

افغانستان آزاد – آزاد افغانستان

AA-AA

چو کشور نباشد تن من مباد بدین بوم و بر زنده یک تن مباد
همه سر به سر تن به کشتن دهیم از آن به که کشور به دشمن دهیم

www.afgazad.com

afgazad@gmail.com

Political

سیاسی

به قلم نوربرت بلس در روزنامه دی ولت/۱۴ فیروزی ۲۰۲۳
برگردان: حمید بهشتی
۲۲ می ۲۰۲۳



نوربرت بلس

مشکل اسارت باور

همه از فردیت سخن می گویند، از متفاوت بودن و تحقق خویشتن و با اینحال شگفت آور اینست که رسانه‌های جمعی ما(در المان) هم‌رنگ جماعت اند. امروزه مطالب آنها غالباً مبلغ این است که اکثریت مردم هم‌نظراند. اما ببینیم چرا هم‌نظر بودن بزرگ‌ترین دشمن روشنگری است.

این که انسان‌هایی که بدون استفاده از راهنمایی دیگران از قید و بند دین و پیشداوری‌های سنت رها گشته باشند، از فهم خویش استفاده خواهند کرد، فرض اشتباه دوران روشنگری بود و اتفاقاً هم‌رنگی فکری با جماعت یکی از نتایج ترک افسانه‌ها و معما گونگی جهان بوده – از آثار جنبی روشنگریست. ما همانچه را دیگران می گویند، می گوئیم زیرا دیگر به مقررات رسوم و سنن نمی توانیم تکیه کنیم. لذا تضعیف ارزش‌های اجتماعی که از ویژگی‌های عصر مدرنیته است، مستقیماً موجب هم‌رنگی با جماعت می باشد.

آزاد گشتن خرد، ما را به اسارت افکار عمومی افکنده است و در درجه نخست آزاد شدن خرد از سنت است که موجب خلعی برای جهت یابی و حاکمیت مقاومت ناپذیر افکار عمومی گشته است. همه از متفاوت بودن و تحقق خویشتن سخن می گویند – و همه یک حرف می زنند. اینگونه است که هم‌رنگی دگرگونه بودن به وجود می آید. همه به مخالفت با هم‌رنگی با جماعت، در صحنه هم‌رنگی با جماعت تظاهر می کنند. ایجاد مدرن هم‌رنگی با جماعت توسط تکرار اطلاعات صورت می گیرد، یعنی از طریق تقلید اجتماعی.

در صورتی که انسان نداند چه باید کرد، البته خردمندان آن است که از کاری که دیگران می کنند سرمشق گیرد. در اینصورت آدمها به نظرات و دانسته‌های خویش تکیه نمی کنند، بلکه از دیگران پیروی می نمایند. و این کار هرچه پیوستگی شخص به دیگران قوی تر باشد سریع تر انجام می شود. تأثیر اطلاعات تکراری بسادگی تبدیل به رفتارهای

اجتماعی تکراری می گردد - از جمله در صورتی که آدم ها در مقابل چیزی بیمناک گردند، به دلیل این که اشخاص دیگر در قبال همان چیز بیمناک گشته اند.

انسانشناسان خواهند گفت: انسان دنباله‌رو است و با نگرش سیاسی می باید اذعان کرد که دموکراسی مدرن نیز به همرنگی با جماعت که به لحاظ تکنیکی حاصل تأثیرات رسانه‌های جمعی است میدان می دهد. زیرا هرچه بهتر رسانه‌های جمعی در سازماندهی افکار عمومی موفق گردند، به همان نسبت احتمال این که اکثریت در قضاوت‌های خود در باره نظر اکثریت مردم به بیراهه روند بیشتر است.

آنگاه این اشتباه در افکار عمومی نسبت به افکار عمومی تشدید می گردد و در صورتی که اکثریت در باره اکثریت برداشت اشتباه داشته باشد، این می باید به گونه ای مبتنی بر بیم فزون یابنده باشد: بیم از تحقیر از جانب اکثریت. انسانها دیگر از این بیمناک نیستند که به دروغ سخن گویند، به معنای این که دارای عقیده اشتباه باشند، بلکه فقط از این که در عقیده خود تنها بمانند بیم دارند. لذا در مقابل مفهوم به فراموشی سپردن در روانشناسی یک معادل پر معنا در جامعه شناسی هست: "مارپیچ سکوت".

منطق مارپیچ سکوت

خلاصه مفهوم مارپیچ سکوت را می توان بسادگی بیان نمود. هر که از خشم دیگران بیم داشته باشد به سهولت از نظر اکثریت پیروی می کند، حتی اگر هم که خود بهتر بداند. وی خود را به سکوت وادار می سازد تا وجهه خویش را به بازی نگیرد. این نقطه حرکت دینامیزمی است که الکسیس د تکویل در ۱۸۳۵ کشف کرده بود. اما الیزابت نوله نویمان در دهه ۷۰ موفق شد این مفهوم را به لحاظ علوم رسانه ئی تکمیل ساخته، مارپیچ سکوت نامید. امروزه این سازو کار از جانب "درستکاری سیاسی" استفاده می شود، این کار از یکسو توسط ادغام موضوع و نظر صورت می گیرد - مثلاً در باره موضوعات مشخصی فقط داشتن یک عقیده مجاز است و از سوی دیگر ما با قضاوت اخلاقی و محکومیت در عرصه عمومی سروکار داریم - کسانی که به لحاظ درستکاری سیاسی به بیراهه روند در ملاء عام محاکمه خواهند شد. در نقطه حرکت مارپیچ سکوت دشواری نیست. آدمی به باوری می گراید که سایرین دارند، چرا که آنها بدان باور دارند و هر که در موردی تا کنون نظر دیگری داشته باشد، بدون این که وجهه خویش را از دست دهد می تواند آن را تعویض کند، فقط در صورتی و تا زمانی که ناشناس بماند، یعنی سکوت کند.

ما مراقب هستیم که دیگران دنیا را چگونه مشاهده می کنند، و از این راه در هر یک از ما تا حدی یک برداشت آماری تمرین می گردد که توسط آن انسان می تواند نظرناشی از مشاهدات خود در باره دیگران را - از آنچه دیگران می گویند - به دست آورد. اما آنچه دیگران می گویند، در جوامع دموکراتیک نظر اقلیت‌ها بخوبی مطرح است. به سخن دیگر: در دموکراسی‌های رسانه‌ای انسان‌ها از طریق بیانی به اسارت می افتند که منسوب به اکثریت و دارای اعتباری غیرقابل اعتراض تلقی گشته، اما در حقیقت از جانب اقلیتی سازمان یافته مطرح می گردد. بنابراین افکار عمومی غالباً از بیان نظر اکثریت حمایت نمی کند بلکه به دُرست پنداری میدان می دهد. بدین درست پنداری امروزه درستکاری سیاسی گویند.

این نکته را نیز باید گفت که اکثریت بخوبی می تواند نظر متفاوتی داشته باشد، اما غالباً در باره اکثریت اشتباه می کند، زیرا هیچ کس نمی تواند در باره نظری که مطرح می گردد بداند که آیا آن حاصل یک قضاوت مستقل است، یا نتیجه یک اطلاعات تکراری و یا به دنبال خودسانسوری ایجاد گشته است. نتیجه گیری نوله نویمان چنین است:

"مردم در باره مردم اشتباه می کند". در اینجا تعیین کننده اینست که توده غالباً تابع قضاوت نفاذانه روشنفکران، در باره توده است: که دیگران اینگونه اند! این است که از ماریچ سکوت نمی توان پیشگیری کرد. بنابراین افکار عمومی آن نیست که نظر مردم است بلکه آن است که به نظر مردم "نظر مردم است". و رسانه‌های جمعی ما را در اینباره آگاه می سازند که اکثریت با هم هم‌نظرند. اما هنگامی که گفته شود افکار عمومی نشان‌دهنده اسارت انسان است، نباید بدین معنا تلقی گردد که من نظر سایرین را می پذیرم. رسانه‌های جمعی اکثراً قالب‌های برداشتی و موضوعات مهمی را تحکیم می سازند که در باره شان انسان نمی تواند بی نظر بماند. آنها با قالب‌های دو وجهی‌شان ما را بر سر دو راهی موافقت یا مخالفت قرار می دهند. هر که مخالف نیروگاه اتمی نباشد طرفدار آنست، هر که طرفدار نیروگاه‌های بادی نباشد مخالف آن است – و این روند تشدید یافته و درست همین جاست که آزادی به اسارت تبدیل می گردد. از طریق فشار تحول اجتماعی که به جانب فروئی هر چه بیشتر همرنگی با جماعت است. لذا می توان گفت رهائی خرد از سنت موجب خُلاً جهت یابی گشته است، خُلاً که خشونت افکار عمومی را غیرقابل مقاومت می سازد.

همرنگی جدید با جماعت

برای دلپذیر ساختن این همرنگی با جماعت آن را به صورت مخالفش به ما عرضه می کنند: با منفرد کردن. هر کس مانند دیگری است، هر کس! این را بسختی می توان تحمل نمود، و به همین جهت نیز با اصرار به عرضه هویت‌های متفاوت و ویژگی‌های فردی متشبث می گردند. ارزش‌های منفرد بودن می باید قابل تعویض بودن هر فرد در جامعه مدرن را خنثی سازند. اما همگی هدف این افراد می باشند: متفاوت بودن از همه سایرین. یعنی اینجا سر و کار ما با گونه ای از بازی بی معنای دفعتی باش است: از عادت‌های فاصله بگیر! اما اگر فرهنگ ما امکان بی نظیر بودن را به هر کس می دهد آنگاه در عمل فقط یک راه به سوی این هدف باقی می ماند: کپی کردن. این است که در خیابان‌های شهرهای بزرگ به گله‌هایی از فردگرایان بر می خوریم. موهای آبی‌رنگ آنان و پیرسینگ‌ها و نیز وقاحت‌های انفرادیشان، اصرارشان به علنی کردن ویژگی‌های شخصی و در پیام‌هایشان بیان خصوصیت‌های جنسی، اینها بیانگر اجباریست به ناهم‌رنگی مدرن. رسانه‌های به اصطلاح دارای کیفیت، به ویژه شبکه‌های رسمی تلویزیون در این کشور (المان) گرمخانه همرنگی با جماعت‌اند. روشنگری، دروغ بنیادین روزنامه‌نگار المانی است. اگر رسانه‌های جمعی ما می خواهند واقعاً به ادعای سنتی روشنگری خویش پایبند باشند می‌باید مخاطبان خود را با نا هم‌خوانی و اختلاف نظر مواجه سازند. عقیده مشترک بزرگ‌ترین دشمن روشنگریست.