



فرهنگ ارشادجامعه‌شناس و سردبیر مجله جامعه‌شناسی ایران

در این دو، سه دهه اخیر در منابع مختلف بومی و بین‌المللی درباره موضوع پوپولیسم بحث به میان می‌آید و کنش‌ها و رفتارهای پوپولیستی توصیف و تحلیل می‌شود. در کشور ما در رسانه‌های ملی، به‌ویژه در رسانه‌های کاغذی (روزنامه‌نگاری) به تناوب بحث‌هایی دراین‌باره مطرح می‌شود. شاید به‌این‌دلیل است که اطلاع‌رسانی دراین‌باره ضروری به نظر می‌رسد؛ اما تصور می‌رود که کارست واژه پوپولیسم، برخلاف معنای ظاهری آن، یعنی «عامه‌گرایی»، مفهوم چندان روشنی را بازنمایی نمی‌کند و زمانی که واکاوی بیشتری به عمل می‌آید، پی می‌بریم که این واژه، مرزا و حتی محتوای چندان مشخصی ندارد. شاید بتوان گفت معنای چندگانۀ این واژه بر روی پیوستاری می‌لغزد که از عامه‌پسندی و طرفداری از «مردم عادی» (عوام‌الناس جامعه) تا عوام‌فریسی و اغواگری را دربر می‌گیرد. ازاین‌رو، به خاطر دامنه معنایی گسترده‌ای که این مفهوم دارد، در این نوشتار، خواسته و ناخواسته از همان واژه «پوپولیسم» استفاده می‌شود تا هم تمام این پیوستار معنایی را شامل شود و هم بیش از این باعث ابهام نشود. شاید همین ابهام مفهومی باعث شده که این واژه در محافل روشنفکری موضوع گفت‌وگو باشد یا گاهی با استفاده یا سوءاستفاده آگاهانه و ناآگاهانه، برداشت‌های متفاوت عملی و نظری از آن بشود. به‌این‌خاطر به نظر می‌رسد بازاندیشی و ژرف‌کاوی درباره این مفهوم گنگ، کاری سودمند یا حتی ضروری باشد.

بدون اینکه نویسنده ادعای فروتنی علمی داشته باشد، برخی از همکاران که تجربه نظری و تجربی در جامعه‌شناسی سیاسی دارند، ممکن است بتوانند با دقت بیشتری به تحلیل این موضوع بپردازند؛ دغدغه‌ای که باعث تهیه این مقاله بوده، کمتر هدف تبیین سیاسی این موضوع داشته و بیشتر به پیامدهای اجتماعی و فرهنگی این‌گونه سیاست‌ورزی در سطح ملی و بین‌المللی توجه داشته است. از نظر این نویسنده، نگرانی اصلی در این است که توسعه پوپولیسم، مانند هر رویداد اجتماعی، تحولات ساختاری در دیگر جنبه‌های اجتماعی را در پی داشته؛ چنان‌که برای نمونه در نظام‌های آموزشی و ارزشی جامعه تأثیر تخریبی خود را برای مدتی نامعلوم باقی می‌گذارد و مقال پوپولیستی خود را پاسخ‌گوی این پیامدها نمی‌داند؛ هرچند که در رفتار پوپولیستی درکل رسم «پاسخ‌گویی» و مسئولیت‌پذیری اجتماعی، امری فراموش‌شد است.

به‌رحال، نویسنده این مطالب ادعای آن همه توانایی قلمی و علمی را ندارد که در این بررسی نه‌چندان مفصل، بتواند به تمام گوشه‌ها و زوایای تاریک و روشن این قضیه بپردازد و مشکلی را در حوزه علوم اجتماعی حل کند؛ بلکه به نظر می‌رسد اگر این بحث فقط بتواند ابعد مسئله‌آمیزی قضیه را تا اندازه‌ای باز کند (یعنی فقط بار مسئله پوپولیسم را روشن کند) به دستاورد مفیدی رسیده است. بد نیست اضافه شود که برخی هم این موضوع را نه‌تنها مسئله‌آمیز نمی‌دانند، بلکه آن را توجیه هم می‌کنند و حتی آن را تریبون سیاسی یا ابزاری برای کسب قدرت بیشتر قرار می‌دهند و از آن استفاده‌های شایان می‌برند.

در دیکشنری کمبریج، پوپولیسم را شامل اندیشه‌ها و فعالیت‌های سیاسی‌ای دانسته‌اند که از حقوق «مردم عادی» حمایت می‌کند. چنانچه معنای جامع و مانع پوپولیسم همین عبارات و توصیف مختصر باشد، جایی برای بحث و نقد باقی نمی‌ماند؛ هرچند صفت «سیاسی» در این تعریف برای «اندیشه‌ها و فعالیت‌ها»، این نکته را القا می‌کند که پوپولیسم کلاً مفهومی سیاسی است و جامعه‌شناسی و دیگر شاخه‌های علوم اجتماعی با آن کاری ندارند یا این موضوع در حاشیه بحث آنها قرار می‌گیرد. البته اگر این واژه در زبان و قلمرو مباحث سیاسی وارد شده، بیشتر به صورت کرداری سیاسی یا در رفتار سیاست‌مداران بازنمود پیدا می‌کند و کمتر در معرض مفهوم‌پردازی‌های مناسب با مبانی فلسفی و تحلیلی قدح علمی قرار می‌گیرد؛ ازاین‌رو ژرف‌کاوی درباره آن را لازم می‌دانند. درصورتی‌که این «کردارها و رفتارهای» سیاسی مواضع پوپولیستی آشکار و پنهان که در این چند دهه اخیر رواج یافته و می‌باید و گفته‌های سخن‌گوین و عقلاً پوپولیستی که به ظاهر در حمایت از خواست‌های «مردم» است، پس از مدتی کوتاه و به‌ویژه در میان‌مدت، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی‌ای برای طبقات متوسط و پایینه جامعه داشته که اهمیت و مطالعه آنها را دیدگاه جامعه‌شناختی درخور توجه است. با این مقدمه کوتاه، بدیهی می‌نماید که مواضع پوپولیستی تنها به صورت «کردار و رفتار سیاسی» موردی و مقطعی باقی نمی‌ماند و لازم است که این موضوع در بحث‌های مفهومی و تحلیلی فلسفه و علوم سیاسی مطرح شود و علاوه‌بر آن در تحلیل‌ها و ژرف‌کاوی‌های اقتصادی، جامعه‌شناسی سیاسی، مطالعات فرهنگی و کلاً در مطالعات میان رشته‌ای به بحث گذاشته شود.

تعریف پوپولیسم

پوپولیسم مفهومی بسیار گنگ و مبهم است و شاید برای عوامل پوپولیستی، بهتر آن است که همچنان مبهم باقی بماند تا بتوان از آن بیشتر سوءاستفاده کرد. طبیعت چندگانۀ و لغزنده پوپولیسم، نشان از آن دارد که در زمان‌ها و مکان‌های مختلف می‌تواند مانند آفتاب‌پرست، شکل و محتوای متفاوت و دیگروگانه‌ای بگیرد. اشاره شد که پوپولیسم، اصولاً مفهومی سیاسی است ولی لازم است اشاره شود که با بحث‌های فوکلوریک (فرهنگ مردم) که ممکن است دست‌اوژن عوامل پوپولیستی قرار گیرد، فاصله بسیار زیادی دارد. البته جدایی این دو موضوع برای اهل فن به کلی روشن است؛ زیرا آنها دو مفهوم در دو قلمرو جداگانه‌اند، یکی سیاسی و دیگری فرهنگی است؛ ولی باوجوداین می‌توانند رابطه ناسالم و اغواگرانه‌ای داشته باشند. پس‌ازاین اشاره خواهد شد که مباحث «به اصطلاح» جهانی شدن و مواضع پست‌مدرنیستی می‌تواند بستری برای این اغواگری فراهم کند. در مقدمه این نوشتار به تعریفی لغت‌نامه‌ای از پوپولیسم اشاره شد. دیکشنری آمریکن هرنیتج نیز پوپولیسم را مفهومی سیاسی- فلسفی دانسته که از حقوق و قدرت مردم حمایت می‌کند تا در برابر امتیازاتی مبارزه کند که نخبگان از آن برخوردارند. از این نکته نیز برمی‌آید که در تعریف پوپولیسم، حمایت از حقوق و قدرت مردم و ضد نخبه‌گرایی، دو مقوله تشکیل‌دهنده این مفهوم سیاسی هستند. برخی منابع، عامل دیگری نیز به این تعریف افزوده‌اند و آن، آراء ملی‌گرایی پوپولیستی است که مآدگی آن را دارد دیر یا زود به فاشیسم بینجامد. کریستا دیویکس اشاره می‌کند که واژه «مردم» (یا عوام‌الناس) که در زبان سران پوپولیستی به کار می‌رود، مفهومی از بنیاد مبهم است یا اینکه در گفتمان پوپولیستی مبهم می‌شود. گاهی تمامی جمعیت کشور را در بر می‌گیرد و گاهی در واقع، فقط بخشی از جامعه را شامل می‌شود؛ و گاهی اوقات هم مرزهای مفهومی «مردم»، مبتنی بر رابطه خونی یا بحث‌های فرهنگ‌گرا قرار دارد. برای پوپولیست‌ها «مردم»، اجتماعی همگون، یک‌دست و تفکیک‌نیافته است؛ و کسانی که در این مفهوم یک‌دست و تفکیک‌نیافته قرار نمی‌گیرند، «دیگری» تلقی می‌شوند. همچنین رابطه لغزنده پوپولیسم با دموکراسی نیز یکی از ابعد مبهم در این قضیه است. پوپولیست‌های اقتدارگرا خود را نماد مدل کاریزماتیک دموکراسی می‌دانند؛ ولی دموکراسی معمولاً، تک‌تک‌رگاست و در یک نظام دموکراتیک، گروه‌های مختلف قومی و اجتماعی، سازمان‌های شفلی، اتحادیه‌های کسب‌وکار و غیر آن مشارکت دارند؛ ولی پوپولیسم، به‌ویژه نوع جهان سوم

ریشه‌های پوپولیسم و عوارض آن؛

از عامه‌گرایی تا عوام‌فریبی



عکس: AFP

آن، تاب تحمل تک‌تک‌گرایی را ندارد و از بنیاد (یا حداقل اینکه در عمل) آن را رد می‌کند. پوپولیسم، تفاوت اساسی در جامعه را فقط در یک تقسیم‌بندی دوگانه قطبی، درون- گروه/ برون- گروه می‌بیند. برای پوپولیست‌ها، این تقسیم‌بندی‌ها یا اصلاً وجود ندارند یا وجودشان اهمیتی ندارد یا برعکس به‌کلی دشمن‌اند. این «دیگری تصویری» پوپولیست‌ها، می‌تواند گروه نخبگان (علمی، فکری یا اقتصادی)، درون- کوچندگان از کشورهای فقیر و همه گروه‌های سیاسی و اجتماعی غیرخودی یا حکومتی خارجی باشند. «دیگری تصویری» مبنای تعریف سلبی «مردم» است؛ یعنی هرکس یا هر گروه و قدرتی که دیگری تصور شود، «غیرمردم» است. پوپولیسم، نه فقط به رابطه دیالکتیک بین «ما» و «آنها» نمی‌انديشد، بلکه با اتکا به همان موضع لغزنده، راه فرار از هر تحلیل علمی را برای خود باز می‌بیند. پوپولیسم خود را گرفتار قیود و نظم علمی نمی‌کند و بیشتر با هیجان آفرینی، کار خود را پیش می‌برد.

جدایی بین «مردم» و «دیگری تصویری» (دو قطب مبهم) محور مفهومی پوپولیسم است و به‌همین‌دلیل، مفهوم پوپولیسم از اساس مبهم و لغزنده است. اشاره شد که این «دیگری» در دنیای پوپولیستی یا اهمیت چندانی ندارد یا در مقام «دشمن» دیده می‌شود. می‌گویند پس از ازم‌هاپاشیدگی اروپای شرقی و پایان‌یافتن دوران جنگ سرد، گورباچف در آمریکا ملاقاتی که با ریگان داشته (اشاره خواهد شد که ریگان و تاجر از رهبران نمادین پوپولیسم در غرب بودند) به او می‌گویند من یک تسلیت بزرگ به شما بده‌کارم و آن اینکه با سرآمدن دوران جنگ سرد و ازم‌هاپاشیدن اتحاد جماهیر شوروی، آن «دشمن تصویری» شما از این پس وجود ندارد که کاستی‌ها و بهانه‌های خود را فراقفتی کرده و به او نسبت بدهید.

بعضی پژوهشگران استدلال می‌کنند با توجه به اینکه پوپولیسم در زمان‌ها و مکان‌های مختلف، شکل و محتوای متفاوتی می‌گیرد، ازاین‌رو مفهومی نیست که بتوان آن را به صورت یک «هستی» انتزاعی به بحث و تبیین و تفسیر علمی کشید، بلکه صرفاً می‌توان آن را یک «کردار سیاسی» یا یک پروژه در زمان و مکان معین در نظر گرفت؛ به عبارت روشن‌تر، پوپولیسم یک پروژه سیاسی گسترده است که بخش‌های اجتماعی عموماً حاشیه‌ای جامعه را برمی‌انگیزاند تا با اعمالی ستیزنده و اعتراضی، حضور خود را به عموم مردم بنمایانند. این حرکتی است ضدنخبگی با بیان و گفتمانی به‌ظاهر ملی‌گرایانه که خود را حامی مردم عادی می‌داند؛ بنابراین به نظر جنسن، در پوپولیسم دو عنصر مهم به چشم می‌خورد؛ یکی حرکت‌های پوپولیستی (کردار سیاسی) و دیگری شیوه‌های بیانی و کلامی که در هر دو عنصر، به‌ظاهر برای مردم عادی ارزش قائل است؛ اما شیوه بیانی پوپولیستی را نمی‌توان نوعی گفتمان مشخص (آن‌گونه‌که کسانی مانند میشل فوکو و دنباله‌روان او تعریف می‌کنند) دانست و اگر گاهی عبارت «گفتمان پوپولیستی» را به کار برده‌ایم یا به کار می‌برند، در حد اصطلاحی عمومی و غیردقیق است. در برخی تحلیل‌ها، پوپولیست‌ها را افرادی اغواگر و اقتدارطلب معرفی می‌کنند و برهمین‌اساس این‌گونه افراد به تبلیغات رسانه‌ای (پروپاگاندا) و بزرگ‌نمایی خصلت کارزیمایی خود به‌شدت علاقه‌مند و جدی هستند. این اغواگری تا حدی است که گاهی به نظر می‌رسد یک فرد پوپولیستی کار خود را با کردار و گفتمان پوپولیستی به پیش می‌برد، تحلیلگران شک دارند که آیا این افراد در حقیقت پوپولیست هستند یا این شیوه رفتار و گفتاری را به‌طور ابزاری و صرفاً برای رسیدن به هدف خود در پیش می‌گیرند. چنان‌که برخی شک دارند آیا خوان دومینگو برون رهبر پوپولیسم آرژانتینی، با مارکارت تاجر، به حقیقت پوپولیست بودند یا این شرکد انتخاباتی آنها این بود؟ ترفند دیگر پوپولیستی این است که در تحلیل‌ها گفته می‌شود پوپولیسم هرگونه نظام حزبی و ساختار نمایندگی و قدرت تشکیلاتی را رد می‌کند، ولی در همان حال، پوپولیست‌ها خود را بهترین نماینده مردم می‌دانند؛ اما به نظر می‌رسد خصلت لغزندگی پوپولیسم در این موارد هم کار خود را می‌کند؛ یعنی در همان حالی که پوپولیسم نمی‌تواند با تشکیلات حزبی و بوروکراسی عقلایی وبری موافق باشد؛ اما این قبضه‌کردن و نگهداری قدرت، از نظام‌های نمایندگی و حزبی به‌طور ابزاری استفاده می‌کند. کریستا دیویکس می‌نویسد هنگامی که بین نظام نمایندگی و حزبی از یک‌سو و مردم عادی از سوی دیگر فاصله بیفتد، پوپولیست‌ها با استفاده از ترفندهای کارزیمایی خود از این موقعیت و فرصت استفاده می‌کنند. او سیلویو برلوسکینی را مثال می‌زند که با اینکه از ثروتمندان و سرمایه‌داران برجسته ایتالیایی است و از مردم عادی فاصله دارد، برای پیروزی در انتخابات از گفتمان پوپولیستی استفاده کرد و رای مردم را به دست آورد. شعار او این بود که «من یکی از شما هستم» و به دنبال آن مدعی بود با مردم در ارتباط مستقیم و بی‌واسطه است. او این کار را از طریق تبلیغات رادیویی و تلویزیونی پیش برد و در انتخابات پیروز شد.

رابطه پوپولیسم و دموکراسی

در یک بیان کلی، می‌توان گفت پوپولیسم واکنشی در برابر امواج مدرنیته است یا در برابر نمودی ویژه از دنیای مدرن بروز می‌کند. در جریان جهانی‌سازی اقتصادی- سیاسی یا توسعه اقتصادی نامتوازن در سطح ملی و شرایط ساختاری که عواملی از قبیل شکاف‌های نابرابری و ظهور گروه‌های زیان‌دیده را در جامعه در پی دارد، به ناچار به ظهور سیاست‌های پوپولیستی منجر می‌شود. برخی صاحب‌نظران، عوامل دیگری را به‌منزله شرایط ظهور پوپولیسم دانسته‌اند؛ فروپاشی نظم اجتماعی در جامعه و ناتوانی نظام در رویارویی با این آشفتگی‌ها که با کاهش اعتماد عمومی همراه است؛ یا بروز جنگ و بلایای طبیعی یا اختلال در رفتار سیاسی و توسعه فساد و بحران‌های اقتصادی- سیاسی ازجمله شرایطی هستند که می‌توانند ظهور پوپولیسم را به‌دنبال داشته باشند.

گاهی مشاهده می‌شود پوپولیسم صرفاً زاده بحران‌های اقتصادی- سیاسی یا عواملی مانند گسترش فقر و فساد نیست، بلکه ممکن است پوپولیسم به‌صورت نوعی بیماری سیاسی باشد که از تنش‌های موجود در کانون دموکراسی نمایندگی سر برمی‌آورد. دموکراسی، با تمرکز قدرت سازگار

فرهنگ ایرانی

نگاه

تاریخچه مختصری از تحركات پوپولیستی

از آنجا که پوپولیسم را از پیامدهای اجتناب‌ناپذیر مدرنیته دانسته‌اند، ریشه‌های تاریخی آن به قبل از مدرنیته و قدرت‌گرفتن نظام سرمایه‌داری در قرن ۱۸ نمی‌رسد و نموده‌های این جریان را باید از نیمه دوم سده ۱۹ به این‌سو دنبال کرد. شاید یکی از بارزترین تحركات پوپولیستی را بتوان در تاریخ روسیه تزاری (اواخر سده ۱۹) جست‌وجو کرد که در آن جمعی از روشنفکران شهری روسیه به روستاهای آن کشور می‌روند تا روستاییان فقیر را برای مبارزه با استبداد تزاری آشنا کنند؛ این‌د در حالی است که روستاییان روسی نه‌تنها توان انقلابی علیه تزار را نداشتند، بلکه با روشنفکران کشورشان هم چندان موافق نبودند. این جریان در تاریخ روسیه به‌عنوان جنبش نارودنیکی نامیده‌اند، اما در عمل به قیضه‌کردن قدرت روی می‌آوردند و ثبت شده که معنای این واژه معادل همان پوپولیسم یا عوام‌گرایی است.

ظهور تاریخی پوپولیسم در ایالات متحده آمریکا نیز به نیمه دوم قرن ۱۹ برمی‌گردد که با خصیصه‌هایی مانند حکومت‌ستیزی، برابری‌خواهی و ضدنخبه‌گرایی مشخص می‌شود و این جریان زمینه را برای شکل‌گیری «حزب مردم» فراهم کرد که بیشتر طراد دهقانان و مخالف نخبه‌گرایی بود و این حزب سپس در حزب دموکرات آمریکا (که بعد از حزب مردم شکل گرفته بود) از حزب شد، البته در ایالات متحده



آمریکا، ترکیب و ساختار جمعیت، به‌دلیل ناهمگونی تاریخی و نبود یک فرهنگ عمومی و ملی، از یک منبع به منبع دیگری پرش می‌کنند. فرایوندها افراد را به یکدیگر متصل نمی‌کند، بلکه محتواها را به یکدیگر اتصال می‌دهد و فهم و بردارش خطی محتوا (مثلاً خواندن و دیدن محتواها از ابتدا تا آخر) کاهش می‌دهد و آنها را به وضعیت همکاری در فهم، پردازش، به‌یادسپاری و یادگیری هدایت می‌کند. فرارسانه‌ها قابلیت انتخاب رسانه‌های نوین را به نهایت می‌رساند و روش‌های جدیدی برای جست‌وجو، پردازش و ضبط محتوا به کاربران ارائه می‌کند. این شرایط، اطلاعات و منابع بیش‌از‌اندازه برای کاربران فراهم می‌کند و کاربران به شرط داشتن مهارت‌های اطلاعاتی و سواد دیجیتالی می‌توانند از آنها استفاده کنند. از دیجیتالی‌شدن، میزان تعامل رسانه‌های نوین نیز بسیار بالا رفته است. از سوی دیگر، شخصی‌شدن محتوای رسانه‌ها نیز بسیار رشد کرده است. این روند موجب بحث‌های سراسری رادیو و تلویزیونی یا بازاریابی‌های همگانی مخاطبان همگن از طریق دسته‌بندی مخاطبان و یک‌کاسه‌کردن آنها، به سوی پخش محدود برنامه از طریق سفارشی‌کردن محتوای رسانه‌ها و شخصی‌سازی کاربران تغییر حالت دهد. در نهایت، باید گفت که رسانه‌های نوین در استفاده رسانه‌ها تغییراتی انقلابی پدید آورده‌اند اما نیازها و کارکردهای رسانه‌ای روزمره کاربران به این سرعت تغییر نکرده است؛ اغلب شک‌ها و حالت‌های خدمت رسانه‌ها تغییر کرده‌اند درحالی‌که محتواها همچنان به همان نیازهای انسانی پایه قبلی اشاره دارند.

اگر بخواهیم سه ویژگی اصلی دیجیتالی، تعاملی و هم‌رابودن را برای رسانه‌های نوین برشماریم، می‌توان گفت رسانه‌های نوین در دوران بعد از انقلاب اطلاعات و ارتباطات به وجود آمدند و آشنایی هستند که از روش‌های فنی دیجیتالی استفاده می‌کنند و از آن‌ها بهره می‌گیرند و به همه نظرها و دیدگاه‌ها کشوده هستند. از نظر لونیسون، ابزارهای دیجیتالی قابل حمل با قابلیت نمایش ویدئو و آسانی ارسال آنها با ابزاری مثل یوتوب این امکان را به وجود آورده است که تقریباً هرکسی، در بیشتر نقاط دنیا، به شکل بالقوه یک گزارشگر باشد. تویتیر نیز نقش مشابهی را برای پیام‌های کوتاه و سریع دارد؛ بنابراین در چارچوب نظر مارشال مک‌لوهان که رسانه‌ها امتداد حای بشری هستند، می‌توان گفت ابزاری مثل تویتیر و یوتیوب چشم‌ها، گوش‌ها و دهان‌های هریک از انسان‌ها را، هرجا که لازم باشد، به همه جهان امتداد می‌دهند.

سیستم چپ‌گرایی جاوز و نظام راست‌گرای خوان برون الگوهای نامدین پوپولیسم در دوران معاصر هستند. پیرو با استعمار صنعتی و تضعیف نیروی کار محلی مخالفت می‌کرد و ازهم‌نرو حکومت خود را جنبشی ملی‌گرا می‌دانست و با نظام حزبی پوپولیستی چپ و راست را در آنجا در امروز هم مشاهده کرد. سیستم چپ‌گرایی جاوز و نظام راست‌گرای خوان برون الگوهای نامدین پوپولیسم در دوران معاصر هستند. پیرو با استعمار صنعتی و تضعیف نیروی کار محلی مخالفت می‌کرد و ازهم‌نرو حکومت خود را جنبشی ملی‌گرا می‌دانست و با نظام حزبی مخالف بود. از سال‌های دهه ۶۰ و ۷۰، برخی نمودهای تحركات پوپولیستی در اروپا نیز نمایان شده است. اوج ظهور پوپولیسم یا پوپولیسم نو، در اروپا (و کل جهان) در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ آشکار شد که رونالد ریگان (ریاست‌جمهوری آمریکا) و مارکارت تاجر (نخست‌وزیر بریتانیا از حزب محافظه‌کار) پرچم‌دار پوپولیسم نو (و همچنین نوئولیبرالیسم) بودند. در شرایط کنونی، آمیختگی پوپولیسم با لیبرالیسم نر جهانی‌سازی اقتصادی و حمایت پست‌مدرنیسم، راه را برای توسعه پوپولیسم کشوده است. شاید هم پوپولیسم پناهگاه یا مفر موقتی نظام سرمایه‌داری از بحران جان‌سختی باشد که از دهه ۹۰ به بعد این نظام را در سطح جهانی درگیر کرده است.

رسانه

نقش رسانه‌های نوین

رسانه‌های نوین با خود تغییراتی را به همراه آورده‌اند که می‌توانند در گسترش پوپولیسم نقش داشته باشند. در اولین نگاه، این تغییرات فنی و حرفه‌ای و مربوط به استفاده از رسانه‌ها هستند؛ یکپارچگی رسانه‌ها که ناشی از استفاده از کدهای دیجیتالی یکسان است، باعث به‌وجودآمدن ترکیب کاملی از رسانه‌های مختلف در یک رسانه شده است. بااین‌حال، نباید به‌اشتباه این تصور شکل گیرد که تفاوت بین رسانه‌ها از بین خواهد رفت. تفاوت در طبقات مختلف اجتماعی، گروه‌های سنی و فرهنگ‌ها موجب تفاوت در میزان استفاده از رسانه‌ها و رسانه‌ها و سطح ساده یا پیشرفته استفاده از رسانه‌ها در میان این گروه‌ها می‌شود. حتی می‌توان گفت تنوع استفاده را نیز افزایش می‌دهد. تصور اشتباه دیگری که ممکن است به‌وجود آید، این است که رسانه‌های نوین به‌سرعت جایگزین رسانه‌های قدیمی خواهند شد؛ درحالی‌که تحقیقات نشان داده استفاده از اینترنت و رایانه با سرعت خیلی کمی جای رسانه‌های چاپ و پخش را می‌گیرند. یکی از دلایل آهستگی این جایگزینی رشد چندکارکردی‌شدن استفاده از همه رسانه‌هاست. در گذشته، هر رسانه برای اهداف به‌خصوصی استفاده می‌شد؛ مثلاً تلویزیون برای سرگرمی، مطبوعات برای اخبار، کتاب برای آموزش، تلفن برای مکالمه و رایانه برای پردازش داده‌ها. اما ظهور فناوری‌های الکترونیکی، دیجیتالی و چندرسانه‌ای همه رسانه‌های سنتی را قادر کرده است بیش از گذشته چندکارکردی شوند. رسانه‌ها، چه سنتی و چه نوین، بیش‌ازپیش کارکردهای اطلاع‌رسانی، ارتباطات، انتقال، سرگرمی، جامعه‌پذیری، آموزش و هویت‌سازی را در خود تجمیع کرده‌اند. در جامعه شبکهای امروز، این رسانه‌ها بیشتروبیشتر به یکدیگر متصل می‌شوند و از درون خدمات و برنامه‌هایشان را به یکدیگر ارجاع می‌دهند. اما به اعتقاد یان فن‌دایک، این اتفاقات نباید باعث شود بگویم تفاوت بین رسانه‌ها از بین رفته، بلکه برعکس، قابلیت‌های ارتباطی ویژه آنها بسیار مهم‌تر شده‌اند. امروزه گزینه‌های افراد برای انتخاب رسانه افزایش یافته و این انتخاب بیش‌ازپیش به محتوا وابسته است. اکنون اطلاعات و دسترسی به رسانه تقریباً در همه‌جا وجود دارد و تنها مناسب‌ترین رسانه برای نیاز به خصوص ما به یک محتوای ویژه است که می‌تواند توجه‌مان را جلب و ما را به استفاده از آن دعوت کند.

تغییر شکل رسانه‌های نوین گاهی باعث تغییر در محتوای آنها نیز شده است؛ یک مثال برای این اتفاق، فرارسانه‌ای‌شدن است. در فرارسانه‌ها محصولات مختلف شامل وسایل ارتباطی، قطعات یا دسته‌های محتوا مثل کتاب یا مطبوعات و نیز خدمات و برنامه‌ها، به جزئی از روند بازآیابی اطلاعات، ارتباطات و سرگرمی تبدیل می‌شوند که در آن، افراد از طریق پیوندهای شبکۀ رسانه‌ها از یک منبع به منبع دیگری پرش می‌کنند. فرایوندها افراد را به یکدیگر متصل نمی‌کند، بلکه محتواها را به یکدیگر اتصال می‌دهد و فهم و بردارش خطی محتوا (مثلاً خواندن و دیدن محتواها از ابتدا تا آخر) کاهش می‌دهد و آنها را به وضعیت همکاری در فهم، پردازش، به‌یادسپاری و یادگیری هدایت می‌کند. فرارسانه‌ها قابلیت انتخاب رسانه‌های نوین را به نهایت می‌رساند و روش‌های جدیدی برای جست‌وجو، پردازش و ضبط محتوا به کاربران ارائه می‌کند. این شرایط، اطلاعات و منابع بیش‌از‌اندازه برای کاربران فراهم می‌کند و کاربران به شرط داشتن مهارت‌های اطلاعاتی و سواد دیجیتالی می‌توانند از آنها استفاده کنند. از دیجیتالی‌شدن، میزان تعامل رسانه‌های نوین نیز بسیار بالا رفته است. از سوی دیگر، شخصی‌شدن محتوای رسانه‌ها نیز بسیار رشد کرده است. این روند موجب بحث‌های سراسری رادیو و تلویزیونی یا بازاریابی‌های همگانی مخاطبان همگن از طریق دسته‌بندی مخاطبان و یک‌کاسه‌کردن آنها، به سوی پخش محدود برنامه از طریق سفارشی‌کردن محتوای رسانه‌ها و شخصی‌سازی کاربران تغییر حالت دهد. در نهایت، باید گفت که رسانه‌های نوین در استفاده رسانه‌ها تغییراتی انقلابی پدید آورده‌اند اما نیازها و کارکردهای رسانه‌ای روزمره کاربران به این سرعت تغییر نکرده است؛ اغلب شک‌ها و حالت‌های خدمت رسانه‌ها تغییر کرده‌اند درحالی‌که محتواها همچنان به همان نیازهای انسانی پایه قبلی اشاره دارند.

اگر بخواهیم سه ویژگی اصلی دیجیتالی، تعاملی و هم‌رابودن را برای رسانه‌های نوین برشماریم، می‌توان گفت رسانه‌های نوین در دوران بعد از انقلاب اطلاعات و ارتباطات به وجود آمدند و آشنایی هستند که از روش‌های فنی دیجیتالی استفاده می‌کنند و از آن‌ها بهره می‌گیرند و به همه نظرها و دیدگاه‌ها کشوده هستند. از نظر لونیسون، ابزارهای دیجیتالی قابل حمل با قابلیت نمایش ویدئو و آسانی ارسال آنها با ابزاری مثل یوتوب این امکان را به وجود آورده است که تقریباً هرکسی، در بیشتر نقاط دنیا، به شکل بالقوه یک گزارشگر باشد. تویتیر نیز نقش مشابهی را برای پیام‌های کوتاه و سریع دارد؛ بنابراین در چارچوب نظر مارشال مک‌لوهان که رسانه‌ها امتداد حای بشری هستند، می‌توان گفت ابزاری مثل تویتیر و یوتیوب چشم‌ها، گوش‌ها و دهان‌های هریک از انسان‌ها را، هرجا که لازم باشد، به همه جهان امتداد می‌دهند.

