الفصل الرابع

البرهان الاجتماعي

الحقائق هي نحن

لو كانت الأشياء كلها متماثلة، لما فكر المرء كثيراً

-ولتر ليبمان

لا أعرف أي شخص يحب الضحكات المسجلة. في الحقيقة، عندما أجريت مسحاً إحصائياً للأشخاص الذين جاؤوا إلى مكتبي في يوم من الأيام - عدد من الطلاب، وعاملا إصلاح الهاتف، وعدد من أساتذة الجامعة، والبوّاب. كان الرد انتقاداً دون استثناء. كان أشد النقد موجهاً للتلفاز، بنظامه المؤلف من تسجيل لضحكات متوالية ومرح معزز تقنياً. جميع الأشخاص الذين سألتهم قالوا: إنهم يكرهون الضحكات المسجلة. نعتوها بالغباء والزيف والانكشاف. مع أن العينة التي درستها كانت صغيرة، فإنني أراهن أنها تعكس كثيراً الشعور السلبي لمعظم الجمهور الأمريكي تجاه تسجيلات الضحك.

لماذا نجد إذاً أن الضحك المسجل رائج جداً بين مديري محطات التلفاز؟ لقد حصل هؤلاء على مناصبهم الرفيعة، ورواتبهم الضخمة من معرفتهم كيفية تقديمهم للجمهور ما يرغبونه. مع ذلك، فإنهم يطبقون نظام الضحك المسجل الذي يجده المشاهدون بغيضاً وتطبيقاً عَقَدِيّاً. وهم يفعلون ذلك على الرغم من اعتراض عدد كبير من الفنانين الموهوبين. ليس نادراً أن يطالب مخرج مشهور أو كاتب أو ممثلون بإلغاء الضحك المسجل

من المشروعات التلفازية التي يقومون بها. تنجح هذه المطالب في عدد قليل فقط من الحالات، وعندما يحصل ذلك، لا يحصل دون صراع.

ماذا يمكن أن يكون هناك في الضحك المسجل، مما يجعله جذاباً جداً في نظر مديري محطات التلفاز؟ لماذا يمارس رجال الأعمال الدهاة الذين يتمتعون بخبرة عالية هذه الممارسة، التي يجدها الزبائن المحتملون كريهة، ويجدها معظم المبدعين الموهوبين مهينة؟ الجواب في الوقت نفسه بسيط ومخادع: إنهم يعرفون ما تقوله الأبحاث. لقد وجدت الأبحاث أن المرح المسجل يجعل المشاهدين يضحكون لوقت أطول، وبمرات أكثر، وهم يشاهدون البرامج الفكاهية ويقوّمون البرامج بأنها مضحكة أكثر. بالإضافة إلى ذلك، تدل بعض الأدلة على أن الضحك المسجل هو أكثر وسيلة مساعدة بالنسبة للنكات غير المضحكة[1].

يبدو على ضوء هذه المعطيات أن تصرف مديري محطات التلفاز منطقي جداً. إن إدخال تسجيلات الضحك في برامجهم الهزلية سوف يزيد من الفكاهة ومن إعجاب المشاهدين، -خاصة- عندما تكون المادة ضعيفة الجودة. هل من المدهش إذاً أن التلفاز، المتخم بمحاولات البرامج الهزلية التي لا فن فيها، يجب أن يكون متخماً بتسجيلات الضحك؟ يعرف هؤلاء المديرون تماماً ماذا يفعلون.

لكن بعد حل لغز الاستعمال الشائع لتسجيلات الضحك، لا يزال هناك سؤال أكثر تحييراً: لماذا تؤثر تسجيلات الضحك علينا هذا التأثير؟ لم يعد مديرو محطات التلفزة هم الذين يبدون غير منطقيين؛ على العكس، إنهم يتصرفون بمنطقية بما يخدم مصالحهم الخاصة. ما يبدو غريباً هو تصرف المشاهدين، تصرفنا أنا وأنت. لماذا يجب أن نضحك أكثر عند مشاهدة مادة هزلية تطوف في مرح مصطنع آلياً؟ ولماذا يجب أن نعتقد أن ذلك الهزل الطائف يضحكنا أكثر؟ إن المديرين لا يخدعوننا في واقع الأمر. نستطيع جميعاً أن نتعرف على الضحك المسجل الأخرق. إنه واضح بصورة صارخة، ومن الواضح أنه مزيف، بحيث لا يمكن أن نخلط بينه وبين الضحك الحقيقي. نحن نعرف جيداً أن أصوات الضحك التي نسمعها لا ترتبط بمدى جودة النكتة التي يتبعها الضحك،

وأنها لا تصدر عفوياً عن متفرجين حقيقيين، بل تصدر بصورة مصطنعة على يد فني على لوحة التحكم. مع ذلك، وعلى الرغم من كونها تزويراً واضحاً، فهي تنجح معنا!

كي نعرف لماذا الضحك المسجل فاعل؟، نحتاج أولاً إلى طبيعة سلاح آخر فاعل من أسلحة التأثير، مبدأ البرهان الاجتماعي. ينص المبدأ على أن إحدى الطرق التي نستعملها لتحديد ما هو صحيح، هي معرفة ما يعتقده الآخرون بأنه صحيح. ينطبق المبدأ خاصة على الطريقة التي نقرر بها ما هو السلوك الصحيح. ننظر إلى سلوك ما على أنه أصح، في ظرف معين، مقدار ما نرى بقية الناس يسلكونه. ما يفعله الناس حولنا مهم جداً في إعطاء الجواب، سواء كان السؤال هو ماذا نفعل بعلبة الفشار الفارغة في قاعة السينما، أو كم هي سرعة قيادتنا على قسم ما من الطريق السريع، أو كيف نأكل الدجاج على طاولة العشاء. ينجح عادة الميل لرؤية فعل ما على أنه مناسب، عندما يقوم به الآخرون، نجاحاً كبيراً. ومثل قاعدة عامة نرتكب عدداً أقل من الأخطاء عندما نتصرف، حسب مبدأ البرهان الاجتماعي، مما نرتكبه عندما نخالف ذلك المبدأ. عادة، عندما يقوم عدد كبير من الناس بشيء، فإنه الشيء الصحيح الذي يجب أن نقوم به. هذا المظهر لمبدأ البرهان الاجتماعي هو في الوقت نفسه نقطة قوته ونقطة ضعفه. يقدم هذا المبدأ، شأنه شأن أسلحة التأثير الأخرى، طريقاً مختصراً لتحديد كيفية التصرف، لكنه في الوقت نفسه يجعل الشخص الذي يستعمل الطريق المختصر عرضة لهجوم المستغلين، الذين ينتظرونه على الدرب.

في حالة الضحك المسجل، تنبع المشكلة عندما نبدأ بالاستجابة إلى البرهان الاجتماعي بأسلوب انعكاسي عديم التفكير، بحيث يمكن أن ننخدع بالدليل الجزئي أو الزائف. ليست حماقةً أننا نستعمل ضحك الآخرين؛ ليساعدنا في تحديد ما هو فكاهي، ومتى يكون المرح مناسباً للموقف؛ يتوافق هذا مع مبدأ البرهان الاجتماعي المتأصل بقوة. الحماقة هي أننا نستعمله استجابة لضحك واضح الزيف. يبدو أن أحد المظاهر المنبعثة من الفكاهة- الصوت- تعمل مثل جوهر الفكاهة. نستفيد هنا من مثال الديك الرومي وابن عرس اللذين شاهدناهما في الفصل الأول. هل تذكرون أنه بسبب كون صوت فراخ

الديك الرومي المحدد «تشب-تشب» يترافق عادة مع الديك الرومي الوليد، تقدم الديك الرومي الأم عناية الأمومة أو لا تقدمها، اعتماداً فقط على أساس ذلك الصوت؟ وهل تذكرون أنه لذلك أمكن خداع أنثى الديك الرومي لتقدم عناية الأمومة لابن عرس محنط طالما بقيت آلة التسجيل ضمنه تعطي صوت «تشب-تشب» المميز لفرخ الديك الرومي؟ كان صوت فرخ الديك الرومي المقلّد كافياً لظهور صوت «أزيز تشغيل شريط» تسجيل أمومة الأنثى.

يُظهر درس الديك الرومي وابن عرس جيداً، وإن لم يكن مريحاً، العلاقة بين المشاهد العادي ومديري محطات التلفزة، الذين يضعون تسجيلات الضحك. لقد أصبحنا معتادين جداً على أخذ استجابة الآخرين للفكاهة دليلاً على ما يستحق الضحك، بحيث صار بالإمكان أن يجعلونا نستجيب للصوت، لا لمادة الشيء الحقيقي. تماماً كما يستطيع صوت «تشب-تشب» المنتزع من حقيقة الكتكوت أن يحرض أنثى الديك الرومي، كذلك يستطيع تسجيل «ها-ها» المنتزع من حقيقة مشاهدين حقيقيين أن يحرضنا على الضحك. يستغل مديرو محطات التلفزة تفضيلنا للطرق المختصرة، ميلنا للاستجابة الآلية على أساس الدليل الجزئي. يعلمون أن شرائط تسجيلهم ستشغل آلية «كبس، أزيز شغل الشريط!».

لا ينفرد مديرو محطات التلفزة في استعمال البرهان الاجتماعي لجني المكاسب. يُستغل في حالات متنوعة ميلنا للشعور بأن عملاً ما أكثر صحة، إذا كان الآخرون يقومون به، كثيراً ما يُجمِّل السقاة في الحانات الوعاء الزجاجي الذي توضع فيه الإكراميات بعدة أوراق نقدية من فئة الدولار في بداية المساء؛ لتأخذ مظهر إكراميات تركها زبائن سابقون، ومن ثم فإنهم يعطون الانطباع بأن الإكراميات بالقطع النقدية الورقية سلوك ملائم على طاولة الحانة بدلاً من القروش المعدنية. يُجَمِّل بوابو الكنائس سلال جمع التبرعات للسبب نفسه، وبالأثر الإيجابي نفسه على المقدار الذي يجبونه. يعرف واعظو الكنيسة الإنجيلية في أمريكة، بأنهم يزرعون بين جمهورهم «مشاركين زائفين»، يدربون على التقدم في وقت محدد للإدلاء بشهاداتهم وتقديم التبرعات. على سبيل المثال، قدم فريق أبحاث تابع لجامعة أريزونا، كان قد اخترق جماعة بيلي غراهام، تقريراً عن الاستعدادات السابقة

قبل إحدى حملاته التبشيرية. «ريثما يصل غراهام إلى المدينة، وينادي على المذبح، ينتظر جيش مؤلف من ستة آلاف شخص، ومعهم تعليمات متى يتقدمون في مراحل زمنية مختلفة، لإعطاء الانطباع بتدفق الجماهير العفوي»[2].

يحب مصممو الإعلانات أن يخبرونا عندما يكون المنتج «أسرع نمواً» أو «أكثر بيعاً»؛ لأنهم ليسو بحاجة لإخبارنا أن المنتج جيد. كل ما يحتاجون إلى قوله هو أن عدداً كبيراً من الأشخاص الآخرين يعتقدون ذلك، وهذا يبدو برهاناً كافياً. يخصص منتجو البرامج التلفازية الطويلة الخاصة، لإغراء الناس بالتبرع لمشروع خيري، وقتاً طويلاً للاستماع المتواصل للمشاهدين الذين تعهدوا مسبقاً بالتبرع. الرسالة المرسلة للجماهير واضحة: «انظروا إلى الناس جميعهم، الذين قرروا أن يدفعوا. لا بد أن هذا هو الفعل الصحيح». في قمة جنون الديسكو، كان بعض أصحاب مراقص الديسكو يصطنعون نوعاً من البرهان الاجتماعي المرئي على جودة نواديهم، بخلق صفوف طويلة من الانتظار خارج النادي على الرغم من وجود أماكن شاغرة فسيحة في الداخل. يعلّم البائعون أن يجّملوا مبيعاتهم بذكر قصص عدد كبير من الأشخاص الذين اشتروا المنتج. يوجز خبير المبيعات والتحفيز كافيت روبارت المبدأ ببلاغة في نصيحته إلى المتدربين : «حيث إن 95 % من الناس مقلدون، و5 % فقط مبدعون، يقتنع الناس بأفعال الآخرين أكثر من أي برهان نستطيع أن نقدمه لهم».

أجرى الباحثون أيضاً عمليات تعتمد على مبدأ البرهان الاجتماعي – بنتائج مذهلة أحياناً. شق أحد علماء النفس بالتحديد، وهو (ألبرت باندورا)، الطريق في تطوير عمليات كتلك التي تستخدم في التخلص من السلوك غير المرغوب فيه. أظهر (باندورا) وزملاؤه كيفية تخليص الناس الذين يعانون من الرهاب من تلك المخاوف الشديدة، بوسيلة بسيطة إلى حد مدهش. على سبيل المثال، في دراسة مبكرة، شاهد تلاميذ الحضانة، الذين تم اختيارهم، لأنهم يخافون من الكلاب، طفلاً يلعب سعيداً مع كلب، مدة عشرين دقيقة كل يوم. أحدث ذلك العرض تغيراً ملحوظاً في استجابة الأطفال الخائفين إلى درجة أنه بعد أربعة أيام فقط أصبح 67 % منهم مستعدين للتسلق إلى

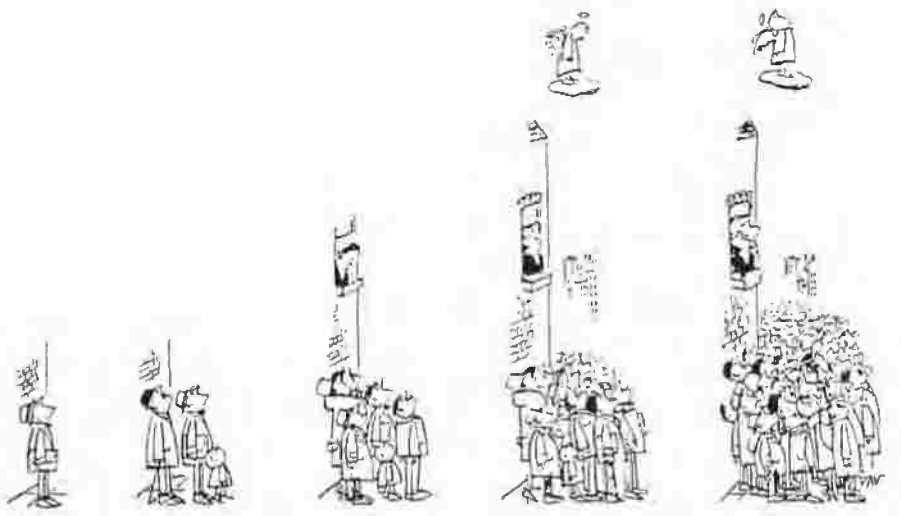
حظيرة نقّالة (يلعب ضمنها الطفل) مع كلب والبقاء محجوزين وهم يربتون على الكلب، ويهرشون جلده في حين غادر الجميع الغرفة. الأكثر من ذلك، عندما فحص الباحثون مستويات خوف الأطفال مرة أخرى بعد شهر، وجدوا أن التحسن لم يتبخر في غضون تلك المدة، أصبح الأطفال مستعدين أكثر من أي وقت مضى للتفاعل مع الكلاب.

تم الوصول إلى اكتشاف عملي مهم في دراسة ثانية على الأطفال الذين كانوا يرتاعون بخاصة من الكلاب: لم يكن ضرورياً لإنقاص خوفهم تقديم عرض حي لطفل آخر يلعب مع كلب؛ أعطت مشاهد من فيلم النتيجة نفسها. وكانت أكثر أنواع المشاهد تأثيراً، هي التي تظهر ليس طفلاً واحداً، بل عدة أطفال يلعبون مع كلابهم؛ يبدو أن مبدأ البرهان الاجتماعي يعمل بأفضل صورة، عندما يقدم البرهان بعمل عدة أشخاص[3].

يمكن استعمال التأثير القوي للمشاهد المسجلة في تغيير سلوك الأطفال لعلاج مشكلات مختلفة. يبدو دليل واضح في دراسة أجراها عالم النفس (روبرت أوكونر) على الانعزال الاجتماعي لدى أطفال مرحلة ما قبل المدرسة. لقد شاهدنا جميعاً أطفالاً من هذا النوع، يستحون جداً، ويقفون وحدهم على أطراف مناطق لعب أقرانهم وتجمعاتهم. كان (أوكونر) قلقاً من أن هناك نمطاً طويل الأمد من العزلة في طور التشكل، حتى في هذا العمر الباكر، سيؤدي إلى مشكلات في الراحة الاجتماعية والتأقلم تستمر حتى الكهولة. في محاولة لعكس هذا النموذج، صور (أوكونر) فيلماً يحتوي على 11 مشهداً مختلفاً من أنشطة مدرسة الحضانة. كان كل فيلم يبدأ بإظهار طفل مختلف وحيد يشاهد بعض الأنشطة الاجتماعية التي تجري، ثم يدخل بحماس في النشاط مما يجعل الجميع سعداء. اختار (أوكونر) مجموعة من أكثر الأطفال انطواء من أربع حضانات، وعرض عليهم الفيلم. كان التأثير ملفتاً للنظر. بدأ الأطفال المنطوون بالتفاعل مع أقرانهم بنسب مماثلة لنسب الأطفال الطبيعيين في الحضانات. الذي يثير الدهشة أكثر، هو ما وجده (أوكونر) عندما عاد لملاحظة الأطفال بعد ستة أسابيع. بينما بقي الأطفال المنطوون الذين لم يشاهدوا فيلم (أوكونر) على انطوائهم القديم، كان أولئك الذين شاهدوا الفيلم يتقدمون أطفال المدرسة في الأنشطة الاجتماعية. يبدو أن هذا الفيلم الذي تبلغ

مدته 23 دقيقة الذي لم يشاهد سوى مرة واحدة، كان كافياً لمعاكسة نموذجٍ يمكن أن يستمر طوال العمر من السلوك غير التأقلمي. تلك هي قوة مبدأ البرهان الاجتماعي[4].

عندما يتعلق الأمر بإظهار قوة البرهان الاجتماعي، هناك قصة هي أكثر القصص المفضلة لدي على الإطلاق. هناك عدة أمور أدت إلى هذا التفضيل: إنها تقدم مثالاً رائعاً لطريقة ملاحظة المسهم، التي تستعمل أقل بكثير مما يجب، وهي الطريقة التي يدرس فيها العالم عملية ما عن طريق الانغماس في حدوثها الطبيعي؛ إنها تقدم معلومات تثير اهتمام مجموعات مختلفة جداً مثل علماء التاريخ، وعلماء النفس، وعلماء اللاهوت؛ والأهم من ذلك أنها تُظهر كيفية تطبيق البرهان الاجتماعي علينا -ليس من قبل الآخرين، بل من قبلنا نحن أنفسنا- ليؤكد لنا أن ما نفضل أن يكون صحيحاً سوف يبدو صحيحاً.



الشكل 4-1

البحث عن معنى أعلى (وأعلى)

يمكن أن يكون جذب الحشود قوياً بصورة مفرطة

(الرسوم من مجلة بنش، تحرير ويليام هيويسون. دار نشر سنت مارتن، شركة محدودة. حقوق النشر 1979. دار نشر بنش المحدودة.)

القصة قصة قديمة، تتطلب فحص معطيات قديمة؛ لأن الماضي مرصع بحركات دينية تعتقد بتواريخ معينة، خاصة الألفيات. تنبأت طوائف وفرق دينية مختلفة أنه في زمن معين أو آخر سيأتي خلاص، وسعادة كبيرة لمن يؤمن بتعاليم المجموعة. ويُتنبأ كل مرة أن حادثاً مهماً لا لبس فيه، عادة جائحة تنهي العالم، سيترافق مع التخليص. بالطبع، ظهر على الدوام أن هذه التنبؤات خاطئة. يفزع أعضاء مثل هذه المجموعات فزعاً شديداً، عندما لا تأتي النهاية حسب الموعد المحدد.

لكن التاريخ يسجل نموذجاً مبهماً لما يحصل مباشرة بعد الإخفاق الذريع للنبوءة. بدلاً من انحلال المجموعة، وترك الأوهام، كثيراً ما يزداد اقتناع الفرقة باعتقاداتها. مع أنهم يخاطرون بجعل أنفسهم محط سخرية الجماهير، فإنهم ينزلون إلى الشوارع، ويؤكدون عقيدتهم علناً، ويبحثون عن مؤمنين جدد بحماس قوّاه عدم تحقق اعتقاد أساسي، بدلاً من أن يضعفه. حصل ذلك مع الطائفة الجبلية في تركية في القرن الثاني، وطائفة تجديد التعميد في هولندة في القرن السادس عشر، والسبتيين في أزمير في القرن السابع عشر، والألفيين في أمريكة في القرن التاسع عشر. وحسب اعتقاد ثلاثي من علماء النفس، فإن هذا هو الحال أيضاً مع فرقة يوم الحساب في شيكاغو اليوم. سمع هؤلاء العلماء -(ليون فيستنغر)، و(هنري ريكين)، و(متانلي شاكتر)- الذين كانوا حينئذ زملاء في جامعة مينيسوتا عن جماعة شيكاغو، وشعروا أنها تستحق الدراسة عن كثب. نتج عن قرارهم، إجراء البحث عن طريق الانضمام، متخفين للجماعة؛ ليكونوا أعضاءً جدداً، ووضع مراقبين إضافيين مأجورين ضمن صفوفها، ظهور وصف غني واقعي مدهش لما حصل قبل يوم الكارثة المزعومة وبعده[5].

كان عدد أعضاء الفرقة الدينية قليلاً، لم يتعدَّ أبداً ثلاثين عضواً. كان قادتهم رجالاً ونساء في منتصف العمر، بدَّل الباحثون أسماءهم، بغرض النشر، إلى الدكتور (توماس آرمسترونغ) والسيدة (ماريان كييتش). كان الدكتور (آرمسترونغ)، الذي يعمل طبيباً في الخدمات الطبية لطلاب الكليات، مهتماً منذ زمن طويل بالتصوف، والسحر والأطباق الطائرة؛ لذلك كان هو المرجع المحترم عن هذه الموضوعات بالنسبة للجماعة. لكن السيدة

(ماريان كييتش) كانت مركز الاهتمام والنشاط. وكانت قد بدأت في وقت باكر من السنة بتلقي رسائل من مخلوقات روحية، كانت تسميها الحرّاس، موجودة على كوكب آخر. كانت تلك الرسائل التي تجري على يد (ماريان كييتش) عن طريق «الكتابة الآلية» تشكل حجماً كبيراً من نظام الاعتقاد الديني للجماعة. كانت تعاليم الحرّاس مرتبطةً قليلاً بالتفكير المسيحي التقليدي. لا عجب إذاً أن أحد الحراس، واسمه (ساناندا)، قد «أظهر» نفسه على أنه التجسد الحالي للمسيح.

بدأت رسائل الحراس، التي كانت دوماً محط بحث وتفسير ضمن المجموعة، تأخذ أهمية جديدة عندما بدأت تنبئ عن كارثة عظيمة وشيكة، طوفان يبدأ في نصف الكرة الغربي، ويطوق العالم في نهاية الأمر. على الرغم من أن أعضاء الجماعة خافوا في البداية، إلّا أن رسائل لاحقة طمأنتهم أنهم هم وجميع من يؤمن بالدروس التي ترسل عن طريق السيدة (كييتش) سوف ينجون. قبل حصول النكبة، سيأتي رجال من الفضاء؛ ليحملوا المؤمنين في صحون طائرة إلى شاطئ أمان، يفترض أنه على كوكب آخر. لم تعطَ معلومات كثيرة عن عملية الإنقاذ سوى أن يستعد المؤمنون لأن يُلتقطوا بترديد كلمات سرية معينة سيتم تبادلها («لقد تركت قبعتي في المنزل». «ما هو سؤالك؟» «أنا حمّال نفسي») وبإزالة كل معدن من ثيابهم؛ لأن ارتداء أو حمل من المعدن يجعل رحلة الطبق الطائر «خطرة جداً».

لاحظ (فيستنغر)، و(ريكين)، و(شاكتر)، وهم يراقبون التحضيرات في الأسابيع التي سبقت موعد الطوفان، باهتمام خاص، نمطين من تصرفات أعضاء الجماعة. أولاً: كان مستوى الالتزام بنظام اعتقاد الجماعة عالياً جداً. اتخذت خطوات غير قابلة للتراجع من قبل أفراد الجماعة؛ لتوقعهم الرحيل عن الأرض المشؤومة. واجه معظمهم معارضة لاعتقاداتهم من قبل عائلاتهم وأصدقائهم، لكنهم استمروا مع ذلك في إيمانهم الراسخ، وإن كان ذلك يعني في كثير من الأحيان فقدان محبة الآخرين. في الواقع، كان عدد من أفراد الجماعة قد هُدد من قبل الجيران أو العائلة باللجوء إلى القضاء للحكم بأنهم مجانين. في حالة الدكتور (آرمسترونغ)، قدمت أخته استدعاءً لأخذ أصغر

ولديه منه. ترك عديد من المؤمنين وظائفهم، أو أهملوا دراستهم لتكريس كامل أوقاتهم للحركة. تخلى بعضهم عن ممتلكاته الشخصية أو رماها أيضاً، متوقعاً أن تصبح قريباً عديمة الفائدة. هؤلاء أناس جعلهم تأكدهم أنهم يمتلكون الحقيقة يتحملون ضغوطاً اجتماعية واقتصادية وقضائية هائلة. أناس ينمو التزامهم بعقيدتهم مع كل مقاومة لضغط يطبق عليهم.

المظهر الثاني المهم لتصرفات المؤمنين قبل الطوفان: كانت شكلاً يثير الفضول من شدة بلادته. كان مدهشاً - بالنسبة لأشخاص من الواضح أنهم مقتنعون بصحة عقيدتهم - أنهم لم يقوموا بالكثير لنشر كلمتهم. مع أنهم نشروا في البداية أخبار الكارثة القادمة، إلّا أنه لم تكن هناك محاولات للبحث عن مهتدين، أو محاولات لإرشاد الناس بفاعلية. كانوا مستعدين لإطلاق الإنذار، وتقديم الاستشارة لمن يستجيب تطوعاً لها، لكن ذلك كل ما في الأمر.

كان امتعاض المجموعة لجهود التجنيد واضحة بوجوه عديدة، عدا عن محاولات الإقناع الشخصية. تم الحفاظ على السرية في عدة أمور - حرقت النسخ الإضافية للدروس، وضعت كلمات سر وإشارات سرية، منع بحث تسجيلات خاصة معينة مع أشخاص من خارج الجماعة (كانت التسجيلات سرية إلى درجة أن الأعضاء القدامى كانوا ممنوعين من كتابة ملاحظات عنها). تم تجنب الظهور في العلن. مع اقتراب يوم الكارثة، تداعى عدد متزايد من الصحفيين ومراسلي محطات الإذاعة والتلفاز على مركز الجماعة في منزل السيدة (كييتش). كان معظم هؤلاء الناس يرَدُّون أو يتم تجاهلهم. كان أكثر جواب يقدم لهم هو: «لا تعليق». على الرغم من أن المراسلين فقدوا الاهتمام في وقت ما، إلّا أنهم عادوا لأخذ الثأر عندما طرد الدكتور (آرمسترونغ) من وظيفته في قسم الخدمات الصحية في الكلية؛ بسبب نشاطه الديني؛ هُدد صحفي معين مثابر بشكوى قضائية. رُدّ حصار آخر ليلة الطوفان، عندما دفع المراسلون المؤمنين وضايقوهم للحصول على المعلومات. لخص الباحثون فيما بعد موقف الجماعة العاطفي قبل الطوفان من الظهور العلني والدعوة بنبرة احترام: «عندما تعرضوا لموجة هائلة من الضغط الإعلاني، قاموا

بكل ما يستطيعون لتجنب الشهرة؛ مع أنهم أعطوا عشرات الفرص لهداية الناس، إلّا أنهم بقوا متهربين وسريين وتصرفوا بلا مبالاة تكاد تكون فوقية جداً». أخيراً، عندما طرد جميع المراسلين والأشخاص الذين كان يمكن أن يصبحوا مهتدين، من المنزل، بدأ المؤمنون بتحضيراتهم الأخيرة لقدوم سفينة الفضاء التي ستصل منتصف تلك الليلة. لا بد أن المشهد، كما رآه (فيستنغر)، و(ريكين)، و(شاكتر) كان يبدو كمشهد على مسرح هزلي. كان أشخاص طبيعيون في كل النواحي الأخرى -ربة منزل، طالب كلية، طالب ثانوية، ناشر، طبيب، موظف في متجر معدات ثقيلة ووالدته- يشاركون جدياً في كوميدية تراجيدية. أخذوا التوجيهات من عضوين كانا يتصلان بالتناوب مع الحراس؛ دعمت رسائل (ماريان كيبتش) الخطية من (ساناندا) تلك الليلة من قبل «البيرثا»، خبيرة تجميل سابقة يعطي «الخالق» التعليمات على لسانها. راجعوا الجمل باجتهاد، وهم يرددون معاً ما يجب أن يقال قبل دخول الطبق الطائر، «أنا حمّالي الخاص». «أنا مؤشري الخاص». بحثوا بجدية إذا كانت الرسالة من متصل سمى نفسه كابتن فيديو -شخصية تلفازية فضائية رائجة آنذاك- كانت تفسر تفسيراً صحيحاً أنها تهريج أو أنها رسالة مشفرة من منقذيهم. قاموا بطقوسهم مرتدين الثياب المناسبة. تماشياً مع تعليمات عدم حمل شيء معدني على الصحن الطائر، ارتدى المؤمنون ثياباً مفتوحة؛ كي يستطيعوا تمزيق القطع المعدنية ورميها. نزعت العيون المعدنية من أحذيتهم. لم ترتدِ النساء حمالات الثدي، أو قصصن القطع المعدنية من الحمالات. نزع الرجال السَّحَّاب من البناطيل التي كانت مشدودة على الخصر بحبال، بدلاً من الأحزمة.

اختبر أحد الباحثين تشدد المجموعة في نزع كل ما هو معدني اختباراً حياً عندما علق قبل منتصف الليل بخمس وعشرين دقيقة أنه قد نسي أن ينزع السَّحَّاب من البنطال. كما يخبرنا الباحثون، «أحدثت هذه المعلومات ما يشبه الهلع. هرع به الدكتور (آرمسترونغ) إلى غرفة النوم، وبيدين مرتجفتين وبصر يحملق في الساعة، قص السَّحَّاب بشفرة حلاقة، وخلع مشبكها بقصاصة أسلاك». انتهت العملية المسرّعة، وأعيد الباحث إلى غرفة الجلوس، أقل «معدنيةً»، لكن أعتقد أنه أكثر شحوباً.

مع دنو وقت الرحيل، هدأ المؤمنون في صمت وترقب. يتوافر لنا، بوجود العلماء في المكان، وصف مفصل للحوادث التي رشحت في أثناء هذه المدة بالغة الأهمية في حياة المجموعة:

كانت الدقائق العشر الأخيرة دقائق عصيبة للمجموعة في غرفة الجلوس. لم يكن لديهم شيء يفعلونه سوى الجلوس والانتظار، ومعاطفهم في أحضانهم. في غمرة السكون العصيب دقت ساعتان بصوت عالٍ، إحداهما أسرع من الأخرى بعشر دقائق. عندما أشارت أسرعهما إلى خمس دقائق بعد منتصف الليل، ذكر أحد الباحثين ذلك بصوت عالٍ. أجاب عدد من الناس أن منتصف الليل لم يحن بعد. أكد (بوب إيستمان) أن الساعة الأبطأ هي الصحيحة؛ لقد ضبطها بنفسه عصر ذلك اليوم. إنها تظهر أن الوقت لا يزال أربع دقائق قبل منتصف الليل.

مرت هذه الدقائق الأربع بصمت تام عدا جملة واحدة. عندما أظهرت الساعة [الأبطأ] أن الوقت أصبح دقيقة واحدة قبل حلول موعد التوجه إلى السفينة، هتفت (ماريان) بصوت متوتر عالي النبرة: «ولم تضل أي خطة!» دقت الساعة اثنتي عشرة دقة، كل منها تقرع قرعاً مؤلماً في صمت الترقب. جلس المؤمنون دون حراك.

قد يتوقع المرء أن يرى ارتكاساً مرئياً. لقد مر منتصف الليل ولم يحصل شيء. الكارثة نفسها تبعد أقل من سبع ساعات. لم يكن هناك ما يرى في ارتكاس الناس في الغرفة. لم يكن أي حديث، أي صوت. سكن الناس سكون الأصنام، كانت وجوههم تبدو متجمدة دون أي تعبير. كان (مارك بوست) هو الشخص الوحيد الذي تحرك. استلقى على أريكة وأغمض عينيه، لكن دون أن ينام. عندما تحدثوا معه، فيما بعد، أجاب بكلمات أحادية المقطع، لكنه عدا عن ذلك بقي دون حراك. لم يُظهر الآخرون أي شيء على السطح، مع أنه بدا واضحاً فيما بعد أنهم أصيبوا بقوة.

حل بالتدريج وبصورة مؤلمة جو من اليأس والتشوش فوق المجموعة. أعادوا فحص التنبؤات والرسائل المرفقة. أعاد الدكتور (آرمسترونغ) والسيدة (كييتش) توكيد إيمانهم. فكر المؤمنون ملياً في مأزقهم ونبذوا التفسيرات المقدمة لهم تفسيراً وراء الآخر على أنها غير مرضية. في لحظة من اللحظات، قرابة الساعة الرابعة صباحاً، انهارت السيدة (كييتش)، وبكت بمرارة. قالت وهي تتنشج: إنها تعرف أن هناك أشخاصاً قد بدؤوا يشكون، لكن المجموعة يجب أن تضيء لمن يحتاج إليه أكثر من غيره، وأن المجموعة يجب أن تبقى مترابطة. كان بقية المؤمنين يفقدون رباطة جأشهم أيضاً. كانوا جميعاً مهزوزين بوضوح، وكان عدد منهم على وشك البكاء. لقد أصبحت الساعة الآن الرابعة والنصف صباحاً، ولم توجد طريقة بعد للتعامل مع عدم تحقق الموعد. بحلول هذا الوقت، بدأ الآن أيضاً معظم أعضاء الجماعة يتحدثون صراحةً عن إخفاق المرافقة في القدوم منتصف الليل. بدت المجموعة على وشك الانهيار.

في خضم كل هذا الشك المتراكم، ومع زحف الشكوك في ثقة المؤمنين، شاهد الباحثون حادثتين مدهشتين. الأولى تلو الأخرى. حصلت الأولى نحو الساعة الخامسة إلّا الربع، عندما قفزت يد السيدة (ماريان كييتش) فجأة لتنفيذ مهمة النسخ عبر «الكتابة الآلية» لنص مقدس من الأعلى. «لقد نشرت المجموعة الصغيرة التي جلست وحدها طوال الليل كثيراً من الضوء، لدرجة أن الرب قد أنقذ العالم من الخراب». على الرغم من أنه كان تفسيراً أنيقاً وفاعلاً، إلّا أنه لم يكن كافياً وحده؛ على سبيل المثال، نهض أحد الأعضاء ببساطة بعد سماعه، ووضع قبعته ومعطفه، وغادر المكان. كان هناك حاجة إلى شيء إضافي يعيد المؤمنين إلى درجة اعتقادهم السابقة.

في تلك اللحظة، حصلت الحادثة الملحوظة الثانية لتحقق تلك الحاجة. مرة أخرى، تقدم كلمات الذين كانوا حاضرين وصفاً حياً:

تغير الجو العام في المجموعة تغيراً حاداً، وتغير كذلك سلوكهم. بعد دقائق من قراءة الرسالة التي تفسر عدم تحقق الوعد، تلقت السيدة (كييتش)

رسالة أخرى تأمرها بنشر التفسير في العلن. أخذت الهاتف وبدأت تتصل برقم صحيفة. بينما كانت تنتظر أن يوصلوها بالشخص المناسب، سألها شخص من الأشخاص: «ماريان، هل هذه أول مرة اتصلت فيها أنتِ بصحيفة؟» كان جوابها فورياً: «آه، نعم، هذه هي أول مرة أتصل فيها بهم. لم يكن لدي ما أخبرهم به من قبل، لكنني أشعر الآن أن الأمر عاجل». كان شعورها يعكس شعور أعضاء المجموعة جميعهم، حيث إنهم كانوا جميعاً يشعرون بالعجلة. حالما أنهت (ماريان) مكالمتها، تعاقب أعضاء المجموعة الآخرون في الاتصال بالصحف ومحطات التلفزة الخاصة ومحطات الإذاعة والصحف الوطنية، لنشر تفسير عدم حصول الفيضان. بذلك فتح المؤمنون الآن موضوعات للاهتمام العام، كانت حتى ذلك الوقت سرية جداً. في حين طردوا منذ ساعات قليلة المراسلين، وشعروا أن الاهتمام الذي كان الإعلام يوليهم إياه اهتمام مؤلم، صاروا الآن باحثين شرهين عن الدعاية.

