



تاب مستوری

شروین وکیلی

(مصاحبه‌ای که برای انتشار در کتابی پدید آمد، اما سرعت انتشار آن کتاب به عمر آدمیان فانی قد نمی‌داد!)

س: از نظر اسطوره شناسی در ادبیات و نگارگری ایرانی (در طول تاریخ) چه نوع بازنمایی‌هایی از زن صورت گرفته است؟ وسوسه گر، اهریمنی، واسطه معنویت، نماد مادی‌گرایی یا چیزهایی از این دست؟

ج: باید به این نکته توجه داشت که اصولاً زن یکی از کلیدی‌ترین مضمون‌ها در حوزه‌ی فرهنگ است. یعنی گرانیگاه بازنمایی هنر از عصر نوسنگی بازنمایی پیکر زن بوده و در ادبیات و دین و مناسک جمعی هم همواره زنان موقعیتی کلیدی داشته‌اند. به همین خاطر تنوعی چشمگیر در گفتمانهای مربوط به تعریف امر زنانه وجود دارد و عملاً تمام سویه‌هایی که نام بردید را در جریانهای فکری گوناگون یک حوزه‌ی تمدنی می‌توان یافت. با این همه دوقطبی اصلی‌ای که داریم دو جلوه‌ی مادرانه و همسرانه از زن است. یعنی جفت متضاد معنایی‌ای داریم که مثلاً در روایت‌های سامی در قالب تقابل حوا و مریم صورتبندی شده است. حوا جلوه‌ای از زن به مثابه همسر و موضوع میل جنسی است و از این اغواگر و زیبا و جذاب بازنموده می‌شود و در ضمن در ادیان زاهدانه مثل

مسیحیت نماد گناه و فریبکاری و لذت‌طلبی مادی نیز دانسته می‌شود. در مقابل تصویر مریم را داریم که سوبیه‌ی مادرانه‌اش برجسته است و در کیش مسیحی چندان جنسیت‌زدوده تصویر شده که بر خلاف نص صریح انجیلها، از قرن چهارم میلادی به بعد حتا باکره قلمداد می‌شود. در مقابل حوا، مریم نمادی برای پرهیزگاری و پاکدامنی و نیکوکاری محسوب می‌شود. این دوقطبی از یک سو حوای زمینی، هوس‌ناک، لذت‌بخش، و گناهکار را دارد که زاینده‌ی فرزندان گناهکار مثل قابیل است؛ و در مقابل او مریم مقدس را می‌نهد که آسمانی، پاک، زاهد، و معصوم است و فرزندی که از او زاده می‌شود پسر و تناسخ خداوند یعنی عیسی مسیح است. این دوقطبی در همه‌ی تمدنها به صورتهای متفاوت دیده می‌شود. مهمترین تمایز آن است که در ایران زمین این دوقطبی به نسبت کم‌رنگ و حاشیه‌ایست، در حالی که در اروپا کل تصویر زنانگی بر محور این دو قطب گردش می‌کند. س: یعنی تصویر اروپاییان از زن تنگ‌نظرانه‌تر و زاهدانه‌تر از ایرانیان بوده است؟ این با تصور مرسوم‌ی که ایرانی‌ها و اروپایی‌های امروزمین دارند در تضاد نیست؟

ج: چرا، چنین تضاد نظری در توده‌ی عوام وجود دارد. دلیلش هم آن است که عوام مردم - هم ایرانی و هم اروپایی - تنها خاطره‌ی دو سه نسل گذشته‌شان را در ذهن دارند و به قدر کافی با منابع تاریخ آشنا نیستند. با مرور منابع ادبی، رساله‌های دینی و متون تاریخی به صراحت روشن می‌شود که در ایران زمین ما یک تصویر غالب و نیرومند مرکزی از زنانگی داشته‌ایم که در میانه‌ی دوقطبی یاد شده قرار می‌گرفته است، و دوقطبی مورد نظر اصولاً اهمیتی نداشته است. در سراسر تاریخ پنج هزار ساله‌ی ایران بازنمایی اصلی زنان آمیخته‌ای از میل و هوس جنسی و کنشگری اجتماعی بوده و همه‌ی اینها ارج نهاده می‌شده است. در مقابل گروههایی از زاهدان و تارکان دنیا یا متعصبان قشری را داریم که زنانگی را در کل نفی می‌کرده‌اند و به دوقطبی یاد شده باور داشته‌اند، و همواره در حاشیه‌ی جامعه بوده و خوشبختانه در رفتار عمومی مردم نقش تعیین‌کننده‌ای نداشته‌اند.

در تمدن اروپایی دقیقاً واژگونی این را می‌بینیم. یعنی در یونان و روم باستان اصولاً زنان همچون نوعی جنس پست و شکلی فروپایه و ناقص از مردان در نظر گرفته می‌شده‌اند و از حقوق مدنی و سیاسی محروم بوده‌اند، و پس از ظهور مسیحیت هم تصویرشان با همین پیش‌داشته‌ها به دوقطبی حوا-مریم فروکاسته شد. در اروپا تا قرن هفدهم تصاویر زنانه‌ای که خارج از این دوقطبی باشند کمیاب و نادر و حاشیه‌نشین هستند. در ایران زمین واژگونی‌اش را می‌بینیم. یعنی حتا زنان پرهیزگار و صوفی مثل رابعه هم سخنگوی عشق هستند و در اساطیر و ادبیات‌مان زنان همواره در قالب آمیخته‌ای از پاکی آسمانی و میل زمینی تصویر شده‌اند. کافی است به این نکته بنگرید که زلیخا در تمدن ایرانی تا چه پایه ستوده شده است و طی هزار سال گذشته حدود صد منظومه‌ی کامل درباره‌اش سروده شده که در همه‌شان یکی از دو قهرمان اصلی زلیخا بوده است. در مقابل در تمدن اروپایی اصولاً این زن نامی ندارد و به نقل از کتاب مقدس «زن پوتیفار» یا «زن عزیز مصر» خوانده می‌شود. مثالهای دیگر هم فراوان‌اند. از تهمینه گرفته تا منیژه و ویس و گردآفرید همه جا در ادبیات با زنانی نقش‌آفرین و فعال از نظر جنسی روبرو هستیم که به ندرت مانند سودابه نکوهش می‌شوند.

س: آیا می‌توان ارتباطی با بازنمایی‌های زنان در طول تاریخ مدرن متناسب مصرف تکنولوژی‌های مختلف (عکاسی، فیلم، سینما، شبکه‌های اجتماعی و...) با اسطوره‌های زنان در شعر و ادب و نگارگری برقرار کرد؟

ج: بله، بی‌شک می‌توان چنین پیوندی قایل شد. چارچوب اصلی آن است که با ظهور هر موج فناورانه‌ی تازه، الگوهای بازنمایی زنان دگرگون شده و بر همین اساس سویه‌هایی خاص و لایه‌هایی ویژه از سنت تاریخی و منابع اساطیری برجستگی پیدا می‌کرده‌اند. مثلاً بازنمایی زیبایی زنانه در نگارگری ایرانی با ورود فن عکاسی دستخوش دگردیسی شد و بازنمایی‌های واقع‌گرایانه و عینی‌تری از زن در نقاشی و هنرهای تزئینی و به ویژه شعر رواج یافت. یا تاثیر سینما و تلویزیون بر

تثبیت جریان کشف حجاب جای توجه دارد. باید به یاد داشت که کشف حجاب اجباری دوران رضا شاه تنها پنج شش سال دوام داشت و با به قدرت رسیدن محمدرضا شاه بگیر و ببند از روی آن برداشته شد. پس از آن آزادی پوشش کامل برای زنان وجود داشت و آنچه که روند کشف حجاب را تداوم بخشید سینما و بعدتر تلویزیون بود که بازنمایی‌هایی تازه از زنان را در بافتی مدرن به دست می‌داد.

س: تنوع بازنمایی زنان در شبکه‌های اجتماعی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

ج: امروز ما بی‌شک در مرحله‌ای انقلابی از بازنمایی زنانگی به سر می‌بریم و اغلب چون به آن خو گرفته‌ایم به جنبه‌ی شگفت‌انگیز و استثنایی‌اش توجه نمی‌کنیم. بازنمایی امروز از زنان در جامعه‌مان دو لایه‌ی به کلی متفاوت دارد. در یک لایه همان دوقطبی زاهدانه‌ی حوا در برابر مریم را داریم که زن را در قالب زیبا-اغواگر-روسپی یا غیرجذاب-پرهیزگار-قدیس فهم می‌کند. تثبیت این دوقطبی در گفتمان دینی اوایل انقلاب اسلامی یکی از نشانه‌هایی بود که مدرن شدن دین در ایران و وامگیری گسترده‌اش از گفتمانهای مدرن را نشان می‌داد. چون در سنت مذاهب اسلامی و به ویژه در شیعه‌گری تصویر زن سازگار با سنت کهن ایرانی تنظیم می‌شده است، که مشابهش را در میان مسلمانان مصر و مالزی و مغرب نمی‌بینیم. این تصویر پیچیده از زنانگی پس از انقلاب به همان دوقطبی حوا-مریم فروکاسته شد و جنبه‌ای سیاسی به خود گرفت. از شوخی‌های تاریخ این که کمی پس از این تحول انقلابی رسانه‌ای رخ داد که امکان نظارت نهادهای سیاسی بر فضای خصوصی و بعدتر عمومی را از میان برد. این همان است که طی دو دهه‌ی گذشته از وب‌نوشت‌ها و گوشی همراه آغاز شد و به شبکه‌های مجازی و گوشی هوشمند منتهی شد و به کلی بازنمایی زنان را دگرگون ساخت.

س: الگوهای غالب در این دگردیسی چه بوده‌اند؟ زنان چگونه خود را باز می‌نموده‌اند و چگونه از سوی دیگران تصویر می‌شده‌اند؟

ج: یک الگوی بسیار مهم آن است که پس از انقلاب رسانه‌ای، زنان خود بازنمایی خویش را به دست گرفتند. تا پیش از آن به قول مک لوهان با رسانه‌هایی سرد سر و کار داشتیم که یک طرفه تصویرهایی را مخابره می‌کرد و تصویری تبلیغاتی و یکدست از زنان را به طور انبوه تکثیر می‌کرد. این همان تصویری است که زن سپیدپوست زیبای اروپایی با ویژگی‌های سنتی (خانه‌نشینی، پرستاری، نیکوکاری مسیحی) محورش است و در همین قالب برای تبلیغ کالاهای مصرفی هم به کار گرفته می‌شود. با انقلاب رسانه‌ای هر مصرف‌کننده‌ی فرهنگ به یک تولیدکننده‌ی بالقوه تبدیل شد. یعنی زنان دیگر مصرف‌کنندگانی منفعل نبودند و هریک می‌توانستند به صورت فعال انگاره‌ای از خویش را پدید آورند و در فضای عمومی مخابره‌اش کنند. این گشودگی فضای عمومی و دوطرفه شدن رسانه‌ها پیامدهایی بسیار مهم داشته که شرح همه‌شان در اینجا نمی‌گنجد. در این حد بگوییم که تصویری یکسره متفاوت با آن الگوی اروپایی هالیوودی و البته متفاوت و اغلب متضاد با آن انگاره‌ی سیاسی و ایدئولوژیک رسمی در ایران در فضای مجازی شکل گرفت که خود زنان برسانده‌اش بودند و بر مبنای بازخوردهایی که از زنان و مردان دیگر می‌گرفتند آن را بازنویسی و تنظیم می‌کردند. آنچه امروز در فضاهایی مثل تلگرام و اینستاگرام و رخ‌نامه (فیسبوک) می‌بینیم ادامه‌ی چنین روندی است.

س: با توجه به تنوع و شاخصهای تعریف شده در خودبازنمایی زنان، چه قواعدی در نظام معرفت‌شناسی زنانه در ایران می‌توان تعریف کرد؟

ج: باید نخست به این نکته توجه کرد که تنظیم خودانگاره و شکل‌دهی به انگاره‌ی دیگران کارکردی عمومی و همگانی است که تمام آدمیان چه زن و چه مرد انجامش می‌دهند. یعنی همگان

می‌کوشند تصویری شایسته و نیک از خود در چشم دیگری‌ها ایجاد کنند و از این رو را با انتخاب جامه، تنظیم سر و شکل، رعایت بهداشت و ادب و آرایش یا آراستگی انگاره‌ای مطلوب از خویش بر می‌سازند. از سوی دیگر بازخوردها و اشاره‌های دیگران را با دقت تحلیل می‌کنند و خودانگاره‌شان یعنی تصویری که از خود در ذهن دارند را مدام بازبینی می‌کنند. این دو کارکرد شناختی برای ارتباط معنادار و قاعده‌مند من و دیگری‌ها ضرورت دارد و کارکردی پیچیده است که چون همیشه و مداوم انجام می‌شود، بدیهی و آسان به نظر می‌رسد. ورود رسانه‌های جدید به زیست‌جهان ایرانیان همین کارکردها را تشدید کرد و راهبردهایی تازه را برایشان پدید آورد. یعنی حالا دیگر گرفتن عکس از خود و گذاشتن‌اش بر صفحه‌ی اینستاگرام یا نوشتن خاطره‌ای بر رخ‌نامه (فیسبوک) نیز روشی تازه برای بازنمایی خویش در چشم دیگری بود، و بازخوردهای دیگران به آن (مثلاً شمار پسندها یا محتوای یادداشتهای پای عکس و متن) تاثیر این بازنمایی در مخاطب را نشان می‌داد. حقیقت آن است که از این نظر زن و مرد تفاوت چندانی ندارند و این رسانه‌های نو در هر دو جنس روشهایی نو، بی‌پیشینه و فناورانه را برای پیکربندی به انگاره‌ی خود و پخش کردن‌اش در اختیار مردم گذاشته است.

س: تناسب بین بازنمایی زنان در شبکه‌های اجتماعی را با جنسی تر شدن جامعه نسبت به دهه‌های گذشته را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

ج: باید به این سویی‌ی مطلب توجه داشت که جنسی شدن افراطی جامعه واکنشی است به سیاستی نابخردانه که با دلایلی که در بهترین حالت زاهدانه و در بدترین حالت فریبکارانه و ریاکارانه بود، می‌کوشید از جامعه جنسیت‌زدایی کند. تحمیل پوششی خاص به زن و مرد، تلاش برای تفکیک فضاهای عمومی بر مبنای جنسیت، جدا کردن فضاهای آموزشی و تحصیلی و ورزشی بر این مبنا و تابو شمردن زیبایی چهره و اندام در زن و مرد با طبیعت و سرشت انسان ناسازگار است و از همان

ابتدا بدیهی بود که مردم واکنشی تند و سخت به این سیاست‌ها نشان خواهند داد، به ویژه در ایران که تاریخی چنین دیرپا و برابری جنسیتی‌ای بی‌نظیر در تناسب با فرهنگهای دیگر همزمان‌اش و در میان تمدنهای دیگر داشته است، و جامی که در ضمن شیخ‌الاسلام و رهبر مذهبی دوره‌ی خود هم بود، در بافت فرهنگی آن هم مثنوی‌ای در ستایش ابراز عشق زلیخا به یوسف نوشته و هم در آن این بیت را آورده که «پری‌رو تاب مستوری ندارد/ ببندی در، ز روزن سر برآرد!».

خلاصه آن که انقلاب رسانه‌ای در واقع همچون ابزاری برای ساماندهی این واکنش مردمی عمل کرد. یعنی جنسی شدن افراطی جامعه که پیشتر طی دو دهه‌ی اول پس از انقلاب رخ داده بود و در قالب شاخصهای جامعه‌شناختی مربوط به ازدواج و خانواده نمود یافته بود، ناگهان برون‌ریزی به فضای عمومی پیدا کرد و در این رسانه‌های جدید نمود یافت. این ماجرا با بالغ شدن جمعیت بزرگی که در دهه‌ی ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰ زاده شده بودند تشدید شد. یعنی گسستی نسلی هم به واکنش توده‌ای مردم به محدودیتهای جنسی افزوده شد و نتیجه‌اش نابسامانی و افراط و تفریط‌هایی است که امروز می‌بینیم. وضعیتی که پدید‌آوردگان‌اش سیاست‌گذاران نادانی بوده‌اند که فهمی از پیامد تصمیم‌گیری‌های خود نداشته‌اند، و بسیاری‌شان هنوز هم ندارند!

س: سیر تغییر و تحول نگاه زن به خویشان در طول تاریخ را در مواجهه با شبکه‌های اجتماعی چگونه می‌بینید؟

ج: پرسش شما در واقع به خودانگاره‌ی زنان باز می‌گردد. تمایز در شیوه‌ی پیکربندی خودانگاره در زنان و مردان مدتهاست که شناخته شده است. این را می‌دانیم که زنان بیشتر با تکیه بر زیبایی چهره و تناسب اندام و جوانی و باروری جنسی خود و مردان بیشتر با تاکید بر قدرت نهادی و ثروت و دسترسی‌شان به منابع شأن اجتماعی و موقعیت خود را صورتبندی و بیان می‌کنند. به همین ترتیب هنگام «خواندن» رمزگانی که هویت اجتماعی یک نفر را نشان می‌دهد، همین متغیرها

بیشتر برجستگی پیدا می‌کند. یعنی بیشتر مردمان با نگرستن به چهره‌ی زنان و مدل ماشین مردان طرف مقابل خود را در سلسله مراتب اجتماعی رده‌بندی می‌کنند. ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی همین الگو را از سویی تشدید کرد و از سوی دیگر دگردیسی‌ها و همگرایی‌ها را در آن ایجاد کرد. تشدید کرد بدان معنا که بسیاری از چیزهایی که پیشتر تابو محسوب می‌شد ناگهان در فضای مجازی بازنموده شد و نمایش‌اش به هنجاری عادی تبدیل شد. نشان دادن بدن نیمه لخت یا نمایش عکسهایی از موقعیتهای خصوصی (عکس دو نفره‌ی زن و مرد، دوره‌می‌های خانوادگی یا رقصیدن در یک مهمانی دوستانه) به گروهی بزرگ از افراد غریبه پیشتر نه تنها از دید بسیاری از مردم ناشایست قلمداد می‌شد، که اصولاً به لحاظ فنی ناممکن هم بود. اما ظهور شبکه‌های مجازی هم این کار را ممکن کرد و هم به تدریج طی یک دهه آن را به هنجاری عادی مبدل ساخت. به شکلی که در حال حاضر در فضای مجازی یافتن دخترانی که اصرار در پنهان کردن گیسوی خود داشته باشند یا پسران و دخترانی که عکسی با دوستان‌شان از جنس مخالف نداشته باشند، بسیار نادر است. با توجه به این که بیش از چهل میلیون ایرانی در شبکه‌ی تلگرام و احتمالاً ده میلیون ایرانی در رخ‌نامه حضور دارند، این الگوها در عمل کل جمعیت فعال کشور را نمایندگی می‌کند. علاوه بر تشدید الگوهای بازنمایی خود و دیگری، این شبکه‌ها با امکان دریافت بازخورد هم مسلح شده‌اند. یعنی فرد پس از نهادن عکس یا یادداشت‌اش از روی شمار پسندها و پانویس‌هایی که دیگران برایش می‌گذارند، تخمینی آماری از بازخوردهای تماشاگران به دست می‌آورد. همین عامل بوده که به نوعی همگرایی در این الگوها منتهی شده است. یعنی از سویی زنان به سمت نمایش نموده‌های اقتدار خود -تحصیلات، ثروت، رفاه مادی- گرایش یافته‌اند و از سوی دیگر روندهایی از نمایش زیبایی صورت و بدن در مردان -به ویژه جوانترها- دیده می‌شود.

در نهایت آنچه که مهم است نوظهور بودن این پدیده و جوان بودن پیکربندی‌های اجتماعی برآمده از آن است. روی هم رفته فضاهای مجازی خزانه‌ای از اطلاعات و داده‌ها را فراهم می‌آورند که می‌توانند توسط دولتهای سلطه‌طلب یا شرکتهای آزمند مورد سوءاستفاده قرار گیرند، اما در کنار این مخاطره همین شبکه‌های مجازی فضایی بسیار پهناور برای بیان خود و اندرکنش انسانی برای افراد عادی فراهم می‌آورند که مشابهش پیشتر وجود نداشته و آزادی و بی‌قید و بند بودن‌اش می‌تواند به پیدایش نظمهایی نو و مدارهایی تازه از قدرت منتهی شود.