

مقدمه مترجم

ارتباطات سنتی، به صورت شفاهی و مکتوب، از دیرباز بر جنبه‌های گوناگون زندگی بشر - به ویژه جنبه‌های مربوط به حیات سیاسی انسان - تأثیرگذار بوده است. با پیدایی و گسترش رسانه‌های جمعی (مطبوعات، رادیو، تلویزیون و شبکه‌های ماهواره‌ای) و سپس پدیده متأخر اینترنت و گذار انسان از زندگی مبتنی بر ارتباطات سنتی به زندگی مبتنی بر ارتباطات جمعی و پس از آن ورود به عصر جامعه اطلاعاتی^۱ و ارتباطات تعاملی، دامنه این تأثیرگذاری بیش از پیش وسیع‌تر و پیچیده‌تر گردیده و زندگی سیاسی انسان را با دگرگونی‌ها و تغییرات شکلی و محتوایی (ساختاری) روبه‌رو ساخته است.

گستره این تأثیرگذاری به نحوی است که اکنون نمی‌توان زندگی انسان را، به ویژه در قلمرو سیاسی، بدون رسانه‌ها تصور کرد. بی‌شک، در دوران کنونی که «عصر اطلاعات»^۲ نام گرفته است، پیدایی و توسعه رسانه‌های اجتماعی^۳ مبتنی بر وب - از دهه ۱۹۹۰ میلادی تاکنون - زمینه‌ها و روندهای زندگی سیاسی انسان را با دگرگونی‌های اساسی همراه کرده است.

این دگرگونی‌ها در یک قرن اخیر از دو منظر قابل بررسی هستند: نخست، رشد جوامع دموکراتیک و نقش داشتن انسان در سرنوشت سیاسی خود و تعیین نوع حکومت و انتخاب حاکمان و کارگزاران حکومتی؛ اهمیت یافتن فرایندهای سیاسی همچون مشارکت سیاسی و انتخابات. دوم، انقلاب دیجیتال^۴ و رشد شگرف و پُرشتاب فناوری ارتباطات و اطلاعات^۵ و به دنبال آن، ظهور رسانه‌های اجتماعی در پرتو توسعه اینترنت. این امر به تأثیرگذاری بیش از پیش رسانه‌ها، به ویژه رسانه‌های جدید، در فرایندهای سیاسی و شکل‌گیری زمینه‌هایی چون دموکراسی دیجیتال^۶، مشارکت سیاسی آنلاین^۷ و انتخابات الکترونیک^۸ منجر شده است.

-
1. information society
 2. information age
 3. social media
 4. digital revolution
 5. information and communication technology
 6. digital democracy
 7. online political participation
 8. electronic election

در این میان، از منظر آکادمیک، «ارتباطات سیاسی»^۱ حوزه یا قلمرویی میان‌رشته‌ای است که به مطالعه علمی آثار شکل‌های گوناگون ارتباطات، به ویژه ارتباطات جمعی (رسانه‌ها)، بر زمینه‌ها و روندهای سیاسی در سطوح داخلی و خارجی کشورها می‌پردازد.

مایکل راش^۲ در کتاب *جامعه و سیاست؛ مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی*، ارتباطات سیاسی را انتقال اطلاعات مناسب از نظر سیاسی از یک بخش نظام سیاسی به بخشی دیگر و میان نظام‌های اجتماعی و سیاسی می‌داند. اطلاعات مناسب نه تنها به مسائل واقعی - مثلاً آنچه اتفاق افتاده است - بلکه به انتقال اندیشه‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌ها نیز مربوط می‌شود (راش، ۱۳۷۸)^۳.

بنا بر تعریف راش، ارتباطات برای همه رفتارهای سیاسی و اجتماعی مهم است؛ بدون ارتباطات نه سیاست و نه جامعه نمی‌تواند وجود داشته باشد. ارتباطات سیاسی عنصر پویای نظام سیاسی است.

سخنان سیاستمداران، بیانیه‌های انتخاباتی، تصمیم‌های حکومتی و بحث‌های مربوط به سیاست‌ها و برنامه‌ها از مهم‌ترین زمینه‌ها و مصداق‌های عینی ارتباطات سیاسی به شمار می‌روند.

از نظر ساختاری، ارتباطات سیاسی بخشی از نظام سیاسی نیست بلکه جزئی جدایی‌ناپذیر از نظام ارتباطات جامعه است. الگوهای ارتباطی مشخصی ممکن است، به میزانی کمتر یا بیشتر، سیاسی تشخیص داده شوند، از این جهت که سیاست مسئله اساسی مورد توجه در آن‌هاست. نشست‌های کابینه یا جلسات گفتگو میان رئیس‌جمهور و مشاوران و وزیران مثال‌های آشکاری از ارتباطات سیاسی هستند، اما فرایندها یا مجراهای ارتباطی مورد استفاده آن‌ها به طور مشخص سیاسی نیستند، هرچند در بسیاری از کشورهای غیر دموکراتیک، رسانه‌ها کاملاً تحت کنترل دولت قرار دارند.

برایان مک‌نیر^۴ نیز در کتاب *مقدمه‌ای بر ارتباطات سیاسی* با تأکید بر «آگاهانه و تعمدی بودن» ارتباطات سیاسی، آن را به عنوان «ارتباطات هدفمند در حوزه سیاست» تعریف می‌کند. این دیدگاه متشکل از موارد زیر است:

نخست، همه شکل‌های ارتباطات که از سوی سیاستمداران و دیگر بازیگران سیاسی،

1. political communications

2. M. Rush

۳. راش، مایکل (۱۳۷۸)، *جامعه و سیاست؛ مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: سمت.

4. B. McNair

به منظور دستیابی به هدف‌هایی مشخص صورت می‌گیرد؛ دوم، همه‌انواع ارتباطاتی که درباره‌ی بازیگران بند اول از سوی سیاستمداران (همچون رأی‌دهندگان و ستون‌نویسان روزنامه‌ها) صورت می‌گیرد؛ سوم، همه‌اطلاعات و راه‌های ارتباطی درباره‌ی این بازیگران و اقدام‌هایشان، آن‌چنان‌که در گزارش‌های خبری، سرمقاله‌ها و دیگر اشکال بحث‌های رسانه‌ای درباره‌ی سیاست وجود دارد. به این ترتیب، تعریف مک‌نیر هم خلاصه‌ای از همه‌انواع گفتمان‌های سیاسی را در بر می‌گیرد. از این رو، تصویر ذهنی او از ارتباطات سیاسی نه فقط عبارت‌ها و اظهارنظرهای نوشتاری، بلکه همه‌شیوه‌ها و امکانات دیداری انتقال معنا همچون نوع لباس، نحوه‌ی آرایش صورت، آرایش مو، طراحی لوگو و نظایر آن، و به عبارت دیگر، همه‌عناصر ارتباطی‌ای را شامل می‌شود که ممکن است برای ایجاد «تصویر» یا هویت سیاسی، لازم به نظر رسد (مک‌نیر، ۱۳۹۲).^۱ در این میان، استون فاستر نیز در این کتاب ضمن مطالعه‌ی ریشه‌های تاریخی ارتباطات سیاسی حزبی و شرح عوامل پیش‌برنده و بازبرنده‌ی آن در دوران گذار از سه‌گانه‌ی تاریخی ماقبل‌مدرن، مدرن و پست‌مدرن تلاش می‌کند به بررسی جنبه‌های مختلف ارتباطات سیاسی حزبی در عصر حاضر بپردازد.

مطالعه‌ی راهبرد ارتباطاتی مدرن، نقش سنجش افکار و بازاریابی سیاسی، و ماهیت مدیریت مبارزه‌ی انتخاباتی از دیگر سرفصل‌ها و موضوعات اصلی کتاب فاستر به شمار می‌روند. او همچنین با بررسی مبارزه‌ی تبلیغاتی در حوزه‌های انتخاباتی عصر پست‌مدرن تلاش می‌کند تا نقش ارتباطات دیجیتال را در رونق دوباره‌ی مبارزه‌های تبلیغاتی مورد واکاوی و ارزیابی قرار دهد. تبلیغات سیاسی و گونه‌های متنوع آن در ارتباطات سیاسی، مدیریت اخبار، ظهور افکارسازی و مطالعه‌ی جنبه‌ها و سویه‌های مختلف ارتباطات دولت از دیگر بخش‌هایی هستند که فاستر سعی کرده است در این کتاب به گونه‌ای دقیق و با بیان جزئیات و مصداق‌های روشن مورد ارزیابی قرار دهد.

سوگیری سیاسی، گونه‌ها و جنبه‌های آن، قدرت و تأثیرات رسانه‌ها در عصر جدید و نیز مالکیت رسانه‌ها و دورنمای آن از جمله سرفصل‌های مهمی هستند که مورد تأکید و توجه فاستر در این کتاب قرار گرفته‌اند.

در اینجا باید از زحمات دوست فرهیخته و ارجمندم، آقای دکتر شاهو صبار، عضو

۱. مک‌نیر، برایان (۱۳۹۲)، مقدمه‌ای بر ارتباطات سیاسی، ترجمه‌ی مهدی کاظمی، تهران: موسسه‌ی همشهری.

هیئت علمی دانشگاه تهران، سپاسگزاری کنم که در معادل‌یابی و واژه‌گزینی برخی از اصطلاحات پیچیده و دشوار کمک‌های شایانی نمودند و به غنای متن کتاب افزودند. از حمایت‌های آقای دکتر اردشیر انتظاری، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبایی و مدیر گروه پیشین علوم اجتماعی سازمان «سمت» نیز صمیمانه سپاسگزاری می‌نمایم. بی‌شک، بدون پیگیری‌ها و تلاش‌های خانم مرجان برهمند، کارشناس محترم «سمت»، انتشار این اثر امکان‌پذیر نبود؛ از زحمات ایشان هم به نوبه خود سپاسگزارم.

امیدوارم ترجمه این کتاب بتواند به توسعه دانش نظری در حوزه مطالعاتی مهم ارتباطات سیاسی در ایران بینجامد و مورد استفاده دانشجویان، پژوهشگران و صاحب‌نظران قرار گیرد.

علیرضا عبداللهی نژاد

تابستان ۱۳۹۷

پیشگفتار

هدف این کتاب زمانی روشن شد که سرانجام درباره‌ی عنوان آن تصمیم گرفتیم. گرچه این موضوع گویای چیز زیادی در مورد مهارت‌های نویسنده‌ی ام نیست، انجام این کار ظاهراً ساده اغفال‌کننده بوده است. در ابتدا قصد داشتم ویراستاران و کارکنان انتشارات دانشگاه ادینبورگ را متقاعد کنم که عنوان کار را کنار بگذارند و در عوض این اثر را با عنوان سیاست رسانه‌ها منتشر کنند. اما با تأمل بیشتر احساس کردم ارجاع اختصاصی به رسانه‌ها آنچه را واقعاً به دنبالش بودم مبهم می‌سازد. البته این بدان معنی نیست که رسانه‌ها در این مباحث نقش عمده‌ای ندارند. اما «ارتباطات سیاسی» - مفهومی پیچیده‌تر و گسترده‌تر - موضوع اصلی این کتاب را به صورتی دقیق‌تر در بر می‌گیرد. این عنوان گویای چگونگی تلاش سیاست‌گذاران برای انتقال پیام‌هایشان به رأی‌دهندگان به طور فزاینده‌ی شکاک و فارغ است و نیز دربرگیرنده‌ی معانی تلویحی برای طیف گسترده‌ای از موضوعات مرتبط با بحث است؛ مانند ارتباط با روزنامه‌نگاران، درک ما از سوگیری و تأثیرات رسانه‌ای، سیاست دولت در قبال مالکیت و محتوای رسانه‌ها و موضوعاتی از این دست.

موضوعیت ارتباطات سیاسی را نمی‌توان به طور جدی زیر سؤال برد. هر کس که در دهه‌ی گذشته حتی کمترین منفعت را در سیاست بریتانیا داشته است به خوبی می‌داند که ارتباطات سیاسی یکی از موضوعات تعیین‌کننده در این عصر به شمار می‌رود. در توضیح گفته‌ی مشهور «مارشال مک‌لوهان» می‌توان گفت: رسانه بار دیگر پیام شده است. راهبردی که حزب کارگر در زمان تونی بلر برای ارتباطات در پیش گرفت نقش عمده‌ای در این فرایند برعهده داشته است. بلر و تیم او به بریتانیا نشان دادند که راهبرد ارتباطات سیاسی مدرن تا چه اندازه می‌تواند پیچیده شود. تغییرات بعدی که در زبان سیاست رخ داد نیز روایت‌های خاص خود را دارد. اگر عده‌ای از ما پیش از این برخی از این روایت‌ها را شنیده باشیم، قطعاً این روایت‌ها خیلی پیش از ورود اصطلاحات «افکارسازی» و، به عبارت ساده‌تر، «چرخش افکار» به ادبیات روزمره نیست. برخی از شناخته‌شده‌ترین چهره‌های این فرایند - پیترو مندلسون، چارلی ویلان، جو مور، و از همه مهم‌تر آلستر کمپبل - به مشهورترین بازیگران سیاسی بریتانیا بدل شده‌اند. با این حال، هرچه به پایان دوران بلر نزدیک می‌شویم، این اصطلاحات معانی ضمنی

جدی‌تری به خود گرفته‌اند. در دوران پس از حمله به عراق و مرگ غم‌انگیز دیوید کلی، بلر دوران نخست‌وزیری‌اش را در ببحوحه مناقشاتی به پایان برد که به فراسوی پرسش‌ها راجع به صداقت شخصی‌اش و به مناسباتی در عملیات ارتباطی گسترده‌ای کشیده شدند که به دنبال او تا دفتر نخست‌وزیری ادامه یافتند. به طور قطع، طنز غریبی در این موضوع وجود دارد. به رغم اتهاماتی که در مورد بهره‌گیری معمول و موفقیت‌آمیز او از روزنامه‌نگاران برای دستیابی به مزایای سیاسی کوتاه‌مدت وجود دارد، زمانی که دفتر نخست‌وزیری را ترک کرد ارتباطش با بخش‌های عظیمی از رسانه‌ها از هم پاشید. بنابراین، بجا بود که آخرین خطابه‌اش به نظر آغازگر بحث جدیدی در مورد همان چیزی باشد که بلر آن را غیر ممکن بودن گفت‌وگو آزاد و جدی در مواجهه با هیولای بی‌وجدان، بازارمحور و درنده رسانه‌ها قلمداد می‌کرد. این خطابه تأیید خاموشی بود بر اینکه وی و استراتژیست‌های ارتباطی‌اش خود پدیدآورنده مشکلات بوده‌اند. در عین حال، بلر شنوندگانش را در حالی ترک کرد که تقریباً تردیدی نداشتند او، کمپبل و دیگران بیش از آنکه مورد ظلم واقع شده باشند، خود مقصر بوده‌اند. در نتیجه، سه سال پس از استعفا از مقام نخست‌وزیری^۱، شاید وقت آن شده باشد که ماهیت ارتباطات سیاسی معاصر و، مهم‌تر از آن، نقش این مفهوم در شکل‌گیری سیاست بریتانیا در نخستین دهه از قرن بیست و یکم را مورد بررسی قرار دهیم.

طبق معمول، عده زیادی هستند که باید از حمایت و تشویقشان در چاپ این کتاب سپاسگزاری کرد. ابتدا، باید بار دیگر از دوست قدیمی و ویراستار جدی‌ام، دانکن واتس، به خاطر راهنمایی‌ها و صبوری‌اش سپاسگزاری کنم و امیدوارم که بتواند در این کار دست کم یکی یا دو مورد پیدا کند که با کارهای خودش قابل مقایسه باشد. دوم، نیکولا رمزی، جیمز دیل و همکارانشان در انتشارات دانشگاه ادینبورگ بار دیگر شکیبایی بی‌حدی به خرج دادند و بالاترین استانداردهای حرفه‌گرایی را برای رفع اشکالات [کتاب] من در نظر گرفتند. سوم، با وجود تغییرات و چرخش‌های ناگهانی در حرفه آموزشی من، همواره در فکر دینی هستم که به همکارانم در دپارتمان علوم سیاسی دانشکده گرامر منچستر دارم. دپارتمان و البته کارکنان این دانشکده درست زمانی که کار این کتاب رو به پایان بود، با مرگ ناگهانی و نابهنگام دکتر راد مارتین، رئیس و بنیان‌گذار این دانشکده، روبه‌رو شدند. بنابراین، جا دارد از نقش چشمگیر دکتر مارتین در بنیان‌گذاری و بقای این دانشکده، و نیز در آموزش علوم سیاسی در سراسر

۱. تاریخ نگارش این کتاب به سه سال پس از نخست‌وزیری بلر بازمی‌گردد - م.

بریتانیا یاد کنم. صرفاً اشاره به نقش مهم ایشان در گسترش کار حرفه‌ای من در برابر زحمات او خیلی ناچیز است. جایش بسیار خالی است.

به علاوه، و به ویژه، از لین و کاترین سپاسگزارم که در جریان نگارش این کتاب - به قول کاترین - «کسل کننده» سختی کشیدند. شاید به این نتیجه رسیده باشند که محرومیتی که تحمل کرده‌ام ارزشش را داشته است. در آخر، هر چقدر پیرتر می‌شوم، دینی را که به پدر و مادرم دارم بیشتر احساس می‌کنم. بنابراین، این کتاب را به مادرم و به یاد و خاطره پدرم تقدیم می‌کنم.

اس. اف

برام‌هال، چشایر

سپتامبر ۲۰۰۹

مقدمه

گرچه تمام مطالب این کتاب به نحوی از موضوع اصلی مورد نظر (اینکه سیاستمداران چطور پیام‌های سیاسی‌شان را به دیگران منتقل می‌کنند) متأثر است، در عین حال محتوای آن به سه بخش کاملاً مجزا تقسیم شده است. بخش نخست به بررسی ارتباطات سیاسی از دیدگاه احزابی پرداخته است که برای پیروزی در انتخابات با هم رقابت می‌کنند. به عبارت دیگر، این بخش بر نحوه سازمان‌دهی ارتباطات داخلی احزاب برای دستیابی به اهداف سیاسی‌شان متمرکز است. با در نظر داشتن این مطلب، فکر نمی‌کنم به خاطر شروع کردن با فصلی که ارتباطات سیاسی حزبی را در بافت تاریخی مناسبش در نظر می‌گیرد مرزهای عرف ادبی را بیش از حد درنوردیده باشم. از همین رو لازم بود فصل اول به تغییرات اصلی‌ای اختصاص یابد که از ۱۹۱۸ به بعد رخ داده‌اند، ضمن اینکه درصدد شناسایی ترکیبی از عوامل پیش‌برنده و بازدارنده بوده‌ام که در این تغییرات نقش داشته‌اند.

فصل‌های دوم تا چهارم بر همین مبنا تدوین شده‌اند و در آن‌ها به مطالعه برخی از ویژگی‌های اصلی ارتباطات سیاسی حزبی پرداخته شده است. این انتخاب من است، اما مطمئن هستم موضوع را طوری انتخاب کرده‌ام که خواننده بتواند دست کم تا حدی با ماهیت پیچیده ارتباطات سیاسی مدرن آشنا شود. این فرایند در فصل دوم با مطالعه شیوه‌ای آغاز شده است که از رهگذر آن برای ارتباطات سیاسی برنامه‌ریزی راهبردی گسترده‌ای انجام می‌شود. کانون توجه فصل دوم مشخصاً بر نحوه وابستگی این بُعد راهبردی به پژوهش راجع به نظرات شخصی و مدیریت مبارزات انتخاباتی تمرکز گراست. فصل سوم نیز شبیه به همین کارکرد را دارد، که این بار با در نظر گرفتن حوزه‌های انتخاباتی رقیب در عصر دیجیتال به موضوع می‌پردازد. در فصل چهارم هم مؤلفه‌های اصلی آنچه دامینیک رینگ^۱ عناصر کنترل‌شده بازاریابی سیاسی خوانده است مورد بررسی قرار می‌گیرند: سخن‌پراکنی (پخش) حزبی و تبلیغات سیاسی. پنجم با بررسی تکنیک‌هایی پی گرفته می‌شود که سیاستمداران آن‌ها را در وعده‌های انتخاباتی‌شان به کار می‌گیرند تا دستور کار خبری را تحت تأثیر قرار دهند. به این ترتیب در فصل پنجم دوباره به موضوع اصلی کتاب باز می‌گردم؛ ناچار در این فصل بر عملکرد

1. Dominic Wring

مطبوعات و افسران تبلیغات (که توصیف گزنده‌ای از افکارسازان است) و نظام‌های پیچیده‌ای متمرکز شده‌ام که این افراد برای ردّ و تکذیب و مدیریت اخبار به کار می‌گیرند. به این ترتیب، فصل پنجم زمینه را برای درک مطالب فصل ششم فراهم می‌کند. در فصل ششم به شیوه استفاده از این تکنیک‌ها در ارتباطات دولت بریتانیا پس از ۱۹۹۷ پرداخته‌ام. این جنبه از سال‌های دوران بلر باعث شد نظرات متعددی مطرح شوند، در نتیجه، در فصل ششم به مرور این تحولات پرداخته‌ام و امیدوارم با مطالعه آن مشخص شود که چرا سیاستمداران این دوره گرفتار حجم عظیمی از مناقشه‌ها شدند.

در جریان این تحلیل، خواننده به خوبی متوجه خواهد شد که روند غالب در آنچه می‌توانیم ارتباطات سیاسی حزبی بخوانیم مدیریت رسانه‌هاست. ارتباطات رسانه‌ای شده اهمیت زیادی دارند؛ منظور از ارتباطات رسانه‌ای شده فرایندی است که طی آن احزاب به وسیله رسانه‌ها با رأی‌دهندگان ارتباط برقرار می‌کنند. بنابراین، کاملاً غیر ممکن است که بتوان ارتباطات سیاسی را خارج از اتصالاتی درک کرد که سیاستمداران را به خبرنگاران پیوند می‌دهند. این موضوعی است که بخش دوم کتاب را تشکیل می‌دهد. در این بخش به صورتی جزئی‌تر نشان داده‌ام که چرا سیاستمداران تا این اندازه برای مدیریت رسانه‌ها تلاش می‌کنند. مدیریت رسانه‌ها امری است که سبب شده است دو موضوع مهم همواره در مقابل هم مورد بحث قرار بگیرند: سوگیری رسانه‌ای و تأثیر رسانه‌ها. اولی در فصل هفتم مورد بررسی قرار گرفته و دومی هم موضوع فصل هشتم است.

در بخش سوم و پایانی این کتاب، با بررسی سیاست رسانه‌ای دولت، به رابطه بین سیاستمداران و رسانه‌ها در سطحی بالاتر پرداخته شده است. با توجه به میزان اهمیت مدیریت رسانه‌ها در ارتباطات سیاسی، هدف این بخش پی بردن به این است که دولت تا چه حد از قانون برای مالکیت و کنترل محتوای رسانه‌ها سوءاستفاده می‌کند. موضوع فصل نهم قانون مالکیت رسانه‌هاست. فصل دهم نیز کتاب را با بررسی موضوع تکمیلی تنظیم محتوا به پایان می‌برد.

هیچ ادعایی ندارم که مطالعاتم برای این کتاب به گردآوری متن دست اولی انجامیده باشد که عرصه‌ای جذاب و پیچیده از علوم سیاسی معاصر را به خوبی تشریح می‌کند، چه برسد به اینکه بخواهم کارم را منبعی جامع و دقیق قلمداد کنم. مجبور بودم در انتخاب مواد و مطالب بسیار گزینشی عمل کنم و نیک می‌دانم که این کتاب، دست کم از همین یک جنبه، جای بسیاری برای نقد دارد، به ویژه اینکه خارج از عرصه سیاست حزبی از ارتباطات سیاسی غفلت

کرده‌ام و در همین محدوده هم توجه بیش از حدی به احزاب بزرگ داشته‌ام. در عین حال، تمام تلاشم را کرده‌ام تا به هدف اصلی «مجموعه راهنمای مطالعات علوم سیاسی» وفادار بمانم و کتابم برای دانشجویان مشتاق (و خوانندگان عمومی که خوشبختانه مجبور نیستند خود را برای هیچ امتحانی آماده کنند) مقدمه‌ای غنی برای ورود به بحث باشد. فقط می‌توانم امیدوار باشم که کوششم بی‌فایده نبوده باشد.