاهی نیز نشانه‌ای حاضر تحت سلطه نشانه‌ای دیگر تا مرز محوشدگی پیش می‌رود. به دیگر سخن، گاهی نشانه‌ای نشانه‌ی دیگری را به عقب رانده تا خود بهتر خودنمایی کند و گاه نیز نشانه‌ای می‌آید تا نشانه‌ای دیگر را زنده نماید. این فرایند حاضر سازی غایب و غایب سازی حاضر نوعی ریتم تششی و به عبارتی فضایی حسی - عاطفی برای سوژه شهری پدید می‌آورد. حضور و غیاب رابطه‌هایی مانند پنهان / هویدا، کم‌رنگ / پررنگ، نزدیک / دور، پر / خالی و ... را می‌سازند که همه اینها سبب ریتم‌پذیری فضای شهری می‌گردند.

۵.۳. رابطه مرکز- حاشیه

ممکن است در متن شهری گاهی نشانه‌ای در مرکز قرار گیرد و بسیار واضح باشد و نشانه‌ای دیگر در حاشیه قرار گرفته و به صورت بسیار مبهم نشان داده شده و یا دیده شود. گاهی نیز ممکن است نشانه‌ی متعلق به حاشیه فضا بسیار واضح و نشانه‌ی واقع در مرکز بسیار مبهم باشد. باید توجه نمود که هر صورت ابتدا جایگاهی دارد: جایگاه مرکزی، جایگاه حاشیه‌ای اما یک جایگاه همیشه نسبی است، چراکه در ارتباط با چیز دیگری معنادار می‌گردد. عنصری که در جایگاه مرکزی قرار می‌گیرد، از قدرت نمود بالاتری برخوردار است و در موقعیتی برتر قرار می‌گیرد و به همین ترتیب اشکال بیانی که در جایگاه حاشیه‌ای قرار می‌گیرند، نمود ضعیف‌تری دارند اما نباید چنین وضعیتی را به عنوان یک اصل مطلق در نظر گرفت؛ چراکه گاهی صورت بیان جایگاهی حاشیه‌ای دارد اما با نفوذ و قدرتمند جلوه می‌کند و بالعکس گاهی در مرکز است اما مبهم و ضعیف دریافت می‌شود. در نتیجه جایگاه صورت‌های بیانی در متن و با توجه به ویژگیهای متنی و بافتی تعیین می‌گردند. از سوی دیگر «جایگاه» دارای شرایط فرهنگی، مذهبی و گاه سیاسی است. از این رو، جایگاه بالا / پایین یا مرکز / حاشیه اجتماعی، معرفتی - دینی، سیاسی و ... ارزیابی‌های متفاوتی می‌یابد که به بافت و روابط گفته‌پرداز - گفته‌یاب نیز بسیار وابسته است. بنابراین از رابطه مرکز -

حاشیه نیز نوعی ریتم به وجود می‌آید که ضرباهنگ عاطفی گفتمان را تغییر داده و سوژه را وارد فضای تشیی می‌کند.

۵.۴. رابطه وحدت- کثرت

یکی دیگر از عناصری که می‌تواند در متن فضای شهری ریتم‌آفرین باشد رابطه وحدت- کثرت در موضوع است. تعدد و تکثر عناصر شهری تضمین‌کننده پویایی، حرکت و زایش است و وحدت عناصر شهری سبب آرامش خاطر، گریز نگاه از بستر محدود خود و عمق بخشی به آن می‌گردد. باید توجه نمود که در گفتمان‌های معماری و فضای شهری، رابطه وحدت- کثرت تنها جنبه فرمال ندارد بلکه روابط نظام عملکردی موضوع معماری / فضای شهری با یکدیگر از یک جهت و با نمودهای فرمال بسیار اهمیت دارد و این خصیصه‌ای است که تحلیل گفتمان‌های کاربردی همچون معماری و فضای شهری را از گفتمان‌های صرفاً هنری- زیباشناختی متمایز می‌نماید. بنابراین می‌توان گفت که رابطه وحدت - کثرت تنها در متون دیداری رخ نمی‌نماید بلکه گستره وسیع‌تری از گفتمان‌ها را شامل می‌شود.

۵.۵. رابطه کاهش- افزودگی

ممکن است از میان همه عناصر مرتبط با یک حوزه از فضای شهری عنصری بسیار کامل و پررنگ نشان داده شود تا جایی که با نوعی اغراق در نمود آن عنصر مواجه شویم. اما ممکن است عناصر دیگری آنقدر کم‌رنگ جلوه کنند که دیگر حتی قابل تشخیص و رؤیت نباشند. بنابراین کاهش و افزودگی ایزه‌های شهری نیز از عوامل دیگر تولید ریتم در فضای شهری هستند. چراکه می‌توانند سوژه را از نزدیکترین به دورترین نقطه در خیال برده و معانی دیگری را در ذهنش تداعی نمایند. این تداعی معانی که به واسطه رابطه کاهش- افزودگی صورت می‌پذیرد می‌تواند شامل معانی با تأثیرات عاطفی خوشایند یا ناخوشایند باشد و در نتیجه شوش‌های متفاوتی را برای سوژه شهری در پی داشته باشد.

۵.۶. رابطه جز- کل

رابطه جز با کل یکی دیگر از روابط نشانه‌ای است که به متن شهری ریتم می‌دهد. یک نشانه می‌تواند به صورت یک کل مطلق ظاهر شود و به این ترتیب ما را با گونه‌ای مستقل مواجه سازد. و این کل می‌تواند در ارتباط با کل‌های دیگر قرار گیرد. اما یک کل می‌تواند دارای اجزا باشد و عناصر یا نشانه‌های دیگری را در درون خود قرار دهد. به این ترتیب، رابطه‌هایی مانند

رابطه کل با کل، کل با جز، جز با جز و جز با کل شکل می‌گیرد که می‌تواند ضربه‌بانگ عاطفی گفتمان را دستخوش تغییر نماید.

به منظور ارائه تحلیلی کاربردی از گفتمان عاطفی فضای شهری و مطالعه نمودهای آن، لازم است تا سازوکار تولید و دریافت معنا در نظام گفتمانی فضای شهری مورد واکاوی قرار گیرد. در ادامه با بررسی انواع مکان مبتنی بر نظریه گفتمان عاطفی و گونه‌شناسی معنا در آن، زمینه‌این تحلیل فراهم می‌شود.

۶. مکان‌بودگی و مکان‌شدگی: بازتولید، تهدید و کارکرد معنا

مکان هم دارای معناست و هم خاطره‌ها. مکان منفعل نیست. یک مکان موفق، ما را به شکلی کاملاً فعالانه در تجربه‌های عاطفی درگیر می‌کند (کرمونا، ۱۳۹۰: ۲۱۲). از دیدگاه نشانه‌معناشناسی هرگاه در فضا برش زده شود و این برش سبب شکل‌گیری محدوده‌هایی با مرزهای مشخص و یا حتی نامشخص گردد، ما با تکثیر فضا و تبدیل آن به مکان‌های قابل تمییز مواجه می‌شویم. (شعیری، ۱۳۹۲ الف: ۲۳۹). با توجه به رویکرد اجتماعی- مکانی به فضای شهری، معنای مکان را در دو سطح اصلی می‌توان بررسی نمود:

۱) سطح کارکردی^۱ مکان (مکان‌بودگی) که در آن، مکان در خدمت برآورده شدن نیازها و خواسته‌های روزمره و متعارف زندگی شهری قرار دارد،

۲) سطح فراکارکردی مکان (مکان‌شدگی) که در آن، خود مکان برجسته می‌شود و حضوری نو می‌یابد.

در مکان‌بودگی، مکانی موجود و آشنا هست که در خدمت کنش قرار می‌گیرد. به عبارتی دیگر، سوژه در مواجهه با نشانه‌های سازنده مکان، به کارکردهای عناصر مکان و در مجموع به کارکرد کلیت مکان پی می‌برد. در یک فضای شهری مانند خیابان، کنشگر مسیر پیاده را از مسیر سواره تشخیص می‌دهد و می‌داند که منطق فرمال هر کدام در خدمت چه کنشی است. همچنین با دیدن یک مغازه در لبه خیابان، به ماهیت فروشگاه‌های آن، از طریق نشانه‌های آشنا و نسبتاً ساخت‌یافته پی برده و مثلاً فروشگاه را با مسجد یا خانه اشتباه نمی‌گیرد. همچنین درب ورود، ویرین، صندوق، فضای عمومی و خصوصی فروشگاه و غیره را یک به یک تشخیص داده و

1. Pragmatic

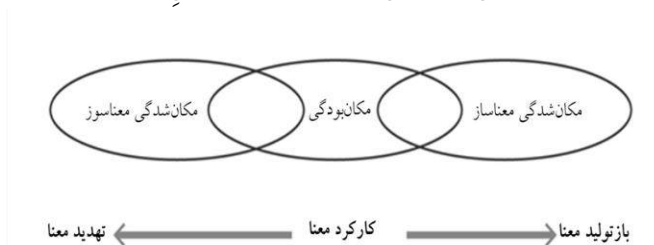
متناسب با نشانه‌های راهنمای کنش، با مکان وارد تعامل می‌شود. بنابراین مکان کارکردی یا مکان کنشی، مکان عادت‌ها یا تکرارهای کنش است و کاربردی روزمره و از پیش تعریف شده دارد. در اینجا ما با معانی کارکردی و به عبارتی مکان‌بودگی مکان سروکار داریم.

اما همین مکان‌های کنشی با قابلیت کاربردی، می‌تواند به مکان‌هایی احساسی-عاطفی تبدیل شود. کافی است که نشانه‌شدگی در آنها اتفاق بیفتد. وقتی با مکان‌شدگی مواجه هستیم، حضور مکان دوباره حاضر می‌شود، یعنی حاضرشدگی حضور اتفاق می‌افتد. آنچه که حاضر بوده است دوباره حاضر می‌شود. و این همان چیزی است که حضور مکان را برجسته و زنده می‌کند. همه این «شدن‌ها» سبب می‌گردند تا مکان، کارکردی شوشی به خود بگیرد و به این ترتیب وجه کنشی آن تضعیف می‌گردد (شعیری، ۱۳۹۲ الف: ۲۳۹). به بیان دیگر، وقتی نشانه چیزی از نشانه بودن خود را که هویت نشانه‌ای اوست از دست می‌دهد و چیزی را می‌پذیرد که او را از طبیعت نشانه‌ای خود دور می‌کند ما با نشانه‌شدگی نشانه (فاصله نشانه از آنچه که بوده است) مواجه هستیم. اتفاقی که ما را از هویتی آشنا به هویتی نو و گاهی غریب سوق می‌دهد (همان: ۲۳۸). به‌عنوان مثال، فضاهای شهری در خرمشهر به شهر-موزه تبدیل می‌شود و یا با تجمع چند نوازنده خیابانی حرفه‌ای مقابل ورودی یک ایستگاه مترو، شهر به شهر-کنسرت بدل گشته و این امر سبب بازتولید معنا می‌شود. یعنی ورودی مترو از معنای تکراری، عادتی و صرفاً کارکردی خود فراتر رفته و معنایی جدید با توجه به هویت افزوده به آن می‌یابد.

اما همیشه اینطور نیست. گاهی مکان کنشی به دلیل تراکم کنش یا افزودگی تنش در درون آن، دچار افت معنایی می‌شود. در این حالت، کنش‌های افزوده، که سبب سرریز شدن کنش به دلیل عدم گنجایش آن در ظرفیت موجود مکانی می‌گردد، تهدیدی برای معنا به شمار می‌رود. نمونه این تهدید معنایی را در تراکم ایستگاه‌های BRT در چهارراه ولیعصر تهران مقابل تاتار شهر می‌توان مشاهده کرد. در اینجا با هدفی کنشی مواجه هستیم که معنا را هم در بعد زیبایی‌شناختی آن به مخاطره می‌اندازد (آشفستگی بصری در فضایی فرهنگی-تاریخی) و هم در بعد اگزستانسیالیست آن که تجاوز و تهاجم به مکان‌بودگی مکان است (اختلال حرکتی به دلیل گره ترافیکی پیاده و سواره). یعنی هستی شکل گرفته یک مکان تهدید می‌شود و به این ترتیب حضور ناخودی یا غیربر او تحمیل می‌گردد که این حضور به دلیل تنگ بودن دایره تنفس مکان تهدیدی برای او به حساب می‌رود (همان: ۲۴۰). همین امر باعث می‌شود که این تهدید به تهدید دیگری یعنی حذف پیاده از مسیر سطحی به زیرسطحی و در نتیجه محرومیت او از تداوم بصری و حرکتی

در فضایی فرهنگی که مال اوست و تحمیل حرکت او در مسیری ناخوانا و سردرگم، بیانجامد. بدین ترتیب در اینجا هم مکان‌شدگی اتفاق افتاده است، اما این مکان‌شدگی در خدمت بازتولید معنا نیست. بلکه سرکوب معنای موجود - که هم کنشی و هم زیبایی‌شناختی است - است. به این ترتیب است که تغییر و تحولات شهری می‌تواند سبب بازتولید و یا تهدید معنا شوند. به عبارت دیگر، این تغییرات سبب ارتقا و والایی مکان و یا تنزل و افت آن می‌گردد.

بنابراین، در فضای شهری، از جهت نشانه‌معناشناختی با دو سطح معنایی مواجهیم: یکی مکان‌بودگی که در آن با کارکرد معنا مواجه هستیم؛ یعنی آنچه وجود دارد با آنچه باید باشد و مورد انتظار اولیه از ابژه است (نشانه آشنا) هماهنگی صورت - محتوایی داشته و در خدمت کنش برنامه‌مدار است و دیگری مکان‌شدگی که در آن با وضعیتی دوگانه مواجه هستیم؛ به این معنا که حضور و به تعبیری نشانه‌شدگی مکان یا در جهت بازتولید معنا و ایجاد فرا ارزش است که سوژه شهری را در فضای اعتباری قرار داده و ضرباهنگ عاطفی او را در راستای افزایش خوشایندی حضور دستخوش تغییر می‌کند - که از آن می‌توان با تعبیر مکان‌شدگی معنا ساز یاد نمود - و یا با به‌مخاطره افتادن سطح کارکردی مکان و فاصله گرفتن از واقعیت فضای شهری (از آنچه که باید باشد و مورد انتظار است)، نشانه‌شدگی و برجستگی مکان در جهت تهدید معنا و ایجاد فضای تنش‌ناخوشایند حرکت می‌کند که می‌توان با تعبیر مکان‌شدگی معنا سوز از آن یاد کرد. (نمودار ۲)



نمودار ۲. نسبت فضاهای تنشی و خنثی در مکان؛ منبع: نگارندگان.

در اینجا لازم است به این نکته توجه شود که بر خلاف بارت که معتقد به استقلال دال و مدلول بود و با طرح معانی ضمنی بیشتر در عرض معنای صریح، خطر دچار شدن به هرج و مرج معنایی و رسیدن به بن‌بست معنا را ایجاد نمود، دیدگاه ما وجود فاصله‌های دور تا نزدیک میان دال و مدلول به جای استقلال آنها است که مبتنی بر ابتکار گرمس، پایگاه این فاصله در درون سوژه بوده که از آن به «جسمانه» تعبیر می‌شود. (شعیری، ۱۳۸۶: ۸۰) بدین ترتیب ادعای

دسترسی به معانی صریح (از پیش تعریف شده) کارکردی یا فراکارکردی در فضای شهری همانقدر بی‌وجه است که تلقی وجود معانی ضمنی بیشمار کاملاً هم‌ارز و هم‌درجه؛ بلکه دیدگاه واقع‌بینانه‌تر، وجود دامنه‌ای از پتانسیل‌های معنایی است که مبتنی بر شرایط حاکم بر گفتمان و سازه‌های معناپرداز آن (بافت، متن، گفته‌پرداز و گفته‌یاب) امکان تحلیل و شناسایی پتانسیل‌های معنایی با درجات بالاتر و محتمل‌تر نسبت به پتانسیل‌های ضعیف‌تر و کم‌رنگ‌تر تا حد زیادی وجود دارد.

با این مبنا، در ادامه به شناسایی نموده‌ها و به تعبیری معیارهای کیفی شکل‌دهنده به پیوستارهای عاطفی فضای شهری می‌پردازیم.

۷. معیارهای کیفی در تحلیل گفتمان عاطفی فضای شهری

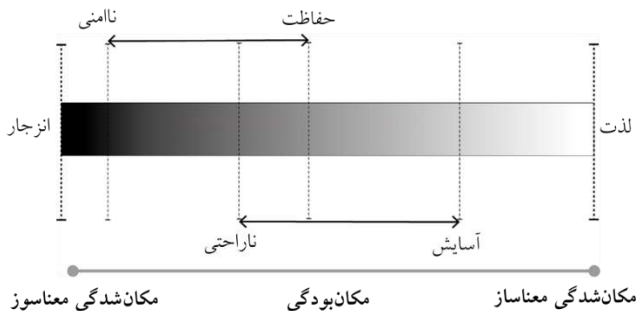
بر اساس رویکرد اجتماعی- مکانی به فضای شهری و با توجه به کارکردهای سه‌گانه فضای شهری، می‌توان گفت مؤلفه‌های حضورپذیری فضای شهری در نسبت با سوژه شهری، دارای اولویت‌هایی است که می‌توان آنها را از ضروری تا عالی طبقه‌بندی نمود. با توجه به پژوهش‌های یان گل، سه سطح کیفی در فضای شهری قابل‌بازشناسی و طبقه‌بندی است که تحقق کارکردهای انسانی فضای شهری در گرو آنهاست: (گل، ۱۳۹۲: ۲۳۸)

۱. حفاظت از حضور: فضای شهری لازم است محافظتی منطقی در مقابل خطر، جراحت فیزیکی، ناامنی و تأثیرات حسی ناخوشایند متأثر از جنبه‌های منفی یا خشن زیست‌محیطی را فراهم آورد. اگر تنها یکی از این مشکلات مربوط به محافظت مرتفع نگردد وجود سایر کیفیات محیطی مانند زیبایی، بی‌معنا و بی‌اثر خواهد بود.

۲. آسایش حضور: در مرحله بعد، فضا، مردم را به مهم‌ترین فعالیت‌هایی دعوت می‌کند که شالوده استفاده از فضای همگانی است: راه‌رفتن، ایستادن، نشستن، دیدن، سخن گفتن، شنیدن، بیان خود و... .

۳. لذت حضور: فضای شهری می‌تواند واجد کیفیاتی باشد که آسایش حضور را به سطح بالاتری از خوشایندی رسانده و تجربه‌ای لذت‌بخش و خاطره‌انگیز از حضور را برای سوژه شهری فراهم آورد. مقیاس انسانی خوب، فرصت‌های لذت بردن از ارتباط با طبیعت و نیز تأمین تجارب زیباشناختی و تحریکات حسی خوشایند، نمونه‌ای از این کیفیات است.

بدین ترتیب، فضای شهری، فضایی تشیی- عاطفی است که در آن پیوستارهایی از خوشایندی- ناخوشایندی شکل می‌گیرد. این پیوستارها در لایه‌های سه‌گانه فوق قابل طبقه‌بندی است. بر این اساس، در صورت کاهش یا عدم تحقق کیفیت‌های وابسته به محافظت در فضای شهری، احساس ناامنی در شوشگر شهری، وی را با تهدید معنا مواجه می‌نماید. همچنین با کاهش یا فقدان معیارهای آسایش، احساس ناراحتی حضور به لحاظ فیزیکی یا روانی در شوشگر شهری پدیدار می‌گردد و در نهایت با به مخاطره افتادن معیارهای لذت حضور، چنانچه به سمت ضد خود حرکت نماید، شوشگر شهری با احساس انزجار از فضای شهری روبه‌رو خواهد شد. بدین ترتیب در فضای شهری سه پیوستار حفاظت- ناامنی، آسایش- ناراحتی و لذت- انزجار قابل شناسایی است که به صورت لایه‌هایی در هم‌تنیده، در سطوحی از ضرورت تا تعالی قرار می‌گیرد. (نمودار ۳)



نمودار ۳. تداخل لایه‌ها در سه پیوستار عاطفی فضای شهری؛

منبع: نگارندگان

بر این اساس، با رویکردی نشانه‌معناشناختی، می‌توان معیارهایی برای تحلیل گفتمان عاطفی فضای شهری ترتیب داد. در اینجا به ۱۲ معیار (با بهره‌گیری از دستاوردهای یان‌گل) به علاوه یک معیار زمان‌شناختی و یک فرامعیار «معانی ناگهانی» اشاره می‌شود. به طور قطع معیارهای کیفی دخیل در گفتمان عاطفی فضای شهری محدود به این موارد نبوده و می‌توان معیارهای دیگری به‌ویژه با توجه به گفتمان قدرت در فضای شهری، به این فهرست اضافه نمود. اما آنچه در این مقاله گردآمده با اتکا به ماحصل دستاوردهای پژوهشگران و صاحب‌نظران طراحی شهری در رویکرد فضای جمعی است که به نظر می‌رسد از جامعیت نسبی برخوردار است.

الف) معیارهای حفاظت

۱. محافظت در مقابل عبور و مرور و سوانح (احساس ایمنی)
۲. محافظت در مقابل جرم و خشونت (احساس امنیت)
۳. محافظت در مقابل ناخوشایندی‌های زیست‌محیطی مانند باد مزاحم، باران و برف، سرما و گرما، آلودگی، گرد و خاک و نور شدید.

ب) معیارهای آسایش

- یان گل (۱۳۹۲: ۱۱۸) در این خصوص می‌گوید که مردم در جایی که شهر آن‌ها را دعوت کند، راه می‌روند، می‌ایستند و می‌نشینند:
۱. فرصت‌های راه‌رفتن، که می‌تواند با اهداف مختلفی مانند حرکت‌های عبوری - مقصدی، ورزش، پرسه‌زنی و... صورت گیرد. همچنین حضور پیاده در شهر، فارغ از نیت اولیه آن، زمینه‌ساز بروز فعالیت‌های اجتماعی است.
 ۲. فرصت‌های ایستادن (توقف کردن)؛ توقف در شهر، پیوستاری از ضرورت تا اختیار را شامل می‌گردد. به عبارت دیگر، توقف گاه وابسته به کیفیت فضای شهری نیست بلکه لازمه انجام امری ضروری مانند ایستادن در ایستگاه اتوبوس برای سوار شدن است. در نقطه مقابل، توقف‌های اختیاری و فراغتی مانند تماشا کردن اجرای یک نوازنده موسیقی یا ویت‌ترین جذاب یک فروشگاه قرار دارد.
 ۳. فرصت‌های نشستن، که شامل محل‌های نشستن اولیه (رسمی) مانند نیمکت‌های شهری، محل‌های نشستن ثانویه (غیررسمی) مانند پله‌ها، سکوها، لبه حوض آب و... است.
 ۴. فرصت‌های تماشا کردن و گوش فرادادن؛ برقراری ارتباط در فضای شهری در سطوح مختلفی رخ می‌دهد. از ارتباطات خاموش، که شامل دیدن و دیده شدن، گوش دادن به صدای شهر و اتفاقات شهری و... است تا ارتباطات فعال‌تر و مستقیم‌تر (گویا) که می‌تواند شامل ملاقات‌های برنامه‌ریزی شده، ملاقات‌های اتفاقی، احوالپرسی‌ها و تبادلات کلامی با غریبه‌ها یا آشنایان شود.
 ۵. فرصت‌هایی برای گفتگو،
 ۶. فرصت‌هایی برای بازی و ورزش، که ارتقاء دهنده سلامت و سرزندگی شهری است.

ج) معیارهای لذت

۱. لذت مقیاس انسانی (تکریم فضایی): بسیاری از فضاهای شهری جدید بر اساس اصولی ساخته می‌شود که مقیاس را در هم می‌شکند. فضاهای بسیار زیادی وجود دارند که بیش از حد بزرگ هستند و در نتیجه آن، منظر انسانی سرد، طردکننده و حتی غیرقابل استفاده است. می‌توان گفت همانطور که مقیاس غیر انسانی باعث تحقیر سوژه شهری می‌شود، مقیاس مناسب و مطلوب انسانی می‌تواند باعث تکریم حضور سوژه شود.

۲. لذت زیست‌محیطی؛ بهره‌مندی از نور خوب یا سایه‌ای دلچسب، هوای سالم و دلپسند، منظر طبیعی زیبا و... نقش تعیین‌کننده‌ای در لذت حضور در فضای شهری دارد. در اسکاندیناوی هنگامی که خورشید می‌درخشد و نسیم می‌وزد، خلق و خوی جمعی بشاش‌تر می‌شود و مردم با نظر دادن درباره آب و هوای فوق‌العاده سلام و احوال‌پرسی می‌کنند.

۳. لذت زیباشناختی - هنری؛ تأمین تمامی اهداف و معیارهای کیفی پیش‌گفته، با مسائل کالبدی و عملی بسیاری درگیر است. فضای شهر می‌تواند طوری طراحی شود که همه ملزومات عملی را پاسخ دهد، اما ترکیب بی‌هدف جزئیات، مصالح و رنگ‌ها فضا را از هماهنگی بصری محروم سازد. برعکس فضای شهر می‌تواند با تأکید مسلط بر زیبایی‌شناسی و غفلت از جنبه‌های کاربردی طراحی شود. این که فضا زیبا باشد و جزئیات به دقت طراحی شده باشند، به خودی خود یک کیفیت است، اما اگر ملزومات پایه برای ایمنی، اقلیم و فرصت‌های توقف برآورده نشده باشند، اصلاً کافی نیست. جنبه‌های مهم فضای شهر باید به صورت یک کلیت قانع‌کننده در هم تنیده باشد.

۴. لذت زمان‌شناختی؛ از جمله معیارهای کیفی که یان گل به آن توجه نکرده است، بعد زمان‌شناختی فضای شهری است، در حالی که به نظر می‌رسد این امر یکی از معیارهای مهم کیفیت فضای شهری است. گرچه بعضی اوقات به نظر می‌رسد طراحی به سه بعد محدود می‌شود اما طراحی شهری چهار بعدی است: بعد چهارم زمان است. با گذشت زمان فضا به صورت مکان‌های زندگی شکل می‌گیرد و کیفیت حاصل از گذشت زمان باعث معنادارتر شدن فضا می‌شود. به گفته کوین لینیچ ما گذشت زمان را در محیط شهری از دو طریق تجربه می‌کنیم: از طریق تکرار منظم؛ ضربان قلب، تنفس، خوابیدن و قدم زدن، گرسنگی، حرکت منظم خورشید و ماه، فصول سال، امواج دریا، جزر و مد و ساعت؛ و از طریق حرکت تکاملی و تغییرات غیرقابل بازگشت: رشد و تباهی، تحول و تغییر به جای تکرار. فضا و زمان بسیار به هم وابسته‌اند. به عقیده کوین لینیچ تجربیات ما در قالب فضا و زمان به نظم کشیده می‌شوند: ما در مکان‌های زمان‌دار

زندگی می‌کنیم. [همچنین] برای پاتریک گِیدس شهر بیش از مکانی در فضاست: شهر نمایشی در زمان است (کرمونا و دیگران، ۱۳۸۸: ۳۸۳).

۵. لذت معانی ناگهانی (فرامعيار معانی رخدادی)

خصیصه فضای شهری به‌عنوان گفتمانی باز، سبب سیالیت و رخدادی بودن معنا در آن می‌شود. همین خصیصه باعث می‌شود به رغم شناسایی نموده‌ها و معیارهای پایه که بسیاری از آنها در بالا مورد اشاره واقع شد، امکان فرمول‌بندی معیارهای مکان‌شدگی وجود نداشته باشد. بنابراین مؤلفه «معانی ناگهانی» را در نسبت با سایر معیارها، می‌توان به‌عنوان یک «فرامعيار» برای تحلیل نشانه‌معناشناختی فضای شهری در نظر گرفت. بنابراین لازم است تا برای تحلیل هر فضای شهری، در جستجوی سایر پتانسیل‌های مکان‌شدگی برآمد که در پیوستار لذت-انزجار قرار می‌گیرد. اینجاست که ما در گونه‌های مختلف فضای شهری اعم از خیابان، میدان، پارک، پاساژ و غیره با پدیده‌هایی چون شهر-باغ، شهر-موزه، شهر-کسرت، شهر-رستوران، شهر-تالار، شهر-مسجد، شهر-جبهه، شهر-گالری و ده‌ها رخداد معنایی دیگر در سویه مکان‌شدگی معنا ساز مواجه می‌شویم. در مقابل، بروزات نژادپرستانه، نموده‌های نابرابری اجتماعی، خشونت نمادین، مناظر زشت، تحقیر فضایی (مقیاس غیر انسانی فضا)، ویرانی محیط طبیعی یا بناهای تاریخی و... سبب تهدید معنا در فضای شهری و در نتیجه مکان‌شدگی معنا سوز می‌گردد.

۸. تحلیل نشانه‌معناشناختی گفتمان عاطفی فضای شهری: خیابان انقلاب تهران

۸/۱. روش تحلیل پیکره پژوهش

در پژوهش انجام شده، ابتدا برشی از فضای شهری خیابان انقلاب تهران به‌عنوان متن مورد مطالعه، قابگیری شد که محدوده میدان انقلاب تا تقاطع خیابان وصال شیرازی به طول حدود ۸۵۰ متر را شامل می‌گردد. پس از آن، مبتنی بر مبانی نظری نشانه‌معناشناسی گفتمان، شناخت ویژگی‌های این فضا در بررسی جامعی در چهار سطح صورت پذیرفت که عبارتست از: بافت اجتماعی فرهنگی، بافت موقعیتی، بافت متنی و متن. در مرحله بعد، تحلیل نشانه‌معناشناختی یافته‌ها در دو مرحله انجام شد:

۸/۱.۱. تحلیل نموده‌ها: بدین صورت که ابتدا، تحلیل‌هایی مستقل نسبت به شناسایی

عوامل تهدید معنا، کارکرد معنا و بازتولید معنا ذیل سه پیوستار عاطفی حفاظت-ناامنی، آسایش-ناراحتی و لذت-انزجار در خیابان انقلاب صورت گرفته که دربرگیرنده ۱۳ معیار و یک

فرامعيار پيش گفته (نمودها) جهت شناسايي پتانسيل‌هاي توليد و دريافت معاني عاطفي در فضاى شهري است. در اين مرحله اهمّ عوامل و پتانسيل‌هاي مكان‌بودگي و مكان‌شدگي فضاى شهري شناسايي و تحليل شد، اما اين شناسايي و تحليل به صورت متجزى انجام گرفته است.

۸/۱۲. تحليل يکپارچه: در اين مرحله با نگاهی همه‌جانبه و کلان نسبت به تمامي عوامل و عناصر تهديد و بازتوليد معنا که در مرحله پيشين شناسايي شد، امکان تحليل يکپارچه ضرباهنگ عاطفي در کل فضاى شهري قاب‌گيري شده از خيابان انقلاب فراهم آمد که اين امر از طريق داخل نمودن عوامل توليد و تغيير ريتم در گفتمان عاطفي فضاى شهري، در تحليل گفتمان خيابان انقلاب صورت مي‌پذيرد. اين عوامل نشان مي‌دهند که اولاً فضاى شهري خيابان انقلاب يک فضاى تشي است و سوژه شهري در اين فضا با شوش‌هاي عاطفي مواجه است و ثانياً اينکه تهديد- بازتوليد معاني عاطفي در گفتمان فضاى شهري خيابان انقلاب شامل چه سويه‌ها و صورت‌هاي بروز و نمود هستند. به ديگر سخن نشان مي‌دهد که چه عواملی و چگونه ضرباهنگ عاطفي خيابان انقلاب را دستخوش تحول و تغيير مي‌کند. در تمامي اين مراحل از روش‌هاي اسنادي، مشاهده حضوري، نقشه‌نگاري و تصويربرداري بهره‌گيري شده است. در ادامه جهت رعايت اختصار به برخي از اهم دستاوردهاي پژوهش اشاره مي‌شود.

۸/۲. برخي از يافته‌هاي پژوهش

خلاصه‌اي فهرست‌وار از پتانسيل‌هاي بازتوليد و تهديد معنا که از تحليل مبتني بر معيارهاي کيفي (نمودها) به‌دست آمده، به شرح جدول زير است:

جدول ۱. پتانسيل‌هاي تهديد و بازتوليد معنا در خيابان انقلاب

پتانسيل‌هاي تهديد معنا (مكان‌شدگي معناسوز)
۱) در محدوده پيوستار حفاظت- ناامني
۱-۱- سرعت زياد تردد BRT در مرکز يک خيابان شلوغ و پر تردد
۱-۲- تعطيلي زود هنگام کاربري‌هاي خيابان در شب: افزايش ناامني به دليل نبود چشم ناظر
۱-۳- نورپردازي نامناسب شبانه و غلبه فضاهاي تاريخي: افزايش ناامني
۱-۴- کمبود عناصر محافظت زيبست محيطي مانند رواق، سايه‌بان، جلوخان، درختان سايه‌انداز کافي و...
۱-۵- ميزان بالاي آلودگي هوا

۲) در محدوده پیوستار آسایش- ناراحتی
۲-۱- اولویت داشتن حرکت سواره نسبت به پیاده
۲-۲- کمبود فضای مناسب حرکت و توقف پیاده: تنگی فضای پیاده
۲-۳- محدودیت زیاد حرکت پیاده ناشی از تعدد و تراکم چراغ‌های راهنمایی و نرده کشی گسترده: ناپیوستاری زیاد حرکتی
۲-۴- کمبود قابل توجه فرصت‌های توقف، نشستن و گفتگو به‌رغم کارکرد فرهنگی و پرمراجعه خیابان
۲-۵- فقدان فرصت‌های بازی و ورزش
۳) در محدوده پیوستار لذت- انزجار
۳-۱- ریتم ناموزون مقیاس فضای خیابان: آشفته‌گی بصری، وجود فضاهایی با مقیاس تحقیق‌کننده حضور
۳-۲- وجود نماهای نازیبا، بی‌تناسب و آشفته در بسیاری از نقاط خیابان
۳-۳- آشفته‌گی‌های بصری در مبلمان شهری
۳-۴- شکل‌گیری ساختمان‌های بی‌هویت و نامتناسب در نسبت با هویت زمان‌شناختی خیابان
۳-۵- رهاسدگی بسیاری از ساختمان‌های ارزشمند تاریخی (تاریخ معماری معاصر تهران)
۳-۶- بی‌توجهی به وقایع تاریخ معاصر خیابان: نبود ردّ و نشانه- نمادهای خاطره‌انگیز و یادمانی
۳-۷- نرده‌کشی‌های گسترده در لبه پیاده‌رو، در میانه خیابان و در جداسازی محوطه ادارات: چهره زندان‌گونه و بسیار کنترل‌کننده در شهر
۳-۸- بروز خشونت نمادین در برخی موقعیت‌ها به دلیل وجود حساسیت بالای سیاسی- اجتماعی نسبت به این فضا
پتانسیل‌های بازتولید معنا (مکان‌شدگی معناساز)
۱- وجود مرکزیت شهری + گستردگی و تنوع بسیار بالا برای کتابفروشی‌ها و انتشاراتی‌ها در این فضا
۲- وجود درختان کهنسال و بلند در برخی سکانس‌های فضا
۳- شکل‌گیری شهر- مصلی در مناسبت‌های خاص مذهبی (با مرکزیت دانشگاه تهران و انتشار در خیابان)
۴- شکل‌گیری شهر- میتینگ در مناسبت‌ها یا رخداد‌های خاص سیاسی- تاریخی

۵- وجود تعداد زیادی از بناهای ارزشمند تاریخ معماری معاصر تهران و ایران در این فضا
۶- تراکم و تنوع فعالیت‌های فرهنگی-آموزشی
۷- وجود خاطرات جمعی سیاسی- اجتماعی مهم معاصر از خیابان انقلاب
۸- وجود المان منحصر بفرد سردر دانشگاه تهران که تبدیل به نماد شده است

اکنون با نظر به مجموع پتانسیل‌های بازتولید و تهدید گفتمان عاطفی فضای شهری خیابان انقلاب، می‌توان به تبیین کامل‌تری از ضرباهنگ (ریتم) عاطفی در فضای تششی آن دست یافت (تحلیل یکپارچه):

۸/۲/۱. رابطه فشاره- گستره: همانطور که گفته شد، یکی از عوامل ایجادکننده ریتم تششی، تعامل فشاره و گستره در فضای شهری است. در خیابان انقلاب فشاره‌های بالایی تحت تأثیر عوامل تهدید و بازتولید معنا وجود دارد که فضای خیابان را از سطح معانی کارکردی آن یعنی از حضور گستره‌ای خارج نموده و وارد فراکارکردی عاطفی با حضور فشاره‌ای می‌نماید. این حضور فشاره‌ای گاه در جهت ایجاد جریان‌های خوشایند عاطفی و گاه در مسیر ایجاد جریان‌های ناخوشایند عاطفی قرار می‌گیرد. از آنجایی که عوامل تهدید معنا حاصل از کمبود و یا فقدان مؤلفه‌های کارکردی مکان در خیابان انقلاب به میزان قابل توجهی وجود دارد، در نتیجه فشاره‌های ناشی از آنها سبب افت یا فعلیت نیافتن عوامل بازتولید معنا شده و به عبارتی اثر آنها را تا حدود زیادی خنثی می‌نماید؛ چراکه تأمین محافظت و نیز آسایش حضور از اهمیت مقدماتی نسبت به تحقق لذت و خوشایندی حضور برخوردار است. البته باید توجه داشت که خاصیت رخدادی و سیال معنا در فضای شهری مانع تلقی کلاسیک و منجمد از آن می‌گردد. در نتیجه نمی‌توان چنین قضاوت نمود که امر فوق دایماً در خیابان انقلاب تحقق دارد. گاه نشانه‌شدگی و تأثیرات عاطفی حاصل از عوامل رخدادی می‌تواند تمامی کمبودها را خنثی نموده و سوژه را عمیقاً در خود فروبرد. از این رو، می‌توان اذعان نمود که عناصری چون سردر دانشگاه تهران (از جهات زیباشناختی، زمان‌شناختی، و نمادین)، کتابفروشی‌های گسترده و متنوع، فعالیت‌های فرهنگی، عبادی و سیاسی که گاه به سطح نشانه‌شدگی می‌رسند، در مواقعی خاص سبب مکان‌شدگی خیابان در جهت بازتولید معنا و در نتیجه حضوری خوشایند برای شوشرگر شهری می‌گردد.

۸/۲/۲. رابطه مرکز- حاشیه: از رابطه مرکز- حاشیه نیز نوعی ریتم به وجود می‌آید که ضرباهنگ عاطفی سوژه را تغییر داده و او را وارد فضای تششی می‌کند. در متن خیابان انقلاب

موارد چندی از مرکز- حاشیه نمود بیشتری دارد: از جمله جایگاه ویژه‌ای که به خطوط اتوبوس‌های تندرو (BRT) داده شده، با آن نرده‌کشی‌های سراسری و محدودیت‌های تردد از طریق چراغ‌های راهنماییِ ابران و در نتیجه سرعت بالای حرکت اتوبوس‌ها، همچنین عرض نسبتاً وسیع خیابان در مقایسه با عرض کم و محدود پیاده‌روها و فضاهای حضور پیاده با وجود حضور انبوه مردم در این فضای شهری و غیره، جملگی حرکت خودرو/ سواره را در مرکز حرکت‌های شهری قرار داده و سوژه پیاده را به حاشیه می‌راند. مورد دیگر، مرکزگرایی ساختمان‌ها (فضای خصوصی) و حاشیه‌ای بودن زندگی شهری (فضای عمومی) و بالتبع فضای شهری است. لبه قاطع و عاری از فضاهای میانی و مفصلی بین ساختمان‌ها با فضای شهری، نرده‌کشی‌های گسترده اطراف دانشگاه تهران و ساختمان‌های اداری وابسته که با بی‌رحمی تمام سوژه شهری را از فضای سبز دلپذیر درون خود -که عموماً بلااستفاده مانده است- محروم می‌نماید، در حالی که کمبود فضای مطبوع برای توقف، نشستن، استراحت و گفتگو در این محدوده بسیار قابل توجه است. این موارد در مجموع نمایه‌هایی از مرکزیت فضای خصوصی و حاشیه‌شدگی فضای شهری است. مورد سومی که قابل اشاره است مرکزیت یافتن عبور و به حاشیه راندن توقف است. همه عوامل حاکم بر فضای شهری خیابان انقلاب در جهت تقویت عبور و تضعیف کلیه توقف‌های غیر ضروری است. غلبه سواره بر پیاده، کمبود قابل توجه آسایش زیست‌محیطی با توجه به اقلیم کویری تهران، کمبود امکانات و خرده فضاهای مناسب برای نشستن، تکیه زدن، گفتگو کردن، پاتوق شدن، ورزش و خلاقیت‌های خودجوش مردمی و غیره مواردی از این دست هستند. این امر باعث شده تا فضای توقف در شهر یک لایه عقب‌تر رفته و تدریجاً کافه‌ها جای خالی آن را پر کند.

۸/۲/۳. رابطه حضور- غیاب: رابطه حضور و غیاب نیز نوعی ریتم‌بخشی به فضای شهری است. گاهی نشانه‌ای نشانه دیگر را که غایب است حاضر می‌سازد و گاهی نیز نشانه‌ای حاضر تحت سلطه نشانه‌ای دیگر تا مرز محوشدگی پیش می‌رود. حضور اکنون و غیاب گذشته یکی از این موارد در فضای شهری خیابان انقلاب است. ساخت و سازها و عناصر جدید بدون توجه به حوادث تاریخی موجود در حافظه مکان و بی‌اعتنا به نشانه‌های یادآور هویت تاریخی- زمان‌شناختی آن، مسیری بی‌تفاوت و گاه متقابل را پیش گرفته است. این وضعیت در حال کمرنگ نمودن ارزش‌های گذشته و تقویت اکتونیتی بی‌رنگ و تعلق است. همچنین حضور عملکردهای

شهری و غیاب فرهنگ و هنر نیز به چشم می‌آید. خیابان واسطه‌ای فضایی برای تأمین فعالیت‌های ضروری کنشگران شهری تلقی شده و امکانات حمل و نقل و سایر عناصر در جهت تحقق آن است اما رنگی از فرهنگ و هنر ایرانی که اتفاقاً پتانسیل‌های کالبدی، عملکردی، تاریخی و اجتماعی آن در این محدوده شهری بسیار بالاست در هاله‌ای مبهم قرار گرفته است. در جهت دیگر، مواردی نیز از حاضرسازی غایب نیز به چشم می‌خورد. از جمله نام خیابان یعنی «انقلاب اسلامی» رابطه‌ای میان عنوان و متن برقرار می‌کند که برای ذهن‌های آشنا با این نسبت تا حدودی کارکتر تاریخی این خیابان در برهه‌ای از زمان را حاضرسازی می‌نماید. همچنین نشانه برجسته و پررنگ سردر دانشگاه تهران هم یادآور رخدادهای سیاسی - اجتماعی قبل و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی است و هم حضور دانش و فرهنگ را در جریان‌های خیابان انقلاب برجسته‌سازی می‌نماید.

۸/۲/۴. رابطه جزء - کل: ویژگی فوق‌الذکر از سردر دانشگاه تهران به موازات عنصری دیگر یعنی کتابفروشی‌ها، رابطه‌ای نیز از جنس رابطه جزء و کل را شکل می‌دهد که از دیگر عوامل نشانه‌ای تولید ریتم است. سردر دانشگاه تهران و کتابفروشی‌ها هر دو از اجزاء خیابان انقلاب هستند اما نشانه‌شدگی آنها به حدی رسیده که هر یک به تنهایی به جای کل خود در ذهن سوژه شهری رسوخ نموده است. بنابراین عموماً این دو عنصر به عنوان نمادهای خیابان انقلاب در گفتمان‌های دیگر اعم از کلامی و رسانه‌ای بروز می‌نمایند.

۸/۲/۵. رابطه وحدت - کثرت: از عناصر دیگری که در متن شهری می‌تواند ایجاد ریتم نماید رابطه وحدت - کثرت است. به لحاظ بصری و زیباشناختی آنچه در خیابان انقلاب مشاهده می‌شود، کثرتی است که کمتر میل به وحدت دارد و بنابراین سوژه شهری در بسیاری سکانس‌ها با آشفتگی بصری مواجه است. اما به لحاظ معناشناختی آنچه وحدتی نسبی میان کثرات موجود در این متن شهری برقرار نموده، ماهیت فرهنگی - آموزشی حاکم بر آن است. این امر تا اندازه‌ای توانسته ریتم ناخوشایند ابژه دیداری را به توازنی معناشناختی نزدیک نماید. در واقع هماهنگی و سازگاری عملکردی، باعث جبران نسبی ناهماهنگی‌های بصری شده است.

۸/۲/۶. رابطه کاهش - افزودگی: رابطه کاهش و افزودگی ابژه‌های شهری نیز از عوامل دیگر تولید ریتم در فضای شهری است چراکه می‌تواند سوژه را از نزدیکترین به دورترین نقطه در خیال برده و معانی دیگری را در ذهنش تداعی نماید. در خیابان انقلاب بیش از هر چیز حضور

اغراق‌آمیز نرده‌ها چنین نقشی ایفا می‌نماید. انبوه نرده‌ها، رنگ، شکل و مکان استقرارشان سبب احساس افزودگی این عنصر نسبت به میزان مورد انتظار شده و فضای روانی و حرکتی سوژه شهری را کاهش قابل ملاحظه‌ای می‌دهد. این عامل در کنار سایر عوامل می‌تواند سبب احساس تنگی فضای شهری در این محدوده شده و سوژه را وارد فضای تنشی منفی و آزاردهنده کرده و احساس زندان‌گونه‌گی فضای شهری را برای وی برانگیزاند.

بنابر آنچه گفته آمد، مجموعه‌ای از عوامل بازتولید و تغییر ریتم در فضای شهری خیابان انقلاب شامل روابط فشاره- گستره، مرکز- حاشیه، حضور- غیاب، جزء- کل، کاهش- افزودگی و وحدت- کثرت مشاهده می‌شود که جملگی حاکی از وجود فضای تنشی و بالتبع کارکردهای عاطفی این فضای شهری است. کارکردهای عاطفی مزبور هم در سویه بازتولید معنا و هم در جهت تهدید معنا، جریان‌های عاطفی فضای شهری خیابان انقلاب را رقم می‌زند. در کشاکش این دو سویه است که کنشگر شهری وارد امواج بلند و کوتاه تغییرات ریتم حضور شده و دچار شوش‌های خوشایند و ناخوشایند می‌گردد. آنچه در خیابان انقلاب مشهود است وجود پتانسیل‌های ارزنده تولید معناست که به وسیله عوامل چندی دچار تهدید معناساختی است. این در حالی است که رفتارهای گفته‌پرداز متولی شهر در موارد بسیاری، حاکی از کم‌اطلاعی یا بی‌تفاوتی نسبت به این امور است.

۹. نتیجه‌گیری

قرن بیست‌ویکم، قرن شهرنشینی و بالتبع قرن مسائل شهری است. شهر با تمامی کارکردها، فواید و فرصت‌سازی‌های خود، مشکلات و مسائل پیچیده و گاه بحران‌زایی دارد. این مسائل از تراکم بالا و تنگی فضای زندگی خصوصی و عمومی، ترافیک، آلودگی هوا و... - که اموری ملموس‌تر است- گرفته تا نابرابری‌های اجتماعی و سیاسی، همنشینی و اختلاط زیاد فرهنگی- اجتماعی و... - که گاه پنهان‌تر و پیچیده‌تر است- جملگی و بیش از هر چیز، زیست فردی و جمعی انسانی را متأثر می‌نماید. در نتیجه در چند دهه اخیر، انسان و مسائل زیستی و فرهنگی او در کانون مطالعات شهری قرار گرفته است.

در کنار مواردی که اشاره شد، باید توجه نمود که هر چه فضای زندگی اعم از خانه و فضای کار به دلیل گرانی زمین و محدودیت فضا در شهرها متراکم‌تر، کوچک‌تر و تنگ‌تر می‌گردد، نیاز به فضاهای عمومی باز، تفریحی، طبیعی و اجتماعی در شهرها و اطراف آن بیشتر و حیاتی‌تر

می‌شود. اما همانطور که در این مقاله تبیین شد، باید در نظر داشت که مسئله تنگی و گشودگی فضا امری صرفاً فیزیکی نیست بلکه بخش قابل ملاحظه و عمده ادراک تنگی و گشودگی فضا وابسته و متأثر از کیفیاتی حسی-ادراکی و معناشناختی در فضاست که پیوستاری از درجات خوشایندی تا ناخوشایندی را در سوژه شهری حاصل می‌نماید و به تعبیر زیبای یان گل «یک شهر خوب مانند یک میهمانی خوب است؛ میهمانان می‌مانند چون به آن‌ها خوش می‌گذرد» (گل، ۱۳۹۲: ۴۷).

در این نوشتار با ارائه طبقه‌بندی معانی در نسبت با مکان، و با بهره‌گیری از دستاوردهای پژوهشگران و طراحان شهری متمرکز بر حوزه زندگی جمعی در شهر از یک سو، و دستاوردهای نشانه‌معناشناسی مکتب پاریس از دیگر سو، سه دسته پیوستار کیفی در فضای شهری شامل پیوستارهای حفاظت- ناامنی، آسایش- ناراحتی و لذت- انزجار و نیز سازوکار تحلیل معناشناختی آن در فضای شهری تبیین گردید که برآیند این پیوستارها، در بروز خوشایندی- ناخوشایندی از زندگی شهری مؤثر است.

در اینجا ذکر دو نکته پایانی لازم به نظر می‌رسد: یکی اینکه الگوی ارائه شده در این نوشتار با وجود جامعیت نسبی، نیازمند تکمیل است. به‌ویژه یکی از نقصان‌های مطالعات پژوهشگران و طراحان شهری عرصه زندگی جمعی، فقدان توجه یا کم‌توجهی به سویه سیاسی و به‌طورکلی امر قدرت در فضای شهری و تأثیرات آن بر زندگی جمعی است که مسلماً جنبه‌های نشانه‌معناشناختی خود را داشته و بنابراین در الگوی تحلیل نشانه‌معناشناختی فضای شهری باید لحاظ گردد.

دیگر اینکه مرز میان فضای شهری با فضای خصوصی، یک مرز خطی و کوانتومی نیست و نباید باشد. بلکه در اینجا پیوستاری از فضاها می‌یابیم، سلسله مراتب حضور در شهر و برقراری انواع ارتباط با شهر و زندگی شهری را رقم می‌زند. در نتیجه، گسترش فضاها می‌تواند به‌عنوان فضای نیمه‌عمومی - نیمه‌خصوصی - که در شهرهای سنتی ایرانی و اروپایی مصادیق زیادی داشته و تنها در شهرسازی مدرن مورد غفلت قرار می‌گیرد - زمینه‌ساز گسترش کیفیات مطروحه در فضای شهری است که تبیین سازوکار نشانه‌معناشناختی آن پژوهش مستقلی طلب می‌نماید.

فهرست منابع

بارت، رولان (۱۳۹۰). «نشانه‌شناسی و فضای شهری»، ترجمه عظیمه ستاری، دو ماهنامه سوره اندیشه، شماره

- بارت، رولان (۱۳۹۲). امپراتوری نشانه‌ها، ترجمه ناصر فکوهی، چاپ پنجم، تهران: نشر نی.
- بورژل، گی (۱۳۹۱). شهر (شهرنشینی آسیب‌ها و چالش‌ها با محوریت شهر پاریس فرانسه)، ترجمه نارسیس سهرابی ملایوسف، تهران: نشر شوراآفرین.
- پاکزاد، جهان‌شاه (۱۳۸۶). مبانی نظری و فرایند طراحی شهری، چاپ دوم، تهران: انتشارات شهیدی.
- شارع‌پور، محمود (۱۳۹۳). «تحلیل روندهای فضای عمومی در شهر (مجموعه مقالات شهر، فضا و زندگی روزمره)»، تهران: تیسرا.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۶). «بارت: از ساختگرایی تا آستانه‌سازی (مجموعه مقالات هم‌اندیشی‌های بارت و دریدا)»، شماره ۷، تهران: فرهنگستان هنر.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۷). «روش مطالعه گفته‌ای و گفتمانی در حوزه نشانه-معناشناسی (مجموعه مقالات سومین هم‌اندیشی نشانه‌شناسی هنر)»، شماره ۱۳، فرهنگستان هنر.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۹). تجزیه و تحلیل نشانه-معناشناختی گفتمان، چاپ دوم، تهران: انتشارات سمت.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۹۲ الف). نشانه-معناشناسی دیداری: نظریه‌ها و کاربردها، تهران: سخن.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۹۲ ب). «نظام تنشی و ارزشی از دیدگاه نشانه-معناشناسی سیال»، انسان و فرهنگ، سال دوم، ویژه‌نامه زبان و متن.
- کرمونا، متیو و هیثف تیم و تتر، اک و تیسدل، استیون (۱۳۸۸). مکان‌های عمومی، فضاهای شهری: ابعاد گوناگون طراحی شهری، ترجمه فریبا قرایی و مهشید شکوهی و زهرا اهری و اسماعیل صالحی، تهران: دانشگاه هنر.
- کرمونا، متیو و تیزدل، استیو (۱۳۹۰). خوانش مفاهیم طراحی شهری، تهران: آذرخش.
- گل، یان (۱۳۹۲). شهر انسانی، ترجمه علی غفاری و لیلا غفاری، تهران، مؤسسه علم معمار.
- مدنی‌پور، علی (۱۳۹۰). طراحی شهر خرد: مبانی و چهارچوب‌ها، ترجمه بهادر زمانی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

- Barthes, R. (1997). "Semiology and the Urban", N. Leached Rethinking Architecture: A Reader In Cultural Theory, London: Routledge.
- Cuthbert, A. R. (2011). *Understanding Cities: Method in Urban Design*, New York: Routledge.
- Gottdiener, M. & Hutchison, R. (2011). *The New Urban Sociology*, USA : Westview Press, 4th ed.
- Hutchison, R. (Editor) (2010). *Encyclopedia of Urban Studies*, California: SAGE.
- Gehl, J. & Svarre, B. (2013). *How to Study Public Life*, Translation by Karen Ann Steenhard, Washington: Islandpress.

نشانه‌شناسی خبر خوب در رسانه ملی؛ مطالعه موردی: بخش خبری رادیویی

قاصدک

فاطمه عظیمی‌فرد^۱

دکتری زبان‌شناسی همگانی، پژوهشگر صداوسیما

چکیده

خبر را گزارشی عینی از واقعیت‌ها تعریف می‌کنند که یک یا چند ارزش خبری دارد. تعادل و بی‌طرفی در کنار عینیت دو ویژگی مهم خبر را تشکیل می‌دهند. بدین ترتیب، خبر باید نماد تعادل و بی‌طرفی باشد و احساسات در آن دخالت نداشته باشد. در پی برگزاری همایشی با عنوان «خبر خوب» در دی‌ماه ۱۳۹۶ در تهران و تشکیل پویشی با همین نام، مفهومی بومی شده با عنوان «خبر خوب» در فضای رسانه‌ای کشور مطرح شده است. هواداران «خبر خوب» که آنرا تکنیک نمی‌دانند بلکه معتقدند یک رویکرد و جهان‌بینی است، تلاش می‌کنند بر مبنای صداقت و عدالت‌جویی، الگویی طراحی کنند که سطح تأثیرگذاری آن از فردی به جمعی گسترش می‌یابد. با همین نگاه، مدتی است که بخش خبری رادیویی با عنوان «قاصدک» به خبر صبحگاهی رادیو پیام افزوده شده است. در این مقاله تلاش شده است ضمن پرداختن به مفهوم خبر خوب با روش نشانه‌شناسی اجتماعی هلیدی، بخش خبری «قاصدک» در بازه زمانی یک ماهه آذر ۱۳۹۷ تحلیل شود. نتایج نشان می‌دهد برداشت تولیدکنندگان خبر خوب از این مفهوم تنها جمع‌آوری خبرهای مثبت ملی بوده است و نه «مسئله‌محوری» که خبر خوب به دنبال آن است.

کلیدواژه‌ها: خبر، خبر خوب، رسانه، نشانه‌شناسی.

مقدمه

تأکید بر جنبه منفی بودن خبر^۲ در رسانه‌های مختلف سنتی قدیمی است؛ به طوری که احتمال گزینش اخبار منفی بیش از اخبار مثبت است.

با این حال نگاه تاریخی به تحولات روزنامه‌نگاری نشان می‌دهد که این علم مانند دیگر علوم، در گذر زمان تحولات زیادی را در راستای ارتقای کیفی و تعامل با مخاطبان داشته است.

^۱ F.azimifard@irib.ir

^۲ . Negativity

با توجه به گسترش اخبار منفی و افزایش مشکلات بشر در سطوح مختلف، بیش از یک دهه است که رسانه‌های غربی به تأثیر زیان‌بار اخبار منفی بر مخاطبان خود توجه نشان داده‌اند و در پی آن مفاهیمی چون خبر سازنده^۱ یا روزنامه‌نگاری سازنده^۲ در رسانه‌های کشورهای اسکاندیناوی مطرح شده است. این نوع خبررسانی که هدف آن برانگیختن احساسات مثبت در اخبار است، تلاش می‌کند تا مخاطبان از احساسات مطلوب‌تری نسبت به رویداد برخوردار شوند. بدین شکل، توجه به اخبار امیدآفرین و مثبت در رسانه‌ها برای بالا بردن روحیه مخاطبان مورد توجه قرار گرفته است. (بختیاری، نیک‌ملکی ۱۳۹۸:۵)

در ایران نیز به بحث امیدآفرینی در خبر توجه شده است. در پی برگزاری همایشی با عنوان «خبر خوب» در دی‌ماه ۱۳۹۶ در تهران و تشکیل پویشی با همین نام، مفهومی بومی شده با عنوان «خبر خوب» در فضای رسانه‌ای کشور مطرح شده است. هواداران «خبر خوب» تلاش می‌کنند بر مبنای صداقت و عدالت‌جویی، الگویی طراحی کنند که سطح تأثیرگذاری آن از فردی به جمعی گسترش می‌یابد. با همین نگاه، مدتی است که بخش خبری رادیویی با عنوان «قاصدک» به خبر صبحگاهی رادیو پیام افزوده شده است. این مقاله نگاهی دارد به این بخش خبری و برداشتی از خبر خوب در پی القای آن است.

خبر

تعاریف بسیاری برای خبر ارائه شده است. عباسی (۱۳۸۳:۶۰۳) خبر را نقل «وقایع» و «رویدادها» در تمامی عرصه‌های زندگی فردی و اجتماعی، از جمله تحولات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی می‌داند. وی (همان: ۵۳۵) خبر را عصاره سیاست و اقتصاد و اجتماع و فرهنگ و دانش و فناوری در یک جامعه یا در سطح جهانی، می‌خواند.

معتدزاد معتقد است: «خبر، اعلام و بیان وقایع جالب زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی است.» (معتدزاد، ۱۳۶۸:۱۷)

با این حال فرناند ترو می‌نویسد: «دستیابی به تعریفی مشترک و جامع و به عبارت دیگر، ارائه یک تئوری جامع و مانع برای خبر، بسیار دشوار می‌نماید. اما، اگر خبر را گزارشی بی‌طرفانه، دقیق و در عین حال صحیح و عینی از یک رویداد مفروض بدانیم؛ وجود برخی از

1. constructive news

2. constructive journalism

شاخص‌ها و معیارها به انتخاب آن «رویداد» از میان هزاران رویداد دیگر به عنوان «خبر» کمک می‌کند» (به نقل از شکرخواه، ۱۳۷۸: ۷).

در واقع تعریف واحدی از خبر وجود ندارد. از این رو، به علت شفاف نبودن مرزهای خبر، تعریف دیگر محصولات خبر از جمله گزارش خبری و گزارش ویژه خبری نیز مشکل است (عباسی، ۱۳۸۰: ۲۶).

اما به هر حال آنچه خبر خواننده می‌شود، گزارشی است عینی از واقعیت‌ها که یک یا چند ارزش خبری دارد. تعادل و بی‌طرفی در کنار عینیت دو ویژگی مهم خبر را تشکیل می‌دهند. همانطور که عباسی (۱۳۸۳: ۴۶) اشاره می‌کند، خبر باید نماد تعادل و بی‌طرفی باشد و احساسات در آن دخالت نداشته باشد.

متن خبری

یکی از راه‌های اقناع مخاطب، استفاده از راهبردهای بلاغی و شیوه‌های سبکی متفاوت برای تهییج احساسات و ترغیب مخاطبان است. در متن تبلیغی و اصطلاحاً پروپاگاندا، میزان استفاده از آنچه صنایع ادبی خوانده می‌شود، مثل استعاره و مبالغه بسیار زیاد است. استفاده از این منابع انرژی متن را صرف قالب می‌کند و در نتیجه میزان اطلاعات متن پایین می‌آید. برعکس، در متن خبری از جریان ممتد اطلاعات، یعنی طرح بی‌درپی نکته‌های تازه، به جای استفاده از واژه‌ها و جمله‌بندی‌های توخالی و مطالب تکراری، استفاده می‌شود. این راهبرد باعث می‌شود تا اقناع حاصل از خبر و اخبار، به علت واقعی شدن آن، عمیق‌تر از اقناع متون تبلیغی باشد. (میرفخرایی، ۱۳۸۵: ۱۷۰-۱۶۹)

ذهن مخاطب در مقابله با اطلاعات تازه که به زبان ساده ارائه شده است، به عینیت اطلاعات تمایل می‌یابد و تصور می‌کند متن خبری، تنها و تنها اطلاعات در مورد همه جوانب یک حادثه را ارائه می‌دهد. بدین ترتیب، اخباری که از طریق جریان ممتد اطلاعات واقعی می‌شود، قدرت تأثیر بسیار، دست‌کم بیش از متون تبلیغی-تهییجی، در شکل‌دهی به افکار عمومی و ایجاد اتفاق نظر اجتماعی لازم برای کارکرد یک جامعه مدرن و امروزی پیدا می‌کند. (همان، ۱۷۱)

نحوه ارائه در فرایند خبر، حائز اهمیت است و باید توجه کرد که چگونه رسانه‌ها در نظام یا دستگاه معنی‌سازی، سلسله‌مراتبی را ایجاد می‌کنند که در آن بعضی از معانی جنبه غالب و حاکم به خود می‌گیرند.

ارزش‌های خبری

یوهان گالتونگ^۱ و مری روژ^۲ از چهره‌های برجسته در پژوهش‌های ارتباطی را می‌توان به‌عنوان طلاپه‌داران بحث ارزش‌های خبری برشمرد. این دو تن در سال ۱۹۶۵ مقاله‌ای با عنوان ساختار اخبار داخلی چاپ کرده و طی آن به بررسی نحوه ارائه بحران‌های کنگو، کوبا و قبرس در چهار روزنامه نروژی پرداختند. در این مقاله که در نشریه پژوهش‌های صلح به چاپ رسیده، دوازده ارزش خبری مطرح شدند. این ارزش‌های خبری عبارتند از:

۱. بسامد یا تواتر^۳: به اعتقاد گالتونگ و روژ، این ارزش خبری در حقیقت یک ظرف زمانی است که رویداد، آنرا پر می‌کند. رسانه‌های خبری و روزنامه‌نگاران خبرهایی را که از لحاظ تواتر و فرکانس کوتاه‌ترند، بیشتر مورد توجه قرار می‌دهند و به بهترین وجهی از عهده‌تثبت رخدادهای خبری زودگذر؛ از قبیل جنایات، شورش‌ها و سخنرانی‌های مهم سیاسی برمی‌آیند. اما از سوی دیگر، روندهای اجتماعی و اقتصادی دراز مدت، که از نظر تکوین و تحقق نهایی مستلزم زمان طولانی‌تری هستند، در خارج از دایره‌ی انتخاب روزنامه‌نگاران باقی می‌مانند و ارزش خبری کمتری دارند؛

۲. آستانه^۴: آستانه را که می‌توان نقطه شروع هم نامید، در حقیقت اندازه، قد و قواره رویداد است. برای هر رویداد آستانه‌ای وجود دارد که اگر رویداد به سطح آن نرسد، اصلاً مخابره نخواهد شد. هر اندازه یک رویداد از نظر آستانه، بزرگتر باشد برای استمرار درج آن به درام یا هیجان قوی‌تری نیاز داریم؛

۳. شفافیت^۵: این ارزش، در واقع به وضوح رویداد مربوط می‌شود. رخدادها طبق این ارزش، باید روشن و واضح باشند و تفسیرشان دشوار نباشد؛

۴. معناداری^۶: معنی‌دار بودن، خود را به دو صورت نشان می‌دهد: الف) مجاورت فرهنگی؛

ب) مربوط بودن.

مجاورت فرهنگی؛ برای کسی که خبر را گردآوری می‌کند، اگر این احساس بوجود آید، که پیشینه فرهنگی یک رخداد، با او و مخاطبان رسانه‌اش هماهنگی و همخوانی دارد، آنرا برای درج و پخش انتخاب می‌کند.

1 .J. Galtung
2 .M. Ruge
3 .Frequency

4 .Threshold
5 .Unambiguity
6 .Meaningfulness

مربوط بودن؛ رویدادهایی که در فرهنگ‌های دور دست رخ می‌دهند، کمتر بخت و امکان گزینش می‌یابند، مگر آنکه بصورت تهدید جلوه‌گر شوند؛

۵. همخوانی و هماهنگی؛ گالتونگ و روز، این ارزش خبری را این‌گونه تبیین کرده‌اند: قابلیت پیش‌بینی کردن یک رویداد و یا تمایل داشتن رسانه‌ها به یک رویداد. این دو محقق برآنند که اگر رسانه‌ها انتظار و قصد تحقق یک رویداد را داشته باشند، آن رویداد قطعاً محقق خواهد شد. به‌طور مثال، در جریان اعتصاب معدن‌چیان آمریکا در سال ۱۹۸۴، خبرنگاران تلویزیون انتظار رویارویی خشونت‌آمیز اعتصاب‌کنندگان و پلیس را داشتند و عملاً هم با چنین صحنه‌هایی مواجه شدند؛

۶. غیر مترقبه بودن؛^۲ مراد این دو محقق از این ارزش، غیر قابل پیش‌بینی بودن و ندرت رویداد است. خبرنگاران به چیزهای غیرمتعارف و نادر و غریب توجه نشان می‌دهند و نزد آن‌ها اینگونه اخبار، ارزش ویژه‌ای دارند؛

۷. استمرار؛^۳ استمرار یا تداوم، ناظر بر خبر جاری است. اگر خبری تحت پوشش خبری قرار گیرد، تا زمان مشخصی به‌طور مستمر تحت پوشش خبری خواهد ماند؛

۸. ترکیب^۴ یا سازگاری؛ ترکیب، آمیزه‌ای از انواع رویدادهاست. به‌عنوان مثال؛ اگر روزنامه‌ای حاوی چندین خبر خارجی است، چند خبر داخلی به آن می‌افزاید، تا توازن خبری را برقرار کند و یا در کنار چند خبر منفی، یک یا دو خبر مثبت را برای برقراری تعادل می‌آورد؛

۹. ارجاع یا تمثل به ملتی برگزیده^۵؛ گالتونگ و روز، اثبات می‌کنند که رسانه‌های غربی در اکثر موارد خبری، نمونه‌های خود را از میان ملل برگزیده انتخاب می‌کنند؛

۱۰. ارجاع به شخص برگزیده یا اشاره به افراد نخبه^۶؛ در رسانه‌های غربی، پوشش خبری عملکرد افراد برگزیده و معروف، دامنه‌دارتر از افراد عادی است؛

۱۱. شخصیت‌سازی^۷؛ در رسانه‌های غربی، رویدادها را عملکرد افراد و مردم می‌دانند و در واقع به هویت‌بخشی به افراد می‌پردازند؛

1. Consonance
2. unexpectedness
3. continuity
4. composition

5. nations Reference of Elite
6. reference to Elite Persons
7. personalization

۱۲. منفی‌گرایی؛ مراد از منفی‌گرایی این است که خبر خوب، خبر بد است. همین برداشت، جوهره اصلی نگاه خبرگزاری‌های غربی به جهان سوم را شکل می‌دهد (کریسیان: ۱۳۸۹). البته لازم به ذکر است در دهه ۱۹۹۰ گرایش به انعکاس اخبار خوب و یا مثبت افزایش یافته است. ماتتر (۲۰۰۸) در مورد ارزش‌های خبری دوازده‌گانه گالتونگ و روژ می‌گوید: «هر چند که اثر آن‌ها بسیار تأثیرگذار بوده است و بسیار بدان ارجاع داده می‌شود، اما نویسندگان متعددی از جمله ون دایک^۲ (۱۹۸۸: ۱۱۹-۲۴) و بل^۳ (۱۹۹۱: ۱۵۵-۶۰)، هارکوپ^۴ و اونیل^۵ نقد و اصلاح این مجموعه را با ارائه مجموعه‌ای از ده ارزش خبری انجام داده‌اند که مسلماً نسبت به طبقه‌بندی دوازده‌تایی روشن‌تر، به روزتر، ساده‌تر و چند کاربردی است. ارزش‌های خبری هارکوپ و اونیل عبارتند از:

۱- ارجاع به نخبگان قدرت، ۲- شهرت، ۳- سرگرمی، ۴- غیرمنتظره بودن، ۵- اخبار بد، ۶- اخبار خوب، ۷- بزرگی (دربریگی)، ۸- ارتباط (یعنی ارتباط با مخاطب مورد نظر)، ۹- پیگیری (آنچه که الان در اخبار هست، احتمالاً بار دیگر گزارش خواهد شد)، ۱۰- دستورالعمل خاص (روزنامه) (ماتتر، ۲۰۰۸: ۲۵).

آقاگلزده و خیرآبادی (۱۳۹۳) فهرستی از ارزش‌های خبری منفی یا مرتبط با خبر بد را به شرح زیر ارائه می‌کنند: کشمکش و جنجال^۶ (هربرت، ۲۰۰۰)، کشمکش‌ها و اختلافات دولتی^۷ (گانز، ۱۹۷۹)، اعتراضات خشن و غیرخشن^۸ (گانز، ۱۹۷۹)، معترضان، تظاهرکنندگان و اعتصاب‌کنندگان^۹ (گانز، ۱۹۷۹)، کشمکش سیاسی و اعتراضات خارجی^{۱۰} (گانز، ۱۹۷۹)، خبر منفی^{۱۱} (گالتانگ و روژ، ۱۹۶۵)، خبر بد (هارکاپ و انیل، ۲۰۰۱)، کشمکش (اسالیوان و دیگران، ۱۹۸۳)، خشونت (هال، ۱۹۷۳) و غیره.

نشانه‌شناسی اجتماعی هلیدی

در این دیدگاه متن به مثابه واحدی معنایی تلقی می‌شود که فقط از جمله‌ها تشکیل نشده است؛ بلکه در قالب جمله‌ها، زبان رمزگذاری می‌شود.

1 .negativity

2 .Van Dijk

3 . Bell

4 . Harcup

5 . O'Neill

6 .Conflict and Controversy

7 .Government conflicts and disagreements

8 .Protest, violent and non violent

9 .protesters, rioters and strikers

10 .Political Conflict and Protest

abroad

11 .Negativity

در این مقاله فرانشش تجربی یا اندیشگانی^۱ در خبر از منظر هلیدی^۲ بررسی شده است. این فرانشش به ماهیت یک فعالیت اجتماعی، نوع کنش‌های صورت گرفته توسط افراد و اهداف آنها می‌پردازد.

فرانشش تجربی^۳ به نحوه مفهوم‌سازی گویسوران یک زبان از حوادث پیرامون خود و از تجارب خود می‌پردازد. این فرانشش به جنبه‌ای از معنا توجه دارد که در موردش اجماع نظر فراگیر وجود دارد. در دستور نقش‌گرای هلیدی در جهان سه نوع تجربه یا فرایند اصلی و سه فرایند فرعی وجود دارد. سه فرایند اصلی^۴ عبارتند از: مادی یا کنشی^۵، حسی یا ذهنی^۶، رابطه‌ای^۷ و سه فرایند فرعی شامل: بیانی^۸، وجودی^۹ و رفتاری^{۱۰} می‌شوند. تمام محتوای معنایی هر پیام به یکی از این شش گروه تعلق دارد. در زیر یک نمونه برای هر مورد قید شده است:

فرایند مادی: علی- (کنش گر) تخته را پاک کرد. (فعل کنشی).

فرایند حسی یا ذهنی: من (حسگر) فکرمی‌کنم (فعل حسی).

فرایند رابطه‌ای: این نان (حامل) تازه (مسند) است (فعل ربطی).

فرایند بیانی: وی گفت: ... (فعل بیانی).

فرایند وجودی: کتابی روی میز است (فعل وجودی).

فرایند رفتاری: وی لبخند زد (فعل رفتاری).

روش پژوهش و جامعه آماری

این پژوهش براساس نشانه‌شناسی اجتماعی هلیدی انجام گرفته است. ده قسمت از خبر قاصدک که در آذرماه ۱۳۹۷ از رادیو پیام پخش شده، در این مطالعه به شکل تصادفی بررسی شده است.

تحلیل داده‌ها

¹. Experimental or Ideational Metafunction

². M. Halliday

³. Experimental or Ideational Metafunction

^۴. هلیدی شش وجه تمایز بین فرایند مادی و حسی را نیز مطرح می‌کند.

⁵. material

⁶. mental

⁷. relational

⁸. verbal

⁹. existential

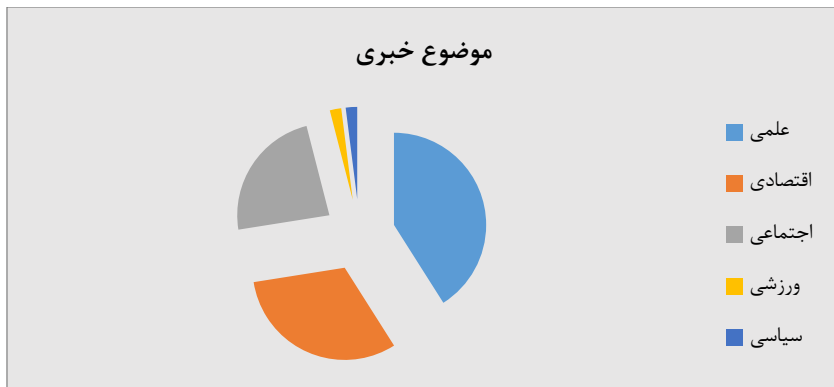
¹⁰. behavioral

موضوع خبر

اخبار در رسانه‌های مختلف از حیث موضوع به انواع سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و جز آن تقسیم می‌شوند که هر یک از این موضوعات اجزای متعددی را در برمی‌گیرند. اخبار سیاسی که بخش وسیعی از اخبار رسانه‌ها را تشکیل می‌دهند، ناشی از فعالیت‌های نهادها، نظام‌های سیاسی، احزاب، گروه‌های سیاسی و افکار عمومی در ابعاد داخلی و خارجی است. طیف وسیعی از اخبار شامل تحولات اجتماعی، حوادث، رویدادهای مختلف را شامل می‌شود. این اخبار در زمره اخبار اجتماعی طبقه‌بندی می‌شوند. اخبار اقتصادی سیاست‌های پولی و مالی، انواع بورس و بازارها و فعالیت‌های بنگاه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای اقتصادی در سطح جهانی، بین‌المللی و ملی را در بر می‌گیرد. اخبار فرهنگی به آن دسته اخباری اطلاق می‌شود که رویدادها و تحولات مربوط به عرصه فرهنگ، علم و هنر را شامل می‌شود. اخبار ورزشی نیز به رویدادهای ورزشی اختصاص دارد (عباسی، ۱۳۸۸: ۳۲-۳۱).

از مجموع شصت خبر بررسی شده در این پژوهش، ۴۱٪ اخبار به خبر علمی، ۳۲٪ به خبر اقتصادی، ۲۳٪ به خبر اجتماعی و ۲٪ به خبر سیاسی و ۲٪ به خبر ورزشی اختصاص داشته است.

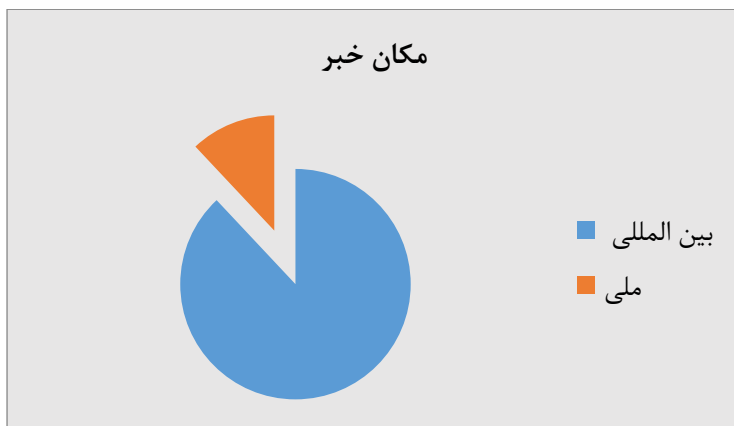
نمودار ۱. موضوع خبری



مکان خبر

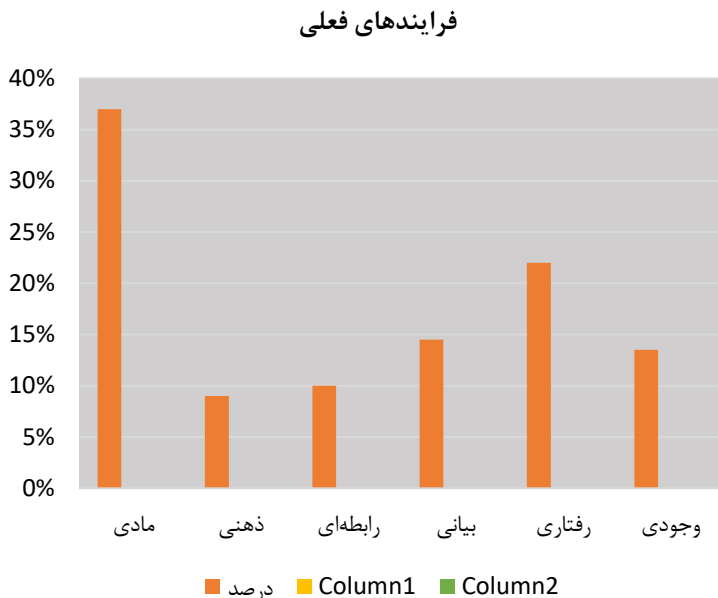
بخشی از اخبار در گستره جهانی، بخشی در گستره بین‌المللی (منطقه‌ای)، بخشی در گستره ملی و بخشی در گستره محلی برای مخاطبان اهمیت دارند. اخبار جهانی^۱، به اخباری اطلاق می‌شود که برای مخاطبان در تمام کشورها اهمیت خبری دارند، مانند موضع‌گیری‌های سازمان ملل متحد. اخبار بین‌المللی^۲ (منطقه‌ای)، جمعی از ملل و کشورها را در برمی‌گیرند و بیشتر، ماهیت منطقه‌ای دارند. مثل روابط تجاری دو کشور و یا تحولات مربوط به اتحادیه‌های بین‌المللی. اخبار ملی^۳ نیز آن دسته از خبرهایی است که به تحولات و کارکرد یک نظام در عرصه ملی و منافع عمومی جامعه مربوط می‌شوند، مانند برگزاری انتخابات شورای شهر. اخبار محلی^۴ مربوط به یک ایالت، استان، شهر و یا روستاست مانند افتتاح یک کارخانه (همان، ۳۸-۳۷). ۸۸٪ از اخبار پژوهش حاضر در گونه ملی، ۱۲٪ گونه بین‌المللی جای می‌گیرند. دیگر انواع خبر در نمونه مشاهده نشد.

نمودار ۲. مکان خبر



بسامد کاربرد انواع فرایندهای فعلی در خبر

نمودار ۳. فرایندهای فعلی



از میان کلیه افعال بررسی شده جامعه آماری پژوهش حاضر، ۳۷٪ مادی، ۲۲٪ رفتاری، ۱۵٪ بیانی، ۱۴٪ وجودی، ۱۰٪ رابطه‌ای و ۹٪ ذهنی بوده‌اند.

نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش‌ها در زمینه اخبار منفی نشان می‌دهد که اخبار منفی مخاطبان را از خبر دور می‌کند و همچنین این خطر وجود دارد که افراد در مواجهه با موضوعات اجتماعی، احساس ناتوانی داشته باشند. با این حال به دلایل متعدد اخبار منفی بیشتر مورد توجه تولیدکنندگان و مخاطبان خبر است. از این رو، طرح بحث خبر خوب با این برداشت که چگونه می‌توان در ارائه اخبار منفی تغییر ایجاد کرد، مورد توجه باید باشد.

تحلیل داده‌های مقاله حاضر نشان می‌دهد که برداشت تولیدکنندگان بخش خبری قاصدک از خبر خوب متفاوت است. جامعه آماری بررسی شده نشان داد که ۴۱٪ درصد از اخبار این بخش به اخبار علمی اختصاص دارد و تنها ۲٪ درصد به اخبار سیاسی. این در

حالی است که اخبار سیاسی معمولاً حجم اصلی خبر در دیگر بخش‌های خبری را به خود اختصاص می‌دهد. کلیه اخبار بررسی شده یا موفقیتی را در داخل کشور گزارش می‌دادند یا در سطح جهانی. به دیگر سخن، ۱۲٪ درصد خبر بین‌المللی نیز به اخبار ایران در صحنه بین‌المللی اختصاص داشته است. همچنین در خبر انتظار می‌رود عمده فرایندهای معنایی افعال متون خبری به فرایندهای کنشی که به رخداد عمل اختصاص دارد، معطوف باشد. اما در جامعه مورد بررسی سهم فرایندهای ذهنی، رفتاری، رابطه‌ای و وجودی نیز بالا بود. نکته دیگری که در داده‌ها قابل توجه بود الگوی آوایی جمله‌هاست. جمله‌های خبری الگویی افتان دارند، اما در داده‌های مورد بررسی، جمله‌های خبری نیز با الگوی خیزان تولید شده بودند. در واقع، گوینده خبر با هیجانی کردن لحن خود سعی در القا هیجان مثبت به مخاطب داشته است. این امر با تکرار جمله «یک خبر خوب دیگه»، تقریباً در هر بخش خبری تشدید شده است. به نظر می‌رسد تولیدکنندگان خبر خوب از مفهوم خبر خوب به معنای خبر امیدآفرین و نه صرفاً جمع کردن اخبار خوب دور شده‌اند.

فهرست منابع

آقاگل‌زاده، فردوس و خیرآبادی، رضا (۱۳۹۳). زبان‌شناسی خبر، تهران: انتشارات علمی.
بختیاری، تهمنه و نیک‌ملکی، محمد (۱۳۹۸). خبر سازنده چیست؟ چگونه خبر سازنده امید ایجاد می‌کند؟ پژوهش خبری معاونت سیاسی صداوسیما.
شکرخواه، یونس. (۱۳۷۸). خبر. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، چاپ اول.
عباسی، حجت‌الله. (۱۳۸۰). اصول کاربردی خبرنگاری و خبررسانی در رادیو و تلویزیون. تهران: سروش، چاپ اول.

عباسی، حجت‌الله. (۱۳۸۳). «گفتمان خبر در رادیو و تلویزیون». در مجموعه مقالات بایسته‌های خبری تهران: آموزش معاونت سیاسی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، چاپ اول.

عباسی، حجت‌الله. (۱۳۸۸). خبر تلویزیونی تهران: انتشارات دانشکده صداوسیما، چاپ اول.

کرباسیان، قاسم. (۱۳۸۹) «ارزش‌های خبری». سایت پژوهشکده باقرالعلوم.

<http://www.pajoohe.com/FA/index.php?Page=definition&UID=3256>

2.

معلم‌نژاد، کاظم و منصفی، ابولقاسم. (۱۳۶۸). روزنامه‌نگاری. تهران: مرکز نشر سپهر، چاپ اول.
میرفخرایی، تزا. (۱۳۸۵). مفاهیم نظری و عملی خبر تلویزیونی. تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، چاپ اول.

- Bell, Allan . "The Discourse Structure of News Stories". In *Approaches to Media Discourse*. Edited by Allan Bell and Peter Garrett: Blackwell Publication, 1998.
- Halliday, M.A.K. *An Introduction to Functional Grammar*. Second ed, Edward Arnold, 1995.
- Mautner, Gerlinde . "Analysing Newspapers, Magazines, and Other Print Media." In: Wodak. R. / Krzyzanowski, M.: *Qualitative Discourse Analysis in the social sciences*. Basingstoke: Palgrave-Macmillan(2008), pp: 30-53.
- Van Dijk, Teun A. "Opinions and Ideologies in the Press" In *Approaches to Media Discourse*. Edited by Allan Bell and Peter Garrett: Blackwell Publication, 1998.

شناسایی نشانه‌های شاخص شهری و سنجش کیفیت فرم کالبدی آنان بر نقشه-

های شناختی شهروندان

ریحانه علائی^۱

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه فردوسی مشهد

مجید علائی^۲

دکتری زبان‌شناسی همگانی، دبیرگروه پژوهشی اجتماعی فرهنگی، پژوهشکده تحقیقات راهبردی،

مجمع تشخیص مصلحت نظام

مصطفی جواهری تقدس

دانشجوی دکتری شهرسازی اسلامی، دانشگاه هنر اصفهان

چکیده

این پژوهش با رویکرد توصیفی-تحلیلی به دنبال شناسایی مهمترین نشانه‌های شاخص شهری و سنجش کیفیت فرم کالبدی و تأثیر آن بر نقشه‌های شناختی شهروندان است. تعیین محدوده مورد مطالعه با توجه به اهمیت اقتصادی-تجاری و اجتماعی و با استناد به مصاحبه‌های که با کارکنان شهرداری منطقه ۱۱ شهر مشهد انجام شد بلوار معلم این شهر انتخاب گردید. پس از شناسایی محدوده به بررسی پیشینه و مبانی نظری مرتبط با موضوع پرداخته شد و مهمترین شاخص‌های اثرگذار برداشت و در قالب پرسشنامه محقق ساخت قرار گرفت پس از تأیید روایی و پایایی پرسشنامه‌ها به دلیل مشخص نبودن حجم جامعه آماری از فرمول کوکران با جمعیت نامحدود استفاده که تعداد ۱۷۰ نمونه استخراج گردید، نمونه با توجه به توزیع تصادفی بین کاسبان و شهروندان خیابان توزیع گردید که در نهایت از مجموع ۱۷۰ نفر از پاسخگویان ۱۶۰ نفر به خیابان معلم و فضای آن آشنایی داشته؛ از این رو، تحلیل با ۱۶۰ نفر به منظور شناسایی مهمترین نشانه شهری دنبال شد. نتایج توصیفی نشان داد، در مجموع ۷ نشانه شهری در این خیابان وجود دارد که ۵۰ نفر از پاسخگویان برج آبشار (۳۱/۲۵ درصد) را به‌عنوان مهمترین نشانه شاخص در این بلوار معرفی کردند. سپس به‌منظور سنجش میزان مطلوبیت نشانه‌ها از دو شاخص عمده استفاده گردید. در شاخص نخست میزان مطلوبیت نشانه از طریق بازشناسی مشخصات شهری مد نظر قرار گرفت. حدود ۶۰٪ از شهروندان تمامی مشخصات نشانه را به‌صورت صحیح بازشناسی کردند. علاوه بر شاخص بازشناسی، فرم کالبدی نشانه‌ها نیز بنا به کیفیت نوع قرارگیری شاخص (وضعیت نوع

بنا، محل قرار گیری و موقعیت جغرافیایی، تناسب اندازه فرم، ...) مورد تحلیل قرار گرفت. با توجه به نتایج بدست‌آمده میانگین عددی ۳/۲ در طیف لیکرت بیانگر یک وضعیت متوسط است. در نهایت، با هدف سنجش رابطه بین کیفیت نشانه‌های شهری و میزان بازشناسی نقشه‌های شناختی شهروندان از آزمون همستگی اسپیرمن استفاده شد. با توجه به تحلیل نظری به نظر می‌رسد، هرچه نشانه‌های شهری از کیفیت بهتری برخوردار باشند بازشناسی اطلاعات آنان در ذهن شهروندان بهتر صورت می‌گیرد. از این‌رو، نتایج تحلیل اسپیرمن با درجه اطمینان ۹۵٪ بیانگر این واقعیت است، که ارتباط متوسط معناداری بین کیفیت نشانه‌ها و بازشناسی نقشه‌ها وجود دارد؛ یعنی هر اندازه در هنگام طراحی به کیفیت نشانه‌های شهری اهمیت بیشتری داده‌شود، شهروندان به‌طور متوسط جزئیات بیشتری از آن نشانه را می‌توانند به‌صورت صحیح بازشناسی نمایند.

کلیدواژه‌ها: نشانه شهری، نقشه شناختی، کیفیت فرم کالبدی، شاخص بازشناسی، مشهد.

۱. مقدمه

از دهه‌های اخیر که مفهوم کیفیت به ادبیات شهرسازی راه یافته است، فضاهای شهری خوب با مفهوم کیفیت مطلوب آن سنجیده می‌شود. بنابراین، در راستای بررسی کیفیت و سنجش فضاهای شهری، معیارها و شاخصه‌هایی طی دهه‌های قبل مطرح شده است. امروزه به هر میزان که شهرها بتوانند محیط‌های عمومی مطلوب‌تری برای ساکنانشان ایجاد کنند می‌توانند منجر به تعامل‌های اجتماعی بهتری گردند، از طرف دیگر به همان میزان شهر از کیفیت بالاتری در شهرنشینی و سلامت روان ساکنین برخوردار خواهد شد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۴). روشن است که ایجاد آرامش، سرگرمی، فراهم آوردن ارتباط، زمینه معاشرت و امکان تردد، از دیگر عملکردهای فضاهای عمومی شهری است. وجود این فضاها برای پیشگیری از درماندگی، افسردگی، گوشه‌گیری و خشونت بسیار مؤثر و ضروری است. به این ترتیب، شناسایی و درک فضاها می‌توانند موقعیتی برای رشد خلاقیت به‌وجود آورده و محیطی سازنده در یک مجموعه شهری ایجاد کند. در واقع هنگامی که انسان سعی می‌کند فضاهای شهری را درک کرده و با آن تعامل کند و راه خود را یابد در حقیقت به این معناست که ذهن وی تلاش می‌کند تصویری روشن، به هم پیوسته و منسجم از کل شهر تهیه کند. یکی از عوامل شکل‌دهنده این تصویر نشانه‌ها هستند، بناها؛ عرصه‌های فرهنگی؛ عرصه‌های اجتماعی و در حالت کلی، هر عنصری که به طرز

مطلوبی شاخص باشد و بستر مناسبی برای شکل‌گیری رویدادهای جمعی، و ثبت خاطرات فراهم آورد می‌تواند یک نشانه شهری باشد، نشانه‌های شهری موجب افزایش خوانایی و شکل بخشی به هویت کالبدی فضاهای شهری می‌شوند، امروزه با توجه به کم‌اهمیت شدن نشانه‌های شاخص شهری نسبت به دوره‌های گذشته این بناها هستند که جای خود را به ساختمانهای غیر عمومی بلندمرتبه با شکل، رنگ، اندازه و نمایی یکسان داده‌اند که هیچ‌گونه همخوانی با ذائقه کارکردی ساکنین شهر ندارند و موجب کاهش خوانایی شهر شده‌اند. کاهش کیفیت فضاهای شهری، امکان تشخیص و درک محیط توسط ناظر را به حداقل رسانیده و مشکلاتی در مقیاس‌های متفاوت و در ابعاد گوناگون، اجتماعی، هویتی، امنیتی، ایمنی، فرهنگی و فرم کالبدی ایجاد کرده است (راست‌بین و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۸). شاید از میان سایر شاخص‌ها و ابعاد تأثیرگذار در کیفیت فضای شهری فرم به دلیل اهمیتی که در تحقق اهداف یک شهر داشته باشد دارای اهمیت بیشتری باشد؛ از این رو، یک شهر با یک فرم مناسب شهری (اندازه، شکل، مقیاس، تراکم، کاربری، گونه‌های ساختمانی، طرح چیدمان بلوک، توزیع فضایی، جنس نما، ارتفاع بنا) می‌تواند منجر به افزایش کیفیت فضای شهری گردد؛ کیفیت فضا در نهایت منجر به درک و خوانایی آن می‌گردد، و هر اندازه که درک و خوانایی فضای شهری افزایش یابد نشانه‌های شاخص شهری از اهمیت بیشتری در نزد شهروندان قرار می‌گیرند. این موضوع زمانی اهمیت پیدا می‌کند که شهر از یک رشد منسجم و بهم پیوسته منظم پیروی نکند و دارای رشد سرطانی بیش از حد، و از یک تراکم بالا جمعیتی در کنار توسعه به دور از برنامه‌ریزی بنیادین تبعیت کند که منجر به نوعی سردرگمی، اغتشاش و عدم خوانایی در شهر می‌شود (مشکینی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۹).

کلان‌شهر مشهد شهری با چنین ویژگی‌هایی است که روز به روز در در قلمرو ذهنی و تعلقات مکانی شهروندان دچار افت کیفیت فضا و بیگانگی در عناصر شهری و هویتی شده است، این مسئله زمانی قابل تأمل است که خیابان‌های مهم شهر مشهد و شریان‌های حیاتی آن که زمانی گذرگاه خلوت‌گزینی، پاتوق‌های روزانه و محل کسب و خرید و تعاملات روزانه بوده‌اند امروزه به گذرگاه‌های شتاب‌آلود و بی‌هویت تبدیل شده‌اند به نحوی که شهروندان با توجه به طراحی یکدست و نامتعارف کمتر به نشانه‌گذاری بناها و یادمان‌ها در طول این خیابانها می‌پردازند. خیابان معلم شهر مشهد یکی از شریانهای مهم شهری است که علی‌رغم اهمیت آن و بناها و المان‌های مهمی که در آن قرار گرفته است به نظر می‌رسد در نزد ساکنان و شهروندان از کیفیت فضایی ضعیفی و ناخوانایی برخوردار است که یکی از مهمترین دلایل این ناخوانایی، نبود شبکه

قوی و سازمان یافته‌ای از عناصر شاخص عینی و ذهنی است که قابلیت ظهور در نقش نقطه عطف و نشانه در گستره وسیع خیابان را داشته باشد.

از این رو، این پژوهش سعی دارد تا با رویکردی توصیفی-تحلیلی در ابتدا به شناسایی مهمترین نشانه‌های شاخص شهری از دیدگاه شهروندان بپردازد و سپس به سنجش کیفیت فضایی این نشانه‌ها در خیابان معلم منطقه ۱۱ شهر مشهد که یکی از مهمترین و از شریان‌های اصلی از منظر دسترسی، فضای شهری و نوع کاربریها است بپردازد. با توجه به مسله تشریح شده از این رو، مهمترین سؤالات این پژوهش در ادامه قابل بررسی است؟

۱. مهمترین نشانه‌های شاخص شهری در طول محور بلوار معلم منطقه ۱۱ شهر مشهد از دیدگاه شهروندان کدامند؟

۲. میزان مطلوبیت فضایی هر یک از این نشانه‌های شهری در بلوار معلم چگونه تحلیل می‌گردد؟

۳. آیا هیچ‌گونه ارتباط معناداری بین شاخص‌های مطلوبیت فضایی (عینی) و شاخص‌های ذهنی نشانه‌ها در نقشه شناختی شهروندان در بلوار معلم وجود دارد؟

۲. مبانی نظری

۱.۲. نشانه‌های شهری

نشانه‌های شهری، بخش ثابت و قابل اتکایی از تصویر ذهنی شهروند از شهر را تشکیل می‌دهد، نشانه‌های شهری با تداعی معانی و مفاهیم مشترک میان نسل‌های مختلف، به تداوم هویت شهری کمک می‌کنند. آنها در هر مقیاس و در هر نوعی که باشند در واقع توانسته‌اند ارتباط صریح و عمیق با مخاطب برقرار نموده و بخشی از هویت کالبدی و به تبع هویت فردی شهروندان باشند. این عناصر به لحاظ شکل و عملکرد با محیط اطراف متفاوت بوده، قابل تشخیص و برجسته هستند و جهت القای حس مکان به شهروندان و هدایت‌گری آنها مورد استفاده قرار می‌گیرند با توجه به آنچه که شرح داده شد می‌توان به‌طور کلی استنباط کرد که نشانه‌های شهری دارای معیارهای هستند که از طریق آن قابل شناسایی و معرفی هستند که مهمترین نشانه‌های آنان در قالب ذیل قابل بررسی است:

الف: نمایانی یا تمایز نسبت به بافت اطراف:

طبق این اصل هر چه یک عنصر تفاوت و تمایز بیشتری نسبت به عناصر اطرافش داشته باشد پتانسیل بیشتری برای جای گرفتن در تصویر ذهنی تعداد زیادی از ساکنین به عنوان یکی از نقاط شاخص خواهد داشت مطالعات لینچ نشان داد که این ویژگی توسط کیفیتی در عنصر پدید می‌آید که وی آن را نمایشی می‌نامد. که منظور او عواملی چون شکل، رنگ و ایجاد سامانی با تصویر روشن و مشخص با بافتی مستحکم است. نمایشی زمانی اتفاق می‌افتد که اشیا نه تنها قابل رویت هستند بلکه به وضوح تمام حواس آدمی را عرضه می‌نمایند.

