بنیان‌های اندیشه سیاسی-۲۸

ماکیاولی

دکتر حمید عضدانلو

شرایط سیاسی ایتالیا، در زمان ماکیاولی، شرایطی نسبتاً منحصر به فرد بود. برخلاف انگلستان و فرانسه، ایتالیا از نظر سیاسی کشوری یکپارچه و متحد نبود. گرچه شهرگرایی و دیدگاه‌های مربوط به آن، در فرانسه و انگلستان، از اهمیت زیادی برخوردار شده بودند اما رشد و توسعه آنها در گرو سیاست‌های متمرکز ملی قرار داشت. برعکس، در ایتالیا با وجودی که فرهنگ و ایدئولوژی از درون شهرها سر بیرون می‌آوردند، اما بسیاری از شهرها از نظر سیاسی مستقل بودند. به عبارتی می‌توان گفت ایتالیای زمان ماکیاولی مانند دولتشهرهای یونان اداره می‌شد، و سیاست‌هایی که ماکیاولی شاهد آنها بود یادآور سیاست‌های شهرهای مستقل آتن، اسپارت و کورینت[1] در یونان باستان بود. اما باید به این نکته نیز توجه کرد که جدایی بخش‌های مختلف ایتالیا از یکدیگر تنها مربوط به مرزهای شهرها نبود، بلکه آنچه سیاست را در این دوره پیچیده‌تر می‌کرد نقش ویژه‌ای بود که کلیسا بر عهده داشت. در حقیقت، پنج کیان مستقل سیاسی در ایتالیای زمان ماکیاولی وجود داشت: دوک‌نشین میلان که بیشتر بخش شمال (شهر میلان و حومه آن) را در کنترل خود داشت؛ در شمال شرقی، جمهوری باستانی ونیز قرار داشت که تاریخ آن به سال ۴۲۱ میلادی بازمی‌گشت. قانون اساسی این جمهوری یکی از جذاب‌ترین فصل‌های تاریخ سیاسی به شمار می‌آید.[2]

شهر فلورانس عامل دیگری بود که تاثیر زیادی بر سیاست‌های قرون ۱۵ و ۱۶ ایتالیا داشت. فلورانس نیز مانند میلان و ونیز، یکی از عوامل اصلی پیچیدگی سیاسی ایتالیا به شمار می‌رفت. اهمیت قلمرو فلورانس به حدی بود که حتی ماکیاولی رساله‌ای با عنوان تاریخ فلورانس به رشته تحریر درآورد. چنین تاریخی برای مطالعات سیاست تطبیقی او از ارزش بالایی برخوردار بود.

در جنوب ایتالیا قلمرو پادشاهی ناپل قرار داشت که در دوران زندگی ماکیاولی موضوع درگیری فرانسه و اسپانیا بود. اما آنچه سیاست در دوره ماکیاولی را بیش از هر چیز پیچیده و بغرنج می‌کرد نقش کلیسا و قلمروهای تحت کنترل آن (که بیشتر در مرکز ایتالیا قرار داشتند) بود. این کنترل یا مستقیماً از طریق خود کلیسا صورت می‌گرفت یا از طریق فئودال‌هایی که املاک کلیسا را اجاره کرده بودند. موقعیت دوگانه پاپ (به عنوان رهبر روحانی همه کلیساها و همزمان فرمانروای قلمروهای تحت کنترل کلیسا) کار او را بسیار دشوار می‌کرد. دولتشهرهای ایتالیا دائماً در معرض هجوم غیرایتالیایی‌ها قرار داشتند. مثلاً امپراتور که خود یک آلمانی بود، مدعی می‌شد فرمانروایی رومی است. این ادعا، همراه با ادعای پاپ که رقیب امپراتور بود، باعث شد تا گروه‌های متخاصم گیبلیین[3] (هواداران امپراتور) و گلف‌ها[4] (مریدان پاپ) سال‌های متمادی رودرروی یکدیگر قرار گیرند. اما درگیری‌های سیاسی ایتالیا تنها به دلیل رقابت میان امپراتور و پاپ نبود، چراکه پادشاهان فرانسه و اسپانیا نیز نقش موثری در حیات سیاسی ایتالیا ایفا می‌کردند. ویژگی نظام پاپی و متصدیان آن نیز یکی دیگر از عوامل تاثیرگذار بر سیاست آن زمان بود. گرچه اکثر فرمانروایان کلیسا زندگی مردم را هدایت می‌کردند، اما محدودیت‌های چندانی برای وجدان اخلاقی خود قائل نبودند. همه آنها فرزندان نامشروع داشتند. الکساندر ششم صراحتاً به این امر اذعان می‌کرد. همه آنها به درجات مختلف تلاش می‌کردند تا اعضای خانواده خود را هرچه سریع‌تر به قدرت و ثروت برسانند. الکساندر ششم پسر خود (سزار بورژیا)[5] را به فرماندهی کلیسای مقدس منصوب کرد، و از او و خواست از شر همه تیول‌دارانی که در زمان اسقف اعظم پیشین برای خود قدرت و ثروتی کسب کرده بودند خلاص شود. سزار بورژیا نیز از طریق قدرت پاپ و موافقت پادشاه فرانسه به چنین هدفی نائل شد و برای خود ثروت و قدرتی دست و پا کرد. بیشتر ابزارهایی که سیاستمداران کلیسایی و غیرکلیسایی این دوره، برای در قدرت ماندن به کار می‌بردند ابزارهایی بودند که نتیجه‌ای سریع و دلخواه به دنبال داشتند. به عبارت ساده‌تر، این ابزارها بر اساس معیارهای اخلاق انتزاعی که مورد ادعای خود آنها بود، انتخاب نمی‌شد. به عنوان مثال، پاپ سیکستوس چهارم[6] شریک توطئه‌ای بود که به قتل بی‌رحمانه چند تن از رهبران فلورانس منجر شد. در جمهوری ونیز هم حرفه‌ای رسمی وجود داشت که وظیفه‌اش مسموم کردن دشمنان بود.

پی‌نوشت‌ها:

۱- شهری باستانی در شمال شرقی یونان و یکی از ثروتمندترین و قدرتمندترین شهرهای یونان باستان.

۲- برای اطلاعات بیشتر در مورد رشد و توسعه ونیز، نگاه کنید به:

W. Carew Hazlitt, The Venetian Republic: Its Rise, Its Growth, and Its Fall, 2 vols., London: Adam and Charles Black, 1915

برای اطلاع بیشتر در مورد مسائل سیاسی ونیز در دوره ماکیاولی نگاه کنید به: جلد دوم، فصل‌های ۳۲ تا ۳۴.

۳- اعضای حزب طبقه اشراف ایتالیا و آلمان در قرون وسطی که حامی امپراتوران آلمانی‌تبار و مخالف نظام پاپی بودند.

۴- اعضای حزبی سیاسی در قرون وسطی (در ایتالیا و آلمان) که طرفدار نظام پاپی و مخالف سرسخت امپراتوران آلمانی‌تبار بودند. این حزب و حزب گیبلین سال‌ها مخالف و دشمن یکدیگر بودند.

5-Caesare Borgia

6-Pope Sixtus IV

انسان‌شناسی هنر سیاسی

هنر سیاسی امریکا پس از جنگ جهانی دوم

دکتر ناصر فکوهی

پیش از هر چیز باید بر دو نکته تاکید کنم: نخست آنکه آنچه امروز در اینجا ارائه می‌شود بخشی از مطالعه گسترده‌تری است که به طور عام درباره هنر سیاسی قرن بیستم و به طور خاص بر اشکال تصویری این هنر در حال انجام آن هستم. این مطالعه در یک خط زمانی از تداوم هنر انقلابی قرن ۱۹ آغاز شده و با انقلاب مکزیک در ۱۹۱۰ و سپس انقلاب‌های روسیه، چین، تبلیغات جنگ جهانی دوم به ویژه در امریکا و شوروی، انقلاب‌های جهان‌سومی از جمله در کوبا، ویتنام، هنر جنبش‌های آزادی مدنی از جمله جنبش سیاهان امریکا و جنبش‌های آزادیخواه از جمله در شمال آفریقا تا آخرین نمونه‌های این هنرها پس از فروپاشی شوروی، یکجانبه‌گرایی امریکا، اشغال عراق و افغانستان و حوادث دیگر پس از یازدهم سپتامبر ادامه می‌یابد و در آن تلاش می‌شود اشکال متفاوت و محتوا و سازوکارهای تداخل و تاثیرات چندجانبه و پیچیده میان حوزه هنر و حوزه سیاسی بررسی شوند. نکته دوم که پیش از شروع بحث نیاز به تاکید بر آن وجود دارد این است که در بحث ما امروز به ابعاد زیباشناسانه و نظریه‌های هنری پرداخته نمی‌شود و به دلیل محدودیت موضوع، ما هنر را صرفاً در بعد سیاسی- ایدئولوژیک آن و در مقطع زمانی و مکانی خاصی بررسی می‌کنیم.

از همین نکته آخر آغاز می‌کنم، هنر سیاسی به باور ما، هنری است که در موقعیتی ابزاری قرار می‌گیرد و از آن استفاده‌ای ایدئولوژیک می‌شود تا باوری را به کرسی نشاند، احساساتی را برانگیزد و در یک کلام برکنش اجتماعی یا بر اعتقادات ذهنی کنشگران اجتماعی تاثیرگذاری کند. در این راه هنر سیاسی از همه وسایل ممکن استفاده می‌کند و زیباشناسی صرفاً ابزاری است برای این هنر که بتواند تاثیر خود را، ولو آنکه این تاثیر خیالین و توهمی باشد، بیشتر کند. بنابراین در هنر سیاسی، موضوع ارزشگذاری زیباشناسانه مطلقاً مطرح نیست و سفارش‌دهندگان این هنر کاملاً نسبت به این موضوع آگاهی دارند. با این وصف، نباید تصور کرد که این هنر را باید ضدزیباشناسانه تصور کرد. در بسیاری موارد هنر سیاسی- ایدئولوژیک چه در زمان خود و چه با فاصله زمانی نسبتاً زیادی (برای مثال وقتی امروز ما به آفیش‌های دوران جنگ جهانی نگاه می‌کنیم) می‌تواند دارای ارزش‌های زیباشناسانه نیز باشد اما مساله اصلی آن است که حوزه سیاسی اگر هم از این ارزش‌ها و مولفه‌ها استفاده کند صرفاً با اهداف خود یعنی اهداف سیاسی است. مقطعی که ما درباره آن قصد سخن گفتن داریم، به پس از جنگ جهانی دوم بازمی‌گردد. یعنی دورانی که با سقوط امپراتوری‌های استعماری دو ابرقدرت جدید ظاهر می‌شوند که جهان را میان یکدیگر تقسیم می‌کنند؛ از یک سو شوروی و از سوی دیگر امریکا. کنفرانس‌های تهران و یالتا، فرصت‌هایی است که این تقسیم جهان به حوزه‌های نفوذ انجام بگیرد؛ تقسیمی که در ابتدا به نظر می‌رسید می‌توانست از تنش‌های بعدی جلوگیری کند اما خیلی زود با جنگ کره به یک تنش سخت میان دو ابرقدرت تبدیل شد که پس از آن با دورانی که موسوم به «جنگ سرد» است در فاصله سال‌های دهه ۱۹۵۰ تا سقوط شوروی در ۱۹۹۰ تداوم یافت. جنگ سرد معنای خود را از آن می‌یافت که دو ابرقدرت، عمدتاً به دلیل بازدارندگی نیروی هسته‌ای طرفین، نمی‌توانستند با یکدیگر وارد یک جنگ رودررو شوند. اما این دوران، دورانی بود که آنها از طریق کشورهای کوچک جهان‌سومی دائماً با یکدیگر درگیر بودند و در کنار این امر، تبلیغات گسترده‌ای را علیه یکدیگر سامان می‌دادند. بحث ما امروز بیشتر به این تبلیغات در یک سوی آن یعنی امریکا برمی‌گردد. و اگر بر ساختارهای تبلیغات سیاسی امریکا در طول جنگ جهانی دوم و دوران بلافاصله پس از آن تاکید داریم به این دلیل است که این ساختار تا امروز عملاً ادامه پیدا کرد و تنها پس از سقوط شوروی با ایجاد یک «دشمن» تازه در قالب «تروریسم بین‌المللی» تکرار شده است.

ساختار هنر سیاسی- ایدئولوژیک امریکا را می‌توان عمدتاً در سه ایدئولوژی مشاهده کرد که پیوندی تنگاتنگ با یکدیگر دارند و عبارتند از:

- ایدئولوژی «شیوه زندگی امریکایی»
- ایدئولوژی خشونت مردسالارانه
- ایدئولوژی بیگانه‌ترسی

هر سه این ایدئولوژی‌ها که نقطه اوج آنها را باید در جنگ جهانی دوم و سال‌های بلافاصله پس از آن دانست، تا امروز تداوم یافته و بحث ما در پی آن است که نشان دهد این ایدئولوژی‌های سه‌گانه ساختار اساسی‌ای هستند که هنوز گفتمان سیاسی را در ابعاد زیباشناسانه یا هنری آن در این کشور هدایت می‌کنند، هر چند نمی‌توان و نباید انکار کرد که در هر سه مورد تحولات بزرگی نیز قابل مشاهده است.

شیوه زندگی امریکایی: «دهانت را ببند و خوشبخت باش»

چند عنصر و مولفه اساسی گویای هنر سیاسی در این ایدئولوژی است: نخست عنصر هویتی در قالب پرچم که حضوری تقریباً دائم در همه جا دارد. تقریباً در تمام آفیش‌ها و تبلیغات تصویری به نحوی از انحا پرچم، از طریق شکل و رنگ‌های خود (خطوط موازی و ستارگان، آبی و قرمز و سفید) حضور دارد. به این‌ترتیب پرچم در نظام‌شناختی امریکایی نوعی تقدس ناخودآگاه می‌یابد که کمتر می‌توان مثالی برای آن در سایر فرهنگ‌ها یافت. این امر تا امروز هنوز ادامه دارد و نصب پرچم بر سردر خانه‌ها به خصوص هنگام مصیبت‌های سیاسی یا طبیعی و استفاده از پرچم در لباس و تزیینات و دکور که در اروپا کاری بسیار «مبتذل» به حساب می‌آید، در امریکا کاملاً «طبیعی» جلوه می‌کند. استفاده از نماد «عقاب» و رنگ سفید سر او نیز گاه به این امر اضافه می‌شود.

عنصر دوم، خانواده است که عموماً در قالب یک خانواده چهارنفره با زوجی جوان و تقریباً در یک سن، و دو فرزند دختر و پسر گویای تعادلی آرمانی است. این زوج در صحنه‌پردازی‌های گوناگون زیباشناسانه به ویژه در «خانه مجلل» و در «ماشین بزرگ» امریکایی به اوج زیباشناسانه خود می‌رسد. در این امر نیز ما با تداومی با تغییر اندک روبه‌رو بوده‌ایم. عکس‌های تبلیغاتی زوج ریاست‌جمهوری برای مثال در مورد اوباما، بار دیگر تصویر «خوشبختی امریکایی» را در قالب خانواده‌ای متعادل نشان می‌دهند. تصاویری از خانه‌هایی با «استخر»، با حیاطی بزرگ و زیبا و سرسبز و منقل کبابی به صورتی دائم در نمادشناسی تصویری امریکایی در کنار اتومبیل‌های «بزرگ»، «قدرتمند»، «محکم» و «خوش‌رنگ» و زیبا تا امروز تکرار شده‌اند. تصویر مرد موفق و پرمشغله و زن خانه‌دار، دلسوز و مادر نمونه نیز لااقل تا اواسط دهه ۱۹۶۰ ادامه داشت و پس از آن تا اندازه‌ای زیر فشار جنبش‌های زنانه در الگوی زنانه آن تغییر کرد و زن را در نقشی دوشخصیتی یعنی هم خانه‌داری مسوول و هم شاغلی پرکار نشان داد. عنصر سوم، مسیحیت است، که باز هم حضوری مداوم دارد. مراسم و مناسک دینی و شرکت همه مسوولان سیاسی در آنها، ازدواج‌های پرشکوه در کلیساهای تزیین‌یافته که عنصر پیشین را به سختی به عنصر کنونی پیوند می‌دهد، و استفاده از حرکات دینی به شدت در هنر سیاسی امریکایی مورد استفاده قرار می‌گیرد. هرچند این استفاده به دلیل پروتستان بودن ایدئولوژی سیاسی یانکی، کمتر از نمادهای بسیار برجسته کاتولیسیسم به ویژه صلیب یا لباس روحانی استفاده کرده و بیشتر در حرکات بدنی گویا نیایش خود را نمایان می‌سازد.

عنصر چهارم، سکوت و پرهیز از افشای اسرار است که الگوی نمادین خود را از جنگ و لزوم سکوت در برابر «جاسوسان» دشمن می‌گرفت: در این هنگام آفیش‌های متعددی زنان «شیطان‌صفتی» را به نمایش می‌گذاشت که نمی‌توانند جلوی دهان خود را بگیرند یا مردان «کودنی» که قدر خوشبختی خود را نمی‌دانند. این الگو نیز به صورت کاملاً آشکاری تا امروز ادامه یافته است. زمانی که جرج دبلیو بوش پس از حملات یازدهم سپتامبر از «جنگ تمدن‌ها»، «جنگ‌های صلیبی» و از اینکه «هر که با ما نیست، دشمن ما است» سخن می‌گفت در واقع تکراری تا اندازه‌ای تغییریافته از همین الگو را در سطح گفتمانی عرضه می‌کرد. آنچه «ضدامریکایی‌گرایی» عنوان می‌شود و در خود امریکا، ابایی از آن وجود ندارد که روشنفکرانی چون چامسکی، ادوارد سعید و حتی اقتصاددانانی چون استیگلیتز و کروگمن را حتی تا امروز و در دوره اوباما به آن متهم کنند، دقیقاً همین امر است که نمی‌توانند «جلوی دهان‌شان را بگیرند». اسطوره «شیوه زندگی امریکایی» که در سال‌های جنگ جهانی دوم و پس از آن ساخته شد و حاصل تفاوت عظیمی بود که به دلیل ضربه نخوردن سیستم امریکایی از جنگ با اروپا پیدا کرده بود، بعدها با عنوان‌های متعدد دیگری همچون «معجزه امریکایی» «داستان موفقیت امریکایی و بسیاری عناوین دیگر ادامه یافت.

خشونت مردسالارانه: «مثل یک مرد قوی باش»

اگر ایدئولوژی امریکایی رویه آرام و انعطاف‌آمیز خود را در مفهوم «خانواده خوشبخت» می‌یابد یک رویه خشونت‌آمیز نیز با قدرتی تمام در این ایدئولوژی وجود دارد که خود را در رویکرد «ضدزنانگی» آن می‌یابد. نخستین نشانه‌های این بعد را باز هم می‌توان در آفیش‌های دوران جنگ یافت که در آنها در کنار زنان «خوب» و «الگووار»، نخستین زنان «شرور» نیز ظاهر می‌شوند. این زنان مولفه‌های زیر را به نمایش می‌گذارند و در آنها تبلور می‌یابند.

عنصر نخست، «زن شیطانی» یا ضدالگوی زنانگی است که خود به صورت‌های گوناگون به نمایش درمی‌آید. نخست زنی که نمی‌تواند در برابر وسوسه سخن گفتن تاب بیاورد. زنانگی در اینجا به مثابه نوعی خاصیت «طبیعی» به خودنمایی و دخالت «بیجا» در آنچه به فردی مربوط نیست و در همان الگوی کمابیش گسترده «زن وراج» خود را بازمی‌یابد و در برخی از آفیش‌ها نمایان می‌شود؛ زنانی که با پرگویی جان‌های زیادی را به خطر انداخته‌اند یا از میان برده‌اند. به این‌ترتیب چهره زنی «شیطانی» را در آفیشی می‌بینیم که مستقیم در چشم بیننده نگاه می‌کند و از این نگاه نوعی الگوی «وقاحت» می‌سازد. زنی که موهایی تیره، چهره‌ای استخوانی و نه‌چندان امریکایی دارد و به جای لبخندی که دندان‌ها را به نمایش بگذارد تبسمی «بسته» و مرموز در لبانش دیده می‌شود؛ در بالای این آفیش همچون در اعلامیه‌های پلیسی کلمه «تحت تعقیب» آمده و در زیر آن نوشته شده است، به جرم جنایت، بی‌مبالاتی او در حرف زدن جان انسان‌هایی را از بین برده است. الگوی دیگری از چنین زنانی طبعاً «روسپیان» هستند. در آفیش دیگری، زنی باز هم با چهره‌ای نه‌چندان امریکایی، یعنی موها و پوست نسبتاً تیره، باز هم با تبسمی بدون آنکه دندان‌ها دیده شوند و باز هم خیره در نگاه تماشاگر (یعنی باز هم با نوعی وقاحت) را می‌بینیم که در بالای آفیش در سمت راست قرار گرفته و چند مرد کوچک در پایین آفیش از روبه‌رویش می‌گذرند؛ مردانی که به طعمه‌هایی معصوم شباهت یافته‌اند.

عنصر دوم درست برعکس ارائه تصویر «زن خوب» است. این زن باید «مردان» را به مثابه الگو برای خود بگیرد و از آنها تبعیت کند. در این حالت ما در آفیشی زنان اداری را می‌بینیم که با تیپ‌هایی کاملاً امریکایی (از لحاظ زیباشناسی این آفیش‌ها) یعنی موهای بلوند یا روشن که یا آویخته‌اند یا روی سر جمع شده‌اند، در حال خوردن ناهار در اداره هستند؛ ناهاری که مشخص است ساندویچ‌هایی است که خود در خانه آماده کرده‌اند (تداوم کارکرد خانگی در حوزه کار). باز هم در آفیشی می‌بینیم زنی که لباس کارگری بر تن دارد، همچون مردان، «بازوگرفته» و عضلات خود را به رخ می‌کشد. روی آفیش نوشته شده است: «ما می‌توانیم این کار را بکنیم»، که اشاره به کار زنان در صنایع است که در دوره جنگ به شدت مورد نیاز بود. سرانجام حتی در کارکردهای نظامی الگوی مردانه خود را به شدت تبلیغ می‌کند تا «زن خوب» را نشان دهد. چنان که در آفیش دیگری دختری جوان را می‌بینیم که لباس نظامی ملوانی به تن کرده؛ لباسی که آشکارا برای تن او بزرگ است (به‌عبارت دیگر در «قد و قواره او نیست») و در آفیش می‌خوانیم: «کاش من یک مرد بودم و به نیروی دریایی می‌پیوستم»، در حالی که در زیر آفیش با حروف بزرگ نوشته شده‌است: «مرد باشید و این کار را بکنید»، و آفیش با امضای بزرگ بخش استخدام نیروی دریایی ارتش امریکا به‌پایان رسیده است. عنصر سوم عنصری کاملاً خشونت‌بار است که آن را شاید بتوان در مفهوم «پرچم فالیک» تعریف کرد. تصویر معروف سربازان امریکایی در جنگ که در حال بالا بردن و نصب پرچم هستند، تصویری آرمانی از این لحاظ به‌شمار می‌آید، اما بهره‌برداری از نماد پرچم در شکل و رنگ آن و به صورتی جهانشمول در صحنه‌های جنگی از خشونت‌بارترین آنها تا ظریف‌سازی‌شده‌ترین اشکال آن، نمونه‌های بارزی را از این قالب خشونت‌بار که در عین حال قالبی هویتی نیز هست نشان می‌دهند. باز اگر نگاهی به تصاویر بیندازیم، از تصاویر قدم گذاشتن «نخستین انسان» (یعنی درواقع نخستین امریکایی) بر روی کره ماه و نصب پرچم و سلام دادن به آن، تا تصاویر فیلمی چون «بتمن» در طراحی لباسش و سرانجام تصاویر بوش پیش و پس از جنگ عراق در لباس نظامی و زمینه پرچم امریکا، نماد خشونت نظامی‌گرا تداومی کامل در نظام امریکایی داشته است. نکته قابل توجه شاید در آن باشد که در مجموع تصاویری هنری امریکایی از جمله در سینما، تصویر «خانواده خوشبخت»، با گسترش نظامی‌گری امریکایی، هر چه بیشتر خود را به تصویر «قهرمان شکست‌ناپذیر، امریکایی» داده است. پوستر معروف فیلم راکی قهرمانی زخمی و درهم شکسته اما پیروز و همچنان قدرتمند را نشان می‌دهد که هیکل مردانه و ورزیده‌اش را در پرچم امریکا پیچیده و مشت‌هایش را به‌سوی آسمان بلند کرده است. تصویری باز هم از دوران جنگ صف مردان نظامی قوی‌هیکل امریکایی را نشان می‌دهد که بر بازویشان تصویر پرچم مشاهده می‌شود و در بالای سرشان سال ۱۹۴۳ که از مقابل صفوف مردان نظامی باز هم قوی‌هیکل امریکایی با پرچم قدیمی امریکا که بر بالای سرشان رقم ۱۷۷۸ نوشته شده است عبور می‌کنند و در زیر پوستر با حروف درشت نوشته شده است: «امریکایی‌ها همیشه برای آزادی می‌جنگند» و زیر واژه «همیشه» خط تاکید کشیده شده است. مردانگی، قالب اساسی حمل خشونت نظامی(و البته خشونت غیرنظامی است که در این مقاله فرصت ورود به آن نیست) به شمار می‌آید.

ایدئولوژی بیگانه‌ترسی: «دوست که به دشمن بدل می‌شود»

سرانجام باید به سومین بعد این مثلث ایدئولوژیک برسیم که نگاه به مفهوم «دوست» و «دشمن» از دریچه دید سیاسی و ایدئولوژیک است و باز در گروهی از مولفه‌ها و الگوهای آرمانی خود را بازمی‌نماید. در این گروه از تصاویر و اشکال هنری، تلاش شده است اولاً «دوست» به صورتی روشن بیان شود، سپس «دشمن» تعریف می‌شود و سرانجام خطر تبدیل شدن «دوست» به «دشمن» که به نظر ما محور اصلی ایدئولوژیک در این بعد است. الگوی «دوست»، بسیار زود از خلال تصاویر تبلیغاتی پیش و پس از جنگ شکل می‌گیرد. این تصویر عموماً از همان عناصری تشکیل شده که در بعد نخست به آن اشاره کردیم: امریکایی متوسط‌الحال در قالب یک خانواده خوشبخت تعریف می‌شود: پدر و مادری جوان و زیبا و سفیدپوست و با قیافه‌ای اروپایی، موهایی بلوند یا روشن برای همه افراد خانواده، کوتاه و مرتب برای مرد و پسر و بلند و آراسته برای مادر و دختر؛ خانواده‌ای مرفه و پایدار به اصول اخلاقی به دور از آرایش‌های تند و ظاهری که «زننده» باشد. در این الگو دوست بیش از هر چیز تجلیل از «میان‌مایگی» خود را نشان می‌دهد. این الگو در طول سال‌های پس از جنگ تغییراتی را نیز شاهد است که می‌توان آنها را عمدتاً در چند حوزه مشاهده کرد: نخست نظامی‌شدن آن در مواردی خاص و ظاهر شدن تصویر قهرمان مردانه و خشونت‌آمیز نظامی یا مدنی، سپس در تغییراتی که به دنبال جنبش زنان در الگوی زنانه اتفاق می‌افتد و امکان بیشتری به‌رها شدن از الگوهای تعریف‌شده دوست می‌دهد هر چند چندان از آن فاصله نمی‌گیرد؛ و سرانجام در حوزه نژادی و کودکانه با انعطاف بیشتری که به الگوی ظاهری کودکی داده می‌شود و با ظهور هر چه بیشتر خانواده خوشبخت و قهرمان سیاهپوست. دوست به هر رو در اکثر قریب به‌اتفاق موارد خود را از طریق نشانه‌ای همچون پرچم مشخص می‌کند و از دشمن که در قالب‌های مختلف ظاهر می‌شود فاصله می‌گیرد. الگوی «دشمن» از پس از جنگ در اشکال و قالب‌های متعددی ظاهر می‌شود که خصوصیت همه آنها در «قابل تشخیص بودن» یعنی «تفاوت» آنها به‌جز در حادترین موارد است که به آن اشاره می‌کنیم. دیگری پیش از هر چیز در قالب‌های نژادی خود را نشان می‌دهد. در طول جنگ به‌شدت بر «خطر زرد» تاکید می‌شود. ژاپنی‌ها با تاکید بسیار زیادی بر زشتی قیافه و پوست «بدرنگ»شان به نمایش گذاشته می‌شوند. در بسیاری موارد این ژاپنی‌های شیطان‌صفت در حال حمله به زنان سفیدپوست نشان داده می‌شوند و از امریکایی خواسته می‌شود خطر ورود بیگانه به خاک‌شان را (که بعید و دور از ذهن است) جدی بگیرند؛ خطری که در قالب دیگری «زرد» (ژاپنی و بعدها کمونیست‌های چینی) یا «قرمز» (کمونیست‌های روسی در طول جنگ سرد) به نمایش گذاشته می‌شود. استفاده از چهره‌های لنین، مائو، کاسترو و بسیاری دیگر از سردمداران کمونیست بسیار در این تبلیغات رایج است و در پایان این دوره پس از سقوط کمونیسم، دشمن بیش از هر چیز خود را در چهره‌های اسلامی ضدامریکایی متبلور می‌کند. دشمن به سهولت با شیطان و با مرگ یکی شده و از طریق استفاده از نمادها و تصویرسازی از این دو مولفه میان این دو مفهوم یعنی «بیگانگی» از یک سو و «مرگ» و «شیطانی بودن» از سوی دیگر پیوند و این همان بودگی ایجاد می‌شود.

گونه‌ای از بیگانگی شیطانی نیز در بیگانه‌ای تعریف می‌شود که این بار نه بیش از حد «زشت» بلکه بیش از حد «زیبا» است. از این لحاظ نگاه به برخی از شخصیت‌های فیلم «دون» (اثر دیوید لینچ ۱۹۸۴) بسیار گویا است. دو شخصیت شیطانی کلیدی در این فیلم از یک سو، مرد چاق و بسیار زشتی است که صورت او آکنده است از جوش‌های چرکین در شرف انفجار و مشمئزکننده که تصویری آرمانی از دشمن متفاوت و شیطانی را نشان می‌دهد، اما در عین حال شخصیت شیطانی دیگری که در این فیلم نقش او را «استینگ» خواننده معروف و خوش‌چهره امریکایی بازی می‌کند، دقیقاً مثالی از پیچیدگی شیطانی است که در قالب «زیبایی بیش از حد» (در چهره و اندام) و در به نمایش گذاشتن وقیحانه این زیبایی (در عنصر برهنگی) خود را بازمی‌نمایاند. این شخصیت شیطانی دقیقاً به دلیل زیبایی بیش از اندازه‌اش که از مرزهای میان‌مایگی عبور می‌کند و به دلیل زیر پا گذاشتن مرزهای اخلاق باید «دشمن» را در قالبی نشان دهد که باید آن را کشف و نقاب از چهره‌اش برداشت. سرانجام باید به الگویی از بیگانگی اشاره کرد که می‌تواند هر الگوی دیگری را در خود جای دهد و آن الگوی بیگانه تصویرشده در «موجودات فضایی» است. نوع بسیار رایج هنری این بیگانه را از کارتون‌های قدیمی و شخصیت معروف «مریخی سبزرنگ» مشاهده می‌کنیم که تا امروز تداوم یافته و در مجموعه فیلم‌های «جنگ ستارگان» (مجموعه‌ای که از سال ۱۹۷۷ و به کارگردانی جرج لوکاس آغاز می‌شود) مشاهده کرد که در آنها انواع و اقسام بیگانگان زشت و کریه به نمایش درمی‌آیند.

نکته

دکتر ناصر فکوهی در بخش نخست این مقاله امریکا پس از جنگ جهانی دوم تا امروز را با نگاهی انسان‌شناختی تحلیل می‌کند.

اندیشه‌های مسی

تاریخ خودمان را زندگی کنیم-۴

اندیشیدن درباره امر اجتماعی

حمید ملک‌زاده

پرسش از نسبت میان اندیشیدن درباره امر اجتماعی و نظرگاه اندیشمند علوم انسانی، در واقع پرسش از چگونگی شکل‌گیری افرادی است که در هر لحظه از زندگی روزمره‌شان در درون کلیت اجتماعی نظم‌یافته بر اساس نهادهای «بیرونی»[1] در حال عمل کردن هستند. در واقع پرسشی است از چگونگی شکل‌گیری آن محدوده شناخت‌شناسانه‌ای که در درون مرزهای برساخته‌شده در حال عمل کردن است. محدوده‌ای که براساس مطالعات انجام‌شده می‌توان گفت مرجع صادر کردن آن شکل‌های زبانی خاصی است که مباحثی را در جریان زندگی اجتماعی به خود اختصاص داده است؛ در واقع فرد انسانی‌ای که امکانات گوناگونی را در جریان زندگی روزمره به نمایش درآورده است تا به وسیله آنها شناخته شود. این محدوده شناخت‌شناسانه نقطه‌ای از جریان زندگی است که همواره به وسیله استفاده از کلمه «من» توسط هر کدام از افراد انسانی تعیین و محدود می‌شود؛ یک محدوده زیست شده، که مورد پذیرش دیگران قرار گرفته و در درون خودش تصویری به وجود آورده است که او را برای دیگران و خودش معرفی می‌کند؛ پرسشی که باید به چگونگی شکل گرفتن این محدوده بپردازد تا بتواند موضع اندیشمند علوم انسانی نسبت به امر اجتماعی را از یک طرف و خاستگاه دانش او را از طرف دیگر مورد بررسی قرار دهد.به عنوان یک ویژگی اساسی انسان موجودی همواره در وضعیت است؛ موجودی که همواره در درون چیزی، جایی، یا زمانی که ویژگی‌های خاصی دارد مورد مطالعه باید قرار بگیرد. حتی در آن لحظه‌ای که از یک انسان خاص می‌اندیشیم نمی‌توان او را به عنوان نقطه‌ای که روی یک صفحه صرفاً سفید، به تنهایی وجود دارد فرض کرد. به نظر نگارنده مطالعه هر انسان عبارت است از بررسی شرایط نقاط مختلفی که در با هم بودگی‌شان اشکال گوناگونی را به تصویر کشیده‌اند. در واقع انسان موجودی است که با در ارتباط با دیگری بودن تعریف می‌شود. یا به بیان بهتر «خود همواره به عنوان یک رابطه» برای انسان قابل تصور است؛ رابطه‌ای که در مجموع، برای هر کدام از دقایق خودش- افراد درگیر در رابطه- تمایزات خاصی را به ارمغان آورده است. رابطه‌ای که به طور توامان برساخته و بر سازنده ویژگی‌های خاص هر کدام از اعضایش است.

در این معنا، انسان در وضعیت، به عنوان موجودی تصور می‌شود که تحت رانه‌های گوناگون درونی‌اش، در درون کلی – از نظر زمانی- از پیش موجود وارد برهمکنش با دیگران می‌شود. این رابطه از یک طرف میان هر کدام از افراد با یکدیگر و از طرف دیگر مابین تک‌تک این افراد با سازه‌های اجتماعی از پیش موجود

جریان دارد. هر فرد در جریان زندگی روزمره و تحت رانه‌های درونی‌اش- برای پاسخ دادن به الزامات هر کدام از این رانه‌ها- مجموعه‌ای از امکانات موجود را انتخاب کرده یا با توجه به مجموعه امکانات موجود اجتماعی، شرایط تازه‌ای برای برآوردن آرزوهایش به وجود می‌آورد. این فرآیند از آن خود کردن امکانات موجود یا پدید آوردن شرایط تازه- حتی در صورت ناکامی فرد در کامیابی‌های فردی‌اش- محدوده‌ای از کیفیات متناسب با انتخابات و ابداعاتش را برای دیگران به نمایش می‌گذارد که او را به واسطه آنها مورد شناسایی قرار می‌دهد. همچنین فرد در جریان پیگیری آرزوهای شخصی‌اش شکلی از ارتباط با کلی از پتیش موجود- جامعه و نهادهای رسمی‌اش- را به نمایش درمی‌آورد که نسبت او با الگوهای تعریف شده است و انسان مطلوب توسط جامعه را نشان می‌دهد. این جریان ساختن و برساختن توسط هر کدام از افراد جامعه، مرزهایی به اجرا درآمده در زندگی روزمره را برای ایشان ترسیم می‌کند که در واقع حدود آنها را دربرمی‌گیرد. هر گاه یکی از این افراد سعی می‌کند خودش را برای دیگری توضیح بدهد یا در لحظه‌ای به خودش فکر کند در واقع به محتوای درون این مرزها می‌اندیشد؛ محتوایی که از جریان کنش نفی‌آمیز هر فرد به دست آمده است. به این ترتیب و در درون جریان زندگی‌اش فرد خود را به عنوان یک موجود متمایز از دیگری انسانی و نمادین برمی‌سازد و فرآیندی که در درون آن با نفی کردن مجموعه‌ای از امکانات و برگزیدن مجموعه دیگری از امکانات به طور توامان به شناخته شدن خودش توسط دیگری و شناخته شدن دیگری توسط او می‌انجامد. به این ترتیب و در جریان زندگی روزمره هر کدام از افراد جامعه انسانی خودشان را در درون جامعه به عنوان موجودات تمایز یافته به رسمیت شناخته‌شده‌ای، درمی‌یابند که در حال کنش کردن‌اند. بنابراین ترتیب، خودآگاهی برای هر فرد عبارت می‌شود از اندیشیدن درباره حدودی و مرزهایی که میان خود و دیگری در جریان زندگی روزمره‌اش برساخته است و آگاهی از این مرزها.

پی‌نوشت:

1-objective