

فاصله رائفی پور تا فتوره چی

دوردور معرفتی و اندیشمندان فجازی

صابر اکبری خضری^۱

۱

حالا که نشسته ام و خاطرات سال های گذشته - سال های اول دانشجویی ام - را مرور می کنم، به نظرم می رسد برای ما در آن موقع مرزی پررنگ و مبرهن وجود داشت بین اصیل و بدیل، حتی اندیشمندان در ذهن ما درجه بندی داشتند، فیاض و پاکتچی و کچوئیان و ابادری و ... (فارغ از اینکه موافقتشان بودیم یا مخالفشان) آدم های اصلی یا original بودند، بعضی ها شارح بودند و بعضی ها شوخی. شوخی ها بد نبودند، اما جایگاهشان مشخص بود.

۲

یک عمر دانشجویان علوم انسانی، بر سر حزب الهی ها کوفتند (و البته جا هم داشت بگویند و محکم تر بگویند!) که چرا مرجع فکری شما، منبع فکری شما حسن عباسی و رائفی پور و پناهیان و ... است؟! اشکال پناهیان و عباسی و رائفی پور سخنوری شان نبود که نمی شد به توانایی شان در جذاب صحبت کردن شک کرد، بحث این بود که جای اشتباهی نشسته اند، آن ها به مخاطبانشان توهم مواجه با هسته اصلی علم و معرفت می دادند. بعد از شنیدن صحبت های یک اندیشمند، ما احتمالاً حس می کنیم چه قدر کم بلدیم و باید بیشتر یاد بگیریم، متوجه می شویم چه استادان بزرگی هستند که ما فعلاً حرف هایشان را نمی فهمیم و باید بیشتر مطالعه و تلاش کنیم تا ما را بازی بدهند، تا در شریان اصلی قرار بگیریم و از دریافت با چند واسطه خارج شویم؛ اما بعد از شنیدن رائفی پور، شنونده فراموش می کرد که پای حرف های یک «سخنران» نشسته و متوهمانه می پنداشت از دیدار مستقیم با مرکز خورشید بیرون آمده است. امروز که به نظر می رسد عصر رائفی پور و عباسی و پناهیان، نفس های آخرش را می کشد، طایفه جدیدی از «اندیشمندان اینستاگرامی» یا تویتری در حال بروز و ظهور است که منطقتش تفاوت چندانی با گروه قبلی ندارد.

^۱ کارشناسی ارشد فرهنگ و ارتباطات / mosafer.rezvan@gmail.com / تاریخ نگارش اولیه: اواخر آذرماه ۱۳۹۹

مواجه اول من با اسمی که مضاف اینستاگرام شود، حدوداً سه سال پیش در خوابگاه اتفاق افتاد، وقتی که اولین بار در خوابگاه دانشگاه از دوستم کلمه «مدّاح اینستاگرامی» را شنیدم (در اشاره به امیر برومند) به نظرم ترکیب عجیبی بود، عطف اینستاگرام به مدّاح به مذاقم آشنا نمی آمد! بعدها بازیگران اینستاگرامی، آشپزهای اینستاگرامی، آخوندهای اینستاگرامی هم وارد گود شدند و آن ترکیب را از غریبی در آورند. حالا هم سروکله مهمان تازه واردی به نام «اندیشمند اینستاگرامی» پیدا شده که در نوع خود کم سابقه و البته قابل تأمل است.

راستش خطر اصلی را وقتی احساس کردم که... این را متذکر شوم وقتی می گویم حس کردم، یعنی واقعاً حس کردم، واقعاً ترسیدم و نگران شدم... خطر اصلی را وقتی احساس کردم که اسامی میهمانان دوره «دعوت» را دیدم. «دعوت» قدیمی ترین برنامه و به نوعی هویت انجمن علمی دانشجویی بچه های دانشکده ما (دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع)) بود. کافی است لیست مدعوین دعوت ۱ تا ۱۰ را که در طی سال های ۸۴ تا ۹۸ توسط دانشجویان ورودی سال های ۸۳ تا ۹۶ برگزار شده بود، با لیست مدعوین دعوت ۱۱ که در تابستان ۹۹ بچه های ورودی ۹۷ ترتیب کارهایش را دادند، مقایسه کنید؛ چطور می شود که از آشتیانی، پاکتچی، کچوئیان، فیاض، محسنیان، صمیم و ... به میلاد دخانچی، سیدبشیر حسینی، سید مجید حسینی، پیام فضلی نژاد، امیر خراسانی و ... می رسیم؟! ترسیدم که نکند واقعاً بچه های ورودی ۹۷ فرق بین ابراهیم فیاض و سید مجید حسینی را نمی فهمند؟ نکند واقعاً نمی دانند حسین کچوئیان از دنیای دیگری است و امیر خراسانی از دنیای دیگری!!!!

سیر این اندیشمندان فجازی، ابتدا از کانال های تلگرام شروع شد، تحلیل هایی که معمولاً در یک پیام جا نمی شد و دو پیام دنباله دار بود که در صفحه کوچک موبایل که در هر خطش، ۴، ۵ کلمه جا می گرفت، خیلی زیاد به چشم می آمد و معمولاً هم با دیدنشان، از خواندشان منصرف می شدی... بعد مهاجرت یا تبعید به اینستاگرام اتفاق افتاد و تحلیل ها به پست ها کشید، تحلیل هایی که باز هم کمی بلند بود و باید ادامه شان را در کامنت اول و دوم می دیدی... اندیشه ها روز به روز کوچک تر شدند یا شاید هم فقط تکه های کوچک ترشان باقی ماندند تا بشود در چند تا استوری بارگذاری شان کرد... حالا هم به ۲۸۰ کارکتر توئیتر رسیده ایم و صفحه های اینستایی که محتوایشان عملاً اسکرین شات همان توئیت ها هستند.

مشکل اینجاست که از این بسترها عقلانیت و تحلیل بر نمی خیزد. هیچ کدام از این ها، عقل ما را، حوصله ما را، فهم ما را کش نمی دهند تا بزرگ شود، اذیتمان نمی کنند، بچه های خوبی هستند که به اندازه ما کوچک می شوند. اندیشمندان اینستاگرامی خواسته یا ناخواسته باعث سوهاضمه می شوند، چون احساس سیری به وجود می آورند (همان سیری کاذب)، مثل شکلات قبل از نهار. کارکرد دخانچی، فتوره چی، خراسانی، آرانلی و و تفاوت چندانی با رائفی پور، پناهیان و عباسی ندارد، هر دو طیف، سوهاضمه ایجاد می کنند، هر دو طیف احساس سیری می آورند، احساس لذت بخش بودن در متن اصلی، احساس قرار گرفتن در بازی، و هر دو فریبنده و اغواگرند. شبیه همان کاری که آلن دوباتن با فیلسوفان بزرگ و اندیشه هایشان می کند.^۲

تقلیل و بریدن دست و پای اندیشه و کوچک کردن آن، به قدری که در تابوت کوچک اینستاگرام و ۲۴۰ کارکتر توئیتر جا شود، خطرناک ترین نوع ذبح و ارباً ارباً کردن چیزهاست. اصولاً چیزهای جدی و اصیل، ارزشمندتر از آن هستند که به این راحتی ها به کسی پا بدهند. عناوینی مثل «طعم بزرگان!» و «هایدگر در ۳ جلسه!» مرا بیشتر یاد کاشت مو در نیم ساعت یا کتاب های زرد و بنفش و صورتی و در نهایت قهوه ای روان شناسی های موفقیت «با ما خیلی پولدار شوید.» می اندازد. دقیقاً همان رانحه اغواگرایانه ای که در عنوان کتاب های زرد و قهوه ای موفقیت هست، در توئیت های فتوره چی و جلسات «طعم بزرگان!» به مشام می رسد، همان منطق، همان الگو، البته برای مخاطبی احتمالاً فرهیخته تر!

^۲ کتاب «تسلی بخش های فلسفه» را ببینید.

دقت کنید که این ساده سازی اندیشه ها نیست، می توان اندیشه ای بسیار جدی را در زبانی بسیار ساده برای همه مردم گفت که اتفاقاً غایت معرفت همین است، اما کاری که دوباتن، مدرسه جیوگی، کتاب های زرد فلسفه یا روان شناسی، «با ما موفق شوید.»، توییت ها، پست ها، استوری ها و ... می کنند، نه ساده گویی، بلکه ذبح و بریدن برای کوچک شدن است. فانتزی کردن معرفت و آخته کردن آن، معرفتی که برای به دست آوردنش باید دود چراغ خورد و زحمت ها کشید، حالا به راحتی می شود طعمش را حس کرد، بزرگان و اندیشه هایشان مثل هلو می روند توی گلویت، توفقط بگو ...

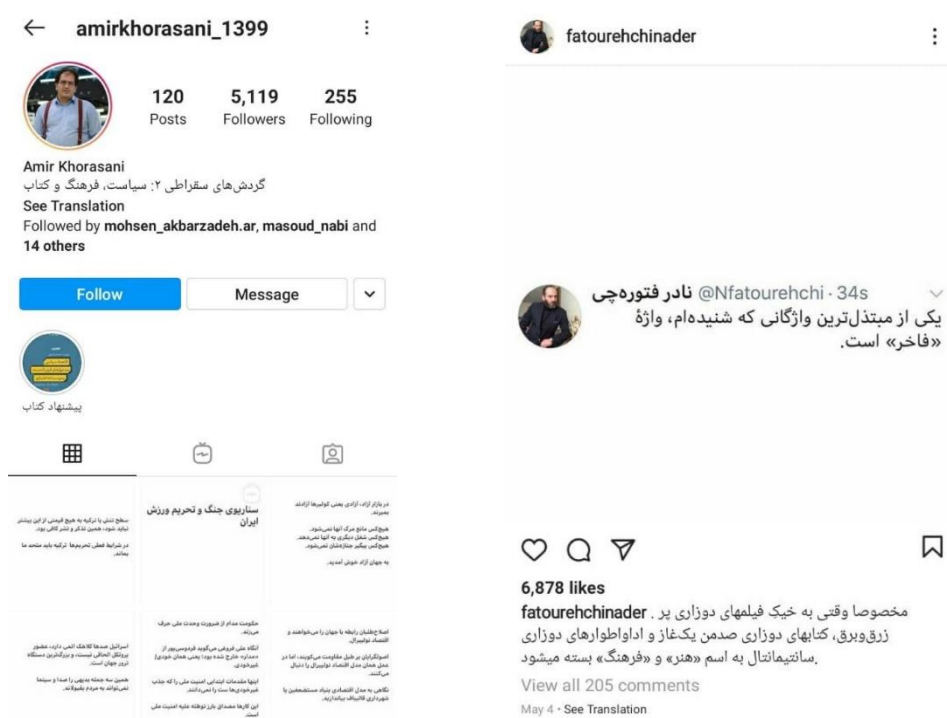
نگاه من آسیب محور نیست، اتفاقاً فضای مجازی را برای بسط کیفی و کمی اندیشه ها فرصت می بینم، اما نه در چارچوب فعلی. اینستاگرام و پست ها و استوری هایش و آن ۲۸۰ کارکتر کذایی می توانند فرصت باشند اگر «ایده» ای را برای ما مطرح کنند و آنونس فیلم باشند. آنونس کارکردش دو چیز است، اول اینکه جذابیت ها و خوبی های فیلم را نشان می دهد تا ما را تهیج کند به دیدنش و از آن مهم تر این نکته مهم را به ما گوشزد می کند که ما این فیلم را ندیده ایم، دیدن آنونس دقیقاً به دلیل ندیدن فیلم است، پس آنونس، جهل ما را نسبت به آن فیلم رخ می کشد. ما این فیلم را ندیده ایم، این فیلم جذاب است، پس باید ببینیم؛ اما اگر فکر کردیم کل فیلم همین آنونس ۱ دقیقه ای بوده، سخت فریب خورده ایم و خبر بد همین است که گاهی اوقات (و راستش اکثر اوقات) خواندن توییت های نادر فتوره چی، تک گویه های امیر خراسانی، کارگاه های جیوگی میلاد دخانچی و ... این توهم را ایجاد می کند که اصل فیلم را دیده ایم و اصلاً اصل فیلم همین است! و چنان در این فریب، فرو می رویم، که هیچ احتمال عقلی یا هیچ نیمه اشتیاقی برای فرار رفتن و فراتر رفتن نداریم.

این را بعد از دیدن استوری شرکت کنندگان در دوره های جیوگی مجازی دیدم که دخانچی با افتخار بازنشرشان داده بود، مخاطبینی که بیان می کردند چه قدر از شرکت در دوره های «مارکس و هایدگر و ... در سه جلسه» راضی بوده اند و احساس می کنند روح اهورایی این بزرگان، در این کلاس ها با آنان سخن گفته...! نمی توانم پنهان کنم که چه احساس مشمزکننده ای داشتم وقتی احساس می کردم «اندیشه» هم تبدیل به نوعی کالای مصرفی شده و «جیوگی مجازی» هم حس پاساژ یا در بهترین حالت کلاس زبان را منتقل می کند. میلاد دخانچی به اندازه «پسااسلامیسم» جدی است، ولو این که من با پسااسلامیسم مخالف باشم، اما آن را جدی می پندارم، اما میلاد دخانچی اینستاگرام و کارگاه های جیوگی بیشتر یک شوخی است. خواندن این تحلیل ها و اندیشه های

اینستاگرامی و توییتری، نمی گویم بد است، اما بیشتر یک تفریح علمی است، یک ولگردی اندیشه ای، یک پرسه زنی در بازار، یک نگاه سرسری و شُل به ویتترین مغازه های دانش.

۸

اینستا فضای شوخی است، بنابراین پست ها را بخوانیم، لایک کنیم و سعی کنیم ایده و انگیزه بگیریم برای خواندن، دیدن و گوش کردن چیزهای جدی تر که البته به راحتی بالا پایین کردن اسکرول اینستا یا ضربه مکرر انگشت بر مرکز صفحه و آن قلب قرمز خونی نیستند.



۹

در نهایت تأکید کنم من طرفدار انحصار علم نیستم، بلکه فکر می کنم اندیشه ای حقیقی است که بتوانم برای مادر بزرگم هم توضیح بدهم و عمیق ترین فیلسوفان هم باید بتوانند در قالب قصه و ادبیات عامیانه حرف هایشان را بگویند، و چه بهتر که مردم هم بروند کتاب های مهم و خوب بخوانند و از کسی هم اجازه نگیرند، حرفم فقط این است دیدن منظره سترگ از پنجره کوچک را با بودن در دل آن اشتباه نگیریم، همین!

...پایان