

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پروژه ملی زبان و ادبیات فارسی

ارتباطات سیاسی و رسانه‌های جدید

Hide T. Himmelweit

ترجمه: علی کسمایی

مقاله‌ای که در ادامه می‌خوانید موضوع ارتباطات سیاسی را در سه بخش مورد بحث قرار داده است:

۱. تاریخ؛

۲. تأثیر رسانه‌های جدید؛

۳. مناظره‌های رادیو و تلویزیونی

نویسنده معتقد است که با ابداع رسانه‌های چاپی و گسترش چاپخانه‌ها در سراسر اروپا، در اواخر سده پانزدهم و شانزدهم امکان فنی برای توسعه ارتباطات سیاسی پدیدار شد که دیگر در انحصار نجیبان نبود. به اعتقاد وی، قرن نوزدهم شاهد دو تحول عمده در ارتباطات سیاسی در اروپای غربی و امریکای شمالی بود. نخست، ظهور حزب سیاسی به‌عنوان نهاد مرکزی شکل‌گیری و دستکاری افکار و سپس رشد بنیادی روزنامه‌ها به‌عنوان بستر ارتباطات سیاسی. همچنین تلاش برای به‌دست آوردن حق رأی و به‌دست آوردن این حق، مردم بیشتری را به زندگی سیاسی علاقه‌مند کرد و باعث شد که بخواهند اطلاعات بیشتری به‌دست آورند. به این ترتیب رسانه‌های جدیدتر، اطلاعات بیشتری را به مردم ارائه دادند که از نظر محتوا و زمان‌بندی کمتر کنترل شده‌اند و ظرفیت بیشتری برای پردازش و بازخورد و واکنش بهتر دارند.

نویسنده همچنین تأکید می‌کند که کشورهای بسیاری در برابر رسانه‌های همگانی جدید به‌خاطر حفظ سنت‌ها و روش‌های خود ابراز نگرانی کرده‌اند زیرا این رسانه‌ها مکانیسم‌های نهادی موجود را برای تضمین مراثیت‌های ملی به مبارزه طلبیده‌اند و در این میان عده‌ای بر این باورند که رسانه‌های جدید عامل تسهیل‌کننده مردم‌سالاری هستند و عده‌ای دیگر در جهت خلاف این باور، معتقدند که رسانه‌های جدید، ابزار سرکوب هستند که در خدمت قدرت قرار می‌گیرند.

۱. تاریخ

هرگونه انتقال پیام که بر توزیع یا استفاده از قدرت در جامعه تأثیری داشته، یا قوار است که تأثیر داشته باشد را می‌توان «پیام سیاسی» به‌شمار آورد. این اصطلاح، عموماً به پیام‌های مربوط به قدرت در ملت - دولت‌ها اطلاق می‌شود. اما می‌تواند به ارتباطات در کلیسا، مدرسه، خانواده یا هر مجموعه دیگری که در آن قدرت مطرح است نیز اشاره داشته باشد. در حقیقت، با گسترش قدرت دولت در سراسر جهان در طول سده گذشته، زندگی خصوصی به نحو فزاینده‌ای سیاسی شده و هرچه بیشتر تابع سیاست دولت گشته و تعریف محدوده‌های سیاست نیز به همین نسبت دشوارتر شده است.

ما، ممکن است جهان را به صورت عرصه‌ای که حاکمان و آنهایی که تحت حکومت قرار دارند تصویر کنیم. گاهی اوقات

حاکمان بین خود مراد و گفت‌وگو می‌کنند (ارتباطات نجیبان)، گاهی آنها افراد تحت حکومت را مخاطب قرار می‌دهند (ارتباط استیلاجویانه)، گاهی افراد تحت حکومت به حاکمان پیام می‌دهند (ارتباط برای دادخواهی و عرض حال) و گاهی افراد تحت حکومت بین خود ارتباط برقرار می‌کنند (ارتباط بین همقطاران و همگان).

این نمودار بیش از حد ساده است اما تعریف حوزه بحث و توضیح‌گرایی‌های تاریخی را تسهیل می‌کند.

■ قرن نوزدهم شاهد دو تحول عمده در ارتباطات سیاسی در

اروپای غربی و امریکای شمالی

بود. نخست، ظهور حزب

سیاسی به عنوان نهاد مرکزی

شکل‌گیری و دستکاری افکار و

سپس رشد بنیادی روزنامه‌ها

به عنوان بستر ارتباطات

سیاسی.

اروپای معاصر

با ابداع رسانه‌های چاپی و گسترش چاپخانه‌ها در سراسر اروپا در اواخر سده پانزدهم و شانزدهم، امکانی فنی برای توسعه ارتباطات سیاسی پدیدار شد که دیگر، ارتباط انحصاری بین نجیبان نبود. اما خیرهای چاپی و عقاید سیاسی تا اواسط سال‌های ۱۷۰۰- و در بسیاری از کشورها از آن هم دیرتر - بیشتر در قلمرو ارتباط نجیبان باقی ماند. نظارت کلیسا و حکومت‌ها بر چاپخانه‌ها و سانسور مطالب چاپی همپای گسترش تکنولوژی جدید گسترش می‌یافت.

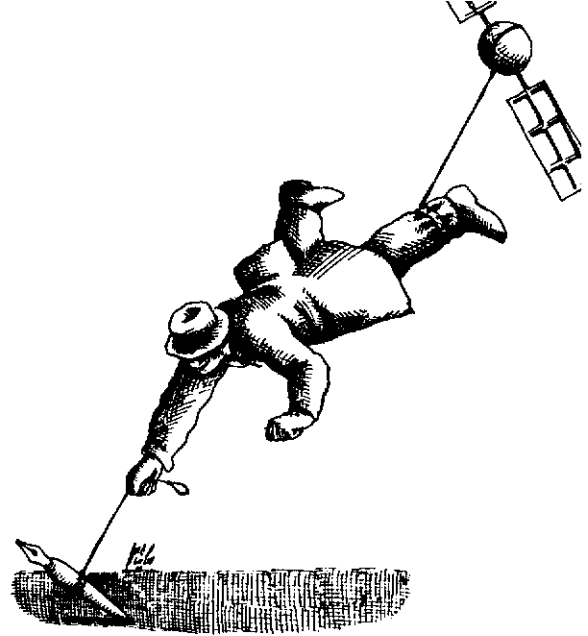
تنها، زمانی که دولت نماینده‌ای نهادینه شد ارتباط سیاسی از ارتباط عمدتاً نخبه‌ای به شکل‌های ارتباط سلطه‌ای و دادخواستی که حکومت‌کنندگان و حکومت‌شوندگان را پیوند می‌دهد تغییر یافت. دولت نماینده‌ای در انگلستان و در مستعمرات امریکا در سال‌های ۱۶۰۰ شکل گرفت اما حتی در آنجا نیز یک قرن دیگر طول کشید تا این اصل جا بیفتد که مردم رأی دهنده حق دارند که بدانند که قوه

مقتنه چه کار دارد می‌کند.

در سال ۱۷۲۶ جیمز فرانکلین (برادر بزرگتر بنیامین) نخستین فرد در امریکا و اروپا شد که آرای افراد قانونگذار را درباره لایحه‌ای که در پارلمان مطرح بود، در مطبوعات عادی درج کرد. این کار در سال‌های دهه ۱۷۷۰ در انگلستان مرسوم شد؛ اما مطبوعات انگلیس پس از سال ۱۸۰۰ حق کامل گوش دادن به مباحث پارلمانی کشورشان را به دست آوردند. تا این زمان، سنت پنهانکاری و برخورداری از امتیاز انحصاری دانستن اسرار کشور، توسط پارلمان حفظ می‌شد. سنای امریکا در چهارسال نخست عمرش در اختفای کامل کار می‌کرد در حالی که مطبوعات قرن هجدهم در جهان انگلیسی‌زبان به هیچ‌وجه محدودیت نداشتند بیشتر نشریات سیاسی و روزنامه‌ها، آنقدر که درباره مشخصات سیاست می‌نوشتند (با آزادی کامل) اطلاعاتی درباره این که سیاست چیست نمی‌دادند.

اوراق و جزوه‌ها به عنوان شکل‌های مهم ارتباطات در قرن هیجدهم اروپا و امریکای تحت استعمار تحول یافتند. شاید مشهورترین جزوه آن زمان «عقل سلیم» توماس پین بود که انتشار آن ۲۵ شماره ادامه یافت و تنها در سال ۱۷۷۶ هزاران نفر آن را خواندند این جزوه از پیشگامان سبک تازه در نگارش سیاسی بود. تا پیش از آن نویسندگان این گونه جزوه‌ها در امریکا و کلا، بازرگانان، کشاورزان، یا کشیش‌ها بودند که نوعاً خطاب به دیگر افراد گروه خود به زبانی سلیس و سرشار از اشارات قدیمی می‌نوشتند. سبک نوشتن پین، مانند اصول سیاسی او اجتماعی بود: «چون هدف من این است که طوری بنویسم که کسانی که به زحمت قدرت خواندن دارند بتوانند آن را بفهمند، بنابراین از هر پیرایه ادبی خودداری می‌کنم و حرفم را به ساده‌ترین شکل ممکن می‌نویسم.» پین در امرکنار گذاشتن زبان سیاسی نخبه خاص گذشته پیش‌تاز بود. در این زمان، حرکت برای کنار گذاشتن شیوه ارتباط نخبه‌ای به عنوان قلمرو اختصاصی پیام‌های سیاسی شروع شده بود.

جزوه، مانند روزنامه، ریشه در قرن هفدهم داشت؛ اما هنوز با شیوه‌های سنتی‌تر بیان یا شکل دادن افکار عمومی فاصله داشت. در قرن هیجدهم، در مستعمرات قاره امریکا، بدون قوانین و نظام‌نامه‌های مکتوب، مردم با مشارکت - معمولاً محترمانه و فرمانبردار- در



تشریفات و مراسم، چیزهایی پیرامون سیاست یاد می‌گرفتند. مردم با شرکت در جلسات دادگاه‌ها یا اعدام‌های عمومی درباره دولت می‌آموختند. رأی دادن بیشتر اقدامی در جهت ارتباط سلطه‌ای و ارتباط دادخواستی بود؛ مثلاً در ایالت ویرجینیا این کار نوعاً نشانه احترام‌گذاری و تمکین بود زیرا رأی دادن، مخفیانه نبود و کلانتر در حضور نامزدها از رأی‌دهنده می‌خواست بگوید کدام یک از آنها را ترجیح می‌دهد. بعد نامزد موردنظر از رأی‌دهنده تشکر می‌کرد. نامزدها، رأی‌دهندگان را به نوشتن رأی «میهمان» می‌کردند، البته، نه آنقدر که به نشانه خرید رأی باشد بلکه به اندازه‌ای که نشانه بزرگواری اشخاص محترم نسبت به طبقات پایین باشد. سیاست بیش از این که یک عرصه فعالیت جداگانه باشد بیان تجلی آداب و رسوم یک جامعه محترم بود که در آن نابرابری، امری بدیهی و عادی به حساب می‌آمد.

برعکس فرهنگ سیاسی نیوانگلند برای بیان سیاسی عرض حالی امکان بیشتری قایل می‌شد. اجلاس‌های شهر با دستورهای کتبی به نمایندگان خود در مجمع (پارلمان) استعماری به قانون تمبر ۱۷۶۵ (یک قانون انگلیس، که نشریات را در مستعمرات امریکایی این کشور موظف به الصاق تمبر مالیات می‌کرد)، اعتراض کردند. این دستورها در روزنامه‌ها چاپ می‌شد و اندیشه‌های مقاومت را گسترش می‌داد. نوشته‌های سیاسی در مستعمرات دست‌کم تا سال‌های دهه ۱۷۲۰، خطاب به قوه مقننه بود نه به عموم مردم. بیان سیاسی مکتوب در ابتدا، ارتباط بین نخبگان بود. اما تا سال‌های دهه ۱۷۵۰ جزوه‌ها و روزنامه‌ها رأی‌دهندگان را مخاطب قرار می‌دادند و شاید در چند هزار

نسخه چاپ می‌شدند و مطالب آنها را در محل‌های اخذ رأی یا صدای بلند می‌خواندند. البته نخبگان از گنجانیدن این مخاطبان بیشتر (اگر چه با معیارهای امروز بسیار اندک بود) راضی نبودند اما حزب‌های مخالف با چنین امکاناتی درصدد گسترش پایگاه سیاسی خود و برکنار کردن احزاب رقیب بودند. این رقابت بین نخبگان، حتی محافظه‌کاران اجتماع را واداشت تا بیشتر به مردم عادی متوسل شوند. نخبگان استعماری نمی‌خواستند جامعه را دموکرات کنند اما تردید آنها در تشویق توده‌ها به خشونت علیه افسران سلطنتی انگلستان طی سال‌ها کاهش یافت.

این آشوب، شاید نمونه اولیه ارتباط عرض‌حالی در قرن هیجدهم بوده باشد. در انگلیس و فرانسه آشوب‌های به اصطلاح غذایی، بیشتر مبین حق جامعه محلی برای مصرف کالاها موجود به قیمتی عادلانه بود. این گردهمایی‌های غالباً پرهیاهو، اما ندرتاً خشن، احتکارکنندگان و سودجویان و گرانفروشان را تهدید می‌کرد و باعث جست‌وجو در ابزارها و خانه‌های مردم برای غلات احتکار شده و ضبط محموله‌های غذایی می‌شد. در لندن، شورش‌ها اغلب به سمت پارلمان هدایت می‌شد و در این زمینه، یک اقدام کاملاً سیاسی بود. در مستعمرات انگلیس در امریکا نیز چون مسایل محلی، با موضوع مخالفت با حکومت انگلیس یکی می‌شد. آشوب‌ها شکل کاملاً سیاسی پیدا می‌کرد. توده‌های قرن هیجدهم از نظر آگاهی سیاسی هنوز به بلوغ کامل نرسیده بودند. بخشی از آنها تنها نگران مسایل اقتصادی محلی بودند، بخشی تازه به حسی از حقوق سیاسی دست می‌یافتند، بخشی آلت دست اشرافی بودند که این آشوب‌ها را به‌طور علنی یا پنهانی سازمان می‌دادند، و بخشی از آنها در حال جداسدن از سنت‌های تمکین و احترام بودند. آشوب‌های قرن هیجدهم نوعاً در برابر تجاوز قدرت دولت ایستادگی می‌کرد؛ این شکلی ارتجاعی از خشونت دسته‌جمعی بود و در اواسط قرن نوزدهم در انگلیس، فرانسه و امریکا ملغی شد و جای خود را به خشونت سازمان یافته‌تر بر مبنای اتحادیه‌های اجتماعی یا سیاسی داد و در جهت یک برنامه سیاسی گسترده هدایت شد.

ارتباط سیاسی در تقویم فعالیت‌های سال نیز منعکس می‌شد. مثلاً در «بوستون»، پنجم

مارس از سال‌های دهه ۱۷۷۰ به عنوان سالگرد کشتار بوستون گرامی داشته می‌شد. سخنرانی‌های عمومی بخش مهمی از این گرامی‌داشت‌ها بود که به عقیده «سام آدامز» برای زنده نگهداشتن احساس خطر ارتش‌های همیشگی در اذهان مردم مفید بود. بسیج افکار از طریق تعطیلات و جشن‌ها با انقلاب فرانسه به شدت افزایش یافت. رهبران انقلابی «ژاکوبین»، جمهوری خواهی را به عنوان یک شبه مذهب تثبیت کردند. کلوپ‌های «ژاکوبین» در سراسر فرانسه برای ترغیب احساسات جمهوریخواهی مردم از مبنای انقلابی مسیحیت، دعاها، سرودهای مذهبی، جشن‌های گروهی، محراب‌های محلی، و درخت‌های آزادی (نمادی که از انقلاب امریکا گرفته شده بود) استفاده می‌کردند. در واقع انقلاب فرانسه نخستین تلاش کامل، خودآگاه، و هدایت شده را در زمینه تلقین و آموزش سیاسی در تاریخ ارائه داد. در شرایطی که حاکمان پیشین خواهان اطاعت یا وفاداری بودند، رهبران انقلاب فرانسه تعهد می‌خواستند. آنها مانند دیگر متفکران عصر روشنگری معتقد بودند که انسان می‌تواند اساساً تغییر یابد و «انسان‌ها را، اگر درس‌های اخلاقی همواره با احساس‌ها و هیجان‌های مطبوع همراه باشد می‌توان به انجام فضایل اجتماعی سوق داد.» بنابراین موسیقی، جشنواره‌ها، صحنه‌های تماشایی، نمایشنامه‌ها همه در خدمت آموزش سیاسی درآمده بودند. با انقلاب فرانسه علاقه دولت به ارتباط سیاسی سلطه‌جویانه و اعمال کنترل بر زندگی خصوصی و دبستگی‌ها و علائق افراد، و نه تنها رفتار اجتماعی آنها شروع شد.

■ به‌منظر «ادوین پارکر»، رسانه‌های جدیدتر اطلاعات بیشتری به مردم ارائه می‌دهند که از نظر محتوا و زمان‌بندی کمتر کنترل شده‌اند و ظرفیت بیشتری برای پردازش و بازخورد و واکنش بهتر دارند.

روزنامه‌ها و احزاب سیاسی

قرن نوزدهم شاهد دو تحول عمده در ارتباطات سیاسی در اروپای غربی و امریکای شمالی بود. نخست، ظهور حزب سیاسی به عنوان نهاد مرکزی شکل‌گیری و دستکاری افکار و سپس رشد بنیادی روزنامه‌ها به عنوان بستر ارتباطات سیاسی.

حزب سیاسی، آنگونه که «بنیامین دسراشیلی» می‌گوید: «افکار سازمان یافته» است. اما حقیقت این است که حزب سیاسی از این هم مهمتر است. «مورس دوروزه» دانشمند علوم سیاسی فرانسه نوشت که «احزاب، همانقدر که افکار عمومی را بیان می‌کنند آنها را می‌سازند. آنها افکار عمومی را شکل می‌دهند نه این که تحریف کنند. اینجا به جای تقلید و تکرار، گفت‌وگو انجام می‌شود.» مانند ارتباط سیاسی، احزاب به عنوان نهادهای بین‌تخبگان شروع کردند و تنها در این اواخر به صورت پیوندی بین حکام و شهروندان در آمدند. حزب سیاسی امروزی، حزب متکی بر توده‌ها، در قرن نوزدهم در ایالات متحده و اروپای غربی شکل گرفت. در انگلستان پس از اینکه لایحه‌های اصلاحات سال‌های ۱۸۳۲، ۱۸۶۷، ۱۸۸۴ رأی‌دهندگان را افزایش داد، یک حزب پارلمانی در جهت نظام حزبی توده‌ای حرکت کرد. در ایالات متحده حزب توده‌ای از ۱۸۲۸ تا ۱۸۴۰ در دوره «جکسون» تحول یافت.

نظام‌های حزبی اروپایی دیگر از اواسط تا اواخر سده نوزدهم پدیدار شدند.

اوج‌گیری کار احزاب در انگلیس با اعطای حق رأی به طبقه کارگر ارتباط داشت. این امر، فی‌النفسه موضوعی حیاتی است زیرا رأی، بیان ابتدایی ارتباط عرض‌حالی در جوامع مردم سالار (دموکراتیک) است. رشد حق رأی نه تنها به کسی که واجد شرایط رأی دادن است بلکه به این که رأی‌گیری چگونه انجام می‌گیرد نیز مربوط می‌شود. طبقه کارگر در بعضی از کشورها قبل از اینکه بتوانند آزادانه رأی بدهند، حق رأی دادن داشتند. در انگلستان تا سال ۱۸۷۲، در ایالات متحده تا دهه ۱۸۹۰، در دانمارک تا ۱۹۰۱، در پروس تا ۱۹۱۸ و در مجارستان تا دهه ۱۹۳۰ دادن رأی مخفی در انتخابات مفهومی نداشت.

بسیاری از تحولات ارتباط سیاسی، در قرن نوزدهم با بحث به نفع رأی دادن طبقه کارگر (و بعدها فمینیست‌ها) همراه بود. در انگلستان این

تحول، شامل مجموعه‌های سخنرانی‌های عمومی، مؤسسه‌های آموزشی مردان کارگر، جلسات و نشست‌های همگانی سیاسی در فضاهای بسته و باز، سازمان دادن اتحادیه‌های کارگری، تظاهراتی که به «چارتیست‌ها» (اعضای جنبش اوایل قرن نوزدهم طبقه کارگر برای اصلاحات اجتماعی و صنعتی) و دیگر جنبش‌های اصلاحی کمک می‌کرد، و سنتی از پرچم‌ها و شعارها که با تظاهرات و نشست‌های در فضای باز همراه بود، می‌شد. در ایالات متحده انواع مشابه این‌گونه فعالیت‌ها با ظهور احزاب سیاسی متکی بر توده‌ها شکل گرفت. در مبارزات انتخاباتی از حدود ۱۸۴۰ به بعد شعارها، پرچم‌ها، مشعل‌ها (برای رژه‌های شبانه)، دستمال‌گردن‌ها، دکمه‌های مبارزه انتخاباتی (Campaign buttons)، و دیگر وسایل شخصی بخشی از فرهنگ سیاسی مردمی شدند. انتخابات، از اواسط قرن نوزدهم به بعد، نهاد اصلی ایدئولوژی مبالغه‌آمیز و آیین و تشریفات سیاسی مشروع‌کننده بوده است.

این اندیشه که مخالفت حزبی با حزب حاکم، قانونی و مشروع است در قرن نوزدهم شکل گرفت و نهادینه شد. در ایالات متحده فدرالیست‌ها و جمهوریخواهان در ابتدا به خود به عنوان جایگزین‌هایی در یک نظام دو حزبی نگاه نمی‌کردند و هر یک امیدوار بود دیگری را حذف کند. متفکران سیاسی قرن هیجدهم وفاداری حزبی را جانشینی دسیسه‌آمیز برای وفاداری به مصالح عمومی می‌دانستند. «ادموند برکه» در ۱۷۷۰ احتمالاً نخستین کسی بود که به نحو مؤثری از رقابت حزبی به عنوان ساختاری مشروع در داخل دولت نماینده‌ای سخن گفت. اما این ایالات متحده بود که نخست مشروعیت مخالفت حزبی را در اوایل قرن نوزدهم شکل داد و همچنین ایالات متحده بود که نخست، یک مجموعه بزرگ از کسانی را که می‌توانستند در یک انتخابات رأی بدهند به همراه تشکیلات و سازمان احزاب سیاسی مبتنی بر توده‌ها به وجود آورد. در بریتانیای کبیر اندیشه مخالفت سازمان یافته ریشه در قرون هفده و هیجده داشت. اما تا اواخر قرن نوزدهم به صورت مخالفت واقعاً سازمان یافته و رهبری شده درنیامد.

به تدریج که احزاب محل نهادی و اصلی بیان سیاسی شدند، روزنامه‌ها به صورت رسانه و وسیله عمده در آمدند. انقلاب فرانسه باعث سیاسی شدن رسانه‌های خبری در اروپا شد.

سرمقاله روزنامه در اسکاتلند نخستین بار در اوایل قرن نوزدهم اهمیت یافت. روزنامه‌های قرن هیجدهم اسکاتلند وسیله‌ای تبلیغاتی و بدون نفوذ سیاسی بودند. نشریه «ادینبورگ ریویو» زمانی که در سال ۱۸۶۰ ادعا کرد روزنامه‌نگارها، دیگر نویسندگانی مزدور نیستند بلکه «مردانی دارای ثبات فکر، دانش کامل، و منظوری سنجیده» هستند، قطعاً مبالغه می‌کرد، اما تأیید کرد که مطبوعات یک نهاد سیاسی باثبات و تحکیم یافته شده‌اند.

انقلاب فرانسه در عین حال منجر به واکنش و سانسور روزافزون مطبوعات در بسیاری از نقاط اروپا شد. در بریتانیای کبیر تفاوتی آشکار بین «مطبوعات قابل احترام» و «مطبوعات بسیار فقیر» پدیدار شد.

■ اعم از این که متقاعدسازی را

مدیریت خبر بدانیم یا روابط

عمومی یا انکارسازی، این کار تقلید

و اقتباسی پیچیده از تبلیغات

سیاسی است که از جنگ جهانی اول

به بعد، بخشی از دارایی و امکانات

دولت‌ها، چه استبدادی و چه

دمکراتیک شد.

روزنامه‌نگاران رادیکال در سال‌های نخست قرن نوزدهم، روزنامه‌هایی پرفروش‌تر از حتی تایمز لندن - روزنامه برجسته آن زمان - را منتشر می‌کردند. اما درحالی که بیان سیاسی در «تایمز» تحمل می‌شد، خوانندگان آن افرادی «امن» بودند، ترس دولت از طبقه کارگر منجر به انجام اقداماتی برای محدود کردن حوزه انتشار روزنامه‌های افراطی شد.

مالیات روزنامه و مالیات آگهی وضع شد که روزنامه‌های بورژوا، پول کافی برای پرداخت آنها را داشتند اما مطبوعات طبقه کارگر نمی‌توانستند آنها را بپردازند. به این ترتیب این روزنامه‌های «بدون تمیر» را پست توزیع نمی‌کرد و روزنامه‌ای مانند روزنامه مشهور «پولیتیکال ریجستر» متعلق به «ویلیام کویت» را خوانندگان آن مجبور بودند توزیع کنند و بفروشند.

مالیات تمیر بریتانیا در سال ۱۸۳۶ و مالیات آگهی در سال ۱۸۵۳ لغو و راه برای

ایجاد روزنامه‌های به شدت پر فروش و پرنفوذ باز شد. مینا و شالوده اجتماعی و اقتصادی روزنامه‌های مردمی جدید، پیشرفت در تولید و توزیع روزنامه‌ها، مرتبط با فن‌آوری (تکنولوژی) پیشرفته در چاپ و کاغذ سازی و رشد راه‌آهن‌ها در اواسط قرن نوزدهم بود.

(در فرانسه و انگلیس دهه‌های کتابفروشی در ایستگاه‌های راه‌آهن، بازاری عمده برای فروش مطالب خواندنی بود.) موفقیت روزنامه‌ها، هم نتیجه و هم عامل ارتباطات سیاسی بود. تلاش برای به دست آوردن حق رأی و به دست آوردن این حق، مردم بیشتری را به زندگی سیاسی علاقه‌مند کرد و باعث شد که بخواهند اطلاعات بیشتری درباره آن به دست آورند.

در فرانسه انتشار روزنامه‌هایی با قیمتی که خوانندگان طبقه متوسط - که روزبه‌روز بر تعدادشان اضافه می‌شد - توان خرید آن را داشته باشند در سال‌های دهه ۱۸۳۰ شروع شد. در نخستین دهه‌های قرن نوزدهم تحت تأثیر آزادی بیان ناشی از انقلاب فرانسه صدها روزنامه در این کشور انتشار یافت (و تعطیل شد) و روزنامه‌ها ارتباطی نزدیک با سیاست یافتند. روزنامه‌نگاران در سال ۱۸۳۰ و دوباره در ۱۸۴۸ نقش‌های اساسی در سرنگون کردن دولت‌ها بازی کردند و آزادی مطبوعات موضوعی داغ بود.

پس از ۱۸۴۸ توافق نزدیکی بین دولت و مطبوعات شکل گرفت. در طول بیشتر سال‌های قرن نوزدهم مطبوعات فرانسه «پول احتیاط» به عنوان پیش‌پرداخت جریمه‌های احتمالی به دولت می‌دادند. مقدار این ذخیره‌ها و ماهیت جریمه‌ها رشد روزنامه‌ها را محدود می‌کرد و باعث ایجاد مطبوعاتی رشوه‌خوارتر از مطبوعات انگلیس یا آمریکا شد. در اواخر قرن نوزدهم، مطبوعات تجارتي فرانسه به شدت فاسد بودند. دولت روسیه برای این که بتواند از فرانسه وام بگیرد از ۱۸۸۹ تا ۱۹۰۵ میلیون‌ها فرانک به مطبوعات فرانسه پول داد؛ روزنامه‌نگاران مورد احترام برای نوشتن مطالبی به سود روسیه رشوه می‌گرفتند. خود دولت فرانسه نیز با شیوه مشابه با دادن اعتبارها، یارانه‌ها، و رشوه‌های پنهانی نظر مساعد روزنامه‌ها را جلب می‌کرد.

در ایالات متحده، مطبوعات فعال حزبی در اوایل قرن نوزدهم منجر به شکوفایی مطبوعاتی تجاری، و به نحو خودآگاهانه‌ای

«مستقل» در نیویورک، فیلادلفیا، بوستون و بالتیمور در سال‌های دهه ۱۸۳۰ شد. این روزنامه‌ها از این جهت که ارزان بود، به جای فروش انحصاری از طریق اشتراک، توسط روزنامه‌فروشان در خیابان‌ها فروخته می‌شدند، به خبرهای محلی (روزنامه‌های اولیه آمریکا بیشتر مطالب خود را از روزنامه‌های لندن رونویسی می‌کردند)، توجه داشتند و بیشتر به موضوع‌هایی درباره مرز بین زندگی خصوصی و عمومی - زندگی اجتماعی نخبگان و گزارش‌های دادگاه‌ها و پلیس - می‌پرداختند.

در کشورهای بدون نهادهای دموکراسی، ارتباطات سیاسی بسیار متفاوت بود. در روسیه تا ۱۷۰۳ همه خبرهای داخلی و خارجی، «راز دولتی» به حساب می‌آمدند. فقط در پایان قرن هجدهم بود که از فرمانبرداری موروثی، ادبیات به عنوان یک حوزه مستقل پدیدار شد. کاترین دوم (حکومت از ۱۷۶۲ تا ۱۷۹۶) سطح تازه‌ای از آزادی بیان را ترغیب کرد. در قرن نوزدهم چند نهاد در میان طبقات ممتاز به عنوان مراکز بحث‌های انتقادی از جمله مراکز گردهمایی‌های ادبی، دانشگاه‌ها و فصلنامه‌ها



شکل گرفتند. از ۱۸۶۰ به بعد جنبش‌های دانشجویی از ویژگی‌های همیشگی زندگی روسیه شد. با اصلاحات الکساندر دوم (حکومت از ۱۸۵۵ تا ۱۸۸۱)، آزاد کردن رعایا و تأسیس خودمختاری‌های محدود محلی، امکانات بیان سیاسی افزایش یافت. در حالی که سانسوره از جمله دریافت تمبر پیش از انتشار از دولت، در سراسر قرن نوزدهم وجود داشت، اما چندان شدید اجرا نمی‌شد. پلیس مخفی شیوه‌های نیرومند کنترل اجتماعی را اجرا می‌کرد اما شدت و خشونت تشکیلات سرکوبگر باعث شکل‌گیری فعالیت‌های

در حالی که همه این مطبوعات به احزاب سیاسی وابسته نبودند و نخستین نشریاتی بودند که بدون قراردادهای چاپ دولتی (یک منبع مهم درآمد برای مطبوعات اولیه) به دنبال موفقیت تجارتي بودند، به درگیری در حوزه نبردسیاسی ادامه دادند. روزنامه‌های قرن نوزدهم غالباً با رشد جنبش‌ها و حزب‌های خاص رشد می‌کردند (و با افول همان‌ها تعطیل می‌شدند). این مطبوعات ابزار ارتباط و همکاری سیاسی و فرهنگی و غالباً بیشتر یک نهاد پیوندی و همکاری بودند تا ارتباط تخبه‌ای یا سلطه‌جویانه.

تروستی شدید مخالفان «تزار» می‌شد. علاوه بر این مخالفان از موقعیت ممتاز ادبیات به عنوان وسیله‌ای برای بیان سیاسی استفاده می‌کردند. یکی از تعیین‌کننده‌ترین اسناد سیاسی در تاریخ، نول نیکلای چرنیفسکی به نام «چه باید کرد» (۱۸۶۳) بود. این داستان خیالی «مردمی جدید» و انقلابی را توصیف می‌کند که زندگی خود را وقف آزادی از طریق مبارزه نوع‌دوستانه می‌کنند. این داستان به منزله کتاب آسمانی تندروهای روسیه بود و عمیقاً بر خود لنین، که کتابی انقلابی با همین عنوان (۱۹۰۲) نوشت تأثیر گذاشت.

تحولات قرن بیستم

روزنامه و حزب متکی بر توده‌ها، از ابداع‌های بزرگ ارتباطات سیاسی قرن نوزدهم بودند. مساعدت‌های قرن بیستم در این زمینه، حزب لنینیستی و ظهور چیزی بوده که شاید بتوان آن را «دولت روابط عمومی» نامید.

اتحاد شوروی و چین: لنین شکل جدید حزب سیاسی را نه به عنوان بخشی از یک نظام چند حزبی در داخل دولت قانونی، بلکه به عنوان یک ارتش انقلابی و ابزار بسیج خلق کرد. قبل از فروپاشی شوروی از هر ده فرد بالغ در این کشور یک نفر عضو حزب کمونیست بود که از طریق سازمان‌های جوانان به خدمت گرفته شده و موظف بودند نظریه سیاسی را مطالعه، در نشست‌ها شرکت، و غالباً به عنوان رهبری گروه‌های جوانان و مدیران‌های حزب خدمت کنند.

انقلاب بلشویکی (۱۹۱۷) و نخستین سال‌های حکومت شوروی علاوه بر حزب کمونیست، نهاد ارتباطی سیاسی مهم دیگری را تأسیس کرد: تبلیغ سازمان یافته (تعلیم چند اندیشه ساده به توده‌های مردم) و پروپاگاندا (تعلیم بسیاری از اندیشه‌های پیچیده به تحصیل کرده‌های نخبه) به منظور ساختن شهروندان تازه شوروی. رویدادهای تبلیغی که از طرف دولت اجرا می‌شد شامل جشن‌های عظیم سالانه روز کارگر و سالگرد انقلاب اکتبر، برپا کردن مجسمه‌های قهرمانان، و ایجاد کیش شخصیت در حول محور شخص لنین (حتی قبل از مرگ او) بود. در طول جنگ جهانی اول کمبود کاغذ روزنامه ارزش این منبع سنتی تبلیغات را محدود کرد و بلشویک‌ها جای آن را با قطارها و کشتی‌های تبلیغاتی پر کردند. در و دیوار «قطار لنین»، پر از تصاویر و نقاشی‌هایی

در توصیف کارگران و سربازان بود و ضمن حمل کتاب، جزوه، پوستر و فیلم، خود تبلیغات چپان را نیز به جبهه می‌برد.

تبلیغات چپان در شوروی به شدت فعال بودند و در آنجا سیستم وسیعی از رسانه‌های همگانی زبانی و شفاهی وجود داشت. در دهه ۱۹۷۰ هر سال بیش از ۱۵ میلیون سخنرانی انجام می‌شد. به دلیل وسعت و گستردگی این نظام، نظارت و ردیابی دشوار بود و تا حد زیادی خارج از انتقاد و کنترل مقامات حزبی عمل می‌کرد، اگر چه بیشتر سخنرانان عضو حزب بودند. شیوه‌های مشابهی نیز در دیگر کشورهای کمونیست در پیش گرفته شده است. در کوبا دو سازمان توده‌ای، کمیته‌های دفاع از انقلاب و سازمان مرکزی اتحادیه‌های کارگری می‌دهند. در چین مائو، سیاست «خط همگانی» که در دهه ۱۹۴۰ شکل گرفت بر اساس این بود که حزب اندیشه‌های توده‌ها (اندیشه‌های پراکنده و غیرسیستماتیک) را گردآوری و متمرکز کند... سپس به درون توده‌ها برود و تبلیغ کند و این اندیشه‌ها را شرح بدهد تا توده‌ها آنها را همچون افکار خودشان بپذیرند، آنها را ملکه ذهن خود کنند و به عمل درآورند، و درست بودن این اندیشه‌ها را در چنین اعمالی آزمایش کنند. سپس یک‌بار دیگر آنها را بین توده‌ها بپزند...

این سیاست، حاصل تلاش‌های ارتش کمونیستی برای سازمان دادن توده‌ها در دهه ۱۹۴۰ بود و به عنوان ابزاری از ارتباطات سلطه‌طلبانه در چین پس از ۱۹۴۹ ادامه یافت. جمهوری خلق چین، مانند اتحاد شوروی، به شدت در مبارزه‌های آموزشی توده‌ای خود بر ارتباط بین شخصی متکی بود تا رسانه‌های همگانی برای تلاش‌های عمده در ارتباطات سلطه‌طلبانه‌اش. منظور این نیست که گفته شود روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون نقشی در آن بازی نمی‌کردند. در اتحاد شوروی هزاران روزنامه وجود داشت که نه فقط در خدمت اعلام‌نظرگاه‌های دولت درباره امور سیاسی و اقتصادی بودند بلکه همچنین به عنوان محلی برای انعکاس شکایت‌ها و انتقادات از آنها استفاده می‌شد. روزنامه‌های شوروی صدها هزار نامه مردم را چاپ می‌کردند. در این نامه‌ها غالباً از سوء مدیریت دیوانسالاری شکایت شده بود و بسیاری از آنها باعث اصلاح کار دولت می‌شد. ستون نامه‌های روزنامه‌ها شکلی

از کنترل کیفی مقامات دولتی و حزبی بودند و همچنین در عین حال که از بعضی از تشکیلات آن انتقاد می‌کردند به عنوان ابزار مشروعیت بخشیدن به نظام سیاسی خدمت می‌کردند. در چین، همچون شوروی، رسانه‌های الکترونیکی به کندی بسیار رشد کردند، اما به تدریج به وسایلی مهم برای ارتباطات سلطه‌طلبانه تبدیل شدند.

رسانه‌های الکترونیکی و روابط عمومی
تصویر ذهنی رسانه‌های نیرومند

■ دولت امریکا درباره استفاده از

رسانه‌های همگانی به عنوان وسیله‌ای برای متقاعدسازی به نحو روزافزونی خودآگاه است.

■ تصویر ذهنی رسانه‌های نیرومند

الکترونیکی در ارتباطات سیاسی، نه از کشورهای کمونیست بلکه از پیشرفت و توسعه تبلیغات و روابط عمومی در غرب در طول جنگ جهانی اول سرچشمه می‌گیرد.

■ جمهوری خلق چین، مانند اتحاد

شوروی (سابق)، به شدت در مبارزه‌های آموزشی توده‌ای خود بر ارتباط بین شخصی متکی بود تا رسانه‌های همگانی.

الکترونیکی در ارتباطات سیاسی، نه از کشورهای کمونیست بلکه از پیشرفت و توسعه تبلیغات و روابط عمومی در غرب در طول جنگ جهانی اول (۱۸-۱۹۱۴) می‌آید. این وحشت که دولت‌ها می‌توانند به خواست خود توده‌ها را کنترل کنند به شدت از توانایی‌های افسون‌کننده هیتلر به عنوان یک سخنران - نه فقط در مقابل جمعیت‌های عظیم بلکه هنگامی که با پخش رادیویی به سراسر جهان منتقل می‌شد - ناشی می‌گردید. هیتلر به این موضوع که چگونه می‌تواند از رسانه‌ها برای تحکیم رهبری خود استفاده کند، به شدت علاقه داشت. با این حال سیاست رسانه‌ای عملی

نزی‌ها خیلی فراتر از تشویق و ترغیب ماهرانه بود. در طول دهه ۱۹۳۰ با ترکیبی از فشار متمرکز اجتماعی، خفقان اقتصادی، استفاده مستبدانه از قدرت پلیس، و ترور جسمی و فیزیکی احزاب مخالف، مطبوعات مخالف، و بیان علنی افکار و نظرگاه‌های مخالف را حذف کرد.

در قرن بیستم پخش رادیویی و تلویزیونی به عنوان رسانه‌های ارتباطی تحت کنترل دولت یا تحت مقررات دولت در سراسر جهان پدیدار شد. میزان کنترل دولتی رسانه‌های صوتی و تصویری به شدت متفاوت است: از نظام امریکا که این رسانه‌ها (ظاهراً) بیشتر در دست تجار خصوصی است تا نظام انگلیس که دولت، مقامات رسانه‌ها را تعیین می‌کند و دارای آزادی عمل بسیاری هستند، تا نظام‌های

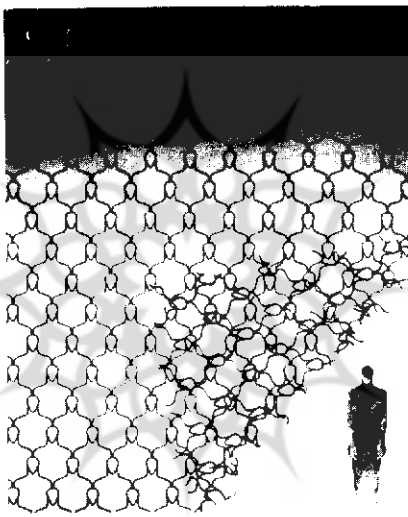
■ بعضی‌ها رسانه‌های جدید را به عنوان عوامل تسهیل مردم سالاری (دموکراسی) و عده‌ای دیگر آنها را به منزله ابزار سرکوب، تصویر کرده‌اند.

بیشتر کنترل شده مانند فرانسه، و نظام‌هایی مانند شوروی که در آنها رادیو و تلویزیون رسماً وسیله‌ای برای سیاست‌گذاری دولت بود.

شاید چشمگیرترین و بدیع‌ترین استفاده از رسانه‌های الکترونیکی برای پیام و ارتباط سیاسی تا امروز استفاده آیت‌الله (امام) خمینی از تلفن و نوار ضبط صوت در طراحی انقلاب ۱۹۷۹ ایران باشد. (امام) خمینی در تبعید در پاریس ارتباطش (با تلفن) با پیروانش در ایران، بهتر از زمانی بود که خود ایشان در ایران بود و صدایش (از طریق ضبط صوت) به گوش افراد بیشتری می‌رسید که می‌توانستند در داخل کشور صدای ایشان را بدون واسطه بشنوند.

در جوامع آزاد (لیبرال) در قرن بیستم، انتخابات به صورت نهاد مرکزی برای هردو ارتباط سلطه‌طلبانه و عرض‌حالی باقی مانده، اما ماهیت و ویژگی انتخابات تغییر کرده است.

اقتدار حزب سیاسی در ایالات متحده به اندازه قابل توجهی و در کشورهای اروپایی به میزان کمتری کاهش یافته است. حالا نامزد شدن برای انتخابات ارتباط چندانی با خدمات حزبی ندارد بلکه بیشتر به توانایی نامزدها برای گردآوردن سازمان‌های وفادار به آنها به دور خود و دستیابی مستقیم به رأی‌دهندگان از طریق رسانه‌های همگانی ارتباط دارد. حالا مبارزات انتخاباتی را نه وفاداران حزبی، بلکه افراد حرفه‌ای و کارشناس در افکار عمومی، روابط عمومی و تبلیغات اداره می‌کنند. بُرد وسیع رسانه‌ها به ویژه تلویزیون، امکان پیوندی مستقیم‌تر بین نامزدهای ملی و عموم مردم، و دخالت بسیار کمتر رهبران حزب را فراهم کرده است. در ایالات متحده این وضع نامزدهای ریاست‌جمهوری، دست‌کم این توهم



را به وجود می‌آورد که انتخابات، یک همه‌پرسی همگانی شخصی است. اصلاحات دموکراتیک باعث افزایش فراوان اهمیت انتخابات‌های مقدماتی شده و ایالات متحده به دموکراسی متکی بر آرای عمومی نزدیک‌تر شده است (!).

صرفنظر از ارتباط انتخاباتی، زمینه‌ای که در آن ارتباط سلطه‌طلبانه و عرض‌حالی با یکدیگر برخورد می‌کنند، یک تغییر عمده در ارتباطات سیاسی قرن بیستم نهادی شدن وظیفه سلطه‌طلبانه به عنوان بخشی از عملیات استاندارد دولتی بوده است. تبلیغات سیاسی یا روابط عمومی یک وظیفه عمده دولتی شده است. سازمان‌های دولتی در ایالات متحده در سال‌های دهه ۱۹۲۰ شروع به استخدام کارشناسان روابط مطبوعاتی کردند، و از آن زمان این کار یک وظیفه مهم دولتی به حساب

آمده است. از جنگ جهانی دوم به بعد، سیاست خارجی یک جنبه مهمتر وظایف دولت امریکا شده، امنیت ملی موضوع اساسی‌تری شده، و پنهانکاری غالباً به صورت مانع و سدی بین دولت و مطبوعات خودنمایی کرده است.

در عین حال که دولت امریکا در سیاست‌های اطلاعاتی خود هنوز بازتر از فرانسه، انگلیس یا بیشتر دموکراسی‌های لیبرال دیگر عمل می‌کند، با این وجود، این دولت درباره استفاده از رسانه‌های همگانی به عنوان وسیله‌ای برای متقاعدسازی به نحو روزافزونی خودآگاه است. اعم از این که این کار را مدیریت خبر بدایتیم یا روابط عمومی یا انگاره‌سازی، این تقلید و اقتباسی پیچیده از تبلیغات سیاسی است که از جنگ جهانی اول به بعد، بخشی از دارایی و امکانات دولت‌ها، چه استبدادی و چه دموکراتیک، شد.

دولت‌ها البته در بسیاری از بخش‌های جهان به استفاده از ابزارهای بسیار گسترده‌تری برای کنترل اطلاعات روی آورده‌اند که در امریکای شمالی یا اروپای غربی به عنوان ابزار مشروع پذیرفته نمی‌شود. برای مثال، در بعضی از کشورهای لیبرال‌تر امریکای لاتین سانسور مستقیم مطبوعات نادر است اما مقررات بسیار زیاد دیگری بحث‌های سیاسی را به نحو مؤثری محدود می‌کنند. در مکزیک، آرژانتین و برزیل تعلیق انتشار مطبوعات خلافاً به شدت رایج است. در مکزیک، دولت کاغذ روزنامه را کنترل می‌کند و آن را از نشریات مخالف دریغ کرده و از کنترل خود بر بانک‌ها برای اعمال فشار اقتصادی بر مطبوعات استفاده می‌کند. مطبوعات امریکای لاتین مانند مطبوعات دوره‌های پیشتر امریکا یا اروپا، عمدتاً در انتشار افکار مخالف بسیار مؤثرتر هستند تا انتشار اخبار بالقوه خجالت‌آور. این وضع البته فقط در مورد امریکای لاتین صدق نمی‌کند. در فرانسه، رازداری دولت تحمل می‌شود و تقاضایی نسبتاً ناچیز برای اطلاعات درباره دولت در مقایسه با سنت انگلیسی - امریکایی وجود دارد. چارچوب قانونی لیبرال فرانسه برای بیان سیاسی در اطلاعات سیاسی واقعی، به دلیل تحمل یک بوروکراسی بیشتر مرموز و تودار اداری تحقق نمی‌یابد.

بررسی کلی

به این ترتیب، ارتباطات سیاسی آنگونه که

در اینجا بحث شد قلمرویی به مراتب کوچکتر از سیاست است. این سخن از دو جهت درست است. نخست، جایی که مردم حقوق مدنی، مشارکت سیاسی، دسترسی به صدای سیاسی یا آموزش و ثروت کافی برای احساس کردن حسی از اثر بخشی در حیطه سیاسی ندارند، امکان و فرصت برای بیان سیاسی وجود ندارد یا کاهش می‌یابد. دوم، جایی که تصمیم‌های اساسی از نظر مردم دور نگهداشته می‌شود، جایی که تصمیمی اساسی که باید گرفته شود کمتر «چگونه باید بریک موضوع عمومی تأکید کنم؟» است تا «چه موضوعی به‌طور علنی رسیدگی خواهد شد؟». به‌طور خلاصه پرسش‌ها و مسایل برجسته‌سازی - اکثریت عظیم مردم بدون دسترسی به مجاری برجسته‌سازی یا دسترسی اندک به آن از سیاست کنار گذاشته شده‌اند. حتی در دموکراسی‌های نماینده‌ای با آزادی نسبی، ارتباط و آزادی بیان و مطبوعات، بیشتر ارتباط سیاسی مربوط به اعمال ملت - دولت‌ها به‌صورت ارتباط نخبه‌ای باقی می‌ماند.

۲. تأثیر رسانه‌های جدید

رسانه‌های جدید هر عصری می‌توانند به دگرگونی یا ثبات در نهادها و فرآیندهای سیاسی کمک کنند. مورخان ترفی و اعتلای رسانه‌های چاپی را به تحولاتی چون عرصه امپراتوری‌ها پیوند داده و طلوع رسانه‌های الکترونیکی را به تغییرات عمده در مبارزات سیاسی مربوط کرده‌اند. از دهه ۱۹۷۰ پژوهشگران با پیچیدگی‌ها و مفاهیم رسانه‌های جدیدتر که از طریق پیشرفت‌ها در کامپیوتر و ارتباطات راه‌دور شکل گرفته، و با تحولات و پیشرفت‌ها در زمینه‌های میکروالکترونیک، تقویت‌های رادیویی میکروویو، ماهواره‌ها، و فیبرهای نوری تسریع شده، دست‌وپنجه نرم کرده‌اند. آنها در این کار با مسایل سیاسی کلاسیک مواجه شده‌اند: چه کسی این رسانه‌ها را اداره می‌کند؟ با تکنولوژی‌های متغیر، منافع چه کسانی تأمین می‌شود؟ رسانه‌های جدید چگونه باید سازمان داده شوند تا نهادها و فرآیندهای دموکراتیک را تقویت کنند؟

کنترل رسانه‌ها

کنترل، موضوعی اساسی است؛ زیرا احتمال دارد تکنولوژی ارتباطی به منافع

کسانی که کاربرد آن را کنترل می‌کنند خدمت کند. از بحث‌های مربوط به کنترل، دست‌کم چهار دیدگاه رقیب پدیدار شده است: نخست، دیدگاه دموکراتیک بازار است که به نظر آن تکنولوژی در نهایت تحت کنترل نیازها و اولویت‌های عموم قرار دارد و توسط فرآیندهای عادی بازار در متن و چارچوب نهادهای دموکراتیک عمل می‌کند. این دیدگاه ویژه پژوهشگرانی است که نسبت به تأثیر رسانه‌های جدید خوشبین‌تر هستند.

دیدگاه دوم، که دیدگاهی تکنوکراتیک (فن سالارانه)تر است ویژه منتقدان رسانه‌هاست. اینها استدلال می‌کنند که رسانه‌های جدید بیشتر بر اثر درخواست‌های نظامی صنعتی به پیش می‌روند تا نیازهای ارتباطی عموم، و اولویت‌های عمومی به‌وسیله روش‌های بازاریابی کنترل می‌شود، و رسانه‌های جدید این احتمال را که ارتباطات توسط نخبگان تکنولوژیک، متخصصانی که در اصل نسبت به نخبگان اقتصادی یک جامعه علاقه‌مند و پاسخگو هستند کنترل خواهند شد، افزایش می‌دهد.

دیدگاه سوم را می‌توان دیدگاهی جمع‌گرایانه از رسانه‌های جدید نامید. جمع‌گراها معتقدند که تکنولوژی با کشمکش گروه‌های رقیب نخبگان شکل می‌گیرد. براین اساس رسانه‌های جدید، تحت‌کنترل فرآیند جمع‌گرایانه‌ای از تضاد و همکاری در میان عواملی گوناگون با منابع و علایق گوناگون در فرآیند سیاسی قرار دارند. جمع‌گراها، تکنوکرات‌ها را عوامل با نفوذ به‌شمار می‌آورند اما مقامات عمومی، نخبگان اقتصادی و خود مردم را نیز از عوامل مهم می‌دانند.

دیدگاه چهارم، سیاست تقویت، به تکنولوژی‌های ارتباطی به عنوان منابعی قابل انعطاف نگاه می‌کند که می‌توانند تحت کنترل ائتلاف مسلط منافع در درون یک سازمان یا اجتماع درآیند. این تکنولوژی‌ها قدرت گروه‌های قبلاً نیرومند را افزایش می‌دهند و به این ترتیب، به جای تأثیرگذاشتن بر هر ترکیب ویژه قدرت، ساختار قدرت برتر یک نظام سیاسی را تقویت می‌کنند.

گروه‌هایی که به آنان خدمت می‌شود

آیا تکنولوژی‌های جدید بی‌طرف هستند یا ذاتاً تمایل به خدمت به گروه‌ها و منافع خاص دارند و به این دلیل به‌طور بالقوه قادرند در

قدرت تغییر ایجاد کنند؟ در اینجا نیز چهار دیدگاه رقیب وجود دارد که هر یک دیدگاهی خاص در مورد تغییرات تکنولوژیک به شرح زیر دارند:

۱. بی‌طرف؛

۲. دموکراتیک؛

۳. نخبه‌گرا؛

۴. دوجانبه از جهت تأثیرهای سیاسی‌شان.

دیدگاه یک: بی‌طرفی - یک دیدگاه رایج

این است که رسانه‌ها از نظر سیاسی بی‌طرف، اگر نه ضدسیاسی، هستند. برای مثال، عده زیادی در صنعت تلویزیون استدلال کرده‌اند که ماهیت محتوا، نه تکنولوژی، مفاهیم و تأثیرهای یک رسانه را شکل می‌دهد. برعکس، بعضی از پژوهشگران برجسته رسانه‌ای عقیده

■ از نظر فرهنگی، کشورهای

بسیاری در مورد حفظ سنت‌ها و

ارزش‌های خود در برابر نهادهای

رسانه‌های همگانی که تهدید می‌کنند

مردم را در محور برنامه‌های تجاری،

به جای برنامه‌های خدمات همگانی و

فرهنگی، و برنامه‌های خارجی، به

جای برنامه‌های محلی همگن سازند.

ابراز نگرانی کرده‌اند.

دارند که رسانه‌ها گرایشی را در ارتباطات سیاسی اعمال می‌کنند که مستقل از محتوای آنهاست. «هارولد اینیس» در مقایسه سنت‌های شفاهی و کتبی استدلال می‌کرد که سازمان سیاسی جوامع تحت سلطه سنتی کتبی قرار دارند زیرا ارتباط‌ها و پیام‌های کتبی به‌ویژه به‌صورت چاپی، می‌توانند دایمی‌تر باشند، فاصله تأثیر محدودکننده کمتری روی آنها دارد و از مرکز بیشتر کنترل می‌شوند. به دنبال اینس، پژوهشگران دیگر به خصایص و ویژگی‌های رادیو و تلویزیون، و همچنین تکنولوژی‌های جدیدتر، که آنها را از نظر تأثیرشان بر نظام‌های ارتباط سیاسی متفاوت می‌سازد، اشاره کرده‌اند.

دیدگاه دوم: گرایش دموکراتیک - از نظر

یک دیدگاه رایج در داخل نهادهای ارتباطات، در رسانه‌های جدید یک تأثیر و نفوذ کلی

دموکراتیک وجود دارد. از نظر «ادوین پارکر»، رسانه‌های جدیدتر اطلاعات بیشتری به روش‌های بیشتری به مردم ارائه می‌دهند که از نظر محتوا و زمان‌بندی کمتر کنترل شده‌اند و ظرفیت بیشتری برای پردازش و بازخورد و واکنش بهتر دارند. «هارلان کلیولند» با اعتقاد به این نظریه ادعا می‌کند که رسانه‌های جدید الکترونیکی نه فقط قادرند اطلاعات را در دورترین نقاط پخش کنند، بلکه این کار را به نحو اجتناب‌ناپذیری انجام می‌دهند و به این ترتیب فروپاشی سلسله مراتب‌ها و انحصارهای قدرت را تسریع می‌کنند و در همان حال پیشرفت تصمیم‌گیری مشارکتی‌تر، عملی‌تر و غیرمخفیانه‌تر را امکان‌پذیر می‌سازند. «اتیل دسولاپول» با اشاره به ایجاد «رسانه‌های تعاملی» آنها را «تکنولوژی‌های آزادی» نامیده است که امکان انتخاب‌های متنوع‌تر را برای مردم فراهم کرده‌اند. محققان دیگر گفته‌اند که رسانه‌های جدید موانع ارتباطی بین ملت‌ها و طبقات را، همچون «دهکده جهانی» مارشال مک‌لوهان درهم ریخته‌اند.

دیدگاه سوم: گرایش نخبه‌گرایانه - نظریه سوم معتقد است که رسانه‌ها با ایجاد تنگناها، با ماهیت‌های نیرومند در نقش یک دروازه‌بان در سیستم‌های ارتباطی، گرایش غیردموکراتیک و نخبه‌گرا را به پیام ارتباط سیاسی تحمیل می‌کنند. پژوهشگران بسیاری معتقدند که پیچیدگی تکنولوژی پیشرفته، نخبگان را از مردم عادی، که روزبه‌روز از میزان دخالت و آگاهی آنها در تصمیم‌های نهادهای بزرگ خصوصی و دولتی در جامعه کاسته می‌شود، دورتر می‌کند. آنها به هزینه و پیچیدگی تکنولوژی پیشرفته به عنوان عواملی که شکاف‌های دانش را بین افراد و سازمان‌ها بیشتر می‌کند و به نوبه خود به نابرابری‌های اقتصادی و سیاسی دامن می‌زند، اشاره کرده‌اند. «کنت لائسودون» می‌گوید: تعاملی بودن رسانه‌های جدیدی مانند سیستم‌های کابلی دو طرفه تعداد شبکه‌های ارتباطی عمودی مؤثرتر را که بین نخبگان و توده‌ها ایجاد می‌کنند، به جای ایجاد شبکه‌های افقی بین مردم و گروه‌ها، می‌پوشانند. به عقیده وی احتمال این که آنها فریب دادن مردم را تسهیل کنند بیشتر است تا این که باعث مشارکت دموکراتیک بیشتر آنها شوند.

دیدگاه چهارم: تأثیرهای متضاد - دیدگاه

چهارم این است که مفاهیم تکنولوژی‌های ارتباطی ذاتاً خنثی‌کننده - اگر نه غالباً متضاد - هستند. «پول» (Pool) موضوع چنین اثر دو جانبه‌ای را در بحث پیرامون مفاهیم اجتماعی تلفن مطرح کرد؛ اما نمونه‌ها را می‌توان در بحث‌های مجموعه‌ای از رسانه‌های جدید پیدا کرد. «پول» و دیگران متوجه شدند که تلفن می‌تواند حریم و خلوت شخصی را از بین ببرد و همچنین به وجود بیاورد؛ می‌تواند یک سلسله مراتب سازمانی را تقویت کند و همچنین شکل بدهد و آن را دور بزند، و می‌تواند همزمان تمرکزگرایی و تمرکززدایی را تسهیل کند.

با توجه به این چهار دیدگاه رقیب درباره این که رسانه‌های جدید به منافع چه کسانی خدمت می‌کنند، بیشتر دانشجویان ارتباطات سیاسی متوجه می‌شوند که فقط بخشی از پیامدهای رسانه‌ها از ویژگی‌های گوناگون فنی آنها ناشی می‌شوند. آنها تکنولوژی‌های کم‌بیش انعطاف‌پذیر هستند که وظایف‌شان نیز به میزانی که از آنها برای مقاصد مختلف در درون حوزه‌های نهادی ویژه استفاده می‌شود، شکل می‌گیرد. از این دیدگاه، گرایش رسانه‌های جدید حاصل فرآیندی سیاسی است که تعیین می‌کند این رسانه‌ها را در محیط‌های ویژه چه کسانی کنترل خواهند کرد.

کاربردهای سیاسی رسانه‌ها

تحقیقات تجربی در سال‌های دهه ۱۹۸۰ براین محور استوار بود که چگونه عوامل و گروه‌های متفاوت، مقاصدی را که رسانه‌های جدید برای آنها به کار گرفته می‌شدند، شکل می‌دهند. تحقیقات گسترده نظری و تجربی به چنین مسائلی می‌پرداختند و نتیجه‌گیری‌های آرمانی و ضدآرمانی فراوانی می‌کردند. ورود رسانه‌های جدید در چهار عرصه نهادی مرکز توجه تحقیقات نظری و تجربی بوده است:

۱. مبارزات سیاسی؛
۲. ارتباطات دولتی؛
۳. صحنه ارتباط عمومی؛
۴. ارتباطات بین‌المللی.

مبارزات سیاسی

ارتباطات مبارزه‌ای، به رسانه‌های گوناگون مورد استفاده در مبارزات سیاسی و انتخابات مربوط می‌شود. تکنولوژی جدید به ویژه در ایالات متحده، پیچیدگی و استفاده از مراسلات

و پست مستقیم را در مبارزات با امکان‌پذیر ساختن حجم بیشتری از مراسلات و مکاتبات هدفدار و شخصی‌شده‌تر افزایش داده است.

سیستم‌های مصاحبه کردن و شماره‌گیری تلفن به کمک کامپیوتر، کاربردهای تعاملی کابل و ویدئوتکس، و تحولات و پیشرفت‌های دیگر در نظرسنجی کردن، سرعت و پیچیدگی رأی‌گیری نامزدها را چنان افزایش داده است که می‌تواند مؤثر بودن یک مبارزه را دربارزایی و معرفی نامزد یا هدف آن به نحو چشمگیری بالا ببرد. محاسبه کامپیوتری نیز امکان تطبیق و جورکردن اطلاعات در فهرست‌های مختلف پستی، نظرسنجی‌های عمومی، سوابق ثبت نام رأی دهندگان، اطلاعات مربوط به مسکن، سرشماری‌ها، و دیگر پایگاه‌های اطلاعاتی را برای گردآوری بانک‌های اطلاعاتی مشروح‌تر درباره افرادی که مجموع رأی دهندگان را تشکیل می‌دهند، بیشتر می‌کند. از شیوه‌های پرونده کردن در ارتباط با این بانک‌های اطلاعاتی برای پیش‌بینی کردن حامیان احتمالی یک نامزد یا یک هدف و آرمان می‌توان استفاده کرد تا مراسلات و دیگر تماس‌ها با دقت بیشتری ارسال و انجام شود. کنفرانس دادن ویدئویی به نامزدها امکان داده است مبارزات انتخاباتی‌شان را در تلویزیون مدار بسته خاص خود و بی‌نیاز از شبکه‌های پخش انجام دهند. رسانه‌های جدید در مجموع، چنان راه‌های ارتباطی بین نامزدها و رأی دهندگان ارائه می‌دهند که تکمیل‌کننده رسانه‌های همگانی است. آنها می‌توانند مجموعه‌ای از پیام‌ها ارائه دهند که با پیام‌های ارائه شده از رسانه‌های همگانی متفاوت باشند و باعث دستورکارهای متفاوت و تأثیرهای متفاوت روی افکار عمومی و رفتار رأی دهندگان شوند.

از تکنولوژی‌های جدید در برنامه‌ریزی و مدیریت مبارزات انتخاباتی نیز استفاده‌های فراوانی شده است. کامپیوترهای «دسک تاپ» (رومیزی) تنظیم بودجه، حسابداری، فهرست پرداخت‌ها را همراه با نرم‌افزار مدیریت طراحی شده برای مبارزات انتخاباتی در اختیار سازمان‌هایی که حتی چندان هم ثروتمند نیستند، قرار داده‌اند. از پست الکترونیکی و شیوه‌های تشکیل کنفرانس‌های الکترونیکی در ایجاد ارتباط بین کارکنان درگیر در مبارزات انتخاباتی و هماهنگ کردن کار نویسندگان متن سخنرانی‌ها، مشاوران رسانه‌ها، و کارکنان منطقه‌ای که از نظر جغرافیایی پراکنده‌اند،

استفاده شده است.

این افزایش تمرکز محاسبات و ارتباطات چند موضوع را مطرح می‌کند. این رسانه‌های جدید مهارت‌ها و عوامل تازه‌ای را در مبارزات سیاسی وارد کرده، نقش انواع جدید مشاوران خاص مبارزات انتخاباتی را تقویت می‌کنند. افزایش اهمیت این مشاوران، ممکن است از ارزش مشاوران دیگر بکاهد اما نقش داوطلبان بی‌مهارت را، که متخصصان رسانه‌ای می‌توانند به نحو روزافزونی مشاغل آنها را از دست‌شان درآورند، نیز محو می‌کند.

استفاده از رسانه‌های جدید در مبارزات و انتخابات ممکن است آثار دوگانه، متمرکز کننده و تمرکز زداینده داشته باشد. از یک جهت، رسانه‌های الکترونیکی به نامزدها اجازه می‌دهند از نهادها و مؤسسات میانجی سنتی

■ شاید چشمگیرترین و بدیع‌ترین

استفاده از رسانه‌های الکترونیکی

برای پیام و ارتباط سیاسی تا

امروز، استفاده آیت‌الله (امام)

خمینی از تلفن و نوار ضبط صوت

در طراحی انقلاب ۱۹۷۹ ایران باشد.

مانند احزاب و گروه‌های خاص و همچنین روزنامه‌نگاران بی‌نیاز شوند و با پست و نامه و گردهمایی‌های از راه دور (تله کنفرانس‌ها) مستقیماً به مخاطبان خود دسترسی پیدا کنند. از این جهت، رسانه‌های جدید ممکن است احزاب را تضعیف کنند، رشد گروه‌های ذی‌نفع را آسان کنند، و از نفوذ دروازه‌بان‌های رسانه‌ای بکاهند، و به این ترتیب باعث تمرکززدایی کنترل بر مبارزات شوند. از جهت دیگر اتکای بیشتر بر رسانه‌های ارتباطی الکترونیکی ممکن است نقش فاصله و سفر را در شکل‌گیری و تصمیم‌گیری گروه‌های ذی‌نفع کاهش دهد. چنین نتیجه‌ای می‌تواند سازمان‌های منطقه‌ای و محلی را تضعیف و سازمان‌های منطقه‌ای و ملی را تقویت کند. به علاوه رسانه‌های جدید با دادن امکان توسل به مخاطبان در سطح ملی به گروه‌ها، ممکن است کنترل مبارزه را در

سازمان‌های ملی، احزاب و گروه‌های ذی‌نفع که می‌توانند اقتصادهای مقیاس، منابع و متخصصان موردنیاز را برای اداره کردن یک مبارزه از طریق تکنولوژی پیشرفته سازمان دهند، متمرکز کنند.

استفاده از رسانه‌های جدیدتر ممکن است آثار مربوط به توزیع مجدد را هم داشته باشد و نفوذ نسبی گروه‌های مختلف اجتماعی، اقتصادی را در جامعه تغییر دهد. دسترسی متفاوت به رسانه‌های الکترونیکی توسط گروه‌های مختلف اجتماعی - اقتصادی می‌تواند منجر به نابرابری در دسترسی به دیگر منابع سیاسی شود. اعضای مرفه‌تر اجتماع دسترسی بیشتری به منابع کامپیوتری مانند چاپگرهای سریع، واژه‌پردازی و نرم‌افزار مدیریت مبارزه دارند. به این ترتیب رسانه‌های جدید به جای برابری کردن نفوذ گروه‌ها ممکن است نابرابری‌ها را بیشتر کنند.

تکنولوژی ارتباطی دولتی

در اینجا تمرکز بر ارزش‌های کامپیوتر و تکنولوژی ارتباطی راه دور برای دولت مؤثرتر و مسؤول‌تر استوار است. اصلاح‌طلبان جدید و آینده‌گراها اغلب به فن‌آوری جدید ارتباطات به عنوان مسیری برای مشارکت دموکراتیک‌تر در دولت و علاقه‌مندی بیشتر دولت به افکار عمومی نگاه می‌کنند. و قدرت آن را به عنوان «فن‌آوری شهروندی» (تکنولوژی بین‌فردی) دیده‌اند. با وصف این از همین فن‌آوری می‌توان برای فریب افکار عمومی استفاده کرد. این موضوع که این رسانه‌ها سرانجام نهادها و فرآیندهای دموکراتیک را تضعیف یا تقویت خواهند کرد مسایلی است که از سال‌های دهه ۱۹۷۰ با توجه بسیار روبرو بوده است. سه موضوع بر چنین تحقیقاتی مسلط بوده‌اند. آیا از این تکنولوژی‌ها می‌توان برای:

۱. ارتباط بیشتر بین شهروندان و دولت؟

۲. تسهیل تصمیم‌گیری مسؤولانه؟

۳. بهبود کارکرد دیوان‌سالاری‌ها

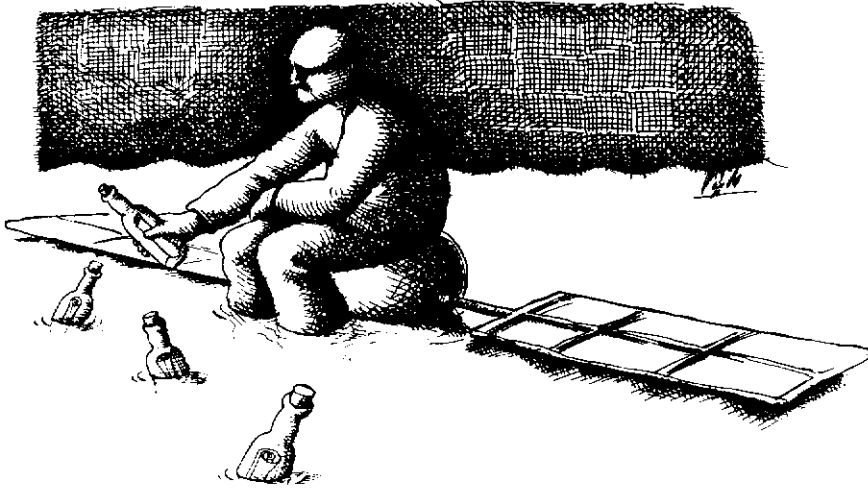
(بوروکراسی‌ها)

استفاده کرد؟ موضوع نخست، بر محور استفاده از این رسانه‌ها به عنوان یک فن‌آوری شهروندی (تکنولوژی بین‌فردی)، شاید جالب‌ترین و جنجالی‌ترین مسایل را مطرح می‌کند. طرفداران این نظر استدلال می‌کنند که رسانه‌های جدید موانع فیزیکی عمده در راه مشارکت دموکراتیک مستقیم را در دولت

حذف می‌کنند. آنها به سیستم‌های ارتباطی تعاملی همچون تلویزیون کابلی و ویدئو تکس به عنوان ابزاری نگاه می‌کنند که امکان بیشتر مطلع شدن و ابراز نظر بیشتر درباره مسایل عمومی را به مردم می‌دهند. کسانی که به چنین نتایج دموکراتیک تردید دارند خطر بزرگتر اکثریت‌های بی‌لجام و نامحدود و مردم بی‌اطلاع و بی‌تفاوت را در آنها می‌بینند. آنها می‌گویند که از سال‌های دهه ۱۹۵۰ استفاده دولت از کامپیوتر و تکنولوژی ارتباطات راه‌دور به ندرت مردم را در راه‌هایی که حتی در کمترین حد ممکن به انگاره‌های آرمانی تکنولوژی بین‌فردی (شهروندی) نزدیک می‌شود، درگیر کرده است. از کامپیوتر بیشتر برای خودکار کردن وظایف اداری و پردازش عادی عملیات پر حجم و حفظ و جست‌وجوی سوابق استفاده شده است. استفاده‌های اطلاعاتی توسط دولت‌ها در سطوح گوناگون، مانند پخش کابلی نشست‌های شوراهای محلی یا جلسات قوه مقننه یا گزارش‌های دولت در ویدئو، معمولاً از کانال‌های یک‌طرفه بوده است.

با پیشرفت و توسعه در گردهمایی از راه دور، ویدئو تکس، و کامپیوترهای شخصی، انگاره‌های قدیمی تکنولوژی شهروندی (بین‌فردی) احیا شده است. مانند تلفن، این تکنولوژی‌ها می‌توانستند ارتباط افقی بین شهروندان را تسهیل کنند و به این ترتیب رشد و توسعه گروه‌ها را در یک جامعه جمع‌گرا افزایش دهند. با این حال از رسانه‌های جدید به ندرت به نحو مؤثری برای چنین مقاصدی استفاده شده است.

مطالعات درباره موضوع دوم یعنی نقش رسانه‌های جدید در تصمیم‌گیری، نیز به نتایج مختلطی منجر شده است. انقلاب کامپیوتر انگاره‌های خدمت کامپیوتر بزرگ و شبکه‌های ابزارهای ارتباطی راه دور به عنوان یک وسیله اطلاعاتی برای ارائه اطلاعات اساسی در تمامی سطوح دولت به مردم و تصمیم‌گیرندگان را به شکلی که تصمیمات هرچه بیشتر براساس ویژگی‌های هر مورد استوار باشد، ایجاد کرد. مطالعات تجربی این انتظارات را معتدل و معلوم کرده است که از سیستم‌های اطلاعاتی مبتنی بر کامپیوتر غالباً برای مشروع کردن تصمیم‌های گرفته شده درباره زمینه‌های دیگر استفاده شده است با این حال وجود سیستم‌های متعدد پشتیبانی - تصمیم‌گیری،



اغلب نقشی مثبت، و قطعاً سیاسی، در فرآیند سیاست بازی می‌کنند.

در مورد موضوع سوم، یعنی تأثیر این رسانه‌ها بر کارکرد بوروکراسی‌ها، نیز یافته‌ها مبهم بوده است. از رسانه‌های جدید اغلب به قصد تأثیرگذاری بر روابط قدرت استفاده شده است. با این حال استفاده معمولی از کامپیوتر و ابزارهای ارتباطات راه دور توسط سازمان‌های دولتی ممکن است عوارض غیرمستقیم و غالباً غیرعمدی سیاسی داشته باشد. روابط بین شهروندان و نهادها ممکن است بر اثر انتقال بیشتر اطلاعات از افراد به فایل‌های اتوماتیک سازمان‌های خصوصی و دولتی تغییر کرده باشد. عواقب این چرخش می‌تواند یک تغییر قدرت نسبی افراد در رابطه با نهادها، چه عمومی و چه خصوصی، باشد.

روابط بین نهادهای خصوصی و عمومی و همچنین بین نهادهای دولتی نیز ممکن است تحت تأثیر کاربرد رسانه‌های جدید در بوروکراسی‌های عمومی باشد. رایج‌ترین نظریه این است که انباشت قدرت در سازمان‌ها و بوروکراسی‌های ملی با دسترسی نسبتاً بیشتر آنها بر منابع ارتباطات راه دور و کامپیوتر در مقایسه با هم‌تایان محلی آنها افزایش خواهد یافت. تحقیقات انجام شده این نتیجه کلی را که دولت‌های ملی زودتر و گسترده‌تر از دولت‌های محلی از تکنولوژی ارتباطی استفاده کرده‌اند تأیید کرده است.

با این حال تغییرات قدرت همیشه سراسر و مستقیم نیست. برای مثال منابع ملی کامپیوتری مانند آنهایی که توسط نظام‌های اجرای قانون ایجاد شده گاهی به تقویت مؤثر بودن سازمان‌های محلی و کشوری گرایش داشته‌اند، زیرا سازمان‌های اجرایی محلی می‌توانند به بیشتر همان منابع داده‌ها و اطلاعات که در اختیار سازمان‌های ملی هستند، دسترسی پیدا کنند.

روابط بین قوه‌های قضائیه، مقننه و مجریه نیز ممکن است تحت تأثیر تکنولوژی در حال تغییر قرار گیرد. از پیدایش تلویزیون غالباً به عنوان عامل کمک به افزایش نفوذ مدیران اجرایی یاد شده است. استفاده بیشتر از تکنولوژی‌های جدید ارتباطات در سازمان‌ها و بوروکراسی‌های اجرایی شاید مؤثر بودن آنها را در زمینه تصمیم‌گیری نسبت به دیگر قوه‌های حکومت افزایش داده باشد. اما پیشرفت‌های تکنولوژیک سازمان‌های بزرگ فدرال ممکن

است از توانایی مدیر مربوطه برای نظارت و رهبری بوروکراسی خود نیز پیش افتاده باشد.

عرضه ابزارهای ارتباطات عمومی

ابزارهای ارتباطات عمومی به مجموعه تسهیلات و ابزارهای ارتباطات که در اختیار دولت، تجارت و مردم قرار دارد مربوط می‌شود. از دهه ۱۹۶۰ پیشرفت‌ها و تحولات در کامپیوتر و ارتباطات راه دور (مانند سیستم‌های ارتباط تعاملی کابلی) فکرکردن درباره تغییر دادن زیرساختار اساسی ابزارهای ارتباطات عمومی را ممکن کرده است. در ایالات متحده در طول سال‌های اواخر دهه ۱۹۶۰ صنعت الکترونیک و یک کمیسیون سطح بالای ریاست جمهوری در یک شبکه ارتباطات گسترده سراسری امکانات اجتماعی و سیاسی لازم را برای ارائه یک «بزرگراه الکترونیک» به داخل هرخانه و تجارتخانه‌ای برای رساندن همه انواع اطلاعات و خدمات مشاهده می‌کردند. تقریباً همان زمان انجام ابتکارهای مشابهی در ژاپن و اروپای غربی نیز پیشنهاد شد. امکان بالقوه یکپارچه کردن شبکه‌های ارتباطات تلفن، داده‌ها، تلویزیون کابلی و پخش امیدهای خیالی و واقعی «ملتی ارتباطی» را به وجود آورد. رالف لی اسمیت، پیتروگولدمارک و دیگران در دهه ۱۹۷۰ تصورات مثبت «ملتی ارتباطی» را ارائه دادند که در آن عوامل کابل خصوصی می‌توانستند این بزرگراه الکترونیک را با شباهت بسیار به شکلی که شبکه تلفن ساخته شده بود، بسازند. شبکه‌های یکپارچه‌تر امید ارائه و تأمین کانال‌های ارتباطی بیشتر، تنوع بیشتر برنامه‌ریزی، توزیع عادلانه‌تر خدمات، و امکانی برای این که موکلان و افراد تازه‌ای در پخش درگیر شوند را به وجود آورد. به جای

این که تلویزیون یک رسانه ارتباطی نخبه بین عده‌ای اندک با مردمان بسیار باشد، می‌توانست رسانه‌های دموکراتیک‌تر برای تبادل اجتماعی و خدمات عمومی و همچنین سرگرمی باشد.

در ایالات متحده امیدهای مربوط به ایجاد جامعه‌ای سیم‌کشی شده با شناسایی روزافزون محدودیت‌های تلویزیون کابلی تعاملی، مشکلات اقتصادی صنعت کابلی، و پیدایش گروهی از رسانه‌های جدیدتر که با خدمات تلویزیون کابلی رقابت می‌کردند، رنگ باخت.

در دهه ۱۹۸۰ رقابت بین رسانه‌ها امید تازه‌ای در مورد بازاری در حال پدیدارشدن از شبکه‌ها و خدمات الکترونیک به وجود آورد. این امید وجود داشت که رقابت اقتصادی بین رسانه‌های ویدئو کاست، ویدئو تکس، تلویزیون، روزنامه، کابل و تلفن مجموعه‌ای چندگانه از کانال‌ها و خدمات ارتباطی به وجود آورد که به ایجاد الگوهای دموکراتیک‌تر در ارتباطات عمومی منتهی شود.

منتقدان این امیدهای رویایی استدلال می‌کنند که سیم‌کشی و ایجاد ارتباط بین جوامع با مجموعه‌ای روزافزون از رسانه‌های جدید، عملاً از تنوع ارتباطات کاسته، تمرکز در داخل صنعت رسانه‌ها و هزینه‌های خدمات ارتباطی را افزایش داده، خدماتی را که از نظر تجارتي سودآور نیستند از میدان به در کرده، حریم خصوصی و شخصی مردم را به خطر انداخته، و شکاف بین داراها و ندارهای اطلاعاتی را در جوامع وسیع‌تر کرده است.

تکنولوژی ارتباطی بین‌المللی

تکنولوژی ارتباطی بین‌المللی به مجموعه تسهیلات موجود برای ارتباطات در امتداد مرزهای ملی مربوط می‌شود. پیشرفت در زمینه سیستم‌های ضبط ویدئویی، فیبرهای نوری،

رله‌های میکروویو، و ارتباطات ماهواره‌ای، تنوع، ظرفیت و برد شبکه‌های جهانی ارتباطات را توسعه داده است. ساخت این شیوه‌ها (سیستم‌ها) از محدودیت‌های تکنولوژی در ارتباطات راه دور بین‌المللی کاسته و برهمین قیاس باعث تمرکز توجه بر عوامل اقتصادی، فرهنگی و سیاسی که سد راه یا مشوق ارتباطات بین‌مرزهای ملی هستند، شده است. در بحث‌های مربوط به تکنولوژی‌های ارتباطی عمومی محلی، این موضوع‌ها که چه کسی مهار اوضاع را در دست دارد و منافع چه کسانی تأمین می‌شود به شدت مطرح است.

بعضی از دانشجویان رسانه‌های جدید استدلال کرده‌اند که تغییر فن‌آوری از قدرت ملت‌ها برای کنترل جریان بین‌المللی ارتباطات به میزان اساسی کاسته است. برای مثال ضبط ویدئو، توانایی یک ملت را برای کنترل ورود برنامه‌های خارجی از طریق شیوه‌های سنتی محدود می‌کند. به همین ترتیب احتمال استفاده گسترده از ماهواره‌های پخش مستقیم این پرسش را مطرح کرده است که آیا ملت‌ها همچنان خواهند توانست ویژگی برنامه‌های پخش شده توسط کشورهای دیگر را کنترل کنند. دیگران استدلال کرده‌اند که رسانه‌های جدید را می‌توان به شیوه‌هایی شکل داد که به ملت‌ها اجازه کنترل بیشتر بر جریان‌های بین‌المللی ارتباطات را خواهد داد. برای مثال یک هدف طرح کابل ملی فرانسه، ارائه یک زیرساختار تکنولوژی ارتباطی بود که تلاش‌های عمومی را برای تأمین موازنه برنامه‌ها، تضمین دسترسی به مجموعه فراوانی از برنامه‌های فرانسوی و همچنین برنامه‌های خارجی و تجارتي تر و تفریحی تر تسهیل کند. علاوه بر این حتی اگر ماهواره‌های پخش مستقیم از نظر اقتصادی عملی شود، ملت‌ها می‌توانند استفاده از پخش ماهواره‌ای را با مجموعه‌ای از مقررات و امکانات فنی به نحو مؤثری سد کنند.

با این حال، این نظریه که رسانه‌های جدید منافع اقتصادی، فرهنگی و سیاسی آن عوامل و ملت‌هایی را که در حال حاضر ارتباطات و تکنولوژی ارتباطی بین‌المللی را کنترل می‌کنند بیشتر خواهد کرد به حد گسترده‌ای پذیرفته شده است. شبکه‌های ارتباطات بین‌المللی پیچیده و پرخرج است و اینها ویژگی‌هایی است که نقش مسلط کشورهای از نظر

اقتصادی و فن‌آوری پیشرفته‌تر را در ایجاد و توزیع برنامه‌های تلویزیونی و خبر تقویت می‌کند. رسانه‌های جدید کامپیوتری و تکنولوژی‌های ارتباطی همچنین محصولات مولود تکنولوژی عالی هستند که ممکن است به مصرف‌کنندگان امکان انتخاب بیشتر بدهند، همچنان که یک ضبط ویدئو کاست یا کامپیوتر شخصی می‌دهد، اما آنها اجازه کنترل بر تولید یا توزیع زیرساختار تکنولوژیکی و محتوای اساسی آن را نمی‌دهند. این موضوع که با پیشرفت سیستم‌های ارتباطات بین‌المللی منافع چه کسانی تأمین می‌شود با توجه به عوارض و پیامدهای اقتصادی، فرهنگی و سیاسی این سیستم‌ها شاید جنجالی‌ترین موضوع در سیاست ارتباطات در طول سال‌های دهه ۱۹۸۰ بود.

از نظر اقتصادی، اگر انسان به گرایش جوامع پیشرفته‌تر صنعتی در جهت اقتصادی‌هایی که به میزان روزافزونی بر اطلاعات متکی است، توجه کند، در آن صورت متوجه خواهد شد که زیرساختارهای ارتباطات بین‌المللی نماینده چیزی جز راه‌های تجارتي جدید نیستند. کشورهایی که نگران موازنه تجاری بین‌المللی خود هستند، و سازمان‌هایی مانند شرکت‌های چند ملیتی، که نیازمند سیستم‌های گسترده و مؤثر ارتباطات هستند، بطور طبیعی تحت تأثیر در دسترس بودن شبکه‌ها و خدمات بین‌المللی قرار دارند. کشورهای بزرگ پیشرفته، که صادرکنندگان عمده محصولات و خدمات ارتباطی بوده‌اند، علاقه‌مند به حمایت از پیشرفت سیستم‌های بین‌المللی ارتباطات بوده‌اند، در حالی که کشورهای کوچک و در حال توسعه، که از جمله واردکنندگان عمده این محصولات و خدمات هستند بیشتر در حمایت‌شان تردید داشته‌اند.

از نظر فرهنگی، کشورهای بسیاری در مورد حفظ سنت‌ها و ارزش‌های خود در برابر نهادهای رسانه‌های همگانی که تهدید می‌کنند مردم را در محور برنامه‌های تجاری، به جای برنامه‌های خدمات همگانی و فرهنگی، و برنامه‌های خارجی، به جای برنامه‌های محلی همگن سازند، ابراز نگرانی کرده‌اند. این موضوع چندین دهه است که در بحث‌های مربوط به پخش رادیویی و تلویزیونی مطرح بوده است. با این حال رسانه‌های جدیدتر کابلی، ماهواره‌ها، و سیستم‌های ضبط

■ رسانه‌های جدید (ماهواره‌ها و سیستم‌های ضبط ویدئویی) مکانیسم‌های نهادی موجود را برای تضمین مراقبت‌های ملی به مبارزه می‌طلبند.

ویدئویی بار دیگر این موضوع را مطرح کرده‌اند زیرا آنها سازوکار (مکانیسم)‌های نهادی موجود را برای تضمین مراقبت (کنترل)‌های ملی به مبارزه می‌طلبند. برای مثال، معیارهای از نظر فرهنگی تعریف شده برای اداره کردن اطلاعات شخصی با سهولتی که می‌توان با آن فایل (پرونده)‌های اطلاعات شخصی را در به اصطلاح پناهگاه‌های اطلاعات، یعنی کشورها یا سرزمین‌های دیگری که مقررات آسان‌گیرانه‌تری در مورد حفظ اطلاعات و حریم خصوصی افراد دارند، به دست آورد، در معرض تهدید قرار دارند.

در عرصه حکومت رسانه‌های جدید مسایل حساسی مانند حاکمیت ملی را مطرح کرده‌اند. با توجه به ارتباطات کامپیوتری مثلاً کانادایی‌ها از جمله کسانی بوده‌اند که در مورد میزان اطلاعات حیاتی برای اقتصاد کانادا که در کامپیوترهای ایالات متحده ارائه می‌شود، ابراز نگرانی کرده‌اند. از نظر بعضی‌ها این امر کانادا را در موقعیتی وابسته قرار می‌دهد و باعث مبارزه‌ای ملی برای عدم وابستگی به کامپیوترهای امریکا به عنوان وسیله‌ای برای تضمین حاکمیت سیاسی کانادا شده است.

توجه آینده

دگرگونی‌ها در فن‌آوری ارتباطات مسایلی جدید را برای دانشجویان ارتباطات سیاسی مطرح کرده و تعریف‌های سنتی رسانه‌ها و ارتباطات سیاسی را گسترش داده است. بعضی‌ها رسانه‌های جدید را به عنوان عوامل تسهیل مردم سالاری (دموکراسی) و عده‌ای دیگر آنها را به منزله ابزار سرکوب، تصویر کرده‌اند. همین تکنولوژی‌ها را به عنوان عواملی که بالقوه قادرند به یک جامعه آگاهی بدهند یا آن را به بردگی بکشند، جامعه‌ای بازتر

یا بسته‌تر ایجاد کنند، و کنترل سیاسی را متمرکز یا تمرکززدایی کنند، توصیف کرده‌اند. چنین کندوکاوهایی به جای تحقیق تجربی بیشتر بر نظریه‌پردازی استوار بوده است. مسلماً برای ارزیابی چنین نظریه‌ها و تعیین پیامدها و عوارض سیاسی جهانی پیدایش فسن‌آوری‌های جدید ارتباطی شیوه‌های تحقیقاتی گوناگونی مورد نیاز خواهد بود.

۳. مناظره‌های رادیو و تلویزیونی

مناظره‌های رادیو و تلویزیونی بین نامزدهای رقیب برای مقامات عالی، با استفاده از شیوه‌هایی که از زمان‌های باستان تکامل یافته‌اند، از ویژگی‌های متناوب تلویزیون آمریکا از سال ۱۹۶۰ یعنی زمانی که ریچارد نیکسون و جان کندی در چهار برنامه رادیو تلویزیونی که به عنوان «مباحثه‌های بزرگ» درباره آنها تبلیغ شده بود، با هم به بحث و مناظره پرداختند، بوده است. این مناظره‌ها که برای تلویزیون در نظر گرفته شده بود از بسیاری از فرستنده‌های رادیویی نیز پخش شد. بعدها معلوم شد که این مناظره‌ها به سناتور کندی - نامزد حزب دموکرات برای ریاست جمهوری آمریکا که ناشناخته‌تر از رقیب جمهوریخواه خود نیکسون که معاون رئیس‌جمهوری بود - کمک کردند تا به ریاست جمهوری برسد. در انتخابات موارد بعدی برای مقام‌های گوناگون در سطوح ملی و محلی، پیشنهاد انجام این‌گونه بحث‌ها به‌طور مداوم داده می‌شد اما انجام این مناظره‌ها از رادیو و تلویزیون به مذاکرات مفصل نیاز داشت که همیشه در رسیدن به توافق موفق نبود. نامزدهای شناخته شده‌تر

انجام چنین مناظره‌هایی، از رادیو یا تلویزیون یا هر دو، در مقیاس بسیار محدودی در جاهای دیگر (برای مثال در فرانسه در سال‌های ۱۹۸۱ و ۱۹۸۵) تجربه شده است اما به دلایل کاملاً مربوط به شیوه پخش رادیو تلویزیونی تجاری آمریکا، اساساً به‌صورت یک پدیده آمریکایی باقی مانده است. در مراحل اولیه تکامل این شیوه، شبکه‌ها و ایستگاه‌های آمریکایی شروع به طبقه‌بندی سخنرانی‌های سیاسی به عنوان آگهی‌های تبلیغاتی کردند و از نامزدها (یا احزاب) برای دسترسی آنها به مخاطبان داخلی به نرخ‌های تجاری پول گرفتند. بیشتر کشورهای اروپا چنین فروش‌هایی را منع کرده‌اند. در بیشتر دموکراسی‌های اروپا به حزب‌های مخالف براساس معیارهایی مانند تعداد اعضای آنها در پارلمان، آرای اکتسابی در انتخابات پیشین، یا آمار اعضای احزاب، به نسبت زمان رایگان در رادیو و تلویزیون داده می‌شود. شیوه آمریکا، به خاطر مقررات پولی آن، شیوه‌ای غیردموکراتیک به‌شمار می‌آید و حتی در خود آمریکا نیز به آن انتقاد می‌کنند. اعتراض دیگر به شیوه موجود از طرف خود پخش‌کنندگان آمریکا مطرح شده است. پخش یک برنامه سیاسی، به‌ویژه در مناسب‌ترین زمان ممکن، عموماً به مفهوم لغو یک برنامه سرگرم‌کننده درآمدزا و الزاماً از دست دادن نسبتی از تماشاگران به کانال‌های رقیب دیگر بوده است. بنابراین پخش یک مباحثه سیاسی به منزله یک خطر تجاری بدون توجه به نتیجه آن بود. راه‌حل پیشنهادی این بود که همه شبکه‌های تجاری «مباحثه‌های بزرگ» را رایگان پخش کنند.

اگر چه این کار به موضوع فروش زمان برای بحث‌های سیاسی خاتمه نمی‌داد اما پخش‌کنندگان دست‌کم امیدوار بودند آن را به حداقل برسانند و تا حد امکان به جای دوره‌های

■ عواملی مانند وفاداری حزبی، الگوهای معمولی رای دادن، ظاهر و شکل نامزدها، تفسیر و پوشش مطبوعات و رادیو تلویزیون و همچنین بحث‌های سیاسی در خانه و در محل کار، همه در جریان یک مبارزه انتخاباتی تأثیر دارند.



■ **تأثیر مناظره‌های تلویزیونی انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۹۶۰ در آمریکا، موضوع مطالعات متعدد بوده است.**

■ **مطالعات انجام شده نشان داده است که درباره‌ی مناظره‌های تلویزیونی به عنوان رویدادی منزوی نمی‌توان به‌طور معنی‌داری مطالعه کرد، بلکه داشتن دیدگاهی که قادر به بررسی منابع چندگانه نفوذ و کنش متقابل آنها باشد، لازم است.**

توماس. ای. پاترسون کارشناس امور سیاسی آمریکا با استفاده از دو نمونه برای این موضوع را نشان داد: اول مصاحبه‌هایی بود که بلافاصله پس از مناظره سال ۱۹۷۶ بین جیمی کارتر و جرالده فورد (پیش از این که تفسیرهای رسانه‌ها در این مورد پخش شود) و دیگری مصاحبه‌هایی که دوازده ساعت بعد انجام شد. پاترسون متوجه شد که اکثریت نمونه اول فورد را برنده مناظره می‌دانستند اما اکثریت نمونه دوم، تحت تأثیر انتخاب مفسران رسانه‌ها، کارتر را برنده مناظره اعلام کردند.

حتی کسانی که علاقه چندانی به سیاست نشان نمی‌دهند به مناظره‌ها گوش می‌دهند. بررسی‌ها نشان داده است که پس از یک مناظره این افراد نیز مانند کسانی که می‌گفتند به سیاست علاقه دارند، از مواضع نامزدها درباره مسایل و اختلافات آنها خبر داشتند. به علاوه، پس از یک مناظره و پخش تفسیرهای رسانه‌ها درباره آن، به ویژه با توجه به تازه‌واردان (مثلاً کندی در ۱۹۶۰ و کارتر در ۱۹۷۶) توصیف مردم از نامزدها متنوع‌تر و کمتر قالبی و کلیشه‌ای است. همه مطالعات حاکی از افزایش آگاهی و علاقه مردم است اما میزان این آگاهی و علاقه با توجه به زمان پخش مناظره‌ها متفاوت بوده است. وقتی مناظرات ریاست جمهوری در زمانی که دیدگاه‌های مردم متبلور شده بود انجام می‌شد و از این مهمتر اگر پیش از مراحل اولیه مبارزات انتخاباتی انجام می‌شد (مثل مورد مناظره‌ها بین جورج بوش و رونالد ریگان در ۱۹۸۰) میزان آگاهی و علاقه اندک می‌شد.

تأثیر مناظره‌ها بر آرای مردم عموماً کم بوده است. به‌طور متوسط فقط سه درصد رأی دهندگان اعتراف می‌کنند که تحت تأثیر قرار می‌گیرند و این رقم برابر کسانی است که در انگلستان گفتند تحت تأثیر قرار می‌گیرند. اما در آینده تأثیر مناظره‌های تلویزیونی ممکن است افزایش یابد زیرا نفوذ وفاداری حزبی در تعدادی از کشورها روبه‌کاهش، درصد رأی دهندگان تصمیم‌نگرفته روبه‌افزایش است، و بیشتر رأی‌دهندگان در مراحل آخر یک مبارزه انتخاباتی تصمیم می‌گیرند. با توجه به این گرایش‌ها - و نقش برجسته رسانه‌ها در مبارزه‌های انتخاباتی - ممکن است مناظره‌های تلویزیونی نقش فزاینده‌ای بین منابع متعدد نفوذ بر تصمیم رأی‌دهندگان ایفا کنند. □

نمایانگر آزمایش‌های جدی نامزدها هستند زیرا ابتکار در دست پرسش‌کنندگان است و علاوه بر آن، طفره رفتن از پاسخ دادن یا دادن پاسخ‌های متضاد و ناهماهنگ - عادت همیشگی سیاستمداران - به سهولت آشکار می‌شود.

تأثیر مناظره‌های تلویزیونی انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۹۶۰، تا حد کمتری تأثیر مناظره‌های بعدی، موضوع مطالعات متعدد بوده که بعضی از آنها تأثیر اولیه و از بین رفتن تدریجی آن را طی زمان از طریق مصاحبه با افراد یکسان در چند موقعیت بررسی کرده‌اند. با وجود این بزودی معلوم شد که درباره این مناظره‌ها به عنوان رویدادهای منزوی نمی‌توان به‌طور معنی‌داری مطالعه کرد بلکه داشتن دیدگاهی که قادر به بررسی منابع چندگانه نفوذ و کنش‌های متقابل آنها باشد، لازم است. عواملی مانند وفاداری حزبی، الگوهای معمولی رأی دادن، ظاهر و شکل نامزدها، تفسیر و پوشش مطبوعات و رادیو و تلویزیون، و همچنین بحث‌های سیاسی در خانه و در محل کار، همه در جریان یک مبارزه انتخاباتی تأثیر دارند.

شرایط حاکم بر مناظره‌ها نیز مطرح است. مناظره‌ها، رویدادهای رسانه‌ای شده‌اند که با مقدار زیادی تبلیغات قبلی انجام می‌شوند و رسانه‌های چاپی و الکترونیکی مانند یک رویداد بزرگ ورزشی با آنها برخورد می‌کنند. مفسران پیش و پس از مناظره‌ها علاقه دارند تعیین کنند که چه کسی ممکن است برنده شود یا برنده شده است. با توجه به قدرت رسانه‌ها برای تمرکز و جلب توجه مخاطبان، تفسیرهای آنها بر برداشت‌های مردم از مناظره‌ها تأثیر می‌گذارد.

طولانی به زمان‌های کوتاه‌تری محدود کنند. به این ترتیب شیوه پخش سیاسی آمریکا اساساً به صورت شیوه فروش وقت باقی مانده و هر جا که امکان حصول توافق وجود داشته باشد بحث‌های رایگان نیز آن را تکمیل می‌کنند.

تحقیق

اگر چه مناظره‌های سیاسی تلویزیونی به شکل‌های متعددی در آمده و اجرا شده، مقررات و آئین‌نامه روشن همیشه از ویژگی‌های آن بوده است. در بحث‌های کندی - نیکسون هر نفر اجازه داشت متنی را به عنوان مقدمه بخواند که طرف دیگر هنگام ایراد آن چیزی نمی‌گفت. دو نفر به جای بحث مستقیم بایکدیگر به پرسش‌های روزنامه‌نگاران جواب می‌دادند. نامزدها از پیش از پرسش‌ها خبر نداشتند جز این که می‌دانستند در حوزه‌های خاصی است که پیشتر درباره آن توافق کرده بودند (مثلاً امور خارجی، اقتصادی). یک رئیس جلسه نوبت صحبت هر طرف را تعیین می‌کرد و زمان صرف شده برای هر پاسخ را نگه می‌داشت. مناظره‌ها در اکثر موارد با تغییراتی جزئی با این الگو انجام و در زمان پربیننده تلویزیون پخش شده است.

مناظره‌ها یک شکل مشخص ارتباط سیاسی را تشکیل می‌دهند که رأی‌دهندگان از طریق آن امکان ارزیابی صلاحیت نامزدها را پیدا کرده و مواضع آنها را درباره مسایل مقایسه می‌کنند. مناظره‌ها از جمله موارد اندکی در طول یک مبارزه انتخاباتی هستند که در آن می‌توان به بررسی تاحدی مشروح اعلامیه‌های سیاسی پرداخت. علاوه بر این مناظره‌ها