

## قورباغه خیلی وقت است تو را قورت داده: جستاری علیه روان‌شناسی موفقیت

طه رادمنش<sup>۱</sup>



عکس: عرفان خلایقی

همه جا هستند. در خیابان، فضای مجازی، خانواده، دانشگاه و ... حتی حجم زیادی از قفسه کتابفروشی‌ها و به اصطلاح، محصولات فرهنگی را نیز قبضه کرده‌اند. از جریانی موسوم به روان‌شناسی موفقیت سخن می‌گوییم؛ جریانی که با ساخت ابرروایت، تبدیل به سبک زندگی شده و گونه‌ای از دیکتاتوری را ساخته و هژمونی خاص خود را پرداخته. عناوینی چون: قورباغه‌ات را قورت بده، چه کسی پنیر مرا جابجا کرد، تلاش کن تا تلاش کن، تخت‌خوابت را مرتب کن، انسان‌های بزرگ یا راهی خواهند یافت یا راهی خواهند ساخت، موفقیت در 80 روز و ... فقط مشتکی است نمونه خروار روان‌شناسی موفقیت. اما این صرفاً نوک کوه یخ است و ریشه‌های عمیق‌تری دارد. ریشه روان‌شناسی موفقیت از منظر تاریخی، جعلی؛ از منظر اقتصادی، نئولیبرال؛ از منظر جامعه‌شناختی، انفرادی و از منظر روان‌شناختی، سخیف و سطح پایین است. پرداختن به مسئله روان‌شناسی موفقیت نیازمند واکاوی آن در زمینه‌های مختلف است.

<sup>1</sup> - پژوهشگر تاریخ اقتصادی. Tradmanesh@gmail.com

## زمینه تاریخی

در اواخر قرن 19 م؛ مشخصاً از سال 1870 تا 1900 م. که در تاریخ آمریکا به عصر مطلقاً (gilded age) معروف است و نمود ادبیاتی آن را در آثار مارک توین می‌بینیم، با جریانی جعلی روبرو بودیم که همه چیز را زیبا و گل و بلبل نشان می‌داد. اطلاق عصر طلایی از سوی نویسنده طنزایی چون توین حاوی هزل بود. در واقع او به عنوان سمبل نویسندگانِ ردیه‌نویس، بر جعل تاریخ آگاه بود و می‌دانست آنجا که تاریخ سخن نمی‌گوید، ادبیات وظیفه دارد که زبان بگشاید. دکوری طلایی و ظاهری زیبا برای نشان دادن تاریخ انتهایی قرن 19 طراحی شد و مشکلات، مصائب و گرفتاری‌های اقتصادی و اجتماعی که کمر مردم را خم کرده بود، زیر آوار طلایی ثروتمندان موفق دفن گردید و به عمد نادیده گرفته شد، تا، هم جریانِ رواییِ پیشرفتِ تاریخ آمریکا منحرف نشود، هم کابوسی، خم به ابروی رویای آمریکایی نیاورد. آمریکا به پایان جنگ داخلی نزدیک می‌شد و تلاش می‌کرد تا با تزریق پول‌های کلان، پروژه‌ی بازسازی ایالات متحده‌ی نو آمریکا را آغاز کند. اولین چاه نفت آمریکا در سال 1859 م. در ایالت پنسیلوانیا حفر شد، ساخت راه‌آهن در سال 1849 م. آغاز شد و پس از دورانی بیست ساله، با آغاز دهه 1860 م. ثمر داد. سود حاصل از انقلاب صنعتی نیز بیش از پیش روانه ینگه دنیا گردید و خشت‌های اولیه ساخت دیوارِ وال استریت بنیان گذاشته شد. همه این عوامل اقتصادی در کنار روانه شدن سیل ثروت به آمریکا که طبق روالِ جریان سرمایه‌داری همیشه به نفع اقلیتی خاص است، سبب گردید تا رشد اقتصادی آمریکا افزایش کمی پیدا کند. چرا رشد؟ چون فقط کمی و عددی بود. و چرا کمی؟ چون کیفی و توسعه‌بنیاد نبود. این رشد فقط به نفع نخبگان اقتصادی بود و بس، که سبب تمرکز ثروت در دست عده‌ای معدود شد و فقط به راس هرم‌نشینان محدود. ساخت قهرمانان عرصه اقتصاد و تولید، با راه‌اندازی جریانی موسوم به کارافرینان و عصرآفرینان اقتصادی؛ همان شوالیه‌های محبوب نظام سرمایه‌داری، فرزند مستقیم همین دوران هستند. بعد از عصر مطلقاً و گسترش آن به عصر ترقی‌خواهان، تولید و بازتولید عصر نخست ثروتمندان موفق، رقم زده شد. عصری که از نظرگاه ایدئولوژیک؛ داروینیسیم اجتماعی بود و از منظر مکانی؛ محدود به انگلستان و آمریکا می‌شد.

## زمینه اقتصادی

جریان سرمایه‌داری به شکل کلاسیک و مکتب نئولیبرالیسم؛ هارترین فرزند این مکتب با جامعه عمل پوشاندن به توصیه تاجر-ریگان و تحقق دکترین آن‌ها، وجود چیزی به نام جامعه را رد کرد و فقط افراد را به رسمیت شناخت. با تکه پاره کردن جامعه از منظر اقتصادی و فروکاست آن به افراد، تز «موفقیت» راحت‌تر جولان داد. اموری که قبلاً «وظیفه» دولت بودند و «باید» رایگان در دسترس قرار می‌گرفتند، به ناگاه به اسم خصوصی سازی و آزادسازی در دامن بخش خصوصی افتادند. تامین رفاه، معیشت حداقلی،

آموزش رایگان، خدمات بهداشتی و درمانی که وظیفه دولت بود، با تکوین دولت مدرن نئولیبرالیستی همگی پولی شد. به عبارتی با تلاشی جامعه، همه چیز باید به نفع سیستم و نظام سلطه رقم می خورد. همان گونه که فروم می گوید: «توسعه نظام اقتصادی دیگر با این سوال که چه چیز برای انسان خوب و مناسب است، تعیین نمی گردد. بلکه ماکول به این پرسش بود که چه چیز برای رشد سیستم مناسب است» (فروم، 1395: 14). و آنچه که برای رشد سیستم مناسب بود، فقط کسب پول و انباشت سرمایه بود که از راه های گوناگون حاصل می شد. مالیات، جنگ و استعمار؛ شیوه هایی کلاسیک هستند که هنوز با ظاهری جدید اما باطنی پیشینی، به حیات خود ادامه می دهند. استعمار اما، با الگو قرار دادن کارفرینان و صاحبان کسب و کار و سرمایه و دکتترین موفقیت، شکل تازه تری به خود گرفت. اگر در برهه ای راکفلر، کارنگی و وارن بافت نماد موفقیت شدند، اکنون بیل گیتس، استیو جابز، ایلان ماسک و ... به مقام خداوندی رسیده اند و الگو و اسوه موفقیت شده اند. نئولیبرالیسم همان گونه که تاریخ را مصادره می کند و وارونه می نویسد، اقتصاد را نیز از بالا می نگرد و صرفاً نقاطی را که «دوست» دارد و می پسندد و به روایت جعلی اش کمک می کند، می بیند و مابقی را، نه می بیند و نه صدایشان را می شنود. اکنون که هویدا شده، شعار آزادسازی و کاهش دخالت دولت در اقتصاد صرفاً یک شعار بود و نئولیبرالیسم دولت گراترین مکتب اقتصادی است، بهتر می توان به نقش کارفرینان به مثابه مصداق، و موفقیت چونان مفهوم پرداخت. جابز؛ محبوب ترین پیامبر سرمایه داری نوین، همچون دیگر انسان های «موفق» سرمایه دار، سخنی انگیزشی دارد: همیشه مشتاق و مجنون صفت باش. این نقل قول کلیشه ای اما، پوسته ماجرا است. هسته را نه کسی گفت، اگر هم می گفت به گوش نمی رسید و در بمباران کرکننده روان شناسی موفق، ناشنیده می ماند. کارفرینان نسل جدید همگی مدیون اینترنت اند که پروژه ای تماماً دولتی - امنیتی بود. فارغ از ریشه های تاریخی و پنتاگونی آن، نقش دولت در اقتصاد نئولیبرال به شکل اعم، و ایالات متحده به شکل اخص چندان واکاوی نشد. با ارجاع به نقل قول جابز و استفاده آن، علیه خودش می توان گفت، یافتن چیزی که عاشقش هستید و انجام دادن آن و مجنون صفت بودن در کشوری که دولت نقش محوری در «توسعه تکنولوژی های پرریسک، تقبل سرمایه گذاری های اولیه وسیع و خطیر و حمایت از آن تا زمان لازم برای حضور فعالان خصوصی و منتفع شدن از ثمرات این تکنولوژی ها بازی می کند، بسیار ساده تر خواهد بود» (مازوکاتو، 1395: 137). این رویه در مورد حمایت های دولت از دیگر شوالیه های سرمایه داری معاصر، مثل؛ ایلان ماسک، بیل گیتس، جف بزوس و سام والتون نیز صدق می کند که اگر دولت، لابی، حمایت های مالی - قانونی - قضایی و تبصره های حقوقی و گمرکی و فرار مالیاتی نبود، هیچ کدام از این شوالیه ها، نه اسبی داشتند، نه شمشیری.

زمینه فرهنگی

اختاپوس سرمایه‌داری پاهای زیادی دارد و برای گرفتار کردن قربانی، تمام ساحت‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، روان‌شناختی و فرهنگی را آماج حملات خود می‌سازد. ساخت و پرداخت فرهنگ خاص سرمایه‌داری نیز برای رونق امر «موفقیت» و خطاب کردن این که چه کسی «موفق» است، برای تعمیق و تدقیق بحث اهمیت زیادی دارد. اگر قرار است این مسئله - زوایای گوناگون روان‌شناسی موفقیت - درست فهمیده شود، باید در سپهرهای گوناگون، رد پای آن را جست. بنا بر حکم هیرشمن «شاید این همه چیز باشد که می‌توان از تاریخ و خاصه تاریخ اندیشه‌ها توقع داشت؛ نه حل مسائل، بلکه ارتقای بحث در باب مسائل» (هیرشمن، 1379: 153). برای فهم مسئله باید آن را تا زمینه فرهنگی نیز ارتقا داد. سرمایه‌داری همچون هر مکتب فکری، بسترهای فرهنگی خاص خود نیز دارد. شاید بتوان نقطه پیوند ساحت اقتصادی جریان سرمایه‌داری را با ساحت فرهنگی در کلیدواژه و اسم رمز «رقابت تا پای نابودی» (race to the bottom) یافت. بر اساس این تز، وضعیتی در بازار جهانی نیروهای کار پیش آمده که بواسطه قراردادی شدن، کوتاه‌مدت کردن و تعدیل دائمی، نیروهای کار در کشورهای گوناگون، برای جذب مشاغل موجود در سطح جهانی به رقابتی مرگبار با یکدیگر می‌پردازند. با تسری دادن این گزاره اقتصادی به ساحت فرهنگ، می‌توان کلیدواژه «تعقیب تا پای نابودی» (chase to the bottom) را دنباله آن دانست. سرمایه‌داری با تکوین فرهنگ خاص خود، همه را موفق می‌خواهد، و اگر کسی موفق نشد، لابد خودش «تلاش» نکرده و هر چه به سرش آمده، از تنبلی بوده و بس. سرمایه‌داری با تولید امر موفقیت و بازتولید آن به دست رسانه‌های فرهنگی‌اش، این هژمونی را غالب کرده که اصل بر موفقیت فردی می‌چربد. ترسناک بودن این امر اشتباه، در آنجا است که به تعبیر سنیت «احساس مفید بودن به معنای مشارکت داشتن در چیزی است که برای باقی افراد اهمیت دارد» (سنیت، 1400: 158). بنا بر این، هر کس از امر موفقیت که اصلی پذیرفته شده در قاموس نحس سرمایه‌داری است سرپیچی کند، از اجتماع نیست، مطرود است و نباید احساس مفید بودن داشته باشد و شبیح بی‌فایده‌گی، تمام روحش را تسخیر می‌کند.

## زمینه روایی

«قصه مخصوصاً برای توضیح چیزهای غیرعادی مهم است» (میر، 1399: 121). ثروتمند شدن، موفق شدن و از هیچ به همه جا رسیدن، امری غیرعادی است و بهترین راه برای عادی جلوه دادن و آسان فهم کردن‌اش برای توده، همین تبدیل آن به قصه (story) و فراموش کردن تاریخ (history) است. برای تعریف انسان و ملموس کردن و تمیز دادنش از حیوان، از تعبیر و پسوندهای زیادی استفاده شده؛ حیوان اقتصادی، حیوان سیاسی، حیوان مدنی، حیوان مرگ‌اندیش. یکی از این صفات، حیوان قصه‌گو است. انسان قصه می‌گوید، قصه می‌شنود، قصه می‌سازد و می‌بافد و، ساده کنیم، قصه را دوست دارد. چرایی آن دلایلی دارد که موضوع بحث اکنون نیست. موفقیت نیز برای پذیرش از جانب همگان نیاز به قصه دارد. سیل زیاد خاطرات، فیلم‌ها،

داستان‌ها، مصاحبه‌ها و دیگر المان‌های فرهنگی که از زندگی افراد موفق ترسیم، تصویر، مکتوب، ثبت و ضبط می‌شود، همگی در راستای ساخت روایت برای زندگی افراد موفق و تبدیل آن به ابرروایت است تا به خورد انسان‌های «ناموفق» داده شود، تا آن‌ها نیز بپذیرند فقط کافی است که بخواهند و کار نشد ندارد. و «شمای» ناموفق نیز می‌توانید مثل «مای» موفق بشوید به شرطی که تجربه ما را گوش دهید. اما این روایت‌ها حقیقت را نمی‌گویند، شرایط زمینه‌ای و ساختاری را تحلیل نمی‌کنند و موفقیت را فقط به فرد و اقدامات او تقلیل می‌دهند. جی. مایو در بررسی عمیق و تطبیقی که از زندگی کارآفرینان و افراد موفق انجام داده، گزاره‌ای درست را بیان می‌دارد: «بافت و شرایط زمانی و مکانی دارای اهمیت شایانی است، چون بر ساختار فرصت‌ها در هر زمان اثر می‌گذارد» (جیو مایو، 1393: 29). روایت درست از زندگی افراد موفق باید بر اساس خوانش زمانی، مکانی، بافتاری، ساختاری و زمینه‌ای باشد. اگر نه، فقط خاطره است و بس که آن نیز با آب و تاب و استخدام نویسندگان در سایه، صرفاً شکل حقیقت به خود گرفته، با باطنی دروغین و پوشالی. باید حکم بدیو را پذیرفت: «مسئله نه بر سر خاطره، بلکه بر سر حقیقت است» (بدیو، 1396: 114). و برای فهم حقیقت باید از خاطره رد شد و وارد عرصه ساختار شد. مردم از هیچ به همه جا نمی‌رسند. به تعبیر گلدول: «ما به واقع به اصل و نسب و حامیان خود مدیونیم. این که ما، کی و در کجا بزرگ شده‌ایم مهم است. این که از چه فرهنگی آمده‌ایم و میراثی که از گذشتگانمان به ما رسیده است، الگوهای موفقیت ما را چنان شکل می‌دهند که حتی در تصورمان هم نمی‌گنجد. به عبارت دیگر این که بپرسیم افراد موفق چگونه‌اند کافی نیست. فقط با پرسش درباره این که آن‌ها از چه پیشینه‌ای آمده‌اند، می‌توانیم از منطقی که در پس هر موفق‌شدن یا نشدن نهفته است پرده برداریم» (گلدول، 1396: 23). بنا بر روایت جریان سرمایه‌داری، موفقیت یعنی ثروتمند شدن و انسان موفق یعنی پولدار و موفقیت از منظر جامعه‌شناختی، امری تماماً فردی شده. بنا بر این گزاره، «فرد»، موثر در موفقیت و مقصر در شکست است و ردپای عوامل اجتماعی و زمینه‌ای در این صحنه پاک شده و فرصت‌هایی که از طرف عوامل محیطی و پیرامونی به فرد داده می‌شود، نادیده می‌ماند.

## زمینه روان‌شناختی

نقطه آغازین بحث و اساساً عنوان نوشته حاضر بر مدار روان‌شناسی موفقیت می‌چرخد؛ امری که به زبان امروزی زرد شده و تا بحث‌های سطح پایین و دم دستی تقلیل یافته. از منظر تاریخی اطلاق صفت زرد به اواخر قرن 19 میلادی باز می‌گردد که به نوعی با پیشانی بحث ما در باب زمینه تاریخی ارتباط زیادی دارد. در آن زمان اخبار سطح پایین، بی‌ارزش و دم دستی که تا اندازه‌ای بازتاب زندگی ثروتمندان و قهرمانان مطلوب رویای آمریکایی بود، روی کاغذهای بی‌کیفیت و زرد چاپ و در سطح کلان منتشر می‌شد. روان‌شناسی موفقیت، امروز نیز همین روند را طی کرده. هر چند جنس کاغذهایش گاهی و رنگش زرد

نیست، اما محتوا همان است که بود. به عبارتی فقط فُرم آن تغییر کرده. همان گونه که پیشتر در بخش فرهنگی به احساس مفید بودن در نظام سرمایه‌داری و طرد شدن از آن اشاره شد، می‌توان دنباله بحث را این گونه پی گرفت. موفقیت از منظر روان‌شناسی مطلوب نظام سرمایه‌داری تبدیل به اتوریته شده و بنا بر حکم روان‌شناسی سیاسی، «فرد در مخالفت با اتوریته ضعیف است، اما گروه قوی است» (میلگرام، 1398: 139). پارادوکس سرمایه‌داری و طنز تلخ آن، همین است. جامعه باید فرد شود تا قوی به نظر برسد، فرد فقط، خودش باید تلاش کند، باید با الگو قرار دادن افراد موفق و با تبعیت گله‌ای از اصل موفقیت، در گروه راه پیدا کند. بسیاری از جوانب ظاهری و انضمامی انسان قابل بحث و بررسی دقیق نیست، چه رسد به ساحت‌های روانی، ذهنی، روحی و انتزاعی. روان‌شناسی موفقیت امور غیرممکن را با عادی‌سازی دروغین و حذف کردن عوامل زمینه‌ای، به فرد فرو می‌کاهد و اتوریته‌ای جذاب اما ترسناک می‌سازد که باید از موفقیت آن پیروی کرد، که اگر در آن مسیر مد نظر گام بر نداریم، محکوم به شکست هستیم. روان‌شناسی موفقیت، کار دیگری نیز انجام می‌دهد؛ خوشبینی را با امید مترادف می‌سازد. هر چند به قول /ایگلتون: «امید می‌تواند امری متعالی و اعتقادی باشد، و در عین حال چیزی پیش پا افتاده و بسیار روزمره» (ایگلتون، 1398: 109). اما با زرد شدن امید و تقلیل آن به خوشبینی، بدون توجه به بافتار و ساختار، هژمونی اراجیفی چون تو کار خودت را بکن و بخند تا دنیا به تو بخندد، بازتولید خواهد شد. پارادوکس این روان‌شناسی همین است؛ از یک طرف، مادرش؛ سرمایه‌داری ادعای رهایی و آزادسازی روح بشر را دارد و اسارت دولت و حکومت را نفی و رد می‌کند، از یک طرف، خود به چرخه و قفسی تبدیل می‌شود که به دنبال قربانی است. کریستوفر فرانک در داستان پادآرمان‌شهری‌اش؛ «میرا»، جهانی را تصویر می‌کند که همه باید بخندند. روان‌شناسی موفقیت نیز همین را می‌خواهد: همه باید موفق باشند، بدون دادن راه‌حل، بدون فراهم کردن زمینه و بدون برطرف کردن ایرادات ساختاری و بدون پر کردن شکاف‌های سیستماتیک.

### علیه روان‌شناسی موفقیت

همان گونه که در بخش ابتدایی جستار آمد، ایدئولوژی موفقیت امری تاریخی، به معنای ریشه‌ای بود که با پوست‌اندازی مارِ جریان سرمایه‌داری، امروز خوش خط و خال‌تر به نظر می‌رسد. هر چند جنبه‌های اقتصادی نئولیبرالیسم بسیار مورد نقد و بررسی قرار گرفته، اما عواقب فرهنگی آن، چندان به چشم نیامده؛ که این خود نیازمند بررسی مجزایی است. ترسناک بودن ایدئولوژی موفقیت، بخاطر جذاب بودنش برای قشر خاص و روشنفکر، و قشر عام و توده است. باید پذیرفت در زمانه نئولیبرال زندگی می‌کنیم و هژمونی آن، فراتر از نظریه گرامشی با شدت و بی‌رحمی بیشتری همه جانبه ما را مورد هدف قرار داده. به تعبیر مک‌گیگان: «هژمونی برای آنکه کارآمد باشد باید نه تنها در سطح فلسفی و نظری بلکه در سطح توده- عامه اعمال شود. در همین سطح توده- عامه یا فهم عام است که هر ایدئولوژی پیشگام، استقرار هژمونیک خود را در جامعه



مدنی به طور واقعی کسب می‌کند» (مک‌گیگان، 1400: 31). به عبارتی ایدئولوژی موفقیت هم با تکیه بر متون نظری و ساحت انتزاعی، هم به پشت‌گرمی جنبه‌های عملی، در سپهر انضمام صورت مصداقی حداکثری به خود گرفته.

جامعه‌پسا‌صنعتی با تاکید زیاد بر فردگرایی و بت‌سازی از فرد - و نه صرفاً سلبریتی‌سازی - فشار زیادی را بر مرئی‌سازی انسان‌ها وارد آورد. به عبارتی با توصیه‌ی همگانی به پیروی از امر موفقیت، ناخودآگاه انسان‌هایی که پیشتر وجود داشتند و زندگی می‌کردند، به یکباره یا باید از ایدئولوژی جدید پیروی می‌کردند یا باید حذف می‌شدند. فارغ از جنبه‌های آسیب‌زننده‌ی شخصی این جریان، که به طرد و انزوای انسانی راه خواهد برد، در عقیم‌سازی سیاسی و کشتن پتانسیل‌های انقلابی و رهایی‌بخشی توده‌ها نیز اثر به غایت بدی می‌گذارد. چول‌هال، متفکر کره‌ای که جنبه‌های روانی نئولیبرالیسم را بیشتر زیر ذره‌بین برده می‌نویسد: «مردمی که در ورطه‌ی جامعه در حال پیشرفت نئولیبرال فروغلتیده‌اند، به جای پرسش کشیدن جامعه و نظام، خود را در برابر این نظام مسئول و متعهد می‌دانند و در برابر آن احساس شرم می‌کنند» (چول‌هال، 1398: 15). که این شرم، از منظر فردی و شخصی شروع می‌شود و به بعد جمعی و توده‌ای می‌رسد؛ که صدا البته از نوع شرم انقلابی نیست، آنجا که مارکس می‌گوید شرم خشم بر خویشتن است. شرمی که پیرمرد آلمانی از آن حرف می‌زند، شرمی است که به اصلاح و رشد فردی برای انقلاب و تغییر جمعی می‌انجامد. شرم برساخته‌ی ایدئولوژی موفقیت اما انسان‌ها را رو در روی هم قرار می‌دهد تا برای امری سطح پایین در جاده‌ی موفقیت از هم سبقت بگیرند، ولو به قیمت سقوط در دره. فوکو پیش از رونمایی از اصطلاح آپاراتوس، از ایجابیت (dispositive) نام می‌برد؛ ایجابیتی که سوژه‌های انسانی را مجبور می‌کند تا حتی برخی مواقع، با اکراه و بر خلاف میل، و به حکم ضرورت کردارها و کارهایی را انجام بدهند تا از چرخه‌ی حیات بیرون نیفتند. ایدئولوژی موفقیت از ایجابیت گذر کرد و با ساخت آپاراتوسی به شدت غول‌پیکر، اذهان و افعال را لحظه به لحظه کنترل می‌کند. نگرستن به موفقیت و پرداختن به آن و سر در آوردن از آپاراتوسش، نیازمند لنز بزرگی است و باید منشوروار آن را دید. رویکرد تعیین مرکب (over determination) به پرداخت ریشه‌ای آن کمک می‌کند. بر اساس این رویکرد که وام گرفته از ادبیات نظری لویی آلتوسر؛ فیلسوف ساختارگرای مارکسیست است، باید برای فهم رویدادی، جوانب اقتصادی، فرهنگی، جامعه‌شناختی و ساختی و زیرساختی آن را واکاوی کرد. به عبارت دیگر، چند علت (cause) و دلیل (reason) دست به دست هم می‌دهند تا معلولی شکل بگیرد و کالبد پیدا کند. روان‌شناسی موفقیت نیز همین گونه است. باید برای فهم آن فراتر رفت. به تعبیر اشاف: «برای فهمیدن امکان‌هایی که پیش روی هر فرد وجود دارد، باید از قصه‌ی شخصی و محیط پیرامونش فراتر رویم و او را در خلال ساختارهای اقتصادی و سیاسی جامعه‌ای در نظر بگیریم که در آن زندگی می‌کند» (اشاف، 1396: 105). برای فهم موفقیت نیز

باید از فرد فراتر رفت و گول ظاهر آن را نخورد و با متر و معیار ماسکی، جابزی و دیگر انسان‌های موفق نظام سرمایه‌داری به موضوع نگاه نکرد. قصه زندگی این «موفق‌ها»، محصول کارخانه موفقیت‌سازی سرمایه‌داری است که فقط حس به اندازه کافی خوب نبودن را به انسان‌ها می‌دهد. انسان برای این که موفق باشد باید هفت خان‌های زیادی را پشت سر گذارد. موفقیت حاصل گرد هم آمدن مجموعه منظمی از موقعیت‌های مطلوب است. وقتی از منظر اقتصاد رفتاری؛ اسم، رنگ پوست، نژاد، قد و حتی وزن شما تاثیر زیادی در موفق شدن یا نشدن دارد، واضح است که نمی‌توان موفقیت را در اراجیف بسته‌بندی شده خلاصه کرد. شنیدن قصه جعلی سرگذشت انسان‌های موفق و ترسیم سرگذشت آن‌ها، فقط، داستانی است شیرین و نه، چیزی دیگر. چنگ زدن به ریسمان مارکس به جمع‌بندی کمک می‌کند. تعبیر و نقل قول‌های او، گزینشی است تا چینی منطقی علیه روان‌شناسی موفقیت بسازیم: «انسان برای آن که قادر باشد تاریخ را بسازد، می‌بایست در وضعی باشد که زندگی کند. اما زندگی کردن پیش از هر چیز مستلزم خوردن، آشامیدن، مسکن، پوشاک و چیزهای متعدد دیگری است» (مارکس، 1377: 52)، «آدمیان هستند که تاریخ خود را می‌سازند ولی نه آن گونه که دلشان می‌خواهد یا در شرایطی که خود انتخاب کرده باشند، بلکه در شرایط داده شده‌ای که میراث گذشته است و خود آنان به طور مستقیم با آن درگیراند. بار سنت همه نسل‌های گذشته با تمامی وزن خود بر مغز زندگان سنگینی می‌کند» (مارکس، 1393: 11). روش تحلیل مارکس از انسان آغاز نمی‌کند، بلکه از دوره اقتصادی مشخصی از جامعه آغاز می‌شود که شرایط و عوامل پیرامونی را در رشد و موفقیت و تاریخ‌سازی انسان به رسمیت می‌شناسد. اگر شرایط پیرامونی در نظر گرفته نشود، در بهترین حالت، شناخت از انسان، ناقص و فشل خواهد بود. برای موفق شدن انسان و پرش او، بزرگه‌هایی وجود دارد که در اصطلاح به آن «نقطه تحول» (tipping point) می‌گویند. این نقطه، حاصل بر هم رسیدن مجموعه‌ای از تغییرات یا رویدادهای کوچک انباشته شده است که به تغییر یا رویدادی بزرگ و مهم می‌انجامد. تا شرایط پیرامونی، ساختاری و زمینه‌ای فراهم نشود، قرار نیست تخته‌ای برای پرش و موفقیت ساخته شود. اما باید دست روی دست گذاشت و ناامید بود؟ نه! آیا بنابر خوانش مارکسی، انسان بی‌اختیار است؟ خیر! بنا بر رای انگلس در آنتی‌دورینگ/ش: «این که انسان کاملاً بی‌اختیار است، ناشی از تکرار تحریف مارکس به دست دورینگ است» (ریز، 1396: 59). ما تاریخ خود را می‌سازیم، اما در درجه اول، تحت شرایط و مقدمات کاملاً مشخص. در بین این شرایط است که اقتصاد در نهایت، عامل تعیین کننده است. ساختار باید مهیا باشد و شرایط و پیش‌زمینه‌ها نیز هم. انسان حرکت خواهد کرد، چرا که «آدمی در حقیقت کاری جز تولید حرکت نمی‌کند» (مارکس، 1387: 209). برای راه افتادن موتور محرک و رسیدن به موفقیت و رشد و تعالی، باید سوخت فراهم شود. تا ساختار لنگ بزند، قرار نیست با مرتب کردن تخت خواب و برگردان پنیر جابجا شده، اتفاق خاصی رخ دهد. نمی‌شود قورباغه را قورت داد. نظام سلطه و قورباغه نئولیبرال، خیلی وقت است ما را قورت داده.



## منابع:

- اشاف، نیکول، *پیامبران جدید سرمایه*، رسول قنبری، تهران: ترجمان، 1396، چ اول.
- ایگلتون، تری، *امید بدون خوشبینی*، معظم وطن خواه و مسعود شیربچه، تهران: گستره، 1398، چ اول.
- بدیو، الن، *فرضیه کمونیسم*، مراد فرهادپور و صالح نجفی، تهران: مرکز، 1396، چ اول.
- جی. ماجیو، آنتونی، *عصر آفرینان*، امیر توفیقی، تهران: رسا، 1393، چ سوم.
- چول‌هال، بیونگ، *روان‌سیاست: نئولیبرالیسم و فناوری‌های جدید قدرت*، مصطفی انصافی، تهران: لوگوس، 1398، چ اول.
- فروم، اریک، *داشتن یا بودن*، اکبر تبریزی، تهران: فیروزه، 1395، چ پانزدهم.
- ریز، جان، *بازخوانی انگلس*، روزبه آقاجری، تهران: چشمه، 1396، چ اول.
- سنت، ریچارد، *فرهنگ سرمایه‌داری نو*، امیرحسین سادات، تهران: شیرازه، 1400، چ اول.
- گلدول، مالکوم، *داستان موفقیت نخبگان*، نوشین طیبی، تهران: نیلوفر، 1396، چ اول.
- مازوکاتو، ماریانا، *دولت کارآفرین*، حمید پاداش و علی نیکونستی، تهران: چشمه، 1395، چ اول.
- مارکس، کارل و فردریش انگلس، *ایدئولوژی آلمانی*، تیرداد نیکی، شرکت پژوهشی پیام پیروز، 1377، چ اول.
- مارکس، کارل، *دست‌نوشته‌های اقتصادی و فلسفی 1844*، حسن مرتضوی، تهران: آگه، 1387، چ چهارم.
- مارکس، کارل، *هیجدهم برومر لئوی ناپلئون*، باقرپرهم، تهران: مرکز، 1393، چ هفتم.
- مک‌گیگان، جیم، *فرهنگ نئولیبرال*، نریمان افشاری، تهران: همشهری، 1400، چ اول.
- میر، فردریک دبلیو، *روایت و کنش جمعی*، الهام شوشتری‌زاده، تهران: اطراف، 1399، چ اول.
- میلگرام، استانلی، *اطاعت از اتوریته*، مهران پاینده و عباس خداقلی، تهران: اختران، 1398، چ دوم.
- هیرشمن، آلبرت، *هواهای نفسانی و منافع: استدلال‌های سیاسی به طرفداری از سرمایه‌داری پیش از اوج‌گیری*، محمد مالجو، تهران: شیرازه، 1379، چ اول.