

اشاره

مقاله حاضر گرچه بودن در دوران پست مدرن را مسلم می‌گیرد و رسانه‌هایی که مدرن نامیده می‌شود پست مدرن می‌نامد، اما به لحاظ مبانی، مؤلفه‌های پست مدرن را نادیده می‌گیرد؛ این که به تعبیر بودریا بازنمایی مفهوم ندارد، زیرا اساساً واقعیتی ورای تأویل و به تعبیر او بازنمایی وجود ندارد. بنابراین واقعیتی ورای آن چه رسانه‌ها درباره‌ی آن‌نولد شوارتزنگر بازنمون می‌کنند، نباید وجود داشته باشد. با این وجود مقاله دارای نکاتی است که با پذیرش پیش فرض آن - حضور در دوران پست مدرن - یا نپذیرفتن آن - حضور در دوران مدرن - همچنان قابل مطالعه و دقت است. در جهان رسانه‌ای می‌توان واقعیت - مجازی یا بخوانیم موهوم - را ساخت.

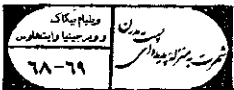
در اخبار سیاسی، هنگامی مبارزه انتخاباتی فرمانداری ایالت کالیفرنیا به طور موقت دست خوش آشوب و بی‌نظمی می‌شود که اهالی ۴۹ ایالت دیگر آمریکا با امضای دادخواستی جمعی تقاضای شرکت در انتخابات عزل ایالت کالیفرنیا می‌کنند، آن هم بدین دلیل که صبح تا شب در تلویزیون حرف از آن است. (باری، ۲۰۰۳)

رفته‌رفته داریم عادت می‌کنیم و تقریباً رضایت داده‌ایم به تماشای افرادی در کار حکومت که یا احمق هستند یا فاسد و با تأکید بر جمع‌آوری اعانه برای همه انتخابات، که رفته‌رفته نظام انتخابات را به تباهی می‌کشاند، نامزدی هنرپیشه‌های مشهور را برای تصدی مقام و منصب سیاسی خواهیم پذیرفت، نامزدی کسانی را که آداب و اصول حکومت را یاد نگرفته‌اند. بدون تعلیم دیدن نمی‌توانید حکومت کنید. حتی افلاطون هم دیرزمانی پیش این را گفته بود. برای حکومت کردن باید تعلیم دید، تمرین کرد و ممارست ورزید. ولی در حال حاضر مردم عوام آمریکا به حکومت هنرپیشه‌ها رضایت می‌دهند. (فلاورز، ۱۹۹۹)

اگر نونوازی‌ها در آمستردام می‌توانند CD موسیقی تولید کنند و موسیقی‌های نفرت‌آلودشان را

۱. celebrity در انگلیسی هم به معنای شهرت است هم به معنای شخصی مشهور؛ به ویژه در عرصه صنعت سرگرمی‌سازی، مانند هنرپیشه‌های مشهور سینما و تلویزیون. (۳)

۲. recall election، اشاره دارد به عزل یک مقام انتخاباتی با ۲۵٪ آرای رای‌دهندگان. انتخابات عزلی روانی است که در طی آن رای‌دهندگان می‌توانند مقامی انتخاب‌شده را از سمتش عزل کنند. این روال در کنار روش‌هایی چون وضع یا اصلاح قانون با رای مستقیم مردم (initiative)، انتخابات مقدماتی مستقیم (direct primary) و همه‌پرسی یا رفراندوم، یکی از اصلاحات عمده انتخاباتی بود که رهبران جنبش ترقی‌خواه آمریکا در اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰ از آن دفاع می‌کردند. البته این جنبش چندان موفق نبود چون انتخابات عزلی فعلاً در نظام فدرال آمریکا ممنوع است. هر چند اکثر ایالت‌ها انتخابات عزلی را در موارد

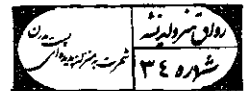


در بویسی (Boise) بفروشد و فعالان چینی می‌توانند متخارج جنبشی هواخواه دموکراسی را از فروش دستگاه‌های دورنگار تأمین کنند و کارگران مستضعف زحمتکش در هر جای جهان می‌توانند داخل وان حمام به لطف آتن‌های بشقاب ماهواره که بر بام علف‌پوش آلونک‌های محقرشان نصب شده، سریال زنان بی شوهر^۲ را تماشا کنند، آن‌گاه آرنولد شوارتزنگر هم می‌تواند فرماندار ایالت کالیفرنیا باشد. اگر ناهماهنگی و بی‌تناسبی واقعیت و خوارش‌مردن تعریف‌های از پیش تعیین‌شدهٔ اقتدار و مرجعیت، ویژگی‌های مشخص‌کنندهٔ پست‌مدرنیسم باشند، آن‌گاه انتخابات عزلی ۲۰۰۳ کالیفرنیا یکی از نمونه‌های عالی و شگفت‌آور وضعیت پست‌مدرن است. مسئله برای رسانه‌های خبری سنتی پیچیده‌تر از این حرف‌هاست: روزنامه‌نگاران چگونه باید با رعایت موازین اخلاقی و با قابلیت اعتماد و وثوق، اطلاعات لازم برای دموکراسی را در اختیار مردم عوامی بگذارند که هم اخلاق و هم قابلیت اعتماد را اموری نسبی می‌شمارند؟

این پرسش به ویژه از آن روی مشکل‌آفرین می‌شود که تبیینی دیده می‌شود میان ارزش‌های سنتی اخبار و آنچه مصرف‌کنندهٔ رسانه‌های پست‌مدرن از قرار معلوم می‌خواهند. مدافعان نظریهٔ مصرف و ارضاء^۳ فرض می‌گیرند که خواننده یا بینندهٔ متوسط، اخبار را به دلایل متنوعی مصرف می‌کند: کسب اطلاعات، سرگرمی، هویت اجتماعی، تعامل گروهی و نظایر این‌ها. روزنامه‌نگارانی که اخبار نهادهای دموکراتیک را پوشش می‌دهند، مسلم می‌گیرند که عامهٔ مردم به راستی خواستار اطلاعات هستند - شاید برای رأی دادن در انتخابات و شاید محض خاطر این‌که از هم‌قطاران‌شان باهوش‌تر در نظر آیند - ولی فرض بر این است که مردم اطلاعات را محض خاطر اطلاعات می‌خواهند. هابرماس معتقد بود اطلاعات، خود پیش‌درآمد و زمینه‌ساز شهروندی فعال است، قطع نظر از این‌که آن اطلاعات به قالب رسانه‌های توده‌گیر سنتی درآید یا نه. آن حقیقت در جهانی به نظر مسلم و بدیهی می‌آید که رأی‌دهندگان فقط از شهروندانی مطلع تشکیل شده باشند که از منابع استنتاجی و منطقی کسب دانش کنند و نه در وهلهٔ اول از برنامهٔ زندهٔ شبیه‌سبها و این البته لزوماً دربارهٔ سیاست پست‌مدرن یا مصرف‌کنندگان رسانه‌های پست‌مدرن مصداق ندارد. عامهٔ مردم ممکن است اخبار را به خاطر افزایش اطلاعات بخواهند ولی لزوماً منابع

قانون‌گذاری محلی روا می‌دارند. جنبش‌ترین فتخبات عزلی سال‌های اخیر آمریکا انتخابات سال ۲۰۰۳ کالیفرنیا بود که به عزل دیویس دموکرات و انتصاب هنریشنهٔ مشهور آرنولد شوارتزنگر انجامید. او که ابتدا در یکی از شوهای شبانهٔ تلویزیون تصمیم خود را علنی کرد یک‌باره در صدر اخبار ملی و بین‌المللی قرار گرفت و رسانه‌ها بدو لقب Governor (تلفیقی از Governor به معنای فرماندار و terminator) دادند. این دومین انتخابات عزلی در سطح فرمانداری یک ایالت در تاریخ آمریکا بود و از نظر نویسندگان مقاله حاضر، نشانهٔ وقوع بحران اخلاقی و سیاسی در جامعهٔ آمریکا بود. (م)

3. The Bachelorette
4. uses and gratifications theory



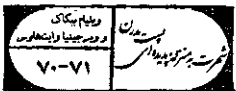
خبری یا حتی تبلیغات سیاسی را به خاطر آن اطلاعات نمی‌جویند. (سلمان، ۲۰۰۳) در تلاش برای به دست آوردن سهمی بیشتر در بازار، آنچه در خود اخبار پدیدار می‌گردد بیشتر جنبه نمایشی پیدا می‌کند تا اطلاع‌رسانی یا حقیقی. عقاید مطرح‌شونده در رسانه‌ها - اولویت‌هایی که در گزارش‌های خبری مطرح می‌شوند - لزوماً «نشانگر آن چه عامه مردم ظاهراً می‌اندیشند» نیستند (بیگیل، ۲۰۰۰)

مفروضات روزنامه‌نگاران و مصرف‌کنندگان درباره قابلیت اعتماد با هم نمی‌خوانند. در جهان پست‌مدرن، خود ارزش دانش و به واسطه آن ارزش آنانی که در زمینه آن دانش مدعی مرجعیت هستند زیر سؤال می‌رود. بنابراین، آرنولد شوارتزنگر به عنوان قهرمان فیلم‌های حادثه‌ای همان قدر در خور اعتماد است که آرنولد شوارتزنگر به عنوان فرماندار ایالت و بدین قرار او تعریف تازه‌ای از شهروندی مطلع بودن به دست می‌دهد.

بودریار (۱۹۹۰) یک دهه و نیم پیش نشان داد که جنگ خلیج فارس اول به واقع روی نداد؛ زیرا عامه مردمی که آن جنگ را تجربه می‌کردند، فرسنگ‌ها از آن دور بودند. این جدایی و دوری، نوعی *حادث واقعیت*^۵ آفرید که در آن جهان مجازی از نظر مصرف‌کنندگان رسانه‌ها واقعی‌تر بود از هر آنچه در برابر دیدگانشان در واقعیت جریان داشت و بدین‌سان جهان مجازی بر حقیقت سایه می‌افکند. *حادث واقعیت*، بنا به توصیف بودریار، خیلی ساده حاکی از آن است که تصویر اصل و کپی را می‌توان به جای یکدیگر نهاد و ماهیت حقیقی باورپذیری اصل، موضوعیتش را از دست می‌دهد. درست به همان گونه که تروریسم، خشن‌تر است از خشونت و نیز مرض چاقی، چاق‌تر از چاق است، *حادث واقعیت* از خود واقعیت واقعی‌تر است. (بودریار، ۱۹۹۰) *دانا کاروی* که در برنامه زنده *شنبه‌شب‌ها* نقش *جرج بوش پدر* را بازی می‌کند، بیشتر از رییس‌جمهور سابق از بوش پدر نشان دارد؛ چندان که حتی وقتی آمریکایی‌ها بوش پدر را می‌بینند، کاریکاتور *دانا کاروی* را در ذهن مجسم می‌کنند.

حادث واقعیت تعریف‌های بنیادین روزنامه‌نگاران از حقیقت را دگرگون می‌سازد. آنچه می‌بینید چه بسا همانی نباشد که درمی‌یابید. اگر فیلم‌ها می‌توانند تصویرها را به کلی دگرگون کنند، چرا

۵ hyperreality . اصطلاح بر ساخته فیلسوفان و نشانه‌شناسانی چون ژان بودریار و اومبرتو اکو که اشاره دارد به ناتوانی آگاهی انسان از تفاوت گذاشتن بین واقعیت و خیال. خاصه در فرهنگ‌های پست‌مدرن جوامع صنعتی پیشرفته: جهانی که در آن انبوه رسانه‌ها می‌توانند رویدادهای اصل یا تجربه‌های واقعی را از بیخ و بن با افزایندهای خود شکل دهند و از صافی خود عبور دهند (م)



دستاندرکاران اخبار نتوانند؟ تکنولوژی در قوام یکی از واقعیات مسلم پست‌مدرنیته دخیل بوده: کیفیت فیلم‌های تلویزیونی و سینمایی چندان ارتقا یافته که حالتی به وجود آورده که بیگنل آن را مصونیت از تردید نامیده است. اگر آرنولد شوآرتزنگر می‌تواند کل سیارات منظومه شمسی را نجات دهد، چرا نتواند کالیفرنیا را نجات بدهد؟

اصطلاح رویداد رسانه‌ای گواه آن است که در جهانی پست‌مدرن، دیگر نمی‌توانیم به رابطه پایدار یا تمایزی آشکار میان یک رویداد واقعی و بازنمایی آن، با وساطت فن‌آوری اعتماد کنیم. در نتیجه، دیگر نمی‌توانیم به این فکر پاییند باشیم که امر واقعی مهم‌تر، بامعناتر یا حتی حقیقی‌تر است از بازنمایی. (فیسک، ۱۹۹۶)

تقصیر این چرخش نظری به گردن صنعت فراگیر سرگرمی‌سازی نیست، بلکه مستقیماً به کردن خود صنعت اخبار است؛ به علت گزینش‌هایی که هم در عرصه بازنمایی می‌کند هم در انتخاب منابع خبر. پس از شورش‌های ۱۹۹۲ لس‌آنجلس، معاون رییس‌جمهوری وقت، دن کوپیل، تقصیر خشونت‌ها را به گردن فقر و تنگدستی آمریکایی‌های آفریقایی‌تبار، تعداد زیادی آمریکایی‌های آفریقایی‌تباری که زیردست مادران بی‌شوهر بزرگ می‌شوند و سریال تلویزیونی مورفی براون^۶ انداخت. از دو استدلال و نقد نخست او برضد این‌ها گزارش موثقی به دست نیست، گو این‌که توجه انبوه مخاطبان، تک‌گویی‌های میزگردهای آخر شب و اظهارنظرهای مردم درباره شورش‌ها، متمرکز بر داستان‌های خیالی مورفی براون بود. حاد واقعیت پست‌مدرن نه زمانی که کوپیل با مورفی براون حرف می‌زد بلکه زمانی که مورفی براون جواب می‌داد، ظاهر می‌شد. فیسک (۱۹۹۶) معتقد است دیدگاه‌های آمریکایی‌های آفریقایی‌تبار فقیر و مادران بی‌شوهر آفریقایی‌تبار به اندازه یکی از شخصیت‌های سریال‌های خنده‌دار تلویزیونی در رسانه‌های خبری سنتی، سر و صدا یا جار و جنجال به راه نمی‌انداخت. صنعت اخبار سنتی روی هم رفته مجالی برای طرح خلقیات بازیگران واقعی [عرصه اجتماع] فراهم نمی‌ساخت.

جریان غالب تلویزیونی خود را به آب و آتش می‌زد تا اشخاص درس‌خوانده و فرهیخته‌ای را به کار گیرد که مخاطبان سفیدپوست با طیب خاطر به حرف‌های‌شان گوش می‌کردند و بدین ترتیب تفسیرهای تحلیلی اخبار به دست استادان دانشگاه و سیاستمداران زنده فراهم

۶ Morphy Brown، سریال کمدی آمریکایی که به مدت ۱۰ سال از ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۸ در شبکه CBS پخش می‌شد. قهرمان سریال، روزنامه‌نگار و مجری اخباری به نام مورفی براون بود. دن کوپیل در انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۹۹۲ سریال مذکور را در یکی از نطق‌های مبارزاتی به باد انتقاد گرفت. (م)

می‌آمد... ولی در MTV [تلویزیون پخش‌کننده موسیقی]، گروه فرهیختگان را هنرمندان رب تشکیل می‌دادند: آن‌ها بر اساس تجربه‌های خودشان حرف می‌زدند، تجربه افتادن به ورطه فقر و عسرت، تجربه رویارویی با ددمنشی و قساوت نیروهای پلیس، تجربه طرد شدن از جامعه و تجربه نژادپرستی. آن‌ها صداها و دیدگاه‌هایی را در صفحه تلویزیون آحاد ملت منعکس می‌کردند که رسانه‌های جریان غالب سرکوب می‌کردند. (فیسک، ۱۹۹۶)

بنابراین، صنعت اخبار نباید از مشاهده این واقعیت جا بخورد که نامزدهایی می‌توانند در انتخابات پیروز شوند که فقط صلاحیت حاد واقعی [و بنابراین جعلی و بدلی] برای احراز منصب و مقام دولتی دارند، چه رسد از این واقعیت که رأی‌دهندگان جوان بیشتر اطلاعات خود را درباره نامزدهای سیاسی از منابعی به کف می‌آورند که اکثر روزنامه‌نگاران موقق نمی‌دانند.

درست به همان ترتیب که قابلیت اعتماد منابع، نسبی تلقی می‌شود، خود حقیقت نیز نسبی انگاشته می‌شود. پست‌مدرنیسم تمایزها را تیره و تار می‌کند، تمایز میان آن‌چه بنا به سنت واقعیت جهان آن گونه که هست و در اخبار رادیو و تلویزیون یافت می‌شود؛ و آن‌چه جهان می‌تواند باشد، مانند داستان‌های تاریخی؛ و آن‌چه شاید روزی بشود، مانند یک فیلم علمی‌تخیلی آینده‌پرداز؛ و حتی آن‌چه نمی‌تواند باشد. (فیسک، ۱۹۹۶) فلسفه‌ها، نظریه‌های سیاسی و حتی برهان‌های هنری که در هر یک از این‌ها پیش‌نهاد می‌شود از مجراهای وساطت‌یافته یکسانی می‌گذرد و بنابراین، همه آن‌ها بالقوه دعاوی یکسانی نسبت به حقیقت دارند. این مفروضات نسبی‌نگرانه درباره حقیقت نه این عصر سرمایه‌داری متأخر بلکه در همان سپیده‌دم عصر روشنگری سربرآوردند. اگر اخلاق تابع ذوق و سلیقه باشد، آن‌طور که هیوم معتقد بود، آن‌گاه حقیقت هم صرفاً از مقوله ادراک حسی خواهد بود.

البته هیوم نیز تأکید می‌کرد که مطبوعات آزاد برای نظارت مداوم بر حکومت ضروری است، حتی اگر در آزادی بی‌حد و مرز خطرهایی هم پنهان باشد. هیوم می‌نویسد:

روح مردم را باید پشت سر هم بیدار کرد تا جاه‌طلبی درباریان مهار گردد و هراس ناشی از بیدار شدن این روح را باید به کار گرفت تا مانع از آن شود که فضل و ذکاوت و نبوغ ملت بتواند در راستای آزادی به کار رود.



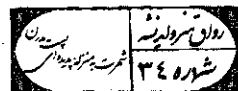
بزرگان عصر روشنگری، مطبوعات آزاد را یکی از مؤلفه‌های ضروری فرآیند تکوین و بسط دموکراسی و هدف آن‌ها را نقادی سیاسی می‌دانستند. پیش‌فرض اساسی استدلال‌های ایشان - این که رسانه‌ها در غیاب نقش نظارتی‌شان، قابلیت اعتماد دارند - نظریهٔ پست‌مدرن را نقض می‌کنند. اصول اخلاقی یا قابلیت اعتماد در نهایت باید از طرف مخاطبان پذیرفته شود و نمی‌تواند مسلم فرض شود. قضیه وقتی پیچیده می‌شود که عامهٔ مصرف‌کنندهٔ رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران تعریف‌های متفاوتی از قابلیت اعتماد داشته باشند.

هابرماس معتقد است فهم اجتماعی در فرآیندی سیاسی امکان می‌پذیرد که در آن صداها و نظرهای متکثر مجال یابند تا هم گوش دهند و هم شنیده شوند. این پیش‌فرض شالودهٔ دیدگاه هابرماس دربارهٔ قسمی دموکراسی اخلاقی بود. بنابراین، نقش رسانه‌ها در یک دموکراسی اخلاقی این است که کانال پخش کل صداهای جامعه باشند؛ زیرا حقیقت از طریق بحث و استدلال عقلانی به ظهور می‌رسد. با این همه، سازمان‌های سنتی خبررسانی باید به گناه خود اقرار کنند اگر چنان‌چه اجازه دهند حاذ واقعیت، مشاهیر صنعت سرگرمی‌سازی صدای مردمی را که حکومت بناست خادمشان باشد، مغلوب سازد، تحت الشعاع قرار دهد و در های و هوی خود محو گردانند.

مشاهیر صنعت سرگرمی‌سازی در سیاست جهانی

چهره‌های مشهور صنعت سرگرمی‌سازی در سیاست آمریکا با انتخابات عزلی اخیر کالیفرنیا به صحنه نیامدند. اشتغال *رونالد ریگان* در فیلم‌های بازاری و حضور کوتاه‌اش در رادیو به عنوان گویندهٔ اخبار ورزشی زبانزد است، هم‌چنان که تصدی کوتاه‌مدت *کلینت ایستوود* به عنوان شهرداری کارمل (Carmel) در کالیفرنیا و انتخاب *سانی یونو*^۷ به عنوان عضو مجلس نمایندگان آمریکا. جسی ونتورا^۸ هم مدتی فرماندار مینه‌سوتا بود. ونتورا که سابق بر این با تقلب، اندام کشتی‌گیرهای حرفه‌ای را یافته بود، یک دوره شهردار پارووقت یکی از حومه‌های مینیاپولیس شد و اجرای یک برنامهٔ ارتباط مستقیم تلفنی را در رادیو به دست گرفت، از نارضایتی رأی‌دهندگان در مینه‌سوتا بهره برداری کرد و با پیش‌برد موفقیت‌آمیز پیروزی یک حزب سوم در سال ۱۹۹۸، شگفتی کارشناسان سیاسی آن ایالت و کل ملت آمریکا را برانگیخت. بسیاری از کارشناسان

۷. سالواتوره فیلیپ سانی بونو (Sonny Bono) (۱۹۲۵-۱۹۹۸)، خواننده، هنرپیشه و سیاستمدار آمریکایی. (م)
8. Jesse Ventura



سیاسی پیش‌بینی کرده بودند/اسکیپ هامفری، دادستان کل کهنه‌کار ایالت، از نام‌خانوادگی‌اش و موفقیت اخیرش در اقامه دعوی علیه کمپانی‌های توتون مینه‌سوتا استفاده خواهد کرد و نورم کولمن شهردار محبوب سن پل - مرکز ایالت مینه‌سوتا - را شکست خواهد داد.

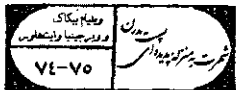
البته وتورا از دو طریق با کسانی که برای اولین بار رأی می‌دادند ارتباط برقرار کرد، هم با استفاده از مبارزه تبلیغاتی عجیب و غریب - البته موفقیت‌آمیز - و هم با استفاده از اینترنت که مدام گذشته‌اش را به عنوان کشتی‌گیری مشهور و پرافتخار به یاد رأی‌دهندگان می‌آورد. از قرار معلوم رأی‌دهندگان دل خوشی از انتخاب میان سیاستمداران حرفه‌ای نداشتند و در برابر، کسی را ترجیح می‌دادند که قول دهد اوضاع را زیر و زبر کند. او متعاقباً در مقام فرماندار، عکس‌های پرتحرکی از خویش به بازار عرضه کرد و زندگی‌نامه‌ای نوشت، گوینده پرآب و تاب یک باشگاه فوتبال حرفه‌ای بی‌دوام بود و هم‌چنان برنامه زنده میزگرد رادیویی‌اش را می‌چرخاند. هم‌چنین، او مرتباً در محل تجمع روزنامه‌نگاران حوزه سرگرمی در تلویزیون حضور می‌یافت و در آن‌جا میل شدیدش به عجیب و غریب نمودن، برایش بدنامی بادوامی به ارمغان آورد. نقل است که یک بار علت پیچ واپیچ بودن خیابان‌های سن پل را طراحی آن‌ها به دست ایرلندی‌ها برشمرده است. وتورا این را که گفت، دست راستش را جوری به طرف دهانش بالا برد که انگار شراب می‌نوشد. یک بار هم که گفت دلش می‌خواهد در زندگی بعدی‌اش به صورت سینه‌بندی مدل بالا، تناسخ یابد.

حرف‌ها و کارهای او را یک هیئت مطبوعاتی محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی پوشش می‌داد که به ندرت پرسش‌های دشوار از او می‌پرسید و با او به گونه‌ای رفتار می‌کرد که انگار هیچ سرش نمی‌شود و هیچ کس نمی‌تواند از او انتظار شنیدن جواب‌های معقول درباره مسائل پیچیده داشته باشد.

مشاهیر سرگرمی‌سازی که پای در عرضه سیاست می‌گذارند پدیده‌های آمریکایی، غربی یا حتی مختص یک سوم جهان نیست. فرناندو ک. پوی پسر^۱ از چهره و پیشینه سینمایی‌اش بهره گرفت تا در رقابت انتخاباتی بر سر تصاحب مقام ریاست‌جمهوری فیلیپین از حمایت مردمی برخوردار



9. Fernando K. Poe, Jr.



شود و رقیب اصلی او درصدد برآمد گویندهٔ خبر محبوب سابق تلویزیون را به عنوان کاندیدای معاونت خویش در انتخابات می ۲۰۰۴ معرفی کند. پو، که پنج بار نامزد دریافت نسخهٔ فیلیپینی جایزهٔ اسکار شده بود و در بیش از سیصد فیلم حضور یافته بود، اغلب نقش شخصیت‌هایی را ایفا می‌کرد که قربانی بی‌عدالتی‌های جامعه شده بودند. همانند رقابت انتخاباتی کالیفرنیا، پو تصمیم گرفت به جای شرکت در مباحثات و مناظرات معمول، وقت خود را صرف دیدار با مردم کند. مدیر مبارزاتی او چنین استدلال می‌کرد که مناظرات و مناقشات سیاسی، صرفاً ملت را به دو قطب مخالف تقسیم می‌کند. آقای هنریشه که در دورهٔ دبیرستان ترک تحصیل کرده، سرخ‌های ناچیزی به جامعه داد تا به مواضع سیاسی عمومی‌اش پی ببرند.

گلوریا ماکاپاگال آروبو، که به اصطلاح عضو نفوذی مانیلا در این انتخابات بود، هر چند سر آخر در انتخابات به پیروزی رسید با معضل حادی دست‌وپنجه نرم می‌کرد که استراتژیست‌های رده بالای مبارزاتش، آن را کمبود جذبه و محبوبیت نامیدند و می‌گفتند او بیکار می‌کند تا پیام خود را در خصوص تبحر و تجربه‌اش به گوش توده‌های «رأی‌دهندگان سرسختانه مستقل ولی کم‌اطلاع» برساند. پس از انتخابات، طرفداران آروبو در محاکم قضایی، منزلت پو را به عنوان یک شهروند به پرسش گرفتند. تفسیر و اظهارنظرهای ایام رقابت ریاست‌جمهوری ۲۰۰۴ فیلیپین چنان بود که گویی یک راست از نوشته‌های لُس آنجلس تایمز یا از کتابی دربارهٔ رسانه‌های پست‌مدرن استخراج شده است:

بسیاری از فیلیپینی‌ها به علت سرخوردگی از سیاستمداران سنتی دچار ستاره‌زدگی شده‌اند. احزاب سیاسی به وعده‌های خود وفا نکرده‌اند و رفته‌رفته قدر و اعتبارشان را از کف می‌دهند. تلویزیون و فیلم‌ها رهبران بدیل را عرضه کرده‌اند، هم به علت دسترسی وسیع مردم به تلویزیون رایگان (۸۵٪ خانواده‌های فیلیپین یک دستگاه تلویزیون دادند) و هم به علت نقش آن به منزلهٔ آخرین ملجأ دادخواهی آنانی که حکومت به حرف‌های‌شان گوش نمی‌دهد و به علت سهل‌الوصولی فیلم‌ها که ارزان‌ترین شکل سرگرمی به شمار می‌آیند... مشاهیر عرضهٔ سرگرمی به طرف سیاست خیز برمی‌دارند، بر اثر افسون پیروزی آسان و به امید حضوری مستمر در مرکز توجه عموم. هنریشه‌هایی که ادعا می‌کنند وضع فلاکت‌بار



مردم فیلیپین را درک می‌کنند می‌گویند نقش‌هایی که در فیلم‌ها ایفا کرده‌اند به ایشان توان هم دردی خاصی با مردم ارزانی داشته است. این که بسیاری از فیلیپینی‌ها ایشان را باور می‌کنند، نشان می‌دهد تا چه پایه توهم و واقعیت با هم جفت و جور شده‌اند.

در همین میان، اتحادیه اروپا هم شبکه درهم‌تنیده توهم یا واقعیت خود را تجربه کرده است. ستاره فیلم‌های پورنو، *دالی باستر* (مشهور به *کاترینا بوشنیکفسکا*) یک چندی کاندیدای شماره یک جمهوری چک برای نمایندگی در پارلمان اتحادیه اروپا بود، پیش از آن که نام خود را از اسامی نامزدهای انتخابات بیرون کشند. هم‌چون دیگر مشاهیر عرصه سرگرمی، او کانون مبارزات خود را تماش مستقیم با مردم قرار داد. هنرپیشه محبوب بریتانیایی *گلندا جکسن* یکی از اعضای حزب کارگر در پارلمان است، با فهرست بلندبالایی از اعتبارنامه‌های سیاسی، ولی حتی او هم بیشتر پوشش خبری دیدگاه‌هایش در رسانه‌ها را مدیون خود و پیشینه بازیگری‌اش است تا سیاست‌هایی که از آن‌ها دفاع می‌کند.

در پارلمان ژاپن شماری از کشتی‌گیران *سومو*^{۱۱} عضویت دارند و فرماندار سابق *اوزاکا* - دومین شهر بزرگ و مرکز صنعتی ژاپن - نیز کمدینی متکی به کلام و جوک^{۱۲} بود. در پارلمان روسیه هم یک خواننده مردم‌پسند و یک فیلم‌ساز حضور دارند.

رای‌دهندگان هندوستان با آغوش باز از مشاهیر عرصه سرگرمی‌سازی که وارد سیاست می‌شوند، استقبال می‌کنند؛ از هنرپیشه‌های خوش بر و روی *بالیوود* تا ستارگان بازی‌های کریکت. *جایالاکیتا جایارام* نماینده اصلی ایالت *تامیل نادو*^{۱۳} از ایالات جنوبی است و دیگر هنرپیشه‌ها هم «به جهت نقش فعالشان در شکل دادن به مش‌های سیاسی از طریق ایفای نقش شخصیت‌ها در فیلم‌ها مشهورند، تا راه گذار از پرده سینما به صحنه سیاست را برای خود هموار سازند».

در طی پنجاه و شش سال استقلال، پرجمعیت‌ترین دموکراسی جهان بیش از پنجاه هنرپیشه مرد و زن، بیست ورزشکار مشهور، صد‌ها تن از اعضای سابق خانواده سلطنتی و یک ملکه راهزن بدنام را به مقام و منصب سیاسی برگزیده است... جریان‌های معاصر در رسانه‌های هند نمایش‌دهنده رقابت سیاستمداران با دیگر چهره‌های مشهور برای جلب توجه رسانه‌ها بوده‌اند.

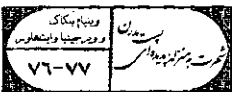
۱۰. Sumo wrestling . کشتی

۱۱. سنتی ژاپنی که با مناسک و آیین‌های خاص و برنامه‌های تفریحی و سرگرمی همراه است و در آن دو مرز تلاش می‌کنند یکدیگر را زمین بزنند یا از دایره مشخص‌شده بر زمین بیرون رانند. (م)

11. stand-up comedian

۱۲. ایالتی در جنوب

۱۳. شرق هند که پیش از این ایالت مدرس نام داشت و مرکزش شهر مدرس است. (م)



و با این همه، تفسیرها و اظهارنظرهای بین‌المللی در بحث این سیاستمداران برآمده از عرصه مشاهیر صنعت سرگرمی‌سازی، جملگی به یک ستاره سیاسی کلیدی ارجاع می‌دهند: آرنولد شوارتزنگر در مقام سیاستمدار برآمده از صنعت سرگرمی‌سازی که با مشت سنگین یک ترمیناتور یا فرمان‌دлер روی صحنه آمده است.

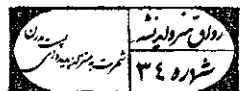
شوارتزنگر وارد سیاست می‌شود

در اوآن سال ۲۰۰۳، کالیفرنایی‌ها روزه‌روز از فرمانداری گری دیویس ناراضی‌تر می‌شدند. اگر چه دیویس متهم به اهمال‌کاری یا تخلف اداری نبود (معیارهای معمول برای عزل اشخاص از منصبی که برای‌اش انتخاب شده‌اند) و قانون اساسی کالیفرنیا هم به هیچ یک از این قید و شرطها تصریح نکرده بود، وقتی ۲ میلیون ساکن کالیفرنیا دادخواستی مبنی بر طلب عزل وی امضا کردند، حدود ۱۰۰ کاندیدای بی‌درنگ برای جانشینی وی به صحنه آمدند. یکی از کسانی که برای تصاحب میز و مقام وی خیز برداشت، گران‌ترین هنرپیشه سینمای جهان، آرنولد شوارتزنگر بود و ترامپولینی^{۱۳} که او برای خیز برداشتن برگزید، برنامه Tonight Show^{۱۴} بود.

آرنولد شوارتزنگر در خلال حضور ۱۱ دقیقه و ۲۱ ثانیه‌اش در برنامه Tonight Show برای اعلام کاندیدای شدنش برای احراز مقام فرمانداری، انتخابات عزل را که تا آن زمان نمایشی ملی بود بدل به یک ماجرای رسانه‌ای جهانگیر کرد که می‌توانست همه قواعد قدیمی رقابت‌های انتخاباتی و چند و چون پیروزی و پوشش خبری آن‌ها را نقض کند. یک رسانه الکترونیکی که عمدتاً به انتخابات اعتنایی ندارد اکنون در مسابقه انتخابات فرماندار کالیفرنیا چیزی را پیدا می‌کند که برای‌اش سخت ارزشمند است: یک شوی تلویزیونی واقعیت‌نما با آمار بالای بینندگان و ستاره سینمایی که برنده رقابت خواهد شد.

بلافاصله پس از این اعلام، خیل عظیمی از روزنامه‌نگاران و مفسران، خبرنگاران و گزارشگران را واداشتند تا درباره این هنرپیشه و قهرمان سابق پرورش اندام، مو را از ماست بیرون بکشند. فیلیپ ترونستاین، سرپرست موسسه نظرسنجی و سیاست‌گذاری ایالت سن‌خوزه، سیاسی‌نویسان را وادار به طرح پرسش‌های جدی درباره خطمشی سیاسی آرنولد کرد:

۱۳. trampoline، جزو وسایل ورزش زمیناستیک (مانند خرک) است که دست رویش می‌گذارند و حرکات پرشی و آکروباتیک انجام می‌دهند. (م)
۱۴. Tonight show، یکی از برنامه‌های تلویزیون آمریکا که در اواخر عصر پخش می‌شود و تشکیل شده است از گفت‌وگوهای با آدم‌های مشهور و پخش موسیقی‌های مردم‌پسند. مجری این برنامه از ۱۹۶۲ تا ۱۹۹۲ جانی کلسون بود و پس از او اجرا به جی لیبی (متولد ۱۹۵۰) کمدین واکنار شد. (م)



آرنولد ممکن است تلاش کند سیاسی‌نویسان را دور بزند و به آن‌ها جواب سر بالا بدهد... تا وقتی جی لئو تنها مصاحبه‌کننده شماس و مجبور نیستید با گزارشگری کهنه‌کار و کارکنه دست‌وپنجه نرم کنید، اوضاع به مسابقه‌ای تقریبی از نوع ضیافت کیک‌خوران می‌ماند.^{۱۵} شوارتزنگر حالا برگ برنده‌ای دارد که دیگر سیاستمداران، خوابش را هم نمی‌بینند. همه چیز بر وفق مراد و بی‌نقص است، مگر آن‌که کسی مسئولیت بزرگ و بی‌سابقه کشف این مهم را به عهده گیرد که آرنولد درباره مسائل سیاسی به واقع چه موضعی دارد.

دیگران هم همین مضمون را دست‌مایه قرار دادند:

رأی‌دهندگان کالیفرنیا درباره شوارتزنگر به عنوان قهرمان پرورش اندام و هنرپیشه فیلم‌های حادثه‌ای هالیوود، بیشتر آگاهی دارند تا درباره اندیشه‌های او در زمینه سیاست عمومی. برای پر کردن شکاف‌ها، رسانه‌های ایالت می‌بایستی با سماجت از او درباره دیدگاه‌های‌اش پرسش می‌کردند و به جواب‌های ساده‌لوحانه رضا نمی‌دادند. رسانه‌ها می‌بایستی گذشته او را می‌کاویند و در او به چشم یک کاندیدا می‌نگریستند نه پدیده‌ای کنج‌کاو برانگیز. اگر روزنامه‌نگاران اکنون کارها و حرف‌های او را تحت پوشش خبری کامل نگیرند، رأی‌دهندگان کالیفرنیا احساس شکست خواهند کرد و حشمان ضایع خواهد شد و شوارتزنگر به جهت اهمال رسانه‌ها نفر اول رقابت خواهد شد.

با این همه، اکثریت رأی‌دهندگان در ایالت ظاهراً نگران نبودند و برای‌شان مهم نبود که شوارتزنگر با مسائل سیاست عمومی آشنایی یا سروکاری نداشته است. مسائل به سادگی از نظر طرفداران شوارتزنگر کان لم یکن تلقی می‌شد؛ چون طرفدارانش خوب می‌دانستند او کیست.

مانند مورد پو در فیلیپین، رأی‌دهندگان هرگز ندیده بودند او منصبی اجرایی و سیاسی داشته باشد، نمی‌دانستند چه برنامه‌هایی دارد، چگونه می‌خواهد بودجه را تنظیم کند، یا قانونگذاران بحث و جدل کند، یا نظام دیوانی و اداری ایالت را اداره کند چه رسد به حل معضل کسری ۳۸ میلیارد دلاری بودجه ایالت.

شوارتزنگر از رأی‌دهندگان درخواست می‌کرد که به او اعتماد کنند و [آن‌ها به او اعتماد]

۱۵. Cakewalk، یک جور جشن و تفریح که در طی آن به کسی که بهتر از همه راه می‌رفت به عنوان جایزه کیک می‌دادند. این مسابقه تقریبی سابق بر این در میان سیاه‌پوستان آمریکا رواج داشته (م).

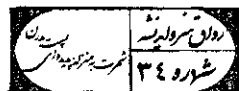
می‌کردند، حتی هنگامی که رسانه‌ها جزئیات رفتارهای زننده و ور رفتن‌های او با زنان را گزارش کردند؛ رفتارهایی که از قرار معلوم سالیان متمادی تداوم داشت. در پاسخ به گزارش‌های حاکی از فسق و فجور جنسی آرنولد، او گفت:

بله، من بعضی وقت‌ها رفتار ناشایستی داشتم. راست است که من سر صحنه‌های شلوغ و پر سروصدای فیلم‌ها کارهایی کرده‌ام که اصلاً درست نبودند و البته فکر می‌کنم آن موقع از سر شیطنت و بازیگوشی بود. ولی حالا قبول می‌کنم که بعضی افراد را دلخور کرده‌ام و دلم می‌خواهد به کسانی که دلخورشان کرده‌ام بگویم از صمیم قلب متأسف هستم و عذر می‌خواهم.

چنین رفتارهایی طرفداران آرنولد را نه تنها دلخور نکرد بلکه ایشان لُس‌آنجلس تایمز را به جهت گزارش این قبیل انگولک کردن‌ها و سوءاستفاده‌های جنسی ملامت کردند و روزنامه، هزاران تن از مشترکانش را به خاطر همین گزارش از دست داد. بدین ترتیب، شوارتزنگر قادر بود خود را در نقش قربانی روزنامه‌ای مغرض و بدخواه قالب کند که می‌خواسته با خیرچینی و خبرپراکنی شخصیت او را در نظر مردم خراب کند. لُس‌آنجلس تایمز نمایش‌های تبلیغاتی آرنولد را گزارش می‌داد و طرفداران او «بی‌رو در بایستی اگر کسی فقط اسمی از آن روزنامه می‌برد ریش‌خندش می‌کردند». (لوپز، ۲۰۰۳)

شوارتزنگر، به‌سان آدم‌های مشهوری که پیش از وی وارد سیاست شده بودند، ثابت کرد که مشاهیر صنعت سرگرمی‌سازی می‌توانند با قواعد ویژه خودشان بازی کنند. وقتی اتهام انگولک کردن و ستایش از هیتلر آفتابی شد، گزارشگران سیاسی را خیال برداشت که زیر پای هواداران دو آتشه آقای کاندیدای فرمانداری خالی شده است. ولی برعکس، آخرین تحولات جاری ظاهراً همدلی با آرنولد را افزایش می‌داد و رأی‌دهندگان بیشتر از لُس‌آنجلس تایمز به علت چاپ رفتارهای ناشایست شوارتزنگر ناراحت بودند تا از خود وی که به آن کارهای زشت اقرار می‌کرد.

بر طبق حکمت متعارف وقتی گزارشگران سیاسی سرسخت و یک دنده، راه ضربه زدن بر آرنولد را یافتند، قاعدتاً او می‌بایست مانند یک نان شیرینی نامرغوب خرد می‌شد و ریز ریز می‌گردید. آرنولد در برابر همه آن‌ها جاخالی داد و ثابت کرد که می‌توان درست به همان





گونه در مسابقه انتخابات فرمانداری شرکت کرد که در پخش افتتاحیه یک فیلم که در تابستان می‌بینیم! (گذشتین، ۲۰۰۳)

شوآرتزنگر البته تنها آدم مشهوری نیست که در دخل و تصرف و دست‌کاری در روابط و مناسبات عمومی کارگشته است. مایکل جکسون به اتهام کودک‌آزاری در مصاحبه‌ای با برنامه ۶۰ دقیقه^{۱۶} شبکه CBS اعتراض کرد. مهارتا استیوارت از برنامه زنده لری کینگ و یاریارا والترز در برنامه 20/20 شبکه ABC شکایت کرد. ستاره سابق بسکتبال جیسن ویلیامز درباره دادگاهی که درباره قتل غیر عمد اتهامی‌اش برپا شده بود در برنامه 20/20 بحث کرد و ستاره فعلی بسکتبال کوبی برایت در شبکه ورزشی ESPN - یک ایستگاه تلویزیون کابلی - کنفرانسی مطبوعاتی برگزار کرد که در آن او و همسرش درباره کابوس وی بحث می‌کردند.

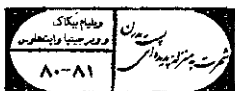
شوآرتزنگر، که با القاب رنگ‌وواریگی مانند کاندیلای کولاری^{۱۷} و ترمیناتور تفلونی در رسانه‌ها معرفی می‌شد، ظاهراً باورش شده بود که وظیفه رسانه‌های خبری کمک به فروش مفاد برنامه‌های اوست. به نظر جرج اسکاتن، مفسر روزنامه، «این یکی از اولویت‌هاست: فرمانداری که خبرنگاران کنگره را تبلیغات‌چیان شخصی خویش می‌پندارد.» شوآرتزنگر در طی یک کنفرانس مطبوعاتی در ژانویه ۲۰۰۴، گفت:

من به لطف تبلیغات به معروفیت فراوانی رسیدم و این راستی‌راستی کمکم کرد تا پردرآمدترین هنرپیشه جهان بشوم... راستش این مطبوعات بودند که به من کمک کردند که به جایگاهی که امروز دارم برسم. در طول مبارزات انتخاباتی هم، قضیه به همین منوال بود. اگر به خاطر ماده ۴۹ - برنامه‌های پس از مدرسه - بود یا اگر به خاطر رقابت برای تصاحب مقام فرمانداری، باز شما بودید که این همه یاری‌ام کردید... پس می‌خواهم از همه شما به خاطر این کار سترگ تشکر کنم. (اسکاتن، ۲۰۰۴)

دو ماه پیش از انتخابات فرمانداری کالیفرنیا، شان والش استراتژیست ارشد شوآرتزنگر پیش‌بینی کرد که رسانه‌های آزاد برنده رقابت را تعیین خواهند کرد نه تبلیغات سیاسی. از همان هنگام، شوآرتزنگر از برنامه‌هایی مانند *Access Hollywood* و *Entertainment* بهره گرفت؛ سوهایی که معمولاً از بحث‌های سیاسی می‌پرهیزند. این قبیل برنامه‌ها آزادند تا فقط

16. 60 Minutes

۱۷. Kevlar. نام تجاری یکی از الیاف مصنوعی سبک و مقاوم است که به ویژه در ساخت قاب‌های ویژه مسابقات قایق‌سواری کتان به کار می‌رود. (م)



خبرهای مربوط به شوارتزنگر و نه هیچ نامزد دیگری را پوشش دهند؛ زیرا هیچ التزامی به رعایت فرصت‌های برابر ندارند. آن‌ها در دهه ۱۹۹۰ به حکم کمیسیون مرکزی ارتباطات توانستند منزلت خبررسانی پیدا کنند که به ایشان امکان می‌داد تا بر مبنای قابلیت خبرهای ذی‌ربط به پوشش اخبار کاندیداها بپردازند.

اگر ارزش خبری داشتن^{۱۸} از قرار معلوم پیوند تنگاتنگی با تصویر یک کاندیدا دارد، آن‌گاه تصویر شوارتزنگر یک‌راست از اندرزنامه مشاور کهنه‌کار رونالد ریگان، مایکل دیور، در آمده است که فرصت‌طلبی در بهره‌برداری از عکس را تا حد قالبی هنری ارتقا بخشید.

به نظر دیور، در عصری که بیشتر مردم اخبار را از تلویزیون می‌گیرند، باید کاندیدای خود را در چشم‌گیرترین و باشکوه‌ترین محیط‌های ممکن به نمایش بگذارید به سیمای رهبری که دور تا دورش را شهروندان کشته‌مرده‌اش احاطه کرده‌اند. آن وقت اصلاً مهم نخواهد بود که خبرنگاران درباره‌اش چه می‌گویند، تصویری که در ذهن بینندگان نقش خواهد بست و از لوح جانسان نخواهد رفت، همان تصویرهای ظفرنمون خواهد بود. (آلور و لوییس، ۲۰۰۳)

عکس‌های شوارتزنگر در اُس آنجلس تایمز این کاندیدا را به صورت مردی لیخنه لب، فعال و متکی به نفس و استوار نشان می‌داد. نماهای مشابه از گری دیویس، اغلب فرماندار را عبوس و لجوج و غیر فعال به تصویر می‌کشید. این قبیل عکس‌های شوارتزنگر همه جا در همه روزنامه‌های سراسر ایالت دیده می‌شود. آقای بازیگر را در عکس‌ها در بسیاری موارد کنار همسرش ماریا نشان می‌دادند که به نوبه خود یکی از چهره‌های مشهور و خوش‌سیمای خبرهای تلویزیون به شمار می‌آید.

در آخر روشن بود که رأی‌دهندگان دلشان نمی‌خواهد به تماشای داستان‌های تلویزیونی و مطالعه مقاله‌هایی در روزنامه بنشینند در این باره که آیا جناب کاندیدا در حل و فصل بحران مالیاتی ایالت کم می‌آورد یا چه رفتارهای زشت و زننده‌ای با زنان داشته است. ما خبرنگاران وقتی می‌کوشیدیم روی موضوعات و مضامینی از این دست انگشت بگذاریم، احساس می‌کردیم این حرف‌ها را انگار فقط برای هم دیگر می‌زنیم چون عامه مردم فقط وقتی با آن قسم پوشش خبری روبه‌رو می‌شدند گرد هم جمع می‌آمدند. با این همه، ما خود را متعهد به پی‌گیری حقیقت

می‌دیدیم و می‌کوشیدیم اجازه ندهیم سرخوردگی و دلسردی ما باعث شود در گزارش‌ها انصاف یا صداقت را کنار بگذاریم.

قدرت ناشی از شهرت و محبوبیت شوارتزنگر حالا دیگر رفته‌رفته در چگونگی پوشش اخبار سیاسی در تلویزیون کالیفرنیا نفوذ می‌یابد. تعداد بی‌سابقه‌ای از نمایندگان رسانه‌ها مراسم معارفه او را در عمارت کنگره ایالت پوشش دادند و حالا به لطف آن‌چه در نظر گروهی یکی از تاثیرات مثبت پدیده شوارتزنگر است، برخی از ایستگاه‌های رادیو و تلویزیون محلی که ادارات و دفاترشان را در ساکرامنتو در طی سال‌های دهه ۱۹۸۰ بستند، پس از به قدرت رسیدن شوارتزنگر دفتر خود را از نو باز می‌کنند. عشق را آغاز هست، انجام نیست!^{۱۹} (آلور و لوییس، ۲۰۰۳)

به نظر می‌رسد عامه مردم بیش از پیش می‌پندارند با زیر و زبر شدن همه معیارها و رأی دادن به یک هنرنیسه به جهت نام و آوازه‌اش در صنعت سرگرمی‌سازی، هیچ چیز از دست نمی‌رود. به عبارت دیگر، عامه مردم رفته‌رفته به استقبال فلسفه «هی، از این بدتر نمی‌شود» می‌روند. همان‌طور که در یکی از نامه‌های مندرج در لس آنجلس تایمز آمده است:

چه روز با شکوهی برای دموکراسی. مردم کالیفرنیا نه تنها اسباب خنده ملت آمریکا نشدند بلکه نشان دادند که دموکراسی واقعی چیست و روی حرفی که تامس جفرسن دو قرن پیش گفته بود، صحنه گذاشتند. دموکراسی برای آن‌که موفق باشد هر لحظه و هر ساعت به انقلابی کوچک نیاز دارد. (ویگور، ۲۰۰۳)

اگرچه بالذات یکی از ماموران سنجش افکار عمومی در موسسه سیاست عمومی در کالیفرنیا، پدیده شوارتزنگر را فرصتی می‌داند برای بسیاری از مردم «تا قد برافرازند و حرف دلشان را بزنند و بگویند که جنونشان به کجا رسیده است» لویز روزنامه‌نگار (۲۰۰۳) موفقیت شوارتزنگر را منفی‌تر از این ارزیابی می‌کند:

آن‌چه در برابر چشمانمان می‌بینیم نه بیداری جامعه مدنی بلکه سقوط در سراسیمه‌منتهی به شراره‌های دوزخ جامعه مدرن است. بدترین عناصر سیاست، رسانه‌ها و فرهنگ عوام‌پسند دست به دست هم داده‌اند تا نمایشی هولناک را به صحنه آورند، صحنه‌ای لبریز از کاندیداهایی که از قرار معلوم فقط به علت حقیر شدن معیارهای ما موجه و پذیرفتنی‌اند. آرنولد برای مردم عوام جاهل و بی‌شعوری که فکر و ذکرشان ستاره‌های مشهور صنعت

۱۹. این جمله پیشنهاد مترجم است برای ترجمه The show must go on ، که ترجمه تحت‌اللفظی آن می‌شود «نمایش باید ادامه یابد» و کنایه است از این‌که «با وجود همه مشکلات، زندگی باید کرد».

سرگرمی‌سازی است کاندیدای کامل و آرمانی است که چون همیشه در عالم فیلم‌ها سیر می‌کرده عملاً خیال برش داشته که همه مشکلات عالم را می‌توان در عرض دو ساعت و پنج دقیقه حل کرد.

در انتخابات عزلی فرمانداری ۲۰۰۳ کالیفرنیا، رأی‌دهندگان و مجریان برنامه‌های دست‌راستی رادیو، رسانه‌ها را که می‌کوشیدند اخبار مربوط به شوارتزنگر را با قوت تمام پوشش دهند به خاک سپاه نشانند؛ به عبارت دیگر، هنگامی که رسانه‌ها کوشیدند چهره واقعی کاندیدا را پوشش دهند و زمانی که رسانه‌های خبری با اخبار او به عنوان یک بازیگر مشهور رفتار کردند، متهم شدند به حماقت و لحاف‌کشی.

و البته استراتژی شوارتزنگر شگفت‌آور بود؛ آن هم برای روزنامه‌نگاران کارآشنای سیاسی و رسانه‌ای. روزنامه‌نگاران در ایالت طلایی، ظاهراً بازی رسانه‌ای جسی وتورا را به یاد داشتند که آن همه جنون و هیجان در مینه‌سوتا بر انگیزته بود. در بیستم سپتامبر، لس‌آنجلس تایمز مقاله‌ای به قلم تیم راتن منتشر کرد که نوشته بود:

مبارزه انتخاباتی شوارتزنگر به شیوای سراپا تازه و پیش‌بینی نکردنی با رسانه‌ها سروکار دارد که تقریباً به طور کامل در را به روی روزنامه‌نگاران مجرب سیاسی می‌بندند و فقط به تربیون‌های موافق اجازه گفت‌وگو با کاندیدای برگزیده‌شان می‌دهند. میزگردهای رادیوهای دست‌راستی و میزگردهای تأییدگر این ستاره مشهور، دو پرسش پیش می‌آورند: آیا این روش نتیجه می‌دهد؟ و اگر می‌دهد، آیا پایان خوش ماجرای آرنولد می‌تواند سرمشقی برای دیگر کاندیداها باشد؟

به گونه‌ای مشابه، تحلیلگر سیاسی جمهوری‌خواه، تونی کوپین می‌پنداشت عامه رأی‌دهندگان بنا را بر حمله به نهادهای سیاسی حاکم گذاشته‌اند:

اگر می‌توانستند کل آن‌ها را مجازات کنند، می‌کردند... این حملای است تمام‌عیار به طبقه سیاسی حاکم و هیچ دور از نظر نیست که دامان رییس‌جمهور بوش را [در سال ۲۰۰۴] نیز بگیرد...



رفتار ملایم و ملاحظت‌آمیز خبرنگاران با شوارتزنگر محدود به انتخابات عزلی کالیفرنیا نمی‌شود. هنوز که هنوز است با او مانند یک ستاره سینما برخورد می‌شود، حتی وقتی که در ازدحام جمعیت در همایش فرمانداران ملی حضور می‌یابد، آن‌ها پهلویه‌پهلوی در برابر ردیفی از دوربین‌ها بیرون کاخ سفید می‌ایستند، یک مشت فرماندار که گوش به زنگ هستند تا از دیدار بامدادشان با رییس‌جمهور بوش سخن بگویند. نخستین پرسش از فرماندار کالیفرنیا بود. دومی و سومی هم.

فرماندار آرنولد شوارتزنگر که حس کرد این قصه سر دراز دارد، جلوی سیل پرسش‌ها سد زد تا ببیند آیا ایالت‌های می‌سی‌سی‌پی، لوئیزیانا، یوتا و کنتاکی مفعول واقع شده‌اند. شوارتزنگر گفت: می‌خواستم عرض کنم فرمانداران دیگری هم این‌جا هستند.

یکی از خبرنگاران جواب داد:

آخر شما ستاره‌اید.

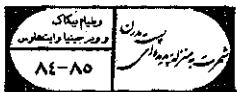
او در مقام فرماندار از بسیاری شگردهای شهرت‌سینمایی‌اش که در دوران کاندیدایی‌اش موفقیت‌آمیز بودند، بهره‌برداری کرد. با هدف ارتقای سطح تجارت در ایالات خودش در شهرهای مهم آمریکا از سیاتل تا بوستون، تصویر شوارتزنگر عضلانی و تی‌شرت‌پوش بر روی تابلوی آگهی نقش بست.

او همراه با دیویس در میزگرد جان لنو شرکت کرد تا مادهٔ پیشنهادی ۶۴ را تبلیغ کند؛ بیشتر مصاحبه حول محور توصیه‌های عملی شوارتزنگر به دیویس می‌گشت، که آن هفته حضور پررنگی در یکی از سریال‌های خنده‌دار تلویزیونی داشت. آن‌گاه یک طرح آزمایشی^{۲۰} مبنی بر «کاهش هزینه‌های حکومتی از راه ایجاد نوعی پارلمان پاره‌وقت» در نهایت به مهم‌ترین طرح پیشنهادی بدل شد. شوارتزنگر به برنامهٔ جان لنو برگشت و اعلام کرد که لایحهٔ بودجه نیاز به تحقیق و بررسی بیشتر دارد. در همان زمان حرف‌های انحرافی و پیچ‌دارش رفته‌رفته زبانزد و چه بسا بدآوازه می‌شدند. در گروه تعبیر و تفسیر، او کاندیداهای دموکرات پارلمان را «مردانی اوا خواهر»^{۲۱} توصیف کرد، عبارتی که یک سال پیش که دربارهٔ دیویس به کار رفت، بهتر درک شد.

۲۰. trial balloon دادن اطلاعات

دربارهٔ یک طرح یا قصد به منظور ارزیابی عقیدهٔ مخاطب و به ویژه افکار عمومی؛ گاهی به صورت اجرای طرح در مقیاس کوچک (م).

۲۱. grili-man در اصل صفتی است که غالباً دربارهٔ مجله‌هایی به کار می‌رود که عکس دختران جوان را با بدن‌هایی تقریباً عریان به قصد تحریک خوانندگان چاپ می‌کنند و چون در زمرهٔ محصولات هرزه‌نگاری محسوب نمی‌شوند راحت‌تر در فروشگاهها و نمازها به فروش می‌رسند (م).

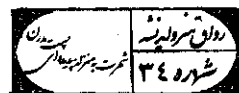


شوارتزنگر به کالیفرنیا وعده یک انقلاب داد. ولی همان طور که سالادی و نیکلاس در مطلب اصلی مجله لس آنجلس تایمز خاطرنشان کردند، خود فرماندار تازه برگزیده، یک انقلاب بود. او در خلال مبارزه انتخاباتی اش، پارلمان را به مسخره گرفته بود ولی همین که انتخاب شد ۷۵٪ لویجی را که این هیئت قانونگذاری از تصویب گذرانده بودند، امضا کرد. او از روی دادن یک کابوس در روابط عمومی جلوگیری کرد. هنگامی که ابتدا به دفاع از لایحه ای قانونی برخاست که قلع و قمع گربه ها و سگ ها را در مأمن های حیوانات، به قصد پس انداز ۱۴ میلیون دلاری برای شهرها و ناحیه های ایالت تسریع می کرد، به سرعت تغییر عقیده داد و حرفش را پس گرفت.

بازیگر مشهور، گزارش های سیاسی را دگرگون می کند

شوارتزنگر ممکن است مثالی افراطی باشد ولی او به هیچ وجه تنها نمونه نیست. شمار روز افزونی از نمونه های دیگر کاندیداهای برآمده از صنعت سرگرمی سازی بوده اند و باز هم خواهند بود که با وجود رصد موشکافانه خبرنگاران مجرب سیاسی، با موفقیت کار خود را پیش می برند. این قبیل کاندیداهای غیر سیاسی به واسطه برخورد رسانه های عامه پسند و تفریحی - آموزشی زیادی بزرگ می شوند و هیاهو و جنجال به راه می اندازند، گو این که در همان حال رأی دهندگان بیشتر و بیشتر با روزنامه نگاران سیاسی، خبرگزاری سنتی و با سیاستمداران سنتی خصوصت می یابند.

الگوهای خبرگزاری کارآمدی باید سربرآورند تا باورپذیری و اعتمادبرآنگیزی رسانه ها را به حدی برسانند که رأی دهندگان بتوانند به روزنامه نگاران در پوشش منصفانه و جامع اخبار سیاسی اعتماد ورزند. توقع می رفت الگوهایی از این دست بتوانند از احتمال این بکاهدند که چهره های مشهور صنعت سرگرمی در وجدان سیاسی جمعی رأی دهندگان جا پای خود را محکم کنند، آن هم فقط به اتکای قدرت ستارگی شان و البته این توقع بی جایی است. یکی از نخستین گام ها شاید این باشد که عامه مردم و رسانه ها را واداریم هنگام موشکافی در احوال شوارتزنگر و دیگر سیاست ورزانی که از عرصه سرگرمی سازی برآمده اند عینک های گل رنگشان را از چشم بردارند و خوش بینی را کنار بگذارند. در جهان یک فرهنگ عامه پسند و رسانه های توده گیر، این توقع از این



هم بی‌جا تر خواهد بود. همان‌طور که گراس‌وایر تبیین کرده است، مصرف‌کننده رسانه‌های پست‌مدرن و بنابراین خود صنعت رسانه‌ها امور نامعمول را برتر از امور معقول، و نوآوری بی‌جهت و به‌دردنخور را با ارزش‌تر از نوآوری هدفمند می‌شمارند. برای آن‌که دموکراسی و به واسطه آن‌ها رسانه‌های خیری بتوانند از این مهلکه پست‌مدرن جان به در برند، این الگوها باید در نظر داشته باشند که خود ماهیت شهرت ناشی از صنعت سرگرمی، در سازوکارهای خبرگزاری استاندارد که احتمالاً برای سیاستمداران حرفه‌ای مناسب‌ترند، خلل ایجاد می‌کند. همان‌طور که هابرماس اظهار داشته، یک الگوی موفق با هدف افزودن آگاهی رأی‌دهندگان آغاز می‌کند تا رأی‌دهندگان همه کاندیداهای قابل اعتماد را به یکسان در روز برگزاری انتخابات بشناسند. بدین منظور، روزنامه‌نگاران باید با حرارت، وضع کاندیداهای برآمده از صنعت سرگرمی را به هنگام ناتوانی از توضیح سیاست‌های پیشنهادی‌شان در صورت انتخاب شدن، گزارش دهند. تیم‌های خبرگزاری تخصصی باید مانند سگ‌های شکاری بو بکشند و پیشینه سیاسی کاندیداها را بررسی کنند و سپس بر مبنای آن گزارش‌های دقیق، بیوگرافی کوتاه هر یک از نامزدهای مورد علاقه خوانندگان جراید را کنار هم بگذارند.

چنین راه‌حلی‌هایی پیش‌فرض اکثر روزنامه‌نگاران را منعکس می‌کند و در حقیقت زیرمتن اکثر مکاتب و مدارس روزنامه‌نگاری است. حتی به دنبال تجربه نامزدی جسی وتورا در ایالت مینه‌سوتا، روزنامه‌نگاران کالیفرنیا باز هم توقع داشتند که اگر چنان‌چه خبرنگاران کارآزموده سیاسی پشت سر هم پرسش‌های دشوار و مردافکن از آرنولد شوارتزنگر بپرسند او بالاخره ناگزیر می‌گردد به پرسش‌ها پاسخ گوید یا اگر از پاسخ درمماند عامه مردم در خواهند یافت که او هیچ طرح و برنامه واقعی برای کمک به ایالت برای رهایی از مسائلی و مشکلات مالیاتی نداشته و در نتیجه به او رأی نخواهند داد. شوارتزنگر به پرسش‌های دشوار پاسخ نگفت؛ زیرا با حضور یافتن در شوهای تفریحی - آموزشی تلویزیونی توانست رسانه‌های خبری را دور بزند و از پاسخ به آن پرسش‌ها شانه خالی کند.

جان کندی و ریچارد نیکسن هم در شوی جک بار در مسابقات انتخاباتی خویش در دهه

۱۹۶۰ ظاهر شدند تا بتوانند به کاخ سفید راه یابند و بیل کلینتون نیز به همین سنت ادامه داد هنگامی که به نواختن ساکسیفون همراه با آرسنیو هال پرداخت. هر چند ظاهر شدن در چنین برنامه‌هایی به هیچ رو امر تازه‌ای نیست، این دست کاندیداهای پیشین، سیاستمداران کارکشته‌ای بودند که در عین حال با صدها خبرنگار سیاسی رو در رو شده و ناگزیر از پاسخ‌گویی گشته بودند. کاندیدای برآمده از صنعت سرگرمی می‌تواند از این موشکافی‌ها بگریزد، به شرطی که رسانه‌های خبری سنتی با او به نرمی و ملاحظت برخورد کنند. کاندیدای مشهور به ویژه زمانی می‌تواند قسر در برود که از پاسخ به پرسش‌ها شانه خالی کند و مردم هم عین خیالشان نباشد و این نتیجه بی‌اعتمادی عظیم جامعه معاصر هم به روزنامه‌نگاران هم به سیاستمداران سنتی است. رسیدن به اجماع و توافق نظر بر سر تفسیری مرکزی از باورپذیری و حقیقت به موجب ماهیتشان در جوامع پست‌مدرن از محالات است. با این چنین ناخرسندی و نارضایتی که در میان عامه مردم و روزنامه‌نگاران و سیاستمداران می‌بینیم، مشکل بتوان دریافت که برقراری (مجدد) پیوندی هابرماسی چگونه می‌تواند امکان پذیرد. بدون پیوند و علاقه واقعی میان رأی‌دهندگان و روزنامه‌نگاران یا سیاستمداران، دورنمای یک دموکراسی سرحال و تندرست در بهترین حالت بعید می‌نماید. جای چندان برای امیدواری نمی‌ماند وقتی عامه مردم بهترین رهبر هفتمین اقتصاد عظیم جهان را هنرپیشه‌ای بدون هیچ تجربه سیاسی و دارای سوابقی چون قهرمانی در پرورش اندام، انگولک کردن زنان، علاقه زایدالوصف به هیتلر و لبخند زدن به هنگام افاضه متلک‌های هالیوودی برمی‌گزینند.

و با همه این حرف‌ها، هنوز کل کالیفرنیا بر اثر بلایای طبیعی، حملات تروریستی، سوءمدیریت محیط‌زیستی یا فساد سیاسی در آب‌های اقیانوس آرام، غرق نگشته است. ولی همه این‌ها، کاملاً محتمل است. حاد واقعیت پست‌مدرن واقعیت بالفعل کسری بودجه، فقر یا ستیزه‌های نژادی را تغییر نمی‌دهد. چه بسا الگوهایی از این دست بتوانند از این احتمال بکاهند که هنرپیشه‌های مشهور چون شوارتزنگر بتوانند جای پای خود را در وجدان جمعی رأی‌دهندگان سفت کنند. برآمدن سیاستمداران با سابقه شهرت و محبوبیت در صنعت سرگرمی‌سازی به لطف نیروهای



جهان پست‌مدرن می‌باید با در نظر گرفتن یک‌دست‌سازی‌های رسانه‌های جدید و فشارهای اقتصادی‌ای از آن قسم که سقوط شرکت *انرون*^{۲۲} به بار آورد، بررسی گردد.

نمود یک راه‌حل روشن برای هموارسازی میدان بازی سیاسی و حتی فقدان امید به یافتن یک چنین راه‌حلی، نیاز به الگوهایی برای پوشش دادن اخبار سیاستمداران برآمده از سرگرمی‌سازی را منتفی نمی‌کند. اگر ممالک دموکرات به راستی می‌خواهند از بدنامی و تباهی روز افزون نهادهای سیاسی خویش و ایتذال فزاینده رسانه‌های‌شان جلوگیری کنند، این الگوها واجب هستند.

• این مقاله با نام **Celebrity As a Postmodern Phenomeon Ethical Crisis** نوشته **ویلیام بی‌کاک (William Babcock)** و **ویرجینیا وایت‌هاوس (Virginia Whitehouse)** از منبع زیر برداشت و ترجمه شده است:

Journal of Mass Media Ethics 20(2&3), 2005

• منابع در دفتر ماهنامه موجود است.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

Enron Creditors Corporation ۲۲
کمیته انرژی آمریکایی که در هیوستن
نگراس تأسیس شد و در اواخر ۲۰۰۱
ورشکست گردید. شرکت انرون بالغ بر
۲۳۰۰۰ نفر کارگر و کارمند داشت و یکی از
بزرگ‌ترین شرکت‌های تولید الکتریسیته،
گاز طبیعی، کاغذ و... در جهان بود با
درآمدی بالغ بر ۱۱۱ میلیارد دلار در سال
۲۰۰۰. رسوایی مالی شرکت انرون در
ابتدای هزاره سوم باعث شد انرون نماد
تقلب و فساد در میان شرکت‌های بزرگ
گردد. (م)

