

خری عصری



سید احمد ساوینز



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

عصر بی خریدی

سید احمد ساویز

مقدمه: عقل‌های خفته و کاهش سطح خردورزی

فرهنگ رسانه‌ای مدرن تلاش واضحی در سطحی نگاه‌داشتن ذهن مخاطب دارد. کاهش عمق فکری و خردورزی، عارضه مشترک همه جوامعی است که فرهنگ مدرن را تجربه می‌کنند. این کاهش خردورزی با شواهد آماری قابل مشاهده است.

ریچارد رپسُن، استاد تاریخ در دانشگاه هاوایی، توضیح می‌دهد که روزی در حال دیدن تلویزیون، احساس کرده وارد نوعی کابوس

شده که خالی از هر نوع عقلانیت و محتواست. او تلویزیون را خاموش می‌کند، اما آن کابوس از مقابل دیدگان او کنار نمی‌رود. ریچارد رپسن تجربه خود را این‌گونه توضیح می‌دهد:

«من تلویزیون را خاموش کردم و امیدوار بودم که بتوانم از کابوس بگریزم، اما این بار آمریکا با تمامیت خود در برابر من به کابوس تبدیل شده بود؛ کشوری با حماقت و بلاهت انبوه و نوعی زندگی اجتماعی سبک‌سرانه و کوتاه‌فکرانه، و ساختاری ارزشی که هرچیز، حتی خود انسان را به کالا تقلیل می‌داد. تمامی این سلبریتی‌ها و قهرمانان اجتماعی، چیزی جز یک‌سری شخصیت‌های مصنوعی ساخته‌شده نبودند؛ همه مانند حباب‌های کف روی آب. سرمایه‌داری، ورزش، تفریح، سیاست، تبلیغ، میهن‌پرستی، تلویزیون و نمایش حرفه‌ای، همه آن‌چنان در

شخصیت این افراد درهم آمیخته که حقیقت دیگر در این میان به سادگی شناسایی شدنی نیست. این پدیده چیست؟ از کجا آمده است؟ و این کشور [= آمریکا] را به کجا می‌برد؟^۱»

به بیان ساده‌تر او می‌گوید همه چیز رنگ‌وبوی سودجویی و درآمدزایی دارد و تبلیغ‌ها می‌توانند هر نوع دروغی را بگویند تا کالایی را بفروشند. سیاستمداران نیز با این توجیه که سیاست‌های سرمایه‌داری در دنیا این‌گونه اقتضا می‌کند، می‌توانند دروغ بگویند. بنابراین هیچ‌جایی برای حقیقت نمانده و معلوم نیست اصلاً چه کسی و چه چیزی درست است. این دردی است که ریچارد رَپسن از آن به‌عنوان کابوس در دنیای امروز تعبیر می‌کند.

1. R. L. Rapson. *American yearnings: Love, money, and endless possibility*. New York: University Press of America, 1988, p.181. Quoted in J. F. Schumaker, *The Age of insanity*, Praeger, 2001, p.134.

تحلیلگران اجتماعی امروز، از مرگ مدرن ذهن، مرگ ذهن در دنیای مدرن و فراگیری حماقت سخن می‌گویند. برخی از تحلیل‌های جدیدی که دربارهٔ مسئلهٔ بحران وجودی یا همان بحران در پاسخ دادن به پرسش‌های جهان‌شناسانه و عمیق انسانی ارائه می‌شود، اشاره دارند که **نوعی انحطاط عقلانی یا بحران عقلانیت در حال بروز در جامعهٔ مدرن است** که یکی از ویژگی‌های شاخص مدرنیته است؛ درحالی‌که این بی‌مایگی در گذشته امری عجیب یا شرم‌آور بود. این بی‌مایگی یا بی‌جوهری جایگاهی جدید در جامعهٔ امروز پیدا کرده و افراد مدرن برای یافتن سرنخ‌ها یا پاسخ‌هایی دربارهٔ وجود خود به آن روی می‌آورند؛ هرکس برای خود شکل خاصی از بی‌مایگی رقیق‌شده را انتخاب می‌کند. به نظر می‌رسد این سنگ بنا یا مفهوم محوری آرمان‌شهر جدید اجتماعی است که انسان مدرن را به سوی خود

فرامی‌خواند. جامعهٔ مدرن در تبدیل کردن این بی‌مایگی به امری مقدس یا مقبول نشان دادن آن موفق بوده است.

یکی از اساتید بازنشستهٔ آلمانی، پروفیسور فولکرت هانزن از دانشگاه وُوپرتال^۲، در مصاحبه با نگارنده می‌گوید:

«در گذشته، در جامعهٔ آلمان ارزش آن بود که شخص خود را بسازد و عقلانیت خود را رشد دهد؛ مثلاً پدر من معلم بود و می‌گفت: هیچ‌وقت دهانتان را باز نکنید، مگر آنکه سخن درستی برای گفتن داشته باشید. ولی امروز این‌طور نیست، بلکه جوان‌ترها را تشویق می‌کنند: هرچه را از ذهنت گذشت، به زبان بیاور!»

البته شاید او متوجه نباشد که روند گسترش بی‌مایگی‌ای که او متوجه جلوه‌ای از آن شده بود، بخشی از نتایج فرهنگ مدرن است.

² Wuppertal

اساساً جامعه‌ی مصرفی به ضدیت با عقل و خردورزی گرایش دارد؛ زیرا مبنای جامعه‌ی مصرفی، سوق دادن افراد به مصرف با تولید شبه‌نیازها و تبلیغ آن‌ها براساس هیجان‌های اعضای فرهنگ مدرن است. رشد عقلانیت و خردورزی سبب می‌شود افراد پرسشگر باشند و از جهت‌گیری‌های مصرفی تبلیغ‌شده تبعیت نکنند. به عبارتی مدیریت جامعه براساس تکانش‌ها و غرایز، تنها زمانی موفق خواهد بود که افراد در تعقل و خردورزی بسیار سطحی باشند. انسان خردمند تلفن همراه خود را صرفاً به این دلیل که نسخه‌ی جدید باحال‌تر است تغییر نمی‌دهد. به همین علت فرهنگ مدرن با انسان‌های سطحی و کم‌خرد سازگار است و کسانی که بخواهند در فضای جامعه‌ی مدرن تعقل کنند باید خلاف جهت آب شنا کنند و زحمت مقاومت را بر خود هموار سازند.

افراد در جامعهٔ مدرن بخش زیادی از وقت خود را کار می‌کنند تا بتوانند گزینه‌های متنوع شبه‌نیازهای^۳ مصرفی را انتخاب کنند. تعدد و تنوع دائم شبه‌نیازهای عرضه‌شده در کنار درگیری در بازپرداخت وام‌های متعدد، در عمل اجازه نمی‌دهد افراد از این چرخهٔ «کار و مصرف» خارج شوند تا فرصتی برای بازنگری و پرسشگری دربارهٔ نظم حاکم و عادلانه یا ناعادلانه بودن آن بیابند. اگر انسان در جامعهٔ مدرن به خردورزی عمیق برسد، از این چرخهٔ دائمی خارج می‌شود و دیگر تابع دستورهای مصرفی نخواهد بود. به نظر می‌رسد که ساختار مصرفی جامعهٔ مدرن نمی‌تواند با یکی از مهم‌ترین عوامل ثبات افراد در تصمیم‌گیری و انتخاب، که عقلانیت و خردورزی آن‌هاست، سازگار شود.

۳. هدف تبلیغ‌ها در جامعهٔ مصرفی دقیقاً این است که افراد را متقاعد کنند به مدل جدیدتر تلفن همراه، اتومبیل مدل بالا، غذای فریزشده یا به لباس‌های مدل جدید «نیاز» دارند. این نیازهای غیرواقعی را «شبه‌نیاز» می‌نامیم.