ب: دلالت مشترک میان شهروندان:

علاوه بر شاخص نمایشی لازم است عنصر معنایی دومی برای اکثر ساکنین شهر به صورت مشترک تداعی شود. برای اینکه یک عنصر در ذهن تمامی شهروندان دارای معنا باشد؛ از این رو، توجه به ویژگی‌های اجتماعی که بتواند با نسل‌های مختلف شهروندان ارتباط معنایی برقرار کند لازم به نظر می‌رسد بنابراین نقشه‌های شناختی که توسط ساکنین ترسیم می‌شوند می‌تواند منبع مناسبی برای بازشناسی نشانه‌ها از میان سایر عناصر فرم شهری باشد. از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر دلالت مشترک میان شهروندان می‌توان به شاخص کاربری و قدمت تاریخی یک عنصر شهری اشاره کرد با توجه به اینکه کاربریهای عمومی (گره‌ها، بناهای فرهنگی، مذهبی، درمانی و ...) با طیف گسترده‌تری از ساکنین سرو کار دارند، پتانسیل بیشتری برای نشانه شدن در ذهن شهروندان دارند (ماجدی و زرآبادی، ۱۳۸۹: ۵۴).

۲/۲. مفهوم فضای شهری

ریچارد راجرز فضای شهری را این چنین می‌داند: فضاهای شهری بخش‌هایی از بافت شهری است که عموم مردم به آن دسترسی فیزیکی و بصری دارند و بستری است برای فعالیت‌های انسان و برقراری تعاملات اجتماعی. به عنوان مثال خیابان‌ها، میادین و سایر مسیرهایی که دیگران حق عبور از آن‌ها را دارند و سایر فضاهایی که دسترسی مردم در آن آزاد بوده و واسطه‌ای برای برقراری ارتباط با افراد جدید و کسانی است که آن‌ها را می‌شناسیم یا نمی‌شناسیم، از جمله فضاهای شهری محسوب می‌شوند (سلطانیان و نامداریان، ۱۳۸۹: ۱۲۶).

ژان پیرموره، نیز با تأکید بر وجه حیات اجتماعی در فضای شهری، این فضاها را اینگونه تعریف می‌کند: فضاهای شهری داخل و پیرامون شهرها، مکان‌هایی هستند مختص زندگی اجتماعی شهروندان که فضاهای سبز و معابر، پیاده‌رو، میدان، زمین‌های بازی را در بر

می‌گیرد. کاربرد این فضاها متعدد بوده و عبارت است از: تردد، تفریح، بازی، ملاقات و غیره (لانگ^۱، ۱۹۹۵: ۱۴۵).

زوکین فضای شهری را فضاهایی که به طور فیزیکی و مکانی، به‌عنوان مراکز جغرافیایی و نمادین، یا به‌عنوان نقاط تجمعی که غریبه‌ها با آشناها در می‌آمیزند، معرفی می‌کند. بنابراین، فضای شهری را می‌توان بستری محاط شده بوسیله عناصر شهری دانست که در آن روابط و فعالیت‌های اجتماعی متبلور شده و شکل می‌یابند (ستارزاده، تقی زاده و حبیب، ۱۳۸۹: ۱۷۵) □

۳/۲. انواع فضای شهری

الف. فضاهای عمومی

آن دسته از فضاهایی که عموم شهروندان بدون نیاز به کنترل، حق ورود و حضور در آنان را دارند. در جای دیگری فضاهای عمومی این چنین تعریف شده است: جاها و تسهیلاتی که متعلق به عموم است، شاه‌راه‌ها، جاده‌ها، راه‌ها و پارک‌های شهری. تیبالدز عرصه عمومی را این چنین می‌داند: تمام بخش‌های بافت شهری که عموم مردم به آن دسترسی فیزیکی و بصری دارند، بدین ترتیب خیابان‌ها، پارک‌ها، میدانی شهرک یا شهر، به ساختمان‌هایی که محصورشان می‌کنند و محدوده شان را مشخص می‌کنند، گسترش می‌یابد. فضای عمومی به‌عنوان بستر مشترکی است که مردم فعالیت‌های کارکردی و مراسمی را که پیونددهنده اعضای جامعه است، در آن انجام می‌دهند، چه روزمرگی‌های معمولی باشد و چه جشنواره‌های دوره‌ای. فضای عمومی صحنه‌ای است که به روی آن نمایش زندگی جمعی، در معرض دید قرار می‌گیرد. از دید والزر فضای عمومی فضایی است که در آن با غریبه‌ها سهیم هستیم. مردمی که اقوام، دوستان یا همکار ما نیستند. فضایی است برای سیاست، مذهب، داد و ستد و ورزش؛ فضایی برای هم‌زیستی مسالمت‌آمیز و برخوردهای غیر شخصی. (قشمی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۵).

ب. فضاهای نیمه خصوصی یا نیمه عمومی

آن دسته از فضاهای موجود در شهر که به علت محدودیت در هدف و کاربری آن، توسط گروه خاصی از افراد مورد استفاده قرار می‌گیرند. فضاهایی چون مجتمع‌های مسکونی، محوطه‌های آنها، ورزشگاه‌ها و نمایشگاه‌ها.

¹ J. Lang

الکساندر و جرمایف این دسته از فضاها را این چنین می‌دانند: فضاهایی خاص از شهر که مورد استفاده عموم قرار می‌گیرند، ولی دولت یا مؤسسه‌ای بر آن‌ها نظارت می‌کند و سرپرستی آن‌ها را بر عهده دارد. مانند بنای شهرداری، دادگاه‌ها، مدارس دولتی، دفاتر پست، بیمارستان‌ها، پارکینگ‌ها، تعمیرگاه‌ها، استادیوم‌ها و تئاترها. (جیبی، ۱۳۸۷: ۴۵).

ج. فضاهای خصوصی

آن بخش از فضاهای شهر که به صورت خصوصی توسط اشخاص تحت تصرف یا تملک قرار گرفته و مورد استفاده قرار می‌گیرد. فضاهایی چون خانه‌های مسکونی، حیاط و باغ‌های خصوصی از این جمله اند. لازم به ذکر است که آن بخش از فضاهای خصوصی که از فضاهای عمومی قابل رویت هستند، بخشی از فضاهای عمومی به حساب می‌آیند.

هریک از فضاهای سه‌گانه مذکور می‌توانند باز یا بسته باشند. بدین معنی که فعالیت‌های جاری در سطح شهر می‌توانند در فضایی باز یا در محدوده‌ای سر پوشیده که فضای بسته نامیده می‌شود، صورت پذیرند. در میان فضاهای باز و بسته عمومی که موضوع طراحی شهری هستند، فضاهای باز عمومی دارای اهمیت ویژه‌ای از دیدگاه حیات جمعی شهروندان هستند. فضای باز عمومی امکان انگیزش و انتخاب آزاد میان رفتارها، حرکت‌ها، اکتشافات بصری را برای تعداد معنی داری از مردم شهر فراهم می‌آورد. به عبارتی فضای منعطفی است که خود را به راحتی با گوناگونی رفتارها تطبیق می‌دهد و زمینه‌ای خنثی ولی القاکننده را برای کنش‌های خودانگیخته فراهم می‌آورد.

شبهه خیابان‌ها و میدان‌ها که با پهنه غالب بلوک‌ها مرتبط است و زندگی فعال شهری را در بر دارد، مهم‌ترین فضای باز شهری است که اکثر عملکردهای شهری در آن اتفاق می‌افتد و به عبارتی، محل ارتباط همسایگی و روابط اجتماعی است.

نوع دیگر فضاهای باز شهری، پارک‌ها و باغ‌های عمومی بزرگ‌اند و آخرین نوع فضای باز شهری، سیستم باز خطی مثل حاشیه رودخانه‌ها و اسکله‌ها و نظایر این هاست. (جاهدقدمی و

جیبی، ۱۳۹۳: ۱۷) □

به □ طور کلی □ فضای □ شهری □ واحد □ دو □ بخش □ اصلی □ فرم □ یا □ صورت و مح
توا □ است □ که □ فرم، همان □ کالبد □ آن □ است □ و □ محتوا □ و □ معنی □ آن، □ حیات □ ا
اجتماعی □ و □ اتفاقاتی □ است □ که □ درون □ فضاها □ شهری □ رخ □ می‌دهد.

الف - فرم یا صورت: فرم جنبه قابل احساس یک پدیده است. فرم یا صورت، کلیتی است
و وحدت یافته از شاخص‌های کالبدی و غیر کالبدی، جنبه کالبدی فرم شامل رنگ، شکل، جهت،
تعادل بصری، ساختار... است، از ویژگی‌های فرم در شهرسازی می‌توان به میزان محصوریت،
وجود محور، میزان اوج و فرود، شکل خط آسمان، بود و نبود تجانس و تشابه در نماهای
ساختمان‌های به وجود آورنده فضاها شهری، اشاره نمود.

ب - معنی: لینچ، معنی را خاصیتی از محیط می‌داند که می‌تواند فرد را به دیگر جنبه‌های
زندگی مرتبط سازد. مطابق این تعریف، معنی یک فضا به مفهوم نقش‌انگیزی ذهنی و معنا دار
بودن آن فضا است. معنی‌ها آموخته می‌شوند و تجربه، دانش، ارزش و هنجارهای فردی و اجتماعی
در آن نقش مهمی ایفا می‌کنند.

نکته این که اگر کالبد فضای شهری را فرم آن و عملکرد و فعالیت‌های صورت گرفته در فضا
و تأثیر فضا در اذهان مردم استفاده‌کننده از فضا را، محتوای فضا بدانیم، خواهیم دید که جدایی
مطلق فرم از محتوا در فضای شهری عملی نیست (مبهوت، داوری نژاد، ۱۳۹۲) □

۵/۲. عناصر فضاهای شهری

ریچارد راجرز فضاهای شهری را خیابان‌ها، میداين و ساير مسيرهايي که ديگران حق عبور
از آنها را دارند و ساير فضاهائي که دسترسي در آنها آزاد بوده و واسطه‌اي برای برقراري ارتباط با
افراد جديد و کساني که مي‌شناسيم، بر مي‌شمرد. جهان‌شاه پاکزاد فضاهای شهری را به ۵ دسته
ورودی، میدان‌ها، فلکه‌ها، مسیرها، لبه آب و پله تقسیم کرده است. ترانسیک در کتاب «سه
تئوری از فضاهای شهری» مهم‌ترین فضاهای شهری را شبکه خیابان‌ها و میداين ذکر می‌کند.

بحرینی نیز عمده فضاهای شهری را خیابان‌ها، میداين و پارک‌های یک شهر نام می‌برد.
وی می‌نویسد: این فضاهای پویا در مقابل فضاهای ثابت و بی‌تحرك محل کار و سکونت، اجزای
اصلي و حیاتي یک شهر را تشکیل داده و شبکه‌های - حرکت، مراکز ارتباطی و فضاهای عمومی
بازی و تفریحی را در شهر تامین می‌کنند (پیرنیا و زارع، ۱۳۹۳: ۲۸).

۶.۲. کیفیت فضا

کیفیت چگونگی یک چیز یا پدیده است که تأثیرات عاطفی، عقلانی خاص بر انسان می‌گذراند، زمانی که پدیده خود را در معرض محیط قرار می‌دهد، یا محیط خود را در معرض ادراک قرار می‌دهد، نمودهای از آن برجسته‌تر است و دارای تأثیرات بیشتر که کیفیت نامیده می‌شود (عظیمی، ۱۳۹۰: ۳۷).

آنچه که در تعریف کیفیت محیط مد نظر است ارتباط متقابل آن با محیط مؤثر است. کیفیت محیط آن چیزی است که محیط بوسیله آن نمود پیدا می‌کند و ادراک می‌شود و چون ادراک نیازمند آگاهی و برخورد با محیط است؛ بنابراین، آنچه مد نظر است محیط مؤثر است. عرصه‌های عمومی شهری مهمترین بخش شهر هستند که زندگی اجتماعی در آنها در جریان است ایجاد آرامش، سرگرمی، فراهم آوردن ارتباط، زمینه معاشرت و امکان تردد از دیگر عملکردهای است که انسان در محیط عمومی شهر می‌تواند به آنها دسترسی داشته باشد. وجود این فضاها برای پیشگیری از درماندگی، افسردگی گوشه‌گیری و خشونت بسیار مؤثر هستند؛ از این رو، بررسی مؤلفه‌های کیفی در فضای شهرسازی امری اجتناب‌ناپذیر است که پرداختن به آن یکی از دغدغه‌های مهم صاحب‌نظران حوزه شهری است که با شروع رشته طراحی در دهه ۶۰ میلادی توجه به آن یکی از مهمترین زمینه‌های مورد بحث در این رشته است. شاید جین جیکوبز (۱۹۶۱) یکی از اولین مؤلفانی است که در کتاب مرگ و زندگی شهرهای آمریکایی پنج معیار برای مطلوبیت محیط بیان می‌کند توجه به نظم بصری، استفاده از کاربریهای مختلط، توجه به عناصر خیابان، نفوذپذیری و اختلاط اجتماعی فضا در همین راستا کوین لینچ (۱۹۸۱) ارتقا کیفیت زندگی شهری را در گرو پنج معیار سرزندگی، معنی، دسترسی، سازگاری، کارایی و عدالت می‌داند و بعدها صاحب‌نظرانی همچون بنتلی و همکارانش در کتاب محیط پاسخ‌دهنده هفت معیار را برای ایجاد محیط‌های پاسخ‌دهنده بر شمرند (دتر^۱، ۲۰۰۰: ۳۴).

^۱ DETER

جدول شماره ۱- شاخص‌های بکار گرفته شده در مطالعات کیفیت فضای شهری

دیدگاه-معیار	سازگاری عملکردی	نقود پذیری	نوع و گوناگونی	اجتماع پذیری بودن	انعطاف پذیری	با معنا	نشاط	پایداری	کارایی
لبخ		دسترسی		سازندگی و کنترل نظارت	سازگاری	معنی			کارایی، فعالیت
بطنی		نقود پذیری	گوناگونی		انعطاف پذیری	رنگ	تعطیل	زیباییشناسی بصری	کارایی از مصرف انرژی
انمول طراحی		سببیت حرکت	تنوع	کیفیت	سازگاری	خوابی	نوع و معماری		
PPS	کاربرها و فعالیت‌ها	دسترسی و ارتباط		اجتماعی بودن		نمیر			

منبع: یافته‌های تحقیق ۱۳۹۷

۳. روش پژوهش

با توجه به اینکه این پژوهش سعی دارد تا به سنجش کیفیت فضاهای شهری در نشانه‌های شاخص شهری بولوار معلم بپردازد. از این رو، روش پژوهش بکار گرفته شده توصیفی-تحلیلی و از منظر هدف کاربردی تلقی می‌گردد. از این رو، پس از شناسایی منابع و اسناد مطالعاتی مورد بحث در پژوهش و شناسایی مهمترین نشانه‌ها و شاخص‌های مداخله‌گر بر متغیرهای پژوهش تمامی مطالب مرتبط وارد مدل عملیاتی پژوهش می‌گردند و در این جهت سنجنده‌هایی تنظیم و در قالب پرسشنامه قرار می‌گیرد و در میان ساکنان و شهروندان توزیع می‌گردند. دلیل اصلی انتخاب بولوار معلم به عنوان نمونه موردی پژوهش اینگونه بود که نام بولوارهای اصلی منطقه ۱۱ از روی نقشه منطقه استخراج شد و سپس در قالب پرسشنامه‌ای در اختیار کارشناسان حوزه فنی و شهرسازی منطقه ۱۱ قرار گرفت که به صورت سرشماری به ۱۰ نفر از آنان تعلق گرفت سپس با توجه به معیارهای اهمیت بولوار از منظر کاربری شهری، اهمیت بولوار از منظر پویایی اجتماعی و اهمیت بولوار در منظر عمومی (نقشه ذهنی) نمره‌دهی شد که در انتها بولوار معلم از چهارراه آزادشهر (۳۸ متری) تا میدان معلم به عنوان نمونه مدنظر بالاترین امتیاز را کسب کرد. با توجه به اینکه هیچگونه آمار دقیق و قابل استنادی از شهروندان این خیابان در طول روز در دسترس نیست و نمونه آماری درای یک جمعیت ثابت، یکدست و از یک نوع نیست. از این رو، از فرمول کوکران با حجم جامعه نامحدود استفاده می‌شود. در این بین مهمترین هدف از توزیع پرسشنامه، شناسایی مهمترین نشانه‌های شاخص شهری در این بولوار از دیدگاه شهروندان هستند که عنصری که

بیشترین فراوانی را کسب نماید به‌عنوان شاخص برتر نامگذاری می‌گردد و به این ترتیب عناصر شاخص قابل دسته‌بندی است. در همین زمینه سؤالاتی با توجه به مقوله‌های کیفیت فضا از آزمودنی‌ها پرسیده می‌شود که تحت عنوان بازشناسی نشانه‌های ذهنی است به این طریق که در صورتیکه آزمودنی مهمترین نشانه شهری در خیابان را ذکر کرد از او خواسته می‌شود تا نوع رنگ، بنا، کاربری، تعداد دسترسی به عنصر، جنس نما و ... را ذکر نماید. در انتهای پرسشنامه نیز کیفیت فضا از منظر شاخص‌های دسترسی، عملکردی و کالبدی مورد سنجش قرار می‌گیرد که برای سنجش این قسم از پرسشنامه چندگزینه‌ای با طیف لیکرت استفاده می‌شود. در نهایت پس از جمع‌آوری تمامی پرسشنامه‌ها وارد نرم‌افزار آماری SPSS می‌گردد و میانگین پاسخ‌های درست از بازشناسی ذهنی نشانه‌ها تحلیل می‌گردد، در این قسم از تحلیل سعی می‌شود جواب‌های ذهنی پاسخگویان از نوع رنگ، دسترسی، شکل؛ سایز و ... با ویژگی‌های واقعی عنصر مورد سنجش قرار گیرد که این سنجش در هر نشانه قابل بررسی است نتایج این تحلیل می‌تواند به این واقعیت که کدام یک از ابعاد کیفیت فرم کالبدی فضا در نقشه شناختی آزمودنی صحیح تر است تحلیل گردد در نهایت سایر ویژگی‌های نشانه از ابعاد ذهنی تحلیل می‌گردد و در نهایت با توجه به آزمونهای همبستگی سعی می‌گردد به سنجش ارتباط کیفیت نشانه با بازشناسی ذهنی پرداخته شود.

۴. یافته‌های پژوهش

با توجه پرسشنامه بکار گرفته شده و میزان انحراف معیار بدست آمده (۰/۶۶) با سطح اطمینان ۹۵٪ و دقت برآورد ۰/۰۱ در انتها ۱۷۰ پرسشنامه در بین شهروندانی که در چهارراه آزادشهر تا میدان معلم در حال تردد بودند بصورت تصادفی توزیع شد که ۸۵ پرسشنامه در سمت راست و ۸۵ پرسشنامه در سمت چپ بولوار توزیع شد که یافته‌های توصیفی پاسخگویان به شرح ذیل است:

از مجموع ۱۷۰ پرسشگر، در مجموع ۹۶ نفر (۵۶/۴۷ درصد) مرد و ۷۴ نفر (۴۳/۵۳ درصد) را زنان در برمی‌گیرند.

از این تعداد ۴۰ نفر (۲۴ درصد) از پاسخگویان میانگین سنی خود را بین ۱۵ تا ۳۰ سال، ۸۰ نفر (۴۷ درصد) بین ۳۰ تا ۴۵ سال، ۳۵ نفر (۲۱ درصد) بین ۴۵ تا ۶۰ سال و ۱۵ نفر (۹ درصد) بیشتر از ۶۰ سال ذکر کرده‌اند.

از ۱۷۰ نفر پاسخگو ۱۳۰ نفر (۷۶ درصد) ساکن منطقه ۱۱ و آشنا به محدوده مورد مطالعه بوده‌اند، ۳۰ نفر (۱۸ درصد) در منطقه ساکن نبوده‌اند اما شناخت نسبی از منطقه داشته‌اند و تنها ۱۰ نفر (۶ درصد) که شهروند شهر مشهد نبوده‌اند و هیچ‌گونه شناختی از منطقه نداشته‌اند که این ۶ درصد از دور تحلیل عملاً خارج شده‌اند و تحلیل بر پایه ۱۶۰ پاسخگو دنبال می‌گردد.

جدول ۴- شناسایی بهترین نشانه‌های شهری در خیابان معلم از دیدگاه شهروندان

نام نشانه	تعداد پاسخگو	درصد	مهمترین علت شناخت
شیرین فاروقی	۱۵	9.375	صالح و رنگ بنا
ساختار ارفعی	۳۰	18.75	تعداد تکرار در نشانه‌های ساختمانی و کاربری
روح تجاری طاقی‌آباد	۵۰	31.25	نمای نما
بیتا نوکا	۲۹	21.25	دسترسی، کاربری و نمای تنگلی
میدان معلم	۶	3.75	دسترسی
لار	۸	5	نمای تنگلی
بانک ملی	۱۶	10	کاربری
پارکینگ طبقاتی آزادشهر	۱	0.625	کاربری
مجموع	۱۶۰	100	

منبع: یافته‌های تحقیق ۱۴۱۷

از این رو، با توجه به نتایج پرسشنامه برج تجاری و اداری آبدار به عنوان مهم‌ترین نشانه و عنصر شاخص خیابان معلم (چهارراه آزاد شهر-میدان معلم) شناخته می‌شود. در ادامه پژوهش در جهت سنجش میزان مطلوبیت فرم فضا از پرسشنامه دوست‌نونه استفاده گردیده است در قسمت اول پرسشنامه به بازشناسی نقشه‌های شناختی پاسخگویان پرداخته شده است به این طریق که از پرسش‌شوندگان خواسته شد که با توجه به نشانه شاخص انتخابی نوع کاربری، نوع نما، نوع رنگ، تعداد راه‌های دسترسی به نشانه، شکل نشانه و آدرس نشانه را ذکر نمایند که با توجه به پاسخ‌های صحیح به تفکیک هر نشانه قابل بررسی است.

جدول ۲- وضعیت بازشناسی نشانه‌های شاخص شهری در خیابان معلم از دیدگاه شهروندان

مهمترین نشانه شهری	تعداد پاسخ	تعداد کل	نوع نما	شکل	تعداد دسترسی	رنگ نما	انبرس نشانه	مجموع	استان نشانه
ایستار	۵۰	۲۵	۳۰	۲۸	۲۰	۲۸	۲۶	۳۰۰	۱۶۸
پومرا توکا	۲۴	۲۲	۱۶	۱۴	۱۰	۱۶	۲۰	۲۰۰	۱۰۸
ساختمان لرلین	۳۰	۱۶	۱۲	۱۸	۲۰	۲۵	۱۰	۱۸۰	۱۰۱
بانک ملی	۱۶	۱۶	۱۲	۹	۱۲	۸	۹	۹۶	۶۶
شهریه دارین	۱۵	۱۴	۱۲	۴	۶	۹	۲	۹۰	۷۱
میدان معلم	۶	۶	۲	۱	۶	۵	۶	۲۶	۲۶
آلر	۸	۶	۶	۵	۲	۶	۱	۲۸	۲۲
پارکینگ طوقی از کتیر	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۶	۰
مجموع	۱۶۰	۱۱۶	۹۰	۷۹	۷۶	۱۰۸	۷۹	۹۶۰	۵۹۲
درصد	۱۰۰	۷۳,۵	۵۶,۳	۶۹,۴	۶۷,۵	۶۷,۵	۶۹,۴	۶۹,۴	۵۱,۳۹

منبع: یافته‌های تحقیق ۱۳۹۷

از نتایج شاخص بازشناسی نشانه‌های شاخص شهری نشان می‌دهد که کاربری، رنگ و نوع نما سه مؤلفه‌ای هستند که بیشتر در ذهن شهروندان جای می‌گیرند و از این رو، توجه به این شاخص‌ها در نزد شهروندان از اهمیت بیشتری برخوردار است. در قسمت دوم پرسشنامه نیز با توجه به طیف پنج گزینه‌ای لیکرت از شهروندان تحت نمونه خواسته شده بود تا میزان کیفیت فضایی هر یک از نشانه‌های شهری را ارزیابی نمایند.

جدول ۴- سنجش کیفیت فضای نشانه‌های شاخص شهری در خیابان معلولان دهکده شهروندان

نماد	وضعیت مکانی نشانه‌ها در فضای شهری	وضعیت مکانی نشانه‌ها در فضای شهری	وضعیت مکانی نشانه‌ها در فضای شهری	وضعیت مکانی نشانه‌ها در فضای شهری	وضعیت مکانی نشانه‌ها در فضای شهری	وضعیت مکانی نشانه‌ها در فضای شهری
۲۱	۲۳	۴	۲۵۹	۲۶۱	۲۶۸	۲۶۵
۲۲	۲۵	۴	۲۶۲	۲۶۸	۲۵	۲۶۵
۲۳	۴	۲۶	۴	۲۶	۴	۲۱
۲۴	۴	۲۶	۲۶۶	۲۸	۲۵۸	۴۵
۲۵	۲۶	۲۵۸	۴	۲۶	۲۶۵	۲۶۶
۲۶	۴	۴	۲۶	۱۶۶	۱۸۶	۴۵
۲۷	۲۱	۲۱	۲۶۵	۲۶۱	۲۶	۲۶
۲۸	۴	۱	۴	۱	۴	۴
۲۹						
۳۰	۲۵	۲۵	۲۶	۲۶	۲۱	۴۶

منبع: یافته‌های تحقیق ۱۳۹۶

با توجه به یافته‌های پژوهش در مجموع میانگین کیفیت نشانه‌ها با توجه به نحوه قرارگیری در محل جغرافیایی و غیره برابر با $\frac{3}{2}$ بوده است که با توجه به دامنه طیف لیکرت (دامنه ۵) در حد متوسط قرار گرفته است. این نتایج نشان می‌دهد که نشانه‌های شاخص شهری در خیابان معلم در بافت خاص، مکان جغرافیایی خاص و یا سایر عواملی که بتواند نشانه را متمایز سازد قرار نگرفته است.

با توجه به یافته‌های جدول، نوع کاربری نشانه و وضعیت شکل ظاهری و فرم کالبدی دو مقوله‌ای هستند که بیشتر در ذهن پرسش‌شوندگان قرار گرفته است. از این رو، می‌توان نتیجه گرفت که کاربری و شکل بنا دو مقوله‌ای عینی هستند که در شکل‌گیری نقشه ذهنی بیشترین نقش را دارند.

به منظور پاسخ به سؤال سوم پژوهش و از این که آیا بین شاخص‌های عینی نشانه (مطلوبیت فضایی نشانه) با شاخص‌های ذهنی (بازیابی صحیح جزئیات نشانه‌های شهری) ارتباطی وجود دارد یا خیر؟ از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شده است که در ادامه قابل بررسی است:

جدول ۵. سنجش ضریب همبستگی

مطابقت فضای نشانه‌ها		رنگ‌ها	نوع‌ها	نوع کاربری	تعداد دسترس	شکل	انرژی نقشه	مساحت
بازشناسی صحیح نشانه‌های شهری	همبستگی سپید	۱۱۵	۱۶۴	۷۱۴	۶۹۷	۵۲۴	۵۴۸	۵۷۱
	Sig.	۱۰۵	۲۴۷	۱۰۴۷	۱۰۶۰	۰۰۰۳	۱۶۰	۰۳۱
	N	۱۶۰						

با توجه به نتایج جدول همبستگی اسپیرمن مشخص شد که در مجموع بین شاخص‌های عینی نشانه‌های شهری در خیابان معلم با نقشه‌های ذهنی شهروندان در بازشناسی پدیده‌ها ارتباط مستقیم متوسط و معناداری وجود دارد این به این معناست که هر اندازه یک نشانه شهری ارتباط بصری و فضایی مناسب‌تری با بافت اطراف داشته باشد آن نشانه به‌عنوان یک برند شهری با جزئیات بیشتری در نقشه‌های ذهنی شهروندان جای می‌گیرد.

در این بین شاخص عینی، نوع کاربری نشانه‌ها بیشترین تأثیر را بر نقشه‌های شناختی شهروندان داشته‌اند (ضریب تأثیر ۰/۷۱۴) که بیانگر تأثیر قوی و مستقیم شاخص نوع کاربری بر نقشه شناختی با سطح معناداری قابل قبول است (میزان خطای مشاهده‌شده در سطح ۹۵٪ برابر با ۰/۴۷۹) است.

نتایج یافته‌ها با سطح اطمینان ۹۵٪ نشان می‌دهد که بین تعداد دسترسی نشانه‌های شهری با نقشه‌های شناختی شهروندان ارتباط معنادار مستقیم و قوی وجود دارد (ضریب تأثیر ۰/۶۸۷) به‌طور کلی می‌توان ادعا کرد که هر چه میزان دسترسی نشانه‌های شهری بیشتر باشد، میزان تکرار آنها در نقشه شناختی شهروندان افزایش می‌یابد.

۵. نتیجه‌گیری

از پژوهش حاضر نتیجه می‌شود از جمله مهمترین اهداف و راهبردهایی که در مکان‌یابی نشانه‌های شهری در مقیاس منطقه شهری ضروری به نظر می‌رسند.

۱. ارتقای خوانایی فضای شهری از طریق شناسایی مناسب‌ترین مکان‌ها برای جانمایی نشانه‌های شهری؛

۲. توجه به نحوه دسترسی به نشانه براساس مقیاس عملکردی و میزان مراجعه به آن؛

۳. مناسب بودن کاربری انتخاب شده برای نشانه‌های شهری با توجه به ای پیرامون به لحاظ سازگاری و متمایز از واحد‌های مجاور به لحاظ بالا بودن میزان منحصر فردی عملکردی نشانه‌های شهری؛
۴. برخورداری نشانه‌های شهری از تمایز بصری بالا نسبت به بافت پیرامون (فرم، رنگ، اندازه و نما).

فهرست منابع

- ابراهیمی، محمدحسن (۱۳۸۸). «میدان فضاهای تعریف نشده شهرهای ایران»، نشریه هویت شهر، د ۳، ش ۴. پیرنیا، محمدرضا و زارع، محدثه (۱۳۹۳). «نقش عناصر و اجزا تشکیل دهنده فضای شهر بر سیما و منظر شهری با تأکید بر نقش جداره‌ها، نمونه موردی: بافت تاریخی شهر یزد» اولین همایش ملی در جستجوی شهر فردا و اکاوی مفاهیم و مصادیق در شهر اسلامی - ایرانی.
- جاهد قدمی محمد و حبیبی، عبدالله (۱۳۹۳). «مدل مفهومی سنجش کیفیت فضای شهری با تأکید بر بعد اجتماعی»، نخستین همایش بین‌المللی نیارش شهر پایا.
- حبیبی، سید محسن (۱۳۸۷). «فضای شهری برخوردی نظریه‌ای»، دوفصلنامه صفا، د ۱۱، ش ۳۳، ۴-۱۳. خادمی، مسعود؛ پورجعفر، محمدرضا؛ علی پور، روجا (۱۳۸۹). «درآمدی بر مفهوم خیابان به‌عنوان فضای شهری (نگرشی بر نظریات و تفکرات معاصر)»، ماهنامه هنر، ش ۱۴۲، ۳۸-۴۵.
- داوری نژاد، مسعود و مبهوت، محمدرضا (۱۳۹۲). شناخت فضاهای شهری، تهران: طحان.
- راست بین، ساجد، جعفری، یاسر، دارم، یاسمن، و امیرمحمد، معززی مهر طهران (۱۳۹۱). «رابطه همبستگی بین کیفیت‌های محیطی و تداوم حیات شهری در عرصه‌های عمومی (نمونه موردی جلفای اصفهان)»، مجله باغ نظر، س ۹، ش ۲۱، ۳۵-۴۶.
- ستارزاده، داریوش، تقی‌زاده، محمد و حبیب، فرح (۱۳۸۹). «فضای شهری، اندیشه‌ای اجتماعی»، مجله علوم و تکنولوژی محیط زیست، د ۱۲، ش ۴، ۱۷۳-۱۸۳.
- سلطانی، علی و نامداریان، احمدعلی (۱۳۸۹). «بررسی تأثیر نیروهای مختلف در شکل‌گیری فضای شهری»، نشریه هویت شهری س ۵، ش ۷، ۱۲۳-۱۳۰.
- عظیمی، مریم (۱۳۹۰). «ارزیابی عملکرد فضاهای عمومی شهری بر اساس معیارهای کیفی محیط (نمونه موردی: شهر قدیم لار)». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده هنر دانشگاه اصفهان.
- قشمی، سید سجاده، کهوند، مقداد و قیطرانی، نیما (۱۳۹۲). «بررسی فضاهای شهری براساس تعاریف مختلف از مفهوم شهری از منظر بزرگان نمونه موردی پنج فضای شهر شیراز»، اولین همایش ملی معماری، مرمت، شهرسازی و محیط زیست پایدار.

کریمی یزدی، اعظم، براتی، ناصر و زارعی مجید (۱۳۹۴). «ارزیابی تطبیقی ادراک فضای شهری از نگاه مخاطبین و متخصصین عرصه شهری (مطالعه موردی: مجموعه شهری امامزاده صالح تجریش تهران)» مجله باغ نظر، س ۱۳، ش ۴۵، ۱۳-۲۶.

ماجدی، حمید و سعیده زرآبادی، زهرالسادات (۱۳۸۹). «جستاری در نشانه‌شناسی شهری»، مجله آرمانشهر، د ۳، ش ۴، ۴۹-۵۶.

مشکینی، ابوالفضل، موزن، سهراب و نوروزی، مصطفی (۱۳۹۴). «سنجش کیفیت محیط شهری در شهرهای کوچک استان آذربایجان شرقی»، دوفصلنامه پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری، د ۶، ش ۱۲، ۱۷-۳۲.

لینچ، کوین، (۱۳۵۵). سیمای شهر، ترجمه دکتر منوچهر مزینی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

DETRT(۲۰۰۰) By Desing. *Urban desiaign in planning system: towards better practice*. Commission for architecture g built environment. London.

Lang, Jon (1995), *The Human Dimension of Urban design*, London.

بررسی نشانه - معناشناختی بازنمود گفتمان قوم‌مداری در اسکناس؛ مطالعه

موردی: اسکناس‌های جمهوری اسلامی ایران

وهاب کریمی^۱

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

مهدی قربانیان قهرودی

دانشجوی دکتری آموزش زبان انگلیسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

چکیده

در این پژوهش، وجوه کنش گفتمانی قوم‌مداری در اسکناس‌های جمهوری اسلامی ایران بر مبنای نمادهای کلامی و تصویری آنها، بررسی شده است. قوم‌مداری به سبب ماهیت اجتماعی خود، واجد ارزش نمادین است. بنا بر چندوجهی بودن و سیالیت مفهوم قوم‌مداری در بعد ملی، و نیز هم‌نشینی متعامل نمادهای متنوع به کار رفته در طراحی اسکناس‌ها، از رویکرد نشانه - معناشناسی مکتب پاریس در تحلیل گفتمان داده‌ها استفاده شده است. ماهیت نظری بافت‌محور این نگره، امکان تحلیل رابطه قوم‌مداری و بازنمایی بصری گفتمان رسمی را به دست می‌دهد. نوشتار و نگاره‌های ۳ نوع ایران چک و ۲۷ نوع اسکناس چاپ بانک مرکزی ایران در دو دوره زمانی پس از انقلاب اسلامی، دوره‌های اسکناس بارگاهی و اسکناس امامی، داده‌های این پژوهش را تشکیل می‌دهند. سنجش نشانه‌شناختی کیفیت بازنمایی قوم‌مداری در بعد ملی در اسکناس‌های ایران، از جانب گفتمان رسمی کشور، مقصود پژوهش حاضر بوده است. بررسی داده‌ها مشخص کرد که درج تصویر حضرت آیت‌الله خمینی (ره) نقطه‌ای ممیز بوده و بر همین مبنای تقسیم‌بندی زمانی اسکناس‌های بارگاهی و امامی صورت گرفته است. نگاره حرم رضوی و امام خمینی (ره)، عنصر تشیع را شاخص کرده و نقوش اسلیمی و طرح‌های مساجد، رکن اسلامیت گفتمان رسمی حاکم را بازنمایانده‌اند. از نمادهای مبین ایرانیّت و رکن جمهوریت کمتر در اسکناس‌ها استفاده شده، با این حال در تمامی آنها از عناصر هنرهای ایرانی بهره گرفته شده است. کارکرد غالب نوشتار در این اسکناس‌ها محدود به مواردی چون شرح تصویر و ارزش پولی بوده و در موارد دیگر هم‌راستا با گفتمان رسمی است. نتیجه این پژوهش حکایت از توفیق سلبی و نامتوازن

¹ vahobkarimi@yahoo.com

بازنمایی ملی‌گرایی شیعی در اسکناس‌های جمهوری اسلامی ایران دارد. همچنین در مقایسه دو دوره زمانی مشخص شد که دوره اسکناس بارگاهی متمرکز بر پویایی اجتماعی بیشتری در مقایسه با دوره اسکناس امامی بوده و در دوره متأخر الگوسازی فردی و سنت شیعی متمایز است.

کلیدواژه‌ها: قوم‌مداری، نشانه‌معناشناسی، گفتمان رسمی، اسکناس، جمهوری اسلامی ایران.

۱. مقدمه

پول مفهومی است که تقریباً همه روزه با آن سر و کار داریم. خرد و درشت آن را فقیر و غنی در جیب دارند. با وجود رواج پول الکترونیکی، پول فیزیکی با مظاهری واجد ارزش نمادین، شامل متنی مرکب از کلام و تصویر، هنوز از بستر جامعه حذف نشده است. اسکناس یکی از مظاهر پول فیزیکی است. نهاد ناظر بر چاپ اسکناس در جمهوری اسلامی ایران، بانک مرکزی است که مستقیماً زیر نظر دولت اداره می‌شود؛ بنابراین اسکناس می‌تواند گفتمان رسمی دولت‌ها را در دوره خود، بازنمایی کند و یا بازنمودی از آن باشد. محور اصلی این پژوهش، قوم‌مداری، به‌عنوان یک کنش گفتمانی واجد وجوه مختلفی بوده که بررسی بازنمود آن در اسکناس‌ها می‌تواند در تحلیل گفتمان رسمی حاکمیت، حائز اهمیت باشد.

۱/۱. قوم‌مداری

برخلاف آن چیزی که در ظاهر اصطلاح قوم‌مداری به چشم می‌خورد، جزء دوم آن در بردارنده‌ی گزاره‌ی معنایی اصلی آن است. در علوم اجتماعی و انسان‌شناسی، قوم‌مداری به بیان ساده یعنی بر مدار خود بودن. یکی از توصیف‌هایی که از این اصطلاح ارائه شده است از این قرار است: قوم‌مداری نگرش به دنیا از منظر فرهنگ خودی، یا ناتوانی در فهم فرهنگ‌های متفاوت است. بهتان قوم‌مداری به مردم‌شناسان در شدیدترین حد خود است، چون به خصوص در بین شارحان نسبی‌گرایی، به‌عنوان آنتی‌تز مردم‌شناسی تلقی می‌گردد (برنارد و اسپنسر، ۲۰۰۲). این توصیف مختصر نشان می‌دهد که حتی مردم‌شناسان نیز از قوم‌مداری بری نیستند.

۱/۱/۱. قوم‌مداری به‌عنوان یک کنش اجتماعی

قوم، جزء اولی که اصطلاح این کنش گفتمانی را بر ساخته است، ناظر بر ماهیت اجتماعی آن است. قوم‌مداری پیش از آن‌که به‌عنوان یک گفتمان تثبیت شود، یک کنش اجتماعی است که نحوه تعامل فرد یا گروه را با فرد یا گروه‌های دیگر نشان می‌دهد. کنش‌های اجتماعی واجد ماهیت قراردادی هستند و مسیر تثبیت آنها به‌منابه یک گفتمان، از قراردادهای اجتماعی می‌گذرد. بررسی کارکرد نشانه‌ها در این مسیر به سبب ماهیت قراردادی آنها، می‌تواند محل پرسش باشد.

۱/۱/۲. قوم‌مداری در گفتمان رسمی

به سبب رابطه تنگاتنگ قدرت و گفتمان، شاید بتوان عریان‌ترین بازنمود قوم‌مداری را در گفتمان‌های رسمی دید؛ هر دولتی در طول دوره خود سعی در تثبیت گفتمان خود دارد، و از این منظر قوم‌مداری در باور اهل سیاست ممکن است یک کنش مثبت تلقی شود. در این راستا یکی از کنش‌های اجتماعی دولت‌ها، چاپ اسکناس‌های جدید و یا دست‌کم اعمال تغییرات روی طرح اسکناس‌های موجود است. بررسی کارایی بازخورد این تغییرات در تثبیت گفتمان رسمی، مسئله‌ای است دیگر، که مرکز ثقل این پژوهش قرار گرفته است.

۱/۲. اسکناس

اسکناس به‌عنوان یکی از مظاهر پول فیزیکی پیش از آن‌که مفهوم پول را هم‌ارزی کند، یک شیء مصنوع است که ذهنیات صانع خود را بازنمایی می‌کند. اسکناس در ایران، در زمان قاجار متولد شد. دست‌نیافتنی بود. هنرمند ایرانی در دوره مدرن‌سازی پهلوی، با بهبود امکانات طراحی، اسکناس را زیباتر کرد. به‌تدریج، با کاهش نسبی ارزش پول ملی، ارزان‌تر شدن چاپ و توسعه شهرنشینی، پول به میان مردم آمد. این روند در دوره جمهوری اسلامی، تا زمان رواج کارت‌های اعتباری ادامه یافت. به موازات کمتر شدن استفاده از اسکناس، ارزش پول ملی نیز در این دوره به شدت افت کرد و بر اثر تورم، حجم نقدینگی در گردش نیز افزایش یافت. بنابراین، اوج رواج اسکناس در تاریخ ایران را می‌توان دوره جمهوری اسلامی در نظر گرفت.

اسکناس در جامعه ایران فراتر از پول است؛ چه آن زمان که به‌عنوان پول توجیبی در کیف مدرسه مچاله می‌شود چه آن‌گاه که در اعیاد و مناسبت‌ها در پاکت‌هایی خوش‌رنگ هدیه داده می‌شود. اسکناس بخشی از فرهنگ ایران مدرن است و در تلقی‌ها و تعاملات ایرانی معاصر کارکردی منحصر به خود دارد.

۱/۲/۱. اسکناس به‌مثابه متن

اسکناس، ورقه‌ای است حدوداً به اندازه کف دست که در دو سمت آن نوشتار و نگاره‌هایی به طور کامل چاپ می‌شود که در کنار هم یک متن واحد را تشکیل می‌دهند. این ورقه از الیاف طبیعی و سنتزی خاصی تهیه می‌شود که کاربری و امکان درج علائم امنیتی روی آن را آسان می‌سازد. در این پژوهش چنین جزئیاتی مدنظر نیست، و به اسکناس از دریچه‌ی نگاه یک فرد عادی غیر متخصص در امر اسکناس، ولو کنجکاو، نگریسته شده است. می‌خواهیم ببینیم اسکناس بدون نگاه تخصصی به مواردی مانند نخ امنیتی، فیلدگران، شماره سریال و مفاهیم تخصصی و جزئیات ریز نگاره‌ها، در قامت متنی مرکب از کلام و تصویر، چه گفتمانی را بازنمایی می‌کند.

۱/۲/۲. اسکناس‌های جمهوری اسلامی ایران

اسکناس‌های جمهوری اسلامی، در مقایسه با بدیل فلزی خود، مسکوکات خرد، از تنوع بیشتری در طرح و رنگ برخوردار هستند و از این‌رو، پژوهش حاضر روی این نوع پول فیزیکی متمرکز شده است. ۲۷ نوع اسکناس و ۳ نوع ایران چک که در این بازه‌ی زمانی چهار ساله منتشر شده‌اند، در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است (فرح‌بخش، ۱۳۹۷). در این بخش تنها به جهت سهولت در ارجاع تنها به شرح مختصر اسکناس‌ها اکتفا می‌شود.

در یک دوره خاص، بانک‌ها اجازه چاپ چک پول را داشتند، که به سبب این‌که در آن دوره تنها در معاملات کلان استفاده می‌شدند، زمان‌دار بودند، تنها در بانک‌های عامل امکان نقدشوندگی داشتند، و همچنین بعد از مدتی بانک مرکزی، انحصار چاپ آن را در اختیار گرفت، چندان در گردش نبوده‌اند. بنابراین چک‌پول‌های متفرقه در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته‌اند.

تقسیم‌بندی اسکناس‌های جمهوری اسلامی، بیش از تغییر دولت‌ها، متأثر از تغییرات سیاسی پس از رحلت امام خمینی، پایان جنگ، و تثبیت حاکمیت است. این تقسیم‌بندی به سبب تغییرات اساسی در طرح اسکناس‌ها از سوی متخصصین اسکناس انجام شده است و در این پژوهش، به سبب تمرکز بر کلام و تصویر اسکناس‌ها مورد استناد قرار گرفته است. تقسیم‌بندی مذکور از این قرار است:

الف) سری بارگاهی و انقلابی (۱۳۷۱-۱۳۵۷): در شرایط انقلابی دوره انتقال قدرت از پهلوی به جمهوری اسلامی، پیدا کردن طراح مشکل شد. از سوی دیگر، استفاده از اسکناس‌های سورشارژ شده پهلوی لزوم تسریع در تغییر طرح اسکناس‌ها را تشدید کرد. از این رو، بر شالوده‌ی طرح اسکناس‌های قدیم، اسکناس‌هایی با تنها یک تغییر عمده طراحی شد: درج تصویر بارگاه رضوی، به جای تصویر حاکمان و ارزشهای پیشین در یک سوی اسکناس. همچنین در این دوره به تدریج اسکناس‌های جدید نیز طراحی و منتشر شد که بعدها به نام اسکناس‌های انقلابی معروف گردید. اسکناس‌های این دوره از این قرارند:

الف-۱) اسکناس‌های بارگاهی

گرچه این سری تنها در سالهای اضطراب انقلابی منتشر شد، اما به طور رسمی تا سالها در گردش بود و مقارن با دوره اصلاحات دوم خرداد برای همیشه از گردش خارج شد. روی تمامی اسکناس‌های این سری، حرم رضوی خودنمایی می‌کند و مشترک است. شرح مختصر پشت این اسکناس‌ها به این ترتیب است:

- ۱- ۵۰ ریالی سبز، آرامگاه کورش؛
- ۲- ۱۰۰ ریالی ارغوانی، مدرسه چهارباغ؛
- ۳- ۲۰۰ ریالی آبی، آرامگاه بوعلی سینا؛
- ۴- ۵۰۰ ریالی قهوه‌ای، جام مارلیک؛
- ۵- ۱۰۰۰ ریالی قهوه‌ای، آرامگاه حافظ؛
- ۶- ۵۰۰۰ ریالی ارغوانی، پالایشگاه تهران؛
- ۷- ۱۰۰۰۰ ریالی سبز، مجلس شورای ملی.

الف-۲) اسکناس‌های انقلابی

این سری، متنوع‌ترین اسکناس‌های تاریخ جمهوری اسلامی هستند. پشت و روی آنها متفاوت است. تمام آنها به جز ۵ هزار ریالی و ۱۰ هزار ریالی، هم‌چنان در گردش هستند:

- ۱- ۱۰۰ ریالی ارغوانی، سیدحسن مدرس، مجلس شورای اسلامی؛
- ۲- ۲۰۰ ریالی سبزآبی، مسجد جامع یزد، جهاد سازندگی؛
- ۳- ۵۰۰ ریالی خاکستری سبز، نماز جمعه، دانشگاه تهران؛
- ۴- ۱۰۰۰ ریالی قهوه‌ای، مدرسه فیضیه، قبه‌الصخره بیت‌المقدس؛

- ۵- ۲۰۰۰ ریالی ارغوانی، آزادی خرمشهر، کعبه؛
۶- ۵۰۰۰ ریالی قرمز، تظاهرات کنندگان انقلابی، آرامگاه حضرت معصومه؛
۷- ۱۰۰۰۰ ریالی آبی، تظاهرات کنندگان انقلابی، آرامگاه رضوی.

(ب) سری امامی (۱۳۹۷-۱۳۷۱)

امام خمینی در زمان حیات خود، و در همان اوائل انقلاب، درج تصویر خود بر روی اسکناس را نهی کرده بود. با این حال چند سال پس از رحلت ایشان، تصویر ایشان به جای بارگاه رضوی بر روی اسکناس نقش بست و به تدریج تا سال ۱۳۷۶، اسکناس‌های سری بارگاهی، که گویی طرح آنها یادآور طرح‌های دوره پهلوی بود، از گردش خارج شد. در سری جدید، تصویر امام، طرح ثابت یک سمت اسکناس‌های ایران بود. اسکناس‌های این دوره از این قرارند:

- ۱- ۱۰۰۰ ریالی قهوه‌ای، قبه الصخره بیت المقدس؛
۲- ۲۰۰۰ ریالی پوست‌پیازی، کعبه؛
۳- ۵۰۰۰ ریالی قهوه‌ای زیتونی، گل و بلبل؛
۴- ۵۰۰۰ ریالی قهوه‌ای زیتونی، ماهواره؛
۵- ۵۰۰۰ ریالی قهوه‌ای زیتونی، سفالینه زابل؛
۶- ۱۰۰۰۰ ریالی سبز، کوه دماوند؛
۷- ۲۰۰۰۰ ریالی آبی، میدان نقش جهان؛
۸- ۲۰۰۰۰ ریالی آبی، مسجدالاقصی؛
۹- ۲۰۰۰۰ ریالی آبی، خانه‌ای سنتی در ابرکوه؛
۱۰- ۵۰۰۰۰ ریالی اخراپی، حدیث مردان پارسی؛
۱۱- ۵۰۰۰۰ ریالی اخراپی، دانشگاه تهران؛
۱۲- ۱۰۰۰۰۰ ریالی سبز زیتونی، آرامگاه سعدی؛
۱۳- ۱۰۰۰۰۰ ریالی جدید سبز فسفری، آرامگاه حافظ.

همچنین در این دوره ۳ نوع ایران چک منتشر شد که با کاهش ارزش پول ملی به طور

غیررسمی کارکرد اسکناس را پیدا کردند:

۱- ایران چک ۵۰۰ هزار ریالی در دو رنگ صورتی و بنفش و در دو اندازه، که روی آن بقعه و پشت آن سقاخانه رضوی است.

۲- ایران چک ۱ میلیون ریالی آبی رنگ که روی آن تخت جمشید و پشت آن نقوش اسلیمی و خطاطی است.

۳- ایران چک جدید ۵۰۰ هزار ریالی اخراپی که روی آن بقعه رضوی و پشت آن کوه دماوند است.

به این ترتیب در مجموع ۳۰ قطعه اسکناس و ایران چک در یک دوره زمانی ۴۰ ساله، بیکره داده‌های این پژوهش را تشکیل داده‌اند.

۲. پیشینه پژوهش

مطالعات علوم انسانی بر روی اسکناس در ایران، بسیار محدود بوده است. اسکناس، صرفاً متن و داده مورد بررسی در پژوهش حاضر است و مسئله اصلی پژوهش حاضر، قوم‌مداری است. از این جهت در اینجا صرفاً پیشینه مطالعات گفتمان قوم‌مداری در نظام جمهوری اسلامی ایران، ذکر میشود.

۲/۱. جمهوری اسلامی و قوم‌مداری

وفق نقدهای نظریه‌ی مدرن‌سازی، مطالعات سیاسی خطر افتادن در تله قوم‌مداری را در پیش روی خود دارند (تیپس، ۱۹۸۱). مطالعات قوم‌مداری نیز ماهیتاً مستعد آسیب سوگیری است؛ به‌ویژه زمانی که قرار باشد یک گفتمان رسمی از این منظر مورد تحلیل قرار بگیرد: به‌زعم نگارنده، همدلی و هم‌زبانی میان گروه‌های متفاوت، اقوام مختلف و اقلیتهای دینی، زمینه‌های استحکام ساخت قدرت جمهوری اسلامی را به وجود آورده است و در عین جلوگیری از شکافهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، یکپارچگی در اهداف را به وجود آورده است که نشان‌دهنده نفی قوم‌مداری افراطی است که آسیب‌های زیادی را برای قدرت ملی فراهم خواهد آورد (حیدری و قرایی، ۱۳۹۶). در پژوهش مذکور، نیروی بازدارنده قدرت، عامل قوم‌مداری افراطی قلمداد شد. عبارت اخیر، تلویح ضمنی نوعی قوم‌مداری است که احتمالاً باید معتدل و یا مطلوب نویسنده باشد. در گفتمان جمهوری اسلامی، ذیل مفهوم‌پردازی جهان‌تشیع، قوم‌مداری در سطح بین‌المللی طرد می‌شود: در چهارچوب نظریه‌ی هال، بنیانگذار انقلاب در بازنمایی دشمن یا در فرآیند دیگرسازی به تولید معنا می‌پردازد که در نتیجه معنابخشیدن به جهان

در قالب گفتمان اسلامی را برای مخاطب ممکن می‌سازد. به بیان دیگر امام مجموعه‌ای از نشانه‌ها را ایجاد و یا از نشانه‌های موجود بهره‌برداری می‌کند. این روابط میان «چیزها، مفاهیم و نشانه‌ها» مدنظر حال به تولید معنا در قالب زبان جدید به وسیله امام منجر می‌شود. فرآیندی که این سه عنصر را به هم پیوند می‌دهد، همان چیزی است که حال، بازنمایی (Representation) می‌نامد. در نهایت امام نشانه‌ها را تولید، درون زبان سازمان‌دهی کرده، معنا تولید می‌کند و آنها را برای ارجاع به اشیاء، مردم و اتفاقات در جهان واقعی استفاده می‌کند. امام دیگر برای ارجاع به دشمن از واژگانی مانند امپریالیسم استفاده نمی‌کند، بلکه نشانه‌ها و معانی خود را تولید می‌کند که در ذیل توضیح داده خواهد شد. از منظر امام، بهره‌گیری از این اندوخته نرم‌افزاری قدرت برای دفع تهدید و افزایش امنیت، نیازمند لوازم و شرایط خاصی است. از جمله می‌توان به ضرورت هماهنگی با پیام‌ها و سازوکارهای فرهنگ اسلامی و پرهیز از قوم‌مداری فرهنگی اشاره کرد که باعث تقویت «هویت» و خودباوری فرهنگی در جهان اسلام به‌عنوان مجموعه‌ای از اخوان خواهد شد (درودی و موسوی جشنی، ۱۳۹۲). با این همه، پژوهش نجف‌زاده (۱۳۹۳)، که در بخش بعدی به آن پرداخته‌ایم، نشان می‌دهد جمهوری اسلامی، در تنازعات هویتی، به‌ویژه بین هویت ملی ایرانی، و هویت شیعی، نتوانسته است موازنه برقرار کند (نجف‌زاده، ۱۳۹۳). تحلیل این تنازع می‌تواند به سبب تأثیر قوم‌مداری شیعی جمهوری اسلامی در سطح ملی باشد.

۲/۲. تحلیل‌های گفتمانی اسکناس‌های جمهوری اسلامی

اسکناس یکی از دیرپاترین نظام‌های نشانه است که به دلیل نیازمندی روزانه مردم به پول در مبادلات. با تغییرات سیاسی از بین نمی‌رود. هم‌چنان‌که گستردگی و فراوانی استفاده از آن دولت‌ها را ترغیب می‌کند تا از آن به‌مثابه ابزاری برای گسترش نظام نشانه‌ای خود و در نهایت هژمونی فرهنگی سود جویند (نجف‌زاده، ۱۳۹۳). یکی از نزدیک‌ترین پژوهش‌های انجام شده به موضوع و مسئله پژوهش حاضر، مقاله مستخرج از طرح پژوهشی «بررسی و مطالعه مفهوم هژمونی در اسکناس‌های ایرانی» دانشگاه فردوسی است: یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد، نظام نشانه‌ای بر روی اسکناس‌ها در دوره پهلوی دوم از تغییرات فرهنگی براساس الگوهای مدرن حکایت می‌کند و ترکیبی از الگوهای باستانی و به‌ویژه دوره هخامنشیان با الگوهای مدرن مدنظر سیستم سیاسی بوده است؛ برعکس در دوره جمهوری اسلامی، الگوهای هویت ملی در

اسکناس‌ها، در دو نظام نشانه‌ای مذهبی شیعی و جهان‌گرایی اسلامی نمود یافته‌اند (نجف‌زاده، ۱۳۹۳). نتایج پژوهش مذکور از بابت این‌که طرح‌های اسکناس‌های بارگاهی متأثر از طرح‌های متأخر پهلوی بوده برای پژوهش حاضر حائز اهمیت است، زیرا تحلیلی از رویکرد حکومت پیشین در ارائه طرح‌های مذکور به دست می‌دهد. از طرفی مطالعه مذکور به مانند پژوهش حاضر، رویکردی مرکب از تحلیل محتوا و نشانه‌شناسی، هرچند ساخت‌گرا، دارد و از همه مهم‌تر، نتایج رهیافت پیوندی مطالعه نجف‌زاده و ابزارهای فرهنگی است: با توسل به روش‌های پژوهش جدید در علوم سیاسی می‌توان صداهای مختلف خاموش‌مانده در متن رویدادهای تاریخی را برجسته ساخت. افزون بر این، می‌توان دریافت که مؤلفه‌های قدرت نزاع و چانه‌زنی تنها در عرصه سیاسی جریان ندارند، بلکه به همان میزان و شاید عمیق‌تر در لایه‌های فرهنگی متعدد جوامع نیز قابل بازیابی و تحلیل هستند. به نظر می‌رسد در تحلیل متون سیاسی و اجتماعی، یافته‌های به دست آمده از گذرگاه تحلیل فرهنگی سودمند باشد (همان). در اینجا نجف‌زاده به درستی اسکناس را به‌عنوان یک ابزار فرهنگی، و به‌مثابه یک متن در نظر می‌گیرد و به ژرف‌نای تحلیل فرهنگی اشاره می‌کند. هرچند در استفاده از نظریه‌ای نشانه‌شناختی، متناسب با موضوع مطالعه خود دچار خطای هرمنوتیک شده و از بررسی روابط هم‌نشینی و جانشینی عناصر نشانه‌ای طرفی نمی‌بندد و آنچه به وی در تحلیل یافته‌های پژوهش کمک کرده بررسی شمی هم‌نهستی عناصر نشانه‌ای است: جمهوری اسلامی با خلق گفتمانی با گزاره‌های نمادین شیعی و جهان‌وطنی اسلامی، دعوای ایدئولوژیک تاریخی میان عناصر هویتی در ایران را شدت بخشیده است (همان).

در تصویرسازی اسکناس‌های دوره‌های تاریخی ایران نقش‌ها و تصاویر را می‌توان به پنج دسته تقسیم نمود: ۱- شخصیت‌ها ۲- نشان و نمادها ۳- مناظر و اماکن تاریخی ۴- نقوش گیاهی، حیوانی و تزئینی ۵- استفاده از خوشنویسی (چارثی و محمدی، ۱۳۸۷). تقسیم‌بندی فوق در دوره جمهوری اسلامی صدق می‌کند، ولی با ذکر دو متمم: علاوه بر انواع طرح‌های مذکور، باید به‌طور ویژه به نمایش توده‌ی مردم در سری اسکناس‌های انقلابی اشاره کرد. مشخصاً نمی‌توان چنین تصاویری را در دسته شخصیت‌ها قرار داد و می‌بایست برای آن طبقه‌ای خاص از نقوش تعریف کرد که در تاریخ ایران نیز بدیلی ندارد. با این حال چارثی و محمدی، در انتهای ذکر شخصیت‌ها، صرفاً اشاره‌ای کوتاه به این قبیل طرح‌ها کرده‌اند. همچنین در یکی از انواع اسکناس‌های ۵ هزار ریالی سری امامی، در سال ۱۳۸۸، در راستای سیاست‌های دولت احمدی‌نژاد، طرح‌های صنایع هوافضا و هسته‌ای نقش بست. سابقه این قبیل طرح‌ها به دوره درج

طرح‌های مدرن‌سازی پهلوی دوم برمی‌گردد، که طرح پالایشگاه تهران روی اسکناس ۵ هزار ریالی سری بارگاهی، میراث آن دوران است. بنابراین، باید به یک دسته دیگر از طرح‌ها قائل شد که می‌توان آنها را تحت عنوانی مانند نمایش مدرن‌سازی و پیشرفت مفهوم‌سازی کرد. در نتیجه می‌توان به هفت دسته از نقش‌ها و تصاویر در اسکناس‌های جمهوری اسلامی قائل بود. توصیف اسکناس‌های جمهوری اسلامی در بخش نتیجه‌گیری مقاله مذکور، اندکی کامل‌تر است: علاوه بر شخصیت محوری (تصویر رهبر کبیر انقلاب اسلامی) نقوش تزئینی گیاهی، تصاویری از روند انقلاب اسلامی با حضور مردم، اماکن مذهبی، شخصیت‌های فرهنگی، جهانگردی و میراث فرهنگی تصویرسازی شده است. در این میان مناظر طبیعی و اماکن مذهبی و برخی صنایع برجسته کشور نیز مصور شده‌اند. قابل ذکر است، افتخارات ملی و ویژگی‌های انقلاب اسلامی بر پایه تفکر دینی در نقوش مورد استفاده بر اسکناس‌ها در دوره انقلاب اسلامی ظهور یافته است (چارثی و محمدی، ۱۳۸۷). همچنین نتیجه‌گیری نهایی چارثی و محمدی در خصوص این دوره حائز توجه است: در خاتمه می‌توان گفت، اسکناس در تبادلات اقتصادی از یک سو و طراحی و ویژگی‌های تصویرسازی آن از سوی دیگر در معرفی فرهنگ، مذهب، آداب و رسوم و در مجموع میراث فرهنگی هر سرزمینی به‌عنوان یک سند تاریخی در عرصه اقتصاد نقش ایفا کرده و تصویرگری و رعایت نکات امنیتی در نشر اسکناس طی دو دهه اخیر در کشور زمینه‌های تنوع در نشر و چاپ اسکناس را رقم زده است (همان). در این جا به درستی به کارکردی که طرح‌های اسکناس، و نه صرفاً ارزش پولی آن، در رونق اقتصاد از طریق معرفی میراث فرهنگی کشور، می‌تواند داشته باشد اشاره شده است. جمله‌ی آخر نتیجه‌گیری مذکور، با تداوم رشد صنعت چاپ اسکناس در دهه اخیر، به اثبات رسیده است، هرچند عطف آن به جملات پیشین چنین القا می‌کند که طرح‌های اسکناس جمهوری اسلامی، در خدمت رونق بخش اقتصادی میراث فرهنگی بوده است.

چلکوفسکی (۱۹۹۰) مهمترین پژوهش بر روی اسکناس‌های جمهوری اسلامی از منظر گفتمانی است. با این حال با توجه به تاریخ انجام این پژوهش، در آن تنها اسکناس‌های سری بارگاهی و انقلابی بررسی شده است. ذکر جزئیات و تحلیل قومیت و مذهب یکی از افراد حاضر در صف نماز جمعه در اسکناس بانصد ریالی سری انقلابی («یک نمازگزار ترکمن سنی مذهب با لباس مشخص و فرم خاص نماز در مذهب خود») و همچنین توجه به نمایش بافت روستایی زمینه تصویر جهاد سازندگی دویست ریالی همین سری، از اشارات دقیق این پژوهش هستند که نشان

از دقت آن در تحلیل متن دارد. چلکوفسکی بیشتر بر شکل بازنمایی قدرت متمرکز بوده است: برخلاف اسکناس‌های پیش از انقلاب، تصاویر حاکمان جمهوری اسلامی مستقیماً روی اسکناس‌ها درج نشد. این تدبیر نمادین هوشمندانه‌ای بود که نشان می‌داد خمینی قدرت خود را تحمیل نکرده است و بلکه نماینده‌ی منتخب مردمی است که تجلی پرتوی او را از عشق و ایثار برمی‌گیرد (چلکوفسکی، ۱۹۹۰).

پژوهش مذکور مبنایی شد برای پژوهش‌های بعد از خود: در آستانه دهه هشتاد میلادی، جمهوری اسلامی، کاملاً بر بازنمایی نشانه‌ای خود مسلط بود، و مصداق دراماتیک در اختیار گرفتن تام نمادها برای تهییج توده‌ها در دیوارنگاری، تمبرهای پستی، اسکناس، پوستر و تصاویر کتاب‌های دبستان شد (چلکوفسکی و دباشی، ۱۹۹۹). اسکناس حتی از کتاب نیز فراگیر است و با در نظر گرفتن تصاویر توده‌ای در سری اسکناس‌های انقلابی، می‌توان به اهمیت آن در تهییج توده پی برد.

فونکه نیز در همین زمینه پژوهش‌هایی را انجام داده است: نخستین تغییرات پس از انقلاب، درج برچسب‌های انقلابی و یا ضربدر روی تصاویر شاه بود. سپس در دوره بنی‌صدر نقش‌آب اسکناس‌ها که شامل تصویر شاه بود، با علامت شیر و خورشید سیاه و شمس، سورشازر شد. با شکست جبهه‌ی ملی و توفیق جبهه حزب‌الله، اسکناس‌ها با عبارات لاله‌الله و جمهوری اسلامی ایران سورشازر شدند (فونکه، ۲۰۱۳). توجه بسیار دقیق به جزئیات و همچنین دامنه زمانی سی ساله، پژوهش‌های وی را برجسته کرده است. با این حال نگرش سیاسی وی در این تحلیل‌ها بر نگرش علمی‌اش می‌چربد. از جمله ملایم‌ترین نگاه‌های سیاسی وی که می‌توان در اینجا آن را بازگفت، از این قرار است: انقلابیونی که امیدوار بودند خمینی صرفاً فردی معنوی است و نه یک رهبر سیاسی، فهمیدند که اشتباه کرده‌اند. وی از بحران گروگان‌های امریکایی و تخاصم صدام حسین برای سرکوب مخالفان ولایت فقیه استفاده کرد. نمادپردازی سیمای اسکناس ایران با مسجد و تجمعات انقلابی - البته نه به شکلی که تمام گروه‌های انقلابی را بازنمایی کند - تغییر داده شد. نمادپردازی و روایت انقلاب ایرانی تبدیل به روایت انقلاب اسلامی شد (فونکه، ۲۰۱۳). توجه وی به دوره‌های مختلف ریاست جمهوری نیز جالب توجه است. وی طرح‌های دماوند، نقش جهان اصفهان، گل‌های قرمز و برگ‌های سبز و حتی آرامگاه سعدی را ماحصل عمل‌گرایی دولت‌های هاشمی رفسنجانی و خاتمی می‌داند و مواردی مانند درج ماهواره امید، موشک سفیر، علائم هسته‌ای، حدیث مردان پارسی، اشاره به نام خلیج فارس،

طرح مسجدالاقصی در بیت المقدس پشت بیست هزار ریالی در کنار تداوم طرح قبه الصخره هزار ریالی، را محصول فضای سیاسی دوره احمدی‌نژاد ارزیابی می‌کند. هرچند وی در این زمینه اندکی اغراق کرده و در عمل تصویر هیچ موشکی روی هیچ کدام از اسکناسهای جمهوری اسلامی درج نشده است.

۳. ملاحظات نظری

شعیری (۱۳۸۸) در باب عبور از نشانه‌شناسی ساختگرا به نشانه - معناشناسی گفتمانی، به نکته‌ای مهم اشاره می‌کند: در دیدگاه گفتمانی دیگر زبان بر رابطه بین دال و مدلول مبتنی نیست؛ بلکه رابطه‌ای بین دو سطح بیان و محتوا در زبان شکل می‌گیرد که براساس آن مرزهای معنایی پیوسته از طریق کنشگر گفتمانی مورد بازنگری قرار می‌گیرد و همواره دارای قابلیت جابجایی است. به عبارت دیگر دو سطح زبان فرصتی هستند تا به واسطه آنها کنش‌گر گفتمانی به موضع‌گیری پردازد و از طریق زاویه دید خود به معناسازی دست زند (شعیری، ۱۳۸۸). بر این اساس وی نتیجه می‌گیرد که: رابطه‌های هستی‌شناختی، پدیداری، جسمانه‌ای، فرهنگی، توهمی، سیال و ... سبب می‌شوند سطوح زبانی تحت نظارت و کنترل موضع‌مدار گفته‌پرداز قرار گیرد (شعیری، ۱۳۸۸). با توجه به آنچه که شعیری در باب مطالعه نشانه‌شناختی گفتمان کلامی نوشته است و نیز با توجه به ماهیت قوم‌مداری، که در آن کنش‌گر پدیده‌ها را به صورت سیال معناسازی می‌کند، رویکرد نشانه‌معناشناسی می‌تواند در تحلیل متن پژوهش حاضر راه‌گشا باشد. از طرفی در بعد ملی، با تفاوت نگرش‌ها به طرح‌های اسکناس مواجه هستیم. با توجه به بافت‌محور بودن این نظریه، می‌توان در تحلیل متن اسکناس به آن اتکاء کرد. حتی چنین به نظر می‌رسد که بدون اتخاذ چنین رویکردی، نمی‌توان تحلیلی جامع از متنی به دست داد که شامل طرح‌های پیچیده و هم‌نشین است و از طرفی دارای برد کارکردی گسترده است. در بخش بررسی پیشینه موضوع نیز دیدیم که نجف‌زاده (۱۳۹۳) علی‌رغم بهره‌گیری از نظریه‌ای ساخت‌گرا، در عمل و به صورت کاربردی تحلیلی بافت‌بنیاد ارائه کرده است.

۳/۱. مکتب پاریس

اغلب گفته می‌شود که هدف نشانه‌شناسی، رسیدن به نظریه‌ای عام در باب نظام‌های دلالت است. اما طبق نظر ژان کلود کوئه، آنچه که مکاتب نشانه‌شناسی را از هم متمایز می‌کند تعریف

اولیه‌ای است که از نشانه ارائه می‌کنند. اگر برای برخی نشانه‌شناسان، نشانه در مرتبه نخست، پدیده‌ای قابل مشاهده است، در همان گام نخست نشانه برای مکتب پاریس یک ساختار است؛ و همین نکته بنیادین، نتایج نظری و عملی اساسی دارد (پرون و کالینز، ۱۹۸۹). نشانه‌معناشناسی گفتمانی، آن گونه که مورد نظر مکتب پاریس است، دیدگاهی فرآیندی است که بر رابطه زنجیره‌ای و پیش‌انگاشته بین دو سطح زبانی یعنی سطح صورت و محتوا استوار است. در حالی که نشانه‌شناسی براساس تعاریف بنیادی آن بر رابطه دالی و مدلولی براساس واحدهای کمینه‌ای و بدون در نظر گرفتن زنجیره‌ی روابط یا فرآیند استحالته‌ای معنا استوار بوده است. نکته‌ی مهم دیگر در بیان تفاوت این دو رویکرد را باید در این دیدگاه دانست که نشانه‌معناشناسی گفتمانی زنجیره نشانه‌ها را در خدمت فرآیند تولید، تغییر و توسعه معنا می‌داند؛ اما نشانه‌شناسی کلاسیک واحد نشانه‌ای را هدف غایی خود می‌داند. در رابطه با معناشناسی نیز باید توجه داشت که در این رویکرد معنا مبتنی بر اهداف از پیش تعیین شده و یا تغییر معنای اولیه به معنای ثانوی در درون زبان استوار است. در این حالت معنا به امری بسته و قابل پیش‌بینی محدود می‌گردد. همین تقلیل معنایی سبب می‌شود تا نشانه‌معناشناسی گفتمانی همانند جریان چالشی، فرآیندی در کنش، موقعیتی، یا بافت‌مدار، به بررسی سازوکارهای غیرقابل پیش‌بینی، باز و در حال تحول بپردازد. در این صورت معنا تابع مدیریت زنجیره‌ی فرآیندی گفتمان است و کنش‌ها در آن پیوسته در حال تغییر، تحول، جابه‌جایی، و یا استحالته می‌باشند (شعیری، ۱۳۹۴). براساس نقل قول کلود کوته، واحد مطالعه نشانه‌معناشناسی پاریس به نسبت رویکرد ساخت‌گرای کلاسیک، ساختاری است که از بطن متن بیرون آمده و بنابراین، در هنگام تحلیل می‌توان انتظار داشت هم‌نهشتی آن با عناصر متن برقرار بماند. توصیفی که شعیری از این رو، یکرد ارائه کرده است، در واقع اصالت واحد مطالعه نشانه‌معنا را نشان می‌دهد. بنابراین این رویکرد، از منظر پردازش واحد مطالعه خود، یا دادگان مطالعه، بر رویکرد ساخت‌گرا توفیق دارد. از طرفی قابلیت پیش‌بینی معنا در بافت سیال گفتمانی، به آن گونه که شعیری در اینجا بیان کرده است، نقطه قوت دیگر این رویکرد است و از این بابت می‌توان آن را تلاشی در راستای رسیدن به یک نظریه‌ی نشانه‌معناشناختی دانست.

عباسی (۱۳۹۵) گام را فراتر نهاده و این نظریه را در قامت یک شاخه علمی معرفی می‌کند : موضوع مطالعه نشانه‌معناشناسی «معنی» است و این شاخه علمی به دنبال چگونگی ظاهر شدن معنا و منطقی است که این معنا را آشکار می‌کند. در سطحی وسیعتر باید گفت که نظریه‌ی معناشناسی و در ادامه، نشانه‌معناشناسی به دنبال چگونگی آشکار شدن معنا نه تنها در زبان

به‌عنوان یک موضوع معناشناسی است، بلکه به دنبال کلیت معنایی در همه گفتمان‌هاست (۱۳۹۵).

۳/۲. اسکناس از منظر نشانه‌معنا

ساختارهای معنایی همواره تابع وابستگی بین صورت بیان و صورت محتوا هستند. صورت‌های زبانی اشکالی هستند که با صورت‌های معنایی یعنی محتوا پیوند می‌خورند تا ساختارهای نشانه‌معنایی تحقق یابند (شعیری، ۱۳۹۷). همین نگرش را می‌توان در متن اسکناس‌ها هم به نوشتارهای آنها، به‌عنوان صورت‌های زبانی، و هم به طرح‌ها، یا نگاره‌ها، به‌عنوان صورت‌های بصری، اتخاذ کرد.

بنا بر نظریه اریک لاندوفسکی، هر گفتمانی با توجه به چهار ویژگی نظام‌مندی، جهت‌مداری، هدف‌مندی، و کلان زبانی تعریف می‌شود. نظام‌های گفتمانی را می‌توان با توجه به ویژگی‌های نشانه‌معنایی حاکم بر آنها به سه دسته کلی هوشمند یا برنامه‌مدار، احساسی یا تعاملی و رخدادی یا تصادفی تقسیم کرد. نظام گفتمانی هوشمند نظامی است که در آن بروز معنا براساس شرایط شناختی، تابع برنامه‌ریزی و مبتنی بر اهداف از پیش تعیین شده است. در نظام گفتمانی احساسی، بروز معنا تابع سه جریان تشیی - عاطفی، حسی - ادراکی، و زیباشناختی است. در چنین نظامی، گفتمان دارای ویژگی‌هایی مثل هم‌ترازی حسی، پدیدارشناختی و هم‌حضور است. و بالاخره در نظام گفتمانی رخدادی بروز معنا جنبه غیرمنتظره و خارج از اراده بشری و مستقل دارد (شعیری و قبادی، ۱۳۸۸). متن اسکناس‌ها را می‌توان مطابق بر هر سه ویژگی نشانه‌معناشناختی که لاندوفسکی برای نظام‌های گفتمانی برشمرده است، تحلیل کرد. اسکناس در دوران ثبات دولت‌ها بیشتر تابع نظام گفتمانی برنامه‌مدار است. همچنین در چنین دوران‌هایی، اسکناس به سبب وجه زیباشناختی، تابعی است از نظام گفتمانی احساسی. در دوران بی‌ثباتی سیاسی نیز اسکناس از طریق جریان‌های حسی - ادراکی و تشیی - عاطفی می‌تواند در نظام گفتمانی احساسی بررسی بشود و در نهایت در حادترین شرایط، مانند شرایط انقلابی، تغییرات اسکناس در قالب نظام گفتمانی رخدادی، قابل تحلیل است.

۴. تحلیل متن اسکناس‌ها

بازنمود قوم‌مداری در گفتمان رسمی تابعی است از قراردادهای اجتماعی. این قراردادها واجد ارزش نمادین هستند و معناپردازی قوم‌مداری از طریق نشانه‌های مشترک گروه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. گروه مورد بررسی در این پژوهش در واقع دایره حکومت جمهوری اسلامی ایران است. در اینجا معنا در دایره قدرت نظام بسته و محدود شده و بنابراین امکان تحلیل گفتمانی آن ممکن می‌گردد.

۴/۱. گفتمان اسکناس‌های جمهوری اسلامی در پرتو نظام‌های گفتمانی لاندوفسکی
هر سه نوع نظام گفتمانی لاندوفسکی در تمامی ادوار در اسکناس‌های جمهوری اسلامی قابل مشاهده است و هر نوع از آن تقریباً متناظر با یک دوره از تاریخ چاپ اسکناس است:

۴/۱/۱. نظام گفتمانی رخدادی

قرائن صوری این نظام حتی پیش از انقلاب در ایران «رخ داد». آنجا که مردم عادی، و نه لزوماً انقلابی، روی اسکناس‌های خود، و نه حتی اسکناس در سطح عمده، با ابزارهای ساده تصاویر شاه را مخدوش می‌نمودند. این سنت بدون تفکر و برنامه‌ریزی یا هدف‌مندی خاص و صرفاً به سبب شکستن قبح تصویر شاه، در ماههای ابتدایی پس از انقلاب نیز دنبال شد، تا اینکه رفته رفته در قالب تصاویر سورشازژ مشکی شیر و خورشید، در زمان بنی‌صدر و عبارات لاله‌الاله و جمهوری اسلامی ایران، پس از سرکوب جبهه ملی، هدف‌مندتر شد.

نکته قابل ذکر در اینجا، اسکناس نمادین و غیررسمی پنج هزار و ده هزار ریالی حزب‌الله، به‌عنوان بازوی مردمی و غیررسمی جمهوری اسلامی، در ماههای نخست انقلاب است. این اسکناس‌ها خودجوش و برخلاف نظر امام خمینی(ره)، مبنی بر عدم درج تصویرش بر روی اسکناس، با تصویری قدیمی از وی در ایام تبعید در نجف تهیه شده بودند و کاغذ آنها یک کاغذ معمولی و شبه‌مقوایی بوده است. این اسکناس‌ها به صورت ذوقی و توسط گروه‌های مختلف و ناهماهنگ حزب‌الله طراحی می‌شده است. عده‌ای تاریخ شمسی و عده‌ای تاریخ قمری و عده‌ای دیگر هر دو تاریخ را روی آنها درج می‌کرده‌اند. بعضی جاها عبارت «بانک مرکزی ایران» و برخی

جاهای دیگر عبارت «بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران» را داشته‌اند. در هر حال این شکل از اسکناس، نه براساس یک منطق خاص و بلکه برحسب رخداد انقلاب چاپ می‌شده‌اند. مورد دیگر اسکناس نویسی معترضین به انتخابات ریاست جمهوری سال ۸۸ است. در این سال، به‌ویژه در شهر تهران، استفاده از رنگ سبز و حرف V انگلیسی به‌عنوان حرف مخفف کلمه پیروزی، به‌عنوان نماد اعتراضی رایج شد (فونکه، ۲۰۱۷). این شکل نمادپردازی بر روی اسکناس نیز هرچند در ابعاد محدودتر، نوعی گفتمان رخدادی را بازنمایی می‌کند.

۴/۱/۲. نظام گفتمانی احساسی

با وقوع انقلاب و جنگ، جریانهای هم‌افزای نشانه‌های تثنی - عاطفی در جامعه تشدید شد. علاوه بر این، هم‌حضور و هم‌ترازی حسی نیز قوت گرفت. بر همین مبنا، به تدریج اسکناس‌های سری انقلابی، با مظاهر نشانه‌ای زیر، این گفتمان را معناپردازی و به نوعی بازتولید کردند:

الف) جهاد سازندگی: اسکناس ۲۰۰ ریالی تصویری از چند کارگر مرد با ظاهری شبیه به انقلابیون را نمایش می‌دهد که در حال جاده‌سازی در روستا با ابزارهای ابتدایی هستند. حضور مردم و نیز درج تصویر روستا بر روی اسکناس، بازتولید هم‌ترازی روستاییانی است که در مدرن‌سازی پهلوی گویی به حاشیه رانده شده و اینک هم‌پای انقلاب‌اند.

ب) نماز جمعه: اسکناس ۵۰۰ ریالی نماز عبادی - سیاسی جمعه را نشان می‌دهد که هم از نام آن و هم از شکل آن به وضوح می‌توان هم‌حضور را استنتاج کرد. در این تصویر، بیشتر نمازگزاران میانسال و جوانند و معرف نیروی محرک انقلاب. یک نمازگزار سنی‌مذهب ترکمن، که چلکوفسکی نیز به وی اشاره کرده است، در صف اول نمازگزاران، هر چند در عمق تصویر، دیده می‌شود.

ج) آزادسازی خرمشهر: اسکناس ۲ هزار ریالی تصویر شادی دسته‌جمعی رزمندگان بسیجی، عشایری، سپاهی و ارتشی را در برابر مسجد معروف خرمشهر نشان می‌دهد. این تصویر نمادی است از جریان هم‌حضوری، در قالب دفاع نظامی از خاک.

د) تظاهرکنندگان انقلابی: اسکناسهای ۵ و ۱۰ هزار ریالی، تصویری مشترک بر روی خود دارند که تظاهرات مردم در سالهای پیروزی انقلاب را بازنمایی می‌کند. در اینجا حتی زنان، هرچند در تعداد اندک و در عمق تصویر، نیز دیده می‌شوند.

۴/۱/۳. نظام گفتمانی برنامه‌مدار

در هر مرحله از تکوین جمهوری اسلامی، اهداف و برنامه‌هایی براساس منطق حکومت مطرح گشته است که بازنمود هر مرحله را می‌توان به شکلی در اسکناس‌های هر دوره دید:

الف) رضا به جای محمدرضا: در اوان انقلاب، تمامی نیروهای انقلابی، بر یک نکته اشتراک نظر داشتند: طرد شاه؛ از این رو، تعجبی ندارد اگر اولین تغییر در اسکناسها نیز حذف تصویر وی باشد. در عوض درج تصویر بارگاه رضوی، نشان از ماهیت اسلامی و مشخصاً شیعی - ایرانی حکومت جدید داشت. با این حال در سری مختص این اسکناس موسوم به سری بارگاهی، تصاویر پشت اسکناسها همچنان تصاویر دوره پهلوی بودند و تا سال ۷۶ که به طور کامل جمع‌آوری شدند، حائز رسمیت بوده‌اند. چنین می‌نماید که گویا دولت انقلابی در این دوران هنوز برنامه‌ای برای بازنمایی گفتمان خود بر اسکناس نداشته است. اما احتمالاً مشکلات فنی علت این امر بوده است. به این علت که چاپ سری بارگاهی در همان سالهای نخست متوقف، و چاپ اسکناسهای انقلابی آغاز گشت.

ب) سیاست ما عین دینت ماست: این جمله‌ی منسوب به سید حسن مدرس، روحانی انقلابی دوره رضاشاه پهلوی، به همراه تصویر وی، اولین تلاش در راستای بازنمایی گفتمان اسلام سیاسی جمهوری اسلامی در اسکناس است.

ج) حوزه و دانشگاه: به موازات چاپ تصویر سر در دانشگاه تهران پشت اسکناس معروف ۵۰۰ ریالی، نمایی از مدرسه فیضیه قم نیز بر روی اسکناس ۱۰۰۰ ریالی نیز چاپ شد تا نمادی باشد از ارزش‌گذاری حکومت بر بنیان‌های فقهی و شیعی خود.

د) مساجد سنگر است: توصیه‌ی معروف امام خمینی، اهمیت نهاد مسجد را به‌عنوان پایگاه اجتماعی حکومت اسلامی برجسته می‌سازد. از این رو، مایه شگفتی نیست که بر روی اسکناس ۲۰۰ ریالی، تصویر یکی از زیباترین مساجد جامع ایران، یزد، درج گردد.

ه) تشیع: تصویر بارگاه رضوی و بارگاه فاطمه معصومه در قم، نمادهای شیعی دو شهر مهم مذهبی ایران، بر روی اسکناسهای ۵ و ۱۰ هزار ریالی سری انقلابی، نشان از هدفمندی در قالب نظام گفتمانی شیعی دارد.

و) قبه‌ی اول: تصویر قبه‌الصخره که در تداول عامه، تصویر قدس خوانده میشود، علاوه بر تصویر کعبه، به ترتیب بر روی اسکناسهای هزار و دوهزار ریالی سری انقلابی، یادآور مبارزات ضد صهیونیستی است که مورد تأیید و حمایت جمهوری اسلامی ایران است. این امر از عمق اندیشگانی بیشتری در بین مسلمانان و حتی انقلابیون غیر مسلمان برخوردار است. علاوه بر این، از سالها پیش از ظهور صهیونیسم، همواره تقابلی رقابت‌گونه بین مسلمانان و یهودیان وجود داشته است. بنابراین، این طرح‌ها و هدفمندترین طرح‌های اسکناس در جمهوری اسلامی قلمداد می‌شوند. بعدتر و در زمان احمدی‌نژاد نیز، طرح مسجدالاقصی مجدداً پشت اسکناس ۲۰ هزار ریالی تکرار شد.

ز) به سوی پیشرفت: تصاویر ماهواره امید و علائم هسته‌ای به‌عنوان نماد فناوری، تصاویر آرامگاه‌های حافظ و سعدی و نیز اشعار آنها به‌عنوان نماد ادبیات، شعر «توانا بود» فردوسی به دو زبان فارسی و انگلیسی در کنار تصویری جدید از سر در دانشگاه تهران و نیز حدیث «علم مردان پارسی» در کنار علامت هسته‌ای به‌عنوان نماد علم و تصویری از معماری دوره‌های مختلف تاریخی و باستانی از تخت جمشید تا ابرکوه و اصفهان، و همچنین طرح‌های سفالینه، گل و بلبل و خطاطی، به‌عنوان شمه‌ای از هنر ایرانی، تماماً به صورت هدف‌مند و برنامه‌ریزی شده، نظام معنایی پیشرفت، و به تعبیر جمهوری اسلامی، اقتدار ایرانی - اسلامی را بازنمایی می‌کنند.

۴/۱/۴. سنجش قوم‌مداری در اسکناس‌های جمهوری اسلامی

در اینجا به منظور سنجیدن قوم‌مداری بر مبنای نظام‌های گفتمانی لاندوفسکی، سه سری اسکناس‌ها را می‌توان تقسیم‌بندی کرد که تقریباً با سه نوع نظام گفتمانی که در بخش‌های پیشین به آنها اشاره شد، هم‌پوشی دارند:

الف) اسکناس بارگاهی و رخدادی مستعجل:

فوران خشم توده‌ی انقلابی از خانواده و شخص شاه پهلوی، حتی پیش از خروج ایشان از کشور تصویر شاه را بر روی اسکناس سوزانیده بود. همین توده، زمانی که به قدرت رسیدند، برای حذف تصویر وی عجله داشتند. در خلال سالهای ۵۸ تا ۶۲ متأثر از شرایط خاص کشور، به دلائل فنی و شاید دلائل دیگر که از عهده و حوصله این پژوهش خارج است، تنها یک طرح را برای اسکناس‌های کشور معرفی کردند: بارگاه حرم امام رضا، امام هشتم شیعیان، در شهر مشهد. بارگاه رضوی همواره مورد احترام ادیان و مذاهب ایرانیان بوده است و علاوه بر این نماد دومین شهر مهم کشور است که از قضا در جریان انقلاب نقش مؤثری ایفا کرد. طراحان، نخست درصدد درج تصویر امام خمینی را داشتند که با مخالفت وی مواجه شدند. همین انتخاب نشان می‌دهد که طراحان در تعجیل، به دنبال بدیلی برای تصویر شاه می‌گشته‌اند. در نهایت روی اسکناس‌ها بارگاه رضوی درج شد. اما پشت آنها ثابت ماند. این اسکناس‌ها با اینکه بعد از سال ۶۲ چاپ نشدند، اما تا مدتها بعد، اعتبار داشتند. با این اوصاف نمی‌توان این تصاویر را ماحصل گفتمان جمهوری اسلامی قلمداد کرد. طرح اسکناس‌های انقلابی نیز مزید بر علت شد. اما تا همین جای کار هم بارگاه رضوی، نقطه‌ی شروع تجلی گفتمان شیعی بر اسکناس بود.

ب) اسکناس انقلابی و بازنمایی شور انقلابی:

جمهوری اسلامی برای تثبیت گفتمان خود، به بازآفرینی معنای «وحدت کلمه» در قالب صوری نشانه‌ای تصاویر نماز جماعت، نظامیان متحد، جهادگران سازندگی و تظاهرات کنندگان انقلابی، در اسکناس‌های انقلابی دست زد. تأثیرگذاری این اسکناس‌ها در حدی بود که در دوران تثبیت حکومت اسکناس‌های ۵ و ۱۰ هزار ریالی انقلابی که تصویر تظاهرات کنندگان روی آنها نقش بسته، جمع‌آوری شد. گویی دیگر به آن شور انقلابی نیاز نبود و حتی بیم تأثیرگذاری بر مخالفان و ناراضیان دوران ثبات میرفته است. از سوی دیگر اسکناس‌های جهاد و جنگ و نماز، که مبین ارزشهای اسلامی هستند، همچنان حفظ شده‌اند. در این راستا، طرح‌های شیعی و فراشیعی، یا به بیان دیگر، جهان اسلام نیز در این دوره بر اسکناس‌ها درج شدند که نشانه‌ای از شروع جریان گفتمانی خاص در جمهوری اسلامی داشتند.

در این سری اسکناس‌ها، طرح بنای مجلس شورای اسلامی بر روی اسکناس ۱۰۰ ریالی، حائز اهمیت است. تنها بنا با کارکرد سیاسی که در این دوره چهل ساله بر روی اسکناس چاپ شده این بناست. مطابق بر فضای گفتمانی آن سالها و نیز احتمالاً متأثر از تصویر سید حسن

مدرس، که سالها نماینده پارلمان مشروطه بوده است، تصویر این بنا، نشانه‌ای است که محتوای مردم‌گرای جمهوری اسلامی را در این سالها بازنمایی می‌کند. تصویر سید حسن مدرس نیز با چشمانی معصوم و خسته، در تقابل با تصویر فره‌مند و نظامی شاه و همچنین عدم درج تصویر رهبر حاکم، نشانی از مردم‌گرایی حکومت جدید بازنمایی کرد.

در مجموع متن اسکناس‌های انقلابی، گفتمانی متأثر از فضای انقلابی و نیز مؤثر بر آن را بازنمایی میکنند. با این حال در همین فضا قوم‌مداری جمهوری اسلامی شکل می‌گیرد و دیگر عناصر لازم برای اوراق بهاداری که پول رسمی یک کشور را نمایندگی می‌کند، طرد می‌سازد. از جمله، نه در این دوران و بلکه در دوره اسکناس امامی، تصاویری که نماد شهرها، اقوام، مذاهب و جاذبه‌های طبیعی باشد، دیده نمی‌شود. تنها استثناء کوه دماوند است که در بخش بعدی به آن می‌پردازیم.

ج) اسکناس امامی؛ بازنمایی اقتدار و تشدید قوم‌مداری:

بازنمایی الگوپردازی شخصیتی در قالب درج تصویر «بنیانگذار انقلاب» صورت گرفت. پس از رحلت امام خمینی، تصویر ایشان، تصویری ثابت بر روی اسکناس‌های جدید شد. به جز ایران چک‌ها، روی تمامی اسکناس‌های این سری، تصویر ایشان درج شده است. تنها نکته قابل ذکر، تصویر متفاوتی از ایشان روی اسکناسهای دو هزار و بیست هزار ریالی، از زاویه‌ای متفاوت و نزدیکتر است، که در عین حال نوع نگاه و حالت چشمان نسبت به تصویر رایجتر از رسمیت کمتری برخوردار است. با این حال، به سبب تکرار شونده‌گی، تصویر امام در ذهن مخاطب حالت خنثی گرفته و این طرح‌های پشت تصویر است که در بازنمایی گفتمان جمهوری اسلامی از اهمیت بیشتری برخوردار است.

در این سری اسکناس، آنچه که بیشتر به چشم می‌خورد، مسجد و بارگاه و آرامگاههایی به سبک اسلامی است که بازنمایی گفتمان جمهوری اسلامی را نشان می‌دهد: قبه‌الصخره، کعبه، مسجد میدان نقش جهان، مسجدالاقصی، آرامگاه سعدی، آرامگاه حافظ، آرامگاه رضوی. تصویر دماوند در این سری در تمام مدت روی اسکناس ده هزار ریالی نقش بسته، و اخیراً نیز بر روی ایران چک پانصد هزار ریالی. همچنین بر روی اسکناس یک میلیون ریالی نیز تخت جمشید نقش بسته. اما تواتر تصاویر اسلیمی در تمامیت اسکناسهای جمهوری اسلامی، گرچه در دوره پهلوی نیز رایج بوده، باعث شده است که تصاویر خانه سنتی ابرکوه یزد، سفالینه و گل و بلبل را نیز در قامت عرفانی اسلامی ارزیابی شود. در این میان اسکناس جدید ده هزار ریالی با خط

زیبای شکسته نستعلیق، متفاوت از خطوط ثلث و کوفی رایج در مساجد، و شعری زیباتر از حافظ شیرازی، مورد خاص و ویژه‌ای در بین اسکناس‌های این سری است.

۵. چالش‌های پژوهش و نتیجه‌گیری

حجم داده‌های این پژوهش، شامل ۳۰ اسکناس در ۴۰ سال، کنترل برخی عوامل را در حجم یک مقاله علمی پژوهشی، مشکل کرد. بنابراین، شایسته است پیش از نتیجه‌گیری مباحث، به چالش‌های این پژوهش اشاره شود. در این پژوهش عامل رنگ، در هم‌نهشتی با سایر نشانه‌ها لحاظ نشده است. رنگ عامل بسیار مهمی است که جا دارد در پژوهش‌های تکمیلی، بررسی شود. همچنین عامل زمان در تغییرات سیاسی اجتماعی هر دوره اسکناس نیز در نظر گرفته نشده است و پژوهشگر به اسکناس‌ها از منظر زمان حال نگریسته است. بدون شک مطالعات تاریخی و تطبیقی بر روی اسکناس‌ها می‌تواند بری از این خطای روشی باشد.

درج تصویر امام بر روی اسکناسها در سال ۱۳۷۱، الگوپردازی انقلابی از رهبر شیعی را بازنمایی کرده است. گرچه با تکرار این طرح، از میزان اثرپذیری آن کاسته شده است. همچنین این نگاره هم‌راستا با نگاره متقدم خود، حرم رضوی، عنصر تشیع را در گفتمان جمهوری اسلامی نشان داده و هم‌افزا با دیگر نشانه‌ها این عنصر را برجسته کرده است. گرچه نقوش اسلیمی و طرح‌های مساجد در اسکناس‌های تمامی کشورهای مسلمان و حتی دوره پهلوی، رایج بوده، اما تداوم و تکرار و هم‌نهشتی این نشانه‌ها با نشانه‌های اسلامی شیعی با سیاسی، آنها را از مفهوم اسلامی خود جدا کرده و به آنها سوگیری سیاسی داده است. نوشتارهای اسکناسها در قالب شعر نیز در خدمت معرفی اقتدار جمهوری اسلامی بوده‌اند. سایر نوشته‌ها نیز دربردارنده شعارهای برآمده از گفتمان حاکم هستند. نشانه‌های تصویری دیگر نیز بر مبنای نظام‌های گفتمانی لاندوفسکی، هوشمندانه و هدف‌مند، در راستای ترویج تفکر جهان وطنی شیعی قرار گرفته‌اند. به این ترتیب جمهوری اسلامی، به شکلی نامتوازن در اسکناس‌های خود، گفتمان اسلام سیاسی شیعی را بازنمایی کرده است و از طرفی با تهی کردن عناصر نشانه‌ای هنر اسلامی از محتوای هنری، ایرانی، شرقی و اسلامی خود، به شیوه‌ای سلبی، گفتمان مذکور را معناپردازی نموده است. همچنین در مقایسه‌ی دو دوره اسکناس بارگاهی و امامی می‌توان نتیجه گرفت که دوره اول بر پویایی و تحرک اجتماعی توده‌ها متمرکز بوده است و دوره دوم بیشتر بر احیای اقتدار سنت شیعی و به‌ویژه ولایت فقیه. قوم‌مداری را به‌عنوان یک کنش اجتماعی، چه در گفتمان‌های رسمی و چه

جز آن، می‌توان در پرتو مطالعات نشانه‌معناشناسی گفتمانی، در ساحت‌های دیگر نیز بررسی کرد. در این پژوهش مشخص شد که میزان قوم‌مداری گفتمان جمهوری اسلامی ایران، در معناپردازی اسلام سیاسی در متن ۳۰ قطعه اسکناس آن به تدریج از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۷ افزایش یافته و به صورتی نامتوازن عرضه گشته است.

