

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۰/۰۸

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۰۱

منیره سادات نقوی^۱، افسانه کامرانی^۲

روایت‌پژوهی اثاث در خانه‌موزهی سیمین و جلال^۳

چکیده

در این مقاله اثاث خانه‌موزهی سیمین و جلال با ترکیب چهارچوب نظری هره و بودریار در روایت با روش روایت‌پژوهی وبستر و مرتوآ بررسی شد. برای این منظور، نامه‌ها، آگهی‌های تبلیغاتی دهه‌های ۴۰ و ۵۰، اثاث خانه و آرشیو نهادها را دست‌مایه اصلی اسناد مورد نیاز در روایت‌پژوهی قرار دادیم. اشیای این خانه را می‌توان با توجه به کارکردهای بالقوه یا بالفعل‌شان در شکل‌گیری انواع رویدادهای بیرونی، درونی و خصوصی طبقه‌بندی کرد برخی از اشیا با شعار ایجاد استحاله و ارتقای طبقه‌ی اجتماعی یا واسطه‌گی در تولید رویدادها مشارکت می‌کنند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که گرچه تبلیغات و تلاش برای هم‌رنگ شدن با جامعه در زمان حیات ساکنان خانه در گردآوری اثاث این خانه موثر بوده ولی اغلب روحیه‌بیازگشت به خویشتن و مقابله با مصرف‌گرایی غالب بوده است؛ جلال آل‌احمد مدام وسایل خانه را تعمیر می‌کرد و سیمین دانشور نیز با استفاده‌ی طولانی‌مدت از وسایل به جای پیروی از مد با مصرف‌گرایی مقابله می‌کرده‌اند. خرید اثاث در این خانه بیشتر متأثر از نیازهای ساکنان (رویدادهای درونی و خصوصی) بوده است و ترویج مصرف‌گرایی و سبک زندگی جدید (که رویدادهای بیرونی و متأثر از تبلیغات مطبوعاتی در آن دهه و جامعه روشنفکری بوده است) بر انتخاب‌های ایشان تاثیر کمتری داشته است.

واژگان کلیدی: اثاث، ماده‌ی اجتماعی، خانه‌موزه، روایت‌پژوهی، نشانه‌شناسی

^۱ دانشجوی دکتری پژوهش هنر، دانشکده پردیس بین‌الملل فارابی، دانشگاه هنر، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

Email: m.sadathoseyni54@yahoo.com

^۲ استادیار گروه گرافیک، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

^۳ این مقاله برگرفته از پایان‌نامه‌ی دکتری نویسنده‌ی اول با عنوان «تحلیل دیدمان اشیا در خانه‌موزه‌های مشاهیر تهران در دهه‌های ۴۰ تا ۶۰ شمسی» به راهنمایی نویسنده‌ی دوم می‌باشد.

مقدمه

اشیا در زندگی ما متولد می‌شوند و زمان، مکان و رویدادهای زندگی ما را نشان‌دار می‌کنند. در این فرایند اشیا از جسمی خنثی به ماده‌ای اجتماعی تبدیل می‌شوند و قابلیت معناپذیری و مشارکت در کنش‌های روزمره را پیدا می‌کنند. خانه‌موزه‌ها فضاهایی هستند که به بهانه‌ی یادبود شخصیت‌های علمی، فرهنگی و هنری مواد اجتماعی را در بافتی که در آن متولد شده‌اند به ما ارایه می‌کنند. بنابراین، مطالعه‌ی خانه‌موزه‌ها یکی از راه‌های مطلوب مطالعه‌ی اشیا به‌عنوان ماده‌ی اجتماعی است.

این مقاله با توجه به نظریات بارت و بودریار درباره‌ی اشیا و روش روایت‌پژوهی ابتدا به مطالعه‌ی نشانه‌شناختی روایت اشیا در خانه‌موزه‌ی سیمین و جلال می‌پردازد، سپس با تطبیق این اشیا با نمونه‌های مشابه در آگهی‌های تجاری همان دوره نشان می‌دهد که تولد اشیا در این خانه تا چه اندازه از اقتضانات زمانه، مد و هماهنگی با جامعه یا نیاز ساکنان خانه پیروی می‌کرده است.

به‌طورکلی، در این پژوهش می‌خواهیم بدانیم اشیای موجود در خانه‌موزه‌ی سیمین و جلال از چه برند^۱‌هایی (نمانام‌هایی) تهیه شده است و کدامیک از این اشیا وطنی یا غیروطنی است و آیا گردآوری اشیا در این خانه با آرا و عقاید سیمین و جلال نسبتی داشته است یا صرفاً براساس نیاز روزمره، پیروی از مد و الگوی مصرف متداول در زمان خودشان انجام شده است. همچنین اگر تهیه‌ی اشیا بر اساس نیاز اهل خانه بوده است اغلب از میان چه کالا‌هایی انتخاب شده‌اند و این کالاها براساس شواهد موجود در آگهی‌ها چه مخاطبانی داشته‌اند.

این پرسش‌ها به دنبال این فرض شکل گرفته‌اند که با توجه به تلاش‌های جلال آل‌احمد برای آگاهی‌بخشی عمومی از تهدیدات نظام سرمایه‌داری و مخاطرات جامعه‌ی مصرفی احتمالاً سعی می‌کرده‌است تا حد امکان فضای خانه‌ی خود را از تاثیرپذیری از تبلیغات و مد برحذر دارد و در زندگی روزمره راه متفاوتی را پیش گیرد.

پیشینه

مطالعات پیشینه در این مقاله به دو دسته تقسیم شده است:

گروه اول شامل مقالات انتقادی است که تبلیغات کالا در رسانه‌ها را از زاویه‌ی جامعه‌شناختی بررسی می‌کند. از میان این مقالات پرشمار درباره‌ی جامعه‌شناسی مصرف در ایران نمونه‌های زیر به دلیل فراگیری و هم‌پوشانی بیشتر با سایر مقالات انتخاب شده‌اند:

مالمیر و نصرتی (۱۳۹۲) در مقاله‌ی تحلیل نشانه‌شناختی الگوهای مصرف در آگهی‌های بازرگانی تلویزیون با استفاده از روش نشانه‌شناختی فیسک^۲ رمزگان آگهی‌ها را در سه سطح واقعیت، بازنمایی و ایدئولوژی تحلیل کرده‌اند و اولویت‌های سبک زندگی مدرن را براساس نظریات بوردیو^۳، بودریار^۴، دوبور^۵، مارکوزه^۶ و بلن^۷ معرفی کرده‌اند. ایشان معتقدند تبلیغات فراتر از دلالت‌های صریح دارای برخی دلالت‌های ضمنی و ایدئولوژیکی مانند مصرف‌گرایی، شالوده‌شکنی، کالایی‌شدن، سرعت و شتاب بالا نیز می‌باشد. نتایج این مقاله هم‌پوشانی قابل توجهی با مقاله‌ی اکبری و لطفی خاچکی (۱۳۹۷) با عنوان «تحلیل نشانه‌شناختی آگهی‌های بازرگانی تلویزیون از منظر سبک زندگی» دارد، بنابراین از مرور این مقاله صرف‌نظر می‌کنیم.

متولی، شعبانی و قنوتی در مقاله‌ی «آسیب‌های اجتماعی - فرهنگی ناشی از آگهی‌های تبلیغات در نشریات

قاجار»، با استفاده از روش تطوّر تاریخی نشان داده‌اند که برخی ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی از راه تبلیغ انواع کالا اشاعه یافته است. برخی از این ناهنجاری‌ها عبارت‌اند از: ترویج سبک زندگی غربی، نمایش ثروت و افزایش شکاف طبقاتی، کاهش خودباوری و تولید ملی، ترویج انواع رفتارهای غیرمذهبی مانند بخت‌آزمایی، قرعه‌کشی و استفاده از زنان برهنه و نیمه‌برهنه در تبلیغات و ترویج هویت غربی در مقابل ایرانی.

نکته‌ی مشترک در میان یافته‌های این مقالات یکی انگاشتن پیام تبلیغات اشیا با هویت کالاهاست یعنی؛ تبلیغ تمایل دارد با استفاده از انواع حربه‌های ترغیب، فریب، ایجاد صمیمیت، معجزه‌گری، تحقق آرزوها، منزلت‌بخشی و غیره مخاطب را برای خرید مجاب کند. براساس نتایج این پژوهش‌ها پیام آگهی‌ها اغلب نوعی فریبکاری است و کالا نیز (مرغوب یا نامرغوب، مصرفی یا کاربردی) چیزی بیش از یک سراب نیست و مقوله‌بندی‌های انتقادی که آسیب‌های اجتماعی مانند شالوده‌شکنی، فرزندسالاری، شتابزدگی، مصرف‌گرایی، ترویج بی‌بند و باری و هویت بیگانه و افزایش شکاف طبقاتی را در آگهی‌ها نشان می‌دهند مؤید این ادعاست.

گروه دوم مقالات محدودی درباره‌ی چگونگی شکل‌گیری خانه‌موزهی سیمین و جلال است: زندگی (۱۳۹۷)، مدیر سابق خانه‌موزهی سیمین و جلال، در مقاله‌ای با عنوان قلمرو و خانه‌موزهی سیمین و جلال در مجله‌ی فرهنگ موزه معتقد است تاسیس خانه‌موزهی شخصیت‌ها براساس نگاهی غیرانتفاعی است و اسباب موجود در این خانه را به پنج دسته به قرار زیر تقسیم کرده است:

۱. مبلمان، فرش، پرده، لوازم برقی و وسایل آشپزخانه؛ ۲. لوازم شخصی مانند لباس‌ها، عینک، آلبوم عکس‌ها، قلمدان و عصا؛ ۳. کتاب‌ها و نشریات چاپی و دست‌نویس؛ ۴. تقدیرنامه‌ها؛ ۵. آثار هنرمندانی مانند محمصص، آغداشلو، النخاص، قمر حکمت و غیره.

نویسنده‌ی مقاله بر این باور است که با توجه به تأثیر عشق در ساخت این خانه، ویتروینی در مرکز خانه قرار دارد که حلقه‌های ازدواج و اولین طرح خانه به‌عنوان اشیای کلیدی در آن به نمایش درآمده‌اند زیرا این خانه‌موزه با هدف برقراری ارتباط میان افرادی با دل‌بستگی‌های معنوی مشترک بنا شده است.

نجیبی (۱۳۹۷) در مقاله‌ی «نگاهی به مطالعات اولیه‌ی خانه‌موزهی سیمین و جلال» پس از مقدمه‌ای درباره‌ی ساخت این بنا به پاتوق بودن این خانه برای محافل حزبی و ادبی در زمان حیات ساکنانش، براساس مکاتبات میان آل‌احمد و اصغر شیرازی، گزارش می‌دهد و در ادامه چگونگی خرید خانه از بازماندگان، کدگذاری و بسته‌بندی اشیا، حمل به انبار تا چیدمان مجدد پس از بازسازی خانه و تبدیل آن به خانه‌موزه و در ۱۳۸۳ را روایت می‌کند.

با توجه به نتایج مقالات گروه اول، می‌توان گفت نگاه جامعه‌شناختی به اشیا از دریچه‌ی تبلیغات و اغلب انتقادی بوده است. به همین دلیل، واژه‌هایی مانند کالا، محصول و تولید بیشتر به‌کار رفته است و در نتیجه معنای نمادین اشیا در جامعه با محتوای تبلیغات یکی فرض شده است. به عبارت دیگر، فریب‌کاری آگهی در معجزه‌گری و ترویج مصرف‌گرایی از کارکرد و ارزش‌های نشانه‌ای کالای مورد تبلیغ جدا نشده است. در واقع، کالاها یا همان اشیا عامل معضلاتی مانند شتابزدگی در مصرف، جابه‌جایی هویتی یا جنسیتی نقش‌های اجتماعی در میان مصرف‌کنندگان و ناهنجاری‌های فرهنگی و مذهبی معرفی شده است. البته، این معضلات تنها به چگونگی روایت کالا در آگهی‌ها می‌پردازد زیرا، اشیا پس از ورود به خانه‌ها شریک رویدادهای زندگی ساکنان خانه می‌شوند. در حالی که براساس مقالات گروه دوم مانند نمونه‌های بازسازی و

تأسیس خانه‌موزه‌ی سیمین و جلال می‌بینیم که همین اشیاء مصرفی بر اثر همراهی با مشاهیر این خانه نقش تازه‌ای پیدا می‌کنند که فراتر از ارزش کالایی و مصرفی آنهاست.

مبانی نظری

بودریار و بارت^۱ نشان دادند که از نشانه‌شناسی می‌توان برای تعریف حیات اجتماعی اشیاء نیز استفاده کرد. از آنجا که نشانه‌ها از عناصر اصلی روایت، از جمله روایت اشیاء، هستند توجه به نظریات بارت و بودریار در تعریف روایت اثاث این خانه به ما کمک می‌کند.

بارت در امپراتوری نشانه‌ها^۲، که درباره‌ی روایت اشیاء در فرهنگ ژاپن است، با استفاده از صفات متقابل نظام نشانه‌ای اشیاء در فرهنگ ژاپن را در مقابل فرهنگ غرب توصیف می‌کند. به نظر بارت اشیاء در فرهنگ شرق با ساختی گزینشی و سفارشی بر مصرف کمتر تأکید می‌کنند در حالی که فرهنگ غرب با نمایش انباشت کالا بر مصرف بیشتر دلالت می‌کند. همچنین، دوام محصول در فرهنگ شرق طولانی‌تر است که بر مصرف کمتر و نوعی تقدس ذاتی اشیاء دلالت می‌کند اما اشیاء در فرهنگ غرب با عمر کوتاه یا حتی یکبار مصرف‌شان بر مصرف‌گرایی تأکید دارند. به علاوه، اشیاء شرقی با تزینات افراطی‌شان مرکزگریزی و پرهیز از هماهنگی با جماعت را بازنمایی می‌کنند ولی اشیاء غربی با نظمی ریاضی‌گونه و افراطی به دنبال مرکزگرایی و هماهنگی با جمع هستند. به نظر بارت، در شرق با نشانه‌سازی اشیاء و تعریف اشیاء یادمانی خاطره‌ی رویدادها و افراد جاودانه می‌شود اما در غرب از نظام طبقه‌بندی و شماره‌گذاری برای بازیابی خاطرات استفاده می‌شود. به همین دلیل، در نظام طراحی اشیاء در غرب تمایزها برجسته می‌شوند تا نظام نشانه‌شناختی معنا ساز به کار بیفتد و با تولید معنا مدلول سریعتر مصرف شود اما در فرهنگ شرق با تبدیل تمایزها به همنشینی‌ها طراحی سعی می‌کند به ذات معلول نزدیک شود (بارت، ۱۳۸۴).

از نظر بارت در نظام نشانه‌ای اشیاء در فرهنگ غرب شاهد وضوح، صراحت، سهولت کاربری و در نتیجه شتابزدگی هستیم که پیوند میان دال و مدلول را به سرعت بدیهی و ایدئولوژیک می‌کند، اما در نظام اشیاء شرق، شاهد ابهام، رازآلودگی، سنت و طمأنینه هستیم که با نبود توصیف شیء هرگونه اطناب را متوقف می‌کند. بارت به‌غیاب‌راندگی معنا در فرهنگ اشیاء ژاپن را از پرگویی و تلاش برای معنایابی در فرهنگ اشیاء غرب برتر می‌داند. با توجه به همنشینی اشیاء سنتی و مدرن از فرهنگ‌های مختلف در خانه‌ی سیمین و جلال توجه به روش بارت در نشانه‌شناسی اشیاء می‌تواند رویکرد مناسبی برای این مقاله باشد.

پس از بارت، بودریار در کتاب «نظام اشیاء»^۳ رمزگان‌های متقابل را به کمک شیوه‌ی معرفی اشیاء در آگهی‌های تبلیغاتی مطالعه کرد. او در این اثر رمزگان اشیاء را در سه نظام عینی یا کارکردی، ذهنی یا غیرکارکردی و فراکارکردی یا سوءکارکردی طبقه‌بندی کرده است؛ در نظام عینی یا گفتمان کارکردی اشیاء سنتی، نشانه‌ی نظم پدرسالارانه را در قالب سامان‌یافتگی اشیاء پیرامون یکی از اثاث خانه می‌داند که مراتب حضور اعضای خانواده نیز با چیدمان سلسله‌مراتبی اثاث خانه نشان‌دار می‌شود، در واقع، ثبات موقعیت اثاثیه در خانه‌ی یک بورژوا بر نظم آریستوکراتیکی و تناظر هماهنگ میان اشیاء بر وجود گفتمانی شاعرانه در فضای داخلی دلالت می‌کند. در نظام عینی و گفتمان کارکردی مدرن، آزادی کاربرد اشیاء مدرن بر آزادی کاربرد دلالت می‌کند که با حذف شیء مرکزی (مثلاً، آینه یا پرتوی خانوادگی) این مرکزگریزی و آزادی نشان‌دار شده و با فقدان سبک مشخص در دکوراسیون داخلی و اولویت‌دادن به کارایی و اگرایی اشیاء پرننگ شده است

بعلاوه، تحرک‌پذیری اثاث نیز بر کارآیی بیشتر دلالت می‌کند و هم‌نشینی در جهت افزایش کارآیی به جای تناظر اثاثیه‌ی ساماندهی فضای داخلی را مدیریت می‌کند. از نظر بودریار در نظام غیرکارکردی یا ذهنی، اشیای قدیمی بر تاریخمندی، شاخص‌های فرهنگی و ارجاع به گذشته و اشیای مدرن بر کارآیی، نمایش شاخص‌های پیشرفت و تکنولوژی و طبیعی بودن دلالت دارند. در این گفتمان، اشیای سنتی به نشانه‌ی اصالت‌گرایی و تولد از مادر فرهنگ و پدر صنعت سعی می‌کنند با سایر فرهنگ‌ها مرتبط شوند در مقابل، اشیای مدرن نشانه‌ای از عقیم بودن هستند که تلاش می‌کنند با تاکید بر تکنولوژی برای خود اصالت بسازند. این اشیا از راه فرهنگ‌پذیری بر توسعه‌نیافتگی جوامع دلالت دارند و برخلاف آرامش و قرار اشیای سنتی، بر تغییر دایمی و اضطراب اصرار می‌کنند. به همین دلیل، بودریار معتقد است درحالی‌که اشیای سنتی با رجوع به گذشته و پس‌زدن کارآیی صرف، به خودشان ارجاع می‌دهند، اشیای مدرن با فقدان اصالت و ارجاع به گذشته، مصرف در زندگی روزمره را مدلول خود قرار داده‌اند (بودریار، ۱۳۹۴).

بنابراین، اشیا فارغ از وجه کارکردی و روزمره می‌توانند با ارجاعات ذهنی و بالقوه در فرایند معنابخشی شرکت کنند. در این مقاله نیز وجوه معنایی اشیا در خانه‌موزه‌ی سیمین و جلال بررسی می‌شود و از آنجا که بودریار علاوه بر توجه به هم‌نشینی اشیا در فضای خانه به تحلیل آگهی‌های تبلیغات نیز پرداخته است، می‌توان از روش او در تحلیل اشیای این خانه‌موزه و آگهی‌های تبلیغاتی معاصرش استفاده کرد و میزان تأثیرپذیری اهل خانه از اقتضانات زمانه در گردآوری اشیای خانه را نیز بررسی کرد.

روش پژوهش

در این مقاله فرایند شکل‌گیری معانی فرهنگی برخی از اشیا در خانه‌موزه‌ی سیمین و جلال بررسی می‌شود. زیرا حدس می‌زنیم با توجه به نویسنده بودن این زوج چندان عجیب نیست که برخی از روایت‌های اشیای این خانه در خاطرات و نامه‌های میان سیمین و جلال ثبت شده باشد. براساس تعریف پرینتس^{۱۱} در فرهنگ روایت‌شناسی «به هرگونه بازنمایی کلامی و یا تعریف کردن و گفتن رخدادها در قالب زبان روایت گفته می‌شود» (ابوت، ۱۳۹۷: ۴۳) وبستر^{۱۲} و مرتوا^{۱۳} معتقدند «انسان به کمک روایت به تجارب تصادفی خود شکل داستانی می‌دهد و آنها را معنا دار می‌کند. یعنی به جای عینیت‌گرایی، تفسیر و برداشت خود از زندگی را به گونه‌ای باورپذیر صورتبندی می‌کند» (وبستر و مرتوا، ۱۳۹۸: ۱۹). انسان‌ها به کمک روایت‌ها و بازاندیشی زندگی خود، از یک فرمول ریاضی تا یک گلدان میراثی، معناسازی می‌کند. به همین دلیل روایت شکل جدی‌تری نسبت به رمان و سایر ژانرها دارد و ارزش پژوهشی پیدا می‌کند.

روایت‌ها فرایند معنا بخشی در زندگی روزمره و تولید پرکتیس‌های اجتماعی در قالب گزارش، داستان، سفرنامه و نامه را انعکاس می‌دهند و تجربه‌ی زیسته‌ی افراد درباره‌ی ارزش‌ها، زندگی روزمره و جایگاه اشیای به ظاهر معمولی در زندگی‌شان را نشان می‌دهند. مثلاً، بعید به نظر می‌رسد ساعت مچی سوئیس سیمین که جلال برایش خرید و بارها آن را تعمیر کرد فقط یک ساعت مچی باشد. برای دانستن معنای این ماده باید وارد خاطرات سیمین و مجموع روایت‌ها از این ساعت شد.

