۱ رسانه به‌مثابه ابزار سلطه

چگونه دولت، اقتصاد و رسانه‌ها افکار عمومی را شکل می‌دهند و مرزهای آنچه را می‌توان گفت تعیین می‌کنند

از: *ح. ج. بارال ۲۰۲۶*

شاید هنگام خواندن این فصل، برخی این ایراد را مطرح کنند که در اینجا صرفاً دموکراسی‌های غربی زیر ذره‌بین قرار گرفته و رژیم‌های اقتدارگرا نادیده گرفته شده‌اند. در نگاه نخست، این ایراد شاید موجه به نظر برسد؛ اما اگر در نظر بگیریم که غرب چگونه خود را مهد دموکراسی و آزادی جلوه می‌دهد، در حالی که دیگر کشورهایی را که در برابر آن سر فرود نمی‌آورند، به‌طور یکجا با برچسب‌هایی چون اقتدارگرا، دیکتاتور یا تمامیت‌خواه طرد می‌کند، شاید این‌طور نباشد. دقیقاً در همین نقطه است که استانداردهای دوگانه خود را نمایان می‌کنند: رویکرد خودی از تیغ نقد مصون می‌ماند، در حالی که مفهوم دموکراسی به ابزاری ژئوپلیتیک برای اعمال قدرت تنزل می‌یابد. و با رژیم‌های تمامیت‌خواهی که با غرب همکاری می‌کنند، معامله می‌شود و خفقان و سرکوب در این کشورها نادیده گرفته می‌شود، چرا که برای تجارت سودآور است.

۱,۱ چه کسی افکار عمومی را کنترل می‌کند؟

«در جهان دو امپراتوری وجود دارد: یکی ایالات متحده آمریکا و دیگری افکار عمومی است.»
دانیله گانزر[۱]

پرسش از اینکه چه کسی افکار عمومی را کنترل می‌کند، ما را مستقیماً به یکی از بنیادی‌ترین مسائل نظریه قدرت در جوامع مدرن رهنمون می‌شود: چه کسی تعیین می‌کند که شهروندان چه چیزی را واقعیت تلقی کنند، کدام مسائل را مهم بدانند و چه افقی از اندیشه و کنش سیاسی را اساساً ممکن تصور کنند؟ در یک دموکراسی پارلمانی، مشروعیت نظم سیاسی به این فرض بنیادین وابسته است که شهروندان بتوانند بر پایه اطلاعاتی مستقل، متکثر و قابل اعتماد، درباره امور عمومی داوری کنند. اما این فرض هنگامی فرو میریزد که جریان اطلاعات، به‌جای آنکه امکان شناخت مستقل واقعیت را فراهم آورد، خود به سازوکاری برای هدایت آگاهی عمومی تبدیل شود.
قدرت در جوامع مدرن الزاماً در قالب فرمان، اجبار یا اعمال مستقیم اقتدار ظاهر نمی‌شود. یکی از مؤثرترین اشکال آن، قدرتی است که پیش از شکل‌گیری داوری سیاسی عمل می‌کند: قدرت تعیین اینکه چه چیزی دیده شود، چه چیزی از حوزه توجه عمومی بیرون بماند و واقعیت‌های موجود در چه چارچوب تفسیری قرار گیرند. این قدرت، نه

[۱] Daniele Ganser دانیله گانسر، تاریخ‌نگار و پژوهشگر سوئیسی، از چهره‌هایی است که با پژوهش‌های خود درباره شبکه مخفی «گلادیو»، ساختار و فعالیت شبکه‌های مخفی وابسته به ناتو را به عرصه بحث عمومی کشاند. او همچنین با طرح پرسش‌ها و تردیدهایی درباره روایت رسمی حملات ۱۱ سپتامبر، به یکی از منتقدان شناخته‌شده این روایت تبدیل شد. (م)

صرفاً بر رفتار انسان‌ها، بلکه بر شرایطی اثر می‌گذارد که در آن‌ها اندیشه و داوری شکل می‌گیرد. هنگامی که سازوکارهای انتخاب اطلاعات، تعیین اهمیت موضوعات و کادربندی[1] رویدادها به‌طور نظام‌مند در خدمت منافع خاص قرار می‌گیرند، نظام رسانه‌ای دیگر صرفاً واسطه انتقال اطلاعات نیست. به بخشی از ساختار قدرت تبدیل می‌شود که از طریق شکل‌دهی به آگاهی عمومی، مناسبات سلطه را بازتولید می‌کند.

در چنین شرایطی، مسأله اصلی دیگر این نیست که آیا رسانه‌ها اطلاعات نادرست منتشر می‌کنند یا خیر. مسأله بنیادی‌تر آن است که آیا ساختار تولید و توزیع اطلاعات، امکان شناخت مستقل واقعیت را فراهم می‌آورد یا از پیش، محدوده آنچه را که می‌توان دانست، اندیشید و به زبان آورد، تعیین می‌کند. سلطه‌ای که در این سطح عمل می‌کند، برای تثبیت خود الزاماً به سانسور آشکار یا تحمیل مستقیم عقاید نیاز ندارد. کافی است شرایطی فراهم شود که در آن، برخی واقعیت‌ها به‌طور مستمر در معرض دید قرار گیرند، برخی دیگر به حاشیه رانده شوند و چارچوب‌های تفسیری معینی چنان بدیهی جلوه کنند که دیگر نیازی به اثبات خود نداشته باشند.

«مرکز فدرال آموزش سیاسی آلمان[2]» در تعریف پروپاگاندا می‌نویسد: «ویژگی پروپاگاندا این است که جنبه‌های مختلف یک موضوع نشان داده نمی‌شوند و دیدگاه‌ها با داده‌ها درهم آمیخته می‌شوند.» این تعریف، معیاری تحلیلی در اختیار ما قرار می‌دهد که می‌توان با استفاده از آن، سازوکارهای تولید و بازتولید آگاهی عمومی را بررسی کرد.

اگر این معیار را نه صرفاً در مورد تبلیغات آشکار سیاسی، بلکه در قبال جریان روزمره اطلاعات در رسانه‌های جریان اصلی به کار گیریم، مسأله‌ای اساسی پدیدار می‌شود: چه زمانی گزارشگری رسانه‌ای، به‌جای فراهم آوردن امکان داوری مستقل، به هدایت نظام‌مند ادراک عمومی تبدیل می‌شود؟ در پوشش بسیاری از بحران‌های معاصر، به‌ویژه هنگامی که منافع سیاسی و اقتصادی قدرتمندی در میان است، به‌جای ارائه طیفی متکثر از دیدگاه‌ها و تفکیک روشن میان داده‌های تجربی، تفسیرها و داوری‌های ارزشی، نوعی چارچوب تفسیری مسلط شکل می‌گیرد. در این چارچوب، برخی مواضع از پیش مشروع و عقلانی تلقی می‌شوند، در حالی که دیدگاه‌های دیگر، پیش از آنکه محتوای استدلالی آن‌ها بررسی شود، به حاشیه رانده یا از حوزه گفت‌وگوی مشروع خارج می‌شوند.

بدین‌ترتیب، مسأله پروپاگاندا را نمی‌توان صرفاً به انتشار اطلاعات نادرست یا دروغ‌های آشکار فروکاست. گاه مؤثرترین شکل هدایت افکار عمومی، نه در آنچه گفته می‌شود، بلکه در آنچه ناگفته می‌ماند، در روابط علّی‌ای که پنهان می‌شوند و در پیش‌فرض‌هایی است که بدون بررسی، به‌عنوان بدیهیات پذیرفته می‌شوند. در چنین وضعیتی، رسانه‌ها می‌توانند حتی با انتشار داده‌های واقعی، تصویری از واقعیت بسازند که در آن، ساختارهای قدرت از حوزه پرسش و نقد مصون بمانند.

این فصل به بررسی سازوکارهای نهادی، اقتصادی و شبکه‌ای این فرایند می‌پردازد. هدف آن، شناخت شرایطی است که در آن، نظام رسانه‌ای به‌جای آنکه زیرساخت شناخت مستقل و نظارت دموکراتیک باشد، به یکی از ابزارهای اساسی شکل‌دهی به آگاهی عمومی و تثبیت مناسبات سلطه تبدیل می‌شود.

---

[1] Framing

[2] https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/krieg-in-den-medien/130697/was-ist-propaganda/?utm_source=chatgpt.com

۱,۲ بنیان‌های ساختاری قدرت رسانه‌ای

«چیزی به نام مطبوعات مستقل در آمریکا وجود ندارد... ما ابزارها و دست‌نشاندگان مردان ثروتمندی هستیم که پشت پرده قرار دارند. ما عروسک‌های خیمه‌شب‌بازی هستیم؛ آن‌ها نخ‌ها را می‌کشند و ما به رقص درمی‌آییم. [۱]»

از سخنرانی جان سوینتون، سرمقاله‌نویس نیویورک تایمز در مقابل همکاران خبرنگار خود در توایلایت کلاب

۱,۲,۱ تمرکز مالکیت رسانه‌ها

اقتصاد بازار رسانه در جوامع سرمایه‌داری، گرایشی ساختاری به سوی انحصار، یعنی سلطه شمار محدودی از بنگاه‌های بزرگ، دارد. هزینه‌های ثابت و سنگین ایجاد و نگهداری شبکه‌های جهانی تحقیق و جمع‌آوری اطلاعات، در کنار افول درآمدهای سنتی حاصل از تبلیغات، به تمرکز گسترده مالکیت رسانه‌ها انجامیده است.

این ادعا که تنها پنج شرکت بزرگ حدود ۹۰ درصد از فضای رسانه‌ای جهان را کنترل می‌کنند، هرچند برای ارزیابی دقیق به تفکیک‌های منطقه‌ای و حوزه‌ای نیاز دارد، در کلیت خود روندی اساسی را توصیف می‌کند: تمرکز فزاینده قدرت رسانه‌ای در دست گروهی محدود از بنگاه‌های اقتصادی.

گزارش «ناظر مالکیت رسانه‌ها در آلمان[۲]» نیز نشان می‌دهد که بخش عمده دسترسی روزانه مخاطبان به رسانه‌های چاپی و دیجیتال، تحت سلطه شمار اندکی از گروه‌های انتشاراتی و رسانه‌ای قرار دارد.

تمرکز مالکیت لزوماً به معنای صدور دستور روزانه برای تحریریه‌ها نیست. قدرت آن در سطحی بنیادی‌تر عمل می‌کند. مالکیت متمرکز، چارچوب‌های ساختاری‌ای ایجاد می‌کند که در محدوده آن‌ها، گزارشگری از نظر اقتصادی و سیاسی قابل تحمل تلقی می‌شود. این چارچوب‌ها تعیین می‌کنند کدام موضوعات از منابع مالی، امکانات تحقیقاتی و حمایت سازمانی برخوردار شوند و کدام دیدگاه‌ها، حتی بدون ممنوعیت رسمی، به حاشیه رانده شوند. در چنین ساختاری، برای اعمال قدرت بر جریان اطلاعات، نیازی به دخالت مستقیم و مستمر در محتوای گزارش‌ها نیست. هنگامی که کنترل منابع اقتصادی و سازمانی در دست گروهی محدود قرار دارد، خودِ ساختار مالکیت می‌تواند به سازوکاری برای تعیین حدود گزارشگری تبدیل شود.

۱,۲,۲ نظام رسانه‌ای عمومی و دولتی

رادیو و تلویزیون عمومی آلمان (شبکه یک، شبکه ۲، دویچلندرادیو[۳]) با بودجه سالانه‌ای بالغ بر ۸. ۵ تا نزدیک به ۱۰ میلیارد یورو[۴] از محل حق اشتراک اجباری، از نظر مالی در موقعیتی قرار دارد که در مقایسه بین‌المللی کم‌نظیر است.

---

[1] https://de.wikipedia.org/wiki/John_Swinton

[2] Media Ownership Monitor Germany: https://germany.mom-gmr.org/de/findings/findings-konzentration/

[3] ARD, ZDF und Deutschlandradio

[4] https://www.rundfunkbeitrag.de/pxy/assets/a57d6f68b12d9336c256fa6a67c93e4f08dc5c20/Jahresbericht_2025.pdf#:~:text=KENNZAHLEN%202025*%20H%C3%96HE%20DER%20GESAMTERTR%C3%84GE.%20AUS%20DEN,DER%20AUFWENDUNGEN.%20AN%20DEN%20GESAMTERTR%C3%84GEN.%202%2C19%20%25

توجیه قانونی این عوارض اجباری، تضمین استقلال رسانه‌ای و فاصله گرفتن از دولت است. با این حال، بررسی حقوقی و جامعه‌شناختی این ساختار، تنش‌هایی بنیادین را آشکار می‌کند. نهادهای نظارتی، از جمله شوراهای پخش و شوراهای اداری، تا امروز بخش قابل‌توجهی از اعضای خود را از میان نمایندگان احزاب سیاسی، کلیساها و تشکل‌های نزدیک به دولت انتخاب می‌کنند.

این تصور که تأمین مالی عمومی به‌خودی‌خود رسانه‌ها را از نفوذ سیاسی مصون می‌سازد، واقعیتی اساسی را نادیده می‌گیرد: تصمیم‌گیری درباره منابع مالی و انتصاب مدیران ارشد رسانه‌ای، در فضای سیاسی و از طریق مذاکرات و موازنه‌های قدرت صورت می‌گیرد.

استقلال رسانه‌ای را نمی‌توان صرفاً با اشاره به شکل حقوقی تأمین مالی یا جایگاه رسمی یک نهاد اثبات کرد. مسأله تعیین‌کننده آن است که چه کسانی در ساختارهای تصمیم‌گیری حضور دارند، چه روابطی میان آن‌ها برقرار است و چه سازوکارهایی امکان اعمال نفوذ بر سیاست رسانه‌ای را فراهم می‌آورد.

در چنین شرایطی، تأمین مالی عمومی، هرچند می‌تواند استقلال اقتصادی از بازار تبلیغات را تقویت کند، لزوماً به معنای استقلال از مناسبات قدرت سیاسی نیست. این دو شکل از وابستگی باید از یکدیگر تفکیک شوند.

۱،۲،۳ ادعای استقلال حرفه‌ای و وابستگی به شبکه‌های فراآتلانتیکی: مورد کلاوس کلِبر

برداشتی که روزنامه‌نگاران برجسته از نقش و استقلال حرفه‌ای خود دارند، اغلب با آنچه تحلیل ساختارهای قدرت آشکار می‌کند، تفاوت چشمگیری دارد. کلاوس کلِبر[1]، مجری باسابقه برنامه خبری «امروز ژورنال» شبکه دو[2] آلمان، در اظهارات عمومی خود بارها بر این موضع تأکید کرده است:

«البته هر کسی فوراً فریاد نمی‌زند که رسانه‌ها دروغ‌گو هستند، اما واقعاً هولناک است که چه تعداد از انسان‌های معقول، در عمل باور دارند که ما در اینجا مرتباً خطوط کلی گزارشگری خود را با صاحبان قدرت در برلین هماهنگ می‌کنیم. ما اصلاً نمی‌دانیم چنین تصوری از کجا می‌آید... هیچ‌گاه هیچ هماهنگی‌ای در کار نبوده است. هرگز. [3]»

این اظهارنظر، بازتاب‌دهنده احساس و تجربه ذهنی فردی کلِبر است، اما سطحی دیگر از مسأله را نادیده می‌گیرد: تأثیرپذیری ناشی از جامعه‌پذیری و عضویت در شبکه‌های قدرت.

کلِبر طی سال‌ها عضو هیئت امنای انجمن «آتلانتیک-بروکه[4]» و «مؤسسه آسپن[5]» آلمان بوده است. این شبکه‌های نخبگانی، اعضای خود را به‌صورت تصادفی انتخاب نمی‌کنند. حضور در چنین محافلی، به‌ویژه برای افرادی که در جایگاه‌های کلیدی روزنامه‌نگاری قرار دارند، به معنای ورود به محیطی است که در آن، مجموعه‌ای از ارزش‌ها، پیش‌فرض‌ها و ترجیحات ژئوپلیتیکی مشترک شکل می‌گیرد و بازتولید می‌شود.

یک مدیر ارشد رسانه‌ای برای گزارشگری در چارچوب منافع و دیدگاه‌های نظم سیاسی مسلط، لزوماً به دستور مستقیم یا تماس تلفنی از سوی وزارتخانه‌ها نیاز ندارد. او ممکن است پیشاپیش، پیش‌فرض‌های بنیادین، ارزش‌ها و ترجیحات ژئوپلیتیکی محیط فراآتلانتیکی را درونی کرده باشد.

---

[1] Klaus Kleber
[2] ZDF
[3] https://www.youtube.com/watch?v=xmPCwjrJjRc
[4] Atlantik-Brücke
[5] Aspen Institute

هنگامی که کلِبِر در مارس ۲۰۱۴، جو کِزِر[1]، مدیرعامل وقت شرکت زیمنس، را در شبکه دو درباره سفرش به روسیه مورد پرسش قرار داد، لحن و چارچوب پرسش‌ها، بنا بر این تحلیل، بازتاب‌دهنده جهت‌گیری سیاست خارجی اندیشکده‌های فراآتلانتیکی بود. در اینجا، سازوکار اعمال قدرت نه در صدور فرمان، بلکه در گزینش و ارتقای افرادی عمل می‌کند که با پیش‌فرض‌های ایدئولوژیک نظم مسلط همخوانی دارند.

تحلیل‌های منتقدان رسانه‌ای، از جمله دیرک پُلمَن[2]، مستندساز آلمانی و خبرنگار، در این زمینه نشان می‌دهند که چگونه روایت‌های سیاست خارجی و امنیتی، پیشاپیش از طریق سازمان‌هایی مانند «آتلانتیک-بروکه» و «شورای روابط خارجی[3]» آمریکا شکل می‌گیرند.

روزنامه‌نگارانی که در این محافل حضور دارند، در فضای فکری‌ای فعالیت می‌کنند که در آن، برخی چارچوب‌های ژئوپلیتیکی چنان بدیهی تلقی می‌شوند که تحلیل‌های متفاوت، حتی پیش از بررسی استدلال‌هایشان، به‌عنوان بدیل‌هایی معتبر و قابل دفاع به رسمیت شناخته نمی‌شوند. در چنین شرایطی، قدرت الزاماً از طریق تحمیل مستقیم دیدگاه‌ها اعمال نمی‌شود. این قدرت در تعیین مرزهای اندیشه مشروع، در شکل‌دهی به پیش‌فرض‌های مشترک و در محدود کردن افق آنچه قابل تصور و قابل بیان است، عمل می‌کند.

«ما می‌دانیم که آن‌ها دروغ می‌گویند. آن‌ها می‌دانند که دروغ می‌گویند. آن‌ها می‌دانند که ما می‌دانیم که دروغ می‌گویند. ما می‌دانیم که آن‌ها می‌دانند که ما می‌دانیم که دروغ می‌گویند. و با این همه، همچنان به دروغ گفتن ادامه می‌دهند.»

گوینده‌ای نامشخص

۱,۳ سازوکار تولید و مهندسی افکار عمومی

«سلطه بر شیوه تفسیر واقعیت، یکی از بنیادی‌ترین پایه‌های مناسبات قدرت است.»

اولریش بک[4]

افکار عمومی به‌خودی‌خود و مستقل از مناسبات قدرت شکل نمی‌گیرد. آنچه جامعه درباره رویدادهای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی می‌اندیشد، تا حد زیادی تحت تأثیر اطلاعاتی است که در اختیارش قرار می‌گیرد، موضوعاتی که رسانه‌ها برجسته می‌کنند و چارچوب‌هایی که برای تفسیر آن‌ها در اختیار مخاطبان می‌گذارند. به همین دلیل،

---

[1] Joe Kaeser

[2] Dirk Pohlmann

[3] Council on Foreign Relations

[4] Ulrich Beck (۱۹۴۴-۲۰۱۵) جامعه‌شناس برجسته آلمانی و استاد دانشگاه مونیخ و مدرسه اقتصاد لندن او با طرح مفهوم «جامعه مخاطره‌آمیز» (Risikogesellschaft) به یکی از چهره‌های تأثیرگذار جامعه‌شناسی معاصر تبدیل شد. آثار او به بررسی پیامدهای مدرنیته، جهانی‌شدن، مناسبات قدرت و دگرگونی ساختارهای اجتماعی اختصاص دارند. کتاب مشهور او با عنوان «جامعه مخاطره‌آمیز: در راه مدرنیته‌ای دیگر» (Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne) از آثار مهم جامعه‌شناسی معاصر به شمار می‌رود. (م)

قدرت رسانه‌ها صرفاً در انتشار اخبار خلاصه نمی‌شود. رسانه‌ها در تعیین این‌که جامعه درباره چه چیزی بیندیشد، چه موضوعاتی را مهم بداند و رویدادها را از چه زاویه‌ای تفسیر کند نیز نقش تعیین‌کننده‌ای دارند.
در این فرایند، واقعیت لزوماً تحریف نمی‌شود؛ گاهی کافی است بخش‌هایی از آن برجسته و بخش‌های دیگر کم‌رنگ یا کاملاً حذف شوند. گاهی نیز واقعیت‌ها با واژه‌ها و مفاهیمی عرضه می‌شوند که پیشاپیش جهت‌گیری ذهنی مخاطب را تعیین می‌کنند. به این ترتیب، فرد ممکن است تصور کند که بر اساس اطلاعات مستقل به قضاوت رسیده است، در حالی که محدوده اطلاعات و چارچوب فکری لازم برای رسیدن به آن قضاوت از پیش برای او تعیین شده است.

۱،۳،۱ دستورکارگذاری[1] و کادربندی: تعیین موضوع و جهت‌دهی به تفسیر آن

شکل‌دهی به افکار عمومی از طریق سازوکارهای رسانه‌ای مختلفی صورت می‌گیرد که دو مورد از مهم‌ترین آن‌ها دستورکارگذاری و کادربندی هستند.
در فرایند دستورکارگذاری، رسانه‌های جریان اصلی تعیین می‌کنند که کدام موضوعات وارد فضای عمومی شوند، کدام رویدادها در صدر اخبار قرار گیرند و کدام مسائل اساساً از دایره توجه عمومی خارج بمانند. بنابراین، مسأله فقط این نیست که رسانه‌ها درباره یک رویداد چه می‌گویند، بلکه این نیز اهمیت دارد که درباره چه موضوعاتی سکوت می‌کنند. آنچه در صدر اخبار قرار می‌گیرد، لزوماً مهم‌ترین مسأله از نظر منافع عمومی نیست. در بسیاری از موارد، انتخاب موضوع تابع معیارهای سیاسی، اقتصادی و رسانه‌ای است که تعیین می‌کنند چه چیزی ارزش پوشش خبری دارد و چه چیزی در حاشیه باقی بماند.
کادربندی مرحله بعدی این فرایند است. پس از آن‌که موضوعی وارد دستورکار رسانه‌ای شد، شیوه ارائه و تفسیر آن اهمیت پیدا می‌کند. رسانه‌ها با انتخاب واژه‌ها، مفاهیم، تصاویر و زمینه‌های توضیحی خاص، چارچوبی برای درک رویداد در اختیار مخاطب قرار می‌دهند. این چارچوب می‌تواند برداشت اخلاقی و سیاسی مخاطب را پیش از آن‌که فرصت بررسی مستقل موضوع را پیدا کند، جهت‌دهی کند.
نمونه روشن این سازوکار را می‌توان در پوشش رسانه‌ای منازعات ژئوپلیتیک مشاهده کرد. هنگامی که نیروهای نظامی متحد کشورهای غربی وارد سرزمینی می‌شوند یا آن را به تصرف درمی‌آورند، رسانه‌ها از واژه‌هایی مانند «آزادسازی» استفاده می‌کنند. اما هنگامی که نیروهای طرف مقابل پیشروی می‌کنند، همان اقدام با واژه‌هایی مانند «اشغال» یا «سقوط» توصیف می‌شود. در چنین شرایطی، انتخاب واژه دیگر صرفاً یک تصمیم زبانی یا ویرایشی نیست. این انتخاب از پیش مشخص می‌کند که مخاطب باید کدام طرف را در جایگاه نیروی مشروع و کدام طرف را در جایگاه متجاوز ببیند.
به این ترتیب، زبان رسانه‌ای به ابزاری برای تعیین داوری اخلاقی تبدیل می‌شود. مخاطب به‌جای آن‌که ابتدا رویداد را بررسی کند و سپس درباره آن قضاوت کند، از همان ابتدا با تفسیری آماده مواجه می‌شود که نتیجه‌گیری را تا حد زیادی پیشاپیش در خود جای داده است.

[1] Agenda-Setting

۱,۳,۲ کادربندی بصری[1]: تصویر به‌مثابه سلاحی برای جهت‌دهی به افکار عمومی

تصاویر از جمله مؤثرترین ابزارهای تأثیرگذاری رسانه‌ای هستند. برخلاف متن که برای درک آن معمولاً به خواندن و پردازش آگاهانه نیاز است، تصویر می‌تواند در زمانی بسیار کوتاه واکنشی عاطفی ایجاد کند و بر برداشت مخاطب از یک شخص، رویداد یا کشور تأثیر بگذارد. به همین دلیل، انتخاب و نحوه ارائه تصاویر در رسانه‌ها صرفاً مسأله‌ای زیبایی‌شناختی یا فنی نیست، بلکه بخشی از فرایند شکل‌دهی به افکار عمومی است.

رسانه‌ها می‌توانند با استفاده از نورپردازی، رنگ، زاویه دوربین، حالت چهره و ترکیب‌بندی تصویر، چهره‌ای خاص از شخصیت‌های سیاسی بسازند. در این شیوه، مخاطب پیش از آن‌که سخنان یا عملکرد فرد را ارزیابی کند، با تصویری مواجه می‌شود که احساس ترس، نفرت، بی‌اعتمادی یا خصومت را در او برمی‌انگیزد.

نمونه‌ای آشکار از این شیوه را می‌توان در ده‌ها طرح روی جلد مجله آلمانی اشپیگل[2] مشاهده کرد که در آن‌ها ولادیمیر پوتین به‌طور مکرر با چهره‌ای هیولایی، تهدیدآمیز و شیطانی به تصویر کشیده شده است. در شماری از این تصاویر، چهره و سیمای او آشکارا با شمایل آدولف هیتلر و نمادپردازی تصویری دوران نازیسم تداعی می‌شود. استفاده هدفمند از رنگ‌های تیره، سایه‌های سنگین، ترکیب‌های قرمز و سیاه و اغراق در ویژگی‌های چهره، تصویری از پوتین می‌سازد که او را نه صرفاً به‌عنوان رهبر یک کشور رقیب، بلکه در قامت تجسم شر و تهدیدی تاریخی معرفی می‌کند.

تکرار چنین تصویرپردازی‌هایی در طول سال‌ها تصادفی یا صرفاً حاصل سلیقه هنری طراحان نیست. وقتی یک رسانه پیوسته چهره یک رهبر سیاسی را در قالب هیولاها و دیکتاتورهای منفور تاریخ بازنمایی می‌کند، در واقع پیش از آن‌که مخاطب درباره سیاست‌ها و عملکرد او داوری کند، چارچوبی عاطفی و اخلاقی برای قضاوتش می‌سازد. این نوع بازنمایی بصری، با پیوند زدن یک شخصیت سیاسی به نمادهای تاریخی شر و جنایت، زمینه روانی و عاطفی لازم را برای پذیرش سیاست‌های تقابلی و تشدید رویارویی با او فراهم می‌کند.

۱,۳,۳ ترکیب مهمانان در برنامه‌های گفت‌وگومحور و محدود شدن فضای گفتمان

برنامه‌های گفت‌وگومحور تلویزیونی، به‌ویژه در شبکه‌های عمومی آلمان مانند شبکه ۱ شبکه ۲ معمولاً نمادی از تکثر دیدگاه‌ها و آزادی بحث معرفی می‌شوند. حضور چندین مهمان با مواضع متفاوت می‌تواند این تصور را ایجاد کند که مخاطب با طیف گسترده‌ای از دیدگاه‌های سیاسی و اجتماعی مواجه است. اما صرف حضور افراد مختلف در یک برنامه به معنای وجود تکثر واقعی نیست. برای ارزیابی میزان تنوع دیدگاه‌ها باید بررسی کرد چه کسانی دعوت می‌شوند، چه کسانی به‌طور مکرر در برنامه‌ها حضور دارند، چه کسانی از دسترسی به این تریبون محروم می‌مانند و هر یک از مهمانان در چه موقعیت و شرایطی امکان بیان نظرات خود را پیدا می‌کنند.

بررسی معیارهای دعوت از مهمانان نشان می‌دهد که در بسیاری از موارد نوعی عدم تقارن در بازنمایی سیاسی وجود دارد. نمایندگان احزاب مستقر، نیروهای نزدیک به دولت و چهره‌های همسو با جریان سیاسی مسلط، بیش از اندازه متناسب با جایگاه واقعی خود در جامعه و عرصه سیاسی فرصت حضور و اظهارنظر پیدا می‌کنند. در مقابل، صداهای منتقد دولت، نیروهای مخالف سیاست‌های مسلط و دیدگاه‌های ساختارشکنانه یا نظام‌انتقادی، یا به حاشیه

[1] Visuelles Framing
[2] Der Spiegel

رانده می‌شوند یا در ترکیب‌هایی قرار می‌گیرند که آن‌ها را به‌صورت اقلیتی منزوی و خارج از جریان متعارف نشان می‌دهد. در چنین شرایطی، حتی اگر یک دیدگاه مخالف اجازه حضور در برنامه را پیدا کند، این حضور الزاماً به معنای برخورداری از فرصت برابر برای طرح استدلال‌هایش نیست. ترکیب مهمانان، نحوه پرسش مجری، زمان اختصاص‌یافته به هر فرد و واکنش سایر شرکت‌کنندگان همگی می‌توانند بر برداشت مخاطب تأثیر بگذارند. در نتیجه، ممکن است یک موضع سیاسی نه به دلیل ضعف استدلال، بلکه به‌واسطه نحوه ارائه و موقعیتی که در برنامه برای آن در نظر گرفته شده است، نامعتبر یا حاشیه‌ای جلوه کند.

پیامد این روند، جابه‌جایی تدریجی «پنجره اورتون[1]» است. پنجره اورتون به محدوده دیدگاه‌هایی اشاره دارد که در یک جامعه، در مقطع زمانی مشخص، قابل قبول، معقول و قابل طرح در فضای عمومی تلقی می‌شوند. هنگامی که رسانه‌ها به‌طور مداوم برخی دیدگاه‌ها را در مرکز توجه قرار می‌دهند و برخی دیگر را حذف یا حاشیه‌نشین می‌کنند، این محدوده نیز به‌تدریج تغییر می‌کند. در نتیجه، آنچه دیروز یک دیدگاه قابل بحث محسوب می‌شد، ممکن است امروز افراطی، غیرمسئولانه یا غیرقابل قبول معرفی شود. به همین ترتیب، مواضعی که پیش‌تر نیازمند استدلال و دفاع جدی بودند، می‌توانند به‌تدریج به بدیهیات فضای عمومی تبدیل شوند. به این ترتیب، رسانه‌ها نه تنها درباره موضوعات بحث می‌کنند، بلکه در تعیین مرزهای مجاز این بحث نیز نقش دارند.

۱,۳,۴ حذف اطلاعات و پاک‌سازی روایت‌های جنگی: پروپاگاندا از طریق سکوت

یکی از مؤثرترین شیوه‌های جهت‌دهی به افکار عمومی، نه انتشار اطلاعات نادرست، بلکه پنهان کردن اطلاعات مهم و حذف بخش‌هایی از واقعیت است. این شیوه که در ادبیات پژوهشی با عنوان «پروپاگاندا از طریق حذف[2]» شناخته می‌شود، بر این اصل استوار است که برای شکل دادن به برداشت عمومی همیشه نیازی به جعل واقعیت نیست. گاهی کافی است اطلاعاتی که می‌توانند برداشت مخاطب را تغییر دهند، اصلاً در اختیار او قرار نگیرند.

تام هاکین، پژوهشگر آمریکایی حوزه گفتمان و پروپاگاندا، این شکل از گمراه‌سازی عمومی را بررسی کرده است. او تأکید می‌کند که پروپاگاندا معمولاً با کلمات، سخنرانی‌ها یا تصاویر ارتباط داده می‌شود، برای مثال پوسترهای تحریک‌آمیز یا سخنرانی‌های تبلیغاتی دوران نازیسم. اما این پدیده می‌تواند از طریق نبود همین محرک‌ها و اطلاعات نیز عمل کند. هاکین این شیوه را «پروپاگاندا از طریق حذف» می‌نامد. او در مقاله خود می‌نویسد:

> *«اگرچه معمولاً پروپاگاندا را پدیده‌ای می‌دانند که از طریق کلمات نوشتاری یا گفتاری و تصاویر شکل می‌گیرد، مانند پوسترهای تحریک‌آمیز نازی‌ها یا سخنرانی‌های آن‌ها، اما پروپاگاندا می‌تواند از طریق فقدان چنین محرک‌هایی نیز به وجود آید؛ پدیده‌ای که من آن را پروپاگاندا از طریق حذف می‌نامم.* [3]»

هاکین برای توضیح این سازوکار از مفهوم «سکوت موضوعی[4]» نیز استفاده می‌کند. منظور از سکوت موضوعی، نادیده گرفتن یا حذف بخش‌های مهمی از یک موضوع است. این بخش‌های حذف‌شده می‌توانند شامل زمینه‌های

---

[1] Overton Window
[2] Propaganda by Omission
[3] Huckin, Tom: „Propaganda by Omission: The Case of Topical Silence“, in: Murray, Amy Jo / Durrheim, Kevin (Hrsg.): Qualitative Studies of Silence. Cambridge: Cambridge University Press, 2019, S. 186.
[4] Topical Silences

سیاسی، تاریخی و حقوقی یک رویداد، اتفاقات پیشین، اطلاعات مرتبط با منافع طرف‌های درگیر یا حتی حوزه‌های کاملی از یک مسأله باشند.

اثبات چنین نوعی از پروپاگاندا دشوارتر از شناسایی یک خبر دروغ است. در یک خبر جعلی می‌توان اطلاعات منتشرشده را با اسناد و واقعیت‌های موجود مقایسه کرد و نادرستی آن را نشان داد. اما هنگامی که اطلاعاتی اساساً منتشر نشده‌اند، مخاطب غالباً حتی از وجود آن‌ها نیز آگاه نیست. هاکین به همین دلیل می‌نویسد که «پروپاگاندا از طریق حذف» تا حد زیادی در برابر راستی‌آزمایی واقعیت‌ها مصون است، زیرا اساساً هیچ واقعیتی ارائه نمی‌کند که بتوان آن را مستقیماً بررسی کرد.

این سازوکار می‌تواند شکل پیچیده‌تری نیز به خود بگیرد. گاهی رسانه‌ها اطلاعاتی را به‌طور کامل حذف نمی‌کنند، بلکه آن‌ها را چنان کم‌رنگ و در حاشیه قرار می‌دهند که عملاً از دسترس بخش عمده مخاطبان خارج می‌شوند. برای مثال، یک موضوع مهم ممکن است تنها در بندهای پایانی یک گزارش، در خبری کوتاه از خبرگزاری‌ها در صفحات داخلی روزنامه یا در زیرصفحه‌ای از یک وب‌سایت خبری منتشر شود. در چنین حالتی، رسانه می‌تواند بعداً ادعا کند که آن اطلاعات را منتشر کرده است، در حالی که بخش اعظم مخاطبان هرگز متوجه انتشار آن نشده‌اند.

این شیوه به رسانه‌ها امکان می‌دهد در صورت لزوم به همان گزارش‌های حاشیه‌ای استناد کنند و مدعی شوند که موضوع را پوشش داده‌اند. به این ترتیب، هم اطلاعات تعیین‌کننده از آگاهی عمومی دور می‌ماند و هم رسانه ظاهراً می‌تواند از عملکرد خود دفاع کند.

نمونه جنگ اوکراین

یکی از نمونه‌های مهم این شیوه را می‌توان در نحوه پوشش جنگ اوکراین مشاهده کرد. در بخش قابل توجهی از روایت‌های رسانه‌ای غرب، جنگ اوکراین با حمله روسیه در ۲۴ فوریه ۲۰۲۲ آغاز می‌شود و رویدادهای پیش از آن یا به‌کلی نادیده گرفته می‌شوند یا جایگاه بسیار محدودی در گزارش‌ها پیدا می‌کنند. در چنین روایتی، مخاطب عمدتاً با یک نقطه آغاز مشخص مواجه می‌شود: حمله روسیه. اما زمینه تاریخی، سیاسی و امنیتی مناقشه و تحولاتی که پیش از آن رخ داده‌اند، اغلب به حاشیه رانده می‌شوند. در نتیجه، تصویری از جنگ شکل می‌گیرد که بخش مهمی از زمینه‌های لازم برای فهم آن را در اختیار مخاطب قرار نمی‌دهد.

بحث بر سر تأیید یا رد مواضع طرف‌های درگیر نیست. مسأله این است که بدون بررسی رویدادهای پیشین و زمینه‌های تاریخی و سیاسی، امکان درک کامل یک مناقشه پیچیده وجود ندارد. هنگامی که رسانه‌ها نقطه آغاز روایت را به‌گونه‌ای انتخاب می‌کنند که بخش مهمی از تاریخ مناقشه بیرون از قاب باقی بماند، مخاطب با روایتی ناقص مواجه می‌شود که می‌تواند به‌عنوان تصویری کامل از واقعیت عرضه شود.

نمونه دیگر: پرسش خبرنگار آلمانی از زلنسکی در بلگراد

نمونه دیگری از نقش زبان و کادربندی در جهت‌دهی به افکار عمومی را می‌توان در حضور خبرنگار روزنامه آلمانی فرانکفورتر آلگماینه تسایتونگ در کنفرانس مطبوعاتی مربوط به سفر ولودیمیر زلنسکی به بلگراد مشاهده کرد. در این نشست که رئیس‌جمهور صربستان نیز حضور داشت، میشائل مِرتِنس پرسشی از زلنسکی، رئیس جمهور اوکراین، مطرح کرد که توجه بسیاری را برانگیخت:

«ما مشخصاً چه کاری می‌توانیم انجام دهیم تا به شما کمک کنیم روس‌های بیشتری را بکشید؟ [1]»

این پرسش، صرف‌نظر از ارزیابی شخصی درباره خبرنگار یا سیاست‌های اوکراین، نمونه‌ای قابل تأمل از نحوه بازتاب و صورت‌بندی یک مناقشه جنگی در فضای رسانه‌ای است. در اینجا، کمک به یک طرف جنگ با عبارتی بیان می‌شود که به‌صراحت بر افزایش شمار کشته‌شدگان طرف مقابل تأکید دارد. چنین پرسشی نشان می‌دهد که چگونه زبان رسانه‌ای می‌تواند مرز میان گزارشگری، موضع‌گیری سیاسی و همراهی با منطق جنگ را مخدوش کند.
اهمیت این نمونه در آن است که چنین پرسشی نه در یک گفت‌وگوی خصوصی، بلکه در یک نشست رسمی مطبوعاتی و در حضور رئیس‌جمهور صربستان مطرح شد. همین امر امکان بررسی انتقادی این موضوع را فراهم می‌کند که برخی خبرنگاران تا چه اندازه از جایگاه ناظر مستقل فاصله می‌گیرند و در چه شرایطی زبان و ادبیات آن‌ها با منطق و اهداف یکی از طرف‌های مناقشه همسو می‌شود.

۱,۳,۵ پاک‌سازی روایت‌های جنگی از واقعیت خشونت

حذف اطلاعات تنها به زمینه‌های تاریخی و سیاسی جنگ محدود نمی‌شود. یکی از مهم‌ترین شکل‌های پروپاگاندا از طریق حذف، دور نگه داشتن افکار عمومی از واقعیت مادی و انسانی جنگ است. در بسیاری از گزارش‌های رسانه‌های غربی، جنگ به‌صورت یک بازی انتزاعی نظامی، مجموعه‌ای از تحرکات استراتژیک یا نبردی اخلاقی میان خیر و شر بازنمایی می‌شود. در چنین روایتی، آنچه کمتر دیده می‌شود، بدن‌های زخمی، اجساد قربانیان، رنج غیرنظامیان و پیامدهای واقعی استفاده از سلاح‌هاست.
کریس هجز، روزنامه‌نگار برنده جایزه پولیتزر، این مسأله را به‌روشنی بیان کرده است.

> *«اگر با اجساد مثله‌شده روبه‌رو می‌شدیم، دیگر نمی‌توانستیم کلیشه‌هایی را که برای توجیه جنگ تکرار می‌کنیم، به همان شکل بازگو کنیم. به همین دلیل، جنگ را با دقت از جنبه‌های منفی آن پاک‌سازی می‌کنند. [2]»*

این سخن به سازوکاری اشاره دارد که در آن جنگ نه از طریق دروغ‌گویی آشکار، بلکه با حذف یا کم‌رنگ کردن پیامدهای انسانی آن قابل پذیرش جلوه داده می‌شود. هنگامی که مخاطب به‌طور مداوم با تصاویر تجهیزات نظامی، نقشه‌های عملیاتی، پیشروی نیروها و تحلیل‌های ژئوپلیتیک مواجه می‌شود، اما از دیدن واقعیت مرگ و ویرانی فاصله می‌گیرد، جنگ به پدیده‌ای انتزاعی تبدیل می‌شود. در چنین فضایی، حمایت از ادامه جنگ یا ارسال تسلیحات می‌تواند بدون مواجهه مستقیم با هزینه انسانی آن صورت گیرد. در واقع، یکی از کارکردهای مهم روایت‌های جنگی این است که فاصله‌ای میان تصمیم‌های سیاسی و پیامدهای واقعی آن‌ها ایجاد کنند. جنگ در سطح زبان به مسأله‌ای مربوط به امنیت، استراتژی و ضرورت‌های سیاسی تبدیل می‌شود، در حالی که قربانیان انسانی آن از مرکز توجه عمومی دور می‌مانند. این همان نقطه‌ای است که سکوت و حذف اطلاعات به بخشی از سازوکار پروپاگاندا تبدیل می‌شود.

---

[1] https://www.berliner-zeitung.de/article/was-koennen-wir-konkret-tun-um-ihnen-zu-helfen-mehr-russen-zu-toeten-10279603?utm_source=chatgpt.com
[2] https://progressive.org/magazine/excerpt-shadows-of-war-hedges/?utm_source=chatgpt.com

۱,۴ چرخش میان رسانه و قدرت سیاسی: وقتی روزنامه‌نگاران به سخنگویان دولت تبدیل می‌شوند

رسانه‌ها تا چه اندازه مستقل‌اند، وقتی روزنامه‌نگارانی که سال‌ها تحولات سیاسی را زیر نظر داشته، درباره آن‌ها گزارش تهیه کرده و به افکار عمومی جهت تحلیل داده‌اند، بعدها خود به مرکز قدرت راه می‌یابند و مسئولیت هدایت افکار عمومی به نفع همان ساختار سیاسی را بر عهده می‌گیرند؟ استقلال روزنامه‌نگاری چه معنایی دارد، وقتی کسانی که وظیفه‌شان نظارت انتقادی بر دولت است، پس از مدتی در خدمت روابط عمومی همان دولت قرار می‌گیرند؟

جابجایی نیروی انسانی میان رسانه‌ها و نهادهای سیاسی، یکی از آشکارترین جلوه‌های درهم‌تنیدگی این دو حوزه است. این جابه‌جایی نشان می‌دهد مرز میان نهادهایی که قرار است قدرت سیاسی را زیر نظر بگیرند و نهادهایی که وظیفه دارند عملکرد آن را برای افکار عمومی توجیه و تبیین کنند، به‌مراتب مبهم‌تر از آن چیزی است که تصویر رسمی روزنامه‌نگاری از استقلال خود القا می‌کند. روزنامه‌نگارانی که سال‌ها در شبکه‌های تلویزیونی عمومی یا روزنامه‌های بزرگ فعالیت کرده‌اند، بعدها به مسئولیت‌های ارتباطاتی دولت و وزارتخانه‌ها می‌رسند، سخنگوی دولت می‌شوند یا در جایگاه مشاوران ارتباطاتی تصمیم‌گیرندگان سیاسی قرار می‌گیرند. به این ترتیب، از جایگاه ناظر بر قدرت به درون دستگاهی منتقل می‌شوند که باید عملکردش را برای افکار عمومی توضیح دهد و از آن دفاع کند.

این روند را می‌توان به‌روشنی در میان سخنگویان دولت آلمان مشاهده کرد. اشتفن زایبرت پیش از ورود به دفتر صدراعظم، مجری یکی از مهم‌ترین برنامه‌های خبری و تحلیلی شبکه دو تلویزیونی دولتی بود. او در این برنامه، اخبار و تحولات سیاسی آلمان و جهان را برای میلیون‌ها بیننده گزارش و تحلیل می‌کرد. اما در سال ۲۰۱۰، از این جایگاه به دفتر صدراعظم آنگلا مرکل رفت و به سخنگوی دولت او تبدیل شد. او یازده سال این سمت را بر عهده داشت.

استفان کورنلیوس، روزنامه‌نگار باسابقه روزنامه زوددویچه تسایتونگ، که سال‌ها مسئول بخش سیاست خارجی و سپس از مدیران ارشد بخش سیاسی این روزنامه بود، در سال ۲۰۲۵ به سخنگویی دولت فریدریش مرتس، صدر اعظم آلمان منصوب شد. اشتفن هبشترایت نیز که پیش‌تر در روزنامه فرانکفورتر روندشاو فعالیت می‌کرد، پس از ورود به دستگاه ارتباطات سیاسی حزب سوسیال‌دموکرات، به سخنگوی دولت اولاف شولتس تبدیل شد.

این جابه‌جایی‌ها را نمی‌توان صرفاً تغییر شغل یا انتخاب یک مسیر حرفه‌ای جدید تلقی کرد. سخنگوی دولت در حاشیه دستگاه قدرت قرار ندارد، بلکه یکی از اجزای اصلی ماشین ارتباطاتی آن است. او مواضع دولت را به افکار عمومی منتقل می‌کند، در برابر پرسش‌های خبرنگاران از سیاست‌های آن دفاع می‌کند، چارچوب رسمی تفسیر تصمیمات سیاسی را ارائه می‌دهد و در شکل‌دهی به تصویری که جامعه از عملکرد دولت دریافت می‌کند، نقش مستقیم دارد. کسی که این مسئولیت را می‌پذیرد، دیگر ناظر مستقل دولت نیست، بلکه در خدمت دستگاهی قرار می‌گیرد که پیش‌تر عملکردش را از بیرون بررسی می‌کرد.

این جابه‌جایی‌ها پرسشی اساسی را پیش می‌کشند: وقتی روزنامه‌نگاری پس از سال‌ها فعالیت در رسانه، وارد دستگاه تبلیغاتی و ارتباطاتی دولت می‌شود، تا چه اندازه می‌توان از استقلال حرفه‌ای او در دوران فعالیت رسانه‌ای‌اش سخن

گفت؟ و هنگامی که چنین جابه‌جایی‌هایی به رویه‌ای تکرارشونده تبدیل می‌شوند، چه تأثیری بر استقلال رسانه‌ها می‌گذارند؟

این ارتباط فقط به روزنامه‌نگارانی محدود نمی‌شود که وارد دولت می‌شوند. رفت‌وآمد میان رسانه و سیاست در هر دو جهت جریان دارد. اولریش ویلهلم، برای مثال، پس از فعالیت در شبکه رادیو و تلویزیون عمومی بایرن، مدتی در دستگاه دولت ایالتی بایرن و حوزه روابط عمومی سیاسی فعالیت کرد و سپس در سال ۲۰۰۵ سخنگوی دولت آنگلا مرکل شد. او در سال ۲۰۱۱ به رسانه بازگشت و ریاست شبکه رادیو و تلویزیون عمومی بایرن را بر عهده گرفت. به این ترتیب، مسیر حرفه‌ای او میان روابط عمومی دولتی و مدیریت یک نهاد رسانه‌ای عمومی در رفت‌وآمد بود.

چنین مسیرهایی نشان می‌دهند که پیوندهای شخصی میان نهادهای سیاسی و سازمان‌های رسانه‌ای تا چه اندازه می‌توانند عمیق باشند. کسی که از تحریریه وارد دستگاه ارتباطاتی دولت می‌شود، فقط تجربه حرفه‌ای خود را با خود نمی‌برد. او شبکه‌ای از ارتباطات، شناختی دقیق از سازوکارهای روزنامه‌نگاری و درکی از چگونگی شکل‌گیری توجه افکار عمومی را نیز به ساختار قدرت منتقل می‌کند. در جهت معکوس نیز، مدیران ارتباطاتی، مشاوران سیاسی و سخنگویان پیشین می‌توانند بعدها در سازمان‌های رسانه‌ای و جایگاه‌های مدیریتی و تحریریه‌ای فعالیت کنند.

مسأله اینجاست که برای تأثیرگذاری بر روزنامه‌نگاری لزوماً نیازی به صدور دستور یا اعمال فشار مستقیم نیست. کسی که سال‌ها با تصمیم‌گیرندگان سیاسی همکاری کرده، با نگاه و منطق آن‌ها آشنا شده و در همان شبکه‌های حرفه‌ای و نهادی رفت‌وآمد داشته است، به‌تدریج از زاویه دید مشخصی به تحولات سیاسی نگاه می‌کند. این امر به‌خودی‌خود به معنای از دست رفتن استقلال حرفه‌ای تک‌تک افراد نیست، اما نشان می‌دهد که استقلال روزنامه‌نگاری را نمی‌توان صرفاً با این معیار سنجید که آیا کسی مستقیماً از دولت دستور می‌گیرد یا به یک حزب وابستگی رسمی دارد. روابط شخصی، وابستگی‌های شغلی، منافع حرفه‌ای و وفاداری‌های نهادی نیز می‌توانند بر انتخاب موضوعات، نوع پرسش‌ها و نحوه بازتاب تحولات سیاسی تأثیر بگذارند.

از سوی دیگر، میان دولت و رسانه نوعی وابستگی متقابل وجود دارد. دولت برای انتقال سیاست‌های خود به افکار عمومی به رسانه‌ها نیاز دارد و روزنامه‌نگاران نیز برای تهیه گزارش و دسترسی به اطلاعات به منابع دولتی وابسته‌اند. این رابطه به‌تدریج شبکه‌ای از ارتباطات ایجاد می‌کند که فراتر از تماس‌های روزمره میان خبرنگاران و سخنگویان است. دسترسی به اطلاعات اختصاصی، گفت‌وگوهای غیررسمی و محافل تصمیم‌گیری سیاسی، به حفظ روابط نزدیک با منابع قدرت وابسته است. اما هرچه این روابط نزدیک‌تر و پایدارتر شوند، حفظ فاصله انتقادی نیز دشوارتر می‌شود.

انتقال استفان کورنلیوس از روزنامه زوددویچه تسایتونگ به دفتر صدراعظم در این زمینه نمونه‌ای قابل تأمل است. او که دهه‌ها در جایگاه مسئول بخش سیاست خارجی و سپس از مدیران ارشد سیاسی یکی از مهم‌ترین روزنامه‌های آلمان، در شکل‌دهی به برداشت عمومی از تحولات سیاسی نقش داشت، از مه ۲۰۲۵ مسئولیت سخنگویی دولتی را بر عهده گرفته است که وظیفه‌اش دفاع از سیاست‌ها و تصمیمات آن است.

برای درک اهمیت این مسأله نیازی نیست ادعا کنیم که این افراد پیش‌تر نیز به دستور دولت عمل می‌کرده‌اند یا از ابتدا وابسته به ساختار قدرت بوده‌اند. چنین ادعایی صرفاً با استناد به تغییر شغل آن‌ها قابل اثبات نیست. اما به همان اندازه نیز نمی‌توان این جابه‌جایی‌ها را صرفاً تحرکات عادی در بازار کار دانست. وقتی انتقال نیرو میان رسانه‌ها

و نهادهای سیاسی به الگویی تکرارشونده تبدیل می‌شود، شبکه‌ای از روابط، تجربیات مشترک و منافع حرفه‌ای شکل می‌گیرد که مرز نهادی میان این دو حوزه را عملاً کمرنگ می‌کند.

بنابراین، پرسش اصلی فقط این نیست که آیا یک روزنامه‌نگار در دوران فعالیت رسانه‌ای خود مستقل عمل کرده است یا نه. باید پرسید در چه ساختار نهادی فعالیت می‌کند، روابط حرفه‌ای و سیاسی او چگونه شکل گرفته‌اند و چه دیدگاه‌هایی در محیط کاری‌اش به‌عنوان بدیهیات پذیرفته می‌شوند. قدرت همیشه از طریق دستور مستقیم و اعمال فشار آشکار عمل نمی‌کند. گاهی کافی است کسانی که وظیفه دارند عملکرد قدرت را برای جامعه تفسیر کنند، از همان محیط‌های حرفه‌ای و شبکه‌های نهادی برخاسته باشند که صاحبان قدرت در آن حضور دارند.

