

از منظر نظریه انتقادی و به‌طور خاص تئودور آدورنو، «صنعت فرهنگ» مکانیسم حرکتی شورآفرین از هسته سخت و زمخت قدرت به لایه‌های نرم و تراوایی آن است. با وام‌گیری از نظریه قدرت میشل فوکو، مکانیسم تغییر و چرخش قدرت به سمت و سوی هژمونی است. وضع این مفهوم توسط آدورنو و برداشت او از آن، هم‌راستا با ظهور گفتمان سیاست فرهنگی پس از جنگ است که کوشش دارد تا با دخالت بیشینه در بازار، از قلمرو فرهنگ و هنرها در برابر آثار مضر و ناخوشایند تجاری‌سازی محافظت نماید. در این مقاله با روش توصیفی - تحلیلی، مبتنی بر تحلیل سند سیاستی واحد پژوهش و توسعه سیاست فرهنگی شورای اروپا (۱۹۹۹)، مسئله مواجهه سیاست‌گذاری فرهنگی با پروبلماتیک انتقادی صنعت فرهنگ مورد کند و کاو قرار می‌گیرد. طرح این مسئله از طریق گذار مفهومی از «صنعت فرهنگ» به سوی «صنایع فرهنگی» و اخیراً «صنایع خلاق» در بستر سیاست‌های فرهنگی دوگانه صورت می‌گیرد: «دموکراتیزه کردن فرهنگ» و «دموکراسی فرهنگی».

■ واژگان کلیدی:

سیاست فرهنگی، سیاست‌گذاری فرهنگی، صنعت فرهنگ، صنایع فرهنگی، صنایع خلاق

مواجهه سیاست‌گذاری فرهنگی با «صنعت فرهنگ» و گذار از آن

مسعود کوثری

دانشیار گروه ارتباطات دانشگاه تهران
mkousari@ut.ac.ir

حسین سرفراز

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه تهران
cacstudies@gmail.com

مقدمه

«صنعت فرهنگ^۱» در اصطلاح ترکیبی متناقض‌نماست: چرا که امر فرهنگی که اساساً بر تحولات فکری و معنوی دلالت دارد، همنشین با واژه صنعت شده است، صنعتی که بیش از هر چیز بر تولید و کار مادی دلالت می‌کند؛ اما وضع این مفهوم، کوشش تئودور آدورنو و ماکس هورکهایمر را در فهم دینامیسم فرهنگی در جامعه‌ای به شدت مدیریتی و بوروکراتیک شده و تحت سیطره کامل عقل ابزاری درآمده، نشان می‌دهد.

در ادبیات علوم اجتماعی نظیر جامعه‌شناسی - مثلاً جامعه‌شناسی نئومارکسیستی در مطالعه تضاد بین نیروهای تولید و مناسبات تولید - و به ویژه علوم ارتباطات - در بحث از نظریه‌های انتقادی رسانه - و مطالعات فرهنگی - ذیل نظریه‌های تولید فرهنگی، مصرف فرهنگی و دریافت مخاطب - از مفهوم «صنعت فرهنگ» به تکرار استفاده شده و می‌شود. اما جایگاه این مفهوم در رهیافت میان‌رشته‌ای سیاست‌گذاری فرهنگی کجاست؟ آیا می‌توان با توجه به ماهیت پراگماتیک و مدیریتی سیاست‌گذاری فرهنگی، مواجهه این رهیافت و آن مفهوم را مواجهه‌ای پروبلماتیک خواند؟ اگر از منظر مارکسیسم ارتدوکس تضاد بین نیروهای تولید و مناسبات تولید می‌توانست نظام کاپیتالیسم را در هم شکنند، از دید نئومارکسیسم و بالاخص اصحاب مکتب فرانکفورت، آن تضاد «اکنون در این جامعه یکسره مدیریت شده از میان رفته است». (ادگار و سجویک، ۱۳۸۸: ۳۳۶)

واحد پژوهش و توسعه سیاست فرهنگی شورای اروپا (۱۹۹۹) در سندی سیاستی با عنوان «موازنه‌بخشی: ۲۱ دوره‌ی راهبردی در سیاست فرهنگی^۲» که توسط فرانسوا مائاراسو و چارلز لندری تهیه گشته به طیفی از سیاست‌های فرهنگی - از «دموکراتیزه کردن فرهنگ» تا «دموکراسی فرهنگی» - اشاره کرده است که می‌توان وضع مفهومی «صنعت فرهنگ» را در این طیف مورد تأمل قرار داد و در نهایت رهیافت سیاست‌گذاری فرهنگی به مسئله و یا به عبارت دقیق‌تر، چگونگی مسئله‌مند شدن «صنعت فرهنگ» در حوزه سیاست‌گذاری فرهنگی را به بحث نشست. اهمیت انتخاب این سند سیاستی از آن روست که مجموعه‌ای از تقابل‌های دوگانه سیاستی را که عملاً فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی درگیر آنهاست، در روند کنش‌ها و واکنش‌های دولت‌های اروپایی به «فرهنگ» احصا کرده است. هدف این مقاله، ارزیابی مواجهه سیاست‌گذاری فرهنگی با پروبلماتیک «صنعت

1. Culture Industry
2. Balancing Act: 21 Strategic Dilemmas in Cultural Policy

فرهنگ» از خلال گذار مفهومی به «صنایع فرهنگی»^۱ و اخیراً «صنایع خلاق»^۲ در بستری از سیاست‌های فرهنگی است که به‌طور خاص کشورهای اروپایی در سده بیستم و پس از تجربه جنگ‌های جهانی وضع کرده‌اند؛ مجموعه این سیاست‌ها مسیر تاریخی سیاست‌گذاری فرهنگی آنها را از «دموکراتیزه کردن فرهنگ» به سوی «دموکراسی فرهنگی» نشان‌دار می‌سازد.

طرح بحث

بیش از شصت سال از زمانی که «تئودور آدورنو» و «ماکس هورکهایمر» اصطلاح «صنعت فرهنگ» را در کتاب مشترک خویش با عنوان دیالکتیک روشنگری (۱۹۴۴) وضع کردند و فصلی با عنوان «صنعت فرهنگ: روشنگری به‌مثابه فریب توده» بدان اختصاص دادند، می‌گذرد. در این برهه شتاب پیش‌رونده تحولات فناوری چنان بوده است که کمتر کسی می‌تواند در اصل تأثیر شگرف فناوری بر فرهنگ و جامعه بشری تردیدی روا کند. در این میان فناوری‌های فرهنگی و ارتباطی یا به‌عبارت دقیق‌تر رسانه‌های جمعی نقشی ویژه دارند. نظریه‌پردازان انتقادی و به‌طور خاص آدورنو تحت تأثیر شگرف همین رسانه‌هاست که آمریکا و نظام کاپیتالیستی را در پرتو آن تحلیل کرده و مختصات فرهنگ رسانه‌ای شده کاپیتالیستی را حتی تا عمیق‌ترین لایه‌های سپهر نشانه‌ای انسان مدرن، یعنی سوپزکتیویته او تشخیص داده و ردیابی می‌کنند. بدین ترتیب «صنعت فرهنگ» وضع مفهومی مکانیسمی است که طی آن نظام سلطه و سرمایه سعی دارد تا با بهره‌گیری از دستکاری نشانه‌های فرهنگی، منطق حساب‌شده روابط کالایی حاکم بر بازار را بر سطوح عالی انسانی یعنی نشانه‌سازی و معناپردازی نیز مستولی کند و بدین ترتیب انسان‌ها حتی در لایه‌های ارتباطی و تراوایی بینادذهنی خویش هم دچار منطق حسابگری سود و نفع شخصی شوند؛ منطقی که به نظام کاپیتالیستی وجهه اخلاقی فردباورانه فایده‌گرا می‌بخشد. آدورنو علاوه بر دیالکتیک روشنگری، در آثار بعدی و فردی خویش راجع به فیلم، رادیو، روزنامه‌ها و بالخصوص موسیقی عامه‌پسند جاز، همچنان بر این واقعیت پافشاری می‌کند که تحت سلطه کاپیتالیسم انحصاری، هنر و فرهنگ به تمامی توسط اقتصاد و قواعد بازار تعیین می‌یابند. (نک: به آدورنو، ۱۹۹۱)