اگرچه فرهنگ مدرن موفق شده زندگی افراد را در مقیاسی وسیع تا این سطح نازل حسی تجربی پایین بیاورد، اما معمولاً نمی‌تواند کاری کند که همه اعضا متوجه بی‌مایگی و خالی بودنشان از محتوا نشوند. همیشه بخشی از اعضای این فرهنگ متوجه این خلأ محتوایی در خود می‌شوند و بخش درخور توجهی از انسان‌های جامعه مدرن برای اینکه بتوانند خود را در رژیم مصرفی دائمی‌ای بالاتر از سطح بی‌مایگی نگه دارند، نبردی سخت در پیش روی خود می‌یابند؛ زیرا این بی‌مایگی همواره در آن جامعه تشویق و ترفیع می‌شود. بسیاری از افراد متوجه این بی‌مایگی و بی‌محتوایی در خود می‌شوند و می‌کوشند بر کم‌حرکی مغز و بیگانگی از عقلانیت غالب شوند تا بتوانند بر پایه آن به پرسش‌های اساسی زندگی پاسخ دهند.

برخی به‌قدری دربارهٔ این بی‌مایگی نظر منفی پیدا می‌کنند که خود به سفری معنوی و روانی دست می‌زنند و جست‌وجو را در این سو و آن سوی اندیشه‌ها و ایدئولوژی‌ها و جوامع و فرهنگ‌های دیگر آغاز می‌کنند، تا بلکه بتوانند به چیزی فراتر از گزینه‌های مصرفی کم‌ارزش برسند و پاسخی برای پرسش‌هایشان بیابند. فرهنگ مدرن نمی‌تواند همه را به خواب ببرد.

اما با این حال می‌توان گفت که عقلانیت و خردورزی نیز برای بسیاری از افراد به کالا تبدیل شده و کمتر کسی خود را درقبال خرد و عقلانیت متعهد حس می‌کند. افراد احساس نمی‌کنند که باید پاسخ‌گوی عقلانیت خود باشند و برای رشد عقلانی خود نیز احساس مسئولیت نمی‌کنند؛ چنان‌که در برابر سایر اقلام مصرفی، که در ذهن فرد مدرن پراکنده هستند، احساس مسئولیت

نمی‌کنند؛ زیرا همه‌چیز برای مصرف است. شومیکر، پژوهشگر روان‌شناس، می‌نویسد:

[در فرهنگ مدرن] هیچ تعهدی برای رشد عقلانی وجود ندارد؛ همان‌طور که برای سایر اقلام مصرفی که مانند زباله در ذهن انسان مدرن پراکنده شده‌اند، تعهدی وجود ندارد.^۴

یورش جامعهٔ مدرن به خردورزی یا پدیدهٔ ابله‌سازی و تحمیق انسان‌ها از ویژگی‌های دوران معاصر است. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد سطح خردورزی در جامعهٔ غرب مدرن در حال پایین آمدن است و بلکه اساساً جامعهٔ سرمایه‌داری و جامعهٔ مدرن به سمت مقابله با خردورزی گرایش دارد. آمارهای فراوانی وجود دارد که تأیید می‌کند خرد، تعقل

4. J. F. Schumaker, *The Age of insanity*, Praeger, 2001, p.134.

و عقلانیت کاهش پیدا کرده و در حال سقوط است، تا حدی که ممکن است اختلال‌های وجودی در افراد به‌وجود آید؛ یعنی انسان به‌قدری از نظر تعقل کم‌مایه شود که نتواند به پرسش‌های بنیادی و وجودی خود پاسخ دهد و در پی آن اختلال‌های روان‌شناختی را تجربه کند؛ زیرا، چنان‌که گفته شد، بسیاری از اختلال‌های روان‌شناختی می‌توانند در خلأ وجودی عصر حاضر ریشه داشته باشند که خود از مهم‌ترین ضعف‌های جامعه و فرهنگ مدرن است.

برای مثال یکی از ارزیابی‌ها نشان می‌دهد پنجاه درصد دانشجویان دانشگاه‌های آمریکایی کمتر از دو ساعت از روز را در کتابخانه دانشگاه به‌سر می‌برند و ۲۵ درصد از آنان اساساً هیچ وقتی را در کتابخانه سپری نمی‌کنند. از میان دانشجویانی که تحقیق بر آن‌ها انجام شده، هشتاد درصد هیچ‌گاه هیچ کتابی جز آنچه در کلاس درس استفاده می‌شود نخریده و تنها ده درصد از

آنان بیش از آنچه به‌عنوان حداقل موردنیاز برای کلاس‌هاست مطالعه کرده است. این تحقیق همچنین مشخص کرد که حدود چهل درصد از کتاب‌هایی که در کتاب‌فروشی‌های دانشگاهی آمریکا فروخته می‌شود، کتاب‌های کمیک (فکاهی) هستند.^۵

یکی دیگر از تحقیق‌های جالب، دربارهٔ اهداف واقعی دانشجویان دانشگاه‌هاست که نشان می‌دهد اهداف افراد از رشد عقلانی، علمی و شخصیتی به سمت رفاه مادی سوق پیدا کرده است. این تحقیق نشان می‌دهد در سال ۱۹۷۰، هشتاد درصد از دانشجویانی که موردپرسش قرار گرفتند، هدف خود را از درس خواندن رشد و توسعهٔ فلسفه‌ای معنادار برای زندگی بیان کردند، اما وقتی همین نظرسنجی در سال ۱۹۸۹ انجام

۵. همان، ص ۱۳۵.

شد، درصد افرادی که چنین اهدافی داشتند به ۴۱ درصد کاهش یافته بود. در همین فاصله زمانی کسانی که هدفشان را داشتنِ وضعِ خوب اقتصادی عنوان کردند، از ۳۹ درصد به ۷۵ درصد افزایش یافتند. افراد در این نظرسنجی می‌توانستند چند گزینه را انتخاب کنند؛ مثلاً یک نفر می‌توانست توسعه فلسفه معنادار از زندگی و رفاه مادی را با هم انتخاب کند. این جابه‌جایی اهداف، در الگوی انتخاب رشته‌های دانشگاهی نیز دیدنی است. برای مثال درصد دانشجویانی که در رشته‌های مرتبط با تجارت درس می‌خوانند از سال ۱۹۷۰ تا سال ۱۹۹۰ دو برابر شده، در حالی که دانشجویانی که در علوم اجتماعی درس می‌خوانند تقریباً پنجاه درصد کاهش داشته است.^۶

۶. همان.

تغییر ماهیت دانشگاه‌ها در غرب

روند تغییر دانشگاه‌ها از مراکز خردورزی و جست‌وجوی حقیقت، به عرضه‌کنندگان اطلاعات و مهارت با منطق بازارپسندی، مورد توجه متفکران غربی بوده است. نظر بیل ری‌دینگ در این باره خواندنی است:

«دانشگاه‌ها و اساساً آموزش عالی، دچار روند تجاری‌سازی‌ای شده که آن‌ها را تقریباً به چیزی شبیه «سوپرمارکت اطلاعات» تبدیل کرده است که دانش اعداد را تعلیم می‌دهند. بیل ری‌دینگ کتابی به نام *دانشگاه ویرانه* دارد. او چنین می‌نویسد که دانشگاه قرار است چه کند؛ دانشگاه قرار است وجدان فرهنگی جمعی را زنده نگه دارد و ایدئال‌هایی را احیا کند که در آن فرهنگ جمعی مطلوب است، اما

در حال حاضر دانشگاه به کجا رسیده است؟ دانشگاه در حال حاضر عاملیت مؤسسه‌های سودمحور را بر عهده گرفته و وظیفه خدمت‌رسانی به آن دسته از عوامل اجتماعی‌ای را بر دوش گرفته که امکان بازارپسندی دانشگاه را افزایش می‌دهند. دانشگاه به دنبال خدمت‌رسانی به مؤسسه‌هایی افتاده که به او کمک کنند بازارپسندی خود را حفظ کند. دانشگاه امروز به جای اینکه فارغ‌التحصیلی را تربیت کند که در کنار انگیزه‌های دیگر، انگیزه‌های مربوط به رشد فردی و شخصیتی دارد، دانشجوی مدرنی را تربیت می‌کند که مصرف‌کننده خدمات آموزش شده است.^۷»

7. B. Reading, *The university in ruins*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996. Quoted in J. F. Schumaker, *The Age of insanity*, Praeger, 2001, p.135.

سخن بیل ری‌دینگ همین است که دانشگاه قرار بود ارزش‌های وجدان‌جمعی و ایدئال‌هایی را که در آن فرهنگ بود زنده نگه دارد، اما امروز بخشی از ساختار سرمایه‌داری مدرن شده است.

یکی از هفت‌گناه اجتماعی که مهاتما گاندی به آن اشاره می‌کند عبارت است از: آموزش بدون تزکیه. یعنی تعلیم بدون تربیت و آموزش بدون پرورش. جامعه مدرن در واقع همین کار را می‌کند.

در جامعه مدرن اتاق کنترل آموزش، تحصیلات و ساختار آموزشی توسط نیروهایی تسخیر شده که نظم بازار را کنترل می‌کنند؛ یعنی بنگاه‌های بزرگ اقتصادی. ساختار آموزشی نیز خود را براساس ظرفیت ایجاد ثروت بازتعریف کرده و به جای

آنکه دانشجو محور باشد و خود را با آنچه به سود رشد شخصیت، سلامت و خوب زندگی کردن دانشجویان است تنظیم و به نیازهای دانشجو توجه کند، سیستم‌مدار شده و در خدمت سیستم سرمایه‌داری و صاحبان سرمایه و چرخش چرخ‌های اقتصادی کلان سرمایه‌داران قرار گرفته است. دانشگاه مذاکره‌کنندگان و معامله‌گران مجهز به فرمول و علم را تولید می‌کند که مهم‌ترین شاخصه‌شان باید مقبولیت به لحاظ اقتصادی باشد؛ افرادی را تربیت می‌کند که برای تجارت تربیت می‌شوند، نه برای آدم بودن؛ آنان ساخته می‌شوند برای اینکه علمشان را معامله کنند.

هری لوئیس نیز در کتابی با عنوان *درجه یک / اما بی‌مایه* (نگاهی انتقادی به دانشگاه هاروارد) به همین حقیقت اشاره می‌کند. وی

که سال‌ها در مقام رئیس دانشگاه هاروارد بوده، امروز منتقد مسیر آموزشی مدرن است که رشد شخصیت و درک‌های لازم برای تبدیل شدن به انسان مفید را رها کرده است.^۸

امروز ما در برابر امواج رسانه‌ای فرهنگ مدرن، آسیب‌های مشابهی را در جامعه خود تجربه می‌کنیم. آسیب‌های فرهنگ مدرن فقط در جوامع صنعتی رخ نمی‌دهند بلکه در همه جوامعی که مردم آن از خرده فرهنگ‌های فرهنگ مصنوعی مدرن تاثیر می‌پذیرند احساس می‌شود. جامعه ما نیز از فرهنگ

8. Harry R. Lewis, Excellence without a Soul, How a great University Forgot Education. Public Affairs, United States, 2006.

این کتاب در ایران با نام نگاهی انتقادی به دانشگاه هاروارد توسط مرتضی مردیها ترجمه و توسط انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی در سال ۱۳۹۹ به چاپ رسیده است.

مصنوعی مدرن تاثیر پذیرفته و پدیده‌هایی مانند سطحی شدن و کاهش عمق فکری را در نوجوانان خود حس می‌کند. این در حالی است که فرهنگ ایرانی اسلامی مشوق تفکر، تدبر و تعقل عمیق است و اساسا پیامبران همواره سعی در مخاطب قرار دادن عقول انسان‌ها داشته‌اند. درست در نقطه مقابل، سلطه‌جویان در طول تاریخ هیجانات و غرایز انسان‌ها (ترس، طمع، حرص و رقابت بر سر منافع) را مخاطب قرار می‌داده‌اند و عقل را به حاشیه می‌رانده‌اند^۹. فرهنگ مصنوعی مدرن نیز که ساخته دست سلطه‌جویان دنیای امروز است سوار بر رسانه به قلمرو فرهنگ ما وارد می‌شود، احساسات، هیجانات و غرایز را

^۹ (فرعون) قوم خود را سبک مغز گردانید، در نتیجه اطاعتش کردند، مسلما آنان مردمی فاسق و نافرمان بودند. (سوره زخرف آیه ۵۴)

مخاطب قرار می‌دهد و عقل را نه عقل بیدار و در سطح فرماندهی
غرایز، بلکه عقول را خفته و در جایگاه کارپردازی و تسهیلگری
برای غرائز می‌خواهد.

وقتی دشمن به قلمرو سرزمینی‌مان حمله می‌کند، ما ویرانی‌ها و
خسارات انسانی را سریع احساس می‌کنیم و با اقتدار پاسخ
می‌دهیم. امروز که دستورات و پیام‌های فرهنگ مصنوعی مدرن
آثار ویرانگر خود را نمایان کرده است، آیا ما می‌خواهیم
همچنان در برابر گسترش فرهنگ مدرن بی‌دفاع بایستیم
و شاهد تداوم آسیب‌های آن باشیم و تصور کنیم این
آسیب‌ها اقتضای زمانه است و گریزی از آن نیست؟ یا لازم
است با تعقل و افزایش هشیاری فرهنگی، آن را تحلیل کنیم و از
قلمرو فرهنگی خود نیز، که فضای تنفس و رشد فرزندان ماست،
دفاع کنیم؟

از همین نگارنده:

کتاب خانواده در تندباد

در بهار ۱۴۰۴ از سوی

نشر معارف منتشر شد.



ارزیابی دفتر خانواده و ازدواج، هم اندیشی اساتید دانشگاه‌ها:

- ✓ خانواده در این اثر نه صرفاً در سطح روابط بین فردی، بلکه در بستر تحولات اجتماعی و تمدنی بررسی شده است که رویکردی عمیق و کم‌نظیر در حوزه مطالعات خانواده محسوب می‌شود...
- ✓ اثر به خوبی تاثیر رسانه‌ها، جریان فمینیسم، سرمایه داری مصرف‌گرا و فردگرایی را در آسیب رسانی به نهاد خانواده تحلیل می‌کند
- ✓ به جای کپی برداری از نظریات غربی، راهکارهایی متناسب با فرهنگ دینی و ایرانی ارائه می‌دهد.

✓ از اصطلاحات پیچیده پرهیز نموده و مخاطب عمومی را نیز همراه می سازد.

اطلاعات بیشتر و شیوه تهیه فوری کتاب در وبسایت دفتر انتشار آثار استاد ساويز asaviz.ir، بخش کتاب‌ها، صفحه کتاب خانواده در تندباد در دسترس است. امکانات ویژه‌ای برای دانشگاهیان در نظر گرفته شده است. همچنین برای سوالات یا تهیه فوری کتاب می‌توانید با ۰۹۱۲۴۵۹۰۴۱۰ مکالمه یا پیام ارسال فرمایید.

عصر بے خبری

این اثر بخشی است از مجموعه آثار در سایت

asaviz.ir