

یغما

شماره مسلسل ۲۳۹

سال بیستم

آبان ماه ۱۳۴۶

شماره هشتم

آزادی مجسمه

(گزارشی از سفر آمریکا ✽)

تابستان گذشته ، فرصتی به من داده شد که از ایالات متّحده امریکا دیدن کنم. این فرصت، بر اثر دعوت دانشگاه هاروارد، برای شرکت در سمینار بین الملل دانشگاه مذکور بدست آمد. امتیاز خاص این سفر آن بود که هیچ گونه جنبه دولتی نداشت و از طرف دستگاه مستقلی ترتیب آن داده می شد که به داشتن سنت آزادفکری شهرت دارد، و معتبرترین دانشگاه امریکا و یکی از برجسته ترین مؤسّسات فرهنگی دنیا شناخته شده.

سمینار بین الملل هاروارد، هر تابستان در شهر کمبریج که مقرّ دانشگاه مذکور است، انعقاد می یابد و بین شش تا هفت هفته دنباله آن است. ما امسال * این مقاله، ارمغانی است از جمند، از نویسنده ژرف بین و معلم ادب و اجتماع دکتر اسلامی ندوشن پس از بازگشت از امریکا و شرق دور به ایران. **مجله یغما**

۱- از ایران تا آنجا که من می دانم، آقایان دکتر محمد معین، صادق چوبک، جلال آل احمد، دکتر فلاح و خانم دکتر مهری آهی و خانم دکتر سیمین دانشور تاکنون در این سمینار شرکت جسته اند.

چهل و چند نفر بودیم که از سی کشور دعوت شده بودیم ، از هر کشور یک نفر ، (باستثنای چند کشور بزرگ که هر یک دوناينده داشتند) . اين عده که بیشترشان استاد دانشگاه یا حقوقدان یا نویسنده یا هنرشناس بودند ، نه به انگاء مقام دولتی ، بلکه بر حسب شخصیت خودشان از طرف هاروارد انتخاب شده بودند .

ما در طی " شش هفته (از پنجم ژوئيه تا بیستم اوت) هفته‌ای سه روز جلسه داشتیم ، و در این جلسات که نیمی از آنها به ریاست جرج لاج استاد هاروارد (پسر هنری کابوت لاج) و نیم دیگر به ریاست هنری کیسینجر ، استاد هاروارد و مشاور وزارت امور خارجه آمریکا تشکیل شد ، تمام مسائل مربوط به سازمان داخلی و سیاست خارجی آمریکا ، از جمله ویتنام و خاورمیانه و موضوع نژادی و رابطه شرق و غرب ، و اروپا ، با آزادی و صراحت تمام مورد بحث قرار گرفت . گذشته از این جلسه‌ها که بین اعضاء سمینار جریان داشت ، این فرصت به ما داده شد که با بعضی از شخصیت‌های فرهنگی و سیاسی آمریکا نیز ملاقات و گفتگو کنیم و نظریات آنان را در باره مسائل دنیای امروز بشنویم ، از آن جمله بودند دویید رایزن ، جامعه‌شناس و مؤلف چند کتاب معروف ، نوشتات ، مشاور سابق کندي و رئیس کنونی کتابخانه کندي ، سناتور پرسی (یکی از نامزدهای حزب جمهوریخواه برای ریاست جمهوری آینده) ، هنری کابوت لاج ، سفیر سابق آمریکا در ویتنام ؛ و سپس درواشنگتن ؛ سناتور رابرت کندي ، مک نامارا ، وزیر دفاع و چندتن از معاونین وزارت امور خارجه و رؤسای دفتر و مشاورین کاخ سفید . ما در برخورد با این افراد که همه از رجال صاحب نفوذ آمریکای کنونی هستند ، توانستیم اطلاعات سودمندی در باره طرز تفکر کشورشان راجع به آنچه در دنیای امروز می‌گذرد کسب کنیم .



شناسائی آمریکا برای هر کس که احساس مسئولیت بکند و به سرنوشت کشور خود و دنیا علاقمند باشد ، ضروری است ؛ زیرا آمریکا بیشتر از هر سرزمین دیگر در وضع جهان امروز مؤثر است ؛ و هیچ کشوری ، هر چند کوچک و دور افتاده ،

نمی‌تواند وزنه آن را بر سینه خود احساس نکند. اما شناختن امریکا کار آسانی نیست. با آنکه بیشتر از هر کشور دیگر در سراسر دنیا حضور دارد، و با آنکه در باره او بیشتر از هر کشور دیگر می‌توان خواند و دید و شنید، باز غبار رمزی گرد سراوست. پهناوری و گوناگونی و عظمت امریکا نه‌بدان حدّاست که بتوان آن را در مدت کوتاهی شناخت و در باره اش حکمی کلی کرد.

