

استلزامات و مفروضات شناختی - اجتماعی مناظره و استدلال در

رادیو و تلویزیون

دکتر سید حسین اطهری*

چکیده

امروزه در جامعه ما، اهمیت مناظره در رسانه ملی و نیز اجتماعی بودن کسب معرفت موجب شده است که برای تأثیر مناسب این روش بر مخاطب، به یافتن قواعد خاص مناظره و استدلال پرداخته شود. قواعدی که به فرهنگ اجتماعی و به موقعیت و شرایط شناختی انسان‌ها ارتباط پیدا می‌کند؛ این قواعد، بهترین روش برای رسیدن به باور صادق و موجه، در برابر استدلال‌ها و باورهای نادرست هستند. رعایت این قواعد موجب اعتماد مخاطب به رادیو و تلویزیون می‌شود و امکان کنترل افکار اجتماعی را فراهم می‌کند. مناظره، ضمن آنکه ساختار تصویری و فنی نمادینی را برای اجرا طلب می‌کند، از محتوا و منطق درونی خاص خود نیز برخوردار است. تلویزیون به دلیل حساسیت‌های مخاطب و پیام، نیازمند کشف و رعایت این اصول و قواعد است. مقاله حاضر، قصد دارد استلزامات و مفروضات مناظره را در رادیو و تلویزیون بررسی کند و در چهارچوب نظریه معرفت‌شناسی اجتماعی، قواعد مهم و تأثیرگذار و اصول حاکم بر مناظره و استدلال را در رادیو و تلویزیون برای اعتمادسازی متقابل میان نظام سیاسی، فرهنگی و شهروندان تبیین می‌کند.

کلید واژه: مناظره، استدلال، معرفت‌شناسی، رادیو و تلویزیون، نظام سیاسی، افکار عمومی

مقدمه

فرهنگ مدرن و زندگی سیاسی - اجتماعی امروز، به واسطه ارتباطات و انقلاب اطلاعاتی تغییر یافته است و به تبع آن، تغییرات مهمی در ماهیت سیاست و معرفت، همزمان با توسعه اشکال جدید رسانه‌ها رخ داده است. انواع رسانه‌های چاپی و سیستم‌های ماهواره‌ای تأثیر مهمی بر ماهیت مبارزات انتخاباتی، مشاجرات سیاسی، ارتباطات سیاسی - اجتماعی ملی و بین‌المللی داشته‌اند. رسانه‌ها نه تنها شاهراه ارتباطی بین سیاستمداران و مردم هستند بلکه نقشی اساسی در مشروعیت‌بخشی به نظام‌های سیاسی ایفا می‌کنند. امروزه از تلویزیون به مثابه فضای گفتمانی استفاده می‌شود که در آن ایده‌های سیاسی و اجتماعی عمده مورد بحث، و ارزیابی و آزمون قرار می‌گیرند تا بتوانند نظام معنایی نوینی در جوامع بشری ایجاد کنند (انصاری، ۱۳۸۴، ص ۱۰۲). رادیو و تلویزیون، متونی را تولید می‌کنند که هویت‌های ما، برداشت ما از خویشتن، تصور ما از ایده‌ها و آرمان‌ها و درک ما از ملیت، فرهنگ، ایدئولوژی و حوزه اعتقادات را به وجود می‌آورند. انگاره‌های رسانه‌ای، به شکل‌گیری دید ما از جهان و خلق ارزش‌های پایدار کمک می‌کنند؛ آنچه را ما خوب یا بد، مثبت یا منفی و خیر یا شر به شمار می‌آوریم، از طریق رادیو و تلویزیون به ما منتقل می‌شود.

رادیو و تلویزیون، منبع اساسی و فراگیر برای انتقال مفاهیم فرهنگی هستند که در آموزش چگونگی رفتار مخاطبان و به عبارتی، جامعه‌پذیری سیاسی نقش مهمی دارند. رسانه‌ها در اینکه نسبت به چه موضوعاتی تفکر، احساس، عقیده، ترس و تمایل داشته باشیم یا نداشته باشیم، سهم هستند. رسانه‌ها ابزارهای فراگیری هستند که به ما یاد می‌دهند، چگونه با اعضای گروه‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی متفاوت، تعامل داشته باشیم و با نظام مسلط هنجارها، ارزش‌ها، عرف و رسوم جامعه هماهنگ بمانیم.

همچنین به دلیل دسترسی آسان، رادیو و تلویزیون منبع اصلی بیان آزاد و دموکراتیک مباحثه‌های اجتماعی هستند، چنان که در طول سال‌های اخیر، وسایل ارتباط جمعی به شرط اصلی شهروندی تبدیل شده‌اند. رسانه‌ها، بخصوص تلویزیون، با طرح مباحث مختلف می‌توانند در شکل‌گیری افکار عمومی نسبت به موضوع یا مسئله‌ای مؤثر باشند. از مهم‌ترین روش‌هایی که تأثیر زیادی برای مخاطبان به جا می‌گذارد، استفاده از شیوه مباحثه و مناظره است که در رادیو، تلویزیون نقش بنیادی به جهت آگاهی‌بخشی به

استلزامات و مفروضات شناختی - اجتماعی مناظره و استدلال در رادیو و تلویزیون ❖ ۱۱

جامعه ایفا می‌کند. استدلال و مناظره، از ابزارهای تأثیرگذار در فرهنگ سیاسی، فرایندهای اجتماعی و نیز فعالیت‌های سیاسی هستند که قواعد و مقررات خاص خود را می‌طلبند؛ قواعدی که به فرهنگ هر اجتماع وابسته است. از طرفی، این امر به موقعیت و شرایط شناختی انسان‌ها ارتباط پیدا می‌کند؛ این قواعد بهترین موارد تحقیق اجتماعی برای رسیدن به باور و اعتقاد حقیقی در برابر استدلال‌ها و باورهای نادرست هستند. به دلیل ارتباط مداوم بین فرهنگ، شرایط اجتماعی و قواعد استدلال و مناظره آن را شکل خاصی از معرفت‌شناسی اجتماعی به شمار می‌آورند. شناخت‌شناسی اجتماعی بر دو امر تمرکز دارد، جامعه و روابط بین افراد که امکان ایجاد اعتقادات درست یا نادرست را فراهم می‌کند. رادیو و تلویزیون به دلیل فراگیری پیام و مخاطب می‌توانند بهترین فرصت برای تأثیرگذاری مثبت و منفی بر افکار عمومی و فرهنگ جامعه، در مناظره با استدلال‌های متقابل باشند. مقاله حاضر، به دنبال بیان اصول و قواعدی برای مناظره و استدلال در رادیو و تلویزیون و در نتیجه، ارائه راهکارهایی برای تأثیرگذاری مناسب‌تر و پایدارتر این نوع روش‌ها بر مخاطبان است. به همین دلیل، این پرسش بنیادی مطرح شده است که مناظره و استدلال مطلوب چه ویژگی‌هایی دارد و اصول، قواعد و معیارهای حاکم بر آن در رادیو و تلویزیون چیست؟ این مقاله در چهارچوب نظریه معرفت‌شناسی اجتماعی، این قواعد مهم و تأثیرگذار و همچنین اصول حاکم بر مناظره و استدلال در رادیو و تلویزیون را برای اعتمادسازی متقابل میان نظام سیاسی، فرهنگی و شهروندان بیان می‌کند.

معرفت‌شناسی اجتماعی

معرفت‌شناسی^۱ از تأثیرگذارترین مباحث فلسفی است. دامنه تأثیرگذاری این شاخه از معرفت بشری را نباید محدود به فلسفه و نگرش‌های فلسفی دانست؛ چنان که هر جا سخن از معرفت انسانی و باورها مطرح است، مباحث معرفت‌شناختی نیز حضور دارد. انسان‌ها از دوران کهن به دنبال فهم دنیای خود و بررسی درستی یا نادرستی عقاید و آرای گوناگون خود بوده‌اند و امروزه این مسئله سهم بیشتری از زندگی ما را شامل

1. epistemology

شده است. اما اینکه این تبیین‌ها و تحلیل‌های مختلف به چه میزان درست یا نادرست بوده، همیشه ذهن انسان‌ها را به خود معطوف ساخته است. پاسخ به صحت و سقم این درک و تبیین در حوزه معرفت‌شناسی امکان‌پذیر است. معرفت‌شناسی چگونگی انجام تحلیل و تبیین مسائل و مباحث را ممکن ساخته است (شمس، ۱۳۸۷، ص ۱۱). تقسیم جوامع بشری به بدوی و مدرن نیز به کمک دانش بشری ممکن شده است. انسان زمانی توفیق دگرگونی جهان خود و مناسبت‌های اجتماعی با دیگران را یافت که تصمیم گرفت جهان و خودش را نوعی دیگر ببیند و بشناسد.

