



گفته می شود یکی از راه های طبیعی شدن پدیده ها و از کار افتادن جنبه های دلالتگر یا به عبارتی معنادار آنها، یعنی از کار افتادن جنبه نشانه ای آنها و خوانش پذیری شان تکرار است. هرچه بیش از حد تکرار شد، عادی می شود، عادت می شود و وقتی عادت شد دیگر دیده نمی شود، یعنی خوانش پذیری اش را از دست می دهد و به امر بدیهی تبدیل می شود. کار هنرمندان، شاعران و نویسندگان، فعالان اجتماعی و روزنامه نگاران آن است که امر طبیعی شده، طبیعی تلقی شده، مقدر فرض شده را دوباره برجسته سازی کنند و از این طریق ما را دوباره وادارند تا متوجه آن امور شویم. شاعر و نویسنده کاری می کنند تا ما متوجه زبان شویم، هنرمندان باعث می شوند تا ما متوجه شکل ها، رنگ ها و تصاویر شویم و فعالان اجتماعی کاری می کنند تا آن جنبه های زندگی اجتماعی که عادی شده اند دوباره دیده شوند. حکایت کودکان خیابانی نیز از همین دست است.

هر روز با مترو که در شهر جابه جا می شویم ده ها از این کودکان خیابانی را می بینیم که از این کوپه به آن کوپه و از این قطار به آن قطار جابه جا می شوند و آنقدر دیدیم شان که دیگر طبیعی شده اند، روزمره شده اند و در اثر تکرار معنای خود را از دست داده اند و به اصطلاح دیگر دیده نمی شوند مگر گاهی در حکم مزاحم. این کودکان هر چند شاید گفته شود در عمل به کار گدایی مشغولند اما شرافت انسانی شان اجازه نمی دهد گدایی بکنند، پس چه می کنند: کسب و کار. کسب و کارشان چیست، فروش کالایی به شما و البته همان طور که بیشتر شما خوانندگان نیز تجربه کرده اید از همه شگردهای مختلف بازاریابی برای فروش کالا به شما استفاده می کنند. پس اینان وارد معامله ای با مشتریان بالقوه خود می شوند؛ اما چه می فروشند: فال حافظ. غزل حافظ در بافتی متفاوت کارکرد متفاوتی پیدا کرده است. همین غزلیات حافظ در میان برخی از ادبا در حکم متنی تقدیس شده با خوانش هایی ثابت و تغییرناپذیر خوانده می شود، در میان برخی دیگر با نگرش های معاصرتر ارزش خود را از خوانش پذیری متکثر خود می یابد و در میان گروهی دیگر از سطح زبان فراتر می رود و در لایه های متفاوت تصویری خود را گسترش می دهد. اینها همه نقش های متفاوتی هستند که غزلیات حافظ در فضای دانشگاهی و اندیشه ورزی روشنفکری می یابد. اما همین غزلیات از دیرباز در میان طیف گسترده تری از مردم نقش های دیگری داشته است از جمله تفال. رجوع به غزل حافظ و طلب راهنمایی از او. این نیز چیز جدیدی نیست و من هم بنا ندارم بگویم خوب است یا بد. خود این نقش های متفاوت گواه کثرت پذیری خوانش متن از جمله متن غزلیات حافظ هستند و بدیهی است که هیچ کس نمی تواند یکی از این نقش ها را به عنوان حقیقت غزل حافظ مصادره و نقش های دیگر را بی اعتبار کند. این نقش های متفاوت قابلیت های متن در بافت های متفاوت هستند. نقش تفال بیشتر نیز خود را تا حد شیوه ای برای کسب و کار بسط داده بود و پادمان نرفته است پرنده هایی را که فالی را به نوک می گرفتند و به دست صاحب فال می دادند و سکه ای را نصیب صاحب این کسب ساده می کردند که همان زمان نیز راهی بود برای حفظ کرامت انسانی و نقابی بود برای گدایی. امروز این ماجرا ابعاد گسترده تری پیدا کرده است و این نقش شکل پیچیده تری یافته است. کودکانی که از امکان مدرسه رفتن و سواد آموختن محرومند، فال حافظ می فروشند. کالایی بنجل مثل همه کالاهایی که در بازار مکاره مترو فروخته می شود. مشاهده می کنید این متن چندلایه پیچیده را که از فرط تکرار دیگر روزمره شده است و دیده نمی شود و خوانده نمی شود.

غزل حافظ در یکی از نقش هاییش که معاصر است به کالایی بنجل تبدیل شده است که ارزش و اعتبار خود را در این نقش از رواج گرایش به رمالی و فال گیری در انواع هندی و چینی و فال قهوه و چه و چه گرفته است. به همین نسبت این کالایی بنجل عامه پسند به متنی ساده و عوامانه تبدیل شده است چون در غیر این صورت نمی تواند این نقش خود را در حکم کالایی بنجل به غایت برساند. مثلاً در یکی از این فال ها که با شگرد های بازاریابی یکی از کودکان خیابانی خریدم دو بیت از غزلی از حافظ آمده بود: دوستان وقت گل آن به که به عشرت کوشیم/سخن اهل دل است این و به جان بنوشیم (البته بنوشیم)/ نیست در کس کرم و وقت طرب می گذرد/چاره آن است که سجاده به می بفروشیم. و بعد شرحی بر غزل (این دو بیت) نوشته شده است این گونه: ای صاحب فال ظاهراً از آنچه دارید احساس نارضایتی می کنید. به خود نگاه کن و بین در مقابل این نعمت خدادادی چه کردی؟ هرگز دچار حرص و طمع نشو و به آنچه که داری شکرگزار باش. اگر در طلب بیش از این هستی تلاشت را بیشتر کن و از یکتای باری تعالی کمک بگیر.

همان طور که ملاحظه می شود این شرح چندان ربطی حتی به آن دو بیت ندارد اما از نظر سبک نوشتار متناسب است با انتظاری که مشتری این کالا از آن دارد و از جنس چیزهایی است که برای متولدین ماه های مختلف نوشته می شود. عوامل متفاوت متنی و بینامتنی، از جمله حافظ، تفال، کالایی شدگی، کودکان خیابانی، گدایی پنهان، رواج رمالی و فالگیری در شکل های متفاوت آن، وجود سبک نوشتاری متناسب این نوع متن، وجود مشتری برای این نوع کالا، کنایه شدن کاربرد مفاهیمی چون عدالت و کرامت انسانی و شاید بسیار عوامل متنی و بینامتنی دیگر درکارند تا به این پدیده/متن نقش و معنا بدهند ولی هیئات از روزی که در اثر تکرار طبیعی و روزمره شود و دلالت های خود را از دست بدهد و مقدر تلقی شود.