

آیا شهرت ویتامین روح است؟



محمد قائد

به شهرت — یا آوازه، اشتهار، ناموری، نام‌آوری، معروفیت — دست‌کم از دو جنبه می‌توان پرداخت: اول، به‌عنوان نام نیک و ارزشی معنوی که از فرد در جهان به یادگار بماند. دوم، به‌عنوان نوعی کالای برخوردار از ارزش مبادلاتی و قابل نقد شدن در بازار دادوستد. معتقدان به ارزشهای ازلی و ابدی همواره دیدگاه نخست را تبلیغ کرده‌اند و گفته‌اند که نام نیک فرد همراه روح او جاودان خواهد ماند. در آن سو، اندی وار هول، طراح فقید آمریکایی، زمانی به‌طعنه گفت: "در آینده هر کسی پانزده دقیقه شهرت جهانی خواهد داشت." در پاسخ به اینکه چنین اشتهار گذرایی به چه درد می‌خورد، باید امکانه‌های جهان جدید را در نظر گرفت: دستمزد پانزده دقیقه حضور در هزارها کانال تلویزیونی در سراسر جهان نه تنها اسباب شهرت فرد را نزد چند میلیارد نفر فراهم می‌کند، بلکه ممکن است درآمدی چنان سرشار به همراه بیاورد که بیش از حاصل مادی یک عمر کار مداوم باشد، یعنی شهرت به‌عنوان جایزه برنده شدن در لاتاری. از این دیدگاه، شهرت حتی اگر گذرا باشد، نتیجه حاصل از آن دست نقدی و بادوام است و برداشت ثمرات آن به انتظارکشیدن برای جاودانگی در آینده‌ای نامتناهی نیاز ندارد.

شهرت را می‌توان از جنبه‌ای دیگر هم دید: ادامه و گسترش اعتبار فرد در چشم دیگران. چنین جنبه‌ای روی دیگر سکه بدنایمی است، و بدنایمی را می‌توان ادامه بی‌اعتباری فرد نزد دیگران گرفت. نزد قدما مقایسه این دو کیفیت در حکم برابرنهادن خیر و شر بود — فرد شیرین و مضر را چگونه می‌توان با انسان شریف و خادم مقایسه کرد؟ گرچه مفهوم محبوبیت در کلمه شهرت مستتر است، در جهان امروز که هزارها

روزنامه و کانال تلویزیونی طالب هر پدیده‌ای اند که قابل تکثیر و فروش به میلیاردها خریدار باشد، گاه تشخیص دو روی سکه از یکدیگر بسیار دشوار می‌شود. سیستم تولید انبوه اخبار در بند این نیست که خوشنامی را از بدنامی تفکیک کند. همین قدر که فرد مورد بحث گمنام نباشد، یعنی خبرساز باشد، برای تأمین مواد اولیه دستگاههای سرگرمی‌ساز کافی است. نظر اسکار وایلد، نویسنده انگلیسی در قرن نوزدهم در *رمان تصویر دوریان گری*، که "خیلی بد است پشت سر آدم حرف بزنند، بدتر این است که پشت سر آدم هیچ حرفی نزنند"، پیش درآمد مخدوش شدن خیر و شر در وسایل ارتباط جمعی شایعه‌پراکن عصر ما بود. در قرن بیستم کسانی علیه "تولید انبوه فرهنگ"، "صنعت فرهنگ‌سازی" و تبدیل هر پدیده قابل ذکری، چه متعالی و چه منحط، به موضوعی سرگرم‌کننده شوریده‌اند، اما جهان به راه‌ورسم خویش ادامه می‌دهد. نظریه پردازان رسانه‌ها در غرب گاه این بحث را پیش می‌کشند که چرا امور به اصطلاح منفی تا این حد موضوع خبرند. پاسخ این است که عامه مردم در درجه اول پی نام‌نشان‌های مشهورند. اینکه چیزی به چشم برخی ناظران موضوعی منفی، یا کیفیت منفی موضوع، می‌رسد فرع به حساب می‌آید. اصل را باید بر این گذاشت که چه چیزی مشهور است و تا چه حد. کسانی ممکن است اسم چیزی را که به نظر کسانی دیگر شهرت می‌رسد بدنامی بگذارند. به همین سادگی. قاطبه ناشران در سراسر جهان بر این عقیده‌اند که شهرت نویسنده هر کتابی بخشی از ارزش آن است و نباید گفت این کتابی است با ارزش از نویسنده‌ای گمنام، بلکه بهتر است بگوییم این کتاب می‌تواند سبب شود نویسنده‌اش به شهرتی که شایسته آن است برسد. شهرت، بخصوص در حیطه رمان و شعر، به اندازه اصل اثر اهمیت دارد. شاعر خوب یعنی شاعر مشهور. پرسی شلی، شاعر انگلیسی، گفت: "عشق و شهرت غذای شاعران است." از هزارها شاعر پارسی‌گوی، فقط نیم‌دوجین آنها طی قرن‌ها چنان مشهور مانده‌اند که می‌توان گفت جاودانه‌اند. شعری متوسط از شاعری مشهور به مراتب بیش از شعری عالی از شاعری گمنام خواننده و شنونده دارد، چون شهرت شاعر یعنی اعتبار، و اعتبار یعنی ارزش شعر او. منظور از شهرت، قدر مطلق سرشناس بودن است. اگر وارد تفکیک نظر خواص از سلیقه عوام شویم، ناچاریم موضوع اعتبار را هم وارد بحث کنیم، و از نقادی در حیطه‌هایی دیگر سر در می‌آوریم. شمار کسانی که فایز دشتستانی و باباطاهر عربان را می‌شناسند از شمار

افراد آشنا با نام عمق بخارایی و رشید و طواط بزرگتر است. این یعنی شهرت. مباحث دیگر درباره کیفیت آثار سرایندهگان می‌ماند برای کتاب تاریخ ادبیات. در جامعه‌ای پرشتاب مانند آمریکا که صفی دراز از آدمهای با استعداد و کمتر با استعداد در انتظار شناخته شدن از سوی جامعه‌اند تا یک‌شبه به شهرت و ثروت برسند، خطر فراموش شدن در کمین مشاهیر است، چون رقیبان برای دخول به غرفه مشاهیر فشار می‌آورند؛ و غرفه مشاهیر یعنی ستون پنج‌سانتی روزنامه‌ها، یا شخصت ثانیه دیده شدن در تلویزیون. اما آیا شهرت لزوماً همراه با حضور و دیده شدن است؟ به بیان دیگر، آیا شخص باید مشتاق سینه‌چاک کسب شهرت باشد تا به آن دست یابد؟ در سال ۱۹۵۱ از نویسنده‌ای آمریکایی به نام ج. د. سالینجر کتابی منتشر شد با عنوان *ناطور دشت* — حکایت چند روز از زندگی پسری نوجوان که از مدرسه اخراج شده است و در شهر نیویورک ول می‌گردد. سالینجر، پس از موفقیت عظیم و ممتد کتابش، سالهاست که در به روی خلق و جهان بسته است و رضا نمی‌دهد که کلمه‌ای از او چاپ شود یا با کسی از اهل مطبوعات حرف بزند. با این همه، انگار شهرت جهانی او پس از پانزده دقیقه و پانزده سال و پنجاه و پنج سال هم نقصان نپذیرفته است. هنوز کسانی روزها در حوالی خانه‌اش کمین می‌کنند تا به حرفی، نوشته‌ای، عکسی یا مطلبی از او دست یابند. حتی وقتی در رسیدن به چنین غنیمتی ناکام می‌مانند، شرح کنجکاو بی‌ثمر خویش را تبدیل به مقاله می‌کنند، گویی تلاش برای رفتن به پابوس نویسنده‌ای مشهور و عزلت‌طلب در حکم شرح زیارتی است از زبان زائر. آنچه سالینجر را همچنان مطرح نگه می‌دارد نه تنها ارزش ادبی *ناطور دشت* و تأثیر آن بر ادبیات جوان‌پسند غرب، بلکه تا حدی به سبب وقایعی است که بیشتر مایه بدنامی‌اند تا اعتبار: دست‌کم چهار آنارشیست که کوشیده‌اند افرادی مشهور را بکشند، یا کشته‌اند، گفته‌اند که مفتون این رمان شده‌اند (از جمله قربانیان: جان لئون، تصنیف‌ساز انگلیسی؛ و از جمله مضروبان: رونالد ریگان، رئیس جمهور اسبق آمریکا، زمانی که سر کار بود). به نظر خود نویسنده انزواجو، این همه تابش نورافکن مزاحم شهرت و سرک کشیدن‌های جماعت فضول در زندگی‌اش برای "یک نوبت عمر زیاد است." شاید حساب می‌کند که به سهمیه شهرتش رسیده است و هر اعلام حضور جدیدی از سوی او فقط آرامش زندگی‌اش را بیش از پیش به هم خواهد زد. در این جا با مفهومی روبه‌رویم که روان‌شناسان آن را بیزاری ناشی از