ذهن انسان انباشته از باورهای گوناگونی است که از سادگی به پیچیدگی سیر می‌کنند. برای مثال، از جمله‌ای مانند دریا آرام است تا باور به اینکه جهان هستی هدفمند است. این آگاهی و باورها ممکن است کاذب یا صادق باشند. نکته مهم این است که انسان‌ها دوست دارند باورهایی صادق داشته باشند. زیرا باور صادق، امر واقع را بازنمود می‌سازد. معرفت‌شناسی به دنبال این مسئله است که باور، معرفت بشری چگونه ممکن می‌شود و هدف اساسی آن، ایجاد باور صادق و موجه است. منظور از باور این است که فرد به مسئله‌ای علم و اعتقاد دارد و صادق به این معناست که این اعتقاد و علم درست است. موجه بودن نیز به معنای برخوردار بودن از امکان توجیه و اثبات است. در واقع، معرفت‌شناسی اجتماعی معرفت را موضوعی اجتماعی می‌داند و آن را به روابط متقابل انسانی وابسته می‌داند. شناخت‌شناسی اجتماعی به بررسی علل و اسبابی می‌پردازد که بر وقوع، محتوا و کیفیت انواع مناظره‌ها در جوامع، از رسمی و غیررسمی گرفته تا رو در رو، نهادی و عمومی تأثیر می‌گذارند. در این نظریه، معرفت از روابط انسانی و تعاملات بشری ناشی می‌شود. رادیو و تلویزیون به دلیل گستردگی و پوشش تعداد زیادی از مخاطبان در طیف‌های گوناگون و طبقات مختلف اجتماعی، نقش عمده‌ای در ایجاد این تعاملات ایفا می‌کنند. اگر رادیو و تلویزیون بتوانند معرفتی صادق و قابل توجیه به مخاطب ارائه کنند، نظام سیاسی و اجتماعی می‌تواند به آسانی رفتار شهروندان را در جهت رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده یا حوادث پیش‌بینی نشده با خود همراه سازد. بنابراین، اعتمادسازی از طریق ارائه باورهای صادق، تضمینی برای تداوم مشروعیت نظام سیاسی از طرف رسانه، با ارائه گزاره‌های قابل اعتماد و موجه است.

تعریف مفاهیم: استدلال، بحث و مناظره

استدلال^۱، مجموعه‌ای از گزاره‌ها و موضوعاتی است که به صورت انتزاعی در نظر گرفته شده‌اند. کار استدلال، کشف، آفرینش و نوآوری است. در استدلال همواره هدفی مورد نظر است و ذهن، به طور فعال در جستجوی دستیابی به آن است. یعنی در استدلال ما کوشش می‌کنیم به نتیجه جدیدی که تا به حال موجود نبوده است، دست یابیم. بنابراین، هدف اساسی در این راستا، کشف و دستیابی به اعتقاد و باور درست است که از طریق استدلال به دست می‌آید. افکار عمومی هر جامعه‌ای در بستر قالب‌های ارزش اجتماعی و فرهنگی آن جامعه شکل می‌گیرد و تحول می‌پذیرد. به عبارت دیگر، هر جامعه‌ای نوع خاصی از افکار و عقاید را دارد که از زمانی به زمان دیگر و از مکانی به مکان دیگر تفاوت می‌یابد (لازار^۲، ترجمه مرتضی کتبی ۱۳۸۰، ص ۱۲). بنابراین، مناظره انتخاب این تفاوت‌ها و بیان آنها برای ایجاد و انتقال فرهنگ است. مباحثه و مناظره عبارت است از انتخاب یک موضوع، بحث و گفتگو پیرامون ابعاد مختلف آن به منظور شنیدن آرا و عقاید متفاوت و قانع شدن شخص یا اشخاص مقابل یا احتمال رسیدن به یک جمع‌بندی مشترک در میان اشخاص است (عبداللهی، ۱۳۸۷، ص ۱۴۹). به عبارتی، مناظره یک شیوه گفتگوی پیچیده است که در آن سخنران قضیه‌ای را با شنوندگان و حاضران در میان می‌گذارد و سپس، دو یا چند نفر دیگر، با مقدمات و فرضیه‌ها از دیدگاه‌های خود در برابر شخص مقابل دفاع می‌کنند. قواعد و معیارهای حاکم بر این گفتگوها، متفاوت از بحث‌های ساده روزمره است.

طبق یک استدلال قراردادی، بحث، مجموعه‌ای از گفته‌ها و موضوع‌هایی است که در آن، یکی از گفتارها و گزاره‌های شفاهی به عنوان نتیجه و بقیه گفتارها به عنوان مقدمات فرض می‌شوند. این برداشت از واژه بحث دو ویژگی را به خود اختصاص می‌دهد: ویژگی اول اینکه مناظره و بحثی مطلوب است که نتیجه حاصل از آن از مقدمات بحث پیروی یا با مدرکی محکم پشتیبانی شود. ویژگی دوم، مناظره و بحثی خوب است که علاوه بر شرایط یاد شده، مقدمات صحیحی داشته باشد (گلدمن^۳، ۱۹۸۶، ص ۱۴۳).

نتایج یاد شده، بحث را به عنوان برخی جمله‌ها یا موضوع‌ها تعریف می‌کند که به صورت انتزاعی در نظر گرفته شده‌اند. هر چند طبق تعریفی دیگر، بحث، گفتگویی

1. arguments

2. Lazar

3. Goldman

پیچیده است که در آن سخنران قضیه‌ای را برای شنوندگان یا حاضران مطرح می‌کند و با دلایل و فرضیه‌های قبلی به دفاع از آن می‌پردازد. به طور دقیق‌تر، در چنین گفتارهایی که یک سخنران دارند، بحث، یک طرفه است. بحث دو طرفه، گفتگویی است که طی آن، دو یا تعداد بیشتری سخنران، با ذکر مقدمات و مفروضه‌ها اولیه، برای تأیید موضع خود به نوبت از آن دفاع می‌کنند، بحث، خواه دو طرفه و خواه یک طرفه، بیانگر مفهوم اجتماعی بین فردی می‌باشد که تقریباً از مفهوم مجازی آن متفاوت است. همچنین قواعد و معیارهای بحث به عنوان مفهوم اجتماعی نیز با قواعد بحث مجازی تفاوت داشته باشد. این مفهوم اجتماعی بحث همان چیزی است که آن را مناظره می‌نامیم و موضوع مقاله پیش رو است.

مناظره انواع و اقسام گوناگونی دارد که در سه حوزه جمع‌بندی می‌شوند:

۱. مناظره برنامه‌ریزی شده و جهت‌دار

۲. بحث آزاد

۳. بحث گروهی به منظور خلق ایده‌های نو و تحمل آرای مخالف و عقاید دیگران

(عبداللهی، ۱۳۸۷، ص ۱۴۹).

یک مناظره مطلوب تا حدی توصیفی و قسمتی نظری است. اگر فرض بر این باشد که تمام معیارهای ضمنی یک مناظره خوب در جامعه ما موجود است، اقتباس از معیارها، یکی از اهداف توصیفی مطالعه و تحقیق درباره مناظره مطلوب خواهد بود که با در نظر گرفتن حریم خصوصی افراد، فرصت حضور در تعامل‌های اجتماعی روزانه را به آنان می‌دهد. این معیارها به جز مواردی که دانشمندان علوم اجتماعی بیان کرده‌اند، به ندرت به شکل قانون درآمده‌اند؛ اما این قبیل قوانین، از جمله مواردی هستند که هر فرد اجتماعی خود باید فرا گیرد. البته نزدیکی قوانین در میان فرهنگ‌ها وجود دارد. اینکه کدام یک از قوانین مناظره مطلوب، محتوای فرهنگی و تاریخی مشابهی دارند، مسئله‌ای است که نیاز به بررسی عمیق دارد؛ اما حتی درون یک فرهنگ نیز، قوانین مختلفی پیرامون مناظره وجود دارد. فرهنگ، شامل سازمان‌ها و مشاغل رسمی، آداب و رسوم و بویژه اعتقادات و آیین‌های متنوعی است که در کنار قوانین و قواعد مناظره، خود را در درون اصول بومی مناظره قرار می‌دهند (تنن^۱، ۱۹۹۰).

1. Tannen

پیش‌شرط‌ها و مفروضات مناظره

هر کدام از مناظره‌کنندگان باید اصول و قواعدی را در مناظره‌ها رعایت کنند. افرادی که در مناظره و گفتگوهای علمی یا سیاسی - اجتماعی درگیر می‌شوند، باید این اصول را فراگیرند و به آن اعتقاد داشته باشند. کنشگران در مناظره و بحث‌های رادیو و تلویزیونی چون با مخاطبان بیشتری ارتباط برقرار می‌کنند، باید رعایت اصول اساسی مناظره را پذیرفته باشند و از بیان مسائلی پرهیز نمایند که اعتقادی به آنها ندارند. سخنران یا مناظره‌کننده‌ای که بحث را با فرد مقابل آغاز می‌کند و هیچ دلیلی برای توجیه اعتقاد خود به مقدمات بحث و گفتگو ندارد، بی‌تردید برخی از موازین مناظره را نقض کرده است. در چنین شرایطی دو حالت وجود دارد: در حالت اول، سخنران به مفروضات و مقدمات معتقد است اما توجیهی ندارد و در حالت دوم، سخنران و مناظره‌کننده، حتی به مفروضات اولیه اعتقادی ندارد، هر چند از مفروضات استدلال خود دفاع می‌کند که شامل دفاع از مقدمات نیز می‌شود. در هر دو حالت، او اصول یک مناظره خوب را زیر پا گذاشته است (گلدمن، ۱۹۹۹، ص ۱۲۷). مناظره‌کننده‌ای که این گونه عمل می‌کند، در حقیقت به دنبال فریب دیگران است، اما درواقع، با این کار فقط خود را فریب می‌دهد و کسی که خود را به گونه‌ای نظام‌مند فریب می‌دهد، غیر عقلانی عمل می‌کند. اما کسی که آماده است به کارهای غیر عقلانی خود پی ببرد، نه تنها دارای عقلانیت فاعل شناسا است که صلاحیت قضاوت درباره واقعیت‌ها را نیز دارد و به لحاظ عملی، قابل اعتماد و از نظر اخلاقی، خردمند است (هابرماس^۱، ترجمه کمال پولادی، ۱۳۸۷، ص ۷۷).

