

## رسانه ها و قدرت

رابطه قدرت سیاسی، افکار عمومی و رسانه ها  
مقدمه:

در بررسی وسایل ارتباط جمعی معاصر چون مطبوعات و خبرگزاریها، می توان آنها را به عنوان مهمترین وسیله ارتباط سیاسی از قرن 19 تا اواسط قرن 20 به شمار آورد. در این دوران، رسانه ها و بویژه مطبوعات، گزارشگر وقایع سیاسی و منعکس کننده مذاکرات مجامع سیاسی و نهادهای قانونگذار محسوب می شوند. مطبوعات همچنین به عنوان سکو یا تریبون برای بیان عقاید سیاسی و وسیله ای در دست احزاب و سازمانهای سیاسی برای بسیج افکار عمومی یا شکل دادن به مرام و مسلکی، ابزاری برای پروپاگاندا در کشمکش بین دولتها، نگرهبان و ناظر بر عملکرد حکومتها و از همه مهمتر وسیله ای برای آگاه کردن مردم از مسائل مملکتی و اعمال قدرت در جوامع به کار می روند. رابطه نزدیک بین سیاست و رسانه ها را می توان از امتیازاتی شمرد که در جوامع مختلف از سوی حکومتها برای آنها منظور شده است. البته این امتیازها در مواردی تبدیل به انحصارهایی نیز می شود و بسته به نوع نظام حاکم بر جوامع متفاوت است. نقش انتقادی و بسیج گر رسانه ها بویژه مطبوعات در انقلابهای آمریکا، فرانسه، اروپای مرکزی و روسیه برای هیچکس پوشیده نیست. بنابراین رسانه ها همواره بخش جداناپذیر در امر نشر اندیشه ها و رابطی در مناقشات بین طرفین دعوا بر سر قدرت سیاسی، ایدئولوژی های سیاسی، دولت و اپوزیسیون و مردم بوده اند.

به عبارتی نهادهای سیاسی در ابتدایی ترین جوامع تا پیچیده ترین آنها، برای اعمال قدرت بدون بکارگیری عامل ارتباطی نمی تواند موجودیت داشته باشد. همچنین نقل و انتقاداتی که بین رسانه ها و نهادهای سیاسی انجام می گیرد، ارتباطات سیاسی نامیده می شود. ارتباطی که در آن رسانه ها، نقش مؤثری در قدرت نظامهای سیاسی دارند، رسانه ها موجب ارتباط نهادهای سیاسی مختلف می شوند. ارتباطات سیاسی و نظامهای حاکم بر این رسانه ها سعی در استفاده ابزاری از رسانه ها برای رسیدن به اهداف خود دارند، این نظام ها، بدنبال کنترل رسانه ها هستند.

ارتباطات سیاسی:

ارتباطات سیاسی، انتقال اطلاعات مناسب از نظر سیاسی از یک بخش نظام سیاسی به بخش دیگر و میان نظامهای اجتماعی و سیاسی است. اطلاعات مناسب نه تنها به مسائل واقعی، مثلاً آنچه اتفاق افتاده است، بلکه به انتقال اندیشه، فرهنگها و نگرشها نیز مربوط می شود. بنا به تعریف، ارتباطات برای همه رفتارهای سیاسی و اجتماعی مهم است. بدون ارتباطات، نه سیاست و نه جامعه نمی تواند وجود داشته باشد. ارتباطات سیاسی، عنصر پویای نظام سیاسی است. " کارل دویچ " در مطالعه کلاسیک خود، اعصاب حکومت، ارتباطات را در کانون درک سیاسی قرار می دهد. از نظر تحلیلی، کاملاً پذیرفتنی است که به جای بحث درباره ارتباطات بطور کلی، از ارتباطات سیاسی سخن گفته شود. روشن است پیامهایی بویژه سیاسی وجود دارند که می توان آنها را تشخیص داد. مانند سخنان سیاستمداران، بیانیتهای انتخاباتی، تصمیمات حکومتی و بحثهای منوط به سیاستها و برنامه ها. همین گونه کانالهای ارتباطی ای وجود دارند که عمدتاً یا منحصراً سیاسی هستند. مانند مذاکرات مجالس قانونگذاری، جلسات بحث و گفتگو یا گردهمایی های حزبی، جلسات سیاستگذاری و برنامه های بحث و گفتگو، درباره مسائل روز در رادیو و تلویزیون. با وجود این از نظر ساختاری، ارتباطات سیاسی بخشی از نظام سیاسی نیست. بلکه جزئی جدایی ناپذیر از نظام ارتباطات جامعه است. الگوهای ارتباطی معین ممکن است به میزانی کمتر یا بیشتر سیاسی تشخیص داده شوند. از این جهت که سیاست مسأله اصلی مورد توجه آنها است. به عبارتی جلسات کابینه در بریتانیا یا جلسات بحث و گفتگو میان رئیس جمهور آمریکا و مشاورانش مثالهای آشکاری از ارتباطات سیاسی هستند. اما فرایندهای ارتباطی مورد استفاده آنها، مشخصاً سیاسی نیستند. توزیع اسناد قبل از تشکیل جلسه و بحث میان افراد، در یک جلسه، پدیده های معمول بیرون از حوزه سیاسی هستند. رسانه های همگانی ممکن است در بعضی از جوامع، شدیداً تحت کنترل سیاسی باشند. اما آنها منحصراً سیاسی نیستند.

در حوزه گسترده این ارتباطات، ارتباط رهبران جامعه با مردم، ارتباطات بین گروههای سیاسی، ارتباط بین خواسته های مردم و اهداف سیاستمداران، و ارتباط بین احزاب و مردم جای می گیرند.

ویژگی های ارتباطات سیاسی:

همانطور که گفته شد، ارتباطات سیاسی از طریق رسانه های موجود در جامعه پیامد می شود. اگرچه پیام های بویژه سیاسی و کانالهای بویژه سیاسی ارتباطات، آشکارتر از همه در درون خود نظام سیاسی وجود دارند.

بیشتر ارتباطات سیاسی از طریق کانالهای ارتباطی جامعه بر قرار می گردند و پیامهای سیاسی، بویژه پیامهای موجود در ذهن دریافت کنندگان، همیشه از پیامهای دیگر تفکیک نمی شوند. برای مثال تنها مقدار محدودی از بازده رسانه های همگانی مخصوصاً در مورد رادیو و تلویزیون بویژه سیاسی است. اگرچه پدیده ای است که نظریه پردازان " سرکردگی " مانند کراشی و ساختارگرایان مانند آلتوسر، تعریف بسیار وسیع تری در مورد اینکه چه چیزی سیاسی است، بکار میبرند. بعلاوه بسیاری از آنچه سیاسی است یا اهمیت سیاسی

دارد، توسط بسیاری از اعضای جامعه لزوماً اینگونه شناخته نمیشود. برای مثال اهمیت زیاد مسائل محیطی، اهمیت سیاسی برخی از آنها را افزایش داده و باعث گردیده است که بعضی دیگر که قبلاً تصور نمی شد، اهمیت سیاسی داشته باشند، سیاسی در نظر گرفته شوند. مثلاً جرم و جنایت لزوماً سیاسی تلقی نمی گردند مگر اینکه تازمانیکه شکلی به خودبگیرد، یا به ابعادی برسد که سبب شود اعضای جامعه احساس کنند که دولت باید برای برخورد با آن، دست به اقدامی بزند. ارتباطات سیاسی، مانند ارتباطات در زمینه های دیگر، هم بصورت عمودی و هم به شکل افقی عمل می کند. به عبارتی در اصطلاح نخبگان، بطور سلسله مراتبی میان فرمانروایان و فرمانبرداران، همیشه بصورت یک جریان دوطرفه و بطور جانبی میان افراد و گروهها صورت می گیرد. بدینسان افراد و گروههای مختلف، شبکه های ارتباطات و الگوهای مشخص و متفاوتی خواهند داشت. برای مثال مقامات سیاسی، همتایان خود، اعضای بروکراسی، طرفداران و مخالفان سیاسی خود، رهبران گروههای سیاسی، رسانه های همگانی و عامه مردم را هم جزء منابع و هم در زمره مخاطبان بشمار می آورند، کانالهایی که آنها مورد استفاده قرار می دهند، ممکن است شامل روابط رو در روی رسمی و غیررسمی در سطح میان فردی، روابط مستقیم و غیر مستقیم با رسانه های همگانی، گروههای فشار و عامه مردم باشد. بطور خلاصه مقامات سیاسی ممکن است شبکه های ارتباطی گسترده ای داشته باشند که نسبت به پدیده های سیاسی بسیار حساسند. برعکس عامه مردم تا آنجا که به ارتباطات سیاسی مربوط می شود، اکثراً شبکه های بسیار محدودتری خواهند داشت که بسیار بیشتر به رسانه های همگانی وابسته اند و به شیوه ای متناوب و چند باره عمل می کنند. ارتباطات سیاسی از سه کانال اصلی استفاده می کند: رسانه های همگانی، گروههای فشار و احزاب سیاسی و روابط غیررسمی بین افراد و گروهها. رسانه های همگانی بویژه برای بخش گسترده اطلاعات سیاسی مهم هستند و در بیشتر جوامع مهمترین منبع اینگونه اطلاعات را تشکیل می دهند و تلویزیون در این بین مهمترین آنهاست. رسانه ها همچنین با تبلیغ عقاید افراد و گروهها، در شکل گیری افکار عمومی نقش ایفا می کنند. این امر می تواند رسانه ها را به ایفای نقش مهمی در فرایند تعیین دستور کار تصمیم گیری رهنمون کند. یعنی به اینکه چه مسائلی مهم در نظر گرفته شوند و کدام مسائل مهمتر از بقیه هستند، کمک مؤثری بکنند. گروههای فشار و احزاب سیاسی بویژه در روابط دوسویه میان سیاستمداران و بورکراتها، انواع مختلف فعالان سیاسی و میان اینها و بخش های خاص یا معین افکار عمومی در جامعه اهمیت دارند. روابط غیر رسمی میان افراد و گروهها نیز مهم هستند. بویژه از طریق نظریه " جریان دو مرحله ای " که در آن رهبران عقاید به عنوان کانالهای اطلاعات، به عنوان منابع فشار اجتماعی برای پیروی کردن از هنجارهای گوناگون و به عنوان منابع حمایت از به هم پیوستگی گروهی در رفتار اجتماعی و سیاسی عمل می کنند. اما همانند مشارکت سیاسی، ارتباطات سیاسی را نباید بطور مجزا در نظر گرفت و لو آنکه این امر از نظر تحلیلی امکانپذیر باشد. بلکه باید جزئی از الگوهای ارتباطی گسترده تر در جامعه بطور کلی در نظر گرفته شود. ارتباطات سیاسی و افکار عمومی:

رسانه های همگانی بدون تردید نقش بسیار مهمی در شکل گیری افکار عمومی دارند. هر چند توافقی درباره ماهیت این نقش وجود ندارد. یکی از افرادی که در این زمینه تحقیقات زیادی داشته است، " دنیس مک کویل " است که نوع شناسی جامعی از آثار رسانه ها فراهم کرده است. در این نوع شناسی او تمایز اساسی بین آثار کوتاه مدت و دراز مدت و آثار عمدی و غیر عمدی برقرار می کند. اوسنچس دقیق آثار مختلف را دشوار می داند. ممکن است در طول زمان و از یک بخش جامعه به بخش دیگر فرق کند. رسانه های همگانی، مهمترین منبع اطلاعاتی درباره مسائل سیاسی در کشورهایی مانند انگلیس است. تحقیقات گسترده در این زمینه، همگی این حرف را ثابت کرده اند.

در مورد نقش رسانه ها نیز در تعیین دستور کار تصمیم گیری سیاسی نمی توان تردید کرد. نمونه بارز این اثرگذاری بر افکار عمومی را می توان در جریان " واترگیت " که به رسوایی سقوط نیکسون انجامید، مشاهده کرد. با این حال بررسی آثار رسانه ها در کنترل اجتماعی، اجتماعی شدن یا تغییرات نهادی یا فرهنگی دشوار است. رژیمهای توتالیتر، آشکارا از رسانه ها برای اعمال کنترل اجتماعی و نفوذ در فرایند اجتماعی شدن استفاده می کنند. اما رابطه بین رسانه ها و حکومت در کشورهایی همانند بریتانیا، آمریکا بی نهایت پیچیده تر است. کمونیستها معتقدند که رسانه ها بدنبال تأمین منابع سرمایه داران هستند و برای گفته های خود نیز دلایل مختلفی ارائه می دهند.

تأثیر عوامل سیاسی بر ارتباطات:

ارتباطات سیاسی مانند ارتباطات، بطور کلی، بطور اجتناب ناپذیری از عوامل گوناگونی از قبیل عوامل طبیعی، تکنولوژیک، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تأثیر می پذیرند. از بین این عوامل گذشته از اهمیت تک تک آنها ما به بررسی عوامل سیاسی اکتفا می کنیم:

عوامل سیاسی بر شبکه ارتباطات و بطور قابل ملاحظه ای در میزانی که شبکه ارتباطات تابع کنترل سیاسی حکومت است، تأثیر می گذارند. رسانه های همگانی در بسیاری از جوامع و آشکارتر از همه در نظامهای توتالیتر یا اقتدارگرایان، تابع میزان متفاوتی از سانسور است. برای مثال آلمان نازی و نظامهای کمونیستی شوروی و اروپای شرقی، کنترل دقیقی بر رسانه های همگانی و معمولاً بروسایل تکثیر اطلاعات، ماشین چاپ، دستگاه فتوکپی و ار " رومانی " و حتی ماشین تحریر اعمال می کنند. با وجود این، کنترل

اطلاعات در همه جوامع وجود دارد. سانسور حتی بصورتی در بیشتر کشورها وجود دارد. حتی اگر به آنچه مستهجن و مخالف اخلاق تلقی می گردد، محدود باشد، کمتر حکومتی است که سعی نکند کنترل بر اطلاعات را به صورتی حفظ کند و بطور ضمنی بر این اعتقاد که اطلاعات قدرت است، صحنه نگذارد.

رابطه قدرت سیاسی و رسانه:

در بررسی رابطه بین قدرت سیاسی و رسانه ها، می توان سه مدل عمده را از یکدیگر تفکیک کرد:

الف) مدل دستکاری کردن: بر اساس این مدل، صاحبان ابزار تولید در جهت منافع خودشان، وسایل تولید فرهنگ و اندیشه را در جامعه کنترل میکنند. این مدل بر پایه فلسفه مارکسیسم استوار است.

دولتها در جوامع سرمایه داری، نمایندگان صاحبان سرمایه محسوب می شوند و با استفاده از وسایل ارتباط جمعی، سعی در حفظ وضع موجود دارند. بنابراین دولت یا کسانیکه مالکیت یا مسوولیت اداره این رسانه ها را بر عهده دارند، آگاهانه محتوای آنها را دستکاری می کنند. بدین ترتیب رسانه ها موجب می شوند که صاحبان سرمایه، ثروتمند شوند و ثروت بیشتر، قدرت سیاسی بیشتری برای آنها به ارمغان می آورد. افرادی چون "هرمن" و "چامسکی" از این دیدگاه دفاع کرده اند.

ب) مدل هژمونی (سرکردگی): این مدل نیز بر پایه فلسفه مارکسیسم استوار است که اولین بار توسط "آنتونیو گراشی" عنوان شد و ریشه در افکار متفکرانی چون "لوی آلتوسر" و "نیکوس پولاتزاس" دارد. هژمونی در لغت به معنای حاکمیت نوعی اندیشه در جوامع طی دوره ای خاص است. این مدل ایدئولوژی را بهتر از ساختار و منافع اقتصادی می بیند. بر اساس این دیدگاه، روزنامه نگاران و روشنفکران در جامعه بر اساس ایدئولوژی خودشان عمل می کنند تا منافع طبقاتی و اجتماعی، به عقیده گراشی، اندیشه برتر یا تفکر حاکم در جامعه بطور ناخودآگاه در ضمیر روزنامه نگار جا دارد و از این رو رسانه بخشی از ایدئولوژی حاکم محسوب می شود.

ج) مدل کثرت گرا: در مدل کثرت گرا که بر اساس دیدگاه "ماکس ویر" است، تنها به طبقه بندی جوامع از نظر اقتصادی توجه نمی شود. بلکه موقعیتهای سیاسی و منزلتهای اجتماعی نیز در آن وارد می شود. از این رو "جهت گیری" در رسانه ها با توجه به نیاز مخاطبان و از سوی بازار مشخص می شود. محتوای رسانه ها متنوع می شود و سانسوری در کار نخواهد بود. در این مدل، آزادی بیان حق همگان محسوب می شود.

انواع نظامهای حاکم بر رسانه ها:

همانطور که گفته شد، رسانه ها عامل اصلی توزیع اطلاعات در جوامع معاصر به شمار می روند و نقش هایی از جمله ناظران اجتماع، سازندگان افکار عمومی و مشوقان مردم در امر مشارکت سیاسی، برای آنها منظور شده است. اما رسانه ها در عمل با توجه به رژیم های سیاسی متفاوت با محدودیت هایی مواجهند که گاه بصورت سانسور و گاه به شکل فشارهای مالی و گاه متأثر از خواست مخاطبان ظاهر می شوند.

از دیدگاه "دوفلور" کارکرد رسانه ها را می توان همچون دیگر "نهادهای اجتماعی" در چارچوب رژیم های سیاسی مورد توجه قرار داد. "سپرت" و همکارانش در سال 1956 برای اولین بار در یک دسته بندی، به چهار نوع رژیم سیاسی با نظام رسانه ای متفاوت اشاره می کند. بعد ها "دنيس مک کویل" آنها را تحت عنوان نظریه های هنجاری درشش گروه تقسیم می کند:

1- نظام آمرانه یا استبدادی: این نظام از نظر تاریخی، قدیمی ترین نوع محسوب می شود و مبتنی بر حق آمرانه و مطلق حکومت در برابر رسانه هاست. بطوریکه اداره و کنترل این وسایل در انحصار دولت است و پیامهای آنها همانند و قالبی تهیه و پخش می شوند. آلمان نازی و اسپانیای فرانکو از این نمونه اند.

2- نظام آزادی گرا: این دیدگاه، ریشه در جنبشهای روشنفکری قرون 17 و 18 میلادی دارد و متأثر از نظرات "جان لاک" و بخصوص "جان میلتون" میباشد که برای اولین بار دیدگاه "آزادی مطبوعات" را مطرح کرد. ویژگی عمده این نظام رسانه ای، عقل گرایی، لزوم وجود بازار آزاد تبادل اندیشه و پذیرش مسوولیت نظارتی رسانه ها بر کارهای دولت می باشد.

3- نظریه کمونیستی: ریشه در افکار فلسفی کارل ماکس دارد. این رویه پس از انقلاب اکتبر روسیه در سال 1917 توسط لنین به کار گرفته شد. بر پایه این نظر، آزادی مطبوعات در جوامع غربی چیزی جز استثمار توده ها نبوده است. بنابراین دولت مجاز است آنها را به عنوان ابزار توسعه به کارگیرد.

4- نظریه مسوولیت اجتماعی: این نظام در شروع قرن بیستم در آمریکا پیدا شد. دیدگاهی که توسط حقوقدانان و سندیکاهای مطبوعاتی عنوان شد. در این نظام، حقوق گروهها، محورکردن جامعه و ایجاد انگیزه برای گفتگوی بیشتر میان افراد بود. به این معنا که باید در جامعه، به افراد و اندیشه آنها ارزش قائل شد. این دیدگاه، بهترین شکل کنترل و نظارت بر کار رسانه ای از طریق سندیکاهای رسانه ای است.

5- نظریه انقلابی توسعه ای: یک دیدگاه جهان سومی به حساب می آید که به دو نوع نظام آمرانه و کمونیستی شباهتهای زیادی دارد. در این نظام، رسانه ها در کنترل مستقیم دولت می باشند ولی مسوولیت پیشبرد اهداف توسعه ای را دنبال می کنند.

6- نظریه مشارکت دموکراتیک: این دیدگاه، به کنترل افراطی محتوای ارتباطات توسط رسانه ها انتقاد می کند و خواستار مشارکت نهادهای دیگر گروههای کوچک در امر تولید و مالکیت وسایل ارتباط جمعی است.

دکتر فریدون وردی نژاد

منابع و مأخذ:

- 1- کتاب جامعه و سیاست(1377)- مایک راش - ترجمه منوچهرجوری - انتشارات سمت (تهران).
- 2- کتاب ارتباطات سیاسی، توسعه و مشارکت سیاسی(1375) - پرویز علوی - تهران - نشر علوم نوین.
- 3- کتاب قدرت تلویزیون - ژان کازینو - ترجمه علی اسدی - تهران - انتشارات سپهر.