

### خط سیر مطالعات فرهنگی

موج دوم توسعه مطالعات فرهنگی انگلیس که با تأسیس مرکز مطالعات فرهنگی معاصر در دانشگاه بیرمنگام در سال ۱۹۶۳ تا ۱۹۶۴ توسط هوگارت و استوارت میل آغاز شد، خصوصیات مشابه زیادی با مکتب فرانکفورت دارد.

در این زمان، مرکز دست به توسعه روش‌های تحلیل انتقادی، تفسیرها و نقد موضوعات فرهنگی به طرق مختلف زد. گروه بیرمنگام از طریق یک مجموعه بحث‌های داخلی و پاسخگویی به تنش‌ها و جنبش‌های اجتماعی دهه ۶۰ و ۷۰، توجه خود را معطوف به رویکرد درونی عقاید و ایدئولوژی‌ها درباره طبقه اجتماعی، جنسیت، نژاد، قومیت و ملیت در متون فرهنگی کرد که فرهنگ رسانه‌ای را هم در برمی‌گرفت. اعضای مکتب بیرمنگام از نخستین افرادی بودند که تأثیرات روزنامه‌ها، رادیو، تلویزیون، فیلم و دیگر شکل‌های فرهنگی بر مخاطبین را بررسی کردند. آن‌ها همچنین بر این موضوع تمرکز کردند که مخاطبین مختلف چگونه فرهنگ رسانه‌ای و بافت‌های متنی را به طرق مختلف تفسیر می‌نمایند و دست به تحلیل فاکتورهایی می‌زنند که زمینه‌ساز واکنش مخاطب به متون رسانه‌ای می‌شود.

دوره کلاسیک مطالعات فرهنگی انگلیس از دهه ۶۰ تا ۸۰ ادامه یافت تا یک رویکرد مارکسیستی به مطالعه فرهنگ را در پیش بگیرد؛ رویکردی که تحت تأثیر افرادی چون آنتونسر و گرامسکی قرار داشت. با این حال گر چه هال همیشه در روایت خود مکتب فرانکفورت را از قلم می‌اندازد ولی برخی از کارهای صورت گرفته توسط گروه بیرمنگام، ریشه در موقعیت کلاسیک مکتب فرانکفورت داشتند چه در تئوری اجتماعی و مدل‌های روش‌شناختی انجام تحقیقات و چه از نظر زاویه دید سیاسی و استراتژی‌هایی که در پیش می‌گرفتند.

مطالعات فرهنگی انگلیس ناظر بر جذب طبقه کارگر در سیستم و کاهش هوش انقلابی آن‌ها بود و طبق رویکرد مارکسیستی نسبت به انقلاب‌ها، دست به مطالعه شرایط مربوط به این فاجعه زده بود. این مکتب هم مانند مکتب فرانکفورت نتیجه گرفت که فرهنگ توده‌ای نقشی مهم در این انفعال طبقه کارگر در جوامع سرمایه‌داری دارد و ایجاد یک فرهنگ رسانه‌ای و مصرفی جدید باعث حالت تازه‌ای از هژمونی سرمایه‌داری شده است.

هر دوی این مکاتب توجه خود را معطوف به بخش‌های درونی مرتبط فرهنگ و ایدئولوژی کرده‌اند و نقد ایدئولوژی را مقوله‌ای مرکزی در مطالعات انتقادی دانسته‌اند. هر دوی آن‌ها فرهنگ را حالت بازتولید ایدئولوژیک هژمونی (و تسلط ایدئولوژیک) دانسته‌اند که در آن شکل‌های فرهنگی به شکل‌گیری افکار و رفتاری که افراد را ترغیب به سازگار شدن با شرایط اجتماعی جوامع سرمایه‌داری می‌کند، کمک می‌کنند.

هم‌چنین هر دوی این مکاتب فرهنگی را می‌توان بالقوه مقاومت در برابر جوامع سرمایه‌داری دانست و صاحب‌نظران متقدم مکتب مطالعات فرهنگی انگلیس به ویژه ریموند ویلیامز و نظریه‌پردازان مکتب فرانکفورت، فرهنگ والا را سدی در برابر مدرنیته سرمایه‌داری می‌دانستند. بعدها مطالعات فرهنگی انگلیس دست به بررسی لحظات مقاومت در فرهنگ رسانه‌ای زد و تفسیرهای مخاطبین از موضوعات رسانه‌ای را بررسی کرد در حالی که مکتب فرانکفورت به غیر از برخی موارد استثنا گرایش به این داشت که فرهنگ توده را فرمی همگن از سلطه ایدئولوژیک بداند. شاید این تفاوت به شکل جدی باعث منفک شدن این مکاتب گردید.

مکتب انگلیس از همان آغاز در ذات خود بسیار سیاسی بود و پتانسیل مقاومت خرده‌فرهنگ‌های مخالف و فرهنگ‌های طبقه کارگر را مورد توجه خود قرار می‌داد و این خرده‌فرهنگ‌ها را تشویق به مقاومت در برابر شکل‌های هژمونیک سلطه سرمایه‌داری می‌کرد. مکتب انگلیس بر خلاف مکتب فرانکفورت ولی مشابه نظرات هربرت مارکوزه، فرهنگ‌های نوپا را دارای توان بالقوه برای مخالفت و دست زدن به تغییرات اجتماعی می‌دانست.

این مکتب از طریق مطالعه خرد فرهنگ‌های نوپا نشان داد که چگونه فرهنگ می‌تواند شکل‌های مجزایی از هویت و عضویت در گروه داشته باشد. مطالعات فرهنگی بر این متمرکز شده بود که چگونه خرد فرهنگ‌ها در برابر شکل‌های مسلط هویت و فرهنگ مقاومت می‌کنند و سبک و هویت‌های مختص به خود را خلق می‌نمایند.

افرادی که کدها و پوشش‌های مسلط را تأیید می‌کردند و رفتار و ایدئولوژی سیاسی موجود را می‌پسندیدند، هویت خود را با گروه‌های اصلی به عنوان اعضای گروه‌های اجتماعی خاص پیوند داده بودند؛ مانند سفیدپوستان و آمریکایی‌های محافظه‌کار طبقه متوسط. از طرف دیگر افرادی که با خرد فرهنگ‌هایی چون فرهنگ پانک یا ملی‌گراهای سیاهپوست ارتباط داشتند، متفاوت از این جریان اصلی به قضایا نگاه می‌کردند و دست به عمل می‌زدند و لذا هویت‌های مخالفی را خلق می‌نمودند که خود را با مخالفت با مدل‌های استاندارد تعریف می‌کرد. ولی مکتب انگلیس بر خلاف مکتب فرانکفورت، هنوز به شکل مناسب درگیر جنبش‌های مدرنیست و زیبایی‌شناسی نوگرا نشده است و خود را محدود به توجه به محصولات فرهنگ رسانه‌ای و فرهنگ عامه‌پسند کرده است. با این حال درگیری مکتب فرانکفورت با مدرنیسم و هنر نوگرا، ابتکاری‌تر از آن است که مدرنیسم و فرهنگ را به طور کلی نادیده بگیرد که این به ویژه در دهه گذشته مصداق داشته است.

به نظر می‌رسد مکتب انگلیس با مقید کردن خود به مطالعه فرهنگ عامه‌پسند و درگیر شدن با مصنوعات فرهنگ رسانه‌ای، از آن‌چه در برابر فرهنگ عامه از آن تعبیر به فرهنگ والا می‌شود فاصله گرفته است و این رویکرد، معانی محتمل در تمام شکل‌های فرهنگی را قربانی کرده و زمینه فرهنگ را به دو قشر مردمی و نخبه‌گرا (عوام و خواص) تفکیک نموده است که به نوعی تفسیر منفی و مثبت از همان تمایز قدیمی والا و پست است. نکته مهم‌تر این که چنین رویکردی باعث شده مطالعات فرهنگی از تلاش‌هایی که برای توسعه شکل‌های مخالف از فرهنگ صورت گرفته جدا نیفتد، یعنی چیزی که از آن تعبیر به اندیشه‌های

نو می‌شود.

جنبش‌های نوگرا مانند اکسپرسیونیسم، سوررئالیسم و دادایسم، خواهان توسعه هنری هستند که جامعه انقلابی را به بار آورد و آلترناتیوهایی برای شکل‌های هم‌زمانیک از فرهنگ ارایه می‌دهند. پتانسیل مخالفت و رهایی‌بخشی جنبش‌های نوگرا، در همان وهله اول، توجه مکتب فرانکفورت را به خود جلب کرده و به ویژه آدورنو از این امر ابراز تأسف می‌کند که مطالعات فرهنگی در انگلیس و شمال آمریکا تا حد زیادی مواجهه با هنر نوگرا و جنبش‌های آن را نادیده گرفته‌اند.

در واقع نکته جالب توجه این است که چنین تمرکز نگاهی، در پروژه تماشا نقش مرکزی داشته که به نوعی جنبه نوگرایانه هم‌زمانیک تئوری فرهنگی در بریتانیای دهه هفتاد بوده است که در کل جهان بسیار تأثیرگذار بود. در اوایل دهه هفتاد جنبش تماشا تمایزی اساسی بین رئالیسم و مدرنیسم قایل شد و انتقاداتی را درباره هنر رئالیستی بورژوازی و انواع فرهنگ‌های رسانه‌ای مطرح کرد که بازتولیدکننده کدهای ایدئولوژیک رئالیسم به حساب می‌آمد.

هم‌چنین آنان نگاه مثبتی به اقدامات زیبایی‌شناختی مدرنیست نوگرا داشتند که اهمیت اصلی‌شان تأثیرات سیاسی آن‌ها بود. این پروژه باعث شد تئوری تماشا نزدیک به مفاهیم ذکرشده مکتب فرانکفورت و به ویژه آدورنو قرار گیرد هر چند تفاوت‌های جدی هم در این میان وجود داشت.

مکتب انگلیس دست به رایه انتقادات سیستماتیک از جایگاه‌های تئوریک زد که توسط جنبش تماشا در دهه ۷۰ و ۸۰ توسعه داده شده بود و تا جایی که می‌دانم هیچ وقت به این انتقادات پاسخی داده نشد. در واقع آن‌چه به عنوان نظریه تماشا تلقی می‌شود به خودی خود بخش‌بندی شده و به عنوان یک گفتمان تئوریک منسجم در دهه ۸۰ در پیش گرفته شده است.

در حالی که بسیاری از انتقادات به تئوری تماشا توسط مطالعات فرهنگی انگلیس صورت گرفت ولی می‌خواهم این بحث را مطرح کنم که تأکیدی که نظریه تماشا بر اقدامات نوگرایانه دارد و



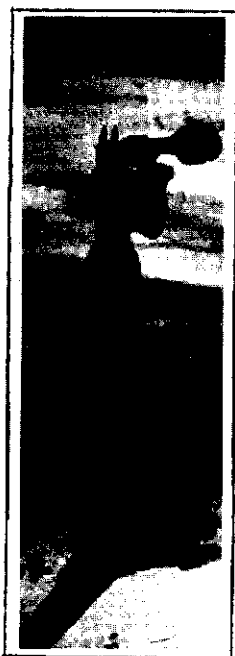
مکتب فرانکفورت آن را الکتروناتیو خلاقانه در برابر نادیده گرفتن این اعمال در مطالعات فرهنگی انگلیس و آمریکای شمالی می‌داند، چگونه است.

مکتب انگلیس مانند مکتب فرانکفورت اصرار دارد که فرهنگ را می‌بایست در درون روابط و سیستم‌های اجتماعی مطالعه کرد که از خلال آن‌ها فرهنگ تولید و مصرف می‌شود و در نتیجه این مطالعه به شکل نزدیکی مرتبط با مطالعه اجتماع، سیاست و اقتصاد خواهد بود. مفهوم کلیدی که گرامشی با نام هژمونی مطرح می‌کند، باعث می‌شود مطالعات فرهنگی انگلیس به بررسی این موضوع بپردازد که فرهنگ رسانه‌ای چگونه یک مجموعه‌ارزش‌ها را به هم پیوند می‌دهد و میان ایدئولوژی‌های سیاسی و شکل‌های فرهنگی از یک‌سو و پروژه هژمونیکی که افراد را در یک اجماع همه‌جانبه قرار می‌دهد و آن‌ها را در جامعه مصرفی و موارد سیاسی چون ریگانسیم و تاجریسم حل می‌کند از سوی دیگر ارتباط برقرار می‌کند.

این پروژه از بسیاری جهات شباهت به مکتب فرانکفورت دارد به گونه‌ای که زاویه دید فرانتوریک آن باعث ترکیب اقتصاد سیاسی، تحلیل متنی و مطالعه پذیرش مخاطب در چهارچوب تئوری نقد اجتماعی می‌شود. هر دوی این مکاتب (انگلیس و فرانکفورت) مبتنی بر مقولات بین رشته‌ای شکل گرفته‌اند که در برابر تمایزات آکادمیک درباره نیروی کار مقاومت می‌کند.

در واقع نقدها و محدوده‌شکنی آن‌ها از تأثیرات فرهنگ انتزاعی که محتوای اجتماعی و سیاسی دارد به طور خاص از میان مقولاتی انتخاب می‌شوند که نظم محورترند و به سلطه فرهنگ و خوانش‌های اجتماعی و سیاسی باور دارند.

مطالعات فرهنگی در برابر این فرمالیسم و جداسازی آکادمیک، بر این نکته پافشاری می‌کند که فرهنگ می‌بایست در درون روابط و سیستمی اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد که در آن تولید و مصرف می‌شود و در نتیجه تحلیل فرهنگ ارتباط نزدیکی با مطالعه جامعه، سیاست‌ها و اقتصاد خواهد داشت. استفاده از مدل هژمونی گرامشی، باعث تحلیل هژمونیک یا قانونمند نیروهای اجتماعی و فرهنگی مسلط می‌شود و نیروهای مقاومت و کشمکش ضد هژمونیک را جست‌وجو



می‌کند.

هدف این پروژه انتقاد اجتماعی است و تلاش دارد نیروهای مسلط و مقاومت را با کمک فرآیند تنش سیاسی با قدرت مسلط، تعیین موقعیت کند. برخی از نسخه‌های معتبر مطالعات فرهنگی انگلیس، بر اهمیت یک رویکرد بین رشته‌ای در مطالعه فرهنگ تأکید می‌کنند که اقتصاد سیاسی آن را به همراه فرآیند تولید و توزیع، کالاهای متنی و پذیرش مخاطب تحلیل می‌کند که به صورت قابل توجهی به مکتب فرانکفورت شباهت دارد.

برای نمونه استوارت هال در مقاله راهبردی کلاسیک خود با نام رمزگذاری/رمزگشایی تحلیلیش را با استفاده از نظرات مارکس شروع می‌کند که به بررسی پیوندهای یک مدار پیوسته حاصل از تولید، توزیع، مصرف، تولید می‌پردازد. هال دست به هماهنگ کردن این مدل با تمرکز بر این موضوع می‌زند که سازمان‌های رسانه‌ای چگونه معناسازی می‌کنند، روند گردش کارها در آن‌ها چگونه است و مخاطبین به چه شکل از متون ارایه‌شده برای رسیدن به معنا بهره می‌برند.

هم‌چنین ریچارد جانسون در یک سخنرانی در سال ۱۹۸۳ که در سال ۱۹۸۵ و ۱۹۸۶ منتشر شد، مدلی برای مطالعات فرهنگی پیشنهاد داد که شباهت به مدل پیشین استوارت هال داشت و مبتنی بر نموداری از مدار تولید، ایجاد متن و پذیرش بود که هم‌راستا با مدل سرمایه مورد تأکید مارکس قرار داشت و از طریق نموداری تصویر می‌شد که اهمیت تولید را در مطالعات فرهنگی مورد تأکید قرار می‌داد و از تئوری تماشا به خاطر رها کردن این زاویه دید که می‌توانست رویکردی ایده‌آل‌تر و متنی‌تر به آن ببخشد، انتقاد نمود. اساساً بیشتر کارهایی که در زمینه مطالعات فرهنگی در انگلیس و آمریکای شمالی صورت گرفته با این نادیده گرفتن همراه است.

با این حال در نوشته‌های متأخر مطالعات فرهنگی شاهد تغییر نگاه در جهان انگلیسی‌زبان به آن‌چه می‌توان آن را پست‌مدرنیسم خواند هستیم که بر لذت، مصرف‌گرایی و ساخت فردی هویت‌ها طبق آن‌چه مک‌گیگان آن را پوپولیسم فرهنگی خوانده تأکید دارد. از این زاویه دید، فرهنگ رسانه‌ای موادی اولیه را برای هویت‌ها، لذت‌ها و تقویت مخاطب فراهم می‌کند که با

توجه به میزان مصرف یک کالای فرهنگی می‌توان آن را عوام‌پسند دانست. در این مرحله که تقریباً از اواسط دهه ۸۰ شروع شده و تا کنون ادامه دارد، مطالعات فرهنگی در انگلیس و آمریکای شمالی از مراحل سوسیالیستی و سیاست‌های انقلابی، متمایل به شکل‌های پست‌مدرنیستی شده است که نگاه انتقادی کمتری به فرهنگ رسانه‌ها و مصرفی دارد. روز به روز هم تأکید بیشتری بر مخاطب، مصرف و پذیرش او صورت می‌گیرد که به نوعی متمرکز بر تولید و توزیع متون و این‌که این متون به چه شکل در صنایع رسانه‌ای تولید می‌شوند، است.

#### مطالعات فرهنگی پست‌مدرن

در این بخش قصد این است که درباره‌ی گونه‌های مختلف مطالعات فرهنگی که از اواخر دهه ۷۰ تا زمان حاضر مطرح شده‌اند، بحث شود که همراه با مراحل قبل‌تر، باعث تثویز شدن تغییر از حالت انحصاری سرمایه‌داری یا فوردیسم که ریشه در تولید انبوه و مصرف انبوه دارد به یک نظام اجتماعی و سرمایه‌ای نو که گاهی از آن تعبیر به پسافوردیسم می‌شود، شده است و دست به توصیف خصوصیات یک سرمایه‌ی انتقالی و جهانی می‌زند که تفاوت، تکثر، انتخابی بودن، پوپولیسم و مصرف‌گرایی تشدیدشده را در یک جامعه‌ی اطلاعاتی/سرگرمی نوین بررسی می‌کند. از این نقطه‌نظر، تکثیر فرهنگ رسانه‌ای، معماری پست‌مدرن، فرهنگ خرید و فرهنگ پست‌مدرن تبدیل به اسباب ترویج یک مرحله‌ی تازه از سرمایه‌داری تکنولوژیک شده است که آخرین مرحله‌ی سرمایه‌داری است و تصویری پست‌مدرن از فرهنگ مصرفی ارائه می‌دهد.

در نتیجه به این مقوله خواهیم رسید که توجه به مطالعات فرهنگی پست‌مدرن، واکنشی به یک عصر جدید از سرمایه‌داری جهانی است که از آن تعبیر به تجدیدنظرطلبی نوین شده است. توجهی که مطالعات فرهنگی را از اقتصاد سیاسی و نظریه‌ی اجتماعی انتقادی جدا می‌کند.

در طی این مرحله از مطالعات فرهنگی، گرایش شدیدی به کاهش نقش یا نادیده گرفتن کلی اقتصاد، تاریخ و سیاست به چشم می‌خورد که مرتبط با تأکید بر فشارهای داخلی، مصرف‌گرایی و ایجاد هویت‌های ترکیبی از مواد عامه‌پسند است. این پلورالیسم فرهنگی باعث شده است تا نظریه‌



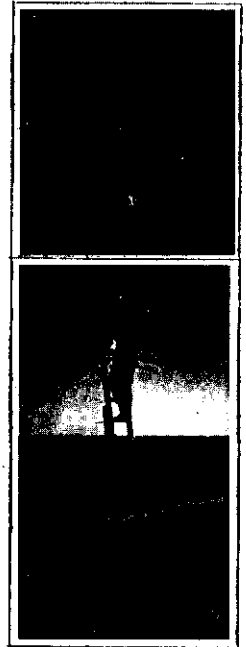
پست‌مدرن از مارکسیسم و تقلیل‌گرایی مربوط به آن فاصله گرفته و میان خود و لیبرال‌گرایی و سلطه و مذهب‌شناسی تاریخی نوعی مرزبندی صورت دهد.

در واقع همان گونه که مک‌گیگان نشان داده است، مطالعات فرهنگی را در یک مدل مارکسیستی از گردش سرمایه تحلیل می‌کنند (یعنی همان روند تولید، توزیع، مصرف، تولید) ولی حال و دیگر چهره‌های برجسته این مکتب دست به تحلیل اقتصادی دامنه‌دار نزده‌اند و بیشتر فعالان مطالعات فرهنگی انگلیسی و آمریکای شمالی از دهه ۸۰ تا کنون روی هم رفته از رویکرد اقتصاد سیاسی فاصله گرفته‌اند. تغییر عقیده‌ها از اقتصاد سیاسی به نوعی جدی است.

در حالی که حال روند مطالعات فرهنگی را با تولید و آرایه توصیه‌هایی درون مدار سرمایه شروع می‌کند و در حالی که در مقاله دو پارادایم پیشنهاد تجزیه در سطحی بالاتر را مطرح می‌کند که فرهنگ‌گرایی و ساختارگرایی پیامد آن است ولی دیگر به پیوند رابطه بین اقتصاد سیاسی و مطالعات فرهنگی ادامه نمی‌دهد و به ندرت در کارهایش از این مقوله استفاده می‌کند.

برای نمونه حال در مقاله دو پارادایم، اقتصاد سیاسی را از پارادایم فرهنگی جدا می‌داند؛ چرا که در حد تعدیل اقتصادی پایین می‌آید. شاید حال در رد برخی فرم‌های فرهنگ که رویه اقتصاد سیاسی را شامل می‌شوند و در انگلستان و دیگر نقاط دنیا حاکم هستند، حق داشته باشد ولی این امکان وجود دارد که فرهنگ همراه با اقتصاد سیاسی در مکتب فرانکفورت را بدون افتادن در دام تعدیل با استفاده از یک مدل تبادل دوجانبه اقتصاد و فرهنگ در پیش بگیریم. به طور ویژه مدل فرانکفورت یک انحصار نسبی را به فرهنگ تحمیل می‌کند که اغلب مورد دفاع حال قرار دارد و شامل تعدیل‌گرایی یا جبرگرایی نمی‌شود.

با این حال به طور کلی حال و دیگر فعالین مکتب مطالعات فرهنگی انگلیس (مانند بنت، فیسک و مک‌روبی و...) یا مکتب فرانکفورت را تنها یک تعدیل اقتصادی می‌دانند یا آن‌که اساساً آن را نادیده می‌گیرند. تعدیل اقتصادی بخشی از اجتناب از اقتصاد سیاسی است با این حال در حالی که بیشتر اعضای مکتب انگلیس به طور کلی اقتصاد سیاسی را نادیده می‌گیرند، حال که‌گاه



اظهارنظری دربارۀ نیاز به پیوند مطالعات فرهنگی با اقتصاد سیاسی کرده است. او در یک مقاله که به سال ۱۹۸۳ چاپ شد، پیشنهاد داد که بهتر است اقتصاد را به عنوان عامل تعیین کننده در جایگاه اول قراردهیم نه این که در وهله آخر به آن بپردازیم ولی این بازی با بحث مطرح شده توسط آلتوسر دربارۀ اولویت دهی به اقتصاد به ندرت در تحقیقات آتی پی گرفته شد.

تحلیلی که حال از تاجریسم به عنوان پوپولیسم خودکامه می کند مرتبط با حرکت به سمت همزونی راست برای تغییر سرمایه داری جهانی از فوردیسم به پسا فوردیسم است ولی از نظر منتقدان، او به حد کافی نقش اقتصاد و فاکتورهای اقتصادی را در تغییر به سمت تاجریسم مدنظر قرار نداده است. او به گرامشی پاسخ می دهد که هیچ وقت ذات فربنده فعالیت اقتصادی را انکار نکرده است ولی نمی توان مطمئن بود که حال خود به حد کافی تحلیل اقتصادی را در کار مطالعات فرهنگی اش وارد کرده باشد.

برای نمونه نوشته هال دربارۀ پست مدرن جهانی، مفهوم سازی انتقادی از سرمایه داری جهانی معاصر و تئوری سازی روابط بین اقتصاد و فرهنگ مرتبط با مکتب فرانکفورت را مورد نیاز می داند. او می نویسد:

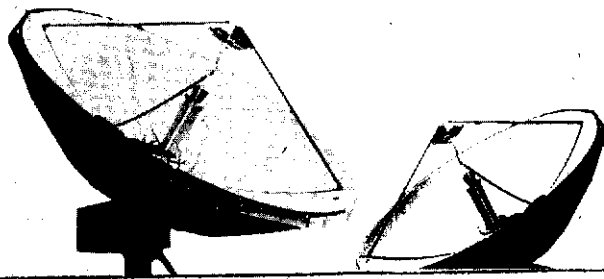
پست مدرن جهانی نشانگر یک فتح باب مهم دربارۀ تفاوت و حواشی است که یک روایت غربی خاص را مطرح می کند و با بسیاری از سیاست های فرهنگی انطباق دارد از جمله مقاومت پرخاشگرانه در برابر تفاوت ها، تلاش برای ذخیره سازی کانون تمدن غربی، تجاوز مستقیم و غیرمستقیم به چند فرهنگی، بارگشت به روایت های پایه ای تاریخی، زبان و ادبیات که سه پایه اصلی نگهدارنده هویت و فرهنگ ملی هستند. همچنین دفاع از مطلق گرایی قومی و نژادپرستی فرهنگی که خصوصیت عصر تاجریسم و ریگانیسم بوده است همراه با بیگانه هراسی نوینی که دربارۀ اروپای نظامی مصداق دارد.

بنابراین از نظر هال پست مدرن جهانی شامل کثرت گرایی فرهنگی و باز شدن فضا برای قشرهای حاشیه ای است تا روایت های تازه ای از فرهنگ غربی داشته باشند ولی می توان با توجه



به مکتب فرانکفورت تفسیری متضاد با این داشت مبنی بر این که پست مدرن جهانی تنها آرایه گر گسترش سرمایه داری جهانی از طریق رسانه ها و تکنولوژی های نوین است و انفجار اطلاعات و سرگرمی در فرهنگ رسانه ای نشانگر منابع جدید قدرتمند تشخیص و کنترل اجتماعی است. برای مطمئن شدن باید توجه داشت که نظام نوین جهانی در زمینه تکنولوژی، فرهنگ و سیاست در نظام سرمایه داری جهانی معاصر بیشتر از طریق چندجانبه گرایی، پلورالیسم و گشوده بودن به روی صداهای مختلف شناخته می شود ولی توسط شرکت های انتقالی کنترل و محدود می شوند که روز به روز بیشتر مبدل به نهادهای فرهنگی قدرتمندی می شوند که قصد دارند گستره بیان فرهنگی را با محدودیت مواجه نمایند. رشد قابل توجه صنایع فرهنگی در سال های اخیر نشانگر احتمال کنترل بیشتر اطلاعات و سرگرمی ها توسط افراد اقلیت قدرتمند است. می توان این بحث را هم مطرح کرد که جهانی شدن فرهنگ رسانه ای نوعی سوء استفاده از هژمونی فرهنگ جهانی در بُعد ملی و فرهنگ بومی است که در آن شبکه هایی چون *CNN*، *NBC* و شبکه های تحت نفوذ روبرت مورداک در صدد تحمیل یکسان سازی و هژمونی بر فرهنگ رسانه ای در سراسر جهان هستند.

مطمئنانه سیستم های تلویزیونی کابلی و ماهواره اروپا هم دارای تلویزیون ملی در کشورهایی چون آلمان، فرانسه، ایتالیا، اسپانیا، سوئد و روسیه هستند ولی این سیستم های تلویزیونی را نمی توان حقیقتاً بر روی دیگران و سلیقه های حاشیه ای باز دانست. در واقع کانال های بازتر مانند دسترسی آزاد در اروپا و آمریکا و یا خدمات شبکه *SBS* که در استرالیا تلویزیونی چندفرهنگی به حساب می آید را نمی توان بخشی از پست مدرن جهانی دانست و بیشتر برای بخش های یک کشور سرمایه گذاری شده اند و معمولاً از نظر حوزه نفوذ و دسترسی محدود و محلی هستند. مطمئنانه در پست مدرن جهانی حال، برخی شبکه های باز وجود دارند ولی شکل اشتراکی و قراردادی دارند. در واقع خصوصیات تعریف شده فرهنگ رسانه ای جهانی، نیروهای متناقض از نظر هویت و تفاوت، همگونی و غیرهمگونی، جهانی بودن و بومی بودن، رقیب یکدیگر یا دارای



همزیستی مسالمت‌آمیز را شامل می‌شود؛ مانند شبکه لاتین‌زبان *MTV* که انگلیسی و اسپانیایی را با هم ترکیب کرده است.

جهانی‌شدن در معنای وسیعش به معنای همزونی صنایع فرهنگی انتقالی به ویژه صنایع فرهنگی آمریکایی است. برای نمونه در کانادا حدود ۹۵٪ فیلم‌های سینماها آمریکایی‌اند، تلویزیون ایالات متحده بر تلویزیون کانادا برتری دارد، هفت شرکت آمریکایی کنترل توزیع نوارهای صوتی در کانادا را در دست دارند و ۸۰٪ مجلات خبری غیرکانادایی هستند. در آمریکای لاتین و اروپا هم موقعیت، مشابه فرهنگ رسانه‌ای آمریکاست و فست‌فودها و بازارچه‌ها فرهنگ جهانی تازه‌ای خلق کرده‌اند که بسیار شبیه به همه نقاط دیگرند. در نتیجه می‌بایست تجسم پراکندگی و تفاوت پست‌مدرن جهانی را در ستجش گرایش‌ها نسبت به همگونی و شباهت جهانی در نظر گرفت؛ یعنی همان درون‌مایه‌هایی که مکتب فرانکفورت بر آن پافشاری می‌کند.

به هر روی پست‌مدرن جهانی حال بسیار مثبت است و خوش‌بینی او می‌بایست توسط نظرات انتقادی پیرامون سرمایه‌داری جهانی که مکتب فرانکفورت و مراحل اولیه مطالعات فرهنگی ارائه داده‌اند، تعدیل شود.

تأکیدی که در مطالعات فرهنگی پست‌مدرن وجود دارد، قصد دارد تجربیات و پدیده‌ها را در یک حالت نوین از سازمان اجتماعی قرار دهد. تأکید بر مخاطب فعال، خوانش‌های پایدار، لحظات اتوپیا و مواردی شبیه آن توصیف‌کننده عصری است که در آن افراد آموزش می‌بینند تا مصرف‌کنندگان رسانه‌ای فعال‌تر باشند و قدرت انتخاب مطالب فرهنگی بیشتری داشته باشند که مرتبط با یک سرمایه‌داری جهانی و انتقالی تازه باشد که در آن انتخاب‌ها و خدمات ارائه‌شده به مصرف‌کننده بیشتر هستند. در چنین رویکردی، تفاوت‌ها، چندصدایی بودن و غیرهمگونی در قالب تئوری پست‌مدرن بروز می‌یابد که توصیف‌گر این تفاوت‌ها در قالب یک قاعده اجتماعی جدید است که نیازها و تمایلات مصرف‌کننده را پیش‌بینی کرده است.

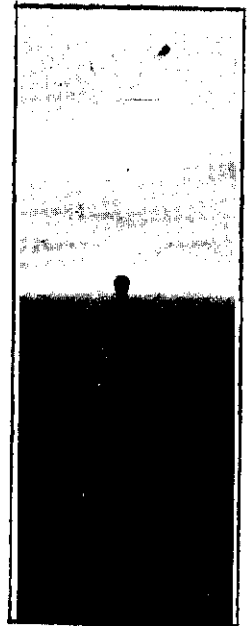
شکل‌های فرهنگی و هویت‌های ترکیبی که مطالعات فرهنگی پست‌مدرن آن‌ها را توصیف

می‌کند، مرتبط با یک سرمایه‌داری جهانی‌اند که جریان شدید محصولات، فرهنگ، افراد و هویت‌ها را در قالب‌های تازه بومی و جهانی مقاومت توصیف می‌کند. مرتبط با ساختار یک فرهنگ پیوندی جهانی و همه‌گیر، شاهد شکل‌های تازه‌ای از مطالعات فرهنگی هستیم که سنت‌های سراسر جهان را با هم ترکیب می‌کنند. در واقع مطالعات فرهنگی در دهه گذشته با انتشار کتاب‌ها، مقالات، برگزاری همایش‌ها، سایت‌های اینترنتی و بحث‌هایی در گستره جهانی شکل جهانی به خود گرفته است.

پرسی که در این‌جا مطرح می‌شود درباره ارزش کاربردی دامنه‌دار سنت‌های قدیمی‌تر تئوری مکتب فرانکفورت و مکتب مطالعات فرهنگی انگلیس در این شرایط جدید و ریشه‌دار است. در آغاز، این سنت‌ها به این دلیل ادامه پیدا کردند که بین مرحله کنونی و مراحل قبلی نوعی پیوستگی را قایل بودیم. در واقع می‌خواهم این بحث را مطرح کنم که ما در یک دوره فترت بین عصر مدرن و پست‌مدرن هستیم و رژیم کنونی سرمایه، تداوم نیرومندی با حالت تولید و سازماندهی اجتماعی مراحل پیشین دارد که مکاتب مورد اشاره آن را توصیف کرده‌اند. فرهنگ معاصر شکلی گسترده‌تر و تجاری‌تر از همیشه دارد و در نتیجه نظرات مکتب فرانکفورت درباره گستردگی آن هنوز از اهمیت قابل توجهی در تئوریزه کردن موقعیت کنونی برخوردار است.

هژمونی سرمایه هنوز نیروی مسلط در سازمان اجتماعی است و حتی شاید نسبت به پیش قوی‌تر هم شده باشد. هم‌چنین تفاوت طبقاتی در حال افزایش است و فرهنگ رسانه‌ای شکل ایدئولوژیک داشته و قصد دارد نابرابری‌های موجود را در بین طبقات، جنسیت و نژادها ادامه دهد و در نتیجه هنوز نظرات انتقادی اولیه درباره این جنبه‌های فرهنگ معاصر و جامعه کنونی ما اهمیت خود را حفظ کرده‌اند.

بحث در این باره خواهد بود که نظم جهانی سرمایه/تکنولوژی جدید مبتنی بر طبقه‌بندی‌های سرمایه و تکنولوژی، ایجاد شکل‌های جدید از فرهنگ، جامعه و زندگی روزمره است. این بحث مطرح است که مکتب فرانکفورت منابع را به گونه‌ای شکل داده تا این پیوند را تحلیل کند؛ چرا



که مدل صنایع فرهنگی ارایه شده توسط این مکتب، متمرکز بر پیوند بین سرمایه، تکنولوژی، فرهنگ و زندگی روزمره است که مرتبط با محیط‌های اجتماعی و فرهنگی معاصر است. گرچه متفکرین مکتب فرانکفورت این گرایش را دارند که گاه نگاه منفی خود را به تکنولوژی به عنوان یک ابزار سلطه ابراز کنند که شکل‌گیری این نگاه مبتنی بر تئوری ویر دربارهٔ عقلانیت ابزاری است ولی جنبه‌هایی هم وجود دارند که یک نظریهٔ انتقادی دربارهٔ تکنولوژی را ممکن می‌کنند که جنبه‌های آزادی‌بخش و سرکوب‌کننده‌اش را توأمان در نظر می‌گیرند در نتیجه مکتب فرانکفورت در ایجاد یک تمرکز بر پیوند سرمایه و تکنولوژی، تکمیل‌کنندهٔ مکتب مطالعات فرهنگی انگلیس است. پس فرهنگ و جامعهٔ معاصر را با توجه به بافت سرمایه‌داری جهانی معاصر تئوریزه می‌کند.

به هر حال میان این دو مکتب شباهت‌های پیونددهنده و تفاوت‌های تکمیل‌کننده‌ای وجود دارند که باید مورد توجه قرار بگیرند. مطالعات فرهنگی بایست امروزه دوباره به مدل‌های قدیمی مکتب انگلیس برگردد و کنار گذاشتن اقتصاد سیاسی، طبقه، ایدئولوژی و دیگر مفاهیم عمدهٔ پست‌مدرن را در مطالعات فرهنگی زیر سؤال ببرد. باید گفت که دوری گزینن از این مسایل تا حدی متجر به عدم مشابهت مکتب فرانکفورت و مطالعات فرهنگی انگلیس و آمریکای شمالی است و بازگشت به نظریهٔ اجتماعی انتقادی و اقتصاد سیاسی امری لازم برای مطالعات فرهنگی است. این کار نیازمند مطالعات فرهنگی تازه است که انواع تحلیل اقتصاد سیاسی که مکتب فرانکفورت صورت داده است را با تأکید بر ملاحظات مخرب فرهنگ رسانه‌ای، خرده‌فرهنگ‌های مخالف و مخاطب فعال که مکتب انگلیس آن را مطرح می‌کند، پیوند دهد.

### **عبور از مرزها، رویکرد بین‌رشته‌ای و مطالعات فرهنگی**

تعداد زیادی سنت و مدل در مطالعات فرهنگی وجود دارد؛ از مدل‌های موسوم به نومارکسیسم گرفته که افرادی چون لوکاس، گرامشی، بلوچ و مکتب فرانکفورت در دههٔ ۳۰ پیش گرفتند تا رویکرد فمینیستی و روان‌شناسانهٔ مطالعات فرهنگی که نقطه‌نظرهای نشانه‌شناختی و

پس‌اساختارگرایان را شامل می‌شود. در بریتانیا و ایالات متحده، سنت دیرپای مطالعات فرهنگی این بوده که از رویکرد مکتب بیرمنگام پیروی شود. فرانسه، آلمان و دیگر کشورهای اروپایی هم، یک سنت غنی ایجاد کرده‌اند که منابع ارزشمندی را برای مطالعات فرهنگی در سراسر جهان فراهم می‌آورد. البته گه‌گاه این کدهای رسانه‌ای تغییر می‌کنند که اغلب این تغییر بسیار شدید است و غالباً مبتنی بر تغییرات اجتماعی است که تولیدکنندگان رسانه را به این نتیجه می‌رساند که مخاطبان شکل‌های جدیدی را می‌پذیرند که مرتبط با تجربیات اجتماعی‌شان است.

در سال‌های بین دهه ۵۰ تا ۶۰ خانواده‌های طبقه متوسط آمریکا هدایتگر ساخت کمدهای موقعیت در عصر پس از جنگ بودند که این تاثیرگذاری در اوایل دهه ۷۰ کم شد. درست از همان موقع کمدهای باب طبع طبقه کارگر ساخته شد؛ در دوران رکود اقتصادی دهه ۸۰ و ۹۰ که همراه با محدودشدن نظام سرمایه‌داری بود، کمدهای موقعیت به شکلی جدید سر برآورد که درباره قربانیان این رکود صحبت می‌کرد؛ مانند خانواده سیمپسون.

ژانر محبوب دیگر در دهه نود مربوط به مجردها می‌شد که بازتاب‌دهنده کاهش تشکیل خانواده و رواج سبک‌های زندگی دیگر در عصر حاضر است؛ مانند سریال دوستان. این محبوب‌ترین ژانر دهه ۹۰، کدهای خانواده خوشبخت و این که همه مشکلات در کانون گرم خانواده حل می‌شود را نقض کرد. رقابت افزایش یافته کانال‌های جدیدالورود و تکنولوژی‌ها باعث شد تلویزیون در دهه ۸۰ و ۹۰ دست به نقض بسیاری از سنت‌ها در سریال‌سازی تلویزیونی بزند تا توجه مخاطبان گریزان را جلب نماید. برنامه‌هایی مانند *قانون ال. ای، قانون و نظم سنت‌ها* و *تابوهای پیشین* را در زمینه نشان دادن جرم و جنایت شکستند.

سیاست نمایش‌های تلویزیونی در گذشته از مدلی به عنوان راه حل استفاده می‌کرد که با پایان خوش همراه بود و سعی داشت این پیام را بدهد که جنایت آخر و عاقبت ندارد و از پلیس و سیستم‌های قضایی تصویری خوب ارائه کند ولی نمایش تصویر پلیس بعدها شامل افراد فاسدی در نهادهای قانونی و سیستم‌های قضایی می‌شد؛ پلیس‌هایی که خود مرتکب جنایت می‌شدند و

مجرمانی که از جنگال قانون می‌گریختند.

با این حال حتی سریال‌های کدشکن هم کدها و فرمول‌هایی دارند که تحلیل فرهنگی می‌بایست آن‌ها را تشخیص دهد. به همین دلیل قرار دادن مصنوعات فرهنگ رسانه‌ای در سیستم تولید و جامعه‌ای که ایجادگر آن است، می‌تواند به تصویرسازی از ساختار و معانی آن کمک کند. رمزگذاری مصنوعات رسانه‌ای هم به شدت تحت تاثیر سیستم‌های تولید است و در نتیجه مطالعه متون در تلویزیون، فیلم یا موسیقی پاپ می‌تواند از طریق مطالعه طریقه تولید فرهنگ رسانه‌ای در ساختارها و سازمان‌های صنایع فرهنگی میسر شود. از آن‌جا که شکل‌های فرهنگ رسانه‌ای توسط قوانین و سنت‌های به خوبی تعریف‌شده قانون‌گذاری می‌شوند، مطالعه تولیدات فرهنگی می‌تواند به روشن شدن کدهایی که عملاً نقش دارند و تصویرسازی از این‌که در عمل چه متونی تولید می‌شوند، کمک کند؛ برای نمونه بیشتر آهنگ‌های محبوب به دلیل نیاز فرمت رادیویی و تلویزیونی در حد ۳ و ۴ دقیقه هستند که متناسب با سیستم توزیع خواهد بود. از آن‌جا که این سیستم توسط شرکت‌های بزرگی که هدف اصلی‌شان سود است، کنترل می‌شوند، تولید فیلم در آمریکا به ژانرهای خاص محدود می‌شود و از دهه هفتاد به بعد باعث رواج انواع کم‌دی‌های عامه‌پسند، فیلم‌های ماجراجویی و حادثه‌ای، فیلم‌های تخیلی و چرخه‌های تمام‌نشده فیلم‌های عوام‌پسند شده است. این فاکتور اقتصادی می‌تواند توضیح دهد که فیلم‌های هالیوودی چرا تحت سلطه برخی ژانرها یا خرده‌ژانرها قرار دارند. هم‌چنان که توضیح‌دهنده دنباله‌سازی در سینما، تبدیل فیلم‌های محبوب به سریال‌های تلویزیونی و سلطه هم‌مونیک کدها با مدل‌های فرمول‌بندی‌شده در تولید و ایجاد محدوده‌های ایدئولوژیک است.

هم‌چنین مطالعه اقتصاد سیاسی می‌تواند در تعیین محدوده و گستره گفتمان‌های سیاسی و ایدئولوژیک و تاثیرات آن‌ها مفید باشد و نشان دهد که کدام گفتمان در یک بافت خاص حالت مسلط دارد. کد تولیدی به کار گرفته شده در فیلم‌های هالیوودی سال ۱۹۳۴ به شدت ممنوع‌کننده بخش صحنه‌های سکس آشکار، استفاده از مواد مخدر، ارجاع انتقادی به مذهب و یا

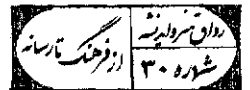


داستان‌هایی بود که در آن‌ها جرم و جنایت پاداش خوبی به همراه داشت. در دهه ۶۰ کد تولید به کلی تغییر کرد؛ یعنی زمانی که صنعت فیلم تابوهای قبلی را شکست تا توجه مخاطبان را به فیلم‌ها جلب نماید.

هم‌چنین موج فیلم‌های جوان‌پسند و ضد فرهنگ دهه ۶۰ پاسخی به چیزی بود که استودیوهای فیلم‌سازی در قالب نسلی جدید دیده بودند که رویکرد جدیدی از مخاطبین را ارایه می‌کرد. فیلم‌هایی که با بودجه کم ساخته می‌شدند، سود زیادی به همراه داشتند و هالیوود راه ساخت این قبیل فیلم‌ها را در پیش گرفت. هم‌چنین این فیلم‌ها باعث رواج قهرمانان سیاه قانون‌شکن شدند که علیه ساختار قدرت قد علم کرده بودند. با این حال پس از تثبیت صنعت فیلم‌سازی در دهه ۷۰ و ورود فیلم‌های تخیلی چون *آرواره‌ها* و *جنگ ستارگان*، هالیوود ژانر فیلم‌های تخیلی را به عنوان ژانر مسلط برگزید که بیشتر رویکرد وحشت‌آفرینی داشت. در نتیجه گرایش‌های اقتصادی در صنعت فیلم‌سازی کمک می‌کند توضیح دهیم که در دهه‌های گذشته چه نوع فیلم‌هایی بیشتر تولید شدند. اخبار تلویزیونی و سرگرمی‌ها و سوگیری‌ها و محدودیت‌های شان را هم می‌توان از طریق مطالعه اقتصادی/سیاسی به تصویر کشید.

داگلاس کلتز کشف کرد که مالکیت شبکه‌های خبری توسط شرکت‌های بزرگ چندملیتی، بخشی از یک فرار بزرگ در جامعه آمریکا در دهه ۸۰ بوده است که در آن گروه‌های قدرتمند کنترل رسانه‌های ملی و جریان اصلی را در دست داشتند؛ برای نمونه در دهه ۸۰ همه شبکه‌های آمریکا تحت سلطه شرکت‌های اقماری قرار داشتند: *ABC* در سال ۱۹۸۵ به کاپیتال سیتی رسید، *NBC* در اختیار *GE* قرار گرفت و کنترل *CBS* به گروه سرمایه‌گذاری *Tisch* منتقل شد.

هم *ABC* و *NBC* به دنبال الحاق شرکتی بودند و این انگیزه به همراه دیگر فواید عصر ریگان‌یسم، احتمالاً بر آن‌ها تاثیرگذار بود تا حجم انتقادات را از ریگان کاهش داده و از برنامه‌های محافظه‌کارانه و ماجراجویی‌های نظامی‌اش حمایت کند که بعد منجر به حمایت از جورج بوش در



انتخابات سال ۱۹۸۸ گردید.

ریگان‌یسم و تاجریسم باعث یک، هژمونی سیاسی جدید شدند؛ یعنی یک حس مشترک سیاسی و گرایشی که در دهه ۹۰ به نیروهای بازار اجازه داد جهت‌گیری صنایع ارتباطی و فرهنگی را تعیین نمایند. برای همین در سال‌های ۱۹۹۵ تا ۱۹۹۶، الحاق شرکت‌ها به یکدیگر رایج گردید. الحاق هم ناشی از یک جو کلی آزادسازی بود و هم از قانون FCC ناشی می‌شد که در دولت کلینتون تصویب شد و به شبکه‌های تلویزیونی اجازه می‌داد تا مالکیت و تولید برنامه‌های خود را بر عهده بگیرند در حالی که پیش‌تر شرکت‌های تولیدی مستقل هالیوودی برنامه‌ها را تولید می‌کردند و شبکه‌هایی خاص اقدام به توزیع آن‌ها می‌نمودند. آزادسازی این قوانین و اقدام جمعی واحدهای تولید و توزیع منجر به اتصال هرچه بیشتر اقمار رسانه‌ای شد و احتمالاً در آینده منجر به گستره محدودتری از برنامه‌سازی خواهد شد.

به هر حال اقتصادی سیاسی اجازه تصویرسازی از گرایش‌های عمده اطلاعاتی و سرگرمی را می‌دهد. هم‌چنین نمی‌توان نقش رسانه‌ها را در وقایع خاصی چون خلیج فارس، بدون تحلیل روند تولید برنامه و اقتصادی سیاسی اخبار و اطلاعات بررسی کرد. هم‌چنین برای آگاهی از تاثیر اجتماعی پورنوگرافی، شخص نیازمند آگاهی از صنعت سکس و فرآیند تولید فیلم‌های عریان‌گرا است نه این‌که تنها به تحلیل محدود خود متون و تاثیرات آن بر مخاطبین قناعت کند. هم‌چنین نمی‌توان بدون تحلیل استراتژی‌های بازار پی به علت موفقیت چهره‌هایی چون مایکل جکسون و مدونا برد و نحوه استفاده آن‌ها از تکنولوژی‌های ویدیویی موسیقی، تبلیغات، روابط عمومی و مدیریت تصویر را نادیده گرفت.

### نتیجه این‌که

مطالعات فرهنگی بایست دست به توسعه رویکردی بزند که زاویه‌دیدهای مختلف داشته و شامل بررسی گستره وسیعی از روابط مصنوعات فرهنگی از سه بُعد باشد:

۱. تولید و اقتصاد سیاسی فرهنگ؛



۲. تحلیل متن و نقد مصنوعات آن؛

۳. مطالعه پذیرش مخاطب و استفاده از محصولات رسانه‌ای/فرهنگی.

این پیشنهاد در وهله اول این الزام را مطرح می‌کند که خود مطالعات فرهنگی چند زاویه‌ای باشد؛ به فرهنگ از زاویه دید اقتصادی سیاسی و تولید نگاه کند و همراه با تحلیل متن و پذیرش مخاطب باشد. هم‌چنین به جایگاه‌های مختلف موضوع بپردازد که از طریق آن‌ها مخاطب با فرهنگ روبه‌رو می‌شود. هم‌چنین نتایج این مطالعات نیاز به تفسیر و بافت‌سنجی در دل تئوری نقد اجتماعی دارند تا به شکل مناسب معانی و اثرات خود را ارائه دهند. این که کدام زاویه دید در مطالعه خاص استفاده می‌شود بستگی به موضوع تحت بررسی، اهداف مطالعه و گستره آن دارد. روشن است که نمی‌توان در یک مطالعه واحد همه زاویای دید را به کار گرفت ولی اگر فردی دست به مطالعه درباره پدیده پیچیده‌ای چون جنگ خلیج فارس، مدونا، رمبو، موسیقی رپ و یا دادگاه آ.جی. سیمپسون می‌زند نیاز دارد که از زاویه دید اقتصادی سیاسی، تحلیل متنی و پذیرش مخاطب وارد شود تا تمام ابعاد این فرهنگ‌های رسانه‌ای را پوشش دهد.

در پایان می‌توان به بحث کلنر درباره کارکرد بازار مدونا و مایکل جکسون به عنوان فصل مشترک دو دیدگاه فرانکفورتی و مطالعات فرهنگی اشاره کرد:

مقالات زیادی درباره آن‌ها و اثرگذاری مدونا بر مخاطبانش نوشته شده است ولی درباره شکل تولید و استراتژی‌های بازار که به این محبوبیت کمک کرده کمتر مطلبی نوشته شده است.

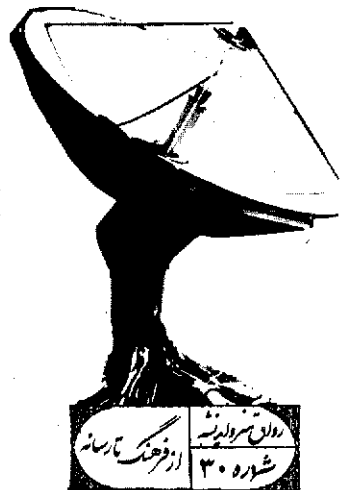
مدونا و جکسون از تیم‌های بسیار حرفه‌ای تولید و بازاریابی با تخصص تاریخ فرهنگ رسانه‌ای استفاده می‌کنند و این بعد می‌بایست در معنا، اثرگذاری‌ها و استفاده آن‌ها از مخاطب لحاظ شود. هم‌چنان که محبوبیت مدونا تا حد زیادی ناشی از کارکرد و استراتژی‌های بازاریابی او در روند تولید ویدیوها و تصاویر خاص است، ماشین رسانه‌ای مایکل جکسون هم از روند تولید، بازاریابی و پرسنل روابط عمومی کارگشته استفاده می‌کند. هر دوی آن‌ها زمانی به اوج کاری خود رسیدند که MTV و موزیک‌ویدیوها نقش مرکزی در شهرت‌سازی داشتند و ظاهر خاص و نحوه اجرای

کلیپ‌های گران‌قیمتشان بر چهره‌شدن آنان افزود. در هر دو مورد بازاریابی برای تصاویر، کلیپ‌ها و کنسرت‌ها و نه صدای زیبا باعث ایجاد محبوبیت گردید. هر دوی آن‌ها از آهنگسازان، طراحان رقص و کارگردانان برجسته در تولید کلیپ‌های شان استفاده می‌کردند و کنسرت‌هایی بزرگ و با تبلیغات گسترده راه می‌انداختند. هر دو ماشین‌های تبلیغاتی قدرتمند در اختیار داشتند که همیشه آن‌ها را در معرض دید قرار می‌دادند و به ویژه پایه‌ی ثابت MTV بودند که آخر هفته‌ها را اختصاص به کار و شهرت آن‌ها می‌داد. در نتیجه موفقیت هر دوی آن‌ها به دلیل درک‌شان و کاربردشان از ماشین‌های تولید موسیقی و تبلیغات توسط صنایع فرهنگی بود. نکته‌ی جالب این‌که مایکل جکسون از همان ابتدای کار بدنه‌ی اصلی مخاطبین را نشانه گرفته بود و تلاش داشت هم مخاطبین سیاه‌پوست و هم سفیدپوست، و هم نوجوانان و بزرگسالان را جلب کند. در واقع ظاهر او نژادها را درمی‌نوردید؛ چرا که سیاه‌پوستی بود که پس از عمل جراحی سفید شد؛ هم‌چنین ظاهر و تصاویر او تفاوت‌های میان زن و مرد، کودک و بزرگسال را از بین می‌برد و همیشه تلاش داشت هم ظاهری کودکانه و هم سکسی داشته باشد و هم بی‌گناه و هم تاجری زرنگ جلوه کند تا بتواند برای گروه‌های مختلف مخاطبین جذاب باشد. برعکس مدونا ابتدا دختران نوجوان را هدف گرفت و بعد سعی کرد با استفاده از رنگ‌ها و نشانه‌های نژادی مختلف در ویدیوها و کنسرت‌هایش نژادهای مختلف را به خود جذب کند.

هم‌چنین هر دوی آن‌ها برای هم‌جنس‌بازان جذاب بودند به ویژه مدونا محدوده‌های پذیرفته شده در موسیقی و ویدیوها را شکست و باعث شد MTV پخش یک کلیپ را (با نام عشقم را محک بزن) در سال ۱۹۹۰ به دلیل مظاهر سکس بیش از حد آن را ممنوع کند. هر دوی آن‌ها چهره‌هایی جنجالی بودند؛ مدونا به خاطر تمایلات جنسی نامتعارف و مایکل جکسون به خاطر سوء استفاده از یک کودک. در واقع این مورد آخر، باعث ایجاد مشکل حادی در روابط عمومی جکسون شد؛ چرا که همیشه خودش را به عنوان دوستدار کودکان جا زده بود. ولی وقتی چنین تصویری از او آرایه شد، ناچار شد در جهت کسب وجهه از دست رفته تلاش کند. جکسون پس از

مذاکره مالی با خانواده پسری که مدعی سوءاستفاده جنسی جکسون از او شده بودند، تلاش هایی بی‌حاصل در اواسط دهه نود برای کسب دوباره وجهه‌اش کرد. او در سال ۱۹۹۴ با لیزا ماریا پرسلی، ازدواج کرد تا نقش یک همسر و پدر (برای بچه لیزا از ازدواج قبلی‌اش) را ایفا کند و بتواند دوباره لقب پادشاه راک را به خود اختصاص دهد. در سال ۱۹۹۵ با انتشار مجموعه داستان او که مجموعه‌ای از بهترین کارها و آثار اخیرش بود، جکسون با حمایت مالی ۳۰ میلیون دلاری شرکت سونی دست به اجرای یک گردهمایی بزرگ مردمی زد. هر چند که این آلبوم به فروش آلبوم‌های پیشین او نرسید ولی دست‌کم جکسون را دوباره به انظار عمومی بازگرداند و در تابستان ۱۹۹۵، تلویزیون ABC برنامه‌های ویژه‌ای را به جکسون و زنش اختصاص داد و جکسون در یک گفت‌وگوی اینترنتی با هوادارانش هم شرکت نمود. MTV هم کل بهترین زمان آخر هفته‌اش را به جکسون اختصاص داد ولی ازدواج مایکل جکسون و لیزا ماریا پرسلی در سال ۱۹۹۶ به جدایی انجامید و یکبار دیگر این شایعات ایجاد شد که او هم چنان دچار انحراف میل جنسی به کودکان است که این شایعات به همراه طلاق او باعث شد مطبوعات یک بار دیگر دست به تخریب چهره‌اش بزنند.

در دل این بحران تازه بود که جکسون مدعی شد که یکی از دوستان قدیمی‌اش که از بودن با او حمله شده است را به عنوان همسر برگزیده است و بدین ترتیب یکبار دیگر تلاش کرد تا تصویر مثبت همسر و پدر را در اذهان جا بیندازد ولی دوباره گزارشات منفی رسانه‌ها پدیدار شد و تصویر جکسون با بحران مواجه شد. کسی که زندگی‌اش را مدیون رسانه است می‌تواند به دست رسانه‌ها هم کشته شود. در هر یک از این موارد، تحلیل بازاریابی و تولید محبوبیت می‌تواند به فروفتادن پرده‌های بت‌های ساختگی فرهنگ رسانه‌ها کمک کند و باعث شکل‌گیری مخاطبین منتقدتر شود. تحلیل بُعد تجاری فرهنگ رسانه‌ای می‌تواند به ایجاد هوشمندی انتقادی و درک بهتر روند تولید و توزیع این فرهنگ کمک کند. این بُعد باعث تقویت مطالعات فرهنگی و مرتبط ساختن آن با توسعه یک نظام رسانه‌ای انتقادی شود که ارایه‌کننده تحلیلی درباره چگونگی

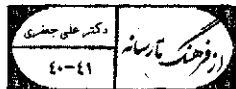


خوانش متون رسانه‌ها و استفاده مخاطبین از آن‌ها خواهد بود. در نتیجه، مطالعات فرهنگی که انتقادی و چند زاویه‌ای بود رویکردهای جامع‌تری به فرهنگ فراهم خواهد ساخت که می‌توان آن‌ها را برای مصنوعات مختلفی از پورنوگرافی گرفته تا جسکون و مدونا، از جنگ خلیج فارس گرفته تا بیویس و از نقاشی‌های مدرن گرفته تا معماری پست‌مدرن به کار گرفت.

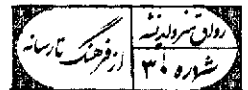
به همین دلیل مطالعات فرهنگی بخشی از یک رویکرد انتقادی رسانه‌ای است که افراد را قادر به مقاومت در برابر رسانه‌ها و افزایش آزادی و فردیت آن‌ها می‌کند. این می‌تواند مردم را نسبت به فرهنگشان مسلط‌تر ساخته و آن‌ها را قادر به تلاش برای آرایه فرهنگ‌های آلترناتیو و تغییرات دلخواه سیاسی سازد. در نتیجه مطالعات فرهنگی نه تنها یک رشته دانشگاهی جدید است بلکه می‌تواند بخشی از مبارزه برای داشتن جامعه و زندگی بهتر باشد.

#### منابع

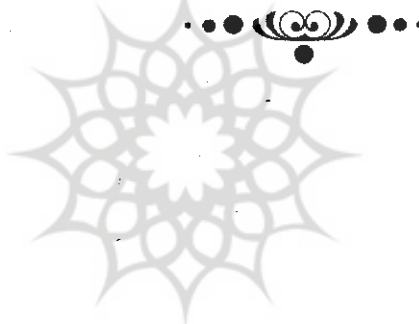
- Adorno, T.W(1967) *Prisms*, London, spearman.  
Adorno, T.W(1991a) *The Culture Industry*, London, Routledge.  
Adorno, T.W(1991b) *Notes on Literature*, v1, New York, Columbia university press.  
Adorno, T.W(1992a) *Notes on Literature*, v2, New York, Columbia university press.  
Adorno, T.W(1992b) *quasi una fantasia: Essay on Modern Music*, London, Verso.  
Adorno, T.W(1994) On Popular Music, in J.storey, *Cultural theory and popular culture: A Reader*, London, Edward Arnold.  
Bennett, T.(1981) *Culture, Ideology and Social Process*, London. Batsford with Open university press.  
Cook, D.(1996) *The Culture Industry Revisited*, lanham, MD.



- Derrida, J.(1976) *Of Grammatology*, tr. G.Spivak, Baltimore, Hopkins university press.
- Derrida, J.(1978) *Writing and Difference*, tr. B.Harlow, Chicago, university of Chicago press.
- Derrida, J.(1981) *Dissemination*, tr. Alan Bass, Chicago, university of Chicago press.
- Edgar.A and Sedgwick.P.(1999) *Cultural Theory*, London, Routledge.
- Hall.S and Jefferson.T.(1976) *Resistance through Rituals*, London, Hutchinson.
- Hall.S(1985) The Toad in the Garden: Thatcherism amongst the Theorists. In C.Nelson , *Marxism and the Interpretation of Culture*, urbana , university of Illinois press.
- Hall.S(1996) *Critical Dialogues in Cultural Studies*, London.routledge.
- Hoggart.R(1958) *Uses of Literacy*, London, Chatto & Windus.
- Horkheimer, M.(1972a) *Traditional and Critical theory in Critical Theory: Selected Essays*, New York, Herder and Herder.
- Horkheimer, M.(1972b) *Art and Mass Culture in Critical Theory: Selected Essays*, New York, Herder and Herder.
- Jenks, C.(1993) *Culture*, London, Routledge.
- Kellner.D.(2001) *Media and Cultural Studies*, london, blackwell.
- Kellner . D.(1995) *Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics Between the Modern and the Postmodern*, London, Routledge
- Lukas,G.(1971) *History and Class Consciousness*, tr.R.Livingstone, London, Merlin Press.
- Milner,A.(2002) *Re imagining Cultural Studies*, london, sage.



- Morley.D.(1992) *Television, Audiences and Cultural Studies*, London, Routledge.
- Saussure, F.de.(1974) *Course in General Linguistics*, tr.W.Baskin, Fontana, Glasgow.
- Storey.J(1996) *Cultural Studies and the study of popular culture: Theories and Methods*, Edinburgh university press.
- Thompson, E.P.(1963) *The Making of the English Working Class*, London , gollancz.
- Turner,G.(1996) *British Cultural Studies*, London, Routledge.



پروفیسر شاد عالم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی