

## احزاب سیاسی، مطبوعات حزبی و روزنامه‌های مستقل

حسین افخمی

عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی

مطبوعات سیاسی و احزاب سیاسی در جوامع معاصر دو نهاد اجتماعی پر قدرت محسوب می‌شوند و کشوری را نمی‌توان یافت که بدون مطبوعات هویت ملی داشته باشد. اما هستند کشورهایی که فاقد نهاد حزبی هستند و یا احزاب سیاسی آنها چندان کارایی ندارد. کشور ایران با بیش از ۱۶۰ سال سابقه‌ی انتشار مطبوعات و کمتر از صدسال فعالیت حزبی هنوز فاقد یک ساختار اجتماعی است که بتواند رابطه‌ی بین این دو نهاد را تبیین کند. توسعه‌ی وسایل ارتباط جمعی، گسترش سوادآموزی، بالارفتن میزان شهرنشینی و علاقه‌ی مردم به مشارکت سیاسی به‌منظور دستیابی به یک جامعه‌ی مبتنی بر عدالت، آزادی و دموکراسی ضرورت بررسی روابط بین دو نهاد را طلب می‌کند. تاکنون به جز مطالعات جزئی و پراکنده هیچگونه مطالعه‌ی جامعی در این زمینه انجام نشده است. بررسی حاضر بر لزوم پژوهش‌های تاریخی و میدانی روی دو نهاد مذکور تأکید دارد که می‌تواند از یکسو به فعالیت‌های مطبوعاتی و روزنامه‌نگاری ثبات ببخشد و از سوی دیگر کارایی نهادهای سیاسی از جمله احزاب و مجلس را افزایش داده و مشارکت مردمی را بیشتر نماید.

### مطبوعات و احزاب: دو نهاد سیاسی

روابط سیاسی در یک جامعه را می‌توان حداقل در پنج سطح مورد بررسی قرار داد. این سطوح عبارتند از: نظام سیاسی و مردم، نظام سیاسی و نهادهای سیاسی، نهادهای سیاسی با یکدیگر، نهادهای سیاسی و مردم و بالاخره مردم با مردم. در این نوشته فقط روابط بین دو نهاد حزب و مطبوعات مورد بررسی قرار می‌گیرد. در وهله‌ی اول روابط بین این دو نهاد را می‌توان شبیه به رابطه بین مرغ و تخم مرغ توصیف کرد که تعیین تقدم و تأخر یکی بر دیگری

دشوار است. شواهد تاریخی نشان می‌دهند که مطبوعات همواره ابزاری مهم برای احزاب سیاسی بوده‌اند، یعنی هر حزبی پس از تأسیس دست به انتشار نشریه‌ای زده است. گاهی نیز از درون یک روزنامه یک رهبر سیاسی سربرآورده و سپس به تأسیس یک حزب سیاسی دست زده و از آن روزنامه در جهت اهداف حزبی سود جسته است. مواردی نیز بوده که حزبی تعطیل شده ولی روزنامه‌ی آن حزب تا مدت‌ها با کارکردهای مشابه منتشر شده است. نکته‌ی مهم این است که روزنامه درست مثل یک حزب می‌تواند اهداف سیاسی را توسعه دهد؛ در مقایسه با سایر رسانه‌ها ارزان‌تر است و در مواقع خاص می‌تواند در کنار حزب با استفاده از زبان مشترک و به‌کارگیری رنگ‌های مشابه از مواضعی یکسان دفاع کند.

میکائیل شودسون (۱۹۸۹: ۳۰۷) در دائرةالمعارف علوم ارتباطات دو عامل مهم توسعه‌ی اجتماعی در قرن نوزدهم اروپا را مدیون تغییرات به‌وجود آمده در حوزه‌های ارتباطات سیاسی توصیف می‌کند. وی از ظهور احزاب سیاسی به‌عنوان نهادی برای شکل دادن به‌افکار عمومی و شکل‌گیری مطبوعات سیاسی برای انتقال پیام‌های سیاسی یاد می‌کند. در اهمیت این موضوع فردیناند تونیس جامعه‌شناس آلمانی در سال ۱۹۲۲ نوشت: "هر کس که مطبوعات را کنترل کند، جهان را کنترل می‌کند یا به‌عبارتی افکار عمومی جهان را در اختیار دارد." از دیدگاه تونیس تنها مطبوعاتی آزاد محسوب می‌شوند که از نظر مالی متکی به تکفروشی باشند و در واقع بدون کنترل و دستکاری به افکار عمومی تعلق داشته باشند. از زاویه نقش رسانه‌ها از جمله مطبوعات "جان تامسون" (۱۹۹۴) چهار نوع قدرت را از یکدیگر تفکیک می‌کند که عبارتند از: قدرت‌های سیاسی، اقتصادی، فهری و نمادین. وی قدرت نمادین را متعلق رسانه‌های جدید ذکر می‌کند؛ قدرتی که از نظر یورگن هابرماس با توسعه‌ی مطبوعات سیاسی در انگلستان قرن هیجدهم آغاز و با توسعه‌ی رسانه‌های الکترونیکی معاصر به فضای عمومی تبدیل می‌شود. "موریس دورژه" استاد سابق جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه پاریس درباره‌ی اهمیت احزاب سیاسی می‌نویسد: "احزاب به‌همان میزان که افکار عمومی خلق می‌کنند، آن را بیان می‌کنند؛ آنها افکار عمومی را از بین نمی‌برند، بلکه آن را شکل می‌دهند؛ آنها نوعی دیالوگ محسوب می‌شوند و نه پژواک."

