یادداشت

نقد صنعت فرهنگ در موسیقی

احسان عنبری

هنر پاپ از دیدگاه آدورنو همواره درصدد ساده‌سازی خود برای فریب مخاطبان آن بوده است. «درست زمانی که مدیریت صنعتی کالاهای فرهنگی خودش را همچون کلیت معرفی کرد، حاکمیت‌اش را بر هر چیزی که به لحاظ زیبایی‌شناسی همنوا نبود اعمال کرد. موسیقی به دلیل وجود عناصر انحصاری توزیع، تولید زباله هنری را آغاز کرد، رنگ ارزش‌های فرهنگی به خود گرفت و برای ذائقه مشخص اجتماعی شنونده مهیا شد.» ارزش‌های فرهنگی ارزش‌هایی هستند که طبقه حاکم برای مردم تعیین می‌کند. آدورنو معتقد است مردم بدون اینکه خود واقف باشند، تحت اثر تبلیغات و رسانه‌ها در خدمت طبقه حاکم هستند و این ارزش‌ها امکان تفکر مستقل از آنها را سلب می‌کنند. تفکر درست، تفکری است که استانداردهای فرهنگی آن را دیکته می‌کند. هر حرکتی برخلاف جریان این ارزش‌ها توسط حاکمیت در نطفه خفه می‌شود و هر که همرنگ جماعت نشود و در مسیر تعریف‌شده معمول گام برندارد، حذف می‌شود. در موسیقی نیز استانداردسازی از ریزترین اجزای آن تا اجزای کلی‌تری چون ساختار و فرم را دربرگرفته و تنالیته برای گوش‌های عادت‌زده مردم حالت طبیعتی ثانوی پیدا کرده است. موسیقی از رمزگانی که مرتباً تکرار می‌شوند بهره می‌برد. آکوردهایی با کارکرد ثابت در طول قطعه مشاهده شده و فرودهای تکراری و اشکال مرسوم موسیقایی در قطعه نمایان می‌شوند. بنابراین آنچه در تنالیته اتفاق می‌افتد، دقیقاً چیزی است که طبقه حاکم اراده کرده است: «شالوده بسندگی کل موسیقی از بدو دوره بورژوا همواره در این توهم که اثر به وحدتی خلل‌ناپذیر نائل شده خلاصه شده و از طریق فردگرایی‌اش، مشروعیت عالم‌گیر متعارف را که به آن گرفتار بوده، توجیه کرده است. اما موسیقی مدرن آن را نقض می‌کند و اجزای تزیینی، اصول متعارف و جهان‌روایی انتزاعی زبان موسیقایی را به باد انتقاد می‌گیرد.» تکنیکی که شوئنبرگ معرفی می‌کند هرگز نمی‌تواند به اجزای قطعه، کارکردی ثابت ببخشد، پس به موردکاوی روی می‌آورد. «تکنیک دوازده- پرده به هیچ روی جایگزین تنالیته نیست. ردیفی که برای یک اثر مشخص مناسب است، فاقد آن نوع عمومیت فراگیر است که از طریق طرح، کارکردی را به رخداد تکرارشده نسبت دهد.» بنابراین راه‌حلی که شوئنبرگ پیش می‌کشد، رهایی موسیقی از آن زبان جهانی است که هنرمندان را گرفتار خود ساخته است؛ آن زبانی که حضور در آن به هنر معنایی دروغین و از پیش‌تعیین‌شده می‌بخشد. موسیقی مورد نظر او همواره نسبت به این معنا واکنش نشان می‌دهد. درون این نوع موسیقی به ناچار تناقض‌هایی مشاهده می‌شود که در مقابل تفکر ساده‌سازی‌شده می‌ایستند و معنای متداول موسیقی را از بین می‌برند: «این آثار از آن جهت با توفیق همراهند که موسیقی در آنها نقطه مقابل زبان جهانی شده و بدون هرگونه الزامی در باب معنا سخن می‌گوید.» به این ترتیب موسیقی‌ای که از زندان معنای استاندارد موسیقایی رهایی یافته، دیگر نسبت به آنچه در دنیا در حال اتفاق است بی‌تفاوت نیست و مبدل به اعتراض می‌شود: «کیفیت هرمنوتیک هنر دقیقاً بر مبنای یکپارچگی‌ای که معنا را مشخص می‌کند، به وجود می‌آید. با حذف این یکپارچگی، موسیقی به اعتراض تبدیل می‌شود.»

آدورنو همچنین بر این نکته تاکید می‌ورزد که تکنیک دوازده-پرده- که در مقابل رسوم متعارف سنتی به وجود آمده- نباید دلبسته قوانین خود شود. این تکنیک کلیتی به نام ردیف تعریف می‌کند. ردیف دوازده- پرده به معنای توالی نت‌های گام کروماتیک است و در آن از هرگونه تکرار و دینامیک ممانعت می‌شود. آنچه وی قصد دارد گوشزد کند آن است که قطعه هرگز نباید گرفتار این کلیت شود و نباید آن را فتیش کند. فتیش شدن ردیف به معنای ادعای خودبسندگی آن است که همان خصلت بت‌وارگی و کالایی شدن به معنای مارکسی است. آن هنگام که ردیف کلیت می‌شود، به جای ایجاد محتوای انضمامی گرفتار بازی و تولید موسیقی تصادفی و انبوه می‌شود و محصول خواست بورژوازی را می‌آفریند. آدورنو در سال ۱۹۳۸ مقاله‌ای با عنوان «در باب خصیصه فتیش موسیقی و واپس‌گرایی شنیدن» منتشر کرد. او با این کار قصد داشت نشان دهد چگونه صنعت فرهنگ می‌تواند اثری مخرب بر موسیقی برجای گذارد. آدورنو همچنین از موسیقی آتونال وینی به دلیل خاصیت قمارگونه آن انتقاد می‌کند و آن را تقلید از تقدیر می‌نامد. سپس بر این نکته اصرار می‌ورزد که نمی‌توان همواره با تکیه بر تکنیک ردیف حرکت کرد و این تکنیک باید تنها پایه‌ای برای فرآیند اصلی تصنیف باشد. بنابراین آنچه بیشتر در موسیقی مدرن اهمیت دارد، مشخص کردن محدوده اموری است که تکنیک نباید در آنها وارد شود: «تکنیک دوازده- پرده اغلب نبایدهای موسیقی را تعریف می‌کند تا بایدهای آن را.» «این تکنیک به همان اندازه که تعلیمی است جدلی نیز هست؛ هرگز درصدد پاسخ دادن به پرسش‌هایی نیست که موسیقی مدرن در ابتدای کار در برابر موسیقی فراواگنری پیش می‌کشید، از قبیل اینکه آیا موسیقی ناب است یا خارج، پاتتیک[1] است یا ابژگانی، برنامه‌ای است یا «مطلق»، بلکه بر آن است استانداردها را در تخاصم با بربریت قریب‌الوقوع درهم فرو ریزد.» او در نوشته‌هایش در باب موسیقی تلاش می‌کند همان کاری را انجام دهد که از موسیقی انتظار دارد. به همین دلیل رویکردی که برای تبیین زیبایی‌شناسی موسیقی اتخاذ می‌کند- همان‌گونه که خود می‌گوید- دیالکتیکی است. آدورنو در جریان کتاب فلسفه موسیقی مدرن تزها و آنتی‌تزهای زیادی را پیش می‌کشد که به هیچ روی به نتیجه‌ای قطعی و سنتزی مطلق ختم نمی‌شوند و هیچ‌گونه استانداردی را برنمی‌تابند.

پی‌نوشت:

۱- حالتی در اجرای موسیقی به معنای احساساتی و حزن‌آور

منابع:

1-Adorno, Theodor W., Philosophy of Modern Music, Tra. Anne G. Mitchell and Wesley V. Blomster, New York, 2004
2-Adorno, Theodor W., Essays on Modern Music, Tra. Rodney Livingstone, VERSO, London, New York, 1956
3-Ador no, Theodor W. & George Simpson, On Popular Music, Studies in Philosophy and Social Science, New York, 1941
4-Surtesky, Harold, The Concept of Ideology and its Application to Law and Literature Studies, Alsa Forum, 1981

رسانه‌های جمعی و تولید حقیقت در گفت‌وگو با بیژن عبدالکریمی- بخش پایانی

بازگشت به خود پدیدارها

مسعود پیوسته

بخش نخست این گفت‌وگو با عنوان رسانه‌های جمعی و تولید حقیقت از نظرتان گذشت که در آن بیژن عبدالکریمی کوشیده بود نقش رسانه‌های جمعی را در تولید حقیقت یا جعل آن واشکافی کند. آنچه در پی می‌آید، بخش پایانی این گفت‌وگواست.

- اما تمدن کنونی، تمدنی دانش‌محور، دانایی‌محور و اطلاعات‌محور است و ما بدون دانش و اطلاعات نمی‌توانیم حیات شایسته‌ای در جهان کنونی داشته باشیم و رسانه‌های جمعی یکی از مهم‌ترین منابع اطلاعاتی ما هستند

اولاً در اینکه تمدن کنونی را بتوانیم تمدنی «دانایی‌محور» بنامیم، تردید دارم. آیا به راستی آنچه در تمدن جهان کنونی غلبه دارد، «دانش و دانایی» در معنای دقیق کلمه، یعنی سنخی از معرفت و آگاهی است که با خودآگاهی و آگاهی‌های راستین از سرشت انسانی، شأن و جایگاه آدمی در این جهان نسبت دارد یا اینکه در جهان کنونی تنها صورت خاصی از معرفت، یعنی منطق‌های خاصی بر اساس شیوه ادراک، تفسیر و استدلال‌هایی که با وجودشناسی، معرفت‌شناسی و انسان‌شناسی خاص حاصل از سنت متافیزیک و با عقلانیت مدرن انطباق دارند، غلبه یافته است؟ بنده شق دوم را صحیح‌تر می‌دانم. رسانه‌های جمعی مدرن از اساس نمی‌توانند امکان مواجهه آدمی با خویشتن اصیل خویش و نیل به نوعی خودآگاهی و آنچه در سنت‌های شرقی از آن می‌توان به دل‌آگاهی یا حکمت تعبیر کرد، و افلاطون از آن به «سوفیا، دیالکتیک یا دانش شاهانه» یاد می‌کرد، فراهم سازند. رسانه‌های جمعی در بهترین و خوشبینانه‌ترین حالتش فقط می‌توانند انتقال‌دهنده آگاهی‌ها و اطلاعات باشند. آری، درست است ما به اطلاعات نیاز داریم، اما دامنه نیاز ما به اطلاعات تا چه حد است؟ ما به چه مقدار اطلاعات نیاز داریم؟ آیا ما به این همه اطلاعاتی که رسانه‌های جمعی می‌کوشند در اختیار ما قرار دهند، نیاز داریم؟ اطلاعات تعین‌بخش زمان و حیات مایند. رسانه‌های جمعی عمر ما را تعین می‌بخشند. زمان، عمر ماست. آنها با اطلاعات خود عمر ما را می‌گیرند. آیا به راستی دانستن نتیجه بازی دو تیم فوتبال انترمیلان و اینترمیلان، یا دانستن طرز صحیح تلفظ نام بازیکن ایتالیایی، پتی یا پُتی، یا خبر برهم خوردن رابطه فلان هنرپیشه هالیوود با دوست‌پسرش، یا قیمت بیمه دست چپ فلان تنیس‌باز ایرلندی، از جمله مهم‌ترین و حیاتی‌ترین اطلاعاتی هستند که برای زندگی من لازمند؟! نیل پُستمن صاحب‌نظر در امور رسانه معتقد است: «انسان گذشته کوزه‌ای اطلاعات داشت و آن را تا آخرین جرعه می‌نوشید. اما انسان روزگار ما در کنار اقیانوس عظیمی از اطلاعات زیست می‌کند، لیکن از تشنگی می‌میرد.» چرا؟ زیرا هیچ یک از این اطلاعات عطش‌های بنیادین وی را نمی‌توانند سیراب کنند. آنچه بشر به آن نیاز دارد حکمت و بصیرت‌های بنیادین است نه صرف اطلاعات؛ و این «حکمت و بصیرت» همان امری است که در همه رسانه‌های جمعی در سراسر جهان غایب است. بشر امروز، آواره و سرگردان در میان این کانال‌ها به واسطه دگمه‌های remote controllerها پرسه می‌زند. در یک لحظه سری به کانال تلویزیونی اسپانیا می‌زند یک لحظه بعد سری به کانال دوبی‌وان می‌زند تا فیلمی از هالیوود ببیند و در لحظه بعد سری به شبکه موسیقی می‌زند تا یکی از آهنگ‌های پاپ ایرانی را بشنود. اگر در دهه‌های پیش ولگردی و پرسه زدن به یکی دو خیابان در هر شهر، فرضاً به خیابان‌های لاله‌زار یا پهلوی در تهران، یا کنار رود کارون در اهواز، و... محدود می‌شد، امروز این ولگردی و پرسه زدن در میان چیزی بیش از چند هزار کانال تلویزیونی، رادیویی، وبلاگ‌ها، سایت‌ها و اتاق‌های چت، گسترش یافته، عرصه‌ای تقریباً به اندازه تمام کره زمین را دربر گرفته است. در گذشته و بر اساس حکمت و آگاهی‌های مستتر در عالم سنت، آدمی خطاب به هستی/ خداوند می‌گفت: با صدهزار جلوه برون آمدی که من/ با صدهزار دیده تماشا کنم تو را. لیکن بشر امروز، به رسانه‌های جمعی می‌گوید: با صدهزار کانال بیرون آمدی که من/ با صدهزار دیده تماشا کنم تو را.

در ذهن، اندیشه و احساس ما، جلوه‌گری رسانه‌های جمعی جانشین وجود و هستی (تو بگو خداوند) شده است. ثانیاً رسانه‌های جمعی صرفاً ناقل اطلاعات نیز نیستند. این رسانه‌ها، احساسات، نحوه نگرش‌ها، ارزش‌ها و رهیافت‌ها را نیز به همراه اطلاعات شکل می‌دهند. سی‌ان‌ان، بی‌بی‌سی و اکثر قریب به اتفاق رسانه‌های غربی، برای مثال صرفاً ناقل اطلاعاتی درباره نزاع میان اعراب و اسرائیل نیستند. آنها همراه با گزارش‌هایشان بذر کینه فلسطینیان، اعراب و مسلمانان را در قلب اروپایی‌ها، امریکایی‌ها، کانادایی‌ها و استرالیایی‌ها می‌کارند. صاحب‌نظری می‌گفت من اخبار را یک ماه بعد از انتشارشان می‌خوانم زیرا رسانه‌ها، اخبار و اطلاعات را همراه با احساسات و تنش‌ها و اضطراب‌ها گزارش می‌دهند. امروز خبری را منتشر می‌کنند و فردا تکذیبش می‌کنند. ما نیاز به اطلاعات داریم، اما این اطلاعات در رسانه‌ها همراه با احساسات و تنش‌هایی است که بخش ضروری اطلاعات نیستند و قضاوت و احساسات مخاطب را تحت تاثیر قرار می‌دهند. رسانه‌ها صرفاً خبر مرگ پاره‌ای از مرغان دریایی در خلیج مکزیک را وارد عالم مخاطب نمی‌کنند بلکه با نشان دادن تصاویر حرفه‌ای حاصل از این حادثه، به تولید حس و تنش در مخاطب می‌پردازند؛ حس و تنشی که می‌تواند سرمایه روانی و اجتماعی در پاره‌ای از معادلات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و داد و ستدها و رقابت‌ها قرار گیرد. این حادثه، یعنی مرگ برخی از پرنده‌های دریایی در خلیج مکزیک به دلیل شکسته شدن سکوهای نفتی متعلق به شرکت بریتیش پترولیوم به طور طبیعی در زندگی مخاطب ایرانی روی نداده است. حتی کسی نیز که در خلیج مکزیک زندگی می‌کند، احتمالش خیلی کم است که خود شخصاً شاهد آن حادثه بوده باشد و اگر شاهد آن نیز بوده فقط یک بار آن را دیده است. اما رسانه این حادثه را بارها و بارها نشان می‌دهد و آن را در ذهن و احساس مخاطب ثبت می‌کند. آری! ما به اطلاعات نیاز داریم، اما رسانه اطلاعات را با احساس و تنش به خورد مخاطب می‌دهد. رسانه به خبر آب می‌بندد. رسانه خبر را بزک‌دوزک می‌کند. این آب قاطی‌شده به خبر و این بزک‌دوزک اخبار، دیگر بخشی از اطلاعات نیست. همان‌گونه که گفتم، این نحوه نگرش به رسانه‌ها، حاصل «نظریه توطئه» و نگاهی «دایی‌جان ناپلئون»ی نیست. این نحوه نگرش حاصل تامل بر سرشت و ساختار رسانه و ماهیت هرمنوتیکی آنهاست. برخی در کشور ما می‌خواهند بگویند دیگران چنین‌اند اما ما چنین نیستیم. خارجی‌ها چنین‌اند اما ما چنین نیستیم. رقبای ما چنین‌اند اما گروه یا جریان ما چنین نیست. اینها یا خود را می‌فریبند یا اساساً با ماهیت رسانه و سرشت هرمنوتیکی آن آشنا نیستند. به این اعتبار، همه رسانه‌ها در مسیر واحدی گام برمی‌دارند و تفاوت بنیادینی میان آنها نیست.

- جناب دکتر عبدالکریمی، شما با نحوه نگرش کل‌گرایانه و نقد رادیکال خود از رسانه‌های جمعی، به گونه‌ای سخن می‌گویید که گویی هیچ تفاوتی میان رسانه‌های جمعی گوناگون وجود ندارد. فرضاً آیا هیچ تفاوتی میان رسانه‌های جمعی صدام حسین، معمر قذافی، روسیه یا چین با رسانه‌های بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان وجود ندارد؟

ویلیام لدرلی یکی از صاحب‌نظران امریکایی، کتابی دارد به نام Nation of the Sheep (ملتی از گوسفندان). وی در این کتاب اظهار می‌دارد که بُعد شبانی، مهم‌ترین وصف رسانه‌های جمعی است. به این اعتبار، از نظر وی، فرق چندانی میان رسانه‌های جمعی کشورهای گوناگون وجود ندارد یعنی رسانه‌های کشورهایی چون لیبی، عراق، پاکستان، چین، روسیه، کوبا و... همان کاری را می‌کنند که بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان در انگلستان و امریکا انجام می‌دهند. آنچه تفاوت دارد این است که نحوه چوپانی‌ها متفاوت است، اما سرشت آنها یکی است. نکته دیگر اینکه کارکردهای داخلی و خارجی رسانه‌های جمعی‌ای چون بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان متفاوت است. ما حق نداریم از روی کارکردهای خارجی این‌گونه رسانه‌ها، که گاه و در پاره‌ای از شرایط تاریخی (مثل آخرین سال‌های حکومت پهلوی) به مزاجمان خوش می‌آید، درباره کارکردهای داخلی یا سرشت کلی این رسانه‌ها قضاوت کنیم. این‌گونه رسانه‌ها در بعد خارجی کارکردهایی را دنبال می‌کنند که کاملاً متفاوت از کارکردهای داخلی آنهاست. آنها در بعد داخلی، به تعبیر لدرلی همان کارکرد شبانی را دنبال می‌کنند. لیکن آنها می‌دانند بزک‌دوزک اخبار در بعد داخلی با بزک‌دوزک اخبار در بعد خارجی حتی برای هر منطقه خاص باید فرق داشته باشد. این همان چیزی است که مسوولان صدا و سیمای ما نیز این اواخر به آن رسیده‌اند. برپایی پرس‌تی‌وی به همین معناست یعنی چهره‌ها و ادبیاتی که ممکن است در داخل خریدار داشته باشند در میان مخاطبان خارجی خریدار ندارند. اما از این سخنان به‌هیچ وجه نباید چنین نتیجه گرفت که هیچ تفاوتی میان رسانه‌های جمعی گوناگون وجود ندارد. تفاوت‌هایی هست، اما این تفاوت‌ها خیلی بنیادین نیست.

- ممکن است این تفاوت‌ها را برشمارید؟

همه رسانه‌های جمعی هم در جوامع دموکراتیک و هم غیردموکراتیک، در ارائه حجم عظیم اطلاعات بی‌ربط (Disinformation)، یعنی اطلاعاتی که ربطی به مسائل اساسی ما نداشته، هیچ‌گونه آگاهی و از آن بالاتر خودآگاهی‌ای در وجود مخاطب ایجاد نمی‌کنند، مشترکند. همچنین همه رسانه‌های جمعی در بزک‌دوزک اطلاعات، یعنی در برجسته (Highlight) کردن یا نکردن، تاکید کردن یا سرسری گذشتن، هندسه‌بخشی، قرار دادن اطلاعات در بطن یک سیاق گزینشی و از پیش تعیین‌شده، تعیین زمان برای ارائه اطلاعات (فرضاً پخش یک خبر در زمان زنده اخبار شب یا ارائه خبر در زمان مرده‌ای که مخاطبان کمتری در پای تلویزیون یا رادیو نشسته‌اند)، ارائه خبر در شبکه سراسری یا محلی یا در شبکه مهم یا غیرمهم (در شبکه ۱، ۲، ۳، ...)، استفاده از دوربین‌ها یا زاویه‌های دید مختلف یا رنگ‌ها برای کم‌اهمیت یا مهم جلوه دادن یک حادثه، پرجمعیت یا کم‌جمعیت نشان دادن یک تظاهرات و استفاده از عناصر سمعی، بصری، روانشناختی بسیاری در بزک‌دوزک کردن خبر مشترکند. اما به رغم همه این شباهت‌ها، تفاوت در این است که رسانه‌های جمعی در جوامع بسته و غیردموکراتیک می‌کوشند اطلاعات غلط (Misinformation) یا اخبار کذب و دروغ به مخاطب خود عرضه کنند، اما رسانه‌های جمعی در جوامع دموکراتیک به این تجربه و آگاهی اصیل دست یافته‌اند که اخبار غلط در روزگار چندصدایی ما دیگر بازار نداشته، و اخبار دروغ خیلی زود رسوا شده، به حیثیت، اعتبار و مرجعیت رسانه لطمه می‌زند.

رسانه‌های جمعی در جوامع دموکراتیک به هیچ‌وجه حاضر نیستند اعتبار جهانی حاصل از چندین دهه فعالیت خود و منافع درازمدت را به سهولت قربانی پاره‌ای از سیاست‌ها و منافع کوتاه‌مدت سازند. تفاوت دیگر این است که رسانه‌های جمعی در جوامع دموکراتیک به این آگاهی جامعه‌شناختی و هرمنوتیکی دست یافته‌اند که هر جامعه‌ای از گروه‌ها، جریانات، تیپ‌های گوناگون اجتماعی، سلایق و علایق گوناگونی تشکیل شده و واقعیات و پدیدارها صرفاً از یک تفسیر خاص برخوردار نبوده، بلکه هر پدیداری از قابلیت تفسیرهای بسیار گوناگون و متکثری برخوردار است. لذا رسانه‌های جمعی در جوامع دموکراتیک، هم به دلایل وجودشناختی (واقعیات فی‌نفسه ذوابعادند)، هم به دلایل معرفت‌شناختی (از واقعیات، فهم‌ها و تفسیرهای متنوع و متکثری وجود دارد)، هم به دلایل اجتماعی (رسانه جمعی نباید صرفاً بیانگر گرایشات، منافع، سلایق و علایق یک گروه اجتماعی خاص بوده، بلکه علی‌الاصول و حتی‌المقدور باید نماینده بخش عمده‌ای از گرایشات و طرز تلقی‌های مخاطبان خود باشد) و هم به دلایل حرفه‌ای (اگر رسانه به دلایل پیشین توجه نداشته باشد اعتبار و مخاطبان خود را از دست خواهد داد) می‌کوشند آنجا که سیاست‌ها و منافع ملی‌شان اجازه می‌دهد در چارچوب مبانی نظری و عملی مذکور نوعی پلورالیسم و کثرت‌گرایی را (هرچند در ظاهر) در برنامه‌های خویش منعکس کنند تا هیچ جریان اجتماعی مدعی سرکوب صدایشان در این رسانه‌ها نباشد در صورتی که در رسانه‌های جمعی در جوامع غیردموکراتیک، چنین درک‌های وجودشناختی، معرفت‌شناختی، اجتماعی و هرمنوتیکی کثرت‌گرایانه‌ای اساساً وجود نداشته، یا به سهولت نادیده گرفته می‌شوند. اساساً رسانه‌های جمعی مدرن در جهان مدرن و بر اساس مبانی وجودشناختی، معرفت‌شناختی و انسان‌شناختی عالم مدرن شکل گرفته‌اند. لیکن، در جوامع غیردموکراتیک، بر اساس درکی ماقبل‌مدرن از جهان، معرفت و انسان به استفاده از ابزارهای عالم مدرن، از جمله رسانه‌های جمعی می‌پردازند. همین امر، این جوامع و فعالیت‌های رسانه‌گری‌شان را با تناقض‌ها و بی‌اعتباری‌های عظیمی مواجه می‌سازد. تفاوت دیگر در این است که رسانه‌های جمعی در جوامع دموکراتیک، بر اساس همان مبانی معرفت‌شناختی مدرن، که دارای روحی پوزیتیویستی و علم‌گرایانه است، خواهان یا به تعبیر دیگر مدعی نیل به نوعی معرفت و حقیقت عینی (objective)، یعنی معرفت و حقیقتی مستقل از همه منافع، علایق و سلایق سوبژکتیو گروه‌ها و جریانات گوناگون سیاسی و اجتماعی هستند. لذا حتی‌المقدور می‌کوشند گرایشات سوبژکتیو و غیرعینی، یعنی گرایشات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، تاریخی، و منافع، علایق و سلایق خود را به حالت تعلیق درآورند (امری که علی‌الاصول غیرممکن است). اما در رسانه‌های جمعی در جوامع غیردموکراتیک، گرایشات سیاسی، حزبی، گروهی، فرقه‌ای، تئولوژیک و ایدئولوژیک این رسانه‌ها به نحوی کاملاً خام، بدوی، کسل‌کننده و تهوع‌آور برای اکثر مخاطبان آشکار است. به تعبیر دیگر، رسانه‌های جمعی در جوامع غیردموکراتیک، به دلیل همین غلبه گرایشات سیاسی، ایدئولوژیک، تئولوژیک، گروهی و فرقه‌ای در آنها، در قیاس با رسانه‌های جمعی جوامع دموکراتیک بیشتر دروغ می‌گویند، از بازتاب اخبار و واقعیات بیشتری ممانعت می‌کنند یا بزک‌دوزک اخبار و اطلاعات‌شان به نحو ناشیانه‌تر و غیرحرفه‌ای‌تری صورت می‌گیرد. «خودارجاعی» (self-referentiality)، یعنی «خود، محل ارجاع خود بودن، و به خود ارجاع دادن»، یکی دیگر از اوصاف اساسی و بنیادین رسانه‌های جمعی در جوامع غیردموکراتیک است. این درست مثل این است که من مدعی شوم «بنده بزرگ‌ترین فیلسوف تاریخ جهان هستم و نه فقط تاریخ فلسفه بلکه تاریخ تفکر بشر را به دو دوره ماقبل عبدالکریمی و مابعد عبدالکریمی می‌توان تقسیم کرد و امروز نه فقط همه انسان‌ها و کره زمین از آثار و اندیشه‌های بنده بهره می‌برند، بلکه به تازگی آثار بنده به زبان‌های یاجوج و ماجوج نیز برای سایر موجودات در سایر کرات و سیارات در حال ترجمه است و...!» حال اگر پرسیده شود، این ادعاها بر چه اساس صورت می‌گیرد، پاسخ دهم: «به این دلیل که من می‌گویم»، این «خودارجاعی» است، یعنی خودم را دلیل و حجتی برای ادعاهای خودم فرض گرفته‌ام. این امر از جانب مخاطب آگاه مورد پذیرش نیست. حال، گاهی ممکن است وانمود کنم که بنده خودارجاع نبوده، بلکه منابع و مراجع دیگری ادعاهای بنده را اثبات می‌کنند. فرضاً مادرم، پدرم، و بسیاری از خویشانم نیز ادعاهای مرا تایید می‌کنند. تازه در میان شاگردان خودم نیز چند تا خُل و چل یا چند تا دانشجوی زرنگ به خاطر گرفتن نمره و پاچه‌خواری تایید می‌کنند که بنده محور تاریخ فلسفه بوده، تاریخ تفکر بشری حول محور اندیشه‌های بنده به دو دوره ماقبل و مابعد تقسیم می‌شود. این نیز نوعی خودارجاعی است چون خودمرجعیت مادر و پدر و خویشان بنده را چه کسی جز خود بنده اثبات کرده است؟ بنده برای اثبات ادعاهای خود نیاز به یک مرجعی مستقل از خودم و گروه اجتماعی خویش دارم. این همان حقیقتی است که در ضرب‌المثل مشهور زبان فارسی بیان می‌شود: «از روباه پرسیدند شاهدت کیست، گفت دُمم.» اما دُم روباه نمی‌تواند شاهدی برای روباه باشد. ما برای اثبات ادعاهای خود نیازمند گروه‌های مرجع مستقل، ذی‌صلاح و بی‌طرفی چون محافل علمی و آکادمیک، چهره‌های صاحب‌نظر و صاحب دکترین (doctrine) (و نه صرفاً صاحب دکترا)، اساتید غیروابسته دانشگاه‌ها، روشنفکران، جامعه هنرمندان غیروابسته و... هستیم؛ گروه‌های مرجعی که مرجعیت‌شان را مخاطب و طرف نزاع ما نیز به آن اذعان داشته باشند، و نه اینکه خود ما مجدداً تعیین‌کننده مرجعیت گروه‌ها و شخصیت‌های مرجع باشیم. این خودارجاعی نقصان بزرگی در رسانه‌گری غیرحرفه‌ای در جوامع غیردموکراتیک است که در رسانه‌گری حرفه‌ای جوامع دموکراتیک به نحو بسیار خفیف‌تری مشاهده می‌شود. همچنین، گزارش‌ها و اطلاعات در رسانه‌های حرفه‌ای در جوامع دموکراتیک، قابل اثبات و ابطال و به تعبیری از وصف معرفتی Knowablity برخوردار است. فرضاً اگر بی‌بی‌سی یا سی‌ان‌ان، حتی بر اساس گرایشات سیاسی خاصی می‌گوید «رشد اقتصاد ایران سیر نزولی یافته است»، این ادعا را می‌توان با رجوع به پاره‌ای از آمارها و محاسبات اثبات کرد، یا حتی می‌توان بطلان این ادعا را بر اساس پاره‌ای دیگر از آمارها و محاسبات نشان داد. لیکن وقتی در رسانه‌های ایدئولوژیک اتحاد جماهیر شوروی گفته می‌شد «امپریالیسم رو به اضمحلال است».

-جناب دکتر عبدالکریمی، در پایان به‌عنوان یک متفکر تکلیف ما را در چنین جهان رسانه‌ای‌شده‌ای چه می‌دانید؟ و واقعیت و حقیقت را کجا باید جست‌وجو کرد؟ در چنین جهانی که به تعبیر حضرتعالی رسانه‌ها به جعل و تولید حقیقت می‌پردازند، سرنوشت حقیقت چه می‌شود؟

همان‌گونه که گفتم ما باید نسبت به رسانه‌ها نوعی «وارستگی»، یعنی موضع «آری و نه» پیشه کنیم. استفاده ما از رسانه‌ها باید در حد اکل میته (خوردن گوشت مردار در حد رفع اضطرار) باشد. رسانه‌های جمعی‌ای چون رادیو و تلویزیون و نشریات به اصطلاح زرد نه خواهان انکشاف حقیقت‌اند و نه از چنین قابلیتی برخوردارند هر چند هر رسانه‌ای، در بهترین حالت، صرفاً می‌تواند وجوهی از واقعیت‌ها را منعکس ساخته، وجوه بی‌شماری را پنهان و قربانی سازد. ما به جای پناه بردن به رسانه‌ها باید بکوشیم در خود «تفکر» و در «خودپدیدارها» حقایق و واقعیت‌ها را جست‌وجو کنیم. ما باید گزارشات رسانه‌ها را مورد تعلیق و تردید قرار داده، به تبع پدیدارشناسی هوسرل، «پیش به سوی خودپدیدارها» را شعار خویش قرار دهیم.

نکته

رسانه‌های جمعی مدرن از اساس نمی‌توانند امکان مواجهه آدمی با خویشتن اصیل خویش و نیل به نوعی خودآگاهی و آنچه در سنت‌های شرقی از آن می‌توان به دل‌آگاهی یا حکمت تعبیر کرد، و افلاطون از آن به «سوفیا، دیالکتیک یا دانش شاهانه» یاد می‌کرد، فراهم سازند.

هر رسانه‌ای، در بهترین حالت، صرفاً می‌تواند وجوهی از واقعیت‌ها را منعکس ساخته، وجوه بی‌شماری را پنهان و قربانی سازد. ما به جای پناه بردن به رسانه‌ها باید بکوشیم در خود «تفکر» و در «خودپدیدارها» حقایق و واقعیت‌ها را جست‌وجو کنیم.

عکس: بهنام موذن

دین علیه خشونت -۳

ادیان علاقه‌مند به صلح

دکتر عبدالله غلامرضا کاشی

پیامبر اسلام همواره عقل‌های مردم را مخاطب قرار می‌داد و به دور از خرافه‌گویی و تحریک احساسات دیگران بر آن بود تا با بیان شیوا و مستدل خود شرایطی را فراهم آورد که مردم آگاهانه و عالمانه پای در مسیر دین نهند. او مخاطب این فرمان الهی بود که مردم را با حکمت و اندرز نیکو به راه پروردگارت بخوان و با بهترین شیوه با آنان مجادله کن. (نحل،آیه ۱۲۵) او شنوای نظرات مخالفان بود و مهربانانه و منطقی پاسخگوی آنان بود.

اهل مدارا: آن حضرت، علاوه بر شیوه عقلانی در نهایت ملایمت و مدارا با مردم روبه‌رو می‌شد و می‌فرمود خداوند به من فرمان داده با مردم با مدارا رفتار کنم، همان طوری که به من فرمان داده است وظایف دینی آنان را برایشان توضیح دهم. همچنین به فرستادگان خود سفارش می‌کرد با مردم نرمخو باشند. از جمله وقتی معاذابن‌جبل را عازم یمن ساخت به او گفت: آسان بگیر و سخت‌گیر مباش، اخبار نیک را بگو و تنفر ایجاد مکن.امام سجاد از حضرت رسول(ص) روایت کرده که فرمود: خدای متعال، از این رو پیامبران را بر مردم دیگر برتری و فضیلت بخشید، که با دشمنان دین خدا بیشترین مدارا را می‌کردند و به خاطر خدا و حفظ جان پیروان خویش، بهترین «تقیه» را به کار می‌بستند.

آزادی در پذیرش دین: براساس آموزه‌های قرآن هیچ اجباری در امر پذیرش دین وجود ندارد و برای انسان‌ها راه سعادت از شقاوت مشخص شده و پیامبر هیچ‌گاه مردم را ملزم و مجبور به پذیرش اسلام نکرد. سخن وحی حاکی از آن است که «در دین هیچ اجباری نیست، هدایت از گمراهی مشخص شده است. پس هر کس که به بت کفر ورزد و به خدای ایمان آورد، به چنان رشته استواری چنگ زده که گسستنش نباشد. خدا شنوا و داناست.» (بقره، آیه ۳۵۶) او سخن خود را عرضه می‌داشت، اما بت‌پرستان، مسیحیان یا یهودیانی را که در مکه و مدینه زندگی می‌کردند، وادار به قبول اسلام نمی‌کرد.

طبیب دل‌ها: پیامبر اسلام طبیب دل‌ها بود و برخلاف دیگر اطبا خود به سراغ بیماران می‌رفت. او می‌دانست که جان‌های مردم همانند اجسادشان دردمند و رنجور می‌شود و رها شدن از اسارت هوا و هوس‌ها به مدد لطف الهی و آموزه‌های حیاتی میسر خواهد بود. امیر مومنان در توصیف ایشان در نهج‌البلاغه می‌فرماید: او طبیبی است سیار که با طب خویش همواره به گردش می‌پردازد، مرهم‌هایش را به خوبی آماده ساخته و (برای مواقع اضطرار و سوزاندن محل زخم‌ها) ابزارش را داغ کرده تا هر جا نیاز باشد از آن برای دل‌های کور و نابینا، و گوش‌های کر و ناشنوا، و زبان‌های گنگ بهره گیرد؛ با داروهای خویش در جست‌وجوی بیماران فراموش شده و سرگردان است.

گذشت و خطاپوشی: او چشمانش را بر خطاها می‌بست و به آسانی خطاکاران را می‌بخشید. در آغاز بعثت قدرتمندان مکه او و یارانش را سخت تحت آزار و شکنجه و تبعید قرار دادند، به طوری که مجبور شدند خانه و زادگاه خود را رها کرده و به مدینه هجرت کنند. اما پس از سال‌ها وقتی مکه از سوی سربازان اسلام فتح شد و ستمکاران مکه تصور می‌کردند پیامبر انتقام سختی از آنان خواهد گرفت و مردم شهر را یکسره از دم تیغ خواهد گذراند او به آن مردم نگران و شرمسار همان عباراتی را گفت که حضرت یوسف خطاب به برادران خود گفت. «امروز شما را سرزنش نباید کرد، خدا شما را می‌بخشاید که او مهربان‌ترین مهربانان است.» (یوسف، آیه ۹۲) سپس همه را بخشید و فرمود بروید که آزاد هستید.

در جنگ احد حمزه عموی پیامبر که از سرداران بزرگ اسلامی بود از پای درآمد. او از مهم‌ترین حامیان پیامبر بود و حضرت محمد (ص) به شدت به وی علاقه‌مند بود. هنگامی که حمزه به خاک افتاد، هند که یکی از زنان مشرک مکه بود فرمان داد شکمش را دریدند و جگر حمزه را بیرون آورده و به دند