

مطلوبی‌ت‌های در فرهنگ مدرن



سید احمد ساویز

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

مطلوبیت‌های متغیر در فرهنگ مدرن

سید احمد ساویز

مقدمه

در فرهنگ مدرن تصمیم‌هایی که افراد برای انتخاب شریک زندگی یا دوست خود می‌گیرند، به صورت روزافزونی با معیارهای فردی و اینکه «چه کسی مناسب‌تر است تا من بتوانم مسیرهای رشد اجتماعی و ترقی را طی کنم» انجام می‌گیرد. به عبارتی اهداف ترقی‌جویانه فردی بیشتر ملاک نظر افراد قرار می‌گیرند و درواقع این نوع رویکرد عاری از عواطف درقبال روابط بین‌فردی، از فرهنگی تأثیر پذیرفته که صمیمیت را نیز کمیّتی اقتصادی

تعریف می‌کند. به همین دلیل در فرهنگ مدرن، ارتباط‌های انسانی بیشتر ماهیت تکنیکی دارند و در این روابط دیگر به شخصیت، جوهره و ویژگی‌های عمیق انسانی توجهی نمی‌شود.

علاوه‌براین در گذشته غرب پیش از ترویج فرهنگ رسانه‌ای مدرن و نیز در فرهنگ‌های غیرمدرن دنیای امروز، نوعی تعریف از «انسان مطلوب» وجود داشته، ولی در فرهنگ رسانه‌ای مدرن اوضاع دگرگون شده است. در زمان‌های گذشته دسته‌ای از پیام‌های فرهنگی به همه اعضا می‌رسید که نشان می‌داد ویژگی‌های مطلوب برای انسان¹ و خصلت‌های مطلوب انسانی چیست؛ از همه مهم‌تر، این خصلت‌های مطلوب از ثبات و پایداری در زمان برخوردار بودند؛ یعنی در فرهنگی مشخص، این خصلت‌ها در مدت کوتاهی عوض نمی‌شدند و در

¹. Desirable human traits.

شکل‌گیری روابط انسانی، مطلوبیت افراد بر مبنای این اصول ثابت مشخص می‌شود. اما در فرهنگ مدرن این خصلت‌ها دیگر نه تابع نهادهای فرهنگی باثبات مانند دین، بلکه تابع بازار هستند و براساس نیاز بنگاه‌های اقتصادی و ترویج الگوهای مصرف جدید در رسانه‌های آنان تغییر می‌کنند؛ در نتیجه از آنجاکه خود بازار همواره در حال تغییر است، ویژگی‌های مطلوب بودن انسان، دیگر باثبات نیستند. امروزه روابط بین‌فردی در دنیای مدرن هر روز بر مبنای میزان بازارپسندی^۲ افراد دچار تغییر و تحول می‌شوند.

خصلت‌های انسان مطلوب در جامعه مدرن به سرعت عوض می‌شوند؛ روزی این خصلت مطلوب است و فردا خصلتی دیگر مطلوب می‌شود؛ به همین ترتیب روابط انسانی بین افراد نیز

². Marketability.

دائم در حال عوض شدن هستند و روابطی که دو انسان را براساس خصلت‌های مطلوبشان به هم پیوند می‌دهد، بسیار زود در معرض شکسته شدن قرار می‌گیرند؛ زیرا قضاوت افراد دربارهٔ مطلوبیت یکدیگر، همراه با معیارهای تغییرپذیر جامعه عوض می‌شود. افزون بر اینکه جاه‌طلبی‌های افراد نیز که مبنای شکل‌گیری روابط است در فرهنگ مدرن متغیر و شناور است. به همین دلیل پیوند قوی^۳ بین افراد در جامعهٔ مدرن بسیار کمتر احتمال دارد و کمتر رخ می‌دهد.

به عبارت دیگر یکی از دلایل اینکه اتصال‌های عمیق بین افراد به راحتی نمی‌تواند شکل بگیرد این است که ساختار عواطف و نگرش‌های آنان توسط تصاویر ذهنی ساخته‌شده از طریق رسانه‌ها همواره در حال تنظیم شدن است. تصاویر ستاره‌های

³. Intense bonding.

