

اتنوگرافی با حرکت: تجارب حسی در ماشین‌های مناسکی تهران

اصغر ایزدی جیران^{۱*}

(تاریخ دریافت: ۹۵/۸/۲۸، تاریخ پذیرش: ۹۶/۵/۳)

چکیده

اتنوگرافی خیابانی نوع بسیار اخیر از اتنوگرافی است که تلاش می‌کند با حرکت اتنوگراف در فضاهای عمومی و باز شهری موضوعات فرهنگی در حرکت را بررسی کند. پژوهش اتنوگرافیک حاضر در خصوص «ماشین‌های محرمی» در شهر تهران گونه ویژه‌ای از اتنوگرافی خیابانی را نشان می‌دهد که در آن اتنوگراف با ماشین خود درباره ماشین‌ها تحقیق می‌کند. نگارنده اصطلاح «ماشین‌نگاری» را برای بیان ویژگی‌های نظری و روش-شناختی این نوع از پژوهش ابداع کرده است. پژوهش ماشین‌نگارانه حاضر نشان می‌دهد که چگونه افراد از ماشین به‌عنوان تجربه ماشین‌مند خود در بسترهای روزمره و مناسکی استفاده می‌کنند، چگونه ماشین‌ها را به «بدن‌های ثانویه» بدل می‌سازند، و چگونه اندیشه‌ها و احساسات از خلال دستکاری‌های ماشین‌ها منتقل می‌شوند.

این مقاله با حرکت از شاخه‌ها و رویکردهای انسان‌شناسی اشیاء/ انسان‌شناسی فرهنگ مادی و انسان‌شناسی حس‌ها / انسان‌شناسی حسی تلاش کرده است تا ماشین را از خلال ابعاد حسی آن، یعنی ابعاد دیداری، شنیداری، بساوایی و به‌ویژه حرکتی تحلیل کند. اساساً ماشین‌های محرمی بیانگر بُعد حرکتی مناسک محرم در تهران هستند. حرکت ماشین‌ها به ظاهر و صداهای عزادارانه محرمی ماشین‌ها ویژگی‌ای پیوندی می‌دهد که از طریق آن چشم‌اندازها و گوش‌اندازهای جدیدی پدید می‌آیند. دستاورد مهم دیگر این مقاله طرح ایده «اتنوگرافی در حرکت» است که به انسان‌شناسان یاد می‌دهد تا جهان فرهنگی - اجتماعی را در حرکت و با حرکت از نو مفهوم‌بندی کنند. بدین ترتیب باید به جای

۱. استادیار علوم اجتماعی دانشگاه تبریز (نویسنده مسئول).

* a.izadijeiran@tabrizu.ac.ir

مشاهده مشارکتی به عنوان روش اصلی و کلاسیک انسان‌شناسی از «حرکت مشارکتی» استفاده کرد.

واژه‌های کلیدی: ماشین، انسان‌شناسی حس‌ها، ماشین‌نگاری، حرکت، اتنوگرافی خیابانی.

۱. مقدمه

در حال حاضر حدود ۸۰۰ میلیون ماشین در جاده‌های جهان در حرکت‌اند؛ لذا در حیات روزمره بسیاری از انسان‌ها در جوامع مختلف حضور دارند. ماشین‌ها اشیا و مکان‌های مهمی برای فعالیت انسانی‌اند؛ زیرا مدت زمانی که در ماشین‌ها سپری می‌کنیم، بسیار طولانی است و با عوامل متعددی شکل می‌گیرد؛ از جمله محل، شغل، فرهنگ، سن، جنسیت، آب و هوا، شرایط جاده و قواعد دولتی. از دیدگاه انسان‌شناختی ماشین‌ها کارکردهایی چون فضای اجتماعی، مکان‌های مصرف شخصی، صحنه فعالیت‌ها و خزانه اشیاى خاطره‌انگیز را دارند (Bell, 2011: 2-6). در واقع آنچه از رویکرد انسان‌شناختی در خصوص ماشین‌ها اهمیت دارد این است که افراد با ماشین تجربه ویژه‌ای دارند و این تجربه بر اساس زمینه‌های اجتماعی - فرهنگی و نیز شخصی می‌تواند متفاوت باشد.

پژوهش اتنوگرافیک حاضر پیوندی بین انسان‌شناسی اشیا^۱ یا انسان‌شناسی فرهنگ مادی^۲ (Miller, 2005; Dant, 1999; Woodward, 2007) و انسان‌شناسی حس‌ها^۳ یا انسان‌شناسی حسی^۴ (Howes, 1991: 2003) برقرار می‌کند تا از خلال این دو شاخه و رویکرد انسان‌شناسی بتواند ارتباط حسی افراد با ماشین‌ها را در تهران در بستری مناسبی و نیز روزمره تحلیل کند و از خلال این تحلیل، چیزهایی درباره فرهنگ و جامعه تهرانی بگوید.^۵

اشیا می‌توانند معانی فرهنگی و تجارب اجتماعی بسیاری را در خود انباشت کنند و رویکرد اتنوگرافیک نگارنده به دنبال آن است تا اشیا را همچون تظاهرات فرهنگی - اجتماعی تحلیل کند. در واقع، قبل از این تظاهرات، فرایندی رخ داده است که از طریق آن اشیا با واسطه‌گری اشخاص اجتماعی شده‌اند. در تحلیل انسان‌شناختی اشیا می‌توان بر حوزه‌های متعددی تمرکز کرد و بررسی حاضر بر تحلیل اشیا از خلال حس‌ها و

اتنوگرافی با حرکت: تجارب حسی در ماشین‌های مناسکی تهران _____ اصغر ایزدی جیران

تجارب حسی تمرکز خواهم کرد. بدین ترتیب که بر ماشین‌ها به مثابه عناصر و ابعاد دیداری، شنیداری، بساوایی و به‌ویژه حرکتی مناسک محرم در تهران تمرکز خواهد شد. درواقع، کانون توجه اتنوگرافیک نگارنده تجارب دیداری، شنیداری، بساوایی و حرکتی‌ای است که به‌واسطه ماشین‌ها رخ می‌دهد.

اشیای مناسکی همچون ماشین نقشی کلیدی در شکل‌گیری تجارب حسی دارند و معمولاً بنا بر ویژگی‌های خود چندین حس را تحریک می‌کنند. ماشین‌ها اگرچه جزو اشیای روزمره حیات مدرن تهران هستند؛ اما در ایام محرم تبدیل به اشیایی منسکی نیز می‌گردند؛ زیرا بر روی آن‌ها دستکاری‌های مناسکی صورت می‌گیرد. بررسی اتنوگرافیک زندگینامه اجتماعی (Appadurai, 1986) ماشین‌ها از خلال زندگینامه حسی آن‌ها (Classen & Howes, 2006) در یک بستر گسترده منسکی نشان خواهد داد که چگونه می‌توان ایده ماشین‌مندی را در کنار ایده بدنمندی مطرح شده در دهه ۱۹۹۰ در علوم اجتماعی و انسانی (Mascia-Lees & et al., 2011) دفاع کرد. نگارنده ایده ماشین‌مندی را مطرح می‌کند تا نشان دهد چگونه بخش مهمی از تجارب اجتماعی - فرهنگی حیات شهری در جهان مدرن از خلال ماشین و با شیوه و مدل ماشین شکل می‌گیرد.

ماشین‌ها اشیایی چندحسی‌اند که می‌توانند به تجارب چندحسی شکل دهند و تأمین‌کننده معانی و ارزش‌های مختلف از خلال ادراکات حسی باشند. حداقل صدا، ظاهر، بافت و حرکت ماشین می‌تواند موضوع ادراک حسی افراد قرار گیرد. افراد بنا بر ارزش‌های فردی و جمعی می‌توانند ابعاد حسی ماشین را تنظیم کنند و بدین ترتیب به تجارب روزمره خود شکل دهند. اعضای جامعه حساسیت‌های حسی متعددی نسبت به ماشین‌های خود بنا بر موقعیت‌های مختلف دارند. بدین ترتیب، هدف اصلی مقاله حاضر بررسی تنظیم اجتماعی حس‌های^۷ (Classen, 1990) مرتبط با ماشین‌ها در بستر منسکی محرم در تهران است.

۲. اتنوگرافی خیابانی با ماشین: نکته‌های روش‌شناختی

حدود ۴۰ روز است که در ماشین و درباره ماشین‌ها در بستر مناسک محرم کار می‌کنم. روزهایی که در آن‌ها خیابان‌های تهران، به‌ویژه خیابان‌های جنوبی را در لابه‌لای

ماشین‌ها می‌گشتم تا نوشتارها و تصاویر ماشین‌ها را ثبت کنم. در حین عکاسی، در حال صورت‌بندی یک اتنوگرافی خیابانی^۸ بودم که نه ایستاده بر پاها که نشسته بر ماشین باشد (یادداشت میدانی؛ نک: تصویر ۱).

روش پژوهش در مقاله حاضر فرم جدیدی دارد: اتنوگرافی با ماشین^۹. همان‌طور که می‌توان تخیل اتنوگرافی با اینترنت را داشت که اکنون دیگر حدود یک دهه است که واقعیت یافته است (Fromming & et al., 2013; Boellstorff, 2012)، می‌توان اتنوگرافی با ماشین را نیز تحقق بخشید که در هر دو مورد، حرکت مجازی یا واقعی به تمرکز کلیدی پژوهش بدل می‌شود. ادبیات بسیار ناچیز موجود در حوزه اخیر، در انسان‌شناسی به اصطلاح اتنوگرافی خیابانی^{۱۰} برمی‌گردد. به غیر از روبرت وپنر (۱۹۷۷) که در کتاب *اتنوگرافی خیابانی: مطالعاتی در خصوص جرم و اعتیاد در محیط‌های طبیعی* در خصوص مکان‌های جرم و اعتیاد کار کرده است، هنوز شاهد صورت‌بندی جدی و مفهومی از این روش جدید نیستیم. اخیراً چند متن یا بهتر بگوییم چند یادداشت بسیار مختصر از مارتا رادیس (۲۰۱۱) با عنوان «اتنوگرافی خیابان^{۱۱}» و ساندراماتیسون (۲۰۱۲) با عنوان «اتنوگرافی خیابانی» منتشر شده است که مسائلی اولیه در این حوزه را مطرح می‌کنند. الیزابت دلزیه (۲۰۱۳) نیز کاری در خصوص کودکان خیابان انجام داده که البته بیشتر بر سبک زندگی این گروه اجتماعی متمرکز شده است تا خود خیابان. شاید یکی از کارهای خوب سایت *یادداشت‌های میدانی شهری* (۲۰۱۳-۲۰۱۴) باشد که برنت لوواس، استاد انسان‌شناسی دانشگاه درکسل، راه‌اندازی کرده است. لوواس عنوان سایت را «انسان‌شناسی سبک خیابانی^{۱۲}» گذاشته است. او به‌عنوان انسان‌شناس دیداری و فرهنگی در این سایت سبک خیابانی را برای ثبت مد، سبک و لباس در خیابان‌های فیلادلفیا و مکان‌های دیگر راه‌اندازی کرده است. همچنین این سایت نوعی وبلاگ-نویسی سبک خیابانی^{۱۳} را ارائه می‌دهد، تجربه‌ای در پژوهش اتواتنوگرافیک و کار میدانی با دسترسی باز، که بخشی از پروژه لوواس با عنوان «سبک خیابانی ۲: رسانه‌های جدید و سیاست‌های جدید مد^{۱۴}» را شکل می‌دهد. لوواس اساساً بر سبک‌هایی متمرکز است که در خیابان ظهور می‌کنند و بیشتر از عکاسی بهره می‌گیرد.

به‌طور کلی می‌توان اتنوگرافی خیابانی را چنین تعریف کرد: رویکرد پژوهشی جدیدی که بر فضاهای بیرونی عمومی مثل پیاده‌روها، خیابان‌ها، پارک‌ها، و فضاهای همسایگی متمرکز است. ابزارهای اصلی اتنوگراف‌های خیابان عبارت‌اند از: قدم زدن، همراه شدن با افراد مورد مطالعه و عکاسی (Mathison, 2012). به‌طور قطع اتنوگرافی خیابانی حاصل دگرگونی شدیدی است که بر اثر آن بخش مهمی از تجارب اجتماعی افراد در فضاهای بیرونی و عمومی رخ می‌دهد و همین امر ضرورت چنین روش و تمرکزی را پیش می‌کشد. بدین ترتیب باید گفت بخش مهمی از فرهنگ در فضاهای عمومی، در حرکت و در خیابان‌ها رخ می‌دهد. زمانی اتنوگرافی خیابانی معنای درست خود را به‌دست می‌آورد تا نشان دهد فرهنگ چگونه در حرکت پدید می‌آید و تداوم می‌یابد. نتیجه چنین تصویری آن است که شاید بهتر باشد بیشتر به سوی صورت‌بندی فرهنگ در حرکت^{۱۵} برویم؛ صورت‌بندی‌ای که فرهنگ را از رویکردهای ایستاگرا و صلب ساختاری می‌رهاند و به آن ویژگی پویای هر لحظه‌ای می‌دهد. ایده فرهنگ در حرکت می‌تواند فهم ما انسان‌شناسان از فرهنگ را بهبود بخشد و نشان دهد که فرهنگ بیش از آنکه ثابت باشد، متحرک است، بیش از آنکه محدوده‌ای داشته باشد، در حال عبور از مرزهاست، و بیش از آنکه تحت سیطره اندیشه‌های دانشگاهی باشد، با اعمال روزمره افراد واقعی شکل می‌گیرد و مستمراً باز - پیکربندی می‌شود. بنابراین، بهتر است برای به چنگ آوردن چیزی همچون فرهنگ که ویژگی ذاتی آن گریزپایی و لغزندگی است، نه از اتنوگرافی کلاسیکی که ثابت است، بلکه از اتنوگرافی متحرک^{۱۶} (O'Reilly, 2009) بهره ببریم.

اتنوگرافی خیابانی پژوهش حاضر با ماشین در خیابان‌ها صورت گرفته است. در واقع، در این کار نگارنده نه با افراد، بلکه با ماشین‌های افراد درگیر بوده است؛ ماشین‌هایی که به‌طور مستمر در حرکت بودند و نگارنده این اشیا را نه در سکون بلکه در تحرکشان تجربه کرده است. اتنوگرافی با ماشین تجربه جدیدی برای نگارنده به‌عنوان یک انسان‌شناس میدانی کار به شیوه کلاسیک بود؛ زیرا در محیط‌های پیشین چه در منطقه آذربایجان (ایزدی جیران، ۱۳۹۳) و چه در تهران (ایزدی جیران، ۱۳۹۲؛ ۱۳۹۴) بیشتر اتنوگرافی کلاسیک را تجربه کرده‌ام؛ یعنی در میدانی به لحاظ جغرافیایی محدود

و مشخص، و کار و درگیری با خود افراد و نیز در وضعیت سکون اتنوگرافیک؛ وضعیت‌هایی که در آن‌ها افراد و اشیا را بیشتر در حالت سکون نسبی بررسی کرده بودم.

در این کار، موضوعات پژوهشی، یعنی ماشین‌ها دائماً می‌لغزیدند و نگارنده صرفاً چند ثانیه فرصت داشت تا آن‌ها را به خوبی ببیند و در صورتی که سرعت ماشین‌ها و شرایط محیطی خیابان اجازه می‌داد از آن‌ها عکس بگیرد. همچنین، نشستن بر روی صندلی راننده ماشین این امکان را فراهم می‌آورد تا هم‌زمان با گردآوری داده‌های خام، در خصوص آن‌ها بیندیشم و بتوانم اولین مفهوم‌سازی‌های نظری را در پشت فرمان انجام دهم، به جای پشت میز. در همین راستا، اخیراً روش‌های حسی جدیدی برای پژوهش پدید آمده است از جمله راه رفتن (Lund, 2008; Lee Vergunst, 2008) که در آن راه رفتن به اتنوگراف کمک می‌کند تا موضوع در حرکت را از خلال حرکت کردن خود اتنوگراف درک کند. در واقع اتنوگراف همراه با حرکت موضوع حرکت می‌کند. نمونه دیگری از این نوع کار میدانی را سال ۱۳۹۱ انجام دادم، وقتی که زندگی‌نامه اجتماعی یک دست‌باخته را از جامعه تولیدکننده در آذربایجان تا جامعه مصرف‌کننده در تهران پی گرفتم و دگرگونی‌های حسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی را در این سفر اشیا کاویدم (ایزدی جیران، ۱۳۹۴ الف). نقطه مقابل این نوع از کار میدانی را چند ماه بعد از نگارش این مقاله، در روزهای آغازین سال ۱۳۹۳ انجام دادم، وقتی که حین سفر به میدان قبله‌ام، عشایر ترکمه در شمال غرب ایران، به واسطه شکستن پایم در بیمارستانی در تبریز بستری شدم و مجبور شدم تجربه جدیدی از کار میدانی را محصور در یک اتاق و بدون حرکت انجام بدهم. لذا عنوان مقاله را «اتنوگرافی بدون حرکت» گذاشتم (همو، ۱۳۹۵)، در برابر عنوان مقاله حاضر که «اتنوگرافی با حرکت» است.

در این کار، راه رفتن به‌مثابه روش به رانندگی تبدیل می‌شود؛ یعنی پژوهشگر اتنوگراف از تجربه رانندگی، حرکت با ماشین و مشاهده حرکتی^{۱۷} با ماشین برای گردآوری داده‌ها و فهم و تحلیل آن‌ها استفاده می‌کند. در این کار مسئله روش‌شناختی نگارنده آن بود که چگونه می‌توان از راندن به‌مثابه حضوری اتنوگرافیک در اجتماع

اتنوگرافی با حرکت: تجارب حسی در ماشین‌های مناسکی تهران _____ اصغر ایزدی جیران

ماشین‌ها استفاده کرد. در اتنوگرافی با ماشین، پای اتنوگرافر بر زمین نیست؛ بلکه بر پدال‌های ماشین است؛ بدن او در بین بدن‌های افراد جامعه مورد مطالعه نیست، بلکه ماشین او در بین ماشین‌های مورد مطالعه گشت می‌زند.



تصویر ۱: اتنوگرافی با ماشین، تهران، بزرگراه نواب، آذر ۱۳۹۲ (عکس از نگارنده)

۲-۱. اتنوگرافی ماشین

در دو دهه اخیر پژوهشگران علوم اجتماعی به ماشین و مسائل آن توجه زیادی کرده‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به موضوعاتی چون تاریخ و فرهنگ مادی جامعه در ارتباط با ماشین (Ross, 1996)، ایدئولوژی از خلال ماشین (Siegelbaum, 2011) و مسئله خود - تحرکی در زمینه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی (Conley & McLaren, 2012) اشاره کرد. در انسان‌شناسی شاید دنیل میلر با *فرهنگ‌های ماشین* (۲۰۰۱) نخستین گام را در بررسی ماشین در زمینه اجتماعی و فرهنگی برداشت و بعداً جنویو بل در مقاله «گشودن ماشین» (۲۰۱۱) در خصوص برخی از ابعاد فرهنگی و اجتماعی ماشین و نیز حوزه فناوریانه آن تأمل کرد. در نهایت زانگ با رساله خود *راندن به سوی مدرنیته: اتنوگرافی ماشین‌ها در چین معاصر* (۲۰۱۲) ماشین را در ارتباط با مدرنیته با روش اتنوگرافیک بررسی کرد. پژوهش حاضر بیشتر از رویکرد انسان‌شناسی حسی به ماشین‌ها صورت خواهد گرفت که در آن به طور خاص بر حرکت و نیز صداها،

تصاویر و بافت‌ها تأکید می‌شود. در ایران شاید بتوان صرفاً به کار نعمت‌اله فاضلی (۱۳۹۲) ارجاع داد که با روش اتوانوگرافی^{۱۸} لحظات توقف ماشین‌ها در ترافیک و لذات در ترافیک ماندن را بررسی کرده است.

مناسک محرم باعث می‌شود تا بسیاری از ابعاد حسی شهر تهران تغییر کند؛ سیمای شهر که سیاه می‌شود و سیمای محله‌ها که مملو از پرچم‌های عزاداری می‌شوند، صدای شهر که پر از نوحه‌ها و آهنگ‌ها و ریتم‌های دسته‌ها می‌شوند، طعم شهر که با غذاهای نذری در هم می‌آمیزد (ایزدی جیران، ۱۳۹۲)، بافت و بساواپی شهر که عناصر و اشیا و افراد مناسکی آن را شکل می‌دهند، حرکت درونی در شهر که حرکت منظم دسته‌ها و اجتماع اطرافشان آن را انجام می‌دهند و غیره. در این میان، ماشین‌ها جزئی از بُعد دیداری، شنیداری و حرکتی مناسک محرم را بر عهده دارند. بخشی از مناسک محرم در تهران ماشین‌هایی هستند که بر روی آن‌ها نوشته‌هایی نوشته یا تصاویری کشیده می‌شود. در واقع، ماشین‌ها بخشی از اجتماع مناسکی‌اند که هم در ازدحام خود و هم در انفراد خود کارکردی منسکی را انجام می‌دهند. به همین دلیل، من از اصطلاح «ماشین‌های عزادار» یا «ماشین‌های محرمی» استفاده می‌کنم. چند جنبه از این نوع ماشین‌ها از دیدگاه انسان‌شناختی و اتنوگرافیک قابل بررسی است، از جمله ماشین‌ها به‌مثابه بدن ثانویه فرد عزادار، حضور خیابانی ماشین‌ها به‌مثابه اجتماع و ازدحام مناسکی، قدرت جابه‌جایی امر مناسکی توسط ماشین (حس حرکتی)، نوشتارها و رنگ‌های نوشتار ماشین‌ها و ارزش‌های فرهنگی‌شان، و ماشین‌ها به‌مثابه شیئی روزمره و منسکی.

۲-۲. تجربه ماشین‌مند

جهان‌های افراد به همان اندازه جهان‌های فرهنگ‌ها می‌تواند موضوع بررسی انسان‌شناختی قرار گیرد (Pink, 2009). ماشین واسطه خوبی است تا بتوانیم بخشی از جهان شخصی افراد را بفهمیم و تحلیل کنیم. علاوه بر نوشته‌ها، خود ماشین و خصوصیات آن، خود ماشین‌مند (خودی که توسط ماشین اظهار می‌شود) را نشان می‌دهد: مدل، کالبد، رنگ، اندازه، تزیین و حتی سرعت ماشین همگی چیزهای زیادی

درمورد دارنده ماشین می‌گویند. جهان فرد همانطور که در خانه، محل کار، موبایل و لب‌تاپ نشان داده و بازتولید می‌شود، در ماشین نیز از دیدگاه حسی قابلیت مشاهده شدن، شنیده شدن، بوییده شدن و لمس شدن را دارد. این امر بدین دلیل است که جهان روزمره بیش از هر چیز جهانی حسی است؛ زیرا «تجربه و فهم حسی عناصر کلیدی اعمال روزمره‌اند» (Pink, 2004: 140). تجربه بساوایی، بویایی، دیداری، شنیداری، چشایی و به‌ویژه حرکتی برای هر ماشینی بنا بر ویژگی‌های فردی، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و سیاسی شخص می‌تواند تجارب خاصی باشند و لذا تمرکز اتنوگرافیک حسی بر ماشین می‌تواند بخش مهمی از گرایش‌ها و وضعیت‌های روزمره افراد را به ما بگوید؛ اما باید بر اهمیت روزمرگی اشیای مدرن در ساخت و بازسازی فرهنگ تأکید کنیم: ماشین‌های روزمره به‌طور مستمر بخشی از فرهنگ تهرانی‌ها را شکل می‌دهند.

در کنار سکونت‌گاه‌های فردی همچون خانه، محل کار، تفرج‌گاه‌ها و غیره، ماشین نیز می‌تواند خانه کوچک و دیگری برای شخص قلمداد شود؛ خانه‌ای که بخش مهمی از حیات روزمره و تجارب آن را در خود جای می‌دهد. ماشین همین کارکردها را در بستر مناسکی محرم در خود دارد. همانطور که افراد در مناسک محرم پرچم‌های سیاه و سبز بر پنجره یا درب خانه خود نصب می‌کنند، به همان نحو نیز پرچم‌هایی به سقف یا نقاط مختلف ماشین می‌زنند. همان‌طور که آهنگ‌های خانه در ایام محرم تغییر می‌کند و محزون می‌شود، محتوای نوارها، سی‌دی‌ها و فلش‌های ضبط ماشین نیز تغییر می‌کند و نوحه فضای کل ماشین را پر می‌سازد. درنهایت به همان نحو که خانه محل دستکاری مناسکی می‌شود، ماشین نیز این ظرفیت را پیدا می‌کند که در معرض همین دستکاری قرار گیرد.

ماشین‌های محرمی شکلی از مناسک شخصی یا تجربه فردی از مناسک محرم‌اند. ماشین‌ها چون مالکیت شخصی دارند این ظرفیت و امکان را برای فرد مهیا می‌کنند تا وی به هر روشی که می‌پسندد فضای مناسکی بسازد. او ظاهر بیرونی و درونی ماشین را با سلیقه یا انتخاب خود رنگ می‌کند یا می‌نویسد و یا شیئی در آن نصب می‌کند؛ از هر آهنگ و هر نوحه‌خوانی که دوست دارد استفاده می‌کند؛ ماشین (یا فضای مناسکی شخصی) خود را به هر جایی که می‌خواهد می‌برد. بدین ترتیب، ماشین‌ها شکلی از

کنشگری فردی را به تهرانی‌ها می‌دهند تا در این عرصه گشوده، مناسک خاص خودشان را تجربه کنند و بدین طریق و به تدریج تجربه‌های مناسکی ویژه‌ای را طی زمان رواج دهند.

۳-۲. ماشین به مثابه بدن ثانویه

در مناسک محرم، بسیاری از بخش‌ها و مشخصه‌های بدن شرکت‌کنندگان تغییر می‌کند: آرایش‌ها، لباس‌ها، حرکت‌ها، قیافه‌ها، گفتارها، و غیره. اغلب این تغییرات در راستای هدف اصلی مناسک محرم، یعنی اندوه و عزا صورت می‌گیرند: پیراهن‌ها و شال‌ها سیاه می‌شوند، قیافه‌ها اندوهناک‌اند، گفتارها بر شخصیت‌های دینی متمرکزند، حرکت‌ها ریتمیک و زنجیره‌ای‌اند و غیره. گویی که بدن افراد در حال تجربه غمی عظیم و پرابهت است. لذا نشان دادن مفهوم اندوه بزرگ مناسک بیش از هر چیز از طریق دستکاری بدن شرکت‌کنندگان ممکن می‌شود. در مناسک محرم - که حداقل ۴۰ روز طول می‌کشد - بدن تغییر می‌یابد تا نشان داده شود که مفهومی خاص در این روزها در جریان است. بدن به بهترین وجهی می‌تواند این جریان‌یافتگی مفهوم غم بزرگ را در ایام محرم نشان دهد؛ زیرا قابلیت تحرک بسیار بالایی دارد: می‌تواند در بسیاری از مکان‌ها و زمان‌ها حاضر شود و بدین ترتیب می‌تواند غم بزرگ را در مکان‌ها و زمان‌های بسیاری با خود حمل کند. افزون بر این بدن می‌تواند احساسات مرتبط با این مفهوم مثل غمگینی و سنگینی را در خود ایجاد کند و می‌تواند حس‌های این مفهوم یعنی گریه کردن و رنج بدنی را پدید آورد.

بدن رسانه‌ای قدرتمند هم در تجربه مناسکی و هم در انتقال مفاهیم مناسکی است؛ اما در حیات مدرن تکنولوژی‌هایی نیز با شخص و بدن او همراه‌اند، مثل موبایل، لبتاپ و ماشین. این تکنولوژی‌ها وسیله‌هایی برای گسترش بدن هستند و به همین دلیل، هم‌زمان با تغییر عناصر یا حالات بدن، آن‌ها نیز تغییر می‌کنند. تهرانی‌ها همچنان که در روزهای شادی، بدن و تکنولوژی‌های متصل بدان - همچون پوشش بدن، آهنگ موبایل یا بوق ماشین - را در راستای مفاهیم شادی تغییر می‌دهند، در روزهای غم نیز به همین ترتیب، به تغییر بدن و اتصالات آن در جهت مفاهیم غم و عزا می‌پردازند. با

اتنوگرافی با حرکت: تجارب حسی در ماشین‌های مناسکی تهران _____ اصغر ایزدی جیران

این استدلال، من از تکنولوژی‌های متصل به اشخاص با عنوان «بدن‌های ثانویه» یاد می‌کنم. افراد هر برخوردی با بدن اولیه خود، یعنی بدن فیزیکی‌شان داشته باشند، برخوردهایی شبیه بدن را با بدن‌های ثانویه خود خواهند داشت. بدن‌های ثانویه می‌توانند فراتر از اتصالات بدن بروند و شامل مکان‌ها و اشیا دیگری شوند که افراد به‌طور روزمره با آن‌ها درگیرند، مثل اتاق شخصی و اشیای شخصی.

همانطور که لایه بیرونی بدن با لباس‌های مناسب محرم پوشیده می‌شود، صفحه موبایل و بدنه ماشین نیز با تصاویر و نوشته‌های متناسب با مناسک محرم پوشیده می‌شوند. تصاویر و نوشته‌های ماشین‌ها همانند خال‌کوبی بدن یا نقاشی بدن هستند. آن‌ها بر بدن ماشین حک یا کشیده می‌شوند. نوشتن و کشیدن بر بدن ثانویه عملی منسکی است و باعث می‌شود تا ماشین نیز شیئی منسکی شود. بنابراین، باید ماشین را نیز در کنار دیگر اشیای مناسکی همچون علم‌ها و پرچم‌ها بررسی کرد (نک: تصویر ۲).



تصویر ۲: تهران، مرکز شهر، آذر ۱۳۹۲ (عکس از نگارنده)

با تمرکز بر ماشین می‌توان گفت که حیات روزمره و حیات مناسکی در هم آمیخته می‌شوند. زندگی مدرن شهری در تهران همواره از عناصر روزمره برای غنی کردن بسترهای مناسکی استفاده می‌کند. بدین ترتیب، تکنولوژی‌های مدرنی چون ماشین که بخش مهمی از حیات روزمره و بخش اعظم فضای شهری را در بر می‌گیرند، وارد فرایندهای مناسکی خیابانی می‌شوند. اگر بدن‌های اولیه افراد در دسته‌های عزاداری به

ایفای نقش می‌پردازند، بدن‌های ثانویه آنها نیز در قالب ماشین آن نقش را تکمیل و یا همان نقش را در خیابان‌ها بازی می‌کنند. در حالی که بدن‌های اولیه سیاهپوش می‌شوند، بر بدن‌های ثانویه ماشینی، پرچم سیاه، رنگ خاکی و گلی، رنگ خونین، نوشتارهای سبز - قرمز و شمایل‌های مختلف نصب یا ترسیم می‌شوند. در حالی که بدن‌های اولیه در دسته‌های عزاداری فریاد می‌زنند و با نوحه‌خوان همخوانی می‌کنند، باندهای دستگاه صوتی بدن‌های ثانویه ماشینی صدای عزاداری‌های مختلف را در خیابان پخش می‌کنند. اگر در نقاطی عزاداران بر سر و لباس خود گل می‌مالند، برخی از رانندگان نیز سپر ماشین خود را گلی می‌کنند. در نهایت در حالی که افراد شب‌های دهه اول بدن‌های خود را همراه با دسته‌های عزاداری در محله‌ها به حرکت درمی‌آورند تا بخشی از اجتماع مناسبی را تشکیل دهند، ماشین‌های محرمی نیز در خیابان‌ها حرکت می‌کنند تا با ظاهر و صدای محرمی‌شان، به مناسب خیابانی مدرن شکل دهند.

از این رو باید بگوییم که ماشین‌های محرمی با اعمال حسی دیداری، شنیداری و حرکتی خود مناسب سنتی محرم تهران را در فرایند مدرنی قرار می‌دهند. در واقع تهرانی‌ها از اشیای مدرنی چون ماشین کاربردهای محلی‌ای پدید می‌آورند. این کاربردها از خلال دستکاری‌های حسی در ظاهر، صدا و حرکت اشیای صورت می‌گیرد.

۲-۴. اتنوگرافی ماشین‌نگاری

شاید بتوانیم با بررسی نوشته‌های ماشین‌های محرمی بخشی از متن فرهنگ تهران را نیز بخوانیم و شاید بتوانیم با دیدن عکس‌های این ماشین‌ها بخشی از آلبوم فرهنگ تهران را مشاهده کنیم.

فرد بد، مناسب خوب: زمینه نوشته شیشه عقب ماشین در تصویر شماره ۳ را رنگ‌های قرمز با حالت خونین دربر گرفته‌اند و نقطه‌های واژه «حسین» نیز دایره‌های توپر قرمز رنگ‌اند. در گوشه پایین سمت راست شیشه ماشین نیز شمایل فردی با قیافه عصبانی کشیده شده و بر بالای سر او به زبان انگلیسی با حروف بزرگ نوشته شده است «BAD BOY» به معنای پسر بد. تصویر حسی این ماشین در بُعد دیداری، خونین بودن (با رنگ) از یک طرف و بد بودن (با طرح) از طرف دیگر است. شیشه به دو

قلمرو بدی و خوبی تقسیم شده است: سمت راست مشتمل بر واژگان «مگه آدم بد» و طرح «پسر بد» و سمت چپ دربر گیرنده واژگان «عاشق نمیشن» است. در وسط شیشه واژه «حسین» با خطی بزرگ نوشته شده و واسط بین تصاویر و مفاهیم دو طرف شیشه است. همین تقابل برابر با تقابلی است که میان شخص به‌مثابه فرد بد و مناسک به‌مثابه جمع خوب برقرار می‌شود. مناسک محرم از جمله مناسک نادری است که تقریباً تمامی افرادی که در تهران زندگی می‌کنند، بدان می‌پیوندند یا به شیوه‌های بسیار متنوعی خود را در ارتباط با این مناسک قرار می‌دهند.

در این میان، گروهی از جوانان تهرانی که احتمالاً در چارچوب معمول افراد مذهبی نمی‌گنجد و خود را نیز چندان مذهبی نمی‌دانند، تمایل و اشتیاق وافر به شرکت در این مناسک دارند و تلاش می‌کنند تا با بیان‌ها و فعالیت‌هایی ارتباط خود را با این مناسک و شخصیت‌های اصلی‌ای چون امام حسین^(ع) و حضرت ابوالفضل^(ع) برقرار کنند. این ارتباط در قالب ارتباط یک شخص بد با شخصی خوب تعریف می‌شود. یعنی افراد تلاش می‌کنند تا با واسطه‌گری محرم خود را در قلمروی خوب و چیزی که قلمرو عاشقی می‌دانند قرار دهند. به اصطلاح آن‌ها «آدم بد»ها نیز می‌توانند عاشق حسین شوند». این عبارت علاوه بر موضعی شخصی بیشتر موضعی اجتماعی است؛ زیرا به تصویری در معرض دید عموم تبدیل شده است. این موضع تعاریف معمول از افراد و مذهبی بودنشان را به چالش می‌کشد و بر آن است که افرادی که در قضاوت اجتماعی با هر معیاری در مقوله بد قرار می‌گیرند، می‌توانند ویژگی‌های پسندیده‌ای هم داشته باشند: عشق حسین. بنابراین، در این ماشین‌نگاری از یک طرف تجربه شخصی و خود - تصویری فرد به ماشین - تصویری بدل شده است و از طرف دیگر تعاریف اجتماعی از آدم‌های بد از نو مفهوم‌بندی می‌شود.



تصویر ۳: بزرگراه نواب، تهران، آبان ۱۳۹۲ (عکس از نگارنده)

احساسات دیداری: ماشین‌ها همچون بدن‌ها می‌توانند دل‌خواسته‌ها، احساسات و هیجان‌ات را بیان کنند. همان‌طور که سرعت و درخشندگی ماشین می‌تواند نشان دهد که تا چه حدی شخص دارنده ماشین به سرعت و درخشندگی مشتاق است، نوشته‌ها نیز می‌توانند بخشی از احساسات فرد را بیان کنند. احساسات درونی، موضعی و زودگذرند؛ اما وقتی به نوشته‌ای بر ماشین تبدیل و تقلیل می‌شوند، می‌توانند بیرونی و همه‌مکانی شوند و مدت زمان زیادی زیست کنند. این کارکردها نتیجه دیداری شدن و مادیت یافتن احساسات به‌واسطه شیئی شخصی است. گویی نوشتن و دیداری کردن نزدیک شدن به عمل است. برجستگی واژه‌ها و غلظت رنگ‌ها همگی بر شدت احساسات بیان‌شده دلالت دارند و نشان می‌دهند که گوینده پشت واژه‌ها با قدرت زیادی از احساسات خود پشتیبانی می‌کند.

ماشین‌های تصویر ۴ بر نذر کردن و فدا کردن جوانی به‌خاطر عباس و حسین به‌عنوان دو شخصیت اصلی مناسک محرم اشاره دارند. قربانی به‌مثابه عملی منسکی در ایام محرم صورت می‌گیرد و در آن عموماً حیواناتی چون گوسفند و گاو ذبح می‌شوند تا غذای نذری تهیه شود؛ اما موضوع قربانی در نوشته‌های ماشین‌ها جوانی است.

اتنوگرافی با حرکت: تجارب حسی در ماشین‌های مناسکی تهران _____ اصغر ایزدی جیران

همانطوری که در انتخاب حیوان قربانی تلاش می‌شود تا بهترین نمونه از میان گوسفندها و گاوها کشته شوند، در نوشتارها نیز بهترین دوره زندگی یعنی جوانی برای قربانی و فدایی شدن انتخاب می‌شود. تازگی، جنبش، شور، هیجان، امید و قدرت همگی ویژگی‌های برجسته دوره جوانی‌اند و به همین سبب نیز براننده قربانی کردن هستند؛ اما این قربانی در کلام است که بعداً به قربانی در نوشته و تصویر بر روی ماشین تبدیل شده است. شاید ماشین به‌عنوان بدن ثانویه فرد بهترین محل برای بیان قربانی شدن بدن اولیه واقعی باشد. از یک طرف مفهوم قربانی بر موضوع قربانی یعنی بدن (ثانویه) حک می‌شود و از طرف دیگر ادعای عمل و تهور قربانی کردن بر همان موضوع صورت می‌گیرد.

وقتی ماشین‌ها به جنبه دیداری و مادی احساسات تبدیل می‌شوند، همچون دهان‌هایی هستند که واژگان احساسی را بیرون می‌کنند: ماشین‌های سخنگو. وقتی واژه‌ای بر روی ماشین نوشته می‌شود، دقیقاً همانند واژه‌ای است که از دهان شخص پرتاب می‌شود؛ اما در حالی که واژه گفتاری پایداری و شدت کمی دارد، واژه نوشتاری پایداری و شدت تصویری - تجسمی بیشتری دارد. واژه گفتاری دارای تن‌های متنوع و احساسات کلامی است و در واژه نوشتاری ماشین‌ها تلاش می‌شود تا این تن‌ها و احساسات با فنون مختلفی همچون اندازه، رنگ و نقاشی جبران شود. بدین ترتیب، واژه‌ای که از جهان درون برمی‌آید، توسط ماشین‌نگاری در جهان بیرون سکنای می‌گزیند.



ماشین پراید، خیابان کارگر شمالی، محله امیرآباد



ماشین پراید، خیابان جوادی، محله اتابک

تصویر ۴: تهران، آذر ۱۳۹۲ (عکس‌ها از نگارنده)

بنابراین صاحبان ماشین‌ها به گونه‌های متنوعی بدنه ماشین خود را با نوشته‌هایی تزئین می‌کنند. تنوع نوشته‌ها احتمالاً به اندازه تنوع در لباس پوشیدن اشخاص در تهران است. در اینجا می‌توانیم نوشتارها و تصاویر روی ماشین‌ها را همچون خال‌کوبی بر بدن‌های واقعی بدانیم. عبارات و تصاویر خال‌کوبی نشان از اعتقاد فرد به آن‌هاست. همچنین نشان می‌دهد که مدت زمانی طولانی با او بوده‌اند، به واسطه حضور در بدن. به همین ترتیب نیز، خال‌کوبی ماشین‌ها هم حاکی از حک اندیشه‌ها و احساسات فردی بر روی بدن ثانویه خود است.

حس رنگ‌ها: در نوشتار ماشین‌ها دانش و تجربه‌ای از خلال رنگ‌ها منتقل می‌شود. بخشی مهمی از این دانش حسی در رنگ‌ها به دو شخصیت اصلی مناسک محرم یعنی امام حسین^(ع) و حضرت عباس^(ع) اختصاص می‌یابد. در موارد بسیار زیاد، نام یا عبارات مربوط به امام حسین^(ع) با رنگ قرمز کشیده یا طراحی می‌شوند که بر مفاهیمی چون خون و شهادت دلالت دارد. در مقابل، نام یا عبارات مربوط به حضرت عباس^(ع)

اتنوگرافی با حرکت: تجارب حسی در ماشین‌های مناسکی تهران _____ اصغر ایزدی جیران

با رنگ سبز کشیده یا طراحی می‌شوند که با نقش کهن‌الگویی این شخصیت که علمداری است، ارتباط می‌یابد: علم سبز (نک: تصویر ۵). بدین ترتیب، در واقع دیدن قرمز و سبز، یعنی ادراک دیداری آن‌ها سبب می‌شود تا بسیاری از مفاهیم مرتبط با قرمز بودن و سبز بودن فعال شوند. علاوه بر مفاهیم، وضعیت‌های مرتبط با مفاهیم رنگ‌ها نیز قدرت تداعی‌کنندگی می‌یابند. مناسک محرم همواره از دانش حسی رنگ‌ها بهره می‌برد، همچون در تعزیه‌ها که رنگ‌های سبز، قرمز، زرد و سیاه شخصیت‌ها و احساسات مربوط بدان‌ها را برای مخاطب آشکار می‌سازد (ایزدی جیران، ۱۳۹۱ ب).



تصویر ۵: ماشین سمند، بلوار کشاورز، تهران، آذر ۱۳۹۲ (عکس از نگارنده)

خون‌آلود کردن ماشین با رنگ قرمز (نک: تصویر ۶) بیش از آنکه بخواهد مفاهیم را برکشد، احساسات را تحریک می‌کند. این نوشتار خون‌آلود ماشین را به‌عنوان شیء منسکی در اعمال کهن‌الگویی محرم، یعنی ریخته شدن خون سهیم کرده است. نوشتار خونین ماشین‌ها خود را در نوشتارها و تصاویر خونین پرچم‌ها، مجسمه‌ها، و دیگر اشیا مناسکی نشان می‌دهند. البته جاری شدن خون قربانی‌های حیوانی در مناسک محرم نیز

می‌تواند خود را در خون‌های جاری روی ماشین‌ها نیز منعکس کند. همچنان که در فرهنگ ماشین در بین اغلب ایرانی‌ها بر روی ماشین نوشته می‌شود؛ مثلاً «بیمه ابالفضل» و با نوشتن و کشیدن تصاویر مربوط به شخصیت‌های مقدس باور می‌شود که ماشین تحت حمایت قرار گرفته است و با نوشتارها و تصاویر خون‌آلود روی ماشین‌ها نیز حالت‌های همان شخصیت‌ها نشان داده می‌شود. گویی با حک کردن و کشیدن کلمات بر روی ماشین، قدرت‌ها و احساسات و وضعیت همان کلمات نیز بر روی ماشین قرار می‌گیرند. بدین ترتیب بدنه یا پوست ماشین همچون انسان می‌تواند تجربه‌گر باشد. وقتی نوشته و تصویری روی پوست ماشین حک می‌شود، می‌تواند در جان ماشین نفوذ کند: بیمه امامان ماشین را در جاده‌ها محافظت می‌کند و خون امامان ماشین را عزادار آن‌ها می‌کند و یا با خون آن‌ها متبرک می‌شود. لمس کردن ماشین وقتی نوشتار خونین دارد با لمس کردن ماشین وقتی فاقد این نوشتار است تفاوت پیدا می‌کند؛ اکنون بدن ماشین و پوست آن نه یک فلز یا شیشه معمولی بلکه شیئی منسکی، احساسی و اعتقادی است.



تصویر ۶: نوشتارهای خونین، بزرگراه نواب، تهران، آذر ۱۳۹۲ (عکس از نگارنده)

گل‌مالی کردن ماشین‌ها نیز به چنین دانش حسی‌ای برمی‌گردد که بر رنگ خاک متمرکز است و به دنبال آن است تا نشان دهد که نه تنها خود فرد، بلکه ماشین او نیز در

مناسک عزاداری می‌کند: مالیدن گل بر روی لباس جای خود را به مالیدن گل بر روی کاپوت و بدنه ماشین می‌دهد.

غم‌ها و ماشین‌ها: صاحبان ماشین‌ها با نوشتن و کشیدن واژه‌ها و طرح‌هایی بر روی ماشین‌ها به غم‌هایی اشاره می‌کنند که از آن‌ها دل‌شکسته‌اند. آن‌ها نه تنها گریه می‌کنند و لباس غم می‌پوشند؛ بلکه مهم‌ترین اشیای زندگی روزمره خودشان را نیز در فرایند غمگینی روزهای محرم قرار می‌دهند. عزاداران محرم حتی وسیله‌های مدرنی چون ماشین و موبایل را نیز عزادار می‌کنند و بدین ترتیب جریانی از عزاداری در شهری مدرن خود را نشان می‌دهد. ماشین‌های عزادار شهر را عزادار می‌کنند، با لباس‌ها و پوست‌هایی که نوشتارها و رنگ‌های عزا را بر تن ماشین‌ها پوشانده‌اند. ماشین‌ها واسطه بین غم‌های بزرگ و غم‌های کوچک‌اند. افراد در ماشین‌نگاری‌ها به غم‌های بزرگ شخصیت‌های مناسکی می‌پردازند تا با آن‌ها همدلی کنند و بگویند که در غم آن‌ها شریک‌اند؛ آن‌ها ناله‌ها، زجه‌ها و فریادهایی را با این نگارش‌ها سر می‌دهند؛ اما از سوی دیگر اشاره به غم‌های بزرگ با غم‌ها و گرفتاری‌های کوچک خود افراد نیز ارتباط برقرار می‌کند؛ غم‌هایی که افراد مختلف در اثر رخدادها و وضعیت‌های تراژیک آن‌ها را تجربه می‌کنند. ماشین‌نگاری‌ها غم‌نگاری‌های بزرگ و کوچک هستند. افراد وقتی آن‌ها را می‌نگارند هم‌زمان هم به یاد غم‌های بزرگ و هم غم‌های کوچک هستند. در مقیاسی وسیع‌تر، ماشین‌نگاری‌ها شهر تهران را در غمی همگانی فرو می‌برد و نشان از فرایندی است که در آن تعدادی از افراد غم‌ها را در ماشین‌های خود می‌نگارند تا به شهری غمگین شکل دهند و آن را آماده عزاداری کنند.

۲-۵. حرکت به مثابه مکان‌سازی

بدن‌های ثانویه مختلف ویژگی‌های حسی متفاوتی دارند. ماشین در مقایسه با خانه متحرک است و همین ویژگی منحصر به فرد آن است و باعث می‌شود تا نقش مهمی در حیات روزمره و مناسک بازی کند. خانه‌های عزادار ثابت‌اند و پرچم‌ها، آهنگ‌ها و غذاهای محرمی‌شان در یک مکان قرار دارند و افراد نسبتاً معدودی آن را تجربه می‌کنند. اما ماشین‌های عزادار در حرکت‌اند و به طور برجسته، ظاهر و صدای آن‌ها

(به‌عنوان حس‌های بیرونی) به مکان‌ها و اجتماعات مختلف برده می‌شود و افراد بسیار زیادی آن را تجربه می‌کنند. ماشین با حرکت خود، ظاهر و صدای خود را نیز حرکت می‌دهد، دقیقاً همچون یک انسان.

حرکت ماشین‌ها به عملی مناسبی تبدیل می‌شود؛ زیرا سبب می‌شود تا ادراکات حسی و محرمی آن‌ها در جاهای مختلفی تجربه شود و بدین ترتیب به ظاهر و صدای فضای گسترده‌ای تبدیل شود. ماشین‌هایی که در میان ازدحام عظیم خیابان‌های پر از ماشین تهران، نوشته‌ها، تصاویر یا آهنگ‌های محرمی دارند، چشم‌ها و گوش‌های رانندگان و عابران را پر می‌کنند. همان‌طور که یکی از منطقات مناسبی محرمی حرکت دسته‌ها و افراد در مسیرهای مختلف محلات و خیابان‌هاست که با ظاهر پرابهت و صدای طبل‌ها و نوحه‌ها افراد را به مشارکت دعوت می‌کنند، حرکت ماشین‌های محرمی نیز می‌تواند در قالب همین منطق فهمیده شود. اگرچه ماشین‌ها بنا بر ضرورت کارکردی باید حرکت کنند؛ اما در حین حرکت کارکردهای مناسبی نیز ایفا می‌کنند؛ زیرا ماشین‌های معمولی نیستند. حرکت ماشین‌ها نسبت به حرکت دسته‌ها سرعت بالاتر و قدرت جابه‌جایی بیشتری دارد.

حرکت ماشین‌ها باعث مکان‌سازی^{۱۹} ویژه‌ای می‌شود که در آن تجارب رخ می‌دهند. دقیقاً همین توانایی مکان‌سازی ماشین‌ها از خلال حرکت است که این کارکرد را منحصر بدان‌ها می‌کند. بدین ترتیب اگرچه ماشین‌ها به قلمرو شخصی افراد برمی‌گردند و همان‌طور که قبلاً گفته شد نوعی از شخصی شدن و فردی شدن مناسبی با سلاقی خاص را نشان می‌دهند؛ اما وقتی به مکان‌سازی قادر می‌شوند، بُعد جمعی و اجتماعی خود را بیشتر نمایان می‌کنند. از این رو، علاوه بر تجربه فردی که در ماشین رخ می‌دهد، تجربه‌ای جمعی نیز در بین ماشین‌ها و از جمع ماشین‌ها در سطحی فرافردی اتفاق می‌افتد. مهم‌ترین عامل در مکان‌سازی‌های محرمی اشیا هستند؛ زیرا با کار گذاشتن آن‌ها در کوچه، خیابان و هر نقطه‌ای از شهر، فضای روزمره به مکانی مناسبی تبدیل می‌شود. اما فقط قرار گرفتن و ثابت شدن اشیا در یک جا نمی‌تواند کارکرد اصلی مناسبی شدن آن‌ها را انجام دهد و لذا ضروری است تا اشیا به حرکت درآیند. علم‌ها حمل می‌شوند، بدن‌ها حرکت می‌کنند، صداها پژواک می‌شوند، و ماشین‌ها نیز

هماهنگ با اصل حرکتی مناسک محرم تحرک خیابانی را آغاز می‌کنند. حرکت اشیا نقشی کلیدی در مکان‌سازی و شکل‌دهی تجربه منسکی در بین افراد دارد. همانطور که فرد علم را حمل می‌کند تا وظیفه‌ای منسکی انجام دهد، نذری را ادا کند، خواسته‌ای را مطرح سازد و یا احساسی را بیان کند، ماشین دستکاری شده خود را در خیابان حرکت می‌دهد تا شیئی از مناسک را حمل کند و به سهم خود وظیفه‌ای منسکی را انجام دهد؛ در عین حال با حمل صرف همین شیء مکانی مناسکی بسازد و عزاداری خود را در بستر و موقع غیراصیل عزاداری نشان دهد. ماشین‌ها و حرکت آن‌ها در روز و در مواقع غیرعزاداری معمول نشان‌دهنده ظرفیت آن‌ها در گسترش دادن وضعیت عزادارانه به کل زمان‌هاست و این از قدرت مکان‌سازی آن‌ها نشئت می‌گیرد.

۶-۲. حرکت به مثابه حس

مهم‌ترین ادراک حسی در مورد ماشین، علاوه بر ظاهر، صدا، بافت و بو، حرکت است؛ زیرا اساساً تکنولوژی حرکت است. وقتی بدن‌های اولیه حرکت می‌کنند، جهان را به گونه حرکتی و در حرکت درک می‌کنند و زمانی که فرد با ماشین حرکت می‌کند، جهان را به گونه ماشینی و در ماشین و با ماشین می‌فهمد و درک می‌کند. ماشین‌های متحرک فهم و درکی خاص از مناسک محرم به افراد می‌دهند. ماشین‌های محرمی وقتی در حرکت‌اند، ایستایی مکانی - زمانی را به چالش می‌کشند و بینندگان و خود رانندگان را به ادراکی پویا دعوت می‌کنند. در واقع، نوشتارها، تصاویر و صداها نه تنها بر ماشین، بلکه بر حرکت سوار می‌شوند و بدین ترتیب با آن ادغام می‌گردند؛ در نتیجه ما با تصاویر و صداها متحرکی مواجه هستیم که کیفیت ترکیبی و پیوندی دارند. تصویر وقتی در حرکت قرار می‌گیرد، بسط دیداری می‌یابد و به چشم‌انداز^{۲۰} تصویری شکل می‌دهد و صدا زمانی که با حرکت عجین می‌شود، در فضا پخش می‌شود و به گوش‌انداز^{۲۱} صوتی منجر می‌گردد. بنابراین، چشم‌اندازها و گوش‌اندازهای ماشینی در خیابان مناظر تصویری و صوتی‌ای را به وجود می‌آورند که جزء ذات اجتماع مناسکی ماشین‌هاست.

حرکت از طریق ماشین‌ها باعث می‌شود تا چشم‌اندازها و گوش‌اندازها بیشتر قدرت تجربی و بیانی پیدا کنند. گویی وقتی همین ماشین‌ها در پارکینگ یا دم در خانه ایستاده‌اند، اشیایی بی‌قدرت‌اند یا قدرت از آن‌ها ستانده شده است؛ اما وقتی حرکت می‌کنند، زنده می‌شوند و لذا انرژی و قدرت می‌یابند. با تأمل بر رابطه بین حرکت و قدرت در ماشین‌ها می‌توان در خصوص حرکت دسته‌های عزاداری نیز اندیشید. چرا افراد و اشیاء و ظاهرها و صداها در مناسک محرم حرکت می‌کنند؟ چون حرکت نیز مثل ظاهر، صدا، مزه و بو وارد نظام ادراکی افراد می‌شود. حرکات ریتمیک دست‌ها و پاها و نیز حرکت یا فاصله حرکتی بین ضربات طبل‌ها و سنج‌ها و زنجیرها در مقیاس خرد و حرکت کل دسته عزاداری در مقیاس کلان همگی حالت مناسکی یا قالب‌های حرکتی مناسک‌اند که کارکردهای خاصی دارند. حرکت افراد و حرکت کل دسته همچون حرکت مناسکی است و تحرک مناسکی، زنده بودن و انرژی بودن آن را نشان می‌دهد. بدین ترتیب، می‌توانیم بگوییم که چرا از میان تکنولوژی‌های مدرن ماشین‌ها به‌عنوان اشیایی انتخاب می‌شوند که می‌توان آن‌ها را دستکاری محرمی کرد؛ زیرا ماشین‌ها همان ویژگی و حس حرکتی‌ای را دارند که دسته‌های عزاداری دارند. این تکنولوژی قابلیت جابه‌جایی مکانی - زمانی را دارد و می‌تواند در فضای شهری در حد بی‌نهایتی حرکت کند، لذا بهتر از هر وسیله دیگری می‌تواند مناسک محرم را روزمره کند. همچنین، ماشین دیگر ویژگی‌های دسته عزاداری همچون: کالبد، رنگ و صدا را نیز دارد. در حالی که در دسته‌های عزاداری مجموعه‌ای از عناصر کنار هم قرار می‌گیرند تا ادراکات دیداری، شنیداری و بساوی را شکل دهند، در ماشین‌ها فقط یک شیء هم‌زمان هم یک کالبد و فضای مناسکی است، هم نوشتار و تصاویر دیداری دارد و هم می‌تواند صدای عزاداری را پدید آورد؛ افزون بر اینکه همه این‌ها را می‌تواند به حرکت درآورد.

حرکت در ماشین‌ها وجود راننده را واجد عاملیت در اجتماع بزرگ مناسکی می‌گرداند و این عاملیت بخشی فقط با حرکت ماشین در خیابان میسر می‌شود، نه در نگه داشتن آن در پارکینگ. حضور خیابانی ماشین به معنای حضور مناسکی فرد محسوب می‌شود. گویی فرد با روشن کردن و به راه انداختن ماشین در خیابان‌ها اعلام

اتنوگرافی با حرکت: تجارب حسی در ماشین‌های مناسکی تهران _____ اصغر ایزدی جیران

حضور و اثربخشی می‌کند یا علاقه خود را بدین طریق نشان می‌دهد. همان‌طور که قرار دادن و حرکت دادن بدن اولیه و واقعی فرد با ظاهر و بویی خاص در پیاده‌رو، پاساژ یا خیابان نشان از مشارکت او در امری خاص است یا با این حرکت و حضور به دنبال کسب تجربه‌ای ویژه یا انتقال معنایی خاص در محیطی خاص است، موقعیت‌مند کردن ماشین محرمی در خیابان‌ها نیز نشان می‌دهد که افراد کلیت مناسک را در حرکت قرار می‌دهند و با تحرک بخشیدن بدان از طریق یک تکنولوژی حرکتی به دنبال آن هستند که مناسک را از موقعیت‌های سنتی به موقعیت‌های مدرنی چون فضاهای خیابانی بکشانند.

تیم اینگولد در مقاله «فرهنگ بر روی زمین: جهانی که با پاها درک شده» (۲۰۰۴) و کتاب *شیوه‌های راه رفتن: اتنوگرافی و عمل بر پا* (۲۰۰۸) به دنبال پروژه و طرحی جدید از عمل و اندیشه اتنوگرافیک است که بر پویایی‌های حرکت پیاده‌روانه^{۲۲}، خلاقیت عمل و خطی بودن نوشتار تمرکز کرده است. اینگولد این پروژه را در آخرین کتاب خود *زندن بودن: مقالاتی درباره حرکت، دانش و توصیف* (۲۰۱۱) به اوج رسانده است. اتنوگرافرها عادت کرده‌اند که بخش زیادی از کارشان را بر روی پاها انجام دهند؛ اما در مورد خود راه رفتن نیندیشیده‌اند (Ingold & Lee Vergunst, 2008: 3). در این مقاله تلاش کرده‌ام تا بر حرکت به‌مثابه موضوعی انسان‌شناختی تمرکز کنم و آن را از خلال ماشین‌ها در بستر زندگی مناسکی و نیز روزمره بکاوم. بدین ترتیب می‌خواستم نشان دهم که چگونه می‌توان حرکت را هم‌زمان به‌عنوان موضوع مطالعه و روش مطالعه به‌کار برد. من نیز متأثر از اصطلاح جدید کازینتس در نامیدن حوزه پژوهش اتنوگرافیک آن‌لاین به «نتنوگرافی»^{۲۳}، عرصه پژوهش اتنوگرافیک خیابانی در ماشین‌ها و با ماشین‌ها را «ماشین‌گرافی» یا «ماشین‌نگاری» نامیدم. با رویکرد انسان‌شناسی حس‌ها پژوهش ماشین‌نگارانه بر ادراک حسی حرکتی متمرکز است و باعث می‌شود تا نشان دهیم که چگونه افراد و فرهنگ‌ها خود را در حرکت قرار می‌دهند و از طریق حرکت درک و فهمیده می‌شوند.

شاید اتنوگرافی در حرکت^{۲۴} مهم‌ترین دستاورد نظری و روش‌شناختی مقاله حاضر است. نمونه دیگری از اتنوگرافی با حرکت را می‌توان در کار اتنوگرافیک در فضای

مجازی و فرهنگ‌های مجازی یافت، جایی که اتنوگرافر در میان صفحات متنوع شبکه گسترده‌ای از افراد حرکت می‌کند. در حالی که حرکت در میان صفحات اینترنت حرکتی مجازی است، حرکت در خیابان در بین آدم‌ها و ماشین‌ها حرکتی واقعی است. در اینجا نمی‌خواهم تقابلی شدید به‌ویژه از دیدگاه حسی بین این دو نوع حرکت اتنوگرافیک برقرار کنم؛ زیرا تأثرات حسی غیردیداری نیز می‌توانند در بررسی صفحات اصطلاحاً دیداری اینترنت حضور و تأثیر داشته باشند.

۳. نتیجه

حیات جدید مدرن و شهری و حضور قدرتمند تکنولوژی‌هایی چون ماشین موجب می‌شود تا از این پس از تجربه ماشین‌مند اتنوگرافر در کنار تجربه بدنمند اتنوگرافی کلاسیک یاد کنیم. تجربه ماشین‌مند اتنوگرافر را به درک تجارب ماشین‌مند افراد جامعه شهری نزدیک می‌کند و باعث می‌شود تا او نیز در ماشین و با ماشین زندگی کند و همراه با ماشین‌های جامعه مورد مطالعه خود با ماشین حرکت کند. تجربه ماشین‌مندی می‌تواند خود را در انواع تکنولوژی‌های مدرن همچون لب‌تاپ‌ها، موبایل‌ها و اینترنت نیز گسترش دهد و لذا در آن موارد باید از تجربه لب‌تاپ‌مند، موبایل‌مند و اینترنت‌مند استفاده شود تا ویژگی‌های روش‌شناختی و نظری جدید و متناسب با موضوع مورد مطالعه مطرح شوند.

اتنوگرافی در حرکت که در این مقاله مطرح شد آرمان طرح نظریه‌های حرکتی از فرهنگ را در سر می‌پروراند تا از خلال آن نشان دهد که فرهنگ همواره حرکت می‌کند و ابعاد و عناصر آن از حالتی به حالت دیگر درمی‌آیند و به همین دلیل نمی‌توان در فهم و تحلیل آن از رویکردها و چارچوب‌های غیرحرکتی یعنی ایستا و سکونی استفاده کرد؛ بلکه باید پژوهشگر خود را به طور مستمر با حرکت‌ها و تغییرهای حرکتی هماهنگ سازد تا به درکی پویا از زندگی کردن به‌مثابه حرکت کردن برسد: حرکت اندیشه‌ها، احساس‌ها، اشیا، مکان‌ها، ترکیب‌ها و غیره. قرن بیست و یکم در علوم اجتماعی و انسانی به رویکردهای روش‌شناختی و نظری‌ای نیاز خواهد داشت که قدرت درک و تحلیل تغییرات حرکتی را داشته باشند، هم در سطوح خرد و هم در

اتنوگرافی با حرکت: تجارب حسی در ماشین‌های مناسکی تهران _____ اصغر ایزدی جیران

سطوح کلان. اتنوگرافی در حرکت شاید بتواند بخشی از این پروژه نوظهور و جدید باشد.

پی‌نوشت‌ها

1. anthropology of things
2. anthropology of material culture
3. anthropology of the senses
4. sensory anthropology

۵. کار میدانی و نوشتن این مقاله در پاییز و زمستان ۱۳۹۲ انجام شد، زمانی که هنوز در دانشگاه تهران بودم و می‌توانستم بین آکادمی و میدان رفت و برگشت کنم. پس از آنکه مقاله در یکی از مجلات علمی پژوهشی توسط یک داور به شدت تأیید و توسط داور دیگری به همان شدت رد شد، و جوابیه من در نظر داور دوم تغییری ایجاد نکرد، انگیزه انتشار آن را برای سال‌ها از دست دادم. اکنون که مقاله پس از حدود چهار یا شاید پنج سال منتشر می‌شود، تغییرات زیادی در من نسبت به رشته‌ام انسان-شناسی رخ داده است، نسبت به وظایف اخلاقی و سیاسی آن.

6. embodiment
7. social regulation of the senses
8. street-base ethnography
9. ethnography with car
10. street ethnography
11. ethnography of street
12. Street Style Anthropology
13. street style blogging
14. Street Style 2.0: New Media and the New Politics of Fashion
15. culture in motion
16. mobile ethnography
17. movement observation
18. auto-ethnography
19. place- making
20. landscape
21. soundscape
22. pedestrian movement
23. netnography
24. ethnography in movement

منابع

- ایزدی جیران، اصغر (۱۳۹۲). «چشیدن مناسک: مردم‌نگاری حسی غذای نذری در تهران». پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران. ش ۳ (۶). صص ۲۵-۴۵.

- (۱۳۹۳). «فاطمانه هانا اوزادیر: دیدن و چشیدن تصویر در دست‌بافته‌های زنان لومه دره». *زن در فرهنگ و هنر*. ش ۶ (۲). صص ۲۰۹-۲۲۸.
- (۱۳۹۴ الف). «بازار ورنی: زندگینامه اجتماعی دست‌بافته‌هایی از لومه‌دره تا تهران». *جامعه‌شناسی هنر و ادبیات*. ش ۷ (۱). صص ۴۱-۶۱.
- (۱۳۹۴ ب). «اعتیاد و زوال زندگی: انسان‌شناسی رنج در لب خط تهران». *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*. ش ۵ (۲). صص ۷۵-۹۸.
- (۱۳۹۵). «بخش ۳، اتاق ۵: اجتماع حسی درد در بیمارستانی در تبریز: مردم‌نگاری بدون حرکت». *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*. ش ۶ (۲). صص ۵۱-۶۹.
- (۱۳۹۲). *پشت دریاها شهری است: فرایندها، روش‌ها و کاربردهای مردم‌نگاری شهری*. تهران: تیسرا.

- Appadurai, Arjan (1986). *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge University Press.
- Bell, Genevieve (2011). "Unpacking Cars: Doing Anthropology at INTEL". *AnthroNotes*. no. 32 (2). Pp. 1-6.
- Boellstorff, Tom (2010). *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton University Press.
- Classen, Constance (1990). "Sweet Colors, Fragrant Songs: Sensory Models of the Andes and the Amazon". *American Ethnologist*. no.14 (4). Pp. 722-735.
- Conley, Jim & Arlene T McLaren (2012). *Car Troubles: Critical Studies of Automobility and Auto-mobility*. Ashgate Publishing, Ltd.
- Constance Classen & David Howes (2006). "The Museum as Sensescape: Western Sensibilities and Indigenous Artifacts". eds. Elizabeth Edwards & et al. *Sensible Objects: Colonialism, Museums and Material Culture*. Oxford: Berg Publishers.
- Dant, Tim (1999). *Material Culture in the Social World: Values, Activities, Lifestyles*. Buckingham & Philadelphia, Open University Press.
- deLise, Elizabeth A (2013). "Situating Street Kids: An Ethnography of Nomadic Street Kids in Portland, Oregon". Honors Thesis, Department of Anthropology, Connecticut College.
- Fromming, Urte Undine (ed) (2013). *Virtual Environments and Cultures: A Collection of Social Anthropological Research in Virtual Cultures and Landscapes*. Peter Lang International Academic Publishers.
- Howes, David (2003). *Sensual Relations: Engaging the Senses in Culture and Social Theory*. Ann Arbor, University of Michigan Press.
- Howes, David (ed) (1991). *The Varieties of Sensory Experience: A Sourcebook in the Anthropology of the Senses*. Toronto, University of Toronto Press. pp. 167-191.
- Ingold, T & Jo Lee Vergunst (eds) (2008). *Ways of Walking: Ethnography and Practice on Foot*. Aldershot, Ashgate.

- Ingold, Tim (2004). "Culture on the Ground: The World Perceived through the Feet". *Journal of Material Culture*. no. 9 (3). pp. 315-340.
- Ingold, Tim (2011). *Being Alive: Essays on Movemnts, Knowledge and Description*. New York, Routledge.
- Kozinets, Robert (2009). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage.
- Lee Vergunst, Jo (2008). "Taking a Trip and Taking Care in Everyday Life". in *Ways of Walking: Ethnography and Practice on Foot*. ed. T. Ingold and J. Lee Vergunst. Aldershot, Ashgate.
- Lund, K (2008). "Listen to the Sound of Time: Walking with Saints in an Andalusian Village". *Filedwork on Foot*. ed. T. Ingold and J. Lee Vergunst. Aldershot, Ashgate.
- Luvaas, Brent (2013-2014). *UrbanFieldnotes.Com*
- Mascia-Lees, Frances (ed) (2011). *Anthropology of Body and Embodiment*. UK: Blackwell.
- Mathison, Sandra (2012). "Street Ethnography". *Qualitative Research Cafe*. pp. 11-12.
- Miller, Danied (ed) (2005). *Materiality*. Durham & London. Duke University Press.
- Miller, Daniel (ed) (2001). *Car Cultures*. Oxford, Berg.
- O'Reilly, Karen (2009). *Key Concepts in Ethnography*. London, Sage.
- Pink, Sarah (2009). *Doing Sensory Ethnography*. London, Sage.
- Radice, Martha (2011). "Ethnography of the Street: When is a Place not a Place?". *Anthropology News*. March: 13.
- Ross, K (1996). *Fast Cars, Clean Bodies: Decolonizing and the Reordering of French Culture*. MIT Press.
- Siegelbaum, L. H (2011). *Cars for Comrades: The Life of the Soviet Automobile*. Cornell University Press.
- Weppner, Robert (1977). *Street Ethnography: Selected Studies of Crime and Drug Use in Natural Settings*. Sage.
- Woodward, Ian (2007). *Understanding Material Culture*. Los Angeles, Sage.
- Zhang, Jun (2011). *Driving Toward Modernity: An Ethnography of Automobiles in Contemporary China*. Dissertation.