فهرست منابع

- چارنی و محمدی (۱۳۸۷). «ویژگی‌های چاپ، نشر و تصویرسازی اسکناس در ایران». فصل‌نامه تحلیلی پژوهشی نگره. شماره ۷ تابستان ۱۳۸۷. صص ۱۱۹-۱۰۷.
- حیدری و قرایی (۱۳۹۶). «نقش همدلی در استحکام ساخت درونی قدرت ملی جمهوری اسلامی ایران». مجله سیاست دفاعی. سال بیست و پنجم. شماره ۹۸. بهار ۱۳۹۶.
- درودی و موسوی جشنی (۱۳۹۲). «بازنمایی مفهوم استکبار جهانی در گفتمان دفاعی امام خمینی از جهان اسلام». فصلنامه علمی پژوهشی جهان اسلام. دوره ۱. شماره ۱. تابستان ۱۳۹۲.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۸) «از نشانه‌شناسی ساختگرا تا نشانه-معناشناسی گفتمانی». فصلنامه تخصصی نقد ادبی. س ۲. ش ۸. زمستان ۱۳۸۸. (صص ۳۳-۵۱).
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۹۴) «مقاومت، ممارست و مماشات گفتمانی: قلمروهای گفتمان و کارکردهای نشانه‌معناشناختی آن». مجله جامعه‌شناسی ایران، دوره شانزدهم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۴، صص ۱۱-۱۲۸.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۹۷) «نشانه‌معناشناسی سبک زندگی». فصلنامه معنا و نشانه. سال اول، شماره اول، بهار ۱۳۹۷.
- شعیری، حمیدرضا و قبادی، حسینعلی (۱۳۸۸) «معنا در تعامل متن و تصویر؛ مطالعه نشانه‌معناشناختی دو شعر دیداری از طاهره صفارزاده». فصلنامه پژوهش‌های ادبی سال ۶، شماره ۲۵، پاییز ۱۳۸۸.
- عباسی، علی (۱۳۹۵) نشانه‌معناشناسی مکتب پاریس؛ جایگزینی نظریه‌ی مدلیته‌ها بر نظریه کنشگران: نظریه و عمل. انتشارات دانشگاه شهید بهشتی. تهران. ۱۳۹۵.
- نجف‌زاده، مهدی (۱۳۹۳). «بازتاب منازعه هویتی در ابزارهای هویتی، مطالعه اسکناس‌های ایرانی دوره پهلوی دوم و جمهوری اسلامی». پژوهشنامه علوم سیاسی، سال نهم، شماره دوم، بهار ۱۳۹۳، صص ۲۳۶-۲۰۷.
- نوین فرح‌بخش، مسعود و فریدون (۱۳۹۷)، راهنمای اسکناس‌های ایران، نشر فرح‌بخش، تهران. ۱۳۹۷.
- Barnard, A & Spencer, J. *Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology*. 2002. Routledge.
- Chelkowski, P. Khomeini's Iran as Seen through Bank Notes, in: David Menashri (ed.), *The Iranian Revolution and The Muslim World*, (Westview Special Studies on The Middle East), Boulder, San Francisco [CA] and Oxford (1990).

- Chelkowski,P. Dabashi,H. *Staging a revolution : the art of persuasion in the Islamic Republic of Iran*. New York : New York University Press, 1999.
- Collins,F. & Perron,P. *Paris School Semiotics*. John Benjamins Publishing Co. Netherlands. 1989.
- Dean C. Tipps, "Modernisation Theory and the Comparative Study of Societies". *Comparative Studies in Society and History*, 1973, (15)2 ; Howard J. Wiarda, "the Ethnocentrism of the Social Science Implications for Research and Policy." *The Review of Politics*, 1981, (43)2.
- Funke,C. "Tokens of Transformation and Contesting Power: Iranian Banknotes in Revolution and Turmoil". *International Bank Notes Society Journal* , Vo,52. No,4. 2013. pp, 38-49.
- Funke, C. Ästhetik, Politik und schiitische Repräsentation im zeitgenössischen Iran. *Iran Studies Series*. Volume 15. Brill Publication. Leiden. 2017.

تحلیل نشانه‌بوم‌زیست‌گفتمانی و رابطه طبیعت و فرهنگ در داستان «مینا و

پلنگ»

علی کریمی فیروزجایی^۱

استادیار گروه زبان‌شناسی دانشگاه پیام نور

چکیده

«مینا و پلنگ» یک داستان فولکلور عشقی میان پلنگ و دختر سرخ‌چشم مازنی به نام مینا که جدای از محتوای عشقی بی‌مانند، از دید بوم‌زیست و عشق به جانوران نیز مورد اهمیت است. نشانه‌شناسی با بررسی رابطه بین «فرهنگ»، «طبیعت» و «انسان» و نشان دادن نوع رابطه‌های حاکم در یک جامعه، می‌تواند به بازسازی روابط اشتباه انسان با دنیای پیرامونی و بهبود تعامل‌های درست کمک کند. این پژوهش با روش نشانه‌معناشناسی گفتمانی به شناسایی و تحلیل فرآیندهای معناسازی و تبیین نظام‌های گفتمانی روایت مینا و پلنگ پرداخته و با استفاده از اصول نشانه‌شناسی بوم‌زیست به تحلیل رابطه انسان و حیوان می‌پردازد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که چگونه درون سپهر نشانه‌ای بر اثر دگرذیسی روابط انسان و طبیعت، بوم‌زیست نشانه‌ای شکل می‌گیرد و تقابل بین انسان و حیوان در بوم‌زیست این روایت، تبدیل به وضعیت تعامل و آمیختگی شده و این رابطه تعاملی راه را برای بروز اسطوره عشق هموار نموده است. تعامل دو سپهر نشانه‌ای انسان و حیوان موجب تبدیل «من» و «دیگری» به «مای» فرهنگی شده و در نتیجه قدرت عشق، حیوان وحشی رام انسان گردیده و با همین نیرو، کنشگر اصلی داستان تبدیل به اسطوره عشق به حیوانات و محیط زیست و نماد دوستی انسان و حیات وحش شده است.

کلیدواژه‌ها: نشانه‌بوم‌زیست‌گفتمانی^۲، طبیعت^۳، فرهنگ^۴، مینا و پلنگ^۵.

مقدمه

روایت «مینا و پلنگ» یک داستان واقعی و تاریخی است. داستان مینای سرخ‌چشم یا ورگ‌چشم (ورگ به معنای گرگ است) در حدود صد سال پیش میان سال‌های ۱۲۷۵ تا ۱۲۸۵ در یکی از روستاهای بیلاقی مازندران به نام کندلوس در کوهستان‌های چالوس در میان جنگل‌های انبوه و دست‌نخورده آن زمان داستانی رخ داد که شاید در جهان بی‌نظیر بوده است. داستان عشقی میان پلنگ، نماد جهانی عشق به حیات وحش است که می‌تواند به یکی از زیباترین داستان‌های

¹ alikarimif@yahoo.com

² Discursive echosemiotics

³ Nature

⁴ Culture

⁵ Mina and leopard

رمانتیک جهان و یک اثر ماندگار ادبی و زیست‌محیطی در جایگاه یک میراث ماندگار بشری به جهانیان شناسانده شود. این داستان جدای از محتوای عشقی بی‌مانند، از دید محیط زیست و عشق به جانوران نیز مورد اهمیت است. اگر همه چون مینا بودند و چنین عشقی داشتند اکنون ببر مازندران، شیر، یوزپلنگ و پلنگ ایرانی و جنگل‌های هیرکانی با شتاب سوی نابودی نمی‌رفتند. مسئله اصلی این پژوهش آن است که چگونه درون سپهر نشانه‌ای^۱ بر اثر دگرذیسی روابط انسان و طبیعت، بوم‌زیست نشانه‌ای شکل می‌گیرد؟ و تقابل یا تعامل بین انسان و حیوان در بوم‌زیست این روایت، با چه فرآیندی راه را برای بروز اسطوره عشق هموار نموده است؟

پیشینه پژوهش

حبیبی نسامی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی بوم‌گرایانه با شبیرو، اثر محمود دولت‌آبادی» با رویکرد نقد بوم‌گرا^۲، به بررسی نقش طبیعت در داستان با شبیرو، اثر محمود دولت‌آبادی، و تأثیر رابطه شخصیت‌های داستان با طبیعت وحش می‌پردازد. دولت‌آبادی در با شبیرو، از محیط غیرمتعارف داستان‌هایش، یعنی بندر و به‌ویژه دریا، که در اصول نقد بوم‌گرا جزء طبیعت وحش است، بهره‌جسته و تا حدی از محیط تکراری زمینی (غیردریایی) روستایی و شهری محض فاصله گرفته است. به همین سبب، بعد تاریک و روشن طبیعت، که از منظر نقد بوم‌گرا در محیط زیست طبیعی نمایان‌تر است، به واسطه حضور قهر و لطافت طبیعت در این داستان، دست‌مایه اصلی برای تحلیل این اثر مهجور مانده دولت‌آبادی قرار می‌گیرد. از منظر ارتباط انسان با طبیعت، که محور اصلی رویکرد بوم‌گرایانه است، شخصیت‌های داستان با شبیرو در رابطه با دریا، به منزله طبیعت وحش، و همچنین جبر آب و هوایی، از یک سو، به جایگاه اصلی خود و حقارت انسان در مقابل قدرت طبیعت بی‌می‌برند، و از سوی دیگر با بهره‌گیری از لطافت دریا، مظهر طبیعت مادر، به تسکین و تهذیب جسم و روح خود می‌پردازند.

اسماعیلی و ایمانی خوشخو (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «پلنگ در باورهای اسطوره‌ای منطقه سمنان (بر اساس افسانه‌های عامیانه منطقه پرور و شهمیرزاد)» با تحلیل یکی از نشانه‌های رمزی در افسانه اسطوره‌های منطقه سمنان، به واکاوی یک نشانه مشترک در اسطوره‌های شرقی پرداخته و دریافته‌اند که عنصر «پلنگ» در دو افسانه روایت‌شده در منطقه شهمیرزاد و پرور (در استان سمنان)، شباهت‌های معناداری به رمز پلنگ در قصه‌های مربوط به ایزدبانوان دارد. پلنگ در این

^۱ Semiosphere

^۲ Ecocriticism

افسانه‌ها با دور شدن از خوی طبیعی و وحشی خود و یافتن نقش‌نگهبانی و همراهی توأم با رمز و راز، در کنار شخصیت اصلی روایت که یک «زن» است، قرار می‌گیرد. این افسانه‌ها باورهای اسطوره‌ای مردمان مناطق مورد بررسی، دربارهٔ این حیوان را بیان می‌کنند. با توجه به ارتباط میان پلنگ و ایزدبانوان در اسطوره‌ها، «پلنگ» می‌تواند در افسانهٔ مربوط به پرور، نماد و رمزی از یک ایزدبانو و در افسانهٔ رایج در شه‌میرزاد، هم نمادی از یک ایزدبانو و هم نمادی از نگهبان و ملازم ایزدبانو باشد.

گرچی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «ریخت‌شناسی منظومه امیر و گوهر براساس نظریه ولادیمیر پراپ^۱» به این نتیجه رسیدند که خویش‌کاری‌های روایت امیر و گوهر در انطباق با مدل پراپ با جابجایی زیاد به کار رفته است و ضمن آنکه ساختار کلی حاکم بر آن با ساختار مورد نظر پراپ مطابقت می‌کند، ترتیب مورد اشاره پراپ در این روایت رعایت نمی‌شود. خویش‌کاری عروسی که معمولاً در پایان داستان اتفاق می‌افتد در آغاز روایت امیر و گوهر رخ می‌دهد و همچنان که پایان داستان با وصال عاشق و معشوق همراه است در روایت امیر و گوهر نامشخص تمام می‌شود.

آلبوغیش و گل‌بابایی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «نقد زیست‌بوم‌گرایانه داستانی کوتاه از غلامحسین ساعدی» بر مبنای روش مطالعاتی همبستگی و با رویکردی توصیفی تحلیلی به بازخوانی و واکاوی داستان کوتاه عافیت‌گاه از مجموعه داستان دندیل اثر غلامحسین ساعدی پرداخته‌اند. براساس یافته‌های آنان، محیط زیست به شیوه‌های گوناگونی در شکل دادن به نظام همبسته روایت اثرگذار بوده است. عنوان‌پردازی بوم‌شناسانه روایت، کنش‌گری‌های عنصر زیست‌محیطی رودخانه در تعامل با شخصیت اصلی روایت و در نتیجه تغییر روند کلی زندگی وی، برقرار شدن تقابل میان عناصر سه‌گانه زیست‌محیطی طبیعی، مصنوعی و اجتماعی و غلبه عنصر زیست‌بوم طبیعی در این تقابل بخشی از مصادیق نقش‌آفرینی محیط زیست در خلق کلیت روایت را شکل می‌دهند. بر مبنای پژوهش پیش رو محیط زیست دیگر صرفاً کارکردی زیبایی‌شناختی ندارد بلکه در روایت‌پردازی به سطح یک شخصیت مستقل ارتقاء یافته است و در پیرنگ روایت دخالتی فعالانه دارد. وارونگی معادله انسان / سوژه - زیست‌بوم / ابژه و در نتیجه بروز فاعلیت زیست‌بوم و انفعال انسان یکی دیگر از جلوه‌های اثرگذاری زیست‌بوم در ساختار عام روایت است.

^۱ V. Propp

روایت مینا و پلنگ تاکنون مورد مطالعه روایت‌شناختی و نشانه‌شناختی قرار نگرفته است و از این حیث پژوهش حاضر یک نوآوری محسوب می‌گردد. ضمن این‌که نشانه‌بوم‌زیست نیز یک رویکرد جدیدی در مطالعات ادبی و زبان‌شناختی است که به کشف لایه‌های زیرین و تحلیل رابطه انسان و حیوان در داستان‌ها و روایت‌های فولکلور و بومی تمدن‌های مختلف می‌پردازد.

مبانی نظری

«نشانه‌معناشناسی»^۱ و «مطالعات معنا» بر این تفکر استوار است که نشانه‌ها ایجاد ارتباط می‌کنند و «معنا» هم براساس همین رابطه‌ها به دست می‌آید. اما نشانه و معنا بدون حضور انسان بی‌فایده است. از حیث روابط بین سه قطب نشانه‌شناختی انسان، طبیعت و فرهنگ سه نوع نگرش «تقابلی»، «تعاملی» و «تطبیقی» وجود دارد. اگر «طبیعت» و «فرهنگ» با هم تعامل داشته باشند، جهان زیستی بهبودی می‌یابد. اما اگر این دو در تقابل باشند و به هم آسیب رسانند، هر یک دیگری را پس خواهد زد. نشانه‌شناسی با بررسی دقیق این رابطه و نشان دادن نوع رابطه‌های حاکم در یک جامعه بین «فرهنگ»، «طبیعت» و «انسان» می‌تواند به بازسازی رابطه اشتباه و بهبود تعامل‌های درست کمک کند. نشانه‌شناسی در بحران‌ها و موضوعات اجتماعی و زیست‌محیطی، با «ایجاد آگاهی» در خصوص فرهنگ مصرف‌بینه و افزایش آگاهی جمعی در جامعه، نقش و مسئولیت اجتماعی خود را به انجام رساند. علاوه بر اینکه نشانه‌شناسی با تأکید بر اینکه بحران زیست‌محیطی، بحران عمومی و جدی است و حل آن، مشارکت جمعی را طلب می‌کند، می‌تواند «اخلاق اجتماعی» را در جامعه تقویت کند. نشانه‌بوم‌زیست^۲ تأکید بر رابطه بین موجودات با یکدیگر و با مکانی که در آن زیست می‌کنند و رابطه بین عناصر مکان با یکدیگر دارد. «نشانه‌شناسی بوم‌زیست» شاخه‌ای از علم نشانه‌شناسی است که به مطالعه روابط متقابل نشانه‌شناختی بین موجودات زنده و محیط زندگیشان است. (نات^۳ به نقل از پارساپور، ۱۳۹۲:

(۱۹۸

نشانه‌شناس بوم‌زیست به «ایجاد شفافیت» در رابطه با محیط‌زیست تأکید دارد. به این ترتیب که حساسیت و توجه جامعه را به نکته مورد نظر خود جلب می‌کند تا افراد جامعه به کنش‌گرانی تبدیل شوند که به طور مستقیم در حیات زیستی نقش داشته باشند. به این ترتیب، تطبیق‌پذیری

¹ Semiotics

² Ecosemiotics

³ W. Noth

انسانی با محیط بیشتر می‌شود و بحران‌های زیست‌محیطی هم کاهش پیدا می‌کند. از این رو، می‌توان گفت نشانه‌شناسی با بررسی روابط و شفاف‌سازی به «رشد اخلاق اجتماعی» کمک می‌کند تا افراد در راستای منفعت جمعی حرکت کنند. نشانه‌شناسی بوم‌زیست‌در پی آن است تا دانش اجتماعی و اطلاعات عمومی نسبت به روابط انسان و محیط افزایش پیدا کند و همگی به دانستن تشویق شوند و در نتیجه گفتمان آشتی برآمده از رابطه تعاملی «انسان»، «طبیعت» و «فرهنگ» تقویت شود. مسئله اصلی در نشانه‌بوم‌زیست این است که چگونه فرآیند زیستی بر بوم تأثیر گذاشته و سبب تغییر آن می‌گردد؟ و چگونه با تغییر بوم، «خود» زیستن و «خود» مکانی که در آن زیست وجود دارد، تغییر می‌کند؟ و دیگر اینکه چگونه با این تغییرات یک بوم جدید شکل می‌گیرد و یا بوم‌زیست به زیست‌سپهر تبدیل می‌گردد؛ یعنی این که یک رابطه جدید بین بوم، زیستن، هستن و جامعه تعریف می‌گردد. یکی از روش‌های تقویت گفتمان آشتی انسان و طبیعت و نهادینه کردن برخی تصورات، هنجارها و ارزش‌ها، تغییر جهان‌بینی آنها به وسیله داستان‌ها، اشعار، روایت‌ها، افسانه‌ها و آیین‌ها است. (دژاردن^۱، ۱۳۹۶: ۵۱۰)

نشانه‌معناشناسی به نظام‌های گفتمانی در کلیتشان توجه دارد و در پی آن است تا نظام‌های گفتمانی را تجزیه و تحلیل نموده و با دستیابی به واحدهای معنایی و واحدهای تمایزدهنده در سطح کلان، بین این عناصر رابطه برقرار کند و در نهایت از این رابطه معنا را دریابد؛ یعنی نشانه با قرارگرفتن در نظامی فرآیندی به تولید معنا می‌پردازد. بررسی رابطه دو سطح زبانی ثابت می‌کند چشم‌انداز جدیدی به روی مطالعات معنا گشوده شده است که بر اساس آن دیگر نمی‌توان با نشانه‌ها به مثابه گونه‌های منفک، واحدهای کمینه‌ای جدا افتاده و عناصر از هم‌گسسته برخورد کرد. بلکه باید با دیدگاه گفتمانی به مطالعه آنها پرداخت. چنین دیدگاهی دو ویژگی بسیار مهم دارد: اول اینکه نشانه‌ها را تابع نظامی فرآیندی می‌داند. در چنین نظامی عواملی مانند کنش، کنش‌گران، تعامل بین آنها، رابطه بین درونه و برونه، بافت و موقعیتی که در آن کنش شکل گرفته و تحول می‌یابد، ویژگی‌های فرهنگی، نیروهای بازدارنده و معین، روی آورد، فعالیت حسی ادراکی، حضور جسمانه‌ای و... دست به دست هم می‌دهند و سبب تحقق جریان نشانه‌معنایی می‌شوند و سپس نشانه‌ها را در مجموعه‌های بزرگ معنایی

¹ J. R. Des Jardins

مطالعه می‌کنند؛ یعنی اینکه نشانه‌ها بر اساس رابطهٔ بینشان و پیوندی که در بافت گفتمانی بین آنها ایجاد می‌شود، معنادار هستند. (شعیری، ۱۳۸۸: ۴۸-۴۹).

در دیدگاه نشانه‌معناشناسی، گفتمان‌ها به انواع مختلفی تقسیم می‌شوند که گفتمان کنشی^۱ و گفتمان شوشی^۲ دو نوع مهم آن می‌باشند. گفتمان کنشی بر اصل کنش‌گر، کنش و تصاحب ابژه ارزشی متمرکز است و گفتمان شوشی بر اصل حضور و رابطهٔ حسی ادراکی و عاطفی شوش‌گر با دنیا، با خود و دیگری بنا شده است. (شعیری، ۱۳۹۵: ۱۴) نظام‌های گفتمانی یا مبتنی بر کنش و عملکرد هستند که نظام‌های گفتمانی شناختی را می‌سازند و یا مبتنی بر شوش یعنی بر نوع و شیوه حضور هستند که نظام‌های گفتمانی احساسی را می‌سازند. عوامل کنشی به سه دسته کنش‌گزار، کنشگر و کنش‌پذیر و عوامل شوشی نیز به سه دسته شوش‌گزار، شوشگر و شوش‌پذیر تقسیم شوند. کنش عملی است که ضمن تحقق برنامه‌ای مشخص، موجب تغییر وضعیتی به وضعیت دیگر می‌شود و آنچه در برابر کنش قرار می‌گیرد، شوش نام دارد که شامل جریان بعد از تحقق تغییر می‌شود و توصیف‌کننده حالتی است که عامل گفتمانی در آن قرار دارد و به تغییر، احساس و ویژگی‌های روحی مثل اندوه، شادی و امید مربوط می‌شود. (نصیحت و همکاران، ۱۳۹۲)

تجزیه و تحلیل نشانه‌معناشناسی گفتمانی داده‌ها

داستان مینا و پلنگ، روایتی مستند از عشق میان انسان و حیوان است. عشق دختری بنام مینا از دهکده کندلوس استان مازندران و پلنگ که حدود صدسال پیش به وقوع پیوست. اهمیت داستان علاوه بر اینکه یک اثر ماندگار ادبی با محتوای عشق رماتیک بین انسان و حیوان است، دارای مضامین شگرفی از رفتار انسانی با حیوانات و نگاهی بوم‌زیستی و عاشقانه به این موجودات طبیعی است. این داستان تأمل‌برانگیز همچون اسطوره‌ای در یاد و خاطرهٔ مردم مازندران به جای مانده است و از سرگذشت غم‌انگیز این دختر زیبا و حیوانی که به آن عشق می‌ورزید همواره سرشک غم از چهره می‌بارد.

داستان با نظام زیبایی‌شناختی از زیبایی دختری مازندرانی بنام مینا آغاز می‌شود. «مینا چشمانی به سرخی یا قوت داشت ولی مردم به او مینای گرگ‌چشم یا «ورگ‌چشم» می‌گفتند. راوی داستان ویژگی‌های مینا را شرح می‌دهد: «بلندبالا و زیبا بود و با آواز بسیار زیبا و دلنشین که معمولاً کنار

¹ Action

² State

چشمه (ماه‌پره) می‌نشست، آواز می‌خواند و دخترهایی که برای گرفتن آب از چشمه می‌آمدند دور او جمع می‌شدند و به صدای دلنشین او گوش می‌دادند». داستان با شوش عاطفی و دلسوزی از سرگذشت مینا ادامه می‌یابد: «مینا دختری تنها و یتیم بود و تنها در کلبه‌ای زندگی می‌کرد». توصیف زیبایی چشمان مینا با نظام زیبایی‌شناختی ادامه می‌یابد و به کنش نحوه برخورد جوانان و کودکان با او اشاره می‌کند: «او دختری زیبا بود و بسیاری از جوان‌ها عاشق او بودند ولی خیلی‌ها جرأت نمی‌کردند به چشم او نگاه کنند و حتی بچه‌های کوچک از او می‌ترسیدند، زیر گریه می‌زدند و فرار می‌کردند.» نقصان معنایی داستان همان یتیمی و تنهایی کنشگر اصلی یعنی مینا است و تلاش او برای پیدا کردن همدم و مونس او را به صحرا کشانده است:

«دل مینا وصال یار می‌خواست در این جنگل همه چیزش مهیاست

کنار گل همی آواز می‌خواند حدیث عشق را با ناز می‌خواند.» (جلالی، ۱۳۸۶: ۶۱)

کنش زندگی هر روزه مینا جریان داشت تا آن‌که واقعه‌ای رخدادی در زندگی او بوجود می‌آید که شوش عاطفی عشق پلنگ به دختر را به دنبال دارد: «مینا در تنهایی جنگل شاید از روی ترس یا تنهایی با آوای بلند ترانه می‌خواند. روزی پلنگی این صدا را شنید و عاشق صدای زیبایی او شد و هر روز از پشت بوته‌ها او را می‌دید و به آواز او گوش می‌داد.» پلنگ با گوش کردن به صدای ترانه مینا نوعی حس انسانی پیدا نموده و روند طبیعی زیست خود را به دلیل شوش دل‌بستگی به دختر از دست داد. در واقع با هیجان و جادوی حس عاطفی عشق، یک «ابژه مادی» یعنی پلنگ هویتی فراحوانی یافته و به یک کنشگر زیبا‌ساز شده معنایی تبدیل می‌شود و بدین ترتیب یک شوش حسی عاطفی ایجاد شده و در مکانی سیال و غیرمادی (جدای از دنیای مادی که در آن حضور دارد)، پلنگ به موجودی انسان‌گونه و با ویژگی‌های روحی و احساسی انسانی بدل می‌شود:

«پلنگِ بقراری از ره دور چو بشنید آن صدا مستانه مسرور

روان شد نم نمک بر گفته دل نمی‌گنجد چنین در فهم عاقل

ز شادی نعره‌ایی مستانه سر داد تمام عاشقان را او خبر داد.» (جلالی، ۱۳۸۶: ۶۴)

متقابلاً مینا نیز دچار شوش عشق به پلنگ و نعره او گردید و برخی روزها به تنهایی به جنگل آمده و با کمک پلنگ به جمع‌آوری هیزم مشغول می‌گردید:

«دل مینا هوای یار کرده هوای عاشق و دلدار کرده

دل مینا به پیش آن صدا بود که این فریاد با دل آشنا بود

دلش می‌خواست برگردد به صحرا پلنگ آشنا بیند در آنجا.» (همان: ۶۴)

به بیانی دیگر، پلنگ وحشی با دچار شدن به هیجان و شوش عشق، به پلنگ انسانی تبدیل شده و وصال به معشوق می‌خواهد؛ و پس از وقوع شوش‌های تشیی-عاطفی، شوش عشق پلنگ به دختر، به کنش تعقیب معشوق و رسیدن به خانه مینا ختم شد: «پلنگ که به صدای او عادت کرده بود و عاشق او شده بود، نتوانست شبها از دلتنگی طاقت بیاورد. بوی او را ردیابی کرد تا اینکه شبانگاه به کلبه مینا در روستا رسید. از روی درخت توتی بالا رفت، به پشت بام خانه‌اش رسید و از آنجا صدای معشوقه‌اش را می‌شنید.» کنش بالا رفتن پلنگ به پشت بام خانه منجر به کنش متقابل مینا شد. یکی از شب‌ها مینا از پشت بام صدایی شنید و از نردبانی که اکنون در موزه کندلوس نگهداری می‌شود، بالا رفت. رفتن پلنگ به بالای درخت و نیز بالا رفتن مینا از نردبان و رسیدن هر دو به پشت بام و نزدیک شدن به آسمان، تقویت فرآیند استعلایی داستان محسوب می‌گردد.

کنش بالا رفتن مینا مینا و دیدن پلنگ، واقعه رخدادی بیهوش شدن او را به دنبال داشت: «پس از آنکه چشمش به پلنگ افتاد، پلنگ خرناسی کرد و مینا از ترس بیهوش شد. پلنگ آنقدر بالای سرش نشست تا به هوش بیاید و این بار که به هوش آمد، نفسش در سینه بند آمد و به چشم پلنگ خیره شد و با ترس و لرز فراوان و لکنت زبان پرسید تو اینجا چه می‌کنی؟ از من چه می‌خواهی؟ پلنگ هم با صدای خودش جوابشو می‌داد.» پلنگ مادی در این مرحله با ورود به گفته‌پردازی به سطح بالاتری از فرآیند انسان شدن وارد شده است. شوش تهایی مینا به خاطر چشمان سرخگونش کنش آرامش پلنگ را رقم زد: «پلنگ که مینا را دید، مبهوت و حیران چشمان او شد و آرام گرفت. چون چشم هردو یک رنگ بود.» شوش عاطفی عشق بین مینا و پلنگ به کنش گفتگو بین آنها تبدیل شد:

«نگه می‌کرد یار مهربان را نوازش می‌نمود آن دلستان را

برای نازنینش ناز می‌کرد چو مرغی در هوا پرواز می‌کرد

نشستند تا سحرگه این دو دلدار شب پرخاطرات از وقت دیدار.» (همان: ۱۲۳)

شوش عاطفی عشق بین مینا و پلنگ ادامه می‌یابد و نظام تعامل به صورت جدول ۱ شکل می‌گیرد:

جدول ۱. نظام تعامل انسان و حیوان

رفتن مینا به جنگل و دیدن پلنگ و جمع‌آوری مشارکتی هیزم در روز



رفتن پلنگ به آبادی (منزل مینا) و صرف غذا و عشق‌بازی در شبها

اگرچه مردم رد پای پلنگ را در زمستان بر روی برف تا خانه مینا مشاهده می‌کردند ولی از حضور پلنگ در خانه دخترک خبر نداشتند. فضای عاطفی به فضای تئسی با مشاهده خیرالنسا یکی از دوستان مینا تبدیل می‌شود که صدای مینا را در حال گله و شکایت می‌شنود: «مینا را دید که نشسته و به دیوار تکیه داده و با تکه چوبی که در دست داشت در حالی که بازی می‌کرد، در جلوی او پلنگ غول‌پیکری نشسته و مانند کودکی که از دعوای مادرش شرمسار باشد سر و گوشش را پایین انداخته و پس از هر دعوا و سرزنش مینا به زوزه و آه شرمساری می‌کشد.»

اطلاع مردم از رابطه بین مینا و پلنگ و کنش رفت‌وآمد آن دو به جنگل و خانه مینا، شوش حسادت جوانان ده را رقم می‌زند. حضور مداوم هرشب پلنگ در خانه مینا شوش شرمساری بعضی از بستگان مینا را به همراه داشت و به کنش کتمان این واقعه توسط بستگانش تبدیل شد.

در روستای نیچکوه نظام آیینی عروسی دختری به نام آهو برپا شد. شوش نگرانی اهالی روستا که همگی به عروسی دعوت شده و نگران مینا بودند، به کنش مجایی بردن مینا به عروسی تبدیل شد. کنش رفتن مینا به عروسی همراه با شوش عاطفی و دلتنگی دوری از معشوق و شوش نگرانی وی همراه بود. «دل مینا در کندلوس جامانده بود؛ می‌دانست حتما پلنگ امشب می‌آید. در شب عروسی بیشتر مردان تفنگ به دست بودند و خطر بزرگی پلنگ را تهدید می‌کرد چون او حتما رد و بوی مینا را می‌گرفت و به نیچکوه می‌آمد.» عدم حضور مینا در ده، کنش ورود پلنگ به روستای نیچکوه را به دنبال داشت:

«از رد پای مینا بو کشیده به ره افتاده چون ماری جهیده

به سوی آن عروسی او دوان است به امید وصالش ناگران است

به ره افتاد و تا نیچکوه سفر کرد دل معشوقه‌اش را او خبر کرد.» (همان: ۱۳۲)

فضای تئسی به وقوع پیوست و منجر به ورود کنشگران غیرانسانی و حمله سگ‌ها به پلنگ شد. فضای رخدادی جنگ و درگیری بسیار خونین بین کنشگران غیرانسانی به وقوع پیوست. با ادامه فضای تئسی رعب و وحشت بر فضای عروسی مستولی شد و زنان و کودکان از ترس بیهوش شدند. با ادامه فضای تئسی رعب و وحشت در روستا و شوش حسادت ضد کنشگران و کنش حمله برنامه‌ریزی شده و تعینی و شلیک تیر به سمت پلنگ و واقعه رخدادی اصابت تیر به پلنگ منجر به کنش فرار او در دل جنگل شد:

«عروسی ولوله آشوب برخاست پلنگ اندر میان وحشت در آنجاست

پلنگ هیچ کین و آزاری ندارد در آن محفل به کس کاری ندارد

همی خواهد رود تا پیش یارش
ولی کار پلنگ امشب تمام است
صدای آن گلوله در شب سرد
تمام خفتگان را کرده بیدار
أنا الحق عشق آدم بر خدا بود
کلام بایزید آشنا بود.» (همان: ۱۳۲ و ۱۳۳ و ۱۳۸)

به آن سیمین‌تن و آن گل‌عذارش
جوان در انتظار انتقام است
صدای نعره غمگین و پردار
چو خون سرخ حلاج است بر دار

راوی با اشاره کردن به جان‌فشانی پلنگ در راه یار خود و مقایسه عمل او با حلاج و بایزید که دو چهره شناخته‌شده و اسطوره عشق و عاشقی در راه خدا هستند، داستان را وارد فرآیند استعلا یافتگی و اسطوره‌ای نموده است.

فضای وهم‌آلود و تشیی سنگین ناشی از ورود پلنگ و تیراندازی به سویش، بارش شدید برف و کولاک و شوش ترس و وحشت باعث شد مراسم عروسی بهم بخورد. یکی از بستگان مینا با این ادعا که پلنگ به خاطر گرسنگی به روستا آمده بود، کنش تغییر فضا را موجب گردید. با تغییر فضای تشیی به فضای آرامش، مراسم آیینی عروسی از سر گرفته شد و منجر به فضای شادی و آرامش در روستا گردید. مردم که فکر نمی‌کردند پلنگ کشته شده یا تیری به او اصابت کرده باشد، درباره حضور پلنگ به روستا حرف می‌زدند. فردای عروسی فضای شوشی آرامش به فضای واقعه رخدادی پیدا شدن خون پلنگ درون چاله‌ای از برف نزدیک کندلوس تبدیل می‌شود:

«پلنگ جان را تثار یار خود کرد
به روی برف خون سرخ، رنگین
رخ گلگون او یکباره شد زرد
زمین را چون شقایق داده تزئین
که گویی مهر ختم عاشقی بود
الا صیّاد ترا چه حاصل و سود.» (همان: ۱۴۰)

و بدین ترتیب اسطوره‌سازی از خون پلنگ و تقدس آن را ادامه پیدا کرد: «رنگ خونش مثل گل شقایق بود. از قدیم می‌گفتند رنگ خون عاشق با خون دیگران فرق دارد. خون عاشق مقدس است؛ هر جا بریزد گل در می‌آید.»

فضای تشیی گم شدن پلنگ شوش عاطفی غم و اندوه و شیون و زاری مینا و تبدیل آن به شوش خشم را به همراه داشت: «وقتی فهمید شاید پلنگ مرده باشد آنچنان سروصدا و شیون و زاری در کندلوس به راه انداخت که همه مردم ده حیرت زده و مبهوت شدند. مینا مدام نام پلنگ را صدا می‌زد و بر سر روی خود می‌زد. او یکپارچه خشم آتش شد.»

شوش غم و اندوه مینا شوش ناراحتی مردم ده را رقم زد. مردم ده معتقد بودند جوانی که پلنگ را با تیر زد رقیب عشقی پلنگ بود:

« جوانی عشق مینا را به سر داشت
ز عشقش در نهانی دیده تر داشت
جوان از این رقیب بی سروپا
در آن شب در درونش گشته غوغا
خداوند رقیب من پلنگ است؟
سزای او فقط تیر و تفنگ است.» (همان: ۹۰ و ۱۲۸)

شوشِ غم و اندوه مینا منجر به شوش هراس این رقیب عشقی شده و کنش فرار او به جنگل و عزلت‌نشینی او را در آنجا باعث شد. واقعهٔ گم شدن پلنگ، شوشِ غم و کنش برگزاری مراسم آیینی عزاداری برای پلنگ توسط مینا را رقم زد:

«ولی مینا چو یارش را چنان دید
بهار زندگانی را خزان دید
تو گویی تیر بر قلب خودش خورد
به ظاهر زنده و از دل دگر مرد
ز دل فریاد زد ای داد و بیداد
الهی بشکند آن دست صیّاد
چرا یار مرا از من جدا کرد
چرا اینگونه با عشقم جفا کرد
صدای ناله مینا چه ها کرد
چو طُبلِی در میان ده صدا کرد
دگر اسرار مینا خود عیان شد
همان شب قامت مینا کمان شد.» (همان: ۱۴۱)

کنش عزاداری مینا، کنش جدایی او از مردم را به همراه داشت: «مینا تا پایان زمستان خود را در خانه زندانی کرد و کسی را نمی پذیرفت. بستگانش گاهی برای او غذا می آوردند تا اینکه زمستان سپری شد.»

با سپری شدن زمستان و آمدن بهار و برگزاری مراسم آیینی عید نوروز، واقعه‌ای رخدادی جدیدی بوقوع پیوست: «در یکی از نخستین روزهای بهار با آمدن جشن نوروز باستانی ایرانیان یک روز صبح زود، مه بسیار غلیظی آمد. گفته می‌شد هیچیک از مردم ده در همه عمر خود چنین مه‌ایی ندیده بودند.» (مه ترکیبی از آب و هواست) این واقعه رخدادی، کنش مینا را به همراه داشت و منجر به وقوع رخدادی دیگر شد: «وقتی مه آمد، مینا در خانه خود را گشود و بیرون آمد. گویا صدایی از جنگل او را فراخوانده بود. آرام، بدون آنکه سخنی به لب گشاید و به کسی چیزی بگوید و پاسخ پرسش کسی را بدهد، به سوی جنگل رفت و در مه گم شد.» در اینجا مینا در نتیجه شوش عشق و هجران یار از سپهر نشانه‌ای انسان که منزل خود و روستا و آبادی است، جدا گردیده و به سپهر نشانه‌ای طبیعت و جنگل که مأوای یار و همدمش یعنی پلنگ بوده، کوچ می‌کند. از نظر مینا ورود به سپهر بوم‌زیست جدید، رها شدن از سپهر نشانه‌ای انسانی و داخل شدن در جایی که هم‌سنگ با بهشت است:

«پیام آمد ز پیک عاشقانه برون خیزید محبوسان خانه
 دگر جنگل برای او بهشت است بهشتی را که با جانش سرشت است
 ولی روحش به جنگل گشته هم‌خو نمی‌خواهد رود رو سوی کل‌چو» (همان: ۱۴۷)

کنش گم شدن مینا شوش نگرانی مردم و بستگانش را به همراه داشت: «مردم و بستگانش نگران شدند و آتش و فانوس گرفتند و در جستجوی او به جنگل رهسپار شدند؛ ولی هرگز او را نیافتند». با گم شدن مینا کنش افسانه‌سازی مردم شروع شد: «از خانه متروک مینا صدای ساز و آواز او می‌آید، وقتی از جلوی خانه او می‌گذشتند پایشان سست می‌شد. کم‌کم بر این باور و خیال شدند که شاید پلنگ، یک جن یا پری بوده که به شکل پلنگ هرشب به خانه او می‌آمده است.» جریان افسانه‌سازی مردم از سرنوشت مینا ادامه داشت تا آنکه واقعه‌ای جدید رخ می‌دهد: «یکسال بعد جوانی گفت که در جنگل پیرزنی دیده که موهای بسیار بلندی با چشمانی سرخ داشت. وقتی مینا جلوی او قرار گرفت، از ترس سرگشیش خشکش زد و نمی‌توانست واژه‌ای بگوید. مینا با دیدن او بی‌درنگ فرار کرد. جوان پس از آنکه به روستا برگشت، لکنت زبان گرفت و چند روز مریض شد، تب شدید گرفت و باهمان بیماری مرد».

کنش کنشگران داستان به ظاهر پایان یافت و مردم از سرگذشت واقعی مینا پس از رفتن به جنگل و گم شدن او اطلاع نداشتند:

«بگفتند بعد از آن وقتی که او مرد که روح آن پلنگ آمد ورا برد
 به قولی زنده هستند آن دو دلدار نگردند عاشقان این گونه مردار
 به ظاهر داستانی بود آغاز که عشق یک قصه و تکرار شد باز
 که عشق از آدم و خاتم بنا بود همی خورشید خلقت را صفا بود
 به پایان آمد این منظومه دفتر ولی باقی است دائم شور در سر.» (همان: ۱۴۹)

رابطه انسان و حیوان که از پیدا کردن یکدیگر به تعامل وصال رسیده بود، در مرحله پایانی داستان در نتیجه نیروی عشق، به مرحله ذوب شدن و وحدت و یگانگی رسیده است. سرانجامی که از این سرگذشت اسطوره‌ای انسان و حیوان در یک فضای شناختی حاصل شد: «عشق درمان‌کننده و رام‌کننده وحشی‌گری هر موجود زنده‌ای است». فرآیندهای اصلی معناسازی و نظام‌های گفتمانی داستان مینا و پلنگ در جدول ۲ نشان داده شده است:

^۱ کل‌چو خانه چوبی است که از چهار طرف تنه درخت را بطور افقی روی هم قرار می‌دهند و با خشت قسمت داخل آن را محصور می‌کنند. این نوع خانه‌ها در مقابل

حوادثی چون زلزله بسیار مقاوم می‌باشند. (جلالی، ۱۳۸۶: ۴۷)

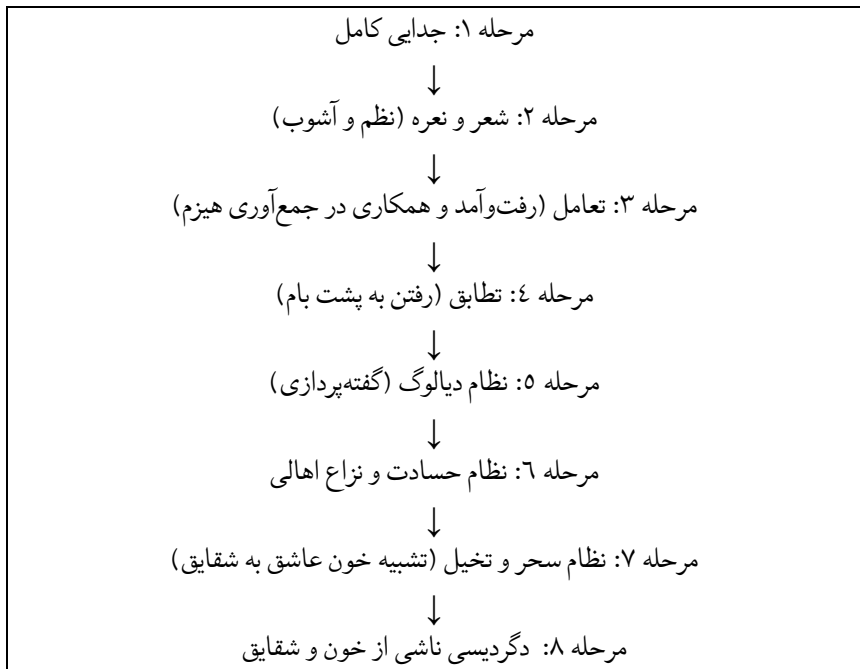
جدول ۲. فرآیندهای نشانه‌معناشناسی و نظام‌های گفتمانی داستان مینا و پلنگ

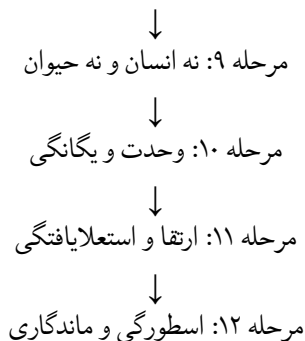
نظام زیبایی‌شناسی ویژگی‌های مینا ← شوش عاطفی دلسوزی راوی از سرگذشت زندگی مینا
 ← ادامه نظام زیبایی‌شناسی از توصیف زیبایی چشمان مینا ← کنش زندگی هر روزه مینا در
 روستا ← واقعه رخدادی حضور پلنگ در زندگی مینا ← شوش عاطفی عشق پلنگ به مینا
 ← تجاوز نشانه‌ای ورود پلنگ به خانه مینا ← کنش بالا رفتن مینا از نردبان ← نظام
 رخدادی بیهوش شدن مینا از دیدن پلنگ ← کنش آرام شدن پلنگ از دیدن چشمان سرخگون
 مینا ← ادامه شوش عشق مینا و پلنگ ← کنش گفتگو بین دو عاشق ← تبدیل فضای
 عاطفی به فضای تئسی از گفتگوی شکایت‌آمیز مینا با پلنگ ← شوش آگاهی مردم از رابطه
 بین مینا و پلنگ ← کنش رفت‌وآمد دو عاشق به جنگل و خانه مینا ← شوش حسادت
 جوانان ده از عشق مینا و پلنگ ← شوش شرمساری بستگان مینا از عشق بین مینا و پلنگ
 ← کنش کتمان عشق توسط بستگان مینا ← برپایی نظام آیینی عروسی دختری آهو نام از
 اهالی روستا ← شوش نگرانی اهالی روستا از تنها ماندن مینا در خانه در شب عروسی ←
 کنش مجابی بردن مینا به عروسی توسط اهالی روستا ← کنش رفتن مینا به عروسی همراه با
 شوش عاطفی دوری از معشوق ← تجاوز نشانه‌ای ورود پلنگ به روستای نیچکوه در شب
 عروسی ← فضای رخدادی تئسی جنگ و درگیری بین کنشگران غیرانسانی (سگ‌ها و
 پلنگ) ← ادامه فضای تئسی رعب و وحشت ← کنش حمله کنشگران انسانی ← واقعه
 رخدادی اصابت تبر به پلنگ ← کنش فرار پلنگ به طرف جنگل ← فضای وهم‌آلود و تئسی
 حاکم بر واقعه رخدادی ← تغییر فضای تئسی به فضای آرامش توسط یکی از بستگان مینا
 ← ادامه جریان مراسم آیینی عروسی و نظام زیبایی‌شناسی شادی و آرامش ← نظام شایعه
 و گفته‌پردازی مردم درباره کشته شدن پلنگ ← تبدیل فضای شوشی آرامش به فضای
 رخدادی پیداشدن خون پلنگ ← رویدن گل و نظام اسطوره‌ای خون پلنگ عاشق و تقدس
 آن ← فضای تئسی گم شدن پلنگ ← شوش عاطفی عزاداری مینا ← ادامه شوش عاطفی
 غم و اندوه مینا و شوش غم و ناراحتی مردم ← شوش نگرانی و هراس رقیب عشقی پلنگ
 (مراد) از شیون و زاری مراد ← کنش فرار مراد به جنگل و عزلت‌نشینی او ← ادامه شوش

غمگساری مینا و کنش برگزاری مراسم آیینی عزاداری ← ادامه کنش عزاداری مینا همراه با کنش جدایی او از مردم ← پایان یافتن زمستان و برگزاری مراسم آیینی عید نوروز بوسیله مردم ← واقعه رخدادی ورود مه به روستا ← واقعه رخدادی گم شدن مینا در مه ← شوش نگرانی مردم روستا ← کنش بستگان مینا و اهالی روستا در پیدا کردن مینا ← نظام افسانه‌ای گم شدن مینا ← نظام سحر و جادوی شنیدن صدای آواز مینا از خانه متروک وی ← واقعه رخدادی جدید وجود پیرزنی با چشمان سرخگون ← کنش رویت مینای پیر توسط یکی از جوانان ده ← واقعه رخدادی بیماری و مرگ جوان از دیدن پیرزن ← تبدیل خانه مینا به مکانی مورد احترام مردم ← پایان داستان با فضای شناختی حاصل از انرژی عشق به طبیعت و موجودات هستی.

سپهر بوم‌زیست نشانه‌ای جدید متشکل از تعامل دو سپهر نشانه‌ای انسان و حیوان در جدول ۳ نشان داده شده است:

جدول ۳. مراحل اسطوره‌گی مینا و پلنگ





نتیجه‌گیری

تحلیل نشانه‌بوم‌زیست گفتمانی روایت «مینا و پلنگ» حکایت از آن دارد که دو کنش‌گر اصلی، روند طبیعی زیست خود را به دلیل شوش دلبستگی به یکدیگر از دست داده و در واقع با هیجان و جادوی حس عاطفی عشق، یک «کنشگر حیوانی» یعنی پلنگ از سپهر نشانه‌ای حیوانیت دور شده و در این فرآیند در گام اول هویتی فراحوانی یافته و به موجودی انسان‌گونه و با ویژگی‌های روحی و احساسی انسانی تبدیل گردید و در گام بعدی وارد سپهر نشانه‌ای عشق به معشوقه شده و جان خود را در راه رسیدن به دلدارش فدا می‌کند و در نقطه مقابل مینا با فارغ شدن از نفسانیات و امیال انسانی دل در گرو عشق حیوانی می‌بندد و در گام اول وارد سپهر نشانه‌بوم‌زیستی گردید و بدین ترتیب هر دو برای همیشه تاریخ در بین مردم کندلوس زنده و جاودانه شدند. تغییر در روابط انسان و طبیعت و تبدیل شدن تقابل بین انسان و حیوان در بوم‌زیست این روایت به وضعیت تعامل و یکی شدن مینا و پلنگ، راه را برای بروز اسطوره عشق هموار نموده است. تعامل دو سپهر نشانه‌ای انسان و حیوان موجب تبدیل «من» و «دیگری» به «مای» فرهنگی شده و در نتیجه قدرت عشق، حیوان وحشی رام انسان گردیده و با همین نیرو، کنشگر اصلی داستان تبدیل به اسطوره عشق به حیوانات و محیط زیست و نماد دوستی انسان و حیات وحش شده است. انتقال نشانه‌ها و نمادها از نظام مادی و زمینی به نظام استعلایی و اسطوره‌ای در خلأ انجام نمی‌شود بلکه این جابجایی از مجرای فرهنگ و تاریخ است و در این فرآیند انتقال از عنصر مادی به اسطوره‌گی، موضوعی حیاتی و کلیدی است. آمیختگی دو سپهر نشانه‌ای متفاوت انسان و طبیعت منجر به شکل‌گیری سپهر

نشانه‌بوم‌زیست جدیدی شده است که محبت و دوست داشتن یکدیگر و ورود به دنیای عشق و عاشقی و جاودانگی از ویژگی‌های این سپهر جدید است.

فهرست منابع

- آلبوغبیش، عبدالله؛ فاطمه گل‌بابایی (۱۳۹۷). «نقد زیست‌بوم‌گرایانه داستانی کوتاه از غلامحسین ساعدی»، ادبیات پارسی معاصر، سال ۸، شماره ۱، صص ۷۹-۹۷.
- اسماعیلی، عصمت؛ ندا ایمانی خوشخو (۱۳۹۶). «پلنگ در باورهای اسطوره‌ای منطقه سمنان (بر اساس افسانه‌های عامیانه منطقه پرور و شه‌میرزاد)»، ادبیات عرفانی و اسطوره‌شناختی، سال ۱۳، شماره ۴۸، صص ۷۷-۱۰۵.
- پارساپور، زهرا (۱۳۹۲). درباره نقد بوم‌گرا. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- حبیبی نسامی، مرتضی (۱۳۹۳). «بررسی بوم‌گرایانه با شبیرو، اثر محمود دولت‌آبادی»، ادبیات پارسی معاصر، سال ۴، شماره ۴، صص ۹۵-۱۱۵.
- جلالی، فرهود (۱۳۸۵). منظومه مینا و پلنگ: روایتی مستند از دامنه‌های البرز. تهران: پاریپار.
- دژاردن، جوزف آر (۱۳۹۶). اخلاق محیط زیست: درآمدی بر فلسفه محیط زیست. ترجمه: مهدی کلاهی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- گرچی، مصطفی؛ احمد ابومحسوب؛ نادعلی فلاح (۱۳۹۶). «ریخت‌شناسی منظومه امیر و گوهر براساس نظریه ولادیمیر پراپ»، دوماهنامه فرهنگ و ادبیات عامه، سال ۵، شماره ۱۵، صص ۱۱۳-۱۳۵.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۸). «از نشانه‌شناسی ساختارگرا تا نشانه‌معناشناسی گفتمانی»، نقد ادبی، دور ۲، شماره ۸، صص ۳۳-۵۲.
- نصیحت، ناهید؛ خلیل پروینی؛ فرامرز میرزایی؛ کبری روشنفکر (۱۳۹۲). «بررسی نشانه‌معناشناختی ساختار روایی داستان کوتاه لقاء فی لحظة رحیل»، جستارهای زبانی، دوره ۴، شماره ۲، صص ۱۹۹-۲۲۰.

بررسی تأثیر کنش احتکار بر تغییر هویت اجتماعی افراد: خروج «خود» از درون گروه و تبدیل شدن به «غیر» از منظر مطالعات فرهنگی

فاطمه کواشی^۱

دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی

چکیده

احتکار کنش اجتماعی ناپسندی است که بسامد آن، به عنوان یک نشانه، بی‌سامانی و آشفتگی در نظام اقتصادی جوامع را برملا می‌کند. این پدیده تعادل میان عرضه و تقاضا را به هم می‌ریزد و بخش قابل توجهی از کنشگران جامعه را به عارضه ولع خرید و ذخیره‌سازی کالا، بدون تناسب با معیارهای ارزشی و نیازهای واقعی مبتلا می‌سازد. در این پژوهش برآنیم بر اساس بسامد احتکار در چندماهه اخیر ایران و بازتاب گسترده آن در رسانه‌ها، مطابق با ماهیت فرارشته‌ای یا بینارشته‌ای بودن مطالعات فرهنگی، سازوکار «سرایت» در معنای مدنظر اریک لاندوفسکی را در مورد افزایش میل شهروندان به این عمل مخرب و غیراخلاقی تبیین کرده و به نحوه شکل‌گیری احتکار، به مثابه رفتار اجتماعی نابهنجار و ازدیاد آن در جامعه ایران پردازیم. همچنین، ضمن ارائه توضیحات و تعاریف لازم، با کاربرد سه نظریه: «مم‌ها»، «هویت اجتماعی» و «منازعه واقع‌گرایانه» به این پرسش‌ها پاسخ خواهیم دهیم که نقش مم‌ها یا همان کدهای هنجاری که حاوی اطلاعات متنوع‌اند، در شیوع پدیده‌ای به نام احتکار خانگی چیست؟ هویت اجتماعی افراد در این جریان چگونه تغییر می‌کند و خودی‌ها چطور از طریق احتکار به غیرخودی تبدیل شده و به برون‌گروه راه می‌یابند؟

کلیدواژه‌ها: احتکار، مطالعات فرهنگی، نظام معنایی سرایت، نظریه مم‌ها، نظریه هویت اجتماعی و منازعه واقع‌گرایانه.

۱. مقدمه

احتکار به‌منزله یک معضل اقتصادی - اجتماعی با آن‌که دارای خاستگاهی فردی است، علاوه بر زندگی شخصی افراد، عرصه کلان جامعه را نیز تحت الشعاع قرار می‌دهد. ولع و آزمندی، به‌طور غریزی، در ذات انسان نهادینه شده است و در عین این‌که بالقوه می‌تواند انگیزه‌ای برای نیکوکاری و مشارکت در امور خیرخواهانه باشد، عملکردی ویران‌کننده نیز دارد، مشروط بر آن‌که میل به زیاده‌خواهی و افزون‌طلبی در انسان، با رشدی سرطانی، غیرقابل کنترل شود.^۱ در آن صورت، افراد بدون توجه به نیازهای واقعی و اساسی خود، به‌شکل مفرط و سیری‌ناپذیری، به جمع‌آوری کالاهای بعضاً غیرضروری و انباشت نسنجیده آن‌ها روی می‌آورند و بدین ترتیب، کنش احتکار شکل می‌گیرد.

یکی از مهم‌ترین عواملی که انسان‌ها را تابع غرایز نفسانی حریص و زیاده‌طلب کرده و موجب عدول آن‌ها از رفتارهای بهنجار می‌شود، دسترسی نامطلوب افراد به کالاهای اساسی است. آبراهام مازلو،^۲ روان‌شناس انسان‌گرا، اساسی‌ترین نیازهای انسان را نیازهای زیستی و فیزیولوژیکی می‌داند، زیرا انسان برای پیمودن درست مسیر تکامل محتاج تفکر و اندیشه‌ورزی است و «فقر و فاقه در طول هزارها سال طوری مغز طبقات فقیر را مفلوج کرده که هیچ نوع اندیشه جز فکر تحصیل نان و کاشانه‌ای که بتوانند در آن بخوابند، در مغز آن‌ها به‌وجود نمی‌آید» (برلین و دیگران، ۱۳۸۹: ۴۳) و این، عامل بازدارنده پر قدرتی در برابر ارتقا و رشد جنبه‌های مختلف انسان است. بنابراین، در سلسله‌مراتب نیازها، برخی از آن‌ها که بر مبنای نظریه بنیادی مازلو غریزی‌اند و لازمه بقا، می‌بایست به‌عنوان مبنایی‌ترین نیازها در اولویت قرار بگیرند. این نوع نیازها به‌دلیل نقش پراهمیت و تعیین‌کننده در زندگی به نیازهای حیاتی انسان موسوم‌اند.

در جریان به‌وجود آمدن اختلال در شبکه تولید و توزیع کالاها و کمبود و نارسایی اقلام مصرفی مردم و به تبع آن، افزایش قیمت‌ها، امنیت و سلامت روانی در جامعه متزلزل می‌شود. این امر، به شکل کنش احتکار، یعنی نامتعادل شدن رابطه میزان خرید با مصرف واقعی و آشفستگی اقتصاد خانواده‌ها نمود می‌یابد و تبعات آن، ناگزیر، سامان نظام اقتصادی جامعه را نیز بر هم می‌زند. کارل مارکس^۳ به دو نیروی متضاد تولید و مصرف و نقش رابطه تقابلی آن‌ها

^۱ به باور فروید «مقاومت ناپذیر بودن غرایز رام‌شده و شاید کشش غرایز محدودشده توجیهی اقتصادی پیدا می‌کند» (فروید، ۱۳۹۲: ۳۰).

^۲ Abraham Maslow (1908-1970)

^۳ Karl Marx (1818-1883)

در اقتصاد یک ملت اشاره می‌کند و معتقد است که «اگر نیروی مثبت، یعنی تولید، از بین برود، مصرف از بین خواهد رفت و هرگاه نیروی منفی - مصرف - ناپدید شود، نیروی تولید باقی نخواهد ماند» (برلین و دیگران، ۱۳۸۹: ۳۴). به این ترتیب، بنای اقتصادی در یک جامعه، رفته‌رفته، سست می‌شود و در آستانه فروپاشی قرار می‌گیرد و احتکار به‌مثابه یک علامت بالینی حاکی از وخامت اوضاع اقتصادی است. البته، رابطه‌ای دوسویه برقرار است: اقتصاد بیمار بستر مناسبی برای عرض اندام کردن پدیده احتکار فراهم می‌آورد و از طریق احتکار نیز، به‌رغم کمیاب یا گران‌تر شدن کالاها و حتی تنزل احتمالی کیفیت اقلام، تقاضا بر عرضه پیشی می‌گیرد. تقاضایی که مطابق با معیارهای سلامت نیست و کمکی به افزایش میزان تولید و رونق اقتصادی نمی‌کند.

این کنش در نظر علمای فقه و شریعت، همچنین اندیشمندان، جامعه‌شناسان و کارگزاران اقتصادی جایگاه مطرودی دارد، زیرا شیوع و پیامدهای احتکار، به‌انحای مختلف، آرامش را از جامعه سلب می‌کند. از جمله این پیامدها می‌توان به وخامت رفاه آحاد مردم، رواج بی‌اعتمادی در جامعه، آسیب به نظام تولید و کاهش سرمایه اجتماعی اشاره کرد.

از طرفی، بسامد اقدام به این کنش ناشایست نیز، در حکم نشانه‌ای برملاکننده، حکایت از بی‌سامانی و آشفتگی نظام اقتصادی جوامع درگیر دارد. این پدیده، چنان‌که پیش‌تر اشاره شد، تعادل میان عرضه و تقاضا را به هم می‌ریزد و بخش قابل توجهی از کنشگران جامعه را به عارضه ولع خرید بدون ملاحظات مصرفی و ذخیره‌سازی کالا به قصد گران فروختن به متقاضیان مبتلا می‌سازد. در این جریان، م‌های حاوی اطلاعات فرهنگی عامل مؤثری در بروز احتکار به‌شمار می‌آیند.

رقابت در دسترسی بی‌رویه و بدون منطق به منابع و امکانات انسجام درون‌گروهی را متزلزل می‌سازد. خودی‌ها، به‌واسطه تمایل افراطی به کسب فراتر از سطح نیاز خود، دارای هویتی تازه شده و به غیرخودی تبدیل می‌شوند و به برون‌گروه راه می‌یابند.

ما در این پژوهش برآنیم بر اساس بسامد احتکار در چندماهه اخیر ایران و بازتاب گسترده آن در رسانه‌ها، مطابق با ماهیت فرارشته‌ای یا بینارشته‌ای بودن مطالعات فرهنگی، سازوکار «سرایت» در معنای مدنظر اریک لاندوفسکی را در مورد افزایش میل شهروندان به این عمل مخرب و غیراخلاقی تبیین کرده و به نحوه شکل‌گیری احتکار، به‌مثابه رفتار اجتماعی ناهنجار و ازدیاد آن در جامعه ایران بپردازیم. همچنین، ضمن ارائه توضیحات و تعاریف لازم، با کاربرد سه نظریه: «م‌ها»، «هویت اجتماعی» و «منازعه واقع‌گرایانه» به این

پرسش‌ها پاسخ خواهیم داد که نقش مهم‌ها یا همان کدهای هنجاری که حاوی اطلاعات متنوع‌اند، در شیوع پدیده‌ای به نام احتکار خانگی چیست؟ هویت اجتماعی افراد در این جریان چگونه تغییر می‌کند و خودی‌ها چطور از طریق کنش احتکار به غیر خودی تبدیل شده و به برون‌گروه راه می‌یابند؟

۲. پیشینه پژوهش

ذیل مفهوم احتکار، آثار چندی با طرح دیدگاه اسلام و فقهای شیعی به این مقوله تألیف شده است. بخش اعظم این آثار به ارائه مفهوم لغوی و اصطلاحی احتکار و بیان آثار و تبعات مخرب آن اختصاص دارد. *احتکار، با رویکردی به آرای امام خمینی (س)*، به قلم محمدرضا فقهی؛ *احتکار در حقوق ایران و اسلام*، تألیف علی اصغر اعظمی؛ *احتکار در اسلام: پژوهشی تطبیقی در فقه از دیدگاه مذاهب اسلامی*، اثر محمدمهدی شمس‌الدین و تحلیل و بررسی *احتکار از نظر فقه اسلام*، نوشته مصطفی محقق داماد نمونه‌هایی از این دست آثار است. دسته دیگری از آثار با اتخاذ رویکردی قانون‌مدارانه، به طرح مباحث حقوقی نظیر جرم‌شناسی، مجازات محتکران، وظایف حکومت در قبال این معضل و... پرداخته‌اند. *بررسی عملکرد سازمان تعزیرات حکومتی در برخورد با جرایم گران‌فروشی، کم‌فروشی و احتکار*، تألیف فرهاد فیض‌الهی و توران توسلی‌زاده؛ *حقوق کیفری اقتصادی شامل: قاچاق کالا و ارز، پول‌شویی، احتکار، ربا و...*، اثر محمدرضا ساکی و کتاب *بررسی حقوقی و فقهی دو مسئله رشوه و احتکار*، در پرتو دو مقوله *(حقوق و اخلاق، فرد و جامعه)*، به قلم سیدمحمد اصغری از جمله این منابع پژوهش‌های محسوب می‌شوند. همچنین مقاله‌هایی با محور قرار دادن مقوله احتکار به‌عنوان اساس پژوهش تنظیم و تدوین شده است. جمع‌بندی نگرش‌ها در این مقاله‌ها، عموماً شامل همان موارد فوق، یعنی بررسی‌های فقهی یا حقوقی می‌شود. به‌علاوه، در برخی از پژوهش‌ها نیز، پرتویی از منظر قرآن و احادیث و روایات بر موضوع احتکار و معرفی عوامل دخیل در شکل‌گیری این معضل افکنده شده است. در این باره، می‌توان به مقاله‌های *(احتکار و مقابله با آن از دیدگاه روایات)*، نوشته محمدطاهر ولی‌پور؛ «بررسی

تطبیقی روایات احتکار در مذاهب اسلامی»، تألیف هادی عظیمی گرکانی؛ «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری احتکار با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتب (AHP)»، به قلم محمد سلیمانی و محمد عندلیب و مقاله «بررسی حقوقی احتکار و نرخ‌گذاری»، به نویسندگی سید محمود گلپایگانی و... اشاره کرد. بنابراین، اغلب پژوهش‌های به‌ثمر رسیده در داخل کشور، به صورت کتاب یا مقاله، ناظر به بحث‌های فقهی احتکار، احکام حقوقی و جزایی مربوط به آن و تقبیح این عمل از منظر قوانین حکومت اسلامی بوده است. پرداختن به این موضوع از منظر مطالعات فرهنگی و بررسی هویت اجتماعی افراد در جریان کنش احتکار با تمرکز بر دو مفهوم «خود» و «دیگری»، به‌ویژه در منابع داخلی، پژوهشی نو و متفاوت است و می‌تواند طرحی دیگرگونه برای مطالعه و خوانش مسائل و کنش‌های اجتماعی متنوع، از قبیل احتکار و... باشد.

۳. مبانی نظری پژوهش

۳-۱. سازوکار نظام سرایتی

سرایت اصطلاحی است که کاربرد آن در حوزه پزشکی شمول بیشتری دارد و به انتقال یک عارضه از فرد مبتلا شده به فرد سالم اشاره می‌کند. از این منظر، امراض را می‌توان به دو دسته مسری و غیر مسری تقسیم کرد. امراض غیر مسری یا غیر واگیردار نظیر بیماری‌های قلبی - عروقی، آسم و انواع سرطان‌ها از فردی به فرد دیگر منتقل نمی‌شوند. بنابراین، احتمال شیوع بیماری و ابتلای دیگران با حضور مبتلایان به این نوع بیماری‌ها در یک جمع منتفی است، اما امراض مسری قابل سرایت‌اند. بیماری‌هایی مانند آنفولانزا یا سرخک از طریق یک ابژه - عامل بیولوژیک، اعم از باکتری، ویروس، قارچ، انگل و... به سایرین منتقل می‌شوند. تماس^۲ مستقیم یا غیرمستقیم شخص سالم با کانون بیماری (فرد مبتلا، وسایل شخصی بیمار و...) لازمه سرایت این دسته از امراض است. سوژه - شخص سالم در این فرآیند، فراتر از نظاره‌گری صرف، در مجاورت بیمار قرار می‌گیرد. به عبارتی، بخشی از تجربه زیسته فرد مبتلا به بیماری را می‌زید و پس از آن، احوال وی متغیر می‌شود. این تغییر با فاصله و به‌صورت دیرشی و در زمانی پدید می‌آید.

¹ Diffusion

² Contact

اریک لاندوفسکی، نشانه‌شناس اجتماعی، با تأسی از این فرآیند، اصطلاح سرایت را، به شکل استعاری، در معرفی یک نظام معنایی به کار می‌برد. نظامی که در آن سوژه با دخالت عاملی میانجی‌گر (نظیر ویروس بیماری‌های مسری یا ویروس‌های کامپیوتری)^۱ و در همجواری با منبع/منابع مولد تحت تأثیر قرار می‌گیرد و کنش‌مند می‌شود. این جا «مسئله سرایت به شدت درگیر بافتی است که در آن سوژه‌ها در ارتباط با یکدیگر قرار دارند» (بابک معین، ۱۳۹۴: ۱۵۶)، زیرا «هر کنش ارتباطی در زمینه‌ای خاص عملی می‌شود... [و] با روند تغییرپذیری همراه است و معنای آن به محل و وضعیتی وابسته است که در بستر آن تحقق پیدا می‌کند» (راسخ، ۱۳۹۳: ۲۴۹).

۲-۳. نظریه مم‌ها

مم‌ها در بردارنده مفهومی متناظر با ژن هستند. مطابق با نظریه ریچارد داوکینز،^۲ یکی از پیشگامان مفهوم پردازی مم‌ها، به کدهایی با موجودیت اجتماعی - فرهنگی که نگرش‌ها، طرز فکرها، منش‌ها، عادت‌واره‌ها و به طور کلی، پویش‌ها و کنش‌های فرهنگی و اخلاقی ما را تبیین می‌کنند، «مم» گفته می‌شود. مم‌ها به مثابه ذخایر الگویی، قابلیت رونوشت و ترجمه، تبدیل شدن به هنجار و حتی، بازتولید خود را دارند. در واقع، آن‌ها «واحد‌های اطلاعاتی هستند که از طریق تعامل اجتماعی و هم‌کنشی در ذهنیت جمعی جریان می‌یابند» (فراستخواه، ۱۳۹۶: ۱۰۳). بنابراین، حاملان مم‌ها مردم و کنشگران هستند. تجربه زیسته در یک جامعه نوع رفتار و عملکرد افراد را در شرایط گوناگون رقم می‌زند، زیرا فرد فرد آن‌ها بی‌آن‌که بدانند یا بخواهند، به تناسب عمری که پشت سر نهاده‌اند، ریزواحد‌های فرهنگ یا مم‌هایی را با خود همراه دارند که محتوای آن‌ها اطلاعاتی ثبت و ضبط شده مربوط به نحوه سازگاری کنشگران پیشین با مناسبتی خاص در طول تاریخ است که می‌تواند به کنشگران جدید نیز انتقال یابد تا بر همان سیاق و شیوه درونی‌شده از اندیشه عمل کنند. همچنان‌که به عنوان نمونه، «اقتدارگرایی در حوزه سیاست، فرهنگ، اقتصاد، روابط اجتماعی و حتی به طور غیرمستقیم در نظام آموزشی و خانوادگی [ایرانیان] حضور داشته و از یک نسل به نسل دیگری منتقل شده است» (سریع‌القلم، ۱۳۹۰: ۶۹). به قول حضرت مولانا:

«ویروس‌ها همچنان می‌تازند»، در اعتماد (چهارشنبه اردیبهشت ۱۳۸۸).

² Clinton Richard Dawkins (1941)

^۱ «ویروس‌های کامپیوتری برنامه‌هایی هستند که مشابه ویروس‌های بیولوژیک گسترش یافته و پس از وارد شدن به کامپیوتر اقدامات غیرمنتظره‌ای انجام می‌دهند.»

می‌رود از سینه‌ها در سینه‌ها از ره پنهان صلاح و کینه‌ها

(مولوی، ۱۳۸۸ دفتر دوم: ۲۲۳)

درواقع، به همان ترتیب که زیست‌شناسی اجتماعی^۱ (پارادایمی نظری است که سعی در کشف راه‌هایی دارد تا از طریق آن‌ها [بتواند دریابد که چگونه] بیولوژی انسان در چگونگی خلق فرهنگ تأثیر می‌گذارد) (عضدانلو، ۱۳۹۵: ۳۵۲) و می‌کوشد تا با مطالعه رفتار آدمیان نقش فرهنگ در هدایت رفتارهای انسان را به موازات نقش و تأثیر بیولوژی و ژن‌ها دریابد، «نظریهٔ مم» یا «علم ممتیک» نیز، کوششی است در راستای توضیح این مطلب که «چگونه کدهای اطلاعاتی در یک فرهنگ ایجاد و فعال می‌شوند» (فراستخواه، ۱۳۸۸: ۸۸) و الگوهای فرهنگی چگونه تکامل یافته و سرایت پیدا می‌کنند. بر اساس بررسی‌های این حوزهٔ دانشی «ویژگی‌های فرهنگی می‌توانند از یک شخص به شخص دیگر همانند ژن‌ها یا ویروس‌ها منتقل شوند» (قاسمی و شکری، ۱۳۹۲).

۳-۳. نظریهٔ هویت اجتماعی و منازعهٔ واقع‌گرایانه

نظریهٔ هویت اجتماعی به‌عنوان یک رهیافت به طرح و بررسی فرآیندهایی می‌پردازد که گروه‌ها به‌واسطهٔ آن فرآیندها، به صورت «ما / آن‌ها» مقوله‌بندی می‌شوند. این نظریه «بر تمایز میان درون‌گروه و برون‌گروه متمرکز می‌شود و بر این ایده استوار است که هویت‌های اجتماعی افراد مبتنی بر گروه‌هایی است که به آن تعلق دارند» (نظری، ۱۳۹۵: ۴۴). هر گروه هویتی مستقل دارد که آن را از دیگر گروه‌ها متمایز می‌سازد. اعضای یک گروه یکدیگر را «خودی» به‌شمار می‌آورند و حداکثر تلاش خود را به‌منظور جلب حداکثری منابع موجود و تأمین امکانات و رفاه اعضای درون‌گروه مصروف می‌دارند. دستاورد این نوع طرز اندیشه و اهتمام در عمل به آن، ایجاد رابطه‌ای همدلانه بین اعضا و همبستگی گروهی است. اصولاً، رسالت هویت اجتماعی همین است که به گروه هویت بخشد و کسانی را که از جهاتی همسان‌اند، عضو گروه نماید (کوش، ۱۳۸۱: ۱۴۳) تا با یکدیگر تعامل داشته و در امور گوناگون مشارکت کنند.

در شرایط توزیع یا تقسیم نابرابر امکانات یا ایجاد محدودیت در دسترسی همگان به منابعی چون شغل، مسکن، رفاه، فرصت‌های آموزشی و... و به‌ویژه نیازهای فیزیولوژیک^۲، تعارض بین گروه‌های هویتی و منازعه میان گروه‌های فرادست و فرودست شکل می‌گیرد.

^۱ sociobiology

^۲ Physiological needs

یک گروه می‌تواند متشکل از زیرگروه‌های هویتی متنوعی باشد، اما تا پیش از وقوع این نوع تنگناها اعضای همه آن زیرگروه‌ها خود را متعلق به یک گروه بزرگ‌تر و اعضای دیگر گروه‌ها را «خودی» و درون‌گروه تلقی می‌کنند.

برخی شرایط می‌تواند قابلیت‌ها، نگرش‌ها و شیوه‌های رفتاری افراد، و احتمالاً تلقی آن‌ها از خودشان را پایه‌پای تغییر آدم‌های پیرامون‌شان با تغییر مواجه کند (ادگار و سجویک، ۱۳۸۷:

۲۹۶). در واقع، نوع روابط

و تعاملاتی که افراد، به اقتضای شرایط، در یک گروه یا یک جامعه با یکدیگر دارند، هویت اجتماعی آن‌ها را برای هم تعریف و فاصله‌ها، نفی و حتی طرد افراد از درون‌گروه و برخورد با آن‌ها به مثابه «دیگری» عضو برون‌گروه را تعیین می‌کند. از این منظر، «هویت اجتماعی به معنای راه دادن و در عین حال، بیرون راندن است» (کوش، ۱۳۸۱: ۱۴۳).

برخی عوامل به پذیرش افراد در یا طرد آن‌ها از گروه دامن می‌زند. شرایط اقتصادی یکی از تأثیرگذارترین این عوامل است، زیرا بنا به اعتقاد بعضی از محققان «می‌تواند شاخصی برای ناکامی به حساب آید» (نظری، ۱۳۹۵: ۴۴). با پیدایش و پیشرفت وضعیت نامطلوب و بحرانی‌تر شدن شرایط اقتصادی ناکامی‌های اجتماعی افزایش می‌یابد و این امر، زمینه‌افراطی‌گری‌های حادث‌تری در تخصیص را فراهم می‌آورد:

«وقتی مردم به همدیگر رحم نمی‌کنند انتظاری از بیگانگان نیست» (آنا، ۱۳۹۷: ۱۴)

مهر).

به عبارتی، «امکانات متمایز زندگی در توزیع نابرابر ثروت تجلی پیدا می‌کند که عده‌ای از آن بهره‌مند می‌شوند و دیگران به آن معترض‌اند» (بهداد و نعمانی، ۱۳۹۳: ۴۱). سرآغاز تغییر در هویت اجتماعی افراد همان موضوعی است که نظریه‌منازعه واقع‌گرایانه علاقه‌مند به بررسی و تحلیل آن است. تیت‌های خبری زیر به عنوان اعتراض به محتکران جامعه بر ادعای تغییر هویت اجتماعی آنان، در جریان منازعه‌ای واقع‌گرایانه، و خروج محتکران از درون‌گروه گواهی می‌دهد:

«آیت‌الله جوادی آملی: محتکران کالا از حیوان پست‌ترند» (ایرنا، ۱۳۹۷: ۳۱ مرداد).

«محتکران پیاده‌نظام دشمن هستند» (ایرنا، ۱۳۹۷: ۲۶ شهریور).

«محتکران به‌مثابه کسانی‌اند که آب را بر امام بستند» (تابناک، ۱۳۹۷: ۲۸ شهریور).

۴. تحلیل داده‌ها

احتکار برآیند و نشانه بیماری نظام اقتصادی یک جامعه است. این عارضه موسوم به «بحران»، به دلایل گوناگونی از جمله: گسترش شبکه‌های اقتصادی و توسعه بازار، چرخش نگاه مردم به مقوله ثروت و دارایی، کاهش امنیت و تنزل فرهنگ حمایتی و... بیش از اعصار پیشین، در دوران معاصر گریبانگیر جوامع شده است.

کنش احتکار آسیب‌رسان و بنیانکن است. امام علی (ع) در نامه‌ای خطاب به مالک اشتر

نخعی می‌نویسد:

ای مالک! «در میان بازرگانان کسانی هستند که تنگ‌نظر و بدمعامله و بخیل و احتکارکننده‌اند که تنها با زورگویی به سود خود می‌اندیشند و کالا را به هر قیمتی که می‌خواهند می‌فروشند که این سودجویی و گران‌فروشی برای همه افراد جامعه زیانبار... است. پس، از احتکار کالا جلوگیری کن» (نهج‌البلاغه، نامه ۵۳).

امیرالمؤمنین علی (ع) ضمن تفسیح این عمل، مردم را از ارتکاب به آن منع می‌کند و هشدار می‌دهد که: «ای فرزند آدم! آنچه را که بیش از نیاز خود فراهم کنی، برای دیگران اندوخته‌ای» (همان، حکمت ۱۹۲).

تردیدی نیست که نه شرع و نه عقل و نه هیچ منطق استوار دیگری بر کنش احتکار صحه نمی‌گذارد، اما چرا جوامع با وجود آگاهی مردمان به پیامدها و تبعات احتکار دچار این بلیه اقتصادی - اجتماعی می‌شوند؟ این پرسش بنیادی وقتی جامعه ایران با شرایط اعتقادی‌اش را هدف قرار می‌دهد، قابل تأمل‌تر است.

نیمه اول سال جاری (۱۳۹۷)، به‌ویژه در سه‌ماهه دوم، اخبار مربوط به احتکار کالا و اقلام مختلف توسط محتکران و کشف و ضبط انبارهای انباشته از کالاهای احتکارشده در گوشه و

کنار شهر و کشور از بسامد در رسانه‌ها و جراید برخوردار شد که حاکی از طغیان ظهور علائم یک عارضهٔ وخیم بود: «امروز مسئلهٔ احتکار غوغا می‌کند» (ایسنا، ۱۳۹۷: ۱۴ شهریور).

این جریان، با قطع موقتی توزیع برخی اقلام و کالاها در سطح فروشگاه‌ها و سایر مراکز خرید و گرانی و تورم لجام‌گسیخته همزمان بود. در اثنای اخبار متعدد و متنوع، حرف و حدیث‌های دلهره‌آور نگران‌کننده‌ای نیز، در سطح جامعه و میان مردم دست به دست می‌شد؛ اخباری که به‌مثابهٔ ویروسی خطرناک انتشار می‌یافت و سرایت بیماری‌ای به نام احتکار را در جامعه تسریع می‌کرد، تا آن حد که عواقب آن به‌صورت عارضهٔ «احتکار خانگی» دامنگیر خانواده‌ها شد. از این منظر، درواقع، «ما با حضور سوژه‌هایی سروکار داریم که در ابتدا متمایز و مستقل‌اند، اما پس از سرایت، همه با هم، یک سیر و برنامهٔ خاص را پشت سر می‌گذارند که سبب شکل‌گیری یک کنشگر جمعی می‌شود» (بابک‌معین، ۱۳۹۴: ۱۶۰).

در نیمهٔ نخست سال جاری، یک وجه اشتراک موجد پیوند کنشگران به یکدیگر شد. خواستی همسان که تأمین نیازهای خود، بدون توجه و اهمیت دادن به شرایط «دیگری - جامعه» بود، عاملان به احتکار را به هم نزدیک می‌کرد. در سایهٔ همین وجه اشتراک، احتکار و انباشت کالا به خواسته هدفی جمعی و ارزشمند تبدیل شد (شعیری، ۱۳۹۷: ۱۴۵-۱۴۴) و قبح آن در جامعه شکست. بدین ترتیب، احتکار عرصهٔ رقابتی غیراخلاقی گردید. به‌طور تقریبی، یکی از تیت‌های ثابت هرروزهٔ نشریات داخلی به موضوع احتکار اختصاص یافته بود.

«رئیس اتحادیهٔ بنکداران مواد غذایی: کمبود و احتکار مواد غذایی نداریم» (کیهان، ۱۳۹۷: ۱۵ اردیبهشت).

روزنامهٔ کیهان، به‌عنوان یکی از قدیمی‌ترین روزنامه‌های در حال انتشار، اردیبهشت‌ماه سال جاری ضمن منتشر کردن خبری با تیت‌ر فوق، به نقل از رئیس اتحادیهٔ بنکداران مواد غذایی شرایط اقتصادی را به‌دور از هر نوع تشیی، آرام و مدیریت‌شده اعلام کرد؛ درحالی‌که، تیت‌های خبری همین روزنامه، طی روزها و ماه‌های بعد، چشم‌انداز تیره و تاری از اوضاع اقتصادی جامعه برای مخاطبانش ترسیم کرد:

«یک نماینده مجلس: ۲ خودرو ساز با احتکار ۹۰ هزار خودرو قیمت‌ها را افزایش دادند»
(کیهان، ۱۳۹۷: ۲۶ اردیبهشت).

«احتکار ۹۰ هزار خودرو در سایپا و ایران خودرو؛ عضو کمیسیون صنایع مجلس خبر داد»
(کیهان، ۱۳۹۷: ۲۳ خرداد).

«کشف ۲۰ تن کاغذ احتکار شده در بندرعباس» (کیهان، ۱۳۹۷: ۲۰ مرداد).

«احتکار و گران‌فروشی در کارخانه بزرگ آلومینیوم کشور؛
عضو کمیسیون اقتصادی مجلس اعلام کرد» (کیهان، ۱۳۹۷: ۲۴ مرداد).

«۱۳ انبار احتکار کالا در کرمان کشف شد» (کیهان، ۱۳۹۷: ۲۷ مرداد).

«احتکار برنج؛ جانشین فرمانده انتظامی سیستان و بلوچستان از کشف دو انبار بزرگ احتکار
برنج در شهر زابل خبر داد» (کیهان، ۱۳۹۷: ۲۹ مرداد).

«کشف انبار احتکار برنج در مشهد» (کیهان، ۱۳۹۷: ۱۹ شهریور).

«۴۰ انبار احتکار کالا در همدان کشف شد» (کیهان، ۱۳۹۷: ۲۰ شهریور).

«انبار احتکار ۴۰ تنی کاغذ در مازندران کشف شد» (کیهان، ۱۳۹۷: ۲۱ شهریور).

«کشف انبار احتکار پوشک در گیلان» (کیهان، ۱۳۹۷: ۲۷ شهریور).

مروری بر این تیتراها و متن خبر آن‌ها و توجه به بازه زمانی کوتاهی که هجمه‌ای از این اخبار در روزنامه مذکور منتشر شده است، نشان می‌دهد که حال عمومی اقتصاد ایران دست بر قضا پرتش، ناآرام و افسارگسیخته بوده، هست! محمد آقا طاهر، رئیس اتحادیه بنکداران مواد غذایی، که در اردیبهشت‌ماه سال جاری مدعی شده بود: «هیچ کمبود و کسری در بازار وجود ندارد و بازار به دور از تب و تاب است» (کیهان، ۱۳۹۷: ۱۵ اردیبهشت)، اندکی بعد، اذعان می‌دارد که: «رکود سنگینی بر بازار حاکم است... و با توجه به کاهش قدرت خرید خانوارها، بسیاری از مواد غذایی از سفره خانوار حذف شده است!» (اتاق اصناف تهران، ۱۳۹۷: ۱۱ دی).

بدیهی است «توزیع ناعادلانه ثروت و درآمد موجب تجمع پس‌اندازهای کلان در دست عده معدودی در جامعه می‌شود» (حقیقی، ۱۳۷۳: ۲۶). این امر، فاصله معنادار میان «خود» و «دیگری» را به‌طور مستمر افزایش می‌دهد و منازعه و «ستیز طبقاتی»^۱ میان گروه‌های اجتماعی متعلق به یک درون‌گروه را شدت می‌بخشد.^۲ بدین ترتیب، جامعه با قرار گرفتن در وضعیت آنومی^۳ به‌سوی قطبی شدن سوق داده می‌شود: قشر اقلیت پر درآمد در تقابل با توده کم‌درآمد. دسته نخست شامل کسانی می‌شود که به‌رغم افزایش قیمت‌ها، همچنان به فرآیند خرید ادامه می‌دهند. مصرف‌کنندگان کم‌درآمد در دسته دوم جای دارند. بنا بر منطق، سطح تقاضا در این گروه باید تنزل یابد و اعضای آن به‌طور طبیعی از دایره خرید خارج شوند، اما به‌دلیل ایجاد جو روانی ناسالم در جامعه، بدون ملاحظات اقتصادی، توجه به دخل و خرج و نیازهای اساسی معیشتی خود دچار وسوسه خرید و ذخیره‌سازی کالا، آن‌هم به شکل افراطی و حریصانه می‌شوند. «اختلاف درآمد موجب می‌شود که اقدامات احتکارجویانه سودآور گردد و انگیزه ارتکاب آن به بسیاری از مصرف‌کنندگان سرایت نماید» (ولی‌پور، ۱۳۸۶: ۱۲۷). از نگاه اسپینوزا^۴ «درحقیقت، حرص و جاه‌طلبی و سایر عادات نظیر این‌ها ناشی از عدم سلامت روانی و عقلی است، گرچه بیماری

^۱ «ستیز طبقاتی (class conflict) مبارزه پنهانی است میان طبقات اجتماعی که ثمره تضاد خواسته‌های آن‌هاست» (عضدانلو، ۱۳۹۵: ۳۵۸).
^۲ این نوع کنش و واکنش‌ها تنها محدود به اقشار عادی جامعه نمی‌شود و طیف نخبگان را هم در بر می‌گیرد. در واقع، «چیزی که در جوامع هرج و مرجی وجود دارد... منازعه میان نخبگان است» (فرستخواه، ۱۳۹۶: ۱۳۶).

^۳ آنومی Anomie اصطلاحی است که با یکی از آثار امیل دورکیم، جامعه‌شناس فرانسوی، شهرت یافت. از نظر دورکیم، «تعارض‌های همواره تجدیدشونده و انواع بی‌نظمی‌های را که جهان اقتصادی کنونی عرصه غم‌انگیز نمایش آن‌ها است» (دورکیم، ۱۳۹۶: ۱۰) باید ناشی از همین آنومی دانست.

^۴ Baruch Spinoza (1632-1677)

نامیده نشوند)^۱ (فروم، ۱۳۶۸: ۳۲). در چنین شرایطی بیمارگونه‌ای، «احتکار کالا برای [اقتدار کم‌درآمد] مطلوبیت منفی ایجاد می‌کند. در این هنگام، مشتری و مصرف‌کننده آماده است برای زودتر دریافت کردن کالا و حتی به‌دست آوردن مقادیری که موردنیاز او نبوده، بلکه در آینده ممکن است مورد مصرف قرار گیرد، بهای بیش‌تری بپردازد» (ولی پور، ۱۳۸۶: ۱۲۵-۱۲۴):

«چرا این روزها مردم بیش از حد نیاز خریداری می‌کنند؟» (فرارو، ۱۳۹۷: ۲۱ شهریور).

فرارو در گفت‌وگو با تعدادی از جامعه‌شناسان ذیل تیترا ارائه شده می‌نویسد:

«به‌طور کلی ناامنی اقتصادی در یک کشور موجب می‌شود که این حس عدم امنیت به جامعه نیز سرایت کند و مردم به تبع تجربیات خود، ترجیح می‌دهند در نقطه زمانی که در آن قرار دارند اقداماتی انجام دهند که پیش از آن انجام نداده‌اند». حسین باهر، رفتارشناس طرف گفت‌وگو با این پایگاه خبری - تحلیلی، ضمن اشاره به ایجاد جو روانی در جامعه از سوی برخی افراد سودجو و سوء استفاده‌گر، اذعان می‌دارد که مردم در شرایط کنونی جامعه دو دسته‌اند: «یک دسته افرادی که شرایط موجود موجب افزایش دارایی‌ها و سرمایه‌هایشان می‌شود و این‌ها راضی هستند و دسته دوم، که دقیقاً برعکس گروه اول، متضرر می‌شوند» (همان، ۲۱ شهریور).

قشربندی‌هایی از این دست، می‌تواند به‌نوعی معرف انحراف از معیارهای ارزشمند در جامعه سالم باشد. از نظر امیل دورکیم «انحراف مشوق تغییرات اجتماعی است» (عضدانلو، ۱۳۹۵: ۶۶). بر همین اساس، «فردی که برخلاف معیارهای جامعه عمل کند و در عمل خود پافشاری نماید، به‌طوری که موجب سلب امنیت اخلاقی و اجتماعی شود، از سوی اجتماع به‌عنوان منحرف و کجرو شناخته می‌شود» (محبوبی‌منش، ۱۳۸۱: ۱۳۷). اجتماع متشکل از اعضای درون‌گروه انتظار رفتاری مغایر با هنجارهای تعریف‌شده گروه خود را ندارند و هویت عضوی را که مرتکب رفتارهای انحرافی و اقدامات آسیب‌رسان می‌شود، به «غیر خودی» تغییر می‌دهند. بدین ترتیب، «ارتباطات از صورت برخورد با آشنا به صورت برخورد با بیگانه درمی‌آید» (همان: ۱۴۷). کارل مارکس معتقد است آنان که به‌بیراهه می‌روند و به انحطاط می‌گیرند «نه خودشان را به‌عنوان اعضای یک طبقه و نه منافع‌شان را منافع طبقاتی تلقی می‌کنند» (کاپوراسو و لوین، ۱۳۹۲: ۹۳)،

^۱ اریک فروم در پاسخ به این پرسش که «صرف‌نظر از روش و راه‌های آکنساب، آنچه را که به‌دست می‌آوریم چگونه موردبهره‌برداری قرار می‌دهیم؟»، می‌نویسد: «اغلب چیزها حتی به‌ظاهر هم مورد استعمالی ندارند. آن‌ها را به‌دست می‌آوریم برای این‌که داشته باشیم. از مالکیت بیهوده و بی‌مصرف خوشحالییم. سرریس

غذاخوری گران‌قیمت و یا گلدان کریستال، که از ترس شکستن هرگز مورد مصرف قرار نمی‌دهیم، خانه مجلل با اتاق‌های متعدد بی‌استفاده، اتومبیل‌ها و خدمتگزاران غیر ضروری، مانند وسایل زینتی زشت متداول در طبقه متوسط عامی دلیل بارزی بر لذت داشتن به‌جای بهره‌بردن است» (فروم، ۱۳۶۸: ۱۶۱).

بنابراین، از درون‌گروه طرد و به «غیر» و «دیگری» تبدیل می‌شوند. چنین افرادی تهدید محسوب شده

و نگاه همدلانه اعضای درون‌گروه را از دست می‌دهند:

«عرصه بر دانه‌درشت‌ها و احتکارکنندگان عمده تنگ‌تر خواهد شد:

اعدام، حبس‌های بلندمدت، شلاق در ملاء عام و مصادرة اموال

در انتظار مخلان نظام اقتصادی» (میزان، ۱۳۹۷: ۱۷ مرداد).

«احتکارکنندگان از جمله کسانی هستند که با آتش روبه‌رو خواهند شد» (موج، ۱۳۹۷: ۲۰ مهر).

به‌طور معمول، در یک فرآیند اقتصادی سالم، درآمد تعیین‌کننده هزینه است و هزینه تقاضا را مشخص می‌کند، اما بیش‌تر مردم در یک اقتصاد ناسالم و بحران‌زا ترجیح می‌دهند دارایی خود را صرف خرید کالاهایی نمایند که علاوه بر نامناسب بودن قیمت، در اکثر موارد، در فهرست احتیاجات مبرم آن‌ها نیز جایی ندارند. این حقیقتی انکارناپذیر است که «اگر انسان در شرایطی زندگی کند که با طبیعت و نیازهای بنیادی رشد و سلامت وی مغایرت دارد، چاره‌ای جز ابراز واکنش ندارد، یا باید ویران کند و بر باد دهد و یا شرایطی ایجاد نماید که پاسخگوی نیازهای او باشد» (فروم، ۱۳۶۸: ۳۶). رویکرد اقتصادی نیز، به‌عنوان شیوه‌ای از تفکر «درصد فهمیدن کنش انسانی به‌عنوان تلاشی برای کسب اهداف خاصی در مقابل تئنگانه‌های بیرونی است. این تئنگانه‌ها از عرصه محدود وسایل یا منابع نشئت می‌گیرند» (کاپوراسو و لوین، ۱۳۹۲: ۴۱). بنابراین، در شرایط ناپایدار اقتصادی، مصرف به جای نقش تأمین‌کننده آسایش و رفاه تبدیل به هدف می‌شود. فضای جامعه اعضایش را در وضعیت ارتباطی خاصی با بافت و شرایط حاکم قرار می‌دهد که بر مبنای تأثیر آن وضعیت، کنشگران به ولع خرید دچار می‌شوند، درحالی‌که، قیمت‌ها فزونی یافته و سهولت دسترسی به اقلام یا کالاهای موردنیاز چون گذشته نیست. تیتز خبری زیر اشاره به همین موضوع دارد:

«وقتی برخی از مردم با محتکران همراه می‌شوند!»

(باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۳۹۷: ۱۷ شهریور).

البته، همراهی کنشگران با احتکارکنندگان کالا ثمره متقاعد شدن آنها از سوی جامعه یا برخی منفعت‌طلبان سودجو است. شایعه‌سازی‌ها و شایعه‌پراکنی‌ها نیز به نوعی در مجاب‌سازی افراد تأثیرگذارند:

«احتکار خانگی، بازی در تله جنگ روانی دشمن» (ایرنا، ۱۳۹۷: ۹ مهر).

در بخشی از متن خبر این تیترو، به گزارش ایرنا آمده است:
«پمپاژ شایعات پیرامون کمبود و یا گرانی کالا در سطح عام جامعه با این هدف صورت می‌گیرد که اکثر مردم دست به احتکار خانگی مایحتاج خود بزنند.» (همان: ۱۳۹۷):

«تأثیر شایعات نگران‌کننده شبکه‌های اجتماعی بر انباشت و احتکار خانگی» (باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۳۹۷: ۱۸ آذر).

فروم^۱ جامعه‌شناس و فیلسوف انسان‌گرا، می‌گوید: «هرکس سعی دارد نیاز بیش‌تری در مردم ایجاد کند، تا آنان را به وابستگی و تابعیت بیش‌تری به خوشی‌های جدید، و در نتیجه به فنای اقتصادی، بکشاند» (فروم، ۱۳۶۸: ۱۶۳). از این منظر، تیتروهای خبری زیر نیز، قابل تأمل‌اند:

«سرسره‌بازی محترکان بر حقوق مردم» (آفتاب، ۱۳۹۷: ۱۶ مرداد).

«روزهای طلایی محترکان؛ از خودرو تا لوازم خانگی و مواد غذایی» (مهر، ۱۳۹۷: ۳

مهر).

نظیر این اخبار در حالی منتشر می‌شوند که دسته دیگری از آنها گسترش روبه‌تزايد کنش احتکار و شرایط نابسامان اقتصادی در جامعه را به نمایش می‌گذارند:

«آمار تکان‌دهنده از کشف انبارهای احتکار؛ ۶ هزار میلیارد در دو انبار!» (فرارو، ۱۳۹۷: ۲۴

مرداد).

¹ Erich Fromm (1900-1980)

«۵۷ هزار پروندهٔ احتکار و گران‌فروشی در کمتر از ۴ ماه تشکیل شد» (ایرنا، ۱۳۹۷: ۲۰ شهریور).

«کشف ۷۰ انبار مظنون به احتکار کالا در مشهد؛ ۳۵۰ تن برنج پاکستانی در سرخس کشف شد» (آنا، ۱۳۹۷: ۱۵ مهر).

ازسوی دیگر، مردم هم قادر به مقاومت در برابر سرایت و فراگیر شدن این پدیده نیستند، زیرا «نحوهٔ زیست تاریخی هر جامعه یا گروه اجتماعی بازتابی از شرایط و مقتضیات آن است» (فراستخواه، ۱۳۹۶: ۱۲۳). در ذهن جمعی مردمان ایران نیز، خاطراتی از احساس ناامنی، بی‌سروسامانی، ناپایداری اوضاع، بی‌پناهی و محرومیت، فقدان عدالت و حمایت، ناامیدی نسبت به بهبود وضعیت، بی‌اعتمادی مفرط و حتی بیگانه‌هراسی و باور به توطئه و... نهادینه شده و الگوهای زیستی به فراخور مواجهه با آناشی^۱ و شرایط آشوب‌زده و بحرانی به شکلی قوام یافته است که افراد خودشان به داد خویش برسند و دل در گرو مدد «دیگری» نهندند و به عافیتی ازسوی «غیر» امیدوار نباشند:

«سایه بی‌اعتمادی در پس قصه همیشه‌تکراری احتکار خانگی: چرا مردم در اوج گرانی برای خرید هجوم می‌برند؟»
(اقتصاد آنلاین، ۱۳۹۷: ۲۷ مهر).

«احتکار خانگی در سایه بی‌اعتمادی». (همشهری، ۱۳۹۷: ۱۱ مهر).

«چنین شرایطی امکان حرکت جامعه به سوی جامعه‌ای عقلانی را غیرممکن می‌ساخته است» (پیران، ۱۳۸۸: ۱۸). ایرانیان، مطابق با نظریهٔ مِم‌ها، دارای مِم احتکار و انباشت سرمایه‌اند و بر مبنای همین کد حاوی اطلاعاتی از گذشته، شامل سختی دوران‌های تنش‌زا مثل جنگ،

^۱ «آناشی (Anarchy)» حداقل دو معنا دارد: نخست به معنای فقدان نظم است، و درمعنای دیگر، معمولاً در اشاره به فقدان نهادهای مرکزی و اقتدار قانونی مورد استفاده قرار می‌گیرد» (ابراهیمی و اصغری، ۱۳۹۵: ۷۳). برخی از فعالان عرصهٔ علوم سیاسی و

اجتماعی آناشی را با هرج و مرج یکسان می‌دانند. در کتاب فرهنگ علوم سیاسی ذیل واژهٔ آناشیسیم چنین آمده است: «آناشیسیم از واژهٔ یونانی آناشیا گرفته شده و به معنی بی‌سروری و فقدان رهبری و حکومت است» (اقابخش و افشاری‌راد، ۱۳۷۵: ۱۴).

خشکسالی، بیماری‌های واگیری چون طاعون و وبا، سیل و زلزله و قحطی و ... به بازتولید چرخه معیوب طمع‌ورزی و احتکار می‌پردازند و بر پایهٔ مِم فرهنگی مورد اشاره، حتی با وجود آگاهی نسبت به مضرات احتکار یا اشراف به قوانین حقوقی و مجازات‌ها و ...^۱ رفتار ترجمه‌شده‌ای را به‌منصهٔ ظهور می‌رسانند^۲ به‌نحوی که گویی آن مِم «با شیر اندرون شده است و با جان به در می‌شود». به‌ویژه آن‌که، احتکار در کشور ما مسبوق به سابقه نیز هست. فرهنگی که مِم احتکار را در خود دارد، «مبتنی بر اطلاعات، مفروضات و مفاهیم خاصی است و خودش را به شکل هنجارها و رفتارهای خاصی ترجمه و تکرار می‌کند» (فراستخواه، ۱۳۸۸: ۸۷). در واقع، این رفتار که در شرایط کمبود باید برای گذران زندگی به احتکار و ذخیره‌سازی مواد و اجناس غیرضروری روی آورد، از طریق نوعی مِم تکوین و انتقال می‌یابد و باعث راهبرد سازگاری^۳ با واقعیت‌های زیست تاریخی می‌شود. «انتقال ویژگی‌های فرهنگی فرآیندی است که از جنبه‌های گوناگون می‌تواند شبیه انتشار یک بیماری مسری باشد» (قاسمی و شکری، ۱۳۹۲) و در کوتاه‌مدت طیف گسترده‌ای از جامعه را درگیر یک مسئلهٔ اجتماعی نماید.

حال، در اوضاع کنونی که «احتکار؛ پدیدهٔ این روزهای اقتصاد ایران» (اقتصادنگار، ۱۳۹۷: ۷ مهر)، چون عارضه‌ای ساری، با تظاهرات بالینی شایع «آسیبی فراروی اقتصاد و معیشت مردم» (شبستان، ۱۳۹۷: ۲۳ مرداد)، است، باید به این پرسش پاسخ داد که سرانجام، «محتکران سقوط می‌کنند یا متقاضیان کالا؟» (ایسنا، ۱۳۹۷: ۲۷ شهریور).

نتیجه‌گیری

کنش احتکار برآیند و نشانهٔ بیماری نظام اقتصادی جوامع است. برخی از متفکران، جامعه را همچون ارگانیزم موجود زنده می‌دانند. از این منظر، چنانچه اختلالی در بخشی از این ارگانیزم

^۱ «دود احتکار خانگی به چشم مصرف‌کنندگان» (اقتصاد آنلاین، ۱۳۹۷: ۷ مهر)؛ «پرچورد شدید دستگاه قضا یا احتکارکنندگان و متخلفین اقتصادی» (باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۳۹۷: ۲۱ مرداد) و ...
^۲ ضرب‌المثل‌ها یکی از راهای تکثیر مِم‌ها به صورت الگوی نگرشی و رفتاری‌اند. ضرب‌المثل‌هایی نظیر «گلیم خود را از آب بیرون کشیدن»، «چشمم آب نمی‌خورد»، «ابی از فلائی گرم نمی‌شود»، «آب از سرچشمه گل‌آلود است»، «دست کسی را در حنا گذاشتن»، «کلاه خود را سفت بگیر تا باد نبرد»، «دست

به عصا رفته» و «کس نخارد (نمی‌خاراند) پشت من، جز ناخن انگشت من» و ... نمونه‌هایی‌اند مشحون از تذکار و پیام‌هایی ناظر بر عدم اعتماد به دیگران و ناامنی از سوی سایرین در وقت تنگنا و سختی و ... بنابراین، افراد در شرایطی که کمبود اقلام و کالا در جامعه حس می‌شود، هنجارها را رها کرده و کسب سود برای آن‌ها، به هر طرز و طریقه‌ای، فراتر از هر قاعده‌ای قرار می‌گیرد. ن

³ adaptive strategies

ایجاد شود، آشفتنگی به دیگر بخش‌های آن نیز اشاعه می‌یابد. کنشگران جامعه نیز جزوی از این ارگانیزم زنده محسوب می‌شوند.

کمبود کالاهای اساسی و اقلام حیاتی - چه در قالب شایعه و چه در واقعیت - محترکان را به انباشت سبیری ناپذیر کالا تحریص کرده و مردم را به ولع خرید وامی‌دارد. این جریان، شبیه ویروس یک بیماری مسری، به سرعت در جامعه شیوع می‌یابد و تعادل میان عرضه و تقاضا را به هم می‌ریزد.

م‌ها یا همان کدهای هنجاری، حاوی اطلاعاتی مختلف از ادوار دور و نزدیک، عامل تکوین، تکثیر و انتقال الگوهای رفتاری خاصی هستند. مردم، حاملان این م‌ها، بر پایه خاطراتی از دوران‌های مخاطره‌آمیز و بحرانی، با آغاز بی‌ثباتی در اوضاع اقتصادی زیاده‌خواه و افزون‌طلب می‌شوند و بی‌ملاحظه، دست به کنش احتکار خانگی می‌زنند. این پدیده با تبعات مخربی که دارد، منازعه و خصومت میان اعضا و گروه‌های اجتماعی متعلق به یک درون‌گروه را تشدید می‌کند و با ایجاد تغییر در هویت اجتماعی محترکان، انسجام درون‌گروه را متزلزل می‌سازد. احتکارکنندگان به برون‌گروه تبعید و در تقابل با «خودی»، به «دیگری» ناسازگار و آسیب‌رسان تبدیل می‌شوند:

«مردم: با محترکان مانند خائنان زمان جنگ برخورد شود»

(مهر، ۱۳۹۷: ۲۹ مرداد).

فهرست منابع

آقابخشی، علی و افشاری‌راد، مینو. (۱۳۷۵). فرهنگ علوم سیاسی. تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی

ایران. چ دوم.

«آمار تکان‌دهنده از کشف انبارهای احتکار: ۶ هزار میلیارد در دو انبار!». (۱۳۹۷). در فرارو. کد خبر:

۳۷۰۸۳۸. چهارشنبه ۲۴ مرداد. ص ۱۱ حوادث - اخبار کشور.

«آیت‌الله جوادی آملی: محترکان کالا از حیوان پست‌ترند». (۱۳۹۷).

در ایرنا. کد خبر: ۸۳۰۰۹۰۴۶ (۶۶۳۰۳۲۳). چهارشنبه ۳۱ مرداد.

ابراهیمی، شهروز و اصغری ورزنه، رضا. (۱۳۹۵). «واشکافی تبارشناسانه مفهوم آنارشی از دیدگاه سه

سنت واقع‌گرایی، انقلابی‌گری و خردگرایی». در فصلنامه سیاست جهانی. دوره پنجم. شماره

اول. بهار ۱۳۹۵. صص ۷۱-۹۶.

- «احتکار؛ آسیبی فراروی اقتصاد و معیشت مردم». (۱۳۹۷). در شبستان. کد خبر: ۷۲۱۷۷۹. سه‌شنبه ۲۳ مرداد.
- «احتکار برنج؛ جانشین فرمانده انتظامی سیستان و بلوچستان از کشف دو انبار بزرگ احتکار برنج در شهر زابل خبر داد». (۱۳۹۷). در کیهان. ش ۲۱۹۸۳. دوشنبه ۲۹ مرداد. ص ۱۱ حوادث - اخبار کشور.
- «احتکار؛ پدیده این روزهای اقتصاد ایران». (۱۳۹۷). در اقتصادنگار. کد خبر: ۱۴۰۴. شنبه ۷ مهر.
- «احتکار خانگی، بازی در تله جنگ روانی دشمن». (۱۳۹۷). در ایرنا. کد خبر: ۸۳۰۵۰۰۳۸ (۶۶۸۴۳۰۱). دوشنبه ۹ مهر.
- «احتکار خانگی در سایه بی‌اعتمادی». (۱۳۹۷). در همشهری. کد مطلب: ۳۲۶۶۰. چهارشنبه ۱۱ مهر.
- «احتکارکنندگان از جمله کسانی هستند که با آتش رویه‌رو خواهند شد». (۱۳۹۷). در موج. کد خبر: ۲۴۶۸۷۵. جمعه ۲۰ مهر.
- «احتکار و گران‌فروشی در کارخانه بزرگ آلومینیوم کشور؛ عضو کمیسیون اقتصادی مجلس اعلام کرد». (۱۳۹۷). در کیهان. ش ۲۱۹۷۹. چهارشنبه ۲۴ مرداد. ص ۴ اقتصادی.
- «احتکار ۹۰ هزار خودرو در سایه و ایران خودرو؛ عضو کمیسیون صنایع مجلس خبر داد». (۱۳۹۷). در کیهان. ش ۲۱۹۲۷. چهارشنبه ۲۳ خرداد. ص ۴ اقتصادی.
- ادگار، اندرو و سچ‌ویک، پیتر. (۱۳۸۷). مفاهیم بنیادی نظریه فرهنگی. ترجمه مه‌ران مهاجر و محمد نبوی. تهران: نشر آگه. چ اول.
- «امروز مسئله احتکار غوغا می‌کند». (۱۳۹۷). در ایسنا. کد خبر: ۹۷۰۶۱۴۰۷۲۵۸. چهارشنبه ۱۴ شهریور.
- «انبار احتکار ۴۰ تنی کاغذ در مازندران کشف شد». (۱۳۹۷). در کیهان. ش ۲۲۰۰۰. چهارشنبه ۲۱ شهریور. ص ۱۱ حوادث.
- بابک‌معین، مرتضی. (۱۳۹۴). معنا به‌مثابه تجربه زیسته؛ گذر از نشانه‌شناسی کلاسیک به نشانه‌شناسی با دورنمای پدیدارشناسی. تهران: انتشارات سخن. چ اول.
- «برخورد شدید دستگاه قضا با احتکارکنندگان و متخلفین اقتصادی». (۱۳۹۷). در باشگاه خبرنگاران جوان. کد خبر: ۶۶۲۹۳۴۶. یکشنبه ۲۱ مرداد.
- برلین، اشعیا؛ رول، اوتو و بلوم، لئون. (۱۳۸۹). چنین گفت کارل مارکس. ترجمه ذبیح‌الله منصوری. تهران: نگارستان کتاب. چ اول.
- بهار، مهری. (۱۳۹۴). مطالعات فرهنگی؛ اصول و مبانی. انتشارات سمت. چ ششم.
- به‌داد، سهراب و فرهاد نعمانی. (۱۳۹۳). طبقه و کار در ایران. ترجمه محمود متحد. تهران: مؤسسه انتشارات آگه. چ دوم.

- پیران، پرویز. (۱۳۸۸). نقد خود: ویژگی‌های شخصیت جمعی ایرانیان یا سازوکارهای بقا». در نشریه آیین. شماره ۲۶ و ۲۷. بهمن و اسفند ۱۳۸۸. صص ۱۵-۱۹.
- «پنج‌جاه و هفت هزار پرونده احتکار و گران‌فروشی در کمتر از ۴ ماه تشکیل شد». (۱۳۹۷). در ایرنا. کد خبر: ۸۳۰۲۹۹۸۶ (۶۶۵۷۹۷۴). سه‌شنبه ۲۰ شهریور.
- «تأثیر شایعات نگران‌کننده شبکه‌های اجتماعی بر انباشت و احتکار خانگی». (۱۳۹۷). در باشگاه خبرنگاران جوان. کد خبر: ۶۷۵۷۰۷۶. یکشنبه ۱۸ آذر.
- «تشکیل ۵۷ هزار پرونده احتکار و گران‌فروشی در ۴ ماه». (۱۳۹۷). در ایران. ش ۶۸۷۴. چهارشنبه ۲۱ شهریور. ص ۵ اقتصادی.
- «چرا این روزها مردم بیش از حد نیاز خریداری می‌کنند؟». (۱۳۹۷). در فرارو. کد خبر: ۳۷۳۶۵۵. چهارشنبه ۲۱ شهریور.
- «چهل انبار احتکار کالا در همدان کشف شد». (۱۳۹۷). در کیهان. ش ۲۱۹۹۹. سه‌شنبه ۲۰ شهریور. ص ۱۱ حوادث.
- حقیقی، مجید. (۱۳۷۳). «در ورای گران‌فروشی و احتکار». در مجله گزارش. شماره ۴۷. صص ۱۳۷۳-۲۵-۲۶.
- «دود احتکار خانگی به چشم مصرف‌کنندگان». (۱۳۹۷). در اقتصاد آنلاین. کد خبر: ۳۰۳۸۲۴. شنبه ۷ مهر.
- دورکیم، امیل. (۱۳۹۶). درباره تقسیم کار اجتماعی. ترجمه باقر پیرهام. تهران: نشر مرکز. چ هفتم.
- «رئیس اتحادیه بانکداران مواد غذایی: کمبود و احتکار مواد غذایی نداریم». (۱۳۹۷). در کیهان. ش ۲۱۸۹۷. شنبه ۱۵ اردیبهشت. ص ۴ اقتصادی.
- راسخ، کرامت‌اله. (۱۳۹۵). «مبانی فلسفی هویت از دیدگاه مارتین هایدگر». در فصل‌نامه معرفت فرهنگی - اجتماعی. سال هفتم. شماره ۳ (پیاپی ۲۷). تابستان ۱۳۹۵. صص ۵-۲۴.
- «روزهای طلایی محتکران؛ از خودرو تا لوازم خانگی و مواد غذایی». (۱۳۹۷). در مهر. کد خبر: ۴۳۹۸۲۲۶. سه‌شنبه ۳ مهر.
- «سایه بی‌اعتمادی در پس‌پس قصه همیشه‌تکراری احتکار خانگی: چرا مردم در اوج گرانی برای خرید هجوم می‌برند؟». (۱۳۹۷). در اقتصاد آنلاین. کد خبر: ۳۰۸۶۵۹. جمعه ۲۷ مهر.
- «سرسره‌بازی محتکران بر حقوق مردم». (۱۳۹۷). در آفتاب. کد خبر: ۵۳۸۵۲۸. سه‌شنبه ۱۶ مرداد.
- سریع‌آل‌م، محمود. (۱۳۹۵). اقتدارگرایی ایرانی در عهد قاجار. تهران: نشر فرزانه. چ دهم.
- «سبزه انبار احتکار کالا در کرمان کشف شد». (۱۳۹۷). در کیهان. ش ۲۱۹۸۱. شنبه ۲۷ مرداد. ص ۱۱ حوادث.
- شعیری، حمیدرضا. (۱۳۹۷). مبانی معناشناسی نوین. تهران: انتشارات سمت. چ پنجم.

«عرصه بردانه‌درشت‌ها و احتکارکنندگان عمده تنگ‌تر خواهد شد: اعدام، حبس‌های بلندمدت، شلاق در ملاء عام و مصادره اموال در انتظار مخلان نظام اقتصادی» (۱۳۹۷). در میزان. کد خبر: ۴۴۳۰۲۸. چهارشنبه ۱۷ مرداد.

عضدانلو، حمید. (۱۳۹۵). آشنایی با مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی. تهران: نشر نی. چ پنجم. علی‌بن ابی‌طالب (ع). (۲۳ قبل از هجرت). نهج البلاغه. ترجمه محمد دشتی. قم: بوستان کتاب قم. مؤسسه تحقیقاتی امیرالمؤمنین علیه‌السلام. ۱۳۸۴.

فراستخواه، مقصود. (۱۳۸۸). «نظریه مهم‌ها: کوششی برای توضیح رفتار و اخلاق ایرانیان». در ماهنامه آیین. شماره ۲۶ و ۲۷. بهمن و اسفند ۱۳۸۸. صص ۹۰-۸۶.

فراستخواه، مقصود. (۱۳۹۶). ما ایرانیان؛ زمینه‌کاوی تاریخی و اجتماعی خلیقات ایرانی. تهران: نشر نی. چ پانزدهم.

فروم، اریک. (۱۳۶۸). جامعه سالم. ترجمه اکبر تبریزی. تهران: انتشارات بهجت. چ سوم. فروید، زیگموند. (۱۳۹۲). تمدن و ناخشنودی‌های آن. ترجمه خسرو همایون‌پور. تهران: انتشارات امیرکبیر. چ سوم.

قاسمی، ساسان و شکری، وحید. (۱۳۹۲). «کاربرد علم میمیتیک در بازاریابی». در دنیای اقتصاد. ش روزنامه ۳۱۴۱. ش خبر: ۷۸۶۷۱۵. پنجشنبه ۱۲ اسفند. کاپوراسو، جمیزای و دیوید پی. لوین. (۱۳۹۲). نظریه‌های اقتصاد سیاسی. ترجمه محمود عبدالله‌زاده. تهران: نشر ثالث. چ دوم.

«کشف انبار احتکار برنج در مشهد». (۱۳۹۷). در کیهان. ش ۲۱۹۹۸. دوشنبه ۱۹ شهریور. ص ۱۱ حوادث.

«کشف انبار احتکار پوشک در گیلان». (۱۳۹۷). در کیهان. ش ۲۲۰۰۵. سه‌شنبه ۲۷ شهریور. ص ۱۱ حوادث.

«کشف بیست تن کاغذ احتکارشده در بندرعباس». (۱۳۹۷). در کیهان. ش ۲۱۹۷۵. شنبه ۲۰ مرداد. ص ۱۱ حوادث.

«کشف هفتاد انبار مظنون به احتکار کالا در مشهد؛ ۳۵۰ تن برنج پاکستانی در سرخس کشف شد». (۱۳۹۷). در آنا. شنبه ۱۴ مهر.

کوش، دنی. (۱۳۸۱). مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی. ترجمه فریدون وحید. تهران: انتشارات سروش. چ اول.

محبوبی‌منش، حسین. (۱۳۸۱). «امنیت و انحرافات اجتماعی». در نشریه مطالعات راهبردی زنان. سال پنجم. شماره ۱۸. زمستان ۱۳۸۱. صص ۱۵۹-۱۳۳.

«محتکران به‌مثابه کسانی‌اند که آب را برامام پستند». (۱۳۹۷). در تابناک. کد خبر: ۸۳۵۲۸۵. چهارشنبه ۲۸ شهریور.

- «محتکران پیاده‌نظام دشمن هستند»». (۱۳۹۷). در ایرنا. کد خبر: ۸۳۰۳۶۴۸۴ (۶۶۶۶۸۲۹).
دوشنبه ۲۶ شهریور.
- محتکران سقوط می‌کنند یا متقاضیان کالا؟!». (۱۳۹۷). در ایسنا. کد خبر: ۹۷۰۶۲۷۱۳۸۸۶.
سه‌شنبه ۲۷ شهریور.
- «محمد آقاها: رکود سنگینی بر بازار حاکم است»». (۱۳۹۷). در اتاق اصناف تهران. ۱۱ دی.
«مردم: با محتکران مانند خاتمان زمان جنگ برخورد شود»». (۱۳۹۷). در مهر. کد خبر: ۴۳۷۹۶۱.
دوشنبه ۲۹ مرداد.
- مولوی، جلال‌الدین محمد بلخی. (۱۳۸۸). مثنوی معنوی. تهران: انتشارات ارمغان. چ ششم.
نظری، علی‌اشرف. (۱۳۹۵). تصورات قالبی و روابط بین گروه‌های هویتی: ارزیابی پیمایشی و
مقایسه‌ای. مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران. چ دوم.
«وقتی برخی از مردم با محتکران همراه می‌شوند!». (۱۳۹۷). در باشگاه خبرنگاران جوان. کد خبر:
۶۶۵۸۶۸۳. شنبه ۱۷ شهریور.
- «وقتی مردم به همدیگر رحم نمی‌کنند انتظاری از بیگانگان نیست: احتکار خانگی در تضاد با رزاقیت
خداوند»». (۱۳۹۷). در آنا. یکشنبه ۱۵ مهر.
- ولی‌پور، محمدطاهر. (۱۳۸۶). «احتکار و مقابله با آن از دیدگاه روایات». در فصلنامه مطالعات فقه
اسلامی و مبانی حقوق. سال یازدهم. شماره سی‌وششم. پاییز و زمستان ۱۳۸۶. صص
۱۱۱-۱۵۵.
- «ویروس‌ها همچنان می‌تازند»». (۱۳۸۸). در اعتماد. ش ۱۹۳۲. چهارشنبه ۲ اردیبهشت. ص ۱۰
آی‌تی.
- «یک نماینده مجلس: ۲ خودروساز با احتکار ۹۰ هزار خودرو قیمت‌ها را افزایش دادند»». (۱۳۹۷). در
کیهان. ش ۲۱۹۰۷. چهارشنبه ۲۶ اردیبهشت. ص ۱۰ اخبار کشور.

زایش تصاویر و نشانه‌های شهری در بطن روایت‌هایی زنانه، مطالعه روابط حاکم بر نظام نشانه-معناشناختی شهر در مجموعه داستان اسم شوهر من تهران است

زینب گلستانی درو^۱

دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فرانسه، دانشگاه شهید بهشتی، تهران

نسرین دخت خطاط^۲

استاد زبان و ادبیات فرانسه، دانشگاه شهید بهشتی، تهران

چکیده

شهر، به مثابه یک نظام نشانه-معناشناختی واحد، در قلب تصاویر، خاطرات، و فضاهایی زاده می‌شود که هر یک به نوبه خود، بخشی از خیال جمعی شهروندان را روایت می‌کنند. این تصاویر که از دیدگاه کارلوس رچیو داویلا، نشانه‌های تشکیل دهنده نظام نشانه-معناشناختی شهر هستند، شامل تصاویر جغرافیایی (نقشه‌ها)، تصاویر شهری (چشم‌اندازها)، تصاویر سه‌بعدی (مجسمه‌ها و بناها)، تصاویر دو بعدی (نقاشی‌ها، دیوارنگاری‌ها و تبلیغات شهری)، و نهایتاً تصاویر ذهنی (تفکرات قالبی، هویت، خاطرات) می‌شوند. نوع آخر تصاویر شهری که در حقیقت بازتاب عادت‌ها، ذهنیت‌های شهری و خاطرات جمعی شهروندان از شهر است، به بهترین نحو در آثار ادبی تجلی می‌یابد. مجموعه داستان *اسم شوهر من تهران است*، اثر زهره شعبانی، با ارائه ذهنیت‌ها و خاطراتی زنانه از نظام نشانه-معناشناختی شهر، این نشانه‌ها را در ارتباط میان درون و بیرون و ادراک زن از فضای شهری، جستجو می‌کند. هدف از این نوشتار، بررسی چگونگی شکل‌گیری رابطه سوژه با نشانه‌های فضای شهری بر اساس تخیلات محیطی زنانه در این مجموعه داستان است. در واقع، با وجود پیوستگی حاکم بر روایت‌های گوناگون، مجموعه داستان یاد شده به نوبه خود نظام نشانه‌ای واحدی را می‌سازد که می‌تواند پاسخگوی چگونگی ظهور نشانه‌های شهری تهران در روایت‌های گوناگون زنان، روابط میان نشانه‌ها در نظام نشانه-معناشناختی شهر، چگونگی ادراک زنان ساکن شهر از نشانه‌ها و تصاویر شهری باشد. پرسش‌هایی که می‌تواند در نهایت ما را در پاسخ به چگونگی شکل‌گیری نشانه‌های شهری در ارتباط میان خود-دیگری و فضای حقیقی شهر یاری کنند.

¹ z_golestanidero@sbu.ac.ir

² nkhattate@yahoo.fr

کلیدواژه‌ها: نشانه، تصاویر شهری، نظام نشانه-معناشناختی شهر، کارلوس رچیو داویلا، زن، اسم شوهر من تهران است.

مقدمه

نظام نشانه-معناشناختی شهر که در محدوده روابط انسانی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و نمادین تعریف می‌شود، همواره تصاویر و نشانه‌هایی را خلق می‌کند که هر یک به نوبه خود نقش مهمی در شکل‌گیری هویت جمعی و فرهنگی ساکنان شهر ایفا می‌کنند. کارلوس رچیو داویلا با توجه به همین مسئله از نشانه‌شناسی شهری سخن می‌گوید و آن را از طریق تصاویر مختلف شهری مطالعه می‌کند. گفتار پیش رو با توجه به محورهای مطالعه‌ی داویلا، به جستجوی تصاویر متفاوت شهری در کلان‌شهر تهران می‌پردازد. اما این تصاویر بستری گویاتر و رساتر از هنر و ادبیات برای ظهور نمی‌یابند. از این رو، نشانه‌ها و تصاویر شهری را در مجموعه داستان «اسم شوهر من تهران است» اثر نویسنده جوان، زهره شعبانی، جستجو می‌کنیم تا آنها را از دید زنانی ببینیم که هویت و فردیتشان سالهاست در هیاهوی فضای پر آشوب شهری از دست رفته است، زنانی که تنها و تنها به خیال خود دست می‌یازند. اما این زنان چگونه تصاویر و نشانه‌های شهری را درک می‌کنند؟ تصاویر شهری با چه خصوصیتی و چگونه در نزد آنان زاده می‌شوند؟ خیالات محیطی زنانه چگونه در فضای شهر جان می‌گیرند؟ این تصاویر و خیالات می‌توانند تجربه‌ای شخصی و شناختی را از فضای شهری به ارمغان آورند؟ این تجربه قادر است روابط میان زن و شهر را تعیین کند؟ زن چگونه رابطه میان خود، دیگری و شهر را برقرار می‌سازد؟ پژوهش حاضر با تکیه بر نشانه‌شناسی شهری و با هدف تعریف هویتی زنانه در شهر، سعی در پاسخگویی به سؤالات فوق دارد. بدین منظور در ابتدا با اشاره ای کوتاه به مفاهیم مطرح شده از سوی رچیو داویلا، از انواع مختلف تصاویر شهری و مفاهیم اساسی تعریف نشانه‌شناسی شهری سخن خواهیم گفت و سپس به مطالعه نظام نشانه-معناشناختی شهر در چهار روایت - «گنجشک تریاکی»، «ساجلی»، «مجسمه»، «شهرزاد با موهای وز شده» - خواهیم پرداخت. تحلیل نشانه‌ها و تصاویر شهری و چگونگی شکل‌گیری آنها، تخیل محیطی و ادراک زنانه از فضاهای مختلف شهری، و در نهایت ارتباط میان زن با خود، دیگری، و شهر بخش‌های مختلف این مطالعه را تشکیل خواهند داد.

نشانه‌شناسی شهری

علم نشانه‌شناسی با مطالعه مناطق مختلف، مرزها، و پر و خالی‌های شهر، به جستجوی فضایی ژرف، زیسته، شخصی، تجربی و ارزش‌گذاری شده می‌پردازد؛ فضایی که می‌تواند در شکل‌گیری تفاوتی شناختی میان یک شهر مشخص و سایر شهرها نقش بسزایی ایفا کند. نشانه‌های شهری در این معنا، از دیدگاه کارلوس رچیو داویلا، تصاویر، فضاها، اشیا و فرآورده‌های شهری و جغرافیایی را شامل می‌شوند. داویلا با هدف مطالعه تأثیر نشانه‌های تصویری، جغرافیایی و شهری بر هویت جمعی ساکنان یک شهر، به بررسی روابط تنیده شده میان شهروندان، و تصاویر فضاهای عمومی می‌پردازد. تصویر در اینجا، نه تنها تصاویر دو بعدی بلکه اشیای سه بعدی و تصاویر ذهنی را نیز در بر می‌گیرد و به‌عنوان عنصر اساسی درک چگونگی شکل‌گیری هویت اعضای یک جامعه‌ی مشخص در نظر گرفته می‌شوند. این تصاویر عبارتند از:

- تصاویر جغرافیایی (نقشه‌نگاری‌ها، کوه‌نگاری‌ها، آب‌نگاری‌ها)؛
- تصاویر کلی شهری (برنامه‌ریزی‌های شهری)؛
- تصاویر سه بعدی (بناها، عمارات، مجسمه‌ها)؛
- تصاویر دو بعدی (نقاشی‌های شهری، دیوارنگاری‌ها، تبلیغات شهری)؛
- تصاویر ذهنی (کلیشه‌ها و هویت‌ها) (Recio Dávila, 2008).

در این تعریف، دو نوع اول تصاویر به‌عنوان تصاویری کلی و عام مطرح می‌شوند و دو نوع دیگر تصاویری فیزیکی و خاص‌تر هستند. اما آخرین نوع این تصاویر، حضور توامان هر چهار تصویر فوق را طلب می‌کند؛ این تصویر که از انباشته شدن تصاویر متعدد شخصی در برخورد با فضاهای مختلف شهری پدید می‌آید، درواقع بیانگر ادراک و تجربه زیسته ساکنین شهر از خود، دیگری، و مکانی است که در آن سکونت دارند. این تجربه ژرف از محیط شهری که به ایجاد چشم‌اندازی وسیع و گسترده از فضای وجودی می‌انجامد، به خصوص از طریق حواس پنجگانه و خصوصاً حس بینایی حاصل می‌شود. درواقع، همانگونه که نشانه‌شناس لبنانی، مَتر حَمَد^۱ یادآور می‌شود، سوژه مشاهده‌گر با حرکت خود در دل فضای شهری، نقش مهمی در ایجاد سازماندهی فضائی شهر ایفا می‌کند و تن عمودی او با دارا بودن نشانه‌هایی جهت‌دار (پشت-جلو، چپ-راست)، خود نظامی مستقل و پویا می‌آفریند که با نظام جغرافیایی مکان در ارتباط

¹ Hammad Manar

قرار می‌گیرد (Roelens, 2016 : 192). از این‌روست که داویلا این نوع مطالعه را «نشانه‌شناسی دیداری» می‌نامد و تمامی اجزای تشکیل‌دهنده شهر، مانند رودها، کوه‌ها، خیابان‌ها و ... را در مطالعه خود مورد توجه قرار می‌دهد. او هدف از این نوع مطالعه را شناخت هویت جمعی شهروندان و ارائه راهکارهایی برای بهبود برنامه‌ریزی‌های شهری معرفی می‌کند؛ و با بهره گرفتن از نظریات ینکل فیجالکو^۱، شهر را همچون «صورتی اجتماعی» در نظر می‌گیرد که در آن تکرار فعالیت‌ها، تمایز میان فضاهای مسکونی و تجاری، شکل زندگی و جمعیت، همه و همه به‌عنوان نمودهایی از جامعه، هنجارها، ارزش‌ها و عادت‌های آن تلقی می‌شوند. (Recio Dávila, 2008)

بنابراین، باید در جستجوی چگونگی شکل‌گیری پدیدارهای دخیل در ایجاد هویت شهری، چگونگی برهم کنش معانی میان ساکنین مختلف شهر، و هم چنین مکان‌هایی بود که مستعد تجربه‌های فعال شهروندان هستند، تجربه‌هایی که بی‌وقفه در حال نو شدن هستند و در بستر احساسات متفاوت و حتی متناقض شهروندان زاده می‌شوند. تجربیاتی از این دست که گاه حاصل ساده‌ترین برخوردها با محیط اطراف هستند (مانند آسمانی آبی، بویی خوش، گستردگی و وسعت یک شهر)، می‌توانند منعکس‌کننده تلاش انسان برای تحقق امر سکنی‌گزیدن (Hye-Ryung, 2010-2011; 9)، دیدار با دیگری و زندگی جمعی باشند. این تجربیات در آثار ادبی و هنری به بهترین نحو پدیدار می‌شوند، و با خلق مفاهیم جدیدی از شهر و فضای شهری، هویت خاص ساکنین شهر را ترسیم می‌کنند.

مطالعه نظام نشانه - معناشناختی شهر در «اسم شوهر من تهران است»

مجموعه داستان «اسم شوهر من تهران است»، نوشته زهره شعبانی در سال ۱۳۹۵ در نشر مرکز منتشر شد و به زودی به چاپ دوم خود رسید. هم چنین در دهمین دوره جایزه ادبی جلال به‌عنوان اثر شایسته تقدیر معرفی شد. این اثر^۲ روایت از زندگی در فضاهای مختلف شهری را در بر می‌گیرد و با نگاهی اجتماعی و واقع‌گرایانه به مسائل و هنجارهای حاکم بر فضای شهری تهران می‌پردازد. در ادامه با مطالعه تصاویر و نشانه‌های شهری، و خیالات محیطی زنانه در چهار روایت از این مجموعه داستان، به روابط میان سوژه و نشانه‌های شهری می‌پردازیم.

^۱ Yankel Fijalkow

۱. شکل‌گیری تصاویر و نشانه‌های شهری

«اسم شوهر من تهران است»، خصوصاً در چهار روایت یاد شده، زنانی را ترسیم می‌کند که هر یک، با وجود قرارگیری در موقعیت‌های روایی گوناگون، به نوعی با مرگ احساسات و شخصیت خود دست و پنجه نرم می‌کنند. «گنجشک تریاکی» از رویارویی زنی خانه دار با اعتیاد همسر و عصیان فرزندان‌ش سخن می‌گوید؛ «ساجلی» روایت دختری شهرستانی است که برای گریز از بایدها و نبایدهای مادر به بهانه تحصیل به تهران پناه می‌آورد و در خاک این شهر ریشه می‌کند؛ «مجسمه» تلاش بی‌وقفه زینت را برای خروج از روزمرگی‌ها و قواعد تحمیل‌شده زندگی‌ش نشان می‌دهد، زنی که باید خواسته‌ها و آرزوهای خود را به نفع همسر و فرزندان‌ش قربانی کند. او «با همین حساب کتاب‌های زنانه اش توانسته بود بیست سال را با حقوق کارگری بگذراند. خانه بخرد. برای بچه‌هایش لباس خوب بخرد و یحیی را آبرومند نگه دارد.» (شعبانی، ۱۳۹۵: ۶۸)؛ و «شهرزاد با موهای وز شده»، از زنی حکایت می‌کند که در ابتدای جوانی قربانی مصلحت‌اندیشی‌های خانواده شده و اکنون با ترس از خیانت همسر رو به روست: «بزرگ‌ترها مصلحت دانستند که آنها زن و شوهر شوند. بزرگ‌ترها نمی‌خواستند مادر به دانشگاه برود و آن همه زیبایی، او را از راه به در کند. بزرگ‌ترها می‌خواستند آن همه زیبایی نصیب پدر، پسر نجیب فامیل شود. مادر، پدر را به خاطر نجابتش دوست داشت.» (همان، ۸۴)

تصاویر و نشانه‌های شهری در چهار روایت مذکور، در نتیجه دیالکتیک بیرون و درون زاده می‌شوند و بر تجربه حسی زنان از فضا و خصوصاً حرکت آنها در دل فضاهای شهری تکیه دارند. دریافت‌ها و احساسات چندگانه این زنان از محیط پیرامون خود، تصویری شخصی و محسوس را از کلان‌شهر تهران به نمایش می‌گذارد. این نوع برخورد با فضا نهایتاً به خلق نشانه‌هایی ذهنی و سوژکتیو در دل شهر می‌انجامد؛ نشانه‌هایی که از پیوندی نو با محیط شهری حکایت دارند و با شکل دادن ارتباط میان سوژه و چیزها، به بیان امر محسوس در قالب اندیشه‌ای فضایی می‌انجامند.

زنان این روایت‌ها همواره در جستجوی تصویری از یک پناهگاه در دل شهر هستند؛ قهرمان داستان «گنجشک تریاکی» این پناهگاه را در اماکن مختلف تجاری شهر، مثل بازار، جستجو می‌کند؛ دختر جوان داستان «ساجلی» رویاهایش را در دل تمام فضاهای خاطره‌انگیز تهران می‌یابد و همین خاطرات نهایتاً او را از مهاجرت به خارج از کشور باز می‌دارند؛ در داستان

«مجسمه»، زینت در فروشگاه چشم‌روشنی به دنبال آرزوهای بر باد رفته خود می‌گردد و مادر روایت «شهرزاد با موهای وز شده» در کوچه و خیابان‌های شهر نشانی از عشق از دست رفته خود می‌جوید. اینجا شهر، با تمام مردانگی‌اش، زرق و برق، اقتصاد و فرهنگ فریبنده‌اش، مدام زن را در پایدها و ناپایدهای خود فرو می‌برد.

بنابراین، زنان به محض خروج از خانه و شروع پرسه‌زنی‌های خود در دل شهر، با افرادی روبه رو می‌شوند که ممکن است برایشان آشنا باشند و تمام تصاویر ذهنی آنها از شهر را تحت الشعاع قرار دهند. خصوصاً زن در «گنجشک تریاکی» روابطی گسترده را با سایر افراد جامعه برقرار می‌کند و تصویری از ارتباطات اجتماعی، در بستر نیازهای اقتصادی، ارائه می‌دهد. با این حال تنها قهرمان روایت «ساجلی» است که به دور از تمام تبادلات تجاری یا ارتباطات انسانی، تهران را تنها در شهر بودنش جستجو می‌کند؛ تصاویر و نشانه‌هایی که خیال پرسه زن او در محیط شهری کشف می‌کند، از خود تهران برای او پناهگاهی می‌سازد که در آن احساس امنیت کند.

درواقع، تمامی این روایت‌ها، با وجود ترسیم فضاهای متفاوت و گاه متناقض، از فضایی پرده بر می‌دارند که به گفته زیلبرگ^۱، هم درد است و هم درمان (Roelens, 2016: 178). فضایی که بر تمامی افراد جامعه و خصوصاً صیادان تشنه گشوده است، درست مانند حاج کریم قصاب «گنجشک تریاکی» که با اغواگری‌های خود، فضای کوچه را به فضایی سراسر آشوب و نگرانی بدل می‌کند. زن با گریز از محیط پر آشوب خانه، پا به فضایی مردانه می‌گذارد که تنها خواستار پاسخگویی به نیازهای مادی و جسمانی برای مرد است؛ فضایی که در هر لحظه رویاها، آرزوها، و خاطرات زنانه را فرو می‌بلعد. اینجا است که زن به آغوش شهری پناه می‌برد، که در واقع شهر-آشوب، شهر-نیرنگ و شهر-سراب است، شهری بی‌شالوده، بی‌کالبد و بی‌فضا. (حیبی، ۱۳۷۵: ۱۹۹، ۲۰۶):

«سر مغازه اورسی فروش وامیستم. دو تا زن بزرگ کرده دارن کفش می‌خرن. با مغازه‌دار می‌گن و می‌خندن. حتماً تخفیف خوبی گرفتن که نیششون تا بناگوش وازه. اگه منم یه کم چادرم رو شل بگیرم و سرخاب سفیداب کنم روزگارم بهتر می‌شه. اصلاً نجابت زیاد نکبت می‌آره. شوهر من که از مردونگی هیچی نداره پس خودمو واسه کی

^۱ Zilberberg

اینطوری قن‌داق پیچ کردم؟ اینقدر به مردای دیگه اخم کردم که خط افتاده وسط ابرو هام. از ترس آتیش جهنم واسه خودم همه چی رو حروم کردم.» (شعبانی، ۱۳۹۵: ۱۸)

در اینجا با تعریفی از فضا روبه‌رو می‌شویم که در نتیجه کنش‌های صورت گرفته در آن فضا حاصل می‌شود و نتیجه برخورد شهروندان با یکدیگر است. در «گنجشک تریاکی»، پناه بردن به شهر، هر چه بیشتر زن را در تصاویری دور از آرامش، لطافت، زنانگی و ارزش فرو می‌برند. حتی در روایت «مجسمه»، زینت با وجود گریز از مردانگی حاکم بر زندگی خود، و سعی در به دست آوردن رویاهای گم شده‌اش، در تصویری فریبنده از شهر غرق می‌شود:

«آن طرف خیابان تابلوی بزرگی را وصل می‌کردند. آن قدر بزرگ روی تابلو نوشته بودند «چشم‌روشنی» که او با همان چشم‌های ضعیفش هم توانست آن را بخواند. وسوسه شد که برای دیدن جنس‌های مغازه جدید به آن طرف خیابان برود. کیسه خریدش را برداشت و نان در بغل، از خیابان گذشت.» (همان، ۶۸)

با این حال، زینت همچنان از رها شدن از قید و بندهای زندگی مرد سالارش ناتوان است. جای جای داستان «مجسمه» بیانگر نبرد ذهنی او با روابط از پیش تعیین شده زندگی‌اش در کنار یحیی و فرزندان‌اش، رضا و ترانه، است. او حتی با خویشتن خویش نیز در نبرد است. اینجاست که سراب مجسمه برایش تبدیل به چشمه‌ای خواهد شد که تمام رویاهای بر باد رفته‌اش از آن جوشیدن خواهند گرفت، مجسمه‌ای که در واقع تمثیلی است از تمام آرزوها و روابط فردی او. فرشته‌ای با موهایی در دستان باد که باید سه بره سفید را سیراب کند. اما این فرشته و آرامش نهانی و سراب گونه او در خانه زینت دوامی نخواهند داشت: «جهنم که جای فرشته‌ها نبود. اینجا روی موهای طلائی‌اش خاک می‌نشست. بال‌هایش می‌سوخت. دیگر نمی‌توانست پرواز کند. مثل خودش» (همان، ۸۲). در واقع با تصویری از شهر رو به رو هستیم که مردانگی حاکم بر آن تمام آرزوهای زن را خواهد ستاند، چه در فضایی درونی شده (خانه)، چه در فضای بیرونی (فضای شهری).

این حجم پرفریب در داستان «ساجلی» نیز پدیدار می‌گردد. در این روایت، شاهد تصویری از شهر هستیم، که نه تجربه‌ای شخصی از جانب زن، بلکه تجربه‌ای است القا شده؛ در واقع سرابی است مردانه برای دختری که از این پس در آروزی پایتخت به سر خواهد برد:

«مادر می‌گوید تهران خاک دامن‌گیری دارد. پابندت می‌کند. این را به دایی که سربازی‌اش را در تهران تمام کرده و حالا آمده وسایلش را جمع کند برگردد تهران می‌گوید. دایی می‌گوید چرا نرم؟ کف خیابان‌های تهران پول ریخته‌اند، فقط باید جمع کنی. از همان موقع تهران برای من پنج ساله، شهری طلایی شد. شهری با خانه‌های طلایی و کف کوچه و خیابان پوشیده از پول. باران پول می‌بارد و دایی با پارویش پول‌های روی پشت‌بام‌ها را جارو می‌کند. تهران دایی، با تهران من فرق داشت. دایی از شاگردی شروع کرد و حالا برای خودش سه تا نمایشگاه ماشین دارد ولی تهران من تهران فقیر، تهران بی‌کاری، تهران کوچه‌های بن‌بست، تهران طبقه چهارم بی‌آسانسور بود. ویولت گفت تهران برای ما تمام شده، بیا اینجا...» (همان، ۴۰)

اما در «شهرزاد با موهای وز شده» دیگر حتی از این تصویر پرآشوب و این سراب زیبا نیز اثری باقی نیست، چراکه زن آنچنان خود را به فراموشی می‌سپارد و در خیالات مرد محور خود غرقه می‌گردد که در تمام کوچه‌ها و پس کوچه‌های شهر، نشانی از مرد خود را می‌جوید. تجربه حسی و پرسه زدن‌های تن او در شهر، از جستجوی او برای تئ حاکایت دارد که گمان می‌برد در دنیای پول و در دل خیابان‌های تهران گم شده است:

«از من می‌خواهد با ماشین به شرکت پدر برویم. از وقتی موهایش را رنگ می‌کند سوار ماشین نمی‌شود. آرام‌تر شده. قبلا هر روز با ماشین بیرون می‌رفت. اگر در چهارراهی یا خیابانی تصادف نمی‌کرد نمی‌شد فهمید کجاست و چه می‌کند. پنهانی رفت و آمدهای پدر را تعقیب می‌کرد و هیچ چیزی دستگیرش نمی‌شد.» (همان، ۹۰)

با اینکه در دو روایت نخست، با حضور بی‌امان اشیا و هجوم آنها به خیالات زن روبرو هستیم، اما این اشیا تنها در محیط شهری است که می‌توانند عرصه‌ای برای ظهور بیابند بدین ترتیب، شهر حضور بی‌امان خود را به تصویر می‌کشد و صورت زندگی با صورت محیط شکل‌دهنده آن تطابق می‌یابد. فضا با به دست آوردن ارزشهایی خاص، به تدریج در شکل‌گیری هویت این زنان نقش مهمی ایفا می‌کند. با این حال، آنچه در این روایت‌ها قابل تأمل است، نه وجود ارزش‌ها بلکه از میان رفتن آنهاست. در حقیقت، فضای به تصویر کشیده شده در این چهار روایت، چنانچه سید محسن حبیبی در ارتباط با سیر تحول شهر ایرانی خاطر نشان می‌کند، فضایی است که نه تنها ارزش‌ها بلکه هویت خود را نیز از دست می‌دهد. (حبیبی، ۱۳۷۵، ۱۹۹)

۲. تخیل محیطی زنانه از فضاهای شهری

همانگونه که اشاره شد، افکار و خیال‌پردازی‌های هر یک از زنان روایت‌های مذکور در رابطه با خود و دیگری، فضای بیرون و درون به شکل‌گیری تصاویری ذهنی از شهر می‌انجامد که هر لحظه آنان را به چالشی نو فرا می‌خواند؛ چالشی بی‌پایان میان فضای درون و فضای بیرون. چنین وضعیتی با تحمیل بحرانی هویتی به این زنان، آنان را به سوی نظامی نشانه‌شناختی سوق می‌دهد که در دل شهر زاده می‌شود و به زبان خودشان با ایشان گفتگو می‌کند. در واقع، نقش‌ها و روابط از پیش تعریف شده این زنان در فضای درونی خانه، که به هیچ وجه فضایی گرم، امن و پذیرا نیست، آنان را در برابر کشمکش و تنش درونی قرار می‌دهد؛ آنها باید میان طاعت و عصیان، رفتن و ماندن، وابستگی و استقلال هویت یکی را انتخاب کنند. «گنجشک تریاکی» زنی را نشان می‌دهد که تنها ترین عضو خانواده است و تنها نیاز سایر اعضای خانواده به او، نیازی است مادی. او حتی از سوی خانواده پدری خود نیز شاهد هیچ‌گونه حمایتی نیست: «آدم اضافه خونه شدم. زیادی ام. همین دیگه. وقتی از دل و جونت می‌ذاری اینطوری دستمزدت رو می‌دن. می‌گن وظیفه ته. می‌خواستی نزاری. می‌خواستی شوهر نکنی...» (شعبانی، ۱۳۹۵: ۱۱). درک زن از تمام باید‌ها و نباید‌های تحمیل شده به وی، او را گاه حتی با احساس انزجار از خود روبه‌رو می‌کند. او برای پیوستن به فضایی گشوده و گسستن از روزمرگی‌هایش به جستجوی فضایی وجودی می‌پردازد. «فضای وجودی حضور ما در جهان به واسطه فضایی تهی، عمیق و بی‌پایان تعریف می‌شود که آنجا قرار دارد، فضایی که به طور فیزیکی و متافیزیکی در آن حضور داریم» (Roelens, 2016 : 182). اما این فضا نیز، در میان تمام تابوهایی قرار می‌گیرد که از سوی نگاهی مردانه به زن تحمیل می‌شود: «مادرش حتماً یک روز قتی دیده بود دلخوشی‌هایش کم و کمتر می‌شود، در را محکم کوبیده بود و دیگر برنگشته بود. مثل مادرش منتظر فرصت بود که از خانه بیرون بزند. روزهای جمعه که همه خانه بودند برایش دلگیر و کسدار شده بود.»

(شعبانی، ۱۳۹۵: ۷۳) اما زینت خاطره‌ای خوش از رفتن مادر خود ندارد. بدین ترتیب خیال‌پردازی‌های محیطی زنانه با ارزش‌هایی اخلاقی و نمادین احاطه می‌شود و ابعاد گوناگون پدیده‌های انسانی، اجتماعی و اقتصادی را در بر می‌گیرد.

چنانکه برتران (۱۹۸۵) می‌گوید، در اینجا شاهد ظهور «خیال توپولوژیک» هستیم، خیالی که در ارتباط با فضا، شهر و جغرافیای انسانی آن زاده می‌شود. زنان این چهار روایت، حرکتی

خیالی، چه سفری در درون تن خود و چه سفری در دل فضای حقیقی شهر، را پی می‌گیرند که آنها را به سوی خاطره‌سازی‌ها و گفته‌پردازی‌های زبانی سوق می‌دهد. این گفتمان‌ها گاه چنان فضاهای حقیقی را دستخوش تغییر می‌سازد که برای خواننده، تنها و تنها از دید زنان این روایت‌ها قابل درک خواهد بود. اینجاست که شهر، به‌عنوان مکانی عمومی و مشترک، ابعاد دیگری می‌یابد و با اعمال تأثیر مستقیم بر گستره هویت شناختی فرد، او را در برابر تجربه و ادراکی شخصی از فضا قرار می‌دهد؛ فضایی که به تدریج شخصی می‌شود و احساساتی را در شخص بر می‌انگیزد که ریشه در خاطرات، کهن‌الگوها، و برداشت‌های ذهنی او دارند (Lamizet, Sanson, 1977: 74). بنابراین، زن برای نجات یافتن از روزمرگی‌ها، گاه به آرزوها و خاطرات خود می‌اندیشد و به سوی آنها می‌رود، مانند زینت در جستجوی مجسمه‌ی فرشته و گاه به باورها و عقاید گذشتگان خود چنگ می‌زند تا با پیوستن به جریانی قدسی و پناهگاهی مقدس که حکایت از ارتباطی دو سویه با جهان دارد، از سیاهی‌های حاکم بر افکار خود برهد، او در «گنجشک تریاکی» به امامزاده پناه می‌برد، اما دیری نمی‌پاید که به اشتباه خود پی می‌برد:

«یا امامزاده... آره امامزاده، چرا یاد امامزاده نبودم. می‌رم امامزاده و دخیل می‌بندم. اونجا کسی کاری به کار آدم نداره. نه مثل آقاچونم نصیحتم می‌کنه نه مثل زن برادرم لباس زیرش رو می‌ده من بشورم. می‌رم اونجا اونقدر می‌شینم و ضریخش رو می‌گیرم تا حاجتم رو روا کنه. شال و کلاه می‌کنم و راه امامزاده رو پیش می‌گیرم. هنوز مونده تا اذان. تا امامزاده یه ساعتی راه هست. سوار مینی‌بوس‌های امامزاده می‌شم. پیرزنی با پسر عقب مانده اش روی صندلی جلو نشسته و مفاتیح می‌خونه. پسر کوری عصاش رو می‌زنه به شیشه مینی بوس و می‌پرسه ماشین امامزادست؟ دو تا زن کامله سن هم پشت سرم، هی حرف می‌زنن. یکی می‌گه سه ساله، هر هفته می‌ره امامزاده واسه شفای شوهرش که عللیل شده. اون یکی هم می‌گه دخترش نه ساله بچه دار نمی‌شه. واسه اون می‌ره امامزاده حاجت بگیره. پام شل می‌شه. برم امامزاده چی کار؟ اگه این امامزاده شفا می‌داد اینقد کور و کچل تو شهر نبود که.» (شعبانی، ۱۳۹۵: ۱۶)

در اینجا با نوعی دوگانگی در فضای شهر روبه‌رو می‌شویم، یکی منطقه‌ای است معمولی و همیشه در دسترس، و دیگری منطقه‌ای است قدسی که تا امروز، در ذهن شهروند، از تمامی زشتی‌ها و هیاهوهای دنیای امروز مبری بوده است، اما چیزی نمی‌گذرد که همین فضا نیز در معادلات جدید نظام شهر از میان می‌رود. اینگونه است که نه تنها گسست از روزمرگی‌ها صورت

نمی‌گیرد و شعفی ایجاد نمی‌شود، بلکه ژرفایی تهی پدید می‌آید که زن هر چه بیشتر در آن غوطه‌ور می‌شود. تخیل محیطی در نزد این زنان، نه تنها به ایجاد فضایی، وسیع، شعف‌انگیز و ژرف، چنانکه نزد باشلار (۲۰۰۷) می‌بینیم^۱، نمی‌انجامد بلکه جهان آنان رفته رفته کوچکتر می‌شود و در نهایت زنان روایت‌های «گنجشک تریاکی»، «ساجلی» و «شهرزاد با موهای وز شده» را در خود فرو می‌برد. در واقع شدت گرفتن خیال پردازی‌های زنانه تنها به بیشتر غرقه شدن در خود و در محیط بسته‌ی خانه منجر می‌شود. اینجاست که بار دیگر تقابل میان درون و بیرون، فضای خانه و فضای شهری رخ می‌دهد. با این حال، در روایت «ساجلی»، پیوند زن با طبیعت و جغرافیا از ورای تخیلی جغرافیایی انکار ناپذیر است؛ همانگونه که ساجلی تن خود را به کویر و قنات می‌بخشد تا حیات آن را تضمین کند، دختر شهرستانی نیز به عقد تهران در می‌آید تا بار دیگر باران بر خانه‌های شهر بیارد و تمام پیش‌انگاشته‌های ساکنان شهر را از میان بردارد، تا نظام معنایی شهر، در روایتی جدید از نو شکل بگیرد.

۳. روابط میان خود-دیگری-فضا در نظام نشانه‌ای شهر

ساکنین یک شهر، همانگونه که کوین لینچ یادآور می‌شود، به واسطه تصورات و اداراکات خود از فضای پیرامون خود ساخته می‌شوند. فضا در این معنا، پدیده‌ای است جهت‌دار و مرکزمند که انسان را در مرکز خود جای می‌دهد و شناخت آن مستلزم رابطه‌ای پایدار و مطمئن میان سوژه و قضا است. (Roelens, 2016 : 175, 178) این رابطه که به شکل‌گیری نظامی از ارزش‌های پویا می‌انجامد، مشارکتی فعال، شخصی و جسمانی را از سوی سوژه طلب می‌کند؛ سوژه‌ای که با پرسه زدن‌های حقیقی و خیالی خود در فضای شهر، وارد ارتباطاتی پیوسته و گاه قطعه قطعه و مقطعی با شهر می‌شود. زن که در فضای درونی خانه با نوعی گسست و شکست روابط عاطفی رو به روست، خود را به شهر وا می‌گذارد، گاه به امامزاده پناه می‌برد، گاه به اشیا دل می‌بندد، گاه تمام کوچه پس کوچه‌های شهر را به دنبال نشانی از عشق گم شده خویش پشت سر می‌گذارد و گاه با تمام درخت‌ها، کوچه‌ها و حتی مدرسه‌ها یکی می‌شود تا به عقد تهران درآید. سوژه با حرکت خود در فضای شهری که قرار است از این پس برای او نقش پناهگاه-رحم را ایفا کند، الزاماً با حضور همه‌جانبه دیگری رو به روست؛ کسی که ممکن است جهان‌زیسته و ادراکی

^۱ باشلار با ارائه تصویری شناختی از فضا، از رابطه‌ای محسوس و تنگاتنگ با فضا سخن می‌گوید که با رخنه در دنیای خیال فرد، بیش از پیش وسعت می‌یابد.

بدین ترتیب، سوژه با درک ژرفای محیط، احساسی درونی را تجربه می‌کند که همانند نخستین ملاقات با جهان با وجد، شعف و شور خاصی همراه است.

سوژه به سوی او گشوده و یا بسته شود. در «گنجشک تریاکی»، زن با وجود تصمیم‌های متعدد برای ورود به جهان خارج و فضای شهری دنیایش را به سوی همه می‌بندد و چون همیشه در جهان بسته خود باقی می‌ماند: «از بوی بازار دلم به هم می‌ریزه. برم خونه بهتره که آواره خیابون بشم. تو خیابون که پلاس باشی فکرای خیابونی به سرت می‌زنه» (شعبانی، ۱۳۹۵: ۱۹). او تنها زمانی اجازه ورود جهانی دیگر را به جهان خود می‌دهد که شوهر معتادش برایش کتاب می‌خواند و او را در دنیایی ذهنی غرقه می‌سازد.

تجربه‌های فضایی زن در این روایت خصوصاً در دنیای اقتصادی و تجاری (بازار، خرید از دست فروش و ...) شکل می‌گیرد که ارزش‌ها دائماً در آن در حال تغییر و گردش هستند؛ اما همین فضاها امکان دسترسی به فضاهایی دیگر را به شخص خواهند داد. این تجربه وابسته به اقتصاد در روایت‌های «مجسمه» و «شهرزاد با موهای وز شده» نیز دیده می‌شوند. شهرزاد تنها با خرید رنگ موهای مختلف است که می‌تواند گوشه‌ای از احساسات خود نسبت به خیانت همسرش را سرکوب کند. زینت برای دیدن مجسمه بارها و بارها به مغازه چشم‌روشنی می‌رود که تصویر تابلوی بزرگ تبلیغاتی آن او را جذب کرده و در دنیای پر زرق و برق آن فروشگاه گم می‌شود. او با دیدن مجسمه‌ی فرشته آرامشی می‌یابد، در حالی که روزهای جمعه اجبار حضور در کنار سایر اعضای خانواده و پایبندی به محیط خانه او را در عذابی دائمی فرو می‌برد. ملاقات زینت با فرشته، گویی رویارویی او با تمام رویاهای سرکوب شده‌اش در محیط سرد خانه است. شوق زینت برای این شی، به ایجاد تضادی در مرز میان خانه - به‌عنوان فضایی خصوصی و بسته - و شهر - به‌عنوان فضایی عمومی و باز - منجر می‌شود؛ تضادی که نهایتاً با سوق دادن زن به سوی فضاهای مختلف شهری مانند پارک، خیابان، بازار و ... رابطه‌ای تنگاتنگ میان او و فضای شهر ایجاد می‌کند؛ شهری که از این پس او را در آغوش خود خواهد کشید. اما این ملاقات با فضای تجاری و اقتصادی شهر، موجب شکل‌گیری وابستگی کاذبی به مکان در سوژه‌ای می‌شود که به هیچ وجه قادر نیست حس گشودگی و پیوند خود با فضای بیرون را حفظ کند. در واقع، سوژه تعلق به فضا نداشته و تنها توسط آن احاطه می‌شود. به عبارت دیگر، این مردانگی شهر و حجم عظیم سراب‌ها و فریب‌های حاکم بر آن که به‌خوبی در مواجهه امر اقتصادی ظاهر می‌شود - «آن طرف خیابان تابلوی بزرگی را وصل می‌کردند. آن قدر بزرگ روی تابلو نوشته بودند «چشم‌روشنی» که او با همان چشم‌های ضعیفش هم توانست آن را بخواند. وسوسه شد که برای دیدن جنس‌های مغازه‌ی جدید به آن طرف خیابان برود.» (همان، ۶۸) - زنان را از ارتباطی حسی و

عاطفی با فضا باز می‌دارد. آنها همانگونه که در فضای درونی خانه روابطی عمیق و محکم با شرایط حاکم بر زندگی و همسران خود برقرار نکرده‌اند، در فضای بیرونی و شهر نیز از آنها دوری می‌جویند، هرچند زن حاضر در گنجشک تریاکی در کشمکش بیرونی، چندین بار تسلیم این جبر مردانه می‌شود، اما هیچ‌گاه به رابطه‌ای این چنین تن در نمی‌دهد. هیچ یک از این زن‌ها پای بند هیچ یک از مردهای تهران نمی‌شوند (همان، ۴۰).

از سویی دیگر، سکونت در فضایی این چنین که به تدریج با عادات و رفتارهای شخصی این زنان تطبیق می‌یابد، به تدریج تصویر آنها را همانگونه که جامعه‌شناس فرانسوی، مورس هولباخ می‌گوید^۱، به تصویر اشیاء و فضاهای بیرونی پیرامون آنها پیوند می‌زند (به نقل از Recio Dávila, 2008). آنچه در اینجا اهمیت می‌یابد، همانگونه که بیشتر به آن اشاره کردیم، تصوراتی ذهنی است که کم‌کم تصویر و چهره‌ی شهر را می‌سازد. این تصویر، هویت جمعی این زنان را در فضای شهر تهران تعریف می‌کند و نه تنها بر ادراکات آنها از فضای شهر، بلکه بر روابط میان آنها استوار است. دختر شهرستانی («ساجلی») خود را به داستان شهر می‌سپارد: «ساجلی می‌گوید گون‌ها را نمی‌توانی بکنی. ریشه‌هایشان تا ته زمین رفته. باید به یولت بگویم تهران برای من هنوز تمام نشده است. ریشه کرده‌ام در خاکش.» (شعبانی، ۱۳۹۵: ۴۲)

بدین ترتیب، امر بیرونی، درونی می‌شود و فرد وارد یک نظام فرهنگی ارزش‌گذاری شده می‌شود. نظامی که با به بازی گرفتن تمامی اندیشه‌ها، آرزوها، خاطرات و رویاهای فرد، او را به اندیشیدن بیش از پیش به خود و می‌دارد و هر چه بیشتر به درونیت مکان و فضای شهری می‌افزاید. اما این تجربه، تنها تجربه‌ای ذهنی نیست، بلکه تن نیز، به‌عنوان سرمنشا اساسی تمامی احساسات و اندیشه‌های آدمی، در این تجربه کاملاً شخصی دخیل می‌شود. از سویی دیگر، این پرسه زدن‌ها، نه تنها شخص را به خود و دیگری گره می‌زند، بلکه به ایجاد رابطه‌ای میان او و چشم‌انداز شهری و اشیای سازنده آن نیز می‌انجامد. بدین ترتیب، بنا به گفته‌ی میشل کولو (۲۰۱۱)، «اندیشه‌ای فضائی» را به وجود می‌آورد؛ یعنی اندیشه‌ای مشترک که انسان و چیزها، هر دو، در پدید آمدنش دخیل هستند. بدین ترتیب، ما با زنانی فضامند روبرو می‌شویم، شخصیت‌هایی که رها شدنشان در دل فضا چون بخشی اساسی از شرایط هستی‌شان تعریف

^۱ «به او نگفتم ولی به یولت گفتم خسته شده‌ام. از گرانی اجاره خانه، از حقوق کم، از سوسک‌هایی که هیچ

سمی آنها را نمی‌کشد، از مردهای تهران که پابند هیچ کدامشان نشدم...»

^۲ Maurice Halbwachs

می‌شود. زنان در تهران فرو می‌روند، تهرانی که خاکش آنها را دامنگیر می‌کند تا همانگونه که در داستان «ساجلی» شاهد آن هستیم، همچون «گون» در دل خاک این شهر پر آشوب ریشه کنند و به آن پیوندند. این زنان که مانند گنجشکی تریاکی، عصیان‌شان همواره با بازگشت به موقعیت نخست خود و جایگیری در دل خانه‌ای که شاید از آن گریزانند، سرکوب می‌شود، در دل شهر قدم می‌زنند، خاطره می‌سازند و با خاطرات خود زندگی می‌کنند. به این ترتیب «مفهوم ذهنی و هویتی مکان در زمان جاری می‌شود» (حبیبی، ۱۳۷۵، ۱۵۳) و تهران مدفن آرزوها می‌شود، آرزوهای بر باد رفته زنانی در جستجوی خویشتن خویش.

نتیجه‌گیری

مطالعه نظام نشانه-معناشناختی شهر در مجموعه داستان «اسم شوهر من تهران است»، ما را به بررسی چگونگی شکل‌گیری تصاویر شهری در این رمان سوق داد؛ در واقع تصاویر و نشانه‌های شهری در روایت‌های این مجموعه داستان پس از تصمیم زن برای خروج از خانه و حرکت او در شهر زاییده می‌شوند؛ این حرکت که به تجربه‌ای شناختی و حسی می‌انجامد، بیشتر بر حس بینایی زن و درک دیداری او از فضای شهری استوار است. با این حال، برخی اوقات تصاویر یاد شده حاصل برخوردی ناب و بی‌پیش‌فرض با جهان نیستند، چراکه فضای مردانه شهر همواره تصاویر و نشانه‌هایی را به زن القا می‌کند و او را در ساخت نشانه‌هایی کاملاً شخصی ناکام می‌گذارند. این تصاویر مردانه، در کنار تصاویر و نشانه‌های جامعه‌ای سرمایه‌داری، تصویری سراسر نیرنگ، آشوب، دروغ و سراب از فضای شهری می‌آفریند؛ فضایی که زن در آن باید به دنبال تمام ارزش‌های گم شده خود (عشق، هویت) باشد. اینجاست که لزوم شکل‌گیری امر خیالی در دل شهر حس می‌شود. محیط بسته و درونگرای خانه که در آن زن تنها می‌تواند از طریق فضاهایی چون پشت‌بام، ایوان، پنجره و در با محیط بیرون ارتباط برقرار کرده و دایره روابط اجتماعی محدودی را تجربه کند (شرکت در جلسات قرآن‌زنان، دیدار با زنان همسایه هنگام خرید از دست فروش، ارتباط با فرزندان)، به تدریج او را به سوی خیال‌پردازی‌هایی محیطی سوق می‌دهد. خیالاتی که گاه در چهارچوب عقاید گذشتگان، سنت‌های دیرین و اسطوره‌ها تعریف می‌شوند و گاه با غرقه شدن زن در آرزوهای از دست رفته خود شکل می‌گیرند؛ خیالاتی که سعی

دارند زن را از تمامی تعاریف تحمیل شده به او برهانند و در نهایت عزم رفتن و عبور^۱ را در او ایجاد کنند. شهر در اینجا فضای گذر است، گذر از خود به خود و از خود به دیگری. در نتیجه این گذر است که رابطه میان زن و نظام معناشناختی شهر برقرار می‌شود. در حقیقت ارتباط او با جهان و ایجاد تجربه شناختی او از محیط می‌تواند حاصل برخورد او با نظامی زبانی باشد (شوهر گنجشک تریاکی برای او کتاب می‌خواند) و یا اینکه در برخورد با تصاویر سه بعدی و دو بعدی شهر شکل گیرد. ورود زن به دنیای روابط و کنش‌های اقتصادی می‌تواند تن او را چنان به تن شهر گره زند که هیچ راهی برای گریز از آن نداشته باشد، اما این پیوند پیوندی دائمی نیست و او به زودی از این روابط تعریف شده در دنیای سرمایه‌داری فاصله می‌گیرد. اما زن، گاهی با پدیدار شدن حسی متناقض روبه روست که نه تنها به او اجازه گذر نمی‌دهد بلکه او را وادار می‌کند تا با فضا و تن شهر در هم آمیزد. بنابراین، با اینکه گاه گشوده شدن جهان زن به سوی نظام نشانه-معناشناختی شهر با شکست رو به رو می‌شود، او باید در فضای شهر رها شده و فضاوندی را تجربه کند. کشمکش‌های درونی و حرکات او در فضای شهر، به پدید آمدن تصاویری ذهنی از آن می‌انجامد که در نهایت هویتی جمعی و زنانه را شکل می‌دهد.

فهرست منابع

حیبی، سید محسن (۱۳۷۵). از شمار تا شهر، تحلیلی تاریخی از مفهوم شهر و سیمای کالبدی آن، تفکر و تاثر، موسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، چ اول.
شعبانی، زهره (۱۳۹۵). اسم شوهر من تهران است، تهران، نشر مرکز، چ دوم.

Bertrand, D., (1985), *L'espace et le sens. Germinal d'Emile Zola*, Limoges, Pulime.

Bachelard, G., (2007), *La poétique de l'espace*, Paris, Quadrige/Puf, Réimpression de la 9^e édition « Quadrige ».

Collot, M., (2011), *La pensée-Paysage*, Paris, José Corti.

Hye-Ryung, K., (2010-2011), *Habiter: Perspectives philosophiques et éthiques De Heidegger à Ricœur*, Thèse de doctorant/nouveau régime (Direction : M. Gilbert Vincent), Université de Stsbourg, Faculté de la théologie protestante.

^۱ مراد از «عبور»، گذر از مرزهای درونی محیط است، یعنی گذر و عبور از این فضاها بسته، همان گذر از مرزهای درونی هویت زن بودن است.

Lamizet, B.; Sanson P. (dir), (1977), *Les Langages de la ville*, Marseille, Editions Parenthèses, Collection eupalinos, Série Architecture et Urbanisme.

Recio Dávila, C., (2008), « Les images de la ville. Une approche à la sémiotique urbaine ». *Penser la ville – approches comparatives*, Oct 2008, Khenchela, Algérie. pp.237, 2009. <halshs-00382599>

Roelens, N., (2016), « Sémiotique urbaine et géocritique », *Signata* [En ligne], 5 | 2014, mis en ligne le 30 octobre 2016, consulté le 29 mars 2017. URL : <http://signata.revues.org/485> ; DOI : 10.4000/signata.485.

خوانش تحولات پوشش ایرانیان با رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی؛ نمونه موردی

: نیمه دوم دوره قاجار و پهلوی اول

مرتضی بابک معین^۱

دانشیار گروه زبان و ادبیات فرانسه، دانشکده زبان‌های خارجی، دانشگاه آزاد (واحد تهران مرکز)، استان تهران،
شهر تهران

شیمای گلچین^۲

شیمای گلچین: کارشناس ارشد طراحی پارچه و لباس، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه علم و
فرهنگ، شهر تهران، استان تهران (نویسنده مسئول)

چکیده

پوشش به مثابه یک پراتیک اجتماعی قبل از هر چیز دلالت بر موقعیت فرد به لحاظ فرهنگی داشته و او را به صورت ایجابی، زیر مجموعه یک گروه اجتماعی خاص تعریف نموده، و همزمان او را به شکل سلبی از سایر گروه‌های اجتماعی جدا می‌نماید. هر فرد با نوع پوشش خود، رمزگان نشانه‌ای تولید می‌کند که معرف خود و طبقه اجتماعی فرهنگی که به آن تعلق دارد، است. امروزه نشانه‌شناسی به عنوان رویکردی نوین، یکی از ابزارهای ضروری خوانش نظام پوشاک به مثابه «متن» است. با این وجود به جز رد پای اندکی، بحث‌های مربوط به آن در فضای مد و پوشاک کشورمان دیده نمی‌شود و این در حالی است که با تکیه بر نظریه‌های نشانه‌شناسی می‌توان پوشش را به مثابه بازتابی از بستر فرهنگی و اجتماعی مورد تحلیل قرار داد. از این رو، پژوهش حاضر با هدف شناخت نشانه‌ها و رمزگان نشانه‌ای لباس در نیمه دوم دوره قاجار و پهلوی اول در پی پاسخ به این پرسش است که چگونه نظام پوشاک به مثابه متن، می‌تواند در گذر از سنت قاجاری به مدرنیته پهلوی، طبق نظریات نشانه‌شناسی اجتماعی مورد خوانش و تجزیه و تحلیل قرار گیرد؟ در واقع این پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی، رمزگان نشانه‌ای پوششی و دلالت‌های اجتماعی موجود در رمزگان پوششی را با تکیه بر نظریات چهار سبک زندگی لاندوفسکی و مسئله امنیت و عدم امنیت نشانه‌ای کلن کن برگ مورد واکاوی قرار می‌دهد. در نتیجه با ذکر مثال‌های متفاوت (کلامی و تصویری) برگرفته از

1. bajo_555@yahoo.com

2. shima.golchin.iraiei@gmail.com

شرایط اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ... بر امکان تحلیل پوشش در دوره‌های مورد بحث طبق این دو نظریه صحه می‌گذارد.

کلیدواژه‌ها: پوشش^۱، نشانه^۲، نشانه‌شناسی^۳، قاجار^۴، پهلوی^۵

۱. مقدمه

تلاش انسان از زمان‌های کهن تا به امروز برای تهیه ((لباس))، خود گواه بر اهمیت لباس به‌عنوان یکی از نیازهای اولیه و مهم او است. پوشش، صرف نظر از این که به‌عنوان یک نیاز بنیادین برای بشر به حساب می‌آید؛ خواسته یا ناخواسته بخشی از هویت و شخصیت فرد را به جامعه می‌نمایاند. چراکه پوشاک به‌مثابه یک نظام نشانه‌ای، پدیداری‌ترین وجه شخصیت انسان است؛ بیشتر در معرض دید است و به‌عنوان یک ابزار تعاملی وقتی به متن تبدیل می‌شود مورد خوانش بیشتری قرار می‌گیرد. در این مقاله پوشش به‌عنوان یک عمل اجتماعی معنادار در نظر گرفته شده که آینه تمام‌نمای نگرش فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی و ... فرد است و در وهله اول چیرگی فرهنگی در هر دو دوره ذکر شده از طریق آن صورت می‌گیرد. دگرگونی و تنوع در لباس، بر اثر عوامل گوناگونی روی می‌دهد که مهمترین آنها همچون دیگر عناصر فرهنگی عبارت است از رویارویی و ارتباط فرهنگ‌ها و تأثیرگذاری و تأثیرپذیری فرهنگی در جریان حرکت پیشروانه‌ی جامعه. مناقشات پیرامون تجربه‌های زیستی و حتی تجربه‌های نوع لباس و پوشاندن بدن در مرکز نظریه‌های مدرنیته قرار می‌گیرد. از این‌رو، آغاز مدرنیته در ایران نیز در کشمکش با نوع لباس سنتی، حجاب و پوشش قرار گرفت. گذر از سنت به مدرنیته بیش از هر چیز در شکل لباس افراد بروز پیدا کرد. بنابراین، در این گذر از سنت به مدرنیته می‌توان دلالت‌هایی را مورد تحلیل قرار داد که به تدریج ایرانیان را از پوشش سنتی، قومی، منطقه‌ای و محلی به سوی لباسی به سبک اروپایی سوق داد. لازم به ذکر است که معمولاً نخستین چیزی که در فرآیند نوگرایی جامعه‌های سنتی ناپود می‌شود، لباس سنتی آن جامعه است. تغییر بافت سنتی کشور ایران، در دوره انتقالی از قاجار به پهلوی که دگرگونی‌هایی را از جهت اجتماعی و گسترش روابط بین‌المللی می‌طلبید، منجر به شکل‌گیری تفکرات غربی شد

1. Clothing

2. Sign

3. Semiotic

4. Qajar

5. Pahlavi

و ارزش‌های دلالتی پوشش در سیر این گذر از سنت به مدرنیته دستخوش تغییرات شد. از این رو تفسیر این تغییر و تحولات از طریق نظریات نشانه‌شناسی به‌عنوان ابزار خوانش نوین امری ضروری است. مقاله حاضر قصد دارد تا با رویکردی نشانه‌شناختی به تحلیل نظام پوشش، به‌مثابه نظامی گفتمانی پرداخته و روشن سازد که چگونه سازو کارهای دلالتی این نظام گفتمانی در گذر از سنت قاجاری به مدرنیته پهلوی با تئوری‌های نشانه‌شناختی مورد واکاوی قرار می‌گیرد و به‌عنوان مظهري از فرهنگ یک جامعه، حامل چه پیام‌هایی است؟

بدین منظور در این پژوهش، برای خوانش نظام پوششی، تئوری‌های نشانه‌شناسان اجتماعی همچون اریک لاندوفسکی و ژان مری کلن کن برگ را به کار برده‌ایم تا بتوانیم با زاویه‌ای متفاوت به تجزیه و تحلیل تغییرات نظام پوششی در گذر از سنت به مدرنیته پردازیم. به شکل موشکافانه‌تری در این مقاله جمع‌آوری داده‌ها، به صورت کتابخانه‌ای و با مراجعه به کتاب‌های معتبر تاریخی، سفرنامه‌ها، مقالات صورت پذیرفته است. همچنین به روش توصیفی - تحلیلی، رمزگان نشانه‌ای پوششی و دلالت‌های اجتماعی موجود در رمزگان پوششی با تکیه بر نظریه‌های چهار سبک زندگی لاندوفسکی و مسئله امنیت و عدم امنیت نشانه‌ای کلن کن برگ مورد واکاوی قرار گرفته است.

۲. پیشینه پژوهش

در زمینه بررسی تحولات پوشش ایرانیان در دوره قاجار و پهلوی تحقیقاتی انجام پذیرفته که برخی از آنها بدین قرار است: گلناز رادمهر (۱۳۹۲) در «مطالعه نفوذ غرب بر شرایط اجتماعی و فرهنگی دوران پهلوی و تأثیرات آن بر تغییرات سبک پوشاک آن دوره (۱۳۰۴-۱۳۵۰)»، زهرا روحی سنگتایی (۱۳۹۱) در «تحلیل مردم‌شناختی تحولات پوشش زنان تهران در قرن اخیر (با نگاهی ویژه به دوران قاجار تا کشف حجاب)»، فایزه رهگذر (۱۳۹۳) در «مطالعه تغییرات مد در پوشش رسمی بانوان در بستر تحولات اجتماعی پس از انقلاب تا کنون»، سعدالله غدیری جز (۱۳۸۹) در «تأثیر گسترش روابط فرهنگی ایران با غرب در تغییر پوشش ایرانیان در عصر پهلوی»، با رویکردی جامعه‌شناسی موضوع مد نظر را بررسی کرده‌اند. پژوهش‌هایی نیز با رویکرد نشانه‌شناسی انجام پذیرفته است. مرتضی جوادی یگانه و سید علی کشفی

(۱۳۸۶) «نظام نشانه‌ها در پوشش»، مریم مونسى سرخه (۱۳۹۱) در «بازخوانی نظام پوشاک ایرانی (با تأکید بر رویکرد پساساختارگرایی بارت)» که به مفهوم عام پوشش با رویکرد نشانه‌شناسی پرداختند.

۳. نظریه چهارگانه سبک زندگی لاندوفسکی

اریک لاندوفسکی^۱ از جمله نشانه‌شناسان اجتماعی فرانسه است که اندیشه‌های او با دورنمایی پدیدارشناسانه مطرح می‌شود، به این منظور که در بررسی معنا، متن را دور از بستری که در آن شکل گرفته بررسی نمی‌کند بلکه به تحلیل متن در بافت تاریخی و اجتماعی خود می‌پردازد. وی بیشتر بر ارتباط بین سوژه با دیگری تأکید دارد چراکه بر این باور است که معنا در ارتباط با دیگری است که تعریف می‌شود که این دیگری می‌تواند گروه‌های مختلف اجتماعی نیز باشد. لاندوفسکی در کتاب اخیر خود به نام احساسات بی‌نام^۲ و حضورهای دیگری به چهار سبک زندگی مختلف اشاره می‌کند که برآمده از زاویه دید گروه مغلوب اجتماعی نسبت به گروه غالب مرکزی است. به بیان دیگر، او با در نظر گرفتن «دیگری غیر» و چگونگی تعامل او با «گروه مرکزی مرجع»، چهار سبک زندگی را از هم تشخیص می‌دهد. این چهار سبک زندگی عبارت اند از:

۱- سبک زندگی اسنوب ۲- سبک زندگی داندی ۳- سبک زندگی خرس ۴-

سبک زندگی آفتاب‌پرست

در ابتدا باید به این نکته اشاره شود که فردی که به گروه مرکزی مرجع تعلق دارد فردی است که تجسم مفهوم «تطبیق» و «هماهنگی» است: فردی است که به استانداردهای اخلاقی و زیبایی‌شناختی گروه خود کاملاً آگاه است و به معنای واقعی فردی نرمال و هنجارمند است.

۱/۳. داندی^۳. آنها همواره به دنبال ایجاد تمایز بین خود و گروه مرجع هستند و رضایت آنها تنها زمانی است که فاصله با گروه مرکز بیشتر شود. او بی‌آنکه الزاماً

^۱. E. Landowski

^۲. آراء مطرح شده لاندوفسکی در این کتاب توسط دکتر معین‌به زبان فارسی بازخوانی شده که این پژوهش تحت تأثیر آن نوشته شده است.

^۳. Dandy

فردی استثنایی باشد رفتار و نشانه‌هایی از خود بروز می‌دهد که او را از آن گروه مرجع مرکزی جدا می‌کند. او طبیعتاً انسان استثنایی نیست، بلکه از خود (به نقل از دکتر معین) داندی‌بازی در می‌آورد. داندی همواره سعی می‌کند تا میان خود و بقیه اقشار جامعه فاصله ایجاد کند. نگاه او به نوعی نگاهی از بالا به گروه مرکزی هنجار است.

۲/۳. اسنوب^۱. اسنوب با حس تمایز و برتری است که ارضا می‌شود. برای او چهره آن عضو گروه مرجع یک مدل ایده‌آل است. در واقع او در فرد متعلق به گروه مرکزی چهره یک جنتمن یا یک الیت را می‌بیند که همه کاری می‌کند تا به او نزدیک شود. (معین، ۱۳۹۴: ۲۲۴) در قرن ۱۸ و با آغاز انقلاب صنعتی و جامعه مدرن، طبقه جدیدی به نام بورژواها به وجود آمدند که تنها توانایی تقلید ظاهری از اشراف را داشتند. اشراف برای ایجاد تمایز ظاهری میان خود و طبقه متوسط از واژه اسنوب استفاده می‌کنند. اسنوب‌ها نیز برای پنهان کردن این حس حقارت مؤلفه‌های ظاهری اشراف همچون آرایش، طرز سخن گفتن و مد پوششی را الگوی خود قرار دادند. (قائد، ۱۳۸۹: ۶۷) «اسنوب‌ها را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: نمونه‌ی از یک تازه به دوران رسیده، یک خان روستایی، یک نوکیسه است که مشتاقانه قواعد و دستورهای آداب‌دانی و کتاب‌های راهنمای خوش‌سلیقگی را جست و جو می‌کند تا بتواند طبق مد روز زندگی کند، منتها هرگز در این تلاش واقعاً موفق نبوده است.» (گرونو، ۱۳۹۳: ۲۲)

۳/۳. آفتاب‌پرست^۲. همان‌طور که از نامش مشخص است سعی بر یکرنگ کردن خود دارد اما تفاوت میان او و اسنوب در این است که آفتاب‌پرست از روی اجبار و با مهارت و مکاری و برای منفعت خود در قالب گروه مرکز در می‌آید. او بر خلاف اسنوب‌ها هویت اصلی خود را به یاد دارد و در خفا از آن غافل نمی‌شود. سبک زندگی او بر پایه تقلید است، تقلید از روی نیاز و اجبار. آفتاب‌پرست بر اساس طبیعت خود، با مهارت ظاهر خود را با محیط وفق می‌دهد؛ به گونه‌ای که نمی‌گذارد کسی از غیریت و دیگریت او چیزی متوجه شود. به عبارتی آفتاب‌پرست با چهره ای نقاب زده حرکت می‌کند. (معین، ۱۳۹۴: ۲۳۰)

1. Snob
2. J. Gronow

3. Cameleon

۴/۳. خرس^۱. از هیچ گروهی تبعیت نمی‌کند. و گاهی اوقات به دلیل ناآگاهی، هنجارهای گروه مرکز را زیر پا می‌گذارد. نمی‌توان او را از راهی که انتخاب کرده، منصرف کرد و همواره مسیر خود را می‌رود مانند یک خرس واقعی. آنها سبک زندگی ویژه‌ای را برای خود تعرف می‌کنند. خرس‌ها برایشان واژه‌ی عُرف بی‌معناست و با آن کاری ندارند. همچنین به طور ناآگاهانه هنجارهای گروه مرکز را نادیده می‌گیرند. یا هنجارها را به طور کامل برای خود تغییر می‌دهند. برای هر چیزی یک تعریف جداگانه دارند و بر «خود بودن» تأکید می‌کنند؛ در واقع «خود بودن» بر رفتار آنها حاکمیت دارد. کسی نمی‌تواند آنها را از راهی که در پیش گرفته‌اند، منحرف کند.

۴. کلن‌کن‌برگ و پدیده‌های امنیت و عدم امنیت نشانه‌ای

یکی از مباحث عمده در نشانه‌شناسی اجتماعی و فرهنگی مسئله‌ی هنجار رمزگان نشانه‌ای است. ژان مری کلن‌کن‌برگ^۲ زبان‌شناس و نشانه‌شناس بلژیکی که در دو حوزه نشانه‌شناسی / زبان‌شناسی و فرهنگ زبان فرانسه فعال است، دوگونه هنجار را تعریف می‌کند: هنجار عینی و دیگری هنجار ارزشی و معمول. (معین، ۱۳۸۹: ۴)

۱/۴. هنجار عینی و هنجار ارزشی. مفهوم رمزگان در ارتباط با مسئله هنجار معنا می‌یابد. تفاوت دو هنجار عینی و ارزشی را کلن‌کن‌برگ این‌گونه بیان کرده است: هنجار عینی به آن دسته از هنجارهایی اطلاق می‌شود که به شکل واقعی و عینی تحقق یافته‌اند و هنجارهای ارزشی به آن دسته از هنجارها و رمزگان‌های نشانه‌ای زبانی، حرکتی، پوششی و... اشاره دارد که با معیارهای ارزشی و رایج جامعه‌ای مشخص مطابقت داشته باشد. با توجه به این دو هنجار ذکرشده، موضوعات اصلی در حوزه مبحث هنجار و رمزگان نشانه‌ای زبانی و غیرزبانی؛ یعنی دو پدیده متفاوت امنیت نشانه‌ای و عدم امنیت نشانه‌ای تعریف می‌شوند.

۲/۴. پدیده‌های امنیت و عدم امنیت نشانه‌ای. در حوزه نشانه‌شناسی اجتماعی تمایز بین امنیت و عدم امنیت نشانه‌ای قابل تشخیص است. در پدیده امنیت نشانه‌ای با دو حالت روبرو هستی: زمانی که رفتار فرد از نظر کاربرد نشانه‌ای

^۱. Bear

^۲. Jean-Marie Klinkenberg

کاملاً مطابق با هنجار ارزشی و معمول جامعه است و یا رفتار او تطابقی با هنجارهای ارزشی ندارد، اما او از این عدم سازش و تطابق آگاهی ندارد. عکس‌العمل مقابل امنیت نشانه‌ای، پدیده عدم امنیت نشانه‌ای است که کاربر نشانه‌ای آگاهانه رفتاری متناقض با هنجارهای ارزشی از او سر می‌زند. عکس‌العمل‌های متفاوتی را می‌توان در مقابل عدم امنیت نشانه‌ای بر شمرد که معین در مقاله خود آن را نشأت گرفته از حالت شبیه در روان‌شناسی؛ یعنی پدیده خود-نکوهی می‌داند: فرد به دلیل عدم تطابق رمزگان نشانه‌ای که به کار می‌گیرد با رمزگان نشانه‌ای که آن را هنجار می‌داند، دائماً خود را مورد نکوهش قرار می‌دهد. ژان کلن‌کن‌برگ این عکس‌العمل‌ها را به سه دسته تقسیم کرده است: خاموشی نشانه‌ای، بیش‌تصحیحی^۱، و تلافی نشانه‌ای^۲.

۳/۴. خاموشی نشانه‌ای. زمانی بروز می‌دهد که کاربر نشانه‌ای رغبتی به استفاده از رمزگان‌های نشانه‌ای از خود نشان نمی‌دهد و خود را از بقیه جامعه نشانه‌ای که بر اساس هنجار عمل می‌کنند؛ جدا می‌کند. وضعیت روستایی را در نظر بگیریم که از آن جا که نمی‌تواند لهجه تهرانی را تقلید کند، ترجیح می‌دهد صحبت نکند.

۴/۴. بیش‌تصحیحی. پدیده بیش‌تصحیحی به عکس‌العملی گفته می‌شود که فرد به دلیل عدم شناخت و یا برداشت غلط از هنجارهای ارزشی و معمول، در به کارگیری رمزگان‌های نشانه‌ای اغراق می‌کند. به عبارتی در این پدیده رفتار کاربر نشانه‌ای از روی ناآگاهی و برداشت غلط از هنجارهای ارزشی است. برای در حوزه پوشش می‌توان شلوارهای جین پاره را مثال زد که به دلیل اغراق در پارگی دیگر از حالت شلوار خارج می‌شوند.

۵/۴. پدیده تلافی نشانه‌ای. این پدیده نقطه‌ی مقابل پدیده بیش‌تصحیحی است که در آن فرد با آگاهی و شناخت کامل از هنجارهای ارزشی یک جامعه نشانه‌ای، رفتاری کاملاً متضاد با آن از خود بروز می‌دهد. در تلافی نشانه‌ای، شاهد اغراق در به کاربردن رمزگان‌هایی هستیم که ضد رمزگان‌های هنجار است. حال این

1. Hypercorrection

2. Compensation

رفتار متضاد می‌تواند به نشانه‌اعتراض و یا دهن‌کجی به جامعه نشانه‌ای باشد. برای مثال پوشیدن لباس‌هایی که در آن‌ها نشانه‌هایی که دال بر نفی ارزش‌های آیینی و سنتی حاکم بر جامعه به شکل اغراق‌آمیزی به چشم بخورد، نوعی تلافی نشانه‌ای است. دکتر معین در مقاله خود دو پدیده دیگری را در کنار سه پدیده تقسیم شده توسط کلن‌کن‌برگ عنوان کرد: ۱- سردرگمی نشانه‌ای ۲- بومی سازی نشانه‌ای.

۶/۴. سردرگمی نشانه‌ای. در پدیده سردرگمی نشانه‌ای عدم شناخت صحیح از هنجارهای و رمزگان‌های مربوط به آن مطرح است درعین این که از این عدم شناخت آگاه است. ممکن است که این عدم شناخت در چینش و یا با کم و زیاد کردن آن بروز کند. فردی را در نظر بگیرید که در نحوه لباس پوشیدن خود، دامن و شلوار را با هم بپوشد و یا برای رفتن به باشگاه ورزشی از لباس رسمی استفاده کند و برعکس.

۷/۴. بومی سازی نشانه‌ای. زمانی ست که فرد و در مقیاس وسیع تری جامعه به دلایل فرهنگی، آیینی و مذهبی با تغییر در رمزگان و کدهای نظام‌های نشانه‌ای لباسی، زبانی و رفتاری فرهنگ‌های دیگر سعی بر بومی کردن آن‌ها می‌کند. (همان)

۵. بررسی تحول پوشش ایرانیان در تقسیم‌بندی چهارگانه لاندوفسکی

در تجزیه و تحلیل تحولات پوشش در دو دوره قاجار و پهلوی طبق تقسیم‌بندی چهارگانه‌ی سبک زندگی لاندوفسکی باید به موضوع مُد اشاره کنیم. اگر مد را یک سازوکار در نظر بگیریم که تقلید و فردیت را با هم ترکیب می‌کند می‌توان گفت که این سازوکار در هیچ بخشی مثل ظاهر اشخاص خود را برجسته نساخته است زیرا لباس، مدل مو و آرایش آشکارترین نشانه‌های تأیید مد هستند. بسیاری از محققان مد را به مانند یک فرآیند اجتماعی خودکار در نظر می‌گیرند که بنا به نیاز قشر نو ظهور شکل گرفته و به راه خود ادامه می‌دهد. زیمل^۱ همچنین مد را به سان یک فرآیند خودکار می‌داند که هم سعی بر «یکسان‌سازی اجتماعی» دارد و هم «تمایزگذاری اجتماعی» (گرونو، ۱۳۹۳: ۹۹-۹۸)؛ همین ویژگی مد است که بسیاری از افراد را مجذوب خود کرده است. مدگرایی و غرب‌گرایی را می‌توان با

^۱. Georg Simmel

یکدیگر همسو دانست چراکه فرآیند مدرنیزاسیون و اشاعه طرح‌ها و مدهای نو - مظهر تجلی آن جوامع غربی است - با غربی‌سازی و غرب‌گرایی هم افق است. شعیری در کنفرانس نشانه‌شناسی بیان می‌کند که «مد به همان اندازه که همانندی با دیگری است، به همان اندازه فاصله با دیگری است. چراکه گفتمان مد در کارکردی سلبی از بخشی از جامعه متمایز می‌گردد تا در کارکردی ایجابی به بخش دیگر بپیوندد. به همین دلیل، مد در درون یک تناقض که دو وجه سلبی و ایجابی دارد حرکت می‌کند. همین تناقض عقل محوری مد را تضمین می‌کند.» (شعیری: ۱۳۹۶)

۱/۵. بررسی سبک زندگی داندی در پوشش ایرانیان

در خلال تحول سریع جامعه سنتی به مدرن، پدیده مد را باید در طبقات اجتماعی بررسی کرد چراکه مد در هر دوره با ظهور طبقات جدید اجتماعی و نیاز به تازگی این قشر جدید بروز پیدا می‌کند. در هر دو دوره طبقات اجتماعی را می‌توان به دو دسته فرادست و فرودست تقسیم کرد. در جامعه سنتی دوره قاجار، دسته اول از لحاظ موقعیت سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، بر طبقه مخالف و مقابل خود برتری داشت. در آن طبقه اقشاری مانند شاه و شاهزادگان، زنان حرمسرا، درباریان، و کارکنان دولت، تجار، بازرگانان و نظامیان عالی رتبه، امرای محلی، خان‌ها و فنودال‌ها جای داشتند. طبقه دوم شامل اقشاری می‌شود که در طبقه اول نمی‌گنجیدند و شامل مردم عادی و فقرا و... هستند. ضمن آنکه تضادی ناخودآگاهانه و نهانی با طبقه اول داشتند. (شریعت پناهی، ۱۳۷۲: ۱۱۱) اقشار غالب در اوایل دوره پهلوی، همانند اواخر دوره قاجار، متشکل بود از اعضاء خانواده سلطنتی، دیوان‌سالاران سطح بالا، زمین‌داران بزرگ، خان‌های ایلات، علمای با نفوذ و تاجران موفق.

جامعه‌شناسان مد را به جنبه‌های مختلف تقسیم‌بندی می‌کنند که یکی از این جنبه‌ها، مدهای طبقاتی می‌باشند که طبقات فرادست اغلب پیشروان این مدها

هستند. جامعه‌شناسانی چون زیمل و بوردیو^۱ بر این باورند که در مد طبقاتی کالاها اساساً به‌مثابه نمادهای پایگاهی مصرف می‌شوند. (نقل از گرونو، ۱۳۹۳: ۴۷)

اگر در نمودار لاندوفسکی گروه مرجع هنجارمدار را جامعه سنتی ایران در آن دوران در نظر بگیریم، می‌توان خانواده شاهان (قاجار و پهلوی) را به‌عنوان داندی معرفی کرد. که همواره بین خود و طبقات پایین‌تر فاصله ایجاد می‌کردند تا بتوانند از این طریق از نردبان اجتماعی بالا بروند و طبقه اجتماعی خود را متمایز نگه دارند. در توزیع مد به صورت سلسله مراتبی اجتماعی، مردم در پی همدات‌پنداری با نوع پوشش خانواده شاهان بودند و آنها نیز به دنبال تمایز و فاصله با لایه‌های پایینی جامعه بودند. از این رو به محض این که مد توسط پایینی‌ها پذیرفته می‌شود؛ درباریان آن را کنار گذاشته و به دنبال مد جدید می‌رفتند. به اعتقاد زیمل، مد محصول اختلاف طبقاتی است. مد و آداب طبقات بالاتر همواره در میان طبقات دیگر رواج پیدا می‌کند و آن را الگو قرار می‌دهند. برای مثال در دربار شاهان قاجار، یکی از افراد مؤثر در ترویج الگوهای پوششی مادر ناصرالدین‌شاه بود. به گفته شریعت‌پناهی: «بانوانی هم در حرم شاه بودند که می‌توانستند تغییر لباس زنان ایرانی را ممکن و سرعت ببخشند. مادر ناصرالدین‌شاه (در عنوان بعدی به این موضوع پرداخته می‌شود که مادر شاه، خود اسنوب برای گروه مرکز اروپایی است) یکی از همین کسانی بود که در ساختن و پرداختن و انتقال مدهای جدید لباس به جامعه نقش مؤثری ایفا می‌کرد. گویا از تصویر نمایش باله‌ای که نشانش داده بودند؛ خوشش آمد و خواست در نحوه آرایش و لباس پوشیدن زنان تحولی ایجاد کند. به این ترتیب شلیته‌های دامن کوتاه در محافل زنانه رایج شد» (شریعت‌پناهی، ۱۳۷۲: ۱۴۹).

سبک پوششی زنان اندرونی همواره مورد تقلید دیگر اقشار جامعه بود. به عبارتی آنها با توجه به ویژگی‌های زیبایی‌شناختی پوشش خود، تعیین‌کننده مد بودند. دوستعلی معیرالممالک، در اثر خود تحت عنوان یادداشت‌هایی از زندگانی خصوصی ناصرالدین‌شاه به بیان این واقعیت (انتقال مد از اندرونی شاه به اقشار مختلف زنان) می‌پردازد و توصیف می‌کند که: «در آن وقت مد از اندرون بیرون

^۱. P. Bourdieu

می‌آمد و زن‌های شهر (طبقه فرادست: زنان تجار، بازرگانان، خان‌ها و ...) پیوسته چشم بدانجا داشتند تا از آن میان چه تراوش کند و آنها پیروی کنند. » (همان، ۱۴۹)

زیمیل معتقد است که مفهوم مد در لایه‌های مختلف اجتماع به گونه‌ای متفاوت تعریف می‌شود و مدهای لایه‌های بالاتر جامعه هرگز شبیه مدهای لایه‌های پایین تر نیست؛ در واقع به محض این که گروه دوم برای گرفتن آنها آماده شد، گروه اول آنها را رها می‌کند. به محض اینکه سبک زندگی و مصرفی طبقات بالاتر جامعه مورد تقلید طبقات پایین تر قرار بگیرد، او از طریق سرمایه‌های مالی و فرهنگی که در اختیار دارد نشانه‌های جدیدی را تولید می‌کند. او با انتخاب چیز جدیدی که دیگران ندارند به فردیت و یگانگی خویش تأکید می‌کند. (نقل از گرونو، ۱۳۹۳: ۹۸) همانطور که کلارا کولیوررایس به این نکته اشاره می‌کند که یکی از نشانه‌های وجه تمایز درباریان با دیگر اقشار جامعه، پارچه‌های گران قیمت و نفیسی بود که برای دوخت لباس‌های خود استفاده می‌کردند.



تصویر ۱. تغییر پوشش امین‌الدوله همسر ناصرالدین‌شاه



تصویر ۲. همسر و دختران رضاشاه

۲/۵. بررسی سبک زندگی اسنوب در پوشش ایرانیان

به گفته‌ی زیمل تقلید و تفکیک از خصوصیات مهم پدیده مد محسوب می‌شود. همانطور که یکی از فاکتورهای اصلی شناخت سبک زندگی داندی، درک واژه‌ی تفکیک و تمایز است؛ تقلید نیز یکی از ویژگی‌های غیرقابل انکار سبک زندگی اسنوب است.

در آن دوران برخی از اقشار جامعه همواره مایل به تقلید از سبک زندگی طبقه بالادستی خود بوده‌اند. در اینجا منظور از اقشار جامعه، طبقات فرو دست نیستند بلکه همان اعضای طبقه فرادست می‌باشند که در مقایسه با خانواده شاهان در جایگاه اجتماعی پایین‌تری قرار می‌گیرند مانند کارکنان دولت، تجار، بازرگانان و نظامیان عالی‌رتبه، امرای محلی، خان‌ها و فنودال‌ها که به طور مستقیم دست به تقلید از سبک زندگی طبقه بالا نمی‌زنند بلکه از یک نظام سلسله مراتبی در تقلید از آداب و سلاطین و نوع پوشش پیروی می‌کنند. به عبارتی مد در این جوامع از بالا به پایین حرکت می‌کند. طبقه فرادست (خانواده‌ی شاهان) از تمام قابلیت‌های خود برای به وجود آوردن مد و نشان‌های بازنمایی جدید استفاده می‌کند؛ طبقات دیگر نیز سریعاً دست به تقلید این نشانه‌های جدید می‌زنند. این افراد همواره سعی بر آن داشتند که از طریق پیروی از مد طبقات بالاتر در جامعه مورد قبول واقع شوند و با گروه اجتماعی مورد علاقه‌ی خود ادغام شوند؛ هم از این طریق از قشرهای پایین‌تر خود را جدا کنند. میل به تقلید همواره در گرو شکل‌گیری تفاوت‌های طبقاتی است. به هر اندازه اختلاف طبقاتی در جامعه بیشتر باشد، میل به تقلید افزایش پیدا می‌کند. تقلید از مافوق و حفظ فاصله میان زیر دستان را می‌توان اصیل‌ترین عامل در شکل‌گیری سبک‌های زندگی، الگوی مصرفی و مد دانست. اگر برای هر جامعه طبقاتی، یک نظامی از سبک زندگی و مدهای طبقاتی در نظر بگیریم؛ در چنین شرایطی است که شاهد رقابت بین گروه‌ها بر سر حفظ یا تغییر نظام طبقاتی خود هستیم. زیرا در چنین جامعه‌ای مرزهای طبقاتی براساس سرمایه‌های فرهنگی و اقتصادی که در اختیار دارند، از هم جدا می‌شوند. باید به این نکته تأکید کرد که بسیاری از اعضای این طبقات از طریق ازدواج و وصلت با خانواده درباری، خود

یکی از اعضای خاندان سلطنتی می‌شوند که سبک زندگی آنها از اسنوب به داندی تغییر می‌کند؛ به عبارتی شیوه زندگی و نحوه لباس پوشیدن او در نقش یک داندی، مورد تقلید اقشار پایین‌تر قرار می‌گیرد.

۱/۲/۵. خانواده شاهان در نقش اسنوب

علاوه بر این اگر فرض کنیم که گروه هنجارمدار مرجع، جامعه اروپایی در آن زمان باشد؛ به نوعی خانواده شاهان را می‌توان با سبک زندگی اسنوب مورد تحلیل قرار داد. از آنجایی که خانواده شاهان (زمانی که جامعه سنتی ایران به‌عنوان مرکز مرجع باشد) نقش داندی را برای قشرهای پایین‌تر ایفا می‌کردند، در نتیجه در کنار اشتیاق آن‌ها برای تقلید از سبک پوشش فرنگی‌ها، قشرهای پایین‌تر نیز به تبعیت از درباریان، چنان ولع و صف‌ناپذیری در تقلید از پوشش اروپاییان از خود نشان می‌دادند.

همانطور که پولاک^۱ در سفرنامه‌اش به صراحت بیان می‌کند که شاه نیمه‌اروپایی و نیمه‌ایرانی لباس می‌پوشد (که این جمله خود دال بر غشایی بودن این قشر است).

لیدی شیل^۲ در کتاب خاطراتش از سفر به ایران می‌گوید: «مادر شاه از من سؤالات متعددی درباره ملکه انگلیس نمود و از جمله می‌خواست بداند که او چگونه لباس می‌پوشد و چند پسر دارد. می‌گفت که به نظرش آدمی خوشبخت‌تر از علیا حضرت (ملکه انگلیس) در دنیا وجود ندارد. او از من خواست که چگونگی انجام مراسم و تشریفات پذیرایی در انگلستان را برایش توصیف کنم و تصویری از ملکه را به او نشان دهم» (شیل، ۱۳۶۸: ۷۴). بنابراین، این قشر را می‌توان آینه‌ی تمام‌نمای سبک زندگی اسنوب دانست زیرا با دست کم گرفتن خود و فرهنگ جامعه خود، همواره فرهنگ جامعه مرجع را متمدن‌تر می‌نامیدند. طبیعتاً این گروه بیشتر از اقشار دیگر می‌تواند خود را در فضای عدم امنیت نشانه‌ای دیده و دچار «بیش‌تصحیحی نشانه‌ای» شود؛ یعنی به دلیل عدم آشنایی با رمزگان‌هایی که آن‌ها را هنجار می‌داند، آن‌ها را به شکل اغراق‌آمیزی به کار می‌گیرد. (ترجمه نشده این تیکه) به خصوص زنان

^۱ E. Polak

^۲ M. Sheil

این قشر که با اولین برخورد و مصاحبت با زنان اروپایی، در صدد تقلید از سبک لباس؛ رفتار؛ آداب آنها بر می‌آیند و به تعبیری این خودباختگی فرهنگی را رشد شخصیت و روشنفکری برای خود به شمار می‌آورند.

ناصرالدین‌شاه فعالانه پوشیدن لباس‌های اروپایی را تشویق می‌کرد. تا آنجا که دخترش در خاطرات خود (۱۳۵۴) می‌نویسد که ناصرالدین‌شاه به او - زمانی که هنوز بچه بوده - امر می‌کرده است که لباس‌های اروپایی ترجیحاً صورتی و سفید بپوشد. به همین دلیل، لباس‌های تاج السلطنه همواره نمونه‌ی بارز سبک اروپایی بود. در دوره قاجار و پهلوی به جهت مسافرت‌های شاهان به خارج از کشور، حضور اتباع خارجی نیز در ایران بیشتر از قبل بوده است، به قدری که به قشر اجتماعی کاملاً مجزا به نام قشر «فرنگی» معروف بودند. پوشش آنها برای ایرانیان به خصوص زنان دربار جالب توجه بود. با نفوذ هرچه بیشتر فرهنگ اروپایی در میان قشر فرادست، تقاضای دوخت لباس‌های فرنگی توسط خیاطان اروپایی مقیم ایران بیشتر شد. ماری شیل در سفرنامه‌اش به این موضوع اشاره می‌کند که در اواخر دوره قاجار، زنان اندرونی در پوشش خود از سبک انگلیسی تقلید می‌کردند. از اواخر دوران قاجار کم‌کم تمایل زنان به پوشیدن لباس با مدل‌های فرنگی در میان زنان تهرانی مشاهده می‌شود. همچنین کولیوررایس^۱ در سفرنامه‌اش می‌نویسد: «اغلب از من خواهش شده است که یک دست از «آخرین لباس‌های لندن» خود را به خانم‌های اندرون امانت دهم، تا آن را امتحان کنند و اگر برانزده‌ی آنان بود، آن را الگو قرار دهند» (کولیوررایس، ۱۳۶۶: ۱۲۳). تقلید ایرانیان و به عبارتی فرنگ‌مآبی آنها پس از پدیده کشف حجاب تشدید می‌شود به طوری که غافل از تفاوت فرهنگی بین جوامع ایران و اروپا، چشم بسته از هر گونه تغییر اطاعت می‌کردند. به طوری که در دوران کشف حجاب شاهد زنان شرقی در ظاهری کاملاً غربی هستیم.

^۱. C. Rice



تصویر ۳. تاج السلطنه (دختر ناصرالدین شاه)
مأخذ: (همان)



تصویر ۴. زنان ایرانی در مراسمی برای کشف حجاب
مأخذ: (همان)

۳/۵. بررسی سبک زندگی خرس در پوشش ایرانیان

طبق تعریفی که از سبک زندگی خرس‌ها بیان شد، می‌توان چنین استنباط کرد که جریان مد و روند معمول پوشش در هر دوره نزد خرس‌ها جایگاهی ندارد. خرس به جای پیروی از به تن کردن لباسی که به مد روز باشد، لباسی را انتخاب می‌کند که در آن احساس راحتی کند. او به دنبال این است که زندگی خود را زندگی کند که این دقیقاً بر خلاف نظریه مد است. در هر دو دوره سبک پوشش روستاییان و عشایر می‌تواند، معرف خوبی برای سبک زندگی خرس باشد. چراکه آن‌ها بی‌تفاوت به عرف پوششی آن زمان بدون چادر و روبنده در محیط اجتماعی خود ظاهر می‌شدند؛ چادر و روبنده در میان زنان عشایری و روستایی جایگاهی نداشت. تاج‌السلطنه (دختر ناصرالدین شاه) در خاطرات خود بیان می‌کند که «در مسافرت

تبریز، در تمام عرض راه و دهات، زن و مرد را با یکدیگر بدون حجاب مشغول کار می‌دیدم. چون روی ایشان باز است، همدیگر را خودشان انتخاب می‌کنند و بعد از عروسی هم، بالمشارکه در تمام روز و شب با هم مشغول زراعت و رعیتی هستند» (اتحادیه؛ سعدوندیان، ۱۳۷۸: ۱۴). زنان روستا تنها زمانی ملزم به پوشیدن چادر بودند که غریبه‌ای وارد روستا می‌شد و تنها برای دور ماندن از چشمان هرزه بیگانگان چادر به سر می‌کردند. چادر آنها از جنس چادر زنان شهری نبود بلکه از کرباس نسبتاً نرمی بود.

حتی در دوره رضاشاه با وجود سخت‌گیری‌های او برای متحدالشکل کردن لباس‌ها و تغییر کلاه مردان و ... بر نحوه پوشش روستاییان و عشایر تأثیری نداشت. نوع زندگی آنها، پوشیدن لباس‌های فرنگی را برای آنها غیر ممکن می‌ساخت. بدان جهت که زنان عشایری «نه زانی عروسکی، که افرادی پرکار و پر توان» بوده‌اند و پا به پای مردان در همه امور مشارکت داشتند. به طوری که زنان اروپایی در سفرنامه‌هایشان، احترام و علاقه به زنان در میان عشایر، آزادی عمل آنها و حضورشان در اجتماع، اقتدار و استقلال و شرکت فعالانه آنها را در عرصه‌های زندگی و حتی برخی تصمیم‌گیری‌های سیاسی ستوده‌اند. در پی قانون متحدالشکل کردن مردم در دوران رضاشاه به دلیل بی‌اهمیتی روستاییان و عشایر به سبک لباس پوشیدن در شهرها و تفاوت آنها برای تبعیت نکردن از این سبک پوشش یکسان دولت به آنها بی‌اعتماد شده بود و بر تغییر نوع پوشش آنها پافشاری می‌کرد. اغلب در شهرها و حتی شاهراه‌ها و یا سرکار، پاسبان‌ها و ژاندارم‌ها یا افسران ارتش نظاره‌گر نوع پوشش مردم بودند. به همین دلیل زمانی که پوشیدن کلاه نمدی ممنوع اعلام شد، در بعضی از دهات کسانی که مجبور بودند به شهر بروند، بایستی کلاه نمدی‌شان را از سر بر می‌داشتند.



تصویر ۵. کردهای روستایی در حال نواختن دهل و سرنا و زنان و دختران در حال رقص

ماخذ: www.mahjan.ir

۴/۵. بررسی سبک زندگی آفتاب‌پرست در پوشش ایرانیان

همانطور که پیشتر اشاره کردیم، نکته‌ی قابل توجه در این سبک این است که سبک زندگی او مانند اسنوب بر پایه‌ی تقلید است اما تقلید از روی نیاز و اجبار. می‌توان ادعا کرد که زنان و دختران بی‌حجاب در آن دوران، نسبت به گروه مرجع - جامعه سنتی ایران - رفتاری آفتاب‌پرست گونه از خود نشان می‌دادند. در اوایل دوره پهلوی کم کم آزادی عمل زنان بیشتر می‌شد و برخی از زنان بدون حجاب در کوچه و خیابان رفت و آمد می‌کردند. رضاشاه شهربانی را موظف کرده بود تا از بانوان در برابر هر گونه بی‌حرمتی و یا متلکی محافظت کنند. طبق فرمان رضاشاه به زنان بی‌حجاب اجازه داده شد تا به سینما و یا رستوران بروند؛ در خیابان‌ها با مردان دیگر صحبت کنند؛ حتی در کالسکه‌های پوشش‌دار رانندگی کنند. به نقل از آبراهامیان «تا نیمه‌های دهه ۱۳۱۰ حداقل چهارهزار زن که تقریباً همگی در تهران بودند، جرأت کردند بدون حجاب - یا دست کم بدون چادر - در مکان‌های عمومی حضور یابند. این چهارهزار تن عمدتاً دختران تحصیل کرده در غرب؛ طبقات بالای اجتماعی؛ همسران خارجی بازگشتگان از اروپا؛ زنان طبقه متوسط اقلیت‌های دینی بودند» (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۱۵۷). در آن دوران جامعه هنوز پذیرای این تغییرات نبوده و به همین دلیل برخی از بانوان مجبور بودند تا بنا بر مقتضیات زمانی و مکانی، بی‌حجابی خود را کتمان کنند. به عبارتی مانند یک آفتاب‌پرست چهره واقعی خود

را پنهان کنند و نقاب زده حرکت کنند تا به دلیل انتخاب‌شان مورد آزار و اذیت قرار نگیرند. مریت هاکس^۱ در کتاب خود اشاره می‌کند که «در تهران زنانی هستند که بی حجاب راه می‌روند اما وقتی این زنان به اصفهان یا کرمان سفر می‌کنند، چادر می‌پوشند. حتی ممکن است زنی بی چادر در لاله زار (خیابان اصلی شهر) راه برود، اما هنگامی که می‌خواهد به دیدن دوستی در بازار (مرکز قدیمی شهر) برود چادر می‌پوشد» (هاکس، ۱۳۷۱: ۲۸۱). خلاف این قضیه هم در سبک زندگی آفتاب‌پرست صادق است. «چنان چه برای زن‌های عوام که ترک حجاب را برای آنها بزرگترین بی‌ناموسی و بی‌آبرویی معرفی کرده بودند، از دادن نسبت‌های زشت و بد حرفی به زنان پیش‌تاز آزادی کوتاهی نداشتند. کار به جایی رسید که زنان پیش‌قدم برداشت حجاب، هرگاه در محلات پایین شهر سکونت داشتند؛ ناچار می‌شدند از خانه با چادر خارج شده، در گوشه خلوتی از کوچه‌ها و خیابان‌های بالای شهر چادر را برداشته و در کیف دستی پنهان کنند؛ هنگام مراجعت دوباره نزدیک خانه چادر به سر کنند.» (بامداد، ۱۳۴۷: ۹۱)



تصویر ۶. تصویری از زنان دوره قاجار

ماخذ: www.pinterest.com

۶. بررسی پوشش ایرانیان با تکیه بر پدیده امنیت و عدم امنیت نشانه‌ای

در بحث امنیت نشانه‌ای در هر دو دوره، می‌توان تمام افرادی را در نظر گرفت که تمام رفتارهای پوششی آنها مطابق با هنجارهای ارزشی و معمول در اجتماع آن

^۱. H. Merritt

دوران است. برای مثال در دوره قاجار بانوانی که حجاب داشتند و در دوره پهلوی اول تمام بانوانی که بدون دغدغه حجاب خود را برداشتند، در فضای امنیت نشانه‌ای به سر می‌بردند. اما در بحث عدم امنیت نشانه‌ای، فرد متناسب با شرایط اجتماعی که در آن قرار گرفته است؛ رفتارهای متفاوتی از او سر می‌زند از قبیل خاموشی نشانه‌ای، تلافی نشانه‌ای، بیش تصحیحی، سردرگمی نشانه‌ای و بومی‌سازی نشانه‌ای.

در اوایل دوره پهلوی که زمزمه‌هایی مبنی بر تغییر پوشش زنان ایرانی شنیده می‌شد، زنان طبقات سنتی به دو دلیل از این تغییر ناراضی بودند: ۱. نداشتن جایگزین مناسب برای پوشش چادر؛ ۲. اعتقادات و اندیشه‌های مذهبی برخی از بانوان. دلیل اول در پدیده خاموشی نشانه‌ای و دلیل دوم را در بحث تلافی نشانه‌ای می‌توان تحلیل کرد.

۱/۶. خاموشی نشانه‌ای

در باب اثبات دلیل اول، می‌توان به برشی از کتاب خاطرات مریت هاکس اشاره کرد:

(شبی در میان خانواده‌ای بسیار فهمیده در باغی _ که چراغ برق، آن را روشن کرده بود و قالی‌ها را روی زمین گسترده بودند. در گوشه و کنار، میزهایی پر از کیک و شیرینی و شربت و شراب و بستنی به چشم می‌خورد _ بر سر مسئله چادر و کشف حجاب آن‌ها بحث شد. زنی گفت تا زمانی که لباس بهتری پیدا نشده، در حفظ چادر خواهد کوشید؛ دیگری گفت: چادر وسیله‌ای است مناسب برای پوشاندن لباس‌های ساده‌ای که در منزل می‌پوشیم و این لباس‌ها مناسب پوشیدن در خیابان‌ها نیستند. تعداد کمی از زنان وقتی در خانه هستند به فکر طرز لباس پوشیدن خود هستند. البته وقتی لباس زنان _ مخصوصاً زنان شهرستانی _ این چنین بی‌تناسب است، چادر نقش بزرگی در پوشاندن لباس دارد زیرا چادر دارای بندهایی ساده و گاهی بسیار زیباست و زنان با علاقه و احترام زیاد در حفظ آن می‌کوشند. زنان دوست دارند لباس شیک بپوشند، اما بیشتر لباس‌های زنان خارج از تهران دوخت بدی دارد و از پارچه‌های نامرغوب تهیه می‌شود. زنان لباس زیر

مناسبی برای پوشیدن ندارند و لباس‌های جدید را به طور صحیح نمی‌پوشند» (همان، ۲۰۸). همچنین در قسمتی دیگر از کتاب خود می‌نویسد: «زیبایی زنان ایرانی تا حد زیادی به چشم و ابرو بستگی دارد. به طوری که سایر قسمت‌های صورت و بدن و پاها اغلب زشت و ناهنجار است. از این رو، چادر معمولاً همه چیز به جز چشم و ابرو را می‌پوشاند». زنی تهرانی و جهان دیده می‌گفت: «شما می‌توانید چادر داشته باشید تا قسمت‌های خوب بدن را به نمایش بگذارید و قسمت‌های بد آن را مخفی کنید. زنی را می‌شناسم که فقط دهانی زیبا داشت و تنها آن را نشان می‌داد. زنانی را دیده‌ام که در چادر واقعاً زیبا می‌نموده‌اند و چون چادر را بر می‌داشتند، جداً آرزو داشتیم از آنان فرار کنیم. شکم‌هایی گنده و پاهای زمخت، پرورش جسمی ناسالم که بیشتر نتیجه نشستن ساعت‌هایی طولانی در خانه و مصرف بیش از حد برنج و شیرینی و ورزش کم و بی‌توجهی نامعقول بعد از تولد فرزند است.» (همان، ۲۱۴)

با دقت به این نقطه نظر که در خاموشی نشانه‌ای، کاربر نشانه‌ای رغبتی به استفاده از رمزگان‌های نشانه‌ای از خود نشان نمی‌دهد؛ می‌توان گفت که در دسته اول زنان ایرانی را می‌بینیم که به حذف کامل چادر در پوشش بیرونی خود رغبتی نشان نمی‌دهند چراکه آنها قادر به خرید لباس‌های خوب با پارچه‌های گران‌قیمت برای خود نیستند و تعداد خیاطی‌های زنانه بسیار کم است یا دست‌مزدشان بالاست. اصولاً زن ایرانی پولی در بساط نداشت که بخواهد آن را صرف این امور کند. بنابراین، آنها نمی‌توانستند پوشش جانشین مناسبی برای چادر پیدا کنند. در واقع بانوان ایرانی، چادر را به‌عنوان یک پوشش خنثی انتخاب کرده بودند تا از این طریق خود را از بقیه جامعه نشانه‌ای (قشر تن‌آسای) که براساس هنجار (کشف حجاب) عمل می‌کردند، جدا کنند.



تصویر ۷. تصویری از زنان در دوره قاجار
ماخذ: (همان)

۲/۶. تلافی نشانه‌ای

۱/۲/۶. تلافی نشانه‌ای در دوره پهلوی اول

رضاشاه معتقد بود گام اول برای حضور زنان در صحنه‌های اجتماعی و سیاسی کشور، تنها با تغییر ظاهر سنتی آنها به پوشش همتایان اروپایی شان ممکن می‌شود. «وی پوشیدن چادر در مکان‌های عمومی از خیابان‌ها، ادارات دولتی، سینماها، حمام‌های عمومی، اتوبوس‌های شهری و حتی کالسکه‌های شهری، صراحتاً ممنوع کرد. به شهروندان عادی فرمان داد تا همسرانشان را بدون حجاب در آیین‌های عمومی به همراه داشته باشند. در این بین، رفتگران، مغازه‌داران و درشکه‌چیان نیز به اجرای این فرمان ملزم شدند» (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۱۱۴). در دوران کشف حجاب، برخی از زنان ایرانی با وجود سخت‌گیری‌های رضاشاه برای اجرای این دستور؛ رفتاری کاملاً ناسازگار از خود بروز داده و همچنان بر سنت‌ها اصرار می‌ورزیدند. گاهی به نشانه دهن‌کجی با چادر در خیابان‌ها رفت و آمد داشتند و به نوعی آگاهانه ضد‌رمزگان هنجار در دوران پهلوی اول رفتار می‌کردند. زنان زیادی بدون آنکه کسی آنها را مجبور به پوشیدگی نماید بر طبق سنت و مذهب، خود را مقید به رعایت قوانین نوشته شده شرعی و نانوشته عرفی می‌دانست. اغراق در مخالفت با رمزگان‌های هنجار در آن دوران به جایی رسیده بود که زنان، در خانه به روی خود بسته؛ از ورود به کوچه‌ها و بازار و تردد در معابر خودداری می‌کردند و حتی از رفت و آمدها و مهمانی‌های خانوادگی نیز پرهیز نمودند. «تا آنجا که جز مواقع بسیار ضرور مانند بیماری و زایمان که بخواهند به طیب و ماما بروند؛ از

خانه خارج نمی‌شدند. تا جایی که حتی برای استحمام از حمام بیرون صرف نظر کرده؛ با آب گرمی که در خانه در خانه و در دیگ و روی اجاق فراهم می‌کردند سر و تن می‌شستند و برای خرید کفش اندازه می‌فرستادند و رگ‌زن و امثال آن را به خانه می‌آوردند» (شهری، ۱۳۶۷: ۱۴۸). بر همین اساس، این رفتار بانوان ایرانی و هنجارشکنی‌های آن در مقایسه با مسئله کشف حجاب را می‌توان تلافی نشانه‌ای دانست.



تصویر ۸. حجاب زنان در اندرون قاجار
www.faradeed.ir ماخذ :

۲/۲/۶. تلافی نشانه‌ای در دوره قاجار

در دوره قاجار با رفتاری کاملاً متقابل با آنچه که در دوره پهلوی رخ داده، مواجه هستیم. در دوره قاجار روح قالب جامعه سنتی ایران، چادر را پذیرفته بود و چنانچه حتی تجسم حضور زنان در کوچه و بازار بدون چادر و روبند _ لباس بیرونی _ غیرممکن بود. اما در اواخر حکومت قاجار، برخی از زنان روشنفکر و آزادخواه، همواره به عناوین مختلف نارضایتی خود را از نوع پوشش بیرونی مطرح می‌کردند. گاهی به نشانه تلافی، با پوششی غیرمتعارف زمانه در مجامع عمومی حاضر می‌شدند که معمولاً این تلافی بی‌جواب نمی‌ماند. برای مثال، بدرالملوک بامداد در کتاب خود در این باره می‌نویسد: «شش بانو که از چادر رنج می‌بردند و از آن به‌عنوان کفن سیاه یاد می‌کردند؛ در صدد تغییر رنگ آن برآمدند. به گمان اینکه هرگاه منظور پوشانیدن رو و اندام زن است، رنگ پارچه نباید مطرح باشد؛ تصمیم به عوض کردن رنگ چادر می‌گیرند. هر شش نفر از تافتة الوان تیره چادر تهیه

می‌کنند. یک روز همگی با هم آنها را می‌پوشند. هنوز مسافتی را طی نکرده، جنجال غریبی به پا می‌شود. در نتیجه هر یک با سر و دستی شکسته هر یک از طرفی فرار کرده به خانه پناهنده می‌شوند و از این اقدام دست بر می‌دارند.» (بامداد، ۱۳۴۷: ۴۹)

۳/۶. بیش‌تصحیحی در دوره قاجار

این پدیده نقطه مقابل پدیده تلافی نشانه‌ای است. در تعریف این واژه عنوان کردیم که دو واژه اغراق و برداشت نادرست در به‌کارگیری رمزگان‌های نشانه‌ای از مفاهیم اصلی شناخت این پدیده است. در ارتباط با این دو واژه می‌توان شلیته‌ها در دوره ناصرالدین‌شاه را مثال زد. تا قبل از سفر ناصرالدین‌شاه به فرنگ و دیدن رقص باله زنان در اندرونی، یک یا چند دامن بلند و پرچین روی هم می‌پوشیدند. اما در پی سفر ناصرالدین‌شاه به فرنگ و دیدن لباس‌های رقصنده‌های بالماسکه، دستور می‌دهد تا زنان حرمسرا نیز چنین لباس‌هایی بر تن کنند. ذکاء در این مورد می‌نویسد: «ناصرالدین‌شاه در سفر اروپا هنگامی که در مسکو در تماشاخانه «کارولین» رقص و لباس باله و بالرین‌ها را که شلوار کشافِت چسبان و نازکی بر پا کرد و زیر جامه چتری بسیار کوتاهی به عرض چند و جب روی آن پوشیده، روی انگشتان و با نوای موزیک می‌رقصیدند، برای نخستین بار مشاهده نمود و سخت فریفته آن گردید. چون از سفر اروپا مراجعت نمود؛ هوس کرد که زن‌های حرم خود را به این لباس در آورد. این امر فوراً به موقع اجرا گذاشته شد و چون لباس خانوم‌های آن زمان همیشه از اندرون شاه سرچشمه می‌گرفت و تقلید می‌شد؛ از این رو، این لباس جدید نیز ابتدا میان شاهزاده خانم‌ها و زن‌های اعیان و سپس بین سایرین معمول گردید.» (ذکاء، ۱۳۳۶: ۲۲)

در بحث اغراق و کاربرد باید بیان کرد که بلندی شلیته‌ها رفته رفته کوتاه‌تر شد و لختی پاها بیش از آن چیزی بود که عرف دربار آن را بپذیرد زیرا در آن زمان پوشیدن جوراب هم آن چنان معمول نبود و با کوتاه شدن دامن‌ها، به تدریج جوراب‌ها نیز کوتاه‌تر شدند و همین امر سبب شد تا بر لختی پاها بیشتر تأکید شود. به نقل از

کارلا سرنا: «نکته بامزه‌ای را از قول دختر بچه‌ای برای من نقل کردند که به هنگام مسافرت شاه به اروپا، وقتی که ملتزمین وارد باکو می‌شوند؛ همسر حاکم شهر به همراه دختر خردسالش به دیدار زن سوگلی شاه می‌رود و مدتی در اطاق، منتظر می‌ماند. بعد از مدتی همسر شاه وارد می‌شود؛ دختر بچه، خطاب به مادرش فریاد می‌زند: مادر این خانم آنقدر برای دیدن تو عجله داشت که حتی وقت نکرده لباسش را بپوشد» (سرنا، ۱۳۶۲: ۷۴). چین‌های شلیته‌ها در حرمسرا به حدی اغراق‌آمیز بود که به سختی می‌توان شباهتی بین این شلیته‌ها و نمونه اولیه آن (دامن رقصندگان بالماسکه) یافت. به نقل از شریعت پناهی: «تبان‌ها کوتاه و تا سر زانو نمی‌رسید ولی بسیار گشاد و پرچین بود و در آن فنرها قرار می‌دادند تا به اصطلاح چتری بایستند و برای آنکه این منظور بهتر عملی شود، زیرا تبان‌های آهارزده می‌پوشیدند و تبان دایره‌ای به شعاع نیم ذرع بلکه بیشتر بدور خانم‌ها تشکیل می‌داد. دور آنها را نیز یراق‌های پهن گرانها می‌دوختند» (شریعت پناهی، ۱۳۷۲: ۱۵۰).



تصویر ۹. شلیته زنان اندرونی

www.IIHS.org ماخذ:

۴/۶. سردرگمی نشانه‌ای

دلیل رخداد این پدیده را عدم شناخت صحیح از هنجارها و رمزگان‌های مربوط به آن دانستیم که این عدم شناخت در دوره قاجار در چینش اشتباه پوشش بروز پیدا می‌کند. چراکه در دوره قاجار، تنها از سبک پوشش اروپایی تقلید می‌شد بدون آنکه کسی از چینش درست پوشش و کاربرد آن اطلاعی داشته باشد. تا قبل از آنکه در اندرونی‌ها شلوارهای کشی و بافته سفید به وسیله یک تاجر فرانسوی و خانمش معمول شود، برخی از زنان درباری در اندرون، به‌ویژه در فصل سرما؛ زیر شلیته خود شلوار می‌پوشیدند. زنان طبقه پایین اجتماع، حتی بعد از معمول شدن تکه تکیان - شلوارهای کشی - شلوار مشکی مانند شلوار مردان به پا می‌کردند که قسمتی از آن در زیر شلیته قرار می‌گرفت.



تصویر ۱۰. زن قاجاری با دامن و شلوار

ماخذ: (همان)

۵/۶. بومی‌سازی نشانه‌ای

در اینجا منظور از بومی‌سازی، همان مرتبط کردن کدهای نظام پوششی دیگری با فرهنگ خودمان است. همانطو که دامن رقصندگان بالماسکه را از طریق افزودن تزئینات ایرانی مثل گلابتون‌دوزی و قلاب‌دوزی و ... تبدیل به یک پوشش بومی گشت که دیگر شباهتی به نمونه اولیه خود نداشت. نمونه‌هایی از این ادعا را می‌توان در سفرنامه لیدی شیل یافت. ماری شیل که ظاهراً دیداری از حرمسرای ناصرالدین‌شاه و ملاقاتی با مادر وی (مهد علیا) داشته پیرامون لباس‌های زنان درباری نوشته است: «مادر شاه لباس مجللی در برداشت، شلیته زربفت و گشادی

پوشیده بود. لبه‌های شلیته با یک ردیف مروارید نصب‌شده در روی گلابتون‌دوزی قرین شده بود. یک زیرپوش نازک آبی رنگ ابریشمی به تن داشت که لبه‌هایش مرواریددوزی داشت و تا زیر کمر و بالای شلیته ادامه می‌یافت و چون در زیر آن چیزی نپوشیده بود، بدن او به مقداری خیلی بیش از آنچه معمول زن‌های اروپایی است نمایان بود.» (شیل، ۱۳۶۸: ۳۰۵)

«از دوره ناصرالدین‌شاه به بعد نوعی دامن‌فردار که در اروپا رقاصان باله می‌پوشیدند، در بین زنان درباری و پس از آن در میان طبقات بالای جامعه رواج یافت که آن را با جوراب می‌پوشیدند. دامن‌ها هم دارای آرایش و تزیینات خاص خود بوده‌اند که در میان زنان اعیان این آرایش به ردیف‌های مروارید، گلابتون و توردوزی می‌شد.» (همان، ۳۰۰)



تصویر ۱۱. تصویر زنان حرم ناصرالدین‌شاه
مأخذ: (همان)

۷. نتیجه‌گیری

هدف مقاله حاضر، واکاوی دلالت‌های اجتماعی موجود در رمزگان پوششی با ابزار نشانه‌شناسی به‌مثابه یک لنگرگاه ساختاری است. پژوهش در بدو امر، به بررسی دیدگاه‌های نشانه‌شناسانی که بیشتر ذکر شده است پرداخته و در ادامه با در نظر گرفتن هر تکه از لباس به‌عنوان یک نشانه، رمزگان‌های پوششی در گذر از سنت قاجاری به مدرنیته پهلوی را مورد تحلیل قرار داده است. با توجه به آنچه در یافته‌های پژوهش به تفصیل شرح داده شد، در پاسخ به پرسش پژوهش - چگونه

نظام پوشاک به‌مثابه یک عنصر نشانه‌ای، می‌تواند در گذر از سنت به مدرنیته، طبق نظریه‌های نشانه‌شناسی مورد خوانش و تجزیه و تحلیل قرار گیرد؟ - نتایج نشان می‌دهد که گاهی می‌توان با نگاه نشانه‌شناسی هم به مباحث گوناگون نگریست زیرا برای خوانش متن پژوهشگر خود را نیازمند ابزاری متفاوت می‌بیند تا آنچه را که فرامعنا یا فرانشانه است از درون این متون دریابد و آرایه دهد. همچنین دریافتیم که تکه‌های لباس در زمان‌ها و فرهنگ‌های ارزشی مختلف، کارکرد نشانه‌ای متفاوت به خود می‌گیرند. از طرفی، از آنجایی که چگونگی شرایط اجتماعی، سیاسی، مذهبی و عقیدتی در تحول و تغییر نشانه‌ها مهم است، نمی‌توان بُعد اجتماعی این پژوهش را نادیده گرفت که به نوعی مکمل مباحث نشانه‌شناختی بوده است. چراکه پوشش در هیاهوی گذر از سنت به مدرنیته ابزاری بوده برای متفاوت دیده شدن و نشان دادن تمایز طبقاتی. بنابراین ناگزیر به تحلیل پوشش در طبقات مختلف اجتماعی و مسائل مربوط به آن پرداختیم. از مسایل اجتماعی که در مثال‌های این پژوهش دیده می‌شود که به در تحولات پوششی نقش به‌سزایی داشته است عبارت است از: تأثیر مذهب در نظام اجتماعی، نادیده‌انگاشته شدن هویت زن و تسلط دنیای مردانه بر دنیای زنان و از همه مهتر سوژه‌بودگی زن بود. به همین دلیل در این پژوهش به‌طور ناخودآگاه تعداد مثال‌های ذکر شده حول لباس بانوان بیشتر است. در نتیجه می‌توان چنین استنتاج کرد که در بررسی این سیر تاریخی در هر دو دوره بیشتر از همه زنان به دنبال یافتن جایگاه اجتماعی خود برای بیان تجربه زیسته خود در اجتماع از طریق پوشش بودند.

فهرست منابع

- آبراهامیان، یرواند (۱۳۸۹). تاریخ ایران مدرن. ترجمه محمد ابراهیم فتاحی، تهران: نشر نی.
- اتحادیه، منصوره؛ سعدوندیان، سیروس (۱۳۷۸). خاطرات تاج السلطنه. تهران: تاریخ ایران.
- بامداد، بدرالملوک (۱۳۴۷). زن ایرانی از انقلاب مشروطه تا انقلاب سفید. تهران: ابن‌سینا.
- ذکا، یحیی (۱۳۳۶). لباس زنان از سده سیزدهم تا امروز. تهران: پژوهشگاه اداره کل هنرهای زیبا.
- رایس، کلارا کولیور (۱۳۸۳). زنان ایرانی و راه و رسم زندگی آنان. ترجمه اسدالله آزاد، تهران: کتابدار.
- سرنا، کارلا (۱۳۶۲). آدم‌ها و آیین‌ها در ایران. ترجمه علی اصغر سعیدی، تهران: نقش جهان.
- شریعت‌پناهی، حسام‌الدین (۱۳۷۲). اروپایی‌ها و لباس ایرانیان. تهران: نشر قومس.

شهری، جعفر (۱۳۶۷). تاریخ اجتماعی تهران در قرن سیزدهم. تهران: موسسه خدمات فرهنگی رسا.

قائد، محمد (۱۳۸۹). دفترچه خاطرات و فراموشی. تهران: طرح نو.

گرونو، یوکا (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی سلیقه. ترجمه مسعود کیانپور، تهران: نشر مرکز.

گیرو، پیر (۱۳۸۷). نشانه‌شناسی. ترجمه محمد نبوی، تهران: آگه.

معین، مرتضی بابک (۱۳۹۴). معنا به‌مثابه تجربه زیسته. تهران: سخن.

معین، مرتضی بابک (۱۳۸۹). «نشانه‌شناسی اجتماعی و پدیده‌های امنیت و عدم امنیت نشانه‌ای»،

مجله اندیشه‌های ادبی، س ۲، ش ۵، ۱۵۴-۱۳۵.

هاکس، مریت (۱۳۷۱). افسانه و واقعیت. محمد حسین نظری نژاد، مشهد: آستان قدس رضوی.

نقش کیچ در همگرایی پوششی

مرضیه نامور مطلق^۱

کارشناس ارشد پژوهش هنر، مدرس هنر

چکیده

کیچ، گونه‌ای ویژه از روابط بینامتنی محسوب می‌گردد که می‌توان جلوه‌های گوناگون آن را در حوزه فرهنگ و هنر به‌خوبی مشاهده کرد. کیچ به محصولی اطلاق می‌شود که متنی به شیوه تقلید و شبیه‌سازی از پیش متن خود تولید شود. امروزه این نوع از روابط بینامتنی یعنی کیچ به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین روش‌های تولید لباس و پوشاک مورد استفاده قرار می‌گیرد. در طول تاریخ همواره لباس یکی از عناصر فرهنگی و هویتی هر جامعه محسوب می‌شود، اما امروزه با فراگیری پدیده‌هایی مانند کیچ، «همانندسازی پوششی» جای «تنوع پوششی قومی و بومی» را گرفته است. این مقاله می‌کوشد تا با رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی به مطالعه کیچ در جامعه ایرانی با تأکید بر حوزه مد و لباس بپردازد. برای چنین پژوهشی از دو روش «بینامتنیت» و به‌ویژه «نشانه‌شناسی اجتماعی» با ویرایش لاندوفسکی استفاده خواهیم کرد. همانطور که می‌دانید لاندوفسکی ویژگی‌ها و روابط اجتماعی افراد را به چهار نظام نشانه‌ای تقسیم می‌کند: داندی، اسنوب، خرس و آفتاب پرست، که در مرکز آن گروه مرجع قرار دارد. هر یک از این نظام‌های اجتماعی رفتار خاص خود را دارند. کیچ رفتاری است که بیشتر به گروه اسنوب‌ها باز می‌گردد. بنابراین، در این پژوهش با استفاده از روش نشانه‌شناسی بینامتنی و اجتماعی به مطالعه کیچ در نظام پوششی زنان ایرانی پرداخته خواهد شد. جامعه آماری این پژوهش ویتربین‌های بازار بزرگ تهران خواهد بود.

کلیدواژه‌ها: کیچ، نشانه‌شناختی، مد، نظام پوششی، بینامتنیت.

مقدمه

واژه کیچ و تعاریف آن در دهه‌های اخیر به طور جدی وارد عرصه‌های مختلف ادبی، هنری، فلسفی، سیاسی و به‌طور کلی در اغلب کنش‌های اجتماعی از جمله نظام پوششی شده است.

اغلب محققین اتفاق نظر دارند که کیچ ریشه در زبان آلمانی دارد و در سال‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ میلادی در بازارهای هنری مونیخ برای تعریف آثار عامه‌پسند، ارزان و خوش فروش از طریق منتقدین آلمانی مورد استفاده قرار گرفته است. کیچ یکی از مهمترین گونه‌های تولیدی و مصرف‌گرایی درجهان به حساب می‌آید. در اواسط قرن نوزدهم، صنعتی شدن، پیشرفت در تولیدات کارخانه‌ای و تحولات اقتصادی باعث به وجود آمدن تحولات بزرگی در بازارهای عرضه و تقاضای پوشاک می‌شود. تکثیر و تولید انبوه این امکان را می‌دهد تا کالا به راحتی و با سود بیشتر برای جوامع سرمایه‌داری، در دسترس قشر وسیعی از مردم در جهان قرار گیرد. علاوه بر این از قرن ۱۸ و ۱۹ به این سو رسانه‌های جدیدی برای پاسخگویی به نیازهای تبلیغاتی جامعه سرمایه‌داری شکل گرفت، که از آن جمله می‌توان به رادیو تلویزیون و... اشاره کرد. امروز کیچ درگاه‌های تازه‌تری برای نمایش و عرضه پیدا کرده است. درگاه‌های خرید و فروش اینترنتی و فعالیت‌های این چنین در شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام و تلگرام.

لباس از دیرباز یکی از نشانه‌های فرهنگی و هویتی هر جامعه محسوب می‌شود. در گذشته صنعت پوشاک هر جامعه بر مبنای تفکرات، نیازهای اقلیمی، مادی و معنوی آن جامعه شکل می‌گیرد. لباس آئینه تمام‌نمایی از تحولات تاریخی و فرهنگی اقوام محسوب می‌شود. ایران کشوری است که مردمان آن از دیرباز برای تن پوش‌ها و طراحی آن اهمیت زیادی قائل می‌شدند، زیرا تن پوش‌ها در مراسم آئینی و مذهبی نقش به‌سزایی را ایفا می‌کردند. با ورود مدرنیته در ایران طراحی تن پوش‌های ایرانی دچار تحولات بزرگی می‌شد.

این پژوهش بر آن است تا با استفاده از نشانه‌شناسی به شناخت عمیق‌تری از پدیده کیچ دست یابد، و با تکیه بر آراء نشانه‌شناس حاضر فرانسوی اریک لاندوفسکی و نظریه چهارگانه گروه‌های اجتماعی وی بیشترین گروه مصرف‌کننده لباس‌های کیچ را در فضای خرید فروش اینترنتی لباس آشکار کند.

کیچ

مدتی است کیچ وارد عرصه‌های عمومی و اصلی خلق و تولید اشیا و آثار هنری شده است. واژه کیچ اولین بار توسط منتقدین آلمانی در مونیخ به سال ۱۸۶۰ برای نامگذاری نقاشی‌ها و طرح‌های ارزان قیمت به کار رفته است. این نقاشی‌ها در واقع کپی از آثار و کارهای بزرگ بودند که توریست‌ها آنها را به‌عنوان سوغات خریداری می‌کردند. بیشتر محققین اتفاق نظر دارند که کیچ

برگرفته از واژه آلمانی *verkitschen* به معنای کم ارزش ساختن است (قهرمان، حرفه هنر، ۱۹۰). البته فرضیه های دیگری نیز برای ریشه واژه کیچ وجود دارد، گروهی واژه کیچ را برگرفته از اسکیس (*sketch*) می دانند، اما این فرضیه نمی تواند درست باشد زیرا اسکیس به کاره نیمه تمام گفته می شود درحالی که کیچ یک کار تمام شده است. در جایی نیز کیچ را برگرفته از واژه *kitschen* آلمانی که به معنای بازی با گل و لای است و بار کاملاً منفی دارد، که به کار بی ارزش و یا کم ارزش گفته می شود، است. در این بین اکثر محققین فرضیه اولیه را به عنوان معتبرترین ریشه واژه کیچ قلمداد می کنند. این واژه را منتقدین هنری برای نقد زیبایی شناسانه آثار کپی سریع خلق شده توسط هنرمندانی که تنها برای پول درآوردن دست به خلق آثار می زدند، به کار گرفته اند. در ایران نیز تلاش های زیادی برای جایگزینی واژه های مناسب با کیچ شده است. نجف دریابندری مزخرف و مزخرفات را به جای کیچ پیشنهاد داد، که به معنای آراستن با چیزهای فریبنده است. باسمه و بنجل از دیگر واژه های جایگزینی هستند که مترجمان به جای کیچ استفاده می کنند. اما امروزه در بسیاری از مقالات و همچنین نشست هایی که در ایران برای پدیده کیچ برگزار شده است از واژه «کیچ» استفاده می کنند.

روین پاکباز در کتاب دایره المعارف هنر کیچ را این گونه تعریف می کند: «کیچ به اشیا هنری و شبه هنری، تقلیدی و تکثیرشده ای که مورد مصرف مردم تازه به دوران رسیده واقع می شود، (اطلاق می گردد.)» (منظره های بازاری، مجسمه های عتیقه نما و گچ بری های نامناسب در بنا) کیچ به طور خاص به محصولاتی گفته می شود که زاینده انقلاب صنعتی و به خصوص قرن نوزدهم است. این محصولات به تقلید از سبک نخبگان برای خرده بورژوا به صورت انبوه توسط کارخانه ها تولید شده و وارد بازار می شدند. کیچ وابسته به پیش متن اصلی خود است و از روی یک متن مرغوب و اصیل کپی می شود. تولید انبوه این کالا باعث ارزان شدن قیمت آن می شود و همچنین تزئینی بودن آن قابلیت سوغات شدن را به این محصول می دهد. کیچ به عنوان سوغاتی را می توان کلایی تعریف کرد که با ظرافت زیبایی شناسی به نام نهادهای بزرگ مانند کلیسا، دولت، امپراتوری و سلطنت برای مصرف خانگی طبقه متوسط تولید می کنند که مانند غذای حاضری عمل می کند. (گرونو، ۱۳۹۲: ۵۸)

کیچ به دنبال خواست سرمایه داری سعی بر آن دارد که مورد پذیرش هر چه بیشتر افراد قرار گیرد. سرمایه داری از طریق تولید انبوه و تبلیغات رسانه ها پذیرش این کالا در میان اقشار مختلف را

عادی‌سازی کرده. این امر سبب بوجود آمدن نوعی هم‌گرایی و هم‌شکلی در میان افراد جامعه و حتی جوامع مختلف می‌گردد. همانند شدن ما را به یاد داستان‌های اسطوره‌ای می‌اندازد که این شکل از قدرت جز در داستان‌های اسطوره‌ای و نزد خدایان اسطوره‌ای دیده نمی‌شود. یکی از داستان‌های معروف که به خوبی می‌تواند این همانندسازی را بازگو کند. اسطوره پروکاست^۱: پروکراستس یا پروکراستین یکی از پسران پوزیدون^۲ است غولی راهنم میان دو شهر آتن و الیزیس^۳ بود. وی مسافران خسته و گرسنه یا تشنه را به اقامتگاه خویش دعوت می‌کرد و بر اساس روایتی به آنها خواب آور می‌داد سپس آنها را بر روی تخت معروف خویش قرار می‌داد. گفته می‌شود اندازه آن تخت یک متر و هفتاد سانتیمتر بوده است. اگر اندازه فرد کوچکتر از تخت بود وی را آنقدر می‌کشد تا با پاره شده مفاصل به اندازه تخت شود و اگر بلندتر بود پاهای او را قطع می‌کرد تا باز اندازه تخت گردد.

این اسطوره بسیار به شرایط امروزی ما شباهت دارد اگر همانند گروه‌های اجتماعی مورد نظر خود نباشین در میان آنها جایی نداریم. با همانند شدن است که مهر تایید را برای جای گرفتن در میان آنها دریافت می‌کنیم. کالاهای کیچ به خاطر قیمت مناسب آنها و همچنین به این دلیل که از پیش متنی آشنا تکثیر شده در همانند کردن مصرف‌کنندگان خود نقش بسزایی دارد.

آشنایی با نشانه‌شناسی پدیدارشناسانه لاندوفسکی

اندیشه‌های لاندوفسکی را می‌توان در نشانه‌شناسی پدیدارشناسانه قرار داد. وی از نشانه‌شناسانی است که در قید حیات است و همچنان بر روی این رشته از نشانه‌شناسی فعالیت می‌کند. لاندوفسکی در ابتدا در کتاب جامعه انعکاسی^۴ به توصیف شرایط آشکار ظهور معنا در گونه‌های متفاوت تعاملی پرداخت. اما با نوشتن کتاب حضورهای دیگری^۵ اولین گام را در نشانه‌شناسی برمی‌دارد که در جست‌وجوی تجزیه و تحلیل شرایط ظهور و تولید معنا در قالب تعامل‌های مشخص و دریافت‌های اجتماعی متفاوت است، چراکه از این منظور معنا دیگر در متن بسته و بریده از بافت و ساحت گفته‌پردازی خود مورد نظر قرار نمی‌گیرد، بلکه نتیجه و حاصل برخورد و تعامل میان سوژه‌ها در شرایط متفاوت گفتگمانی است. وی بعد از این کتاب در احساسات بی‌نام^۶ (نوشتار پیش رو تحت تأثیر آراء مطرح شده لاندوفسکی در این کتاب است

¹ procustean

² Poseidon

³ Eleusis

⁴ La soceite reflechie

⁵ Presence de lautre

⁶ Passion sans nom

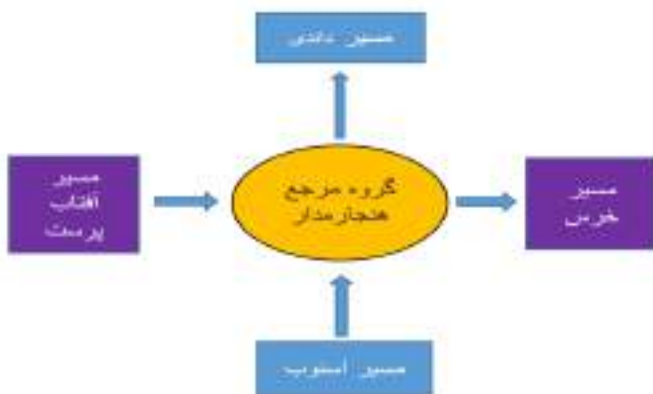
که توسط دکتر معین به زبان فارسی بازخوانی شده) کوشش می‌کند گذر از نشانه‌شناسی کلاسیک روایی را به سوی دورنمای پدیدارشناختی که در آن مفاهیمی چون «تن»، «حضور»، «جریان ادراکی» و «امر حسی» در دریافت معنا در عمل و موفقیت نقش بازی می‌کند را ترسیم کند. از منظر لاندوفسکی در فرایند کشف معنا، فهمیدن به معنای کشف معنایی که از قبل تشکیل شده و وجود داشته است نیست، بلکه برعکس فهمیدن به معنی ساختن معنا از داده‌های آشکار متنی و غیر متنی به بعد در ارتباطی پویا و مبتنی بر تعامل حداقل دو تایی است. اساس و بینش لاندوفسکی در فهم پدیدارشناسانه معنا در همین است: «فهمیدن یعنی ساختن، پس یعنی به چیزی هستی دادن، به جهان هستی دادن، به جهان به‌مثابه جهانی معنادار، اما هم زمان یعنی هستی دادن به خود به‌مثابه سوژه».

لاندوفسکی در خصوص ارتباط ما با جهان، یعنی ارتباط سوژه با اشکال متفاوت و موقعیت‌های جهان بیرونی دو گونه ارتباط متفاوت اشاره می‌کند، خود گونه سومی را اضافه می‌کند. او معتقد است برای سوژه شکل آن واقعیت بیرون از ما که در ارتباط با آن خود را می‌سازیم و به آن معنا می‌دهیم اهمیتی ندارد: ما به هر شکل به آن واقعیت جهان بیرونی معنا می‌دهیم: متن (به معنای رایج)، ابژه‌های مصرفی معمول، قسمت‌هایی از جهان طبیعی مانند منظره‌ای مشخص، اثر هنری، یا حضورهای انسانی در حال عمل و کنش، در همه موارد ما در ارتباط با یک وضعیت ویژه جهان بیرونی هستیم یعنی در ارتباط با دیگری یا آن غیریت مشخص. لاندوفسکی بر این باور است، برای این که «من» خود را به شکل کامل تحقق ببخشد، باید دیگری به او این امکان را بدهد. برای میسر کردن این امر باید که این دیگری بتواند قابلیت‌های بالقوه اش را بلفعل نماید، و به شکل دیالکتیکی، این در صورتی حاصل می‌شود که «من» این امکان را به او بدهد. پس معنا و ارزش «دیگری» به هیچ وجه از قبل تعیین نشده، همانطور که ارزش و معنای «من» نیز از قبل مشخص ناست. این تنها و تنها در عمل، تنها در تعامل با دیگری، متن، چیز یا مخاطب است که ارزش و معنای این «دیگری» و معنای ارتباط آن یا به شکل پویا تعریف می‌شود. (البته این جا منظور از معنا و ارزش فی‌الذات، بلکه منظور معنایی است که در موقعیت و در عمل توسط من درک می‌شود). می‌توان این گونه گفت که تولید معنا تنها می‌تواند به‌عنوان یک فرایند که سوژه را درگیر ارتباط تعاملی با دیگری می‌کند قابل دریافت باشد. دیگری در اینجا به‌مثابه آن چیزی است که با آن در تعامل است ظاهر می‌شود. (معین، ۵۱:۱۳۹۴) بنابراین لاندوفسکی بر این باور است که معنا در ارتباط با دیگری است که

شکل می‌گیرد از این رو بیشترین تئوری‌های مطرح شده توسط وی را ارتباط میان سوژه با دیگری در بر می‌گیرد.

تقسیم‌بندی چهارگانه و گروه مرکز هنجارمدار

لاندوفسکی در همان کتاب احساسات بی نام تقسیم‌بندی چهارگانه اجتماعی را مطرح می‌کند که در ارتباط با گروه مرجع معنا پیدا می‌کند یعنی در ارتباط با دیگری. وی دستورزبانی را مطرح می‌کند که با آن می‌توان استراتژی‌های متفاوت و رفتارهای گوناگون گروه‌ها به نسبت گروه هنجارمدار مرکزی مورد خوانش قرار داد. وی اولین دستور زبان رفتاری را به صورت الگوی زیر ترسیم می‌کند.



شکل ۱. نمودار تقسیم‌بندی چهارگانه اجتماعی

اسنوب^۱ همانطور که در این نمودار می‌بینیم اسنوب در پایین گروه مرکز هنجارمدار قرار دارد اما فلش‌هایی به سمت بالا یعنی به سمت مرکز دارد و اسنوب همواره سعی دارد تا خود را به گروه مرکز نزدیک کند. برای اسنوب رسیدن به بالا به هر قیمتی که شده اهمیت دارد. داندی^۲: داندی در واقع به دنبال ایجاد فاصله و تمایز میان خود و گروه مرجع است، در نمودار هم دیده می‌شود که فلش‌ها حرکتی به بالا دارند که نشان‌دهنده این است داندی نه تنها اعتنایی به گروه مرجع ندارد بلکه سعی می‌کند تا فاصله خود را با این گروه حفظ کند. داندی در سطح بالا گروه‌ها قرار دارد

¹ Snob

² Dandy

همانطور که در نمودار نیز مشخص است و همواره به خاطره غروری که دارد سعی دارد تا این شکل از نمودار را حفظ کند. آفتاب‌پرست^۱: آفتاب‌پرست همانطور که از نامش مشخص است به دنبال یکرنگ کردن خود با گروه مرجع است اما تفاوت میان او و اسنوب در این است که آفتاب‌پرست از روی اجبار و با مهارت و مکاری و برای سود خود دست به این همانندسازی می‌زند و البته در خفا هویت اصلی خود را یعنی هویتی را که از آنجا آمده را زنده نگه می‌دارد اما اسنوب‌ها برای همانندسازی خود با گروه مرجع هویت قبلی خود را فراموش می‌کنند. خرس^۲: این افراد همانند اسمی که برای آنها گذاشته شده است نه تنها از الگوهای گروه مرکز می‌گذرند در جایی هم از روی بی‌اهمیتی دست به تخریب آن نیز می‌زنند. خرس از هیچ‌کسی تبعیت نمی‌کند و راهی را انتخاب می‌کند که خود تعیین کرده و همچنین کسی نمی‌تواند او را از راهی که انتخاب کرده منصرف کند.

اسنوب

پیدا کردن ریشه واژه اسنوب کمی با ابهام رو به رو است. اما بیشتر محققین بر این باورند که اسنوب ریشه در واژه لاتین *sinenobilitate* یعنی بدون اشرافیت گرفته شده است. البته به مرور زمان این واژه به *snober* تغییر پیدا کرد. برای اولین بار در قرن ۱۸ از این واژه استفاده می‌شود. اسنوب برای اولین بار با اثر طنز ویلیام تاکری نویسنده انگلیسی با عنوان اسنوب‌ها در سال ۱۸۴۸ بر سر زبان‌ها افتاد. مردم انگلیسی ابتدا از این واژه خطاب بر کفاش‌ها و پینه دوزها استفاده می‌کردند. اما رفته رفته در قرن ۱۹ نوع بکارگیری این واژه توسط مردم تغییر پیدا کرد. در واقع اشراف از این واژه برای تحقیر سلیقه و رفتار مردم عامه استفاده می‌کردند. امروزه در روان‌شناسی *s-nobe* به‌عنوان یک بیماری شایع شناخته می‌شود. این بیماری در کشمکش‌ها و تمایزات طبقاتی است که معنا پیدا می‌کند. روان‌شناسان این بیماری را به کسی نسبت می‌دهند که همواره میل به متمایز بودن و خاص بودن دارد. این فرد همیشه کورکورانه سعی بر تقلید افراد یا طبقه محبوب خود را دارد تا با شبیه‌سازی ظاهری شاید به چشم آنها بیاید. اسنوب در واقع خود را همیشه زیر نگاه دیگران می‌بیند، هیچوقت با زیر دستان خود معاشرت نمی‌کند اما از هر راهی برای نزدیک شدن به افراد مشهور استفاده می‌کند. می‌توان این طور برداشت کرد که اسنوب با حس تمایز و برتری است که ارضا می‌شود. (قائد، ۱۳۷۹؛ ۶۵)

^۱ Cameleon

^۲ ours

اسنوب شیفته و دل‌باخته گروه مرکز هنجارمدار است و از هر روشی برای تقلید و نزدیکی خود به این مرکز استفاده می‌کند. در قرن ۱۸ و با آغاز انقلاب صنعتی و جامعه مدرن، بورژواها شکل گرفتند. این طبقه زائیده انقلاب صنعتی بود. در این دوران ماشین‌ها به سرعت پیشرفت کردند و جای کار نیروی انسانی را گرفتند. انسان با روی کار آمدن ماشین آلات فرصت بیشتری برای فکر کردن و ارتباط برقرار کردن با مسائل فرهنگی پیدا کردن. در واقع بورژواها در مقابل nobles ها قرار گرفتند. با این حساب قشر اشراف به عنوان الگویی برای اسنوب‌ها محسوب می‌شوند. البته این قشر متوسط تنها توانایی تقلید ظاهری از اشراف را داشتند. قشر متوسط در مقابل اشراف احساس حقارت می‌کرد. در این میان نیز اشراف برای ایجاد تمایز میان خود و طبقه متوسط از واژه اسنوب استفاده می‌کند. اسنوب‌ها نیز برای پنهان کردن این حس حقارت سعی کردند از نشانه‌های ظاهری همچون آرایش، طرز سخن گفتن و مد پوششی استفاده کنند (همان: ۶۷).

اسنوب‌ها با این کار به چشم مردم دیگر جامعه می‌آمدند و در واقع مرز بندی میان خود و قشر پایین جامعه را پررنگ‌تر می‌کنند. این طبقه تازه متولد شده با استفاده از تقلید های ظاهری برای خود شخصیتی دروغین و کاذب که تنها وجه ظاهری دارد می‌سازند.

همانطور که دیدیم صفت اسنوب زائیده صنعتی شدن و بعد از سده ۱۸ بود که اغلب به صورت منفی استفاده شده و در واقع به کسی اطلاق می‌شود که همواره سعی دارد از طبقه محبوب خود کورکورانه تقلید کند و از هر راهی استفاده می‌کند تا خود را به آن طبقه نزدیک کند حتی ممکن است در این راه به هر تحقیقی تن دهد. آنها چاپلوسانه طبقه محبوب خود را می‌ستایند و مبتذلانه سعی بر این دارند تا هر جور شده با این طبقه درآمیزند. در مقابل خود رفتار تحقیرآمیزی با دیگر افراد جامعه دارد. تقلید یکی از اصلی ترین شاخصه های اسنوب‌ها محسوب می‌شود بنابراین می‌توان صفاتی چون تقلید و سبک سری را برای اسنوب‌ها در نظر گرفت. آنها با استفاده از کالاهای نمادین سعی بر ایجاد تمایز میان خود و طبقات پایین تر دارند و در مقابل با همین روش خواهان نزدیکی به داندی‌ها هستند. اسنوب‌ها همواره از این که این مرز میان خود و دیگری پایین تر از بین برود احساس خطر می‌کنند. اسنوبیسم در واقع تلاشی است بر سرتمایز (همان؛ ۶۸).

اسنوب‌ها میل زیادی به مورد تایید واقع شدن دارند آنها بسیاری از انرژی خود را صرف دوست داشتنی بودن و تحسین شدن می‌گذارند. اسنوب‌ها همواره دست به نمایش‌هایی می‌زنند تا بتوانند هویت اجتماعی خود را نشان دهند. اسنوب‌ها با کالاهایی که در اختیار دارند سعی بر تعریف خود دارند. چشم و هم‌چشمی یکی از خصوصیات اسنوب‌ها محسوب می‌شود، زیرا آنها بر این که از

دید دیگران چطور دیده می‌شوند اهمیت می‌دهند و همچنین منتظرند که الگوهای تقلیدی آنها چه می‌کنند تا همان را تکرار کنند. اسنوب‌ها دست به خرید کالاها یا تغذیه از خوراک‌هایی می‌کنند که به سختی با استطاعت مالی آنها جور می‌آید تنها به این دلیل که این کالاها و غذاها نماینده سبک زندگی قابل قبول تری هستند؛ بنابراین، ارزش تقلید را دارند. اسنوب‌ها برای رسیدن به اهداف خود دست به رفتارهایی می‌زنند چون، افراط در پوشش و آرایش و دک و پزهای بی‌قیدانه که ذات واقعی این گروه را لو می‌دهد.

اسنوب‌ها را می‌توان این گونه تعریف کرد: «نمونه نوعی از یک تازه به دوران رسیده، یک خان روستایی، یک نوکیسه است که مشتاقانه قواعد و دستورهای آداب دانی و کتاب‌های راهنمای خوش سلیقگی را جست و جو می‌کند تا بتواند طبق مد روز زندگی کند، منتها هرگز در این تلاش واقعا موفق نبوده. او با تردیدی که در رفتارش نشان می‌دهد، و با کاسه داغ تر از آتش شدن در تبعیت از آداب معاشرت، فقط خواستگاه اجتماعی واقعی خود را بر ملا می‌سازد. مسئله اصلی نه ضخامت کیف پول بلکه این حقیقت است که برای قرار گرفتن در گروه‌های بالاتر چیزی بیشتر از این لازم است.» (گرونو، ۱۳۹۳: ۲۲)

داندی

داندی به دنبال تثبیت هویت و جایگاه خود است. داندی در صدر تقسیم‌بندی چهارگانه قرار دارد. داندی معمولاً از تربیتی اشرافی برخوردار است، بنابراین خوب می‌داند چگونه از امکانات استفاده کند (معین، ۱۳۹۴: ۲۲۲). این دقیقاً چیزی است که اسنوب از پس آن بر نمی‌آید. داندی از غرور بالایی برخوردار است و همواره سعی می‌کند میان خود و گروه مرجع و بالاخص اسنوب‌ها فاصله ایجاد کند. سلیقه و سبک زندگی داندی‌ها معمولاً به‌مثابه الگویی در دیگر اقشار جامعه در می‌آید. سلیقه داندی‌ها را به‌عنوان سلیقه طبقه بالا نیز می‌شناسند. اسنوب‌ها سلیقه داندی‌ها را سلیقه مشروع قلمداد می‌کنند. داندی همواره می‌تواند افراد بد سلیقه و اسنوب‌ها را بو بکشد و سریع او را شناسایی کند. داندی به علت امکاناتی که دارد اوقات زیادی را صرف تفریح و فراغت خود می‌کند. می‌توان گفت داندی‌ها از طریق اوقات فراغت است که می‌توانند بین خود و گروه مرجع تمایز گذاری کنند. داندی‌ها بیشتر وقت خود را مشغول به کارهایی هستند که ربطی به تامین زندگی ندارند، مانند هنر، تشریفات، ورزش و غیره... داندی با اشتیاق به چیزهای جدید و تجربه‌های جدید تن می‌دهد و سعی بر تجربه چیزهایی دارد که قبلاً تجربه نکرده است.

خرس

خرس: خرس‌ها کاری به این ندارند که در چشم دیگران چه جوری دیده می‌شوند. برای آنها تنها چیزی که خودشان می‌خواهند باشند اهمیت دارد. بنابراین خرس در جامعه نگاهی به عرف جامعه ندارد و از آن می‌گذرد، و در جایی هم ممکن است از روی آگاهی دست به تخریب شکل و فرم گروه مرکز بزند. کارهای او به دیوانگی یا به نبوغ تعبیر می‌شود. رفتار نکردن بر اساس هنجارها از جانب خرس آگاهانه صورت نمی‌گیرد. خرس کاملاً باز و آشکار در فضای اجتماعی گام بر میدارد. خرس بر «خود بودن» تأکید می‌کند، می‌توان این گونه گفت که خرس زندگی خود را زندگی می‌کند. (همان؛ ۲۲۳)

آفتاب‌پرست

آفتاب‌پرست: آفتاب‌پرست از جای دوری آمده او همچنین نشانه‌های را که متعلق به آن جایی که آمده را در خود نگه می‌دارد، اما بنابر اجبار و مهارت مکاری نمی‌تواند آنها را آشکار کند به همین دلیل است که باز نمودی از گروه مرکز هنجارمدار را به خود می‌گیرد. او همواره منتظر است تا به آنجایی که از آن آمده باز گردد. آفتاب‌پرست بر خلاف خرس با چهره‌ای نقاب زده حرکت می‌کند. آفتاب‌پرست در خفا هدف خود را دنبال می‌کند که این هدف همانا خود بودن است. آفتاب‌پرست برنامه خود را دنبال می‌کند و در یک کلام می‌توان گفت که آفتاب‌پرست «زندگی خود را زندگی» می‌کند. آفتاب‌پرست همانند خرس هستی خود را در ارتباط با دیگری تعریف نمی‌کند بلکه تنها خودش است و به نگه داشتن این اصل در خفا پایبند است. لاندوفسکی معتقد است که آفتاب‌پرست برای ادامه بقای خود ناچار است مدام چهره عوض کند و خود را در محیطی که قرار دارد بقبولاند و از ترس این که غریب بودن اعتقادات، امیال و خواسته‌هایش فاش شوند، اساساً آنها را بروز نمی‌دهد و سعی می‌کند این گونه نشان دهد که شریک امیال و خواسته‌های اطرافیانش است. استراتژی رفتار او همانند استراتژی رفتاری یک جاسوس است: جاسوس نیز برای این که هویت خود را پنهان نگه دارد باید پیوسته رنگ عوض کند و خود را با محیط اطرافش سازش دهد، گویی جزئی از آن است. اما مسئله این است این تظاهر آفتاب‌پرست دلیل بر قبول آن رفتار نیست. در واقع آفتاب‌پرست، ضمن شبیه سازی رفتاری و در عین سازش میل و خواسته خود بر اساس میل و خواست دیگری، پیوسته تمایلات و امیال خود را دنبال می‌کند. (همان؛ ۲۲۵)

اسنوب‌ها و داندی‌ها بر خلاف خرس و آفتاب‌پرست عمل می‌کنند آنها هستی خود را به نسبت با دیگری است که معنا می‌دهند. نزد اسنوب و داندی «ظاهر شدن» در الویت است و «شکل و وجوه ظاهری» است که بر «بودن» مقدم است، این بر خلاف هستی خرس و آفتاب‌پرست است که «بودن» مقدم بر «ظاهر شدن» است. برای اسنوب و داندی ارتباط با دیگری ارجح است تا ارتباط با خود برای مثال: برای اسنوب سبک زندگی یعنی درآمدن به لباس دیگری (گروه هنجار مرکزی) اما داندی سعی بر کندن لباسی دارد که دیگری نیز بر تن می‌کند. اسنوب بی تابانه می‌خواهد تا جای ممکن خود را در داخل گروه مرجع جای دهد و آن گونه که این گروه می‌خواهد خود را نشان دهد. اسنوب با تمام وجود می‌خواهد کلیشه‌های گروه مرکز را تقلید کند و به این ترتیب تا جای ممکن از واقعیت خود دور می‌شود و از هستی اولیه خود فاصله می‌گیرد. اما آن چنان که باید اسنوب در این کار موفق نیست زیرا، او غالباً در بکارگیری هنجارهای گروه مرکز اغراق کرده و دچار «بیش‌تصحیحی نشانه‌ای» می‌شود. اسنوب به دلیل عدم شناخت هنجارهای گروه مرجع این هنجارها را با اغراق به کار برده و از این‌روست که اصل خود را لو می‌دهد. اما داندی بر عکس اسنوب سعی دارد تا آن جا که امکان دارد خود را از دیگری متمایز کند. بنابراین، او ویژگی‌های فردی و منحصر به فرد خود را بر می‌گزیند، زیرا می‌خواهد تا جایی که ممکن است متمایز جلوه کند، داندی همواره به دنبال این است که متفاوت از آن کل یکنواخت به نظر بیاید. تا جایی این کار را دنبال می‌کند که متقاعد می‌شود که طبیعتاً استثناء است. در این صورت اسنوب سعی دارد آن سان باشد که «دیگری» است و داندی می‌خواهد طوری باشد که مانند همه نباشد. لاندوفسکی معتقد است قلمرو داندی و اسنوب «مانند» است. داندی در گریز از «مانندی» است و اسنوب «مانند» دیگری رفتار می‌کنند. اسنوب و داندی «در ارتباط با دیگری» است که خود را تعریف می‌کنند. اسنوب سعی می‌کند برای دیگری شدن تمامی نشانه‌های طبقه خود را محو کند و در این راه تعجیل می‌کند و همین است که هستی واقعی او را لو می‌دهد. اما داندی بر عکس اسنوب عمل می‌کند، او تمام تلاش خود را می‌کند تا از گروه مرکز خود را متمایز کند، و بر این اساس داندی رفتارهای خاص، فردی و منحصر به فردی را پیش می‌گیرد، تا حتی با اعضای طبقه‌ای که به آن تعلق دارد متفاوت باشد. هر دو سعی دارند «آن سان که باید بشوند»، در خصوص اسنوب «آن سان که دیگری است» بشود، و در خصوص داندی «آن سان که دیگری نباشد» بشود. از همین‌روست که لاندوفسکی بر این باور است که در هر دو مورد این «مانند» است که بر آنها حاکم است. این وجه مشترکی است که میان اسنوب و داندی وجود دارد. اسنوب

برای نزدیک کردن خود به گروه مرکز همانندسازی می‌کند این در حالی است که داندی برای متمایز نشان دادن از خود بازی در می‌آورد، به این معنا که که از روی عمد «عادات بد»، غیر نرمال، عجیب و غریب را از خود نمایش می‌دهد. (معین، ۱۳۹۴: ۲۲۷)

در اینجا می‌توان گفت که هر کدام از این چهار گروه غیریت خود را به این شکل نشان می‌دهند:

اسنوب: غیریت خود را انکار می‌کند.

داندی: غیریت خود را تمهید می‌کند.

خرس: غیریت خود را تقبل می‌کند.

آفتاب‌پرست: غیریت خود را نقاب می‌زند. (همان: ۲۲۷)

گروه مرکز هنجارمدار و کیچ

گروه مرجع هنجارمدار را می‌توان به صورت مجموعه قواعد هنجاری دانست که دیگر گروه‌ها در ارتباط با آن غیریت خود را مشخص می‌کنند. در گروه مرکز هنجارمدار عاداتی به صورت اجتماعی شکل گرفته و فراگیر شده است. می‌توان گفت این گروه در واقع دارای سبک زندگی است که اکثریت یک اجتماع بنابر مصلحت‌های نوعی به آن وفادار هستند. این گروه قدرت اکثریت را با خود به همراه دارد. بقیه گروه‌های اجتماعی از رابطه‌ای که با این گروه مرکزی دارند خود را تعریف می‌کنند. همان گروهی که تنها با ارتباط با آن است که گروه‌های دیگر می‌توانند تفاوت میان خود و دیگری را بدانند. داندی سعی بر جدایی و دوری می‌کند و در این جدایی حتی همچو نیز نسبت به گروه مرکز وجود دارد او هر آنچه را که مربوط به این گروه باشد طرد می‌کند. آفتاب‌پرست به پذیرش صوری این گروه می‌پردازد. اسنوب تا آنجایی که می‌تواند خود را همانند می‌کند اما ذات اسنوبی او را لو می‌دهد. خرس خود را جدا می‌کند از این گروه چون اهمیتی برای آن قائل نمی‌شود. اما گروه مرکز هنجارمدار سعی بر همانندسازی همه گروه‌ها بنابر هنجارهایی دارد که خود مشخص می‌کند. این همانندسازی به این معنا است که همه از خود باشند و غیریتی وجود نداشته باشد. بنابراین، هنجار مرکزی بود و نمودی همانند می‌خواهد این درحالی است که اسنوب و آفتاب‌پرست در بود و نمود است که به غیر تبدیل می‌شود. آفتاب‌پرست نمود خود را شبیه به گروه مرکز می‌کند در حالی که بود واقعی آن را ندارد. اسنوب نمی‌تواند به خوبی از نمود گروه مرکز استفاده کند به خاطر ناآگاهی همواره دچار اشتباه می‌شود برای مثال ممکن است در استفاده از نشانه‌هایی که در گروه مرکز رایج است اغراق کند و این نمود او را لو می‌دهد. گروه مرکز

هنجارمدار میانه ای است بین داندی و اسنوب می‌توان گفت که این گروه همانند مترجمی عمل می‌کند که غیریت داندی را برای اسنوب و غیریت اسنوب را برای داندی ترجمه می‌کند. در واقع، می‌توان از این منظر نیز به این موضوع نگاه کرد که گروه مرکز نه تنها با ارتباطی که با این غیریت‌ها دارد به آنها معنا می‌دهد، بلکه ترجمه فرهنگی میان این غیریت‌ها را نیز بر عهده گرفته است.

وجود اکثریت مصرفی و شعار همانندسازی گروه مرکز می‌تواند آرمان شهری را برای تولیدکنندگان بوجود آورد. کیچ به خوبی می‌تواند با هنجارهای هر گروه مرکزی خود را وقف بدهد، همچنین با قابلیت تولید انبوهی که دارد می‌تواند به خوبی به تقاضای اکثریت پاسخ مثبت بدهد. بنابراین، می‌توان گفت که گروه مرکز به راحتی حضور کیچ را می‌پذیرد و شاید در جایی از آن استفاده کند تا به منافع خود برسد. کیچ در گروه مرکز را همانند آتلاتیک یا شهر موعود خود می‌بیند زیرا از این طریق است که می‌تواند حتی با غیریت‌های گروهی همچون اسنوب‌ها و آفتاب‌پرست‌ها ارتباط برقرار کند و خود را در میان آنها قرار دهد.

ارتباط گروه‌های اجتماعی با کیچ

تا اینجا به تعریفی از چهارگروه مطرح شده توسط لاندوفسکی پرداخته شده است. هدف از ارائه این تقسیم‌بندی در این است که بدانیم در میان تقسیم‌بندی اجتماعی کدام یک از این چهارگروه‌ها بیشترین مصرف‌کنندگان کالاهای کیچ هستند.

داندی و کیچ

داندی‌ها به خاطر غرور و علاقه شدید آنها برای حفظ فاصله و منحصر به فرد بودن نمی‌توانند مصرف‌کننده گان کیچ باشند آنها تا آنجایی که بتوانند سعی دارند تا از این شکل از مصرف‌گرایی دوری کنند. کیچ با تولید انبوه خود و خصوصیتی که دارد سعی بر همانندسازی دارد این در حالی است که داندی هرگز به همانند بودن تن نمی‌دهد. داندی‌ها همواره میل به تجربه‌های جدید دارند این در حالی است که کیچ از تجربه‌های کلیشه‌ای و تکراری استفاده می‌کند و به تکتیر می‌رساند. به همین خاطر کیچ‌گرایی در سبک زندگی داندی‌ها بسیار کم دیده می‌شود.

آفتاب‌پرست و کیچ

آفتاب‌پرست‌ها سعی دارند تا خودشان را با مرکز هنجارمدار یکی کنند به همین خاطر از سبک زندگی پیروی می‌کنند که در گروه مرکز هنجارمدار مطرح است. آفتاب‌پرست به دنبال هم شکل شدن برای دست یابی به منافع خود است به همین خاطر باید ظاهری همانند با ظاهر گروه مرکز هنجارمدار داشته باشد. از این رو، کالاهای کیچ می‌توانند به خوبی نمود یکی بودن با جامعه و هم‌رنگ جامعه شدن را برای آفتاب‌پرستان به ارمغان بیاورد. آفتاب‌پرست مصرف‌کننده کیچ است اما تا آنجایی که نمود آن برایش مهم است. او در خلوتگاه خود از کالاهایی استفاده می‌کند که بیانگر جایی است که از آن آمده این کالاها در خفا با سنت‌ها و آیین‌های آفتاب‌پرست هماهنگی دارد اما در روابط بیرونی و در جامعه هدف آفتاب‌پرست هم‌رنگ شدن است. کالاهای کیچ از دل جامعه بیرون آمده‌اند تولیدکنندگان کیچ کالایی را تولید می‌کنند که طرفدار بیشتری در جامعه دارد بنابراین، مصرف‌کننده بیشتری نیز دارد، پس کیچ بیشترین حضور را در تولید و مصرف کالا دارد به همین خاطر است که آفتاب‌پرست برای تطبیق خود با جامعه به اجبار تن به مصرف‌گرایی کیچ می‌دهد. تفاوت آفتاب‌پرست با اسنوب در این است که آفتاب‌پرست مجبور به مصرف‌گرایی می‌شود که شاید الزاماً خواست قلبی وی نباشد. این طور می‌توان مثال زد که در بعضی از مشاغل مجبور به تغییر در شکل لباس پوشیدن هستیم، کسانی که شغل و موقعیت آنها برایشان اهمیت دارد بر خلاف خواست قلبی خود تن به نوعی از پوشش می‌دهند که مخصوص همان محیط است.

اسنوب و کیچ

اسنوب‌ها در میان گروه‌های اجتماعی بیشترین طرفداران کیچ محسوب می‌شوند. اسنوب‌ها خود با اشتیاق به این کالاها روی می‌آورند و از این که مصرف‌کنندگان این کالاها هستند احساس رضایت می‌کنند. اسنوب به خاطر خصوصیتی که دارد و نمود شخصیتی آن بیشتر از بود واقعی برایش اهمیت دارد به خوبی می‌تواند با کیچ ارتباط برقرار کند. کیچ به خاطر قیمت مناسب و دسترس پذیری آن و همچنین دادن ظاهر مورد نظر برای مصرف‌کنندگان خود به خوبی می‌تواند به این میل اسنوب پاسخ دهد. اسنوب مانند اسطوره خود آکو چیزی از خود ندارد و از داشته‌های قبلی خود به خوبی دل می‌کند و تنها انعکاسی جعلی از صدای دیگران است بنابراین تقلید از مهمترین خصوصیت یک اسنوب محسوب می‌شود، کیچ نیز خود دارای مرجع است و از متن اصلی موفق در بازار تکثیر و تولید شده است به همین خاطر به خوبی می‌تواند با میل اسنوب که همانا تقلید است همراهی کند. اسنوب کالاهای کیچ را جانشین کالاهای اصیل قرار می‌دهد و

از این طریق سعی دارد تا خود را به گروه مرکز هنجارمدار و بعد از آن به داندی‌ها نزدیک کند. او می‌خواهد با استفاده از کیچ‌ها پایگاه اجتماعی خود را بالا برد و برای نیل به این هدف از هر راهی برای همانندسازی استفاده می‌کند، مصرف‌گرایی و کالاهای کیچ را شاید بتوان بهترین راه برای رسیدن به این هدف اسنوب‌ها دانست.

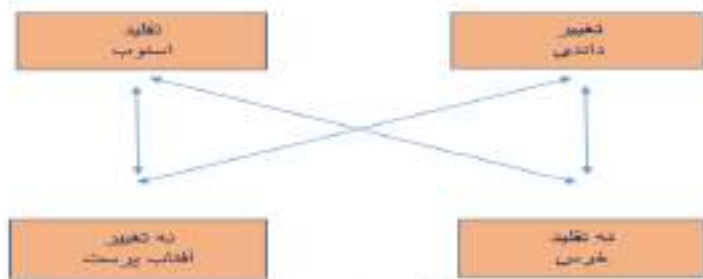
در نظام پوششی مثال‌های بسیاری را می‌توان بیان کرد که نشانه تقلید اسنوب‌ها از گروه مورد علاقه خود توسط پوشش‌هایی که ذات کیچی دارند. در بسیاری از مواقع شاهد آن هستیم که برندی مورد استفاده گروه مرکز و داندی‌ها قرار می‌گیرد؛ بنابراین، از طرفداران زیادی برخوردار است. تولیدکنندگان کیچ سلیقه جمعی را هدف قرار می‌دهند و سریعاً دست به تولید و تکثیر از این نمونه می‌زنند. این تقلید تا جایی پیش می‌رود که تولیدکنندگانی که آوازه چندانی ندارند و موفق به داشتن شهرت در میان مصرف‌کنندگان نشدند، به کپی عین به عین از روی طراحی‌ها و لباس‌های برندهای مطرح می‌پردازد. در بسیاری از موارد دیده شده که تولیدی‌های زیرزمینی از نام، طراحی و لوگوی برندهای بزرگ مانند زارا، نایک، آدیداس و... در تولیدی‌های خود استفاده می‌کنند. اسنوب‌ها که اکثراً وابستگی به حضور نام برند بر روی کالاهای مصرفی خود دارند، همچنین اصالت و اصل بودن کالا برایشان اهمیت ندارد، به این کالاها علاقه نشان می‌دهند، زیرا این کالاها با هزینه کمتر می‌توانند همان ظاهر مورد نظر اسنوب‌ها را برایشان بوجود آورد.

خرس و کیچ

خرس‌ها معمولاً کاری به گروه مرکز هنجارمدار ندارند. آنها توجهی به نوع مصرف، پوشش و سبک زندگی بقیه ندارند. کسی جز خودشان نمی‌تواند برای آنها الگو باشد. آنها تا آنجایی که می‌توانند زندگی خود را می‌کنند و از گروه مرکز دوری می‌کنند. خرس‌ها نگاهی به دیگران نمی‌اندازند به همین خاطر تقلیدی از آنها نمی‌کنند. کیچ به سختی می‌تواند خود را در میان خرس‌ها جای دهد. زیرا اصولاً آنها به کالاهایی که مورد استقبال بیشتر قشر جامعه است اهمیتی نمی‌دهند. خرس‌ها کاری به روند مدگرایی در جامعه ندارند آنها علاقه ای به پیگیری این پدیده نشان نمی‌دهند به همین خاطر به کیچ‌ها نیز اصولاً توجه نمی‌کنند. هنرمندان را بیشتر می‌توان به خرس‌ها که خصوصیات دیونوزوسی دارند تشبیه کرد. آنها همواره متفاوت از دیگران زندگی می‌کنند. هنرمندان اغلب زندگی خود را بر اساس آن چیزی که خود می‌خواهند می‌سازند، نه آن چیزی که گروه مرکز هنجارمدار و یا داندی‌ها می‌سازند. برای مثال می‌توان به دانشگاه‌های هنر

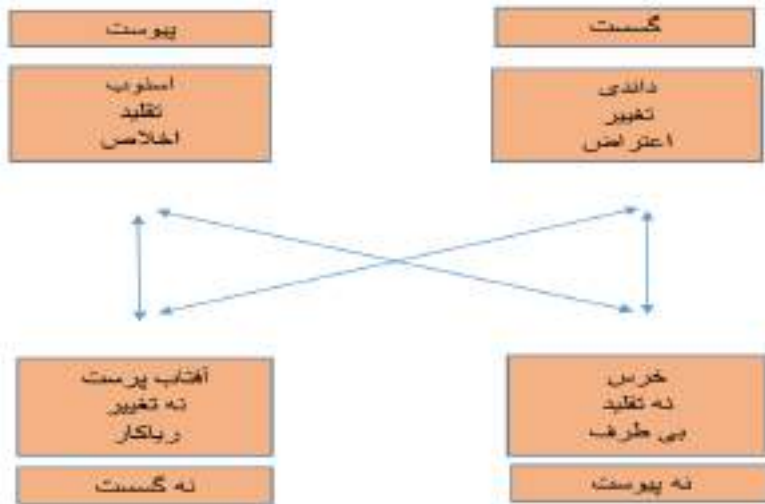
اشاره کرد که اکثر دانشجویان با سبک پوششی متفاوت با گروه مرکز ظاهر می‌شوند. به همین خاطر است ما با دیدن پوشش مختص قشر هنری می‌توانیم یقین داشته باشیم که به دانشکده هنر نزدیک شده‌ایم. آنها از این که متفاوت دیده شوند لذت می‌برند این در حالی است که کیچ وعده همانندسازی می‌دهد. از این بابت می‌توان گفت که خرس‌ها به داندی‌ها شباهت دارند. هر دو از همانند بودن دوری می‌کنند

همانطور که بررسی شد، هر کدام از گروه‌ها به شکلی با مرکز در ارتباط هستند، داندی و خرس سعی بر گسست از مرکز می‌کنند، داندی با طرد مرکز و خرس با بی‌تفاوتی نسبت به آن مرکز را رد می‌کند. اما اسنوب و آفتاب‌پرست سعی بر پیوست با گروه مرکز هستند. پیوست با گروه مرکز نیازمند تقلید است؛ تقلید (میمسیس) چیزی است که مارا به سوی کیچ‌گرایی هدایت می‌کند. بنابراین، می‌توان دو پارامتر مهم تقلید و تغییر را برای کیچ‌گرایی چهار گروه اجتماعی در نظر گرفت و از این طریق آنها را جدا کرد. نحوه برخورد اسنوب و آفتاب‌پرست با گروه مرکز این گونه است که آنها سعی بر تقلید و پیوست دارند، این در حالی است که داندی و خرس دست به تغییر هنجارها و گسست می‌زنند. برای ملموس‌تر شدن موضوع می‌توان نموداری را رسم کرد.



شکل ۳ مربع تقلید و تغییر

با توجه به این نمودار می‌توان گفت داندی سعی بر ایجاد تغییر دارد، این در حالی است که اسنوب دست به تقلید از گروه مرکز می‌زند. خرس‌ها علاقه‌ای به تقلید ندارند و نسبت به آن بی‌تفاوت هستند، اما آفتاب‌پرست‌ها به خاطر موقعیت خود دست به تغییر نمی‌زنند تا زمانی که گروه مرکز خود تغییر کند و با تغییر گروه مرکز است که نمود آفتاب‌پرست نیز تغییر می‌کند. با ارائه نمودار زیر می‌توان رابطه میان این چهار گروه و کیچ‌گرایی را بهتر مشخص کرد.



نمودار 3. نمودار گسست و پیوست گروه های اجتماعی

داندی و خرس در رابطه گسست با گروه مرکز هنجارمدار قرار می گیرند. با این تفاوت که داندی نه تنها دوری می کند بلکه بر تغییر نیز به موازات دوری کردن تأکید دارد، این دوری و تغییر داندی حکمی اعتراض آمیز دارد و با هجو نیز همراه است همین مسئله داندی را از خرس جدا می کند. خرس علاقه ای به تقلید از گروه مرکز هنجارمدار ندارد اما برخوردشون با گروه مرکز نیز اعتراض آمیز نیست بلکه تنها بی تفاوت هستند نسبت به آنها. بنابراین، پیوستی هم به آنها ندارد. با این حساب کیچ در میان این دو گروه که رابطه ای تقلیدی با گروه مرکز هنجارمدار ندارند، جایی ندارد یا بهتر است بگوییم که کیچ در این گروه ها کمتر دیده می شود.

اسنوب و آفتاب پرست هر دو سعی بر نزدیکی دارند اسنوب تقلید می کند و آفتاب پرست نیز تغییری ایجاد نمی کند بنابراین تمامی گروه مرکز هنجارمدار را پذیرفته است. اما با این تفاوت که پذیرش برای اسنوب کاملاً خالصانه است و آفتاب پرست با ریاکاری نمودی بر پذیرش هنجارهای گروه مرکز روی آورده است. بنابراین در میان کیچ گرایی به سبک زندگی آفتاب پرست و اسنوب نزدیک تر است، با این تفاوت که آفتاب پرست دارای دو سبک زندگی است سبک زندگی آشکار و سبک زندگی پنهان. همانطور که گفته شد آفتاب پرست به خاطر منافعش است که به خود نمودی هم سان با گروه مرکز داده است و در رفتارهای بیرونی و آشکار خود مصرف گرایی کیچ را به اجبار

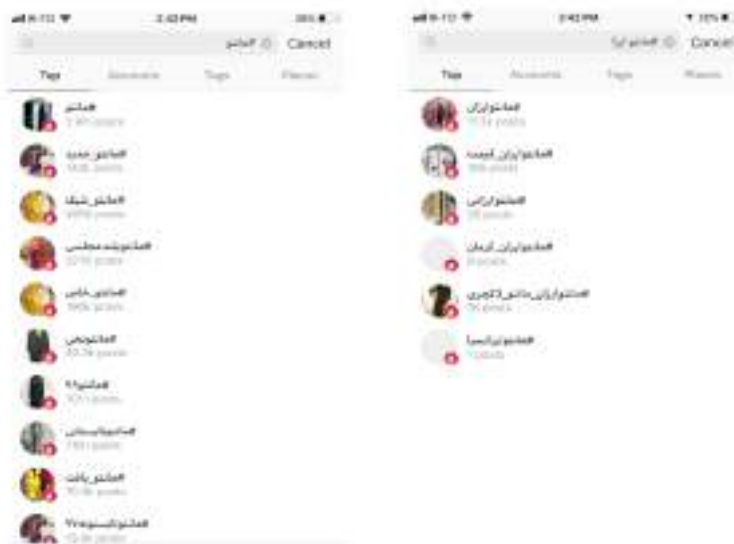
بر می‌گزینند. اما در دنیای پنهان و خصوصی پیوندی با آیین‌ها و سنت‌هایی دارد که از آنجا آمده و به آن تعلق دارد. در همین راستا کالاهای کپی و تکثیر شده کیچی، که هنجارهای گروه مرکز برای آنها در نظر دارد در زندگی پنهان آفتاب‌پرست کم‌رنگ تر است و مصرف کمتری دارد. این در حالی است که اسنوب آشکار و پنهان و در زندگی اجتماعی و فردی سعی به همانندسازی خود با گروه مرجع دارد او در استفاده از کالاهای کیچ اغراق می‌کند. یکی از عمده‌ترین تفاوت‌های اسنوب با آفتاب‌پرست در این است که اسنوب در خلوت نیز دست از تقلید بر نمی‌دارد و به آن وفادار است. همین امر سبب شده اسنوب‌ها مصرف‌کنندگان تمام وقت کیچ محسوب شوند و بیشترین مصرف‌کنندگان آن نیز به حساب آیند. تولیدکنندگان لباس‌های کیچ اغلب اسنوب‌ها را جامعه هدف خود قرار می‌دهند تا از طریق آنها بتوانند کیچ‌های بیشتری تولید کرده و به فروش برسانند.

مطالعه نمونه

با توجه به مطالب ارائه شده، اسنوب‌ها وفادارترین مصرف‌کنندگان لباس‌های کیچ هستند. اسنوب‌ها شیفته و دلباخته تصویر هستند و همین امر سبب شده در فضای مجازی فعالیت بیشتری داشته باشند. این روزها شاهد رونق خرید اینترنتی لباس در ایران هستیم صفحه‌های زیادی در شبکه‌های اجتماعی چون اینستاگرام و تلگرام به فروش غیر حضوری لباس می‌پردازند. این شبکه‌ها با جادوی تصویر مخاطب خود را تسخیر کرده و کالاهای خود را به فروش می‌رسانند. از آنجایی که اسنوب‌ها دنبال‌کنندگان تصویر هستند تا بتوانند خود را همانند کنند زمان زیادی را در حال استفاده از شبکه‌های اجتماعی هستند. فروشندگان کالاهای کیچ نیز می‌دانند که از طریق تصویر می‌توانند کالاهای خود را برای مخاطب اسنوب خود آشناسازی کنند و فروش خود را بالا ببرند. در ادامه پژوهش به مطالعه تعدادی از صفحه‌های فروش اینترنتی لباس پرداخته شده است. صفحه‌های اینستاگرام به‌عنوان متن در نظر گرفته شده و بعد از آن با بررسی نشانه‌های تصویری و نشانه‌های نوشتاری به دلیل استفاده اسنوب‌ها از این صفحه‌ها پی‌بریم.

متن نوشتاری

اغلب فروشنده‌های اینترنتی سعی بر انتخاب عنوان‌هایی دارند که بیشترین اغواگری را برای مخاطب خود داشته باشد. بر طبق نمونه‌های در دست این صفحات بیشتر با این عناوین، [online](#) [boutiquet](#) [onlineshops](#) [onlinemoda](#) [onlinemodexshop](#)... ظاهر می‌شوند.



نصیر شماره یک و دو، هشتک‌های مانو در اینستاگرام

در کنار این عناوین هشتک‌ها یکی از موارد تأثیرگذار در جذب مخاطب هستند. هشتک‌ها در واقع کلماتی هستند که برای دسته‌بندی و اشتراک‌گذاری پست‌ها و نظرات درباره موضوعی مشترک در سطح جهانی به کار برده می‌شود. یعنی با کاربرد هشتک هم می‌توان بر مخاطب تأثیر گذاشت و هم می‌توان سبب افزایش دیده شدن پست و بعد آن بالا بردن تعداد دنبال‌کنندگان می‌شود. حال به تعدادی از هشتک‌هایی که برای خرید و فروش لباس‌ها استفاده شده اشاره می‌کنیم، #خرید فوری، #خرید آسان، #خرید با کیفیت، #خریدارزان، #مد، #به روز بپوشید، #buynowwearnow، #buynowwearlater، #buynowwearforever#، #buynowweartonight



تصویر شماره سه و چهار: هشتک‌های استفاده شده در صفحه‌های فروش لباس اینستاگرام

نویسندگان هشتک‌ها اغلب از کلماتی برای اغواگری آنی مخاطب استفاده می‌کنند، خرید فوری، الان بخر، فوری بخر، متنوع بخر، ارزان بخر. یکی از مهمترین خصوصیت هشتک‌ها این است که با استفاده از کوتاه‌ترین جمله‌ها عمیق‌ترین تأثیرگذاری را بر مخاطب داشته باشند. اسنوب‌ها نیز به دلیل این که تمایل دارند تا از گروه اجتماعی خود فاصله بگیرند و خود را به گروه‌های دیگر نزدیک کنند تحت تأثیر این جمله‌های کوتاه با خرید بیشتر لباس و به تن کردن آنها می‌توانند به هدف خود دست پیدا کنند. بنابراین، کلمات و جمله‌های به کار برده شده به عنوان هشتک می‌توانند تأثیر زیادی بر روی میل به خرید اسنوب‌ها داشته باشند.

متن تصویری

مغازه‌داران از دیرباز برای ارائه لباس‌های خود از ویتترین و مانکن استفاده می‌کردند. حال با ایجاد تغییراتی در فروش اینترنتی تصویر لباس نیز از شیوه سنتی خود خارج شده و به نوعی جدید ارائه می‌شود. همین امر سبب ایجاد ویتترین‌های مجازی شده است و لباس‌ها دیگر پشت ویتترین‌های شیشه‌ای توسط مانکن‌های عروسکی ارائه نمی‌شود.

ویتترین

شیوه سنتی انتخاب لباس این گونه بوده است که خریدار، لباس مورد نظر خود را پشت ویتترین می‌بیند، بر تن می‌کند و خریداری می‌کند. اما امروزه شیوه‌ای جدید جایگزین شده است. عکسهای صفحه‌های اینستاگرامی فروش لباس جای ویتترین‌های مغازه را گرفته است. خوب می‌دانیم ویتترین‌های مغازه در محدودیت‌های فضا قرار می‌گیرند و قابلیت ارائه تمام خود را ندارند؛ این در حالی است که دنیای مجازی می‌تواند فضای بیشتری در اختیار کاربر خود قرار دهد. بنابراین فروشنده می‌تواند بی‌نهایت عکس و بدون هیچ محدودیتی و بدون رعایت قراردادهای اجتماعی در صفحه خود قرار دهد.

مانکن

خرید فروش سنتی لباس به این شکل انجام می‌شود که بخشی از لباس‌های موجود در بوتیک‌ها بر تن عروسک - مانکن‌ها به نمایش داده می‌شود. مانکن‌ها اغلب چهره ندارند تا مخاطب بتواند خود را جای آن تجسم کند. بنابراین، در یک ارتباط جانشینی با عروسک-مانکن‌ها قرار می‌گیرد. اما نقش مانکن‌های ویتترین‌های مجازی را افراد مشهور و شناخته شده بازی می‌کنند. لباس‌ها دیگر نه بر تن مانکن بلکه بر تن این افراد معرفی می‌شوند. حال اغواگری دو چندان شده است. خریدار دیگر خود را در قالب مانکن تجسم نمی‌کند بلکه با هنرپیشه یا ورزشکار شناخته شده تجسم می‌کند.

با بررسی خصوصیات اسنوب‌ها یکی از مهمترین ویژگی‌هایشان این بود که پیوسته دنبال‌کنندگان داندی‌ها هستند. اسنوب‌ها صفحه‌های اینستاگرامی داندی‌های هنرپیشه، ورزشکار و... را دنبال می‌کنند و آنها را زیر نظر دارند تا بتوانند به‌خوبی از سبک زندگی آنها تقلید کنند و خود را به آنها نزدیک کنند. سبک لباس پوشیدن داندی‌ها از عمده‌ترین مسائلی است که اسنوب‌ها به آن توجه دارند. صفحه‌های فروش لباس این مسئله را به‌خوبی می‌شناسند زیرا مخاطب خود را که اسنوب‌ها باشند را به‌خوبی ارزیابی کرده‌اند به همین خاطر اغلب از عکس‌ها و لباس‌های داندی‌ها برای ارائه کالاهای خود استفاده می‌کنند.

همین دلیل سبب شده این روزها شاهد آن باشیم که هنرپیشه‌ها در سراسر جهان و به خصوص ایران بخشی از فعالیت خود در فضای مجازی را به تبلیغ از برندهایی پیردازند که لباس‌هایشان را از آنجا تهیه کرده‌اند و با تگ کردن آنها را معرفی می‌کنند. تا قبل از این بر روی لباس‌ها

اتیکت‌هایی آویزان می‌شد که نام برند روی آن حک می‌شد اما امروزه با تگ‌های مجازی روبرو هستیم که از این طریق داندی‌ها برندی را که بر تن کردند معرفی می‌کنند. بعد از آن تولیدکنندگان لباس‌های کیچ از روی مدل لباس کپی کرده و با عکس هنرپیشه که لباس اصل را بر تن کرده به ارائه کالای خود می‌پردازند.



تصویر شماره پنج: الهام حمیدی، هنرپیشه، طراح لباس عروسیش را در صفحه اینستاگرامی خود معرفی کرده



تصویر ۶: نیوشا ضیغمی هنرپیشه طراح لباس خود در صفحه اینستاگرامی تگ کرده است.

تن

لباس با تعریف سنتی محصولی است که انسان بر تن می‌کند تا تن را بپوشاند و از آن محافظت کند. بنابراین، تن از اهمیت زیادی برخوردار است. اما امروزه این تعریف تغییر کرده است. امروزه تن از اهمیت سابق خود برخوردار نیست. سابقاً انسان وارد محل خرید می‌شد و لباس را بر تن میزد و بعد از آن خریداری می‌کرد در حالی که در خرید اینترنتی دیگر بر تن زدن لباس مقدور نیست تن دیگری را جایگزین تن خود می‌کند. چون لباس بر تن دیگری دیده شده انتخاب می‌شود. در واقع تن مجازی یا تن دوم جانشین تن خود را می‌شود.

همانطور که با بررسی نمونه‌ها دیدیم خرید فروش اینترنتی لباس می‌تواند بستر خوبی برای حضور کالاهای کیچ باشد. استفاده از متن نوشتاری یعنی عنوان‌ها و هشتک‌هایی که در لحظه مخاطب خود را تسخیر کند. استفاده از متن‌های تصویری که می‌تواند به خوبی به نیازهای همانندسازی تصویری اسنوب‌ها پاسخ دهد. بنابراین، فضای مجازی می‌تواند بستر خوبی برای رشد و گسترش کالاهای کیچ باشد.

نتیجه‌گیری

کیچ کالایی است که از تجربه‌های موفق دیگران در تولید کالا استفاده می‌کند. هر تولید لباسی که با استقبال بیشتری برخوردار باشد در فهرست تولیدی‌های کیچ قرار می‌گیرد. تولیدکننده‌های کیچ به ندرت دست به خلاقیت و تغییر می‌زنند، تقلید و تکرار از اصلیت‌ترین خصوصیات آن به حساب می‌آید. از این رو، مصرف‌کنندگان لباس‌های کیچ که بیشترین آنها اسنوب‌ها هستند به دنبال ایجاد تغییر و تحول نیستند بلکه همان مسیر از پیش تجربه شده را تکرار می‌کند. با توجه به تقسیم‌بندی اجتماعی و چهار گروه ارائه شده، پی بردیم که اسنوب‌ها و آفتاب‌پرست‌ها هرگز به دنبال ایجاد تغییر و تحول، هنجار شکنی و خلق هنجارهای جدید نیستند. این دو گروه اجتماعی به دنبال همانندسازی خود با هنجار مرکزی و تجربه سبک زندگی داندی‌ها هستند. این در حالی است که داندی و خرس‌ها گروه‌هایی هستند که همواره به هنجار پشت می‌کنند و یا حتی آن را به هجو می‌گیرند و مرزی را میان خود هنجار قرار می‌دهند. این دو گروه اجتماعی تن به تجربه‌های مرسوم که در گروه هنجارمدار مرکز وجود دارد نمی‌دهند. اما اسنوب‌ها تجربه‌هایی را که از نظر

داندی‌ها تکراری و دمده می‌آید را تجربه می‌کند. آنها هرگز به آن پشت نمی‌کنند و سعی به تغییر یا تحول در نظام پوششی ندارند. همین را کد بودن و تکرار دیگری از خصلت‌های کیچ نیز محسوب می‌شود به همین خاطر می‌توان گفت که اسنوب‌ها و آفتاب‌پرستان کمترین دخالت را در تغییر و تحول نظام پوششی انجام می‌دهند و کیچ این بستر را برای آنها فراهم می‌کند. از این رو، می‌توان گفت آفتاب‌پرستان و مخصوصاً اسنوب‌ها بیشترین مصرف‌کنندگان کالاهای کیچ محسوب می‌شوند. شاید از این طریق بتوان کالاهای کیچ را در نظام پوششی این دو گروه باز شناخت و رد پای حضور کیچ را در سلیقه‌های مصرفی آنها باز شناخت.

لباس یکی از نمونه‌های فرهنگ و هویت هر جامعه محسوب می‌شود. اما با توجه به مطالب ارائه شده دیده شد که با فراگیری لباس‌های کیچ و امکان خرید و فروش آسان آن در فضای مجازی همگرایی پوششی به جای تنوع‌های پوششی نشسته است. فضای مجازی و مهمترین آنها اینستاگرام با عکس‌هایی که به اشتراک می‌گذارد و همچنین قابلیت‌های اشاره‌شد اغلب از نظارتی برخوردار نیستند بنابراین، می‌توانند هر گونه تصویر و کالایی را برای فروش قرار دهند و از هر شگردی برای اغواگری مخاطب خود استفاده می‌کند. میل به همانند شدن و تقلید تا جایی رشد کرده که در سبک جدید خرید لباس مصرف‌کننده اسنوب حتی «تن» خود را کنار می‌گذارد و به «تن مجازی» یا «تن دوم» اکتفا می‌کند.

فهرست منابع

- بابک معین، مرتضی (۱۳۹۳). معنا به‌مثابه تجربه زیسته. تهران: نشر سخن.
 بوردیو، پی‌یر (۱۳۹۰). تمایز. تهران: نشر ثالث.
 قائد، محمد (۱۳۷۹). دفترچه خاطرات و فراموشی. تهران: نشر طرح نو.
 گرونو، یوکا (۱۳۹۲). جامعه‌شناسی سلیقه. ترجمه مسعود کیانپور. تهران: نشر مرکز.
 نامور مطلق، بهمن (۱۳۹۰). درآمدی بر بینامتنیت. تهران: نشر سخن.
 معین، مرتضی بابک (۱۳۸۹). نشانه‌شناسی اجتماعی و پدیده‌های امنیت و عدم امنیت نشانه‌ای. تهران: جهاد دانشگاهی.
 قهرمان، کاوه (۱۳۸۳). هنر کیچ. تهران: حرفه هنر.

سیری از «پدیدارشناسی» تا نشانه-معناشناسی «شناختی»؛ نگاهی

پدیداری-شناختی به متن لویی-فردینان سلین

وحید نژادمحمد^۱

استادیار گروه زبان و ادبیات فرانسه

دانشگاه تبریز

چکیده

«زبان» ابزار پردازش، ساماندهی و مقوله‌بندی^۲ داده‌های ذهنی و انتقال اطلاعات و تجربیات انسان است و قوه «شناختی»^۳ انسان نیز دربرگیرنده عملکردهای ظریف و متفاوت تفکرات وی است. شناسایی «معنی» و «مقوله‌بندی‌های» ذهنی اساس بررسی‌های زبانی را از دیدگاه «شناختی» شکل داده و واقعیات روان‌شناختی را با واقعیات زبانی پیوند می‌دهند. شناسایی ماهیت متون ادبی از دیدگاه‌های نشانه‌شناسی و گرایش‌های وابسته امروزه جایگاه ویژه‌ای را در حوزه‌های فلسفی، روانشناختی و متن‌شناختی به خود اختصاص داده است. در واقع، درک نشانه‌ها و ماهیت آنها ارتباط انسان و دنیای پیرامون را نزدیک‌تر کرده و الگوهای گوناگون معناشناسی را در ذهن تحلیل‌گر متبادر می‌سازد. از این رو، نشانه‌های متن لویی-فردینان سلین، ژمان نویس قرن بیستم فرانسه، پیوسته در تولید معنا نقش بازی می‌کنند. حال آنکه نگاه معناشناسی معاصر به نشانه‌ها امروزه رویکردی فرازبان‌شناختی را دنبال می‌کند. اگرچه دریافت قلمرو حسی و ادراکی ساختارمتنی سلین در مقابل جهان بیرونی نگاهی پدیداری را ایجاد کرده است. نگاهی متکی بر فعالیت‌های ادراکی و تجارب. بنابراین سطوح و ساحت همین تجارب عامل شکل‌گیری مفاهیم شناختی و طرحواره‌های ذهنی است. و در مجموع، فرآیند معنا و مفاهیم انتزاعی نیز جز حاصل بهره‌وری، ارتباط و استخراج طرحواره‌های ذهنی نخواهد بود.

کلیدواژه‌ها: نشانه‌شناسی، معناشناسی، پدیدارشناسی، سازه‌های شناختی، سلین.

¹ email: va_nejad77@yahoo.fr

² catégorisation

³ cognition

مقدمه

صورت داستان‌پردازی و پردازش مفهومی ژمان‌های قرن بیستم در حیطه‌های روایت‌بخشی، ساختارسازی، محتواگرایی و واژه‌گزینی، از دغدغه‌های اساسی نویسندگان به‌شمار می‌رود. لویی-فردینان سلین از ژمان‌نویسان مطرح و پرهیاهوی قرن بیستم فرانسه، با ارائه قالب‌های ساختار شکنانه، شکلی نوین به فرآیند روایت‌پردازی بخشید و با پیش کشیدن تقدم‌دال‌ها، نظام ساختارمند صوری و معنایی سنتی را درهم شکست. زبان فردی را شناسایی کرد و اجتماع انسانی را در هاله‌های تمایز و تفاوت گفتمانی، زبان‌ستیزی و معناگریزی در دوران پرتلاطم و جنگ‌آلود اروپا به تصویر کشید. بنابراین، اسلوب‌های بیانی رایج در زبان گفتاری جایگزین زبان نوشتاری شد و هیجان و بازخورد صریح و آنی زبان گفتار را به خواننده انتقال داد. زیرا که زبان گفتار (در بستر متن) مملو از بی‌نظمی اشیاء و جهان است که بی‌وقفه در ذهن خطوط می‌کند. سلین بیشتر تحت تأثیر جنگ‌های جهانی بود و در استنادات و نوشته‌های خود، تصویر منفور و رعب‌انگیز جنگ را با زبانی تُند و عامیانه و رکیک به تصویر می‌کشد. در ژمان سفر به انتهای شب که شاهکار وی محسوب می‌شود، راوی به‌مدد زبان و صحنه‌ها و لحظات، زمان را با نفس‌های اصوات زنده می‌کند تا مبادا تاریخ به باد فراموشی سپرده شود. از این منظر، «زبان» از یکسو باز نمود نمادین تجربه، ذهن و فرهنگ است و از سوی دیگر، نمود آشکال ادراکی ما (Whorf, 1956). و این اوصاف به‌واسطه زبان ممکن می‌شود. زیرا که زبان، پدیده‌ایی است که ارتباط را الزام می‌کند. توانایی زبان به توانایی‌های دیگر ذهن بستگی دارد. نحو و واژگان نیز می‌توانند قلمرو معناشناسی را تبیین کنند. در بستر متون ادبی، بوضوح می‌توان روابط زبان‌شناسی و انسان‌شناسی را به‌مدد تحلیل‌های نشانه‌شناختی آشکار کرد. زیرا که یک متن ادبی بیش از هر چیز از یک «رابطه ارتباطی» پرده برمی‌دارد که حصول آن نیازمند رمزگشایی گزاره‌های متنی است، و از سوی دیگر، زبان و فرهنگ در بستر متن خود را مورد شناسایی قرار می‌دهند. معنا نیز حاصل تعامل محرک‌ها (برانگیخته از عناصر شناختی) و مُدل‌ها است. همانطور که به نظر گریماس^۱، ساختار، شکل موجودیت معنا است و برای کلینک‌پرگ^۲ نیز ساختارهای اولیه «معنا» مقدم بر مکانیسم‌های ادراکی ما هستند. برداشتی که از ساختارگرایی فطری سوسور، گریماس و یلمسلیف^۳ دانمارکی فراتر می‌رود.

¹ Algirdas Greimas

² Jean-Marie Klinkenberg

³ Louis Hjelmslev

در مقاله حاضر تلاش خواهد شد سیر پدیدارشناسی نشانه را -با تعامل حسی و ادراکی- در بطن سازه‌های شناختی نشان داده و تبلور آنها را در بخش‌هایی از متن لویی فردینان سلین ترسیم کنیم. زیرا که در نزد سلین، نشانه را می‌توان در تعامل تنگاتنگ با فرآیند شکل‌گیری «معنا» مورد توجه قرار داد. و همین نشانه فی‌الفسه بستر چندمعنایی را حادث می‌کند. حال آنکه معنا در نزد سلین خاصیت پدیداری و سیال دارد. و از این منظر، نشانه دیگر قراردادی و عینی نیست بلکه در بطن ویژگی‌های حسی و حرکتی نمود می‌یابد و تعامل حسی و ادراکی سوژه و اُبژه در جهان را نشان می‌دهد. آیا وحدت ساختارهای نمادین و مکانی، ابعاد معنایی خود را -در بطن مکانیسم‌های شناختی- حفظ می‌کنند؟ چگونه در نزد سلین، ساختار روایت همانطور که گریماس به آن اشاره دارد، کانون فرآیندهای معنایی است؟ آیا در نزد سلین ساختار معنا دارای یک شکل سیال است و یا ثابت؟ سلین چه شیوه‌های حضوری را با عناصر حسی و ادراکی ایجاد می‌کند؟ و چگونه زبان در نزد سلین از طریق «تجارب شناختی» به بیان واقعیت‌های عینی می‌پردازد؟

زبان سلین در بستر نشانه‌ها

سوسور از جمله ساختارگرایان نشانه‌شناس سوئیسی بود که با در نظر گرفتن زبان بسان نظامی پویا، به روابط تعاملی نشانه‌های آن باور داشت. در برداشت‌های سوسوری، اهمیت دالّ و مدلول بیش از پیش جایگاه خود را در تولید معنا حفظ کرده و نشانه برای خود «کارکرد اجتماعی» اختیار می‌کند. متون ادبی نیز به نوبه خود در بطن نشانه‌هایی با کارکرد اجتماعی و روان‌شناختی تعریف می‌شوند. حتی در عرصه متون نیز همین فرآیند تولید معنا در ژرف‌ساخت-ها و روساخت‌های متنی بررسی می‌شود. به علاوه، گریماس نیز یکی از نشانه-معناشناسان بود که با تأکید بر ساختار روایت و ژرف‌ساختِ گفت‌مان، به دنبال «مراجع معنایی» و «تقابلات و تضادهای معنایی» بود. فردینان، شخصیت و راوی در زمان سفر به انتهای شب در بطن عوالم حسی و ادراکی، تنشی و عاطفی در بطن شرایط، به تولید معنا دست می‌زند. در واقع، زبان فردینان با داشتن یک کارکرد ارجاعی، خود را با فعل و انفعالات نمایان می‌کند. حال آنکه فعالیت زبانی به رابطه‌ی فرآیندمدارِ ذهن با واحدهای زبان^۱ وابسته است. بنابراین «زبان،

1. langue

الگوهای اندیشه و ویژگی‌های ذهن انسان را منعکس می‌کند» (راسخ‌مهند، ۱۳۹۲: ۶). برای جان لاک^۱ نیز دنیا توسط نشانه‌های عالم خارج خود را به ذهن ما ارزانی می‌دارد.

نشانه‌شناسی در بستر معناشناسی

همانطور که ذکر شد در نزد گریماس سیالیت معنایی در خط سیر روایت بوضوح قابل مشاهده است و فرضیه «تولید معنا» بدور از جریانات حسی و عاطفی و ادراکی نمی‌تواند باشد و یا صورت تحقق به خود گیرد. در نتیجه «معنا حاصل تعامل حسی - ادراکی سوژه و دنیا است و معنای شوشی نامیده می‌شود» (گریماس، ترجمه شعیری، ۱۳۸۹: ۹). بنابراین نظام نشانه - معناشناسی^۲ به مطالعه معنا در بطن گفتمان می‌پردازد. نشانه‌ها از ورای تجارب ما حاصل می‌شوند و محتوای متنی با شاخصه‌های پدیداری و معنایی، شکلی از زبان اندیشه را نشان می‌دهد (Jackendoff, 1983). در واقع برای گریماس، کارکرد نشانه‌ها، کارکرد فرهنگی و اجتماعی آنها را نشان می‌دهد. به علاوه معنا در ارتباط پایدار با نشانه است و نشانه همراه با «معنا» تعریف می‌شود. در واقع، فرآیند معناسازی معرّف ساختار گفتمانی متن است. از این رو، نشانه‌ها دائماً در حال تولید معنا هستند. زیرا که نظام گفتمانی نظامی پویا است. نشانه‌های دوگانگی سوژه - در بطن مضمون اجتماعی و سیاسی نشانه‌ها - و در عرصه کاراکترهای تصویری از تنش‌های فردی و اجتماعی را به تصویر می‌کشد. بنابراین، نشانه‌شناسی بیشتر صورت فرازبانی دارد تا زبانی و محدود به قالب‌های از قبل تبیین و تعیین شده است. دل‌های متنی نیز در بطن ساختار و شبکه‌ایی از ارتباطات زبانی و فرازبانی درهم تنیده شده‌اند. در واقع «نشانه‌شناسی حوزه‌ایی از دانش است که به مطالعه ساز و کارهای تولید، انتقال و دریافت معنا می‌پردازد» (سجودی، ۱۳۸۳). در معناشناسی ما با حیطه‌های مختلفی از جمله تاریخی، ساختاری، زایشی و همچنین شناختی مواجه هستیم. زیرا که همین قلمرو شناختی ماحصل زبان‌شناسی شناختی لانگاکر، لیکاف، تالمی، جانسون و دیگران است. از این رو، توانایی‌های مستقل ذهنی یکی از پایه‌های زبان‌شناسی شناختی بوده و فارغ از هرگونه چهارچوب واحد، قواعد زبان را از زاویه «مفهوم‌سازی» مورد توجه قرار می‌دهد (Croft, 2004). در واقع تئوری‌های شناختی زبان را بطور جداگانه مورد بررسی قرار نمی‌دهند بلکه «معنا» را در قالب

¹ John Locke

² Sémiotique

«مفهوم‌سازی»^۱ مورد توجه قرار می‌دهند. بعبارت دیگر معنا را نه از طریق الگوهای جهان بلکه براساس فضاهای ذهنی (Fauconnier, 1984) استخراج می‌کنند.

در بستر پدیدارشناسی نشانه‌ها

تولید زبان ریشه در نوع دیدن یا حس کردن دارد. همانطور که زبانِ گفتمانِ متنی سلین ریشه در جریان حس و ادراک دارد. در واقع، سرنوشت تغییرناپذیر نشانه‌های بصری متن برگرفته از تاریخ، اجتماع و افراد، با پیمودن مسیری بس ساختارشکنانه، و با فاصله گرفتن از روندها و پروسه‌های فرهنگی-اجتماعی ادوار، به یک بازآفرینی در چهارچوب متنی و بینامتنی منتهی می‌شود. و در این بین انسان همچون یک واقعیت روحی و روانی، اصالت خود را در بطن عناصر اجتماعی حفظ کرده است. جامعه، زمانه زیستی و اطرافیان همچون بهترین الگوی وی، تالیل‌ها و تفاسیر معنایی و پرداخته‌های ذهنی وی را تشکیل داده و نگرش جدید و نوگرا در درک محتوا و ساختارهای روایی و ذهنی متن، تقابل و تکامل نویسنده را در راستای ساختارهای اجتماعی و واقعیات پنهان نشان می‌دهد. در واقع «ارتباط حسی ما با جهان ارتباط سوژه‌ای است که به‌عنوان جزئی از جهان با آن در ارتباط است، تعاملی دائمی و پیوسته بین درون و برون، بین من و آن وجه غیریت بیرون از من» (معین، ۱۳۹۷: ۶). بنابراین، زبان سلین که بیشتر تحت تأثیر احساس و ادراک وی از دنیای بیرون است گفتمانی را شکل داده که در آن زبان همچون جهان بیرونی دارای حضوری ناقص است. وی با گریز از محدودیت‌ها و حصارهای گفتاری، جریانی فrazمانی و فرامکانی خلق می‌کند و این یکی از ویژگی‌های تعاملی متن سلین است. از این منظر، گفتمان متنی سلین «چیزی را به‌کمک زبان برای خود حاضر می‌کند» (Fontanille, 1998: 81). تا بتواند معنایی را از پس نشانه‌ها برای خواننده ساخته و پرداخته کند. و یا برخی مواقع در زمانی و ساختار زمانی را با بی‌زمانی نشان دهد: «بالاخره با همین سؤال توی شب اختصاصی خودم-انگار که توی تابوت- خوابم برد، بسکه از رفتن و دست خالی برگشتن خسته بودم» (سلین، ترجمه غبرایی، ص ۳۰۶). در واقع، احساس و ادراک جسمانه‌ایی همان تغییری است که در جسم شوشرخ رخ می‌دهد. و عوامل حسی و ادراکی متن را از حالت مکانیکی خارج کرده و در بطن لایه‌های شوشی آن را قرار داده و تبیین می‌کنند. بنابراین، می‌توان اینگونه استخراج کرد که تمامیت معنایی عمل نشانه‌گیری است که

¹ conceptualisation

تجربه زیسته را نشان می‌دهد. و بنیادهای تجربه و فعالیت حسی-ادراکی را پایه‌گذاری می‌کند. از این منظر، «جسم و بدن و ادراک حاصله‌ی آن، تبدیل به حضور در دنیای حیات روانی یک سوژه می‌شود» (Giromini, 2003: 31). حال آنکه گونه‌های حسی در گستردگی معنا نقش برجسته‌ایی را ایفا می‌کنند. همانطور که به نظر هوسرل^۱ «دریافت و تصور انسان از اشیاء و جهان پیرامون به واسطه ادراک حسی و آگاهی صورت می‌گیرد» (Ouellet, 1992: 9). در واقع باید اذعان کرد که نشانه-معناشناسی نوین برگرفته از فلسفه پدیدارشناسی هوسرل است زیرا که غالباً در برداشت‌های پدیدارشناختی، مسائل حسی و ادراکی بعنوان اساس و مبنای درک اشکال وجودی نشانه‌ها مطرح می‌شوند. به بیان دیگر، بررسی گفتمان به بررسی حضور سوژه و توانش حسی-ادراکی سوژه می‌انجامد. در واقع «عمل نشانه-معناشناختی تابع فعالیت حسی-ادراکی است.» (Fontanille, 1998: 255)

از سوی دیگر، تصویر اَبژه صرفاً مربوط به عالم بصری ما نمی‌شود بلکه قلمرو نمادین و زبانی، و تجربه حسی-حرکتی را نیز در بر می‌گیرد. و مُدل ذهنی ما نیز وسیله‌ایی است که توسط آن روابط مکانی اشیاء مختلف را شکل می‌دهیم همچون چپ/راست، جلو/عقب. به بیان دیگر، «پدیدارشناسی گفتمان به دنبال کشف جنبه وجودی یک چیز است. آنچه که بین شوشگر و تجربه پدیداری او از چیزها مانع ایجاد می‌کند، (لباسی از تفکر) است [...] پس نگاه پدیدارشناختی به گفتمان یعنی کشف تجربه حسی-ادراکی یا زیست-شهودی که مبنای منبع فرآیند زیبایی‌شناختی محسوب می‌گردد» (شعیری، ۱۳۸۶: ۶۹). زبان سلین که بیشتر تحت تأثیر احساس و ادراک وی از دنیای پیرامون است گفتمانی را شکل داده که نشان می‌دهد زبان همچون دنیا دارای «حضور ناقص» است. «تمام ناراحتی‌های عالم را توی وجودم احساس کردم که چرا نگذاشته‌ام جریان فلاکت مرا با خودش ببرد» (سلین، ترجمه غبرایی، ص ۳۱۱). وی با گریز از محدودیت‌ها و حصارهای گفتمانی، جریانی فرازمانی و فرامکانی خلق می‌کند و این یکی از ویژگی‌های متن سلین است. «همانروز صبح رفته بود تا یک نمایشگاه سگ‌های فسقلی را افتتاح کند» (سلین، ترجمه غبرایی: ۲). بنابراین متن سلین، سازماندهی صورت بیان و دل‌ها است و دارای گستره‌ی روایی، توصیفی و شناختی. زیرا که جریانی است که بر روی انتقال داده‌ها تأثیرگذار است. وانگهی، هر توجه و حساسیت نسبت به جهان پیرامون منبعث از

¹ Edmund Husserl

آگاهی ما (راوی سلین) است. «آگاهی همیشه آگاهی از چیزی است» (Husserl, 1950: 304). آگاهی نیازمند ادراک است و ادراک مطلق نیست بلکه ادراک‌های دیگر را نیز تحت شعاع خود قرار می‌دهد. مثلاً در متن سلین، این آگاهی با ادراک فرد در بطن ساختارهای اجتماعی و سیاسی عجین شده است: «شیرفهم شده بودم، آنقدر هم تعجبی نداشت. فقط غصه‌دارم می‌کرد. یعنی از قبل غصه‌دارتر. در این جور شرایط، برای زیر پا نشستن این و آن هر چه بگویی همیشه بی‌معنی است. آیا زندگی با این جور آدم‌ها سر سازش دارد؟ [...] همه فقط دیگران را بطرف آن زیر هل می‌دهند» (سلین، ترجمه غبرایی: ۳۲۴). بنابراین، آشکال و چگونگی ادراک-در شرایط- نقش برتری در فرآیند تولید معنا دارند. تولید تصویر و مفاهیم انتزاعی و یا ملموس جنگ است که در فرآیند معناسازی بعنوان قرارداد وضع شده است. زیراکه معنا قراردادی و بی‌انتها و نسبی است. ولی شیوه‌ی ارائه سلین و محور قرار دادن «شناخت» آن با شیوه و زبان خاص صورت می‌گیرد. «واقعیت فقط و فقط به فکر دور شدن از توست. همیشه برای ترک آماده است. تو هم زیاد علاقه‌ایی به آن نداری. در این هجوم ناگهانی رفاه، جنون عظمت‌طلبی در طرفه‌العینی سر تا پا را اشغال می‌کند. [...] همه ما از این تن بی‌قواره و از این قالب بی‌قابلیت خودمان شرم داریم.» (سلین، ترجمه غبرایی، ص ۴۲۵) با این تصاویر، متن مؤلف وارد مرحله‌ی گُنش می‌شود تا رسایی نشانه‌ها را به تصویر درآورد. از این منظر، گفتمان متنی سلین «فرآیند زبانی است و عامل ایجاد نوعی حضور در متن» (Greimas, 1972: 20). بنابراین، شرایط تولید این گفتمان متنی بواسطه شاخص‌های اتصالی «من، اینجا، اکنون» به دنبال شناسایی حساسیت حضور است. «بهرتر است بیرون نمایم! برویم تو! من هم با او رفتم تو. آنوقت شروع کرد: توی این پیاده‌رو تخم مرغ هم آب‌پز می‌شود! از اینجا بیا!» (سلین، ترجمه غبرایی، ۱۳۷۳: ۱). بنابراین، بطور خلاصه در دیدگاه پدیداری، ما نشانه را در یک ارتباط حسی و ادراکی دریافت می‌کنیم. و سلین با حضور خود به‌عنوان گُنش‌گری پدیداری از نظام دیداری و بصری نشانه‌های جنگ گذشته و در یک رابطه حسی و ادراکی درگیر می‌شود تا تقابل آنها را در یک نظام عمیق معنایی-روایی به تصویر درآورد. بعبارت دیگر، در نزد سلین با گذر از یک فرمالیسم نشانه‌ایی با یک پدیدارشناسی حسی و ادراکی-معنایی- جهان‌پیرامون مواجه می‌شویم. حال آنکه پیوسته باید به این امر اشاره کرد که در مباحث پدیدارشناسی، «معنا» ثابت نیست بلکه پویا و سیال و متغیّر است.

معناگرایی مفهومی

همانطور که لانگاکر (۱۹۸۷) بر این باور بود که رابطه دال و مدلول یک وحدت نمادین را نشان می‌دهد و در بطن مدلول مجموعه‌ای از مفاهیم ماوا گزیده‌اند. از این منظر، معنا تصویر ذهنی یک شیء است. البته برای سوسور نیز زبان یک نظام شناختی محسوب می‌شد. بسیاری از نشانه‌های متنی سلین احساساتی کاملاً منفی و ناخوشایند نظیر بی‌تفاوتی، خشم، ملال، خستگی و نارضایتی را با خود به همراه دارند. که خود این احساسات نیز از ناکامی و عدم توفیق شخصیت‌ها در رسیدن به خواسته‌هایشان ناشی می‌گردد. و در تحلیل نشانه‌شناسی عواطف بیشتر از طحاره احساسی، ادراکی و حرکتی و تصویری می‌توان استفاده کرد که قادر خواهند بود مفاهیم شناختی و انتزاعی را در سطح کلان برجسته کنند. بر اساس تعاریف لیکاف و جانسون (۱۹۸۰)، استعاره در اندیشه و عمل انسان وجود داشته و نقش بازی می‌کند. بنابراین، یک سطح واحد بازنمایی ذهنی وجود دارد و آن «ساختار مفهومی» و یا مفهوم‌سازی ذهنی زبان است که داده‌های زبانی، حسی و حرکتی با آن سازگار هستند. اکثر زبان‌شناسان استعاره و مجاز را از دایره تحقیقاتی خود خارج کرده‌اند حال آنکه مسئله «استعاره» محور اساسی اهداف تصویری، ذهنی، نشانه‌ای و زیبایی‌شناختی زبان‌شناسی شناختی را شکل می‌دهد. از این رو «مفاهیم انتزاعی در ذهن انسان با بهره‌گیری از مفاهیم عینی سازمان‌بندی شده‌اند. یعنی زبان به ما نشان می‌دهد که در ذهن خویش مفاهیم انتزاعی را براساس مفاهیم عینی بیان و یا درک کنیم.» (راسخ‌مهند، ۱۳۹۲: ۱۱)

متن روایی در بستر نشانه-معناشناسی شناختی

اساس زبان، احساس و ادراک آدمی است. زیرا که مؤلفه‌های اولیه تولید معنا دنیای حسی و ادراکی ما است. در واقع «زبان آمیزه‌ای از اشکال است که توسط آن ما رابطه‌ی خودمان با جهان و دیگران را بیان می‌کنیم.» (Ouellet, 1992: 74) بنابراین، برای حصول به سطوح مختلف زیبایی، سطوح مختلف احساس و ادراک لازم است تا در بستر تولیدات زبانی، اشیاء و امورات جهان، ارزش‌گذاری شده و نمود یابند. از سوی، یک مفهوم ابتدایی «نشانه»، حاوی مؤلفه معنایی «شناختی» است که بالاخص از یک فهم پدیدارشناختی ناشی می‌شود: «آدم‌های در حال مرگ چون به اندازه کافی کیف نمی‌کنند، زار می‌زنند... بیشتر می‌خواهند... اعتراض می‌کنند. این کم‌دی فلاکت است که می‌خواهد از زندگی تا خود مرگ ادامه پیدا کند» (سلین،

ترجمه غیرایی، ص ۵۲۶). از سوی دیگر، برای پدیدارشناسی، معنای ادراک متفاوت‌تر از معنای وابسته به نشانه است. همانطور که قبلاً به آن اشاره شد معناشناسی شناختی شاخه‌ایی از زبان‌شناسی شناختی است و سازه‌های معنایی را در بستر شناخت و توانایی‌های و تجارب تعریف می‌کند. بالطبع همین شناخت ریشه در جامعه و فرهنگ دارد ولی صورت اکتسابی آن در «مفهوم‌سازی‌های ذهنی» عرض اندام می‌کند. از این منظر، هرگونه کاربرد و تغییر در صورت‌ها و تصاویر زبانی ریشه در توانایی‌های شناختی سلین دارد. «سفیدی از گردش بالا آمد و روی تمام صورتش نشست. در حال خفگی تمام کرد، یکهو رفت، انگار که پرواز کرده بود، در حالیکه با هر دو دست به ما چنگ می‌زند.» (سلین، ترجمه غیرایی: ۵۲۷)

از وظایف تحلیل شناختی می‌توان به شناسایی اشکال در ذهن، اصوات و اجزای آنها، ساختار جملات و ترکیب نحوی آنها، رنگها و صورت اشیاء و غیره اشاره کرد. در واقع «ساختار زبان، انعکاس مستقیم شناخت است» (Lee, 2001: 2). به عبارت دیگر، محتوای شناخت، داده‌های ذهنی در قلمرو مفهوم‌سازی است. بنابراین زبان، معنا را رمزگذاری نمی‌کند بلکه این نشانه‌ها و واحدهای زبانی در بستر تعامل و متن هستند که به معناسازی منجر می‌شوند. از دیدگاه جانسون (Johnson, 1987) همچنین ادراک ما از پدیده‌ها، توسط سازه‌های شناختی ما کنترل می‌شود. و این سازه‌ها، هر سیگنال را به یک واکنش مرتبط می‌کنند. به همین دلیل زبان‌شناسی شناختی تلاش داشت تا «زبان» را با نظام شناختی و ذهنی ما مرتبط سازد. برای زبان‌شناسان شناختی (لیکاف، لانگاکر، جانسون و دیگران) استعاره‌های زنده محوریت تحلیل‌ها را شکل داده و معنای حقیقی کلمات محسوس است. به علاوه در معناشناسی شناختی «معنا» و مفهوم‌سازی ذهنی صورتی یکسان دارند. در مجموع استنباط همه‌جانبه‌ی «زبان» ناشی از یک دانش همه‌جانبه و جامع است و کلمات و سازه‌های زبانی تنها صورتی از مفهوم‌سازی ذهنی هستند. بنابراین، زبان‌شناسی شناختی زبان را بطور مجزا بررسی نکرده بلکه رابطه آن را با دانش و تجربیات زیستی و قابلیت‌های تفسیری و تصویری انسان مد نظر قرار می‌دهد. همانطور که چامسکی دستور عمومی خود را بر پایه‌ی بیولوژی و عناصر آن استوار می‌کند «معناشناسی شناختی» نیز بدین دلیل که پردازشهای مفهومی را دربر دارد محور فعالیت‌هایش مکانیسم‌های ذهنی خواهد بود. روش‌های خاص معنی‌شناسی شناختی معمولاً

در مطالعه واژگان به کار می‌روند، مانند روش‌هایی که توسط لئونارد تالمی، جورج لیکاف، دیرک گیرائرتس و بروس واین هاوکینز پیشنهاد شدند. در نزد آنها توجه به ویژگی‌های ساختار داخلی زبان جای خود را به شناسایی روابط زبان و جهان خارجی می‌دهد تا روابط ذهن و زبان را تبیین کنند. برخی چهارچوب‌های معنی‌شناسی شناختی، مانند چهارچوبی که توسط تالمی ایجاد شد، به ساختارهای نحوی نیز توجه داشتند. در واقع، زبان بخشی از توانایی شناختی ما است. و پایه و اساس تصاویر ذهنی، تصاویر نشانه-معناشناختی است. در بررسی مدل‌یابی‌های مکانی در دانش شناختی، ما با ساختارها و حافظه معنی-شناختی نیز در ارتباط هستیم زیرا که ماهیت آنها، نشانگر نواخت‌گفتاری خواهد بود. البته مقولات معنایی همچون مقولات طبیعی پیرامون آشکال اولیه‌ی ذهن شکل می‌گیرند. (Rosch, 1973) حال آنکه مفهوم فضاهای ذهنی^۱ در نزد برخی نظریه‌پردازان شناختی-معنایی حافظه، نشانگر ساختار آشکال شناختی سامان‌یافته و درهم پیوند یافته است. و سازه‌های شناختی با ساختارهای معنایی-فرهنگی در ارتباط بوده و تجربه را شکل می‌دهند. در واقع، توجه به ساختار «شناختی» بدون دخالت عناصر اجتماعی (بین‌ذهنی) و فرهنگی (نظام‌های نشانه‌ای) میسر نیست. (Hutchins, 1996)

بنابراین، محتوای معنایی در نزد سلین دارای یک ساختار ذهنی است. و نشانه‌شناسی شناختی -که نکته مقابل ساختارگرایی کلاسیک محسوب می‌شود- را نمی‌توان یک پراگماتیک ساختاری همانطور که آستین به آن اشاره دارد، مد نظر قرار داد. زیرا که زبان یک توانایی مستقل نیست و پیچیدگی نشانه نیز بسیار صورت متغیر دارد. زیرا که نشانه‌ها حامل ارزش هستند که به روابط آنها معنا می‌دهد. (Greimas, 1970) در واقع، بعد روایی نیز دارای یک کارکرد شناختی از ساختار تجربه است. اما این ساختار صرفاً در سطح اندیشه نیست بلکه در بطن نظام‌های پیچیده‌ی شناختی می‌تواند خودنمایی کند. مثلاً در این متن سلین: «یک روز یکشنبه که مطب تعطیل بود با هم بیرون رفتیم، نبش بولوار مَنینیم^۲، بیرون کافه‌ای نشستیم و یک لیوان کوچک کاسیس خوردیم. زیاد با هم حرف زدیم. چیز زیادی برای گفتن نداشتیم. به هر حال، وقتی که آدم می‌داند که اوضاعش از چه قرار است، کلمات به چه دردی می‌خورند؟» (سلین، ترجمه غبرایی: ۳۱۱). در اینجا صحبت از نظام‌هایی است که وابسته به شبکه‌های بین‌ذهنی

¹ Fauconnier

² Magnanime

و فرهنگی هستند. بقول فونتنی «ساختارهای شناختی از جریان‌های حسی-ادراکی نشأت می‌گیرند که امکان‌کنش از طریق احساس و ادراک را فراهم می‌سازند» (Fontanille, 1999: 8-9). از این منظر، متن سلین بیشتر در قلمرو فعالیت حسی و ادراکی نمود می‌یابد و حضور پدیدارشناختی را می‌توان یکی از عناصر تحلیل مد نظر قرار داد. «موقع نزدیک شدن به خیابان ساحلی، ترس دوباره سراغم آمد. بالا و پایین می‌رفتم نمی‌توانستم تصمیم بگیرم» (سلین، ترجمه غبرایی: ۲۵). حضور نیز دارای جنبه‌ی پدیدارشناختی است و در رأس فعالیت‌کنشی قرار گرفته است. حضور با جایگاه خود فرآیند ارتباط را تسریع بخشیده و در قلمرو نشانه-معناشناسی روایی از موقعیت‌گفتمان-در بطن زاویه دید و جزئیات-دفاع می‌کند. از سوی دیگر، فضاهای ذهنی (Fauconnier, 1984) تابع و برخاسته از برخی خواص همچون بویایی، شنوایی، لامسه و بینایی هستند همانطور که متن سلین آن را نشان می‌دهد: «هوا خیلی سرد است یا خیلی گرم، غیب‌شان می‌زند، همه می‌روند قهوه-خانه.» (سلین، ترجمه غبرایی: ۱)

در قلمرو معناشناسی شناختی، مفهوم و شناسایی مفهوم (تصویر ذهنی) در هاله‌های دوسوگرایی و ابهام قرار دارد. بنابراین در اینجا زبان برای سلین انعکاس دنیای تجربه شده از یک سو و دنیای فرافکنی‌شده^۱ از سوی دیگر است. بنابراین، چهارچوب‌های مفهومی با چهارچوب‌های واقعی و انتزاعی-بعضا پیچیده-در ارتباط تنگاتنگ بوده و «معنا» مجموعه‌ای از مفاهیم خواهد بود. در اینجا معنا فراتر از ویژگی ساختاری و نحوی عمل می‌کند و نشانگر این امر است که همه چیز در زبان، ساختار است. برداشت نمادین^۲ از دستور زبان نیز در متن سلین-سفر به انتهای شب-بدین معنا است که آن حاصل جریان شناختی است و ساختارهای نحوی و صورتی آن بخودی‌خود معنادار نخواهند بود. البته باید افزود که معناشناسی شناختی از طرح‌واره‌های حسی نیز برای برخی همچون جانسون شکل گرفته است. آنها برخاسته از تجارب حسی ما از بدو تولد هستند. آنها دارای یک ساختار مکانی هستند. هرچند که استعاره‌ها دارای یک ساختار مفهومی-ذهنی هستند. از این منظر، «معنا» حاصل فرآیند تجارب شناختی ما است. سلین در برجسته‌سازی ساختار مفهومی و معنایی از طرح‌واره‌های

^۱ projeté

^۲ symbolique

خطی و چرخشی نیز بوفور استفاده کرده است تا بتواند پایه‌های معناشناسی خود را برای شکل - دهی مفهومی - برجسته‌سازی مفهوم انتزاعی جنگ - نشان دهد: «از دور یکدکشی سوت کشی، آژیرش از پُل گذشت، طاق به طاق، از بند و از پُل دیگر هم گذشت و دور شد، دور دور ... همه قایق‌های روی رود را صدا می‌زد، همه را، همه شهر را، آسمان و زمین و ما را، همه را با خودش می‌پُرد، رود سین را هم همینطور، همه را می‌پُرد تا دیگر هیچ‌کس حرف‌شان را هم نزند.» (سِلین، ترجمه غبرایی: ۵۴۲) زیرا که همین برجسته‌سازی برخی مفاهیم و طرح‌واره‌های شناختی و انتزاعی اهدافی را بجز تصویر منفور جنگ دنبال نمی‌کنند. طرح‌واره‌هایی که به عینیت‌بخشی مفهوم مخرب جنگ و عواقب آن در ذهن و برداشت ذهنی مخاطب کمک می‌کنند: «آدم‌ها به خاطرات کثافت خودشان و به همه فلاکتشان می‌چسبند و نمی‌شود بیرون‌شان کشید. روح‌شان با همه اینها سرگرم می‌شود. ته وجودشان درست‌کار و بی‌جرزه‌اند.» (سِلین، ترجمه غبرایی: ۳۱۰) و بنابراین در نزد سِلین، ساختار معنا و مفهوم جسمی شده است و یا به عبارت دیگر تجسم یافته است. بدین معنی که فهم و ادراک سِلین براساس تعامل با جهان و محیط بیرونی شکل گرفته است.

نتیجه‌گیری

به نظر سوسور، زبان نظامی از نشانه‌ها است و کارکرد نشانه‌ها نیز در بطن زندگی اجتماعی تعریف می‌شوند. حال آنکه نشانه-معناشناسی یک اثر از لایه‌های درونی و ضمنی و ساختارهای فرازبانی آن پرده برمی‌دارد. زبان دارای یک جوهره نمادین بوده و پنجره‌ایی است برای بیان اندیشه و تهایی انسان. زبان‌شناسان شناختی بجای آنکه معنا را به واسطه الگوهای موجود در جهان استنباط کنند آن را در بطن «فضاهای ذهنی» به تفسیر در می‌آورند. در واقع آنها بر این باورند که «زبان» در محیط و فضای خاص از ذهن قرار گرفته، رشد یافته و تحول می‌یابد. سِلین بی‌وقفه از طریق جست‌وجوی خستگی‌ناپذیر کلمه‌ای عجیب، جملات معترضه تند و صریح، زبانی زنده و سیال، تکرارهای فزاینده در حاشیه‌روی‌های بی‌پایان همانند مختصرگویی‌ها (مثلاً در مورد حروف اضافه و حروف ربط) و یا حذفیات، در جدال است. بنابراین در متن سِلین ما شاهد پویایی و سیالیت معنایی هستیم. و قرارگیری داستان در نظام گفتمانی حاکم نشان می‌دهد که معنا جریان‌ی بسته نیست بلکه ناپایدار، سیال و متغیر است. سِلین به‌مدد سازوکارهای زبانی و کلامی و ساختارشنکی‌های صوری و دستوری، گزاره‌هایی

را به تصویر درآورد که نشانگر تعامل عمیق وی با وقایع جهان پیرامون در بطن جنگ‌های جهانی بودند. این گزاره‌ها الگوهایی را از دیدگاه معناشناسی شناختی برای ما ارائه می‌دهند. الگوهایی وابسته به ارتباط متناظر تعاملات محیطی و تجارب محیطی. بنابراین همین الگوهای تجربی، عامل شکل‌گیری برخی از طرحواره‌های حسی و ادراکی و گاهی حرکتی از جانب این نویسنده قرن بیستم هستند. در واقع، قلمرو حسی و ادراکی ساختارمتنی سلین در مقابل جهان بیرونی نگاهی پدیداری را ایجاد کرده است. نگاهی متکی بر فعالیتهای ادراکی و تجارب. همین طرحواره‌های ذهنی که در خود الگوها و مفاهیم شناختی و انتزاعی را به همراه دارند، عامل شکل‌گیری معانی و ساختارهای معنا محور از قبیل خشونت، جنگ، ظلم و عصبان می‌باشند.

فهرست منابع

- بابک معین، مرتضی (۱۳۹۷). ساختار آفق در شعر معاصر فرانسه، تهران، انتشارات سمت.
- راسخ مهند، محمد (۱۳۹۰). درآمدی بر زبان‌شناسی شناختی: نظریه‌ها و مفاهیم، تهران، سمت.
- ساسانی، فرهاد (۱۳۸۹). معناکاوی: به سوی نشانه‌شناسی اجتماعی، تهران، نشر علم.
- سجودی، فرزانه (۱۳۸۸). نشانه‌شناسی: نظریه و عمل، تهران، نشر علم، ۱۳۸۸.
- سلین، لویی-فردینان (۱۳۷۳). سفر به انتهای شب، ترجمه فرهاد غبرائی، انتشارات جامی، تهران.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۶). «رابطه نشانه‌شناسی با پدیدارشناسی با نمونه‌ای تحلیلی از گفت‌مان- ادبی-هنری»، ادب‌پژوهی. د، ۳، ش ۳، ۱۳۸۶، صص ۶۱-۸۱.
- صفوی، کوروش (۱۳۹۰). درآمدی بر معنی‌شناسی، چاپ چهارم، تهران، سوره مهر.
- گریماس، آلژیرداس ژولین (۱۳۸۹). نقصان معنا، ترجمه حمیدرضا شعیری، تهران، نشر علم.

Croft, W. & Alan Cruse, D., *Cognitive Linguistics*, Cambridge, Cambridge University Press, 2004.

Fauconnier, G., *Les espaces mentaux*, Paris, Les éditions de Minuit, 1984.

Fontanille, J., *Sémiotique du discours*, Limoge, Pulim, 1998.

Fontanille, J., *Sémiotique et littérature, Essais de méthode*, Paris, PUF, 1999.

Giromini, F., *Psychomotricité: Les concepts fondamentaux: Éléments théoriques*, Paris, Université Pierre et Marie Curie.

Greimas, A-J., *Du sens, essais sémiotiques*, Paris, Éditions du Seuil, 1970.

Greimas, A. J., *Essais de sémiotique poétique*, Paris, Larousse, 1972.

- Greimas, A-J., *De l'imperfection*, Périgueux, Pierre Fanlac, 1987.
- Husserl, E., *Idées directrices pour une phénoménologie*, Paris, Gallimard, 1950.
- Hutchins, E., *Cognition in the Wild*, Cambridge, MIT Press, 1996.
- Jackendoff, R., *Semantics and Cognition*, Cambridge, Mass, MIT Press, 1983.
- Johnson, M., *The Body in the Mind: The Bodily Basis Of Meaning, Imagination and Reason*, Chicago: Chicago University Press, 1987.
- Lakoff, G. & Johnson, M., *Metaphors we live*, Chicago, University of Chicago Press, 1980.
- Langacker, R., *Foundations of Cognitive Grammar*, Vol. 1, *Theoretical Prerequisites*, Stanford, Stanford University Press, 1987.
- Lee, D., *Cognitive Linguistics*, New York, Oxford University Press, 2001.
- Ouellet, P., *Voir et savoir. La perception des univers du discours*, Québec, Balzac, 1992.
- Ouellet, P., "Meaning and sensation", *New semiotic acts*, N° 20, Limoges, Pulim, 1992.
- Rosch, E., « Natural Categories », *Cognitive Psychology* 4, 1973.
- Talmy, L., *Toward a Cognitive Semantics* (2Vols), Cambridge, MA: MIT, 2000.
- Whorf, B-L., *Language, Thought, and Reality: Selected Writings of Benjamin Lee Whorf*, MIT Press, 1956.

نشانه‌شناسی آخرالزمان در سینمای غرب با تأکید بر تولیدات سینمایی هالیوود

سید رضا نقیب‌السادات^۱

عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی

فائزه کریمی‌مهر^۲

دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

چکیده

صحبت از نشانه‌شناسی، اشاره به رویکردی فرارشته‌ای دارد، که با تأکید بر یک زبان یا نظام زبانی که متشکل از علائم تفسیری است و در بردارنده تصویر، واژگان، نمادها و یا نشانه‌ها است. در نگاه متخصصان علوم ارتباطات، عمل رسانه‌ای باز تولید شرایط اجتماعی است. در واقع رسانه‌ها با تولید برنامه‌های مختلف به نوعی، وقایع اجتماعی و شرایط مختلف را بازسازی نموده و یا از منظر خود آن را به نمایش می‌گذارند (شرایط عینی پوشش خبری). بخشی از این عملکرد تعاملات بین فرهنگی است که رسانه‌ها با تولید محتوی و پرداختن به عناصر مختلف از حوزه فرهنگ به آن وارد می‌شوند. فرهنگ دینی جزئی از این حوزه است. موضوع پژوهش حاضر نشانه‌شناسی آخرالزمان در فیلم‌های سینمایی غرب با تأکید بر تولیدات هالیوودی است. از نگاه اجتماعی با توجه به اهمیت موضوع آخرالزمان و منجی در همه ادیان الهی و توجه به مقوله صلح برای مواجهه با چالش‌های پدیدار شده از جانب کشورهای صاحب تسلیحات، که نظم و صلح جهانی را دچار اختلال کرده است، توجه به نابودی جهان و رو به زوال رفتن آن به دلیل ساختارهای جهانی قدرت و نفع طلبی ایشان، امری محتوم است. بنابراین، آخرالزمان به‌عنوان یک موضوع با اهمیت دستمایه تولیدات سینمایی قرار گرفته است؛ اما نکته اینجاست که آخرالزمان ترسیم شده از طریق سینمای غرب، آخرالزمانی با تفکر غرب و نگاهی صهیونیستی است. این نشانه‌ها، گونه خاصی از آخرالزمان و منجی را ترسیم می‌کند که انطباقی با تفکر پیروان همه ادیان ندارد. این نشانه‌ها در این پژوهش که پژوهشی اکتشافی است، با روش تحلیل محتوا به شکل استنباطی و رویکردی نشانه‌شناسانه انجام شده است، تا به این سؤال اصلی پاسخ دهد که آخرالزمان بازنمایی شده دارای چه نشانه‌هایی در فیلم‌های سینمایی هالیوودی است. واحد تحلیل این پژوهش «صحنه» است. جامعه آماری فیلم‌های سینمایی معطوف به آخرالزمان است که در غرب در هزاره سوم میلادی ساخته شده است. روش

¹ naghibusadat@yahoo.com

² faezeh.karimimehr@yahoo.com

نمونه‌گیری این پژوهش روش تلفیقی و یا ترکیبی بوده است و از هر دو دسته تکنیک‌های توصیف و تحلیل یافته‌ها یعنی آمار توصیفی و آمار استنباطی برای ارزیابی بهره‌برداری نموده‌ام.

واژه‌های: نشانه‌شناسی، آخرالزمان، منجی، فیلم‌های سینمایی غرب، هالیوود.

مقدمه

تولیدات سینمایی غرب در زمینه آخرالزمان و منجیان غربی جهان، در حجم بسیار بالا و با شتاب در دست تولید شرکت‌های هالیوودی است. جاذبه‌های این نوع از تولید، برای سینماگران غربی در مقایسه با سینماگران داخلی، بسیار بیشتر و مورد تأکید بالاتری است. توجه به آخرالزمان فصل مشترک همه ادیان است. اگر چه ماهیتاً در پرداختن به این مقوله تفاوت بسیاری بین دیدگاه‌های سینماگران غربی با سینماگران بومی وجود دارد. نگاه به تولیدات غرب در عرصه آخرالزمان با نشانه‌هایی همراه است، که مبلغ گونه‌ای خاص از اعتقاد و تفکر نسبت به حیات دنیا و خاتمه یافتن آن در شرایطی است که منجیان غیر مصلح به نجات جهان اقدام می‌کنند و مردم را به سوی سرزمین موعود، رهنمون می‌کنند.

رخداد آخرالزمان و به پایان رسیدن حیات بشر در این جهان بدون شک مهم‌ترین رویدادی است که می‌توان در زندگی بشر تجربه شود و به تصویر کشیدن حیات آخرالزمانی به وسیله سینما می‌تواند تصور همه انسان را نسبت به مسئله آخرالزمان تغییر دهد. جایگاه اعتقاد به آخرالزمان در باور بسیاری از مردم، جایگاهی خاص است و استفاده کردن از ابزار و تکنولوژی سینما در جهت بهره‌برداری از پروژه آخرالزمانی می‌تواند به باور و اعتقاد افراد جامعه خدشه وارد کند؛ زیرا که سینما و به‌طور کلی تصویر برای مخاطب جذابیت احساسی دارد و اصولاً مخاطب از سرگذران اوقات فراغت خویش به فیلم روی می‌آورد، بی‌شک صاحبان این رسانه در ساخت و طراحی فیلم‌ها دارای اهدافی هستند و اینکه در هیچ فیلمی هیچ چیز خودبه‌خود اتفاق نمی‌افتد. در این میان هالیوود به‌عنوان قدرتمندترین مجموعه فیلم‌سازی در سطح جهان دارای موقعیت منحصر به فردی است که با ساختن فیلم‌های پرهیجان در صدد تغییر نگرش و اعتقاد و یا رفتار افراد است. قابی که از آخرالزمان برای مخاطبان سینما، توسط هالیوود ساخته شده است، برگرفته از آموزه‌های مسیحیت و یهودیت است و در آنها نشانه‌های فراوانی از این آموزه‌ها به چشم می‌

خورد. در اکثر تولیدات هالیوودی، منجی یک آمریکایی خوب است که یا مسیحی است یا یهودی، آدم‌های بد ماجرا هم، یا شرقی هستند یا مسلمان یا یک شرقی مسلمان و عمدتاً از نژاد عرب. این کلیشه‌ها تصویری خاص از آخرالزمان را بر ساخته است که مخاطب سینما آن را واقعیتی از نهایت دنیا می‌داند. سؤال اصلی این مقاله این است که نشانه‌های آخرالزمان در تولیدات هالیوودی کدامند و چه تصویری از آخرالزمان برای مخاطب ترسیم شده است؟ در این مقاله بر مقوله‌هایی چون، انواع آخرالزمان، موضوعات مطرح در خصوص آخرالزمان، نشانه‌های آخرالزمان، قالب‌های مورد استفاده برای نمایش آخرالزمان تأکید می‌شود.

سینما تصویرگر، وقایعی رویدادها یا تصوراتی است که در ذهن سینماگران می‌گذرد و با قالب‌های پرجاذبه ارائه می‌شود. این نوع از تولید رسانه‌ای از واقعیت‌ها قالبی پرجاذبه، سهل‌پذیر و واقع‌نما ارائه می‌دهند تا هدایتگر افکار عمومی به جهاتی باشند که علاقمندند و از آن نفع می‌برند. آخرالزمان یکی از واقعیت‌ها است که ذهن این سینماگران را به خود مشغول داشته است. شناخت شیوه‌های تجسم این واقعیت و ارائه آن به مخاطب به لحاظ نظری می‌تواند زمینه‌ساز درک نحوه هدایت افکار عمومی است و به لحاظ عملی فراهم کردن چهارچوب‌های عینی برای مقابله با این اقدام از جانب مسئولان است. اهداف پژوهش حاضر عبارتند از:

- شناخت نشانه‌های آخرالزمان در تولیدات سینمایی هالیوودی؛
- شناخت شیوه‌های ترسیم آخرالزمان در تولیدات سینمایی هالیوودی؛
- شناخت عناصر مورد تأکید در تولیدات سینمایی آخرالزمان؛
- شناخت موضوعات مطرح در نمایش آخرالزمان؛
- شناخت نوع شخصیت‌پردازی منجی در تولیدات سینمایی آخرالزمان.

تدارک نظری بحث

صحبت از نشانه‌شناسی، اشاره به رویکردی فرارشته‌ای با تأکید بر یک زبان یا نظام زبانی است که متشکل از علائم تفسیری است که در بردارنده تصویر، واژگان، نمادها و یا نشانه‌ها است. در نگاه متخصصان علوم ارتباطات، عمل رسانه‌ای بازتولید شرایط اجتماعی است. در واقع رسانه‌ها با تولید برنامه‌های مختلف به نوعی، وقایع اجتماعی و شرایط مختلف را بازسازی نموده و یا از منظر خود آن‌را به نمایش می‌گذارند (شرایط عینی پوشش خبری). بخشی از این عملکرد

تعاملات بین فرهنگی است که رسانه‌ها با تولید محتوی و پرداختن به عناصر مختلف از حوزه فرهنگ به آن وارد می‌شوند. فرهنگ دینی جزئی از این حوزه است.

در این وادی نگاه رسانه به پدیده‌های مختلف اجتماعی و تأکید بر جنبه‌ها وی | علامت مختلف رؤیت شده، می‌تواند نشان‌دهنده یک وضعیت یا کنش و یا واکنش اجتماعی باشد. در اینجا نشانه‌های رویت شده؛ زمینه‌ای برای ارزیابی کنش‌های اجتماعی است.

با توجه به حوزه مطالعاتی نویسندگان که عرصه ارتباطات است؛ به ارزیابی نشانه‌ها در تولیدات سینمایی از آخرالزمان می‌پردازیم.

سینما عمدتاً از دیدگاه‌های زیبایی‌شناختی و هنری مورد بررسی قرار می‌گیرد. قطعاً سینما قبل از آن که قالب یا موضوعی هنری باشد یک رسانه با کاربردهای خاص خود است. سینما و به تبع آن فیلم‌های سینمایی با حوزه‌ای وسیع و برد زیاد، که توانایی وارد شدن در هر موضوعی را به شکل بالقوه دارد و علاوه بر این توانای دسترسی به انبوه مخاطبان و قدرت سازمان‌دهی و تاثیرگذاری عاطفی بر توده‌های مردم و برخوردار بودن از پتانسیل‌های بالای تبلیغاتی نقش غیر قابل انکاری در شکل‌دهی به دیدگاه‌ها و تحولات فکری و رفتاری مخاطبانش دارد.

شناخت موضوعات، زمینه‌ها و نحوه پرداختن به بخشی از باورهای دینی در رسانه‌ها با نمایش نشانه‌های آخرالزمانی و منجی در تولیدات مورد مطالعه یعنی سینما در این پژوهش مبنا است؛ اما پرداختن به همه مقوله‌های آن در این بخش از ادبیات امکان‌پذیر نیست. با توجه به اینکه حداقل توجه به این مقوله در سینمای داخلی است؛ باور پذیری این موضوع و دامنه پرداختن به آن در تولیدات سینمایی غرب نیز مبنای این مطالعه است. در اینجا به بررسی مضامین آخرالزمانی و منجی‌گرایانه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابعاد اعتقادات دینی که وجه مشترک تمامی ادیان آسمانی است، می‌پردازیم.

در ادبیات غرب، معمولاً از آخرالزمان با اصطلاح «آپوکالیپس^۱» و از نبرد و جنگ نهایی آخرالزمان که بین منجی جهانی و دشمنان او در می‌گیرد، با اصطلاح «آرماگدون^۲» یاد می‌شود. اثرپذیری بالایی سینمای غرب از این مفاهیم، به گونه‌ای است که حتی برخی تولیدات هالیوود، صریحاً با عنوان آپوکالیپس یا آرماگدون نام‌گذاری شده‌اند. نکته شگفت‌دیگر، این است که اغلب آثاری که در محتوا و درون مایه به این مضمون پرداخته‌اند، دارای خط داستانی یکسان و ساختار

^۱ APocaliPs

^۲ Armageddon

قفسه‌ای همانندی هستند؛ یعنی معمولاً به یک شیوه شروع شده، ادامه یافته و به پایان می‌رسند و در آنها طرح کلی داستانی و ساختار اصلی فیلمنامه، به نحو شگفت‌آوری یکسان و مشابه است. آنچه در همه این تولیدات مشترک است، نشانه‌هایی است که از آخرالزمان در این تولیدات به چشم می‌خورد. تصویر بر ساخت شده معرف تصویری از آخرالزمان است که صهیونیست‌ها و قوم یهود آنرا معرفی نموده است.

رهبران مقابله با نابودی جهان در همه این تولیدات، رهبران آمریکایی هستند و همه جهان از این رهبری تبعیت می‌کنند حتی دیگر کشورهای غربی که با همفکری دانشمندان به مقابله با بیگانگانی می‌پردازند که ماهیتاً از شرق‌اند و عمدتاً گوششی اسلامی دارند و با سلاحهای مدرن و حتی اتمی در صدد نابودی دنیا و بخصوص غرب‌اند.

آخرالزمان

«آخرالزمان» اصطلاحی است در فرهنگ ادیان بزرگ دنیا به معنای آخرین دوران حیات بشر و قبل از برپایی قیامت. در فرهنگ اسلامی، آخرالزمان، هم دوران نبوت پیامبر اکرم (ص) تا وقوع قیامت را شامل می‌شود و هم دوران غیبت و ظهور مهدی موعود (ع) را در دوران معاصر، عده‌ای از مفسران و متفکران مسلمان از قبیل، «علامه طباطبایی»، «مرتضی مطهری»، «سید قطب»، «محمد رشید رضا»، «سید محمدباقر صدر» و... با اتکا به آیاتی از قرآن کریم اعراف: ۱۳۸، انبیاء: ۱۰۵، صافات: ۱۷۱ و ۱۷۲ استخلاف انسان در زمین، فرمانروا شدن نیکوکاران زمین وراثت صالحان و پیروزی حق بر باطل را به رقم جولان دائمی باطل، به‌عنوان سرنوشت آینده بشر مطرح کرده‌اند و آیات و روایات مربوط به تحولات آخرالزمان را بیانگر نوعی فلسفه تاریخ می‌دانند و به اعتقاد آن‌ها، عصر آخرالزمان عبارت است از دوران شکوفایی تکامل اجتماعی و طبیعی نوع انسان است. چنین آینده‌ای امری است محتوم که مسلمانان باید انتظار آن را داشته باشند و نباید منفعل و دلسرد به حوادث واقعه بنگرند، بلکه با حالتی پر نشاط و خواهان صلاح جامعه انسانی و آگاه از تحقق اهداف تاریخی انتظار، باید سرشار از امید، آمادگی و کوشش درخور این انتظار مقدس باشند (موعود، ۱۳۸۶: ۵۲). آخرالزمان قطعه معینی از تاریخ نوع انسان است که او باید در آن، حرکت تکاملی تدریجی خود را تا تحقق وعده الهی ادامه دهد. در حالی که در کتب علماء متقدم همچون «کمال‌الدین»، «شیخ طوسی» چنین تفسیری از تاریخ نبوده و تحولات آخرالزمان

امری است غیرعادی که در آخرین بخش از زندگی نوع انسان واقع می‌گردد و به تحولات قبلی جامعه انسانی مربوط نمی‌شود.

انواع آخرالزمان در هالیوود

در هالیوود انواع آخرالزمان‌ها به تصویر کشیده شده است. در کتاب «پیشگویی‌ها و آخرالزمان» گونه‌های مختلف آن را به پنج گروه تقسیم کرده است:

۱. آخرالزمان تکنولوژیک: ساخته‌های دست بشر روزی بر ضد او می‌شورند و تکنولوژی دشمن خالقش خواهد شد. این موضوع در این فیلم به تصویر کشیده شده است: دکتر فرانکشتاین، ترمیناتور و ماتریکس یک و دو.

منجی در این آثار معمولاً یک انسان دانا و شجاع (و البته آمریکایی) است که با شهامت و دانش خود پیروانش را هدایت می‌کند و دشمن را که همان مخلوق اوست شکست می‌دهد، دقت کنید به نوع رهبری مورفیس و نئو در ماتریکس و این که نئو یا منجی خود یک تکنسنین رایانه است که بر ضد ابر رایانه و فضای مجازی قیام می‌کند.

۲. آخرالزمان طبیعی: بالاخره طبیعت که مورد هجوم انسان قرار گرفته و انواع آلودگی‌های زیستی در آن پدید آمده است، علیه نسل بشر عصیان می‌کند و وقایعی چون سیل، زلزله، گردباد و آتشفشان‌های عظیم یا برخورد شهاب سنگ‌ها را موجب می‌شود، یا چون انسان در ژنتیک دستکاری کرده و در واقع در کار خدا دخالت نموده است، هیولاهای ناشناخته قرون اولیه حیات بشر بر زمین پدیدار می‌شوند و انسان را محاصره می‌کنند.

در اینجا نیز منجی همانی است که در بالا اشاره شد و البته ویژگی مهمش آمریکایی بودن اوست مانند فیلم‌های برخورد عمیق، آرماگدون، قله داتنه، دنیای آب، گودزیلا و پارک ژوراسیک.

۳. آخرالزمان دینی: مهمترین رویکرد سینمای هالیوود است که به دو شیوه مستقیم و غیر مستقیم شرایط آخرالزمانی را به تصویر می‌کشد. در این مورد نیروی شر یا شیطان با وسوسه هایش یا با حضور فیزیکی اش یا ضد مسیح (آنتی کرایست) یا دجال که در زمان خاصی از زندان خود رها می‌شود و حیات بشر را تهدید می‌کند.

منجی نیز طبیعی است که یک متدین (کشیش یا قدیس) است که سحر شیطان را باطل می‌کند، (این منجی هم آمریکایی است) به فیلم‌هایی نظیر جن گیر یک و دو، طالع نحس و پایان روزگار دقت کنید.

۴. آخرالزمان علمی_تخیلی: در این روش سینماگران واقعیت و خیال را با هم تلفیق کرده و به مقصود خود رسانند. نیروهای شر همان فضایی‌ها هستند که از آن سوی کهکشان و از اعماق تاریک فضا به زمین حمله ور می‌شوند و منجی در این جا نیز با دانش و شجاعت خود مهاجمان فضایی را از بین می‌برد. (یک آمریکایی) مانند مجموعه فیلم‌های بیگانه، روز استقلال، عنصر پنجم و مجموعه جنگ ستارگان.

۵. آخرالزمان اسطوره‌ای افسانه‌ای: این نوع اخیرا بسیار مورد توجه هالیوود قرار گرفته و انواع فیلم‌های تولید شده در این باره نشان‌دهنده نوعی علاقه هالیوود به طرح آن است. سری سه گانه ارباب حلقه‌ها و سری فیلم‌های هری پاتر که اکنون فیلم‌ها و کتاب‌های آن بسیار پرفروش شده و سود سرشاری را نصیب سازندگان آمریکایی کرده، از این گونه است.

از دیگر فیلم‌های این گونه می‌توان مومیایی، بازگشت مومیایی، عقرب شاه، جادوگر مرلین و... را نام برد. در این فیلم‌ها یک هیولای نادیده یا جادوگر وحشتناک و افسانه‌ای زندگی انسان‌ها را تهدید می‌کند و منجی و یارانش باید به سرزمین اسرارآمیز این هیولا سفر کنند و با زیرکی و توانایی خود با او بجنگند زیرا او را فقط با سلاح‌های اسرارآمیز و جادویی مثل خودش می‌توان از میان برداشت سرانجام هم با کشف یک طلسم یا ابزاری سحر آمیز نماد شر و بدی از بین می‌رود. (لک علی‌آبادی، ۱۳۹۱)

البته در آثار دیگری تقسیمات این نوع از تولیدات تنوع بیشتری دارد. بر این اساس فیلم‌های سینمایی آخرالزمانی را می‌توان به لحاظ موضوع به هفت دسته تقسیم‌بندی کرد:

۱. دینی یا ماورا طبیعی: این گروه جنبه‌ای دینی دارد چون تمامی ادیان بزرگ جهان آخرین روزهای نوع بشر را به نوعی پیش‌بینی و مجسم کرده‌اند.

۲. برخورد اجرام آسمانی: در گذشته و ست کم در سه مورد مشخص اجرام آسمانی به کره‌ای زمین برخورد کرده‌اند که آخرین آن‌ها در ۶۵ میلیون سال قبل رخ داده و به انهدام دایناسورها منجر شده است ممکن است در آینده نیز چنین برخوردهای رخ دهد گرچه تخمین زده می‌شود که برخوردی که بتواند در سطح انقراض عمل کند تا سال‌های متمادی به وقوع نخواهد پیوست.

۳. فروپاشی خورشیدی یا مداری: رابطه میان زمین و خورشید عاملی حیاتی در تداوم حیات است هر رخدادی که این توازن ظریف را بر هم زند می‌تواند ویرانگر باشد.
۴. جنگ هسته‌ای و بارش غبارهای رادیواکتیو: از زمین انفجار اولین بمب هسته‌ای بر فراز هیروشیما در سال ۱۹۴۵ جهان در هراس از احتمال بروز جنگ هسته‌ای و هم‌چنین نگرانی از حاصل از پیامدهای آن به‌ویژه بارش غبارهای رادیواکتیو زندگی کرده است.
۵. جنگ میکروبی یا بیماری‌های کشنده: خطرات زیستی ناشی از جنگ‌های میکروبی شبیه به تهدیدهای هسته‌ای است اما حتی می‌تواند مودیانه‌تر هم باشد چون مهاجم می‌تواند چهره خود را پشت نقاب مخفی می‌کند.
۶. تهاجم دستگاه یا موجودات بیگانه: این مقوله یکی از زیربناهای اصلی افسانه علمی مدرن و تنوع بی‌شماری از موجودات بیگانه مهاجم به کره زمین است که پایه و اساس فیلم‌های زیادی را تشکیل می‌دهد.
۷. محاسبات غلط علمی: افکار عمومی جامعه نظرات متفاوتی در مورد علم دارد اینکه علم گاه تا حد ستایش مورد علاقه قرار می‌گیرد و در موقع دیگر مردم از آن می‌هراسند. مقوله‌های فیلم‌های آخرالزمانی بر اساس محاسبات غلط علمی شامل برخی از خلاق‌ترین فیلم‌های کل این ژانر است. (عمید، ۱۳۸۹: ۱۲۴)

نشانه‌شناسی

مطالعه قواعد استفاده از نشانه‌ها و نیز روش‌هایی است که از طریق آن‌ها نشانه‌ها معانی خود را منتقل می‌سازند. هدف این عمل نشان دادن نشانه‌ها و رمزها در تمام متون رسانه است؛ و این که این رمزها چگونه دیده می‌شوند و عملکردشان در خلق معانی چگونه است. نشانه‌شناسی به‌منزله راهی برای تحلیل متون رسانه‌ای از دهه ۶۰ تاکنون تأثیر فزاینده داشته است؛ و یکی از دلایل اصلی این امر قابلیت به‌کارگیری نشانه‌شناسی در انواع متون است، از کتاب‌های مصور، سریال‌های کمدی تلویزیون و موسیقی راک گرفته تا ادبیات، نقاشی، آیین‌نامه راهنمایی و رانندگی و... (سلبی؛ کاودری، ۱۳۸۰: ۱۸). درواقع می‌توان گفت که نشانه‌ها پایه و اساس کلی ارتباطات هستند و هر نشانه نمایانگر موضوعی غیر از خود آن است و معنی رابطه بینشی عقیده یا نشانه است. در این میان «اکو» معتقد است که نشانه‌شناسی با هر چیزی که بتوان هم چون نشانه به نظر آید سرکار دارد، درواقع نشانه‌ها تمامی آن چیزهایی هستند که بتوانند به‌جای چیز دیگر دلالت

معنایی یابند که وجود این چیزهای دیگر ضرورت نیست یعنی نباید لزوماً درجایی و لحظه‌ای که نشانه آنجاست و جود داشته باشد (احمدی، ۱۳۷۵: ۱۴) البته نشانه‌شناسی امکان بررسی خصیصه‌های فرهنگی بازنمایی و معانی‌شان را نیز فراهم می‌کند و مجموعه‌ای از روش‌ها و اصطلاحات درباره طیف گسترده‌ای از کردارهای دلالت‌گر مانند اشارات، لباس، نوشتار، گفتار، عکاسی، فیلم، تلویزیون و ... را به ما می‌دهد. ایده نشانه در اینجا ایده‌ای محوری است؛ که یک واژه عکس، صدا، تصویری بر صحنه تلویزیون، نت موسیقی ایما و حتی یک درخت باشد. نشانه بودن مستلزم آن است که یک شکل فیزیکی داشته باشد به چیزی جز خود اشاره کند و دیگر مصرف‌کنندگان نظام نشان کارکرد آن را تأیید کنند و بازشناسند. مطالعه قواعد استفاده از نشانه‌ها و نیز روش‌هایی است که از طریق آن‌ها نشانه‌ها معانی خود را منتقل می‌سازند، هدف این عمل نشان دادن نشانه‌ها و رمزها در تمام متون رسانه‌ای است و این رمزها چگونه دیده می‌شود و عملکردشان در خلق معانی چگونه است. نشانه‌شناسی به منزله راهی برای تحلیل متون رسانه‌ای از دهه ۶۰ تاکنون تأثیر فزاینده‌ای داشته است؛ و یکی از دلایل اصلی این امر قابلیت به‌کارگیری نشانه‌شناسی در انواع متون است؛ از متن‌های مصور، سریال‌های کمدی تلویزیون و موسیقی راک گرفته تا ادبیات، نقاشی، آیین‌نامه راهنمایی و رانندگی (سلبی، کاودری، ۱۳۸۰: ۱۸). در واقع می‌توان گفت نشانه‌ها پایه و اساس کلی ارتباطات هستند هر نشانه نمایان‌گر موضوعی غیر از خود آن است و معنی رابطه یک شی، عقیده یا نشانه است.

در این میان اکو معتقد است نشانه‌شناسی با هر چیزی که بتواند هم چون نشانه به نظر آید سروکار دارد در واقع نشانه‌ها تمامی آن چیزهای هستند که بتوانند به جای چیز دیگر دلالت معنایی یابند که وجود این چیزها دیگر ضروری نیست یعنی نباید لزوماً درجایی و لحظه‌ای که نشانه آنجاست وجود داشته باشد. (احمدی، ۱۳۷۵: ۱۴)

البته نشانه‌شناسی امکان بررسی خصیصه‌های فرهنگی بازنمایی و معانی‌شان را نیز فراهم می‌کند و مجموعه‌ای از روش‌ها و اصطلاحات درباره طیف گسترده‌ای از کردارهای دلالت‌گر مانند اشارات، لباس، نوشتار، گفتار، عکاسی، فیلم، تلویزیون و ... را به ما می‌دهد. ایده نشانه در اینجا ایده‌ای محور است. یک نشانه را می‌توان به‌عنوان کوچک‌ترین واحد ارتباطی در درون یک نظام زبانی در نظر گرفت نشانه می‌تواند یک واژه عکس، صدا، تلویزیون، نت موسیقی، ایما و حتی یک درخت باشد. نشانه بودن مستلزم آن است؛ که یک شکل فیزیکی داشته باشد. به چیزی جز خود اشاره کند و دیگر مصرف‌کنندگان نظام نشان کارکرد آن را تأیید کنند و بازشناسند.

شناخت آخرالزمان یا فرجام‌شناسی^۱ در ادیان یهود، مسیحیت و زرتشتی نیز حائز اهمیت است. نگاهی به دردها و آلام بشر اندیشمند امروز و غربت او در زوال فطرت پاک آدمی، چنین می‌نمایند که در میان همه خواسته‌های ضد و نقیضش، امروز یکی هست که همه در آن مشترک‌اند همه اقوام و ملل یکصدا خواهان آزادی‌اند (موعود، ۱۳۸۶: ۵۴). آخرالزمان اصطلاحی است که طی سال‌های اخیر بارها شنیده‌ایم و هرچه پیش می‌رویم بر کاربرد آن افزوده می‌شود. گرچه آخرالزمان از اعتقادات خاص شیعه است و ریشه در تفکر اسلامی دارد اما منحصر به مسلمانان نیست و معادل‌های این کلمه، در ادیان دیگر کاربرد وسیع و متنوعی دارد. حتی در مکاتب و مباحث سیاسی، غیردینی نیز بحث‌های متعددی راجع به آن صورت گرفته است.

آن چه که در بین تمامی ادیان و حتی مکاتب غیردینی راجع به «آخرالزمان» مشترک است، اشاره به مقطعی از تاریخ انسان است که در آن، بشر به عالی‌ترین برنامه و اسلوب اداره زندگی اجتماعی دست یافته و به وسیله آن فصل نوینی از هم زیستی متعادل، توأم با صلح، آرامش، عدالت و رفاه جهانی را آغاز می‌کند آخرالزمان در کتاب‌های لغت به «دوره آخر» (معین، ۱۳۷۹: ۴) و «قسمت واپسین از دوران، که به قیامت پیوندد» (دهخدا، ۱۳۸۷: ۴۰) معنا شده است. «آخر» به بخش پایانی هر مجموعه و «زمان» در لغت بر وقت کم یا زیاد اطلاق می‌شود. آخرالزمان، ترکیبی اضافی و به معنای بخش پایانی حیات دنیا است. مقصود از آن در این جا، روزگار و عمر جهان است. در بیشتر روایات، آخرالزمان به دوره پایانی که با ظهور حضرت مهدی (عج) مقارن است، اطلاق شده است و در فرهنگ بسیاری از ملل و نحل به‌ویژه پیروان ادیان ابراهیمی از اهمیت و جایگاه برجسته‌ای برخوردار است. در حقیقت «آخرالزمان» یک الگوی کهن عام و مشترک بشری است که آدمیان را صرف نظر از سرزمین و رنگ و نژاد، حول محور یک باور مشترک در خصوص پایان عمر دنیا گرد هم می‌آورد و بر اساس این باور، آخرالزمان خود به سه مقطع زمانی قابل تقسیم است. مرحله اول عصر عسرت، مرحله دوم مقطع آشکار شدن منجی، مرحله سوم عصر طلایی» بر اساس یک الگوی آخرالزمانی مشترک، در تمامی ادیان الهی و بسیاری از اساطیر کهن اقوام و ملل، تقریباً همین روایت سه مرحله‌ای را می‌توان یافت (همان).

اهداف از پرداختن به آخرالزمان در تولیدات سینمایی هالیوود

¹ Eschetologie

در خصوص سوژه‌های آخرالزمانی در تولیدات سینمایی هالیوودی، اهداف متعددی را می‌توان ذکر کرد:

هدف اول: سوءاستفاده از احساس نیاز فطری و کنجکاوی طبیعی انسان امروز در خصوص آخرالزمان در مسیر جلب سرمایه و کسب ثروت بیشتر است. به هر حال سوژه‌هایی از این دست در زمرهٔ پر فروش‌ترین محصولات سینمایی تاریخ سینما محسوب می‌شوند و این اقبال بیش از حد بینندگان، طبعاً از چشمان تیزبین ارباب سینما به دور نمانده است. (حبیبی، ۱۳۸۳)

هدف دوم: ترویج نگاه آخرالزمانی مطلوب هالیوود و تعریف مفاهیمی نظیر: منجی، دجال و علائم پایان دنیا بر اساس آموزه‌های توراتی و انجیلی است. در این گونه آثار موضوعاتی از قبیل: شیطان، ضد مسیح، بهشت و دوزخ و نبرد نهایی خیر و شر همگی بر مدار توصیفات کتاب مقدس مطرح می‌شوند و همین امر به ترویج آموزه‌های بعضاً تحریف شدهٔ کتاب مقدس منجر می‌گردد (صفا تاج، ۱۳۸۷: ۱۵۷).

هدف سوم: از پرداختن به موضوع آخرالزمان، ترسیم مغرضانهٔ مختصات پیروان شیطان و نسبت دادن شر و پلیدی به بلاد مشرق زمین و کشورهای اسلامی است. در اکثر این آثار، شیطان یا آنتاگونیست ریشه و منشأ شرقی دارد و بعضاً از یک کشور اسلامی برمی‌خیزد و نیمهٔ غربی عالم را عرصهٔ تاخت و تاز خود و یارانش قرار می‌دهد. جالب این که حتی موجودات فضایی، چهره‌هایی شرقی دارند و گاهی هم با مردم مشرق زمین ارتباط یا نسبتی برقرار کرده‌اند. طبعاً در این قبیل آثار سینمایی، اتاق فکر هالیوود به صورت نمادین خطوط اصلی نبرد آیندهٔ خود را با دنیای اسلام ترسیم می‌کند. (منصوریان، ۱۳۸۳: ۶۰)

بازنمایی

در سینما به‌عنوان یک تولید رسانه‌ای آنچه که به بیننده ارائه می‌شود بازنمایی حیات اجتماعی از کانال ارزشها و یا باورهای تولید کننده است. این بدان معنا است که این محتوی با قالب‌هایی به مخاطب ارائه می‌شود که مورد انتظار سینماگر یا اداره‌کننده رسانه است.

در فرهنگ واژگان انگلیسی آکسفورد برای بازنمایی دو معنی آمده است ۱- بازنمایی یک چیز یعنی توصیف و شناساندن آن و به ذهن متبادر کردنش به وسیله توصیف و تخیل نشان دادن، ۲- بازنمایی به معنی نماد چیزی بودن، نشانه چیزی بودن و نمونه چیزی یا بدل آن بودن هم به کار می‌رود. مفهوم بازنمایی در رسانه‌ها از نظر ریچارد دایر این‌گونه تعریف شده است بازنمایی عبارت

از نحوه ساختی که رسانه‌های جمعی از جنبه‌هایی از واقعیت مثل افراد، مکان‌ها، اشیاء، اشخاص، هویت‌های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد می‌سازد. تجلی و نمود این بازنمایی‌ها ممکن است به صورت گفتاری نوشتاری و یا تصاویر متحرک باشد (زندى، ۱۳۸۲: ۱۳). بازنمایی قراردادی است که هنرمندان با توهم سازی سعی در به وجود آوردن مدلی در ذهن و دید تماشاگر دارد که شبیه مدلی اصلی است. (همتی، ۱۳۷۹). نظام بازنمایی در یک فرهنگ، نقش بر سازنده و نه صرفاً بازتاب رویدادها را دارند (مهدی زاده، ۱۳۸۷: ۵۶).

قاب‌بندی

مقصود از قاب در محتوای پیام وجود ترکیب و شکلی خاص در بیان مفاهیم است. قاب‌ها ساختارهای شناختی اساسی و بنیادین هستند که نحوه ارائه حقیقت و ادراک را تعیین می‌کنند. قاب‌ها کمک می‌کنند تا فرد بتواند دنیایی اطراف خود را تفسیر کند. به وسیله ای قاب‌ها فرد به برخی از جنبه‌های مشاهدات خود معنا می‌دهد و برخی دیگر از جنبه‌ها را که به نظر او بی‌مفهوم است، حذف می‌کند. قاب‌ها، ساختارهای شناختی اساسی و بنیادی هستند که نحوه ارائه و ادراک واقعیت را تعیین و به فرد کمک می‌کنند تا بتواند دنیای اطراف خود را تفسیر کند. بدین لحاظ، قاب‌ها را می‌توان طرح‌واره‌های شناختی دانست که بر نحوه ادراک و فهم ما از واقعیت تأثیر می‌گذارند. در قلمرو مطالعات و پژوهش‌های ارتباطی، قاب‌بندی به این معناست که رسانه‌ها نه آینه‌ای برای انعکاس واقعیت، بلکه سازنده واقعیت و شکل‌دهنده به آن هستند. قاب‌بندی به رابطه میان متن و اطلاعات به گونه‌ای که معنای خاصی را به ذهن متبادر می‌سازد، اشاره دارد. بر پایه این نظریه، رسانه‌ها توجه خود را بر بعضی موضوعات و رویدادها متمرکز می‌کنند (برجسته‌سازی) و سپس آن‌ها را در چهارچوب معنایی خاص قرار می‌دهند. به بیان دیگر، رسانه‌ها به مخاطبان می‌گویند درباره «چه» فکر کنند و سپس چگونه فکر کردن را نیز در چهارچوبی که از پیش ساخته و پرداخته‌اند، بر آنان تحمیل می‌کنند. چهارچوب‌سازی مبتنی بر این فرض است که نحوه توصیف یک موضوع و رویداد در گزارش‌های خبری، بر (چگونگی) درک آن موضوع و رویداد توسط مخاطب، تأثیر می‌گذارد (شیفل و تیوکسبری، ۲۰۰۷: ۱۱). به نقل از مهدی‌زاده، بنابراین، کار رسانه‌ها تنها انتخاب رویداد و حوادثی خاص از میان رویدادهای زیاد نیست، بلکه معنی دادن به آن نیز هست. رسانه‌ها ناگزیرند حوادث و رویدادها را برای مخاطبان‌شان مهم و با اهمیت نشان دهند؛ لازمه این کار نیز جای دادن خبر در متن یک روایت

یا داستان است (استریت، ۱۳۸۴: ۶۰). هرگونه بازنمایی واقعیت، نوعی قاب‌بندی است. همان گونه که عکس گرفتن از یک صحنه نیز نوعی قاب‌بندی است.

روش‌شناسی

در این بخش از مطلب به ارائه اطلاعات مربوط به روش‌شناسی پژوهش می‌پردازیم:

سؤال‌ها

- نشانه‌های آخرالزمان در تولیدات سینمایی هالیوودی کدامند؟
- ترسیم آخرالزمان در تولیدات سینمایی هالیوودی به چه شیوه‌ای است؟
- عناصر مورد تأکید در تولیدات سینمایی آخرالزمان کدامند؟
- موضوعات مطرح در نمایش آخرالزمان در تولیدات سینمایی هالیوودی کدامند؟
- نوع شخصیت‌پردازی منجی در تولیدات سینمایی آخرالزمان به چه شکلی است؟

روش و تکنیک پژوهش

روش پژوهش در این پژوهش روش تحلیل محتوی **Content Analysis Method** با شکل استنباطی است. همچنین از تکنیک مقوله‌ای و ارزیابی برای ثبت اطلاعات استفاده می‌کنیم.

واحد تحلیل

واحد تحلیل این پژوهش صحنه است، که در هر صحنه نشانه‌های مرتبط با آخرالزمان مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. بنابراین رویکرد این نوع از تحلیل نشانه‌شناختی است. جامعه آماری، در این پژوهش فیلم‌های هالیوودی مربوط به آخرالزمان، تولیدشده در هزاره سوم میلادی است.

روش نمونه‌گیری، روش تلفیقی یا ترکیبی با ۲ تکنیک چندمرحله‌ای و هدفمند است.

یافته‌ها

در این بخش از پژوهش به ارائه یافته‌های این پژوهش می‌پردازیم:

در ارزیابی محتوی فیلم‌های سینمایی هالیوودی به لحاظ طراحی و فضاسازی برای آخرالزمان عمدتاً سعی شده است، عواملی مانند احساس بد و منفی نسبت به آینده، ناخوشایند بودن آن و تنهایی انسان در صحنه آینده به‌عنوان کلیشه‌ها و اموری طبیعی که طبیعتاً چنین هستند، نشان

داده شوند. و با طبیعی جلوه دادن چنین فضایی است که سعی در به دست گرفتن نبض مخاطب داشته و امریکا به‌عنوان تنها ناجی زمین و مردمانش معرفی می‌کند. در این تولیدات زمینه نمایش عمدتاً دوره‌ای در آینده است که البته با خشونت و جنگ و تخریب همراه است.

جدول ۱. زمینه نمایش آخرالزمان

زمینه نمایش آخرالزمان	فراوانی	درصد فراوانی
بار گشت به گذشته یا تریخی	۸۶	۲۱/۵
آینده‌نگارانه	۱۹۶	۴۹
جنگی	۸۵	۲۱/۳
سایر	۳۳	۸/۳
جمع کل	۴۰۰	۱۰۰

حاصل نشان می‌دهد که بستر نمایش یا زمینه نمایش آخرالزمان بیشتر معطوف به آینده و کمترین نسبت با زمینه جنگی است.

تقدس‌زدایی از آخرالزمان در کنار خاتمه دنیا به شکل بسیار اغراق‌آمیز از زمینه‌ای مورد توجه در این نوع از تولیدات بوده است. تمدن‌های ویران شده در کنار از بین رفتن منابع حیاتی بشر و جنگ با ابزار و تسلیحاتی که ترکیبی از گذشته و دنیای مدرن است، از ویژگی‌های این نوع از تولیدات است و در این منازعه و به انتها رسیدن جهان، عمدتاً مراکز پیشرفته منهدم شده‌اند.

جدول ۲. نقاط تخریب یا منهدم شده

ردیف	نقاط تخریب یا منهدم شده	مراکز شهرها پایتخت‌ها	درصد
۱-	شهرها و مراکز اصلی و پایتخت‌های غربی	ایوبورگ، ولندگتن، شیکاگو، لوس آنجلس، پاریس، لندن، رم	۵۵٪
۲-	شهرها و مراکز اصلی و پایتخت‌های شرقی	پکن، مسکو و دهلی	۲۵٪
۳-	شهرها و مراکز اصلی و پایتخت‌های مسلمان نشین	مکه، مدینه، قاهره و بغداد	۹/۵٪
۴-	سایر	تایکجا آباد	۵٪

تقابل در این نوع از تولیدات بین اسلام و یهود یا مسیحیت است.



شکل ۱. تقابل تولیدات بین اسلام و یهودیت آمریکایی

این تقابل در تولیدات رسانه‌ای هالیوود تقابل بین اسلام و مسیحیت با نشانه‌های زیر است:

جدول ۳. تقابل بین اسلام و مسیحیت در تولیدات رسانه‌ای هالیوود

اسلام	مسیحیت
عقب مانده	پیشرفته
نیازمند کمک غرب	مستقل و توانمند
دارای تفکرات اهریمنی	دارای تفکرات دینی استوار
تفکر تخریبی	تفکرات نوسازانه
غرب ستیز	اسلام ستیز

آخرالزمان با نشانه‌هایی همراه است که در تولید رسانه‌ای علائم آن به‌سادگی قابل درک است و عامه مردم با غافگیری آن‌را درک می‌کنند؛ اما شخصیت‌های اصلی فیلم یا قهرمانان با آمادگی کامل با آن مواجه می‌شوند.

آخرالزمان در این نوع از تولیدات با نشانه‌های زیر همراه است:

جدول ۴. نشانه‌های آخرالزمان

خاتمه حیات بشری	حمله مردم به فروشگاهها	شلوغی مراکز جمعیتی
لهدام سازه های اصلی زندگی بشری	منارعه و درگیری	ناکارآمدی وسایل نقلیه
بی نظمی و آشوب اهرج و مرج	درگیری مردم با نیروهای امنیتی و پلیس	جنونیت
دخالت سیاستمداران در هدایت مردم	ابتذال	اقدامات غیر منطقی
دروغ و خبیثت	خودخواهی	تفرق
انبعث	خاص گرایی	بلاهای طبیعی

قهرمان اصلی این نوع از تولیدات، منجی است که البته با تفکر ایشان دارای نژاد آمریکایی یا آفریقایی، آسیایی و بالاخره اروپایی است که البته خود نیز در این تولیدات قربانب می‌شود. روایتی که از منجی ارائه می‌شود روایتی با خاتمه باز است که اندیشه بیننده را به چالش می‌کشد.

جدول ۵. وظایف منجی در آخر الزمان

درصد	وظایف منجی در آخر الزمان	معتبر
19.7	باید از وقوع یک حادثه مهم پیشگیری کند	
18.3	باید کار بسیار سختی را به انجام برساند	
20.3	باید جان گروه یا شخصی را محافظت نماید	
37.6	بخشی از جانی از این موارد سبق می‌کند	
95.9	کل	
4.1	این مورد/ سایر/ مفقوده	
100.0	کل	

منجی در این تولیدات وظایف متعددی بر عهده دارد که نجات مردم و جهان و پیشگیری از حادثه بزرگ و مهم است. این منجی در بیشتر تولیدات دارای قدرت انسانی و کمتر دارای توانی ماورایی است.

جدول ۶. قدرت و نیروی منجی

درصد	قدرت و نیروی منجی
۳۶/۵	قدرت ماورایی دارد
۶۳/۵	قدرت انسانی دارد
۱۰۰	جمع کل

تعبیری که برای آخرالزمان در این تولیدات به کار برده می‌شود، دارای تنوع است، لیکن زیر مقوله‌های زیر دارای تواتر بیشتری در این نوع از تولیدات بوده است.

جدول ۷. تعابیر نشانه آخر الزمان

درصد	تعابیر نشانه آخر الزمان	معتبر
2.1	دجال	
4.9	آرماگدون	
1.4	منجی	
8.5	برگزیده	
4.2	آخرالزمان	
8.8	آپوکالیپس	

60.9	اصلا استفاده نشده است	
9.2	نجات یا حفظ دنیا	
100.0	کل	
کل		

نشانه‌های باور دینی در این نوع از تولیدات، نمایش مناسک دینی، رفتن به اماکن مذهبی، مشارکت در برنامه‌های مذهبی و برگزاری مراسم در منزل درکنار دعا و استغاثه برخی از شخصیتها برای نمایش اعتقادات ایشان.

جدول ۸. نوع ارزش‌های مذهبی

درصد	نوع ارزش‌های مذهبی
۴۰/۳	رفتن به اماکن مذهبی هم چون رفتن به مسجد و کلیسا
۳۰	سفرهای مذهبی
۱۷/۵	نمایش برنامه‌های مذهبی
۱۲/۳	انجام فعالیت‌های مذهبی در منزل چون دعا
۱۰۰	جمع کل

نشانه‌های نجات در فیلم‌های سینمایی هالیوودی در قالب موارد زیر به نمایش درآمده است:
جدول ۹. نشانه‌های نجات در فیلم‌های سینمایی هالیوودی

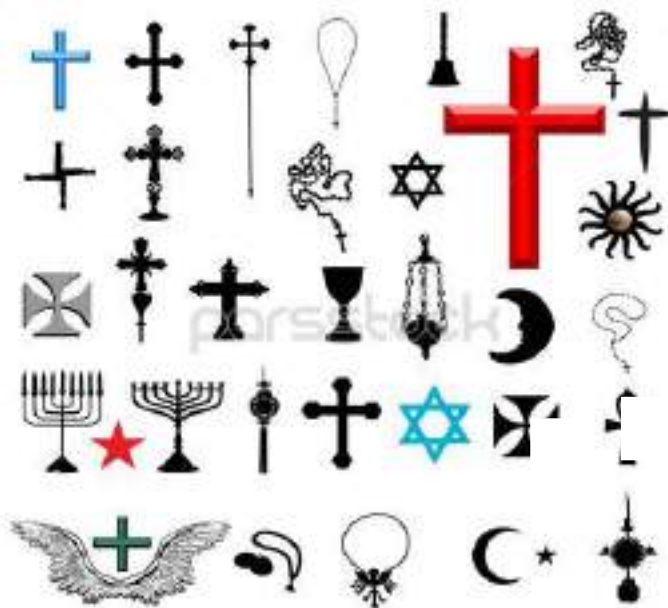
ارض مقدس	سرزمین موعود
درخت حیات	اورشلیم

نشانه‌های تفکر کابالا در تولیدات آخرالزمانی :

جدول ۱۰. نشانه‌های تفکر کابالا در تولیدات آخرالزمانی

شریعت‌گرایی	جادو محوری
انسان‌خداانگاری	ماده‌گرایی
آخرالزمان‌سازی و منجی‌گرایی	شرک‌گرایی

نشان‌های به کار برده شده در تولیدات آخر الزمانی



www.parsstock.ir - 41427637

در اکثر تولیدات هالیوودی نشانهای اعتقادات کابالایی به چشم می‌خورد. مغز متفکر بزرگ کابالای هالیوودی، «فیول گروبرگر» که عمدتاً با نام «فیلیپ برگ» شناخته می‌شود. وی یک خاخام آمریکایی بود که به مدیریت «مرکز کابالا» منصوب شد و چندین کتاب نیز نوشت. این کتاب‌ها اکنون به منبع بزرگ این دین ساختگی تبدیل شده‌اند. کابالای هالیوود، بر اساس کابالا «هرمسی» است؛ فرقه‌ای که ریشه در کتاب‌های جادوی سیاه مانند کتاب‌های ششم و هفتم

حضرت موسی و کلیدهای بزرگ‌تر و کوچک‌تر سلیمان دارد. به گفته محققان یهودی، کابالای هالیوود، ماهیتی متفاوت نسبت به کابالای عرفانی یهودی دارد.

खाخام‌های یهودی، کابالا را نوعی عرفان معرفی می‌کنند که مفاهیم آن با چشم معمولی قابل دیدن نیست و مختص افراد خاصی است. گفته می‌شود کابالا مربوط به اموری مخفی است که خداوند هنگام خلقت، در جهان قرار داده است. این امور با جهان ماده فاصله دارند و تنها افرادی که آموزش دیده باشند می‌توانند آن‌ها را درک کنند. با این حال، این آموزه‌ها که در یهودیت وجود دارد، نباید مورد سوءاستفاده قرار بگیرد. طی نسل‌های قبلی یهودیان این امور، جز توسط افرادی انگشت‌شمار مورد مطالعه قرار نگرفته‌اند و اکنون هم حتی به علمای یهود نیز توصیه نمی‌شود که درباره کابالا مطالعه یا پژوهش کنند.

یکی دیگر از نمادهای کابالا، «رشته قرمز» است که بیشتر به‌عنوان دست‌بند استفاده می‌شود. نمادهای دیگر، شامل پنتاگرام، ستاره داوود، و «کله‌بُزی» می‌شود. کله‌بُزی که موجودی با هیكل انسان و کله بز است، طراحی شده تا مقابل بره خداوند در عقاید مسیحیت قرار بگیرد.

در برخی از این فیلمها آنچه به‌عنوان آخرالزمان و پایان جهان به نمایش گذارده می‌شود، تنها شکل به آخر رسیدن و نشان دادن عوامل اسطوره‌ای، انسانی، طبیعی و یا تکنولوژیکی بود که این انجام را باعث می‌گردید و نشانی از تاریخ و زمان معینی به چشم نمی‌خورد. اگرچه در سینما، نشان دادن تاریخ برای پایان دنیا، بحث تازه‌ای به نظر می‌رسد اما در عرصه اندیشه و تفکرات آخرالزمانی غرب که به‌طور مشخص از سوی اوانجلیست‌ها مطرح شده و می‌شود، این موضوع اساساً سخن تازه و جدیدی نیست، بلکه سالهاست رهبران اوانجلیست از طریق رسانه‌های پر قدرت دیداری و شنیداری و نوشتاری خود که براساس آمار ارائه شده تنها حدود ۱۵۵۰ تا ۱۶۰۰ کانال رادیویی و تلویزیونی را در برمی‌گیرد، بارها به‌طور رسمی و مستمر تاریخ پایان جهان را اعلام کرده‌اند.

اکنون بحث آخرالزمان یا منجی‌گرایی به‌عنوان بزرگترین چالش برای هالیوود مطرح است؛ بنابراین، از آنجایی که آمریکایی‌ها داعیه رهبری جهان را در آخرالزمان در سر می‌پرورانند، بر همین اساس در اغلب فیلم‌های هالیوودی به نابودی زمین نیم نگاهی داشته است. درعین حال

تولیدکنندگان‌هایلیودی با تولید فیلمهای آخرالزمانی، از هنر و صنعت برای اجرای اهداف موعود ستیزی نهایت استفاده را برده‌اند.

نتیجه‌گیری

حاصل در این پژوهش نشان داد که نشانه‌های آخرالزمانی در بردارنده ویرانی جهان، ناامیدی، یاس، بی‌برنامه‌گی، ناکارآمدی در اداره امور، هرج و مرج، زیاده‌طلبی، فردگرایی، وانزوا است.

در این نوع از تولیدات، آخرالزمان ترسیم شده، با منجی است که مصلح نیست و این ناجی گاه گروه است که خود تخریب‌گر و اهل فساد است.

منجی در قالب یک گروه ظاهر می‌شود راحت‌تر می‌تواند آن گروه را بدون هیچ مزیت خاصی نسبت به سایرین و فقط به خاطر همکاری گروه موفق جلوه داد و به این ترتیب بهتر هم می‌توان بر محوریت انسان و اصول اومانستی تأکید کرد و به راحتی نقش غیب و ماوراء را حذف کرد و جور دیگر دید. اکثر صحنه‌های تحلیل شده به محتوای اومانستی حیات اجتماعی و زندگی افراد اشاره کرده‌اند و در روایت فیلم به بعد اومانستی منجی اشاره می‌شود که در این روایت‌ها خداوندی که انسان مخلوقش را فراموش کرده، او را به حال خودش واگذار کرده است و حال این خود انسان است که باید به تنهایی برای خود و آینده‌اش تصمیم بگیرد.

صاحبان این تولیدات رسانه‌ای به چهارچوب‌سازی مفاهیم خاص در روایت فیلم‌ها با استفاده از عناصر بصری و جلوه‌های ویژه با تأکید عامدانه بر روی یک سری از موضوعات و حذف خودخواسته بسیاری دیگر اقدام کرده‌اند و این امر، باعث می‌شود تا تأکید کنیم که رسانه‌ها ممکن است در این امر که به ما بگویند چگونه فکر کنیم، موفق نباشند؛ اما آن‌ها در گفتن این که درباره چه چیزی فکر کنیم بسیار موفق هستند. غرب و تجلی اندیشه غربی در قالب سینما به نمایش توان منجی غربی در فیلم‌ها می‌پردازد که محصول آن در نهایت باعث نجات انسان از سختی‌ها و حفظ دنیا از دشمن و غیر غریبان است.

در زمینه آخرالزمان، تمدن غربی با بهره‌گیری هوشمندانه و خلاقانه از سینما به‌منزله یکی از مؤثرترین ابزارهایی که در ساخت و جهت‌دهی خرد جمعی مردم نقش به‌سزایی دارد و به خلق منجی در سینمای آخرالزمانی پرداخته است. تصویرسازی منجی سینمای آخرالزمانی مطرح‌شده در مغرب زمین ویژگی‌هایی در زمینه تأمین منافع قدرت‌های بزرگ ایفا کرده است. قاب فکری

غرب و نگاه سینمای هالیوود، برای جهت دادن به تصورات و تلقی‌های مخاطب نسبت به منجی در سینمای آخرالزمانی نگاهی زمینی و بر مبنای نگرش اومانستی اندیشه غربی است. نشانه‌شناسی حضور منجی در سینمای آخرالزمانی با بهره‌گیری از سمبل‌ها و نمادهای خاصی همراه بوده است. در دوران معاصر نشانگان خاصی از حضور منجی بر پرده سینمای آخرالزمانی شکل گرفته است که به سمت نمایش هم‌زمان معنا و ظاهر و هم‌چنین پوسته و سطح تمایل یافته است. نمایش منجی در سینمای آخرالزمانی روایتی صادقانه از اندیشه‌های دینی و به‌ویژه ادیان توحیدی به شمار نمی‌رود. منجی به تصویر درآمده در سینمای آخرالزمانی، که در تمدن غربی بر پرده سینماها نمایش داده شده است، رفتاری فیزیکی دارد. فقط جسم و جان انسان‌ها را نجات می‌دهد. منجی با سیستم حکومتی به‌طور گسترده و کلان کاری ندارد. در چنین جایگاهی تلاش شده است که منجی با بهره‌گیری از ویژگی‌های فرهنگ و نشانه‌های سبک زندگی آمریکایی و سبک زندگی غربی به‌طور اعم و سبک زندگی آمریکایی به‌طور اخص در فضاهای شهری و زیستی باشد؛ هرچند در رفتارشناسی منجی نمایش داده شده سینمای آخرالزمانی رفتارهایی نظیر احترام به محیط‌زیست و دوستی و خانواده وجود دارد.

اگر چه در جای جای این فیلم‌ها، نشانه‌های آیین مسیحیت یعنی فرزند خداوند یا روح القدس و یا صلیب به‌عنوان نشان مسیحیان نمایش داده می‌شود؛ اما در نهایت این آیین یهود است که باعث نجات است و سرزمین پناهگاه مردم همان سرزمین موعود یا اورشلیم است. عناصر برجسته شده و نشانه‌های آیین یهود؛ یعنی جام صهیون، نوار قرمز، ستاره داوود همه نشانه‌های تفکر کابالیستی معرفی شده به مخاطب در این نوع از تولیدات است. آنچه در قاب سینما به‌عنوان آخرالزمان به نمایش در می‌آید؛ آخرالزمان از نوع صهیونیستی است، زیرا سرمایه‌های اصلی این نوع از تولیدات از جانب سرمایه‌گذاران یهودی است که تامین می‌شود و مبلغ تفکر و آیین یهود در سراسر جهان است. سینما از ابزارهای مهم اجتماعی‌سازی در دنیای مدرن است و با بازنمای الگوهای حاکم بر زندگی اجتماعی در قالب اجرای نمایش‌گونه، درعمل نقش برساننده و بازتولیدکننده این هنجارها را در زندگی اجتماعی امروزی بر عهده دارد (مهدیان، ۱۳۹۶). سینما علاوه بر اینکه به بازنمایی جامعه می‌پردازد، خود نیز الگوهایی را به‌جامعه ارائه می‌دهد. به‌علت تأثیرگذاری بالای این رسانه، این الگوها به‌سرعت در جامعه رواج پیدا می‌کند. بنابراین، آخرالزمانی که در غالب سینمای هالیوود متجلی می‌شود، بازنمایی همان الگوها، تفکر و

باورهای غربی است که در انطباق با اندیشه‌های صهیونیستی آخرالزمان و رستگاری بشر با رسیدن به سرزمین موعود ایشان است.

فهرست منابع

احمدی، بابک (۱۳۷۲). ساختار و تأویل متن، تهران: انتشارات مرکز. آخوندی، مطهره (۱۳۹۱). «استعاره‌های تصویری آخرالزمانی در سینمای هالیوود» فصلنامه موعود، شماره بیست یکم.

استریت، جان (۱۳۸۴). رسانه‌های گروهی - جنبه‌های سیاسی، دموکراسی، اصفهان: کتابخانه مرکزی و مرکز اطلاع‌رسانی شهرداری.

استوارت، هوور و لانا بای، نات (۱۳۸۵). بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ، ترجمه مسعود آریایی نیا، تهران: انتشارات سروش.

امین خندقی، جواد (۱۳۹۱). آخرالزمان و آینده‌گرایی سینمایی (بررسی و تحلیل بیش از پانصد فیلم)، قم: انتشارات ولاء منتظر.

آیین، یاسر (۱۳۹۳). «تصویر آخرالزمان در سینما»، فصل‌نامه موعود، سال هشتم، شماره سیزدهم و چهاردهم ۱۳۹۳.

بیل، نیکولز (۱۳۹۲). ساخت‌گرایی و نشانه‌شناسی سینما، مترجم: علاء‌الدین طباطبایی، تهران: انتشارات هرمس. جین اولسون، بنو سیگنایزر، سون ویندال (۱۳۸۷). کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه، علیرضا دهقان، انتشارات جامعه‌شناسان.

حبیبی، مجتبی (۱۲۸۳). «صهیون در اندیشه تسخیر دنیای کودکان با ابزار سینما»، سایت خبرگزاری مهر ۱۳۸۳/۱۰/۲۰.

حبیبی، مجتبی (۱۳۸۳). «صهیون در اندیشه تسخیر دنیای کودکان با ابزار سینما»، سایت خبرگزاری مهر.

دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۳۰). لغت‌نامه دهخدا. تهران: انتشارات سروش.

زندى، سارا (۱۳۸۲). بررسی مقایسه‌ای کیفیت زندگی در افراد مبتلا به افسردگی یا گروه شاهد، در سال ۱۳۸۱، در اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دکترای حرفه‌ای دانشگاه علوم پزشکی اصفهان.

سرخیل، زهرا، (۱۳۹۱). بازنمایی آخرالزمان در سینمای هالیوود، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.

سلی، کیت و کاودری، ران (۱۳۸۰). راهنمای بررسی تلویزیون، ترجمه علی عامری مهابادی، تهران: انتشارات سروش.

شاه‌حسینی، مجید (۱۳۸۳). «غرب، سینما و آخرالزمان، پیشگویی‌ها و آخرالزمان» مجموعه مقالات، تهران: موعود عصر.

صفا تاج، مجید (۱۳۸۷). سینمای سلطه (هنر هفتم)، تهران: انتشارات سفیر اردهال، چاپ اول.

طاهری، شاهین (۱۳۹۳). «سینمای آخرالزمانی، کابوی‌های پست‌مدرن»، فصلنامه سینمایی فارابی، دوره نوزدهم، شماره ۷۴.

عمید، حسن (۱۳۸۹). فرهنگ فارسی (جلد ۱)، تهران: ناشران، میکایل، اشجع. قدیانی، مهدی، (۱۳۹۵). بازنمایی منجی در فیلم‌های سینمایی آخرالزمانی هالیوود با تأکید بر سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۵، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.

ژلک علی‌آبادی محمد (۱۳۹۱). هالیوود، رسانه در آخرالزمان، انتشارات هنارس، قم.

معین، محمد (۱۳۷۹). فرهنگ معین، تهران: انتشارات امیرکبیر.

منصوریان، محمدعلی (۱۳۸۳). «صهیونیسم مسیحی و جهان اسلام»، کتاب نقد، سال هشتم، شماره سی دوم.

مهدی زاده، سید محمد (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی، تهران: انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

مهدی زاده، سید محمد، (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: نشر همشهری، چاپ اول ۱۳۸۹.

مهدیان حقیظه (۱۳۹۶). «بررسی بازنمایی عرفان یهود در فیلم سینمایی شاگرد جادوگر»، سایت پژوهش‌های معنوی.

نقیب‌السادات، سید رضا (۱۳۹۳). «روش‌شناسی تحلیل و استنباط مضامین موعودگرا از فیلم‌های سینمایی»،

فصل‌نامه هنر موعود، سال هشتم، شماره سیزدهم و چهاردهم.

الهاشمی، باسَم (۱۳۸۵). منجی به روایت اسلام و مسیحیت، ترجمه محسن احتشامی‌نیا، تهران: انتشارات آفاق.

همتی، همایون (۱۳۷۹). شناخت دانش ادیان، تهران: انتشار نقش جهان.

جایگاه نشانه معناشناختی دو شخصیت عروسی مبارک و کاراگز در بستر

تعاملات اجتماعی-فرهنگی

سپیده نورایی^۱

دانش آموخته پژوهش هنر دانشگاه علوم تحقیقات تهران

چکیده

عروسک مبارک و کاراگز از دو نمایش خیمه‌شب‌بازی و سایه‌بازی در دو کشور همسایه هستند. نگارنده پس از شرکت در فستیوال‌های نمایشی کشور ترکیه، متوجه محبوبیت و ارتباط عمیق مردم با عروسک کاراگز شد. مسئله قابل توجه استفاده از شخصیت این عروسک در فضاهای غیر از فضای نمایشی است، که باعث شناخت کاراگز در بین عموم و همین‌طور معرفی او به جهان شده است. از آنجایی که عروسک‌ها راهی به تأمل در مورد زندگی اجتماعی، فرهنگی، هویتی و آیینی انسان‌ها هستند، می‌توانند روایت دیروز و امروز را پیوند دهند و کنش‌های بشری را بازنمایی و بازپروری کنند. با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و هویتی عروسک‌های ملی می‌توان از این ویژگی‌ها جهت توسعه تعاملات اجتماعی از یکسو و همچنین بهبود روابط عاطفی بهره جست. مسئله این است که ببینیم چرا مبارک به اندازه کاراگز در ارتباطات اجتماعی اثرگذار نبوده و نقش کم‌رنگ‌تری در تعاملات دارد. از این‌رو، این سؤال پیش آمد که کارکرد هویتی عروسک‌های مبارک و کاراگز چگونه شکل گرفته است و چگونه می‌توان عروسک مبارک را در شرایط نشانه-اقتصادی به محصولات اجتماعی-فرهنگی تبدیل نمود؟ نهایتاً با تحلیل‌های نشانه-معناشناختی متوجه شدیم وجود هویتی پویا و انتقالی موجب شکل‌گیری کارکرد هویتی دو عروسک مبارک و کاراگز است. از این‌رو، با توجه به قرار دادن عروسک کاراگز در فضاهای مختلف فرهنگی و تأثیر مثبت آن بر شناخت، جامعه، فرهنگ و اقتصاد کشور ترکیه، خواهیم دید که چگونه از طریق افزایش آثار نشانه-گفتمانی و اقتصادی می‌توان از عروسک مبارک نیز در گفتمان‌سازی اجتماعی سود جست. بنابراین عروسک مبارک می‌تواند در تعامل با تولیدات فرهنگی دیگر قرار گرفته و یک فضای بینارسانه‌ای کاربردی را ایجاد کند.

کلیدواژه‌ها: عروسک، مبارک، کاراگز، نشانه معناشناسی، فرهنگ.

مقدمه

عروسک‌های سنتی و بررسی شخصیت‌های آن‌ها راه‌کار خوبی برای رسیدن به اندیشه‌ی فرهنگی-اجتماعی دوران‌های مختلفی با توجه به شخصیت و ویژگی‌های آن عروسک است، اگر چه تمام عروسک‌های سنتی به لحاظ ظاهری شاید شباهت‌هایی داشته باشند اما بیشتر آن‌ها از همدیگر متفاوت هستند اگر چه ورای ظاهر، شخصیت‌های نزدیکی دارند، جدا از این که بخواهیم تنها این شباهت‌ها و تفاوت‌ها را بررسی کنیم می‌خواهیم با بررسی دقیق این پژوهش را پیش ببریم و این کار را مدیون رویکرد نشانه‌شناسی معناشناسی هستیم چراکه از طریق این رویکرد می‌توانیم نه تنها سازوکارهای نشانه‌ای این دو عروسک را بیان کنیم، بلکه فرآیند معناسازی آن‌ها را در درون فرهنگ مورد بررسی قرار دهیم. دو عروسک مبارک و کاراگز دو عروسک سنتی ایران و ترکیه می‌باشند اگرچه پژوهش‌های پیشین هیچ‌وقت این دو عروسک را در کنار یکدیگر قرار نداده‌اند و به نظر می‌رسد علتش ظاهر متفاوت آن‌ها است کما این‌که با بررسی در دو نمایش و دو شخصیت عروسکی می‌توان متوجه شباهت‌های آن‌ها به لحاظ ظاهری و نوع ورودشان به نمایش که روایت‌های مختلف دارد، شد و البته تمایزهایی نیز دارند. اگر چه هدف مقاله مقایسه‌ی ظاهری این دو عروسک نبوده اما برای آشنا شدن با دو عروسک مطالعه تطبیقی بین آن‌ها انجام شده که از لحاظ شیوه‌ی ارائه است و به آشنا شدن با دو عروسک و در ادامه تحلیل‌های نشانه‌شناسی کمک خواهد کرد. با تحلیل نشانه‌شناسی می‌توان جایگاه اجتماعی و فرهنگی و هویتی را مورد بررسی قرار داد و با معرفی دوباره این آثار سبب ایجاد جذابیت و شناخت فرهنگ غنی که به نظر می‌رسد در عموم نسل کودک و نوجوان دچار گسستگی و فراموشی شده، گردید و با استفاده از نشانه‌های عروسک سنتی کشورمان (مبارک) و توجه به تجربیات کشور همسایه (ترکیه) در به روزرسانی فرهنگ عروسک گردانی سنتی خود بتوان سبب بازشناسایی این شیوه از هنر عروسک گردانی به نسل‌های جدیدتر شد. همان‌طور که به نظر می‌رسد کشور ترکیه توانسته با پشتوانه این سنت دیرین خود و استفاده نشانه‌های عروسکی (کاراگز)، به درآمدزایی و ایجاد فضایی مناسب جهت معرفی عروسک سنتی خود به دیگر کشورها پردازد. با پررنگ کردن موضوع شخصیت عروسک مبارک و ایجاد فضای معرفی جذاب و پر مخاطب برای آن می‌توان به درآمدزایی و اشتغال زایی در زمینه متخصصان هنر و معرفی آن به نسل جدید و نشان دادن عناصر خیابانی و بازاری برای این عروسک پرداخت.

پیشینه پژوهش

پیشتر، تحقیقاتی در زمینه عروسک و نمایش عروسکی وجود داشته که از جمله آن، کتاب نمایش در ایران نوشته بهرام بیضایی، کتاب‌های بهروز غریب‌پور با عناوین دنیای گسترده‌ی نمایش عروسکی و ورودی به قلمرو شبه‌عروسک‌ها و عروسک‌های نمایشی، پژوهش‌هایی از دکتر یوسف صدیق در زمینه خیمه‌شب‌بازی ایران و دیگر محققین وجود دارد، کتاب جامعی با نام فرهنگ عروسک‌ها و نمایش‌های عروسکی آیینی و سنتی ایران از دکتر پوپک عظیم‌پور نگاشته شده است و همین‌طور در پژوهشی که در قالب پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد توسط قربانی و همکاران در سال ۱۳۹۰ از منظر تاریخی مقایسه نمایش سایه بازی ترکیه و خیمه‌شب‌بازی و سایه بازی ایرانی انجام گردید مشخص شد ردپاهای زیادی درباره نمایش عروسکی ترکیه در ایران وجود دارد، با این حال به نظر می‌رسد تنها از دیدگاهی سطحی و گذرا به شخصیت مبارک و کاراگز در ایران پرداخته و تنها به صفحاتی محدود بسنده کرده‌اند و از بررسی جامع، عمیق و با رویکردی خاص صرف‌نظر شده است و البته پایان‌نامه‌ی ای از نگارنده با عنوان تحلیل نشانه معناشناختی دو شخصیت عروسکی مبارک و کاراگز: کارکرد فرهنگی و هویتی که در این پایان‌نامه پژوهشی گسترده‌تر در راستای مطالعه شخصیت مبارک و کارکردهای آن انجام پذیرفته و احیای آن در سطح جامعه به صورت فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته است.

روش پژوهش

این مقاله به صورت پژوهش میدانی و مطالعات کتابخانه‌ای انجام پذیرفته و دو عروسک کاراگز و مبارک مورد بررسی و مطالعه اجتماعی و فرهنگی قرار گرفته، همه عناصر پیشینه‌ای آن استخراج شده، سپس جنبه‌های تعاملات هویتی و فرهنگی بین دو عروسک مقایسه گردید. در پایان راهکارهایی جهت کاربردی نمودن حضور عروسک مبارک در فضای بینارسانه‌ای مورد مطالعه قرار گرفته و بیان شده است.

تحلیل نشانه معناشناختی دو عروسک با ظاهر متفاوت که می‌توان با جستجو در شخصیت‌های آن‌ها کارکردهای مختلف‌شان را مورد بررسی قرار داد و با توجه به نمونه‌های انجام شده‌ی موفق در مورد عروسک کاراگز در کشور ترکیه به لحاظ فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی بتوان در مورد عروسک مبارک هم به غیر از پژوهش و نوشتن مقاله، با پررنگ کردنش در سطوح مختلف و

ایجاد جذابیت مخصوصاً برای نسل جدید آن‌ها را با فرهنگ غنی خود آشتی داد و همین‌طور با معرفی هر چه بیشتر این عروسک به پژوهشگران عروسک‌های سنتی در سطح جهان آن‌ها را با «مبارک» که پیشینه‌ای بس طولانی داشته است آشنا تر کرد. با توجه به نظام‌های گفتمانی به تحلیل در جایگاه این دو عروسک می‌پردازیم.

گفتمان و نظام‌های گفتمانی

اگر گفتمان را به‌عنوان یک روش پژوهش در نظر بگیریم، آنگاه طیف وسیعی از روش‌ها را خواهیم داشت که در یک طرف آن تحلیل دستور زبان و تحلیل جمله و تحلیل مکالمه و در طرف دیگر آن تحلیل جامعه و تحلیل نظام‌های معرفت و تحلیل دوره‌های تاریخی را خواهیم داشت. همان‌طور که هورات اشاره می‌کند: «برای بعضی افراد، تحلیل گفتمان نوعی تخصص بسیار جزیی است که بر گفتاری منفرد و یا اکثراً بر مکالمه دو نفر متمرکز می‌کند. برخی دیگر گفتمان را همچون کلیت نظام اجتماعی می‌پندارند که با این برداشت، گفتمان‌ها سازنده جهان اجتماعی و سیاسی است. برای مثال دریدا معتقد است که وقتی زبان در طرح مسایل عام وارد شد، درواقع هر چیزی به گفتمان تبدیل می‌شود. ارنست لاکلاو و شنتال موفه برای تأکید به این واقعیت که پیکربندی اجتماعی امری معنا دار است، از مفهوم گفتمان استفاده می‌کنند.» (Howarth, 2002;2)

آنچه در این متن مورد نظر بوده، تقسیم‌بندی شعیری در نشانه‌شناسی سیال (۱۳۸۸):

۱۳) است. وی عوامل گفتمانی را به دو دسته کنشی و شوشی تقسیم می‌کند. عوامل کنشی به سه دسته کنش‌گزار، کنش‌گر، کنش‌پذیر و عوامل شوشی نیز به سه دسته شوش‌گزار، شوش‌گر و شوش‌پذیر تقسیم می‌شوند. از ویژگی‌های مهم گفتمان، ویژگی کنشی آن است. کنش، عملی است که ضمن تحقق برنامه‌ای موجب تغییر وضعیتی به وضعیت دیگر شود. آنچه در برابر کنش قرار می‌گیرد و جریان بعد از تحقق تغییر را شامل می‌شود، شوش است شوش از مصدر شدن، توصیف کننده حالتی است که عامل گفتمانی در آن قرار دارد ممکن است ما در یک گفتمان، فقط کنش و فعالیت نبینیم، بلکه با تغییر و احساس و ویژگی‌های روحی روبه‌رو باشیم؛ این تغییر و ویژگی روحی (اندوه، شادی، امید...)، ویژگی شوشی یک گفتمان به شمار می‌آید. گستره‌ی جریان شوشی از دورترین نقطه‌ی زمانی در آینده (پس‌تیدگی) آغاز و تا دورترین نقطه زمانی در گذشته (پیش‌تیدگی) ادامه دارد (شعیری، ۱۳۸۸: ۱۰۰).

انواع نظام‌های گفتمانی

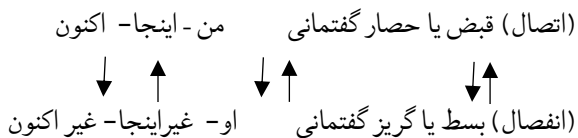
گرمس معتقد است در فرایند تحلیل متن یا گفتمان، نظام معنایی کشف می‌شود؛ زیرا ساختارهای دلالت، کاملاً تقطیع می‌شوند این تفکر او با نام الگوی زایشی مطرح می‌شود شعیری در شرح نقصان معنا (۱۳۸۹: ۵) می‌نویسد: زایشی الگوی که از مطالعات پراپ سرچشمه می‌گیرد، الگویی دینامیک است که چگونگی تجدید معنا در داستان را نشان می‌دهد بر همین اساس است که گرمس موفق به بنیانگذاری نظام گفتمان روایی یا به عبارتی نشانه‌شناسی استاندارد می‌شود او سلیستر از همه از کاربردهای روایت شناسی در شناخت سازمان صوری نظام‌های پیچیده‌ی نشانه‌شناختی دفاع کرده است (السیسور، ۱۳۸۳: ۸۳). بدین ترتیب ما با نظام‌های گفتمانی مختلفی با توجه به ویژگی‌های نشانه معنایی حاکم بر آنها روبه‌رو هستیم که به سه دسته ی کلی: هوشمند، احساسی و رخدادی تقسیم می‌شوند اگر مبتنی بر کنش باشند، نظام‌های گفتمانی شناختی (یا هوشمند) را می‌سازند. اگر مبتنی بر شوش باشند، نظام‌های گفتمانی احساسی را می‌سازند. اگر هم تصادفی و بدون اراده‌ی بشری باشند، نظام‌های رخدادی را به وجود می‌آورند (شعیری، ۱۳۸۶: ۱۱۵).

اتصال و انفصال گفتمانی^۱

می‌توان براساس مباحث مطرح شده، به یکی از موضوعات اساسی اعمال گفتمانی یعنی انفصال و اتصال که در قلب فرایند گفتمان قرار دارد، پرداخت، همچنان که می‌دانیم، در زمان تحقق عمل زبانی، گفتمان بعضی از واژه‌های متعلق به خود را به «بیرون از خود» هدایت می‌نماید. همین عمل است که عبور از گفتمان به گفته را میسر می‌سازد. به دیگر سخن، برای تولید گفته، راهی جز نفی عوامل متعلق به گفتمان-من، این‌جا، اکنون- وجود ندارد و تنها از طریق عملیات برش یا «انفصال گفتمانی» است که این نفی صورت می‌گیرد. سه عامل انفصالی دخیل در ایجاد چنین فرایندی عبارتند از: انفصال عاملی، زمانی، مکانی. به این ترتیب، من به «غیر من»، این‌جا به «غیر این‌جا» و اکنون به «غیر اکنون» تبدیل می‌شود. پس، عملیات انفصال گفتمانی جریانی است که سبب تغییر عامل «من» در گفتمان و زمان و مکان متعلق به آن می‌شود (شعیری، ۱۳۹۵: ۲۵).

¹ Embrayage et débrayage énonciatifs

به عقیده‌ی ژاک فونتنی (۱۹۹۸: ۹۴)، «اتصال گفتمانی با گستردگی در تضاد است، چراکه به مرکز اصلی گفتمان نزدیک است و فشرده‌گی یا قبض کلامی را در پی دارد.»



شاید در پایان این مبحث، ذکر این نکته ضروری است که گذر از حصار گفتمانی به گریز گفتمانی صورت نمی‌پذیرد، مگر اینکه حضوری فعال، از موضع و جایگاه گفتمانی که آن را گفته‌پردازی تعبیر نمودیم، عهده‌دار تحقق آن شود. در حقیقت، این جسم گفته‌پرداز است که خود را در «اینجا» یا «آنجا»، در «اکنون» یا در «غیراکنون» در «من» یا «او» می‌یابد و به این ترتیب سبب تحرک و پویایی گفتمان می‌شود (شعیری، ۱۳۹۵: ۲۷).

سیاه نماد سوگواری و سفید نماد پاکی و صفاست، یک نماد (که مظهر سمبل هم نامیده می‌شود) نتیجه‌ی فرآیند شناختی است که به تبع آن موضوع و رای استفاده‌ی ابزار، معنای ضمنی پیدا می‌کند (لنگ، ۱۳۹۰).

رسانه و بینارسانه

جرج ماکیناس در اوایل دهه ۱۹۶۰ در پی اشاعه‌ی جنبشی ضد هنر، گروهی از هنرمندان را گرد هم آورد تا مفاهیمی سنتی هنر و سلسله مراتب اجتماعی حاکم بر آن را به چالش بکشند. این جنبش همواره با اذعان به میراث‌داری گذشته، خود را نتودادا دانسته و گذر از مرزهای هنری را اقتباسی از آن‌ها قلمداد می‌کرد. بیانیه‌های ماکیناس - رهبر خودخوانده گروه - در سال ۱۹۶۲ با عنوان «نتودادا در موسیقی، تاتر، شعر و هنر» و بیانیه‌ی ۱۹۶۳ وی، با در نظر گرفتن دادا به عنوان «نمونه‌ی تاریخی فلوکسوس»، معتقد بود که تنها ساختارشکنی داداگونه، توانایی گذر از ایدئولوژی‌های حاکم بر هنر را دارا است (Brill, 2010: 98; Berghaus, 2005: 114). همچنین وی، با در نظر گرفتن دادا به عنوان «نمونه تاریخی فلوکسوس خود (۱۹۶۶ و ۱۹۷۳)، که پیشینه و بافت تاریخی جنبش را ترسیم کرده، به‌وضوح به تأثیر تأثرهای فوتوریستی، کلاژهای دادائیستی، حاضرآماده‌های مارسل دوشان و ایده‌های وی پیرامون «کنش خلاق»

(مخاطب) و نوآوری‌های جان کیچ در موسیقی اشاره کرده است» (Higgins, 2002: 78; Waxman, 2010: 186). بن ووتیه نیز عقیده دارد که فلوکسوس بدون دادا، مارسل دوشان و کیچ وجود نمی‌داشت (Brill, 2010: 105). کریستین استایلز با استناد به این تجارب، هستی‌شناسی فلوکسوس را ماهیتاً کاری اجرایی (در زمینه ترکیب هنرها) در نظر می‌گیرد (Stiles, 1993: 65)، و دیگر هیگینز نیز از آن به «بینارسانه» تعبیر کرده و آن را مشخصه‌ی کانونی آثار فلوکسوس به شمار می‌آورد (Revich, 2007: 1).

با توجه به نظریه‌های موجود می‌توان کارکردهای مختلف این دو عروسک نمایشی را تحلیل کرد و حضور آن‌ها را در اجتماع، فرهنگ و همچنین با توجه به محبوبیت آن‌ها جنبه‌های مثبت و تأثیرگذار آن‌ها را بر اقتصاد مورد بررسی قرار داد.



تصویر ۱. عروسک مبارک (عظیم‌پور، ۱۳۸۹: ۳۶۸)



تصویر ۲. عروسک‌های کاراگز- سمت راست و حاجی‌وات- سمت چپ (اوزوهان، ۲۰۱۴: ۲۲)
جدول ۴-۱- وجوه مشترک و وجوه افتراق (منبع نگارنده)

عنوان‌ها	عروسک مبارک	عروسک کاراگز (Karagöz)
نمایش سنتی	است	است
حضور مرشد	در کنار خیمه و مری	در پشت پرده و پنهان
حضور کاراکترهای دیگر در نمایش	وجود دارد	وجود دارد
استفاده از موسیقی	کاربرد دارد	کاربرد ندارد
استفاده از آلات موسیقی سنتی	بله	بله
شعر خواندن	بله	بله
حرکت موزون	دارد	دارد
نمایشی قدر	است	است
شخصیت قنادانه	دارد	دارد
شوخی با اربابان	دارد	دارد
وجود رنگ مشترک در لباس عروسک‌ها	رنگ لباس قرمز	از رنگ قرمز استفاده شده
جنس عروسک	پارچه ای و سه بعدی	چرمین و تخت
نوع بازی گردانی عروسک	بطنی و دستی	با چوب
نور پردازی	پروژکتور	شمع نوری
صدا سازی	تماماً یا صغیر است	در بعضی از مواقع در صغیر دمیده می شود
نوع ساز	تنبک و گمانچه	دایره زنگی
نوع نمایش	خیمه شب بازی	سایه بازی

با توجه به معرفی این دو عروسک و بررسی آن‌ها می‌توان گفت اگر چه هر کدام از این نمایش‌ها با دو شیوه متفاوت و دو زبان متفاوت با عروسک‌های متفاوت اجرا می‌شود اما اگر به طور دقیق آن‌ها را بررسی کنیم یک رنگ بودن فرهنگ را در تاریخ، شخصیت مبارک و کاراگز و همین طور کاراکترهای دیگر این دو نمایش می‌بینیم نوع ارتباط آن‌ها با بیننده و احساس نیاز برای بودن این طور نمایش و داستان در آن زمان و تا به امروز مشترک است و به نظر می‌رسد این دو عروسک از هر کجا که به این کشورها آمده‌اند ریشه‌های مشترک دارند، خصوصیات آن کشورها را گرفته و شخصیت آن‌ها بالغ شده و می‌توان رنگ و بوی آن فرهنگ را در شخصیت‌های این دو نمایش دید و طبق نیاز آن کشورها و قابل فهم بودن شخصیتشان برای آن مناطق رشد کرده‌اند، تار و پود و خلق و خوی آن کشور را گرفته و با مشکلات، غم‌ها و شادی‌های مردمان آن اقلیم عجین شده و به اصطلاح «آن جایی» شده‌اند و همین طور کاراکترهای غیر اصلی این دو نمایش هم اشتراکات زیادی دارند که ریشه در سرگذشت مشابه دو فرهنگ ایران و ترکیه دارد و پیشنهاد می‌شود مورد بررسی قرار گیرند.

بررسی جایگاه هویتی و فرهنگی عروسک‌ها

در طول پژوهش متوجه شباهت‌ها و تفاوت‌های این دو عروسک از نظر ساختاری و مفهومی شدیم. در مورد مبارک متوجه شدیم که این عروسک ریشه در باوری عمیق فرهنگی دارد و از دورترین در گذشته تا دورترین در آینده گستره می‌یابد. از نظر مکانی، فضای عروسی مبارک می‌تواند بر فرهنگ آفریقایی تا فرهنگی هندی و سپس اسطوره سیاوش دلالت کند. به همین دلیل مبارک عروسی است که اگر چه در بوم زیست جامع ایرانی ریشه دوانده است، اما فضایی بینافرهنگی را نیز اشغال می‌کند. اما در همین رابطه عروسک کاراگز بر اساس داستانی در خود ترکیه شکل گرفته است و کمتر از مبارک در فضای متکثر بینافرهنگی قرار می‌گیرد. در رابطه با کارکرد گفتمانی عروسک‌ها نیز همین تکرر و حتی چندگفتمانی مشاهده شد. مبارک در عین وجه طنزپردازی می‌تواند گفتمانی بسیار جدی باشد. گستره مفهومی آن نیز از سیاست تا جامعه و فرهنگ را در بر می‌گیرد. مبارک از نظر فضای عاطفی نیز دارای یک پارادوکس مهم است که عبارت است از وجد و شادمانی و در عین حال اندوه و ماتم. بنابراین کارکرد چندگفتمانی و وجوه چندگانه مبارک سبب می‌گردد تا مخاطب هر لحظه بتواند شگفت زده شود. چون مبارک چیزی را تولید می‌کند که مخاطب انتظار آن را ندارد. به همین دلیل باید برای این عروسک کارکردی پویا

و دینامیک در نظر گرفت. نکته مهم دیگر این است که هر چند مبارک سر در اسطوره دارد چون با داستان سیاوش و ماجرای اسب سیاه گره خورده است، اما باز بسیار امروزی جلوه می‌کند. این نکته نشان می‌دهد که حتی از نظر زمانی مبارک هم اصالتگراست هم متجدد. مهمترین ویژگی مبارک این است که در یک قاب نمی‌گنجد و گستره حضور او همه جانبه است.

باید گفت به دلیل استفاده از آیگون این دو عروسک در فضاهایی غیر از فضای نمایش خیمه‌شب‌بازی و سایه‌بازی و با شناخت به اینکه آنها وجه‌ایی از آیگونیک بودن خود را حفظ کرده‌اند در عین حال از آیگون بودن خود فاصله گرفته‌اند. یعنی این دو عروسک بسط می‌یابند و می‌توانند تا مرز استعاره پیش بروند و طبق فرآیند نشانه‌ایی پیرس آیگون امکان عبور به نماد را دارد بنابراین عروسک کاراگز که بیشتر از عروسک مبارک مورد استفاده در غیراز فضای نمایشی‌اش قرار گرفته و با استفاده از تصویر و نشانه آن در فضای شهر سازی، موزه، پوستر، تبلیغات، سینما، انواع کالاهای مورد استفاده عموم و بسیاری موارد دیگر قرار گرفته، بی‌شک در طول زمان و با تکرار شخصیت خود در نمایش که شخصیتی متکثر و سیال است، جایگاه ویژه‌ایی در نگاه مردمان کشورش دارد، چراکه با دیدن تصویر کاراگز بارقه‌ایی از فرهنگ از ذهن بیننده می‌گذرد. با تمام خصوصیات این شخصیت و لحن او در نمایش‌های مختلف، انتقادهایش و شوخی‌هایش به‌علاوه اینکه شخصیتی مؤثر در فرهنگ ترکیه است و تمام این کشور او را به‌عنوان عروسک شاخص تأثر خویش قبول و حمایت می‌کنند، حتی از آن هم گذشته و امروزه به‌عنوان نماد بر روی لوگو شهرداری هم دیده می‌شود. این اتفاق در مقیاسی بسیار کمتر برای مبارک افتاده است و مبارک نیز با تمام محدودیت‌های مشترکی که با کاراگز دارد پتانسیل این وضعیت را دارا است. به دلیل شناخت افراد از دیر باز تا امروز حتی آشنایی اندک عامه‌ی مردم مبارک می‌تواند همان‌طور که در نزدیکی سال جدید و در سفره هفت‌سین نشانه‌هایش دیده می‌شود، پرنگ شده و در وضعیت هایپرآیگون قرار گیرد. چراکه با برنامه‌ریزی دقیق، فرهنگ، آمادگی پذیرش بیشتر او را خواهد داشت و در نتیجه باید بیان کرد کارکرد آیگونیک و هایپر آیگونیک این دو عروسک تابع کارکرد فرهنگی کلیشه‌ایی و متکثر است. اما ویژگی مهم دیگری که در طول روایت برای دو شخصیت وجود دارد بداهه‌گویی آنهاست: اگر چه هر دو نمایش ساختار مشخصی دارند اما این بداهه‌گویی که در دو نمایش توسط این دو عروسک (مبارک و کاراگز) بازگو می‌شود ما را با انفصال گفتمانی مواجه می‌کند چراکه به هر روی وضعیت طنزآمیز و خنده‌آوری هم ایجاد می‌شود و گاهی دیگر متصل و محدود به نمایش نیست و با نقدهایی که مانند طنز تلخ است به لحاظ زمانی، مکانی و

همچنین گفته‌پردازی از منبع اصلی خارج می‌شود و سه عنصر نشانه - معنایی موضوع، زمان و مکان بسط می‌یابند. در حقیقت این جسم گفته‌پرداز است که خود را در «اینجا» یا «آنجا»، در «اکنون» یا در «غیر اکنون» و در «من» یا «او» می‌یابد و به این ترتیب سبب تحرک و پویایی گفتمان می‌شود. همچنین بداهه‌گویی آنها را در انفصال با پیکره‌های اصلی نمایش از لحاظ مکانی و زمانی نیز قرار می‌دهد و باعث تعدد و کثرت در سخن می‌شود. بداهه‌گویی نظام گفتمانی را از گفتمان کنشی خارج می‌سازد و در واقع بدون برنامه‌ریزی است و همان چیزی است که رخداد نام دارد. یعنی بدون هیچ برنامه از پیش تعیین شده‌ای رخ می‌دهد و در نظام گفتمانی رخدادی قرار می‌گیرد و در آن بروز معنا محصول جریانی نامنتظر از نوع حسی-ادراکی است. در این نظام که احساس و ادراک وجود دارد شوش نیز داریم و به‌طور کلی حضور این دو عروسک (مبارک و کاراگر) در نمایش نوعی فرآیند شوشی را ایجاد می‌کند که نظام‌های گفتمانی احساسی را می‌سازد. در واقع، همان پارادوکس‌های معنایی سبب می‌گردند تا دو عروسک ضمن اینکه می‌توانند یک روایت منسجم را برای مخاطب رقم بزنند، در عین حال می‌توانند با گفتمانی رخدادی و غیر تعیینی، نامنتظر و حتی شوک آور ایجاد کنند.

بطور کلی مبارک و کاراگر هر دو در نمایش با توجه به شخصیت‌هایشان دارای ویژگی‌های حسی و ادراکی هستند که آنها را در نمایش مجزا کرده و به صورت فردی هویت‌بخشیده است و در نتیجه هویتی پویا و انتقالی موجب شکل‌گیری کارکرد هویتی دو عروسک است.

همچنین با توجه به فضای بینارسانه‌ایی و بینافرهنگی ایجاد شده برای عروسک کاراگر به غیر از فضای نمایشی، در سطح شهر، بازار و به‌طور کلی فضای شهری این موضوع روشن گردید که با قرار دادن عروسک مبارک در چنین فضایی می‌توان از آن در کارکرد اجتماعی و اقتصادی سود جست. با قرار گرفتن در چنین فضای مجدداً نظام‌های گفتمانی به مراتب حاضر می‌شوند. به این ترتیب برای دستیابی به معنای زنده (نه معنای فنی، مکانیکی و مرده) باید تفکرات صرفاً فنی و علمی را با عالم احساس و ادراک گره بزنیم تا بتوانیم به معنای حقیقی و زنده یک چیز نزدیکتر شویم. استفاده از عروسک مبارک به همان منوالی که برای عروسک کاراگر ذکر شد جریان شوشی را ایجاد می‌کند که این جریان مشاهده‌ی بیننده را از دورترین نقطه زمانی در گذشته آغاز و تا دورترین نقطه زمانی در آینده ادامه می‌یابد. پیوند این فضای شوشی با احساس و ادراک است و تکثر احساس و ادراک باعث می‌شود تا حضور بتواند از دورترین زمان و مکان در گذشته تا دورترین زمان و مکان در آینده سیلان یابد.

تولید کالاهای تجاری با نشانه‌هایی از مبارک در فضاهای مختلف و استفاده از این شیء ارزشی که در خود باری از حس و ادراک جمعی را دارد، جامعه را به سمت شناخت شاعرانه سوق می‌دهد که تعیین‌کننده شرایط حضور یا گونه زیستی ما می‌گردد. به همین دلیل آنرا جریانی شوشی می‌نامیم. یعنی اینکه گونه‌ایی پدید می‌آید تحت عنوان زیست-شناخت که تعیین‌کننده رابطه حساس بین انسان و شیء یا موضوع مورد نظر است. در همین رابطه است که ما دچار لذت و هیجان می‌شویم، به وجد می‌آیم، شگفت‌زده می‌شویم و یا شدیداً تحت تأثیر قرار می‌گیریم. این نوع «شناخت» با «شدن» ما در ارتباط مستقیم است و به همین دلیل ما آن را شوشی می‌خوانیم. ما در مقابل چیزی قرار می‌گیریم که دیگر فقط شیء با عملکرد فنی نیست، بلکه بر فراز آن قرار دارد. حضور ما را پر می‌کند و به جای تأثیر بر دانسته‌های ما، باور ما را مورد هدف قرار می‌دهد، بنابر این حضور اسطوره‌ایی، حضوری قوی و قدرتمند است و می‌توان نتیجه گرفت شناخت اسطوره‌ایی به جای آنکه دانش آفرین باشد، باور آفرین است، از این رو، با قرار دادن عروسک مبارک در تعامل با تولیدات فرهنگی دیگر می‌توان به کارکرد اجتماعی و اقتصادی رسید و پیشنهاد می‌شود با توجه به پتانسیل و پیشینه این عروسک و تأثیر آن در اجتماع، فرهنگ و اقتصاد ارگانی با بودجه مکفی متولی احیای این عروسک برای تولید کالاهایی با برند «مبارک» به لحاظ ظاهری و محتوا، همانند آنچه که در مورد عروسک «کاراگز» اتفاق افتاده است، انجام شود، چراکه این اتفاق سبب کمک به پیوند، شناخت و حمایت نسل جدید از عروسک ملی خود خواهد شد.

بررسی جایگاه اجتماعی- اقتصادی عروسک‌ها

بهتر است بیشتر به فعالیت‌های انجام شده در رابطه با عروسک کاراگز توجه کرد، فرای ساخت موزه با نام کاراگز تمامی فعالیت‌هایی که در جهت نشان دادن این شخصیت عروسکی در کشور ترکیه در جهت احیای آن انجام شده همه و همه به شدت مؤثر واقع شده‌اند در سطح شهر و بازار بسیاری لوازم با تصویر آشنای کاراگز موجود است به طوری که تبدیل به کالایی جهت سوغاتی برای توریست‌ها هم شده است در واقع به نظر می‌رسد در گفتمان جدیدی با احیای همان شخصیت در فضای دیگری مدام قابل رویت است اگرچه در برخی فیلم‌ها و سریال‌ها هم به نحوی از عروسک، نام و یا تکه کلام‌های کاراگز استفاده می‌شود و به بیننده او را یادآوری می‌کند، در واقع او را در یک نظام بینارسانه‌ای و بینا فرهنگی قرار می‌دهد.

فونتتی در این زمینه چنین می گوید: بینارسانه می تواند به عنوان «چند صدایی گفتمانی» در نظر گرفته شود. فاصله بین پلان های گفتمانی باعث می شود رسانه ای در درون رسانه ی دیگر قرار گیرد، اما گفتمان هایی که چنین بر چالش با یکدیگر قرار می گیرند، هر یک زاویه دید و نظامی از ارزش ها را در خود جای می دهند، همچنین می توانند برای یکدیگر چالش ایجاد کنند، در تعامل یا تقابل هم قرار گیرند و یکدیگر را تفسیر کنند که همه این ها بر اساس اصل چند صدایی رخ می دهد. همان گونه که گفته نقل شده می تواند موجب هم زیستی زوایای دید مورد چالش و گفت و گو واقع شود، بینارسانه ای هم می تواند در راستای چالش، مذاکره، تباری و در مجموع دیالکتیکی برای خلق استفاده شود (Fontanille, 2007: 108).

مروری خواهیم داشت بر فرهنگ و چگونگی زمینه سازی برای توسعه فرهنگی که بسیار کمک کننده در جهت احیای عروسک مبارک و همچنین چگونگی ایجاد فضای گفتمانی بینارسانه ای در جهت قرار دادن مبارک در تعامل با دیگر تولیدات فرهنگی است.

باید توجه داشت که توسعه فرهنگی همان طور که از سوی زمینه ساز و علت توسعه ابعاد دیگر جامعه است، در دیگر سو، معلول آنها نیز است. به این معنا که پیشرفت همه جانبه جامعه خود برای رشد و بالندگی فرهنگ کمک شایانی است. به عبارت دیگر، به رغم اولویت فرهنگ بر دیگر عناصر اجتماعی در فرآیند توسعه یافتگی، آنچه که نقش تعیین کننده نهایی را برعهده دارد، نوع کنش و واکنش یا به عبارت بهتر نوع تعامل مثبت در قالب ارتباطی دیالکتیکی میان فرهنگ و عناصر دیگر جامعه همچون اقتصاد، سیاست و... است. فرهنگ عبارت است از: نظام مشترکی از باورها، ارزش ها، رسوم، رفتارها و موضوعاتی که اعضای یک جامعه در تطبیق با جهان نشان و در رابطه با یکدیگر به کار می برند و از راه آموزش از نسلی به نسل دیگر انتقال می دهند. فرهنگ دارای دو عنصر مادی و غیرمادی است، برای بهبود آثار سیاست ها و اقدامات فرهنگی توجه متعادل به هر دو بعد فرهنگ الزامی است و نتیجه نگاه یک سو به فرهنگ، از بین رفتن هرگونه پویایی در جامعه خواهد بود. (صالح نیا، نرگس، جلال دهنوی و امین حق نژاد، ۱۳۸۹).



تصویر ۳. موزه کاراگز در بورسای ترکیه عکس از نگارنده
میدان کاراگز روبروی موزه کاراگز

بنابراین، دو شخصیت عروسکی مبارک و کاراگز دو عروسک اصلی در نمایش خیمه‌شب‌بازی و سایه‌بازی هر کدام نشانه‌ای برجسته از دو نمایش مذکور هستند، مبارک در طول دوره‌های مختلف جایگاه ویژه‌ای در نمایش ایرانی پیدا کرده‌است و با توجه به کمرنگ شدن و حمایت این نمایش‌ها همچنان عموم مردم تصویر او و تا حدودی شخصیت او را می‌شناسند و به هر حال از شناخته شده‌ترین عروسک‌های نمایشی در ایران است اما متأسفانه نسل جدید در بیشتر مواقع دیده شده با این شخصیت نمایشی آشنایی ندارند و به نظر می‌رسد کمتر مواجه شدن با این نمایش، این شخصیت عروسکی و حتی ندیدن و استفاده نکردن از نشانه‌های این عروسک و تصویر آن علت این گسست است، چراکه با استفاده از تصویر مبارک هم می‌توان کودکان را با او، شخصیت و نمایش‌هایش آشنا کرد و این در حالی است که عروسک کاراگز که از همان ابتدا جایگاه ویژه‌ای در نمایش سایه‌بازی داشت و شخصیت اصلی نمایش به شمار می‌رفت و همچنان نیز این‌گونه است مشاهده کرد که در طول سال‌ها تحریم که روزگاری همچون مبارک و نمایش خیمه‌شب‌بازی را داشته است دوباره با برنامه‌ریزی‌های دقیق احیا شده به طوری که نه تنها با نسل جدید پیوند داده شد بلکه امروزه در جهان نیز بیشتر شناخته شده است و از جمله فعالیت‌های صورت گرفته احداث موزه‌ای در پایتخت فرهنگی ترکیه، شهر بوسا است که از معماری آن تا چیدمان داخلی همه و همه مرتبط با نمایش سایه‌بازی و کاراگز است و همین‌طور گردآوری عروسک‌های نمایشی جهان. درست است که در ایران هم موزه‌هایی در رابطه با عروسک یافت

می‌شود اما هیچ کدام نام مبارک_ مبارک را ندارند! موزه‌ی عروسک بوسا با نام کاراگز و میدانی با مجسمه‌های کاراگز از آثار مهم در رابطه با شناساندن این عروسک به مردم خود و همین‌طور به توریست‌ها دارد و البته فضایی دلگرم برای عروسک‌گردانان و هنرمندان کاراگز است و در این‌جا است که ارتباط آن با نظام شوشی برقرار می‌شود و نوع حضور ایزه برای سوژه و رابطه عاطفی میان سوژه‌ها کیفیت مهم و جایگاه ویژه‌ای را منجر می‌شود؛ بنابراین، شوش می‌تواند در راستای بازسازی یا احیای حضور و رابطه عاطفی از دست رفته باشد که در این حال با شوشی احیایی مواجه هستیم. این حالت تا حدی به جنبه‌ی نوستالژیک انسان‌ها نیز مرتبط است. حضور مجدد چیزها و رابطه زیستی با آن‌ها از طریق خاطره نیز همین احیای شوشی است. در همین ارتباط امکان نوعی ترمیم شوشی نیز هست. بازسازی یک خاطره دلچسب و یا بازسازی قطعه‌ای از یک آلبوم موسیقی در همین راستاست. اما اگر شوش مرتبط با ابداع و دارای جهت‌گیری منطبق با ایجاد چیزی نو باشد، در این حالت با ابداع شوشی مواجه هستیم. با توجه به اینکه این دو نوع شوش، یکی ریشه در گذشته و دیگری ریشه در آینده دارد، می‌توان نتیجه گرفت که از نظر زمانی، شوش پیشاتشی و پساتشی است. اگر شوش، مبتنی بر حاضرسازی چیزی باشد که در گذشته، به نحوی حضور داشته و حالا این حضور به هر دلیلی دور از تصور است، ولی همچنان دارای وزنی از نظر محتوا و معنا است، ما در صورت رجوع و اقدام به احیای آن، در وضعیت پیشاتشی قرار می‌گیریم. به این معنا که اصل حضور با فشاره و گستره مربوط به آن متعلق به گذشته است. اما اگر شوش مبتنی بر ابداع چیزی باشد که نه در گذشته وجود داشته و نه در حال، این امر به پروژه‌ای برای آینده تبدیل می‌گردد؛ یعنی اینکه چیزی در آینده شکل خواهد گرفت و انتظاری نسبت به آن در ما ایجاد می‌شود که این امر ما را در وضعیت حاضر سازی در آینده قرار می‌دهد که دارای جنبه پساتشی است. شایان ذکر است در شهرهای دیگر ترکیه نیز آثاری در رابطه با کاراگز به چشم می‌خورد و این عروسک برای مردمان ترکیه اهمیت فراوانی دارد و یکپارچه او را دوست دارند، به نظر می‌رسد در کشور ایران به دلیل اقلیم و زبان‌های گوناگونی که وجود دارد و با توجه به شخصیت‌های عروسکی که در مناطق مختلف بسیار هستند مبارک را آن‌چنان که باید قبول نکردند و کمتر پویایی آن به این دلیل است اگرچه مبارک همچنان نفس می‌کشد و در بین مردم ایران شناخته شده‌ترین عروسک نمایشی و محبوب است در جهت احیای آن تلاش بسیار کم بوده چراکه با جایگزینی عروسک‌های جدید و هویت‌بخشیدن به آن‌ها احیای مبارک و مخصوصاً پیوند او با کودکان سخت است اگر چه هنوز کارهای بسیاری می‌توان کرد یکی دیگر از فعالیت‌های

مثبت ترکیه در رابطه با عروسک کاراگز ایجاد فستیوال‌های مختلفی است که در همه آن‌ها به صورت مرتب برای بازدیدکنندگان و شرکت‌کنندگان اجرای نمایش کاراگز وجود دارد و البته مهم‌ترین آن جشنواره‌ای با نام خود_ کاراگز است، تقریباً تمامی آثار اجرای نمایش سایه‌ی کاراگز است اگرچه ما نیز جشنواره‌ای با نام تهران مبارک (یونیمما مبارک) در ایران داریم اما آیا جایگاه مبارک و عروسک‌گردانان قدیمی این هنر در این جشنواره‌ها جایگاه ویژه‌ای در جهت احیای این عروسک است؟ آیا آن‌طور که این شخصیت عروسکی پتانسیل حضور در فضاهای مختلف را دارد نمایش داده می‌شود؟ اما به هر روی هر دو عروسک با توجه به حضورشان در طول سال‌های بسیار و تکرار شخصیت‌شان در نمایش و همین‌طور ویژگی‌های کلایشان که در بین مردم هم به صورت تکه کلام در آمده و به هر نحوی همیشه شناخته و دوست داشته شده‌اند و در فرهنگ جاری بوده‌اند. همین امر است که آن‌ها ویژگی‌های ایکونیک و هایپر ایکونیکی که به خود گرفته‌اند و از نمایش فراتر رفته و در جایگاه‌هایی از شهر و بازار و سینما حضور داشته و همچنان در فرهنگ و متکثر در اجتماع بوده‌اند و در نهایت با برنامه‌ریزی‌های دقیق و حمایت‌های انجام شده در رابطه با عروسک کاراگز دیده شده که بر چرخه اقتصادی شهر بوسا بسیار واقع شده و همین فعالیت‌های مثبت نیز در مورد مبارک کارساز است،



تصویر ۴. لوزام تبلیغاتی و مصرفی مختلف با استفاده از المان کارگز که

در سطح شهر موجود و در دسترس است (نگارنده).

به‌طور کلی می‌توان گفت با رویکرد تحلیلی نشانه معنانشناسی که به طور عمیق این مسئله را مورد بررسی قرار داد این مسئله مبرم شد که با توجه به هویتی‌های پویا و انتقالی این عروسک‌ها کارکرد هویتی پیدا کرده‌اند که در مورد عروسک کاراگز با ایجاد فضایی بینافرهنگی و بینارسانه‌ای

موجب زنده ماندن این عروسک و ارتباط عمیق مردمان ترکیه از هر قشری با عروسک کاراگز شده است و به نظر می‌رسد این نتیجه‌ی مثبت را برای عروسک مبارک که همچنان حتی خود عروسک هم برای خرید در دسترس نیست می‌توان داشت و می‌توان با در تعامل قرار دادن آن در تولیدات فرهنگی دیگر، به فضای بینارسانه‌ای کاربردی رسید.

نتیجه‌گیری

با توجه به تحلیل‌های نشانه-معناشناختی دو شخصیت عروسی از دو نمایش خیمه‌شب‌بازی و سایه بازی که به طور عمیق با مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای حاصل گردید باید گفت هر دو عروسک توانایی خروج از وضعیت‌های بسته، تعینی و شکل‌گرفته در قالب‌های فرهنگی مشخص را دارند. همچنین مشخص شد که هر دو عروسک به دلیل وضعیت‌های چند گفتمانی، بینارسانه‌ای، انفصال گفتمانی و زمان‌مندی متکثر می‌توانند در درون فضای هایپرایکونیک با توجه به نیازهای زمان حال تولید معنا کنند. بداهه‌گویی این دو عروسک است که باعث انفصال گفتمانی می‌شود و دیگر متصل به نمایش نیست و به لحاظ گفته‌پردازی از منبع اصلی خارج می‌شود و همین مورد باعث بسط سه عنصر نشانه-معنایی موضوع، زمان و مکان و همچنین باعث تعدد و کثرت در سخن می‌شود و این پارادوکس‌های معنایی سبب می‌گردد تا دو عروسک ضمن اینکه می‌توانند یک روایت منسجم را رقم بزنند در عین حال گفتمان رخدادی را ایجاد کنند و با توجه به ویژگی‌های حسی-ادراکی که دارا هستند، به آن‌ها به صورت فردی هویت بخشیده و در نتیجه هویتی پویا و انتقالی موجب شکل‌گیری کارکرد هویتی دو عروسک باشد. و در نهایت در رابطه با سؤال مقاله باید گفت با توجه به عملکرد مثبت ذکر شده درباره عروسک کاراگز تولید کالاهای تجاری با نشانه‌هایی از مبارک و استفاده از این شی‌ارزشی که در خود باری از حس و ادراک جمعی را دارد جامعه را به سمت شناخت شاعرانه سوق می‌دهد که تعیین‌کننده شرایط حضور یا گونه زیستی ما می‌گردد و با توجه به پتانسیل و پیشینه این عروسک می‌توان با قرار دادن آن در تعاملات فرهنگی دیگر به پیوند نسل جدید با عروسک مبارک کمک کرد و در نهایت با تولید لوازمی با نشانه‌های مبارک آن را از شرایط نشانه-اقتصادی به محصولات اجتماعی-فرهنگی تبدیل نمود، که در ادامه باعث رشد شناخت، فرهنگ و اقتصاد در این زمینه خواهد شد.

فهرست منابع

- السیسور، ت، ا، پوپ، (۱۳۸۳)، مروری بر مطالعات نشانه‌شناختی سینما، ترجمه فرهاد ساسانی، چاپ نخست، تهران: سوره مهر.
- بیضایی، بهرام (۱۳۸۳). نمایش در ایران. چاپ چهارم، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
- بیضایی، بهرام (۱۳۹۴)، نمایش در ایران، انتشارات روشنگران، چاپ دهم، تهران.
- صدیق، یوسف (۱۳۸۳)، «پژوهشی در خیمه شب بازی ایران»، با همکاری فاطمه داوری، نمایش (انجمن نمایش)، تهران.
- غریب‌پور، بهروز، (۱۳۷۹). نمایش عروسکی گام‌به‌گام، چاپ دوم، انتشارات کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.
- غریب‌پور، بهروز، (۱۳۶۴). دنیای گسترده نمایش عروسکی، انتشارات سروش.
- غریب‌پور، بهروز، (۱۳۷۹). نمایش عروسکی گام به گام، کانون پرورش فکری کودک و نوجوان.
- غریب‌پور، بهروز، (۱۳۶۴). ورودی به قلمرو شبه عروسک‌ها و نمایش‌های عروسکی، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان.
- عظیم‌پور، پویک (۱۳۸۹)، فرهنگ عروسک‌ها و نمایش‌های عروسکی آیینی و سنتی ایران، انتشارات نمایش، تهران.
- شعیری، حمیدرضا، (۱۳۸۱)، مبانی معناشناسی نوین، تهران، انتشارات سمت.
- شعیری، حمیدرضا، (۱۳۸۵)، تجزیه و تحلیل نشانه‌معناشناسی گفتمان، انتشارات سمت.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۶)، "بررسی انواع نظام‌های گفتمانی از دیدگاه نشانه‌معناشناسی"، مقالات هفتمین همایش زبان‌شناسی ایران، دانشگاه علامه طباطبایی، آذر ماه.
- شعیری، حمیدرضا (۱۳۸۸)، "از نشانه‌شناسی ساختگرا تا نشانه‌معناشناسی گفتمان"، نقد ادبی، شماره ۸ ی.
- شعیری، حمیدرضا، (۱۳۹۱)، نشانه‌معناشناسی دیداری نظریه‌ها و کاربردها، انتشارات سخن، تهران.
- شعیری، حمیدرضا، مجید رحیمی منجری و سید مصطفی مختابادامرایی (۱۳۹۱)، "از مناسبات بینامتنی تا مناسبات بین‌رسانه‌ای بررسی تطبیقی متن و رسانه"، فصلنامه‌ی پژوهش‌های زبان و ادبیات تطبیقی، ۳، ۲ (پیاپی ۱۰)، صص ۱۳۱-۱۵۲، تابستان.
- شعیری، حمیدرضا، (۱۳۹۵)، نشانه‌معناشناسی ادبیات نظریه و روش تحلیل گفتمان ادبی انتشارات دانشگاه تربیت مدرس.
- صالح‌نیا، نرگس، جلال دهنوی و امین حق‌نژاد (۱۳۸۹)، "نقش فرهنگ در توسعه اقتصادی"، ماهنامه مهندسی فرهنگی سال چهارم، شماره ۴۳ و ۴۴، ۶۶-۷۹، مرداد و شهریور.
- گرمس، آلزیرداس ژولین، (۱۳۸۹)، نقصان معنا، ترجمه‌ی حمیدرضا شعیری، تهران نشر علم.
- لنگ، جان، (۱۳۹۰). "آفرینش نظریه معماری: نقش علوم رفتاری در طراحی محیط"، ترجمه علیرضا عینی فرد، تهران، دانشگاه تهران.

- AND, Metin(1927), *Dünyaalara Bizde Gölgeoyunu*, Ankara doğu Matbaacılık, 446+XXXII S.Türkiye İŞ Bankası Kültür Yayınları.
- AND, Metin(1985), *Geleneksel Türk Tiyatrosu*, Istanbul, Anka offset, 5765.
- AND, Metin(2000), *kırk Gün Gece*, Istanbul Isa Er Ofset, 319.
- And, Metin (1977). *Dunyada Ve Bizde Golge oyunu*, Ankara.
- And, Metin (1975). *Karagoz. Turkish Shadow Theatre*. Istanbul: Dost Yayinlari.
- And, Metin (1983), *Geleneksel Turk Tiyatrosu*, Istanbul.
- And, Metin (2005), *Karagoz, Turkish Shadow Theatre*, Dost Yayinlari, Istanbul.
- Berghaun, G. (2005). *Avant- garde Performance*: Palgrave Macmillan.
- Brill, D. (2010). *Shock and the Senseless in Dada and Fluxus*: Dartmouth College Press.
- Fontanille J. (1998), *Semiotique du discours*, limoges, PULIM.
- Fontanille, J. (2007), *Intermedialité: L' affiche dans L'annonce- press,, ' in ' visible: L' hétérogénéité Du visual- N.3. Limoges: Pulim.*
- Higgins, Hannah. (2002), *FLUXUS experience*: University of California Press.
- Ozhan, Mevlut (2014), *Puppetry and Shadow play*, Bursa Metropolitan Municipality library.

تحلیل رابطه خود و دیگری در فیلم « گذشته » اصغر فرهادی: رویکرد

نشانه‌شناسی فرهنگی^۱

بهاره هادی لو^۲

دانشجوی دکتری گروه زبان‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

زهره صفوی زاده سهی

استادیار گروه زبان‌شناسی، واحد تاکستان، دانشگاه آزاد اسلامی، تاکستان، ایران

چکیده

پژوهش حاضر نوعی مطالعه توصیفی-تحلیلی است، که به سینما به‌مثابه نظام نشانه‌ای از دیدگاه نشانه‌شناسی فرهنگی و نظریه طرد و جذب^۳ مکتب تارتو^۴ می‌نگرد و ضمن بررسی فیلم گذشته اصغر فرهادی به بازنگری این رویکردها می‌پردازد. بدین منظور برخی سکانس‌های فیلم بررسی و به تحلیل رفتارهای زبانی و غیرزبانی شخصیت‌های فیلم پرداخته‌شده که بحث خود و دیگری^۵ را مطرح ساخته و استدلال شده که از میان شخصیت‌های موجود در فیلم شخصیت شهریار نمایانگر رویکرد سوم هم خود و هم دیگری^۶ سجودی است و تبادل فرهنگی مثبت را نشان می‌دهد. همچنین پژوهش حاضر حالت چهارمی را که سجودی در مدل تعدیل شده خود از مدل لوتمان^۷ نام برده را مورد بررسی قرار داده و به دو صورت بازتعریف می‌نماید: اول آن‌که حالت چهارم این مدل به نام نه خود و نه دیگری^۸ را به‌صورت سلبی و حالت سوم را ایجابی در نظر گرفت و دیگر اینکه این مدل را با توجه به اصل اقتصاد با اضافه کردن پیوستاری به صورت نسبی تعدیل نمود و بر روی پیوستار به‌عنوان تبادل و پویایی فرهنگی مثبت تا منفی در مفهوم سازنده و یا مخرب بازتعریف کرد.

کلیدواژه‌ها: نشانه‌شناسی فرهنگی، فرهنگ^۹، نظریه‌ی طرد و جذب.

¹ Cultural semiotics

² bahar.hadilo55@yahoo.com

³ Absorption and exclusion theory

⁴ Tartu school

⁵ Self and other

⁶ The approach of both self and other

⁷ Lotman

⁸ no self self and other

⁹ culture

مقدمه

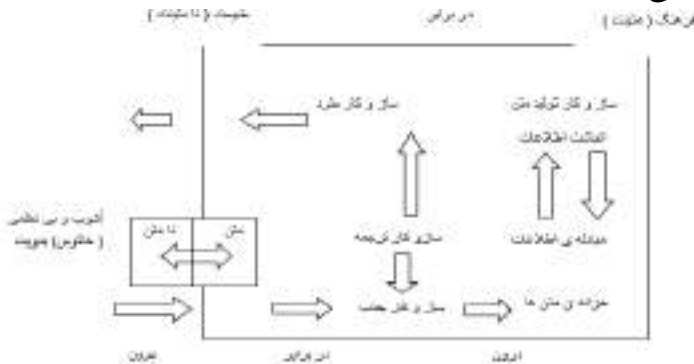
پژوهش حاضر مطالعه‌ای بینارشته‌ای در زبان‌شناسی است که به سینما به‌مثابه نظام نشانه‌ای از دیدگاه نشانه‌شناسی فرهنگی می‌پردازد. در این پژوهش رفتارهای زبانی دخیل در فیلم گذشته مورد بررسی قرار می‌گیرند که تحلیل آنها بحث خود و دیگری، فرهنگ و سپهر نشانه‌ای^۱ و آرمان‌شهرهای ذهنی هر یک از شخصیت‌های فیلم را به نوعی بازگو می‌نماید و مشخص می‌نماید که کدام‌یک از شخصیت‌های فیلم «گذشته» در حرکت از خود به دیگری در بازنمود زبانی و یا غیرزبانی‌شان دچار تبادل فرهنگی مثبت و منفی شده‌اند و همچنین به‌این مسئله توجه دارد که با توجه به فیلم گذشته حالت چهارم مدل تعدیل شده سجودی از حرکت میان خود و دیگری را چگونه می‌توان تبیین نمود.

نظریه طرد و جذب مکتب تارتو-مسکو به‌واقع رویکرد اصلی این پژوهش است. این نظریه از مباحث اصلی نشانه‌شناسی فرهنگی مکتب تارتو است که بنیانگذارش یوری لوتمان است. وی با استفاده از اصطلاح سپهر نشانه‌ای- محل قرار گرفتن فرهنگ و زبان- و همچنین به‌کارگیری استعاره‌های فضایی مانند مرکز و حاشیه و بیرون (دیگری) و درون (خود) به فعالیت در این حوزه پرداخته و الگوی متداول آن را مطرح ساخته است. لوتمان (۱۹۷۳) از نشانه‌شناسی فرهنگی به‌عنوان علمی یاد می‌کند که موضوع آن نسبت‌های کارکردی موجود میان نظام‌های نشانه‌ای مختلف است. «اولین نظام الگوساز^۲ در بیان لوتمان، زبان است و هنر و فرهنگ نظام‌های الگوساز سطح دومی^۳ تلقی می‌شوند البته با گنجاندن اسطوره، بازی ورق، پول و یا قواعد رفتار در این تعریف، لوتمان نظریه‌ی فرهنگی خود را در حوزه محدود در زبان، هنر و ادبیات به حوزه وسیع‌تری گسترش می‌دهد که حوزه آن را سپهر نشانه‌ای می‌نامند» (سجودی، ۱۳۹۰: ۱۲۶).

مکتب تارتو از مدل ذیل، برای درک رابطه روسیه و غرب در دوره پتر کبیر و اسلاودوستان استفاده می‌کند؛ در چنین الگویی برای پتر بخش فرهنگ به معنی فرهنگ غرب و برای اسلاو دوستان بخش فرهنگ به معنی روسیه بود (سجودی و دیگران: ۷۷). این الگو تشکیل شده است از یک مستطیل بزرگ که در درون و مرکز است و فرهنگ نام دارد، در مقابل آن مستطیلی کوچک در حاشیه و بیرون قرار گرفته که نافرنگ و بدوی و طبیعت یا آشوب است. مکتب تارتو برای

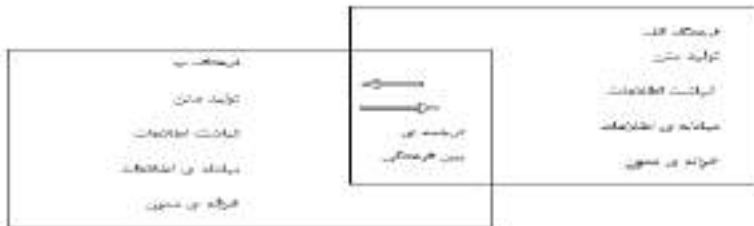
¹ Semiosphere² Primary Modeling System³ Secondary Modeling System

فرهنگ از کاسموس^۱ و برای طبیعت و آشوب از خائوس^۲ استفاده کرده است (همان: ۱۴۳). سنسون در شرح مدل مکتب تارتو الگوی زیر را ارائه می‌دهد:



نمودار ۱. الگوی مکتب تارتو (نقل در همان: ۱۵۱)

به اعتقاد سجودی «اگر این الگوی فرهنگی خودمحور، الگویی که خود را در کانون جهان می‌بیند و غیر را هیولا، بدوی و آشوب را تعدیل کنیم، آن‌گاه در دو سویه‌ی این دو گانه به جای فرهنگ و نا فرهنگ (طبیعت)، فرهنگ خود و فرهنگ دیگری، متن خود و متن دیگری خواهیم داشت. در آن صورت باید مربع سمت راست را دقیقاً در سمت چپ تکرار کنیم؛ و بیرون آشوب، بدوی، طبیعت و نا متن را حذف کنیم، و به بیرون دیگری فرهنگی، متن دیگر و تاریخ متفاوت باور داشته باشیم. آن‌گاه بین این دو یک قلمروی هم‌پوشانی خواهیم داشت که عرصه‌ی ترجمه‌ی بین فرهنگی است» (همان). نمودار زیر، مدل تعدیل شده‌ی مکتب تارتو از روابط بینا فرهنگی است که توسط سجودی طراحی شده است:



نمودار ۲. الگوی تعدیل شده سجودی از روابط بین فرهنگی (همان: ۱۵۳)

¹ Casmos

² Xaos

به اعتقاد سجودی در فرآیند ترجمه بین فرهنگی سه رویکرد عمده وجود دارد: الف- رویکرد خود و نه دیگری: عبارت است از رویکردی که تا حدی نمودار ارائه شده توسط مکتب تارتو آن را نمایندگی می‌کند. (در این رویکرد خود فرهنگی است و دیگری بدوی) (همان، ب- رویکرد نه خود بلکه دیگری: «رویکردی است که دیگری را آرمانی می‌کند و از منظر دیگری به خود می‌نگرد») (همان، ص ۱۵۴). پ- رویکرد هم خود و هم دیگری: «این منش با وجود آن‌که از سوی دو رویکرد پیشین که معمولاً به گفتمان مسلط شکل می‌داده‌اند طرد شده است، پیوسته در طول تاریخ ارتباطات بین فرهنگی عمل کرده است و عامل محرک و پویایی‌های فرهنگی بوده است» (همان، ص ۱۵۶). در این منش، همیشه ردی از خود در دیگری و ردی از دیگری در خود وجود دارد. سجودی می‌گوید: «شاید بتوان از وضعیت چهارمی نیز تحت عنوان نه خود و نه دیگری سخن گفت». وی معتقد است: «این سویه دیگر رویکرد هم خود و هم دیگری است، اما با این تفاوت که نه خود و نه دیگری نمی‌تواند در سطح یک گروه اجتماعی عمل کند زیرا به محض اینکه گروهی اجتماعی چنین رویکردی را در پیش گیرد آن گروه به یک خود فرهنگی در برابر دیگری‌ها تبدیل شده است. دوم آن‌که هم خود و هم دیگری فعال، پویا و سرشار از انرژی است در حالی‌که نه خود نه دیگری که فقط در سطح فرد ممکن است، انفعالی، سترون و غیر پویاست و با نوعی گسست هویتی باز شناخته می‌شود.» (همان: ۱۵۷)

لازم به ذکر است شیوه پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش کتابخانه‌ای و مبتنی بر تحلیل محتوا است و ابزار گردآوری اطلاعات در پژوهش حاضر فیش می‌باشد. در زمینه ادبیات پژوهش باید به این نکته اشاره نمود که یکی از ابزارهای مناسب برای تحلیل متون سینمایی در قالبی فراتر از نگاه صرف زیبایی‌شناسانه به کارگیری روش نشانه‌شناسی است، این روش امروزه در نتیجه تلاش‌های گسترده متفکرانی مانند رولان بارت^۱، کریستین متز^۲، پیر پائولو پازولینی^۳، امبرتو اکو^۴ به حوزه مطالعاتی منسجم و پرباری در مطالعات سینمایی تبدیل شده است. آثار این متفکران ریشه در اندیشه‌های متفکر زبان‌شناس سوئیسی «فردینان دو سوسور^۵» دارد. نمونه بارز آن را در آثار رولان بارت (مانند تحلیل زبان پوشاک و نظام غذایی) می‌توان مشاهده کرد. بر این اساس نشانه‌شناسی، زمینه و امکانات مطالعاتی مناسبی در تحلیل فیلم ایجاد کرده است. چراکه هر

¹ Roland Barthes

² Christan Metz

³ Pier Paolo Pasolini

⁴ Umberto Eco

⁵ Ferdinand de Saussure

نقدی الزاماً به دانستن مفهوم یک متن و توانایی در خواندن آن متکی است و خواندن یک متن چیز بی فراتر از رمزگشایی دال‌ها و مدلول‌های یک متن در قالب نشانه‌ها نیست. (احمدی، ۱۳۹۱: ۳۲)

سال ۱۹۷۳ لوتمان و مکتب تارتو-مسکو تعریف نشانه‌شناسی فرهنگی را ارائه کردند و آن را دانش مطالعه‌ی رابطه‌ی کارکردی بین نظام‌های نشانه‌ای درگیر در فرهنگ و دانش دانستند (السید ۱۹۹۸: ۶۱، نقل در سجودی ۱۳۹۰: ۲). نشانه‌شناسی فرهنگی بر اساس سنت‌های درونی و با اندوخته‌ی دستاوردهای صورت‌گرایان روسی^۱ و حلقه‌ی زبان‌شناسی پراگ از ساخت‌گرایی^۲ فاصله گرفت. از این جهت می‌توان آن را با نحوه نشانه‌شناسی ساخت‌گرای فرانسوی به الگوی پسا ساخت‌گرایی^۳ مقایسه کرد. (ژولیا کریستوا^۴ کسی که در این تحول حضور داشت و یکی از کسانی بود که از پایان دهه ۱۹۶۰ لوتمان را به دیگران معرفی کرد و همچنین یکی از کسانی که مفهوم متن را با بینامتن جایگزین کرده در سیر تحول اندیشه‌ی لوتمان به تحول نشانه‌شناسی به مطالعات بینارابطی اشاره کرده است). (کریستوا ۱۹۶۴: ۳۷، نقل از سجودی ۱۳۹۰: ۳۱). در ایران مطالعات نشانه‌شناسی آثار سینمایی و همچنین مطالعات نشانه‌شناسی فرهنگی با ترجمه و تالیف مقالات و کتب متعددی مطرح شد. از جمله آنها می‌توان به نشانه‌شناسی فرهنگی: مجموعه مقالات (۱۳۹۰) ترجمه شده توسط سجودی و دیگران و نشانه‌شناسی فرهنگی: مجموعه مقالات (۱۳۸۹) به کوشش امیرعلی نجومیان و بسیاری از آثار دیگر درباره‌ی مطالعات فرهنگی و نظریات اندیشمندان مطرح این حوزه مانند باختین^۵، بارت، لوتمان و ... اشاره کرد. که به دلیل مجال کوتاه ذکر آنها در این مختصر نمی‌گنجد.

تحلیل و بحث

پژوهش حاضر به بررسی و تحلیل مختصر شخصیت‌های فیلم گذشته بر اساس هر ۴ رویکرد مذکور در مدل تعدیل شده سجودی از مدل لوتمان پرداخته است.

- تحلیل شخصیت و حرکت مارین: از همان سکانس‌های ابتدایی فیلم شاهد آنیم که مارین دمدمی مزاج است و مدام از گذشته‌اش فرار می‌کند و حرکتی رو به جلو دارد. رنگ زدن

¹ Russian Formalists

² Structuralism

³ Post- structuralism

⁴ Julia Kristeva

⁵ Bakhtin

به خانه نیز به نوعی نمادی از فراموشی و پوشاندن گذشته است که باعث شده مچ دستش درد بگیرد. مارین مدام شوهر عوض می‌کند و بچه‌دار می‌شود از خود به دیگری و از دیگری به دیگری و الی آخر. در سکانس‌های پایانی احمد می‌خواهد به او بگوید که چرا ۴ سال پیش او را ترک کرده، اجازه نمی‌دهد. از احمد رد می‌شود و به سوی پنجره‌ی باز می‌رود. در تیتراژ ابتدایی فیلم هم که مارین و احمد به عقب بر می‌گردند و تصادف می‌کنند برف پاک‌کن عنوان گذشته را از شیشه پاک می‌کند یعنی بازگشت به گذشته چیزی را حل نمی‌کند و مارین در پی پاک کردن و پوشاندن آن است و انگار بازگشت به گذشته به او صدمه می‌زند. ماری در پی دیگری آرمانی با پدر لوسی که بلژیکی است ازدواجی ناموفق می‌کند و چون به دیگری آرمانی نرسیده دست به ازدواج با احمد می‌زند تا از این دیگری به دیگری بعدی حرکت کند تا بلکه آرمان‌شهر ذهنی خود را بیابد. در سکانسی لوسی به احمد می‌گوید: «از وقتی من به دنیا آمدم مادرم سه بار ازدواج کرده، هر کدام می‌آیند و چند صباحی می‌مانند و می‌روند». وی دائم در لبه تیز از خود به دیگری و از دیگری‌های متعدد به دیگری در حرکت است و این بلاتکلیفی او با اینکه حرکتی رو به جلو با دیگری‌های بعدی مانند سمیر دارد ولی باعث صدمه خوردن فرزندان و هرج و مرج و نابسامانی در زندگی اطرافیانش می‌شود. بدین ترتیب مارین در ابتدا حرکتی از خود به دیگری آرمانی داشته ولی اکنون میان دیگری‌های متعددی بلاتکلیف مانده و فقط می‌خواهد برای فراموشی به دیگری-های بعدی پناه ببرد و در واقع حرکتی سریع مانند قطار «خود» در میان ایستگاه‌های «دیگری» دارد (شاهدیم که در فیلم هم‌خانه‌اش کنار ایستگاه قطار است). برای مارین حرکت رو به جلو مهم است نه حرکت مثبت خیلی از افراد در جوامع گوناگون چنین‌اند. فقط رفتن و رفتن و نه پویایی فرهنگی.

-تحلیل شخصیت و حرکت سمیر: سمیر شخصی است که بین آینده و گذشته‌اش بلاتکلیف مانده است. در سکانسی می‌بینیم او به ماری کمک می‌کند تا خانه‌اش را رنگ جدید بزند. از سوی دیگر اشیاء کهنه‌ای مانند لوستر و ... که رنگ گذشته دارند، می‌گیرد و در خانه نصب می‌کند.

به هیچ وجه نمی‌توانید احساس سمیر را نسبت به دیگران بفهمید، همواره حالت تردید را در صورتش می‌بینیم. او فقط به دنبال این است که بفهمد در اطرافش چه اتفاقی افتاده است. انگار او نیز در کما فرورفته است. وی در تلاش است تا گذشته را حل کند و به آینده بپردازد. به مارین

می‌گوید: اینکه قبلاً چی بوده تموم شده رفته. من الان فقط می‌دونم که یه بچه تو شکم توئه. باید فراموش کنیم...» ولی آیا او واقعاً می‌تواند؟ ماری از او می‌پرسد و سمیر می‌گوید: «باید بشه». اما همزمان در حال جمع کردن عطرها سلین و خودش است تا به سمت گذشته‌ی در کمای خود برود و تکلیفش را مشخص کند. این تردیها و رفت و برگشت‌های سمیر شخصیتی مردد بین گذشته و آینده برای وی رقم زده است. در او نه می‌توان نشانی از خود دید و نه دیگری. در بیمارستان می‌بینیم که جعبه عطرها در دستش در راهرو رو به جلو حرکت می‌کند ولی سپس مردد می‌شود و به سمت سلین و عقب باز می‌گردد و عطر خود را تست می‌کند و منتظر حرکتی از سلین می‌ماند و حتی این تردید را در صحنه آخر به تماشاگر نیز القا می‌کند. پس این حالت نه خود و نه دیگری می‌تواند مسری و اجتماعی گردد. دائم در حال جذب و طرد به دیگری‌های اطرافش سرگردان است حتی نمی‌تواند احساس و عشقش را به دیگران بنمایاند. آن‌قدر می‌رود و باز می‌گردد که انگار دارد درجا می‌زند. این بلاتکلیفی او یادآور حالت نه خود نه دیگری است. این وضعیت سمیر بسیار حزن‌انگیز و زجرآور است سمیر هم مانند احمد مهاجر است ولی بر عکس احمد او نرفته و توانسته طاقت بیاورد او نه تنها در فرانسه مانده بلکه با یک شخصیت غیر مهاجر و کاملاً فرانسوی ازدواج نموده و حاصل این ازدواج فواد است. سمیر با اینکه به فرهنگ فرانسه آمده و هویت همسرش نیز فرانسوی است اما کاملاً فرهنگ خود را از دست نداده و فراموش نکرده و نام فرزندش را فواد گذشته است. (رویگرد هم خود و هم دیگری) ولی اینکه چه زمانی سمیر این پویایی و سازندگی را از دست داده مشخص نیست. با این که او نیز مانند مارین از خود به دیگری‌های متعدد حرکت می‌کند ولی حرکتی رو به جلو ندارد بلکه دائم به عقب بر می‌گردد و در او می‌توان نه خود و نه دیگری را تجربه کرد. بر طبق نظر سجودی در مرزهای بینا فرهنگی، در ارتباطات بینا فرهنگی است که فرهنگ، پویایی خود را حفظ می‌کند، از ایستایی می‌گریزد و شور لازم را برای دوام خود می‌یابد. ولی وضعیت سمیر متناقض است. نه شور دارد و نه پویایی و این بلاتکلیفی زندگی فواد و سلین را به آشوب می‌کشاند.

-تحلیل حرکت و شخصیت سلین: این زن فرانسوی الاصل با سمیر که یک مهاجر است ازدواج کرده و در واقع از فرهنگ خود به فرهنگ دیگری و بیگانه (سمیر) جذب می‌شود و دیگری آرمانی را در سمیر می‌بیند (جذب به دیگری) از نام فرزندش فواد می‌توان دریافت که سلین به نامی غیر فرانسوی رضایت داده است. در این جا مسئله مهم این است که سلین پس از حرکت از خود

به دیگری یعنی ازدواج با یک مهاجر با یک فرهنگ دیگر و جذب شدن به آن فرهنگ تا حدی که نام فرزندش را نیز فواد می‌گذارد، به ناگاه آن دیگری آرمانی را در سمیر نمی‌بیند و از او طرد می‌شود و در همان حین آرمان‌شهر ذهنی خود را در آن سوی زندگی و فرار کردن از وضعیت موجود می‌داند. او در واقع هنرمند و نقاش است و بسیار حساس. بوم‌های نقاشی سلین با آن‌که نقش‌های زیبایی دارند ولی بدون قابند و چهارچوب ندارند و این خود نشانه‌ای از احساسات و عواطف و روحیات بی‌چهارچوب سلین در زندگی‌اش است. در این جا شاهدیم که حرکت‌های بی‌چهارچوب عواقب خطرناکی را در پی خواهند داشت. سلین در واقع آرمان‌شهرش را در این دنیا نمی‌بیند، با آن‌که عاشق سمیر است و این حس عاطفی را در سکانس آخر با توجه به عطر سمیر که نشانه‌ی پیرنگ احساسی است می‌بینیم ولی چگونه است که از ابراز آن به سمیر چه در سلامتی و چه در کما ناتوان است. این رفتار سلین با رفتارهای زبانی مستقیم غریبان در تناقض است. و اینکه چرا او به عنوان مادر جلوی فرزندش خودکشی می‌کند نشان می‌دهد که در بی‌هویتی مطلق است. حرکتی که در ابتدا خوب شروع شده بود و به تبادل فرهنگی بین دو فرهنگ مهاجری و خودی رسیده بود به مشکل و بلا تکلیفی انجامید. شاید برای سلین چهارچوب تلفیقی عقلانیت مدرن غربی و عاطفه‌ی دیرپای شرقی می‌توانست به نوعی تبادل فرهنگی مثبت بیانجامد.

-تحلیل شخصیت و حرکت شهریار: شهریار همان‌طور که از نامش پیداست از شهریار آمده است. از ایران با گذشته و فرهنگی غنی. او فردی، برون‌گرا و خوش‌مشراب است. او نیز مهاجری است که توانسته در غربت دوام بیاورد. شهریار نماد یک حرکت سازنده، پویا و در چهارچوبی مشخص میان خود و دیگری است تا در بستر این حرکت آن‌چه را که از خود فرهنگی و ذخایر غنی‌اش دارد محفوظ داشته و آن‌چه را که در فرهنگ غرب به نیکی پنداشته جذب و به غنای فرهنگی خود افزوده و آن‌چه را که باعث بلا تکلیفی و افسردگی و مشکل می‌شده را طرد کرده است. در قاب‌سازی به احمد می‌گوید: «من و میترا رو یادته، کات!» او با یک مهاجر ایتالیایی به نام والریا ازدواج کرده و یک رستوران معمولی با حال و هوایی ایتالیایی دارد. در مورد خانه‌ی شهریار فضا‌سازی متفاوت است. یکی از عناصر اکسسواری استفاده شده در فضا‌سازی خانه‌ی شهریار یک قاب مینیاتور کاملاً ایرانی است که بواسطه طرح «لیلی و مجنون» داخل آن بیانگر عشق و عرفان و فرهنگ ایرانی و شرقی است؛ که در ابتدای ورود احمد به خانه شهریار بر روی دیوار خودنمایی می‌کند. در پایین این قاب یک جام با طرح سرستون‌های تخت جمشید

است و بالای تلویزیون یک سه تار بر دیوار آویزان است و تلویزیون در حال پخش فوتبال به زبان فارسی است. در کنار درب ورودی خانه شهریار آویزی با طرح گلیم‌های سنتی ایرانی مقدمه‌ای است برای وارد شدن به سپهر فرهنگی ایرانی شهریار. در راهروی ابتدای درب ورودی شلوغی موجود از حجم لباسهای آویزان، سبدها و ... نوعی ناآرامی و اختناق را به بیننده القا می‌کند. در حالی که وقتی از چهارچوب درب شیشه‌ای وارد خانه‌ی شهریار می‌شویم انگار پا به فضایی آرام، غنی و عاری از بهم‌ریختگی می‌گذاریم. در آشپزخانه نیز ما شاهد عناصر خاص فرهنگ ایرانی از جمله قاپی با اشعاری به خط فارسی و تذهیب زیبای ایرانی بر دیوار و همچنین وجود آویز با طرح سنتی گلیم ایرانی هستیم. از سوی دیگر در آشپزخانه، شاهد وجود کمده‌ی به سبک اروپایی برای ظروف و وجود آب‌زور و ظرفی از جنس چینی با طراحی ایتالیایی نیز هستیم. این نکته بسیار جالب است که شهریار و همسرش والریا به نوعی توانسته‌اند در درون مرزهای سپهر فرهنگی یکدیگر نفوذ کرده و با یکدیگر به یک هم‌زیستی با وسعت و آرامش و غنای دو فرهنگ دست یابند. در سکانسی می‌بینیم که در حال ساختن و تعمیر قاب‌های کهنه است. او بر خلاف سلین که نقاشی‌هایش قاب و چهارچوب ندارند در حال بی‌ریزی چهارچوبی است تا در راستای آنها به نحوی گام بردارد که نه ارتباطش با گذشته قطع شود و نه در گذشته بماند، بلکه با تعریف چهارچوب، حرکتی پویا، رو به جلو همراه با تلفیقی متناسب از فرهنگ خود و فرهنگ دیگری دارد. به عبارتی این‌جا مفهوم سپهر نشانه‌ای و مرزبندی‌ها نمایان‌تر می‌شوند. در این‌جا می‌بینیم بر خلاف مکتب تارتو دیگری بدوی و آشوب نیست بلکه به عقیده‌ی سجودی می‌تواند به غنای ذخایر خودی کمک کند. می‌توانیم مصداق واضح هم خود و هم دیگری را در زندگی شهریار در مهاجرت شاهد باشیم که نکته‌ی بارز آن همزیستی خلاقانه‌ی شهریار و حرکت پویای وی که به تبادل فرهنگی مثبت منتج شده است. نجومیان عقیده دارد: "که مهاجر از سویی باید در فرآیند همانندسازی فعالانه شرکت کند و از سوی دیگر باید فاصله خود را با فرهنگ میزبان حفظ نماید و این موقعیت برای شکل‌گیری «خود» و «دیگری» در رابطه‌ی بین هویت مهاجر و هویت میزبان ضروری است". (نجومیان، ۱۳۸۹: ۱۱۹).

-تحلیل شخصیت و حرکت احمد: احمد یک ایرانی است که دوست ندارد خاطره‌ی بدی

از او به جا بماند یعنی قضاوت‌های دیگران برایش مهم است. در حالی که می‌تواند با یک وکیل کار طلاق را یکسره کند تصمیم می‌گیرد خودش شخصاً به فرانسه بیاید تا گذشته‌ی خود را با

خاطره خوش تمام کند. در بدو ورودش و همچنین صحنه‌ی خروجش از خانه با بچه‌ها در تعامل است سعی دارد مشکل لوسی را حل کند و قبل از رفتن از فرانسه این‌بار با ماری هم رابطه‌اش را با خوبی به اتمام رساند. مثل خیلی از شرقی‌های دیگر او احساساتش را بطور مستقیم بیان نمی‌کند. در سکansı در حال صحبت با ماری نیشخندی می‌زند و این کنش وی باعث اعتراض ماری می‌شود. ماری می‌گوید که نیشخند در فرهنگ ما یعنی مسخره کردن در حالی که احمد می‌گوید که در فرهنگ ما یعنی خنده! در این‌جا در واقع ما شاهد تفاوت رفتارهای زبانی در فرهنگ‌های مختلف شرقی و غربی هستیم. احمد به‌عنوان یک تیپ شخصیتی مرد حتی روشنفکر ایرانی از رفتارهای زبانی غیر مستقیم برای بیان منظور اصلی‌اش استفاده می‌کند. در حالی که مارین برعکس است. احمد، در گذشته‌ی نزدیک، در کشور فرانسه با مارین ازدواج کرده است. وی به‌عنوان یک مرد ایرانی، صاحب گذشته و پیشینه‌ی دورتری است که او را به وطنش پیوند می‌دهد حجم سنگین گذشته‌ی دور وی، چهار سال پیش او را وادار کرده خانواده‌اش را در فرانسه رها کند و به ایران باز گردد. حال با درخواست طلاق مارین به فرانسه آمده است تا گذشته‌ی نزدیک ناتمامش را تمام کند. در قلاب‌سازی شهریار به احمد می‌گوید: "این‌جا جای آدمهایی مثل تو نیست که یک پاشون این‌جا و یک پاشون اونوره"، (نوسان میان خود و دیگری) این نشان می‌دهد که احمد در گذشته میان ماندن و رفتن دو دل بوده است. وی ابتدا ایران را ترک کرده و از خود حرکتی به سوی دیگری داشته، سپس عاشق شده و ازدواج می‌کند ولی از آنجا که با توجه به روحیات احمد که دوست دارد به همه کمک کند و منفعل نباشد پس از آمدن به پاریس تقریباً فردی منفعل و افسرده شده بود پس این دیگری آن دیگری آرمانی وی نبوده و خود غنی و سنگین وی او را دوباره به سوی خویش می‌خواند. و از آنجا که با توجه به روحیه‌ی شرقی وی از رک‌گویی پرهیز دارد، به ناگاه مارین و بچه‌ها را رها می‌کند و به ایران بازمی‌گردد. او آدمی خاطره‌باز است. در هنگام ورود به خانه مارین سراغ کتابخانه‌اش را می‌گیرد. در انباری با عکس‌ها و چمدان کهنه مشغول است. سراغ مینی‌بوس‌های تجریش را از شهریار می‌گیرد. پس اصولاً احمد شخصیتی متمایل به گذشته دارد. حرکت وی نیز با توجه به شخصیتش رقم خورده است. وی از خود به دیگری حرکت کرده و پس از مدتی دوباره خود او را جذب کرده و طرد از دیگری در او صورت می‌گیرد. البته اثری از این حرکت در وی باقی می‌ماند. او دیگر آن خود اولین خویش نیست بلکه همان‌طور که می‌بینیم در رابطه با سمیر خیلی غربی عمل می‌کند. پس ردپایی از دیگری بر خود دارد پس می‌بینیم که این حرکت از خود به دیگری و بالعکس می‌تواند نسبی باشد و گاه تأثیر خود

بر دیگری بیشتر و گاه تأثیر دیگری بر خود بیشتر است و این قابل لمس تر خواهد بود اگر بر روی پیوستاری نمایان شود. اگرچه در این جا رویکرد هم خود و هم دیگری نیز قابل توجیه است.

نتیجه گیری

همان گونه که از تحلیل ها برمی آید در فیلم « گذشته » باز نمود زبانی و غیر زبانی شخصیت ها حاکی از آن است که شخصیت شهریار در پیوستار حرکت از خود به دیگری دچار تبادل فرهنگی مثبت و شخصیت های دیگر به طور نسبی دچار تبادل فرهنگی مثبت یا منفی شده اند. بر پایه رویکردهای ذکر شده شاهد بودیم که شخصیت شهریار با توجه به پویایی فرهنگی اش به نوعی نمایانگر رویکرد هم خود و هم دیگری سجودی است و در پیوستار حرکتش تبادل فرهنگی مثبت را نشان می دهد. شخصیت احمد به نوعی نماینده رویکرد خود و نه دیگری و گاه هم خود و هم دیگری و شخصیت سمیر و حتی مارین و سلین به نوعی نمایانگر حالت چهارم یعنی نه خود و نه دیگری است. مارین حرکتی از یک دیگری به دیگری بعدی دارد. او در پی حرکت به جلو است او فردی است که از گذشته ی خود گریزان است و به دیگری هایی چنگ می زند که حالا شاید چندان هم برای او آرمانی نیستند. او به تبادل فرهنگی مثبت فکر نمی کند او فقط حرکت می - خواهد از ایستادن و به عقب برگشتن گریزان است. سلین نیز میان گذشته و آینده مانده است. تکلیفش مشخص نیست. با اینکه بر حرکت دیگران تأثیر می گذارد خودش در بی حرکتی معلق مانده است. وضعیت سمیر اما از همه ی شخصیت ها بدتر است. بلا تکلیفی وی از صورتش، از رفت و برگشت های پیاپی مشخص است. به مارین می گوید باید بشود ولی با جعبه ی عطرها به سراغ سلین می رود. بنابراین می توان این گونه نتیجه گرفت که شخصیت های مذکور به نوعی حرکت نسبی میان خود و دیگری در هر مرحله از زندگی شان دست پیدا کرده اند که گاه به غنای فرهنگی افزوده و گاه به بی هویتی انجامیده است. در این جا می توان مسایل مطرح شده را به دو صورت باز تعریف نمود: اول آن که مدل تعدیل شده لوتمان توسط سجودی در حالت چهارم خود به نام نه خود و نه دیگری را بصورت سلبی و مدل سوم را بصورت ایجابی مطرح نمود و دیگر اینکه مدل تعدیل شده ی لوتمان توسط سجودی را با اضافه کردن پیوستاری به صورت نسبی تعدیل نمود و به جای افزودن به تفسیرهای موجود در نظریه ی طرد و جذب آنها را بر روی یک پیوستار از مثبت تا منفی در نظر گرفت، البته ذکر این نکته ضروری می نماید که منظور از مثبت و منفی در این جا

مفاهیم ریاضی‌وار و مطلق نیست، بلکه به معنای تبادلات فرهنگی سازنده و یا بالعکس مخرب می‌باشد که بصورت فازی بر روی پیوستاری قابل بررسی است.



نمودار ۳ - الگوی حرکت پیوستاری بینا فرهنگی با توجه به شخصیت‌های فیلم گذشته

فهرست منابع

- احمدی، بابک (۱۳۹۱). از نشانه‌های تصویری تا متن؛ به سوی نشانه‌شناسی ارتباط دیداری، تهران: مرکز. سجودی، فرزانه (۱۳۹۰). نشانه‌شناسی فرهنگی، تهران: علم.
- فرهادی، اصغر (۱۳۹۳). هفت فیلم نامه از اصغر فرهادی، تهران: چشمه.
- لوتمان، یوری و دیگران (۱۳۹۰). نشانه‌شناسی فرهنگی، ترجمه گروه مترجمان تینا امرالهی، فرزانه سجودی، فرهاد ساسانی، گلرخ سعیدنیا، شهناز شاه طوسی، فرناز کاکه‌خانی، نفیسه عروجی، مریم محمدی، تهران: علم.
- نجومیان، امیرعلی (۱۳۸۹). «تجربه مهاجرت و پارادوکس همانندی و تفاوت»، مجموعه مقالات نشانه‌شناسی فرهنگی نقدهای ادبی - هنری، تهران: سخن.

Orooji, N. (2010). *Intertextuality in film adaptation of short story, case study: Canaan adaptation of Post and Beam*. Unpublished M.A dissertation, Islamic azad University: Tehran- science and Research branch.

پیوست

خلاصه فیلم گذشته به همراه عکس شخصیت‌ها

«احمد» (با بازی علی مصفا) یک مرد میانسال ایرانی چهار سال بعد از ترک همسر فرانسوی اش «ماری بریسون» (با بازی برنیس بژو) و بازگشت به ایران بار دیگر به درخواست ماری به فرانسه بازمی‌گردد. بهانه‌ی ماری که در یک داروخانه در پاریس کار و زندگی می‌کند برای درخواست از احمد جهت بازگشت به پاریس، حضور در دادگاه برای ثبت قانونی طلاقشان است. ماری همسر دوم احمد بوده و وی پیش از احمد از ازدواج اولش صاحب دو فرزند دختر به نامهای «لوسی» (با بازی پاولین برلت) و «لئا» (با بازی جین جستین) بوده است.

ماری که مدتی است با مردی به نام «سمیر» (با بازی طاهر رحیم) که صاحب یک خشکشویی است، نامزد کرده‌اند. روزها به همراه نامزدش در خانه‌ای کنار خط راه آهن پاریس زندگی می‌کند. البته در کنار دو فرزندی که از ازدواج اولش دارد، فرزند پسر سمیر که «فواد» (با بازی الیاس آگیس) نام دارد هم با آنها زندگی می‌کند.

در بدو ورود احمد به پاریس، ماری از وی می‌خواهد که به جای هتل به خانه او بیاید و احمد هم که از زندگی ماری با سمیر خبر ندارد می‌پذیرد. ماری همچنین به احمد می‌گوید که لوسی مدتی است با او سر ناسازگاری گذاشته و بد نیست احمد با او درباره‌ی دلایل ناسازگاری‌اش صحبت کند.

به هنگام حضور در خانه، این فواد است که به احمد می‌گوید پدرش سمیر هم با آنها زندگی می‌کند و همین امر باعث می‌شود که احمد تصمیم به رفتن بگیرد. اما درگیری ماری با فواد و دخالت احمد برای حل مشکل، سبب‌ساز آن می‌شود که احمد در خانه ماری ماندگار شده و دیری هم نمی‌گذرد که ابتدا با کباب کردن بلال برای بچه‌ها و بعد هم پختن قورمه سبزی به‌عنوان شام فضایی صمیمانه مابین او و بچه‌ها فراهم شود.

بعد از شام احمد و لوسی به درددل با یکدیگر پرداخته و لوسی دلیل اصلی ناسازگاری خود را نامزد تازه مادرش معرفی می‌کند. لوسی می‌گوید که زن سابق سمیر نمرده بلکه در کماست و به غیر از آن سمیر سومین همسر مادرش است و اینکه مادرش هرچند وقت یک بار با یک نفر است، اصلاً جالب نیست.

صبح فردا احمد و ماری به دادگاه می‌روند تا کارهای قانونی ثبت طلاق را انجام دهند و از آنجا که از ازدواج خود فرزندی هم ندارند همه چیز به سادگی انجام می‌شود. اما لحظاتی قبل از حضور در دادگاه وقتی احمد از ماری می‌خواهد که درباره‌ی ازدواج سوم خود بیشتر فکر کند ماری با فاش کردن این قضیه که باردار است به احمد می‌فهماند که برای فکر کردن کمی دیر شده است.

در بازگشت از دادگاه احمد به سراغ لوسی رفته و این دو برای صرف ناهار به رستوران یکی از دوستان احمد به نام «شهریار» (با بازی بابک کریمی) می‌روند. در کافه است که لوسی ادعا می‌کند همسر سابق سمیر که «سلین» (با بازی الکساندرا کیلیانسکا) نام دارد بر اثر خودکشی به گما رفته و دلیل این خودکشی هم آگاهی او از رابطه ماری و سمیر است! لوسی که به لحاظ روحی به شدت منقلب شده ناگهان زیر گریه زده و به احمد می‌گوید: «می‌دانی چرا ماری رفت دنبال این مرتیکه کثافت؟ چون قیافه‌اش شبیه توئه!»!

شباهنگام احمد به خانه رفته و بعد از اهدای کادوهایی که از ایران با خود آورده به بچه‌ها، می‌خواهد به ایران بازگردد که به ناگاه ماری خبر می‌دهد که لوسی از صبح که از خانه بیرون رفته هنوز برنگشته! این می‌شود که سمیر و احمد تصمیم می‌گیرند به دنبال او رفته بلکه او را پیدا کنند، اما قبل از رفتن احمد درباره‌ی ماجرای خودکشی سلین از ماری می‌پرسد و ماری هم می‌گوید خودکشی او هیچ ربطی به وی نداشته چراکه سلین مدت‌ها قبل از آشنایی وی با سمیر دچار افسردگی بوده است.

در ادامه سمیر و احمد سوار بر خودروی سمیر به جستجو برای یافتن لوسی می‌پردازند و در این حین احمد از سمیر درباره دلیل خودکشی زنش می‌پرسد. جالب این جاست که سمیر می‌گوید زنش به خاطر درگیری با یکی از مشتریان خشکشویی خودکشی کرده است و برای اینکه سوء تفاهم لوسی برطرف شود می‌تواند کارگر خشکشویی را هم به عنوان شاهد ماجرا نزد وی بفرستد. جستجوها برای یافتن لوسی بی‌نتیجه است و سمیر و احمد به خانه بازمی‌گردند و در نهایت معلوم می‌شود که لوسی نزد شهریار رفته و از او خواسته که درباره حضورش حتی یک کلمه هم به مادرش نگوید.

احمد برای بازگرداندن لوسی به خانه شهریار رفته و در آنجا باز هم صحبت به دلایل خودکشی سلین و مشکل افسردگی وی می‌رسد. احمد که سعی دارد دلیل خودکشی سلین به درستی روشن شود ترتیب ملاقات لوسی با «نعیما» (با بازی صابرینا اوآزانی) کارگر خشکشویی

سمیر را فراهم می‌کند. نعیمه یک کارگر مهاجر عرب تبار است که بدون مجوز قانونی پیش سمیر کار می‌کند. نعیمه در تشریح روز خودکشی به لوسی می‌گوید که سلین چند روز قبل از خودکشی به دلیل لکه به جا مانده بر روی یکی از لباسها با یکی از مشتریان دعوایش شده بود و همین درگیری عاملی شد برای خودکشی‌اش.

اما لوسی این بار فرضیه جدیدی را نزد احمد بازگو کرده و اعتراف می‌کند که یک روز قبل از خودکشی تمام ایمیل‌های عاشقانه‌ای که بین مادرش و سمیر رد و بدل شده بود را برای سلین فوروارده کرده و به این ترتیب این خود او بوده که عامل خودکشی سلین شده است.

احمد برای کاهش فشار روحی وارده بر لوسی از او می‌خواهد که کل ماجرا را برای مادرش شرح دهد اما لوسی جرات این کار را ندارد و نتیجه اینکه احمد خودش موقوف را برای ماری بازگو می‌کند.

احمد هم که در پیچ و خم کشف حقایق تازه‌ی زندگی همسرش به شدت سرخورده شده نزد شهریار رفته و پیش او اعتراف می‌کند که ای کاش ماری را ترک نمی‌کرد تا این ماجراها رخ نمی‌داد اما شهریار به او گوشزد می‌کند که او آدم زندگی در فرانسه نبوده و مدام بین وطنش و فرانسه سرگردان بوده است و بعید بود زندگی او با ماری عاقبتی به جز جدایی داشته باشد.

در ادامه ماری نزد سمیر رفته و ماجرای ایمیل‌های ارسال شده برای سلین را برای وی می‌گوید اما سمیر که آدم باهوشی است می‌گوید لوسی ایمیل سلین را چه‌طور به دست آورده و وقتی ماری پاسخ می‌دهد که لوسی یک روز قبل از خودکشی به خشکشویی زنگ زده و از خود سلین ایمیل را گرفته سمیر می‌فهمد که ماجرا قدری مشکوک است. چراکه زنش حداقل چند روز قبل از خودکشی اصلاً به خشکشویی نیامده بود.

ماری این تناقض را با لوسی مطرح کرده اما لوسی باز هم اصرار می‌کند بر این امر که دقیقاً یک روز قبل از خودکشی با خشکشویی تماس گرفته و با زنی که فرانسوی را با لهجه صحبت می‌کرده گفتگو کرده و ایمیل را هم از او گرفته است. از آنجا که سلین یک فرانسوی اصیل بوده، معلوم می‌شود آن زنی که لوسی با وی صحبت کرده نه سلین که نعیمه کارگر خشکشویی بوده!!! وقتی سمیر از نعیمه علت این کار زشت را می‌پرسد وی می‌گوید مدت‌ها بود که سلین فکر می‌کرد بین او و سمیر سر و سری برقرار است و برای همین مرتب می‌خواست شرایطی را فراهم کند که پلیس بفهمد او کارگر غیرمجاز است! در روز درگیری با مشتری هم این خود سلین بود که لباس مشتری را لک کرده و سپس کلید درگیری را زده تا با حضور پلیس، نعیمه را به زندان بیندازد. با

این حال سمیر حرف‌های نعیم را باور نکرده و او را اخراج می‌کند. التماس‌های نعیم برای جلوگیری از اخراج فایده ندارد و در نهایت وی با چشمان اشکبار و با گفتن این جمله که «اگر سلین ایمیل‌ها را خوانده بود نمی‌آمد جلوی من مایع رختشویی در حلقش بریزد و این یعنی آن‌که وی از رابطه سمیر و ماری اطلاعی نداشته!» از سمیر خداحافظی کرده و می‌رود!

احمد بعد از پشت سر گذاشتن یک سری اتفاق عجیب و غریب فرانسه را ترک کرده و به ایران می‌رود... در نمای پایانی سمیر را در بیمارستان و بر سر تخت همسرش سلین می‌بینیم؛ همسری که مدت‌هاست به کما رفته و پزشکان به سمیر گفته‌اند شاید تحریک حس بویایی‌اش باعث بازگشت او به دنیا شود! سمیر در آخرین تلاشش برای بازگرداندن همسر عطر مخصوص خودش را زده و سرش را جلوی صورت سلین می‌گیرد و از او می‌خواهد اگر زنده است، دستانش را بفشارد؛ این جاست که قطره‌اشکی از چشم چپ سلین سرازیر شده و فیلم با نمایی از دست سمیر که در دست بی حس سلین قرار گرفته به پایان می‌رسد.



عکس ۱. مارین



عکس ۲. سلین



عکس ۳. مارین و سمیر



عکس ۴. احمد به همراه لئا و فواد



عکس ۵. احمد و مارین

مهاجرت در فیلم «روکو و برادرانش»، اثر لوکینو ویسکونتی بر اساس

نشانه‌شناسی پسا ساخت‌گرای دریدا درباره مهاجرت و رویکرد معاصر به هویت

محمد هاشمی^۱

دانشجوی دکتری فلسفه هنر، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات

چکیده

این مقاله به بازخوانی مقوله مهاجرت در فیلم سینمایی «روکو و برادرانش»، به کارگردانی لوکینو ویسکونتی، بر اساس نشانه‌شناسی پسا ساخت‌گرای ژاک دریدا پرداخته است. برای این منظور، ابتدا بعضی تقابل‌های دوتایی که در نظریه دریدا از آنها و اساسی انجام می‌شود، تشریح شده است. این تقابل‌ها عبارتند از: تقابل مرکز / نامرکز در ساختار، تقابل مرکز / حاشیه در متن و تقابل میزبان / میهمان در اجتماع. سپس فیلم «روکو و برادرانش» از منظر و اساسی این تقابل‌ها در زمینه موضوع مهاجرت مورد بازخوانی قرار گرفته است. این بازخوانی، همچنین با توجه به دیدگاه معاصر منبعث از نشانه‌شناسی پسا ساخت‌گرا، در مورد هویت، انجام شده است. در فیلم «روکو و برادرانش»، خانواده پاروندی، از شهر لوکانیا در جنوب ایتالیا، به شهر میلان در شمال ایتالیا مهاجرت می‌کنند. اجتماع و خانواده میزبان میلانی، هر چند که خانواده میهمان لوکانیایی را در خود می‌پذیرد، اما اعضای خانواده لوکانیایی را در حاشیه‌ای نسبت به مرکز خود نگاه می‌دارد. در عین حال، طوری از این عناصر حاشیه‌ای استفاده می‌کند که آنها می‌توانند به تدریج تمایل به مرکز متن هم پیدا کنند یا از سمت بیرونی نامرکز به سمت درونی مرکز ساختار متمایل شوند. به این ترتیب خانواده‌ی میهمان لوکانیایی دچار یک پارادوکس هویتی می‌شوند. آنها از سویی خود را درون اجتماع میزبان لوکانیایی و خودی نسبت به آن و از طرفی بیرون آن و بیگانه نسبت به آن حس می‌کنند. فیلم، تا پایان خود، در جهت ترسیم این موقعیت ناممکن و این پارادوکس هویتی حرکت می‌کند که ناشی از آویخته بودن جهان خانواده لوکانیایی در آستانه‌ی مرکز و نامرکز ساختار، مرکز و حاشیه متن، و میزبانی و میهمانی خانواده‌ها و اجتماع میلانی است.

کلیدواژه‌ها: روکو و برادرانش، نشانه‌شناسی، پسا ساخت‌گرایی، دریدا، میزبان، میهمان، هویت.

۱. مقدمه

شاید مهم‌ترین نوشته و نقدی که در ایران درباره‌ی فیلم «روکو و برادرانش»^۱ (۱۹۶۱)، اثر لوکینو ویسکونتی^۲ منتشر شده باشد، ترجمه‌ای است که ایرج کریمی از نقد جفری نوول اسمیت بر این فیلم به دست داده است. نوول اسمیت در این مقاله از دریچه شخصیت‌ها وارد موضوع لحن و زبان فیلم شده است. او شخصیت‌های این فیلم را به دو گروه عمده‌ی روکو^۳ - سیمونه^۴ و چيرو^۵ - رزاریا^۶ تقسیم کرده و بار دراماتیک فیلم را بیشتر مختص گروه اول و بار حماسی آن را اختصاص یافته به گروه دوم پنداشته است. این طور می‌توان نتیجه گرفت که نوول اسمیت در سایه قرار گرفتن چيرو و رزاریا را به سبب کشاکش‌های اصلی روکو و سیمونه، نقطه ضعف فیلم دانسته است و بیشتر نقدش معطوف به اثبات چنین دیدگاهی است. علاوه بر اینکه نوول اسمیت در این نقد، نگاهی هم به نگره نقد معطوف به مؤلف داشته و از این رهگذر تلاش کرده ارتباط این فیلم را با فیلم‌های دیگر ویسکونتی بیابد. از سوی دیگر نوول اسمیت، آنجا که به خاستگاه خانوادگی اشرافی ویسکونتی، در کنار گرایشات فکری سوسیالیستی‌اش توجه می‌کند، به موقعیت پارادوکسیکال زندگی و اندیشه‌های ویسکونتی / مؤلف نیز نظری داشته است.

ایرج کریمی هم در نقدی کوتاه که بر این فیلم نوشته بر یکی از درونمایه‌های اصلی فیلم تکیه کرده است: اینکه واقعاً تا چه حد خوب بودن در این دنیا، خوب است و اصلاً آیا می‌توان در چنین دنیایی، آن قدر که روکو هست، خوب بود؟

این مقاله، اما قصد دارد رویکرد دیگری را در تحلیل فیلم «روکو و برادرانش» بی‌بگیرد: بخشی از مقاله جفری نوول اسمیت این سرنخ را می‌دهد که در این فیلم، بحث رابطه مهاجرت و فرهنگ خودی / بیگانه، متن / حاشیه و میهمان / میزبان مطالعه شود. در این بخش مقاله نوول اسمیت به خانواده ایتالیایی داستان فیلم توجه می‌شود که از جنوب کشاورزی محور بی‌رونق، به شمال صنعت محور پررونق مهاجرت می‌کنند. بنابراین، داستان فیلم «روکو و برادرانش» درباره مصایب میهمانی است که باید در دل میزبان جایی برای خود باز کند و در درون آن استقرار پذیرد. در بازخوانی فیلم «روکو و برادرانش» از این زاویه نگاه، از نظریه «واسازی»^۷ فیلسوف فرانسوی، ژاک دریدا^۸ سود برده خواهد شد. برای این امر ابتدا نیاز است که تعدادی از سرفصل‌های این نظریه مورد اشاره قرار گیرند و تشریح شوند، که در بازخوانی نهایی از فیلم «روکو و برادرانش» از آنها استفاده خواهد شد.

۲. مبانی نظری

در این بخش دوگانه‌های مرکز/نامرکز، متن/حاشیه و میزبان/میهمان از دیدگاه نشانه‌شناسی پسا ساخت‌گرای ژاک دریدا تشریح خواهد شد.

۱.۲. مرکز/نامرکز^۹

هر جامعه‌ای می‌خواهد ارزش‌های نظام‌مند خود را که شامل واقعیت‌هایی منسجم هستند، درک و از آنها پشتیبانی و محافظت کند. این شیوه‌ها و ارزش‌ها ساختارهای مستحکمی قلمداد می‌شوند که بخش‌هایی از نظام بسته را شکل می‌دهند. همچنین به ایجاد یک مرکز می‌انجامند که سایر شیوه‌های نگرش به واقعیت را نادیده می‌گیرد، یا به عبارت دیگر آنها را به «حاشیه» می‌راند. این واقعیت‌ها و ارزش‌ها جهانی و عام نیستند و به دیدگاه‌های معین فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی یا سیاسی وابسته هستند. بنابراین، همواره با بازاندیشی در «مرکز» می‌توان آن را بی‌ثبات کرد. می‌توان با دیدگاه انتقادی به استحکام آن ارزش‌ها و شیوه‌ها نگرست، نظام مستقر و بسته‌ی آنها را به چالش کشید و از طریق اعمال و ساززی در مرکز، آن را «نامرکز» تبدیل کرد. دریدا معتقد است که مرکز، با میلی که به گریز یا بازی دارد، خود به خود تولید نامرکز می‌کند. بنابراین، مرکز هیچ‌گاه، با وجود چنین تناقضی، نمی‌تواند چیزی یکه و ثابت قلمداد شود:

همیشه تصور بر این بوده است که مرکز، که بر اساس تعریفی که از آن می‌شود، منحصر به فرد است، آن چیز یکه و منحصر به فرد را در ساختار به وجود می‌آورد که حاکم بر ساختار است، و در عین حال خود از ساختمندی می‌گریزد. به همین دلیل اندیشه‌ی کلاسیک درباره ساختار می‌توانست مدعی شود که به گونه‌ای متناقض، مرکز در «درون» ساختار و در «برون» آن است. مرکز در مرکز کل واقع است و با وجود این، از آنجا که مرکز به کل تعلق ندارد (بخشی از کل نیست)، مرکز کل در جایی دیگر است (برون از آن). مرکز، به واقع، در مرکز نیست. مفهوم ساختار دارای مرکز اگرچه خود معرف انسجام است که شرط معرفت‌شناسی در جایگاه علم و در جایگاه فلسفه است، انسجامی متناقض دارد. و همچون همیشه، انسجام متناقض بیانگر نیروی نوعی میل (به گریز) است. مفهوم ساختار دارای مرکز در واقع مفهوم بازی آزادانه‌ای (سیلان) است که بر زمینه‌ای بنیادی بنا شده است،

بازی آزادانه‌ای که بر نوعی ایستایی بنیادی و قطعیتی اطمینان‌دهنده، که خود در ورای میدان این بازی آزاد و سیلان قرار دارد، شکل گرفته است (دریدا، ۱۳۸۸: ۲۲۲ و ۲۲۳).

بنابراین، دریدا معتقد نیست که در ساختار، مرکز وجود ندارد، بلکه معتقد است در ساختار همواره میل به بازی در مرکز وجود دارد. به عبارت دیگر ساختار، همواره مایل است که با واسازی کردن از مرکز، مرکز را به نامرکز تبدیل کند و مرکز دیگری را جانشین مرکز سابق و نامرکز فعلی کند. به همین ترتیب، مکرراً مرکزهای جدید، جانشین نامرکزهای گذشته می‌شوند. این تغییر و تبدیل‌های مداوم مرکز و نامرکز در ساختار، میلی همیشگی به بازی در ساختار پدید می‌آورد و ساختار را تبدیل به چیزی همواره بی‌ثبات می‌کند. با این وصف، هیچ‌گاه نمی‌توان تعریفی پایدار، یکه و ثابت از مرکز ارائه داد. مثالی در این مورد، میل به بازی در ساختاری چون «زندان» است: زندانی را در نظر بگیرید که عامل قانون در آن وجود دارد و مرکز آن زندان محسوب می‌شود. در صورتی که این عامل قانون را حذف کنیم، زندانیان می‌کوشند از ساختار زندان بیرون بروند. شلوغ می‌کنند و ساختار را برهم می‌زنند. این برهم ریختن ساختار قبلی، ساختار جدیدی پدید می‌آورد که در آن، دیگر قانون قبلی در مرکز نیست، بلکه در حاشیه ساختار قرار گرفته است. اکنون در زندان مرکز جدیدی شکل گرفته که قانون جدیدی بر آن حاکم است. یعنی اکنون در مرکز، قانون زندانیان جای قانون زندانبانان را گرفته است. (هاشمی، شهبازی، ۱۳۹۰: ۱۰۶ و ۱۰۷)

می‌توان بازی مرکز قانون را در ساختار زندان، به همین ترتیب ادامه داد و به شکل مکرر تصور کرد. مثلاً می‌توان تصور کرد که زندانبان‌ها بالاخره با حمایت قانونی دیگر، دوباره اداره ساختار زندان را از دست زندانیان درخواهند آورد و برای اینکه ساختار پایدار مورد نظر خود را از زندان مستحکم‌تر کنند، قوانین سفت و سخت‌تری را در مرکز زندان قرار خواهند داد. اما هیچ‌گاه این قوانین نمی‌توانند آرزوی پایداری همیشگی را که از آنها انتظار می‌رود، برآورده سازند. چون همیشه در مرکز ساختار، میل به بازی وجود دارد.

۲.۲. متن/حاشیه

دریدا معتقد است که با واسازی تقابل‌های دوتایی که کلود لوی استروس^{۱۱} ساختارگرا واضعش بوده است، مرز تمام متقابل‌های دوگانه مخدوش می‌شود. همواره میلی به نشت مفاهیم متضاد در درون هم وجود دارد که تقابل ثابت، یکه و پایدار آنها را با چالش مواجه می‌سازد. دریدا به این نتیجه می‌رسد که هریک از عناصر متقابل دوتایی حاوی یک تفاوت یا تمایز و تعویق^{۱۲} هستند. بدین معنی که آنها با یکدیگر تفاوت و تمایز دارند، ولی با یک تعویق، می‌توانند به یکدیگر تبدیل شوند. یکی از مهم‌ترین این تقابل‌های دوتایی در اندیشه دریدا، تقابل مرکز/ حاشیه در متن^{۱۳} است:

از نظر متن‌شناسی یا هرمنوتیک سنتی، حاشیه‌های واقعی هر صفحه فضایی مهم اما ثانوی را برای فهم و تفسیر، برای تحشیه و تعلیقه- نویسی، و یا برای تصحیح و ممیزی فراهم می‌آورند. در نتیجه با اینکه می‌توان برای حاشیه نوعی توان تبیینی قائل شد، اما حاشیه و مرکز به واسطه توزیع روشن مرزهایشان تعریف می‌شوند. برخلاف این مفهومی که از حاشیه ارائه می‌شود و آن را در فضای ثابتی در بیرون متن اصلی معرفی می‌کند، دریدا معتقد است که فضای سفید صفحه تنها یکی از اشارات ممکن به حاشیه‌های معنا است و حاشیه‌ها در بیرون و درون فضای نشان‌خورده متن عمل می‌کنند (مکاریک^{۱۴}، ۱۳۸۸: ۱۰۵).

دریدا معتقد است که حاشیه‌ها با توضیح و تفسیرهایی که بر متن می‌دهند، در عین حال که به نظر می‌رسد بیرون متن قرار دارند، درون متن نیز به نظر می‌رسند. حاشیه ابتدا در بیرون متن نوشته می‌شود، اما با آن توضیح و تفسیرها در مورد متن، تفاوتی یا تمایز و تعویقی در مفهوم حاشیه بودنش ایجاد می‌شود. این تفاوت یا تمایز و تعویق در مفهوم حاشیه بودن حاشیه، آن را به درون متن می‌راند یا به عبارت دیگر، در آستانه جزئی از متن بودن قرارش می‌دهد:

دریدا به صورت دیگری نیز نقش آستانه‌ای حاشیه‌ها را بررسی کرده است؛ حاشیه‌هایی که ظاهراً بیرون متن می‌ایستند، ولی در عین حال، جزئی از متنی به شمار می‌آیند که خود واسطه آن هستند. وی با توجه دقیق به اشکال حاشیه‌ای متن از قبیل عنوان، سرنوشته، امضا، یا پانوست، که

مرزهای متن «اصلی» را مشخص می‌کنند، به تحلیل این نقش می‌پردازد (همان، ۱۰۶ و ۱۰۷).

۳.۲. میزبان / میهمان

بنا بر بخشی از نظریه و اساسی دریدا، برگرفته از کتاب «ژاک دریدا و متافیزیک حضور»، نوشته محمد ضمیران (۱۳۸۶) میهمان‌نوازی حقیقی در برابر تعدادی بیگانه‌ی ناشناس امری است تقریباً محال. مهمان کسی است که بر دیگری وارد می‌شود؛ میزبان او را با طعام و دیگر ملزومات پذیرایی می‌کند. هرچند بعضی افراد به میهمان دوستی معروفند و سرای خویش را میهمانسرا می‌نامند؛ اما به هر حال میزبان صاحب‌خانه است و ضیافت او از روی مهر و دگردوستی است اما صاحب‌خانه را نباید میهمان‌پرست مطلق محسوب داشت، هرچند که احساس غیردوستی و ازخود گذشتگی در او به حد وفور موجود باشد. میهمان‌نوازی مستلزم فرض این امر است که یکی صاحب و فرمانروای خانه، شهر و یا مملکت باشد، در این صورت است که امکان می‌یابد از دیگری پذیرایی کند. بنابراین، میهمان‌داری خود مستلزم تسلط بر خانه و کاشانه و تصرف آن است. آنکه خود را میزبان می‌شناسد به ناگزیر مایل است صورتی از هویت را برای خویش مفروض دارد. افزون بر این معمولاً میزبان، خود، به منظور آن که میهمان‌نواز تلقی شود باید وجهی کنترل و تسلط را بر میهمان اعمال نماید. زیرا که اگر به فرض محال میهمانان خود را به زور به میزبان تحمیل نمودند، در این صورت میهمان‌نوازی و مهر ناشی از میزبانی از میان می‌رود و خصومت و مقاومت جایگزین مهر و گرمی خواهد شد. دریدا در راه اثبات این بخش نظریه‌اش از ریشه‌شناسی واژه‌ی *hospitality* (میهمان‌نوازی) نیز یاری می‌گیرد. این واژه از ریشه‌ی *hostis* به معنای غریبه، بیگانه، غیرخودی و خارجی مشتق شده است و بعدها به معنای دشمن و خصم به کار رفت. مثلاً در زبان انگلیسی *hostility* به معنای دشمنی و خصومت به کار می‌رود. به‌طور کلی هم واژه *hospitality* از دو کلمه‌ی *pets+ hostilis* یا *potes* و *potentia* تشکیل یافته است. واژه *pets* و مشتقات آن هم به معنای قدرت و تسلط است.

دریدا به همین شکل و ذیل همین مبحث، واژه «اجتماع» را نیز بررسی کرده و خاطر نشان می‌کند که اصطلاح *community* از دو جزء *com* به معنای جمع و *munis* به معنای دفاع و مهمات مشتق شده است. واژه‌ی *communio* در گذشته به معنای برج و بارو و حصار دارای دفاع مستحکم بوده است. معمولاً در اطراف شهرهای کهن قرون وسطایی حصارهای

مستحکمی احداث می‌کردند تا از ورود بیگانگان و اجانب جلوگیری کنند. در پیدا می‌گوید امروزه اجتماع (community) هم تا حدود زیادی متضمن گردآمدن خودی‌ها و ایجاد حد و مرزی برای بیگانگان و عناصر غیرخودی است. هرچند که در ظاهر، مفهوم اجتماع، گرمی و استقبال را به ذهن متبادر می‌گرداند اما باید جنبه‌های دفاعی و تدارکاتی آن را نیز از نظر دور نداشت. از این رو، واژه‌ی اجتماع هم چون میهمان‌نوازی، متضمن وجهی بیگانه‌ستیزی و دیگرگرایی است. چراکه راحت و آسایش اجتماع مستلزم آمادگی برای برخورد با غیرخودی است. در اجتماع اعضای آن همواره آماده‌ی نبرد با هرگونه مهاجمی به سر می‌برند.

در عین حال، میهمان چون حاشیه‌ای بر مرکز متن میزبان، آن را در برگرفته است. میل به بازی در مرکز موجب می‌شود که میزبان در عین خصومت با میهمان برای نگهداری جایگاه میزبانی‌اش، به حاشیه / میهمان همواره همچون چیزی که متن / میزبان را توضیح و تشریح می‌کند، نیاز داشته باشد. بنابراین، میزبان تلاش می‌کند که میهمان را در حدود و مرزهای حاشیه-ای‌اش برای خود نگاه دارد. با این حال، نشتی که میان تقابل دوتایی حاشیه / مرکز وجود دارد، امکان آن را نیز فراهم می‌کند که حاشیه، با همان توضیح و تشریحی که بر متن ارائه می‌دهد، با وجود تفاوتش با مرکز، با یک تمایز و تعویق، به مرکز تبدیل، یا به تعریف مرکز نزدیک شود. پس همیشه امکان بازی آزادی میان حاشیه و مرکزی که در اینجا میهمان و میزبان هستند، وجود دارد. یعنی امکان آن وجود دارد که حاشیه میهمان، به سمت مرکز متن میزبان حرکت کند، عناصری از هویت میزبانی را کسب کند یا به عناصری نزدیک به هویت میزبان دسترسی پیدا کند.

اکنون امکان آن پدید آمده است تا بر اساس عناصری از نظریه‌ی واسازی ژاک دریدا که در فوق، به اختصار تشریح شد، فیلم «روکو و برادرانش» مورد بازخوانی قرار گیرد.

۳. تحلیل فیلم «روکو و برادرانش» بر اساس نظریه‌ی واسازی ژاک دریدا

فیلم «روکو و برادرانش»، با پشتوانه نظریه واسازی ژاک دریدا، در رابطه میهمان و میزبان و در زمینه موضوع مهاجرت، قابل مطالعه است. مطالعه‌ای که به واسازی تقابل‌های حاشیه / مرکز در متن، یا مرکز نامرکز در ساختار نیز در نظریه دریدا ارتباط پیدا می‌کند. در فیلم «روکو و برادرانش»، میهمان، خانواده‌ای از جایی به نام لوکانیا^{۱۵} در جنوب ایتالیاست و میزبان، شهر شمالی میلان^{۱۶} است. اولین نمود تقابل‌های میهمان / میزبان در منزل جانلی‌ها نمایانده می‌شود. آنها ابتدا از خانواده پاروندی^{۱۷} به گرمی استقبال می‌کنند و از آنها می‌خواهند که این خانه را

همچون خانه خویش بدانند، اما وقتی رزاریا، از نظر مادر و برادر جینتا^{۸۸}، پا را از میزان‌های قواعد میهمان بودن فراتر می‌گذارد و از حد و مرز تسلط میزبان بر میهمان درمی‌گذرد، از این خانه بیرون رانده می‌شود. این وقتی است که رزاریا، وینچنزو^{۹۹} را متعلق به خانواده خود و ملزم به نگهداری از این خانواده می‌داند و این، برای مادر جینتا همچون تعدی میهمان از قواعد میهمان بودنش تلقی می‌شود. چراکه او، برعکس، وینچنزو را اکنون دیگر متعلق به دختر و خانواده خود می‌داند، این تعلق را جزو قوانین خانه‌اش قلمداد می‌کند و مخالفت با آن را برابر با تجاوز به حدود تسلطش بر محدوده خانه‌اش، به‌عنوان قلمرو خود می‌یابد. اما بیرون رانده شدن خانواده پاروندی از خانه‌ی خانواده جانلی یک بیرون رانده شدن تمام و کمال نیست. بلکه این بیرون رانده شدن به این منظور است که خانواده پاروندی جایی در حاشیه مرکزی به نام خانواده جانلی نگه داشته شود. شهر میلان هم در مقیاسی بزرگتر همین کار را با همه لوکانیایی‌ها می‌کند و به‌عنوان یک مرکز، لوکانیایی‌ها را در حاشیه خود قبول می‌کند و می‌پذیرد. به تدریج، البته میلان بعضی از عناصر را از این خانواده لوکانیایی، که به رنگ میلانی درآمده به خود جذب می‌کند و بعضی از آنها را هم، که لوکانیایی مانده، دفع می‌کند. وینچنزو و چپرو هریک به شکلی جذب فرهنگ میلانی می‌شوند و سیمونه به شدت دفع می‌شود. روکو هم که در ظاهر جذب شده، اگر به عمق نیت‌ها و آرزوها و خواسته‌هایش از زندگی، و به کنش‌هایش، مخالف تمام آن نیت‌ها و آرزوها و خواسته‌ها، بنگریم، متوجه خواهیم شد که در واقع او هم به شکل دیگر دفع شده است. به تدریج دیده می‌شود که این نیاز به جذب شدن درون فرهنگ میلانی در عین حفظ پاره‌هایی از گذشته‌ی فرهنگی لوکانیایی یکی از دغدغه‌های مهم رزاریا هم هست. نمونه‌اش جاهایی است که او مکرراً به همه نام فامیلش را خاطر نشان می‌کند و انتظار دارد میزبان فرهنگی، احترام میهمان فرهنگی را به جا بیاورد و در شأن بزرگی اصل و نسبی خانواده‌ی میهمان با او رفتار کند. رزاریا می‌خواهد مردم میلان هم به همان اندازه مردم لوکانیا برای او احترام قایل باشند تا او میلان را هم مثل خانه‌ی خودش، لوکانیا بداند. و می‌بینیم که او می‌تواند این احترام را بالاخره تا حدودی به دست آورد، هرچند در افزایش چیزهایی را هم از دست می‌دهد. مثل از دست دادن آن جمع صمیمی و گرم خانوادگی که در روستایشان در لوکانیا داشتند.

خانواده‌ی پاروندی مجبور هستند در خانه‌هایی که میلانی‌ها به آنها در حاشیه شهر می‌دهند اقامت گزینند. این یک نوع میهمان‌نازی با ذکر قیود و شرایطی است: مردم محترم شهر میلان نمی‌خواهند چهره شهرشان با در خیابان خوابیدن آوارگان و خانه به دوش‌های لوکانیایی خراب

شود. به همین خاطر ابتدا باید پاروندی‌ها یک خانه را اجاره کنند و وقتی امکان پرداخت اجاره را طی یک ماه نداشته باشند، به خانه‌های سازمانی ویژه‌ای نقل مکان خواهند کرد. بعد از آن هم اگر بتوانند به خوبی قواعد میهمانی را رعایت کنند شایستگی آن را می‌یابند که نزدیکی بیشتری به مراکز میزبانی داشته باشند. بنابراین آنها مجبورند این افتخار و شایستگی را مثلاً در ورزش خشن و خطرناکی چون بوکس حرفه‌ای بیابند تا بتوانند شهروند خوب بودن خود را ثابت کنند (در مورد سیمونه و روکو). هرچند راه دیگری چون درس خواندن شبانگاهی هم پیش پایشان قرار می‌گیرد تا در کنار انجام امور پست ساختمانی امکان تمایل به مرکز و حل شدن در آن را بیابند (مورد چپرو و امکان ازدواجش با فرانکای میلانی). بنابراین، دیده می‌شود که مناسبات بین این مهمان/ میزبان در فرایند این مهاجرت با واسازی در تقابل دوتایی مرکز/ حاشیه قابل تبیین است.

از همین جا می‌توان به مبحث هویت هم در همین رابطه وارد شد و اینکه هویت میهمان در موضوع مهاجرت چه نسبتی با هویت میزبان می‌یابد و این موضوع چگونه در فیلم «روکو و برادرانش» نمود پیدا کرده است. ابتدا باید تعریفی از هویت ارائه شود که بتواند پایه‌ی تحلیل، از این منظر و در این مقاله قرار بگیرد. امیرعلی نجومیان (۱۳۹۰) در مقاله «تجربه مهاجرت و پارادوکس همانندی و تفاوت» تعریف قدیمی از هویت را در روزگار معاصر غیرقابل قبول انگاشته و تعریف دیگری به‌عنوان تعریف معاصر از هویت ارائه داده است:

در فرهنگ فشرده آکسفورد، برای واژه «هویت» بیش از هر چیز علامت مساوی (=) در علم ریاضی آورده شده است، که خود به معنی همانندی کامل و بی‌چون و چراست، و سپس تعریف دیگر آن از این قرار است: «فردیت یا وضعیت بودن فرد خاصی که در تمام شرایط و موقعیت‌ها در زمان یکی یا همان باشد یا بماند». [...] به این تعبیر هویت بر اساس یک «خود حقیقی» شکل می‌گیرد که در این جهان در تغییر، همواره ثابت و در تداوم است و در عمق (یا گذشته) پنهان شده است؛ هویت به این تعبیر باید کشف شود. اما در تعریف معاصر از هویت، هویت همواره در حال ساخته شدن و بازسازی است و گنجینه‌ای نیست که بتوان آن را کشف کرد. هویت، دیگر در نظریه‌ی انتقادی معاصر کوه یخی نیست که با حرکت به عمق و درون بتوان آن را یافت. بلکه از دیدگاه نشانه‌شناسی آن را می‌توان این‌گونه تعریف کرد: هویت دلالتی است بین فرد و اجتماع. هر فردی برای

ساخت رابطه خود با اجتماع، باید هویتی بسازد (هویتی که بر اساس آن، خود را به جامعه یا دیگر انسان‌ها وصل کند) و هر جامعه‌ای برای ساخت رابطه‌ی خود با فرد، باید هویتی بسازد (هویتی که بر اساس آن افراد را به عضویت خود درآورد) (۱۲۱ و ۱۲۲).

بر این اساس، اولاً: امروزه بحث هویت بدون بحث «تفاوت» بی‌معناست. ثانیاً به جای هویت بحث «هویت‌ها» مطرح می‌شود و ثالثاً هویت‌سازی یا هویت‌یابی در یک «فرایند هویت» معنا می‌شود.

در فیلم «روکو و برادرانش» این سه مرحله در نسبت میان هویت و مهاجرت قابل مطالعه است. نمود جالب توجه آن را در باشگاه چری^۲ می‌توان یافت. این مربی مرتباً از تبدیلی و تن‌پروری لوکانیایی‌ها انتقاد می‌کند و در عین حال از هوشمندی و قدرتشان استفاده می‌کند. او معتقد است که اگر سیمونه کُندی لوکانیایی خود را جبران نکند، نمی‌تواند در ورزش بوکس موفق شود. سیمونه چنان جبرانی نمی‌کند و به چنین موفقیتی دست نمی‌یابد، اما روکو این کار را می‌کند. چری می‌داند که اولاً در لوکانیایی‌ها تفاوت‌های مهمی با میلانی‌ها وجود دارد که وجه تمایز درخشان آنها را می‌سازد. ثانیاً می‌داند که هویت لوکانیایی باید در کنار هویت میلانی قرار گیرد و «هویت‌ها» را برساند. و ثالثاً می‌داند که برای رنگ هویت میلانی دادن به این لوکانیایی‌های کُند، اما هوشمند نیاز به فرایندی از تمرین و پرورش وجود دارد. در این میانه سیمونه دل به این فرایند هویت‌سازی یا هویت‌یابی نمی‌دهد و جذب آن نمی‌شود، ولی روکو برعکس عمل می‌کند و جذب می‌شود. با این وجود در سکانس جشن نزدیک به پایان فیلم، روکو همچنان حسرت گذشته و دهشان را در لوکانیا می‌خورد و آرزو می‌کند که لوکا^۱، به‌عنوان عضوی از نسل آینده لوکانیایی به این سرزمین «درخت‌های زیتون و مهتاب و رنگین‌کمان» بازگردد. پس روکو هنوز هویتی را به صورت بدون تغییر و پایدار و ثابت، چون گوهری در گذشته می‌یابد. در حالی که نگاه چپرو به هویت، همچون دیدگاه انتقادی معاصر است، جایی که در سکانس پایانی به لوکا می‌گوید: «زندگی همه‌جا داره عوض می‌شه... آدما دارن یاد می‌گیرن که خیلی چیزها باید تغییر کنه... بعضی‌ها می‌گن دنیای جدید بهتر از این نمی‌شه، اما من معتقدم می‌شه... این که زندگی آدم بهتر و درست‌تر و پاک‌تر می‌شه...» (ویسکوتی و دیگران، ۱۳۸۳: ۱۶۶).

البته باید یادآور شد که در مقایسه این دیالوگ چپرو و دیالوگ قبل‌ترش یک تناقض دیگر هم آشکار می‌شود. چپرو قبل‌تر، درباره سیمونه و روکو این‌گونه نظر داده است: «سیمونه اصل و

اساس سالمی داشت، اما با هرزگی‌های خودش و گذشت‌های روکو آلوده شد... روکو قدیسه، اما مگه یه آدم دست تنها توی این دنیا چه کار می‌تواند بکند؟ اون حتی نمی‌تواند از خودش دفاع بکند... روکو همیشه می‌بخشه، اگر چه آدم همیشه نباید ببخشه» (همان). از این منظر، چپرو از سوی، معتقد به گوهر و ذاتی برای هویت سیمونه است که در روستا/لوکانیا سالم بوده و تغییر آن در شهر/میلان، آن را به فساد و تباهی کشانده است. از سوی دیگر به تغییری که مظهر آن میلان صنعتی است، ارج می‌نهد و نسبت به اینکه روکو گوهر روستایی خود را همچنان در این محیط فاسد شهری دست نخورده نگاه داشته، انتقاد می‌کند. این دیدگاه متناقض چپرو که به نوعی جمع‌بندی مضمونی فیلم، در زمینه‌ی مهاجرت هم هست، نمونه‌ی کاملی است از پارادوکس هویتی که خانواده‌های مهاجر در محیط جدید میزبان با آن روبرو هستند.

در فیلم «روکو و برادرانش»، خانواده‌ی لوکانیایی پاروندی همچون مهاجمی نسبت به اجتماع میلانی به نظر می‌رسند. جالب است که روکو و سیمونه، از این خانواده جذب ورزش بوکس می‌شوند، که دفاع و حمله را به طور توأمان، و در شدیدترین وجهی در خود دارد و بنابراین حامل یک پارادوکس است. خانواده پاروندی، در ظاهر به نظر می‌رسد که در پایان فیلم جذب اجتماع میلانی شده‌اند. اما این جذب در درون خود با دفع‌هایی همراه است که یک پارادوکس دیگر را شکل می‌دهد. اوج آن جایی است که سیمونه در میانه‌ی جشن و شادی ناشی از حس جذب شدن خانواده پاروندی در فرهنگ میلانی، به خانه وارد می‌شود. او اکنون همچون یک مهاجم به بدنه این خانواده به نظر می‌رسد و اقدام چپرو برای لو دادن او به پلیس مثل نوعی بیگانه‌ستیزی و دیگرگریزی قلمداد می‌شود. از سوی دیگر روکو هم خودش، خود را همچون بیگانه و دیگری در اجتماع لوکانیایی، و از این رهگذر، در خانواده میلانی شده‌اش به حساب می‌آورد (اشاره جالبی هم در این جا هست، که رزاریا به چپرو می‌گوید لهجه‌اش از جینتای میلانی هم میلانی‌تر شده است). با این حال، متوجه می‌شویم که این خانواده، اکنون، هم از جهاتی خود را درون این جامعه، متعلق به آن و خودی نسبت به آن می‌بیند، و هم از جهاتی دیگر خود را بیرون این جامعه و چون بیگانه و دیگری نسبت به آن حس می‌کند. بنابراین، در فیلم «روکو و برادرانش» می‌توانیم مصداق خوبی از این سخن نجومیان بیابیم، آنجا که می‌نویسد:

درون تجربه مهاجرت نوعی تشش یا تناقض وجود دارد، به عبارتی دیگر مهاجر همواره با دستور/خواسته‌ای دوگانه و متناقض روبروست. میزبان در آن واحد از مهاجر می‌خواهد هم با فرهنگ میزبان همانند و

همسو شود و هم حدی از تفاوت را حفظ کند. نگارنده این وضعیت را پارادوکس «هماندی و تفاوت» می‌نامد. از این رو، مهاجر در موقعیتی «ناممکن» قرار می‌گیرد: از سویی، او باید در فرایند همانندسازی فعالانه شرکت کند و از سوی دیگر باید فاصله‌ی خود را با فرهنگ میزبان حفظ نماید (همان: ۱۱۹).

به همین خاطر است که چری، مربی بوکس هم ادعا دارد که بوکسورهای میلانی از بوکسورهای لوکانیایی بهتر هستند و هم از بوکسورهای لوکانیایی بیشتر از بوکسورهای میلانی استفاده می‌کند: او هم می‌خواهد بوکسورهای لوکانیایی را همانند بوکسورهای میلانی کند و هم می‌خواهد از تمایزهای قابل توجه بوکسورهای لوکانیایی نسبت به بوکسورهای میلانی استفاده کند. چری می‌خواهد نظم و انضباطی را که در میلانی می‌بیند، در کنار قدرت بدنی و هوشمندی که در لوکانیایی می‌بیند، قرار دهد. او از این پارادوکس «هماندی و تفاوت» و از این موقعیت «ناممکن»، سود بیشتری نصیب خواهد برد!

۴. نتیجه‌گیری

فیلم «روکو و برادرانش»، ساخته‌ی لوکینو ویسکونتی را می‌توان بر اساس نظریه «واسازی» فیلسوف فرانسوی، ژاک دریدا، مورد بازخوانی قرار داد. در این بازخوانی، به واسازی از تقابل‌های مرکز/ نامرکز، مرکز/ حاشیه و میهمان/ میزبان، به‌عنوان عناصری از نظریه دریدا، در زمینه موضوع مهاجرت، پرداخته می‌شود. در فیلم «روکو و برادرانش»، خانواده پاروندی که میهمان هستند، ابتدا توسط خانواده جانلی که میزبان هستند، گرمی داشته می‌شوند. اما سپس، این خانواده لوکانیایی، به تمامی درون این خانواده میلانی پذیرفته نمی‌شوند و به حاشیه آن رانده می‌شوند. در وجهی گسترده‌تر، چنین تعاملی میان میهمان/ میزبان در اجتماع شهر میلان وجود دارد. اجتماع شهر میزبان میلان نیز، لوکانیایی میهمان را در حاشیه خود می‌پذیرد. در عین حال، در هر دو طرف، یک میل به بازی وجود دارد: میل به اینکه حاشیه‌های میهمان با پذیرفتن شرایطی ویژه به مرکز متن میزبان نزدیک شوند. در اینجا فرهنگ میزبان از بخش‌هایی از فرهنگ میهمان استفاده می‌کند که می‌تواند به سود خودش باشد. میزبان، تفاوت هویتی میهمان را درک می‌کند، بخش‌هایی را که به سود خودش است جذب، و بخش‌هایی را که به ضررش است، دفع می‌کند. با این وصف، فرد مهاجر از لحاظ هویتی در یک پارادوکس قرار می‌گیرد. خانواده‌ی لوکانیایی

پاروندی در فیلم «روکو و برادرانش»، چون در آستانه میلانی شدن قرار دارند، دچار یک موقعیت ناممکن هویتی می‌شوند. آنها از سویی خود را درون فرهنگ میلانی و بخشی از مرکز آن، و از سوی دیگر، در حاشیه و بیرون این فرهنگ می‌بینند. آنها هم مایل هستند که به این اجتماع بپیوندند و در آن تبدیل به خودی شوند، و هم می‌دانند که همچنان همچون بیگانه‌ای نسبت به این اجتماع هستند. پس باز هم هوای اجتماع قبلی لوکانیا را در سر می‌پروراند که در آن احساس کامل خودی بودن داشته‌اند.

به این ترتیب، فیلم «روکو و برادرانش» در حالی به پایان می‌رسد که هریک از افراد این خانواده حاشیه‌ای لوکانیایی، با وجود درک و جذب بخش‌هایی از فرهنگ مرکزی میلانی، همچنان نسبت به آن احساس بیگانگی می‌کنند و بنابراین، همچنان در نوعی بحران هویتی ناشی از این موقعیت متناقض به سر می‌برند.

۵. پی‌نوشت

1. Rocco and His Brothers (Original Title: Rocco e I suoi fratelli)

2. [Luchino Visconti](#)

3. Rocco

4. Simone

5. Ciro

6. Rosaria

۷. Deconstruction، مکتبی فلسفی است که در اواخر دهه شصت میلادی در

فرانسه شکل گرفت و بر نقد انگلیسی و امریکایی تأثیر بسیاری گذاشت. واسازی یا شالوده‌شکنی که نظریه‌ای پس‌اساخت‌گرایانه است، عمدتاً زاده‌ی اندیشه‌های ژاک دریدا است. از نظر دریدا، واسازی رسالتی دوگانه دارد: از سویی باید ماهیت معضلساز گفتمان‌های «مرکز محور»، گفتمان‌هایی که متکی به مفاهیمی «مرکز محور»، از قبیل حقیقت، حضور و مبدأ هستند، را نشان بدهد؛ و از سوی دیگر، باید از طریق جا به جایی محدودیت‌های مفهومی متافیزیک، آن را واژگون گرداند. واسازی می‌کوشد تا حاشیه‌نشین نظام‌های فکری سنتی باشد تا از این طریق بتواند مرزهای آن را تحت فشار بگذارد و شالوده‌های نآزموده‌ی آنها را بیازماید. برای مطالعه بیشتر

ر.ک: مکاریک، صص ۴۵۲ تا ۴۵۹. همچنین می‌توان در همه کتاب‌های مربوط به نقد ادبی، بخشی را تحت این عنوان یافت. مثلاً در سلدن، ویدوسون، ۱۳۸۷، صص ۱۸۲ تا ۱۹۰، ذیل عنوان «ژاک دریدا: ساخت شکنی» یا در برسلر، ۱۳۸۹، صص ۱۴۵ تا ۱۷۰، ذیل فصلی با عنوان «واسازی».

8. Jacques Derrida

9. Centre/Decentre

10. Claude Levi Stros

استروس با رجعتی به آراء افلاطون و تجربه‌های شخصی‌اش، معتقد بود که نشانه‌ها بر پایه‌ی تقابل‌هایی دوتایی شکل می‌گیرند. در این تقابل‌های دوتایی همواره واژه‌ی نخست بر واژه‌ی دوم برتری دارد. نیک / بد، خوب / زشت، مرد / زن، گفتار / نوشتار و ... نمونه‌هایی از این تقابل‌های دوتایی هستند. دریدا نظریه‌ی تقابل‌های دوتایی استروس را شکلی بسط و گسترش - یافته از نظریه سوسور در مورد رابطه دال و مدلول در نظام نشانه‌ها می‌داند و نسبت به آن نیز نگاهی انتقادی دارد. از این‌رو، دریدا در پی آن است که اثبات کند این تقابل‌های دوتایی امکان‌پذیر نیست. ر.ک: احمدی، ۱۳۸۳، صص ۴۸۴.

سوسور معتقد است که هر نشانه را دو سویه شکل می‌دهند که در تعامل با یکدیگر خصلتی ایجابی دارند. او اعتقاد دارد که هر نشانه از یک دال Signifier (صورت آوایی) و یک مدلول Signified (صورت معنایی) تشکیل شده است. از رابطه میان دال و مدلول، دلالت Signification شکل می‌گیرد. دریدا، اما با این نظریه‌ی سوسور مخالف است. دریدا معتقد است که ما نمی‌توانیم بر این نکته پافشاری کنیم که هر دالی به اجبار، مدلولی مشخص دارد. این قراردادهای میان انسان‌هاست که رخداد دلالت را موجب می‌شود. زیرا طرح یک دال، منجر به ایجاد مدلول نمی‌شود، بلکه با طرح هر دال، دالی دیگر در ذهن ما شکل می‌گیرد. ر.ک: هارلند، ۱۳۸۸، صص ۱۹۶

۱۲. Différance. در بیشتر ترجمه‌ها، مثل ترجمه‌ی مکاریک به واژه «تفاوت» ترجمه شده، اما سجودی آن را «تمایز و تعویق» ترجمه کرده است. دریدا بر اساس تعریف پیرس از نشانه به این نتیجه می‌رسد که هر «تفسیر» از هر نشانه، به نوبه خود نشانه‌ای خواهد بود و این روال تا بی‌نهایت ادامه می‌یابد. هویت مدلول پیوسته خود را پنهان می‌کند و همیشه در حرکت است. این برداشت از مدلولی که پیوسته پنهان می‌شود و همیشه در حرکت است، دریدا را به مفهوم «تمایز

و تعویق» هدایت می‌کند. بر این اساس مدلول پیوسته به تعویق می‌افتد. ر.ک: سجودی، ۱۳۸۸، صص ۶۴ تا ۶۸.

۱۳. Text، متن ساختاری است متشکل از عناصر معنادار، و از طریق همین متن است که وحدت نسبی این عناصر - وحدتی که می‌تواند عمیق یا شکننده باشد - متجلی می‌شود. در نتیجه، متن مشتمل است بر (۱) عناصر معنادار، (۲) وحدت این عناصر، و (۳) تجلی این وحدت. در معنایی محدودتر، متن به واحدهای زبانی محدود می‌شود و در معنایی فراخ‌تر، هر گروهی از پدیده‌ها، و حتی کل خود هستی را می‌توان نوعی متن قلمداد کرد. ر.ک: مکاریک، ۱۳۸۸، صص ۲۷۱ تا ۲۷۹.

14. Makaryk, Irena Rima

15. Lucania

16. Milano

17. Parondi

18. Ginetta

19. Vincenzo

20. Cerri

21. Luca

فهرست منابع

کتاب‌ها و مقالات

احمدی، بابک (۱۳۸۹)، حقیقت و زیبایی؛ درس‌های فلسفه هنر، تهران، نشر مرکز.

برسلر، چارلز (۱۳۸۹)، درآمدی بر نظریه‌ها و روش‌های نقد ادبی، ترجمه: مصطفی عابدینی فرد، تهران، انتشارات نیلوفر.

سلدن، رمان، ویدوسون، پیترو (۱۳۸۷)، راهنمای نظریه ادبی معاصر، تهران، انتشارات طرح نو.

ضیمران، محمد (۱۳۸۶)، ژاک دریدا و متافیزیک حضور، تهران، انتشارات هرمس.

مکاریک، ایرنا ریما (۱۳۸۸)، دانش‌نامه نظریه‌ی معاصر، ترجمه: مهران مهاجر و محمد نبوی، تهران، نشر آگه.

دریدا، ژاک (۱۳۸۸)، ساختار، نشانه و بازی در گفتمان علوم انسانی، ترجمه: فرزانه سجودی، برگرفته از مجموعه مقالات «ساخت‌گرایی، پساساخت‌گرایی و مطالعات ادبی، تهران، انتشارات سوره‌ی مهر.

سجودی، فرزانه (۱۳۸۸)، دلالت: از سوسور تا دریدا، برگرفته از مجموعه مقالات «نشانه‌شناسی: نظریه و عمل»، تهران، نشر علم.

کریمی، ایرج (۱۳۸۳)، روکو و برادرانش: نگاهی دیگر، برگرفته از فیلم نامه‌ی «روکو و برادرانش»، تهران، نشر نی. نجومیان، امیرعلی (۱۳۸۹)، تجربه مهاجرت و پارادوکس همانندی و تفاوت، برگرفته از مجموعه مقالات نقدهای ادبی-هنری «نشانه‌شناسی فرهنگ (ی)»، تهران، انتشارات سخن.

نول اسمیت، جفری (۱۳۸۳)، روکو و برادرانش: فیلمی دوسویه، ترجمه: ایرج کریمی، برگرفته از فیلم‌نامه‌ی «روکو و برادرانش»، تهران، نشر نی.

ویسکوتی، لوکینو و دیگران (۱۳۸۳)، روکو و برادرانش (فیلم نامه)، ترجمه: ایرج کریمی، تهران، نشر نی.

هارلند، ریچارد (۱۳۸۸)، دریدا و مفهوم «نوشتار»، ترجمه: فرزانه سجودی، برگرفته از مجموعه مقالات «ساخت‌گرایی، پساساخت‌گرایی و مطالعات ادبی»، تهران، انتشارات سوره ی مهر.

هاشمی، محمد، شهبازی، رامتین (۱۳۹۰)، خوانش واسازانه‌ی دریدا در نمایشنامه «مردی که حرف می‌زند» از محمد چرمشیر، فصل‌نامه‌ی تئاتر، شماره چهل و هفتم، تهران.

فیلم:

Visconti, Luchino (1960), *Rocco and His Brothers* (Original Title: *Rocco e i suoi fratelli*), Italy, France

Social semiotics study of censorship in Iranian film 'I'm Not Angry' Based on hypertextuality theory of Genette

Parisa Aghababaei

Abstract

According to Gerard Genette, one of the types of transtextuality is called hypertextuality which refers to the relationship between two texts. The important thing is that the second text (hypertext) contains many signs and elements which are all belong to the first text (hypotext).

One of the subcategories of hypertextuality is to make a change in the volume of the text, which is called quantitative transformation that could be increasing or decreasing. It means that we create a new text by increasing or decreasing the elements of the first text. According to Genette, one of the types of decreasing transformation is the censorship and the self-censorship, but censorship can also be considered and studied in the domain of increasing transformation. The purpose of this article is to study various forms of censorship in the Iranian post-revolutionary cinema based on hypertextuality of Genette. We have to say that the censorship has long existed as a social issue and has always changed the artwork. Now in this study, based on semiotics theory, we will analyze the social causes of the emergence of censorship in post-revolutionary Iranian cinema.

Keywords: Hypertextuality, Censorship, Social semiotics, Genette.

Semiotics of respect in "Zal O Mehrab" story in Shahnameh

Maliheh Anoosheh, PhD Candidate, azad University, North Branch
Zahra Abolhassani, PhD, SAMT

Abstract

Deconstruction is an approach derived from post structuralist semiotics in the 1960s by the French philosopher Jacques Derrida. It helps to understand the relationship between text and meaning. Some theorists such as Foucault, Lacan, and Kristeva developed their ideas about "deconstruction" and a "floating signifier". They expressed that a floating signifier can refer to more than one significant; it doesn't have referent in semiotics and discourse analysis. Shahnameh, the world's longest epic poem by Ferdowsi, contains a lot of signifiers which may be seemed at first sight each one has a particular and static significant as Saussure believed. Although there are some examples like those, but some other instances have more than one basic meaning. This article is done on the basis of post structuralist semiotics in the story of "Zal o Mehrab" from Shahnameh. It tries to study the relationship between the signifiers of "respect" and their significants and also to discover the effect of these significants on social actions. It presents that the signifier – significant relationship is not fixed and one signifier can involve more than one particular and agreed meaning.

Keywords: respect, floating signifier, deconstruction, Derrida, semiotics, post structuralist.

Semiotic narrative of lifestyle in adverts of family magazines

Farzaneh Bazyar, PhD, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran

Abstract

The purpose of this search is to study the lifestyles of men in advertisements of family journals. Thus, using Giddens's theory of life style and semiotic method, Bart seeks to answer the following question: Advertising is the story of contemporary family journals of lifestyle based on male gender stereotypes.? In this regard, individual identity, social identity , aesthetization of everyday life, commodity fetishism and body management as theoretical components of lifestyle in family journals are the field of research of family journals. The research findings based on the statistical sample of four journals: Sib-e-Sabz, Zendegi-e-Ideal, Zendegi-e- Irani and Zendegi-e-Mosbat, suggest that adverts of new life styles represent consumption-based masculinity. Men are more likely to be in shopping and leisure mode, they are consuming cosmetics, and are trying to get closer to the roles that were previously in the women's lifestyle. Meanwhile, the modern concept of masculinity is interwoven with the male body.

Keywords: Life- Style, Semiotics, Body Management, Sexual Object, sex stereotypes.

Discourse Critical Semiology of Ideological Interactions of Family and School Discourses and rebuilding the position of subjectivity in Houshang Moradi Kermani's Stories

Sara Baramaki, PhD, Hormozgan University

Abstract

This study intends - by investigate the ideological differences between two discourses of the family and educational system through the stories written by Houshang Moradi Kermani - to clarify how ideological differences in the two mentioned discourses can create identity challenges in an individual and formation of the process through which his/her transformation into a subject takes place, using the Discourse Critical Semiology approach. The purpose of this study is to clarify the delusion of integrity and alignment of both family and school discourses in these stories as well as to point out the construction process of the subject. The first hypothesis of the research is to show that one of the most important factors to create represented identity challenges in these works are values, functions and different pre-discourse purposes in the two aforementioned discourses of family and educational system. The second one is subject-creating by educational system during the whole school history through these stories. The study, during its investigations, comes up with this fact that even though the cliché of synchronization of the family and school in people's identity formation has been claimed throughout the history era during which these works were its symbols, each of the two identity-creating discourses has attempted to construct the subject's identity on the basis of their ideological goals and sometimes their differences and conflicts causes confusion and value contradictions in a teenager. The supremacy of the ideologies of the educational discourse over the family discourse and creating subjects who are obedient and dependent on the educational discourse is another consequent of this study.

Keywords: Discourse Critical Semiology, Family, School, the Position of Subjectivity, Ideology, Houshang Moradi Kermani.

Inner and Outer Dialectics of Identity and a Semiotic Review of it in Eric Landowska's Framework of Semantic Systems

Kamran Paknejad Rasekhi

Ph.D. Student of Art Research, Art University of Tehran

Abstract

Richard Jenkins, in a theoretical framework which he calls “inner/Outer Dialectics”, argues that identity is the result of a mutual, dialectic action between the concept of “the self” or the (inner) self-image and the descriptions of us (the outer image) given to us by others. Therefore, identity crisis occurs when there is a clash between the concepts of “inner” and “outer” to the extent that the possibility of any combination, agreement, domination, or a synthesis will be very difficult. Therefore, the formation of a stable identity depends on a successful synthesis of this dialectic process. On the other hand, in Landowska's semiotic model, four approaches are proposed regarding the interaction between the subject and the object (the self and the others or the universe), and that the relationship of each is examined against the processes of the production of semantics. These semantic systems are as follows: “programmation”, manipulation, adjustment, and accident, each of which describes a different interaction of the subject, the self, and the object, the others. Based on the characteristics of each, it is possible to analyze the concept of identity in the theoretical framework of Jenkins in the processes of their semantic production. In this regard, it can be illustrated how the mutual action of the self-image of the subject (inner) and the other's image (outer) in the three approaches of “programmation”, “manipulation” and “accident”, which results in the formation of an unstable and figurative identity and the produced semantic area, may be evaluated in the context of “identity crises”. But such a mutual action in the “adjustment” semantic system approach, due to the subject's nature of interaction with another, will lead to a stable, yet dynamic identity.

Keywords: Identity, Inner/Outer Dialectics, Semiology, Semiotic, Semantic Systems.

**National Identity Semiotics in Book Cover Design
(Considering the motifs of Qajar art in examples of books
published during 1380s and 1390s (Solar Hijri calendar), as
symbols of national identity discourse)**

Shadi Taki

Abstract

From the beginning of the formation of Iranian graphic design in its current sense, "identity" has been established as an important issue in the legacy of the Iranian visual history. The claim that can be conceivable with a glance at the press graphic design of the first Iranian newspapers and design of the first signs using Iranian ancient motifs and in particular, the feedback of these designs on cultural posters of the years before The Islamic Revolution. With the advent of historical changes in the country, the representation of national identity in the form of different motifs of various Iranian art periods was continued in graphic design and entered the other arenas of this field. Book cover design plays an important role in reflecting the image of the national identity, due to its direct relationship with the people of the community as well as the interaction with the written content of the books. The question is that apart from the years of confrontation with various discourses, what motifs has been inserted into the cover designs of the books published in the 1380s and 1390s (Solar Hijri Calendar) as the implications of "national identity" concept and how the discourse, which creates this concept is defined? By surveying some examples of the cover designs of books published during these two decades, it can be argued that many motifs of the visual culture of the Qajar Era were used in these designs. The present article used discourse semiotics with emphasis on identity concept to answer the reason for application of the motifs. Finally, it was concluded that the "tradition" concept could be the central point and main reason for discourse of the 80's and 90's that can be referred as "traditionalism discourse". Thus, the designers who aim to present national identity in their book cover design define this identity with the help of Qajar art as traditionalism discourse implications.

Keywords: Book Cover Design, National Identity; Discourse Semiotics; Qajar Art.

Migration and change of Afghans' costume residing in Iran

Joharchi Zahra, PhD in Public Linguistics, Teacher of Islamic Azad University Tehran West branch

Emam Roghieh, Master's degree in Persian literature, director of the Small Tree Bird association

Abstract

Today's social world is a world with company and involvement of everybody in its daily interaction. A complex world, which has been observing substantial changes in culture, values and performance of life and on this basis humans' identity has been forming. The social identity of individuals is a way to explain group behavior. Clothing is the first and identical means of social communication. The kind of combination costumes have emotional and psychological effects on social relationships. Sociologist believe that each person transmit at least seven message through his clothing in addition to sex: social status, economic level, religious beliefs, education level, success rate, Ethical characteristic and personality complexity. In this study, costumes of Afghan refugees to Iran has been investigated. The statistical population of this study consists of 70 men, women and children (under 18 years of age) that they have inhabited in Kan and Shahran's area located in the western part of Tehran. This research includes three questions: First, has their costumes been changed? Second, have they chosen these costumes based on their desire? Third, what is the impact of the community on change of the clothing identity?

Nowadays, clothing is not only the basic and normal human's need, but also a cultural phenomenon. The clothing of refugee Afghans have importance according to the year of entrance to Iran, the level of education, the city they left, religion and beliefs, employment and the age of people.

Keywords: culture, identity, clothing, Afghan.

Social Semiotics of Iranian version of "Miserable"

Elham Habibi, PhD Candidate, Shahid Beheshti University

Abstract

Social semiotics searches for meaning in the context of a text, whether this context is situational, or socio-cultural. So what is often discussed, is text audience that has come from a certain culture and society. Since audience of theater is often the artistic and literary circle of a community, we want to know if this is true in relation to the "Miserable" show that has recently been did in Iran. Therefore, studying the audience of a text in social semiotics is very important. In the following, for a better analysis, we will glance over the "Hypertextuality", one of the terms of Gerard Genette. One of the cases is *Transposition* and "Transmodalisation" is a structural "Transposition". If this work can be considered as a model directly drawn from the novels of the *Miserable*, then we see a "Transmodalisation intramodal". But otherwise, if we find that this is in fact a copy of its cinematic version in 2012, then we see a "Transmodalisation intermodal". This "Transposition" has been the subject of many criticisms by critics or even audience of this work. The recent reactions criticize the manner of staged or musicality of the play, with its splendid glamor that is against the name of the "Miserable", and used the term "luxurious theater" to critique it. The present study examines the various dimensions of this form of "Transposition" with the approach of social semiotics.

Keywords: Genette, social semiotics, Transposition, Hypertextuality, Miserable.

Continuums of narrowness and wideness of urban space: from insecurity to delight

Hamid Reza Shairi

Associate Professor, French Language Department, Tarbiat Modares University

Ehsan Vahidvari

MA in Urban Design

Abstract

The socio-spatial approach to the urban space has gained importance and found a significant place in recent decades; therefore, the human dimension of the city has been positioned in the center of attention of production and influence of space. Based on the achievements of Paris school semiotics and relying on the objective and experimental urban studies conducted by urban designers with a socio-spatial approach to the urban space, a path has been discovered for the analysis of emotional discourse of urban space. The question is how urban space becomes a source of emotional flows? In other words, how could these flows be recognized and analyzed? The hypothesis of this research is that three emotional-semiotic continuums can generally be recognized in the urban space, which are “protection-insecurity”, “comfort-discomfort” and “delight-disgust”, and the outcome of these continuums have a substantial role in the perception of displeasure and narrowness of urban space or a sense of wideness and pleasure from it.

Keywords: Tensive space, Place-beingness, Place-becomingness, Qualitative criteria of space, narrowness of space, wideness of space.

Identification of Distinctive Urban Elements and Analysis of the Quality of their Forms in Citizens' Cognitive Maps

Reyhane Alae¹, Majid Alae², Mostafa Javaheri Taghadous
PhD Candidate, Urban Planning, Ferdowsi University

PhD in General Linguistics, Institute of Strategic Research

PhD Candidate, Islamic Urban Planning, Isfahan University of Art

Abstract

Adopting a descriptive-analytic approach, this research is aimed at identifying the main distinctive urban elements and analyzing the quality of urban forms and their impacts on the cognitive maps of citizens. The scope of the study was determined based on the economical-commercial importance and the social significance of district 11 of Mashhad, i.e. Moallem Boulevard, and further approved by the interviews with some employees of Mashhad Municipality, District 11. Having studied the theoretical implications, the key distinctive elements were chosen and developed into a questionnaire, and then the validity and reliability were evaluated. To determine the sample size, the Cochran formula calculated and resulted in 170 samples, which were distributed randomly among the inhabitants and store owners of Moallem Street. The final analysis was made evaluating the output of 160 samples that were familiar with the street and the environment. The descriptive analysis revealed that 50 respondents (31.25 %) chose Abshar Tower as the most significant landmark in the area. To assess the level of acceptability of elements, 2 factors were used; 1st the recognition of urban characteristics and 2nd the quality of urban forms regarding position (location, form appropriateness, condition of the construction and etc.). Results showed that around 60 % of all citizens recognized all elements accurately. Considering the results, the mean of 3.2 in Likert Scale revealed an average condition. Finally, to analyze the relationship between the quality of urban elements and the level of recognition in citizens' cognitive maps, Spearman's rank correlation was implemented. Considering the theoretical analysis, the more quality the urban elements are, the better they are recognized in the minds of citizens. Hence, the results of Spearman analysis with 95 % confidence interval revealed that there was a significant relationship between the quality of signs and the recognition of maps, i.e., the more focus and attention are given to the quality of urban elements' design, the more accurate they are recognized in details by citizens.

Keywords: Urban element, Cognitive map, Quality of urban forms, Recognition, Mashhad.

The Semiotics of Good News in IRIB; Case Study: Qasedak

Fatemeh Azimifard, Ph.D in Linguistics

Abstract

News is defined as an objective report of facts that has one or more news values. The impartiality and objectivity are two important features of news. Therefore, news should symbolize neutrality and not interfere with emotions. Following a conference on "Good News" in Tehran in January 2018 and the formation of a campaign with the same name, a localized concept of "Good News" has been introduced. Proponents of "good news" who do not view it as a technique but rather as an approach and a worldview, are trying to design a model based on honesty and fairness that extends from individual to collective. A radio news section called "Qasedak" has been added to the morning broadcast radio news. This article attempts to analyze the concept of good news by the social semiotics of Halliday and analyze this news section during the one-month period of December 2018. The results show that the producers' perception of the good news was merely the collection of positive national news, not the "problem-oriented" that the good news seeks.

Keywords: News, Good News, Media, Semiotics.

A Semiotic Study of the Representation of Ethnocentrism in Banknotes; Case Study : Islamic Republic of Iran's Banknotes

Vahaab Karimi; M.A in General Linguistics; Islamic Azad University; Science and Research Branch of Tehran.

Mahdi Qorbanian Qohroudi ; PhD in Applied Linguistics; Islamic Azad University; Science and Research Branch of Tehran.

Abstract

The present study focused on the aspects of ethnocentric discourse action in the Islamic Republic of Iran banknotes according to their verbal and visual symbols. In fact, ethnocentrism has a symbolic value because of its social nature. National dimension is multifaceted and fluid based on ethnocentrism concept, as well as the interconnected association of the various symbols used in the design of banknotes. The text and images of the 3 types of Irancheques and 27 types of banknotes printed by the Central Bank of Iran during the two periods after the Islamic Revolution, the Bargahi (Shrine) banknotes and banknotes of Emami, constitute the data of this research. The semiotic approach of the School of Paris was used to analyze the discourses of the data. In fact, the textual nature of this approach allows the analysis of ethnocentrism and the visual representation of formal discourse.

The investigation of the data revealed that the insertion of the image of Ayatollah Khomeini was a point of reference and based on this, the time division of the bills and emami banknotes took place. The image of Razavi's shrine and Imam Khomeini marked the element of Shi'ism and featured Islamic designs and mosque designs, the pillars of Islam, as the official discourse of the ruler. The symbols of Iranian and the lesser republican denominations are used in banknotes, however, they have been used in all of Iranian elements of arts. The dominant function of the writing in these banknotes is limited to the description of the image and monetary value, and in other cases is consistent with the official discourse. The result of this study is an unbalanced and unequal representation of Shi'ite nationalism in the Islamic Republic of Iran bills. Also, in comparison to the two periods, it became clear that the period of banknotes was focused on more social dynamics compared to the period of the Emami banknotes, and in the later period individual modeling and Shiite tradition were distinct.

Keywords : Ethnocentrism, Semiotics, Official Discourse, Banknotes, Islamic Republic of Iran.

A Discursive echosemiotics Analysis and Relation of Nature and Culture in Mina and Leopard Story

Ali karimi Firozjaei, assistant prof. of linguistics, payame Noor University

Abstract

Mina and leopard is a romantic folklore among leopard and redeye Mazani girl, beyond extraordinary romantic content, from the echosemiotics and loving animals is important. Semiotics by studying relationship of culture, nature and human and demonstrating the type of governing relations in a society, can help reconstruct incorrect relations of human with surrounding world and improve correct interaction. This research using discourse semiotics deals with recognizing and analyzing the processes of creating meaning and explaining narration discourse systems of Mina and leopard and using principles of echosemiotics analyses relationship of human and animal. The findings of this research show that how in semiosphere because of transformation relationships of human and animal, echosemiotics forms and the contrast between human and animal in this narration changes into interaction and mixture and this interactional relationship paves the way for realization of love myth. Interaction of two semiosphere of human and animal causes "I" and "other" become to cultural "our" and as a result of power of love a wild animal becomes timid for human and with this force, main actor of the story changes to myth of love to animals and echo system and symbol of love between human and wild animals.

Keywords: Discursive echosemiotics, Nature, culture, Mina and leopard.

Surveying the impact of hoarding on the change in peoples' social identity: Expelling an insider from the group and changing to an outsider, from cultural studies point of view

Fatemeh Kavashi

Abstract

Hoarding is an indecent social act the outcome of which, as a sign, reveals chaos and disorder in the economic system of societies. This phenomenon violates the supply and demand balance and infects the noticeable population of societies with buying and storing voracity, disproportionate to their values and their real needs. In this research we are to survey the outcomes of hoarding in recent months in Iran and its comprehensive reflection in the media based on the interdisciplinary or multidisciplinary nature of cultural studies, and infection mechanism of Eric Landowski; and to analyze its formation as an unappealing social behavior and its expansion in the society of Iran. Besides sufficient explanation and defining, applying the function of three theories of Meme, social Identity, and realistic conflict, we will answer the questions of what is the role of Memes, the norms codes which contain information, in spreading the phenomenon of domestic hoarding. How people's social identity changes and how, through hoarding, insiders expelling themselves from the group, turn to outsiders?

Keywords: Hoarding, Cultural studies, Semantic System of Infection, Meme Theory, Social Identity and Realistic Conflict.

The birth of urban imagery and signs in profundity of feminine narration, study of the relationships governing the city's semiotic system the story collection of: *My husband's name is Tehran*.

Zeinab Golestani Dero¹,

PhD Student of French literature, University Shahid Beheshti, Tehran

Nasrindokht Khattat¹,

Professor of university Shahid Beheshti, Tehran

Abstract

The city, as a single semiotic system, is born at the heart of images, memories, and spaces, each of which, in its turn, is part of the collective imagination of citizens. These images, which in Carlos Recio Dávila's opinion are constituent signs of the city's semiotic system, including geographical images (maps), urban images (landscapes), three-dimensional images (sculptures and buildings), two-dimensional images (Paintings, wall-papers and urban advertising), and ultimately mental images (stereotypes, identities, memories). The latest type of urban imagery, which in fact reflects the habits, urban subjectivities and collective memories of citizens from the city, is best manifested in literature. The story collection of *My husband's name is Teheran*, the work of Zohreh Sha'bani, by presenting women's mentalities and feminine memories of the semiotic system of the city, looks for these signs in communication of inside- outside and in the woman's perception of urban space. The purpose of this paper is to investigate how the relationship of the subject with the signs of urban space is based on the female imagery in this collection of stories. Indeed, in spite of the continuity governing the various narratives, the mentioned stories collection creates a single sign system that can respond how Tehran's urban symbols are emerged in various women's narrations, the relationship between the signs in semiotic system of the city, and how is the women perception from the signs and urban imagery. Questions that can ultimately help us to respond how urban signs are formed in relationship between oneself-other and the real space of the city.

Keywords: Sign, urban imagery, urban semiotic system, Carlos Recio Dávila, woman, *My husband's name is Tehran*.

The Study of Developing Iranian's Clothing with Social Semiotic Approach (Case Study: The Second Half of Qajar Era and the first Half of Pahlavi Period)

Morteza Babak Moein, PhD, Azad University
Shima Golchin, MA, Arts and Culture University

Abstract

Clothing as a social practice mainly implies a person's cultural position and defines him positively as a subset of a particular social group, and it separates her/him from the other social groups at the same time. Each person, with her/his type of clothing, produces sign codes that represent her/him and the social class to which s/he belongs. Nowadays, semiotics as a modern approach is considered as one of the critical instruments used to decode clothes system in the form of text. However, the literature on this topic in Iran's fashion and clothing industry is scarce. That's while by relying on semiotics theories, we'd be able to analyze clothes as a reflection of cultural and social context. Therefore, the present study aims to identify the signs and codes of dress patterns in the second half of the Qajar era and the first half of Pahlavi period in an attempt to answer the question that how the garment system as a "text" which passes from the Qajar tradition to Pahlavi's modernity can be read and analyzed according to social semiotic theory? This research uses the descriptive-analytical method to analyze the clothing sign codes and social implications in the clothing codes based on two fundamental ideas of the four lifestyles introduced by Eric Landowski and the problem of presence or absence of security stated by Klinkenberg. As a result, it is possible to analyze the clothing in the periods under discussion according to these two theories by illustrating different (verbal and visual) examples based on social, cultural, political conditions .

Keywords: Clothing, Sign, Semiotic, Qajar, Pahlavi.

The role of Kitsch in Clothing Convergence

Marzieh Namvar Motlagh, MA in Art Research, Professor at the University of Science and Culture, Tehran, Iran

Abstract

Kitsch is a particular type of intertextual relation whose various representations can be observed in the area of culture and science. When a text is produced through copying and simulating its pretext, the product is called Kitsch. Today this type of intertextual relations, that is, Kitsch, is widely used as a major method in producing clothing. Throughout history, clothing has always been a key element in defining the identity and culture of every nation; however, with today's widespread use of phenomena such as kitsch, unified clothing has replaced clothing variety. This article tries to study kitsch in the Iranian community through a semiotic approach focusing on the clothing and fashion sector. The present study utilizes the "intertextuality" approach and the "social semiotics" approach, Landowski's edition. Landowski divides social relations into four semiotic systems: dandy, snob, bear and chameleon, with a reference group in the center. Each of these social systems has their own behavior. Kitsch is behavior most associated with snobs. This paper will study kitsch in the Iranian women's clothing system through an intertextual and social semiotic approach. The samples in this research are clothing retail pages on Instagram.

Keywords: kitsch, semiotics, fashion, clothing system, intertextuality.

From “Phenomenology” to “Cognitive” Semiotics: A Phenomenal-Cognitive Regard of Louis-Ferdinand Céline’s Texts

Mohammad Vahidnejad, PhD, Tabriz University

Abstract

“Language” is the tool for processing, organization, and categorization of mental data, and a tool for transmission of information and human experiences. Also, human “cognitive” faculty holds delicate and various functions of his thoughts. Recognition of “meaning” and mental “categorizations” forms the basis of language investigations from “cognitive” perspective, and links psychological realities to language realities. On the other hand, identification of the essence of literary texts through semiotic perspectives and other pertinent attitudes, nowadays occupies a prominent position in philosophical, psychological, and textual studies. Actually, perception of signs and their essence brings human into a closer contact with his surrounding world, and lays bare various semiotic patterns for a critical mind. In this respect, the twentieth century French novelist, Louis-Ferdinand Céline’s textual signs continuously adopt a role in creation of meaning, while nowadays the contemporary semiotics regard of signs follows a meta-cognitive approach, although perception of sensory and perceptual realm of Céline’s textual structure against the outer world has required a phenomenological view – a view dependent upon perceptual activities and experiences. Therefore, levels and realm of these experiences are the factors causing formation of cognitive concepts and mental schemata. In general, the process of meaning and abstract concepts will be no more than the outcomes of efficiency, relationship, and extraction of mental schemata.

Keywords: semiotic, phenomenology, cognitive concepts, Louis-Ferdinand Céline.

The Last Semiology of Western Cinema "Emphasizing Hollywood cinema productions"

Seyed Reza Naghibulsadat, ph.D
Faezeh karimi mehr, M.A.

Abstract

Speaking of semiotics, refers to an interdisciplinary approach emphasizing a language or language system that consists of interpretive symbols that include images, vocabulary, symbols, or signs. In the view of communications science professionals, media action is the re-establishment of social conditions. In fact, the media, by producing various programs in some way, recreate social events and conditions, or, from their own point of view, display it (the objective conditions of coverage). Part of this is the function of intercultural interactions that media engage in by creating content and engaging in different elements of the field of culture. Religious culture is a part of this area. The subject of this research is the last in western cinematic films, with an emphasis on Hollywood productions. From a social point of view, given the importance of the last in all divine religions, and the issue of peace to face the challenges posed by armed states that have disturbed world order, attention to the destruction of the world and its deterioration due to global structures of their power and praise is necessary. Ultimately, therefore, as a field of interest to the cinematographic productions, the point is that the last is drawn through Western cinema, is adopted with Western and Zionist thinking. This signs of last specifically, does not adopted with the think of the followers of all religions. These indications in this exploratory research are carried out through the method of content analysis the inferential and semiotic approach to answer the main question that the representations of the last time are represented in Hollywood cinema films. The unit of analysis of this research is "Scene" The statistical society of cinematic films is directed towards the last, which was built in the west in the third millennium. The sampling method of this research is a convergent method, and for description and analysis of data we used descriptive and inferential statistics.

Keywords: Semiotics, last, Savior, Western Movies, Hollywood.

Analysis Semantic Sign Two Puppet Characters Mobarak and Karagoz: In the context of socio-cultural interactions

Sepide Noorai, M.A, Islamic Azad University, Science and Research Branch

Abstract

Mobarak and Karagoz are two puppets teater and shadows play in neighboring countries. After participating in the drama festivals in Turkey, the author realized the popularity and deep connection of the people with the doll, the notable issue of the use of the puppet's character (Karagoz) Is in spaces other than the showroom, which makes Karagoz more known to the public and also introduces him to the world. Since puppets are a way of thinking about the social, cultural, identity and ritual life of humans, Can link yesterday's and today's narration Representing and rehabilitating human actions. Given the cultural and identity features of national puppets One can use these features to develop social interactions on the one hand As well as improving emotional relationships. The issue is to see why Mobarak has not been as effective in social communication as Karagoz And has a diminutive role in interactions. So the question came about how the identity function of Mobarak and Karagoz dolls was formed And how can the Mobarak doll be transformed into socio-cultural products in a sign-economic condition? Eventually, with semiotic-semantic analyzes, we realized that the existence of a dynamic and transitional identity created the identity of two Mobarak and Karagoz puppets. Therefore, considering the placement of Karagoz puppet in different cultural spaces and its positive impact on Turkey's knowledge, society, culture and economy, we will see How to benefit from the Mobarak puppet in social discourse by increasing the signs of discourse and economics. so Mobarak's puppet can interact with other cultural productions and create an intermediate space Create an application.

Keywords: Puppet, Mobarak, Karagoz, Sign of semantics, Culture.

The Analysis of the relationship of Self and Other in “The Past” movie directed by: Asghar Farhadi : Cultural Semiotic Approach

Bahareh Hadiloo PhD student, Department of Linguistics, Science and Research Branch of Islamic Azad University, Tehran, Iran

Zohre Safavizade Sohi Assistant Professor, Department of Linguistics, Takestan Branch, Islamic Azad University, Takestan, Iran

Abstract

This study is a descriptive-analytic study which looks at the Cinema as the sign system from the perspective of Cultural Semiotic and Absorption and exclusion theory of Tartu School. It also revises and redefines these approaches by the review of “The Past” movie directed by: Asghar Farhadi. In this sense, some of the sequences of the movie have been reviewed and the linguistic and non-linguistic behavior of the characters of the film have been analyzed that raised the “self and other approach”. It is argued that “Shahryar” character among the characters of the film is the representative of “the approach of both self and other” of Sojoudi, and indicates the positive cultural exchange. This study has also reviewed a fourth state which Sojoud mentioned to Lotman Model in his modified model and redefine it in two ways: first, it considers the fourth state “the approach of not self and not other” as privative, and second, it moderates this model, considering the principle of economics by adding a continuum in relative terms and redefine on the continuum as the positive to negative cultural exchange and mobility.

Keywords :Cultural Semiotic; Culture; Absorption and Exclusion Theory.

Immigration in “Rocco and His Brothers”, Directed by Luchino Visconti; Based on Derrida’s Poststructuralist Semiotics about Immigration and Contemporary Approach towards Identity

Mohammad Hashemi

Abstract

This paper reviews the topic of immigration in “Rocco and His Brothers” movie, directed by Luchino Visconti, with reference to Jacques Derrida’s Poststructuralist semiotics. For this purpose, first some of binary oppositions out of which the deconstruction occurs in Derrida’s theory have been described. These oppositions are: center/off-center opposition in structure, center/margin opposition in text, and host/guest opposition in society. Then, “Rocco and His Brothers” has been reviewed from the view of deconstructing these oppositions in the subject of immigration. This review has been carried out with respect to the contemporary viewpoint, derived from poststructuralist semiotics on identity. In “Rocco and His Brothers” movie, Parondi family migrates from Lucania in southern Italy to Milan in Northern Italy. Milanese society and host family embrace the Lucanian guests; nevertheless, they marginalize the guest family. Meanwhile, the marginal elements are used so that they can either gradually approach the center of the text or incline to move from the external side of off-center towards from the internal side of center of structure. Consequently, the Lucanian family faces an identity paradox, in which they feel themselves familiar with and within the host society on the one hand, and feel as outsiders and strangers on the other hand. Up to the end, the movie draws this impossible situation and this identity paradox, resulting from Lucanian family’s suspension on the verge of center and off-center, center and margin of the text, and hosting and guesting of Milanese families and society.

Keywords: Rocco and His Brothers, Semiotics, post-structuralism, Derrida, Host, Guest, Identity.

همه کتاب‌های مجموعه مقالات همایش‌های ملی زبان‌شناسی که توسط نشر نویسه پاریسی و با همکاری انجمن زبان‌شناسی ایران منتشر شده است، صرفاً در قالب «کتاب الکترونیک» از طریق نرم‌افزارهای کتابخوان الکترونیکی www.ketabrah.ir، www.fidibo.com، www.taaghche.ir، قابل دریافت است.

ردیف	عنوان	به کوشش
۱	نخستین همایش ملی معنی‌شناسی	کوروش صفوی
۲	نخستین همایش ملی صرف	ویدا شقاقی
۳	دومین همایش ملی صرف	ویدا شقاقی
۴	دومین همایش ملی معنی‌شناسی	آزیتا افراشی
۵	نخستین همایش ملی بهینگی	گلناز مدرسی قوامی
۶	نخستین همایش ملی عصب‌شناسی زبان	شهلا رقیب‌دوست
۷	نخستین همایش ملی تحلیل‌گفتمان و کاربردشناسی	فردوس آقاگل‌زاده
۸	سومین همایش ملی صرف	فریبا قطره - شهرام مدرس خیابانی
۹	سومین همایش ملی معنی‌شناسی	سپیده عبدالکریمی
۱۰	نخستین همایش ملی زبان‌شناسی رایانشی	مصطفی عاصی
۱۱	دومین همایش ملی زبان‌شناسی رایانشی	پروانه خسروی‌زاده
۱۲	نخستین همایش ملی آواشناسی فیزیکی	گلناز مدرسی قوامی
۱۳	دومین همایش ملی تحلیل‌گفتمان و کاربردشناسی	فردوس آقاگل‌زاده
۱۴	نخستین همایش ملی زبان‌های ایرانی	مهرداد نغزگوی کهن
۱۵	نخستین همایش ملی زبان‌های کهن ایرانی	احسان چنگیزی
۱۶	نخستین همایش ملی زبان فارسی و اینترنت	علی رضا قلی‌فامیان
۱۷	نخستین همایش ملی زبان‌شناسی حقوقی: تحلیل‌گفتمان حقوقی	فردوس آقاگل‌زاده
۱۸	نخستین همایش ملی بررسی واژه‌بست‌ها در زبان‌های ایرانی	محمد راسخ‌مهند
۱۹	نخستین همایش ملی نحو و رده‌شناسی	ارسلان گلفام
۲۰	نخستین همایش ملی عصب- روان‌شناسی زبان	شهلا رقیب‌دوست - فرشته مومنی
۲۱	دومین همایش ملی آواشناسی فیزیکی	گلناز مدرسی قوامی
۲۲	سومین همایش ملی تحلیل‌گفتمان و کاربردشناسی	فردوس آقاگل‌زاده

ردیف	عنوان	به کوشش
۲۳	دومین همایش ملی زبان‌شناسی حقوقی: تحلیل گفتمان حقوقی	فردوس آفاگل‌زاده
۲۴	نخستین همایش ملی زبان‌شناسی پیکره‌ای	آزاده میرزائی
۲۵	دومین همایش ملی زبان فارسی و اینترنت	علی رضا قلی‌فامیان
۲۶	نخستین همایش ملی واج‌شناسی	گلناز مدرسی قوامی
۲۷	نخستین همایش ملی خشونت کلامی	گلرخ سعیدنیا - آزاده میرزائی
۲۸	دومین همایش ملی زبان‌شناسی پیکره‌ای	آزاده میرزائی
۲۹	چهارمین همایش ملی تحلیل گفتمان و کاربردشناسی	فردوس آفاگل‌زاده
۳۰	نخستین همایش ملی معنی‌شناسی شناختی	آزینا افراشی
۳۱	چهارمین همایش ملی صرف	شهرام مدرس خیابانی - فریبا قطره
۳۲	نخستین همایش ملی ادب کلامی و اجتماع	زهرا ابوالحسنی - بهروز محمودی بختیاری
۳۳	نخستین همایش ملی زبان و رسانه (ویژه رسانه ملی)	فاطمه عظیمی فرد
۳۴	سومین همایش ملی زبان‌شناسی حقوقی	فردوس آفاگل‌زاده
۳۵	چهارمین همایش زبان‌شناسی رایانشی	مسعود قیومی - آذین شهریاری فرد
۳۶	نخستین همایش ملی زبان و زبان‌شناسی (۳ جلدی)	عطاالله کویال و همکاران
۳۷	سومین همایش زبان‌شناسی و آموزش زبان فارسی / مشهد	دکتر شهلا شریفی
۳۸	سومین همایش ملی زبان‌شناسی و مطالعات بینارشته‌ای: مطالعات اجتماعی و فرهنگی زبان	فرهاد ساسانی
۳۹	نخستین همایش ملی واکاوی منابع آموزش زبان فارسی به غیرفارسی زبانان	مهین‌ناز میردهقان

■ نمایندگی‌ها و مراکز فروش ■

• فروشگاه مرکزی •



| کتابفروشی توس |

تهران، خیابان انقلاب. اول خیابان دانشگاه. تلفن: ۶۶۴۶۱۰۰۷



واحد سفارشات تلگرامی

• مرکز پخش •

کانال تلگرامی کتابفروشی

| موسسه گسترش فرهنگ و مطالعات |

تهران، خیابان دماوند، خیابان سازمان آب (شهید بابائیان)، خیابان چهارم غربی، پلاک ۲۸

تلفن: ۰۲۱-۷۷۳۵۴۱۰۵ وبگاه: www.gbook.ir



نشر نویسه پاریس
Neveeseh Paris Publishing

هنوز هم کتاب...

دریافت نسخه الکترونیکی همه کتاب‌های نشر نویسه پاریس



www.fidibo.com



www.taaghche.com



www.ketabrah.ir



وبگاه انتشارات

نویسه پاریس در شبکه‌های اجتماعی



www.neveeseh.com



www.instagram.com/neveeseh/



t.me/iranlinguistics



Proceedings of International Conference of Semiotics on Issues & Social Actions

Edited by:
Hamidreza Shairi, Ph.D.
Fatemeh Azimifard, Ph.D.



First published 2025 by Neveeseh Parsi
© 2025 Neveeseh Parsi Publications

All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without prior permission of Neveeseh Parsi.

Tehran- Iran

Email: info@neveeseh.com

Printed in Iran