

Reproducing Power in Social Domain

Parham Rowshanaei *

Received: 2019/01/03

Accepted: 2019/02/22

Abstract

The concept of power has always been a matter of controversy. On the one hand, some take power as a hard thing in the hands of the state or government. This enables states to use military force for subjugating people. On the other hand, some, mostly among contemporary theorists, believe the power to be a soft and subjective phenomenon and think it to become effective only when punitive discourses are effective in society. In fact, power in its second sense is a fluid and roaming thing the owners of which are endowed with the necessary influence in society. The social dimension of power can rightly display its softness and fluidity. In this article we intend to understand the reproductive process of power in social domain. To answer the question, we have adopted the library method and have surveyed this at three different layers. The first layer deals with the conceptual development of power and its consequences. The second examines three processes of managing the image, social rituals, and social institutions in relation with power. And finally, the third layer discusses the effect of the three processes on people's perceptions and attitudes and behaviors. We conclude that the reconstruction of power is a three-phase process that is institutionalized in society at large to individuals' mind and vice versa.

Keywords: Power, Soft Power, Social Dimension of Power, Institution, Social Rituals, Management of Image, Attitude, Perception

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

* M.A. student, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication, ISU prowshanaei@gmail.com

بازتولید قدرت در فضای اجتماعی

پروهام روشنائی*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۰/۱۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۰۲

چکیده

مفهوم قدرت همواره محل نقاش و تبادل نظر بوده است. از طرفی عده‌ای قدرت را امری سخت می‌پندارند و زمام آن را در دستان حکومت و یا به تعبیر دقیق‌تر دولت می‌دانند. دولت‌ها از قدرت نظامی برای به انقیاد درآوردن مردم تحت چتر حاکمیت بهره می‌برند. از طرف دیگر عده‌ای که عمدتاً طیف نظریه‌پردازان معاصر را دربرمی‌گیرد که قدرت را امری نرم و ذهنی می‌دانند و این‌گونه می‌اندیشند که زور زمانی مؤثر می‌شود که گفتمان‌های تنبیهی در فضای جامعه تأثیرگذار باشد. در واقع قدرت در صورت‌بندی نرم خودش امری سیال و در حال گردش فرض می‌شود که صاحبانش افرادی هستند که نفوذ بیشتری در جامعه داشته باشند. ساخت اجتماعی قدرت تعبیری است که به خوبی جنبه نرم و سیال بودن قدرت را نمایان می‌سازد. در این مقاله قصد داریم، که فرآیند بازتولید قدرت را در فضای اجتماعی دریابیم. برای پاسخ به مسئله فوق به روش کتابخانه‌ای ساخت اجتماعی قدرت را در سه سطح بررسی خواهیم کرد. در سطح اول به تطور مفهومی قدرت و پیامدهای آن خواهیم پرداخت. در سطح دوم سه فرآیند مدیریت تصویر، مناسک اجتماعی، نهادهای اجتماعی در نسبت با قدرت مورد بررسی قرار می‌دهیم و در سطح سوم، تأثیر سه فرآیند فوق بر ادراک و نگرش و رفتار افراد بررسی خواهیم کرد. پس از بررسی درمی‌یابیم که بازتولید قدرت فرآیندی سه مرحله‌ای است که از کلان جامعه تا اذهان افراد و برعکس نهادینه می‌شود.

واژگان کلیدی: قدرت، قدرت نرم، ساخت اجتماعی قدرت، نهاد، مناسک اجتماعی، مدیریت تصویر، نگرش، ادراک

* دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع) (نویسنده مسئول).

۱- مقدمه و طرح مسئله

دانشمندان و صاحب‌نظران علوم سیاسی و اجتماعی در برهه‌های مختلف در رابطه با مفهوم قدرت و بازیگران آن سخن گفته‌اند و این موضوع همواره محل نقاش و تبادل نظر بوده است. در دوره‌های پیاپی به قدرت به یک نگاه «سخت» نگریسته می‌شد که بازیگر اصلی آن صاحبان حکومت‌ها و دولت‌ها به شمار می‌رفتند و در این بین نقشی برای نخبگان و عموم مردم متصور نمی‌شد. اما بسیاری از دانشمندان عرصه اجتماعی در بازخوانی این مفهوم سؤالات اساسی دیگری را مطرح کردند که موجب شد تا مفهوم قدرت نسبت به آنچه در گذشته فهمیده می‌شد، دچار تغییرات ماهوی و اساسی گردد. مهم‌ترین تغییر نگرشی در این حوزه آن بود که این افراد به جای آنکه صورت-بندی قدرت را در روابط سیاسی و نظامی بدانند آن را حاصل روابط اجتماعی می‌دانستند. در واقع و به گفته‌ی کاستلز قدرت از «خصیصه» به یک «رابطه» تبدیل شده است. در واقع قدرت برخلاف گذشته که به صورت عمودی و اقتدارگرایانه بر جامعه عمل می‌کرد، امروز به دلیل فناوری‌های اطلاعاتی و شبکه‌های متعدد، ساختاری افقی و مشارکتی به خود گرفته است. (مانوئل کاستلز، ۱۳۹۶، ص. ۱۸). از همین رو ساخت قدرت تبدیل به یک ساخت اجتماعی شده است که مانند گذشته تنها در در دستان حکومت‌ها قرار ندارد. به عبارتی دیگر امروز مفهوم قدرت بیش از آنکه یک مفهوم «سخت» باشد به یک مفهوم «نرم» مبدل شده است.^۱

با توجه به اینکه قدرت -در مفهوم جدید آن- به جای آن که امری عینی و سخت باشد، امری نرم و ذهنی ارزیابی می‌شود، سؤال اساسی آن است که قدرت چگونه در محیط اجتماعی بازتولید و نهادینه می‌شود؟ به عبارت دیگر، فرآیند اعمال قدرت در فضای اجتماعی چگونه خواهد بود و بازیگران اصلی قدرت چه کسانی هستند؟^۲ به همین منظور، پرسش مذکور را در سه سطح کلان، میانی و خرد مورد بررسی قرار

^۱ ر.ک (نای، ۱۳۸۹)

^۲ در مقابل قدرت سخت که بازیگران اصلی‌اش دولت بود.

داده‌ایم. در سطح نخست مفهوم قدرت و تطور مفهومی آن را مورد توجه قرار داده‌ایم. در سطح دوم به بازتولید قدرت توسط نهادها، مناسک و به صورت کلی فرآیند مدیریت تصویر پرداخته‌ایم و در سطح سوم فرآیند تأثیر سطح دوم را بر فرد و یا به عبارت دیگر فرآیند تأثیر مدیریت تصویر در شکل دادن به اذهان و رفتار مردم اشاره و آن را شرح و تبیین می‌نماییم.

۲- پیشینه تحقیق:

در ادامه برخی از کارهای مشابه انجام شده در زمینه موضوع و مسئله مقاله معرفی می‌شود.

الف) بررسی نقش فرهنگ و هنر اسلامی در بازتولید قدرت نرم در جمهوری اسلامی ایران

پژوهش فوق با روش توصیفی-تحلیلی، کوشیده است تا جایگاه فرهنگ و هنر به عنوان دانش درونی و معنوی را در افزایش قدرت نرم ایران بررسی کند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که جایگاه فرهنگ و هنر در اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران به دلیل توجه بیشتر به امور عینی و صنعتی، چندان رضایت‌بخش نیست. هر چند که موضوع مقاله فوق بازتولید قدرت نرم در جمهوری اسلامی بوده است، اما مسئله محقق نقش فرهنگ و وضعیت فرهنگی بوده است و نه ساخت اجتماعی قدرت و نحوه آن.

ب) نشانه‌شناسی فرهنگی و بازتولید قدرت در گفتمان ژئوپلیتیک پست مدرن به تاسی از ایده‌های فوکو، مسئله اصلی این مقاله مقاومتی است که در مقابل تفکیک جنسیتی در فضاهای عمومی شکل می‌گیرد. در نظریه‌های جدید اجتماعی، فضا؛ تولیدی اجتماعی است که همه ارکان جامعه در تولید آن نقش دارند. بنابراین همچون سایر تولیدات اجتماعی، قدرت می‌تواند در ایجاد و اداره آن دخیل باشد و می‌توان گفت که فضا نقطه تلاقی قدرت محسوب می‌شود. تفکیک جنسیتی در فضاهای

عمومی یکی از تکنولوژی‌های سیاسی قدرت است که هدف آن کنترل و اداره فضاهاى عمومی است. در این مقاله نیز مسئله محقق، فضا و بازتولید قدرت بوده است و نه اساساً ساخت اجتماعی قدرت.

به نظر می‌رسد اساساً مفهوم ساخت اجتماعی قدرت از مفاهیمی است که آن‌چنان مورد موشکافی قرار نگرفته است و طبعاً تلاش صورت گرفته در مقاله حاضر می‌تواند به عنوان اولین کوشش‌های علمی در این زمینه مورد بررسی قرار بگیرد.

۳- ساخت اجتماعی قدرت:

در این بخش به مفهوم قدرت و ابعاد آن بالاخص مفهوم قدرت اجتماعی شده و یا به عبارت بهتر قدرتی که منبع آن ساخت اجتماع است می‌پردازیم. این نوع نگاه به قدرت در ادبیات دانش اجتماعی از زمان اندیشمندانی چون «فوکو» و یا با تعبیر دیگر در تفکرات اندیشمندانی چون «جوزف نای» قابل شناسایی است.

قدرت اساساً در نگاه اندیشمندان اجتماعی بدین‌گونه تعریف می‌شود: «قدرت، ظرفیتی رابطه‌ای است که کنشگر اجتماعی را قادر می‌سازد به گونه‌ای ناهم‌سنگ و از راه‌هایی که خواسته‌ها، منافع و ارزش‌های کنشگران صاحب قدرت را برآورده سازد، بر تصمیم‌های سایر بازیگران یا کنشگران اجتماعی تأثیر گذارد. قدرت، یا با اجبار و تحمیل (و یا امکان بروز آن) معنا می‌یابد و یا از طریق مفهوم‌سازی بر مبنای گفتمان‌هایی که کنشگران اجتماعی عملکردشان را با توجه به آن‌ها هدایت می‌کنند» (مانوئل کاستلز، ۱۳۹۶، ص. ۲۵). بر همین مبنای قدرت را به دو دسته سخت و نرم تقسیم کرده‌اند.

جوزف نای که به نوعی اولین اندیشمندی است که از مفهوم قدرت نرم در پژوهش‌های خود استفاده کرده است، قدرت نرم دولت‌ها را در مواجهه با دولت‌های دیگر اینگونه صورت‌بندی می‌کند: «این بعد دوم قدرت، زمانی اتفاق می‌افتد که یک کشور کاری کند تا کشورهای دیگر همان چیزی را بخواهند که او می‌خواهد؛ ممکن

است قدرت نرم یا قدرت متقاعدکننده نامیده شود. در مقابل، قدرت مرسوم یا قدرت سخت وادار کردن دیگران به انجام کاری است که او می‌خواهد. پدر و مادرهای نوجوانان مدت‌ها است فهمیده‌اند اگر آنها علائق و باورهای فرزندان خود را شکل دهند، قدرتشان به مراتب بیشتر و پایدارتر از مراقبت جدی و فعال خواهد بود. از همین رو، فیلسوفان و رهبران سیاسی مدت‌هاست، قدرت ایده‌های جذاب یا توانایی تنظیم دستورالعمل سیاسی و تعیین چارچوب مذاکره را به نحوی که شکل‌دهندهٔ علائق دیگران باشد، درک کرده‌اند. توانایی تأثیرگذاری بر آنچه کشورهای دیگر بدان مایل‌اند، در زمرهٔ منابع ناملموس قدرت از قبیل فرهنگ، ایدئولوژی و نهادها قرار می‌گیرد.» (نای، ۱۳۸۹)

به اعتقاد نای قدرت متقاعدکنندهٔ نرم، درست به اندازهٔ قدرت مرسوم سخت مهم است. اگر دولتی بتواند قدرتش را در نگاه دیگران مشروع جلوه دهد، برای رسیدن به خواسته‌هایش با مقاومت کمتری روبه‌رو خواهد شد. اگر فرهنگ و ایدئولوژی دولتی جذاب باشد، دیگران با رغبت بیشتری از آن تبعیت خواهند کرد. اگر آن دولت بتواند هنجارهای بین‌المللی را هماهنگ و سازگار با جامعهٔ خویش به وجود آورد، به احتمال کمتری مجبور به تغییر می‌شود. اگر دولتی بتواند از نهادهایی حمایت کند که سبب می‌شوند، دولت‌های دیگر برای محدود کردن یا جهت‌دهی فعالیت‌های خود به شیوه‌هایی که دولت برتر علاقه‌مند است، به آنها ارجاع دهند، چشم‌پوشی از به‌کارگیری مخارج گزاف قدرت سخت یا قهرآمیز، ممکن می‌شود (نای، ۱۳۸۹).

از همین رو قدرت آن‌چنانکه در نظریات جدید قدرت هم آمده است، یک «خصیصه» (کاستلز، ۱۳۹۶، ص. ۲۳) نیست، بلکه یک «رابطه» است. در واقع نمی‌توان روابط حاکم بر ساختار قدرت را به کسانی که صاحب قدرتمند و در حاکمیت قرار دارند و کسانی که تحت سلطه حاکمیت‌ها هستند، تفکیک کرد؛ بلکه قدرت به این معناست که در رابطه بین دو طرف نوعی از استیلا از طرف یک کنشگر بر کنشگر دیگر وجود دارد، اما این استیلا به معنای عدم قدرت کنشگر دیگر نیست، بلکه همواره

این امکان وجود دارد که رابطه قدرت مورد مخالفت قرار گیرد. در چنین شرایطی (زمانی که مخالفت و عدم پذیرش قدرت کنشگر مقابل به شکل معنادار قوی‌تر از تسلیم و پذیرش جلوه کند)، روابط قدرت دستخوش تغییر می‌شوند. یعنی شرایط رابطه تغییر می‌کند و قوی قدرت را از دست می‌دهد؛ در نهایت فرآیند تغییرات نهادی یا ساختاری بر مبنای گستره دگرگونی‌های روابط قدرت ایجاد می‌گردد (کاستلز، ۱۳۸۵، ص. ۴۰). به تعبیر دیگر زمانی که حاکمیت‌ها در قبال رقبای خودشان در فرآیند فراوری فرهنگی مفاهیم موفق نباشند و نتوانند از طریق گفتمان‌هایی که در جامعه طرح می‌کنند مشروعیت کسب کنند، استیلای خود را از دست داده و مجبور به توسل به خشونت می‌شود.^۱ این سخن به این معناست که اگر کنشگرانی که «سیاست نافرمانی» را در فضای اجتماعی دنبال می‌کنند، بتوانند از طریق فرآیندهای ارتباطی ای که منجر به قدرت‌سازی می‌شوند، مشروعیت نظام سیاسی حاکم را زیر سؤال ببرند و تأثیر بسزایی در تغییرات نظامات اجتماعی به سمت مقاصدشان بگذارند.

مفهوم «مشروعیت»^۲ که هسته اصلی نظریه سیاسی هابرماس را تشکیل می‌دهد، به معنای تأیید و به رسمیت شناختن شایستگی یک نظم سیاسی است. هابرماس مشروعیت را عمدتاً به رضایت حاضر از طرح‌ریزی مضامین مشترک متکی می‌داند (هابرماس، ۱۳۹۲، ص. ۷۰). اگر در جامعه‌ای نظام طرح‌ریزی مضامین از دست حکومت‌ها خارج شود و در واقع، رضایت‌مندی مرتبط با کنش حکومت به واسطه حوزه عمومی فراهم نشود، پادقدرت‌ها قدرت می‌یابند. با توجه به مفهوم مشروعیت سیاسی قدرت را می‌توان نماینده ارزش‌ها و علایق شهروندانی در نظر گرفت که در بحث‌های درگرفته در حوزه عمومی ابراز می‌شوند.

قدرت نیز شکل‌دهنده به ساختار اجتماعی از طریق نهادها و سازمان‌های اجتماعی است. اما رابطه ساختارها و کنشگران هیچ‌گاه از جنس استیلا نیست. توضیح آنکه

^۱ برای آگاهی بیشتر، رک (فوکو، ۱۳۷۸)

^۲ Legitimacy

نهادهای اجتماعی، سازمان‌ها و گفتمان‌هایی که حیات اجتماعی را شکل می‌بخشند، هیچ‌گاه تجلی جامعه نیستند، بلکه جعبه سیاهی از معانی متعدد و متکثرند که تفسیر آن، به دیدگاه‌های کنشگران اجتماعی وابسته است (آرنت، ۱۳۸۹، ص. ۱۱۵).

نهادهای در واقع روابط قدرت تبلور یافته‌اند؛ این بدان معناست که با نهادهای به مثابه «ابزارهایی عمومیت یافته» مواجهیم که بازیگران/کنشگران را قادر می‌سازند تا به اعمال قدرت بر سایر بازیگران اجتماعی بپردازند تا از این رهگذر قدرت لازم را برای نیل به اهدافشان داشته باشند. در واقع طبق نظر گیدنز، بازیگران/کنشگران، نهادهایی از جامعه را تحت تأثیر شرایط مربوطه به موقعیت‌های ساختاری و از طریق کنش‌های اجتماعی، معنادار، هدفمند و خودتولید به وجود می‌آورند و به وسیله آن‌ها در قالب تعارض‌ها، گفت‌وگوها را میان کنشگران اجتماعی غالباً مخالف و متکثر به منصفه ظهور می‌رسانند (گیدنز، ۱۳۹۶، ص. ۱۵۰).

مطابق با آنچه بیان شد، نهادهای شکل تبلور یافته‌ای از اعمال اجتماعی در برهه‌های تاریخی گذشته‌اند و این اعمال اجتماعی نیز اساساً ریشه در روابط قدرت دارند. این نهادهای پیامد مناقشه‌ها و توافق‌ها میان کنشگران اجتماعی هستند که سرشت جامعه را مطابق با ارزش‌ها و منافع خود شکل می‌دهند. بنابراین تعامل میان تغییر فرهنگی و تغییر سیاسی منجر به تغییر اجتماعی می‌شود. تغییر فرهنگی عبارت است از تغییر ارزش‌ها و عقاید پردازش شده در ذهن انسان‌ها در مقیاسی که بر جامعه به عنوان یک کلیت تأثیر بگذارد و تغییر سیاسی عبارت است از پذیرش نهادی ارزش‌های جدیدی که از طریق فرهنگ یک جامعه اشاعه پیدا می‌کنند. نکته اساسی در این بخش این است که تغییر اجتماعی اساساً امری چند بعدی است، اما دست‌آخر در قالب تغییر ذهنیت، چه برای افراد و چه جمع‌های انسانی، شکل محتمل پیدا می‌کند (جنبش اجتماعی) (مانوئل کاستلز، ۱۳۹۶، صص. ۴۵۳-۴۵۴).

تا اینجا به مشروعیت (اقتناع و رضایت‌مندی مردم) و فرهنگ (چارچوب فرهنگی و سلطه سیاسی) به عنوان دو منبع جدی قدرت نظر افکندیم. لازم است تا منبع سوم

یعنی گفتمان و خشونت را شرح و تبیین نماییم. به عقیده فوکو، گفتمان‌ها به منزله آمیزه‌ای از دانش و زبان درک می‌شوند. تحلیل فوکو از اعمال حاکمیت از طریق گفتمان‌های تأدیبی متضمن حضور نهادهای یک جامعه است. منظور او این است که گفتمان‌های تأدیبی به واسطه نیروی بالقوه ناشی از کاربرد خشونت حمایت می‌شوند و خشونت مورد استفاده حکومت نیز از طریق گفتمان‌هایی که کنش انسانی را شکل می‌دهند توجیه، درونی‌سازی و در نهایت قانونمند می‌شوند. در واقع در زندان‌ها، مدارس، نهادهای مذهبی، نخبگان و اندیشمندان و ... تکنیک‌های انضباطی خاص به کار می‌رود و در چارچوب آن‌ها قوانین حاکم بر رفتار و سلوک، اقدام‌های مراقبتی و شیوه‌های نظارت بر آن‌ها تدوین و به معرض اجرا در می‌آید (فوکو، ۱۳۷۸، ص. ۸۵). برای به چالش کشاندن روابط قدرت موجود، لازم است گفتمان‌هایی جایگزین تولید شوند که قابلیت در هم شکستن ظرفیت استدلالی حکومت را به عنوان گام ضروری در راستای خنثی کردن استفاده چنین حکومتی از خشونت داشته باشند. به عقیده برخی مهم‌ترین عامل برای حاکمیت همان اعمال قدرت بر تفکر است که موجب ایجاد اعتماد می‌شوند. خشونت تنها می‌تواند به گونه‌ای منفی مورد استفاده واقع شود؛ پول تنها قادر است جهت دادن و ستاندن مورد کاربری قرار بگیرد. با این حال، دانش و اندیشه‌هایی وجود دارند که قادرند اشیا را دگرگون سازند و کوه‌ها را به حرکت درآورند (مانوئل کاستلز، ۱۳۹۶، ص. ۱۵).^۱

قدرت‌ها معمولاً در مقابل پادقدرت‌ها، راهبردهای گوناگونی را اتخاذ می‌کنند. اما شاید بتوان اصلی‌ترین آن‌ها را سانسور برای حذف پادقدرت‌ها و یا انزوای آن‌ها مطرح کرد.^۲ قدرت‌ها از طریق فعالیت‌هایی که منجر به ممانعت از آزادی ارتباطات (جستجو، پردازش، انتقال و دریافت اطلاعات) باشد سعی بر حذف یا انزوای پادقدرت‌ها می‌نمایند. سانسور عمدتاً با حذف عمدی موارد از جریان عبور اطلاعات و آگاهی

^۱ به نقل از مولگان

^۲ برای آگاهی بیشتر رک (مانوئل کاستلز، ۱۳۹۶)

برای شکل دادن به عقاید و افکار دیگران انجام می‌پذیرد. سانسور معمولاً به دو شیوه صورت می‌پذیرد. یکی این است که به کلی جلوی دیدن و شنیدن مخاطب را گرفت و از انتشار اطلاعات جلوگیری به عمل بیاید. نوع دیگر جلوگیری از فهمیدن واقعیت است. یعنی قدرت‌ها عمدتاً تلاش می‌کنند در صورت ناتوانی در جلوگیری از نشر اطلاعات، آن را مخدوش نمایند (جنیدی، ۱۳۹۳، ص. ۲۴۸)؛ اما باید توجه داشت که عمدتاً سانسور ممکن است نتیجه عکس داشته باشد. یعنی از آنجایی که برای مردم عمدتاً چیزهای ناشناخته و غیر قابل دسترس مهم‌تر جلوه می‌کند، لذا با برانگیخته شدن حساسیت کنشگران، آن‌ها به دنبال فهم واقعیت خواهند رفت (پراتکانیس و آرنسون، ۱۳۹۱، ص. ۲۲۷).

با توجه به توضیح سه منبع قدرت - مشروعیت، فرهنگ و خشونت - روشن می‌گردد که آنچه که در ساخت قدرت اهمیت دارد، توانایی همراه ساختن اذهان مردم برای موفقیت و به دست آوردن قدرت است و از آن مهم‌تر برای به چالش کشاندن قدرت‌ها کافی است از طریق بازفرآوری مفاهیم و معانی حاکم بر ساخت اجتماعی جامعه نفوذ قدرت را از بین برد. البته این بدان معنا نیست که قدرت قاهره اثرگذار نیست و یا دولت‌ها قدرت خود را از دست داده‌اند، اما باید توجه داشت که در چنین نگاهی به قدرت، حفظ قدرت توسط نهادهای حکومتی تنها از طریق اعمال خشونت یک تصور واهی است.

حال بایستی مقداری جزئی‌تر به ساخت اجتماعی قدرت نظر بیافکنیم و دریابیم که چگونه کنشگران اجتماعی در کشمکشی بی‌پایان در ساختار روابط قدرت اعمال نفوذ می‌کنند و عوامل تعیین‌کننده در فرآیند تعیین ساختار قدرت در جامعه کدام هستند؟

۴- قدرت‌سازی تصاویر، مناسک و نهادها؟

در قسمت قبل، درباره ساخت اجتماعی قدرت سخن گفته شد و دریافتیم کنشگران عمدتاً به وسیله نهادهای اجتماعی و یا فرآیندهای دیگر برای افزایش دامنه نفوذ خود

در جامعه و توانایی ترجیح خواسته خود بر خواسته‌های دیگر - که معنایی دقیق از مفهوم قدرت است - تلاش می‌کنند. در این قسمت قصد داریم مقداری به فرآیندهای مذکور بپردازیم.

سه مفهوم مدیریت تصویر، مناسک و جنگ روایت آنچنان که گفته خواهد شد در مقایسه با کشمش و نزاع نیروهای مختلف سیاسی که در جامعه در جریان است به مثابه سه ابزار کلیدی عمل می‌کنند و ضمن شکل دادن به انگاره‌های ذهنی و نگرش افراد جامعه منجر به افزایش نفوذ گروه‌های عمل‌کننده می‌شود. در کنار سه مفهوم فوق، در بخش قبل درباره نهاد و نقش نهاد صحبت شد، در این بخش قصد داریم پیرامون آن بیشتر سخن بگوییم.

۴-۱- مدیریت تصویر:

مدیریت تصویر فرآیندی است میان‌رشته‌ای که ذیل مفهومی کلی‌تر به نام مدیریت تصویرپردازی^۱ تعریف می‌شود. مفهوم مدیریت تصویرپردازی، ابتدا توسط «گافمن» در کنفرانسی با نام «نمود خود در زندگی روزمره»^۲ به کار گرفته شد.^۳ هنگامی که فرد در جمعی حاضر می‌شود معمولاً دلایلی وجود دارد تا بسته به شرایط شخص تلاش کند تا رفتارهای خود را تغییر داده و تأثیر مطلوب خود را در ذهن دیگران ایجاد کند. در واقع مدیریت تصویرپردازی تلاشی است برای ایجاد معنی، هدایت تعاملات اجتماعی و کمک به پیش‌بینی انتظارات دیگران از ما. این در حالی است که منظور گافمن از مدیریت تصویرپردازی حاکم کردن یک ادبیات علمی برگرفته از مطالعات بین‌رشته‌ای برای استفاده مدیران شرکت‌ها بود و متأسفانه در این زمینه محققان اندکی از این

^۱ مدیریت تصویرپردازی یا impression management در منابع دیگر به مدیریت برداشت ترجمه شده است اما از آنجایی که ترجمه موجود دارای جنبه‌هایی از نارسایی است لذا در مقاله از آن با نام مدیریت تصویرپردازی یاد کرده‌ایم.

^۲ The Presentation of Self in Everyday Life

^۳ برای آگاهی بیشتر ر.ک (Goffman, ۱۹۹۰)

رویکرد برای مدیریت تصویرپردازی در عرصه سیاست استفاده کردند (Couto, ۲۰۱۰, p. ۸۵).

بعدها پیترهال مدیریت تصویرپردازی را چنین تعریف کرد: «مدیریت تصویرپردازی به معنای خوداظهاری موفق است که در فرآیندهای متغیر چانه‌زنی‌های سیاسی، منجر به درک قدرت سیاسی ما توسط طرف مقابل می‌شود و این توانایی را ایجاد می‌کند تا تعیین مختصات موقعیت‌ها به گونه‌ای برای طرف مقابل ترسیم شود که مطلوب ماست.» (Hall, ۲۰۰۹, p. ۶۵).

در تعریفی دیگر همچنین مدیریت تصویرپردازی را کنترل بر قضاوت دیگران و رفتار دیگران به منظور دستیابی به تمایلات هدفمندی است که از طریق تأثیر و نفوذ روی تعریف و برداشت مخاطبان از موقعیتی که با آن درگیر هستند، انجام می‌شود. اما تعریفی که ما در این بخش از مدیریت تصویرپردازی استفاده خواهیم کرد مدیریت تصاویر ایجاد شده در ذهن مخاطب برای شکل‌گیری کامل‌ترین و صحیح‌ترین «روایت» در عرصه جنگ روایت رقبای سیاسی است.

دو مفهوم مشابه و نزدیک به مدیریت تصویرپردازی وجود دارد که یکی از آن‌ها مدیریت ادراک^۱ و تعیین چارچوب^۲ است. قصد نداریم مفهوم اول که بیشتر در اسناد نظامی آمریکا یافت می‌شود و در رده مفاهیم عملیات روانی کاربرد دارد را در این جا توضیح آن دهیم و پیرامون مفهوم ادراک نیز در قسمت بعدی قدری سخن خواهیم گفت. اما برای درک فرآیند مدیریت تصویرپردازی و به تبع آن مدیریت تصویر لازم است با مفهوم تعیین چارچوب قدری آشنایی بیشتری صورت پذیرد.

تعیین چارچوب به فرآیند «گزینش و تأکید بر برخی جنبه‌های خاص رویدادها یا موضوع‌ها و همچنین مرتبط ساختن آن‌ها به گونه‌ای که ترویج‌دهنده تفسیر، ارزیابی یا راه‌حلی خاص باشند.» اشاره دارد (Entman, ۲۰۰۴, p. ۷۰). تعیین چارچوب سازوکاری

^۱ Perception management

^۲ Framing

بنیادین در فعال‌سازی ذهن محسوب می‌شود؛ از آن رو که به طور مستقیم ساختار روایت نقل شده به ذهن انسان پیوند می‌زند. همچنین باید خاطر نشان کرد تعیین چارچوب تنها یک واژه نیست، بلکه مجموعه‌ای از واژگان و تصاویری است که ایجاد چارچوب و ارتباط برقرار کردن با آن ضروری است (مانوئل کاستلز، ۱۳۹۶، ص. ۲۵۳).

کاستلز برای توضیح چگونگی اتصال چارچوب‌ها با ذهن‌ها از مفهوم «استعاره» استفاده می‌کند. او استعاره را حلقه اتصال زبان با ذهن انسان می‌داند. در واقع استعاره‌ها هستند که روایت‌ها را شکل می‌دهند. روایت‌ها از چارچوبی تشکیل شده‌اند که ساختارهای آن با ساختارهای مغز، که از فعالیت‌های مغز در طول زمان نشئت گرفته، مطابقت دارند. چارچوب‌ها می‌توانند به وسیله عنصری به نام زبان از طریق پیوندهای استعاری قابل دسترس باشند. در حوزه زبان‌شناسی، واژگان در ارتباط با حوزه‌های معنایی هستند؛ این حوزه‌های معنایی به چارچوب‌های مفهومی اشاره دارند. بنابراین ذهن و زبان از طریق چارچوب‌هایی که روایت‌ها را ساختار می‌بخشند به یکدیگر ارتباط می‌یابند. استعاره‌ها نیز از رهگذر انتخاب پیوندهای معین میان زبان و تجربه بر مبنای تصویرسازی مغز، چارچوب ارتباطات را شکل می‌دهند (مانوئل کاستلز، ۱۳۹۶، ص. ۲۲۷).

۴-۲- مناسک‌سازی:

مناسک یا آیین از دیرباز مورد توجه اندیشمندان و متفکران دانش اجتماعی بوده است. اگر در بحث مدیریت تصویر تأثیرگذاری بر سطوح شناختی و نگرشی فرد را از طریق شکل‌گیری ادراک ممکن می‌دانستیم در مناسک‌سازی تأکید بر رفتارها و کنش‌هایی است که انسان بر اساس «تأثیرگذاری نمادین» به آن‌ها اقدام می‌کنند. در واقع «مناسک یا آیین اجرای داوطلبانه رفتاری است که به شکلی سزاوار به منظور تأثیرگذاری نمادین یا مشارکت در زندگی جدی طراحی شده است». منطق مولد رفتار که منجر به ایجاد

نمادهای گوناگون از رفتار است و همچنین قاعده الزام‌آوری که بر طراحی رفتار آیینی بر اساس اجرای سناریویی خاص توسط اجرا کننده دلالت دارد از قواعد اصلی آیین‌ها یا مناسک هستند (رودنبولر، ۱۳۹۰، صص. ۶۹-۷۰).

مناسک دارای کارکردی اجتماعی و اخلاقی هستند. در طی مناسک است که جامعه خود را در فرد بازتولید می‌کند و هنجارهای اخلاقی که خاستگاهی اجتماعی دارند، در فرد با قدرتی فزاینده درونی می‌شوند. در واقع وجدان اخلاقی و وجدان جمعی در طی مناسک در فرد به وجود می‌آیند و یا تقویت می‌شوند. این فرآیند زمانی به وجود می‌آید که افراد طی تشریفات مناسکی با یکدیگر ارتباط پیدا می‌کنند و محتوای آگاهی آن‌ها از رهگذر حضور در مناسک ساخته و یا تغییر می‌کند. همچنین افراد با حضور در مناسک با حیات جمعی پیوند مجدد پیدا می‌کنند و موقعیت و وظیفه‌شان نسبت به جامعه را در خود بازتولید و تقویت می‌کنند (دورکیم، ۱۳۸۳، صص. ۵۱۳). در واقع فرد درون چارچوب‌ها و قواعد حاکم بر مناسک اجتماعی است که به خود معنا می‌بخشد و هویت خود را شکل می‌دهد (Goffman, ۱۹۹۰) در واقع آیین‌ها، بیان نمادین نظم‌های اجتماعی است که آن‌ها را دربرمی‌گیرد، این نظم‌ها ممکن است از روابط نسبتاً غیر رسمی اجرا کنندگان آغاز و تا کنه ساختار قدرت‌های نهادی ادامه پیدا کند.

بیان نمادین آیین‌ها لزوماً درباره وضع موجود نظم‌های اجتماعی نیست بلکه، آن‌ها درباره آن نظام اجتماعی که می‌تواند باشد سخن می‌گویند. به عبارت دیگر، آیین اجباری نیست یعنی بیانگر و حامل وضع موجود یا سفارش و خواسته فعلی مجری آن نیست، بلکه وجودی شرطی دارد. آیین‌ها تصویری از نظم اجتماعی را عرضه یا تصوراتی از نظم اجتماعی را بازنمایی می‌کنند، اما هرگز صرفاً بازتاب‌دهنده وضع موجود نیستند. آن‌ها به وسیله ایجاد یک آستانه در نقش‌ها، مسئولیت‌ها، قواعد و نظم‌های اجتماعی معمول وقفه ایجاد می‌کنند و از طریق این وقفه اجتماعی است که

آیین‌ها می‌توانند اندیشه‌های ضمنی خودشان را برای نظم اجتماعی بازسازی کنند (رودنبولر، ۱۳۹۰، ص. ۵۲).

همه الگوهای نظام‌های اجتماعی متشکل از صور آیینی منحصر به خود است و اشاعه هر یک از صور آیین‌ها یکی از سازوکارهای اساسی تغییر اجتماعی است. در واقع آیین‌های اجتماعی و تغییر اجتماعی با یکدیگر رابطه مستقیم دارند. تغییر در آیین‌های جامعه منجر به تغییر اجتماعی خواهد شد و به همان صورت تغییر فرهنگی منجر به تغییر اجتماعی خواهد شد چرا که آن‌چنان که گفته شد آیین‌ها صور نمادین نظم‌های اجتماعی هستند (رودنبولر، ۱۳۹۰، صص. ۱۰۵-۱۰۶). مسئله فوق زمانی روشن‌تر می‌گردد که آیین‌ها ضمن اثرگذاری آن‌ها به عنوان فرآیندهای ارتباطی مطالعه شوند. در واقع آیین‌ها رفتارهایی عادی نیستند، بلکه رفتارهایی هستند که به معنایی فراتر از خود رفتار دلالت دارد و کارایی آن‌ها از طریق تمهیدات ارتباطی اعمال می‌شوند. اگر در مراسم ازدواج دختر به زن و یا زن به همسر تبدیل می‌شود به خاطر قدرت خلاق نمادها، کنش‌های گفتاری، افناع از طریق منطق نظام نشانه‌ای و تأثیر آن بر ادراک معانی است (Lévi-Strauss, ۱۹۶۳, p. ۱۷۰).

برای مثال اگر امام حسن عسگری شیعیان خود را این چنین توصیف کرده‌اند و در واقع در ضمن این توصیف فراخوان کرده‌اند که از انگشتر در دست راست خود استفاده کنند و نشانه مؤمن را چنین صورت‌بندی فرموده‌اند حکایت از طراحی رفتاری توسط ایشان برای شیعیان‌شان است^۱ که به عنوان یک نماد در آن روزگار معنا می‌شده است و همچنان هم معنا می‌شود. به خوبی روشن است که چنین رفتاری در بستر اجتماعی آن زمان فقط یک رفتار ساده نبوده است بلکه دلالت‌هایی بسیار فراتر از به دست کردن انگشتر دارد. شیعیان با این آیین در فضای جامعه آن روز هم‌نواپی و متابعت خودشان را با بزرگ‌ترین مخالف حکومت اعلام می‌کردند و به طور طبیعی

^۱ رُوی عَنْ أَبِي مُحَمَّدٍ الْحَسَنِ الْعَسْكَرِيِّ عَلَيْهِ السَّلَامُ أَنَّهُ قَالَ: «عَلَامَاتُ الْمُؤْمِنِ خَمْسٌ صَلَاةُ الْخَمْسِينَ وَ زِيَارَةُ الْأَرْبَعِينَ وَ التَّخْتُمُ فِي الْيَمِينِ وَ تَعْفِيرُ الْجَبِينِ وَ الْجَهْرُ بِ: «بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ» (مفید، ۱۴۱۳، ج ۱، ص ۵۳).

چنین عملی قطعاً دلالت‌های سیاسی زیادی داشته است که توضیح آن در این مجال نمی‌گنجد. اما باید به این نکته اساسی توجه داشت که به دست کردن انگشتر عملی است که از طریق نظام نشانه‌شناختی فضای جامعه معنا می‌یافته است.

۴-۳- نهادها:

زندگی در سیستم اجتماعی موجب می‌شود که نیازهای مختلف انسانی - اعم از فردی و اجتماعی - در قالب روابط و «کنش‌های متقابل» اجتماعی برآورده شود. «روش‌های پذیرفته‌شده‌ای که جوامع مختلف برای برآوردن نیازهای خود برگزیده‌اند و از طرف آن‌ها دارای ارزش و اهمیت تلقی می‌گردد» نهادهای اجتماعی نامیده می‌شوند. این نهادها در واقع شکل سازمان‌یافته روابط اجتماعی است و نه تنها شامل روش‌های مختلف برآوردن نیازهای گوناگون انسانی است، بلکه تمامی تشکیلات و امکانات مادی مورد نیاز برای این اقدامات را نیز دربرمی‌گیرد (روسک و وارن، ۱۳۵۰، ص. ۱۴۷).

ویلیام گراهام سامنر (۱۹۰۶) در تعریف نهاد گفته است: «نهاد شامل یک مفهوم (ایده، بینش، دکترین، گرایش) و یک ساختار است.» کولی و پیروان او بر وابستگی متقابل بین افراد و نهادها و بین خود و ساختار اجتماعی تأکید داشتند. اگرچه به نظر می‌رسد که نهادهای عظیم از قبیل زبان، دولت، کلیسا، قوانین و رسوم مالکیت و خانواده، مستقل از یکدیگر و بیرون از رفتار باشند، آنها طی کنش‌های متقابل بین افراد به وجود آمده و حفظ شده‌اند و به عنوان یک عادت ذهنی و عملی که به دلیل معمول بودن برای همه اعضای گروه تا حدود زیادی ناخودآگاه است، شناخته می‌شوند. «فرد همیشه علت و در عین حال معلول نهاد است.» اگر چه نهادها مبین تداوم استمرارند، تنها تا زمانی که افراد آن‌ها را پیش ببرند به حیات خود ادامه می‌دهند؛ به عبارتی «نهادها در رفتار منسجم استاندارد شده افراد وجود دارند.» (اسکات، ۱۳۸۷، ص. ۲۵).

«جورج هربرت مید» نیز، مانند «کولی»، بر این وابستگی متقابل بین خود و جامعه تأکید داشت، ولی توجه خاصی به نقش نظام‌های نمادین در خلق نظام‌های فردی نشان

داد. معنا در کنش متقابل، هنگامی که ایماها، به خصوص ایماهای صوتی (زبان) پاسخ مشابهی را از خویش و دیگران طلب می‌کنند، خلق می‌شود؛ و خود در کنش متقابل، هنگامی که فرد «نگرش‌های دیگران را» برای رسیدن به خودشناسی به کار می‌گیرد به وجود می‌آید. «آلفرد شوتز» که تقریباً هم زمان با مید، ولی در وین، کار می‌کرد، شیوه‌های شکل‌گیری معانی مشترک طی کنش متقابل توسط افراد را به تفصیل بررسی کرد. با وجود این، شوتز «ساختار» وسیع‌تر «دنیای اجتماعی» را نیز مطالعه کرد و به روابط اجتماعی بسیار زیادی که ما با آن‌ها سر و کار پیدا می‌کنیم، اشاره نمود (اسکات، ۱۳۸۷، ص. ۲۳).

فرض بر این است که نهادهای اجتماعی تابعی از نیازهای انسانی است، و از آنجا که نیازهای انسانی در زمان‌های مختلف و شرایط متفاوت از درجات اهمیت یکسانی برخوردار نیستند، به تبع نهادهای اجتماعی نیز بنا به تصور (تصویر شیء در نزد فرد) و ادراک و نگرش انسان‌ها از نیازهای خود در حال تغییر و دگرگونی هستند.

کلیه نهادهای اجتماعی و به خصوص دو نهاد دین و حکومت، شیوه‌های منظم یا زمینه‌های مشخص برای فعالیت به اعضای جامعه عرضه می‌دارد و موجب نهادی شدن اعمال انسان‌ها می‌شود؛ به این معنی که انسان را از آغاز در مسیری قرار می‌دهد که استعداد و توانش در جهت مجاز و مختار جامعه قرار گیرد. به این ترتیب است که «هنجارهای اجتماعی» تحقق می‌یابند (همیلتون، ۱۳۹۷، صص. ۱۸۱-۱۸۴).

پیرامون نقش دین در شکل‌گیری نهاد، اندیشمندان مهمی از جمله امیل دورکیم به نظریه‌پردازی پرداخته است. دورکیم بر نقش محوری نظام‌های نمادین، مشتمل بر نظام‌های اعتقادی و «تصور جمعی»، همچنین بر چارچوب‌ها و طرح‌های شناختی مشترک تأکید می‌کند که اگر مذهبی نباشد، ویژگی اخلاقی یا معنوی دارند. اگر چه این نظام‌ها محصول کنش‌های متقابل انسانی‌اند، افراد آن‌ها را به صورت عینی تجربه می‌کنند. با اینکه به صورت ذهنی شکل گرفته‌اند، در قالبی عینی متبلور می‌شوند. آن‌ها واقعیت‌های اجتماعی یا به عبارتی پدیده‌هایی‌اند که فرد آن‌ها را بیرون (برای خود) و

اجباری (تحت حمایت ضمانت‌های اجرایی) محسوب کرده است. دورکیم این نظام‌های نمادین را شامل نظام‌های دانش، اعتقاد و اقتدار اخلاقی را نهادهای اجتماعی می‌داند (دورکیم، ۱۳۸۳، ص. ۲۱۰).

برگر و لاکمن نیز نهاد را واقعیتی اجتماعی می‌دانند. آن‌ها معتقدند که واقعیت اجتماعی ساخته انسان یا به عبارتی محصول کنش متقابل اجتماعی است. آن‌ها در توجه خود به زبان (نظامی از نمادها) و شناختی که توسط فرآیندهای اجتماعی به وجود می‌آید، بر اهمیت این جایگاه به عنوان یکی از ملزومات تولید، تکرار و برانگیختن معانی ثابت و مشابه کنش در خود و دیگری تأکید می‌کنند و این فرآیند را نهادی شدن می‌دانند. برگر و لاکمن بر خلاف دورکیم و پارسونز، بر ایجاد نظام‌های دانش و اعتقاد مشترک تأکید داشتند نه بر وضع قواعد و هنجارها. چارچوب‌های شناختی بیش از نظام‌های هنجاری مورد تأکید قرار گرفته‌اند (لوکمان و برگر، ۱۳۹۵، ص. ۱۱۲).

۵- شکل‌گیری ادراک و تغییر نگرش:

در دو قسمت پیشین درباره دو مسئله سخن گفتیم: ساخت اجتماعی قدرت و فرآیندهای قدرت‌سازی. در این قسمت لازم است تا اندکی پیرامون حوزه تأثیر مفاهیم و نظریات ذکر شده سخن بگوییم و به وسیله آن دریابیم که قدرت‌سازی از طریق تصاویر و مناسک و نهادها چگونه بر فرد تأثیر می‌گذارد؟ از همین رو لازم است تا پیرامون دو مفهوم مهم سخن بگوییم: ادراک و نگرش. در این بخش ضمن بررسی مفهومی ادراک و نگرش، مفهوم انگاره ذهنی را که یکی از مفاهیم مستفاد از ادراک است را مورد بررسی قرار خواهیم داد و در نهایت توضیح خواهیم داد که تصاویر، مناسک و نهاد چگونه به ذهن فرد متصل می‌شود و چگونه بر فرد تأثیر می‌گذارد.

۵-۱- ادراک

فهم ما از واقعیات جهان اجتماعی، بر دیدگاه‌ها، تصمیمات و اقدامات ما اثرگذار است. به عنوان مثال فرض کنید کسی که درباره امام خمینی ادراک ناقص داشته باشد (به طور مثال به این باور - که زمانی در جامعه پمپاژ می‌شد- باشد که امام خمینی گزینه انگلستان برای تغییر وضع عمومی مردم ناراضی از رژیم شاه بوده است) آنگاه تصور او از انقلاب اسلامی اساساً متفاوت خواهد شد. یا آنکه کسی که معتقد باشد حضرت رسول - معاذ الله - فرستاده خداوند نبوده است، تصورش نسبت به دین اسلام دگرگون خواهد شد. لذا ادراک ما از واقعیتهای اجتماعی بسیار مهم است.

روانشناسان اجتماعی در توضیح مکانیزم ادراک انسان از یک مؤلفه بنیادین و اساسی نام می‌برند که در ادراک انسان بسیار مؤثر است و نقش میان‌بر را ایفا می‌کند: «انگاره‌های ذهنی»

ما معمولاً ظرفیت شناختی محدودی داریم و عمدتاً به واسطه حضور در موقعیت‌های گوناگون تمایل داریم تا از حجم تلاش خودمان برای ادراک موقعیت‌ها و اشخاص و رویدادها بکاهیم و از طریق راه‌های میان‌بر بر کارآمدی‌مان بیافزاییم. این راه‌های میان‌بر همان انگاره‌های ذهنی هستند (بارون، برن، و برنسکم، ۱۳۸۸، ص. ۱۱۶). انگاره را می‌توان، به مثابه یک سازه تعریف کرد که مضمون آن به خودی خود، مجموعه تصاویری است که از جنبه‌های گوناگون واقعیت در ذهن فرد پدید می‌آید. انگاره، به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها اطلاق می‌شود که شخص تشخیص می‌دهد و یا در ذهن خود مجسم می‌کند. درجه وابستگی متقابل انگاره‌ها به یکدیگر، متفاوت است. ساختار یک انگاره را می‌توان از ساختار انگاره دیگر متمایز ساخت و هرگونه دگرگونی در انگاره، موجبات ایجاد عدم توازن و در نهایت، تغییر در انگاره‌های دیگر را فراهم می‌سازد.

انگاره‌ها، از مؤلفه‌های عملی، شناختی و تأثیرگذاری تشکیل شده‌اند؛ مؤلفه تأثیرپذیری، در ارتباط با علاقه و یا عدم علاقه فرد به انگاره موضوع اصلی است و

معمولا با تأیید یا عدم تأیید جنبه‌های معرفتی و یا ادراکی آن پیوند دارد. مؤلفه‌شناختی، زاویه دید فرد از ویژگی‌های «فطری» شیئی است که فرد، آن را به مثابه وجودی مستقل از ادراک خویش تلقی می‌کند. یک مؤلفه عملی را می‌توان دقیق‌تر، به عنوان اثرات رفتاری مجموعه‌ای از انگاره‌ها تعریف کرد. این تعاریف، به نسبت فرد و یا نوع انگاره ذی‌ربط، متفاوت است (مولانا، ۱۳۷۵).

در واقع زمانی که انگاره شکل گرفت بر سه حوزه اثرگذار خواهد بود. اولاً توجه ما را در مورد وقایع، اشخاص و اشیاء تغییر می‌دهد. ثانیاً در رمزگردانی تصورات در حافظه اثرگذار است و نهایتاً هنگام بازیابی آن‌ها تأثیر می‌گذارد (بارون و دیگران، ۱۳۸۸، ص. ۱۱۷).

انگاره‌ها، به تدریج و همراه با برخورد ما با واقعیت‌های اجتماعی گسترش می‌یابند. انگاره‌ها، در همان زمانی که تغییر شکل می‌یابند، اجازه می‌دهند تا محرک‌های تازه را با آن‌ها یکپارچه کنیم. بنابراین، طرح‌واره‌ها این امکان را به ما می‌دهند که از اطلاعات دریافت شده فراتر برویم. این فراتر رفتن‌ها، بزرگ‌ترین امتیاز و در عین حال بزرگ‌ترین خطری است که عملکرد بر اساس انگاره‌ها را به همراه می‌آورد. تفسیر اطلاعات، مثل هر تفسیر دیگر، ممکن است درست نباشد. این حالت مخصوصاً زمانی به وجود می‌آید که افراد مجامعه شده در فرهنگ‌های بیگانه، از انگاره‌های خاص خود پیروی کنند (بدار، دزیزل، و لامارش، ۱۳۹۵، ص. ۶۰).

۲-۵- نگرش

نگرش عبارت است از یک روش نسبتاً ثابت در فکر، احساس و رفتار نسبت به افراد، گروه‌ها، و موضوع‌های اجتماعی یا قدری وسیع‌تر، هر گونه حادثه‌ای در محیط فرد. نگرش افراد بر اساس تصویر ذهنی آن‌ها از ابژه‌ها یعنی افکار و عقاید، احساسات یا عواطف و تمایلات رفتاری از آن‌ها شکل می‌گیرد (فنیس و اشتروب، ۱۳۹۳، ص. ۲۰۴). محققان در زمینه مؤلفه‌های نگرش نیز اتفاق نظر دارند و برای آن ابعاد شناختی،

عاطفی و رفتاری در نظر می‌گیرند. «مؤلفه‌های عاطفی» به هیجان‌های منفی یا مثبت و «مؤلفه‌های رفتاری» به نحوه خاصی از کنش فرد و «مؤلفه شناختی» به فکر و تفسیرهای خاص اشاره دارد (آذربایجانی، ۱۳۹۳، ص. ۱۳۷).

نظریه‌پردازان میدانی، یادگیری و پدیدارشناسان کوشیده‌اند تا اعتبار واقعی نگرش را کاهش دهند، ولی این انتقادات فقط باعث پالایش و فزونی کاربرد آن گردیده است. این مفهوم اهمیت بسیار زیادی دارد و علت اهمیتش هم این است که بر افکار اجتماعی مؤثر است، نگرش‌ها نحوه تفکر و پردازش اطلاعات را تحت تأثیر قرار می‌دهد و به عنوان انگاره‌ها عمل می‌کند (آپورت و جونز، ۱۳۷۱، ص. ۹۴).

نگرش با مفاهیم دیگر ارتباط دارد. مثلاً ارزش‌ها ارتباط نزدیکی با بعد عاطفی نگرش، اعم از مثبت و منفی دارند، در حالی که بیان ارزشی، یک بیان کلی و انتزاعی است و به فرد خاصی نسبت داده نمی‌شود ولی بیان نگرشی، بیانی مصداقی است. همچنین عقاید و باورها اعم از اینکه درست یا نادرست باشند، جزء شناختی نگرش را تشکیل می‌دهند و به همین جهت هر نگرشی تا اندازه‌ای مبتنی بر عقاید و باورهاست؛ بنابراین نسبت عقاید به نگرش‌ها مانند نسبت جزء به کل است (بلاو و نیون، ۱۳۹۲، ص. ۱۵۰).

نگرش‌ها با رغبت و علاقه از جهت بعد عاطفی آن مرتبط است، ولی تفاوت آن با بعد عاطفی نگرش در این است که شخص، علاقه و رغبت را فقط به فعالیت خویش محدود می‌کند و انتظار ندارد دیگران هم مانند او علاقه داشته باشند؛ مثلاً فردی که به درس شیمی علاقه‌مند است، انتظار ندارد دیگران هم به آن علاقه‌مند باشند. اما نگرش مستلزم نوعی انتظار تأیید یا عدم تأیید دیگران است؛ یعنی اگر نگرش فردی این باشد که شیمی برای جامعه مفید است، انتظار دارد دیگران نیز این نگرش را تأیید کنند و شیمی را مفید قلمداد کنند.

نقش نیز به عنوان مفهومی دیگر با نگرش مرتبط است. ایفای نقش توسط هر فرد، بیانگر پاره‌ای از نگرش‌های اوست. مانند نقش دانشجویی که حاکی از نگرش مثبت

دانشجو به تحصیل، دانشگاه و علم است و از سوی دیگر نگرش از پیش شکل یافته دانشجو، او را در جهت ایفای این نقش سوق می‌دهد. چرا او چنین نقشی را ایفا کرده است؟ برای این که نگرش مثبتی به تحصیل و دانشگاه و علم داشته است (بارون و دیگران، ۱۳۸۸، ص. ۲۰۷).

شکل‌گیری نگرش از جمله مسائل دیگری است که روان‌شناسان اجتماعی به آن پرداخته‌اند. بارون و برن نیز به معرفی عوامل شکل‌گیری نگرش پرداخته‌اند. آن‌ها از سه عامل اساسی یادگیری اجتماعی و مقایسه‌های اجتماعی و منابع فردی و اجتماعی انگیزش نام برده‌اند. یادگیری اجتماعی عمدتاً ناظر به سه عنصر شرطی‌سازی کلاسیک، مثل شرطی شدن کودک با مشاهده علائم گروه نژادی خاص، شرطی‌سازی کنشی، مثل طرفداری احساسی یک کودک سه چهار ساله از یک حزب سیاسی خاص، و مشاهده و تقلید، مثل نگرش مثبت کودک نسبت به سیگار با وجود نهی والدین از آن، صورت‌بندی می‌شود. همچنین انسان‌ها بعضاً به وسیله مقایسه خود با دیگران چه به صورت فردی و چه به صورت گروهی یاد می‌گیرند، به عنوان مثال، انسان‌ها معمولاً نگرش‌هایشان با افرادی که به آن‌ها علاقمند هستند، مشابه است. عامل دیگر، منابع انگیزش فردی است که مبتنی بر نیازها و شخصیت فرد شکل می‌گیرد، اما سوای همه این عوامل اصلی‌ترین عامل همان محیط اجتماعی است که در واقع تغییراتی که در سطوح فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی رخ می‌دهند عمدتاً همراه با شکل‌گیری نگرش هستند (بارون و دیگران، ۱۳۸۸، صص. ۲۰۷-۲۱۶).

مسئله مطرح دیگر، تغییر نگرش است. دو عامل اساسی برای تغییر نگرش وجود دارد: «متقاعدسازی و ناهماهنگی شناختی» که در برخی دیگر از منابع از «چارچوب پیام» نیز به عنوان تغییر نگرش نام برده شده است. از میان این سه مفهوم، مفهومی که بیشترین ارتباط را با این پژوهش دارد یعنی ترغیب را تعریف می‌کنیم. ترغیب را فرآیندی تعریف می‌کنند که هدف از آن تغییر دادن باورها و نگرش‌ها با استفاده از پیام‌های کمی پیچیده است، که در آن فرد رابط از موضوع خاصی حمایت می‌کند و

این پیام معمولاً شامل یک یا چند استدلال حمایت شده برای حمایت از آن موضع است (فنیس و اشتروب، ۱۳۹۳، ص. ۳۹۷).

حال که به شناختی نسبتاً کلی از مفهوم نگرش و ادراک دست یافتیم، به خوبی روشن می‌شود که نهاد و مناسک و مدیریت تصویر - که عمدتاً به وسیله رسانه‌ها در فضای اجتماعی رخ می‌دهد - چگونه به وسیله ایجاد تغییر در ادراک و نگرش، رفتارها و افکار عمومی جامعه را صورت‌بندی می‌کنند. سه فرآیند فوق به نوعی افراد را در مسیر اجتماعی شدن به سمت ادراک و یا نگرش مدنظرشان سوق می‌دهند. از طرف دیگر نهادها و مناسک و تصاویر برای افراد موقعیت‌هایی را می‌سازند که انسان‌ها خود را با دیگران مقایسه می‌کنند. همچنین عمدتاً تصاویر و مناسک به گونه‌ای هستند که فرد به انجام رفتار خاصی گرایش پیدا می‌کند.

با توجه به این توضیح سرانجام می‌توانیم به تبیینی از فرآیند بازتولید قدرت دست پیدا کنیم.

۶- نتیجه‌گیری

با تبیینی که صورت پذیرفت، می‌توان در مدلی سه لایه‌ای ترابط مؤلفه‌های بازتولید کننده قدرت را و ترابط آن‌ها با یکدیگر را تبیین و ترسیم کرد. به یک عبارت خلاصه مدل سه لایه‌ای فوق عبارت است از اینکه قدرت ابتدائاً امری ذهنی است که بر محور تغییر ادراک و نگرش مردم در نظام اجتماعی صورت‌بندی و به وسیله نهادها و مناسک و روابط اجتماعی بازتولید می‌شود. برای توضیح بیشتر از درک روابط میان مؤلفه‌های فوق به تبیین هر لایه می‌پردازیم.

در لایه میانی باید گفت نهادها و مناسک به عنوان قدرتمندترین ابزار بازتولید نظام ارزشی و معنایی در افراد می‌شوند. در واقع در فضای اجتماعی نزاع‌ها بر سر منافع و ارزش‌ها و هنجارهای گروهی، در بالاترین سطح، این نهادها هستند که منجر

به ساخت مجدد و یا ایجاد تغییر در جامعه می‌شوند. اما هسته اولیه شکل‌دهنده نهاد آن‌چنان که گفته شد مناسک و چارچوب‌ها هستند. مناسک (به عنوان رفتارهای توافق شده اجتماعی) در موقعیت‌های خاص در شکل‌گیری تصاویر اعمال اثر می‌کند. همه این مناسک و تصاویر در یک نظام کلان بر اساس ارزش‌ها و هنجارهای توافق شده (نهاد) معنا و در قالب کنش متقابل نمادین صورت‌بندی می‌شود.

تصویرها که به نوعی دربردارنده روایت‌ها و تصاویر هستند، نیز اصلی‌ترین برساخته نهادهای اجتماعی و خاصاً نهاد رسانه هستند. عمده تغییرات سیاسی و تغییرات فرهنگی از چارچوب‌ها و روایت‌هایی است که توسط رهبران جنبش‌های اجتماعی و یا نهادهای اجتماعی برساخته می‌شوند. از طرف دیگر مناسک اجتماعی نیز به نوعی چارچوب‌ها، روایت‌ها و تصاویر را برمی‌سازند. در واقع نهادها، مناسک و چارچوب‌ها سه مؤلفه جدی در سطح جامعه هستند که از طرفی شکل‌دهنده ادراکات و نگرش‌ها هستند و از طرفی از آن‌ها نشأت می‌گیرند.

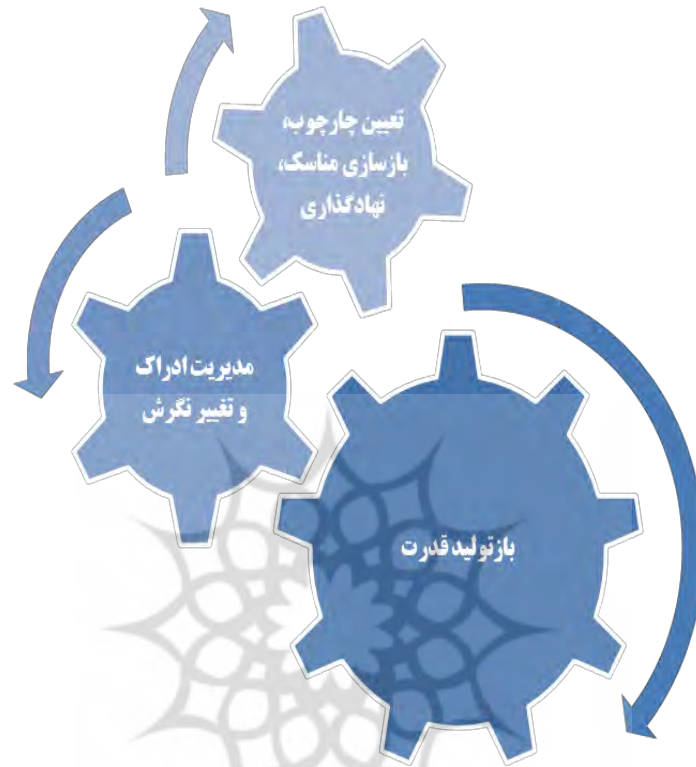


نمودار ۱. عوامل شکل‌دهنده نگرش‌ها در جامعه

در لایه پایینی، نگرش‌ها و ادراک ما از محیط بیرونی باعث شکل دادن به رفتار ما می‌شود. رفتارها عمدتاً در شرایطی شکل می‌گیرند که انسان بر اساس شرایط و موقعیت دست به اقدام می‌زند. همچنین درک انسان از شرایط و محیط تا حدود زیادی به انگاره‌های ذهنی‌اش وابسته است. انگاره‌ها به فرد کمک می‌کنند تا موقعیت‌هایش را بشناسد و بر اساس آن‌ها تصمیم‌گیری کند. از طرفی، نگرش‌ها نیز که ادراک و بینش فرد، یکی از عناصر شکل‌دهنده‌اش است، در گرایش‌های منفی و مثبت او تأثیر گذاشته و نهایتاً عزم او را برای عمل جزم می‌کند.

ریشه نگرش‌ها و انگاره‌ها عمدتاً از تصویری است که فرد از محیط جامعه دارد. این تصاویر هستند که به عنوان مؤلفه اساسی جهت راه‌اندازی مکانیزم ادراکی فرد عمل می‌کنند. در کنار تصاویر، فرد در حین مؤانست با مناسک (به عنوان رفتارهای توافق شده اجتماعی) در موقعیت‌های خاص به شکل‌گیری تصاویر اعمال اثر می‌کند. همه این مناسک و تصاویر در یک نظام کلان بر اساس ارزش‌ها و هنجارهای توافق شده (نهاد) معنا و در قالب کنش متقابل نمادین صورت‌بندی می‌شود. به عبارت دیگر هر کدام از این سه عنصر به نوعی منشأ ادراکات و نگرش‌های فرد هستند.

و نهایتاً در لایه بالایی و سطح نهایی باید گفت که کنش‌ها و نهادهای اجتماعی عمدتاً بر اساس ساخت اجتماعی قدرت صورت‌بندی می‌شوند. قدرت که در تعاریف جدید نوعی رابطه است و نه خصیصه حکایت از نوعی استیلای نسبی برای یکی از طرفین ارتباط دارد و میزان استیلای فوق به نفوذ بیشتر گفتمان یکی از طرفین و قدرت به دست آمده از فرآیندهای فرهنگی-ارتباطی در سطح جامعه بستگی دارد. به یک معنا قدرت امری ذهنی است که در جامعه به صورت کنش‌های کنشگران/بازیگران و نهادهای اجتماعی بازتولید می‌شود.



نمودار ۲. رابطه قدرت، نگرش و عوامل تشکیل دهنده نگرش

در نهایت قدرت در سطح جامعه در راستای افزایش نفوذ به وسیله مدیریت تصویر و بازسازی مناسک و باز تعریف نهادی صورت بندی می شود و به صورت تأثیرگذاری بر اذهان مردم در ضمن فرآیند شکل گیری انگاره ها، نگرش ها، عقاید و باورها با افراد محقق می شود.

کتابنامه

۱. آذربایجانی، مسعود (۱۳۹۳). روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی. (پژوهشکده حوزه و دانشگاه و سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)) (ویرایش ویراست ۲). قم: پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
۲. آرنت، هانا (۱۳۸۹). وضع بشر. (مسعود علیا، مترجم). تهران: ققنوس.
۳. آلپورت، گوردن دبلیو؛ و جونز، ادوارد ای (۱۳۷۱). روان‌شناسی اجتماعی از آغاز تاکنون. (محمدتقی منشی طوسی، مترجم). مشهد: آستان قدس رضوی، معاونت فرهنگی.
۴. اسکات، ریچارد (۱۳۸۷). نهادها و سازمان‌ها. (مینا دده بیگی، مترجم). سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۵. بارون، رابرت ا؛ برن، دان اروین و برنسکم، نایلا آر (۱۳۸۸). روان‌شناسی اجتماعی. (یوسف کریمی، مترجم). تهران: روان.
۶. بدار، لوک؛ دزیل، ژوزه و لامارش، لوک (۱۳۹۵). روان‌شناسی اجتماعی. (مالک میرهاشمی، ویراستار، حمزه گنجی، مترجم). ساوالان.
۷. بلاو، آن ماری روش؛ و نیون، ادیل (۱۳۹۲). روان‌شناسی اجتماعی مقدمه بر نظریه‌ها و آئین‌ها. (محمد دادگران، مترجم). مروارید.
۸. پراتکانیس، آنتونی؛ و آرنسون، الیوت (۱۳۹۱). عصر تبلیغات: استفاده و سوءاستفاده روزمره از اقناع. (کاووس امامی و محمدصادق عباسی، مترجمان). صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (سروش).
۹. جنیدی، رضا (۱۳۹۳). تکنیک‌های عملیات روانی و شیوه‌های مقابله. به نشر (انتشارات آستان قدس رضوی).
۱۰. دورکیم، امیل (۱۳۸۳). صور بنیانی حیات دینی. (باقر پرهام، مترجم). تهران: نشر مرکز.
۱۱. رودنبولر، اریک دبلیو. (۱۳۹۰). ارتباطات آیینی: از گفتگوهای روزمره تا جشن‌های رسانه‌ای شده. (ابراهیم حقیقی، ویراستار، عبدالله گیویان، مترجم). دانشگاه امام صادق (ع)، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

۱۲. روسک، جوزف و وارن، رولند (۱۳۵۰). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی. (احمد کریمی و بهروز نبوی، مترجمان). تهران: مؤسسه عالی حسابداری. بازیابی از کتابخانه مرکز تحقیقات بین‌المللی بیابان دانشگاه تهران.
۱۳. فنیس، باب میخائل و اشتروب، ولفگانگ (۱۳۹۳). روان‌شناسی تبلیغات. (محسن شاهین‌پور و سمیه اولی، مترجمان). تهران: شرکت انتشارات سوره مهر.
۱۴. فوکو، میشل (۱۳۷۸). مراقبت و تنبیه: تولد زندان. (نیکو سرخوش و افشین جهاندیده، مترجمان). تهران: نشر نی.
۱۵. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵). عصر اطلاعات. (افشین خاکباز و احد علیقلیان، مترجمان) (ج ۱-۳). تهران: گیسوم.
۱۶. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶). قدرت ارتباطات. (حسین بصیریان جهرمی، مترجم). تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۱۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۹۶). ساخت جامعه. (اکبر احمدی، مترجم). تهران: نشر علم.
۱۸. لوکمان، توماس و برگر، پیترا (۱۳۹۵). ساخت اجتماعی واقعیت (رساله‌ای در جامعه‌شناسی شناخت). (فریبرز مجیدی، مترجم). تهران: علمی و فرهنگی.
۱۹. مفید، محمدبن محمد (۱۴۱۳). شناسه حدیث: ۳۵۳۱۶۵. در کتاب المزار (مناسک المزار) (ویرایش ۱، ج ۱، ص. ۵۳). قم: المؤتمر العالمی لألفیه الشیخ المفید.
۲۰. مولانا، حمید (۱۳۷۵). رسانه‌ها و انگاره‌سازی. (مترجم: تاجیک غلامرضا، مترجم)، رسانه، ۲۶(۷)، ۱۰-۱۷.
۲۱. نای، جوزف اس (۱۳۸۹). قدرت نرم (ابزارهای موفقیت در سیاست بین‌الملل). (محمد روشنی، ویراستار، مهدی ذوالفقاری و محسن روحانی، مترجمان). دانشگاه امام صادق (ع).
۲۲. هابرماس، یورگن (۱۳۹۲). کتاب نظریه کنش ارتباطی. (کمال پولادی، مترجم). تهران: مرکز.
۲۳. همیلتون، مالکوم (۱۳۹۷). جامعه‌شناسی دین. (محسن ثلاثی، مترجم). تهران: نشر ثالث.
۲۴. Couto, Richard A. (ed.). (۲۰۱۰). Political and civic leadership: a reference handbook. Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications.
۲۵. Entman, Robert M. (۲۰۰۴). Projections of power: framing news, public opinion, and U.S. foreign policy. Chicago: University of Chicago Press.

۲۶. Goffman, Erving. (۱۰۰۰). The presentation of self in everyday life (Nachdr.). New York, NY: Doubleday.
۲۷. Lévi-Strauss, Claude. (۱۳۳۳). Structural anthropology. New York: Basic Books.

