

مطالعات فرهنگی: رهیافتی انتقادی

بنیادی، توجه ویژه می‌ذول داشت. فرهنگ برای ویلیامز و تامپسون، یک شبکه زنده

■ مطالعات فرهنگی ریشه در «لیویسیسم» داشت، نوعی از مطالعات ادبی که عنوانش را از نام اف.آر. لیویس، برجسته‌ترین شخصیت

مقاله «مطالعات فرهنگی: رهیافتی انتقادی به فرهنگ و جامعه نو» گردآوری و تألیفی است از منابع در دسترس در خصوص تاریخچه، اصول و مفاهیم اساسی، سیر گرایش‌های مطالعاتی و تحقیقاتی و... این مکتب که برای درس «مطالعات انتقادی در ارتباطات جمعی» ادر دوره دوم دکترای علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی تهیه شده است. تأکید می‌شود که با توجه به عنوان درس، بیشتر، جنبه‌های ارتباطی مکتب، مدنظر بوده است.

مقدمه

مطالعات فرهنگی به عنوان یک پروژه بررسی فرهنگ با رهیافت‌های انتقادی و چند رشته‌ای، در دهه ۱۹۶۰ تحت عنوان «مرکز مطالعات فرهنگی معاصر» در دانشگاه بیرمنگام انگلیس، پدیدار شد. مطالعات فرهنگی انگلیسی، فرهنگ را در درون تئوری تولید و بازتولید اجتماعی قرار می‌دهد و شیوه‌هایی از اشکال فرهنگی را که برای سلطه اجتماعی عرضه می‌شود و یا مردم را به مقاومت و مبارزه علیه سلطه قادر می‌سازد، مشخص و معرفی می‌کند. در این مکتب، جامعه به عنوان یک مجموعه سلسله مراتبی و متضاد از روابط اجتماعی با اعمال ظلم و ستم به طبقات فرودست، نژاد، جنسیت، قومیت و... تصور می‌شود. با بهره‌گیری از مفهوم هژمونی و ضد هژمونی؛ مطالعات فرهنگی، اشکال فرهنگی و اجتماعی حاکم یا سلطه هژمونیک را تحلیل و نیروهای ضد هژمونیک را برای مقاومت و مبارزه، جست‌وجو می‌کند چرا که مبارزه علیه سلطه، اطاعت و فرمانبرداری، اهمیت بنیادی در این رهیافت دارد و آنهایی که علیه سلطه و روابط ساختاری نابرابر و ستم‌بار مبارزه می‌کنند از منزلت بالایی برخوردارند.

دو ویژگی شاخص مطالعات اولیه فرهنگی عبارتند از:

۱. توجه به «ذهنیت»، یعنی مطالعه فرهنگ با توجه به زندگی‌های فردی که به

معنای گسست از اثبات‌گرایی علمی اجتماعی یا عینی‌گرایی بود؛

۲. دومین ویژگی مطالعات اولیه فرهنگی، تحلیل همراه با تعهد آن بود. این رشته مطالعاتی از قبول این واقعیت طفره نمی‌رفت که جوامع، ساختاری نابرابر دارند و افراد در هنگام تولد از نظر دسترسی به تحصیلات، پول، مراقبت‌های بهداشتی و غیره در شرایط برابری نیستند و به نفع کسانی کار می‌کرد که از محدودترین منابع بهره‌مند بودند.

این دو ویژگی شاخص مطالعات اولیه فرهنگی در پیوند نزدیک با یکدیگر قرار داشتند زیرا تأثیرات فرهنگی نابرابری اجتماعی، در سطح فردی از همه جا بارزتر است.

مطالعات فرهنگی ریشه در «لیویسیسم» داشت، نوعی از مطالعات ادبی که عنوانش را از نام اف. آر. لیویس، برجسته‌ترین شخصیت خود گرفته است. لیویسیسم تلاشی بود برای رواج دوباره آنچه اکنون به پیروی از پیر بوردیو سرمایه فرهنگی نامیده می‌شود. لیویس می‌خواست از نظام آموزشی، برای توزیع گسترده‌تر شناخت و درک ادبی استفاده کند. لیویسیست‌ها از آثاری که هدفشان افزایش حساسیت اخلاقی خوانندگان بود تجلیل می‌کردند و تأکید می‌کردند که فرهنگ صرفاً فعالیتی برای سرگرمی نیست.

حملة لیویس در تمام عمر متوجه چیزی بود که آن را شرور جامعه توده‌وار می‌دانست چرا که از دید وی، پایین آمدن معیار کیفیت زندگی و ذوق زیبایی‌شناسی از ویژگی‌های بارز چنین جامعه‌ای است. لیویس فیلم و تبلیغات انبوه را جنبه‌های زیانبار هم سطح کردن می‌دانست و در تمام عمر به سینما ظنن بود. به اعتقاد او سینما مستلزم تسلیم شدن به دلهره‌های عاطفی مبتذل در محیط‌های مجذوب‌کننده است، به همین دلیل، تبلیغات، متکی بر سوءاستفاده آگاهانه از واکنش‌های مبتذل است.

مطالعات فرهنگی از طریق هوگارت و ویلیامز از درون لیویسیسم سربرآورد. هوگارت و ویلیامز هر دو از خانواده‌های کارگری برخاسته بودند و هر دو به عنوان معلم در دوره‌های آموزشی بالاتر از دوره آموزش اجباری تدریس می‌کردند و مهم این است که در دوره‌های آموزشی مخصوص کارگران درس می‌دادند.

به این ترتیب، تجربه‌شان در لیویسیسم همراه با احساساتی دوگانه بود. از یک سو، می‌پذیرفتند که آثار اصیل مورد توجه لیویسیسم غنی‌تر از به اصطلاح «فرهنگ توده‌ای» معاصر است و فرهنگ باید براساس توانایی‌اش در تعمیق و توسعه تجارب ارزیابی شود؛ از سوی دیگر، تشخیص می‌دادند که لیویسیسم به صورت‌های زندگی مشترکی که آنها از آن برخاسته بودند، در بدترین حالت اصلاً توجهی ندارد و یا حداقل اینکه ارتباطی با آن برقرار نکرده است. بنابراین کتاب کاربردهای سواد اثر هوگارت به‌طور خاص کتابی اسکیزوفرنیک (با هویتی دوگانه) است. نیمه نخست آن یادآوری صمیمانه جماعت‌های سنتی طبقه کارگر صنعتی است، اما بخش دوم آن حمله‌ای عملی - انتقادی به فرهنگ توده‌ای مدرن محسوب می‌شود. مدتی بعد، هوگارت برای ادامه کار خود، مرکز مطالعات فرهنگی معاصر را در بیرمنگام بنیان نهاد.

مرکز مطالعات فرهنگی معاصر: هوگارت، تامپسون، ویلیامز و هال

مرکز مطالعات فرهنگی معاصر بیرمنگام، به‌طور قابل توجهی، نهاد کلیدی در تاریخ این حوزه می‌باشد. این مرکز در سال ۱۹۶۴ در دانشگاه بیرمنگام انگلیس تأسیس شده بود و جهت‌گیری مطالعات آن به سوی نهادها، عملکردها و اشکال فرهنگی و روابط آنها با جامعه و تغییرات اجتماعی بود. پروژه هورگات به عنوان نخستین مدیر مرکز، درباره فهم شیوه‌های زندگی هر روزه و سپس علاقه به مطالعه رسانه‌های جمعی، عنصر مسلط در

■ مطالعات فرهنگی ریشه در «لیویسیسم» داشت، نوعی از مطالعات ادبی که عنوانش را از نام اف.آر. لیویس، برجسته‌ترین شخصیت خود گرفته است.

■ لیویسیست‌ها از آثاری که هدفشان افزایش حساسیت اخلاقی خوانندگان بود تجلیل می‌کردند و تأکید می‌کردند که فرهنگ صرفاً فعالیتی برای سرگرمی نیست.

■ حمله لیویس در تمام عمر متوجه چیزی بود که آن را شرور جامعه توده‌وار می‌دانست چرا که از دید وی، پایین آمدن معیار کیفیت زندگی و ذوق زیبایی‌شناسی از ویژگی‌های بارز چنین جامعه‌ای است.

بنیادی، توجه ویژه مبذول داشت. فرهنگ برای ویلیامز و تامپسون، یک شبکه زنده کردارها و روابطی بود که در زندگی هر روزه‌ای که در درون آن نقش سوژه فردی پیشاپیش مورد توجه است، ساخته می‌شود.

در مقابل تعریف ویلیامز از فرهنگ به عنوان «شیوه کلی زندگی»، تامپسون فرهنگ را به عنوان یک مبارزه بین شیوه‌های زندگی، باز چارچوب‌گذاری کرد. فرهنگ از دید وی، به واسطه اختلاف و اصطکاک بین علایق و نیروهای متضاد و در درون طبقه اجتماعی شکل می‌گیرد.

ریموند ویلیامز

تکیه عمده کار ویلیامز بر نظریه فرهنگ است. وی در سراسر آثارش توجه مشهودی به نقد جامعه و تحلیل ماهیت راستین جامعه دموکراتیک دارد. به نظر ویلیامز، در قرن نوزدهم در مبارزه برای دموکراسی، اقلیت‌های ناراضی به جاهایی که افکار در آنها شکل می‌گرفت مانند مطبوعات ارزان‌قیمت، محافل انتخاباتی، سکول‌های خطابه، کلیساها و سالن‌های عمومی، دسترسی بیشتری داشتند اما امروز راه‌های تبادل آراء به کلی تغییر کرده‌اند و دسترسی عموم به آنها بسیار کم شده است. تلویزیون، مطبوعات دولتی و احزاب سیاسی، وابسته‌نهادهایی هستند که مردم عادی جامعه بدانها دسترسی ندارند.

ویلیامز در مقاله‌ای تحت عنوان «جادوی تبلیغات»، می‌گوید: تاریخ تبلیغات بیانگر چگونگی تبدیل یک شیوه ارتباطی کم‌اهمیت به یک شیوه عمده است. وی با بهره‌گیری از استعاره‌ای که بیانگر باور مارکس درباره نقش سرمایه‌داری در تبدیل کالاها به طلسم است، تبلیغات را نوعی «سحر» می‌داند که کالاها را به دلالت‌کننده‌هایی فریبنده مبدل می‌سازد و این نشانه‌ها، جهانی تخیلی (به معنای غیرواقعی) را نشان می‌دهند. نکته مهم دیگر این است که سرمایه‌داری

هوگارت مقصد عمده آموزش را تشویق افراد برای رسیدن به زندگی کامل‌تر و تصمیم‌گیری مستقل‌تر تعیین می‌کند. به گفته وی، کار آموزش باید انتقال فرهنگ باشد اما نه به معنای محدود آن که کسب آداب و رسوم خاص است، بلکه به معنای «رشد تخیلی پاسخگو و مسؤول». وی خطر عمده ارتباطات توده‌وار در جامعه تکنولوژیکی را در روندی می‌بیند که بسیاری از چیزها، از جمله فرهنگ را هر روز بیشتر از روز پیش به اشیای مصرفی تبدیل می‌کند.

اغلب سرگرمی‌هایی که برای توده مردم تدارک می‌بینند معمولاً ضدزندگی، پر از زرق و برق فاسد، جذبه‌های سوء و بی‌مسئولیتی‌های اخلاقی هستند. سرگرمی‌ها مبلغ این نظرند که پیشرفت یعنی به دنبال مالکیت‌های مادی رفتن؛ برابری یعنی یکسان بودن ارزش‌های اخلاقی؛ و آزادی یعنی زمینه‌ای برای لذت‌های بی‌قید و بی‌پایان.

تامپسون و فرهنگ‌گرایی

تامپسون نظریه‌اش را در خصوص فرهنگ، از درون سنت مارکسیستی بسط داد و بر مفاهیم ساده جبرگرایی اقتصادی و مدل‌های سنتی زیربنا - روبنا، به منظور بازیافت اهمیت فرهنگ، تأکید کرد.

او با انگشت نهادن بر مفهوم سلطه طبقاتی و کشف مجدد اهمیت عامل انسانی، به تجربه زیسته شده و تجربه ذهنی و نهایتاً حفظ و تداوم انسان‌گرایی

پژوهش‌های مرکز شد و بی‌وقفه مورد تأکید قرار گرفت. این پژوهش‌ها ابتدا تحت تأثیر تحقیقات ارتباطی امریکایی بسود ولی بعداً به سوی تحلیل ایدئولوژیکی رسانه، جهت‌گیری کرد. در جهت‌گیری جدید، رسانه‌ها چنین تعریف شدند: «نیروهای ایدئولوژیکی و فرهنگی در درون وضعیت سلطه‌آمیز و نهایتاً مولد ایدئولوژی برای تأثیرگذاری بر مخاطبان». نتیجه اینکه تأکید بیشتر بر اثرگذاری ایدئولوژیک رسانه‌ها بود تا اثرگذاری رفتاری.

بعدها تحت ریاست استیوارت هال، روابط بین رسانه‌ها و ایدئولوژی از طریق تحلیل نظام‌های دلالت‌کنندگی متن، مورد پژوهش قرار گرفت. همچنین مطالعات قوم‌شناسانه بر روی خرده فرهنگ‌ها و روابط آنها با فرهنگ‌های مسلط و نیز مقاومت در برابر آن، از جمله دیگر پژوهش‌های این مرکز بود.

ریچارد هوگارت

به اعتقاد هوگارت، اهمیت هنر در این است که عامل تمدن‌سازی برای فرد و جامعه است: «درک کردن هنرها و لذت بردن از آنها، تأمل در آنها، مانوس شدن با آنها و تسلیم کردن خود به آنها می‌تواند تخیل شما را پرورش دهد و تخیل شما می‌تواند اگر بخواهید، وجدان شما را پرورش دهد و بدین ترتیب، می‌تواند باعث شود اگر اراده کنید کردار بهتری داشته باشید. اما اراده باید اراده شما باشد.

موجب نادیده گرفته شدن میزان کار و زحمت هزینه شده در تولید کالاهاست. او می‌افزاید: روشن است که ما یک الگوی فرهنگی داریم که براساس آن اشیاء به تنهایی کافی نیستند بلکه باید اعتبار پیدا کنند، حتی اگر این اعتبار، خیال‌پردازانه باشد یا برخی معانی اجتماعی و شخصی آن را تداعی کرده باشند که [این معانی] در یک الگوی متفاوت فرهنگی به شکل مستقیم‌تری در دسترس قرار می‌گیرند. اگر بخواهیم در یک کلمه این الگو را خلاصه کنیم باید بگوییم

است. اهمیت تبلیغات مدرن به عنوان نظامی سحرآمیز و سازمان یافته به‌طور عمده در این است که این گزینش را در پرده ابهام قرار می‌دهد.

استیوارت هال

استیوارت هال در سال ۱۹۶۹ عضو مرکز مطالعات فرهنگی معاصر در دانشگاه بیرمنگام و معاون هوگارت و سپس مدیر این مرکز شد. در زمان مدیریت وی، مطالعات نظری گسترش بسیار یافت. بسط و توسعه رهیافت مطالعات فرهنگی

هال و وائل، تمایز مهمی را بین هنر عامه نشأت گرفته از فرهنگ عامیانه و جماعتی و هنر توده‌وار قائل شدند. از دید آنها آثار هنری رسانه‌های جمعی، تداوم آثار اصیل گذشته نیست بلکه یک انحراف است.

اصول و مفاهیم

مکتب مطالعات فرهنگی در نقد فرهنگ و جامعه‌نو و بسط و گسترش حوزه مطالعاتی خود، از مجموعه‌ای از مفاهیم و اندیشه‌ها جهت فربه‌تر نمودن خود سود جستته است. از علوم زبان‌شناسی و نشانه‌شناسی گرفته تا مفاهیم ایدئولوژی، هژمونی و گفتمان در نزد آلتوسر، گرامشی و فوکو؛ و با تلفیق همه این مفاهیم و دیدگاه‌ها، افق نگرش انتقادی خود را بسط و گسترش درخور داد که همین بیانگر خصیلت چند رشته‌ای و متنوع بودن این مکتب می‌باشد.

● زبان و فرهنگ

نظریه «سوسور» درباره زبان، نقطه شروع بحث است. از دید سوسور، کارکرد زبان سازماندهی، ساخت و فراهم ساختن دسترسی به واقعیت است. پیش فرض وی آن است که ارتباط بین کلمه و معنی آن، ذاتی یا طبیعی نیست بلکه کاملاً اختیاری و سلیقه‌ای است. وقتی سوسور تأکید می‌کند که رابطه بین کلمه و معنی آن، به دست آمدنی نیست بلکه ساخته‌شدنی است ما را به سمت ابعاد اجتماعی و فرهنگی زبان راهنمایی می‌کند.

زبان، فرهنگی است نه طبیعی. زبان نظامی است از روابط. زبان مقولاتی را می‌سازد و تمایزهایی را در درون شبکه‌های تفاوت و تشابه، شکل می‌دهد.

نشانه‌شناسی و دلالت

تولید فرهنگی، معنایی بسیار اساسی دارد. اگر تنها شیوه فهم جهان

■ به اعتقاد هوگارت، اهمیت هنر در این است که عامل تمدن‌سازی برای فرد و جامعه است.

■ هوگارت مقصد عمده آموزش را تشویق افراد برای رسیدن به زندگی کامل‌تر و تصمیم‌گیری مستقل‌تر تعیین می‌کند.

■ اغلب سرگرمی‌هایی که برای توده مردم تدارک می‌بینند معمولاً ضد زندگی، پر از زرق و برق فاسد، جذبه‌های سوء و بی‌مسئولیتی‌های اخلاقی هستند.

■ تامپسون نظریه‌اش را در خصوص فرهنگ، از درون سنت مارکسیستی بسط داد و بر مفاهیم ساده جبرگرایی اقتصادی و مدل‌های سنتی زیربنا - روبنا، به منظور بازیافت اهمیت فرهنگ، تأکید کرد.

با ترکیب و آمیزه‌ای از تئوری‌های «آلتوسر» و «گرامشی»، مدیون خود اوست. هال در نخستین کتابش که با همکاری پلدی وائل نوشته شد ضمن تأکید بر روابط بین فرهنگ و تمدن، تضاد بین فرهنگ ارگانیک انگلستان در قبل از صنعتی شدن و فرهنگ به صورت جمعی تولیدشده امروز را آشکار کرده است. وی معتقد بود که اگر خلق مجدد فرهنگ عامه واقعی و اصیل را آرزو داریم باید سرنخ‌ها و ردپاهای آن را در درون جامعه موجود جست‌وجو کنیم.

که «سحر» است یعنی نظامی بسیار سازمان یافته و حرفه‌ای مرکب از انگیزش‌ها و رضایت‌خاطری سحرآمیز که کارکردی شبیه به نظام‌های سحر در جوامع ساده‌تر دارد اما به شکلی نسبتاً عجیب با فن‌آوری علمی بسیار توسعه یافته‌ای همزیستی پیدا کرده است.

ویلیامز خاطر نشان می‌کند با توجه به مشکلاتی که تولید صنعتی مدرن پیش‌روی ما قرار داده است گزینش اساسی، گزینشی میان انسان مصرف‌کننده Consumer و انسان استفاده‌کننده User

بازنمایی به واسطه زبان باشد ما به بعضی روش‌های مربوط به بازنمایی، یعنی روش‌های مربوط به تولید معنی نیاز داریم و آن علم نشانه‌شناسی است. نشانه‌شناسی مکانیزم به کارگیری مدل ساختاری زبان از طریق همه نظام‌های دلالت‌کننده و فراهم کردن روش تحلیل علمی و دقیق است. لذا نشانه‌شناسی برای مطالعات فرهنگی، اساسی و قابل اهمیت است.

مسأله معنا

نقطه آغاز نشانه‌شناسی، تلقی کردن زبان‌شناسی همچون الگو و تلاش در جهت تعمیم مفاهیم این علم به پدیده‌های

نشانه‌ها

اگر رابطه بین یک دال و یک مدلول، اختیاری است پس معنایی که دال‌ها با خود دارند را باید به نحوی فراگرفت، به

تشریح کرده است).

دال‌ها

۱. اندازه کلاه (بزرگی مغز)
۲. کیفیت کلاه خوب است اما سه سال از عمر آن گذشته
۳. هفته‌هاست که کلاه تمیز نشده است
۴. گردو خاک روی کلاه، گرد و خاک
۵. لکه شمع آب شده بر کلاه دیده می‌شود

مدلول‌ها

۱. صاحب کلاه، روشنفکر است
۲. مرد، کلاه تازه‌ای ندارد یعنی با بخت برگشتگی و بدی وضعیت روبه‌رو بوده است
۳. همسر مرد دیگر دوستش ندارد
۴. مرد کمتر از خانه بیرون می‌رود
۵. خانه گاز ندارد

نشانه‌ها و حقیقت

أمیرتو اکو می‌گوید از نشانه‌ها هم می‌توان برای گفتن حقیقت استفاده کرد و هم برای دروغ گفتن. اصولاً نشانه‌شناسی، علم مطالعه همه چیزهایی است که می‌توان برای دروغ گفتن هم به کار برد. اگر از چیزی نتوان برای دروغ گفتن استفاده کرد از آن نمی‌توان برای گفتن حقیقت هم استفاده کرد.

رمزها

رمزها، اشکال بسیار پیچیده تداعی معانی هستند که در هر جامعه و فرهنگ معین، همه آن را یاد می‌گیریم. این رمزها، در ذهن ما بر شیوه تفسیر علائم و نشانه‌هایی که در رسانه‌ها یافت می‌شوند و همچنین شیوه زندگی مان اثر می‌گذارند. اجتماعی شدن و فرهنگ‌پذیری، در گوهر خود چیزی نیست جز فراگیری شماری از رمزها.

ممکن است میان آنها که برنامه‌های تلویزیونی را تولید می‌کنند و آنها که

شیرینی نیست بلکه نظامی از نشانه‌های حاوی معانی مربوط به موضوعاتی مثل پایگاه، سلیقه، متانت، ملیت و... است. در خصوص روابط، سوسور می‌گوید: مفاهیم به علت روابط، دارای معنا می‌شوند و رابطه اصلی، رابطه تقابلی یا دوانگاری است. غنی معنی ندارد مگر آنکه فقیری در کار باشد، شادی منوط به وجود اندوه است.

■ **مکتب مطالعات فرهنگی در نقد فرهنگ و جامعه‌نو و بسط و گسترش حوزه مطالعاتی خود، از مجموعه‌ای از مفاهیم و اندیشه‌ها جهت فربه‌تر نمودن خود سود جست است.**

■ **در درون مطالعات فرهنگی انگلیسی، عمدتاً بر تحلیل ایدئولوژیکی رسانه‌ها، به‌ویژه بر تعاریف آنها از روابط اجتماعی و مسائل سیاسی و کاربرد آنها در تولید و انتقال ایدئولوژی تأکید شده است.**

■ **مفهوم هژمونی در نزد گرامشی عبارت از شکلی از کنترل اجتماعی است که قدرت فیزیکی یا زور را با اقناع فکری، اخلاقی و فرهنگی و یا در یک کلام رضایت در هم می‌آمیزد.**

عبارت دیگر تداعی‌های ساخت یافته یا کدهایی وجود دارند که به ما در تفسیر علائم کمک می‌کنند. به عنوان مثال، در داستان جواهر آبی واتسن، هلمز را در حال واری کردن کلاهی که پلیس برایش آورده مشاهده می‌کند. هلمز به‌طور مفصل توضیح می‌دهد که صاحب کلاه دارای چه خصوصیات است:

بسیار روشنفکر؛ یکبارہ بخت از او برگشته؛ زنش دیگر دوستش ندارد؛ بیشتر خانه‌نشین است و احتمالاً در خانه‌اش از گاز خبری نیست.

هلمز در واری کلاه به بعضی چیزها توجه نشان داده (دال‌ها) و از آنجا شروع به پیشروی کرده است (مدلول‌های پنهان را

دیگر غیر از زبان (متن) می‌باشد. این نظر که زبان‌شناسی به کار مطالعه سایر پدیده‌های فرهنگی می‌آید بر دو برداشت استوار است:

۱. پدیده‌های اجتماعی و فرهنگی، صرفاً اشیاء یا رویدادهای مادی نیستند بلکه رویدادهایی هستند دارای معنی و در نتیجه می‌توان آنها را نشانه یا علامت به حساب آورد.

۲. پدیده‌ها قائم به ذات نیستند بلکه با شبکه‌ای از روابط تعریف می‌شوند.

نشانه و روابط، دو مفهوم کلیدی تحلیل نشانه‌شناختی هستند. به عنوان مثال، یک وعده غذا در برنامه تلویزیونی فقط استیک، سالاد، سیب‌زمینی پخته یا

تماشا می‌کنند سوء تفاهم پیش آید. امبرتو اکو می‌گوید: رمزگشایی انحرافی در رسانه‌های جمعی یک قاعده است زیرا مردم از رمزهای مختلفی برای فهم یک پیام استفاده می‌کنند و به همین جهت تفسیرهای گوناگونی از آن به وجود می‌آید. در بحث از نشانه‌ها، باید تمایز معنی صریح و معنی ضمنی را در نظر داشت.

گونه‌ای از اندیشه نشانه‌شناختی وارد سنت فرهنگ‌گرا شد. این رهیافت بر مفهوم «چندمعنایی» (Polysemy) تأکید داشت. چند معنایی اصطلاحی فنی است که نشان می‌دهد چگونه یک نشانه خاص، همیشه بیشتر از یک معنا دارد، زیرا «معنا» معلول تفاوت‌ها در درون یک نظام بزرگتر است. استدلال آن چنین است: نشانه‌ها چندمعنایی هستند زیرا معانی به صورت اشاره‌ای (با اشاره به اشیاء یا اعیان خاص در جهان) ایجاد نمی‌شوند بلکه با تفاوت نشانه‌ی یکی با دیگری به وجود می‌آیند. همیشه می‌توان نشانه‌ای را جایگزین نشانه‌ای دیگر کرد. با مسامحه بیشتر می‌توان گفت که یک نشانه به طور ضمنی بر تعداد بی‌شماری از نشانه‌های دیگر دلالت می‌کند: به عنوان نمونه، «مرد مارلبورو» در یک زمینه خاص دلالت بر «سرسختی» دارد و در زمینه‌ای دیگر به معنای «سرطان» است.

چند معنایی به مفاهیم نظری پویاتر و پیچیده‌تری منتهی می‌شود که ما را در توصیف این مسأله یاری می‌کند که چگونه ممکن است محصولات فرهنگی با عناصر جدیدی ترکیب شوند و در وضعیت‌های مختلف آثار متفاوتی به جا گذارند. به این ترتیب، محصول فرهنگی به عنوان فرایندی از «پیوندزنی» و «مذاکره» تلقی می‌شود. به عنوان نمونه، مرد مارلبورو ممکن است:

۱. به صورت مجسمه شفاف با لبه‌های سخت از جنس پلی‌اتیلن به سبک آثار «جف کونز» ساخته شود و در آپارتمانی گران قیمت در نیویورک، فضایی

پسامدرن را القا کند.

۲. ممکن است عکس مرد مالبورو را از مجله‌ای ببرند و از آن به عنوان تصویری از رفاه و آزادی در غرب، برای تزئین خانه‌ای فقیرنشین در لاگوس استفاده کنند.

۳. ممکن است تصویری با الهام از عکس مرد مارلبورو روی جلد یک لوح فشرده CD نقش بندد. مفاهیمی چون پیوند زنی که از دل مفهوم چند معنایی سربرآورده‌اند ما را به فرهنگ‌گرایی احیا شده‌ای باز می‌گردانند زیرا ما را قادر می‌سازند بسینیم چگونه افراد و جماعت‌های خاص می‌توانند فعالانه معانی جدیدی برای نشانه‌ها و

بی‌احساس مردانگی.

همان‌گونه که انتظار می‌رود مطالعات فرهنگی بیشتر به این مسأله توجه دارد که چگونه گروه‌هایی با داشتن حداقل قدرت، عملاً محصولات فرهنگی را به شیوه خاص خود قرائت می‌کنند و آنها را به شکل خاصی به کار می‌گیرند. برای تفریح، مقاومت، یا شکل دادن به هویت خود.

● مارکسیسم و ایدئولوژی

اندیشه مارکسیسم کلاسیک در خلال دهه ۱۹۶۰، دستخوش تغییرات رادیکال شد و بازخوانی‌هایی از آن تحت عنوان «مارکسیسم انتقادی» به عمل آمد. با

■ **هژمونی را تنها تا زمانی می‌توان حفظ کرد که طبقات مسلط، در شکل دادن به همه تعاریف رقیب در چارچوب طیف موردنظر خودشان موفق باشند.**

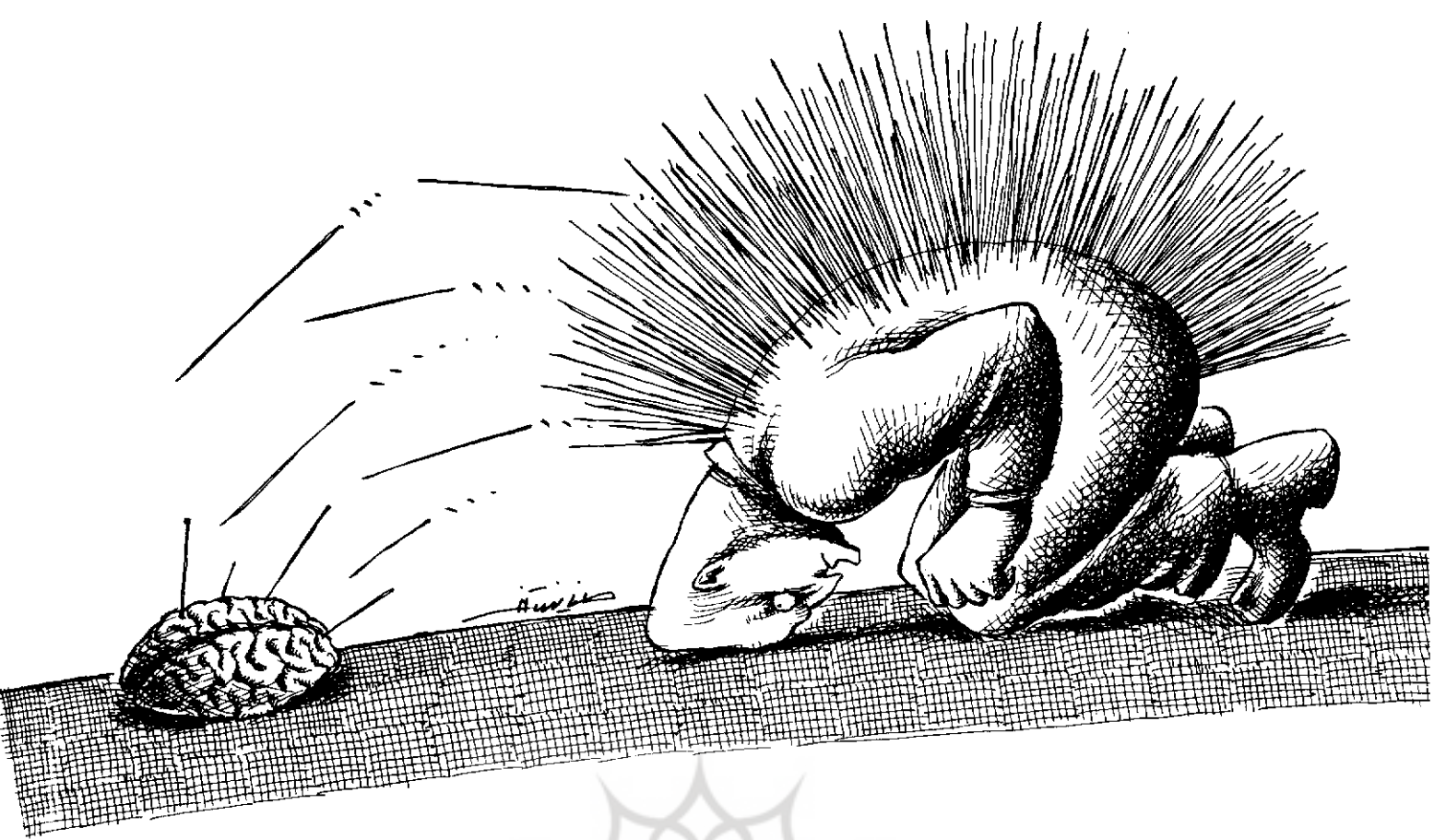
■ **از آنجا که فرهنگ بیشتر از آن‌که به عنوان تجلی زندگی جماعتی محلی و مرتبط با هویت طبقاتی تلقی شود، به عنوان دستگاهی مدنظر قرار می‌گرفت که در چارچوب نظام بزرگ سلطه قرار دارد، مطالعات فرهنگی به نقد آثار هژمونیک فرهنگی می‌پرداختند.**

محصولات فرهنگی که از دور دست می‌آیند، بیافریند.

با وجود این، مفهومی چون پیوندزنی، این مسأله را توضیح نمی‌دهد که چگونه معانی دلالت‌کننده‌ها یا متون خاص در وضعیتی خاص، تا حدی به روابط قدرت و منافع مادی بستگی دارند. صنعت دخانیات، حرفه پزشکی و جریان خاصی در جنبش زنان ممکن است برسر معنای مرد مارلبورو به دلایلی سیاسی و تجاری به مبارزه برخیزند: یکی برای فروش بیشتر کالا؛ دیگری برای افزایش تندرستی و نیز برای ارتقا منزلت خود و کسب قدرت؛ و آخری برای رد یک شیوه

تأثیرپذیری از اندیشه‌های بنیامین، گلدمن، سارتر و ... جایگاه و کارکرد فرهنگ در مقایسه با اقتصاد، مورد تأکید قرار گرفت.

بنیت می‌گوید: «مارکسیسمی که از رهیافت مطالعات فرهنگی مطلع است، یک مارکسیسم انتقادی است بدین معنی که معانی ضمنی تحویل‌گرایانه رهیافت‌های مارکسیسم کلاسیک را در مطالعه فرهنگ، مورد سؤال و چالش قرار می‌دهد. رهیافت‌های مارکسیستی مطلع از گسترش و توسعه مطالعات فرهنگی بر استقلال نسبی فرهنگ تأکید می‌کنند؛ یعنی تأکید بر این واقعیت که فرهنگ صرفاً وابسته به روابط اقتصادی نیست و



■ ساختارگراها فرهنگ را به عنوان موضوع اصلی مطالعه نگریسته و به آن به وسیله شیوه تحلیل بازنمایی اشکال مربوط به متن یعنی اشکال و ساختارهایی که معانی فرهنگی را تولید می‌کنند، نزدیک می‌شوند.

تفسیر می‌زنند یعنی فهم‌شان را از تجربه و زندگی در شرایط مادی که در آن، خودشان را می‌یابند و می‌سازند، تعریف می‌کند. به‌طور کلی، ایدئولوژی با شکل‌گیری مقولاتی که از طریق آنها، تجربیات‌مان را فهم و درک می‌کنیم، از زبان اشباع می‌شود؛ نظام زبان با ساخت‌دهی چارچوب‌های ایدئولوژیکی، همیشه به شکل‌گیری ذهنیت و شخصیت افراد، خدمت می‌کند.

آلتوسر تأکید می‌کند که ایدئولوژی‌ها باید نه تنها در زبان و بازنمایی، بلکه همچنین در اشکال مادی‌شان (نهاده‌ها و کردارهای اجتماعی که از طریق آنها، زندگی‌مان را سازماندهی می‌کنیم) مورد مطالعه و بررسی قرار گیرند.

«جان فیسک» (۱۹۸۷) توضیح می‌دهد که چگونه دستگاه‌های ایدئولوژیکی که آلتوسر مطرح می‌کند (رسانه‌ها، نظام‌های حقوقی، نظام‌های آموزشی و...) اهداف ایدئولوژیکی را به وسیله تأسیس و مشروعیت‌سازی ترم‌های اجتماعی، به نتیجه می‌رسانند:

تجربیات و کردارهای اجتماعی اعمال می‌کنند. مکانیزمی که از طریق آن، این فرایند قابل اجراست، ایدئولوژی است.

برای آلتوسر و ژاک لاکان افراد سازه‌های ایدئولوژیکی هستند، ایدئولوژی به معنای گفتمان‌ها و تصاویری که زایج‌ترین شناخت و ارزش‌ها (عقل سلیم) را تشکیل می‌دهد. براساس این استدلال، ایدئولوژی به این علت ضرورت دارد که دولت و سرمایه‌داری باید بتوانند بدون خطر انقلاب، خود را بازتولید کنند. به‌نظر آلتوسر ایدئولوژی مسلط آنچه را که در واقع سیاسی، نسبی و متغیر است به چیزی تبدیل می‌کند که به نظر می‌رسد «طبیعی»، «جهانشمول» و ابدی باشد.

آلتوسر، ایدئولوژی را نه به عنوان یک چیز کاذب، بلکه به عنوان یک چارچوب مفهومی که از طریق آن، انسان‌ها دست به

نمی‌تواند باشد بلکه به‌طور فعال بر روابط سیاسی و اقتصادی تأثیر می‌گذارد و نیز دارای پیامدهای اقتصادی و سیاسی است.»

مارکسیسم کلاسیک با کم‌اهمیت دانستن فرهنگ، شیوه‌ای را که در آن، «زبان» بروی واقعیت از جمله زیربناهای مادی سرمایه‌داری تأثیر می‌گذارد، نادیده گرفت. مطالعات فرهنگی با به‌کار بستن مارکسیسم انتقادی، به این مسأله پرداخته است که روابط موجود قدرت، چگونه شکل گرفته و مشروعیت یافته است. این مسأله که چگونه شرایطی که در آن، تاریخ‌مان را می‌سازیم تعیین می‌یابند، یک مسأله مرکزی برای مطالعات فرهنگی است. پاسخ آلتوسر این است که شبکه‌ای از تعیین بخش‌ها به‌گونه‌ای در کارند که نظارتی را یا به‌طور کلی کنترلی بر

«این تُرم‌ها، در کارهای هرروزه دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت، شکل واقعیت به خود می‌گیرد. هر یک از نهادها نسبتاً مستقل است و پیوندهای آشکار بین آنها وجود ندارد. نظام حقوقی آشکارا با نظام آموزشی یا با رسانه‌ها، مرتبط نیست. با این حال، آنها فعالیت ایدئولوژیکی مشابهی انجام می‌دهند. همه آنها پدرسالارانه هستند، همه آنها به کسب و حفظ ثروت و مالکیت توجه دارند و در عین حال همه آنها مدعی فردگرایی و رقابت بین افراد هستند. از این رو ایدئولوژی‌ها تنها در آشکال مادی یعنی در کردارها، رفتارها، نهادها و متون جامعه قابل مشاهده هستند و لذا مطالعه و بررسی این آشکال مادی، ضروری است. در درون مطالعات فرهنگی انگلیسی، عمدتاً بر تحلیل ایدئولوژیکی رسانه‌ها،

■ **مشخص‌ترین استراتژی نظری مطالعات فرهنگی، قرانت تولیدات فرهنگی، کردارهای اجتماعی و حتی نهادهای اجتماعی به عنوان «متن» است که از مطالعات ادبی و نیز نشانه‌شناسی بارت و اکو اقتباس شد.**

نامیده می‌شود. او جامعه سیاسی عمومی / دولت را سرچشمه سلطه سرکوبگرانه و جامعه مدنی خصوصی را سرچشمه هژمونی می‌داند.

از دیدگاه استیوارت هال، واژه هژمونی به وضعیتی اشاره دارد که در آن، ائتلافی موقت از برخی گروه‌های اجتماعی می‌تواند «اقتدار اجتماعی تامی» را بر سایر گروه‌های فرودست اعمال کند. اعمال این اقتدار صرفاً از طریق کاربرد زور یا تحمیل مستقیم افکار حاکم نیست، بلکه از راه «تأمین رضایت و شکل دادن به آن است تا آن‌که قدرت طبقات مسلط هم مشروع و هم طبیعی جلوه کند.»

هژمونی را تنها تا زمانی می‌توان حفظ کرد که طبقات مسلط، در شکل دادن به همه تعاریف رقیب در چارچوب طیف موردنظر خودشان موفق باشند به این ترتیب، اگر هم گروه‌های فرودست تحت نظارت و کنترل کامل در نیابند، حداقل در محدوده معنای ایدئولوژیکی مهار می‌شوند که به هیچ وجه به نظر نمی‌رسد جنبه ایدئولوژیک دارد، بلکه دائمی و «طبیعی» جلوه می‌کند و چنان است که گویی خارج از تاریخ و فراتر از منافع خاص است.

به گفته بارت از این طریق است که «اسطوره» کار ویژه حیاتی‌اش را که طبیعی و عادی جلوه دادن است به انجام می‌رساند. گرامشی در خصوص هژمونی، این قید مهم را نیز اضافه می‌کند که قدرت هژمونیک دقیقاً به این دلیل که به رضایت اکثریت تحت سلطه نیاز دارد، هرگز نمی‌تواند به‌طور دائمی از سوی ائتلاف‌های واحدی از پاره‌های طبقه [مسلط] اعمال شود. هژمونی، جهانشمول

نیست، متضمن قهر نیست و همراه با رضایت گروه‌های تحت سلطه است. مفهوم هژمونی در نزد گرامشی عبارت از شکلی از کنترل اجتماعی است که قدرت فیزیکی یا زور را با اقناع فکری، اخلاقی و فرهنگی و یا در یک کلام رضایت در هم می‌آمیزد. او می‌نویسد:

برتری و تفوق یک گروه اجتماعی از دو طریق خود را نشان می‌دهد: اول سلطه و دوم رهبری فکری و اخلاقی. یک گروه اجتماعی سلطه خود را بر گروه‌های متضاد، که می‌خواهد که آنها را حل کند و یا به زیر یوغ خود در آورد، اعمال می‌کند

■ **اندیشه‌های «میشل فوکو» و به خصوص مفهوم کردارهای گفتمانی او، در رهیافت مطالعات فرهنگی بسیار تأثیرگذار بوده است.**

و برای این کار چه بسا نیروی نظامی را نیز به کار گیرد... یک گروه اجتماعی می‌تواند و در واقع بایستی رهبری خود را قبل از به دست گرفتن قدرت اعمال کند. یک گروه اجتماعی با اعمال قدرت در موضع مسلط قرار می‌گیرد اما حتی اگر این قدرت را محکم در دستان خود بگیرد باز هم باید به «رهبری» آن ادامه دهد.»

گرامشی دو ابزاری را که می‌توان به کمک آن قدرت را به دست آورد و آن را حفظ کرد زور و رضایت، اقتدار و هژمونی و خشونت و تمدن می‌داند.

وی برای اعمال هژمونی دو سطح عمده رو بنایی را در جامعه مطرح می‌کند:

۱. جامعه مدنی که منظور از آن مجموعه ارگان‌هایی که از آنها عموماً به عنوان خصوصی تعبیر می‌شود؛
۲. جامعه سیاسی یا آنچه دولت

به‌ویژه بر تعاریف آنها از روابط اجتماعی و مسائل سیاسی و کاربرد آنها در تولید و انتقال ایدئولوژی تأکید شده است.

متفکران مطالعات فرهنگی در شرح ایدئولوژی، بر تعیین‌پذیری فرهنگ به‌وسیله نیروهای تاریخی خاص، که به وسیله آشکال ایدئولوژیکی خاصی و در شکل منافع مادی خاصی، مشروعیت می‌یابند، تأکید کردند. از دید آنها، ایدئولوژی نه تنها فرهنگ ما را بلکه آگاهی ما را از خودمان نیز تولید می‌کند.

● هژمونی

از اوایل دهه ۱۹۷۰ مفهوم «هژمونی» که با نام آنتونیو گرامشی قرین است، وارد تحلیل فرهنگ شد. از اصطلاح هژمونی برای توصیف روابط سلطه‌ای استفاده می‌شود که به عنوان روابط سلطه، مشهود

نیست و به حکومت همیشگی و مداوم یک طبقه خاص «تفویض» نشده است. باید تأمین شود، باز تولید گردد و حفظ شود.

هدف گرامشی از طرح مفهوم هژمونی، تبیین این مسأله بود که چرا با وجودی که فاشیسم، آزادی اکثر ایتالیایی‌ها را محدود می‌کند، فاشیسم موسولینی تا این حد از محبوبیت عمومی برخوردار است. به نظر او، نیروهای هژمونیک با تغییر شرایط اجتماعی و فرهنگی، پیوسته محتوای خود را تغییر می‌دهند. از آنجا که این شرایط ناگهان عوض می‌شوند و امکان اداره آنها وجود دارد، راهبردهای ضد هژمونیک نیز باید پیوسته مورد بازبینی قرار گیرند. به همین ترتیب، می‌توان با ظرافت کمتری فرهنگ را مانند میشل فوکو، به عنوان شکلی از حکومت دید. به عبارت دیگر، فرهنگ ابزاری است که از طریق نظام آموزشی، شهروندانی سازگار یا سر به راه تولید می‌کند.

از آنجا که فرهنگ بیشتر از آن که به عنوان تجلی زندگی جماعتی محلی و مرتبط با هویت طبقاتی تلقی شود، به عنوان دستگاهی مدنظر قرار می‌گرفت که در چارچوب نظام بزرگ سلطه قرار دارد، مطالعات فرهنگی به نقد آثار هژمونیک فرهنگی می‌پرداختند. این نقدها در آغاز عمدتاً متکی بر آشکالی از نشانه‌شناسی بود. این عملاً بدان معنا بود که فرهنگ به پیام‌های مجزا، رویه‌های معنادار یا گفتمان‌هایی تجزیه می‌شود که مؤسسات و رسانه‌های خاصی آنها را توزیع می‌کنند.

● فردگرایی و ذهنیت

مقوله بنیادی دیگری که در اینجا مطرح می‌شود، مقوله فرد یکتاست که از فطرت برخوردار است، کیفیت ذاتی دارد و در ایده «خود» به واقعیت در می‌آید. بررسی و نقد این ایده رمانتیک نیز در دستور کار مطالعات فرهنگی قرار گرفت. مارکسیسم، همیشه مفهوم فردگرایی را

یک اسطوره حامی سرمایه‌داری دیده و با قرار گرفتن فرد در مرکز تاریخ، مخالفت ورزیده است. نقدهای آلتوسر و لاکان از فردگرایی نیز با اهمیت می‌باشد:

آلتوسر معتقد است که ایدئولوژی به‌طور ضمنی و غیرآشکار عمل می‌کند و در کردارها، ساختارها و تصورات ما حیات دارد. ما ایدئولوژی را درونی می‌سازیم و جزئی از ناخودآگاه ما می‌شود.

ایدئولوژی چندان ربطی به آگاهی ندارد... عمیقاً ناآگاهانه است... در واقع، ایدئولوژی یک نظام بازنمایی است اما در اکثر موارد، این بازنمایی‌ها ربطی به آگاهی ندارد. معمولاً بازنمایی‌ها به شکل تصاویر و گاه مفاهیم هستند اما بالاتر از همه به عنوان «ساختار» است که بر اکثریت انسان‌ها تحمیل می‌شوند و آن هم نه از طریق آگاهی‌شان. این بازنمایی‌ها ابژه‌های فرهنگی تصور شده، پذیرفته شده و تحمل‌شده‌ای هستند و به لحاظ کارکردی از طریق فرایندی که از آنها می‌گریزد، روی انسان عمل می‌کنند.

اگر آلتوسر درست بگوید، ناخودآگاه از بیرون از وجودمان یعنی توسط ایدئولوژی شکل می‌گیرد. برای آلتوسر، مفهوم فرد خود بنیاد، قصه‌ای بیش نیست. ناخودآگاه، هستی‌ای اجتماعی دارد لذا، هویت امری اجتماعی است. ذهنیت و هویت فرد می‌تواند متناقض باشد و در درون گستره وضعیت‌های متفاوت و در پاسخ به انواع متفاوت مخاطب واقع شدن، تغییر کند. در واقع، ما وابسته به زبان و ایدئولوژی هستیم؛ برای این‌که زبان و ایدئولوژی به ما می‌آموزد که چگونه هویت‌های اجتماعی‌مان را تجسم و تصور کنیم.

ژاک لاکان، با استفاده از مدل زبان‌شناسی ساختاری سوسور، اذعان می‌کند که ناخودآگاه ما اساساً یک نظام نشانه است. یعنی کارکرد آن شبیه زبان است. ناخودآگاه ما به وسیله فرهنگ شکل می‌گیرد نه به وسیله فرد یکتا. برداشت ما

از خودمان، ترکیبی است از منابع در دسترس ما؛ نه تولید شده به وسیله ما. بنابراین سوژه، مستقل نیست بلکه در یک فرایند فرهنگی شکل می‌گیرد.

این اندیشه ساختارگرایانه که سوژه نه چیزی از پیش داده شده و شفاف، بلکه چیزی است که در زبان ساخته می‌شود، به خوبی با این دیدگاه فروید جور در می‌آید که «خود» در جریان رشد کودک به وجود می‌آید. ژاک لاکان، برجسته‌ترین و جالب‌ترین نماینده ترکیب فرویدباوری و ساختارگرایی است. در حالی که فروید خود از «ضمیر ناخودآگاه» با مفاهیم زیست‌شناسی و چون مخزن «سائق»‌های حیوانی و ابتدایی یاد کرده بود، لاکان ضمیر ناخودآگاه را چون زبان دارای ساختار می‌دانست. اما به نظر او این نیز به همان اندازه درست است که «نفس آگاه» را باید با مفاهیم زبان شناختی فهمید. به دیده لاکان، به‌طور کلی جدا از زبان، سوژکتیویته انسانی وجود ندارد، بدان معنی که انسان به عنوان سوژه، مستقل از رابطه‌اش با سوژه‌های دیگر وجود ندارد. حتی همان شکل‌گیری نفس، ساخته‌ای

اجتماعی است: انسان آنگاه سوژه می‌شود که گفتن «من» را فرا می‌گیرد، که واژه‌ای است در یک زبان مشترک و از طریق رابطه با دیگران فرا گرفته می‌شود. این برداشت از مفهوم فردگرایی - سوژه، بر نقدهای فمینیستی از ساخت‌های اجتماعی زنانه تأثیرگذار بوده است زیرا رویه‌های تبعیض

جنسی، به مسائل ذاتی و ویژگی‌های طبیعی و ماهیت زنانه، استناد می‌کند: زنان قادر به ایفای نقش مدیریتی نیستند، زیرا ریسک‌پذیر نیستند یا این‌که احساسی هستند. ماندن آنها در خانه، براساس ایده جایگاه طبیعی زنان توجیه می‌شود، که باید در نقد این ایده گفت: هیچ چیز طبیعی درباره زنان وجود ندارد چرا که همه این برداشت‌ها به‌طور اجتماعی شکل گرفته و ساخته و پرداخته شده است.

● متن، بافت و گفتمان

در رهیافت پیچیده و متنوع مطالعات فرهنگی، تئوری نقش اساسی دارد. مسأله تجسم و تصور کردن روابط اجتماعی سازنده فرهنگ عمومی، تحلیل‌های تجربی کوچک مقیاس را مغلوب کرده است زیرا مقوله تجسم روابط اجتماعی، نوعی دیدگاه تئوریکي را که سازمان دهنده کردارهای افراد است بسط و گسترش می‌دهد.

پژوهش‌ها و بررسی‌های رایج در مطالعات فرهنگی را می‌توان چنین برشمرد:

۱. تاریخ جنبش‌های عمومی به ویژه تأکید بر خورده فرهنگ‌ها و شکاف‌های تاریخی در بریتانیای قرن نوزدهم؛

۲. مطالعات لاکانی از ذهنیت‌ها، به‌ویژه ساخت ذهنیت‌های زنانه در متن‌های ویژه از طریق رسانه‌های خاص؛

۳. مطالعات قوم‌نگارانه از خورده فرهنگ‌ها در درون جوامع شهری و تفسیر آنها [قومیت‌ها] از تجربیات فرهنگی‌شان؛

۴. تحلیل رسانه‌های خاص از قبیل تلویزیون به منظور فهم ساختار زبان آن و رابطه‌اش با ایدئولوژی؛

۵. تحلیل اشکال متن خاص - از داستان‌های عسامه‌پسند تا موسیقی ویدئویی - به منظور درک الزام‌های ایدئولوژیک و رسمی آنها.

ساختارگراها فرهنگ را به عنوان موضوع اصلی مطالعه نگریسته و به آن به‌وسیله شیوه تحلیل بازتمایی اشکال مربوط به متن یعنی اشکال و ساختارهایی که معانی فرهنگی را تولید می‌کنند، نزدیک می‌شوند. در مقابل،

فرهنگ‌گراها و مورخان انگلیسی، با ساختارگرایی مقابله کردند زیرا آن را جبرگرایانه می‌دیدند. فرهنگ‌گرایی یک برداشت قوی از مفهوم عامل انسانی را

علیه تاریخ و ایدئولوژی حفظ کرد. به عبارتی فرهنگ‌گراها معتقد بودند که باید با نیروهای جبار مقابله شود و تاریخ باید

به وسیله کوشش‌های فردی رادیکال

تحت تأثیر قرار گیرد. [مقاومت در برابر سلطه].

اگر چه، این تفکیک ساختارگرایی/ فرهنگ‌گرایی، ناخالص و محدود بود و هم اکنون نیز کمتر قابل کاربرد است زیرا با

توجه به علاقه‌ای که به کار تئورسین ایتالیایی آنتونیو گرامشی پیدا شد، این تمایز بی‌اهمیت گشت. تئوری گرامشی

بعضی از مشکلاتی را که به عنوان مسأله کاربرد تئوری ایدئولوژی آلتوسر مطرح

بود، رفع کرد زیرا گرامشی یک مفهوم کمتر مکانیکی از تعیین بخشی و سلطه طبقه حاکم را ارائه می‌کند. در حالی که

تبیین آلتوسر به غیرممکن بودن تقریبی تغییر فرهنگی و بیهودگی مبارزه ایدئولوژیک دلالت می‌کند. گرامشی

توضیح می‌دهد که چگونه، تغییر در درون

تأثیرگذار بوده است. سودمندی بزرگ کار فوکو، مربوط ساختن صریح متن با تاریخ

است. وی در کتاب انضباط و تنبیه (۱۹۷۹)، گفتمان‌هایی که قادرند زندان و دیگر وضعیت‌های شبیه زندان

(بیمارستان، مدرسه و...) را تأسیس بکنند، بررسی می‌نماید و تأکید می‌کند که گفتمان‌ها قادرند طرز کار قدرت را جهت

بدهند.

● چند معنایی، ابهام و قرائت متن

مشخص‌ترین استراتژی نظری مطالعات فرهنگی، قرائت تولیدات

فرهنگی، کردارهای اجتماعی و حتی نهادهای اجتماعی به عنوان «متن» است که از مطالعات ادبی و نیز نشانه‌شناسی بارت و اکو اقتباس شد. تحلیل مربوط به متن به

■ در اواخر دهه ۱۹۷۰، مطالعات فرهنگی به‌طور فزاینده‌ای تحت‌تأثیر

آن دسته از صورت‌های فکری قرار گرفت که با نام نظریه‌پردازان فرانسوی، به ویژه پیربورديو، میشل دوسرتو و میشل فوکو گره خورده است.

■ در شیوه جدید مطالعات فرهنگی، فرهنگ دیگر به عنوان پدیده‌ای که در وهله نخست، علیه دولت جهت‌گیری می‌شود، قرائت نمی‌شود.

ویژه قرائت تولیدات رسانه‌های جمعی، با بهره‌گیری از مجموعه‌ای از روش‌های پیچیده صورت می‌گیرد.

در چند دهه گذشته، قرائت مقاومت‌آمیز از متن، به عنوان ویژگی خود متون و نه صرفاً ویژگی مخاطب مورد بحث قرار گرفته است و بعضی از

مطالعات در این زمینه به توصیف استراتژی‌های مقاومت در درون متن، می‌پردازد. متون، اشباع‌شده از معانی هستند که مقدار زیادی از این معانی از طریق رمزهای هر قرائت مرجح به درون

تشکیلات اجتماعی خواننده تراوش می‌کند و بنابراین یک سلسله از معانی و لذت را تولید می‌کند. همچنین متون، مواد خام صرف نیستند بلکه صورت‌بندی‌های

نظام شکل می‌گیرد. گرامشی اذعان دارد که عامل انسانی می‌تواند علاوه بر تحلیل و شناخت ساختار تعیین‌کننده، سلسله‌ای از

امکان‌ها و فرصت‌ها را برای مقابله با آن در لحظات تاریخی خاص، فراهم سازد.

در مطالعات فرهنگی، دوگرایش در خصوص تحلیل متن به چشم می‌خورد:

۱. تحلیل متن و قرائت رمزهای تشکیل‌دهنده آن (تحلیل درون متنی)؛

۲. تحلیل زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، تاریخی و سیاسی که متن در درون آنها تولید می‌شود (تحلیل بیرون متنی).

اندیشه‌های «میشل فوکو» و به خصوص مفهوم کردارهای گفتمانی او، در رهیافت مطالعات فرهنگی بسیار

اجتماعی پردازش شده از طریق دیگر عوامل تعیین‌بخش (تعیین‌کننده) اجتماعی نظیر جنسیت و طبقه هستند.

چند معنایی متن، به آشکار شدن تحریک و ارضاکندگی با لذت‌ها انتظارات و تفسیرهای متفاوت منجر می‌شود. مفهوم لذت به‌طور فزاینده‌ای در مقابل ایدئولوژی قرار می‌گیرد.

بارت در لذت متن (۱۹۷۶) بحث لذتی که به وسیله انواع معینی از متون ادبی تولید می‌شود را مطرح کرد. تئوری لذت، منشأ این احتمال شد که ارتباطات بیشتر می‌تواند تولید لذت کند تا تولید معنی؛ و لذا این‌که متون می‌توانند تولید معنی و نیز تولید لذت کنند، متناقض به نظر می‌آید.

بعضی لذت‌های افراد به حاشیه رانده شده و می‌تواند نفی و مقاومت علیه

در جامعه، به وسیله نیروهای نشانه‌شناسی معانی، همسنگ می‌شود. هر متن و هر قرائتی اجتماعی است و لذا بُعد سیاسی دارد که می‌توان آن را در ساختار خود متن و تا حدی در روابط بین سوژه قرائت‌کننده و متن یافت.

● رمزگذاری و رمزگشایی

استیوارت هال در مقاله‌ای تحت عنوان «رمزگذاری و رمزگشایی» شرح نظری فشرده‌ای از این‌که پیام‌ها چگونه تولید و منتشر می‌شوند را ارائه می‌دهد. تأکید وی به‌طور خاص بر تلویزیون است. او یک نظریه چهار مرحله‌ای در زمینه ارتباطات پیشنهاد می‌کند: تولید، بخش، استفاده (مصرف) و بازتولید. هر مرحله نسبتاً مستقل از سایر مراحل است. این بدان معناست که رمزگذاری یک پیام، دریافت

■ پیش از آن‌که پیام بتواند «تأثیری» داشته باشد، «نیازی» را برطرف کند یا به «کاری» بیاید، نخست باید به عنوان گفتمانی معنادار مشخص و رمز آن به شکلی معنادار کشف شود.

دیدگاه‌های ایدئولوژیکی مسلط باشد. جان فیسک مفهوم «عامه» را با لذت‌های آنهایی که او معتقد است در مقابل فشارهای ایدئولوژیکی مقاومت می‌ورزند، تعریف می‌کند.

از دید وی فرهنگ عامه در کل و تلویزیون به‌طور خاص، قادر به تولید لذت‌های «غیرمجاز» و لذا معانی شورشی و برهم زننده هستند.

فیسک با تشریح پیچیدگی روابط بین متون، خوانندگان و فرهنگ، و دیالکتیک مقاومت و سلطه و به عبارتی دیالکتیک گشودگی متن و انسداد ایدئولوژیکی در تولید معنی متن را می‌پذیرد:

یک قرائت محدود از صورت‌ها (دال‌ها)ی متن نشان می‌دهد که مدلول‌ها در خود متن وجود ندارد بلکه برون متنی است. یعنی در اسطوره‌ها، ضداسطوره‌ها و ایدئولوژی قرار دارد. پس توزیع قدرت

نمونه، روابط قدرت در نقطه تولید به شکلی با روابط قدرت موجود در نقطه مصرف انطباق دارد. به این ترتیب، مدار ارتباط در عین حال مداری است که یک الگوی سلطه را بازتولید می‌کند.

از دید هال، «صورت‌گفتمانی» پیام، از جایگاه ممتازی (از نقطه نظر بخش) برخوردار است و لحظات «رمزگذاری» و «رمزگشایی» گرچه از نظر کل فرایند ارتباطی، «نسبتاً مستقل» هستند، لحظاتی تعیین‌کننده‌اند.

پیش از آن‌که پیام بتواند «تأثیری» داشته باشد، «نیازی» را برطرف کند یا به «کاری» بیاید، نخست باید به عنوان گفتمانی معنادار مشخص و رمز آن به شکلی معنادار کشف شود. این مجموعه معانی رمزگشایی شده است که «تأثیر دارد» نفوذ می‌کند، باعث سرگرمی می‌شود، چیزی می‌آموزد و غیره. ساختار در لحظه‌ای معین از یک رمز استفاده می‌کند و پیامی می‌دهد؛ در لحظه معین دیگری، پیام از طریق گشودن رمزها، به ساختار، اعمال و رویه‌های اجتماعی منتهی می‌شود... شناخت گفتمانی، محصول بازتمایی شفاف «امرواقعی» در زبان نیست بلکه محصول بیان زبان در مورد روابط و شرایط واقعی است. به این ترتیب، هیچ گفتمان قابل فهمی بدون عملکرد یک رمز وجود ندارد. رمزها ابزاری هستند که به قدرت ایدئولوژی در گفتمان‌های خاص معنا می‌دهند. آنها نشانه‌ها را به «نقشه‌های معنایی» ارجاع می‌دهند که هر فرهنگ درون آنها طبقه‌بندی می‌شود و بر آن «نقشه‌های واقعبین اجتماعی» طیف وسیعی از معانی، رویه‌ها و کاربردهای اجتماعی، قدرت و منافع، حک شده است.

در نگاه هال، چند معنایی بودن را نباید با کثرت‌گرایی اشتباه کرد زیرا رمزهای مبتنی بر دلالت ضمنی با هم برابر نیستند. هر جامعه - فرهنگی با درجات متفاوتی از حصاربندی، تمایل دارد طبقه‌بندی‌های خود از جهان اجتماعی،

آن را کنترل می‌کند اما نه به شکلی آشکار؛ هر مرحله محدودیت‌ها و امکانات تعیین‌کننده خاص خود را دارد.

هال ادعا می‌کند که چند معنایی (Polysemy) با کثرت‌گرایی یکی نیست: پیام‌ها را نمی‌توان آزادانه تفسیر کرد یا مورد استفاده قرار داد دقیقاً به این دلیل که هر مرحله‌ای در این مدار، امکانات در مرحله بعدی را محدود می‌سازد.

وی می‌افزاید: پیام‌ها در موجودیت واقعی اجتماعی، «ساختاری پیچیده از سلطه» دارند زیرا در هر مرحله روابط قدرت نهادینه، مهر خود را بر آنها می‌زند. به علاوه پیام را تنها در صورتی می‌توان در یک مرحله خاص دریافت کرد که قابل تشخیص یا مناسب باشد. هر چند که پیام، فضایی دارد که می‌تواند در محدوده آن حداقل به نوعی برخلاف تمایل آن، مورد استفاده قرار گیرد و فهمیده شود. به عنوان

فرهنگی و سیاسی را تحمیل کند. این طبقه‌بندی‌ها یک نظم فرهنگی مسلط را تشکیل می‌دهند که البته نه مبتنی بر هم‌نواپی است و نه بدون رقیب. این مسأله «ساختارگفتمان‌های مسلط» نکته مهمی است. به نظر می‌رسد حدود حوزه‌های مختلف حیات اجتماعی در درون گستره‌هایی گفتمانی مشخص می‌شود که در سلسله مراتبی از معانی مسلط یا برتر سازمان یافته‌اند.

می‌گوییم «مسلط»، چون الگویی از «قوانین‌های مرجح» وجود دارد و این دو مظهر نظمی نهادینه، سیاسی و ایدئولوژیک را بر خود دارند و خود نهادینه شده‌اند. گستره‌های «معانی مرجح» کل نظم اجتماعی را به عنوان مجموعه‌ای از معانی، رویه‌ها و باورها در خود دارند. لذا برای روشن ساختن یک «سوء تفاهم» در سطح دلالت ضمنی، باید از طریق رمزها به نظم‌های حیات اجتماعی، قدرت اقتصادی و سیاسی و ایدئولوژی اشاره کنیم.

حال می‌نویسد: سه موضع فرضی را می‌توان مشخص کرد که رمزگشایی‌های یک گفتمان تلویزیونی می‌تواند در آنها بر ساخته شوند:

- نخستین موضع فرضی، موضع مسلط - هژمونیک است. هنگامی که بیننده، معنای ضمنی را به شکلی کامل و سراسر است مثلاً از یک برنامه اخبار یا رویدادهای جاری در تلویزیون می‌گیرد و پیام را بر مبنای رمز مرجعی رمزگشایی می‌کند که در چارچوب آن رمزگذاری شده است، می‌توانیم بگوییم بیننده، در درون رمز مسلط عمل می‌کند.

- دومین موضعی که مشخص می‌کنیم، موضع یا رمز مورد توافق است. احتمالاً اکثر مخاطبان آنچه را که به شکل مسلط تعریف می‌شود و به‌طور حرفه‌ای، معنا می‌یابد به خوبی می‌فهمند اما تعاریف مسلط دقیقاً به این علت هژمونیک هستند که تعاریفی از وضعیت‌ها و رویدادها را ارائه می‌کنند که

«در موضع مسلط» (جهانی) هستند. تعاریف مسلط به شکلی صریح یا ضمنی، مسائل را در چشم‌اندازی وسیع قرار می‌دهند و به عبارتی دیگر، رویدادها را به منافع ملی یا سطح ژئوپولیتیک مربوط می‌کنند.

مخاطب با وجودی که موقعیت ممتاز تعاریف مسلط از رویدادها را می‌پذیرد، این حق را برای خود حفظ می‌کند که آنها را در «شرایط محلی» و مواضع مادی‌تر خود به شکلی که بیشتر مورد توافق باشد به کار بندد. رمزهای مورد توافق از طریق آنچه می‌توانیم منطق‌های خاص یا وضعیتی بنامیم، عمل می‌کنند.

ساده‌ترین نمونه این رمزها، رمز حاکم بر پاسخ یک کارگر به مفهوم «لایحه‌ای درباره روابط صنفی» است که حق اعتصاب یا بحث در مورد تثبیت دستمزدها را محدود می‌کند. در سطح مباحثات اقتصادی مربوط به «منافع ملی» رمزگشا ممکن است با پذیرش این مسأله که «برای مبارزه با تورم باید همگی دستمزد کمتری بگیریم»، تعریف هژمونیک را قبول کند اما این چندان ریبطی به تمایل او به اعتصاب برای افزایش دستمزد و بهبود شرایط کار یا مخالفت با لایحه روابط صنفی در سطح کارخانه یا تشکیلات اتحادیه‌ای ندارد.

گمان می‌کنیم که اکثریت عظیمی از به اصطلاح «سوء تفاهم‌ها» ناشی از تضادها و جدایی‌های میان رمزگذاری‌های هژمونیک - مسلط و رمزگشایی‌های مادی - مورد توافق است. دقیقاً همین ناهماهنگی‌ها در سطوح است که باعث می‌شود نخبگان و حرفه‌ای‌های تعریف‌کننده [رمزها] از «عدم توفیق در ارتباطات» سخن بگویند.

- سرانجام، ممکن است بیننده‌ای زیروبوم‌های صریح و ضمنی یک گفتمان را کاملاً بفهمد اما رمز پیام را به شکلی عام اما متضاد بگشاید. او تمامیت پیام را در رمز مرجح می‌شکند تا بار دیگر به آن در درون یک چارچوب بدیل ذهنی تمامیت بخشد. نمونه آن بیننده‌ای است که به

مناظره‌ای در مورد نیاز به تحدید دستمزدها گوش می‌دهد اما هر جا اشاره‌ای به «منافع ملی» می‌شود آن را به عنوان «منافع طبقاتی» قرائت می‌کند. او با آنچه می‌توان رمز مخالف نامید عمل می‌کند. یکی از معنادارترین لحظات، نقطه‌ای است که در آن قرائتی مخالف از رویدادهایی صورت می‌گیرد که معمولاً به شکلی مورد توافق، معنا می‌یابد و رمزشان گشوده می‌شود. در اینجا «سیاست تعیین معنا» یا به بیان دیگر، مبارزه در گفتمان، شکل می‌گیرد.

● مطالعات فرهنگی و نظریه پردازان

فرانسوی

در اواخر دهه ۱۹۷۰، مطالعات فرهنگی به‌طور فزاینده‌ای تحت تأثیر آن دسته از صورت‌های فکری قرار گرفت که با نام نظریه‌پردازان فرانسوی، به ویژه پیربورديو، میشل دوسرتو و میشل فوکو گره خورده است.

در نظریه فرانسوی، افراد در محیطی متشکل از نهادهای مختلف یا به قول بورديو «میدان»های مختلف زندگی می‌کنند - خانواده، محل کار، گروه‌های هم‌تایان، دستگاه‌های آموزشی، احزاب سیاسی و غیره. هر میدانی صورت مادی خاصی دارد و اغلب میدان‌ها، مکان و زمان خاصی دارند که به آنها متصل است (خانه شخصی، برای زندگی خانوادگی و دریافت بخش اعظم پیام‌های رسانه‌ها، روزهای کاری برای کار و غیره).

همه میدان‌ها معطوف به آینده هستند و «تخیل» خاص خود، چشم‌انداز خاصی از آینده، و تصویری خاص از رضایت و موفقیت و امکانات خاصی برای لذت دارند. برای نمونه، زندگی خانوادگی وابسته به تصاویر ذهنی از خانواده کامل (مثلاً پدر، مادر و یک نوزاد) است و اعضای خانواده با بازتولید آن تصویر - ولو برای یک لحظه - احساس لذت می‌کنند. ایسن «تخیل» به علت محدودیت‌ها و کمیابی که به میدان،

سازمان می‌دهند تخیلی است. به عنوان نمونه، زندگی خانوادگی را مسائل مالی، سالخورده‌گی و تعارضات میان نسل‌ها محدود می‌کند. به دلیل همین محدودیت‌ها، روابط قدرت میدان‌ها را فرا می‌گیرند و ساختار سلسله‌مراتبی در میدان‌ها به وجود می‌آید. سرانجام این‌که، همه دارای تجارب، شناخت، پول یا اقتدار برابر نیستند:

– میدان‌های بسیار سلسله‌مراتبی (نظیر مدارس و ادارات) از بیشترین میزان نظم و عقلانیت برخوردارند: تمام فعالیت‌ها در آنها معطوف به هدفی ثابت است – آموزش در مدرسه، سود در تجارت.

– هر میدانی، رویه‌های خاص دلالت‌کننده خود را دارد که کم‌وبیش متصل به آنند: شخصی واحد ممکن است طرز صحبت، راه رفتن و لباس پوشیدنش در مدرسه (یا محل کار) با خانه فرق داشته باشد و به همین ترتیب، وقتی با دوستانش مراد می‌کند به گونه‌ای دیگر صحبت کند، راه برود و لباس بپوشد.

– کمیابی نیز در ساختار بخشیدن به این رویه‌های دلالت‌کننده مؤثر است. دیکر هدایج اشاره می‌کند که پانک‌ها به جای مصرف، از بدن خود به عنوان ابزار بیان افکار و احساساتشان استفاده می‌کند زیرا این، یکی از معدود منابعی است که در اختیار دارند.

– هر میدانی، طیفی از سبک‌های تعلق را نیز شامل می‌شود. یک نفر ممکن است دانش‌آموزی از این نوع یا از آن نوع باشد، مثلاً گهگاه سینما برود یا عاشق سینما باشد. بنابراین، میدان‌ها شامل گزینه‌های «خود صورت‌بخشی» یا به قول فوکو حاکم بر خود هستند. هرچند که در میدان‌هایی منظم‌تر و عقلانی‌شده‌تر نظیر مدارس یا در کار تجاری، این گزینه‌ها به نسبت سایر میدان‌ها، بیشتر از بالا هدایت می‌شوند. به همین ترتیب، افرادی می‌توانند با تنظیم راهبردهایی، در یک میدان پیشرفت کنند که خود را با موقعیت

جاری‌شان سازش دهند. بوردیو نشان داده است که چگونه اعضای طبقه کارگر که از عهده تأمین مخارج برخی از کالاها یا سلاقی بر نمی‌آیند بالضرورة با گفتن این‌که اصلاً این چیزها را دوست ندارند، تقوایشه می‌کنند. ازسوی دیگر امکان آن هست که شالوده روزمرگی‌ها و سلسله مراتب از طریق مقاومت منفعلانه، تقلید طسعه‌آمیز، معکوس‌سازی نمادین، بی‌خیالی‌های ناشی از میگساری و حتی خیالبافی با تخطی از اصول حاکم، یا با مراسمی شاد، درهم شکسته شود. به‌طور خاص در جوامعی که سلسله‌مراتب در همه میدان‌ها انعطاف‌ناپذیر است، این اشکال تخطی ممکن است خود نهادینه شوند.

– هر میدانی تا حدی، هم خود را در مقابل دیگر میدان‌ها تعریف می‌کند و هم دیگر میدان‌ها آن را فرا می‌گیرند. به عنوان نمونه، هرچند که خانواده در عین حال «پناهگاهی» در مقابل محل کار است اما روابط در محل کار ممکن است بر اساس الگوی خانواده باشد (پدرمآبی). البته میدان‌هایی که بسیار عقلانی شده‌اند (نظیر مدارس و کارخانه‌ها) در تعامل مستقیم کمتری با سایر میدان‌ها هستند و «جهان» خاص خود را می‌سازند. با وجود این، در مواردی که میدان‌ها عقلانی‌تر شده و منضبط‌تر هستند، مواضعی که در یک سلسله‌مراتب اشغال شده‌اند ممکن است به موضعی در سلسله‌مراتبی دیگر تبدیل شوند. به عنوان نمونه، رسیدن به «اوج» نظام آموزشی به فرد کمک می‌کند در جهان کار از نقطه «بالا‌تری» آغاز کند.

سوژگی در این طرح چه جایگاهی دارد؟ با توجه به این‌که افراد:

۱. در ساختارهای نمادینی زندگی می‌کنند که به آنها اجازه می‌دهد (با محدودیت‌هایی) برای خود صحبت کنند؛

۲. در بدن‌هایی از آن خودشان زندگی می‌کنند که تحت کنترل کامل آنها نیست.

۳. در محدوده‌ای زمانی هستند که به سمت امری شناخت‌ناپذیر و گنجایش‌ناپذیر جریان دارد، ممکن است خودی «ژرف» در خویش بیابند که نه می‌توان آن را به خودی که آزادانه سبک‌ها، راهبردها و تکنیک‌های «خود صورت‌بخشی» را برمی‌گزیند تقلیل داد و نه به سوژه‌ای که میدان‌ها و گفتمان‌های خارجی موضع آن را تعیین می‌کنند.

فرهنگ مدرن غرب به‌طور خاص ارزشی فراوان برای این شکل سوژه قایل می‌شود و تأکید مطالعات فرهنگی بر این‌که ذهنیت در وهله نخست عبارت است از رویه‌ها و راهبردها، علیه آن هدف‌گیری شده است.

مدل فرانسوی، راه خود را از صورت‌های قدیمی‌تر مطالعات فرهنگی جدا می‌کند. نخست آن‌که این مدل، عملکرد نظام یافته‌ی کمیابی‌های اقتصادی در سراسر میدان‌های متعدد را بی‌اهمیت می‌داند. از آنجا که مدل فرانسوی، میدان‌های اجتماعی را «نسبتاً خود مختار» تلقی می‌کند، نمی‌تواند وجود یک کارگزار مرکزی را که ممکن است با هدایت تعدادی از حوزه‌ها، توزیع منصفانه‌تر منابع را تأمین کند، مورد تأیید قرار دهد. در عوض، تمایل به تأکید بر تیروی آرمانی فرهنگ و نیز صورت‌هایی از مقاومت است که تنها در شکاف‌ها و شیارهای نظام بزرگ‌تر و ظاهراً رسوخ‌ناپذیر، امکان‌پذیر است.

مطالعات فرهنگی، برداشت از نظریه به عنوان نوعی «کلان-گفتمان» یا فراگفتمان» را که می‌تواند بیرون از حوزه‌ای بایستد که مدعی است حقیقت را در مورد آن می‌گوید، مورد انتقاد قرار می‌دهد. در میان نظریه‌پردازان فرانسوی، خود «نظریه» رویه‌ای گفتمانی است که در حوزه‌ای خاص تولید می‌شود و از نظر روابط قدرت آثار خاصی برجای می‌گذارد؛ به عنوان نمونه، نظریه می‌تواند ارزش‌ها و فهم متعارف‌سایرین را تحت سلطه خود در آورد.

از غنای تحلیلی کار و برخورد فرهنگی می‌شود.

سخن پایانی

مطالعات فرهنگی رشته‌ای است که علائق و روش‌هایش را پیوسته تغییر می‌دهد هم به این دلیل که در تعامل و برخورد دائمی با زمینه وسیع‌تر تاریخی خود است و هم به این علت که نمی‌تواند از اقتدار یا مرجعیت خود خشنود باشد. هرچه باشد این رشته از قوت استدلال‌هایی که علیه «فراگفتمان‌ها» مطرح می‌شود بهره برده است و نمی‌خواهد صدای نظریه‌پرداز علمی، سایر صداهایی را که معمولاً به گوش نمی‌رسند خفه کند. چرخش مطالعات فرهنگی به سمت قوم‌نگاری به‌طور خاص ناشی از تمایل به فرارفتن از گفتمان‌های نظری بود.

امروز مطالعات فرهنگی از یک سو، باید مشروعیت نهادی و گفتمانی خود را مورد پرسش قرار دهد و از سوی دیگر، در هراس از آن است که مبدا رویه‌های فرهنگی خارج از نهاد، چنان سازمان یافته و پراکنده شوند که نتواند به گونه‌ای که تا به حال در تقبیح دولت‌گرایی و راست جدید به خرده‌فرهنگ‌ها، جنبش زنان و «دیگران» متوسل می‌شد، به این رویه‌ها تمسک جوید. □

منابع:

۱. برگر آسا، تکنیک‌های تحلیل رسانه‌ها، ترجمه پرویز اجلانی. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها [در دست انتشار].
۲. جانسون لری، منتقدان فرهنگ، ترجمه ضیا موحد، تهران، انتشارات طرح‌نو، ۱۳۷۸.
۳. دورینگ سایمن، مطالعات فرهنگی، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران، انتشارات مؤسسه فرهنگی آینده‌بویان، ۱۳۷۸.

4. Bennet Tony, Culture: A Reformer's Science, Sage Publication, 1998.

5. Kellner Douglas, Media Culture, Routledge Publication, 1998.

6. Turner Grame, British Cultural Studies, Routledge Publication, 1998.

■ **مطالعات فرهنگی رشته‌ای است که علائق و روش‌هایش را پیوسته تغییر می‌دهد هم به این دلیل که در تعامل و برخورد دائمی با زمینه وسیع‌تر تاریخی خود است و هم به این علت که نمی‌تواند از اقتدار یا مرجعیت خود خشنود باشد.**

فرهنگی به سخنگوی «دیگری» یعنی حاشیه‌نشین‌های مطالعات علمی تبدیل شد، جناح رادیکال انسان‌شناسی را در خود جذب کرد شاخه دیگری از مطالعات فرهنگی، ریشه در آثار متأخر میشل فوکو دارد. فوکو روشنفکران را تشویق می‌کرد هنگام ارائه توصیه در مورد سیاست‌ها، کاملاً نقاد باشند. بر نهاد فوکوگرایی جدید در رادیکال‌ترین شکل آن، فرهنگ را نه هدفی فی‌نفسه می‌داند و نه آن را محصول کارگزاران خودمختار اعم از افراد یا جماعات تلقی می‌کند بلکه آن را سازوکاری برای انتقال آشکالی از «وضعیت حکومتی» برای تنظیم کردار، اندیشه و زندگی می‌داند. در واقع براساس این استدلال، کار فرهنگی و آثار آن تنها در ارتباط با ساختارهای حکومتی وجود دارند.

توتی بیت چنین استدلال کرده است که «شرایط و فرایندهای حکومتی و سیاستگذاری را باید به عنوان بنیان آشکال و حوزه‌های مختلف فرهنگ تلقی کرد». این بدان معناست که روشن‌ترین وظیفه تحلیل‌گر مطالعات فرهنگی، ورود به ائتلاف‌هایی با فرایندهای حکومتی و تلاش برای تأثیرگذاری بر آنهاست.

چند استدلال قوی علیه سیاست فرهنگی فوکوگرایانه جدید مطرح شد: از جمله، این نظریه، به‌طور خاص فاعل را به پدیده‌ای بازمانده و زاید تبدیل می‌کند. افراد صرفاً محصول پروتکل‌های «حکومتی» یا «فنون خود صورت بخشی» تلقی می‌شوند. اهمیت آن از این روست که مسائلی چون لذت، جسمانیت، تخیل، هویت، عاطفه، خواست، نقد، عصیان و غیره در آن ناپدید می‌شوند و این امر مانع

همچنین در شیوه جدید مطالعات فرهنگی، فرهنگ دیگر به عنوان پدیده‌ای که در وهله نخست، علیه دولت جهت‌گیری می‌شود، قرائت نمی‌شود. مطالعات فرهنگی به تدریج، شیوه‌های دیگر زندگی را براساس مفاهیم خود آنها مورد تأیید قرار می‌دهد. نقطه تأکید از جماعاتی که در مقابل بلوک‌های بزرگ قدرت موضع می‌گرفتند و خود به عنوان طبقات یا خرده فرهنگ‌ها دارای پیوستگی درونی بودند، به گروه‌های قومی و زنان مستقل مبدل شد که به حفظ و پیشبرد ارزش‌ها، هویت‌ها و اصول اخلاقی مستقل متعهد بودند.

اما مشکل اولیه‌ای که این مدل به علت شکستن جامعه به اجزایی که جنس، جنسیت یا قومیت عامل وحدت درونی‌شان بود با آن روبه‌رو شد این بود که چگونه باید روابط میان این جماعات پراکنده را در نظر گرفت؟ دو راه حل ارائه شد که هر دو نسبتاً آرمانی و معطوف به آینده بودند:

۱. رنگین‌کمان جدیدی از ائتلاف‌ها و هویت‌های متقاطع را می‌توان برای اهداف خاص و موقت اجتماعی یا سیاسی «خرده» طراحی کرد؛

۲. روابط میان این گروه‌ها می‌تواند «گفت‌وگویی» باشد. مفهومی که از باخترین وام گرفته شد و در آن، غیریت یا دیگر بودگی هریک از مشارکین که در کنش متقابل با هم هستند دست نخورده باقی می‌ماند. تجلیل از «دیگری» در شرایطی که حکومت‌ها سعی کوشیدند تک فرهنگ‌گرایی و مدل‌های سنتی جنسیت را به ملت تحمیل کنند، به شدت حاکی از مخالفت بود. هنگامی که مطالعات