

مقدمه‌ای انتقادی بر
ارتباطات سیاسی

هـد ر ساوینی

www.ketab.ir

مترجم:

بهجت عباسی



سرشناسه: ساوینی، هدر، ۱۹۶۹-م.

Savigny, Heather, ۱۹۶۹-

عنوان و نام پدیدآور: مقدمه‌ای انتقادی بر ارتباطات سیاسی/نوشته

هدر ساوینی؛ مترجم بهجت عباسی.

مشخصات نشر: تهران: موسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران، انتشارات

ایران، ۱۳۹۹:

مشخصات ظاهری: ۳۴۴ ص

شابک: ۷-۴۸-۵۳۳-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: Political communication: a critical

introduction

موضوع: علوم سیاسی

Political science: موضوع:

موضوع: ارتباط در سیاست

Communication in politics: موضوع:

موضوع: دولت و مطبوعات

Government and the press: موضوع:

موضوع: مطبوعات--تأثیر

Press -- Influence: موضوع:

شناسه افزوده: عباسی، بهجت، ۱۳۵۱ شهریور-، مترجم

شناسه افزوده: انتشارات موسسه ایران

رده بندی کنگره: JA۷۱

رده بندی دیویی: ۳۲۰

شماره کتابشناسی ملی: ۷۴۴۳۹۴۸

وضعیت رکورد: فیا



مقدمه‌ای انتقادی برارتباطات سیاسی

نویسنده: هدر ساوینی

مترجم: بهجت عباسی

طراح جلد: محمد ظاهری

صفحه‌آرا: آرام بدیعی و زفولی

چاپ اول: ۱۳۹۹

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

بها: ۷۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۴۷-۴۸-۷

آدرس: تهران، خیابان خرمشهر غربی، پلاک ۲۰۸،

مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران

تلفن: ۸۸۵۴۸۸۹۵ و ۸۸۵۴۸۸۹۲ - ۸۸۷۶۱۷۲۰

صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۳۸۸

ایمیل: entesharatiiran@gmail.com

همه حقوق برای مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران محفوظ است.

فهرست مطالب

۱۱	مقدمه مترجم
۱۷	پیش گفتار
۲۰	ارتباطات سیاسی بستری برای مطالعات آکادمیک
۲۳	ظهور و تقویت ارتباطات سیاسی به عنوان یک رشته دانشگاهی
۲۵	سیاست به عنوان یک موضوع مطالعاتی
۲۹	فناوری رسانه بستری برای مطالعه ارتباطات سیاسی
۳۳	رسانه یا سیاست: کدام یک تقدم دارد؟
۳۵	ارتباطات جمعی به عنوان بستری برای مطالعه
۴۲	زمینه های تاریخی، اجتماعی و فرهنگی ارتباطات سیاسی
۴۵	دیدگاه و فلسفه اصلی این کتاب
۴۶	جمع بندی
۴۹	بحث و تبادل نظر / پیشنهادهایی برای فعالیت های کلاسی
۵۱	فصل ۱- در ارتباطات سیاسی چه چیزی «سیاسی» است؟
۵۱	مقدمه
۵۴	ارتباطات سیاسی در عصر معاصر
۵۸	منظور از «سیاسی» چیست؟
۶۲	ارتباطات چیست؟
۶۹	ارتباطات سیاسی در چه بستری انجام می شود؟
۷۴	جهت گیری های سیاسی در ارتباطات سیاسی
۷۸	جمع بندی
۸۰	بحث و تبادل نظر / پیشنهادهایی برای فعالیت های کلاسی

فصل ۲- چرا ارتباطات سیاسی مهم است؟ ۸۱

مقدمه ۸۱

سواد و دانش سیاسی ۸۲

زبان و سواد ۹۰

سواد ما در کدام بسترهای سیاسی و ایدئولوژیک شکل می‌گیرد؟ ۹۶

اصول و پیام‌ها ۱۰۳

مطالعه نقش رسانه‌ها در گفتمان سیاسی ۱۰۶

آنچه در ارتباطات سیاسی نادیده گرفته می‌شود ۱۰۸

جمع‌بندی ۱۱۲

بحث و تبادل نظر / پیشنهادهایی برای فعالیت‌های کلاسی ۱۱۳

فصل ۳- مخاطب یا مخاطبان چه کسانی هستند؟ ۱۱۵

مقدمه ۱۱۵

مخاطب چیست؟ ۱۱۶

چرا مخاطبان اهمیت دارند؟ ۱۱۹

عامه مردم و افکار عمومی ۱۲۱

آگهی‌دهندگان و مخاطب‌سازی ۱۲۸

آیا تبلیغات، مخاطبان را به مصرف‌کننده تبدیل می‌کند؟ ۱۳۲

نخبگان در جایگاه مخاطبان ۱۳۵

چه کسی مخاطب محسوب نمی‌شود؟ ۱۴۰

جمع‌بندی ۱۴۲

بحث و تبادل نظر / پیشنهادهایی برای فعالیت‌های کلاسی ۱۴۴

فصل ۴- دولت‌ها و سیاستمداران چگونه ارتباط برقرار می‌کنند؟ ۱۴۵

مقدمه ۱۴۵

تاریخچه کوتاهی از «اسپین» ۱۴۷

پروپاگاندا ۱۵۱

بازاریابی و تبلیغات سیاستمداران در دوران معاصر ۱۵۵

ارتباطات در کمپین‌های انتخاباتی ۱۵۹

۱۶۵	در ارتباطات چه چیزی منتقل می شود و چه چیزی منتقل نمی شود؟
۱۷۰	جمع بندی
۱۷۲	بحث و تبادل نظر / پیشنهادهایی برای فعالیت های کلاسی
۱۷۳	فصل ۵- اخبار از نظر سیاسی چگونه منتقل می شود؟
۱۷۳	مقدمه
۱۷۵	خبر چیست؟
۱۸۲	روابط میان سازمان های خبری و دولت
۱۸۵	ماهیت متغیر خبر و روزنامه نگاری: بستری که فناوری ایجاد می کند
۱۸۸	تأثیر سی ان ان و تأثیر الجزیره
۱۹۰	رسانه های اجتماعی جدید و تنوع در روزنامه نگاری
۱۹۱	جنسیتی کردن خبر
۱۹۷	بستر گفتمانی
۲۰۲	جمع بندی
۲۰۴	بحث و تبادل نظر / پیشنهادهایی برای فعالیت های کلاسی
۲۰۵	فصل ۶- ارتباطات سیاسی چگونه در ورای اخبار معمول اتفاق می افتد؟
۲۰۵	مقدمه
۲۰۸	فرهنگ عامه و صنعت فرهنگی
۲۱۲	سیاستمداران نخبه، فرهنگ عامه و فرهنگ سلبریتی
۲۱۸	آموزش و کنترل مخاطبان در فرهنگ سلبریتی
۲۱۹	تلویزیون واقع نما و فرهنگ سلبریتی
۲۲۴	جنبه های تاریک سلبریتی بودن
۲۲۶	بازنمایی سیاسی جنسیت در فرهنگ عامه و فرهنگ سلبریتی
۲۳۰	فرهنگ عامه، سلبریتی ها و جایگاه زنان
۲۳۶	جمع بندی
۲۳۷	بحث و تبادل نظر / پیشنهادهایی برای فعالیت های کلاسی
۲۳۹	فصل ۷- ارتباطات سیاسی خارج از دولت ملی چگونه برقرار می شود؟
۲۳۹	مقدمه

مقدمه مترجم

«ارتباطات سیاسی» یک حوزه مطالعاتی بین رشته‌ای است که در سال‌های اخیر و به واسطه توسعه و گسترش وسایل ارتباط جمعی و ظهور فناوری‌های جدید رسانه‌ای و فراگیر شدن شبکه‌های اجتماعی تعاملی مورد توجه جدی قرار گرفته و به یکی از موضوعات جذاب و پرطرفدار مطالعاتی در دانشگاه‌ها و مراکز علمی کشورهای توسعه یافته به ویژه بریتانیا و ایالات متحده تبدیل شده است.

هر چند که پیشینه مطالعات ارتباطی و از جمله پیوند میان ارتباط و سیاست به دوران باستان بازمی‌گردد، ولی بدون تردید اهمیت یافتن ارتباطات سیاسی در دوران معاصر مدیون توسعه رسانه‌های جمعی است.

با این که در مورد تعریف ارتباطات سیاسی همچون دیگر موضوعات مرتبط با علوم انسانی اتفاق نظری میان اندیشمندان وجود ندارد، ولی در ادبیات پژوهشی تولید شده در سال‌های متمادی، محورهای مشترک زیادی نیز به چشم می‌خورد؛ از جمله این که ارتباطات سیاسی با قدرت سیاسی، حکومت داری، مشارکت سیاسی، جامعه پذیری سیاسی، افکار عمومی، انتخابات، خبر و رسانه و ... پیوند نزدیک دارد. دیگر این که ارتباطات سیاسی در درون نظام سیاسی و همچنین میان نظام سیاسی و نظام اجتماعی جریان دارد و مهم تر از همه این که امروز رسانه و به ویژه رسانه‌های جمعی نقش مهمی

را در فرآیند ارتباطات سیاسی ایفا می‌کنند.

برخی نظریه پردازان، 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.

خانم دکتر هدر ساوینی در این کتاب با ذکر مثال‌های مختلف تصریح می‌کند که برای برقراری ارتباطات سیاسی هزاران راه مختلف وجود دارد... بنابراین می‌توان تصور کرد که هر گاه یک اقدام سیاسی انجام می‌دهیم، در واقع در حال برقراری یک نوع ارتباط هستیم. همچنین هرگاه ارتباطی را برقرار می‌کنیم، در واقع در حال صدور بیانیه‌ای سیاسی هستیم. البته این می‌تواند به این معنا باشد که ارتباطات سیاسی شامل هر چیزی است و ارائه توضیح مشخص و مرزبندی شده درباره آن ممکن نیست. وقتی می‌پرسیم منظور ما از ارتباطات سیاسی چیست؟ به نظر می‌رسد که در واقع این پرسش درباره راهبردهای تحلیلی است که ما از آن‌ها برای معنا بخشیدن به جهان پیرامون خود استفاده می‌کنیم.

ارتباطات سیاسی در این کتاب به عنوان یک ارتباط تعاملی و فرآیند گفت‌وگویی فرض شده که کاملاً با «قدرت» به معنای وسیع آن درهم آمیخته است و نویسنده با همین فرضیه استدلال می‌کند که ارتباطات سیاسی چیزی نیست که بتوان برای شناسایی‌اش به طور مشخص روی آن انگشت گذاشت، بلکه برعکس، ارتباطات سیاسی سلسله فرآیندهایی است که در درون مجموعه‌ای از ساختارهای پیشینی ساری و جاری است و در چنین ساختارهایی، کارگزاران به شیوه‌های گوناگون از توانایی کنشگری و تأثیرگذاری برخوردار هستند.

در واقع آگاهی از این رابطه ساختاری پیچیده موضوع و هدف اصلی این کتاب است؛ در ایجاد چنین محیطی هم رسانه‌ها و هم سیاستمداران دخیل هستند. البته این رابطه‌ای خطی و یک طرفه نیست که یکی علت و دیگری معلول باشد بلکه برعکس چنین رابطه‌ای کاملاً دایره‌ای، دیالکتیکی، تعاملی و تکرار شونده است.