

از درون

نگاهی به تأثیری که تبلیغات بر صرفه جویی گذاشته‌اند
صرفه جویی هنوز در دل مانده است

مستولان، ماهنوز به آن سطح از آگاهی نرسیدیم که مثلا آب یا برق را چطور باید مصرف کنیم. تبلیغات قطعاتی می‌تواند موثر باشد اما تبلیغاتی که جنبه آموزش داشته باشد و بیشتر تکرار شوند این که فقط در زمان بحران شنیده شوند و بعد هم اثری از آنها باقی نماند، زیرا تبلیغات موثر می‌تواند فرهنگ مصرف صحیح منابع را به خوبی منتقل کند».

حالا یک موضوع جدید هم به این تبلیغات اضافه شده است. جدا کردن زباله‌های تر و خشک و عبارت‌های «زباله، ثروت پنهان»، «طلای کثیف را نجات دهیم»، «زباله گنج ناشناخته» را اگر چه مدت کمی است بر در دیوار شهر می‌بینیم اما در دنیا سابقه چندین ساله دارد، آن قدر که برای آنها مسأله وابستگی به تولید انرژی از طریق زباله مطرح شده است. حتی در سوئد پیش‌بینی شده که تا چندسال آینده مجبور شوند برای تولید انرژی، زباله وارد کنند. حالا ما، ملتی که زباله می‌سازد چقدر به تفکیک آن فکر می‌کنیم؟ واقعیت این است که تنها ۸ درصد زباله‌های ما بازیافت می‌شوند تا به یک دردی بخورند و بقیه مشکلی می‌شوند برای زمین‌های وسیعی که برای دفنشان لازم داریم و مشکلی برای درخت‌هایی که شیرابه‌های زباله‌ها آنها را خشک می‌کنند. اینجاست که فضای مجازی از رسانه رسمی و تبلیغات خیابانی پیشی گرفته است. خیلی از کمپین‌هایی که برای صرفه جویی در آب و حفظ محیط‌زیست به صورت مجازی مخاطبان را مطلع می‌کنند، توانسته‌اند مردم را به جنب و جوش بیندازند. اغلب این مخاطبان جوان‌تر از مخاطبان رسانه‌های رسمی هستند و با یک جمله هم تحت‌تأثیر قرار نمی‌گیرند. آنها جست‌وجو می‌کنند و همه جوانب را بررسی می‌کنند که ممکن است بیشتر طول بکشد اما ماندگار است.

مریم ۲۹ ساله می‌گوید: «مدت‌هاست که زباله‌های تر و خشک را از هم جدا می‌کنم. این به دغدغه شخصی‌ام برمی‌گردد و ربطی به تبلیغات تلویزیونی یا خیابانی نداشته است. البته کمپین‌هایی که در اینترنت بوده و مطالبی که در آنها خواندم بی‌تأثیر نبوده. یک‌بار هم به مرکز بازیافت زباله نزدیک خانه‌ام رفتم که زباله‌های قابل بازیافت را تحویل دهم. متأسفانه آن قدر برخورد بدی داشتند که منصرف شدم. حالا هم زباله‌ها را جدا می‌کنم اما همه را در سطل‌های

زباله می‌ریزم. بالاخره این هم می‌تواند قدم کوچکی باشد تا فرهنگ آن بیشتر جایبندد» فریده ۴۷ ساله هم با این که مدت‌هاست دارد به تفکیک زباله فکر می‌کند هنوز این کار را شروع نکرده است. او می‌گوید: «تبلیغات را که ندیدم ولی از بچه‌هایم زیاد شنیده‌ام که تفکیک زباله‌ها چه خوبی‌هایی دارد. فکر کنم باید همه با هم این کار را انجام بدهیم. مثلا وقتی من این کار را بکنم و همسایه‌ام نکند، چه به دردی می‌خورد؟ اینها که بالاخره با

طرح نو | چرا ما باید صرفه‌جویی کنیم وقتی کشور ثروتمندی داریم. من فکر می‌کنم این تبلیغات یک جور نمایش است برای این که ما مجبور شویم صرفه‌جویی کنیم در حالی که اگر مدیریت درست باشد این مشکلات پیش نمی‌آید. ما که از عربستان و قطر بدتر نیستیم. آنها کم‌آبی را چه می‌کنند؟» اینها را سعید می‌گوید که ۲۱ سال دارد و صرفه‌جویی برایش هیچ معنایی ندارد.