در چنین شرایطی، تصور جدایی روشن میان رسانه مستقل به‌عنوان ناظر و منتقد قدرت از یک سو، و دولت به‌عنوان موضوع نظارت از سوی دیگر، بیش از پیش زیر سؤال می‌رود. رسانه‌ها همیشه در جایگاه نهادی بیرون از قدرت قرار ندارند. بخشی از آن‌ها از طریق مسیرهای شغلی مشترک، ارتباطات حرفه‌ای و شبکه‌های نهادی با ساختار سیاسی پیوند خورده‌اند. این یکی از کم‌صداترین، اما در عین حال مؤثرترین سازوکارهای نفوذ بر شکل‌گیری افکار عمومی است.

۱,۵ آژانس‌های خبری: وقتی همه رسانه‌ها از یک منبع تغذیه می‌کنند

کاهش تنوع مطبوعاتی و تمرکز تولید و توزیع اخبار در دست شمار محدودی از خبرگزاری‌های بزرگ، پدیده‌ای جهانی است. در سطح بین‌المللی، خبرگزاری آمریکایی آسوشیتدپرس[1] و خبرگزاری بریتانیایی رویترز[2] از مهم‌ترین بازیگران این عرصه‌اند که بخش بزرگی از رسانه‌های جهان، از روزنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی تا رسانه‌های دیجیتال، اخبار خود را از آن‌ها دریافت می‌کنند. در آلمان نیز «آژانس خبری آلمان (دِ. پِ. آ)[3]» نقشی مشابه و مسلط دارد. نتیجه این تمرکز آن است که رسانه‌هایی که ظاهراً مستقل از یکدیگر فعالیت می‌کنند، اغلب به منابع مشترکی متکی‌اند و در نهایت اخبار تقریباً یکسانی منتشر می‌کنند. این روند در آلمان، در پی تجاری‌سازی و تمرکز روزافزون نظام رسانه‌ای، با تعطیلی روزنامه‌ها، گسترش قدرت شرکت‌های بزرگ رسانه‌ای، حذف خبرنگاران و واگذاری پوشش خبری به تحریریه‌های مرکزی تشدید شده است. اما سه حرف بیش از هر چیز فقدان تنوع در رسانه‌های آلمان را آشکار می‌کند: دِ. پِ. آ. .

این خبرگزاری که در سال ۱۹۴۹ تأسیس شد، امروز عملاً انحصار بازار خبرگزاری‌های آلمان را در اختیار دارد و تقریباً تمام روزنامه‌ها، شبکه‌های تلویزیونی و ایستگاه‌های رادیویی این کشور را تأمین خبری می‌کند. فرقی نمی‌کند رسانه دولتی باشد یا خصوصی، عامه‌پسند باشد یا جدی، چپ‌گرا باشد یا محافظه‌کار. «آژانس خبری آلمان» همه‌جا حضور دارد.

شاید تصور کنید با انتخاب روزنامه زوددویچه تسایتونگ به‌جای فرانکفورتر آلگماینه تسایتونگ، تماشای اخبار شبکه اول تلویزیون آلمان به‌جای شبکه خصوصی آر. تی. اِل یا خواندن روزنامه چپ‌گرای تاتس به‌جای بیلد[4] از منابع خبری متفاوتی استفاده می‌کنید. اما واقعیت این است که این رسانه‌ها بسیار بیشتر از آنچه تصور می‌کنید به یکدیگر

[1] Associated Press
[2] Reuters
[3] Deutsche Presse-Agentur
[4] Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, RTL, TAZ, Bild

شباهت دارند. در بسیاری از تحریریه‌ها، دیگر خبرنگاران متخصص نیستند که با تحقیقات مستقل و تماس با منابع متعدد، موضوعات مهم روز را تعیین می‌کنند. کافی است نگاهی به جدول روزانه «آژانس خبری آلمان» بیندازند. آنچه به‌عنوان تنوع مطبوعاتی عرضه می‌شود، اغلب به انتخاب میان خبرها و گزارش‌های همین خبرگزاری محدود است.

بر اساس پژوهشی که در سال ۲۰۲۳ توسط محققان دانشگاه‌های زوریخ و کلن درباره رسانه‌های ایالت نوردراین-وستفالن انجام شد، دست‌کم ۴۵ درصد اخبار، به‌طور کامل یا جزئی بر گزارش‌های خبرگزاری‌ها، به‌ویژه «آژانس خبری آلمان» متکی هستند. این رقم احتمالاً بسیار بالاتر است، زیرا پژوهش فقط مطالبی را محاسبه کرده که نام خبرگزاری به‌عنوان منبع در آن‌ها ذکر شده بود، درحالی‌که بسیاری از رسانه‌ها چنین اشاره‌ای نمی‌کنند.

این وابستگی در پوشش اخبار خارجی شدیدتر است، زیرا تحقیق مستقل در این حوزه هزینه‌برتر است. پوشش جنگ خاورمیانه پس از واقعه ۷ اکتبر در اسرائیل نمونه روشنی از این وضعیت بود. تقریباً تمام وب‌سایت‌های خبری آلمان وبلاگ‌های زنده‌ای راه‌اندازی کردند که روزانه ده‌ها خبر در آن‌ها منتشر می‌شد. اما بسیاری از رسانه‌ها حاضر نبودند خبرنگاران متخصصی را برای تحقیق و تهیه گزارش‌های مستقل اختصاص دهند. بخش عمده مطالب صرفاً بازتاب بیانیه‌های رسمی نهادهای دولتی اسرائیل، آمریکا و آلمان بود که در اغلب موارد از خبرگزاری‌هایی مانند «آژانس خبری آلمان» دریافت می‌شد. نتیجه، انبوهی از مطالب تکراری بود که تفاوت میان رسانه‌های مختلف را عملاً از بین می‌برد.

وقتی رسانه‌های متعدد به یک منبع خبری مشترک وابسته‌اند، تکثر رسانه‌ای چیزی جز ظاهری فریبنده نیست. ده‌ها روزنامه و شبکه ممکن است یک خبر را با عناوین و بیان متفاوت منتشر کنند، اما اگر اطلاعات همه از یک مسیر واحد تأمین شده باشد، تفاوت ظاهری آن‌ها به معنای استقلال خبری نیست. نتیجه، نه تعدد روایت‌ها، بلکه بازتولید یک روایت واحد در پوشش ده‌ها رسانه متفاوت است.

۱,۶ کنترل دیجیتال دسترسی به اطلاعات

با انتقال مصرف اطلاعات به فضای اینترنت، انحصارگران جهانی مانند گوگل، متا و بایت‌دنس عملاً جای ناشران و سردبیران سنتی را گرفته‌اند. این دروازه‌بانان جدید، دیگر صرفاً با تصمیم‌گیری مستقیم و دستی جریان اطلاعات را کنترل نمی‌کنند، بلکه این کار را از طریق الگوریتم‌های اختصاصی خود انجام می‌دهند. ابزارهای این کنترل از «سرکوب نتایج جست‌وجو[1]»، یعنی پایین‌راندن هدفمند برخی نتایج، تا «تنزل رتبه[2]» و «سایه‌مسدودسازی[3]» را در بر می‌گیرد. در روش اخیر، کاربر همچنان می‌تواند محتوای خود را منتشر کند، بی‌آنکه بداند آن محتوا عملاً از دید دیگران پنهان شده است. اما این قدرت الگوریتمی به تصمیم‌های داخلی شرکت‌های فناوری محدود نمانده است. اسناد موسوم به «پرونده‌های توییتر[4]» در سال‌های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ نشان دادند که چگونه این سازوکارهای کنترل

[1] Search Suppression
[2] De-Ranking
[3] Shadowbanning
[4] Twitter Files پرونده‌های توییتر (که اکنون با نام ایکس یا Twitter/X شناخته می‌شوند)، مجموعه‌ای از اسناد داخلی و افشاگری‌های جنجالی که نشان می‌دهد چگونه مدیران پیشین این پلتفرم، با همکاری نهادهای دولتی و امنیتی آمریکا، به اعمال سانسور، محدودسازی دسترسی به اطلاعات و سرکوب صداهای مخالف در آستانه رویدادهای مهم سیاسی پرداخته‌اند؛ از جمله

محتوا در همکاری پنهانی با نهادهای دولتی و امنیتی به کار گرفته می‌شوند. این اسناد ابعاد همکاری میان سازمان‌های اطلاعاتی آمریکا، نهادهای بهداشتی و غول‌های فناوری را آشکار کردند. نهادهای دولتی فهرست‌های دقیقی از حساب‌های کاربری و محتواهایی را در اختیار پلتفرم‌ها قرار می‌دادند که باید دامنه انتشارشان محدود یا حساب‌هایشان مسدود می‌شد. بدین‌ترتیب، پلتفرم‌های خصوصی صرفاً مجری سیاست‌های داخلی خود نبودند، بلکه به بازوی اجرایی هدایت دولتی جریان اطلاعات تبدیل می‌شدند. مرز میان نظارت و سانسور خصوصی و کنترل دولتی افکار عمومی عملاً از میان رفت.

۱,۷ کرونا و آزمون استحکام ساختار رسانه‌ها

تجربه همه‌گیری کووید-۱۹ این سازوکارهای کنترلی را از عرصه سیاستِ روزمره به حوزه سلامت عمومی گسترش داد. در این دوران، پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب سیاست‌های فشرده‌ای را برای هدایت و محدودسازی اطلاعات به کار بستند. اکثریت قریب به اتفاق ویدئوها و محتواهایی که مواضع رسمی یا رهنمودهای سازمان‌های بهداشتی را زیر سؤال می‌بردند، با اعمال «سایه‌مسدودسازی» یا حذف کامل، از چرخه توزیع الگوریتمی خارج شدند. این دست محتواها عملاً از دسترس عامه مردم خارج شده و تنها در پلتفرم‌های حاشیه‌ای یا وب‌سایت‌های مستقل، آن هم برای طیف بسیار محدودی از مخاطبان، قابل مشاهده بودند. در سوی دیگر، الگوریتم‌ها با قرار دادن پیوندهای مستقیم ارجاع به «ستادهای ملی مدیریت کرونا» یا سازمان جهانی بهداشت زیر تمامی ویدیوهای مرتبط، جریان بازدیدکنندگان را به سمت روایت رسمی هدایت می‌کردند.

پاندمی بین سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۲ به عنوان کاتالیزوری برای همگرایی کم‌سابقه‌ای در فضای رسانه‌ای عمل کرد. مناقشات علمی درباره اثربخشی سیاست‌ها، آسیب‌های جانبی قرنطینه‌ها یا عوارض واکسن‌ها اغلب توسط رسانه‌های جریان اصلی دیگر به عنوان یک گفتگوی تخصصی ارائه نمی‌شدند، بلکه صبغه اخلاقی به خود گرفته و تخطئه می‌شدند. دیدگاه‌های متفاوت متخصصان برجسته به طور یکجا به عنوان «اسطوره‌های توطئه» یا «اطلاعات نادرست خطرناک» انگشت‌نما می‌شدند. رفتار رسانه‌ها در دوران کووید-۱۹ دقیقاً با چارچوب‌هایی هم‌راستا بود که چند ماه پیش از شروع بحران طی «شبیه‌سازی ۲۰۱[۱]» در نیویورک توسط نمایندگان بنیاد بیل و ملیندا گیتس، مجمع جهانی اقتصاد و شرکت‌های بین‌المللی ترسیم شده بود. رسانه‌های بزرگ به جای بررسی انتقادی فرامین دولتی، عمدتاً نقش پشتیبان را در سطح گفتمان عمومی ایفا کردند.

محدودسازی انتشار گزارش روزنامه «نیویورک پست» درباره لپ‌تاپ هانتر بایدن و تعاملات مستقیم مقامات دولتی با تیم نظارت بر محتوا. (م)

[۱] Event 201 یک تمرین شبیه‌سازی همه‌گیری بود که در اکتبر ۲۰۱۹ (پیش از شیوع کرونا) توسط مرکز امنیت سلامت دانشگاه جانز هاپکینز، با مشارکت مجمع جهانی اقتصاد و بنیاد بیل و ملیندا گیتس در نیویورک برگزار شد. در این تمرین ۳,۵ ساعته، رهبران جهانی از حوزه‌های تجارت، دولت و بهداشت عمومی گرد هم آمدند تا سناریوی یک همه‌گیری فرضی ناشی از یک کروناویروس جدید را شبیه‌سازی کنند و نحوه هماهنگی میان‌بخشی برای مقابله با پیامدهای اقتصادی و اجتماعی گسترده آن را بررسی نمایند. بر اساس فهرست رسمی شرکت‌کنندگان، افرادی از دولت‌ها و نهادهای بهداشتی از جمله جورج گائو، مدیر کل مرکز کنترل و پیشگیری بیماری چین، استیون رِد، معاون مرکز کنترل و پیشگیری بیماری آمریکا(CDC) ، و نمایندگانی از سازمان بهداشت جهانی (WHO) در این رویداد مشارکت داشتند. (م)

در این میان، مرز میان دولت‌ها و پلتفرم‌های اینترنتی عملاً از میان رفت. این همگرایی پنهان در واقع نمونه‌ای از ادغام قدرت دولتی و بنگاه‌های خصوصی بود؛ پدیده‌ای که در نظریه‌های علوم سیاسی، پیوند نزدیک آن با ساختارهای متمرکز و فاشیستی مورد توجه قرار گرفته است. در این الگوی جدید، شرکت‌های فناوری نه به عنوان نهادهای مستقل بازار آزاد، بلکه به عنوان ابزارهای حاکمیتی برای مهندسی افکار عمومی و انحصار حقیقت عمل می‌کنند.

۱,۸ پروپاگاندا قدمتی بیش از اینترنت دارد

سازوکارهای مدرن هدایت افکار عمومی، محصول عصر دیجیتال نیستند. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی صرفاً ابزارهای تازه‌ای در اختیار ساختارهای قدرت قرار داده‌اند که منطق عملکرد آن‌ها بسیار پیش‌تر شکل گرفته بود. تاریخ پروپاگاندا نشان می‌دهد که قدرت سیاسی و اقتصادی همواره کوشیده است با مهندسی ادراک عمومی، تعیین چارچوب‌های تفسیری و بهره‌گیری از سازوکارهای روان‌شناختی، رفتار و نگرش جامعه را در جهتی معین هدایت کند. آنچه امروز در قالب الگوریتم‌ها، عملیات روانی و مدیریت جریان اطلاعات مشاهده می‌کنیم، در واقع صورت‌های پیشرفته‌تر همان شیوه‌های قدیمی اعمال قدرت است.

ادوارد برنیز، خواهرزاده زیگموند فروید و از بنیان‌گذاران روابط عمومی مدرن، از نخستین کسانی بود که به‌صورت نظام‌مند از یافته‌های روان‌شناسی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی استفاده کرد. او در سال ۱۹۲۹، در قالب کارزاری تبلیغاتی با عنوان «مشعل‌های آزادی»، نمونه‌ای گویا از چگونگی مهندسی نگرش‌های اجتماعی ارائه داد[۱]. برنیز با پیوند دادن سیگار کشیدن زنان در ملأعام به مفاهیمی چون رهایی، استقلال و رهایی از محدودیت‌های اجتماعی، کوشید رفتاری را که تا آن زمان در بسیاری از محافل اجتماعی برای زنان نامتعارف و ناپسند تلقی می‌شد، به نمادی از آزادسازی زنان تبدیل کند. این کارزار در واقع به سفارش «شرکت دخانیات امریکن توباکو[۲]» طراحی شده بود. هدف اصلی، گسترش بازار مصرف سیگار در میان زنان بود، اما این هدف اقتصادی در پوششی از ارزش‌های اجتماعی و آرمان‌های آزادی‌خواهانه عرضه شد. بدین‌ترتیب، یک منفعت تجاری به‌گونه‌ای بازتعریف شد که در ذهن مخاطبان به مطالبه‌ای برای آزادی و برابری تبدیل شود. اهمیت این نمونه در آن است که نشان می‌دهد برای تغییر رفتار اجتماعی، لزوماً نیازی به اجبار یا دستور مستقیم نیست. کافی است یک منفعت اقتصادی در قالب ارزشی اخلاقی و اجتماعی بازنمایی شود تا افراد، رفتاری را که در راستای منافع صاحبان قدرت اقتصادی است، به‌مثابه انتخابی آزادانه و حتی کنشی رهایی‌بخش تجربه کنند.

نمونه تاریخی برجسته دیگری از دست‌کاری سازمان‌یافته افکار عمومی، عملیات مخفی با نام «پیروزی[۳]» توسط سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا (سیا) در گواتمالا در سال ۱۹۵۴ است[۴]. هدف این عملیات سرنگونی دولت

---

[۱] شرح کامل این موضوع در فصل «نیویورک و مشعل آزادی»، از جلد دوم کتاب «توهم دموکراسی و پروپاگاندا» در این مجموعه آمده است. (م)

[2] American Tobacco Company

[3] PBSUCCESS

[۴] شرح کامل این موضوع در فصل «تجربیاتی از یک دخالت نظامی (گواتمالا)»، از جلد دوم کتاب «توهم دموکراسی و پروپاگاندا» در این مجموعه آمده است. (م)

دموکراتیک جاکوبو آربِنز بود. آربِنز با برنامه اصلاحات ارضی خود در پی محدود کردن سلطه زمین‌داران بزرگ و شرکت‌های خارجی بر منابع اقتصادی کشور بود. این سیاست‌ها، به‌ویژه منافع «شرکت آمریکایی یونایتد فروت[1]» را به خطر انداخته بود و با مخالفت شدید محافل قدرت در ایالات متحده روبه‌رو شد. سازمان سیا برای فراهم کردن زمینه سیاسی و روانی سرنگونی دولت، به یک عملیات گسترده رسانه‌ای و روانی متوسل شد. ایستگاه‌های رادیویی جعلی ایجاد شدند که خود را رسانه‌های نیروهای مخالف دولت معرفی می‌کردند. هم‌زمان، اخبار ساختگی درباره پیشروی ارتش شورشیان و پیروزی‌های نظامی آن‌ها در رسانه‌های بین‌المللی منتشر می‌شد. این گزارش‌ها تصویری از قدرت و گسترش نیروهای شورشی ارائه می‌دادند که با واقعیت می‌دانی تناسبی نداشت. هدف آن بود که هم مردم گواتمالا و هم نخبگان سیاسی و نظامی این کشور به این باور برسند که سقوط دولت آربِنز اجتناب‌ناپذیر است و مقاومت در برابر آن بی‌فایده خواهد بود.

بدین‌ترتیب، عملیات رسانه‌ای سیا صرفاً به انتشار اطلاعات نادرست محدود نمی‌شد، بلکه می‌کوشید خودِ واقعیت سیاسی را در ذهن مخاطبان بازسازی کند. هنگامی که یک روایت به‌طور مستمر از طریق کانال‌های مختلف تکرار شود، می‌تواند حتی بدون پشتوانه واقعی، به تصوری مسلط و تعیین‌کننده تبدیل شود. در چنین شرایطی، ادراک عمومی از واقعیت به عاملی مؤثر در شکل‌گیری خود واقعیت سیاسی بدل می‌شود. عملیات گواتمالا نشان داد که چگونه می‌توان با دست‌کاری نظام‌مند جریان اطلاعات، ایجاد ترس و القای شکست قریب‌الوقوع، زمینه فروپاشی یک دولت را فراهم کرد، بی‌آنکه در وهله نخست به برتری نظامی تعیین‌کننده‌ای نیاز باشد.

این دو نمونه تاریخی، با وجود تفاوت در اهداف و شیوه اجرا، یک منطق مشترک را آشکار می‌کنند: قدرت مؤثر تنها در اختیار کسی نیست که منابع اقتصادی یا ابزارهای نظامی را در دست دارد، بلکه در اختیار کسی نیز هست که می‌تواند تعیین کند جامعه چگونه واقعیت را ببیند و چه معنایی از آن استخراج کند. در این معنا، پروپاگاندا نه پدیده‌ای حاشیه‌ای و نه صرفاً ابزاری برای دوران جنگ است، بلکه یکی از سازوکارهای بنیادین اعمال قدرت در جوامع مدرن به شمار می‌رود. اینترنت این منطق را به وجود نیاورده است، بلکه دامنه، سرعت و دقت اجرای آن را به‌مراتب افزایش داده است.

۱,۹ چه کسی مرزهای گفتار مجاز را تعیین می‌کند؟

مرزهای آنچه در یک جامعه می‌توان آزادانه بیان کرد، صرفاً با قوانین رسمی و محدودیت‌های حقوقی تعیین نمی‌شوند. این مرزها در بسیاری از موارد از طریق مجموعه‌ای از سازوکارهای نهادی، رسانه‌ای و قضایی شکل می‌گیرند که تعیین می‌کنند کدام دیدگاه‌ها مشروع، پذیرفتنی و قابل طرح تلقی شوند و کدام دیدگاه‌ها با برچسب‌هایی چون گمراه‌کننده، افراطی یا خطرناک از عرصه عمومی کنار گذاشته شوند. بدین‌ترتیب، کنترل فضای عمومی الزاماً به معنای ممنوعیت مستقیم سخن گفتن نیست. گاه کافی است هزینه اجتماعی، حرفه‌ای یا حقوقی بیان یک نظر به اندازه‌ای افزایش یابد که افراد پیشاپیش از طرح آن خودداری کنند.

در ساختارهای قدرت مدرن، این مرزبندی از طریق شبکه‌ای از نهادهای راستی‌آزمایی[2]، سازمان‌های تنظیم‌گر رسانه‌ای[1]، پلتفرم‌های دیجیتال و مداخلات قضایی اعمال می‌شود. سازمان‌های راستی‌آزمایی که ظاهراً مأموریتشان

[1] United Fruit Company
[2] Fact-checker

مقابله با اطلاعات نادرست و تصحیح ادعاهای خلاف واقع است، در موارد متعددی از سوی بنیادهای نزدیک به ساختارهای دولتی یا شرکت‌های بزرگ فناوری تأمین مالی می‌شوند. این وابستگی مالی به‌خودی‌خود اثبات‌کننده جهت‌گیری سیاسی یا نادرستی ارزیابی‌های آن‌ها نیست، اما پرسشی اساسی درباره استقلال نهادی، معیارهای انتخاب موضوع و نحوه تعریف حقیقت مطرح می‌کند.

مسأله زمانی جدی‌تر می‌شود که ارزیابی یک گزاره صرفاً بر اساس صحت داده‌ها و شواهد موجود صورت نگیرد، بلکه چارچوب تفسیری آن نیز به موضوع داوری تبدیل شود. در چنین وضعیتی، ممکن است یک گزاره از نظر آماری و مستندات عینی درست باشد، اما به دلیل قرار گرفتن در زمینه‌ای که نهادهای راستی‌آزما آن را نامناسب یا گمراه‌کننده تشخیص می‌دهند، با برچسب «اطلاعات گمراه‌کننده» مواجه شود. در اینجا دیگر مرز میان بررسی صحت اطلاعات و کنترل چارچوب‌های مجاز تفسیر چندان روشن نیست.

سازمان‌های تنظیم‌گر رسانه‌ای در سطح ایالت‌های آلمان نیز بخشی از این ساختار نظارتی را تشکیل می‌دهند. وظیفه رسمی آن‌ها نظارت بر رعایت مقررات رسانه‌ای است، اما دامنه و شیوه اعمال این نظارت، به‌ویژه هنگامی که با محدودیت انتشار محتوا یا مداخلات حقوقی همراه می‌شود، پرسش‌هایی درباره نسبت میان تنظیم‌گری رسانه‌ای و آزادی بیان ایجاد می‌کند. مسأله بنیادی این است که چه نهادی، بر اساس کدام معیارها و با چه میزان پاسخ‌گویی عمومی، حق دارد تعیین کند کدام دیدگاه در فضای عمومی مجال انتشار داشته باشد.

۱,۹,۱ هزینه افشای حقیقت (۱): جولیان آسانژ

پرونده جولیان آسانژ[۲] نمونه‌ای برجسته از فشار ساختارهای قدرت بر افشاگری مستقل و روزنامه‌نگاری تحقیقی است. انتشار اسناد مربوط به جنایات جنگی نیروهای آمریکایی، او را در معرض سال‌ها پیگرد قضایی و بازداشت قرار داد. پیام این پرونده برای روزنامه‌نگاران تحقیقی روشن بود: افشای اسناد محرمانه‌ای که خشونت غیرقانونی دولت‌ها را آشکار می‌کنند، ممکن است نه تنها حمایت نهادهای قدرت را از میان ببرد، بلکه آزادی و امنیت شخص افشاگر را نیز به مخاطره اندازد.

یکی از نمونه‌های تکان‌دهنده اسنادی که در این زمینه منتشر شد، مربوط به حمله نیروهای آمریکایی در بغداد در ۱۲ ژوئیه ۲۰۰۷ است[۳]. این واقعه در جریان جنگ عراق رخ داد. در آن روز، نیروهای زمینی ارتش آمریکا در یکی از محله‌های بغداد مستقر بودند و دو بالگرد رزمی آپاچی از آن‌ها پشتیبانی هوایی می‌کردند. خدمه این بالگردها گروهی از افراد را در خیابان مشاهده کردند که در میان آن‌ها دو کارمند خبرگزاری رؤیترز نیز حضور داشتند: نامیر نورالدین، عکاس ۲۲ ساله، و سعید چماغ، راننده و دستیار ۴۰ ساله او. نظامیان ظاهراً دوربین‌های عکاسی و برخی اشیای دیگر را با سلاح اشتباه گرفتند و با توپ خودکار بالگرد به سوی گروه آتش گشودند. نورالدین و چند نفر دیگر کشته شدند و چماغ به‌شدت زخمی شد. اندکی بعد، یک خودروی ون در محل توقف کرد تا به مجروحان کمک

---

[1] Landesmedienanstalten

[۲] Julian Assange شرح کامل این موضوع در فصل «جولیان آسانژ: جلوی چشمان ما یک سیستم مرگبار طراحی میشود»، از جلد دوم کتاب «توهم دموکراسی و پروپاگاندا» در این مجموعه آمده است. (م)

[3] https://www.bpb.de/kurz-knapp/hintergrund-aktuell/510444/vor-15-jahren-luftangriffe-der-us-armee-in-bagdad/?utm_source=chatgpt.com

کند. سرنشینان خودرو تلاش کردند چماغ را از محل خارج کنند، اما بالگردها این بار خودرو را نیز هدف قرار دادند. چماغ در این حمله کشته شد و دو کودک که در خودرو حضور داشتند، به‌شدت مجروح شدند، هرچند زنده ماندند. تعداد دقیق قربانیان این حملات به‌طور قطعی مشخص نشده است. بسته به شیوه شمارش، شمار کشته‌شدگان در مراحل مختلف این عملیات میان ۱۲ تا ۱۸ نفر گزارش شده است. اهمیت این واقعه تنها در ابعاد خشونت نظامی آن خلاصه نمی‌شود. انتشار تصاویر و اسناد مربوط به چنین رویدادهایی، امکان مشاهده مستقیم واقعیت جنگ را فراهم می‌کند، واقعیتی که در روایت‌های رسمی و گزارش‌های گزینشی رسانه‌ای اغلب پشت مفاهیمی انتزاعی چون عملیات نظامی، اهداف راهبردی و تلفات جانبی پنهان می‌ماند.