در مناظره دو طرفه، زمانی که سخنران طرف مقابل، فرض (الف) را رد می‌کند، درست نیست که سخنران اول، باز هم (الف) را به عنوان فرض تکرار کند، حتی اگر خود او برای اعتقاد به آن دلیل موجه داشته باشد. چون این مسئله، منجر به پرسش‌های مکرر می‌شود که خلاف مقررات مناظره است، حتی اگر بحثی که رخ می‌دهد، از نوع بحث منطقی باشد.

همان گونه که اشاره شد، فرض ما بر این است که هدف اولیه قوانین مناظره خوب، ارتقای باور حقیقی و اجتناب از اشتباه است. اگر این فرض صحیح باشد، تجدید

1. Habermas

مطالعه نظری مناظره، قوانین جدیدی را به منظور ارتقای این هدف مطرح می‌کند. رسانه‌های جمعی با طیف وسیعی از انسان‌ها ارتباط برقرار می‌کنند که فعالیت سایر نهادهای اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. مسئله‌ای بنیادی که نیاز به تحقیق جدی دارد این است که معیارهای مناسب برای اجرای مناظره در رسانه‌های گروهی کدامند؟ زیرا چنان که گفته شد، هدف مناظره‌ها ایجاد باور صادق است و از آنجا که رسانه‌ها بر وضعیت آگاهی و ناآگاهی جامعه تأثیر می‌گذارند، موضوع مناسبی برای تحقق و عینیت‌بخشی به معرفت و شناخت اجتماعی هستند. مقاله حاضر، بر شرح قواعد موجود در یک مناظره خوب و برخی عوامل تأثیرگذار که بر چگونگی وقوع، کمیت و کیفیت مناظره تأثیر دارند تأکید بیشتری می‌نماید. این مطلب به عنوان مبدأ شناخت‌شناسی اجتماعی در نظر گرفته می‌شود که بر پایه تعامل بین جامعه و روابط بین‌فردی شکل می‌گیرد و بر رابطه بین این دو تکیه دارد. هویت‌بخشی به افراد جامعه و آگاه ساختن آنان از اندیشه، تاریخ گذشته و سیر جوامع، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است که از طریق ارتباطات انسانی و رسانه‌های دیداری و شنیداری صورت می‌گیرد.

قواعد و اصول حاکم بر مناظره

قواعدی که در مناظره و استدلال‌های متقابل باید رعایت شود، می‌توان این گونه بیان کرد:

قاعده اول. سخنرانان و مناظره‌کنندگان باید فقط نتیجه‌ای را که به آن اعتقاد دارند، اثبات کنند و گفتار آنان باید از حیث بافت هنجاری جامعه درست باشد.

قاعده دوم. سخنرانان و مناظره‌کنندگان باید مفروضات و مقدماتی را که به آنها اعتقاد دارند، اثبات کنند. به عبارت دیگر، گزاره‌ای که بیان می‌کنند، صادق باشد.

قاعده سوم. سخنرانان و مناظره‌کنندگان باید فقط مفروضاتی را اثبات کنند که برای توجیه اعتقاد خود دلیل موجهی دارند و مقصود آشکار گفتارها باید با منظور واقعی گویندگان همسان باشد.

قاعده چهارم. سخنرانان و مناظره‌کنندگان باید نتیجه را بر اساس فرضیات ذکر شده اثبات کنند به گونه‌ای که الف) فقط آن فرضیات نتیجه را پشتیبانی کند. ب) آنان خود معتقد باشند که مفروضات نتیجه را به شدت تأیید می‌کند. ج) توجیهات قانع‌کننده‌ای برای اعتقاد به تأیید نتیجه از طریق فرضیات داشته باشند (گلدمن، ۱۹۸۸، ص ۴۷).

این اصول، هم در نظر و هم در عمل وجود دارند. زیرا در تفسیر قوانین و قواعد اجتماعی، دو روش را می‌توان به کار برد: قوانین به عنوان وظایف عینی و عملی یا قوانین به عنوان وظایف غیر عینی و ذهنی. این دو، در موضوع شناخت با یکدیگر مشترکند و این گونه است که شناخت روابط دیالکتیکی، مجموعه‌ای از فعالیت‌های عملی و نظری انسان با پویاها و همچنین واقعیت‌ها است (آشتیانی، ۱۳۸۳، ص ۴۸). این روش تفاوت گذاشتن بین این دو حوزه روشی متداول است، زیرا وظیفه عملی فرد، اجرای کار بهینه است و به همین ترتیب، وظیفه ذهنی و غیر عینی فرد اجرای کاری است که او به بهینه بودن آن اعتقاد دارد. ممکن است ادعا شود که وظیفه عملی فرد مخالف در یک بحث، اثبات مفروضات و نتیجه است اگر مفروضات پشتیبان محکمی برای نتیجه باشند. وظایف ذهنی نیز وابسته به اثبات فرضیات اولیه و نتیجه است. حتی اگر فقط یک فرد به صحت آنها اعتقاد داشته باشد و بداند که فرضیات اولیه، نتیجه را تأیید می‌کند.

با این رویکرد، از قوانین اول، دوم و چهارم (ب)، باید به عنوان وظایف عملی مستقل و وظایف ذهنی نام برد. از طرف دیگر، می‌توان از قوانین به عنوان وسیله‌ای برای ارتقای باور حقیقی و اجتناب از اشتباه استفاده کرد. این قوانین به سخنرانان و مناظره‌کنندگان می‌آموزند که از آنچه دیدگاه و روش او نادرست هستند، دفاع نکنند. زیرا اثبات این قبیل اظهارات باعث القای باورهای دروغین به مخاطب می‌شود.

چه دلایلی شرط لازم برای توجیه قوانین سوم و چهارم است؟ این مسئله می‌تواند با جایگزینی عقیده موجه برای عناصر ذهنی به جای عقیده و باور مطلق، به عنوان شکلی از وظیفه ذهنی تصور شود. برای مثال، در یک شیوه مطمئن توجیه، این الزامات می‌توانند با ارجاع به ارتقای باور حقیقی و اجتناب از اشتباه با استدلال عقلی توجیه و تفسیر شوند. در این روش اعتقادات موجه، آنهایی هستند که طی مراحل شکل‌گیری عقیده با نسبت درستی بالا تولید شده‌اند؛ پس این اعتقادات به احتمال زیاد درست هستند. همچنین بسیاری از نظریه‌های غیر معتبر توجیه‌سازی می‌توانند نتیجه‌ای را که قوانین سوم و چهارم (ج) با دلایل عقلی و با هدف باور حقیقی و اجتناب از اشتباه تفسیر کرده‌اند، پشتیبانی کنند (گلدمن، ۱۹۸۶، صص ۱۴۹-۱۴۴).

اگر نیازمندی‌های توجیه در قاعده سوم، به عنوان وظیفه‌ای عملی تلقی شود، به طور

طبیعی، یک وظیفه ذهنی وابسته را نیز با خود به همراه دارد. قانون سوم می‌گوید: اگر سخنران برای اعتقاد خود دلیل موجهی دارد او باید فرضیه اولیه را اثبات کند. به عبارت دیگر، در رادیو و تلویزیون نمی‌توان به صرف اعتقاد و باور شخصی در خصوص درست بودن یک امر اجتماعی یا فکری، تحلیل موضوعی خاص برای مخاطبان ارائه کرد. بلکه ابتدا باید صحت مفروضات و باور را برای مخاطبان اثبات کرد تا دیگران نیز آن را بپذیرند و گرنه مخاطبان استدلال و نتیجه مباحث را نخواهند پذیرفت. از سوی دیگر، کاربرد مقدمات کاذب در مباحث، هر چند نتیجه عملی کوتاه مدتی برای مناظره‌کننده دارد، اما در دراز مدت موجب بی‌اعتباری مناظره‌کننده خواهد شد.

به این ترتیب، سخنرانان و مناظره‌کنندگان باید بر مبنای فرضیات زیر، نتیجه را اثبات کنند:

۱. سخنران به آن فرضیات و فرضیات ذکر نشده با دلایل موجه اعتقاد داشته باشد و آنها، نتیجه را به طور مؤکد تأیید کنند.

۲. سخنران به پشتیبانی نتیجه از جانب مفروضات قبلی اعتقاد داشته باشد.

