

رسانه و شخصیت‌زدایی قدرت

غلامرضا خواجه سروی^۱

عباس سهراب‌زاده^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۳/۲۶ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۳/۲۳

چکیده

قدرت به عنوان اصلی‌ترین مولفه سیاست، همواره مورد توجه افکار عمومی، نیروهای سیاسی-اجتماعی و هیات حاکمه و رسانه‌ها می‌باشد. تصاحب قدرت، هدف اصلی تکاپوی سیاسی است و نحوه تصاحب و استفاده از آن، بیشترین مباحث حول و حوش این مفهوم را تشکیل می‌دهد. شاخص مهم برای سنجش استفاده درست یا نادرست از قدرت قانون است. هرگاه حاکم بدون توجه به قانون و نهادهای قانونی، بر اساس سلیقه و رای خود از قدرت استفاده نماید، این قدرت را قدرت شخصی‌شده می‌نامند. این نوشتار در پی آن است تا مشخص کند، رسانه‌ها چگونه و با چه راهکارهایی مانع شخصی‌شدن قدرت یا شخصیت‌زدایی از آن می‌شوند.

واژگان کلیدی: قدرت، دولت، سیاست، شخصیت‌زدایی، رسانه

مقدمه

در زندگی بشر امروز، ابزارها و پدیده‌هایی وجود دارند که حتی بدون تمایل و اراده انسان رفتارهای آن را تحت تأثیر قرار می‌دهند و به نوعی زندگی را وارد فضای از پیش تعیین شده می‌کند. رسانه از جمله این ابزارهاست که توانسته است طرحی نو از زندگی برای بشر پیاده نماید و یا در مقابل بسیاری از تمایلات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی انسان، مانع ایجاد نماید. علاوه بر آن، رسانه می‌تواند در ایجاد، انحلال و تغییر ساز و کار و عملکرد برخی از نهادها هم موثر واقع شود و یا رابطه فرد و نهاد یا نهاد با نهاد را دگرگون کند. همه این ویژگی‌ها و کارکردها، البته بدون وجود آزادی عمل، ممکن نمی‌باشد و این تصویر، تصویری از رسانه در فضایی آزاد و بدون سانسور است.

در فضای سیاسی اما، اصلی‌ترین مؤلفه مورد نظر رسانه، قدرت است. قدرت و یا مفهوم دیگر آن یعنی زور، چنانکه وبر باور دارد، یکی از عناصر اصلی مقوم دولت است که البته وبر آن را اصلی‌ترین عنصر نیز می‌داند. با این وجود رابطه میان رسانه و قدرت، می‌تواند از تعامل سازنده تا تقابل شکننده، سیر نماید. چه اینکه رسانه بیشتر بر نحوه استفاده از قدرت نظارت دارد.

در یک نگاه کلی استفاده از قدرت می‌تواند به دو شکل قانونی و غیر قانونی، روا و ناروا یا نهادی و شخصی صورت گیرد. استفاده قانونی و نهادینه شده از قدرت، لازمه زمامداری مشروع و مطلوب عموم مردم است. اما بنا به دلایلی گاهی، حاکم میل به بهره‌برداری شخصی از قدرت پیدا می‌کند و در واقع از قدرت، ورای قانون و نهادهای قانونی استفاده می‌کند. در ادبیات سیاسی، اینگونه قدرت را قدرت شخصی شده می‌نامند. دلایل تمایل حاکم به شخصی‌سازی قدرت و سیاست، می‌تواند دلایل ایدئولوژیک، ناآگاهی مردم، شرایط ملی، منطقه‌ای و جهانی، غیر دموکراتیک بودن ساختار نظام سیاسی و ... باشد. اما بدیهی است در جهان امروز، چنین استفاده‌ای از قدرت همواره ناروا، غیر قانونی و مورد انتقاد افکار عمومی و رسانه‌هاست. این نوشتار بر آن است تا ضمن واکاوی مفهوم قدرت، نحوه جلوگیری رسانه از شخصی‌شدن قدرت یا ساز و کار شخصیت‌زدایی از قدرت، توسط رسانه را بررسی کند. بدین منظور ابتدا به تعریف قدرت یا زور به عنوان عنصر اصلی سامان‌بخش به مفهوم دولت پرداخته شده است. سپس ضمن تعریف رسانه، نحوه اثرگذاری آن بر دنیای پیرامون و به ویژه نظام سیاسی را نشان داده و با نگاهی به کارکردهای سیاسی رسانه از جمله رسانه به‌عنوان ابزاری در خدمت احزاب، رسانه به‌عنوان ابزاری برای توسعه سیاسی، رسانه به‌عنوان ابزاری برای جلب مشارکت سیاسی و رسانه به‌عنوان ابزار اصلی نظارت مردم بر حاکمان، دامنه تأثیر رسانه بر شخصیت‌زدایی از قدرت نشان داده شده است.

مباحث نظری

دولت و قدرت

دولت از جمله مفاهیمی است که سخت می‌توان به تعریف آن پرداخت. به دیگر سخن، نمی‌توان تعریفی جامع و مانع از دولت ارائه داد که متاثر از کارکردهای آن نباشد. در ورای این آشفتگی تعریف، اما برخی به تعریف سازمانی یا ساختاری دولت پرداخته‌اند: «منظور از تعریف نهادی، ساختاری یا سازمانی دولت، این است که دولت را بر حسب آن چه بدان شباهت دارد یا آنچه هست تعریف کرد» (گل محمدی، ۱۳۹۲: ۲۹).

در دو نوع تعریف دولت، یعنی سازمانی و کارکردی، هستی دولت به واسطه تقدم بر تعریف، آن را تحت تأثیر قرار داده و در واقع نمی‌گذارد تعریف مطلق باشد. چه اینکه قطعیت تعریف ساختاری-سازمانی دولت یا بسنده کردن به شبیه دانستن دولت به یک نهاد یا سازمان سیاسی در نگاهی به کارکردهای غیر سیاسی دولت خدشه‌دار می‌شود. همچنان که تعریف کارکردی دولت یا اعتنای صرف به کار ویژه‌های چندگانه دولت، چستی آن را با پرسش مواجه می‌کند و نمی‌توان تعریف کارکردی دولت را الزاماً پذیرفت. از این‌رو منطقی‌تر آن است که پذیرش هر دو وجه دولت یعنی «کارکردی» و «سازمانی» باید در تعریف آن لحاظ شود، مایکل مان^۱ «تعریف مناسب دولت را تعریفی می‌داند که هر دو وجه آن را در بر گیرد» (گل محمدی، ۱۳۹۲: ۲۹). چنین تعریفی چندان ساده و دست‌یافتنی نیست و اغلب تعاریفی که از دولت ارائه شده است به یکی از دو وجه، توجه بیشتری نشان داده‌اند. اما آنچه میان همه این تعاریف مشترک به نظر می‌رسد توجه و یا تأکید بر عناصر سازنده دولت است که در تعریف وبر به صورتی شفاف و در یک چارچوب منطقی آورده شده‌اند. گرچه بر سر عناصر مقوم موردنظر وبر اتفاق نظر وجود ندارد لیکن اشاره به اینکه دولت واجد عناصری است که آن را می‌سازند، مقبولیت دارد. وبر در تعریف خود از دولت این عناصر را به شکلی دقیق به همدیگر مربوط می‌کند. «دولت به اجتماعی انسانی که مدعی انحصار استفاده مشروع از زور فیزیکی در چارچوب قلمروی معین است اطلاق می‌شود» (وبر^۲، ۱۹۷۰: ۷۸) چهار عنصر زور، انحصار، مشروعیت و قلمرو به تعبیر وبر عناصر مقوم یا سازنده دولت هستند که البته در ارتباط با همدیگر و نه صرفاً در کنار هم مفهوم دولت را می‌سازند. ولی محور عمده در میان این عناصر زور است؛ «زیرا عنصر زور در حکم یک عنصر شالوده‌ای، مفهومی برای همه عناصر یا بنیادی برای ساختار فراهم می‌کند. در واقع عناصر چهارگانه با محوریت زور با یکدیگر پیوند

1. Michael Mann.
2. Max Weber.

می‌خورند ... ولی این زور هنگامی دولت را تشکیل می‌دهد که مشروع، انحصاری و قلمرومند باشد» (گل محمدی، ۱۳۹۲: ۳۶) علاوه بر محوری بودن زور در میان عناصر چهارگانه صفت و یا ضرورت دیگری نیز برای زور قائل شده‌اند و آن نهادینه شدن زور است. نهادینه شدن قدرت سیاسی (زور) اساساً به وجه سازمانی یا نهادی دولت مربوط می‌شود. نهاد یا سازمان بودن دولت بدین معناست که قدرت سیاسی یا اعمال زور هنگامی به صورت مؤلفه دولت در می‌آید که به مجموعه‌ای از ترتیبات واگذار شود و از طریق همین مجموعه هم اعمال می‌شود. این مجموعه ترتیبات در واقع ترکیبی است از مجموعه قواعد، نقش‌ها و منابع که به صورتی هدفمند با مجموعه علائق و اهداف مرتبط است. یعنی قدرت یا زور از طریق یک شبکه قواعد نقش‌ها و منابع و در راستای اهداف تعریف شده و مشخص اعمال می‌شود» (گل محمدی، ۱۳۹۲: ۵۴) که البته اعمال زور یا قدرت سیاسی چون به وسیله فرد یا افرادی به نمایندگی از دولت صورت می‌گیرد، الزام دیگری برای نهادینه شدن آن در نظر گرفته‌اند و شخصیت‌زدایی از قدرت سیاسی یا غیرشخصی کردن آن است. «غیر شخصی شدن یا شخصیت‌زدایی از قدرت سیاسی در واقع همان منفک کردن قدرت از شخصیت است. از این لحاظ، قدرت سیاسی و منابع قدرت به حوزه عمومی تعلق دارد و دارایی یک نهاد است نه شخص یا اشخاص معین. این نهاد یک شخص حقوقی یا شخص مصنوع است و کاملاً جدا از شخص یا جماعتی که باید آن را تحمل کنند. پس (تصور) وجود قدرت سیاسی عمومی بر (تصور) وجود نهادی به نام دولت استوار است و به این معنا غیر شخصی شدن، وجهی از نهادینه شدن قدرت است (گل محمدی، ۱۳۹۲: ۵۵). شخصیت‌زدایی از قدرت یا غیر شخصی کردن آن اصلی‌ترین وجه نهادینه شدن قدرت یا به تملک درآمدن قدرت توسط یک نهاد است که البته این قدرت عمومی و نهادینه شده دیگر با مفهوم عریان زور فاصله می‌گیرد. چرا که مفهوم زور به تنهایی و بدون وجود یک نهاد، بیشتر تبلور شخصی پیدا می‌کند و برای پرهیز از تفسیر شخصی از آن بهتر است آن را قدرت نامید. اما قدرت یا هر عنوان مترادف دیگر آن به صورت طبیعی مستعد شخصی شدن است، مگر اینکه به دقت در قالب یک نهاد با چارچوب محکم و مشخص تعریف و حد و مرز کاربرد آن شناسایی شود. با این وجود، ترس از گریز قدرت از چارچوب نهاد، سبب شده است برای مهار آن ابزارهای دیگری جستجو کرد. قانون و اخلاق از عمده‌ترین مهارهای قدرت‌اند که در جوامع مختلف، با تفاسیر خاص آن جامعه، بر قدرت و کاربرد شخصی از آن تأثیر می‌گذارند. اما انتظار می‌رود این دو ابزار توسط حاملان و عاملان قدرت به کار گرفته شوند که با نگاهی بدبینانه، ممکن است به درستی به کار گرفته نشوند یا تفسیری سلیقه‌ای از آنها، سبب اعمال ناروای قدرت شود.

بدین منظور به کار گرفتن ابزارهای دیگر توسط جماعتی که قدرت بر آنها اعمال می‌شود می‌تواند راهگشا و مانع کاربرد احتمالی ناروا از قدرت باشد. از جمله این ابزارها رسانه است که می‌تواند با آگاهی بخشی و افشاگری مهاری محکم بر قدرت باشد. آگاهی بخشی به کسانی که قدرت بر آنها اعمال می‌شود و افشاگری رفتار عاملان قدرت در صورت استفاده ناروا از قدرت. که در هر دو صورت مؤلفه مورد نظر آنها قدرت است.

نظریات قدرت

میشل فوکو: میکرو فیزیک قدرت

امروزه سخن گفتن از قدرت و ساخت سیاسی آن، بدون درک آثار و افکار میشل فوکو ناقص و نارساست.

مقوله اصلی در تعریف فوکو از قدرت، وارونگی قدرت است. طرح کلاسیک قدرت، طرحی از بالا به پایین و عمودی است. اما فوکو علاوه بر تکثیر، عدم تمرکز و داشتن خصلت دورانی، قدرت را در ریزترین مکان‌ها جستجو می‌کند و آن را از پایین به بالا و یا افقی و پخش شده تصور می‌کند. این تعبیر جدید از قدرت که به نام میکروفیزیک قدرت مطرح است، در تعامل دو سویه با رفتار انسان‌ها است؛ «قدرتی که در همه روابط، از هر نوع وجود دارد. در حالیکه قدرت سنتی نگران مسأله روح مرکزی یعنی حاکمیت است. قدرت فوکویی دغدغه هزاران انسان تابعی را دارد که جسمانیت آنها به وسیله قدرت سامان می‌یابد. در درون جامعه هیچ فضای آزاد از قدرتی وجود ندارد. قدرت همه چون ژله‌ای فراگیر انسان‌ها را در بر گرفته و یا بهتر بگوییم در درون انسان‌ها جریان دارد و از طریق آنان رله می‌شود. فرد یکی از آثار و نتایج قدرت و در عین حال نیروی به حرکت درآورنده آن است» (خالقی، ۱۳۸۲: ۳۲۹).

تفاوت معنادار دیگر که تعریف فوکویی با تعریف سنتی از قدرت دارد؛ عدم انحصار آن در دست کس یا کسانی است که اغلب به عنوان حاکم و حکومت شناخته می‌شوند. قدرت «هرگز در جایی متمرکز نمی‌شود، هرگز در دست کسی قرار نمی‌گیرد و هرگز به عنوان کالا یا بخشی از دارایی به ضبط در نمی‌آید. قدرت به خدمت گرفته می‌شود و از طریق یک سازمان شبکه‌وار عمل می‌کند و نه تنها افراد در میان شبکه در رفت و آمد هستند بلکه آنها همیشه در موقعیتی هستند که به طور همزمان قدرت را هم تحمل و هم اعمال می‌کنند. آنها نه تنها آماج بی‌حرکت یا سرسپارنده

قدرت‌اند بلکه عناصری هستند که اجزای قدرت را به هم پیوند می‌زنند» (فوکو، ۱۳۷۰:۳۳۴).

تعریف فوکویی از قدرت، مسیر تعریف ساخت سیاسی را نیز تغییر می‌دهد. با تعریف فوکویی قدرت، ساخت سیاسی لزوماً تحت شعاع ایده، آرمان و ذهنیت حاکمیت و یا آنچه حاکمان از آن تأثیر می‌پذیرند، نیست. ساخت سیاسی و نه ساختار سیاسی، خود تأثیر می‌پذیرد، شکل می‌گیرد، تحول می‌یابد، بی‌آنکه تلاش حاکمان برای جلوگیری از شکل جدید آن چندان ثمربخش باشد. در این شرایط حاکمیت تنها می‌تواند ساخت سیاسی جدید را با تأخیر یا انحراف مقطعی مواجه کند اما آنچه اتفاق می‌افتاد ممکن است کاملاً با رغبت و فکر حاکمان همخوانی نداشته باشد. در چنین شرایطی حاکمان محکوم به همراهی یا پذیرش شکل جدید یا ساخت سیاسی جدید قدرت می‌شوند یا به تعبیر دیگر به آن عادت می‌کنند. چه اینکه روند تدریجی تغییر در ساخت سیاسی قدرت آمادگی حاکمیت و مردم را برای پذیرش آن تسهیل می‌کند.

جوزف نای: گفتمان قدرت نرم

«قدرت نرم چیست؟ قدرت نرم عبارتست از توانایی کسب مطلوب از طریق جاذبه نه از طریق اجبار یا تطمیع، قدرت نرم از جذابیت فرهنگ، ایده‌آل‌های سیاسی و سیاست‌های یک کشور ناشی می‌شود. وقتی سیاست‌های ما از نظر دیگران مشروع و مقبول باشد قدرت نرم ما افزایش می‌یابد» (نای، ۱۳۸۷:۲۴).

شاید بحث تئوریک راجع به موضوع قدرت نرم تازگی داشته باشد لیکن کاربرد عملی آن در همه سطوح زندگی بشر و مخصوصاً در عالم سیاست قدیمی است و به واسطه کمی بودن، عینی بودن و محاسبه‌پذیر بودن قدرت سخت این موضوع یعنی قدرت نرم کمتر مورد توجه واقع شده است.

قدرت نرم در عرصه سیاست و در سطح کلان بیشتر مورد توجه و ارزیابی مفهومی و تئوریک است. ابلاغ این مفهوم توسط جوزف نای و ورود آن به ادبیات سیاسی جهان، استفاده از آن و مقابله با آن را نیز مورد نظر کارشناسان و سیاستمداران قرار دارد.

بدیهی است در ارزیابی قدرت نرم یکی از عمده‌ترین مؤلفه‌ها، مقایسه آن با قدرت سخت یا سخت‌افزارانه است و یکی از بارزترین وجوه مقایسه، همواره هزینه - فایده است. «وقتی بتوانی دیگران را وادار کنی ایده‌آل‌هایت را بپذیرند و آنچه را بخواهند که تو می‌خواهی، در این صورت

مجبور نخواهی بود، برای هم جهت کردن آنها با خود، پول زیادی صرف اجرای سیاست هویج و چماق کنیدی. اغوا همیشه مؤثرتر از اکراه است و ارزش‌های زیادی مانند دموکراسی، حقوق بشر و فرصت‌های فردی وجود دارند که به شدت اغواکننده‌اند» (نای، ۱۳۸۷: ۲۵).

می‌توان گفت دست کم هزینه‌های مالی قدرت نرم پایین‌تر از قدرت سخت است و این برای کشورهایی که مدام در پی اعمال قدرت، جهت رسیدن به منافع خود هستند، به شدت حائز اهمیت است، از طرفی به لحاظ غیرمادی هم بحث ایجاد انزجار و یا پرهیز از آن در اعمال قدرت و حصول نتیجه، مورد توجه سیاستمداران است چراکه اعمال قدرت سخت ولو اینکه موجب حصول نتیجه باشد به واسطه عینی‌بودن و داشتن تبعات ناخوشایند آن، به هر نحوی در سایرین ایجاد انزجار و تنفر می‌کند و ممکن است در شرایط صلح پس از جنگ، تأثیر منفی داشته باشد. از دیگر مؤلفه‌های مقایسه قدرت سخت و نرم، نحوه اعمال و حصول نتیجه در این دو شکل قدرت است. در قدرت سخت به صورت طبیعی، قدرت را از طریق تهدید و نهایتاً نبرد فیزیکی اعمال می‌کنند. البته این در صورتی است که قبلاً سیاست‌های تشویقی و یا به اصطلاح هویج مورد استفاده، پاسخ نگرفته باشد. در این شکل از اعمال قدرت نرم با استفاده از جذابیت‌های فرهنگی و سیاسی و ارزش‌های مشترک، چیدمان اولویت‌های سیاسی و فرهنگی طرف مقابل را تغییر می‌دهند.

«یکی از راه‌های پی‌بردن به تفاوت بین قدرت سخت و نرم در نظر گرفتن تنوع راه‌های دست‌یابی به نتایج مطلوب است. شما می‌توانید به من دستور بدهید تا اولویت‌ها و ترجیحات خود را تغییر دهم و به واسطه تهدید به زور یا تحریم‌های انتقادی، وادارم کنید تا آنچه را که شما می‌خواهید، انجام دهم. شما می‌توانید با استفاده از قدرت انتقادی و پول، من را تحریک به انجام درخواست‌های خود کنید. همچنین شما می‌توانید اولویت‌های من را محدود کنید. بدین صورت که آنها را طوری بچینید که برخی آرزوهای من غیرواقعی‌تر از آن به نظر آید که بتوان آنها را تعقیب کرد. یا شما می‌توانید به احساس وظیفه، جذابیت و یا عشق موجود در رابطه‌مان متوسل شده و یا به ارزش‌های مشترک و درستی همکاری‌مان در مورد این ارزش‌ها و اهداف مشترک متوسل شوید» (نای، ۱۳۸۷: ۴۵).

در نتیجه می‌توان برای قدرت نرم ویژگی‌هایی قائل شد از جمله: قابلیت انتقال و به اشتراک گذاشتن محتوا به واسطه سیال‌بودن و جهانشمول بودن، کیفی بودن، ناملموس بودن و درونی بودن، قدرت تغییر در اولویت‌ها و آرزوهای افراد و نشان دادن ارزش‌های مشترک. اما همه اینها و به طور کلی اعمال قدرت نرم در هر جای جهان و به هر مقصود نیازمند ابزار قدرتمند و فراگیر

به نام رسانه است که در بخش‌های بعد به آن پرداخته می‌شود.

نظریات رسانه

برای فهم دنیای جدید که در آن برخی ابزارها و پدیده‌ها در همه وجوه زندگی بشر نقش/آفرینی می‌کنند، نیازمند شناسایی دقیق این ابزارها و پدیده‌ها و نحوه ارتباط آنها با زندگی سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی انسان کنونی هستیم. تا به واسطه این شناخت به پیش‌بینی آینده بشر دست یابیم. رسانه از آن دست پدیده‌ها یا ابزارهایی است که تمامی زوایای زندگی بشر امروز را تحت تأثیر قرار داده است. این پدیده اگر چه جدید نیست و ریشه در گذشته‌های دور بشری دارد، اما اشکال جدید آن به جز در پاره‌ای کارکردهای ماهیتی در بقیه موارد از نسل پیش از خود گسسته است. امروزه اینترنت و ماهواره دیگر نسل جدیدی از الواح سنگی و کاغذ اخبار و مطبوعات نیستند بلکه ابزارها و پدیده‌های جدید با کارکردهای به کلی متفاوت با نسل پیش از خود هستند. از این‌رو برای فهم این پدیده‌های نوظهور، نیازمند بازخوانی نظریاتی هستیم که در تبیین اثرگذاری رسانه بر فضای عمومی و پس از آن ساخت سیاسی قدرت، ما را یاری کنند.

نظریه دهکده جهانی؛ مارشال مک لوهان^۱

در ابتدای نظریات رسانه به نظریه مارشال مک لوهان اشاره می‌شود. وی عامل اصلی تحولات ساختاری در جوامع گوناگون را تحول در نظام‌های ارتباطی می‌داند که هر چند مدام در حال تغییر و تحول‌اند، لیکن همواره حاوی پیام‌اند و به تعبیر دقیق‌تر وی «رسانه پیام است». از نظر مک لوهان تا کنون نظام‌های ارتباطی و زندگی اجتماعی سه دوره متوالی را سپری کرده‌اند:

دوره	وسیله ارتباط	رسانه مسلط	برهه زمانی
قبیله‌ای	شفاهی	گفتاری صدا	قبل از ۱۵۰۰م
قبیله-زدایی	مکانیکی (ماشینی)	چاپ	۱۵۰۰-۱۹۰۰م
قبیله‌ای شدن مجدد	الکترونیکی	رادیو و تلویزیون	بعد از ۱۹۰۰م

«در دوره اول، پیام‌ها از طریق بیان شفاهی و دریافت شنوایی منتقل می‌شود. به این دلیل حس غالب، حس شنوایی است. در این عصر، ارتباطات چهره به چهره و صمیمانه است و فرد بی‌واسطه

1. McLuhan, Marshall

در محیط طبیعی خویش قرار دارد و خود را با گروه اجتماعی خویش یعنی قبیله ادغام می‌کند. در دوره دوم، پیام‌ها از طریق چاپ و نوشتار و دریافت بینایی منتقل می‌شود. لذا حس غالب حس بینایی است. در این عصر، ارتباطات از حالت رودررو و صمیمانه، خارج و به واسطه مجاری ارتباطی جدید یعنی کتاب و مطبوعات میسر می‌شود. شیوه ارتباط مکتوب باعث جدایی انسان از محیط پیرامون و گروه اجتماعی خویش یعنی قبیله می‌شود. در دوره سوم پیام‌ها از طریق وسایل ارتباطی الکترونیکی (رادیو و تلویزیون) منتقل می‌شود. وجه مشخصه فرهنگ مبتنی بر رسانه‌های الکترونیک، کسب اعتبار مجدد بیان شفاهی است و از این جهت نوعی بازگشت به جامعه ابتدایی فاقد کتابت به شمار می‌رود، البته با تفاوتی آشکار. به نظر مک لوهان این امر رجعتی است به نظام قبیله‌ای، منتها در یک سطح جهانی. دهکده جهانی، قبیله‌ای شدن مجدد زندگی بشر و غلبه حس شنوایی تحت تأثیر رسانه‌های الکترونیک است» (مهدی زاده، ۱۳۸۹: ۲۶).

مک لوهان تحول نظام‌های ارتباطی را بر تحول ساختار اجتماعی محدود نمی‌داند. رفتارهای کلان اجتماعی و سیاسی جدید جایگزین بسیاری از رفتارهای پیشین می‌شود و این رفتارها به نوبه خود ساختار سیاسی را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهند. «با اختراع دستگاه چاپ، نظام الفبایی آثار خود را به نحو کامل بروز می‌دهد. چاپ، بینایی را در دنیای شناسایی‌ها تحمیل می‌کند و گسترش می‌دهد و امکان تکثیر متحدالشکل پیام واحد را فراهم می‌آورد. از اینجاست که عقل‌گرایی و ملی‌گرایی به وجود می‌آید که قطعاً جانشین تفکر جادویی و قبیله‌ای می‌شود» (کازنو^۱، ۱۳۶۴: ۲۱۵).

این عقل‌گرایی و ملی‌گرایی مورد نظر مک لوهان که حاصل تحول نظام ارتباطی به نوشتاری بود، خود سبب شکل‌گیری احساسات جدید نسبت به یک کل جدید به نام میهن یا وطن شد و به تبع آن دولت مرکزی رفتار خود را در قبال این احساسات جدید در قالب توسعه یا تحول در ساختار سیاسی تغییر داد. به‌عنوان نمونه در ایران، زمانی که در عصر رضا شاه به دلایل متعدد که یکی از آنها قوت گرفتن رسانه‌های نوشتاری بود، احساسات ملی شکل گرفت و همه خود را فارغ از قومیت، زبان و نژاد در قالب یک جغرافیای مشترک و تاریخ پرافتخار مشترک، یکپارچه پنداشتند و نیاز به یک سند ملی به نام شناسنامه و یک نهاد جدید به نام ثبت احوال احساس شد.

نظریه حوزه عمومی؛ یورگن هابرماس^۲

اگر این فرض هابرماس که هدف اصلی حوزه عمومی، گفتگو میان شهروندان درباره خیر

1. Cazeneuve, Jean
2. Habermas, Jurgen

مشترک است را بپذیریم و در کنار آن به نگاه خوش‌بینانه‌ای که اینترنت را به عنوان احیاکننده حوزه عمومی یا حوزه عمومی مجازی قلمداد می‌کند، قائل باشیم، آن وقت می‌شود نظریه حوزه عمومی هابرماس را مبین تأثیر رسانه و البته رسانه‌های نوین بر ساخت قدرت سیاسی دانست. چه اینکه رسیدن به خیر مشترک جز با تأثیر گذاشتن بر نهاد دولت و تغییر در رفتار و عملکرد آن، در جهانی که دولت در آن گسترده است تقریباً غیر ممکن می‌باشد. اما اگر هدف شهروندان از گفتگو، گپ‌زدن‌های پراکنده و مسائل اجتماعی کم‌اهمیت باشد، چندان به دولت‌ها و بویژه دولت‌های جدید و دموکراتیک مربوط نمی‌شود. حال با تکیه بر دو فرض پیشین می‌توان چنین پنداشت که اینترنت به‌عنوان یکی از رسانه‌های قدرتمند نوین، می‌تواند با تشکیل حوزه عمومی مجازی و با گردآوری ایده‌ها و نظریات شهروندان، بر دولت‌ها اعمال فشار نماید. چه اینکه «حوزه عمومی بورژوازی در وهله اول قلمرویی بود که در آن افراد خصوصی گرد هم می‌آمدند و عموم را شکل می‌دادند. آنها به تدریج توانستند حوزه عمومی تحت کنترل دولت را زیر سیطره خود در آورند و اقتدار آن را به چالش بکشند» (هابرماس ۱۳۸۴: ۵۳).

شکل‌دهی به عموم یا احیای حوزه عمومی در دوران معاصر، بیشتر توسط رسانه‌های مجازی صورت گرفت و سبب شد از تسلط دولت بر این حوزه کاسته شود. شکل‌گیری فضاهای عقلانی در رسانه‌های مجازی همگام با رواج اندیشه‌های نوین سیاسی، بحث در حوزه عمومی را به این سمت و سو کشاند و فضای مجازی، زمینه مناسبی برای مباحث انتقادی فراهم کرد. این فضا قبل از به‌وجود آمدن رسانه‌های مجازی، در رسانه‌های نوشتاری هم تا حدودی شکل گرفته بود. اما کنترل بیشتر دولت‌ها بر این گونه رسانه‌ها مانع انتقادی شدن گفتگوها و به وجود آمدن نظریات جدید می‌باشد و تنها در برخی نشریات خاص این گونه تحلیل‌ها رواج دارد می‌توان گفت: «نشریات و گاه‌نامه‌های انتقادی که از دل حوزه عمومی سر بر آورده بودند با بسط و گسترش گفت و گوی عقلانی و انتقادی و هوشیارسازی سیاسی، نقش مهمی در پیشبرد و تعمیق مدرنیته سیاسی داشتند» (مهدی زاده، ۱۳۸۹: ۳۴).

جامعه پسا صنعتی؛ دانیل بل^۱

در عصر معاصر دانشمندان علوم انسانی برای تغییرات پارادایمی و تغییر کلی در نظام معرفتی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در جهان، اصطلاحات متفاوتی را خلق کرده‌اند. دهکده جهانی، موج سوم، عصر اطلاعات، جامعه اطلاعاتی، جامعه کامپیوتری و ... از جمله اسامی وضع شده برای جهان

1 Bell, Daniel

معاصر با محوریت تکنولوژی و البته تکنولوژی‌های ارتباطی‌اند. *دانیل بل* برای جهان کنونی و پیش‌رو، از مفهوم جامعه‌پساصنعتی یا فراصنعتی استفاده کرده است. *دانیل بل*، در اواخر دهه ۱۹۵۰ اصطلاح پساصنعت‌گرایی را ابداع کرد، طی دو دهه بعدی، واژه‌های «اطلاعات» و «آگاهی» را به‌عنوان پیشوند، به اصطلاح پساصنعتی افزود تا با مطرح کردن «جامعه‌پساصنعتی»، همواره بر نقش اصلی اطلاعات و آگاهی تأکید کرده باشد. طبق این دیدگاه، فراصنعت‌گرایی؛ ساختارهای اجتماعی اصلی در ایالات متحده، اروپای غربی، ژاپن و روسیه طی قرن بیست و یکم را تشکیل می‌دهد. *بل* جامعه فراصنعتی را یک جامعه اطلاعاتی قلمداد می‌کند. در جامعه ماقبل صنعتی، زندگی «بازی با طبیعت» است؛ یعنی افراد با نیروی عضلانی غیرماهر کار می‌کنند. در عصر صنعتی، آنجا که ماشین حاکم است، به شکلی تکنیکی و معقول زندگی «بازی با مصنوعات» است. بر عکس این دوره، زندگی در یک جامعه فراصنعتی که بر خدمات نهاده شده، «بازی میان اشخاص» است. آنچه به حساب می‌آید، نیروی عضلانی غیرماهر یا انرژی نیست، بلکه اطلاعات است. به طور مثال، تبلیغ‌گران وظیفه ایجاد و ارسال تصویرها و نهادها را برعهده دارند، آموزگاران به مبادله آگاهی می‌پردازند و ... بنابراین کارهای خدماتی، کار اطلاعاتی به شمار می‌رود و ضرورتاً سلطه کار خدماتی حجم بیشتری از اطلاعات را به وجود می‌آورد. آنچه را که می‌توان در بررسی و نقد دیدگاه‌های *دانیل بل* مطرح کرد، آن است که او با داشتن نگرش مثبت به جامعه اطلاعاتی، فرایند رسیدن به آن را سه مرحله‌ای می‌داند، ولی شواهد قطعی وجود ندارد که جوامع پیشرفته غربی، به سمت غلبه مشاغل خدماتی بر مشاغل صنعتی حرکت کرده باشند. نقد دیگری که به مقوله خدمات در نظریه *دانیل بل* وارد شده، نامشخص بودن و دقیق نبودن مفهوم بخش خدمات است. در سراسر نوشته‌های *بل*، بخش خدمات در تعارض با صنعت نشان داده است» (آقاجانی، ۱۳۷۵: ۷۵).

دانیل بل جامعه‌پساصنعتی را جامعه دانش‌بنیان می‌داند و چرخش دانش در جهان امروز جز بر پایه گردش اطلاعات امکان‌پذیر نیست از این‌رو می‌توان هسته اصلی نظریه *بل* را به اطلاعات و ارتباطات نزدیک دانست. ذکر تفاوت‌های جامعه صنعتی و جامعه فراصنعتی ما را به چارچوب جامعه فراصنعتی *دانیل بل* نزدیک می‌کند، از جمله این تفاوت‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- منبع اصلی جامعه صنعتی، ماشین و منبع اصلی جامعه فراصنعتی، دانش است؛
- ۲- نهاد اصلی در جامعه صنعتی، بنگاه سوداگری و در جامعه فراصنعتی، دانشگاه است؛
- ۳- تصمیم‌گیرنده اصلی در جامعه صنعتی، سوداگران و در جامعه فراصنعتی، متخصصان هستند؛
- ۴- اساس قدرت در جامعه صنعتی را دارایی تعیین می‌کند و در جامعه فراصنعتی دانش و

تخصص؛

- ۵- در جامعه صنعتی، سیاست دخالتی نمی‌کند و در جامعه فراصنعتی، مشارکت دولت و بخش خصوصی وجود دارد؛
- ۶- جامعه صنعتی جامعه تولیدکنندگان است در حالی که جامعه فراصنعتی تشکیل شده از متخصصانی است که تصمیم مستقل می‌گیرند؛
- ۷- در جامعه فراصنعتی هماهنگی بیشتر و متمرکزتری وجود دارد؛
- ۸- با توجه به رونق دانش، در جامعه فراصنعتی، تفاوت کلی میان افراد کاهش می‌یابد و با کاهش نابرابری‌های عمومی مواجهیم؛
- ۹- در جامعه فراصنعتی بر خلاف جامعه صنعتی در سه بخش اقتصاد، سیاست و فرهنگ، اتحاد و همگرایی وجود ندارد و هر یک قوانین و هنجارهای خاص خویش را دارند؛
- ۱۰- در جامعه فراصنعتی خدماتی مثل بهداشت، آموزش و تحقیقات اهمیت فزاینده می‌یابد و مهارت و فنون تنوریک اهمیت بیشتری نسبت به ساماندهی تولید مادی پیدا می‌کند.
- چنان‌که در بالا اشاره شد اغلب شاخص‌های جهان پسا صنعتی حول محورهای دانش، دانشگاه، تخصص، آموزش و دیگر مقوله‌های علمی و فرهنگی است که در قالب خدمات فکری میان جامعه توزیع و داد و ستد می‌شود. این شاخص‌ها و محور اصلی آن یعنی اطلاعات و آگاهی در فضای سیاسی هم قابل محاسبه و بررسی است چه اینکه اطلاعات و تکنولوژی‌های ارتباطی به صورت افقی و توزیعی و به صورت عمودی از پایین به بالا و بالعکس در میان مردم و دولت نقش آفرین‌اند. اگر نظر بل در جامعه پسا صنعتی بر کتاب او یعنی پایان ایدئولوژی تطبیق داده شود؛ بی‌شک جهان فراصنعتی دانیل بل نه از آرمان که واقعیت مداوم زندگی انسان‌ها است بلکه از ایدئولوژی که در هاله‌ای از ابهام مردم را به ناکجاآباد رهنمون می‌کند تهی است. بنابراین فضای سیاسی بدون ایدئولوژی فضایی است مبتنی بر تجربه‌های اثبات شده و نه ایمان و اعتقاد بی‌چون و چرا. در این فضا، رسانه‌ها با تبلیغ و ترویج و آگاهی‌بخشی جریانات ایدئولوژیک را تضعیف می‌کنند و این امر حاصل فرایندی است دوطرفه که از طریق رسانه‌های تعاملی و شبکه‌های اجتماعی به وجود می‌آید.

نحوه اثرگذاری و کارکردهای سیاسی رسانه

بخشی از اثرگذاری رسانه‌ها ناشی از ماهیت فراگیر آنهاست. «رسانه‌ها و رای مدرسه، خانواده

و هر نهاد تأثیرگذار دیگر در جامعه‌پذیری، به صورت فراگیر عمل می‌کنند. یعنی هم خانواده، هم مدرسه، هم دیگر عناصر مؤثر در جامعه‌پذیری را تحت پوشش قرار می‌دهند» (ساروخانی، ۱۳۹۱:۱۰).

امروزه گستره فعالیت رسانه‌ها از مرز خانواده، مدرسه و حتی مرز حاکمیت دولت‌ها یا مرزهای سیاسی و جغرافیایی به راحتی عبور کرده است و تمامی دیوارهای میان افراد بشر را برداشته است. این فراگیری به اندازه‌ای است که برخی از جبر رسانه یا جبر تکنولوژی سخن می‌گویند. دامنه این اجبار، دیگر به یک جغرافیا یا یک مجموعه خاص محدود نیست و در واقع جبر رسانه‌ای را باید جبر جهانی رسانه‌ها نامید. چراکه «در عصر بزرگراه‌های اطلاعاتی، هر حادثه هرچند کوچک، دیگر به محلی خاص تعلق ندارد. در یک آن در اقصی نقاط عالم، انعکاس می‌یابد. تبعات این امر برای سرنوشت انسان بسیار زیاد است، زیرا موجبات سیاسی شدن شدید رسانه‌ها را فراهم می‌سازد. یک حادثه دیگر در لاک جغرافیا باقی نمی‌ماند و در جای جای جهان انعکاس می‌یابد. پس فرایند جهانی شدن با رسانه‌ها آغاز می‌شود» (ساروخانی، ۱۳۹۱:۱۳).

از این رو می‌توان فرایند جهانی شدن را وام‌دار رسانه‌ها دانست. چرا که جهانی شدن بدون وجود رسانه‌های فراگیر و جهانی معنا ندارد. فراگیری رسانه در سطحی محدودتر مثلاً در حوزه جغرافیایی یک کشور هم می‌تواند سرعت عمل و بُرد زیادتری داشته باشد و هم می‌تواند با محدودیت‌هایی از جمله سانسور مواجه شود. گرچه ابزارهای فیلترینگ و سانسور و پارازیت دیگر نمی‌تواند مانعی برای نشر خبر از طریق رسانه باشد لیکن در محدوده‌های کوچک سیاسی همانند یک کشور، هنوز هم به‌عنوان مانعی از آنها استفاده می‌شود. البته این ابزار و عوامل در قوانین داخلی و ادبیات رایج کشورها به‌عنوان ابزارهایی برای جلوگیری از تهدیدات فرهنگی و اجتماعی، حفظ هویت ملی و دینی و ممانعت از استیلای فرهنگی غیرخودی شناخته می‌شوند. لیکن با همین عنوان هم نتوانسته‌اند در مقابل موج گسترده و فراگیر رسانه‌های جهانی قد علم نمایند. بنابراین می‌توان گفت رسانه می‌تواند تمامی موانع بر سر راه خود را بر دارد و به عمق زندگی خصوصی آدم‌ها نیز نفوذ نماید. اما به صورت طبیعی این دامنه نفوذ و اثرگذاری در همه زمینه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و به یک اندازه و یک گونه نیست. اثرگذاری رسانه در حوزه سیاسی با نقش‌های بسترسازی، جریان‌سازی، تهییج، تبلیغ، ترویج، آگاهی‌بخشی، افشاگری و ... اعمال می‌شود و به تعبیری رسانه و سیاست، جهان را به سمت دگرگونی می‌برند. «این تغییرات شامل رفع قید و بندها از بنیان محدوده سیاست‌های مدرن، تخریب بنیان‌های ساختاری و

ایدئولوژیکی سیاست‌های همگانی و افزایش سیاست‌های جزئی الگویی، مبتنی بر ایده‌های جمعی و همچنین هویت‌هایی با نفوذ کمتر می‌باشند» (بری اکسفورد، ۱۳۸۷: ۷).

اثرگذاری رسانه بر نهادها، اشخاص، ایدئولوژی، آرمان‌ها و متداول و پذیرفتنی است. این اثرگذاری گاه میان شخص و نهاد، شخص و ایدئولوژی یا ایدئولوژی و نهاد، می‌تواند تقابل یا تعامل معنادار ایجاد نماید. در سپهر سیاسی آنچه در میان شخص با عنوان حاکم و نهاد با عنوان دولت یا حکومت همواره مورد نظر است، قدرت است. هماهنگی مطلق ساختار دولت با علائق و خواسته‌های شخص حاکم، عموماً منجر به هم‌نوایی میان شخص و نهاد و تصرف مطلق قدرت به عنوان سرمایه اصلی دولت توسط حاکم می‌شود. اما اغلب، این هماهنگی یا به صورت مطلق وجود ندارد یا بنا به مقتضیات زمان، شرایط جهانی، ملی و، حاکم میل به بهره‌مندی بیشتر از قدرت دارد، لیکن ساختار سیاسی از جمله قانون اساسی این اجازه را به وی نمی‌دهد. این رابطه همواره به این شکل وجود ندارد بلکه عواملی بیرونی از جمله رسانه آن را تغییر می‌دهند. به این معنا رسانه با اثرگذاری بر افکار عمومی، بیان تحولات جهانی و ملی، آگاهی‌بخشی و ... حاکم را از تصاحب بیشتر قدرت باز می‌دارد و به بیان دیگر از شخصی شدن قدرت جلوگیری می‌کند و یا بالعکس می‌تواند با توجیه و توضیح و جوسازی، قدرت را از نهاد به حاکم منتقل نماید و باعث شخصی - شدن آن شود. اما چنانکه انتظار می‌رود، رسانه به معنای عام آن امروزه بیشتر در مسیر اول یعنی غیرشخصی کردن قدرت مؤثر است. به جز رسانه‌های دولتی که اخبار و اطلاعات آنها زیر نظر حاکم یا زیردستان و ارادتمندان آن نوشته و منتشر می‌شوند، اغلب رسانه‌ها میل به هم‌نوایی، اقناع، تنویر و ترغیب افکار عمومی دارند تا حاکمان و به یک معنا رسالتی روشنگرانه و روشنگرانه برای خود قائل‌اند. اگر چه مکاتب مختلف برای نقش رسانه آثار حداقلی و حداکثری قائل‌اند، اما هیچکدام نه این آثار را کم‌رنگ می‌دانند و نه آن را صرفاً در خدمت مردم قلمداد می‌کنند. در میان مکاتب مختلف، مکتب فرانکفورت و به‌ویژه شخص مارکوزه، رسانه‌ها را ابزاری در خدمت نظام سرمایه‌داری می‌دانند. «از دید مارکوزه، فراخ زیستی و برخورداری در نظام سرمایه‌داری بر طرف‌کننده نیازهای اصیل و واقعی نیست، بلکه نیازهای کاذبی را برآورده می‌کند که خود آفریده است. اما کاذب بودن آن‌ها را از دیدگاه مخفی می‌کند. بنابراین، پیدایش آگاهی کاذب، بخشی اساسی از سیستمی است که به کمک صنعت تبلیغات و استفاده از رسانه‌های همگانی و علوم اجتماعی و روان‌شناختی حیل‌ساز به دست می‌آید. صنایع

سرگرمی‌ساز و پرکننده اوقات فراغت نیز نقش خود را در تثبیت نظام ایفا می‌کنند و وقت آزاد کارگران را پر می‌کنند و نوعی رضایت خاطر ارزان و بی‌مایه و دست دوم برایشان فراهم می‌کنند. مارکوزه این فرایندهایی که مردم را با نظام آشتی می‌دهند، کودن‌سازی می‌نامد» (مایکل اچ لسناف^۱، ۱۳۸۵: ۷۲).

بنابراین از نظر مارکسیست‌ها رسانه‌ها سلاحی در خدمت نظام سرمایه‌داری است تا با آن بتواند مردم را باخود همراه و هماهنگ نماید و در واقع نوعی سازش میان طبقه کارگر و طبقه حاکم به وجود آورد. در این بین طبقه حاکم نیازمند تصرف تام و تمام قدرت است و سازش میان او و طبقه کارگر نه به معنای تقسیم قدرت بلکه به معنای فریب طبقه کارگر و قبضه قدرت و شخصی کردن آن با استفاده از رسانه است.

در مقابل راست‌گرایان جدید از جمله «نیل پستمن»^۲، «آلن بلوم»^۳ و «بیزلی»^۴ در اینکه رسانه به تنویر افکار عمومی و آموزش مردم کمک می‌کند هم رأی‌اند. اما در اینکه رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون بیشتر به کار تبلیغی و ترغیب برای مصرف می‌پردازد، اختلاف نظر دارند. پستمن معتقد است، تلویزیون در رسالت خود نسبت به آموزش مردم و تنویر افکار آنان شکست خورده است و بیش از اندازه به فکر جلب نظر مردم می‌باشد.

در هر دو صورت راست‌گرایان و چپ‌گرایان رسانه را در برآورده کردن خواسته‌های حاکمان بی‌تأثیر نمی‌بینند. البته برای رسانه‌های آزاد و رسانه‌های دولتی نمی‌توان نقشی یکسان و یگانه تعریف کرد. چه اینکه در هر دو فضای راست و چپ (لیبرالی و مارکسیستی) رسانه‌های دولتی و غیردولتی وجود دارند. رسانه‌های غیردولتی یا آزاد به صورت طبیعی در نقد دولت و بویژه نقد تصاحب قدرت و شخصی شدن آن اثرگذارند. در مقابل رسانه‌های دولتی اصلی‌ترین دستگاه (دستگاه تبلیغ) برای شخصی کردن قدرت‌اند. دستگاه تبلیغ با برجسته کردن وجوه کاریزماتیک رهبر، کیش شخصیت، بیان نیازها و ملتهب نشان‌دادن شرایط ملی و بین‌المللی، در قدرتمندساختن شخص حاکم اثرگذار است. البته نمی‌توان میان قدرتمند شدن شخص حاکم و تضعیف نهادهای قانونی رابطه‌ای مستقیم و معنادار قائل شد. لیکن ارجاع و احاله قدرت به شخص حاکم نگاه جامعه را به نهادها کم‌رنگ می‌کند و تمام افت و خیزهای سیاسی و اقتصادی کشور، پیشرفت‌ها و پسرفت‌ها، پیروزی‌ها و شکست‌ها را به شخص حاکم نسبت می‌دهد که البته در شرایطی می‌تواند

1. Lesnaf, Michael Hitch
2. Postman, Neil
3. Bloom, Allan
4. Beasley

به زیان شخص حاکم نیز باشد.

تجربه دوران پهلوی دوم نشان می‌دهد کیش شخصیت وی از طرف رسانه‌های موجود، سبب شد نوک پیکان حمله مخالفان رژیم بیشتر به سمت شخص شاه نشانه رود تا سیستم سیاسی که او در رأس آن قرار داشت.

رسانه، احزاب و شخصیت‌زدایی از قدرت

رسانه در همه انواع و اشکال خود، دارای کارکردهای متعدد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، هنری و سیاسی است. به موازات این تنوع کارکرد، تفاوت اثرگذاری رسانه‌ها در حوزه‌های بالا نیز چشمگیر است. نمی‌توان اثرگذاری رسانه‌های فراگیر نوین در حوزه اقتصاد و حوزه فرهنگ را هم‌اندازه قلمداد کرد و یا کارکرد هنری رسانه را با کارکرد اجتماعی آن مقایسه کرد. در حوزه سیاسی به واسطه گسترش سیاست در تمام جوانب زندگی بشر، می‌توان کارکردهای متنوع، با اثرگذاری متفاوت و بالایی را متصور شد. طیف وسیع سیاست از سیاستمداران تا نهادهای سیاسی، تشکلهای و احزاب سیاسی، اتفاقات و پدیده‌های سیاسی، روابط و تعاملات سیاسی، رقابت و مسابقات سیاسی، فضا و مخاطبان سیاسی و ... همه به نوعی متأثر از کارکردهای سیاسی رسانه‌اند و یا به تعبیر دیگر رسانه دارای کارکرد اثرگذار در چنین حوزه‌هایی است. رسانه در این حوزه‌ها به صورت طبیعی مهم‌ترین عامل یا فاکتور سیاسی یعنی قدرت را به صورت مستقیم و غیرمستقیم تحت تأثیر قرار می‌دهد. کم و زیاد شدن قدرت، جابجایی و انتقال قدرت، تغییر ادبیات و شیوه اعمال قدرت، میزان نفوذ و اثرگذاری قدرت و ... ناشی از عملکرد سیاسی هیأت حاکمه یعنی شخص حاکم و نهادهای قدرت و نیز رفتار سیاسی مردم و نهادهای مدنی تحت تأثیر عوامل بیرونی همانند رسانه است. از جمله مهمترین نهادهای مدنی که می‌توانند در شخصی‌شدن یا شخصیت‌زدایی از قدرت بسیار اثرگذار باشند، احزاب سیاسی‌اند که خود نیز می‌توانند واجد فرهنگ رسانه‌ای و یا متأثر از رسانه باشند. اصلی‌ترین کارویژه احزاب سیاسی تلاش برای کسب، حفظ و بسط قدرت سیاسی است و همواره با این مؤلفه محوری یعنی قدرت مواجه‌اند و برای دست یافتن به آن از ابزارهای متعددی از جمله رسانه استفاده می‌کنند. زمانی که یک حزب سیاسی قدرت را تصاحب می‌کند و شخص اول حزب به عنوان رئیس جمهور یا نخست‌وزیر معرفی می‌شود، به صورت طبیعی قدرت در میان شخص حاکم و نهادهای قانونی زیر دست او، توزیع می‌شود که بنا به ویژگی‌های دموکراتیک یا غیردموکراتیک بودن آن حزب،

حاکم میل به شخصی‌سازی قدرت یا اجرای قانون و بهره‌مندی از نهادهای قانونی پیدا می‌کند. در صورتی که حاکم میل به شخصی‌سازی قدرت داشته باشد، باید از رسانه‌های قدرتمند دولتی یا رسانه‌ای که ارگان حزب متبوع وی باشد استفاده کند. در چنین شرایطی رسانه‌های مربوط از زبان حزب که صاحب قدرت است به تبلیغ پیرامون شخص حاکم می‌پردازند. چراکه تبلیغات حزبی یکی از مهمترین کارکردهای سیاسی رسانه است. رسانه‌های آلمان هیتلری نمونه بارز رسانه‌های کاملاً دولتی اند که در خدمت اهداف و اغراض شخص حاکم یعنی هیتلر قرار داشتند.

از دیگر کارکردهای سیاسی رسانه، برقراری ارتباط با مخاطبان در جهت حضور در فضای سیاسی یا مشارکت سیاسی است. «در سال‌های اخیر ظهور اشکال و شیوه‌های رسانه‌های جدید هم افراد خوش‌بین و هم بدبین را درباره قابلیت رسانه‌ها برای حیات‌بخشی مجدد به فضای عمومی و گفتمان و ارتباطات سیاسی به هیجان آورده است» (بری آکسفورد و ... ۱۳۸۷: ۲۰۵). بدبینی از آن حیث که دیگر رسانه‌ها با همه تغییراتی که در حوزه سخت‌افزاری و نرم‌افزاری پیدا کرده‌اند، نمی‌توانند فضای عمومی جامعه را دگرگون کنند یا دست کم تغییری محسوس در میزان مشارکت سیاسی ایجاد کنند. برعکس؛ خوش‌بینان باور دارند تحول در رسانه، رابطه مستقیم و اثرگذاری با تحول در فضای سیاسی و شکل عینی آن یعنی میزان مشارکت سیاسی ایجاد کرده است. گرچه آمار و ارقام این تحول محسوس را نشان نمی‌دهند اما شواهدی در دست است که این تحول به سود مشارکت سیاسی است. چه اینکه دل‌سردی و عدم مشارکت بر اساس آمار در میان جوانان بیشتر از بزرگسالان است و از طرفی «چون به صورت مرسوم کاربران اولیه تکنولوژی‌های رسانه‌های جدید جوانان هستند» (بری آکسفورد و ... ۱۳۸۷ : ۲۰۶) از این‌رو امید اثرگذاری رسانه‌ها بر جوانان در راستای افزایش مشارکت سیاسی آنان افزایش می‌یابد. طبعاً میزان مشارکت سیاسی و مشارکت سیاسی آگاهانه، می‌تواند در جلوگیری از شخصی‌شدن قدرت یا موافقت با آن مؤثر باشد. یعنی به تعداد افرادی که در انتخابات شرکت می‌کنند به همان میزان مدعی برای مراقبت از قدرت وجود دارد. مراقبت در هر دو شکل آن یعنی همراهی کردن با روند شخصی‌شدن قدرت یا مقاومت در مقابل آن. اگر رسانه‌های نوین و کاربران آنها خارج از محدوده نفوذ دولت در حوزه سیاسی ارزیابی شوند، بدیهی است رفتار نقادانه در سطوح مختلف آن، چه از عملکرد هیأت حاکمه و چه از عملکرد دستگاه‌های زیر مجموعه مشاهده می‌شود. این رویه و رویکرد نقادانه اگر در خصوص شخص حاکم اتفاق بیفتد، بدیهی است پاره‌ای از آن درباره استفاده ناروا از قدرت یا قدرت شخصی شده باشد. بنا براین می‌توان گفت نقد آزادانه در رسانه‌های غیر دولتی، می‌تواند عاملی در جهت

جلوگیری از روند شخصی‌شدن قدرت باشد. اما این امر مشروط به شرایطی از قبیل مشارکت فعالانه در سیاست توسط نیروهای سیاسی-اجتماعی، قوت‌گرفتن جامعه مدنی و وجود رسانه‌های آزاد و غیردولتی است. حال اگر جامعه مدنی در قالب چند حزب فعال و قدرتمند بروز و ظهور داشته باشد، طبیعی است به محض به قدرت رسیدن هر حزب، احزاب دیگر در نقش اپوزیسیون یا منتقد حزب حاکم عمل می‌کنند و رسانه‌های این احزاب، به درستی می‌توانند در جلوگیری از شخصی‌شدن قدرت یا استفاده ناروا و غیرقانونی از قدرت تأثیرگذار باشند. فعالان حزبی و حتی هواداران با هر گونه عملیات روانی، نوشتاری، تظاهرات، حضور در فضای مجازی و ... می‌توانند در زمینه ایفای نقش ممانعت از شخصی‌شدن قدرت عمل نمایند.

رسانه، توسعه سیاسی و شخصیت‌زدایی از قدرت

توسعه سیاسی از جمله مفاهیمی است که در فاصله بین بیان تئوریک و اجرای عملی آن مناقشات و وجود دارد. مضاف بر آن هنوز عده‌ای در خصوص تقدم و تأخر توسعه سیاسی و عناصر سازنده آن مجادله دارند. بدین معنا که جامعه ابتدا باید مشارکت سیاسی بالا، احزاب مترقی، مطبوعات آزاد و ... داشته باشد و بعد از توسعه سیاسی سخن بگوید یا اینکه تلاش برای رسیدن به این عناصر، عین توسعه سیاسی است. به هر روی به واسطه نوپایی این مفهوم در ادبیات سیاسی، تفاسیر متعدد و گاه متباینی از آن ارائه شده است. «توجه به مفهوم توسعه از ویژگی‌های دوران آغازین جنگ سرد و استقلال‌یافتن کشورهای مستعمره و تولد دولت-ملت‌های جدید در امریکا و افریقا است. به طور عمده نویسندگان و محققان امریکایی برای اولین بار با ارائه نظریه نوسازی، آن را دستاویزی برای پیدا کردن جای پای در کشورهای تازه استقلال‌یافته قرار دادند. نخستین مباحث نیز در زمینه نوسازی تحت تأثیر جنگ سرد و کار نویسندگان امریکایی و به خصوص معتقدان به نظریه توسعه سیاسی بود. اما مسئله توسعه سیاسی به مرور به محور مطالعات محققان علوم سیاسی غرب و جهان سوم تبدیل شد و تدریجاً مفهوم توسعه سیاسی به چالش کشیده شد. عده‌ای ترکیب توسعه با سیاسی را جمع‌اضداد می‌دانستند و استدلال می‌کردند که توسعه مفهوم اقتصادی را به ذهن متبادر می‌کند و اساساً نمی‌تواند با سیاست جمع شود و عده‌ای دیگر که دارای تفکرات مارکسیستی بودند آن را به عنوان غربی شدن جوامع تلقی می‌کردند» (فرقانی، ۱۳۸۲: ۱۹). بنابر همین چالش‌ها و افتراقات فکری، تعریف توسعه سیاسی و شاخص‌های آن هم مشمول تفاوت‌های مبنایی و نظری در مکاتب و ایدئولوژی‌های مختلف است. اما از آنچه به عنوان برآیند این

تعاریف به دست می‌آید می‌توان به شاخص‌ها و ویژگی‌های زیر اشاره کرد: «در شناخت و تعریف توسعه سیاسی، شاخص‌هایی همچون تفکیک و افتراق، شهری شدن، گسترش گروه‌های میانی، تمایز هویتی، گسترش گروه‌های اجتماعی، گسترش نهادهای سیاسی غیر دولتی، نهادینه و پیچیده شدن ساختار سیاسی، عقلانی شدن نظام دیوانسالاری، گسترش و کارآمدی دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت از قبیل آموزش و پرورش، رسانه‌ها، نهادهای مذهبی و حقوقی، تمرکززدایی، پیدایش فرهنگ سیاسی همگن، گسترش نهادهای مشترک سیاسی به عنوان زبان در ارتباط، گسترش فرهنگ تساهل و مدارای سیاسی، افسون‌زدایی، غیرتابویی شدن دولت و سیاست، تعمیم سیاست و اجتماعی شدن آن، شکسته شدن پوسته خرده فرهنگ‌های سیاسی به نفع نظم فرهنگی فراگیر، غیرشخصی شدن سیاست، هم‌عرضی قدرت سیاسی با سایر قدرت‌ها در انظار عمومی و از دست رفتن مطلوبیت فی‌نفسه آن، گسترش احساس دولت‌دار بودن و اعتماد به بالا در جامعه سیاسی به عنوان منشأ مشروعیت، عدالت و جامعه‌پذیری و توانایی برای پذیرش مشارکت‌ها، به تمامی مؤید معانی مختلف این مفهوم‌اند» (قلی‌زاده، ۱۳۸۹: ۲).

با مسامحه می‌توان گفت اغلب این شاخص‌ها با قدرت به‌عنوان عنصر بنیادین سیاست در ارتباط‌اند. چه اینکه بحث در خصوص توسعه سیاسی بدون واکاوی مفهوم قدرت ناقص و نارساست و نمی‌توان از توسعه سیاسی بی‌آنکه جایگاه قدرت در این عرصه مشخص شده باشد، سخن گفت. به صورت بارز و روشن می‌توان گفت در توسعه سیاسی آنچه که مورد تحدید واقع می‌شود و به نوعی به سمت نهادینه شدن و داشتن حدود و ثغور معین می‌رود، همان قدرت است. به معنای دیگری می‌توان گفت شخصیت‌زدایی از قدرت از مهمترین مؤلفه‌های توسعه سیاسی است. حال مجدداً این سوال مطرح است؛ آیا شخصیت‌زدایی از قدرت موجب رسیدن به توسعه سیاسی است؟ یا اگر توسعه سیاسی ایجاد شد، می‌توان از تحدید قدرت یا شخصیت‌زدایی از آن سخن گفت؟ هر دو صورت این معادله عمق رابطه شخصیت‌زدایی از قدرت با توسعه سیاسی را نشان می‌دهد. اما آنچه که به‌عنوان یک حلقه واسط میان توسعه سیاسی و شاخص‌های آن همواره مورد نظر است، ابزاری به نام رسانه است. هرگاه رسانه در مقام توجیه، توضیح، انتقاد، خبر، تفسیر و هر سنخ دیگری از برنامه‌های خود، یک یا چند مورد از شاخص‌های توسعه سیاسی را مورد هدف قرار دهد، در واقع در راستای توسعه سیاسی قدم برداشته است. در خصوص شاخص مورد نظر این پژوهش، یعنی شخصیت‌زدایی از قدرت، رسانه در فضای توسعه سیاسی به صورت طبیعی همواره با این شاخص درگیر می‌شود. چه اینکه هرگونه نقد سازنده یا شالوده شکن در فضای

سیاسی به هیأت حاکمه یا شخص حاکم و قدرت آن ارتباط پیدا می‌کند. به بیان دیگر هرگونه انتقاد یا تحلیل رسانه‌ای می‌تواند در کاهش یا افزایش قدرت شخصی حاکم اثرگذار باشد. روی دیگر سکه این است که رسانه می‌تواند با پافشاری بر عناصر توسعه سیاسی در نهادینه کردن قدرت و شخصیت‌زدایی از آن اثرگذار باشد.

رسانه، نظارت و شخصیت‌زدایی از قدرت

نظارت و مراقبت از حقوق مردم، نهادهای مدنی، قانون و ... از جمله نقش‌های مؤثر و مهم رسانه در جهان کنونی است. «ویلبر شرام استاد معروف ارتباطات، نخستین نقش رسانه‌ها را نقش نگهبان می‌داند» (معتمدنژاد، ۱۳۸۶: ۹). «این امر به طور عام، از نام‌های انتخابی روزنامه‌هایی که در برگیرنده مکرر لغاتی چون نگهبان (Sentinel)، ناظر (Monitor)، ندای خلق (Clarion)، مشاهده‌گر (Observer) و آگاهی‌بخش (Intelligencer) است منعکس می‌شود» (پرایس، ۱۳۹۰: ۱۶۰). این نقش یعنی نگهبانی و دیده‌بانی به انحای مختلف سبب شفاف‌سازی و جلوگیری از فساد در اشکال مختلف آن می‌شود. «ادموند برک فیلسوف و سیاستمدار محافظه کار انگلیسی با تأکید بر نقش نظارتی و دیده‌بانی رسانه‌ها در دفاع از منافع عمومی و تغییر و اصلاح رویه‌های نادرست امور اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، رسانه‌ها را رکن چهارم دموکراسی نامید. بدین مفهوم که رسانه‌ها هم‌تراز دیگر قوا در نظام‌های مردم سالار، یعنی قوای مقننه، قضائیه و مجریه قرار می‌گیرند» (معتمدنژاد، ۱۳۸۶: ۴۵۹).

این عنوان، یعنی رکن چهارم دموکراسی، نشان دهنده اهمیت رسانه در سلامت، ثبات و موفقیت یک نظام سیاسی است و به نوعی نشان می‌دهد مردم در کنار قوای سه‌گانه به‌عنوان ناظران رفتار آنها از طریق رسانه، می‌توانند همکار و مددکار مناسبی برای دولت باشند. «نظارت مردم بهترین وسیله حفظ نظام از خطرات و مفسدات اجتماعی است و در دوران مدرن امروزی یکی از ابزارهای مهم در نظارت مردم بر زمامداران و نهادهای اجتماعی و سیاسی و اقتصادی، رسانه‌ها هستند. رسانه‌های جمعی نقش زبان گویای آحاد ملت را بازی می‌کنند» (افتخاری، ۱۳۸۱: ۷۹).

«به طور کلی نظارت رسانه‌ای را می‌توان از کارکردها و وظایفی دانست که رسانه‌ها به‌عنوان دیده‌بان منافع مردم و نظام سیاسی بر محیط و نهادهای اجتماعی اعمال می‌کنند. این نقش‌ها، مواردی مانند آگاهی‌بخشی، تحلیل و تفسیر اخبار، شفاف‌سازی اطلاعاتی و افشاگری، پرسشگری

و پاسخگویی به افکار عمومی و نظایر آن را در بر می‌گیرد. کارکرد نظارتی رسانه زمانی معنا پیدا می‌کند که رسانه در کنترل کردن سازمان‌های دولتی و عمومی آزاد باشد، استقلال حرفه‌ای از دولت داشته باشد و آزادی بیان رسانه‌ای از سوی دولت تضمین شده باشد» (قلی نژاد، ۱۳۸۹: ۲).

این نقش نظارتی از سوی رسانه در سطوح مختلف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و نیز در لایه‌های مختلف هرم قدرت از شخص اول مملکت یا حاکم تا رده‌های پایین‌تر و غیردولتی اعمال می‌شود. در این نوشتار بیشتر نقش نظارتی رسانه بر حاکم و نحوه استفاده وی از قدرت مدنظر است. چه اینکه حاکم هم می‌تواند از قدرت به دست آمده، در چارچوب قانون و نهادهای قانونی استفاده نماید و هم می‌تواند با اعمال سلیقه و به صورت شخصی از قدرت استفاده ناروا بنماید. در چنین وضعی نقش نظارتی رسانه فعال می‌شود و با افشاگری و آگاهی بخشی از شخصی شدن قدرت جلوگیری می‌کند و این شرایط، ممکن است به تقابل حاکم و رسانه نیز منجر شود. چرا که افشاگری و نقد رفتارهای ناروای حاکم، به صورت طبیعی در تضعیف پایه‌های مشروعیت وی مؤثر است و ممکن است به تحدید رسانه‌ها و حتی سرکوب کردن آنها منجر شود. به تعبیر سیاسی، این وضع را شرایط فقدان آزادی بیان می‌نامند که از جمله ویژگی‌های دولت‌های غیر دموکراتیک است. در چنین سیستم‌های سیاسی عموماً رسانه‌ها دولتی‌اند. پاولویچ محقق روسی در کتاب تئوری روزنامه‌نگاری، رسانه‌های دولتی را در مدل ابزار و دستیار سه قوه تعریف می‌کند. به تعبیر پاولویچ، در این مدل رسانه‌ها در سیطره و نفوذ قوا عمل می‌کنند. دستورها هدایت شده از بالاست و رسانه‌ها صرفاً نقش روابط عمومی سازمانی را بازی می‌کنند. در این مدل ابداً رسانه‌ها نمی‌توانند نقش نظارتی خود را به خوبی ایفا کنند و در واقع نه تنها به شخصیت‌زدایی از قدرت یا نهادینه شدن آن کمکی نمی‌کنند، بلکه ممکن است در شخصی شدن قدرت و تضعیف نهاد و برجسته کردن شخص حاکم نیز مؤثر باشند. اما در نظام‌های دموکراتیک با وجود رسانه‌های آزاد و مستقل، حاکم نمی‌تواند از قدرت استفاده ناروا به عمل آورد یا به تعبیری از قدرت سوء استفاده کند. چنین رسانه‌هایی با قوت به شخصیت‌زدایی از قدرت می‌پردازند و نقد رفتارهای حاکم را از نقد نهادهای حکومتی یا ساختار سیاسی تفکیک می‌کنند.

اصحاب رسانه و از جمله «روزنامه‌نگاران به عنوان نمایندگان ناظر، سعی می‌کنند تا عامه مردم را نسبت به مسائل هوشیار کنند. آنها تلاش می‌کنند تا اخباری درباره رفتار نخبگان سیاسی، از قبیل اعمال، مقاصد مفروض و مخالفت‌های درونی‌شان را به اطلاع مخاطبان خود برسانند. در انجام این کار، گزارشگران مکانیزم اصولی برای نظارت بر محیط سیاسی در اختیار عامه مردم با

دقت قرار می‌دهند. هرچند ممکن است آنها توسط عوامل سازمانی، صنفی و نهادی محدود شوند» (پرایس، ۱۳۸۹: ۱۶۱).

نقد حاکم از سوی رسانه، گاه به رسواسازی منجر می‌شود که یکی از دستاوردهای نظام رسانه‌ای مستقل و آزاد است. امروزه «به استثنای دموکراسی‌های اسکاندیناوی و چند کشور دیگر هیچ کشور دیگری در امریکای شمالی و جنوبی، اروپای شرقی و غربی، آسیا یا آفریقا وجود ندارد که نام آن یادآور رسوایی‌های بزرگ سیاسی نباشد. رسوایی‌هایی که پیامدهای مهم و چشمگیری در سال‌های اخیر داشته‌اند» (کاستلز^۱، ۱۳۸۵: ۴۰۰).

تمامی این رسوایی‌های سیاسی، اقتصادی، اخلاقی و ... توسط رسانه‌ها بر ملا شده‌اند. گرچه نمی‌توان سیاست رسواسازی را به عنوان رسالت اصلی رسانه‌ها قلمداد کرد، اما به صورت طبیعی رسانه‌ها به دنبال کارویژه اصلی خود یعنی نظارت، به رفتارهای غیرقانونی و غیراخلاقی برخورد می‌کنند که اعلام آنها به رسوایی سیاستمداران منجر می‌شود. این رفتارهای غیرقانونی اغلب شکل سوء استفاده از قدرت به خود می‌گیرند که تقریباً در همه نظام‌های سیاسی و همه ادوار تاریخ وجود داشته است. تا جایی که لیز می‌گوید: «استفاده و سوء استفاده از قدرت در جهت نفع شخصی یکی از خصایصی است که اگر چیزی به نام سرشت بشری وجود می‌داشت به خوبی درخور چنین نامی بود» (Leys, 1989: 51). بنابراین وجود دائمی و البته کم و بیش فساد در همه جوامع از طرفی و از طرف دیگر نیرومند شدن رسانه‌ها، سبب شده است سیاست رسواسازی به یک ابزار کنترلی و ضربه زنده در فضای سیاسی تبدیل شود. «به نظر من سیاست رسواسازی حربه‌ای است که برای مبارزه و رقابت در میدان سیاست اطلاعاتی می‌توان آن را برگزید. استدلال من نیز چنین است؛ سیاست کم و بیش در فضای رسانه‌ها محصور شده است. رسانه‌ها هم به لحاظ تکنولوژیکی و هم مالی و سیاسی نیرومندتر از همیشه هستند. دسترسی جهانی و شبکه‌بندی به آنها اجازه می‌دهد از کنترل‌های سیاسی سفت و سخت بگریزند. توانایی آنها در تهیه گزارش‌های پژوهشی و استقلال نسبی آنها از قدرت سیاسی، آنها را به منبع اصلی اطلاعات و عقاید جامعه تبدیل کرده است» (کاستلز، ۱۳۸۵: ۴۰۴).

بدیهی است در چنین شرایطی سیاستمداران و به ویژه شخص حاکم برای حفظ مشروعیت و ماندگاری خود در قدرت، از اعمالی که احتمالاً منجر به رسوایی شود پرهیز می‌کنند. اما گاه زیاده‌خواهی، غرور کاذب، تحریک اطرافیان، اشتباهات خانواده و ... سبب بروز رفتارهایی

می‌شود که به رسوایی حزب یا شخص حاکم منجر می‌شود.

اصل دیگر در رسالت رسانه‌ها در ذیل کارویژه نظارت، اصل آگاهی‌بخشی است. رسانه‌ها در همه اشکال خود، کارویژه آموزشی و آگاهی‌بخشی دارند. آگاه کردن مردم به آنچه که در پیرامونشان می‌گذرد و نیز دادن اطلاعات لازم برای تصمیم‌گیری‌های خرد و کلان سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و ... یکی از مهمترین کارویژه‌های رسانه‌ها است. امروزه مردم دریافته‌اند بدون وجود رسانه نمی‌توانند تصمیم‌های درست و منطقی اتخاذ کنند. علاوه بر آن زندگی بدون رسانه امروزه به مثابه زندگی در اغما است. چه اینکه جامعه بدون رسانه از دنیایی که به شدت کوچک شده است، کاملاً بی‌خبر است.

«در جوامع معاصر مردم اساساً از طریق رسانه‌ها، به خصوص تلویزیون، اطلاعات کسب می‌کنند و عقیده سیاسی خود را شکل می‌دهند ... بنابراین مواضع سیاسی متضاد که به شکل احزاب و نامزدهای آنها متجلی می‌شوند، برای اثرگذاری بر ذهن و اراده مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند که ابزار اساسی آنها در ایجاد ارتباط، تأثیر و ترغیب است» (کاستلز، ۱۳۸۵: ۳۷۷).

رسانه‌ها هم برای اینکه مخاطبان را به سوی اخبار و برنامه‌های خود جذب کنند باید علاوه بر جذابیت، قابل اعتماد نیز باشند. زیرا عرصه رسانه عرصه‌ای کاملاً رقابتی است و موفق بودن در این عرصه مستلزم جذابیت رسانه‌ها و در مورد اخبار، قابلیت اعتماد است. «بدون این اعتماد اخبار بی‌ارزش هستند. قابلیت اعتماد مستلزم وجود فاصله نسبی از مواضع سیاسی خاص است. این خودمختاری رسانه‌ها که در منافع کاری آنها ریشه دارد با ایدئولوژی حرفه‌ای و با مشروعیت ارج و منزلت ژورنالیست‌ها به خوبی سازگار است. آنها طرف کسی را نمی‌گیرند، فقط گزارش می‌کنند. اطلاعات هدف اصلی است، تحلیل و تفسیر اخبار باید مستند باشد، عقاید باید طبق قواعد باشد و بی‌طرفی یک قاعده است. این استقلال دوگانه، هم از شرکت‌ها و هم از حرفه‌ها، به واسطه این واقعیت تقویت می‌شود که دنیای رسانه‌ها دستخوش رقابتی بی‌وقفه است؛ حتی اگر این رقابت به طور فزاینده‌ای تحت سیطره چند قدرت معدود باشد. هر خدشه‌ای در قابلیت اعتماد یک شبکه تلویزیونی یا روزنامه معین باعث می‌شود مخاطبان آن در بازار رقابت بین دیگران تقسیم شوند. بنابراین، از یک سو رسانه‌ها باید آن قدر به سیاست و حکومت نزدیک باشند که به اطلاعات دسترسی داشته باشند، بر مقررات و نظارت به نفع خود تأثیر بگذارند و در بسیاری از کشورها یارانه‌های چشمگیری دریافت کنند. از سوی دیگر، آنها باید به قدر کافی بی‌طرف و دور باشند تا اعتبار خود را حفظ کنند و بدین سان میانجی‌ها و حلقه‌های اتصال شهروندان و احزاب در

تولید و مصرف جریان‌های اطلاعات و تصاویر باشند که ریشه شکل‌گیری افکار عمومی و رأی‌گیری‌ها و تصمیم‌گیری‌های سیاسی است" (کاستلز، ۱۳۸۵: ۳۷۹).

تصمیم‌گیری‌های شهروندان که مبتنی بر اطلاعات رسانه‌ها است به حذف یا ارتقای جریان‌های سیاسی می‌انجامد. در هر صورت این رسانه‌ها هستند که در بعد نظارتی خود به شهروندان و حتی سیاستمداران آگاهی می‌دهند و این آگاهی اغلب منجر به اتفاقات و تحولات سیاسی می‌شود. اتفاقات و تحولات سیاسی حاصل از عملکرد رسانه در هر دو مقوله آگاهی‌بخشی و رسواگری، امروزه در تعیین رفتار حاکمان و سیاستمداران به شدت مؤثر است و در واقع از شخصی‌شدن قدرت جلوگیری می‌کند.

رسانه، مشارکت سیاسی و شخصیت‌زدایی از قدرت

مشارکت سیاسی از جمله رفتارها و مؤلفه‌های سیاسی است که از دیرباز در اشکال مختلف وجود داشته و با گذر زمان هم به لحاظ شکلی و هم محتوایی، تغییرات فراوان یافته است. در زمانی که نظام سیاسی نه به مفهوم امروزین آن، بلکه پیش از تأسیس دولت و در اشکال ابتدایی همچون نظام قبیله‌ای بوده است، می‌توان ادعا کرد تمکین به رأی حاکم، شکلی ابتدایی و منفعلانه از مشارکت سیاسی بوده است. با تأسیس دولت و شکل‌گیری نظام‌های انتخاباتی، مشارکت سیاسی، نظام‌مند و فعال‌تر می‌شود و به نوعی از هر دو جهت شکلی و محتوایی، متحول می‌شود. اما امر انتخابات، تنها یکی از اشکال مشارکت سیاسی است. چرا که برخی از اندیشمندان سیاسی، هرگونه حضور فعال، آزادانه، فردی یا جمعی، عقلایی یا احساسی و ... در فضای سیاسی را مشارکت سیاسی قلمداد می‌کنند. حتی برخی پای را فراتر گذاشته و اقدام علیه دولت مستقر به شکل اعتراض در فضای مجازی، تظاهرات خیابانی، نه گفتن در انتخابات و حتی عدم حضور در انتخابات، شورش، قیام و انقلاب را گونه‌ای از مشارکت سیاسی یا مشارکت سیاسی سلبی می‌دانند. گرچه برخی از اندیشمندان همانند پوپر در کتاب «جامعه باز و دشمنان آن»، هرگونه مشارکت سیاسی سلبی را نفی می‌کنند، اما باید پذیرفت واقعیتی که در جهان سیاسی امروز وجود دارد، هر دو وجه سلبی و ایجابی را نشان می‌دهد، که البته در هر دو وجه آن، رسانه و به ویژه رسانه‌های نوین حضوری پررنگ و مؤثر دارند.

اینک اگر فرض وجود مفهومی به نام مشارکت سیاسی سلبی را پذیرفته و هرگونه اعتراض، در هر شکل و اندازه‌ای را در ذیل این مفهوم قرار داده و فرض بعدی که با توجه به شواهد،

قدری مسلم‌تر است و آن تأثیر رسانه در شکل‌گیری اعتراضات سیاسی است نیز مورد قبول واقع شود، اثبات نقش رسانه در جلوگیری از شخصی‌شدن قدرت از طریق تأثیر بر مشارکت سلبی، آسان‌تر است.

از زمان ظهور رسانه‌های جدید، اغلب اعتراض‌های سیاسی، در نتیجه بازتاب یک حرکت رسانه‌ای آغاز شده‌اند و به نوعی می‌توان رسانه‌ها را آغازگر، کاتالیزور و حتی پایان‌بخش اعتراضات سیاسی دانست. چرا که هرگونه حادثه، کنش یا واکنش سیاسی که استعداد تحریک و برانگیختن مردم به یک اعتراض سیاسی را داشته باشد، اغلب از طریق رسانه به مردم منتقل می‌شود و در واقع مردم از طریق رسانه از آن اتفاق آگاه می‌شوند. سخنرانی‌ها، بیانیه‌ها، شعارها، تبلیغ‌ها، اعلامیه‌ها، و ... همه به شکل یک پیام و از طریق یک رسانه منتقل می‌شوند و ممکن است سبب خشم و نفرت، درگیری خیابانی، هیجان و ابراز احساسات، آرامش و فروکش کردن هیجان و سایر رفتارهای مسالمت‌آمیز یا خشونت‌بار سیاسی شوند.

گاه پیامی که از طریق رسانه به مردم منتقل می‌شود، ممکن است در خصوص استفاده ناروای شخص حاکم از قدرت باشد. پاسخ افکار عمومی نیز به این پیام در هر شکل و با هر بیانی برای بازخواستن و متنبه کردن شخص حاکم، در نتیجه عملکرد رسانه است. بنابراین می‌توان گفت از آنجایی که رسانه حاوی پیام از طرف حاکم به مردم و نیز مردم به حاکم است، می‌تواند با تحریک مردم در جهت مشارکت سیاسی سلبی، مانعی برای سوء استفاده حاکم از قدرت یا عامل شخصیت‌زدایی از قدرت باشد.

نتیجه‌گیری

در بررسی رابطه میان رسانه و سیاست آنچه که همواره مدنظر و محل مناقشه است، مفهوم قدرت است. یعنی اصلاً نمی‌توان از سیاست بدون توجه به مفهوم قدرت سخن گفت. اما در خصوص مفهوم قدرت نیز علاوه بر نحوه تصاحب، نحوه استفاده هم حائز اهمیت و هم مدنظر افکار عمومی است. برای نحوه استفاده از قدرت، تقسیم‌بندی‌های متعددی صورت گرفته است. اما کلی‌ترین و عام‌ترین این تقسیم‌بندی‌ها، نحوه استفاده قانونی و غیرقانونی است. در نحوه استفاده قانونی، به صورت طبیعی قدرت از طریق نهادهای قانونی و پذیرفته‌شده موجود، اعمال می‌شود و اگر هم نقدی بر آن وجود داشته باشد عموماً نقد ساختار یا نهاد است و نه انتقاد به شخص حاکم. اما در شکل دیگر استفاده یا نحوه غیرقانونی آن، حاکم قانون را تعبیر شخصی نموده و یا در اعمال

آن، سلیقه و خواست شخصی خود را لحاظ می‌نماید و یا در بدترین حالت، نهادهای قانونی را نادیده گرفته و قدرت را در اختیار شخص خود و با سلیقه و رأی خود اعمال می‌نماید. در چنین شرایطی قدرت را شخصی شده می‌پندارند و اتفاقاً اگر هم نقدی به نحوه اعمال قدرت شکل گیرد در واقع نقد شخص حاکم است نه قانون و نهادهای قانونی. در جهان کنونی برای پیشگیری و یا درمان چنین وضعی، از ابزارهای متعددی از جمله رسانه بهره می‌گیرند. چنان‌که در این نوشتار آمد، رسانه به اشکال مختلف در شخصیت‌زدایی از قدرت یا جلوگیری از شخصی شدن آن اثر گذاشته و به جرأت می‌توان گفت اگر تمامی کارکردهای سیاسی رسانه را مرور نماییم در همه‌ی آنها ردپایی از این اثرگذاری به چشم می‌خورد. چه اینکه کارکردهای سیاسی رسانه عموماً معطوف به مسئله قدرت و نحوه استفاده از آن هستند.

رسانه‌ها در یک ساز و کار آشکار و قانونی، می‌توانند به عنوان ارگان و تربیون یک حزب سیاسی منتقد یا اپوزیسیون، رفتارهای همه‌جانبه شخص حاکم را زیر نظر داشته باشند و مراقب نحوه استفاده او از قدرت باشند. بدیهی است احزاب منتقد، ریزترین و کم‌اهمیت‌ترین رفتارهای حزب حاکم را رصد می‌کنند و در صورت غیرقانونی بودن آن به افشاگری و آگاهی‌بخشی به افکار عمومی دست می‌زنند و در اصل آن را رسالتی ذاتی برای خود قلمداد می‌کنند. در چنین شرایطی رسانه می‌تواند عامل مهم و مانع موثری برای جلوگیری از شخصی شدن قدرت باشد. ولو اینکه شخصی شدن قدرت ناشی از نوع نگاه ایدئولوژی مسلط یا گفتمان حاکم باشد، باز ممکن است رسانه به عنوان یک ابزار حزبی در مقابل آن حتی پایه‌های ایدئولوژیک و اسباب مشروعیت-بخش حاکم و حکومت را مورد چالش قرار دهد.

در بعد دیگر، عملکرد رسانه، نه به‌عنوان ارگان یک حزب سیاسی بلکه با عنوان رسانه‌های آزاد و مستقل، روند توسعه سیاسی در جوامع مختلف را شتاب بخشیده است و اصولاً وجود چنین رسانه‌هایی را از شاخص‌های مهم توسعه سیاسی قلمداد کرده‌اند. در چنین فضایی بدیهی است رسانه‌ها برای حفظ آزادی و استقلال خود از توسعه سیاسی و عناصر آن دفاع نمایند. باز هم به صراحت می‌توان گفت یکی از مهم‌ترین حمایت‌های رسانه از توسعه سیاسی، میل دادن قانون به سمت نهادینه‌شدن و اجبار حاکم به استفاده قانونی و نهادینه‌شده از قدرت است. چه اینکه رسانه‌های آزاد اغلب خود را منتقد فضای موجود، به جامعه معرفی می‌کنند. حال اگر قدرت به صورت شخصی شده در اختیار حاکم باشد و انتقادات رسانه‌ها، او را نشانه گرفته باشند، بدیهی است پاسخ حاکم و قدرت شخصی شده او، تقابل و سرکوب رسانه‌ها است. در شکل دیگر رفتار

رسانه‌ها، یک رفتار عمومی، قوام‌بخش و شاید ذاتی برای رسانه‌ها، یعنی نظارت و مراقبت از حقوق مردم و قانون، قابل بررسی است. رسانه‌ها فارغ از توجه به توسعه سیاسی، گفتمان موجود و حتی عواقب رفتار خود، نگاهی ناظر مآبانه به رفتار دولت‌ها دارند و اصولاً یکی از انتظارات مردم از رسانه‌ها نیز همین است. وقتی که *ادموند برک* رسانه‌ها را به‌عنوان قوه چهارم در کنار قوای سه‌گانه قرار می‌دهد از آنها نه انتظار قانون‌گذاری، نه اجرای قانون و نه قضاوت دارد بلکه نظارت بر عملکرد این سه قوه را به رسانه‌ها می‌سپارد و اهمیت این نظارت را همسان با اهمیت قوای سه‌گانه می‌داند. در چنین شرایطی و با چنین درجه‌ای از اهمیت، رسانه‌ها خود را موظف به نظارت بر قدرت و نحوه استفاده از آن می‌دانند، چرا که اصل تفکیک قوا نیز به همین منظور و برای نظارت قوا بر یکدیگر به وجود آمده است و نظارت رسانه‌ها چیزی فراتر از نظارت قوا بر یکدیگر است و ممکن است در دو شکل آگاهی‌بخشی و رسواسازی یعنی آگاه کردن مردم از رفتارهای نادرست و غیرقانونی حاکمان و رسواساختن حاکمان در صورت تخلف از قانون عمل نمایند. علاوه بر این رسانه‌ها گاه با تحریک و ترغیب مردم به مشارکت سیاسی و بیشتر مشارکت سیاسی سلبی، یعنی اعتراض و رفتارهای مخالف‌آمیز، به شدت مانع شخصی‌شدن قدرت و جلوگیری از استفاده ناروای حاکم از قدرت هستند.

منابع

- افتخاری، اصغر، (۱۳۸۰)، *ثبات سیاسی رسانه*، تهران: مرکز مطالعات راهبردی.
- آقاجانی، سعادت، (۱۳۷۵)، *حرکت ایران به سوی جامعه اطلاعاتی*، تهران: نشر اندیشه اسلامی.
- آکسفورد، بری و ریچارد هاگینز، (۱۳۸۷)، *رسانه‌های جدید و سیاست*، ترجمه بابک دریگی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- پرایس، وینسنت، (۱۳۹۰)، *افکار عمومی*، مترجمان علی رستمی و الهام میرتهامی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- تافر، آلون، (۱۳۶۶)، *موج سوم*، مترجم شهین دخت خوارزمی، تهران: نشر نو.
- ساروخانی، باقر، (۱۳۹۱)، *جامعه‌شناسی نوین ارتباطات*، تهران: انتشارات اطلاعات.
- خالقی، روح‌الله، (۱۳۸۲)، *قدرت، زبان، زندگی روزمره*، تهران: نشر گام نو.
- فرقانی، محمد مهدی، (۱۳۸۲)، «تحول گفتمان توسعه سیاسی در ایران»، *فصلنامه رسانه*، شماره ۵۴.
- فوکو، میشل و دیگران، (۱۳۷۰)، *قدرت، فرانسوی یا شر شیطانی*، ویراسته؛ استیون لوکس، ترجمه فرهنگ رجایی، تهران: انتشارات موسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
- قلی زاده، بهنام، (۱۳۸۹)، «تأثیر رسانه بر تحولات سیاسی - اجتماعی»، *آفتاب یزد* ۱۳۸۹/۱۱/۴.
- کازنو، ژان، (۱۳۶۴)، *قدرت تلویزیون*، ترجمه علی اسدی، تهران: انتشارات سپهر.
- کاستلز، امانوئل، (۱۳۸۵)، *عصر اطلاعات*، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.
- معتمدنژاد، کاظم، (۱۳۷۲)، *وسایل ارتباط جمعی*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- مهدی زاده، سید محمد، (۱۳۸۹)، *نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: انتشارات همشهری.
- نای، جوزف، (۱۳۸۷)، *قدرت نرم: ابزارهای موفقیت در سیاست بین‌الملل*، ترجمه سید محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- هابرماس، یورگن، (۱۳۸۴)، *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی*، کاوشی در باب جامعه بورژوازی، مترجم جمال محمدی، تهران: نشر افکار.
- هانتینگتون، ساموئل، (۱۳۷۰)، *سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر علم.
- بی‌نام، (۱۳۸۵)، *حال و آینده رادیو*، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رادیو.