اشباع می‌نامند. میگساران معمولاً به تجربه یاد می‌گیرند که—برخلاف نظر شاعران ایرانی—مستی را نهایی است و تلاش برای فراتر رفتن از آن حد یعنی حالِ خراب و بیماری. در هر حیطه‌ای در شرایط معین، شهرت حدی دارد که فراتر رفتن از آن مقدور به نظر نمی‌رسد.

آدمهایی هم از مشهور ماندن خسته نمی‌شوند، حتی اگر تمام دنیا در زندگی‌شان سَرک بکشند. در نقطهٔ مقابل سالیانجری، نورمن میلر، نویسنده و مبارز اجتماعی مشهور آمریکا در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۷۰، در دو دههٔ گذشته با انتشار تقریباً هر کتاب و رمان تازه‌ای یک بار دیگر به اعتبار ادبی خویش لطمه زده است. شاید برای او تحمل طعنه‌های زهرآگین منتقدان آسان‌تر از تحمل درد فراموش شدن باشد. اگر گمنام ماندن نزد کسانی دردی مزمن باشد، افول شهرت ضایعه‌ای است به همان اندازه زجرآور که ازدست رفتن ثروت و قدرت، یا زوال سریع زیبایی چهره. شهرت مانند دیگی است جوشان که گرم‌کردنش به انرژی بیشتری نیاز دارد تا گرم‌نگه‌داشتن آن. وقتی دیگ گرم شد، می‌توان گاهی هیمه‌ای، هرچند حقیر و کم‌حرارت و دودناک، زیر آن انداخت تا از جوشش نیفتد و سرد نشود. با وام‌گرفتن واژگان علم فیزیک، می‌توان گفت که شهرت پایدار شبیه دستگاهی است با بازده نزدیک به صددرصد: وقتی با یک چرخش هندل به کار افتاد، تا ابد خواهد چرخید. ممکن است حتی مرگ فرد نیز چرخش این سیستم خودکفا را متوقف نکند.

در ایران هم می‌بینیم که فردی کتابی منتشر می‌کند یا فیلمی می‌سازد که خبر می‌شود؛ و درجهٔ موفقیت فرد و اثرش بستگی دارد به شدت سروصداها و موفقیت دستیاران روابط عمومی او در خبرسازی و به شهرت رساندنش. گاه تا دهه‌ها بعد، هنرمند یا نویسندهٔ تک‌محصولی مستأصلانه مشغول تولید مهملاتی است که همچنان خبرسازند، چون منتقدان بارها برای خوانندگان توضیح می‌دهند که چرا این اثر بد است؛ فرد مورد نظر پیش از خلق این اثر بد، مرتکب چند فقره اثر بد دیگر شده است؛ چرا آن آثار بد بوده‌اند، و الی آخر تا جایی که سردبیر اجازه بدهد این بحر طویل ادامه یابد. به این ترتیب، دیگی که آشی در آن نیست از جوشش نمی‌افتد. بدون بر خورداری از شهرت کافی، تقریباً محال است که بتوان منتقدان را ترغیب کرد این همه دربارهٔ آثاری قلم‌فرسایی کنند که، با توجه به معیارهای زیبایی‌شناسی در ادبیات و هنر، ارزش خواندن و دیدن ندارند. در فرهنگ آمریکا این اصطلاح کنایه‌آمیز رواج

دارد که بعضی مشهورند به اینکه شهرت دارند. به شهرت رسیدن، هم تاکتیک است و هم استراتژی. وقتی کسی مشهور باشد، مهم نیست که کاری خوب تحویل بدهد یا کاری بد؛ خوب و بدش به یک اندازه خبر است، و قابلیت خبرساز بودن خود به خود ارزش است. باز هم در ایران، دو سال پیش انتشار فهرستی از افراد که گفته می‌شد آماج حملات آدمکشهای دارودسته‌هایی نیمه‌مخفی‌اند نشان داد که مرز میان شهرت و بدنامی تا چه اندازه ظریف و نقطه‌چین است. در عمل، چنین فهرستی از عناصر نامطلوب تبدیل به سندی در جهت تأیید آن اشخاص به‌عنوان مبارزان راه حق و حقیقت می‌شود. حتی همین سند می‌تواند برای ورود نام افراد مهدورالدم به حاشیهٔ تاریخ مبارزات اجتماعی کفایت کند و نسلهای آینده متقاعد شوند که این یا آن فرد به‌واقع انسانی شریف بود، وگرنه چرا مستبدین می‌خواستند او را بکشند؟

بی‌علاقگی کسانی به شهرت مانند بی‌علاقگی به هر موهبت دیگری است. شهرت هم کالایی است مانند بقیهٔ کالاها که مالکیت آنها می‌تواند مایهٔ تمایز و اسباب رفاه باشد. درجهٔ علاقهٔ افراد به طلا و ابریشم متفاوت است، اما کسی نمی‌تواند منکر شود که این اجناس گرانبها قابل تبدیل به کالاهای دیگری‌اند که فرد ممکن است از داشتن آنها بیشتر لذت ببرد. فرد صاحب‌نام با ثروت و قدرت حاصل از شهرت می‌تواند اسباب و امکاناتی برای خویش فراهم کند که دردسرهایی ناشی از آن را کاهش دهد. فرانسیس بیکن، نویسندهٔ انگلیسی، در قرن هفدهم نوشت: "شهرت مانند رودخانه‌ای است که اشیای سبک و بادکرده را بالا می‌آورد و چیزهای سنگین و جسیم را غرق می‌کند." سؤالی که این جملهٔ مطمئن به ذهن می‌آورد: خود بیکن مشهور شد چون سنگین و جسیم نبود؟ جواب بیکن شاید این می‌بود که منظورش شهرتهای زودگذر و اتفاقی است. اما شهرت معمولاً با سعی و عمل به دست می‌آید، مانند شهرت خود او که پس از سالها قلم‌زدن حاصل شد (آنچه برخلاف خواست فرد بر سرش نازل می‌شود بدنامی است). فرد مشهور خود را لایق شهرت می‌داند و شهرت را در مفهوم خوشنامی و در حکم قدردانی اهل روزگار از خدمات خویش می‌گیرد. دستگاههای روابط عمومی همواره سرگرم شهرت‌سازی، هم به نفع کارفرمایان و هم برای خود مستخدمان بوده‌اند. در دنیای قدیم، شاعر مدیحه‌گو انتظار داشت قصیدهٔ آبدارش به محبوبیت ممدوح کمک کند، در همان حال که به شهرت خود او هم بیفزاید. در دنیای جدید، متخصصان روابط عمومی به مشتریان

مشهور خویش اندرز می‌دهند از چه چیزهایی دفاع کنند تا هم مشهورتر و هم محبوب‌تر شوند.

حرف بیکن را می‌توان این‌گونه تعبیر کرد که نام نیک پس از مرگ فرد عاید او می‌شود و برای دستیابی به آن عجله لازم نیست. اما کسی اگر در زمان حیات خویش به شهرت نرسد، بعدها نیز احتمالاً به جایی نخواهد رسید، چون در هر دوره‌ای شمار متقاضیان و مشهورشوندگان بالقوه به اندازه کافی بزرگ هست. کسی یا چیزی که بعدها مشهور شود معمولاً در ردیف اساطیر و افسانه‌هاست. کارنامه آدم واقعی، سهمیه جاودانگی‌اش و نمره‌ای که در شهرت گرفته در وقت دفن او آماده اعلام است. شهرت فرد پس از مرگ او ممکن است کم شود اما، جز با استثناهایی نادر آن هم در مورد نویسندگان و هنرمندان و نه سیاستمداران و دیگران، معمولاً افزایش نمی‌یابد. حتی در این حال، شهرت پس از مرگ چه بسا مایه تأسف و دریغ شود، گویی جهان و جامعه حق مسلم فرد را از او دریغ کردند؛ او نماند تا طعم شیرین میوه‌ای حقیقاً متعلق به خویش را شخصاً بچشد و سهمش بعدها نصیب اغیار و خوش‌چینان شد.

بخت و تصادف هم در کسب شهرت سهمی دارند. در استقامت دونده‌ای که پیش از دیگران به خط پایان مسابقه می‌رسد و در صلاحیت او برای برنده شدن تردید روا نیست و در این امر معیار دیگری جز دهم و صدم ثانیه وجود ندارد. اما بیرون از مسابقات دو و میدانی، بسیاری اول‌شدن‌ها به بخت خوش و عوامل دیگر نیز مربوط می‌شود و کاملاً منطبق بر عدالت محض نیست. زمانی که چندین نفر همزمان در جهت نوآوری در زمینه‌ای هنری یا به امید کشفی علمی تلاش می‌کنند، به شهرت رسیدن یکی از آنها نامش را ابدی می‌کند و میدان را از بقیه می‌گیرد، بی‌آنکه در همه موارد بتوان به یقین گفت او بسیار بیش از سایرین زحمت کشیده یا بیشتر می‌دانسته است. چارلز داروین، یکی از کسانی که مفهوم بقای اصلح را مطرح کردند، اگر به موقع نجنبیده بود و مقاله‌اش را سربرنگاه وارد میدان نکرده بود، شاید نظریه تکامل انواع جانداران به نام آلفرد راسل والاس، رقیب جوانتر او در وضع این نظریه، ثبت شده بود. داروین بسیار قدر دید و سالهاست در غرفه مشهورترین تاریخسازان در کنار مارکس و فروید جا خوش کرده است، در حالی که آلفرد راسل والاس یکسره از شهرت و جاودانگی بی‌نصیب ماند و نام او در گوشه کنار تنها بعضی کتابهای تاریخ علم به چشم می‌خورد. انسان نمی‌تواند بداند چه چیزهایی را چون اتفاق نیفتاده‌اند

نمی‌داند، و بناچار مقهور چیزهایی است که واقعاً اتفاق افتاده‌اند. شهرت، به‌عنوان واقعیتی ثبت‌شده، از جمله چیزهایی است که واقعاً اتفاق افتاده است.

شهرت یعنی گسترش هستی افراد و پدیده‌ها؛ یعنی نقاط پررنگ تصویر هزاران هزار آدم در خاطره جمعی ما. شهرت پدیده‌ای است قابل اندازه‌گیری، بنابراین موهوم و پادروها نیست. آن فرد را هزار نفر می‌شناسند و این فرد را پانصد نفر: پس اولی دو برابر دومی شهرت دارد. بیکن هم، مانند بسیاری ناظران دیگر، شهرت را با فضیلت و محبوبیت و رستگاری یکی می‌گرفت. آدم بافضیلت ممکن است مشهور باشد یا نباشد، اما شهرت لزوماً ربطی به فضیلت ندارد. زمانی می‌توان گفت فردی بافضیلت یا محبوب است که شماری کافی از گواهان شهادت بدهند که یقین دارند این فرد رستگار خواهد شد. اگر فضایل کسی شناخته شده نباشد، مشکل بتوان ادعا کرد که چنین فضایی اصلاً وجود دارد. فضیلت تصویری است صرفاً ذهنی، اما شهرت تصویری قابل اندازه‌گیری آن تصور در عالم محسوسات است. شهرت در حکم خط‌کشی است حتی برای سنجش فضیلت‌هایی که فرد به آنها می‌بالد؛ ممکن است چندان قابل اعتماد نباشد، اما خط‌کش دیگری در دست نیست. فیلسوف شاید معتقد باشد که شهرت ورزشکار کاذب است، چون در توانایی جسمی و ماهیچه ستبر—در قیاس با قدرت استتاج و نیروی مغز—فضیلتی نیست. ورزشکار می‌داند که هزارها رقیب برای دستیابی به موفقیت و شهرت در نوبت‌اند و او برای نامدار شدن کمی بیش از پانزده دقیقه فرصت دارد—یعنی همان مدتی که در میدان مسابقه است—در حالی که فیلسوف می‌تواند یک عمر با طمأنینه و تأنی قدم بزند و به غور در جهان و هستی پردازد، با گروهی انگشت‌شمار رقابت کند و آوازه‌ای به مراتب پایدارتر بیابد. فیلسوف اگر خیال کند در صف ورزشکارها شهرت آسان‌تر به دست می‌آید، چنین تصویری نشان می‌دهد که او از شمار داوطلبان همه رشته‌ها به اندازه کافی اطلاع ندارد. فردوسی وقتی خویشتن را دلدار می‌دهد که کاخ بلند نظم او "از باد و باران نیابد گزند"، به نوید شهرت، یعنی تصویر اثر خویش در ذهن نسلهای آینده، اشاره دارد. روشن است که شهرت مورد علاقه شاعر حماسه‌سرا مبتنی بر اعتباری است پایدار در ذهن مردم. فردوسی و شلی تلویحاً نظر بیکن را، آنجا که می‌پندارد شهرت برای تفاله‌هاست و مایه‌دارها غرق‌شدنی و محکوم به فراموش شدن‌اند، رد می‌کنند. هر يك از ما از میان مشاهیر پیشین و معاصر کسانی را دوست ندارد، از آدمهایی

مشهور شاید متنفر باشد و اعتیادِ آدمهای شهرت پرست به تحسین مشاهیر هم ممکن است مایهٔ انزجار او شود. اما خودِ شهرت برآیند شناخت تک تک افراد جامعه از یک شخص است و، مانند همهٔ پدیده‌ها در زمینهٔ جامعه‌شناسی، این کل نیز متفاوت از تک تک اجزاست. شهرت هم مطلق نیست و درجات و انواع دارد: از حد چهارپایه‌ای حقیر که موجودی شهرت طلب مدام با خود حمل می‌کند، تا پایه‌ای بلند از مرمر خوش تراش در زیر پای فردی موقر که سیمایش از دور دست پیداست.

شهرت امتیاز مهمی است، اما تنها امتیاز جهان نیست. اینکه هرکس تا چه حد لیاقت آن را دارد، بحثی است که در مورد هر امتیاز دیگر هم می‌تواند مطرح باشد. شهرت چاشنی هستی اجتماعی فرد و عصارهٔ فضایل—یا رذایل—اوست و به صفات فرد مشهور، و به گفتار و کردارش، معنایی متعالی می‌بخشد. حتی اخم و متلک و خمیازهٔ فرد مشهور را به عنوان نشانه‌هایی پرمعنی در کتابها و مقالات تفسیر می‌کنند. شهرت هر فرد بخشی از موفقیت اوست در حیطهٔ کاری که انجام می‌دهد، و می‌تواند سبب سازِ تعالی او گردد به مرحله‌ای بالاتر از حیطه‌ای محدود. شهرت روح و مغز و قلب نیست، اما در حکم ماده‌ای است روحبخش که این اجزا و اندامها به برکت آن بهتر کار می‌کنند: ویتامینی برای روح و قوتی برای قلب. می‌تواند از اندوه برای ابتدالِ ناشی از گذرآبودنِ حیات انسان بکاهد و نوعی تسلی در برابر فنای غم‌انگیز او باشد. در وجهی صرفاً ریاضی، اگر فردی یک سال نزد هزار نفر مشهور باشد، معادل این است که یک نفر او را هزار سال بشناسد. برای بسیاری آدمها داشتنِ هزار علاقه‌مند موقتی، مسرت‌انگیزتر از امیدی مبهم به هزاره‌ای تک‌نفره است. در نهایت امر، شهرت در حکم دریافت نقدی جاودانگی‌ای است که شاید رؤیایی نسبی به بیش نباشد. □

فصلی از کتاب

دفترچهٔ خاطرات و فراموشی

چاپ دوم، انتشارات طرح نو، ۱۳۸۴

© جز موارد درج عنوان و نشانی در سایت‌های دیگر، چاپ، تکثیر یا نقل تمام این مقاله

با اجازهٔ مؤلف یا ناشر مجاز است.

mGhaed@lawhmag.com