

تحلیل عکس‌های اجتماعی بر اساس تاریخ اجتماعی^۱

محمد حسن پور^۱

چکیده

عکس‌ها بر مبنای نظام سنتی طبقه‌بندی حواس انسانی، متعلق قوه باصره و صرفاً سندی دیداری انگاشته شده‌اند اما در فرایند فهم و تفسیر عکس، آنچه در عکس روایت می‌شود، با رویت ممکن نیست و قوای دیگر حواس انسانی نیز در تحلیل متن آن دخالت دارد. در تاریخ اجتماعی حواس نیز، جایگاه حواس انسانی چون بویایی، لامسه، شنوایی و چشایی در مواجهه و تحلیل متن تاریخی مورد مطالعه و تحقیق مورخان قرار دارد و از این رو در بحث حاضر، عکس به مثابه سند تاریخی، محل تداخل آن چه "دیده می‌شود" با حواسی خواهد بود که فهم‌پذیر اما نادیدنی‌اند. بویایی از مهم‌ترین این حواس است و در مفهومی که در حوزه نقد عکس از آن با عنوان "کار خاطره" نام می‌بریم و نیز در ساخت و تداعی معنا به-ویژه در حوزه عکس‌های اجتماعی که با مقوله زیست روزمره‌ی انسانی پیوند تنگاتنگی

^۱ دانشجوی دوره دکتری پژوهش هنر دانشگاه تهران؛ عضو هیئت علمی (مربی) دانشکده هنر و معماری دانشگاه سیستان و بلوچستان. ایران، تلفن ایمیل: mim.hasanpur@gmail.com همراه: ۰۹۳۶۱۳۹۱۰۷۵
تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۱ تاریخ پذیرش: ۹۸/۲/۱۰



Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies).

This is an Open Access article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution 4.0 International**, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose

دارد، حاضراست. بنابراین، بر اساس تاریخ اجتماعی حواس، به پیگیری کار خاطره در عکس‌هایی می‌پردازیم که به مثابه سندی از تاریخ بویایی در متن اجتماعی است. در این مقاله نشان داده شده است که چگونه می‌توان در تحلیل عکس، به جز قوه‌ی دید، از قوای دیگر حسی بهره جست؟ و اهمیت تحلیل‌های مبتنی بر احساسات انسانی در تفسیر عکس‌های اجتماعی چیست؟ بر اساس پرسش‌های ذکر شده، می‌توان فرض کرد عکس‌های اجتماعی، به سبب پیوندی ذاتی که با گذشته تاریخی و روایتگری دارند، می‌توانند ارتباطی تنگاتنگ با ادراکاتی از گذشته داشته باشند که به واسطه قوه بویایی قابل فهمیدن‌اند، احساساتی چون نوستالژیا و بازیابی عمیق خاطرات؛ قوه بویایی به واسطه‌ی ارتباط تنگاتنگش با بازآوردن احساس و خاطرات نوستالژیک، همواره به نوعی آشناپنداری پیشینی دلالت دارد. در متن حاضر ارتباط عمیق سطح عکس (آنچه که از زمان گذشته نمایش می‌دهد) و بویایی در این حوزه شناختی مورد تحلیل واقع می‌شود. در واقع سازوکار قوه‌ی بویایی، به واسطه ارتباط مستقیمی که با نوستالژیا و بازیابی خاطرات در گذشته دارد، پیوندی تنگاتنگ با تفسیر عکس‌های اجتماعی خواهد یافت.

کلیدواژه‌ها: عکس‌های اجتماعی، تاریخ فرهنگی بو، تاریخ اجتماعی حواس، کار خاطره.

۱. مقدمه (تاریخ اجتماعی حواس به مثابه روش تحلیل عکس)

دغدغه‌ی بسیاری از پژوهشگران حوزه‌ی عکاسی، تدقیق در روش‌های تحلیل متن عکس- است. بنابراین در غالب پژوهش‌ها به واسطه‌ی کیفیت دیداری اسناد عکاسانه به هرآنچه که عکس‌ها در فرم و محتوا بازنمایی می‌کنند، تمرکز دارند و اصولاً آن‌را رد دیداری از زمان گذشته در نظر می‌گیرند. در فهم و تفسیر عکس‌های اجتماعی اما که به موضوع زیست انسان می‌پردازند، به جز آنچه در سطح خود نمایش می‌دهند، احساسات دیگری نیز حضور دارند که می‌توان آن‌ها را از کنش‌های فردی در برابر عکس مورد شناسایی قرار داد. دست‌کشیدن بر سطح عکس، درآغوش گرفتن آن و یا حتی بوسیدن صداق عکس، از این‌دسته از رفتارهای ویژه در برابر چنین عکس‌هایی است. می‌توان پرسید که در فرایند ادراک یک عکس، به جز قوه‌ی دید، چگونه قوای دیگر حسی دارای کارایی و کارکرد می‌شوند؟ و

بنابراین، اهمیت تحلیل‌های مبتنی بر احساسات انسانی در تفسیر عکس‌های اجتماعی چیست؟ براساس پرسش‌های ذکرشده، می‌توان فرض کرد که عکس‌های اجتماعی، به سبب پیوندی ذاتی که با گذشته‌ی تاریخی و روایتگری دارند، می‌توانند ارتباطی تنگاتنگ با ادراکاتی از گذشته داشته باشند که به واسطه‌ی قوه‌ی بویایی قابل فهمیدن‌اند، احساساتی چون نوستالژیا و بازیابی عمیق خاطرات؛ قوه‌ی بویایی به واسطه‌ی ارتباط تنگاتنگش با بازآوردن احساس و خاطرات نوستالژیک، همواره به‌نوعی آشناپنداری پیشینی دلالت دارد.

روش تحقیق: تحلیل حواس انسانی و توجه به‌نوع ارتباط و بهره‌مندی از آن در ویژگی‌های طبقه و مراتب اجتماعی افراد در جامعه از آن‌جا حائز اهمیت است که احساسات، منبعی غنی برای مواجهه با جهان، شناخت جایگاه خود در میان موجودات عالم و فهم و ادراک نحوه‌ی ارتباط و تعامل با آن است. حواس انسانی، چگونگی مرادوات و آداب تعاملی افراد را در ارتباط با خود، دیگران و اشیاء و چیزهای موجود اطرافش برمی‌سازد، و به‌او در تعیین نگرش و کشف خویشتن در فضای ارتباطی با دیگری کمک می‌کند. آگاهی انسان از جهان پیرامون، نخست معطوف به‌ادراک پدیده‌ها از طریق حواس است. ژان پل سارتر (Jean-Paul Sartre 1905-1980) به‌آگاهی ماقبل تأملی (pre-reflexive consciousness) و آگاهی تأملی معتقد بود و اولی را معطوف به‌التفات به پدیده‌ها و دومی را معطوف به‌تأمل در آن‌ها و مستلزم تخیل می‌دانست (به‌نقل از: اکبری و فلامکی، ۱۳۹۵، ۱۱). در دوران مدرنیته و پس از آن، در میان حواس انسانی و جایگاه و اهمیت آن در شناخت و فهم جهان، قوه‌ی بینایی در میان همه‌ی علوم و در این‌جا علم تاریخ در مفهوم کلی خود، مهم‌ترین حس دربرگیرنده‌ی شناخت در نظر گرفته‌شد، و بنابراین عکاسی -که خود محصول مدرنیته بود- و عکس‌ها به‌عنوان منابع غنی داده‌های تاریخی و اجتماعی، به‌دلیل وجه اهمیت‌شان در مواجهه با تاریخ از طریق تکیه بر "دیدن" و "مشاهده"، بسیار ارج نهاده‌شدند. درست به همین دلیل است که امروزه مورخان حواس که در تاریخ اجتماعی (که به‌عنوان روش تحقیق در مقاله‌ی پیش‌رو مطرح است) به‌سؤالاتی جالب در زمینه‌ی پیوست حواس با متن

تاریخی می‌پردازند و در جست‌وجوی راهی نوین در تحقق کامل‌تر دانش تاریخ اجتماعی هستند:

«اگر آن‌ها، [مورخان حواس]، عزم آن‌دارند که حس‌های عینی جهان‌های گذشته را توصیف کنند، آیا روایت تاریخی، یعنی خودِ چاپ، قادر به چنین چیزی خواهد بود؟ یا باید رسانه‌ها و شیوه‌های بدیل و معاصر شامل مثلاً دیسک‌های سخت یا فایل‌های صوتی را ضمیمه‌ی کتاب خویش سازیم؟ (و نیز کتاب‌های لمسی و حسی، صفحات کنده‌کاری‌شده و قابل استشمام، و چاپِ «قابل لیسیدن؟»)» (اسمیت، ۱۳۹۴، ۳۷۳).

بسیاری از رشته‌های مختلف علوم انسانی، مانند قوم‌شناسی و انسان‌شناسی، وارد قلمرو تاریخ اجتماعی حواس شده‌اند. به‌طور مثال، دیوید هاوز (David Howes)^۲ انسان‌شناس کانادایی، که مطالعات خود را در زمینه‌ی انسان‌شناسی حواس (*Anthropology of senses*) گسترش داده‌است، اعلام کرد که در رویکردهای مبتنی بر حواس انسان‌شناسی، تجربیات حسی مردم که به‌صورت جمعی در اجتماعات انسانی شکل می‌گیرد، به‌ساخت الگوهای از ادراک و تعامل با جهان منجر می‌شود:

«ویژگی رویکرد انسان‌شناسی حواس این است که امکان فراتر رفتن از مرزهای زبان را فراهم می‌کند. مورخ حواس، [در] آن‌چه را که می‌توان انسان‌شناسی عمیق (deep anthropology) نامید، در پی جست‌وجوی پیام‌های ناگفته‌ی بدن و ارتباطات اشاره‌ای ماست» (cited by Classen, 2012, xvi).

و یا آلن کوربین (Alain Corbin)^۳ مورخ فرانسوی، در کتابی که بحث‌برانگیزترین موضوعات تاریخ فرهنگی بو را در سال ۱۹۸۲ در آن نگاشت، "بوی بد و بوی معطر" (*The Foul and the Fragrant: Odour and the French Social Imagination*)، به تجزیه و تحلیل دقیق این موضوع پرداخت که چگونه نشانه‌های بویایی، در به‌رمز درآوردن تمایزهای اجتماعی فرانسوی قرن ۱۸ و ۱۹ شرکت نموده‌است (cited by Rojas, 2017, 152). کوربین کتاب خود را با این جملات به‌پایان رساند:

تاریخ اجتماعی، که برای مدت‌های مدیدی نسبت به بیان احساسات انسانی بی-تفاوت بوده‌است، دیگر نباید واکنش‌ها و احساسات مردمان را هرچقدر هم که پست یا فاقد شأنیت پژوهشی باشند، نادیده گرفته و سرکوب کند، آن‌هم به این بهانه که انسان-شناسی هذیان‌گوی دوران داروینی تحلیل‌های آن‌ها را منحرف ساخته! (Corbin, 1986)

(232)

بنابراین، تاریخ اجتماعی حواس در جست‌وجو و مطالعه‌ی فرهنگ و خرده‌فرهنگ‌های انسانی در جوامع و در ادبیات زیست روزمره از طریق مطالعه‌ی حواس انسانی در مقولات جمعیتی‌است. یکی از منابع غنی اطلاعات در میان رشته‌های مختلف هم‌سو با تاریخ اجتماعی، متون دیداری عکس‌هاست. حس چشایی، شنیداری، لامسه و آنچه در تحقیق حاضر مورد پرسش اصلی‌است، قوه‌ی بویایی اما چگونه می‌تواند در بستر عکس خوانده-شود و براساس آن، فهم عمیق‌تری از گذشته‌ای که عکس بازنمایی‌اش می‌کند، حاصل می‌گردد؟ موضوعی که تاکنون به‌صورت مشخص پرداخته نشده‌است. متن عکس، براساس تاریخ اجتماعی حواس، دارای اطلاعات دیگری‌است که چه‌بسا در کنار و از طریق داده‌های مبتنی بر قوه‌ی دیداری، تحلیلی عمیق‌تر از متن خود برجای گذارد. اگر بتوان عکس‌ها را در میان انواع خوراکی‌های طبقات مختلف اجتماعی چشید (جایگاه معرفت‌شناختی طعم در تحلیل عکس)، صدایشان را لابلای ساختمان‌ها و پنجره‌ها و خانه‌ها شنید، بویشان را استشمام کرد از تن افرادی که روزگاری در برابر دوربین قرار گرفته‌اند تا "هرآنچه که هستند"، برای آینده ثبت‌شود، و احساس لمسی‌را که برخی از عکس‌ها در بیننده‌شان زنده می‌کنند، مورد ارزیابی قرارداد، ادراک تحلیلی هرمنوتیکی از عکس، نه‌مرتبط با تنها یک حس انسانی (قوه‌ی دیداری)، که آمیخته و درگیر بادیگر حواس زنده‌ی حضور گشته و محتوای عمیق‌تر و نزدیک‌تری به‌زندگی که همواره در ارتباط با تمامی حواس پنج‌گانه‌ی انسانی ادراک می‌گردد، خواهد یافت. عکس‌های اجتماعی، و به‌ویژه عکس‌های غیرحرفه‌ای خانوادگی و عکس‌های خصوصی، سرشار از آمیخته‌ی ظریفی از انواع احساسات انسانی-است که باید به‌درستی مورد تحقیق و تحلیل قرار گرفته و به‌جز از طریق دیدن، شرح عکس

به واسطه‌ی حواس چشایی، بویایی، شنیداری و لامسه هم میسر گردد. البته استخراج داده‌های دیگر حواس از متن عکس، به‌نحوی تعامل واقعی انسان از طریق حس‌ها بستگی می‌یابد. به‌عبارتی، دریافت و تحلیل حواس (و به‌ویژه حس بویایی) در متن عکس، کاملاً با خاطره‌ی زیسته‌ی افرادی که مخاطب عکس‌ها هستند، بازیابی می‌شود و مرتبط است با فرهنگ روزمره‌ی ایشان در گذشته؛ موضوعی که کمتر توسط منتقدان و پژوهشگران حوزه‌ی عکاسی مورد تحقیق واقع شده‌است.

۲. درآمدی بر تاریخ اجتماعی بو: انقلاب بویایی (the olfactory revolution)

قوه‌ی بویایی انسان، به‌دلیل ماهیت غیرملموس و کاملاً غیرمادی آن همواره در طول تاریخ منشاء تعارض‌های علمی در راه شناخت و فهم اصیل آن بوده‌است، به‌نحوی که بسیاری از فلاسفه و دانشمندان قدیم، نسبت‌های جالبی بدان داده‌اند. به‌طور مثال، حس بویایی همواره در پایین‌ترین سلسله‌ی مراتب حسی (و قبل از حس لامسه) در نظر گرفته می‌شد و افلاطون معتقد بود که بو نمی‌تواند به‌اندازه‌ی کافی و مانند دیگر حواس برای انسان حساس باشد؛ چراکه مجاری بینی برای درک عناصر مادی زمین و آبی که مردم روزانه با آن در تماسند، مناسب نیست. از نظر سلسله‌مراتبی حسی ارسطو نیز، بینایی به‌عنوان عالی‌ترین و کمال‌نهایی حسی انسان تلقی شد و پس از آن، قوای شنیداری، سپس بویایی، و بعدتر، چشایی و سرانجام لامسه طبقه‌بندی گردید که برخلاف دیگر حواس، ارگان یا عضو مشخصی ندارد (چشم، گوش، بینی، دهان) که با آن مطابقت داشته‌باشد (Pallasma, 2012, 17). ارسطو ماهیت نیمه‌شکل‌گرفته‌ی بویایی را حالتی واسطه‌ی تلقی می‌کرد که هیچ هویت فردی نداشت و صرفاً برای توصیف احساسات مناسب بود. بو همواره به‌واسطه‌ی اشیاء و چیزها توصیف می‌شد: بوی گل سرخ، علف خشک‌شده، و یا فاضلاب. در فرهنگ و زندگی مدرن غربی هم، جایگاه خاصی برای بو وجود ندارد که نتیجه‌ی مستقیم تغییر ارزش‌گذاری حواس در عصر روشنگری است که چه‌بسیار به بینایی و شنوایی بهاداد و قوه‌ی بینایی را حس برتر عقل و تمدن بشری دانست. به‌این ترتیب، و با قوام این بحث‌ها در نظریات داروین (Charles Darwin)؛ و فروید (Sigmund Freud)؛ بویایی همراه شد با دیوانگی و وحشی‌گری و

همواره در مباحث اصلی علمی درباره‌ی حواس، جاماند. بو، فرآر بود، به‌آسانی در دسترس انسان نبود، از مرزها می‌گذشت و احساسی مرتبط با حقیقت درونی افراد بود و نه چیزی که به‌سطح بیرونی و مادی قابل دید ارتباط داشته‌باشد. درحالی‌که در عصر مدرن، جامعه خواستار آن بود که ما خود را در ساخت‌بندی اجتماعی که باید منطبق بر عینیت و منطق باشد، از احساسات و عواطف دورکنیم. به‌این‌ترتیب، درحالی‌که قوانین بویایی به‌سلسله-مراتب اجتماعی در سطح نیمه‌آگاه یا ناخودآگاه ادامه داد، قوه‌ی بینایی به‌عنوان مهم‌ترین حس در میان حواس پنج‌گانه، الگویی برای جامعه‌ی پروکراتیک فراهم کرد (Classen, 1994, 4-5).

