روایت، رسانه و اعتماد عمومی

مروری بر کتاب **ارتباط انسانی به مثابه روایت** نوشته والترآر. فیشر



مطالعات رسانه



ندا شفیعی
مترجم کتاب

در روزگاری که جهان بیش از هر زمان دیگری در محاصره پیام‌ها، تصویرها، روایت‌ها و تفسیرهای گوناگون قرار گرفته، فهم ماهیت ارتباط انسانی و چگونگی شکل‌گیری معنا در ذهن و زندگی آدمیان، اهمیتی دوچندان یافته است. انسان معاصر نه‌تنها با انبوهی از اطلاعات مواجه است، بلکه پیوسته در معرض روایت‌هایی قرار می‌گیرد که هر یک می‌کوشند تصویری خاص از واقعیت ارائه دهند، ارزش‌هایی را برجسته سازند و مخاطب را به نوعی از باور یا کنش سوق دهند. در چنین فضایی، کتاب «ارتباط انسانی به مثابه روایت» اثر والترآر. فیشر، اثری درخور تأمل و بازخوانی است؛ کتابی که می‌کوشد ما را از تلقی صرفاً فنی و اطلاعاتی از ارتباط فراتر ببرد و به این دریافت برساند که بخش مهمی از مناسبات انسانی، اجتماعی و حتی سیاسی ما در بستر روایت‌ها شکل می‌گیرد. این اثر را می‌توان تلاشی نظری برای پاسخ به پرسشی بنیادین دانست: «انسان‌ها چگونه از طریق سخن گفتن، شنیدن، داستان‌پردازی و مواجهه با روایت‌های دیگران به جهان معنا می‌بخشند و بر مبنای آن دست به انتخاب و عمل می‌زنند؟» اهمیت کتاب نیز دقیقاً در همین نقطه آشکار می‌شود؛ در بازشناسی این حقیقت که ارتباط، صرفاً انتقال مجموعه‌ای از داده‌ها از فرستنده به گیرنده نیست، بلکه فرایندی پیچیده از معناآفرینی، ارزش‌گذاری و اقناع است.

انسان موجودی روایتگر است

انگیزه اصلی برای ترجمه کتاب «ارتباط انسانی به مثابه روایت» را باید در اهمیت روزافزون روایت در زندگی فردی و اجتماعی انسان معاصر جست‌وجو کرد. امروز بیش از آنکه صرفاً با واقعیت‌ها مواجه باشیم، با روایت‌هایی روبه‌رو هستیم که درباره واقعیت ساخته و منتشر می‌شوند. آنچه در عرصه سیاست، رسانه، فرهنگ، اقتصاد و حتی روابط روزمره اهمیت پیدا می‌کند، تنها خود رویدادها نیست، بلکه چگونگی بازنمایی و تفسیر آنهاست.

در جهان رسانه‌ای امروز، هر پیام در دل روایتی قرار می‌گیرد و هر روایت می‌تواند به شکل‌گیری نوعی نگرش، باور یا رفتار بینجامد. شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های جمعی، پلتفرم‌های دیجیتال و حتی سامانه‌های هوش مصنوعی، میدان‌هایی هستند که در آنها روایت‌ها تولید، بازتولید، رقابتی و گاه دستکاری می‌شوند. از این منظر، آشنایی با نظریه روایت فیشر می‌تواند به مخاطب کمک کند تا از مصرف‌کننده منفعل پیام‌ها به خواننده‌ای نقاد و تحلیلگری آگاه تبدیل شود. یکی از مهم‌ترین وجوه اندیشه فیشر، فاصله گرفتن از این تصور است که تنها استدلال‌های رسمی، منطقی و مبتنی بر شواهد فنی می‌توانند بر انسان تأثیر بگذارند. او نشان می‌دهد آدمیان در بسیاری از موقعیت‌ها نه فقط با محاسبات منطقی، بلکه با داستان‌ها، تجربه‌ها، ارزش‌ها و تصاویری که از جهان در ذهن دارند، تصمیم می‌گیرند. به بیان دیگر، انسان پیش از آنکه موجودی صرفاً استدلالگر باشد، موجودی روایتگر است. این دیدگاه برای جهان امروز اهمیتی اساسی دارد؛ چراکه بخش قابل توجهی از اقناع عمومی، نه از مسیر ارائه داده‌های خام، بلکه از طریق ساختن روایت‌هایی اثرگذار صورت می‌گیرد. گاه یک داستان کوتاه درباره رنج یک انسان می‌تواند بیش از انبوهی از آمار و گزارش‌ها بر افکارعمومی اثر بگذارد. گاه یک تصویر، یک خاطره یا یک روایت شخصی، می‌تواند جهت‌گیری اجتماعی گسترده‌ای ایجاد کند. فیشر به ما می‌آموزد که برای فهم چنین تأثیراتی باید از چارچوب‌های محدود ارتباطی فراتر رفت و به منطق روایت توجه کرد.

