

اشاره

این مقاله گزارشی از بررسی نگرش روزنامه‌نگاران نسبت به افکار عمومی است که از طریق مصاحبه با ۲۶ روزنامه‌نگار شاغل در مونترال، کبک و اتاوا به دست آمده است. «افکار عمومی» واژه‌ای دو پهلو در زندگی روزمره و بحث‌های علمی است. این دو پهلویی در پاسخ‌های روزنامه‌نگاران هم بازتاب یافته است. برخی از آنان همزمان تعاریف متناقضی از افکار عمومی ارائه کردند که می‌توان آن را با مفهوم نظریه «تفکر دوگانه» توجیه کرد. در مجموع، افکار عمومی به عنوان مجموعه‌ای از آرای فردی در مورد یک مسأله عام‌المنفعه تلقی نمی‌شود. پنج ماه قبل از انتخاب فدرال ۱۹۹۳، به نظر می‌رسید که کیم کمپل پیروزی آسانی به دست می‌آورد. افکار عمومی به وضوح به نفع او بود چنان‌که نظرسنجی‌ها و تحلیلگران سیاسی نشان می‌دادند به نظر می‌رسید کاندایدی‌ها برای اولین بار در آستانه انتخاب یک زن برای بالاترین مقام اجرایی کانادا هستند. اما همین که مبارزات انتخابی آغاز شد افکار عمومی به برخی از اظهارات و اقدامات او که خطاهای سیاسی نام گرفت واکنش منفی نشان داد. مسلماً وسایل ارتباط جمعی نقش مهمی در تغییر افکار عمومی داشتند. از قرن نوزدهم افکار عمومی تداعی‌کننده ارتباطات جمعی است. امروزه با وجود نگرش‌های کمی ۳۰ سال اخیر در ارتباط دادن نظرسنجی‌ها به افکار عمومی، هنوز افکار عمومی را از بسیاری جهات با رسانه‌ها مرتبط می‌دانند. افکار عمومی به طور جزئی یا کلی از طریق وسایل ارتباط جمعی ارائه می‌شود و به وسیله آن شکل می‌گیرد، از آن متأثر می‌شود یا صرفاً به وسیله آن خلق می‌شود. ماهیت ارتباط بین افکار عمومی و رسانه‌ها دوگانه است اما وجود چنین ارتباطی غیرقابل انکار است. به همین دلیل، مصاحبه‌هایی با گروهی از روزنامه‌نگاران انجام دادیم تا نگرش آنان را نسبت به افکار عمومی بسنجیم.

افکار عمومی: شکل‌گیری و اقناع

نویسنده: آن ماری گینگراس؛ جین پیر کرییر
ترجمه: علی مهرطلب

افکار عمومی، دوپهلویی و نمادگرایی

اگر چه عبارت «افکار عمومی» غالباً توسط روزنامه‌نگاران، سیاستمداران و سخنگویان گروه‌ها به کار می‌رود، اما مفهوم آن مبهم است. نه تنها در کاربرد روزمره دوپهلویی باشد بلکه در بحث‌های علمی نیز مفهوم روشن و واحدی ندارد.

افکار عمومی را می‌توان سطحی و در حال نوسان دید یا می‌توان آن را ثابت و تغییرناپذیر دانست. افکار عمومی می‌تواند با حالات عمومی و تفکرات غیرمنطقی یا با عقیده جمعی منظم‌تر و منطقی‌تر مربوط باشد. می‌توان آن را از طریق نظرسنجی به دست آورد و از همان طریق نیز کنترل کرد. می‌توان آن را زاینده نظرسنجی‌هایی دانست که بیرون از اطلاعات نظرسنجی واقعیت خارجی ندارد.

مفهوم افکار عمومی موضوع بحث دانشمندان علوم اجتماعی در چند دهه اخیر بوده است. بیش از ۵۰ تعریف جمع‌آوری شده توسط چایلدز Childs در سال ۱۹۶۵ گواه پیچیدگی مفهوم آن است. گرچه تداعی افکار عمومی با نظرسنجی‌ها پس از دهه ۷۰ به آن (به آسانی) وجهه علمی بخشید، اما جدال بر سر معنی آن ادامه داشته چنان که می‌توان آثار آن را در اختلاف بین جامعه‌شناسان فرانسوی بوردیو Bourdieu و شامپاین Champagne و دانشمندان علوم سیاسی از مؤسسه ملی علوم سیاسی فرانسه مشاهده کرد. چون افکار عمومی مفهومی است که شکاف بین مواضع ایدئولوژیکی مختلف مکاتب روشنفکری در آن نمود می‌یابد، تعجبی ندارد که این اختلاف نظر بی‌پایان باشد. مفهوم متعارف افکار عمومی مربوط به یک عقیده مورد بحث در دل یک نظام مردم‌سالار است که مردم می‌توانند با تفکر عقلانی بر خود حکومت کنند. تمایل دموکراتیک برای «حکومت مقبول» قطعاً مبتنی بر وجود افکار عمومی مطلع است. در این مفهوم، عقل عمومی مترادف با تفکر عقلانی است. اصطلاح افکار عمومی، خوشایند

«ارزشمندترین آرزوی مشترک سیاسی» مبنی بر این است که اراده مردم در جریان خ-واهد بود (Edelman, ۱۹۷۷) و چون مربوط به نقش مردم در نظام سیاسی است، فاصله بین مکاتب مختلف فکری در آن نمود می‌یابد. اولین مکتب، اثبات‌گرایی لیبرال است که با وجود آن افکار عمومی مجموع عقاید فردی یعنی عقیده غالب در مورد یک موضوع عام‌المنفعه یا یک مسأله اجتماعی است (Yeric Todd, ۱۹۸۹). این تعریف بر اعتقاد به ظرفیت همه گروه‌های جامعه برای گذشتن از منافع خود به نفع عموم استوار است. افکار عمومی به عنوان مجموع عقاید فردی بر اکثریت دلالت دارد. طبق

■ امروزه با وجود نگرش‌های کمی ۳۰ سال اخیر در ارتباط دادن

نظرسنجی‌ها به افکار عمومی، هنوز افکار عمومی را از بسیاری جهات با رسانه‌ها مرتبط می‌دانند.

■ افکار عمومی به طور جزئی یا کلی از طریق وسایل ارتباط جمعی ارائه می‌شود و به وسیله آن شکل می‌گیرد، از آن متأثر می‌شود یا صرفاً به وسیله آن خلق می‌شود.

این عقیده هر گروه می‌تواند با عزم جمعی، خود را اداره کند و پایه هر نظام دموکراسی لیبرال باشد. به نظر اثبات‌گرایان افکار عمومی را می‌توان از طریق نظرسنجی و سایر روش‌های کمی به دست آورد.

تعریف دوم از افکار عمومی را می‌توان در نظریه انتقادی یافت. این تعریف اشاره‌ای خیالی و آرمانی است که اساساً نقش یک اصل را ایفا می‌کند که به گفتمان‌ها و اقدامات سیاسی مشروعیت می‌بخشد و به بیان ملموس‌تر، نتیجه انتشار عمومی سخنان گروه‌های سیاسی و رسانه‌هاست (Champagne, ۱۹۹۰). افکار عمومی

برخلاف تصور رایج، مجموع عقاید فردی نیست بلکه توسط کنشگران اجتماعی که برنامه‌های خود را با خواسته‌های مردم پیوند می‌دهند تا مشروعیت خود را افزایش دهند، شکل می‌گیرد. (Chaudemaison, ۱۹۸۹). این دیدگاه با دیدگاه اثبات‌گرایی تکثرگرایی لیبرال عمیقاً دارای تضاد فکری است. مقاله مشهور بوردیو Loirionpublique neuist pas در ۱۹۷۳ مرجع اصلی این اختلاف است؛ و مبتنی بر این باور است که نظرسنجی‌ها نمی‌توانند ذهنیت مردم را آشکار کنند. به دلایل متعدد، او معتقد است که جمع‌آوری عقاید فردی نمی‌تواند به یک معیار منطقی از «میانگین» عقاید منتهی شود. به نظر بوردیو، نظرسنجی‌ها سوالات خاصی را به عنوان مسائل عمده سیاسی مطرح می‌کنند که در واقع دغدغه‌های طبقه سیاسی را منعکس می‌کند.

پاسخ‌های محدودی را تحمیل می‌کنند که امکان بیان گزینه‌های دیگر را محدود می‌کند. نظرسنجان از توجه به مفهوم اصلی خودداری از پاسخ، اجتناب می‌کنند و در نتایج نظرسنجی پاسخ‌ها همیشه به همان شکل تفسیر و تعبیر می‌شود، گرچه ممکن است سوالات به دلایل مختلفی مانند ویژگی‌های طبقاتی، تحلیل سیاسی، علاقه به موضوع مصاحبه و غیره پاسخ داده شده باشند.

روش‌شناسی

در سال ۱۹۹۴ با ۲۶ روزنامه‌نگار که مسائل سیاسی را پوشش خبری می‌دادند در شهرهای کبک، مونترال و اتاوا مصاحبه‌ای صورت گرفت. اگر چه هدف ما مصاحبه با روزنامه‌نگاران از تمام روزنامه‌ها بود، اما نتوانستیم این کار را انجام دهیم چون روزنامه‌نگاران کبکی در دسترس نبودند. ما می‌خواستیم روزنامه‌نگاران را از تمامی روزنامه‌های سیاسی وارد تحقیق کنیم. تعداد روزنامه‌نگاران مطبوعات بیشتر از نویسندگان رادیو و تلویزیون (۱۶ از ۲۶)

■ ماهیت ارتباط بین افکار عمومی و رسانه‌ها دوگانه است اما وجود چنین ارتباطی غیرقابل انکار است.

است. با این همه، این نمونه می‌تواند تا حدودی نماینده قابل اطمینانی از توزیع کلی روزنامه‌نگاران مطبوعات و رادیو و تلویزیون باشد. مصاحبه‌شوندگان نویسندگان سرمقاله و ستون‌نویسان و گزارشگران مطبوعات شامل خبرنگاران پارلمانی از مجمع ملی کبک^۱ و مجلس عوام، خبرنگاران سیاسی محلی، میهمانان رادیو تلویزیونی و گزارشگران تلویزیونی هستند. هفت روزنامه‌نگار کمتر از ۱۰ سال تجربه دارند، ۱۰ نفر بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۹ نفر بیش از ۲۰ سال (یکی ۲۵ سال) تجربه دارند. ۱۱ زن و ۱۵ مرد در این بررسی شرکت کردند.

تحقیق کیفی نمی‌تواند بیانگر رویکرد جامعه باشد، اما نحوه نگرش افکار عمومی را توسط گروهی از مردم که باید در طول کار خود دائماً آن را مورد توجه قرار دهند روشن می‌کند.

دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران در مورد افکار عمومی

با در نظر گرفتن دو پهلویی (ابهام) مفهوم متعارف افکار عمومی و بحث روشنفکران درباره آن، تصمیم گرفتیم تا به مصاحبه‌شوندگان، دو تعریف عمده را ارائه دهیم و از آنها بخواهیم که نظر خود را نسبت به آن بیان کنند. سؤال مطرح شده چنین بود:

«در علوم اجتماعی، دو تعریف عمده از افکار عمومی وجود دارد. اولی این است که چه چیزی از طریق نظرسنجی سنجیده

می‌شود و دوم این که افکار عمومی زائیده یک سری از عوامل اجتماعی مانند نظرسنجان، نهضت‌های اجتماعی، لابی‌ها و متخصصان است. در این مورد چه نظری دارید؟» پرسش‌هایی نیز برای ارائه جزئیات بیشتر طراحی شده بود.

به گمان ما فراتر رفتن از بحث ابهام مفهوم افکار عمومی در آغاز کار از اهمیت برخوردار بود. لذا این تحقیق برای تشخیص موضع روزنامه‌نگاران در رابطه با دیدگاه‌های سازه‌گرا (Constructivist) و اثبات‌گرا در زمینه رسانه‌ها و سیاست طراحی شد.

تحقیقات قابل ملاحظه‌ای در جامعه‌شناسی ارتباطات از اواخر دهه ۷۰ کار رسانه‌ها را به عنوان نوعی سازندگی معرفی کرده است، حتی اگر این سازندگی نتیجه جریان‌های سازمانی و نگرش روزنامه‌نگاران یا روابط قدرت در جامعه باشد، این عقیده در فرهنگ روزنامه‌نگاری متداول بوده و به گمان ما می‌تواند عقاید روزنامه‌نگاران را نسبت به افکار عمومی تحت تأثیر قرار دهد تا آنان به افکار عمومی به عنوان یک سازه بنگرند.

به نظر همه روزنامه‌نگاران، افکار عمومی ایده‌ای مبهم است از طریق ارائه دو تعریف در ابتدای مصاحبه نتوانستیم این ابهام را برطرف کنیم. ۱۵ نفر از مصاحبه‌شوندگان از انتخاب هر یک از این دو تعریف خودداری کردند. ۱۳ نفر از آنان هر دو تعریف را کاربردی دانستند. دو تن از مصاحبه‌شوندگان به شدت مصاحبه‌گران را سؤال پیچ کردند. گروه‌های مختلف روزنامه‌نگاران (مطبوعات، رادیو، تلویزیون یا سرمقاله‌نویسان، خبرنگاران پارلمانی و غیره) هیچ تفاوتی در پاسخ‌هایشان بروز ندادند.

به نظر اکثر روزنامه‌نگاران، افکار عمومی صرفاً مجموع آرا و عقاید فردی نیست. فقط پنج نفر از آنان چنین دیدگاهی داشتند. به نظر سایر روزنامه‌نگاران، افکار عمومی مفهوم بسیار

پچیده‌تری دارد. آنها پاسخ‌های متعددی برای توصیف آن ارائه کردند. اول و مهم‌تر از همه این که، افکار عمومی به نظر اکثریت، ارتباط دائم بین رسانه‌ها و مردم است. برای توصیف آن باید حتی از شیمی و فیزیک هم کمک گرفت. در توصیف آن تعبیراتی نظیر «جریان مستقیم»^۲ بین آنچه مردم فکر می‌کنند و آنچه در رسانه‌ها یافت می‌شود، «اتصال»^۳، «واکنش زنجیره‌ای»^۴ و «واکنش بالقوه شیمیایی»^۵ به کار رفته است.

تردید درباره افکار عمومی منجر به بحث، بر سر وجود آن و تعداد معانی آن شده است. چهار روزنامه‌نگار، با صراحت، افکار عمومی را مورد تردید قرار دادند. آنان هر چند به شوخی شک و عدم اطمینان خود را ابراز کردند.

یک مجری رادیویی گفت: این اصطلاح یک دام است و در موقعیت‌های سیاسی و انتخاباتی به کار می‌رود. آیا افکار عمومی وجود دارد؟

من مطمئن نیستم و نمی‌دانم. آیا کارایی دارد یا خیر... وقتی عبارت «افکار عمومی» را می‌شنویم باید تلویزیون را خاموش کنیم. یک خبرنگار پارلمانی گفت: «افکار عمومی، جانوری مثل غول زیر تختخواب پسر است.»

تعداد معانی ارائه شده توسط هر کدام از مصاحبه‌شوندگان زیاد بود. ۱۷ روزنامه‌نگار تعاریف چندگانه‌ای از افکار عمومی دادند که با هم پیوستگی معنایی نداشت. این دو پهلویی یا ابهام تعجب‌آور نیست زیرا افکار عمومی یک اصطلاح سیاسی است که بر نقش مردم در برابر دولت دلالت دارد و حداقل دو دیدگاه متضاد در مورد این نقش وجود دارد. تفسیر آزادی‌گرا از افکار عمومی به نقش اساسی مردم در درون یک دموکراسی و اعتقاد به نظام مردم‌سالاری اشاره دارد در حالی که تعبیر انتقادی به ساخت (ایجاد) یک گفتمان عمومی توسط کنشگران اجتماعی که از منافع خود دفاع می‌کنند دلالت دارد، گفتمانی که اراده مردم در آن جایی ندارد.

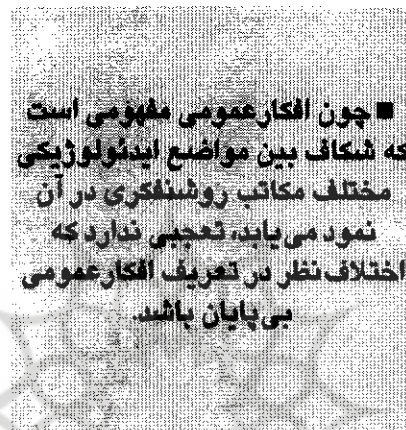
این دو پهلویی، ماهیت زبان سیاسی طراحی شده برای تبیین روابط قدرت و ایفای نقش در ایجاد آنها را منعکس می‌کند. دیدگاه ساختگرا در زمینه کار رسانه‌ها بر فرهنگ روزنامه‌نگاری سایه افکنده است. ۱۸ نفر از ۲۶ مصاحبه‌شونده شکل‌گیری افکار عمومی را تا اندازه‌ای به کنشگران اجتماعی نسبت می‌دهند.

تصور آنان از افکار عمومی مبتنی بر دو نظریه غالب است. اولی این است که شکل‌گیری افکار عمومی توسط کنشگران اجتماعی دلالت بر تسلط آنان بر آرای فردی دارد. از این دیدگاه، مردم اطلاعات را از کنشگران اجتماعی می‌گیرند که قادر به کنترل مباحث عمومی و سیاست عمومی موجود به نفع خود هستند. طبق گفته یک روزنامه‌نگار تلویزیونی: «افکار عمومی مسلماً کنترل می‌شود چون مردم فقط به‌طور جزئی آگاه می‌شوند... ما اطلاعات را تقسیم می‌کنیم به طوری که کنترل عقیده مردم در تمامی جنبه‌های کوچک آسان‌تر است... مردم تصویر کلی را دریافت نمی‌کنند. جنگ خلیج فارس را در نظر بگیرید که شاید بهترین مثال از نحوه تأثیرپذیری افکار عمومی باشد. شما تنها بخشی از اطلاعات را ارائه می‌دهید، تنها یک گفتمان و تصویرسازی وجود دارد و سپس یک نظرسنجی به عمل می‌آید که می‌گوید: «بله مردم با مداخله کانادا در جنگ موافقت».

نظریه دوم به شباهت بین افکار عمومی و بحث عمومی اشاره می‌کند. موضوع عمومی کنشگران اجتماعی که دسترسی به فضای عمومی دارد با افکار (عقیده) مردم در مورد یک مسأله اشتباه گرفته می‌شود.

یک خبرنگار پارلمانی گفت: «افکار عمومی آن عقیده‌ای است که رهبران فکری یعنی نظر مردان و زنان سیاسی، مؤسسه‌های نظرسنجی، رسانه‌ها، نهضت‌های اجتماعی، لابی‌ها، متخصصان و سرمقاله نویسان به‌طور عام مطرح

می‌کنند» طبق گفته او و تعداد کثیری از مصاحبه‌شوندگان، حدوداً ۵۰ نفر در کبک وجود دارند که عقایدشان در تصمیم‌گیری‌ها در نظر گرفته می‌شود. عقاید آنان روزنامه‌ها را برمی‌کند و نظر مردم تلقی می‌شود. تفاوت‌هایی اساسی بین این دو تفسیر از افکار عمومی که هر یک بر پایه استدلال‌های مختلفی استوارند وجود دارد، اما برخی از روزنامه‌نگاران از هر دو نظریه



حمایت می‌کنند. اولی دلالت بر کنترل دارد یعنی ذهنیت مردم تحت تأثیر گفتمان کنشگران اجتماعی قرار دارد. دومی ارتباطی با ذهنیت مردم ندارد و صرفاً گفتمان عمومی کنشگران اجتماعی است. گفتن این که افکار عمومی هر دوی این‌هاست، متناقض به نظر می‌رسد، چون بدان معناست که افکار عمومی هم ذهنیت مردم است و هم نیست.

تناقض و تفکر دوگانه^۶

اظهارات ضد و نقیض برخی از روزنامه‌نگاران را باید مورد توجه قرار داد. به کارگیری مصاحبه نیمه منظم، امکان سنجش خط فکری هر کدام از روزنامه‌نگاران از طریق بررسی تعاریف رسمی آنها از افکار عمومی (معمولاً مبهم) و مثال‌های آنان از ساخت افکار عمومی را برای ما فراهم می‌کند.

ابهام اظهارات برخی روزنامه‌نگاران نه تنها مورد توجه مصاحبه‌گر و محقق قرار

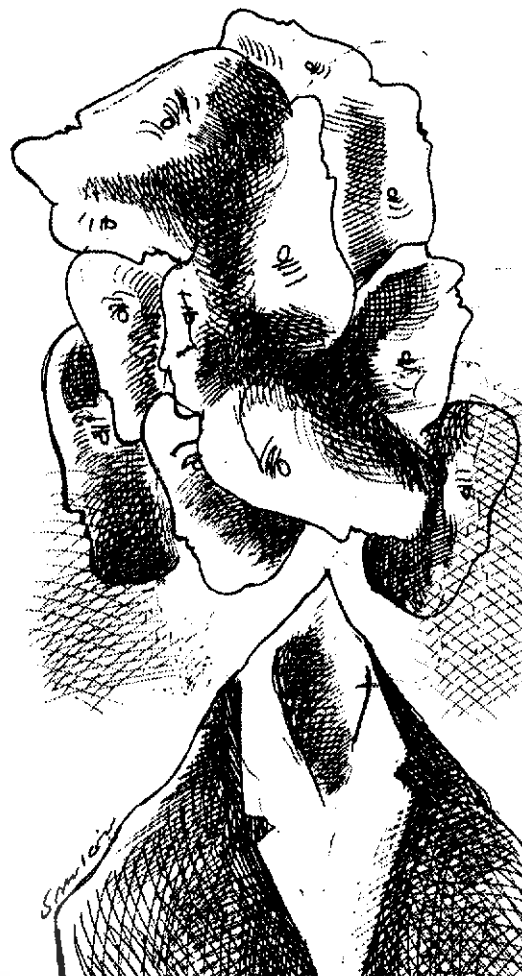
گرفت بلکه برخی مصاحبه‌شوندگان نیز از داشتن عقاید ضد و نقیض (خود) آگاه بودند. این موارد، خطاهای استدلالی در نتیجه عدم توانایی برای ابراز افکارشان نبود. برخلاف تصور، دو پهلویی‌ها اغلب از جانب مردمی ابراز می‌شود که نظرات پیچیده را تشریح می‌کنند و مسائل سیاسی را در توصیف موقعیت‌ها درک می‌کنند.

این دو پهلویی‌ها را می‌توان با «تفکر دوگانه» جرج ارول مقایسه کرد که به معنای داشتن دو عقیده متضاد در آن واحد و آگاهی از آن و اعتقاد به هر دو است.

دانستن و ندانستن، آگاهی از صداقت کامل در حال گفتن دروغ ساختگی، داشتن دو عقیده متضاد، دانستن تناقض آنان و اعتقاد به هر دوی آنها... اعتقاد به این که دموکراسی غیرممکن می‌باشد و این که حزب حاکم حافظ دموکراسی است... (Orwell, ۱۹۵۰)

این نقل قول از ارول ما را به این مسأله رهنمون می‌کند که مردم غالباً آگاهانه عقاید (نظرات) متضادی دارند. اما عقاید و وابستگی‌های سیاسی ساده و عقلانی نیستند بلکه نتیجه تفکر عقلانی و احساسات می‌باشند. فرآیندهای شناختی سیاسی تا حدی ناخودآگاه هستند. بنابراین تفکر دوگانه، وابستگی (پایندی) ناآگاهانه به عقاید ناهمگون است. طبق گفته گرین (۱۹۸۷)، تفکر دوگانه یک فرآیند ذهنی است که در جوامع آزاد نظیر ایالات متحده وجود دارد. ما معتقدیم که این فرآیند در سیاست خیلی معمول است.

تفکر دوگانه را بایستی از دوپهلویی متمایز کرد، چون اولی یک فرآیند ادراکی است و دومی به دو پهلویی‌ها و تضادهای زبان سیاست اشاره می‌کند. در حالی که تفکر دوگانه آگاهانه یا ناآگاهانه است و تعمدی ندارد ولی دو پهلویی همیشه هدفمند و فریبنده است. برخی مؤلفان اصطلاحات مختلفی در مورد دوپهلویی گویی به کار برده‌اند. «پیام دوگانه»^۷ ممکن برای نیل به اهداف خود استفاده می‌کند.



«Jamison ۱۹۹۲» «پیوند متضاد»^۸ (۱۹۸۸)

(Kertzer) و وارونگی سلسله مراتب ارزشی (Edelman ۱۹۸۸) همگی بر کاربرد دوپهلویی در زبان سیاست و بسیاری از معانی رایج لغات تأکید دارند.

در حالی که تفکر دوگانه تا حدی یک فرآیند روان‌شناختی معمولی است، دو پهلوی‌گویی آن را تقویت می‌کند. ناهماهنگی ایدئولوژیکی تبدیل به یکی از ویژگی‌های طبیعی (عادی) زندگی سیاسی شده است.

فراهم بودن دو الگوی تشریحی مبتنی بر استدلال‌های مختلف امکان‌سازگاری اجتماعی را فراهم می‌کند چون دیگر نیازی به انتخاب بین دو دیدگاه متضاد نیست. ناهماهنگی ایدئولوژیکی را می‌توان در دو پهلویی زبان سیاسی که در خدمت اهداف ویژه‌ای است، مشاهده کرد. «استادان متقاعدسازی» (اقناع) از علایم دوگانه برای گنج کردن گروهی از حضار و اغوای گروهی دیگر برای انتقال معانی که به دلایل مختلف قابل تصریح نمی‌باشند استفاده

می‌کنند» (Jamison ۱۹۹۲).

به علاوه، ناهماهنگی ایدئولوژیکی سیاستمداران فاصله زیادی بین گفتار و اعمالشان به وجود می‌آورد. طبق گفته کرتزر، این «یکی از قوی‌ترین ابزارهای است که سیاستمداران برای مشروعیت بخشیدن به اعمال سیاسی غیرمطلوب خود دارند» (Kertzer ۱۹۸۸).

موری ادلمن نیز شکاف بین گفتار و کردار (عمل) را به جلب رضایت ارتباط می‌دهد: «زبان سیاسی می‌تواند حمایت عمومی و جلب آرامش عمومی را با وجود سایر اقدامات ناقض اصول اخلاقی حفظ کند و عموماً چنین کاری را با افکار اصولی که چنین اقداماتی بر آن استوارند و با حفظ

تنها اثراتی از آن اصول انجام می‌دهد» (Edelman ۱۹۸۸). تفکر دوگانه و دوپهلویی به خاطر تضاد با دیدگاه غالب عقلانی در علوم اجتماعی، به طور گسترده در جامعه‌شناسی سیاسی شناخته نشده است. این دو، نقش زبان سیاسی را در کارکرد نظام سیاسی نشان می‌دهد چون کشمکش‌های سیاسی کشمکش‌هایی در حیطه معانی و اوزگان است. درک مشترک از افکار عمومی بر نمایش نقش جمعیت در دموکراسی دلالت دارد. از آنجا که مردم مشروع‌ترین (قانونی‌ترین) مرجع می‌باشند افکار عمومی «اعتقاد اساسی به جهان نمادین جوامع آزادینخواه» است (۱۹۸۰ Padialezu). بنابراین زبان سیاسی خالق واقعیت‌ها و باورهای سیاسی است. برای تحریک افکار عمومی باید افراد حاکم پیش از نظام سیاسی ظاهر شوند. به نظر محققان انتقادی معنی مشترک افکار عمومی کنشگران اجتماعی، تحت پوشش اراده مردمی یا منافع عمومی است.

در چه صورتی افکار عمومی را می‌توان به عنوان تفکر دوگانه شناخت؟ اگر افکار عمومی منعکس‌کننده ذهنیت مردم و ساخته یک کنشگر اجتماعی باشد. به عنوان مثال، یک خبرنگار مطبوعاتی تشریح کرد که افکار عمومی مجموع آرای فردی است که

متأثر از افراد ذی‌نفع است. علاوه بر این، وی معتقد است که افکار عمومی توسط کنشگران اجتماعی شکل می‌گیرد و ممکن است ارتباطی با ذهنیت مردم نداشته باشد. وی با اشاره به حاکمیت حزب فدرال در اتاوا گفت: در کبک می‌گویند (مردم) کبک چنین و چنان فکر می‌کند در حالی که (مردم) کبک آنطور فکر نمی‌کند (چنین نظری ندارند) گروه‌ها در تلاش برای ایجاد اتفاق نظر در مورد یک موضوع یا هدف می‌باشند و سپس این دیدگاه تبدیل به دیدگاه کبک می‌شود. افکار عمومی زاینده اقدامات هدفمند گروه‌های ذینفع است که از تمامی وسایل ممکن برای نیل به اهداف خود استفاده می‌کنند.

تفکر دوگانه در توصیف یک سرمقاله‌نویس از افکار عمومی، درباره انتقال یک بیمارستان از مرکز مونترال به حومه ریوی به خوبی تبیین شده است. وی به طور مفصل و با جزئیات کامل اقدامات گروه‌های لابی و موفقیتشان را در تحصیل دیدگاه‌های خود طی بحث عمومی تشریح کرد. مخالفان، راهبردی برای جلوگیری از انتقال بیمارستان ابداع کرده بودند. یک گروه ذینفع که ادعای نمایندگی مونترال را داشت در تشکیل یک ائتلاف موفق و با جمع‌آوری اطلاعات به وزیر بهداشت حمله کرد. بحث بر سر تعداد تختخواب‌های مورد نیاز در هر منطقه بود. هر طرف کارشناسان خود را به همراه آمار جامع در اختیار داشت. «افکار عمومی طرف مخالفان را گرفت... افکار عمومی را به سختی می‌توان جلب کرد. برخی افراد سخنگوی افکار عمومی هستند، آنان رهبرانی هستند که نماینده اتاق بازرگانی، جامعه پزشکی و مراکز علمی و دانشگاهی را دارند. افکار عمومی به وضوح مخالف جابه‌جایی بود.»

مصاحبه‌گر بار دیگر سؤال اول مصاحبه را مطرح کرد، این بار با کلمات متفاوت. «آیا افکار عمومی نظر مردم است یا زاینده کنشگران اجتماعی است؟»

لابی‌ها و رسانه‌ها، در مرحله اول به این موضوع علاقه نداشتند، هیچ‌کس چیزی نمی‌دانست. در مقطعی یک کنشگر اجتماعی متوجه می‌شود که چیزی در جریان است، رسانه‌ها را مطلع می‌سازد سپس ائتلافی از گروه‌ها برای واکنش علیه اقدام یک سیاستمدار شکل می‌گیرد و افراد مربوط (ذی‌نفع) وارد این درگیری (کشمکش) می‌شوند. مصاحبه‌گر سپس از سرمقاله‌نویس پرسید که آیا در این مورد شکل‌گیری اجتماعی افکار عمومی وجود داشته یا خیر؟ وی به این مسأله معتقد بود و افزود: «تک تک مردم نمی‌دانستند که

■ افکار عمومی برخلاف تصور رایج، مجموع عقاید فردی نیست بلکه توسط کنشگران اجتماعی که برنامه‌های خود را با خواسته‌های مردم پیوند می‌دهند تا مشروعیت خود را افزایش دهند، شکل می‌گیرد.

بیمارستان باید منتقل شود. آن‌ها نمی‌دانستند و اهمیتی هم نمی‌دادند.» شکل‌گیری اجتماعی افکار عمومی برای این روزنامه‌نگار مسلم بود. با این حال وی افزود: «من افکار عمومی را پیرامون خود، در صفحات نامه به سردبیر، در تماس‌های مردم با جنگ‌های رادیویی و... حس می‌کنم.»

اعتقاد به این مسأله که افکار عمومی ساخته کنشگران اجتماعی و ذهنیت مردم است بدون در نظر گرفتن این که کنترل اعمال شده است یا نمایندگی تام گروه‌ها از جانب مردم می‌باشد، در واقع نوعی تفکر دوگانه است.

سایر موارد نیز به همین طریق با پدیده تفکر دوگانه توصیف شد. بارزترین نمونه به وجود افکار عمومی مربوط می‌شود. یک مجری رادیویی گفت که افکار عمومی یک «جریان» است و شک پیر بردیوراد در مورد وجود افکار عمومی مطرح کرد: «وقتی که اصطلاح افکار عمومی را به کار می‌برم، معمولاً در خطاب به یک وزیر می‌گویم

طبق افکار عمومی، شما... می‌دانم که او وارد بحث خواهد شد. به نظر من یک مفهوم واقعی نمی‌باشد. من چنین عبارتی را در گفت‌وگو با رایان نمی‌گویم چون او مدت مدیدی روزنامه‌نگار بوده و می‌داند که چنین چیزی (افکار عمومی) وجود ندارد.»

پنج دقیقه بعد وی افزود: برخلاف آنچه گفتم، اگر شما به تماس‌های تلفنی مردم با برنامه‌های رادیویی گوش کنید و نامه‌های ارسالی به سردبیر را ببخوانید، به افکار عمومی اعتقاد خواهید داشت. به نظر این مجری رادیویی، افکار عمومی وجود ندارد اما می‌توان آن را درک کرد.

عقاید و اقتناع

دیدگاه سازه‌گرا (Constructivist) در مورد افکار عمومی که مورد قبول اکثر روزنامه‌نگاران است بر درک آنان از اقتناع سیاسی تأثیر دارد. این مسأله موضوع اصلی عوامل بر افکار عمومی یا شکل‌گیری آن بود. به نظر ۲۱ روزنامه‌نگار افکار عمومی اصلاً یا صرفاً مجموع آراء و عقاید فردی در مورد یک مسأله نیست. بنابراین برای درک موضوع اقتناع باید از مفاهیم جامعه‌شناختی و سیاسی کمک گرفت و نه مفاهیم روان‌شناختی. افکار عمومی از نظر پیوستگی اجتماعی مورد بحث قرار گرفت. از این رو برخی مصاحبه‌شوندگان از عباراتی نظیر «ایدئولوژی» و «سلطه ایدئولوژیک» استفاده کردند.

تداعی افکار عمومی با ایدئولوژی یعنی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، منافع و جهت‌گیری‌های کنشی که به آن نوعی ثبات یا تکامل تدریجی می‌دهد. روزنامه‌نگارانی که از دید آنها افکار عمومی یک نوع ایدئولوژی است، از تعبیراتی نظیر جریان ثابت فکری، روندهای کند فکری، اضافه وزن ذهن، میراث مشترک و طرز تفکرها استفاده می‌کنند. افکار عمومی حتی با سلطه (هژمونی) ایدئولوژیک تداعی

می‌شود. اصطلاحی که مبدع آن آنتونیو گرامشی و معنای آن «برتری یک گروه اجتماعی از طریق توانایی آن در مسلط بودن و پیشرو بودن» است. مضمون سلطه این است که اقتناع نقش بسزایی در اداره یک جامعه تأسیس شده براساس توافق گروه‌هایی که به طور احساسی تشکیل شده‌اند ایفا می‌کند. یک خبرنگار پارلمانی اهمیت واژه «سلطه» را در تشریح کوشش کنشگران اجتماعی حاکم برای ایجاد افکار عمومی در راستای منافع اقتصادی خود به کار برد و از این جهت تسلط را با رهبری افکار تداعی کرد. این کنشگران اجتماعی از راهبردهای خاصی استفاده می‌کنند.

آنان منافع خاص خود را با مطرح کردنشان و به روش مطلوب برای حل مشکلات سیاست عمومی ارتقاء می‌بخشند. او به مثال کاهش کسر بودجه اشاره کرد که هنگام زیر سؤال رفتن بودجه‌های برنامه اجتماعی به بحثی حیاتی تبدیل شد. به گفته او افزایش ناگهانی اهمیت کاهش کسری بودجه در اثر تمایل نخبگان (کارشناسان) به قطع برنامه‌های اجتماعی ایجاد شد و عملاً به عنوان دلیل اصلی فقدان نظارت بر بودجه‌های عمومی مورد توجه (حمله) قرار گرفت. برای تغییر افکار عمومی که به عنوان ایدئولوژی مدنظر است، به گفته این خبرنگار پارلمانی کنشگران اجتماعی حاکم می‌توانند در مورد یک مسأله عمومی ایجاد وحشت کنند و سپس راه‌حلی که منطبق با منافع آنان است ارائه دهند. از این دیدگاه، می‌توان گفت که راه حل پیش از مسأله وجود دارد، اگر چه ایجاد مسأله و راه حل آن مطلق نیست. بنابراین، درجه اهمیت مفروض یک مسأله مطابق با ضرورت رسیدن به اهدافی که به طور تصنعی با آن ارتباط یافته‌اند تغییر می‌کند. ایجاد افکار عمومی در مورد کاهش کسری به عنوان جلب رضایت مدنظر است که ضرورتی برای تسلط مسالمت‌آمیز و مشروع است. واژه

«سلطه» در میان مصاحبه‌شوندگان رواج نداشت اما واقعیت آن به وسیله دو سوم آنان بیان شد. افکار عمومی به عنوان ابزاری برای ایجاد رضایت (اتفاق نظر)، جلب حمایت، توجیه و مشروع‌سازی توصیف شده است. کنشگران اجتماعی در نوشته‌ها و سخنان خود به افکار عمومی بسیار اشاره می‌کنند چون مشروعیت مردمی برای نشر ایده‌ها (عقاید) ضروری است. بنابراین افکار عمومی «روشی برای تحت‌تأثیر قرار دادن تقاضای مردمی می‌باشد نه الزاماً منعکس کننده آن» (Edelman ۱۹۷۷).

یک مجری رادیویی این ایده را مطرح کرد. «تمامی کنشگران اجتماعی تمایل به استفاده از افکار عمومی در راستای ایجاد اتفاق نظر درباره نقشه‌هایشان و به منظور افزایش مشروعیت خود دارند. افکار عمومی یک اصطلاح سیاسی است که نه عملی است و نه جامعه‌شناختی بلکه فعال و داوطلب‌گرا است. افرادی که آن را به کار می‌برند به عامه مردم نیاز دارند تا به اقداماتشان مشروعیت ببخشند».

تحریک افکار عمومی، افکار فردی را نیز تحت‌تأثیر قرار می‌دهد. اعتقاد به این که مردم از یک طرح سیاسی حمایت می‌کنند می‌تواند حمایت بیشتری را جلب کند، چنان که تحقیق در زمینه تأثیر چرخه‌ای، نشان داده است (Guay, ۱۹۸۹; Cloutier, Ndeau

علاوه بر هژمونی، مفاهیم «ابزار وضعیت‌ایدئولوژیکی»^۱ و «مفسران اولیه»^۲ که گویای دغدغه‌های روزنامه‌نگاران ما در مورد ترغیب سیاسی است را می‌توان تشریح کرد. نظریه‌پردازان انتقادی از اصطلاح ابزار وضعیت‌ایدئولوژیکی یا ابزار ایدئولوژیکی برای توصیف نقش سازمان‌های خصوصی یا عمومی در توزیع ایدئولوژی حاکم استفاده می‌کنند. اصطلاحی که توسط فیلسوف فرانسوی لویی آلتوسر ابداع شد. یک خبرنگار مطبوعاتی جوان، رسانه خود را به عنوان یک ابزار ایدئولوژیکی توصیف کرد و گفت:

کنشگران اجتماعی از افکارسنجی‌ها برای القاء این عقیده که حمایت وسیع مردمی برای ایده‌ها یا طرح‌هایشان وجود دارد، استفاده می‌کنند.

«من واقفم که در یک مؤسسه. رسانه. کار می‌کنم که به ایجاد و انتقال عقاید برخی گروه‌ها کمک می‌کند. من مخالف این مؤسسه و سایرین که ادعای انتقال افکار عمومی و سخن گفتن از جانب مردم را دارند هستم. منطقی آنها قدرت و پول است... من دوست ندارم هر روز عقاید گروه‌های فشار را پخش کنم. رسانه‌ها باید از عملکرد ایدئولوژیک و احمقانه خود دست بردارند و نگهبان دموکراسی باشند. مضمون سلطه (هژمونی) وجود یک الگوی غالب برای تفسیر رویدادهاست».

استوارت هال اصطلاح «مفسران اولیه» را برای افراد یا کنشگران اجتماعی که رویدادها را ابتدا تفسیر و سپس نظرات خود را طی مباحث عمومی تحمیل می‌کنند، ابداع کرده است. آنان معمولاً افرادی هستند که حکومت می‌کنند، تجارت می‌کنند و بخشی از گروه‌های نخبه می‌باشند (Hall, ۱۹۷۸). مصاحبه‌شوندگان ما هنگام توصیف افکار عمومی در مورد برخی مسائل نظر مشابهی داشتند. پیگیری رضایت در قضیه آخرین قانون ثبت اختراعات دارویی شایان توصیف است.

عقاید و نظرسنجی‌ها

افکار عمومی معمولاً با نظرسنجی تداعی می‌شود. اما این ارتباط از جانب مصاحبه‌شوندگان شدیداً مورد سؤال قرار گرفت. تنها در ابتدای مصاحبه از نظرسنجی توسط مصاحبه‌گر یاد شد سپس تنها دو مصاحبه‌شونده تصمیم گرفتند که به طور خلاصه عقیده خود را در مورد نظرسنجی تبیین کنند و سایر مباحثات در این مورد بعداً توسط مصاحبه‌شونده‌ها آغاز شد. در کل ۲۴ نفر از ۲۶ روزنامه‌نگار دیدگاه‌های خود را در

مورد نظرسنجی‌ها اعلام کردند. اتکا به نظرسنجی محدود بود و تنها سه نفر معتقد بودند که نظرسنجی‌ها عقیده مردم را منعکس می‌کنند. نه نفر مردد و ۱۲ نفر مخالف بودند. رتوس بحث هر دو گروه مشابه هم بود. آنچه اولی را از دومی متمایز می‌ساخت این عقیده بود که با وجود نقاط ضعفشان، نظرسنجی‌ها می‌توانند بخش کوچکی از عقیده مردم را منعکس کنند. به عنوان مثال یک ستون‌نویس در همان حال گفت که «نظرسنجی‌ها به خوبی می‌توانند افکار مردم را بسنجند» و «آنها کنترل می‌شوند». مثالی دیگر از تفکر دوگانه و انتقادات، تقریباً تمامی جنبه‌های افکارسنجی را از طراحی سؤالات تا تفسیر نتایج توسط مطبوعات شامل می‌شد. بیشترین اظهارنظر در مورد ماهیت فریبنده افکارسنجی بود. نمونه‌های بسیاری از افکارسنجی‌های فریبنده ارائه شد.

یک خبرنگار پارلمانی گفت: به نظر می‌رسد سیاستمداران فراموش می‌کنند که مردم چگونه با صراحت و مهارت به نظرسنجان پاسخ می‌دهند اما در واقع طور دیگری عمل می‌کنند. این که دروغ‌ها در نتایج نظرسنجی مورد بررسی قرار نمی‌گیرند یکی از ضعف‌های عمده است. وی همچنین گفت سؤال‌ها و پاسخ‌ها بیشتر در جهت حمایت از علایق طبقه سیاسی است تا کشف نظرات مردم در مورد یک موضوع.

به نظر پنج روزنامه‌نگار، افکارسنجی فریبنده است چون هر پدیده‌ای را به دو بُعد تقلیل می‌دهد در حالی که واقعیت سه بُعدی است. یک مجری رادیویی اظهار داشت: «من باور نمی‌کنم که فردی آن قدر احمق باشد که باور کند نظرسنجی‌های پیچیده‌ای وجود دارند که می‌توانند افکار عمومی را بسنجند».

به علاوه شک و تردید درباره افکارسنجی از تفکری نشأت می‌گیرد که آن را ابزاری برای اقدامات سیاسی و در خدمت کنترل افکار عمومی می‌داند.

کنشگران اجتماعی از افکارسنجی‌ها برای انقاع این عقیده که حمایت وسیع مردمی برای ایده‌ها یا طرح‌هایشان وجود دارد، استفاده می‌کنند. یک سرمقاله‌نویس به ما گفت: «من مطمئنم افرادی هستند که در اختراع استادند؛ چه نوع افکارسنجی می‌توانیم انجام دهیم تا به نفع ما باشد. این عقیده به چند نحو ابراز شد، مثلاً یک مجری رادیویی گفت: «فقط به من بگو که چه پاسخی می‌خواهی، من سؤال آن را خواهم نوشت.» او از بیان این که نظر او در این راستا مورد تأیید افکارسنجان دانشگاه مونترال قرار گرفته به خود می‌بالید.

پنج روزنامه‌نگار مخالف این عقیده بودند که هرکسی باید عقیده‌ای داشته باشد، برخلاف «عرف» که عقل و عقیده را با هم مرتبط می‌کند. چنان که یک مجری تلویزیون گفت: «مردم باهوشند بنابراین عقیده (نظر) دارند.» از بین این پنج روزنامه‌نگار، برخی گفتند که امتناع از پاسخگویی دارای یک مفهوم واقعی است که هرگز در نتایج افکارسنجی مورد توجه قرار نمی‌گیرد. یک خبرنگار مطبوعاتی گفت: «در یک نظرسنجی، اخبار واقعی این بود که یک سوم از پاسخ‌دهندگان نظری نداشتند.» در افکارسنجی غالباً از مردم می‌خواهند که در مورد مسائلی صحبت کنند که هرگز به گوششان نخورده است. همچنین، تجزیه و تحلیل امتناع از پاسخ دادن (چیزی که افکارسنجان انجام نمی‌دهند) روشن می‌کند که مردم چگونه نظر می‌دهند، یعنی آیا از طریق تجزیه و تحلیل سیاسی، وابستگی‌های اخلاقی یا از روی علاقه و غیره پاسخ می‌دهند. نهایتاً ۱۶ روزنامه‌نگار نظر خود را در مورد تأثیر افکارسنجی تبیین کردند. ۱۳ نفر از آنان معتقد بودند که افکارسنجی بر مردم یا سیاستمداران یا نحوه پوشش یک قضیه توسط رسانه‌ها تأثیر می‌گذارد. اگر چه افکارسنجی در بحث عموم مورد توجه است اما می‌تواند فریبنده و کنترل شده باشد. بنابراین به گفته یک مجری رادیو،

«نظرسنجی می‌تواند یک حرکت دروغین عقیدتی ایجاد کند که تأثیری واقعی دارد.»

نتیجه

مصاحبه‌های انجام شده با ۲۶ روزنامه‌نگار به طور آشکار نشان می‌دهد که آنان تصویر مبهمی از افکار عمومی دارند و برخی حتی نظرات متناقض دارند. اما این مسأله آنان را از کاربرد مکرر این اصطلاح باز نمی‌دارد. نتوانستیم در تعریف مصاحبه‌شوندگان از افکار عمومی به یک تعریف صریح دست یابیم. با این همه، چشم‌اندازی از نحوه شکل‌گیری افکار عمومی به دست آمد. به نظر پاسخگویان افکار عمومی عمدتاً به دست کنشگران اجتماعی شکل می‌گیرد از جمله رسانه‌ها. این نظریه بر کنترل افکار فردی از یک سو و بر گفتمان عمومی کنشگران اجتماعی یا ساده‌تر بحث عمومی از سوی دیگر دلالت دارد. رسانه‌ها کم و بیش نقش تعیین‌کننده‌ای در انتقال نظرات کنشگران اجتماعی دارند.

دو وجهی بودن افکار عمومی و تعاریف متناقض ارائه شده را می‌توان به کمک مفهوم تفکر دوگانه توجیه کرد. این پدیده، ناهماهنگی ایدئولوژیکی موجود در زندگی سیاسی را روشن می‌کند. هنگامی که عمل و گفتار نباید مطابق هم باشند، جلب رضایت عمومی بر سیاست عمومی حقیقی یا اقدام سیاسی متکی نیست بلکه به نحوه ارائه آن سیاست‌ها و اقدامات بستگی دارد. مفهوم افکار عمومی اهمیت ترغیب در حکومت را گوشزد می‌کند. بنابراین، گرچه مفهوم متعارف افکار عمومی ظاهراً به معنای «مردم» است، اما بررسی دقیق این مفهوم تعریف متفاوتی را آشکار می‌سازد. به عقیده ۲۱ روزنامه‌نگار، افکار عمومی بیشتر به عنوان یک موضوع (مسأله) توصیف می‌شود تا یک نیروی سیاسی. آنچه ارائه می‌شود استقلال یا توان افکار عمومی نیست بلکه جنبه ارجاعی آن است. بحثی درباره اراده یا عمل افکار عمومی نمی‌شود، بلکه

چگونگی استفاده از آن مطرح است. چهره‌های سیاسی به قدری ذهن خود را درگیر افکار عمومی می‌کنند که می‌ترسند اقدامات آنان رضایت آنچه را که افکار عمومی تصور می‌شود برآورده نسازد. کنشگران اجتماعی به هنگام ارائه نظرات خود، انجام اقدامات یا اعلام طرح‌های خود، افکار عمومی را به عنوان شاخص در نظر می‌گیرند. بسیاری از روزنامه‌نگاران از این که در متن فرآیند شکل‌گیری افکار عمومی بر مبنای روزانه قرار داشتند آگاه بودند.

آیا افکار عمومی می‌تواند بدون ارتباط جمعی دوام بیاورد؟ مطمئناً برای بقاء، نیاز به یک فضای عمومی دارد، چون با ارائه نظرات سروکار دارد. ذهنیت‌ها و کلمات ابزاری نوین برای اداره دموکراتیک‌ترین جوامع هستند. ارتباط جمعی آنان را انتقال می‌دهد، از این رو نقش مهمی در این سیاست ایفا می‌کند. اگر چه این تحقیق ادعا نمی‌کند که گویاست، اما می‌توان گفت که مصاحبه‌شوندگان نشان داده‌اند که کار روزانه‌شان شامل انتقال عقایدی است که می‌تواند نه تنها بر درک ما از جهان بلکه بر مناسبات سیاسی و از این طریق بر روابط قدرت تأثیر گذار باشد. □

منبع:

Marie Gingras, Anne and Pierre Carrier, Jean, Public Opinion: Construction and Persuation Canadian Journal of Communications, Vol 21, No 4, 1996.

پی‌نوشت‌ها:

1. Quebec, Assemble nationale
2. Chain direct current
3. Fusion
4. Chain Reaction
5. Chemical Reaction
6. Double Tink
7. Double Message
8. Joinig Together of Opposites
9. Fluid
10. Idological State apparatus
11. Primary definers