



# کنکاش

Dispatches

## یادداشت‌هایی از سیاست، اقتصاد و پیش‌تراز آن



سیاست

### رسانه‌های اصلاح‌طلب و بازگشت احمدی‌نژاد

#### اثر در دیدبودن بر آرای پوپولیست‌ها

علی هنری

۱ | انتخابات پارلمانی سال ۲۰۰۲ هلند شاهد پدیده‌ای بی‌سابقه در تاریخ معاصر آن کشور بود که بر صحنه سیاسی هلند و حتی اروپا تأثیر قابل توجهی گذاشت. فهرست حزب پوپولیست افراط‌گرای پیم فورتوین (Pim Fortuin) که کم‌تر از یک سال از تاسیس آن می‌گذشت، ۱۷ درصد کرسی‌های پارلمان را کسب کرد. ظهور یک حزب راست‌گرای افراطی در زمانی کوتاه که

مهاجران و ملی‌گرایسی دو موضوعی که افراط‌گرایان راست بر آن تمرکز دارند تغییر محسوسی نداشت و تا نزدیکی آن انتخابات از گرایش به افراطی‌گری کاملاً به دور می‌نمایاند. این پدیده تحلیل‌گران و پژوهش‌گران را بر آن داشت از منظرهای متفاوت‌تری آن را بررسی کنند و حاصل آن به روشن‌شدن زوایای مغفول‌مانده‌ای از ظهور و رشد احزاب پوپولیست و افراط‌گرا انجامید: تأثیر «در دیدبودن» یا حضور در رسانه‌های عمومی.

خلاف روند تدریجی رشد دیگر احزاب راست‌گرای افراطی در کشورهای اروپایی، بود. جامعه هلند و تحلیل‌گران را شگفت‌زده کرد. توضیح این پدیده نه با تأکید بر شرایط اجتماعی-اقتصادی و نارضایتی شهروندان میسر بود و نه با اتکا بر نظرسنجی‌ها و افکار عمومی. این پیروزی غیرمترقبه پوپولیست‌های افراط‌گرا در شرایطی حاصل شد که افکار عمومی هلند در دوره ۳۰ ساله پیش از انتخابات پارلمانی ۲۰۰۲ در باره



با دیگر نیروها متفاوت است؟ برای پاسخ به چنین پرسش‌هایی ابتدا باید به نقش رسانه در بسیج سیاسی بپردازیم. بسیج سیاسی که مهم‌ترین چالش پیش‌روی نیروها، احزاب و سازمان‌های سیاسی در جذب هوادار و پیش‌برد برنامه‌هاست، دو مرحله دارد؛ مرحله گفت‌وگو سازی یا قانع‌سازی (Consensus mobilization) و مرحله بسیج برای کنش (Action mobilization).<sup>۱</sup> واقعیت این است که «به کارگیری رسانه» یا به خدمت‌درآوردن آن در مرحله «بسیج برای کنش» برای عموم احزاب و نیروهای سیاسی به یک اندازه با اهمیت است. اما اهمیت «در دیدبودن» یا حضور در رسانه‌های فراگیر - که در این جا آن را از به کارگیری رسانه متمایز می‌دانیم - برای نیروهای افراط‌گرا و پوپولیست با دیگر نیروهای سیاسی به‌ویژه در مرحله قانع‌سازی یک اندازه نیست. در دیدبودن که به واسطه حضور در رسانه به دست می‌آید برای پوپولیست‌ها به نوعی حیاتی است.

قانع‌سازی مرحله‌ای است که حزب یا جریان سیاسی تلاش می‌کند گروهی از جامعه را درباره یک نارضایتی مشترک آگاه کند و به ارائه ترجمه

پیام فور توین، پوپولیستی  
هلندی ست که مواضع  
افراط‌گرایانه داشت؛ او سال  
۲۰۰۲ ترور شد.



فصل و انفعالی را که منجر به آرای حزب پیام فور توین و پیروزی قابل توجه آن حزب منجر شد می‌توان از منظر فرصت‌گفتمانی و با استفاده از حجم حضور در رسانه‌های فراگیر هلند یاد در دیدبودن آن حزب توضیح داد. پیام فور توین و حزب متبوعش، در توجه رسانه‌ها به احزاب راست‌گرای افراطی یک خرق عادت بودند. از زمانی که فور توین - تقریباً یک سال پیش از انتخابات پارلمانی - اعلام نامزدی کرد تقریباً هر روز به دلایل و بهانه‌های مختلف در رسانه‌ها حاضر شد. به طوری که خیلی زود یکی از تحلیل‌گران شناخته‌شده هلندی در پرخواننده‌ترین روزنامه هلند در مقاله‌ای از آن چه او «فور توینیزه‌شدن رسانه‌ها» می‌نامید، گلایه کرد. حزب تازه‌تاسیس پیام فور توین در شش ماهه پیش از انتخابات ۲۰۰۲، حدوداً یک چهارم توجه رسانه‌های اصلی را نسبت به تمامی سیاستمداران دیگر احزاب سیاسی - جلب کرده بود. این اتفاق با ترور شخص پیام فور توین در نه روز مانده به انتخابات اوج بیش‌تری نیز گرفت.<sup>۱</sup> این حزب و شخص رهبر آن با طرح موضوعات جنجال‌برانگیز به بخشی از مناظره‌ها و مباحثات رسانه‌های عمومی جهت می‌دادند. مورد نقد و مخالفت قرار گرفتن این حزب و رهبر آن در گفت‌وگوها و گزارش‌های رسانه‌ای به بیش‌تر در دیدبودن آن‌ها در رسانه‌ها می‌انجامید و فرصتی بود برای بیان بیش‌تر مواضع جنجال‌برانگیز در حوزه‌هایی که مورد علاقه پوپولیست‌های راست‌گرا بود. دینامیزمی که یافته‌ها نشان می‌دهد با رشد آرای حزب پیام فور توین تا روز انتخابات ارتباط معناداری داشته است.

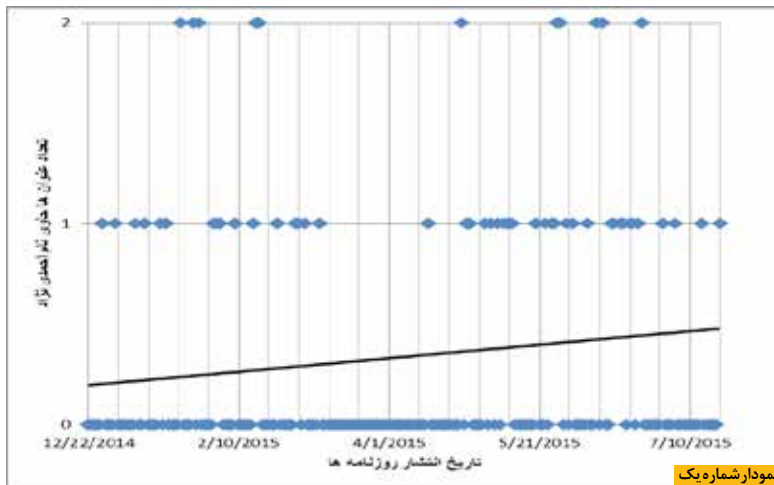
پدیده پیام فور توین مثال برجسته‌ای از تأثیر در دیدبودن بر رشد احزاب افراط‌گرا و پوپولیست است.<sup>۲</sup> اتفاقی که نه تنها نتایج یک انتخابات، بلکه صحنه سیاسی هلند را برای سال‌های طولانی تغییر داد. پس از این پیروزی، حضور در قدرت جریان راست‌گرای پوپولیست در هلند - کشوری که در مدارای فرهنگی و سنت پذیرش مهاجران در اروپا الگو بوده است - کم‌وبیش ادامه یافت و اکنون نیز حزب ضداسلام «برای آزادی» (PVV) از احزاب شاخص و پیش‌تاز افراط‌گرای اروپا به شمار می‌رود.

۲ رسانه چگونه در رشد احزاب نقش فعال بازی می‌کند و مکانیزم تأثیر رسانه بر آرای جریان افراطی و پوپولیست چگونه است؟ آیا تأثیر «در دیدبودن» برای جریان‌های افراطی و پوپولیست

سیاسی آن نارضایتی بپردازد. به عبارت دیگر حزب سیاسی، یک مساله شخصی را به مساله عمومی تبدیل می‌کند. این فرآیند با ارائه یک چارچوب صورت می‌گیرد و آن چارچوب‌بندی (framing) در میان جامعه و به‌ویژه در فضای رسانه‌ای به اشتراک و بحث گذاشته و با چارچوب‌بندی‌های دیگر در اقناع افراد به رقابت می‌پردازند. ولی لزوماً چارچوب‌بندی‌ای که برای حل مساله مناسب است در این رقابت، موفق نخواهد بود و بخت اقناع بیش‌تری نخواهد داشت. طنین (resonance) یک چارچوب در فرد و پذیرش آن از یک سو به ویژگی‌های فرد و از سوی دیگر به نوع چارچوب بستگی دارد. چارچوب‌ها می‌توانند «سرزنشی» باشند؛ یعنی تنها به اشاره به عامل نارضایتی و سرزنش آن اکتفا کنند. می‌توانند «تشخیصی» باشند و بر عوامل سیاسی نارضایتی تأکید کنند یا «تجویزی» باشند و ضمن تشخیص، برای از بین بردن ریشه نارضایتی نیز راه‌حل ارائه دهند. نیروهای سیاسی عموماً از هر یک از این چارچوب‌ها یا ترکیبی از آن‌ها استفاده می‌کنند. اما جریان‌های افراط‌گرا و پوپولیست غالباً تنها از چارچوب‌های سرزنشی و تشخیصی استفاده کرده و به این ترتیب یا یک فرد، گروه و مجموعه‌ای را هدف حمله قرار می‌دهند یا روی نارضایتی‌ها و کمبودها تأکید دارند و در پیچه بحث را به ریشه‌یابی و راه‌های برطرف کردن آن‌ها می‌بندند. این نوع چارچوب‌بندی‌ها که اصطلاحاً تخریبی یا سلبی‌اند مخاطب و هدفشان، گروهی از جامعه است که از دانش سیاسی کم‌تری نسبت به متوسط جامعه برخوردارند و کم‌تر در باورها و نگرش‌هایشان انعطاف دارند. گروهی که بیش‌تر تصمیم‌گیری‌های سیاسی‌شان بر مبنای کلیشه‌ها، تعصب‌ها و پیش‌داوری‌های شخصی است. بنابراین اقناع در زمینه چارچوب‌بندی سرزنشی، جنسی از گفت‌وگو و استدلال نخواهد داشت که انتظار داشته‌باشیم با در کنار هم قرار دادن گفته‌ها و استدلال‌های متفاوت مناسب‌ترین انتخاب توسط مخاطبان صورت گیرد. بلکه واقعیت این است که افراط‌گرایان و پوپولیست‌ها با استفاده از چارچوب‌بندی سرزنشی مانع گفت‌وگو و استدلال می‌شوند. انتقادهای واکنش‌های منفی نیز لزوماً به رد ادعاهای آن‌ها نمی‌انجامد بلکه بیش‌تر فرصت‌گفتمانی و در دیدبودن در اختیارشان قرار می‌دهد. این در دیدبودن نه تنها مستقیماً بسیج پوپولیست‌ها را تقویت می‌کند بلکه سهم حضور و



این نمودار، پرداختن به احمدی نژاد را به طور روزانه نشان می دهد؛ یک نشان دهنده حضور احمدی نژاد در عنوان یکی از دو روزنامه «شرق» و «اعتماد» و دو نشان دهنده حضور او در هر دو روزنامه در یک روز است.



نمودار شماره یک

بحث قاب بندی های دیگر و اثر آن ها را نیز کاهش خواهد داد. ضمن آن که عموماً افراط گرایی که در اقلیت هستند با حضور در رسانه فراگیر می توانند از موقعیتی در دست یابی به مخاطب بهره مند شوند که با اتکا به رسانه های خود از آن محرومند. بنابراین عنوان خبرها در رسانه ها نه لزوماً بازتاب وضع پوپولیست ها، بلکه خود می تواند سهمی در تغییر میزان در دیدودن آن ها داشته باشد. در این شرایط است که رسانه هر چند بی طرف یا حتی مخالف پوپولیست ها - گاه خود به یک کنش گر و عامل بسیج پوپولیست ها تبدیل می شود.

۱۳ این روزها بحث بازگشت احمدی نژاد در میان بحث های سیاسی و عناوین روزنامه ها مکرراً دیده می شود. آن چه در این بحث ها مغفول است تأثیر رسانه های مخالف پوپولیسم به ویژه اصلاح طلب بر احتمال این بازگشت یا به عبارت دیگر، پرسش چگونگی مواجهه رسانه ای با بازگشت پوپولیسم است. برای نورتابانیدن به این موضوع من بررسی ای از میزان و چگونگی حضور «احمدی نژاد» در صفحه اول دو رسانه اصلاح طلب «شرق» و «اعتماد» به عنوان معیاری از حضور احمدی نژاد در رسانه های اصلاح طلب و رسانه های فراگیر انجام دادم. این بررسی روی روزنامه های منتشر شده در دوره زمانی از اول دی ماه ۱۳۹۳ تا ۱۲ مرداد ماه ۱۳۹۴ انجام شده است. داده های جمع آوری شده نشان می دهد از ۳۴۸ شماره منتشر شده از این دو روزنامه (هر روزنامه ۱۷۴ شماره) در بازه زمانی یادشده (۲۲۵ روز)، در ۷۸ شماره (۲۲.۴ درصد) نام احمدی نژاد در تیتزر صفحه اول ذکر شده است. در حدود ۱۰ درصد شماره های روزنامه های اصلاح طلب نیز در همان بازه، احمدی نژاد عنوان یک را به خود اختصاص داده است. موضوع قرار گرفتن احمدی نژاد در تقریباً یک چهارم مواقع روی جلد روزنامه های اصلاح طلب نکته مهمی است که باید در واکنش رسانه های اصلاح طلب به پوپولیسم مورد توجه قرار گیرد. چرا و بر چه مبنایی احمدی نژاد به این میزان مورد توجه دو روزنامه اصلاح طلب قرار گرفته است؟ آیا موضوع او و اتفاقات پیرامونش ارزش خبری و رسانه ای داشت یا از نظر سیاسی با اهمیت بوده است؟ این پرسش ها با بررسی روند این حضور و دقیق شدن در محتوای عنوان ها بیش تر روشن خواهد شد.

نمودار ۱ حضور احمدی نژاد در دو روزنامه اعتماد و شرق را به طور روزانه نشان می دهد. میزان

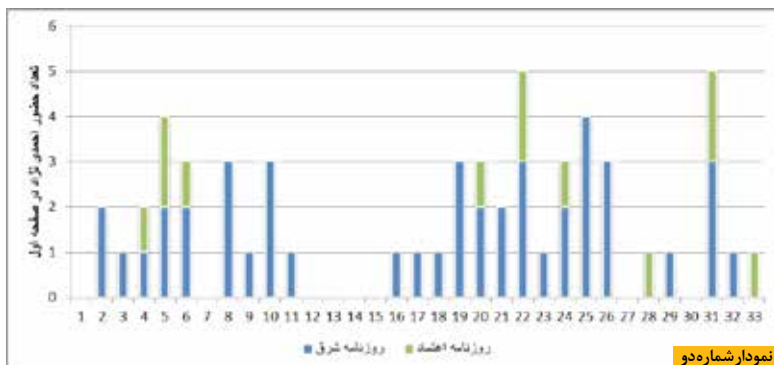
یادداشت ها:

۱. بیم فور توین روز مانده به روزی گیری توسط یک فعال حقوق حیوانات با اسلحه ترور شد.
۲. برای توضیحات بیش تر در رابطه با نقش حضور در رسانه در پیروزی حزب بیم فور توین نگاه کنید به: Koopmans, R., & The. (۲۰۰۹). Muis, J. rise of right-wing populist Pim Fortuyn in the Netherlands: A discursive opportunity approach. European Journal of Political Research, ۴۸(۵), ۶۴۲-۶۶۴.
۳. برای آشنایی با این دسته بندی نگاه کنید به: Klandermans, B. The social psychology of protest. Oxford, UK: Blackwell Publishers.
۴. نگاه کنید به: Snow, D. A., & Benford, R. D. Ideology, resonance and participation mobilization. In B. Klandermans, H. Kriesi, & S. Tarrow (Eds.), International Social Movement Research (pp. ۱۹۷-۲۱۸). Greenwich, CT: JAI Press.

در میان گفت و گویی انتقادی راجع به شرایط در دولت قبل را عنوان نخست روزنامه خود قرار می دادند، این روند در ماه های اخیر به سمت پوشش هر چند انتقادی - اخبار فعالیت ها یا کنش های کنونی احمدی نژاد و یارانش سیر پیدا کرده است و احمدی نژاد از سوزهای منفعل به سازنده خبر و شکل دهنده آن تغییر کرده است. نکته دوم آن که رسانه های اصلاح طلب خواسته یا ناخواسته در فرآیند هویت بخشی به جریانی قرار گرفته اند که تا پیش از این از آن ها با نام های رییس دولت دهم یا اعضای کابینه و غیره یاد می شد. اما امروز هویتی با عبارت «احمدی نژادی ها» در میان عنوان ها و نوشته ها در حال شکل گیری است.

نمودار ۲ حضور احمدی نژاد را به طور هفتگی نشان می دهد. در روند تغییرات محتوایی و کمی حضور احمدی نژاد در عناوین روزنامه های اصلاح طلب شاهدیم که چگونه رسانه به عنوان یک کنش گر هر چند شاید غیر ارادی - می تواند عمل کند و با ذکر خبری هر چند انتقادی از

حضور احمدی نژاد در رسانه های اصلاح طلب در روز/ شماره ای که در عنوان های هر دو روزنامه نام احمدی نژاد دیده شده است معادل «دو» و در روز/ شماره ای که تنها در یکی از روزنامه ها دیده شده معادل «یک» و غیر آن «صفر» در نظر گرفته شده است. تحلیل آماری این یافته ها روند معنادار رو به رشد حضور احمدی نژاد در صفحات روزنامه های اصلاح طلب را آشکار می کند (شیب خط نشان دهنده رشد احتمال حضور احمدی نژاد در صفحه اول یکی از دو روزنامه است). به عبارت دیگر احتمال حضور احمدی نژاد بر صفحه یکی از دو روزنامه اصلاح طلب روز به روز در حال افزایش بوده است. یافته های تحلیل محتوایی عنوان ها و مباحث دو نکته عمده دیگر را نیز روشن می کند. اول آن که واسطه حضور احمدی نژاد در عناوین، از اشاره به فساد و مشکلات دوره های ریاست جمهوری او به سوی واکنش هایی به کنش های احمدی نژاد سوق پیدا کرده است. اگر در هفته های دور دو روزنامه مورد بررسی به دلایل سیاسی یا حرفه ای مثلاً یادشدن از او



نمودار شماره دو

۵. نگاه کنیده واکتش «عبدالرضا داوری» در فیس یوکش به تیتتر روزنامه شرق در تاریخ ۱۴/۵/۱۳۹۴. ۶. داده‌های این بخش با کمک «مریم طهماسبی» گردآوری شده که لازم است از ایشان قدردانی کنم. ۷. برای نمونه این دیدگاه‌نگاه کنیده گفت‌وگوی «شرق» با حسین مهر عسلی شماره ۲۳۶۴، ۱۳۹۴/۳/۲۲. ۸. برای نمونه این دیدگاه‌نگاه کنیده گفت‌وگوی «شرق» با اکبر ترکان شماره ۱۳۹۴/۵/۱۳، ۲۳۶۳.



بقایای در هفته‌های ۲۷ تا ۳۰ کاهش قابل توجهی پیدا کرده بود، در هفته ۳۱ با خبر شکایت او از «اسحاق جهانگیری» دوباره اوج گرفت و آن هفته را به هفته‌ای پر حضور و پر صدا برای احمدی‌نژاد تبدیل کرده است. به‌طور خلاصه با مرور عنوان‌های مرتبط با احمدی‌نژاد در دو روزنامه اصلاح‌طلب هم شاهد رشد حضور رسانه‌های احمدی‌نژاد در چند ماهه اخیر هستیم و هم شاهد فعل و انفعالاتی که منجر به حضور بیش‌تر در رسانه‌ها و افزایش در دیدبودن بیش از پیش رئیس دولت دهم شده است. نظریه‌های مرتبط با رشد جریان‌های پوپولیست و افراطی به ما هشدار می‌دهد که این روند می‌تواند با تغییر مثبت آرای پوپولیست‌ها همراه شود.

۴. بازگشت افراط‌گرایی و پوپولیسم می‌تواند دغدغه‌های جدی برای کشورمان باشد که به‌تازگی به مدار اعتدال و عقل‌مداری بازگشته است. در میان کنش‌گران و تحلیل‌گران سیاسی به ویژه اصلاح‌طلبان و طرفداران اعتدال-دو دیدگاه/ رویکرد در بازگشت احمدی‌نژاد وجود دارد یکی با اتکاب به نبودن زمینه اجتماعی و سیاسی آن را نامحتمل می‌داند<sup>۷</sup> و دیگری احمدی‌نژاد و نیروها و هوادارانش را در دولت و جامعه به رسمیت می‌شناسد و رقابت را به انتخابات و آرا موکول می‌کند.<sup>۸</sup> واقعیت این است که آرای افراط‌گرایان و پوپولیست‌ها در انتخابات آتی مجلس و به طور کلی تحت تأثیر قرار گرفتن فضای سیاسی

برای نیروهای افراطی فراهم می‌کند؛ مکانیزمی که در بخش‌های قبیل از آن یاد کردیم. برای نمونه در هفته ۲۲ خبر/گزارش یا مصاحبه با دانشمندان هسته‌ای در دوره احمدی‌نژاد به تکذیب دفتر احمدی‌نژاد منجر شد و این خود با جوابیه‌ای دیگر از سوی روزنامه همراه شده و این چنین شاهد صعود در دیدبودن احمدی‌نژاد و حضور او در عنوان‌های رسانه‌ها پس از یک رکود خبری از او هستیم. در مواردی دیگر جنجال و جریان‌سازی توسط خود احمدی‌نژاد و یارانش منشأ توجه رسانه می‌شود. برای نمونه، در حالی که حضور رسانه‌های احمدی‌نژاد بعد از جریان

احمدی‌نژاد فرصتی به او برای پاسخ‌گویی و حضور در روی جلد و بالا رفتن در دیدبودن او را مهیا کند. محتوای عنوان‌های مرتبط با احمدی‌نژاد بخشی به مسائلی که ارزش سیاسی چندانی ندارند، مرتبط است؛ مانند ذکر خاطره «عبدالرضا داوری» از احمدی‌نژاد در صفحه فیس‌بوک او یا حتی گفته احمدی‌نژاد در رابطه با غرب و امام زمان (عج). اما همین مسائل نه‌چندان مهم از نظر سیاسی او را در صدر اخبار و عنوان اول، آن چه پوپولیست‌ها شیفته آن هستند، نگه می‌دارد.<sup>۹</sup> همین‌طور است برخی عنوان‌های انتقادی که فرصت بیش‌تر حضور



علی‌شهری، جامعه‌شناس، مدرس و پژوهشگر در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه آستون، دام است

## پس این‌طور

جایی برای تجزیه و تحلیل آن چه در رسانه‌ها مطرح می‌شود

# تو از این چه سود داری که نمی‌کنی مدارا؟



با حروف اول نام و فامیل‌شان معرفی شده‌اند) دستگیر کنند و تا کار به جاهای باریک نگشاید است، با خاطیان بالقوه برخورد کنند! دو روزنامه دیگر هم در همان روز از سخنان نوح‌محافظه‌کاران نام‌آشنای آمریکایی و اسرائیلی‌ها و بقیه جنگ‌طلبان، گزاره و حکم می‌آورند که کشور در حال امتیازدادن به غرب است و پرونده هسته‌ای، شکستی است که هم‌چون پیروزی بزرگ شده است و انواع چنین مضامینی که هر روز، پس از آمدن دولت جدید، تکرار شده‌اند (کیهان و جوان). این سه روزنامه همواره بر طبل امنیتی‌سازی جامعه و امنیتی‌دیدن روابط منطقه‌ای و جهانی، می‌کوبند. غیر امنیتی‌کردن مسائل سیاست داخلی و خارجی حتماً به بهبود فضای سیاست داخلی ایران منجر می‌شود تا به قول ظریف بر انسجام ملی افزوده شود و

صادق پیوسته ۲۱ مرداد است. به دکه روزنامه‌فروشی می‌رسی. خشکت می‌زند: خانه تیمی! (تیتتر روزنامه «وطن امروز») این ادبیات دهه ۶۰، امروز برای چه باز آمده است؟ تیتتر، روی تصویر محوی از برنامه‌های ماهواره‌ای قرار دارد. متن خبر می‌گوید: «مسعود بهنود» در این برنامه «بی‌بی‌سی» نشسته است و مطبوعات را رصد می‌کند و از تعدادی گرافیسست و نویسنده، دائم تمجید می‌کند تا آنان را مخالف نظام نشان دهد و در ایران نیز سرشاخه‌هایی برای جذب این چهره‌ها و مخالف‌ساختن از اینان وجود دارند تا نیروهای امنیتی نیز مجبور به برخورد با این چهره‌ها شوند و باز «بی‌بی‌سی» همین‌ها را در بوق و کرنا کند و پرونده نقض حقوق بشر برای ایران بسازند. پس بر نیروهای امنیتی است که هر چه زودتر این سرشاخه‌ها را (که به سبک همیشگی این نوشته‌ها،

## مردی بیاد داخل حرف بزنی!

مکان گوینده باصدق و کذب گفته‌اش چه ربطی دارد؟



هیچ دلیل قانع‌کننده‌ای برای خارج‌نشینی این دسته از منتقدان وجود نداشته باشد، باز هم این امر سخن این منتقدان را کاذب نمی‌سازد، درست همان‌طور که صرف ماندن در داخل و هزینه‌دادن، سخن این دسته شجاع از منتقدان داخل‌نشین را، به خودی خود، صادق نمی‌سازد. هم‌چنان ممکن است که نقد منتقدان خارج‌نشین به غرب و دفاع آن‌ها از بخشی از سیاست‌های نیران قابل دفاع باشد، گرچه خود این منتقدان آن قدر شجاع نبوده باشند که این نقدها را در داخل بیان کنند و احیاناً هزینه آن را هم بپردازند. بر این اساس، انتقاد «بیاد داخل حرف بزنی» انتقاد واردی نیست زیرا مکان صاحب سخن را به شکلی ناموجه به صدق و کذب خود سخنان پیوند می‌زند؛ این در حالی است که پیوندی میان مکان گوینده با صدق و کذب گفته‌اش برقرار نیست.