با ظهور مسیحیت در اروپا، باوجود این‌که مؤمنان مسیحی از بت‌پرستی دوران قبل برحذر شده بودند (و به‌تبع آن، استفاده از عطرها و رایحه‌های قوی‌ای که در رومیان رایج بود، کاملاً نکوهش شد)، “بوی مقدس” (the odour of sanctity) جایگاهی قدسی و روحانی یافت و عملاً دین و بو در هم تنیده‌شدند. فکر و عمل مؤمن مسیحی در راستای “الهیات حس بویایی” تعریف‌شد و تجربه‌ی حسی چنان عمومیت‌یافت که ابزار تعلیمی و معرفت‌شناختی در مسیحیت‌گردید. برخلاف رومیان باستان، مسیحیان به‌آلودگی پوست و جسم خود افتخار کرده و آنرا هدیه‌ای الهی می‌دانستند و پاهای کثیف و زخم‌های مضر را مسیری برای کسب زندگی والا و معطر پس‌از مرگ تعبیر می‌کردند. جهنم همواره با استعاره‌های متعفن و بهشت با گل‌های معطر و خوشبو تعریف می‌شد و به‌طورکلی، خصوصیات مبهم و گریزان بو، همچون “آگاهی انسان از خداوند” تلقی می‌شد، چرا که حضور الهی حتمی بود اما ماهیت دقیق آن همچون یک راز باقی مانده‌بود (Reinarz, 2014, 50). با آغاز قرن نوزدهم و به‌دنبال آن‌چه که “انقلاب بویایی” خوانده‌شد، عطر و رایحه از قلمرو دین و پزشکی، به‌احساسات و حس‌گرایی منتقل‌شد.

با انقلاب بویایی در اواخر قرن هجدهم و آغاز قرن نوزدهم میلادی که به‌واسطه‌ی آلودگی عظیم شهرهای مسیحی و مشکل کثافات و بوهای متعفن شهری با همراهی جنبش‌های اصلاح بهداشتی در شهرهای اروپایی شکل‌گرفت، مردم آرام‌آرام به‌بوهای بد

حساسیت نشان دادند و آنرا نوعی توهین غیرقابل پذیرش در فضای عمومی تلقی کردند. بر انقلاب بویایی که دوام تأثیرات اجتماعی آن در قرن بیستم و تا امروز نیز ادامه دارد، چند علت تاریخی و اجتماعی مترتب بود:

(۱) افزایش پاکیزگی شخصی، با کاهش استفاده از عطرها همراه شد که دلیل آن هم تأسیس حمام‌خانه‌ها و حمام‌های خصوصی بود که موجب شد استفاده از عطر برای پوشش بوهای نامطبوع بدن ضرورت کمتری داشته باشد.

(۲) شستن با آب، معیار سلامتی شده بود و عطرها آرام‌آرام چیزهایی ناسالم تشخیص داده شدند. چراکه هیچ چیز نباید منافذ پوست را مسدود می‌کرد و از دفع بخارات زائد بدن جلوگیری می‌نمود. حتی کار بدان‌جا رسید که عطر با بوی بد یکی دانسته شد و ادوارد چادویک (Sir Edward Chadwick) مصلح بزرگ بهداشتی در قرن نوزدهم گفت: همه‌ی بوها، مریضی هستند! (All smell is disease!) عطرها به‌خارج از داروخانه‌ها و در عطرفروشی‌ها منتقل شدند و نقش‌شان نیز تغییر کرد.

(۳) با انقلاب فرانسه و شورش بر علیه اشرافی‌گری، بوها نقشی تعیین‌کننده در وضعیت طبقه‌ی اجتماعی ایفا کردند. از یک‌سو فساد و آلودگی و بوهای نامطبوع طبقه‌ی فقیر، و از سوی دیگر بوهای سنگین و عطراگین طبقه‌ی اشرافی موجب شد که طبقه‌ی متوسط رو به‌رشد جایگاه خود را در قسمت میانی و "بی‌طرفی بویایی" بیابد که این خود باعث حذف همه‌ی بوهای شهری و عمومی و نیز ملایم‌شدن عطرها و رایحه‌های شخصی و نیز جنسیتی شدن آن‌ها گردید.

(۴) طبیعت زودگذر و فانی عطر هم ایجاد نوعی تلقی شی‌ءای اشرافی بر آن شد که موجب هدر دادن پول می‌گردد. عطر دوامی نداشت و خرج برای آن مثل این بود که پولت را به‌باد بدهی. بنابراین عطرها دیگر ضروری نبودند و جایگاه اجتماعی‌شان به-مقوله‌ی هدر دادن بی‌معنا نزل کرد (Classen, 1994, 81-83).

۳. بویایی و قشر بندی اجتماعی

حواس پنج‌گانه و به‌ویژه در میان آن‌ها قوه‌ی بویایی، کیفیت و غنای احساسی تجربیات حسی را که موجب لذت استفاده‌کنندگان هستند، افزایش می‌دهد. غنای حسی صرفاً موضوع ناب بصری نبوده بلکه تجربه‌ی حسی گسترده و عمیق ناشی از حواسی چون بویایی است (لطفی، ۱۳۹۴، ۴۵). به‌علاوه، بویایی وسیله‌ای برای تمایزهای اجتماعی و طبقه‌بندی افراد در جامعه هم هست. در گذشته شغل‌هایی که بوهای نامطبوع و زننده داشتند مانند ماهی‌فروشی، دباغی، کار در مزرعه با کودهای حیوانی و...، با کیفیت زیست‌طبقات پایین و فقیر همراه بود و حتی شهرنشینان تمایل داشتند که روستاییان را با عناوین بویایی ناخوشایند (بوی بُز و سیر) مشخص کنند و به‌همین دلیل هم سقراط استفاده از عطرها را صحیح نمی‌دانست چراکه باعث از بین رفتن تمایز میان بردگان و شهروندان آزاد می‌شد. به‌علاوه، عطرها به‌ویژه در قرن نوزدهم بسیار جنسیتی شدند و استفاده از آن‌ها بیشتر برای زنان مناسب بود تا مردان. دلیل آن هم جایگاه پایین اجتماعی زنان بود که موجوداتی فاقد ارزش تلقی می‌شدند و عطرها هم که در دسته‌بندی بی‌خاصیت قرار گرفته بودند، مناسب استفاده‌ی زنان بود. نه تنها عطر، که کل حس بویایی هم زنانه‌شد؛ چرا که بوها در عصر روشنگری، نه قدرت درمانی داشتند و نه حالتی مقدس. درمقابل اما قوه‌ی بینایی بدل به ابزار و استعاره برجسته‌ای برای کشف و دانش شد و حسی عالی برای پیشبرد آن. قوه‌ی دید مردانه‌شد؛ همان‌ها که دانشمند، سیاست‌مدار، صاحبان صنایع و کسانی بودند که به‌کشف جهان و تسلط بر آن همت می‌گماشتند؛ و بو، به‌شهود و احساس و اغواگری که در ارتباط با زن بود، تقلیل یافت. در قرن بیستم و پس از جنگ جهانی اول حتی، درک بو با ویژگی‌های حسی خود با عباراتی چون احساساتی‌گری، شهود و نوستالژی‌ها مضحک شمرده شد (Classen, 1994, 84). زن در دنیای غرب جنس لطیف است و بوی عطر او باید ملایم، جذاب و دل‌ربا باشد. یک دلیل هم‌همی اصلی تولید عطر برای زنان هم‌همین جایگاه دون‌شانی است که برای زن قائل بوده‌اند و به‌طور ذاتی او را خوشبو نمی‌دانستند چراکه آن‌ها منشاء مایعات نامطبوعی چون خون قاعدگی هستند. روسپیان به‌طور کلی مقیاس بوی بد زنانه بودند. دوشیزه‌ها، بی-

گناه، مطیع و به طوری طبیعی خوشبو بودند به نحوی که نباید رایحه شان از گل‌ها قوی‌تر باشد. همسران و مادران هم با بوی پخت‌پز و گاهاً بوهای تند بسیار احترام‌برانگیز در مواقع خاص وصف می‌شدند. زن، کسی است که توسط مرد انتخاب می‌شود و این مرد است که انتخاب می‌کند و بنابراین نیازی به افزایش جذابیت در برابر زنان ندارد. به همین دلیل هم در خاطر بویایی ما، مردان با بوی عرقشان قابل پذیرش‌اند اما زنان با بوی عرق تبدیل به چیزی منفور می‌شوند (Ibid, 162-164).

مورخان حواس، بو را به عنوان شاخص رویدادهای تاریخی و اسطوره‌ای خاص در نظر می‌گیرند و بدین طریق، بویایی را عامل پیوندها و خط‌کشی‌های اجتماعی میان افراد و درون گروه‌ها قلمداد می‌کنند (Rojas, 2017, 141). بدین ترتیب، طبقات مختلف اجتماعی با استعاره‌های بویایی مختلف شناخته می‌شوند که می‌تواند ناشی از منابع تغذیه‌ای متفاوت آن‌ها، بهداشت و نحوه کاربرد عطر در میان آن‌ها باشد. نژاد و رنگ پوست هم به طبقه بندی بویایی در غرب کمک کرده است. "تمایزها" معمولاً بوی نامطبوع دارند؛ امروزه "بوی مهاجرت" (the otour of the immigrant) موضوع بحث‌های سیاسی سطح بالا در کشورهای اروپایی شده است. بدین ترتیب، بویایی و استعاره‌های ذهنی آن، معانی نمادین بسیار قوی‌ای را برای ایجاد و تقویت مرزهای طبقاتی و نژادی در جوامع مختلف به ویژه غربی ایجاد می‌کند. بو، مردان را از زنان، سیاهان را از سفیدها، کارگران را از طبقه‌ی اشراف و... جدا می‌سازد (Reinarz, 2014, 174). در عین حال اما قوه‌ی بویایی برخلاف قوه‌ی دیداری و شنیداری، کمتر همچون بیانیه‌های سیاسی در یک گروه و یا نماد حمایت از فرد یا افراد خاصی بوده است^۱ و نخبگان جامعه، همواره سعی کرده‌اند کیفیت بو زدایی (deodorization) شده‌ی مدرنیسم را رعایت کنند و به عبارت بهتر، هرچه در جامعه‌ی مدرن غربی، به مراکز قدرت نزدیک‌تر شویم، فاصله از دو رأس طبقاتی فقرا و اغنیاء بیشتر شده و افراد با کمبود نمادین بو مشخص می‌گردند:

هرچه از مرکز قدرت دور شویم، با بوهای ویژه‌ی طبقه بندی جامعه، بیشتر مواجه می‌شویم: زنان خوشبو یا بدبو هستند؛ خارجی‌ها و اقوام بیگانه بوی مطلوبی ندارند؛

تحلیل عکس های اجتماعی ... ۱۱

طبقه‌ی کارگر بوی فقر و خشونت می‌دهد، و... کدهای بویایی، روابط قدرت را میان طبقات اجتماعی، گروه‌های قومیتی و زنان و مردان در دنیای مدرن معاصر بازگو می‌کنند (Classen, 1994, 161-162).

تفسیرهای متفاوت از یک بو، در تعریف مکان حضور فرد در جهان و نیز در تاریخ شرکت می‌کند و شناسایی بو، غالباً با ارزیابی‌های اخلاقی و اجتماعی‌ای همراه است که منجر به خط‌کشی در تقسیمات اجتماعی و فرهنگی در متن جامعه می‌گردد (Rojas, 2017, 151). این تقسیمات در فضای شهری به واسطه‌ی قوه‌ی بویایی می‌تواند در سه‌نوع دامنه‌ی شهری را شکل دهد:

۱) فضاهای صنعتی: مانند پارک‌های صنعتی، کارخانجات تصفیه‌ی فاضلاب، مکان‌های انباشت زباله‌ی شهری و... که بوهای بد و نفرت‌انگیز در آن عموماً قانونی و قابل قبول شمرده می‌شود، چرا که به‌هرحال محصول فرعی و اجتناب‌ناپذیر کردوکار صنعتی‌اند.

۲) فضاهای عمومی: مانند پارک‌های شهری، مناطق مسکونی، مراکز خرید و سرگرمی و...، که معمولاً آنچه در آن‌ها مطرح است بی‌بویی یا بی‌طرفی بویایی است و به‌خصوص بوهایی که توهین‌آمیز تلقی می‌شود، به‌وسیله‌ی قوانین بهداشتی دفع می‌گردد.

۳) فضاهای خصوصی: شامل خانه‌ها و فضاهای خصوصی آن، که مجدداً حضور انواع بوها در آن قانون می‌شود. در این‌بین نباید فراموش کرد که افراد در مراکز شهری و گروه‌های اجتماعی، به‌حضور بو در فضا چنان عادت می‌کنند که غالباً آگاهی مشخصی از آن ندارند.

۴. بو و پیوست آن با بازآوری خاطره

دنیای مدرن ظاهراً از بو انزجار دارد و آن‌را با نوعی خشم پنهان و غضب برآمده از تاریخ بو، از محیط خود بیرون می‌راند. با ظهور امپریالیسم این موضوع شدت و رنگ بیشتری گرفته و بورا به‌سمت تاریخ زندگی بشر رانده است (Reinarz, 2014, 208). سرکوب بو در عصر روشنگری، توسل به استعاره‌های بویایی‌را در ادبیات بیش‌از پیش گسترده و نویسندگان و شاعرانی چون بالزاک، بودلر و مالارمه فضاهای حس‌آمیزی بی‌نقصی‌را با استعاره‌های بویایی

خلق کردند که البته توسل به این استعاره‌ها، نوعی بیانی‌ی سیاسی بر علیه سرکوب بوهای گذشته بود و دادن صدای ادبی بدان‌ها (چه بوهای زننده و نامطلوب و متعفن، و چه بوهای سنگین و عطراگین بورژوازی)، شورش بر علیه محدودیت‌های جامعه‌ی نوظهور و اشاره به “بوهای ناگفتنی” (unspeakable scents) بود که در برابر ارزش‌های فراگیر کاپیتالیستی و تجاری‌سازی زندگی مدرن، حس نوستالژیکی را برای بوهای از دست‌رفته ایجاد می‌کرد و بو را با خاطره در پیوندی تنگاتنگ قرار می‌داد. از مهم‌ترین آثار ادبی قرن بیستم در این زمینه، رمان باشکوه در جستجوی زمان از دست‌رفته‌ی مارسل پروست بود. اصطلاح “اثرات پروستی” (Prostian effects) یا توانایی حافظه‌ی بویایی (olfactory memory/odor memory) در برانگیختن خاطرات غنی زمان‌ها و رویدادهایی که توسط بو به‌جود آمده‌اند (L. White, 2015, 337)، از اشارات پیچیده‌ای است که پروست در تداوم پیوست بو و خاطره در رمان خود داشت و به‌استعاره‌هایی اشاره دارد که در برابر احساس نوستالژیک بوها و زمان‌ها و گذشته‌های از دست‌رفته به‌کار می‌رود. همین پیوستگی بویایی و خاطره‌است که آن‌را در مواجهه با متن آثار عکاسی و تحلیل عکس‌ها به‌عنوان نوعی رمزگان ادراکی در متن عکس -سندی از زمان از دست‌رفته- کارگشا می‌سازد.

۵. عکس‌های اجتماعی و دلالت‌های ضمنی بویایی

بوها را همواره در تناظر عینی عناصر و اشیاء مورد اشاره قرار می‌دهیم و البته این خود به- ماهیت غیرمادی و تاحدودی غیرقابل اندازه‌گیری بو ارتباط دارد. آن‌چه اما در این تناظر در میان عکس‌ها و نحوه‌ی ادراک آن‌ها مطرح می‌شود، دریافت خاطرات بویایی براساس القایی است که عکس به‌سوژه‌ی خود نسبت‌داده و موجب درک متفاوت ما از آن و تأویل عمیق‌تر نسبت به‌سوژه می‌گردد. وقتی در متن عکس، ایزه‌ها را با نام‌های متقن و قوی نام می‌بریم که در واقع عکس‌ها بر آن پای می‌فشارند (مردی که روغن سوخته‌ی ماشین، لباس و دست‌ها و صورتش را آغشته‌کرده، پسری که شلوارش را خیس کرده، زنی که درهنگام بالا آمدن از پله‌های اتوبوس، صورت و بدنش خیس عرق‌شده، و...)، آن‌چه که به‌لحاظ درک احساسی از بستر عکس، بیننده‌ی آن‌را تحت تأثیر بیشتری قرار می‌دهد، انگاره‌ها و استعاره-

های بویایی متصف به ویژگی‌هایی است که عکس بر آن‌ها اشاره دارد. عرق صورت و کثیفی لباس، زمانی دارای معنای ادراک‌پذیر حسی و اثرگذار بر مخاطب می‌گردند که عکس این-تداعی را در صورت و لباس سوژه‌ی خود نمایش دهد و این‌نمایش موجب بازآوری خاطرات احساسی و مرتبط با بویایی ما از متن زندگی زیسته گردد. به عبارت دیگر، در جایگاه تأویل عکس، بوها دارای وجهی ویژه از تمایزگذاری در معنای عمیق و ضمنی محتوای عکس برای بیننده‌ای می‌شوند که در ساختار اجتماعی مشترکی که بویایی در تعیین و طبقه‌بندی اجتماعی شکل می‌دهد، حضور داشته و آن‌ها را ادراک کرده‌است.

۶. بو: عنصر غایب در عکس‌های مدرن شهری، و عنصر هویت‌ساز در عکس‌های بافت

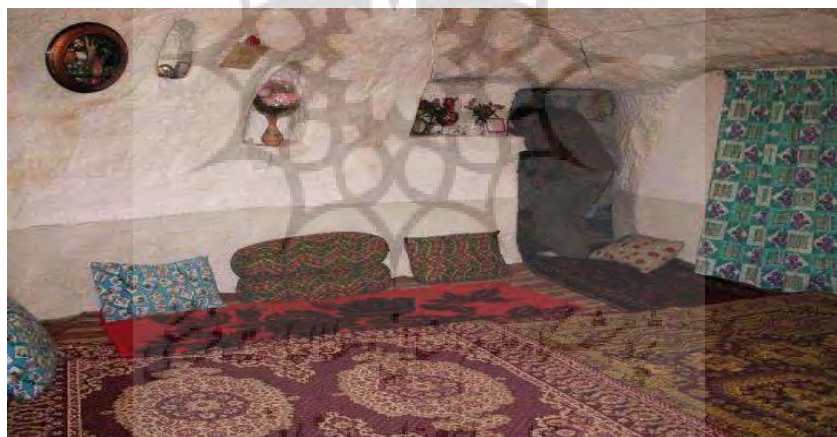
روستایی و سنتی

امروزه به‌ویژه در کلان‌شهرها، استفاده از عطرها و رایحه‌ها جهت زدودن بوهای نامطبوع بدن و تقبیح بوهای نامطلوب و زننده در مکان‌های عمومی که پیامد مدرنیزاسیون شهری و بوزدایی متعاقب آن‌است، از جمله‌ی نمودهایی است که در عکس‌های اجتماعی مرتبط با جامعه‌ی شهرنشین ایرانی (که به‌شدت تحت تأثیر نفوذ سرمایه‌داری و کالایی‌شدن بویایی و الگوهای تقسیم طبقاتی آن در فضای اجتماعی قرار گرفته و آن‌ها را پذیرفته‌است) می‌تواند به‌سرعت، تداعی‌های مرتبط با زندگی زیسته را در مخاطب خود برانگیخته و متن عکس را دارای معنا و محتوای خاص می‌سازد. نمونه‌ی پرواضح قابل قیاس را می‌توان در عکس‌هایی از فضا‌های داخلی خانه‌های سنتی و روستایی (با انبوه وسایل سنتی در فرهنگ ایرانی مانند قالیچه‌ها، پشتی‌ها، دیوارهای کاه‌گلی یا سنگی منقوش، و...) در مقایسه با فضا‌های داخلی خانه‌های شهری که اصول مدرنیزاسیون و دکوراسیون مبتنی و متکی بر فرهنگ مصرفی شهری (انواع مبلمان، کف‌پوش پارکت و سرامیک، پنجره‌های آلومینیومی دوجداره، و...) مشاهده کرد که لزوماً مخاطب عکس، احساس نوستالژیک را در فضای سنتی به‌واسطه‌ی ارتباط با بافتار بویایی به‌نسبت خانه‌های مدرن شهری، بیشتر و عمیق‌تر دریافت می‌کند. (تصویر شماره ۱ و ۲) عکس‌های اجتماعی که نمایش‌گر فضا‌های مدرن شهری هستند، به-واسطه‌ی الگوهای مدرنیستی و توجه بیشتر به‌حواس دیداری و شنیداری در فهم و شناخت

عاملان اجتماعی، عموماً بو زدایی شده‌اند و نداشتن بوی خاص در فضاهای عمومی در آن یک مطلوبیت شهری است و بنابراین، نماهای شهری با سازه‌هایی از جنس بتن و فولاد، به-نسبت بافت سنتی روستایی و شهرهای قدیم که خانه‌های کاه‌گلی و کوچه و خیابان‌های خاکی در آن‌ها حس بویایی را بهتر تحریک می‌کند، فاقد بو و باید کاملاً بوزدایی شده باشند. به-عنوان مثال، دو عکس پنجره‌ی خانه، در دو بافت مختلف شهری را که یکی روی دیواری کاه‌گلی، با پرده‌ی پارچه‌ای مندرس و توری نیمه پاره با چراغی زرد که بر پشت آن در حال سوختن است، مقایسه کنیم با عکسی از پنجره‌ی دیگر روی ساختمانی قوطی کفشی، به-مراتب بوی قوی‌تری را به بیننده‌ی عکس منتقل می‌سازد و تداعی‌کننده‌ی بسیاری از ویژگی‌هایی است که می‌تواند درون عکس، روزگاری رخ داده باشد (بوهایی که با استعاره‌هایی چون بوهای کودکی، کهنگی، مزارع کشاورزی و دامداری، طبیعت و چمن‌زار، سرگین حیوانات اهلی، بسیار قوی‌تر از بوهایی است که متصف به اشیاء و عناصر مدرن همچون بتن، آلومینیوم، فولاد، شیشه و... که به سادگی نمی‌توانند خاطرات بویایی بیننده را در حالات عادی برانگیزند).

در حوزه‌ی حریم عمومی و خصوصی افراد نیز، در ایران دهه‌ی ۷۰ و ۸۰ شمسی و با گسترش فرهنگ مصرف‌گرایی و نفوذ بیش از پیش عرضه و فروش و مصرف محصولات آرایشی و بهداشتی خارجی، عملاً در حوزه‌ی بهداشت فردی و اجتماعی افراد در کلان-شهرها تغییراتی به وقوع پیوست که اگرچه در گذشته نیز بیش و کم وجود داشت اما در سال-های اخیر به‌عنوان گفتمان اصلی شهروند خوب مطرح گردید. استفاده‌ی زیادتر از وسایل نقلیه‌ی عمومی، تراکم‌تر شدن بافت‌های شهری در کلان‌شهرها، توجه خانواده‌ها به تبلیغات گسترده‌ی لوازم آرایشی و بهداشتی، از جمله‌ی عواملی بود که مردم را هرچه بیشتر ترغیب نمود که به نظافت شخصی و "بی‌بویی" و "یا خوش‌بویی" توسط دئودورانت‌ها و عطرهای گوناگون که عموماً محصولاتی وارداتی بودند، بهتر بها دهند. نتیجه این بود که بوی عرق بدن به‌ویژه در مکان‌های عمومی، نوعی توهین تلقی شد و بدن شهری، باید که فاقد بوی نامطبوع تن و یا همراه با رایحه‌های ملایم و معطر می‌بود. چنین خاطره‌ای از تعامل و

گفتمان اجتماعی، موجب می شود که در بستر عکس ها نیز هر نوع آلودگی بصری اندام و چهره ها، خیس بودن زیربغل، دورگردن و پیشانی، و پوشش ژولیده و آلوده، تداعی کننده ی بوهای بد و زننده در مخاطب گردد و در نقطه ی مقابل آن، آراستگی، خشکی پوست، رنگ های ملایم و روشن در پوشش، تداعی گر رایحه های دلپذیر باشد. تفاوت در جنسیت ثبت شده توسط عکس ها نیز خود در انتقال حواس بویایی متفاوت در اذهان بینندگان و در نتیجه تأویل و تفسیر متفاوتی از عکس، منجر می شود. زنی با صورت و اندام عرق کرده در یک فضای عمومی شلوغ، در برابر همان زن که آراسته، خوش پوش با اندامی کاملاً خشک است، تلقی های دیگرگونی را (از احساس نفرت تا برانگیختگی شهوانی) می تواند ایجاد نماید. همین عکس، اگر سوژه مرد باشد، تلقی های ادراکی و احساسی از بستر آن، چه سوژه عرق کرده و آلوده باشد و یا پاکیزه و خوش پوش، تداعی های بویایی به نسبت کمتری را در بیننده ی خود برخواهد انگیزد.



(تصویر ۱ و ۲- بالا: عکاس ناشناس؛ چیدمان داخلی یکی از خانه‌های روستای کندوان، آذربایجان شرقی، ایران. ۱۳۹۱-۱۳۹۰ شمسی. (منبع تصویر: persianpet.org). پایین: عکاس ناشناس؛ دکوراسیون داخلی خانه‌ی ریحانه و میثم، ۱۳۹۶. تهران، ایران. (منبع تصویر: chidaneh.com).^{۱۱}

۷. کارِ خاطره‌ی بو در تحلیل عکس

کاملاً مشخص است که براساس سنت ادبی قرن نوزدهمی که بو را با نوستالژی آنچه از دست رفته یکی می‌پنداشت، می‌توان عکس‌های اجتماعی را در بازآوری خاطرات نوستالژیکی که به واسطه‌ی بوهایی که در متن خود تداعی‌گر آنهاست، بازخوانی نمود. عموماً عکس‌های اجتماعی در بافت‌های سنتی ایران که دارای رایحه‌ها و بوهای بسیار قوی‌تر هستند، به بازآوری خاطرات گذشته بیشتر کمک می‌کنند. رولان بارت نیز به‌درگیری بو و خاطره در متن عکس اشاره کرده است. او در "اتاق روشن" (*Camera Lucida*)،^{۱۲} در برابر عکس مادرش، چنین عنوان می‌کند که مادرش را در میان لباس‌ها، مدها و سلیقه‌هایی که عملاً مادر در روزگار جوانی با آنها عکس گرفته بود، نمی‌شناسد و مدام به جای فهم مادرش در متن عکس، جایگاه خودش را در یک فاصله‌ی تاریخی با متن عکس می‌بیند که پرناسدنی است:

«می‌توانستم عدم وجود مرا در لباس‌هایی "بخوانم" که مادرم، پیش‌تر از آن‌که من بتوانم به یادش بیاورم، پوشیده بود. دیدن موجودی آشنا در سر و وضعی ناآشنا، جوری گیج‌کننده است. این‌جا، حدود ۱۹۱۳، مادرم شیک و آراسته است - کلاه پردار، دست-کش‌ها، کتان ظریف دور مچ‌ها و گردن، "شیک‌ی" و مد روز نمایی‌اش، با شیرینی و سادگی وجودش نمی‌خواند. این تنها باری بود که چنین می‌دیدمش، افتاده به دام تاریخی (از سلیقه‌ها، مدهای لباس، پارچه‌ها): همه‌ی تزییناتِ تباهی‌پذیر حواسم را از او به خود می‌کشاندند؛ آخر، رخت و لباس تباهی‌پذیر است، گور دومی برای وجود عزیزکرده می‌سازد» (بارت، ۱۳۸۴، ۸۳).

سپس، با اشاره به عناصری در عکس، که ناگهان موجب تداعی بوهایی از مادر و آنچه که می‌پسندید، موجب می‌شود که او درک به‌غایت عمیقی را از متن عکس به‌دست‌آورد و مادرش را به‌واسطه‌ی بوها، بازیابد:

«با غرقه‌شدن در عکسی که در آن، او مرا در آغوش دارد، کودکی را پیش روی‌اش، «قادرم» که در درون‌ام، «نرمی تاب‌دار» کربپ دوشین و «عطرِ پودرش» را زنده کنم» (همان، ۸۴).

آنچه که بارت بدان اشاره‌دارد، جایگاه استعاره‌های بویایی در فهم عمیق و تأویل بسیار شخصی متن عکس است که بدون آن، فاصله‌ای تاریخی میان بیننده و سوژه‌ی نمایش داده‌شده، پرنشاندنی بوده و همواره یک تکه‌ی فهم‌ناشدنی در عکس وجودخواهد داشت که تعبیر به «ازمدافتاده»، «قدیمی»، «منسوخ»، و «از کار افتاده» خواهد گردید. (تصویر شماره ۳)

بویایی، ارتباطی عمیق با بستر عکس و سوژه‌های درون آن برقرار ساخته و این فاصله‌را به‌واسطه‌ی کیفیت عمیقاً نوستالژیک‌اش، پر می‌سازد. بو، بنابراین همواره به‌عنوان روشن‌گر برخی حقایق در مورد اشیاء، مکان‌ها و مردمی که از آن‌ها سرچشمه می‌گیرد، مورد توجه بوده و قابلیت آشکارسازی حقایقی درونی‌را از آن‌ها دارد (Reinarz, 2014, 25). قوه‌ی بویایی از طریق ارتباط عمیق بو با «حقیقت» خاطره، به‌فهم عکسی کمک می‌کند که فلسفه‌ی حضورش با «شیئیت» خاطره همراه است و در فهم عمیق‌تر بستر صلب و غیرقابل نفوذ عکس در بیننده‌اش، خاطره‌را زنده و حی‌وحاضر می‌سازد! کافی است که در یک هوای سرد زمستانی، تجربه‌ی ایستادن کنار یک فروشنده‌ی باقالی و لبوی داغ دوره‌گرد را داشته‌باشیم تا با دیدن عکسی از گاری دستی آن و بخاری که از لبوهای داغ به‌هوا برخاسته، همه‌ی عطر و خاطره‌ی آن زنده‌شده و عکس‌را برای ما تداعی‌گر وقایع موازی کند که در همه‌ی آن لحظات رخ داده‌است. به‌عبارتی، کارکرد کلی عکس در فراچنگ‌آوردن آن‌چیزی که استیو ادواردز (Steve Edwards)^۳ از آن با عنوان «خاطرات غیرارادی» (involuntary memory) در برابر «خاطرات ارادی» (voluntary memory) نام می‌برد، به‌واسطه‌ی بویایی و ردّ حضور بوهایی در گذشته‌ی عکس، بسیار تقویت می‌گردد؛ این مواجهه با خاطره‌ی غیرارادی که

ناگهانی، ضربه‌زننده و تأثیرگذار است، موجب می‌گردد که چشم در متن عکس کارایی خود را از دست داده و ذهن و "تداعی‌های برساخته‌ی عکس" در آن، مشغول ساخت و تداوم آن-چه باشند که دیدن سطح عکس در فرایند خلق آن، کارایی چندانی ندارد:

«عکس‌ها، خاطره‌ی چیزها، مکان‌ها، و آدم‌ها را به یاد ما می‌آورند. آن‌ها پهنه‌ی زمان و مکان‌ها را در می‌نوردند و بین زمان و مکانی با زمان و مکان دیگر ارتباط برقرار می‌کنند و زنجیره‌ای از تداعی‌ها را برمی‌انگیزند... یک لباس یا جزیی از یک دکور ممکن است تداعی‌ها یا ارتباطاتی برانگیزد. شاید به همین دلیل است که آدم‌ها هنگام صحبت درباره‌ی عکس‌های خانوادگی به ندرت به خود تصاویر می‌پردازند. این نپرداختن به خود تصاویر را می‌توان به نوعی توجه نکردن به سطح تصاویر تعبیر کرد» (ادواردز، ۱۳۹۱، ۱۷۶).

حافظه بویایی در به دست آوردن خاطره‌ی غیرارادی که تماماً برخاسته از متن زندگی روزمره‌ی گذشته‌ی افراد است، به صورت ناگهانی از متن عکس برخاسته و حقایق را و رای رصد قوه‌ی بینایی برملا می‌کند که می‌تواند در وصف‌هایی که دارنده‌ی عکس از رخداد‌های همزمانی که در هنگام ثبت آن دارد (و یا اتفاقی مشابه در مکانی دیگر که خاطره‌ی بویایی یکسانی را منتقل می‌کند)، ارایه شود. بویایی، یکی از عوامل مؤثر در بحث‌ها، گفت‌وگوها و داستان‌سرایی‌هایی است که پیرامون عکس‌ها شکل می‌گیرد که محققان حوزه‌ی تحلیل و نقد عکس از آن در مقوله‌ی "کار خاطره" و "واکاو" سازوکار خاطره و نحوه‌ی ارتباط آن با عکاسی، بهره می‌برند. همان‌طور که انت کون (Annette Frieda Kuhn)^۶ کار خاطره‌ها همچون سندی شفاف می‌داند که می‌تواند در تولید معنای پنهانی که زندگی روزانه‌ها در بر گرفته‌اند و دلالت‌های خود را در متن عکس پنهان ساخته‌اند، مورد استفاده و کاربرد محققان قرار بگیرد:

«در کار خاطره، فرضیات مربوط به شفافیت یا اصالت آن‌چه به خاطر می‌آید اعتبار ندارد، و خاطره نه "حقیقت" بلکه گونه‌ی خاصی سند است؛ یعنی مواد خام تفسیربرداری که باید آن‌را به پرسش کشید و برای یافتن معانی و امکان‌هایش در آن کندوکاو کرد» (به نقل از ادواردز، ۱۳۹۱، ۱۸۰).



تصویر ۳- مادر بزرگ (عکس از نگارنده)، ۱۳۹۲، گناباد، ایران.^{۱۷}

عکس‌ها دیده می‌شوند و باعث به‌خاطر آوردن می‌شوند، تنها زمانی که دیدن و بازآوری خاطره مؤکداً دیگر امکان‌پذیر نباشد. چشم‌ها را باید برای نشان دادن عمق این ناتوانی در بینش حقیقتی که ادراک و فهم در عصر بازتولید مکانیکی بدان آغشته‌است، تماماً بست (Cadava, 1997, 96&7) و به‌قوای دیگر حسّی -همچون- بویایی که می‌توانند به‌مثابه سندی غیرمادی از گذشته راه فهم متن عکس را هموار سازند، تکیه کرد. به‌عبارت دیگر، شرایط حصول آن‌چه‌را که به‌عنوان کارِ خاطره به‌واسطه‌ی حضور عکس در برابر بیننده‌اش می‌دانیم، نه‌صرفاً و تنها مرتبط با سطح ظاهری عکس و قوه‌ی دیداری مرتبط با آن، که بسیار بیشتر و عمیق‌تر، با قوای دیگر احساسی‌ای مرتبط است که در لحظه‌ی مواجهه با عکس، و تحلیل و فراچنگ آوردن اطلاعات ضمنی عکس، افراد به‌تجربه‌ی آن‌ها آگاهی دارند. بویایی، از اصلی‌ترین این قوای حسّی‌است. کارِ خاطره در عکس، صرفاً براساس مصادیق ثبت‌شده در سطح عکس شکل نمی‌گیرد و چه‌بسا، بستر عکس (به‌ویژه در عکس-هایی با محوریت زندگی انسانی)، بدون درگیر کردن قوای حسّی ناتوان از ارایه‌ی دلالت-

های ضمنی و پنهانی خود در مخاطب خود باشند. "به یاد آوردن"، که کارِ خاطره را تضمین می‌کند، گذشته را از نابودی محض می‌رهاند و قوام حافظه را در فراچنگ آوردن چیزها و شیء‌ها در گذشته، شکل می‌بخشد؛ چرا که حافظه، «ملازم با نوعی عمل نجات‌بخشی است. آنچه که به یاد می‌آید از هیچ بودن در امان مانده است. آنچه فراموش شده، از دست رفته - است» (برجر، ۱۳۸۰، ۷۸). درک مکان، احساس فضا و تخیل، سه عامل اساسی است در ادراک آنچه به حافظه سپرده شده، و تداخل همواره‌ی حواس انسانی را با حضور فیزیکی او در مکان یا فضای عکس برداری شده نمایش می‌دهد. حافظه‌ی انسانی، مرکز انباشت هر حسی است که در به یاد آوردن و به خاطر سپردن وجود دارد (Casey, 2002, 148). درگیری قوه‌ی بویایی با نگرستن بر عکس‌ها می‌تواند کارِ خاطره را در ایجاد احساساتی نوستالژیک در مخاطب عکس شکل داده و منظر بویایی را در تحلیل و فهم عکس، دارای کارکرد و معنا سازد.

۸. نتیجه‌گیری

دیدن عکس‌ها به خصوص آن‌جا که صحبت از عکس‌های اجتماعی و مرتبط با زیست روزمره‌ی انسان‌هاست، همواره با بروز و وقوع احساساتی آمیخته است که در روند تحلیل و تفسیر عکس دخالت کرده و بر آن تأثیر می‌گذارد. ادراک حسی انسان، همان‌گونه که راه اصلی شناخت و فهم جهان پیرامون وی و تفسیر پس از آن در اعمال روزانه‌اش است، در عملیات تفسیر متن نیز جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده و در این بین، مورخان اجتماعی حواس که ردّ ادراک حسی را در تاریخ زندگی روزانه می‌کاوند و اشکال اثرگذار آن را بر اعمال و رفتار و باورهای اقوام و جمعیت‌های گوناگون تحلیل و بررسی می‌کنند، به این مهم توجهی ویژه دارند. در این تحقیق، به تاریخ فرهنگی و اجتماعی بو و نسبت آن با تحلیل و تفسیر عکس‌های اجتماعی پرداخته شد. به این نتیجه رسیدیم که بویایی، در کنار قوه‌ی دیداری که اساساً سندیت تاریخی عکس را بر آن پایه‌گذاری می‌کنیم، ادراک پیچیده‌ای را در شکل‌دهی به فهم آنچه که در متن عکس حاضر است، در برابر بیننده می‌گشاید. توجه به ادراک بویایی در فهم عکس، کارِ خاطره را که در ارتباط با درکِ اشیاء و چیزها و

موقعیت‌ها و افرادی که در عکس حاضر هستند، با شرایط زیسته‌ای پیوند می‌زند که مخاطب عکس در آن‌ها زیسته و با آن‌ها زندگی کرده و اساساً درک پیشینی از آن‌ها داشته است و بنابراین، فهم زنده‌تری از متن عکس به دست می‌دهد. تاریخ اجتماعی بو، این امکان را به مفسر عکس می‌دهد که ادراک بویایی را در متن تاریخی خود قرار داده، نحوه‌ی شکل-گیری ادراک حسی در زندگی زیسته را به واسطه‌ی آن واکاوی نموده، و سرانجام ردّ حضور آن‌را در بستر عکس کاویده و بر نحوه‌ی اثرگذاری بویایی بر درک و تحلیل مخاطب از متن عکس صحه‌گذارد. امروز بدون شک نمی‌توان در حوزه‌ی تحلیل تاریخی عکاسی، ادراکات حسیّ انسانی را بیش از این نادیده گرفت و سازوکار قوه‌ی بویایی، به واسطه‌ی ارتباط مستقیمی که با نوستالژیا و بازیابی خاطرات در گذشته‌دارد، پیوندی تنگاتنگ با تفسیر عکس‌های اجتماعی خواهد یافت.

پی‌نوشت‌ها

- ^۱ این مقاله برگرفته از رساله‌ی دکتری نویسنده است که به راهنمایی دکتر احمد السّتی و دکتر حسن بلخاری در پردیس هنرهای زیبا دانشگاه تهران در حال انجام است.
- ^۲ دیوید هاوز: استاد انسان‌شناسی در دانشگاه کنکوردیا، مونترال. هاوز دوره‌های حقوق، تجارت، زیبایی‌شناسی و حواس را از منظر میان‌فرهنگی تدریس می‌کند.
- ^۳ آلن کوربن (۱۹۳۶-): مورخ فرانسوی تاریخ و متخصص در میکرو هیستوری و تاریخ قرن نوزدهم فرانسه.
- ^۴ چارلز داروین (۱۸۸۲-۱۹۰۸): طبیعت‌شناس، زمین‌شناس و زیست‌شناس مشهور انگلیسی، که به واسطه‌ی نظریه‌ی تکاملش شناخته شده است. پیشنهاد داروین مبنی بر اینکه تمامی گونه‌های حیات در طول زمان از اجدادی مشترک شکل گرفته‌اند، اکنون به طور گسترده‌ای پذیرفته شده و مفهومی اساسی در علم امروز گردیده است.
- ^۵ زیگموند فروید (۱۸۵۶-۱۹۳۹): پزشک اتریشی و متخصص اعصاب و و بنیان‌گذار علم روان‌کاوی (روش بالینی برای درمان آسیب‌شناختی روانی از طریق گفت‌وگو میان بیمار و روان‌کاو).
- ^۶ مقاله‌ی «درآمدی بر ترجیح حواسِ خمسه بر یکدیگر نزد بعضی از علمای مسلمان»، که به قلم ابراهیم موسی‌پور نگاشته شده است، یک نمونه‌ی خوب از مطالعات تاریخ فرهنگی حواس پنج‌گانه به زبان فارسی است. برای مطالعه‌ی بیشتر، ن ک: ابراهیم موسی‌پور. *درآمدی بر ترجیح حواسِ خمسه بر یکدیگر نزد بعضی از علمای مسلمان*. ماه‌نامه‌ی خردنامه‌ی همشهری، شماره ۵۰، خرداد و تیر ۱۳۸۹.
- ^۷ در دوران مسیحیت، شهرهای اروپایی بسیار آلوده و کثیف بود. فضولات حیوانی و انسانی، اجساد حیوانات مرده، خون‌وخونابه و هر چیز تهوع‌آور دیگری همچون جوی‌های روان در خیابان‌های شهرها وجود داشت. لندن و رودخانه‌های

متعفن‌اش در سرتاسر اروپا شهره‌بود. لوئیس مرسیر (Louis Sebastein Mercier) نویسنده‌ی فرانسوی، آلودگی شهری پاریس را با حیرت چنین وصف می‌کند که چطور کسی می‌تواند در این محل شلوغ و کثیف، با هوایی مسموم و هزاران شکل از دودهای دائمی بخارات متعفن، قبرستان، بیمارستان، فاضلاب، جوی‌های ادرار و گُپه‌های بزرگ مدفوع، بماند یا زندگی کند؟! مشکل دفع زباله باافزایش جمعیت شهرها واقعاً تاریخی شد. سوءظن نسبت به‌انتشار بیماری‌هایی چون تیفوس و وبا به‌واسطه‌ی مواد کثیف و زائد هم مزید برعلت شده‌بود. در تابستان‌های داغ، بوی تعفن شهری افزایش می‌یافت، مثلاً وضعیت متعفن لندن در تابستان سال ۱۸۵۸ چنان وخیم‌شد که پیشنهاد گردید که پارلمان به‌خارج از شهر منتقل‌شده و اصلاحات بهداشتی باسرعت بیشتری آغازشود. گرچه این اصلاحات با شورش‌های طبقه‌ی فقیری همراه بود که استدلال می‌کردند خیابان تمیز، کالایی لوکس‌است و ضرورتی برای هدر دادن پول‌های زیاد جهت سیستم‌های گران‌قیمت فاضلاب شهری وجود ندارد، به‌رحال اما، انقلاب بویایی همراه‌شد با انقلاب در پاکیزگی و حمام‌کردن که در قرن ۱۸ دراروپا ظهور کرد. اشراف و طبقه‌ی متوسط با اکراه تن به‌استحمام و نظافت و زدودن گردوغبار از خانه و اطراف آن دادند، طبقه‌ی کارگر اما تا اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰، همچنان به‌شیوه‌ی قدیمی زندگی می‌کرد. در مطالعه‌ای در سال ۱۸۴۲ راجع به‌وضعیت بهداشت لندن، کارگری می‌گفت: من هرگز بدن خود را نخواهم شست. من فقط گردن، گوش‌ها و صورتم را می‌شویم! برای مطالعه‌ی بیشتر، ن ک:

Constance Classen and others. *Aroma, the Cultural History of Smell*. pp 56, 78-81.

۸ ادوارد چادویک (1800-1890): یکی از مصلحان اجتماعی انگلستان، که می‌توان از فعالیت‌های تأثیرگذار او در حوزه‌ی بهداشت و سلامت، رهبری وی در اصلاح قوانین ضعیف انگلستان، و به‌رسمیت شناختن اصلاحات اساسی بهسازی اصول بهداشتی شهری و بهداشت عمومی اشاره کرد.

۹ مثلاً در انگلستان و برخی شهرهای آن، پاکستانی‌ها را بدبو می‌دانند و مردم معتقدند محله‌های که پاکستانی‌ها در آن می‌زیند را می‌توان از بوی آن‌ها تشخیص داد.

۱۰. تفاوت حضور قوای دیداری و شنیداری به‌عنوان مانیفست سیاسی را می‌توان به‌خوبی در انتخاب رنگ‌های خاص دو حزب اصلی آمریکا (آبی برای دموکرات‌ها و قرمز برای جمهوری‌خواهان) و نیز کیفیات خاص صوتی (از قرائت بیانیه‌های پرشور به‌سبک و سیاق خاص، تا برآمدن موسیقی‌های مختص گروه‌های اجتماعی مختلف مانند جاز در میان سیاه‌پوستان آمریکایی نیواورلئان، هیپ‌هاپ در آفریقایی‌آمریکایی‌های شهری و...) مشاهده کرد، اما برخلاف، تقویت رایحه یا بوی خاص برای اهداف سیاسی مشخص، کمتر قابل ردگیری و بررسی است.

۱۱ مدرنیاسیون شهری به‌همراه انقلاب بویایی‌ای که با خود در اواخر قرن هجدهم میلادی به‌همراه آورد، "بی‌بویی" و یا کم‌بویی را در زندگی شهری، جایگزین بوهای شدید (بد و یا خوب؛ متعفن و یا عطرهای غلیظ خوش‌بو) نمود. کلان-شهرهای ایرانی نیز طبعاً از قاعده‌ی مدرنیاسیون در ارتباط با بو مستثنی نیستند و طبع شهرنشینی اقتضا می‌کند که هر نوع وسیله‌ای در فضای زندگی، فاقد بو و یا کم‌بو باشد. در عکس پایین، مبلمان، پارکت، گلدان مصنوعی تزئینی و... هیچ‌گونه بوی خاصی را در بیننده‌ی خود بر نمی‌انگیزد، چرا که اساساً غالب امکانات زیست شهری مدرن، بوزدایی شده‌است. برخلاف، در کیفیت سنتی (موجود در بافت‌های روستایی) حتی اگر مانند عکس بالا، خانه به‌خاطر مزیقه‌های خاص زیست منطقه (روستای کندوان) از سنگ هم بنا شده‌باشد، بسیاری از رایحه‌های زندگی را می‌توان از بطن عکس دریافت کرد. کهنگی، بوی نا، روفرشی‌ها و کناره‌ها و پشتی‌ها و اساساً وسایل زندگی روستایی و سنتی و اقتضانات بویایی آن‌ها

تحلیل عکس های اجتماعی ... ۲۳

که طبعاً هیچ الزامی در بوزدایی آن وجود ندارد، در فهم خاصی از عکس دخالت می کند که می تواند تعبیر به نوستالژیا، یا خاطرات از دست رفته گردد.

۱۲. نسخه‌ی انگلیسی اتاق روشن را ریچارد هوارد (Richard Howard) در سال ۱۹۸۱ توسط منتشر کرد، آخرین اثر رولان بارت است که اختصاصاً راجع به نحوه‌ی تأویل عکس‌ها نگاشت و امروزه از مهم‌ترین متون فلسفی عکاسی شمرده می‌شود.

۱۳. استیو ادواردز: استاد نظریه و تاریخ عکاسی در بیرک‌بک دانشگاه لندن. ادواردز طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های تحقیقاتی را به انجام رسانده در زمینه‌هایی چون: تاریخ و نظریه‌ی عکاسی، فرهنگ صنعتی قرن نوزدهم؛ هنر معاصر و زیبایی‌شناسی در دهه‌های ۱۹۷۰؛ هنر معاصر، هنر و نظریه اجتماعی (به خصوص نظریه مارکسیستی). آثار او به طور گسترده در سطح جهان منتشر و تاکنون به ده زبان ترجمه شده است.

۱۴. ادواردز معتقد است که عکس در آثار مارسل پروست چنان قدرتی دارد که انگار آدم‌های داخل عکس آدم‌های واقعی هستند! و این قدرت را ناشی از این تفکر پروست می‌داندست که پروست، اهمیت زیادی را برای به تصویر کشیدن خاطره-ی غیرارادی قائل بود و معتقد بود که خاطره‌ی آزادی کوشش آگاهانه‌ی ما برای به یاد آوردن گذشته است (که معمولاً با شکست هم همراه است)، درحالی که خاطره‌ی غیر ارادی در واکنش به یک محرک غیرمنتظره به ما هجوم می‌آورد و در فراچنگ آوردن لحظه‌ای از زمان گذشته کامیاب‌تر است. برای مطالعه‌ی بیشتر، ن ک: استیو ادواردز، عکاسی، ص ۱۷۵.

۱۵. کار خاطره (Memory work) در قیاس با "کار رؤیا" (fantasy work) در تفسیر فروید از رؤیا ساخته شده است.

۱۶. انت کوهن (-1945): نویسنده، مورخ فرهنگی، مدرس، محقق، سردبیر و فمینیست انگلیسی است. او به خاطر کارها و تحقیقاتش در مطالعات فرهنگ بصری، تاریخچه‌ی فیلم و حافظه‌ی فرهنگی مشهور است.

^{۱۷} برخی از تحلیل‌های خصوصی عکس‌های خانوادگی که نشانه‌شناسانی مانند رولان بارت بدان اشاره می‌کنند، ریشه در تأویل فرهنگی و تاریخی بو در بستر عکس‌ها دارد. بسیاری از توصیف‌های خصوصی که از بستر عکس حاصل می‌گردد، در واقع استعاره‌هایی است که متصف به قوه‌ی بویایی است: چهره و اندام فرتوت و یا لباس‌های قدیمی و کهنه (چارقد سپید با گوشه‌هایی که درون آن نقل و پول گره زده می‌شد) در عکس بالا، چه بسیار با خاطرات رایحه‌هایی که مربوط به حضور مادر بزرگ و زندگی او و کارهای روزمره‌ی او همراه است و برای بسیاری از ایرانیان که نیاکان‌شان، گذشته و زیست بومی سنتی داشته‌اند، دارای تداعی‌های بویایی و زنده‌شدن خاطراتی است که عکس‌ها، به واسطه‌ی به-یاد آوردن تسلسل خاطرات از دریچه‌ی بوهای گذشته و قدیمی، سبب می‌گردند. قوه‌ی بویایی در "کار خاطره" عکس‌ها شرکتی فعال داشته و بسیاری از گفت‌وگوها پیرامون عکس‌های خصوصی و خانوادگی را می‌توان مرتبط و متصف به-بوها دانست.

منابع

- ادواردز، استیو (۱۳۹۱). عکاسی. ترجمه مهراں مهاجر. نشر ماهی. تهران.
- اکبری، علی و محمد منصور فلامکی (۱۳۹۵). «بررسی جایگاه ادراکات حسی و احساس در پدیده‌شناسی فضای ساخته‌شده»، مجله پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران دانشگاه تهران، دوره ۶، شماره اول.
- ام اسمیت، مارک (۱۳۹۴). *تاریخ اجتماعی حواس*. در کتاب: *تاریخ اجتماعی: دانش، روش و آموزش*. گردآوری و ترجمه ابراهیم موسی‌پور بشلی و محمد ابراهیم باسط. انتشارات دانشگاهی سمت. تهران.
- بارت، رولان (۱۳۸۴). *اتاق روشن، اندیشه‌های درباره عکاسی*. ترجمه‌ی نیلوفر معترف. نشر چشمه. تهران.
- برجر، جان (۱۳۸۰). *درباره نگریستن*. ترجمه‌ی فیروزه مهاجر. نشر آگه. تهران.
- لطفی، افسانه و بهادر زمانی (۱۳۹۴). «نقش مؤلفه‌های منظر حسی در کیفیت محورهای مجهز محلی»، *فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات شهری*، شماره ۱۳، دانشگاه کردستان.
- موسی‌پور، ابراهیم (۱۳۸۹). «درآمدی بر ترجیح حواس خمسه بر یکدیگر نزد بعضی از علمای مسلمان»، *ماهنامه‌ی خردنامه‌ی همشهری*، شماره ۵۰، تهران.
- Classen, C., Howes, D., Synnott, A. (1994). *Aroma, The Cultural History of Smell*. Routledge pub. London.
- White, T., L., Moller, P., Koster, E., P., Eichenbaum, H., Linster, C. (2015). *Olfactory Memory*. In book: *Olfaction and Gustation*. Chapter 15. Wiley Publishing company, New York.
- Reinarz, J. (2014). *Past Scents, Historical Perspectives on Smell*. University of Illinois Press, United States.
- Casey, E., S. (2002). *Remembering: A phenomenological study*. Indiana University Press. Bloomington and Indianapolis, United States.
- Pallasmaa, Juhani. (2012). *The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses*. Wiley, UK.
- Classen, C. (2012). *The Deepest Sense, A Cultural History of Touch*. University of Illinois Press, United States.

Corbin, A. (1986). *The Foul and the Fragrant: Odour and the French Social Imagination*. Berg Publishers Ltd, New York.

Rojas, F., Sergueenk, V. (2017). *The smell of time: Olfactory associations with the past in pre-modern Greece*. In book: *Knowing Bodies, Passionate Souls: Sense Perception In Byzantium*. series editor by Elena Boeck. Harvard University, United States.

[16] Cadava, E. (1997). *Word of Light, Theses on the Photography of History*. Princeton University Press. UK;



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی