

خویشاوندگرایی و نیز روابط مبتنی بر برخورد های شخصی و عاطفی، یکی از ویژگی های بارز فرهنگی در ایران به شمار می رود. با توجه به میزان گستردگی و فراگیری این پدیده، می توان آن را به جرأت در زمره بارزترین الگوهای فرهنگی به حساب آورد. تأثیر ذهنیت خویشاوندی به صورت نهادی شده و در سطوح مختلف، قابل مشاهده است. چرا که این گرایش، طیف وسیعی از رفتارهای اجتماعی و روابط افراد و گروه ها را در ابعاد گوناگون تعیین می کند. از این رو برای شناخت بهتر این جنبه از فرهنگ خویشتن، ابتدا مفهوم خویشاوندگرایی در جامعه شناسی مورد توجه قرار گرفته و سپس با آوردن شاهد مثال هایی چند، تأثیر عمیق و پیامدهای آن در زمینه های مختلف اجتماعی و ابعاد گوناگون رفتاری و ذهنی، از نظر گذرانده می شود و در پایان به آثار احتمالی منفی آن در توسعه جامعه، اشاره می شود.

نخستین پرسشی که در این زمینه مطرح می شود، این است که گرایش های خویشاوندی یعنی چه و روابط اجتماعی مبتنی بر خویشاوندی ها و آشنایی ها از چه مقوله ای است؟ برای روشن شدن مطلب، بحث خود را با مثالی شروع می کنیم: فرض کنید دولت از طریق رسانه های گروهی اعلام کند که عرضه یکی از کالاهای مصرفی در بازار کاهش یافته است و از شهروندان بخواهد که از خرید بیش از حد نیاز، خودداری کنند تا عموم شهروندان بتوانند احتیاج خود را برطرف سازند. هم چنین ضمن اعلام این که اقداماتی از سوی دولت برای رفع کمبود یادشده در جریان است، از مردم بخواهد در این مدت، کمی صرفه جویی کنند. فکر می کنید واکنش مردم به چنین اعلامیه و تقاضایی از سوی دولت چه خواهد بود؟ تا آنجا که به خاطر داریم و از اظهار نظر افراد مسن تر برمی آید، معمولاً در چنین مواقعی اکثر مردم برای خرید کالای کمیاب هجوم می آورند و نه تنها کم تر از نیازشان نمی خورند، بلکه چندین برابر آن را به طرق گوناگون تهیه و انبار می کنند که البته این امر، خود به تشدید کمبود می افزاید. جالب این جا است که همان کسانی که با زحمت فراوان کالای کمیاب را تهیه کرده اند، در صورتی که دوستان و آشنایانشان موفق به تهیه آن نشده باشند، با میل و رغبت و چه بسا با تعارف و اصرار، مقداری از آن کالای کمیاب را در اختیار آنها قرار می دهند. شاهد زنده این رفتار را می توان روزانه در عملکرد رانندگان اتوبوس که دوستان و آشنایان خود را خارج از ایستگاه سوار و پیاده می کنند و با این کار مقررات را نادیده می گیرند، مشاهده کرد.

حال این سؤال پیش می آید که چرا ایرانیان اغلب به تقاضای دولت درباره رعایت حال شهروندان و یا مقررات موجود واقعی نمی گذارند، اما به خواست ها و نیازهای کسانی که می شناسند، توجه می کنند و از خود حساسیت نشان می دهند؟ به این سؤال می توان از دیدگاه های متفاوتی نگریست و جواب های گوناگونی داد. از قبیل عدم اعتماد تاریخی ایرانیان نسبت به دولت ها و قوانین رسمی یا گرایش به احتکار و گردآوری غذا برای روز مبادا به علت تجربه قحطی و... اما از دیدگاه جامعه شناختی، با توجه به واقعیت های موجود، حضور چنین پدیده ای را در ایران می توان با مراجعه به برتری ذهنیت خویشاوندی به گرایش شهروندی یا غلبه قوم مداری بر جامعه مداری که از ویژگی های جوامع سنتی است، تعبیر و تفسیر کرد.

تقسیم جوامع به دو گروه بزرگ سنتی و صنعتی از

تقسیم بندی های رایج در جامعه شناسی است. برای توضیح این پدیده از واژگان و مفاهیم مختلف استفاده می کنند. مثلاً دورکیم (۱) جوامع را به دو گروه بر مبنای «هم بستگی مکانیکی» (۲) و «هم بستگی ارگانیکی» (۳) تقسیم می کند. تونیز (۴) برای بیان همین مطلب از عناوین «اجتماع» (۵) و «مؤسسه» (۶) استفاده می کند و رابرت ردفیلد (۷) این دو مقوله را «جامعه قومی» (۸) و «جامعه شهری» (۹) می نامد. درباره ویژگی ها و تفاوت های این دو مقوله، مطالب و مباحث فراوانی مطرح شده است که پرداختن بدان ها از حوصله این نوشته خارج است. ما در این جا فقط به تشریح جنبه ای از این مبحث اکتفا می کنیم: جوامع سنتی یا به تعبیر ردفیلد جوامع قومی و به بیان تونیز، اجتماع و به زبان دورکیم ساختار هم بستگی مکانیکی، در مقایسه با نوع دوم، جوامعی هستند که به طور عمده تحت تأثیر سنت ها قرار دارند و روابط اجتماعی در آنها بیشتر مبتنی بر عواطف و برخوردهای شخصی است. در این گونه جوامع مردم خود را به شدت مقید به رعایت سنن و هنجارهای فرهنگی می دانند و قوانین (رسمی) در قیاس با سنت ها از اهمیت چندانی برخوردار نیستند. (۱۰)

عوارض و پیامدهای خویشاوندگرایی در ایران

پدیده مورد بحث، یعنی کم توجهی یا بی توجهی اکثریت مردم به درخواست دولت به عنوان یک مرجع رسمی برای رعایت حال شهروندان و در مقابل، حساسیت آنان در قبال وضع خویشاوندان و دوستان نزدیک، در چارچوب چنین نظریه ای قابل تعبیر و تفسیر است. از مشاهدات عینی امور و روابط روزمره مردم چنین برمی آید که ایرانیان معمولاً روابط اجتماعی خود را بر مبنای آشنایی ها و روابط شخصی و غیر رسمی استوار می کنند و بر مبنای همین روابط، کارها را سامان می دهند. همان طور که می دانیم، این نوع ذهنیت بر اساس تقسیم بندی جامعه شناسان از جوامع، از خصوصیات جوامع سنتی است. ذکر مثالی از روابط اجتماعی روزمره در ایران، موضوع را روشن تر می کند.

همه می دانیم که کم کاری و روحیه کم توجهی به ارباب رجوع در ادارات دولتی، شایع است و به همین دلیل، مسئولان کشور بارها بر لزوم اصلاحات اداری تکیه کرده اند و بحث های فراوانی در رسانه های گروهی در این باب انجام می شود؛ اما اگر ارباب رجوع یک کارمند به اصطلاح «کم کار و بی توجه»، یک دوست یا آشنا و یا حتی یک هم کلاسی قدیمی باشد، کارمند مزبور بلافاصله کار او را به جریان می اندازد و حتی ممکن است به اصطلاح، از خودش مایه نیز بگذارد. در این مثال، برتری تمایلات قوم مداری و احساس وفاداری به آشنایان و بیگانگی با مفهوم شهروندی را می توان به خوبی مشاهده کرد.

چنین روحیه ای ایجاب می کند که فرد، افرادی را که به طور خصوصی نمی شناسد و به نحوی با آنها رابطه عاطفی ندارد، جزو انسان های قابل توجه به حساب نیاورد. مصادیق دیگر این طرز فکر را می توان در بی توجهی به مقررات راهنمایی و رانندگی و عدم گذشت و ناشکیبایی در قبال عابران و سایر رانندگان از یک سو و تعارف ها و تشریفات بیش از حد در مهمانی ها و روابط دوستانه از سوی دیگر، به وضوح ملاحظه کرد. (۱۱) اگر بخواهیم در تأیید این مطلب، به مصادیق بیشتری اشاره کنیم و موارد مختلفی را که مؤید این خصوصیت ما ایرانیان است، برشماریم بحث به درازا می کشد. ولی آنچه گفته شد ما را به یک اصل راهبری می کند و آن این که به طور کلی در ذهنیت ایرانی، علایق

قومی
قانون
و صنعت
صنعتی
غالباً
از چ
چنین
دولت
کافر
پیش
«ج
گذ
نید

رو
بر
م

قومی و خویشاوندی بر نگرش شهروندی که مبتنی بر قانونمداری و ترجیح مصالح جمعی یا دستکم منافع طبقاتی و صنفی است، برتری دارد. اگر هم وفاداری یا آگاهی طبقاتی یا صنفی مشاهده شود، چه بسا تجلی چندانی نداشته و یا اغلب در سایه همان روابط شخصی، معتبر گردد.

رواج چنین نگرشی در جوامعی غیر از جوامع پیشرفته صنعتی، بدون دلیل نیست. از آنجا که در جوامع سنتی، حاکمان غالباً پادشاهان بوده‌اند و اکثریت مردم معمولاً نه اطلاع چندانی از چند و چون حاکمیت داشته‌اند و نه علاقه و نفعی در داشتن چنین اطلاعی حس می‌کردند؛ لذا احساس تعلق به کشور و دولت در آن‌ها چندان قوت نگرفت و ذهنیت شهروندی، رشد کافی نکرد. احساس شهروندی از ویژگی‌های مردم جوامع پیشرفته صنعتی است. اما در جوامع به اصطلاح «جهان سوم» یا «جنوب»، احساس خویشاوندی و تعلقات عشیرتی و قومی که از گذشته به ارث رسیده، به رغم تغییرات وسیع و نیمه صنعتی و نیمه مدرنیستی، به قوت خود باقی است.

وقتی ما ایرانیان به کشورهای غربی سفر می‌کنیم، مشاهده روابط خشک و جدی آنان، در ما احساس ناخوشایندی برمی‌انگیزد و حتی آن‌ها را به بی‌عاطفگی و بی‌احساسی متهم می‌کنیم. دلیل این امر آن است که ما روابط اجتماعی را فقط در چارچوب روابط عاطفی و شخصی، معتبر و مطلوب می‌دانیم. این احساس به حدی نیرومند است که تصور این که روابط اجتماعی می‌تواند بر مبنایی دیگر استوار باشد، برایمان دشوار و حتی غیرقابل قبول به نظر می‌رسد. با این که انضباط حاکم بر جامعه و برتری «ضوابط» بر «روابط» در تخصیص و توزیع منابع در جوامع غربی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد و تحسین ما را برمی‌انگیزد، با این حال نمی‌توانیم از متهم کردن آنان به بی‌عاطفگی دست برداریم و به خود بقبولانیم که آن نظم و انضباط در خور تحسین، امری جدا و مستقل از آن روابط به اصطلاح خشک و بی‌روح نیست. دشوار است بپذیریم که نوع دیگری از روابط اجتماعی جز آن که ما مطلوب می‌دانیم نیز می‌تواند وجود داشته باشد که بر مبنای آن، جوامعی بزرگ و پرتحرک و قدرتمند پدید آید. این جوامع از جوامع نوع دوم است که جامعه‌شناسان از آن به عنوان جوامع صنعتی یاد می‌کنند.

از نکات جالب در این زمینه آن است که روشن‌فکران و تحصیل‌کرده‌های ما و حتی آن‌هایی که تحصیلات خود را در غرب به انجام رسانده‌اند و غالباً مناسبات اجتماعی غربی را ترجیح می‌دهند و تجویز می‌کنند، خود کم و بیش دارای تمایلات خویشاوندگرایی هستند. همین قشر تحصیل‌کرده که بخش اعظم مراکز حساس سازمان‌های دولتی را اشغال می‌کند، چه بسا مقررات را جدی نمی‌گیرد و با تکیه بر ارتباطات شخصی و آشنایی‌ها، به رتق و فتق امور می‌پردازد و نه تنها در این کار عیبی نمی‌بیند، بلکه اعمال خود را با این استدلال که کارها را طبق ضوابط فرهنگی رایج انجام می‌دهد، توجیه می‌کند.

در این جا، صحبت بر سر حسن یا قبح این نوع ذهنیت نیست؛ اما همین قدر می‌توان گفت که با توجه به بارز بودن چنین خصوصیتی در میان ایرانیان، همیشه زمینه استفاده و یا سوءاستفاده از آن مهیاست. در عمل نیز از آن به نحو مطلوب و یا نامطلوب بهره‌برداری شده است. مثلاً چه بسیاری مدیرانی که برای پیشبرد کارهای سازمان، با کارکنان خود روابط شخصی و عاطفی ایجاد می‌کنند و در این کار نیز موفق می‌شوند. بارها دیده

و شنیده می‌شود که بسیاری از کارگران یا کارمندان سازمانی یا اداره‌ای می‌گویند: ما به خاطر فلانی این همه زحمت می‌کشیم. از سوی دیگر، این احتمال نیز وجود دارد که از این حربه نه در جهت پیشبرد اهداف سازمان، بلکه برای تأمین منافع شخصی استفاده شود. این واقعیتی است که بارها اتفاق افتاده است و می‌افتد. این عارضه را در بخش‌های اداری می‌توان به صورت برقراری روابط شخصی میان بعضی کارکنان برای سوءاستفاده از موقعیت اداری و نادیده گرفتن ضوابط قانونی مشاهده کرد. مثلاً کارمندی با مسئول حضور و غیاب، طرح دوستی می‌ریزد و با او رابطه شخصی برقرار می‌کند. در ضمن، مسئول حضور و غیاب، غیبت آن فرد را نادیده می‌گیرد و این رفتار را در عالم رفاقت مجاز و مشروع می‌شمارد. در سایر بخش‌ها نیز می‌توان مشابه چنین رفتارهایی را به خوبی دید. مثلاً بسیار شنیده‌ایم که فردی با برپا کردن دفتر یا دکه‌ای در گوشه‌ای، به تدریج با اصناف و کسبه محل از در رفاقت وارد می‌شود و آن‌چنان رفتار خوب و دوستانه‌ای از خود نشان می‌دهد که اعتماد همه را جلب می‌کند و پس از مدتی در سایه همین اعتماد و دوستی، پول‌های کلانی قرض می‌کند (بدون آن که مدرکی داده باشد) و ناگهان ناپدید می‌شود. اصولاً در جوامع سنتی، روابط اجتماعی حالتی گنگ و مبهم دارد و رفتارها و فعالیت‌های مربوط به همکاری و هم‌یاری و دستگیری از نیازمندان، پراکنده و نامشخص است. این امر در مورد ایران که امور خیریه پیوسته به شکل مستقیم و شخصی (مردم به مردم) بوده است، صدق می‌کند. با این که دستگیری از مستمندان به اشکال گوناگون وجود دارد، اما این کمک‌ها پیوسته جنبه شخصی دارد و از طریق فرد به طور غیررسمی انجام می‌شود و نه از طریق مؤسسه‌ای یا مقررات رسمی و تشکیلات و نظم اداری.

ما هیچ‌گونه اطلاعات آماری از میزان حمایت مردم از مردم و دستگیری از مستمندان در دست نداریم. در حالی که همه مطمئن هستیم که این کار در سطح وسیعی صورت می‌گیرد؛ چه در غیر این صورت طی سال‌های اخیر، عوارض ناشی از جنگ، بیکاری، بی‌سرپرستی و تورم روزافزون و شرایط مشقت‌بار زندگی می‌توانست بحران‌های اجتماعی خطرناک و فجایع انسانی وحشتناکی به بار آورد. به جرأت می‌توان گفت این کمک‌های مردم به مردم بوده که به میزان معتناهایی از بروز چنین فجایعی جلوگیری کرده است. اما به رغم همه این‌ها، مسلم است که ما ایرانی‌ها به این امر مهم اجتماعی نیز از دیدگاه روابط شخصی می‌نگریم و به آن‌هایی کمک می‌کنیم که می‌شناسیم، نه به آن‌هایی که با ما بیگانه‌اند. به تعبیر دیگر، انسان محتاج به شکل انتزاعی برای ما وجود خارجی ندارد و کمک به افراد نیازمند از طریق مؤسسات عمومی (رسمی) در نظر ما غیرعادی و نامأنوس جلوه می‌کند.

از عوارض دیگر غلبه ذهنیت خویشاوندی و روابط مبتنی بر برخورداری چهره به چهره، کم‌بودن شانس موفقیت و انجام کارها به وسیله تلفن است. اگر کاری در اداره‌ای داشته باشید، با مراجعه شخصی، بهتر می‌توانید آن را انجام دهید تا از طریق تلفن. ایرانیان به ناآشنایان چندان وقعی نمی‌گذارند تا چه رسد به این که صورت این ناآشنا را ببینند و فقط صدایش را بشنوند. این است که در انجام کارهای اداری، تلفن کاربرد وسیعی ندارد. در راستای همین موضوع می‌توان به رواج انجام کارها از طریق آشنا با به اصطلاح «پارتی بازی»، اشاره کرد. پارتی بازی شایع است،

● ذهنیت ایرانی،
علاقه قومی و
خویشاوندی بر
نگرش شهروندی
که مبتنی بر
قانونمداری و
ترجیح مصالح
جمعی یا دستکم
منافع طبقاتی و
صنفی است،
برتری دارد.

زیرا مردم به تجربه دریافته‌اند که اگر از طریق آشنایی معرفی شده باشند، کارشان بهتر و سریع‌تر انجام می‌شود. برعکس، در مواردی که ارباب رجوع با کارمند سابقه آشنایی ندارد و یا کسی او را معرفی نکرده است، انجام سریع و مطلوب کارها حتی کارهای بسیار معمولی و عادی، چندان معمول نیست.

خویشاوندگرایی و توسعه

از آن‌چه گفته شد، نباید نتیجه گرفت که ایرانیان یک‌سره اسیر سنت‌ها هستند و یا این که جامعه ما، جامعه‌ای کاملاً سنتی است و دستاوردهای تمدن جدید را عملاً نفی می‌کند. هم‌چنین قصد بر این نبوده است که ادعا شود چنین الگوی ذهنی و رفتاری، مطلقاً نامطلوب است و هیچ‌گونه کارکرد مثبت ندارد. منظور این است که به این جنبه از فرهنگ ما به علت اهمیتی که دارد، عنایت داشته باشیم.

اصولاً مفهوم خویشاوندی یا «قبیله» به زعم دیل ایکلمن در خاورمیانه به عنوان گوناگون به کار گرفته می‌شود. یکی از آن‌ها استفاده عملی آن است و آن مقوله‌ای است که شامل ملاحظات تحلیلی که افراد قبیله‌ای به طور ضمنی به کار می‌گیرند، می‌باشد و راهنمای رفتارهای روزمره و ارتباط با گروه‌های اجتماعی است. جنبه عملی مفهوم قبیله یا خویشاوندی، نشان‌گر هویت اجتماعی است که در اعمال اجتماعی انعکاس پیدا می‌کند. اغلب، مشاهده این قبیل اعمال برای انسان‌شناسان مشکل است. چرا که از طرفی خود افراد بومی ایده مشخصی از این نوع رفتارها در شرایط مختلف ندارند و از طرف دیگر، هم‌سویی رفتارها بر مبنای چنین هویتی، برحسب شرایط تغییر می‌کند. از این رو معمولاً افراد از حضور چنین الگوهای رفتاری و ذهنی خویش ناآگاهند. با این حال وفاداری‌های قومی، قبیله‌ای و خویشاوندی و چه‌گونگی اعمال و پیامدهای آن‌ها در بسیاری از موارد حساس مثل ازدواج، موضع‌گیری‌های سیاسی، تقسیم و تعلق املاک و استراتژی دوستی‌ها، تعیین‌کننده است. در چنین دیدگاهی است که ما خویشاوندگرایی را به عنوان یک الگوی غالب رفتاری و فکری در ایران از نظر گذرانیم. وانگهی چون این گرایش به علت طبیعت و تأثیر عمیق آن می‌تواند برای توسعه، به ویژه اجرای برنامه‌های اصلاحی جامعه مانعی جدی باشد، از این رو بخش پایانی این نوشته را به توضیح مختصری در این باره اختصاص می‌دهیم.

صرف نظر از این که پدیده خویشاوندگرایی را با چه واژه‌ای بیان کنیم، حضور آن حاکی از ذهنیتی است که افراد و انسان‌ها را به دو مقوله «خودی» و «غیرخودی» تقسیم می‌کند و روابط اجتماعی را بر همین مبنا سازمان می‌دهد. اگر این گرایش فقط به نزدیکی زیاد به دوستان و داشتن روابط عاطفی با آنان و کمک به آشنایان و امثال آن ختم می‌شد، اشکالی پیش نمی‌آمد. اما از آن‌جا که چنین نگرشی به سایر حوزه‌های اجتماعی و سیاسی تعمیم داده می‌شود، لذا در بعضی موارد ممکن است برای جامعه، بسیار گران‌بار یا حتی مصیبت‌بار باشد.

برای نمونه می‌توان گفت که روابط مبتنی بر آشنایی‌ها در ادارات دولتی، از کارایی سازمان‌ها می‌کاهد و به اتلاف وقت و انرژی معتابیهی می‌انجامد و یا مشارکت اجتماعی را با مشکل جدی روبه‌رو می‌سازد. از آن‌جا که وفاداری‌ها و انگیزه کار مثل بسیاری از موارد دیگر در چارچوب تقسیم افراد و گروه‌ها به خودی و غیرخودی صورت می‌گیرد، چنین نگرشی انجام کارها را

با خلوص نیت و با تمام قوا، مشروط به روابط شخصی فرد با مدیر می‌کند و در صورت عدم وجود چنین رابطه‌ای، مشارکت در امور و دل بستن به کار حالتی صوری به خود می‌گیرد. از آثار منفی دیگر آن که ممکن است مانعی در راه توسعه کشور تلقی شود، حضور و تشدید احساس عدم اعتماد نسبت به غیرخودی‌هاست. این احساس نیز وقتی در سطحی وسیع حضور داشته باشد، از همکاری افراد و گروه‌ها با یکدیگر می‌کاهد و در نهایت، کارایی سازمان‌ها را تقلیل می‌دهد.

گرایش خویشاوندگرایی در زمینه توسعه اجتماعی ایران نیز می‌تواند یک پیامد منفی مهم دیگر داشته باشد. همان‌طور که می‌دانیم، در راستای گرایش به خویشاوندگرایی در جوامع سنتی، گرایش به توزیع و کسب موقعیت‌های اجتماعی بر مبنای روابط خانوادگی، قومی، نژادی و... نیز فزونی می‌یابد و از آن‌جا که توزیع امتیازات، پاداش‌ها و انتصاب افراد به مشاغل بر مبنای شایستگی و تخصص، از پیش نیازهای توسعه است، چه بسا به علت کسب موقعیت‌ها و پست‌ها بر اساس روابط، افرادی غیرمتخصص و ناآگاه در مسندهایی قرار گیرند که مهارت‌هایشان با مهارت‌های لازم برای انجام کار، سنخیت نداشته باشد. همین امر، خود به از هم‌پاشیدگی، عدم کارایی و بی‌نظمی سازمان منجر می‌شود که در نهایت، هم‌چون ترمزی برای توسعه جامعه عمل می‌کند. البته غیرممکن است که بتوان از میزان و گستردگی چنین پدیده‌ای در ایران اطلاعات دقیقی کسب کرد. ولی قدر مسلم این است که به علت گستردگی گرایش خویشاوندگرایی، ممکن است این‌جا و آن‌جا چنین اتفاقاتی رخ دهد. چنین حالتی در هر جامعه‌ای می‌تواند زیان‌بار باشد، زیرا که رجحان فایلی شدن آشنایان در اختصاص امتیازها ولو جزئی، به ایجاد و گسترش احساس بی‌عدالتی در جامعه می‌انجامد و چون احساسی که افراد دارند و برداشتی که از شرایط می‌کنند، نهایتاً بر رفتارهایشان اثر می‌گذارد و چون این اثر غالباً نامتناسب با واقعیت‌های موجود می‌باشد، یعنی میزان احساس بی‌عدالتی به مراتب قوی‌تر و شایع‌تر از خود بی‌عدالتی‌های موجود است، این موضوع خود به احساس بیگانگی با نظام می‌انجامد. رواج چنین احساسی در جامعه‌ای که برای توسعه و اجرای برنامه‌های اصلاحی سازندگی، به مشارکت آحاد مردم نیازمند است، می‌تواند در درازمدت بسیار زیان‌بار باشد. □

پانوش:

- 1 - Durkim
- 2 - Mechanical sohdarity
- 3 - Organic sohdarity
- 4 - Tonnies
- 5 - Gemair schaft
- 6 - Gessel schaft
- 7 - Robert Redfield
- 8 - Felk society
- 9 - Urban society

J.E. Goldto. pe:

"The sociology of the Thirdworld" Cambridge Univ. press. Cambridge, 1975

۱۱ - داریوش شایگان، آسیا در برابر غرب، موسسه انتشارات امیرکبیر، تهران ۱۳۵۶، ص ۱۳۵

● احساس
شهروندی از
ویژگی‌های مردم
جوامع پیشرفته
صنعتی است. اما
در جوامع به
اصطلاح «جهان
سوم» یا
«جنوب»،
احساس
خویشاوندی و
تعلقات عشیرتی و
قومی که از گذشته
به ارث رسیده، به
رغم تغییرات
وسیع و نیمه
صنعتی و نیمه
مدرنیستی، به
قوت خود باقی
است.

شماره پانزدهم - زمستان ۱۳۶۱