### من منتقد گردانم، صدق سخنانم گم‌شده؟

برای آن که بی‌ربطی مکان گوینده با صدق و کذب سخنان بهتر معلوم شود، فردی را در نظر بگیرید که شش ماه از سال را در نیران زندگی می‌کند و شش ماه از سال را در ایروان زندگی می‌کند. این فرد نیز جزو کسانی است که از بخشی از سیاست‌های نیران دفاع می‌کند و نسبت به سیاست‌های غرب انتقاد دارد. پرسش اکنون این‌جا است که آیا انتقاد «بیاد داخل حرف بزنی» روی چنین منتقد گردانی هم پیاده می‌شود؟ در صورتی که صدق و کذب سخن با مکان سخنور ارتباط داشته باشد، باید این ارتباط در این‌جا نیز برقرار باشد. در این صورت این امر چگونه پیاده می‌شود؟ آیا باید گفت که چون این فرد به طور مساوی در دو مکان زندگی می‌کند، پس سخنان نه صادق است و نه کاذب؟ اما به نظر می‌رسد که انتقادهای او یا صادق باشد یا کاذب. از این گذشته، اگر این فرد تصمیم گرفت که از حال‌اش ماه و نیم در نیران باشد و پنج ماه و نیم در ایروان، آن‌گاه سخنان صادق خواهد بود و اگر به عکس، سخنان کاذب؟ این مثال فرضی به خوبی نشان می‌دهد که پیوند زدن صدق و کذب یک سخن با مکان صاحب سخن چه پیامدهای مضحکی دارد و در نتیجه این پیوند از بن و بنیاد خطاست و باید آن را کنار نهاد.

**یاسر میردامادی** | کشوری نیمه‌بسته را در نظر بگیرید که تعداد زیادی از اعضای آن خارج از این کشور زندگی می‌کنند. بگذارید این کشور فرضی را «نیران» (بر وزن شیران) بنامیم. نیران، به حکم نیمه‌بسته‌بودنش، به گونه‌ای است که راه ارتباط مجازی میان نیرانیان داخل کشور و خارج کشور به طور کامل بسته نیست. هم‌چنین فرض کنید که حکومت نیران با غرب رابطه نزدیکی ندارد و نیران و غرب دشمن یکدیگر به حساب می‌آیند. بخشی از نیرانیان خارج‌نشین در عین انتقاد نسبت به شیوه حکمرانی نیران، نسبت به سیاست‌های غرب نیز انتقاد دارند و ممکن است از بخشی از سیاست‌های نیران نیز دفاع کنند. در چنین وضعی، ممکن است بخشی از نیرانیان به چنین منتقدان خارج‌نشینی خرده‌هایی از این دست بگیرند: «خیلی عاشق نیران هستی بی‌مثال ما تو نیران زندگی کن، بعد ببینم از این حرف‌ها می‌زنی»، یا: «طرف نشسته در پاریس و لندن و واشنگتن، اون وقت از غرب انتقاد می‌کنه، راست می‌گی بیا نیران ببینم دو روز می‌تونسی تحمل کنی». بگذارید این نوع خرده‌گیری را انتقاد «بیاد داخل حرف بزنی» بنامیم. من این بار می‌خواهم در رگ این نوع انتقاد خیمه بزنم و استدلال کنم که مکان گوینده باصدق و کذب سخنان ارتباطی ندارد.

### جام خوبه، حرفم رو بشنو!

نکته اول آن که کاملاً احتمال دارد بتوان دلایل قانع‌کننده‌ای برای غرب‌نشینی و نیران‌گریزی منتقدانی یافت که از غرب انتقاد می‌کنند و از بخشی از سیاست‌های نیران دفاع، بالاتر گفتیم که نیران کشوری نیمه‌بسته است. از این رو گرچه این منتقدان ممکن است از بخشی از سیاست‌های این کشور دفاع کنند اما به بخش مهم دیگری انتقاد دارند، و این کشور به حکم نیمه‌بسته‌بودنش ممکن است این نوع انتقادهای رابر نتابد و منتقدان را به در دسر بیندازد و جلوی آزادی بیان آن‌ها را بگیرد. از این رو منتقدان ترجیح می‌دهند جایی زندگی کنند که صدای انتقادشان خاموش نشود. ممکن است به چنین منتقدانی خرده گرفت که به قدر کافی شجاع نیستند، زیرا اگر شجاع بودند در داخل می‌ماندند و هزینه می‌دادند و به هیچ قیمتی ساکت نمی‌شدند. بیاید فرض بگیریم که تبعید از وطن خودش نوعی هزینه عاطفی کلان نیست که منتقدان خارج‌نشین می‌پردازند؛ در نتیجه ممکن است این را پذیرفت که این عده از منتقدان شجاع نیستند (با به قدر کافی شجاع نیستند) تا بمانند و هزینه بپردازند، اما این ربطی به صدق و کذب نقد و دفاع‌شان ندارد. به تعبیر دیگر حتی اگر

توسط آن‌ها، نه فقط به زمینه‌های اجتماعی و نه فقط به ویژگی‌های شخص احمدی‌نژاد و توانایی‌های جریان منتسب، بلکه هم‌چنین به کنش‌ها و واکنش‌های دیگر بازیگران عرصه سیاست و اجتماع نیز بستگی دارد. یکی از بازیگران تعیین‌کننده این عرصه رسانه‌ها هستند. گویا رسانه‌ها یادآوری مصائب افراط‌گرایی و پوپولیسم و ذکر معایب، فساد و معضلات دوران ریاست‌جمهوری احمدی‌نژاد را پادزهر احیای پوپولیسم و افراط‌گرایی می‌دانند. اما همان‌طور که نمونه هلند نشان داد، حضور در رسانه و رشد در دیدبودن - جدا از نقد یا حمایت - به خودی خود می‌تواند عامل رشد آرای حزب پوپولیست افراط‌گرا در انتخابات شود. نظریه‌های جنبش‌های اجتماعی توضیح می‌دهند، چارچوب‌بندی مورد استفاده پوپولیست‌ها لزوماً با در کنار قرار گرفتن دیگر استدلال‌های منطقی خنثی نمی‌شوند. پوپولیست‌ها قادرند با «نقش مارکشیستن» گروه عمده‌ای از مردم با آگاهی سیاسی کم‌تر و با تعصب‌های سیاسی، دینی، فرهنگی را فریب دهند، اگر فرصت حضور بیابند. به همین دلیل است که یکی از تاکتیک‌های افراط‌گرایان حضور در سرخط خبرها با جنجال‌آفرینی و حرکات نمایشی است. کنش رسانه‌ها در قبال تاکتیک تصاحب عنوان‌های خبری باید هوش‌مندانه و با آگاهی و در نظر گرفتن اثر در دید بودگی بر رشد آرای پوپولیست‌ها باشد. افراط‌گرایی و پوپولیسم جدی‌ترین دشمن اعتدال و منطقی است.

صدای دولت در جهان نیرومندتر شود. از منظر میانه‌روانه، یکی دانستن چالش‌های نظامی و امنیت ملی را باید کنار گذاشت. باید مسائل را تا جای ممکن، از امنیتی به سیاسی تبدیل کرد و به‌هیچ‌وجه مسائل اجتماعی را سیاسی و سیاسی را امنیتی نکرد تا مسائل امنیت ملی، کم‌تر شوند. با امنیتی‌دیدن و امنیتی‌سازی هر مسأله‌ای، بحث امنیت ملی پیچیده‌تر می‌شود و بر دامنه منازعه‌های حل‌نشده افزوده می‌شود و مشروعیت کاهش می‌یابد. در پرونده هسته‌ای نیز با جداسازی مسائل امنیت ملی (خط قرمزها) و چانه‌زنی بر مسائل سیاسی، گره از کار پرونده گشوده شد. اما دست‌راستی‌های افراطی نیاز دارند مسائل هرچه بیش‌تر امنیتی شود. رسانه‌های راست هنوز با چرخش سیاست نظام و خواست مردم کنار نیامده‌اند. دولت پیشین، همه چیز را امنیتی کرد و نتیجه را دیدیم. اینک، زمان برخاستن از آن کابوس رسیده است.



یاسر میردامادی، نویسنده ستون «رگ حرف» روشن، پژوهش‌گر فلسفه، دین و زنان است