اهمیت کتاب در فضای رسانه‌ای ایران

به گمانم اهمیت این کتاب برای فضای رسانه‌ای ایران را باید در چند سطح بررسی کرد. نخست آنکه جامعه ایران، همچون بسیاری از جوامع معاصر، با تکثر رسانه‌ای و رقابت روایت‌ها روبه‌روست. در چنین شرایطی، رسانه‌ها صرفاً وظیفه انتقال خبر و اطلاعات را برعهده ندارند؛ آنها در شکل‌دهی به افق معنایی جامعه، تعیین اولویت‌های ذهنی مخاطبان و ساختن تصویر عمومی از رویدادها نیز نقش دارند. از این رو، نظریه روایت فیشر می‌تواند ابزار مناسبی برای تحلیل شیوه‌های اقناع در رسانه‌های ایرانی باشد. برای مثال، می‌توان با بهره‌گیری از این نظریه بررسی کرد که چرا برخی روایت‌های رسانه‌ای با وجود برخورداری از پشتوانه اطلاعاتی محدود، در میان مخاطبان پذیرفته می‌شوند، در حالی که برخی پیام‌های مستند و مبتنی بر داده، چندان مورد استقبال قرار نمی‌گیرند. پاسخ این پرسش را باید تا اندازه‌ای در تناسب روایت با تجربه زیسته، باورها، ارزش‌ها و انتظارات مخاطبان جست‌وجو کرد. نکته دوم، ضرورت تقویت سواد رسانه‌ای و قدرت تشخیص مخاطب است. امروزه مخاطب ایرانی با حجم گسترده‌ای از اخبار، تحلیل‌ها، روایت‌های شخصی، شایعات و اطلاعات گاه متعارض مواجه است. در چنین وضعیتی، صرف دانستن روش‌های تشخیص خبر جعلی کافی نیست؛ مخاطب باید بتواند ساختار روایت‌ها را نیز بشناسد، پیش‌فرض‌های آنها را کشف کند و بسنجد که یک روایت تا چه اندازه با تجربه انسانی و شواهد موجود سازگاری دارد. نظریه فیشر در این زمینه دو معیار مهم را پیش روی ما قرار می‌دهد: انسجام روایی و وفاداری روایی. انسجام روایی به این معناست که اجزای یک داستان تا چه اندازه با یکدیگر سازگارند و روایت از درون دچار تناقض نیست. وفاداری روایی نیز به این پرسش مربوط می‌شود که آیا روایت با تجربه‌های انسانی، ارزش‌های پذیرفته شده و دلایل قابل دفاع سازگار است یا خیر؟

این دو معیار می‌توانند در تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، تبلیغات، سخنرانی‌های سیاسی، مستندها و حتی محتوای منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی به کار گرفته شوند. البته نباید آنها را جایگزین کامل راستی‌آزمایی و سنجش شواهد دانست؛ بلکه ارزش‌شان در آن است که لایه‌ای عمیق‌تر از تحلیل را به بررسی پیام‌ها می‌افزایند. نکته سوم، اهمیت این کتاب در فهم رابطه رسانه و اعتماد عمومی است. اعتماد مخاطب صرفاً با تکرار پیام یا افزایش حجم اطلاعات ایجاد نمی‌شود. مخاطب زمانی با یک رسانه احساس همراهی می‌کند که روایت آن را باورپذیر، منسجم و متناسب با تجربه خود بیابد. این موضوع برای رسانه‌های ایران که با مسأله اعتماد، مرجعیت خبری و رقابت با رسانه‌های فرامرزی مواجه‌اند، اهمیتی ویژه دارد. از این منظر، مطالعه این کتاب را به طیف گسترده‌ای از مخاطبان توصیه می‌کنم: دانشجویان و استادان علوم ارتباطات، روزنامه‌نگاران، مدیران رسانه، پژوهشگران حوزه فرهنگ و جامعه، فعالان روابط عمومی، تولیدکنندگان محتوا، نویسندگان، مستندسازان و علاقه‌مندان به مطالعات سیاسی و اجتماعی. همچنین این کتاب برای کسانی که می‌خواهند در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای، قدرت تحلیل و داوری مستقل خود را تقویت کنند، اثری سودمند خواهد بود.



اهمیت کتاب «ارتباط انسانی به مثابه روایت» را باید فراتر از معرفی یک نظریه ارتباطی دانست. این کتاب دعوتی است به بازاندیشی در شیوه فهم انسان، جامعه و جهان پیرامون؛ دعوتی برای دیدن لایه‌های پنهان معنا در سخنان، داستان‌ها، پیام‌ها و تجربه‌هایی که زندگی روزمره ما را شکل می‌دهند

محورهای اصلی کتاب

کتاب «ارتباط انسانی به‌مثابه روایت» اثری در حوزه فلسفه ارتباطات، بلاغت و نظریه روایت است که در نسخه اصلی با عنوان «Human Communication as Narration» و عنوان فرعی «Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action» سال ۱۹۸۷ به همت انتشارات دانشگاه کارولینای جنوبی منتشر شد. این کتاب در چهار بخش اصلی سامان یافته و نویسنده در ۹ فصل، مبانی نظری، معیارهای ارزیابی و کاربردهای پارادایم روایت را تشریح می‌کند. محور بنیادین کتاب، طرح این ایده است که انسان را باید موجودی روایتگر، یا به تعبیر فیشر «Homo Narrans» دانست. این مفهوم به این معناست که انسان‌ها جهان را صرفاً از طریق محاسبه و استدلال صوری درک نمی‌کنند؛ بلکه با روایت کردن، شنیدن و تفسیر داستان‌ها به تجربه‌های خود معنا می‌بخشند.

محور اول، پیشینه تاریخی و نسبت روایت با منطق: فیشر در بخش اول کتاب، به ریشه‌های تاریخی جدایی میان منطق رسمی و شیوه‌های روایی ارتباط می‌پردازد. او نشان می‌دهد که در سنت‌های فکری مختلف، به‌ویژه در میراث فلسفی غرب، نوعی برتری برای استدلال‌های فنی و صوری در نظر گرفته شده و روایت، شعر و بلاغت گاه در جایگاهی فروتر قرار گرفته‌اند. او در ادامه، نسبت میان گفت‌وگو، منطق، استدلال و بلاغت را بررسی می‌کند و می‌کوشد نشان دهد که عقلانیت را نمی‌توان به استدلال‌های صوری و تخصصی محدود کرد. از نگاه او، روایت نیز واجد نوعی منطق است؛ منطقی که در زندگی روزمره انسان‌ها حضور دارد و در داوری‌های اخلاقی، اجتماعی و سیاسی نقش ایفا می‌کند.

محور دوم، معرفی پارادایم روایت و بازاندیشی در مفهوم انسان: در بخش دوم، فیشر نظریه اصلی خود را مطرح می‌کند. او پارادایم سنتی جهان عقلانی را در برابر پارادایم روایت قرار می‌دهد. در پارادایم جهان عقلانی، انسان موجودی است که بر پایه استدلال، شواهد، تخصص و قواعد منطقی تصمیم می‌گیرد. اما در پارادایم روایت، انسان موجودی است که جهان را از طریق داستان‌ها و تجربه‌های معنادار تفسیر می‌کند. این بدان معنا نیست که فیشر منکر عقلانیت یا ارزش استدلال علمی است؛ بلکه معتقد است عقلانیت انسانی گسترده‌تر از منطق صوری است و باید ظرفیت‌های روایی انسان را نیز در تحلیل آن دخالت داد.

محور سوم، عقلانیت روایی و دلایل موجه: شاید بتوان گفت مهم‌ترین بخش نظری کتاب، بحث درباره عقلانیت روایی و معیارهای ارزیابی داستان‌هاست. فیشر دو مفهوم اساسی را مطرح می‌کند: انسجام روایی و وفاداری روایی. انسجام به این معناست که روایت از نظر ساختار درونی، شخصیت‌ها، رخدادها و روابط میان اجزای خود تا چه اندازه قابل قبول و منسجم است. وفاداری نیز به این موضوع می‌پردازد که روایت تا چه اندازه با تجربه‌های انسانی، ارزش‌ها و باورهای مخاطب سازگاری دارد و آیا دلایل ارائه‌شده در آن برای پذیرش نتیجه، موجه هستند یا خیر. در این بخش، مخاطب درمی‌یابد که ارزیابی یک پیام صرفاً به بررسی صحت ظاهری جملات آن محدود نمی‌شود؛ بلکه باید دید داستانی که پیام در دل آن شکل گرفته، چه تصویری از جهان ارائه می‌دهد و چه ارزش‌هایی را بازتاب می‌دهد.

محور چهارم، کاربردهای پارادایم روایت: در بخش پایانی، فیشر نظریه خود را در عرصه‌های عملی به کار می‌گیرد. از جمله موضوعات مطرح‌شده در این بخش، بررسی روایت‌های سیاسی و سخنرانی‌های رونالد ریگان، تحلیل استدلال در ادبیات و نمایشنامه و مقایسه شیوه‌های استدلال فلسفی است. این بخش اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا نشان می‌دهد نظریه روایت صرفاً مجموعه‌ای از مفاهیم انتزاعی نیست، بلکه می‌تواند در تحلیل نمونه‌های واقعی ارتباط انسانی مورد استفاده قرار گیرد. به این ترتیب، کتاب از بحث‌های فلسفی و نظری آغاز می‌شود و در نهایت به تحلیل مصادیق عینی می‌رسد؛ مسیری که به خواننده کمک می‌کند ارتباط میان مبانی نظری و واقعیت‌های ارتباطی را بهتر درک کند.

دشواری‌ها و ظرافت‌های ترجمه کتاب

ترجمه اثری از این دست، به‌ویژه در حوزه فلسفه ارتباطات و نظریه روایت، با دشواری‌هایی روبه‌روست که صرفاً به معادل‌یابی واژگان انگلیسی محدود نمی‌شود. مهم‌ترین مسأله، انتقال دقیق مفهومی نویسنده و حفظ پیوند میان مفاهیمی است که در سراسر کتاب به یکدیگر وابسته‌اند.

یکی از چالش‌های اصلی، ترجمه اصطلاحات تخصصی و تثبیت معادل‌های فارسی آنها بود. مفاهیمی همچون Narrative Paradigm، Narrative Rationality، Narrative Coherence و Narrative Fidelity هرکدام بار نظری مشخصی دارند و اگر در ترجمه با دقت و یکدستی به کار نروند، ممکن است خواننده در فهم مناسبات میان مفاهیم دچار ابهام شود. برای نمونه، مفهوم Narrative Fidelity را نمی‌توان صرفاً به معنای وفاداری به یک داستان یا روایت در نظر گرفت؛ این اصطلاح در نظریه فیشر به میزان اعتبار و باورپذیری روایت و تناسب آن با تجربه‌ها و ارزش‌های انسانی اشاره دارد. بنابراین مترجم باید هم معنای لغوی و هم جایگاه نظری اصطلاح را در نظر بگیرد. چالش دیگر، زبان میان‌رشته‌ای کتاب بود. فیشر در این اثر از فلسفه، منطق، بلاغت، ادبیات و علوم ارتباطات بهره می‌گیرد. به همین دلیل، ترجمه آن نیازمند آشنایی با ادبیات تخصصی چند حوزه علمی است. گاهی یک واژه در فلسفه، معنایی متفاوت از کاربرد آن در مطالعات ارتباطی دارد و مترجم باید بتواند با توجه به بافت متن، دقیق‌ترین معادل را انتخاب کند. همچنین ارجاعات متعدد کتاب به متفکران، نظریه‌پردازان، آثار ادبی و نمونه‌های تاریخی، ضرورت توجه به زمینه‌های فرهنگی و فکری متن را افزایش می‌دهد. در چنین آثاری ترجمه نباید به بازگردانی لغوی جمله‌ها تقلیل یابد؛ بلکه باید بتواند منطق استدلال نویسنده را به زبان مقصد منتقل کند. تعادل میان دقت علمی و روانی نثر فارسی نیز اهمیت دارد. متن نباید آن‌چنان تحت‌تأثیر ساختار زبان مبدأ قرار گیرد که خواندن آن برای مخاطب فارسی‌زبان دشوار شود و در عین حال، نباید به بهانه روان‌نویسی، ظرافت‌های نظری و دقت مفهومی نویسنده از میان برود.

به نظر من، آثار والتر فیشر ظرفیت ارزشمندی برای معرفی بیشتر اندیشه‌های او به جامعه علمی و دانشگاهی فارسی‌زبان دارند. البته با توجه به اینکه بخش مهمی از میراث علمی او در قالب مقاله‌های پژوهشی منتشر شده است، می‌توان در کنار ترجمه کتاب اصلی، به سراغ مقاله‌های بنیادینی رفت که به تکمیل و تبیین نظریه پارادایم روایت کمک می‌کنند. برای مثال، مقاله «Narration as a Human Communication Paradigm: The Case of Public Moral Argument» می‌تواند گزینه‌ای مناسب برای ترجمه باشد؛ چراکه در آن، فیشر نظریه خود را در نسبت با استدلال اخلاقی عمومی بررسی می‌کند. همچنین مقاله «The Narrative Paradigm: An Elaboration» می‌تواند برای مخاطبانی که قصد دارند با ابعاد نظریه او عمیق‌تر آشنا شوند، بسیار مفید باشد. ترجمه مجموعه‌ای از نوشته‌های منتخب فیشر با محوریت روایت، عقلانیت و ارتباط انسانی نیز می‌تواند در آینده به تکمیل ادبیات فارسی این حوزه کمک کند. چنین مجموعه‌ای این امکان را فراهم می‌آورد که مخاطب تنها با یک اثر منفرد مواجه نباشد، بلکه روند شکل‌گیری، توسعه و کاربرد نظریه روایت را در آثار مختلف نویسنده دنبال کند.

سخن پایانی: در نهایت، اهمیت کتاب «ارتباط انسانی به مثابه روایت» را باید فراتر از معرفی یک نظریه ارتباطی دانست. این کتاب دعوتی است به بازاندیشی در شیوه فهم انسان، جامعه و جهان پیرامون؛ دعوتی برای دیدن لایه‌های پنهان معنا در سخنان، داستان‌ها، پیام‌ها و تجربه‌هایی که زندگی روزمره ما را شکل می‌دهند. در پایان، باید گفت که این کتاب برای هر خواننده‌ای که دغدغه فهم چگونگی شکل‌گیری معنا در زندگی روزمره را دارد، منبعی ارزشمند است. کتابی که نه‌تنها به پرسش‌های نظری پاسخ می‌دهد، بلکه ذهن خواننده را برای مشاهده دقیق‌تر جهان اطرافش آماده می‌کند.

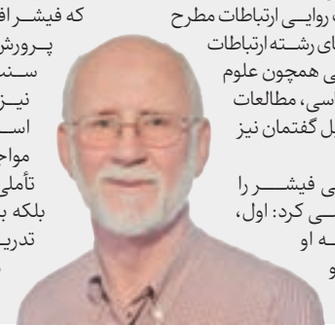
آوردن روایت به قلب نظریه ارتباط

والتر آر. فیشر (Walter R. Fisher) متفکری است که نامش با یکی از تأثیرگذارترین نظریه‌های ارتباطات در نیمه دوم قرن بیستم، یعنی «پارادایم روایت/ Narrative Paradigm» پیوند خورده است. فیشر با اعمال رسمی دراماتیزم کنت برک، پارادایم روایی را به نظریه ارتباط معرفی کرد.

والتر فیشر، سال ۱۹۳۱ متولد شد و سال ۲۰۱۸ درگذشت. او استاد برجسته و بازنشسته ارتباطات در دانشگاه کالیفرنیای جنوبی بود و سابقه مدیریت دانشکده ارتباطات اننبرگ این دانشگاه را نیز در کارنامه علمی خود داشت. فیشر بیش از چهار دهه در این دانشگاه به تدریس و پژوهش پرداخت و در تربیت نسل‌های متعددی از پژوهشگران حوزه ارتباطات نقش ایفا کرد. جایگاه علمی او صرفاً به فعالیت دانشگاهی محدود نبود؛ نظریه‌ای که فیشر درباره ماهیت روایی ارتباطات مطرح کرد، به‌تدریج از مرزهای رشته ارتباطات فراتر رفت و در حوزه‌هایی همچون علوم سیاسی، حقوق، دیپلماسی، مطالعات فرهنگی، مدیریت و تحلیل گفتمان نیز مورد توجه قرار گرفت.

اهمیت جایگاه علمی فیشر را می‌توان از دو منظر بررسی کرد: اول، تأثیرگذاری نظریه او بر مطالعات ارتباطی و دوم، اعتبار علمی‌ای که جامعه دانشگاهی برای پژوهش‌هایش قائل شد. کتاب «ارتباط انسانی به‌مثابه روایت» که اولین بار در سال ۱۹۸۷ منتشر شد، موفق به دریافت جایزه معتبر «James A. Winans–Herbert A. Wichelns» انجمن ملی ارتباطات آمریکا شد؛ جایزه‌ای که به پژوهش‌های برجسته در حوزه بلاغت و سخنرانی عمومی تعلق می‌گیرد.

دانشگاه کالیفرنیای جنوبی نیز در یادبود او، از فیشر به عنوان یکی از چهره‌های بزرگ حوزه ارتباطات یاد کرده است. بنا بر گزارش رسمی این دانشگاه، او راهنمای بیش از چهل رساله دکتری بوده و چهار تن از دانشجویان دکتری تحت راهنمایی او موفق به دریافت جایزه رساله برتر انجمن ملی ارتباطات شده‌اند. این آمار به‌خوبی نشان می‌دهد که فیشر افزون بر جایگاه نظری، در پرورش پژوهشگران و گسترش سنت علمی رشته ارتباطات نیز سهمی چشمگیر داشته است. بنابراین، با نویسنده‌ای مواجه هستیم که اثرش حاصل تأملی گذرا درباره روایت نیست، بلکه برآمده از سال‌ها پژوهش، تدریس و مواجهه انتقادی با نظریه‌های ارتباطی و فلسفی است.





ارتباط انسانی به‌مثابه روایت
به‌سوی فلسفه خرد، کنش و ارزش

- نویسنده: **والترآر. فیشر**
- مترجم: **ندا شیفعی**
- ناشر: **همشهری**
- تعداد صفحات: **۲۶۷ صفحه**
- قیمت: **۶۸۰۰۰۰ تومان**

توهم توطئه یا واقعیتی انکارناپذیر

نگاهی به کتاب **شست‌وشوی مغزی** نوشته دانیل پیک



هومن قاپچی
دکتری مدیریت رسانه دانشگاه تهران

در سال ۱۹۵۳، با پایان جنگ کره، ماجرای عجیبی توجه افکار عمومی جهان را به خود جلب کرد. گروهی از اسرای جنگی آمریکایی که آزاد شده بودند، برخلاف انتظار حاضر نشدند به کشورشان بازگردند و تصمیم گرفتند در چین بمانند. در میان آنان ۲۱ سرباز آمریکایی حضور داشتند. این اتفاق برای جامعه آمریکا، بویژه در فضای پرتنش جنگ سرد، پرسشی نگران‌کننده ایجاد کرد: چه اتفاقی برای ذهن این افراد افتاده بود که پس از سال‌ها زندگی در جامعه آمریکا و حضور در ارتش این کشور، چنین تصمیمی گرفته بودند؟ آیا باورهای انسان را می‌توان آنقدر تغییر داد که حتی وفاداری‌های پیشین خود را کنار بگذارد؟ در آن روزها، واژه‌ای به ادبیات سیاسی و روان‌شناختی جهان راه یافت که بعدها به یکی از بحث‌برانگیزترین مفاهیم قرن بیستم تبدیل شد: «شست‌وشوی مغزی». مفهومی که قرار بود توضیح دهد چگونه می‌توان ذهن انسان را تحت‌تأثیر قرار داد و نظام باورها و نگرش‌های او را تغییر داد. اما آیا واقعاً می‌توان ذهن انسان را شست‌وشو داد؟ آیا شست‌وشوی مغزی یک واقعیت علمی است یا بیشتر محصول ترس‌های سیاسی و تخیل عمومی درباره قدرت کنترل انسان؟

کتاب «شست‌وشوی مغزی؛ نگاهی نو به تاریخ کنترل ذهن» نوشته دانیل پیک، با ترجمه نجمه راد در انتشارات شیرازه کتاب ما منتشر شده و دقیقاً از همین نقطه آغاز می‌کند. پیک، تاریخ‌نگار و روان‌کاو بریتانیایی، در این اثر به سراغ تاریخ شکل‌گیری یکی از جذاب‌ترین و درعین حال هراس‌آورترین مفاهیم در مطالعات ذهن و جامعه رفته است. او به جای آن که شست‌وشوی مغزی را مفهومی بدیهی و اثبات‌شده فرض کند، تاریخ پیدایش آن، زمینه‌های سیاسی و روان‌شناختی گسترش و تأثیرش بر درک ما از انسان را بررسی می‌کند. یکی از جذابیت‌های کتاب این است که خواننده را با مجموعه‌ای از اتفاقات واقعی و گاه شگفت‌انگیز روبه‌رو می‌کند. از آزمایش‌های محرمانه سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا با مواد روان‌گردان و تلاش برای شناخت امکان تغییر وضعیت ذهنی افراد گرفته تا ماجرای انسان‌هایی که در شرایط اسارت، فشار روانی یا انزوای اجتماعی، باورهای متفاوتی پیدا می‌کنند. نویسنده همچنین به پدیده تفکر گروهی، تبلیغات پنهان، شکل‌گیری بدگمانی‌های جمعی و نقش رسانه‌ها در تقویت برخی تصورات و باورها می‌پردازد. در واقع، کتاب فقط درباره روش‌های بازجویی یا آزمایش‌های کنترل ذهن نیست. یکی از بخش‌های جالب آن به مفهوم «اقناع پنهان» اختصاص دارد؛ موضوعی که از تبلیغات تجاری و تلاش برای اثرگذاری بر تصمیم مصرف‌کننده آغاز می‌شود و به پرسشی جدی‌تر می‌رسد: آیا همیشه می‌دانیم چرا چیزی را می‌خواهیم؟ آیا علاقه ما به یک محصول، پذیرش یک باور یا حتی شکل‌گیری یک ترجیح شخصی، الزاماً نتیجه تصمیمی مستقل و آگاهانه است؟

این پرسش برای مطالعات رسانه اهمیت ویژه‌ای دارد. تبلیغات سال‌هاست که صرفاً به معرفی کالا و خدمات محدود نیست و می‌کوشد با شناخت انگیزه‌ها، نیازها، ترس‌ها و خواسته‌های مخاطب، بر تصمیم او اثر بگذارد. در این میان، مرز میان اقناع و دست‌کاری همیشه روشن نیست. اقناع می‌تواند از مسیر ارائه اطلاعات و استدلال اتفاق بیفتد، اما دست‌کاری زمانی آغاز می‌شود که از ناآگاهی، هیجان یا آسیب‌پذیری‌های فرد برای هدایت تصمیم او استفاده شود؛ بی‌آن‌که خود فرد از سازوکار این اثرگذاری آگاه باشد.



شست‌وشوی مغزی
نگاهی نو به تاریخ کنترل ذهن

- نویسنده: **دانیل پیک**
- مترجم: **نجمه راد**
- ناشر: **شیرازه کتاب ما**
- تعداد صفحات: **۴۵۶ صفحه**
- قیمت: **۱۷۰۰۰۰ تومان**

دانیل پیک در فصل‌های مختلف کتاب، این مسأله را از زوایای متفاوتی بررسی می‌کند. برای مثال، در بحث تفکر گروهی، با وضعیتی مواجه می‌شویم که افراد به‌تدریج به‌جای ارزیابی مستقل واقعیت، به سمت پذیرش نظر غالب گروه حرکت می‌کنند. در چنین شرایطی، گاهی افراد نه به دلیل قانع شدن با استدلال‌های دیگران، بلکه به دلیل ترس از طرد شدن، نیاز به تعلق یا تصور اجماع عمومی، از بیان تردیدهای خودداری می‌کنند. این پدیده فقط در گروه‌های سیاسی یا نظامی اتفاق نمی‌افتد؛ در سازمان‌ها، محیط‌های کاری، گروه‌های اجتماعی و حتی فضای رسانه‌ای نیز می‌توان نمونه‌هایی از آن را مشاهده کرد. اما شاید جذاب‌ترین بخش کتاب برای مخاطب امروز، جایی باشد که بحث از تجربه‌های تاریخی فراتر می‌رود و به رسانه‌های معاصر می‌رسد. ما در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که هر روز با حجم عظیمی از اطلاعات، تصاویر، پیام‌ها و روایت‌ها مواجه هستیم. شبکه‌های اجتماعی به‌واسطه شناخت رفتار کاربران، علایق و الگوهای مصرف محتوا، می‌توانند اطلاعات را به شیوه‌های متفاوتی در معرض دید افراد قرار دهند. آنچه یک کاربر می‌بیند، الزاماً همان چیزی نیست که کاربر دیگر مشاهده می‌کند. گاهی دو نفر درباره یک رویداد واحد، چنان روایت‌های متفاوتی دریافت می‌کنند که گویی درباره دو اتفاق مجزا صحبت می‌کنند. این وضعیت پرسش‌های تازه‌ای درباره استقلال فکری انسان ایجاد می‌کند. وقتی سامانه‌های رسانه‌ای می‌توانند محتوای مورد علاقه ما را پیش‌بینی کنند، وقتی تبلیغات بر اساس ویژگی‌های رفتاری و روان‌شناختی مخاطب تنظیم می‌شود و وقتی تکرار یک روایت می‌تواند بر میزان آشنایی و پذیرش آن اثر بگذارد، دیگر نمی‌توان درباره اختیار انسان بدون توجه به محیط رسانه‌ای او صحبت کرد. البته نباید هر نوع تأثیرگذاری رسانه‌ای را شست‌وشوی مغزی دانست. چنین تعمیمی نه پشتوانه علمی کافی دارد و نه به فهم دقیق مسأله کمک می‌کند. ذهن انسان نیز سامانه‌ای منفعل نیست که با دریافت چند پیام، به‌سادگی و به‌طور کامل تحت کنترل قرار گیرد. تجربه، دانش قبلی، تعلقات اجتماعی، انگیزه‌ها و توانایی ارزیابی شواهد، همگی در نحوه مواجهه افراد با پیام‌ها نقش دارند. اهمیت کتاب پیک نیز تا حد زیادی در همین نکته است که خواننده را با تاریخ یک مفهوم و مناقشه‌های پیرامون آن آشنا می‌کند، نه اینکه یک نظریه ساده و قطعی درباره کنترل انسان ارائه دهد.

به نظرم یکی از پرسش‌های مهمی که پس از مطالعه این کتاب در ذهن باقی می‌ماند، این است که ما تا چه اندازه از منشأ باورهای خودآگاهی داریم؟ آیا می‌توانیم میان دانسته‌های خود و اطلاعاتی که صرفاً بارها شنیده‌ایم تمایز بگذاریم؟ آیا هرآنچه برای‌مان آشناست، الزاماً درست است؟ و آیا مخالفت با یک روایت، همیشه نشانه استقلال فکری محسوب می‌شود یا ممکن است خود نوع دیگری از تأثیرپذیری باشد؟ این پرسش‌ها در روزگاری که اطلاعات نادرست، تبلیغات هدفمند و روایت‌های متعارض به بخشی از تجربه روزمره ما تبدیل شده‌اند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند. شاید یکی از ضرورت‌های زندگی رسانه‌ای امروز، برخورداری از نوعی مصونیت شناختی باشد؛ نه به این معنا که انسان هرگز تحت‌تأثیر دیگران قرار نگیرد، بلکه بتواند منشأ پیام‌ها را بشناسد، شواهد را ارزیابی کند و در مواجهه با اطلاعات تازه، امکان بازنگری در باورهای خود را حفظ کند.

کتاب «شست‌وشوی مغزی» از این جهت اثری خواندنی است که موضوعی ظاهراً متعلق به تاریخ جنگ سرد را به پرسش‌های زنده امروز پیوند می‌دهد. خواننده در طول کتاب با تاریخچه شکل‌گیری یک مفهوم، آزمایش‌های روان‌شناختی، تجربه‌های انسانی، سازوکارهای تبلیغاتی و تحولات فرهنگ رسانه‌ای آشنا می‌شود و در عین حال فرصت پیدا می‌کند درباره میزان استقلال اندیشه خود تأمل کند. شاید پس از خواندن این کتاب، دیگر نتوانیم به‌سادگی از کنار بعضی پرسش‌های روزمره عبور کنیم: چرا به یک خبر اعتماد می‌کنیم؟ چرا از یک چهره عمومی حمایت می‌کنیم؟ چرا آگاهی با اطمینان از موضوعی دفاع می‌کنیم که اطلاعات چندانی درباره آن نداریم؟ و مهم‌تر از همه، چه چیزی باعث می‌شود تصور کنیم اندیشه‌ای که داریم، الزاماً اندیشه خود ماست؟

به نظرم ارزش خواندن این کتاب دقیقاً در همین نقطه است. دانیل پیک به ما نمی‌گوید که ذهن‌مان را دیگران کنترل می‌کنند؛ بلکه تاریخ شکل‌گیری این ترس و واقعیت‌های پیچیده پشت آن را روایت می‌کند و فرصتی فراهم می‌آورد تا درباره یکی از مهم‌ترین دارایی‌های انسان، یعنی استقلال اندیشه، دقیق‌تر فکر کنیم. شاید در جهانی که همه برای جلب توجه ما رقابت می‌کنند، اولین گام برای حفظ اختیار، شناختن شیوه‌هایی باشد که دیگران از طریق آنها می‌کوشند بر ذهن ما اثر بگذارند.