هیچ‌کس با تبلیغ برای صرفه‌جویی در منابع بیگانه نیست. از صداوسیما گرفته تا تابلوها و بلبوردهای خیابانی، متروها و ایستگاه‌های اتوبوس یک چیز را به ما یادآوری می‌کنند: صرفه‌جویی کنیم. اما ما آدم‌های دست و دلباز چقدر این تبلیغات را جدی گرفته‌ایم و می‌گیریم؟ بارها از رسانه‌های مختلف شنیده‌ایم که حتی کشورهای قاره سبز اروپا هم صرفه‌جویی را در برنامه‌هایشان دارند. حتی آنها که با تکنولوژی‌های نو می‌توانند از نیروی خورشیدی، باد و زباله‌های انرژی تولید کنند و بیشتر سال را از نعمت باران و برف بهره می‌برند. ما در ایرانی زندگی می‌کنیم که تازه چندسال است کارشناسان به‌طور جدی روی خشک بودن آن اصرار می‌کنند. گسترش بیابان‌ها و خشکسالی دیگر مطلبی در کتاب‌های جغرافیا نیست و پایش به خبرهای روز رسیده است.

مهنز ۴۴ ساله خیلی راحت می‌گوید که تبلیغات تأثیری در صرفه‌جویی نداشته است: «خیر. صرفه‌جویی رخ نداد. زیرا اگر تبلیغی در این زمینه از سوی مراجعی خاص انجام می‌شد، در مقابل برنامه‌های پر مخاطب تلویزیون به‌ویژه مصرف‌گرایی را به‌طور غیرمستقیم ترویج می‌داد و درحقیقت تناقض بزرگی در این راستا وجود داشته و دارد و این تبلیغات هم به همین دلیل آن اثری که باید و شاید بر جانمی‌گذارد، بنابراین آنچه با آن روبه‌رو هستیم نه یک صرفه‌جویی بلکه حجم بالای مصرف بی‌رویه است که باید به‌زودی برای آن دست به اقدامی جدی زد.»

ملت، ترویج محافظه‌کاری‌ها و توجیحات و موعظت اخلاقی و تعلیمی (اندیشه اخلاقی‌گرایی و مصلحت‌جویی / رمان تاریخی - تعلیمی)، انعکاس تحولات تاریخی و سیاسی عصر، عشق و احساسات (رمانتیکسم تا بروز ناسیونالیسم رمانتیکسم) و ...

همان‌گونه که مبرهن است نمودهای اجتماعی در رمان آغاز عصر دوره پهلوی اندک است و بیشتر باز تحولات سیاسی است؛ اما رفته‌رفته با اصلاحات و اقدامات رضاخانسی اجتماعات نمود بیشتری می‌یابد و رمان تاریخی به حاشیه می‌رود و رمان اجتماعی پدیدار می‌شود که اصل و اساس نمودهای اجتماعی دوران پهلوی اول در آن جای می‌گیرد. برای مستند کردن این ادعا کافی است به رمان «دامگستران یا انتقامخواهان مزدک» صنعتی‌زاده نگاه شود که بی‌آن که حتی رمان اجتماعی محسوب شود در روند تاریخی و تحولات سیاسی رضاخان در راستای نمایان‌سازی پیچیدگی‌های اجتماعی نظام تاریخی و تحولات سیاسی رضاخان در راستای رمانتیکسم، پس هر چه از ابتدای حکومت فاصله گرفته می‌شود فضای حاکم بر جامعه رو به آشکارتر می‌شود. تریگی در فضای رمان‌ها هم این شکل از رمان تاریخی در آغاز حکومت پهلوی اول در دوران نومی‌دهی‌ها و در برابر تحولات سیاسی و تاریخی متولد می‌شود و پیش از آن که در بطن خود جریان فکری جامعه را منعکس کند، در لایه‌های پنهانی خود علت ظهورش را نشان می‌دهد و آن چیزی نیست جز کنش اجتماعی نویسنده که با پذیرش وحدت نویسنده و خواننده، کنش آحاد جامعه در برابر شرایط سیاسی و تاریخی و جامعه عصر نیز تلقی می‌شود. نویسنده، فردی است اجتماعی؛ یکی امری طبیعی است که در برابر جریان‌های جامعه دست به کنش اجتماعی بزند زیرا براساس نظریات جامعه‌شناسانه کنش به‌عنوان ابتدایی‌ترین عنصر مشترک زندگی اجتماعی بشری است و دربرگیرنده مجموعه رفتارهایی که انسان‌ها به‌عنوان یک موجود اجتماعی برای رسیدن به اهداف معین نسبت به یکدیگر انجام می‌دهند. این عمل جهتگیری شده به سوی شخص دیگر، اصطلاحاً کنش اجتماعی است که در نویسنده رمان تاریخی این عصر، دیگر به سوی یک شخص نیست بلکه به سوی اشخاص و عوامل محیطی حاکم است که در این زمان حقارت و سخر خوردگی و یأس را برایش به ارمغان آورده و میرعابدینی هدف آن را یافتن هویت و امنیت می‌داند. لیب کلام این که به گفته همو تنها راه تسکین دردها و آلام و تعبیر نیازهای انسان آن روز یادآوری میراث کهن بوده و پاسخی درخور جز این نداشته است.

پوشش‌دهی را در کشور دارند خیلی روی موضوع مصرف یا صرفه‌جویی کار نمی‌کنند یا اگر هم کار می‌کنند به قدری بدون کیفیت کار می‌شود که کمتر تأثیرگذار است. یعنی بعد آموزشی ندارند. تبلیغات بلبوردها در شهر هم شاید خوب باشد اما اغلب بلبوردهایی که مثلا درباره کم‌آبی یا مصرف صحیح آب هشدار می‌دهند، در میان انبوه بلبوردهای تبلیغاتی گم می‌شوند و آذنان مردم را کمتر درگیر می‌کند. به نظر من تبلیغات برای صرفه‌جویی منابع طبیعی کشور در رادیو و تلویزیون باید بعد آموزشی و اثرگذاری بهتر و روان‌تری به‌خودشان بگیرند. مثل تبلیغات دوران بچگی که هنوز زنگ خطر را در ذهن ما به صدا در می‌آورد. از طرفی تبلیغات بلبوردهای شهری هم باید بیشتر و متنوع‌تر شوند و مدام جلوی چشم باشند تا اثرگذاری داشته باشد. نمی‌شود دقیقا گفت که تبلیغاتی که تا الان صورت گرفته چه تأثیری در تغییر رویه‌های مصرف مردم داشته اما چیزی که مشخص است با توجه به اخطارهای

نگاه منتقد



تجمع مشرفه‌فطنان در محوطه سفارت انگلیس در تهران

فراز و فرود جامعه ایرانی در نگاهی جامعه‌شناسانه به ادبیات ایران مدرن (بخش دوم)

آنگاه که افسانه فرامی‌رسد

در بخش اول این نوشتار اشاراتی جامعه‌شناسانه به روند تکوین و شکل‌گیری آثار منثور در ادبیات ایرانی در دوران مدرن و هم‌زمان با آغاز سلطنت پهلوی اول شد. آثار ادبی و مطبوعاتی ایرانیان اهل فرهنگ در این دوره که قطعا بازنمایی وضع موجود اجتماعی کشور بوده است بیشتر معطوف به ناسیونالیسم و باستان‌گرایی بوده و پس از چندی روی به جنب ادبیات و اجتماعات تعلیمی نیز گذاشته است. در این بخش و در ادامه بررسی جامعه‌شناسانه ادبیات ایران مدرن، به شکل‌گیری ادبیات انتقادی در ایران که همانا این نیز واکنشی به وضع موجود کشور بوده است، می‌پردازیم.

