پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

تحلیل فرهنگی

جیم مک گوئیگان

مترجم: سجاد علیزاده

تحلیل فرهنگی

جیم مک‌گوئیگان

مترجم:
سجاد علیزاده

سرشناسه	:	مک‌گوئیگان، جیم، ۱۹۵۲ ـ م. McGuigan, Jim
عنوان و نام پدیدآور	:	تحلیل فرهنگی/ نویسنده جیم مک‌گوئیگان؛ مترجم سجاد علیزاده.
مشخصات نشر	:	تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۳۹۷ ص.؛ ۱۴×۲۱س‌م.
شابک	:	۲۴۰۰۰۰ ریال۲-۱۳۵-۴۵۲-۶۰۰-۹۷۸ :
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	عنوان اصلی: Cultural analysis,2010.
موضوع	:	فرهنگ Culture
موضوع	:	تمدن Civilization
موضوع	:	تاریخ اجتماعی Social history
شناسه افزوده	:	علیزاده، سجاد، ۱۳۶۴ ـ ، مترجم
شناسه افزوده	:	پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۷ ۳ت۷۳۶م/HM۶۲۱
رده بندی دیویی	:	۳۰۶
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۱۷۳۳۵۷

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
عنوان: تحلیل فرهنگی
نویسنده: جیم مک‌گوئیگان
مترجم: سجاد علیزاده
ویراستار: عبدالرحمان سرلگ
صفحه‌آرا: حسین آذری
نوبت چاپ: اول ـ بهار ۱۳۹۷
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت: ۲۶۰۰۰۰ ریال
شابک: ۲- ۱۳۵-۴۵۲-۶۰۰-۹۷۸

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی‌عصر(عج)، خیابان دمشق، شماره ۹ ،پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
صندوق پستی: ۶۲۷۴ ـ ۱۴۱۵۵ .**تلفن:** ۸۸۹۰۲۲۱۳ . **دورنگار:** ۸۸۸۹۳۰۷۶ **Email:**nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

مقدمه مترجم ۱
مقدمه ۳
فصل اول: عرصهٔ عمومی فرهنگی ۱۹
فصل دوم: هویت بریتانیایی و شاهدخت مردم ۵۳
فصل سوم: برساختن اجتماعی فجایع فرهنگی ۸۹
فصل چهارم: اجتماع اجتماعات ۱۳۱
فصل پنجم: هویت و بحران اجتماع ۱۵۹
فصل ششم: جامعه‌شناسی تلفن همراه ۱۸۹
فصل هفتم: فرهنگ مخاطره‌آمیز ۲۲۱
فصل هشتم: نئولیبرالیسم، بازآفرینی شهری و سیاست فرهنگی ۲۵۷
فصل نهم: کارآموزان سرمایه‌داری سرد ۲۸۳
فصل دهم: مطالعات فرهنگی و سرمایه‌داری سرد ۳۱۱
نمایه ۳۵۱

مقدمه مترجم

جیم مک‌گوئیگان جزء مطرح‌ترین و تأثیرگذارترین پژوهشگران و نظریه‌پردازان مطالعات فرهنگی و نظریهٔ انتقادی است و آثار وی غالباً تأثیرگذار و ستایش‌شده هستند.

مک‌گوئیگان در کتاب *تحلیل فرهنگی* این بینش اساسی را ارائه می‌کند که جهان کنونی و جوامع امروزی در آرایش و ساختار نیروهای تأثیرگذار خود تغییرات مهمی کرده‌اند و به‌خصوص سازوکارهای فرهنگی در جهان کنونی اهمیتی اساسی پیدا کرده‌اند که باید به‌درستی شناخته و تحلیل شوند. او معتقد است که باید در پس جزئی‌ترین و خردترین حوادث و جریانات زندگی روزمره، نقش سازوکارهای فرهنگی کلان و مهمی را دید که به‌خصوص در دهه‌های اخیر اهمیت و استیلا یافته‌اند. البته مک‌گوئیگان نیز همچون برخی دیگر از نظریه‌پردازان انتقادی، اهمیت پیدا کردن فرهنگ را در دورهٔ اخیر ناشی از نقش و عملکرد سازوکارهای اقتصادی می‌داند و آن را «سرمایه‌داری سرد» تعبیر می‌کند. درواقع مک‌گوئیگان پشت بسیاری از کردارها و قواعد زندگی روزمرهٔ امروزی، عملکرد پیچیدهٔ فرهنگ مصرف‌گرای

برخاسته از نئولیبرالیسم را می‌بینند؛ فرهنگی که اکنون به اوج هژمونی خود رسیده است و همهٔ نیروهای انتقادی و مقاومتی را خنثی و بی‌اثر کرده و به سازش و مصالحه کشانده است؛ مک‌گوئیگان نشان می‌دهد که حتی مطالعات فرهنگی نیز به دلیل هم‌گرایی و سازشی که با فرهنگ نئولیبرالیستی پیدا کرده است، تا حد زیادی بار انتقادی خود را از دست داده و به ستایشگر و مروج مصرف‌گرایی بدل شده است.

کتاب *تحلیل فرهنگی*، الگوی خوبی برای نحوهٔ کاربست نظریه‌های فرهنگی برای موضوعات و مسائل انضمامی مهم جهان معاصر است. کتاب متشکل از فصل‌هایی است که هر یک به مطالعهٔ موردی موضوعی خاص می‌پردازد. درمجموع، مک‌گوئیگان در این کتاب به تحلیل فرهنگی طیف وسیع و متنوعی از موضوعات؛ مانند مرگ چهره‌های مشهور، برگزاری جشنواره‌های بین‌المللی، بازآفرینی شهری، مسائل نژادی، سریال‌های عامه‌پسند، استفاده از تلفن‌های همراه و... پرداخته است.

کنار اهداف علمی، مک‌گوئیگان با الهام از نظریه‌پردازان انتقادی هدفی عملی و سیاسی را نیز دنبال می‌کند. هدف او همان‌طور که خود اعلام می‌کند، به‌کار گرفتن رویکرد انتقادی در جهت علایق و منافع عمومی است. او با این کار تلاش می‌کند تا در ایجاد یک عرصهٔ عمومی فراگیرتر، عادلانه‌تر و مشارکتی‌تر سهمی داشته باشد.

در پایان لازم می‌دانیم از تلاش‌های مجموعهٔ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در حمایت و همراهی ترجمهٔ حاضر قدردانی کنیم.

مقدمه

تحلیل فرهنگی

در این کتاب، چشم‌انداز ارائه‌شده به تحلیل فرهنگی، بر آن است تا رویکرد پژوهشیِ چندبعدی را دنبال کند و جهت‌گیری آن معطوف به مطالعهٔ مسائلی است که موردعلاقهٔ عموم[1] است. تحلیل چندبعدی تلاش می‌کند تا پیچیدگی هستی‌شناختی پدیده‌های فرهنگی و به‌عبارتی چندبعدی بودن هستی آن‌ها را درک کند. چنین تحلیلی به انتشار فرهنگ و تعامل تولید و مصرف فرهنگی توجه می‌کند که متضمن مادی بودن و معنادار بودن اَشکال فرهنگی است.

موضوعات مناسب بی‌شماری وجود دارند که می‌توان آن‌ها را به این روش مطالعه کرد و هیچ‌یک لزوماً کم‌ارزش نیست، بااین‌حال باید دست به انتخاب‌هایی زد و دربارهٔ اولویت‌بندی موضوعات تصمیماتی گرفت؛ به این دلیل موضوعات موردعلاقهٔ عموم در این بررسی جایگاه برجسته‌ای دارند.

موضوعات موردعلاقهٔ عموم ناظر بر مسائلی‌اند که به دلایل

1. public

مختلف برای شهروندان یک سامان سیاسی[1] (نه با تعریف محدود آن؛ بلکه با تعریف فراگیر آن) مهم و بحث‌برانگیزند. ما در جامعه و جهان به‌هم‌پیوسته‌ای زندگی می‌کنیم که در آن به ارزش‌های جهان‌وطن به‌شدت نیاز است. این مسائل موردعلاقهٔ عموم ممکن است به موضوع مباحثاتی بدل شوند که روی تصمیم‌گیری‌های سیاسی نه‌تنها در سطح محلی، ملی و منطقه‌ای؛ بلکه در مقیاس قاره‌ای و جهانی نیز تأثیرگذار باشند.

چنین رویکردی به تحلیل فرهنگی، می‌تواند مناقشه‌برانگیز باشد. بااین‌حال، بر پایهٔ منطق عملی و برای متمایز ساختن رویکرد تحلیل فرهنگی مدنظرمان از دیگر انواع تحلیل، به اتخاذ برخی مواضع نیاز داریم. رویکرد انتخاب‌شده در این کتاب، همهٔ آنچه را که به طور مستدل می‌توان آن‌ها را «تحلیل فرهنگی» (به معنای مطالعهٔ فرایندهای نمادین) نامید، در بر نمی‌گیرد. رشته‌های تخصصی زیادی وجود دارند که درون تعریف گسترده‌ای از تحلیل فرهنگی جای می‌گیرند. این رشته‌ها بسیار گسترده و فراگیرتر از هدف این کتاب هستند و هنر، تاریخ، نقد ادبی، موسیقی‌شناسی و انسان‌شناسی اجتماعی را ــ که به برنامهٔ ما بسیار نزدیک است ــ در بر می‌گیرند. درهرحال، تلاش برای گردآوری همهٔ شاخه‌های تحلیل فرهنگی در کتابی واحد، کاری جنون‌آمیز و قابل‌قیاس با کوشش عبث کازابون[2]، شخصیت اسطوره‌شناس رمان *میدل‌مارچ*[3] اثر جرج الیوت[4] است.

کتاب پیش رو عمدتاً و به صورت خاص بر سنت بریتانیایی مطالعات فرهنگی و سنت اروپایی نظریهٔ اجتماعی ــ انتقادی

1. polity
2. Casaubon
3. middlemarch
4. George Eliot

تکیه دارد. هرکدام از این دو سنت، تاریخ خاص خود، مجموعه آثار بارز و مجموعه‌ای از متفکران برجسته را دارد و البته هیچ‌کدام از آن‌ها از نقد شدن مصون نیست و برای همیشه جایگاه تثبیت‌شده‌ای ندارد. این سنت‌ها، سنت‌های سیال و منعطفی هستند و به طور مشابه بنا به ماهیتشان، برای سنت احترامی قائل نیستند. هر دوی آن‌ها بینارشته‌ای هستند، همچنان که کتاب پیش رو نیز چنین است. بااین‌حال هر یک از این دو سنت نقطهٔ عزیمت رشته‌ای خود را نیز دارد که این نقطهٔ عزیمت برای مطالعات فرهنگی؛ تاریخ ادبی است و برای نظریهٔ اجتماعی ــ انتقادی؛ فلسفهٔ سیاسی.

پیشینهٔ رشته‌ای من چندگانه است و جامعه‌شناسی، ادبیات، تاریخ اندیشه‌ها و پژوهش بینارشته‌ای در زمینهٔ ارتباطات جمعی را پوشش می‌دهد. در دانشگاه‌ها دربارهٔ برنامهٔ بینارشته‌ای زیاد لاف زده می‌شود، اما در عمل به‌ندرت به‌کار گرفته می‌شود؛ زیرا همیشه از جانب دیدگاه‌های رشته‌ای به سطحی بودن و بی‌مایه بودن متهم است. بااین‌حال، مسائل عمومی در «دنیای واقعی» با طبقه‌بندی‌های رشته‌ای به‌راحتی سازگار نمی‌شوند و به این دلیل پژوهش بینارشته‌ای ارزش به‌کارگیری را دارد.

ویژگی تمایزبخش مطالعات فرهنگی بریتانیایی، پروژهٔ آن برای دمکراتیک کردن فهم ما از فرهنگ است؛ بنابراین، این سنت، خواهان ترکیب آنچه در انگلیسی به آن «فرهنگ» با حرف اول بزرگ[1] گفته می‌شود از یک‌سو و «فرهنگ» با حرف اول کوچک[2] به‌عنوان میانجیِ ارتباطات اجتماعی از سوی دیگر است. این ترکیب معضله‌دار[3] است؛ زیرا برخی تمایزهای مهم را که کماکان

1. Culture
2. culture
3. problematic

موضوعیت دارند ــ مانند تمایز میان هنر و گفتار[1] ــ از میان برمی‌دارد. مهم‌تر از آن، این ترکیب، انگاره‌های نخبه‌گرایانه را به چالش می‌کشد و مروج ارج‌گذاری به فرهنگ عامه‌پسند[2] است. این حرکت، حرکتی مترقی بوده است، اگرچه به شکلی متناقض، زمانی که طرح سؤالات در باب ارزش (شیوه‌ای از تعریف «فرهنگ»، تعریف آن به‌عنوان مجموعه ارزش‌هاست) در برخی زمینه‌ها ناممکن بوده است، نتایج دردسرسازی در پی داشته است. در این مورد توافق وجود دارد که ظهور مطالعات فرهنگی بریتانیایی، در ایجاد یک رشتهٔ مطالعاتی جدید (مطالعات فرهنگی) بسیار مؤثر بوده است؛ رشته‌ای که از مدت‌ها پیش، از «ریشه‌های» بریتانیایی‌اش فراتر رفته بود.

جمع‌بندی و مشخص کردن حدودوثغور سنت نظریهٔ اجتماعی‌ـ‌انتقادی، دشوارتر است؛ به یک معنا این سنت، نمایانگر ویژگی متمایزِ کل فلسفهٔ سیاسی اروپایی از دورهٔ «باستان» تابه‌حال ــ هرچند به طور تناوبی ــ است و ازقضا کل این سنت معطوف به نقد وضع موجود جامعه نیست.

در دورهٔ مدرن، سنت نظریهٔ اجتماعی ــ انتقادی، در عین حفظ عقل‌گرایی انتقادیِ به‌ارث‌رسیده از روشنگری قرن هجده اروپا با محوریت فرانسه، از دل تاریخ‌گرایی[3] آلمان، نقد اقتصاد سیاسیِ سرمایه‌داری و نقد ایدئولوژی معطوف به فرهنگ سرمایه‌داری پدید آمد. نظریهٔ انتقادی، با علم اجتماعیِ پوزیتیویستی و نیز ابتذال شدید بخش بزرگی از جامعه‌شناسی تجربی به تقابل برخاست. نظریهٔ اجتماعیِ اروپاییِ مکتب انتقادی، پیشگام طرح بسیاری از مضامینی بود که تا حدی مطالعات فرهنگی بریتانیایی آن را به

1. speech
2. popular
3. historicism

صورت مستقل مطرح کردند؛ بااین‌حال برخی تفاوت‌های بارز میان این دو سنت وجود داشت.

