

تحقق آرزوهای فانتزی و اعداد ژند!

یک جامعه‌شناس درباره تمایل برخی افراد به اعداد ژند اظهار کرد: این پدیده نوظهور نیست و ریشه عدد و عددگرایی به آغاز اختراع اعداد برمی‌گردد...



ایسنا/همدان یک جامعه‌شناس درباره تمایل برخی افراد به اعداد ژند اظهار کرد: این پدیده نوظهور نیست و ریشه عدد و عددگرایی به آغاز اختراع

اعداد برمی‌گردد و عده‌ای عددگرا در جهان داریم مانند کسانی که به سمت و سوی علوم غریبه می‌روند، اعداد را به عنوان رموزی از حیات می‌شناسند.

حمید خاورزمینی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه مشاهده می‌شود برخی افراد در تمام شئون زندگی بر روی تعدادی از اعداد حساسیت‌های خاص دارند، افزود: به عنوان مثال همواره بر روی اعداد فرد حساسیت‌های خاصی وجود داشته و دقت و توجه مردم چه از بُعد مادی، چه غیرمادی به آنها بیشتر است حتی در ادیان هم نمازهای سه‌گانه، پنج‌گانه، ذکرهای هفت‌گانه و گرایش به اعداد فرد دیده می‌شود.

خاورزمینی ادامه داد: در گذشته اعداد وسیله ارسال پیام‌های فوق‌سری و محرمانه تلقی می‌شدند به طوری که بسیاری از رموز نامه‌نگاری‌های مرموز که قرار بوده به صورت پنهان باشد و محرمانه تلقی شود، خیلی وقت‌ها با حروف ابجد انجام می‌شده همانطور که در فضای مجازی تبدیل حروف به اعداد را به عنوان کدگذاری پیام‌ها می‌شناسیم و این پدیده جدیدی در بین مردم نیست.

وی تصریح کرد: با ورود ما به دنیاهای جدید یعنی عبور از ابزار سنتی به ابزار مدرن و سپس فرامردن همچنان نقش اعداد حفظ شده است؛ به عنوان مثال در دوران سنتی، شیعیانی که در دوران حکومت خلفا زندگی می‌کردند "یاعلی" را با زبان اعداد به "۱۱۰" تبدیل کردند که این موضوع در دوران مدرن هم اتفاق می‌افتد به طوری که شماره تلفن‌های سه‌رقمی ضروری که ۱۱۰ هم جزوشان است، به عنوان یک پدیده بین‌المللی مورد استفاده قرار می‌گیرد و در دنیای پست مدرن در کدگذاری‌ها و فرمول‌های مورد استفاده جایگاه خود را دارد.

این مدرس دانشگاه با اشاره به مقدس بودن برخی اعداد در بین تمام ادیان و فرهنگ‌ها همچون عدد هفت مطرح کرد: در جامعه‌شناسی رویکرد و اهمیت بیش از حد به اعداد تحت عنوان "بت‌واره" معرفی شده است به طوری که مثلاً اگر پلاک خودرویی هفت عدد هفت داشته باشد، این پلاک منحصری‌فرد و نایاب می‌شود و در نتیجه ارزش بسیار زیادی پیدا می‌کند.

وی اظهار کرد: گاهی اهمیت اعداد خاص خیلی زیاد می‌شود به طوری که این پدیده در "وبلنسیسم" یا طبقه "تن‌آسا" اهمیت پیدا می‌کند. طبقه تن‌آسا دربرگیرنده افرادی است که از بالاترین جایگاه اقتصادی-اجتماعی برخوردار بوده که حتی با بالاترین طبقه جامعه هم فاصله دارند و زندگی‌شان براساس سبک‌هایی بنیان نهاده شده که بگویند ما تافته جداافتاده هستیم.

خاورزمینی ادامه داد: این موضوع را ویلن در قرن ۱۹ در نیویورک تحقیق کرد و به این نتیجه رسید که این افراد می‌خواهند به خاطر ثروت‌های بسیار زیادی که دارند بین خود و دیگران فاصله ایجاد کنند، می‌خواهند شبیه دیگران نباشد، می‌خواهند به جای فاصله‌های طبقه‌ای، فاصله از نظر آماری شبه‌اسمی پیدا شود که بگویند ما شما نیستیم، ما جداییم. اگر بخواهیم با مثال فیزیکی این موضوع را روشن کنیم یعنی می‌خواهند خندق و کانالی بین خود و جامعه داشته باشند و به شکلی مصرف کنند که نشان دهند با ما رقابت نکنید، در مصرف گرایی کاری کنند که دیگران نتوانند و بقیه رقابت‌های اجتماعی را بین خودتان داشته باشند.

وی خاطر نشان کرد: در پدیده‌های ویلنسیسم و شبه‌ویلنسیسم یکی از ویژگی‌های افرادی که به سمت اعداد ژند می‌روند، با رقم‌هایی خرید و فروش می‌شود که برای خیلی از مردم طبقات بالای جامعه هم قابل دسترسی نیست و این کاملاً به یک بت و بت‌واره تبدیل می‌شود و با آن قدرت خود را نشان می‌دهند که من می‌توانم عدد ژند خیلی خاص داشته باشم. این پدیده موجب تشدید تمایل افراد جامعه به ژندگرایی می‌شود.

این جامعه‌شناس با اشاره به اهمیت اولیه نحوه شکل‌گیری اعداد در زندگی به ویژه اعداد ژند و فرد مطرح کرد: داشتن اعداد ژند

یک پدیده لاکچری و گاه فوق لاکچری است به طوریکه لاکچری ها را قشری از جامعه امکان تهیه اش را دارند اما فوق لاکچری را یک نفر و در نهایت ۱۰ نفر بتوانند تهیه کنند و اینکه چرا خانواده ها به این سمت و سو تمایل دارند مسئله دیگری است. افراد عادی با خود می گویند که مثلاً من به عنوان آدم عادی نمی توانم عددی رُندی برای موبایلم داشته باشم و با هزینه آن ۱۰ها مشکل زندگی ام را می توانم حل کنم.

وی اضافه کرد: در واقع این موضوع برای کسانی است که می خواهند در دنیای پست مدرن خود و هویت خود و میزان مصارفشان را فرای افراد دیگر نشان دهند و معرفی کنند چراکه در دوران پست مدرن میزان مصرف و نوع آن جایگاه اجتماعی افراد را نشان می دهد.

خاورزمینی تصریح کرد: با توجه به اینکه همه افراد دوست دارند شماره های رُند داشته باشند اما نمی توانند و حتی اگر شرایط برایشان فراهم شود ارزش ماهوی اش به اندازه قیمت بازاری آن نیست، ماهیتش در حد یک شماره است.

وی با اشاره به اینکه خاص بودن را همه دوست دارند اما تعدادی زیادی شرایطش را ندارند، بیان کرد: بنابراین این افراد به دنبال عدد رُند دست یافتنی همچون تاریخ تولد و ایجاد مشابهت با افراد خاص می روند و در حال حاضر به انجام هر کاری از عملیات پزشکی برای تعیین زمان زایمان گرفته تا تلاش برای اینکه فرزندشان در زمان موردنظر گواهی تولد دریافت کند، دست می زنند. ممکن است از آنها بپرسید این همه تلاش برای ایجاد شباهت برای چیست، این موضوع را انکار کنند اما در ناخودآگاه آنها منحصربفرد شدن وجود دارد.

وی افزود: این مسئله در ادبیات دنیای پست مدرن و در طبقات فرودست کشورهای شمال به "بورژوار ماب شدن" اطلاق می شود، یعنی بورژوار نیستند اما می خواهند شبیه سرمایه داران قرون ۱۸-۱۹ میلادی در اروپا شوند. وقتی خودروسازی در دنیای مدرن به وجود آمد، همه دوست داشتند اتومبیل داشته باشند که آن زمان فراگیر نبود اما از دهه ۷۰ میلادی به بعد شرایطی پیش آمد که حتی کارگران ماهر هم خودرو داشتند هر چند هزینه استفاده از آن به قدری گران شده که گاهی به عنوان کالای لوکس از آن استفاده می کنند و آن زمان احساس بورژوار ماب به آنها دست می دهد. در حقیقت مدل مصرف این خودروها شبیه به مصرف سرمایه داران قرن ۱۸ و ۱۹ شده اما این کارمند و کارگر متعلق به اواخر قرن ۲۰ و اوایل قرن ۲۱ است.

این جامعه شناس مطرح کرد: همین بورژوار مابی موجب ایجاد برندهای تقلبی و فیک می شود و اقبال به اعداد رُند هم در راستای همین موضوع است به طوریکه افراد با خود می گویند فلان ماشین و شماره پلاک را که نمی توانم داشته باشم اما می توانم فرزندم را در فلان تاریخ به دنیا بیاورم.

وی در ادامه به پدیده زندگی های فانتزی اشاره و مطرح کرد: بخشی از این پدیده به فانتزی های ذهنی افراد برمی گردد، اینکه مثلاً افراد در ذهنشان بگویند چه خوب بود تاریخ تولدم ۱/۱/۱ بود و چون برای خودش امکان پذیر نیست، برای فرزند و نوه اش که می تواند چنین آرزویی داشته باشد که این موضوع حاشیه ها و تبعاتی دارد.

خاورزمینی به داستانی اشاره کرد و افزود: قبل از انقلاب دوره ای بود که به شدت مردم به سمت اعداد رُند می رفتند، در واقع مُد بود، آقایی در تهران سعی می کرده به خواسته همسرش همه چیزش رُند باشد، شماره تلفن منزل، شماره پلاک منزل و ماشین و ...، در راستای تهیه یکی از شماره های رُند مجبور به انجام تخلفی می شود اما دستگیر شده و به زندان می رود، زمانی که همسرش برای ملاقات می رود با دیدن شماره رُند زندانی اش یک مرتبه ذوق زده می شود.

وی با بیان اینکه مدگرایی در مقاطعی رخ می دهد، خاطرنشان کرد: در همین راستا پدیده چشم و هم چشمی که اساساً در ایران و کشورهای شرقی بیشتر از جاهای دیگر است، بیشتر نمود پیدا می کند به طوریکه این موضوع در بین زنان و مردان ایرانی زیاد است و در زنان در قیاس با مردان بیشتر به چشم می خورد اما باز بیش از حد متعادل و نرمال جهانی است یعنی مردان ما هم به دنبال چشم و هم چشمی هستند، برای نمونه اختلافات و رقابت های بین باجناق ها یک نمود از چشم و هم چشمی های مردانه است.

وی اضافه کرد: وقتی چیزی مد می شود در کنار آن افکار و آرزوهای فانتزی و بحث پدیده و بلنسیسم مد می شود و آدم ها بدون شناخت و کورکورانه تقلید می کنند، شاید آن موضوع زمانی اصلاً اهمیت نداشته اما در مدگرایی افراد بدون شناخت و آگاهی سعی در تقلید دارند و این موضوع به تهی شدن درون انسان ها برمی گردد.

خاورزمینی مطرح کرد: در دوران مدرن مارکس وبر، جامعه شناس و فیلسوف آلمانی از دیوار آهنینی سخن به میان می آورد که انسان را اسیر و از خودبیگانه می کند. در دوران پست مدرن نیز فلاسفه اجتماعی اکثراً ادعان دارند که تهی شدن نه تنها انسان

بلکه جهان را از واقعیت‌ها دور کرده و به جایگزینی نمادها به جای واقعیت اشاره دارند.

وی مطرح کرد: اعداد به جای واقعیت، نماد مصرف‌بوده و در بت‌واره‌های جهان مادی نقش دارند. توجه به عدد پدیده جدیدی نیست و از ابتدا بوده و در مراحل زیستی انسان همیشه تأثیرات خود را داشته و به عنوان امر مهم بوده است، منتها در دنیای پست مدرن بعضی ناممکن‌های قبل با علم و تکنولوژی ممکن شده به طوری که در حال حاضر تعیین زمان زایمان و تاریخ امکان‌پذیر است یعنی تکنولوژی کمک می‌کند شما به اعداد موردنظر برسید.

خاورزمینی در تأیید تولید نابرابری اعداد اظهار کرد: متفکرین چه در حوزه شهری چه در حوزه اجتماعی و اقتصادی معتقدند نظام نابرابری موجود در جهان را نمی‌توانیم تغییر دهیم به طوری که یکی از آنها می‌گوید "من می‌دانم ما نمی‌توانیم نظام سرمایه‌داری و تبعاتش را از جهان حذف کنیم اما می‌توانیم آن را محدود کنیم، جلوگیری از دست‌انداز و مانع بگذاریم که سرعتش را بگیریم".

وی بیان کرد: نظام سرمایه‌داری با ابزارهای گسترده و مختلف سیاست‌های خود را به اشکال مختلف پیاده می‌کند و قابل حذف شدن نیست، فقط باید موانع قوی تری درست کنیم تا سرعتش را بگیریم.

خاورزمینی با بیان اینکه اهمیت به اعداد یک مسئله اجتماعی نیست بلکه مُد شدن یک پدیده اجتماعی محسوب می‌شود که تبعاتی همچون افزایش شکاف اجتماعی را در پی دارد، خاطر نشان کرد: افزایش اعداد رُند در آغاز قرون بیشتر خود را نشان می‌دهد اما نباید بگذاریم اعداد به انسان هویت دهند البته از قدیم الایام این تصور بوده که اعداد در برخی وقایع اهمیتش از خود آدم‌ها مهمتر است، مثلاً جایگاه هفتمین فرزند اهمیتش از خود آن فرزند بیشتر بوده است.

وی با تأکید بر اینکه هر جا انسانیت فراموش شود هر چیزی جایش را می‌گیرد مثلاً عدد، یادآور شد: گاهی اعداد پیام‌رسان هستند اما گاهی آنقدر اعداد مهم هستند که به آنها بیشتر توجه می‌شود تا خود پدیده!

وی با رد این نظریه روانشناسی که برخی افراد به خاطر درگیر نکردن افکارشان از اعداد رُند استفاده می‌کنند، بیان کرد: تأمین هزینه یک عدد رُند بسیار سنگین‌تر از به خاطر سپردن آن است، در واقع برخی می‌خواهند با چنین توجیهاتی این عمل را کارکردی کنند.

به گفته خاورزمینی، اعداد در گذشته هم وجود داشته به طوری که برخی اعداد را به عنوان نمادهای جادویی می‌شناختند، جادوگرها و رمال‌ها از اعداد استفاده می‌کردند چراکه خیلی وقت‌ها جای واقعیت را می‌گیرد و اینک واقعیت را به اعداد مرتبط می‌کنند.

وی توجه به اعداد را نماگر مسائل و مشکلات دانست و مطرح کرد: به عنوان مثال تب یک نماگر است که وضع درونی بیمار را نشان می‌دهد، این تب ممکن است فی‌نفسه خطر خاصی نداشته باشد اما اوضاع بدی را خبر می‌دهد. در واقع گرایش افراطی مردم به اعداد نشان می‌دهد الگوهای فرهنگی ما از سمت کیفیت‌گرایی به سمت کمیت‌گرایی می‌رود و به نوعی نشان‌دهنده مدگرایی هم هست.

این جامعه‌شناس یکی از دلایل فانتزی‌گرایی و لاکچری‌گرایی را اوج مصرف‌گرایی دانست که در دنیای پست مدرن رواج بیشتری دارد و خاطر نشان کرد: به علاوه تهی شدن جامعه از ارزش‌های معنایی از دیگر دلایل به شمار می‌آید و نشان می‌دهد جامعه به اعداد توجه می‌کند تا معانی، در حقیقت باورهای کیفی به باورهای کمی تبدیل می‌شود که این خطرناک است.