از همین رو چون بیرسند که امریکا چگونه بجائی است، جواب روشنی نمی‌توان داد؛ تنها پاسخ کوتاهی که من یافته‌ام این است:

«امریکا کشوری است بزرگ و آباد و ثروتمند که تعدادی مردم بسیار خوب در آن زندگی می‌کنند و تعدادی مردم بسیار بد، و تعداد کثیری مردم بی‌خبر؛ و وضع طوری است، که بدها می‌توانند از بی‌خبری بی‌خبرها استفاده بکنند».

اگر من در اینجا به طرح چند مطلب درباره امریکا می‌پردازم، برای آن است که احساس و ادراک شخصی خود را بیان کرده باشم. این احساس و ادراک از مشاهدات و یاشنیده‌ها و خواننده‌های من سرچشمه می‌گیرد. به هیچ وجه ادعا ندارم که در این مدت کوتاه امریکا را شناخته‌ام، و یا آنچه می‌گویم باید به عنوان حقیقت این کشور بزرگ پذیرفت. کوششی که من خواهم کرد، این است که آنچه می‌نویسم با دلیل همراه باشد و حق و بفض در آن راه نیابد. با این حال، می‌دانم که از آنچه درباره امریکا خواهم گفت نه بسیاری از دوستان امریکا خوششان خواهد آمد و نه بسیاری از دشمنان او. چه، امریکا این بدبختی را دارد که از حیث دوست و دشمن کامروا نباشد. کسانی که خود را دوست او می‌خوانند، اکثر آن‌هایی هستند که طمع جاه و مال از او دارند و بنابراین بر دوستی آنها اعتمادی نیست؛ و کسانی که دشمن او هستند، دشمنی خود را غالباً با احساسات تند و تعصب همراه می‌کنند.

اولین واقعیتی که باید در مورد امریکا در نظر گرفت، قدرت و ثروت اوست. این قدرت و ثروت بی‌حساب موجب وبال اوشده است: چور و باده را موی و طلاوس را پیرا از یکسو عده‌ای فرصت طلب و متملق و دلال منش، در سراسر دنیا اطرافش را

گرفته‌اند ، تا در سایه او لغت و لیس بکنند ؛ از سوی دیگر عده‌ای حسود و نظر تنگ و زبون ، باز در سراسر دنیا هستند که به علت همین قدرت و ثروت او ، با او خصومت تعصب آمیز می‌ورزند ، و حتی ارزش‌های او را نفی می‌کنند . روشن است که قضاوت هیچ‌یک از این دودسته ، اعتباری ندارد .

امادسته سومی هستند که جزو افراد خوب و حسان و روشن بین دنیا هستند ؛ اینان بی آنکه با امریکا خصومت شخصی داشته باشند ، با بسیاری از روش‌ها و رفتار های او مخالفاند ، زیرا می‌بینند که قدرت و ثروت این کشور ، در موارد متعدد ، در راهی به کار افتاده که موافق با اصول انسانی نبوده . می‌بینند که اذعاهای او با اعمالش تطبیق نکرده ؛ بطوری که این وضع حتی کسانی را هم که سعی می‌کنند با امریکا تفاهم داشته باشند ، دستخوش آشفته‌گی و حیرت کرده ، و کار به جایی کشیده که دردنیای امروز ، سست‌ترین و پیچیده‌ترین و نومیدانه‌ترین استدلالها ، استدلال کسانی شده است که میخواهند سیاست امریکا را توجیه بکنند .

خود امریکائی‌ها هم از اینکه بتوانند در بین عامه مردم و روشنفکران واقعی دنیا دستانی به دست بیاورند ، نومید شده‌اند . ما چند بار این موضوع را در سمینار ها وارد مطرح کردیم و جوابی که شنیدیم این بود : « امریکا کشور قدرتمند و ثروتمندی است و طبیعی است که اکثریت مردم دنیا او را دوست نداشته باشند ، مانند انگلستان در قرن نوزدهم . »

مشکل این است که در این گفته تناقضی است . اولاً مقامات رسمی امریکا همیشه اباداشته‌اند که خود را با انگلستان قرن نوزدهم همسنگ و هم‌تراز کنند ، و کوشیده‌اند تا خود را ضد استعمار و بشردوست بنمایانند . ثانیاً ، امریکا هر سال صدها میلیون دلار در سراسر دنیا خرج تبلیغات خود می‌کند ، تا نظر موافق ملت ها را به سوی خویش آورد . بنابراین اگر قبول کنیم که احساسات ضد امریکا در دنیا یک قانون طبیعی است ، پس فایده این همه تبلیغ چیست ؟ این یکی از مواردی بود که گفت و شنود ما با صاحب نظران امریکائی به بن بست می‌رسید .

یکی از مشکلات بزرگی که دنیای امروز در رسیدن به تفاهم با امریکا دارد

ناشی از این امر است که امریکاییها رویهمرفته مردمی خوش باور و خوش نیت و ساده دل هستند. منظورم اکثریت مردم امریکاست.

امریکائی قادر است که بزرگترین جنایت هارا با کمال بی گناهی مرتکب شود. ساده دلی امریکائی هم دو علت اصلی می توان برایش جست، یکی آنکه ملتی تازه نفس و جوان و خوش بنیه است، و دیگر آنکه در کشوری پرپرکت و مرفه زندگی می کند، و بدینگونه توانسته است از حسابگری و بد ذاتی که تا حدی ناشی از تنگدستی و رنجوری و عقده های تاریخی است، برکنار بماند. من انصاف می دهم که بسیاری از ملتها، چه در اروپا و چه در آسیا و آفریقا، یا جای دیگر، اگر قدرت و ثروت امریکا را می داشتند، بمراتب بدتر از او از این قدرت و ثروت استفاده می کردند.

اما نتیجه ساده دلی امریکائی آن شده که زیرکها، چه در داخل و چه در خارج امریکا بتوانند، آنچه را که میل دارند و به نفعشان است، به اوراق کنند. پیشرفت علم جامعه شناسی و روانشناسی به دستگاههای تبلیغاتی امکان داده است که روحیه مردم را بشناسند و نبض اجتماع را در دست گیرند و از طریق وسائل عظیم تبلیغاتی، بخصوص تلویزیون، آنها را به هر راهی که خواستند بکشانند.

در تمام امریکا فقط سه روزنامه وجود دارد که دید دنیائی دارند و به اخبار خارجی می پردازند: نیویورک تایمز New York Times در نیویورک، و واشینگتن پست Washington Post در واشینگتن و کریستین ساینس مونیتور Christian Science در Boston. نیویورک هرالد تریبون New York Herald Tribune که نسبت به روزنامه های دیگر، جنبه دنیائی تر و آزادمنشانه تری داشت، نتوانست مقاومت بکند و به علت بی خواندگی و عدم تعادل دخل و خرج، دو سال پیش تعطیل گردید. بقیه روزنامه های امریکا بیشتر جنبه محلی دارند و به خوانندگان خود در در آگاهی بر آنچه خارج از ایالت و شهرشان می گذرد، نمی دهند. مشهور است که برای روزنامه های امریکائی « امریکا خیلی بزرگ است و دنیا خیلی کوچک » جیره اطلاعاتی مردم امریکا بنحو عمده از جانب تلویزیون تأمین می گردد.

