

تحولات نوروز در دنیای امروز

نعمت‌الله فاضلی*

موضوع بحث من مروری بر برخی تحولات جشن نوروز از نظر تعامل آن با دنیای امروز است. سعی می‌کنم با توصیف مشاهداتم از آنچه که در تجربه زیسته‌ام وجود دارد، تحلیل‌هاییم را ارائه کنم. من هم مثل همه ایرانی‌های دیگر هر ساله تجربه نوروز را تجربه می‌کنم. به همین دلیل، سخن گفتن درباره نوروز، نوعی اتوانتوگرافی یا خودمردم‌نگاری است، یعنی نوع بازایی اطلاعاتی که در تجربه زندگی خود از نوروز داریم. بخصوص این که من نوروز را در سه بستر و بافت متفاوت تجربه کرده‌ام؛ تا ۱۸ سالگی در روستا بوده‌ام و جشن نوروز را در ساختار روستایی ایران مشاهده و تجربه کرده‌ام. در سال‌های بعدی زندگی‌ام نوروز را در ساختار شهری ایران، شهرستان‌های مختلف و تهران دیده‌ام. سومین تجربه من از نوروز در بافت خارج از کشور و مهاجران ایرانی در بریتانیا شکل گرفته است. بنابراین، نوعی رویکرد تطبیقی هم دارم.

همچنین به لحاظ نظری، هسته کانونی بحثم این است که نوروز دیگر با آن تلقی و برداشت اسطوره‌ای و همچنین با تلقی و برداشت مابعد اسطوره‌ای که پس از اسلام شکل گرفت، چندان سازگار نیست. نوروز را بیشتر باید در پرتو تحولات و فرآیندهای مدرن شدن جامعه ایران درک و فهم کنیم. این پرسش مطرح است که چرا از میان انبوه آیین‌های ملی ایرانیان، تعداد انگشت‌شماری از آن‌ها باقی مانده‌اند و مهم‌ترین‌شان هم نوروز است؟ در گذشته، ایرانیان برای هر روز یک جشن داشتند. هر هفته، هر ماه و هر فصل هم جشنی داشت و نوروز جشنی سالانه بود. از میان انبوه جشن‌های باستانی ما، کم و بیش مجموعه نوروز شامل چهارشنبه‌سوری و سیزده بدر و ویژگی‌ها و الگوهای فرهنگی ریز و درشت باقی مانده است.

این سخنرانی در نیمه اسفند ۱۳۸۶ در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی ایراد شده است.

در عین حال، این نکته را هم توضیح خواهیم داد که نوروز دستخوش تغییرات و تحولاتی شده که جنس آن‌ها اساساً ماهیت نوروز را دگرگون کرده است. البته ما یک گفتمان نوروزپژوهی هم داریم که به چستی و چگونگی و معانی متفاوت نوروز می‌پردازد. این گفتمان دارای شاخه‌های مختلفی است. شاخه تاریخی آن بیشتر درصدد جست‌وجو و تبیین ریشه‌های تاریخی نوروز است، این که نوروز کی، کجا و چگونه شکل گرفت، شاخه فولکلوریک نوروز پژوهی، درصدد توصیف روش‌های برگزاری آیین نوروز در مناطق و سرزمین‌های مختلف است. همان‌طور که می‌دانیم، حوزه فرهنگ ایرانی وسیع‌تر از سرزمین ایران است. ایرانیان در تاجیکستان، افغانستان، بخشی از پاکستان، آسیای میانه و خیلی جاهای دیگر حتی در هندوستان حضور داشته‌اند. به همین دلیل در واقع نوروز به مثابه یکی از مولفه‌های تقریباً مشترک همه بخش‌های حوزه فرهنگ ایرانی، در سراسر قلمرو این حوزه فرهنگی جشن گرفته می‌شود. در هر حوزه هم متناسب با مذهب و اقتصاد و سیاست و ویژگی‌های جغرافیایی،

تنوعاتی را به خود پذیرفته است. مطالعات فولکلوریک یا مردم‌نگارانه حوزه فرهنگ مردم، می‌کوشد توصیفی از تنوعات جشن‌های ایرانیان ارائه کند، مثلاً نوروز در کردستان، نوروز در مزارشریف افغانستان، نوروز در آذربایجان یا نوروز در تاجیکستان. کتاب‌هایی با همین عناوین هم منتشر شده‌اند و مقالات و مطالعات بسیاری موجودند. یک شاخه دیگر مطالعات نوروز یا نوروزپژوهی، شاخه ادبی نوروز است. مطالعات ادبی نوروز بیشتر معطوف به جایگاه نوروز در شعر و ادبیات و هنر یا نحوه بازنمایی نوروز در این زمینه‌هاست. نوروزنامه‌ها و بهاریه‌ها و اشکال گوناگون توصیفات هنری، زیباشناسانه و شاعرانه از نوروز، در این شاخه جای دارند.

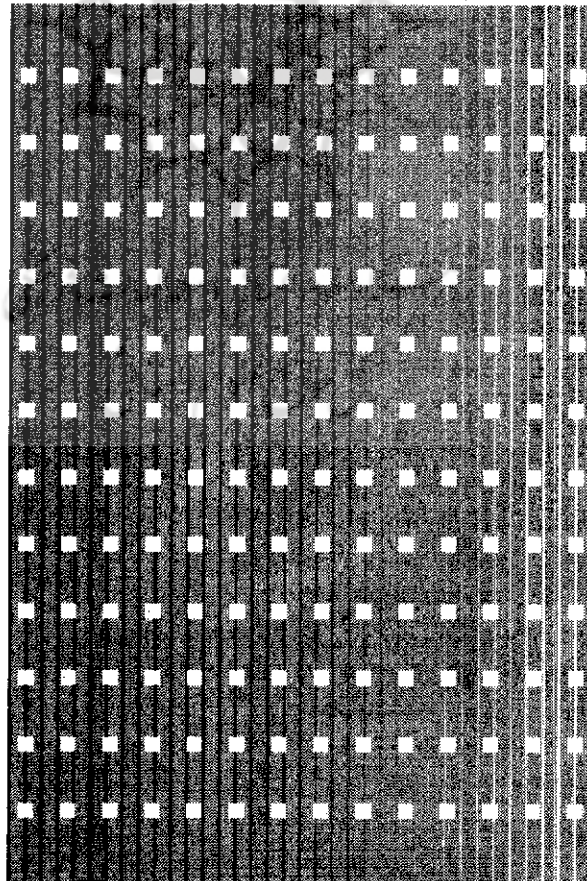
عمده مطالعات درباره نوروز در این سه شاخه طبقه‌بندی شده‌اند، یعنی مطالعات تاریخی، مطالعات فرهنگ مردم و مطالعات ادبی، اما مطالعات نظری، فلسفی، جامعه‌شناختی و

انسان‌شناختی که بتواند نحوه تغییر و تحول نوروز یا تبیین تئوریک جامعه‌شناسانه علل تفاوت نوروز و برگزاری آن در جوامع مختلف را یا تبیین نسبت‌های بین نوروز با تحولات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی بخصوص از منظر دیدگاه رابطه‌های قدرت و فرهنگ را نشان دهد، بسیار اندک است. در این عرصه تنها یک گفتمان رسانه‌ای درباره نوروز داریم که جنبه مطالعاتی ندارد. بیشتر اظهارنظرها، تاملات و بازتاب لحظه‌ای نوروز در گفتمان عمومی جامعه، در روزنامه‌ها یا رادیو و تلویزیون و امثال این‌هاست. البته در چند دهه اخیر گفتمان عمومی نوروز بسیار گسترده بوده است، زیرا رسانه‌ها، مطبوعات، رادیو و تلویزیون گسترش پیدا کرده‌اند.

در مجموع می‌توان دوگونه تلقی یا گفتمان از نوروز را از هم تفکیک کرد؛ یکی گفتمان باستانی که مبتنی بر اسطوره‌های باستانی است و دیگری گفتمان مدرن که بر اسطوره‌های مدرن مبتنی است. در گفتمان اول، اسطوره‌هایی مانند اسطوره زیبایی آفرینش در ایران باستان، اسطوره نمادین سالگرد بیداری طبیعت از خواب زمستانی، اسطوره دوران

جمشید و افسانه‌هایی که در آن‌ها شخصیت جم با حضرت سلیمان آمیخته می‌شود، بنیان نوروز را به حضرت سلیمان نسبت می‌دهند. همچنین درباره ریشه‌های تاریخی آن در مورد نسبت‌های نوروز با کشاورزی، دامپروری و نظام اقتصادی بحث‌هایی مطرح شده است. اما در مورد اسطوره‌های مدرن، یعنی از آن لحظه که جامعه ایرانی و جهان ایرانی، صنعتی و شهرنشین می‌شود و فرآیندهای مدرنیته را تجربه می‌کند، کمتر تجزیه و تحلیل و دیدگاه نظری ارائه کرده‌ایم.

با وجود این، باید در نظر داشت اگر چه نسبت نوروز با جامعه امروز کمتر مورد توجه بوده، ولی در گفتمان عمومی رسانه‌ای و در قالب سیاست فرهنگ دولت‌ها، در همه کشورهایی که در حوزه فرهنگ ایرانی هستند، نوروز به مثابه یک مسأله مهم سیاسی مورد توجه بوده است. برای کردهای حوزه فرهنگ ایرانی، چه کردهای داخل ایران و چه کردهای عراق و ترکیه، نوروز به عنوان یکی از مولفه‌های مهم هویتی مطرح بوده است. امروزه داستان کاوه آهنگر برای کردها به مثابه یک نماد سیاسی مهم مطرح است، بخصوص کردهای ترکیه به شدت از اسطوره نوروز برای مبارزات سیاسی خود برای دستیابی به استقلال استفاده می‌کنند. چیزی که باعث می‌شود به نوروز جدی‌تر توجه کنیم، مسأله‌ساز بودن نوروز در بستر تحولات سیاسی و اجتماعی چند دهه اخیر است. در سال‌های بعد از انقلاب اسلامی هم نوروز به مثابه امر مسأله‌ساز مطرح بوده است، به این معنا که در دوران پهلوی، نوروز به عنوان یکی از نمادهای زنده فرهنگ ایران باستان، یکی از نقاط کانونی سیاست فرهنگی دوران پهلوی محسوب می‌شد و یکی از وجوه عینی اندیشه ناسیونالیسم و سیاست فرهنگ ناسیونالیستی، نمایش فرهنگ نوروز به مثابه نماد هویت ملی ایرانیان بود، بویژه آن‌که به عنوان نقطه‌ای که هویت اسلامی را از هویت پیش از اسلام متمایز می‌کرده، به همین دلیل وقتی انقلاب اسلامی به پیروزی رسید،



با توجه به برگزاری آیین نوروز در شهرهای بزرگ نیویورک، فرانکفورت، پاریس و در اغلب پایتخت‌های بزرگ اروپایی و آمریکای شمالی، آشکارا می‌بینیم که نوروز یک گستره جهانی یافته که محصول فرآیند گسترش مهاجرت‌هاست

بخصوص در سال‌های اولیه این مساله مطرح بود که چگونه باید به نوروز نگاه کرد؟ آیا می‌توان نوروز را همچنان با همان قرائت و گفتمان ناسیونالیستی، مورد توجه قرار داد یا نه؟ با توجه به این که سیاست دولت انقلابی جدید، اسلامی‌سازی و تقویت و تاکید بر هویت اسلامی بود، طبیعتاً چالش‌ها و تقابل‌هایی در آن مراحل اولیه برجسته می‌شدند. به همین دلیل در آن زمان این بحث مطرح بود که با تعطیلات نوروزی چه کار کنند. آیا می‌شود جانشینی برایش مطرح کرد یا نه، ولی این مساله خیلی زود فراموش شد. دلیلش هم آن بود که از یک سو خود اندیشه ناسیونالیسم در قالب یک ناسیونالیسم اسلامی بازتولید شد و کم‌کم کاربرد واژه ایرانی-اسلامی مشروعیت سیاسی پیدا کرد. از طرف دیگر، عملاً مقاومت فرهنگی در مقابل حذف نوروز بسیار شدیدتر از آن بود که بتوان به سادگی حذفش کرد؛ به همین دلیل تفکری که می‌خواست نوروز را از بین ببرد، نتوانست استمرار پیدا کند یا به صورت یک گفتمان جدی غالب تداوم یابد.

فارغ از این قرائت‌ها، نوروز پیش از این هم تحولاتی را پشت سر گذاشته بود. بدون در نظر گرفتن تحولات سیاسی، یک بار هم هنگامی که ایرانیان اسلام آوردند، نوروز تجربه‌ای بزرگ را پشت سر گذاشت. پیش از اسلام، نوروز برای زرتشتی‌ها یک جشن مذهبی بود. بعد از اسلام آوردن ایرانیان، صبغه مذهبی نوروز از آن گرفته شد و برای مدتی طولانی، بیشتر به عنوان یک آیین عرفی و دنیوی شناخته می‌شد. تا این که از دوره صفویه به بعد، به تدریج تلاش‌هایی برای ادغام نوروز در فرهنگ شیعی و اسلامی صورت گرفت که تا امروز ادامه یافته‌اند.

این‌ها لایه‌های آشکاری هستند که ما نسبت به آن‌ها خودآگاهی پیدا کرده‌ایم؛ بخصوص دانش‌آموختگان و دانشجویان و طبقه متوسط تحصیلکرده، به شکل آگاهانه‌تری این تغییرات را درک می‌کنند. اما وجهی از نوروز هم هست که کمتر به چشم می‌آید و آن، وجه مدرن شدن نوروز و تأثیراتی است که فرآیندهای مدرن شدن

و حتی پست‌مدرن شدن بر نوروز به جای گذاشته است. فرآیندهایی مثل جهانی شدن، مصرفی شدن، رسانه‌ای شدن، عقلانی شدن، فراغتی شدن و فرآیندهای دیگری که آن‌ها را توضیح خواهم داد.

با توجه به برگزاری آیین نوروز در شهرهای بزرگ نیویورک، فرانکفورت، پاریس و در اغلب پایتخت‌های بزرگ اروپایی و آمریکای شمالی، آشکارا می‌بینیم که نوروز یک گستره جهانی یافته که محصول فرآیند گسترش مهاجرت‌هاست. ایرانیان و ساکنان سرزمین‌های دیگر حوزه فرهنگ ایرانی، یعنی تاجیکستان، افغانستان، آذربایجان و کشورهایی که در آن‌ها نوروز رایج است، به اروپا و آمریکای شمالی مهاجرت کرده‌اند و هر ساله به نحو بسیار باشکوهی به برگزاری آیین نوروزی می‌پردازند. این جشن‌ها را می‌توان در مطبوعات، رسانه‌ها و اینترنت مشاهده کرد. اولین نکته این است که می‌توان گفت نوروز برای بار دوم جهانی می‌شود. چون یک بار قبل از اسلام جهانی بود. با توجه به گستره جهانی آیین‌های میترائیسم و زرتشتی، جشن نوروز بعدی جهانی داشت. بعدها با توسعه مسیحیت آیین نوروز به تدریج محدود شد و با گسترش اسلام تغییر شکل یافت. می‌توان گفت تا کمتر از ۵۰ سال پیش، برای قرون متمادی نوروز را فقط در حوزه فرهنگ ایرانی می‌شناختیم. اما امروز نوروز به مثابه پدیده‌ای که تقریباً در همه کشورهای جهان، البته با شدت و ضعف‌های مختلف وجود دارد، شناخته می‌شود. مرزهای نوروز از مرزهای جغرافیایی، توسعه یافته‌تر شده و در این فرآیند توسعه یافتن، تحولاتی هم صورت گرفته است. دگرگونی‌هایی که کارکردهای نوروز را در بستر کشورهای دیگر از کارکردهای نوروز در بستر سرزمین‌های بومی و زادگاه خودش متمایز می‌کند. مثلاً در بریتانیا یا در آمریکا، نوروز برای ایرانیان علاوه بر آن کارکرد سرگرمی‌سازی و تفریحی که می‌توان گفت فرعی‌ترین کارکرد نوروز است، یک کارکرد هویتی هم برای شکل دادن به اجتماع ایرانی در یک سرزمین غیرایرانی دارد. ایرانیان نیاز دارند برای تأمین منافع اقتصادی،

سیاسی و انسجام اجتماعی‌شان به مجموعه‌ای از نمادها متوسل شوند. در کشورهای اروپایی، بر اساس مشاهداتی که داشته‌ام، هویت مذهبی یا تشیع عامل انسجام اجتماع ایرانیان نیست، چیزی که باعث انسجام اجتماعی آنان می‌شود و می‌توان آن را به طور نمادین در عرصه عمومی مشاهده کرد، نوروز است. دلیلش هم آن است که نوروز به عنوان یک آیین عرفی و دنیوی، سازگاری بیشتری با بستر اجتماعی دنیای غرب دارد. در نتیجه برگزاری جمعی این آیین در دنیای غرب برای ایرانیان چالش‌ها و تنش‌های سیاسی و اجتماعی ایجاد نمی‌کند. آن‌ها می‌توانند به سهولت و به هر شکلی که می‌خواهند این آیین را برگزار کنند. علاوه بر این، ایرانیان مهاجر عمدتاً بر اساس یک نوع مهاجرت اجباری یا بر اساس انگیزه‌های سیاسی، ایران را ترک کرده‌اند؛ این ماهیت و هویت سیاسی که ایرانیان مهاجر، بخصوص مهاجران نسل اول دارند، نسل اولی که از سال ۵۷ به بعد از ایران رفته‌اند، باعث می‌شود چندان بر هویت مذهبی‌شان تأکید نکنند. کارکرد دیگری که نوروز برای ایرانیان خارج از کشور دارد مجموعه کارکردهای تربیتی است. مثلاً برای ما ایرانی‌ها که در ایران هستیم، معنی ندارد که نوروز را وسیله‌ای برای حفظ یا انتقال زبان فارسی به فرزندانمان یا گسترش زبان فارسی بدانیم، ولی ایرانیانی که در خارج از کشور هستند، از طریق نوروز زبان فارسی را به فرزندان‌شان و نسل‌های دوم و سوم منتقل می‌کنند؛ همین طور می‌خواهند غذاهای ایرانی، لباس و موسیقی ایرانی و به طور کلی شیوه و سبک زندگی ایرانی را به ایشان بیاموزند و نوروز یکی از موقعیت‌های جدی آموزش چنین مواردی است. از قبیل شعرخوانی، نوازندگی و اجرای برنامه‌های موزیکال، پوشیدن لباس‌های ایرانی، ارائه غذاها، شیرینی‌ها و تنقلات ایرانی و کادوها و سوغات و کالاهایی که ایرانی‌ها محسوب می‌شوند از جمله مواردی هستند که به این امر کمک می‌کنند. پدرها و مادرها تلاش می‌کنند این جشن با تمام توان به شکلی اصیل و ایرانی برگزار شود. آن‌ها در آمریکا، کانادا، آلمان یا انگلستان به سراغ نمادها و مولفه‌های

ایران باستان و نشانه‌های سرزمینی - قومی می‌روند. مثلاً بختیاری‌ها بر اساس رسوم خودشان یا اصفهانی‌ها بر اساس آیین‌های مخصوص خودشان، با تمصبات ویژه خودآگاهی و برنامه‌ریزی مشخص، این جشن را برگزار می‌کنند، چون می‌خواهند بچه‌ها و نسل دوم و سوم از طریق این جشن، وارد فضای اجتماع ایرانی شوند و با هویت ایرانی خودشان ارتباطی عینی پیدا کنند. از این حیث نوروز در خارج از کشور کارکردهای ویژه‌ای دارد که ما در داخل کشور به آن‌ها نمی‌اندیشیم. مساله رابطه Self and the other، مساله بعدی است. برگزار کردن یک جشن ایرانی در دل شهر بزرگ لندن یا نیویورک، به معنای یک نوع نمایش فرهنگی بزرگ است که نه تنها ایرانی بودن ایرانی‌ها را، بلکه قهرتمندی، انسجام اجتماعی و هویت مستقل آن‌ها را نشان می‌دهد. در شهر تهران چنین امری موضوعیت ندارد. چون در دل شهر تهران رابطه خود و دیگری مطرح نیست. به همین دلیل معنای نوروز در بستر بومی خواستگارش با آن‌جا کاملاً متفاوت است. البته وقتی از تلویزیون این مراسم را تماشا می‌کنیم، ممکن است حس دیگری داشته باشیم. این حس که کاش من هم آن‌جا بودم، چون هیچ تصویری نداریم که آن‌ها آن‌جا چه کار می‌کنند. ما فقط نمایش این مراسم را می‌بینیم و متوجه نیستیم که در آن زمینه فرهنگی، نوروز معنایی غیر از این معنایی دارد که ما در سرزمین خودمان تجربه می‌کنیم، نوروز برای ما خیلی آرام‌تر و محدودتر می‌گذرد و تکراری و تا حدودی ملال‌آور است. این‌ها تغییراتی هستند که جهانی شدن به مفهوم نوروز افزوده است و البته فاقد معنایی مذهبی است. بر خلاف آن، گاهی نمادهای زرتشتی‌گری و میترائیسم و خیلی چیزهای دیگر، در این زمینه فرهنگی به هیچ عنوان معنای برپایی یک جشن مذهبی را ندارند. نوروز در عین حال می‌خواهد یک وسیله‌آشتی و ایجاد تمایز با فرهنگ غربی هم باشد. به همین دلیل بخش زیادی از عناصر فرهنگ غرب هم با آن همراه می‌شود. مثلاً اجرای موسیقی‌های غربی در کنار موسیقی

ایرانی، پوشش غربی در کنار پوشش ایرانی و سالن‌ها و کنسرت‌ها و مجموعه فضاها، فضاهایی چند رگه هستند و در عین حال که عناصر ایرانی آن پررنگ‌تر هستند و به صورت نمایشی ارائه می‌شوند، عناصر غربی آن هم پررنگ هستند، چرا که بافت و بستر و محیط، غربی است. به همین دلیل ترکیب‌های فرهنگی جدید هم شکل می‌گیرد، هم در موسیقی، هم در شعر و هم در لباس‌ها؛ در واقع سنت‌های ایرانی در نتیجه هم‌نشینی با فرهنگ‌های غربی متحول می‌شوند.

البته نوروز در داخل ایران در ۱۰۰ سال اخیر هم دستخوش تغییراتی شده است. یکی از این تغییرات مدرن شدن نوروز است که اگر چه دارای خواستگاهی اسطوره‌ای است، اما کمتر ایرانی‌ای است که با برگزاری جشن نوروز، این احساس را در خودش بازتولید بکند که در حال انجام یک کار اسطوره‌ای است و خودش را به کیومرث و جمشید یا زرتشت متصل می‌کند. مردم ایران کمترین حس دربارۀ این که مثلاً با این کارشان به گرامیداشت آتش می‌پردازند ندارند. کافی است یک مطالعه در مورد نوجوان‌ها، جوان‌ها و گروه‌های مختلف اجتماعی انجام بدیم تا ببینیم اصلاً چند نفر از آن‌ها درباره این مساله شناخت دارند. آیا وقتی از روی آتش می‌پرند یا آتش بازی می‌کنند، واقعا دارند به گرامیداشت آتش می‌پردازند یا این که آتش بازی برایشان یک امر جهانی است؟ یعنی اصلاً پدیده‌ای نیست که مربوط به ایران باشد، اتفاقاً در ایران خیلی هم از جاهای دیگر کمتر است. تا جایی که من در ایتالیا، آمریکا و انگلستان تجربه کرده‌ام و خوانده‌ام، مثلاً در شهری مثل لندن فرصت‌های متعددی وجود دارد که آتش بازی انجام شود، ترقه‌ها و صداهای شلیک و فشفسه‌ها و خیلی چیزهای دیگر از این نوع، پاره‌ای از زرق و برق‌های نمادین دنیای مدرن است که در تمام اروپا می‌توان آن‌ها را مشاهده کرد. این امر با این که ما با روشن کردن آتش یا چراغانی و فشفسه‌بازی، اسطوره‌های آتش‌پرستی را تولید یا بازتولید می‌کنیم، هیچ ارتباطی ندارد. علاوه بر این، فضاهایی که نوروز فراهم می‌کند، فضاهایی اجتماعی و شکل

تعاملات و معانی‌ای که خلق می‌کند، عمدتاً منطبق بر معانی دنیای مدرن است. مثلاً نوروز به عنوان یک جشن عرفی شناخته می‌شود و از این بابت دقیقاً با روح دنیای مدرن سازگار است. دوم این که به عنوان یک فضای اجتماعی، کارکردی مصرفی دارد؛ برای نوروز به طور انبوه خرید می‌کنیم (کالاهای خوردنی‌ها و پوشیدنی‌ها). دیگر این که نوروز یک فضای اجتماعی برای تغییر و دگرگونی و تحول است و این دقیقاً یکی از ویژگی‌های جوهره دنیای مدرن است که با تغییر تعریف می‌شود. با آغاز دنیای مدرن در واقع آن ثبات پایداری سنت فرو می‌ریزد. ما هر چه قدر به دنیای علمی نزدیک‌تر می‌شویم، شتاب تغییرات بیشتر می‌شود و به همین دلیل نوروز که فضایی برای ایجاد این تغییرات است، مورد حمایت و استقبال ارزش‌های مدرن قرار می‌گیرد. نوروز دقیقاً می‌تواند فضای اجتماعی لازم برای ایجاد تغییر در سبک زندگی را فراهم کند. بسیاری از وضعیت‌های عادی که نمی‌توانیم در آن‌ها تغییر ایجاد کنیم، توسط یک فشار هنجاری تثبیت می‌شوند، در واقع مقاومت از طرف جامعه صورت می‌گیرد. ما در نوروز لباس هایمان را عوض کنیم، میلمان خانه‌مان را عوض کنیم، آرایش‌ها را عوض کنیم؛ حتی به مناسبت شب عید زنان موهایشان را رنگ می‌کنند یا کوتاه می‌کنند، دماغ‌هایشان را جراحی می‌کنند یا خیلی کارهای دیگر. تغییری که نوروز به همراه می‌آورد، با جوهر دنیای مدرن سازگار است. علاوه بر این، نوروز با ارزش‌های فردگرایانه انسان هم سروکار دارد. عید اگر چه به عنوان یک سنت تاریخی و جمعی تعریف شده، ولی از همان ابتدا هم فرصتی بوده است برای میدان دادن به فردیت‌ها. شاید در تمام مواقع دیگر سال، مطابق آنچه دیگران می‌گویند عمل می‌کنیم و گرچه نوروز از این قاعده مستثنی نیست، ولی در این جا اجازه دارید تغییراتی اعمال کنید. در مواقع عادی در ساختار سنتی اگر قرار بود مثلاً لباسی بپوشیم که چندان قابل قبول نبود یا بوی فردیت می‌داد، با بازخواست اجتماعی روبرو می‌شدیم، ولی در شب عید کسی از این حرف‌ها نمی‌زند همه به یکدیگر تبریک می‌گویند و از هم تعریف می‌کنند. در واقع به شما اجازه داده می‌شود سبک زندگی‌تان و به مقدار زیادی فردیت‌تان را اعمال کنید. این مساله با ارزش‌های فردگرایانه دنیای مدرن سازگار است. مساله پست‌مدرن شدن نوروز

هم مطرح است. این که نوروز با یک سری فرآیندهای عمومی تحول فرهنگ در دنیای پست‌مدرن سازگار است تا حدودی به رسانه‌ای شدن نوروز مربوط می‌شود. در هیچ لحظه‌ای از تاریخ به اندازه این لحظه‌ای که در آن با هم تعامل داریم، درباره نوروز تصویر، واژه، نماد و نشانه تولید نشده است. ما اکنون می‌توانیم در اینترنت هزاران مقاله و یادداشت و متن تولید شده در مورد نوروز پیدا کنیم، به صدها فیلم سینمایی، مستند و خانوادگی درباره نوروز دسترسی داریم، در سینماها، تلویزیون‌ها، ماهواره‌ها و حتی در موزه‌ها، گالری‌ها، در دنیای نقاشی، مجسمه و هر جا که بازنمایی وجود دارد، شاهد تولید انبوه بازنمایی‌های نوروز هستیم. جشن گرفتن نوروز مهم‌ترین فعالیت مجازی سپهر عمومی است یعنی اگر در گذشته نوروز فقط در سرزمین‌های ایرانی جشن گرفته می‌شد، امروزه در محیط‌های مجازی هم آن را جشن می‌گیرند. می‌توانید در اجتماعات مجازی ایرانی‌ها، صدها وب‌سایت درباره نوروز پیدا کنید. میلیون‌ها تبریک عید، پیامک و پیام‌های باهو مستجری و کامنت‌های وب‌لاگی مبادله و ایجاد می‌شود. خیلی از روابطی که در جهان فیزیکی و واقعی شکل پیدا نمی‌کنند در قالب نوروز و در قالب فضای مجازی شکل می‌گیرند هم به دلیل آزادی‌هایی که در محیط مجازی وجود دارد و هم به خاطر سهولت دسترسی به امکان برقراری یک ارتباط گسترده؛ می‌توانیم از این جا برای آمریکا و آفریقا و هر کجای دیگری که می‌خواهیم، به راحتی پیام تبریک بفرستیم یا ببینیم که در آن جا چه کاری انجام می‌دهند. نوروز در فضای مجازی و نمادین به طور گسترده‌ای جا باز کرده است. بخش مهمی از آن چیزی که بخصوص در جامعه ایران حس می‌کنیم، نوروز رسانه‌ای است چرا که بنیادهای تاریخی نوروز فروپاشیده مثلاً در گذشته یک رکن اصلی نوروز آن بود که مردم در خانه بمانند و بعد هم به دید و بازدید یکدیگر بروند. حالا برعکس شده و مردم در ایام عید مسافرت می‌کنند و کمتر کسی در خانه می‌ماند. از این رو، دید و بازدیدهایی که صورت می‌گیرد، دیگر دید و بازدیدهایی سنتی نیستند. خیلی از این دید و بازدیدها جای خود را به مکالمات تلفنی یا ارسال پیامک، کارت‌پستال، نامه و پیام اینترنتی داده‌اند. از آن جایی که رابطه

چهره به چهره تضعیف شده و جایگاه خود را از دست داده، مردم عملاً لزومی به انجام دید و بازدیدهای سنتی نمی‌بینند. از سوی دیگر، نوروز در سیر تاریخی خود با یک سری نهادهای اجتماعی و دینی ایرانیان در آمیخته است. نوروز در گذشته پاره‌ای از خانواده بود. اما امروزه روابط خویشاوندی به تدریج سردتر می‌شوند. عملاً شاهدیم که مقاومت‌های زیادی در مقابل روابط چهره به چهره شکل گرفته‌اند، که در مواردی هم که به ناچار به آن‌ها تن می‌دهیم، دناوستدها و روابط قدرت و محاسبات متعددی صورت می‌گیرد تا این رفع تکلیف انجام شود. آن بنیان‌های نوروز مانند پیوند با خانواده، دید و بازدیدها و روابط چهره به چهره، مبادله هدایا که در واقع نوعی باز توزیع کالا و منابع و کمک کردن به یکدیگر بود، همه تغییر کرده‌اند. در گذشته هدایای نوروز به نوعی تامین نیازهای دیگران بود. افراد به یکدیگر، دشت عید و پول نقد می‌دادند تا فرد هر چه دلش می‌خواست و نیازش بود، بخرد. اما امروزه به تدریج از کالاها و هدایای مربوط به نیازهای اولیه و زیستی یا کالاهای مصرفی، به سوی هدایای نمادین می‌رویم. هدایای نمادین هدایایی هستند که ارزش مصرفی ندارند. مثلاً مجسمه شاخه گل، کارت‌پستال و چیزهایی از این قبیل که پوشیدنی و خوردنی نیستند تنها نماد عید نوروزند. مثلاً کارت‌پستال پدیده جدیدی است. پیش از این نه پست بود، نه کارت و نه سواد. اما امروزه با توجه به رسم هدیه دادن آن‌ها صنعت کارت‌پستال تبدیل به صنعتی توسعه یافته شده است. به این ترتیب آن مبانی اولیه یعنی رابطه چهره به چهره، کمک اقتصادی و اجتماعی، حمایت کردن از یکدیگر و تقویت نهاد خانواده و توسعه پیوندهای خانوادگی در حال اضمحلال است. اکنون نوروز بیشتر خود را با نهادهای اجتماعی جدیدی مانند دوستی تعریف می‌کند. نوروز فضایی اجتماعی است که در آن افراد با هم دوست می‌شوند، با هم سفر می‌روند و اگر دید و بازدید باشد، بین دوستان است. هدایایی که بین دوستان رد و بدل می‌شود، بر مبنای میل باطنی و نه بر اساس محاسبات قدرت خریداری شده‌اند. حتی آن تغییر و تحولاتی که در روز انجام می‌دهیم، در تعامل با دوستانمان تعریف و معنا پیدا می‌کند. بنابراین، نوروز بیش از آن که در خدمت خانواده قرار داشته باشد، در

خدمت دوستی قرار می‌گیرد.

نه تنها نوروز بلکه تمام آیین‌های ایرانی، در بستر دنیای مدرن و با توجه به فرهنگ‌های دنیای مدرن دستخوش تغییراتی شده‌اند. مصرفی شدن، رسانه‌ای شدن، عقلانی و دموکراتیک و عرفی شدن، زبانه شدن، سرگرمی شدن و بسیاری تغییرات دیگر، فرآیندهای عمومی تغییر فرهنگ در دنیای ما هستند. می‌توان در مورد سایر تاثیرات مدرنیته و پست‌مدرنیته بر نوروز هم سخن گفت. مثلا جشن نوروز هیچ‌گاه به اندازه امروز زبانه نبوده است. مشارکت زنان در نوروز به شدت گسترش پیدا کرده است. همین طور دموکراتیک‌تر هم شده است. در گذشته جدای از آن نظم سیستماتیک خویشاوندی، نظمی درباری و شاهانه هم بر مراسم نوروز حاکم بود هم قبل و هم بعد از اسلام. اما امروز به نظر می‌رسد حتی طبقات اجتماعی هم به نوعی همگنی رسیده‌اند و نابرابری طبقاتی خودش را کمتر نشان می‌دهد در حالی که در گذشته جشن نوروز پرنرنگ‌تر به نظر می‌رسید. اگر همه فرآیندهایی که در بررسی تحولات دنیای امروز نقش دارند، روی نوروز تاثیر گذاشته و باشند، می‌توان گفت این جشن تغییرات ماهوی گسترده‌ای را به خود دیده است.

برای مثال فرآیند زبانه شدن فرهنگ بسیار بر نوروز تاثیر گذاشته است. زبانه شدن به حالتی گفته می‌شود که زنان در فرآیند چرخه تولید و توزیع و عرضه، مشارکت بیشتری داشته باشند. امروز در آموزش عالی، انتشارات، فیلم‌سازی و فعالیت‌های فرهنگی و هنری و همچنین زندگی روزمره، زنان مشارکت بیشتری پیدا کرده‌اند. در گذشته بخشی از نوروز که به عنوان خانه‌تکانی و تغییر حال و هوای داخل خانه شناخته می‌شد به عهده زنان بود اما مقوله خرید کردن و مصرف که از جریان‌های اصلی نوروزی به شمار می‌رفته بر عهده زنان نبود. چون در گذشته زنان در عرصه عمومی حضور چندانی نداشتند، فرصت و امکان اجتماعی هم نداشتند که بتوانند در بازارها و خیابان‌ها و مجامع عمومی حاضر شوند. اما اکنون اولین چیزی که بوی نوروز را به مشام ما می‌رساند هجوم سیل آسای زنان و دختران به خیابان‌ها و پاساژها و مغازه‌ها و بازارهاست. مقوله خرید به عنوان یک امر زبانه گسترش پیدا کرده و خرید کردن تبدیل به یکی

از ارکان نوروز شده است. نوروز یک فضای اجتماعی برای بازتعریف و تعریف سبک زندگی است. سبک زندگی امروز هم عمدتا یک امر زبانه است یعنی این زنان هستند که رنگ خانه را تعیین می‌کنند، لباس‌ها و غذاها را تعیین می‌کنند و نمادها و هدایا را شناسایی می‌کنند. زنان در اسفند ماه بیش از سایر ماه‌ها از قدرت اجتماعی برخوردارند. در این روزها زنان می‌توانند نه تنها در مورد خودشان که حتی در مورد مردان هم تصمیم بگیرند و به مردان امر و نهی کنند، آن‌ها را به کار بگمارند و نوعی قدرت بی‌چون و چرا اعمال کنند. نوروز، یک جشن آیینی مملو از نمادهاست. این زنان هستند که درباره نمادهای نوروزی تصمیم می‌گیرند. بنابراین به مدت حداقل یک ماه فضا و محیط زبانه است، احساسات ما زبانه است، شادتر و صمیمی‌تر و سخاوتمندتریم و بیشتر گذشت و فداکاری به خرج می‌دهیم. حتی زیانمان هم زبان زبانه‌تری است. بیشتر می‌گوییم قربانت بروم یا فدایت بشوم. بیشتر به هم سر می‌زنیم و با هم ارتباط برقرار می‌کنیم، بنابراین آن نگاه اولیه و اسطوره‌ای که نوروز را در ارتباطش با کشاورزی - یک امر مردانه- تعریف می‌کرد در دنیای مدرن کاملا تغییر کرده و به نمادی از مصرف و زنانگی تبدیل شده است.

نکته مهمی که فکر می‌کنم بتوان از زاویه‌ای دیگر به آن نگریست، این است که نوروز بخصوص در تاجیکستان و افغانستان و آذربایجان و در ایران، تا حدودی به مثابه نوعی مقاومت در برابر جهانی شدن هم هست، به این معنا که فرآیندهای جهانی شدن، به همگن‌سازی فرهنگ جهانی تمایل دارند. بسیاری از نظریه‌پردازان اجتماعی استدلال می‌کنند که در نتیجه این فرآیند وجدان جمعی گروه‌ها، اقلیت‌ها و اقوام به طور ناخودآگاه، فارغ از وجوه سیاسی خودآگاهش، فعال می‌شود تا از اضمحلال و استهلاک و نابودی کامل خود جلوگیری کند. البته جهانی شدن امکاناتی را فراهم کرده تا گروه‌های کوچک یا اقوام و اقلیت‌ها و گروه‌های حاشیه‌ای و کشورهای پیرامونی، بتوانند جایگاه خود را در نظام جهانی حداقل به لحاظ فرهنگی بازنما و برجسته کنند. نوروز هم برای مهاجران چنین نقشی ایفا می‌کند تا بتوانند هویت خود را در مقابل دیگران شکل دهند. واقعیت این است که در کردستان امروز، نوروز بیش از هر زمانی

جشن گرفته می‌شود. در آذربایجان همین طور؛ درست است که نوروز تغییراتی داشته، اما از گسترش کاسته نشده است، علاوه بر این، بازنمایی‌ها و تحقیقاتی هم که درباره نوروز انجام می‌شوند افزایش چشمگیری داشته‌اند، چنان‌که کتاب‌ها، اشعار و فیلم‌های بسیاری، در مورد نوروز تولید می‌شوند. به این ترتیب می‌توان گفت نوروز یک نوع مقاومت فرهنگی در مقابل مجموعه فرهنگ‌های جهانی شدن است و این از جمله پارادوکس‌هایی است که ما تجربه‌اش می‌کنیم. جهانی شدن در ابعاد مختلفی بر نوروز تاثیر داشته است. یکی از این تاثیرات تحول شیوه اجرای آن است. مثلا خوراکی‌های مختلفی که این روزها برای عید تهیه می‌شوند، خیلی کم ایرانی هستند. بخش عمده‌ای از این خوراکی‌ها، شیرینی‌ها و شکلات‌های خارجی هستند. آن‌ها که پولدارترند، از اجناس دارای بسته‌بندی خارجی استفاده می‌کنند. خوراکی‌های ما عوض شده‌اند. شاید تنها آجیل و نانمان ایرانی مانده باشد. همه چیز تغییر کرده است، لباس‌ها هم عوض شده‌اند. اصلا لباس ایرانی دیگر وجود ندارد، کسی لباس عشایری، قشقایی و بختیاری نمی‌پوشد. بعضی از کردها هنوز لباس خود را می‌پوشند، اما بقیه لباسشان عوض شده است. دکوراسیون و تزئینات منزل هم در واقع غیر ایرانی هستند. از میزی که روی آن آجیل چیده‌اند و سفره نوروزی بگیریید تا مبلمان و دکوراسیون خانه و معماری آن، عوض شده است. فقط برای این که این مجموعه وسیع را به گونه‌ای بازتعریف کنیم، چند تا سین می‌چینیم و می‌گوییم این سفره هفت‌سین است و بعد سعی می‌کنیم احساس کنیم سفره‌مان ایرانی شده است. گویی با چند تا سین همه این معماری و همه این غذاها و لباس‌ها ایرانی می‌شوند. ما تنها تلاش می‌کنیم با خودتلقینی ایرانی بودن را تعریف کنیم. اکنون ممکن است بپرسید آیا می‌توان جلوی این تغییر را گرفت؟ بعید به نظر می‌رسد، زیرا کسی اراده نکرده است این تغییرات را ایجاد نکند که بتوانیم او را مقصر بشمریم. این‌ها تغییر و تحولاتی اجتماعی‌اند و با تصمیم افراد به وجود نیامده‌اند.

* استادیار انسان‌شناسی و مطالعات فرهنگی دانشگاه علامه طباطبائی