

---

---

# هنر عشق ورزیدن

---

---

اریک فروم

ترجمه‌ی

پوری سلطانی

با گفتاری از مجید رهنما



انتشارات فروارید

## فهرست

- پیش‌گفتار ..... ۵
- آیا عشق ورزیدن هنر است؟ ..... ۹
- نظریه‌ی عشق ..... ۱۵
- عشق و انحطاط آن در جامعه‌ی معاصر غرب ..... ۹۹
- تمرین عشق ..... ۱۲۵
- سخنی درباره‌ی نویسنده ..... ۱۵۵

## آیا عشق ورزیدن هنر است؟

آیا عشق هنر است؟ اگر هنر باشد آیا به دانش و کوشش نیازمند است؟ آیا عشق احساسی مطبوع است که درک آن بستگی به بخت آدمی دارد، یعنی چیزی است که اگر بخت یاری کند، آدمی بدان «گرفتار» می‌شود؟ مباحث این کتاب کوچک مبتنی بر پرسش اول است، در صورتی که امروز بدون شک اکثر مردم به تعبیر دوم بیشتر معتقدند.

این بدان معنی نیست که مردم عشق را مهم نمی‌انگارند؛ مردم تشنه‌ی عشقند، فیلم‌هایی که مردم درباره‌ی داستان‌های عاشقانه‌ی شاد یا غم‌انگیز می‌بینند بی‌شمار است، مردم به صداها آواز مبتذل عاشقانه گوش می‌دهند. با وجود این به ندرت کسی این اندیشه را به دل راه می‌دهد که در عشق نیاز به آموختن نکته‌ها و چیزها دارد.

اساس این رویه‌ی عجیب مقدماتی چند دارد که هر یک، به تنهایی یا همگی مشترکاً، آن را تأیید می‌کنند. مشکل بسیاری از مردم در وهله‌ی نخست این است که دوستشان بدارند، نه اینکه خود دوست بدارند یا استعداد مهر ورزیدن داشته باشند. بدین ترتیب، مسئله‌ی مهم برای آنان این است که چه‌سان دوستشان بدارند و

چگونه دوست‌داشتنی باشند. پس راه‌هایی چند برمی‌گزینند. تا به این هدف برسند. از جمله می‌کوشند، تا به اقتضای موقعیت اجتماعی‌شان، مردمانی موفق صاحب قدرت و ثروت باشند و این در مورد مردان بیشتر صادق است. زنان بیشتر می‌کوشند تا با پرورش تن، جامه‌ی پرازنده و غیره آراسته و جالب بنمایند. هر دو گروه سعی می‌کنند با رفتاری خوشایند و سخنانی دل‌انگیز و با فروتنی و یاری به دیگران و خودداری از رنجاندن آنان، خود را در دل مردم جای دهند. زنان و مردان برای محبوب شدن همان راه‌هایی را برمی‌گزینند که معمولاً برای موفق شدن، «جلب دوستان بیشتر و نفوذ در مردم» توصیه می‌شود. درحقیقت، آنچه اغلب مردم در فرهنگ امروزی ما از محبوب بودن می‌فهمند، اساساً معجونی است از مردم پسند بودن و جاذبه‌ی جنسی.

علت اینکه می‌گویند در عالم عشق هیچ نکته‌ی آموختنی وجود ندارد، این است که مردم گمان می‌کنند که مشکل عشق مشکل معشوق است، نه مشکل استعداد. مردم دوست داشتن را ساده می‌انگارند و برآنند که مسئله تنها پیدا کردن یک معشوق مناسب - یا محبوب دیگران بودن است - که به آسانی میسر نیست. این طرز تفکر دلایلی چند دارد که گسترش اجتماع کنونی ما سرچشمه‌ی آنهاست. از آن جمله است تحولی که در مورد انتخاب معشوق در قرن بیستم به وجود آمده است. در عهد ویکتوریا، همانند بسیاری از فرهنگ‌های باستانی، عشق یک احساس بی‌پیرایه و شخصی نبود که احتمالاً در آینده به ازدواج منجر شود. برعکس، ازدواج برحسب رسوم متداول زمان انجام می‌گرفت؛ یعنی به وسیله‌ی خانواده‌ی طرفین، یا به وسیله‌ی دلالت‌ها. گاه نیز ازدواج، بدون دخالت واسطه‌ها، مطلقاً بر اساس ملاحظات اجتماعی صورت می‌گرفت و عشق

می‌بایست بعد از ازدواج به وجود آید. از سه چهار نسل گذشته به این طرف، مفهوم عشق «رومانتیک» در دنیای غرب عمومیت یافت. در ایالات متحده، گرچه هنوز ملاحظات و سنت‌های گذشته به کلی از بین نرفته است، باز می‌بینیم که مردم به‌طور روزافزون به دنبال «عشق رومانتیک» می‌گردند، یعنی می‌خواهند شخصاً عشق خود را بیابند و آن را به ازدواج منتهی کنند. این مفهوم تازه آزادی در عشق معشوق را، در قبال کنش عشق، اهمیت بسیار بخشیده است.

در اینجا جنبه‌ی دیگری که بستگی نزدیک با عامل فوق دارد، و باز از خصیصه‌های فرهنگ معاصر است، مطرح می‌شود. اساس فرهنگ ما ولع خریدن و مبادله است. مبادله‌ای که برای طرفین مطلوب باشد. خوشبختی انسان امروز در لذت تماشای مغازه‌ها و خرید اجناس آن، به نقد یا به اقساط، خلاصه می‌شود. زن و مرد دیگران را نیز با همین دید می‌نگرند. برای مرد یک زن جالب - و برای زن، یک مرد جالب - همان غنیمتی است که هر یک از آنان در جستجوی آن است. «جالب» معمولاً یعنی یک مشت صفاتی که مردم آنها را می‌پسندند و در بازار شخصیت خریدارشان هستند. آنچه به طور مشخص آدمی را از نظر جسمی و عقلی جالب می‌سازد، بستگی به آن دارد که چه صفاتی باب روز باشد. بین سال‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰، دختری که سیگار می‌کشید و مشروب الکلی می‌نوشید و خشونت و جاذبه‌ی جنسی داشت، در نظر مردان جالب بود؛ امروز اقتضای روز حجب و علاقه به زندگی خانوادگی است. در اواخر قرن نوزدهم و آغاز قرن بیستم، مردم بایستی پرخاشگر و جاه‌طلب باشند - درحالی‌که امروز باید اجتماعی و صبور باشند - تا «کالای جالبی» بنمایند. به هر صورت احساس عاشق شدن معمولاً با توجه به این حقیقت به وجود می‌آید که چه کالای انسانی در دست داریم و