

تاریخ دریافت: ۹۲/۱۱/۰۲

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۱/۲۸

بررسی مبنای فلسفه نظریه رسانه شوروی با تأکید بر آرای مارکس

نوشته

محمد مهدی فرقانی*

حمید عزیزی**

فرید عزیزی***

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی مبنای فلسفه نظریه رسانه‌های شوروی است. فلسفه نظریه رسانه شوروی متأثر از آرای مارکس و هگل است. این دو متفکر با تأثیرگذاری بر آرای لنین و حزب بلشویک باعث شدند که حزب بلشویک قواعد خاصی را بر رسانه‌ها اعمال کند و آن‌ها را ملزم به رعایت اصول خاصی کند. در این پژوهش سعی شده است با استفاده از آرای مارکس و هگل مبنای فلسفه نظریه رسانه‌های شوروی با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی، استخراج شود. در این پژوهش به منظور گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد که آرای هگل بیشتر به‌طور غیرمستقیم بر این نظریه تأثیرگذار بوده است. در این زمینه آرای مارکس بر نظریه رسانه‌های شوروی تأثیرات مستقیم‌تری گذاشته و باعث شده که لنین و حزب پیشرو از رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری آگاهی‌بخش استفاده کنند تا با استفاده از آن آگاهی واقعی را به پرولتاریا انتقال دهند و به این وسیله راه آزادی نهایی آن‌ها را هموار کنند.

کلیدواژه: نظریه رسانه‌های شوروی، فلسفه رسانه، خودآگاهی، دیالکتیک.

بیان مسئله

بشر از دیرباز با رسانه‌ها^۱ مواجه بوده و از آن‌ها برای رسیدن به مقاصد خود بهره‌مند می‌شده است (دیباچی و میرزایی، ۱۳۹۰: ۵۰). به‌مرور زمان و با گسترش رسانه‌ها [به‌خصوص در عصر جدید] لزوم تعیین قواعدی برای عمل رسانه‌ها ضروری به‌نظر می‌آمد. [برای مثال] در سنت مسیحی، اعمال کنترل دینی بر نشر عقاید و آرا در قرون وسطی زبانزد است. در سال (۱۲۲۹)

* استادیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی mmforghani@yahoo.com

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی hamid.azizi1@gmail.com

*** کارشناس ارشد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی farid.azizi46@.com

میلادی یک شورای روحانی تولوز امر کرد که هیچ‌کس — به‌جز اصحاب کلیسا — نمی‌تواند هیچ نوع کتاب مذهبی و مقدس را در تملک داشته باشد و مقرر کرد که کتاب مقدس فقط باید به زبان لاتینی خوانده شود (دورانت: ۱۳۶۷ به نقل از آشنا و رضی، ۱۳۷۶: ۲۲۷). به این ترتیب می‌توان دریافت که باید و نبایدهای خاصی در هر عصری دربارهٔ عملکرد رسانه‌ها وجود داشته‌است. در آغاز قرن بیستم، به‌دنبال شکل‌گیری انقلاب کمونیستی در اتحاد جماهیر شوروی رهبران این انقلاب اصول خاصی را بر اساس جهان‌بینی مارکسیستی بر رسانه‌ها اعمال کردند. پس از انقلاب روسیه در سال ۱۹۱۷ نظریه‌ای به‌تدریج شکل گرفت که فرضیات و اصول خود را براساس اندیشه‌های مارکس و انگلس تعبیر و تفسیر می‌کرد. این تعبیر و تفسیر توسط ابزارهای نهادی حمایت می‌شد و به مرور چارچوب نظری فراهم شد که رسانه‌ها در اتحاد جماهیر شوروی تحت لوای آن فعالیت می‌کردند. (مک‌کوایل، ۱۳۸۵: ۱۷۲)

نظریهٔ رسانهٔ شوروی عمدتاً از آرای لنین گرفته شده‌است که در آن بر نقش رهبری‌کنندهٔ رسانه در افکار توده‌ها تأکید می‌شود. در این نظریه توده‌ها به‌عنوان کسانی نگریسته می‌شوند که باید رهبری شوند. توده‌ها در این نظریه به‌هیچ‌وجه نمی‌توانند نقش رهبری‌کنندهٔ رسانه را نقد کنند؛ زیرا توده‌ها به‌عنوان کسانی شناخته می‌شوند که بدون واسطه رسانه‌ها نمی‌توانند به شناخت درستی برسند. در این نظریه رسانه‌ها تحت مالکیت دولتی قرار دارند و به‌عنوان بازوان حکومتی برای پیشبرد اهداف حزبی مورد استفاده قرار می‌گیرند. در این نظریه روش‌های حزبی ممکن بود مورد نقد قرار گیرد اما امکان نقد کلی اهداف وجود ندارد. رسانه‌ها غالباً به‌عنوان ابزاری نگریسته می‌شوند که می‌توانند پرولتاریا را به خودآگاهی برسانند.

این نوع از جهان‌بینی که بر آزادی پرولتاریا از سلطهٔ سرمایه‌داری تأکید می‌کند، متأثر از آرای مارکس است. مارکس با بدل کردن ایدئالیسم ذهنی هگل به ماتریالیسم عینی از بیگانگی پرولترها در جهان سرمایه‌داری دم می‌زند. مارکس بر این باور است که پرولترها با فروش محصول کار خود (که شامل کار پرداخته و نپرداخته‌است) در عین بیگانگی از این محصول، بر حجم سرمایه می‌افزایند؛ زیرا محصول کار انسانی که به‌شکل دستمزد تجلی می‌کند تنها عبارت است از پرداخت وسایل امرار معاش یک پرولتر به‌حدی که زنده بماند و دوباره ازدیاد سرمایه را بازتولید کند. لنین نیز با وام‌گیری از ایدهٔ مارکس، این خصلت استثمارگرانهٔ روابط تولید میان کارگر و سرمایه‌دار را به جهان لیبرال تعمیم داد و معتقد بود که امپریالیسم غربی بقیهٔ جهان [بالأخص کشورهای جهان سوم] را تحت استثمار قرار می‌دهد.

طی انقلاب ۱۹۱۷ روسیه و با روی کار آمدن حزب بلشویک دیکتاتوری پرولتاریا در شوروی برقرار شد. لنین و حزب بلشویک در درجهٔ اول تحت تأثیر آرای مارکس و در درجهٔ دوم هگل خواهان به‌وجود آوردن جامعه‌ای شدند که توسط حزب پیشرو به مرحلهٔ نهایی (استقرار کمونیسم) نزدیک شود و از این رو تمامی سیاست‌ها و برنامه‌های خود را در راستای این هدف برنامه‌ریزی کردند. یکی از مهم‌ترین اهداف آن‌ها به‌منظور تسریع استقرار کمونیسم،

آگاهی‌دادن به توده‌ها بود. در این زمان مهم‌ترین وسیلهٔ آگاهی‌بخشی به توده‌ها، رسانه‌ها بودند که با استفاده از پوشش سراسری و همگانی خود می‌توانستند توده‌ها را در طی سریع مسیر نهایی تاریخ راهنمایی کنند. از این رو حزب بلشویک رسانه‌ها را در اختیار خود گرفت، قوانین پیچیده‌ای را در رابطه با رسانه‌ها اعمال کرد و رسانه‌ها را ملزم به رعایت اصول خاصی کرد. به نظر می‌رسد اصولی که بر این رسانه‌ها اعمال شد بر اساس جهان‌بینی خاص مارکسیستی و متأثر از آرای مارکس و هگل است.

مطالب زیادی دربارهٔ اصول نظریهٔ رسانه‌های شوروی و قواعد آن نگاشته شده و محققان زیادی دربارهٔ آن تحقیق کرده‌اند، اما توجه چندانی به فلسفهٔ این نظریه‌های هنجاری نشده‌است و یا به صورت پراکنده به آن اشاراتی شده‌است. از آنجا که هنجارهای تعیین‌شده برای رسانه‌های هر کشوری از آرای متفکران، عقاید موجود در جامعه، ایدئولوژی و اموری از این قبیل برگرفته شده‌است؛ با بررسی و فلسفه‌یابی این هنجارها می‌توان به دید جامعی دربارهٔ آن‌ها دست یافت؛ چیزی که امکان نقد دقیق هنجارهای تعیین‌شده برای رسانه‌ها را خارج از هر پیش‌داوری فراهم می‌آورد.

با ریشه‌یابی نظریهٔ رسانه‌های شوروی می‌توان به تأثیرات مارکس بر این نظریه رسانه پی برد. آرای مارکس (تحت تأثیر هگل و فویرباخ) تأثیرات عمیقی بر جنبش مارکسیستی شوروی گذاشت. تأثیراتی که به نظر می‌رسد باعث شد که روزنامه و مجله‌های آن عصر تحت تأثیر دستورالعمل‌های خاصی چاپ شوند. از این رو هدف اساسی این پژوهش بررسی مبنای فلسفهٔ نظریهٔ رسانه‌های شوروی با تأکید بر آرای مارکس است. به همین جهت در این پژوهش سعی می‌شود تا با استفاده از روش تحلیلی-توصیفی و بهره‌گیری از مطالعهٔ کتابخانه‌ای، خطوط فکری و فلسفی زیربنای اصول نظریه رسانه‌های شوروی از آرای مارکس و هگل استخراج شود. البته تفسیرهایی که از نظریه‌ها و دیدگاه‌های مطرح شده در این پژوهش انجام می‌شود، جنبهٔ مارکسیستی خواهد داشت.

اهداف پژوهش

هدف کلی

هدف کلی این پژوهش بررسی مبنای فلسفهٔ نظریهٔ رسانه‌های شوروی با تأکید بر آرای مارکس است.

