

چرا او بیش از من طرفدار دارد؟

سلبریتی – اندیشمند و هیستریای دیده‌شدن



دکتر آرش حیدری
عضو هیات علمی گروه مطالعات فرهنگی دانشگاه علم و فرهنگ تهران

فهم تغییر همچون آسیب، رایج‌ترین شیوه رؤیت‌پذیر کردن جهان اجتماعی است. از تأمل بر نسل گرفته تا تغییرات در سازوکارهای فرهنگی همواره بلندترین فریاد، فریاد و امصبیتا برای چیزی است که اصیل نامیده می‌شود. هراس ناشی از دست رفتن، اصالت، ریشه، ماهیت، جوهر و تمامی مشتقات شان رایج‌ترین الگوی مواجهه با تغییرات اجتماعی است. فضای موجود به شکلی است که گویی هرکس این فریاد را بلندتر سر دهد و به حال «توده در حال زوال» بیشتر مویه کند انتقادی تراست. در این بستر، مسأله نه میدان اجتماعی و تغییراتش که موضعی علم‌الاخلاقی است که در پی تعریف خوب-بد است؛ مسأله نه فهم نیروهای اجتماعی و کارکردها و پیامدهای خیر و شر آنها که یک‌دست فهمیدن «مردم»، جامعه و تمامی مشتقاتش است. در اینجا است که فهم درونی حیات اجتماعی-فرهنگی و منطق کنش، مقاومت، بازتولید، همدستی و ناهمدستی و تمامی آنچه علم اجتماعی را معنا می‌کند به محاق می‌رود و گزاره‌های علم‌الاخلاقی جای گزاره‌ای تحلیلی را می‌گیرند.

این پرسش را نباید از سر خود باز کرد که یک جامعه‌شناس، روان‌شناس، مردم‌شناس، متخصص علوم سیاسی، فیلسوف، حقوقدان و... زمانی که از جایگاه عالمانه خود سخن می‌گوید باید چه بگوید؟ نباید فراموش کنیم که جایگاه یک عالم در وهله اول نمی‌تواند جایگاهی علم‌الاخلاقی باشد بلکه جایگاهی تحلیلی است، به این معنا که باید گفتاری عالمانه در فهم وضعیت و موضوع مورد مطالعه خود ارائه کند و صد البته این گفتار همواره پیامدهایی اجرایی و عینی و اثرگذار دارند. این بدان معنا نیست که یک عالم نمی‌تواند وجوه دیگری داشته باشد (از قبیل وجوه سیاسی، وجوه مدنی و فعالیت‌های اجتماعی و...) بلکه مسأله اینجاست که وقتی در جایگاه عالم نشست است و با هویتی عالمانه به عرصه سخن وارد می‌شود آیا در قلمروی عالمانه خود ایفای نقش می‌کند یا نه؟ به عبارت دقیق‌تر، وقتی متخصص جامعه‌شناسی، روان‌شناسی و... به عنوان یک روانشناس پشت یک تریبون قرار گرفته است یا در حال نوشتن یک متن است در حال تولید گفتاری روان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه است یا نه؟

وقتی روان‌شناسی در موقعیت سخن قرار گیرد و محور سخنش این باشد که برای سازگاری با شرایط اقتصادی میوه نخوریم یا جامعه‌شناسی در موقعیت سخن قرار گرفته است و محور سخنش این باشد که باید مردم را تربیت کنیم و فرهنگ‌سازی و آگاهی بخشی کنیم یا فیلسوفی در موضع سخن قرار گیرد و بگوید من حس می‌کنم سربار جامعه هستم چون مردم فوئبالیست‌ها را بیش از من می‌بینند، در عمل گفتاری عالمانه ارائه نمی‌کند بلکه در حال بازی نقشی علم‌الاخلاقی است که هیچ ربط و شیقی به زمینی ندارد که از آن هویت گرفته است. گویی که زمان‌هایی وجود داشته است که مردمان گرد عالمان و دانشمندان حلقه زده‌اند! هیچ‌گاه چنین زمانی وجود نداشته است، این یک توهم تاریخی است. نه افلاطون محور نگاه‌های مردمان یونان بود و نه ابن‌سینا و صدر المتألهین، بت‌هایی برای مردمان زمانه خود بودند و نه هگل و کانت در زمانه زندگیشان آن محوری بودند که مردمان به گردشان بگردند. دیده شدن منطق عمل رهبران سیاسی، رهبران ایدئولوژیک و در دنیای امروز فعالان حوزه بازار و سرمایه بوده است. اینجا مسأله‌ای مهم پیش روی ما قرار می‌گیرد و آن هم توجه به غایت، یا به تعبیر دقیق‌تر منطق میل عالمانه است. میل عالمانه ناظر به حقیقت عمل

می‌کند و نه لزوماً دیده شدن. عمل عالمانه تلاش دارد بفهمد که یک چیز چیست؟ چگونه پدید آمده است؟ چه نسبتی با چیزهای دیگر دارد؟ به چه چیزهای دیگری می‌تواند تبدیل شود و... آنچه کشف یا خلق می‌کند می‌تواند مورد توجه عموم مردم قرار بگیرد یا نگیرد. آنچه در تحلیل این میل باید در نظر داشت این است که میل نهفته در فعل عالمانه ناظر به کشف و فهم و مواجهه است. صد البته پس از این کشف و فهم است که میل به عرضه این یافته‌ها میلی قدرتمند خواهد بود که ترویج آن یافته یا مخلوق را معنادار می‌کند. چنین منطقی را در مورد هنر نیز می‌توان مورد بحث قرار داد، میل درونی عمل هنری در وهله اول دیده شدن نیست بلکه خلق کردن است، خلق چیزی و جهانی دیگرگون که در مرحله بعد می‌تواند موضوع دیده شدن قرار گیرد.

اگر این مفروضات را جدی بگیریم آنگاه باید با آنچه در فضای عمومی این روزها فراگیر شده است تعیین تکلیف کنیم و کذب بودن بسیاری از گزاره‌های به ظاهر انتقادی را آشکار سازیم. رایج شده است که گفته می‌شود سلبریتی‌ها به گروه مرجع تبدیل شده‌اند و مرجعیت را از افراد به اصطلاح نخبه و عالم سلب کرده‌اند. روشن نیست که در کدام دوره از تاریخ عالمان و دانشمندان و روشنفکران مرجعیت فکری جامعه را در اختیار داشته‌اند که حالا از آنها سلب شده باشد؟ در طول تاریخ اساساً جایگاه یک دانشمند از نظر میزان رؤیت‌پذیری و دیده شدن هیچ‌گاه با سیاستمدار، تاجر، اشرافیت و... قابل قیاس نبوده است. میلی که عمل



ن باید فراموش کنیم که جایگاه یک عالم در وهله اول نمی‌تواند جایگاهی علم‌الاخلاقی باشد بلکه جایگاهی تحلیلی است، به این معنا که باید گفتاری عالمانه در فهم وضعیت و موضوع مورد مطالعه خود ارائه کند و صد البته این گفتار همواره پیامدهایی اجرایی و عینی و اثرگذار دارند.

عالمانه را به پیش می‌راند اساساً معطوف به دیده شدن نبوده است، میلی که عمل زیبایی‌شناسانه را به پیش می‌راند نیز از چنین منطقی تبعیت نمی‌کند. اما زمانی که از سلبریتی و تمامی مشتقات و معادل‌های تاریخی‌اش، سخن می‌گوییم قصه کاملاً متفاوت است. چنین فیکوری عملش ناظر به دیده شدن از جانب دیگران تعریف می‌شود. با عباراتی روانکاوانه می‌توان گفت سلبریتی شدن برای خودش غایتی هیستریک محسوب می‌شود. هدف، دیده شدن است و لذا آنچه سلبریتی تولید می‌کند با هدف دیده شدن است و معطوف به همین میل عمل می‌کند. همان‌طور که منطق بازار تولید کالا برای فروش است، منطق عمل سلبریتی نیز تولید چیزی برای دیده شدن است. بنا بر این هرکس و هر چیز که دیده می‌شوند لزوماً غایتی هیستریک ندارند چرا که آنچه تولید می‌کنند محور است و نه میزان دیده شدنشان. چه بسا هنرمند یا اندیشمندی که اندیشه و هنرش را عرضه می‌کند و دیده می‌شود و چه بسیار افرادی که برای جلب رضایت مخاطبان‌شان هر چیزی تولید می‌کنند و هر رنگ و لعابی به کارشان می‌دهند. از این‌رو در سطحی تحلیلی، ماهیت عمل عالم و هنرمند و سلبریتی از اساس متفاوت خواهد بود. بحران دقیقاً در اینجا است که با این فرض غلط که «سلبریتی‌ها جای عالمان و نخبگان و روشنفکران را گرفته‌اند»، تکاپویی سخیف برای پس گرفتن جایی به راه افتاده است که هیچ‌گاه در اختیار چنین گروه‌هایی نبوده است. فاجعه زمانی آغاز می‌شود که با فیکورهایی همچون سلبریتی-روانشناس، سلبریتی-جامعه‌شناس، سلبریتی، فیلسوف و در یک معنا سلبریتی-اندیشمند مواجه می‌شویم که غایتش می‌شود تولید چیزی که دیده شود اما رنگ و لعاب اندیشه‌ورزانه داشته باشد. این عمل، که در نهایت ابتدال نیز جای دارد، در منطق همان هیستریایی حل می‌شود که ظاهراً در حال نقد آن است. بن‌بست دقیقاً در نزاع بر سر منطق حقیقت یا منطق دیده شدن است. مویه و لایه به لایه «نخبه» از دست سلبریتی‌هایی که جامعه را تسخیر کرده‌اند لزوماً ناظر به نقد جامعه نمایش نیست بلکه می‌تواند ناظر به این باشد که «چرا کسی مرا نمی‌بیند!»، «چرا او بیش از من طرفدار دارد». دقیقاً در اینجا است که اندیشه و هنر برای خودش رقیبی خیالی می‌آفریند و میل آغازین خود، یعنی حقیقت و خلق زیبایی شناختی، را وامی‌نهد و در میدانی هیستریک گام می‌نهد که نتیجه‌اش چیزی جز منحل کردن زیبایی‌شناسی و دانش نیست.

رقابت و نزاع در جهان نیروها و ایده‌ها و گفتارها است و نه در سطح افراد. مسأله اینجاست که چه ایده‌هایی، چه گفتارهایی، چه نیروهایی غالب و فراگیر می‌شوند و چه نیروهایی به محاق می‌روند. میدان منازعه اگر معنایی داشته باشد منازعه بر سر ایده‌ها و گفتارها است و نه تعریف منازعه‌ای خیالی به نام سلبریتی و روشنفکر یا سلبریتی و نخبه در معنای عام. چه بسیار نخبگانی و روشنفکران که مبلغان خطرناک‌ترین و دهشتناک‌ترین ایده‌ها و گفتارها هستند که چیزی جز ویران کردن جامعه را در بر ندارد و چه بسیار به اصطلاح سلبریتی‌هایی که گفتارهایی دیگرگون را نمایندگی می‌کنند. مسأله بر سر فهم هندسه گفتارها و نظام اثرگذاری آنهاست نه ترسیم میدان‌های منازعه خیالی و در افتادن در ابتدالی افسارگسیخته به نام «فرهنگ‌سازی»، «آگاهی بخشی» و «آموزش». مسأله اینجاست که چه ایده‌هایی در کجا و چگونه فراگیر می‌شوند و چه جایگاه‌های سخنی را تسخیر می‌کنند نه اینکه برای به دست آوردن جایگاه سخن تقلا کنیم. مسأله بر سر شکل سخن، نتایج گفتار و نتایج ایده‌ها است و نه تسخیر جایگاهی که قرار است پرسر و صدترین حرف‌ها را بزنند.