امروزه، روایت‌پژوهی در زمینه‌های مختلف حقوق، پزشکی و روانکاوی به کار می‌رود. هره^{۱۴} روایت اشیا را با مفهوم "ماده‌ی اجتماعی"^{۱۵} و نقش کلمات در طبقه‌بندی اجتماعی مطالعه می‌کند و نشان می‌دهد

چگونه هر کلمه‌ای که در یک بافت فرهنگی برای توصیف اشیا به کار می‌بریم شیء را به گروه اجتماعی خاصی پیوند می‌زند و نظام طبقاتی متفاوتی را در زمینه‌های گفتمانی مختلف می‌آفریند. او می‌گوید «قدرت جادویی چیزهای مادی در متن روایت‌ها تعبیه شده است» (هره، ۲۰۰۲: ۲۴-۲۵). توصیف زندگی اشیا و نگرش از زاویه‌های مختلف به آنها هسته‌ی اصلی روایت‌پژوهی را می‌سازد. وبستر و مرتوا انسان‌محوری و پیچیدگی را مهمترین ویژگی روایت‌پژوهی می‌دانند: «انسان‌محوری عامل توجه به رویدادهای کلیدی زندگی انسان و بازگویی و به اشتراک‌گذاری تجربیات می‌شود و پیچیدگی شامل نمایش استراتژی‌های راویان مختلف در مواجهه با رخدادی واحد است» (وبستر و مرتوا، ۱۳۹۸: ۳۴ و ۴۵). مثلاً، اشیای خانه‌ی سیمین و جلال اگرچه تولیداتی انبوه از جهان صنعتی هستند که در آگهی‌ها تبلیغ می‌شدند اما با همنشینی در روایت زندگی این زوج رویدادهایی کلیدی برای ثبت خاطرات به‌وجود آورده‌اند. وبستر و مرتوا رویدادها را به سه دسته تقسیم می‌کنند: رویدادهای شخصی که دست‌مایه‌ی آنها تحولات خانوادگی و خصوصی بوده‌اند، رویدادهای درونی که اغلب حاصل مناسبت‌های شغلی یا تحصیلی هستند و رویدادهای بیرونی که تابع تحولات سیاسی و اجتماعی زمان بوده و زندگی اشخاص را تحت تأثیر قرار داده‌اند (همان، ۱۲۶ و ۱۲۷).

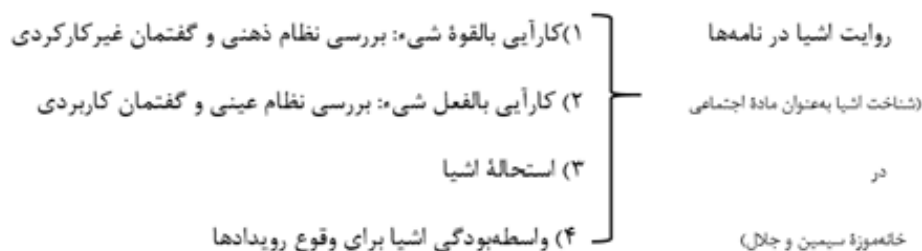
به عبارت دیگر، رویدادهای خصوصی به زندگی و ارتباطات روزمره‌ی زندگی فرد با اعضای خانواده و دوستانش می‌پردازد درحالی‌که روایت‌های درونی دربرگیرنده‌ی بخشی از زندگی فرد است که در ارتباط با محیط غیرخصوصی و فراخانوادگی او قرار دارد. مثلاً، وقتی فرد به سفر می‌رود یا تجربه‌ی کاری تازه یا ادامه‌ی تحصیل در موقعیتی متفاوت را دنبال می‌کند. در رویدادهای بیرونی تأثیر تحولات اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی بر زندگی فرد توجه می‌شود. بنابراین در رویدادهای خصوصی و درونی تأثیر فرد بر شکل‌گیری رویدادها و در رویدادهای بیرونی تأثیر محیط بر رویدادهای زندگی فرد بررسی می‌شود.

برای روایت‌پژوهی لازم است ابتدا رویدادهای کلیدی را بشناسیم. وبستر و مرتوا معتقدند «رویدادهای کلیدی خاطرات و تجربیات را، علی‌رغم گذر زمان، یادآوری می‌کنند و نقشی حیاتی در زندگی شخصیت اصلی روایت دارند. این رویدادها را به کمک مشاهدات، مستندات و مصاحبه‌ها می‌شناسیم» (همان، ۱۲۱-۱۲۷). هره برای مطالعه‌ی روایت اشیا زمینه‌ی مطالعات را به روایت‌های داستانی محدود می‌کند. سپس، نقش اشیا در روایت‌ها را طبقه‌بندی می‌کند: او نقش اشیا در افسانه‌ها را به انواع «معنادار بودن، کارایی بالقوه داشتن، کارایی مؤثر داشتن، استحاله پیدا کردن، مانع یا موجب یک رخداد شدن» تقسیم می‌کند و تأثیر اشیا در شکل‌دهی به بافت روایت را بررسی می‌کند. مثلاً، در یک روایت کنشی، چیزی یا حتی عضوی از اعضای بدن انسان ابزار تحقق رویداد می‌شود و یا چیزهایی که معناداری آنها در روایت به دلیل قراردادهای اجتماعی پذیرفته می‌شود و یا حتی چیزهایی که به‌طور غیررسمی و در یک روایت خاص معنادار می‌شوند. هره با الهام از نظریه‌ی قابلیت محیطی^{۱۶} گیسون^{۱۷} نتیجه می‌گیرد که روایت و اشیا بر یکدیگر تأثیر متقابل دارند. همچنین، اشیا قابلیت‌های مختلفی دارند که برخی از ویژگی آنها با توجه به نقش‌شان در روایت برجسته می‌شود. بنابراین، هره بر خلاف پراپ^{۱۸}، به جای قالب‌بندی روایت‌ها، تفاوت میان روایت‌ها و نقش اشیا موجود در آنها را بررسی می‌کند تا نشان دهد چگونه یک شیء مادی در روایت به ماده‌ای اجتماعی تبدیل می‌شود. منظور او از ماده اجتماعی فقط مادیت و کاربرد اشیا نیست بلکه گفتمان‌ها و معانی شکل‌گرفته پیرامون اشیا است که هویت اجتماعی ولی پنهان اشیا را می‌سازند. مثلاً، از نظر او «سرو شامپاین با خاویار ماده‌ی اجتماعی متفاوتی از سرو شامپاین با کیک پای

تولید می‌کند که طبیعتاً غیر ملموس و فرهنگی است» (هره، ۲۴: ۲۰۰۲-۲۵).

در این مقاله، مستندات مورد استفاده در رویدادهای کلیدی نامه‌هایی است که بین سیمین و جلال در جریان در سفر دانشور به امریکا رد و بدل شده است. در این مقاله، انسان‌محوری در روایت اشیا را با استفاده از رویدادهای کلیدی زندگی این زوج در نامه‌ها دنبال می‌کنیم: انسان‌محوری روایت اشیا را می‌توانیم با نظریه‌ی رم هره ترکیب کنیم و مفاهیمی مانند معناداری اشیا، کارآیی بالقوه یا بالفعل اشیا در زندگی، استحاله‌ی شیء و نقش شیء به عنوان مانع یا موجب یک رخداد بودن را در زندگی این زوج ادبی بررسی کنیم همچنین، پیچیدگی‌های این روایت را در میزان تأثیرپذیری حضور اشیا از زندگی روزمره به کمک نشانه‌شناسی پوستره‌های تبلیغاتی آن دوره مطالعه کنیم.

به‌طورکلی، در این مقاله ابتدا با استفاده از مدل روایت‌پژوهی وبستر و مرتوآ روایت اشیا در نامه‌های سیمین و جلال را به سه دسته‌ی: بیرونی، درونی و خصوصی تقسیم شد. سپس با استفاده از روش نشانه‌شناختی هره اشیا محوری هر یک از خرده‌روایت‌ها از نظر کارآیی بالقوه و تأثیر آن بر تولید گفتمان ذهنی و غیرکارکردی، یا تولید گفتمان عینی و کاربردی، و استحاله یا واسطه‌گری شیء و خلق رویداد بررسی شد. تصویر ۱ مدل نظری این مقاله را نشان می‌دهد.



تصویر ۱. مدل نظری پژوهش
(مأخذ: نگارندگان)

معرفی مورد مطالعاتی

تحولات سیاسی زمینه‌ساز ساخت خانه‌ی سیمین و جلال: این خانه در زمین وقفی متعلق به اداره‌ی اوقاف، که به وزارت فرهنگ داده شده بود، ساخته شد و جلال در ۱۳۳۱-۱۳۳۲ پس از پرداخت اوراق وقفی توانست خانه‌اش را در آن بسازد. این دوره همزمان با سفر سیمین به امریکاست که با تحرکات سیاسی، اجتماعی در ایران همراه بوده است؛ ابراهامیان می‌نویسد مصدق در ۷ اردیبهشت ۱۳۳۰، (یعنی پیش از سفر سیمین به آمریکا) نخست وزیر شد و کابینه‌ی خود را معرفی کرد و سال بعد، هنگام بازگشایی مجلس، با تضعیف جناح‌های سلطنت طلب و محافظه‌کار طرفدار انگلیس توانست ۳۰ کرسی از مجموع ۷۹ کرسی نمایندگان را با خود همراه سازد و جناح جبهه‌ی ملی را تقویت کند. اما همچنان با مصدق مخالفت می‌شد و هنگامی که سیمین در آزمون فولبرایت پذیرفته شد، اختلاف میان شاه و مصدق بالا گرفته بود. سرانجام شاه در ۲۵ تیر همان سال قوام را جانشین مصدق کرد ولی مصدق با جلب حمایت مردم، حزب توده، جبهه‌ی ملی و آیت‌الله کاشانی در ۳۰ تیر اعتصاب گسترده‌ای برپا کرد و شاه را وادار به عقب‌نشینی کرد (ابراهامیان، ۱۳۷۸: ۳۲۹-۳۳۵). در این میان، جلال به دلیل عضویت در حزب توده و سیمین به دلیل همراهی با جلال پیگیر حوادث سیاسی بودند. پس از انشعاب جلال و ملکی از حزب و تأسیس حزب زحمتکشان و انتشار

نشریه‌ی نیروی سوم دوره‌ی اول سکوت و کناره‌گیری جلال از فعالیت‌های سیاسی آغاز شد. بنابراین، رنج اسباب‌کشی‌های مکرر در کنار فراغت پیش‌آمده برای جلال فرصتی فراهم کرد تا بتواند برای ساخت خانه اقدام کند.



تصویر ۲. نمایی از وضعیت فعلی خانه‌موزه‌ی سیمین و جلال (ماخذ: آرشیو سازمان زیباسازی شهرداری تهران)

روایت اشیای خانه‌موزه: نامه‌ها از اسناد مورد استفاده در روایت‌پژوهی هستند و اتفاقاً میان سیمین دانشور و جلال به مناسبت سفرهای مختلف نامه‌های بسیاری مبادله شده است. در این میان، نامه‌های ۱۳۳۱ و ۱۳۳۲ اهمیت بیشتری دارند زیرا در آنها روایت‌های مفصلی از تلاش جلال برای تهیه‌ی زمین، ساخت خانه، تعویض یا گروه‌گذاری اثاث خانه آمده است که نقش اشیا را به‌عنوان ماده‌ی اجتماعی نشان می‌دهد. از آنجا که واژه‌ی اشیا دلالتی کلی دارد در این مقاله واژه‌ی اثاث را به‌کار می‌بریم که طبق فرهنگنامه‌ی دهخدا معادل اسباب‌خانه اعم از مبلمان، رخت و قماش است (تصویر ۲).

