

حوزه عمومی، رسانه‌ها و جامعه مدنی

نوشته جین کوهن
ترجمه لیدا کاووسی

۱. مقدمه

مفهوم حوزه عمومی یکی از مهم‌ترین کانون‌هایی بوده که نظریه‌ی دموکراتیک، در دوران ما، پیرامون آن شکل گرفته است.^۱ همان‌طور که معروف است، این مفهوم، به فضاها و فرایندهای ارتباطات اجتماعی آزاد، به لحاظ سیاسی مناسب، و در عین حال مستقل دلالت می‌کند. عجیب این‌که این مفهوم برای سیاست‌های دموکراتیک، به ویژه (اما نه منحصرأ) در اروپای شرقی بسیار حیاتی است. آنچه در بدو امر، احیای اساساً نظری در غرب محسوب می‌شود و به دنبال بن‌بست‌های ناشی از نظریه‌ی انتقادی نئومارکسیستی و جمهوریت‌گرایی هانا آرننت ایجاد شد، در اروپای مرکزی – شرقی در سطح سیاست‌اپوزیسیون دموکراتیک رخ داد.^۲

در اینجا تعارضی مهم به چشم می‌خورد. براساس نظریه‌ی هابرماس، مهم‌ترین مرجع بی‌نظیر و اثرگذار بر احیای این مفهوم در غرب^۳، ملاحظات هنجاری و از آن مهم‌تر، ملاحظات تاریخی درباره‌ی مفهوم لیبرالی حوزه عمومی، بود. اما در اروپای مرکزی – شرقی دقیقاً این برداشت از مفهوم مذکور بود که با شناخت حوزه‌های عمومی «جایگزین» (لهستان) یا «فرعی» (مجارستان)، و نیز در منازعات بعد از سال ۱۹۸۹ بر سر رسانه‌ها، احیا

شد.

دوره برای پرداختن به این تعارض وجود دارد. نخست، ممکن است فرد مایل باشد چنین استدلال کند که به سبب تفاوت‌های تاریخی مراحل، مبارزه‌ی اروپای شرقی با تلقی خود از دولت خودکامه، صرفاً تکرار تجربه‌ی جنبش‌های ضداستبدادی تاریخ قدیمی غرب است. این استدلال حاکی از آن است که ما ناچاریم تصریح کنیم که مبارزات شرق، به لحاظ بنیادهای هنجاری، واپس‌گرایانه و تقلیدی است. علاوه بر آن، ناچاریم زوال حوزه‌ی عمومی نوین را که بر اساس تجربه‌ی غرب پدید آمده، پیش‌بینی کنیم. به نظر می‌رسد که گرایش که هابرماس، پس از تحولات سال ۱۹۸۹، نخستین بار خود هدایتش را به عهده داشت، چنین بوده باشد.^۱

به تناوب، ممکن است فرد مایل باشد راجع به نظریه‌ای پیچیده‌تر بحث کند که از دو بخش تشکیل شده است: نخست این که مفهوم لیبرال، به لحاظ هنجاری، از آنچه خود هابرماس از ابتدا تصور می‌کرد قدرتمندتر است، یا به بیان دقیق‌تر، می‌تواند به روشی که از نظر هنجاری و نهادی قاطع است، از نو بنا نهاده شود؛ و دوم آن که نظریه‌ی زوال آشکار حوزه‌ی عمومی، حتی در غرب، نمی‌تواند تداوم یابد و بنابراین، نیازی به نتیجه‌گیری‌های محدودکننده برای تحولات رخ داده در شرق نیست. در این بحث هر دو بخش اساسی‌اند: تأکید مجدد بر هنجار (بازسازی شده) و موضوع امکان تاریخی آن.

این همان نظریه‌ی پیچیده‌ای است که می‌خواهم در اینجا درباره‌اش بحث کنم. برای ارزش‌یابی امکان مقایسه‌ی تجربه‌ی سیاسی قدیمی‌تر غرب با تجربه‌ی دموکراسی‌های جدید اروپای مرکزی – شرقی یا تحلیل دیگر نتایج «جنگ‌های رسانه‌ای» معاصر-منازعات مربوط به استقلال بعضی از نهادهای اصلی حوزه‌ی عمومی – شخص مناسبی نیستم. اما آنچه می‌خواستم با استفاده از مجموعه‌ای از ملاحظات نظری اجتماعی و هنجاری نشان دهم این بود که هدف حوزه‌ی مستقل عمومی ارزشمند است و از نظر تاریخی (یا نظری) کهنه نیست. من این کار را در مراحل زیر انجام خواهم داد. بعد از بازگویی مختصر مفهوم هنجاری حوزه‌ی عمومی، به چهار نوع اصلی نقد این مفهوم (هنجاری و تجربی) متوسل خواهم شد و به این نقدها پاسخ خواهم داد. نخست بر ادعاهای مربوط به رسانه‌های جمعی خواهم پرداخت – به ویژه سعی خواهم کرد تا به تردیدهای موجود درباره‌ی استقلال احتمالی و یا نقش حساسی که این رسانه‌ها می‌توانند در جوامع پسالیبرال ایفا کنند، پاسخ دهم – سرانجام سعی خواهم کرد تا چارچوب هنجاری جذابی را ترسیم کنم که معتقدم باید راهنمایی باشد برای

۲. زوال حوزه‌ی عمومی؟

مفهوم حوزه‌ی عمومی دلالت دارد بر فضایی که به لحاظ حقوقی، خصوصی است و در آن، افراد فارغ از مقام رسمی خود، با استفاده از بحث‌ها و انتقادات منطقی درباره‌ی مسائل مورد علاقه‌ی همگان، در صدد متقاعد کردن یکدیگر هستند.^۵ در حالی که بحث‌های منطقی انتقادی به خودی خود، شکل آرمانی ارتباطات جامعه‌ی مدنی است، هدف مهم دیگر آن، کنترل و اثرگذاری بر شکل‌گیری خط‌مشی نهادهای دولتی‌ای است که به لحاظ حقوقی، عمومی‌اند. علاوه بر این، حوزه عمومی، در چارچوب آرمانی خود (که به گونه‌ای اجتناب‌ناپذیر، غیرواقعی است) عموماً قابل فهم، فراگیر و آزاد از تغییر شکل‌های ناشی از اعمال قدرت اقتصادی و سیاسی و قیام‌های اجتماعی است. از این رو، مفهوم هنجاری بحث‌های منطقی انتقادی، که هابرماس در قالب چکیده‌ای از تحلیل‌های خود بر آشکال «مراوده‌ی اجتماعی» و خودشناسی نهادی – که خصوصیت بارز حوزه‌ی عمومی در اروپای قرن هیجدهم است – عرضه کرد، شامل اصول استقلال فردی، برابری شأن‌ها، تساوی طرفین بحث،^۶ و طرح آزاد و باز مسائلی بود که سابقاً غیرقابل تردید بودند و مورد توجه عموم و نیز نقد منطقی قرار می‌گیرند.^۷

این حوزه‌ی عمومی که به لحاظ تاریخی جدید است و هابرماس آن را تحلیل کرد، براساس شیوه‌ی بیانی هنجاری، لیبرال محسوب می‌شود که در آن، مجموعه حقوقی که برای حفظ استقلال آن (آزادی بیان، مطبوعات، اجتماعات و ارتباطات) ضروری تلقی شده‌اند، همراه با ابعادی از استقلال فردی که متضمن آن است «حقوق خصوصی»، به‌طور هم‌زمان، قلمروهای عمومی و خصوصی جامعه‌ی مدرن مدنی را بنا می‌نهند و همانند مانعی بر سر راه قدرت دولت به کار می‌روند.^۸ این حوزه و اعضای آن که از نظر قانونی از دولت جدا هستند، به جای ارتباطی مستقیماً مشارکت‌آمیز، با حکومت ارتباطی جنجالی، حساس و بحث‌انگیز دارند. از دیدگاه نظریه‌ی گفتمانی مشروعیت دموکراتیک، حوزه‌ی عمومی (و تمام حقوق ارتباطات و اجتماعات)^۹ تنها زمینه‌ی ممکن را فراهم می‌سازد که در آن، تمام افراد ذیربط می‌توانند در بحث‌های مربوط به سیاست‌ها و هنجارهای مورد مجادله، به‌طور برابر مشارکت کنند. از این نظرگاه هنجاری، شکل‌گیری اراده‌ی جمعی به واسطه‌ی ارتباطات آزاد و منطقی تحقق می‌یابد و در این میان، حوزه‌ی عمومی در قیاس با منشأ قدرت و مشروعیت هنجارها،

خود به مرجعی دقیق تبدیل می‌شود.

به علاوه با این نظریه‌ی مربوط به جامعه‌ی مدنی (دموکراتیک)، هر حوزه‌ی عمومی معرف سطحی است که در آن، تعامل قانونی گروه‌ها، اجتماعات و جنبش‌ها، هم می‌تواند با طرح مضمون و بحث درباره‌ی مسائل مورد توجه عموم، از روشنگری لازم در زمینه‌ی سیاست عمومی برخوردار شود و هم بر سیاست‌گذاری اثر بگذارد. سرانجام این که، از دیدگاه دموکراسی پارلمانی، صداقت هیأت‌های نمایندگی در قبال حوزه‌ی عمومی مدنی و تداوم ارتباطشان، تنها منبع کنترل دموکراتیک بر آنان است و از این رو، عامل اصلی مشروعیت دموکراتیک آنهاست. فرض بر این است که هر حوزه‌ی عمومی سیاسی نمونه، در برابر تأثیر جامعه‌ی مدنی پذیرنده است. مضامین، مسائل، بحث‌ها و افکار عمومی که در دومی مورد بررسی قرار می‌گیرد و بسط می‌یابد باید در اصل از جمله چیزهایی باشد که در اولی آغاز می‌شود. در واقع، ظهور شکل تازه‌ای از اقتدار عمومی بوروکراتیک، غیرشخصی و منسجم، یعنی دولت مدرن، نه تنها ممکن است مورد بررسی و نظارت قانون قرار گیرد و پاسخگو و تحت کنترل قانون باشد، بلکه همین وضعیت با ظهور حوزه‌ی عمومی دیگری نیز مصداق می‌یابد - حوزه‌ی دیگری که از نظر سیاسی (در درون جامعه و با اعمال نفوذ به دولت از طریق پارلمان) مطرح است و با هدف غایی و نیز سلطه‌ی مخفی آن مبارزه می‌کند.

بنابراین، حوزه‌ی عمومی مدنی دارای جهت‌گیری سیاسی، بُعدی از حوزه‌ی عمومی است که در فرایندهای ارتباطی جامعه‌ی مدنی ریشه دارد و از طریق مجمع قانونگذاری بر دولت اعمال نفوذ می‌کند و مهم‌ترین عامل واسطه بین شهروندان و مسؤولان منتخب آنها در دموکراسی مبتنی بر قانون اساسی است.^{۱۱}

چهار خط انتقادی وجود دارد که به این الگوی مفهومی گرایش دارند. نخست، و رای توافق هابرماس در مورد محدودیت تاریخی واقعی دسترسی به حوزه‌ی عمومی، "چنین استدلال شده است که مفهوم دقیق حوزه‌ی عمومی لیبرال، از جمله تأکید بر بیان منطقی، اندیشه و گفتمان، به اضافه‌ی جدایی حوزه‌ی عمومی و خصوصی، دال بر تبعیض، سلسله مراتب و نابرابری است." دوم، پس از کارل اشمیت و حتی با بسط استدلال وی، بر این نکته تأکید شده است که پارلمان‌های لیبرال دموکراتیک، هم‌اکنون نمی‌توانند، یا هرگز نمی‌توانستند، حتی در حدی جزئی شرایط اندیشه‌ی منطقی و متقاعدسازی تعمدی را فراهم سازند. در مقابل، پارلمان‌های لیبرال تحت سیطره‌ی مقررات حزبی مذاکرات پشت پرده و غیرعمومی اند که جایگاه مشورت با عموم را به نمایشی صرف تقلیل می‌دهند. بنابراین، با پیدایش نظام‌های

نویسن حزبی پارلمان‌ها دیگر شکل گسترش یافته‌ی عموم مردم نیستند بلکه آنها پای فرایندهای سیاسی‌ای را به میان می‌کشند که به کلی جدا از بحث‌ها و گفت‌وگوهای اجتماعی‌اند. سوم، هم‌اشمیت هم‌هابرماس و پیروان‌شان همگی ادعا کرده‌اند که با مداخله‌ی دولت در تمام حوزه‌های اجتماع، و اقدام‌های خاص و خصوصی و جمعی - که تعاملات و فرایندهای داخلی‌شان در معرض بررسی عمومی نیست - به تقبل وظایف عمومی، فضای مستقل میان دولت و عرصه‌ی خصوصی حذف می‌شود. از این رو، تحولات خارج از حوزه‌ی عمومی مدنی، نه تنها بر حوزه‌ی عمومی سیاسی دولت اثری نگذاشته و یا به‌طور غیرمستقیم آن را تحت‌کنترل نگرفته، بلکه بنا به گفته‌ها، منجر به نابودی آن شده است. چهارم، براساس مکتب قدیمی‌تر فرانکفورت بارها گفته شده است که توده‌وارسازی، گسترش و اصلاح و صنعتی‌سازی فرهنگ، به ویژه فرهنگ مسلط بر رسانه‌های الکترونیکی، رسانه‌های ارتباطی اجتماعی را چنان دچار تحول می‌کند که واکنش فردی را آشفته، منفعلانه و غیرنقادانه می‌سازد و امکان دستکاری آن را از طریق فنون تبلیغاتی و تبلیغات سیاسی، آسان می‌کند. بنابراین، فضای هر حوزه‌ی عمومی مدنی نقاد، مستقل و اثرگذار نیز از درون تخریب می‌شود. مایلم به‌طور خلاصه به هر یک از استدلال‌ها بپردازم.

۱. این واقعیت که طرد تاریخی از حوزه‌ی عمومی نه تنها از طریق تفاوت در میزان ثروت و تحصیلات (یعنی تفاوت طبقاتی) بلکه از طریق تفاوت‌های جنسی، قومی، نژادی و منطقه‌ای صورت گرفته است، تغییری در موقعیت یا اصل کلی تبلیغات، که هابرماس به تحلیل آن پرداخت، ایجاد نمی‌کند. اعتبار حوزه‌ی عمومی با توان بالقوه‌ی آن برای دربرگیری مرتبط است، و وجود حوزه‌ی عمومی، به عنوان شرایط محوری دسترسی به دموکراسی، مستلزم برنامه‌هایی برای این دربرگیری است.

«حوزه‌ی عمومی جامعه‌ی مدنی، مظهر یا حامی اصل دسترسی جهانی است. حوزه‌ی عمومی‌ای که گروه‌های خاص به‌خاطر این موضوع از آن خارج شدند. از ناقص هم ناقص‌تر بود و اصلاً حوزه‌ی عمومی نبود. بر این اساس، حوزه‌ی عمومی موردنظر دولت بورژوازی مبتنی بر قانون اساسی پیشگام اصلی بود که تمام افراد بشر به آن تعلق دارند.»^{۳۳}

بنابراین، تضمین‌های رسمی قانونی (حقوق برابر) همراه با سازوکارهای ایجاد برابری در دسترسی به حوزه‌ی عمومی، مانند آموزش عمومی، حقوق مدنی و اجتماعی، تبعیض مثبت، تدارکات مراقبت از کودک، سیاست‌های حمایت از دیگر اشکال بیانی فرهنگی و غیره، همه در پیوند با حوزه‌ی عمومی کارآمد، بیش از پیش اهمیت می‌یابند.

و اما در مورد این اعتراض ماهیت‌گرایانه که فرایندهای اصلی تأمل و بحث عمومی منطقی، انتقادی، به نفع گروه طبقاتی، نژادی، قومی یا جنسی خاص است، این‌گونه استدلال می‌کنم که ادعای مذکور صرفاً کسانی را در معرض اتهام قرار می‌دهد که خود خواستار حمایت از آنهاست. یقیناً گروه‌های مسلط با احترام گذاشتن به یک شیوه‌ی بیانی خاص، یک سبک استدلال خاص، یک برداشت خاص از آنچه شیوه بیانی مناسب تلقی می‌شود، یا نوعی زبان تن‌ویژه به عنوان تنها شکل مقبول بیان عمومی، در واقع می‌توانند باعث سرکوبی کسانی شوند که استحقاق ندارند یا عملاً از حوزه‌ی عمومی طرد شده‌اند؛ اما بنا به دلایل محکمی، با کسانی که سابقاً به‌طور انحصاری به آن دسترسی داشتند تفاوت دارند. اما چنین چیزی آشکارا در حکم عاملی برای بدنامی اصل هنجارین گفتمان عمومی است، نه نمود آن.

این اعتراض که تأکید بر حوزه‌ی عمومی باعث برتری دادن به روشنفکران یا متخصصان است، خود مبتنی بر این فرض غلط است که روشنفکران یک طبقه‌اند. در واقع، در دوران مدرنیته، تمام طبقات، گروه‌های قومی، ادیان، نژادها و جنسیت‌ها همواره دارای روشنفکران خود بودند و خواهند بود. در اصل، حوزه‌ی عمومی مدنی به خودی خود، در بازی‌های زبانی خاص (که مخصوص حوزه‌ی عمومی متخصص است، مانند حوزه‌ی عمومی علم، هنر یا دانشگاه) مهارتی ندارد. اما از طریق درجاتی از تعامل ارتباطی عمل می‌کند که برای آن، مهارت در یک زبان طبیعی کافی است. زیرا این زبان‌ها برای درک کلی فعالیت‌های روزمره‌ی ارتباطی مناسب‌اند. مطمئناً، حوزه‌ی عمومی مدنی، به ویژه وقتی موضوع رسانه‌های جمعی مطرح باشد، مستلزم حضور مجازی – نه عملی – خوانندگان، شنوندگان و تماشاگران است. این حضور مجازی، کلی‌گویی در متن و ناشناختگی بیش از پیش را ایجاب می‌کند. از یک سو، این همان چیزی است که امکان الحاق بیشتر را فراهم می‌سازد و از سوی دیگر، دارای تأثیری روشنگرانه است. با این همه، مورد اخیر نیازی به ایجاب استفاده‌ی خاص، از رمزهای ویژه یا اصطلاحات فنی ندارد. در عوض، گرایش حوزه‌ی عمومی مدنی به مطرح کردن اشخاص، دال بر تخصیص مجدد یا از آن مهم‌تر، ترجمان مجدد اصطلاحات فنی ویژه به زبان معمولی و ارزیابی کلی سطح درک فکری تمام افراد ذیربط است.

در حالی که این نکته واقعیت دارد که دستیابی به رسانه‌های متمرکز الکترونیکی در جوامع پیچیده مستلزم منابع مالی انبوه، قدرت و نفوذ است، این موضوع درباره‌ی سایر قالب‌های حوزه‌ی عمومی مدنی، و حتی برای رسانه‌های چاپی، صادق نیست. در زیر مجدداً به موضوع دسترسی به رسانه‌های الکترونیک خواهم پرداخت. در حال حاضر، اجازه دهید این نکته‌ی

کلی‌تر را مطرح کنم که اگر کسی مفهوم یکپارچه‌ی حوزه‌ی عمومی را، به حمایت از الگوی تکثرگراها سازد، موضوع دسترسی/طرد، بی‌اثر می‌شود. به عبارت دیگر، من با تکیه بر طرح اولیه‌ی هابرماس، چنین استدلال می‌کنم که هنجارهای اصلی تبلیغات در جامعه‌ی مدرن حاکی از تکثرگرایی شدن حوزه‌ی عمومی، در مفهوم حوزه‌ی عمومی فرهنگی، مدنی و سیاسی است.^{۱۰} در واقع، مؤثرترین روش برای دفاع در برابر اتهام جداسازی ساختاری، ذکر این موضوع است که اصل هنجاری تبلیغات، با چندگانگی فضاهای عمومی و تکثر انواع عرصه‌های عمومی، رابطه‌ای انتخابی دارد.

تنها برداشتی فردی و یکتانگار از فضای عمومی است که ناگزیر از پرداختن به موضوع طرد است، بگذارید توضیح دهم. آنچه همواره در جامعه‌ی مدنی مدرن چندگانگی و حوزه‌های عمومی خوانده شده، ایده‌ی تازه‌ای نیست.^{۱۱} اما کمتر کسی بر تکثر انواع حوزه‌های عمومی تأکید کرده است. من دو نوع تکثرسازی را در ذهن دارم؛ کارکردی و بخشی. عرصه‌های عمومی‌ای که از نظر کارکردی قابل تمایزند، ضرورتاً تخصصی‌اند و گرایش به خاص بودن دارند. حوزه‌های عمومی علم، سیاست، دین، هنر، رشته‌های مختلف دانشگاهی و غیره، از این نوع‌اند.

اما این دوره‌ی متکثر کردن بخشی، که می‌تواند به دو شکل مکمل مطرح شود، صادق نیست. نخستین شکل، به چندگانگی حوزه‌های عمومی‌ای دلالت دارد که در محیط جنبش‌های اجتماعی، انجمن‌های داوطلبانه، گروه‌های فشار، کلوب‌ها و غیره تشکیل می‌شوند و به لحاظ کارکردی متمایز نشده‌اند اما از نظر هدف و عرصه فعالیت محدودند. در این سطح، به همان اندازه که حوزه‌ی عمومی مدنی هست، گروه‌هایی نیز وجود دارند که مسائل مورد توجه اعضای خود را مطرح می‌کنند. جنبه‌ی دوم به چیزی می‌پردازد که مایلم آن را «حوزه‌ی عمومی عمومی‌ها»ی مدنی و غیرتخصصی بنامم که امکان تعامل ارتباطی اعضای حوزه‌های کارکردی یا گروه‌های اجتماعی مختلف را فراهم می‌سازد. توجه به این نکته مهم است که در کنار هزاران حوزه‌ی عمومی موجود در جامعه‌ی تکثراگرا و متمایز، یک حوزه‌ی عمومی مدنی کلی هم وجود دارد و در اینجا آنچه در ذهن دارم، آن دسته از قالب‌های ارتباطی عمومی است که در سطح جامعه به صورت غیرمنسجم وجود دارند و با آن که قدرت تصمیم‌گیری ندارند، می‌توانند بر حوزه‌های عمومی سیاسی متخصص در تصمیم‌گیری و نیز بر حوزه‌های عمومی تخصصی‌تر، اثر بگذارند.

تاریخ جنبش‌های اجتماعی نشان داده است که تأثیر فرایندهای ارتباطی آزاد در یک

حوزه‌ی عمومی مدنی، از این نوع نامنظم (که به نوبه‌ی خود تحت تأثیر گفتمان‌های حوزه‌های عمومی خاص است) می‌تواند هم برای آموزش جمعی و هم به‌طور غیرمستقیم برای سیاست‌سازی بسیار اثرگذار باشد. همان‌طور که هابرماس اخیراً خاطرنشان کرده است،^{۱۶} تمام حوزه‌های عمومی خُرد که زبان معمولی موجد آنها بوده است، برای یکدیگر نفوذپذیر باقی می‌مانند. درست همان‌طور که حوزه‌ی عمومی انتزاعی خوانندگان، شنوندگان و تماشاگران پراکنده در سطح جامعه‌ی ملی، درهم نفوذپذیرند و از طریق رسانه‌ها، گرد هم می‌آیند. در اینجا باید دوباره به موضوع ارتباط رسانه‌های جمعی با این حوزه‌ی عمومی عمومی‌ها، که در سطح جامعه گسترده است، برگردم. نکته‌ی موردنظر من در اینجا این است که نشان دهم وقتی مفهوم لیبرال حوزه‌ی عمومی و چارچوب چندگانگی و تکثر قالب‌ها و مکان‌ها تفسیر می‌شود، نیازی به ربط دادن آن با طرد یا سرکوب گروهی خاص نیست. اگر چنین قالبی را در گذشته انتخاب کرده است، دلیل آن خصلت بورژوازی - نه خصوصیت لیبرال - حوزه‌ی عمومی بوده که هابرماس به بررسی‌اش پرداخته است.

۲. از نظر من، هابرماس در کار قبلی خود، در متمایز کردن حوزه‌های عمومی سیاسی از حوزه‌های عمومی مدنی/فرهنگی به‌اندازه‌ی کافی موفق نبود. زیرا این بررسی همچنان تحت تأثیر مفاهیم جمهوری خواهانه‌ی حوزه‌ی عمومی باقی مانده است.^{۱۷} در حالی که اگر آزادی‌های اساسی نقض نشوند، فرایندهای ارتباطی فرهنگی و مدنی، آزاد و در اصل، نامحدود باقی می‌مانند. ظاهراً حوزه‌ی عمومی سیاسی پارلمان، حتی پیش از شکل‌گیری احزاب سیاسی مدرن، همواره درگیر محدودیت‌های موقتی، رسمی و بنیادی‌ای بود که بر بحث‌های آزاد و بی‌قیدوشرط اعمال می‌شد. وجود فرایندهای قدرتمند و غیرعمومی نظام اجرایی که همواره در هیأت‌های قانونگذار نفوذ داشتند، باعث افزایش محدودیت‌های اعمال شده بر چیزهایی می‌شدند که فرایند مشورت می‌توانست به‌طور مستقیم آنها را به نتیجه برساند. در واقع، ظهور احزاب مدرن، مقررات پارلمانی و ساختار مذاکرات کمیته‌ای، بیش از پیش، موجب شد تا فرصت‌های بحث آزاد، و امکان تأثیر مستقیم آن بر سیاست‌گذاری محدود شود. اما درک این موضوع که حوزه‌ی عمومی پارلمانی نمی‌توانست هنجارهای آزادی و ارتباطات نامحدود را تحقق بخشد - و حتی در شکل ایده‌آل، به اندازه‌ی حوزه‌های عمومی استدلالی، فرهنگی و مدنی قادر به این کار نبود - ما را از نشان دادن واکنش‌های تند در برابر تغییرات ناشی از ایجاد نظام حزبی، باز دارد.

نشان دادن واکنش تند، این خطر را دارد که ممکن است به رد بنیادگرایانه‌ی سیاست‌های

حزبی بینجامد که این به خودی خود به ضرر دموکراسی است. اما در عوض، باید خاطرنشان کرد که حوزه‌ی عمومی پارلمانی، با سلطه یافتن احزاب مدرن، از میان نرفت و حتی از جهاتی بیش از پیش اهمیت یافت. وقتی مقررات پارلمانی، احتمال متقاعدسازی منطقی را در بحث‌های درون پارلمان بسیار کاهش می‌دهد، کارکرد این بحث‌ها دستخوش تغییر می‌شود. هم‌اکنون نقش آن، در وهله‌ی اول، پرداختن به حوزه‌ی عمومی فراپارلمانی، اطلاع‌رسانی به آن و درخواست تصویب سیاست‌های منطقی یا مخالفت با سیاست‌هاست. بنابراین، در شرایط معاصر، گفت‌وگوی پارلمانی از طریق مدار گسترده‌تر ارتباطات اجتماعی و متقاعدسازی تعمده‌ی پیش می‌رود. گفت‌وگوی مؤثرتر را می‌توان از طریق متقاعدسازی عموم رأی‌دهندگان تحقق بخشید.

کارکرد کنترلی عموم رأی‌دهندگان، زمانی مهم‌تر می‌شود که گفتمان متقاعدکننده به هیچ‌وجه در داخل پارلمان با توفیق مواجه نشده باشد. بدون بحث‌های دیگر، این ادعا که اشمیت هم به آن دست یازید - نامتقاعدکننده باقی می‌ماند که نظرخواهی از حوزه‌ی عمومی فراپارلمانی، در بحث‌های پارلمانی، صرفاً عبارت است از تصویب از طریق همه‌پرسی.

۳. گرایش‌های انکارنشدنی به سمت سیاست مداخله‌جویی و گروه‌گرایی یقیناً از اهمیت سیاسی زمینه‌های ارتباطات عمومی متعاقب آن کاسته است. نکته این نیست که حوزه‌ی عمومی و خصوصی چنان به هم گره خورده‌اند که عملاً بین‌شان هیچ فاصله‌ای باقی نمانده است.^{۱۸} به بیان دقیق‌تر، وقتی سیاست اقتصادی، فرهنگی، خانوادگی و رفاهی، تبدیل به زمینه‌های تخصصی کار اجرایی دولت و انجمن‌های بزرگ خصوصی می‌شوند، که از طریق قالب‌های صرفاً غیرعمومی تعامل با یکدیگر سروکار دارند، اهمیت بحث‌های عمومی کاهش می‌یابد. بنابراین، کارکرد کنترلی که با توجه به فرایندهای آزاد قانونگذاری حفظ می‌شود، در پیوند با فرایندهای بوروکراتیک و گروه‌گرایانه، که امکان بررسی آزاد را فراهم نمی‌سازند، معنی خود را از دست می‌دهد. با این همه، تداوم هنجارهای تبلیغاتی، باعث ایجاد مشکلات در قانونگذاری هم برای مداخله دولتی و هم برای جلوه‌های منافع صنفی‌گرایانه است.

برخلاف نتایج ظاهراً خودانگیخته‌ی بازار، اقدام دولت که نتایج متفاوتی در بردارد، مستلزم توجیهات بیش از پیش روشنی درباره‌ی اقدامات قوه‌ی مجریه است. بنابراین، مداخله همراه شده است با رشد مطالعات اجتماعی از دولت. حتی بازگشت به سیاست‌های اقتصادی نولیبرالی باعث نشده است که بررسی‌های روزافزون اجتماعی در مورد روابط، توافق‌ها و

فرایندهای تصمیم‌گیری داخلی قوه‌ی مجریه، کاهش یابد. و با آن که توافق‌های نو-صن‌ف‌گرای بی‌باعث کاهش مطالبات افراطی از دولت می‌شود و برای اعضای گروه‌های با نفوذ پذیرفتنی است، از نظر تمام کسانی که به‌طور اجتناب‌ناپذیر طرد شده‌اند ناموجه باقی می‌ماند. تقاضا برای دموکراتیک‌کردن و عمومی‌کردن روندهای چانه‌زنی، و نیز سازماندهی اقدامات و ابتکارات شهروندی دقیقاً در جایی رشد می‌کند که نو-صن‌ف‌گرایی در قدرتمندترین جایگاه است.

۴. سرانجام، پذیرش نظریه‌ی مکتب فرانکفورت درباره‌ی صنعت فرهنگی، که بنا بر آن، دموکراتیک‌کردن فرهنگ و ارتباطات صرفاً دموکراتیک‌کردن مصنوعی چیزی است که دیگر نه فرهنگ است و نه ارتباطات واقعی، بدین معنی است که حوزه‌ی عمومی به مفهوم کلاسیک واژه به «اقلیت متخصصان منطقی که دیگر متعلق به حوزه‌ی عمومی نیستند، و جمع بزرگی از مشتریان عمومی»^{۱۱} تقسیم می‌شود. حتی از آن مهم‌تر، این بدان معنی نیز هست که در چنین موقعیتی، ارتباطات سیاسی تنها در صورتی می‌تواند کارآمد و رقابتی، باقی بماند که فنون تبلیغات و «روابط عمومی» را سرمشق قرار دهد. مخاطبان از پیش شکل گرفته، منفعل، با تفکر غیرانتقادی، و درگیر زندگی خصوصی اما قابل بسیج کردن، پیش شرط تبلیغات سیاسی - تبلیغ و فروش رهبران سیاسی، احزاب و سیاست‌ها - است و وجودش برای آن ضرورت دارد.

در این شرایط، آنچه تحت عنوان افکار عمومی رخ می‌دهد، واقعاً افکار عمومی به مفهوم هنجاری آن نیست. زیرا آنچه افکار عمومی را می‌سازد، آنچه به تأثیر آن مشروعیت می‌بخشد، اساساً، روش وقوع آن و توافق کلی‌ای است که بیانگر آن است.^{۱۲} اما وقتی فنون تبلیغات سیاسی بر رسانه‌های ارتباطی مسلط می‌شوند، وقتی مسائل برگزیده می‌شوند و دستور کار را گروه‌های کوچک مرکب از افراد صاحب قدرت و ثروت «از بالا» صادر می‌کنند، وقتی بحث عمومی و بحث انتقادی از رسانه‌های ارتباطی همگانی حذف می‌شود، افکار عمومی‌ای را که با استفاده از نظرسنجی‌ها، ارزیابی یا در میزگردها «بیان» می‌شود، نمی‌توان مستقل یا دارای ارزش هنجاری تلقی کرد. این صرفاً مجموعه‌ی آماری افرادی است که به‌طور جداگانه از آنها پرسیده و به‌طور خصوصی پاسخ آن دریافت شده است و هر یک از پاسخ‌ها را نمی‌توان از نتیجه‌ی سنجش تشخیص داد. چنین نظری، به‌طور خلاصه، دیگر محصول بحث عمومی نیست که در آن، افراد برابر می‌توانند بر روش مشاهده‌ی دیگران از طریق بحث منطقی اثر بگذارند، در مورد اصول اساسی به توافقی برسند و به این ترتیب در قدرت‌های موجود «به صورت

مشروع» نفوذ داشته باشند.

این استدلال بسیار مهم است، زیرا اگر کاملاً قانع‌کننده بود، زمینه‌ی پاسخ‌های من به استدلال دو سه بالا را از میان می‌برد. حتی اگر وجود حوزه‌ی عمومی آزاد، نامحدود و مرتبط با شکل‌های محدودتر مشورتی هیأت مقننه در بیرون از پارلمان می‌توانست ادعاهای لیبرالی و دموکراتیک را به نفع حوزه‌ی عمومی سیاسی مجدداً مطرح سازد، حذف حوزه‌ی عمومی استدلالی و انتقادی به واسطه‌ی وجود رسانه‌های مدرن، این احتمال را عملاً از میان می‌برد. دلیل این است که در آن صورت نیروی هنجاری پیش‌برنده‌ی رسانه‌های عمومی و در کل، حوزه‌ی مدنی، کاملاً تحلیل می‌رفت. اگر حوزه‌ی عمومی عمومی‌ها نتواند به صورت انتقادی استدلال کند چرا که «اعضای» آن - رسانه‌های جمعی - به‌طور ساختاری به دوران کاپیتالیسم سازمان یافته تغییر شکل داده‌اند و نیروی پیش‌برنده‌ی انتقادی‌شان از میان رفته است، پس دیگر نه برد و کارایی فراوان رسانه‌ها، نه حتی افزایش فرصت‌های دسترسی به آنها (نویدهای مربوط به راه‌اندازی ۵۰۰ ایستگاه تلویزیونی در آینده) تفاوت چندانی ایجاد نمی‌کند. "در نتیجه، حالا اگر انتخابات به طریقی سازمان‌دهی می‌شد که تنها باعث خرسندی آنها می‌شود که عملاً فنون تبلیغاتی را جایگزین آرایه معقولانه‌ی برنامه‌ها می‌کنند، پیوند مهم میان پارلمان و بحث‌های عمومی که عاملی مؤید است، از میان می‌رفت. به عبارت دیگر، اگر می‌شد با استفاده از فنون مناسب تبلیغاتی، کاندیدایی را به رأی‌دهندگان فروخت - قطع نظر از موضوعی که او و حزبی در پارلمان برایش تلاش می‌کنند - این ادعا بی‌معنی می‌شد که بحث‌های پارلمانی هنوز کارکردی منطقی دارند. به همین ترتیب، نه اقدام حوزه‌ی عمومی به بررسی دقیق قوه مجریه، نه گفتمان جنبش‌های نوین و ابتکارات شهروندی قادر نبود حیات حوزه‌ی عمومی را بازگرداند، اگر خود رسانه‌های اطلاعاتی و ارتباطی عمومی بر اثر منطبق رایج اصلاح سراسری دچار انحراف می‌شد، اگر مسائل رویکردها، رفتارها و نگرانی‌ها، براساس ملاحظات خارجی جانبدارانه، مانند به حداکثر رساندن سود یا قدرت احزاب سیاسی، از پیش آماده و تعیین می‌شد، به هیچ‌وجه امکان روشنگری عمومی از طریق اظهار عمومی دیدگاه‌ها در رسانه‌ها فراهم نبود.

۳. حوزه‌ی عمومی، دولت و بازار (ها)

بنابراین، کل استدلال ما درباره‌ی شکل رسانه‌های ارتباطی به همگرایی می‌رسد. اگر تفسیر نظرات مکتب فرانکفورت درست بود، (بدون توجه به منطق هنجاری این کار) شک

فراوانی را درباره‌ی هر تلاشی در زمینه‌ی بازسازی حوزه‌ی عمومی لیبرال امروزی ایجاد می‌کرد. هابرماس هنگامی که اثر دوران ساز خود را درباره‌ی این موضوع می‌نوشت، بر این سنت باقی ماند. از این رو، وی قادر نبود از حدود حوزه‌ی عمومی فراتر رود. اما در مورد هابرماس، در مقام نویسنده‌ی نظریه‌ی کنش ارتباطی (IGA)^{۲۲} و نیز اثر مشترک من و اندرو آراتو، موسوم به جامعه‌ی مدنی و نظریه‌ی سیاسی، که مبتنی بر بنیان‌های روش شناختی هابرماس است، موضوع طور دیگری است. در واقع در نظریه‌ی کنش ارتباطی، هابرماس به فرض خود درباره‌ی نقد ماهیت حوزه‌ی عمومی در جوامع پسا لیبرالی شک کرد و در مقابل، بر «توان بالقوه‌ی دوگانه» رسانه‌های جمعی تأکید کرد.^{۲۳} امیدوارم براساس این چارچوب جدید به استدلال چهارم پاسخ گویم (که ابطال موفقیت‌آمیزش، آن‌گونه که دریافته‌ایم، پیش شرط اعتبار پاسخ‌هایی است که به دو استدلال قبلی داده شده است).

بگذارید نخست جاهایی را که حوزه‌ی عمومی با چارچوب خود ما منطبق می‌شود خاطر نشان کنم. ما، مانند هابرماس، براساس مفهوم سه بخش جهان هستی و دوزیرنظام تحت هدایت رسانه‌ها، یعنی نظام‌های سیاسی و اقتصادی، عمل می‌کنیم. ما جامعه‌ی مدنی را بُعد نهادی قلمرو زندگی انسانی می‌شناسیم که از خانواده، انجمن‌ها و حوزه‌ی عمومی تشکیل شده است (قلمرو زندگی انسانی، برعکس، شالوده‌ی اجتماعی - فرهنگی برای بازآفرینی جامعه‌ی مدنی است). برخلاف هابرماس، ما چنین فرض می‌کنیم که جامعه‌ی سیاسی و اقتصادی مابین جامعه‌ی مدنی و هر یک از خرده نظام‌هاست و چارچوب‌های نهادی‌ای را باز می‌نمایاند که در آن، فرایندهای ارتباطی زبان معمولی، با شکل‌های تعاملی تحت هدایت پول و قدرت، هم‌زیستی دارند.

برای مثال، بُعد عمومی هیأت‌های پارلمانی، بخشی از جامعه‌ی سیاسی است که ضرورتاً مقید به منطق نظام اجرایی است اما ساختارهای ارتباطی عمومی جامعه‌ی مدنی الگوهای استدلال، معیارهای اعتبار، استانداردهای ادب و احترام و غیره را - که پیش فرض فرهنگی آن است - تا حد زیادی حفظ می‌کند. اگر حوزه‌ی عمومی مدنی، دلیل احتمال وقوع و ضرورت بحث و استدلال در حوزه‌ی عمومی سیاسی باشد، حوزه‌ی اخیر بازهم پیش شرط تأثیر سیاسی حوزه‌ی نخست (و جامعه‌ی مدنی، در مجموع) است.

در این چارچوب، نه می‌توان از تلفیق بین جامعه‌ی مدنی (قلمروی زندگی انسانی) و دولت صحبت کرد و نه از اصطلاح کلی جامعه مدنی. چنین مفهومی، جدا از ضعف استعاری، دلالت بر قلمرو زندگی انسانی بیش از حد منفعلی دارد، که فاقد منابع مهمی است که به خود

آن تعلق داشته باشد، اما قالب‌های ارتباطات، همبستگی و شخصیت در زندگی روزمره، دقیقاً همین منابع‌اند. با آن‌که تعقل اجرایی و اقتصادی می‌تواند قلمرو زندگی انسان را اشغال کند و با استفاده از منطق پول، یا قدرت، بر فرایندهای بازتولید آن حاکم یا جایگزین آن شود، نمی‌تواند بدون ایجاد اختلال روانشناختی اجتماعی و فرهنگی در جامعه و/ یا اشکال مخالفت سازمان یافته، به‌طور کامل این کار را انجام دهد.

این نقصان در بالاترین حد خود، به عدم تمایز و پایان اثرگذاری اقتصاد و دولت، در تمام چارچوب‌های مدرن تعامل، دلالت دارد. بنابراین، یک دولت مدرن واقعی به طرقی، مثلاً وضع حقوق، اقدام به محدودسازی خود می‌کند که به نفع خود آن نیز هست. "سرانجام، ذکر این نکته‌ی حائز اهمیت است که سلطه‌ی دولت و بازار بر قلمرو زندگی انسان را می‌توان دو فرایند ضدونقیض تلقی کرد. اما تضاد یکی با آن دیگری تنها به اشکال مختلف استعمار ختم می‌شود، نه به برچیده شدن آن.

این نکته‌ی آخر را باید با دقت بیشتری طرح کرد، زیرا مداخله‌جویی دولت در قلمروی زندگی انسان، هنگامی که به‌طور مستقیم باشد، منطقی متفاوت از هر نوع تجاری‌سازی و اصلاح دارد. اساس انگیزشی کنترل فرهنگی مستقیم دولت (ارتباطات اجتماعی) همواره تا حدی تضمین منفی تلقی می‌شود، که با ترس ارتباط دارد. در صورت وجود کنترل دولتی بر رسانه‌ها یا سانسور یا به ویژه، در صورت وجود دولتی پلیسی، خالقان و مروجان فرهنگ با دستور مستقیم یا تلویحی‌ای مواجه می‌شوند که نقض آنها به مجازات‌های خاصی از تنزل مقام تا زندان منجر می‌شود. چنین قدرتی گریزناپذیر است و فرد نمی‌تواند از رقیب، رفتار بهتری توقع داشته باشد.

جالب این‌که، نحوه‌ی بیان تبلیغات سیاسی نیز، بر خلاف تبلیغات تجاری، برحسب ترس‌هایشان بیشتر قابل دستکاری است تا بنا به امیدهایشان. مداخله‌ی مستقیم دولت در رسانه‌ها، هم در خلاقیت و هم در پذیرش آن، همواره از منطق دوست - دشمن خط مشی سیاسی اقتدارگرا پیروی می‌کند. و اما توانایی چنین مداخله‌ای در جامعه و فرهنگ کارآمد محدود است؛ تنها با استفاده از ابزارهای تروریستی است که این نوع مداخله‌جویی می‌تواند به‌طور کامل موجب حذف شکل‌های تازه و کهنه فرهنگی رقیب شود. توان بالقوه‌ی دولت در ایجاد معانی جدید فرهنگی به‌طور چشمگیری اندک است. تأثیر این نوع خلاقیت فرهنگی بستگی به این واقعیت دارد که حزب حاکم بتواند شکل‌های مستقل و موجود را برای رسیدن به اهداف خود بسیج کند. این پروژه‌ای است که، به دلایل آشکار، تحت حکومت‌های

ناسیونالیستی موفق‌تر بوده تا در دیکتاتوری‌های کمونیستی.

اصلاح کامل قلمرو زندگی انسان و حمایت فرهنگی، بیشتر از طریق تضمین مثبت عمل می‌کنند تا منفی. بازارهای اقتصادی با در اختیار داشتن رسانه‌ای همگن، به نام پول، از خالقان و مروجان فرهنگ تنها یک نتیجه را توقع دارند: موفقیت پولی. چنین نتیجه‌ای، که بازارهای گوناگونی برای پرداختن به آن وجود دارد، امکان بهره‌برداری از راه‌حل‌های دیگر را فراهم می‌سازد.

در حالی که آدمی نمی‌تواند هنرمند باشد و در عین حال کاملاً از سانسوری تبعیت کند که استقلال را به شدت مجازات می‌کند، بازار می‌تواند هم به خالق واقعی و هم به قلم به مردها، در شرایط معلوم، پاداش دهد، حتی کسانی که برای تشکیلات عظیم فرهنگی کار می‌کنند، می‌توانند به‌طور بالقوه خدمات خود را به رقیبان عرضه کنند یا تجارت‌های کوچک را تجربه کنند. مطمئناً، تشکیلات عظیمی که رقابت میان تولیدکنندگان فرهنگ را به شدت کاهش می‌دهد، صنعتی‌سازی می‌کند نه این که صرفاً فرهنگ را اصلاح کند. این تنها بدان معنی نیست که موفقیت بازار، پیش شرط موفقیت فرهنگی است — موفقیتی که تنها مستلزم تکمیل تولید فرهنگی از طریق تلاش‌های تبلیغاتی یا فروش است بلکه باب بازار بودن از همان ابتدا، از اصول تولید است.

در اینجا، مثل همه‌ی جاهای دیگر، شرکت‌های بزرگ تنها به علائم بازار واکنش نشان نمی‌دهند بلکه می‌توانند خودشان بازار بسازند. با این همه، همان‌طور که ضدفرهنگ‌های روبه‌رشد نشان می‌دهند، تولیدکنندگان صنعت فرهنگ هرگز فکر نمی‌کنند که این حوزه کاملاً متعلق به خود آنهاست. تمام گزینه‌های مشابه گرایش به این دارند که تحت کنترل دائم دولتی بر فرهنگ، پای خود را از حد قانونی فراتر بگذارند.

قانون‌شکنی و سرکوب، ریشه فرهنگ را می‌زند، حال آن‌که در صورت عدم توفیق اقتصادی، تنها نتایج انحرافی را با گرفتن تضمین‌هایی مجازات می‌کنند که اعضای فرهنگ‌های مقابل و آوانگاردها - که تعداد آنها همیشه بیشتر از مخالفان سیاسی رژیم‌های پایدار خودکامه است — مایلند هزینه‌های آن را بپردازند. سرانجام، با آن‌که قوانین استبدادی، قادر نیستند تولید فرهنگی را بر پایه‌ی خلاقیت معاصر شخصی بنا کنند، صنعت فرهنگی همواره بر الحاق قالب‌ها و فنون بسیار پیشرفته متکی بوده است.

در عین حال، اصلاح فرهنگ، با ایجاد امکان استقلال نسبی و از طریق تضمین‌های مثبت، در انگیزش انسانی، بیشتر نفوذ دارد تا مستعمره‌سازی دولتی. در حالی که هر روز ثابت

می‌شود که پیروی دقیق از دستورات در ساختار سلسله مراتبی سلطه، در شرایط جامعه‌ی صنعتی مدرن عملی بی‌معنی است (و از این رو، موفقیت همواره مستلزم نقض مخاطره‌آمیز و مخفیانه‌ی قوانین است)، اقدامات راهبردی مبتنی بر بازار، دارای کارکرد مثبت است و به موفقیت منجر می‌شود. فردگرایی مثبت و گرایش به خصوصی‌گرایی مدنی، فضایی از استقلال را به وجود می‌آورد که فرد می‌تواند منافع خاص، استعدادها و قالب‌های شخصیتی خود را در آن پیرورد.

آزادی عمل فرهنگی در محدوده‌ی موفقیت اقتصادی، مانع خلاقیت نیست. اما موضوعی که در چالش مکتب قدیمی تر فرانکفورت همچنان مطرح باقی مانده است، این است که چنین خلاقیتی در حواشی قرار می‌گیرد، حال آن که حیات فرهنگی اکثریت‌های بزرگ، آشکارا متمرکز، همگن، هماهنگ و از نظر راهبردی قابل تحول است. از نظر اغلب مردم، گرایش به خصوصی‌سازی به معنی آن است که باید گیرنده‌ی اطلاعات از پیش آماده شده باشد و امکان خلاق بودن در شرایط آزاد فراهم نیست. در چنین شرایطی، لازم نیست چندان تعصب نشان دهیم به این که بسیاری از توضیحاتی که هابرماس در سال ۱۹۶۲ در مورد سیاست‌های انتخاباتی، به منزله‌ی اقداماتی برای فروش، تبلیغ و روابط عمومی داد، حتی حالا پس از ۳۰ سال، صادق به نظر می‌رسد.

و اما تحقیقات جدید رسانه‌ای باعث شده است تا بعضی از اصول مهم شناخت مسأله‌کنار گذاشته شوند. در سال ۱۹۸۱، هابرماس فهرست عوامل زیر را که در نظریه‌ی اولیه‌ی فرانکفورت در نظر گرفته نشده بود، عرضه کرد:

۱. دشواری هماهنگ کردن علایق متضاد (سیاسی، اقتصادی، زیبایی‌شناختی) در شبکه‌های پخش رادیو تلویزیونی؛
۲. ضروریات متناقض اخلاقیات ژورنالیستی و منافع شبکه؛
۳. نفوذ پیام‌های ضدونقیض از طریق در اختیار گرفتن فرهنگ عامه و مستقل؛
۴. تفسیر مجدد پیام‌های ایدئولوژیکی براساس شرایط خرده فرهنگ‌های خاص؛
۵. واکنش تند ارتباطات روزمره به اقداماتی که برای دستکاری مستقیم صورت می‌گیرد؛ و
۶. ایجاد فناوری‌های رسانه‌ای جدید زمینه را هم برای اشکال غیر متمرکز و هم برای انواع متمرکز ارتباطات، فراهم می‌سازد.^{۱۵}

هابرماس، به درستی، این عوامل را به تنهایی دلیل کافی برای بی‌توجهی به راه‌های اولیه‌ی شناخت مسأله در مکتب فرانکفورت تلقی نمی‌کند، اما برای تلفیق مجدد آن در تحلیل

دوسویه‌ای که تعارضات و ناهمخوانی‌ها را هدف قرار می‌دهد، کافی است. تولید گسترده‌ی فرهنگ، منطبق متمرکزکننده و همگن‌ساز خود را دارد، اما همان‌طور که فهرست بالا نشان می‌دهد، گرایش‌های مخالف و مهمی هم وجود دارد. این موضوع در مورد مستعمره‌سازی سیاسی رسانه‌ها نیز مطرح است. مطمئناً درست است که در جامعه‌ای با اقتصاد بازاری که به‌شدت در ارتباطات فرهنگی نفوذ یافته است، کارفرمایان سیاسی یاد می‌گیرند که از الگوهای تجاری شده‌ی انتظارات، برای پخش پیام فروش احزاب و خط‌مشی سیاسی خود بهره‌برداری کنند. در واقع، هابرماس، با در نظر گرفتن این الگو، چنین استدلال می‌کند که این موضوع به‌طور کامل به قالب قانونی سازمانی و تشکیلات نهادی متکی است، چه تلویزیون‌ها به روی تأثیر احزاب و انجمن‌ها گشوده باشند، چه به روی شرکت‌های خصوصی که هزینه‌های کلانی برای تبلیغات صرف می‌کنند.

با این همه، تکرار فهرست هابرماس در این موقعیت نیز جالب است: تلاش برای فروش سیاسی ممکن است به همان اندازه با محدودیت روبرو باشد که صنعت فرهنگی در تبلیغ ایدئولوژی با محدودیت مواجه است. اما یک تفاوت بسیار مهم در این موقعیت وجود دارد. با آن که شکل‌های مقاومت در برابر دستکاری‌های فرهنگی تا حدی باعث ایجاد استقلال می‌شوند، مقاومت در برابر دستکاری سیاسی نه تنها ممکن است خط‌مشی سیاسی جایگزینی به وجود نیارد بلکه شاید در مجموع به رویگردانی از این حوزه و از گرایش به خصوصی‌سازی، بی‌تفاوتی و اعتراضات ضدسیاسی بینجامد. تلاش برای فروش سیاسی، برای آن که در مجموع به موفقیت برسد، نباید لزوماً از نظر سیاسی موفق باشد. آراء کسانی که رأی نمی‌دهند به حساب نمی‌آید و کارفرمایان سیاسی می‌توانند به‌طور کلی رأی بقیه را تعیین کنند.

در واقع، خیلی چیزها به قدرت، حمایت نهادی و راهبردهای موجود در پشت‌گرایش‌های مخالف بستگی دارد. اما خیلی چیزها هم بستگی به این دارد که وقتی چنین راهبردهایی طرح‌ریزی می‌شوند، براساس کدام یک از الگوهای هنجاری رسانه‌ها عمل شده است. به یاد داشته باشید که با وجود تمایل استعمار سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها به غیرسیاسی کردن ارتباطات عمومی، تأثیرات رسانه‌ها، ناپایدار باقی می‌ماند. گنجینه‌ی تحقیقات تجربی، امکان دادن پاسخی قطعی به این پرسش را نمی‌دهد: موضع‌گیری حوزه‌ی عمومی، در نتیجه‌ی تحریف‌های رسانه‌های الکترونیکی، چگونه مستقل باقی می‌ماند؟ بنابراین، هابرماس می‌گوید وقتی که به مطالعات تجربی می‌پردازیم، توجه خود را به «راهبردهای تفسیر» مورد

استفاده‌ی تماشاچیان معطوف می‌کنیم. زیرا، «حتی اگر درباره‌ی اهمیت و کارکرد رسانه‌های جمعی و درباره‌ی توزیع نقش‌ها، میان عموم مردم و عاملان گوناگون آگاه باشیم، و حتی اگر بتوانیم درباره‌ی این که چه کسی در رسانه‌ها، صاحب قدرت است، حدس‌های معقولی بزنیم، به هیچ‌وجه روشن نیست که در چرخه‌ی سنجش ناپذیر ارتباطات در حوزه‌ی عمومی سیاسی رسانه‌ها چگونه دخالت می‌کنند.»^۴

اما چنین مطالعات تجربی‌ای باید، حداقل به صورت تلویحی، تحت تأثیر این پیش‌آگاهی هنجاری صورت گیرد که رسانه‌ها و حوزه‌ی عمومی مدنی چگونه باید با هم ارتباط یابند. بنابراین، ایجاد مفهومی هنجاری از روشی که رسانه‌ها باید براساس آن کار کنند، ارزشمند است. در نتیجه، هابرماس در آخرین اثر خود، فهرست دیگری را در اختیار ما می‌گذارد و این بار وظایفی را برمی‌شمارد که رسانه‌ها در نظام‌های سیاسی مبتنی بر قانون اساسی مکلف به اجرای آنهایند:

۱. نظارت بر محیط اجتماعی - اقتصادی و گزارش‌دهی در مورد تحولاتی که احتمالاً به گونه‌ی مثبت یا منفی، بر رفاه شهروندان اثر می‌گذارند؛
۲. برجسته‌سازی با معنی؛
۳. تریبونی برای حمایت روشنگرانه از طرف سیاستمداران و سخنگویان سایر گروه‌ها و اهداف دیگر؛
۴. گفت‌وگو میان دیدگاه‌های گوناگون، و نیز بین صاحبان قدرت و عموم مردم؛
۵. سازوکارهایی برای وادار کردن مسؤولان به پاسخگویی درباره‌ی چگونگی اعمال قدرت خود؛
۶. تشویق شهروندان به یادگیری، انتخاب و مشارکت؛
۷. مقاومت منظم در برابر تلاش نیروهای خارج از رسانه‌ها برای از بین بردن استقلال آن؛ و
۸. احترام به مخاطبان.^۵

این اصول باید هم با اصول حرفه‌ای ژورنالیستی و هم با قوانین حاکم بر ارتباطات رسانه‌ای هماهنگ باشند. ایده‌ی قانونی‌ای که اینها بیانگر آن‌اند و مکمل مفهوم سیاست‌های دموکراتیک است، ساده است:

«رسانه‌های جمعی باید خود را نماینده‌ی عموم روشنفکران بدانند که تمایل‌شان به یادگیری و توان‌شان برای انتقاد از رسانه‌ها، به‌طور هم‌زمان، بدیهی، لازم و استحکام‌بخش است؛ مانند قوه‌ی قضاییه، آنها باید استقلال خود را در کنار عاملان سیاسی و اجتماعی حفظ کنند... آنها باید به روشی منصفانه به طرح‌ها و مسائل مورد توجه عموم بپردازند، و نظر به این

عناوین و مطالب، روند سیاسی را در معرض جریانی از مشروعیت‌بخشی و نقد شدید قرار دهند.»^{۲۸}

به این ترتیب، رسانه‌ها بی‌اثر می‌شوند، به این معنی که از تبدیل قدرت اجرایی یا اجتماعی به نفوذ سیاسی - تبلیغی جلوگیری می‌شود.

این درک هنجاری است که اساس روش برخورد ما را با شکل کنترل قدرت رسانه‌ها و پرهیز از استعمار سیاسی و اقتصادی، تشکیل می‌دهد.

نظریه‌ی ما دو مسیر نادرست را نشان می‌دهد که کسانی که در صدد مخالفت با استعمار حوزه‌ی عمومی و رسانه‌های جمعی آن‌اند، ممکن است وسوسه شوند از آن عبور کنند. بعضی از سرسخت‌ترین منتقدان گرایش به اصلاح، دستکاری با استفاده از تبلیغات، و جایگزین کردن ارزش‌های هنری با ارزش‌های بازار - که مختص فرهنگ تجاری است - کنترل دولتی رسانه‌ها را به عنوان راه حل مناسب، ضروری می‌دانند. این معنی ضمنی نقد فرهنگی در قالبی بود که سوسیالیست‌ها به لحاظ تاریخی، اجرایش کردند و امروزه، ناسیونالیست - رادیکال‌ها ندرتاً گرایش‌های مشابه‌شان را پنهان می‌کنند.

اما، همان‌طور که ما در تجربه‌ی طولانی تاریخی دیده‌ایم، این مسیر به کنترل‌های خسته‌کننده‌ی دولتی در قالب سانسور یا انواع دیگر فشارهای ملایم، منجر می‌شود. و در نتیجه آن، هم حوزه‌ی عمومی فرهنگی و هم حوزه‌ی عمومی سیاسی شدیداً تحریف می‌شود. از قرار معلوم، وقتی احزاب یا ائتلاف‌های حاکم، اطلاعات مربوط به خود و سایر شرکت‌ها را کنترل کنند فرایند سیاسی ممکن است حتی تحت حکومت دموکراتیک نیز آسیب ببیند اما راه حل پیشنهاد شده‌ی فوق برای اصلاح، به‌طور غیرقابل اجتناب، به این مسیر می‌انجامد.

به دلیل نتایج مختلف «اصلاح» و «دولتی سازی»، راه غلط دوم که کنترل‌های استبدادی بر فرهنگ و تبلیغات را به نام خصوصی سازی یا بازاری کردن کامل، مورد حمله قرار می‌دهد در ابتدا ارجح به نظر می‌رسد. اما حامیان آن اشتباه می‌کنند (و در برابر منتقدان دولت‌گرا، نامعقول عمل می‌کنند) که چشمان خود را بر تمام پدیده‌های منفی تجاری سازی می‌بندند. در واقع، حامیان هر دو مسیر، آن قدر به هم شبیه‌اند که انتقاد بدون انعطاف‌شان از یکدیگر، آنها را به مطلق شمردن روش انتخابی خود کشانده است. چنین وضعیتی به نوبه‌ی خود، به برداشت نادرست از روش‌های دیگری می‌انجامد که نه دولت‌گرایانه است نه صرفاً بازارمدار؛ مثل برداشت نادرست لیبرال‌ها از «طرفداران مالکیت اشتراکی» و برداشت نادرست دولت‌گرایان از «لیبرال‌ها».

و چنین انتخاب‌هایی، هم در نظریه‌ی ما درباره‌ی جامعه مدنی و هم در تجربه‌ی عملی، وجود دارد.

با درک این موضوع که در جامعه‌ی پیچیده و مدرن، حیات فرهنگی نمی‌تواند بدون منابع اقتصادی و بازار نظام سیاسی (پول و قانونگذاری) عمل کند، دیگر نیازی نداریم تا بر نهادهایی متمرکز شویم که دارای ارتباطات گسترده‌اند و منطق‌شان نه منطق اصلاح است و نه منطق اجرایی. هم پول و هم قانون را می‌توان برای ایجاد امکان استقلال نسبی نهادها از نظام‌های اقتصادی و سیاسی، به کار برد. بهترین الگوهای ما برای این نوع استقلال، بنیادهای فرهنگی، دانشگاه‌ها و شکل‌های خدمات عمومی پخش رادیو تلویزیونی است.

با آن که نمونه‌های زیادی از این نوع نهادها وجود دارند که خود تحت نفوذ معیارهای سیاسی و تجاری‌اند، عموماً به شکل‌هایی از نفوذ متمرکز می‌شویم که با رسالت این نهادها ناسازگار و بی‌ربط‌اند. وقتی موضوع ترمیم مطرح می‌شود، آشکار است که روش‌های تأمین سرمایه و قانونگذاری‌ای را می‌توان به کار برد که به طور هم‌زمان، استقلال سیاسی و اقتصادی، نهادهای فرهنگی را به موازات پذیرندگی آن در برابر منافع، پیوندها، شکل‌های حیاتی و فرهنگی مختلف جامعه‌ی مدنی حفظ کنند. بنابراین، رسانه‌هایی که این نهادها، سرمایه‌شان را تأمین کرده‌اند قادرند نقش هنجاری فوق‌الذکر را ایفا کنند، که عبارت است از کمک به ایجاد حوزه‌ی عمومی مدنی نقّادی که بتواند بر حوزه‌های عمومی سیاسی اثر بگذارد.

البته خیال‌پردازانه است که تصور کنیم در شرایط حاضر، نهادهای رسانه‌ای فرهنگی که ریشه در جامعه‌ی مدنی دارند می‌توانند به طور گسترده جانشین اشکال تجاری یا اشکال مبتنی بر بازار شوند. در واقع، حتی اگر رایج‌تر می‌شد، فکر نمی‌کنم که برای بخش خدمات عمومی از نظر هنجاری مطلوب بود که کاملاً جایگزین رسانه‌های خصوصی یا دولتی شود. هیچ دلیل بهتری برای این وجود نداشت که این شکل رسانه‌ای را بیشتر از هر یک از دو شکل دیگر مطلق فرض کنیم. در عوض، در مورد اهمیت هر سه روش ساختار رسانه‌ها بحث می‌کنم و دلیل ساده‌اش این است که تکثر شکل‌ها متضمن رقابتی سالم میان انواع مختلف است، به طوری که احتمال بی‌اثر سازی کمتر می‌شود. هر یک از این اشکال، به نوبه خود، گرایش به انحراف و تسلیم در برابر منافع ویژه دارد. حضور سایر اشکال نه تنها امکان ابداعات فناورانه را افزایش می‌دهد، بلکه باعث می‌شود که هر یک از انواع رسانه‌ها در مقابل سایرین و در مجموع، در برابر جامعه، مسؤولیت‌پذیرتر شود.^۳

با این همه، به احتمال زیاد، در اغلب کشورها، نهادهای مبتنی بر جامعه‌ی مدنی در اقلیت

باقی خواهند ماند. اما اهمیت آنها، بر این اساس نباید کم شود. هنگام وقوع جنبش‌ها و ابتکارات شهروندی این نهادها (همان‌طور که در مورد اکولوژی، فمینیسم و غیره رخ داد) اگر نیازهایی که بدان می‌پردازند به اندازه‌ی کافی جنبه‌ی جهانی داشته باشند، به برگزینندگان ویژه‌ی خود زبانی ملی می‌دهند که آنان را مؤثر می‌سازد. به علاوه، همان‌طور که در مورد حوزه‌های عمومی تحت‌کنترل دولت و به شدت تجاری شده دیده‌ایم، ظهور و حتی ثبات موقتی حوزه‌های عمومی یا قالب‌های انتقال فرهنگی جایگزین، حوزه‌ی عمومی غالب را با رقابتی مواجه می‌کند که باید تا حدی، با تغییر دادن شکل اصلی خود، به آن پاسخ دهد (مثلاً سی - اسپن C-Span در ایالات متحده؛ حوزه‌های عمومی جایگزین در مجارستان و لهستان).

نمی‌توان از پیش گفت که آیا چنین رقابتی به ناپدیدشدن شکل جایگزین و نیز چیزهایی منجر می‌شود که «متعارف» محسوب می‌شوند، یا به تغییر شکل بلندمدت‌تر شکل مسلط همراه با همزیستی صورت جایگزینش. باز هم، بیشتر چیزها بستگی به قانونگذاری به منابع موجود اقتصادی و فشارهای اجتماعی پشتیبان اشکال قدیمی‌تر دارد. تنها پشتیبانی کافی و هماهنگ از نهادهای فرهنگی که ریشه در جامعه‌ی مدنی دارند، می‌تواند در بلندمدت توجیه‌گر این امید پنهان آدورنو باشد که با وجود نظریه‌ی صنعت فرهنگ خود او، میزان رشد هوش مردم ممکن است به گونه‌ای بسیار مطلوب افزایش یابد به طوری که سرعت آن بیشتر از سرعت تلاش‌هایی باشد که برای تنزل مقام آن و احمقانه ساختنش صورت می‌گیرد.^۲

* این مقاله، ترجمه یکی از مقالات فصل اول کتاب زیر است:

* **Andras Sajo and Monroe Price (editor's), "Rights of Access to the Media", (Kluwer law International Publication) 1996)**

پی‌نویس‌ها و منابع:

1. Craig Calhoun, ed. *Habermas and the Public Sphere* (MIT Press 1992); Jeanl. Cohen and Andrew Arato, *Civil Society and Political theory* (MIT Press 1992); John Druzek, *Discursive Democracy* (Cambridge University Press 1990); James Fishkin, *Deliberative Democracy* (Duke University Press, 1991); Anne Phillips, *Engendering Democracy* (Pennsylvania State University Press, 1991).

۲. برای خواندن بحث‌های مربوط به نظریه‌ی دموکراتیک در غرب منبع زیر را ملاحظه کنید:

Cohen and Arato, *Civil Society and Political theory*, *Supra* note 1, at 4-8.

3. Habermas, Struktur wandel der "Öffentlichkeit" ("The Structural Transformation of the Public Sphere") (Neuwied: Luchterhand, 1962)

این حتی در مجارستان نیز که ترجمه‌ای در سال ۱۹۷۱ در آن منتشر شد، صادق بود. در اینجا، اپوزیسیون دموکراتیک فعالیت اصلی‌اش را در سال‌های دهه‌ی ۱۹۸۰، ایجاد یک حوزه‌ی عمومی «فرعی» تلقی کرده است. از اواخر دهه‌ی ۱۹۸۰، کلوب تبلیغات قدرتمندترین پشتیبان آزادی رسانه‌ها و مطبوعات بوده است. ترجمه‌ی اخیر این کتاب به انگلیسی در سال ۱۹۸۹، عامل مهم برانگیختن بحث درباره‌ی نظریه‌ی دموکراتیک در مقالات بسیاری از نشریات ایالات متحده بوده است.

4. Habermas, Die nachholende Revolution (1990)

۵. رجوع کنید به:

Habermas, The Structural Transformation, Supra note 3, at 1-26.

Id. at 36 and 85

۶. که «انسانیت مشترک» آن پایه‌ای شد که براساس آن امکان استدلال بهتر فراهم شد.

۷. علی‌رغم ارزیابی مهم هابرماس درباره‌ی سرنوشت الگوی بورژوازی فضای عمومی، وی هرگز وفاداری‌اش به اصول هنجاری زیربنایی را ترک نکرد. در واقع، نظریه‌ی اخلاقیات گفتمان وی را می‌توان تلاشی برای بنا نهادن یک مفهوم منسجم فلسفی برای ماهیت اخلاقی اصول گفتمان عمومی تلقی کرد. او این ماهیت را براساس یک نظریه‌ی اخلاقی و یک نظریه‌ی مشروعیت دموکراتیک بازسازی کرد.

به‌طور خلاصه، او چنین استدلال می‌کند که یک «هنجار کنش» را تنها در صورتی می‌توان مشروع (توجیه شده) تلقی کرد که تمام کسانی که احتمالاً تحت تأثیر آن قرار گرفته‌اند، به عنوان شرکت‌کننده در گفتمان عملی، به این توافق برسند که چنین هنجاری باید به مرحله‌ی اجرا برسد یا در این مرحله باقی بماند. آن اصول عملی که زیربنای احتمال رسیدن به چنین اتفاق‌آرایی راجع به اعتبار یک هنجار است، عبارتند از تناسب، تقابل، و انعطاف. برای مطالعه‌ی نظر او درباره‌ی اخلاقیات گفتمان رجوع کنید به:

Habermas, Discourse Ethics: Notes on a Program of Philosophical Justification in Moral Consciousness and Communicative Action, 43-115 (MIT Press, 1990).

۸. برای دیدن شرح کامل نظریه‌ی حوزه‌ی عمومی هابرماس رجوع کنید به:

Cohen and Arato, Civil Society and Political Theory, Supra note 1, at 210-254.

۹. برای دیدن شرح مربوط به خصوصیت دوگانه‌ی «حقوق مدنی» – که بسیاری آنها هم استقلال فردی و زندگی خصوصی را مورد حمایت قرار می‌دهند و هم بخش عمومی را. کل مرجع زیر را مطالعه کنید.

برای مثال، من به آزادی تشکیل انجمن فکر می‌کنم که برای شکل‌گیری احزاب، گروه‌ها اتحادیه‌ها مهم است و همه‌ی اینها در صدد مشارکت در قدرت سیاسی یا اقتصادی‌اند. اما آزادی انجمن برای افرادی که می‌خواهند کلوب، انجمن داوطلبی، کانون‌های خصوصی و غیره تشکیل دهند نیز بسیار حائز اهمیت است. در اینجا آنچه حفظ می‌شود، خصوصی و مدنی است و از قالب‌های سیاسی حیات گروهی قابل تمایز است. نکته‌ی مشابهی را می‌توان در مورد دوگانه بودن سایر حقوق، مانند آزادی تفکر و بیان، مطرح ساخت.

۱۰. البته نباید فراموش کرد که حوزه‌ی عمومی جدید دارای وجه بورژوازی نیز هست. حوزه‌ی عمومی جدید که هابرماس آن را در تحول ساختاری تحلیل کرد بورژوازی است زیرا در آن، مالکان مستقل، که از نظر فعالیت‌های اقتصادی رقابت‌جویانه و خودمحرانه – که از حد معمول بسیار فراتر رفته است – به چندین دسته تقسیم می‌شوند، خود را قادر می‌بینند از طریق رسانه‌ی ارتباطی معقول و نامحدود، اراده‌ای جمعی بیافرینند. محدودیت اولیه دسترسی به حوزه عمومی جدید برای طبقه‌ی مالک و تحصیل‌کرده‌ها، مزید ویژگی بورژوازی آن است.

11. Habermas, *Structural Transformation*, Supra note 3, at 37.

۱۲. رجوع کنید به:

Nancy Fraser, *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*, and Sheyla Benhabib, *Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal tradition and Jürgen Habermas*, in Habermas and the Public Sphere, Supra note 1.

و نیز ملاحظه کنید:

Nancy Fraser, *Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy*, and Sheyla Benhabib, *Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal tradition and Jürgen Habermas*, in Habermas and the Public Sphere, Supra note 1.

Iris Young, *Justice and the Politics of Difference*, ch.4 and 6 (Princeton University Press, 1990).

13. Habermas, *Structural Transformation*, Supra note 3, at 85.

۱۴. هابرماس در آخرین اثر خود درباره‌ی این موضوع، با قبول طرح‌های کلی نظریه‌ی جامعه‌ی مدنی ما، تأکید بر نکثر و چندگانگی انواع حوزه‌های عمومی را آغاز کرده است. رجوع کنید به: (MIT) 60-50 and 60 (Facticity and Validity, ch. 8).
(شماره‌ی صفحات مربوط به دست‌نوشته‌ی انگلیسی است که قبلاً چاپ نشده است).
۱۵. در اینجا منتقدان هابرماس، هنگامی که می‌گویند او در کتاب تحول ساختاری حوزه‌ی عمومی تنها یک حوزه‌ی عمومی را در نظر گرفت، دچار اشتباه‌اند، مراجعه کنید به:

Nancy Fraser, and Iris Young, Supra note 12.

16. Habermas, *Facticity and Validity*, Supra note 14 at 60-61.

۱۷. بنابراین، ابهامات او به این مشکل که آیا حوزه‌ی عمومی جامعه‌ی مدنی قدرت را اعمال می‌کند یا تنها آن را کنترل می‌کند و بر صاحبان قدرت اثر می‌گذارد، مربوط می‌شود. اما هابرماس در جدیدترین اثر خود راجع به این موضوع، از موضع من و آراتو که در جامعه‌ی مدنی و نظریه‌ی سیاسی آمده، استفاده کرده است. این موضع، بر نقش حوزه‌ی عمومی مدنی در انزگاری و به‌طور غیرمستقیم (از طریق تأثیر بر جامعه‌ی سیاسی) کنترل صاحبان قدرت، تأکید دارد، نه بر اعمال قدرت. پس از پیشگام شدن ما، هابرماس اهمیت مقوله‌ی تأثیر بر نظریه‌ی دموکراتیک را به رسمیت شناخت. او دریافته است که فقط از طریق بحث و گفت‌وگوی کلی درباره‌ی هنجارها و سیاست‌ها نیست که حوزه‌ی عمومی تفکیک‌شده‌ی ارتباطات «کنترل» جامعه‌ی سیاسی را در دست می‌گیرد و مشروعیت دموکراتیک به وجود می‌آورد.

به علاوه، از طریق بسیج گروه‌های ذینفع و واداشتن‌شان به جنبش و اقدامات جمعی – از جمله نافرمانی مدنی – است که جامعه‌ی مدنی می‌تواند بر عاملان سیاسی اثر بگذارد. البته «حوزه‌های عمومی قدرتمند» یا عملاتی که تصمیمات سیاسی را اتخاذ می‌کنند و صاحب قدرت‌اند می‌توانند در سطح جامعه تکثیر شوند. این کار با غیرمتمرکز کردن و تقسیم «اقتدار» ما بین خط‌مشی‌های سیاسی مختلف صورت می‌گیرد. این حوزه‌های عمومی غیرمتمرکز علاوه بر اعمال اثر در جهت اهداف خود، می‌توانند در مقابل صاحبان قدرت متمرکز نیز قدرت مخالفی اعمال کنند. اما آنها از نظر نوع، با حوزه‌های عمومی مدنی که درباره‌شان گفت‌وگو کرده‌ام، تفاوت دارند. متأسفانه، در اینجا نمی‌توانم بیشتر از این، به موضوع مذکور بپردازم. اما مرجع زیر را مطالعه کنید:

Cohen and Arato, *Civil Society and Political Theory*, Supra note 1. at ch 8

Habermas, *Facticity and Validity*, Supra note 14 at Ch. 8.

۱۸. بنابراین، یقیناً ابعاد مکانیکی و فضایی استدلال تلفیقی سست بنیاد است. رجوع کنید به:

Cohen and Arato, *Civil Society and Political Theory*, Supra note 1. at 247, 308-309.

19. Habermas, *Structural Transformation*, Supra note 3, at 175.

۲۰. هابرماس ملاک‌های رسمی (اصول عملی) اثرگذار بر چگونگی ایجاد افکار عمومی حائز شرایط را به روشی بسیار انتزاعی، در نظریه اخلاقیات گفتمان بیان می‌کند. اما می‌توان به‌طور مشخص استدلال کرد که قواعد یک رویه ارتباطی مشترک که اصولاً مساوات‌طلبانه و متقارن باشد، چیزی است که امکان استدلال درباره‌ی عناوین و هنجارها را فراهم می‌کند. این توافق است که در نتیجه‌ی بحث‌های فراگیر عمومی‌ای حاصل می‌شود که در آن به طرح‌های پیشنهادی، اطلاعات و دلایل کم‌وبیش به‌طور منطقی پرداخته می‌شود.

۲۱. این نظریه‌ای است که در صفحه ۸۸ کتاب تحول ساختاری هابرماس به‌طور خلاصه ذکر شده است. برای مرحله‌ی اصلاح، رسانه‌های جمعی در دوره‌ی سرمایه‌داری متأخر تحت نفوذ منافع اجتماعی، اما در عین حال خصوصی (فردی یا جمعی) قرار گرفته‌اند، به نحوی که بحث‌ها، عناوین و قالب‌های مختلف اصلی بحث بیشتر از این طریق شکل گرفته‌اند تا آن که حوزه‌ی عمومی مستقلی مرکب از افراد، آن را به وجود آورده باشند:

«بنا به الگوی لیبرالی حوزه‌ی عمومی، نهادهای عمومی که در بحث‌های منطقی - انتقادی مشارکت دارند، از مداخله‌ی صاحبان قدرت عمومی حفظ می‌شوند. این ایمنی به دلیل قرار داشتن آن در دست افراد حوزه‌ی خصوصی بود. طی صدسال گذشته آنها، تا حدی که تجاری شدن و تمرکز اقتصادی، فناوریانه و سازمانی را تجربه کردند، به مجموعه‌های دارای قدرت اجتماعی بدل شدند، به‌طوری که همین باقی ماندن‌شان در دست بخش خصوصی، به طرق مختلف، کارکردهای مهم نهادهای تبلیغ‌کننده را در معرض خطر قرار داد.» (همان).

۲۲. هابرماس در جدیدترین کتاب خود، *Facticity and Validity*، تحلیلی درباره‌ی رسانه‌ها بسط می‌دهد که در کتاب *Action Theory of Communication* آغاز کرده بود. این تحلیل براساس سنتز چارچوب نظری مطرح شده در آن کتاب و نیز تحلیل‌های خود من و اندرو آراتو در مورد جامعه‌ی مدنی، صورت گرفت. رجوع کنید به:

Theory of Communication Action, Vol, 2, Chapter 8 (1989).

۲۳. او ارزیابی‌اش را به دلیل دو تحول نظری مهم در اثرش، مورد تجدیدنظر قرار می‌دهد: تحلیل متفاوت خود تعامل ارتباطی، و تحلیل دقیق‌تر ویژگی دوسویه‌ی چارچوب نهادی جوامع مدرن. با توجه به اولی، استدلال جدید مبتنی بر این دیدگاه است که برخلاف «رسانه‌های هدایت‌گر» پول و قدرت - که هماهنگی کنش‌ها را از ایجاد اجماع در زبان کلاً جدا می‌سازد و جایگزین تعامل گفتمانی می‌شود. قالب‌های کلی ارتباطات، جایگزین توافق زبانی نمی‌شوند بلکه صرفاً آن را متمرکز می‌سازند و به این ترتیب، همچنان با شرایط قلمرو زندگی انسانی مرتبط باقی می‌مانند.

رسانه‌های جمعی به این اشکال‌های کلی ارتباطی تعلق دارند. آنها فرایندهای ارتباطی را از قیدوبند موقعیت‌های زمانی - مکانی محدود، رها می‌سازند و اجازه‌ی ظهور را به حوزه‌های عمومی می‌دهند. آنها این کار را با ایجاد تقارن انتزاعی در محتویات یک شبکه‌ی ارتباطی مجازی - که از نظر زمان و مکان بسیار متفاوت است - و با در دسترس نگه داشتن پیام‌ها برای موقعیت‌های مختلف، انجام می‌دهند. توان بالقوه‌ی دوگانه‌ی آنها از این واقعیت ناشی است که محتویات را براساس سلسله مراتب مشخص (و انتخاب) می‌کنند و در عین حال، محدودیت‌ها را از پیش روی ارتباطات ممکن برمی‌دارند.

Habermas, *Theory of Communication Action*, Supra note 22.

نکته‌ی مهم در اینجا است که هابرماس دیگر آنها را ابزارهای صنعت فرهنگی تلقی نمی‌کند که براساس تعریف، واقعی شمرده شوند. برای مطالعه‌ی مبحث دوگانگی نهادهای مدرن رجوع کنید به همان منبع فوق، فصل ۸.

۲۴. این ارزیابی در مورد حدود واقعی شمردن پدیده‌های انتزاعی، همان چیزی است که چارچوب مفهومی هابرماس و نیز ارزشیابی او را از رسانه‌های جمعی در میان سایر نهادها، نسبت به آثار قبلی‌اش درباره‌ی حوزه‌ی عمومی متمایز می‌سازد.

25. Habermas, *Theory of Communication Action*, *Supra* note 22, at 390-391.

26. Habermas, *facticity and Validity*, *supra* note 14, at 71-72.

هابرماس خاطرنشان می‌کند که بسیاری از مضامین بزرگ دهه‌ی گذشته را - اعم از مسائل زیست محیطی، انرژی هسته‌ای، پروژه‌های عظیم فناوری، مهندسی ژنتیک، مسائل مربوط به فمینیسم، مشکلات مهاجرت و غیره - در ابتدا نه نمایندگان تشکیلات دولتی، سازمان‌های بزرگ یا خرده‌نظام‌های اجتماعی - کارکردی، بلکه عاملان حوزه‌ی عمومی مدنی مطرح ساختند. بنابراین، در موقعیت‌های بحرانی تجربه شده، حوزه‌ی عمومی مدنی قادر است رسانه‌ها را به گوش دادن وادار و نگرانی‌های خود را در «دستور کار عمومی» قرار دهد. این موضوع که ممکن است چنین چیزی مستلزم اقدامات جمعی چشمگیر - از جمله مبارزات بی‌وقفه، اعتراضات و حتی نافرمانی مدنی - طرف حوزه‌ی عمومی مدنی باشد. در اصل موضوع تغییری ایجاد نمی‌کند. از نظر هابرماس، تأثیر جامعه‌ی مدنی بر حوزه‌ی عمومی رسانه‌ها اساساً ممکن است زیرا این اصل که بازیگران روی صحنه برای جلب رضایت تماشاگران تلاش می‌کنند، در ساختار درونی تمام حوزه‌های عمومی (در جامعه‌ی دموکراتیک)، از جمله خودشناسی هنجاری رسانه‌های جمعی، ریشه دارد.

27. Habermas, *Facticity and Validity*, *Supra* note 14, at 66.

من این فهرست را کمی خلاصه کردم. هابرماس این فهرست را از مرجع زیر اقتباس کرده است:

28. M. Gurevitch and G. Blumler, *Political Communication Systems and Democratic Values in Democracy and the Mass Media*, 270, (J. Lichtenberg, ed. 1990).

۲۹. در مورد رسانه‌های متعلق به بخش خصوصی کاملاً مشهود است که انگیزه برای نوآوری قوی‌تر است. اما حتی در مورد رسانه‌های تحت کنترل دولت، دشوار می‌توان استدلالی قانع‌کننده علیه وجود صرف‌کالی دولتی درباره‌ی رادیو یا تلویزیون پیدا کرد. با آن که خطر مشهود است، یقیناً نمی‌توان این ادعا را بدون تأمل رد کرد که دولت به شدت به نفوذ رسانه نیاز دارد تا بتواند از طریق آن، ارزیابی‌های خودش را اعلام و تصمیمات مهم سیاسی‌اش را توجیه کند.

30. Adorno & Horkheimer, *Dialectic of Enlightenment* 145 (1975).