

دستکاری اطلاعات، واقعیت اتفاقات با تبدیل شدن یک موضوع کوچک و حاشیه‌ای به موضوع روز توسط رسانه‌ها امری است که نمی توان واقعیت آن را انکار کرد. این امر هم یک واقعیت است که آنچه برای این پلنفرم‌ها موضوعیت دارد، صرفاً منتشر شدن و بازیید بیشتر رویدادهاست حتی اگر آن را به شکلی غیرواقعی مطرح کنند. «مهندسی اجماع» کتابی است که ساموئل وولنی، استاد دپارتمان روزنامه‌نگاری و رسانه دانشگاه تگزاس آمریکانوشته و در آن به همین مساله و دستکاری واقعیت‌ها و تحت تاثیر قرار دادن مخاطبان پرداخته است، تا آنجا که به این موضوع اشاره می‌کند که دستکاری واقعیت‌ها و اتفاقات عملاً اصل دموکراسی را نقض می‌کند.
باین حال کتاب اگرچه تعریف دستکاری‌ها در رسانه‌ها را تایید می‌کند اما در ارائه راه‌حل برای مقابله با این دستکاری‌ها، ممنوعیت استفاده از این برنامه‌ها یا فعالیت در آن راهکار خوبی نمی‌داند.
برای بررسی بیشتر مواردی که کتاب به آن اشاره کرده با عباس رضایی‌ثمن، مترجم کتاب مهندسی اجماع گفت‌وگو کردیم که در ادامه می‌خوانید.

▲ ▲ ▲ ▲

ایده مرکزی کتاب مهندسی اجماع چیست؟
در ادبیات عمومی و رسانه‌ای ما معمولاً اجماع در حوزه سیاسی و دیپلماسی مورد استفاده قرار می‌گیرد اما این واژه معنای عمومی‌تری هم دارد که در صورت‌بندی آنچه به طور روزمره در رسانه‌های اجتماعی رخ می‌دهد، مفید است.
بسیار دیده‌ایم کاریزان ویترس یا اینستاگرام ناگهان همه درباره یک موضوع صحبت می‌کنند، مثلاً درباره صادق یوقی، فلان لبنیات‌فروشی در مشهد، درخواست اقامت فردیک زند سیاستمدار از کانادا یا هر چیز دیگر. واقعیت این است که در شبکه‌های اجتماعی، به ویژه توئیتر و اینستاگرام که در ایران رایج‌تر است، مرتباً به شکل ناخواسته‌ای شاهد «اجماع» کاریزان حول موضوعات مختلف هستیم. این کنش‌های جمعی گاهی به‌شکل طبیعی و براساس اصول روانشناختی و مکانیک‌های فنی درونی شبکه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد اما گاهی هم غیرطبیعی و اصطلاحاً مهندسی شده است.
ایده مرکزی کتاب، همین اجماع‌های مهندسی شده یا ساختگی است. یکی از پیچیده‌ترین شگردهای تبلیغات با پروپاگاندا که در عصر شبکه‌های اجتماعی بسیار رایج شده و برای هدایت یا مدیریت افکار و حتی رفتارهای مردم مورد استفاده قرار می‌گیرد.

چطور به ضرورت ترجمه این کتاب رسیدید؟

برای من ترجمه این کتاب استمرار مسیری است که با ترجمه کتاب «دستکاری در رسانه‌های اجتماعی» آغاز کرده‌ام.
مضمون مرکزی آن کتاب پروپاگاندا یا رایانش و خطراتی بود که از این مجراد دموکراسی و اکوسیستم اطلاع‌رسانی و صنعت اخبار جهان را تهدید می‌کند. این موضوع البته صرفاً یک دغدغه شخصی نیست و یکی از جریان‌های پژوهشی در حال رشد در دنیاست. واقعیت این است که برخی ویژگی‌های خاص شبکه‌های اجتماعی، امکان دستکاری سیستماتیک و گسترده افکار عمومی را فراهم کرده و این مساله امروزه توجه زیادی را در جهان به خود جلب کرده است.

کدام ویژگی‌ها؟

ویژگی‌های مختلفی رامی‌توان مثال زد اما مهم‌ترین آنها که در فرآیند دستکاری اهمیت بالایی دارند، اصطلاحاً «گمنامی» و «انوماسیون» است. گمنامی به این معناست که در بستر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی این امکان برای هرکسی به وجود آمده که بدون اینکه شناخته شود، کنشگری کند و منشأ اثر باشد. مشکل اصلی در کمپین‌های پروپاگاندا یا رایانشی این است که منشأ آنها عمدتاً برای کاریزان قابل شناسایی نیست. موضوع این است که کی‌کاز کرده‌های شبکه‌های اجتماعی با اختلاف در روند‌های کوتاهی در اینستاگرام بین کاربران ایرانی ویران می‌شود، اما زماناتی که مدیر تبلیغات یک شرکت لوازم آرایشی از عاملیت این شرکت در تولید و توزیع این موسیقی پرده می‌دارد، هیچ‌سک متوجه نمی‌شود که فرآیند تولید و ویرال شدن این موسیقی اصطلاحاً مهندسی شده و محتوای آن تبلیغاتی بوده است. تازه آنجا موضوع به هر دلیلی بیروا می‌شود، خیلی از کمپین‌های تبلیغاتی امروزه زیرپوست شبکه‌های اجتماعی در جریان است که اثر خود را در شکل دهی به ذهنیت و رفتار کاربران می‌گذارد و کسی هم هیچ وقت از پشت پرده آنها باخبر نمی‌شود.

و منظور از انوماسیون چیست؟

انوماسیون هم به نقش آفرینی ربات‌ها مربوط است. یک کاربر عادی شبکه‌های اجتماعی، حتی اگر چندین حساب جعلی هم برای خودش درست کرده باشد، به دلیل محدودیت‌های زمانی و بیولوژیک، توان محدودی برای تولید محتوای تبلیغی در سطح توئیتر، فیسبوک یا اینستاگرام دارد. این محدودیت برای ربات‌ها وجود ندارد و بافتش آفرینی آنها عملاً مقیاس تبلیغات و انتشار پروپاگاندا ده‌ها برابر می‌شود. این دو ویژگی در حقیقت دو نقطه عطف در صنعت پروپاگاندا به شمار می‌آیند.

مشخص‌ایده محوری این کتاب چه تفاوتی با کتاب‌ دستکاری در رسانه‌های اجتماعی دارد که به آن اشاره کردید؟

موضوع «محوری در درد و کتاب پروپاگاندا یا رایانشی است. در آن کتاب ما بایک تحقیق فراملیتی با محوریت موسسه اینترنتت دانشگاه آکسفورد مواجه بودیم که پژوهشگران متفاوت روند رشد پروپاگاندا یا رایانشی در ۶ کشور دنیا را مطالعه کرده بودند. ساموئل وولنی که نویسنده کتاب مهندسی اجماع است، آنجا یکی از دو سروراستار اصلی پروژه و البته یکی از دو نویسنده فصل مربوط به آمریکا بود.
علی‌رغم اینکه هر دو کتاب درباره پروپاگاندا یا رایانشی سخن می‌گویند؛ تفاوت‌های روشنی در زاویه ورود و رویکردشان وجود دارند. در کتاب دستکاری رویکرد نویسندگان خیلی فنی بود، اما در کتاب مهندسی اجماع ابعاد نظری برجسته‌تر است.
از نظر روشی آنجا پژوهش‌ها متکی به داده‌کاوی بود، اما اینجا بیکری اصلی پژوهش، کیفی و از نوع مردم‌نگاری است. در مهندسی اجماع چون تعداد پژوهشگر و نویسنده نیست، با منمنسجم‌تری مواجه هستیم. به طرزکی نویسنده سعی کرده بعد از پروپاگاندا یا رایانشی، یک قدم جلوتر بیاید و روی نتایج آن تمرکز کند؛ اینکه آن سازوکارهای فنی حالا چه نتایج سیاسی و ارتباطی دارند.

قبول دارید که رویکرد این دست‌کتاب‌های کی‌کاز کرده‌های شبکه‌های اجتماعی کمی اغراق شده است؟ ما به‌رحال با یک ابزار موجهیم که هم برای تولید پروپاگاندا می‌توان از آن استفاده کرد و هم مثلاً برای تولید محتوای آموزشی سودمند؛ این طور نیست؟

من البته کتاب را ترجمه کرده‌ام و مولف آن نیست. لژوما هم با همه آن چیزی که در متن طرح شده همدل هستیم، با این حال به طوزکی انتشار این دست متون را سودمند می‌دانم. اتفاقاً یکی از استدلال‌ها که در بیکرته مکتب کتاب اهمیت کانونی دارد، این است که نمی‌توان و نباید به پلنفرم‌های رسانه‌های اجتماعی نگاه صرفاتی و ابزارگانه داشت. مولف معتقد است که این نوع نگاه، ترندف صاحبان این پلنفرم‌ها برای فرار از پذیرش مسئولیت است. وقتی سازوکارهای فنی درون پلنفرم‌ها عملاً امکان استمرار مهندسی اجماع و دستکاری را فراهم می‌کند صاحبان آنها باید سهم مسئولیت خود را از این آشفته بازار اطلاعاتی برعهده بگیرند.
وولنی می‌گوید این ابزارها به نوعی حامل اراده و انگیزه‌های خالقان و صاحبان خود هستند و نمی‌توان معماری فنی آنها را بی طرفانه یا عاری از سوگیری‌های شناختی دانست. او می‌گوید این پلنفرم‌ها عمدتاًهن طوری طراحی شده‌اند که بیشترین درآمد تبلیغاتی را نصیب صاحبان شان کنند. به زعم او محتوای مخرب به دلیل همین سوگیری در طراحی سازوکارهای فنی بیشتر دیده می‌شود؛ چراکه هرچه تعداد کلیک روی یک محتوا بیشتر باشد و چشمان بیشتری آن را ببینند، درآمد بیشتری نصیب شرکت‌ها می‌شود.
وولنی این فرآیند را کالایی شدن توجه کاربران می‌نامد می‌گوید خالقان پلنفرم‌ها چون از ویرال شدن هرگونه محتوایی فارغ از مخرب یا مثبت بودن آن سودمی‌برند؛ برخلاف حرف‌های مزبورانه‌ای که می‌زنند، اساساً علاقه‌ای به کنترل یا از بین بردن زمینه‌هایی که امکان استمرار پروپاگاندا یا رایانشی را فراهم می‌کند، ندارند.

ولی با این رویکرد عملاً مزایای و نقاط مثبت رسانه‌های جدید نادیده گرفته می‌شود. این رسانه‌ها نقطه عطفی در تاریخ ارتباطات هستند. نمی‌توان تأثیر آنها را در دموکراتیزه‌تر شدن ارتباطات، شکست انحصار کنترل‌های اقتصادی بزرگ در صنعت رسانه،... نادیده گرفت.
حرف شما درست است. این در یاد داشت مترجم در ابتدای کتاب هم نوشته‌ام. در مقابله با پروپاگاندا یا رایانشی این مهم است که از چه موضع و زاویه‌ای وارد کارزار شویم. انگیزه اصلی نگارش این کتاب و آثار مشابه، در حقیقت مراقبت از ارتباطات آزاد و دمکراتیک و نقاط قوت شبکه‌های اجتماعی است، نه ریشه‌کن کردن آنها. موضوع این است که کی‌کاز کرده‌های شبکه‌های اجتماعی، منجر به اختلال در روند‌های دمکراتیک و ارتباطات آزاد شده و آثار واقعی در کشورهای مختلف دنیا به دنبال داشته است.
اینکه عده‌ای با به‌جاگیری لشکرهای سایبری، محتوای دستکاری شده را در شبکه‌های اجتماعی تقویت یا جریان‌های خاصی از اطلاعات را مسرکوب کنند، اقدامی علیه مردم سالاری و جریان آزاد اطلاعات است. مادامی که هنوز روند‌های نوظهور پروپاگاندا یا رایانشی شکل نگرفته بود، مشکل چندانی وجود

نداشت. مشکل از جایی آغاز شد که کی‌کاز کردها بر سودمندی‌ها سایه انداخت عملاً کارکرد این شبکه‌ها وارونه شد.
اورونگی به این معنا دان این پلنفرم‌ها که در ابتدا با یک‌کردن تسهیل دسترسی مردم به اطلاعات و نوعی دموکراتیزه شدن ارتباطات ظهور کردند و کارنامه نسبتاً درخشانی هم داشتند، حالاً درست در جهت عکس مود بهره‌برداری صاحبان قدرت و ثروت قرار می‌گیرند.
لذا نویسنده به هیچ عنوان با نگاه‌های انحصارگراانه همدل و به دنبال تخطئه م‌های رسانه‌های

جدید نیست. او از سر دغدغه مندی وارد این فضای پژوهشی شده و مساله‌اش این است که ابزارهایی که زمانی از امیدهای دموکراسی در جهان بودند، قاعدتاً نباید به پدیده‌ای علیه دموکراسی تبدیل شوند.

چقدر واقعاً امکان این تفکیک وجود دارد؟ به‌هرحال وقتی محتوایی تولید می‌شود، ما همواره آن نیستیم که به خواننده بگوییم نویسنده از چه موضعی یا با کدام انگیزه آن را نوشته است. تجربه نشان می‌دهد نگاه انتقادی اینچنینی بدون ایده ایجابی، در عمل به پیامدهای نامیوسنی منجر می‌شود. به‌نظرم ایده‌هایی مثل صیانت از چنین آبشخورهایی سرچشمه می‌گیرند.

من هم این دغدغه را داشتم و به همین دلیل نزدیک یک صفحه در یاد داشت مترجم در ابتدای کتاب، در این باره توضیح داده‌ام و گفته‌ام هرگونه تلاش برای مراقبت از ارتباطات آزاد و مسئولانه، اگر در خلال اجرا یا در نتیجه منجر به تحدید دسترسی شود، عملاً نقض غرض است و نویسنده هرگز چنین مقصودی را مراد نکرده است.
با تمام این اوصاف اگر کسی عمادانه بخواهد تعریف یا سوء استفاده کند، به‌هرحال نمی‌توان جلوی او را گرفت اما به‌نظرم خواننده کتاب، دچار چنین سوء تفاهمی نمی‌شود، چون ما بایک مصاحبه کوتاه با مثلاً یک یاد داشت موجز روزالیستی مواجه نیستیم. صحبت بر سر یک کتاب است و قاعدتاً هر خواننده‌ای که آن را بخواند، حتماً در جای جای متن انگیزه‌ها، دغدغه‌ها و دل‌مشغولی‌های نویسنده را متوجه می‌شود.
دژناتی وقتی یک حرف علمی روشمند در دنیا زده می‌شود و اینجا هم مصداق دارد، ما نمی‌توانیم به دلیل احتمال سوء استفاده نسبت به آن بی اعتنا باشیم. ضمن اینکه واقعاً در آن نگاه‌های کنترل‌گر ایجابی‌ای که از آن سخن گفتیم، مساله اقناع افکار عمومی ایبقدرها هم که شما تصور می‌کنید جدی نیست که بخواهند برای تصمیمات و کارهای خودشان دنبال استدلال‌های علمی و روشمند باشند.
به نظر من خیلی ساده‌انگازانه است که فکر کنیم کسانی که طراحان و مجریان ایده‌ای که از آن نام برید، لنگ دلیل علمی برای پیشبرد مقاصدشان هستند. اصلاً قابل به اقامه دلیل و استدلال نیستند، کار خودشان را می‌کنند.

منظورم این است که حتی مخاطب غیرسوء استفاده‌گرو وقتی چنین متون انتقادی را می‌خواند، بعدش ممکن است از خود بپرسد که ثم ماذا بعدش چه کار کنیم؟ وقتی ایده ایجابی نباشد، منتقاد در نهایتاً کار به همانجا می‌رسد که مثلاً این شبکه‌ها را بندیدیم تا از آفات آن در امان باشیم.

اولاً نگاه انتقادی مستقلاً موضوعیت دارد و نمی‌توان بیان آن را به طرح ایده‌های ایجابی مشروط دانست. اگر در علوم انسانی بخواهیم تن، به آن مغالطه معروف عکس با شورت ورزشی بدهم، بچسبیم خواهیم شد بخش اعظمی از ادبیات تولید شده در حوزه فرهنگ و اندیشه را کنار بگذاریم. عمده افق‌گشایی‌ها و تغییرات جدی در تاریخ فرهنگ و اندیشه اتفاقاً با نگاه انتقادی رقم خورده است.
با این حال لازم است این را بگویم این کتاب خالی از راهکار یا آنچه شما به عنوان ایده ایجابی از آن نام می‌برید، نیست. در بخش‌های مختلف کتاب پیشنهادها پس از بیان مشکلات و روند‌های موجود، به راهکارهایی اشاره می‌کند. البته در بیان راهکارها هم مشخصاً تأکید دارد که نباید مقابله با پروپاگاندا یا رایانشی منجر به نقض غرض شود، مثلاً وقتی از مشکلات روش رمزنگاری سرتاسری در پیام‌رسان‌هایی مثل واتساپ سخن می‌گوید تا یکدی می‌کند هرگز نباید ممنوعیت این نوع رمزنگاری را به سیاستمداران تجویز کرد؛ چراکه حتی ارتباطات امن و خصوصی کاربران تحت هیچ عنوان نباید حذف‌شده‌ها شود.



درباره راهکارها کمی بیشتر توضیح می‌دهید؟
اجملاً بخواهم بگویم راهکارهایی که ارائه می‌شود چهار ضلع یا کانون اصلی دارد. ضلع اول فاز تقنین و سیاستگذاری است؛ نویسنده تأکید دارد قوانین موجود باید با اهداف تطابق با چشم‌انداز فعلی مهندسی اجماع و پاسخگو کردن پلنفرم‌ها به روزرسانی شود. ضلع دوم مباحت فنی است، اینجا از ضرورت تلاش برای ساختن پلنفرم‌هایی سخن گفته می‌شود که امکان دستکاری در آن به حداقل برسد. در ضلع سوم رویکردهای اجتماعی یا محوریت جامعه‌مدنی مطرح است، جایی که می‌توان با آموزش و کارزارهای درستی‌سنجی و امثالهم در مقابل جریان فراینده اخبار جعلی و پروپاگاندا یا رایانشی ایستادگی کرد. ضلع چهارم نیز مربوط به روزنامه‌نگاری است. در این بخش نویسنده مشخصاً روزنامه‌نگاران را از تبدیل شدن به قطعات پازل پروپاگانداستد هارپهریزی می‌دهد و به نمونه‌هایی می‌پردازد که روزنامه‌نگاران ناخواسته سبب استمرار اجماع ساختگی شده‌اند.
او البته همچنان نهاد روزنامه‌نگاری را یکی از مهم‌ترین کنشگران در مقابله با اطلاعات جعلی و دستکاری شده می‌داند و توصیه‌هایی را برای اثربخش‌تر شدن تلاش‌ها در این زمینه ارائه می‌کند.

اگر به کلیت رویکرد کتاب برگردیم، می‌توانیم بگوییم که نویسنده تقریباً از سنت نگاه انتقادی چپ‌گرایانه به دنیای سرمایه‌داری و مظاهر آن متأثر است؟

جایی که او در صدد نظریه پردازی درباره پروپاگانداست، پس از مرور نظریات مختلف از لژیمن، وریز و دیگران روی نظریه «تولید رضایت» جامسکی و هرومن با فشار می‌کند و صراحتاً می‌گوید پروژه او تلاش برای توسعه نظریه جامسکی و هرومن برای دربرگیری مختصات فضای رسانه‌ای گردیده است. لذا او صراحتاً خود را پیرو سنت نظری جامسکی و هرومن می‌داند و بر همین مبنای فکری می‌کند؛ و پاسخ به سوال شما مثبت است.
در آن نظریه جامسکی و هرومن در این باره سخن می‌گویند که فیلترهای گوناگونی از قبیل مالکیت رسانه و صنعت تبلیغات روی عملکردها رسانه‌های جریان اصلی اثرگذار هستند که نوعی نقد جدی به سازوکارهای درون سرمایه‌داری است. در این کتاب هم تلاش شده با همان رویکرد در راه مکانیک عملکردها رسانه‌های اجتماعی نظریه پردازی شود. اینجا هم نویسنده معتقد است فیلترهای مورد اشاره بر محتوای رسانه‌های اجتماعی نیز اثرگذارند. البته کتاب صرفاً تئوریک نیست؛ بیکره اصلی کتاب مبتنی تحقیقات میدانی در کشورهای مختلف است. او پس از مفهوم پردازی در ابتدای کتاب عمده استدلال‌های خود را در خلال طرح یافته‌های تحقیقات برود گزاره‌ها خود بیان می‌کند. تحقیقات حاصل مصاحبه‌های متعدد او و مشاهده‌اش از کمپین‌های گوناگون پروپاگاندا یا رایانشی است.

در کار جامسکی و هرومن موضوع رضایت مطرح شده، در این کتاب اما نقطه تمرکز روی اجماع است، ممکن است درباره تفاوت این دو توضیح دهید.

واژه اصلی که در نظریه جامسکی و هرومن به کار رفته Manufacturing Consent است؛ مینوفکتورینگ اگرچه عمدتاً به تولید ترجمه می‌شود اما در این نظریه، نه تولید به معنای مضطرب در فارسی بلکه نوعی براساخت کردن و جعل کردن مدنظر است. در بعضی فرهنگ‌های انگلیسی به فارسی «برایزهاد جعل کردن و سرهم بندی کردن» هم برای مینوفکتورینگ پیشنهاد شده است.
ایده مرکزی جامسکی و هرومن این است که رسانه‌های جریان اصلی از فیلترهای پنج‌گانه‌ای از قبیل مالکیت و تبلیغات و مواخذه و... متاثرند و در فرآیندی مهندسی شده، مشغول ایجاد نوعی رضایت یا موافقت عمومی جعلی یا ساختگی هستند. در این کتاب نویسنده یک گام به پیش نهاده و مفهوم Manufacturing Consensus را مطرح کرده است. یعنی او نتنها به موافقت و رضایت توجه داشته بلکه عمیق‌تر از آن به براساخت اجماع یا نوعی وفاق هم فکر کرده است. از نظر او تبلیغات رانانشی نتنها رضایت مخاطبان را جلب می‌کند بلکه در بیان آنان توهم اجماع هم ایجاد می‌کند. این نشانگر سطحی عمیق‌تر از پروپاگانداست.

یک تفاوت جدی دیگر کار وولی با پروژه جامسکی و هرومن این است که در مهندسی اجماع، مردم پروپاگاندا دیگر صرفاً صاحبان قدرت وثروت نیستند. وولی در خلال تحقیقات خود به این نتیجه رسیده که نه تنها دولت‌ها و کنشگران اقتصادی در سطحی وسیع از ربات‌ها، حساب‌های جعلی برای اقناع مردم و ایجاد توهم اجماع در نگرش‌های سیاسی استفاده می‌کنند، بلکه برخی اینفلوئنسرهای سیاسی نیز ظهور کرده‌اند که برای خودشان تبلیغ می‌کنند. نویسنده در این خصوص از مفهوم «دموکراتیزه شدن پروپاگاندا» استفاده می‌کند که به معنای دسترسی گسترده همه کس به ابزارهای تبلیغات سیاسی است. لذا از نظر اقتصاد سیاسی اینجا یک نقطه تفاوت جدی با نظریه جامسکی و هرومن است. نویسنده در رذگیری پروپاگاندا یا رایانشی، یا اصحاب صحح که ضمن افراز به وجود ناسیاسی، ضعف و فرقه‌گرایی به دنبال بهره‌گیری ولو حداقلی از ظرفیت‌های موجود به همان سبکی هستند که بزرگن هابرماس بدان باور داشت؟

مساله کنونی گفتمان اصلاحات خوداصالت نهاد انتخابات و جایگاه آن در وساطت میان نظام حکمرانی و افکار عمومی است. صدور بی‌بینه‌ها و واکنش‌های متناقض و بعضاً تند نیز نتیجه همین امر است. اصلاحات که روزی مدعی تشکیل فرم‌دهی «جنبش اصلاحات» بود، در حال حاضر با خطر فروپاشی یا دست‌کم انتعاب‌های جدی روبه‌رو است. گزینش میان دو گزینه مشارکت در انتخابات در قالب «کنشگری مثبت و ایجابی» اهل صحو یا تحریم و فقهر یا صدق‌روی را در چهارچوب «کنشگری منفی و سلبی» اهل سکر سناریوهای آینده اصلاح طلبان را تنظیم خواهد کرد.
گفتمان اصلاحات و به‌ویژه جنبه اصلاحات‌گویی در بستر انتخابات اسفند ۱۴۰۲ بایک لحظه تاریخی روبه‌رو است؛ لحظه‌ای در میان سکرگرایی و صحرگرایی. اینکه در اندرکنش نیروها چه رویدادی رخ بنماید و کدام جناح و اندیشه بر دیگری برتری بیابد و چه راهبردی را عملیاتی کند شاید سن‌روش آینده جریان اصلاحات را رقم بزند. مشارکت یا تحریم انتخابات نتیجه برتری اصحاب صحو یا سکر خواهد بود. چنانکه ژاک رانسیه در تفاوت میان سیاست و امر سیاسی و با جعل مفهوم پولیس بیان می‌کند؛ لحظتی همچون انتخابات به عنوان فرآیند و سازوکار جابه‌جایی قدرت میان بی‌بینه‌هایی است که باید به صورت ویژه توجه باشد و این امری است که زعمای جریان اصلاحات علی‌القاعده بدان آگاهند. موضع و رویکرد جریان اصلاحات در بزخی میان ساده‌انگاری و رادیکالیسم مفصل بندی خواهد شد.

اصحاب سکر و اهل صحو جریان اصلاحات و انتخابات مجلس

چه حد حامل سعادت و خیر عمومی است و تا چه میزان باید سویه و جانب حدود شرعی داشته بشود، خطوط حائل سکرگرایی و صحرگرایی را تعیین می‌کند. در وادی تجلیات، اهل سکر خود را وارثان تجلی جمالی و اهل صحو خویش را بیشتر میراث‌دار تجلی جلالی می‌دانند.

در یک برداشت آزاد از اندیشه متاله، صوفی و عارف یهودی، بحیا بن باقودا، عرفان ایرانی در پی مد‌عای برتری بخشی به وظایف و فریض القلوب در برابر وظایف و فرایض جوارحی بوده است. مرز میان واجبات قلبی و دلی و واجبات شرعی و فقهی خطوط ممیز جریان‌های تئولوژیک و عرفانی را در عرفان ایرانی مشخص می‌کند. عرفان ایرانی بومی سازی قفه و شریعت اسلامی در سرتی‌تری مردم پزیزان‌گروه است. در برابر عقلایتت ابزار قفه، خوانشی دراماتیک و احساسی استوار بر عناصر و مولفه‌های باورداشتی برجسته می‌شود. در نمونه‌هایی عرفا به آرد و نبرد با ریا و سالوسان رفته و نمودیایی بیشینه شریعت در عرصه جامعه راپهنند و آمیخته با منافع و ناپاکی قلمداد کرده‌اند. اهل سکر به‌ویژه یازیدید بسطلی بنایر روایت کسانی همچون عطار در تذکره‌الاولیا حتی برای ابلیس و سگ که در شریعت اسلامی نجس و پلید قلمداد می‌شود نیز به عنوان آفریده پروردگار جایگاهی خاص قائل بودند. البته سعادی هم در بوستان روایتی از همین قماش در باب شیخ جنید بغدادی ذکر می‌کند.
باین حال این حس همدستی و مشارکت با کائنات حتی در موجوداتی هم در قفه و شریعت ناپاک و نجس هستند در میان اهل سکر جایگاه بلندتری دارد.

سیر تحول و تاریخ انتعاب عرفان ایرانی از قفه و شریعت‌گرایی، گویی در باب جریان اصلاحات در ایران پسانقلابی نیز تکرار شده است. بر این اساس روند درون گفتمانی شدن غیریت از فرادی انقلاب اسلامی آغاز شد. بر این اساس با به حاشیه‌رانی دو گفتمان ملی- مذهبی‌الیبرال و چپ (مارکسیستی) التقاطی و قومیت‌گرا، از خرداد و تیرماه ۱۳۶۰، تقسیمات گفتمانی و جریان‌های سیاسی در درون جریان اسلام‌گرا مفصل بندی شد. از این پس پذیرش اصول سیاسی و اسلام‌فاهتی به معنای شرط لازم حضور و فعالیت در عرصه سیاسی کشور تلقی شد.
گفتمان چپ اسلامی (سنتی) ۶۸-۱۳۶۰، گفتمان سازنگی ۷۶-۱۳۶۸، گفتمان اصلاحات (چپ‌نو) ۸۴-۱۳۷۶، گفتمان ناصول‌گرایی (راست جدید) ۹۲-۱۳۸۴، گفتمان راست عملگر (تدبیر و امید) ۱۴۰۰-۱۳۹۲، گفتمان دولت‌ابراهیم رژیمسی