و چون تلویزیونها بصورت خصوصی اداره می شوند، منفعت و مصلحت شرکت، عامل تنظیم کننده برنامه هاست، و البته منفعت و مصلحت شرکت تلویزیون هم در گرو اعلاناتهای گران قیمت کارخانه های بزرگ است. بنابراین همه اخبار و برنامه های تلویزیونها، در پر تو اعلان تنظیم و پخش می گردد. (مگر آنهایی که جنبه فنی، تربیتی یا دانشگاهی داشته باشند). مثلاً شرکت صابون سازی یا کلاه کیس فروشی، اخبار جنگ ویتنام را به مردم عرضه می کند؛ به این معنی که بایک مؤسسه فیلم برداری یا مؤسسه تبلیغاتی خود قرارداد می بندد که بفرستند ویتنام و از صحنه های جنگ فیلم بردارند. بدینگونه صبح اول وقت که شمای تازه وارد، به اخبار مستند تلویزیون نگاه می کنید، شاید اول توجه نداشته باشید که مهمان کارخانه صابون پزی یا شرکت کلاه کیس فروشی هستید. پس از آنکه یکی دو دقیقه صحنه های خونین جنگ و مردابها و جنگلهای ویتنام را دیدید، در حالی که ویت کنکها در خون درمی غلطند و کلبه ها فرو می ریزند و مادرها، بچه به بقل، سرو پا برهنه، فرار می کنند؛ و سگ و گربه و مرغ و خروس از میان دود و آتش می گریزند، و دود و آتش و شیون زن و گریه بچه و قدقد مرغ و زوزه سگ و صدای بمب و صفیر کلوله به هم در آمیخته و جهنمی برپا کرده، ناگهان صحنه عوض می شود. مثل داستانهای پریان، در یک چشم به هم زدن حمام مجللی در برابر شما قرار می گیرد که دختر رعنائی توی وانس خوابیده و ساقهای موزونش را پائین و بالامی کند، و در حالی که آن صابون گذارا که مورد تبلیغ است بر تن خود می مالند، گردن و شانیهایش را به بوسه نشسته انگیز کف هامی سپارد و ناله های کوچکی از سر کیف و لذت بر می آورد (زیرا آن صابون همه محاسن عالم را در خود جمع کرده و دست بالای دست ندارد). چند لحظه بعد، صحنه جنگ و خون و مرداب و قدقد مرغ و صفیر کلوله از سر گرفته می شود؛ و تا آخر اخبار این تناوب جنگ و حمام و خبر و اعلان ادامه می یابد. تلویزیونی که در اطاق هتل ما در واشنگتن بود، هشت کانال می گرفت و ما هر کدام را چرخانیدیم یا اعلان بود و یا برنامه ای که به تبع اعلان تنظیم شده بود. یک دقیقه اعلان عادی در تلویزیونهای امریکا بین هشت تا یازده هزار دلار

قیمت دارد و گاهی این قیمت می‌تواند تا هفتاد هزار دلار برسد. بدون اغراق می‌توان گفت که امروز تلویزیون، پادشاه امریکا است. در کمتر خانه‌ای هست که یکی نباشد، و کمتر خانواده‌ای هست که ساعات فراغت را در برابر آن نگذارند؛ چون بین فرستنده‌های مختلف برای گرفتن اعلان هم چسبی است، آن فرستنده‌ای پیش خواهد افتاد که برنامه‌هایش داغ‌تر، هیجان‌انگیزتر، سگسی‌تر، قاطع‌تر و هنده‌تر و مشغول‌کننده‌تر باشد؛ و البته کسانی که اعلان برای تبلیغ به تلویزیون می‌دهند می‌کوشند تا این صفات را هر چه بیشتر در برنامه خود جمع کنند، و برای این منظور ناگزیرند که از همه صحنه‌های جنائی و جاسوسی و شهوی کمک بگیرند. از این رو خمیر مایه تبلیغ مخلوط عجیبی شده است از خون و سگس و خشونت و خیانت. اعصاب مردم طوری پرورده شده و به مهمیز خوردن خو گرفته که باید دائماً هم تخدیر شود و هم برانگیخته گردد. این مأموریت تخدیر کردن و برانگیختن متناوب و مداوم بر عهده دستکاهای تبلیغاتی اعم از روزنامه و مجله و سینما و تلویزیون و رادیو است و همه اینها وابسته به اعلان هستند. هر نشریه امریکائی را که باز کنید، حتی مجله‌های خیلی وزین، آنقدر اعلان در آن جا گرفته که مقاله‌ها از لابلایش کم شده‌اند. نیویورک تایمز روز یکشنبه که تا حدود شصده صفحه منتشر می‌شود، نزدیک یک دهمش مقاله و مطلب است و نه دهم دیگر اعلان. حساب شده است که اگر اینهمه پول به‌بهای اعلان و تبلیغ نمی‌رفت، همه اجناس در امریکا بین بیست تا سی درصد ارزان‌تر تمام می‌شدند.

بدینگونه، وسائل فنی تبلیغ، سیاست را وابسته به سوداگری کرده است. مردم به آن اندازه و به آن نوع اجازه اندیشیدن می‌یابند که صاحبان سرمایه و صنایع بخواهند. گرچه اعتقاد عمیق به آزادی دارند و هیچ چیز را بیشتر از آزادی دوست ندارند، و یکی از آزادترین ملت‌های دنیا هم شناخته شده‌اند، این آزادی در قالب خاصی ریخته شده و خود آنها طوری آن را به کار نمی‌برند که در جهت مخالف منافع رهبری تولیدکننده باشد.

از این رو، کسی که خودش پول نداشته، یا مورد تأیید سرمایه‌دارها نباشد. هیچ وقت نخواهد توانست توفیق سیاسی پیدا کند، یا به مقام مهم مملکتی برسد. در سمینار هاروارد، روش انتخابانی امریکارا اینطور برای ما شرح دادند که کسی که بخواهد در حوزه‌ای بعنوان وکیل یا سناتور انتخاب شود، مبلغ هنگفتی خرج تبلیغ انتخابانی اوست، تا از طریق آن نظر موافق رأی دهندگان بسویش جلب شود. این مبلغ، یا خود او باید قادر باشد که بپردازد، یا حزبش؛ وگرنه اگر بهترین و شایسته‌ترین فرد امریکا هم باشد، کمترین امید پیروزی برایش نیست. کسی که خود پول نداشته، یا مورد تأیید پولدارها نبود، نخواهد توانست اعتماد مردم را به خود جلب کند، زیرا کسب ثروت، اطمینان بخش‌ترین نشانه قابلیت ذاتی و کفایت شناخته شده؛ به این سبب، از سوداگری (Buisness) به بالاترین مقام سیاسی رسیدن، امری رایج است؛ چه، اگر مثلاً «ژنرال موتور» یا «فورد» برای اداره امور خود کسی را قابل تشخیص داده‌اند، حتماً آن کس برای برعهده گرفتن مسئولیت‌های مهم مملکتی نیز توانائی دارد.

اصولاً هر ملتی که به رفاه کامل مادی رسید، در معرض آن است که نیاز به تلاش فکری را از دست بدهد. مردم امریکا در چنین مرحله‌ای هستند. به همان آسانی که قوطی غذای پخته از توی ماشین بیرون می‌آید و همه مواد مورد احتیاج را بسته‌بندی شده و آماده می‌توان خرید، به همان آسانی، طبیعی می‌بینند که دیگران از جانب آنها فکر کنند. این امر که دیگر بصورت عادت درآمده، باعث گردیده که عامه مردم همیشه بر سطح شنا کنند و در قضاوت به همان ظاهر امور قناعت ورزند. دنیای امریکا نزدیک است دنیای يك بعدی بشود، معنی زندگی و حق و حقیقت همان است که بر سطح جریان می‌یابد. دستگامهای تبلیغات، این خصیصه را به بهترین نحو در مردم پرورده‌اند، و اکنون که دیگر پرورده شده، از آن به بهترین نحو بهره می‌برند.

جامعه امریکای امروز که به اصطلاح وارد عصر بعد از صنعت شده - Post Industrial، دیدن راجانشین خواندن کرده. تلویزیون هر روز بیش از پیش جای

مطبوعات و کتاب را می‌گیرد، و عکس جای نوشته. این امر موجب شده که رابطه تازه‌ای بین مغز و حواس بیرونی برقرار گردد و در واقع دنیای يك بعدی تصویر، جانشین دنیای چند بعدی کلمه بشود.

تا امروز تمدن بشر تمدن کلامی بوده، و آدمیزاد در عالم پهناور و پرمعق و مبهم کلمات به اندیشیدن پرداخته؛ اندیشه و کلام برای او مانند بخار و آب بوده‌اند؛ یکی به دیگری تبدیل می‌شده، یا دیگری را برمی‌انگیخته. اما با ورود بشر به دوره «مابعد صنعت» تنها چشم از طریق تصویر، ارتباط مغز را با دنیای خارج برقرار می‌کند، و این بنظر من انسان را برمی‌گرداند به دوران ساده اندیشی آغاز تمدن خود.

امروز دیگر کمتر کسی را در آمریکا می‌توان دید که ساعتی بنشیند و تفکر کند، زیرا ابزارها و ماشین‌ها و تصاویر به کمک او آمده‌اند و دستگاه اعصاب و حواس او تیزتر و بی‌حوصله‌تر از آن شده‌اند که از طریق تفکر با مسائل دنیای خارج روبرو گردند. گذشته از این، تفکر، جستن نوعی راه حل شخصی برای مسائل است. در آمریکا این احتیاج پیدانمی‌شود، زیرا کسانی هستند که برای دیگران و از جانب دیگران فکر می‌کنند، و برای مسائل راه حل همگانی می‌جویند، همانگونه که کسانی هستند که برای میلیونها نفر کفش یا سیگار تولید می‌کنند.

نا تمام

محمدعلی اسلامی ندوشن

ژوئیه‌شکاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی