

## «عطش منزلت» در جامعه ایرانی

وحید شالچی\*

(تاریخ دریافت ۹۱/۰۳/۰۶، تاریخ پذیرش ۹۲/۰۷/۱۷)

**چکیده:** در دوران تحولات پرشتاب، خودتاملی و واکاوی خود، برای تداوم فرهنگی یک ضرورت است. بدون چنین بازاندیش‌هایی یک فرهنگ و سنت امکان مواجه فعال با وضعیت‌های جدید اجتماعی را از دست می‌دهد. فرهنگ ایرانی نیز دارای امکان‌ها و موانع خاص خویش است که بازشناسی آنان البته از منظرگاهی به لحاظ وجودشناسانه درونی، می‌تواند به توان این سنت در مواجه با امر نو و تعامل با دیگر سنت‌ها بیفزاید. از جمله مسائل فرهنگ امروز ایران آن چیزی است که در این مقاله «عطش منزلت» مطرح شده است. در هر جامعه‌ای کسب منزلت و شان از جمله مهم‌ترین امتیازهای اجتماعی است که برانگیزاننده کنش فردی و جمعی است اما این وضعیت در ایران امروز و از رهگذر چندین تحول تاریخی، وضعیتی بیمارگونه یافته است که جلوه‌های آن را در ساحت‌های مختلف زندگی اجتماعی می‌توان بازشناخت. این مقاله تاملی است انتقادی بر این ویژگی فرهنگی که البته در نسبت با شرایط ساختاری است. از این رو این مقاله ضمن تشریح و نشان دادن چیستی «عطش منزلت» و تمایز آن با فرایند عادی منزلت‌جویی، پنج مورد ویژگی عطش منزلتی را برشمرده و برخی قلمروهای کلیدی فرهنگ معاصر ایران را که درگیر این امر است نشان می‌دهد. سپس به اختصار به تشریح شش فرایند تاریخی شکل‌گیری این مسئله فرهنگی و پیامدهای آن می‌پردازد.

**مفاهیم کلیدی:** زندگی‌روزمه، عطش منزلت، فرهنگ ایران، جامعه‌شناسی تاریخی-فرهنگی ایران، مطالعات فرهنگی ایرانی.

---

\* عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی vshalchi@gmail.com

عطش منزلت ...

### مقدمه

جامعه‌شناسی همچنان که بنیان‌گذاران نیز بنا داشتند، علمی دارای مسئولیت اجتماعی<sup>۱</sup> است. همچنین از آن‌جا که معطوف به جوامع است لذا خواه ناخواه تاریخی و فرهنگی است. بدین‌سان پژوهش جامعه‌شناسانه باید معطوف به مسائل زمان‌مند فرهنگ‌های خاص باشد، اگر چه نسبت‌های تکرارپذیر میان پدیده‌های اجتماعی و همچنین الگوهای تکرارشونده نیز موضوعیت دارند. کار جامعه‌شناسانه معطوف به پاسخ به دغدغه‌ها و یا پرسش‌هایی است که به لحاظ ارزشی برای جامعه‌شناس مهم تلقی می‌گردد و از این رو دستاوردهای آن نیز مانند نظریه‌ها و مفاهیم زمینه‌مند<sup>۲</sup> هستند.

جامعه‌شناسی در درون هر تمدنی اگر بخواهد روایی داشته باشد باید با غور در تجربه تاریخی و البته نوشونده آن تمدن، بنای خویش را بنیان نهد. مفاهیم، نظریه‌ها و یا روش‌های آن علم به مثابه میراثی جهانی تنها به مثابه مفاهیمی حساس و یا فرضیه‌هایی قابل تامل و نه اثبات‌شده می‌توانند برای چنین جامعه‌شناسی‌ای موضوعیت داشته باشند و نه اصولی جزمی و ثابت‌شده فرازمانی<sup>۳</sup>. از گام‌های نخستین چنین تاسیسی خلق مفاهیم نو است که معطوف به تجربه تاریخی آن تمدن باشد، گر چه می‌تواند در زمان و یا مکان دیگری نیز مصداق یابد. البته در چنین رویکردی مفاهیمی که در علم موجود و جهانی وجود دارد کماکان ارزشمند هستند، اما نه به عنوان اموری که ضرورتاً از یک هستی یا رابطه میان هستی‌های اجتماعی سخن بگویند، بلکه به مثابه مفاهیمی که ممکن است راه‌های مفیدی را برای فهم و تبیین امر اجتماعی بگشایند (و البته ممکن هم هست که نگشایند). این مفید بودن احتمالی و نه «پیشینی»<sup>۴</sup> می‌تواند سلبی یا اثباتی و همچنین کم‌تر یا بیشتر جزئی باشد.

به هر صورت با چنین رویکردی اتخاذ مسئله از حوزه تجربه‌زیسته همان سنت و همچنین تلاش در جهت برساختن مفاهیم در عین گفتگو با میراث جامعه‌شناسی و یافتن نکات افتراق و یا همسانی، گام نخست است. این مقاله کوششی در این راستا بوده و با این دغدغه نیز همراه است که جامعه‌شناسی ایرانی باید تلاش کند تا ضمن بازنمایی فرایندها و پدیده‌های اجتماعی فرهنگی آسیب‌زا، امکان تامل بازاندیشانه در درون آن فرهنگ نسبت به موضوع را فراهم آورد. هدف از این‌گونه کارهای جامعه‌شناسانه، خودکاوی فرهنگی انتقادی است؛ تا شاید همان کاری را انجام دهد که هابرماس

---

1. Engaging sociology

2. Contextuality

۳. این سخن باومن درست است که: «دیگر نمی‌توان جهان‌شمول بودن مقوله‌های زاده تجربه یک بخش از جهان را چه در سطح همزمانی و چه در سطح درزمانی حقیقی دانست، اگر چه این بخش، بخش ممتاز و مدرن جهان باشد» (باومن، ۱۳۸۴: ۱۳۰).

4. a priori

انتظار داشت جامعه‌شناس همانند روانکاو برای بیمارش انجام می‌دهد. موانع تحریف ارتباطات درون خویش را بازشناسد. البته موضع چنین نظریه‌پردازی لزوماً نباید موضع استعلایی هابرماس باشد بلکه می‌تواند به تعبیر باومن در درون سنت خویش قرار داشته باشد.

### طرح مسئله

«جامعه ایرانی» برای تحول و پیشرفت نیازمند تحکیم اخلاق است. جامعه نیازمند کنشگرانی اخلاقی است تا در تعاملات اجتماعی حتی اگر مجازات قانونی محتمل نباشد نیز اصول مفروض را رعایت نمایند. تنها در چنین حالتی است که «پیش‌بینی‌پذیری»<sup>۱</sup> که از ضروریات تعاملات اجتماعی محقق خواهد شد. جامعه نیازمند کنشگرانی است که عمل‌شان صرفاً معطوف به پاداش‌های بیرونی نبوده بلکه پاسخ به اصول مفروض اخلاقی نیز در آن لحاظ گردد. در غیر این صورت با کاهش شدید سرمایه اجتماعی و مولفه‌های آن مانند اعتماد اجتماعی مواجه خواهیم بود. جامعه‌ای که سهم پاداش‌های بیرونی در برانگیختن کنش غلبه تام یابد در بزنگاه‌های فرهنگی و تاریخی که پاداش‌های بیرونی معطوف به فرایندهای اقتصاد جهانی سرمایه‌داری و یا سازوکارهای قدرت می‌شود، بسان بره‌ای مطیع ولو نقرز عمل نموده و رام فرادستان خواهد بود.

به هنگامی که شبکه در هم پیچیده‌ای از فرایندهای محلی و جهانی از میراث تاریخی خودکامگی گرفته تا سرمایه‌داری بی‌مهاری، مصرف‌گرایی و بوروکراتیزه‌شدن بن‌مایه‌های فرهنگی را تهدید کنند، کار جامعه‌شناسانه می‌تواند معطوف به برانگیختن تامل و بازاندیشی نسبت به فرایندهای آسیب‌زا به‌وسیله «نقد درونی»<sup>۲</sup> باشد. به تعبیر مکتب فرانکفورت نقد درونی، «تناقضات میان واقعیت و ایده‌آل‌های اجتماعی را به منظور برانگیختن آگاهی انتقادی»<sup>۳</sup> آشکار می‌کند. انتقاد اجتماعی به میزانی که ایدئولوژی اجتماعی حاکم را- (که وضعیت موجود) جامعه را به منزله نظامی طبیعی و به لحاظ اخلاقی سودمند نشان می‌دهند- به چالش می‌کشد، نیرویی برای تغییر اجتماعی است» (سیدمن، ۱۳۸۶: ۱۶۶). این مقاله نیز به امری می‌پردازد که در باور عمومی<sup>۴</sup> ممکن است اولاً، طبیعی به نظر آید و دوم این‌که، علی‌اصول به عنوان پدیده‌ای «به لحاظ تاریخی خاص» و نیازمند توجه «شناسایی» نشود.

جامعه ایرانی در معرض فرایندی خاص قرار گرفته است و آن میلی سیری‌ناپذیر به کسب منزلت از طریق نمایش دارایی، ثروت و یا هر امر ممکن دیگری است. این‌گونه و به این شدت در جستجوی نمایش برای کسب منزلت برآمدن به گونه‌ای است که آن را از اشکال به‌هنگار جست‌وجوی منزلت متمایز می‌کند. این‌گونه پیوند منزلت با نمایش کالاها و افزون بر این، این میل، اشتها، آرزومندی و

- 1 Predictability
- 2 Immanent critique
- 3 Critical consciousness
- 4 Common sense

اشتقاق سیری‌ناپذیر به کسب منزلت پدیده‌ای به لحاظ تاریخی<sup>۱</sup> خاص است. که پدیداری و پیامد آن نیازمند تحلیل است. به بیان دیگر هم شدت و سیری‌ناپذیری این آرزومندی و هم شیوه‌های پاسخ به آن و هم عوارض مترتب به آن خاص است و آن را از تلاش عادی برای کسب منزلت<sup>۲</sup> متمایز می‌کند. این مقاله این پدیده را تحت عنوان «عطش منزلت» مفهوم‌پردازی می‌کند.

این میل و آرزومندی در هر کدام از حوزه‌های<sup>۳</sup> مختلف زندگی اجتماعی که وارد شده و هر جا که نفوذ یافته اهداف نخستین هر عملی را ثانویه گردانیده است.<sup>۴</sup> مانند آنچه در مورد اقبال به تحصیلات دانشگاهی رخ داده است و مدرک‌گرایی و صوری‌گرایی را در میان جامعه دانشجویی و حتا متاسفانه در میان هیئت علمی و مدیریت آموزش عالی، جایگزین ارزش‌های بنیادی علم یعنی ارزش حقیقت، صحت، و تعهد اجتماعی نموده است. از ویژگی‌های مهم این پدیده «طبیعی‌نمایی»<sup>۵</sup> آن است به گونه‌ای که به‌رغم حضور تقریباً همه‌جایی، امکان «شناسایی» آن را همچون «مسئله» سلب نموده است. پنهانی این پدیده با وجود آشکاری آن یا به عبارت دیگر دیده نشدن به رغم در حوزه نگاه ما بودن، ناشی از دو امر است یکی این‌که درجه‌ای از این امر در هر جامعه‌ای جدا از زمان و مکان خاص هم به لحاظ تجربی مشاهده شده و هم به لحاظ نظری مورد انتظار است. دوم آن‌که، این پدیده گاهی خود را در «شکل» سنت ولی با «محتوایی»<sup>۶</sup> بعضاً مدرن آشکار می‌کند. از این رو برای جامعه‌ای که درگیر هر دو سپهر است، غیرطبیعی بودن آن مورد شناسایی قرار نمی‌گیرد.

