مرور

سیاسی‌سازی مرگ

شرق: اگرچه مرگ همواره بخشی جدانشدنی از زیست و تجربه انسانی بوده، اما در عصر مدرن نوع مواجهه ما با مرگ چه تغییراتی کرده است؟ بنجامین نویس در کتاب «فرهنگ مرگ» سراغ همین پرسش می‌رود و نشان می‌دهد که مرگ در جهان معاصر دیگر فقط اتفاقی شخصی و زیستی نیست؛ سیاست، جنگ، پزشکی، فناوری و رسانه همگی در شکل‌دادن به درک ما از مرگ نقش دارند. «فرهنگ مرگ» که به‌تازگی با ترجمه محسن فخری در نشر نو به فارسی منتشر شده، اثری فلسفی و انتقادی است که در سال ۲۰۰۵ منتشر شد و به تحلیل چگونگی مواجهه فرهنگ غربی مدرن با مرگ می‌پردازد و استدلال می‌کند که مرگ در دوران معاصر شکل تازه‌ای به خود گرفته است.

نویسنده در این کتاب کوشیده به این پرسش‌ها پاسخ دهد که آیا ما وارد زمان جدید مرگ شده‌ایم؟ آیا مرگ مدرن صورت خاصی دارد و آیا این صورت جدید مرگ مدرن به این معنی است که ما زمان مرگ خود را به شیوه‌های مختلف تجربه می‌کنیم. او می‌گوید برای پاسخ به این پرسش‌ها ما باید ماهیت مرگ را درک کنیم.

به باور نویسنده، رویکرد دانشگاهی به مرگ، به طور کلی بر پژوهش «روش‌های بازنمایی مرگ» متمرکز بوده است. این رویکرد به جای تجزیه و تحلیل اینکه مرگ واقعا چیست یا چه می‌تواند باشد، به بررسی معانی فرهنگی و تاریخی مرگ می‌پردازد و اگرچه می‌پذیرد که مرگ امری فیزیکی و زیست‌شناختی است، فکر و ذکرش بیشتر تجزیه و تحلیل معانی پیوندخورده با مرگ است و مرگ را به کالایی تاریخی و فرهنگی تبدیل می‌کند.

بنجامین نویس با اشاره به این تلقی می‌گوید اگر قرار بود در این کتاب نیز چنین رویکردی به مرگ مدرن داشته باشیم، آن وقت باید می‌پرسیدیم معانی‌ای که امروزه با مرگ پیوند خورده‌اند، کدام‌اند و تفاوت این معانی با معانی پیشین پیوندخورده با آنها چیست. چنین رویکردی در زمینه آنچه اغلب «مطالعات مرگ» نامیده‌اند، بسیار رایج است؛ مطالعاتی که می‌توان آن را تلاشی برای پیوندزدن پژوهش‌ها درباره مرگ در زمینه طیفی از رشته‌های دانشگاهی و ایجاد حوزه‌های جدید دانشگاهی و بینارشته‌ای دانست. نویس می‌گوید اینکه آیا مطالعات مرگ تبدیل به رشته‌ای تمام‌عیار شده یا هنوز نشده، بسیار جای بحث دارد؛ اما درحال‌حاضر بیشتر شبیه طرحی پیشنهادی است تا واقعیت. ادعایی که اساس این الگو را تشکیل می‌دهد، این است که مرگ دارای هیچ جوهر درونی یا معنای ثابتی نیست و ما فقط می‌توانیم مظاهر بیرونی آن یعنی معنا یا معانی پیوندخورده را بررسی کنیم.

نویس در مقدمه کتاب توضیح می‌دهد که اگرچه فرهنگ غربی همواره با نوعی وسواس با مرگ مواجهه داشته، اما مرگ در دوران معاصر شکل «ناشناس» و «توده‌ای» به خود گرفته است. قرن بیستم شاهد «تولید انبوه اجساد» از طریق جنگ و پیروزی فناوری بر بدن انسان بود. هزاره جدید نیز با تروریسم جهانی و تعلیق حقوق بشر در اردوگاه‌های دورافتاده آغاز شده است. به بیان نویس، ما در عصر وحشت زندگی می‌کنیم؛ وحشت از مرگی که در هر زمان و هر مکان ممکن است رخ دهد.

نویس در مقدمه‌اش چارچوب نظری کتاب را ترسیم می‌کند و نشان می‌دهد چگونه مرگ از امری شخصی و آیینی به امری ناشناس و مدیریت‌شده تبدیل شده است. او در ادامه به بررسی تغییر در درک زمانی مرگ در مدرنیته می‌پردازد و استدلال می‌کند که مرگ دیگر نه یک لحظه گذار، بلکه یک وضعیت مبهم و مدیریت‌شده است او همچنین به تحلیل مکان‌هایی که مرگ در آنها رخ می‌دهد، پرداخته: بیمارستان‌ها، اردوگاه‌ها و میدان‌های جنگ. نویس به‌ویژه به اردوگاه‌ها به‌عنوان فضایی می‌پردازد که در آن مرگ به امری کاملا سازمان‌یافته و بی‌نام تبدیل شد. نویس سپس به سراغ پرسش‌های سیاسی بنیادین می‌رود: تفاوت‌ها و شباهت‌های دموکراسی و توتالیتاریسم، و پدیده پناهنده به‌عنوان کسی که از حمایت سیاسی محروم است و در معرض مرگ قرار دارد. بررسی معیارهای پزشکی و فلسفی برای تعریف مرگ و تحلیل بازنمایی‌های هنری و فرهنگی از مرگ هم موضوعات دیگر کتاب است. او همچنین به امکان‌های مقاومت در برابر سیاست‌های مرگ و اشکال جدید مرگ‌ومیر می‌پردازد و سرانجام درباره ضرورت بازاندیشی در معنای مرگ در فرهنگ معاصر می‌گوید.

«فرهنگ مرگ» فلسفه، نظریه سیاسی، اخلاق زیستی و مطالعات فرهنگی را در هم می‌آمیزد. نویس به جای پرداختن به مرگ به‌عنوان یک تجربه فردی، آن را به‌مثابه پدیده‌ای سیاسی و ساختاری تحلیل می‌کند. او به‌ویژه تحت تأثیر جورجو آگامبن و مفهوم «زندگی برهنه» است، و کتاب را می‌توان تلاشی برای بسط و نقد اندیشه‌های آگامبن درباره قدرت حاکم و مرگ دانست. نویس با اشاره به آگامبن می‌گوید که آثار او در ابتدا مملو بود از موضوعاتی درباره زیبایی‌شناسی و ادبیات و فلسفه، اما سپس در «هوموساکر» به مسئله زندگی در فرهنگ غرب پرداخت. او در کانون فرهنگ غرب نوعی زندگی را می‌یابد که آن را حیات برهنه می‌نامد. حیات برهنه شکلی از زندگی است که در معرض مرگ قرار دارد. از آنجا که قدرت، زندگی را در معرض مرگ وامی‌نهد، مرز مبهم بین مرگ و زندگی موضوعی سیاسی است. آگامبن نشان داده که تصمیم‌گیری درباره زمان مرگ، درباره اینکه ما چه وقت زنده‌ایم و چه وقت باید بمیریم، از اساس امری سیاسی است.

«فرهنگ مرگ» کتابی درباره خود مرگ به معنای متعارف نیست؛ بلکه بیشتر درباره جهانی است که در آن تعیین مرز میان زندگی و مرگ گاه از اختیار فرد خارج می‌شود. نویس می‌پرسد چه کسی درباره ارزش زندگی تصمیم می‌گیرد و سیاست و فناوری تا کجا می‌توانند بر بدن انسان سلطه داشته باشند.

مرگ همواره فکر و ذکر فرهنگ غرب بوده است، اما اکنون به هیئتی نو و ناشناس درآمده است. قرن بیستم شاهد تولید انبوه جنازه از پی جنگ‌ها و چیرگی فناوری بر بدن انسان بود. ما در دوره‌ای از هراس و همچنین در دوره‌ای از لاقیدی در برابر علم و سیاست نهادی به سر می‌بریم که پیدایش و گسترش قدرت‌های تکنوپزشکی و سیاسی را پذیرفته است؛ همان قدرت‌هایی که کنترل ما بر بدن و زندگی خود و زندگی دیگران را سلب می‌کنند. «فرهنگ مرگ» این برهه را بررسی می‌کند تا نشان دهد چگونه در فرهنگ مدرن در معرض مرگ قرار گرفته‌ایم. بنجامین نویس، استاد ادبیات در دانشگاه چیچستر انگلستان است و پیش‌تر کتابی درباره ژرژ باتای نوشته بود.

فرهنگ مرگ
بنجامین نویس
ترجمه محسن فخری
نشر نو

شکل‌های زندگی: به مناسبت انتشار «پارادایم‌های اجتماعی» بهمن بازرگانی

درک سوژه مجذوب‌شده

نادر شهریوری (صدقی)

توماس کوهن هیچ علاقه‌ای به مسائل سیاسی نداشت و هیچ نوشته‌ای از او درباره سیاست و مسائل اجتماعی در دست نیست، اما کتاب «ساختار انقلاب علمی» (۱۹۶۴) او را می‌توان نقطه عطفی در اندیشه سیاسی تلقی کرد تا بدان اندازه که ایده علمی‌اش که هیچ نسبتی با سیاست نداشت، منجر به تحولی اساسی در نظریه‌های سیاسی و اجتماعی شد. کوهن در این کتاب بسیاری از پیش‌فرض‌های اولیه را به چالش می‌کشد و در پی آن درک جدیدی از چگونگی پیشرفت علم ارائه می‌دهد، اما درک او از پیشرفت فی‌الواقع مخالفت با پیشرفت است، زیرا او از همان ابتدا حتی «پیشرفت تدریجی» در علم را زیر سؤال می‌برد که طبق آن پیشرفت طی یک فرایند استنتاج منطقی پذیرفته می‌شود. کوهن با رد این مسئله که دانشمند در طلب حقیقت است، در اصل مبنای رئالیسم علمی را به چالش می‌کشد. کوهن برای توضیح ایده خود مفهومی به نام «پارادایم» را مطرح می‌کند. پارادایم به زبانی ساده عبارت است از دستاوردهای علمی که به صورت عمومی پذیرفته می‌شود و می‌تواند حتی برای مدتی توجیهی برای فهم مسائل گوناگون باشد. آنچه در پارادایم‌ها اهمیت دارد و درعین‌حال چالش‌برانگیز است، مسئله «گسست» است، زیرا پارادایم‌ها برای مدتی توجیهی برای فهم مسائل گوناگون‌اند و بنابراین ثابت نمی‌مانند و تغییر می‌کنند و این تغییر که با گسست همراه است، درعین‌حال با انتقال نیز همراه است. بدین‌سان تحول علمی به معنای واقعی کلمه، نه از طریق بازسازی نظریه‌ها در چارچوب یک پارادایم، بلکه با گذار از یک پارادایم به پارادایم دیگر انجام می‌گیرد. کوهن این گذار را «انقلاب علمی» نام می‌دهد، زیرا این کتاب با تحول در نگرش‌ها به جهان و دگرگون دیدن واقعیت همراه است، درحالی‌که ساختارهای ذهنی به طور کامل متغیرند.

کتاب «پارادایم‌های اجتماعی، پژوهشی در گسست عقلانیت و جذابیت» نوشته بهمن بازرگانی درواقع ادامهٔ منطقی اولین کتاب او «ماتریس زیبایی» (۱۳۸۰) است. بازرگانی در این کتاب به انسجام‌بخشی ایده‌های خود پرداخته و در حقیقت به یک جمع‌بندی دست می‌زند؛ این جمع‌بندی برآمده از دغدغه‌های فکری و تجربه‌های او طی سال‌های طولانی زندگی پرافت‌وخیزش است. در این میانه چنان‌که او می‌گوید، آشنایی‌اش در سال ۱۳۸۵ با کتاب «ساختار انقلاب علمی» (۱۹۶۴) نوشته توماس کوهن، بر ایده‌های او تأثیری اساسی گذاشته و آن را تشدید می‌کند. بازرگانی اگرچه ایده کوهن درباره انقلاب علمی را راهنمای پروژه فکری خود قرار می‌دهد، اما برخلاف کوهن در علم متوقف نمی‌ماند و آن را به اجتماع و سیاست تسری می‌دهد، زیرا بر این باور است که پارادایم علمی در اصل بخش کوچکی از پارادایم اجتماعی است و دامنهٔ پارادایم اجتماعی چنان گسترده است که همه حوزه‌ها و حیطه‌های زندگی را شامل می‌شود، به‌ویژه آنکه منطقِ پارادایم‌های علمی با پارادایم‌های اجتماعی تفاوتی با هم ندارند. «پارادایم اجتماعی همانند پارادایم‌های علمی ساختاری را بر ذهن آدم‌های پارادایم سوار می‌کند، مشابه سبک معماری ساختمان‌های یک دوره تاریخی و این ساختار داده‌هایی را در اذهان آدم‌های پارادایم فراوری می‌کند که فراتر از قواعد آن پارادایم است. قواعد از پارادایم‌ها سرچشمه می‌گیرند، ولی پارادایم‌ها می‌توانند حتی در غیاب قواعد نیز راهنمای پژوهش باشند».

حرف تازه بهمن بازرگانی درک متفاوت او از جامعه است؛ در حقیقت او «عقلانیت متفاوتی» از خود ارائه می‌دهد تا بتواند پدیده‌های اجتماعی و سیاسی ایران معاصر و جهان را توجیه کند. به نظر بازرگانی بخش عقلانی ذهن آدمی در برابر جذابیت و نیروی جاذبهٔ هویت‌های زیبا حساس است و هرگاه در معرض آن جذابیت‌ها (ارزش‌ها و اخلاقیات و زیبایی‌ها) قرار گیرد، واکنش متفاوتی از خود نشان می‌دهد یا «عقلانیت متفاوتی» از خود بروز می‌دهد تا بدان اندازه که معیارها و قواعد تازه جایگزین قواعد پیشین می‌شود و جذابیت‌های پیشین دیگر جذاب به نظر نمی‌آیند، زیرا کانون زیبایی تغییر کرده است و این «عقلانیت متفاوت» حول آن کانون زیبایی به درک و دریافت جهان نائل می‌آید. به‌این‌ترتیب تغییر پارادایمیک، یا به تعبیری تغییر هر پارادایم جهان تازه‌ای را پیش‌روی ما می‌گستراند، اما این به آن معنا نیست که پیشرفتی صورت نگرفته، زیرا اساسا پیشرفتی در کار نیست و هر پارادایم واقعیت را تنها طوری توصیف می‌کند که با چارچوب کانونی‌اش هماهنگ باشد و چه‌بسا به همین دلیل است که مسائل یک پارادایم برای پارادایم رقیب بی‌معنا است یا معنای دیگر پیدا می‌کند. «در نتیجه به جای عقلانیت و جذابیت‌های پیشین، عقلانیت و جذابیت‌های پسین پدیدار می‌شوند و به‌زودی همه‌گیر می‌شوند و گفتمان‌هایی ظهور می‌کنند که ممکن است همه یا بیشتر گفتمان‌های پارادایم پیشین را غلط، متوهم، ناعقلانی و حتی زیان‌بار ارزیابی کنند». دراین‌صورت اگر این گسست پارادایمیک در طول زندگی یک نسل رخ دهد، به نظر بازرگانی با آدم‌هایی مواجه می‌شویم که متعجب از «عقلانیت» گذشته خود هستند و حال که به آن می‌نگرند، غیرعقلانی می‌یابند، درحالی‌که این گسست از نظر بازرگانی در پارادایم اجتماع رخ داده است. «آدم‌هایی که از پارادایم پیشین به پارادایم پسین گذر کرده‌اند، وقتی فعالیت‌ها و باورهای خود را در پارادایم پیشین به یاد می‌آورند، آنها را ناعقلانی می‌بینند».

بازرگانی به خاطر آنکه موضوع ساده‌تر شود، نقل قولی از «جنگ و صلح» تولستوی می‌آورد و نظر خواننده را به پارادایمی جلب می‌کند که در آن قهرمانی در کانون زیبایی‌شناسی قرار می‌گیرد و عقلانیت به آن معطوف می‌شود و در حقیقت تابع آن می‌شود: «تولستوی در شاهکار خویش جنگ و صلح، یک صحنه لشکرکشی ناپلئون به روسیه را وصف می‌کند که ناپلئون سوار بر اسب ناظر گذر سواران خویش از رود است. سواران ناپلئون زیر نگاه فرمانده، خود را با اسب به آب می‌زنند و تعدادی از آنها غرق می‌شوند... افسر اسب‌سواری که خطر می‌کند و به آب می‌زند ممکن است غرق شود و تولستوی به‌خوبی این خطرکردن را نشان می‌دهد». به نظر بازرگانی در پارادایمی که قهرمان‌شدن به کانون زیبایی‌شناسی تبدیل می‌شود، آنچه اهمیت پیدا می‌کند، شجاعت و ازخودگذشتگی است و به‌همین‌خاطر هم «نیاز شدید به تحسین‌شدن همچون بتی مسری جوانان را به تب‌وتاب قهرمان‌شدن می‌اندازد». اما درک پارادایمیک از جهان دائمی نیست و تابع گسست‌هایی است که رخ می‌دهد، ازاین‌رو در دوره یا زمانه‌ای دیگر کانون زیبایی‌شناسی تغییر می‌کند و قهرمان از نوک پیکان کنار می‌رود و شیفتگی به قهرمان به بی‌تفاوتی منتهی می‌شود. «... آن‌گاه که شیفتگی فرانسوی‌های اوایل قرن نوزده به ناپلئون -به‌مثابه قهرمان- و آلمانی‌های دهه سوم قرن بیستم به هیتلر، یا شیفتگی روزهای دوران انقلاب اکتبر به لنین و یا... را به یاد می‌آوریم، بفهمی‌نفهمی انگار که خودمان را متفاوت از آنها می‌بینیم».

هنگامی که بازرگانی موضوع را انضمامی‌تر می‌کند، یعنی به تاریخ معاصر ایران توجه نشان می‌دهد، همین سؤال باز تکرار می‌شود که «چرا باورهای ایرانی‌ها در فاصله هفتادساله یک‌صدوهشتاد درجه تغییر کرده است؟». به نظر بازرگانی در این موقعیت‌ها انسان‌ها متعجب‌اند که چرا در آن زمان آن‌گونه فکر می‌کردند و الان این‌گونه، درحالی‌که بازرگانی می‌گوید کانون زیبایی‌شناسی تغییر کرده و تمام چیزهایی که به تعبیر نیچه زمانی خوب و زیبا تلقی شده‌اند، اکنون جذابیت خود را از دست داده‌اند.

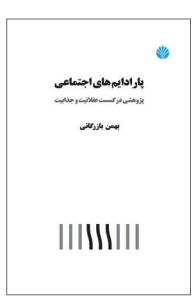
درک بهمن بازرگانی از جهان، درکی زیبایی‌شناسی است. او جهان را زیبایی‌شناسانه می‌بیند، دراین‌صورت جهان و پدیده‌های پیرامون آن از دریچه فرم، حس، تجربه، معنا، زیبایی و زشتی مشاهده می‌شود و این موضوع می‌تواند به تجربه‌های او و نسل او ارتباط پیدا کند. چیزها ابتدا زیبا و جذاب به نظر می‌رسند، همچنان که قهرمانی در دوره‌ای جذاب و زیبا به نظر می‌آید، تنها بعد از آن است که عقلانیت حول آن شکل می‌گیرد و درواقع عقل توجیه‌کننده و مجذوب زیبایی می‌شود. از منظر بازرگانی که جهان را زیبایی‌شناسانه دریافت می‌کند، نقطهٔ عزیمت یعنی هیجانات اولیه و روابطی که در فرد کنجکاو و مشتاق شکل می‌گیرد، درمورد خودش مانند هم‌نشینی با دوستان، تأثیرات خانواده و ورود به دانشکده فنی در حال‌وهوای ملتهب آن سال‌ها و بسیاری از عوامل و اتفاقاتی که پیش‌بینی‌پذیر هم نیستند، مثل آشنایی با محافل روشنفکری و مطالعاتی، خواندن کتاب یا دیدن یک فیلم و... که او یا اساسا هر فرد دیگر از طبقه متوسط شهری و حال‌وهوای دانشجویی را در معرض سیاسی‌شدن قرار می‌دهد و به سوی کانون جاذبه زیبایی‌شناسی می‌کشاند و تا زمانی که پارادایم حاکم این روند را تسریع کند، ماجرا البته ادامه می‌یابد، تا آن‌گاه که حال‌وهوا یا به تعبیر بازرگانی پارادایم حاکم تغییر کند، دراین‌صورت و در انتقال از پارادایم پیشین به پارادایم پسین، هدف و معنای زندگی نیز تغییر می‌کند و در این گذار بحرانی فرد یا هر سوژه مشابه دیگر دچار نوعی تشتت ذهنی و پراکندگی فکر می‌شود، تا آنجا که نمی‌تواند مواضع پیشین خود را توجیه کند، دراین‌صورت منزوی می‌شود، کناره می‌گیرد یا به سرزنش خود می‌پردازد و احیانا بر عمر تلف‌شدهٔ خود حسرت می‌خورد.

بازرگانی در نوشته‌های خود بیشتر به «درک سوژه مجذوب‌شده» توجه نشان می‌دهد و برای درک مجذوب‌شده، تصور پارادایمیک از جهان می‌تواند پیش‌زمینهٔ مناسبی باشد، اما آنچه دراین‌میان مهم است، آن است که سوژه مجذوب‌شده چگونه شکل می‌گیرد، آیا صرفا تابع کانون‌های جاذبه زیبایی‌شناسیک قرار می‌گیرد یا توسط مناسبات اجتماعی ساخته می‌شود. مناسبات اجتماعی و سیاسی که ریشه در قدرت دارد؛ قدرتی که در عرصه اجتماع و سیاست، مولد است و به‌مثابه «هسته سخت» نیرو اعمال می‌کند و در پی آن حیطه‌های گوناگون زندگی و ازجمله کانون‌های جاذبه زیبایی‌شناسی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. هنگامی که سیاست به‌مثابه امر جمعی و قدرت مانند نیروی پیش‌رونده و زیرساخت در نظر گرفته می‌شود، می‌تواند درعین‌حال پاسخی به درک زیبایی‌شناسی بازرگانی باشد؛ به این معنا که بازرگانی کانون جاذبه زیبایی‌شناسی را درون کشمکش‌های روابط قدرت قرار داده و آن را نقطه مرکزی گرایش متفاوت قرار می‌دهد. درحالی‌که قدرت سیاسی و آرایش نیروهای اجتماعی که منجر به رخداد می‌شود، می‌تواند فرایندی را ایجاد کند که چیزهایی را زیبا و جذاب بنمایاند، دراین‌صورت پرسش «چه چیزی ما را جذب می‌کند؟» بدل به این سؤال ملموس و عینی می‌شود که «چه کسی قدرت دارد و چگونه؟».

به نظر می‌رسد بهمن بازرگانی تجربه‌های «خود» را بسط می‌دهد؛ تجربه‌هایی که می‌تواند بخش مهمی از هم‌نسلان او و آدم‌هایی را که در آن حال‌وهوا بودند، توجیه کند و به آنها بگوید آنچه زمانی در کانون زیبایی‌شناسی بوده، اکنون نیست؛ چون پارادایم دیگری حاکم شده است. بازرگانی البته درصدد آن نیست که قانونی از دل تجربه‌های خود ارائه دهد، اساسا درک پارادایمیک در مقابل هر قانون کلی قرار می‌گیرد. به بیان دقیق‌تر او دست به کنش زیبایی‌شناسیک می‌زند و سیاست به‌مثابه امر جمعی را زیبایی‌شناسی -فردی- می‌کند. درست برخلاف هم‌نسلان او و تجربه‌های خودش که به «سیاسی‌کردن زیبایی‌شناسی» مشغول بوده‌اند، او بعد از آن تجربه‌ها به «زیبایی‌شناسی کردن سیاست» می‌پردازد.

اهمیت تئوریک بازرگانی آن است که «بحران» را دریافته و متوجه شرایط بیرونی نیز هست و بر این موضوع تأکید می‌کند که ایده‌ها در هر حال در واکنش به بحران‌های موجود در دنیای واقعی پدید آمده‌اند: یک قرن تجربه سوسیالیسم، دورشدن از کلیت‌گرایی و رد مفهوم «کلی» حتی از سوی فرامارکسیسم بر او تأثیر گذاشته و دریافته که نقش عوامل بیرونی مانند رشد طبقات جدید، مناسبات اقتصادی، الگوهای مذهبی، مسائل نژادی و قومی و... جملگی در ایجاد نوآوری و تکوین پارادایم‌های جدید مؤثرند. بهمن بازرگانی در نوشته‌های خود در نهایت می‌کوشد از سوژه مجذوب‌شده رفع ابهام کند تا بخش‌های گنگ و فهم‌ناپذیر، قابل فهم شوند و گره‌ها باز شوند، اما درک سوژه لزوما به معنای تأیید آن نیست، هرچند که بازرگانی به دنبال تأیید نیست، طرفه آنکه خواسته سوژه اجتماعی می‌تواند طی مدتی مدید حتی در پارادایم‌های مختلف خواستی واقعی، ثابت و ملموس مانند عدالت‌خواهی باشد، حتی اگر کانون‌های جاذبه زیبایی‌شناسی تغییر کند.

*** نقل‌قول‌ها از کتاب «پارادایم‌های اجتماعی» نوشته بهمن بازرگانی**



پارادایم‌های اجتماعی
پژوهشی در گسست عقلانیت و جذابیت
بهمن بازرگانی
نشر اختران

عطف

سنت به‌مثابه میدان قدرت

شرق: «نقد سنت از نگاه اندیشمندان عرب» اثری از عبدالاله بلقزیز، متفکر و فیلسوف معاصر مراکشی، است که به تحلیل تاریخ مناقشات فکری جهان عرب درباره «سنت» می‌پردازد. این کتاب در واقع جلد سوم از پروژه بزرگ‌تر او با عنوان «عرب و مدرنیته» است. این کتاب را می‌توان نقدِ نقدِ سنت دانست. عبدالاله بلقزیز در این اثر خوانشی انتقادی و جسورانه از چگونگی نگرش اندیشه عربی به گذشته‌اش ارائه می‌دهد و مخاطب را به نوعی بازنگری عقلانی فراتر از ستایش سنت یا گسست از آن دعوت می‌کند.

بلقزیز در این پروژه چندجلدی، تاریخ مواجهه اندیشه عربی با مدرنیته را بررسی می‌کند. جلد اول به گفتمان نوزایی، جلد دوم به گفتمان مدرنیته و جلد سوم به مسئله «سنت» اختصاص دارد. این کتاب در سال ۲۰۱۴ منتشر شد و به دلیل رویکرد تحلیلی‌اش، جایزه سلطان قابوس برای فرهنگ را دریافت کرد.

در توضیحات خود کتاب درباره این اثر آمده: «واقعیت این است که مانند ترک و فارس و هندی و مالائی، عرب نیز متراکم از گذشته است؛ در فضای سنت نفس می‌کشد و چون اکنونش را تهی و گذشته‌اش را تابناک می‌انگارد به جای نقد آن میل دارد به گذشته پناه ببرد تا خلأهای اکنونش را با آن پر کند. البته عرب نیز گهگاه پرسش‌هایی در مورد سنت مطرح کرده است، پرسش‌هایی که اغلب فراموش شده‌اند زیرا فضایی برای استمرارشان وجود نداشت. به مرور زمان و تحت تأثیر عوامل گوناگون چون حمله ناپلئون به مصر، تصرف الجزایر، اعزام هیئت‌هایی جهت تحصیل در خارج، آغاز اضمحلال امپراتوری عثمانی، با پایان سده نوزدهم و آغاز سده بیستم همراه با رواج علم‌گرایی در میان دانشجویان، تأسیس کارگاه‌های بزرگ برای پژوهش در آثار مهم متفکران گذشته، چون ابن‌هشام و طبری و ابن‌رشد و ابن‌خلدون، نقدهای جدی آغاز شد. از دهه چهارم سده بیستم، نقد سنت سرلوحه کارهای بسیاری از متفکرین عرب شد. هر یک از آنان سنت را به شیوه خاص خود نقد می‌کرد. طه حسین با سلاح دکارتیسم به رویارویی با دگم‌اندیشی حنبلی‌ها رفت؛ فریادهای اگزیستانسیالیستی عبدالرحمن بدوی و پوزیتیویستی فواد زکریا و دیالکتیکی حسین مروه، طیب تیزینی، مهدی عامل و صادق جلال‌العظم در میان سنت‌گرایان ولوله به پا کرد. همچنان که نقدهای ساختارگرایانه جابری و نقدهای تاریخ‌گرایانه عُروی و حنفی و نقد تأویل‌گرایانه نصر حامد ابوزید و نشانه‌شناسی ارکون، همه، سنت را نشانه رفتند».

مهم‌ترین نوآوری بلقزیز در این کتاب، تغییر زاویه دید به مسئله سنت است. او معتقد است نزاع بر سر سنت، صرفا یک اختلاف معرفتی یا فلسفی بر سر «حقیقت» نیست، بلکه نزاعی بر سر قدرت و استیلاست. از نگاه او، هر دو طرف مناقشه می‌کوشند انحصار تأویل و تفسیر سنت را در دست بگیرند، زیرا تسلط بر سنت، کوتاه‌ترین راه برای سلطه بر «اکنون» است. به بیان دیگر، پرسش اصلی نه خود سنت، بلکه «خوانش سنتی از سنت» و قرائت‌های ایدئولوژیک از آن است. بلقزیز در این کتاب تصویری منسجم و غیرایدئولوژیک از تحول نقد سنت در اندیشه عربی ارائه می‌دهد. او نه مدافع مدرنیته است و نه ستایشگر سنت؛ بلکه می‌کوشد منطق درونی هر دو طرف را بفهمد. نکته مهم دیگر، پیونددادن مسئله سنت با سیاست، قدرت و ایدئولوژی است که به تحلیل او عمق جامعه‌شناختی و سیاسی می‌بخشد.

نقد سنت از نگاه اندیشمندان عرب
عبدالاله بلقزیز
ترجمه سیدمحمد آل‌مهدی
نشر نی