در تأیید دیدگاه‌های فوق می‌توان به کاربرد مطبوعات توسط برخی از رهبران سیاسی بزرگ قرن بیستم اشاره کرد. به نقل از لنین رهبر انقلاب اکتبر ۱۹۱۷ شوروی آمده است: "شکل‌گیری یک حزب اگر نمایندگی یک روزنامه‌ی مشهور را نداشته باشد فقط در حد بیان

نظرات باقی خواهد ماند. "دورژه (۱۹۵۴: ۱۵۰) موفقیت لنین در جامعه‌ی روسیه‌ی قبل از انقلاب اکتبر را مدیون نشریه‌ی "ایسکرا"<sup>۱</sup> ذکر می‌کند. موفقیت هیتلر را بیشتر به روزنامه "هوگنبرگ" نسبت می‌دهند که در سال ۱۹۲۹ انتشار آن آغاز شد. همچنین نفوذ سیاسی موسولینی را ناشی از مسئولیتش به عنوان سردبیر روزنامه‌ی آوانتی<sup>۲</sup> در سال‌های قبل از ۱۹۱۹ ذکر می‌کنند (سیموراور، ۱۹۷۴: ۴۵).

### احزاب و مطبوعات حزبی

همانطور که قبلاً اشاره شد شکل‌گیری احزاب سیاسی در جهان به اوایل قرن هیجدهم در انگلستان باز می‌گردد. ادmond burke<sup>۳</sup> که زمانی مطبوعات را رکن چهارم مشروطیت لقب داد، اولین متفکر سیاسی است که در سال ۱۷۷۰ میلادی لزوم فعالیت احزاب به صورت دولت سایه را در رقابت‌های سیاسی نظام‌های پارلمانی پیشنهاد می‌کند. البته چنین ایده‌ای تا اوایل قرن نوزدهم در هیچیک از جوامع غربی به عمل در نیامد.

در انگلستان اواسط قرن نوزدهم تقریباً همه‌ی روزنامه‌های ملی (سراسری) و حدود هشتاد درصد از روزنامه‌های شهرستان‌ها به یکی از دو حزب لیبرال یا محافظه کار و بقیه به احزاب محلی وابسته بودند (نگرین، ۱۹۹۴: ۴۲). در آلمان طی دو جنگ جهانی بیش از دو سوم مطبوعات حزبی بودند. برای مثال کاتولیک‌ها ۴۰۰ نشریه، سوسیال دموکرات‌ها ۲۰۰ و کمونیست‌ها ۵۰ نشریه داشتند. نشریات ارگان حزب نازی آلمان در سال ۱۹۳۰ به ۱۰۰ عنوان می‌رسید. چنین وضعیتی پس از جنگ جهانی دوم به علت تجاری شدن مطبوعات که ناشی از افزایش درآمد آگهی‌ها و فزونی تیراژ بود، تغییر کرد و از تعداد مطبوعات حزبی کاسته شد. اغلب مطبوعات به مالکیت خصوصی درآمدند ولی ارتباط آنها با احزاب همچنان برجای ماند. البته اینگونه تغییرات بیشتر به نفع مطبوعات راستگرا صورت گرفت، زیرا گرایش آگهی‌دهندگان به آنها، سقوط مطبوعات چپ را بدنبال داشت. اما در میان کشورهای اروپایی شاید اطریش تنها کشوری باشد که به علت نفوذ مطبوعات حزبی در آن، دیرتر به این تحول گردن نهاد. به طوری که در سال ۱۹۵۳ حدود ۵۰ درصد از مطبوعات آن وابسته به احزاب سیاسی بود. این رقم در سال ۱۹۷۱ به ۲۰ درصد و در سال ۱۹۹۲ به ۵ درصد کاهش یافت.

عامل مهم دیگری که در کاهش روزنامه‌های غیر حزبی مؤثر بوده، نقش تعیین‌کننده‌ی آگهی‌ها در رونق مطبوعات رایگان است. در آغاز دهه‌ی ۱۹۹۰ بالغ بر ۴۰۰۰ عنوان نشریه‌ی رایگان یا شمارگان تقریبی ۲۰۰ میلیون نسخه در هفته در کشورهای اروپایی در حال انتشار بوده است (فرانکلین، ۱۹۹۱: ۱۰).

### روابط بین احزاب و روزنامه‌ها

رابطه‌ی یک روزنامه و یک حزب را می‌توان از طریق بررسی سه عامل تبیین کرد:  
الف - سازمان: گاهی هر دو نهاد دارای یک سازمان مشترک هستند. عناصری مانند مالک، روزنامه‌نگار، مدیر مسئول، نیراز، کارکنان، بخش آگهی‌ها و خلاصه حروفچینی در روزنامه معمولاً با حزب همگونی دارند ولی نیازی نیست که کارگران چاپخانه با آن همسو باشند. از اینرو در اولین حالت می‌توان مالکیت و مدیریت یک روزنامه را مورد بررسی قرار داد. در این حالت ممکن است حزب به‌طور مستقیم در تأسیس روزنامه سرمایه‌گذاری کند و یا اداره آن را به یک واحد تجاری - تولیدی که به‌طور غیر مستقیم در کنترل حزب است واگذار نماید. در حالتی دیگر، یک روزنامه‌ی سیاسی - حزبی می‌تواند هیچگونه ارتباط سازمانی با حزب نداشته باشد ولی در مواقع ضروری بخصوص در زمان انتخابات از کاندیداهای حزبی حمایت کند. این حالت را که بیشتر در اروپای امروز می‌توان دید از طریق آگهی‌های سیاسی و جهت‌دار که در روزنامه درج می‌شود می‌توان تشخیص داد.

ب - اهداف حزبی: دوری و نزدیکی یک روزنامه به یک حزب سیاسی را می‌توان از طریق بررسی اهداف سیاسی آن روزنامه و حزب مشخص کرد. یک روزنامه می‌تواند بدون آنکه وابستگی سازمانی داشته باشد یا آگهی‌های حزب را درج کند از سیاست‌های حزب در موارد مشخص حمایت کند. در اینجا نیز می‌توان دو حالت را تفکیک کرد. هنگامی که یک نشریه ارگان رسمی یا سخنگوی یک گروه فشار یا ذی‌نفوذ سیاسی یا اجتماعی باشد که به نحوی به حزب وابسته است. همچنین در حالتی که یک روزنامه موضوعی فراتر از یک حزب سیاسی اتخاذ می‌کند و سعی می‌کند در گزارش‌های سیاسی از جمله در امور مربوط به پارلمان و انتخابات رعایت اصول بیطرفی و تعادل را بنماید.

ج - هواداران حزبی: مطبوعات حزبی معمولاً در میان هواداران سایر احزاب خواننده چندانی ندارند، زیرا احزابی که سیاستشان بر آموزش و سازماندهی هواداران مبتنی است در

میان مخالفان به دنبال خواننده نمی‌گردند. البته یک بررسی انجام شده در سه کشور دانمارک، نروژ و سوئد طی سال‌های ۶۹- ۱۹۶۰ نشان می‌دهد که بسیار از رأی دهندگان چپ‌گرا، مطبوعات غیر چپ را مطالعه می‌کنند ولی عکس آن صادق نیست (سیمور - اور ۱۹۷۴: ۱۷۳). علاوه بر موارد فوق در بررسی جایگاه مطبوعات سیاسی و احزاب می‌توان با نگرشی نظام یافته به صورت کلان و ویژگی‌های یک نظام سیاسی را با نظام مطبوعات آن کشور مورد مطالعه قرار داد.

### رابطه‌ی نظام سیاسی و نظام مطبوعاتی

یک روزنامه را می‌توان همسو با یک حزب قلمداد کرد، اگر با حزب دارای یک سازمان مشترک باشد، در نوشته‌هایش وفاداری نسبت به اهداف حزب وجود داشته باشد و یا اینکه خوانندگانش همانند طرفداران حزب جهت‌گیری سیاسی داشته باشند. بنابراین یک نظام سیاسی را با توجه به تعداد روزنامه‌های حزبی آن نیز می‌توان مورد سنجش قرار داد. برای شناخت این رابطه بررسی نظام‌های روزنامه‌ای و حزبی یک کشور با توجه به ویژگی‌های زیر پیشنهاد می‌شود:

### یکم - ویژگی‌های نظام مطبوعاتی

**الف - فرهنگ سیاسی:** مهمترین عامل را می‌توان درک مردم یک جامعه نسبت به نقش مطبوعات در آن کشور دانست. برای مثال در کشورهای بلوک شرق سابق، خاورمیانه، اروپا و یا آمریکای لاتین چنین برداشتی متفاوت است. در یکی مطبوعات ابزار حزب حاکم است و در دیگری در مالکیت بخش خصوصی یا در اختیار افراد با نفوذ سیاسی قرار دارد. از این رو در تمام این نظام‌ها، ارزش سیاسی حاکم بر جامعه یا فرهنگ سیاسی آن، نوعی تعادل بین نظام سیاسی و نظام مطبوعاتی به وجود می‌آورد. عامل دیگری که بر این قضیه تأثیر می‌گذارد میزان پذیرش مداخله‌ی حکومت در این رابطه توسط جامعه است. این مداخلات را می‌توان به اقتصادی، سیاسی و قانونی تقسیم‌بندی کرد. برای مثال در اغلب کشورهای آمریکای لاتین مطبوعات با باجگیری از اشخاص ثروتمند اقدام به درج اخبار مثبت و منفی درباره‌ی آنها می‌کنند. در عرصه‌ی اقتصادی نیز می‌توان به کمک‌های مستقیم یا غیر مستقیم دولت اشاره کرد.

**ب - جغرافیای انتشار و شرایط اجتماعی:** در بسیاری از کشورها مطبوعات محلی و سراسری وجود دارند، در مقابل کشورهایی هستند که مطبوعات منطقه‌ای در آنها اهمیت بیشتری دارند. اما احزاب سیاسی معمولاً سراسری هستند و اهداف ملی را دنبال می‌کنند. همچنین می‌توان مطبوعاتی را یافت که در چندین کشور خواننده می‌شوند و دارای نفوذ منطقه‌ای هستند، نظیر روزنامه‌ی الاهرام، چاپ مصر.

عامل دیگر تفاوت‌های فرهنگی - مذهبی است. در برخی کشورها نظیر هندوستان انتشار مطبوعات تابعی از زبان‌های محلی و مذاهب گوناگون است. از اینرو به سختی می‌توان این‌گونه مطبوعات را در دسته‌بندی‌های حزبی - مطبوعاتی قرار داد.

علاوه بر اینها طبقه‌ی اجتماعی نیز در برخی کشورها در الگوی خواندن مطبوعات تأثیر دارد. برای مثال در کشورهایی که روزنامه‌های کیفی و عامه پسند وجود دارد نوع اول را طبقه‌ی متوسط و بالا و نوع دوم را طبقه‌ی کارگر مطالعه می‌کند.

**ج - عوامل اقتصادی:** مشکلات اقتصادی حاکم بر یک جامعه نیز بر نوع رابطه‌ی احزاب و مطبوعات تأثیر می‌گذارد. گاهی اوقات درآمد سرانه موجب رشد و شکوفایی مطبوعات می‌شود. بخصوص اگر هزینه کم چاپ، نیروی انسانی ارزان و تیراژ کم موجب بقا و مطبوعات باشد.

علاوه بر این عواملی چون حضور چند ملیتی‌ها در جوامعی نظیر آنچه در غرب دیده می‌شود و یا مالکان خصوصی در کشورهای خاورمیانه را باید مورد توجه قرار داد.

## دوم - نظام حزبی

به‌طور کلی کشورهای جهان را براساس نظام‌های حزبی می‌توان به سه گروه تقسیم کرد:  
**الف - نظام‌های فاقد احزاب سیاسی:** که یا شرایط ماقبل احزاب را دارند و به‌طور سنتی اداره می‌شوند و یا اینکه معمولاً دارای پارلمان ولی رقابت‌های حزبی استوار هستند. از دیدگاه سیمور - اور (۱۹۷۴: ۱۸۴) ویژگی‌های مطبوعات در این‌گونه نظام‌ها به قرار زیر است:

- مطبوعات در دست بخش خصوصی قرار دارد ولی از طریق حکومت کنترل می‌شود.  
 همه باید به اهداف سیاسی حکومت وقت وفادار بمانند. اغلب کشورهای خاورمیانه در این ردیف قرار دارند.

احزاب سیاسی، مطبوعات حزبی و روزنامه‌های مستقل □ ۱۰۷

- در خلاء وجود احزاب سیاسی، مطبوعات منافع افراد و گروه‌های با نفوذ را سر لوحه هدف سیاسی خود قرار می‌دهند. مطبوعات کشورهای آمریکای لاتین از جمله پرو عمدتاً سخنگوی گروه‌های ذی‌نفوذ از جمله تجار این کشور هستند.

- در نظام‌های متکی بر حکومت زُنرال‌ها که سوابق حزبی دارند، مطبوعات وفادار به احزاب از بین نمی‌روند، هر چند احزاب تعطیل می‌شوند.

**ب - نظام‌های تک حزبی:** در چنین نظام‌هایی روزنامه ارگان رسمی تنها حزب کشور است با این ویژگی‌ها که:

- روزنامه کاملاً از نظر سازمان و هدف با حزب یکسان است؛

- مطبوعاتی که ارگان حزب حاکم نیستند، مطبوعاتی محافظه‌کار و قدرت‌گرا هستند؛

- در هر دو حالت فوق رژیم سیاسی وفاداری مطبوعات را از طریق فشارهای مستقیم یا در اختیار گرفتن مالکیت آنها کسب می‌کند.

**ج - نظام‌های چند حزبی:** در اینگونه نظام‌های تعدد احزاب و مطبوعات به‌عنوان یک اصل پذیرفته شده است. این نظام‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند: آنهایی که بر دو حزب مسلط استوارند و آنهایی که دارای چند حزب کوچک و گاه چند حزب کوچک و یک حزب مسلط هستند. در این حالت نیز رابطه از وضعیت‌های زیر تبعیت می‌کند:

- همسویی بین مطبوعات و احزاب کم است؛

- همبستگی و وفاداری بین مطبوعات و اهداف حزبی وجود دارد ولی از نظام‌های تک

حزبی کمتر است؛

- مطبوعات در نظام‌های چند حزبی از ثبات بیشتری برخوردارند.

به‌طور خلاصه می‌توان نتیجه گرفت که در نظام‌هایی که احزاب سیاسی به‌طور طبیعی

رشد کرده‌اند سیاستمداران مشتریان مطبوعات هستند و در نظام‌هایی که احزاب سیاسی بر

آنها تحمیل شده است، مطبوعات دنباله‌رو سیاستمداران‌اند.

## مطبوعات و احزاب سیاسی در ایران

از عمر انتشار اولین نشریه‌ی فارسی زبان چاپ ایران نزدیک به ۱۷۰ سال می‌گذرد و این رویداد زمان در کشور ما بوقوع می‌پیوندد که قبلاً ۲۰۰ سال از عمر انتشار اولین نشریات در

جهان گذشته و صنعت چاپ چهارصد ساله شده است. با نگاهی گذرا به تاریخ مطبوعات ایران رابطه بین مطبوعات و احزاب و یا نظام سیاسی و نظام مطبوعاتی را می‌توان تبیین کرد. اشاره‌ای به فشارهای وارده بر مطبوعات می‌تواند رابطه‌ی سه‌جانبه دولت، مطبوعات و احزاب را تا حدی روشن نماید.

گوئل کهن (۱۳۶۰: ۸۳) عصر ناصرالدین‌شاه را دوره‌ی انتشار مطبوعات دولتی ذکر می‌کند و اولین نشریه‌ی غیر دولتی را «تربیت» عنوان می‌کند که در تاریخ ۱۱ رجب ۱۳۱۴ هـ ق (۱۲۷۵ ش) اولین شماره آن نشر یافته است. در بخشی از سرمقاله‌ی آن آمده است: «این ورقه مشتمل بر هر گونه مطالب مفید است و از قید اغراض و رسمیت و مدح و قدح و غیره فارغ و آزاد و قیمت آن سهل و مناسب، نه مجاناً به احدی داده [می‌شود] نمی‌شود، نه حکماً در خریداری آن هر نفسی مختار است و عالم عالم اختیار...» با این طلیعه، مطبوعات سیاسی در انقلاب مشروطیت نقش و کارکردی غیر دولتی پیدا می‌کنند. به طوری که برخی از تاریخ‌نویسان آنها را مطبوعاتی بسیجگر و عامل پیدایش احزاب سیاسی عنوان می‌کنند. به نوشته‌ی حمید مولانا (۱۳۵۷: ۱۷۶) «در دهه‌ی دوم قرن بیستم همزمان با پیدایش دسته‌ها و احزاب سیاسی، سردبیران، مدیران روزنامه‌ها خود را کم و بیش سخنگووارگان رسمی احساس کردند و با جنبش‌های سیاسی این دوره همراه شدند. تا آنجا که قدرت و توانایی روزنامه به همکاری و پشتیبانی احزاب سیاسی بستگی داشت». از سقوط حکومت قاجار و در دوران سلطنت پهلوی اول انتشار مطبوعات با حمایت احزاب علیرغم فشارهای سیاسی ادامه داشت. تنها تغییر عمده‌ای که می‌توان ذکر کرد انتشار روزنامه اطلاعات است که در آن دو عامل تکنولوژی جدید و حضور سرمایه خصوصی را می‌توان مشاهده کرد. «اطلاعات» قدیمی‌ترین روزنامه ایرانی است که با گذشت ۷۵ سال، دو پادشاه و پنج رئیس‌جمهور را دیده و بطور مستمر هنوز منتشر می‌شود. اما فشارهای وارده بر مطبوعات طی سال‌های آغازین ۱۲۱۵ تا ۱۳۲۰ شمسی را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد: حداقل ۵۵ مورد توقیف مطبوعات، ۲۰ مورد آتش زدن دفاتر و غارت اموال آنها، ۱۹ مورد تبعید یا زندان و ۹ مورد اعدام روزنامه‌نگاران و دو فقره ترور آنها.

از دید مورخان سال‌های ۱۳۲۰ تا ۱۳۳۲ نقطه‌ی عطفی در تاریخ مطبوعات سیاسی و حزبی و همچنین احزاب ایران به‌شمار می‌رود، به طوری که در اوائل این دوره حدود ۱۵ حزب با گرایش‌های سیاسی چپ، ملی و مذهبی وجود داشت. تعداد نشریات به عدد چهار



احزاب سیاسی، مطبوعات حزبی و روزنامه‌های مستقل □ ۱۰۹

رقمی می‌رسد و حتی عده‌ای عنوان کل نشریات در سال ۱۳۲۴ را تا رقم ۴۰۰۰ ذکر کرده‌اند (طاهری ۱۳: ۱۹۸۰ به نقل از محمدی ۱۹۹۵). در همین حال تعداد مطبوعات توقیف شده طی این دوره به ۲۵۰ عنوان می‌رسد، ۵ نفر از روزنامه‌نگاران ترور می‌شوند و تعداد کثیری از آنها بارها دستگیر و زندانی می‌گردند و حداقل ۱۲ مورد به دفاتر مطبوعات حمله می‌شود. با این وجود هیچ روزنامه‌نگاری در این دوره به جوخه اعدام سپرده نمی‌شود. یکی از نویسندگان معاصر، دوران حکومت مصدق را دوران طلایی روزنامه‌های حزبی ایران توصیف می‌کند، به طوری که از بین ۳۷۳ عنوان نشریه‌ای که در سال ۱۳۳۱ نشر یافته تعداد ۷۰ عنوان به مخالفان دولت تعلق داشته است (ذاکر حسین ۲۹۱: ۱۳۶۹).

می‌توان نتیجه گرفت که حاصل چند صدایی مطبوعاتی و حزبی در این دوره سبب شکل‌گیری نوعی افکار عمومی شد که در نهایت به ملی شدن صنعت نفت در ایران انجامید، اقدامی که در نوع خود پس از انقلاب مشروطیت یکی از بزرگترین خیزش‌های سیاسی در ایران محسوب می‌شود.

اما کودتا در سال ۱۳۳۲ گونه‌ی دیگری از مطبوعات را به ارمان می‌آورد. همزاد دیگر روزنامه اطلاعات که در سال‌های پس از اشغال ایران متولد شده و پس از مدتی نام «کیهان» را بر خود می‌نهد ویژگی‌های مشابهی با روزنامه اطلاعات دارد. یعنی از تکنولوژی چاپ عالی و سرمایه‌ی خصوصی برخوردار است. از این رو الگوی مطبوعاتی در ایران از سال ۱۳۳۲ به بعد به الگوی کشورهای عربی خاورمیانه شبیه می‌شود. مطبوعات به‌طور عمده در اختیار خانواده‌های ثروتمندی قرار می‌گیرد که بود و نبود آنها به حکومت وقت بستگی دارد و هر دو به یکدیگر نیازمندند. در مقابل، مطبوعات حزبی کشور همواره زیر فشارهای دولتی و سایه‌ی سنگین این‌گونه مطبوعات «رسمی» عمری کوتاه دارند و پس از مدتی ممنوع‌الانتشار می‌شوند. از این رو باید ردپای مطبوعات حزبی را مثل دوران مشروطیت در خارج از کشور جستجو کرد. آخرین نمونه از روزنامه حزبی چاپ داخل کشور در دوران پهلوی دوم روزنامه «رستاخیر» است که مروج نظام تک حزبی در کشور می‌شود. ناگفته نماند که در دوران پس از کودتا فشارهای وارده بر مطبوعات و فعالیت‌های حزبی روندی صعودی داشته است. به طوری که علاوه بر اعدام چنین روزنامه‌نگار، شاهد ممنوع‌القلم شدن ۲۲ نفر روزنامه‌نگار و نویسنده و ممنوعیت انتشار ۱۵۷ نشریه هستیم. برای مثال در سال ۱۳۴۲ تعداد ۹۱ عنوان و بار دیگر در سال ۱۳۵۲ تعداد ۶۴ عنوان یکجا توقیف می‌شوند! به‌طور کلی

فشارهای وارده بر مطبوعات طی این دوران را به دو شکل رسمی و غیررسمی می‌توان تقسیم کرد: برای مثال توقیف مطبوعات، زندانی و تبعید روزنامه‌نگاران به خاطر جرائم سیاسی و اعدام آنها یک رویه رسمی دولتی است که مانعی عمده از سوی قدرت حاکم در راه توسعه‌ی مطبوعات حزبی و سیاسی در ایران قلمداد می‌شود. از سوی دیگر کشمکش‌های سیاسی در دوران جامعه به‌طور غیر رسمی موجب ترور روزنامه‌نگاران یا غارت و تخریب دفاتر مطبوعات بوده است. در اینجا باید از کارکرد گروه‌های فشار سیاسی بجای احزاب سیاسی یاد کرد. تنها استثنا را در دوران ۳۲-۱۳۲۰ می‌توان دید که هیچ‌گونه اعدامی صورت نگرفته است و می‌شود آن را نشانه‌ای از قدرت و نفوذ سیاسی احزاب ذکر کرد که مانعی بر سر راه تسلط قدرت مطلقه دولتی بوده است.

از سال ۱۳۵۷ تا ماه‌های اولیه بروز جنگ بین عراق و ایران به دلایلی از جمله تغییر در نهادهای قدرت ما شاهد انتشار صدها نشریه سیاسی و فعال شدن دهها حزب و جمعیت سیاسی هستیم که البته باز هم عمر آنها دیری نپایید و تدد احزاب و مطبوعات به چندگرایی نینجامید. دوران جنگ نیز که در هر کشوری آزادی‌های سیاسی و مطبوعاتی محدود می‌شود و تابعی از کنترل رسمی دولت بر جریان اطلاعات می‌گردد. در ایران نیز مطبوعات دولتی رواج می‌یابد و عرصه را بر مطبوعات حزبی یا سیاسی آزاد می‌بندد. به‌طوری‌که حتی تنها حزب رسمی کشور نیز تعطیل می‌گردد. اما روزنامه‌ی حزب به انتشار خود ادامه می‌دهد.

با پایان یافتن جنگ، دوران جدیدی در حیات مطبوعات ایران آغاز می‌شود. ویژگی عمده این دوره تعدد مجدد مطبوعات است که از اوایل دهه ۱۳۷۰ با انتشار روزنامه همشهری آغاز می‌شود. تغییراتی هم‌زمان با شروع اصلاحات اقتصادی پس از جنگ که تغییراتی در نظام مطبوعات کشور موجب می‌شود به وجود آمد. یکی افزایش تعداد چاپخانه‌های مطبوعات است. از تغییرات دیگر ورود آگهی‌های تجاری داخلی و سپس آگهی‌های خارجی و به تبع آن شکل‌گیری سازمان آگهی‌ها در خارج از مؤسسات مطبوعات را می‌توان ذکر کرد. براین موارد باید تغییرات ناشی از ورود فن‌آوری‌های جدید ارتباطی - کامپیوتر و ماهواره - را که سرعت تهیه مطالب و انتشار را افزایش داده و چاپ رنگی را همگانی و دسترسی به اطلاعات را آسان‌تر کرده و همچنین بالا رفتن درصد خوانندگان را نیز افزود. در نتیجه این تغییرات امکان انتشار بیشتر مطبوعات، فعال شدن خوانندگان و توسعه گستره فضای عمومی فراهم شد. روند سیاسی شدن مطبوعات را با مقایسه محتوای مطبوعات منتشر شده در طول دوره

مبارزات انتخابات ریاست جمهوری سال‌های ۱۳۷۲ و ۱۳۷۶ می‌توان به‌خوبی مشاهده کرد. در دوره‌ی اول بیش از ده روزنامه، روزانه در تهران منتشر می‌شدند بدون آنکه تفاوت محسوسی در مطالب آنها بتوان یافت. اما در دوره‌ی بعد این تفاوت به‌خوبی مشهود است و به عبارتی طی این دو دوره تعدد مطبوعات به‌سوی تكثر مطبوعات یا چند صدایی در حرکت است. هر چند چنین تغییراتی به فعال شدن احزاب سیاسی منجر نشد و حتی در عرصه‌ی مطبوعات جو بی‌اعتمادی ادامه یافت. آمار نشریات روزانه چاپ تهران طی سه‌ماهه سوم سال ۱۳۷۸ نشان می‌دهد که از مجموع ۳۸ روزنامه روزانه تعداد ۹ روزنامه صرفاً ناشر اخبار و اطلاعات مرتبط به امور ورزشی می‌باشند که بودن شک در تاریخ روزنامه‌نگاری ایران بی‌سابقه است. اگر عمر متوسط روزنامه‌نگاران در تخصص‌های مختلف این حرفه را مقایسه کنیم بی‌شک خواهیم برد که ورزشی نویس‌ها و علمی نویس‌ها بالاترین میانگین سنی را بدست خواهند آورد. کارکرد سیاسی دیگر مطبوعات را می‌توان در ششمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی (بهمن ۱۳۷۸) مشاهده می‌شود. عملکردی که از نقش‌های تعیین شده برای مطبوعات سیاسی فراتر و به کارکردهای حزبی شبیه بود. به عبارتی ما با پدیده‌ای روبرو شدیم که آن را می‌توان ظهور «احزاب مطبوعاتی» نامید. مطبوعاتی که در پی کسب کرسی‌های مجلس هستند تا بتوانند قدرت سیاسی را در اختیار بگیرند. در گزینش نامزدهای انتخاباتی شرکت کردند و سراپا در مبارزات انتخاباتی به تبلیغ پرداختند. در واقع سه نقش عمده‌ای که احزاب به عهده دارند را ایفا نمودند. به بیانی دیگر می‌توان گفت این‌ها احزاب سیاسی هستند که به علت فقدان اعضای رسمی، رهبری با نفوذ، نداشتن امکانات مالی لازم و وجود برخی محدودیت‌های قانونی در امر فعالیت‌های حزبی در قالب مطبوعات فعالیت می‌کنند. اعضای تحریریه اینگونه مطبوعات اغلب فعالان سیاسی یا کارگزاران سیاسی‌اند و روزنامه‌نگاران در این نشریات نقش مشاوره‌ای یا کارشناسی را ایفا می‌کنند.

### خلاصه

با مرور آنچه گذشت وضعیت مطبوعات حزبی و سیاسی آزاد و مطبوعات شبه حزبی در ایران را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:

- به علت روحیه ضد حزبی در دولت‌های معاصر ایران و در نتیجه خلاء وجود احزاب، مطبوعات سیاسی همواره قربانی کارکردهای سیاسی - حزبی‌شان شده‌اند.

- وجود احزاب سیاسی می‌تواند سدی دفاعی برای ثبات مطبوعات سیاسی و فعالیت طبیعی روزنامه‌نگاری سیاسی در ایران باشد.
- همچنین حضور فعال احزاب سیاسی در عرصه قدرت نقش تخریبی گروه‌های فشار علیه مطبوعات را کاهش خواهد داد.
- تنها با وجود چندگرایی و احزاب فعال، نقد و انتقاد (از برنامه‌ها یا کارکردهای دولت و فعالان سیاسی) در مطبوعات معنی‌دار می‌شود و جامعه به سوی خردگرایی حرکت می‌کند.
- همچنین نهادینه شدن احزاب می‌تواند رشد مطبوعات سیاسی آزاد را در پی داشته باشد و از افتادن آنها به ورطه‌ی تجاری شدن محض یا مطبوعات جنجال‌گرا جلوگیری کند.
- فضای رسانه‌ای جدید به خصوص تکنولوژی گرانقیمت چاپ و انحصار آن در دست عده‌ای معدود و درآمدهای کلان ناشی از درج آگهی‌های تجاری خارجی می‌تواند مانعی جدی در راه کثرت‌گرایی مطبوعات قلمداد شود.



## منابع

آلبر، پیروفرناندترو ۱۳۶۳، **تاریخ مطبوعات جهان**، ترجمه هوشنگ فرخجسته، تهران، انتشارات پاسارگاد.

اتحادیه، منصوره ۱۳۶۱، **مرامنامه‌ها و نظامنامه‌های احزاب سیاسی ایران در دومین مجلس شورای ملی**، تهران: نشر تاریخ ایران.

تبریزی‌نیا، حسین ۱۳۷۷، **برخی علل ناپایداری احزاب سیاسی در ایران**. مشهد، انتشارات سیاوش.

دوورژه، موریس ۱۳۶۹، **جامعه‌شناسی سیاسی**، ترجمه ابوالفضل قاضی، تهران، دانشگاه تهران.

ذاکرحسین، عبدالرحیم ۱۳۷۵. **مطبوعات سیاسی ایران در عصر مشروطیت**، چاپ سوم، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

کاظمی، علی‌اصغر ۱۳۷۶. **بحران نوگرایی و فرهنگ سیاسی در ایران معاصر**. تهران، نشر قومس.

کهن، گوئل ۱۳۶۰. **تاریخ سانسور در مطبوعات ایران** (ج ۱). تهران، آگاه.

مولانا، حمید ۱۳۵۸، **سیر ارتباطات اجتماعی در ایران**، با یادداشت‌های رضا مرزبان، تهران، انتشارات دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.

Barbrook Richard (1995) **Media Freedom**, London: Pluto press.

Blumler Jay G. (1995), **The Crisis of Public Communication**, London: Routledg.

Franklin Bob (1994), **Packaging politics**, London: Routledge

Humphreys Peter J. (1996), **Mass Media and Media policy in Western Europe**, Manchester: Manchester University press.

Mcqual Denis (1994), **Mass Communication Theories An Introduction**, London: sage.

Negrine Ralph (1994) **Media and Politics in Britain**, London: Routledg.

Serberny-Mohammadi Annabelle and Ali Mohammadi (1994), **Small Media**,

**Big Small Revolution, Minnesota: University of Minnesota Press.**

Seymour - ure Colin (1974), **The Political Impact of Mass Media**, London: constable.

Thompson, John B. (1994) **The Media and Modernity**, London: potity press.

Tunstall Jeremy (1970), **The westminster Lobby Correspondents**, London: Routledge.