آمیختگی عطش منزلتی با اشکال و محتواهایی از دو سپهر سنت و مدرنیته بدین جهت است که در جامعه سنتی پیش از آلوده شده به منطق کالایی نظام سرمایه‌داری و همچنین پیش از بلعیده شدن به درون نظام سرمایه‌داری که سودجویی هدف محوری این نظام است، پای‌بندی به سنن و در درون الگوهای تعریف شده جهان سنت عمل کردن به خودی خود دارای ارزش بود، همچنین کارکردهای خود را داشت. در این سپهر منزلت ناشی از عمل در درون نظام تفسیری و رفتاری سنت بود، همچنین به جهت قوت ساحت فرهنگ در مقابل ساحت اقتصادی، منزلت امری قابل فروکاستن به تمکن مالی نبود و چه بسا برعکس این متمکنین بودند که در پی کسب منزلت، به نثار مال می‌پرداختند. به بیان دیگر در سپهر جامعه پیشامدرن منزلت و ثروت دو متاع غیرقابل تقلیل به یکدیگر بودند و هر کدام

### 1. Historically

۲. در اینجا تفاوت شدت و میزان به حدی است که به تعبیر زمیلی و گیدنز تفاوتی کیفی و گسست را رقم می‌زند.

### 3. Field

۴. واژه عربی تحت‌الشعاع برای بیان این امر بسیار رسا است.

۵. طبیعی بودن در این نوشتار در معنایی که در نظریه انتقادی از جمله در آراء بارت به کار برده شده، مدنظر است.

۶. در اینجا دو مفهوم شکل و محتوا در معنایی زمیلی مراد است، شکل به معنای ترتیبات نهادی یا الگوهای کنشی و محتوا در معنای اهداف، منافع و انگیزه‌ها.

ارزشمندی خود را برای انسان درون خود داشتند. البته روشن است که صحه گذاشتن به این امر نافه قابلیت تبدیل شدن آن دو به یکدیگر نیست.

اما در جامعه پس از سرمایه‌داری، محوریت عمل جامعه جستجوی نفع و سود است. در چنین سپهری منزلت امر تبعی نسبت به حوزه اقتصادی است. چرا که منطق غالب، منطق حوزه اقتصاد است. به بیان دیگر، زیربنایی بودن شیوه تولید آن‌چنان که مارکس قائل بود مربوط به جامعه جدید است نه امری فرازمانی. به هر سو، جدا از این مباحث تئوریک و مناقشات پیرامون آن، آنچه به پدیده مورد بررسی در این مقاله مربوط است، کنار هم قرارگرفتن دو سپهر در کنار یکدیگر است، که هم سبب‌ساز این عطش منزلتی است و هم عامل پنهان‌بودگی و طبیعی‌نمایی آن. این عطش منزلتی خود را در اشکال سنت اما نه در سپهر آن آشکار می‌کند. بدین معنا که ظاهر آن بعضاً رسومی سنتی است مانند عروسی و ... اما حیث التفاتی<sup>۱</sup> و همچنین مجموعه پیکربندی<sup>۲</sup> آن متفاوت است. بدین معنا که متاثر از فرایندهای مدرن سرمایه‌داری و مصرف‌گرایی است. از این رو در هر دو سپهر طبیعی می‌نماید در حالی که متعلق به هیچ‌کدام از سپهرها نیست.

بدین‌سان هدف نخستین این مقاله در معرض دید آوردن این پدیده به عنوان مسئله است یا به عبارت دیگر طبیعی‌زدایی از آن است. این امر همراه با مفهوم‌پردازی از آن به مثابه «عطش منزلتی» و تلاش برای روشن ساختن ویژگی‌های آن صورت می‌پذیرد. گام دوم مقاله تلاش برای تبیین این عطش منزلتی است. توضیح چرایی شکل‌گیری این پدیده تنها با توضیح شبکه‌ای از فرایندها که گاه و بی‌گاه ایران است و گاه فرایندهایی جهانی هستند امکان‌پذیر است. نکته مهم در این بخش آن است که آنچه خاص‌بودگی این پدیده را رقم زده است این مجموعه عوامل درهم‌تنیده است چرا که چه بسا هر کدام از فرایندهای مورد بحث در دیگر جوامع نیز رخ داده باشد اما مهم در اینجا این همراهی‌ها و درهم‌تنیدگی‌ها است که این وضعیت خاص را رقم زده است. ضمن آن‌که این عوامل ساختاری با پاسخ‌های فرهنگی خاص نیز توأمان بوده است. آنچه می‌توان تعامل ساختار و فرهنگ نامید. و سرانجام گام سوم، روشن ساختن پیامدهای آن است. این گام روشن می‌سازد که چرا این پدیده را باید مسئله دانست. این نوشتار به جهت رعایت حداکثر صفحات ممکن برای مقاله بر بخش نخست متمرکز شده و به اجبار بخش‌های دوم و سوم را بسیار کوتاه ارائه داده است.

از این رو این مقاله به بررسی ویژگی‌های خاص منزلت‌جویی در جامعه معاصر ایران می‌پردازد و تلاش دارد تا آن را با مفهوم «عطش منزلتی» مفهوم‌پردازی نماید و پرسش اصلی این مقاله این است که «عطش منزلتی» در جامعه ایرانی چیست؟

1 Intentional

2 Articulation

### چیستی عطش منزلتی

برای توضیح مفهوم پیشنهادی عطش منزلتی لازم است تا ابتدا تمایز آن با مفاهیم موجود مشخص شود و سپس به توضیح مفصل تر آن پرداخته شود.

#### الف - نارسایی مفاهیم موجود

در برخی نظریه‌های جامعه‌شناختی جستجوی منزلت هدف کنش در نظر گرفته شده است. در میان ایشان مکتب شیکاگو شاید فرایند طبیعی و البته فاقد زمان نقش منزلت در ترغیب به کنش را بهتر توضیح داده باشد. در مکتب شیکاگو و به ویژه توسط چارلز هورتن کولی با مفهوم «خودآینه‌سان»<sup>۱</sup> اهمیت نگاه دیگران برای کنش مورد توجه قرار گرفته است. در نظر وی «فهم ما از خودمان با نگاه کردن در نوعی آینه شکل می‌گیرد. آن آینه مردمان دیگری هستند که با آنان کنش متقابل داریم. ... با نگاه کردن به آینه، تعیین می‌کنیم که آیا آن که می‌خواهیم باشیم هستیم یا نه و آیا کنش‌های ما اثر مطلوب را دارند یا نه...» (ریترز، ۱۳۸۹: ۲۴۵). توضیح کولی از وابستگی تصور ما از خود به نگاه دیگران غیرتاریخی است و معیارهای خاصی را نیز طبعاً برای جلب نگاه دیگران مطرح نمی‌کند. از این جهت نه تنها نسبت به تجربه تاریخی فرهنگی خاص جامعه معاصر ایرانی بلکه نسبت به فرایندهای معاصر جهانی نیز کور است. خودآینه‌سان کولی پیش‌تر نیز در جامعه ایرانی همانند هر جامعه دیگری بوده است اما وضعیت نوپدید جستجوی منزلت در جامعه ایران با ویژگی‌هایی که بحث خواهد شد را نمی‌تواند بازنمایاند. برخلاف نظریه کولی، نظریه‌های وبلن و زیمل به فرایندهای معاصر توجه کرده‌اند.

وبلن پیش‌فرض‌های اقتصاد کلاسیک را مبنی بر اینکه مصرف در پاسخ به نیازهای زیستی است و رفتار انسان را می‌توان بر پایه گرایش‌های فایده‌جویانه و لذت‌جویانه وی تبیین کرد را زیر سؤال می‌برد. وبلن در جریان تحلیل تاریخی نشان می‌دهد که چگونه چشم‌وهم‌چشمی ریشه اصلی رفتار مصرفی است و همین انگیزه چشم‌وهم‌چشمی است که در سیر تکاملی خود نهاد مالکیت را شکل می‌دهد چرا که دارایی مالی معیاری برای ارجمندی از سوی عامه مردم تلقی می‌گردد. از نظر زیمل از آن رو که شرط لازم برای احساس احترام به خویشان<sup>۲</sup> این است که دیگران ارزیابی مثبتی از فرد داشته باشند، فرد می‌کوشد با افزودن بر دارائی‌های خود و نمایش آن‌ها در نگاه دیگران ارجمند و با افتخار تلقی گردد، چرا که تنها انسان‌های استثنایی می‌توانند به‌رغم نظرات منفی دیگران کماکان احساس عزت نفس بالایی داشته باشند. از آن‌جا که در جریان سیر تاریخی به مرور ثروت به عنوان معیار و ملاک ارجمندی در می‌آید آن دسته از اعضای اجتماع که از ثروت کمتری برخوردار هستند در

1. Looking-glass self

2 . self-respect

نظر دیگران احترام کمتری را می‌یابند و در نهایت خودشان هم این شان را می‌پذیرند چرا که احترام شخص وابسته به احترامی است که اطرافیان به او می‌گذارند.

مفهوم و نظریه وبلن اگر چه زمینه مناسبی به لحاظ تئوریک برای بحث در مورد منزلت در ایران می‌گشاید و برخی از جنبه‌های آن را در حوزه رفتارهای مصرفی توضیح می‌دهد، اما کفایت تحلیلی آن برای تحلیل منزلت‌جویی در ایران خواه در مورد مفهوم مصرف متظاهرانه و خواه در کلیت نظریه‌اش دارای معایب زیر است:

- محدود به حوزه رفتارهای مصرفی است. حال آن‌که بحث ما در ارتباط با عوامل ترغیب‌کننده کنش است، که به علت فرهنگی بودن در تمامی حوزه‌های عمل اجتماعی مانند روابط اجتماعی و ... نیز ساری و جاری است.

- مفهوم وی فاقد توان تمایزگذاری میان شدت این گرایش است. حال آنکه شدت در این بحث تاثیری دگرگون‌کننده در ماهیت دارد.

- به لحاظ انسان‌شناسی فلسفی رفتار را صرفاً معطوف به کسب شان و ارجمندی در نگاه دیگران می‌داند که این تقلیل‌گرایی با مبانی انسان‌شناسی سنت مغایر است. اگر چنین چیزی وضعیت موجود نیز باشد، محل انتقاد است حال آن‌که وبلن پیشاپیش توان انتقادی نظریه خویش را سلب کرده است.

- پدیده مورد بررسی تنها در برخی ویژگی‌های ۵ گانه‌ای که اشاره خواهد شد با مفهوم عطش منزلتی تشابه دارد.

- نظریه وبلن در تبیین مسئله جدی دارد و هم فرایندهای مهم جهانی معاصر در آن دیده نشده و هم طبعاً چون ناظر به تجربه خاصی است، توضیح‌دهنده وضعیت خاص ایران نیست.

دیگر متفکر کلاسیکی که به اهمیت کسب شأن در برانگیختگی کنش پرداخته زیمل است. وی در مقاله کلان‌شهر و حیات ذهنی می‌نویسد: «تمامی اینها موجب گذار به فردی‌شدن نشانه‌های ذهنی و روانی می‌شوند که شهر با توجه به اندازه‌اش به وجود می‌آورد . . . . نخست آدمی باید از پس دشواری اثبات شخصیت خود در محدوده ابعاد زندگی کلان شهری برآید . . . آدمی به تفاوت‌های کیفی متوسل می‌شود تا شاید بدین طریق توجه محفل اجتماعی را با تحریک حساسیت آن محفل در مورد تفاوت‌ها به خود جلب کند . . . » (زیمل، ۱۳۷۲: ۶۲)، زیاده‌روی در آداب‌دانی و ظرافت رفتار که مشخصه کلان‌شهرهاست متأثر از خواست انسان کلان‌شهری برای متفاوت بودن و مشخص بودن است. زیمل همانند وبلن معتقد است که «برای بسیاری از انواع شخصیت‌ها کسب حداقلی از احترام به نفس و احساس اینکه کارهای هستند در نهایت فقط به شکلی غیرمستقیم یعنی از طریق آگاهی دیگران امکان‌پذیر است» (همان: ۶۳).

در کلان‌شهر در وضعیتی که مبانی تعلقات گروهی از بین رفته است «شیوه خاص مصرف کردن و سبک زندگی، راهی برای بیان خود در رابطه با دیگران و انبوه جمعیت حاضر در کلان‌شهر است» (فاضلی، ۱۳۸۳: ۲۵-۲۴). تحلیل زیمل از مد و فرهنگ مصرفی از برخی جهات با وبلن مشابه است. زیمل با وبلن هم‌رأی است که پول به عنوان یک ابزار، دیگر خود به غایت تبدیل شده است و همچنین با این نظر وبلن نیز که احترام خود در میان اکثریت مردم وابسته به احترامی است که دیگران برای فرد قائل می‌شوند موافق است. در نگاه زیمل احترام به نفس وابسته به نگاه دیگران است اما این امر اولاً، لزوماً مادی نیست و دوم این‌که حداقلی از نگاه دیگران شرط لازم است. توضیح زیمل نیز ضمن آن‌که کمک خوبی به ویژه از بابت تبیین به تحلیل منزلت‌جویی در جامعه ایرانی می‌کند ولی به دلایل زیر فاقد کفایت تحلیلی است:

- در مبانی انسان‌شناسی نسبت به تفاوت در شدت منزلت‌جویی حساسیت مفهومی ندارد. به معنی دیگر در این بخش توان انتقادی ندارد.
- برخی از ویژگی‌های منزلت‌جویی در ایران مانند سیری‌ناپذیری، ثانوی کردن اهداف نخستین و ... نیز در آن دیده نشده است.

- صرفاً ناظر به حوزه‌های محدودی چون رفتار مصرفی و مدگرایی است.
- در بخش تبیین بسیاری از فرایندهای خاص ایران در آن دیده نمی‌شود.
- بار معنایی مفاهیم فاقد قدرت انتقادی و توان ترغیب به بازاندیشی است.
- در ایران قدرت هم منبع مهمی برای کسب منزلت است که در تحلیل‌های زیمل غایب است. به عبارت دیگر تفاوت می‌کند که گفته شود «جلب نگاه مثبت دیگران لازم است» تا این‌که «نمایش ثروت و قدرت نقش فائده را در کسب منزلت» داشته باشند. نظریه زیمل کمکی به تبیین گزاره دوم نمی‌کند.

در میان نظریه‌پردازان معاصر نیز بوردیو، اهمیت کسب شأن را در برانگیختن کنش مورد توجه قرار داده است. بوردیو در انسان‌شناسی فلسفی‌اش که متأثر از بلیز پاسکال است، معتقد است: «خاستگاه غایی رفتار، عطش فرد برای کسب ارزش و شأن است و این تنها جامعه است که می‌تواند این عطش را سیراب کند. چرا که با اختصاص یک نام، یک مکان، یک کارکرد به فرد در درون یک گروه یا نهاد، فرد می‌تواند به رهایی از پیشامدها، محدودیت‌ها و پوچی نهایی هستی امیدوار باشد. امیدواری انسان به رهایی در گرو تن دادن به «قضاوت و داوری دیگران است. این قضاوت اصل اساسی عدم قطعیت و عدم‌امنیت بوده با این همه، بدون آن‌که تناقضی داشته باشد، قاعده‌ای است برای قطعیت، اطمینان خاطر و تقدس‌یافتگی» (بوردیو، ۱۹۹۷: ۲۸۰، به نقل از واکووانت، ۱۳۷۹: ۳۳۰-۳۲۹). البته در نظریه بوردیو عوامل عمدتاً هدفی آگاهانه و از پیش طراحی شده را پی‌گیری نمی‌کنند بلکه براساس «منطق عملی» رفتار می‌کنند.



در رویکرد بوردیو نیز کسب ارزش و شأن برانگیزاننده کنش تلقی شده است. در رویکرد بوردیویی تمایزات میدان‌های مختلف اجتماعی و منطق متفاوت هر میدان محوریّت دارد. به عبارت دیگر ملاک کسب شأن در هر میدان متفاوت است. ضمن این‌که همچنان‌که در مورد هدیه توضیح می‌دهد، خود پنهان بودن منطق مبادله اهمیت دارد (رجوع شود به بوردیو، ۱۳۸۳). در نهایت این‌که، حداکثر آنچه از این نظریه‌ها می‌توان استنتاج نمود اهمیت برآورد دیگران در کنش فرد و تلاش فرد برای کسب احترام و شأن است، اما آنچه در ایران معاصر اکنون در جریان است، وضعیتی متفاوت دارد. در بخش بعد ۵ ویژگی متمایز کننده عطش منزلتی را از منزلت‌جویی متعارف بیان می‌شود. نظریه بوردیو نیز به دلایل زیر فاقد کفایت تحلیلی است:

• در مبانی انسان‌شناسانه تقلیل‌گرا است و از این رو مانند وبلن خود را تا حدود زیادی از توان انتقادی نسبت به وضعیت موجود عقیم ساخته است. به عبارت دیگر وضع موجود (ابتداء کنش بر جلب نظر دیگران) را وضع طبیعی تصور کرده است.

• علی‌الاصول در پی پرسش دیگری (مسئله بازتولید فرهنگی ساختار سلطه) است. در حالی که برخی از جنبه‌های مسئله ما ارتباطی با مسئله بازتولید ندارد. به این جهت ابزارهای مفهومی که بوردیو فراهم می‌سازد مانند سرمایه نمادین و ... مناسب این بحث نیست.

• برخی از ویژگی‌های منزلت‌جویی در ایران مانند ثنوی‌سازی اهداف نخستین، یا دیده نشده یا درست دیده نشده است.

• نسبت به بحث میزان حساسیت نظری ندارد.

به طور اجمال مفاهیم و نظریه‌های بررسی شده به علل زیر کفایت تحلیل ندارند:

۱- به جز وبلن دیگران توان پروبلمایزه کردن این پدیده را ندارند.  
۲- به لحاظ مبانی انسان‌شناسی فلسفی تقلیل‌گرایند به همین دلیل نیز بخشی از توان پروبلمایزه کردن را از دست داده‌اند.

۳- عمدتاً متمرکز بر رفتار مصرفی هستند. حال آن‌که منزلت‌جویی مورد بحث ما در تمامی حوزه‌های عمل اجتماعی تاثیرگذار است.

۴- مفاهیم موجود عمدتاً بارمعنایی انتقادی نداشته و توان واداشتن به تامل انتقادی ندارد.

۵- خاص‌بودگی منزلت‌جویی را در ایران را با ویژگی‌های خاص خود باز نمی‌نمایاند.

### ب- وضعیت «عطش منزلتی»<sup>۱</sup>

آن‌چنان‌که اشاره شد در هر جامعه‌ای جلب نگاه مثبت دیگران و پاسخ به انتظارات کنشی از جمله عوامل برانگیزنده کنش است. به گونه‌ای که «چگونه به نظر رسیدن» کنش همواره ملاحظه‌ای مهم

---

۱ به نظر می‌رسد معادل انگلیسی *Thirst for status* برای ترجمه آن مناسب باشد.

در هر فرهنگی است. اما چندین نکته در فرایند منزلت‌جویی جامعه معاصر ایران وجود دارد که آن را از حالت عادی بیرون آورده و به آن ویژگی مرضی و آسیبی می‌بخشد. توجه به ۵ ویژگی فرایند منزلت‌جویی ایران معاصر به شرح زیر تفاوت را نشان می‌دهد:

- نخست آن‌که، **شدت** این آرزومندی برای منزلتِ بیش‌تر مهم است و این شدت به بیان زیملی می‌تواند سبب گسست و تفاوتی کیفی شود، به‌گونه‌ای که ماهیتی دیگرگون بیابد،
  - دوم آن‌که، نسبت میان وزن ترغیب‌کنندگی «انتظارات بیرونی» و «ملاحظات درونی» (ولو این امر درونی نیز ابتدائاً بیرونی بوده و سپس در فرد نهادینه شده باشد) مهم می‌باشد.
  - سوم این‌که، ضرورتاً منزلت‌جویی با نمایش کالاهای مادی و عناوین مشابه بدست نمی‌آید. به عبارت دیگر لزوماً عمده‌ترین راه رسیدن به منزلت مادی نیست.
  - چهارم این‌که، این جستجوی منزلت ویژگی سیری‌ناپذیری یافته است.<sup>۱</sup>
  - و سرانجام پنجم این‌که، در جامعه گرفتار در عطش منزلتی، هدف جستجوی منزلت جایگزین اهداف یا کارکردهای نخستین بسیاری از اعمال می‌شود.
- اینک به تشریح این ۵ ویژگی پرداخته و سپس قلمروهای مهمی از فرهنگ که گرفتار عطش منزلتی هستند را برای نمونه نشان می‌دهیم.

۱- فرایندی که در جامعه ایرانی در تقریباً دو دهه گذشته قوت گرفته با منزلت‌جویی عادی متفاوت است. در جامعه ایرانی و در سالیان اخیر این ویژگی عام، ابعاد و شدتی خاص پیدا کرده است. به‌گونه‌ای که این تفاوت شدت، تفاوتی ماهوی را رقم زده و دیگر نمی‌توان این عطش منزلتی را منزلت‌جویی عادی خواند. جامعه امروز ایران در ساحات و ابعاد تعیین‌کننده زندگی با عطشی شدید برای جلب توجه دیگران روبه‌رو است و کسب و یا حفظ سرمایه اجتماعی شدیداً متأثر از نمایش تمکن مالی و یا جایگاه در قدرت است و دیگر اموری که می‌تواند به ایجاد و یا حفظ جایگاه اجتماعی بیانجامد شدیداً تحت تاثیر این دو قرار گرفته است. برای نمونه ساحاتی چون مراسم‌های دینی و یا محیط‌های علمی تحت‌الشعاع دو عامل فوق قرار دارند.

در وضعیتی عطشی است که نپوشیدن فلان مارک و سوار نشدن فلان ماشین مایه خجالت و سرشکستگی است.<sup>۲</sup> نام بردن از رشته و دانشگاه نیز تابعی از این پدیده است.<sup>۱</sup> از این‌ها جالب‌تر قصه

---

۱. از مصادیق این فرایند سیری‌ناپذیری این عناوین دکترسردار و .... است. جای تعجب است که فردی که در عرصه‌ای نظامی به منزلت سردار می‌رسد، باز هم این چنین مشتاقانه و بعضاً از راه‌های غیرمعمول در پی هر عنوان ارزشمندی دیگری است که کسب منزلت نماید مانند عنوان دکتر. در این مورد خاص این رفتار متداول را بگذارید کنار گریز از شهرت فرماندهان شهید دفاع مقدس که بی‌نامی را می‌طلبیدند. روحشان شاد و یادشان گرامی‌باد.

۲. مضمون این پیامک موید این بحث است: "فقط یک جوان ایرانیه که ۲ هزار تومن توی جیبش نداره تا گوشی ۱ میلیونی‌اش را شارژ کنه"

پیش‌شماره‌های تلفن در تهران است. تفاوت قیمت شماره تلفن‌های<sup>۲</sup> تلفن همراه در تهران بازنمای همین پدیده است. به‌گونه‌ای که در مورد همراه اول فاصله پیش‌شماره ۱ تا ۲ بسیار گران‌تر از پیش‌شماره‌های بعدی است و همین‌گونه تا پیش‌شماره ۳ که هنوز درجه‌ای از شأن را دارد و سپس افت قیمت محسوس پیدا می‌کند. این وضعیت حتا در مورد تعیین حدود محلات که امری عینی نیز هست تداوم می‌یابد به‌گونه‌ای که مثلاً چیدر به کامرانیه، هروی به پاسداران، یاخچی‌آباد به نازی‌آباد و ... خوانده می‌شود.

همان‌طور که زیمل و گیدنز روشن ساخته‌اند تفاوت در کمیت می‌تواند موجب تفاوتی در کیفیت نیز بشود. به بیان زیمل: «در آستانه خاصی، تغییری در کمیت یا درجه، تغییری در کیفیت یا معنا تولید می‌کند. در زیر این آستانه افزایش معلومی از تغییر در کمیت، افزایش متناسبی از این کیفیت را تولید نخواهد کرد... پایین‌تر از نقطه خاصی بر طیف امواج نوری، رنگ مشاهده‌ناپذیر است، ...» (زیمل، ۱۳۸۶: ۶۷).

۲- همچنین «عطش منزلتی» تلاش برای مفهوم‌سازی وضعیتی است که در آن عاملان خواه فرد و خواه گروه و جمع، پاسخ مثبت دادن به انتظارات بیرونی را هدف تعیین‌کننده و اصلی کنش خویش قرار می‌دهد. خویش را نه با معیارهای درونی شده بلکه با معیارهای بیرونی هماهنگ می‌کنند. از بارزترین جلوه‌های این امر را در سازمان‌های دولتی به هنگام دگرگونی دولت و یا رئیس می‌توان مشاهده کرد و دید که چگونه نه تنها رویه که حتا ظاهر و ادبیات بسیاری دگرگون می‌شود. این پدیده به‌گونه‌ای است که انسان دگرراهبر (برون وابسته) رایزمنی را به ذهن متبادر نماید.<sup>۳</sup>

---

۱. در ایران امروز اگر نام رشته تحصیلی کسی را بررسی اگر رشته پرآوازه‌ای در دانشگاهی غیرمعروف بخواند نام دانشگاه را نخواهد گفت و چنانچه رشته نه چندان «پرافتخاری» را در دانشگاه پرافتخاری بخواند ابتدائاً حتماً نام دانشگاه را خواهد گفت. آزمایش کنید مثلاً مهندسی عمران دانشگاه آزاد را با شیمی دانشگاه شریف

۳. قیمت پیش‌شماره‌های مختلف تلفن همراه در تهران در تاریخ ۱۳۹۲/۲/۵ عبارت بود از: با پیش‌شماره ۱ از ۲۱۰۰۰۰۰ تومان به بالا، با پیش‌شماره ۲ از ۱۰۰۰۰۰۰ به بالا، با پیش‌شماره ۳ از ۷۶۰۰۰۰ به بالا، با پیش‌شماره ۴ از ۵۰۰۰۰۰ به بالا، با پیش‌شماره ۵ از ۵۰۰۰۰۰ به بالا، با پیش‌شماره ۶ از ۴۰۰۰۰۰ به بالا، با پیش‌شماره ۷ از ۳۵۰۰۰۰ به بالا.

۳. رایزمن در تحلیل آمریکای پس از جنگ از تغییری در «شخصیت اجتماعی» سخن می‌گوید که در آن نوع قدیمی شخصیت «درون وابسته» به نوع جدید شخصیت «برون وابسته» تغییر کرده است. این نوع دوم بر خلاف نوع نخست که بر حسب وجدانی عمل می‌کردند که از اوایل زندگی درون آنها درونی گردیده است، نوعی شخصیت است که کوشش می‌کند با محیط اجتماعی بیرونی پیوسته هماهنگ باشد و با شیوه‌هایی که از نظر اجتماعی پسندیده تلقی می‌گردد سازگار گردد (کیویستو، ۱۳۷۸: ۱۵۷-۱۵۴). بخش‌هایی از این بحث با بحث عطش منزلت همخوانی دارد. بی‌آنکه جوانب مختلف بحث را پوشش دهد. در این شخصیت اجتماعی از جهت همین برون‌نگری با فرایند عطش منزلت قرابت دارد، اما اولاً بحث یک شخصیت اجتماعی است و دوم آنکه رایزمن آن را برای جهان فوق‌العاده بوروکراتیک حاصل از سرمایه‌داری پیشرفته مناسب می‌داند، در صورتی که فرایند عطش منزلتی شکل گرفته در کشور اگر چه معلول ساختار دیوان‌سالارانه

۳- ویژگی دیگری که منزلت‌جویی در ایران معاصر یافته، این است که به‌دست آوردن منزلت تا حدود زیادی منوط به کسب موقعیت‌های مادی و نه فضیلت‌های غیرمادی شده است. به گونه‌ای که ثروت و هر آنچه آن را بازنمایاند بیشترین اهمیت را دارد. تحصیلات نیز هنوز چنین دستاوردی به همراه دارد اما نباید تحصیلات را امری غیرمادی تلقی کرد. چرا که تنها تحصیلاتی منزلت‌آور است که خبر از موفقیتی مادی دهد. برای نمونه شأن متفاوت رشته‌های مختلف ناشی از دستاوردهای مادی مورد انتظار آن‌ها است. از این رو تحصیل هر چه بیشتر ویژگی منزلتی به ذاته خود را از دست می‌دهد و این میزان انتظار موفقیت مادی تحصیل است که منزلت می‌آورد لذا تحصیل صرفاً نقش میانجی را می‌یابد. عمده منابع کسب منزلت در ایران معاصر جدا از تحصیل که به چگونگی آن اشاره شد، ثروت و قدرت است. خود قدرت هم بخشی از توانش ناشی از انتظاری است که نسبت به قدرت وجود دارد. مبنی بر این‌که نزدیکی به قدرت می‌توان ثروت به همراه بیاورد.<sup>۱</sup>

۴- عطش منزلتی همچنین خواست بیش از اندازه و همچنین بعضاً سیری‌ناپذیر و هلاک‌کننده را می‌رساند. همچنان‌که در مثال عناوین دکتری مطرح شد در عطش منزلت تمنا و اشتیاقی پایان‌ناپذیر به بدست آوردن تمامی عناوین افتخارآمیز در میدان‌های مختلف زندگی اجتماعی پدید آمده است. به گونه‌ای که گاه مانند مثال حوزه علم گاهی پیامد عکس دارد. موفقین یک حوزه اجتماعی دیگر به همان حوزه راضی نیستند و تلاش دارند تا هر آنچه ارزشمند است را به دست آورند. یکی از پیامدهای این امر آن است که انرژی موفقین یک حوزه‌ها در حوزه‌های مختلف صرف شده و از این رو هر چه بیشتر از کسانی که در یک حوزه مانند ورزش، سیاست، علم و ... متمرکز کار کنند، کاسته می‌شود.

۵- در چنین جامعه‌ای اغلب امور نه برای اهداف متعلق خود، بلکه اهدافی منزلتی انجام گرفته و سامان می‌یابند. برای نمونه علم نه به خاطر علاقه بدان بلکه به جهت بار منزلتی که فراهم می‌آورد، مورد اقبال قرار می‌گیرد. مراسم و آیین‌هایی مانند ختم و عزاداری نیز نه به جهت عملکردهایی چون تکریم درگذشتگان و ... بلکه به جهت قدرت آنان در بازنمایی منزلت خویشان زنده اهمیت می‌یابند. نکته قابل تامل این است که در وضعیت عادی نیز، ترکیبی از این اهداف مستقیم و هدف بازنمایی منزلتی وجود دارد، اما آنچه در ایران کنونی حالت مسئله‌زا یافته، افزایش وزن اهداف منزلتی است. به گونه‌ای که شاید بتوان گفت در انتخاب ادامه تحصیل وزن هدف دوم بیش از هدف نخست است و همچنین است بسیاری از حوزه‌های دیگر زندگی اجتماعی.

---

بیمار است اما خود از عوامل تشدید مشکلات همان دیوان‌سالاری است و نه کمک‌کننده بدان. در مورد تبیین نیز به نظر می‌رسد مسیر جمعیت‌شناختی که رایزمن می‌رود حتا برای آنجا نیز صحیح نباشد.

۱ ثروت و قدرت به مثابه مهم‌ترین منابع منزلتی، یادآور بحث هابرماس درباره پیامد استعمار زیست‌جهان توسط سیستم است که سبب می‌شود که در حوزه روابط اجتماعی به جای تفاهم به وسیله اعمال قدرت و یا مداخله ثروت امور سامان یابد. به رغم برخی نزدیکی‌ها این بحث با بحث هابرماس متفاوت است و نباید خلط شود.

اینک برای روشن ساختن گستردگی و اهمیت این پدیده به بررسی برخی قلمروهای فرهنگی می‌پردازیم تا ابعاد گسترده و نگران‌کننده این پدیده روشن شود. شاهد این امر مشاهده قلمروهای کلیدی فرهنگی است. از جمله این نقاط راهبردی زمان‌هایی است که گذرهای فرهنگی اتفاق می‌افتد، به طور خاص زمان تولد و زمان مرگ و دیگر زمان‌های کلیدی میان این دو مانند زمان ازدواج، مراسم و آیین‌های جامعه ایرانی در این زمان‌های کلیدی نه مدرن است و نه سنتی، بلکه آیین‌هایی با ریشه‌هایی سنتی ولی با روح مادی‌گرایی و مصرف‌گرایی مدرن است. از این رو از هر دو منظر قابل نقد است و در یک وضعیت سنتی و یا مدرن در مفهوم نمونه‌آرمانی آن قابل تداوم در این شکل و محتوا نیست. این سخن به معنای قرارگرفتن در وضعیت جامعه در حال گذار نیست بلکه نشان‌دهنده وضعیتی خاص است بی‌آن‌که آن را ضرورتاً در میانه سیری به سوی تجربه تاریخی خاص غرب بدانیم. این شکل و محتوا بعضاً در تقابل با منظوره‌های اصلی مترتب بر آن در جامعه سنتی است. برای نمونه آنچه «سیسمونی» نامیده می‌شود ابتدائاً کارکردش تسهیل‌گری فرزندزایی بوده است و ..... همین‌گونه تهیه جهیزیه که آن نیز نقش تسهیل‌گری داشته است. اکنون در شکل کنونی اگر کارکرد مانعیت آن بیشتر نباشد کمتر از نقش تسهیل‌گری آن نیست. اما چرا چنین شده است؟ پاسخ، افزایش نقش نمایندگی و نمایانندگی آن برای طبقه اقتصادی است، به گونه‌ای که دیگر نقش‌ها بعضاً تحت فشار قرار گرفته است. اکنون برای روشن شدن این‌که چگونه نقش نمایانندگی به زیان دیگر نقش‌ها و اهداف منجر شده برخی از این آیین‌ها را بررسی می‌کنیم.

آیین‌های مرگ در جامعه ما در سالیان اخیر به گونه‌ای روزافزون تبدیل به صحنه نمایش تمکن و یا حداقل تلاش برای حفظ شأن اجتماعی تبدیل گردیده است. این آیین‌ها از تشییع و خاکسپاری تا بعضاً چندمین سالگرد ادامه می‌یابد. شدت ویژگی بازنمایندگی این مراسم برای شأن اجتماعی خانواده متوفی به گونه‌ای است که از سنگ قبر گرفته تا نحوه پذیرایی از مردم تا حتا محل‌های برگزاری آیین ختم دارای رمزگان<sup>۱</sup> فرهنگی سلسله مراتبی<sup>۲</sup> بوده و دارای معانی بین‌الادهانی سلسله مراتبی شناخته شده هستند. برای نمونه در تهران مساجدی چون مسجد نور، مسجد الغدیر، مسجد جامع شهرک غرب، مسجد حجه‌ابن الحسن سهرودی و ... در قیاس با مساجد محلی دارای دلالت‌های معنایی متفاوتی هستند. همین‌گونه است مساجد خاص در قم، اصفهان و .... سالن‌های برگزاری مراسم و یا ناهار و شام برای این مراسم نیز رمزگان فرهنگی هستند. بدین معنا که دارای معنای شناخته شده و دارای دلالت‌های اجتماعی هستند. حکایت دسته‌گل‌های گران قیمت و آگهی‌های اعلان فوت و یا تسلیت و همچنین پارچه‌نوشته‌های نصب شده بر در و دیوار مساجد و منازل نیز به همین‌گونه قابل تفسیر است. حکایت جامعه‌ای که هنوز می‌خواهد (و هنوز هم تا حدودی هست)

1. Code

2. Hierarchical

معیارهای جامعه سنتی را رعایت نماید ولی درگیر سرمایه‌داری و مصرف‌گرایی است، از این رو منزلت که در جامعه شرقی مهم هست در حال و هوایی سرمایه‌دارانه به نمایش در می‌آید. بدین‌سان تمامی مراحل مهم حیات از تولد تا مرگ درگیر این بازی نمایشی شده‌اند.

عروسی نیز به عنوان آیینی بازمانده از دیرینه فرهنگی کشور که البته در شکل و محتوا (منظور انگیزه‌های مترتب بر آن) تغییر شکل یافته نیز حکایتی مشابه دارد. نه فرم ساده و تعاونی سنتی جامعه ایرانی را دارد و نه کوتاهی و اختصار جوامع مدرن را. ایزه‌هایی چون انگشتر نشان، انگشتر، هدایا (خواه هدایای دو خانواده به یکدیگر خواه هدایای مهمانان)، لباس و تاج عروس، سرویس طلا، سفره عقد، عکس‌برداری، تالار مراسم، غذا، محل ماه عسل و ... به همان معنایی که اشاره شد کدهای (رمزگان) فرهنگی شدیداً سلسله‌مراتبی هستند. تلاش برای نمایش جایگاهی بالاتر از وضعیت فعلی خانواده به گونه‌ای است که عموماً هر خانواده‌ای به مراتبی سعی می‌کند بیش از آنی که هست بازنمایانده شود. خانواده ایرانی در فشار شدیدی قرار دارد تا این آیین‌های سنتی را با ایزه‌های اقتصاد سرمایه‌داری پاسخ گوید. در این میان چه فشارهای عصبی، مالی و ... که بر آن تحمیل نمی‌شود و چه تنش‌هایی که به وجود نمی‌آید. بی‌شک می‌توان گفت که وضعیت موجود کمتر ارتباطی با اهداف نخستین مترتب بر آن دارد برای نمونه انگشتر نشان در وضعیت کنون نه نشانی از به عقد درآمدن دختر، بلکه نشانی از تمکن مالی خواستگار است. دیگر ایزه‌ها نیز وضعیتی مشابه دارد.

در این میان حکایت جهیزیه نیز روشن است. جهیزیه نه به سبب اشیاء متداول آن بلکه به سبب رمزگان فرهنگی مترتب بر آن مدنظر است. این اسباب و اثاثیه به سبب ابزاری مدنظر نیستند. نه به این معنا که کارکردی ابزاری بر آن متصور نیست (اگر چه مانند برخی بلورجات یا تزییبات چنین نیز هست)، بلکه بدین معنا که اساساً بودن‌شان در فهرست جهیزیه و یا تغییرات در این فهرست عمدتاً به جهت کارکرد اصلی‌شان یعنی بازنمایندگی موقعیت مالی خانواده است. خرده مراسم‌هایی مانند مراسمی که خانواده عروس و داماد جهیزیه را می‌بینند و حتا داخل کسوها نیز به نمایش گذاشته می‌شود نشان‌گر اهمیت این کالاها به جهت رمزگان فرهنگی و نه ارزش مصرف (در معنای مارکسی) است. به عبارت دیگر حضور و غیاب یک کالا در فهرست جهیزیه نه تابعی از ارزش مصرف آن کالا، بلکه تابعی از این است که به جهت ارزش مبادله‌ای که آن کالا در بازار دارد، نشان‌دهنده طبقه اجتماعی خانواده دختر است. تجربه‌زیسته همه ما در این دو دهه موارد فراوانی را از تقلای خانواده‌ها برای بهتر نمایش دادن طبقه خود در این بازار مکاره نشان می‌دهد. برای نمونه کارگر خانه ما به‌رغم بیماری در خانه ما کار می‌کرد تا کریستال جهیزیه دختر خود را تامین کند، در حالی که به خاطر هزینه‌ای نه چندان زیاد، از درمان خویش طفره می‌رفت.

جدا از زمان‌های مهم فرهنگی در بخشی از حوزه‌های مصرف که خاصیت بازنمایندگی بالایی دارند نیز این تقلای غیر معمول جامعه ایرانی جهت کسب منزلت از طریق نمایش کالاها را می‌توان رصد

کرد. لباس، کد خط تلفن، گوشی تلفن همراه و خودرو از آن جمله‌اند. ظهور و گسترش شتابان شرکت‌های لیزینگ در صنعت خودرو نشانی از همین تلاش برای نمایاندن هر چه بیشتر مال و مکتب خود دارد. خرید خودرویی با سطح بالاتر از خرید خود و متقبل شدن سود و هزینه‌های اضافی آن و به ویژه اولویت دادن خودرو مدل بالا به برخی از نیازهای اساسی‌تر خود و خانواده توضیح جامعه‌شناسانه دیگری جز تلاش برای دستیابی به منزلت از طریق نمایش دارایی نمی‌تواند داشته باشد. برآستی در کدام کشور غربی با اقتصادهایی سرمایه‌دارانه و با همه ویژگی‌های اجتماعی یک جامعه مدرن از جمله خصوصیات گزلفاشفتی آن پیش‌شماره‌های تلفن همراه چنین تفاوتی در بازار دارند؟ کدامین منطق اقتصادی تفاوت چندبرابری تلفنی با آغاز شماره ۱ را با تلفن‌هایی با آغازهای ۴، ۵، ۶ و ... را توجیه می‌کند؟ این عطش منزلت هر روز بخش‌هایی بیشتری از جامعه و همچنین حوزه‌های گسترده‌تری را در بر می‌گیرد. برای نمونه یکی از مدیران آموزش عالی کشور با رتبه علمی دانشیار تعریف می‌کرد که کودکان دبستان دخترش وی را به خاطر پیش‌شماره تلفن منزلشان شماتت کرده‌اند.

این پدیده هر روز هر چه بیشتر در حوزه‌هایی که مورد انتظار هم نیست، نمود پیدا می‌کند. از آن جمله حوزه دین و حوزه علم. آیین‌ها و مراسم دینی ما هر روز هر چه بیشتر شاهد آفت‌های بروز این نمایش است. برای نمونه ولیمه‌ها برای بازگشت حجاج در معرض این پدیده قرار دارند. یا در حوزه دین در عزاها یا مولودی‌ها نیز احسان و پذیرایی نیز منطقی از این جنس دارند. البته این آفت همواره بوده اما روند افزایشی قابل توجه‌ای دارد.

حوزه علم نیز در معرض این پدیده است. این اقبال جامعه ایرانی به تحصیلات دانشگاهی اگر چه متأثر از زمینه فرهنگی سنتی جامعه ایرانی است که در آن علم نه تنها محترم بلکه مقدس است، اما نه تمام این شدت و همچنین بسیاری از ویژگی‌های این اقبال مانند مدرک‌گرایی یا صورت‌گرایی را نمی‌توان صرفاً بر اساس این پیش‌زمینه فرهنگی توضیح جامعه‌شناسانه داد. عامل موثر این اقبال همین عطش برای کسب منزلت این بار از طریق مدارک دانشگاهی است. همچنان که برای اکثریت دیده می‌شود و خود را در انتخاب رشته و دانشگاه نیز نشان می‌دهد. هدف تحصیل نسبت به هدف کسب منزلت، هدفی مرتبه دوم است. در این مورد نیز مانند سایر موارد پیش‌تر گفته شده، هدف اصلی در سایه هدف کسب منزلت قرار می‌گیرد. این عطش در این حوزه‌ها را در دو مورد نیز می‌توان شناسایی کرد و تفاوت آن را با میل به تحصیل در سایر کشورها مشاهده نمود. یکی از این موارد پدیده مدیران، سرداران، تجار و ... است که به رغم موفقیت‌های مهم‌تر در حوزه‌های دیگر تلاش کرده‌اند و یا تلاش می‌کنند تا به هر طریق این عنوان دکتر را بدست بیاورند در حالی که در حوزه خود آنچنان پیشرفت داشته‌اند که نه وقتی اضافی داشته باشند و نه این عنوان چیزی بر آنان بیافزاید. مورد دیگر اطلاق عناوین دکتر و مهندس در حوزه‌هایی از زندگی است که ربطی به حوزه فعالیت تخصصی

ندارد. برای نمونه در روابط خانوادگی و مانند آن. مقایسه این شیوه کاربرد عناوین با دیگر کشورها که عناوین صرفاً در حوزه کاری تخصصی به کار می‌آیند، موید این تحلیل است.<sup>۱</sup>

وضعیت ساختار بوروکراتیک نیز از جمله حوزه‌هایی است که بیش از حوزه‌های دیگر این پدیده را باز می‌نماید. علت این امر در این است که این حوزه خود از علل شکل‌گیری این پدیده است که در بخش‌های بعدی مقاله بدان پرداخته می‌شود. در دوره‌ای یک از موسسات پژوهشی کشور را به خاطر دارم که به جز آبدارچی دیگران همه عنوان مدیریتی را برای خویش قائل بودند و حتا منشی نیز مسئول دفتر بود و هیچ سمت عادی و یا کارشناسی تعریف نشده بود. در این حوزه ویژگی تفوق انتظارات بیرونی به ملاحظات درونی بیش از هر جای دیگری خودنمایی می‌کند. یکی از نمودهای آن تغییر رفتار، ظاهر و حتا نظرات کارشناسانه برخی در هنگام تغییر روسا است. یا جلوه دیگر خودداری برخی کارمندان از چایی ریختن برای خویش یا جابجایی پرونده‌ها، چرا که این‌گونه امور را در شأن نیروهای خدماتی می‌بینند، در حالی در کشورهای دیگر استادان تمام نیز خود متولی این‌گونه امور خویش‌اند.<sup>۲</sup>

اما در چنین وضعیتی، کنش‌گران گویا پره‌ای کاهی هستند که در معرض تندبادهای تفاخر قرار دارند. در چنین جامعه‌ای تلاش بنیادی برای به‌دست آوردن موضعی است که افتخارآمیز تلقی می‌گردند و همچنین از سویی دیگر تلاش برای پوشاندن موضعی است که ننگ‌آور تلقی می‌گردند همانند آن که نوع دوم داغ<sup>۳</sup> گافمنی است.

### چرایی ظهور عطش منزلتی

در توضیح چرایی شکل‌گیری «عطش منزلت» باید به شبکه به هم پیوسته‌ای از فرایندها توجه نمود. فرایندهایی که برخی مانند مصرف‌گرایی، سرمایه‌داری و ...، جهانی هستند و برخی به تجربه خاص این کشور برمی‌گردند. همچنین برخی نیز مانند بوروکراتیزاسیون در عین جهانی بودن با ویژگی‌های

---

۱. درحوزه‌های مختلف زندگی روزمره موارد متکثری از بروز این پدیده را می‌توان مشاهده کرد. شایسته مسافرت خارجی، مورد دیگری از این مسئله است و یا اینکه مردمان شهرهای کوچک، خود را منسب به شهر بزرگ‌تر یا مرکز استان می‌کنند و یا از همه این موارد شاخص‌تر اهمیت اثاثیه در خانه ایرانی است که نمود بارزی از آمیختگی نامناسب دو سپهر سنت و مدرن است. اهمیت اثاثیه خانه هم میراثی از محوریت خانه در سنت است ولی در این وضعیت به وسیله فرایند سرمایه‌داری و فرایند کالایی‌شدن پوچ گشته و به مانعی برای تحکیم خانواده بدل گشته است.

۲. عرصه دیگر اجتماعی که بازنماینده این وضعیت است، نمایش تمکن و ثروت روستاییان شهرنشین در روستای خود است



خاص در کشور رخ داده‌اند. از این رو نه یک علت که شبکه‌ای از علل به هم مرتبط و پاسخ انسان ایرانی به این مجموعه را باید جستجو کرد که این وضعیت را سبب گردیده‌اند. علل مورد درهم‌تنیده شکل‌دهنده این پدیده عبارتند از:

### ۱. خودکامگی تاریخی

به جهت سابقه تاریخی ایران از خودکامگی تاریخی رنج برده است. فقدان طبقات و نهادهای اجتماعی دیرپا و از جمله فقدان اعیان اریستوکرات صاحب ثروت از ویژگی‌های خودکامگی است. در این کشور دارایی و جایگاه اجتماعی عمر کوتاهی داشته و حقوق اجتماعی، امری ذاتی و غیرقابل نقض به شمار نمی‌رفته بلکه جزو امتیازات شخصی محسوب می‌شده است (کاتوزیان، ۱۳۸۱: ۳۳). از این رو تحرک اجتماعی به مراتب شدیدتر از کشورهای غربی بوده است. تفاوت اصلی جامعه خودکامه با جامعه قانون‌سالار در این است که نتیجه تصمیم دلبخواه خودکامه فرمانروا در بالاترین سطح و امرای وی در سطوح پایین‌تر تعیین‌کننده بوده است. این تصمیم از رویه‌های جاافتاده و ریشه‌دار به دور بوده و بر قوانین یا سنن دیرپا و قابل پیش‌بینی پایه نگرفته بوده است.

فقدان طبقات اجتماعی مستقل به این معنی بود که نه تنها اقشار پایین‌تر بلکه تقریباً همه اعضای جامعه تابع و در معرض حکومت خودکامه قرار داشته‌اند (همان: ۳۷). در ایران مشروعیت بیش از آن - که ریشه در حق استوار و پرسابقه‌ای داشته باشد از خود اقتدار مایه می‌گرفته است. در ایران هر چه طبقات بالاتر بودند وابستگی بیشتر به حاکمیت داشته‌اند و علی‌الاصول بالا رفتن منوط به خشنود ساختن خودکامه بوده است (همان). طرفه آن‌که به گونه‌ای تاریخی امکان احراز شأنیتی فارغ از نگرانی سلب آن توسط نظام خودکامه و در استقلال از آن دشوار بوده است و حتی طبقات فرادست نیز در موقعیتی متزلزل قرار داشته و کنش ایشان همواره با ملاحظه‌های زیاد و نگرانی همراه بوده است. این امر سبب می‌گردیده است حداقل در بخش‌های بسیاری از جامعه ایران (احتمالاً به جز مناطق ایلاتی) همواره اضطراب سلب موقعیت اجتماعی توسط قدرت وجود داشته باشد. این نگرانی و اضطراب برای طبقات فوقانی نه تنها کمتر نبوده بلکه تشدید نیز می‌شده است.

اگر بپذیریم که سلوک طبقات بالا در شکل دهی به اخلاق جامعه مهم است. که در توضیح و بلنی و نبروت الیاسی نیز چنین می‌نماید و حتا پیش از آن‌ها مارکس نیز اعتقاد داشت که عقاید طبقه مسلط، در هر دوره‌ای عقاید مسلط آن دوره است. باید این احتمال معقول را نیز پذیرفت که در تجربه تاریخی انسان ایرانی به لحاظ اجتماعی حفظ عزت نفس دشوارتر از مثلا تجربه تاریخی انسان غربی بوده است. شاید بهترین راه حفظ عزت نفس در تجربه شرقی یا دست‌شستن از این بازی در اشکال زاهدانه و صوفیانه بوده و یا تن‌دادنی مسلک‌گرایانه در معنای مرتنی آن یعنی آسوده بودن و سر کردن با فرودستی. که این هر دو در دنیای نو دشوار شده است.

## ۲. مصرف‌گرایی

در دهه‌های اخیر فرایند مصرف‌گرایی جهانی ایران را نیز شدیداً متأثر ساخته است. فضاهای عمومی تهران از جمله خیابان‌های آن همچون فضای خصوصی خانه‌هایش نشان از گسترش این روند دارد. همچنان‌که در توازی با این فضای واقعی، فضای مجازی رسانه‌های ایرانی نیز گواه چنین امری است. پر شدن خیابان‌های مناطق شمالی شهر از برندهای بین‌المللی یکی از ده‌ها نشانه فراگیری آن است. از این رو به تعبیر باومن اگر بخواهیم درک‌مان را از زندگی اجتماعی روزمره افزایش دهیم باید جهت تحقیق جامعه‌شناختی‌مان را تأثیر مصرف‌گرایی معین‌کننده (البوت و ترنز، ۱۳۹۰: ۵۸۲).

در این وضعیت جدید ما در حین مصرف کردن اشیاء، خودمان را تعریف می‌کنیم. به عبارت دیگر مصرف بیش از هر چیز حاکی از نشانه‌ها است و نه کالاها. یک خودرو لکسوس معنایی متفاوت از یک خودرو کیا دارد. یا همچنان‌که کنسرت سیمپسن نشانه جوانی است، نمایش مادام باترفلای نشانه میان‌سالگی و ... به عبارت دیگر آن‌ها رمزگان فرهنگی هستند که آن‌ها را می‌فهمیم. در این فرهنگ جدید، یکی از راه‌های پیدا کردن جایگاه‌مان در نظم اجتماعی، بر حسب چیزی است که مصرف می‌کنیم. این مصرف نه توسط نظریه‌نیازها، بلکه توسط نظریه تفاوت تبیین می‌شود. مصرف در این تجربه معاصر، شکلی از ارتباط است. هنگامی که چیزی را مصرف می‌کنیم، در واقع چیزی را به دیگران ابلاغ می‌کنیم (بودریار، ۱۳۸۹).

گسترش این پدیده در ایران دهه ۷۰ به این سو، سبب شده است تا مصرف نقشی فعال در ساختن هویت انسان معاصر ایرانی بازی کند و مانند دیگر جوامع درگیر در این فرایند، مصرف‌کنندگان پوشاک، خوراک، تزیینات، مبل‌مان، سبک تفریح و ... این مصرف را برای حس از پیش موجود چه کسی هستند به کار نمی‌گیرند بلکه، حس هویت و چه کسی بودن خویش را از طریق آنچه مصرف می‌کنند، خلق نمایند. از این رو این فرایند سبب تشدید وابستگی انسان معاصر ایرانی به جلب نگاه تاییدآمیز دیگران از طریق نمایش ثروت گردیده است.

## ۳. شهری‌شدن، گم‌نامی و انبوهی آن

جامعه ایرانی در چندین دهه گذشته روند پرشتاب شهری شدن را طی کرده است. به‌طور تاریخی جمعیت شهر نشین ایران حدود ۱۰ درصد جمعیت را تشکیل می‌دادند (آبراهامیان، ۱۳۸۹). درصد جمعیت شهرنشین به تدریج با ورود شیوه تولید سرمایه‌دارانه از اواخر قرن ۱۹ شروع به گسترش یافت (فوران، ۱۳۸۱). تحولات پس از انقلاب سفید و همچنین رشد درآمدهای نفتی درصد جمعیت شهری را در دهه‌های ۴۰ و ۵۰ گسترش داد و این روند ادامه پیدا کرد. به گونه‌ای که جمعیت شهرنشین کشور در طی ۵۰ سال از کمتر از ۳۲ درصد در سال ۱۳۳۵ به نزدیک ۷۰ درصد در سال ۱۳۸۵ رسید<sup>۱</sup>. اما اینک این نسبت، احتمالاً بیش از ۷۰ درصد رسیده است. زندگی در کلان‌شهر تنها یک

1. <http://amar.sci.org.ir/Detail.aspx?Ln=F&no=۲۶۱۵۰۳&S=SS>

تغییر در تراکم جمعیت نیست بلکه پیامدهای اجتماعی خاص خود را دارد. تونیس و زیمل دو تن از بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی برخی از این تاثیرات را نشان داده‌اند.

فردیناند تونیس در تمایز میان اراده طبیعی و اراده عقلانی که به ترتیب بر گمابنشافت و گزلفاشافت حاکم است، پیامدهای گذر رابطه اجتماعی طبیعی دوران ماقبل جدید به رابطه اجتماعی قراردادی جدید را نشان می‌دهد. در رابطه قراردادی که وجه قالب روابط اجتماعی دوران جدید است، طرف‌های درگیر در قرارداد به‌عنوان اشخاصی جدا و بیگانه برای یکدیگر تلقی می‌شوند. در این نوع رابطه، نتایج مورد انتظار علنی است که اراده را تعیین می‌کند (تونیس، ۱۳۸۱: ۱۳۳). روابط اجتماعی گزلفاشافت با ویژگی‌هایی چون سطحی‌بودن، رقابتی بودن، رسمی بودن و فقدان عمق تاریخی شناخته می‌شوند، این ویژگی‌ها نشان از مسئله انسان درون کلان‌شهر برای شناخته‌شدن دارد. امری که زیمل به خوبی نشان می‌کند.

زیمل در کلان‌شهر و حیات ذهنی مطرح می‌سازد که: «پرسش درباره معنای درونی زندگی جدید و محصولات آن و درباره روح به اصطلاح کالبد فرهنگی، باید در جستجوی حل معادله‌ای باشد که ساختارهایی نظیر کلان‌شهر میان فرد و محتواهای فرافردی زندگی برقرار کرده است» (زیمل، ۱۳۷۲: ۵۴). در کلان‌شهرها فقط دستاوردهای عینی‌ای که سنجش‌پذیرند مورد توجه قرار می‌گیرد. از یک سو اقتصاد پولی معنا و ارزش‌های متفاوت اشیاء را به ارزش پولی آن‌ها تقلیل داده و از سوی دیگر تحریکات عصبی شدیدی در کلان‌شهرها وجود دارد. زیمل همانند وبلن معتقد است که «برای بسیاری از انواع شخصیت‌ها کسب حداقلی از احترام به نفس و احساس این‌که کاره‌ای هستند در نهایت فقط به شکلی غیرمستقیم یعنی از طریق آگاهی دیگران امکان‌پذیر است» (همان: ۶۳).

کسی که در کلان‌شهر زندگی می‌کند با بسط شدید فردگرایی به وسیله مصرف نمادهای منزلت و مد، می‌کوشد تا فردیت خویش را در برابر هجوم فرهنگ عینی یکنواخت کننده کلان‌شهر حفظ نماید. فرد کلان‌شهری در مواجهه با گمنامی فزاینده تنها می‌تواند با توسل به موارد محدودی مانند نمایش ثروت اعتبار و شأنی که نیاز دارد را به دست آورد و همواره دغدغه شناخته‌شدن را با خود دارد.

#### ۴. مسئله مشروعیت سلسله مراتب طبقاتی و انقلاب اسلامی

جامعه مدرن عموماً با زیر سؤال رفتن سلسله مراتب و به موازات آن افزایش احتمال تحرک طبقاتی همراه بوده است. امکان تحرک هم به ویژگی‌های پویای آن مربوط است و هم به فروریختن چارچوبه‌های عرفی و یا قانونی که افراد را در موقعیتی نزدیک به پایگاه انتسابی‌شان حفظ می‌کرد.

در ایران سلسله نظام قشربندی اجتماعی به ویژه از دهه‌های پیش از انقلاب اسلامی به زیر سؤال رفت. به جهت فکری قوت اندیشه چپ در فضای فکری ایران و طرح مستقیم یا غیرمستقیم دعاوی علیه طبقات فرادست در این زمینه موثر بود و حتا سایر جریان‌های اجتماعی مانند مذهب‌یون را نیز متأثر ساخت به گونه‌ای که در آثار شخصیت‌های مختلف مذهبی گرایشی به نقد نظام قشربندی

اجتماعی و سلب مشروعیت از فرادستان دیده می‌شود و حتا شخصیت‌های متفاوتی مانند شریعتی و مطهری نیز هر دو متأثر از گفتمان فکری دوران هستند.

از عوامل غیرگفتمانی نیز رانتی‌بودن موفقیت‌های اقتصادی و .. نیز موثر بودند. این فضای گفتمانی خود را در آثار ادبی و سینمایی آن دوران نیز بازنمایانده است. با پیروزی انقلاب اسلامی نیز مانند همه انقلاب‌های اجتماعی بزرگ این نگرش تشدید گشت ضمن این‌که امکان جابه‌جایی طبقاتی گسترده شکل گرفت. شرایط اقتصاد جنگ و پس از جنگ و بالارفتن پرشتاب برخی از پله‌های سلسله مراتب طبقاتی بدون این‌که از جانب جامعه صاحب صلاحیت و شایستگی شناخته شوند به این روند شدت مضاعف داد. حاصل چنین فرایندهای ملی و فراملی این شد که انسان ایرانی پس از انقلاب، حتا با پایگاه اجتماعی و اقتصادی پایین خود را محقق و مشتاق به مراتب بالای پایگاه اجتماعی و اقتصادی بباید. به ویژه آن‌که با مادی‌گراشدن جامعه پس از جنگ، امتیازات مادی را ملاک برتر شأن و منزلت قرار داده بود و بر خلاف دهه پیش از آن این هدف را مطلوب و مراد همگان ساخته بود.

#### ۵. حاکمیت نیروی غیرشخصی بازار سرمایه‌داری و پول

یکی از اشتباه‌های مهمی که در تحلیل وضعیت فرهنگی کشور اتفاق می‌افتد این است که اولاً آنچه در عرصه فرهنگ اتفاق می‌افتد، صرفاً معلول جریان‌های خود حوزه فرهنگ تفسیر می‌شود و دوم این‌که چاره نیز در خود حوزه فرهنگ جستجو می‌شود و سوم نیز اینکه درمان نیز در دادن «دید و معرفت درست» دیده می‌شود.<sup>۱</sup> از جمله پیامدهای این غفلت نادیدن نقش دو فرایند بسیار بنیادی مدرنیزاسیون و مدرنیته یعنی گسترش بازار سرمایه‌داری و ساختار بوروکراتیک است. تعجب در این است که بی‌توجه به این دو عنصر بنیادی گاهی گمان می‌کنیم که می‌توانیم فرهنگ سنت را در جامعه بازیابی کنیم.

بسیاری از متفکران کلاسیک نظریه اجتماعی به تبیین نقش این دو فرایند پرداخته‌اند. در جامعه‌شناسی تاریخی نیز همواره یکی از مهم‌ترین فرایندهای مورد بررسی گسترش بازار سرمایه‌دارانه و بوروکراتیزاسیون بوده است. برای نمونه دو جامعه‌شناس تاریخی مهم یعنی تامپسون و مور دو فرایند عمده نوسازی را ورود قدرتمند نیروهای بازار به درون اجتماعات محلی و افزایش قدرت‌های حکومتی محلی و مرکزی دانسته‌اند (اسمیت، ۱۳۸۶: ۱۰۴). از جمله تامپسون در پژوهش‌های خود بررسی می‌کند که چگونه جوامع همزمان در معرض تشدید دو شکل رابطه غیرقابل تحمل یعنی استثمار اقتصادی و سرکوب سیاسی بوده‌اند (تامپسون، ۱۹۶۸: ۲۱۷ به نقل از اسمیت، ۱۳۸۶). در تحلیل‌های فرهنگی در ایران کمتر به اهمیت رواج اقتصاد پولی توجه شده است. یکی از تبیین‌های درخشان که می‌تواند پیامدهای فرهنگی آن را نشان دهد تحلیل زیمل در مقاله «پول در فرهنگ مدرن» است.

۱ در مقاله‌ای دیگر مفصلاً این اشتباه در سیاست‌گذاری فرهنگی و بی‌توجهی به میراث نظریه اجتماعی و کلیت اجتماعی بررسی خواهد شد.

## ۶. بوروکراتیزاسیون فزاینده

یکی از مهم‌ترین اتفاقات اجتماعی و فرهنگی تاریخی ایران که متأسفانه بدان توجه لازم از سوی تحلیل‌گران فرهنگی و اجتماعی صورت نگرفته روند بوروکراتیزاسیون فزاینده است. جای تعجب دارد که در میان این همه مناقشات میان سنت‌گرایان و مدرن‌ها نیز یکی از بنیادی‌ترین فرایندهای نوسازی این‌چنین مغفول مانده است. این در حالی است که امروزه عمده‌ترین فرایندهای سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور در این حوزه زندگی اجتماعی انجام می‌گیرد. میلیون‌ها ایرانی تنها در بوروکراسی دولتی شاغلند و بهترین زمان شبانه‌روز را در این محیط‌های سازمانی سپری می‌کنند و به لحاظ خلق و خو و منش شدیداً متأثر از بوروکراسی ایرانی و ویژگی‌هایش هستند. احراز درازمدت جایگاه در این حوزه (عموماً تا حدود ۳۰ سال) منشی را در ایشان شکل می‌دهد که به تعبیر بورديو به سایر حوزه‌های زندگی اجتماعی نیز انتقال می‌یابد. به عبارت دیگر آن‌ها این منش را در هنگام عمل در سایر حوزه‌های زندگی اجتماعی نیز به کار می‌گیرند.

در مقابل این پرسش که: در میان این همه تحولات، دنیای معاصر را با چه مفاهیم محوری می‌توانیم توضیح دهیم (مثلاً بر حسب پیشرفت آزادی یا خرد)؟ زیگمونت باومن با فاصله گرفتن از این روایت روشنگری، این سیر را بر اساس داستان کنترل اجتماعی و ترقی خرد به مثابه استیلا حکایت می‌کند (سیدمن، ۱۳۸۶: ۲۵۲). اتفاقاً گیدنز نیز گسترش توان کنترل را از ویژگی‌های مهم مدرنیته می‌داند در مدرنیته، دولت در مرکز جای دارد، «دولت دیوان‌سالار و متمرکز برخوردار از تمرکز منابع، انحصار به کارگیری خشونت و لشکری از کارکنان دستگاه‌های اداری، پلیس و قدرت نظامی بنیان مدرنیته را تشکیل می‌دهد. دولت که وظیفه کنترل محیط اجتماعی و طبیعی را به عهده دارد، بیانگر روح اصلی مدرنیته است» (سیدمن: ۲۵۳). برای شناخت تحولات جامعه معاصر باید به دولت و بوروکراسی سهم ویژه‌ای اختصاص داد. همچنان‌که تدا اسکاچپول درباره «خودمختاری بالقوه دولت» توضیح می‌دهد: دولت صرفاً میدانی که علائق و منافع متفاوت در آن به جنگ و ستیز می‌پردازند، نمی‌باشد. اشکال و فعالیت‌های دولت فقط انعکاس شیوه‌های تولید مسلط نیست. دولت به مثابه یک کلان ساختار عمل کرده و توانش و ظرفیت‌اش منوط به مشروعیت‌اش نیست بلکه به ظرفیت آن برای سازماندهی اجبار و اعمال زور و رابطه با دیگر علائق درون‌مرزها یا برون‌مرزها وابسته است (اسکاچپول، ۱۳۷۶).

اتفاقاً شواهد تاریخی در مورد ایران نیز نشان می‌دهد که ورود مدرنیته به کشور همراه با و همچنین به وسیله بوروکراسی صورت گرفته است. بارزترین دوران برای بررسی دوران پهلوی اول است. «تجدد آمرانه» که ویژگی این دوران است بدون توسل به یک بوروکراسی اداری مدرن و ارتش مدرن متصور نیست. همچنان‌که بوروکراسی مدرن و سازمان ارتش دو عنصر از سه عنصر اصلی

حکومت رضا شاه را تشکیل می‌دادند (فوران، ۱۳۸۱). از این رو شواهد تاریخی چه در ایران و چه در زادگاه مدرنیته، اروپا نشان می‌دهد که بوروکراسی از عناصر بنیادی شکل‌دهنده به جامعه جدید است. اما آنچه در ایران شکل گرفته با بوروکراتیزاسیون در این مفهوم نمونه‌آرمانی آن متفاوت است. در چنین موقعیت وضعیت مستخدم بوروکراسی ایرانی ناگوارتر از مستخدم بوروکراسی در تعریف فوق‌الذکر است. اهمیت این قضیه بدان جهت است که به تعبیر ماکس وبر: «معیشت دیوان‌سالار و تمامی هستی اجتماعی او با دستگاه اداری عجین شده است». حال با بوروکراسی ایرانی که با ویژگی‌های نامناسب و مخربی چون: «۱- نبود قانون و نظم و قاعده‌ورزی، ۲- فقدان امنیت اجتماعی و شغلی در هر مرتبه‌ای، ۳- روحیه تابعیت و اطاعت محض، ۴- دخالت‌های ناصواب صاحب‌منصبان دیوانی و ... در تصمیم‌گیری‌های مهم کشور، ۵- تعصب‌ورزی و فقدان عقلانیت در اداره امور، ۶- روحیه بی‌اعتمادی و سوءظن، ۷- فساد مالی و رشوه‌خواری و منصب‌فروشی، ۸- تملق و چاپلوسی و چاکرصفی، ۹- خویشاوندسالاری و رابطه‌گرایی، ۱۰- منازعه‌گرایی و خشونت‌ورزی» (همان: ۶۷۰)، از دیرباز روبرو بوده است، در چنین وضعیتی چگونه شخصیتی برای انسان ایرانی مستخدم بوروکراسی متصور است؟ به ادبیات بوردیوی، اشغال درازمدت یک جایگاه در این بوروکراسی چه منشی را رقم خواهد زد؟

در اینجا هم ویژگی‌های بوروکراسی به معنای وبری و هم وضعیت محقق در کشور دست به دست یکدیگر خواهند داد تا هر آن چه بیشتر احتیاط، ملاحظه‌کاری، چاپلوسی، و ... را در منش مستخدم ایرانی رقم بزند. حاصل دیگر این بوروکراسی انسان بیگانه از فرایند کار نیز هست. حال پرسش این است که این انسانی که به لحاظ شرایط عینی در چنین وضعیتی قرار دارد، تا چه حد با فرایند کاری خویش مواجهه فعال دارد یا به بیان مارکسی آن تا چه حد خود را در کار محقق می‌سازد؟ همچنین آیا این جایگاه اجتماعی متزلزل آیا امکان بروز شخصیتی غیرمتزلزل را می‌دهد؟ برای رسیدن به پاسخ هنوز توجه به یک ویژگی دیگر ضروری است و آن ترغیب دنیای معاصر به برساختن تاملی خویشتن است. به بیان گیدنز: «نفسی که به صورت تاملی بنا می‌شود باید حیات سرزنده و حس هویت خود را با کنش بر روی جهان و کنشی در جهان برساند» (گیدنز، ۱۳۸۳: ۵۲). حال در چنین وضعی که کنشگر امکان تحقق خود را نیز کمتر دارد، چه نوع خودی/نفسی برای مستخدم ایرانی متصور است؟ تاثیرات بوروکراسی بر منش انسان ایرانی بسیار عمیق بوده است. گذر از جامعه‌ای با اکثریت کشاورز به جامعه‌ای با اکثریت کارمند تحول ساده‌ای نیست. بلکه تحولی است که باید موضوع پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی مختلفی قرار گیرد. گذر از رعیت خیره به آسمان به کارمند خیره به چشم و زبان مدیر، تحولی فرهنگی را در منش ایرانیان رقم زده است. به ویژه آن‌که این بوروکراسی به علت درآمد نفتی چندان دغدغه کارآمدی نیز ندارد. اگر خیرگی به آسمان خطر آرامش تقدیرگرایانه را

داشت، خیرگی به نرده‌بان نمودار سازمانی، احساس نایمندی، عدم امکان تحقق نفس، تحقیر و سرانجام عطش منزلت را دارد.

اگر این دگرگونی محوریت فعالیت جامعه از کشاورزی به کارمندی در بوروکراسی موجود (با مجموعه ویژگی‌های آن) را در کنار ۵ علل پیش‌گفته قرار دهیم، شرایط ظهور عطش منزلتی روشن می‌شود. شرایطی که اگر برخی از آنها ناشی از فرایندهای جهانی هستند، اما این برهم‌کنش عوامل به خاص بودگی تجربه ما ارتباط می‌یابد.

### پیامدهای عطش منزلتی

جامعه گرفتار در عطش منزلتی، با کاهش اخلاق و نشاط اجتماعی، مصرف‌گرایی و افول نقد مواجه خواهد بود. کنش اخلاقی کنشی است، برانگیخته شده توسط وجدان اخلاقی و اصول درونی‌شده. اما انسان جامعه گرفتار عطش منزلتی، انسانی است که به محرک‌های بیرونی شدیداً حساس است. این جامعه در خطر زوال اخلاقی است چرا که قابل دستکاری به وسیله جریان‌های ثروت و قدرت است. کنش اخلاقی بدون وجه التفاتی آن کالبدی بی‌جان است.<sup>۱</sup> عملی است که حسن فعلی دارد ولی حسن فاعلی ندارد. این جامعه در آستانه صوری‌گرایی، ظاهرسازی، چاپلوسی و دورویی است.

مسئله دیگر جامعه‌ای با عطش منزلتی، کاهش شادابی اجتماعی و افزایش افسردگی است. چرا که این جامعه درگیر رقابتی پررونق و بی‌پایان برای برتری‌طلبی حیثیتی خواهد شد و از این رو با کاهش نشاط مواجه می‌شود. در این‌گونه جوامع نقد به مثابه یک عنصر ضروری فرهنگی نمی‌تواند شکل بگیرد، چرا که انسان‌هایی که از درون احساس استغنا نکنند، هیچ‌گاه خویش را در موضع ابرّه نقد بودن قرار نمی‌دهند (در اینجا نقد در کلیت حیات اجتماعی و به ویژه در زندگی روزمره مدنظر است). جامعه دارای عطش منزلتی، اقبال شدیدی به مصرف‌گرایی خواهد داشت. البته مصرف‌گرایی خود از علل شکل‌دهنده به آن است و این رابطه دیالکتیکی و دو طرفه است. همچنین این روحیه ضدسرمایه‌گذاری و از این طریق ضد توسعه است.

مواجه این جامعه با فرادستان در سلسله مراتب اجتماعی نیز دوگانه است ایشان همزمان هم موضوع تکریم بیش از حد خواهند بود و هم مورد مزمتِ نهان خواهند گرفت. رفتاری که با رئیس‌ان، خویشان موفق در سلسله مراتب اجتماعی، سرمایه‌داران و ... بسیار صورت می‌گیرد. «تکریم در حضور» و «مذمت در غیاب»، محصول رفتاری جامعه در مسئله عطش منزلتی است.

---

۱ از پیامبر است که: «بی‌گمان کردار انسان‌ها در گرو نیت آنها است» (انما الاعمال بالنیات) یا «برای هرکس همان است که قصد کرده است.» («... لكل امرئ ما نوى...») یا «هیچ عملی بدون نیت پذیرفته نیست» («لا عمل الاّ بنیة»). برای بحثی مستوفی در این زمینه رجوع شود به: معیار فعل اخلاقی از منظر اندیشمندان غرب و مسلمانان از کبری فاطمه

### جمع‌بندی

اشتیاق غیرمتعارف به کسب منزلت، از مسائل فرهنگی ایران معاصر است. اگر چه جستجوی منزلت از جمله عوامل عادی برانگیزنده کنش است، اما ۵ ویژگی فرایند منزلت‌جویی ایران معاصر به شرح زیر خاص‌بودگی آن در ایران معاصر را نشان می‌دهد: نخست آن‌که، شدت این آرزومندی برای منزلت بیش‌تر، تعیین‌کننده است و این شدت به بیان زمیلی می‌تواند سبب گسست و تفاوتی کیفی شود، به گونه‌ای که ماهیتی دیگرگون بیابد، دوم آن‌که، نسبت میان وزن ترغیب‌کنندگی «انتظارات بیرونی» و «ملاحظات درونی» (ولو این امر درونی نیز ابتدائاً بیرونی بوده و سپس در فرد نهادینه شده باشد) مهم می‌باشد. سوم این‌که، ضرورتاً منزلت‌جویی با نمایش کالاهای مادی و عناوین مشابه بدست نمی‌آید. به عبارت دیگر عمده‌ترین راه رسیدن به منزلت مادی نیست، حال آن‌که در ایران قدرت و ثروت، هر منبع کسب منزلت دیگری را تبعی خویش ساخته‌اند. چهارم این‌که، این جستجوی منزلت ویژگی سیری‌ناپذیری یافته است و سرانجام این‌که، در جامعه گرفتار در عطش منزلتی، هدف جستجوی منزلت جایگزین اهداف یا کارکردهای نخستین بسیاری از اعمال می‌شود لذا مدرک جایگزین علم می‌شود، شوکت مراسم دینی جایگزین ایمان و ... و جامعه می‌شود جامعه نمایشی، نمایش علم، نمایش دیانت، نمایش دموکرات‌بودن و ...

شبکه‌ای از عوامل این پدیده را رقم زده است. شرایطی که برخی عام و برخی خاص تجربه تاریخی ایرانی هستند. این عوامل عبارتند از: ۱- خودکامگی تاریخی، ۲- مصرف‌گرایی، ۳- شهری‌شدن، ۴- به پرسش کشیده شدن سلسله مراتب طبقاتی، ۵- حاکمیت بازار و اقتصاد پولی و سرانجام ۶- بوروکراتیزاسین فزاینده. این مقاله به طور خاص بر نقش این عامل تاکید دارد نه بدان سبب که سهم بیشتر یا کمتر برای آن قائل است بلکه از آن رو که تاکنون اهمیت این رکن محوری مدرنیته مورد توجه قرار نگرفته است. و عجیب آن‌که برخی سنت‌گرایان غافلانه در پی این هستند که از بوروکراسی برای احیاء سنت استفاده کنند.

گذر جامعه ایرانی از جامعه‌ای با محوریت کشاورزان به جامعه‌ای با محوریت کارمندان تغییرات مهمی را در منش ایرانی رقم زده است. بوروکراسی ایرانی با همه اختصاصات آن تجربه وجودشناختی‌ای را رقم زده است که در منش ایرانیان خود را نمود داده است. گذر از جامعه‌ای که نگاهش به آسمان بود تا به باران، زندگی‌اش رونق یابد، به جامعه‌ای که نگاهش به همین حوالی است تا صاحبان پله‌های بالاتر نردبان نمودار سازمانی نگاهی از سر مرحمت به وی نمایند. انسان امروز ایران آموخته است تا خود را در قواره و شکل مورد پسند رئیس سازمان دهد، قدرت او، حرمتش، روزی‌اش و خلاصه بسیاری از ابعاد وجودی‌اش به مرحمت رئیس وابسته است. آیا چنین انسانی به رغم وسوسه دنیای تجدد امکان خودتحقق بخشی یافته است؟ آیا چنین انسانی با اینچنین تزلزل موقعیت، ثبات وجود می‌یابد؟ یا برعکس پَرَکاهی است که بدون احساس ثقه‌ای در درون به حرکت می‌آید، خواه این



محرک رئیس باشد خواه مقتضیات مصرف‌گرایی سرمایه‌دارانه. در چنین شرایطی مانند طفلی می‌ماند که بسی سبک است و در این سبکی تحمل‌ناپذیر پیاپی چشم بر چشم دیگران می‌اندازد تا از آنان برتری را گدایی کند. در پی چشم‌هایی است تا با نگاه حسرت، ستایش و تایید به او بنگرند. اما او آنچنان تشنه است که این آب او را سیراب نمی‌کند. آری در این اشتیاق چیزی غیرطبیعی نهفته است و رسالت جامعه‌شناسانه برانداختن پرده از آن و نشان دادن این است که در اینجا چیزی غیرطبیعی نهفته است، همان تعهد به چالش با باور عمومی و با امور طبیعی‌نما.

این پدیده دارای پیامدهای مخربی نیز چون: تشدید مصرف‌گرایی، زوال اخلاقیات، گسترش چاپلوسی، و کاهش شادی می‌باشد. اخلاق مستلزم ملکه‌ای درونی است، کنش اخلاقی پاسخ به اصول درونی و نه انتظارات بیرونی است. بدین‌سان کنش اخلاقی دارای وجهی التفاتی<sup>۱</sup> در معنای وبری است، در غیر این صورت اگر چه حسن فعلی دارد ولی مشوقی است برای صوری‌گرایی، ظاهرسازی و ... و البته این تنها بخشی از دشواری‌های سنت ایرانی است. سنتی که دغدغه نگارنده است و در هجوم بوروکراسی، سرمایه‌داری، مصرف‌گرایی و ... نفس‌اش به شماره افتاده است. سنتی که تنها است و حتا بسیاری از علاقمندان نیز ناخواسته او را تحت هجوم قرار داده‌اند. «سنت‌گرایی بی‌خاصیت ستایشگرا» درد او را نمی‌تواند مرهم کند، همین‌گونه است «سنت‌گرایی بوروکراتانه». درمان او «سنت‌گرایی انتقادی و تاملی» است. سنت‌گرایی‌ای که محکم در درون سنت‌اش می‌ایستد اما نه از نقد صورت‌های نابهنجار و یا «تابهنگام» سنت باکی دارد و نه سوداها و ابزارهای مدرن را با سنت اشتباه می‌گیرد و نه از برگرفتن عنصری و حتا نهادی از فرهنگی دیگر باک دارد، مادام که چارچوب سنت و اصول قوام‌بخشش حفظ شود. این سنت‌گرایی نه سوداهای مدرن را لباس سنت می‌پوشاند و نه امر قدیم را با سنت یکی می‌کنند و با هر امر نو بسان خصم روبرو می‌شود. این نوشتار از مجموعه تلاش‌های نویسنده است برای یافتن چنین راهی و بیشتر برای شناختن است تا شناساندن.

### منابع

- اسکاچیول، تدا (۱۳۷۶)، *دولت‌ها و انقلاب اجتماعی*، ترجمه سید مجید روئین‌تن، تهران: سروش.
- اسمیت، دنیس (۱۳۸۶)، *برآمدن جامعه‌شناسی تاریخی*، ترجمه هاشم آقاجری، تهران: انتشارات مروارید.
- اشرف، احمد و علی بنو عزیز (۱۳۸۷)، *طبقات اجتماعی، دولت و انقلاب در ایران*، ترجمه سهیلا ترابی فارسانی، تهران: انتشارات نیلوفر.
- اشرف، احمد (۱۳۵۹)، *موانع تاریخی رشد سرمایه‌داری در ایران: دوره قاجاریه*، تهران: انتشارات زمینه.
- آبراهامیان، یرواند (۱۳۸۹)، *تاریخ ایران مدرن*، ترجمه محمد ابراهیم فتاحی، تهران: نشر نی.

- آرون، ریمون (۱۳۷۷)، *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*، ترجمه باقر پرهام، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- الیوت، آنتونی و برایان ترنز (۱۳۹۰)، *برداشت‌هایی در نظریه اجتماعی معاصر*، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱) *مصرف*، ترجمه خسرو صیوری، تهران: شیرازه.
- باومن، زیگمونت (۱۳۸۴) *اشارات‌های پست‌مدرنیته*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: ققنوس.
- بندیکس، راینهارد (۱۳۸۲) *سیمای فکری ماکس وبر*، ترجمه محمود رامبد، تهران: نشر هرمس.
- بودیاری، ژان (۱۳۸۹) *جامعه‌مصرفی: اسطوره‌ها و ساختارها*، ترجمه پیروز ایزدی، تهران: نشر ثالث.
- بودیو، پی.یر (۱۳۸۳) *نظریه کنش دلایل عملی و انتخاب عقلانی*، ترجمه مرتضی مردیپناه، تهران: انتشارات نقش و نگار،
- پاشا، ابراهیم (از سازمان رسمی تا بوروکراسی، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره: ۱۰۰-۸۲.
- تکابنی، حمید (۱۳۸۸) رساله دکتری با عنوان: ریشه‌یابی و بازشناسی عوامل بازدارنده تحول در نظام دیوان‌سالاری ایران، به راهنمایی شمس‌السادات زاهدی، دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی.
- ریترز، جرج (۱۳۷۷)، *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- ریترز، جرج (۱۳۸۹)، *مبانی نظریه جامعه‌شناسی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن*، ترجمه شهناز مسمی‌پرست، تهران: نشر ثالث.
- زیمل، گئورگ (۱۳۸۶)، *مقالاتی درباره تفسیر در علم اجتماعی*، ترجمه شهناز مسمی‌پرست، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- زیمل، گئورگ (۱۳۷۳)، *پول در فرهنگ مدرن*، ترجمه یوسف ابادری، ارغنون شماره ۳: ۳۲۵-۳۳۸.
- زیمل، گئورگ (۱۳۸۰)، *تضاد فرهنگ مدرن*، ترجمه هاله لاجوردی، ارغنون شماره ۱۸: ۲۲۵-۲۴۶.
- زیمل، گئورگ (۱۳۷۲)، *کلان‌شهر و حیات ذهنی*، ترجمه یوسف ابادری، *نامه علوم اجتماعی*، جلد دوم، شماره ۳.
- سیدمن، استیون (۱۳۸۶)، *کشاکش آراء در جامعه‌شناسی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، *مصرف و سبک زندگی*، قم: انتشارات صبح صادق.
- فوران، جان (۱۳۸۱)، *مقاومت شکننده*، ترجمه احمد تدین، تهران: نشر رسا.
- کاتوزیان، محمد علی همایون (۱۳۸۱)، *تضاد دولت و ملت، نظریه تاریخ و سیاست در ایران*، ترجمه علی‌رضا طیب، تهران: نشر نی.
- کوزر، لوئیس (۱۳۷۷)، *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- کیویستو، پیتر (۱۳۷۸)، *اندیشه‌های بنیادی در جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صیوری، تهران: نشر نی.
- گدازگر، حسین ()، انواع بوروکراسی و توسعه فرهنگی: رویکرد وبر، *نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی تبریز*، شماره ۲۵۶-۲۲۹.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷)، *پیامدهای مدرنیت*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۳)، *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۳)، *چکیده آثار آنتونی گیدنز*، ویراستار فیلیپ کسل، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: انتشارات ققنوس.
- مطهری، مرتضی (۱)، *مجموعه آثار جلد ۲۱*، تهران: انتشارات صدرا.
- واترز، مالکوم (۱۳۸۱) *جامعه سنتی و جامعه مدرن (از مجموعه مدرنیته: مفاهین انتقادی)*، ترجمه منصور انصاری، تهران: انتشارات نقش جهان.
- واکووانت، لوئیک (۱۳۷۹)، «پیر بوردیو» *در متفکران بزرگ جامعه‌شناسی*، راب استونز، ترجمه مهرداد میردامادی، تهران: نشر مرکز.
- ویلن، تورستین (۱۳۸۳)، *نظریه طبقه تن آسا*، ترجمه فرهنگ ارشاد، تهران: نشر نی.

BAUMAN, Zygmunt (2008), *The Art of Life*, UK: Polity Press <http://amar.sci.org.ir>.  
INGLIS, David and Christopher THRPE (2012) *an Invitation to SOCIAL THEORY*,  
Cambridge: Pility Press.