۳. سخنران برای اعتقاد به اینکه، آن مفروضات نتیجه را به شدت پشتیبانی می‌کنند، دلیل موجهی داشته باشد (گلدمن، ۱۹۸۶، ص ۶۹).

باید توجه داشت وضع قانون شدیدتری که بر اساس آن، سخنران ناچار باشد تمام فرضیاتی را که پایه و مبنای نتیجه هستند، توضیح دهد، غیر ممکن است. به طور معمول، نتایج استقرایی شامل فرضیات زیادی هستند که باید در مقطع زمانی مناسبی بیان شوند و به طور تقریبی، بازیابی اینکه هر کدام از مفروضات مبنای کدام نتیجه هستند، از حافظه غیر ممکن است. بنابراین، قوانین موجود برای تشخیص سخنان دروغ سخنرانانی که باعث گمراهی مخاطبان می‌شوند، طراحی شده است. هر چند نوع دیگر، یعنی فریب، بررسی نشده است.

قاعده پنجم. سخنرانان و مناظره‌کنندگان مجاز نیستند قضیه نادرستی را با قصد پذیرش مخاطبان، اثبات و نتیجه‌گیری کنند.

اعتبار فرضیه‌ها مناظره‌کنندگان برای مخاطبان

برعکس قوانین یک تا چهار، قانون پنجم، مخاطبان را به روشنی وارد معرکه می‌کند. اگر هدف اصلی گفتگوها و مناظره‌ها، قانع کردن مردم در مورد واقعیات یا انتقال باور

صادق به آنان و مخاطبان باشد، این گونه مباحثه‌ها باید قابل درک و قابل پیش‌بینی باشند، اما فرضیاتی که مخاطب آنها را رد می‌کند، مفید نیستند. این موارد در ارزیابی استانداردهای مناظره اهمیت دارند. هر چند، بر حسب مجاز یا غیر مجاز بودنشان، به خوبی بیان نشده‌اند. مناظره‌ها را می‌توان با توجه به درجه تأثیر آنها در ترغیب و متقاعدسازی مخاطب با عنوان بهتر و بدتر ارزیابی کرد.

دلیل اینکه بسیاری از مناظره‌ها نمی‌توانند مفید باشند، این است که با ثابت بودن تمام عوامل دیگر، کیفیت ارائه بحث از سوی سخنران برای حاضران به گونه‌ای نیست که آمادگی آن را داشته باشند. گاهی، مقدمات یا مفروضات ثابت نشده‌ای وجود دارند که سخنرانان و مناظره‌کنندگان به عنوان پیش‌فرض مطرح می‌کنند، اما مخاطب آنها را قبول ندارد. اگر مقدمات بحث و یا مفروضات آن به گونه‌ای مطرح شود که با اعتقادات یا معرفت پیشینی مورد احترام و یقینی مخاطب در تضاد باشد، مخاطب به توجیحات و استدلال‌های توجیهی نمی‌کند.

اگر کفایت مفروضات اولیه، وابسته به رضایت حاضران باشد، نکته‌بینی مخاطب، می‌تواند ملاکی برای تعیین خوبی یا بدی مناظره‌ها و سخنرانان شمرده شود. مخاطب سختگیر و شکاک، مفروضات و مقدماتی را که باید پذیرفته شود، انکار می‌کند؛ این مسئله، کیفیت هر گونه مناظره‌ای را که حاوی این فرض است و به مخاطب ارائه شده، با تردید رو به رو می‌کند (زیگل^۱، ۱۹۸۹، ص ۱۴۰).

بلیر^۲ و جانسون^۳ (۱۹۸۷) این رویکرد را پیگیری کردند. آنان مفهوم «انجمن مخاطبان مدل^۴» را بنا نهادند. افرادی با ویژگی‌های مطلوب مشخص و پیشنهاد شد که مفروضات بحث بدون دفاع، فقط به شرطی قابل قبول باشند که فرد از روش‌های خاصی پیروی کند و دارای صفات مربوط به انجمن باشد. با این روش، سؤال یا تردید در مورد آن فرض ایجاد نمی‌شد، این مخاطبان ایده‌آل دارای صفاتی هستند: نخست، تحصیلکرده و آگاهند. یعنی دانش و اطلاعات بالایی در زمینه موضوعات دارند که می‌توانند در هنگام بحث، سؤال‌های مناسبی بپرسند. دوم، متفکرند. سوم، صریح و رک هستند و چهارم باهوش و سریع‌الانتقال‌اند.

1. Siegel

2. Blair

3. Johnson

4. community of model interlocutors

این مدل در برخی مناظره‌های تلویزیونی در کشور ما نیز به کار گرفته شد. در مناظره‌ها استادان یا متخصصان و دانشجویانی از دانشگاه‌های شهر تهران در استودیو حضور داشتند که می‌توانستند سؤالاتی را درباره موضوع‌های مورد بحث مطرح کنند. حضور مخاطبان آگاه موجب می‌شد که مناظره‌کنندگان و مخاطبان در هنگام مناظره و مباحث تلویزیونی، همدلی بیشتری با رسانه و پیام آن داشته باشند. اما این روش اشکال‌هایی نیز دارد. باید توجه داشت که در باب کفایت مفروضات اولیه، ویژگی تعیین‌کننده، دانش و آگاهی است. هر چند مشخص نیست این مخاطبان آرمانی از چه نوع دانشی باید برخوردار باشند؟ برای مثال، سخنران فرضی می‌گوید: «من مذهبی هستم» ممکن است این سؤال پیش آید که آیا او در مورد گرایشش، درست می‌گوید؟ آیا اساساً صادقانه حرف می‌زند؟ بنابراین، دانش یا عقایدی که باید به این جامعه آرمانی نسبت داد، دارای برخی ویژگی‌هاست. مخاطبان ایده‌آل به دلیل داشتن دانش مناسب با پیشینه محکم در زمان بحث، شناخته می‌شوند. اما ممکن است هیچ‌گونه اطلاعات پایه‌ای مناسب و معقولی در مقابل صداقت و نتیجه‌گیری معتبر سخنران فرضی وجود نداشته باشد. ممکن است افراد خاصی به صداقت و اعتبار سخنران ایمان بیاورند؛ در حالی که دیگران شواهدی علیه او داشته باشند. این مخاطبان ایده‌آل به طور دقیق باید واجد چه نوع اطلاعات استاندارد باشند؟ چون مفهوم علم و دانش استاندارد، اغلب غیر عملی است.

بنابراین ممکن است، بتوان دلایل اعتقاد به موضوعی را برای مخاطب توجیه کرد، اما با این حال شاید برگزاری مناظره‌ای با کیفیت بالا برای مخاطبان ممکن نباشد. فرض بر این است که مخاطبان سخنرانان و مناظره‌کنندگان، نه به موضوع مورد تأکید آنان اعتقاد دارند، نه به مفروضاتی که به شدت آنها را تأیید می‌کنند. به این ترتیب، هر مناظره خوبی بر سر موضوع برای مخاطبان می‌تواند شامل مقدمات تازه‌ای باشد. فرض کنید مقدماتی وجود دارد که مناظره‌کنندگان با دلیل موجه به آنها اعتقاد دارند. اما سخنران یا مناظره‌کننده به حق یا ناحق، به دروغگو بودن شهرت یافته است. پس او نمی‌تواند هیچ‌گونه مناظره با کیفیتی در حوزه اعتقاد به موضوعی خاص برای مخاطبان ارائه دهد.

چگونه مناظره‌کنندگان یا سخنرانان می‌توانند به موضوعی اعتقاد پیدا کنند و برای اعتقاد خود توجیه داشته باشند در حالی که نمی‌توانند آن را برای هم‌تایان خود توجیه

کنند؟ ما باید به سادگی، توجیه شخصی را از توجیه اجتماعی یا بین فردی تشخیص دهیم. این مورد اخیر یعنی توجیه اجتماعی، نظریه کاملاً معقولی است؛ چنین چیزی به عنوان القای موضوع به دیگران وجود دارد. اما تصور اینکه توجیه شخصی، نیازمند توجیه اجتماعی است، تصویری اشتباه است. همان گونه که گفته شد، ممکن است فردی به طور شخصی به موضوعی اعتقاد داشته باشد، اما قادر به دفاع از آن در مقابل همتایان خود نباشد. این مسئله تقصیر او نیست؛ ممکن است فاصله بین اعتقادات او و دیگران، باعث ایجاد مناظره‌هایی شود که قانع‌کننده نیستند.

استلزامات مناظره‌های دو طرفه

مطلب پیشین، به اعتبار فرضیات اولیه سخنرانان و مناظره‌کنندگان برای مخاطبان اختصاص داشت. اما به این دلیل که ضرورت مناظره‌ها به قابلیت درک ارتباط بین نتیجه و مفروضات بستگی دارد، این قبیل ارتباطات در این بخش بررسی می‌شوند. مناظره خوب، نه تنها شامل یک پشتوانه قوی ارتباطی است، بلکه از نظر مفهومی نیز این قدرت را به مخاطب می‌دهد که این ارتباط را ببیند.

همان گونه که پیش‌تر به طور ضمنی اشاره شد، بهتر است مناظره گسترده‌تر شود تا اینکه بخواهیم با استفاده از ابزار لفظی مناسب، نظر و احترام مخاطب را در خصوص نتیجه مفروضات استفاده کرد. این طرز استفاده از قدرت بیان، به دلایل واقعی باور حقیقی آسیب می‌رساند. اما استفاده مناسب از قدرت بیان باعث پرورش اهداف شناختی می‌شود و یکی از نشانه‌های مناظره خوب است.

یکی از جلوه‌های مناظره در جوامع ما، مناظره دو طرفه است. این مناظره در حوزه‌ای است که نمایش و اجرای آن، حساسیت خاص و اصول سنجش اولیه‌ای را می‌طلبد. در ابتدا باید به دو نقش برجسته در مناظره‌های دو طرفه اشاره کنیم: موافق و مخالف. از مواردی که نقش فعال دریافت‌کننده پیام و مخاطب را مشاهده می‌کنیم، زمانی است که استدلال مخالف روی می‌دهد. استدلال مخالف، موافقت نداشتن با پیام است که در جریان مواجهه با پیام در اذهان افراد روی می‌دهد (سورین^۱ و تانکارد^۲،

1. Severin

2. Thankard

ترجمه علیرضا دهقان، ۱۳۸۱، ص ۲۸۰). فرد مخالف به سادگی استدلال‌های سخنران قبلی را رد می‌کند و این تکذیب به سه شکل اتفاق می‌افتد:

۱. به چالش کشیدن برخی از مفروضات؛
۲. انکار قدرت اعتباری شواهد یا ارتباط آنها با موضوعات مورد بحث؛
۳. ارائه شواهد و مدارک جدید به منظور شکست شواهد اولیه مرتبط با موضوع مورد بحث.

مناظره‌های دو طرفه، به طور معمول مملو از برخی تکذیب‌ها هستند؛ رد تکذیب، رد تکذیب پذیرفته نشده و به همین ترتیب، تا پایان. دومین نقش در مناظره‌های دو طرفه، یعنی فرد موافق یا طرفدار، بحث مثبتی را در برابر نتیجه طرف رقیب ارائه می‌دهد. البته، در اغلب موارد، مناظره‌کنندگان، هر دو نقش مخالف و موافق را القا می‌کنند. مناظره‌های دو طرفه همچنین می‌توانند شامل اعطای برخی امتیازات به طرف مخالف باشند، که ممکن است به دنبال تغییر خط‌مشی مناظره برای نتیجه اصلی یا رهایی از آن صورت گیرد.

با توجه به ساختار مناظره‌های دو طرفه، ویژگی‌های خاصی به صورت طبیعی پدیدار و در مناظره شناسایی می‌شوند. خصوصیت اصلی، پاسخگویی است: پاسخگویی درست و مؤثر به بیشتر انتقادها. درجه پاسخگویی، بسته به فرصت‌های گفتگو، باید سنجیده شود. اگر تعداد فرصت‌های پاسخگویی از سوی ناظر محدود باشد (برای مثال مجری مناظره) نمی‌توان سخنران را به دلیل کوتاهی در پاسخگویی به اعتراض‌ها سرزنش کرد. هر چند، با وجود همه این محدودیت‌های اجرا، سخنرانان شایستگی کسب امتیاز را به دلیل برخورد و تقابل مؤثر با نظرات مخالف دارند. بویژه مخالفت‌ها و اعتراض‌های بسیار مهم در برابر مناظره‌های قبلی (پلاک^۱ و کروز^۲، ۱۹۹۹، ص ۸۹). پاسخگویی، محدود به تکذیب در برابر تکذیب نیست. این نکته اشاره می‌کند که یک مناظره‌کننده خوب با توجه به تعداد نظرات مخالف رقیب سنجیده می‌شود. مناظره‌کنندگان خوب، در زمان مناسب، می‌توانند از اظهارات اولیه خود یعنی مفروضات و مقدمات اولیه عقب‌نشینی کنند، اظهارات اولیه در مورد ارتباطات پشتیبانی

1. Pollock

2. Cruz

استلزامات و مفروضات شناختی - اجتماعی مناظره و استدلال در رادیو و تلویزیون ❖ ۲۳

را نیز پس بگیرند و حتی بپذیرند که نتایج اولیه اشتباه بوده است. یک مناظره‌کننده خوب نباید خودرأی باشد و به مدارک و شواهد جدید بی‌اعتنایی نکند. بدیهی است، در زمینه‌های خاص مناظره، سخنرانان ملزم به دفاع از موضع اولیه خود هستند. برای مثال، اعضای تیم مذاکرات پارلمانی و رسمی که مقام ویژه‌ای دارند، هیچ‌گاه نباید به شکست اعتراف کنند، اما گاهی اوقات برای سخنرانان و مناظره‌کنندگان عقب‌نشینی کردن از نتیجه اصلی خود، مبین بی‌لیاقتی نیست. آیا می‌توان قوانین کلی زمان عقب‌نشینی را بیان کرد؟ این قبیل قوانین باید با قوانین اول، دوم، سوم و چهارم، همراه با تعاریف زیر بیان شوند:

قاعده ششم. الف) سخنران باید مقدمات قطعی شده قبلی را نقض کند، اگر او هیچ‌گاه به آنها اعتقاد نداشته است.

ب) سخنران باید مقدمات اثبات شده قبلی را نقض کند، اگر او توجیهی برای اعتقاد خود ندارد.

ج) سخنران باید نتیجه‌ای را که بر اساس مقدمات اولیه از آن دفاع کرده، نقض کند، اگر **الف)** او دیگر به آن نتیجه اعتقادی ندارد، **ب)** او دیگر به برخی از مفروضات اصلی که برای پشتیبانی ارتباط حیاتی هستند، اعتقاد ندارد، یا برای اعتقاد خود دلیل موجهی ندارد، **ج)** او دیگر به مفروضاتی که نتیجه را به طور قوی حمایت می‌کند، اعتقاد ندارد، یا توجیه نشده است و **د)** او به این مسئله که پشتوانه فراهم شده برای مفروضات اصلی از طریق قضایای جدیدی که خود او اکنون به آنها معتقد است، شکست خورده، اعتقاد دارد و برای اعتقاد خود دلیل موجه دارد (گلدمن، ۱۹۸۶، ص ۹۲).

به این ترتیب، اگر منتقدان، از طریق مخاطبان، سخنران یا مناظره‌کننده را متقاعد کند که از اعتقاد به یکی از فرضیات اثبات شده قبلی خودش دست بکشد، یا توجیهات و دلایل شخصی خود را نسبت به این موضوع کنار بگذارد، می‌توان گفت او به طور آشکار عقب‌نشینی کرده است. این مسئله به طور مشابه برای نتیجه ثابت می‌شود. این قوانین می‌توانند در ایجاد اعتقاد حقیقی و اجتناب از اشتباه به صورت عقلی و منطقی تفسیر شوند. اما دلیل شکست پاسخگویی چیست؟

نخست، وجود بهانه (طفره رفتن). انکار نظرهای مخالف، بخصوص مهم‌ترین آنها؛ دوم، جعل واقعیت. ارائه (عمدی یا سهوی) یک تفسیر نامناسب از اعتراض رقیب و فقط دادن پاسخ به آن؛

سوم، بی ربطی. ادعای سازش با یک نظر مخالف مشخص، اما بدون نشان دادن تناسب آن با همه جوانب.

علاوه بر پاسخگویی، ویژگی دیگر مناظره‌های دو طرفه، تأثیر قدرت بیان است. فقط پرداختن به انتقادهای مخاطبان کافی نیست، بلکه مسئله‌ای که باید برای مخاطب روشن شود، تعیین این امر است که به انتقادها چگونه پرداخته شده است؟ در غیر این صورت، برای مخاطبان، پیگیری ساختار تبادل دو طرفه مشکل است، ساختاری که دشواری‌های یک سنجش دقیق از حقیقت ممکن را افزایش می‌دهد. ویژگی دیگر، پاسخگویی پیش‌بینی‌پذیر است. وقتی سخنران، تکذیب‌های برای موارد رد شده ممکن یا پیش‌بینی شده قبلی صادر می‌کند، حتی پیش از اینکه آخرین مورد مطرح شود، یعنی نیازمند این گونه الزامات پاسخگویی پیش‌بینی‌پذیر است. از منظر پژوهشگران، دانشمندان و نویسندگان حرفه‌ای، بهتر است دیدگاه‌های مخالف را با نشان دادن چگونگی مبارزه و رقابت، تصدیق کرد. ارزش پاسخگویی در مناظره را می‌توان با مبارزه و رقابت قابل پیش‌بینی مناظره‌کنندگان ارزیابی کرد. این ارزش را می‌توان در اصل زیر خلاصه کرد:

قاعده هفتم. با فرض ثابت بودن همه عوامل دیگر، بهتر است، مناظره در محدوده‌ای انجام شود که هر دو جنبه پاسخگویی و پاسخگویی قابل پیش‌بینی را با مثال نشان دهد. یکی از واکنش‌های ممکن در برابر نظریه ارزیابی مناظره این است که دستیابی به اصول مفهومی سخنرانان و مناظره‌کنندگان بسیار آسان‌گرایانه است. هر چند، این اصول می‌تواند هنجارهایی را که فیلسوفان در دوره‌های درسی خود، در زمینه تفکر انتقادی، برای آن ارزش قائل هستند، طبقه‌بندی کند. تصور اینکه مردم عادی این اصول را بپذیرند، دشوار است. نکته دیگر اینکه ابهام در مورد مفاهیم به سردرگمی مخاطب می‌انجامد. بنابراین در مناظره‌ها بخصوص در رادیو و تلویزیون باید واژه‌های استاندارد را به کار برد و از به کارگیری مفاهیم دو پهلو خودداری کرد. مفاهیمی که معنای کلی و مبهمی دارند همیشه از نظر شنونده و مخاطب نامناسب تلقی می‌شوند (گیل و میشله تی مایرز^۱، ترجمه حوا صابر آملی، ۱۳۸۳، ص ۲۸۴).

در زمینه پاسخگویی چند نکته وجود دارد: اول اینکه، به طور منطقی می‌توان

1. Myers

پذیرفت که افراد بی تجربه، توانایی مناظره و استدلال ضعیف‌تری نسبت به افراد ماهر و با تجربه دارند. در بعد پاسخگویی، افراد بی تجربه، بیشتر مایل به ارائه پاسخ‌های بی‌ربط هستند تا نکات مربوط به حریف خود را بد جلوه دهند و از دادن پاسخ ظفره روند. همچنین، آنان در برابر تکذیب‌های متوالی، صبر و حوصله کمتری دارند. با این حال، اجرای ضعیف، به معنای ناتوانی آنان در پاسخگویی به عنوان ملاک ارزیابی نیست، بلکه بیشتر از آن، نقض قوانین ضد فریبندگی، متضمن پذیرفتن شکست است. مسئله دیگری که مناظره‌کنندگان تعلیم دیده و با تجربه را از مناظره‌کنندگان بی تجربه و زودباور متمایز می‌سازد، به نوع فرضیات اولیه و روش پشتیبانی همراه با مدرک هر یک از آنان بستگی دارد. مناظره‌کنندگان ناآزموده ممکن است در برابر مرجع و مقام بالاتر، تحمل و بردباری بیشتری داشته باشند و ممکن است در ارزیابی استقرایی و ارتباطات احتمالی ضعیف باشند، اما هیچ کدام از اینها به دلیل آن نیست که ضرورت پشتیبانی از ادعاهای خود را با استناد به مدرک نمی‌شناسند. بلکه تنها به این دلیل است که فهم آنان از شاهد ضعیف‌تر و دقتشان کمتر است.

موقعیت معرفتی - اجتماعی و مبادله اطلاعات

هر کنشگر در مقام مناظره‌کننده، با دنیای سه‌گانه‌ای ارتباط برقرار می‌کند که عبارت است از جهان عینی، جهان اجتماعی و جهان ذهنی (هابرماس، ترجمه کمال پولادی، ۱۳۸۷، ص ۱۷۴). این تعامل، خصوصیتی را برای معرفت و زیست اجتماعی فراهم می‌کند. اولین خصوصیت این است که همیشه مسائلی وجود دارند که دیگران آنها را می‌دانند و صادقانه باور دارند، ولی ما از آنها بی‌اطلاع هستیم. عکس این قضیه نیز ممکن است صادق باشد. با انتشار این ذخایر و گنجینه‌های معرفتی، هر دو طرف می‌توانند با اشتراک گذاشتن و تبادل اطلاعات، از منابع معرفتی و شناختی یکدیگر بهره‌مند شوند و به واسطه تبادل اطلاعات، هر کدام، سطح دانش و آگاهی خود را توسعه دهند و به مجموعه‌ای از باورهای حقیقی دست پیدا کنند.

خصوصیت دوم موقعیت معرفتی، جایز الخطا بودن انسان است. حتی یک سخنران با بهترین مقاصد و نیات، نیز ممکن است به برخی سخنان دروغ اعتقاد داشته باشد و از آنها دفاع کند. دانش و آگاهی دیگران می‌تواند در جهت شناسایی و برخورد با این قبیل

اشتباه‌ها مفید باشد و مجموعه باورها و دانش‌های او را تصحیح کند (والیس^۱ و نیکلز^۲، ۱۹۸۶، ص ۷۱).

سومین ویژگی شرایط معرفتی، مربوط به زمانی است که انگیزه سخنرانان، فریب دیگران است، یعنی آنان خود می‌دانند مواردی که در صدد اثبات و دفاع آن برآمده‌اند، اشتباه است. به طور اساسی، قواعد مناظره خوب، مختص به ارتقای گفتگوی صادقانه و افشای دروغ، چه عمدی و چه غیر عمدی، است. واقع امر این است که مردم، واقعیات به نسبت بی‌پرده، رک، راست و صریح را باور می‌کنند، زیرا این صداقت و درستی است که به فرد کمک می‌کند در مسیر موفقیت گام بردارد. قواعد مناظره خوب، بخشی از فنونی هستند که مردم را به تبادل واقعیات از طریق صمیمیت و راستی، بدون اهمال و دروغ و به دنبال آن، ایراد سخن صحیح تشویق می‌کند (تنن، ۱۹۹۰، ص ۱۷۱).

حجم زیادی از گفتگوها، بر مبنای فواید به اشتراک گذاشتن دانش و اطلاعات بنا شده است. عمومی‌ترین شکل این قبیل گفتگوها، مناظره‌های آموزشی هستند. با این تعریف، هدف از گسترش چنین گفتگوهایی، آموزش برخی حقایق به مخاطب است (عبداللهی، ۱۳۸۷، ص ۱۴۰) در جامعه‌ای که بیش از بیست میلیون دانش‌آموز و بیش از پنج میلیون دانشجو و کارشناس دانشگاهی دارد و بیشتر جمعیت کشور نیز از سواد خواندن و نوشتن برخوردارند، شمارگان پایین مجلات و روزنامه‌های کشور و نیز چاپ دو هزار نسخه‌ای کتاب‌های غیر درسی، مسئولیت رادیو و تلویزیون را در آموزش شهروندان بیشتر نشان می‌دهد.

گفتگوهای آموزشی شامل اثبات برخی مسائل هستند؛ سخنران مسئله‌ای را اثبات می‌کند، این برای قانع کردن و آگاه کردن، شنونده در مورد صحت آن کافی است. گاهی اوقات سخنران نمی‌تواند مسئله را به تنهایی ثابت کند بلکه با دلایلی از آن پشتیبانی می‌کند، با این نیت که به متقاعد کردن شنونده در مورد درستی مسئله مطرح شده، کمک کند؛ این گونه اثبات مبتنی بر دلیل، گفتگوی استدلالی است که یکی از انواع گفتگوهای آموزشی به شمار می‌رود. می‌توان دو گونه فرعی از گفتگوهای استدلالی را بیان کرد: یکی از آنها، گفتگوهای دو طرفه است، که در آن شنونده نه تنها بیکار و

1. Wallace

2. Nichols

منفعل نیست، بلکه به صورت دوره‌ای نقش سخنران را ایفا می‌کند. در این نوع از گفتگو، شنونده با انکار موضوع مورد بحث یا با بیان تردید خود در پذیرفتن آن، به بحث و گفتگو با سخنران می‌پردازد. این گونه گفتگوها، می‌تواند دلایلی را که سخنران برای اثبات یا تأیید مسئله مطرح شده ارائه می‌دهد، به چالش بکشد. این قبیل اقدامات در جهت تکذیب یا رد یک قضیه از انواع گفتگوهای دو طرفه است که هدف اولیه آن، متقاعد کردن فرد مقابل در مورد یک واقعیت نیست، بلکه برای دور نگهداشتن او از پذیرفتن سخنان دروغ و کذب است. هر چند به طور معمول، شنونده نه تنها می‌خواهد استدلال سخنران و گوینده را تکذیب کند بلکه سعی دارد نقش مثبت بیشتری به عنوان طرف مخالف کسب کند. شکل فرعی دیگر گفتگوهای استدلالی، مناظره است. این نوع گفتگو شامل تبادل بحث بین دو یا تعداد بیشتری سخنران است که حاضران در آن شرکت ندارند. در اینجا، هدف مهم سخنرانان، متقاعد کردن مخاطبان و نه یکدیگر است. روشن است که هدف مناظره‌های دو طرفه، ترغیب مخاطب به پذیرفتن واقعیتی یا باز داشتن او از باورهای دروغین است، مانند کاری که برخی از نویسندگان انجام می‌دهند، زیرا تنها هدف گفتگو (یا به طور کلی، مناظره) توافق یا رضایت آرای عموم است (هابرماس، ترجمه کمال پولادی، ۱۳۸۷، صص ۲۵۳-۲۲۳).

دست کم سه نوع استدلال مخالف در برابر نظریه اتفاق آرای عمومی در مناظره‌ها وجود دارد:

اول اینکه، اگر تنها هدف مناظره، ارتقای سطح رضایت عموم باشد، باید به منظور جلب رضایت عامه مردم، به سرکوب شواهد و مدارکی پرداخت که می‌توانند آگاهی عمومی را در جهت مخالف هدایت کنند. دیگر اینکه اگر هدف، تنها جلب آرای موافق مردم باشد، طبق قواعد مناظره، باید از پرداختن به این کار خودداری کرد، زیرا باعث بر هم خوردن و کاهش آرای موافق قبلی می‌شود. معرفی شواهد یا مدارک برای بی ارزش جلوه دادن باور مردم، عمل نادرستی است. در عین حال، این شکل مناظره پذیرفتنی‌ترین شکل آن است.

نکته‌ای که در هر دیدگاهی باید در نظر داشت و به آن پایبند بود، این است که مناظره تنها برای جلب رضایت و آرای مردم طراحی نشده بلکه هدف آن، نجات و حفظ باورهای درست و حقیقی است. تلویزیون برای اینکه بتواند مخاطب خود را حفظ کند

باید از ارائه شواهد مناسب و کافی ترسی نداشته باشد. زیرا اگر مخاطبان متوجه نادرستی مدارک و منابع ارائه شده در رادیو و تلویزیون شوند، دیگر اعتمادی به آنها نخواهند داشت و حتی در صورت ارائه اطلاعات درست نیز آنها را نخواهند پذیرفت. تأکید این مقاله، جستجوی قواعد مناظره (که به طور ضمنی پذیرفته شده‌اند) و نه محدوده مقبولیت این قواعد است. بدیهی است هدف هر فردی که در این گونه مناظره‌ها شرکت می‌کند، در حقیقت، آگاه کردن مخاطب در مورد واقعیت‌ها است. وجود گفتگوهای فریبده عمدی، بی دقت و بی اعتنا به واقعیت برای مخاطب مشهود است. اگر چه این سوءاستفاده‌ها شایع است، انتقاد از آنها نیز به همین نسبت گسترده است؛ که موجودیت قواعد را تأیید می‌کند. این قواعد مستلزم سخنرانانی است که مقاصد آموزشی و ایجاد اعتقادات درست و صحیح را دنبال کنند (مایلند^۱، ۱۹۸۹، صص ۱۹۶-۱۸۵).

معرفت‌شناسی اجتماعی و مناظره

شناخت‌شناسی اجتماعی، به بررسی علل و اسبابی می‌پردازد که بر وقوع محتوا و کیفیت انواع مناظره‌ها، از رسمی و غیر رسمی گرفته تا رو در رو، نهادی و عمومی تأثیر دارند. پرسش‌های زیادی مطرح شده است که باید پاسخی برای آنها یافت: چه عواملی موجب آغاز مناظره‌ها می‌شوند؟ چه عواملی بر محتوا و عمق آنها تأثیر دارند؟ و در نهایت، چه عواملی بر انطباق قوانین و ابعاد مختلف یک مناظره خوب تأثیر می‌گذارند؟ فیلسوفان، توجه خود را به معیارها و استانداردهای بحث یا مناظره خوب محدود کرده‌اند، بدون اینکه پیگیری کنند چه چیزی مسئول محتوا و کیفیت مناظره‌ای است که رخ می‌دهد. با توجه به این مفهوم، در معرفت‌شناسی اجتماعی، این مسائل باید در نظر گرفته شود. این مسئله، بخصوص به عوامل سببی که تحت کنترل اجتماعی هستند علاقه‌مند است و تغییراتی را که می‌توانند باعث بهبود محتوا و کیفیت مناظره شوند، مجاز می‌شمرد. البته، این دستور کار، بدون ساخت معرفت‌شناسی اجتماعی به عنوان یک امر مربوط به علوم انسانی و اجتماعی و فلسفه محض، قابل پیگیری نیست (گلدمن، ۱۹۹۹، ص ۱۲۷). دستاورد دیگری که لازم است یادآور شویم، به بررسی ابعاد کیفی مناظره‌ها

1. Meiland

می‌پردازد. فضای گروهی مناظره‌ها می‌تواند انگیزه‌ای برای پیدایش انواع متفاوت پاسخگویی باشد. برای مثال، می‌توان برای کسانی که در دفاع از مواضع خود موفق می‌شوند، پاداش در نظر گرفت. دلیل اصلی اهدای این جوایز، تشویق سخنرانان به تغییر عقاید خود است. مشاهده می‌شود که این نوع ساختار تشویق‌کننده، علاوه بر معایب، مزایایی نیز دارد. پاداش‌ها باعث ارتقای عملی برای شواهد جدید در حمایت از نتیجه اصلی فرد و دلایل مخالفت خلاقانه در بحث می‌شوند منظور کردن پاداش برای حمایت از این قبیل الزامات، باعث پرورش سرمایه عظیمی از سوی مدافعان اولیه در تمام جوانب قضیه می‌شود، که می‌تواند به طور کلی برای جامعه مفید باشد. بی تردید، این اساس کار در مناظره رسمی است: اجازه دهید هر طرف مناظره‌کننده، طرفداران خودش را داشته باشد؛ طرفدارانی که برای دفاع از دیدگاه او تلاش می‌کنند.

مسئله دیگر مربوط به نقش نهادهای رسمی در سازماندهی مناظره‌های عمومی است. اقدامات سیاستمداران و فعالان سیاسی را در نظر بگیرید. آنان مشاوران روابط عمومی را استخدام می‌کنند تا با ترتیب دادن چندین نمایش تلویزیونی و مصاحبه با روزنامه‌ها، دیدگاه خود را منتقل کنند و از این طریق، بر مخالفان فشار وارد می‌کنند. حال پرسش این است که آیا وسایل ارتباط جمعی، محل مناسبی برای این گونه مناظره‌ها هستند؟ حتی اگر آنها استانداردهای مناسب برای مناظره‌ها را رعایت کنند، در این زمینه سه مشکل اساسی وجود دارد:

اول. بحث، بیشتر یک طرفه و دور از هر گونه بازپرسی مدارک یا شهود است.
دوم. در حالی که در مناظره‌های رو در رو، افراد می‌توانند از خود دفاع کنند، در رسانه‌های گروهی، ندادن پاسخ به منزله اعتراف به گناه است.

سوم. مصاحبه‌های رادیو و تلویزیونی می‌توانند امکان اعتباربخشی به یک شخص عادی را در مورد موضوعی که او فاقد صلاحیت است، فراهم کنند.

در رادیو و تلویزیون، مناظره‌کنندگان باید تمام قواعد پیش گفته را رعایت کنند، از واژه‌های استاندارد استفاده کنند و از به کارگیری مفاهیم دو پهلو پرهیزند. مفاهیمی که معنای کلی و مبهمی دارند، همیشه از نظر شنونده و مخاطب نامناسب تلقی می‌شوند (گیل و میشله تی مایرز، ترجمه حوا صابر آملی، ۱۳۸۳، ص ۲۴۸) و از سوی دیگر بر ابهامات مخاطبان می‌افزایند.

آلودگی زبانی در رادیو و تلویزیون، مشکلات بی‌شماری را ایجاد می‌کند. از این رو، در مناظره‌ها که انحراف مخاطبان، فراگیرتر است. توجه به این مسئله الزامی به نظر می‌رسد. این آلودگی‌های زبانی را در سه نوع طبقه‌بندی کرده‌اند: سردرگمی (معانی ناشناخته)، ابهام (معانی بسیار زیاد) و فریب (معانی مبهم). در مورد اول، واژه‌های زبان بیگانه یا ناآشنا و کلمات نامفهوم فنی به کار گرفته می‌شود. در مورد دوم، از اشارات کلی و اصطلاحات و عبارات غیر دقیق بهره گرفته می‌شود و در مورد سوم، به دروغ‌پردازی، تحریف حقایق داده‌ها، ارائه گزارش‌های غیردقیق و بدون پاسخ رها کردن سؤالات مستقیم پرداخته می‌شود (همان، ص ۲۵۹).

نتیجه‌گیری

برای آنکه رادیو و تلویزیون به عنوان پرنفوذترین و گسترده‌ترین وسایل ارتباط جمعی بتوانند در خدمت اهداف مورد نظر نظام سیاسی و اجتماعی قرار گیرند و زیان‌های معرفتی و معنوی آنها به حداقل برسد نیازمند مطالعاتی در تمامی حوزه‌های فکری هستیم که یکی از آنها، حوزه معرفتی و بویژه کاربرد آن در خصوص مناظره‌ها و مباحث است. امروزه بخش عمده‌ای از تحقیقات رسانه‌ای در تلویزیون‌های کشورهای اروپایی به نحوه ارائه استدلال و خبر به مخاطب می‌پردازند، به نحوی که به کار بردن واژه‌ها و نحوه بیان آنها و همچنین زبان و حرکت دست و بدن مجریان تلویزیونی، آموزش‌های خاص خود را می‌طلبد. در این مقاله، برخی از اصول و قواعد مناظره و استدلال، با توجه به معیارهای بنیادی و برجسته مربوط به مناظره بازسازی شده‌اند. به نظر می‌رسد که مطالعه در این زمینه، نباید تنها معیارهای موجود برای مناظره و استدلال خوب و اساس و پایه آنها را بازسازی و بازتعریف کند؛ بلکه باید عوامل نهادی، سازمانی و محرک را نیز که بر وقوع، عمق و کیفیت مناظره تأثیر دارند، در اشکال مختلف و در هر دو نوع خصوصی و عمومی مورد بررسی قرار دهد. عوامل نهادی و سازمانی، به همراه باورها و آداب و رسوم نقش عمده‌ای در مناظره و استدلال بازی می‌کنند که در هر جامعه‌ای، با توجه به ساختارهای اجتماعی گوناگونی که به وجود می‌آورند، متفاوت است و نیاز به مطالعه‌ای جدی دارد. در نتیجه، لزوم باورسازی بحث و مناظره مطلوب در جامعه، پژوهش در خصوص این عوامل نهادی است. مقاله

حاضر نشان داد که برای اعتمادسازی و پایداری متقابل اعتماد بین مخاطب و رسانه ملی نیازمند آن هستیم که قواعدی را در مناظره‌های تلویزیونی و مباحث مختلف آموزشی رعایت کنیم. این قواعد، ابزاری برای بهتر زیستن و بهتر اندیشیدن هستند. از سوی دیگر، این قواعد موجب می‌شوند که مخاطبان رسانه با برقراری ارتباط مناسب و پایدار با رادیو و تلویزیون، اخبار و اطلاعات خود را در درون جستجو کنند و از اعتماد به رسانه‌های غیر پرهیزند.

برای اینکه مناظره و مباحثه بتواند به شیوه مناسب‌تری در رادیو و تلویزیون استفاده شود یا جنبه کاربردی پیدا کند و اثرگذاری بیشتری بر اذهان مخاطبان داشته باشد و موجب اعتمادسازی بین رسانه و مردم شود، بهره‌گیری از راهکارهای زیر می‌تواند، با رعایت قواعد پیش گفته مؤثر، واقع شود:

۱. از آنجا که تلویزیون رسانه‌ای عمومی است و گاهی اوقات در مناظره‌ها، ارتباط مستقیمی بین مخاطبان و سخنرانان برقرار می‌شود، ممکن است مناظره‌کنندگان یا سخنرانان با استفاده از فن سخنوری، بیان و ارائه احساسی مباحث، در صدد جلب آرا و افکار مخاطبان برآیند. از این رو، رعایت قواعد و اصول مناظره می‌تواند مانع از تحقق این گونه سوءاستفاده‌ها شود.

۲. این قواعد، حضور افراد متخصص و صاحب‌نظر را در مناظره‌های مربوط به امور مختلف ضروری می‌سازد و در نتیجه، مباحث رسانه جنبه دانشگاهی می‌یابد و با تخصصی شدن بحث، اعتماد مخاطبان به رسانه به دلیل متخصصان رشته‌های مختلف فکری و علمی، بیشتر می‌شود.

۳. با رعایت قواعد یاد شده و ارائه مباحث در چهارچوب پیشنهادی، اطمینان مخاطب به رادیو و تلویزیون جلب می‌شود و به این ترتیب، رسانه از یک دستگاه بازتاب‌دهنده و انعکاسی صرف، به موجودیتی تعیین‌کننده و مرجعی اجتماعی ارتقا پیدا می‌کند.

۴. مناظره‌های تلویزیونی و رادیویی در خصوص مباحث سیاسی باید با شرکت افرادی انجام شود که آگاهی و اطلاعات درستی از موضوع دارند و می‌توانند ارتباط مؤثری با مردم برقرار کنند و مطالب عینی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و ... را با علم به آنها و مفروضات و مقدمات مورد قبول، ارائه دهند.

۵. مناظره، به دلیل رو در رو بودن مناظره‌کنندگان می‌تواند در صورت رعایت نشدن اصل پاسخگویی، به پراکندگی موضوعات و در نتیجه، پریشانی و مخدوش شدن ذهن مخاطبان بینجامد. رادیو و تلویزیون به دلیل فراگیری، با ارائه این گونه مباحث و مناظره‌ها می‌توانند آرامش جامعه را سلب کنند. اما با رعایت این قواعد و خارج نشدن از مباحث تخصصی و پرداختن به مسائل فرعی و الزام مناظره‌کنندگان به پاسخگویی، امکان ایجاد چنین فضایی برای مناظرکننده میسر نخواهد شد.

۶. با اینکه برگزاری مناظره و مباحثه در تلویزیون، نیاز به برخی مقدمات فناورانه دارد، باید توجه داشت که مناظره از منطق درونی و محتوایی خود برخوردار است. این قواعد بیانگر منطق درونی مناظره هستند که جزء ضروری و جدایی‌ناپذیر مناظره و مباحثه است. رادیو و تلویزیون نمی‌توانند بدون توجه به این منطق محتوایی، مناظره‌ای موفق و مطلوب ارائه کنند.

۷. به دلیل اینکه مناظره تلویزیونی بیشتر در حوزه سیاسی - اجتماعی صورت می‌گیرد، باز نمود دیدگاه‌های نظام سیاسی محسوب می‌شود و در نتیجه، کارکرد مشروعیت‌بخش برای نظام سیاسی ایفا می‌کند. رعایت قواعد یاد شده، آسیب‌پذیری مشروعیت نظام سیاسی را محدود می‌سازد.

۸. مشروعیت، ناشی از معرفت و آگاهی از مبانی و اصول نظام مستقر و کارکردهای آن است و به سه سطح نظام، برنامه و قوانین و افراد تعلق دارد بنابراین، در مناظره‌ها باید با حفظ اصول و قواعد، از آسیب رساندن به نظام سیاسی پرهیز شود. بنابراین، ضرورتی برای حضور برخی از افراد مسئول در مناظره‌های رادیو و تلویزیونی وجود ندارد.

۹. در نهایت، هر سخنران یا مناظره‌کننده، حتی با بهترین مقاصد و نیات، ممکن است به برخی مفروضات و مقدمات بی‌اعتبار اعتقاد داشته باشد و از آنها دفاع کند. دانش و آگاهی دیگران می‌تواند در شناسایی و برخورد با این قبیل اشتباه‌ها مفید باشد و مجموعه باورها و دانش‌های او را تصحیح کند. رعایت این قواعد می‌تواند منجر به تصحیح عقاید و آرای مناظره‌کنندگان از طریق رادیو و تلویزیون شود و جنبه مرجعیت‌بخشی به رسانه را تقویت کند.

در پایان باید توجه داشت که هدف اولیه از تعیین برخی قوانین برای برگزاری یک مناظره مطلوب، ارتقای باور حقیقی و پرهیز از اشتباه است. مطالعه نظری مناظره،

قواعدی را به منظور ارتقای این هدف مطرح می‌کند. در رادیو و تلویزیون که با طیف وسیعی از مخاطبان ارتباط برقرار می‌کنند، جدا از مشروعیت‌بخشی این رسانه‌ها که فعالیت سایر نهادهای اجتماعی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد، مسئله‌ای بنیادی ضرورت تحقیق جدی در مورد مناظره رادیو تلویزیونی و کشف معیارها و قواعد مناسب آن را موجب می‌شود که همان مرجعیت این دو رسانه است.

منابع

- آشتیانی، منوچهر. (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی شناخت (مقدمات و کلیات). تهران: مرکز انصاری، منصور. (۱۳۸۴). امکانات دموکراتیک اندیشه‌های میخائیل باختین و یورگن هابرماس. تهران: مرکز.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات (ترجمه علیرضا دهقان). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- شمس، منصور. (۱۳۸۷). آشنایی با معرفت‌شناسی. تهران: طرح نو.
- عبداللهی، حسن. (۱۳۸۷). درآمدی بر روش‌ها، فنون و مهارت‌های تدریس. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
- لازار، ژودیت. (۱۳۸۰). افکار عمومی (ترجمه مرتضی کتبی). تهران: نی.
- مایرز، گیل و مایرز، میشله. تی. (۱۳۸۳). پویایی در ارتباطات انسانی (ترجمه حوا صابر آملی). تهران: انتشارات دانشکده صداوسیما.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۸۷). نظریه کنش ارتباطی (ترجمه کمال پولادی). تهران: مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران.

Blair, A.J. & Johnson, J.R. (1987). **Argumentation as Dialectical, Argumentation**. Vol. 1, No 1, Pp. 41-56.

Goldman, A. (1986). **Epistemology and Cognition**, usa: Harvard university press.

Goldman, A. (1988). **A Theory of Human Action**, englewoodcliffs: Prentice-Hall.

Goldman, A. (1999). **Knowledge in a Social World**, Oxford: Oxford University Press.

- Meiland, J. (1989). **Argument as Inquiry and Argument as Persuasion, Argumentation**, Vol 3.
- Pollock, J. & Cruz, J. (1999). **Contemporary Theories of Knowledge**, boston: Rowman and Littlefield.
- Siegel, H. (1989). **Epistemology, Critical Thinking, and Critical Thinking Pedagogy, Argumentation**, Vol. 11, No. 11, Pp. 127-140.
- Tannen, D. (1990). **You Just Don't Understand: Women and Men in Conversation**, New York: Random House, p. 171.
- Wallace, C. & Nichols, J. (1986). **Evidentiality: The Linguistic Coding of Epistemology**, Norwood: Ablex press.