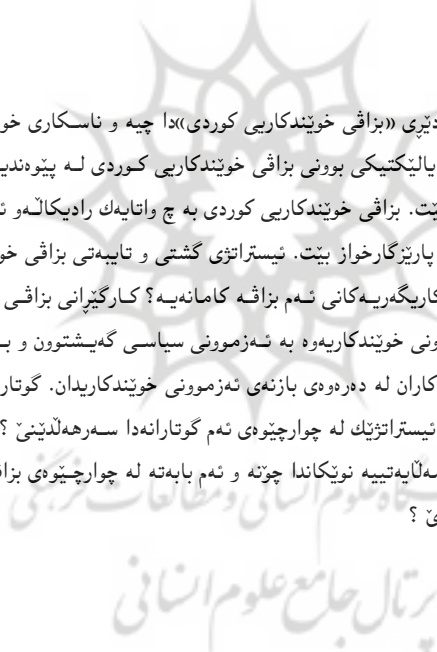




ره‌چاله‌کناسیی بزافی خویندکاریی کوردی

مه‌سعوود بینهنده*

ره‌چاله‌کی خویندکار له دێری «بزافی خویندکاریی کوردی» دا چیه و ناسکاری خویندکار هه‌لگری کام ناراسته‌ی ئایدۆلۆژیکه؟ دیالیکتیکی بونی بزافی خویندکاریی کوردی له پیوه‌ندیه‌کی نابه‌رابهر و به‌کلایه‌نه‌دا تووشی گرفت نه‌بیت. بزافی خویندکاریی کوردی به‌چ واتایه‌ک رادیکاله‌و نه‌م رادیکالیزمه چون ده‌توانی پیشکه‌وتوو یان پارێزگارخواز بیت. نیستراتژی گشتی و تاییه‌تی بزافی خویندکاریی کوردی چیه و هه‌روه‌ها ده‌رکه‌وتسه‌و کاریگه‌ریه‌کانی نه‌م بزافه‌ کامانه‌یه؟ کارگێرانی بزافی خویندکاری نه‌و که‌سانه‌ن که له‌ زینگی نه‌زمونی خویندکاریه‌وه به‌ نه‌زمونی سیاسی گه‌یشتون و به‌م پێیه‌ زۆریه‌ی نه‌زمونه‌ سیاسی‌ه‌کانی خویندکاران له‌ ده‌روه‌ی بازنه‌ی نه‌زمونی خویندکاریدان. گوتار و تیوری بزافی خویندکاریی کوردی چیه و چ نیستراتژیک له‌ چوارچێوه‌ی نه‌م گوتارانه‌دا سه‌ره‌له‌دێنی؟ سه‌رقافله‌بوون و نوینه‌رایه‌تیکردن له‌ بزافه‌ کۆمه‌لایه‌تییه‌ نوێکاندا چۆنه‌ و نه‌م باه‌ته‌ له‌ چوارچێوه‌ی بزافی خویندکاریی کوردیدا چۆن هه‌لده‌سه‌نگیندری؟



* خویندکاری ماسته‌ری کۆمه‌لناسی

A: بزاقی خویندکاری کوردی خوی له خویدا چه مکیکی پارادۆکسیالّه و هه لگری دژوازهیه کی شاردرارهیه. له م دیره له بزاقهوه دەس پێدهکهین و به کورد دهگهین واته له دیاردەدی بزاقهوه که دیاردهیه کی کۆمه لایه تییه دهس پێدهکهین و دهگهین به شوناسیکی ئەتینیکی و ناسنامهیه کی نه ته وهی دیاریکراو. ئەم بریاره به و اتایه که سه ره پای گریدراوی ئەم دوو چه مکه خویندکار ته نیا له باز نهیه کی یه کلایه نه دا نامینتته وه. به حوکمی پیکهاته ی دیره که خویندکار وه کوو بکه یان سووژه ده رناکه وی ئەمه له حالیکدا یه که ئاراسته ی نایدولۆژیکی دیره که له پیناوی به رزاندن و گشتاندن و به مه به ست گه یاندنی خویندکار دایه. گوتاری زاراوه ساز له پیکه یسانی ئەم دیره دا ئەوه نه ده سه ره که وتوو نه بووه و ئامانج و ئارمانی گوتاره که ی هه ره له سه ره تاوه ئاشکرا کردوو. لیره دا پیکهاته ی دیره که پیمان ده لی خویندکار ته نیا دوو وشه ی بزاق و کورد پیکه وه گری ئەدات و له راستیدا له وه زیاتر شه رکیکی پی ناسپێردری. خویندکار ته نیا له واتای گریده ری دوو چه مک یان دوو لایه نی عه یینیدا دیتته ئاراوه و له وه زیاتر ده نگیکی پی هه لئا بری. که وایه ده بی له کرده وه شدا خویندکار شه رکی گوتاری دابینکراوی خوی به رپوه ببات واته پیوه نیدانی بزاق به کورده وه یان له روویه کی راستردا خو لقا ندنی بزاقی نیشتمان په ره رانه ی کوردی .

B: ته وای بزاقه خویندکاریه کان، خویندکار به سووژه یه کی رزگاریده ر داده نیین. واته خویندکار شه و بکه ره میژوو ییه که به پی ناگی و هوشیاری ناوانگاردی خوی کرده وه یه کی رادیکال ده رده بری و له گۆراندنی دۆخی داسه پاو و به ستوودا ده وری سه ره کی ده گیری. له م سو تگه وه خویندکار به دیه ی نه ری بزاقه و ته وای سنووره ره گه زییه کان ده به زینی. ناسکاری خویندکار بکه ریکی میژوو ییه که ته نگه به ییه پیکهاته ییه کان ده ناسی و به ماشکینیان ده کات.

به لām له فورمولی « بزاقی خویندکاری کوردی » یدا خویندکار ده وری بکه ره و ناسکاری شه کتیفی لی دامالراوه و ته نیا له حاله تیکی هیمایی و ره مزیدا خاوه نی شه و لّه یه .

بزاق سه ره تایه و ئەم سه ره تایه ش له پیناوی و روژاندنی هه ستی نه ته وایه تی مرو قانی کدا دیتته هه بوون. شوناسی خویندکار به ره مه می ناخودئا گایه کی کۆمه لیه و بی ته ملاولا له ری گای په رپیدان و به ئەنجام گه یاندنی خواستی شه و شوناسه هه لده سوو ری. خویندکار ته نیا شه و جه ستیه که رو حی نه ته وه (nation) له ویدا دیتته نواندن و شه رکی میژوو یی خوی له هه لگه رسانی بزاق یان ((شه ر/ خه بات)) ی کدا بو سه ره وری نه ته وه به رپوه ئەبات. هینگل به رزترین ئاستی به نه نجام گه یشتنی رو حی جیهانی « گایست » له ده وله تدا دۆزیه وه و شه ویش ده وله تی شه و کاتی پرووس، ئیمه ش لایه نگران و دووپاتکه ره وانی زاراوه ی « بزاقی خویندکاری کوردی » سه ره له دانی ئەم رو حه له جه ستیه کوردا ده یینین ؛ شه ویش بزاقی کوردی و زۆر شه ولاتر برۆین ؛ بزاقی (خویندکاری) کوردی .

C: « بزاقی خویندکاری کوردی » که قه باره ی هه نوو که ییدا خاوه نی ره وتیکی دیالکتیکی نیه. خویندکار خوی له خویدا پیوه ندی به گشتیکی دیالکتیکیه وه هیه به لām له نیوان سه ره و ژیریکی ئاوه ادا میکانیزی



دیالیکتیکی لی بزر ده‌بیت. سووژهی خویندکار له هه‌مبهر ئۆبژه جیاوازه‌کاندا نه‌وه‌ستیتته‌وه و مشتومر و مملانیی به‌رده‌وامیان له گهل ته‌کات. نه‌و ئۆبژانه هه‌م ئۆبژه‌ی زه‌ینی ده‌گریتته‌وه (گوتار) و هه‌میش نه‌و ئۆبژه عه‌ببانه (پینکهاته) که به حوکی گوتاریک داچه‌قیون و پپوهندی نابه‌راهه‌ریان خولقاندوه. سووژهی خویندکار له دژایه‌تی (conflict) ناسکاری خویندکار له هه‌مبهر ده‌رووبه‌ری له شیوازیکی پیناسه‌کراو و ریکداردا به قوناغیکی ریفورمخووانه‌دا تیده‌په‌ریت و به چاکه‌سازی، گشتیتی (totality) ده‌گوریت .

به‌لام ئەم دژایه‌تییه له کاتی گۆراندن به شیوازی (contradiction) قوناغیکی شوپشگێرانه داده‌هینی که له‌ویدا گشتیتی له ریفولوشندا تووشی گۆرانی بنه‌رته‌ی ته‌بیت. له هه‌ر دوو حاله‌تی ریفورم و ریفولوشندا گشتیتی له پرۆسه‌یه‌کی دیالیکتیکیدا و به پپی خه‌باتیکی دیالیکتیکی ده‌گۆردیت. به‌لام له وێژاوی «بزافی خویندکاریی کوردی» خویندکار ده‌وری سووژهی لی وهرده‌گیریت و ته‌نیا وه‌کو وه‌لگر و کولبه‌ری پینکهاته‌و گوتار ده‌ور ده‌بینی. لیره‌دا پپوهندی له شیوازیکی دیالیکتیکی دوو جه‌مسهری و چه‌ندجه‌مسهریه‌وه ده‌گۆردی بو شیوازیکی نادیالیکتیکی تاك جه‌مسهری که له‌ویدا پینکهاته یان گوتار بالاده‌سته .

D: رادیکالیزم ؛ به واقیعکردنی ناگایی ؛ ئەمه واتای سهره‌کی رادیکالیزمه . هه‌ر بزافیتک له هه‌ناری خویدا چه‌شنیک رادیکالیزمی هه‌لگرتوه و ئەمه به‌و واتایه که ته‌نانه‌ت بزافی پاشقه‌رۆخوازانه که ویستی له‌مپه‌ردانان و ریکرتن له گۆرانیکاری و پپشقه‌چوونه، خوی له خویدا رادیکاله؛ له به‌ر ته‌وه‌ی که ده‌په‌وه‌ی ناگایی گیرساو و فه‌ناتیکی خوی بکا به واقیع واته به‌ره‌ست بو پپشکه‌وتن دروست بکات. به‌لام ئەمه واتایه‌کی گشتی رادیکالیزمه و اتا تایه‌تییه‌کی نه‌و ره‌هنده‌ روون ته‌کاته‌وه که سیسته‌می داسه‌پاو و هه‌بووندار هه‌لوه‌شیتته‌وه و وه‌لابنریت. هه‌ره‌شه‌ی هه‌لته‌کانه‌وه‌ی دۆخی سه‌پیندراو واتای تایه‌تی رادیکالیزم پیناسه‌ ته‌کات. لیره‌دا به هه‌ر بزافیتک به واتای تایه‌تی ناتوانی رادیکال بیت. که‌وا به رادیکالیزم دوو ره‌هنده‌ی گشتی و تایه‌تی به خووه‌ ته‌گریت؛ یه‌که‌م به واقیعکردنی ناگایی و دووه‌م نه‌لیکردنی دۆخ و ریکداری سه‌پیندراو.

لایه‌نی یه‌که‌م لایه‌نیکی هه‌گیلیه که دواتر له به‌ره‌مه‌کانی مارکۆزه‌دا ره‌نگ ته‌داته‌وه به‌لام لایه‌نی دووه‌م سه‌ره‌پای ته‌وه‌ی که پپوهندییه‌کی به میتۆدی دیالیکتیکی هه‌گیلیه‌وه هه‌یه، به ته‌واوی میتۆدیکی مارکسیسته‌یه . جیاوازی ئەم دوو لایه‌نه ده‌گه‌ریتته‌وه بو ناستی نایدیالیسته‌ی بوون یان ماتریالیسته‌ی بوونی میتۆده‌کان. لایه‌نی یه‌که‌م زه‌ین واته سووژه ده‌کاته پینگی ره‌خنه و نه‌لیکردنی ئۆبژه واته جیهانی واقیع. به‌لام لایه‌نی دووه‌م دژوازی و ناته‌باییه‌کانی جیهانی عه‌ین به سه‌رچاوکه و ناخیزگی ره‌خنه و نه‌لیکردن داده‌نیت. له گوتاری مارکسیستیدا هیزی به‌ره‌مه‌هینان و پپوهندییه‌کانی به‌ره‌مه‌هینان له دژایه‌تییه‌که‌ی به‌رده‌وامدان و ئەم دژایه‌تییه له ناستی دژوازیدا (تناقض) ده‌بیته هوی گۆرانیکاری بنه‌رته‌ی له چه‌شنی شوپشی کۆمه‌لایه‌تی و سیاسی، که‌وا به ناگایی

ره‌خنه‌گرانه‌ی نیمه‌ناکامی‌شو دژوازیه‌یه له نیوان هیژ و پیوه‌ندی بهره‌مه‌نیاندا. ناگایی بهره‌می دژوازیه‌کانی جیهانی واقعی و دواتر‌شم ناگاییه هه‌ول بۆ به‌واقیع‌کردنی خوئی‌ئهدات واته نه‌لی‌کردنی پیوه‌ندیه‌کانی داسه‌پاوی جیهانی واقعی به پئی ناگایی بهره‌مه‌توو له دژوازیه‌کانی‌شو جیهانه.

E: « بزافی خویندکاری کوردی » به پئی واتای گشتی رادیکالیزم ده‌توانی رادیکال بی‌ت، به‌لام به پئی واتای تایبته جیگای باس و تیروانینه، بزافی خویندکاری کوردی بهره‌می دوو دژایه‌تی سه‌ره‌کیه ؛ یه‌که‌م دژایه‌تی نیوان کۆمه‌لگا و ده‌سه‌لات، دووه‌م دژایه‌تی نه‌ته‌وه‌یی و نه‌تنیکی.

سه‌ره‌کیترین هوکاري به‌دیها‌تنی بزافه خویندکاریه‌کان، دژایه‌تی و ناکوکی نیوان ده‌سه‌لات و کۆمه‌لگایه، به‌لام کیشی نیوان کۆمه‌لگا و ده‌سه‌لات له شوین/کاتی جیاوازدا شیوازی جیاواز به‌خۆ ده‌گریت. له سیسته‌می‌کدا که هه‌لاواردنی ئابووری سه‌ره‌کیترین کیشیه، بزافی خویندکاری ئاراسته‌یه‌کی چینه‌یه‌تی به‌خووه ده‌گریت و له‌ویدا جهخت له سه‌ره‌خه‌باتی چینه‌یه‌تی ده‌گریت. به‌لام له سیسته‌می‌کدا که هه‌لاواردنی نه‌تنیکی به‌رچاوتر و به‌هیزتره، بزافی خویندکاری ده‌بیته هه‌لگری داخوازی نه‌تنیکی و نابه‌رابه‌ری قه‌ومی به‌رجه‌سته نه‌کاته‌وه، لی‌ره‌دایه که پاشگری کوردی، تورکی، فارسی یان فه‌رنسی بۆ بزافی خویندکاری دیته ئاراهه.

بزافی خویندکاری وه‌کوو هه‌لگری کیشی نیوان ده‌سه‌لات و کۆمه‌لگا، به‌ته‌واوه‌تی رادیکاله به‌لام وه‌کوو هه‌لگری کیشی نه‌تنیکی تا قوناغییکی دیاریکراو (پله‌ی دووه‌م) ده‌توانی رادیکال بی‌ت. دواي تاوتوی بوونی کیشی نه‌تنیکی مه‌ترسی که‌وتنه داوی پارێزگارخوازی و پشتیوانیکردنی ده‌سه‌لات بۆ‌شو بزافه له ئارادایه. ئالی‌ره‌دایه که ئاستیکیت بۆ پیناسه‌ی رادیکالیزم دیته کایه‌وه که درێژه‌ی دوو قوناغی یه‌که‌مه .

F: دواين ناستی پیناسه‌ی رادیکالیزم ده‌بیته ره‌خنه‌ی مه‌نفی (نیگه‌تیف) له دۆخ و ریکداری سه‌پیندراو. بزافی خویندکاری له‌م ناسته‌دا سه‌ره‌رای نه‌وه‌ی هه‌ول بۆ به‌واقیع‌کردنی ناگایی خوئی و لابرندی دۆخی داسه‌پاو نه‌دات، هیچ نه‌لترناتیفیک دیاری ناکات و به‌و پئییه ناکه‌وئته داوی به‌رژه‌وه‌ندی هیچ لایه‌ن و ده‌سه‌لاتیکه‌وه. له‌م ناسته‌دایه که پئوانه‌یه‌کی کونکریت بۆ هه‌لسه‌نگاندنی رادیکال‌بوون یان نارادیکال‌بوونی بزافی خویندکاری دیته کایه‌وه. ره‌خنه‌ی پۆزه‌تیف هه‌رچه‌نده دۆخی سه‌پیندراو رته نه‌کاته‌وه به‌لام ده‌که‌وئته داوی دۆخی نه‌لترناتیو، به‌لام ره‌خنه‌ی نیگه‌تیف له چوارچیه‌ی هیچ دۆخیکدا ناوه‌ستیتته‌وه و له هیچ ریکداری و سیسته‌می‌کدا تووشی پارسته‌بوون(انقیاد) و گیرساری نابیت، به‌م پئییه سیه‌م ناستی رادیکالیزم ره‌خنه‌ی نیگه‌تیفه که له نه‌قلی نیگه‌تیفه‌وه سه‌رچاوه ده‌گریت. بزافی خویندکاری کوردی تا‌شو ناسته‌ی که دۆخی سه‌پیندراو رته نه‌کاته‌وه رادیکاله به‌لام کاتیک به‌شپوه‌یه‌کی ته‌ریانه ده‌که‌وئته داوی نه‌لترناتیوئیکه‌وه، له‌ویدا وزه‌ی رادیکالیستی خوئی له دست نه‌دات و ده‌بیته به‌شیک له پیکهاته‌ی سه‌پیندراو. به‌هیزترین موئوری هه‌لسوورپینه‌ری بزافی خویندکاری کیشی و دژایه‌تی نیوان ده‌سه‌لات و کۆمه‌لگایه. له شوین/کات یکی تایبته‌دا شم هانده‌ره به‌هیزه فورمیکی



تایبته واته کیشه و دژایه‌تی ئەتینیکی به خووه ده‌گریته و ده‌بیته « بزافی خویندکاریی کوردی ». بزافی خویندکاری کوردی تا سه‌ده‌می‌ک که تین و توانای خوئی له‌م دژایه‌تییه‌وه ده‌گریته رادیکال و پیشقه‌پروخوزه به‌لام کاتیک پیوه‌ندی خوئی به‌م دژایه‌تییه‌وه ده‌پچرینی فۆرمیکی گیرساو و پارێزگارخواز ده‌گریته خو.

G: بزافی خویندکاری (ره‌خنه‌ی نیگه‌تیف) ← بزافی خویندکاریی کوردی (ره‌خنه‌ی نیگه‌تیف و

پۆزه‌تیف)

بزافی خویندکاریی رادیکال (ره‌خنه‌ی نیگه‌تیف)
 بزافی خویندکاریی کۆتسرفاتیو (ره‌خنه‌ی پۆزه‌تیف)

H: رادیکال‌بوونی بزافی خویندکاریی کوردی به‌ پینی هه‌لسووران و هه‌لوئیس‌تگرتنی له‌ هه‌مبهر دوخی سه‌پیتنداودا دیاری ئە‌کریت. ئە‌گه‌ر بزافی خویندکاریی کوردی له‌ سه‌رچاوه‌ی خوئی که دژایه‌تی نیوان ده‌سه‌لات و کۆمه‌لگایه‌ دابری و دواتر له‌ گه‌ل ده‌سه‌لاتی ئە‌لترناتیویدا به‌ ته‌واوی ریک بکه‌وی، دیاره که ره‌خنه‌که‌ی ره‌خنه‌یه‌کی پۆزه‌تیف و ئە‌ریبانه‌ بووه و برست و توانای نه‌لی‌کردنی نیگه‌تیفی نه‌ماوه. ئالێره‌دایه که دژوازیه سه‌ره‌کیه‌کانی بزافی خویندکاریی کوردی که پیشتر له‌ A و B و C دا ئاماژه‌ی پیدرا ده‌رده‌که‌وی و ده‌بیته هوی لاوازیوونی. وه‌کوو نمونه ده‌توانین به‌ بزافه‌ خویندکاریه‌کانی باشووری کوردستان ئاماژه‌ بده‌ین که به‌ هوی دابرا‌نیان له‌ کیشه‌ی نیوان ده‌سه‌لات و کۆمه‌لگا تووشی نیستحاله و دابه‌زاندن هاتن و وزه و هیژی ره‌خنه و چاکه‌سازییان لی وه‌رگیرا. به‌ پینی ئە‌م مودێله بزافی خویندکاریی کوردی پاشکوی بزافیکی سه‌ره‌کیتره (بزافی خویندکاری) و دواتر به‌ پینی میتودی ره‌خنه‌گرتنی ئاکامی رادیکال‌بوون یان کونسرفاتیسمی بو دیاری ئە‌کریت.

I: لوژیکی سه‌ره‌کی بزافی خویندکاریی به‌رگری له‌ هه‌مبهر ده‌سه‌لاتدایه، ئە‌م ده‌سه‌لاته ده‌سه‌لاتیکی شه‌به‌که‌ییه که خاوه‌نی یه‌ک شیواز و یه‌ک ئاراسته نیه به‌لکوو وه‌کوو توژیکی فه‌زایی له‌ هه‌موو شوینی‌کدا درێژ کراوه‌ته‌وه و دزه‌ی کردوه. ده‌سه‌لات شه‌به‌که‌یه‌کی بی سنووره به‌لام له‌ کاتی ده‌رکه‌وتن و به‌ ئە‌نجام گه‌یشتندا له‌ خالیکی دیاری‌کراو و سنوورداردا خوئی ئە‌نوینی. که‌وايه به‌رگری له‌ هه‌مبهر ده‌سه‌لات له‌ قه‌واره‌ی بی فورم و بی سنووردا، به‌رگریه‌کی بی فورم و بی ئاقاری پیوسته. واته ئە‌م به‌رگریه ده‌بیته هه‌ر له‌ ژبانی هه‌رروژه‌وه تا وه‌کوو ژبانی سیاسی و کۆمه‌لایه‌تی بگریته‌وه و ته‌نانه‌ت خوئی له‌ لایه‌نی هه‌ره تاکه‌که‌سی و هه‌روه‌ها لایه‌نه قودسیه‌کانی مروف بشالینی.

لی‌ره‌دا به‌رگری پیوستی به‌ ئیستراتژییه‌کی تایبته، ریک‌خراو و دیسیپلیندار نیه به‌لکوو مروف ده‌توانی به‌ پینی هه‌ست و ناسینی خوئی دژکرده‌وه‌یه‌ک له‌ به‌رانبه‌ر کرده‌وه‌ی داسه‌پینراوی ده‌سه‌لاتدا ببینیته‌وه. به‌لام ده‌رکه‌وته‌ی ده‌سه‌لات له‌ چوارچۆیه‌کی دیاری‌کراو و به‌ کاپاسیتی و فۆرمیکی تایبته‌وه سه‌ره‌له‌ته‌دات، لی‌ره‌دایه که به‌رگری شیوازی تایبته‌ی، دیاری‌کراو، سنووردار و ئیستراتژیکی به‌ره‌هه‌ستی پیوسته و ده‌بیته چه‌شنیکی تایبته‌ی به‌رگری

به میکانیزمیکی تاییه‌توه ده‌سنیشان بگریت. بزاقی خویندکاری خوئی بکهریکی دیاریکراوه و پیویسته ئیستراتییه‌کی بهرگرانه‌ی دیاریکراوی له هه‌مبهر ده‌سه‌لاتدا هه‌بیته. ئیستراتیی بهرگرانه‌ی بزاقی خویندکاری چیه ؟ به‌شیک له‌م ئیستراتییه‌ی خوئی له رهوتی ره‌خه‌ی نیگه‌تیفدا ده‌بینیته‌وه که له لوژیک و ئەقلی نیگه‌تیف سه‌رچاوه ئە‌گریته.

به‌لام به‌شیک له‌م لوژیکه له میکانیزمی خودی ده‌سه‌لاته‌وه سه‌رچاوه ده‌گریته. ((له هه‌ر شوینیکی‌دا ده‌سه‌لات هه‌بیته، به‌گری هه‌یه)). که‌وايه به‌گری وه‌کوو ئیستراتییکی گشتی بزاقی خویندکاری هه‌لقوولای لوژیکی خودی ده‌سه‌لاته. ئە‌م ئیستراتییه‌ی خوئی به ده‌سه‌لاته‌وه ئالآوه و ناتوانی لافی ده‌ربازبوون له ده‌سه‌لات بیان دا‌پرانی ته‌واو له ده‌سه‌لات به واتای گشتی لی‌بدا. ته‌نیا ده‌سه‌لات ده‌توانی به‌ره‌نگاری ده‌سه‌لات به‌هستیته‌وه و هه‌یج هه‌یژیکی به‌گری نیه که له سه‌ر خالی دامالراو و داتاشراو له ده‌سه‌لات خوئی بگریته‌وه. (واتای گشتی ده‌سه‌لات)

ل: ئیستراتیی تاییه‌تی بزاقی خویندکاری له چوارچیه‌ی گوتاریکی دیاریکراودا، سیسته‌می ده‌لالی خوئی به‌ره‌م دینی. واته له‌م ئیستراتییه‌دا هه‌ول ده‌دری دالیک هه‌رچه‌ند به شیوه‌ی ریژه‌یی و میژوویی جیگه‌ر بگریته. سه‌قامگرتووکردنی دالیکی دیاریکراو له چوارچیه‌ی ئیستراتییه‌کی تاییه‌دا، پیناسه‌یه‌کی تاییه‌ته له ده‌سه‌لات، چه‌شنی رووبه‌روبوونه‌وه، نامانجه‌کان و هه‌روه‌ها ویست و خواسته‌کان دینیته‌وه ئاراوه. بزاقی خویندکاری له ئیستراتیی تاییه‌تی خویدا سنووردارکردنی خوئی له هه‌مبهر ده‌سه‌لات و لایه‌نه‌کانیتردا دینیته به‌ره‌م. له‌م سنووردارکردنه‌دا هه‌ولیک بو پیکه‌تیانی شوناس یان پاراستنی شوناس ده‌دریته. هه‌روه‌ها له چوارچیه‌ی ئیستراتیی تاییه‌تی بزاقی خویندکاریدا هه‌ول بو دابه‌شکردنی ده‌سه‌لات، ریگه‌خوشکردن بو به‌شداری له ده‌سه‌لات و هه‌روه‌ها پاراستنی نازادی راده‌برپین و هه‌لس وکه‌وتکردن له به‌رچاو ده‌گریته. بزاقی خویندکاریی کوردی بی گومان خاوه‌نی ئیستراتیی گشتی و تاییه‌تی به‌لام له هه‌ر دوو ئیستراتییه‌که‌دا شیوازیکی تاییه‌تی هه‌لبژاردوه که جیاوازی له ئیستراتییه‌کانیتر ده‌ده‌که‌وی. لی‌ره‌دا ئیستراتیی گشتی له پیناوی ئیستراتیی تاییه‌ت دایه واته بزاقی خویندکاریی کوردی نه‌وه‌نده تاکلایه‌نه بو ده‌سه‌لات نه‌روانی که ناتوانی وه‌کوو توژیکی بی سنوور چاوی لی‌بکات و ئیستراتییه‌کی گشتی بی فورم و بی سنوور له هه‌مبهریدا پیکه‌تیانی. بزاقی خویندکاریی کوردی ده‌سه‌لات له خالیکی دیاریکراودا له شیوازی به ئە‌نجام گه‌یشته‌وو و هه‌له‌هاتوو ده‌بینی هه‌ر بویه ته‌واوی واتای ده‌سه‌لات له قه‌باره‌یه‌کی کورتدا ته‌سک نه‌کاته‌وه و پلانی ئیستراتییکی به‌م پیه‌ ته‌سک‌کراو و به‌رکورت نه‌کاته‌وه. لی‌ره‌دا ئیستراتیی گشتی ده‌بیته قوربانی ئیستراتییه‌کی تاییه‌ته که شه‌و ئیستراتییه‌ش نه‌وه‌نده لاواز و یه‌ک لایه‌نه‌یه که ناتوانی پرۆژه‌یه‌کی به‌رگرانه‌ی به‌هه‌یژ له هه‌مبهر ده‌سه‌لاتدا ساز بکات. نه‌بوونی هاوسه‌نگی له نیوان ئیستراتیی گشتی و تاییه‌تییدا وای کردوه که بزاقی خویندکاریی کوردی زۆرتر له چوارچیه‌ی هوتا‌ف و لافلی‌دانیکدا بمینیته‌وه و پتر له کرده‌وه له شیوازی نووسراوه و باه‌تی زه‌ینیدا بیته ئاراوه. نه‌وه‌نده که قسه له بزاقی خویندکاریی کوردی



کراوه، کردار و دهرکه‌وته و کاریگه‌ری ئەم بزاقه نه‌ببیراوه، ئەوه‌نده که که‌سانێک خوینان به پیشه‌نگی ئەم بزاقه ناساندووه خودی ئەم بزاقه پیشه‌نگی خوێ نه‌خۆلقاندووه و هه‌روه‌ها ئەوه‌نده که جوولانه‌وه‌و بزاقی‌تر به بزاقی خویندکاری کوردی ناسینراوه خودی ئەم بزاقه راسته‌خۆ و سه‌ربه‌خۆ له بزاقه‌کانی‌تر شوناس و هه‌بوونی خوێ ناشکرا نه‌کردووه.

K: بزاقی خویندکاری کوردی خاوه‌نی شوناسی‌کی له‌پیشه، واته ئەم شوناسه ته‌نیا ئاکامی ژیا‌نی خویندکاری و نه‌زموونی رووبه‌رووبوونه‌وه له گه‌ڵ پیکهاته‌ی بیروکراتیک و هه‌روه‌ها ده‌سه‌لاتی نادیموکراتیک نیه به‌لکوو ئەم شوناسه پیشتر له جه‌سته‌ی نه‌ته‌وه‌دا خوێ بینه‌وته‌وه که دواتر له چوارچێوه‌ی ژیا‌نی خویندکاری‌دا ناشکرا ده‌بی‌ت. که‌وايه بزاقی خویندکاری کوردی نه‌یتوانیوه به‌ره‌می نه‌زموونی ژیا‌نی خویندکاری و رووبه‌رووبوونه‌وی ده‌سه‌لات بی‌ت، هه‌ر بۆیه به‌رده‌وام له ژێر هێژمۆتی گوتاری به‌ره‌مه‌په‌نه‌ری‌دا چکوله‌ کراوه‌ته‌وه و گوڤه‌پانی مملانی‌تی به‌ جێهێشتووه. هۆکاره به‌ده‌په‌ینه‌ره‌کانی بزاقی خویندکاری کوردی داها‌توو و ره‌وتی دواتری ئەو بزاقه‌ دیاری ده‌که‌ن لێره‌دايه که به‌رژه‌وه‌ندییه‌کانی بزاقی خویندکاری کوردی له واقیعی خوێ داده‌مالی و به به‌رژه‌وه‌ندییه‌کی دیاری‌کراو له دهره‌وی بازنه‌ی نه‌زموونی خوێه‌وه په‌یوه‌ست ده‌بی‌ت. ((کێشه‌ی ئی‌مه جیا‌وازه))؛ ئەمه ته‌نیا رسته‌یه‌ک نیه بۆ خۆ ده‌ربازکردن له هه‌مبهر ده‌سه‌لاتی بیروکراتیک و نادیموکراتیک‌دا به‌لکوو نیشانه‌یه‌کی سه‌ره‌کیه بۆ ئەوه‌ی که شوناسی بزاقی خویندکاری کوردی به‌ره‌می واقیعی ژیا‌نی خویندکاری نیه به‌لکوو به‌ره‌می دۆخێکی له‌پیشه که له‌ویدا هه‌ندی توخمی تاییه‌تی له پیکهاته‌نی قه‌باره و میکانیزی ئی‌ستراتژی بزاق‌دا ده‌ور ده‌گێرن. هه‌لۆیستی بزاقی خویندکاری کوردی هه‌لۆیستی راسته‌قینه‌ی خوێ وه‌کوو بزاقی‌کی سه‌ربه‌خۆ نه‌بووه چ ئەو کاته‌ی که به‌شداریکردووه و ره‌وایی سیسته‌می سیاسی ساغ‌کردووه‌ته‌وه و چ ئەو کاته‌ی خوێ ئی‌زوله‌ کرده‌ و هه‌ولیداوه به‌ دووره‌ په‌ریزی ره‌وایی سیسته‌می سیاسی تووشی ته‌نگه‌ و چه‌له‌مه‌ بکات.

L: بزاقی خویندکاری کوردی هه‌یچ گوتاریکی بێ‌جگه‌ گوتاری نه‌ته‌وه‌یی نیه، ئەمه‌ش وایکردووه ئەم بزاقه خاوه‌نی تیوری و ئی‌ستراتژییه‌کی تاییه‌ت و دیاری‌کراو نه‌بی‌ت و به‌رده‌وام وه‌کوو پاشکۆی تیور و ئی‌ستراتژییه‌کانی‌تر هه‌لب‌سوریت و چالاکی بنوێنی. له‌م بزاقه‌دا سه‌ره‌رای قه‌یرانی تیوری و ئی‌ستراتژی، قه‌یرانی ریک‌خستن زۆر له به‌رچاوه. کاتی‌ک ئی‌ستراتژی‌ک پشت ته‌ستور به‌ تیوریه‌کی تاییه‌ت نه‌توانی بی‌ته‌ ئاراوه، بێ‌گومان ناتوانی ریک‌خستن ساز بکات. واته ریک‌خستن و کو‌کردنه‌وه کاتی‌ک ده‌توانی به‌رده‌وام بی‌ت و له قه‌باره‌ی بزاقی‌ک‌دا چه‌قبه‌ستیت که چه‌مک و تیوریه‌کی تاییه‌ت بتوانی داله‌ خزه‌کانی خوێ سه‌قامگرتوو بکات و لانی‌که‌م به‌ شیوه‌یه‌کی رێژه‌یی ئەم سه‌قامگرتوویییه‌ بیاریزی.

بۆ نمونه بزاقی خویندکاری مانگی مه‌ی ۱۹۶۸ی فهرنسا پشت ته‌ستور به‌ تیوری رزگاریه‌خشی مارکوزه توانی هه‌ندی دالی خزی خوێ وه‌کوو (خوتواندن)، (ته‌نتی بیروکراتیسم) و (هه‌زبردن) بۆ ماوه‌یه‌ک سه‌قامگرتوو

بکات و روتیتیکی کارنافتالی له نیو بزافی خویندکاریدا بهینیتته نارواه. بزافی خویندکاریی کوردی له بهر نهوهی که خاوهنی چه مک و تیوری تایبته نیه ته نیا له دۆخه قهیراناوی و رووداوه ورووژینه ره کاندای رووی خوئی نه نوینی و به شیوهیه کی خو کرد ریخستنی ناهاوئا ههنگ و کاتی پیک دینیی که دواي تپیه ریپوونی دۆخه که، به تهواوی دادهمرکی و ریخستن و کۆبوونه وه که لیک داده پچرپینی. ههندی جار رووداوه کان دهتوانن بۆشایی چه مک و تیوری پر بکه نهوه واته رووداوه دهتوانی بزافه هه لگیرسین بیت به لام دواي رووداوه که بزافه که تووشی کیشهی ریخستن، کۆکردنه وه، واتا به خشین و رافه و شیکاری پینگه و دۆخی خوئی و دهووبه ری نه بیت.

M: کارگێرانی بزافی خویندکاریی کوردی کیتن؟ کارگێرانی بزافی خویندکاریی تهو که سانهن که ته زموونی سیاسی یان له خویندکاریی هه بیت، واته تهو که سانهی که له کهش و ههواي خویندکاریی بووندا ته زموونیکی سیاسی بهیننه کایه وه. کارگێرانی بزافی خویندکاریی کوردی به ده ره له دۆخی خویندکاریی ته زموونی سیاسی خویندکاریی به یوه ده بهن و هاندهر و بزۆینه ره کانیا ن له ته زموونی خویندکارییه وه هه لئا قوولی، هه ره بۆیه ته زموونیکی پته و وه بهر گر له بزافی خویندکاریی کوردیدا نه هاتووه ته گۆری. زۆریه ی تهو خویندکارانه ی ته زموونه سیاسی هه کانیا ن له ده ره وه ی باز نه ی خویندکارییادیه، ته نانهت خویندکاریی جوولانه وه و هه وله خویندکارییه کان نا کهن و ته نیا وه کوه چاولیگه ریک ده میننه وه، تهو تاقمه که هه ولی خویندکاران به ساکار و کورته ئاست ته بینن هه یچ کات چالاکی له شتواریکی شو بکتیودا ته زموون نا کهن و ته نیا له خهون و خه یالدا خویندکاریی وه کوه چالا کفانی سیاسی ته بیننه وه. دهوری ته م تاقمه ته نانهت له دهوری بی لایه نه کان زه ره رمه نده ره له بهر نه وه ی که نه ته نیا خویندکاریی هه یچ هه ولیگه ئاراسته نا کهن، هه لسو و پینه ره ان و کارگێرانی بزافی خویندکاریی له شتواری جو ورا و جو ورا تا وانبار ده کهن.

N: سه رقافله بوون و نوینه رایه تی بزافی خویندکاریی کوردی به ده وهام یه کی له کیشه گرنگه کانی ته م بزافه بووه که بانگه شه و لافلیدانی زۆری بو کراوه. سه رقافله بوون و ریبه رایه تی کردن له سیسته می ریخه راوی بزافه نوینکاندا زۆر جیاواز له سه رچه شنی بزافه کلاسیکیه کانه که له ویدا کاریزمایه ک ده یوانی خوئی وه کوه نوینه ره و دهنگی راسته قینه ی بزافیک بنا سینی و لانیکه م به ده ره له شتواری کاریزمایی به که لکوه درگرتن له زنجیره ی پله یی ریخه راوه، ده یوانی ته رک و دهوری ریبه رایه تی و سه ره زکایه تی بنوینی. بزافی شه به که یی تایبته به کۆمه لگای پاش-پیشه سازی له دهوری یه ک چه ق و ناوه ند پینکنا هیتری به لکوه له به رامبه ر خالگه لینی جیاواز و ناوه ندگه لینی وردی به رگری پینکده هینری که هه ره هه موویان ته رکی سه ره زکایه تی و نوینه رایه تی ده بینن. سیسته می ته ستوونی ریخه راوه لی ره دا وه کوه سیسته میکی ئاسۆیه که هه م وه به رگری و پانتایی زۆرتره و هه میش کاریگه ری و توانستی به هیتره. که وایه ته وانه ی خویندکاریی به ئاوانگارد و سه رلقی بزافی خویندکاریی کوردی ته زان ته نیا ورده کارگێرانیکن که له نیو بزافیکی کۆمه لایه تی وردکراوتره له هه مبه ر کیشه یه کی وردتدا هه لویست و چالاکی ته نوینن. بزافه کۆمه لایه تییه نوینکان نه ده سپیکه ریان هه یه و نه ته واکه ر، به لکوه ته نیا

کارگێڕ و هه‌لسوورپنه‌ریان هه‌یه، ته‌نانه‌ت به‌ واتای باو و ناسراو، سه‌رۆک و نوینه‌ریان نیه، به‌لکوو له‌ چوارچیوه‌ی ئەم بزاقه‌دا هه‌ر که‌سیک نوینه‌ری خواست و ویستی خۆیه‌تی. ئاوانگارد ته‌نیا ئەو که‌سه‌یه که هه‌ست به‌ دۆخی نوێ ده‌کات و به‌ شیوه‌کی نوێ هه‌لده‌سوورپێ. توندپه‌وی کوێرانه و دروشمی توندوتیژانه و ژێستی سه‌رۆکایه‌تی و نوینه‌رایه‌تی هه‌یج کام به‌ پێوه‌ری ئاوانگاردیسم ناژمی‌درێن. له‌ چوارچیوه‌ی بزافی خۆبندکاریی کوردیدا که‌سانیک ده‌بینرێن که‌وا هه‌ست ده‌کهن به‌ جیاکردنه‌وه‌ی رووکه‌شیانه‌ی ده‌نگ و ره‌نگی خۆیان ده‌توانن جیاواز بن و مۆرکی رادیکالیسم، ئاوانگاردیسم یان ریپرتیزینتایشنیسم به‌ خۆیانوه‌هه‌ بلکێنن. به‌ پێی پێوه‌ره‌کانی رادیکالیسم، واته‌ ره‌خنه‌ی نیگه‌تیف ئەم چه‌شنه‌ لایه‌نانه‌ ناتوانن رادیکال بن، له‌ به‌ر ئەوه‌ی له‌ پێناوی به‌رزکردنه‌وه‌ و پرۆیاگه‌نده‌ بۆ لایه‌نیکی دیاریکراو ره‌خنه‌ له‌ لایه‌نه‌کانیتر ده‌گرن و ئەمه‌ش له‌ بازنه‌ی ره‌خنه‌گرانه‌دا ناگه‌نجێ.



پڕۆژه‌گه‌ه‌ علوم انسانی و مطالعات فره‌ه‌نگی
پرتال جامع علوم انسانی



پروژه نگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



مفهوم هژمونی در مطالعات فرهنگی

جمال محمدی*

چکیده

قصد این مقاله تلاش برای تبیین مفهوم هژمونی در مطالعات فرهنگی است. گسست مطالعات فرهنگی از دو پارادایم حاکم در این عرصه، یعنی فرهنگ‌گرایی و ساختارگرایی، و روی آوردن به سوی نظریه گرامشی نقطه شروع تحقیقات و مطالعاتی عمیق درباره سلطه نظام سرمایه‌داری و دستگاه‌های ایدئولوژیک آن بود. در واقع، مطالعات فرهنگی در این فاز دوم کوششی بود برای پاسخ به این پرسش گرامشی که چرا در جوامع غربی انقلاب اتفاق نیفتاد. در این مقاله پس از توضیح مفهوم سلطه در آرای کسانی چون لوکاج و آدورنو و هورکهایمر و غیره به تحلیل دیدگاه گرامشی و بنیان‌های نظری مطالعات فرهنگی می‌پردازیم. مطالعات فرهنگی بیانگر ناکامی چپ از رسیدن به جامعه آرمانی سوسیالیستی و در عین حال تلاش برای تبیین سویه‌های گوناگون سلطه سرمایه‌داری و پیدا کردن عرصه‌های مقاومت در برابر آن است.

* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی - مطالعات فرهنگی

هژمونی و مقاومت

مفهوم هژمونی، به عنوان محوری‌ترین مفهوم در مطالعات فرهنگی، حاصل اشکال متفاوت بازنگری در نظریه زیربنا/روبنای مارکس است. نظریه شیء‌وارگی لوکاج، نظریه ایدئولوژی و دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت از لوین آلتوسر، طرح مفهوم صنعت فرهنگ‌سازی از سوی آدرنو و هورکهایمر، و طرح مفهوم هژمونی توسط آنتونیو گرامشی همگی از نمونه‌های بارز این بازنگری هستند. این نوع بازنگری‌ها به رغم آنکه در چارچوب سنت واحدی بر مبنای مفروضات کم و بیش یکسانی صورت گرفته‌اند دارای تفاوت‌هایی هستند که توجه به آنها، به ویژه در مطالعاتی که با تکیه بر این سنت در زمینه فرهنگ عامه پسند انجام می‌گیرد، بسیار حایز اهمیت است. لذا در اینجا ارائه شرح دقیق مفاهیم هژمونی و مقاومت مستلزم بررسی، هر چند موجز این نوع بازنگری‌هاست. لوکاج زمانی گفته بود که: «از این پس دنیای شیء‌واره به نحو قطعی‌تر همانند یگانه دنیایی پدیدار می‌گردد که ... به ما انسان‌ها داده شده است. خواه این امر موجب وجد، تسلیم یا ناامیدی شود و خواه ما احتمالاً از رهگذر تجربه عرفانی عقل‌گریز به جستجوی راهی به سوی زندگی برآییم، در هر حال ذات این وضعیت در واقعیت امر به هیچ وجه دگرگون نمی‌شود» (لوکاج: ۱۳۷۸، ۲۵۲).

شیء‌وارگی^۱ جامعه مدرن در نظریه لوکاج چیزی نیست مگر شکل پدیداری یا شکل عینی جامعه که به «طبیعت ثانوی^۲» آن بدل گشته است. شیء‌وارگی به مفهوم آن است که رابطه میان انسان‌ها به رابطه میان اشیاء بدل می‌شود. از دید او شیء‌وارگی ویژگی اصلی ساختار جامعه سرمایه‌داری در تمامی جنبه‌های آن است. مبادله کالا و پیامدهای ساختاری آن بر تمام زندگی روزمره تأثیر گذاشته است و فعالیت و کار انسان به صورت چیزی عینی و مستقل در برابرش ظاهر می‌شود و بر او تسلط می‌یابد. قصد لوکاج از جعل مفهوم شیء‌وارگی شرح بسط مفهوم «بت‌وارگی کالا^۳» نزد مارکس بود. مارکس که پس از کندوکاوهای فراوان مقوله «کالا» را سرآغاز تحلیل خود از جامعه سرمایه‌داری قرار داده بود در تعریف این پدیده، یعنی بت‌وارگی کالا، چنین نوشته بود:

«بنابراین خصلت رمزآلود و رازآمیز شکل کالایی صرفاً در این واقعیت خلاصه می‌شود که کالا ویژگی‌های کار آدمیان را به منزله ویژگی‌های خود محصولات کالا منعکس می‌کند، یعنی به منزله کیفیات و صفات اجتماعی میان اشیاء. از این رو کالا در عین حال رابطه اجتماعی تولیدکنندگان با جمع کل کار را

1- Reification

2- Second Nature

3- Fetishism of Commodity



به منزله رابطه‌ای اجتماعی میان اشاء منعکس می‌کند، رابطه‌ای که مجزا و بیرون از تولیدکنندگان وجود دارد» (مارکس، به نقل از اباذری: ۱۳۷۷، ۱۹۸).

لوکاج علاقمند بود با جعل مفهوم شیء‌وارگی معانی بیشتری از آنچه مارکس در نظر داشت به مفهوم «بت‌وارگی کالا» بدهد. از نظر او در جامعه سرمایه‌داری، شیء‌وارگی سرنوشت محتوم همه ماست. این شیء‌وارگی که در همه تاروپود زندگی رسوخ کرده است، به اعتقاد لوکاج مقاومت ناپذیر نیست. اما یگانه راه خروج از آن پراکسیس اجتماعی و انقلابی پرولتاریا است. فقط پرولتاریا که واجد عین ذهن این‌همان است، قادر به درک کلیت جامعه سرمایه‌داری و رهایی از چنگال شیء‌وارگی است. در جامعه سرمایه‌داری، ایدئولوژی بورژوایی به عنوان آگاهی شیء‌واره‌شده همچون حجایی میان خالقان اصلی جامعه (پرولتاریا) و مخلوق آنها یعنی جامعه کشیده می‌شود.

ایدئولوژی بورژوایی بر آن است که با تبدیل جامعه به «طبیعت ثانوی» پرولتاریا را از این امر منع کند که خود را خالقان جامعه متصور شوند. به بیان دیگر، کارکرد ایدئولوژی بورژوایی این است که حجایی بر تاریخی بودن این جامعه بیفکند و قواعد حرکت آن را از نوع قواعد حرکت اجسام طبیعی قلمداد کند (اباذری: ۱۳۸۰، ۱۵۳). یگانه طریق درک این سازوکار اتخاذ موضع «واقعی» پرولتاریا است، زیرا فقط آگاهی پرولتاریا قادر به دیدن این کلیت و سپس تغییر آن از راه انقلاب است. سخن کوتاه، یگانه طریق مقاومت در برابر هژمونی بورژوازی توسل به طبقه‌ای است که قادر به درک این هژمونی و تغییر آن از طریق پراکسیس انقلابی است.

نظر لوکاج که آمیزه‌ای از عقلانیت وبر، نظریه فرهنگ زیمل، و بت‌وارگی کالایی مارکس بود، توسط اصحاب مکتب فرانکفورت، به ویژه آدورنو و هورکهایمر، ادامه پیدا کرد. آنچه هورکهایمر و آدورنو بیش از هر چیز مورد تأکید قرار دادند این بود که عقل روشنگری، خود به عامل سلطه بدل گشته است. شیء‌وارگی یعنی سلطه عقل روشنگری نه سلطه بورژوازی. شیء‌وارگی چیزی است که اینک در جامعه سرمایه‌داری کلیت یافته است و پرولتاریا را نیز در خود جذب کرده است. به همین دلیل، اندیشه انتقادی برای درک حقیقت نباید به موضع این طبقه اتکا کند.

از دید آدورنو و هورکهایمر کل جریان تلاش برای غلبه بر نیروی اسطوره‌ای، به گونه‌ای سرنوشت‌ساز زمینه را برای بازگشت اسطوره فراهم می‌سازد. نوع بشر در سیر تاریخی - جهانی روشنگری بیش از پیش از

خاستگاه‌های خود فاصله گرفته‌است و با این همه نتوانسته است دغدغه بازگشت اسطوره را از میان بردارد. جهان مدرن و سراپا عقلانی‌شده فقط به ظاهر از خود افسون‌زدایی کرده‌است اما در باطن گرفتار نفرین شیطانی شیء‌وارگی و انزوا و تنهایی کشنده شده‌است (هابرماس: ۱۳۷۵، ۲۹۵). به علاوه آنها در تحلیل‌شان درباره فرهنگ توده‌ای می‌خواهند نشان دهند که هنر آمیخته با سرگرمی نیروی خلاقش را از دست داده و از تمامی مایه‌های انتقادی و آرمانی‌اش تهی شده‌است. ایدئولوژی بورژوازی در همه‌چیز رسوخ کرده‌است و مدام می‌کوشد تا جهان را همگون سازد و پدیده‌های مجزا و متفاوت را به طرزی ساختگی یکدست کند:

«در صنعت فرهنگ‌سازی فرد نوعی توهم است، آن هم نه صرفاً به سبب یکدست و استاندارد شدن ابزار تولید. وجود او فقط تا وقتی تحمل می‌شود که شکی در مورد یگانگی کاملش با امر کلی وجود نداشته باشد. فردیت دروغین یا شبه فردیت امری رایج است» (آدورنو و هورکهایمر: ۱۳۸۰، ۷۱).

از دید آدورنو و هورکهایمر، صنعت فرهنگ‌سازی با یکدست کردن همه محصولات فرهنگی فکری هر نوع امکان مقاومت از جانب افراد واقعی را از بین می‌برد. امتزاج فرهنگ و سرگرمی در عصر حاضر نه فقط به سقوط فرهنگ بلکه به فکری‌شدن سرگرمی منجر می‌شود. نفوذ صنعت فرهنگ‌سازی بر مصرف‌کنندگان از طریق سرگرمی ایجاد می‌شود. کل جهان ساخته شده‌است تا از غربال صنعت فرهنگ‌سازی گذر کند. تمایز زندگی واقعی از فیلم‌های سینمایی هر روز دشوارتر می‌شود. این فیلم‌ها هیچ چیزی برای تخیل یا تأمل از سوی تماشاگر باقی نمی‌گذارند و لذا مخاطبان خود را وانمی‌دارند تا آنها را با واقعیت برابر شمارند.

هر گونه خودانگیختگی و توان تأمل در مصرف‌کننده رسانه‌های توده‌ای فلج شده‌است. هجوم بی وقفه واقعیت‌ها در این رسانه‌ها چنان است که فرصت تفکر پیوسته را از مصرف‌کننده سلب می‌کند. شیوه ساخت فیلم‌ها به گونه‌ای‌اند که به تماشاگر یاد می‌دهند که منتظر چه چیزی باشد: تماشاگران به صورت خودکار واکنش نشان می‌دهند. دریک کلام، اینک حتی صمیمی‌ترین واکنش‌های آدمیان اموری سراپا شیء‌واره‌اند. این شیء‌وارگی چنان بر زندگی روزمره آدمیان، در همه جوانب آن، سیطره یافته‌است که امکان هر نوع تأمل و تفکر و مقاومت را از بین برده‌است. آدورنو و هورکهایمر قائل به توان مقاومت افراد به میانجی کنش‌های آگاه نیستند. فقط با توسل به هنر و «دیالکتیک منفی» ممکن است بتوان مقاومتی صورت داد.

اگر از دیدگاه لوکاج و اصحاب مکتب فرانکفورت شیء‌وارگی و صنعت فرهنگ‌سازی سیطره عام دارد و امکان هر نوع مقاومت را از بین برده‌است، لویی آلتوسر، مارکسیست ساختارگرای فرانسوی، نیز امکان هر نوع مقاومت در برابر ایدئولوژی و دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت را منتفی می‌داند. البته دیدگاه آلتوسر بیرون از



چارچوب مارکسیسم هگلی لوکاخ و مکتب فرانکفورت قرار می‌گیرد و لذا با دیدگاه‌های آنها تفاوت بسیار دارد. او مفهوم شیء‌وارگی و مفهوم ملازم با آن یعنی از خود بیگانگی را چندان نمی‌پسندد، زیرا معتقد است که این مفاهیم نوعی «ذات انسانی» را پیش فرض می‌گیرند و مدعی‌اند که این ذات دستخوش بیگانگی شده است. این اعتقاد آلتوسر ناشی از «ضد اومانیزم» بودن اوست و تاریخ‌گرایی را نیز قبول ندارد و لذا نظریه ایدئولوژی خود را بر این مبانی استوار ساخته است (ایگلتون: ۱۳۸۱، ۲۱۲).

نظریه ایدئولوژی آلتوسر حاکی از نقد الگوی زیربنا/روینا و دفاع از الگوی «تعیین چندجانبه^۱» است. او با این عقیده قدیمی مخالف است که زیربنای اقتصادی جامعه کل روبنای فرهنگی را تعیین می‌کند. از نظر آلتوسر، ایدئولوژی مجموعه‌ای ایستا از عقاید اعمال شده بر طبقه فرودست توسط طبقات حاکم نیست، بلکه روندی پویاست که پی در پی در عمل باز تولید یا بازسازی می‌شود. «در عمل» یعنی آن گونه که مردم فکر می‌کنند، رفتار می‌کنند، و خود و روابطشان با جامعه را می‌فهمند (فیسک: ۱۳۸۱، ۱۱۹). عمده‌ترین مفهوم آلتوسر در نظریه ایدئولوژی عبارت است از «دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت» یعنی نهادهایی همچون خانواده، نظام آموزشی، زبان، رسانه‌های گروهی، نظام سیاسی و اجزای آن. کارکرد اصلی این نهادها، برخلاف دستگاه‌های سرکوبگر دولت، این است که در مردم این میل را ایجاد می‌کنند که به شیوه‌های مقبول اجتماعی، فکر و رفتار کنند. هریک از نهادها «نسبتاً خودمختار» است و هیچ ارتباط آشکاری بین آن نهاد و سایر نهادها وجود ندارد. فی‌المثل، نظام حقوقی فاقد هر نوع ارتباط آشکار با نظام آموزشی یا رسانه‌های گروهی است.

به اعتقاد آلتوسر، نهادهای جامعه سرمایه‌داری به رغم خودمختاری ظاهریشان جملگی کارکرد ایدئولوژیک مشابهی انجام می‌دهند: همگی مردسالارانه‌اند، در پی به دست آوردن ثروت و حفظ منافع خویشانند و بر رقابت بین افراد تأکید می‌ورزند. مهم‌تر از همه این ویژگی‌ها، عمده‌ترین خصلت دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت این است که همگی خود را به لحاظ اجتماعی بی‌طرف جلوه می‌دهند، به نحوی که گویی طبقه‌ای را بر طبقه دیگر مرجح نمی‌دانند. با این همه، آلتوسر معتقد به تعیین چندجانبه این نهادهاست، یعنی یک شبکه تعیین چندجانبه ایدئولوژیک مناسبات متقابل بین آنها حاکم است. به بیان دیگر، این نهادها گرچه در سطح رسمی و آشکار خودمختارند، اما در سطح ایدئولوژی هر نهاد توسط شبکه مکتوم پیوندهای درونی ایدئولوژیک به تمام نهادهای دیگر مرتبط می‌شود. به همین دلیل، فی‌المثل، نظام آموزشی نمی‌تواند داستانی درباره سرشت فردی

1- over-determination

بگوید که با آنچه توسط نظام حقوقی، نظام سیاسی و خانواده گفته می‌شود، متفاوت باشد. بنابراین، از دید آلتوسر ایدئولوژی مجموعه‌ای از عقاید ایستا نیست که به واسطه آن، جهان را نظاره کنیم، بلکه عملکرد اجتماعی پویایی است که دائماً جریان دارد و در حال بازتولید خود در طرز عمل روزمره این دستگاه‌هاست. بر مبنای این تعریف، آلتوسر نقش بسیار مهمی برای ایدئولوژی قایل است: ایدئولوژی به سوژه‌ها شکل می‌بخشد. از نظر او سوژه اساساً محصول فرهنگ است. فرایند سوژه‌شدن ما، در ایدئولوژی رخ می‌دهد و هیچ راهی برای فرار از انقیاد ایدئولوژی وجود ندارد. ما صرفاً «سوژه‌هایی در ایدئولوژی» هستیم. سوژه بر ساخته‌ای اجتماعی است نه طبیعی. کسی به لحاظ زیست‌شناختی زن است، می‌تواند ذهنیتی مردانه داشته باشد.

ایدئولوژی بر مبنای مکانیسم «استیضاح»^۱ سوژه‌ها را فرامی‌خواند و به آنها تشخیص و تفرد می‌بخشد. هنجارهای ایدئولوژیک در عملکرد دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت نه فقط درک ما از جهان بلکه همچنین درک ما از خودمان، از هویت‌مان و از ارتباطاتمان با دیگران و به طور کلی، با جامعه را شکل می‌دهد. به طور کلی، دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت در نظریه آلتوسر، درست مانند صنعت فرهنگ‌سازی آدورنو و هورکهایمر، در پی دسترسی به یک هدف هستند و آن طبیعی جلوه‌دادن منافع و نگرش‌های طبقات دارای قدرت اجتماعی است. اگر بخواهیم نظریه آلتوسر را درباره ایدئولوژی را خلاصه کنیم باید بگوییم که ایدئولوژی در نظر او واجد سه ویژگی اصلی است: ۱- ایدئولوژی مظهر روابط خیالی با شرایط واقعی وجودشان است، ۲- ایدئولوژی، هستی مادی دارد یعنی همواره در کردارها و عملکردهای دستگاه‌های ایدئولوژیک وجود دارد و ۳- ایدئولوژی به عنوان سوژه فرا می‌خواند. بر این اساس، از نگاه آلتوسر سیطره ایدئولوژی تمام و کامل است و امکان هیچ نوع مقاومتی در برابر آن وجود ندارد.

تا اینجا، فصل مشترک لوکاج و اصحاب مکتب فرانکفورت و لویی آلتوسر اعتقاد به سیطره تام بورژوازی و عدم امکان مقاومت در برابر آن بوده است. دست کم همگی معتقدند که زندگی روزمره افراد در عصر مدرن سرپایه‌ای است که تحت سیطره ایدئولوژی است و از بطن این زندگی امکان زایش مقاومت منتفی است.

اما برخلاف این متفکران، آنتونیو گرامشی متفکر مارکسیست ایتالیایی و واضع مفهوم هژمونی معتقد است که هژمونی همواره مستلزم مقاومت است. بارزترین تفاوت گرامشی با متفکران قبلی در واقع همین اعتقاد او به

مقاومت است. نظریه هژمونی گرامشی که مبنای کار ما در این نوشتار است به طور خلاصه چنین است: برتری و تفوق یک گروه اجتماعی به دو شیوه متجلی می‌شود، یکی به شکل سلطه و دیگری به شکل رهبری فکری و اخلاقی. در واقع، شرط ضروری کسب قدرت توسط یک گروه اجتماعی این است که قادر به هدایت و رهبری گروه‌های خویشاوند باشد. چنین گروهی به محض در دست گرفتن قدرت، سلطه پیدا می‌کند یعنی بر گروه‌های متعارضی تسلط می‌یابد که قصد تصفیه آنها یا مغلوب کردن آنها را حتی از طریق زور نظامی دارد. گروه پیاد شده، حتی بعد از در دست گرفتن قدرت نیز باید نقش رهبری را ادامه دهد. به بیان دیگر، این گروه قبل از به دست گرفتن سلطه، واجد نوعی «هژمونی سیاسی» است که بعد از قدرت گرفتن، نیز آن را اعمال می‌کند و صرفاً بر قدرت و نیروی مادی‌ای که موقعیت حکومتی به او می‌بخشد اکتفا نمی‌کند.

به اعتقاد گرامشی، مشخصه اصلی اعمال هژمونی توسط رژیم پارلمانی ترکیبی از زور و رضایت است. این دو عنصر یکدیگر را تعدیل می‌کنند. در این رژیم‌ها همواره تلاش می‌شود که این اطمینان ایجاد شود که زور اعمال شده مبتنی بر رضایت اکثریت است. این رضایت اغلب توسط ارگان‌های افکار عمومی - روزنامه‌ها و تشکل‌ها و، که خود در برخی از مواقع دستکاری و مخدوش می‌شوند، اعلام می‌شود (Gramsci: 1971, 80).

از دیدگاه گرامشی، اعمال هژمونی همواره بر این اصل مبتنی است که منافع و علایق گروه‌های تحت هژمونی باید مورد توجه قرار گیرد، یعنی گروه حاکم باید امتیازاتی اقتصادی بدهد. اما این امتیازات، اصولاً هر نوع مصالحه بین گروه حاکم و گروه‌های فرودست، نباید در مسایل اساسی باشد زیرا هژمونی اگرچه امری اخلاقی - سیاسی است باید واجد سوبه‌ای اقتصادی باشد و بر امور محوری فعالیت‌های اقتصادی تکیه کند (Gramsci: 1971, 161).

گروه حاکم با تکیه بر ایدئولوژی خاصی نوعی هم‌صدایی در اهداف سیاسی و اقتصادی و همچنین نوعی وحدت فکری و اخلاقی ایجاد می‌کند و بدین ترتیب هژمونی خود را بر سایر گروه‌ها تثبیت می‌کند. این گروه دست به تبلیغ و ترویج این ایده می‌زند که رشد و توسعه او معادل رشد و توسعه توان‌های ملی است. به بیان دیگر، نوعی پیوند انضمامی بین گروه حاکم و منافع گروه‌های فرودست ایجاد می‌گردد، و این ایده ترویج می‌شود که دولت چیزی نیست مگر شکل‌گیری و انحلال تعادل‌های ناپایدار بین منافع گروه حاکم و منافع گروه‌های فرودست.

نکته آخر اینکه هر نوع رابطه هژمونی ضرورتاً رابطه‌ای آموزشی است. گرامشی برای تبیین این نکته به تحلیل رابطه بین گروه‌های اجتماعی و روشنفکر می‌پردازد. او معتقد است که گروه اجتماعی، که با ایفای نقشی در حوزه تولید اقتصادی متولد می‌شود، در کنار خود قشر یا اقشاری از روشنفکران را پدید می‌آورد. این قشر روشنفکر کارکردش این است که به آن گروه انسجام و همگونی می‌بخشد و آن را از نقشی که در عرصه‌های اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی دارد آگاه می‌سازند. کارفرمای سرمایه‌داری در کنار خود تکنسین صنعتی، متخصص اقتصاد سیاسی، و سازمان‌دهندگان یک فرهنگ جدید و یک نظام حقوقی جدید را پرورش می‌دهد (Storey: 1996, 212).

بر همین سیاق، گروه حاکم نیز تلاش می‌کند تا هم به جذب ایدئولوژیک روشنفکران سنتی و هم به تربیت روشنفکران ارگانیک خاص خود بپردازد. از نگاه گرامشی، به موازات کوشش برای تعمیق و توسعه حوزه تفکر فرد در عصر مدرن، کوشش برای تنگ‌تر کردن دایره متخصصان نیز صورت گرفته است. این را می‌توان در نهادهای آموزشی در تمام سطوح مشاهده کرد. در یک کلام، روشنفکران همان معاونان گروه حاکم‌اند که در خدمت تثبیت هژمونی اجتماعی و حاکمیت سیاسی هستند.

بر مبنای نکات فوق می‌توان نظر گرامشی درباره دولت را در موارد زیر خلاصه کرد:

(۱) هر دولتی، مادام که یکی از مهم‌ترین کارهایش تعلیم و تربیت مردم بر اساس نوع خاصی از اخلاق و فرهنگ است، موجودی اخلاقی است. این اخلاق و فرهنگ منطبق با منافع طبقه حاکم است (Gramsci: 1971, 258).

(۲) دولت نه فقط «رضایت» مردم برایش مهم است بلکه می‌کوشد آن را از طریق تشکل سیاسی و سندیکائی آموزش دهد (Ibid, 259).

(۳) امروزه دولت به یک «آموزش دهنده» بدل شده است. هدف دولت همواره خلق انواع جدیدتر و متعالی‌تر فرهنگ و سازش دادن فرهنگ و اخلاقیات مردم با توسعه دایمی دستگاه اقتصادی دولت است. به طور کلی، از نظر گرامشی جامعه عرصه‌ای از روابط قدرت بین گروه‌های اجتماعی مختلف است که هر بار یکی از آنها قادر به کسب هژمونی می‌شود و آن را با تکیه بر آموزش با استفاده از ابزار دولت بر دیگر گروه‌ها اعمال می‌کند. آنچه گرامشی را از متفکران قبلی جدا می‌کند این استدلال اوست که روابط فرهنگی و

ایدئولوژیک بین طبقه حاکم و طبقات فرودست کمتر بر «سلطه» اولی بر دومی، بلکه عمدتاً بر مبارزه برای کسب «هژمونی»، یعنی به دست گرفتن رهبری اخلاقی و فرهنگی و فکری سیاسی کل جامعه، مبتنی است. نظریه هژمونی گرامشی حاوی درک متفاوتی از کشمکش‌های فرهنگی و ایدئولوژیک است. برخلاف متفکران قبلی که معتقد بودند فرهنگ و ایدئولوژی بورژوازی می‌کوشد فرهنگی ایدئولوژیک طبقات فرودست را نابود سازد و خود به تجربه فرودستان شکل بدهد.

گرامشی بر آن است که بورژوازی فقط به شرطی می‌تواند به طبقه‌ای هژمونیک و رهبری جامعه بدل شود که ایدئولوژی بورژوازی قادر باشد جایی برای ارزش‌ها و فرهنگ‌های طبقات رقیب باز کند. هژمونی بورژوازی نه از طریق نابودسازی فرهنگ طبقه کارگر بلکه از طریق پیوند فرهنگ طبقه کارگر با بورژوازی حفظ می‌شود. به همین دلیل، از دید گرامشی فرهنگ عامه، فرهنگی سراپا یکدست و بورژوازی نیست بلکه ترکیبی از عناصر فرهنگی و ایدئولوژیک طبقات متفاوت است (Bennt: 1986 به نقل از Storey: 1996, 221). مفهوم هژمونی گرامشی به فرایندی اشاره دارد که بر مبنای آن حاکم می‌کوشد با ارزش‌های طبقات رقیب گفتگو کند و بدین وسیله رهبریش را تحکیم نماید. آنچه در پی این فرایند حاصل می‌شود «مدلی توافقی»^۱ از فرهنگ و ایدئولوژی طبقه حاکم است. سخن کوتاه، از نگاه گرامشی فرهنگ عامه‌پسند نه عرصه فاسدشدن مردم از حیث فرهنگی است و نه عرصه «تحقق نقش» آنها، بلکه حوزه‌ای از روابط قدرت است که توسط همین فشارها و گرایش‌های متضاد شکل می‌گیرد.

مصرف و مخاطب

پس از مفهوم هژمونی، مفاهیم «مصرف»^۲ و «مخاطب»^۳ در این نوشته واجد بیشترین اهمیت هستند. شرح و ایضاح این دو مفهوم به این دلیل لازم است که هم سبب روشن‌تر شدن موضع نوشته می‌شود و هم زمینه را برای ارائه چارچوب نظری فراهم می‌سازد. تقریباً در تمام نظریه‌هایی که درباره فرهنگ عامه‌پسند صورت‌بندی شده‌اند مفهوم مصرف محوریت داشته است. در یک تقسیم‌بندی ساده می‌توان نظریه‌های مربوط به مصرف را به سه دسته تفکیک کرد:

(الف) نظریه‌هایی که مصرف‌کننده را منفعل فرض می‌کنند و مصرف را نوعی دستکاری از ناحیه قدرت

- 1- Negotiated version
- 2- Consumption
- 3- Audience

می‌پندارد.

(ب) نظریه‌هایی که مصرف را وسیله‌ای برای ایجاد ارتباط فرض می‌کنند. مصرف در اینجا نوعی هم‌چشمی، رقابت، ایجاد ارتباط و تولیدکننده معانی اجتماعی است.

(ج) نظریه‌هایی که مصرف را نوعی تولید ثانویه می‌دانند. مصرف‌کننده با کردار مصرف دست به ابداعاتی می‌زند که در نتیجه آن اراده به زیر کشیده می‌شود.

شرح و بسط این نظریات متفاوت به صورت مفصل در اینجا نه ممکن است و نه مطلوب. اما شرح موجز آنها لازم است. نظریه‌های دسته اول که بر مصرف انفعالی تأکید می‌ورزند، منکر هر نوع خلاقیت و اختیار و فردیت در کردار مصرف هستند. نظریه‌پردازان مکتب فرانکفورت در این عرصه سرآمدند. آنها بیش از هر چیز بر یکدست شدن فرهنگ به واسطه مصرف یکنواخت و پیش‌بینی پذیر تأکید کردند. مثلاً مارکوزه معتقد بود که محصولات صنعت فرهنگ‌سازی با خلق نیازهای کاذب مانع شکل‌گیری نیازهای راستین می‌شود. از دید آنها کالاها و محصولات بسته‌بندی شده برای ایجاد و دریافت پاسخ‌های معین کدگذاری شده‌اند. در جامعه مبتنی بر صنعت فرهنگ‌سازی با تجربه‌های زنده روبرو نیستیم؛ خوردن غذاهای آماده، توره‌های مسافرتی برنامه‌ریزی شده و تماشای ورزش در تلویزیون نمونه‌هایی از این امر هستند (باکاک: ۱۳۸۱، ۷۶).

از نظر کسانی مانند استوری در سنت لاکان نیز مصرف‌کننده منفعل است و مصرف عملی انفعالی است. او معتقد است که در این سنت «ایدئولوژی مصرف‌گرایی» همانند «ایدئولوژی رمانس» است. همان‌طور که عشق در نظر رمانتیک‌ها مکمل ماست، مصرف نیز دال بر عدم کامل بودن ماست. در هر دو ایدئولوژی، عنصر مفقود شده‌ای به نام «بدن مادر» وجود دارد. (Storey: 1996, 114-115).

دلوز و گاتاری نیز در اثرشان با عنوان «ضد ادیپ»، که به تحلیل ساختاری روانی سرمایه‌داری جدید می‌پردازد، بر آنند که مردم ناگزیر از تبدیل شدن به اشیاء، ماشین‌هایی میل‌گر برای جور شدن با محصولاتی هستند که صنایع سرمایه‌داری تولید کرده است و از آنان می‌خواهد که این محصولات را بخرند (باکاک: ۱۳۸۱). به طور کلی، در نظریه‌های قایل به مصرف انفعالی، مصرف‌کنندگان فاقد هر نوع خلاقیت و عاجز از هر نوع مقاومت در برابر سیطره بلامنازع فرهنگ عامه‌پسند تلقی می‌شوند.

نظریه‌های دسته دوم فرض را بر این می‌نهند که مصرف، شیوه‌ای از ارتباط و خلق معناست. شاید در این زمینه، گئورگ زیمل پیشرو باشد. او در تحلیل شهر برلین پایان قرن نوزدهم بر آن است که در گمنامی زندگی

شهری، بورژوازی جدید از الگوهای خاص مصرف برای نمایش فردیت خود بهره می‌برد. به نظر او در جامعه جدید فرد از یک طرف آزاد است و فردیتش شکل می‌گیرد و از سوی دیگر خود را در حصار جامعه احساس می‌کند. در چنین وضعیتی شیوه خاص مصرف‌کردن راهی برای بیان خود در رابطه با دیگران است. مصرف راهی برای اثبات خود و حفظ اقتدار فردی است. افراد از طریق مصرف و مد، نوعی فردگرایی جعلی ایجاد می‌کنند. او در مقاله «کلان شهر و حیات ذهنی» می‌نویسد:

«پیچیده‌ترین مسایل زندگی مدرن از ادعای فرد برای حفظ استقلال و فردیت هستی‌خویش در برابر نیروهای سهمگین اجتماعی و میراث تاریخی و فرهنگ بیرونی و فن زندگی ناشی می‌شود. پرسش درباره معنای زندگی جدید و محصولات آن درباره روح به اصطلاح کالبد فرهنگی، باید در جستجوی حل معادله‌ای باشد که ساختارهایی نظیر کلان شهر میان فرد و محتواهای فرا فردی برقرار کرده است. چنان پرسشی باید به این سؤال پاسخ گوید که چگونه شخصیت، خود را با نیروهای بیرونی سازگار می‌کند.» (زیمیل: ۱۳۷۲، ۵۴-۵۳).

داگلاس و ایشرود نیز نوعی پیوند بین مصرف و کالاهای نمادین برقرار کردند. از دید آنها، کالاها ابزاری نمادین برای ایجاد ارتباط با دیگران هستند. هرچند کالاها فی‌نفسه و بی‌طرف‌اند، استفاده از آنها امری اجتماعی و هدفمندانه است. عمده‌ترین کارکرد مصرف به مثابه ارتباط، ظرفیت معناسازی آن است (Storey: 1996, 44). پیر بوردیو نیز مصرف فرهنگی را نوعی خلق ارتباط می‌داند. کارکرد مصرف ایجاد تمایز اجتماعی است. به نظر او، مصرف قلمرو معناداری از تنازع بین و درون طبقات است.

اما دسته سوم نظریات که مبنای نظری پژوهش حاضر را نیز فراهم می‌سازد اساساً کردار مصرف را به مثابه ابزاری جهت مقاومت فرض می‌کنند. از این دیدگاه، مصرف نوعی تولید ثانویه است. محصولات فرهنگی گرچه از پیش کدگذاری شده‌اند، مصرف‌کننده بر اساس کدهای خاص خودش، آنها را مصرف می‌کند و به همین دلیل در مقابل هژمونی مقاومت می‌ورزد. تحقیقات دوسرتو پیرامون شیوه‌های تجربه‌کردن زندگی روزمره مبین آن است که مشخصه اصلی زندگی روزمره به عنوان عرصه مصرف، نوعی خلاقیت است که به وضعیت خلق شده توسط دیگران واکنش نشان می‌دهد. این خلاقیت چیزی جز عمل مصرف مجدد و ترکیب دوباره مواد ناهمگن نیست.

از نگاه دوسرتو، مصرف کردن یعنی «ساختن» و ساختن نیز نوعی تولید پنهان است. مصرف‌کننده قواعد مسلط را رد نمی‌کند بلکه کاربردشان را دگرگون می‌سازد. از نظر او قلمرو فرهنگ، عرصه تضاد مستمر (البته

خاموش و نامریی) بین استراتژی قدرت و تاکتیک‌های مصرف فرهنگی است. مصرف در نظر او اساساً شکلی از تولید است. از نظر دوسرتو مطالعه بازنمایی‌های جامعه و شیوه‌های رفتار کافی نیست. برای مثال، تحلیل تصاویری که توسط تلویزیون پخش می‌شوند (بازنمایی) و زمانی که تماشاگران صرف نگاه کردن به آن تصاویر می‌کنند (رفتار) می‌بایست با مطالعه آنچه مصرف‌کننده فرهنگی در طی این زمان با این تصاویر می‌سازد، همراه شود (De Certeau: 1998, 484).

جان فیسک نیز در مطالعاتش راجع به فرهنگ عامه‌پسند و به ویژه تلویزیون، فرض را بر عنصر خلاقیت و ابداع و مقاومتی می‌نهد که در بطن زندگی روزمره و در کردار مصرف نهفته است. به اعتقاد او آنچه توزیع می‌شود کالاهایی کامل شده نیست، بلکه کالاها فقط در دست مصرف‌کننده‌ها کامل و تولید می‌شوند. هر کنش مصرف، نوعی کنش تولید فرهنگی است زیرا مصرف همواره تولید معناست. او صریحاً می‌نویسد:

«من بر ضد آن نظریه‌ای استدلال می‌کنم که می‌گوید صنعت فرهنگ‌سازی محصولاتی فقط به ظاهر متنوع تولید می‌کند زیرا این تنوع توهم‌آمیز است و این محصولات جملگی در راستای حمایت و تقویت ایدئولوژی سرمایه‌داری هستند. بر مبنای این نظریه قدرت فریب‌آمیز صنعت فرهنگ‌سازی به قدری زیاد است که مردم نمی‌دانند در هنگام مصرف کردن و لذت بردن از یک کالای فرهنگی دقیقاً مشغول انجام عملی ایدئولوژیک هستند.» (Fisk: 1994, 309).

از نظر جان فیسک مردم «کودن‌های فرهنگی» نیستند؛ آنها توده‌های منفعل و درمانده و ناتوان از تشخیص نیستند که در جهت منافع اقتصادی و فرهنگی و سیاسی صاحبان صنعت به کار گرفته شوند. در یک کلام از نظر فیسک آنچه موجب مقاومت است منافع متفاوت گروه‌های فرودست مصرف‌کننده از گروه‌های فرادست تولیدکننده است.

این شرح موجزی بود از تأملات و نظریه‌پردازی‌هایی که در باب مفهوم «مصرف» صورت گرفته بود. اینک به شرح مفهوم «مخاطب» می‌پردازیم. این دو مفهوم واجد همپوشی‌های معنایی فراوانند، اما به طور کلی اولی عام‌تر از دومی است. مسأله مخاطب در هر نوع مطالعه فرهنگ عامه‌پسند امری محوری است. محوریت این امر خصوصاً هم‌زمان با شروع مطالعات مربوط به تلویزیون تثبیت شده است زیرا بخش اعظم مطالعات مربوط به تلویزیون، اهمیت بسیاری برای مسأله مخاطبان قایل هستند.

در این مطالعات سؤالات گوناگونی راجع به تعریف مخاطبان، ترکیب و تنوع مخاطبان، و قدرت مخاطبان مطرح شده است. به طور مثال، آیا مخاطبان سوژه‌هایی خودآیین و فعال‌اند یا مصرف‌کنندگانی منفعل؟ آیا

مخاطبان همگون و یکدست هستند یا ناهمگون و متفاوت؟ آیا می‌توان آنها را بر اساس یک مؤلفه اجتماعی یا روانی واحد از قبیل طبقه، نژاد و یا ساده‌لوحی و انفعال و بدبینی تحلیل و فهم کرد؟ یا اینکه تنها متشکل از گروه‌های اجتماعی متعددی‌اند که نمی‌توان آنها را به ویژگی اجتماعی یا روانی واحدی از قبیل طبقه و نژاد یا ساده‌لوحی و انفعال و بدبینی تحلیل و فهم کرد؟ یا اینکه آنها متشکل از گروه‌های اجتماعی متعددی‌اند که نمی‌توان آنها را به ویژگی اجتماعی یا روانی فروکاست؟ و از همه مهم‌تر، آیا مخاطبان صرفاً پذیرنده رمزگان‌های تلویزیون هستند یا در برابر این رمزگان‌ها مقاومت می‌کنند؟

نظریه‌های متفاوتی بسته به مفروضات بنیادین‌شان درباره فرهنگ عامه‌پسند، پاسخ‌های متفاوتی به این پرسش‌ها داده‌اند. گرچه بررسی کامل این نظریه‌ها در اینجا ممکن نیست، نگاهی اجمالی به آنها برای روشن‌تر کردن رویکرد نوشته حاضر برای مخاطبان مفید است. معروف‌ترین رویکردها در این زمینه عبارتند از:

الف) «رویکرد تأثیرات»: این رویکرد که در دهه ۱۹۴۰ مطرح شد و طی دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ رایج بود، پیوند نزدیکی با نظریه فرهنگ توده‌ای درباره تلویزیون عامه‌پسند دارد و به طور خلاصه معتقد است که تلویزیون اثرات مشخص و نیرومندی بر افکار و کنش‌های مخاطبان، خواه در شکل فردی و خواه در شکل جمعی، اعمال می‌کند. تلویزیون مخاطبانش را هم به لحاظ روانی و هم از حیث اجتماعی کنترل می‌کند. تأثیرات تلویزیون بر مخاطبان به گونه‌ای است که خود مخاطبان متوجه نمی‌شوند که افکار و کنش‌هایشان دستکاری شده یا تغییر یافته است. انتقادات بسیاری به این رویکرد وارد است. مثلاً لوئیس نقدهای زیر را به این رویکرد وارد کرده است؛ نخست اینکه اثرات تلویزیون پیچیده‌تر از آن است که این رویکرد می‌گوید. نگاه کردن تلویزیون فرایندی پیچیده است و اغلب در کنار انجام کارهایی دیگر صورت می‌گیرد. دوم اینکه این رویکرد مخاطبان را موجوداتی منفعل می‌داند که به شکلی انفعالی معنای از پیش ساخته در پیام‌های تلویزیونی را جذب می‌کنند. بدین ترتیب، مسأله برساختن معنا توسط مخاطب به کلی نادیده گرفته می‌شود. سوم اینکه، این رویکرد تأثیر متغیرهای رابط یعنی زمینه اجتماعی را در نظر نمی‌گیرد و رابطه بین تلویزیون و مخاطب را به شیوه‌ای انتزاعی درک می‌کند (Lewis: 1990, 8-11). گاونتلت نیز معتقد است که این رویکرد بر نوعی ایدئولوژی محافظه‌کارانه پنهان مبتنی است (Gaonlett: 1998, 122-123).

1- effects approach

2- Gaunlett

(ب) «نظریه استفاده و ارضا»: اصلی‌ترین پرسشی که در این رویکرد مطرح می‌شود این است که مردم با رسانه‌ها چه کار می‌کنند؟ یعنی سنجش تأثیرات رسانه‌ای همچون تلویزیون بر اساس تجربه‌ها و نیازها و خواست‌های بینندگان صورت می‌گیرد. این رویکرد گرچه کاملاً نظری نیست، واجد دلالت‌هایی نظری است و با نظریه لیبرالی - پوپولیستی درباره جامعه سازگار است. بر مبنای این نظریه، در جوامع متکثر و دموکراتیک انواع گروه‌های اجتماعی رقیب وجود دارند که هیچ کدام قادر به سلطه بلندمدت بر گروه‌های دیگر نیستند. همین ساختار متکثر جامعه است که به بینندگان اجازه می‌دهد تا تلویزیون را برای ارضای نیازهایشان استفاده کنند. عمده‌ترین نقدی که به این رویکرد وارد است این است که نابرابری گروه‌ها در دسترسی به ثروت و قدرت و لذا به گفتمان‌ها را نادیده می‌گیرد. به بیان دیگر، این رویکرد فرض را بر این می‌نهد که شخص مخاطب بیرون از اجتماع و تاریخ قرار دارد و قادر به اعمال اراده آزاد خویش است. ایده مخاطب فعال، باید روشن سازد که این فعال بودن چگونه به لحاظ اجتماعی امکان‌پذیر است (Strinti: 2000, 186).

غیر از دو رویکرد رایج یاد شده، رویکردهای دیگری نیز همچون نشانه‌شناسی، نظریه رمزگذاری / رمزگشایی وجود دارند.

منابع:

منابع انگلیسی:

- Bennet, Tony (1986) **Popular Culture and the turn to Gramsci**, Open University Press.
- Corner, John (1990) **Nuclear Reactions**, London: John Libbey.
- De Certeau (1998) **The Practice of Every day life**, In John storey, **Cultural theory and popular Culture**, London: practice Hall.
- Fisk John (1994) **Television Culture**, Routledge, London.
- Gaontlett, D. (1998) **Ten things Wrong with the effects model**.
- Gramsci, (1971) **hegemony, Intellectuals and the State**; Selection from Prison Notebooks, London.
- Hodge, R, and Tripp, D. (1986) **Children and Television**, Cambridge: Polity Press.
- John storey, (1996) **Cultural Studies and the Studies of Popular Culture**: Theories and methods, Edinbury University Press.
- John storey, (1998) **Cultural theory and Popular Culture**, Prentice Hall.
- Morley, D. (1980) **The Nationwide Audience**, London, British Film Institute.
- Lewis, J. (1990) **Are you receiving me?** London, Rout ledge.
- Strinti, D (2000) **An Introduction to Studying Popular Culture**, Rout ledge.
- Seiter, Ellen (1998) **Television and New Media Audiences**, Oxford, Clarendon Press.

منابع فارسی

- آدورنو، تئودور و هورکمایمر، ماکس (۱۳۸۰)، صنعت فرهنگ‌سازی، ترجمه مراد فرهادپور، مجله ارغنون، شماره ۱۸.
- ابادری، یوسف (۱۳۷۷) خرد جامعه‌شناسی، تهران، انتشارات طرح نو.
- ابادری، یوسف (۱۳۸۰) رولان بارت و اسطوره و مطالعات فرهنگی، مجله ارغنون، شماره ۱۸.
- ایگلتون، تری (۱۳۸۱) ایدئولوژی، ترجمه عباسی مخبر، تهران، نشر آگه.
- باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، مصرف، ترجمه خسرو صبوری، تهران، نشر شیرازه.
- فیسک، جان (۱۳۸۱) فرهنگ و ایدئولوژی، ترجمه مزگان برومند، مجله ارغنون، شماره ۲۰.
- فیسک، جان (۱۳۸۰) فرهنگ تلویزیون، ترجمه مزگان برومند، مجله ارغنون، شماره ۱۹.
- لوکاج، جورج (۱۳۷۸) تاریخ و آگاهی طبقاتی، ترجمه محمد جعفر پوینده، تهران، نشر تجربه.
- هابر ماس، یورگن (۱۳۷۵) درهم تنیدگی اسطوره و روشنگری، ترجمه علی مرتضویان، مجله ارغنون، ۱۱ و ۱۲.
- هال، استوارت (۱۳۸۲) رمزگذاری و رمزگشایی در مطالعات فرهنگی، ترجمه نیما ملک محمدی، اداره کل پژوهش‌های سیما.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی