

چیستے ارتباطات سیاسی

دکتر مسعود میرزایی

www.ketab.ir



سرشناسه : میرزائی، مسعود، ۱۳۴۶ -
عنوان و نام پدیدآور : چیستی ارتباطات سیاسی / مسعود میرزایی.
مشخصات نشر : تهران: جوینده، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری : ۲۲۶ ص.
شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۹۹۸۵۹-۲-۲ :
وضعیت فهرست نویسی : فیبا

یادداشت : کتابنامه: ص. ۲۲۱-۲۲۵.
موضوع : ارتباط در سیاست
موضوع : Communication in politics
رده بندی کنگره : ۱۳۹۷ چ ۹ ج ۹ / JA۸۵
رده بندی دیویی : ۳۲۴/۷۳
شماره کتابشناسی ملی : ۵۴۲۹۸۹۹

چیستی ارتباطات سیاسی

نویسنده: دکتر مسعود میرزایی
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۹۸۵۹-۲-۲

شمارگان: ۵۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۷

انتشارات جوینده: خیابان انقلاب، بین فروردین و اردیبهشت، پاساژ اندیشه

طبقه همکف واحد ۱۱ B تلفن ۶۶۴۸۷۸۳۲

قیمت: ۳۴۰۰۰۰ ریال

فهرست

۱۱	مقدمه
	فصل اول
۱۹	ارتباطات و سیاست
۲۰	آشنایی با مفهوم ارتباط و سیاست
۳۰	اهمیت روابط دولت و جامعه (نیروهای اجتماعی)
	فصل دوم
۳۵	ارتباط (ارتباطات) و عناصر دخیل در آن
۴۰	انواع ارتباطات
۴۲	اجزا و عناصر فرآیند ارتباطات
۴۴	اهمیت ارتباطات
۴۶	اهداف ارتباطات
۴۸	کارکردهای رسانه‌های جمعی
۵۰	نظریه جبر تکنولوژیک
	فصل سوم
۵۳	ارتباطات سیاسی: مدل‌ها و تعاریف
۵۴	مدل لاسول
۵۷	مدل واسطه‌گری مک نیر
۵۸	مدل شفه
۵۹	تشریح مدل مربع‌های بیخ‌خورده شفه
۶۱	مدل دروازه‌بانی
۶۶	چند تعریف دیگر از ارتباطات سیاسی
۶۹	عناصر ارتباطات سیاسی
۷۰	اهداف و کارکردهای ارتباطات سیاسی
۷۲	نهادهای مؤثر در ارتباطات سیاسی
۷۳	ویژگی‌ها و ماهیت ارتباطات، سیاسی

فصل چهارم

احزاب و گروه‌های ذی‌نفوذ

۷۷	احزاب سیاسی و نمایندگی نیروهای اجتماعی
۷۷	مهمترین ویژگی‌های احزاب جدید
۸۰	طبقه‌بندی احزاب سیاسی
۸۱	کارکردهای احزاب
۸۳	نظام‌های حزبی
۸۵	تجربه تحزب در جهان سوم و علل ناپایداری احزاب در ایران
۹۷	جایگاه احزاب در عرصه ارتباطات سیاسی
۹۹	گروه‌های ذی‌نفوذ
۱۰۱	انواع گروه‌های ذی‌نفوذ
۱۰۳	انواع گروه‌های ذی‌نفوذ از دیدگاه گابریل آلموند
۱۰۴	رابطه گروه‌های ذی‌نفوذ و گروه‌های فشار
۱۰۵	تفاوت گروه‌های ذی‌نفوذ و احزاب سیاسی
۱۰۶	

فصل پنجم

ارتباطات سیاسی و پدیده افکار عمومی

۱۱۱	عوامل موثر در افزایش اهمیت افکار عمومی
۱۱۵	تعریف افکار عمومی
۱۱۶	ویژگی‌های افکار عمومی
۱۱۷	شرایط شکل‌گیری افکار عمومی
۱۲۰	نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری افکار عمومی
۱۲۳	نظریه‌های مطرح در مورد جایگاه رسانه در شکل‌دهی به افکار عمومی
۱۲۴	نظریه گلوله جادویی یا سوزن تزریقی
۱۲۴	نظریه مخاطب وابسته
۱۲۷	نظریه استفاده و رضایت‌مندی
۱۳۱	نظریه استحکام یا تأثیر محدود
۱۳۵	نظریه دو مرحله‌ای ارتباط
۱۳۷	نظریه کاشت
۱۴۰	

۱۴۳	نظریه برجسته‌سازی
۱۴۷	نظریه ماریج سکوت
۱۵۳	نظریه تاثیر سی ان ان

فصل ششم

۱۵۹	کارکرد رسانه در تولید اقتصاد سیاسی
۱۶۰	نظام رسانه‌ای
۱۶۷	نقش رسانه‌ای
۱۷۳	رویکردهای رسانه‌ای
۱۷۶	ارتباطات سیاسی و واقعیات ساخته شده توسط رسانه‌ها

فصل هفتم

۱۸۳	ارتباطات و تحولات تکنولوژیک
۱۸۵	اینترنت
۱۸۷	اینترنت و تحول در عنصر مخاطب
۱۸۹	قدرت گرفتن مخاطب در عصر اینترنت و رسانه‌های جدید
۱۹۲	اینترنت و ارتباطات سیاسی
۲۱۵	جنب‌بندی و نتیجه‌گیری
۲۲۱	منابع فارسی
۲۲۵	منابع خارجی

مقدمه

ارتباطات سیاسی همچون دیگر موضوعات مورد بحث در علوم انسانی، در سال‌های اخیر دیدگاه‌ها و نظرات، متنوع و گوناگونی را برانگیخته است و اندیشمندان و مکاتب مختلف تعاریف و تعبیر متفاوتی را پیرامون چستی ارتباطات سیاسی ارائه کرده‌اند، به‌ویژه که این موضوع یک موضوع بین رشته‌ای نیز محسوب می‌شود.

مطالعات و پژوهش‌های ارتباطی تحت تأثیر پیشرفت سریع فناوری‌های ارتباطی و نقش روزافزون آنها در بخش‌های مختلف جوامع انسانی و به‌ویژه سیاست و سیاست‌ورزی، مناسبات جهانی و تحولات بین‌المللی بسیار گسترده و متنوع شده‌اند، به‌نحوی که همراه با شاخه‌های تخصصی علوم ارتباطی و از آن جمله ارتباطات سیاسی، مطالعات میان رشته‌ای هم در این باره رونق گرفته است.

هر چند که پیشینه مطالعات ارتباطی و از جمله پیوند میان ارتباط و سیاست به دوران باستان باز می‌گردد، ولی بدون تردید اهمیت یافتن ارتباطات سیاسی در دوران مدرن مدیون توسعه رسانه‌های جمعی است. وقتی کانال و مجرای ارتباطات، رسانه‌های دارای مخاطب عام و شبکه‌های تعاملی باشد، دیگر ارتباطات فردی و محفلی، اهمیت خود را از دست می‌دهد.

با اینکه در مورد تعریف ارتباطات سیاسی اتفاق نظری میان اندیشمندان وجود ندارد، ولی همان‌گونه که در فصول مختلف کتاب خواهیم دید در تعاریف ارائه شده، محورهای مشترک زیادی به چشم می‌خورد؛ از جمله اینکه ارتباطات سیاسی با قدرت سیاسی، حکومت‌داری، مشارکت سیاسی، جامعه‌پذیری سیاسی، افکارعمومی، حق انتخاب و ... پیوند نزدیک دارد. دیگر اینکه ارتباطات سیاسی در درون نظام سیاسی و همچنین میان نظام سیاسی و نظام اجتماعی جریان دارد و مهمتر از همه اینکه امروز رسانه و به‌ویژه رسانه‌های جمعی نقش مهمی را در فرآیند ارتباطات سیاسی ایفا می‌کنند.

برخی نظریه‌پردازان، ارتباطی را سیاسی می‌دانند که حداقل یک سوی آن سیاستمداران و صاحبان قدرت سیاسی باشند. برخی دیگر بر این نکته تأکید می‌کنند که لازمه سیاسی شدن ارتباط این است که پیام مبادله شده میان ارتباط‌گران و مخاطبان، ماهیت سیاسی داشته باشد. اما به نظر می‌رسد در عصر حاضر اهمیت حضور رسانه بیشتر از سایر عناصر ارتباطات سیاسی باشد، چرا که حتی اگر پیام‌هایی کاملاً سیاسی ولی به صورت فردی و خصوصی میان نهادها و شخصیت‌های حقیقی و حقوقی دارای قدرت سیاسی رد و بدل شود، نمی‌تواند محور اصلی مطالعه و بررسی در ارتباطات سیاسی به معنای خاص و امروزی آن قرار بگیرد. در حالی که اگر تبادل چنین پیام‌هایی از مجرای رسانه‌های جمعی (اعم از سنتی و مدرن) صورت بگیرد و مخاطب عام و افکار عمومی را درگیر خود کند، مقصود ارتباطات سیاسی تا حدود زیادی حاصل شده است.

"برایان مک نیر"، نظریه پرداز انگلیسی در کتاب مقدمه‌ای بر ارتباطات سیاسی تأکید می‌کند که هیچ شکلی از بحث اصولی در باب موضوع ارتباطات سیاسی "میان فردی" در این کتاب جایی ندارد، اگر چه این نوع ارتباطات سیاسی نیز ممکن است در دایره تعریف عام ما از این عبارت جای بگیرد (مک نیر، ۱۳۹۲).

به عبارت دیگر ممکن است ارتباطی با ماهیت کاملاً سیاسی میان معدودی از افراد سیاسی، مثلاً در خفا و پشت پرده شکل بگیرد و حتی واجد اثرات تعیین‌کننده‌ای هم باشد، ولی امروز چنین ارتباطی ارزش و اهمیت لازم را برای اینکه به موضوع محوری ارتباطات سیاسی تبدیل شود، ندارد، هر چند که می‌تواند در شاخه‌های دیگر علوم سیاسی و علوم اجتماعی به طور مفصل مورد بحث و بررسی قرار بگیرد.

بنابراین به قول مک نیر امروز ظرفیت فضای اطلاعاتی شبکه‌ای و رسانه‌های جمعی دیجیتال که از آن به عنوان «خوزه‌ی عمومی جهانی شده»^۱ یاد می‌کند، اهمیت مضاعفی یافته است، به نحوی که حتی انتشار اخبار جعلی از جمله شایعات بی‌پایه و

1 - Brian McNair

2 - Globalised Public Sphere (GPS)

اساس، شایعات مخرب و دیگر انواع محتوایی که ظاهری مثبتی بر واقعیت دارند در چنین فضایی و به واسطه حضور رسانه‌های جدید، تعیین‌کننده شده‌اند.

وی حتی معتقد است: "در این برهه، عینیت و بی‌طرفی روزنامه‌نگاری و حرفه‌ای بودن آن از سوی فعالان دولتی و غیردولتی با چالشی بی‌سابقه مواجه شده است. در چنین روندی، بسیاری از اصول اساسی روزنامه‌نگاری لیبرال که قرن‌ها رعایت شده بود، زیر سؤال رفته است" (McNair, 2018).

رسانه‌ها با حضور خود در عرصه‌ی اجتماع، بستر جمعی کردن روابط میان انسان‌ها را فراهم آورده‌اند و تعاملات انسانی از مرزهای روستا، شهر، کشور و منطقه عبور و به مرزهای بین‌المللی سرایت کرده است تا "دهکده جهانی" محصول این حضور گسترده باشد.

وسایل ارتباط جمعی همچنین از آغاز حضور خود موجب شکل‌گیری سازمان‌های دیوان‌سالار و بُرُنگ شدن ارتباطات بین ملت‌ها شده و همچون پل ارتباطی میان سازمان‌ها و محیط ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی عمل کرده تا به عنوان یک منبع پُر قدرت در همه عرصه‌های ارتباطات سیاسی شناخته شوند. در این میان واسطه‌گری وسایل ارتباط جمعی میان افکار عمومی و حاکمیت، آنها را به عنوان یک بازیگر جدید به صحنه روابط قدرت کشانده است و به همان اندازه نیز وسایل ارتباط جمعی را به منابع گوناگون قدرت نزدیک کرده و زمینه شکل‌گیری ائتلاف‌های قدرت را فراهم آورده است. گستره مخاطبان انبوه که تمامی افراد و اقشار مردم، حاکمیت، احزاب و گروه‌ها و سازمان‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی دولتی و غیردولتی، ملی و بین‌المللی را دربرمی‌گیرد، عامل دیگری است که بر اهمیت رسانه‌ها در تعاملات قدرت و ارتباطات سیاسی می‌افزاید.

امروزه دیگر بدون حضور وسایل ارتباط جمعی، تاثیرگذاری هدفمند بر روند تعاملات انسانی تقریباً غیرممکن است. بدین منظور شناخت کارکرد رسانه در جوامع می‌تواند به عنوان یکی از مبانی قدرت در عرصه ارتباطات سیاسی محور مطالعه قرار گیرد.

وسایل ارتباط جمعی با تمامی اهمیت خود در تحولات عمومی جامعه، دو روند متقابل را پشت سر نهاده‌اند که شامل تاثیرپذیری از تحولات عمومی جامعه و تاثیرگذاری بر روند تحولات است.

روند اول: تاثیر پذیری رسانه از تحولات جامعه؛ "پیر آلبر"^۱ و "فرناندو ترو"^۲ تاثیرپذیری مطبوعات و رسانه‌ها را تحت تاثیر تحولات عمومی جهان غرب دانسته و چهار گروه از عوامل اجتماعی و تکنیکی موثر در این امر را بر می‌شمارند:

الف) عوامل سیاسی - اجتماعی مانند پیشرفت پارلماناریسم، وسعت و افزایش زمینه‌های انتخاباتی و توجه وسیع عمومی به امور سیاسی، تعمیم آموزش و رشد شهرنشینی.
 ب) عوامل اقتصادی مانند صنعتی شدن روش‌های تولید و تهیه مطبوعات.
 ج) عوامل تکنیکی از قبیل تحول در تکنیک‌های صنعت چاپ، حمل و نقل، دریافت و انتقال اطلاعات.

د) تولد خبرگزاری‌ها و بنگاه‌های خبری (آلبر و ترو، ۱۳۶۴: ۵۳).

مجموعه این عوامل سبب رشد و توسعه وسایل ارتباط جمعی شده و در حیطه فعالیت‌های خود کارکردهای متنوع و گوناگونی را برای رسانه‌ها به همراه آورده است که این کارکردها، رسانه‌ها را از حالت تاثیرپذیری از تحولات جامعه به‌سوی تاثیرگذاری بر روند تحولات سوق داد به گونه‌ای که رسانه‌ها به یکی از مهمترین عناصر ارتباطات سیاسی و همچنین یکی از ابزارهای تاثیرگذار در تحولات سیاسی - اجتماعی جوامع تبدیل شده‌اند.

روند دوم: نقش و تاثیر وسایل ارتباط جمعی بر تحولات سیاسی؛ "گوستاو لوبون"^۳ مطبوعات را از محرک‌های نزدیک و مستقیم در امر آموزش توده‌ها می‌داند که با گسترش فزاینده خود، عقاید متضاد با عقاید توده‌ها را بدون وقفه به رؤیت ایشان می‌رساند. روند تحول مطبوعات از نظر لوبون به‌سوی تبعیت محض از افکار عمومی، انتقال صرف سرگرمی‌ها، شایعه‌ها، آگهی‌های تجارتي و اطلاعات روز و نیز جلب آرای عمومی بوده است.

1 - Pier Alber

2 - Fernando Tero

3 - Gustave Le Bon

"گابریل تارد"^۱ مطبوعات را از جمله عوامل پیدایش "همگان"^۲ معرفی می‌کند که بر خلاف "انبوه خلق"^۳ لوبون دارای همبستگی معنوی و فکری به جای کنش‌های فیزیکی است.

بدین ترتیب از نظر او رسانه‌ها می‌توانند با ایجاد رشته‌های ارتباطی در زمان واحدی، آگاهی اندیشه و اراده مشترک را به وجود آورند (گوستاو لوبون، ۱۳۷۱: ۵۶). "ماکس وبر"^۴ نقش رسانه‌ها را در قدرت و توازن سیاسی، پیدایش نهادهای جدید اقتصادی، ایجاد سازمان‌های جمعی، محو هویت فردی، ساختن فرهنگ متناقض و شتابزده‌ی ژورنالیستی بررسی کرده است. "فردیناند تونس"^۵ جامعه‌شناس و متفکر آلمانی رسانه‌ها را رکن واقعی افکار عمومی می‌داند که از برخی جهات برابر یا حتی بالاتر از قدرت‌های مادی است که دولت به شکل ارتش، بودجه و موسسات اداری در اختیار دارد (معمذیزاد، ۱۳۷۱: ۳۶).

نقش وسایل ارتباط جمعی در جامعه ناشی از وظایف گوناگونی است که رسانه‌ها برعهده دارند. "فردریک فرای"^۶ پنج وظیفه اساسی را در تبیین نقش ارتباطات (وسایل ارتباط جمعی) در توسعه سیاسی برمی‌شمارد:

- الف) تدارک اطلاعات بیشتر برای تصمیم‌گیری سیاسی درست‌تر.
- ب) تأثیر گذاشتن بر ساخت قدرت و کنترل آن.
- ج) کاستن از پیامدهای روانی.
- د) تطبیق دادن مردم با آهنگ سریع تحولات.
- ه) ایجاد پیوستگی میان سطوح و نهادهایی که در روند توسعه از هم گسسته‌اند (خانیکی، ۱۳۷۶: ۲۳).

همان‌گونه که اشاره شد، پذیرش وجود رابطه میان "سیاست" و "ارتباط" نه تنها در دوران معاصر بلکه از دیرینه‌ترین زمان‌ها در حوزه تفکر و اندیشه انسانی آشکار است.

1-Gabriel Tard

2- The Public

3- The Crowd

4 - Max Weber

5- Ferdinand Tonnies

6 -Frederick Frey

ارسطو خویشاوندی طبیعی سیاست و ارتباط را به رسمیت می‌شناسد و اهمیت گفت‌وگو و اشکال مختلف ارتباط اقناعی را به شکل منظمی تجزیه و تحلیل می‌کند. از نظر او ارتباط یعنی "جست‌وجوی کلیه اسکانات برای اقناع" و این عبارت امروزه محور اصلی ارتباطات سیاسی را شکل می‌دهد.

در ارتباطات سیاسی، پیوندهای گوناگونی وجود دارد که عبارتند از:

- ۱- مبادله پیام میان نخبگان تصمیم‌گیرنده و بقیه مردم.
 - ۲- مبادله پیام میان نخبگان و عامه مردم از طرق مختلف نظیر نطق‌های تلویزیونی، مکاتبات با نمایندگان، سخنرانی‌های انتخاباتی و آرای انتخابات عمومی.
 - ۳- اعتراضات عمومی نسبت به وضع قوانین، مالیات‌ها و... و پاسخ‌های حکومت به این اعتراضات.
 - ۴- مکاتبات سازمان‌های دولتی با یکدیگر و شهادت کارگزاران رسمی دولتی در مجلس.
 - ۵- بخشی از مبادلات اطلاعاتی اعضای سازمان‌های دولتی و غیردولتی، خانواده‌های آنان و... که جنبه سیاسی دارند.
 - ۶- مبادله اطلاعات میان اعضای سازمان‌های سیاسی با دولت.
- به عبارت ساده‌تر ارتباط سیاسی یعنی "ارتباط هدفدار درباره سیاست" (دادگران، ۱۳۷۴: ۷۸).

از میان عناصر پنجگانه ارتباطات سیاسی، سه عنصر سازمان‌های سیاسی، مخاطبان سیاسی و سازمان‌های رسانه‌ای از اهمیت خاصی برخوردارند و روند تحولات در دو دهه اخیر نشان می‌دهد سازمان‌های رسانه‌ای نه تنها خود به عنوان بازیگر می‌توانند در صحنه قدرت حضور یابند بلکه قادرند بر دو عامل دیگر یعنی سازمان‌های سیاسی و مخاطبان سیاسی نیز به شدت تاثیرگذار باشند. بنابراین هرگونه تعامل و ارتباط سیاسی بدون توجه به حضور رسانه‌ها امری ناممکن است (میرزایی، ۱۳۹۶: ۲۰-۱۸). در کتاب پیش رو نیز تلاش شده است، چستی ارتباطات سیاسی، عناصر، اهداف و کارکردهای آن در حد مقدمات مورد بحث و بررسی قرار گیرد و با توجه به اینکه تحقیق ارتباطات سیاسی به معنای خاص آن در عصر حاضر بدون حضور رسانه‌های جمعی و شبکه‌های

ارتباطی نوین تقریباً قابل تصور نیست، در فصول مختلف تاکید ویژه‌ای بر این موضوع شده است.

پیشاپیش از شما فرهیخته گرامی که وقت ارزشمند خود را برای مطالعه این کتاب صرف می‌کنید، صمیمانه سپاسگزارم و امیدوارم بتوانم از نظرات، انتقادات و پیشنهادات سازنده شما بهره‌مند شوم.

مسعود میرزایی^۱ - دی ۱۳۹۷

^۱ - masood.mirzaei@ut.ac.ir