رسانه‌ای، یعنی سلبریتی‌ها،^۴ مبنا و معیار انسان مطلوب را به افراد معرفی می‌کند. سلبریتی‌ها در واقع تصاویری رسانه‌ای هستند که به صورت سفارشی، ویژگی‌های بازارپسند جدید و سبک زندگی متناسب با خواست بنگاه‌های اقتصادی را به جامعه ابلاغ می‌کنند. در غیاب اصول ثابت فرهنگی، این تصاویر رسانه‌ای در ذهن انسان‌ها مبنای ارزشیابی^۵ دیگران می‌شود؛ یعنی هرکس اگر بخواهد دیگران را ارزیابی کند، ناخودآگاه بر مبنای این تصاویر ارزشیابی می‌کند و می‌سنجد که آنان چقدر با قهرمان‌های معرفی شده توسط رسانه تطابق دارند؛ از این رو انسان‌هایی که در اطراف افراد هستند گاهی در بعضی ابعاد ارزشمند به نظر می‌رسند و سپس در مدت کوتاهی بی‌ارزش می‌شوند.

4. Celebrities.

5. Evaluation.

درواقع وقتی انسان با فرهنگ مدرن زندگی کند، قضاوت‌های او دربارهٔ مطلوبیت افراد بر مبنای جهان‌بینی ریشه‌دار و باثبات و ساختار عقلانی مشخصی صورت نمی‌گیرد، بلکه امری شناور و وابسته به اوضاع روز است که آن را نیز رسانه تنظیم می‌کند.

مشکلی که این مسئله به‌طور خاص در روابط زناشویی در فرهنگ مدرن به‌وجود می‌آورد این است که بخشی از خصوصیت‌های ویژه‌ای که برای سلبریتی‌ها ترسیم می‌شود، مشابه واقعی در دنیای بیرون از رسانه ندارد و یافتن آن مطلوبیتی که در ذهن افراد حک شده در اطرافشان کار بسیار دشواری است؛ زیرا کسی شبیه آن نیست و اغلب افراد فاصلهٔ بسیاری با آن دارند. بنابراین افراد نمی‌توانند آن مطلوبیت را به‌راحتی در اطراف خود بیابند و در ارزش‌گذاری طرف مقابل خود دچار اشکال می‌شوند. این ارزش‌گذاری شناور با ارزش‌های

فرهنگ مدرن که خود موقتی و غیرثابت هستند، بستر لرزانی برای زندگی مشترک خانوادگی ایجاد می‌کند؛ زیرا زن و شوهر نمی‌توانند روی ارزش‌های ثابتی در زندگی حساب کنند و به دلیل متغیر بودن معیارهای مطلوبیت، همواره نسبت به مطلوب بودن طرف مقابل در تردید خواهند بود، لذا نمی‌توانند در زندگی، که امری طولانی‌مدت است، مسیری مستحکم، عقلانی و منطقی برای رسیدن به پیوند عمیق با یکدیگر ترسیم کنند.

ازدواج سفید یا هم‌خانگی

در فرهنگ مدرن بسیاری از افراد به این سو سوق داده می‌شوند که از اساس زیر بار تعهد مشخصی نروند. هم‌خانگی یکی از پدیده‌های این فرهنگ است که با این ذهنیت سازگار است. در

حقیقت از ابتدا تعهدی شکل نمی‌گیرد و افراد هر وقت بخواهند از رابطه خارج خواهند شد.

بارزترین نکته درباره هم‌خانگی به‌عنوان پیوند، سستی آن است. در تحقیق‌های آماری درصد جدایی زن و مرد با فرزندی پنج‌ساله در پیوند هم‌خانگی چندبرابر بیشتر از درصد جدایی در زندگی مبتنی بر ازدواج است. احتمال فروپاشی هم‌خانگی در اسپانیا هفده برابر احتمال فروپاشی ازدواج است. این نسبت در ایتالیا، نروژ، سوئیس، انگلستان و اتریش عددی بین پنج تا هفت و برای آلمان، فرانسه و سوئد بین دو تا سه برابر است. در انگلستان ۸ درصد از زنان و مردان ازدواج‌کرده پیش از رسیدن فرزند به پنج‌سالگی جدا می‌شوند. این درصد برای زنان و مردان هم‌خانه ۴۳ درصد است.^۶

6. K. Kiernan, *Childbearing outside marriage in western europe*, Population Trends, 98, 1999, p.11-20.

به نقل از: محمد سمیعی، *خانواده در بحران*، انتشارات اطلاعات، ۱۳۹۴، ص ۵۵.

نبود اطمینانِ حاکم بر رابطه هم‌خانگی مانع از آن می‌شود که سرمایه‌گذاری عاطفی تمام‌عیار محقق شود. رشدهای عمیق انسانی که در قالب ازخودگذشتگی، مدارا و همدلی ظاهر می‌شوند، در پیوند هم‌خانگی فرصت و مجال بروز و ظهور نمی‌یابند. در نهایت نیز شکستن رابطه‌ای که از ابتدا مبتنی بر تعهد طولانی‌مدت نبوده از سوی یکی از طرفین، اغلب با آسیب عاطفی و خسرانِ طرف دیگر همراه است. تحقیق آماری نشان داده است که مادران ازدواج‌کرده، اطمینان بیشتری به حمایت و پشتیبانی از سوی پدر فرزندشان دارند.^۷ مادران ازدواج‌کرده نسبت به مادران هم‌خانه درصد کمتری از ابتلا به افسردگی دارند.^۸

7. Sarah O. Meadows, The Association between perceptions of family support and maternal mental health, a cumulative perspective. *Journal of Family Issues*, 32(2), 2011, p.181-208.

8. S.L. Brown, The effect of union type on psychological well-being, *Journal of Health and Social Behaviour*, 41(3), 2000, p.241-255.

بدیل‌های روابط انسانی عمیق در فرهنگ مدرن

یکی از وقایعی که در جامعه مدرن رخ داده استفاده افراد از فضای مجازی برای جبران فقدان روابط عمیق است. در واقع آن «دیگری» مورد نیاز به صورت مجازی درآمده و افراد در جست‌وجوی مجازی برای پیدا کردن افراد مورد نظرشان هستند. این شکل از رابطه در ظاهر با روحیه انسان مدرن سازگارتر است؛ زیرا بسیاری از تعهدها و پایبندی‌های رابطه واقعی را ندارد. پدیده نوظهور و مشابه دیگر گفتگو و تبادل احساسات با هوش مصنوعی است که باز هم برخاسته از همان نیاز به روابط انسانی اما بدون تحمل بار تعهدات آن است و براساس تمایل، روشن و خاموش می‌شود. اما ارتباط مجازی در ذات خود سطحی و ناپایدار است و از این رو در طولانی‌مدت نیاز واقعی فرد را به ارتباط‌های انسانی بی‌پاسخ می‌گذارد. حرصی که در فرهنگ مدرن موجود است، باعث می‌شود که ارتباط‌های انسانی

در حوزه مجازی نیز به‌جای اینکه بر مبنای ارزش انسانی ارتباط سنجیده شوند، بیشتر بر مبنای نوعی حسابرسی سود و زیان و اینکه «چه چیزی از این ارتباط برای من درمی‌آید» تنظیم شوند.

در چنین فضایی که انسان‌ها دچار فقر ارتباطی و احساس تنهایی هستند و دچار بحران صمیمیت واقعی در زندگی‌شان می‌شوند، بسیاری از افراد برای جبران کمبود صمیمیت به برخی بدیل‌ها یا جایگزین‌های دیگر هم پناه می‌برند و برخی امور بسیار رایج می‌شود:

یکی از آن‌ها نگهداری حیوانات^۹ است؛ اینکه افراد با حیوانات در محیط محدود [آپارتمانی] هم‌زیستی برقرار می‌کنند. این پدیده غیر از نگهداری سگ در زندگی روستایی با نقش معلوم و

9. Petism.

سازمانی در گله‌داری است که لانهٔ سگ در خارج از خانهٔ صاحبش قرار دارد. این پدیده به‌عنوان اختلالی برخاسته از فرهنگ شناخته‌شده است که در جامعهٔ غربی مدرن به‌شدت رو به افزایش است. بسیار جالب است که این مسئله در فرهنگ‌های غیرغربی وجود ندارد... و درواقع این نظریهٔ ما را تأیید می‌کند که روابط اجتماعی و انسانی در آن فرهنگ‌ها تقریباً هنوز توسط مدرنیته دست‌کاری نشده و برقرار هستند و نیازهای افراد در ارتباط‌های انسانی برآورده می‌شود. این خلأ ارتباط‌های بین‌فردی که محرک پدید آمدن پتیسم است، باعث شده که در غرب برای بهره‌برداری اقتصادی از این پدیده، حتی رستوران‌های مخصوص برای حیوانات و هتل‌های مخصوص آن‌ها و روان‌شناسان حیوانات ظهور کنند!^{۱۰}

10. J. F. Schumaker, *The Age of Insanity*, Praeger, 2001, p.88.

نقش حیوان به اصطلاح «خانگی» این است که حفره و خلأ به وجود آمده در زندگی مدرن را پر کند؛ حفره‌ای که در اصل به سبب نداشتن معتمدی که بتوان با او راز دل گفت، به وجود آمده بود؛ زیرا صاحبان آن حیوان‌ها می‌توانند افکار و عواطفشان را به او بگویند و احساس کنند که گوشی شنوا دارند که قدردان محبت آن‌هاست. بسیاری از افراد جامعه مدرن نمی‌توانند این نوع ارتباط دوطرفه و حتی احساس این ارتباط دوطرفه را در مجرای ارتباط‌ها و تبادل‌های انسانی برقرار کنند و از این کار عاجزند.

دومین چیزی که افراد بر اثر نقص و خلأ روابط عمیق انسانی به آن روی می‌آورند، جمع‌آوری کلکسیون است. در واقع گاه از جمع‌آوری اشیا به عنوان جایگزینی اجتماعی^{۱۱} استفاده می‌شود.

11. Social Surrogate.

علت محبوبیت کلکسیون‌ها برای افراد می‌تواند این باشد که اشیای جمع‌شده اعتمادپذیر و باثبات هستند و عوض نمی‌شوند. کلکسیون‌هایی که افراد جمع کرده‌اند تغییرپذیری ندارد و این در حالی است که در فرهنگ مدرن همه‌چیز از نظر دوام و ثبات اعتمادناپذیر است؛ دوستی‌ها و رابطه‌های کاری و مشاغل همه غیرقابل اعتماد هستند و هیچ‌چیزی ثبات ندارد؛ از این‌رو شخص ناخودآگاه مایل است تعلق خاطر خود را به چیزی بدهد که ثبات دارد. افزون بر ثبات، هم‌زمان می‌توان مفهوم گسترش و رشد را که در رابطه انسانی وجود دارد، در توسعه کلکسیون دید. ماهیت کلکسیون ذخیره‌ای است که شخص برای خود می‌سازد و می‌داند که همیشه در آنجا وجود دارد و می‌تواند به آن بیفزاید؛ از این‌رو در فضای فرهنگ مدرن که اصول ثابت در آن از دست رفته و در فضای تغییر و دگرگونی دائمی، نوعی احساس امنیت و ثبات برای کلکسیون‌دار برقرار می‌شود و احساس

متروک بودنی را که افراد در جامعه احساس می‌کنند تا حدی التیام می‌بخشد.

سرمایه اجتماعی

یکی از پژوهش‌های بین‌فرهنگی^{۱۲} به‌وضوح نشان می‌دهد که روابط پایدار و سالم میان والدین و فرزندان در فرهنگ‌هایی که جمع‌گرا هستند قوی‌تر از فرهنگ‌های فردگراست. رابرت پوتنام، استاد علوم سیاسی در آمریکا، در کتاب خود به‌نام بولینگ در تنهایی^{۱۳} سرمایه اجتماعی رو به کاهش در آمریکا را بررسی

12. C. H. Hui, H.C. Triandis, Individualism—collectivism: A study of cross-cultural researchers. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 17, 225–248, 1986. Quoted in: J. F. Schumaker, *The Age of Insanity*, Praeger, 2001, p.88.

۱۳. بازی بولینگ مشخصه جامعه آمریکایی است. این بازی معمولاً می‌تواند جمعی انجام شود. حال وقتی کسی تنهایی به این بازی می‌رود، نشان‌دهنده وضعیت نابسامان ارتباط انسانی در آن جامعه است؛ زیرا به‌رحال تنهایی بازی کردن چندان لطفی نسبت به بازی جمعی ندارد.

می‌کند. وی در این کتاب فردگرایی را به‌عنوان یکی از فرایندهای فرهنگی بررسی می‌کند که سرمایه اجتماعی^{۱۴} را تقلیل می‌دهد.

سرمایه اجتماعی چیست؟ یکی از تعریف‌های سرمایه اجتماعی این‌گونه است: «ویژگی‌هایی از ساختار اجتماعی و جامعه، مانند شبکه‌ها، هنجارها، قواعد و اعتماد اجتماعی بین افراد، که نتیجه آن هم‌آوایی در جامعه و همکاری بین افراد برای رسیدن به منفعتی مشترک است».

سرمایه اجتماعی دو محور مهم دارد: اعتماد بین افراد و دخیل بودن افراد در زندگی یکدیگر. وقتی در جامعه‌ای اعتماد وجود داشته باشد، کارها با هزینه‌های کمتری انجام می‌شوند؛ به همین دلیل نام آن را سرمایه اجتماعی گذاشته‌اند.

14. Social Capital.

برای اولین مثال، دو انسان را در نظر بگیرید که به هم اعتماد ندارند. اگر هر دو بخواهند کاری را انجام دهند، باید هر دو هزینه کنند و مثلاً دستگاهی بخرند تا کاری را انجام دهند. هیچ‌کدام از آن دو از دستگاه دیگری استفاده نمی‌کند، رابطه‌ی میان آن‌ها ضعیف است و در زندگی یکدیگر دخیل نیستند. ولی اگر افراد در زندگی هم دخیل باشند و به هم اعتماد کنند، ممکن است یکی دستگاه خود را به دیگری امانت دهد و او نیز پس از استفاده، دستگاه را بازگرداند. درواقع به‌جای اینکه دو دستگاه خریداری شود، یکی کافی است و این صرفاً به‌دلیل اعتمادی است که وجود دارد. به‌طور مشابه، وقتی در سازمانی اعضا به مدیران اعتماد نداشته باشند، آن مدیران باید هزینه‌ی بیشتری بپردازند تا نیروها را با خود همراه کنند.

بنابراین اعتماد از دید اقتصادی نیز برای مجموعه‌ها در حکم سرمایه است؛ وقتی اعتماد وجود دارد هزینه‌های مجموعه

کاهش می‌یابد و کارها در آن جامعه روان‌تر و بهتر انجام می‌شوند. در روستاها معمولاً سرمایه اجتماعی بسیار زیاد است، ولی در کلان‌شهرها که افراد از هم بیگانه می‌شوند، سرمایه اجتماعی لطمه می‌خورد.

در جامعه‌ای که سرمایه اجتماعی بالایی دارد، زندگی بسیار راحت‌تر و رضایت‌بخش‌تر است؛ زیرا اعتماد اجتماعی و تعامل میان افراد افزایش می‌یابد و افراد به یکدیگر خدمت‌های متقابل ارائه می‌کنند. همچنین این اعتماد باعث می‌شود انگیزه‌های طبیعی افراد برای فعالیت‌های فراتر از منفعت‌طلبی‌های شخصی قابلیت ظهور پیدا کنند. همه این‌ها وقتی می‌توانند وجود داشته باشند که سرمایه اجتماعی فراوان باشد.

اما افراد در جامعه مدرن بیشتر محصور در خود^{۱۵} هستند و زندگی‌شان خودتعریف پیش می‌رود. نتایج تحقیقی گسترده نشان می‌دهد که تغییرات شدیدی در جامعه آمریکا رخ داده است؛ از جمله آنکه افراد به شدت در حال دور شدن از فعالیت‌هایی هستند که مشوق سرمایه اجتماعی است. نتیجه این جابه‌جایی که در جامعه صورت گرفته، تنهایی روزافزون افراد در انجام کارهایشان است. شومیکر، روان‌شناس آمریکایی می‌نویسد:

مشارکت افراد در فعالیت‌های جمعی، در مسائل مدرسه و کارهای داوطلبانه برای خدمات اجتماعی در آمریکا، مثل صیلب‌سرخ و جمعیت‌های زنان و پیشاهنگان و غیره به شدت کاهش یافته است... در بیست سال اخیر در انجمن‌های

15. self contained.

اولیاومر بیانِ مدارس، مشارکت والدین از دوازده میلیون به هفت میلیون رسیده و باز در تحقیقی تقریباً همهٔ شکل‌های عضویت در گروه‌ها و مشارکت‌های گروهی از سال ۱۹۷۰ تا سال ۱۹۹۵ بررسی شده و نشان می‌دهد که عضویت در انجمن‌های مختلف حدوداً ۲۵ درصد کاهش پیدا کرده است.

البته بعضی روندهای به‌ظاهر مخالفِ این نیز وجود دارد؛ مثلاً مشارکت افراد در سازمان‌های محیط‌زیستی یا انجمن بازنشستگان و گروه‌های فمینیستی بیشتر شده، ولی وقتی این موارد را بررسی می‌کنید، می‌بینید که عمدهٔ نقش افراد در عضویت در این انجمن‌ها این است که سالی یک چک برای آنجا بنویسند و چند خبرنامه از آن را بخوانند؛ در واقع هیچ ارتباط انسانی‌ای وجود ندارد. یکی از روندهای دیگری که ممکن است باعث شود مشارکت جمعی در حال گسترش به نظر برسد، این

است که افراد بیشتری در گروه‌های «روان‌درمانی گروهی» مشارکت می‌کنند، ولی این نیز در واقع به معنای ارتباط انسانی نیست؛ زیرا هدف روان‌شناس در این نوع گروه‌سازی آن است که افراد را کنار هم قرار دهد تا آن‌ها از طریق حضور در جمع بتوانند بر خود و شناخت خود تمرکز کنند. چنین ارتباطی ارتباط اجتماعی مؤثری در ارتقای سرمایه اجتماعی و اعتماد اجتماعی نیست.^{۱۶}

به‌طور خلاصه سرمایه اجتماعی در جامعه غرب به‌سرعت در حال افول است و روند نگران‌کننده‌ای از نبودِ اتصال اجتماعی^{۱۷} وجود دارد؛ یعنی در واقع افراد خود را در فعالیت‌های جمعی درگیر نمی‌کنند. این نوع از انزوای

16. J. F. Schumaker, *The Age of Insanity*, Praeger, 2001, p.89.

17. Social Disengagement.

اجتماعی روبه‌افزایش است که در تحقیقات نیز این روند تأیید می‌شود.

این نظرسنجی نیز دربارهٔ اعتماد جالب به نظر می‌رسد: در ۱۹۶۸م، ۵۸ درصد از آمریکایی‌ها این جمله را تأیید کرده‌اند که «بیشتر افراد قابل اعتماد هستند»، ولی در سال ۱۹۹۳، تنها ۳۷ درصد این جمله را تأیید کردند. در واقع این نشان می‌دهد که ارتباط‌های اجتماعی در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.^{۱۸}

آیا ارتباط‌های خدماتی به معنای ارتباط انسانی است؟

در جامعهٔ مدرن ارتباط‌های غیرعمیق افراد بسیار افزایش یافته است. افراد این جوامع توسط انبوهی از متخصصان احاطه و محاصره شده‌اند که هر کدام برای یکی از نیازهای

18 .J. F. Schumaker, *The Age of Insanity*, Praeger, 2001, p.89.

آنان برنامه‌ریزی می‌کند و هرگاه نیازی وجود داشته باشد، افراد در ازای پول می‌توانند از خدمات‌های آنان بهره‌مند شوند. در این اوضاع به‌ظاهر تعداد انسان‌های مرتبط با هر فرد گسترش یافته، ولی این نظم اجتماعی مبتنی بر تکنیک است که درواقع افراد ارتباط‌هایی گسسته و پراکنده با مجموعه‌ای از آدم‌ها به‌عنوان متخصص دارند؛ مانند دندان‌پزشک، وکیل، روان‌پزشک، متخصص حیوانات، مکانیک خودرو و غیره، ولی همه این ارتباط‌های پراکنده، که لحظه‌ای و موقتی هستند و خواستی سطحی را برآورده می‌کنند، جزء ارتباط‌های اصیل و عمیق انسانی به‌حساب نمی‌آیند. این ارتباط‌های تخصصی و تکنیکی درواقع فاقد مفهومی عمیق از ارتباط انسانی هستند و کمکی به حل بحران صمیمت نمی‌کنند.

این‌همه ارتباط‌های تکه‌تکه با افراد مختلف اجتماع تحت‌عنوان متخصصان، جای ارتباط تمام‌عیار با انسان^{۱۹} را نمی‌گیرد. ارتباط تمام‌عیار یعنی ارتباط با انسان در تمامیت موضوع‌های انسانی؛ ارتباطی کامل که در جوانب مختلف و به‌صورت مداوم با انسانی دیگر برقرار می‌شود. نیاز ما به‌عنوان انسان این است که چنین ارتباط‌هایی داشته باشیم؛ نه فقط ارتباط با انسان‌هایی که هرکدام از جنبه‌ای کاملاً محدود با ما تعامل دارند.

درواقع چه‌بسا گسترش نگرش خدماتی به همه جنبه‌ها و نیازهای زندگی افراد، مانع از شکل‌گیری ارتباط‌های عمیق انسانی شود. بخشی از نیازهای انسانی در حال حاضر

19. Relationship to a complete person.

کالاسازی^{۲۰} شده و برای هر کدام از آن‌ها برنامه‌ای تجاری ریخته شده است تا افراد در ازای پرداخت پول این نیازها را برآورده کنند. این نیازها می‌توانستند بهانه‌هایی برای ارتباط‌های انسانی و شکل‌گیری ارتباط عمیق میان انسان‌ها باشند. اگر امروز نیازی دارم، برای بخشی از آن می‌توانستم به همسایه‌ام مراجعه کنم و در قالب رابطه‌ای انسانی از او کمکی بخواهم، نه اینکه همهٔ این نیازها توسط متخصصان به‌ازای دریافت پول و در رابطه‌ای ماشینی و با قالب‌های جامد ازپیش‌تعریف‌شده برطرف شوند. جامعهٔ غرب مدرن به‌سمتی رفته که همه‌چیز را در قالب کالا یا خدمات تجاری‌سازی کرده است و همهٔ نیازها را در ازای دریافت پول برای افراد برآورده می‌کند. در نتیجه افراد دیگر بهانه‌ای برای ارتباط با همسایهٔ خود ندارند و وقتی بهانه‌ای برای ارتباط نباشد

20. Commodify.

منزوی می‌شوند و آن ارتباط عمیق انسانی، که به ذات خود ارزشمند بود و این نیازها می‌توانست بهانه و مقدمه شروع آن باشد، دیگر به‌سختی شکل می‌گیرد.

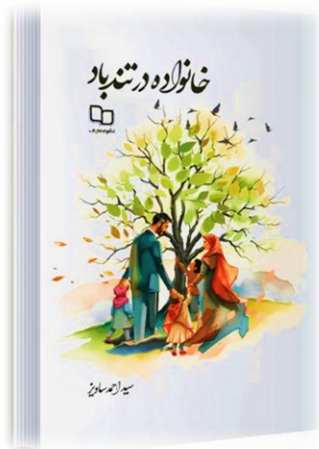
این بحران صمیمیت و ارضا نشدن نیاز به ارتباط اجتماعی جوانب مختلف زندگی خانوادگی را متحول کرده و در واقع افراد را به سمتی سوق می‌دهد که سعی کنند نارضایتی و حفره‌های احساس اجتماعی خود را باز از طریق اتصال بیشتر به دنیای مادی و مصرف جبران کنند، که البته باز هم راضی‌کننده نخواهد بود.

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 دانشجویان در نظر گرفته شده است. همچنین برای سوالات یا تهیه فوری کتاب می‌توانید با ۰۹۱۲۴۵۹۰۴۱۰ مکالمه یا پیام ارسال فرمایید.

یادداشت

مطلوبیت‌های مترجمان در فرهنگ مدرن

این اثر بخشی است از مجموعه آثار در سایت

asaviz.ir