لم يحصل تغير مفاجئ في السياسات المتعلقة بالسرية وبوسائل الإعلام فحسب، بل حصل أيضاً تغير في موقف المجموعة تجاه المتحولين الجدد. في حين أنه كان من يحتمل انضمامه ممن زاروا المنزل يهمل في معظم الأحيان، أو يرد على أعقابه أو يعامل باهتمام سطحي، فقد شهد اليوم اللاحق لعدم تحقق الوعد قصة مختلفة تماماً. أُدخل كل من طرق الباب وقوبل بالترحيب، وأجيب على جميع الأسئلة، وبذلت جهود لهداية كل من هؤلاء الزوار. ربما كان أفضل مثال على قبول الأعضاء -غير المسبوق- بالترحيب بمن يحتمل أن ينضم إلى الجماعة هو حالة تسعة طلاب في المرحلة الثانوية جاؤوا في الليلة اللاحقة يريدون الحديث مع السيدة (كييتش).

وجدوها تتحدث على الهاتف في نقاش عميق عن الأطباق الطائرة مع متصل، اتضح فيما بعد أنها تعتقد أنه رجل فضاء. كانت متلهفة للحديث معه، وفي الوقت نفسه كانت تواقّة لإبقاء زوارها الجدد؛ لذلك شملتهم ببساطة في

المحادثة، وبقيت مدة ساعة من الزمن تتحدث بالتناوب مع ضيوفها في غرفة الجلوس، ومع «رجل الفضاء» على الطرف الآخر من الهاتف. كانت حريصة على الهداية، بحيث إنها لم تكن لتدع أي فرصة تفوت.

إلى ماذا نستطيع أن نعزو تحول المجموعة الجذري؟ تحولوا في غضون ساعات من محافظين متشددين كتومين على الكلمة إلى ناشرين متحمسين لها. وما الذي دفعهم لاختيار هذا التوقيت السيئ، حيث سيؤدي عدم حصول الطوفان على الأغلب لجعل غير المؤمنين يحملون المجموعة وعقيدتها على محمل السخرية؟

حصلت الحادثة المهمة في وقت ما في أثناء «ليلة الطوفان» عندما بدا واضحاً أكثر فأكثر أن النبوءة لن تتحقق. الغريب في الأمر، أنه لم يكن تأكدهم السابق هو الذي دفع المجموعة إلى نشر العقيدة؛ بل كان الشعور بعدم التأكد الذي بدأ ينتهك إيمانهم. كان الدافع هو الإدراك المستنتج أنه إذا كانت تنبؤات سفينة الفضاء والطوفان خاطئة، فإن كامل النظام الإيماني الذي تعتمد عليه التنبؤات قد يكون خاطئاً أيضاً. لا بد أن ذلك الاحتمال المتنامي كان يبدو شنيعاً بالنسبة للمجتمعين في غرفة الجلوس.

كان أعضاء المجموعة قد قطعوا شوطاً طويلاً، وضحوا من أجل عقيدتهم بأشياء أكبر من أن تسمح لهم برؤية عقيدتهم تنهار؛ سوف يكون العار والثمن الاقتصادي والسخرية أكبر مما يستطيعون تحمله. تتسرب حاجة المجموعة المخيّمة عليهم إلى التعلق بتلك العقائد تسرباً مثيراً للمشاعر من كلماتهم هم أنفسهم: من امرأة شابة لديها طفل عمره ثلاث سنوات:

يجب أن أؤمن أن الطوفان قادم في الحادي والعشرين؛ لأنني أنفقت أموالي جميعها. تركت عملي، تركت مدرسة الحاسوب... يجب أن أؤمن.

ومن كلام الدكتور (آرمسترونغ) لأحد الباحثين بعد أربع ساعات من إخفاق الطبق الطائر في القدوم:

كان عليّ أن أقطع شوطاً طويلاً. لقد تخليت عن كل شيء تقريباً. لقد قطعت كل صلة. لقد حرقت كل جسر. لقد أدرت ظهري للعالم. ليس لدي إمكانية الشك. يجب أن أؤمن. ولا توجد أي حقيقة أخرى.

تصوروا الزاوية التي وجد فيها الدكتور (أرمسترونغ) وأتباعه أنفسهم مع اقتراب الصباح. كان الالتزام بعقيدتهم متيناً جداً، بحيث لم يكن بالإمكان تحمل أي حقيقة أخرى. غير أن الحقيقة الواقعة ضربت مجموعة العقائد دون رحمة: لم تحط أي أطباق طائرة، لم يقرع الباب أي رجل فضائي، لم يحصل أي طوفان، لم يحصل أي شيء مثلما تنبؤوا به. بما أن الأدلة الواقعية قد قوضت الشكل المقبول الوحيد للحقيقة، لم يعد للمجموعة سوى طريقة واحدة للخروج من الزاوية. يجب أن يثبتوا نوعاً آخر من البراهين على مصداقية اعتقادهم: البرهان الاجتماعي.

يفسر ذلك عندئذ التحول المفاجئ من متآمرين سريين إلى دعاة متحمسين. ويفسر التوقيت الغريب للتحول - تماماً الوقت الذي جعلهم فيه عدم تحقق معتقداتهم أقل إقناعاً - على الإطلاق - للناس حولهم. كان من الضروري المخاطرة بتحمل ازدراء، غير المؤمنين وسخريتهم؛ لأن الظهور للعلن ومحاولة جذب مؤمنين جدد كانت الأمل الوحيد الباقي. إذا استطاعوا أن ينشروا الكلمة، إذا استطاعوا أن يخبروا من لا يعرف، إذا استطاعوا إقناع المتشكك، وإذا استطاعوا، عن طريق ذلك، كسب مؤمنين جدد، فإن معتقداتهم العزيزة المهددة سوف تصبح أكثر صحة. يقول مبدأ البرهان الاجتماعي ذلك: كلما زاد عدد الأشخاص الذين يجدون الفكرة صحيحة، كانت الفكرة أصح. كانت مهمة المجموعة واضحة؛ بما أنه لا يمكن تغيير البرهان الواقعي، إذاً يجب تغيير البرهان الاجتماعي. (أقنِع وسوف تقتنع!)[6].

سبب الوفاة: غير أكيد، عدم التأكد

تعمل جميع أسلحة التأثير التي نناقشها في هذا الكتاب في ظروف معينة أكثر من ظروف أخرى. إذا كنا نريد أن نحمي أنفسنا حماية كافية ضد أي من هذه الأسلحة، فمن الضروري

أن نعرف ظروف عمل السلاح المثالية؛ كي نعرف متى نكون أكثر عرضة لتأثيره. بالنسبة للبرهان الاجتماعي، رأينا سابقاً إشارة إلى أفضل توقيت له. كان الشعور باهتزاز الثقة هو الذي دفع مؤمني شيكاغو إلى البحث عن منضمين جدد. عموماً، عندما لا نكون واثقين من أنفسنا، وعندما تكون الحالة غير واضحة أو مبهمة، وعندما يسيطر الشك، فإننا نصبح أكثر احتمالاً لرؤية أفعال الآخرين على أنها صحيحة ومن ثم قبول تلك الأفعال.

لكن في خضم فحصنا لارتكاس الأشخاص الآخرين كي نحل مشكلة تشككنا، من المحتمل أن نفوّت حقيقة مهمة دقيقة. ربما كان هؤلاء الناس يبحثون عن البرهان الاجتماعي أيضاً. خاصة في الظروف المبهمة، يمكن أن يؤدي ميل كل شخص إلى النظر لرؤية ما يفعله كل شخص آخر إلى ظاهرة مثيرة تسمى «الجهل التعددي». يساعد الفهم الدقيق لظاهرة الجهل التعددي مساعدة لا حد لها في شرح الحصول المتكرر في بلدنا لما يشكل في آن واحد لغزاً وخزياً عاماً: أخفقت مجموعة كاملة من المتفرجين في تقديم المساعدة لضحايا يحتاجون حاجة ماسة إلى المساعدة.

المثال التقليدي لعدم قيام المتفرجين بأي شيء هو الحادثة التي أثارت أكبر قدر من النقاش في الدوائر الصحفية والسياسية والعلمية، التي بدأت بحادثة قتل عادية في منطقة كوينز في مدينة نيويورك. قُتلت شابة تبلغ العشرين من العمر تدعى كاثرين جينوفيز في اعتداء تعرضت له في ساعة متأخرة من الليل في الشارع الذي يقع فيه منزلها، بينما كانت عائدة من عملها. لا يمكن أن نمر على حادثة قتل مرور الكرام، لكن في مدينة بحجم نيويورك وصخبها لم تتطلب حادثة قتل (جينوفيز) أكثر من جزء ضئيل من عمود صحفي في صحيفة نيويورك تايمز. كان يمكن أن تموت قصة كاثرين جينوفيز معها في اليوم نفسه من شهر آذار عام 1964 لولا حصول خطأ بسيط.

تصادف أن كان محرر شؤون المدينة في جريدة التايمز أ. م. (روزنثال) يتناول طعام الغداء مع مفوض الشرطة في المدينة بعد أسبوع من الحادثة. سأل (روزنثال) المفوض عن حادثة قتل مختلفة في منطقة كوينز. ظن المفوض أن (روزنثال) يسأله عن حادثة (جينوفيز) فكشف عن شيء مذهل توصل إليه تحقيق الشرطة. كان شيئاً

ترك كل من سمع به، بما فيهم المفوض، مشدوهاً وتواقاً إلى تفسير. لم تعانِ (كاثرين جينوفيز) من موت سريع ومكظوم. كانت حادثة تعذيب طويلة صاخبة في العلن. لحق بها القاتل وهجم عليها ثلاث مرات في الشارع على مدى خمس وثلاثين دقيقة قبل أن تُسكت سكينته في النهاية صراخها الطالب للنجدة. المذهل أن ثمانية وثلاثين جاراً من جيرانها شاهدوا حادثة قتلها، وهم آمنون، من خلف نوافذ شققهم دون أن يرفع أحدهم إصبعاً؛ ليتصل بالشرطة.

كان (روزنثال)، الحائز سابقاً على جائزة بولتزر في الصحافة، صحفياً يعرف القصة المثيرة عندما يسمعها. عيّن في اليوم نفسه الذي تناول فيه الغداء مع المفوض مراسلاً لبحث «ناحية المتفرج» من حادثة جنيوفيز. في غضون أسبوع، نشرت جريدة التايمز مقالة طويلة على الصفحة الأولى أثارت عاصفة من الجدل والتفكير. تظهر المقاطع الأولى من التقرير نبرة وتركيزاً على القصة المطولة:

> شاهد ثمانية وثلاثون شخصاً محترماً ملتزماً بالقانون من مواطني كوينز على مدى نصف ساعة قاتلاً يلاحق امرأة ويطعنها في ثلاثة اعتداءات في شارع كيو غاردنز.
>
> أخافته أصواتهم وأوقفته، وسطوع أضواء غرف نومهم المفاجئة مرتين. لكنه عاد في كل من المرتين، وبحث عنها، وطعنها من جديد. لم يتصل أي شخص بالشرطة في أثناء الاعتداء؛ اتصل شخص واحد بعد أن ماتت المرأة.
>
> مرّ على هذه الحادثة أسبوعان من الزمن. لكن المفتش العام المساعد (فريدريك م. لوسون)، المسؤول عن مفتشي المنطقة الذي يتمتع بخبرة خمسة وعشرين عاماً في التحقيق الجنائي لا يزال مصعوقاً.
>
> يمكنه أن يعد كثيراً من جرائم القتل تحصيل حاصل. لكن جريمة القتل في كيو غاردنز تثير حيرته، ليس لأنها جريمة، بل لأن «أشخاصاً طيبين» لم يتصلوا بالشرطة.

كما هي حال المفتش العام المساعد (لوسون)، كانت الصدمة والحيرة ردتا الفعل الطبيعيتان، لكل من علم تفاصيل القصة غالباً. جاءت الصدمة أولاً، فتركت الشرطة والصحفيين والقراء مذهولين. سرعان ما تبعت الحيرةُ الصدمةَ. كيف أخفق ثمانية وثلاثون «شخصاً طيباً» في التصرف في تلك الظروف؟ لم يستطع أحد أن يفهم ذلك، حتى الذين شاهدوا الجريمة كانوا مرتبكين. أجابوا واحداً تلو الآخر: «لا أدري، حقاً لا أدري». قدم بعضهم أسباباً ضعيفة لتصرفهم. على سبيل المثال، قال اثنان أو ثلاثة: إنهم كانوا «خائفين» أو «لم يريدوا أن يتورطوا». لكن هذه الأسباب لم تصمد أمام الفحص الدقيق: كان يمكن لاتصال بسيط من مجهول أن ينقذ (كاثرين جينوفيز) دون أن يهدد سلامة الشاهد أو يضيع وقته. لا، لم يكن خوف الشهود أو عدم رغبتهم في تعقيد حياتهم هو الذي يفسر عدم قيامهم بأي شيء؛ كان هناك شيء آخر لم يكن يفهمه، حتى هم.

لكن التشوش لم يكن سبباً يقدم قصة إخبارية قوية. لذلك أكدت الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى جميعها- أصبح الآن عدد من الصحف، ومحطات التلفزة، والمجلات يتابعون تطورات القصة- التفسير الوحيد الذي كان متوافراً في ذلك الوقت: لم يكن الشهود، مثل أي شخص منا، مهتمين إلى درجة التورط. لقد أصبحنا أمة أنانية لا شعور فيها. إن صعوبات الحياة الحديثة، في المدن خاصة، جعلت منا أشخاصاً قساة. لقد أصبحنا «مجتمعاً بارداً» لا نملك أي شعور، ولا نهتم بنداء المواطنين الآخرين.

دعماً لهذا التفسير، بدأت تظهر بانتظام قصص جديدة تفصّل فيها أنواع كثيرة من عدم مبالاة العامة. حتى إنه بدا في المدة التي أعقبت، كشف ملابسات حادثة (جينوفيز)، أن صحيفة التايمز صارت تقرع قرعاً مستمراً على وتر اللامبالاة. كذلك كان مثل ذلك التفسير يُدعم بملاحظات المعلقين الاجتماعيين المتشدقين الذين يبدو أنهم لا يعترفون بأي حيرة عندما يتحدثون مع الصحافة. وجد هؤلاء أيضاً أن حادثة (جينوفيز) لها أهمية اجتماعية واسعة النطاق. استعمل الجميع كلمة «اللامبالاة»، التي من الملفت للنظر أنها ظهرت في عناوين قصة الصفحة الأولى في جريدة التايمز، مع أنهم كانوا يفسرون اللامبالاة بشكل مختلف. عزاها بعضهم إلى آثار العنف المشاهد على التلفاز، وبعضهم الآخر للنزعة المكبوتة إلى العنف، لكن معظمهم اتهم «انعدام الشخصية الفردية» في

حياة المدن «بمجتمعها الضخم» و«عزل الفرد عن الجماعة». حتى (روزنثال)، الذي كان أول من نشر القصة، الذي جعلها في النهاية موضوع كتاب، استسلم لنظرية اللامبالاة التي تسببها حياة المدينة.

> لايستطيع أحدالقول لماذا لم يرفع الأشخاص الثمانية والثلاثون سماعة الهاتف، بينما كان يجري الاعتداء على الآنسة (جينوفيز)؟ لأنهم لا يستطيعون أن يخبرونا بأنفسهم. لكن يمكن أن يُفترض أن لا مبالاتهم كانت فعلاً من النوع الذي يميز المدن الكبيرة. إذا كان الشخص محاطاً ومضغوطاً بملايين الناس، فإن منعهم من الاصطدام المستمر به يبدو كأنه عملية نجاة من الناحية النفسية. والطريقة الوحيدة للقيام بذلك هي تجاهلهم قدر الإمكان. إن عدم الاكتراث بالجار ومشكلاته، منعكس شَرْطي في الحياة في نيويورك، كما هو في المدن الكبيرة الأخرى[7].

مع تضخم قصة (جينوفيز) - عدا عن كتاب (روزنثال)، أصبحت محط تركيز عدد كبير من مقالات الصحف والمجلات، وعدد من البرامج الوثائقية الإخبارية التلفازية، ومسرحية قرب شارع برودوي - جذبت انتباه اثنين من أساتذة الجامعة في علم النفس العاملين في نيويورك، هما (بيب لاتين) و(دون دارلي). درسا تقارير حادثة (جينوفيز)، وبناء على معرفتهما لعلم النفس الاجتماعي، وصلا إلى ما بدا أنه أقل التفسيرات احتمالاً على الإطلاق - التفسير هو أن ثمانية وثلاثين شخصاً كانوا موجودين. أكدت الروايات السابقة للقصة دون خلاف أنه لم يتخذ أي إجراء، بالرغم من أن ثمانية وثلاثين شخصاً كانوا يشاهدون. اقترح (لاتين) و(دارلي) أنه لم يقدم أي شخص منهم المساعدة بالذات، لأنه كان هناك ذلك العدد الكبير من المشاهدين. افترض عالما النفس أنه، لسببين على الأقل، لن يقدم المتفرج على حالة طارئة، على الأغلب، المساعدة عندما يوجد عدد من المتفرجين الآخرين. السبب الأول واضح نسبياً. مع وجود مساعدين محتملين في المكان، تقل مسؤولية كل شخص على انفراد: «ربما سيتصل شخص آخر طلباً للمساعدة، ربما اتصل شخص آخر أصلاً». لذلك، حيث إن كل فرد يظن أن فرداً آخر سوف يساعد، أو ساعد بالفعل، لا يتقدم أحد بالمساعدة.

السبب الثاني أكثر مخادعة من الناحية النفسية؛ فهو يعتمد على مبدأ البرهان الاجتماعي، ويشتمل على تأثير الجهل التعددي. في كثير من الأحيان لا تكون الحالة الطارئة واضحة على أنها حالة طارئة. هل الرجل المستلقي في الزقاق ضحية لهجمة قلبية، أم هو رجل ثمل نائم في سكره؟ هل الأصوات الحادة في الشارع صوت إطلاق نار أم صوت الاحتراق الراجع في محرك شاحنة؟ هل الفوضى في المنزل المجاور اعتداء يتطلب استدعاء الشرطة، أم خلاف عائلي صاخب، التدخل فيه غير مناسب وغير مرحب به؟ ماذا يحصل؟ الميل الطبيعي في مثل هذه الأوقات من عدم التأكد هو النظر لرؤية ما يفعله الآخرون؛ بحثاً عن أدلة. يمكننا أن نعرف من طريقة تصرف المشاهدين الآخرين إذا كانت الحادثة طارئة أم لا.

لكن ما يسهل نسيانه هو أن الآخرين جميعهم، الذين يشاهدون الحادثة، يبحثون، على الأغلب أيضاً، عن البرهان الاجتماعي. ولأننا نفضل جميعاً أن نبدو رابطي الجأش، وغير مرتبكين بين الآخرين، فإننا سنبحث على الأغلب بهدوء عن تلك الأدلة، بنظرات مموهة قصيرة إلى الناس حولنا. لذلك فإن كل شخص سيرى الآخرين جميعهم يبدون غير محتارين ولا يقومون بشيء. نتيجة محتملة، وبسبب البرهان الاجتماعي، ستفسر الحادثة بين الجميع على أنها غير طارئة. حسب (لاتين) و(دارلي)، هذه هي حالة الجهل التعددي «الذي يقرر فيه كل شخص أنه طالما لا يوجد أي شخص قلق، إذاً لا يوجد ما يدعو للقلق. في حين أن الخطر قد يكون قد وصل في الواقع إلى الدرجة التي تجعل الفرد الواحد، غير المتأثر بالهدوء الظاهر على الآخرين، يقوم بشيء ما تجاهه»[8].

الزبدة المثيرة لتفكير (لاتين) و(دارلي) هي أن فكرة «الأمان بين الحشود»، بالنسبة لضحية الحالة الطارئة، فكرة خاطئة تماماً في كثير من الأحيان. قد يكون حظ الشخص المحتاج إلى المساعدة في الحالة الطارئة أفضل في النجاة إذا كان هناك شاهد واحد بدلاً من وجود حشد. لاختبار هذه النظرية غير العادية، قام (لاتين) و(دارلي) وطلابهما وزملاؤهما ببرنامج بحث مرتب مثير للإعجاب، أعطى مجموعة واضحة من النتائج. كانت العملية الأساسية هي تمثيل حوادث طارئة يشهدها، إما شخص واحد أو مجموعة

من الناس. سجل الباحثون عدد الحالات التي تلقى فيها ضحايا الحوادث الطارئة مساعدة ضمن هذين الظرفين. في تجربتهم الأولى، حصل طالب من نيويورك يتظاهر بأنه مصاب بنوبة صرعية على المساعدة في 85 % من الحالات، عندما كان هناك مشاهد واحد، بينما حصل على المساعدة في 31 % من الحالات، عندما كان هناك خمسة مشاهدين. حيث إن جميع المشاهدين المنفردين قدموا المساعدة،

الشكل 4-2

ضحية؟

في حالات مثل هذه، عندما تكون الحاجة للمساعدة الطارئة غير واضحة، لن يحصل الضحايا الحقيقيون حتى على المساعدة في الغالب. فكر ماذا لو كنت العابر الثاني في هذه الصورة، فإنك ستتأثر بالعابر الأول وتعتقد أنه لا توجد حاجة للمساعدة.

(JAN HALASKA, PHOTO RESEARCHERS, INC.).

يصعب الجدال بأن مجتمعنا «مجتمع بارد» لا يهتم فيه أحد لمعاناة الآخرين. من الواضح جداً أن هناك شيئاً في وجود المتفرجين الآخرين قد قلل المساعدة إلى مستوى مخجل. فحصت دراسات أخرى، أهمية البرهان الاجتماعي في إحداث «لامبالاة» واسعة بين المشاهدين. زرع الباحثون في مجموعة من المشاهدين أشخاصاً مدربين على التصرف، وكأنه لا توجد أي حالة طارئة. على سبيل المثال، في تجربة أخرى في نيويورك، قام 75% من الشهود المنفردين الذين شاهدوا دخاناً يتسلل من تحت بابٍ بالإبلاغ عن الدخان؛ لكن عندما شاهدت مجموعات مكونة من ثلاثة أشخاص تسرب الدخان، تم الإبلاغ عنه في 38% من الحالات. لكن عندما شملت مجموعات الأشخاص الثلاثة اثنين من الذين تدربوا على تجاهل الدخان كان عدد المتفرجين الذين قاموا بأي فعل أقل عدداً بين الجميع؛ تم الإبلاغ عن تسرب الدخان في 10% فقط من الحالات. في دراسة مشابهة أجريت في تورنتو، قدم الشهود المتفرجون المساعدة في 90% من الحالات، في حين قدمت المساعدة من قبل 16% فقط عندما كان الشاهد موجوداً مع متفرجَين آخرين لم يقدما أي مساعدة.

بعد أكثر من عشر سنوات من هذه الأبحاث، أصبح لدى علماء الاجتماع الآن فكرة جيدة عن الوقت الذي فيه يقدم الشاهد مساعدة طارئة. أولاً، على عكس النظرة التي ترى أننا أصبحنا مجتمعاً مكوناً من أشخاص قساة القلوب لا يهتمون بالآخرين، عندما يقتنع الشهود أن هناك حالة طارئة، فإن احتمال المساعدة كبير جداً. في هذه الظروف، عدد الشهود الذين يتدخلون بأنفسهم أو يطلبون المساعدة يدعو للارتياح. على سبيل المثال، في أربع تجارب، تم تمثيل مشاهد حوادث سير أصيب فيها عامل صيانة. عندما كان واضحاً أن الرجل مصاب ويحتاج إلى المساعدة، قدمت له المساعدة في 100% من الحالات في اثنتين من التجارب. في التجربتين الثانيتين، عندما كانت المساعدة تعرض المساعد إلى خطر أسلاك كهربائية خطرة، حصل الضحايا على مساعدة الشهود في 90% من الحالات. بالإضافة إلى ذلك، حصلت هذه النسب العالية من المساعدة، سواء كان الشهود يرون الحادثة على انفراد أو ضمن جماعات[9].

كما في حالات أخرى، كان الوضع مختلفاً جداً عندما لم يكن المتفرجون متأكدين أنهم يشاهدون حادثة طارئة. عندها تكون فرص الضحية بالحصول على المساعدة أكثر عند وجود شاهد واحد بالمقارنة مع وجود مجموعة، خاصة إذا كان أعضاء المجموعة غرباء عن بعضهم. يبدو أن تأثير الجهل التعددي أقوى بين الغرباء، لأننا نحب أن نبدو رابطي الجأش وأكابر بين العامة، ولأننا لا نعرف ارتكاس الأشخاص الذين لا نعرفهم، فإننا على الغالب لن نطلق مشاعرنا، ولن نقرأ مشاعر قلق الآخرين عندما نكون بين مجموعة من الغرباء. لذلك، قد يُنظر إلى حالة قد تكون طارئة على أنها غير طارئة وتعاني الضحية[10].

تظهر نظرة فاحصة إلى هذه المجموعة بالاعتماد على نتائج الأبحاث نموذجاً تفصيلياً منوِّراً. تتوافر جميع الظروف التي تقلل من فرص حصول ضحية الحادثة الطارئة على مساعدة الشهود في المدينة بصورة طبيعية وبريئة: (1) على عكس المناطق الريفية، المدن أماكن صاخبة تصرف الانتباه وتتبدل كثيراً ويصعب فيها التأكد من طبيعة الأشياء التي يصادفها المرء. (2) بيئة المدينة بطبيعتها أكثر ازدحاماً؛ لذلك يكون الناس على الأغلب مع أناس آخرين عندما يشاهدون حالة طارئة. (3) يعرف أصحاب المنازل في المدينة نسبة أقل من أصحاب المنازل الآخرين بالمقارنة مع سكان المدن الصغيرة؛ لذلك يجد سكان المنازل أنفسهم على الأغلب بين مجموعة من الغرباء عندما يشاهدون حالة طارئة.

تتوافق هذه الصفات الطبيعية الثلاث لبيئة المدن الكبرى - الارتباك، الازدحام، المستوى المنخفض من التعارف - كثيراً مع العوامل التي ظهر في الأبحاث أنها تنقص مساعدة المتفرجين. نستطيع إذاً أن نفسر لماذا يحصل ذلك العدد الضخم من عدم تدخل المشاهدين في المدن دون الحاجة إلى استخدام مفاهيم تشاؤمية مثل «انعدام الشخصانية» و«الانعزال في المدن الضخمة».

«امنع نفسك من أن تصبح ضحية»

لكن شرح مخاطر الحياة المدنية بصورة أقل تشاؤماً لا يخلصنا منها. مع انتقال سكان العالم للعيش في المدن -في غضون عشر سنوات سيصبح نصف البشر سكان

مدن- ستزداد الحاجة إلى إنقاص هذه المخاطر. لحسن الحظ، يقدم فهمنا الجديد لظاهرة «لا مبالاة» المتفرجين أملاً حقيقياً. يمكن لضحية الحادثة الطارئة، المزود بهذه المعلومات العلمية، أن يزيد فرص تلقي المساعدة من الآخرين زيادة ضخمة. المفتاح هو إدراك أن المتفرجين ضمن المجموعة لا يقومون بأي تصرف؛ لأنهم غير متأكدين، وليس لأنهم غير طيبين. لا يساعدون لأنهم غير متأكدين هل توجد حالة طارئة في الواقع، وهل هم مسؤولون عن فعل شيء ما؟ عندما يتأكدون بوجود مسؤولية للتدخل في حالة طارئة واضحة، فإنهم يستجيبون بهمة قوية!

حالما ندرك أن العدو ليس حالة اجتماعية متخيّلة مثل «لا شخصية للفرد في المدن»، بل هو حالة بسيطة من عدم التأكد، يصبح بإمكاننا، بوصفنا ضحايا أن نتخذ خطوات معينة لحماية أنفسنا عن طريق إنقاص عدم تأكد المشاهدين. تخيل، على سبيل المثال، أنك تمضي عصر يوم من أيام الصيف وأنت تشاهد عرضاً موسيقياً في حديقة عامة. مع نهاية العرض وانصراف الناس، تلاحظ وجود خدر طفيف في إحدى ذراعيك، لكنك تهمله على أساس أنه لا شيء يستحق الاهتمام. لكن بينما تبتعد مع الناس المنتشرين إلى مناطق بعيدة في الحديقة تشعر أن الخدر ينتشر ممتداً إلى يدك وصاعداً إلى صفحة وجهك. تشعر بعدم التوجه، فتقرر الجلوس إلى جذع شجرة؛ لترتاح لحظة. سرعان ما تدرك أن هناك خطباً خطيراً. لم يساعدك الجلوس أبداً؛ في الواقع، لقد ازداد توازن العضلات والتحكم بها سوءاً إلى درجة أنك أصبحت تجد صعوبة في تحريك فمك ولسانك لتتكلم. تحاول النهوض لكنك تعجز. يخطر بذهنك خاطر مروّع: «يا إلهي، إنني أصاب بسكتة دماغية!» تمر مجموعات من الناس قربك، لكن معظمهم لا يبدي أي اهتمام. يراجع العدد القليل من المارة الذين لاحظوا الطريقة الغريبة التي سقطت فيها قرب الشجرة، والنظرة الغريبة على وجهك البرهان الاجتماعي حولهم، ويستمرون في سيرهم مقتنعين أنه لا توجد أي مشكلة؛ لأنهم رأوا أنه لم يقم أحد بأي تصرف.

إذا وقعت في ورطة كهذه، فماذا يمكن أن تفعل لزيادة فرص الحصول على المساعدة؟ الوقت حيوي جداً؛ لأن قدراتك الجسدية تتهاوى. إذا فقدت قدرتك على الكلام

أو الحركة، أو فقدت وعيك، فإن فرص حصولك على المساعدة ستتضاءل جداً. من الضروري جداً أن تحاول طلب المساعدة بسرعة. لكن ما هي أكثر طرق طلب المساعدة فاعلية؟ لن يفيدك على الأغلب الأنين والتأوه والصياح. قد يجلبون لك بعض الاهتمام، لكنها لن تقدم معلومات كافية تؤكد للعابرين أن هناك حادثة حقيقية طارئة.

إذا كان الصراخ وحده يؤدي لتلقي المساعدة من الحشود المارة، فربما يجب أن تكون أكثر تحديداً. يجب فعلاً أن تقوم بأكثر من ذلك لنيل الانتباه؛ يجب أن تعلن بوضوح أنك تحتاج إلى مساعدة. يجب ألّا تسمح للمتفرجين أن يعتقدوا أن حالتك ليست طارئة. استخدم كلمة: «ساعدوني» في طلبك للحصول على المساعدة في حالتك الطارئة. ولا تخشى من كونك مخطئاً. الحرج عامل خسيس يجب أن تسحقه سحقاً هنا. في حالة سكتة دماغية، لا يوجد أي مجال للقلق من الإحراج الناتج عن المبالغة في تقويم مخاطر حالتك. الفارق في الثمن الذي ستدفعه هو، بين لحظة إحراج وبين احتمال الموت أو الشلل مدى الحياة.

لكن النداء المدوّي طلباً للمساعدة ليس طريقتك الأكثر فاعلية. مع أنه قد يقلل شكوك المتفرجين بشأن وجود حالة طارئة حقيقية، فإنه لن يزيل عدداً آخر من الشكوك المهمة في ذهن كل متفرج من المتفرجين: ما هو نوع المساعدة المطلوبة هنا؟ هل يجب أن أكون أنا من يقدم هذه المساعدة، أم يجب أن يقدمها شخص أكثر أهلية؟ هل ذهب أحد أصلاً لطلب المساعدة الاختصاصية، أم هل تقع المسؤولية على عاتقي؟ بينما يقف المتفرج محدقاً بك وهو يصارع هذه الأسئلة يكون الوقت الحيوي لنجاتك في تلاشٍ سريع.

من الواضح إذاً أنك يجب بوصفك ضحية أن تقوم بأكثر من تنبيه المتفرجين إلى حاجتك للمساعدة في حالتك الطارئة؛ يجب أن تزيل أيضاً الشكوك من أذهانهم بطريقة المساعدة التي يجب أن يقدموها، ومن يجب أن يقدمها. لكن ما هي أفضل الطرق للقيام بذلك وأكثرها ضماناً؟

بناء على نتائج الأبحاث التي رأيناها، فإن نصيحتي هي عزل فرد واحد من الجماعة: حدق وتكلم وأشر مباشرة إلى شخص ما أو آخر: «أنت، سيدي صاحب السترة الزرقاء،

أحتاج إلى مساعدة. اطلب سيارة إسعاف من فضلك». يجب بهذه العبارة الواحدة أن تكون قد طردت الشكوك جميعها، التي يمكن أن تمنع المساعدة أو تؤخرها. بتلك العبارة الواحدة ستكون قد وضعت الرجل في السترة الزرقاء في دور «المنقذ».يجب أن يكون قد فهم الآن أن هناك حاجة إلى المساعدة الطارئة؛ يجب أن يكون قد فهم أنه هو، وليس أي شخص آخر، مسؤول عن تقديم المساعدة؛ وأخيراً يجب أن يكون قد فهم كيفية تقديم المساعدة. تدل البراهين العلمية جميعها أن النتائج يجب أن تكون سريعة وفاعلة.

لذلك، عموماً، أفضل إستراتيجيةٍ للحصول على المساعدة الطارئة هي إقلال شكوك الناس بحالتك، ومسؤولياتهم. كن دقيقاً أكثر ما يمكن في تحديد حاجتك للمساعدة. لا تدع المتفرجين يصلون إلى استنتاجاتهم الخاصة؛ لأن مبدأ البرهان الاجتماعي وتأثير الجهل التعددي قد يؤديان، خاصةً عند وجود حشود، إلى تصور مشكلتك على أنها ليست طارئة.

واطلب المساعدة من شخص واحد من مجموعة المتفرجين. قاوم الميل الطبيعي لتقديم طلب عام للمساعدة. اختر شخصاً واحداً وكلّف ذلك الشخص بالمهمة. وإلّا من السهل أن يفترض كل فرد في الحشد أن شخصاً آخر يجب أن يقدم المساعدة، أو سوف يقدم المساعدة، أو قد قدم المساعدة. قد تكون هذه الطريقة أهم طريقة يجب تذكرها بين الطرق المصممة جميعها لكسب المطاوعة للطلب الموجودة في هذا الكتاب. يمكن أن يؤدي فشلك في طلب المساعدة الطارئة، في نهاية المطاف، إلى عواقب شخصية شديدة.

شاهدت منذ مدة قصيرة برهاناً واقعياً على هذه النقطة. حدث معي حادث سيارة خطر نسبياً. كنا أنا وسائق السيارة الثانية مصابين بوضوح: كان قد سقط مغشياً عليه على عجلة القيادة، بينما استطعت أن أترنح خارجاً من وراء مقودي وأنا مضرج بالدماء. حصل الحادث في مركز تقاطع طرق على مرأى من عدد من الأشخاص الذين توقفت سياراتهم عند الإشارة الضوئية. بينما جثوت على ركبتي على الطريق قرب السيارة، محاولاً أن أصفي ذهني، تبدلت الإشارة الضوئية، وبدأت السيارات المنتظرة بالتقدم ببطء عبر التقاطع؛ كان السائقون يحملقون، لكنهم لم يتوقفوا.

أتذكر أنني كنت أفكر، «يا إلهي لا، الأمر يحصل كما في الأبحاث. السائقون يمرون دون توقف!» أفترض أنه من حسن حظي أنني كنت أعرف، بصفتي عالم نفس اجتماعي، ما يكفي عن الدراسات التي أُجريت على المتفرجين ليخطر لي هذا الخاطر. عندما فكرت في مأزقي على ضوء نتائج الأبحاث، عرفت تماماً ماذا يجب أن أفعل. رفعت نفسي بما يكفي لأشاهد، وأشرت إلى سائق إحدى السيارات: «اتصل بالشرطة».وقلت وأنا أشير مباشرة إلى سيارة ثانية وثالثة: «توقف، نحن نحتاج إلى مساعدة». كانت استجابة أولئك الناس فورية. استدعوا الشرطة، وسيارة إسعاف على الفور، واستخدموا مناديلهم لمسح الدم عن وجهي. وضعوا سترة تحت رأسي، وتطوعوا بالتقدم ليكونوا شهوداً على الحادث؛ تبرع أحدهم بأن يركب معي إلى المستشفى.

لم تكن المساعدة سريعة فحسب، بل كانت مغرية ومُعدِية أيضاً. بعد أن رأى السائقون القادمون من الجهة الثانية لتقاطع السيارات تقف لمساعدتي، توقفوا هم أيضاً وبدؤوا بالعناية بالسائق الآخر. أصبح مبدأ البرهان الاجتماعي يعمل لصالحنا الآن. الخدعة تكمن في جعل الكرة الثلجية تجري في اتجاه المساعدة. حالما تحقق ذلك، استطعت أن أرتاح، وأترك اهتمام المتفرجين الحقيقي، ودفعة البرهان الاجتماعي الطبيعية ينجزان الباقي.

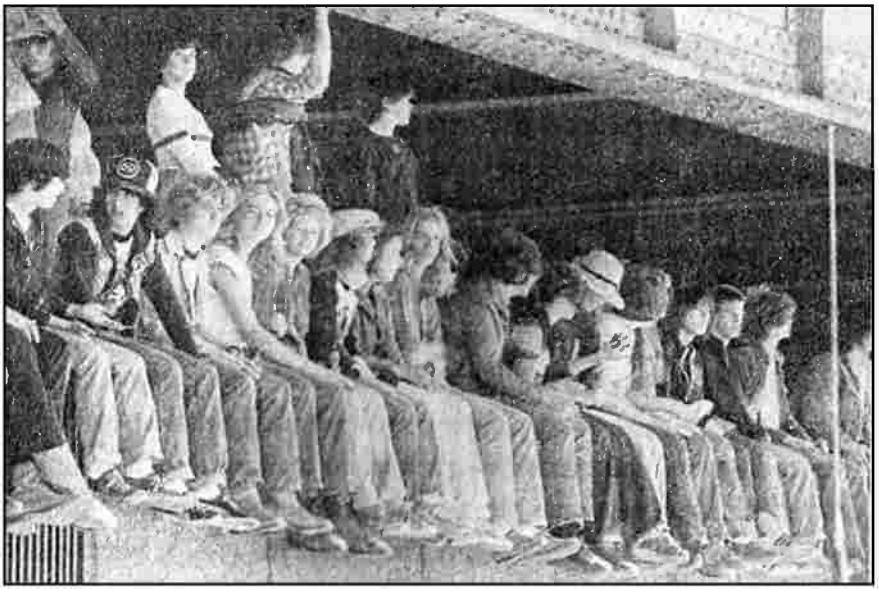
إذا كنت أنا قرداً، فسأفعل ما يفعله القرد

ذكرنا سابقاً أن مبدأ البرهان الاجتماعي، شأنه شأن جميع أسلحة التأثير الأخرى، ينجح في بعض الظروف أكثر مما ينجح في ظروف أخرى. لقد اختبرنا أحد هذه الظروف: عدم التأكد. دون أي شك، عندما لا يكون الناس متأكدين يصبحون أكثر احتمالاً لاستعمال تصرف الآخرين ليكونوا مرشدين لتقرير كيف يجب أن يتصرفوا هم أنفسهم. لكن إضافة إلى ذلك، يوجد ظرف آخر من ظروف العمل هو: التشابه. يعمل مبدأ البرهان الاجتماعي بأكثر فاعلية ممكنة عندما نراقب تصرف آخرين مشابهين تماماً لنا. يقدم لنا تصرف مثل هؤلاء الناس تبصراً أشد لما يشكل السلوك الصحيح بالنسبة لنا. لذلك فإننا نميل لاتباع شخص مماثل أكثر من ميلنا لاتباع شخص مغاير.

أعتقد أن هذا هو السبب في أننا أصبحنا نرى عدداً متزايداً من شهادات الأشخاص العاديين الموجودين في الطريق على شاشة التلفاز هذه الأيام. يعرف مصممو الإعلانات اليوم أن إحدى طرق النجاح في بيع منتج للمشاهدين العاديين (الذين يشكلون أكبر سوق محتمل) هي توضيح أن الأشخاص «العاديين» الآخرين يحبون ذلك المنتج ويستعملونه. لهذا نسمع وابلاً من المديح من رجال ونساء عاديين جداً، سواء أكان المنتج هو شراب غازي، أم مسكن للألم، أم منظف غسيل.

يقدم بحث علمي دليلاً أكثر إقناعاً على أهمية المماثلة في تحديد ما إذا كنا سنقلد سلوك الآخرين. يمكن أن نرى مثالاً واضحاً، خصوصاً، في دراسة أجراها علماء علم النفس في جامعة كولومبية. وضع الباحثون محافظ جيب على الأرض في عدة مواقع في مركز مانهاتن؛ لمراقبة ما يحصل عندما يجدها الناس. احتوت جميع المحافظ على دولارين نقداً، وإيصالاً مصرفياً بقيمة 26,30 دولاراً، ومعلومات مختلفة تعطي اسم «مالك» المحفظة وعنوانه. إضافة إلى ذلك، احتوت المحفظة أيضاً على رسالة تفيد بأن المحفظة لم تفقد مرة واحدة، بل مرتين. كانت الرسالة مكتوبة إلى المالك من رجل وجدها من قبل، وكان ينوي إعادتها، أشار الذي وجد المحفظة في رسالته، إنه سعيد بتقديم المساعدة، وأن فرصة تقديم الخدمة قد جعلته يشعر بالرضا عن نفسه.

كان واضحاً لكل من وجد إحدى هذه المحافظ أن الشخص حسن النية قد فقد المحفظة في طريقه إلى صندوق البريد، كانت المحفظة موضوعة في ظرف عليه عنوان المالك. أراد الباحثون معرفة عدد الأشخاص الذين يجدون المحفظة، ويتبعون خطى الرجل الأول الذي وجدها، بإرسال المحفظة سالمة إلى مالكها الأصلي. لكنهم قبل أن يلقوا المحافظ على الأرض، باين الباحثون مظهراً من مظاهر الرسائل التي وضعوها في المحافظ. كُتبت بعض الرسائل بلغة إنكليزية عادية بيد من بدا أنه أمريكي عادي، بينما كتبت رسائل أخرى بلغة إنكليزية ركيكة من قبل الشخص الأول الذي وجد المحفظة، الذي عرّف نفسه بأنه أجنبي وصل حديثاً إلى البلاد. بعبارة أخرى، صوّر الشخص الذي وجد الرسالة أول مرة وحاول إعادتها، في الرسالة على أنه، إما مماثل أو مغاير لمعظم الأمريكيين.



الشكل 4-3

الشبان ذوو التفكير الحر

كثيراً ما نعتقد أن المراهقين متمردون ذوو عقل مستقل. لكن من المهم أن ندرك أن ذلك صحيح فقط في تصرفهم تجاه ذويهم. عندما يكونون ضمن مراهقين آخرين، فإنهم يتصرفون تصرفاً جماعياً حسب ما يخبرهم البرهان الاجتماعي أنه صحيح.

(ERJC KNOLL, TAURUS PHOROS)

كان السؤال المثير للاهتمام هو إذا كان سكان مانهاتن الذين وجدوا المحفظة والرسالة سيتأثرون أكثر من إرسالهم للرسالة إذا كان الرجل الأول الذي حاول إرسالها مماثلاً لهم. كان الجواب واضحاً جداً: أعيد 33% فقط من المحافظ عندما كان الشخص الأول الذي وجد الرسالة مغايراً، لكن 70% منها أعيدت عندما كان يعتقد أنه مماثل للآخرين. تدل هذه النتائج على صفة من صفات مبدأ البرهان الاجتماعي. سوف نستعمل أفعال الآخرين لتقرير السلوك الملائم لنا، خاصة عندما نرى أن الآخرين أشخاص مماثلون لنا.

لا ينطبق هذا الميل فقط على الكهول، بل ينطبق على الأطفال أيضاً. وجد الباحثون في مجال الصحة، على سبيل المثال، أن البرنامج المدرسي المضاد للتدخين له تأثير دائم

فقط، عندما يستعمل تلاميذ من العمر نفسه على أنهم مدرسون. وجدت دراسة أخرى أن التلاميذ الذين شاهدوا فيلماً يظهر فيه شعور الأطفال الإيجابي تجاه الذهاب إلى طبيب الأسنان، خف لديهم شعور القلق من زيارة طبيب الأسنان كثيراً، خصوصاً، عندما كانوا بنفس عمر الأطفال الممثلين في الفيلم. أود لو كنت أعرف نتائج هذه الدراسة الثانية عندما كنت أحاول، قبل عدة سنوات من نشرها، أن أخفف نمطاً آخر من القلق الذي كان يعاني منه ابني (كريس).

أنا أعيش في أريزونة، حيث تكثر برك السباحة في الباحات الخلفية. إحدى العواقب المؤسفة هي أن عدة أطفال صغار يغرقون عند سقوطهم في برك السباحة التي لا يوجد عليها رقيب. لذلك كنت حريصاً على تعليم (كريس) السباحة في وقت باكر من عمره. لم تكن المشكلة أنه يخاف من الماء، كان في الواقع يحب الماء. كانت المشكلة هي أنه يرفض النزول في الماء إذا لم يضع حول خصره دولاب السباحة مهما حاولت أن ألاطفه أو أكلمه أو أخزيه ليترك تلك العادة. بعد أن أخفقت على مدى شهرين، استأجرت من يقدم المساعدة: طالب تخرج من طلابي، منقذ سباحة ضخم طويل القامة عمل سابقاً مدرباً للسباحة. فأخفق تماماً مثلما أخفقت. لم يستطع أن يقنع (كريس) حتى بتجريب تحريك يديه في الماء إذا كان خارج الدولاب البلاستيكي.

كان (كريس) طوال ذلك الوقت يحضر معسكراً يومياً يقدم لأعضائه أنشطة مختلفة، بما فيها استخدام برك السباحة الكبيرة التي كان يتجنبها خائفاً. ذهبت في أحد الأيام، بعد وقت قصير من إخفاق طالب التخرج لأخذ (كريس) من المعسكر ووصلت قبل موعد الانصراف بقليل. شاهدت، وفمي متدلٍ من الذهول، كريس يركض على لوح القفز ويقفز إلى منتصف أعمق قسم من المسبح. أصبت بالذعر، وبدأت بخلع حذائي؛ كي أقفز في المسبح لإنقاذه عندما رأيته يخرج إلى السطح، ويسبح إلى طرف المسبح، حيث جريت نحوه وحذائي في يدي.

صرخت بحماس: «(كريس)، أنت تستطيع السباحة، أنت تستطيع السباحة!».

قال عرضاً: «نعم. تعلمت كيف أسبح اليوم».

صحت وأنا أحرك يديَّ معبراً عن حماسي: «هذا رائع، هذا رائع جداً، لكن كيف لم تحتج إلى دولابك اليوم؟».

شرح (كريس)، وهو يبدو محرجاً؛ لأن والده بدا مسلوب العقل وهو يبل جرابيه في بركة صغيرة من الماء، ويلوح بحذائه في الهواء: «حسناً، أنا أبلغ ثلاث سنوات من العمر، و(تومي) يبلغ ثلاث سنوات من العمر. و(تومي) يستطيع أن يسبح دون دولاب، هذا يعني أنني أستطيع أن أسبح دون دولاب أيضاً».

كنت أستحق أن أركل نفسي. بالطبع، إن (كريس) يتطلع إلى تومي الصغير، وليس إلى طالب تخرج بطول مترين، ليحصل على أوثق المعلومات عما يستطيع أو لا يستطيع أن يفعله. لو فكرت أكثر في حل مشكلة (كريس) مع السباحة لوظفت مثال (تومي) الجيد في وقت أبكر، وربما كنت سأوفر على نفسي شهرين من الإحباط. كان يمكن ببساطة أن ألاحظ في المعسكر اليومي أن (تومي) يجيد السباحة، ثم رتبت مع والديه أن يمضي بعد ظهر عطلة الأسبوع يسبح في بركتنا. أظن أن دولاب كريس كان سيختفي في آخر النهار[11].

إن أي عامل يستطيع أن يحفز 70% من سكان نيويورك بأن يعيدوا المحفظة (أو يستطيع أن يقلل من احتمالات تدخين الشباب، أو أن يقلل الخوف من زيارة طبيب الأسنان) لا بد أن يكون مثيراً للإعجاب. غير أن نتائج مثل هذه الدراسات لا تعطي سوى لمحة بسيطة عن التأثير الهائل لتصرف الأشخاص الآخرين على السلوك البشري. توجد أمثلة أكثر قوة على هذا. حسب علمي، تبدأ أوضح قصة تظهر هذا التأثير بإحصائية غير منطقية: بعد أن تتصدر حادثة انتحار الصفحات الأولى في الصحف، تبدأ الطائرات بالسقوط من السماء بنسب مثيرة للقلق، طائرات خاصة، طائرات الشركات النفاثة، طائرات الخطوط الجوية.

على سبيل المثال، ظهر أنه بعد نشر أنواع معينة من قصص الانتحار المتداولة بين العامة، يزداد مباشرة عدد الناس الذين يموتون في حوادث الطائرات التجارية بنسبة

1000 %. لا تقتصر الزيادة على وفيات حوادث الطيران. يزداد عدد وفيات حوادث السيارات أيضاً[12]. هل يمكن أن يكون هناك سبب على الإطلاق؟

يقدم أحد التفسيرات نفسه على الفور. الظروف الاجتماعية نفسها التي تدفع بعض الناس للانتحار تجعل الآخرين يموتون في الحوادث. على سبيل المثال، قد يرتكس بعض الأشخاص القابلين للانتحار بالظروف الاجتماعية القاسية (الأزمات الاقتصادية، زيادة نسب الجرائم، التوتر الدولي) فيقررون إنهاء كل شيء. لكن الآخرين قد يتأثرون بأسلوب مختلف بتلك الحوادث: قد يغضبون أو يفقدون صبرهم أو يصبحون عصبيين أو شاردي الذهن. حسب درجة تعامل هؤلاء (أو خدمتهم) مع السيارات أو الطائرات في المجتمع، سوف نرى زيادة حادة في عدد حوادث السيارات، أو وفيات الطائرات.

لذلك، حسب تفسير «الظروف الاجتماعية» هذا، تسبب بعض العوامل الاجتماعية التي تسبب الوفيات المتعمدة أيضاً الحوادث المتعمدة، وهو السبب في أننا نجد علاقة قوية جداً بين قصص الانتحار والحوادث القاتلة. لكن هناك إحصاءات مثيرة للدهشة تدل على أن هذا ليس التفسير الصحيح: تزيد الحوادث المميتة زيادة كبيرة فقط في المناطق التي نشرت فيها قصص الانتحار بصورة واسعة. لم تحصل قفزة مماثلة في مثل هذه الوفيات في مناطق أخرى توجد في الظروف الاجتماعية نفسها، لكن لم تنشر صحفها قصص الانتحار بشكل واسع. الأكثر من ذلك، كلما أعطي للانتحار علنية أكثر ضمن تلك المناطق التي خصصت فيها الصحف مساحة للقصص، يزداد عدد الحوادث المميتة اللاحقة. لذلك، ليس السبب في مجموعة من الحوادث الاجتماعية الشائعة تحرض على الانتحار من جهة، وعلى الحوادث القاتلة من جهة أخرى، لكن السبب هو إعلان قصص الانتحار الذي يؤدي بحد ذاته إلى حوادث السيارات والطائرات.

قدّم تفسير «الفقدان بالموت» لشرح العلاقة القوية بين إعلان قصص الانتحار والحوادث اللاحقة. تقول الحجج: إنه بسبب كون قصص الانتحار المنشورة في الصفحات الأولى تتعلق في كثير من الأحيان بأشخاص معروفين محترمين، فإن موتهم الذي يعم وسائل الإعلام يُدخل الناس في حالة من الصدمة الحزينة. يفقد هؤلاء

الأشخاص حذرهم في التعامل مع السيارات والطائرات بسبب صدمتهم وانشغالهم. النتيجة زيادة حادة في الحوادث المميتة في السيارات والطائرات، التي نراها بعد ظهور قصص الانتحار في الصفحات الأولى للصحف. على الرغم من أن نظرية (الفقدان بالموت) يمكن أن تفسر العلاقة بين درجة العلنية التي تأخذها القصة والحوادث الآتية المميتة-كلما زاد عدد الأشخاص الذين يعرفون قصة الانتحار، يزداد عدد الأشخاص الذين يحسون بالفقدان ويصبحون أقل حذراً - فإنها لا تفسر حقيقة مروعة أخرى: تؤدي تقارير الصحف التي تتحدث عن ضحايا انتحار يموتون على انفراد إلى زيادة في حوادث وفاة أفراد على انفراد، بينما تؤدي تقارير حوادث الانتحار إضافة للجريمة إلى زيادة تقتصر على حوادث الوفيات المتعددة فقط. لا يمكن لشعور الفقدان وحده أن يفسر هذا النموذج.

لذلك، فإن تأثير قصص الانتحار على حوادث السيارات والطائرات هو تأثير متخصص بصورة مدهشة. تؤدي قصص الانتحار الصرف التي يموت فيها شخص واحد فقط إلى حوادث يموت فيها شخص واحد فقط؛ وتؤدي القصص المركبة من الانتحار والجريمة التي يموت فيها أكثر من شخص إلى حوادث يموت فيها أكثر من شخص. إذا لم تكن «الظروف الاجتماعية» ولا «الفقدان بالموت» قادرين على تفسير هذا النظام المحير من الحقائق، فمن يستطيع ذلك؟ يعتقد عالم اجتماع من جامعة كاليفورنية في سان دييغو أنه قد وجد الجواب. اسم العالِم (ديفيد فيليبس)، وهو يوجه إصبع اتهام مقنِع لما يسميه «أثر ويرذر».

تثير قصة (ويرذر) القشعريرة والفضول في آن واحد. منذ أكثر من قرنين من الزمن، نشر رجل عظيم من رجال الأدب الألماني يدعى (جوهان فون غوته) رواية (أحزان الشاب ويرذر). كان للرواية التي ينتحر فيها بطل القصة المسمى (ويرذر) أثر كبير. لم تمنح غوته الشهرة الفورية فحسب، بل أطلقت أيضاً موجة من حوادث الانتحار المحاكية على طول أوروبة. كان التأثير قوياً إلى درجة أن السلطات في عدة دول أوربية منعت الرواية.

تابع الأستاذ الجامعي (فيليبس) في أبحاثه (أثر ويرذر) إلى العصور الحديثة. أظهرت أبحاثه أن نسب الانتحار تزداد زيادة كبيرة بعد ظهور قصة انتحار على

الصفحات الأولى للصحف، مباشرة في المناطق الجغرافية التي حصلت القصة فيها على علنية واسعة. يحاجّ (فيليبس) بأن بعض الناس الذين يعانون من المشكلات، الذين يقرؤون عن قتل شخص لنفسه، يقتلون أنفسهم تقليداً له. يقرر هؤلاء الناس، مقدمين بصورة مرضية مبدأ البرهان الاجتماعي - كيف يجب أن يتصرفوا، معتمدين على كيفية تصرف أشخاص آخرين يعانون من المشكلات.

حصل (فيليبس) على أدلته المتعلقة (بأثر ويرذر) في الحياة الحديثة بدراسة إحصاءات حوادث الانتحار في الولايات المتحدة الأمريكية بين عام 1947 و1968. وجد أنه في الشهرين اللاحقين لكل حادثة انتحار تنشر على الصفحات الأولى للصحف، يقتل ثمانية وخمسون شخصاً، أكثر من العادة أنفسهم. بعبارة أخرى، كل قصة انتحار قتلت ثمانية وخمسين شخصاً كانوا سيستمرون في الحياة لولا القصة. وجد (فيليبس) أيضاً أن هذا الميل للقيام بالانتحار يحصل بصورة أساسية في مناطق البلاد التي كان الإعلان فيها عن حادثة القتل واسعاً، وكلما أعطيت علنية أكبر للانتحار الأول، ازداد عدد حوادث الانتحار اللاحقة.

