

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه کارشناسی ارشد ارتباطات گرایش تحقیق در ارتباطات

عنوان:

بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی در روزنامه واشنگتن پست:

مطالعه سال‌های ۱۹۸۰ و ۲۰۱۰ میلادی

دانشجو:

محسن گودرزی

استاد راهنما:

دکتر سید محمد مهدی زاده

استاد مشاور:

دکتر عبدالله گیویان

تابستان ۱۳۹۱

چکیده

انقلاب اسلامی به جهت نوع ایدئولوژی سازنده آن و نیز ساختار سیاسی مبتنی بر ولایت فقیه مورد توجه بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران بوده است. اهمیت و منحصر به فردی انقلاب اسلامی تا آنجاست که برخی از این صاحب‌نظران به تجدید نظر در نظریات و اندیشه‌های پیشین خود پرداخته‌اند. از این رو جای آن دارد تا هر چه بیشتر در خصوص این حادثه بزرگ قرن بیستم تحقیق و بررسی شود. یکی از مهم‌ترین زوایای انقلاب اسلامی، ایدئولوژی آن است؛ چنین ایدئولوژی به عنوان رکن اساسی شکل دهنده چارچوب‌ها و بینش سیاسی حکومت بر اساس اصول و مبانی اسلام شیعی بنا شده است.

در این تحقیق برآنیم تا به یکی از مهم‌ترین مسائل روز مرتبط با ایدئولوژی انقلاب اسلامی (اسلام شیعی) یعنی بازنمایی رسانه‌ای آن بپردازیم. به همین منظور یکی از تأثیرگذارترین رسانه‌های چاپی آمریکا، روزنامه واشنگتن پست را انتخاب کرده و در دو مقطع حساس تاریخی یعنی سال ۱۹۸۰ و ۲۰۱۰ میلادی به بررسی آن پرداخته‌ایم. روش کار ما در این تحقیق تحلیل گفتمان انتقادی با رویکرد فرکلاف است؛ به همین منظور مقالات تحلیلی سال‌های مورد نظر که بیشترین محتوای مطلوب جهت بررسی نحوه بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی را داشتند، انتخاب شده و در سه سطح توصیف، تفسیر، و تبیین تحلیل و بررسی شده‌اند. بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی بر اساس گفتمان‌های غرب و دیگران، شرق‌شناسی، اسلام رسانه‌ای، و سنت و تجدد مورد بررسی قرار گرفته و سپس بر اساس اصول استخراج شده از اسلام شیعی تجزیه و تحلیل شده‌اند.

از نتایج تحقیق حاضر اینکه بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی ایران متأثر از مقوله‌های کلیشه‌سازی، دوانگاری متضاد، و انگ زنی مغایر با اصول اسلام شیعی نظیر اصل ولایت فقیه، نفی استکبار و وابستگی به آن، ظلم ستیزی، پیکار و جهاد علیه دشمنان خدا، عقل و تجربه سیاسی می‌باشد. در همین زمینه اغراق و گزافه‌گویی به عنوان یکی از ویژگی‌های غالب در گفتمان «اسلام رسانه‌ای» نقش برجسته‌ای در مقالات بررسی شده ایفا می‌کرد. این رویکرد مغایر با اصولی نظیر صلح طلب و تعالی بخش بودن اسلام شیعی، به بازنمایی نادرست از ایدئولوژی انقلاب اسلامی دست زده است. نکته دیگر استفاده از روش ساده سازی در ذیل گفتمان اسلام رسانه‌ای است که در طی آن تصویری ساده و غلط از ساختار حکومت به نمایش گذاشته می‌شود؛ این رویکرد مخالف اصل عقل و تجربه سیاسی ایدئولوژی انقلاب اسلامی است. از دیگر نتایج تحقیق حاضر می‌توان به حضور دائم «من» نویسنده در مقالات و آمریت اشاره کرد که باعث خلق گفتمان‌های مغایر و ناقص از ایدئولوژی انقلاب اسلامی ایران شده است.

واژگان کلیدی: بازنمایی، گفتمان، ایدئولوژی انقلاب اسلامی، روزنامه واشنگتن پست

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: کلیات تحقیق	
۱-۱- طرح مسئله	۲
۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق	۷
۱-۳- اهداف تحقیق	۱۰
۱-۴- سوالات تحقیق	۱۱
۱-۵- تعریف مفاهیم	۱۱
۱-۵-۱- ایدئولوژی	۱۱
۱-۵-۲- ایدئولوژی انقلابی	۱۶
۱-۵-۳- ایدئولوژی انقلاب اسلامی	۱۸
۱-۵-۴- روزنامه واشنگتن پست	۱۸
۱-۵-۵- بازنمایی	۱۹
فصل دوم: پیشینه و مبانی نظری تحقیق	
۲-۱- بررسی تحقیقات پیشین	۲۲
۲-۱-۱- پایان نامه ها	۲۲
۲-۱-۲- تحقیقات دیگر	۲۳
۲-۲- نظریه‌های مربوط به موضوع تحقیق	۲۵
۲-۲-۱- بازنمایی و گفتمان	۲۵
۲-۲-۲- بازنمایی و ایدئولوژی	۲۹
۲-۲-۳- ایدئولوژی در ایران	۳۰
۲-۲-۳-۱- ایدئولوژی و دین	۳۱
۲-۲-۳-۲- اسلام شیعی: ایدئولوژی انقلاب اسلامی	۳۵
۲-۳- چارچوب نظری تحقیق	۳۷
۲-۳-۱- گفتمان «غرب و دیگران»	۳۷
۲-۳-۱-۱- تعریف گفتمان «غرب و دیگران» و ویژگی‌های آن	۳۸

- ۲-۳-۱-۲- گفتمان «شرق شناسی»؛ تمایز معرفت شناختی بین «شرق» و «غرب» ۴۱
- ۲-۳-۱-۲-۱- تعریف شرق شناسی و ویژگی های آن ۴۱
- ۲-۳-۱-۲-۲- شرق شناسی اسلامی ۴۹
- ۲-۳-۱-۲-۳- نظریه «برخورد تمدن‌ها» هانتینگتون ۵۰
- ۲-۳-۱-۲-۴- اسلام رسانه‌ای ۵۱
- ۲-۳-۲-۱- تعریف اسلام رسانه‌ای و ویژگی های آن ۵۱
- ۲-۳-۲-۲- موضوع ایران از منظر اسلام رسانه‌ای ۵۶
- ۲-۳-۳- گفتمان «سنت و تجدد» ۵۸

فصل سوم: روش تحقیق

- ۳-۱- شیوه گردآوری اطلاعات ۶۵
- ۳-۲- نمونه‌های مورد استفاده ۶۵
- ۳-۳- اعتبار و پایایی تحقیق ۶۵
- ۳-۴- روش و رویکرد استفاده شده در تحقیق حاضر ۶۶
- ۳-۴-۱- آشنایی با روش «تحلیل گفتمان» ۶۶
- ۳-۴-۲- «تحلیل گفتمان انتقادی» و ویژگی های آن ۶۸
- ۳-۴-۳- رویکرد «فرکلاف» در روش تحلیل انتقادی گفتمان ۷۴
- ۳-۴-۳-۱- توصیف ۷۸
- ۳-۴-۳-۲- تفسیر ۸۲
- ۳-۴-۳-۲-۱- قلمرو تفسیر ۸۳
- ۳-۴-۳-۲-۲- تفسیر بافت متن ۸۴
- ۳-۴-۳-۳- تبیین ۸۵

فصل چهارم: یافته‌های تحقیق

- ۴-۱- سال ۱۹۸۰ ۸۷
- ۴-۱-۱- نمونه شماره ۱ ۸۷
- توصیف، تفسیر، و تبیین نمونه شماره ۱ ۸۹
- ۴-۱-۲- نمونه شماره ۲ ۹۴
- توصیف، تفسیر، و تبیین نمونه شماره ۲ ۹۸

۱۰۲.....	۳-۱-۴- نمونه شماره ۳
۱۰۴.....	توصیف، تفسیر، و تبیین نمونه شماره ۳
۱۰۸.....	۴-۱-۴- نمونه شماره ۴
۱۰۹.....	توصیف، تفسیر، و تبیین نمونه شماره ۴
۱۱۲.....	۴-۱-۵- نمونه شماره ۵
۱۱۳.....	توصیف، تفسیر، و تبیین نمونه شماره ۵
۱۱۸.....	۲-۴- سال ۲۰۱۰
۱۱۸.....	۱-۲-۴- نمونه شماره ۱
۱۲۰.....	توصیف، تفسیر، و تبیین نمونه شماره ۱
۱۲۳.....	۲-۲-۴- نمونه شماره ۲
۱۲۵.....	توصیف، تفسیر، و تبیین نمونه شماره ۲
۱۳۰.....	۳-۲-۴- نمونه شماره ۳
۱۳۲.....	توصیف، تفسیر، و تبیین نمونه شماره ۳

فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها

۱۴۰.....	۱-۵- جمع بندی
۱۴۴.....	۲-۵- نتیجه گیری
۱۴۷.....	۳-۵- مشکلات تحقیق
۱۴۸.....	۴-۵- پیشنهادها
۱۴۹.....	فهرست منابع و مأخذ

فهرست جداول

۱۳۷.....	۱-۴- خلاصه یافته‌های سال ۱۹۸۰
۱۳۸.....	۲-۴- خلاصه یافته‌های سال ۲۰۱۰

فهرست شکل‌ها

۶۳.....	۱-۲- مدل شکلی گفتمان های موثر در بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی
۷۶.....	۱-۳- مدل سه لایه‌ای فرکلاف

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- طرح مسئله

پرداختن به مقوله انقلاب‌ها، علل و شرایط وقوع آن‌ها، و تأثیرهای گوناگون اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و ... همواره مورد توجه اندیشمندان و محققین بوده است که در این میان انقلاب اسلامی ایران از آن جهت که بسیاری از نگرش‌ها و تحلیل‌های پیشین را زیر سوال برد و فصل تازه‌ای در پژوهش‌های مربوط به انقلاب گشود، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این مسئله تا آنجا پیش رفت که برخی از اندیشمندان به تجدید نظر در نظریات قبلی خود درباره تئوری انقلاب‌ها پرداختند؛ برای مثال به مقاله *Rentier State and Shi'a Islam in the Iranian Revolution* اثر تدا اسکوپول^۱ (۱۹۸۲) رجوع کنید. بدون هیچ قضاوت ارزشی کاملاً آشکار است که ایران از بسیاری جهات نسبت به دیگر قسمت‌های جهان اسلام متفاوت است (Frye, 1956, P186). ایران، کشوری که جزیره ثبات و صلح در آب‌های خروشان سیاست به حساب می‌آمد، در اواسط دهه ۱۹۷۰ میلادی با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو شد که در نهایت به بحرانی انقلابی بدل و باعث سرنگونی یکی از مهم‌ترین و دیرپاترین نهادهای پادشاهی جهان شد. در فاصله زمانی کوتاهی، ۱۹۷۷-۱۹۷۹ میلادی، انقلاب ایران با چنان شتابی به پیش رفت که نه تنها ناظران خارجی، که انقلابیون را نیز غافلگیر کرد. در سال ۱۹۷۹ میلادی، ایران صحنه اصلی را از آن خود کرد تا آمریکایی‌ها دچار هیجان و اضطرابی فزاینده شوند. ملتی توانسته بود با چنین فاصله‌ی جغرافیایی و تفاوت با آمریکا بدین شدت آمریکا را درگیر سازد. هرگز آمریکایی‌ها چنین فلج و در جهت اقدام و جلوگیری از وقوع حوادث دراماتیک پیاپی، چنین فاقد قدرت نبوده‌اند و هرگز در همه این ماجراها نتوانسته‌اند ایران را از ذهن خویش بیرون کنند، چرا که این کشور در سطوح مختلف با مزاحمتی گستاخانه با ساحت زندگی ایشان تخطی می‌کرده است. نظام جدید که خود را اسلامی می‌نامید و به نظر نظامی ضد امپریالیستی و مردمی بود، در شرف تولد بود (بیچرانلو، ۱۳۸۸). نظامی که گسترش پیام آن حتی پیش از وقوع انقلاب اسلامی نیز به دغدغه فکری غربی‌ها بدل شده بود؛ نشریه «اخبار آمریکا و گزارش‌های جهان» در ۶ جولای ۱۹۷۸ نوشت: «بنیادگرایی دفاع ناپذیر و تسلیم ناپذیر در بیشتر سرزمین‌های اسلامی طوفانی به راه انداخته است. این توفان به روشنی تعادل غرب را به هم می‌ریزد تا که نتایج خشونت باری حاصل آید.

¹ Skocpol. T

بدیهی است نشانه‌های کمی در دست است که اکثریت بنیادگرایان از اهداف انقلابی آیت ا... خمینی پیروی می‌کنند، اما پیام او به نظر می‌رسد در حال گسترش است.» (سعید، ۱۳۷۹، ص ۱۸).

معدل معتقد است: «بروز انقلاب اسلامی حتی دانشمندان علوم اجتماعی را شگفت‌زده کرد. شتابی که جنبش انقلابی به خود گرفت، یکپارچگی عامه مردم که خواستار سرنگونی شاه بودند و افول سیاست و اهمیت فزاینده ایدئولوژی مذهبی در جنبش انقلابی، همه این‌ها با توجه به این واقعیت که ایران پیش از انقلاب اصولاً درگیر بحران اقتصادی یا سیاسی عمده‌ای نبوده است، جلوه‌ای حیرت‌آور می‌یابد» (معدل، ۱۳۸۲، ص ۱۱). در همین زمینه لازم به ذکر است که انقلاب ایران بدون آنکه دولت ایران از هم پاشیده باشد، بدون آنکه با بحران‌های جدی اقتصادی و سیاسی مواجه شده باشد، و حتی بدون وجود گروه یا طبقات مشارکت‌کننده‌ای که دارای منابع سازمانی ضروری برای از کار انداختن قدرت مهیب دولت باشد، به وقوع پیوست. مورد انقلاب اسلامی ایران برای نظریه‌های جامعه‌شناختی انقلاب، استلزام‌ها و درگیریهایی داشته است (معدل، ۱۳۸۲) که از مهم‌ترین این درگیری‌ها، توجه بیش از پیش به مقوله ایدئولوژی در تحلیل‌های مربوط به وقوع انقلاب و پیشبرد آن است.

در نظریات مختلفی که درباره انقلاب ایران مطرح شده است، اصولاً ایدئولوژی نادیده گرفته شده است یا مفهومی تقلیل‌گرایانه^۱ از آن در توجیه علل و فرایندهای انقلاب برداشت شده است. با این همه، ایدئولوژی صرفاً عملی نیست که زمینه رشدی را به علل انقلاب بیفزاید، بلکه ایدئولوژی ویژگی ذاتی انقلاب است. ایدئولوژی به انقلاب حالت پدیداری می‌بخشد که از زوال عادی مبارزه بر سر قدرت یا اختلاف طبقاتی متمایز است. انقلاب اسلامی ایران نیز همچون سایر انقلاب‌ها از این قاعده مستثنی نبوده است (معدل، ۱۳۸۲). در این میان انقلاب اسلامی ایران تمایز برجسته‌ای با سایر انقلاب‌ها دارد؛ دین و اندیشه دینی در انقلاب اسلامی واقعیتی انکار نشدنی است که موافق و مخالف به آن اذعان می‌کند. تفاوت مهم در این میان، درک درست و صحیح از واقعیت دینی انقلاب اسلامی است. شعارهای انقلاب اسلامی به خودی خود دلیل قابل‌اعتنایی بر عمق ایدئولوژیک انقلاب به شمار می‌رود. چنانکه در تحقیقی نشان داده شده است که بیشترین شعارهای مقوله اهداف و ارزش‌های انقلاب مربوط به ارزش شهادت و جانبازی در راه اسلام و خدا بوده است. پس از آن بیشترین شعارها مربوط به ارزش و هدف اسلام و اهمیت و ضرورت آن برای مردم ایران است (پناهی، ۱۳۷۹ به نقل از هاشمی مدنی، ۱۳۸۷).

دین و مذهب در انقلاب ایران نقشی بی‌بدیل داشته است. تصور ایدئولوژی انقلاب ایران، بدون در نظر گرفتن نقش «اسلام شیعی» در ایجاد و تداوم جنبش انقلابی ۱۹۷۷-۱۹۷۹ و تأثیر آن در شکل‌گیری پیامدهای انقلابی بسیار مشکل است. فروپاشی و برچیده شدن نظام پادشاهی ایران، ریشه در دینامیسم منافع فرصت‌ها،

^۱ reductionist

ساختارهای یکپارچه طبقات و گروه‌های مختلف دیگر در انقلاب ایران ندارد (معدل، ۱۳۸۲). حقیقت دینی انقلاب اسلامی ایران، آغازگر عصر جدیدی در رابطه با تعاملات و تناسبات بین شرق و غرب به حساب می‌آید.

آنچه که سبب برجستگی ایدئولوژی انقلاب اسلامی و اهمیت مطالعه و توجه مضاعف به آن می‌شود، «معنویت سیاسی» حاکم بر گفتمان آن است. فوکو اصطلاح معنویت سیاسی^۱ را برای ایران تعریف می‌کند و می‌گوید: «اراده‌ای معطوف به خلق تفکیک جدید میان حق و باطل^۲ از طریق روش جدیدی در حکمرانی بر خود و دیگران» (هاشمی مدنی، ۱۳۸۷، ص ۶). «معنویت سیاسی» نه تنها در دنیای متجدد تمنایی نداشته است بلکه ایده‌های برآمده از جهان سنت است و نهایتاً چالشی است از سوی سنت برای دنیای متجدد. نگاه ما در اینجا به مفهوم سنت و تجدد، نگاهی ذات‌گرایانه است که بر اثر آن محور سنت را دین دانسته و تجدد را در مقابل «خدامحوری» آن واجد انگاره‌ای دیگر که «انسان محور» است، در نظر می‌گیریم. اگر ایدئولوژی‌ای یافت شود که ریشه در معرفت دینی داشته باشد و اگر مفهوم «معنویت سیاسی» را مفهومی محصور در دین بدانیم و دین را نیز محور سنت و در تضاد با هسته انسان‌محور دنیای متجدد، در نهایت باید پذیرفت که ایدئولوژی مذکور چالشی است برای دنیای متجدد (هاشمی مدنی، ۱۳۸۷). همچنین، علت مخالفت با ایدئولوژی انقلاب اسلامی با ماهیت دینی اشاره شده در قدرت آن برای به چالش کشیدن گفتمان مدرنیته است. فوکویاما بر این اعتقاد است که سرنوشت انسان‌ها در ساختار «دموکراسی لیبرال» تحقق پیدا می‌کند. وی معتقد است که «نقطه نهایی روند تاریخ که به قول هگل به سوی هدف خاصی در حرکت است، دولت لیبرال دموکراسی است و پایان تاریخ را به معنای پیروزی یک ایدئولوژی واحد معین، دموکراسی لیبرال می‌داند که هیچ جانشینی ندارد؛ به این معنا که عصر مبارزات سیاسی بزرگ به پایان رسیده است» (اخوان مفرد، ۱۳۸۱، صص ۷۹-۸۰). حال در این شرایط، انقلابی رخ می‌دهد که در برابر دنیای متجدد و ارزش‌های حاکم بر آن، از مذهب و دین و ورود آن در امور گوناگون سخن به میان می‌آورد. از این روست که غرب در پی بازنمایی مغرضانه و غلط از ایدئولوژی‌های دینی در رسانه‌های خود است تا به این وسیله زمینه‌های فکری که بر آن‌ها استوار شده است را حفظ و پاسداری کند. آشنایی مردمان مغرب زمین با ایدئولوژی‌ها، افکار، و اندیشه‌های الهی زمینه را برای گفت و گو و آشنایی بیشتر در چارچوب این ارزش‌ها و کرامت انسانی محقق می‌کند. گفت و گویی که فارغ از دعوایها و نزاع‌های سیاسی، بر مبنای فطرت بشری که همانا خداجویی و پرستش است، استوار شده است.

علاوه بر گفتمان سنت و تجدد که زمینه بازنمایی ناصحیح ایدئولوژی انقلاب اسلامی را در رسانه‌های غربی محقق می‌کند، گفتمان «غرب و دیگران» نیز عامل موثری در این نحوه بازنمایی به حساب می‌آید. ادوارد سعید

^۱ political Spirituality

^۲ the truth and the false

(۱۹۳۵-۲۰۰۳) اشاره می‌کند که در خلال چند سال گذشته، به ویژه از زمانی که حوادث و رویدادها در ایران، به شدت توجه اروپایی‌ها و آمریکایی‌ها را به خود جلب کرده است، وسایل ارتباط جمعی به پوشش خبری اسلام پرداخته‌اند. بدین معنا که به ارائه تصویری از آن پرداختند، ویژگی‌های آن را به دست داده‌اند، اسلام را تجزیه و تحلیل کرده‌اند، دوره‌های درک فوری راجع به آن گذاشته‌اند و در نتیجه آن را «شناسانده» اند (مهدی زاده، ۱۳۸۷). برای نمونه، ری‌موزلی در روزنامه شیکاگو تریبون می‌نویسد: «مردمی که مردن را نوعی افتخار می‌دانند، علی‌الاصول آدم‌های متحجری هستند. شوق شهادت و عطش خون خواهی برای انتقام، به ویژه در میان مسلمانان شیعه ایران زبانزد است.» (سعید، ۱۳۷۹، ص ۱۷۹ به نقل از مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۹۷). به گفته مک‌الیستر (۲۰۰۱) احساسات ضد ایرانی در ایالات متحده به شدت متأثر از بازنمایی‌های کلیشه‌ای از عرب-های خاورمیانه و به ویژه تصویر «تروریسم غربی» است که در دهه ۱۹۷۰ / ۱۳۴۹ رواج داشته است. به عقیده وی خطر «اسلام» و «تروریست» منطق فرهنگی سیاست خارجی ایالات متحده را از زمان وقایع انقلاب ایران در سال‌های ۱۳۵۸/۱۹۷۹ شمسی تغذیه کرده است (ایزدی، سقایی بی‌ریا، ۱۳۸۷). در واقع این چنین می‌توان گفت که در غرب بر روی اسلام و تفکر اسلامی اتفاق نظری وجود دارد که با زمینه‌های گوناگون سیاسی، اجتماعی، و اقتصادی غربی‌ها همگن نیست. در اینجا است که بازنمایی رسانه‌ای ایدئولوژی انقلاب اسلامی و گفتن «اسلام شیعی» خود را نشان می‌دهد.

رسانه‌ها در دنیای امروز به مقام رهبری شبکه‌های جهانی ارتقا یافته‌اند و سبب شکل‌دهی به اندیشه‌ها و تفکرات ما شده‌اند. در این باره ون دایک (۱۹۹۶) می‌گوید: «قدرت رسانه‌ها کنایه‌ای و مجاب‌کننده است، به این معنا که آن‌ها بیشتر قدرت کنترل ذهن بیننده و خواننده و نه مستقیماً رفتارهای وی را دارند» (Van Dijk, 1996, p 10). رسانه‌ها نه تنها خنثی نیستند بلکه به انجام وظیفه‌ای می‌پردازند که هم ایدئولوژیک و هم سیاسی است (ایزدی، سقایی بی‌ریا، ۱۳۸۷). رسانه‌ها به منظور نشان دادن اقتدارشان و نیز تقویت آن از تقیدهای مطلق و عینی بهره می‌برند؛ آن‌ها مسائل را به گونه‌ای مطرح می‌کنند که گویی امر واقع است (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹). هرمان و چامسکی (۲۰۰۲) نشان داده‌اند که نهادهای رسانه‌ای تجاری هنجارها و باورهای افراد را بر اساس منافع اجتماعی و سیاسی و اقتصادی دولت حاکم شکل می‌دهند. بنابراین افراد را بر اساس منافع اجتماعی نخبگان آماده می‌کنند. معیار آن‌ها به منظور دریافت همگانی و درک عقلانی، ایدئولوژی مسلط جوامع است. این ایدئولوژی مسلط در پی آن است که به حذف آن عقاید و ارزش‌های معارض و جهان مغایر با خود دست زند (ایزدی، سقایی بی‌ریا، ۱۳۸۷، ص ۱۰۳). گیتلین و مادرید (۱۹۸۶) معتقدند که رسانه‌ها به منابع اصلی هژمونی در جوامع مدنی کشورهای پیشرفته سرمایه‌داری بدل شده‌اند. گیتلین (۲۰۰۳) می‌پندارد که رسانه‌های بانفوذ همچون شبکه‌ها و رسانه‌های چاپی بعنوان بخشی از نخبگان شرکتی، متعهد به حفظ شرایط موجود هستند.

گیتلین (۲۰۰۳) معتقد است که هر روز بطور مستقیم یا غیر مستقیم، از طریق بیان یا حذف، با استفاده از تصاویر یا کلمات، به صورت سرگرمی، خبر و آگهی بازرگانی، رسانه‌های جمعی حوزه‌هایی از معنی و ارتباط، نماد و بیان را تولید می‌کنند که از طریق آن‌ها ایدئولوژی آشکار و متعین می‌شود (ایزدی، سقایی بی‌ریا، ۱۳۸۷، ص ۱۰۳). در این مسیر ابزارهای رسانه‌ای ابزاری کارآمد به حساب آمده و راه را برای این منظور راحت و هموار می‌کنند.

در این میان رسانه‌ها با یکدیگر متفاوتند، برخی از آن‌ها قدرتمندتر و برخی ضعیف‌ترند. امروزه علیرغم رشد و گسترش رسانه‌های نوین همچون اینترنت، رسانه‌های قدیمی نظیر مطبوعات جایگاه خود را کماکان حفظ کرده‌اند، اگرچه که از تعداد مخاطبان آن‌ها خصوصاً در بین نسل جوان کاسته شده است (Bakker & Sadaba, 2008, P 98). دو محقق به نام‌های «ویلیام ای. دورمن» و «منصور فرهنگ» در کتابی بنام مطبوعات ایالات متحده و ایران که در سال ۱۹۸۷ منتشر شد، نشان دادند که روابط اقتصادی، روش روزنامه نگاری، ایدئولوژی و قوم‌مداری در چگونگی انعکاس رویدادهای جهان در مطبوعات آمریکا تأثیر مهمی می‌گذارند و مطبوعات نیز با اثرگذاریشان قادرند تا افکار عمومی، سیاست‌های دولتی و از جمله سیاست خارجی را تحت تأثیر قرار دهند. این دو محقق ۲۵ سال مطبوعات آمریکایی را بررسی و به این نتایج رسیده‌اند که اولاً رسانه‌های آمریکایی سعی نکردند مستقلاً درباره زندگی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی ایران زمان شاه قضاوت کنند. ثانیاً روزنامه نگاران آمریکایی شناخت کافی از جامعه ایران را نشان ندادند. ثالثاً صدای مخالفین در ایران (توسط خبرنگاران) شنیده نمی‌شده است (غفاری، ۱۳۸۸، صص ۱۵۴-۱۵۵). در بین روزنامه‌های مختلف در دنیا، تعدادی از آن‌ها هستند که به جهت اهمیت و کار حرفه‌ای بیشترین مخاطبان را در سراسر دنیا دارند و به همین دلیل از اهمیت بیشتری نسبت به دیگر رسانه‌ها برخوردارند. از جمله این روزنامه‌ها می‌توان به «واشنگتن پست» اشاره کرد. روزنامه واشنگتن پست، بزرگ‌ترین و قدیمی‌ترین روزنامه‌ای است که هنوز در حال چاپ است و در سال ۱۸۷۷ م توسط استیلسون هوت‌چینز^۱ بنیان گذاشته شده است. این روزنامه پیش از پیروزی انقلاب، گزارش‌ها، تحلیل‌ها و مصاحبه‌هایی را با موضوع انقلاب ایران داشته است که در بیشتر موارد و علیرغم برجستگی حرکت انقلابیون علیه شاه، به طور مساوی از قول منابع حکومتی شاه و انقلابیون به ارائه اطلاعات می‌پرداخته است (Arthur, 1979). درباره اهمیت این روزنامه قابل ذکر است که بر اساس بررسی که در سال ۲۰۱۰ صورت گرفت، روزنامه واشنگتن پست، پنجمین روزنامه دنیا در تعداد تیراژهای روزانه است که حدوداً به ۵۵۰ هزار شماره می‌رسد. این روزنامه در طول حیات خود بارها توجهات را به خود جلب کرده است که از مهم‌ترین آن‌ها، در اوایل دهه ۱۹۷۰ بود که به رسوایی واترگیت مشهور شد و به برکناری رییس جمهور وقت آمریکا، نیکسون،

¹ Stilson Hutchins

منتهی شد. از سال ۱۹۹۱ به بعد، این روزنامه ۲۵ جایزه پولیتزر را دریافت کرده که در واقع بیشتر از نصف جایزه‌های پولیتزری مطبوعات را شامل می‌شود. این روزنامه همچنین ۱۸ بار بورسیه نیامان^۱ و ۳۶۸ بار جوایز انجمن عکاسان خبری کاخ سفید را به خود اختصاص داده است. از این رو، روزنامه واشنگتن پست در زمره مهم‌ترین روزنامه‌های جهان است و مورد مناسبی برای بررسی و تحقیق در خصوص نحوه بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی به حساب می‌آید. در این جا قابل ذکر است که انتخاب سال ۱۹۸۰ برای این مطالعه در این بوده است که در این سال انقلاب اسلامی به ثبات نسبی رسیده است و مقوله نظام سازی، اصلاح زیرساختارها، تدوین قانون اساسی، و... به میان آمده است. در این سال از شور و هیجان انقلابی کاسته شده بود و حرکت به سوی تثبیت دائمی انقلاب آغاز شده بود. همچنین دلیل انتخاب سال ۲۰۱۰، بررسی مجدد بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی پس از ۳۰ سال از مطالعه نخست می‌باشد. از ویژگی‌های مهم و خاص این دو سال، مسئله گروگان‌گیری در سال ۱۹۸۰ و مسئله حوادث بعد از انتخابات در سال ۲۰۱۰ میلادی بوده است. به همین علت، بررسی این سال‌ها کمک قابل توجهی به شناخت هر چه صحیح‌تر نحوه بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی در این روزنامه می‌کند.

نتیجه آنکه، مسئله ایران همواره مورد توجه رسانه‌های غربی قرار گرفته است. در این میان، پرداختن به مقوله انقلاب اسلامی و ایدئولوژی آن یعنی «اسلام شیعی» از جمله مواردی است که از اهمیت بسیاری برای این رسانه‌ها برخوردار است. از جمله این رسانه‌ها، روزنامه واشنگتن پست است که از مطرح‌ترین رسانه‌های مکتوب در غرب به حساب می‌آید و در شکل دهی به دیدگاه‌ها و افکار غرب خصوصاً جامعه آمریکا نقش مهمی را بازی می‌کند. از اینرو، آگاهی از چگونگی و کیفیت بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی در این روزنامه و توصیف و تفسیر آن در کنار تجزیه و تحلیل منطبق با پرکسیس‌های اجتماعی در سطح تبیین ضروری است. بازنمایی غلط و غیر منطبق با واقع ایدئولوژی انقلاب اسلامی، راه را برای درک درست آن از سوی مخاطب غربی بسته است؛ امری که به انحراف کشیده شدن مسیر گفت و گو و تعامل سازنده ایرانیان با دیگر ملت‌ها را به ارمغان می‌آورد. از این رو تحقیق حاضر در پی آن است تا با شناخت نحوه بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی برای مخاطب غربی راه را به منظور تعامل بیشتر با دیگر ملت‌ها از طریق تولید محتوای مناسب رسانه‌ای هموار سازد.

۲-۱- ضرورت و اهمیت تحقیق

امروزه رسانه‌ها نقش تعیین کننده‌ای در نگاه ما به دنیای پیرامونمان بازی می‌کنند. این مالکان و فعالان عرصه رسانه‌ها هستند که اولویت‌های فکری ما را تعیین می‌کنند. به بیان دیگر، آنها به ما می‌آموزند که به چه ابعادی از

¹ Nieman Fellowship

مسائل توجه کنیم و چه چیزهای را از نظر دور داشته باشیم. سی رایت میلز درباره نقش رسانه‌ها به طور خاص و ابزارهای فرهنگی به طور عام چنین می‌گوید: «هر کس در مورد آزمایش‌ها و مشاهدات خود با دیگران سخن می‌گوید اما الفاظ گزارش او چندان با واژه‌ها و تصاویری که دیگران از آن خود می‌پندارند تفاوتی ندارد. زیرا بسیاری از آنچه که شخص حقیقتی استوار، تصویری صحیح و نمودارهای مناسب می‌داند به صورتی فزاینده بر قرارگاه‌های مشاهده، مراکز تفسیر، ذخائر در دسترس که در جامعه معاصر توسط وسایلی که من آنها را ابزارهای فرهنگی می‌نامم تعبیه شده است، متکی است.» به اعتقاد سعید برای آمریکاییان و نیز اروپاییان تجهیزات فرهنگی یا ابزارهای فرهنگی که اسلام را برای آنها معرفی می‌کنند، بخش بزرگی را که عبارت است از تلویزیون، شبکه‌های رادیویی، روزنامه‌های یومیه و جملات با شمارگان بالا شامل می‌شود (سعید، ۱۳۷۹). رسانه‌ها فراگیرترین و موثرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع دانش و معرفت در مقایسه با سایر نهادهای آگاهی و شناخت در جهان جدید هستند و با داشتن ویژگی‌هایی چون انتشار انواع دانش و معرفت که لاجرم به بر عهده گرفتن وظایف دیگر نهادهای معرفتی منجر می‌شود، فعالیت در یک سپهر عمومی که آنها را در دسترس همه اعضای جامعه به صورت باز، داوطلبانه و کم هزینه قرار می‌دهد و نیز اثرگذاری بر تعداد بیشتری افراد و اختصاص زمان بیشتری از آنها به خود، حدود و ثغور محیط نمادینی که در آن زندگی می‌کنیم را تعیین می‌کند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷). در همین خصوص دوروکسی معتقد است که یکی از علل بررسی محتوای رسانه‌ها دانستن این مهم است که محتوای رسانه‌ها چگونه واقعیات درگیر در روابط اقتصادی، سیاسی، و اجتماعی را «بازنمایی» می‌کنند (دوروکسی، ۱۳۸۷).

ضرورت مطالعه رسانه‌ها به علت اثرگذاری بر مخاطبان خصوصاً اگر تأثیرهای آنها را در قالب چارچوب‌های نظری مدرن در نظر گیریم، همواره دغدغه فکری پژوهشگران و محققین بوده است. با در نظر گرفتن سیاست بازنمایی^۱ رسانه‌های غربی در برابر شرق، این مسئله اهمیتی بیش از پیش به خود می‌گیرد. اگرچه ارتباط بازنمایی با زندگی و تجربه مردم در جهان اجتماعی، پیچیده است، اما بازنمایی برای مردم واقعی، دارای پیامدهای واقعی است. ریچارد دایر بر این نکته تأکید می‌کند که «نحوه برخورد با گروه‌های اجتماعی در بازنمایی فرهنگی، بخشی از این نکته است که با آنها در زندگی واقعی به چه نحو برخورد می‌شود. چرا که فقر، آزار و اذیت و تبعیض توسط بازنمایی استحکام می‌یابد و نهادینه می‌شود» (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ص ۱۷). اندیشمندان فمینیست و پسااستعماری، انسجام نظام گفتمانی را در زمره آثار قدرت و سلطه می‌دانند نه چیزی دیگر. از این رو، آنها با پیشنهاد سیاست بازنمایی، روابط قدرت در روندهای دلالت و بازنمایی را بررسی می‌-

¹ the politics of representation

کنند؛ سیاست‌های بازنمایی بر آثار مادی قدرت گفتمانی^۱ تاکید می‌ورزد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۴). با توجه به اهمیت بازنمایی در تاثیرگذاری بر مخاطبان و روابط سلطه حاکم بر آن، بررسی بازنمایی به ما در کشف روابط قدرت، ویژگی‌ها، و خصوصیات این روابط کمک می‌کند. به همین دلیل است که ضرورت بررسی نحوه بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی در رسانه‌های مهم و مطرح نظیر روزنامه واشنگتن پست، مطرح می‌شود. ضرورت این کار زمانی خود را بیشتر نشان می‌دهد که بدانیم اگرچه شرق‌شناسی نقدی علمی و قوی تلقی می‌شود، اما مطالعات اندکی از تحلیل گفتمان انتقادی به منظور بررسی شرق‌شناسی در رسانه‌های خبری استفاده کرده‌اند (ایزدی، سقای بی‌ریا، ۱۳۸۷).

روزنامه «واشنگتن پست» نیز همراستا با دیگر رسانه‌های غربی، به بازنمایی تعمدی ایدئولوژی انقلاب اسلامی ایران می‌پردازد. در رهیافت تعمدی مورد استفاده در رسانه‌ها، مولف این حق را برای خود محفوظ می‌دارد تا معنای منحصر به فرد خود را از طریق زبان تحمیل کند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۴). برای مثال روزنامه واشنگتن پست در یکی از شماره‌های خود به صورت تلویحی استدلال می‌کند از آنجایی که ایرانیان در زمان شاه تحت شکنجه بودند، هرگونه کوشش در تغییر این سرنوشت محتوم، خیانت به تاریخ است (سعید، ۱۳۷۹ به نقل از مهدی‌زاده، ۱۳۸۷). از اینرو توصیف، تفسیر، و تبیین گفتمان روزنامه واشنگتن پست درباره ایدئولوژی انقلاب اسلامی ایران، ما را به درک بهتری از شرایط رسانه‌ای حاکم در این خصوص می‌رساند؛ شناختی که علاوه بر محتوای رسانه، سایر عوامل نظیر اجتماع، فرهنگ، اقتصاد و... که محتوای رسانه در آن‌ها شکل گرفته است نیز در بوجود آمدنش به ایفای نقش می‌پردازند. لازم به توضیح نیست که اگر این کار در دوره‌های زمانی بیشتری انجام شود، درک عمیق‌تر و کاملتری حاصل می‌شود. ضرورت این درک در این است که نه تنها روند سیاستگذاری رسانه‌ای داخلی دستخوش اصلاح و تغییر می‌شود که زمینه برای رسیدن به درک مشترک بین ملت‌ها به منظور تفاهم هر چه بیشتر با این شناخت بوجود می‌آید. چراکه نتیجه شناخت بازنمایی، سیاستگذاری رسانه‌ای به منظور ارائه تصویر مطابق با واقع را بوجود می‌آورد؛ کاری که در نهایت به شناخت مشترک با تاکید بر واقعیت‌های موجود می‌انجامد.

از وظایف مهم رسانه ملی پخش برنامه‌های مناسب رادیویی و تلویزیونی برای مخاطبان دیگر کشورها و انتشار تصویری درست از ایدئولوژی انقلاب اسلامی است. شناخت ابعاد گوناگون بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی در رسانه‌های غربی که به طیف گسترده مخاطبان غربی عرضه می‌شود، ما را در برنامه‌سازی درست و اصولی در رسانه ملی یاری می‌رساند. به عبارت دیگر، می‌توان به کلیشه‌سازی‌ها، بخش‌ها و ابعادی از انقلاب اسلامی که همواره بوسیله رسانه‌های غربی پنهان شده است، و ابعادی که برجسته شده و تصویری غلط یا انحرافی را از

¹ discursive power

انقلاب اسلامی به نمایش گذاشته است، پرداخت و در جهت تصحیح افکار غلط و انحرافی مخاطبان گام برداشت. عدم توجه به این اصل مهم در برنامه‌سازی رسانه‌ای علاوه بر اینکه انتشار صحیح ارزش‌ها، اصول و مبانی ایدئولوژی انقلاب اسلامی را با مشکل مواجه می‌کند، در برخی موارد به تشدید اختلاف نظرها، ابهام‌ها و سوتعبیرها نیز منجر می‌شود. قابل ذکر است که نتایج حاصل شده از این آگاهی نه تنها برای رسانه‌ها و سازمان‌های رسانه‌ای که برای کلیه دست اندرکاران و برنامه ریزان فرهنگی، سیاسی و اجتماعی قابل بهره‌برداری است. خلاصه اینکه، قدم گذاشتن در راه ترویج گفتمان انقلاب اسلامی بدون در نظر گرفتن قالب‌ها و دغدغه‌های فکری مردم سایر کشورها درباره انقلاب اسلامی و آگاهی ارگان‌ها و سازمان‌های مرتبط (که از مهم‌ترین آنها سازمان‌های رسانه‌ای می‌باشد) از این اندیشه‌ها، امری بیهوده و عبث به نظر می‌رسد.

درباره اهمیت این تحقیق قابل ذکر است که در صورت بی توجهی به بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی در رسانه‌ها نظیر روزنامه واشنگتن پست، شناخت کاملی که پیش از این درباره‌اش سخن گفتیم، محقق نخواهد شد. در واقع در این تحقیق به جهت استفاده از روش تحلیل انتقادی گفتمان به درکی همه جانبه دست پیدا خواهیم کرد که به بررسی و تبیین زمینه‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، و حتی اقتصادی موثر در این بازنمایی در سالهای ۱۹۸۰ و ۲۰۱۰ نیز می‌پردازد. پایه‌های نظری تحلیل گفتمان انتقادی بر این اصول استوارند که بین رخدادهای «خرد» (از جمله رخدادهای کلامی) و «ساختارهای کلان» پیوند وجود دارد؛ به این ترتیب که ساختارهای کلان از طرفی شرایط لازم برای تحقق رخدادهای خرد را فراهم می‌کنند و از طرف دیگر نتیجه آنها به حساب می‌آیند. از این رو تحلیل انتقادی نمی‌تواند این مسئله را بپذیرد که بین رخدادهای خرد و کلان مرزی دقیق و غیر قابل انعطاف وجود دارد (فرکلاف، ۱۳۸۷، ص ۲۷). این مسئله به معنای رسیدن به شناختی صحیح (یعنی در نظر گرفتن رخدادهای خرد و کلان با یکدیگر) درباره ایدئولوژی انقلاب اسلامی در روزنامه واشنگتن پست می‌باشد. این شناخت زمانی اهمیت بیشتری به خود می‌گیرد که دو دوره زمانی اوایل انقلاب و سی سال پس از انقلاب را در نظر داشته باشد. دوره‌های زمانی که به لحاظ سیاسی شرایط خاصی را برای ایران به ارمغان آورده است؛ به بیان دیگر در یکی از این سال‌ها مسئله گروگان‌گیری و در دیگری مسئله حوادث پس از انتخابات، شرایط خاص سیاسی را برای ایران به ارمغان آورده است. در این شرایط، بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی با واقعیت خود قرابت بیشتری خواهد داشت. بدون در نظر داشتن شناخت کامل اشاره شده از ایدئولوژی انقلاب اسلامی، درک ما از آن ناقص و به تبع آن اقدامات و سیاستگذاری‌های رسانه‌ای ناقص و عقیم خواهند ماند.

۳-۱- اهداف تحقیق

۱ - توصیف، تفسیر، و تبیین ایدئولوژی انقلاب اسلامی در روزنامه واشنگتن پست در سالهای ۱۹۸۰ و ۲۰۱۰ میلادی

۲- بررسی تفاوت بین چگونگی بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی در سالهای ۱۹۸۰ و ۲۰۱۰ میلادی

۳- نقد بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی در سالهای ۱۹۸۰ و ۲۰۱۰ میلادی

۴-۱- سوالات تحقیق

۱- روزنامه واشنگتن پست از چه واژگان، دستورهای زبانی، و ساخت‌های متنی (توصیف) برای بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی استفاده کرده است؟

۲- بافت موقعیتی و بینامتنی در متون (تفسیر) مورد بررسی چیست؟

۳- چه نوعی (انواعی) از گفتمان (تفسیر) مورد استفاده قرار گرفته است؟ و ویژگی‌های آنها چیست؟

۴- ساختار اجتماعی شکل دهنده گفتمان‌ها (تبیین) چیست؟

۵- چه تفاوت‌ها و شباهت‌هایی در بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی در سالهای ۱۹۸۰ و ۲۰۱۰ میلادی در روزنامه واشنگتن پست وجود دارد؟

۵-۱- تعریف مفاهیم

۱-۵-۱- ایدئولوژی

ایدئولوژی از معدود کلماتی بوده است که ریشه در علوم سیاسی دارد و ظاهراً برای اولین بار توسط کنت آنتونینی دستوت دوتراسی^۱ ابداع شده است؛ کسی که بازمانده انقلاب فرانسه بود و کتاب «عناصر ایدئولوژی» را در سال ۱۸۱۷ منتشر کرد (Knight, 2006, p 619). وی معتقد بود که ایده‌ها می‌بایست چون ابژه‌های مستقل از هر نوع معنای متافیزیکی در نظر گرفته شوند. رویکرد وی در بررسی و مطالعه ایدئولوژی رویکردی تجربی بود و عنوان می‌کرد که همانطور که علم بیولوژی به مطالعه موجودات زنده می‌پردازد و یا فیزیولوژی به مطالعه کارکرد اعضای بدن مشغول است، با ایدئولوژی می‌توان به مطالعه ایده‌ها پرداخت. از اینرو، ایدئولوژی در نظر وی، حامل معنای مثبت بود (اخوان مفرد، ۱۳۸۱). پیدایش این واژه از همان ابتدا محل مناقشه بود و با وجود آنکه دانیل بل (۱۹۶۰) در کتاب خود، «پایان ایدئولوژی»، سخن از پایان یافتن ایدئولوژی در دهه ۱۹۵۰ کرد، قرن بیستم شاهد رشد روزافزون توجهات به این واژه شد (Knight, 2006, p 619) تا آنجا که هابز از تز «پایان ایدئولوژی» بعنوان یک ایدئولوژی یاد کرد.

پیش از ادامه بحث و ارائه تعریف ایدئولوژی لازم است تا تکلیف خود را با تز معروف دانیل بل یعنی «پایان ایدئولوژی» روشن کنیم. از نیمه دهه سی میلادی، مجموعه‌ای از متون جامعه‌شناسی به تحلیل یا پیش بینی

^۱ Count Antonine Destutt de Tracy

پایان ایدئولوژی در غرب پرداختند. از جمله «پایان ایدئولوژی» دانیل بل، «انسان سیاسی» سیمور لیسپ، «ایدئولوژی و مدنیت: فلسفه سیاسی روشنگر» اثر ادوارد شیلز (کاشی، ۱۳۸۰، ص ۳۳۵). دلایلی که برای دعوی پایان ایدئولوژی اقامه می‌شد اولاً توهمات بود که نسبت به جنبش‌های توده‌ای، انقلابی و اتوپیای ای جامعه بی-طبقه، و مارکسیستی وجود داشت. با از دست رفتن اعتبار سیاسی مارکسیسم-لنینیسم بعنوان حامی ایدئولوژی به عنوان یک نظام فکری سیاسی، منازعات طبقاتی و مشکلاتی که در سطح نظام و ساخت به ظهور ایدئولوژی انجامیده بود، به طور کلی از بین رفت و دیگر عوامل عینی برای چنین تحلیل‌هایی وجود ندارد. از دلایل دیگر اینکه تئوری‌های اقتصادی و اجتماعی که ایدئولوژی بر آنها سوار بود، نادرستی خود را به اثبات رساند. این عوامل باعث از هم پاشیدگی شالوده فکری ایدئولوژی‌های سیاسی در غرب گردید (کاشی، ۱۳۸۰). با وجود دلایل اشاره شده، پایانی را برای ایدئولوژی نمی‌توان متصور شد؛ از دید «هابز» کسانی که از پایان ایدئولوژی سخن به میان می‌آورند، کشورهای در حال توسعه را فراموش کرده‌اند، کشورهایی که ایدئولوژی اساس امور سیاسی آنها است (کاشی، ۱۳۸۰).

هنوز کسی تعریف بسنده و کافی از «ایدئولوژی» ارائه نکرده است. علت این مسئله در این است که واژه ایدئولوژی دامنه گسترده‌ای از معانی مفید را شامل می‌شود که هیچ کدام از آنها با یکدیگر سازگار نیستند. تلاش برای خلاصه کردن این ثروت معنایی به یک معنای مشخص، حتی در صورت عملی بودن هم کاری غیر مفید است (Eagleton, 1991). به منظور هر چه شفاف‌تر شدن گستره معانی اشاره شده درباره ایدئولوژی، به فهرستی از برخی معانی ایدئولوژی اشاره کنیم: پروسه تولید معانی، نشانه‌ها و ارزشها در زندگی اجتماعی، مجموعه‌ای از ویژگی‌های عقیدتی گروه یا طبقه اجتماعی مشخص، ایده‌هایی که به یک قدرت سیاسی غالب اجازه قانونی بودن می‌دهند، نگرش‌هایی که به قانونی بودن قدرت سیاسی غالب اجازه مشروعیت می‌دهد، ارتباط پیچیده سیستماتیک، آن چیزی که موقعیتی را برای یک کنش‌گر فراهم می‌کند، اشکالی که اندیشه به وسیله علائق اجتماعی تحریک شده‌اند، تفکر این همانی، توهم لازم به لحاظ اجتماعی، تلفیق گفتمان و قدرت، وسیله‌ای که کنش‌گران اجتماعی هوشیار از این طریق دنیای‌شان را قابل فهم می‌سازند، مجموعه‌هایی با جهت-گیری عملی از اعتقادات، آشفستگی واقعیت زبانی و پدیداری، محصور کردن نشانه‌شناسانه، رسانه‌ای ناگزیر که افراد روابط‌شان با یک ساختار اجتماعی را تا آخر پیش می‌برند، و پروسه‌ای که به موجب آن زندگی اجتماعی به واقعیتی خنثی بدل می‌شود (Eagleton, 1991).

در اینجا و به منظور آشنایی با نگاه‌های مختلفی که درباره ایدئولوژی وجود دارد، به طور گذرا به دغدغه‌های فکری و تعاریف برخی از اندیشمندان حوزه‌های گوناگون علوم انسانی درباره ایدئولوژی می‌پردازیم و پس از آن به تعریف مورد نظر خود از ایدئولوژی می‌رسیم. کارل مارکس (۱۸۴۸) در کتاب «ایدئولوژی آلمانی»، بر این

عقیده است که نه تنها دانش و سیاست که متافیزیک، اخلاق، مذهب و در اصل همه اشکال آگاهی که بیانگر نگرش و طرز تلقی‌های بنیانی و تعهدات یک طبقه اجتماعی است، ایدئولوژی نام دارد. اگرچه برخی نویسندگان همچون نورمن برن بام^۱ تلقی مارکس از ایدئولوژی را به جهت تلفیق آن با دیگر مفاهیم همچون «از خود بیگانگی»، «شی‌ای کردن» و «راز پردازی» حقارت‌آمیز می‌دانستند (بشلر، ۱۳۷۰، صص ۵-۶)، مارکسیست‌ها از مارکسیسم در مقام ایدئولوژی طبقه کارگر دفاع کردند زیرا که بر این عقیده بودند که حقایق ازلی و ابدی مربوط به انسان، تاریخ، و جهان را دربردارد. از این رو تلقی مارکسیست‌ها از ایدئولوژی، کاملاً مثبت بود (اخوان مفرد، ۱۳۸۱). تعریف و تلقی مارکسیستی، اساس و پایه‌ای برای دیگر تعاریف مربوط به ایدئولوژی شد. در این مسیر برخی همچون مارل مانهایم که ایدئولوژی را فراورده طبقه حاکم برای توجیح وضع موجود می‌دانستند (اخوان مفرد، ۱۳۸۱) از مرام مارکس فاصله گرفته و به سمت تفکرات انتقادی مارکسیستی گرایش پیدا کردند. همچنین، گرامشی معتقد بود که کل اندیشه شامل اندیشه اجتماعی و علمی و از آن جمله مارکسیسم هدفمند و گذرا است، زیرا که متعلق به روبنای ایدئولوژیک است؛ از همین روی کل علم، ایدئولوژیک است (بشیریه، ۱۳۸۰، ص ۱۴۰). از نگاه آلتوسر، در مقاله «ایدئولوژی و دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت»، ایدئولوژی دارای وجود و واقعیتی عینی است که در دستگاه‌ها و اشکال و عملکردهای عینی ظاهر می‌شود (بشیریه، ۱۳۸۰). از نظر آلتوسر ایدئولوژی، نظامی از بازنمایی است که از طریق ساختن روابط اجتماعی خیالی میان افراد و میان افراد و فرماسیون‌های اجتماعی، رابطه‌ی حقیقی ما را با یکدیگر در جامعه پنهان نگه می‌دارد. از اینرو ایدئولوژی شناختی تحریف شده از واقعیات اجتماعی را برای ما به ارمغان می‌آورد (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹، ص ۳۹). در اندیشه آلتوسر (۱۹۷۰)، دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت همپایه هژمونی جامعه مدنی در اندیشه گرامشی است. کاری که آلتوسر انجام داده است، بسط اندیشه‌های گرامشی در خصوص تداخل دولت و جامعه مدنی در صورتبندی اجتماعی سرمایه داری بود (بشیریه، ۱۳۸۰). پولانزاس (۱۹۳۶-۱۹۷۹)، از دیگر اندیشمندانی بود که پیرو خط فکری آلتوسر درباره ایدئولوژی بود و اعتقاد داشت که سلطه طبقه حاکم در سطح سیاسی بصورت قدرت سیاسی و در سطح ایدئولوژیک بصورت هژمونی ایدئولوژیک ظهور و بروز دارد (بشیریه، ۱۳۸۰). در همین راستا، لوکاچ (۱۸۸۵-۱۹۷۱) معتقد بود که ایدئولوژی کاذب در کنار زور و سلطه ابزارهایی در دستان طبقه سرمایه‌دار هستند تا از این طریق محصولات اجتماعی خود را بعنوان پدیده‌هایی طبیعی جا بزند (بشیریه، ۱۳۸۰). هابرماس نیز به عقیده‌ای مشابه درباره ایدئولوژی اشاره می‌کرد. وی معتقد بود که در جامعه سرمایه‌داری سامان یافته، بعلت ضرورت تطبیق بین تصمیمات سیاسی با مقتضیات دانش و فن نوین، علم و تکنولوژی به عنوان ایدئولوژی ظاهر گردیده است. هابرماس پایه‌های ایدئولوژیک دولت‌ها را در

¹ N. Birnbaum

دوحوزه ارزش‌های سنتی روبه زوال و ارزشهای مدرن روبه رشد تقسیم کرده است (بشیریه، ۱۳۸۰). علاوه بر اینها، ایدئولوژی به معنای آرمان غیرعقلانی معطوف به عمل نیز به کار رفته است، که علت آن را می‌بایست در ظهور ایدئولوژی‌های فراگیر توتالیتری دانست که در روسیه، آلمان، و ایتالیا شکل گرفته بود (اخوان مفرد، ۱۳۸۱). در همین زمینه قابل ذکر است که ایدئولوژی از نظر فرکلاف عبارتست از «معنا در خدمت قدرت». به عبارت دقیق‌تر، ایدئولوژی‌ها از نظر فرکلاف برساخته‌هایی معنایی‌اند که به تولید، بازتولید، و دگرگونی مناسبات سلطه کمک می‌کنند؛ ایدئولوژی در جوامعی بوجود می‌آید که در آنها مناسبات سلطه بر ساختارهای اجتماعی از قبیل طبقه و جنسیت مبتنی باشد. بنا به تعریف فرکلاف، گفتمان‌ها می‌توانند کم و بیش ایدئولوژیک باشند. گفتمان‌های ایدئولوژیک آنهایی هستند که به حفظ و دگرگونی مناسبات قدرت کمک می‌کنند. علیرغم این تعاریف که بسیار متنوع و در نگاه اول گیج‌کننده به نظر می‌رسند، تعاریف و رویکردهایی کارکردگرا که نقش فعالانه‌تری برای ایدئولوژی در حوزه سیاست و فرهنگ قائل هستند نیز وجود دارند.

درباره ایدئولوژی، تعاریف قابل توجه دیگری هم وجود دارد که از آن جمله تعریف بشلر است. از نگاه وی، ایدئولوژی «نوعی گفتار جدالی است که شهوت به کمک آن می‌خواهد ارزش (مطلوب) را با اعمال قدرت در جامعه تحقق دهد» (آرنت، ۱۳۶۳، ص ۵۸ به نقل از هاشمی مدنی، ۱۳۸۷، ص ۴). به عبارت دیگر، ایدئولوژی مجموعه تصورات توأم با عمل سیاسی است که هدف آن حفظ یا براندازی قدرت حاکم است (هاشمی مدنی، ۱۳۸۷). از نظر بشلر، ایدئولوژی عنصر اجتناب‌ناپذیر عمل سیاسی است. وی در همین زمینه می‌گوید: «حرکت سیاسی زمانی آغاز می‌شود که شهوت در انسانها بیدار شده و به حرکت درآید. از این لحظه شهوات برای رسیدن به علایق (هدف‌ها) به تصورات (ایدئولوژی) توسل پیدا می‌کند» (آرنت، ۱۳۶۳، ص ۵۸ به نقل از هاشمی مدنی، ۱۳۸۷، ص ۵). ایدئولوژی به معنای نظامی از معنای و مفاهیم فرهنگی نیز مطرح است؛ رابرت ووتسن، ایدئولوژی را به منزله زیر مجموعه‌ای از ساختارهای نظامند می‌داند که در واقع برای توصیف و انتقال معانی جمعی مشارکتی به کار می‌روند (اخوان مفرد، ۱۳۸۱). جان تامپسون (۱۹۹۰) نیز در کتاب خود یعنی «ایدئولوژی و فرهنگ مدرن»، ضمن طرح مفهوم ایدئولوژی آن را در جوامع مدرن بررسی می‌کند و ارتباط آن را با فرهنگ نشان می‌دهد. در اینجا، ایدئولوژی به عنوان کانون واقعی فرهنگ به حساب می‌آید؛ در ایدئولوژی است که جامعه از خود تعریفی پیدا می‌کند و می‌تواند تعریفی از وضعیت و موقعیت خود به بدست دهد و در عین حال، آرمانها و خواسته‌های خود را بیان کند. به بیان دیگر، ایدئولوژی با الهام از ارزشها و موقعیت‌ها، سعی دارد تا میان آنها همبستگی ایجاد کند و هم‌زمان با آنها نیز از الگوی‌های فرهنگی، هنجارها و نهادها نشات می‌گیرد (اخوان مفرد، ۱۳۸۱). در میان تعاریف متعددی که از ایدئولوژی وجود دارد، برخی تعاریف دقیق‌تر به نظر