

پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران
دوره ۴، شماره ۲
پاییز و زمستان ۱۳۹۳، صص ۱۳۹-۱۲۵

گذشته به مثابه کالای مصرفی

لیلا پاپلی یزدی*
آرمان مسعودی**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۱۰/۳۰
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۸/۱۸

چکیده

مدرنیسم نسبت انسان را با گذشته تغییر داد، انسانی که خود را حاصل فرایندی اسطوره‌ای و زمان را موجودیتی ازلی _ ابدی می‌دانست ناگاه با وجه مادی و شک‌برانگیز تاریخ مواجه شد، با پرسش ما از کجا آمده‌ایم؟ انسان مدرن گذشته را به مثابه ابژه‌ای در نظر می‌گیرد که باید مورد واکاوی قرار گیرد. از این رو او نخستین انسان تاریخی است که دست به کاوش در خود و بقایایش می‌زند. از این واکاوی مواد فرهنگی به دست می‌آیند، موزه برای نمایش این آثار ساخته می‌شود تا چشم مخاطبان را روی کالاهایی خاص و تمایزساز باز کند. از سوی دیگر جامعه مدرن جامعه‌ای به شدت مصرف‌گرا است. برای انسان مدرن، گذشته نیز چون دیگر چیزها به مصرف می‌رسد، گاه چون کالایی‌شان‌زا، گاه در شکل هویتی برساخته از پیشینه و گاه در قالب هنری؛ اما جامعه مصرفی با انبوهی از زباله‌هایی از گذشته که توسط باستان‌شناس به دست می‌آید مواجه است، حال این جامعه مصرفی با این دست مواد که بیشترشان شانس آن را نیز ندارند که پشت شیشه‌های ویترین قرار بگیرند چه خواهد کرد؟ آیا ماهیتاً این ”چیزها“ی تاریخ‌مند خود به زباله تبدیل نخواهد شد؟ این پرسش اصلی‌ترین سؤال مقاله حاضر است.

کلید واژگان: جامعه مدرن، کالای شأن‌زا، ماده باستان‌شناختی، مصرف‌گرایی، موزه، هنر.

papoli@gmail.com
armi.mass@gmail.com

* هیئت علمی مدعو دانشگاه فرای، برلین
** کارشناس ارشد باستان‌شناسی

مقدمه

تصور کنید که باستان‌شناسان چند صد سال دیگر کوه‌های زباله‌های الکترونیکی و ایستگاه‌های تلویزیون را حفاری می‌کنند، ساختمان‌های موزه بزرگ‌تر می‌شوند (استیونس، ۲۰۰۱) و موزه‌های جدیدی با موضوعات جدید شکل می‌گیرد، موزه‌هایی که انبارهای آنها آکنده از اشیایی است که شانس قرارگیری در پشت ویترین را نداشته‌اند. گذشته‌ای که انسان چند سده دیگر برای خود خواهد ساخت مبتنی بر رخدادهای حال ما است، بر مواد فرهنگی امروزه ما و تفسیرها و البته انتخاب‌هایی که باستان‌شناسان آینده خواهند داشت.

فرایند اندیشیدن انسان مدرن به گذشته خود، پایان‌ناپذیر است. او از فهم و باز فهم گذشته خود خسته نمی‌شود. ممکن است موضوعات مورد علاقه او نسبت به گذشته تغییر کنند و به اصطلاح به روز شوند، اما هیچ‌گاه کنکاش در گذشته را رها نکرده است. کاویدن گذشته، امروزه نه فقط یک شغل یا دانش که راهکاری برای بازتعریف سرمایه‌دارانه جهان است: گذشته هم سرمایه‌ای قابل مصرف است، سرمایه‌ای که هرکس از آن بیشتر برخوردار است را در معرض "استعمار" بیشتر قرار می‌دهد. سؤال این است، دنیایی که خود را غرق اشیاء مصرفی کرده است، سرانجام با خیل عظیم مواد فرهنگی به‌دست‌آمده از کاوش‌های باستان‌شناختی چه خواهد کرد، موادی که این زمانی نیستند، قابل مصرف روزمره نیستند و بازیافت آنها قاعدتاً باید توجیهی را داشته باشد؟

به نظر می‌رسد تغییر نگاه انسان مدرن نسبت به خود، تغییر نگاهش نسبت به گذشته‌اش را نیز به دنبال داشته است (بنگرید به توماس، ۲۰۰۰). درواقع "گذشته" کالای مصرفی جدید دنیای مصرف‌زده مدرن است (آرنولد و دیگران، ۱۹۹۸)، گذشته‌ای که نه فقط در شکل اشیای موزه‌ای که در شکل برند و لوگو و اسباب‌بازی به مصرف می‌رسد (هلتفورد، ۲۰۰۷). گویی انسان، امروز بیش از آنکه از حالش اطلاع داشته باشد از گذشته‌اش می‌داند و هویت زمان حال به گونه‌ای معقول به گذشته متصل است، آینده نیز در پرتو فهم اعضای جامعه از آنچه در گذشته روی داده است به وقوع می‌پیوندد (گیدنز ۱۳۹۱: ۱۱۰)؛ گذشته‌ای که کشف و شناسایی و مصرفش توجیه‌هزاران دلاری است که در سال خرج باستان‌شناسی، موزه‌داری و رشته‌هایی از این دست می‌شود، آن هم در سرزمین‌هایی که قسمت بزرگی از جمعیت با مشکلات روزمره معیشتی مواجه است. واقعیت اما این است که امروز ما در جهانی می‌زییم که حتی بر سر هویت برساخته از این مواد فرهنگی ممکن است جنگ رخ دهد (بنگرید به مک گوایر، ۲۰۰۸). جهان مدرن گذشته‌اش را مصرف می‌کند و نشانگان مادی این مصرف مکان‌های بزرگی بنام موزه است که زباله‌هایشان زایی در آن نگهداری می‌شود، مکان‌هایی که در هر شهر بزرگ و کوچک جهان مدرن یا حتی فرا مدرن حضور دارد.

جهان مدرن گذشته را مصرف می‌کند

بهبتر است مدرنیته را به مثابه جهان‌بینی تازه‌ای به شمار آورد که از قرون ۱۷ و ۱۸ میلادی شکوفا شد (پیین، ۱۹۹۵: ۱۷). یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مدرنیته، موضعی‌ای است که در

خصوص گذشته برای خود وضع می‌کند (گراس، ۲۰۰۹). اگر برای انسان پیشامدرن گذشته "خود" او است و خود را دنباله اسطوره‌ای "گذشته" می‌بیند برای انسان مدرن گذشته "دیگری" است (بنگرید به لویانس، ۱۹۸۷)، دیگری‌ای که بدنش را می‌توان کالبدشکافی کرد (لاکور، ۱۹۹۰)، اندامش را بیرون ریخت و مورد مشاهده قرار داد و حتی از تکه‌های بدن‌های برجای‌مانده از گذشته بدن نوینی به وجود آورد. انسان مدرن نمی‌توانست هویت خود را همان هویت گذشته بیندازد و هیچ تمایلی نداشت که رویکردهای مدرن را به فهمی پیشاروشن‌گرانه (لای، ۲۰۰۹) وصل کند. او مدرن شده است و مدرن‌شدگی را به مثابه تولدی نو یا روشن شدن^۱ می‌بیند. اطلاق همین نام‌ها نشان از آن دارد که انسان مدرن تا چه حد انسان غیرمدرن را غرق در "عدم" می‌انگارد و بنابراین بینشش و گفت‌مانش نسبت به او گفتمان از بالا و به شدت نقادانه است (احمدی ۱۳۹۰: ۴۵). انسان مدرن خود را در جای انسان پیشامدرن قرار نمی‌دهد بلکه خود را روبه روی او قرار می‌دهد: چرا تو مانند من زندگی نکرده‌ای؟ و در این میانه معیار، خود او است، این "خود" که آدم گذشته را به مثابه دیگری‌ای بسیار دور و فاصله‌دار از خود می‌بیند.

در واقع می‌توان گفت که در گفتمان مدرن سنت بر گذشته متمرکز شده است و مدرنیته بر آینده. با انقلاب صنعتی و پیشرفت علوم و تقسیم‌کار صنعتی، شاهد پیدایش بعدی تازه از دگرگونی و انهدام رسوم و فرهنگ‌های سنتی در صحنه زندگی اجتماعی هستیم. انقلاب نیروهای مولد، موجبات تحولات (بنگرید به پلز، ۱۹۹۸؛ گیسمر و هورست، ۲۰۰۴) عمیقی را در مدرنیته فراهم آورد که تحول‌گذار از تمدن کار و پیشرفت به تمدن مصرف و تفریح بود (بنگرید به بودریار، ۱۳۸۹). حال جهان مدرن، این جامعه مصرفی، نیازمند فزونی ماده است. در دو قرن اخیر اشیاء دائماً تولید و سریعاً مصرف و به دور انداخته می‌شوند (اوتکا، ۲۰۰۸؛ راپا، ۲۰۰۲) و در نهایت سرمایه (کاپیتال) جیب‌هایش پر می‌شود، زندگی در این دوران که می‌توان آن را عصر فزونی اشیاء نامید، خود مستلزم سرعت است (بنگرید به گودی، ۲۰۱۳)، سرعتی که بی‌وقفه سریع و سریع‌تر می‌شود، در کنار آن تشدید کار انسانی موجبات تولیدات انبوه را فراهم می‌آورد (پی، ۲۰۱۲). اشیایی تولید می‌شوند که به سرعت مصرف و بعد از مدتی جای خود را به شیء دیگر می‌دهند (بیدون و نیسن، ۱۹۹۸). در هیچ دوره‌ای از زندگی انسان این همه اشیای بی‌کارکرد حیاتی تولید نشده است، کمدهای طبقه‌های متوسط پر از لباس و کفش است و کابینت‌ها پر ظرف و انسان بی این اشیاء، اشیایی که کارکردشان تنها خریداری شدن است حس بیگانگی با جهان می‌کند. در این بین برخی کشورها چون چین و ویتنام و تایلند از شکل کشور به کارخانه‌های عظیم تولید مواد "بی‌کارکرد و کارکرد دار" تبدیل شده‌اند که هر روز هزاران تن بر اشیای قابل مصرف جهان می‌افزایند.

هر فرد در دوران مدرن و پسامدرن در طول زندگی خود، مصرف اشیاء متفاوتی و با کارکردهای خاص و نه چندان مورد نیاز را تجربه می‌کند. این است که شاید عصر فزونی

^۱ renaissance

اشیاء را بتوان دوران نوستالژیا نامید. دورانی که به واسطه تغییرات سریع اشیاء و به دور انداختن آنها، خاطراتی نیز که با آنها به وجود می‌آید تولید و به سرعت مصرف می‌شود. این است که گاهی اشیایی نظیر گرامافون و تلویزیون سیاه و سفید که اکنون جزو زباله‌های این جهان مملو از جسم محسوب می‌شوند، با تغییر معنادهی، حکم شیء نمادین (هادر، ۱۹۹۱) را در خانه‌های ما ایفا می‌کنند و با معنادهی جدید (بنگرید به میلر، ۲۰۰۷) این بار به مثابه آیگون‌های گذشته دوباره و دوباره مصرف می‌شوند (هامز، ۲۰۱۳). چیزها در جهان مدرن خلق نمی‌شوند که بمانند، خلق می‌شوند که مصرف شوند و دور ریخته شوند.

جامعه مصرفی و یا بهتر بگوییم، تمدن زباله‌ساز (بودریار، ۱۳۸۹: ۴۶) به واسطه دورریزهای بی‌شمارش، برای بقای خود به اشیاء نیاز دارد، در فرایند تولید اشیا (گودوین و دیگران، ۱۹۹۶؛ گلیکمن، ۱۹۹۹) بعضاً اهمیت کمیت بر کیفیت غلبه پیدا می‌کند تا بتواند مدتی از آن استفاده نماید و بعد آن را به دور اندازد. در واقع قهرمانان مصرف برای ادامه این روند به نابودی اشیاء نیاز دارند. آنها اشیاء را مصرف و باقی آنها را دور می‌ریزند (کلارک، ۲۰۰۳). جامعه مصرفی برای مصرف نیاز دارد که همه چیز را شیء‌واره ببیند: بدن، جنسیت (فلک، ۱۹۹۴)، رؤیاهای، احساس، واقعیت (دیبری، ۲۰۱۲) و حتی گذشته را؛ اما جهان مدرن اساساً چرا و چگونه گذشته را مصرف می‌کند؟

مدرنیته با این ادعا که گذشته را سپری کرده و نسبتش با آن نسبت بررسی و پژوهش است (کالینگوود، ۲۰۰۸)، نگاه خاصی را به گذشته تحمیل می‌کند. در این نگاه، مدرنیته به درون روندی دایره‌ای از تغییرات وارد می‌شود که در آن همه اشکال گذشته، جوهر خود را از دست داده‌اند. بودریار (۱۳۸۹ ب: ۲۶) بر این باور است که جامعه مصرفی واقعیت را پیشاپیش و با نگاه به گذشته به مصرف می‌رساند؛ اما فاصله‌ای که میان او با گذشته برقرار است را با نشانه‌هایی پر می‌کند که در گفتمان باستان‌شناسانه به آن "ماده فرهنگی" می‌گویند (لوفگرن، ۱۹۹۷). آنها در ستایش اشیاء، موزه‌هایی را بر پا می‌کنند تا حضور "خسته" آنها را که گرد هزاره‌ها بر رویشان نشسته است به تماشا بگذارند. اشیایی که هر یک به تنهایی زندگی و سرنوشتی را پشت سر گذاشته‌اند و در زیر خروارها خاک حکم دورریز را داشته‌اند و اینک به واسطه باستان‌شناسی مجدداً دارای زندگی جدید می‌شوند. مصرف گذشته یا بهتر بگوییم بازیافت آن به این معنا است که اشیایی که روزگاری مصرف شده‌اند، دوباره پیدا و مجدداً معنادهی می‌شوند و به مصرف می‌رسند، البته مصرفی دیگرگونه که با کارکرد اولیه شیء متفاوت است. این‌گونه مصرف، از آن‌گونه مصارفی است که به قول وابلن، جنبه خودنمایی دارند (وابلن، ۱۹۹۴). در واقع گذشته به عنوان "کالایی خاص" به مصرف می‌رسد. کالایی که رضایتمندی مصرف‌کننده را به همراه می‌آورد و آن را متمایز می‌کند. هر جامعه‌ای که از کالاهای خاص بیشتری برخوردار باشد، متمایزتر از بقیه جوامع محسوب می‌شود و این را می‌توان مصرف کالای تمایزساز به شمار آورد مصرفی که می‌توان آن را در منطق‌های نشانه‌ای مصرف دسته‌بندی کرد (بودریار، ۱۳۸۹: ۱۸۹).

با نگاهی به تاریخچه باستان‌شناسی نیز می‌توان به این نتیجه رسید که بستری که باستان‌شناسی در آن رشد کرد هم‌زمان با دوران مدرنیته است و در راستای آن نیاز به مصرف ماده‌ای که چنین جامعه‌ای بر مبنای آن در حال رشد است و ماده‌ای که توسط باستان‌شناس تولید می‌شود در یکجا عرضه می‌شود: موزه. موزه محل نگهداری مادیت‌های برجای‌مانده از زمان است. در واقع موزه بنای تقدیس‌شده‌ای است که اشیای باز پس‌ستانده از مالکیت خصوصی را به نمایش می‌گذارد و به واسطه خنثی‌سازی اقتصادی می‌تواند پذیرای اشیای "ناب" باشد (بوردیو ۱۳۹۰: ۳۸۰).

موزه گویی جایگاه مکان مقدس دوره پیشامدرن را گرفته است. تماشایی که از ورای ویتترین و در پشت شفافیت شیشه، وضعیت مبهم و فاصله کالا را حفظ می‌کند (بودریار، ۱۳۸۹: ۲۶۴)، شبیه تماشای پیکره‌های بزرگ اوزیس و اوزیریس و هرمس از پس ده‌ها ستون در معابد مصری سلسله‌های جدید است، دیدن و ندیدن و ماندن در آرزوی لمس. در موزه برخلاف گالری، اشیاء برای فروش در پشت ویتترین قرار داده نمی‌شوند، مصرف گذشته جنبه‌ای نمادین دارد. در واقع ما در حین مصرف کردن اشیاء خودمان را تعریف می‌کنیم که بر اساسش می‌توانیم جایگاهمان را در یک نظم جهانی مشخص کنیم (بوردیو ۱۳۹۰ ب: ۳۲). مصرف گذشته از آن‌گونه مصارفی است که هر جامعه در راستای تفاوتش با دیگران تبیین می‌شود. ماده واقع‌شده در ویتترین، چون کالایی شاخص و ویژه به نمایش گذاشته می‌شود. هر یک در پشت ویتترین نقشی را بر عهده می‌گیرند. ویتترین‌هایی که به آنها فرصت نمایان شدن شخصیت‌هایشان را می‌دهند. کاراکترهایی جذاب برای مخاطبینی مشتاق که هرکسی برای دیدن آن باید پول بپردازد. پرداختی که در قبال آن کالایی، از آن فرد نخواهد شد و از آن شاید بتوان به عنوان مبادله‌ای نمادین (بودریار ۱۳۸۹: ۱۹۳) یاد کرد، مبادله نمادین کالاهایی که خود راویانی از گذشته‌اند. رویداد و روایت گذشته تنها زمانی قابل مصرف می‌شود که توسط زنجیره صنعتی تولید یا رسانه‌های جمعی تولید شود. این است که اشیاء موزه‌ای در قالب عکس، پوستر، مولاژ به مخاطب عرضه می‌شود و در ستایش آنان در رسانه‌ها سخن‌پراکنی می‌شود؛ به عبارت دیگر در این‌گونه شبیه‌سازی، تولید خلاقانه و ابتکاری وجود ندارد، بلکه تنها اشیاء بازتولید می‌شوند.

با این حال همه اشیا که از دل خاک به دست می‌آیند، بخت آن را ندارند که در پشت ویتترین‌های موزه قرار گیرند، در واقع نگاه مصرفی و وسوسه‌آمیز به گذشته نیز چون دیگر موارد با یک مسئله بحران‌زا روبه‌رو می‌شود: "اسراف". فراوانی اشیاء در جوامع با اسراف هم‌پوشانی پیدا می‌کنند. انبوهی از اشیاء که از نظر موزه‌ها "زیبا" یا هویت‌ساز نیستند و ارزش‌قرارگیری در پشت ویتترین‌ها را ندارند، در انبارهای موزه دوباره خاک می‌خورند (تصویر ۱).

این وضعیت در موزه‌های ایران هم مشاهده می‌شود. تنها کافی است سری به انبارهای موزه‌های داخل ایران مانند موزه ملی ایران بزنیم تا به حجم عظیمی از یافته‌های باستان‌شناختی که شانس قرارگیری در پشت ویتترین را نداشته‌اند پی ببریم. در حدود چهار

دهه پیش بخشی در موزه ملی ایران تأسیس شد که "پخشگاه" نام داشت. باستان‌شناسان اشیاء شناسایی‌شده را به این قسمت تحویل می‌دادند و بعد با ارائه مستندات و رسید به مطالعه می‌پرداختند. با حذف این بخش بسیاری از اشیاء باستان‌شناختی موجود در انبار موزه ملی در شکل امانی و در جعبه‌های خود ماندند تا در دهه گذشته که تلاش متخصصان‌های برای سامان‌دهی اشیاء امانی پخشگاه صورت گرفت؛ اما در دولت‌های پیشین با مدیریت نامتخصصانه موزه ملی وضعیت نابسامان‌تر شد. به طور کلی با هر فعالیت باستان‌شناختی میدانی اعم از بررسی یا کاوش مواد فرهنگی، دست‌افزارها و مواد معدنی اعم از اسکلت، قطعات سفال، دورریزهای سنگی و... شناسایی یا به مؤسسات پژوهشی سپرده می‌شود و یا به موزه‌های هر شهرستان تحویل داده می‌شود. عموماً یافته‌های باستان‌شناختی در انبار موزه‌ها مجدداً طبقه‌بندی می‌شوند و جایگاه مخصوصی به آنها داده می‌شود تا پژوهشگرانی که قصد بررسی مجدد آنها را دارند، آثار مورد نظر را به راحتی از خیل انبوه دیگر یافته‌ها تشخیص دهند. با این حال امکانات اندک موزه‌های ایرانی به ویژه نبود امکانات آزمایشگاهی و بودجه‌های اندک پژوهشی سبب می‌شود بخش‌های پژوهشی در موزه‌ها عملاً مسکوت باقی بمانند. این در حالی است که وضعیت موزه‌ها در ایران به یک دلیل دیگر هم دچار مشکل است، اینکه فلسفه وجود موزه و چرایی آن همراه ساختمان موزه وارد ایران نشده است.

موزه‌ها در ایران همراه با عتیقه جویان فرانسوی وارد شد. موزه ملی تا سال‌ها حتی پس از الغای قراردادهای باستان‌شناسی قاجار در دوره پهلوی همچنان عرصه آندره گدار و فرانسویان در مقابل حضور روزافزون آلمانی‌ها و سپس آمریکایی‌ها باقی ماند (بنگرید به ایزاشات و ریزوی، ۲۰۱۱).

در دهه‌های اخیر شتاب روزافزون در ساخت موزه‌ها در شهرستان‌های مختلف و به ویژه با نگاه هویت‌یابانه و همچنین ساخت موزه‌های فضای باز بر بحران انباشت مواد فرهنگی افزوده است. مواد فرهنگی شناسایی‌شده در محوطه‌های مورد کاوش در بسیاری موارد به جایی شبیه پخشگاه فرستاده نمی‌شوند و در واقع امکان مطالعه کلی‌تر را به دست نمی‌آورند بلکه در شهرستان در موزه‌هایی که عموماً به "ساختمان" و "بخش نمایش" تقلیل می‌یابند انبار می‌شوند.

تصویر ۱: موزه‌ها زباله‌دانی‌های گذشته (زیرزمین موزه ملی ایران)



منبع: <http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=13910220000383>

موزه‌ها، زباله‌دانی‌های گذشته

جامعه مصرفی خود را هم مصرف می‌کند، در این میانه نیمه خودآگاهی دارد. فلسفه ding, thing بعد از انقلاب صنعتی پیدا می‌شود (هادر، ۲۰۱۳) و کلیت مدرنیسم رشته‌ای تدارک می‌بیند تا نه فقط چیزهای امروز که چیزهای گذشته را هم مصرف کند. جامعه زنده خودش را «صاحب» گذشته‌ای می‌داند که مرده و ساکت (جانسن، ۱۹۹۹) است، صاحبی که به خودش حق می‌دهد با جراحی و کالبدشکافی گذشته باز مصرفش کند. این رشته جدید، باستان‌شناسی، قرار است «آرکه»^۱ را بازکاود و «چیزهای» بیشتر برای مصرف جامعه امروز پدید بیاورد. «مد» به مثابه «مد» باستانی درست کند و هویت نو بسازد.

حدود دوپست سال است که عتیقه‌جویان و باستان‌شناسان کاوش می‌کنند (تریگر، ۱۹۹۵). هزاران شیء باستان‌شناختی شناسایی شده در انبارهای بزرگی به نام موزه نگهداری می‌شوند. هر شهر و حتی روستا موزه خودش را دارد. موزه‌هایی که به آن شهر و روستا هویت، پیشینه و گذشته و امکان گفتمان مدرن می‌دهد. گفتمانی که این روزها جز با ارجاع به گذشته باستان‌شناختی ممکن نیست: من هستم چون گذشته‌ای مادی دارم و موزه‌ای که می‌بینید گواه عینی این موضوع است.

^۱ Arche

نمادهای شهری، لوگوها و تابلوهای تبلیغاتی - توریستی و... اکثراً دارای موتیف‌هایی برگرفته از اشیایی است که از محوطه‌های باستان‌شناختی شناسایی شده‌اند. نبود چنین اشیایی در یک شهر یک فاجعه مدرن است، چگونه می‌شود بدون این اشیا هویت داشت؟ آیا قومیتی می‌تواند بدون گفتمان "ملت بزرگ قدیمی ما" دیالوگ مؤثری در جهان برقرار کند؟ آیا ممکن است توریست به شهری برود که در آن موزه نیست؟ شاید همین است که هر مجموعه شهری تلاش می‌کند برای هر پدیده‌ای موزه و پیشینه جور کند: موزه سکس، موزه آبجو، موزه سیگار و ... در این میان موزه‌هایی که مواد فرهنگی‌شان حاصل از کاوش باستان‌شناختی هستند موزه‌هایی هستند که مستقیماً با مسئله پیشینه سروکار دارند. موزه‌ها اما سعی می‌کنند "زیباترین" اشیایشان را نمایش دهند، حتی گذشته "شکنجه" باید باشکوه باشد.

اما در پس هر شیء "زیبای" نمایش داده شده در ویتترین هر موزه، ده‌ها شیء انتخاب نشده است که انبار می‌شود. انگار حفاری شده باشند که همان یک شیء "سلب‌بریتی شده" پیدا شود و برود پشت شیشه و آنهای دیگر همان‌طور توی انبار بمانند (بنگرید به استاکین، ۱۹۹۸). اشیای درون انبار مانده شبیه موش‌های آزمایشگاهی آزمایشگاه‌های زیست‌شناسی هستند: کناری می‌افتند، سوراخ می‌شوند، جهت مطالعات آزمایشگاهی کربن ۱۴ ممکن است سوزانده شوند یا برای نوشتن پایان‌نامه به دانشجوی تازه پژوهشگر شده داده شوند. آنها هم که تاریخ مصرفشان تمام می‌شود می‌روند توی کیسه و کناری گذاشته می‌شوند تا روزی که شاید پژوهشگری این اشیا به کارش بیاید یا نیاید.

شیء باستان‌شناختی نمایش داده نشده معمولاً درگیر سرنوشت تراژیک می‌شود. او یک بار تولید شده، مصرف شده و دور انداخته شده است و بار دیگر با کشف شدن توسط باستان‌شناس "رستاخیز" را تجربه می‌کند، بازمعنا می‌شود و اگر انتخاب نشود، مرگی دوباره را تجربه می‌کند و در آشغال‌دانی‌ای که نامش موزه است انبار می‌شود با این تفاوت که "زمینه‌اش" را از دست داده و با برچسب شماره‌ای به آن زده شده است و نامش محتملاً در فهرست مردگان سال حفاری‌اش ثبت شده است.

در دنیای مدرن اما خیلی چیزها که در دنیای پیشامدرن دورریز یا راهی گورستان می‌شدند راهی موزه می‌شوند، بدن‌های تکه‌پاره یا در حال تجزیه، حیوانات مرده، ته سیگار و وسایل تاریخ‌مصرف گذشته ضدبارداری. اینها مواد فرهنگی‌ای هستند که به شکلی دگر - خودآزار "باید" پروپاگاندای "رستگاری" برشان تحمیل شود. این چیزها نماد دارایی و قدرت هم هستند، شاهان و رییس‌جمهورها چیزهای گذشته‌شان را به هم هدیه می‌دهند و در شرایط استعمار سعی می‌کنند "چیزهای" گذشته همدیگر را برابند و در موزه‌های کشورهایشان انبار کنند. اگر روزگاری تسخیر خاک یک کشور نشانه ضعف سیاسی بود، امروز تسخیر چیزهای گذشته همان نشانه را دارد. توگویی موزه‌ها سلاخ خانه‌های دیروزند که تن پرکاه شده یا سر فلان رهبر اپوزیسیون را درش به نمایش می‌گذاشتند تا درس عبرتی شود (شافیلد و هریسن، ۲۰۰۴). در این میانه موزه‌های قدرتمندتر گاه لطف می‌کنند

و شیء‌های گذشته کشورهای دیگر را به آن دولت‌ها امانت می‌دهند تا مردم مدرن‌نشده کشورهای خاورمیانه یا یونان بدانند که گذشته‌هایشان هر چند باشکوه، اما لزوماً گذشته آنان نیست و در واقع این گذشته باشکوه پر “چیز” گذشته آنهاست که لیاقتش را دارند نه لزوماً گذشته آنها که در همان سرزمین زندگی می‌کنند.

هر شیء موزه‌ای شده اما قرار است “دیده شود”، قرار است عکس‌هایش در کاتالوگ‌ها چاپ شود و این دقیقاً راهکار همان جامعه‌ای است که جوانی مدل‌های “شانل” و “کریستین دیور” را مصرف می‌کند و وقتی پیر می‌شوند و چروک می‌نشینند روی پوستشان و تفشان می‌کند توی جامعه مصرف‌گرا همان‌طور که “جوانی” بدن آدمی را مصرف می‌کند، “پیری” ماده فرهنگی را هم مصرف می‌کند و قدمت را مساوی “ارزش” و پیشینه و البته هویت قلمداد می‌کند.

هنر و آنچه از گذشته به مصرف می‌رسد

مصرف گذشته به مثابه یک کالا تنها در جهت تمایزسازی نیست. آثار برجای‌مانده از گذشته، از موتیف‌ها و نقش‌های بسیاری برخوردار است که برای جامعه امروزی می‌تواند

بسیار قابل توجه باشد. این نشانه‌ها به واسطه گسست زمانی، معنای خود را از دست داده‌اند و تنها به واسطه تفسیرهای باستان‌شناختی است که می‌توان به مفاهیم آنها دست یافت؛ اما آنچه برای غیرباستان‌شناس، بسیار جذاب است، نگاه زیبایی‌شناسی به این‌گونه موتیف‌ها است. معماری، نقاشی، گرافیک، چیدمان، طراحی صنعتی (تصویر ۲) و ... همگی به این‌گونه موتیف‌ها علاقه‌مند شده‌اند و در بسیاری از موارد موتیف‌ها، نماد و آرم کالاهای معاصر شدند. برای پرداختن به این بحث بهتر است نگاهی به پیشینه رویکردهای زیبایی‌شناسی به گذشته بیندازیم. در سده هجدهم میلادی، یعنی درست زمانی که حفاریات مهمی چون پمپئی و هرکولانیوم در حال انجام بود،

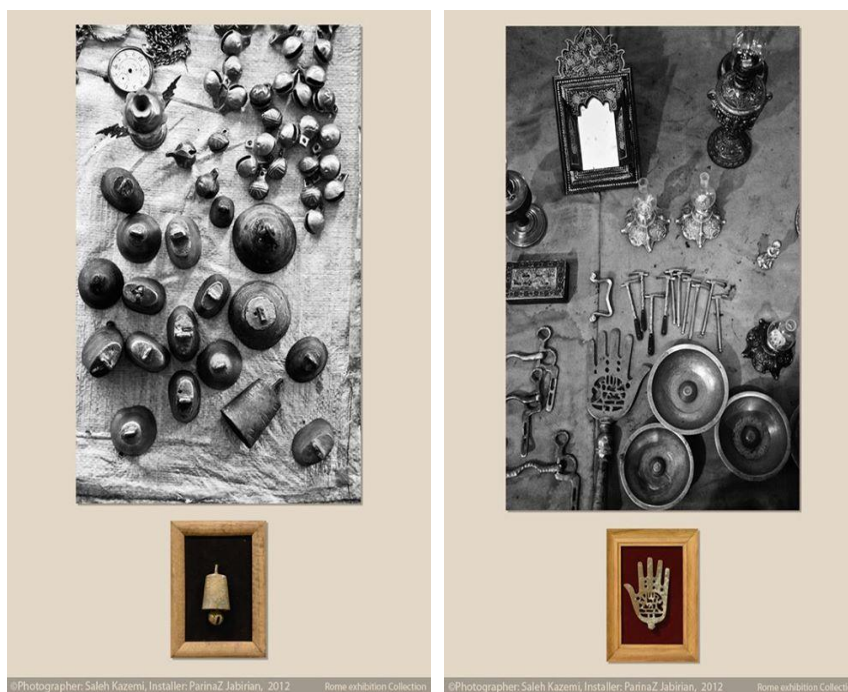


منبع: سایت ایران ایر

رویکرد هنری نوکلاسیک‌گرایی هم بروز نمود. در نئوکلاسیسم اشتیاق به گذشته و باستان‌شناسی وجود داشت تا جایی که اصطلاح “باستان‌شناسی نوکلاسیک‌گرا” مطرح شد (اکو ۱۳۹۰: ۷۳) اصطلاحی که بر گسترش علاقه به باستان‌شناسی در قرن هجدهم مبتنی و در راستای بازیافت آتن جدیدی بود. این بود که انگاره‌های زیبایی‌شناسی ویرانه‌های باستانی در آثار هنری رونق گرفت و آثار بسیاری در خصوص گذشته و ثبت وقایع گذشته خلق شد (ناکلین، ۱۳۸۵: ۲۳). در ادامه و با ظهور مکتب رمانتیسیسم، نگاه به گذشته و ویرانه، دیگر

محدود به هیبت و هول‌انگیزی آنها نمی‌شد، بلکه در جستجوی نگاهی عاطفی به شکوه ویرانه‌های گذشته بود؛ اما نگاه غیرتعیینی به گذشته در این دو مکتب هنری، باعث شد که مکتب رئالیسم در سده ۱۹ میلادی، بیشتر به موضوعات روز و به تمام زوایای زندگی اجتماعی بپردازد (ناکلین، ۱۹۹۱) و نگاه به گذشته و آثار برجای‌مانده از آنها در موزه‌ها قرار گرفت. در همین دوران نیز صنعتی شدن مراحل پیشرفت خود را طی می‌کرد و هنرمند نیز با این تحولات پیش رفت تا جایی که خود را میان انبوهی از اشیاء روزمره یافت. در این میان هنرمند درگیر نوعی جدال تمسخرآمیز بر ضد دنیای صنعتی پیرامون می‌شود و یافته‌های باستان‌شناختی دنیای معاصر را که روزانه مصرف می‌شوند، در معرض نمایش می‌گذارد. او اشیایی را که هر روز در اطراف خود می‌بینیم، بی‌توجه به آنکه عملکرد آنها در نظر ما مانند یک بت است، در موزه طعنه‌آمیز خویش به مجسمه‌ای بدل می‌کند. کالاهای مصرفی با رسیدن به انتهای چرخه خود، به کلی بی‌استفاده می‌شوند، ولی این اشیاء از بی‌مصرفی، از نامرغوبیت و حتی از فلاکت نجات می‌یابند تا زیبایی ناشناخته‌ای را بر ما آشکار کنند (اکو، ۱۳۹۰: ۲۰۱۳) (تصویر ۳).

تصویر ۳: نگاه هنرمند به اشیاء مصرفی، نمایشگاه حضور خسته اشیاء، صالح کاظمی، رم



منبع: صالح کاظمی (تصاویر از هنرمند دریافت شده است)

هنرمند معاصر با نشانه‌هایی که از آثار باستانی به دست می‌آید، از لحاظ زیبایی‌شناسی ارتباط برقرار می‌کند و آن را مصرف می‌کند (توماس، ۲۰۱۴: ۱۴۶) (تصویر ۴ و ۵ و ۶ و ۷). بازسازی معماری‌هایی از گذشته، لوگوهای که از نشانه‌های هزاره‌های پیشین

گذشته به مثابه کالای مصرفی ۱۳۵

استفاده شده است، وانمودگی نشانه‌های تاریخی (بودریار، ۱۳۸۹ ج: ۹۰ - ۸۷) را در کالاهای مصرفی نشان می‌دهند و چرخه بازیافت ادامه می‌یابد.

تصویر ۵: نگاه به گذشته، بکارگیری ستون‌های تخت جمشید در فضایی سورئالی، اثر ایران درودی



<http://www.tandismag.ir/Default.aspx?tabid=163>

تصویر ۴: هنر و باستان‌شناسی، تئاتر زندگی، اثر مارک دیون



<http://neatlyart.wordpress.com/2013/06/29/mark-dion/>

تصویر ۶: شی تاریخی وانموده، نیما زاغبان



منبع: خانه هنرمندان

تصویر ۷: ظرف نوسنگی با آرم کوکاکولا، اثر آی ویوی



<http://www.womanaroundtown.com/sections/playing-around/regarding-warhol-sixty-artists-fifty-years>

آنچه از مصرف گذشته به ما می‌رسد

گذشته همواره مصرف می‌شود. در واقع در هر دوره‌ای هر یک از جوامع انسانی، به نوعی گذشته را مصرف می‌کرده‌اند، در قالب شعر و ادبیات، معماری و البته نگارش تاریخ و عتیقه‌شناسی (شنکس، ۲۰۱۲: ۱۲ - ۱۱). با شروع مدرنیته و تولیدات روزافزون، مفهوم مصرف به عنوان پدیده‌ای جدایی‌ناپذیر از جوامع مدرن مطرح شد به طوری که نیاز به کالا و میل به مصرف میان جوامع پایان‌ناپذیر می‌نماید (بودریار، ۱۳۸۹: ۱۰۴). گذشته پس از مدرن ماهیتاً برساخته بر نگاه منتقدانه آدمی "روشنگری شده" است، آدمی که دیگر خود را محصول گذشته نمی‌داند. باستان‌شناسی دانش شک در گذشته برساخته آدم پیشامدرن، مسئول واکاوی ابژکتیو گذشته و ساخت دوباره آن است. در این بین کاوش‌های باستان‌شناختی هم شروع شد و علاوه بر داستان‌سرایی‌های حماسی، مادیت‌هایی از گذشته در اختیار جامعه قرار گرفت، دیری نپایید که مصرف گذشته وجوه دیگری نیز به خود گرفت: در سطحی‌ترین وجه گذشته به مثابه یک کالای لوکس و در سخیف‌ترین سطح به مثابه ابژه ناسیونالیسم و برای مقاصد نژادپرستانه؛ اما در جامعه مصرفی، گذشته نیز چون دیگر کالاهای مصرفی تاریخ مصرفی دارد، گذشته توسط باستان‌شناس برای جامعه امروزی بازیافت می‌شود، بعد از مدتی ممکن است به کنار گذاشته شود و یا کاربری جدید پیدا کند. اشیاء به‌دست‌آمده از گذشته نیز افزون بر اشیاء دوران مدرن شده است. در این میان هنرمند، با نگاه خاص خودش، با مادیت‌های برجای‌مانده از گذشته سروکار پیدا کرده و آنان را به طرق مختلف مصرف کرده است.

امروز گذشته نه فقط به شکل داده موزه‌ای که به شکل لوگو، اسباب‌بازی، آرم و سریال‌های تلویزیونی بازنمایی می‌شود. بازیگران هالیوودی در نقش شخصیت‌های تاریخی خوب و بد، سیاه و سفید به برندهای جدید تبدیل می‌شوند که به سرعت مصرف می‌شود، به

جنگ در "خاورمیانه" باستانی می‌روند و همواره پیروز می‌شوند، این برندی است که بیش از آنکه ربطی به گذشته داشته باشد به بازی امروزین قدرت‌ها ربط دارد.

گذشته شبه کالایی است که جامعه مدرن مصرفش می‌کند و می‌شود پیش‌بینی کرد که روزی بقایا و نخاله‌هایش را به دور بریزد. تا آن روز اما همه آنچه از گذشته در زیر خروارها خاک است بیرون می‌آید در موزه‌ها و مؤسسات مطالعاتی انبار می‌شود. باستان‌شناسی بالقوه "کارخانه" تولید گذشته است، گذشته‌ای که قدرت توضیح خود را ندارد و پیوسته در حال بازیافت است. شاید جامعه مدرن روزی به این نتیجه برسد که مادیت‌های گذشته را دوباره به خانه خود، "خاک" بازگرداند.

منابع

- احمدی، ب. (۱۳۹۰). *معمای مدرنیته*، تهران: نشر مرکز.
- بودریار، ژ. (۱۳۸۹). *جامعه مصرفی اسطوره‌ها و ساختارها*. ترجمه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث.
- بودریار، ژ. (ب ۱۳۸۹). *مدرنیته، سرگشتگی نشانه‌ها نمونه‌هایی از نقد پسامدرن*، ترجمه ترانه یلدا صص ۲۹-۳۱، تهران: نشر مرکز.
- بودریار، ژ. (ج ۱۳۸۹). *وانموده‌ها، سرگشتگی نشانه‌ها نمونه‌هایی از نقد پسامدرن*، ترجمه مانی حقیقی، صص ۸۵-۱۰۴، تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آ. (۱۳۹۱). *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر تجدد*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- بورديو، پ. (۱۳۹۰). *تمایز: نقد اجتماعی قضاوت‌های ذوقی*، ترجمه حسین چاوشیان، تهران: نشر ثالث.
- بورديو، پ. (ب ۱۳۹۰). *نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی*، ترجمه مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار
- اکو، ا. (۱۳۹۰). *تاریخ زیبایی*، ترجمه هما بینا، تهران: انتشارات فرهنگستان هنر و موسسه تألیف، ترجمه و نشر آثار هنری
- ناکلین، ل. (۱۳۸۵). *بدن تکه‌تکه شده: بدن به مثابه استعاره‌ای از مدرنیته*. ترجمه مجید اخگر، تهران: انتشارات حرفه هنرمند
- Ansari, Ali. M(ed.) (2013) *Perceptions of Iran History myths and nationalism from medieval persia to the islamic republic*. London: I.B.Tauris
- Arnold, J. K. Davies and S. Ditchfiel (1998) *History and Heritage: Consuming the Past in Contemporary Culture*. London: Donhead
- Brydon, A. and S. A. Niessen (1998) *Consuming fashion: adorning the transnational body*. Oxford: Berg
- Baudrillard, J. (1993) *Symbolic Exchange and Death*. London: SAGE.
- Clarke, D.B. (2003) *Consumer Society and the Post-modern City*. London: Routledge
- Colling Wood, R.G. (2008) *The Idea of History*. Fort Lauderdale: Read Books.
- Deery, J. (2012) *Consuming Reality: The Commercialization of Factual Entertainment*. Palgrave Macmillan
- Falk, P. (1994) *The Consuming Body* London: SAGE.
- Geismar, H. and H.A. Horst (2004) "materializing ethnography". In *Journal of Material Culture* Vol. 9(1): 5-10
- Goody, J. (2013) *Capitalism and Modernity: The Great Debate*. London: John Wiley & Sons.
- Goodwin, N.R. F. Ackerman and D. Kiron (eds.) (1996) *The Consumer Society*. Washington: Island Press.
- Gross, D. (2009) *The Past in Ruins: Tradition and the Critique of Modernity*. Massachusetts: University of Massachusetts Press.
- Holtorf, C. (2007) *Archaeology is a Brand! The Meaning of Archaeology in Contemporary Popular Culture*. Oxford: Archaeopress
- Hodder, I. (2013) *Entangled: An Archaeology of the Relationships Between Humans and Things*. London: Wiley.
- Hodder, I. (ed.) (1991) *The Meanings of Things: Material Culture and Symbolic Expression*. London: Routledge.
- Honour, H. (1984) *Romanticism*. London: Penguin
- Humes, E. (2013) *Garbology: Our dirty love affair with trash*. AVERY Publishing Group
- Isenstadt Sandy and Kishwar Rizvi ()Introduction, Modern architecture and the Middle East: the burden of representation. In *Modernism and the Middle East: Architecture and Politics in the Twentieth Century*, Sandy Isenstadt, Kishwar Rizvi (eds.). pp. 3-37. Washington: University of Washington Press.

- Johnson, M. (1999) 'Commentary: Mute Passive Objects?' *International Journal of Historical Archaeology*, Vol. 3, No. 2: 123-129
- Lai, C. (2009) *Tradition and Modernity: A Humanist View*. Translated into English by E. Ryden. Leiden: Brill.
- Laqueur, T.W. (1990) *Making Sex: Body and Gender from the Greeks to Freud*. Boston: Harvard University Press
- Lévinas, E. (1987) *Time and the Other*. Translated by Richard A. Cohen. Duquesne University Press
- Löfgren, Orvar (1997) 'Scenes from a Troubled Marriage: Swedish Ethnology and Material Culture Studies', *Journal of Material Culture*, 2(1): 95–113.
- McGuire, Randell (2008) *Archaeology a political action*. London: University of California press.
- Miller, D. (2007) *Artefacts and the meaning of things*. In *Museums the Material World* (ed. S. Knell). London: Routledge: 166- 187
- Nochlin, L. (1991) *Realism*. London: Penguin
- Outka, E. (2008) *Consuming Traditions: Modernity, Modernism, and the Commodified Authentic*. Oxford: Oxford University Press
- Pels, P. (1998) 'The Spirit of Matter', in P. Spyer (ed.) *Border Fetishisms: Material Objects in Unstable Spaces*: 91–121. New York: Routledge
- Peppin, R. B. (1995) *Modernism as a Philosophical Problem*. London: Wiley
- Pye, G. (ed) (2010) *Trash Culture: Objects and Obsolescence in Cultural Perspective*. Las Vegas: Peter Lang.
- Rappa, A. L. (2002) *Modernity & Consumption: Theory, Politics and the Public in Singapore and Malasiya*. London: World Scientific
- Schofield, J. (2004) *Monuments and the memories of war: motivations for preserving military sites in England*. In *MATÉRIEL CULTURE, The archaeology of twentieth-century conflict* (ed. J.Schofield, W.Gray Johnson, and C. M. Beck). London: Routledge: 143—159
- Schofield, J. and J. Rodney Harrison (eds.) (2004) *After Modernity: Archaeological Approaches to the Contemporary Past*. Oxford: Oxford University Press.
- Stevenson, G. (2001) *Archaeology as the design history of the everyday*. In *Archaeologies of the Contemporary Past* (eds. V.Buchli and G. Lucas). London: Routledge: 51-63
- Thomas, A. (2014) *Creating Contexts: Between the Archaeological Site and Art Gallery*. *Art and Archaeology, One World Archaeology* 11: 141- 155
- Thomas, J. (2000) *Archaeology and Modernity*. London: Routledge
- Trigger, B. (1995) *A history of Archaeological thought*. Cambridge: Cambridge University press.
- Shanks, M. (2012) *The Archaeological Imagination*. Californian: Left Coast Press.
- Veblen, T. (1994) *The Theory of the Leisure Class*. New York: Dover Publications.