حکومت مطلق سفارش می‌شود، پس همین جا یکی دیگر از مضامین اجتماعی رمان که ترویج محافظه‌کاری‌های اخلاقی است نیز نمود می‌یابد. آن دست است. پس رمان تاریخی وارد ساحت دیگر، یعنی موعظه‌های اخلاقی هم می‌شود که از نخستین رمان تاریخی - تعلیمی است. درون این رمان، شورش فردی مغفور و مطیع حکومت بودن مثبت قلمداد می‌شود که خود نمایان‌کننده سیاست استبدادی و امرانه رضا شاهی است. ایجاد ارتش نظامی و تمرکز بر قدرت در گفتمان سیاسی رضاخان، نشانه‌ای است از سرباز پروری و اقتیاد آحاد جامعه و تسلیم که نمونه تبلور آن در همین رمان است. تسلیم در برابر فرامین امرانه و حتی در برابر حکومت استبدادی از مضامین اجتماعی‌ای است که در گذرگاه تاریخ سیاسی و اجتماعی ایران بسیار تکرار شده و این دوران هم که دیده امید مردمان به حکومت است چونان گذشته باقی می‌ماند. البته این امر به تفکرات دینی ایرانیان نیز برمی‌گردد که به‌عنوان احتیاط و محافظت از خود در برابر

می‌شوند که توجیحات اخلاقی چون: ندامت و جدان، ترس از عدالت الهی و ورود به راه راست و جنان، ترس از عدالت الهی و ورود به راه راست نوشته شده است و مضمون اصلی آن داستانی از جنگ و عشق و در عین حال حرمت نگهداری و ایستادن وطن پرست است و در دل به وضع اجتماعی نیز اشاراتی دارد؛ چون: نظام حکومتی مستبد، اقدامات نوسودیشان، قدرت خواهی، جاه‌طلبی، محیط فاسد، انزجار از اشرافیت، فقر، بی‌امنی اجتماعی که در خلال روایت عشق بیان می‌شود. همان‌گونه که مبرهن است احساساتی‌گری و رمانتیکسم نه تنها در این اثر بلکه در دیگر آثار نیز دیده می‌شود؛ لذا عاملی می‌شود برای دور شدن از هدف اصلی رمان تاریخی یعنی تاریخ‌نگاری، چراکه اغراق و احساسات کاذب باعث می‌شود که واقعیت تاریخی بیان نشود و نوعی «ناسیونالیسم رمانتیکسم» ظاهر شود. رمانتیکسم، هم در قهرمان پرزادی و هم در بیشتر رمان‌های این دوره عنصری غالب محسوب می‌شود که در واقع راهی برای فرار از واقعیت [۴] و به بیان دیگر واکنش اجتماعی فرار نویسنده و در کلیت فراگیری، واکنش فرار جامعه است از واقعیاتی که نویسنده و اجتماع را در اندوه و تحسّر جلال اشرافیت و شاهزادگان و امیران از کف داده در حصر می‌کند، لذا راقم عصر با احیای ارواح بسزگان باستان در زمینه‌های تاریخی نوشتار خود به باری رساندن و آرام کردن مردمان درگیر جامعه خود می‌پردازد. میرعابدینی با بیان شواهد و استناد به سخن «کاسیر» مینی‌بر آن که: «در لحظات بحرانی زندگی اجتماعی انسان، آن نیروهای عقلانی که در برابر پیدایش تصورات افسانه‌ای کهن ایستادگی می‌کنند دیگر به قدرت خود اطمینان ندارند. در این لحظات، زمان افسانه‌ها در زمینه‌های تاریخی، رمان تاریخی را با نمایش اغراق‌ها و احساساتی‌گری‌ها، افسانه عصر پس از شکست مشروطه و آرمانی کردن گذشته بر می‌شمرد [۵] و حال نکته اینجاست که آیا ظهور افسانه چیزی جز بیان تمنیات و آمل برآورده نشده است؟ همین جا نقی زده می‌شود به روش جامعه‌شناسی ادبیات «لوسین گلدمن» مینی‌بر ساختارگرایی تکوینی یا تاریخی که مفهوم اساسی آن را جهان‌بینی برمی‌شمرد. او اثر ادبی را در برگیرنده جهان‌بینی‌ای می‌داند که در تعریف آن به آرزوها و احساس‌هایی اشاره می‌کند که در کلیت متن و کلیت اوضاع اجتماعی در روند تکوین اثر نمایان می‌شود [۶]. حال با این روش، افسانه‌ای که تجلی آرزوها می‌شود یا رمان تاریخی‌ای که در لایه‌های درونی خود احساسات را بیان می‌کند چیزی نیست جز نشانه ترکیب و استحاله اجتماعات در دل رمان تاریخی و قرابت اجتماعات و رمان تاریخی.

زهرا رامهران
کارشناس ارشد
زبان و ادبیات فارسی



از دیگر رمان‌های تاریخی - تعلیمی می‌توان از «مانی نقاش» نام برد که باعث اغراء حس می‌شود و ضمن پرداختن به تاریخ کهن، توصیف رمانتیک‌تری از زندگی و عشق مانی به دست می‌دهد. با نظر به ذکر عشق، گفتنی است که اولین رمان تاریخی این دوران «شمس و طغرا» خسروی است که پس از مشروطه و «در نهایت ملالت و افسوس به حال وطن عزیز و ابناء وطن» نوشته شده است و مضمون اصلی آن داستانی از جنگ و عشق و در عین حال حرمت نگهداری و ایستادن وطن پرست است و در دل به وضع اجتماعی نیز اشاراتی دارد؛ چون: نظام حکومتی مستبد، اقدامات نوسودیشان، قدرت خواهی، جاه‌طلبی، محیط فاسد، انزجار از اشرافیت، فقر، بی‌امنی اجتماعی که در خلال روایت عشق بیان می‌شود. همان‌گونه که مبرهن است احساساتی‌گری و رمانتیکسم نه تنها در این اثر بلکه در دیگر آثار نیز دیده می‌شود؛ لذا عاملی می‌شود برای دور شدن از هدف اصلی رمان تاریخی یعنی تاریخ‌نگاری، چراکه اغراق و احساسات کاذب باعث می‌شود که واقعیت تاریخی بیان نشود و نوعی «ناسیونالیسم رمانتیکسم» ظاهر شود. رمانتیکسم، هم در قهرمان پرزادی و هم در بیشتر رمان‌های این دوره عنصری غالب محسوب می‌شود که در واقع راهی برای فرار از واقعیت [۴] و به بیان دیگر واکنش اجتماعی فرار نویسنده و در کلیت فراگیری، واکنش فرار جامعه است از واقعیاتی که نویسنده و اجتماع را در اندوه و تحسّر جلال اشرافیت و شاهزادگان و امیران از کف داده در حصر می‌کند، لذا راقم عصر با احیای ارواح بسزگان باستان در زمینه‌های تاریخی نوشتار خود به باری رساندن و آرام کردن مردمان درگیر جامعه خود می‌پردازد. میرعابدینی با بیان شواهد و استناد به سخن «کاسیر» مینی‌بر آن که: «در لحظات بحرانی زندگی اجتماعی انسان، آن نیروهای عقلانی که در برابر پیدایش تصورات افسانه‌ای کهن ایستادگی می‌کنند دیگر به قدرت خود اطمینان ندارند. در این لحظات، زمان افسانه‌ها در زمینه‌های تاریخی، رمان تاریخی را با نمایش اغراق‌ها و احساساتی‌گری‌ها، افسانه عصر پس از شکست مشروطه و آرمانی کردن گذشته بر می‌شمرد [۵] و حال نکته اینجاست که آیا ظهور افسانه چیزی جز بیان تمنیات و آمل برآورده نشده است؟ همین جا نقی زده می‌شود به روش جامعه‌شناسی ادبیات «لوسین گلدمن» مینی‌بر ساختارگرایی تکوینی یا تاریخی که مفهوم اساسی آن را جهان‌بینی برمی‌شمرد. او اثر ادبی را در برگیرنده جهان‌بینی‌ای می‌داند که در تعریف آن به آرزوها و احساس‌هایی اشاره می‌کند که در کلیت متن و کلیت اوضاع اجتماعی در روند تکوین اثر نمایان می‌شود [۶]. حال با این روش، افسانه‌ای که تجلی آرزوها می‌شود یا رمان تاریخی‌ای که در لایه‌های درونی خود احساسات را بیان می‌کند چیزی نیست جز نشانه ترکیب و استحاله اجتماعات در دل رمان تاریخی و قرابت اجتماعات و رمان تاریخی.

• رمان تاریخی وارد ساحت دیگر، یعنی موعظه‌های اخلاقی هم می‌شود که باز نمودی از رمان تاریخی - تعلیمی است. درون این رمان، شورش فردی مغفور و مطیع حکومت بودن مثبت قلمداد می‌شود که خود نمایان‌کننده سیاست استبدادی و امرانه رضا شاهی است.

• اهم مضامین بیان شده در آثار دوران مشروطه عبارت است از: ناسیونالیسم ایرانی و باستان‌گرایی (ناسیونالیسم بومی یا باستان‌گرا) و مواظبت از افتخارات و شکوه و جلال مملکت، آرمان‌گرایی و آرمانی کردن گذشته تا مرز تولد افسانه‌های تخیلی، ساخت فضاهای حماسی و بیان معیارهای عالی سلحشوری در مبارزات ضدبیگانگی و میهن پرستی و وطن پروری، نژادپرستی و اسلام‌پذیری، قهرمان پروری و منجی‌یابی یا همان اسطوره ظهور منجی / سوشینات.

• اما رفته‌رفته با اصلاحات و اقدامات رضاخانسی اجتماعات نمود بیشتری می‌یابد و رمان تاریخی به حاشیه می‌رود و رمان اجتماعی پدیدار می‌شود که اصل و اساس نمودهای اجتماعی دوران پهلوی اول در آن جای می‌گیرد.

• رمان تاریخی در آغاز حکومت پهلوی اول در دوران نومی‌دهی‌ها و در برابر تحولات سیاسی و تاریخی متولد می‌شود و پیش از آن که در بطن خود جریان فکری جامعه را منعکس کند، در لایه‌های پنهانی خود علت ظهورش را نشان می‌دهد و آن چیزی نیست جز کنش اجتماعی نویسنده که با پذیرش وحدت نویسنده و خواننده، کنش آحاد جامعه در برابر شرایط سیاسی و تاریخی و جامعه عصر نیز تلقی می‌شود.



پی‌نوشت:
[۴] سعید بزرگ بیگدلی و حسین علی‌قبادی، «چشم‌انداز ادبیات معاصر و نظری بر کتاب از نیما تا روزگار ما»، در فصلنامه علوم انسانی، ش ۱، ص ۵۶
[۵] میرعابدینی، همان، ص ۴۹
[۶] ک. لوسین گلدمن، نقد تکوینی، ترجمه محمد تقی غیانی، تهران: بزرگ‌مهر، ۱۳۶۹