سنت انتقادی اروپایی طرفدار فرهنگ آوانگارد[1] و منتقد فرهنگ مصرف توده‌ای بود؛ به همین علت، این سنت در بریتانیا که فعالیت فرهنگی «مردم» ــ حتی در شرایط کاملاً تجاری‌شده ــ مورداحترام بود و حتی به صورت فزاینده‌ای از آن در برابر فرهنگ والای «نخبه‌گرایانه» حمایت می‌شد، با مقاومت و مخالفت مواجه شد. بااین‌حال، این دو سنت از آن جهت که هر دو اهداف و انگیزه‌های رهایی‌بخش دارند، اشتراک بسیاری با هم دارند. درعین‌حال، بااینکه سنت بریتانیایی بر داده‌های انضمانی در مقابل تفکر انتزاعی تأکید می‌کرد، عقل‌گرایی قاره‌ای، پادزهری ضروری در مقابل گرایش به روش تجربه‌گرایانهٔ انفصال‌گرایانهٔ[2] بریتانیایی بود.

اشکال قدیمی‌تر مطالعات فرهنگی به مطالعهٔ گذشته گرایش داشتند؛ زیرا می‌پنداشتند گذر زمان لازم است تا آیندگان بتوانند متونی را انتخاب کنند که ارزش توجه و بررسی جدی آکادمیک را دارند. در مقابل، شکل‌های جدیدتر تحلیل فرهنگی ــ که مطالعات فرهنگی بریتانیا و سنت قاره‌ایِ نظریهٔ اجتماعیِ ــ انتقادی پیشگام آن بودند ــ معمولاً وضعیت کنونی و زندهٔ فرهنگ را مطالعه کرده‌اند. آن‌ها در مورد زمان حاضر، البته در چارچوبی تاریخی، بحث کرده‌اند. زمان حاضر، خود برهه‌ای از زمان در چارچوب پیکربندی[3] خاصی از تاریخ است. علاوه‌براین، مطالعهٔ فرهنگ تودهٔ مردم کنار فرهنگ اقلیت فرهیخته‌ای که میراث گذشته است، مجاز شمرده شد؛ بنابراین در دههٔ ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰، مطالعات فرهنگی در بریتانیا مطالعات فرهنگیِ معاصر بود.

1. avant-garde
2. separatist
3. configuration

دربارهٔ شیوهٔ استفادهٔ مطالعات فرهنگی معاصر از روش‌های ادبی، برای تفسیر اموری که جامعه‌شناسان به شکل حسادت‌آمیزی آن‌ها را موضوع مطالعهٔ رشتهٔ خود می‌دانستند، نگرانی‌هایی وجود داشت. از طرف دیگر، این واهمه وجود داشت مبادا چرخش جامعه‌شناختی، فرهنگ را به جامعه تقلیل دهد.

تحلیل فرهنگی‌ای که در این کتاب مدنظر است، به لحاظ روش‌شناختی تکثّرگراست و به اقتضای مسئلهٔ تحلیلیِ تحت بررسی، از روش‌های مختلف آزادانه بهره می‌برد. به این معنا، تحلیل فرهنگی از دامنهٔ گسترده‌ای از رشته‌ها طفیلی‌وار مصرف می‌کند و تا حدی به آدم پرحرف مزاحمی می‌ماند. تحلیل فرهنگی همچنین از روش‌پرستی[1] سفت و سختی که به موجب آن تکنیکی که به‌درستی تعیین شده است، شیءواره شده و فراتر و بالاتر از موضوع موردبررسی قرار می‌گیرد، سر باز می‌زند. تحلیل فرهنگی به علت نداشتن اصالت به‌عنوان یک رشته، اغلب جدی گرفته نشده و در مقایسه، کار جدیِ حل مسائل پژوهشیِ تعریف‌شده و سرمایه‌گذاری‌شدهٔ بخش خصوصی و دولت، فعالیتی غیرعملی و غیر واقع‌بینانه انگاشته شده است.

علاوه‌براین، به این دلیل که مطالعات فرهنگی ــ به آن معنایی که مدنظر من است ــ با تحولات جاری ارتباط وثیقی دارد، با روزنامه‌نگاری هم‌پوشانی دارد. رابطهٔ جالب بررسی‌نشده‌ای میان تحلیل فرهنگی و روزنامه‌نگاری فرهنگی وجود دارد. اکثر دانشگاهیان به روزنامه‌نگاری بسیار بدبین‌اند؛ زیرا روزنامه‌نگاری بر ویژگی گذرا و کاملاً ناپایدار زندگی تمرکز دارد، همیشه به دنبال امور نو است و وقایع دیروز را رها می‌کند. فعالیت دانشگاهی در مقایسه با شتاب روزنامه‌نگاری، کندی لاک‌پشت‌واری دارد.

1. methodism

ناسازوارهٔ زنون[۱] و اقتباس آن در داستان آزوپ[۲]، اینجا مناسبت دارد؛ زیرا دانشگاهیان معمولاً معتقدند کار کندتر و طاقت‌فرساتر آن‌ها، ارزشمندتر از اخبار هردمبیل و بی‌قاعدهٔ روزنامه‌هاست. البته روزنامه‌نگاران نیز برای بی‌طرفی بغرنج و آنچه ممکن است آن را فضل‌فروشی و نبود مطلق فوریت در کار دانشگاهی بدانند، حوصلهٔ چندانی ندارند. روزنامه‌نگاران معمولاً زمانی که از یافته‌های پژوهشی استفاده می‌کنند، آن‌ها را به فهرست‌های بسیار ساده‌ای از نکات مهم تقلیل می‌دهند.

دانشگاهیان دائماً با دلایل خوب، از سوءاستفادهٔ روزنامه‌نگاران از پژوهش‌های دقیقشان و کژبازنمایی[۳] آن‌ها شِکوه می‌کنند، بااین‌حال همچنان رابطه‌ای میان این دو وجود دارد. دانشگاهیان زمانی که رخدادهای جاری را مطالعه و تحولات مختلف در حال تحقق را بررسی می‌کنند، از منابع اطلاعات ژورنالیستی استفاده می‌کنند. این اطلاعات باید با همان احتیاطی به‌کار برده شوند که مورخان اسناد آرشیوی را به‌کار می‌برند؛ به‌عبارتی این استفاده باید بر اساس آگاهی از ویژگی‌های متنی، رابطهٔ خواننده ـ نویسنده، زمینهٔ سیاسی و شرایط زمانی‌ـ فضایی‌ای باشد که سند در چارچوب آن تولید شده است.

بااین‌حال در نگاهی مثبت، بسیاری از نوشته‌های روزنامه‌نگاری ـ به‌خصوص در حوزهٔ روزنامه‌نگاری گزارشی[۴] و کتاب‌های

---

۱. Xeno: فیلسوف و ریاضی‌دان برجستهٔ یونانی در قرن چهارم پیش از میلاد و پیرو و مدافع سرسخت فلسفهٔ الئایی بود. او مسائلی را مطرح کرده است که به ناسازواره‌های زنون مشهور شده‌اند. هدف زنون از طرح این ناسازواره‌ها، رد تعدد و کثرت و حرکت در جهان بوده است.

۲. Aesop: نویسندهٔ معروف امثال‌وحکم در یونان باستان و هم‌دوره با کوروش هخامنشی بوده است. قصهٔ «مسابقهٔ خرگوش و لاک‌پشت» یکی از معروف‌ترین قصه‌های اوست که احتمالاً آن را از ناسازوارهٔ آشیل و لاک‌پشتِ زنون اقتباس کرده است.

3. misrepresentation

4. feature journalism

ژورنالیستی ـ به لحاظ قابلیت ارتباطی، از نوشته‌های دانشگاهی که اغلب برای خوانندهٔ غیرمتخصص، همچون رمزهای سرّی فرقه‌های اسرارآمیز به‌نظر می‌آیند، بهترند. ناگزیر در کتابی همچون کتاب حاضر، کار دانشگاهی به قلمرو روزنامه‌نگاری نزدیک می‌شود و دست‌کم می‌خواهد به اندازهٔ آثار ژورنالیستی فصیح و گویا باشد.

البته تعجب‌آور نیست که دانشگاهیان تمایل دارند از مسائل جزئی روزمره گریزان باشند؛ زیرا این مسائل، قلمرو روزنامه‌نگاران است؛ بنابراین ما در این کتاب با پرداختن به مسائل جاریِ موردعلاقه و مباحثهٔ عمومی (بیشتر مطالب آن مدت‌ها بعد از آن نوشته شده‌اند که این حوادث ارزش خبری خود را از دست داده‌اند)، ریسک می‌کنیم. جالب است اینجا یادآوری کنیم که برای مثال، مشاجره بر سر گنبد هزاره[1]، بزرگ‌ترین رویداد خبری[2] سال ۲۰۰۰ در بریتانیا بود؛ سالی که از آن زمان به بعد این خیمه غول‌آسا به‌وسیله دولت کارگر نوین[3] بدون استفاده رها شد و به منافع تجاری غیر شفاف واگذار شد و مجدداً به یک مکان تجاری دائمی بدل شد. بااین‌حال، این رویداد خبری فقط دربارهٔ نمایشی نامدبرانه و نسنجیده نبود؛ بلکه دربارهٔ منافع تجاری غیر شفاف مراجع دولتی بود که با منابع مالی عمومی حاصل شده بود. چنانچه در فصل سه بحث کرده‌ام، مجادله بر سر گنبد هزاره، دربارهٔ چیزی عمیق‌تر و مهم‌تر از مدیریت بد یک نمایشگاه بود و منحصر به «جزیرهٔ سلطنتی» نیز نبود؛ به‌عبارتی این مجادله دربارهٔ چرخش نئولیبرال سوسیال‌دمکراسی بود که به پدیده‌ای جهانی بدل شد.

1. Millennium Dome
2. news story
3. new Labour

بنابراین هدف تحلیل چنین پدیده‌ای که بحث روز است، قابل‌فهم کردن موردی خاص، با جزئیات دقیق در برهه‌ای مشخص است و درنتیجه، لحظه‌ای حیاتی را بازنمایی می‌کند که می‌تواند نشانهٔ فرایندهای تغییرات ریشه‌دار و بلندمدتِ فرهنگی و اجتماعی باشد. به این معنا، چنین تحلیلی، تمرین تحلیل انتقادی ـ واقع‌گرایانه است. اگر روزنامه‌نگاری نخستین تفسیر از تاریخ است، این سبک از تحلیل فرهنگی، نوعی تفسیر ثانوی از تاریخ است.

کتاب پیش رو دل‌مشغول روش‌شناسی در تحلیل فرهنگی است، اما یک کتاب درسی اساسی در زمینهٔ روش‌ها نیست. قواعد و روش‌های فنی‌ای وجود دارند که واقعاً باید در تحلیل فرهنگ در علوم انسانی و علوم اجتماعی رعایت شوند. بااین‌حال چنانچه بسیاری از پژوهشگران — و متأسفانه نه همهٔ آن‌ها ـ می‌دانند، بخش بزرگی از فعالیت پژوهشی، عملاً مستلزم تخیل و ابداع است. بهره‌گیری از نظریه‌های تثبیت‌شده و تکنیک‌های مناسب و سازگار ضروری است، اما بی‌شک بعضاً نیز باید نظریه‌ها و تکنیک‌های جدیدی را ابداع کنیم (در جریان صورت‌بندی مسئله، جمع‌آوری اطلاعات و تحلیل متناسب با موضوع بررسی) تا بتوانیم تفسیرهای بکر و تبیین‌های مناسبی ارائه کنیم. این‌گونه نیست که تحلیل فرهنگی فقط تبعیت از مجموعه‌ای از قواعد مفروض و ازپیش‌موجود باشد؛ تحلیل فرهنگی همان اندازه که علم است، هنر نیز هست.

فصل نخست، صورت‌بندی من از مفهوم عرصهٔ عمومی فرهنگی[1] را توضیح می‌دهد که به معنای جنبهٔ احساسی[2]

1. cultural public sphere
2. affective

(زیبایی‌شناختی و هیجانی[1]) عرصهٔ عمومی است. پژوهش‌ها دربارهٔ عرصهٔ عمومی به‌عنوان میدانی برای مباحثه در نظام دمکراتیک، معمولاً قابلیت احساسی[2] را نادیده گرفته‌اند یا حتی بعضاً آن را برای عرصهٔ عمومی عاملی مخرب دانسته‌اند؛ زیرا می‌پندارند عرصهٔ عمومی فقط باید ابزاری شناختی برای مبادلهٔ اطلاعات و عرصه‌ای برای ارتباطات آزاد باشد. چنین نگاه سطحی‌ای نمی‌تواند نقش هنر و فرهنگ عامه‌پسند را که هم توجه هم تخیل مردم را به خود جلب و درگیر خود می‌کند، در چارچوب‌بندی[3] مسائل عمومی درک کند. نمونه‌ای از عملکرد عرصهٔ عمومی فرهنگی را در فصل دوم بررسی کرده‌ایم؛ این نمونه مربوط به واکنش غیرعادی به مرگ و مراسم تشییع‌جنازهٔ دیانا[4]، شاهدخت ولز در سال ۱۹۹۷ است که در آن مسائل مربوط به اقتدار نمادین و روابط بین مردان و زنان چارچوب‌بندی شد. این پدیده، پدیده‌ای قابل‌توجه در بریتانیا و نیز سراسر جهان بود.

فصل سوم که دربارهٔ مجادلات بر سر گنبد هزاره است، مطالعه‌ای موردی در حوزهٔ تحلیل فرهنگی چندبعدی است که در آن تلاقی تصمیم‌ها، با هدف درک پدیده‌ای پیچیده در تمامیت آن بررسی شده است. این فصل به بررسی این موضوع می‌پردازد که این تفسیرها چگونه تولید شده‌اند (برساختن[5] اجتماعی آن) و نقش رسانه‌ها و مطبوعات در این میان چه بوده و چگونه این قضیه تا حدی توسط ناظران واقعی به اشکال نسبتاً متفاوت تفسیر شده است. این فرایند مستلزم توجه جدی به چارچوب ایدئولوژیکیِ

1. emotional
2. affectivity
3. articulating
4. Diana
5. construction

معانی بازنمایی‌کنندهٔ گنبد، درون زمینه‌ای سیاسی و اقتصادی است.

مطالعهٔ موردی گنبد هزاره همچنین به سؤالات مربوط به هویت ملی می‌پردازد که در فصل چهار در پیوند با موضوع چندفرهنگ‌گرایی بررسی شده است. در فصل چهار، در خصوص گزارشی از بریتانیای چندفرهنگی بحث کرده‌ام که علی‌رغم هوشمندی قابل‌توجهی که در استدلال‌ها و توصیه‌های دقیق آن به‌کار رفته بود، تقریباً با مخالفت یک‌صدای رسانه‌های خبری مواجه شد. در این فصل، ایدهٔ «اجتماع اجتماعات»[1] که در یک زمینهٔ ملی مشخص صورت‌بندی شده است، به شکل درخوری در برابر نظریهٔ مشهور برخورد تمدن‌ها مطرح شده است؛ نظریه‌ای که در نگاه نخست تمام جهان را زیر چتر خود می‌گیرد، اما در نگاهی دقیق و ژرف، مشخص می‌شود که نگرشی محلی است که به شکلی تنگ‌نظرانه از زمینه‌ای آمریکایی برآمده است.

فصل پنج، بحث دربارهٔ چندفرهنگ‌گرایی را با بررسی هویت‌های ملی و قومی در جزیره‌های بریتانیا بیشتر بسط می‌دهد. این فصل، جریانی ضد لیبرال را در فرهنگ عمومی بررسی می‌کند که حول مسائلی مانند مهاجرت، تفاوت‌های مذهبی و تنش‌های جغرافیای سیاسی شکل گرفته است و برخی تحولات مترقی درون فرهنگ عامه‌پسند با آن مخالفت کرده‌اند، اما در قالب استهزای مد روز گروه‌های ضعیف و حاشیه‌ای در فرهنگ عامه‌پسند که مثال خوب آن، واکنش بر ضد «راست‌کرداری سیاسی»[2] در یکی از مشهورترین برنامه‌های تلویزیون دههٔ ۲۰۰۰ (نمایش کمدیِ آیتمیِ[3] بریتانیای صغیر[4]) است، به صورت برجسته‌ای خود را نشان می‌دهد.

1. community of communities
2. political correctness
3. comedy sketch show
4. little britain

فصل بعد در زمینهٔ تحولات تلفن همراه، بحث را از مسائل روزِ که ارزش خبری دارند، به سمت توجه به ظهور فناوری‌های جدید ارتباطی و اجتماع‌جویی[1] فزایندهٔ تلفن همراه می‌برد. با تمرکز روی مباحث روش‌شناختی، روش‌های مختلف جامعه‌شناختی برای مطالعهٔ یک فناوری همه‌گیر و سریعاً در حال تغییر بررسی می‌شود. این‌گونه مباحث فرصتی را فراهم می‌آورند که نه‌تنها شیوه‌های بررسی روابط میان فناوری و تغییرات اجتماعی را بررسی کنیم؛ بلکه گسترهٔ تحلیل فرهنگی چندبعدی را نیز به شیوه‌ای عمدتاً انسان‌شناختی که درعین‌حال با فرایندهای اقتصادی و سیاسی مرتبط است، روشن می‌کنند.

فصل هفت، دربارهٔ مخاطره و فردی شدن است که دلالت‌های متعدد و مختلف نظریهٔ جامعهٔ مخاطره[2] را برای تحلیل فرهنگی بررسی می‌کند. آگاهی از مخاطره به‌خودی‌خود پدیدهٔ فرهنگی بارزی است که همیشه نمی‌تواند واقعیت مخاطره را در جهان بازنمایی کند. این مسئله موضوع جدل‌ها و مشاجرات زیادی از هشدار دربارهٔ فجایع گرفته (به‌خصوص دربارهٔ تأثیر صنعتی شدن بر محیط طبیعی) تا بی‌خیالی خوش‌بینانه و بی‌کنشی غیرمسئولانهٔ سیاسی بوده است.

نحوهٔ فهم ما از مخاطره‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و شخصی، با تأثیر و میانجیگری انواع شیوه‌های بحث‌انگیز و نامناسب رسانه‌های ارتباطی مهم شکل می‌گیرد. در جامعهٔ مخاطره، اطمینان یافتن از هر چیزی دشوار است. این نبود قطعیت در سطح هویت شخصی و روابط شخصی فرد نیز وجود دارد (سطحی از زندگی که اغلب به‌وسیلهٔ مفهوم فردی شدن

1. sociality
2. risk society

توضیح داده می‌شود). این فصل به‌خصوص فردی شدن را در عرصهٔ کار و ناامنی شغلی را در «صنایع خلاق»[1] بررسی می‌کند؛ این موضوع در فصل بعد که در آن به بازآفرینی شهری[2] و سیاست فرهنگی[3] می‌پردازیم، بیشتر بررسی می‌شود.

عجیب است که «فرهنگ» به درمان همهٔ دردها بدل شده است، آن‌چنان‌که سیاست فرهنگی تا حدی می‌تواند نقش سیاست اجتماعی را ایفا کند. به‌خصوص سلطهٔ مطلق منطق اقتصادی در دنیای امروز آن‌چنان‌که همه‌چیز درنهایت قابل‌تقلیل به اقتصاد است، عجیب است. درواقع تقلیل‌گرایی دوگانه‌ای وجود دارد؛ اکنون تقلیل‌گرایی فرهنگی با تقلیل‌گرایی آشناترِ اقتصادی، ملازم و همراه شده است. به لحاظ منطقی این دو باید در تقابل با یکدیگر باشند، بااین‌حال آن‌ها اغلب با هم هستند، چنانچه برای مثال این باور وجود دارد که فرهنگ ــ هر معنایی که داشته باشد ــ می‌تواند مسائل و مشکلات اقتصادی و اجتماعی شهرهای صنعت‌زدایی‌شده را در مناطق محوری[4] صنعتی سابق در شمال حل کند که اکنون اکثر کارخانه‌هایشان به بازارهای جنوب که نیروی کار ارزان دارند، منتقل شده‌اند. این ترکیب غریب، ویژگی نئولیبرالسیم هژمون است که جانشین سوسیال‌دمکراسی‌ای شده است که در میانهٔ قرن بیستم تفوق داشت. ایده‌ی محوری نئولیبرالیسم این است که سرمایه و «تجارت» باید از تنظیم مختل‌کنندهٔ دولت، از یارانه‌های عمومی و درواقع از دست مرده سوسیالیسم رها و آزاد شود. باوجوداین آنچه ما از پروژه‌های بازسازی شهری به‌وسیلهٔ سیاست فرهنگی درمی‌یابیم (نمونهٔ آن جشنوارهٔ سالانهٔ پایتخت فرهنگی اروپاست و در فصل

1. the creative industries
2. urban regeneration
3. cultural policy
4. heartlands

هشت توضیح داده‌ایم)، این است که وجود دولت ضروری است تا کمک‌های لازم برای جلوگیری از فروپاشی تجارت را (به‌وسیلهٔ تنظیمات و کمک‌های مالیِ محلی، ملی و بین‌المللی) تأمین کند و درعین‌حال به‌وسیلهٔ ایجاد پندارهای عظمت و شکوه میان جمعیت مستأصل مردم، امیدهای واهی را در آن‌ها زنده نگه دارد.

امروزه اغلب می‌شنویم عصری که در آن ایدئولوژی نیروی برترِ در جهان بود، پایان یافته است. درعین‌حال در حال حاضر کاملاً عیان است که ایدئولوژی نئولیبرال، نه‌تنها در عرصهٔ تجارت؛ بلکه در عرصهٔ فهم متعارف[1] و سراسر کردارهای روزمره نیز به شکل نیرومندی مسلط است. نئولیبرالسیم به عریان‌ترین شکل بر تجارت غلبه دارد، اما نه‌فقط به‌عنوان مجموعه‌ای از راه‌حل‌های اقتصادی؛ بلکه به‌عنوان شیوه‌ای کلی از زندگی. من به این نتیجه رسیده‌ام که این شیوه از زندگی را «سرمایه‌داری سرد»[2] بنامم؛ یعنی

---

1. common sense

۲. cool capitalism: سرمایه‌داری سرد، مفهومی است که گوئیگان ابداع کرده است و یکی از عبارت‌های پرتکرار و کلیدی این کتاب است. این مفهوم، مفهومی پیچیده است و دلالت‌های چندگانه دارد. منظور گوئیگان از سرمایه‌داری سرد، دورهٔ اخیر حیات سرمایه‌داری (و به‌تبع آن یک رویکرد و شیوهٔ زندگی درون جهان سرمایه‌داری کنونی) است که در آن هژمونی سرمایه‌داری کامل شده است و مخالفت‌ها و اعتراض‌های رادیکال و انقلابی علیه سرمایه‌داری افول کرده‌اند و طرفدار چندانی ندارند و مقاومت‌ها و مخالفت‌های باقی‌مانده نیز طوری مهار و خنثی شده‌اند که چالش جدی‌ای برای سرمایه‌داری محسوب نمی‌شوند. سرمایه‌داری در وضعیت سرد، حتی خود به رواج و اشاعهٔ تفاوت و تکثر در سبک‌های زندگی و شیوه‌های تفکر (چه‌بسا اعتراضی) می‌پردازد و نه‌تنها از این کار واهمه‌ای ندارد؛ بلکه به طور مؤثری آموخته است تا این سبک‌های زندگی اعتراضی و مقاومتی را کالایی کند و از آن‌ها سود ببرد. سرمایه‌داری سرد، به لحاظ فضای مفهومی و ریشه‌های نظری با مفاهیم نظری پرآوازه‌تری مانند پایان ایدئولوژی فوکویاما (عصر بی‌رقیب شدن ایدئولوژی و نظام سرمایه‌داری) و سرمایه‌داری متأخرِ فردریک جیمسون ارتباط دارد و از آن‌ها بهره برده است. عبارت Cool معانی لغوی‌ای؛ مانندِ خونسرد، بیگانه، مهارشده، آرام، بی‌تفاوت و... دارد و در مفهوم Cool Capitalism همهٔ این رگه‌های معنایی به‌نوعی وجود دارند. به دلیل همین پیچیدگی معنایی عبارت Cool Capitalism، تصمیم گرفتیم از ترجمهٔ «سرمایه‌داری سرد» استفاده کنیم؛ زیرا کلمهٔ سرد نیز در فارسی کم‌وبیش دلالت‌های متنوع عبارت Cool را در انگلیسی دارد.

درهم‌آمیختگی بیگانگی[1] و بی‌حسی با شیوهٔ زندگی کاپیتالیستی که نتیجهٔ آن خنثی و بی‌اثر شدن نقد است.

فصل نه، مثال بسیار مشخصی از سرمایه‌داری سرد و جذبهٔ همگانی[2] فعالیت تجاری در فرهنگ معاصر را در نمایش تلویزیونی کارآموز[3] بررسی و تحلیل گفتمان انتقادی‌ای از شیوهٔ بازنمایی ایدئولوژیک این برنامه ارائه می‌کند. درضمن این فصل قصد دارد تا ارزش تحلیل متنی دقیق اشکال فرهنگی (روشی که به علت تأکید بسیار بر خوانش متفاوت متون و انکار هرگونه معنای مرجح در بررسی مخاطبان، تضعیف شده است) را نشان دهد. این فصل بر تعیین‌پذیری[4] موثقِ معنای متنی در برساختن دانش همگانی و فرهنگ عمومی تأکید می‌کند.

فصل پایانی، درهم‌آمیختگی رشتهٔ دانشگاهی «مطالعات فرهنگی» را با وجه عامه‌پسندِ ایدئولوژی نئولیبرال که من آن را «سرمایه‌داری سرد» نامیده‌ام، بررسی می‌کند. این فصل، پیمایشی در زمینهٔ شکل‌گیری و تحول مطالعات فرهنگی از معروف‌ترین خاستگاه آن (بریتانیا در دههٔ ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰) تا اخیرترین بنیان این رشته در دههٔ نخست قرن بیست‌ویک را در بر می‌گیرد.

فهم این نکته مهم است که مطالعات فرهنگی هم از نظر تشکیلات هم از نظر شاخه‌های مختلف آموزشی و پژوهشی آن، ساختاری ناهمگون و متکثر دارد. با توجه به این واقعیت، فصل ده اساساً به دنبال نوعی پیکربندی عمل‌گرایانهٔ دوباره از رشتهٔ مطالعات فرهنگی است تا این رشته را از صرف انتقادی بودن فراتر ببرد و آن را سودمند و کاربردی نیز بکند. دستاوردهایی در

1. disaffection
2. popular
3. the apprentice
4. determinacy

این مسیر به دست آمده است، اما چیزهای زیادی نیز از دست رفته است. در این فصل دوباره دیدگاهم را دربارهٔ تحلیل فرهنگی ــ قطع‌نظر از موقعیت آن در مطالعات فرهنگی، جامعه‌شناسی یا رشتهٔ دیگر — به‌عنوان رویکردی توضیح داده‌ام که روش چندبعدی دارد و معطوف به مطالعهٔ انتقادی مسائل موردعلاقهٔ عموم است. در این راستا، ارزیابی‌ای از مسیر حرکت مطالعات فرهنگی ارائه کرده‌ام که احتمالاً برخی آن را اعلام مرگ تفسیر خواهند کرد، اما امیدوارم این‌گونه نباشد.

فصل اول: عرصهٔ عمومی فرهنگی

مقدمه

عرصهٔ عمومی هم آرمانی هم واقعی است، اما واقعیت آن، بسیار ناکامل‌تر از وجه آرمانی آن، یعنی مباحثهٔ آزاد و باز است که برای سیاست‌گذاری دمکراتیک پیامدهای مهمی دارد.

کتاب *دگرگونی ساختاری عرصهٔ عمومی*[1] یورگن هابرماس[2] که در سال ۱۹۶۲ منتشر شد، شکل‌گیری نوعی عرصهٔ عمومی بورژوایی را در اروپای قرن هجده به‌ویژه در بریتانیا و فرانسه نشان داد. شکل اولیهٔ عرصهٔ عمومی، قهوه‌خانه‌های لندن به‌عنوان مکان‌هایی برای مباحثه بودند که در آن مردان طبقهٔ متوسط کنار آریستوکرات‌ها حضور می‌یافتند و دربارهٔ مسائل روز بحث می‌کردند. به‌این‌ترتیب بورژوازی در گذر از فئودالیسم به کاپیتالیسم، توانست عقاید خود را به‌وسیلهٔ

1. the structural transformation of the public sphere
2. Jürgen Habermas

مطبوعات و دیگر شکل‌های ارتباطات عمومی مانند هنرها منتشر کند.

البته، همیشه میان آرمان و واقعیت مغایرت وجود داشت. داعیه‌هایی عام دربارهٔ برابری و آزادی بیان مطرح شده است که در واقعیت تحقق پیدا نکرده‌اند. مردان بورژوا تمایل آشکاری برای بسط مناقشه‌برانگیز حقوق شهروندی به زنان و گروه‌های فرودست نداشته‌اند. بااین‌حال، در ادامه و هرچه از ظهور سرمایه‌داری و لیبرال دمکراسی گذشت، مطالبات طبقهٔ کارگر، زنان و گروه‌های تحت استعمار برای حقوق شهروندی و خودآیینی، در جهت تأثیرگذاری عملی و به‌وسیلهٔ آمیزهٔ متناقض آرمان و واقعیت مطرح شد. این گروه‌ها خواستار همان حقوقی برای خود بودند که مردان بورژوا از آن‌ها برخوردار بودند. این داعیه‌ها و مطالبات با کشمکش‌های شدیدی توأم بودند اما به یک معنا منطقی بودند و مخالفت منسجم منطقی با آن‌ها دشوار بود: این پیشرفت، حاصل قدرت استدلال بهتر بود.

هابرماس جوان (۱۹۶۲ ـ ۱۹۸۹) داستانی تراژیک را دربارهٔ ظهور و افول عرصهٔ عمومی بورژوایی روایت کرد. او معتقد بود که آزادی بیان و مباحثهٔ آزاد، از میانهٔ قرن بیستم به بعد در اثر ملاحظات تجاری و روابط عمومی تضعیف و منحرف شد. علاوه‌براین، مطالبات رادیکال تا حدی به‌وسیلهٔ دولت‌های رفاه پذیرفته شد. هابرماس ناامیدانه معتقد است که این وضعیت به سکونی عمومی منجر شد. با بهبود نسبی مشکلات، کشمکش‌ها و اعتراضات خنثی شده‌اند و سیاست از تضادهای همگانی گسسته شده است و توده‌ها به مصرف‌کنندگان اغواشده‌ای بدل شده‌اند که به مسائل مهم روز بی‌تفاوت و غرق در زندگی روزمرهٔ خود هستند. این دیدگاه نوعی تصور نخبه‌گرایانه است که پوپولیست‌های فرهنگی تمایل دارند آن را به چالش بکشند. از نظر پوپولیست‌ها، کردارهای معنادار زندگی روزمره، نشانه‌های

بیگانگی نیستند؛ بلکه نشان‌دهندهٔ توانمندی و «مقاومت» هستند؛ ادعایی که دربارهٔ صحت آن چندان مطمئن نیستم.

یادآوری این نکته مهم است که هابرماس (۱۹۹۶ [۱۹۹۲]: ۸۷ـ ۳۲۹) بعدها دربارهٔ نتیجه‌گیری‌های بدبینانهٔ قبلی خود بازاندیشی کرد. مدل بعدی او از عرصهٔ عمومی، با عنوان «دریچهٔ تنظیم»[1]، به نقش بی‌بدیل جنبش‌های اجتماعی و سازمان‌های ایجاد پویش‌آفرین[2] در تبدیل مسائل به اولویت‌های عمومی اهمیت داد؛ سازمان‌های تجاری و دولتی بزرگ، هیچ‌گاه به میل خود به اندازهٔ امروز که تحت فشار اعتراضات عمومی هستند، به مسائل زیست‌محیطی توجه نکرده‌اند. از این نظر، عرصهٔ کنشِ معطوف به جنبش عدالت اجتماعی که شبکهٔ آن در سراسر جهان گسترده شده است، عرصه‌ای عمومی با اشکال و پیکربندی‌های مختلف آن است، هرچند بخش بزرگی از آن به‌وسیلهٔ سیاست‌ها و رسانه‌های ارتباطی مسلط دست‌کاری و تحریف شده است. علاوه‌براین، هابرماس (۱۹۹۲) با الهام از تجلیل میخائیل باختین[3] (۱۹۸۴ [۱۹۶۵]) از کارناوال[4]، به براندازی روابط سلسله‌مراتبی توسط فرهنگ عامه‌پسند ارج نهاد و در این راستا، به تصدیق دیرهنگام ایدهٔ فمینیستیِ «امر شخصی، امر سیاسی است» نیز پرداخت.

بنابراین ارزش نظری مفهوم عرصهٔ عمومی به‌عنوان سنجه‌ای برای محک ارتباطات دمکراتیک تا حدی پیچیده‌تر از کاربرد آن در نقد اخبار به‌مثابهٔ تبلیغات سیاسی است (هرمان[5] و چامسکی[6]، ۱۹۸۸). اخبار در روال عادی خود اغلب و به لحاظ ساختاری،

---

1. sluice gate
2. campaigning
3. Mikhail Bakhtin
4. carnivalesque
5. Herman
6. Chomsky

ابزاری تبلیغاتی است. این وضعیت به صورت انکارناپذیری در بسیاری از ابعاد و جهات دیگر نیز وجود دارد و کارشناسان نباید آن را به‌عنوان مسئله‌ای کاملاً آشنا و بی‌نیاز از بررسی مستمر کنار بگذارند. آشکارترین مثال معاصر برای این مسئله این است که نقش رسانه‌های خبری آمریکایی و بریتانیایی در غیر شفاف کردن دلایل تجاوز به عراق و اشغال این کشور، همچنان مسئله‌ی قابل‌بررسی‌ای است [۱].

اینکه فضایی برای اختلاف عقیده و مباحثه وجود نداشته باشد هولناک خواهد بود. به این دلیل که مباحثه‌ها اغلب به جای بررسی علت وقوع چیزها، به سمت سؤالات دربارهٔ گفته‌ها و اعمال افراد منحرف می‌شوند، ضروری است که تأکید کنیم مباحثه به‌تنهایی نشانهٔ تحقق عرصهٔ عمومی در عمل نیست. اکثر اوقات شاهد چیزی هستیم که به‌درستی عرصهٔ عمومیِ «کاذب» نامیده شده است؛ یعنی فضایی که در آن سیاست‌مداران و روزنامه‌نگاران سرسپرده، ادای مباحثهٔ دمکراتیک را درمی‌آورند. تعجب‌آور نیست که چنانچه ژان بودریار[1] (۱۹۸۳) مطرح می‌کند، توده‌ها معمولاً به‌وسیلهٔ چنین سیاست «خطرناکی» ساکت می‌شوند و به سمت چیزهای سرگرم‌کننده‌تر سوق می‌یابند. باوجوداین به قول نانسی فریزر[2] (۱۹۹۲: ۴۲ـ۱۹۹۲) «پاد ـ عامه‌های فرودست»[3] باید به صورت مستمر فشار بیاورند. در

1. Jean Baudrillard

2. Nancy Fraser

۳. subaltern counter-publics: پادعامه‌ها، گروه‌های فرودست و حاشیه‌ای (اقلیت‌های نژادی و قومی و جنسی) هستند که خود را در برابر هنجارهای فرهنگی رایج در جامعه (عرصهٔ عمومی) تعریف می‌کنند. این گروه‌ها از هنجارها و ارزش‌های خودشان در برابر هنجارها و ارزش‌های مسلط دفاع می‌کنند. این مفهوم، مفهومی پساساختارگرایانه است و در قبال بی‌طرفانه و فراگیر و عادلانه بودن مفاهیمی مثل عموم (public) و عرصهٔ عمومی (public sphere) نگرش انتقادی دارد.

غیر این صورت، جهت‌دهندگان افکار عمومی[۱] همه‌چیز را به نفع خود تغییر خواهند داد و این وضعیت به شکل هولناکی به انسداد فاشیستی باب گفت‌وگو منجر خواهد شد.

گاه و بی‌گاه مسئله‌ای واقعاً بزرگ توجه همگانی را به خود جلب می‌کند: خشک‌سالی، غذاهای دستکاری‌شده ژنتیکی، دلایل مشکوک برای جنگ‌های بازدارنده و امثال آن. درعین‌حال باید گفت این مسائل، به‌ندرت برانگیزاننده‌ترین جاذبه‌ها برای افسون تودهٔ مردم هستند. فرازونشیب‌های حرفه‌ای چهره‌های مشهور، انواع رسوایی‌های کوچک و موفقیت‌ها و شکست‌های ورزشی، ازجمله موضوعاتی هستند که معمولاً هیجان و مباحثات گسترده‌تری را ایجاد می‌کنند. این موضوعات را از یک منظر می‌توان به‌عنوان مسائل پیش‌پاافتاده‌ای تفسیر کرد که توجهات را از سؤالات مهم روز منحرف می‌کنند از منظری دیگر می‌توان آن‌ها را بازنمایی کنندهٔ دل‌مشغولی‌های عمیق فرهنگی دانست.

عرصهٔ عمومی ادبی[۲]

هابرماس در کتاب *دگرگونی ساختاری عرصهٔ عمومی*، میان عرصهٔ عمومی ادبی و عرصهٔ عمومی سیاسی تمایز قائل شد. این دو از یکدیگر جدا نیستند، اما کارکردهای آن‌ها به صورت قابل‌توجهی از یکدیگر واگرایی یافته‌اند. گفتار و نوشتار با هم پیوند خورده‌اند، اما برخی انواع نوشتار و تفسیر ادبی از موضوعات زودگذر گفت‌وگو فراتر می‌روند. برای مثال گردهمایی‌های هنری و ادبی پاریس، مکان‌های مهمی در عرصهٔ عمومی ادبی بودند و زنان

---

۱. spin doctors: اسپین در انگلیسی به معنای چرخاندن است و منظور از اسپین دکترها، کسانی هستند که به طرق مختلف در صدد ساختن و پرداختن یک خبر و تأثیرگذاری بر افکار عمومی به‌وسیلهٔ دست‌کاری اخبار مربوط به رخدادهای مهم و تأثیرگذار هستند. آن‌ها این کار را می‌کنند تا با متأثر کردن افکار عمومی، جریان امور را به نفع شخص یا گروه مدنظر خودشان جهت دهند.

2. literary public sphere

نیز اغلب در آن‌ها حضور داشتند و نویسندگان می‌توانستند قبل از آن‌که دست به قلم ببرند، در این مکان‌ها ایده‌های خود را محک بزنند.

برای مثال، سونامی سال ۱۷۵۵ لیسبون را در نظر بگیرید که در آن بیش از ۲۰۰۰۰ نفر جان خود را از دست دادند. این درواقع گزارش اخبار بود؛ موضوعی برای گفت‌وگو و مثالی برای آنچه ما اکنون آن را مدیریت فاجعه می‌نامیم. بااین‌حال، ولتر[1] پیش‌تر رفت و در داستان رندنامه[2] خود با نام «کاندید»[3] به دلایلی اندیشید که در تبیین چنین رخدادهایی آورده می‌شوند؛ داستان او عملاً حمله‌ای توأمان به مذهب و عقل‌گرایی غیر انتقادی بود. از نظر معلم خودپسند داستان، دکتر پانگلوس[4]، زلزله «نشانهٔ درستیِ امور است» و به این دلیل که یک آتش‌فشان در لیسبون وجود دارد، زلزله نمی‌تواند در جایی جز لیسبون رخ دهد (ولتر، ۱۹۴۷[۱۷۵۹] :۳۵). کاندید چیزی از این توضیح سر درنمی‌آورد.

زیر سؤال بردن بی‌باکانهٔ خرد متعارف[5]، چه در شکل الهیاتی آن، چه در آنچه در دورهٔ اخیر روابط عمومی (به‌عبارتی ایدئولوژی) نامیده می‌شود، در کانون پروژهٔ روشنگری بود و احتمالاً در رمان‌های قرن هجده نسبت به روزنامه‌های این دوره بیشتر می‌توان سراغ آن را گرفت. علاوه‌براین، بر اساس نظر هابرماس، تحقیق دربارهٔ نقش اجتماعی ادبیات و تأمل فلسفی در وسیع‌ترین معنای آن، زمینه را برای مباحثهٔ عمومی مشروع دربارهٔ رخدادهای جاری فراهم آورد. عمل اساسی نقد، قبل از آن‌که مستقیماً عملی

---

1. Voltaire

۲. picaresque: رندنامه به داستان‌هایی گفته می‌شود که شخصیت اصلی آن ولگرد یا رند است و نیای رمان‌های امروزی به حساب می‌آید.

3. candide

4. Dr. Pangloss

5. conventional wisdom

سیاسی باشد، عملی ادبی بوده است (ایگلتون[1]، ۱۹۸۴).

عرصهٔ عمومیِ ادبی، معطوف به اخبار گذرایی (کار روزنامه‌نگاری) نبود که همیشه کانون توجه عرصهٔ عمومی سیاسی است. تفکر پیچیده در خصوص مسائل و مشکلات مزمن و بادوام زندگی و معنا و بازنمایی (ویژگی هنر)، معمولاً بر اساس مقیاس زمانی متفاوتی عمل می‌کند. منتقدان معمولاً در مقایسه با تولیدکنندگان رخدادهای دستکاری‌شدهٔ خبری، حافظهٔ بهتری دارند. روزنامه‌نگاران با علاقه‌ای که به تازه‌ترین امور دارند، اغلب کارگزاران فراموشی اجتماعی هستند. از نظر آن‌ها اخبار قدیمی، اخبار نیستند.

پژوهش اجتماعیِ ـ علمی باید نحوهٔ عمل رخداد را بررسی کند و درعین‌حال به‌عنوان یک اقدام اصلاح‌گرانهٔ ضروری، آن را در بستر و چارچوب الگوهای بازنمایی در طول زمان قرار دهد. بااین‌حال چنین پژوهش‌هایی اغلب محدود به موضوعات شناختی هستند و در قبال موضوعات احساسی کم‌توجه؛ این پژوهش‌ها به برنامهٔ کار سیاسی[2]، گزینش اطلاعات و چارچوب‌بندی مسائل اهمیت می‌دهند؛ جنبه‌های زیبایی‌شناختی و هیجانی زندگی جز به‌عنوان چیزهایی که می‌توانند برای تحریف اخبار به کار روند، اهمیت چندانی برای دانشمندان اجتماعی انتقادی ندارند، اما متأسفانه فرهنگ عمومی فقط شناختی نیست؛ بلکه به همان اندازه احساسی نیز هست.

اگر بخواهید فرهنگ و جامعهٔ بریتانیای ویکتوریایی را درک کنید، آیا بهتر است روزنامه‌های آن زمان مانند *تایمز*[3] را بخوانید یا داستان‌های ادبی آن دوره مانند *میدل‌مارچ*[4] جرج الیوت[5]

1. Eagleton
2. political agenda
3. The Times
4. middlemarch
5. George Eliot

(۱۸۷۱ ـ ۱۹۷۲) و *جوری که الان زندگی می‌کنیم*[1] آنتونی ترولوپ[2] (۱۸۷۵)؟ مسلماً این سؤال بیان‌شناختی[3] است. رَمان‌های رئالیستی بزرگِ قرن نوزده، بینش جامعه‌شناختی و جذابیت پایداری دارند و مقالات *تایمز* توان رقابت با آن‌ها را ندارند، اما چنین ادعایی دربارهٔ رمان‌های ابتدای قرن بیست‌ویک دشوار است. همچنین بعید است که مقالات *تایمز* معرفت‌بخش‌تر از این رمان‌ها باشند. درهرحال، ارزش ارتباطات احساسی، منحصر به ادبیات برتر نیست. شاید در عصر ما برنامه‌های آبکی تلویزیونی قابل‌اتکاترین اسناد در این زمینه باشند. ارتباطات احساسی نه‌تنها به‌عنوان شواهد تاریخی ارزشمندند؛ بلکه خودشان مکان‌ها و عرصه‌هایی برای بحث و جدل‌اند؛ تاریخ عمومی هنرها به این واقعیت گواهی خواهد داد.