هدف‌های جزئی

۱. تأثیر آرای مارکس بر نظریهٔ رسانه‌های شوروی
۲. تأثیر آرای هگل بر نظریهٔ رسانه‌های شوروی

سؤالات پژوهش

سؤال کلی

۱. مبنای فلسفه نظریه رسانه‌های شوروی چیست؟

سؤالات جزئی

۱. آیا آرای مارکس بر نظریه رسانه‌های شوروی تأثیرگذار بوده است؟

۲. آیا آرای هگل بر نظریه رسانه‌های شوروی تأثیرگذار بوده است؟

روش پژوهش

به‌طور کلی بر اساس ماهیت و روش، تحقیقات علمی به پنج گروه تقسیم می‌شوند که عبارت‌اند از: تحقیقات تاریخی، توصیفی، همبستگی، تجربی و علی. پژوهش حاضر از نوع کیفی است که از روش توصیفی - تحلیلی به‌منظور بررسی مبنای فلسفی نظریه رسانه‌های شوروی با توجه به آرای مارکس و هگل استفاده کرده‌است تا خطوط اصلی فلسفی این نظریه رسانه از آرای هگل و مارکس استخراج شود.

جامعه آماری و گروه نمونه

از آنجایی که پژوهش حاضر از نوع تحلیلی و کتابخانه‌ای است، جامعه آماری آن شامل کلیه کتاب‌های منتشر شده مارکس و هگل است که با توجه به محدودیت دسترسی به همه منابع و ارتباط با موضوع از روش نمونه‌گیری در دسترس و از نوع هدفمند استفاده خواهد شد.

تکنیک و ابزار گردآوری اطلاعات

پژوهش حاضر از نوع کتابخانه‌ای - اسنادی و تحلیلی است که اطلاعات و داده‌ها از طریق فیش‌برداری گردآوری خواهد شد. در این پژوهش جهت گردآوری دانسته‌ها از روش کتابخانه‌ای استفاده شده و در پرتو آثار ایرانی و خارجی موجود در مقالات و کتب، موضوع بررسی و ارزیابی شده‌است.

شیوه تجزیه و تحلیل داده‌ها

به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش از روش توصیفی - تحلیلی استفاده خواهد شد. به این صورت که آرای مارکس و هگل که بر نظریه رسانه‌های شوروی تأثیرگذار بوده است، توصیف و تحلیل خواهد شد.

اصول نظریه رسانه‌های شوروی

پس از انقلاب روسیه در سال ۱۹۱۷ نظریه‌ای به‌تدریج شکل گرفت که فرضیات و اصول خود را براساس اندیشه‌های مارکس و انگلس تعبیر و تفسیر می‌کرد. این تعبیر و تفسیر توسط ابزارهای نهادی حمایت می‌شد و به‌مرور چارچوب نظری فراهم شد که رسانه‌ها در اتحاد

جماهیر شوروی تحت لوای آن فعالیت می‌کردند. مهم‌ترین اندیشه‌هایی که زیر بنای این چارچوب را شکل می‌دهند از این قرارند:

۱. در نظام سوسیالیستی طبقه کارگر صاحب قدرت است و برای حفظ این قدرت کارگران بایستی وسایل تولیدات فکری و ذهنی را کنترل کنند.

۲. جامعه سوسیالیستی جامعه‌ای بدون طبقه است؛ در نتیجه، درگیری و نزاع‌های طبقاتی در آن نیست؛ لذا رسانه‌ها مجاز نیستند که در کشمکش‌های طبقاتی وارد شوند و مسائلی را مطرح کنند که تناسبی با جامعه سوسیالیستی نداشته و احیاناً بدان صدمه می‌زنند. چون در نظریه مارکسیستی اکثر مردم جامعه جزء طبقه کارگر محسوب می‌شوند، دولت اکثریت شکل می‌گیرد و این دولت، به تدریج اقلیت را در خود ادغام می‌کند تا همه اعضای جامعه جزء کارگران محسوب شوند. لذا این تئوری اجازه مناقشات طبقه‌ای را نمی‌دهد. رسانه‌ها نباید دارای خصوصی باشند.

۳. در این تئوری رسانه‌ها وظیفه شکل‌دادن به فرهنگ کمونیستی جامعه و نهادینه کردن این فرهنگ و نیز فعالیت در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه را دارند. رسانه‌ها باید خدماتی از قبیل آموزش، اطلاع‌رسانی و بسیج مردم را بر عهده گیرند و از نهضت‌های ترقی‌خواه چه در داخل کشور و چه در خارج دفاع کنند.

۴. مارکسیسم معتقد به قوانین عینی تاریخی است و در نتیجه از رسانه‌ها می‌خواهد که بازتاب‌دهنده این واقعیت عینی باشند. اعتقاد به این موضوع دایره تعبیرات شخصی را محدود می‌کند و زمینه را برای ارزش‌گذاری‌های هماهنگ و منسجم خبری آماده می‌کند که با ارزش‌های موجود در نظام مطبوعاتی لیبرال فاصله زیادی دارد.

۵. در این تئوری رسانه‌های همگانی ملزم هستند که خود را کاملاً در اختیار ارگان‌های دولت قرار داده و به درجات مختلف با دیگر ابزارهای سیاسی همگون و یکپارچه شوند.

با توجه به مجموعه این بایدها و نبایدها در مدل کمونیستی از رسانه‌های همگانی انتظار می‌رود که رفتار خود را تنظیم کنند، خودگردان باشند، بعضی مسئولیت‌ها را بپذیرند، هنجارهای حرفه‌ای را توسعه دهند و در برابر نیازها و آرزوهای مخاطبان خود احساس مسئولیت کنند. در این مدل سانسور و تنبیه علیه روزنامه‌نگارانی که مرتکب خطا می‌شوند کاملاً قابل توجیه است. در این مدل روش‌های حزبی ممکن است مورد انتقاد قرار گیرد اما به هیچ عنوان امکان انتقاد از اهداف و مقاصد حزبی وجود ندارد و تنها افراد وفادار و اصول‌گرای حزب به‌طور منظم می‌توانند رسانه‌ها را به کار گیرند (همان: ۷۴-۱۷۲). با توجه به مطالب فوق، به نظر می‌رسد اصول مطرح‌شده در نظریه رسانه‌های شوروی — لزوم آگاهی طبقه کارگر، کشمکش با نظام سرمایه‌داری [به عنوان نظام ماقبل شکل‌گیری کمونیسم]، نزدیک‌شدن پایان تاریخ و اموری از این قبیل — در درجه اول تحت تأثیر آرای مارکس و در درجه دوم تحت تأثیر آرای هگل باشند.

در ادامه این پژوهش سعی می‌شود تا در ابتدا آرای هگل و مارکس در زمینه اصول مطرح شده در نظریه رسانه شوروی مطرح شوند تا در ادامه آرای آنان در جواب فرضیه‌های پژوهش تحلیل شوند.

هگل

گئورگ ویلهلم فریدریش هگل در اشتوتگارت، در دوک‌نشین ورتمبرگ، به سال ۱۷۷۰ زاده شد، یعنی در همان سالی که کانت شغل استادی خود را در کونیگزبرگ با رساله معروفش، "صورت و اصول جهان محسوس و ملموس" شروع کرد، رساله‌ای که آغاز فلسفه انتقادی را رقم زد. هگل با پذیرش این فرض آغاز کرد که "پیام" مسیحیت باید ذاتاً با آن قانون اخلاقی که کانت طرح کرده بود یکی باشد. در پایان دوره فرانکفورت^۲، هگل نخستین طرح کلی نظام خود را ایجاد کرد که شامل سه بخش دانشنامه بعدی، "منطق"، "فلسفه طبیعت" و "فلسفه روح" است.

نظرات و نگرش‌های جدید هگل در فلسفه در نخستین اثر عمده انتشار یافته‌اش، "پدیدار-شناسی روح" (۱۸۰۷) بیان شد. کتاب از یقین‌های حسی فریبده آغاز می‌کند و از شهر فرنگ مراحل شناختی و فرهنگی عبور می‌کند تا سرانجام به دانش مطلق می‌رسد. هگل به سال ۱۸۳۱ در نتیجه شیوع وبا در برلین درگذشت (فیندلی و بریج، ۱۳۸۷: ۳۶-۲۹). از نظر هگل توضیح راستین کائنات عبارت است از اثبات اینکه کائنات منطقی است، یعنی عبارت است از کشف دلیل یا جهت معقول کائنات و نه علت آن. از این‌رو فلسفه‌ای که بخواهد جهان را توضیح دهد اصل نخستین خویش را، نه در علت، بلکه در دلیل خواهد جست و جهان را نه معلول این اصل نخستین بلکه نتیجه منطقی آن خواهد دانست. در منطق هگل، دلیل به‌طور عام یا کلی مبدأ عقل را سرچشمه و بنیاد جهان می‌داند (استیس، ۱۳۸۸: ۸۳ - ۶۷).

دستگاه فلسفی هگل دارای سه بخش است:

۱. منطق
۲. فلسفه طبیعت
۳. فلسفه روح

فلسفه هگل در آخرین مرحله (تکامل روح) به سه بخش تقسیم می‌شود که شامل: روح ذهنی، روح عینی و روح مطلق است. روح مطلق به‌عنوان غایت مطلق سراسر دستگاه سه‌پایه‌ها، بنیاد کل است، یعنی نه همان روح ذهنی و عینی بلکه طبیعت و مثال منطقی نیز بر پایه آن استوارند. روح مطلق، بنیاد غایی جهان است و به همین دلیل مطلق نام دارد. پس مطلق، روح است (همان: ۱۶۰). در حقیقت مطلق در آثار هگل به معنی خودآگاهی، به معنی اندیشه اندیشه است (همان: ۳۴).

از نظر هگل برترین تصور مجرد ممکن، که همه چیزهای متصور در کائنات را در بر می‌گیرد، تصور هستی است. همه چیزها، مادی نیستند ولی همه هستی دارند. همه چیزها هستند (همان: ۱۱۸). از این رو در نظر هگل، هستی مقدم بر همه مقولات دیگر است. هستی یعنی هستی از برای آگاهی و هستی هیچ نوعی ندارد مگر آنچه از برای آگاهی است و هیچ موضوع یا عینی به‌وجود

نمی‌آید مگر آنکه با ذهنی مربوط باشد. کائنات چیزی نیست مگر محتوای آگاهی (همان: ۹۹). هگل در این مورد به وحدت شناسایی و هستی معتقد بود؛ به این معنی که ذهن (یعنی دارنده آگاهی یا شناسایی) و عین (یعنی دارنده هستی) یکی هستند (همان: ۹۷). معنی وحدت شناسایی و هستی این است که عین چیزی نیست که نسبت به من خارجی باشد، به این معنی که کاملاً بیرون از اندیشه من و شناخت ناپذیر باشد. (همان: ۱۰۰)

ریشه اندیشه سیاسی هگل در فلسفه تاریخ اوست. تاریخ از نظر هگل عبارت است از تاریخ خودآگاهی؛ این آگاهی از آگاهی ناب طور یافته و از طریق خودشناسی، عقل، روح (یا ذهن) و دین به سوی معرفت مطلق سیر می‌کند، و سرانجام در این معرفت، غایت جهان را که با معرفت جهان یکی است، متحقق می‌سازد (کولاکوفسکی، ۱۳۸۶: ۷-۷۵). هگل در توضیح فلسفه تاریخ خود گفت که تاریخ بشر، زنجیر رخداد‌های اتفاقی و بی‌ارتباط در زمان، و یا شرح زندگی و کارهای شخصیت‌های بزرگ نیست، بلکه روندی قانونمند است در حرکت جهان به سوی سرنوشت خود. این سرنوشت را خداوند از پیش تعیین کرده‌است. یک فرایند ممکن است در مقطعی از زمان تصادفی به نظر آید، اما در نگاه به گذشته الگویی معنادار می‌یابیم هنگامی که روح تاریخ از روی شانه‌های خود به پساپشت می‌نگرد و به آنچه خلق کرده‌است نگاهی ستایش‌آمیز می‌افکند، همه آن‌ها معنایی کامل پیدا می‌کنند (ایگلتن، ۱۳۸۸: ۱۰۲). هگل برقراری رابطه میان ارباب و بنده را نخستین مرحله سیر تاریخی اندیشه و زندگی اجتماعی بشر می‌داند (از نظر او این مرحله تاریخی اجتناب‌ناپذیر است) و معتقد است که با تحول همین مرحله ذهن بشر به سوی خودآگاهی پیش می‌رود و سرانجام به عقل می‌رسد. تاریخ در نظر هگل با همین مرحله آغاز می‌شود و فهم فلسفه تاریخ بدون فهم این مرحله (در مرحله اعتلای بنده به پایه خودآگاهی) ممکن نیست زیرا همه عناصر تحولات بعدی تاریخی در رابطه میان ارباب و بنده به‌طور ضمنی نهفته است (هگل، ۱۳۸۷: ۱۳-۱۲). هگل معتقد است که در نهایت این بنده است که به خودآگاهی می‌رسد، زیرا این تنها بنده است که با کار نفی‌کننده خویش به خودآگاهی می‌رسد. [در حقیقت] تنها پس از ایجاد یک عین ساختگی است که انسان خود را به‌طور واقعی و عینی چیزی بالاتر از یک موجود طبیعی می‌بیند. پس به سبب کار است که انسان موجودی فوق‌طبیعی واقعی و آگاه از واقعیت خویش است. او با کارکردن، روح مجسم و جهان تاریخی و تاریخ عینیت یافته‌است. (همان: ۶۹)

فلسفه تاریخ هگل شرح جست‌وجوی ذهن برای آزادی است که از خلال رخداد‌های گوناگون گذشته دنبال شده‌است. تاریخ عبارت است از تاریخ بنده کارگر و تلاش او برای رسیدن به آزادی (همان: ۶۰). اصل عقلانی جهان نیز، عبارت است از "پیشرفت" دائمی "در آگاهی از آزادی" (لوویت، ۱۳۸۹: ۳۰۸). از نظر هگل پیشرفت واقعی ذهن در تاریخ بشر، به‌ویژه در تحول تمدن‌ها روی می‌دهد؛ آنجا که روح بشر به پایه‌های هر چه والاتری از خودشناسی آزادی دست می‌یابد. تاریخ در کلیت خود تنها زمانی مفهوم می‌شود که آن را تکامل آگاهی آزادی بدانیم،

تکاملی که در خطوط کلی اش تابع چیزی تعیین کننده است (کولاکوفسکی، ۱۳۸۶: ۱-۹۰). نظام اخلاقی هر قوم، آگاهی آن قوم از خویش است؛ (یعنی) مفهومی است که روح (قومی) از خود دارد. پس آنچه در تاریخ تحقق می‌یابد تصور روح است (هگل، ۱۳۸۷: ۶۳).

ذهنیت آدمی ابزاری برای آشتی با جهان در اختیار دارد؛ می‌تواند به جای روی گرداندن از جهان؛ آن را بشناسد و خود را در آن متحقق سازد؛ این ابزار همان تمدن، به‌ویژه دولت است (کولاکوفسکی، ۱۳۸۶: ۹۳). دولت «کل اخلاقی است در مقام اراده‌ای حقیقی و پدیدار و روشن برخویش که به‌خود می‌اندیشد و به خویشتن آگاه است و تا آنجا که آگاه است آگاهی خویش را به‌عمل در می‌آورد.» دولت فعلیت‌یافتن اراده عقلانی است آن‌گاه که به ساحت خودآگاهی کلی برکشیده شده باشد. (کاپلستون، ۱۳۸۸: ۲۱۲).

از نظر هگل در این «کل اخلاقی» است که فرد می‌تواند آزادی خود را در آن به‌عنوان بخشی از اجتماع تحقق بخشد؛ بهای این آزادی ترک بوالهوسی‌های اراده فردی است؛ بهایش این است که دیگر به اقتضای خودسری‌های خود از جهان خواست رهایی خودسرانه طلب نکند. دولت فقط نهادی نیست که برای حل و فصل اختلافات یا برای سازماندهی کارهای جمعی، براساس قرارداد اجتماعی، پدید آمده باشد. به‌عنوان کانون آشتی اراده فردی و عقل کلی، دولت تحقق آزادی است؛ به‌خودی خود غایت است: «دولت همان وجود این جهانی مثال الوهی است.» تنها واقعیتی است که به زندگی فردی ارزش می‌دهد. دولت به‌عنوان والاترین مرتبه به عینیت رسیدن ذهن، نماینده اراده عمومی است؛ آزادی فردی نیز زمانی تحقق پیدا می‌کند که بر اطاعت از قانون مبتنی باشد؛ زیرا در آن صورت اراده از خودش اطاعت کرده‌است. در این فرمان‌برداری، تقابل میان آزادی و ضرورت از میان برمی‌خیزد، زیرا ضرورتی که حکم عقل تاریخ است نه از طریق اجبار که از راه اراده آزاد صورت می‌بندد (کولاکوفسکی، ۱۳۸۶: ۴-۹۳).

بنابر آنچه گذشت، دولت یک وسیله صرف از برای برآوردن خواسته‌های افراد نیست. بلکه یک ابر اندام‌وار، یک خانواده گسترش یافته‌است که در آن هیچ عضو سلیقه‌های فردی خویش را چنان فرو نمی‌کاهد، که هرگز سلیقه‌هایی متفاوت از سلیقه‌های واحد گسترده‌تر نداشته باشد، دولت نه‌تنها حقیقی است بلکه برترین صورت حقیقت است. در واقع ذات خداست (لین ولنکستر، ۱۳۸۳: ۱۴۷-۱۱۴۶).

مارکس

کارل مارکس در سال ۱۸۱۸ در تریر واقع در ایالات راینلاند پروس چشم بر جهان گشود. مارکس در شهرهای بن، برلن و ینا^۳ به تحصیل تاریخ، حقوق و فلسفه پرداخت و در سال ۱۸۴۱ از دانشگاه ینا دکترای فلسفه گرفت. مارکس که در سال ۱۸۴۹ بر اثر فشار دولت پروس از فرانسه رانده شد، به لندن رفت و تا پایان عمر در آن شهر زیست. در سالیان تبعید که بیش از نیمی از زندگی مارکس را دربر گرفت بیشتر کارمایه وی صرف تهیه یادداشت‌هایی شد که به

فرجام به نام کتاب سرمایه انتشار یافت. مارکس و انگلس^۴ در ترویج و تبلیغ اندیشه‌های کمونیستی در سراسر زندگی خود دوست و همکار بودند و همکاری آن دو به‌راستی چنان نزدیک و صمیمانه بود که سخت می‌توان سهم هر یک را در پروراندن اصول عقاید کمونیسم باز نمود (همان: ۳۱۶-۱۳۱۵). مارکس هم تحت تأثیر افکار هگل و هم تحت تأثیر نفوذ تجدید نظرهای فوئر باخ بود، اما این دو فلسفه را به شیوه نو و هوشمندانه‌ای ترکیب کرد و بسط داد. مارکس دو عنصر (دیالکتیک و ماتریالیسم) این دو اندیشمند را که مهم‌ترین عناصر فکریشان تلقی می‌شد، اقتباس کرد و این دو عنصر فکری را در جهت‌گیری خاص خود که همان ماتریالیسم دیالکتیکی است؛ ادغام کرد. این جهت‌گیری، بر روابط دیالکتیکی در چارچوب جهان مادی تأکید می‌ورزد. (ریترز، ۱۳۸۴: ۸-۲۴)

در فقر فلسفه، مارکس استدلال می‌کند که تاریخ عموماً نه با روی نیک خیالات شریف و پیشرفت امن و امان، بل با روی تیره و تار استثمار و مبارزه بر علیه آن به پیش می‌تازد (گیلبرت، ۱۹۸۱: ۸۱-۱۸۰). در نظر مارکس تاریخ عبارت است از فرایند تحول از فقر جهان‌شمول به فراوانی و نعمت جهان‌شمول که این روند سیر دیالکتیکی دارد (بلوم، ۱۳۷۳: ۸۳۲). این تحول از سه مرحله می‌گذرد: وضعیت اولیه اشتراکی (کمونیسم ابتدایی)، بر نهاد^۵ یکی از سه پایه بزرگ دیالکتیک تاریخی است که این وضعیت را در یونان قدیم و روم باستان و جامعه‌های قبیله‌ای این اقوام، و نیز نظام قبیله ژرمنی در قرون تیره قبل از پیدایش جامعه می‌توان یافت. از این‌تر برابر نهاد (آنتی‌تر)، یعنی جامعه فردگرایانه و طبقاتی پدید می‌آید که نفی‌تر است. و با این تغییر، نظم سیاسی جدیدی پا به عرصه وجود می‌گذارد که همان دولت است. که این دولت ابزار دست طبقه مسلط اقتصادی، یعنی طبقه حاکم است، و به سرکوب بخش‌های تحت استثمار جامعه می‌پردازد. و با رشد نیروهای تولیدی از فردی به جمعی، دوره‌ای از انقلاب اجتماعی آغاز می‌شود. همراه با تغییر در شالوده اقتصادی، تمامی روبنای عظیم جامعه نیز دستخوش تغییری کم‌وبیش سریع می‌شود؛ بار دیگر وارد مناسبات کمونیستی می‌شویم: که همان نفی نفی یا هم‌نهاد است. (همان: ۴۲-۸۳۸)

از نظر مارکس، روابط تولیدی که بر تصرف ثمره کار دیگران مبتنی است، جامعه را به طبقاتی با منافع متضاد، تقسیم می‌کند، و مبارزه طبقاتی در عرصه روبنا به شکل تضاد میان نیروهای سیاسی و اندیشه‌ها رخ می‌نماید (کولاکوفسکی، ۱۳۸۶: ۹۷-۳۹۴). در حقیقت از نظر او نیروهای مادی تولیدی جامعه، در مرحله معینی از تکامل خود، با روابط تولیدی موجود در تضاد قرار می‌گیرند، یا می‌توان گفت با روابط مالکانه که تاکنون در چارچوب آن عمل می‌کردند در تضاد می‌افتند. با تغییر زیر بنای اقتصادی، کل روبنای عظیم نیز بیش‌و کم به سرعت دگرگون می‌شود. هیچ نظام اجتماعی از میان نمی‌رود، مگر زمانی که تمام نیروهای تولیدی که در آن جایی برای تکامل دارند به حداکثر تکامل خود رسیده باشند و روابط تولیدی تازه و برتر پدید نمی‌آید مگر زمانی که شرایط مادی برای وجود آن‌ها در بطن جامعه کهن آماده شده باشد

(مارکس، ۱۳۸۳: ۱۰۶). به همین سبب مارکس، تاریخ تمامی جوامع را تاریخ مبارزه طبقاتی می‌داند. جامعه بورژوازی نوین، که از ویرانه‌های جامعه فئودالی سر برآورده، تضادهای طبقاتی را از میان نبردهاست. در عوض اما، طبقات جدید، شرایط نوین ستمگری و شکل‌های نوین مبارزه را جایگزین انواع کهنه آن کرده‌است (کالینیکوس، ۱۳۸۳: ۳۵-۱۳۴). بورژوازی، این ویژگی مشخص را داراست که تضادهای طبقاتی را ساده کرده‌است. جامعه در کلیت خویش بیش از پیش به دو اردوگاه متخاصم، به دو طبقه بزرگ که مستقیم رویاروی یکدیگر قرار دارند، تقسیم می‌شود؛ بورژوازی و پرولتاریا. مارکس نشان داد که اختلاف اصلی اجتماعی در جامعه سرمایه‌داری، در تضاد بین طبقه کارگر و بورژوازی ریشه گرفته‌است. (Timofeev, 1968: 39)

رابطه کارگر با محصول کار خویش، رابطه با شیء بیگانه است. بر اساس این پیش‌فرض، بدیهی است که هر چه کارگر از خود بیشتر در کار مایه می‌گذارد، جهان بیگانه اشیایی که می‌آفریند بر خودش و ضد خودش قدرتمندتر و زندگی درونیش تهی‌تر می‌شود و اشیای کمتری نصیب او می‌شوند (مارکس، ۱۳۸۶: ۴۷-۱۴۵). در حقیقت سرمایه‌داری جهانی است که در آن ذهن و عین یا سوژه و ابژه وارونه می‌شوند. قلمرویی است که در آن آدمی تابع تولیدات خود است و همین تولیدات سرنوشت او را معین می‌کند و به شکل مبهم و تحکیم‌آمیز باز می‌گرداند تا بر هستی آدمی تأثیر بگذارد. ذهن یا سوژه انسانی عین یا ابژه‌ای پدید می‌آورد که از آن پس به‌صورت شبه‌ذهن یا سوژه‌ای در می‌آید که قادر است آفریننده خود را به حد آلت‌دست فرو کاهد. (ایگلتن، ۱۳۸۶: ۶-۴۵)

به نظر مارکس در جامعه سرمایه‌داری روابط کارگر و محصول کار خویش وارونه می‌شود. رابطه وارونه‌سازی یعنی شخصیت‌دادن به اشیا و شیئیت بخشیدن به شخص است، زیرا آنچه که این شکل را از تمام اشکال قبلی متمایز می‌کند آن است که سرمایه‌دار نه براساس ویژگی‌های شخصی بلکه تا جایی که سرمایه محسوب می‌شود بر کارگر حکم‌فرمایی می‌کند؛ سلطه او فقط سلطه کار مادیت‌یافته بر کار زنده‌است، سلطه محصول کارگر بر خود کارگر است (مارکس، ۱۳۸۷: ۳۲). پیامد مستقیم این واقعیت که آدمی از محصول کار خویش، از فعالیت حیاتی خویش و از وجود نوعی خود بیگانه می‌شود، بیگانگی آدمی از آدمی است. هنگامی که انسان با خود روبه‌رو شده است. آنچه در ارتباط با رابطه انسان با کار و محصول کارش و نیز با خود مصداق دارد، در مورد رابطه آدمی با سایر آدم‌ها، کار و محصول کار سایر آدم‌ها نیز صادق است. در حقیقت این قضیه که سرشت نوعی آدمی از او بیگانه شده‌است، به این مفهوم است که آدم‌ها از هم و هر کدام از آن‌ها از سرشت ذاتی آدمی بیگانه شده‌اند. از این رو هر شخص در چارچوب رابطه بیگانه‌شده، دیگری را بر اساس معیارها و روابطی که در آن خویشتن را به‌عنوان کارگر در می‌یابد، مد نظر قرار می‌دهد (همان: ۱۳۸۷: ۳۵-۱۳۴). از رابطه کار بیگانه شده با مالکیت خصوصی چنین بر می‌آید که رهایی جامعه از مالکیت خصوصی و بندگی، شکل سیاسی رهایی کارگران را به‌خود می‌گیرد نه به این معنا که فقط رهایی کارگران مد نظر است بلکه به این معنا که رهایی کارگران،

رهایی کل انسان‌ها را در بر دارد؛ زیرا کل بندگی آدمی ناشی از رابطه کارگر با تولیدست و هرگونه رابطه بندگی، چیزی جز جرح و تعدیل و پیامد این رابطه نیست. (همان: ۱۳۹)

در نظر مارکس در دوران سرمایه‌داری، ایدئولوژی طبقه حاکم مانع از آگاهی طبقه کارگر و شکل‌گیری خودآگاهی در آنان می‌شود. مارکس براین باور بود که ایدئولوژی‌های طبقه حاکم در پرتو قدرت اقتصادی و سیاسی طبقه حاکم در میان توده‌ها متداول می‌شود. یعنی طبقه‌ای که نیروی مادی جامعه است، در عین حال نیروی معنوی حاکم آن نیز هست. ایده‌های حاکم چیزی نیست، به جز بیان اندیشگی روابط مادی مسلط، روابط مسلطی که به صورت ایده‌ها دریافت می‌شود؛ همان روابطی که طبقه‌ای را طبقه حاکم و بنابراین ایده‌های تسلط آن را می‌سازد (مارکس، انگلس، پلخانف، ۱۳۸۶: ۱۳۳). طبقه حاکم از کنترل خود بر وسایل تولید و دولت برای ایجاد و نگهداری نهادهای متنوعی که اعتقادات مردم از رهگذر آن‌ها تشکیل می‌شود استفاده می‌کند. در سده‌های میانی، مهم‌ترین نهادها کلیسا بود. به این، انواع دیگری افزوده شده که نظام آموزش و پرورش و رسانه‌های عمومی از مهم‌ترین آن‌ها هستند.

به عقیده مارکس، هنگامی که دولت به نمایندۀ راستین تمامی جامعه مبدل شد خود را غیرضروری خواهد ساخت. همین‌که دیگر هیچ طبقه اجتماعی برای مهار شدن و انقیاد وجود نداشته باشد ... دیگر چیزی برای سرکوب باقی نمی‌ماند، و نیروی ویژه سرکوب‌گر، یعنی دولت، ضروری نخواهد بود. مداخله دولت در مناسبات اجتماعی، در قلمروهای مختلف یکی پس از دیگری، زائد می‌شود و سپس در کالبد خود فرو می‌میرد؛ حکومت اشخاص به مدیریت چیزها و اداره فرایندهای تولید جای می‌سپرد. دولت برانداخته نمی‌شود، از پا در می‌آید (لین ولنکستر، ۱۳۸۳: ۱۳۶۱). در نظر مارکس، تنها دولتی، دولت واقعی است که شکلی از وجود ملت خود باشد، چیزی تحمیل شده از خارج نباشد؛ تنها چنین دولتی است که با سرشت دولت انطباق دارد. دولت غیردموکراتیک اصولاً دولت نیست (کولاکوفسکی، ۱۳۸۶: ۵۱-۱۵۰). بنابراین بر طبق نظر مارکس، دولت پیامد ثانوی نیازهایی است که در حکم پیوند اجتماعی عمل می‌کند و این پیوند اجتماعی، فراورده دولت نیست. (همان: ۱۸۳)

ارزیابی

سؤال اول پژوهش: «آیا آرای هگل بر نظریه رسانه شوروی تأثیرگذار بوده است؟»

به منظور پاسخ به پرسش فوق ابتدا قسمت‌هایی از آرای هگل که به نظر می‌رسد تأثیرات بیشتری را در نظریه رسانه‌های شوروی داشته؛ به صورت جداگانه آورده می‌شود و سپس آرای مطرح شده تحلیل می‌شود.

به نظر می‌رسد تأثیرات هگل بر نظریه رسانه‌های شوروی بیشتر به صورت غیرمستقیم بوده است. به این صورت که او به نوعی با آرای که درباره سیر شکل‌گیری خودآگاهی، فلسفه تاریخ و دیالکتیک ارائه کرد، باعث تأثیرات عمیقی بر آرای مارکس و لینن شد. به این ترتیب

آرای هگل را می‌توان یکی از مهم‌ترین سرچشمه‌های نظریه رسانه‌های شوروی دانست. تأثیرات آرای هگل بر این نظریه را می‌توان به صورت زیر ارزیابی کرد:

۱. فلسفه هگل در آخرین مرحله (تکامل روح) به سه بخش تقسیم می‌شود که شامل: روح ذهنی، روح عینی و روح مطلق است که روح مطلق به عنوان غایت مطلق سراسر دستگاه سه پایه‌ها، بنیاد کل است، یعنی نه همان روح ذهنی و عینی بلکه طبیعت و مثال منطقی نیز بر پایه آن استوارند. روح مطلق، بنیاد غایی جهان است و به همین دلیل مطلق نام دارد. پس مطلق، روح است (استیس، ۱۳۸۸: ۱۶۰). در حقیقت مطلق در آثار هگل به معنی خودآگاهی، به معنی اندیشه اندیشه است (همان: ۳۴). هستی یعنی هستی از برای آگاهی و هستی هیچ نوعی ندارد مگر آنچه از برای آگاهی است^۷ و هیچ موضوع یا عینی به وجود نمی‌آید مگر آنکه با ذهنی مربوط باشد. کائنات چیزی نیست مگر محتوای آگاهی. (همان: ۹۹)

در توضیح مطالب فوق می‌توان گفت: هگل با طرح این ایده که خودآگاهی بنیاد غایی جهان است و هستی، به عنوان اولین مقوله، هستی برای آگاهی است؛ باعث شد که به نوعی مارکس و حتی حزب بلشویک در ادامه به مقوله آگاهی حقیقی و راستین توجه ویژه‌ای نشان دهند و از آگاهی طبقه کارگر دم بزنند. حزب بلشویک خود را موظف به این امر می‌دید که در پیمودن مسیر تاریخ — که این هم از نظریات هگل سرچشمه گرفته است — طبقه کارگر را راهنمایی کند و به سمت صحیح این مسیر که همان استقرار کمونیسم است هدایت کند. در آن دوره روزنامه‌ها و مجلات به عنوان اصلی‌ترین ابزار هدایت توده‌ها شناخته می‌شدند و از این‌رو حزب بلشویک آن‌ها را ملزم به رعایت اصول مورد نظر خود کرد؛ اصولی که در آن این رسانه‌ها را ملزم به دادن آگاهی صحیح به توده‌ها می‌کرد. به این ترتیب رسانه‌ها در این دوره یکدست شدند و محتوای آن‌ها چیزی جز ترویج اصول و افکار مارکسیستی نبود، زیرا این مارکسیسم بود که می‌بایست بشر را به خودآگاهی برساند.

۲. فلسفه تاریخ هگل شرح جست‌وجوی ذهن برای آزادی است که از خلال رخدادهای گوناگون گذشته دنبال شده است. تاریخ عبارت است از تاریخ بنده کارگر و تلاش او برای رسیدن به آزادی (هگل، ۱۳۸۷: ۶۰). اصل عقلانی جهان نیز، عبارت است از «پیشرفت» دائمی «در آگاهی از آزادی» (لوویت، ۱۳۸۹: ۳۰۸). ذهنیت آدمی ابزاری برای آشتی با جهان در اختیار دارد؛ می‌تواند به جای روی گرداندن از جهان؛ آن را بشناسد و خود را در آن متحقق سازد؛ این ابزار همان تمدن، به‌ویژه دولت است. دولت فقط نهادی نیست که برای حل و فصل اختلافات یا برای سازماندهی کارهای جمعی، براساس قرارداد اجتماعی، پدید آمده باشد. به عنوان کانون آشتی اراده فردی و عقل کلی، دولت تحقق آزادی است؛ دولت به عنوان والاترین مرتبه به عینیت رسیدن ذهن، نماینده اراده عمومی است (کولاکوفسکی، ۱۳۸۶: ۴ - ۹۳). دولت «کل اخلاقی است در مقام اراده‌ای حقیقی و پدیدار و روشن برخویش که به خود می‌اندیشد و به خویشتن آگاه است و تا آنجا که آگاه است آگاهی

خویش را به عمل در می‌آورد.» دولت فعلیت یافتن اراده عقلانی است آن‌گاه که به ساحت خودآگاهی کلی برکشیده شده باشد. (کاپلستون، ۱۳۸۸: ۲۱۲)

در حقیقت هگل با طرح این موضوع که تاریخ عبارت است تاریخ بنده کارگر و تلاش او برای رسیدن به آزادی و همچنین این اصل که اصل عقلانی جهان، عبارت است از «پیشرفت» دائمی «در آگاهی از آزادی»، معتقد است که ذهنیت آدمی ابزاری برای آشتی با جهان در اختیار دارد که به وسیله آن می‌تواند خود را در آن متحقق سازد؛ این ابزار همان تمدن، به‌ویژه دولت است. این ایده به‌ویژه بر افکار مارکس تأثیرات زیادی گذاشت. مارکس هر چند که به‌وجود دولت به‌طور کلی اعتقاد نداشت اما به‌نظر می‌رسد که او تحت تأثیر این افکار بود که ایده دیکتاتوری پرولتاریا را در مراحل آغازین انقلاب عنوان کرد. او بر این باور بود که پیش از استقرار نهایی کمونیسم چند مرحله وجود دارد که دیکتاتوری پرولتاریا یکی از مهم‌ترین مراحل آن است. در این مرحله است که پرولتاریا باید تمامی ابزارهای جامعه را به‌منظور رسیدن به جامعه بی‌طبقه در اختیار گیرد. این ایده به‌ویژه بر حزب بلشویک تأثیرگذار بود چرا که حزب بلشویک که خود را حزب پیشرو می‌دانست به این امر معتقد بود که آن‌ها به نوعی تجسم اراده عقلانی هستند که می‌توانند به‌عنوان هدایت‌گران طبقه کارگر، آن‌ها را به سمت مقصد نهایی تاریخ راهنمایی کنند. رهبران حزب بر این باور بودند که برای تسریع در استقرار کمونیسم باید توده‌ها را نسبت به وضعیت خود آگاه کنند؛ زیرا توده‌ها بر اثر آگاهی کاذبی که دنیای سرمایه‌داری به آن‌ها تحمیل کرده‌است و همچنین از خود بیگانه شدن، از آگاهی راستین دور شده‌اند. از نظر رهبران حزب برای مقابله با این وضعیت و تسریع در روند انقلاب باید توده‌ها را نسبت به وضعیت خود آگاه کرد. یکی از مهم‌ترین راه‌های آگاه کردن توده‌ها در این دوره روزنامه‌ها و مجلات بودند. به این ترتیب حزب رسانه‌ها را برای پیمودن این مسیر در اختیار گرفت و قواعد ویژه‌ای را بر آنان اعمال کرد تا مبادا رسانه‌ها به نشر آگاهی کاذب در میان توده‌ها بپردازند. رهبران حزب به رسانه‌ها به‌چشم ابزاری برای هدایت توده‌ها به سمت مسیر نهایی تاریخ — که همان استقرار جامعه بی‌طبقه یا کمونیسم است — می‌نگریستند. آن‌ها به این نتیجه رسیده بودند که حزب پیشرو باید توده‌ها را برای انقلاب نهایی آماده کند و آن‌ها را برای رسیدن به این مرحله آگاه کند، پس رسانه‌ها را در اختیار گرفت و به ترویج آگاهی راستین در میان توده‌ها پرداخت.

۳. هگل برقراری رابطه میان ارباب و بنده را نخستین مرحله سیر تاریخی اندیشه و زندگی اجتماعی بشر می‌داند و معتقد است که با تحول همین مرحله، ذهن بشر به‌سوی خودآگاهی پیش می‌رود و سرانجام به عقل می‌رسد. تاریخ در نظر هگل با همین مرحله آغاز می‌شود و فهم فلسفه تاریخ بدون فهم این مرحله ممکن نیست زیرا همه عناصر تحولات بعدی تاریخی در رابطه میان ارباب و بنده به‌طور ضمنی نهفته است (هگل، ۱۳۸۷: ۱۳-۱۲). هگل بر این باور است که تاریخ خودآگاهی در اصل نه متعلق به ارباب بلکه متعلق به بنده کارگر

است که با کار کردن است که به خودآگاهی می‌رسد (همان: ۶۹). هگل در فلسفه تاریخ هگل عنوان می‌کند که تاریخ عبارت است تاریخ بنده کارگر و تلاش او برای رسیدن به آزادی. (همان: ۶۰)

هگل در اینجا اشاره می‌کند که در اصل پیکار میان ارباب و بنده در مراحل نخستین تاریخ نباید به وقوع بپیوندد بلکه فرد برتر باید حریف خود را به‌شیوه جدلی نابود کند. به عبارت دیگر در اینجا طبقه فرادست باید به‌شیوه‌ای ایدئولوژیکی طبقه فرودست را تحت سلطه خود در بیاورد و در اصل به‌وسیله ایدئولوژی فاصله‌ای بین خود و طبقه فرودست به‌وجود آورد. بدین‌سان با ایدئولوژی است که طبقه فرادست و فرودست پدید می‌آید و در اصل طبقه‌ای که در آینده می‌خواهد فرادست شود به شیوه‌ای ایدئولوژیکی خود را بر طبقه‌ای که در آینده به فرودست بدل خواهد شد، تحمیل می‌کند. همان‌گونه که گرامشی و آلتوسر نیز از رسانه‌ها، آموزش و پرورش، خانواده و غیره به‌عنوان ابزار ایدئولوژیک طبقه حاکم یاد می‌کنند، در نظر رهبران حزب بلشویک شیوه آموزش توده‌ها می‌بایست تغییر جهت می‌داد و از شیوه‌ای غیرسیاسی به شیوه آموزشی کاملاً سیاسی — در راستای استقرار کمونیسم — تبدیل می‌شد.

مهم‌ترین ابزاری که در آن دوره رهبران حزب به‌وسیله آن می‌توانستند به آموزش سیاسی مردم بپردازند، استفاده از روزنامه و مجله — به‌عنوان رسانه‌های آن دوره — بود. در حقیقت در نظر رهبران حزب بلشویک، رسانه‌ها (روزنامه‌ها و مجلات) اصلی‌ترین ابزار ایدئولوژیکی جهان سرمایه‌داری بودند که باعث ناآگاه ماندن طبقه کارگر از منافع راستین خود می‌شد. در نتیجه آن‌ها به فکر کنترل این رسانه‌ها و لزوم تعیین قواعدی منطبق با اصول مارکسیستی — لنینیستی افتادند. قواعدی که می‌توانست باعث پیروزی نهایی بنده بر ارباب شود و در نهایت بندگان را به حقوقی مساوی با اربابانشان برساند.

از نظر مارکس هم تاریخ تمامی جامعه‌های تاکنون موجود، تاریخ مبارزه طبقاتی بوده است. مبارزه‌ای که با پیروزی نهایی پرولتاریا (بنده) پایان می‌یابد. حزب بلشویک هم به این قاعده معتقد بود و به دنبال برانگیختن پرولتاریا و بیداری آن‌ها بود تا به این وسیله در مبارزه نهایی بر ضد سرمایه‌داری آن‌ها را به پیروزی برساند.

حزب بلشویک که خود را حزب پیشرو می‌دانست برای آگاهی‌دادن به مردم رسانه‌ها را در اختیار گرفتند. سران حزب خود را ملزم می‌دیدند که آگاهی واقعی را توسط رسانه‌ها به پرولتاریا بدهند و آن‌ها را راهنمایی کنند. این بود که آن‌ها قوانینی را بر اساس اصول مارکسیستی بر رسانه‌ها وضع کردند تا آگاهی واقعی به مردم داده شود. البته در توضیح باید گفت که این دقیقاً همان چیزی نبود که مارکس یا هگل بر آن تأکید کرده باشد، بلکه این ایده لنین بود که معتقد بود باید با دادن آگاهی به توده‌ها و هدایت آن‌ها توسط حزب پیشرو (نخبگان فکری) باید تضادهای موجود در این مرحله تاریخی (سرمایه‌داری) را تسریع کرد تا اینکه کمونیسم

استقرار یابد و این بود که حزب پیشرو به وجود آمد و هدایت توده‌ها را بر عهده گرفت چرا که توده در این دیدگاه از آگاهی کافی برای مواجهه با این مرحله تاریخی برخوردار نبود.

سؤال دوم پژوهش: «آیا آرای مارکس بر نظریه رسانه شوروی تأثیرگذار بوده است؟»

تأثیر آرای مارکس بر نظریه رسانه شوروی بیشتر به صورت مستقیم بوده است. مارکس به عنوان بنیان‌گذار مارکسیسم با طرح ایده ماتریالیسم تاریخی و اینکه مسیر نهایی تاریخ، استقرار کمونیسم و آزادی پرولتاریا است، تأثیرات عمیقی بر آرای لنین گذاشت. به این ترتیب می‌توان گفت که آرای مارکس بر نظریه رسانه شوروی تأثیرگذار بوده است. تأثیرات آرای مارکس بر این نظریه را می‌توان به صورت زیر ارزیابی کرد.

در نظر مارکس تاریخ عبارت است از فرایند تحول از فقر جهان‌شمول به فراوانی و نعمت جهان‌شمول که این روند سیر دیالکتیکی دارد (بلوم، ۱۳۷۳: ۸۳۲). این تحول از سه مرحله می‌گذرد: وضعیت اولیه اشتراکی (کمونیسم ابتدایی)، بر نهاد یکی از سه پایه بزرگ دیالکتیک تاریخی است که این وضعیت را در یونان قدیم و روم باستان و جامعه‌های قبیله‌ای این اقوام، و نیز نظام قبیله ژرمنی در قرون تیره قبل از پیدایش جامعه می‌توان یافت. از این تیز؛ برابر نهاد (آنتی‌تیز)، یعنی جامعه فردگرایانه و طبقاتی پدید می‌آید که نفی تیز است. و با رشد نیروهای تولیدی از فردی به جمعی، دوره‌ای از انقلاب اجتماعی آغاز می‌شود. همراه با تغییر در شالوده اقتصادی، تمامی روبنای عظیم جامعه نیز دستخوش تغییری کم‌ویش سریع می‌شود؛ بار دیگر وارد مناسبات کمونیستی می‌شویم: که همان نفی نفی یا هم‌نهاد است. (همان: ۴۲-۸۳۸)

مارکس با ترکیب دیالکتیک با ماتریالیسم و به وجود آوردن ماتریالیسم تاریخی در اندیشه خود، این‌طور نتیجه می‌گیرد که با از بین رفتن عصر فئودالی و پدید آمدن عصر سرمایه‌داری، روابطی شکل می‌گیرد که در آن ارباب جدید (سرمایه‌دار) به واسطه سرمایه بر بنده جدید (طبقه کارگر) حکمرانی می‌کند. در حقیقت خصلت فетиشتیستی سرمایه باعث دور شدن انسان‌ها از خودآگاهی و تقلیل دادن آن‌ها به یک کالا می‌شود. کالایی که به راحتی و به واسطه پول قابل معامله است. به نظر مارکس کارکردن در این شرایط مانع از خودآگاهی کارگر می‌شود (مارکس، ۱۳۸۷: ۱۲۷). کار او از روی میل نیست. در این فرایند کارگر به تولید کالاهایی می‌پردازد که در نهایت به او تعلق ندارند و او حتی آن‌ها را ساخته خود نمی‌داند. کالاهای در این شرایط از کارگر و سازنده اصلی آن‌ها فاصله می‌گیرند و دارای شخصیتی مستقل می‌شوند. در این شرایط کالاهای تولید شده توسط کارگر، کاری که توسط کارگر انجام می‌شود و روابط انسانی او با کارگران دیگر نسبت به کارگر بیگانه هستند. این شرایط با پیشرفت سرمایه‌داری روزبه‌روز تقویت می‌شود. کارگر با فروش کار خود باعث این شرایط می‌شود، شرایطی که او ناچار به تن دادن به آن‌هاست. او حتی این روابط را طبیعی و عادی می‌پندارد و این نیز ناشی از خصلت

روابط سرمایه‌داری است. هر چند که در نهایت تناقض درونی سرمایه‌داری باعث می‌شود که کارگر با خودآگاهی که در نتیجه این تناقض پدید می‌آید، به اعتراض بر ضد این شرایط قیام کند. در حقیقت مارکس هم همانند هگل مقصد نهایی آدمی را در رسیدن به خودآگاهی خلاصه می‌کند، منتها هگل به شیوه‌ای ایدئالیستی و مارکس به شیوه‌ای ماتریالیستی. در نظر مارکس در کار است که انسان ذهنیت خود را به عینیت مبدل می‌کند و خود را از حیوانات جدا می‌کند، به‌نظر او خودآگاهی در کار است که پدید می‌آید و حالت بیرونی پیدا می‌کند، چرا که خودآگاهی زمانی پدید می‌آید که عینیت یافته باشد و این تنها در کار آزادانه است که ممکن می‌شود. خودآگاهی تنها در شرایط کار آزاد به‌دست می‌آید — همان‌طور که هگل گفته‌است بنده کارگر با کار [آزاد] خود و نفی کردن شیء است که به خودآگاهی می‌رسد — در حالی که در دوره سرمایه‌داری کار آزادی وجود ندارد و کار خصلتی بیگانه‌شده از کارگر می‌یابد و به همین دلیل کارگر به خودآگاهی نمی‌رسد. از این رو برای به خودآگاهی رسیدن طبقه کارگر باید این مناسبات از میان برود. به این ترتیب لنین در ادامه این مسیر به این نتیجه رسید که برای به خودآگاهی رسیدن طبقه کارگر باید قدرت را در دست گرفت و به هدایت طبقه کارگر پرداخت. در این راه حزب پیشرو — که قدرت را در دست گرفته‌است — عهده‌دار انجام این وظیفه است؛ زیرا طبقه کارگر به‌دلیل شرایط کار اجباری، قادر به کسب آگاهی نیست و برای اینکه به آگاهی برسد نیازمند کسب آگاهی از خارج و توسط کسانی است که آگاهی واقعی دارند. از این رو حزب پیشرو با به‌عهده گرفتن این وظیفه (آگاهی‌دادن به مردم)، رسانه‌ها را به‌عنوان بازوان قدرتمند خود به‌کار گرفت و به این ترتیب به‌وسیله رسانه‌ها آگاهی واقعی (آگاهی مورد نظر خود) را به کارگران داد. رسانه‌ها می‌توانند با آگاهی‌دادن به کارگران، آن‌ها را نسبت به شرایط خود آگاه کنند. با آگاه‌شدن کارگران، اعتراضات به جامعه سرمایه‌داری بیشتر می‌شود و شکل مبارزه نهایی را به‌خود می‌گیرد. در نتیجه این وضعیت مبارزه نهایی به وقوع می‌پیوندد و در نهایت کارگران جامعه‌ای بی‌طبقه را می‌آفرینند که در آن می‌توانند به کار آزادانه و مطابق میل خود دست یابند و بدین ترتیب به خودآگاهی کامل دست یابند.

نتیجه‌گیری

در نتیجه‌گیری نهایی این پژوهش بیشتر سعی بر این داریم که به بررسی مبنای فلسفه نظریه رسانه شوروی بپردازیم و روشن کنیم که آیا افکار مارکس و هگل بر این نظریه تأثیرگذار بوده‌اند یا نه؟ و اگر آری؛ تأثیرگذاری آن‌ها به چه صورتی بوده‌است.

اصل مورد نظر در نظریه رسانه شوروی که در راستای اهداف مورد نظر حزب بلشویک شوروی آمده‌است از لحاظ نظری به اندیشه‌های مارکس و انگلس باز می‌گردد. مارکس خود تحت تأثیر فوئرباخ و هگل بوده‌است.

هگل با بحث درباره فلسفه تاریخ (تاریخ خودآگاهی) که با شکست بنده در نخستین مرحله سیر تاریخی اندیشه و زندگی اجتماعی بشر آغاز می‌شود و با خودآگاهی همان بنده در مراحل پایانی خود خاتمه می‌یابد، تأثیر عمیقی بر مارکس گذاشت. مارکس با طرح دیدگاهی مشابه درباره آزادی طبقه کارگر و به خودآگاهی رسیدن او، اندیشه‌های خود را وامدار هگل است اما فرقی که او با هگل دارد این است که او به این قوانین تاریخی از دیدگاه ماتریالیستی می‌نگرد، اما هگل از دیدگاه ایدئالیستی. هگل با طرح این ایده که خودآگاهی بنیاد غایی جهان است و هستی، به عنوان اولین مقوله، هستی برای آگاهی است؛ باعث شد که به نوعی مارکس و حتی حزب بلشویک در ادامه به مقوله آگاهی حقیقی و راستین توجه ویژه‌ای را نشان دهند و از آگاهی طبقه کارگر دم بزنند. حزب بلشویک خود را موظف به این امر می‌دید که در پیمودن مسیر تاریخ — که این هم از نظریات هگل سرچشمه گرفته است — طبقه کارگر را راهنمایی کند و به سمت صحیح این مسیر که همان استقرار کمونیسم است هدایت کند. در آن دوره رسانه‌ها به عنوان اصلی‌ترین ابزار هدایت توده‌ها شناخته می‌شدند و از این رو حزب بلشویک آن‌ها را ملزم به رعایت اصول مورد نظر خود کرد؛ اصولی که در آن رسانه‌ها را ملزم به دادن آگاهی صحیح به توده‌ها می‌کرد. در حقیقت رهبران حزب بلشویک تحت تأثیر آرای هگل و مارکس معتقد بودند که از آنجایی که رسانه‌ها هم می‌توانند نقش مخرب — دادن آگاهی و شعور کاذب — و هم نقش سازنده — دادن آگاهی راستین و آگاه کردن کارگران نسبت به استثمار که توسط سرمایه‌داران می‌شوند — داشته باشند، باید قواعد ویژه‌ای را برای آنان وضع کرد تا مبادا در پیمودن مسیر تاریخ کارگران را به انحراف بکشند. در این دیدگاه رسانه‌ها بیشتر نقش آگاهی‌دهی — به کارگران نسبت به شرایط استثمار — را داشتند و نقش خودآگاهی دادن به کارگران را در معنای هگلی و مارکسی آن بر عهده نداشتند. در حقیقت آن‌ها زمینه را برای کار و روابط آزاد و به دور از سلطه فراهم می‌کردند تا کارگران بدین وسیله به خودآگاهی — به معنای واقعی کلمه — دست یابند.

مارکس نیز که خواهان رهایی طبقه کارگر از روابط استثمارگرایی تولید سرمایه‌داری بود معتقد بود که با به وجود آمدن سرمایه‌داری و تشکیل دو طبقه در اصل متخاصم، خودآگاهی انسان دچار وقفه شده به این معنی که بیگانگی‌ای که ناشی از ذات سرمایه‌داری است، مانع از خودآگاهی حقیقی طبقه پرولتاریا می‌شود و به جای آن در این دوران این تنها خودآگاهی کاذب است که وجود دارد.

حزب بلشویک هم به این قاعده معتقد بود و به دنبال برانگیختن پرولتاریا و بیداری آن‌ها بود تا به این وسیله در مبارزه نهایی بر ضد سرمایه‌داری آن‌ها را به پیروزی برسانند. حزب بلشویک که خود را حزب پیشرو می‌دانست برای آگاهی دادن به مردمی که هنوز آگاه نشده‌اند رسانه‌ها را در اختیار گرفتند. آن‌ها معتقد بودند که رسانه‌های جهان سرمایه‌داری آگاهی کاذب به مردم می‌دهند و آن‌ها را از مسیر اصلی تاریخ دور می‌کنند. به این ترتیب خود را ملزم می‌دیدند که

آگاهی واقعی را توسط رسانه‌های خویش به پرولتاریا بدهند و آن‌ها را راهنمایی کنند. این بود که آن‌ها قوانینی را بر اساس اصول مارکسیستی بر رسانه‌ها وضع کردند تا آگاهی واقعی به مردم داده شود.

به نظر روشنفکران روسی آن‌ها در آن مرحله‌ای بودند که انقلاب پرولتاریا پدید آمده بود و لذا باید در همه زمینه‌ها قوانینی را وضع می‌کردند که با این مرحله^۱ [تاریخی] همخوانی داشته باشد. بدین منظور آن‌ها در زمینه فعالیت رسانه‌ها— که یکی از مهم‌ترین ابزارهای فکری بود— اقدام به وضع قوانینی کردند تا این مهم حاصل آید.

قوانین و اصولی که باید به خودآگاهی راستین طبقه کارگر کمک می‌کرد و آن‌ها را برای انقلاب نهایی بر ضد سرمایه‌داری— که این خودآگاهی را به وقفه انداخته بود— آماده می‌کرد. از نظر آن‌ها سرمایه‌داری با دادن خودآگاهی کاذب به طبقه کارگر و استثمار دائم آن‌ها، مانع برابری واقعی در جامعه می‌شوند. اصول و قوانینی که در رابطه با رسانه‌ها مطرح شد، به شکل زیر بود.

۱. در نظام سوسیالیستی طبقه کارگر صاحب قدرت است و برای حفظ این قدرت کارگران بایستی وسایل تولیدات فکری و ذهنی را کنترل کنند و به همین دلیل رسانه‌ها بایستی لزوماً تحت نظارت نهادهای وابسته به طبقه کارگر به‌ویژه حزب کمونیست انجام وظیفه کنند.

از لحاظ نظری که به این موضوع می‌نگریم؛ می‌بینیم که با پروژه انقلاب اکبر در شوروی و روی کار آمدن حزب بلشویک — که خود را نماینده حزب کارگر می‌دانست — لزوم آگاهی‌بخشی به طبقه کارگر از طریق رسانه‌ها به امری ضروری بدل شد. سران حزب به آموزش مردم می‌پرداختند تا آن‌ها را به خودآگاهی حقیقی برسانند. حزب پیشرو از طریق رسانه‌ها به تزریق آگاهی در میان مردم پرداخت. زیرا از نظر رهبران حزب بلشویک پرولتاریا به دلیل شرایط کار و خصلتی که این شرایط به وجود آورده (از خودبیگانگی در محیط کار)؛ قادر به درک آگاهی راستین خود نیستند و هر آگاهی‌ای که آنان کسب می‌کنند، آگاهی کاذب است. به همین دلیل سران حزب بلشویک تصمیم گرفتند که به آموزش پرولتاریا به شیوه‌ای کاملاً سیاسی بپردازند تا آنان به منافع راستین خود آگاه شوند. از نظر آن‌ها ایدئولوژی موجود در جهان سرمایه‌داری باعث شده است که کارگران در آنجا واقعیات موجود را نه به شکل واقعی آن، بلکه به شکل وارونه دریابند. در حقیقت ایدئولوژی مانع فرارفتن اندیشه کارگران از وضع موجود شده‌است. در آن دوران بهترین وسیله برای آگاهی‌بخشی به طبقه کارگر روزنامه‌ها و مجلات بودند. از این رو آن‌ها بر اساس جهان‌بینی مارکسیستی قوانین و اصول مورد نظرشان را بر رسانه‌ها اعمال کردند. در حقیقت تفکرات مارکس در زمینه از خودبیگانگی و آگاهی حقیقی— که باعث می‌شوند طبقه کارگر به منافع راستین خود توجه کند و برای آنان به مبارزه بپردازد— باعث شد که لنین و حزب پیشرو در فکر کنترل رسانه‌ها و اعمال قانون بر آن‌ها بیفتند.

۲. جامعه سوسیالیستی جامعه‌ای بدون طبقه است در نتیجه درگیری و نزاع‌های طبقاتی در آن نیست؛ لذا رسانه‌ها مجاز نیستند که در کشمکش‌های طبقاتی وارد شوند و مسائلی را مطرح

کنند که تناسبی با جامعه سوسیالیستی نداشته و احیاناً بدان صدمه می‌زنند. لازم به ذکر است آنچه در این نظریه به عنوان طبقه کارگر از آن سخن می‌رود نه به معنی وجود طبقات مختلف در جامعه است بلکه چون در نظریه مارکسیستی اکثر مردم جامعه جزء طبقه کارگر محسوب می‌شوند دیکتاتوری اکثریت شکل می‌گیرد و این دیکتاتوری به تدریج اقلیت را هم در خود ادغام می‌کند تا همه اعضای جامعه جزء کارگران محسوب شوند. لذا این تئوری اجازه مناقشات طبقه‌ای را نمی‌دهد. رسانه‌ها نباید دارایی خصوصی باشند. طبق این اصول، رسانه خصوصی نباید وجود داشته باشد، زیرا همان‌طور که مارکس گفته کار بیگانه شده علت اصلی مالکیت خصوصی است و مالکیت خصوصی باعث دور شدن انسان از اجتماع می‌شود و به این ترتیب انسان را از خودآگاهی و انسانیت خود دور می‌کند. در حقیقت مالکیت خصوصی با دور کردن انسان از حواس انسانی خود، باعث شده که حواس انسانی ما به حواسی غیر انسانی بدل شود، زیرا در این شرایط حواس جزئی از ما میملک می‌شود و ما را از خصلت اجتماعی خود جدا می‌کند و به این ترتیب خصلتی حیوانی پیدا می‌کند (همان: ۷۷-۱۷۶).

علاوه بر این، مالکیت خصوصی رسانه‌ها باعث تفرقه حزبی هم می‌شوند، بدین دلیل که وقتی مالکیت خصوصی وجود داشته باشد احزاب مختلفی به وجود می‌آیند که هر کدام برای منافع خود تلاش می‌کنند تا افکار عمومی را به سوی خود جلب کنند. از آنجایی که حزب بلشویک خود را نماینده طبقه کارگر می‌دانست و تمامی اهداف خود را در راستای خودآگاهی طبقه کارگر متمرکز کرده بود لذا هیچ‌گونه دودستگی را که می‌توانست باعث دور شدن طبقه کارگر از خودآگاهی و تزریق خودآگاهی کاذب به آن‌ها شود، بر نمی‌تافت. رسانه‌ها همچنین طبق این قاعده نباید اصولی را مطرح کنند که بر تضادهای طبقاتی دامن بزند و باعث شوند که کارگران در آن به چند دستگی دچار شوند.

۳. در این تئوری رسانه‌ها وظیفه شکل دادن به فرهنگ کمونیستی جامعه و نهادینه کردن این فرهنگ و نیز فعالیت در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی جامعه است. رسانه‌ها باید خدماتی از قبیل آموزش، اطلاع‌رسانی و بسیج مردم را بر عهده گیرند و از نهضت‌های ترقی‌خواه چه در داخل کشور و چه در خارج دفاع کنند.

همان‌طور که می‌بینیم یکی از وظایف اصلی رسانه‌ها، ترویج فرهنگ کمونیستی است. طبقه کارگر (چه در داخل جامعه و چه در خارج از جامعه و در کشورهای دیگر) باید خود را برای انقلاب جهانی آماده کند و برای این منظور رسانه‌ها باید به ترویج فرهنگی مناسب با این اهداف بپردازند. در حقیقت به واسطه تأثیرگذاری آرای هگل — در زمینه پایان تاریخ و جنگ میان ارباب و بنده — بر مارکس و در ادامه بر لنین بود که حزب بلشویک به فکر هدایت و راهنمایی طبقه کارگر در مسیر نهایی تاریخ افتاد و در این راستا قوانین مورد نظرش را بر رسانه‌ها اعمال کرد. بر همین اساس بر اساس قوانین حزب، رسانه‌ها باید در جهت رسالت

تاریخی طبقه کارگر— که به خودآگاهی رسیدن و انقلاب بر ضد بورژوازی است — تلاش کنند. از این لحاظ طبقه کارگر باید به واسطه رسانه‌ها و با کمک ترویج اصولی که روشنفکران حزبی (به‌عنوان نمایندگان آن‌ها) پیشنهاد می‌کنند؛ این امر را تسریع بخشد.

۴. مارکسیسم معتقد به قوانین عینی تاریخی است و در نتیجه از رسانه‌ها می‌خواهد که بازتاب‌دهنده این واقعیت عینی باشند. اعتقاد به این موضوع دایره تعبیرات شخصی را محدود می‌کند و زمینه را برای ارزش‌گذاری‌های هماهنگ و منسجم خبری آماده می‌کند که با ارزش‌های موجود در نظام مطبوعاتی لیبرال فاصله زیادی دارد.

در این راستا رسانه‌ها باید از قوانین عینی تاریخی (که از نظر هگل خودآگاهی بنده در شکل اندیشه‌ای آن است و از نظر مارکس خودآگاهی بنده در شکل عینیت یافته آن) پیروی کنند. آن‌ها باید کارگر را از واقعیت استثمارشدگی او در سیستم سرمایه‌داری آگاه کنند. آن‌ها باید طبقه پرولتاریا را برای قیام بر ضد سیستم سرمایه‌داری که در آن انسانیت او را تا حد یک حیوانیت تقلیل داده‌است، آماده کنند.

رسانه‌ها بنا بر این مضمون نباید تحت تأثیر افکار شخصی افراد باشند، بلکه آن‌ها باید به تبلیغ اهداف مشخص و از پیش تعیین‌شده حزب باشند. از این لحاظ می‌توان گفت که آزادی‌ای که در مطبوعات غربی وجود دارد یک آزادی دروغین است که برای ترویج اهداف سرمایه‌داری، این آزادی وجود دارد.

۵. در این تئوری رسانه‌های همگانی ملزم هستند که خود را کاملاً در اختیار ارگان‌های دولت قرار داده و به درجات مختلف با دیگر ابزارهای سیاسی همگون و یکپارچه شوند.

رسانه‌ها در این مدل باید کاملاً با دیگر اهداف حزبی و با سایر ارگان‌های حزب بلشویک هماهنگ باشند. زیرا حزب نماینده مردم است و باید آن‌ها را به خودآگاهی برساند. در حقیقت از این رو که رسانه‌ها ملزم به دادن آگاهی راستین به مردم هستند، باید با برنامه‌های حزب پیشرو هماهنگ باشند تا مبادا باعث شوند که آگاهی کاذب به مردم داده شود و در نتیجه مردم از مسیر اصلی تاریخ دور بیفتند. در این نظریه ارگان‌های دولتی، رسانه‌ها و مردم باید یک کل هماهنگ را تشکیل بدهند.

پی‌نوشت‌ها

۱. رسانه‌های اولیه (سنگ‌نوشته، نوشته بر روی پوست، سفال و ...) مانند رسانه‌های امروزی برای توسعه خود از تکنولوژی استفاده نمی‌کردند و ابزار ساده‌ای بودند که طبیعت در اختیار انسان گذاشته بود. انسان‌ها همواره از رسانه‌ها برای انتقال معانی و مفاهیم خود به دیگران استفاده می‌کردند. در این معنا، حتی زبان هم رسانه است؛ چون ابزاری برای انتقال معانی به دیگران است. حتی منبر و خطابه شکل‌های دیگری از رسانه‌های اولیه‌اند که تکنولوژی در شکل‌گیری آن‌ها دخالتی نداشته‌است. (دیباچی و میرزایی، ۱۳۹۰: ۵۰)
۲. هگل بعد از زندگی در شهر برن (۱۷۹۶-۱۷۹۳) در شهر فرانکفورت (مابین سال‌های ۱۸۰۰-۱۷۹۷) ساکن شد که این دوره در زندگی هگل به دوره فرانکفورت مشهور شد.

۳. شهری در آلمان (Jena).

۴. دوست و همکار کارل مارکس.

۵. از نظر مارکس تحول تاریخی سه مرحله اصلی را طی می‌کند: مرحله اول (تز) همان وضعیت کمونیسم اشتراکی اولیه است که در جوامع ابتدایی وجود دارد، مرحله دوم (آنتی تز مرحله اول) نیز دولت پدید می‌آید که به عنوان ابزار دست طبقه حاکم عمل می‌کند و مرحله سوم (سنتز دو مرحله اول و پایان تاریخ) فروپاشی دولت و روابط استثمارگرانه آغاز می‌شود و در نهایت وضعیت کمونیستی در جامعه جدید ایجاد می‌شود.

۶. دستگاه فلسفی هگل دارای سه بخش اصلی "منطق"، "فلسفه طبیعت" و "فلسفه روح" است که "فلسفه روح" آن به عنوان مرحله آخر (سنتز دو مرحله قبلی) خود به سه مرحله "روح ذهنی"، "روح عینی" و "روح مطلق" تقسیم می‌شود که در اینجا "روح مطلق" به عنوان مرحله آخر تکامل روح و مرحله نهایی تاریخ (سنتز نهایی تمامی مراحل) شناخته می‌شود.

۷. در نظر هگل هستی چیزها و وجودشان وابسته به این است که به آگاهی درآیند. به عبارت دیگر کائنات چیزی نیست مگر محتوای آگاهی. البته او در این مورد به وحدت شناسایی و هستی معتقد بود؛ به این معنی که ذهن (یعنی دارنده آگاهی یا شناسایی) و عین (یعنی دارنده هستی) یکی هستند (استیس، ۱۳۸۸: ۹۷). معنی وحدت شناسایی و هستی این است که عین چیزی نیست که نسبت به من خارجی باشد، به این معنی که کاملاً بیرون از اندیشه من و شناخت‌ناپذیر باشد. (همان: ۱۰۰)

۸. منظور جدال بین پرولتاریا و سرمایه‌داری است.

منابع

آشنا، ح؛ ح رضی (۱۳۷۶)، "بازنگری نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها و ارائه دیدگاهی اسلامی"، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق، شماره ۴.

استیس. ت. و (۱۳۸۸)، فلسفه هگل، جلد اول، چاپ هفتم، ترجمه حمید عنایت، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی. ایگلن، تری (۱۳۸۶)، مارکس و آزادی، چاپ دوم، ترجمه اکبر معصوم بیگی، تهران، نشر آگه. ایگلن، تری (۱۳۸۸)، معنای زندگی، ترجمه عباس مخبر، تهران، نشر آگه. تی. بلوم، ویلیام (۱۳۷۳)، نظریه‌های نظام سیاسی، جلد دوم، ترجمه احمد تدین، تهران، انتشارات آران. دیباجی، م. ع؛ ز میرزایی (۱۳۹۰)، "پرداختن به فلسفه رسانه"، مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، سال اول، شماره دوم.

ریترز، ج (۱۳۸۴)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه م ثلاثی، تهران، انتشارات علمی. فیندلی، ج؛ ج بریج (۱۳۸۷)، فلسفه هگل، چاپ اول، ترجمه حسن مرتضوی، تهران، انتشارات چشمه. کاپلستون، ف (۱۳۸۸)، تاریخ فلسفه، جلد هفتم، چاپ پنجم، ترجمه داریوش آشوری، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی. کالینیکوس، ا (۱۳۸۳)، اندیشه انقلابی مارکس، ترجمه پرویز بابایی، تهران، آزاد مهر، قطره. کولاکوفسکی، ل (۱۳۸۶)، جریان‌های اصلی در مارکسیسم، جلد اول، چاپ سوم، ترجمه عباس میلانی، تهران، نشر آگه. لنکستر؛ لین (۱۳۸۳)، خداوندان اندیشه سیاسی، جلد سوم، چاپ ششم، ترجمه علی رامین، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.

لوویت، ک (۱۳۸۹)، از هگل تا نیچه، چاپ دوم، ترجمه حسن مرتضوی، مشهد، نیکا. مارکس، ک (۱۳۸۷)، دست‌نوشته‌های اقتصادی و فلسفی ۱۸۴۴، چاپ چهارم، ترجمه حسن مرتضوی، تهران، نشر آگه. مارکس، ک (۱۳۸۶)، سرمایه، جلد اول، چاپ چهارم، ترجمه ایرج اسکندری، تهران، انتشارات فردوس. مارکس، انگلس، پلخانیف (۱۳۸۶)، لودویگ فوئرباخ و ایدئولوژی آلمانی، چاپ سوم، ترجمه پرویز بابایی، تهران، نشر چشمه.

مارکس، کارل (۱۳۸۳)، *فقر فلسفه*، ترجمه آرتین آراکل، تهران، انتشارات اهورا.
مک‌کوایل، د (۱۳۸۵)، *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پ اجلالی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
هگل (۱۳۸۷)، *خداگان و بنده*، ترجمه ح. عنایت، تهران، انتشارات خوارزمی.
هگل، ف (۱۳۸۷)، *عقل در تاریخ*، چاپ چهارم، ترجمه حمید عنایت، تهران، انتشارات شفیعی.

Gilbert, A (1981), *Historical Theory and the structure of moral argument in marx*. Sage.
Timofeev, T (1968), *Marx and Working Class Development*, Sage.