إذا كانت الحقائق المحيطة (بأثر ويرذر) تبدو لكم مشابهة على نحوٍ مريب لتأثير قصص الانتحار على وفيات حوادث الطيران والسيارات، فإن الأستاذ (فيليبس) لم يغفل أيضاً عن هذا التشابه. في الواقع، إنه يزعم أن جميع الزيادات في الوفيات بعد حوادث الانتحار التي تظهر على صفحات الجرائد الأولى يمكن أن تفسر على أنها الشيء نفسه: الانتحار المقلّد. عند معرفة نبأ انتحار شخص آخر، يقرر عدد كبير من الناس أن الانتحار فعل ملائم لهم أيضاً. يقرر بعض هؤلاء الأشخاص بعد ذلك الانتحار بوضوح لا لبس فيه، مما يؤدي إلى زيادة كبيرة في عدد حالاته.

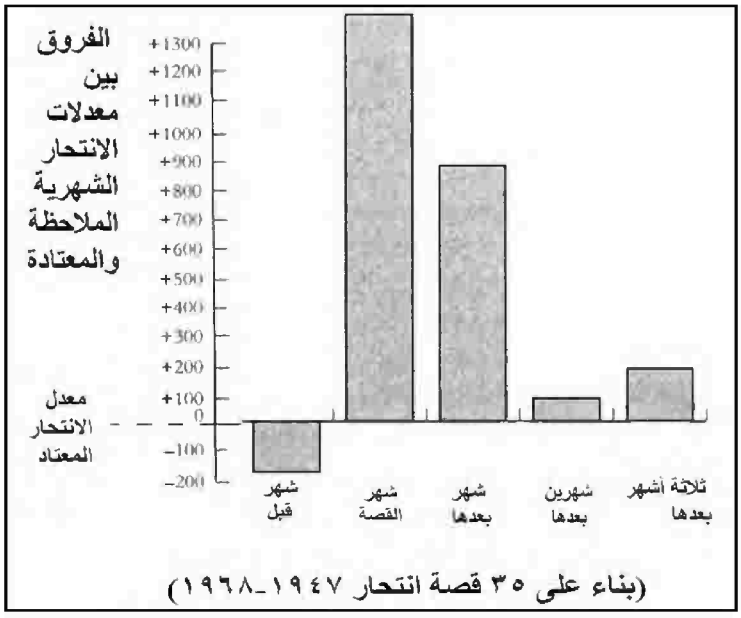
لكن أناساً آخرين يتصرفون تصرفاً غير مباشر. لا يريد هؤلاء، لسبب أو لآخر، أن يظهروا وكأنهم قد قتلوا أنفسهم - لحماية سمعتهم، أو لتجنيب عائلاتهم الخزي والألم، أو ليستطيع من يعول عليهم أن يأخذ أموال التأمين على الحياة. يفضلون أن يظهروا وكأنهم قد ماتوا في حوادث. لذلك يسببون عن قصد لكن بأسلوب خفي اصطدام السيارة أو الطائرة التي يقودونها أو ببساطة يركبون فيها. يمكن أن يحصل ذلك بطرق مألوفة

لنا جداً. يمكن لطيار طائرة تجارية أن يخفض أنفها في لحظة الإقلاع الحرجة، أو أن يهبط هبوطاً غير قابل للتفسير على مهبط مشغول، مخالفاً لتعليمات برج المراقبة؛ يمكن لسائق السيارة أن ينحرف فجأة ليضرب شجرة، أو سيارة قادمة؛ يمكن لراكب في سيارة أو في طائرة شركة خاصة أن يعيق عمل السائق مسبباً حادثاً قاتلاً؛ يمكن لطيار طائرة خاصة، على الرغم من جميع تحذيرات اللاسلكي، أن يصدم طائرته بطائرة أخرى. لذلك، حسب الدكتور (فيليبس)، ينتج الارتفاع المقلق في وفيات الحوادث، الذي نراه بعد نشر الصفحات الأولى لحوادث الانتحار، على الأغلب بسبب (أثر ويرذر) المطبق سراً.

أعدُّ هذه الرؤية بصيرة رائعة. أولاً، تفسرجميع المعطيات تفسيراً جميلاً. إذا كانت هذه الحوادث فعلاً حالات خفية من الانتحار المقلَّد، يصبح من المنطقي أن نرى زيادة في الحوادث بعد ظهور قصص الانتحار. ويصبح من المنطقي أن تحصل أعلى زيادة في عدد الحوادث بعد أن تكون قصص الانتحار قد نالت أعلى نصيب من العلنية، وبذلك تصل إلى أكبر عدد من الناس. ويصبح من المنطقي أن عدد الحوادث سيقفز قفزة عالية، فقط في المناطق التي تم نشر قصص الانتحار فيها. ويصبح من المنطقي أيضاً أن حوادث الانتحار الإفرادية تؤدي إلى حوادث فيها ضحية واحدة فقط، في حين تؤدي حوادث الانتحار والضحايا المتعددين إلى حوادث متعددة الضحايا. المفتاح هو التقليد.

لكن هناك مظهراً قيّماً آخر من مظاهر بصيرة (فيليبس). لا تسمح لنا هذه النظرة بتفسير الوقائع الموجودة فحسب، بل تسمح لنا أيضاً بتنبؤ حقائق جديدة لم تكن مكتشفة من قبل. على سبيل المثال، إذا كان ازدياد عدد الحوادث غير الطبيعي بعد نشر قصص الانتحار في العلن ناتجاً فعلاً عن أفعال تقليد وليس عن حوادث عادية، فإن عدد الوفيات يجب أن يكون أعلى في هذه الحوادث. أي إن الناس الذين يحاولون قتل أنفسهم، سوف يحاولون على الأغلب أن يرتبوا للتصادم أن يكون مميتاً قدر الإمكان (بضغط دواسة البنزين بدلاً من دواسة المكبح، وخفض أنف الطائرة بدلاً من رفعه إلى الأعلى). يجب أن تكون العاقبة موتاً سريعاً وأكيداً. عندما فحص (فيليبس) السجلات للتحقيق في هذا التنبؤ، وجد أن العدد الوسطي للناس الذين يموتون بسبب الحوادث المميتة في الخطوط الجوية التجارية أكبر بثلاث مرات إذا وقع الحادث بعد أسبوع من نشر قصة انتحارٍ في الصفحات الأولى، بالمقارنة مع وقوع الحادث قبل أسبوع من نشر القصة. يمكن

مشاهدة الظاهرة نفسها في إحصائيات حوادث الطرق، حيث توجد أدلة على ازدياد عدد حالات الوفاة في حوادث السير اللاحقة لقصص الانتحار. يموت ضحايا حوادث السيارات القاتلة بعد قصص الانتحار التي تملأ الصفحات الأولى أسرع بأربع مرات من الحالات العادية.



الرسم البياني 4-1

تأرجح عدد حالات الوفاة قبل وفي أثناء وبعد شهر من نشر قصة انتحار

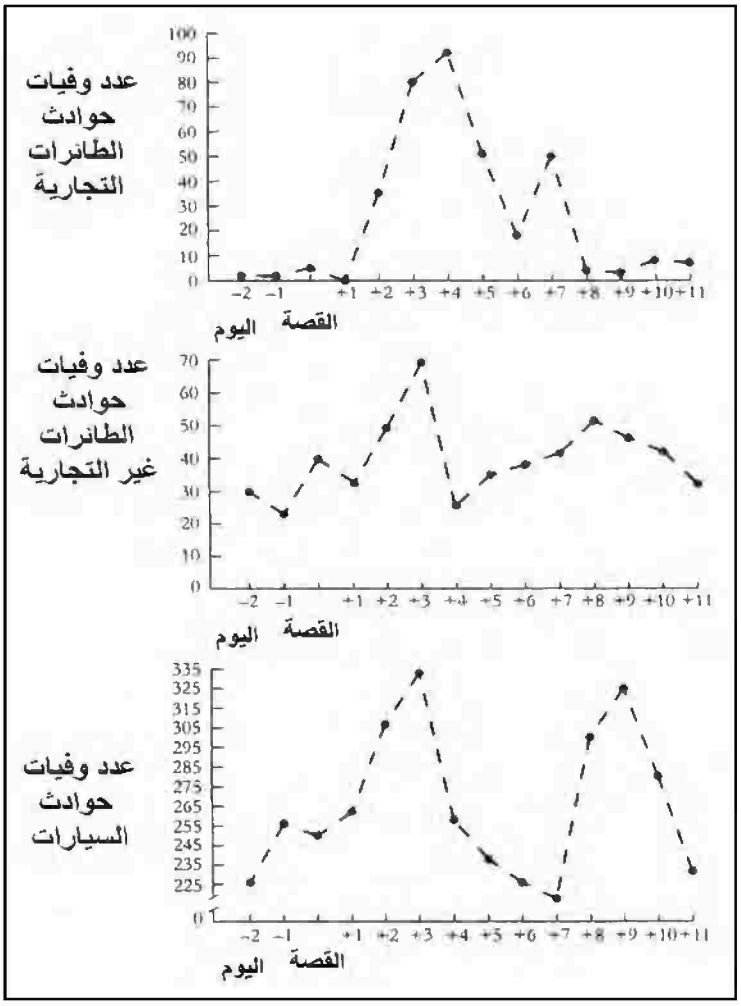
يثير هذا الدليل موضوعات أخلاقية مهمة. إن حالات الانتحار التي تتبع هذه القصص هي حالات وفيات زائدة. لا تنزل نسب الانتحار بعد الزيادة الحادة الأولية تحت المستويات المعتادة، بل إنها تعود فقط إلى تلك المستويات. قد تجعل مثل هذه النتائج محرري الصحف، الذين يميلون إلى إعطاء مساحة من الصفحات الأولى لقصص الانتحار العاطفية، يتوقفون للتفكير قليلاً. إذا كانت نتائج (فيليبس) لا تزال صحيحة، ولا يوجد ما يدعو إلى الظن بغير ذلك، فإن سرد القصص سيؤدي على الأغلب إلى موت عدد من الناس. تدل معطيات أحدث أنه بالإضافة إلى محرري الصحف، أن هناك ما يدعو مذيعي أخبار التلفاز إلى الاهتمام بالطريقة التي يقدمون بها قصص الانتحار.

ذكر (فيليبس) و(كينيث بولين) في تقرير لهما أنه بين عامي 1972 و1976 تبعت كل قصة انتحار نشرت بعلنية واسعة في برامج الأخبار المسائية زيادة بنسبة خمس وثلاثين حالة انتحار عن المتوقع في الأسبوع القادم. الأكثر من هذا، تخلق أفلام التلفاز وبرامج المناقشات العامة التي تدور عن موضوع الانتحار -حتى تلك المصممة لتخفيف المشكلة- زيادة مباشرة في حالات الانتحار، خصوصاً عند المراهقين التجريديين الذين يميلون أكثر إلى التقليد[13].

ينبع من فكرة (فيليبس) تنبؤ آخر مثير للفضول. إذا كانت زيادة الحوادث بعد قصص الانتحار تمثل فعلاً مجموعة من وفيات تقلد الانتحار، فإن المقلدين يجب على الأغلب أن يقلدوا انتحار الأشخاص المماثلين لهم. ينص مبدأ البرهان الاجتماعي أننا نستعمل المعلومات المتعلقة بكيفية تصرف الآخرين؛ كي نقرر التصرف المناسب لنا. لكن كما أظهرت تجربة رمي محافظ الجيب، فإننا نميل إلى التأثر أكثر ما يكون بهذه الطريقة عندما يكون الآخرون مماثلين لنا.

لذلك، كما يحاجّ (فيليبس)، إذا كان مبدأ البرهان الاجتماعي يقف خلف هذه الظاهرة، فإنه يجب أن يكون هناك بعض التماثل الواضح بين ضحايا الانتحار الذي نشرت قصته على العلن وأولئك الذين سببوا الحوادث اللاحقة. أدرك (فيليبس) أن أوضح اختبار لهذا الاحتمال سيكون في مقارنة سجلات حوادث السيارات التي تتورط فيها سيارة واحدة وسائق منفرد، لذلك قارن بين عمر ضحية قصة الانتحار وأعمار السائقين المنفردين الذين قتلوا في حوادث تورطت في كل منها سيارة واحدة فقط مباشرة بعد ظهور قصة الانتحار في الصحف. كانت التنبؤات مرة أخرى مصيبة جداً: عندما كانت الصحف تنشر بالتفصيل قصة انتحار شخص يافع، كان الشبان هم الذين يحطمون سياراتهم في الأشجار أو أعمدة الكهرباء أو أعمدة الجسور بنتائج مميتة؛ لكن عندما كانت قصة الأخبار تتحدث عن شخص منتحر أكبر سناً، كان السائقون الأكبر سناً يموتون في مثل تلك الحوادث.

فتنتني الإحصاءات الأخيرة جداً. تركتني مقتنعاً بها تماماً وفي الوقت نفسه مندهشاً منها جداً. من الواضح أن مبدأ البرهان الاجتماعي قوي وممتد امتداداً واسعاً، بحيث إن مجاله يصل إلى قرارات مصيرية تتعلق بالحياة والموت. أقنعتني موجودات (فيليبس) بالميل المقلق لعلنية حوادث الانتحار إلى تحفيز أناس معينين يشابهون الضحية على قتل أنفسهم؛ لأنهم يجدون الآن فكرة الانتحار أكثر شرعية. ما يخيفني فعلاً هو المعطيات التي تدل على أن كثيراً من الناس الأبرياء يموتون في هذه الصفقة. تكفي نظرة واحدة إلى الرسوم البيانية التي تظهر وجود زيادة لا شك فيها في وفيات حوادث السيارات والطائرات بعد نشر قصص الانتحار، خاصة تلك التي فيها عمليات قتل وانتحار، للشعور بالقلق على سلامة كل منا.



الرسم البياني 4-2

التبدلات اليومية في عدد وفيات الحوادث قبل وفي أثناء وبعد تاريخ نشر قصة الانتحار

كما هو واضح في هذه البيانات، يوجد أكبر خطر في أثناء ثلاثة أيام إلى أربعة أيام بعد نشر قصة الانتحار. بعد نزول قصير الأمد في الخطر البياني تظهر ذروة أخرى بعد نحو أسبوع من القصة. بعد نحو 11 يوماً لا يوجد مؤشر على وجود أثر باقٍ. ينتظر أولئك الذين يحاولون إخفاء نزعتهم الآنية لقتل أنفسهم عدة أيام قبل تنفيذ فعلتهم - ربما للوصول إلى الشجاعة اللازمة، أو للتخطيط للحادث، أو لترتيب أمورهم. مهما كان سبب هذا الانتظام المثير للفضول، فإننا نعلم أن سلامة السفر تضعضع من ثلاثة أيام إلى أربعة أيام بعد قصة الانتحار مع جريمة قتل ومرة أخرى، لكن بدرجة أقل، بعد عدة أيام أخرى. لذلك من الحصافة أن نحذر، خصوصاً، في رحلاتنا في أثناء تلك الأوقات.

لقد تأثرت كثيراً بهذه الإحصاءات إلى درجة أنني بدأت أسجل ملاحظات عن قصص الانتحار الواردة على الصفحات الأولى للصحف، وأبدل سلوكي في المدة التي تتلو ظهورها. أحاول أن أكون حذراً، خصوصاً، خلف مقود سيارتي. وأمتنع عن السفر لرحلات طويلة تتطلب كثيراً من رحلات الطيران.

إذا كان لا بد أن أطير في تلك المدة، فإنني أدفع لمقدار أكبر من التأمين ضد حوادث الطيران مما أدفع له عادة. لقد أسدى لنا الدكتور (فيليبس) خدمة بإظهاره أن فرص نجاتنا في أثناء السفر تتبدل تبدلاً ملحوظاً بعد نشر أنواع معينة من قصص الانتحار على الصفحات الأولى للصحف. من الحكمة على ما يبدو أن نأخذ هذه الاحتمالات في الحسبان.

كما لو كانت المظاهر المرعبة لمعطيات الانتحار، التي قدمها (فيليبس)، غير كافية، قدمت أبحاثه الآتية أسباباً أكثر مدعاة للقلق: يُحرِّض نشر قصص حوادث العنف علانيةً في هذه البلاد على حصول حوادث قتل مقلِّدة. يبدو أن بطولات منازلات الوزن الثقيل، التي تحظى بتغطية إعلامية واسعة في نشرات الأخبار المسائية، تؤدي إلى زيادة مهمة في معدلات جرائم القتل في الولايات المتحدة. ربما كان هذا التحليل لبطولات منازلات الوزن الثقيل (بين عامي 1973 و1978) أكثر التحليلات قوة في إظهار الطبيعة الخاصة الملفتة للنظر للعنف المقلَّد المتولد. عندما كان مصارع أسود يخسر المباراة، كانت نسبة جرائم القتل تزداد في الأيام العشرة اللاحقة، بضحايا من الشبان السود لا البيض. وعلى العكس، عندما كان مصارع أبيض يخسر المباراة، كان يقتل عدد أكبر من الشبان البيض لا السود في الأيام العشرة الآتية[14]. عندما تُجمع هذه النتائج مع الموجودات الموازية من معطيات الانتحار التي قدمها (فيليبس)، نجد أنه من الواضح أن العنف واسع العلنية يؤدي إلى ميل سيئ للانتشار في ضحايا مماثلين، بغض النظر عما إذا كان العنف موجهاً نحو النفس أو نحو الآخرين.

* * *

تساعدنا الدراسات، مثل التي قام بها الدكتور (فيليبس)، على فهم التأثير المروّع لسلوك أمثالنا من الناس علينا. حالما ندرك ضخامة قوة هذا التأثير، يصبح بالإمكان

فهم ما قد يكون أكبر أفعال المطاوعة إثارة في عصرنا هذا - الانتحار الجماعي لسكان مدينة جونزتاون في غوايانة. تستحق بعض مظاهر معينة لتلك الحادثة بعض المراجعة.

كانت جماعة «هيكل الناس» منظمة شبه دينية بدأت في سان فرانسيسكو واجتذبت أتباعاً من فقراء المدينة. نقل الموقّر (جيم جونز) -الذي كان القائد السياسي والاجتماعي والروحي للجماعة بلا منازع- عام 1977 الكتلة الأساسية للجماعة إلى مستوطنة في غابات غوايانة التي تقع في أمريكة الجنوبية. استوطنت الجماعة هناك في خمول نسبي إلى أن جاء يوم 18 تشرين الثاني (نوفمبر) عام 1978 عندما قُتل أربعة من أعضاء مجموعة جمع الحقائق التي يقودها عضو الكونغرس (ليو جيه. رايان) وهم يحاولون مغادرة مدينة جونزتاون بالطائرة. نظراً لاقتناع (جونز) أنه سيعتقل ويورط في حوادث القتل، وأن ذلك سيؤدي إلى زوال (هيكل الناس)، فكر في التحكم بنهاية جماعة الهيكل على طريقته الخاصة. جمع كامل مجتمعه الخاص حوله، وأصدر أمراً بوفاة الجميع عن طريق عمل موحد بقتل النفس.

صدرت أول استجابة عن امرأة شابة اقتربت بهدوء من وعاء السم المنكّه بطعم الفريز (الفراولة)، وأعطت جرعة لرضيعها وشربت جرعة بنفسها، ثم جلست في الحقل، حيث توفيت هي وابنها وهي تختلج في غضون أربع دقائق. تتابع الآخرون باطراد كل في دوره. على الرغم من أن مجموعة من سكان جونزتاون هربوا بدلاً من مطاوعة الأمر وقاومت مجموعة أخرى، فإن الناجين يدعون أن معظم عدد السكان البالغ 910 نسمة ماتوا ملء إرادتهم بطريقة منظمة.

صعقتنا أخبار تلك الحادثة. أمطرتنا وسائل الإعلام والصحف بوابل من التقارير والمستجدات والتحليلات. كان حديثنا على مدى أيام ممتلئاً بعبارات مثل: «كم ميتاً وجدوا حتى الآن؟» «يقول شاب نجا من الحادثة: إنهم كانوا يشربون السم كأنهم منومون مغناطيسياً أو شيئاً من هذا القبيل». «مهما يكن، ماذا كانوا يفعلون هناك في أمريكة الجنوبية؟» «يصعب جداً تصديق ما حدث. ما سبب ذلك؟».

نعم، هذا هو السؤال الجوهري، «ما سبب ذلك؟». كيف يمكن أن نفسر عمل المطاوعة هذا الأكثر غرابة؟ قدمت تفاسير كثيرة. ركز بعضهم على سحر شخصية (جيم جونز) الذي كان شخصاً ذا سمات تجعله يُحب كمنقذ، ويوثق به كأب، ويعامل كإمبراطور. أشارت تفسيرات أخرى إلى نوع الناس الذين جذبتهم جماعة (هيكل الناس). كان معظمهم أشخاصاً فقراء جهلة مستعدين للتخلي عن حرية التفكير والإرادة، مقابل أمان المكان الذي تتخذ فيه جميع القرارات نيابة عنهم. بينما أكدت تفسيرات أخرى على الطبيعة شبه الدينية لهيكل الناس، الذي تعطى فيه الأولوية للإيمان المطلق بقائد الجماعة.

لا شك في أن كل مظهر من مظاهر قصة (جونزتاون) مؤهلة بوسيلة أو بأخرى لشرح ما حصل هناك. لكنني لا أجد هذه التفسيرات كافية. العالم في نهاية المطاف ممتلئ بجماعات مؤلفة من أشخاص يعتمدون على غيرهم، يقودها شخص يتمتع بشخصية جذابة. الأكثر من ذلك، تلحظ كثير من أمثال هذه الظروف في الماضي. لكننا لا نجد في أي مكان دليلاً على حصول حوادث تقارب حتى حادثة (جونزتاون) في مثل هذه المجموعات. لا بد أن هناك أمراً حيوياً آخر.

يعطينا سؤال محدد دليلاً على البرهان: «لو بقيت الجماعة في سان فرانسيسكو، هل كان سيطاع أمر الموقّر (جيم جونز) بالانتحار؟» صحيح أن هذا سؤال افتراضي جداً، لكن الخبراء الذين يعرفون (هيكل الناس) أكثر من غيرهم لا يشكون في الجواب. راقب الدكتور (لويس جوليون ويست) مدير قسم الطب النفسي والعلوم السلوكية الحيوية في جامعة كاليفورنية في لوس أنجلوس ومدير قسم علم النفس العصبي فيها، الذي يعد مرجعاً في الطوائف الدينية، جماعة (هيكل الناس) مدة ثماني سنوات قبل حوادث الوفاة في (جونزتاون). صرح، عندما أجريت معه مقابلة مباشرة بعد الحادثة، بعبارة أعدها مفيدة جداً: «لم يكن هذا ليحصل في كاليفورنية، لكنهم عاشوا في عزلة تامة عن العالم في غابات نائية في بلد معادٍ».

على الرغم من أن هذه العبارة ضاعت في خضم التعليقات التي تبعت المأساة، تبدو لي ملاحظة الدكتور (ويست)، مع ما نعرفه عن مبدأ البرهان الاجتماعي، مهمة جداً كي نفهم فهماً مرضياً مطاوعة الناس للانتحار. حسب رأيي، حدثت أهم حادثة في

تاريخ جماعة (هيكل الناس)، أسهمت ذلك اليوم في مطاوعة الأعضاء دون تفكير، قبل سنة عندما انتقل الهيكل إلى بلد تكثر فيه الغابات، ويمتاز بعادات غير مألوفة، ويسكنه أناس غرباء. إذا صدقنا القصص التي تدل على عبقرية جيم جونز الحقودة، نعرف أنه قد أدرك بالكامل التأثير النفسي الهائل لمثل هذا الانتقال على أتباعه. وجدوا أنفسهم فجأة في مكان لا يعرفون أي شيء عنه. كانت أمريكة الجنوبية، خاصة الغابة المطرية في غوايانة، تختلف عن كل شيء عرفوه في سان فرانسيسكو. لا بد أن البلد الذي حلوا فيه بدا غير أكيد واقعياً واجتماعياً.

عدم التأكد، إنه الذراع الأيمن للبرهان الاجتماعي. رأينا سابقاً أن الناس عندما لا يكونون متأكدين ينظرون إلى أفعال الآخرين لإرشادهم إلى طريقة تصرفهم. لذلك كان أعضاء الهيكل مستعدين جداً في بيئة غوايانة الغريبة أن يتبعوا ما يقوم به الآخرون. لكن كما رأينا أيضاً، هناك نوع معين من الآخرين يتبع سلوكهم دون أي نقاش - الآخرين المماثلين. وهناك يكمن الجمال المروّع في إستراتيجية الموقّر (جيم جونز) لنقل الجماعة. لم يكن يوجد في بلد مثل غوايانة أشخاص مماثلون لسكان جونزتاون سوى سكان جونزتاون أنفسهم.

كان يحدَد ما هو صحيح بالنسبة لعضو في الجماعة، إلى حد زائد، بناء على ما يؤمن به ويفعله أعضاء الجماعة الآخرون - المتأثرون جداً (بجونز). عندما ننظر إلى الأمور تحت هذا الضوء يصبح من الأسهل أن نفهم النظام الرهيب، وعدم وجود الهلع، وشعور الهدوء الذي سار فيه هؤلاء الناس نحو وعاء السم. لم ينومهم (جونز) مغناطيسياً، بل كانوا مقتنعين أن الانتحار هو التصرف الصائب -جزئياً بسببه، ولكن الأهم من ذلك، بسبب مبدأ البرهان الاجتماعي أيضاً-. لا بد أن عدم التأكد الذي حصل عندما سمعوا أمر قتل أنفسهم أول مرة قد جعلهم ينظرون إلى من حولهم لمعرفة ما هي الاستجابة الملائمة. تجدر خاصةً ملاحظة أنهم وجدوا دليلين من أدلة البرهان الاجتماعي يشير كل منهما إلى الاتجاه نفسه.

كان الأول في المجموعة الأولى من الزملاء التي تناولت جرع السم سريعاً وبملء إرادتها. يوجد دوماً عدد قليل من هؤلاء الأشخاص المطيعين المتشددين في أي مجموعة يهيمن

عليها قائد مسيطر. من الصعب أن نعرف في هذه الحالة إذا كان (جونز) قد أمرهم، خصوصاً قبل الاجتماع أن يقدموا مثالاً أم كانوا هم بصورة طبيعية أكثر المطاوعين لرغبات (جونز). لا يهم؛ لكن يبدو أن التأثير النفسي لأفعال هؤلاء الأشخاص كان قوياً جداً. إذا كان يمكن لنشر قصص انتحار أشخاص آخرين مماثلين في الأخبار أن يؤثر على أشخاص غرباء بالكامل ليقتلوا أنفسهم، فتخيلوا كم سيكون تأثير مثل هذا العمل ضخماً، إذا قام به أحد الجيران دون أي تردد في مكان مثل جونزتاون.

جاء المصدر الثاني للبرهان الاجتماعي من ردة فعل الجمهور نفسه. إذا أخذنا الظروف في الحسبان، أعتقد أن ما حصل كان مثالاً واضحاً على ظاهرة الجهل التعددي التي كثيراً ما تصيب المتفرجين على الحوادث الطارئة. نظر كل واحد من سكان جونزتاون إلى ردة فعل الأشخاص المحيطين، لتقويم الحالة ووجد أن أخذ الدور بصبر كان هو التصرف الصحيح - وجد ما يبدو أنه هدوء؛ لأن كل شخص كان يقوم خفية بدلاً من أن يستجيب.

الشكل 4-4

صفوف منتظمة لموت يشبه القيام الروتيني بالأعمال

تعطي الصورة الجوية الدليل على الانتظام الذي مضى فيه سكان جونزتاون لحتفهم

(UPI)

يتوقع أن يؤدي مثل هذا البرهان الاجتماعي المقنع، وإن يكن أُسِيءَ تفسيره، تماماً إلى رباطة الجأش المروعة للحشد الذي انتظر في غابات غوايانة الاستوائية الموت الذي يشبه القيام بعمل روتيني.

من وجهة نظري، كانت جميع محاولات تحليل حادثة جونزتاون تركز أكثر مما يجب على الصفات الشخصية (لجيم جونز). على الرغم من أنه كان، دون شك، رجلاً ذا نشاط نادر، فإنني أظن أن القوة التي كان يملكها تأتي من فهمه للمبادئ الأساسية لعلم النفس، وليس من نمط شخصيته المثيرة للإعجاب. كانت عبقريته بوصفه قائداً تكمن في إدراكه لحدود القيادة الفردية. لا يمكن لأي قائد أن يطمح بإقناع جميع أعضاء المجموعة وحده على الدوام. لكن من المنطقي أن يستطيع قائد قوي إقناع نسبة كبيرة من أعضاء المجموعة. يمكن بعد ذلك للمعلومات الأساسية التي اقتنع بها عدد كبير من أعضاء المجموعة أن تؤدي، بحد ذاتها، إلى إقناع البقية. لذلك فإن أكثر القادة نفوذاً هم الذين يستطيعون ترتيب ظروف المجموعة؛ لجعل مبدأ البرهان الاجتماعي يعمل بأقصى قوته في صالحهم.

يبدو أن هذا ما أُلهم به (جونز). كانت حركته البارعة هي اقتلاع جماعة (هيكل الناس) من جذورها في مدينة سان فرانسيسكو، وزرعها في مجاهل أمريكة الجنوبية الاستوائية، حيث الظروف غير أكيدة، وحيث يجعل التماثل الحصري المبدأ الاجتماعي يعمل لصالحه أكثر من أي مكان آخر. يمكن هناك تحويل مستوطنة من ألف شخص، أكبر بكثير من أن تبقيها قوة شخصية رجل واحد تحت تسلط دائم، من مجموعة أتباع إلى قطيع من البشر. كما يعرف عمال المسالخ منذ أمد طويل، تجعل عقلية القطيع تدبير أمورها سهلة على الرعاة. اجعل ببساطة بعض أفرادها يسيرون بالاتجاه المرغوب، وسوف يسير الآخرون وراءهم آلياً مسالمين - متأثرين بالأفراد حولهم أكثر من تأثرهم بحيوان المقدمة. لذلك ربما أمكن تفسير القدرات المدهشة للموقّر (جيم جونز) بمعرفته العميقة لفن رياضة الجوجيتسو الاجتماعية أكثر من نمط شخصيته المثيرة.

كيف نقول: لا؟

بدأ هذا الفصل بممارسة الضحك المسجل غير المؤذي نسبياً، ومضى إلى قصص الجرائم والانتحار - وكلها تفسر بمبدأ البرهان الاجتماعي. كيف نتوقع أن ندافع عن أنفسنا ضد سلاح من أسلحة التأثير يعم أثره في مثل هذا الطيف الواسع من أنماط السلوك؟ تتعقد المشكلة عندما ندرك أننا لا نريد، في معظم الأحيان، أن نحمي أنفسنا من المعلومات التي يقدمها البرهان الاجتماعي. يكون المؤشر، الذي يقدمه المبدأ عن الطريقة التي يجب أن نتصرف بها، شرعياً وقيماً عادة. نستطيع أن نتخذ عن طريقه، ونحن مفعمون بالثقة، عدداً لا حصر له من القرارات دون أن نقوم، شخصياً محاسن ومساوئ كل قرار.

يعمل مبدأ البرهان الاجتماعي من هذه الناحية مثل جهاز طيران آلي جميل، لا يختلف كثيراً عن أجهزة الطيران الآلي الموجودة على متون معظم الطائرات.

لكن هناك مشكلات عرضية، غير أنها حقيقية، في الطيران الآلي. تظهر هذه المشكلات عندما تكون معلومات الرحلة المخزنة في آلية التحكم معلومات خاطئة. ننحرف عن مسارنا في مثل هذه الحالات. يمكن أن تكون العواقب وخيمة، حسب شدة الخطأ. لكن بما أن الطيار الآلي الذي يقدمه مبدأ البرهان الاجتماعي غالباً ما يكون حليفاً، وليس خصماً، فإنه لا يمكن لنا أن نطفئه بالكامل. لهذا فإننا نواجه مشكلة تقليدية: كيف نستطيع استعمال معدات يمكنها أن تفيدنا وأن توقعنا في الخطر في آن واحد؟

هناك لحسن الحظ طريقة للخروج من هذه المعضلة. بما أن مساوئ الطيران الآلي تظهر بصورة أساسية عندما تلقن معلومات خاطئة لنظام التحكم، فأفضل دفاع لنا ضد هذه المساوئ هو أن نعرف متى تكون المعلومات خاطئة. إذا تعلمنا أن نتنبأ الحالات التي يعمل بها نظام الطيران الآلي للبرهان الاجتماعي على معلومات خاطئة، فإننا نستطيع فصل هذه الآلية، وأخذ زمام التحكم عندما نحتاج إلى ذلك.

هناك نمطان من الحالات التي تدفع فيها المعلوماتُ الخاطئة البرهانَ الاجتماعي إلى تقديم استشارة سيئة لنا. تحصل الحالة الأولى، عندما يزيف البرهان الاجتماعي عمداً.

يصنع هذه الظروف دون استثناء مستغلون ينوون إعطاء الانطباع بأن الجموع تتصرف بالطريقة التي يريدون منا أن نتصرف بها -مع إخفاء تام للحقيقة-. الضحك المسجل في عروض التلفاز الهزلية، الذي بحثناه سابقاً، نوع من المعلومات المزيفة من هذا النمط. لكن هناك أكثر من هذا بكثير؛ وكثير من الزيف واضح جداً للعيان.

على سبيل المثال، ليست الاستجابات المسجلة محصورة بعالم الإعلام الإلكتروني، ولا حتى على زمن الإلكترونيات. يمكن في الواقع تتبع الاستغلال الشنيع لمبدأ البرهان الاجتماعي عبر تاريخ أحد أكثر أشكال الفن جلالاً: الأوبرا الضخمة. هناك ظاهرة تسمى «التصفيق المأجور» يقال: إنه بدأها عام 1820 اثنان من مرتادي دار الأوبرا، هما سوتون وبروتشر. لكن الرجلين كانا أكثر من مجرد مرتادي حفلات الأوبرا. كانا في الواقع رجلي أعمال، بضاعتهما هي التصفيق.

أسسا شركة تسمى «التأكد من النجاح المثير» وأجَّرا نفسيهما وموظفيهما للمغنين ومديري الأوبرا، الذين كانوا يرغبون في التأكد من استجابة الجمهور المعبرة عن التقدير. كانوا فاعلين جداً في تحريض ردة فعل حقيقي لدى الجمهور بتأثرهم الاصطناعي لدرجة أن استخدام المصفقين المستأجرين سرعان ما أصبح ممارسة معتمدة دائمة في كل عالَم الأوبرا (تتألف مجموعة المصفقين عادة من قائد وعدد من الأشخاص). كما يقول المؤرخ الموسيقي (روبرت سابين): «بحلول عام 1830، أصبح المصفقون المستأجرون مؤسسة كاملة النضوج، تجمع الأجر في النهار، وتصفق في الليل، علناً دون أي خفاء.. لكن في أغلب الظن، لا (سوتون) ولا نصيره (بروتشر) كانا يتصوران الدرجة التي ستتبنى وتطبق بها طريقتهما في التصفيق المأجور، حيثما غنى الناس الأوبرا»[15].

مع نمو التصفيق المأجور وتطوره، أصبح الممارسون له يقدمون مجموعة واسعة من الأنماط والدرجات. بالطريقة نفسها التي يمكن لمنتجي الضحك المسجل أن يستأجروا أشخاصاً يستطيعون أن يتفوقوا في إصدار الضحك المكبوت، أو الضحك الخفي، أو الضحك من البطن، كذلك طور ممارسو التصفيق المأجور اختصاصات خاصة بهم - فهناك المختصة القادرة على البكاء عند ظهور العبارة المُشعرة المناسبة، والشخص الذي

يصيح «أعِد، أعد» بنشوة غامرة، والشخص الذي يختار بسبب الطبيعة المُعدِية لضحكته، كما في ممثلي الضحك المسجّل اليوم.

لكن ما يهمنا هنا هو أن أكثر تشابه مع الأشكال الحديثة من الاستجابة المسجلة، نستطيع أن نتعلم منه، هو الصفة الجلية للزيف. لم يكن المستأجِرون يرون حاجة خاصة لإخفاء أو تغيير المصفقين المستأجَرين الذين كانوا يجلسون في المقاعد نفسها، حفلة تلو حفلة، سنة بعد سنة، يقودهم قائد يقوم بالعمل نفسه منذ عشرين سنة. حتى المبادلات المالية لم تكن تُخفى عن العامة. وفعلاً، كان القارئ لمجلة التايمز الموسيقية الصادرة في لندن يستطيع أن يتفحص الأجور في إعلانات المصفقين المستأجرين الإيطاليين. وهكذا تم التلاعب بالجمهور بنجاح، سواء في أوبرا ريغوليتو أم مسلسل جزيرة غيليغان الهزلي، من قبل أولئك الذين يستعملون البرهان الاجتماعي، حتى لو كان الدليل مزوراً بوضوح.

للتصفيق عند دخول الرجل المغني 25 ليرة

للتصفيق عند دخول المرأة المغنية 15 ليرة

التصفيق العادي في أثناء الأداء، كل مرة 10 ليرات

التصفيق الملفت للنظر في أثناء الأداء، كل مرة 15 ليرة

تصفيق أكثر لفتاً للنظر، 17 ليرة

لمقاطعة الأداء بكلمة: «جيد» أو «ممتاز» 5 ليرات

لتكرير «أعِد، أعِد» 50 ليرة

حماس مفرط - يتفق على مبلغ محدد

الشكل 4-5

إعلان الأجور لمصفقين مستأجرين إيطاليين

عرضت مجموعات التصفيق المستأجرة خدماتها التي تتفاوت من «تصفيق عادي» إلى «حماس مفرط» علناً بجرأة - في هذه الحالة، في صحيفة يقرؤها عدد كبير من المستمعين الذين كانوا يتوقعون أن يؤثروا جداً عليهم. تصفيق، أزيز شغل شريط تسجيل

يعرف عدد كبير من المستغلين اليوم ما أدركه (سوتون) و(بروتشر) عن الطريقة الآلية التي نقبل فيها مبدأ البرهان الاجتماعي دون اعتراض. لا يرون حاجة لإخفاء الطبيعة المصطنعة للدليل الاجتماعي الذي يقدمونه - لاحظ نوعية الضحك المسجل في برامج التلفاز العادية، الذي يدل على أنه عمل هواة. يبدو وكأنهم متعجرفون في إدراك المعضلة التي نقع فيها: إما أن نسمح لهم بأن يضحكوا علينا، أو يجب أن نتخلى عن الطيران الآلي الثمين الذي يجعلنا نقع في شراكهم. لكن المستغلين، بسبب تأكدهم من أنهم قد أوقعونا في الشرك، يخطئون خطأ كبيراً. يعطينا التراخي، الذي يكوّن فيه المستغلون دليلهم الاجتماعي المزيف طريقة للدفاع.

بما أننا نستطيع أن نشغّل ونفصل الطيار الآلي حسب رغبتنا، فإننا نستطيع أن نسير في المسار الذي يحدده مبدأ البرهان الاجتماعي إلى أن ندرك أن هناك استعمالاً لمعلومات غير صحيحة. نستطيع حينئذ أن نتولى القيادة، ونجري التصحيح اللازم للمعلومات الخاطئة ونعيد برمجة الطيار الآلي. يقدم لنا وضوح البرهان الاجتماعي المصطنع الذي نراه هذه الأيام المؤشر الذي نحتاج إليه تماماً لمعرفة متى يجب أن نقوم بهذه المناورة البسيطة. لذلك لا تتطلب حماية أنفسنا حماية جيدة سوى قليل من اليقظة تجاه البرهان الاجتماعي المزيف.

دعونا نأخذ مثالاً على ذلك. لاحظنا من قبل زيادة إعلانات «الشخص العادي في الطريق» التي يتحدث فيها عدد من الأشخاص الطبيعيين بحرارة عن منتجات معينة، دون أن يعرفوا في كثير من الأحيان أن حديثهم يسجّل. كما هو متوقع حسب مبدأ البرهان الاجتماعي، تشكل هذه الشهادات من «الناس العاديين مثلي ومثلك» حملة إعلانية فاعلة جداً. تتضمن هذه الإعلانات دوماً نوعاً لطيفاً من التشويه: نسمع فقط ممن أحب المنتج؛ ونحصل نتيجة لذلك على صورة متحيزة مفهومة لحجم الدعم الاجتماعي للمنتج. لكن ظهر حديثاً نوع أكثر فجاجة ولا أخلاقية من التزييف. لا يكلف منتجو الإعلانات أنفسهم في كثير من الأحيان عناء الحصول على شهادات حقيقية. كل ما يفعلونه هو استئجار ممثلين لأداء دور أناس عاديين يشهدون بطريقة عفوية أمام من يجري المقابلة. يمكن أن تكون هذه «الشهادات العفوية» وقحة إلى حد مدهش. من الواضح أن الظروف مهيأة، وأن المشاركين ممثلون، وأن الحوار مكتوب سابقاً بما لا يدع مجالاً للشك.

(ديف باري)

خدمات «سائق الليل» الإخبارية

يقول:

كنت أشاهد التلفاز مؤخراً، وظهر إعلان تلفازي، قال المذيع، بنبرة صوت تخصص عادة للتطورات الخطرة في الخليج العربي، هو: «ما؟» التي تعني: «ما علاقة (أنجيلا لانسبري) بأسئلتهم التي تتعلق بالبفرين؟» لكن هذا الإعلان يظهر عدداً من المستهلكين الذين يفترض أنهم أوقفوا عشوائياً في الطريق، وكل منهم كان لديه سؤال موجه إلى أنجيلا لانسبري البفرين. كان سؤالهم بصورة أساسية هو: «آنسة لانسيري، هل البفرين منتج جيد يجب أن أشتريه أم ماذا؟» بدا المستهلكون متلهفين جداً.

«يستطيع المستهلكون الآن أن يسألوا أنجيلا لانسبري أسئلتهم التي تتعلق بالبفرين!»

التأثر الطبيعي لإنسانٍ طبيعي لهذا الإعلان بدا وكأنهم كانوا يدورون على مدى شهر يفركون أيديهم ويقولون: «لدي سؤال عن البفرين! لو أنني أستطيع فقط أن أسأل (أنجيلا لانسبري)!»

ما نراه هنا هو مثال آخر عن مشكلة متفاقمة كُنست تحت السجادة لوقت طويل في هذا البلد: غزو المستهلكين القادمين من المريخ. يبدون كأنهم بشر، لكنهم لا يتصرفون كالبشر، وهم يسيطرون تدريجياً على الأرض.

الشكل 4-6

مجرد مارتن العادي في الشارع

يبدو أنني لست الوحيد الذي يلاحظ العدد الكبير للإعلانات التي تستعمل الشهادات «العفوية» المزيفة هذه الأيام. لاحظ الكاتب الساخر (ديف باري) أيضاً شيوعها وأطلق على الممثلين فيها اسم «المستهلكين القادمين من المريخ». أعجبني هذا المصطلح، حتى إنني بدأت باستعماله شخصياً. إنه يساعد في تذكيري أنه عندما يتعلق الأمر بعادات التسوق، يجب أن أحرص على تجاهل أذواق هؤلاء الأشخاص، الذين في نهاية المطاف يأتون من كوكب آخر غير كوكبي.

(KNIGHT RIDDER NEWS SERVICE)

أعلمُ أنني كلما أواجه محاولة تأثير من هذا النوع، أشعر بنوع من التحذير الداخلي، له توجه محدد: احذر! احذر! برهان اجتماعي سيئ في هذه الحالة. افصل الطيار الآلي مؤقتاً. من السهل جداً أن نقوم بذلك. يجب علينا فقط أن نتخذ قراراً واعياً بالانتباه للبرهان الاجتماعي المزيف، عندها يصبح اعتداد المستغلين بأنفسهم وثقتهم المفرطة في صالحنا. يمكننا أن ننتظر إلى أن يظهر تزييفهم الواضح، ومن ثم أن نقفز عليهم. وعندما نقفز يجب أن نقفز بقوة. أنا أتحدث هنا عن أكثر من مجرد تجاهل المعلومات الزائفة، مع كون هذا التجاهل واجباً بالتأكيد. أنا أتحدث عن هجوم مضاد عنيف. يجب أن نقوم به كلما استطعنا أن نلدغ المسؤولين عن البرهان الاجتماعي المصطنع. يجب ألّا نشتري أي منتج يظهر في الإعلانات التجارية التي تعتمد على «المقابلات العفوية» الزائفة. الأكثر من ذلك، يجب أن يتلقى كل من يصنع هذه المنتجات رسالة منا تشرح ردة فعلنا، وتنصحهم بالتوقف عن التعامل مع وكالات الإعلان التي أنتجت مثل ذلك الإعلان المخادع لمنتجاتهم.

بالطبع نحن لا نريد أن نثق على الدوام بأفعال الآخرين في توجيه تصرفاتنا - خاصة في الحالات المهمة إلى حد يستوجب منا أن نفحص المحاسن والمساوئ، أو في الحالات التي نملك فيها الخبرة اللازمة-لكننا نريد أن نستطيع الاعتماد على سلوك الآخرين على أنه مصدر معتمد للمعلومات في مجموعة كبيرة من الحالات. إذا وجدنا في مثل هذه الحالات أننا لا نستطيع أن نثق بصحة المعلومات؛ لأن شخصاً ما قد تلاعب بالأدلة، فإننا يجب أن نكون جاهزين للهجوم المضاد. أشعر شخصياً بأن هناك شيئاً يدفعني أكبر من مجرد مقت الخداع. يقف شعر رأسي من فكرة أن أُدفع إلى زاوية غير مقبولة، من قبل أولئك الذين يريدون أن يقوضوا سياجي المنتصب في وجه الحمل المفرط لاتخاذ القرارات في الحياة الحديثة. وأشعر بإحساس حقيقي بالحق عندما أدافع بشدة عندما يحاولون ذلك. إذا كنت مثلي، يجب أن تفعل ذلك أيضاً.

بالإضافة إلى الحالات التي يزيف فيها البرهان الاجتماعي عمداً، هناك حالات أخرى يوجهنا فيها البرهان الاجتماعي بالاتجاه الخاطئ. يعطي خطأ طبيعي بريء في مثل

هذه الحالات برهاناً اجتماعياً متعاظماً يدفعنا إلى اتخاذ قرار خاطئ. ظاهرة الجهل التعددي، التي لا يرى فيها الموجودون جميعهم، في حالة إسعافية، أي سبب للقلق، مثال على هذه العملية. لكن أفضل مثال أعرفه يأتي من قصة أحد طلابي الذي كان يعمل في محطة وقود على الطريق السريع.

بقي ذلك الطالب يتحدث معي بعد انتهاء الدرس. كان موضوعه مبدأ البرهان الاجتماعي. أخبرني أنه أصبح يفهم الآن نوعاً معيناً من حوادث السير التي كانت تحيره دوماً من قبل. كان الحادث يحصل في صورته النموذجية على طريق المدينة السريع في ساعة الذروة عندما تتحرك السيارات في جميع خطوط الطريق السريع باستمرار لكن ببطء. تبدأ الوقائع المؤدية إلى الحادث عندما تبدأ سيارتان، الواحدة وراء الأخرى، بإعطاء إشارة بنيّتهما الخروج من الخط والدخول في الخط المجاور. في غضون ثوانٍ، يفعل طابور طويل من السيارات خلف تلك السيارتين الشيء نفسه وهم يعتقدون أن شيئاً ما -سيارة معطلة أو حاجز إصلاح- يسد الخط في الأمام. يحصل الاصطدام في كثير من الأحيان بسبب هذه العجلة للدخول في «الخط الفارغ».

الغريب في الأمر، حسب عامل محطة الوقود، أنه في كثير من الأحيان لم يكن يوجد عائق يجب تجنبه أصلاً، وأن ذلك كان واضحاً لكل من كان ينظر قبل حصول التصادم. قال: إنه شهد أكثر من مرة مثل هذه الحوادث عندما كان هناك طريق فارغ واضح أمام السيارات سيئة الحظ التي بدلت الخط.

يقدّم وصف عامل المحطة بصيرة معينة في الطريقة التي نستجيب فيها للبرهان الاجتماعي. أولاً: يبدو أننا نفترض أنه إذا كان كثير من الناس يقومون بالشيء نفسه، فلا بد أنهم يعرفون شيئاً لا نعرفه. خاصة عندما نكون غير متأكدين، نحن مستعدون لوضع ثقة كبيرة في مجمل معلومات الحشد. ثانياً: يكون الحشد مخطئاً في كثير من الأحيان؛ لأن الناس لا يتصرفون بناء على معلومات أفضل؛ بل يستجيبون هم أنفسهم لمبدأ البرهان الاجتماعي.

لذلك إذا قرر سائقان على الطريق السريع، بمحض المصادفة، أن يغيرا الخط في اللحظة نفسها، فهناك احتمال كبير بأن يفعل السائقان خلفهما الشيء نفسه، مفترضين

أن السائقين الأولين قد شاهدا عائقاً. يصبح البرهان الاجتماعي الذي يواجه السائقين خلف هذه المجموعة قوياً - أربع سيارات متتابعة، كلها تعطي إشارة تنبيه، تحاول أن تنعطف إلى الخط المجاور. يزداد عدد إشارات الانعطاف. لا يمكن عندها تجاهل البرهان الاجتماعي. بالنسبة للسائقين في الخلف، لا يمكن أن يكون هناك شك بصحة وجوب تبديل الخط: «لا بد أن هؤلاء الشباب جميعهم في الأمام يعرفون شيئاً ما». يصمم السائقون بشدة على الانتقال للخط المجاور، دون حتى أن يتحققوا من الظروف الحقيقية للطريق أمامهم، فيشنون هجوماً جانبياً على طول خط كامل، مما يؤدي إلى حصول التصادم.

هناك درس يجب أن نتعلمه هنا: حتى لو أُعطي مخرّب ما آلية العمل بمعلومات خاطئة، يمكن للآلية أن تتعطل من تلقاء نفسها. يجب أن نفحص الآلية من آنٍ إلى آخر؛ لنتأكد من أنها لم تخرج عن التناغم مع المصادر الأخرى للبرهان في الحالة الراهنة - الحقائق الموضوعية، خبرتنا السابقة، محاكمتنا الخاصة للأمور. لحسن الحظ أن هذا الحذر لا يتطلب كثيراً من الجهد ولا كثيراً من الوقت. كل ما نحتاج إليه هو إلقاء نظرة سريعة حولنا. وهذا الحذر البسيط يستحق جداً. يمكن أن تكون عواقب الاعتماد ضيق الأفق على البرهان الاجتماعي مروعة.

يذكرني هذا المظهر لظاهرة البرهان الاجتماعي دوماً بالطريقة التي تستعملها قبائل معينة من الهنود الحمر-سود الأقدام، كري، الحيات، الغربان- لصيد البقر الوحشي في أمريكة الشمالية. هناك صفتان لجماعة البقر الوحشي تجعلها عرضة، خصوصاً، للبرهان الاجتماعي الخاطئ. أولاً: عيون البقر الوحشي موضوعة في رأسها، بحيث ترى الجانبين أكثر مما ترى الأمام. ثانياً: عندما يجري القطيع في حالة الذعر، فإن البقر الوحشي يضع رأسه في الأسفل، فلا يرى ما فوق القطيع. نتيجة لذلك، أدرك الهنود الحمر، أنهم يستطيعون قتل عدد ضخم من الأبقار الوحشية بجعل القطيع يبدأ جريانه نحو جرف عالٍ. تقوم الحيوانات التي تستجيب للبرهان الاجتماعي الطاغي-دون أن تنظر أبداً للأعلى لترى ماذا يوجد أمامها- ببقية المهمة. وصف شاهد مثل هذا الصيد مندهشاً النتيجة القاتلة لثقة البقر الوحشي العمياء بالمعلومات الجماعية.

كان بالإمكان باستعمال هذه الطريقة دفع القطيع إلى الجرف وجعله يهوي كتلة واحدة، حيث دُفعت حيوانات الطليعة من قبل الحيوانات الخلفية ومضى البقية بملء إرادتهم[16].

يستحسن بالتأكيد أن ينظر الطيار الذي يطير على الطيار الآلي أن ينظر من آنٍ إلى آخر في لوحة التحكم، وأن ينظر من النافذة. يجب بالطريقة نفسها أن ننظر حولنا من آنٍ إلى آخر كلما سرنا وراء برهان فعل الحشود. إذا لم نتخذ هذا الاحتياط البسيط ضد البرهان الاجتماعي المضلّل، فقد يتبع مصيرنا مصير السائقين الذين بدلوا الخط على الطريق السريع، أو مصير البقر الوحشي الأمريكي: حادث اصطدام.

تقرير قارئ

من موظف سابق في حلبة سباق خيول

«أصبحت أدرك طريقة من طرق تزييف البرهان الاجتماعي لتحقيق مصلحة خاصة، بينما كنت أعمل في حلبة سباق خيول. يستطيع بعض المراهنين حمل العامة على الرهان على خيول سيئة لتقليل الأرجحية، وجني مزيد من الأرباح.

«تعتمد الأرجحية في سباق الخيل على مكان وضع المال. كلما وضع مال أكثر على حصان ما، قلت الأرجحية (حصان أفضل). من المدهش أن كثيراً ممن يراهنون على الخيول لا يعرفون إستراتيجيات السباق ولا الرهان. لذلك يراهنون ببساطة على الحصان المفضل، خاصة عندما لا يعرفون كثيراً عن الخيول المتسابقة في سباق معين. بما أن لوحات التبادل تعطي الأرجحيات دقيقة بدقيقة، يستطيع الجمهور أن يعرف على الدوام ما هو الحصان المفضل. الطريقة التي يستطيع بها المراهن المحترف تغيير الأرجحيات بسيطة، في الواقع. يضع في ذهنه حصاناً يعتقد أن فرصه جيدة في النجاح. ثم يختار الحصان الذي له أرجحية بعيدة (15 إلى 1

مثلاً) وليس لديه فرصة واقعية بالنجاح. حالما تفتح نوافذ التبادل، يضع مئة دولار على الحصان السيئ، خالقاً مفضلاً فورياً تهبط أرجحيته على اللوحة من 2 إلى 1.

«يبدأ عنصر البرهان الاجتماعي الآن بالعمل. ينظر الناس غير المتأكدين من طريقة وضع الرهان إلى لوحة التبادل؛ ليروا ما هو الحصان الذي قرر المراهنون الأوائل أنه مفضل. يحصل الآن تأثير كرة ثلجية مع تزايد عدد المراهنين على الحصان المفضل. يستطيع المحترف الآن أن يعود إلى النافذة ويراهن بقوة على حصانه المفضل حقاً الذي ستكون أرجحيته أعلى؛ لأن «المفضل الجديد» قد دفعه إلى الأسفل على اللوحة. إذا ربح المحترف، فستكون المئة دولارٍ الأولى قد جنت أضعافاً مضاعفة.

«رأيت ذلك يحصل بأم عيني. وضع رجل في مرة من المرات مئة دولار على حصان كانت أرجحيته قبل السباق 10 إلى واحد، مما جعله حصاناً مفضلاً في وقت باكر. بدأت الشائعات تنتشر بشأن حلبة السباق-علم الحشد شيئاً. سرعان ما رأيت كل الناس (بمن فيهم أنا) يراهنون على ذلك الحصان. وصل الحصان آخراً في السباق وكانت رجله مصابة. فقد كثير من الناس كثيراً من المال. لكن فاز شخص ما بالتأكيد. لا ندري من هو، لكنه الشخص الذي حصّل النقود جميعها. لقد فهم نظرية البرهان الاجتماعي».

نرى مرة أخرى أن تأثير البرهان الاجتماعي قوي جداً على الذين يشعرون بالغربة أو عدم التأكد في حالة معينة، والذين يجب بناء على ذلك أن ينظروا خارج أنفسهم للبحث عن مؤشرات تدل على أفضل طريقة للتصرف.