هنر و سیاست

افلاطون[4] می‌خواست شاعران را از جمهوری کنار بگذارد، اما شِلی[5] مدعی است که شاعران قانون‌گذارانِ اعلام‌نشده بودند؛ بنابراین سیاسی کردن مفرطِ هنر[6] سابقهٔ زیادی در سنت‌های فکری اروپایی اعم از چپ و راست دارد.

با توجه به اینکه سیاست فرهنگی قرن بیستم معمولاً یادآور جریان چپ در سیاست است، یادآوری این نکته مهم است که به همان اندازه نیز با جریان راست در تضاد سیاسی مدرن ارتباط دارد. در دههٔ ۱۹۳۰، نازیسم در آلمان به ترویج آرمان آریایی به‌خصوص در معنای زیست‌شناختی و جسمانی آن پرداخت و

1. the way we live now
2. Anthony Trollope
3. rhetorical
4. Plato
5. Shelley
6. overpoliticisation

به «هنر منحط»[1] حمله کرد. آدولف هیتلر[2] که خودش هنرمندی ناکام بود، از مدرنیسم نفرت داشت و می‌خواست نوعی کلاسیسیسم ماندگار را بر اساس الگوبرداری از فرهنگ هلنی به‌عنوان هنر رسمیِ رایش سوم[3] پایه‌ریزی کند (گروس هانس[4]، ۱۹۸۳). هنرمندان وادار به اطاعت شدند، از شغل‌های آموزش و تدریس اخراج و مجبور به ترک وطن شدند. نمایشگاه هنر منحط (کانست اِنتارتیت)[5] سال ۱۹۳۷ مونیخ، هنر مدرن و چپ‌گرا را به سخره گرفت. بعد از آن‌که برگزاری نمایشگاه در دیگر شهرهای کشور نیز به اتمام رسید، شاهکارهای هنری «منحط» مانند کارهای بزرگ «بیگانگانی» همچون پابلو پیکاسو[6] و تبعیدی‌هایی مانند پاول کِلی[7]، به قیمت‌های بازار بین‌المللی فروخته شدند.

واقعیت شگفت‌انگیز در این خصوص این است که رژیم نازی تا چه اندازه در وادار کردن روشنفکران به همکاری برای اجرای سیاست فرهنگی خودش و سازمان‌دهی و توجیه سرقت عظیم آثار هنری بصری به‌منظور شکوه بیشتر آلمان موفق بوده است (پتروپالیس[8]، ۲۰۰۰).

عمدتاً این موزه‌داران، دلالان، منتقدان و هنرمندان بودند که حراج هنری نازی را تدارک دیدند. آنچه بسیاری از مردم عادی آلمان را به برتری ایدئولوژیکی نازیسم مجاب ساخت، تنها تبلیغات رسانه‌ای یوزف گوبلز[9] در اخبار و فیلم‌های مستند و

1. degenerate art
2. Adolf Hitler
3. Third Reich
4. Grosshans
5. entartete kunst
6. Pablo Picasso
7. Paul Klee
8. Petropoulis
9. Josef Goebbels

داستانی نبود که یهودیان و دیگران را به نام خالص‌سازی آلمان محکوم می‌کرد. رژیم نازی ضمناً معتقد بود که آلمان این حق را دارد که عملاً میراث هنری بزرگ اروپا را از آن خود و تصاحب کند؛ زیرا باور داشت رایش سوم اوج تمدن اروپاست.

بنیامین معتقد بود، (۱۹۷۰ [۱۹۵۵]) رژیم نازی با نمایش‌های خوش‌نما و جذابیت‌های احساسی خود، سیاست را زیبایی‌شناختی کرده است و به‌این‌ترتیب میراثی ماندگار بر جای گذاشته است؛ این میراث را کسانی می‌شناسند که نمایش ستارهٔ راکِ بیل کلینتون[1] در گردهمایی دمکراتیک را در تلویزیون دیده‌اند؛ روشی که معاون بداقبال او ال گور[2] نیز اقتباس کرد و به شکل مضحکی نقشی هرچند اندک نیز در انتخاب رقیب او جرج دبلیو. بوش[3] به ریاست جمهوری داشت. همان‌گونه که این روزها در سیاست گفته می‌شود؛ همه‌چیز نمایش است.

از نظر بنیامین، هدف هنر مقاومتی معکوس کردن روندِ زیبایی‌شناختی کردن سیاست و سیاسی کردن زیبایی‌شناسی است. تاریخچهٔ ناخوشایندی از این پروژه در جریان چپ وجود دارد که در رئالیسم سوسیالیستیِ استالین و سرکوب هنر و هنرمندان تجربی به شیوهٔ رژیم نازی، به اوج خود می‌رسد. بااین‌حال، سنت مارکسیستی غربی غیر ارتدوکسی (درواقع دگراندیش) (اندرسون[4]، ۱۹۷۶) نیز وجود داشته است که دل‌مشغول سؤالات فرهنگی بوده و خط سیر کاملاً متفاوتی با مارکسیسم ـ لنینیسم ارتدوکس داشته است. این سنت درش را به روی ایده‌های جدیدَ گشوده بود و همچنان نیز تا به امروز نفوذ خود را حفظ کرده است [۲]. مباحثه‌های

1. Bill Clinton
2. Al Gore
3. George W. Bush
4. Anderson

دههٔ ۱۹۳۰ دربارهٔ شکل‌ها و رسانه‌های ارتباطی، موضوع بررسی و دیدگاه سیاسی، زمینه‌های تاریخی و شرایط نهادی، به تجدید حیات سیاست فرهنگیِ جریان چپ در دههٔ ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ کمک کرد.

پرداختن مارکسیسم غربی به هنر، فرهنگ و سیاست، وجه بسیار بدبینانه‌ای داشت که در آثار آموزگاران هابرماس یعنی تئودور آدورنو[1] و ماکس هورکهایمر[2] (۱۹۷۹ [۱۹۴۴]) تبلور خاصی دارد. این اندیشمندان بدبین مکتب فرانکفورت، معتقد بودند به علت رشد فزایندهٔ صنعت فرهنگ و استانداردسازی انبوهِ محصولات فرهنگی در میانهٔ قرن بیستم، هنر اصیل شدیداً به حاشیه رفته است. ازاین‌رو آن‌ها همیشه خود را قربانی مطالعات فرهنگی پوپولیستی می‌دانستند. بااین‌حال، دیدگاه‌های آن‌ها، محورهایی از بحث و بررسی را دربارهٔ روابط میان فرهنگ و تجارت پدید آورد که برای فهم عملکردهای میدان فرهنگی در حال حاضر ضروری‌اند [۳]. یکی از شاخصه‌های متمایز تحولات اخیر این است که بیش از آن‌که شاهد طرد و کنارگذاری[3] هنرها باشیم، شاهد پذیرش و ادغام آن‌ها هستیم. کافی است فقط به تصاحب[4] سوررئالیسم و دیگر هنرهای آوانگارد توسط تبلیغات تجاری معاصر و البته هوشمندی تجاری و کاسبی پرسود «هنر جوان بریتانیا»[5] توجه کنید [۴]. تجاری‌سازی هنر البته پدیدهٔ جدیدی نیست. از زمانی که قیمومیت‌های دینی، سلطنتی و اشرافی جای خود را به بازارهای هنر و ادبیات دادند (یکی از ویژگی‌های بارز مدرنیته)، بسیاری از آثار بزرگ گذشتهٔ نه‌چندان دور، در بستر و چارچوب

1. Theodor Adorno
2. Max Horkheimer
3. exclusion
4. appropriation
5. young british art

تجاری تولید شده‌اند. این واقعیت، موضوعی کاملاً متفاوت با بحثی است که ریموند ویلیامز[1] (۱۹۸۰[۱۹۶۹ / ۱۹۶۰]: ۱۸۴) در اوایل دهۀ ۱۹۶۰ با این عنوان مطرح کرد که تبلیغات تجاری به «هنر رسمی جامعۀ کاپیتالیستی مدرن» بدل شده‌اند.

علی‌رغم ادغام هنر در تبلیغات، به نظر می‌رسد که در دورۀ هژمونی سوسیال‌دمکراسی در بریتانیا، نه‌تنها عرصه‌های پادفرهنگی؛[2] بلکه همه‌چیز در دسترس تبلیغات قرار گرفته است. برای مثال، خدمات پخش عمومی[3] که بی‌بی‌سی[4] در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ به نمایش درآورد، فضایی را برای آزمایش و بحث انتقادی فراهم آورد. نمونۀ این نوع برنامه، به‌خصوص درام[5] های «مترقی» بازی چهارشنبه[6] و بازی امروز[7] بودند. ویلیامز (۱۹۷۷: ۶۱ـ۷۴) به ارائۀ تفسیر دربارۀ یکی از این تولیدات پرداخته است: شعلۀ بزرگ[8]، ساختۀ جیم آلن[9]، تونی گارنِت[10] و کِن لووچ[11] در سال ۱۹۶۹، اعتصاب بندر لیورپول[12] را که به اشغالی سیاسی منجر شد، به تصویر کشیده است.

در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰، با چرخش به راست، چنین

1. Raymond Williams
2. counter-cultural
۳. public service broadcasting: خدمات پخش عمومی مبتنی بر ضرورت دمکراتیک برای دسترسي همگان به خدمات پخش است و دسترسي به برنامه‌هاي آن به جوامع خاص اجتماعي، اقتصادي يا جغرافيايي محدود نيست؛ بلكه مردم از آن به صورت يک مجموعه استفاده مي‌كنند. مؤسسات و كاركنان پخش عمومی مقابل عموم مردم پاسخگو هستند، نه مقابل سرمايه‌گذاران خصوصي يا منافع سياسي ويژه.
4. BBC
5. drama
6. the wednesday play
7. play for today
8. the big flame
9. Jim Allen
10. Tony Garnett
11. Ken Loach
12. Liverpool

تولیدات استثنایی‌ای، آثاری منسوخ و بقایای چپ‌گرایی شکست‌خورده انگاشته و به صورت فزاینده‌ای کمیاب شدند. قبلاً بحث شده است که مداخلات رادیکال از جانب چپ، بسیار کم‌اهمیت‌تر از وضعیتی بوده است که در قلمرو حیاتی تلویزیون جریان داشته است. مقالهٔ ریچارد دایر[1]، تری لاوِل[2] و جین مک‌کراندل[3] (۱۹۹۷[۱۹۷۷] : ۳۵ـ۴۱) با نام «زنان و سریال آبکی[4]»، نمونه‌ای از این نوع بیانیه‌ها در این زمینه است. این مقاله در جشنوارهٔ تلویزیونی ادینبورگ[5] سال ۱۹۷۷ ارائه شد که در آن ویلیامز و دنیس پاتر[6] نیز به ارائهٔ مقاله پرداختند. ویلیامز و پاتر به شیوه‌ای متفاوت خواستار رادیکالیزه شدن درام‌های تلویزیونیِ در قالب نمایش‌های با قسمت‌های مستقل[7] شدند. به جای آن، دایر و همکارانش خواستار ارزیابی سریال‌های تلویزیونی موجود از نظرگاهی فمینیستی شدند. محبوب‌ترین برنامهٔ تلویزیونی بریتانیا و نمونهٔ اولیه‌ای از سریال‌های آبکی بریتانیا به نام خیابان تاج‌گذاری[8] که شرکت تجاری گرانادا[9] ساخته بود، مشکلات و توانایی‌های زنان را در زندگی روزمره برجسته ساخته بود. آیا اینجا جایی برای عرصهٔ عمومی فرهنگی بود؟

1. Richard Dyer
2. Terry Lovell
3. Jean McCrindle
4. soap opera
5. Edinburgh
6. Dennis Potter
7. single play
8. coronation street
9. Granada

عرصهٔ عمومی فرهنگی

سریال آبکی، ژانری ملودرام‌گونه[۱] است و به بحران‌های فردی و پیچیدگی روابط روزمره می‌پردازد. سریال آبکی در شکل سریال پیوسته‌ای متشکل از داستان‌های متداخل و تکه‌تکه، به طور هنرمندانه‌ای با جریان تصادفی رخدادها و بی‌ثباتیِ پرپیچ‌وخم واقعیتِ زیسته‌شده مطابقت دارد. این ژانر، موقعیت‌های سوژه‌ای[۲] چندگانه‌ای را ارائه می‌کند که مردان و زنان می‌توانند با آن‌ها همزادپنداری کنند. تماشای این سریال‌ها می‌توانند فراغتی اتفاقی در اثنای کار خانگی یا هیجانی پرشور (لحظه‌ای خاص و مقدس) باشند. ممکن است اپیزود جاری، در برخی خانه‌ها نقطهٔ اوج روز باشد. مهم‌تر از همه برای بینندگان تنهایی که انزوای جسمی یا ذهنی دارند (پدران و مادران تنها، کهن‌سالان بیوه و نوجوانان مضطرب)، سریال‌های آبکی حس نیابتی اجتماع شهری و آرمان‌شهری این جهانی، اما تنزل‌یافته را ایجاد می‌کند (محیط روستایی سریال *اِمِردیل*[۳] در تلویزیون یورکشایر[۴]، یک استثنای نادر برای این قاعدهٔ کلی است). این قاعده به‌خصوص در سریال‌های آبکی مهم و طولانی بریتانیایی — خیابان تاج‌گذاری (۱۹۶۰) و ایست‌اندرز[۵] (۱۹۸۵) ــ که اسطورهٔ نوستالژیک محلات «سنتی» طبقهٔ کارگر را در مکان‌های واقعی (به‌ترتیب در منطقهٔ سالفوردِ[۶] منچستر بزرگ[۷] و منطقهٔ کاکنی[۸] لندن) تداعی می‌کنند، برجسته‌است.

---

۱. melodramatic: ملودرام نمایشی آمیخته با موسیقی است که مقابل کمدی قرار می‌گیرد و به ناملایمات زندگی می‌پردازد. شخصیت‌ها در ملودرام، ساده و معمولاً کلیشه‌ای هستند و معمولاً یا مطلقاً بد یا مطلقاً خوب‌اند. در ملودرام‌ها صحنه‌های هیجان‌انگیز زیادی به کار می‌روند. موسیقی هم باید به سهم خود بکوشد تا گفت‌وگوها را مؤثرتر و هیجان‌انگیزتر کند.

2. subject positions

3. Emmerdale

4. Yorkshire TV

5. eastenders

6. Salford

7. Greater Manchester

8. Cockney

سازندگان سریال خیابان تاج‌گذاری، در اصل ملهم از کتاب *پیشگام هوگارت*[1] (۱۹۵۷) در مطالعات فرهنگی با نام *کاربردهای سواد*[2] بودند. بازنمایی‌های آرمانی‌شده از اجتماع طبقهٔ کارگر، جذابیت پایدار و نیرومندش را برای بینندگان تلویزیونی بریتانیایی حفظ کرده است. از چندی پیش این ژانر در بریتانیا، هارمونی و سازواری چندفرهنگی را برانگیخته و تنش نژادی را کاهش داده است. سریال‌های آبکی معمولاً بحث‌های عمومی را در جهان فراسوی زمینهٔ بی‌واسطهٔ اجتماع تصویرشده، نادیده می‌گیرند. جاستین گریپسراد[3] (۱۹۹۲) تفسیری از نقش تاریخی ملودرام در عرصهٔ عمومی انجام داده است. او اشاره کرده است ملودرام‌های تئاتریِ قرن نوزدهم، به وضعیت‌های دشوار[4] اخلاقی و زندگی اجتماعی معضله‌دار می‌پرداختند. این‌ها همچنین ویژگی‌های مشخصهٔ ملودرام‌های قرن بیستم هالیوود (فیلم‌ها برای زنان) و انواع سریال‌های آبکی تلویزیون نیز هستند.

ملودرام نه‌تنها کارکرد سرگرم‌کننده دارد؛ بلکه کارکردی آموزشی نیز دارد که این ویژگی دربارهٔ روزنامه‌نگاری تابلوئید[5] نیز صدق می‌کند: «مطبوعات عامه‌پسند حال حاضر... هر روز درسی به مخاطبان می‌آموزند» (گریپسراد، ۱۹۹۲: ۸۷). درس‌های آموخته‌شده، چندان شناختی — و مرتبط با دانستن ــ نیستند و بیشتر هیجانی هستند و با حس سروکار دارند؛ بنابراین آموزش ارائه‌شده، آموزشی احساسی است نه انتقادی. طبق نظر گریپسراد، احساس، جایگاه خاص خود را در عرصهٔ عمومی دارد. این بحث احتمالاً برای دیدگاه رسمی‌تر

1. Hoggart
2. the uses of literacy
3. Jostein Gripsrud
4. dilemmas

۵. tabloid journalism: روزنامه‌نگاری تابلوئید به سبکی از روزنامه‌نگاری گفته می‌شود که بر داستان‌های جنایی احساسی، ستون‌های شایعات دربارهٔ چهره‌های مشهور، اخبار خوراکی‌های بی‌کیفیت و طالع‌بینی تأکید دارد. به روزنامه‌های تابلوئید روزنامه‌های زرد نیز می‌گویند.

هابرماسی که دل‌مشغول مباحثهٔ عقلانی ـ انتقادی است و به‌وسیلهٔ احساسات مزاحم و تحریف گزینشیِ «اطلاع ـ سرگرمی»[۱] به زحمت می‌افتد، ناخوشایند است. با ارزیابیِ تفاوت در نگرش‌ها مانند تفاوت میان حساسیت زنانه و مردانه و اینکه شکافی ارتباطی میان احساسات قلبی عمیق زنان و منطق سرد مردان وجود دارد، آشنا هستیم؛ چنانچه یک کتاب راهنمای عامه‌پسند می‌نویسد: «مردان مریخی‌اند و زنان ونوسی» (گری، ۱۹۹۲). در خصوص این تفاوت، در چارچوب روان‌شناسی فمینیستی با عمق و پیچیدگی بیشتری نظریه‌پردازی شده است. کارول گیلیگان[۲] (۱۹۹۳ [۱۹۸۲]) عام‌گرایی[۳] شناختی و اخلاقی لورنس کلبرگ[۴] را که نظریهٔ اخلاق گفتمان[۵] هابرماس نیز متأثر از آن است، زیر سؤال برده است. او مفهوم «اخلاق مراقبت»[۶] را به کار گرفت که به تجارب خاص زندگی حساس است و بیشتر به واکنش‌های زنانه در مقابل مسائل و مشکلات شخص و اجتماعی ناظر است تا واکنش‌های مردانه. گیلیگان تفاوت‌ها میان زن و مرد را غیر جبری[۷] و برساختهٔ اجتماعی می‌داند، نه امری ذاتی و تعیین‌شده از جانب طبیعت.

بااین‌حال همان‌گونه که گریپسراد مطرح می‌کند، اشتباه است که ساده‌انگارانه تفاوت میان حساسیت زنانه و مردانه را به

---

۱. infotainment: عبارتی ترکیبی متشکل از information و entertainment است و به نوعی از رسانه‌ها اشاره می‌کند که ترکیبی از اطلاعات و سرگرمی ارائه می‌کنند.

2. Carol Gilligan

3. universalism

4. Lawrence Kohlberg

۵. discourse ethics: نظریهٔ اخلاق گفتمان هابرماس در صدد است تا با بررسی و کشف ساختارهای ارتباطیِ عام زبان و گفت‌وگو، مبنایی مطمئن برای حقایق هنجاری یا اخلاقی بیابد. نظریهٔ اخلاق گفتمان، بسط دلالت‌های نظریهٔ عقلانیت ارتباطی هابرماس به حوزهٔ اخلاق و اصول هنجاری است و به‌عبارتی دفاعی عقلانی از خصلت جهان‌روا و الزام‌آور اصول اخلاقی است.

6. ethic of care

7. contingent

تفاوت میان ابعاد احساسی و شناختی عرصهٔ عمومی ربط دهیم. خلاصه؛ چیزی اختصاصاً زنانه وجود ندارد و دلیلی ندارد برای گفتمان روزنامه‌نگاری تابلوئید اهمیتی قائل شویم.

توجه به دوقطبی‌های مرسوم زنانگی و مردانگی ممکن است تمایزگذاری جنسیتیِ ژانرهای دراماتیک را توضیح دهد، اما توضیح رضایت‌بخشی از این موضوع به دست نمی‌دهد که چه چیزی عرصهٔ عمومی فرهنگی را از عرصهٔ عمومی سیاسی متمایز می‌کند. گریپسراد منشأ عرصهٔ عمومی فرهنگی معاصر را بیگانگی همگانی از زندگی عمومی می‌داند. این بحث، با تقابل دوتایی هابرماس (۱۹۸۷ [۱۹۸۱]) میان زیست‌جهان و نظام هماهنگ است. هابرماس نگران بود عقلانیت‌های ابزاری و راهبردیِ سرمایه و دولت، زیست‌جهان را که محل عقلانیت ارتباطی، احترام و فهم متقابل است، استعمار کنند. در طرف دیگر این شکاف، قابل‌فهم است که مردم به دلیل حس قدرت نداشتن، به درون خود پناه ببرند و در پیلهٔ خود فروبروند. بی‌گمان اشتغال فکری شهروندان به وضعیت‌های دشوار زندگی روزمره و رضایت شخصی، بسیار برجسته‌تر از درگیری فعال آن‌ها با فرایند نظام‌مندِ تجارت و حکومت است.

پیتر دالگرن[1] (۱۹۹۵) به شیوه‌ای مشابه با گریپسراد، تقسیم‌کار در عرصهٔ رسانه‌پژوهی میان توجه به ارتباطات شناختی با تمرکز بر معضله[2] عرصهٔ عمومی از یک‌سو و توجه به ارتباطات احساسی با تمرکز بر لذت‌های فرهنگ عامه‌پسند در سوی دیگر را زیر سؤال برده است. او می‌گوید: «ارتباطات عقلانی ضروری هستند، اما افق‌های فکری ما باید از چارچوب مفهومی عقلانیت ارتباطی

1. Peter Dahlgren
2. problematic

و موقعیت آرمانی گفتار فراتر برود، در غیر این صورت بر پایهٔ یک نظریهٔ انتقادی معیوب عمل خواهیم کرد» (دالگرن، ۱۹۹۵). علاوه‌براین، دالگرن مطرح می‌کند هیچ شکلی از بازنمایی، کاملاً شناختی یا عقلانی نیست، حتی اخبار تلویزیونی نیز علی‌رغم ظاهرسازی‌هایش کاملاً عقلانی نیست. تمامی ژانرهای برنامه‌سازی مبتنی بر واقعیت یا داستان، در عمل مؤلفه‌های احساسی و شناختی را در آمیزه‌های مختلف تلفیق می‌کنند.

صحت اطلاعات و شرایط مطلوب برای اختلاف عقیده و خرد گفت‌وگویی[1]، پیش‌نیازهای هنجاری دمکراسی حقیقی هستند. باوجوداین، ادراک صرفاً شناختی از عرصهٔ عمومی، محدودیت‌های جدی دارد. اگر قرار است دمکراسی چیزی بیش از یک اسطورهٔ مشروعیت‌بخش در جهان شدیداً رسانه‌ای‌شده باشد، شهروندان باید از مسائل مهم و جدی کاملاً مطلع باشند و بتوانند در مباحثات عقلانی ـ انتقادی‌ای که پیامدهای سیاستی دارند، مشارکت کنند. بااین‌حال این تمام زندگی نیست. چرا باید از مردم انتظار داشت سیاست‌های رسمی را که قدرت کمی برای تأثیرگذاری بر رخدادهای آن دارند، با همان شور و حرارتی دنبال کنند که زندگی شخصی و روابط زیسته‌شده و متصورشان با دیگران را دنبال می‌کنند؟ به‌هرحال در واقعیت، درگیری عمومی مشتاقانه در جایی مثل عرصهٔ عمومی، در اکثر مواقع به شیوه‌ای احساسی و در پیوند با دغدغه‌های بی‌واسطهٔ زیست‌جهان رخ می‌دهد نه به شیوه‌ای شناختی که معمولاً با تجربهٔ یک نظام دور از دسترس و ظاهراً رخنه‌ناپذیر و غیرقابل‌کنترل پیوند دارد. مفهوم عرصهٔ عمومی فرهنگی می‌تواند برای تبیین آنچه در این زمینه رخ می‌دهد، سودمند باشد.

در جهان مدرنیتهٔ متأخر، عرصهٔ عمومی فرهنگی منحصر

1. dialogic reason

بـه جمهـور اهـل ادب[1] (عرصـهٔ عمومـی ادبـی قـرن هجدهـم) و هنـر «جـدیِ» کلاسـیک، مـدرن یـا حتـی پسـت‌مدرن نیسـت؛ بلکـه کانال‌هـا و مدارهـای مختلـف فرهنـگ و سـرگرمی عامه‌پسـند، باورهـای زیبایی‌شـناختی و هیجانـیِ معمـولاً رسانه‌ای‌شـده دربـارهٔ نحـوهٔ زیسـتن و تصـور زندگـی خـوب را نیـز در بـر می‌گیـرد.

مفهـوم عرصـهٔ عمومـی فرهنگـی بـه چارچوب‌بنـدی سیاسـت در حـوزهٔ عمومـی و خصوصـی به‌عنـوان قلمـروی اشـاره می‌کنـد کـه به‌وسـیلهٔ شـیوه‌های ارتباطی احساسـی (زیبایی‌شـناختی و هیجانـی)، بـر سـر آن منازعـه صـورت می‌گیـرد. در عرصـهٔ عمومـی فرهنگـی، لذت‌هـا و دردهایـی مبادلـه می‌شـوند کـه بـه طـور نیابتـی و به‌وسـیلهٔ تعلیـق تعمـدی شـک[2] تجربـه می‌شـوند. بـرای مثـال، مـا ایـن را بـا تماشـای سـریال‌های آبکـی، همذات‌پنـداری بـا شـخصیت‌ها و مشـکلات آن‌هـا و صحبـت و جروبحـث بـا دوسـتان و خویشـاوندان دربـارهٔ آنچـه شـخصیت‌ها بایـد یـا نبایـد انجـام دهنـد، تجربـه می‌کنیـم. تصـورات مـا از زندگـی خـوب و انتظاراتمـان دراین‌بـاره کـه چـه چیـزی از ایـن زندگـی حاصـل می‌شـود، به‌طورمعمـول به‌وسـیلهٔ گفتمان‌هـای رسـانه‌ایِ سـرگرم‌کننده و عامه‌پسـند ایجـاد می‌شـوند. ارتباطـات احساسـی بـه مـا کمـک می‌کننـد تـا دربـارهٔ موقعیت‌هـای زیسـت‌جهانمان و پیـدا کـردن راه خـود میـان نظام‌هایـی کـه ظاهـراً هیچ‌کس در قلمـرو زندگـی روزمـره بـر آن‌ها کنترل نـدارد، بازاندیشـانه فکـر کنیـم. عرصـهٔ عمومـی فرهنگـی، مجراهایـی[3] را بـرای تفکـر و احسـاس و تخیـل و بحث‌هـای جدلـی فراهـم مـی‌آورد کـه ضرورتـاً

1. republic of letters

۲. willing suspensions of disbelief: تعلیق تعمدی یا ارادی شک، عبارت است از تمایل به تعلیق قابلیت‌ها و توانایی‌های تفکر انتقادی و باور کردن امور باورنکردنی. به‌عبارت‌دیگر تعلیق شک، کنار گذاشتن رئالیسم با هدف کسب لذت و خوشی است.

3. vehicles

ارزش ذاتی ندارند، اما می‌توانند پیامدهایی را داشته باشند.

یکی از این مجراها، مرگ دیانا، شاهدخت ولز در سال ۱۹۹۷ بود (فصل دو). واکنش همگانی، برحسب ابراز اندوه و خسران مفرطشان، فوق‌العاده بود. مهم‌تر از همه اینکه زندگی پرماجرا و مرگ ناگهانی «شاهدخت مردم»، مباحثه‌ای عمومی را در خصوص نقش پادشاهی و حتی کلی‌تر از آن، به قول بیتریکس کمپبل[1] (۱۹۹۸)، در خصوص روابط میان مردان و زنان موجب شد. بیگانگی دیانا با خانوادهٔ سلطنتی و طلاقش از شاهزاده چارلز[2]، مباحثات همگانی زیادی را راه انداخت. شهرت مسحورکنندهٔ او و آوازه‌اش در امور خیریه، در تقابل آشکار با تعهدات اشرافیِ پرنخوت ویندزرها[3] بود. خانوادهٔ سلطنتی از آن برههٔ اتهامات متقابلِ خلاصی یافت، اما چنانچه کمپبل نوشته است، سیاست‌های جنسی، اساس نهاد سلطنت را در بریتانیا به لرزه درآورده بود. بار دیگر به‌وضوح مشخص شد خانوادهٔ سلطنتی برای رفتار شخصی و روابط صمیمی مدلی نامناسب بوده است؛ مدلی که علت نهادی خانوادهٔ سلطنتی نبوده، اما علت وجودی ایدئولوژیکی آن بوده است.

به‌این‌ترتیب، مباحثهٔ همگانی حول شاهدخت دیانا، بیانگر همان چیزی بود که آنتونی گیدنز[4] (۱۹۹۲) آن را «سیاست زندگی»[5] می‌نامد؛ سیاستی که مردم به‌وسیلهٔ آن سعی می‌کنند زندگی‌شان را در جهان اخلاقیِ سنت‌زدایی‌شده‌ای اداره کنند و پیش ببرند که در آن به عرف‌های کهن تردید دارند. اولریش بک[6] و الیزابت بک ــ

---

1. Beatrix Campbell
2. Prince Charles
۳. Windsors: خاندان سلطنتی بریتانیا.
4. Anthony Giddens
5. life politics
6. Ulrich Beck

گرنشایم[1] (۱۹۹۵) به طوری مشابه در خصوص روابط مذاکره‌ای و تصمیم‌گیری مداوم در زندگی شخصی، تحت شرایط پریشان‌کنندهٔ مدرنیتهٔ بازاندیشانه[2] بحث کرده‌اند. این مسائل، فقط مسائلی نظری برای تحلیل اجتماعی و فرهنگی نیستند؛ بلکه ویژگی‌های عادی زندگی روزمره در «جامعه و فرهنگ امروز غرب» هستند. حتی شهرت سریال تلویزیونی *برادر بزرگ*[3] را می‌توان بر این اساس تبیین کرد که مجرایی است برای اندیشیدن دربارهٔ رفتار مناسب آن‌هم در زمانه‌ای که انگاره‌های سنتی، دیگر در آن بدیهی انگاشته نمی‌شوند و مردم در مورد بهترین شیوهٔ رفتار سردرگم هستند. رقابت‌کنندگان در *برادر بزرگ*، هر هفته بر اساس رأی‌گیری از عموم مخاطبان بیرون از مسابقه برای تعیین نامزدهای اخراج از خانه، داوری می‌شوند. این رأی‌گیری معمولاً با شور و اشتیاقی بیش از آنچه در رأی‌دهی به نامزدهای مناصب عمومی مشاهده می‌شود، برگزار می‌شود. این امر، گروهی را تشویق کرده است تا سبک‌سرانه مطرح کنند؛ سیاست‌های رسمی باید از بازی‌های نمایشی‌ای مانند *برادر بزرگ* بیاموزند و شگردهای عامه‌پسند آن‌ها را اقتباس کنند. بااین‌حال، این نمایش‌ها هدفی سیاسی دارند. درستی رفتار رقابت‌کنندگان در یک وضعیت تصنعی، تحت نظارت دائم و ملال‌انگیز است و در نمایش خلاصهٔ داستان[4]، اطلاعاتی را برای وارسی انتقادی فراهم می‌آورد. درنتیجه، *برادر بزرگ* یک نمایش اخلاقی[5] مدرن است.

---

1. Elisabeth Beck-Gernsheim
2. reflexive modernity
3. big brother
۴. narrative summary: خلاصهٔ داستان. مهم‌ترین محورها و پیام‌های یک داستان یا متن را به صورت خلاصه بیان می‌کند.
۵. morality play: نمایش اخلاقی. نوعی نمایش تمثیلی قرون‌وسطایی است که به کشمکش نیروهای خیر و شر در درون انسان می‌پردازد.

فضاهای کنش

به‌عنوان بخش آخر این فصل می‌خواهم سه دیدگاه کلی را راجع به سیاست عرصهٔ عمومی فرهنگی معرفی کنم:

- پوپولیسم غیر انتقادی
- براندازی رادیکال
- مداخلهٔ انتقادی

من پوپولیسم غیر انتقادی را با مطالعات فرهنگی پوپولیستی‌ای در پیوند می‌دانم که اعتبار آن نه از تیزبینی فکری‌اش؛ بلکه از رابطهٔ نزدیکش با خرد متعارف اخیر نشئت می‌گیرد [۵]. انگارهٔ کلی اینجا این است که سرمایه‌داری مصرف‌گرا، به لحاظ فرهنگی دمکراتیک است. خودفرمانی مصرف‌کننده مناقشه‌برانگیز نیست. آنچه به دست می‌آوریم، همان چیزی است که می‌خواهیم. از مصرف‌کننده نظرخواهی می‌شود و به او اجازه داده می‌شود سخن بگوید. درهرحال، مصرف پدیده‌ای فعال است. مصرف‌کنندگان، دریافت‌کنندگان منفعل فرهنگ کالایی دستکاری‌شده و تجربهٔ رسانه‌ای‌شده نیستند: آن‌ها انتخاب می‌کنند و وای به حال هر کسب‌وکاری که نتواند واکنشی کارآمد به تقاضاهای مشتریان داشته باشد. در *گاردین*[1] (وارد، ۲۰۰۳: ۱۳) مطلبی در خصوص کنفرانسی در زمینهٔ فرهنگ در دههٔ ۱۹۵۰ خواندم که در آن محققی جوان، به حسرت خوردن هوگارت به صحنه‌ای از کافه در آن زمان اشاره می‌کند: «آن قهوه‌خانه، مکانی بود برای جامه‌آرایی، رقص، نمایش، بحث و دمکراتیک کردن مردان و زنان». با این حساب، آیا کافه در دههٔ ۱۹۵۰، یک پیشرفت دمکراتیک در تداوم قهوه‌خانهٔ قرن هجدهم به‌عنوان مکانی برای عرصهٔ عمومی بود؟ ایدهٔ قهوه‌خانه یا در نام‌های امروزی‌اش، کافه یا کافی‌شاپ

1. Guardian

به‌عنوان مکان‌های براندازی فرهنگی و پرسمان انتقادی، به‌تازگی به شیوه‌ای عجیب‌وغریب به‌وسیلهٔ میزبانی مضر شعبه‌های استارباکس[۱] از مباحثات عمومی و همکاری انجمن سلطنتی هنر[۲]، احیا شده است. این وضعیت، پدیده‌ای پست‌مدرن است.

یکی از پروتکل‌های تثبیت‌شدهٔ مطالعات فرهنگی این است که به نحو بی‌پایانی، به دنبال نمونه‌های واقعاً موجود از دمکراسی فرهنگی و مصرفی نه‌تنها در گذشته؛ بلکه در زمان حال می‌گردد. گهگاه چنین کشف‌هایی حتی به معضله عرصهٔ عمومی مربوط است، هرچند این ارتباط در مطالعات فرهنگی در تعریف محدود آن به‌ندرت دیده می‌شود. پژوهش روان‌شناسان اجتماعی، سونیا لیوینگستون[۳] و پیتر لانت[۴] (۱۹۹۴) دربارهٔ ژانر بسیار استهزاشدهٔ تلویزیونی مبتنی بر مشارکت مخاطبان؛ یعنی نمایش‌های گفت‌وگویی[۵]، نمونه‌ای ازاین‌دست پژوهش‌ها در این زمینه است. اتفاقاً این پروتکل بیشتر و به طور موفق‌تری ریشه در پژوهش‌های تجربی دارد تا در مطالعات فرهنگی به این سبک [۶]. نظریه‌پرداز سیاسی جان کین[۶] (۱۹۹۸)، در تفکیک میان عرصه‌های عمومی خرد (خرده‌فرهنگی)، میانی (ملی) و کلان (جهانی)، نمونه‌ای مشابه را برای دمکراسی فرهنگی و مصرفی واقعاً موجود مطرح کرده است [۷].

ارزش پوپولیسم غیر انتقادی (دیدگاهی که *برادر بزرگ* را به‌عنوان مجرای عرصهٔ عمومی در نظر می‌گیرد)، بی‌اعتبار کردن دیدگاهی

---

۱. Starbucks: استارباکس شرکت قهوه‌خانه‌های زنجیره‌ای آمریکایی است، استارباکس در سال ۱۹۷۱ در شهر سیاتل در ایالت واشنگتن تأسیس شد. امروز این شرکت، بزرگ‌ترین کافی‌شاپ زنجیره‌ای در جهان محسوب می‌شود.

2. royal society for arts

3. Sonia Livingstone

4. Peter Lunt

5. talk shows

6. John Keane

است که به آرمانی‌سازی عرصهٔ عمومی‌ای می‌پردازد که هیچ‌وقت حاضر نیست و همیشه غایب است و توجهی «واقع‌نگرانه» به آنچه در عمل رخ می‌دهد ندارد. همان‌گونه که در *برادر بزرگ* می‌بینیم، امروزه مجادلات عمومی اکثراً با سؤالات مربوط به هویت، شهرت و رسوایی در پیوند است. کریس روجک[1] (۲۰۰۱) مطرح می‌کند که فرهنگ شهرت، نمود ناسازوارهٔ[2] دمکراسی برابری‌خواه به‌عنوان وعده‌ای است که همه می‌توانند مطرح کنند، اما به‌ندرت می‌توانند بر اساس آن عمل کنند. چهره‌های عمومی، به‌خصوص موفقیت‌ها و شکست‌هایشان، منبع بی‌پایان جذبه و افسون است. هیچ‌چیز جذاب‌تر از سقوط یک ستارهٔ بلندپرواز نیست. مانوئل کاستلز[3] (۲۰۰۴ [۱۹۹۷]a) معتقد است که علاقهٔ عمومی به سیاست رسمی عمدتاً ناشی از علاقه به رسوایی است. رفتار رهبران سیاسی دائماً زیر ذره‌بین است و عیوب اخلاقی آن‌ها بزرگ‌نمایی شده است و گاهی در نهان تحسین می‌شوند. کاستلز به طرز جالبی عنوان می‌کند که «گویا فساد به‌خودی‌خود کم‌اهمیت‌تر از رسوایی‌ها ــ فساد یا خطاکاریِ افشاشده ــ و پیامد سیاسی آن‌هاست» ((۲۰۰۴ [۱۹۹۷]a: ۳۹۵).

براندازی رادیکال، ریشه‌های پیچیده‌ای در پادفرهنگ دههٔ ۱۹۶۰ آمریکا، موقعیت‌باوری[4] فرانسوی و سنت‌های قدیمی‌ترِ

1. Chris Rojek

2. paradox

3. Manuel Castells

۴. situationism: موقعیت‌باوری جنبشی متشکل از هنرمندان، نویسندگان و شاعران اروپایی پیشرو و انقلابی بود و دبور رهبری این جنبش را بر عهده داشت. این جنبش نقد سرمایه‌داری بر اساس ترکیبی از مارکسیسم و سوررئالیسم را مطرح می‌کرد. موقعیت‌باوری در زمینهٔ فرهنگ خواستار برداشتن مرز هنرمندان و مصرف‌کنندگان بود و خواستار تبدیل تولید فرهنگی به بخشی از زندگی روزمره بود. منظور و باور اساسی موقعیت‌باوران این بود که انسان‌ها باید سرانجام به درک و فهم شرایطی که بر جریانِ زندگی‌شان تأثیر می‌گذارد دست یابند و بر پایهٔ این فهم، از حالتِ انفعالیِ رایج در قبال این شرایط به خواستی فعال برای تغییرِ این شرایط، از طریقِ سامان‌بندیِ آگاهانهٔ بافتارها، اشخاص و مکان‌ها گذر کنند.

آنارشیسم بین‌المللی دارد [۸]. چنین رادیکالیسمی، تأکید ویژه‌ای دارد بر اعتراض نمادین و انجام شکل‌های مختلف براندازی کارناوالی مثل برهم زدن شهر لندن در ژوئن سال ۱۹۹۹ و اجلاس سازمان تجارت جهانی در سیاتل[1] مقارن با پایان سال (کاکبِرن[2] و همکاران، ۲۰۰۰).

بیانیهٔ کال لاسن[3] (۱۹۹۹) برای براندازی رادیکال با عنوان *اخلالگری در فرهنگ: غیر سردسازی آمریکا*[4]، نمایندهٔ این شکل از سیاست فرهنگی است. طبق نظر لاسن، درمان رخوت فرهنگی آمریکا، راهبرد بازسازی برند[5] است؛ بازسازی برند نوعی پویش بازارزدایی[6] اجتماعی است که در چهار فصل محقق می‌شود (لاسن، ۱۹۹۹ :xvi). در پاییز سؤال می‌کنند: «زندگی و فرهنگ ما دیگر به‌وسیلهٔ فرهنگ شکل نمی‌گیرد؛ بلکه به‌وسیلهٔ محیط رسانه‌های جمعیِ الکترونیکِ آفریده‌شدهٔ خودمان شکل می‌گیرد، معنایش چیست؟» (لاسن، ۱۹۹۹ : xvii). در زمستان، خلسهٔ مصرف رسانه‌ای در عصر پست‌مدرن ما نقد می‌شود و سؤال دیگری مطرح می‌شود: «آیا خودانگیختگی و اصالت بازیافتنی‌اند؟» در بهار، سؤال اساسی مطرح می‌شود: «آیا فرهنگ مقاومتی هنوز امکان‌پذیر است؟» در تابستان، «انگیزش انقلابیِ آمریکایی دوباره مشتعل می‌شود؟» همهٔ این نظریه‌ها و کردارها

1. Seattle
2. Cockburn
3. Kalle Lasn
4. Culture Jam: The uncooling of America

۵. rebranding: ری‌برندینگ یا بازسازی برند؛ تغییر دادن شکل و ظاهر یک برند جاافتاده، یا به‌طورکلی حسی که دیگران (مشتریان، سرمایه‌گذاران، رقبا و...) دربارهٔ برند دارند، با هدف ایجاد تفاوت با رقبا.

۶. demarketing: بازارزدایی به معنای تشویق و ترغیب مصرف‌کنندگان به خرید کمتر، به‌منظور مدیریت تقاضاست.

به معنای سوق یافتن به سمت نوعی مضمون‌ربایی دبوری[۱] (وارونه‌سازی اخلالگرانه چشم‌انداز زندگی روزمره‌تان) است.

کتاب *اخلالگری در فرهنگ*[۲]، از نگرش انتقادی «جامعهٔ نمایش»[۳] و تاکتیک‌های براندازانهٔ موقعیت‌باوری فرانسوی الهام گرفته است (دبور، ۱۹۹۴، [۱۹۶۷]). این کتاب همچنین با الهام از خودِ سنت انقلابیِ استقلال و دمکراسی مشارکتی ایالات‌متحده، خواهان به چالش کشیدن ارزش و ارزش‌های قدرتمندترین فرهنگ و جامعهٔ جهان است؛ یعنی شیوهٔ زندگی مصرف‌گرایانهٔ آمریکا و نفوذ و برد جهانی آن. ایجاد اخلال در فرهنگ، به بیان اومبرتو اکو[۴]، شکلی از «جنگ چریکی نشانه‌شناختی» است. همان‌گونه که اکو در دههٔ ۱۹۶۰ مطرح کرد (۱۹۸۷ [۱۹۶۷]: ۱۳۵)، «در گذشتهٔ نه‌چندان دور اگر می‌خواستی قدرت سیاسی را در یک کشور قبضه کنی، کافی بود ارتش و پلیس را به کنترل خود درآوری... اما امروزه کشور در سیطرهٔ کسی است که ارتباطات را کنترل کند». بااین‌حال، بعید است اخلالگران در فرهنگ[۵] بتوانند کنترل رسانه‌های ارتباطی را در ایالات‌متحده به دست گیرند. تاکتیک‌های آن‌ها در تولید «اخلال ـ تبلیغ‌ها»[۶] که به سرمایه‌داری حمله می‌کنند و به‌طورکلی پویش ضد رسانه‌ای آن‌ها،

---

۱. detournement‘debordian: مضمون‌ربایی مفهومی است که گای لوئیز دبور، نویسنده، نظریه‌پرداز و فیلم‌ساز مارکسیست فرانسوی آن را مطرح کرده است و به معنای دخل و تصرف و تغییر در مضامین یک اثر هنری و خلق یک اثر هنری جدید برای مخالفت با اثر اصلی و اعتراض به آن است.

2. culture Jam

3. the society of the spectacle

4. Umberto Eco

5. culture jammers

۶. subvertisements: واژه‌ای ترکیبی متشکل از دو عبارت subvert و advertisement است. اخلال‌ـ تبلیغ نوعی از اخلالگری در فرهنگ است که در آن با استفاده از همان عناصر و روش‌های تبلیغات تجاری یا سیاسی، به استهزای آن‌ها و نقیضه‌سازی از آن‌ها می‌پردازند.

از نوع ستیز چریکی در فضای دلالت و معناست که به‌خودی‌خود نمی‌تواند کل بنای فرهنگ پست‌مدرن و مصرف‌گرایی را واژگون کند. این نبرد در سطح معنا انجام شده است و با هدف بدل کردن امر «سرد» به امر غیر سرد، به استهزای نظام مسلط معانی می‌پردازد. در فرهنگی فرّار که مُد دائماً در حال زیرورو کردن خود است و چرخش‌های ناگهانی معانی رخ می‌دهد، پادگفتمان[1] می‌تواند همچون ویروسی عمل کند که وارد گردش خون نمادینِ کالبد سیاست می‌شود. خب، به‌هرحال این یک نظریه است.

براندازی رادیکال، دقیقاً نقطهٔ مقابل پوپولیسم غیر انتقادی است. این دیدگاه باوجوداینکه خصلتی توجیه‌آمیز ندارد، خواهان دگرگونی کامل است؛ چه مردم بخواهند چه نخواهند. از این نظر، براندازی رادیکال، دیدگاهی نخبه‌گراست و از نظر بسیاری، یکسره توهین‌آمیز یا صرفاً غیرقابل‌فهم است.

دیدگاه سوم در رابطه با سیاست و عرصهٔ عمومی، *مداخلهٔ انتقادی* است؛ این دیدگاه، بهترین مؤلفه پوپولیسم غیر انتقادی (ارزیابی عرصهٔ فرهنگی واقعاً موجود) را با بهترین مؤلفهٔ براندازی رادیکال ترکیب کرده است و نگرشی را ساخته است که به طور اصیلی انتقادی و به طور بالقوه عامه‌پسند است.

تلویزیون در قلب و کانون فرهنگ توده‌ایِ عامه‌پسند معاصر است و نقش محوری خود را با وجود حضور اینترنت حفظ کرده است، هرچند دیجیتالی شدن باعث هم‌گرایی رسانه‌ها شده و امروزه کانال‌های ارتباطی بسیار بیشتری ازجمله رسانه‌های تعاملی[2] وجود دارند. به‌هرحال اکثر مردم هنوز هم به جعبه‌ای در کنج اتاق و شاید امروزه به صفحه‌ای روی دیوار، برای

1. counter-discourse
2. interactive media

دریافت اطلاعات یا سرگرم شدن چشم می‌دوزند. در سال‌های اخیر اصول خدمات عمومی به‌طورجدی تحلیل رفته‌اند. حتی مؤسسات عظیمی همچون بی‌بی‌سی از پوپولیسم تجاری تقلید می‌کنند تا دریافت حق اشتراکشان را در «بازار رقابتی» توجیه کنند. باوجوداین، حتی هم‌اکنون نیز تلویزیون گهگاه — دست‌کم در بریتانیا ـ فضایی را برای بحث انتقادی فراهم می‌آورد. این فضا، فضایی گران‌مایه است و باید محافظت و گرامی داشته شود. برای مثال، هر دو سال یک‌بار، بی‌بی‌سی منابع خود را در اختیار روز دماغ قرمز[1] (تله‌تونی[2] که به‌وسیلهٔ مؤسسهٔ خیریهٔ کمیک ریلیف[3] سازمان‌دهی شده است) می‌گذارد. نکتهٔ بسیار مهم دربارهٔ کمیک ریلیف، فقط پول‌هایی نیست که برای پروژه‌های خیریه در آفریقا و بریتانیا جمع‌آوری می‌کند (هرچند این جنبه برای مردمی که از آن منتفع می‌شوند، کم‌اهمیت نیست)؛ بلکه ترکیب سرگرمی با شور انتقادیِ معطوف به فقر و محرومیت است. این رخداد تلویزیونی عامه‌پسند توده‌ای، از چرخش‌های کمیک[4] و محتواهای مستند دربارهٔ شرایط مخاطره‌آمیز زندگی در روستاهای آفریقا و شهرهای داخلی بریتانیا تشکیل شده است. البته مخاطبان نیز که در پی پخش این برنامه‌ها احساس گناه می‌کنند، چند پوندی را با تلفن همراه از طریق کارت‌های اعتباری‌شان اهدا می‌کنند [۹].

کمیک ریلیف را به‌سختی می‌توان پیشگام مداخلهٔ انتقادی در جریان رسانه‌ای مسلط دانست. نمونه‌های دیگری از تلویزیون

---

1. Red Nose Day

۲. telethon: نوعی برنامهٔ طولانی تلویزیونی است که به‌منظور جمع‌آوری کمک‌های مالی برای امور خیریه تهیه می‌شود.

3. Comic Relief charity

۴. comic turns: چرخش کمیک به استفاده از طنز و شوخی در اثنای برنامه‌های نمایشی جدی گفته می‌شود.

بریتانیا، پیشگام‌تر هستند؛ مانند نمایش طنز برمر، بیرد و فورچن[1] کانال چهار. در آستانهٔ تازه‌ترین جنگ خلیج، راری برمر[2] تقلیدگر و دو بازیگر کهنه‌کار تلویزیون طنز بریتانیا (جان بیرد[3] و جان فورچن[4])، حکومت‌های بریتانیا و آمریکا را به سخره گرفتند و دلایل واقعی مطرح شدن «تغییر رژیم» در عراق را بررسی کردند. زمانی که عملیات جنگی رسمی به پایان رسید، مجموعهٔ ویژه‌ای از برمر، بیرد و فورچن (ادامهٔ برنامه‌ای با نام میان مخمصهٔ عراق[5] که قبلاً پخش می‌شد) که به مسائل جنگ می‌پرداخت (این برنامه، آن‌سوی مخمصهٔ عراق[6] نام گرفت)، پخش شد (۱۱ مه ۲۰۰۳). این برنامه به بررسی پس‌زمینهٔ معاصر و تاریخی طرح نئوامپریالیستی ایالات‌متحده و هزینه‌های انسانی جنگ پرداخت و همچنین تحلیلی از معنای حمله به عراق ارائه کرد که رادیکال‌تر از تحلیل سایر برنامه‌های رسانه‌های مسلط بریتانیایی بود. شاید این برنامه به این دلیل اجازهٔ پخش گرفت که کمدی، ژانری جدی نبود. تقریباً همان زمان، تلویزیون بی‌بی‌سی روزی که بریتانیا متوقف شد[7] را روی آنتن برد (۱۳ مه ۲۰۰۳) که وارث سنت بزرگ درام مستند بریتانیایی‌ای بود که سابقهٔ آن به کتی به خانه برگرد، ساختهٔ جرمی سندفورد[8]، کن لوچ[9] و تونی گارنت[10] در

1. Bremner, Bird and Fortune
2. Rory Bremner
3. John Bird
4. John Fortune
5. Between Iraq and a Hard Place
6. Beyond Iraq and a Hard Place
7. The Day Britain Stopped
8. Jeremy Sandford
9. Ken Loach
10. Tony Garnett

دهۀ ۱۹۶۰ و جامه‌ها[1] ساختۀ بری هاینز[2] و چه کسی بیرمنگام را بمب‌گذاری کرد[3]؟ ساختۀ راب ریچی[4] در دهۀ ۱۹۸۰ می‌رسید.

روزی که بریتانیا متوقف شد، با به تصویر کشیدن آیندۀ نزدیک، آنچه ممکن است در نتیجۀ واکنش‌های زنجیره‌ای فاجعه‌آمیز در نظام حمل‌ونقل فرسودۀ بریتانیا رخ دهد، تخیل کرده است. این فیلم با اعتصاب یک‌روزه در راه‌آهن در واکنش به تصادف در ایستگاه ویورلی[5] ادینبورگ آغاز می‌شود. امنیت خطوط ریلی در طول سال‌ها در نتیجۀ خصوصی‌سازی سودآور به‌شدت تضعیف شده است و این امر بی‌اغراق آگاهی‌ای عمومی است. روزی که بریتانیا متوقف شد، بیانگر «چه می‌شد اگر...» است. داستان، از راهبندان در جاده‌ها تا تصادف هواپیماها در آسمان هیترو[6] را دنبال می‌کند و آن را از زبان افراد و خانواده‌هایی که در هرج‌ومرج گیر افتاده‌اند و همچنین آمیختن آن با نظرهای کارشناسان و قطعات مستندگونۀ فیلم، بازگو می‌کند [۱۰].

اینکه هیچ اعتراض مهمی علیه کمدی آشوب‌انگیز برمر، بیرد و فورچن یا کمدی باورپذیر اما هشداردهندۀ روزی که بریتانیا متوقف شد، صورت نگرفت اضطراب‌آور است. باوجوداین، این‌ها مداخله‌های انتقادی در مباحثات عمومی هستند که چیزهای زیادی می‌توان از آن‌ها آموخت. به‌خصوص اهمیت دارد که چنین مداخله‌هایی را ارزشمند قلمداد کنیم و بدانیم چه چیزی در عمل یک مداخلۀ انتقادی را شکل می‌دهد. این مداخله‌ها لزوماً

1. Threads
2. Barry Hines
3. Who Bombed Birmingham?
4. Rob Ritchie
5. Waverley
6. Heathrow

برحسب اثر اجتماعی‌شان قابل‌سنجش نیستند. هیچ‌یک از دو مثال مطرح‌شدهٔ اینجا تأثیر مستقیمی بر سیاست معاصر نداشت، اما موجب چارچوب‌بندی اختلاف‌نظرهای گسترده‌ای شد و به این طریق در ایجاد یک سنت استوار از نقد مستقلِ قدرت و ایدئولوژی مسلط در عرصهٔ عمومی فرهنگی، نقش داشت.

توضیحات

۱. برای مثال ببینید: کورتیس[1]، ۲۰۰۳؛ رمپتون[2] و استوبر[3]، ۲۰۰۳؛ میلر[4]، ۲۰۰۳

۲. برای مثال ببینید: بلاک[5] و همکاران، ۱۹۷۷

۳. برای مثال ببینید: میج[6]، ۱۹۸۹؛ بیورکِگرن[7]،۱۹۹۶؛ هِسماندالگ[8]، ۲۰۰۷ [۲۰۰۲]؛ استاینرت[9]،۲۰۰۳

۴. برای مثال ببینید: استالبراس[10]، ۲۰۰۶ [۱۹۹۶]؛ هاتن[11] و والک[12] ر، ۲۰۰۵ [۲۰۰۰].

۵. در چندین مورد دربارهٔ تطابق میان مطالعات فرهنگی پوپولیستی و ایدئولوژی بازار آزاد بحث کرده‌ام؛ برای مثال ببینید: مک‌گوئیگان،۱۹۹۲ و ۱۹۹۷a. همچنین ببینید: فرانک[13]، ۲۰۰۱

۶. بحث من را در این زمینه در مک‌گوئیگان، ۲۰۰۲ ببینید.

۷. بحث من را در این زمینه در مک‌گوئیگان، ۲۰۰۴b، صص ۸ــ ۵۴ ببینید.

۸. برای مثال ببینید: مک‌کِی[14]، ۱۹۹۶ و مک‌کِی، ۱۹۹۸

۹. برای مطالعهٔ تحلیلی دربارهٔ کمیک ریلیف ببینید: مک‌گوئیگان، ۱۹۹۸a

۱۰. به نظر من، روزی که بریتانیا متوقف شد، در مقایسه با نمایش بسیار مشهور

---

1. Curtis
2. Rampton
3. Stauber
4. Miller
5. Bloch
6. Miège
7. Björkegren
8. Hesmondhalgh
9. .Steinert
10. Stallabrass
11. Hatton
12. Walker
13. Frank
14. McKay

تئاتر ملی[۱] با نام راه ابدی[۲] ساختهٔ دیوید هیر[۳] که از رادیو ۳ بی‌بی‌سی نیز پخش شد (۱۴ مارس ۲۰۰۵)، به چند دلیل مداخله‌ای نافذتر در عرصهٔ عمومی فرهنگی بود. نمایش هیر به طور خاص به آشوب در خطوط راه‌آهن پرداخته است و شکلی از روزنامه‌نگاری یا مستند نمایشی است که مبتنی بر مصاحبه با گروه‌های ذی‌نفع مختلف و بیان سخنان آن‌ها توسط بازیگران است اما روزی که بریتانیا متوقف شد، نه یک مستند نمایشی‌شده؛ بلکه یک نمایش سبکِ مستند بود که محتوای واقعی را با محتوای تخیلی و نمایشی‌سازیِ تراژیکِ زنجیرهٔ واکنش‌ها در سراسر نظام حمل‌ونقل (آشوب در خطوط راه‌آهن، راه‌بندان در جاده‌ها و تصادم هواپیماها در آسمان) ترکیب کرده است. این نمایش، به‌وسیلهٔ شخصیت‌ها و تجربه‌های نوعی[۴]، غوطه‌ور شدن ناگهانی زندگی روزمره در سلسله‌ای از شرایطِ فرضیِ به‌هم‌پیوسته را بازنمایی می‌کند و آنچه ممکن است در این شرایط رخ دهد. همچنین پخش روزی که بریتانیا متوقف شد از رسانه‌ای عامه‌پسند (تلویزیون[۵] زمینی و خدمات عمومی)، باعث جذب گروه بزرگ‌تر و به لحاظ اجتماعی متنوع‌تر از مخاطبان در مقایسه با میزان معمول مخاطبان تئاتر ملی و رادیو ۳ شد.

---

۱. national theatre: سالن تئاتر ملی، یکی از سه سالن مشهور مخصوص هنرهای نمایشی در بریتانیاست.

2. the Permanent way

3. David Hare

4. typical

۵. terrestrial: تلویزیون زمینی نوعی سیستم پخش صوتی و تصویری است که در آن سیگنال‌های تلویزیون، توسط یک پایگاه انتقال زمینی با امواج رادیویی به دریافت‌کنندهٔ زمینی ارسال می‌شود. واژهٔ زمینی، اینجا برای تفکیک این فناوری از فناوری‌های جدیدتر مانند تلویزیون ماهواره‌ای یا کابلی است.