اثاث در رویدادهای کلیدی بیرونی:

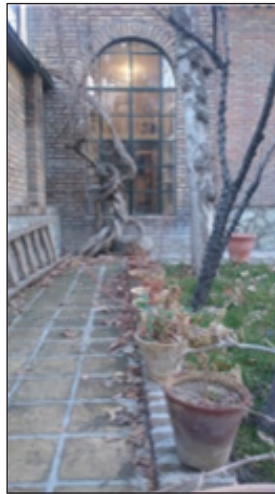
در این بخش رویدادهای کلیدی بیرونی موثر بر ساخت خانه و گردآوری اثاث آن را در قالب دو دسته بررسی می‌کنیم. نخست تحولات سیاسی و چاره‌جویی برای بازگشت به خویشتن که با کناره‌گیری جلال از فعالیت‌های سیاسی فراغت ساخت خانه پیدا می‌شود و دیگری تحولات اجتماعی که انتخاب و گردآوری اثاث خانه را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

تحولات سیاسی و بازگشت به خویشتن

یکی از مهم‌ترین رویدادهای کلیدی بیرونی مرتبط با ساخت این خانه دوران کناره‌گیری موقت آل‌احمد از فعالیت‌های سیاسی است. او پس از ازدواج با سیمین دانشور در محله‌ی دزاشیب تهران خانه‌ای می‌سازد آن هم زمانی که خودش می‌گوید: «وقتی از اجتماع بزرگ دست کوتاه شد، کوچکش را در چاردیوار خانه‌ای می‌سازی» (آل‌احمد، ۱۳۴۳: ۱۱).

میرسپاسی معتقد است مدرنیته در ایران سه مرحله را طی کرد: در گام اول مدرنیته بصورت تقلیدی بی‌قید و شرط که می‌تواند کاملاً جایگزین فرهنگ ایرانی شود از سوی اولین گروه‌های تحصیل‌کرده در غرب مطرح شد. افرادی مانند ملک‌خان و سید حسن تقی‌زاده معتقد به تسلیم بی‌چون و چرای ایران به تمدن اروپایی بودند. سپس، نخبگان سیاسی در انقلاب مشروطه با نگاهی انتقادی به مدرنیته و سرمایه‌داری (مانند سیدجمال‌الدین اسدآبادی، ملک‌المتکلمین یا مشیرالدوله) درصدد بازسازی فرهنگ سیاسی ایران براساس سنت لیبرالی مدرن و تجدید بنای ساختار قدرت برآمدند (میرسپاسی، ۱۳۸۵: ۱۰۹-۱۲۲). اسلام

سیاسی حاصل تلاش روشنفکران برای طراحی مجدد مدرنیته بود و افرادی مانند آل احمد و شریعتی مسئله بازگشت به اصل را مطرح کردند. آل احمد با بسط مفهوم غربزدگی - که پرتناقض و پیچیده است - سعی کرد گامی برای تجدید حیات اسلامی بردارد؛ او مدرنیزاسیون را رد نمی کرد ولی معتقد بود باید مفاد خود را از درون فرهنگ اصیل اسلامی بگیرد (همان، ۴۱) و درون یک جامعهی طبقاتی هم نباشد زیرا در غیراینصورت قانون الهی به ابزاری برای بروز عصبیت های پیش پا افتاده ای تبدیل می شود که در تضاد با مقاصد آن است (همان، ۱۷۷ و ۱۸۰).



تصویر ۴. نمای بیرونی اتاق مطالعه جلال با طاق ضربی و پنجره ی اروپایی (مأخذ: نگارندگان)



تصویر ۳. اولین طرح پلان خانه اثر جلال (مأخذ: نگارندگان)

بنابراین، آل احمد در خانه ای که ساخت مسیر خود را در عمل دنبال کرد؛ طرح اولیه ی خانه مشابه اصول خانه های ایرانی است: آب انبار، هشتی که به هال تبدیل شده، ایوان مشرف به حیاط و طاق ضربی ایوان که شبیه طرح گذار در موزهی ایران باستان است. گرچه جلال نقشه اولیه ی خانه را طراحی می کند^{۱۹} اما کمی بعد با آگاهی از اصول فنی خانه سازی در امریکا، که سیمین در نامه ای برایش فرستاد، طرح کامل می شود (تصویر ۳). نقشه های مقدماتی خانه را مهندس امینی از همکلاسی های ویکتوریا دانشور تهیه کرد و سیمین هم پس از جای گیر شدن در دانشگاه استنفورد اطلاعات مناسبی از چگونگی ساخت خانه و سیستم گرمایش و آبرسانی آن برای جلال می فرستد. مثلاً، سیمین می نویسد: «درباره ی نقشه ی خانه چند تا تهیه کرده ام برای تو خواهی فرستاد. این را هم بگویم که خانه ی این امریکایی ها راحت ترین خانه های جهان است. همه چیز دست بر گردن هم، همه چیز دم دست... اینها شوفاژ دارند... یک دستگاه حرارت مرکزی تعبیه شده که آن را با گاز به کار می اندازند هرگاه شیر آب داغ را باز کنند دستگاه حرارت خود به خود به کار می افتد و بعد یکی دو لحظه آب گرم تحویل می دهد... اینطور که خانم فروغ می گوید در تهران هم دستگاه حرارت مرکزی موجود است و بعضی خانه ها دارند و آن را با گازوئیل به کار می اندازند ولی گران تمام می شود» (جعفری^{۲۰}، ج ۱، ۱۳۸۴: ۲۱۹-۲۲۰) و جلال تلاش می کند این طرح ها را با امکانات موجود متناسب کند: «آشپزخانه را فور^{۲۱} خواهم گذاشت که با زغال سنگ بسوزد چون ارزانتر است و اگر توانستم وسیله اش را تهیه کنم با دستگاه فشاری نفت سیاه. فور که با زغال بسوزد، حمام را و آب را گرم می کند...» (همان، ج ۲: ۳۷۹-۳۸۰).

بنابراین، می‌توان گفت توقف موقتی فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی آل‌احمد نتیجه‌ی رویدادی بیرونی است که در آن خانه‌ای خلق شده است. این خانه به عنوان ماده‌ای اجتماعی هم کارکردی بالفعل در قالب سرپناه دارد و هم کارکردی بالقوه برای اهلی کردن مدرنیته و مدرن کردن سنت دارد (تصویر ۴).

تحولات اجتماعی و تغییر سبک زندگی

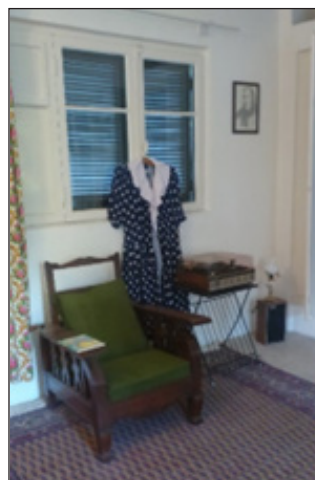
یکی از تحولات دهه‌ی ۳۰ ش در ایران تغییر اصول معماری بود. مهاجرت و سیاست‌های توسعه باعث افزایش جمعیت پایتخت طی دهه‌های ۱۳۱۰ تا ۱۳۵۰ ش شده بود. تمرکزگرایی در سیاست و اقتصاد دوره‌ی پهلوی اول، شهر تهران را مرکز تنظیم همه‌ امور و دولت مرکزی را فرجه کرد و وسعت و جمعیت تهران را افزایش قابل ملاحظه‌ای داد (حبیبی، ۱۳۸۵: ۳۱-۳۲). مدنی‌پور تحلیل می‌کند که به همین دلیل، با اشغال کشور به دست متفقین، قحطی، تورم فزاینده، ناامنی، نیاز به خدمات شهری و دیوان سالاری مردم را به امید شرایط بهتر به شهرهای بزرگ کشاند (مدنی‌پور، ۱۳۸۱: ۲۶-۲۷). همچنین، لغو قانون اخذ مجوز برای رفتن از شهری به شهر دیگر در اسفند ۱۳۲۱ نیز مهاجرت به تهران را افزایش داد^{۲۲} (بسکی، ۱۳۷۶: ۶) و بتدریج حکومت علاوه بر نقش قانونگذاری و اجرا، در نقش دولت‌روزی‌دهنده نیز ظاهر شد و این نقش با شروع اجرای برنامه‌های توسعه‌ی اقتصادی- اجتماعی کشور در ۱۳۲۷ پر رنگ‌تر شد (حبیبی، ۱۳۸۳: ۱۵۳). «تمرکز دولت بر توسعه‌ی اقتصادی و خدمات دولتی، باعث افزایش قابل توجه کارگران و کارمندان دولت شد. به‌علاوه، تعداد بسیاری از فارغ‌التحصیلان دبیرستان‌ها و دانشکده‌ها به‌صورت کارمند اداری، مدیر، آموزگار، قاضی، پزشک و یا استاد دانشگاه به بخش خدمات دولتی وارد می‌شدند» (آبراهامیان، ۱۳۸۹: ۱۸۱). روش زندگی این طبقه‌ی اجتماعی جدید به دلیل روند آموزش، حرفه و ارتزاق متأثر از دولت بود و دولت با ترویج نوگرایی این طبقه را به قشری نوجو و خواهان شیوه‌ی جدید زندگی هدایت کرد. این گروه هم در امر مسکن و هم در زمینه‌ی کالا مشتاق تجربیات تازه بودند. به‌دلیل کمبود مسکن و گرانی خانه برای این قشر در دهه‌ی ۱۳۲۰ کوی‌هایی مانند چهارصد دستگاه، نارمک، نازی آباد، شهرآرا، تهران ویلا، کن، مهران و سیزده آبان ساخته و جذب بافت شهری پایتخت شدند. اما، در کنار ساخت این کوی‌ها برای اقشار کم‌درآمد تا متوسط، اقشار مرفه نیز به ساخت خانه‌های ویلایی روی آوردند. مثلاً ویلای معروف نمازی‌ها در منطقه‌ی نیاوران توسط جیوپونتی^{۲۳} به سبک فرمال طراحی و ساخته شد^{۲۴}. سکونت در این خانه‌ها نیازمند اثاث متناسب با فضای جدید بود. آگهی‌های تجاری، در بخش‌های خدمات و کالا، چرخش قابل ملاحظه‌ای در سبک زندگی را روایت می‌کنند که بر رواج نوگرایی نه تنها در تفکر بلکه در سبک زندگی صحنه می‌گذارند. بنابراین می‌توان گفت آل‌احمد نیز در ساخت خانه‌ی خود از جریان خانه‌سازی دهه‌ی ۳۰ در تهران متأثر بود و حتی نمی‌توانست مانع هجوم این نوگرایی به درون خانه‌اش شود:

«... خانه‌ی آدم غربزده که روزگاری ایوان داشت و زیرزمین و حوضخانه‌ی سرپوشیده و هشتی حالا هر روز شبیه به یک چیز است. یک روز شبیه ویلاهای کنار دریاست با پنجره‌های بزرگ و سرتاسری و پر از چراغ‌های فلورسنت. یک روز شبیه کاباره‌هاست با زرق و برق و پر از تابوره... یک گوشه رادیوگرام‌های فیدلیتی گوشه‌ی دیگر تلویزیون گوشه‌ی دیگر پیانو برای دختر خانم و گوشه‌ی دیگر بلندگوهای استرئو فونیک و آشپزخانه و دیگر سوراخ‌سنبه‌ها هم که پر است از فرگاز و رختشوی برقی و از این خرت و خورت‌ها. به این ترتیب آدم غربزده وفادارترین مصرف‌کننده‌ی مصنوعات غربی ست» (آل‌احمد، ۱۳۴۱: ۱۴۷-۱۴۸).

اینجاست که اثاث به ماده‌ای اجتماعی بدل می‌شوند و با شرکت در رویداد کلیدی تحولات اجتماعی هم به استحاله‌ی مصرف‌کننده و پیوستن او به جرگه‌ی طبقه‌ی مرفّه و باکلاس اجتماع کمک می‌کنند و هم حس نوجویی وی را اقیاع می‌کنند. به طوری که پس از ورود به خانه‌ی جدید اغلب اثاثیه، به‌رغم میل سیمین، بتدریج جایگزین یا اضافه شده‌اند. مثلاً، در نامه‌ای سیمین به جلال اعتراض می‌کند: «... راجع به فروش اثاثیه حرفی ندارم ولی آیا قالی‌ها حیف نیست و آیا همان قیمت را نباید داد و به جایش زیلو خرید؟ قصه‌ی ملانصرالدین و زنش را به یاد بیاور. دیدی که گرمافون را فروختیم و هنوز که هنوز است ۱۶۰ تومان مان را نداده البته هرچه بار آدم سبک باشد راحت‌تر است هرطور صلاح می‌دانی بکن» (جعفری، ج ۱، ۱۳۸۴: ۳۸۱). گرمافونی که فروخته‌شده و دستگاه استریویی که پس از آن خریده‌شده همگی این مواد را می‌توان استعاره‌هایی از روحیه‌ی نوجویی صاحبان خانه به حساب آورد (تصویر ۵).



تصویر ۶. نمایی از اجاق دلوکس در کنار یخچال کلونیناتور و بخاری مهیا در آشپزخانه (مأخذ: نگارندگان)



تصویر ۵. محل مطالعه و موسیقی گوش دادن سیمین (مأخذ: نگارندگان)

تقریباً، به جز بخاری‌ها و تابلوهای هنری یا صنایع دستی تمام وسایل غیرایرانی هستند: یخچال کلونیناتور^{۲۵} امریکایی، اجاق گاز چهار شعله‌ی دلوکس امریکایی از شرکت وینتیج کن مور^{۲۶}، ماشین لباسشویی ژاپنی شرکت کنوود^{۲۷}، توستر آمریکایی از مجموعه محصولات خانگی ای.بی.سی^{۲۸}. اینها از جمله اثاث خانه هستند که حضورشان در زندگی مدرن ضروریست (تصویر ۶). «تفاوت الگوی زندگی جدید با الگوی سنتی و تناسب آن با محله‌های جدید تهران در این دوره در قالب نامه و روایت‌های باقی‌مانده توصیف شده است: بسیاری از محله‌های جدید گروه‌های طبقه‌ی متوسط را جذب کرده‌اند. روش زندگی مدرن و غرب‌گرا در بسیاری از این گروه‌ها، کم و بیش با بافت فیزیکی محله‌هایی که در آن زندگی می‌کنند مطابقت دارد. اعتراض و شکایت طبقه‌ی متوسط سنتی به روش جدید زندگی در بخش‌های جدید نمود بیشتری دارد» (مدنی پور، ۱۳۸۱: ۳۹۷). البته همزمان با تشویق حکومت به نوگرایی الگوی زندگی تازه‌ای نیز در رسانه‌ها معرفی می‌شد: تفریحات، سرگرمی‌های جدید متناسب با سبک زندگی مدرن به مردم پیشنهاد می‌شد و رسانه‌ها پر از تبلیغات درباره‌ی وسایل خانگی مدرن بودند. حضور اشیای تازه در این دوره، انعکاس تصویری بود که از خانواده‌ی روزآمد در تبلیغات ترسیم می‌شد،

خانواده‌ای که در آپارتمان مبله زندگی می‌کرد، از تجهیزات مدرن استفاده می‌کرد، برای خرید به فروشگاه‌های بزرگ و برای تفریح به کنسرت موسیقی، سینما و پارک می‌رفت، برنامه‌های تلویزیون را تماشا می‌کرد، اتومبیل شخصی داشت و چند بار در سال مسافرت می‌رفت. در چنین خانواده‌هایی مادر خانواده یا کار می‌کرد و یا در فعالیت‌های اجتماعی مشارکت داشت. این تصویر از خانواده با آنچه که تا پیش از آن در ایران مرسوم بود تفاوت فراوانی داشت. اجاق گاز، ماشین لباسشویی، جاروبرقی و غیره زمان انجام امور روزمره را برای زنان کاهش می‌داد تا برای انجام فعالیت اجتماعی یا رسیدگی به خود و تربیت فرزند فرصت داشته باشند اما در واقع، احترام به زنان خانه‌دار و استفاده از این وسایل همراه با نوگرایی و دوری از فعالیت‌های سنتی معنا می‌شد. به همین دلیل آنچه آل‌احمد در این نوگرایی می‌بیند مصرف به‌منظور چشم و هم‌چشمی یا ادعای پیشرفت است که با مفهوم واقعی پیشرفت فاصله دارد. اینجاست که جلال در غربزدگی می‌نالد که: «بحث در این است که ما ملل در حال رشد سازنده‌ی ماشین نیستیم. اما به جبر اقتصاد و سیاست و آن مقابله‌ی دنیایی فقر و ثروت بایست مصرف‌کنندگان نجیب و سربه‌راهی باشیم برای ساخته‌های صنعت غرب... همین مستلزم آن است که خود را به انگاره‌ی ماشین درآوریم. و حکومت‌ها مان را، و فرهنگ‌ها مان را، و زندگی‌های روزانه را. همه چیزمان به قد و قامت ماشین... ما نتوانسته‌ایم شخصیت فرهنگی - تاریخی خودمان را در قبال ماشین و حضور جبری‌اش حفظ کنیم. بلکه مضمحل شده‌ایم» (آل‌احمد، ۱۳۴۱: ۲۷-۲۸) (تصاویر ۷ و ۸ و ۹).



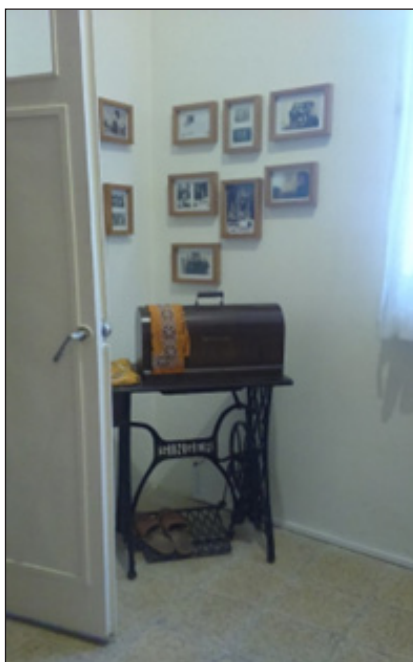
تصویر ۹. تبلیغ محصولات آ.ا.گ (ماخذ: پاریسی‌کیا، ۱۳۹۳، ۱۱۹)



تصویر ۸. تبلیغ ظرفشویی کنوود (ترکمن، ۱۳۹۶، ۱۳۱)



تصویر ۷. تبلیغ لباسشویی ویرپول (مأخذ: هفته‌نامه تماشا. ش. ۲۷۷. ۹۹)



تصویر ۱۰. چرخ خیاطی سینگر متعلق به سیمین.
(مأخذ: نگارندگان)

هرچند آل احمد خطرات انباشت کالاهای غربی در خانه را یادآوری می‌کرد، اما اکنون حیرت‌زده‌ایم که چرا درون خانه‌اش چنین مورد هجوم بیگانه بوده است و ناامیدکننده‌تر اینکه در نامه‌های استنفورد به‌طور دایم به سیمین سفارش می‌کند که از هرچیز بهترین‌ها را با خود بیاورد! یا در نامه‌ای به سیمین می‌نویسد: «... ساعت را انشا... بعد می‌فرستم. یک ساعت سوئسی خوب که آنجا گران‌تر است و می‌توانی خوب آب کنی...» (جعفری، ج ۲: ۳۶۶). آیا آل‌حمد نیز به نوعی گرفتار غربزدگی شده بود؟ اما با توجه به یادداشت‌های وی می‌توان پاسخ بهتری یافت. او می‌فهمد که گریزی از حضور وسایل غیرایرانی در خانه نیست زیرا ساخت برخی از آنان مانند چرخ خیاطی پیچیده‌تر از آن است که در این سرزمین قابل انجام باشد^{۲۹} (تصویر ۱۰) اینجاست که در غربزدگی اعتراف می‌کند که: «ما ملل در حال رشد سازنده‌ی ماشین نیستیم... دست بالا تعمیرکنندگانی باشیم قانع و تسلیم و ارزان‌مزد برای آنچه از غرب می‌آید» (آل‌احمد، ۱۳۴۱: ۲۷-۲۸). شاید یکی از دلایلی هم که اغلب اسباب این خانه حتی پس از رفتن جلال تعویض نشده‌اند همین روحیه‌ی تعمیرکردن به‌جای تعویض‌کردن در میان ساکنان خانه است. سیمین در مقاله‌ی شوهر من جلال می‌گوید: «... اگر کاری نداشته باشد با مهارتی که در دستهایش هست به برق ور می‌رود. سیم‌کشی می‌کند. چراغی تازه در گوشه‌ای تاریک می‌کشد. خرابی تلفن را اصلاح می‌کند. ساعت یا ساعت‌های ازکارافتاده را راه می‌اندازد و میزان می‌کند.. درحقیقت ما کمتر پول تعمیر تلفن و بخاری و سیم‌کشی برق داده‌ایم» (دانشور، ۱۳۷۱: ۱۸).

بنابراین، آل‌احمد هرچند تا اندازه‌ای از روحیه‌ی نمایش پیشرفت در طبقه‌ی متوسط و مرفه برکنار نمانده بود اما تلاش می‌کرد با نقد و بازنگری، آموختن چگونگی کارآیی وسایل و تعمیر آنها، در عمل، مسیر خود را اصلاح کند؛ وسایل ازکارافتاده در دستان او استحاله پیدا می‌کردند و دوباره جان می‌گرفتند تا او مسیر تحول

درونی خود را از مصرف‌کننده‌ای منفعل به‌سوی کاربری کنجکاو طی کند.

اثاث در رویدادهای کلیدی درونی

مهم‌ترین رویدادهای درونی در روایت اشیای این خانه را می‌توان در چند مقطع از زندگی سیمین و جلال دنبال کرد: تحصیل در مقطع دکتری و دفاع از رساله و در ادامه سفر به دانشگاه استنفورد از مهم‌ترین رویدادهای درونی در زندگی سیمین هستند. خاطره‌انگیزی اثاث در فراق سیمین، یا در قالب هدیه و حتی سرمایه‌ای غیرنقدی مهم‌ترین رویدادهای درونی مرتبط با جلال هستند. اثاث گاهی می‌تواند ماده‌ای اجتماعی مبادلات فرهنگی را نیز بسازند که از دیگر موارد قابل توجه در رویدادهای درونی زندگی این زوج به حساب می‌آید.

ادامه‌ی تحصیل - دفاع دکتری

سیمین دانشور در ۱۳۲۷ از پایان‌نامه‌ی خود با «عنوان علم الجمال و جمال در ادبیات فارسی تا قرن ۷ ه.ق» دفاع کرد. پس از دفاع، آل‌احمد یک خودنویس به او هدیه داد. این خودنویس ماده‌ای اجتماعی است که با نگاه نویسنده‌محور سیمین استحالته پیدا کرد و به شیء مرکزی روایت زندگی علمی او تبدیل شد: خودنویس برای او، فقط وسیله‌ای برای نوشتن نیست، ابژه‌ای است که خاطرات سفر، فراق، وصال یا موفقیت را فراخوانی می‌کند:

«روز دفاع دکتری، کوکب صورتگر دوست جان‌جانی ایام کودکی و نوجوانی ام برایم یک گلدان نقره پرگل آورده بود و تو همین قلم خودنویس شیفرز را که دارم با آن می‌نویسم» (جعفری، ج ۱: ۴۵۳).

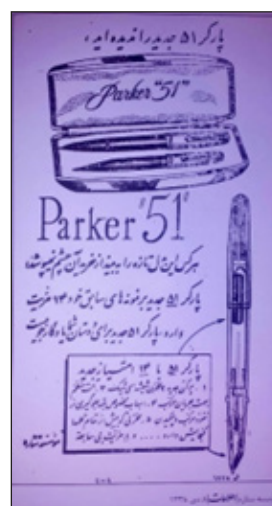
برای جلال هم این خودنویس فراتر از وسیله‌ی نوشتن است:

«... می‌دانی که روز ۱۹ آبان یعنی ۱۰ نوامبر روزی است که تو عزیز دل دکتریت را گذراندی و یادت هست که من یک قلم کوفتی به مناسبت آن روز برایت خریدم. گویا هنوز با آن می‌نویسی چقدر دلم می‌خواست هدیه‌ای به این مناسبت برایت بفرستم» (همان، ۴۵۳).

با فراتر رفتن از سطح کاربردی گفتمان عینی خودنویس دارای گفتمانی ذهنی می‌شود. در اینجاست که با ورود اشیا به خانه شاهد نضج گفتمان ذهنی و غیرکاربردی هستیم. هر جا که معنایی فراتر از سطح کاربردی شیء ساخته می‌شود و به زبان مبادله میان اعضای خانه تبدیل می‌شود با گفتمان ذهنی روبرو هستیم. اما گاهی گفتمان‌های ذهنی پیش از کاربرد و در سطح تبلیغات تولید می‌شوند تا خاطره‌ی محصول را در ذهن مخاطب جاودانه و نشان‌دار کنند.

مثلاً، از آگهی‌های تبلیغاتی در مجلاتی مانند تماشا درمی‌یابیم که فراتر از سهولت کاربرد، تاکید برای داشتن جایگاه اجتماعی خاص مساوی با داشتن خودنویس است و این معنا با آنچه که در نامه‌های سیمین و جلال آمده متفاوت است زیرا در نامه‌ها مسئله‌ی کیفیت و سهولت نوشتن مطرح شده و بر فعالیت حرفه‌ای صاحبان این خانه تاکید شده است. برای ایشان کارکرد بالفعل خودنویس اهمیت دارد و کارکرد نشانگی آن در افزایش شأن و جایگاه اجتماعی، هرچند در تبلیغات آمده، در این خانه مورد ارجاع نبوده است (تصاویر ۱۲ و ۱۳).

بنابراین ممکن است گفتمان ذهنی تنیده شده در تبلیغات یک شیء با گفتمان ذهنی تولیدشده در حین کاربرد آن شیء متفاوت باشد اما بدون کارکرد نشانگی شیء گفتمان ذهنی پدید نمی‌کند.



تصویر ۱۱. تبلیغ خودکار پارکر (مأخذ: پارسی کیا، ۱۳۹۳، ۴۶)
 تصویر ۱۲. تبلیغ خودنویس گها (مأخذ: هفته نامه تماشا، ش ۲۶۵، ۵۵)
 تصویر ۱۳. خودکار/خودنویس پارکر (مأخذ: هفته نامه تماشا، ش ۲۷۹، ۹۷)

ادامه‌ی تحصیل - دانشگاه استنفورد

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، سیمین دانشور در ۱۳۳۲ پس از دریافت بورس موسسه‌ی فولبرایت، برای گذراندن یک دوره‌ی نه ماهه راهی امریکا شد. این رویداد مقارن با تلاش‌های جلال برای ساخت خانه‌ای در محله‌ی دزاشیب تهران است. تهیه‌ی زمین و نقشه‌ی خانه و از همه مهم‌تر کمبود منابع مالی جلال را ناگزیر از فروش، گرو گذاشتن، هدیه دادن یا تعویض اثاثیه می‌کرد. در چنین موقعیتی اثاث بازیگران اصلی رویدادهای درونی این خانه هستند که نشانه‌هایی با معانی متنوع می‌سازند؛ کمبودهای مالی ساخت خانه، یادآوری جای خالی همسر، یادگاری‌هایی از دوستان و آشنایان.

اثاث، یادآور فراق یا نشان یار غایب - سفر سیمین برای جلال طولانی به نظر می‌رسد بنابراین نشانه‌های این دوری را تا آنجا که می‌تواند از فضای خانه‌ای که در آینده خواهند داشت می‌زداید: «... تصمیم دارم تمام مبلمان خانه را بفروشم و عوض کنم... این تیر و تخته‌هایی که نگاه به آنها مرا به یاد تنهایی این یکساله خواهند انداخت و دائماً ناراحتم خواهند کرد. یکسال روبروی آنها تنهایی خودم را و غیاب تو را پاییده‌ام. چه می‌گویی» (جعفری، ج ۲: ۳۶۹)؟

اما از نظر سیمین اثاثیه با ارزش و بلکه سرمایه هستند: «... و اما اسباب خانه هر کار صلاح می‌دانی با آنها بکن من که آدمم مبلمان‌ها چندان کهنه نبودند لابد اسباب‌کشی‌های پی‌درپی پیر آنها را درآورده حرفی ندارم. می‌خواهی بفروش نمی‌خواهی نگهدار ولی عقیده‌ی مرا می‌خواهی من حالا عقیده به فروش آنها ندارم زیرا آیا ما خواهیم توانست جای آنها بخریم؟ من که گمان نمی‌کنم» (همان، ج ۱، ۲۳۸) و جلال در پاسخ: «... لوازم زندگی را سعی خواهیم کرد تبدیل کنم. چیزی بدهم و چیزی بستانم و زیاد هم گران نشود که در بمانم» (همان، ج ۲: ۴۲۷).



تصویر ۱۴. تبلیغ چرخ هسکوارنا
(مأخذ: مجله تماشا، ش ۱۰۱، ۲۶۲)

حفظ و کاربرد اثاث به عنوان خاطره در آگهی های تبلیغاتی دهه های ۴۰ و ۵۰ نیز طرد می شد زیرا با ترویج پیشرفت، نوآوری و مدرنیته مغایر بود و بر اساس خاطره معادل آنچه در گذشته پرزحمت و ملال آور بوده انگاشته می شد. مثلاً، در تبلیغ چرخ خیاطی هسکوارنا گلدوزی دستی فعالیت سنتی ملال آوری در گذشته معرفی می شد که چرخ خیاطی تازه سعی در جبران آن دارد. اما، به رغم تقارن این تبلیغ با زمانه ی سیمین می بینیم که وی به همان چرخ خیاطی قدیمی خود اکتفا کرده زیرا کارآیی مورد نظرش را داشته و اصولاً هم طرفدار کالاهای لوکس نبوده است. او در نامه ای به جلال می نویسد: «... عزیزم، خرج لوکس زیاد در آن نکن آن هم با قرض، تو که می دانی بی لوکس هم می شود خوش بود...» (همان، ج ۱: ۳۱۸) (تصویر ۱۴). بنابراین می توان گفت تهیه ی وسایل در این خانه گرچه با توجه اقتضانات زمانه و گاه متأثر از آگهی ها بود اما اغلب به تهیه ی وسایل ضروری خانه محدود می شد.

اثاث، به مثابه هدیه - در رویداد سفر تحصیلی سیمین و غیاب وی از فضای خانه اشیای مختلفی به عنوان هدیه به خانه وارد یا از آن خارج می شوند؛ از یک زیرسیگاری که در سفر جنوب یکی از اعضای حزب به جلال داد تا مانند این مورد که جلال می نویسد: «... راستی برایت نوشته ام که نیر زاییده - یک پسر - اسمش را هم مرتضی گذاشته اند. لازم بود که من هدیه ای به او می دادم. من هم تصمیم گرفتم آن دیس بلور و شش تا بشقابش را برایش بفرستم که ملکی به عنوان هدیه ی عروسی به ما داده بود» (همان، ج ۲: ۳۶۹). ولی این ظروف از بذل و بخشش جان به در می برند: «... خبر خوش بدهم که ظرف های بلور را گرچه ما منت گذاشتیم که بیابند و ببرند ولی خواهرکم نیامد ببرد رعایت تو را کرده بود و در دل خودش به من حق نداده بود که در غیاب تو زندگی ات را پخش و پلا کنم. من هم خودم ادب شدم و دیگر از این غلطها نخواهم کرد. به هر صورت ظرف ها سرجایشان است من نمی دانستم به آنها علاقه داری...» (همان، ۴۲۵). این اشیا با مشارکت در مبادلات اجتماعی و با نشستن در جایگاه هدایا روایتگر وجهی از وجوه مختلف شیء در مقام ماده ی اجتماعی می شوند و در نقش واسطه ی خلق رویداد شرکت می کنند.



تصویر ۱۶. تلفن و بادزنگ چینی در وضعیت فعلی موزه. (مأخذ: نگارندگان)



تصویر ۱۵. تبلیغات بانک رهنی (مأخذ: ضمیمه‌ی مجله زن روز، ش ۲۹۹)

اثاث، به‌مثابه سرمایه- بانک رهنی در دی ماه ۱۳۱۷ش با مشارکت وزارت دارایی و بانک ملی ایران با سرمایه‌ی دویست میلیون ریال به‌عنوان بانک تخصصی مسکن و ساختمان تأسیس شد و از ۱۳۱۸ش رسماً فعالیت خود را آغاز کرد. از آنجا که موضوع فعالیت بانک رهنی را امر مسکن تشکیل می‌داد، پرداخت تسهیلات در برابر رهن اموال غیر منقول برای خرید، احداث، تکمیل، تعمیر و اعطای اعتبار به شرکت‌های ساختمانی بخش عمده‌ی فعالیت بانک را دربرمی‌گرفت^{۳۰} و براساس ارزشیابی بانک از اشیا، دارندگان‌شان می‌توانستند وجه معینی را از بانک وام بگیرند و در موعدهی مقرر عودت دهند (تصویر ۱۵).

اشیا در این بانک فارغ از وجوه نوستالژیک یا ارزش‌های اجتماعی، صرفاً با توجه به ارزش‌های مادی و به عنوان وثیقه کار می‌کردند. مثلاً جلال به سیمین درباره‌ی محتویات بسته‌ای که فرستاده نوشته است: «... بسته عبارت‌اند از یک رومیزی گرد زری‌دوزی قرمز که خواسته بودی، دو قطعه ترمه مستطیل ندوخته از آن ۵ قطعه‌ای که در بانک رهنی بود و امروز درش آوردم.» (جعفری، ج ۲: ۴۰۹). تمام این اثاثیه جهیزیه‌ی سیمین هستند که به دلیل ارزش مادی‌شان در این رویداد مشارکت کرده‌اند و درواقع گفتمان عینی مجالی برای عرض اندام گفتمان ذهنی اشیا نمی‌دهد.

اشیا، بهانه تبادلی فرهنگی - سیمین دانشور، در رویداد سفر تحصیلی با دوستانش در دانشگاه استنفورد اشیا مختلفی را مبادله می‌کند. این اشیا به جای پیک میان فرهنگها ارتباط برقرار می‌کنند؛ از رهگذر اشیا فرهنگ‌ها به اشتراک گذاشته می‌شوند و ارتباطات دوستی تداوم می‌یابند.

سیمین از اشیا بی که به‌عنوان یادگاری از همکلاسی‌هایش گرفته می‌نویسد: «... همین سراج هندی یک

زیرسیگاری ساخت هند هم به من تحفه داده است. خیلی زیباست و آن را دست نزده‌ام و برای تو خواهم آورد. من که سیگار نمی‌کشم» (جعفری، ج: ۲۶۲). او به جلال می‌نویسد چند تکه نقره بفرستد تا او هم بتواند یاد خود را در ذهن دوستانش نشان‌دار کند. جلال می‌نویسد که: «... امروز رفتم برایت یک مقدار از نقره‌هایی که خواسته بودی خریدم. دو تا دستبند، سه تا نشان روی سینه بزرگ و دو تا نشان کوچک. هفت تکه به ۴۲ تومان^{۳۱}» (همان، ج: ۲: ۴۰۹) و در ادامه سیمین را برگسترش این ارتباطات ترغیب می‌کند: «... سعی کن اینجور اشیا را با خودت برنگردانی. آنها را در جایی به کاری بزن و در قبالتش مثلاً ماشین تحریری برای خودت بخر» (همان، ۳۶۶) اما این اشیا فقط نشانه‌های یادگاری نیستند، باز هم ارزش مادی آنها به‌کار می‌آید و مخارج بازگشت سیمین را تامین می‌کند: «... عزیزم، ترمه و آن ظرف نقره‌ی تحفه‌ی خانم سردار فاخر را در عروسی خودمان به ۵۰ دلار فروختم و ۵۰ دلار هم از جین بابت خرید قالی گرفتم. تحفه‌ی فارغ‌التحصیلی‌اش را هم از تهران یک روتختی قلمکار می‌خرم و می‌فرستم» (همان، ج: ۴۵: ۱). اما از فحوای نامه‌ها برمی‌آید که از نظر این زوج وزن فرهنگی - اجتماعی اشیا به‌جای نمایش و تفاخرشان یا کاربردشان در آن زمان غلبه داشت زیرا سیمین در یکی از نامه‌های استنفورد می‌نویسد: «... شب آن روز رفتم به یک محله‌ی مکزیکی که انگار مکزیکی بود و چنانکه برایت نوشته‌ام در آن محله چند تا اسباب‌خانه و کاردی خریدم که عیناً برایت فرستادم» (همان، ۲۲۲) و جلال هم پاسخ می‌دهد که: «از این نوع کارت‌ها یعنی از این نوع زینت‌ها و یادگاری‌های سفر بخر. بسیار یادگاری‌های خوبی است و در ضمن لابد ارزان هم هست» (همان، ج: ۲۸۲: ۲). این اشیا فارغ از وجه مادی ناچیزشان برای ایشان نوعی ماده‌ی اجتماعی هستند که پیرنگ داستان‌ها و نوشته‌هایشان را تشکیل می‌داد. چنانکه سیمین در مقاله‌ی شوهر من جلال می‌نویسد: «... کوشش جلال برای کارش و نوشته‌اش در حد فداکاریست... سفر می‌رود و با چه ریاضتی و جب به جب خاک این کشور را گاه با پای پیاده و گاه با وسایل محقر می‌پیماید و با سلوکی دردناک با همه گروه مردمی دمخور می‌شود. به همه سوراخ سمبه‌ها سر می‌کشد و عکس و طرح و یادداشت بر می‌دارد...» (دانشور، ۱۳۷۱: ۸). بنابراین این یادگاری‌های محقر، از بادزنگ چینی گرفته تا دماسنج دیواری روسی، اگرچه بر ارزشی کمی و محدودیت بودجه‌ی این زوج در خرید یادگاری‌ها دلالت دارد اما نشان‌دهنده‌ی آثار سرزمین‌هایی است که پژوهشگرانه درنور دیده‌اند. این اشیا واسطه‌ی برقراری ارتباط، جمع‌آوری اطلاعات و نگارش آثاری هستند که رد پای آنها را می‌توان در آثار سیمین و جلال یافت (تصویر ۱۶ و ۱۷).

اثاث در رویدادهای خصوصی

رویدادهای خصوصی زندگی سیمین و جلال را شاید نتوان چندان خصوصی به حساب آورد زیرا هر دو در داستان‌هایی که به جای گذاشته‌اند حوادث زندگی خصوصی خود را روایت کرده‌اند. شاید هم این خاصیت نویسنده بودن است که نه فقط در محیط پیرامونش بلکه در تمام وجوه زندگی خودش روایتی پیدا می‌کند. مثلاً سیمین در جزیره‌ی سرگردانی می‌نویسد: «... هستی در کتابخانه‌ی جلال روی تختی که جلال بارها رویش خوابیده بود دراز کشید... عکس‌های جلال به دیوار مقابل قفسه‌هاست. عکس پدرش هم با عبا و عمامه‌ی سیاه هست. عینک، ساعت مچی، جورواجور قلم‌های خودنویس و مداد و خودکار را سیمین همانطوری که در زمان حیات جلال بوده روی میز تحریرش رها کرده... کوله‌پشتی سفر او با عصاهایش در

گوشه‌ی اتاق هست...» (دانشور ۱۳۸۴: ۲۶۳). به همین دلیل اثاث این خانه کیفیت نشانگی پیدا کرده‌اند: آنها فقط چیزهایی نیستند که به دلیل ویژگی‌های بالفعل و کارآیی‌شان استفاده قرار می‌شوند بلکه بازیگران حوادث تلخ و شیرین اهل این خانه شده‌اند که در واقعیت و داستان حضور دارند: «... تلفن زنگ می‌زند. تلفن روی میز کوچکی در راهروست. هستی گوشه‌ی را بر می‌دارد...» (همان، ۵۶) (تصویر ۱۶). هنوز هم تلفن روی میز کوچکی در راهروی خانه منتظر هستی است و قفسه‌های اتاق جلال مملو از کتاب و قلم و چیزهای دیگر. اما بی‌شک یکی از مهم‌ترین رویدادهای خصوصی این زوج تلاش برای فرزندآوری است. فرزندآوری - یکی از مهم‌ترین رویدادهای خصوصی این خانه فقدان فرزند است. غیاب کودک در تمام خانه پر شده حتی از ابتدای ساخت خانه هم اتاقی برایش در نظر گرفته نشده و یا در تمام قفسه‌ها و طاقچه‌های خانه این غیاب با تصاویری از خواهرزاده‌ای یا برادرزاده‌ای پر شده است. عکس‌ها اشیایی هستند که با به یادآوری اندوه غیاب را برای مان کم‌رنگ‌تر می‌کنند در حالی که خود نشانه‌ی غیاب هستند. به علاوه، در کنار میز تحریر اتاق سیمین، آینه‌ای قدی در دیوار وجود دارد گویی آینه قرار است تصویر سیمین را انعکاس بدهد چنانکه در تمام عکس و نقاشی‌های چهره‌اش منتشر شده و جلال خانه را با سیمین پر کرده است: «... راستی برایت نوشته‌ام که آن عکس هندی پوشیده‌ات را داده‌ام محمص بزرگ کند. گرچه مزخرف خواهد کشید ولی به هر صورت کاری است. اگر خوب شد نگهش می‌دارم اگر نه که هیچ»^{۳۲} (جعفری، ج ۲: ۳۴۶).

در واقع، انعکاس بهانه‌ای برای پرکردن تهی بی‌فرزندگی میان این زوج است و درد و دل جلال در سنگی بر گوری نشان از عمق این رنج در زندگی ایشان دارد: «... تو که به هر صورت باید پیر بشوی و زنت. چه دلیل برای پیرشدن دارید؟ و اصلاً چه موجبی برای بودن برای قدرت پیری ذخیره کردن... نه اینکه صبح تا شام زن و شوهر جلوی روی هم بنشینیم، درست همچو دو آینه و شاهد فضایی پر از خالی باشیم یا پر از عیب و نقص. آخر یک چیزی در این وسط، میان دو آینه باید بدود تا بی‌نهایت تصویر داشته باشیم» (آل احمد، ۱۳۸۹: ۲۰). سیمین و جلال تلاش‌های زیادی برای فرزندآوری انجام می‌دهند که بی‌نتیجه می‌ماند. پس از فوت جلال، سیمین خواهرزاده‌ی خود، لیلی ریاحی، را به عنوان فرزند معنوی خویش اعلام می‌کند و ثلث دارایی خود را طی وصیت‌نامه‌ای به او می‌بخشد. بنابراین به نظر می‌رسد در این خانه تصاویر کودکان فامیل و دوستان به مثابه وسایلی هستند که از کارکردی بالفعل در روایت بی‌فرزندگی این خانه به کارکردی بالقوه رسیده‌اند: هم می‌خواهند غیاب فرزند در این خانه را پرکنند و هم آن را دائماً یادآوری کنند (تصویر ۱۸).



تصویر ۱۸. تعدادیاز تصویر کودکان در دکور اتاق نشیمن (مأخذ: آرشیو سازمان زیباسازی شهرداری تهران)



تصویر ۱۷. دماسنج یادگار سفر جلال به روسیه (مأخذ: آرشیو سازمان زیباسازی شهرداری تهران)

نتیجه‌گیری

در این مقاله با ترکیب چهارچوب نظری هره و بودریار با روش روایت پژوهی وبستر و مرتوآ نقش و جایگاه اشیا را در زندگی سیمین و جلال بررسی کردیم. برای این منظور از اثاث موجود در خانه‌موزه، عکس‌ها، آگهی‌های تبلیغاتی، آرشیو سازمان زیباسازی شهرداری، مطالعه‌ی میدانی و نامه‌های سیمین و جلال به‌عنوان اسناد قابل دسترس استفاده کردیم و معلوم شد اشیا در سه رویداد بیرونی، درونی و خصوصی زندگی این زوج با کارآیی‌های بالقوه یا بالفعلی که داشته‌اند گفتمان عینی یا ذهنی اشیا را تولید کرده‌اند. باتوجه به کارکردهای نشانه‌ای اشیا مانند شکل‌گیری یا استحاله‌ی یک رویداد گفتمان‌های ذهنی متنوعی تولید شده که الزاماً موافق با گفتمان ذهنی آگهی‌ها نیست (مانند خودنویس). در رویداد بیرونی فراغت از سیاست فرصت ساخت خانه و تعویض اثاث را در اختیار جلال می‌گذارد. سیمین و جلال که به دلیل اقتضائات زندگی روزمره و مراوده با طبقات مختلف اجتماعی ناگزیر از تهیه‌ی اثاث مدرن بودند، سعی می‌کردند با راه‌های مختلفی از مصرف‌گرایی در زندگی پرهیزند؛ مثلاً، جلال با تعمیر^{۳۳} و نگهداری اثاث سعی می‌کرد از مصرف‌گرایی تابوشکنی کند و سیمین با قناعت. در میان رویدادهای درونی نیز اشیا یا واسطه‌ی خلق رویداد بودند (مثلاً، هدایا و یادگاری‌هایی که زمینه‌ساز مراودات اجتماعی و آشنایی با سایر فرهنگ‌ها) یا کارکرد بالفعل آنها (مثلاً، خودنویسی که جلال روز دفاع دکتری به سیمین هدیه داد) اهمیت دارد. مهم‌ترین رویداد خصوصی این زوج مسئله‌ی فرزندآوری بود که قاب عکس‌های متعدد کودکان فامیل در طاقچه‌ها کارکرد بالقوه‌ای در فراخوانی غیاب کودک و تمایل این زوج به داشتن فرزند را برعهده دارد. به‌طورکلی می‌توان گفت گردآوری اثاث این خانه بیشتر متأثر از رویدادهای درونی و خصوصی ساکنان خانه (یعنی ضرورت‌ها و نیازهای‌شان) بوده است و رویدادهای بیرونی مانند ترویج مصرف‌گرایی و سبک زندگی جدید در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ ش. بر انتخاب اثاث تاثیر کمتری گذاشته است.

پی‌نوشت‌ها

1. brand
2. J. Fisk
3. P. Bourdieu
4. J. Baudrillard
5. G. Debord
6. H. Marcuse
7. T. Veblen
8. R. Barthes
9. L'Empire des signes
10. The system of objects [Error! Hyperlink reference not valid.](#)
11. G. Printce (1942)
12. L. Webster
13. P. Mertova
14. R. Harre
15. social substance

۱۶. Environment affordance قابلیت محیطی از نظر گیبسون به امکانات و شرایطی گفته می‌شود که امکان عمل را فراهم می‌کند و انسان این توانایی را دارد که محیط را برای فعالیت‌ها خود تغییر دهد و تناسب نماید.
17. James J. Gibson (1904-1979)
18. V. Propp (1895-1970)
۱۹. برگه‌ای در ویرتین خانه‌موزهی سیمین و جلال هست که طرح اولیه‌ی خانه روی آن رسم شده و جلال زیر آن نوشته مدتی که منتظر بستچی بوده طرح مقدماتی خانه را کشیده است.
۲۰. نامه‌های سیمین و جلال در یک مجموعه‌ی سه‌جلدی توسط مسعود جعفری جمع‌آوری شده است.
۲۱. اجاق با گرمای خشک، منبع دیکشنری آنلاین آبادیس در تاریخ ۱۴۰۰/۳/۲۹
۲۲. جمعیت شهری ایران که در ۱۳۲۰، ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر بود در ۱۳۵۰ بالغ بر ۱۵ میلیون و ۷۱۰ هزار نفر می‌شود. نسبت جمعیت شهری به روستایی نیز که در دهه‌های ۱۳۲۰ و ۱۳۳۰، ۲۱ درصد به ۲۷ درصد بود در دو دهه‌ی ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ به ۴۶ درصد و ۳۳ درصد افزایش می‌یابد (میرسپاسی، ۱۳۸۵:۱۴).
23. Gio Ponti
24. . Error! Hyperlink reference not valid. 1/4/1399 تاریخ
25. Kelvinator
26. Vintage Kenmore
27. Kenwood
28. ABC
۲۹. شرکت رمینگتون پس از نوآوری‌ها در تولید اسلحه و ماشین تحریر در ۱۸۸۰ چرخ خیاطی تولی کرد. با توجه به پیچیدگی‌های تولید اسلحه و ماشین تحریر می‌توان حدس زد که صنعت تولید چرخ خیاطی نیز پیچیده است. برای مطالعه‌ی بیشتر ر. ک به طراحی صنعتی از الف تا یاء، نویسندگان: شارلوت و پیترو فیل، مترجم: منیره سادات نقوی، تهران: دانشگاه آزاد واحد یادگار (۱۳۹۶).
۳۰. Error! Hyperlink reference not valid. در تاریخ ۱۲۹۹/۴/۱
۳۱. در ویرتین‌های دیواری اتاق کار سیمین یک سنجاق یقه‌ی نقره‌ای با طرحی از گل شیپوری وجود دارد.
۳۲. البته نباید فراموش کرد سیمین ۴۲ سال پس از جلال زیست و فرصت بیشتری برای مکرر شدن تصاویر او در خانه بود.
۳۳. «برای مسلط شدن بر ماشین باید آن را ساخت. چنانکه دارنده‌ی طلسم یا تعویذ مالک آن نیست بلکه به نوعی مملوک آن است... به آن پناه می‌برد... اما همین دارنده‌ی طلسم اگر روزی آن را گشود و پی به مفهوم کلمات و اشکالش برد آیا دیگر ترسی و رعبی در دلش باقی خواهد ماند؟...» (آل‌احمد، ۱۳۴۲: ۱۲۰).

فهرست منابع

کتاب‌ها

- آبراهامیان، یرواند (۱۳۸۹). ایران بین دو انقلاب، مترجمان: احمد گل محمدی و محمدابراهیم فتاحی، تهران: نی.
- آل‌احمد، جلال (۱۳۸۹). سنگی بر گوری. تهران: ژکان.
- آل‌احمد، جلال (۱۳۴۳). مثلاً شرح احوالات، در یک چاه و دو چاله، تهران: رواق.
- آل‌احمد، جلال (۱۳۴۱). غربزدگی، تهران: رواق.
- ابوت، اچ. پورتر (۱۳۹۸). سواد روایت (مترجم: رویا پورآذر و نیما م. اشراقی). تهران: اطراف.
- بارت، رولان (۱۳۸۴). امپراتوری نشانه‌ها (مترجم: ناصر فکوهی). تهران: نی.
- بودریار، ژان (۱۳۹۴). نظام اشیا (مترجم: پیروز ایزدی). تهران: ثالث.
- پارسی‌کیا، فرشید (۱۳۹۳). صد آگهی مطبوعات دهه ۲۰ تا ۵۰. تهران: ایده خلاقیت.
- ترکمن، شاهین (۱۳۹۶). سرخ و سیاه سی سال تبلیغات به روایت سیته. تهران: سیته.

- جعفری، مسعود (۱۳۸۴). نامه‌های سیمین دانشور و جلال آل احمد ج ۱ و ۲. تهران: نیلوفر.
- حبیبی، سید محسن (۱۳۸۵). شرح جریان های فکری معماری و شهرسازی در ایران معاصر. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی.
- دانشور، سیمین (۱۳۸۰). جزیره سرگردانی. تهران: خوارزمی.
- دانشور، سیمین (۱۳۷۱). غروب جلال. قم: خرم.
- مدنی پور، علی (۱۳۸۱). تهران، ظهور یک کلانشهر (مترجم: حمید زرآوند) تهران: شرکت پردازش و برنامه ریزی شهری.
- وبستر، لئونارد؛ مرتوا، پاتریس (۱۳۹۸). روش تحقیق روایت پژوهی: آشنایی با به کارگیری تحلیل روایتی، رویدادهای کلیدی در پژوهش روایت (مترجمان: حسن بودلایی و نرگس قلی زاده) تهران: اندیشه احسان.

مقالات

- اکبری، کمال و لطفی خاچکی، بهنام (۱۳۹۷). تحلیل نشانه‌شناختی آگهی های بازرگانی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران از منظر سبک زندگی. رسانه‌های دیداری و شنیداری. پاییز ۱۳۹۷ (۲۷)، ۱۵۰-۱۸۶.
- بسکی، سهیلا (۱۳۷۶). گاه شمار تحولات شهرسازی جدید در ایران. آبادی، سال هفتم (۲۶). ۲۴-۴.
- زندگی، لیلا (۱۳۹۷). قلمرو خانه‌موزهی سیمین و جلال. فرهنگ موزه، بهار و تابستان ۱۳۹۷ (۱۶ و ۱۷). ۱۲۱-۱۲۷.
- مالمیر، مهدی و نصرتی، روح... (۱۳۹۲). تحلیل نشانه‌شناختی الگوهای مصرف در آگهی های بازرگانی تلویزیون. پژوهش های انسان شناسی ایران. پاییز و زمستان ۱۳۹۲، (ش ۲). ۷۷-۵۸.
- متولی، عبدالله و شعبانی، امامعلی و قنواتی، ماندانا (۱۳۹۴). آسیب‌های اجتماعی-فرهنگی ناشی از آگهی های تبلیغات در نشریات عصر قاجار، مطالعات تاریخ فرهنگی: پژوهش نامه انجمن ایرانی تاریخ. تابستان ۱۳۹۴. (۲۴). ۱۱۵-۱۴۰.
- نجیبی، سید احمد (۱۳۹۷). نگاهی به مطالعات اولیه‌ی خانه‌موزهی سیمین و جلال؛ تولد یک خانه‌موزه. فرهنگ موزه. بهار و تابستان ۱۳۹۷ (۱۶ و ۱۷). ۱۱۲-۱۲۰.
- Harre, R. (2002). *Material objects in social worlds, Theory, Culture and Society*. 19(5/6):23-33
- هفته‌نامه تماشا، شماره‌های ۲۶۲، ۲۶۵، ۲۷۷، ۲۷۹ براساس استعلام از کتابخانه‌ی ملی این شماره‌ها در بازه‌ی زمانی خرداد ماه تا تیر ماه ۱۳۵۵ به چاپ رسیده‌اند.

Received: 2020/12/28

Accepted: 2021/09/23

Narrative Inquiry of Furniture in the House-Museum of Simin and Jalal

Monireh S.Naghavi, Ph.D. candidate, Art research, International faculty of Farabi, Art university, Tehran, Iran

Afsaneh Kamran, Faculty member, Graphic design, Kharazmi university, Tehran, Iran

Abstract

Problem Statement: This essay is about the furniture of the Simin and Jalal's house-museum. We know that the new lifestyle has been spread through buying new the products during 1960's and 1970's Ad. . In this essay we have observed how Simin Daneshvar and Jalal Al-ahmad have faced with the spreading of new lifestyle in ads. First, we have gathered the data of this assay through visiting this house-museum, then by reading Simin and Jalal's writings and letters we found their idea about the furniture, and finally, we asked from the archive of Tehran Beautification Organization for more data.

Research Objectives: Finding the impact of the ads on the Simin and Jalal's lifestyle is the main idea of this assay and observing the Simin add Jalal's manners for dealing with the new life style is another aim of this essay. We want to know whether they had been buying new products for their house or not and how they had faced with modernity as an intellectual couple.

Research Method: We have used the theories of Baudrillard and Harre about objects as our theoretical structure. Then, we have used the narrative inquiry method from Webster and Mertova for analyzing details. So, we have gathered the ads of furniture and products from 60's to 70's, the letters of Simin and Jalal, and some photo from the archive of Tehran Beautification Organization. We found out some furniture had been mentioned in Simin or Jalal's letters. By following the narration of each pieces of furniture we could observe the role of new furniture in their lives.

Results: We have found out that we can divide the furniture and objects of this house-museum according to the Harre's idea. He suggested to divide objects according to their usages in the narration. So, some objects have potential usages. These objects can be used in future situation. Other objects have practical usages, they are used just for their usages. In addition, some of the furniture belongs to inner happenings. Some personal events are inner happenings that are marked with some objects. But other objects take part into outer happenings. Meanwhile, other objects try change the narration path. These objects can change lifestyle and the social class. The results showed that although ads and propogandas were affected the residents of this house, they have bought a piece of furniture for personal reasons, usually. In fact, Simin and Jalal were care about returning to self-values and preventing from consumerism. Finally, we have understood that although Simin and Jalal used to buy modern furniture and change their social class, they also bought according to their needs at inner or outer happenings. They less care about ads or propoganda for spreading new lifestyle during 1960's and 1970's years.

Keywords: Furniture, Social substance, House-museum, Narrative inquiry, Semiotics