1. Cultural Industries
2. Creative Industries

از منظر نظریه انتقادی و به‌طور خاص آدورنو، صنعت فرهنگ، مکانیسم حرکتی شورآفرین از هسته سخت و زمخت قدرت به لایه‌های نرم و تراوایی آن است؛ با وام‌گیری از نظریه قدرت میشل فوکو (نک: به آف‌ارل^۱، ۲۰۰۵: ۱۰۷-۱۰۶) - رفت و آمد میان میکروفیزیک قدرت و ماکروفیزیک آن ذیل مفهوم گاورمنتالیته^۲ - مکانیسم تغییر و چرخش «قدرت» به‌سمت و سوی «هژمونی» و رفت و آمد مدام بین این دو حوزه است. هیچ حکومتی با زور و قدرت عریان و آشکارا خشن، چندان دوام نمی‌آورد؛ بلکه بقای حکومت به‌ایجاد رضایت عام در میان عامه است. پس علاوه بر زور یا هسته سخت قدرت، لایه‌های نرم‌تری هم هست که وجوه خلاقانه قدرت را برمی‌سازد و ظرفیت برآوردن امیال را دارد. بدین ترتیب مشکل آدورنو با صنعت فرهنگ، برخاسته از مشکلی عام‌تر نسبت به همه آن صورت‌بندی‌های اجتماعی است که ارزش‌های نهفته در آنها از اولیتهی درجه اول بی‌بهره‌اند. پس اگر خروج از این صورت‌بندی فعلی صنعت فرهنگ، به‌معنای تصور صنعت فرهنگ دیگری است، چنانچه به‌صورت ضمنی در آراء آدورنو و دیگر هم‌مسلمان جبهه نظری چپ برداشت می‌شود، از منظر سیاستی کاملاً فرمال، مشکل یا دشمن اصلی خود «فرهنگ» است، گرچه از این دشمن گریزی نیست.

اسلاوی ژیژک با اخذ ایده «فرهنگی کردن سیاست» از والتر بنیامین - همراه و همکار آدورنو - کوشش کرده تا میدان نبرد را ترسیم کند. ایده چندفرهنگ‌گرایی نولیبرالی با تکیه بر تفاوت‌های فرهنگی یا تفاوت سبک‌های زندگی که امری طبیعی است، سعی می‌کند تا تفاوت‌های متأثر از نابرابری‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی انسان‌ها را خنثی و بی‌اثر جلوه دهد. به‌زعم ژيژک، علت برجسته شدن نقش فرهنگ در مناسبات اجتماعی، عقب‌نشینی سیاست و البته سیاست‌رهایی‌بخش و به‌عبارت دیگر شکست راه‌حل‌های سیاسی سراسری مثل دولت رفاه یا انواع و اقسام پروژه‌های سوسیالیستی است. (ژيژک، ۱۳۸۹: ۱۱۶-۱۱۵) بیان دیگر مسئله، صورت‌بندی تری ایگلتون است از یک جانشینی قابل تأمل: مذهب رفته رفته جای خود را به فرهنگ می‌سپارد. (ایگلتون، ۱۳۸۶: ۷۷)

اگر فرهنگ را پاسخ به پرسش «ما چه می‌خواهیم» در نظر بگیریم؛ تقابل بنیادین تفکر کلاسیک و مدرن در تعیین خواسته‌ها و نیازهای ما نشان‌دار می‌شود. فرهنگ در معنای Culture که اصولاً ابداع تفکر مدرن است، در پی پاسخ به خواسته‌ها و نیاز انسان مدرن

1. O'farrell

2. Governmentality

است و مهم‌ترین خواسته و مطلوبش تغییر حداکثری و سازش حداقلی است؛ درست نقطه مقابل بنیان تفکر کلاسیک. خواسته و نیاز انسان عصر کلاسیک یا همان خواسته پدران و اجداد وی است، یا نیازی که به‌طرز استعلایی توسط خدا، قضا و قدر، محیط و غیره تعیین و تعین یافته است. بدین ترتیب انسان عصر کلاسیک بیشتر سازش‌پذیر است و در پی وفق دادن خویش با طبیعت و سنت. در حالی که انسان عصر مدرن سعی دارد تا طبیعت را مطابق خواسته‌های خویش وفق دهد. دو پرسش مهم که در اینجا نشان‌دار می‌شود، این است که نخست خواسته ما چیست و سپس مکانیسم تغییر کدام است. تعیین خواسته‌های جامعه یا گروهی از انسان‌ها یکی از بغرنج‌ترین مسائلی است که تاکنون گریبان‌گیر انسان مدرن بوده و هست و سیاست‌گذاری فرهنگی در حقیقت شیوه صورت‌بندی، مفصل‌بندی و یافتن راه‌حل برای همان خواسته‌ها و مطالباتی است که به‌صورت جمعی هویت یافته‌اند. مکانیسم تغییر هم همان تحولات علمی - فناورانه‌ای است که به‌ویژه با وقوع انقلاب صنعتی در غرب زمینه پاسخ به نیازها و تأمین منافع را تسهیل بخشید. برای نمونه اختراع ماشین بخار توسط جیمز وات بالنسبه تغییری بود که مورد وفاق عمومی قرار گرفت، چرا که وابستگی پرهزینه بسیاری از افراد را به حیوانی چون اسب برطرف کرد؛ اگر چه ممکن است در این میان عده‌ای از صاحبان اسب و اصطبل هم دچار نارضایتی شده باشند.

اما دقیقاً این سؤال ساده در اینجا نشان‌دار می‌شود که آیا همه تغییرات رخ داده در دوران مدرن مورد وفاق عمومی بوده و هست؟ اساساً بسیاری از مکانیسم‌های مدرن تغییر که توسط برخی جوامع صنعتی به‌کار رفته و توسعه یافته، عواقب و نتایج مخربی به‌ویژه برای زیست‌بوم جانوران و گیاهان و در حقیقت محیط زیست خود انسان‌ها داشته است، چندان که قابل انکار نیست. تنها پدیدآمدن جنبش‌های جدید زیست‌محیطی جهت مقاومت در برابر به‌کارگیری مکانیسم‌های تغییر مخرب، نشانه‌ای از همان عدم وفاق عمومی است. اما مسئله تنها به حفظ محیط زیست و بازگشت به طبیعت بازمی‌گردد. بی‌تردید مکانیسم صنعت فرهنگ هم در پی پاسخ به خواسته‌ها و نیازهایی به‌وجود آمد؛ اما چه خواسته‌ها و نیازهایی؟ از منظر نظریه انتقادی مهم‌ترین خواسته پدیدآوردن صنعت فرهنگ، تولید و تکثیر فرهنگ - یعنی همان مطلوبیت مورد نظر پدیدآورندگان - در میان اقدشار متوسط و رو به پایین جامعه است. به‌عبارت دیگر تعیین طلب و مطلوب مردم به آنچه که خواسته و مطلوب صاحبان قدرت و سرمایه است. پس اگر بخواهیم خواسته شما

را طبق آنچه که خود می‌خواهید، طبق خواسته خودمان تغییر دهیم، یعنی در محدوده آنچه که «آزادی انتخاب» نامیده می‌شود، بهترین مکانیسم تغییر، صنعت فرهنگ خواهد بود؛ یعنی صنعتی که «شما چه می‌خواهید را» در مقیاس انبوه یا جمعی به «آنچه که ما می‌خواهیم» تبدیل می‌کند. یکی از دقیق‌ترین صورت‌بندی‌های این قضیه را اسلاوی ژیژک این‌گونه ارائه کرده است:

«در صحنه‌ای از فیلم جدایی^۱ (۲۰۰۶)، به کارگردانی پیتون رید، وینس واگن با عصبانیت رو به جنیفر انیستون کرده و می‌گوید: تو از من خواستی ظرف‌ها را بشورم و من هم می‌شورم - دیگه چه مشکلی هست؟ جنیفر پاسخ می‌دهد: من نمی‌خوام تو ظرف‌ها را بشوری - من می‌خوام که بخوای ظرف بشوری! این امر بازتاب‌پذیری حداقلی میل است، نوعی خواسته تروریستی: من می‌خواهم که تو کاری را انجام دهی که من می‌خواهم، لکن نه فقط انجام دهی چون که من از تو خواسته‌ام بلکه درست مثل اینکه خودت واقعاً بخواهی انجامش دهی - به عبارت دیگر من نه تنها می‌خواهم آنچه را که تو انجام می‌دهی سر و سامان دهم، بلکه امیال تو را هم من سر و سامان می‌دهم. بدترین چیزی را که ممکن است تو انجام دهی، حتی بدتر از انجام ندادن آنچه را که من از تو خواسته‌ام، این است که تو همان کاری را انجام دهی که من از تو خواسته‌ام بی‌آنکه خواسته باشی انجامش دهی.» (ژيژک، ۲۰۰۸: ۱۸)

خودپسندگی هنر، نقد زیباشناختی آدورنو

تا بدین جا می‌توان گفت که مسئله نظریه انتقادی و بالاخص صورت‌بندی نظری آدورنو از صنعت فرهنگ هم، برخاسته از تشخیص مکانیسم تغییر فرهنگی است که رفته رفته ارزش‌های والا و ذائقه یا ذوق زیباشناختی انسان را که به تعبیر کانت (۱۳۸۶: ۲۴۱)، «فی‌نفسه غایت‌مند» یا غایتی فی‌نفسه است، دستخوش تخریب قرار داده و حال باید در مقابل آن مقاومت کرد و به فرهنگ و هنر والا - فرهنگ و هنری که تا پیش از ورود به عرصه تولید و مصرف انبوه، مختص عده‌ای قلیل از نخبگان و ممتازان جامعه بود و البته محصول باارزشی از منظر خلاقیت قلمداد می‌شد - بازگشت. به عبارت دیگر، نقد آدورنو به شدت حاوی سوییچ‌های زیباشناختی است که ریشه در آراء کانت دارد.

1. Break-up

صنعت فرهنگ که در پی برداشت همه آثار و پیامدهای سطحی منتج هم از فرهنگ عامه‌پسند و هم هنر والا است - به کمک جذابیت و فریبندگی، با تحریک امیال بدون انگیزش تأمل و بازاندیشی، با ایجاد مشغولیت و تشتت خیال، البته به‌بهای فکر کردن آدمی، در حقیقت یکنواختی بی حد و حصر و دلسردی و ناکامیابی بی‌پایانی را که تجربه نو و تازه اما مستتر در این فرایندهاست، نشان‌دار می‌کند. بدین لحاظ صنعت فرهنگ تداوم سرراست صنایع جدیدی به حساب می‌آید که متولی بازتولید و توزیع انبوه از بدو سده نوزدهم میلادی بوده‌اند - فیلم، ضبط صوت، انتشار انبوه روزنامه‌ها، مطبوعات عامه‌پسند و بعدتر پخش گسترده رادیو. البته ناگفته نماند که صنعت فرهنگ همچنان ناشی از سنت هنری است، از تکنیک‌های ظاهری آن بهره می‌برد، لکن معانی ذاتی و سرشته آن را رها می‌کند. (نک: به آدورنو، ۱۹۸۱ و ۱۹۹۲) عقب‌نشینی هنرمندان آوانگارد مدرنیستی و پناه بردن به خلق آثار دشوار انتزاعی و پر رمز و راز فرمال را باید در این زمینه اجتماعی و تاریخی در نظر گرفت.

طبق باور کانت، قضاوت ذوقی انسان از هر نوع دل‌بستگی به هستی واقعی موضوع خود آزاد است؛ به عبارت دیگر قضاوت ذوقی فقط نظاره‌گر است. یعنی قضاوتی است که سروکارش فقط با چگونگی یک چیز است در نسبتی که با حس دلپذیر بودن یا نبودن دارد. خوشایندی یا ناخوشایندی نسبت به یک چیز یا موضوع که به‌دنبالش میل یا تمایل به آن را به‌همراه دارد، تنها بر زمینه حسی استوار است و از این‌رو خصوصی است و می‌توان درباره چیزهای فقط خوشایند گفت که سلیقه‌ها متفاوت‌اند؛ لکن درباره زیبایی و امر زیبا، کانت معتقد است که علاوه بر زمینه حسی با قسمی مفهوم و از این‌رو با تفکر نیز سروکار دارد و همین چگونگی است که به قضاوت‌های ذوق که سوژکتیوند، جنبه کلی می‌بخشد. کسی که درباره چیزهای زیبا داوری می‌کند، داوری‌اش نه‌تنها برای خود او بلکه برای همه است و سخن گفتن او از زیبایی چنان است که گویی زیبایی صفت ذاتی خود چیزهاست. (نک: به نقیب‌زاده، ۱۳۶۴: ۳۵۰-۳۴۸) بدین ترتیب همه تلاش کانت زمینه‌مند کردن قضاوت‌ها و احکام ذوق بر مبنای یک نظریه کلی راجع به دریافت است بدین قرار که امر زیبا بدل به یک مقوله ابژکتیو محوری شود. یعنی حکم و قضاوت ذوقی نه برگرفته از تمایلی شخصی، بلکه برخاسته از منظری ابژکتیو است که در آن همه منافع و امیال شخصی محو شده است. زیباشناسی کانت دقیقاً در پی احکام و قضاوت‌های جهان‌شمول، کلی و بی‌غرض راجع به ذوق و زیبایی است. (یاسپرس، ۱۳۷۲: ۱۹۳)

کانت در نقد قوه حکم، قضاوت ذوقی از امر زیبا را دارای چهار خصلت معرفی کرده است: ۱. ذوق، قوه داوری درباره یک عین یا یک شیوه تصور آن از طریق رضایت یا عدم رضایت، بدون هر علاقه‌ای است؛ متعلق چنین رضایتی زیبا نامیده می‌شود؛ ۲. زیبا چیزی است که بدون [نیاز به] مفهوم، به‌نحو کلی خوشایند است؛ ۳. زیبایی، صورت غایت‌مندی یک عین است تا جایی که این صورت بدون تصور غایتی، در عین دریافت می‌شود و ۴. زیبا چیزی است که بدون هیچ مفهومی به‌مثابه متعلق رضایتی ضروری شناخته می‌شود. (کانت، ۱۳۸۶: ۹۹-۱۵۵)

هنر زیبا از منظر کانت آن‌گونه عرضه کردن است که به خودی خود غایت است و نتیجه آن همانا پرورش نیروهای معنوی جان انسان و آراسته شدن آن به فرهنگ است (نقیب‌زاده، ۱۳۶۴: ۳۷۰) و از این‌رو وسیله‌ای است برای پدید آمدن همدلی و پیوند اجتماعی. علاوه بر کارکرد تربیتی و فرهیختگی هنر زیبا و به‌تعبیر دیگر، کارکرد فرهنگی آن - فرهنگ برابر نهاد تربیت، آموزش و فرهیختن - ارتباط وثیق هنر و طبیعت را نباید از یاد برد. هنر از تبعیت قواعد مشخص آزاد است، یعنی پدید آوردن یا خلقی است که با آزادی همراه است. در اینجاست که تعبیر مارکس (۱۳۵۲: ۱۸۹-۱۸۸) از قیاس معمار و زنبور عسل نشان‌دار می‌شود: زنبور عسل با ساختمان حجره‌های مومی خود موجب حیرت بعضی استادان معماری می‌گردد. ولی آنچه از پیش بدترین معمار را از بهترین زنبور عسل متمایز می‌سازد این است که معمار پیش از اینکه حجره را در کندو بنا کند در سر خود می‌سازد. در پایان پروسه کار نتیجه‌ای حاصل می‌شود که از آغاز در تصور کارگر و بنا به‌طور ذهنی وجود داشت. نه تنها وی تغییر شکلی به طبیعت اعمال می‌کند، بلکه او در عین حال به هدف خود در طبیعت تحقق می‌بخشد، هدفی که خود از آن آگاه است و مانند قانونی بر نوع و چگونگی اعمال او حکومت می‌کند و اراده‌اش باید از آن تبعیت نماید و این طبیعت عملی منفرد و تنها نیست. بدین ترتیب طبیعت نیز خود به‌مثابه اثری هنری و محصول کار هنرمند بر ساخته می‌شود و هنر تا جایی زیبا است و زیباشناسی تا جایی همراهی می‌کند که معرفت ما نسبت به اثر هنری به‌مثابه نمودی از طبیعت عمل کند.

وجه دیگر هنر زیبا از منظر کانت که در زیباشناسی آدورنو هم تداوم می‌یابد، همراهی هنر به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم با ایده‌های اخلاقی است. (یاسپرس، ۱۳۷۲: ۱۹۸-۱۹۹) بدین قرار که اگر تنها هدف هنر لذت بردن باشد، ادامه‌اش به بی‌زاری و وازدگی

می‌انجامد؛ بلکه هنر زیبا باید چنان باشد که شادی آن همانا اوج گرفتن و پرورش معنوی باشد، به گونه‌ای که ما را به سوی ایده‌های اخلاقی رهبری کند. پس این ایده‌های اخلاقی‌اند که به هنر شادی بی‌شائبه می‌بخشند.

در اینجا بسندگی قضاوت در باب امر زیبا به منظری ابژکتیو و پالوده از هر گونه منفعت، علاقه و میل شخصی محل نقد و تأمل درونی است. زیباشناسی کانت دقیقاً به دلیل دلمشغولی نسبت به قضاوت‌های ذوقی یونیورسال یا کلی فارغ از تمایلات و منافع، مورد انتقاد هم آدورنو و هم نظریه‌پردازان دیگری همچون بوردیو^۱ (۱۹۸۴)، کری^۲ (۲۰۰۵) و ایگلتون^۳ (۱۹۹۰) قرار گرفته است. برای نمونه این هر سه بر خصلت طبقاتی آن قضاوت‌های کلی و جهان‌شمول تأکید می‌کنند؛ قضاوت‌هایی که صرفاً باز نمود علاقه و ذوق طبقه بورژوازی جدید است. به همین ترتیب ایده خودبسندگی هنر و جدایی‌اش از عرصه روزمره فایده و ضرورت، به‌شدت با ایدئولوژی زیباشناختی بورژوازی همخوان است. جدایی‌های ناپایدها از هست‌ها و نیست‌ها و محدود کردن قوه شناسایی یا معرفت به مورد فاکت‌ها، جدایی شناخت از منافع و علائق و در نهایت جدایی اخلاق و حکمت عملی از پروژه عقل نظری یا خرد ناب، منجر به دفاع آدورنو و بعدتر یورگن هابرماس (شاگرد آدورنو) هم از عرصه عقل عملی می‌شود که معطوف به نقد هنجارهای اجتماعی و ارزش‌های اخلاقی است و هم از عرصه معرفت انتقادی که معطوف به‌راهایی از سلطه و نقد ایدئولوژی است. (ابادری، ۱۳۸۷: ۲۱-۲۰)

پس نمی‌توان نقد زیباشناختی آدورنو از هنرها و نموده‌های فرهنگی عصر تولید و مصرف انبوه را بی‌توجه به مسئله جدایی سوپه‌های تولید و مصرف فرهنگی تلقی کرد. بافت اجتماعی که آدورنو در نقد خویش بدان استناد می‌کند، جدایی هر چه بیشتر هنرمند با مخاطبین یا مصرف‌کنندگان اثر خویش است. به عبارت دیگر ارتباط هنرمند با عامه رفته رفته مبهم‌تر می‌شود. این ابهام را می‌توان در طیفی نشان‌دار کرد که از یک‌سو توسعه امکانات فرمال در آثار هنرمندان بیشتر به ایجاد اختلال در ارتباط بین هنرمند و مخاطبین یا به‌طور کلی مردم منجر می‌شد و از سوی دیگر، دغدغه یا دلمشغولی نسبت به ایدئولوژی مدرنیستی هنر آوانگارد هم تشدید یا تقویت می‌گشت.

این امر ما را به ایده کالایی شدن هنر در عصر تولید و مصرف انبوه هدایت می‌کند. از

1. Bourdieu
2. Carey
3. Eagleton

سده هجدهم بدین سو، بازار مهم‌ترین واسطه یا میانجی میان هنرمند و عامه بوده است. مختصات این بازار، چیزی فراتر از یک بازار محله‌ای یا محلی و حتی ملی بوده، بلکه اروپایی و جهانی است. از این منظر است که اثر هنری بدل به یک کالا می‌شود، کالایی که با تولید و فروش و مبادله آن، در نهایت ثروت و سرمایه بی‌سابقه‌ای پدید می‌آورد. اینجا همان سوپیه‌ای است که هنرمند همچون کارگر مورد بهره‌کشی قرار گرفته و هم به‌نوعی در برابر آن مقاومت ورزیده است. از یک طرف، منطق بازار ارزش مقدس ذاتی اثر را به ارزش مبادله تقلیل داده است؛ اما از طرف دیگر، هنرمند از وابستگی مستقیمش به یک حامی و پشتیبانی که فضای اجتماعی و مالی ترغیب‌کننده وی به ادامه کار هنری را پدید می‌آورد، رها می‌شود.

فهم تقابل سده نوزدهمی بین هنر ناب و عالم آلوده تجارت و صنعت، اکنون با قرار گرفتن در بستر جزئیات تاریخی دچار ابهام فراوان می‌شود. همان‌طور که مصرف هنری و فرهنگی رفته رفته از حلقه‌های بالنسبه کوچک به گروه‌های بزرگ‌تر و جدیدتر جامعه - گروه‌های درگیر در مناسبات توسعه اقتصادی مرکانتیلیستی - گسترش می‌یافت، اساس تجاری بازارهای هنری به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی بر حیات فرهنگی و هنری نویسندگان، موسیقی‌دانان و به‌طور کلی هنرمندان سایه می‌افکند. در اواسط سده نوزدهم و در اوج صنعتی شدن، شتاب کالایی شدن فرهنگ و هنرها، منجر به شکل‌گیری طیفی از مقاومت‌ها در قالب استراتژی‌های هنری و معطوف به سبک زندگی شد. یکی از مهم‌ترین آنها، جریان «هنر برای هنر» همراه با سیاست‌های جناح چپ بود. دیگری می‌توانست، گشت زدن در سوپیه تاریک مدرنیته در قالب پدیده‌ای چون «پرسه‌زن» باشد که والتر بنیامین بدان پرداخت. (برای اطلاع بیشتر نک به پایلی^۱، ۲۰۰۴)

اساساً شبکه مناسبات هنر و بازار بسیار پیچیده‌تر از تفکیک بین هنر و فایده یا سودمندی است که پیش‌تر به تقابلی آنتاگونیستی بدل می‌شد. برای نمونه شرح بورديو (۱۹۹۶) به‌خوبی نشان‌دهنده ساختار بغرنجی است از پیوند دولت و سازمان‌های احزاب سیاسی، آکادمی‌ها و مؤسسات آموزشی، گالری‌ها و مؤسسات طبع و نشر خصوصی، خیرین، مشترکین، مطبوعات، سالن‌ها، ژورنال‌ها، کافه‌ها، تئاترها، سالن‌های اجرای کنسرت و کل حوزه عمومی که در آن ارزش هنری ساخته و فهمیده می‌شود. بدین ترتیب تولید کالاهای فرهنگی به‌سادگی حول میزان فروش انبوه ساماندهی نمی‌شود، بلکه بر مبنای

1. Bayley

معتبرسازی پیچیده و ناپایدار درون شبکه‌ای از مناسبات تو در تو آکادمی‌های هنر، ژورنال‌ها و سالن‌های مخالف هم‌زمان می‌یابد.

سیاست فرهنگی علیه بازار

وضع مفهوم «صنعت فرهنگ» توسط آدورنو و برداشت او از آن، هم‌راستا با ظهور گفتمان سیاست فرهنگی پساجنگ است که کوشش دارد تا با دخالت بیشینه در بازار، از قلمرو فرهنگ و هنرها در برابر آثار مضر و ناخوشایند تجاری‌سازی محافظت نماید. این رهیافت سیاستی که تحت عنوان دموکراتیزه کردن فرهنگ نشان‌دار می‌شود، صرفاً شکست بازار در مقابل امکانات و مقدرات دولت به‌عنوان تصمیم‌ساز و سیاست‌گذار نیست؛ بلکه حکایت از مداخله ایجابی دولت برای کنترل یا کاهش نقش بازار در حوزه عمومی دارد که درون آن ارزش‌گذاری و معتبرسازی فرهنگی رخ می‌دهد. دولت بدین منظور و در تقابل با بازار و حرکت به‌سمت ارزش‌های فرهنگی، سعی در کنترل زمینه‌نهادی توزیع فرهنگ داشت و سیاست فرهنگی هم از ارزش در مقابل بازار حمایت می‌کرد.

در اینجا و در سند سیاستی «موازنه‌بخشی: ۲۱ دوره‌ی راهبردی در سیاست فرهنگی» سعی می‌شود تا با ملاحظه زمینه تاریخی و سیاسی سیاست‌گذاری فرهنگی دولت‌های اروپایی، تحول‌گفتمان سیاست فرهنگی پساجنگ یا دموکراتیزه کردن فرهنگ به سیاست دموکراسی فرهنگی و در نتیجه تحول مفهومی صنعت فرهنگ تشریح شود.

سال‌های پس از جنگ دوم جهانی، شاهد افزایش دلمشغولی دولت‌های اروپایی با مباحث فرهنگی و افزایش یارانه‌های دولتی به فعالیت‌های فرهنگی و هنری بوده‌ایم. این امر منجر به رشد انبوه بخش فرهنگ از نظر اشتغال، تعداد بینندگان و شنوندگان یا مخاطبان، تنوع محتوا و فرم، اهمیت اقتصادی و برجسته‌تر شدن نقش توده یا مردم شد. بدین ترتیب تا دهه ۱۹۶۰ هر دو جناح سیاسی، دخالت دولت در عرصه فرهنگ و هنرها را ترویج می‌کرد و از آنجا که باوری راسخ به‌همراهی تمدن و فرهنگ یا به‌عبارت دیگر ارزش متمدن‌کننده فرهنگ و هنرها داشت، سعی می‌کرد تا به بهترین نحو و فارغ از دغدغه‌های مالی و تجاری، هنرها را در دسترس مردم قرار دهد. بدین ترتیب سیاست‌های فرهنگی ناشی از این باور، تضمین دسترسی مردم به امکانات و مقدرات از راه کاهش قیمت بلیت نمایش‌ها، برگزاری برنامه‌های آموزشی، رایگان کردن بازدید از موزه‌ها، آگهی و تبلیغ در رسانه‌های دولتی، اختصاص ردیف بودجه برای ساخت آثار ارزشمند و فاخر

ملی و... بود. برای نمونه در شورای هنرهای بریتانیا، سیاست تفکیک میان آنچه که باید مورد حمایت دولتی قرار بگیرد و آنچه که نباید، بر مبنای شدت کالایی و تجاری‌شدگی آن پدیده یا اثر استوار بود. این امر نه تنها تحمیل سلیقه و ذائقه گروه قلیلی از نخبگان جامعه تلقی می‌شود، بلکه علاوه بر این، ما در این شیوه سیاست‌گذاری شاهد چانه‌زنی‌های مجدد درباره نسبت بین دولت و فرهنگ هستیم.

ریشه‌های سیاست دموکراتیزه کردن فرهنگ به اوائل رخداده مدرنیته باز می‌گردد؛ لکن پروسه متمدن شدن در سده نوزدهم بیش از پیش با مشروعیت دولت - ملت‌ها در ایجاد و تکوین دموکراسی‌های توده‌ای، بر ساختن سنت، ترویج پایگاه‌های حفظ و اشاعه میراث ملی، آرشیوها، موزه‌ها و آثار اصیل ادبی و موسیقایی گره خورده است. (هابزبام و رنجر^۱، ۱۹۸۳ و اندرسون^۲، ۱۹۸۳) علاوه بر این، مؤلفه اجتماعی دموکراتیک قدرتمند دیگری در دهه‌های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ با شکل‌گیری اتحادیه جماهیر شوروی ظهور کرد. در این ایام ملی شدن فرهنگ حاوی سویه دموکراتیک جمع‌گرایانه بود. پیش‌تر توده به‌دلیل فقدان تحصیل و فراغت کافی در کنار حق مالکیت انحصاری آریستوکراسی قادر نبود به همه وجوه فرهنگ زیسته، دسترسی داشته و مصرف‌کننده آن باشد.

اما سیاست فرهنگی دموکراتیزه کردن فرهنگ بی‌انتقاد نماند. از یک‌سو، انتقادها به سوگیری ارزش‌مدارانه این سیاست اشاره می‌کردند و معتقد بودند اینکه مجموعه‌ای از پیش تعیین‌شده از ارزش‌ها، تجلیات و محصولات فرهنگی را در دسترس مردم بگذارید، برای جوامع دموکراتیک کفایت نمی‌کند. چه این حرکت، فرایندی است از بالا به پایین و این ارزش‌های نخبگان یا طبقه حاکم و صاحبان قدرت است که در متن و بطن زمان و طبقات اجتماعی گسترش می‌یابد و در نتیجه بسیاری از صورت‌های بیان و هویت فرهنگی را نادیده می‌انگارد. بدین ترتیب استدلال می‌شود که سیاست‌گذاری فرهنگی باید از آموزش توده به‌منظور درک فرهنگ رسمی فراتر رود و با پذیرش این واقعیت که فرهنگ بیان حال روزمره مردم یا شیوه کلی زندگی روزمره آنها است، ایشان را با مباحث اساسی درباره ماهیت و ارزش هویت‌ها و بیان‌های فرهنگی درگیر کند. ارزش متمدن‌کننده فرهنگ و هنرها که هسته سخت دموکراتیزه کردن فرهنگ به حساب می‌آید، بر نقش دگرگون‌کننده آثار فرهنگی و هنری متکی بود و بنا به شواهد تاریخی، همراه با

1. Hobsbawm & Ranger
2. Anderson

بنای گالری‌ها و موزه‌ها در شهرهایی نظیر لندن، لیدز، منچستر، بوستون و سن‌لویس که با صنعتی شدن فزاینده‌ای مواجه بودند، ادعاهای بلندپروازانه‌ای نیز راجع به مأموریت تاریخی این تمدن‌های جدید شهری بیان می‌شد. (نک به هانت^۱، ۲۰۰۴) علاوه بر این ادعا می‌شد که تنها از طریق مصرف همین آثار است که طبقات خطرناک جامعه از جهل و هرج و مرج پالوده می‌شوند.

از سوی دیگر، وضع مفهوم «صنعت فرهنگ» توسط آدورنو بیشتر نه به سویه «تولید»، که به سویه «مصرف» آثار هنری و فرهنگی توسط همان توده توجه دارد. نقد مبتنی بر صنعت فرهنگ به سطحی شدن و تخریب ارزش‌ها و معانی عمیق فرهنگی هشدار می‌دهد که روز به روز در بین عوام رواج بیشتری می‌یابد. اگرچه توده در سده بیستم چندان شباهتی با توده در سده‌های پیشین ندارد، بلکه به سبب عمومی و اجباری شدن آموزش و پرورش، توسعه انواع فناوری و رسانه‌های جمعی و بهبود نسبی وضع اقتصادی و معیشتی، باسوادتر و نسبت به اوضاع و احوال زمانه خویش آگاه‌تر و دارای زمان یا اوقات فراغت قابل مصرف شده، مناسبات تولید و مصرف فرهنگی هم به تناسب تغییر کرده است. بدین ترتیب اگرچه آدورنو تجاری‌سازی روزافزون را حاوی اثرات مخرب برای طبقات عوام و فرهنگ کارگری می‌دید، لکن به تحول مناسبات تولید و مصرف هم توجه داشت. وجه غالب تولید و مصرف فرهنگی توده، الگوبرداری از همان وجوه فرهنگی و هنری والا یا ارزشمند بود. بنا به گفته فریث^۲ (۱۹۹۸) فیلم به تئاتر می‌نگریست، نوازندگان پیانو به استادان بزرگ، موسیقی عامه‌پسند به اپرا و کنسرت سمفونی، ادبیات عامه‌پسند به سبک ادبیات باشکوه و کبیر، عکاسی به هنرهای زیبا و غیره. اما در این بین همه مسئله، درغلتیدن خود فرهنگ و هنر والا به درون آسیاب در حال چرخش تجارت و بازار است. برای نمونه می‌توان به تغییر و تحولی اشاره کرد که صنعت موسیقی ضبط‌شده در حوزه موسیقی کلاسیک به وجود آورد. ستارگان موسیقی دیگر محدود به کاروسو، شالیپین، توسکانینی و استراوینسکی نمی‌شد؛ علاوه بر این تغییراتی در نواختن ارکستر و سبک‌های خوانندگی به وجود آورد و فرصت‌هایی جدید برای شنیدن موسیقی به‌طور خصوصی یا در خانه ایجاد کرد. (آیزنبرگ^۳، ۲۰۰۵)

1. Hunt
2. Frith
3. Eisenberg

از «صنعت فرهنگ» تا «صنایع فرهنگی»

یکی از مهم‌ترین متفکرینی که به اهمیت چرخش اصطلاح‌شناسی از مفهوم «صنعت فرهنگ» به اصطلاح «صنایع فرهنگی» پرداخته است، هزموندال^۱ (۲۰۰۲؛ همچنین نک: به هزموندال و پرات^۲، ۲۰۰۵) است. تغییر مفهومی و اصطلاحی، دال بر تحولات شناختی ناشی از فهم و درک ساختار پیچیده و دینامیسم متغیر حوزه تولید و مصرف فرهنگی است که در اوائل دهه ۱۹۸۰ رخ داد. این چرخش را به‌نوعی می‌توان چرخش از جامعه‌شناسی انتقادی فرهنگ به سیاست‌گذاری فرهنگی تلقی کرد. وضع مفهوم صنایع فرهنگی به ما امکان درک روابط متقابل میان فناوری‌های تولید و توزیع، تغییر الگوهای اقتصادی و تجاری، پیوندهای نوظهور میان کالاهای نمادین و مبتنی بر اطلاعات و روابط بین فرهنگ و نظام‌های ارتباطی یا به‌طور کلی رابطه بین فرهنگ و ارتباطات، درک پیوندها و روابط میان سوپه تولید و چرخه یا مدار توزیع فرهنگ و نیازها یا اولویت‌های ایدئولوژیک دولت و تمرکز بر وضعیت مبهم نیروی کار خلاق درون کل نظام می‌بخشد. علاوه بر همه این موارد، چنانچه پیش‌تر بیان شد، امکان یا فرصت پرداختن به یک رهیافت سیاست‌گذاری فرهنگی جدید هم در این چرخش مفهومی به‌وجود می‌آید.

با در نظر گرفتن همه موارد مذکور، بدیهی است که دیگر به‌سادگی نمی‌توان صنایع فرهنگی را «دیگری» هنر اصیل خطاب کرد. علاوه بر این و تحت تأثیر یافته‌های مکتب مطالعات فرهنگی بیرمنگام و نقد اقتصاد سیاسی، لازم است هر دو طرف را صرفاً به‌مثابه تولید و توزیع فرم‌های نمادین یا متن‌ها مورد مطالعه قرار داد. در اینجا است که خود مسئله ورود صنایع فرهنگی به حوزه سیاست‌های فرهنگی هم نشاندار می‌شود.

برای نمونه می‌توان به شرح آگوستین ژیرار از سیاست فرهنگی فرانسه اشاره کرد. از سرگیری فشار آمریکا برای مقررات‌زدایی از تجارت فرهنگی و دسترسی به بازارهای جدید در اواخر دهه ۱۹۷۰ حول محور مذاکرات «موافقت‌نامه عمومی تعرفه‌ها و تجارت»^۳

1. Hesmondhalgh

2. Pratt

۳. موافقت‌نامه عمومی تعرفه‌ها و تجارت با عنوان اختصاری GAAT سندی است، مشتمل بر ۳۸ ماده و ۴ فصل که اول بار در ۳۰ اکتبر ۱۹۴۷ بین ۲۳ کشور عمدتاً پیشرفته و صنعتی به امضا رسید. این سند، چارچوبی شکلی و سیاست‌گذارانه را برای مذاکره در مورد آزادسازی دسترسی به بازارها در بر داشت و تا سال ۱۹۹۴ که پایان حیات این موافقت‌نامه به‌عنوان تنها نهاد ناظر بر تجارت بین‌الملل بود، اعضای آن به‌حدود ۱۲۳ کشور افزایش یافت. گات امروز به‌عنوان کارگزاری بین‌المللی وجود ندارد (البته موافقت‌نامه گات هنوز پابرجاست) و هم‌اکنون جای خود را به سازمان تجارت جهانی داده است. (بزرگی، ۱۳۸۶: ۷-۸)

گات)، با احساس نیاز به حمایت از صنایع فرهنگی به‌عنوان بخشی از سیاست فرهنگی ملی همراه شد. وزارت فرهنگ فرانسه با باور به اینکه عمده محصولات فرهنگی مصرفی که توسط بخش تجاری تولید و روانه بازار می‌شود، صرفاً به‌دلیل حمایت تجاری نمی‌توانند روی پای خود بایستند، درحالی که اقلیتی از هنرها تمام توجهات و نظرات را به خود جلب می‌کنند؛ سیاست دموکراتیزه کردن فرهنگ را دستور کار خود قرار می‌دهد. (ژیرار^۱، ۱۹۸۲: ۳۹-۲۴)

هرچند، تجربیات فرانسه و مناطق دیگر بخشی از بازاندیشی در سیاست‌گذاری فرهنگی است که از کران دموکراتیزه کردن فرهنگ همراه با تصویری یکپارچه و یکدست از دولت - ملت و میراث ملی به‌سوی کران متکثرتر، متنوع‌تر و بغرنج‌تری حرکت می‌کند. به‌تعبیر بیانچینی و پارکینسون^۲ (۱۹۹۳) خود این جریان بر درگیرشدن فعالانه‌تر و دموکراتیک‌تر در فرایند سیاست‌گذاری و تولید فرهنگی دلالت می‌کند. بافت اجتماعی که روند این حرکت از کران «دموکراتیزه کردن فرهنگ» به کران «دموکراسی فرهنگی» را شتاب می‌بخشید، عمدتاً به‌واسطه تحولات فناوری و به‌ویژه رسانه‌های بزرگ و کوچک قابل توصیف است. ارزان‌تر شدن و در دسترس بودن فناوری برای همگان از مهم‌ترین متغیرهای اثرگذار در این جریان است. صنعت تولید و میکس الکترونیکی صدا، کاست ضبط، ضبط تصویر به‌صورت ویدئو، عکاسی و تصویربرداری، کپی، تکثیر و پرینت و از همه مهم‌تر انقلاب دیجیتال و شکل‌گیری ارتباطات مبتنی بر رایانه، همه و همه تولید و توزیع متن، صوت و تصویر را دچار تحولات ماهوی کرد. همه این تحولات هم به تولید و تکثیر انبوه در بخش‌های تجاری و هم در رویه‌های غیرتجاری و غیرانتفاعی منجر شده است. مهم‌ترین سویه معرفتی این تحولات، نشاندار شدن این پرسش دقیق بود که مردم با فناوری‌ها (و از جمله رسانه‌ها) چه می‌کنند؟

یکی از نخستین اسناد سیاستی که به صنایع فرهنگی نه‌تنها در سطح محلی، بلکه به‌عنوان پایه و اساسی برای دستیابی به سیاست فرهنگی دموکراتیک‌تری نگریسته، کار شورای عالی لندن در میانه سال‌های ۱۹۷۹ و ۱۹۸۶ است. طبق شرح گارنهام^۳ (۱۹۹۰) از این سند سیاستی، مهم‌ترین نکته این است که هنرها و بازار دشمن یا خصم یکدیگر نیستند؛ بازار بالنسبه شیوه کارآمدی برای جمع‌قوا و منابع و بازتاب‌گزینه‌ها

1. Girard
2. Bianchini & Parkinson
3. Garnham

و انتخاب‌ها است. سیاست‌های عمومی باید از بازار به‌مثابه راهی برای توزیع کالاهای فرهنگی و خدمات بهره بگیرند و در این زمینه باید مطابق خواسته‌های مخاطبین و نه صرفاً معطوف به برآوردن اهداف تولیدکنندگان عمل کنند. بدین ترتیب نقطه تمرکز گارنهام نه بر راهبردی محلی برای تولید اقتصادی، بلکه در مقیاسی کلان‌تر، استراتژی حرکت به‌سمت دموکراسی فرهنگی است که خواهان افزایش دسترسی مردم به وسایل تولید، توزیع، تجزیه و تحلیل و در نهایت مصرف فرهنگی است. در این بین نکته‌ای در شرح گارنهام نهفته است، که نشان‌دهنده حرکت ناقص به‌سمت دموکراسی فرهنگی است: با وجود تمرکز بر مخاطب‌پژوهی همزمان با توجه به بازاریابی کارآمد و پاسخ‌دهی به نیازها و مطالبات، همچنان وزن سیاست‌ها بر مسئولیت‌پذیری در قبال فرهنگی است که مورد حمایت عمومی است و از این‌رو نسبت به هر گونه خلاقیت، فرایندهای خلاقانه و بازآفرینی، شکاف میان خواسته و مطلوب هنرمند و خواسته‌ها و مطلوب‌های عامه و شکاف بین خواست امر نو و واقعیت‌های حاکی از اولویت‌ها و ترجیحات موجود غفلت می‌کند. در اینجا چرخش مفهومی دیگری هم رخ داده است که حکایت از همان دینامیسم فرهنگی دارد و آن شکل‌گیری مفهوم «صنایع خلاق» و هم‌نشینی آن با اصطلاح «صنایع فرهنگی» است.

اگر دوگانه تولید/ مصرف فرهنگی را یکی از محورهای پروبلماتیک شدن یا مسئله‌مند شدن صنایع فرهنگی در سیاست‌گذاری فرهنگی به‌حساب آوریم، افزایش وجوه تولیدی و توسعه آنها در قلمرو حیات فرهنگی که مشتمل است بر فعالیت‌های رسانه‌ای جدید و مبتنی بر خدمات فناوری اطلاعات و ارتباطات و دیجیتال در کنار احیای رویه‌های طراحی و صنایع دستی روی هم‌رفته قلمرو صنایع خلاق را شکل می‌دهند. در اینجا تفاوت مهم بین مفهوم صنعت فرهنگ آدورنو و صنایع فرهنگی جدید یا صنایع خلاق، ایجاد حق دسترسی به تولید فرهنگی علاوه بر حق دسترسی به مصرف فرهنگی برای همگان است.

یکی از متأخرترین نمونه‌های این صنایع فرهنگی جدید، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی است. می‌توان وضعیتی را تصور کرد که در آن حتی کودکی یتیم از قشر فرودست ساکن در نواحی مرز نشین ایران هم با داشتن امکانات اولیه همراه با استعداد و خلاقیتی خدادادی هم فرصت یا امکان تولید فرهنگی و هنری را به‌طور بالنسبه برابر داشته باشد. برخلاف نقد آدورنو، این فرایند چندان هم مکانیکی و استاندارد صورت نمی‌گیرد؛ بلکه

بالعکس فرد با اشتراک سرمایه اجتماعی خود با دیگران و شریک شدن در سرمایه اجتماعی دیگران، به افراد پیشنهادشده از سوی دوستان خویش بالنسبه اعتماد می‌کند؛ یا مثلاً با بهره‌گیری از سرمایه فرهنگی خویش که ناشی از آموزش‌ها و تجربه‌های انباشته اوست، تولیدات و محصولات فرهنگی و هنری دیگران را می‌پسندد یا نمی‌پسندد.

از «دموکراتیزه کردن فرهنگ» تا «دموکراسی فرهنگی»

علاوه بر تقابل تولید/ مصرف فرهنگی، می‌توان طیفی دیگر از دوگانه‌های مهم سیاستی در نظر گرفت که هر یک به وجهی از وجوه سیاست‌گذاری فرهنگی و رهیافت سیاستی نسبت به صنایع فرهنگی پرداخته است. برای نمونه در نحوه عملکرد سیاست‌گذاری فرهنگی در کشورهای اروپایی به‌ویژه در تقابل اروپای شرقی و غربی، دوگان مشاوره یا مشارکت فعال نشان‌دار می‌شود. اصولاً فرایند تدوین سیاست‌های فرهنگی در بسیاری از جوامع جریانی عمده‌تاً داخلی و وظیفه کارمندان دولت و سیاستمداران بوده است؛ لکن در برخی از کشورها نظیر هلند کوشش‌هایی صورت گرفته تا درباره سیاست‌ها با مردم هم‌مشورت و رایزنی صورت بگیرد. بدیهی است هر اندازه که به‌سمت کران مشارکت فعال حرکت شود، اهداف و استانداردهای موفقیت حاصل از این مشارکت به مطالبات مردم نزدیک‌تر است و خود این فرایند بخشی از جامعه مدنی به‌عنوان یکی از ارکان دموکراسی است که شهروندان را توانا و ترغیب می‌کند تا در مواردی مسئولیت بپذیرند که اغلب حس می‌کنند اتفاقاً در این زمینه‌ها حرفی برای گفتن دارند. توسعه صنایع فرهنگی جدید که وجه غالب‌شان تعامل‌گری و ایجاد فرصت مشارکت در امر تولید و توزیع محصول است، خود به خود زمینه را برای مشارکتی‌تر شدن فرایندهای سیاست‌گذاری فرهنگی فراهم می‌آورد.

دوگانه سیاستی دیگر، تک فرهنگی / تنوع فرهنگی است. دموکراتیزه کردن فرهنگ ریشه در باور فلسفی به یونیورسالیسم و کلی‌گرایی دارد و دموکراسی فرهنگی ریشه در چندفرهنگ‌گرایی و پلورالیسم. برداشت آدورنو از صنعت فرهنگ تاحدی بسته به شرایط زمانی و مکانی دوره خود اوست. عصر پروپاگاندا و تبلیغات سیاسی، عصر اثرات مستقیم و فوری و جادویی رسانه‌ها و عصر دریافت‌کنندگان منفعل همه و همه زمینه را برای تک‌فرهنگی کردن یا به‌عبارتی تک‌صدایی کردن رسانه‌ها (که رسانه‌های بزرگ بودند) فراهم کرده بود. لکن بعدتر و به‌ویژه پس از رخداد «می ۱۹۶۸» و سربرآوردن جنبش‌های

اجتماعی جدید و رشد فناوری‌ها و وقوع انقلاب دیجیتال، رفته رفته زمینه برای شنیده شدن بالنسبه صداهاى خاموش و متعلق به ديگران هم فراهم شد. بدین ترتیب می‌توان گفت ظهور و تثبیت صنایع فرهنگی جدید (که دیگر صرفاً رسانه‌های بزرگ نیستند) به معنای تدوین سیاست‌های فرهنگی با رویکرد به تنوع فرهنگی و حرکت به سمت دموکراسی فرهنگی بوده است. اگر در سیاست‌گذاری فرهنگی معطوف به دموکراتیزه کردن فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی به اصطلاح مصرف‌گرای معطوف به سویه تولید، پاسخ به جامعه‌ای واحد داده می‌شود، در سیاست‌گذاری فرهنگی معطوف به دموکراسی فرهنگی و سیاست‌های فرهنگی به اصطلاح تولیدگرای معطوف به سویه مصرف، پاسخ‌ها به جامعه‌ای متکثر داده می‌شود.

دوگانه سیاستی دولتی / خصوصی هم یکی دیگر از محورهاست. هر اندازه که صنعت فرهنگ وابسته به سازمان‌های عریض و طویل قدرتمند، پول و سرمایه کلان و رسانه‌های بزرگ بود، صنایع فرهنگی جدید با ایجاد مناسبات تجاری خصوصی این زنجیره را تاحدی بر هم زده‌اند. گرچه همچنان می‌توان از منافع مشترک، خط قرمزهای مشترک، سیاست‌های همسو و مسائلی از این دست سخن گفت، لکن به نظر مهم‌ترین ثمره این نزاع، تمرکززدایی سیاستی است که با ظهور و تکوین صنایع فرهنگی جدید نشان‌دار شده است. در نهایت می‌توان مسیر حرکت سیاست‌گذاری فرهنگی از کران «دموکراتیزه کردن فرهنگ» به سوی کران «دموکراسی فرهنگی» را با مجموعه‌ای از دوگانه‌های سیاستی مندرج در سند سیاستی واحد پژوهش و توسعه سیاست فرهنگی شورای اروپا (۱۹۹۹) به صورت شماتیک در جدول زیر تصویر کرد:

جدول ۱: مسیر گذار سیاست‌گذاری فرهنگی

| دموکراسی فرهنگی | دموکراتیزه کردن فرهنگ |
|-----------------|-----------------------|
| خصوصی | دولتی |
| مشارکت فعال | مشاوره |
| چندفرهنگی | تک‌فرهنگی |
| تولید | مصرف |
| صنایع خلاق | صنایع فرهنگی |

نتیجه‌گیری

رهیافت سیاست‌گذاری فرهنگی در تجربه اروپا نشان داده است که پروبلماتیک «صنعت فرهنگ» و نقد درونی آدورنو و دیگر اصحاب مکتب فرانکفورت نسبت به جامعه به‌شدت عقلانی‌شده و بوروکراتیک که مناسبات انسانی و به‌ویژه «فرهنگ» را بر مبنای دلمشغولی‌های کمی بوروکرات‌ها و مدیران به‌تمامی اداره می‌کند، همچنان سایه انتقادی خویش را بر طیف دوگانه سیاست‌های فرهنگی افکنده است، هرچند به‌نظر می‌رسد با گذار از دموکراتیزه‌کردن فرهنگ به‌سوی دموکراسی فرهنگی و اهمیت یافتن سوبیه‌های تولید، مشارکت و خلاقیت، نقد رادیکال آدورنو رنگ ببازد. به‌عبارت دیگر و مبتنی بر سند سیاستی مورد تحلیل در این مقاله با طیف دوگانه سیاست‌های فرهنگی اروپایی مواجه‌ایم: از یک‌سو سیاست دموکراتیزه‌کردن فرهنگ را در کشورهایی نظیر فرانسه و ایتالیا داریم که بین فرهنگ و سایر فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی تفکیکی قائل نمی‌شوند، یعنی از منظر وزارتخانه فرهنگ، کالاها و امور فرهنگی و هنری چون دیگر کالاهای تجاری‌اند و باید از نظر مالی در برابر پارلمان کاملاً پاسخگو باشد (ماتاراسو و لندری^۱، ۱۹۹۹: ۲۳)؛ دخالت دولتی، دخالت سیاسی و کنترل ابزار تولید، توزیع و شیوه‌های مصرف و در نهایت محدود کردن خلاقیت و تفکر که ذات اثر هنری بدان وابسته است، مجموعه‌ای از آسیب‌های این سر طیف است که در نقد آدورنو از «صنعت فرهنگ» هم نشان‌دار می‌شود.

در سوی دیگر سیاست دموکراسی فرهنگی را در کشورهایی نظیر ایرلند، فنلاند و انگلستان شاهدیم که با اعتقاد به ماهیت خاص و ارزش قائم به‌ذات امور فرهنگی، به اصلی چون اصل «حفظ فاصله» متمسک می‌شوند تا از دخالت‌های سیاسی دولتی در حد توان اجتناب کنند. طبق این اصل، بودجه مصوب پارلمان برای امور فرهنگی به چند شکل شبه مستقل نظیر شوراهای هنری داده می‌شود تا خودشان نحوه مصرف بودجه را تعیین کنند (ماتاراسو و لندری، ۱۹۹۹: ۲۳)؛ البته از جمله آسیب این رویافت هم دورماندن از کنترل دولت، اعمال سلیقه و ذائقه عده‌ای خاص و حتی دورماندن از چشم عموم مردم است، درست همان‌طور که نقد آدورنو تداعی‌گر دفاع از فرهنگ و هنر «نخبه» در مقابل فرهنگ و هنر «عامه» بود. در نهایت می‌توان در جدول ۲ دوگانه‌محوری سیاست‌گذاری فرهنگی و رهیافت هر یک به مسئله «صنایع فرهنگی» را خلاصه نشان داد:

جدول ۲: سیاست‌گذاری فرهنگی و «صنایع فرهنگی»

| دموکراسی فرهنگی | دموکراتیزه کردن فرهنگ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| تصدیق و تأیید تنوع فرهنگ‌ها درون جامعه که باید بهتر شناخته شوند و مورد حمایت قرار بگیرند؛ تمرکز بیشتر بر توزیع و دسترسی است. | تمرکز بر شکل‌دادن به مجموعه‌ای از آثار یک فرهنگ که به‌طرز گسترده‌ای، از طریق حمایت مالی خلق، تولید، دسترسی و زیرساخت‌ها، در دسترس همگان قرار می‌گیرد. |
| تا اوایل دهه ۱۹۹۰ کمتر وارد اسناد سیاستی شد. | سیاست‌های پس از جنگ مبتنی بر محور فرهنگ، میراث ملی و آثار هنری در اغلب کشورهای غربی اجرا شد. |
| در پی طیف وسیعی از فرم‌های بیان خلاقانه و فرهنگی و به‌طور کلی تعریف فراگیرتری از فرهنگ است. | پیش فرض بر این است که فرم‌های بیان آثار غربی (به‌شکل صریح یا ضمنی) برتری دارند. تعریفی مبتنی بر دوگان فرهنگ والا/ فرهنگ پست پذیرفته شده است. |
| ارزش‌ها و معانی فرهنگی بیشتر حاصل چانه‌زنی و تعامل میان انسان‌های خلاق، سازمان‌های فرهنگی، مخاطبان و اجتماع‌ها یا گروه‌ها است. | ارزش‌ها و معانی هنری، فرهنگی و میراث ملی توسط تولیدکنندگان و نهادها و اولیای امور از پیش تعیین می‌شود. |
| تأکید بیشتر بر تجمیع و همگرایی بین منافع محلی و منطقه‌ای و توسعه آنهاست. راهبردهای توسعه فرهنگی بیشتر مرکز‌گرای و مبتنی بر رویکردهای ارگانیک‌تر اجتماع‌محور است. | حمایت و مداخله دولت به‌شدت مرکز‌گرا و مبتنی بر رویکردها و راهبردهای خطی از بالا به پایین است. |
| تمرکز بر ساختن زیرساخت‌های «نرم» شبکه‌ها، مناسبات و اخیراً راهبردهای جدید توزیع به‌کمک رسانه‌های جدید است. | تمرکز بر ساختن زیرساخت‌های «سخت» مؤسسه‌ها، سازمان‌ها و نهادها است. |
| شرکا و سهامداران علاوه بر موارد مذکور، همه شهروندان و سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی محلی را هم شامل می‌شود. | شرکا و سهامداران اصلی گروه‌هایی متشکل از هنرمندان حرفه‌ای، مدیران عرصه فرهنگ، سازمان‌های هنری و میراث فرهنگی، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان هستند. |

منابع

۱. ابادزی، یوسف. (۱۳۸۷). *خرد جامعه‌شناسی*. تهران: انتشارات طرح نو.
۲. ادگار، اندرو و پیتر سجویک. (۱۳۸۸). *مفاهیم کلیدی در نظریه فرهنگی*. ناصرالدین علی تقویان. تهران: وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
۳. بزرگی، وحید. (۱۳۸۶). *درآمدی بر سازمان تجارت جهانی و الحاق ایران*. تهران: انتشارات قومس.
۴. ایگلتون، تری. (۱۳۸۶). *ایده فرهنگ*. علی ادیب راد. تهران: حرفه نویسنده.
۵. ژیزک، اسلاوی. (۱۳۸۹). *خسونت: پنج نگاه زیرچشمی*. علیرضا پاک‌نهاد. تهران: نشر نی.
۶. کانت، امانوئل. (۱۳۸۶). *نقد قوه حکم*. عبدالکریم رشیدیان. تهران: نشر نی.
۷. مارکس، کارل. (۱۳۵۲). *سرمایه*. جلد اول. ایرج اسکندری. نشر حزب توده ایران.
۸. نقیب‌زاده، عبدالحسین. (۱۳۶۴). *فلسفه کانت: بیداری از خواب دگماتیسم بر زمینه سیر فلسفه دوران نو*. تهران: انتشارات آگاه.
۹. یاسپرس، کارل. (۱۳۷۲). *کانت*. عبدالحسین نقیب‌زاده. تهران: انتشارات طهوری.

10. Adorno, T. (1981). *In Search of Wagner*. Trans. Rodney Livingstone. London: Verso
11. Adorno, T. (1991). *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. London: Routledge.
12. Adorno, T. (1992). *Quasi Una Fantasia: Essays on Modern Music*. Trans. Rodney Livingstone. London: Verso.
13. Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism*. London: Verso.
14. Bayley, C. A. (2004). *The Birth of the Modern World, 1780-1914: Global Connections and Comparisons*. Oxford: Blackwell.
15. Bianchini, F. & M. Parkinson. (1993). *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*. Manchester: Manchester University Press.
16. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
17. Bourdieu, P. (1996). *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Literary Field*. Trans. Susan Emanuel. London: Polity.
18. Carey, J. (2005). *What Good Are the Arts?*. London: Faber and Faber.
19. Eagleton, T. (1990). *The Ideology of the Aesthetic*. Oxford: Blackwell.
20. Eisenberg, E. (2005). *The Recording Angel: Music, Records and Culture from Aristotle to Zappa*. Second Edition. Yale: Yale University Press.
21. Frith, S. (1998). *Performing Rites: Evaluating Popular Music*. Oxford: Oxford University Press.
22. Garnham, N. (1990). *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage.
23. Girard, A. (1982). Cultural Industries: A Handicap or a New Opportunity for Cultural Development?. in UNESCO (1982) *Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture*. Paris: UNESCO.
24. Hobsbawm, E. J. & T. Ranger. (Eds.) (1983). *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.

25. Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. London: Sage.
26. Hesmondhalgh, D. & A. Pratt. (2005). Cultural Industries and Cultural Policy. *International Journal of Cultural Policy*. 11 (1). pp. 1-13.
27. Hunt, T. (2004) *Building Jerusalem: The Rise and Fall of the Victorian City*. London: Phoenix.
28. Matarasso, F. & C. Landry. (1999). *Balancing Act: 21 Strategic Dilemmas in Cultural Policy* (Policy Notes No. 4).
29. O'farrell, C. (2005). *Michel Foucault*. London: Sage.
30. Zizek, S. (2008). *In Defense of Lost Causes*. New York: Verso.

