



سال هشتم / پاییز ۱۳۹۸

رسانه‌های جمعی و تأثیری شدن سیاست^۱

- لس بک و همکاران
- ترجمه مسعود زمانی مقدم^۲
- ایرج حق ندری^۳

چکیده

امروزه ابعاد فرهنگی سیاست بیش از پیش اهمیت یافته‌اند. ابعاد فرهنگی سیاست در کنار منابع دیگری که کنشگران سیاسی به آن‌ها متکی‌اند (از جمله پول، ارتباطات اجتماعی، دسترسی به رسانه‌ها یا دسترسی به بروکراسی دولتی) عمل می‌کنند. آن‌هایی که به منابع اساسی دسترسی بیشتری دارند قادر به انجام کنش‌های مؤثرتری هستند که توجه عمومی را جلب می‌کنند. ابعاد فرهنگی سیاست فرصت‌هایی برای کسانی فراهم می‌کند که از مرکز قدرت فاصله دارند. این افراد و گروه‌ها می‌توانند مهارت‌های فرهنگی را توسعه داده و از این مهارت‌ها در محیط فرهنگی بهره بگیرند. به‌علاوه، پیشرفت‌های رسانه‌ای تمایز میان فضای عمومی و خصوصی را از بین برده‌اند و زندگی خصوصی کنشگران سیاسی را به موضوع‌هایی شخصیتی تبدیل کرده‌اند که تأثیر بسیاری بر اقبال سیاسی‌شان دارد. در نتیجه، کنشگران سیاسی ماهرانه رویدادهای سیاسی را به‌گونه‌ای نمایشی سازمان می‌دهند تا بر اقتدار مشروعشان بیافزایند. از این نظر، سیاست همچون تئاتر است؛ سیاست به‌گونه‌ای فزاینده و به‌واسطه رشد اهمیت رسانه‌های جمعی در حال تأثیری شدن است.

واژگان کلیدی: فرهنگ، سیاست، رسانه، انتخابات، تبلیغات سیاسی

^۱ این مقاله ترجمه فصلی از کتاب زیر است:

Les Back, Andy Bennett, Laura Desfor Edles, Margaret Gibson, David Inglis, Ron Jacobs, Ian Woodward (2012). *Cultural Sociology: An Introduction*. Wiley-Blackwell. Pp.107-120.

^۲ پژوهشگر مهمان در دانشگاه واخنینگن هلند، masoud.zanimoghdam@wur.nl

^۳ دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی، دانشگاه خوارزمی، Irajnadri@ymail.com

مقدمه

در حین مبارزه انتخاباتی ریاست جمهوری ایالات متحده در سال ۲۰۰۸، باراک اوباما با جو ورزلباچر^۱، یک لوله‌کش در اوهایو، روبه‌رو شد. ورزلباچر به اوباما گفت که برای خرید سهم لوله‌کشی شریک خود برنامه‌ریزی کرده است ولی درباره تأثیر طرح مالیاتی اوباما بر تصمیمش نگرانی دارد. این دو در جلسه‌ای کوتاه با حضور دوربین‌های خبری، که کاملاً این بحث را پوشش می‌دادند، درباره مالیات‌ها و سیاست‌های عمومی گفتگو کردند. این گفتگو برخوردی دوستانه بود و به اندازه اغلب رویدادهای سیاسی، نمایشی نبود.

سه روز بعد، در مناظره نهایی ریاست جمهوری، رقیب اوباما، جان مک‌کین، در پنج دقیقه اول بحث خود به قضیه «ورزلباچر لوله‌کش» اشاره کرد و در طی رقابت عصر نیز ۲۲ بار این قضیه را تکرار کرد. در واقع، قضیه ورزلباچر لوله‌کش به اهرمی در دست مک‌کین برای فشار نهایی در مبارزه انتخاباتی تبدیل شد؛ به‌عنوان یک نماد^۲ که نشان می‌دهد به چه دلیل ریاست جمهوری اوباما برای آمریکا عواقب نامطلوبی در پی خواهد داشت. در واقع، مک‌کین و معاونش تقریباً در همه تجمع‌های مبارزاتی، قضیه ورزلباچر لوله‌کش را پیش می‌کشیدند. ورزلباچر همراه با مک‌کین در دو ستاد انتخاباتی در اوهایو حاضر شد و مک‌کین در یکی از این ستادهای انتخاباتی به حضار اعلام کرد که «شما همه ورزلباچر لوله‌کش هستید».

مجموعه‌ای از تبلیغات ستاد انتخاباتی مک‌کین، توسط طیف متفاوتی از آمریکایی‌های معمولی که جلوی دوربین اعلام می‌کردند؛ «من ورزلباچر لوله‌کش هستم»، طرح‌های اقتصادی اوباما را در رابطه با موضوع مالیات موردانتقاد قرار می‌دادند. اما در واقع، نماد «ورزلباچر لوله‌کش» به‌تنهایی در کنترل ستاد مک‌کین نبود. حواشی اخبار در سراسر کشور به کندوکاو زندگی‌نامه ورزلباچر می‌پرداختند و لابه‌لای دیگر موضوع‌ها گزارش می‌دادند که او قبل از اجرای مالیات، مالک بود و اینکه او واقعاً یک لوله‌کش مجاز نبوده است. اغلب گزارش‌های خبری-تحلیلی اشاره می‌کنند که ورزلباچر واقعاً تحت اجرای طرح مالیاتی اوباما مشمول مالیات بیشتری نمی‌شده است و در واقع او احتمالاً از پرداخت مالیات نیز معاف می‌شده است. اشارات مک‌کین به

1. Joe Wurzelbacher

2. symbol

«ورزلباچر لوله‌کش» در نمایش‌های کم‌دی سیاسی نظیر زندگی شنبه‌شب^۱، گزارش کولبرت^۲ و نمایش روزانه با جان استیوارت^۳ هجو می‌شد. ورزلباچر خودش نیز زمینه فرارفتن از کنترل مک‌کین را فراهم می‌کرد. در حین محبوبیت کتابش، ورزلباچر لوله‌کش، مبارزه برای رویای آمریکایی، ورزلباچر فاش کرد که او تمایل نداشته است که مک‌کین نامزد نهایی حزب جمهوری‌خواه برای ریاست جمهوری شود. و اینکه او گمان می‌کرد مک‌کین کوچک‌تر از دو شیطان‌صفت دیگر (رقیبان مک‌کین) بوده است. ورزلباچر انتقادهایش از مک‌کین را در طی سال ۲۰۰۹ در یک مجموعه بیانیه در کنفرانس‌های محافظه‌کار سیاسی ادامه داد. حتی در یک تذکر اعلام کرد که حزب جمهوری‌خواه را ترک کرده است.

ما چگونه این سلسله از رویدادها را می‌فهمیم؟ چرا مک‌کین معتقد بود که استفاده از ورزلباچر لوله‌کش به‌عنوان نمادی برای نشان دادن خطاهای او، اما، از درگیر شدن در یک بحث عقلانی درباره توانایی طرح‌های خودش و نیز نقاط ضعف طرف مقابلش تأثیرگذارتر است؟ چرا او قادر نبود معنا (نتیجه) رقابت نمادین خودش را کنترل کند؟ و به‌طور کلی، چرا این راهبرد رقابتی شکست خورد؟

این مقاله طرح کلی شیوه‌های متفاوتی که در آن سیاست و فرهنگ در جامعه معاصر مداخله می‌کنند را به دست می‌دهد. ما با معرفی سه مفهوم اساسی که جامعه‌شناسی فرهنگی برای مطالعه سیاست استفاده می‌کند، آغاز می‌کنیم. کنشگران سیاسی از نمادها به‌منظور پیوند مباحث و طرح‌های سیاسی‌شان به‌طور گسترده استفاده می‌کنند؛ اصول و روایاتی که انسجام جامعه را حفظ می‌کند و آن‌ها توسط انجام دادنشان امیدوارند که موضوع خاصی را با یک‌لایه معنای ضمنی نسبت به هویت‌های خاص مخاطبان مورد هدفشان القا کنند. آن‌ها همچنین این معانی را در کنش از طریق مناسک قرار می‌دهند؛ کنش‌هایی که این نمادها را مطالبه می‌کند. آن‌ها از نیروی احساسی استفاده می‌کنند و سعی می‌کنند خودشان را به این مناسک و کنش‌های نمادین علاقه‌مند کنند. افزون بر این، در قالب تلاش برای تولید و اجرای فرهنگی تأثیرگذار، آن‌ها می‌کوشند خودشان را به‌عنوان کنشگران قابل‌اعتماد و درست که با خیر عمومی برانگیخته می‌شوند، نشان دهند.

3. Saturday Night Live

1. The Colbert Report

2. The Daily Show with Jon Stewart

درعین حال، آن‌ها سعی می‌کنند رقیبان خود را به‌عنوان سیاستمدار بدبین، خودخواه و غیرقابل اعتماد جلوه دهند؛ کسانی که تنها به دنبال دستیابی به قدرت خودشان هستند.

پس از معرفی این مفاهیم اساسی، ما به شناسایی تفاوت‌های اصلی بین جامعه‌شناسی فرهنگی سیاست‌ها و دو رهیافت جایگزین برای مطالعه حیات سیاسی: جامعه‌شناسی سیاسی و مطالعات فرهنگی می‌پردازیم. جامعه‌شناسی سیاسی به ظرفیت و توانایی سازمانی دولت و روشی که در آن کنشگران غیردولتی ملزم می‌شوند منابع سازمانی را به‌منظور رقابت مؤثر برای قدرت و نفوذ سیاسی بسیج کنند، توجه خاصی دارد. مطالعات فرهنگی بر تلاش برای هژمونی^۱ و یا نفوذی که بین گروه‌های مسلط و تحت سلطه جامعه واقع می‌شود، تأکید دارد. هردوی این رهیافت‌ها سهم مهمی در فهم حیات سیاسی دارند. اما آن‌ها به ابزارهای بیشتری به‌منظور تبیین رویدادهایی مانند «ورزلباچر لوله‌کش» نیاز دارند. متناسب با آن ما سعی می‌کنیم که نشان دهیم چگونه جامعه‌شناسی فرهنگی می‌تواند این ابزار را فراهم کند.

در قسمت نهایی این مقاله، ما بررسی می‌کنیم که چرا وقایعی مثل قضیه «ورزلباچر لوله‌کش» در زندگی سیاسی رایج‌تر می‌شوند و نیز اینکه چرا کنترل کردن آن‌ها دشوار است. به‌عبارتی دیگر، ما می‌خواهیم بحثی را درباره افزایش اهمیت فرهنگ به‌عنوان یک ویژگی اصلی در نظام سیاسی مطرح می‌کنیم. اینجا دو تغییر مهم وجود دارد که نیازمند بررسی است. اول پیشرفت و افزایش رسانه‌هاست و این حقیقت که نظام سیاسی تمایل دارد که درون عامه متوسط و شکل‌های معمولی تعمق و تفکر رخ دهد. این به این معناست که سیاست‌ها لازم است به‌دقت برای گونه‌ای از مخاطبان هم‌شکل که معیارها و روال‌های خاص خودشان را برای تفسیر دارند، طراحی شوند. تغییر دوم افزایش سیاست‌های فرهنگی^۲ است که در آن تضاد سیاسی در ارزش‌ها، معانی و سبک‌های زندگی به‌جای طرح‌های عمومی سیاسی رخ می‌دهد.

نمادها، مناسک و عملکردها در زندگی سیاسی

در بیستم ژانویه ۲۰۰۹، باراک اوباما در دفترش به‌عنوان رئیس‌جمهوری ایالات متحده کار خود را آغاز کرد. سوگند پذیرش پُست کمتر از یک دقیقه طول کشید اما تشریفات و مراسم افتتاحیه یک ساعت زمان برد که شامل دعا، رژه، شعر و موسیقی می‌شد. بیش از یک‌میلیون

1. hegemony

2. Cultural politics

نفر در منطقه‌ای به وسعت سه کیلومتر در مرکز خرید ملی برای دیدن مراسم در ساعات اولیه، به‌طور فشرده‌ای، جمع شدند. میلیون‌ها نفر توسط تلویزیون یا اینترنت آنلاین در طی کار یا در خانه، نه‌تنها در آمریکا بلکه در سراسر جهان، مراسم را مشاهده می‌کردند. علاوه بر این، در افتتاح واقعی در حدود ۱۳ جشن همگانی ویژه و برنامه‌های غذایی متنوع که توسط هیئت افتتاحیه ریاست جمهوری با هزینه کلی بیش از ۳۰ میلیون دلار که برای شامل دو میلیون نفر بود، ارائه داشت. تقریباً ۵ میلیون دلار به‌تنهایی به حقوق اختصاص داده شد. نزدیک ۲۵ هزار مأمور اجرایی قانون از ۵۸ مرکز اجرای قانون فدرالی، ایالتی و محلی امنیت را برای رویدادها آماده کردند. سؤال واضح این است که چرا این‌همه جلب‌توجه؟ درواقع چرا رویداد افتتاحیه برگزار می‌شود؟ چرا مستقیماً برای ارائه اهداف سیاسی اوباما نظیر احیای اقتصاد یا اصلاح نظام مراقبت بهداشتی اقدام نمی‌شود؟

درحالی‌که در اولین نگاه اجمالی، رویدادهای افتتاحیه تجملاتی ممکن است مانند ائتلاف پول در نظر گرفته شوند. از نقطه‌نظر جامعه‌شناسی فرهنگی، چنین مناسکی یک جنبه مهم از زندگی اجتماعی و سیاسی هستند. مناسک^۱ بخشی از ارتباطات فرهنگی ساده‌شده و تکرار شده هستند (Alexander, 2006: 29). جشن‌های عروسی، خاک‌سپاری‌ها، جشن‌های فارغ‌التحصیلی، افتتاحیه‌های ریاست جمهوری، جشن تکلیف، همه رویدادهای آئینی انتقالی هستند. آن‌ها مختصراً یک ورزش باچرخ جدید برقرار می‌کنند. خارج از بیان اجتماعی قدیمی، در یک شکل جدید کارکرد انتقالی مشابه آن‌ها را می‌دهد. این نباید غافلگیرکننده باشد که همه این رویدادهای آئینی تمایل دارند که ترکیبی باشند از عناصر اساسی مشابه، سرودهای جمعی، دعاها، موسیقی و سوگندها. هر عنصر کمک می‌کند به تصدیق واقعیت جدیدی برای همه موضوع‌های مهم. مناسک در قالب سوگندها، هم در افتتاحیه ریاست جمهوری و هم در مراسم ازدواج به اوج خود می‌رسد. سوگند رسمی (یا بیان عهد ازدواج) لحظه‌ای اسرارآمیز مهمی است که در آن برگزارکنندگان (رئیس‌جمهور یا معاونش، شوهر یا زن) به قوانین جدیدشان متعهد می‌شوند. در این مراسم‌ها (یا جشن‌ها و رقص‌ها) که مرور کردیم تنها شاهد بر جشن گرفتن نیستند بلکه حمایت خود را از موضوع‌های آئینی تحسین‌شده اثبات می‌کند، همان‌طور که آن‌ها نقش‌های جدیدشان را به چالش می‌کشاند.

1. Rituals

به هر حال، افتتاحیه ریاست جمهوری نمودی^۱ از دموکراسی نیز است. این تنها یک جشن افتتاحیه نیست بلکه عملی کردن دموکراسی است، یعنی انتقال صلح‌آمیز و رسمی قدرت انتخاباتی که در آن مردم تصمیم می‌گیرند که چه کسی حکومت خواهد کرد. در این مراسم‌ها قدرت رسمی منتقل می‌شود و همچون آئینی است که از طریق آن مشروعیت عقلایی و قانونی تقویت می‌شود (Weber, 1958). چنین عملکردهایی به مشروعیت رهبران جدید و حکومت‌های جدید کمک می‌کند. تقریباً در هر انتخابات بسته‌ای، در واقع آئین افتتاحیه در محیط جمعی و عمومی بر این تأکید دارد که چگونه انتقال بدون خشونت قدرت اتفاق می‌افتد، این یکی از معانی اصلی دموکراسی و همچنین یک کارکرد مهم از خود آئین افتتاحیه است.

به‌طور خلاصه، در حالی که قدرت به توانایی انجام دادن خواسته‌های خود بدون توجه به مقاومت در برابر آن اشاره دارد، قدرت مقتدرانه از طریق احترام به جای اجبار تقویت می‌شود (Weber, 1958). در واقع، تاریخ سیاسی جهان پر از لحظاتی است که در آن نتایج انتخاباتی به رسمیت شناخته نشده‌اند و یا رهبران سابق حاضر به ترک مقام خود نبوده‌اند. در هر دو مورد آن‌ها از طریق خشونت یا رفتار خشونت‌آمیز قدرت را قبضه کرده‌اند. در مقابل، در یک دموکراسی، رهبران، رهبران سابق و عموم مردم همه با هم الزاماً برای شرکت در جشن پیروزی منتخب جدید نمی‌آیند ولی با توافق جمعی، اقتدار رهبری جدید را تصدیق و تأیید می‌کنند؛ یعنی تأیید قوانین دموکراتیک بازی. آئین‌های افتتاحیه تصدیق می‌کنند که تفاوت‌های سیاسی که ممکن است وجود داشته باشند، مهم نیستند، ما ملت دموکراتیکی هستیم و به رهبر جدید رأی بدهیم یا نه، او را می‌پذیریم. به‌عنوان یک مفسر بی‌طرف بیان می‌کنیم؛ نمادگرایی واقعاً اهمیت دارد.

اگر جامعه‌شناسی فرهنگی برای فهم مناسک عمومی از قبل برنامه‌ریزی شده مثل افتتاحیه‌ها بتواند به ما کمک کند، چگونه می‌تواند برای حوادث تصادفی‌تر نظیر واقعه «ورزلباچر لوله‌کش» به ما کمک کند؟ نخست این تصادفی نیست که رویدادی در طی یک عمل رقابتی برنامه‌ریزی شده رخ بدهد. به‌عبارتی دیگر، در طی یک رویداد آئینی توجه رسانه و عامه مردم قبلاً به آن جلب شده بود. در حین این آئین، معنای نمادینی که اوپاما سعی کرد بیان کند، این بود که «او مرد مردم است»، که او به ذهنیات و نگرانی‌های روزمره مردم آمریکا

1. performance

توجه داشت. به‌منظور اجرای مؤثر چنین آئینی البته اوباما واقعاً مجبور بود که در گفتگوهای غیررسمی و شفاهی روزمره آمریکایی‌ها شرکت کند. اما خطری از انواع حوادث رسانه‌ای وجود دارد که بر مبنای آن معنا می‌تواند توسط آن کسانی که دستور کار نمادین دیگری دارند مورد سوءاستفاده قرار گیرد (Dayan and Katz, 1992).

ورزلباچر اهداف فرهنگی ستاد انتخاباتی را تشخیص داد و از آن‌ها به‌منظور مطرح کردن مجموعه‌ای از معانی متفاوت استفاده کرد که می‌خواست مردم با اوباما همراه شوند. از نظر ورزلباچر، هدف تغییر شکل معانی حوادث توسط مطرح کردن این بود که سیاست‌های اقتصادی پیشنهادی اوباما به کسب‌وکارهای کوچک صدمه می‌زند که او (اوباما) واقعاً نگرانی‌ها و ارزش‌های کارگرهای یقه‌آبی در آمریکا را نمی‌فهمید. این روایت جایگزین، پایه‌ای در اعمال شکست‌خورده دیگر اوباما که قبل از رقابت انتخاباتی اتفاق افتاده، دارد. برای مثال، وقتی اوباما ۳۷ بار در رویداد رقابتی سال قبل شکست خورد، منتقدین از این حوادث به‌عنوان مدرکی که او در دسترس عموم مردم آمریکا نیست، استفاده کردند. این روایت جایگزین در طی یک سخنرانی اوباما که در سانفرانسیسکو ایراد شده بود، تقویت شد. در این سخنرانی او تلخ‌کامی کارگران شهرک‌های کوچک را در ایالاتی نظیر پنسیلوانیا و اوهایو موردانتقاد قرار داد. که او به‌عنوان وفاداران به گروه‌های خلاف‌کار و مذهبی توصیف کرد به‌جای اینکه به‌طور عملی و عقلانی با موقعیت آن‌ها روبرو شود. به‌بیانی‌دیگر، ورزلباچر نیاز نداشت که این معانی جایگزین درباره اوباما را از طریق تخریب‌یابی ایجاد کند. او قبلاً در محل حاضر بود برای تعریف اینکه چگونه عموم باید رویدادهای متنوع مربوطه را تفسیر کنند که زمینه رقابت سیاسی گسترده‌تر را شکل می‌دهند.

گرچه سیاست معمولاً تلاشی فراتر از معنا را در برمی‌گیرد. در هر حال، این به این معنا نیست که فرهنگ تنها موضوع سیاست است. پول، روابط اجتماعی، دستیابی رسانه‌ای و دیگر منابع مهم مادی را نیز شامل می‌شود. رهبران حکومت، شرکت‌های بزرگ، نخبگان و دیگر گروه‌های مسلط همه به منابع بی‌کرانی دسترسی دارند که در اختیار عامه مردم نیست. آن‌هایی که در قدرت هستند از منابع مادی‌ای که در اختیار دارند به‌منظور اجرای تصمیم‌های خود و تضمین اطاعت عامه مردم بهره می‌برند. همچنین عناصری وجود دارد که عامه مردم را از درگیر شدن در اعمال قدرت منع می‌کند. مانند تصمیم‌گیری که اغلب توسط گروه کوچکی از

افراد قدرتمند محدود می‌شود. نشست‌های راهبردی درهای بسته رایجی هستند همچون کلپ‌ها و شبکه‌هایی که تنها در دسترس قدرتمندان هستند. وقتی تصمیم‌هایی گرفته می‌شود آن‌ها توسط حضور پلیس تقویت می‌شوند، کارمندان و دیگر سازوکارهای امنیتی، اطاعت از زور را تضمین می‌کنند وقتی که با میل خود از دستورات اطاعت نکنند.

درحالی‌که کسانی که در قدرت هستند و منابع استفاده از زور را به‌منظور برآوردن خواسته‌هایشان دارند، ترجیح می‌دهند که قدرت را از طریق ایجاد اقتدار مشروع اعمال کنند. با **اقتدار مشروع**^۱ اعضای جامعه می‌پذیرند که تصمیم به نفع عامه مردم گرفته شود یا که افراد تصمیم‌ها را با انجام آن بگیرند و یا هر دو صورت. قدرت همراه با اقتدار مشروع بیشتر از قدرتی که به تنهایی از طریق زور اعمال می‌شود، مؤثرتر و کارآمدتر است. چون این نوع اعمال قدرت هزینه اجرا را کاهش می‌دهد و مخالفت و خشونت خیلی کمتری تولید می‌کند و ایجاد اقتدار مشروع همیشه یک موضوع فرهنگی است.

نگاه جامعه‌شناسی سیاسی و مطالعات فرهنگی درباره سیاست چگونه است؟

همان‌طور که در بالا ذکر شد، فعالیت‌های سیاسی با معنا برانگیخته می‌شوند. کنشگران سیاسی از نهادها و همچنین مناسک و اعمال فرهنگی به‌عنوان بخشی از تلاش برای قدرت خود استفاده زیادی می‌کنند. درواقع، این توجه به ابعاد فرهنگی سیاست به‌طور روزافزون در جامعه‌شناسی فرهنگی امروزی اهمیت پیدا می‌کند. طبق نظر کیت نش^۲ (۲۰۰۷) سخن گفتن از «جامعه‌شناسی سیاسی نوین» همان‌طور که گفته شد با فرهنگ و سیاست‌های فرهنگی ارتباط دارد.

با وجود این، درحالی‌که جامعه‌شناسی سیاسی فرهنگی تر جدیدی روبه‌رشد است، رهیافت‌های مسلط در جامعه‌شناسی سیاسی هنوز بر منابع مادی و ظرفیت سازمانی دولت متمرکز هستند. به‌عبارتی‌دیگر، همه جامعه‌شناسان سیاسی فرآیندهای فرهنگی را مطالعه نمی‌کنند. بنابراین جامعه‌شناسی سیاسی نوین که نش در مورد آن بحث کرده است اولین تلاش برای پرداختن درباره این موضوع است که چگونه هویت‌های فرهنگی تضادهای سیاسی و فرآیندهای سیاسی را شکل می‌دهند. پژوهشگران وابسته به مطالعات فرهنگی بریتانیایی تحت

1 legitimate authority

2 Nash, K

تأثیر نظرات گرامشی^۱ درباره هژمونی و تضاد گروهی به مطالعه مبارزه برای نفوذ بین گروه‌های مسلط و تحت سلطه در اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی پرداختند. قبل از چرخش توجه به چرایی اهمیت بیشتر فرهنگ در زندگی سیاسی ما ابتدا می‌خواستیم به دو رویکرد جایگزین برای مطالعه سیاست توجه کنیم. این مهم است که این چشم‌انداز سهم مهمی در ساختن این رویکرد جدید داشته است. در حال، ما همچنین می‌خواهیم نشان دهیم که چرا آن‌ها نمی‌توانند انواع سیاست‌های فرهنگی که از طریق رویدادی مثل ورزش باچر لوله‌کش روشن می‌شوند را تبیین کنند.

مطالعات فرهنگی بریتانیایی: فرهنگ، تفوق و جدل بر سر معنا

یکی از متمرثرترین راه‌های تفکر درباره سیاست و فرهنگ تأکید بر چگونگی تعریف جامعه از نظر گروه‌های رقیب بوده است؛ گرامشی این رقابت را به‌عنوان یک فرآیند هژمونی توصیف می‌کند. که شامل تلاش گروه‌های مسلط می‌شود که جهان‌بینی‌شان به‌عنوان عقل سلیم را به بقیه افراد جامعه القا می‌کنند. تا آنجا که گروه‌های مسلط این کار را به‌گونه‌ای کارآمد انجام می‌دهند، آن‌ها سیاست‌های عمومی جاافتاده آسان‌تری دارند که توسط آن منافع و مزایای خود را تقویت می‌کند. برای مثال، مالکان تجاری اگر بتوانند افراد را متقاعد کنند که مالیات بیشتری بپردازند منجر به بیکاری بیشتر می‌شود. لذا آن‌ها به تسلط بر سیاست‌های اقتصادی دست می‌یابند. هرچند آن‌هایی که در صنعت اتومبیل‌سازی هستند می‌توانند مردم را به این فکر وادارند که اتومبیل‌ها نمودی از آزادی فردی و هویت شخصی افراد هستند. در نتیجه، آن‌ها کار راحت‌تری در دستیابی به سلطه بر عرصه سیاست‌های حمل‌ونقل دارند. اگر مردم قانع شوند به اینکه جای زنان در خانه است سپس ایجاد یک سلطه مردانه در عرصه کار، سیاست و زندگی عمومی آسان‌تر می‌شود.

به‌جای یک دریافت یک‌بعدی از تأثیرات سیاسی، مفهوم هژمونی بر رقابت گروهی تأکید دارد. به‌عبارتی دیگر، درحالی‌که گروه‌های مسلط سعی می‌کنند که ایده‌هایشان از جهان را بر دیگر افراد جامعه تحمیل کنند، تلاش‌های آن‌ها از سوی گروه‌های رقیب به چالش کشیده می‌شود. گرامشی تأکید می‌کند که چگونه هر گروهی روشنفکران ارگانیک^۲ خود را دارد که

1 Gramsci

2 organic intellectuals

هدفشان القای عمومی جهان‌بینی آن گروه است. و جهان‌بینی‌های گروه‌های مخالف و رقیب را نقد می‌کنند.

درگیری بر سر نفوذ فرهنگی در زمینه‌ای نابرابر اتفاق می‌افتد. روشنفکران ارگانیک که جهان‌بینی گروه‌های مسلط را بیان می‌کنند شرایط بهتر و اقتدار بیشتری نسبت به روشنفکران گروه‌های دیگر دارند. این روشنفکران شرایط را برای گروه‌های ذینفع برای بحث‌های رسمی درباره مسائل اجتماعی و سیاست‌های عمومی آسان‌تر می‌کنند. بنابراین گروه‌های مسلط کنترل بهتری بر وسایل ارتباط جمعی به‌ویژه در حوزه رسانه‌های جمعی دارند. این باعث می‌شود که گروه‌های مسلط راحت‌تر از رسانه به‌منظور ایجاد **هراس‌های اخلاقی**^۱، رسوایی‌ها و سایر حوادث عمومی که تعادل در نفوذ بیشتری را در رابطه با منافع خاص خودشان برمی‌گرداند، استفاده کنند.

جایی که مطالعه رسانه و سیاست‌ها مورد توجه است. نبرد بر سر هژمونی کاملاً توسط استوارت هال و همکارانش بررسی شد. که در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ به‌عنوان یک رویکرد متمایز برای مطالعه سیاست و فرهنگ بسط یافت که با نام مطالعات فرهنگی بریتانیایی شناخته شد. در *سیاست‌گذاری بحران* (۱۹۷۸) هال و همکارانش پی بردند که توجه رو به رشد رسانه‌های بریتانیایی در طی دهه ۱۹۷۰ بر بحران‌های mugging دارد. اصطلاح mugging نه یک مفهوم قانونی است و نه اصطلاحی توصیفی که پیشینه‌ای در تاریخ انگلستان داشته باشد. بلکه این اصطلاح از آمریکا وارد شده بود و در آنجا توسط سیاستمداران و ژورنالیست‌ها برای توصیف جرائم شهری در محله‌های فقیرنشین و مکان‌هایی که مواد مخدر به‌طور فزاینده‌ای بخشی از فضای شهری را در بر گرفته بود، استفاده می‌شد. روزنامه‌نگاران بریتانیایی ابتدا این مفهوم را در داستان‌هایی درباره جرائم شهری آمریکا استفاده می‌کردند، اما آن‌ها نهایتاً به‌کار بردن این برچسب را در بریتانیا شروع کردند (Hall et al., 1978: 23).

هال و همکارانش استدلال می‌کنند که معرفی این داستان‌های mugging در خدمت طبیعی جلوه دادن ترس‌های نژادی و ایجاد هراس اخلاقی درباره جرائم شهری است که با نتایج سیاسی مهمی همراه است. در نشریات توجه به حوادث خشونت‌آمیز و هیجان‌انگیز مبتنی بر جرائم شهری جلب شد. درعین‌حال، اخبار به امتیازاتی که اجازه می‌دهد پلیس، قضات،

1. moral panics

سیاست‌مداران و جرم‌شناسان حوادث کوتاه‌مدت را تعریف می‌کنند، می‌پردازد. به‌طور گسترده‌ای، بحث درباره علل ممنوع شد و تأکیدها به سمت پایان یافتن الزام از بین رفتن بحران‌ها تغییر یافته‌اند. تأکید بر محله‌های محروم شهری به‌عنوان جامعه‌پذیری نابرابر محکومیت اخلاقی برای سیاهان با بریتانیایی‌های غیراصیل را تشویق می‌کرد. این دستاورد فرهنگی از پیوستگی طبقات کارگری بین‌نژادی برای شکل‌گیری حول مسئله بی‌کاری جلوگیری می‌کرد. نتیجه نژادی شدن جرائم و فقر شهری موقعیت مسلط ایجاد می‌کند که حساسیت‌های طبقه متوسط را به‌عنوان بهترین راه بررسی چالش‌های اقتصادی-سیاسی پیش روی پادشاهی بریتانیا در هر زمانی عادی می‌کند. به‌عبارتی دیگر، جرائم شهری به گروه‌های مسلط در پادشاهی بریتانیا اجازه می‌دهد که توجه به شکست دولت بریتانیا در حمایت از شهروندان در بحران اقتصادی را منحرف کند و به‌جای آن بر خشونت اخلاقی‌ای که توسط اقلیت‌های نژادی در محله‌های فقیرنشین صورت می‌گیرد تمرکز می‌کند. در نهایت؛ این فرآیند هژمونی، نوع جدیدی از عوام‌گرایی محافظه‌کارانه را به وجود آورد که به دولت تاچر^۱ اجازه داد قدرت را برای بیش از یک دهه حفظ کند.

دو مزیت مهم در استفاده از مطالعات فرهنگی بریتانیایی در مطالعه سیاست وجود دارد. اول؛ شناسایی اینکه چقدر کارهای فرهنگی به‌منظور ایجاد اقتدار مشروع ضرورت دارند. دولت‌ها و دیگر کنشگران قدرتمند نمی‌توانند فرض کنند که تفسیرشان از موقعیت حاکم یا اقتدارشان در پاسخ به یک موقعیت بدون مشکل پذیرفته می‌شود. در عوض، آن‌ها ملزم می‌شوند فعالانه در تفسیرهای جمعی حوادث عمومی دخالت کنند. آن‌ها ملزم‌اند که انجام دهند همچنین روشی را که در آن اتحادهای بالقوه قدرتمندی که علیه خودشان شکل می‌گیرند را از مسیر قدرت خارج سازند. بنابراین مطالعات فرهنگی تشخیص می‌دهد که هژمونی همیشه امری موقتی است. و اینکه همیشه توسط تفاسیر گروه‌های رقیب که از سوی روشنفکران ارگانیک خارج از گروه‌های قدرت ساخته می‌شود به چالش کشانده می‌شود. سلطه همیشه ضد خودش را خلق می‌کند. و هر دو فرآیند نیازمند این هستند که بخشی از دستور کار پژوهش جامعه‌شناسی سیاسی باشند. مزیت دومی که مطالعات فرهنگی بریتانیایی ارائه کرده است تشخیص این امر است که؛ تعاون بین گروه‌های متضاد چقدر برای ایجاد شرایط هژمونی ضرورت دارد. سیاست‌مداران،

1. Thatcher

حقوقدانان، متخصصان، قضات و روزنامه‌نگاران همگی در ایجاد بحران جرایم شهری نقش دارند. برای ایجاد یک تفسیر مسلط که بتواند یک چالش سیاسی مؤثر را منحرف کند، تفاسیر همه این گروه‌ها لازم است که در یک روایت واحد ترکیب شوند. این روایت واحد با هر کدام از این عناصر نه تنها متعارض نمی‌شود بلکه همدیگر را نیز تقویت می‌کنند. چالش این نوع از هماهنگی توسط این حقیقت شکل گرفته است که هیچ‌گونه توطئه آگاهانه‌ای توسط قدرتمندان برای تسلط بر بی‌قدرتها وجود ندارد. بلکه هماهنگی راهبردهای فرهنگی توسط ارزش‌های خیلی مهم و رویه‌های عملی استاندارد گروه‌های تخصصی متفاوت را در برمی‌گیرد. نشان می‌دهیم چگونه سلطه ساخته ارزش‌های مشترک حرفه‌ای است، به جای اینکه ساخته رفتارهای توطئه‌آمیز پشت‌صحنه باشد، و این سهم مهمی در مطالعات فرهنگی دارد.

درحالی‌که تحلیل بسیار مؤثری از افزایش سیاست‌های محافظه‌کار در پادشاهی بریتانیا فراهم شد. توضیحات حال بدون بحران‌های آن نبود؛ اول اینکه حال تمایل زیادی بر پایداری ایدئولوژیک گروه‌های مسلط داشت، تضادهای سیاسی و روشنفکری در حین بازی میان نخبگان و روشنفکران ارگانیک آن‌ها اتفاق می‌افتد. حال همچنین بر میزان کنترل دولت بر نمایش‌های رسانه‌ای اغراق می‌کند (بنگرید به: Jessop et al., 1988). به‌طور خلاصه، حال سطحی از نخبگان و انسجام دولتی را تصور می‌کند که در طرح اینکه چگونه سیاست‌مداران، دانشگاهیان و روزنامه‌نگاران برای ساختن بینشی مشروع از جامعه رقابت می‌کنند شکست می‌خورد (بنگرید به: Bourdieu, 2005). به‌عبارتی دیگر، تضادها و مناظره‌های بیشتری در فرآیند هژمونی از آنچه پیشنهادهای تجربی حال محاسبه می‌کرد وجود دارد.

به‌منظور داشتن نظریه هژمونی برای تبیین حوادثی نظیر ورزلباچر لوله‌کش نیازمند فهم گسترده‌ای از تضادهای اجتماعی، تقسیم نخبگان و عاملیت فرهنگی هستیم. این همچنین نیازمند روشن کردن روابط بین دولت و زمینه هژمونی گسترده‌تر است، در شیوه‌ای که تشخیص داده می‌شود که منافع دولت همیشه منافع طبقه مسلط را نشان نمی‌دهد. این فهم ظریف‌تر از دولت و قدرت سیاسی می‌تواند به‌طور سنجش‌ناپذیری توسط توجه به سهم مهم جامعه‌شناسی سیاسی محقق شود و آن بر ظرفیت‌های سازمانی دولت متمرکز می‌شود.

جامعه‌شناسی سیاسی و ظرفیت‌های سازمانی دولت

بیشتر جامعه‌شناسی سیاسی با کار ماکس وبر آغاز می‌شود. و تشخیص اینکه جوامع مدرن به تمرکز بر ابزار حکومت در درون دولت ملی گرایش دارند، دولت‌های مدرن با استفاده از ویژگی‌های سازمانی و برجستگی تکنیکی بوروکراسی، ظرفیت‌های حکومتی خود را شدیداً افزایش داده‌اند. در نتیجه، آن‌ها قادر خواهند بود که فعالیت‌های در حال افزایش را در قلمروهای گسترده هماهنگ کنند. برای استخراج منابع از این قلمروها و برای انجام این اعمال به صورت مؤثر و کارآمدتر از آنچه در گذشته ممکن بود. این هماهنگی سیاسی توسط قدرت محتمل دولت پشتیبانی شد به طوری که دولت در جهت حفاظت از خودش بر کاربرد انحصاری مشروع زور، مدیریت داشت. در هر حال، در اعمال روزانه قدرت مشروع دولت به طور کلی از روش‌های الزام‌آور استفاده نمی‌کند، اما در عوض به تسلط تکنیکی بر رویه‌های مدیریتی و اقتدار مشروع قوانین و رویه‌های رسمی‌ای که دولت بوروکراتیک ایجاد کرده است وابسته بود (Weber, 1958).

همان‌طور که دولت بوروکراتیک رشد می‌کرد، نظام سیاسی نیز در احزاب سیاسی سازمان‌دهی می‌شد. به شیوه‌ای که منافی در ظرفیت سازمانی قرار گرفت که می‌توانست توسط گروه‌های مفروض بسیج شود. به این دلیل بیشتر جامعه‌شناسان متوجه این شدند که رشد پیچیدگی‌های سازمانی نظام سیاسی و احزاب سیاسی منجر به رشد قطعی نخبگان سیاسی شد. این نخبگان سازمان‌های بوروکراتیک مهم را کنترل می‌کردند و برای کسب آرای عمومی رقابت می‌کردند (Mills, 1956).

هنوز هم دولت مدرن، همان‌طور که سازمان بوروکراتیک منافع خود را سازمان می‌دهد منافع نخبگان را منعکس نمی‌کند. دولت بر عاملان سیاسی در جهت اصلاح منافع و راهبردهایشان در حیطه دولتی فشار می‌آورد. چنانچه وبر (۱۹۴۶) قبلاً متذکر می‌شود دو عامل اساسی وجود دارد که این فرآیند را نظم می‌دهد؛ ۱. یک تعهد هنجاری به قانون رسمی ۲. یک تعهد مدیریتی به حمایت اقتدار قانونی. به همین دلیل، منافع دولت مدرن به سادگی روابط ورزلباچری و کنترل آن را نشان نمی‌دهند (Skocpol, 1979, 1985; Skocpol and Amenta, 1986; Evans, Ruechemeyer and Skocpol, 1986). این روشی نسبتاً ساده است برای شناخت مثال‌هایی از اینکه اعمال دولتی در مسیرهایی متضاد با منافع نخبگان اقتصادی است.

(مثلاً، سنجش‌های غیرمعتبر) گروه‌های ذینفع (مثلاً، مبارزه بر سر اصلاح مالی) و شهروندان (مثلاً، افزایش مالیات‌ها). علاوه بر این، مدیران دولتی منافع خود را دارند و اغلب برای خود عمل می‌کنند (که ممکن است به‌عنوان نیازهای فردی، نیازهای حزبی و یا نیازهای دولتی تعریف شوند).

به‌منظور یک شرح کافی برای سیاست عمومی، فهم دولت به‌عنوان یک بروکراسی سیاسی خودمختار به‌طور تحلیلی ضروری است. از نظر اسکاچپول (۱۹۸۵) بروکراسی دولتی از مجموعه‌ای از سازمان‌های مدیریتی، سیاسی و نظام هماهنگ‌شده توسط یک اقتدار اجرایی تشکیل شده است. در این فرض متفاوت از بروکراسی، دولت با دیگر گروه‌های قدرتمند در جهت استخراج منابع از جامعه و کنترل این منابع به‌عنوان پایه‌ای برای حفظ نوعی از سازمان‌های حکومتی و اجرایی رقابت می‌کند. برای اطمینان، دولت از بسیاری از منابع خود برای حفظ نظم و دفاع از موقعیتش در برابر دیگر دولت-ملت‌ها استفاده می‌کند. اما مقامات رسمی منتخب و مدیران دستگاه دولتی بوروکراتیک تقریباً از منابع قابل‌دسترس آن‌ها به‌منظور تضمین خودمختاری اداری استفاده می‌کنند و سعی می‌کنند اقتدار قانونی خود را گسترش دهند. دو راه مهم که به‌وسیله آن کنشگران سیاسی اقتدار خود را حفظ کرده و گسترش می‌دهند این است: ۱. افزایش درآمدهای مالیاتی از طریق ابتکارات، برنامه‌ها و نهادهایی که اجزای اصلی‌شان به هم گره خورده‌اند. مثلاً، برنامه‌های نظامی و اجتماعی (بنگرید به: Amenta et al., 2001)؛ و ۲. از طریق شناسایی زمینه‌های جدید مورد نیاز نظم، مانند مراقبت‌های بهداشتی (بنگرید به: Skocpol, 1996).

به‌واسطه این درک از دولت مدرن، کدام نوع از کنش‌های سیاسی تقریباً مؤثرترند؟ جامعه‌شناسان سیاسی تمایل دارند که به این سؤال با بررسی فعالیت‌هایی که به‌وسیله آن افراد و گروه‌ها موفق می‌شوند توجه بروکرات‌های دولتی و رهبران احزاب سیاسی را جلب کنند، پاسخ دهند. توجه زیادی به تلاش‌های لابی‌گری، شبکه‌های اجتماعی و کسب تبلیغات رسانه‌ای می‌شود. آنچه این سه رشته فعالیت در آن مشترک هستند این است که آن‌ها نیازمند مقدار زیادی از منابع سازمانی از قبیل پول، ارتباطات متنفذ، مهارت‌های بوروکراتیک و زیرکی بازاریابی هستند که همه این‌ها منابع مفیدی در جهت موفقیت در نظام سیاسی هستند.

به‌هرحال، در حین این‌که واضح است که گروه‌ها برای موفقیت در نظام سیاسی نیازمند مهارت‌های سازمانی و منابع هستند. این کل داستان نیست. گروه‌های زیادی با منابع فراوان که هرگز در جهت جلب توجه کنشگران دولتی و عمومی استفاده نکرده‌اند (Jacobs and Glass, 2002). به‌منظور موفقیت در جلب این نوع توجه گروه‌های سیاسی به مهارت‌های فرهنگی یا مقدار زیادی اقبال فرهنگی نیاز دارند. جامعه‌شناسی فرهنگی می‌تواند به ما در فهم این دو فرآیند کمک کند.

مهارت‌های فرهنگی با توانایی‌های سازمان‌های سیاسی در ارتباط هستند. در متقاعد کردن کنشگران دولتی که اهدافشان بر اساس یک پایبندی قابل‌اعتماد به خیر عمومی است، در عوض پیگیری بدبینانه منافع شخصی‌شان خود را به‌عنوان عوامل مردمی و حامیان دموکراسی جا می‌زنند. سیاستمداران و ژورنالیست‌ها به مکاتبات پنهان و نفوذی که گروه‌های مرموز بر فرآیندهای سیاسی دارند، توجه می‌کنند (Jacobs and Sobieraj, 2007). روزنامه‌نگاران به‌ویژه در این جنبه فعال هستند، منع تبلیغات از گروه‌هایی که اعضای غیرقابل‌اعتماد دارند و لیاقت هر چیز دیگری که مقامات رسمی سازمان بیان می‌کنند، ندارند (Sobieraj, 2011). نکته این است که موفقیت در نظام سیاسی مستلزم مهارت و انعطاف استفاده از آئین‌ها، نمادها و عملکردهای فرهنگی به‌منظور رساندن یک تعهد موثق به منافع عمومی است.

اقبال فرهنگی با شانس که فعالیت‌های نمادین سازمان در ارتباط با مسائل روز دارد مرتبط است. عنصر شانس با این واقعیت در ارتباط است که سازمان‌های سیاسی به‌طور واقعی فضای رسیدگی سیاسی را کنترل نمی‌کنند. اما باید پیوسته به آن پاسخ گویند.

جامعه‌شناسی فرهنگی فهمی از فرآیندهای چارچوب هم‌ترازی بازشناخته‌شده را به دستور کار عمومی که خود فضایی شکل گرفته توسط نمادها، آئین‌ها و عملکردها است، می‌افزاید. مسائل به‌طور اتفاقی ایجاد نمی‌شوند و از بین نمی‌روند، بلکه با فعالیت‌های نمایشی دو گروه قدرتمند در میدان سیاست مرتبط‌اند؛ سیاستمداران و ژورنالیست‌ها.

مورد ورزلباچر لوله‌کش نمونه کاملی است از اینکه اقبال فرهنگی با اهمیت نمادها، عملکردها و نمایش‌هایی که در عرصه سیاست چطور اتفاق می‌افتد مرتبط است. ژورنالیست‌ها و برنامه‌ریزان سیاسی هر دو درک می‌کنند که تعامل مثبت بین اوپاما و ورزلباچر خیلی موثق و برجسته بود نسبت به لحظات فوق‌العاده ثبت‌شده‌ای که بیشتر فعالیت‌های مبارزات انتخاباتی را

ثبت می‌کند. به عبارتی دیگر، ژورنالیست‌ها این تصور از ورزلباچر لوله‌کش را به خاطر ظن کلی‌شان به غیرقابل‌اعتماد بودن حوادث مبارزات سیاسی مطرح کرده بودند نه به خاطر کمک به کثرت‌گرایی فرهنگی. به این دلیل توجه زیادی به این برخورد داشتند. در تلاش برای تعریف اهمیت و معانی کلی‌اش به‌عنوان نمادی از نگرانی‌هایی که مردم درباره اقتصاد دولتی اخیر داشتند و پیشنهادهای متفاوت کاندیدها برای کنترل بحران‌های اقتصادی.

توجه شدید رسانه‌ها، ژورنالیست‌ها و برنامه‌ریزان سیاسی به ورزلباچر لوله‌کش، فرصت‌های جدیدی برای گروه‌هایی که توانایی نظم بخشیدن نمادین به اوضاع جدید داشتند را ایجاد کرد. این به‌ویژه برای گروه‌هایی که به نظام اعتقادی ورزلباچر وابسته بودند، درست بود. چون ورزلباچر از شهرت غیرقابل‌انتظارش لذت می‌برد، فرصت‌های جدیدی برای گروه‌های سیاسی فراهم کرد، برای ایجاد اعتماد به خودش، به او اجازه می‌داد که شهرتش را به‌واسطه موفقیتش در سخنرانی عمومی توسعه دهد. در واقع، ورزلباچر جلسات سیاسی محافظه‌کارانه در سراسر کشور را نظم بخشید. او علیه مالیات‌ها، علیه اتحادیه‌های کارگری و در علاقه به ارزش‌های خانوادگی محافظه‌کارانه استدلال می‌کرد. به‌طور هم‌زمان گروه‌هایی که با این سیاست‌ها مخالف بودند علیه عملکردها یا نمایش‌های ورزلباچر به‌سرعت بسیج می‌شدند. مخالفان به‌طور مکرر در جلسات ورزلباچر شرکت می‌کردند و با شعار «لوله‌کش‌های واقعی» وی را مورد تمسخر قرار می‌دادند. احتمالاً لوله‌کش‌ها به‌طور سیاسی در زندگی عمومی آمریکایی‌ها تأثیرگذار نبوده‌اند.

نکته این است که توانایی گروه‌ها برای جلب توجه نخبگان سیاسی و دیگر عوامل دولتی به‌طور فراوانی به واکنش سریع و ماهرانه‌شان نسبت به فضای عمومی در حال دگرگونی بستگی دارد. عنصر مهارت با توانایی در ایجاد آئین‌ها و عملکردهای سیاسی پیوند دارد که آن نیز با تغییرات نمادین محیطی (ویژگی‌ها و روایت‌های آنی) در ارتباط است. همچنین عنصری از شانس پیچیده وجود دارد. به‌طوری‌که آن‌ها باید منتظر باشند تا محیط فرهنگی برای پیش برد با آئین‌ها و اعمال سیاسی آن‌ها روشن شود، این فعالیت‌های فرهنگی از ابتدا توسط رسانه‌ها رخ می‌دهند.

رسانه، سیاست و فرهنگ

یکی از دلایلی که سیاست‌مداران قادر به کنترل مفاهیم نمادین و اعمال سیاسی‌شان نیستند این است که زندگی سیاسی-شامل نظام سیاسی- در رسانه و به‌وسیله رسانه‌ها سازمان می‌یابد.

همان‌طور که تامپسون (۲۰۰۵) استدلال می‌کند، این رسانه‌ای شدن زندگی سیاسی، اساساً به‌گونه‌ای منظم شده که در آن قدرت عمل می‌کند.

قبل از رسانه‌ای شدن سیاست، تمایز شدیدی بین بخش عمومی و بخش خصوصی وجود داشت که نتایج مهمی برای کاربرد قدرت در بر داشت. بخش عمومی مرتبط با سیاست بود، درحالی‌که بخش خصوصی بر هر چیز دیگری از قبیل خانواده، فراغت و زندگی محلی دلالت می‌کرد، به‌علاوه، اینکه زندگی عمومی برای بحث باز و در دسترس بود. فرض شده بود که زندگی خصوصی غیرقابل مشاهده و غیرقابل بحث است. این مجموعه از تمایزات کار را برای آن‌هایی که قدرت کنترل و هماهنگ کردن حوادث سیاسی را داشتند آسان می‌کرد. گروه‌های قدرتمند ضرورتاً می‌توانند عملکردهای خود را در بخش خصوصی دور از دسترس عموم هماهنگ کنند. سپس گروه‌های سیاسی قدرتشان را از طریق آئین‌های نمادین اقتدار به‌طور دوره‌ای به عموم نشان می‌دهند.

به‌هرحال، با افزایش در روند رسانه‌ای شدن زندگی عمومی، تمایزی که بخش خصوصی را از عمومی جدا می‌کرد، شروع به فروریختن کرد. زندگی عمومی به‌گونه‌ای فزاینده از طریق رسانه‌ها وارد زندگی خصوصی شده است. تا اینکه هیچ‌چیز از چشم رسانه‌ها مخفی نماند. به‌طوری‌که پشت‌صحنه زندگی سیاسی در معرض دید عموم قرار گرفت. البته این موضوع کنشگران قدرتمند را برای هماهنگ کردن عملکردهای سیاسی‌شان بیشتر به دشواری می‌اندازد، همان‌طور که اقدامات اصلی آن‌ها توسط لغزش‌ها و رسوایی‌ها و طغیان‌های جعلی نادیده گرفته می‌شدند (Thompson, 2005: 134-49).

رشد سیاست‌های فرهنگی

این موضوع به‌طور مستقیم ما را به این جهت رهنمون می‌کند که فرهنگ چرا و چگونه در نظام سیاسی ضرورت دارد. این جنبه فرهنگ در نمادها و معانی نمود پیدا می‌کند. بنابراین، این‌ها صرفاً حوادث آئینی انتقالی مثل افتتاحیه ریاست جمهوری نیستند، بلکه به‌طور کلی نظام سیاسی مملو از نمادها، آئین‌ها و عملکردها است. زندگی سیاسی ذاتاً نمادین و سرشار از معانی است.

بعضی از مسائل اجتماعی (مثل سقط جنین یا ازدواج هم‌جنس‌گرایان) دارای بار سیاسی فراتر از موضوعات واقعی سیاسی هستند. آن‌ها مجموعه‌ای کامل از افکار نمادین هستند. طرز برخورد یک رهبر سیاسی نسبت به این مسائل به‌عنوان موضوعی داغ در نظر گرفته می‌شود، همچنین نحوه سخنرانی درباره آن‌ها. آن‌ها آزمایشی برای میزان محافظه‌کاری حکومت هستند. بنابراین، برای نمونه، یک سیاست‌مدار محافظه‌کار ممکن است علیه جرم‌زدایی ماری‌جوآنا به خاطر ترس از ظهور جرائم ملایم رأی دهد. حتی به لحاظ دارویی، چنین سیاست‌مدارانی ماری‌جوآنا را به الکل شبیه‌تر می‌بینند تا به هروئین. به دخالت کمتر دولت در زندگی خصوصی افراد معتقدند. نمایش رأی آن‌ها مهم‌تر از خود رأی است. این مثالی ساده از سیاست‌های فرهنگی است که در آن تضاد بیشتر در ارزش‌ها و معانی رخ می‌دهد تا در سیاست‌های واقعی. هنوز جامعه‌شناسان فرهنگی معاصر نه‌تنها تأکید ندارند که چگونه نمادها به‌طور راهبردی توسط عوامل سیاسی دست‌کاری می‌شوند، بلکه آن نمادها نمی‌توانند به‌طور کامل کنترل شوند. جامعه پسامدرن، جامعه‌ای رسانه‌ای شده است. همان‌طور که تصور می‌شود، رمزها و روایت‌ها اغلب تا جایی که ممکن است، کنترل می‌شوند. نمادها در روایت‌ها و رویدادهایی جای می‌گیرند که منطق خاص خود را دارند.

برای مثال، یک کنشگر سیاسی که جهت‌گیری‌اش به سمت جناح راست است، ممکن است از نمادهای دوتایی خوب و بد، در زمانی دیگر، در تغییر معانی خودش را در جناح چپ ببیند. این دقیقاً همان چیزی است که در رقابت انتخاباتی هیلاری کلینتون در سال ۲۰۰۸ رخ داد. او از اشتباهش در رأی دادن به طرح حمله علیه عراق در سال ۲۰۰۲ بسیار ناراحت بود. البته در سال ۲۰۰۲، اقلیت قانون‌گذار که مخالف طرح حمله به عراق بودند ضدآمریکایی و حتی بدتر فرض می‌شدند. اما در سال ۲۰۰۸، معنی رأی و جنگ به‌طور معناداری تغییر کرده بود. کلینتون سعی کرد انتقادها را با اصرار بر گمراه شدنش توسط برداشتی اشتباه از وجود سلاح کشتار جمعی در عراق به‌وسیله دولت بوش، کنترل کند. اما در واقع، او خود را در یک باتلاق نمادین و سیاسی یافت (پذیرش ظاهری اینکه او توسط دولت بوش فریب‌خورده نشانه ضعف زمامداری است). نکته این است که تصور کلینتون از آینده سیاسی به‌طور عمده متأثر از دلالت‌های صریحی داشت که نشان از ضعف کنترل او بر معانی دارد. تغییرات مشابهی در فرصت سیاسی در استرالیا و انگلستان رخ دارد. جایی که سیاست‌مداران از حمله به عراق

حمایت می‌کردند، موضعی دفاعی به‌گونه‌ای فزاینده اختیار کردند و به‌یک‌باره معنی جنگ تغییر کرد. چنین است زندگی در جهان پسامدرن.

این ما را به نقطه‌نهایی در مورد سیاست‌های فرهنگی جامعه پسامدرن رسانه‌ای شده هدایت می‌کند. ماکس وبر (۱۹۵۸: ۲۹۵) مدت‌ها قبل مطرح کرد که چگونه ویژگی‌های غیرعقلانی و سحرآمیز کاریزما^۱ به‌طور معناداری می‌تواند اقتدار سیاسی را تقویت کنند. وبر از واژه کاریزما برای اشاره به ویژگی‌های فرافردی یک شخص استفاده کرد (بدون توجه به اینکه آیا این ویژگی‌ها واقعی‌اند یا فرضی). فیلیپ اسمیت (۲۰۰۰: ۱۰۳) بیان می‌کند که عشق به رهبر کاریزماتیک، در واقع، در ویژگی‌های رهبر ریشه ندارد بلکه در رمزهای دوتایی درستکاری، روایاتی که در آن رهبر کاریزماتیک به آن مربوط می‌شود-مثلاً تنفر از شیطان (آن‌هایی که علیه‌شان مبارزه می‌کنند) ریشه دارد. بنابراین، آن‌هایی که برای قدرت مبارزه می‌کنند باید برای طرح تصورات نمادین قدرتمند در صحنه عمومی تلاش کنند.

این دقیقاً به همین دلیل است که اشخاص مشهور سیاسی بدون داشتن دانش تخصصی سیاسی، موقعیت عالی برتری را در زمینه سیاسی به خود اختصاص داده‌اند. تلویزیون مبدأ مزایای اشخاص مشهور است. زیرا این افراد در استفاده از رسانه هماهنگ هستند، و برای پوشش رسانه‌ای خوش‌عکس و خیلی خوب می‌باشند. به‌علاوه، البته آن‌ها تنها ثروت ندارند بلکه توانایی افزایش وجهه را به خاطر قدرت زیادشان دارند. در نتیجه، آن‌ها قادرند که با زیرکی تصویر رسانه‌ای‌شده و همچنین پیام را به‌طور گسترده پوشش دهند. همچنین، کنشگران مشهور مثل طنزپردازان و رمان‌نویسان ظاهری منظم از رقابت ایجاد می‌کنند که به‌نوعی دنباله‌روی از انتخابات بریتانیا بوده است. همان‌طور که آن‌ها این را برای سال‌های متمادی در ایالات متحده انجام می‌داده‌اند. در نمونه‌های دیگر، افراد نامدار مثل رونالد ریگان و آرنولد شوآرزینگر، خودشان را وارد عرصه سیاست می‌کردند. بین رسانه، سیاست و افراد مشهور مرزهای مبهمی وجود دارد.

در حقیقت، همان‌طور که رسانه‌ای‌شدن روبه‌رشد سیاست ادامه می‌یابد، سیاستمداران زیادی تصمیم می‌گیرند که از عرصه انتخاباتی همدیگر اجتناب کنند و به‌جای آن محدود کردن فعالیت‌هایشان در عرصه رسانه را انتخاب کنند. در قرن نوزدهم اگر شخصی می‌خواست در

1 charisma

سیاست‌های انتخاباتی موفق شود، بهترین راه شروع کردن از روزنامه‌ها بود (Schudson, 1978). امروزه تعداد زیادی رسانه احساس می‌کنند که آن‌ها می‌توانند قدرت سیاسی بیشتری را به‌عنوان مجموعه‌ای از برنامه‌های سیاسی تلویزیونی به دست آورند. و آن‌ها کاملاً علاقه‌مند به رقابت برای کسب مقامات رسمی برای خودشان نیستند (بنگرید به: Jacobs and Townsley, 2011). همان‌طور که سیاست‌های رسانه‌ای در سیاست‌های انتخاباتی تأثیرگذارند، ما می‌توانیم انتظار وقایع زیادی نظیر واقعه ورزلباچر لوله‌کش را داشته باشیم. و ما می‌توانیم انتظار داشته باشیم که فرآیندهای سیاسی مملو از نمادها، آیین‌ها و عملکردهای فرهنگی بشوند.

نتیجه‌گیری

همان‌طور که استدلال کردیم، سیاستمداران به نهادها، مناسک و فن بیان برای حمایت از خود و سیاست‌هایشان وابسته‌اند. به‌جای مباحثه ساده در مورد مزایای رقابت‌های سیاسی، کنشگران سیاسی با مهارت رویدادهای نمایشی را سازمان می‌دهند و عملکردهای ماهرانه‌ای به‌عنوان شیوه تولید و افزایش اقتدار مشروعشان تولید می‌کنند. از این لحاظ، سیاست همچون تئاتر است و سیاست به‌گونه‌ای فزاینده و به‌واسطه رشد اهمیت رسانه‌های جمعی در حال تئاتری شدن است.

امروزه ابعاد فرهنگی سیاست بیش از پیش اهمیت یافته‌اند. ابعاد فرهنگی سیاست در کنار منابع دیگری که کنشگران سیاسی به آن‌ها متکی‌اند (از جمله پول، ارتباطات اجتماعی، دسترسی به رسانه‌ها یا دسترسی به بروکراسی دولتی) عمل می‌کنند. آن‌هایی که به منابع اساسی دسترسی بیشتری دارند قادر به انجام کنش‌های مؤثرتری هستند که توجه عمومی را جلب می‌کنند. اما حتی بیشتر ثروتمندان و قدرتمندان نیاز به کسب کردن ابعاد فرهنگی سیاست دارند. بنابراین، همان‌طور که استدلال کردیم، ابعاد فرهنگی سیاست دریچه‌ای برای آن‌هایی که از مرکز قدرت فاصله دارند فراهم می‌کند. این افراد و گروه‌ها می‌توانند مهارت‌های فرهنگی را توسعه دهند و از این مهارت‌ها در محیط فرهنگی بهره بگیرند.

امروزه ابعاد فرهنگی سیاست حتی بیش از گذشته اهمیت یافته‌اند. پیشرفت‌های رسانه‌ای تمایز میان فضای عمومی و خصوصی را از بین برده‌اند و زندگی خصوصی کنشگران سیاسی را به موضوع‌هایی شخصیتی تبدیل کرده‌اند که تأثیر بسیاری بر اقبال سیاسی‌شان دارد. همچنین،

ابعاد فرهنگی سیاست، سیاستمداران را در کنترل موقعیت عمومی‌شان به چالش کشانده است. به نظر می‌رسد رویدادهای فرهنگی نظیر «ورزلباچر لوله‌کش» برای تأثیرگذاری بر زندگی سیاسی ادامه خواهند داشت.

منابع

- Alexander, J.C. (2006) *The Civil Sphere*, Oxford University Press, New York.
- Amenta, E., Bonastia, C. and Caren, N. (2001) US social policy in comparative perspective: concepts, images, arguments, and research strategies. *Annual Review of Sociology*, 27, 213-34.
- Bourdieu, P. (2005) The political field, the social science field, and the journalistic field, in *Bourdieu and the Journalistic Field* (eds R. Benson and E. Neveu), Polity Press, Cambridge, pp. 29-47.
- Dayan, D. and Katz, E. (1992) *Media Events: The Live Broadcasting of History*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Evans, P.B., Ruechemeyer, D. and Skocpol, T. (1985) On the road toward a more adequate understanding of the state, in *Bringing the State Back In* (eds P.B. Evans, D. Ruechemeyer and T. Skocpol), Cambridge University Press, New York, pp. 347-65.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. and Roberts, B. (1978) *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*, Palgrave Macmillan, London.
- Jacobs, R.N. and Glass, D.J. (2002) Media publicity and the voluntary sector: the case of nonprofit organizations in New York. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 13 (3), 235-52.
- Jacobs, R.N. and Sobieraj, S. (2007) Narrative and legitimacy: US Congressional debates about the nonprofit sector. *Sociological Theory*, 25 (1), 1-25.
- Jacobs, R.N. and Townsley, E. (2011) *The Space of Opinion: Media Intellectuals and the Public Sphere*, Oxford University Press, New York.
- Jessop, B., Bonnett, K., Bromley, S. and Ling, T. (1988) *Thatcherism: A Tale of Two Nations*, Polity Press, Cambridge.
- Mills, C.W. (1956) *The Power Elite*, Oxford University Press, New York.
- Nash, K. (2007) *Contemporary Political Sociology*, Wiley-Blackwell, Oxford.
- Schudson, M. (1978) *Discovering the News*, Basic Books, New York.
- Skocpol, T. (1979) *States and Social Revolutions: A Comparative Analysis of France, Russia, and China*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Skocpol, T. (1985) Bringing the state back in: strategies of analysis in current research, in *Bringing the State Back In* (eds P.B. Evans, D. Ruechemeyer and T. Skocpol), Cambridge University Press, Cambridge, pp. 3-42.
- Skocpol, T. and Amenta, E. (1986) States and social policies. *Annual Review of Sociology*, 12, 131-57.
- Skocpol, T. (1996) *Boomerang: Clinton's Health Reform and the Turn against Government*, Norton, New York.
- Smith, P. (2000) Culture and charisma: outline of a theory. *Acta Sociologica*, 43 (2), 101-11.
- Sobieraj, S. (2011) *Soundbitten: The Perils of Media-Centered Political Activism*, New York University Press, New York.

- Thompson, J. (2005) *The Media and Modernity*, Stanford University Press, Stanford, CA.
 - Weber, M. (1946) *From Max Weber: Essays in Sociology* (eds H. Gerth and C. Mills), Oxford University Press, New York.
- Weber, M. (1958 [1919]) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, Scribner, New York.