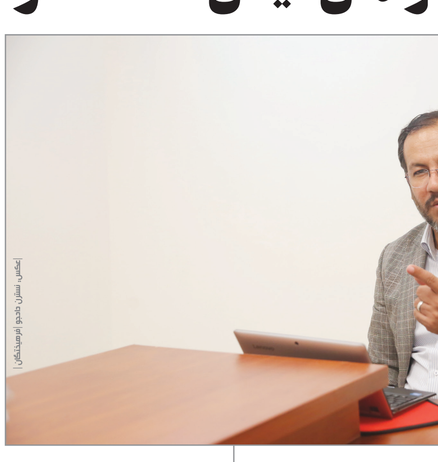

ادامه از صفحه یک

حمید دهقانیان، پژوهشگر و مدیر اندیشکده مطالعات اجتماعی و سبک زندگی مرکز ژرفا در گفت‌وگو با «فرهیختگان»

نگاه دینی در مساله پوشش توأمان دیدن اصالت فرد و جمع است

[عکس: نسترن دادجو/ فرهیختگان]

رسانه آن زمان که مکتوباتی مانند روزنامه‌ها بوده چطور می‌توانست آن اندازه اثرگذار باشد؟

کامرون میشل امین، پژوهش تاریخی مناسبی با محوریت فردگرایی بازاریابی توده و موضوع واردات «فرهنگ زیبایی» با مرور نشریات فعال اواخر قاجار و پهلوی اول (۱۹۳۰-۱۹۲۰م) مانند عالم نسوان، مهرگان و... انجام داده که نتایج و تحلیل جالبی را نشان می‌دهد. اولین مشاهدات کلیدی این پژوهش این است که وارد کردن فرهنگ زیبایی غربی (به‌ویژه آمریکایی) به ایران تقریبا همزمان با ظهور این فرهنگ در آمریکا اتفاق افتاده است.

اگرچه در مقیاس یکسانی نبودند، اما صفحات مطبوعات ایران محصولات و مدهای سلامتی و زیبایی را به شیوه‌ای مشابه مطبوعات آمریکایی تبلیغ و نشر می‌کردند و آنچه این فرهنگ تجاری رایج جهانی را تسهیل می‌کرد، پروژه بیداری زنان در حکومت پهلوی بود که هدف اصلی آن بازتعریف جزئیات نقش‌های جنسیتی بود. وی تاکید می‌کند که در هیچ کجا اختلاط مدرنیزاسیون و غرب‌زدگی به اندازه درگیری زیبایی برای زنان ایرانی مشهود نبود. در تحلیل دو نشریه عالم نسوان در اوایل دهه ۱۹۳۰ و هم نشریه‌های نیمه‌رسمی و همراه با سانسور مثل سالنامه پارس اظهار داشته که در یک کمپین برای آموزش زنان ایرانی در مورد ظاهری جدید برای عصر جدید، نگاهی که در آن لوازم آرایشی، مدل موهای غربی بخش بارز و محسوس مدرن شدن به شمار می‌رفته، در تلاش بوده‌اند. نشریه عالم نسوان نیز در مجموعه مقالاتی با عنوان «زن خوش‌سلیقه» بر اهمیت بهداشت شخصی و ظاهر جذاب تاکید داشته. تصویر یک زن مدرن، زنی با ظاهری زیبا، سالم، خوش‌لباس، معاشرتی، پرجنب‌وجوش و در عین حال جدی و از نظر قلب و ذهن جوان است. هر زنی با کمک لوازم آرایشی این پتانسیل را دارد که زیبا شود. علاوه‌بر این، استفاده از پودرها، کرم‌ها و محصولات مراقبت از پوست بی‌اهمیت یا غیراخلاقی تلقی نمی‌شود، زیرا مثلا زنان در انقلاب فرانسه و آمریکا نیز از لوازم آرایشی استفاده می‌کردند. مجله «مهرگان» نیز که بهترین مشابه برای مجلات آمریکایی موردعلاقه مخاطبان نوجوان و جوان در آن زمان بوده، اگرچه دربرگیرنده برخی از مطالب آموزشی است، اما یک شرکت تجاری بدون ابهام بود که دارای مقالات منظم در مورد ستاره‌های فیلم، مسابقات زیبایی و آخرین روندهای مد و فعالیت‌های تفریحی بود و در آن چنین روندهایی به‌صورت علمی، اثبات‌شده «عقل سلیم» و مفید توصیف می‌شوند.

ظهور ایده‌آل‌های مدرن زیبایی در فرهنگ ایرانی ارتباط مستقیم داشت با واردات تصویر انسان غربی فرهنگ و ایماژسازی عمومی از زنان و مردان مدرن به واسطه کارت‌پستال‌هایی از زنان و مردان خوش‌لباس و ظاهر اروپایی؛ ورود انواع مجلات مصور مدل اروپایی و همچنین تصویرسازی از زنان و مردان مدرن در مطبوعات ایرانی؛ تقریبا تمام آگهی‌های خیاط‌خانه‌ها در این دوره تاکید دارند که لباس را به تازه‌ترین مد پاریس و لندن و از روی جدیدترین ژورنال‌های مدل اروپایی می‌دوزند.

این بازنمایی‌های رسانه‌ای دوران پهلوی اول از بعد فرهنگی و افزایش آگاهی زنان نیز موثر بودند یا کارکردشان محدود به همان بحث‌های ظاهری و سبک پوشش و ترویج مصرف‌گرایی بود؟

تغییر تدریجی در باورهای جنسیتی به‌خصوص حقوق و عدالت جنسیتی به معنای لزوم برخورداری از حقوق مساوی در مدیریت و نظام تصمیم‌گیری در خانه، عدالت آموزشی، حق انتخاب همسر، حق انتخاب در سن ازدواج و انتخاب زوجین و همچنین اعطای حقوق مدنی ازجمله موضوع مشارکت زنان ایرانی در مشاغل متعدد مختلف از دیگر مولفه‌های این دوره است. غالبا رسانه‌ها به شکلی بخشی از حقوق زنان را بازنمایی می‌کردند که گویی وضعیت جامعه زنان محصول ظلم تاریخی نظام مردسالارانه و تضییع حقوق زنان بوده است. رسانه‌ها و اغلب مطبوعات و محافل روشنفکری مواردی از این قبیل را مورد هجمه قرار می‌دادند و از آن به‌عنوان روش زندگی شوم و عقب‌مانده یاد می‌کردند. در مقابل از حکومت و نظم جدیدی که رضاشاه به دنبال آن بود تصویری ارائه می‌شد مبنی بر اینکه او مدافع حقوق زنان و کودکان است و گوش شنوایی برای شکوائیه‌های این اقشار محروم از حقوق ابتدایی.

خود زنان و جریان‌های مربوط به آنها چه نقشی در این تحولات ایفا کردند؟

تلاش‌های فعالان زن در معرفی و تبلیغ فرهنگ پوشش غیرایرانی و غیراسلامی تاثیر زیادی بر ذائقه زیباشناختی زنان داشت. صدیقه دولت‌آبادی، روزنامه‌نگار و از فعالان روشنفکر جنبش زنان، یکی از مبلغان مدر در زمینه پوشش و منش زنان براساس الگوهای غیرایرانی و غربی به نوعی به چالش کشیدن هویت زن سنتی ایرانی بود. این تقابل گفتمانی زن مدرن در برابر زن سنتی ازمدافتاده و عقب‌مانده را به تصویر می‌کشد. در فضای عینی از اوایل دهه ۱۳۰۰ زنان نخبه و تحصیل کرده شروع کردند به بی‌حجاب ظاهر شدن در محافل و میهمانی‌های خصوصی.

یکی از مهم‌ترین مداخلات در این دوران، تغییر در مورفولوژی شهری و سیاست فضایی شهر است که می‌توانست در جهت عینیت‌بخشی به ایده زندگی شهری مدرن، موثر واقع شود. تنظیم مناسبات، تعاملات و روابط اجتماعی در شهر مدرن، موجد ساختار و ریختار فرهنگی خاصی است که معنا و صورت متفاوتی از رفتار روزمره را از جمله در فاصله و تمایز اجتماعی و منزلتی به واسطه فرهنگ مصرفی و مد در نسبت با شهرهای سنتی ارائه می‌کند. پذیرش تکثر فرهنگی، اعطای درجات بیشتری از آزادی فردی و اجتماعی به‌خصوص در امور شخصی و اصالت یافتن حقوق فردی به‌عنوان اصلی‌ترین مولفه‌های شهر مدرن به حساب می‌آیند. مولفه‌هایی که دولت مستقر و نوپای پهلوی، اجرایی‌سازی آنها را با ریل‌گذاری سیاستی به‌خصوص در عرصه سیاستگذاری فرهنگی و با محوریت جامعه زنان، به‌طور جد و به نحو غیر دموکراتیک و توجه به عنصر مشارکت مردمی در پذیرش و اجرای سیاست‌ها، پیگیری کرد.

تغییرات فرهنگی به‌خصوص فرهنگ بدن (پوشش و آرایش) در این فضا با شکل‌گیری بازاری مصرفی تحقق می‌یافت که با نمایش کالاهای غربی در مدیریت بدن، با خلق نیاز و توسعه تمایلات ساکنان شهر و به مدد نمایش مدهای پوشش و آرایش توسط طبقه مرفه و اشراف و همچنین نخبگان تحصیل کرده به‌عنوان پیام‌آوران و حاملان ترقی و پیشرفت، صورت می‌پذیرفت. به کارگیری آموزش رسمی در جهت استقرار الگوی مدرن پوشش نیز از جمله اقدامات دولتی در این دوران بود. به گفته مناشری که از محققان تاریخ مدرن ایران است، ایده آموزش همگانی متناسب با الگوی غربی که به‌عنوان سیاست‌محوری پهلوی اول پیگیری می‌شد، ماموریت داشت این تغییرات و انتقال فرهنگی را به مرجعیت غرب مدرن انجام داده تا ضمن تغییر از نظم سنتی و ورود به نظم مدرن، قشربندی اجتماعی نوینی را نیز برپا سازد. نقش غرب در این میان به شکل توأمان بود یعنی هم الگوی تقلید ایران به شمار می‌رفت و هم قوای تغییر آن را فراهم می‌کرد.

گذشته از نقش غرب در این قضیه، مهم‌ترین رویکرد یا دستاویز پهلوی در بحث حضور اجتماعی زنان و تغییر الگوی سنتی زن از حیث سبک پوشش و نیز نقش و موقعیت در خانواده و جامعه چه بود؟

یکی از ابزارهای سیاست فرهنگی اتخاذشده دولت پهلوی در مورد عادی‌سازی الگوی پوشش غربی برای دختران و زنان جامعه، استفاده از مزیت بهره‌مندی از فرصت آموزش بود؛ منوط کردن پذیرش، ارتقا و کسب جوایز و فرصت‌های آموزشی و امکان تحرک شغلی و اجتماعی، به لزوم برداشتن پوشش سنتی، یک گام موثر در راستای تلاش برای وارد کردن مولفه‌های مدرن به زندگی روزمره ایرانیان بود. در بهار ۱۳۱۴ وزارت آموزش‌وپرورش طی بخشنامه‌ای مقرر کرد دختران باحجاب حق دریافت جایزه یا دیپلم خود را نداشته و در ادامه فرمانی صادر کرد که به هیچ آموزگار زنی که از چادر استفاده کند، حقوق پرداخت نشود. برپایی مجالس و جشن‌های مختلط، یکی دیگر از مکانیسم‌های توسعه ایده پوشش غربی بود که توسط دستگاه‌های رسمی برگزار می‌شد. در واقع ورود و نفوذ فرهنگ غرب به‌خصوص در مناسک، تشریفات و رسوم در جهت تخریب و تغییر باورهای سنتی مشترک و مرجعیت سنت در تفسیر باور و رفتارهای زندگی روزمره انسان ایرانی است و در پی زوال مرجعیت سنت در جهت‌دهی به کنش‌های روزمره. در کتاب استفان کرونین درباره دوران رضاشاه، آورده شده که در واقع جشن‌ها بیشتر باعث دلهره و هراس شده بودند. منظره مشترک بسیاری از این جشن‌ها زنان و مردانی بودند که در اتاق‌ها روبه‌روی هم نشسته و زنان از خجالت صورت‌های خود را با دست یا با یقه کت‌هایشان می‌پوشاندند یا در تعامل رودررو چهره آنها از خجالت سرخ می‌شده؛ یا حتی مهاجرت برخی از زنان به کشورهایی مثل عراق و موارد و شواهدی این‌گونه، از عمق نفوذ اجتماعی ارزش‌های دینی و سنتی نسبت به الگوی پوشش است.

از این رو همراهی با فرمان کشف حجاب، عمدتا از سوی کارکنان دستگاه رسمی و اداری که مجری فرمان حکومت بودند، یا دست‌اندرکاران امور هنری و فرهنگی وابسته به دولت؛ افرادی که علقه‌ای به مرجعیت اخلاقی جامعه نداشتند، آوانگارد شدند و زمینه‌سازی کردند برای بی‌حجابی. از طرفی جبران هزینه هنجارشکنی آنها توسط حکومت پرداخت شده بود. به عبارتی ساختار فرصتی برای افرادی که قصد شکستن هنجارها و ضعیف کردن مرجعیت اخلاقی جامعه را داشتند نه‌تنها تمهید شده بود، بلکه پاداش‌هایی نیز به پشتوانه سیاستگذاری دولتی برای ایشان در نظر گرفته بودند. این یعنی استفاده از ابزار سیاست و قدرت، جهت خلق ساختار فرصت تضمین شده و به پشتوانه قوانین بروکراتیک در این تغییر است. لذا عمل ایشان ضمن نمایندگی کردن ایده سبک زندگی غربی و کسب تمایز از این طریق، مستظهر به فرمان شاهنشاهی نیز بود.

واکنش عمومی جامعه در برابر کشف حجاب مقاومت بود. این مقاومت از کجا سرچشمه می‌گرفت؟

شواهد تاریخی که از مقاومت نخبگان مذهبی و توده مردم به‌خصوص در شهرستان‌ها در برابر پدیده کشف حجاب اجباری وجود دارد حاکی از این واقعیت است که الگوی پوشش سنتی و رعایت هنجارهای دینی در این زمینه برای اکثریت مردم، هنوز از اقتدار معنوی و مرجعیت اخلاقی در جامعه برخوردار بوده و این مرجعیت هنوز از توان لازم برای جهت‌دهی رفتار این اکثریت، برخوردار است. باور جمعی به این نحو پوشش، علی‌رغم نفوذ ارزش‌های مدرن و عینیت‌بخشی به آنها توسط بخشی از جامعه که عمدتا از طبقه اشراف، کارگزاران ارشد حکومت و برخی از نخبگان بوده و همچنین استفاده از تبلیغ و ترویج، تشویق و تنبیه و حتی از زور و جزای کیفری در آن زمان (ایجاد ساختار فرصت)، کماکان شاهد مقاومت فرهنگی مراجع دینی، گروه‌های مرجع و مردم نسبت به اعمال این سیاست‌ها هستیم. به‌طوری که به باور اکثر تحلیلگران، عمده دلیل مخالفت توده و نخبگان مذهبی و عدم پشتیبانی از حکومت رضاشاه و شکل‌گیری موج شدید نفرت عمومی از وی، اصرار وی به اجرایی‌سازی سیاست کشف حجاب بوده است. بسیاری از محققان و جامعه‌شناسان گفته‌اند اگر کشف حجاب در دوره رضاشاه الزام نمی‌شد، حضور و مشارکت زنان در جامعه ایرانی پررنگ‌تر و بسیار بیشتر می‌شد. چون آن حضور با شرط کشف حجاب با ارزش‌های اجتماعی و سنت دیرینه جامعه همخوانی نداشت.

درگیری ایده توسعه و پیشرفت با امر عفاف و حجاب و مساله‌مند کردن آن، از بعد اجتماعی چه تبعاتی ایجاد کرد؟ این تبعات به نفع جامعه سنتی ایرانی آن روز بود یا به ضرر آن؟

در تبیین مناسبات بین موضوع عفاف و حجاب با ایده توسعه و پیشرفت غربی، نخست توجه به موضوع توسعه تمایلات فردگرایانه محور اصلی بحث خواهد بود. بناست که نوسازی صورت گیرد و نوسازی دنبال تضاد با ارزش‌های سنتی است. جامعه اینجا هنوز اقتدار اخلاقی خود را دارد. در جامعه ایران همواره دین پشتوانه اقتدار اخلاقی جامعه بوده و آن را تولید و بازتولید کرده است. سنت، امری قدسی بود که همبستگی ایجاد می‌کرد؛ حال اینکه منطق نوسازی، اقتصاد فردگرای لیبرالیستی است، مبتنی بر رهایی فرد از هر قید و بندی در جهت رفتن به سوی خلاقیت و...، تحریم تنباکو در بیت ناصرالدین شاه نفوذ اقتدار مرجعیت دینی بود. دین، حضور و بروز اجتماعی داشت و واجد کارکرد تنظیم‌گری و کنترلی بود. فشار هنجاری موجود اصلا امکان تصور گریز از مرجعیت و آن کنترل را ایجاد نمی‌کند. فرد به واسطه مدیریت بدن نمی‌خواهد خودش را رها کند. فقط گروه‌هایی می‌توانند این کار را انجام بدهند (اشراف، درباریان و نخبگان غرب‌زده) که از فشار و کنترل خارج هستند. توده مردم که ذیل اقتدار اخلاقی جهان زیست‌شان معنا پیدا می‌کند اصلا تصور چنین چیزی را نمی‌کنند. بنابراین در کشف حجاب رضاشاهی خیلی‌ها ترجیح می‌دهند حبس شوند و بیرون نیایند، یعنی سیاست رضاشاه در امر حجاب نتیجه معکوس داد.

نکته دوم اینکه درصد جمعیت شهرنشین به مراتب کمتر از روستانشین‌ها بودند. قاطبه جمعیت در روستاها و ایلات حضور داشتند. ساخت سیاسی علی‌رغم شکل‌گیری بروکراسی تمرکزگرا، غلبه مناسبات روستایی و ایلاتی حاکم بوده است. منظور این است که رضاشاه خیلی سریع اقدام کرد، ایران هنوز تجربه کلانشهرنشینی را نداشت به آن معنا، چون این ساخت شهرنشینی در فرم مدرن، خودش در کاهش اقتدار اخلاقی جامعه موثر است.

دوره پهلوی دوم ایده توسعه با شدت و شتاب بیشتری دنبال شد و طبیعتا این شتاب فرهنگ و اجتماع را بیشتر تحت تاثیر قرار می‌داد. رویکرد پهلوی دوم و شرایط اجتماعی ایران چه تفاوتی با قبل داشت؟ آیا وجدان جمعی در این دوره هنوز بیدار است و مانند سابق موجد مقاومت است؟

در این دوره با توجه به شرایط و تجارب و زمینه‌های حکومت پهلوی اول و به‌خصوص شرایط جنگ جهانی دوم و رونمایی از قدرت بین‌المللی جدیدی به نام آمریکا در معادلات جهانی و استعماری غرب، شاهد تغییر رویکرد سیاستگذاری فرهنگی در جهت تسریع روند نوسازی و مدرنیزاسیون با بهره‌گیری بیشتر از الگوی اشاعه و وام گرفتن شیوه‌های رفاه اجتماعی از غرب و به‌خصوص با تاکید بر رویکرد تحرک روانی و مشارکت بیشتر آحاد جامعه هستیم. از منظر لرنر، نظریه‌پرداز مهم مکتب نوسازی که بخش قابل توجهی از تحقیقات خود را در ایران دهه ۳۰ گذرانده است، نوسازی به معنای قبول زندگی به شیوه غربی است و مهم‌ترین عناصر و متغیرهایی که در ظهور تحرک ذهنی و آمادگی روانی انسان‌ها برای نوشدن موثرند عبارتند از: بسط و گسترش رسانه گروهی، سوادآموزی، ارتقای سطح تحصیلات، شهرنشینی و مشارکت. لذا پس از لغو فرمان کشف حجاب در دوران محمدرضا و تغییر رویکرد اجبار به کشف حجاب به استفاده از ابزار گسترش بازار مصرفی و تبلیغات آموزشی، محیطی و رسانه‌ای، مناسبات پیچیده‌ای در ایجاد تغییر ذائقه و سبک زندگی مردم در حال شکل‌گیری است که به نوعی شروع فرآیند مساله‌مند شدن عفاف و حجاب است. در سال ۱۳۲۱ ما شاهد اولین شو لباس‌های زنانه متنوع با استفاده از مانکن‌های انسانی با حضور زنان سرشناس، توسط خانمی به نام زینت جهانشاه در تهران هستیم که خیاطی، طراحی لباس و اداره بوتیک را در سوئیس آموخته و پیشقراول مد لباس است.

در ادامه اصلاح رویکرد رضاشاهی در امر نوسازی و توسعه، محمدرضا بنا به توصیه مشاوران آمریکایی نیازمند اخذ مشارکت و همراهی بیشتر مردم و پذیرش ارزش‌های مدرن و کاهش بار مخالفت بود. وجود این مشارکت نیاز به تحرک روانی بالایی داشت تا در کنار سایر اقدامات، انگیزه افراد را در جهت همراهی با سیاست‌های اعلامی افزایش دهد. تحرکی که برای ایجاد تغییرات در نحوه و سبک زندگی افراد، علاوه‌بر توسعه تمایلات فردگرایانه، نیاز به وجود تصور نوعی ساختار بود که مردم باور نمایند و القا شود که امکان تحرک وجود دارد تا به سمت اهدافی که ساختار فرهنگی تبلیغ و ترویج می‌کردند گام بردارند و در فرآیند تغییرات مشارکت جویند. تحرکی که همچون گذشته و به تأسی از فرهنگ غربی، مسیر و معبری بهتر از نمایش سبک زندگی به‌خصوص در عرصه عیان آن یعنی سبک پوشش و آرایش به‌عنوان نماد اکتساب منزلت و پیشرفت اجتماعی، پیدا نمی‌کرد. موضوعی که با نقش‌آفرینی صنایع فرهنگی مانند تلویزیون، سینما، تئاتر و... در ایجاد تغییرات اجتماعی توأم بود. تسری فرهنگ مدرن و خارج کردن آن از انحصار طبقات بالای جامعه در جهت تحرک اجتماعی به شکل یک مطالبه و تقاضای عمومی، نیازمند زدودن نظم سنتی قشربندی اجتماعی بود. گسترش آموزش‌وپرورش، دیوانسالاری، شهرنشینی، صنعتی‌سازی و همچنین شکل‌گیری فضایی به نام فراغت و مصرف شهری از جمله مکانیسم‌های فعال‌کننده این هدف به شمار می‌رفتند. مکانیسمی که در قالب برنامه کلی به نام انقلاب سفید به جامعه ایران عرضه شد و به مدد اقتصاد نفتی، اصلاحات ارضی و درنهایت پدیدار شدن طبقه متوسط جدید و خلق نیازها و تقاضاهای منزلتی سرعت تغییرات را شتاب بخشید. مک کله‌لند به‌عنوان یکی دیگر از نظریه‌پردازان مکتب نوسازی روانی، معتقد است درونی ساختن و میل به پیشرفت از طریق فرآیند جامعه‌پذیری از همان اوایل زندگی افراد باید صورت گیرد و سپس از طریق آموزش‌های لازم و مطبوعات و سایر نوشته‌ها این میل را تقویت کرد. این خط‌مشی دقیقا همان نظرگاهی است که دورکیم در نقد ایده پیشرفت لیبرالیستی، در کتاب‌های تقسیم کار و خودکشی مطرح می‌کند و آنومی را پیامدی از توسعه می‌داند. دورکیم، تشدید وضعیتی را که در آن برآورده شدن و ارضای تمایلات و توقعات به علت تحریک و برانگیختگی بیش از حد، باعث بلندپروازی‌ها می‌شود را مسبب درگیر شدن همه طبقات اجتماعی و فروریختن نظم مستقر طبقاتی می‌داند. وضعیتی که هیجانات و تمایلات به‌طور پایان‌ناپذیر، هرگز فروکش نمی‌کند و آرام نمی‌شود. رقابت و مبارزه‌ای بسیار شدید شکل می‌گیرد و تشدید می‌شود که کمتر تن به قاعده‌مندی می‌دهد. کلان سیاست بسیار تاثیرگذار در این دوره، که تغییرات بسیار عمده‌ای در ساخت اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جامعه ایران برجای گذاشته است و به نظر من مهم‌ترین تحول معاصر ایران است، اجرای سیاست اصل چهار ترومن بود.

اصل چهار ترومن با هدف تبدیل کردن ایران به جامعه‌ای مصرفی و آشنایی با سبک زندگی آمریکایی و تمرکز بر تغییر ذائقه جامعه زنان، در دستور کار قرار می‌گیرد. در سال ۱۳۲۴، پنج میلیون محموله لباس و پوشاک از آمریکا، حدود دو برابر تقاضای بازار، واردات صورت می‌گیرد. کارشناسان ایرانی از طرف دولت به آمریکا جهت آموزش بازاریابی مصرفی اعزام می‌شوند. در پی ترویج سبک زندگی شهری و حاکم شدن ایده ترقی و لذت مصرف توأم با آن، حدود ۲ میلیون روستانشین طی سال‌های ۱۳۳۵ تا ۱۳۴۵، به مراکز شهری مهاجرت می‌کنند. جمعیت تهران از ۵۰۰ هزار نفر در سال ۱۳۱۹ به حدود ۱،۷ میلیون در سال ۱۳۳۵، ۲،۷ میلیون نفر در سال ۱۳۴۵ و حدود ۴،۶ میلیون در سال ۱۳۵۵ رسید. ظرف کمتر از ۵ سال (۱۳۴۹ تا ۱۳۵۲) کارمندان اصل ترومن به‌عنوان کارگزاران تغییر، چنین کاری کردند. بودجه‌ای تصویب‌شده بود به شکل وام برای اصل چهار ترومن که ۲۵۰ میلیون دلار بود و درنهایت فقط ۵۰۰ هزار دلار به ایران دادند، آن هم عمدتا به کارمندان اصل چهار ترومن در ایران جهت تبدیل جامعه ایران به مقصد کالاهای آمریکایی. حجم واردات ایران از آمریکا به نسبت صادرات، حدود ۲۰ برابر شده بود. باید در نظر داشت میسیونرهای آمریکایی که قبل از مستشرقین اروپایی در ایران کار می‌کردند به زنان آموزش می‌دادند. حتی همسر سفیر آمریکا به مناطق محروم می‌رفت و کالاهایی به خانواده‌ها هدیه می‌داد که برچسب آمریکایی داشت.

رهاورد اجرایی شدن اصل ۴ ترومن در جامعه ایران از بعد کلان اجتماعی و فرهنگی و ترویج مصرف‌گرایی چه بود و نمودهای بروز و ظهور آن به چه شکل بود؟

توسعه تمایلات و به تعبیر رورتی «ظرفیت آرزومندی»، اگر بدون محاسبه اسباب و امکانات و به‌صورت بی‌حدوحصر صورت بگیرد، حیات انسانی و اجتماعی را از جاده اعتدال خارج می‌کند و زندگی را برای خیل زیادی از جامعه که موفق به ارضای نیازها و اکتساب آرزوها نشده‌اند، سخت و رنج‌آفرین می‌کند. در تحرک اجتماعی وقتی تعادل بین ابزار و اهداف برهم می‌خورد، خیلی‌ها محروم و درگیر وضعیت آنومیک می‌شوند. نارضایتی و احساس محرومیت و ناکامی منزلتی و انقباض خودشخصی و اعتمادبه‌نفس پایین ازجمله پیامدهای وضعیت آنومیک این افراد در جامعه است. میزان رضایت از زندگی، یکی از شاخص‌های سلامت جامعه و بهزیستی اجتماعی است، ولی میزان رضایت از زندگی، تنها بهره‌مند بودن از مواهب زندگی نیست (گرچه این عامل در آن مهم است)، بلکه به میزان نیازها و افزون‌طلبی‌ها هم بستگی کامل دارد. در بررسی صورت گرفته در پیمایش ملی سال ۱۳۵۳، کمتر از نیمی، یعنی ۴۵ درصد از جامعه مورد مطالعه از زندگی خود ابراز رضایت کرده‌اند. ۵۴ درصد اظهار داشته‌اند که افراد اطراف خود را خوشبخت نمی‌دانند و ۴۵ درصد گفته‌اند که در محیط اطراف خود افراد خوشبختی را می‌شناسند. پاسخگویان در تعیین مهم‌ترین ملاک‌های خوشبختی به این ترتیب پاسخ گفته‌اند: ۳۱ درصد پول، ۱۶ درصد تحصیل، ۱۵ درصد فعالیت، پشتکار و جدیت، ۱۱ درصد نیز موقعیت خانوادگی. این ترتیب اولویت نیز نشان می‌دهد که داشتن ثروت در درجه نخست عوامل خوشبختی است و به مراتب بیش از موقعیت خانوادگی محل التفات است. به دیگر سخن، پنداشت از خوشبختی بیشتر متکی به عوامل مادی است، بسی بیش از عواملی مانند کردار خوب، سلامتی، ایمان و شانس. نکته قابل توجه دیگر آنکه آرزوها و آمال افراد جامعه بیشتر متوجه منافع بلاواسطه شخصی است. مسائلی مانند سلامتی، خانواده خوب و ثروت به ترتیب با میزان موافقت ۷۲ درصد، ۳۰ درصد و ۲۷ درصد، که مسائلی کاملا شخصی و فردی هستند. درحالی که جامعه مرفه و آباد یا صلح و آرامش در جهان فقط ۴ درصد و ۶ درصد از پاسخ‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. این به روشنی غلبه ایده‌آل‌های فردی بر ایده‌آل‌های اجتماعی را نشان می‌دهد. همچنین ۸۳ درصد از پاسخگویان اظهار داشته‌اند که دائما نماز می‌خوانند و فقط ۶ درصد از جمعیت هیچ‌گاه نماز نمی‌خوانند. در گروه سنی ۶۵ به بالا حدود ۹۷ درصد و در گروه سنی ۲۴-۱۵ این رقم ۶۶ درصد است. در مورد فریضه روزه در مقایسه با نماز از عمومیت کمتری برخوردار بوده به‌طوری که در حدود ۷۹ درصد اظهار داشته‌اند که هرساله روزه می‌گیرند و تمایل به انجام فریضه امر به معروف و نهی از منکر حدود ۵۳ درصد. به زعم بنده این داده‌ها نشانگر این است که علی‌رغم پایبندی آحاد جامعه به تکالیف مذهبی فردی، لکن این ارزش‌های در زندگی روزمره بروز لازم را ندارد و این نشان از یک تغییر در ساخت نظام ارزش‌های جامعه است.

ما در جامعه خودمان با سرعتی زیاد در حال تجربه کردن هستیم. ما تاریخ چندصدساله غرب را طی چند دهه در حال گذر کردن هستیم. این یعنی عقب‌ماندن هنجارها یی از سرعت تغییرات. سرعت تغییرات اجتماعی آنقدر زیاد است که سرعت بازآرایی هویتی به فرد و جامعه نمی‌دهد. در وضعیت آنومیک و بحران تمایلات

ادامه در صفحه ۱۵

ادامه از صفحه ۱۴

افسارگسیخته ناشی از تغییر سریع نظم قشربندی اجتماعی یا غلبه گفتمان سوژه اقتصادی، فرد ابتدا دچار مساله هویت می‌شود، هویتی که دیگر اتکایی به جامعه و اقتدار آن ندارد. خود را ابتدا در قالب خرده‌فرهنگ‌ها و بعدها سبک‌های زندگی فردگرایانه دنبال می‌کند و به این دلیل جامعه و امر اجتماعی دچار مساله می‌شود. به اصطلاح افراد درگیر انقباض خوداجتماعی می‌شوند. وقتی در ساخت مدرن کلان‌شهرنشینی، نمایش بدن نشانی از تن‌آسایی یا مصرف فراغتی است. مثلا بلند گذاشتن ناخن مستلزم این بود که ناخن‌ها تمیز باشند و این نشان می‌داد فرد دست به سیاه و سفید نمی‌زند و کاریدی انجام نمی‌دهد یا پوست‌های روشن بدون سوختگی و لک، نشانی بود از اینکه مثلا فرد در پر قو بزرگ شده. اینها نمایش ثروت و قدرت فراغت با بدن و مفهوم تن‌آسایی بود که اگر ساخت جامعه طبقاتی شکل می‌گرفت خب، همه می‌پذیرند که این مثلا اشرافی است و... مساله‌ای وجود ندارد. اما در ساختی که قرار است برابری با خلق فرصت‌های برابر شکل بگیرد و مسیر تحرک اجتماعی باز بشود و انتصابات اشرافی کنار برود و... وضعیت فرق خواهد کرد. حال ناتوانی ذاتی جامعه در تمهید و تدارک ابزارها و راه‌های مشروع تحرک اجتماعی برای غالب افراد در یک مسابقه بی‌انتها ناشی از تحریک تمایلات و آرزوها به‌وجود می‌آید. وقتی تمایز اجتماعی به واسطه نمایش ثروت و منزلت مطرح می‌شود، بدن به‌عنوان مرکز نمایش ثروت، مهم می‌شود. در کلان‌شهرنشینی که در آن گمنامی اتفاق می‌افتد آیا شبیه شدن فرد به طبقات مرفه برای او اعتمادبه‌نفس ایجاد می‌کند یا خیر؟ وقتی بدن قرارگاه تمایز اجتماعی شد، سهل‌الوصول‌ترین جایی است که فرد می‌تواند از حیثیت، شأن و جایگاه خودش حداقل در جایی که او را نمی‌شناسند دفاع کند. مُد هم از همین‌جا شروع می‌شود. بدن جلوه‌گاه شأن اجتماعی و تمایز می‌شود و راحت‌ترین جا است و بعد از آن مثلا اتومبیل یا معماری خانه و وسایل قرار می‌گیرد. در زیست کلان‌شهری آن حیات ذهنی که شکل می‌گیرد مهم بودن بدن را القا می‌کند. بنابراین بدن مایه کسب سرمایه اجتماعی در تعاملات قرار می‌گیرد و طبیعتا تمایل به دستکاری در بدن چه در پوشش، آرایش و انواع جراحی‌های زیبایی افزایش پیدا می‌کند. چون مبنا منزلت مادی شده است و با همین سیر، بحث برند مطرح می‌شود، برندهای فیک و... مطرح می‌شود. ساختارهای اجتماعی به‌شدت فرد را تشویق می‌کنند که بتواند با دستکاری در بدن موقعیت اجتماعی بهتری پیدا کند. تا عهد پهلوی اول چون ساخت هنوز روستانشینی بوده، تحرک اجتماعی معنای آنچنانی نداشته است. جامعه از اقتدار اخلاقی برخوردار است و واجد کارکرد کنترلی و امر اجتماعی در برابر توسعه بی‌حدوحصر خیال و تمایل سوژه اقتصادی مساله‌مند نشده است. وقتی مصرف با صنعت تبلیغات و به کمک رسانه چه در سطح ملی و چه غیره موضوعیت می‌یابد و جزء هویت وجودی افراد تلقی می‌شود، ما شاهد شکل‌گیری موجی از تبلیغات که البته بهتر است از تعبیر مرتونی فرمان بمباران افراد توسط تبلیغات استفاده کنیم، در سطح تهران شکل می‌گیرد که هنجارها را دگرگون کرده و سبکی از زندگی را ارائه می‌کند. وضعیتی که مدیریت بدن پدید آورد، جزئی از المان‌های سبک زندگی و تمایز اجتماعی و طبقاتی شد. بنابراین در دوره محمدرضاشاه هیچ گونه مقاومتی پیش نمی‌آید چون سیستم آموزشی راه افتاد و انباشت فرآیندی که از قاجار شروع شده بود به حدی رسیده بود و جامعه مصرفی و منزلت‌ها مادی شد. بازار مصرف رفت سمتی که هستی اجتماعی افراد با حوزه مصرف ربط یافت. به‌تدریج فاصله تمایزات افراد با بحث مصرف بیشتر شد. مثلا خیلی وقت‌ها می‌بینیم در میان برخی خانواده‌ها وسایل خانه، معماری خانه، ماشین و حتی موقعیت جغرافیایی ملک است که موضوع رقابت می‌شود. هرچه فاصله اجتماعی بیشتر شود دستکاری در بدن هم بیشتر می‌شود. عهد پهلوی دوم عملا نوسازی و مدرنیزاسیون فرهنگی شروع شده است و آنجا این تشخص مادی و نمایش ثروت مبنا است. وضعیت نابرابری‌های شدید اقتصادی، فضای آنومیک ناشی از محرومیت‌ها، لطمه شدید هویتی در ساحت فردی و اجتماعی، حس تحقیرشدگی که به آحاد مردم دست داده بود، طبقه اشرافی در زمان پهلوی دوم، برنامه نوسازی، شهرنشینی، آموزش و مصرف، اقتدار اخلاقی جامعه را نابود کرده بود تا رسید به مساله توسعه نامتوازن، احساس محرومیت، شکاف‌های اجتماعی و... . دال مهم قبل از انقلاب اسلامی مساله عدالت اجتماعی است. در کنار گفتمان احیاگری دینی که مولفه‌های محوری مانند اعتلای عدالت و هویت و معنویت را نمایندگی می‌کرد، زمینه بروز انقلابی مردم‌پایه را پی‌ریزی کرد.

رسیدیم به دوران بعدی یعنی مقطع انقلاب و جنگ؛ جامعه دچار چه تغییرات هنجاری شد که با چنان سرعتی و علی‌رغم کارکرد گسترده تبلیغات و رسانه، از جو غالب گسست و اخلاق دوباره مرجعیت پیدا کرد؟

نوسازی منطقش این است که تمایلات فرد را بی‌حد دستکاری کنی تا جایی که او در پی کسب سود و ستیزِ اجتماعی برود، درحالی که دین منطق یاریگری و تعاون دارد. انقلاب که می‌شود ترمز وضعیت افسارگسیخته پهلوی کشیده می‌شود؛ چراکه ارزش‌های اجتماعی تغییر پیدا می‌کنند. دین و ارزش‌های دینی بناست که جامعه‌سازی را انجام داده و طبیعتا تعاون و دیگرخواهی و حمایت از محرومان و مستضعفان که خصیصه بارز و برون‌دادی تسری فرهنگ ادیان ابراهیمی علی‌الخصوص اسلام در تاریخ بوده، برجسته می‌شود و مجددا امر اجتماعی ارج نهاده و تبلور پیدا می‌کند. منزلت، تشخص و رقابت مادی کمرنگ و کم‌رمق و در مقابل ارزش‌هایی مانند ایثار و انفاق محل التفات آحاد جامعه می‌شود. جنگ، فصل جدیدی از مناسبات و فضا را می‌آفریند که رقابت بین بدن و روح است. آن چیزی که مهم است امر روحانی است و نه جسمانی. بنابراین نمایش زیورآلات، نمادهای تشخص مادی مثلا ماشین و... موضوعیت ندارد. جامعه اخلاقی خودش را بازسازی کرده و دین مجددا وارد عرصه اجتماعی می‌شود. امام(ره) فرمودند بحث دنیاخواهی و آخرت‌جویی هرگز با هم جمع نمی‌شوند، رفاه‌گرایی با قیام و انقلاب جمع نمی‌شود. برای مدیران ارشد و کارگزاران نظام، الگوی ساده‌زیستی و نحوه حکومت علوی و عدل علی(ع) مطرح بود. در اوایل انقلاب مسئولیت اجتماعی بسیار برجسته بود و این باعث شد اهمیت سرمایه اجتماعی از اقتصادی بیشتر باشد و اهمیت تایید گروه‌های مرجع و جدا نشدن صف مسئولان از مردم مهم بود. آرمان‌های انقلاب در دهه ۶۰ کاملا مشخص است و جامعه انگار بازگشتی دارد به مبانی دینی و چون دین امری اجتماعی است و در جهت کنترل تمایلات نفس بشر کار می‌کند، طبیعتا منزلت را به سوی امور معنوی می‌برد؛ خاکی بودن، یک نماد اخلاق متعالی می‌شود. تصاویری است که نشان می‌دهد مسئولان در جلسات اوایل انقلاب روی زمین می‌نشستند و جلسه می‌گرفتند و این فضا واقعی بود. جنگ به‌شدت این فضا را تشدید کرد. جامعه خودنمایش منزلت مادی را سرکوب می‌کرد و نمی‌پذیرفت. اقتدار اخلاقی برگشته بود و سوژه افسارگسیخته بعد از انقلاب و طی جنگ افول پیدا کرده و ارزش‌های دینی و اخلاقی روح جمعی متمایزی را در جامعه برانگیخته بود که نگاه آن به امر جمعی و اجتماعی بسیار برجسته بود. دستگیری از دیگران، انفاق و ایثار موضوعیت داشت و اصلا جهاد شکل گرفت که به بذل مال و نفس و جان بود.

در دوران پس از جنگ آیا هنجارها همچنان با قوت نقش‌آفرینی می‌کنند و تثبیت شده‌اند؟ با توجه به اینکه از سرگیری مجدد منطق نوسازی در این دوره رخ می‌دهد.

بار دیگر دهه هفتاد و ذیل منطق اقتصاد بازار آزاد، نوسازی روانی و توسعه تحریک تمایلات رقابت‌گرا دستورکار فرهنگ اقتصادی دولت قرار می‌گیرد. توصیه رئیس‌جمهور وقت مبنی بر مشروعیت مانور تجمل و ضرورت بازاندیشی در زیست مومنان دست‌مایه توجیه سبک اشرافی زندگی و رفاه‌طلبی کارگزاران و مانور ثروت طبقات مرفه جامعه بود که پیش از این امکان بروز برای آنها در فضای اجتماعی نبود. به‌معنای دیگر توصیه‌ای است که احساس می‌کنید به‌واسطه تجمل قرار است جامعه پیشرفت کند. وقتی فرهنگ و ارزش‌های اقتصادی دوباره تغییر می‌کند و اگر قرار باشد مبتنی بر تعاونی و سهامی عام و مشارکت باشد، برود به‌سمت رقابت و سهامی خاص و تعدیل اقتصادی، دستورش می‌شود مانور تجمل و تجلی یک نوع سبک زندگی اشرافی و مشی مدیران ارشد و... که مثلا مبادا تصویر بدی از ایران و انقلاب دینی در مجامع جهانی ساخته شود و به‌سمت نمادهای پیشرفت برود مثل برج میلاد، بازار فلان و هزاران مگاسازه‌های دیگر شهری و تحقیر روزافزون روستا. به بهانه فرار از ذهنیتی که نسبت به چپ‌ها به‌عنوان یک برچسب و انگ که در آن دوران حاکم بود. آنچه دوباره شاهد آن هستیم ایجاد شکاف‌ها و نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی است. ضعف و زوال بیش از پیش مرجعیت اخلاقی جامعه... از دورکیم پرسیدند اینکه منشأ آنومی که از آن تعبیر می‌کنید از کجاست؟ او پاسخ می‌دهد ایده پیشرفت غربی! چرا؟ این ایده مشکلش چیست؟ پاسخ می‌دهد چون در این ایده، اقتصادی که قرار بود ابزار توسعه اقتصادی و اجتماعی باشد، به هدف تغییر کرده است و مخالفت جدی با زیست انسان اجتماعی دارد. حالا این ایده در جمهوری اسلامی پشتوانه فقهی نیز پیدا کرده و مشروع هم نیز می‌شود! از این رو تمایل به اشرافی‌گری و شکستن هنجارهای مبنی بر ضرورت ساده‌زیستی و... تسهیل می‌شود. هنجار یعنی شیوه‌های عمل، فکر و رفتاری که در جامعه تثبیت شده است. هنجارشکن با برخورد قاطعی مواجه می‌شود و مجرم است. اما چه کسانی می‌توانند هنجار را بشکنند؟ کسانی که مشروعیت دارند و یا می‌توانند تفسیر مجدد کنند و آنها را مساله‌مند کنند. بعدا افراد دیگر به تأسی از آنها می‌توانند این کار را به‌صورت فراگیر محقق کنند. هنجارها در انقلاب بازآفرینی شدند. تثبیت شدند طی هشت سال جنگ و حالا چه اتفاقی می‌افتد. اندوخته ما در انقلاب اسلامی در همه حوزه‌های زندگی روزمره محل پرسش واقع می‌شود. ارزش‌های اجتماعی در برابر ارزش‌های اقتصادی قرار گرفته و در تریبون‌های رسمی از اولویت می‌افتند. دینی که تا الان بر ضرورت امر اجتماعی و عدالت اجتماعی و فرهنگ جهاد و... تاکید داشته، درگیر بازتفسیر شده و مشی و منطقی فردگرایانه را توجیه می‌کند؟ کار به‌جایی می‌رسد که نمادهای ساده‌زیستی و ارزش‌های عدالت‌خواهانه با برچسبی سیاسی مورد تاخت و تاز قرار گرفته و فکر انقلابی مانع پیشرفت و توسعه قلمداد می‌شود. امر اجتماعی روز به روز نحیف‌تر و اقتدار اخلاقی آن در برابر مسلک اقتصاد نئولیبرال ضعیف و ضعیف‌تر می‌شود. صداوسیمای رسمی و حاکمیتی تبدیل به دستگاه تبلیغات برای مصرف‌گرایی و به‌معنای دقیق کلمه مانور تجمل و زیبایی می‌شود، حتی ابایی از کالایی شدن بدن زنانه نداشتند و مدام از زیبایی زنانه برای تبلیغ هر نوع کالایی استفاده می‌کردند. این به غیر از تبلیغات محیطی و روزنامه‌ها و مجلات و... در مابقی رسانه‌ها نیز بود.

بعد از جنگ دستورکار می‌خواهد بین اسلام و سرمایه‌داری آشتی بدهد. جامعه می‌خواهد تحرک پیدا کند. صداوسیمای جمهوری اسلامی مروج تبلیغ کالاها و فرهنگ مصرفی می‌شود. گفتند بگذارید مردم زندگی کنند. ما هشت سال درگیر جنگ بودیم. سختی و مصائب کشیدیم. الان دیگر فصل آسایش است و این استراتژی تکنوکرات‌ها یا همان کارگزاران تغییر بود که جامعه برود به‌سمت پیشرفت و ایران اسلامی مقتدر باشد؛ لذا باید نمادهای پیشرفت توصیه شود. اتاق مدیران تغییر چیدمان به خود و ادارات باید تشریفاتی پیدا می‌کرد. مساله منزلت مادی شکل گرفت. می‌گفتند با زهد نمی‌شود پیشرفت کرد؛ چون انگیزه‌ای برای تولید اقتصادی نیست. اما بعد از آن هم تولید اتفاق نیفتاد و دولت مانع بخش تعاونی شد. در تجربه دو کشور جنگ‌زده مثل آلمان و ژاپن ما می‌بینیم که هیچ کدام از دولتمردانشان بعد از جنگ وعده رفاه ندادند و گفتند بعد از این هم باید بجنگیم تا کشورمان را آباد کنیم. مدل‌های توسعه تجربه‌شده در ژاپن، آلمان، هند و چین مدل‌هایی نبود که بخواهد بر منطق نوسازی روانی و تحرک تمایلات مصرف‌گرایانه، مبنایی برای پیشرفت جامعه باشد. اخلاق کنفوسیوسی در چین، فرهنگ سامورایی در ژاپن، زهدی که در گاندی بود همه در توسعه آنها مهم بود. چرا سرمایه‌داری با مصرف‌گرایی ما را دچار ضعف کرد؟ فروپاشی شوروی که روشن است! خیلی از نتایجش را از ایران تجربه کرد. آنجا هم بحث تمایل به مصرف بود. نادیده گرفتن بار ارزشی در برنامه‌های توسعه و تاکید بر بعد اقتصادی اشتباهی بود که مسئولان در این دوران مرتکب شدند. این جهت‌گیری نقش بسزایی در تمایل سبک‌های زندگی مردم به‌سوی الگوهای غربی و شکل‌گیری جامعه مصرفی به اقتضای اقتصاد سرمایه‌داری و آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی متعاقب آن بود، موضوعی که به‌نظر می‌رسد علی‌رغم تغییر دولت‌ها همچنان مطرح و مساله بودنش همچنان ادامه دارد. وقتی بناست ارزش‌های اقتصاد نئولیبرال در زندگی روزمره تبلیغ و ساری و جاری شود و بنا باشد که به جریان جهانی اقتصاد پیوند بخوریم (به تحقق خود ایده در ساختار اقتصادی یعنی همان دعوای اقتصاد آزاد و خصولتی، که محل مناقشه است کاری نداریم)، طبیعی است که سیاست تساهل و تسامح فرهنگی لازمه چنین وضعیتی است، سیاستی که از فردگرایی لیبرال حمایت همه‌جانبه کند؛ اشتباه برداشت نشود، مساله مخالفت با ارزش‌های فردی و حریم خصوصی و دفاع از استحاله فرد در جمع و... اینها نیست. بدیهی است که در نگاه اسلامی و در نزد اندیشمندانی مانند مرحوم علامه طباطبایی، شهید مطهری و... فرد و جمع اصالت توأمان دارند، مساله تسلط و غلبه بی‌چون و چرای جمع و حذف آزادی و کنشگری افراد نیست، مثل نگاهی که در حکومت‌های مارکسیستی و یا فاشیستی بروز کرد، مساله بر هم خوردن تعادل است، ذبح امر اجتماعی به پای فردگرایی مصرف‌گرا و بی‌قاعده است. وضعیتی که اتفاقا رنج و حرمان بسیاری از افراد و کشنده و انقیادکننده بخش بزرگی از فردیت‌ها است. دغدغه به‌وجود آمده درباره وضعیت عفاف و حجاب در دهه هفتاد (تغییرات فرهنگی و اجتماعی ناشی از سیاست توسعه و تعدیل اقتصادی)، با تغییر قانون مربوط به حجاب در سال ۱۳۷۵، تقویت ایده تهاجم فرهنگی با محوریت پوشش زنان و دختران و تصویب سند راهکارهای اجرایی گسترش عفاف و حجاب، نمود پیدا کرد. در این باره باید به گسترش وضعیت آنومیک در جامعه و زوال محسوس مرجعیت هنجارهای دینی (بی‌توجهی به دین، پنداشت از غیرمذهبی‌تر شدن جامعه، شیوع روابط نامشروع و...) اشاره داشت. وضعیتی که می‌تواند محکی از افول ارزش‌ها و هنجارهای دینی حاکم بر فرهنگ بدن به‌خصوص پوشش و آرایش نیز باشد. بخشی از علائم این وضعیت در پیمایش‌های ملی انعکاس‌یافته که قابل بررسی است. ورود زیبایی به مثابه یک عنصر اصلی در منظومه گفتمانی بدن زنانه در دوره اصلاح‌طلبی، نشان از پیشروی ترجیحات زیباشناختی در فرهنگ بدن و حرکت جامعه به‌سوی استقرار فضای سبک‌های پوشش با جهت‌گیری فردگرایانه و تمایزخواهانه به‌عنوان دو عنصر اصلی سازنده سبک و خروج از سلطه نظم سنتی و یا هنجارهای دینی در تنظیم و تعین رفتارهای ناظر به فرهنگ بدن هستیم.

بدن‌مندی و مساله و محور شدن بدن و موضوعیت یافتن آن در جامعه را با توجه به سیاستگذاری فرهنگی و رویکردهای قانونی در خصوص امر عفاف و حجاب، چگونه می‌شود تحلیل کرد؟

نگارش اسناد سیاستی در دوران دولت‌های اصول‌گرا و اذعان به وضعیت نامناسب پوشش در متن این اسناد، نشان از مساله‌مند شدن موضوع فرهنگ بدن زنانه به‌خصوص در میانه دهه ۸۰ بین اصحاب و سازمان‌های سیاستگذار فرهنگی دارد. به‌عبارتی بعد از گذشت سه دهه از انقلاب اسلامی، هنوز متولیان فرهنگی کشور نتوانسته‌اند موفقیت درخوری را برای اصلاح فرهنگ بدن و الگوی پوشش اتخاذ کنند و درنهایت بیشترین توجه خود را معطوف به شیوه‌های کنترل اجتماعی رسمی مانند برخوردهای انتظامی و قضایی و اقداماتی مانند گشت ارشاد می‌کنند که در برآورد تاثیر نیز نتایج معکوسی را در پی داشته و عمدتا به مقاومت فرهنگی در قبال سیاست‌های ارشادی و ترویجی منجر شده است. نتایج تحقیقی که مرکز افکارسنجی دانشجویان (ایسپا) در سال ۱۳۸۵ انجام داده، حاکی از این بود که ۳۴،۷ درصد از افراد پاسخگو، حجاب را امری شخصی تلقی کرده و موافق عدم‌مداخله دولت در این زمینه بودند. پس از بالا گرفتن مباحث اینچنینی در سطح کلان تصمیم‌گیری و سیاستگذاری کشور، شورای فرهنگ عمومی به‌عنوان متولی امر، پژوهشی را برای وضعیت‌سنجی نحوه رفتار افراد جامعه با عنوان «وضعیت‌سنجی پوشش و آرایش ایرانیان» طراحی و نخست طی سال‌های ۱۳۸۶ به‌صورت پیمایش مترددان معابر عمومی در سطح کلان شهر تهران به‌طور منظم (هر نیم سال یک‌بار)، و سپس همین طرح را در سال‌های ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱ به‌صورت ملی به اجرا درآورد. آمارهای مستخرج از پیمایش گزارش کرده است که وضعیت آسیب‌دار پوشش افراد مترددان در معابر عمومی در بین سال‌های ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۱، روند افزایشی به خود گرفته به‌طوری که از ۶۲،۵ درصد زنان با پوشش آسیب‌دار در سال ۱۳۸۶ به بیش از ۷۱،۱ درصد در سال ۱۳۹۱ رسیده است. نتایج طرح در سال‌های بین ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۱ در سطح شهر تهران در سه آیتم وضعیت سر و گردن، وضعیت پوشش بالاتنه و وضعیت پوشش پا (پایین تنه) به‌همراه چهار آیتم، وضعیت مو، وضعیت صورت و وضعیت زیورآلات، (به‌علاوه ناخن‌ها در بین زنان) حاکی از پوشش آسیب‌دار است، یعنی نوع پوششی که نسبت به حدود شرعی یا هنجارهای عرفی پوشش و آرایش بی‌تفاوتند و در عمل این حدود و هنجارها را رعایت نمی‌کنند.

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، گسترش شهرنشینی، رشد طبقه متوسط، رشد بازار مصرفی، افزایش دانشجویان به‌خصوص سهم زنان از آموزش عالی، افزایش سهم اشتغال زنان تا مرز دو میلیون از بازار کار ایران، گسترش رسانه‌ها از جمله ماهواره و ورود تکنولوژی ویدئوی خانگی و...، اگرچه عوامل مهمی در این تغییرات هستند، لکن اینها ذیل ایده نوسازی و محوریت یافتن اقتصاد، رفاه و کسب ثروت و منزلت، معنای دیگری نیز می‌یابند.

چه چیزی باعث می‌شود «بدن من انتخاب من» بدون کمترین آگاهی از آبشخور فکری، تاریخی و تبعات آن در جامعه ایرانی شعار عده‌ای شود؟

نتایج یافته‌های پژوهشی که بر موضوع مدیریت بدن در گستره جغرافیای کشور صورت گرفته، حاکی از عمومیت یافتن سبک‌های مدیریت بدن در جامعه و در اقشار مختلف است. نتایج نشان می‌دهد این پدیده نه‌تنها در کلانشهرها و مراکز استان، بلکه تا سرحد نقاط مرزی و شهرستان‌های محروم تسری پیدا کرده و چه‌بسا شکل آسیب‌گونه‌ای از خود را نیز در جدال با فرهنگ دینی، بومی و محلی به نمایش گذاشته است. در این زمینه گسترش ارتباطات اعم از رسانه‌ای منظور فضای مجازی و همچنین تسهیل تحرک جغرافیایی، افزایش سطح تحصیلات و مصرف و سرمایه فرهنگی، اوقات فراغت از عوامل این اشاعه ذکر شده است. به‌عنوان مثال بررسی میزان هزینه مواد آرایشی و بهداشتی در سبد هزینه خانوار طی روند دهه‌های اخیر این تغییر رفتار آحاد جامعه در گرایش به مدیریت بدن و همچنین نزدیک شدن سبک زندگی شهر و روستا بدین مقوله را نشان می‌دهد. جدای از این اختلاف نظرها و دیدگاه‌ها، آنچه در واقعیت اجتماع و صحنه عینی مدیریت بدن و الگوی پوشش می‌گذرد، حکایت از وجود سلایق متکثر در پوشش و آرایش، تنوع زیاد در خدمات مدیریت بدن و رفتارهای مبتنی بر سلایق فردی در مولفه‌های مدیریت بدن است که به کمک بازار و اقتصاد بدن ظهور و بروز قابل توجهی پیدا کرده است. وفور و دسترسی کالا و خدماتی که امروزه علاوه‌بر مکان‌های فیزیکی (مزون‌ها، بوتیک‌ها، مال‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای و...) با توسعه فضای ارتباطی و رسانه‌های تعاملی در فضای مجازی توانسته بخش قابل توجهی از عرضه کالا و خدمات خود را برای مشتریان و متقاضیان خود حتی با محدودیت‌های خیلی کمتری ساماندهی کند. کافی است متقاضی دریافت کالا یا خدمات به یکی از صدها فروشگاه اینترنتی و یا حساب‌های کاربری موجود متصل شده و با انبوهی از مدل‌ها و کالاهای مورد نیاز در قالب طرح‌ها، رنگ‌ها و... مواجه شود.

از این منظر که بخواهیم پوشش را به مثابه یک امر اجتماعی بررسی کنیم، باید دید فرد از کجا و کی می‌خواهد در موضوعی مثل پوشش به‌عنوان ذی‌حق مطالبه‌گر باشد؟ کارکرد پوشش اصلاح چه بوده است که مساله می‌شود؟ پس پوشش در چه جامعه‌ای مساله شد؟ جامعه‌ای که بدن نماد تحرک اجتماعی می‌شود و اضطراب منزلت مادی مطرح است. هرچقدر منزلت عمق بیشتری از جهت مادیات بیابد، به‌تدریج زوال امر اخلاقی بیشتر می‌شود و جامعه بیشتر آنومیک می‌شود. وقتی هنجارهایی توسط گروه‌های مرجع نقض شود و اعتبارشان از بین برود صورت مساله پاک می‌شود.

وضعیت آنومیک با شکل دادن به دیالکتیکی فزاینده بین انقباض خودشخصی (ناکامی منزلتی و احساس محرومیت ناشی از بحران تمایلات) و خوداجتماعی (بحران هویت) از یک‌سو و ایجاد ساختار فرصت (کاهش هزینه شکستن هنجار به‌واسطه ضعف اقتدار اخلاقی جامعه) از سوی دیگر، اضطراب منزلت و هویت را پدید می‌آورد و مداوم تشدید می‌کند. اغلب کسانی که به سمت جراحی زیبایی می‌روند در پی کسب اعتمادبه‌نفس هستند و مشکل هویتی است. آنومی جامعه را سبک‌مند می‌کند. ضعف اقتدار اخلاقی که پیش بیاید، بحران معنا شکل می‌گیرد. تا قبل از آن افراد به جامعه مربوط بودند و جهان اجتماعی و قرارگاهی داشتند که در آن راحت کسب هویت می‌کردند. وقتی جامعه در پی از بین رفتن اقتدار اخلاقی نتواند با فرد پیوند بخورد، حافظه هویتی و تاریخی فرد دچار اختلال می‌شود، سنت برایش دِمُده می‌شود و تاریخش بی‌خاصیت می‌شود. فرد نمی‌خواهد دیگر جامعه‌اش را نمایندگی کند. گرایش به شکل دیگری درآمدن و خود تاریخی را کنار گذاشتن و تجربه دیگری و دیگری‌ها، کلان جامعه به کنار می‌رود و فرد با خرده‌فرهنگ‌ها و خرده‌سبک‌هایی که جامعیت آنها کمتر است ارتباط برقرار می‌کند تا زندگی‌اش را ادامه دهد. سیری ناپذیری ذاتی انسان تنها با اقتدار اخلاقی کنترل می‌شود. اینکه فکر کنیم در مساله حجاب، صرفا امر شناختی و روان‌شناختی مطرح بوده اشتباه است. در تعبیر زیملی، وقتی ایده مسلط از جامعه رخت برمی‌بندد و در تعامل فرد با ساخت فرهنگی اختلال، ذهن‌گرایی افراطی با فقدان سبک و درنهایت تراژدی فرهنگ پدید می‌آید. فرهنگ عینی، فرهنگ ذهنی را به‌انقیاد خویش درمی‌آورد. فردیتی افسارگسیخته رشد می‌کند. توسعه تمایلات فردی که اتفاق افتاد موتور محرکه پیشرفت اقتصادی، تا جایی که مزاحم آزادی دیگری نشود، خود به خود انتخاب‌ها هم فردی می‌شود. فرد به‌عنوان سوژه آزاد می‌خواهد خود تجربه کند، نگاه ابزاری به بدن شکل می‌گیرد نه نگاه ارزشی. سابق بر اینکه به بدن ذیل هنجارهای اخلاقی کنترل می‌شد چنین مسائلی نبود. جامعه که به‌سمت تکثر ایده و اتمیزه پیش رفت، مولد تشدید فردگرایی شد؛ روابط انسان‌ها را دچار تمایز و مرزهایی ایجاد کرد که قرار نیست کسی به آنها نفوذ کند و حوزه امر شخصی و خصوصی در حال گسترش است. نگاهی به انواع تکنولوژی‌های رمزنگار بیندازیم متوجه موضوع می‌شویم. هنجارها که رنگ باخت و موقعیت به‌وسیله نهادهایی مثل خانواده، مدرسه، رسانه و محیط به فرد القا شد هیچ کدام بازسازی امر اجتماعی نمی‌کنند، بلکه بازسازی پیشرفت فردی است. با بودن حس مالکیت فرد بر بدن، می‌توان آن را به‌مثابه یک ابزار به کار برد و تشخص داد تا بی‌دغدغه تجربه کند. مکانیسم توجیه در افراد چگونه شکل می‌گیرد که به‌سمتی بروند تا هنجارها را نقض کنند؟ توجیه‌هاست متفاوتند از دوگانگی عفاف و حجاب تا نبودن حکم حجاب و... تا تبدیل شدن به عقیده و ماندن پای آن. تا زمانی که مرجعیت با جامعه بود، فردیتی که جامعه به فرد می‌داد اعتبار داشت. ظرفیت جامعه برای برآوردن نیازهای بزرگ محدود است، منابع و فرصت‌ها محدود است و خیل زیادی پشت این سد ایستاده‌اند. معنابخشی جامعه که مختل شد منزلت کسب نمی‌شود. درواقع این جامعه است که به‌عنوان منبع معناست و فرد بایستی برای تعالی خود بدان گرایش پیدا کند و بدون هدف مشخص جامعه فرد دچار بی‌هویتی می‌شود. انسان اجتماعی که کمرنگ شود و انسان اقتصادی شکل گیرد انسان خودش مبنای همه‌چیز می‌شود. مرتون می‌گوید آنقدر شدت تبلیغ و ترویج درخصوص رویای آمریکایی (موفقیت پولی) در آن جامعه زیاد است که جامعه آنومیک شده و این رویا به محیط خانواده و مدارس و مشاغل کشیده شده است. شما زمانی فرد موفقی هستی که بتوانی بیشتر پول دربیاوری و این رویای آمریکایی است. همه‌چیز با پول حل می‌شود. پس از این رویای آمریکایی کلا تمام محیط‌های اخلاقی را که امر جامعه‌پذیری در آنها صورت می‌گیرد مختل کرد. در فرهنگ آمریکایی هر گلی به سر خودت زدی خودتی و خودت. با اینکه مدام نرخ آسیب‌های اجتماعی در آمریکا در حال افزایش است ولی سیاستمداران آمریکایی اجازه نمی‌دهند و نمی‌پذیرند که به عامل آنومی است. بلکه آنومی از نظر آنها شری بوده که لازم برای پیشرفت است. هنجار پاسداشت امر خصوصی می‌شود و آنومی خودش هنجار می‌شود. آنومی را به اشتباه بی‌هنجاری ترجمه کرده‌اند، آنومی بحران تمایلات مهار نشده است. اتفاقا باید هنجارهای ایده پیشرفتی که اصل را بر ارزش‌های اقتصادی و نه لزوما انسانی بنا نهاده، زدود و تمایلات بی‌حد و حصر و آرزوهای تخیل‌گونه فردگرایانه را مهار کرد. به‌جای برنامه‌های مکرر تعدیل اقتصادی به اسم عدالت، بایستی حداقل وزن تاثیر سیاست‌های ساختاری آنومی را در جامعه تعدیل کرد. اینکه تبلیغات ما هم در فضای ذهنی و هم عینی اینقدر در تضاد باشد، مشخص است که فرهنگ را مختل می‌کند. هم تبلیغ قناعت و هم مصرف، آن هم از یک تریبون رسمی، منبر ما با صداوسیمای ما همخوانی ندارد و بعضا در تضاد و تعارض است. تقلیل نگاه به برنامه‌های مناسبتی و توصیه‌های اخلاقی کفایت نمی‌کند! اسم ما با رسم ما دوگانه تفسیر می‌شود. سیاستگذاری با تاکید بر ارزش‌های اخلاقی و... سامان نمی‌یابد و جنبه شعاری به خود می‌گیرد. روح سیاست و جهت اجرایی و عملیاتی آن باید پاسدار ارزش‌های اخلاقی باشد. اگر بناست سر و سامانی به اختلالات جامعه که یکی از آنها مساله بدن است بدهیم، باید برگردیم به بازسازی امر اخلاقی و امر اجتماعی؛ باید برگردیم به بازسازی و بازآرایی ساختار فرهنگی؛ باید برگردیم به کنترل اضطراب‌های منزلت مادی... مولفه‌های ساختاری در همه شئون اجتماعی باید بر اساس تعاون و ایثار و انفاق و ارزش‌های دیگرخواهانه باز تنظیم شود. دین و ارزش‌های دینی باید بروز اجتماعی بیشتری پیدا کند و از این اسارت اقتصاد سیاسی دربیاید. دین باید بیش از این در متن زندگی اجتماعی جریان پیدا کند و ظرفیت معنابخشی و تنظیم‌گری توأمان خود را متناسب با اقتضائات زمانه احیا کند.