پرونده آسانژ نشان می‌دهد که انتشار اطلاعاتی که با روایت رسمی دولت‌ها در تضاد است، چه هزینه‌هایی می‌تواند برای روزنامه‌نگاران و افشاگران داشته باشد. هنگامی که افشای جنایات جنگی به جای آنکه موضوع پاسخ‌گویی عاملان باشد، به زمینه‌ای برای تعقیب منتشرکنندگان اسناد تبدیل می‌شود، اصل آزادی مطبوعات با تناقضی بنیادین روبه‌رو خواهد شد. در چنین شرایطی، این پرسش مطرح می‌شود که آزادی رسانه تا کجا معتبر است و آیا این آزادی شامل افشای اعمال غیرقانونی صاحبان قدرت نیز می‌شود؟

«من امروز آزاد نیستم، چون سیستم به‌درستی عمل کرده، بلکه آزاد هستم چون پس از سال‌ها زندان، به گناهکار بودنم اعتراف کرده‌ام، گناهی که چیزی جز روزنامه‌نگاری نبوده است. ... روزنامه‌نگاری... جرم نیست، بلکه ستون فقرات یک جامعه آزاد و آگاه است. [1]»

جولیان آسانژ

[جولیان آسانژ، روزنامه‌نگار استرالیایی، ناشر و بنیان‌گذار وب‌سایت افشاگر ویکی‌لیکس[2] است که با انتشار اسناد محرمانه، پرده از جنایات جنگی، عملیات مخفی و اقدامات غیرقانونی دولت آمریکا برداشت. افشاگری‌های او، به‌ویژه انتشار تصاویر کشتار غیرنظامیان در بغداد و صدها هزار سند محرمانه مربوط به جنگ‌های عراق و افغانستان، ساختارهای قدرت در آمریکا را با رسوایی بزرگی مواجه کرد.

آسانژ از سال ۲۰۱۲، به‌دلیل نگرانی از استرداد به آمریکا، به سفارت اکوادور در لندن پناه برد و نزدیک به هفت سال، تا آوریل ۲۰۱۹، در آنجا زندگی کرد. در این فاصله، پرونده اتهامات جنسی مطرح‌شده در سوئد نیز به یکی از مبانی پیگرد قضایی او تبدیل شد. آسانژ این اتهامات را رد می‌کرد. دادستانی سوئد سرانجام در نوامبر ۲۰۱۹، به‌دلیل تضعیف شواهد در گذر زمان، تحقیقات را متوقف کرد.

پس از بازداشت در آوریل ۲۰۱۹، او به زندان فوق‌امنیتی بلمارش[3] در لندن منتقل شد و نزدیک به پنج سال در آنجا زندانی ماند. در همین حال، دولت آمریکا با طرح ۱۸ اتهام، از جمله بر اساس قانون جاسوسی، خواستار استرداد او شد. در ۹ مه ۲۰۱۹، نیلس ملتسر، گزارشگر ویژه سازمان ملل متحد در امور شکنجه، به همراه دو متخصص پزشکی، یک پزشک متخصص پزشکی قانونی و یک روان‌پزشک متخصص بررسی آثار شکنجه، در زندان بلمارش از آسانژ بازدید کرد و او را مورد معاینه قرار داد. هر سه نفر به این نتیجه رسیدند که آسانژ نشانه‌های آشکار و شدیدی

[1] https://www.dw.com/de/pl%C3%A4doyer-von-wikileaks-gr%C3%BCnder-julian-assange-f%C3%BCr-investigativen-journalismus/a-70373631

[2] WikiLeaks

[3] Belmarsh

از قرار گرفتن طولانی‌مدت در معرض شکنجه روانی را بروز می‌دهد. ملتسر تأکید کرد که مجموعه رفتارهایی که طی سال‌ها با آسانژ صورت گرفته، مصداق شکنجه روانی است. مجازات احتمالی این اتهامات در مجموع می‌توانست به ۱۷۵ سال زندان برسد. سرانجام، در ژوئن ۲۰۲۴، پس از توافق با دادگستری آمریکا، به یک اتهام اقرار کرد و با احتساب مدت بازداشت قبلی آزاد شد.

پرونده آسانژ پرسشی اساسی پیش روی جهان قرار می‌دهد: اگر انتشار اسناد مستند درباره جنایات جنگی و اقدامات غیرقانونی دولت‌ها بتواند روزنامه‌نگاری را با دهه‌ها زندان مواجه کند، مرز میان حفاظت از امنیت ملی و مصون نگه داشتن صاحبان قدرت از پاسخ‌گویی کجاست؟]

۱,۹,۲ هزینه افشای حقیقت (۲): اِدوارد اسنودن

اِدوارد اسنودن، کارمند پیشین سازمان اطلاعات مرکزی آمریکا (سیا) و پیمانکار «آژانس امنیت ملی آمریکا[1]» در ژوئن ۲۰۱۳ مجموعه‌ای از اسناد فوق‌محرمانه را در اختیار روزنامه‌نگاران قرار داد که ابعاد گسترده برنامه‌های پنهانی دولت آمریکا برای شنود مکالمات تلفنی، رهگیری ارتباطات اینترنتی و جاسوسی از شهروندان، دولت‌ها و رهبران کشورهای دیگر را آشکار کرد. این اسناد نشان می‌دادند که نهادهای اطلاعاتی آمریکا، با همکاری شرکت‌های بزرگ فناوری و ارتباطات، به حجم عظیمی از داده‌های خصوصی افراد دسترسی دارند.

اسنودن پس از افشای اسناد، ابتدا به هنگ‌کنگ رفت و سپس راهی مسکو شد. دولت آمریکا گذرنامه‌اش را باطل کرد و او در فرودگاه مسکو گرفتار وضعیتی شد که امکان ادامه سفر را از او گرفت. سرانجام در اوت ۲۰۱۳ به مدت یک سال پناهندگی موقت در روسیه دریافت کرد. این اقامت بعداً تمدید شد و او در سال ۲۰۲۲ تابعیت روسیه را نیز به دست آورد.

دولت آمریکا او را به سرقت اموال دولتی و افشای غیرمجاز اطلاعات محرمانه دفاعی و اطلاعاتی متهم کرد. این اتهامات بر اساس قانون جاسوسی آمریکا مطرح شدند و در صورت محکومیت، می‌توانستند در مجموع تا ۳۰ سال زندان برای او به همراه داشته باشند. اسنودن اعلام کرد که هدفش از انتشار اسناد، آگاه کردن مردم از نظارت گسترده و پنهانی دولت بر زندگی خصوصی آنان بوده است. پرونده او بار دیگر این پرسش را مطرح کرد که آیا افشای برنامه‌های محرمانه نظارتی حکومت، خیانت به کشور محسوب می‌شود یا اقدامی در جهت دفاع از حق مردم برای آگاهی از عملکرد قدرت؟

«وقتی افشای یک جرم، جرمی تلقی شود، یعنی توسط مجرمان اداره می‌شوید.»

منسوب به اِدوارد اسنودن

۱,۹,۳ آزادی بیان و هزینه سخن گفتن

برای درک سازوکارهای محدودکننده آزادی بیان، باید میان حق رسمی سخن گفتن و امکان واقعی بیان آزادانه تمایز قائل شد. ممکن است هیچ قانونی صریحاً افراد را از بیان دیدگاه‌های انتقادی منع نکند، اما تهدید به محرومیت شغلی، تخریب اعتبار اجتماعی، حذف از عرصه حرفه‌ای یا مواجهه با پیامدهای حقوقی، عملاً دامنه آزادی بیان را

[1] National Security Agency (NSA)

محدود کند. در چنین وضعیتی، سانسور لزوماً از بیرون اعمال نمی‌شود، بلکه به‌تدریج در رفتار خود افراد درونی می‌شود. آن‌ها می‌آموزند چه چیزهایی را بهتر است نگویند، کدام پرسش‌ها را مطرح نکنند و از چه مواضعی فاصله بگیرند.

دول غربی همواره خود را مهد آزادی بیان می‌دانند، اما گاه اظهارات رسمی چهره‌های رسانه‌ای آن‌ها، تناقضی آشکار با این مدعا را برمی‌ملا کند. دونیا حیالی، از جمله مجری مهمترین برنامه تحلیلی شبکه دوم تلویزیون آلمان[1]، در برنامه صبحگاهی این شبکه در ۲۹ ژانویه ۲۰۲۱ جمله‌ای بیان کرد که این تناقض را به‌روشنی آشکار می‌کند:

«در آلمان اساساً می‌توان هر چیزی را گفت. البته گاهی باید پیامدهای آن را هم پذیرفت. این تنها نکته‌ای است که بعضی‌ها ظاهراً هنوز به‌درستی درک نکرده‌اند. [2]»

این سخن، صرف‌نظر از قصد گوینده، پرسشی اساسی درباره معنای آزادی بیان مطرح می‌کند: اگر فردی از نظر حقوقی مجاز به بیان هر دیدگاهی باشد، اما به دلیل همان بیان با پیامدهای اجتماعی، شغلی یا حرفه‌ای مواجه شود، تا چه اندازه می‌توان از آزادی واقعی سخن گفت؟

البته هر پیامدی برای بیان یک نظر لزوماً به معنای نقض آزادی بیان نیست. نقد عمومی، مخالفت و پاسخ‌گویی نیز بخشی از حیات آزاد اجتماعی‌اند. اما هنگامی که پیامدها به ابزار ارعاب و بازدارندگی تبدیل شوند و هدف آن‌ها نه نقد یک دیدگاه، بلکه منصرف کردن افراد از ورود به برخی حوزه‌های بحث باشد، آزادی رسمی دیگر تضمین‌کننده آزادی واقعی نخواهد بود.

اوج این تناقض زمانی آشکار می‌شود که این منطق را کنار جمله‌ای مشهور از ایدی امین، حاکم پیشین اوگاندا بگذاریم؛ فردی که غرب همواره حکومت او را رمزی از سرکوبگری می‌دانست. او گفته بود:

«در اوگاندا آزادی بیان داریم. آنچه نمی‌توانیم تضمین کنیم، آزادی پس از بیان است. [3]»

مقایسه این دو دیدگاه نشان می‌دهد که چگونه منطق «آزادی در گفتن، ولی پذیرش مجازات پس از آن، مرزهای میان جوامع مدعی آزادی و رژیم‌های اقتدارگرا را کمرنگ می‌کند. در هر دو ساختار، ممکن است سخن گفتن رسماً ممنوع نباشد، اما هزینه آن چنان سنگین و بازدارنده تعریف می‌شود که فرد در عمل ترجیح می‌دهد دست به خودسانسوری بزند.

در چنین نظامی، دیگر نیازی نیست برای خاموش کردن هر صدای مخالف، مستقیماً به سانسور یا ممنوعیت متوسل شد. کافی است نمونه‌هایی از مجازات، حذف یا طرد افراد منتقد در معرض دید عموم قرار گیرد تا دیگران پیامدهای احتمالی مخالفت را پیشاپیش محاسبه کنند. این همان سازوکاری است که از طریق آن، اضطراب به ابزار تنظیم رفتار اجتماعی تبدیل می‌شود و مرزهای گفتار مجاز، بدون نیاز به اعلام رسمی، در ذهن افراد تثبیت می‌شوند.

---

[1] heute journal

[2] ZDF-Morgenmagazin, 29. Januar 2021

[3] https://dokumen.pub/slow-poison-idi-amin-yoweri-museveni-and-the-making-of-the-ugandan-state-n-8190111.html?utm_source=chatgpt.com

در نهایت، مسأله آزادی بیان صرفاً این نیست که آیا فرد اجازه دارد سخن بگوید یا نه. مسأله این است که آیا می‌تواند بدون قرار گرفتن در معرض مجازات‌های نامتناسب و ارعاب سازمان‌یافته، دیدگاه خود را مطرح کند و در یک بحث عمومی واقعی مشارکت داشته باشد. هرگاه پاسخ به این پرسش منفی باشد، آزادی بیان بیش از آنکه حقی مؤثر باشد، به امتیازی مشروط تبدیل شده است.

۱,۱۰ رسانه‌های مستقل و پتانسیل ایجاد افکار عمومیِ منتقد

با فرسایش عمیق و همه‌جانبه اعتماد عمومی به رسانه‌های جریان اصلی و شرکتی، بازاری گسترده برای رسانه‌های جایگزین، وبلاگ‌ها و پادکست‌های مستقل شکل گرفته است. این پلتفرم‌ها در یک جامعه آزاد و سالم نقشی حیاتی ایفا می‌کنند، زیرا موضوعات، زاویه دیدها و تحلیل‌هایی را مطرح می‌کنند که توسط رسانه‌های مسلط و همسو با کانون‌های قدرت حاکم به طور نظام‌مند مسکوت گذاشته می‌شوند یا در حاشیه تنگ سانسور قرار می‌گیرند. این فضاها نویدبخش تکثر صداها، شکستن انحصار آهنین اطلاعاتی و گشایش دالان‌های تازه‌ای برای تفکر انتقادی هستند. رسانه‌ها در این ساختار نه به عنوان ابزاری برای آگاهی‌بخشی عمومی، بلکه به عنوان بازوی اجرایی قدرت در هدایت افکار عمومی عمل می‌کنند.

رسانه‌های جریان غالب با بهره‌گیری از انحصار رسانه‌ای خود تلاش می‌کنند تا هرگونه صدای مخالف را در نطفه خفه کنند. اما مسأله بنیادین این است که رسانه‌های جایگزین به ندرت از سوی دولت‌ها، ساختارهای حکمرانی و الگوهای مسلط قدرت تحمل می‌شوند. هنگامی که یک رسانه جایگزین، یک مفسر مستقل یا یک پژوهشگر منتقد از خطوط قرمز و مرزهای تعیین‌شده توسط ساختار قدرت عبور کند و به منافع اساسی و راهبردی الگوهای مسلط لطمه بزند، با طیفی از ابزارهای خشن و نامرئی از سوی حاکمیت حذف، تخریب، فیلتر یا منزوی می‌شود. نقش رسانه‌های جریان غالب در این میان تبدیل شدن به خط مقدم دفاع از منافع الگوهای حاکم است. آزادی بیان در این ساختارهای مستقر تا زمانی محترم شمرده می‌شود که کاملاً بی‌خطر باشد و به هسته اصلی منافع نخبگان سیاسی و اقتصادی گزندی نرساند.

۱,۱۰,۱ نمونه‌ی موردی (۱): کِن‌اف‌ام[1]

پلتفرم کِن‌اف‌ام، متعلق به کیوان صوفی-سیاوش[2] (از پدر ایرانی و مادر آلمانی) که سال‌ها یکی از پرمخاطب‌ترین و تأثیرگذارترین رسانه‌های مستقل در حوزه آلمانی‌زبان بود و صدها ویدیوی طولانیِ تحلیلی، پژوهشی و افشاگرانه منتشر مدر تی سال‌ها منتشر کرده بود، در ژانویه ۲۰۲۱، توسط یوتیوب به طور دائم حذف شد. محتوای این رسانه شامل مصاحبه‌های طولانی، تک‌گویی‌ها و مقالاتی درباره موضوعات ژئوپلیتیک، اقتصادی و اجتماعی بود. این پورتال عمدتاً از طریق تأمین مالی جمعی (کراودفاندینگ) و کمک‌های مالی مخاطبان خود تأمین مالی می‌شد. دلیل این اقدام قاطعانه آن بود که افشاگری‌ها، پرسشگری‌ها و تحلیل‌های این رسانه در نقطه‌ای کاملاً متضاد با سیاست رسمی دولت آلمان قرار داشت و حقایقی از جمله در مورد همه‌گیری کووید-۱۹را آشکار می‌کرد که دولت و نهادهای امنیتی به‌شدت در تلاش برای پنهان کردن، تحریف یا مسکوت گذاشتن آن‌ها بودند. این حذف دیجیتال

[1] KenFm
[2] Kayvan Soufi-Siavash

نشان داد که زیرساخت‌های ارتباطی و رسانه‌ای جهان مدرن تا چه اندازه در انحصار ساختارهای قدرت قرار دارند و به محض بروز خطای سیستمی، دکمه قطع صدا بلافاصله فشرده می‌شود تا رسانه‌های مسلط بتوانند روایت رسمی خود را حفظ کنند.

۱,۱۰,۲ نمونه‌ی موردی (۲): بِن اونگِسکریپتِت[۱]

این پادکست‌کننده مستقل، مصاحبه‌ای چهارساعته، عمیق و کاملاً بدون برش با آقای بیورن هوکه از حزب اپوزیسیون «آلترناتیو برای آلمان» انجام داد. او از چهره‌های برجسته این حزب به شمار می‌رود؛ تشکلی که از دیدگاه احزاب حاکم در طیف راست افراطی قرار دارد. پس از انتشار این گفتگوی بدون واسطه، سازمان رسانه‌ای ایالت نوردراین-وستفالن نامه‌ای رسمی و هشدارآمیز به او ارسال کرد و خواستار این شد که برخی از اظهارات هوکه را که از نظر نهادهای نظارتی با واقعیت همخوانی ندارد، اصلاح کند، به چالش بکشد یا دستکم زیر سؤال ببرد. خطای آشکار و ناخشودنی او از منظر نهادهای نظارتی دولتی این بود که به کسی تریبونی بدون فیلتر داده بود که رسانه‌های عمومی و دولتی از دادن تریبون به او امتناع میورزند. این برخورد بوروکراتیک نشان می‌دهد که نهادهای قدرت و رسانه‌های رسمی حتی اجازه نمی‌دهند مخاطب خود به قضاوت بنشیند، بلکه تلاش می‌کنند دروازه‌بانی اطلاعات و مدیریت رسانه‌ای را تا سطح کنترل تک‌تک جملات و مکالمات شهروندان گسترش دهند.

۱,۱۱ دستکاری تصویری و حذف اطلاعات: مهندسی ادراک و نامتقارن‌سازی زبانی

در کنار کادربندی بصری، نامتقارن‌سازی زبانی و نحوه ارائه اطلاعات نیز به ابزاری مؤثر برای جهت‌دهی به افکار عمومی تبدیل شده است. این سازوکار را می‌توان به‌روشنی در شیوه پوشش مصاحبه‌های خارجی در رسانه‌های تصویری و تلویزیونی مشاهده کرد. اظهارات رهبران کشورهای همسو با سیاست‌های غرب معمولاً با حفظ صدای اصلی، ترجمه‌ای روان و بدون وقفه پخش می‌شود. در مقابل، سخنان رهبران کشورهای رقیب یا نمایندگان جریان‌های منتقد نظم حاکم، اغلب با برش‌های متعدد، حذف بخش‌های تعیین‌کننده و ترجمه‌های جهت‌دار بازتاب می‌یابد. رسانه‌های جریان غالب غرب به‌ندرت سخنان رهبران روسیه، ایران، افغانستان یا دیگر کشورهای مخالف سیاست‌های غرب را به زبان اصلی و همراه با زیرنویس پخش می‌کنند تا مخاطب بتواند صدای گوینده را مستقیماً بشنود و محتوای سخنان او را بدون واسطه ارزیابی کند. در عوض، معمولاً صدای اصلی حذف و با صدای گوینده جایگزین می‌شود یا تنها قطعاتی گزینش‌شده از سخنرانی‌ها و مصاحبه‌ها پخش می‌شوند که از متن و بستر اصلی خود جدا شده‌اند و به اصطلاح از سیاق خود خارج شده‌اند. به این ترتیب، سخنانی که در چارچوب اصلی خود ممکن است معنایی کاملاً متفاوت داشته باشند، در قالبی تازه و متناسب با روایت مطلوب رسانه بازسازی می‌شوند. افزون بر این، اظهارات مصاحبه‌شونده اغلب در میان تفسیرها و توضیحات مداوم تحریریه قرار می‌گیرد و اعتبار آن‌ها پیشاپیش زیر سؤال می‌رود. بدین ترتیب، مخاطب نه با سخنان واقعی گوینده، بلکه با نسخه‌ای گزینش‌شده،

---

[۱] Ben ungeskriptet "گفتگوی بی‌پرده با بِن". بِن برنت(Ben Berndt) ، پادکستر آلمانی و مجری برنامه گفت‌وگومحور است که فعالیت خود را در سال ۲۰۲۲ آغاز کرد. او در این برنامه میزبان چهره‌هایی از حوزه‌های سیاست، رسانه، اقتصاد و جامعه است و با آن‌ها گفت‌وگوهای طولانی و عمدتاً بدون تدوین و حذف بخش‌ها انجام می‌دهد. ویژگی اصلی این برنامه، فراهم کردن فرصت برای بیان دیدگاه‌های متفاوت، از جمله دیدگاه‌های بحث‌برانگیز و منتقد جریان اصلی است. (م)

تقطیع‌شده و از پیش تفسیرشده از آن مواجه می‌شود. امکان شنیدن مستقیم سخنان منبع اصلی و قضاوت مستقل درباره آن عملاً از او سلب می‌شود.

این شیوه را باید در چارچوب سازوکارهای ساختاری سلطه بررسی کرد که راینر ماوسفلد در کتاب «هیبریس و نِمسیس[۱]» به تحلیل آن‌ها می‌پردازد. از منظر او، قدرت در جوامع غربی صرفاً بر ابزارهای مادی و فیزیکی کنترل متکی نیست، بلکه تسلط بر فرایندهای شناختی و شکل‌دهی به ادراک انسان‌ها نیز جایگاهی محوری دارد. هنگامی که رسانه رسمی با برش‌های گزینشی، ترجمه‌های جهت‌دار و تفسیرهای تحمیلی، روایت رقیب را پیشاپیش بی‌اعتبار می‌کند، دیگر صرفاً اطلاعات را منتقل نمی‌کند، بلکه در شکل‌دهی به برداشت مخاطب و تعیین حدود قضاوت او دخالت می‌کند. نتیجه، محصور ماندن شهروندان در چارچوبی از پیش‌ساخته از پیش‌فرض‌ها و داوری‌های ایدئولوژیک است؛ چارچوبی که امکان مواجهه مستقل با روایت‌های متفاوت را محدود می‌سازد. در چنین شرایطی، پلورالیسم رسانه‌ای و آزادی اطلاع‌رسانی، با وجود ظاهر متکثرشان، می‌توانند به پوششی برای نوعی سلطه پنهان تبدیل شوند: سلطه‌ای که به جای تحمیل مستقیم یک عقیده، از طریق کنترل آنچه دیده و شنیده می‌شود، دامنه اندیشیدن و قضاوت مستقل را محدود می‌کند.

۱,۱۲ سخن پایانی: بازپس‌گیری توان داوری مستقل خویش

رسانه‌ها پنجره‌هایی بی‌طرف به جهان نیستند. آن‌ها صافی‌هایی هستند که واقعیت را گزینش و چارچوب‌بندی می‌کنند و در بسیاری موارد، به تثبیت مناسبات قدرت موجود یاری می‌رسانند. گسترش اینترنت و دسترسی همگانی به اطلاعات نیز، برخلاف تصور اولیه، به‌خودی‌خود جامعه‌ای آگاه‌تر و مستقل‌تر پدید نیاورده است. در کنار افزایش حجم اطلاعات، شیوه‌های پیچیده‌تر و نامحسوس‌تری برای هدایت افکار عمومی و شکل دادن به برداشت مردم از واقعیت به وجود آمده است. امروز کنترل اطلاعات لزوماً به معنای پنهان کردن خبر نیست، بلکه می‌تواند از طریق انتخاب گزینشی اخبار، برجسته‌سازی برخی رویدادها، حذف برخی دیگر و تحمیل چارچوبی خاص برای تفسیر آن‌ها اعمال شود.

بازپس‌گیری قدرت داوری مستقل مستلزم مصرف منفعلانه اطلاعات نیست، بلکه به برخوردی آگاهانه و انتقادی با رسانه‌ها نیاز دارد: مقایسه منظم روایت‌های متفاوت، مراجعه به منابع و اسناد اصلی و شناخت منافع اقتصادی، سیاسی و شبکه‌ای پشت تولید و انتشار اخبار. هیچ رسانه‌ای نباید به‌جای مخاطب تصمیم بگیرد که چه چیزی حقیقت دارد و چه چیزی باید باور شود. حتی رسانه‌هایی که خود را مستقل و منتقد معرفی می‌کنند نیز باید با همین معیارها سنجیده شوند.

انداختن نمادین تلویزیون از پنجره، به معنای پشت کردن به اطلاعات نیست؛ اعلام پایان وابستگی به روایت‌های آماده است. مسأله، کنار گذاشتن رسانه نیست، بلکه پس گرفتن حق اندیشیدن، پرسیدن و داوری کردن است.

---

[۱] «هیبریس و نِمِسیس، چگونه تمدن‌زدایی از قدرت ما را به لبه پرتگاه میکشاند، بینش‌هایی از ۵۰۰۰ سال تاریخ»، راینر ماوسفِلد، ترجمه از آلمانی: ح. ج. بارال، ۲۰۲۶، ۴۶۹ صفحه (م)، نشر آلمانی: https://westendverlag.de/Hybris-und-Nemesis/1621

استقلال فکری از جایی آغاز می‌شود که انسان دیگر حقیقت را از رسانه‌ها تحویل نمی‌گیرد، بلکه خود برای کشف آن تلاش می‌کند.

'''''''' ◊ «» «»