

نوروزی شدن انسان

نوروز به عنوان یک جشن یا آیین، سده‌های متمادی است که در ایران و کمابیش در برخی دیگر از کشورهای همسایه برگزار می‌شود و گرچه شکل برگزاری آن طی تاریخ و نزد اقوام گوناگون ایرانی متفاوت بوده اما همچنان هسته اصلی آن پابرجا مانده است.

گفتمان نوروز در گفت‌وگو با دکتر محمدعلی‌الستی نوروزی شدن انسان

نوروز به عنوان یک جشن یا آیین، سده‌های متمادی است که در ایران و کمابیش در برخی دیگر از کشورهای همسایه برگزار می‌شود و گرچه شکل برگزاری آن طی تاریخ و نزد اقوام گوناگون ایرانی متفاوت بوده اما همچنان هسته اصلی آن پابرجا مانده است.

اینکه چرا و چگونه نوروز به یک جشن پایدار ملی بدل شده و حتی امروز، فراتر از مرزهای ایران شناخته شده و اهمیت یافته است، موضوع گفت‌وگوی ما با دکتر محمدعلی‌الستی، جامعه‌شناس ارتباطات و عضو هیأت علمی دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز بود. به نظر دکتر الستی، نوروز گفتمانی است فرهنگی که همه مردم ساکن در فلات ایران از گذشته‌های دور تا به امروز در ایجاد و گسترش آن تلاش کرده‌اند و به همین‌خاطر می‌تواند الگویی برای یک زندگی سرشار از عشق و محبت و همنوا با طبیعت باشد. این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانیم.

#8226& نوروز هزاران سال است که در ایران ماندگار شده است. وقتی سنت یا آیینی طی سده‌ها همچنان می‌ماند و تداوم پیدا می‌کند، توجه جامعه‌شناسان به چرایی این مانایی جلب می‌شود. به نظر شما، چه مولفه‌ها و ویژگی‌هایی در نوروز وجود دارد که توانسته به دوام و ماندگاری آن کمک کند؟

ببینید، روش‌های جامعه‌شناختی برای یافتن عناصری که پدیده‌های اجتماعی را ایجاد و سپس ماندگار می‌کنند، طرح سه پرسش و پاسخ به آنها را پیش روی محقق اعم از کاوشگر یا پژوهشگر می‌گذارند: نخست اینکه پدیده مورد نظر چیست و چه کارکردی دارد؟ دوم آنکه گروه اجتماعی واجد این پدیده، چگونه و کدام نیاز یا نیازهای خود را از طریق این پدیده برطرف می‌کند؟ و سومین سؤال که می‌پرسد، پدیده مورد بحث با سایر پدیده‌های جامعه یا اجتماع خود چه نسبت و رابطه‌ای را داراست؟ رویکرد دو پرسش نخست، کارکردگرا و سومین آنها ساختارگراست. به این ترتیب در روش‌شناسی مورد بحث کارکردگرایی و ساختارگرایی در طول هم قرار می‌گیرند. نوروز یک آیین یا به تعبیری سنت باستانی است. آیین‌ها بخش مرئی دستگاه معرفت تاریخی کهن یا فرا تاریخی و یا به دیگر گزاره؛ شناخت اسطوره‌های بشرند که قطعا در بسترهای تکوین تاریخی و زمینه‌های تکامل اجتماعی شکل گرفته‌اند و روندی طبیعی و عمدتاً نیمه خودآگاه داشته‌اند و تا آنجا پیش می‌روند که با ایجاد تمایز یا تمایز یافتگی و ارتقا و افزایش وجوه شناختی و معرفتی به فلسفه تبدیل می‌شوند. اکنون اگر بخواهیم علت‌های ایجاد و ماندگاری این آیین را بر مبنای آن سه پرسش بالا طرح و بررسی کنیم، اینگونه می‌توانیم پاسخ دهیم که نوروز به عنوان یک آیین، تمایل به انجام رفتاری را در افراد برمی‌انگیزاند که جنبه‌های مختلف آن، نیازهای اجتماعی گوناگون ما را پاسخ می‌گوید. مثلاً ما نیازمند تازه شدن هستیم. هر انسان و جامعه‌ای نیازمند تازه شدن بوده و هست و این تازه شدن را در بازبینی شرایط خودش صورت می‌دهد. ما در نوروز در شکلی که مثلاً نمادش خانه‌تکانی است، تلاش برای نو کردن شرایط و به دور ریختن یا جدا شدن از نامطلوب‌های قبل و گرفتن مطلوب‌های جدید را می‌بینیم.

در اینجا برای توضیح بیشتر به سه نقطه عطف اسطوره‌ای- تاریخی اشاره می‌کنم که روند ظهورشان به نوروز ختم می‌شود. یکی از این سه نقطه عطف؛ شب‌یلداست. در مقوله شب‌یلدا مسئله زایش خورشید یا زایش یک منبع نور و یا به تعبیر معرفتی آن؛ به وجود آمدن نظام ارزشی یا شناخته شدن منبع هدایتی را که باید به سمت آن گرایش داشت، می‌بینیم. به تعبیر دیگر؛ شب‌یلدا نمادی است از باور به یک دستگاه ارزشی که نور و روشنایی و همچنین منبع حرکت و تغییر است. نقطه عطف دوم در چهارشنبه آخر سال خود را نشان می‌دهد. این سنت تلاشی برای زدودن ناپاکی‌ها به این معناست که انسان ایرانی اصل گندزدایی یا سترون‌سازی را که در آتش وجود داشته، به توانی برای از میان بردن همه ناپاکی‌های آدمی تسری داده است. این اندیشه که آتش ناپاکی‌ها را می‌زداید، در ادیان گوناگون توحیدی دیده می‌شود. ما در اسطوره‌های خودمان داریم که سیاوش به دروغ به ناپاکی متهم می‌شود و به سلامت از آتش عبور می‌کند. سیاوش چون پاک بود زنده از آتش بیرون می‌آید. نظیر همین را در تاریخ دینی خودمان هم داریم؛ یعنی آنجایی که آتش بر ابراهیم(ع) گلستان می‌شود، درست به این سبب است که ابراهیم(ع) به عنوان یک پیامبر پاک‌پاک است. این ویژگی در افرادی که در چهارشنبه آخر سال از روی آتش می‌پریدند به این شکل خود را نشان می‌داد که در طول سال ناپاکی‌ها و زنگارهایی در روح و وجود آدمی پدید آمده که باید با آتش آنها را زدود. حالا همین آتش که ناپاکی‌ها را می‌زداید در مورد افرادی که ناپاکی بخش عمده‌ای از وجودشان را فراگرفته و در واقع جزو هویت آنها شده است، به عاملی نابودگر یا عذاب‌آور همانند آتش دوزخ یا جهنم تبدیل می‌شود. به این معنا که اگر ناپاکی‌ها آن‌قدر در فرد زیاد باشند، آتشی که قرار است آنها را از میان ببرد، خود فرد را می‌سوزاند. این همان تعبیری است که در قرآن کریم در مورد فاسق داریم. فاسق فردی است که گناه در وی نهاده شده است. بنابراین آن آتش

پاک‌کننده در مورد چنین فردی، آتش جزا و کیفر خواهد شد.

پس از اینکه فرد در نقطه عطف مورد اشاره بالا پاک شد، به نقطه سوم می‌رسد که نوروز است. اینجا است که فرد روز نویی را آغاز می‌کند. یگانگی و یکی شدن انسان با طبیعت در نوروز به منزله از میان بردن همه تناقض‌های آفرینشی است. امروزه در جامعه مدرن ممکن است اختراعات زیادی وجود داشته باشد که به ظاهر به رفاه انسان کمک کند؛ اما بعداً انسان در یک آگاهی ارتقا یافته متوجه این امر می‌شود که به‌عنوان نمونه، طبیعت را نابود کرده است. در واقع بهتر شدن وضعیت زندگی انسان با بهتر شدن طبیعت همراه نبوده است. بنابراین، این روز انسان اصلاً نو نیست. اینجا است که انسان به منبع تفکرش بازمی‌گردد و در آن بازبینی می‌کند و به منشأ خوبی‌ها و حیات توجه می‌کند و در مرحله‌ای به انتقاد از خود می‌رسد و عملاً به زدودن ناپاکی‌ها از خود می‌پردازد و سرانجام روز نو خود و نوروز خود را آغاز می‌کند.

8226&#؛ از سخنان شما این نکته دستگیر می‌شود که نوروز جنبه‌های وجودی (اگزیستانسیال) بنیادین انسان را در خود نهفته داشته و همین وجوه به پایایی و مانایی آن تا به امروز کمک رسانده است. دو جنبه مهم وجودی این جشن همانگونه که شما اشاره کردید؛ پیوند آدمی با طبیعت و منبع زندگی و دیگری آزادی انسان از قید و بندهایی است که بر روان و جسم وی انبار شده‌اند.

درست است. در واقع ما با آیینی مواجهیم که این نیاز تاریخی ما را پاسخ می‌دهد. بنابراین طبیعی است که در شرایط گوناگون و فراز و نشیب‌های روزگار این نیاز به دلیل فطری بودن، همچنان باقی بماند البته نوروز شکل‌های گوناگونی در طول تاریخ داشته اما اصل و فلسفه وجودی آن ثابت و استوار مانده است.

8226&#؛ نوروز با تأکید بر این جنبه‌های وجودی و یادآوری آنها به انسان، در نقش یک رسانه نیز ظاهر می‌شود. رسانه‌ای بودن نوروز در این معنا خوب است که به بحث گذاشته بشود و ببینیم که وقتی از نوروز به‌عنوان رسانه سخن می‌رود، در درجه اول چه معنایی از رسانه مراد می‌شود و دیگر آنکه نوروز چگونه ایفاکننده این نقش می‌شود؟

اصولاً وقتی از رسانه یاد می‌کنیم، به منزله یک ابزار، دستگاه یا مجموعه‌ای از عواملی است که انتقال‌دهنده پیام یا پیام‌هایی است از فرستنده به گیرنده که موجد معناهایی نزد مخاطب می‌شوند. قطعاً آیین نوروز در این معنا می‌تواند کارکرد رسانه‌ای هم داشته باشد. به این معنا که نوروز می‌تواند معناهایی را در مخاطب خود زنده سازد؛ اما من ترجیح می‌دهم که نوروز را به‌عنوان یک گفتمان مطرح سازم تا یک رسانه. در اینجا برای روشن شدن مسئله، خیلی مختصر می‌گویم تا تفاوت میان رسانه و گفتمان را بیان کنم. انسان مجموعه‌ای از نیازهای غریزی و فطری است که در روانشناسی و جامعه‌شناسی از آنها به سائق یا رانه تعبیر می‌شود. این رانه همان تمایل فطری تجزیه‌ناپذیر در انسان است و به‌گونه‌ای زیربنایی یا ژرف ساختاری هدایت‌کننده ذهنیت و رفتار در اوست، مثلاً قدرت‌طلبی یا هویت‌خواهی دو سائق زیربنایی در انسان هستند. تمامی ویژگی‌ها و صفاتی که به‌صورت آشکار و روبنایی و به‌عنوان برآیند همین سائقه‌ها در انسان پدیدار می‌شوند، شخصیت فرد را تشکیل می‌دهند. برای مثال قدرت‌طلبی یک رانه است؛ اما حقیقت‌جویی و علم‌اندوزی و یا زیبایی‌خواهی، کاراکترهایی هستند که در نتیجه آن رانه یا سائق ایجاد شده‌اند یا وقتی می‌خواهیم ببینیم که ملی‌گرایی یا وطن‌دوستی یک سائق است یا کاراکتر، متوجه می‌شویم که وطن‌دوستی از هویت‌طلبی انسان نشأت می‌گیرد پس هویت‌طلبی یک سائق است و وطن‌دوستی یک کاراکتر یا ویژگی شخصیتی. این کاراکترها می‌توانند در گفتمان‌های گوناگون به منصف ظهور برسند. به بیان دیگر؛ چرخه‌های انگاره‌ای-گفتمانی هستند که کاراکترهای ما را آشکار می‌سازند. در واقع گفتمان‌ها هستند که کاراکترها را به اشکال گوناگون نمایش می‌دهند مثلاً همان ملی‌گرایی یا وطن‌دوستی می‌تواند در مواردی با گفتمانی ستیزه‌جو آشکار شود مانند شرایطی که تحت آن اهالی سرزمینی، به‌منظور بهره کشیدن سروری خود، به نظامی‌گری روی می‌آورند، درحالی‌که ملتی دیگر، با گفتمانی رأفت‌آمیز، برتری خویش را فی‌المثل با کسب اعتبار صنعتی و تجاری و افزایش نفوذ در بازارهای جهانی به اثبات می‌رساند.

نوروز، از این‌رو می‌تواند کارکرد و ساختار گفتمانی داشته باشد، آنچنان‌که تمایل به نوشدن، دگرگشت، بهبود و تکامل را همانگونه که طبیعت به شکلی زیبا، صلح‌آمیز و مهرپرور انجام می‌دهد، صورت دهیم. بنابراین ما می‌توانیم تغییر داشته باشیم بدون خشونت، می‌توانیم بهبود داشته باشیم در عین عشق، محبت و با هم بودن. این همان نقش گفتمانی مؤثر نوروز است.

8226&#؛ نوروز با انسجام، یکپارچگی و انس و پیوندی که میان انسان‌ها پدید می‌آورد، خود الگویی از یک جامعه ایده‌آل است. به‌نظر شما آیا می‌توان از عناصر گفتمانی یا همان مولفه‌های وجود شناختی برای نوروز استفاده کرد و آنها را در حرکت به سمت جامعه‌ای مطلوب‌تر به‌کار گرفت؟

این کار شدنی است اما باید یادمان باشد که قرار دادن نوروز به‌عنوان الگویی برای طراحی یک جامعه ایده‌آل در صورتی امکان‌پذیر است که با خود نوروز همراه باشیم. به این معنا که ارتقا و تکامل فرهنگی‌مان باید همانگونه که نوروز طی تاریخ خودش همراه با طبیعت داشته، باشد. به بیان دیگر به‌عنوان انسان، بانقش مداخله‌گر عمل نکنیم. مثالی می‌زنم فرض کنید در جایی از دنیا دولتی پیدا شود که انجام مراسم نوروز را برای مردم اجباری کند. با اجباری شدن نوروز از رنگ و بوی آن کاسته خواهد شد و از محتوا تهی خواهد گشت و آن را تبدیل به اعمال و تحمیل خواست عده‌ای محدود بر جمعی کثیر خواهد کرد. حال آنکه نوروز یک امر فرهنگی است درست مثل زبان. به این معنا که زبان را عده خاصی نساخته‌اند تا آن را به دیگران تزریق کنند. زبان توسط مردم ساخته می‌شود و

ادیبان هم قواعد حاکم بر آن را کشف و بیان می‌کنند. نوروز، فرهنگی است که توسط گروه‌های مختلف مردم در طول تاریخ پدید آمده و تکامل یافته است. در شکل‌گیری نوروز، معرفت جمعی نقش داشته است. حال اگر نخبگان می‌خواهند نوروز را طرحی برای تحقق یک جامعه ایده‌آل قرار دهند، باید همانی را که اکثریت با خردجمعی خود دریافته، بازخوانی و روایت کنند. این طرح چون تجویزی و دستوری نیست، می‌توان به آن امیدوار بود.

8226# آیا همین تعبیر نوروزی شدن انسان، به نوعی در حیطه تجویز و ایدئولوژی قرار نمی‌گیرد؟

نوروزی شدن انسان توصیفی از یک مرحله تکامل یا شرحی است از صورت‌بندی و تحقق یک گفتمان. بنابراین هیچ‌گاه به شکل نسخه یا تجویز نیست. اما یادمان باشد که این هدف بزرگ و کار سترگ به هیچ روی با بزرگداشت نمادین نوروز سازگار نیست زیرا متأسفانه به سبب بسیاری از علل، عوامل و شرایط تاریخی، اجتماعی و فرهنگی، اتفاقاً بسیاری از پاسداشت‌های شعاری ما، محصول این نگرش بوده و نشانه آن است که در تعظیم و تقویت موضوع، کوشش و توفیق چندانی نداشته‌ایم. مثلاً از آنجا که به هر سبب نتوانسته‌ایم در طول سال مادران را مورد توجه شایسته قرار دهیم، در روز مادر می‌خواهیم کل بی‌توجهی‌های خود را در قالب مراسم، نمادها و شعارها جبران یا بهتر بگوییم پنهان کنیم، پس اگر تنها در مقطعی از سال به شکلی نمادین شعار نوروز بدهیم درحالی‌که از روح آن تهی باشیم، به آن گفتمان نخواهیم رسید. اگر نوروز می‌خواهد مقدمه‌ای برای طرح یک جامعه ایده‌آل باشد، باید در شعور ما ظاهر شود نه در شعارمان و نوروز در شعور ظاهر نمی‌شود مگر اینکه فلسفه آن را به خوبی درک کنیم.