



فصلنامه علمی - پژوهشی سیاستگذاری عمومی، دوره ۵، شماره ۱، بهار ۱۳۹۸، صفحات ۱۶۵-۱۴۷

سیاستگذاری ارتباطات در عصر شبکه و جنبش‌های اجتماعی

عباس مصلی‌نژاد^۱

استاد علوم سیاسی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت: ۹۷/۱۰/۲۸ - تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۲/۱۷)

چکیده

سیاستگذاری ارتباطات مبتنی بر چگونگی پیوند تکنولوژی، قدرت و شبکه‌های اجتماعی است. شبکه‌های اجتماعی جدید از قابلیت منحصربه‌فردی برای سازمان‌دهی جنبش‌های اجتماعی برخوردارند. سیاستگذاری ارتباطات مبتنی بر چگونگی درک، تحلیل و مدیریت مؤثر پدیده‌های اجتماعی، منطقه‌ای و بین‌المللی خواهد بود. در این فرایند، مردم سوژه اصلی نظام‌های سیاسی، ساختار اطلاعاتی و ضرورت‌های امنیت‌سازی محسوب می‌شوند. هر یک از نهادهای یادشده تلاش دارد تا کنترل ادراک را در فضای سوژه‌یابی اجتماعی انجام دهد. در این مقاله تلاش می‌شود تا رابطه بین سیاستگذاری ارتباطات، شبکه‌ها و جنبش‌های اجتماعی تبیین گردد. به طبع چنین فرایندی، بخشی از سازوکارهای مربوط به «سیاست فرهنگی» خواهد بود. در این فرایند، رسانه‌ها نقش تعیین‌کننده‌ای در سازمان‌دهی افکار عمومی خواهند داشت. شبکه‌ای شدن ساختار اجتماعی زمینه‌های لازم برای کنش جمعی، کنش مشارکتی و ایجاد رابطه‌ای ارگانیک بین ارکان مختلف نظام سیاسی، اجتماعی و بین‌المللی را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد. این فرایند نشان می‌دهد که در عصر شبکه و جنبش‌های اجتماعی، الگوی کنش حکومت، ماهیت دگرگون‌شونده، تغییر یابنده، هویتی و رقابتی پیدا کرده است. پرسش اصلی مقاله آن است که سیاستگذاری ارتباطات در جامعه شبکه‌ای دارای چه ویژگی، کارکرد و پیوندهایی با جنبش‌های اجتماعی است؟ فرضیه مقاله آن است که سیاستگذاری ارتباطات در عصر شبکه‌ای تابعی از سیاست فرهنگی، چگونگی کنش شبکه‌ای و جنبش‌های اجتماعی خواهد بود. برای تبیین این مقاله از رهیافت ارتباطات و شبکه استفاده می‌شود. چنین رویکردی، اولین بار توسط «مانوئل کاستلز» مطرح شد. کاستلز در صدد بود تا نشان دهد که جنبش‌های اجتماعی حاصل فضای شبکه‌ای بوده و دولت‌ها برای کنترل سیاست و معادله قدرت، از الگو و سازوکارهای مربوط به سیاستگذاری ارتباطات استفاده می‌کنند.

واژگان کلیدی: سیاستگذاری ارتباطات، شبکه، جنبش‌های اجتماعی، رسانه، افکار عمومی.

مقدمه

اطلاعات در ادبیات سیاسی و امنیتی دارای مفاهیم و معانی متفاوتی هستند. اطلاعات در جامعه شبکه‌ای زمینه شکل‌گیری گفت‌وگو، تفسیر و ارتباطات را به وجود می‌آورد. در چنین شرایطی، سیاستگذاری اطلاعات بخشی از فضای «جامعه‌شناسی زبان»^۲ و همچنین «سیاستگذاری ارتباطات» محسوب می‌شود. هرگونه کنش ارتباطی مردم و گروه‌های اجتماعی تابعی از میزان، فضا و جهت‌گیری اطلاعاتی آنان خواهد بود. در ادبیات امنیتی، مفهوم و معنای متفاوتی برای اطلاعات وجود دارد. شکل‌گیری هویت شبکه‌ای را می‌توان انعکاس عصر اطلاعات دانست. به همین دلیل است که اطلاعات می‌تواند نقش بنیادین در دگرگونی ساخت معنا ایجاد کند. در عصر اطلاعات و جامعه شبکه‌ای، زمینه برای ظهور جوامع تناقض‌آمیز به وجود می‌آید. در چنین شرایطی، قدرت و ضد قدرت در جامعه در هم تنیده می‌شوند. در این نگرش، اطلاعات می‌تواند بر فرایندهای تفسیری و پیگیری راهبردی تأثیر به‌جا گذاشته و زمینه نیل به نقطه تعادلی در روابط بین گروه‌های رقیب را به وجود آورد. در روان‌شناسی و علم ارتباطات، واژه‌های اطلاعات و معنا اغلب به جای هم استفاده می‌شوند. اما از نظر نشانه‌شناسی این تشابه‌سازی مفهومی درست به نظر نمی‌رسد. اطلاعات، داده‌هایی است که از طریق انسان یا ماشین قابل دریافت باشد. مقدار اطلاعات در یک پیام را بر حسب احتمال آن می‌سنجند. یک سیگنال زنگ در حال نواخته شدن «بیش از» زنگ در حالت سکوت حامل اطلاعات است. هرگاه گروه‌های اجتماعی در وضعیت کنش قرار گیرند، نشانه‌هایی از انتقال اطلاعات حاصل می‌شود (لال، ۱۳۷۸: ۶۲). به همین دلیل است که موضوع مربوط به آزادی کنش سیاسی در فضای ارتباطی مورد تأکید قرار می‌گیرد. سیاستگذاری ارتباطی کشورهای در حال توسعه به دلیل محدودسازی فضای تعامل معطوف به اهدافی است که زمینه‌های لازم برای کنترل و جهت‌دادن چگونگی کنش گروه‌های اجتماعی را به وجود آورند. طبیعی است که در چنین فرایندی هرگونه کنش اجتماعی مبتنی بر نشانه‌هایی از تعامل‌گرایی، تبادل اطلاعات و تفسیر داده‌های کسب‌شده خواهد بود. کاستلز در مطالعات خود به این موضوع اشاره دارد که فضای ارتباطی می‌تواند زمینه لازم برای تبادل اطلاعات را به وجود آورد. به همین دلیل است که نقطه قوت کشورهای توسعه‌یافته غرب را می‌توان سازماندهی شکل خاصی از سیاستگذاری ارتباطی به جای کنترل و فیلترینگ دانست. در چنین شرایطی، زمینه برای کنترل غیرمحسوس فضای ارتباطی گروه‌های شهروندی به وجود می‌آید. بخش قابل توجهی از جنبش‌های اجتماعی همانند «جنبش وال استریت» را می‌توان به عنوان تلاش سازمان‌یافته برای تغییر جهان براساس دموکراسی و عدالت اجتماعی تفسیر کرد. روندی که عصر ارتباطات را با جنبش‌های اجتماعی جامعه شبکه‌ای پیوند می‌دهد (کاستلز، ۱۳۹۴: ۱۱).

سیاستگذاری ارتباطات و سیاست فرهنگی

برخی از نظریه‌پردازان سیاستگذاری ارتباطات و جامعه‌شناسی سیاسی همانند «لاکلاو» و «موف» به این موضوع اشاره دارند که «سیاست فرهنگی» در عصر ارتباطات، بیشترین مطلوبیت تحلیلی را خواهد داشت. سیاست فرهنگی بر اساس سازوکارهای کنش ارتباطی، می‌تواند نظم جدیدی را در محیط اجتماعی بازتولید کند. بر اساس نگرش نظریه‌پردازان یاد شده، هر کنش اجتماعی ماهیت فرهنگی داشته و از سنخ گفتمان خواهد بود. بنابراین در سیاستگذاری ارتباطات، نظم اجتماعی از طریق فرهنگ ساخته شده و مورد انتقاد قرار می‌گیرد (نش، ۱۳۸۰: ۵۰).

کارکرد سیاست فرهنگی در عصر پسامدرن

ابزارهای ارتباطی تحول‌یافته در موج سوم انقلاب تکنولوژیک بر تمامی رهیافت‌ها و نظریه‌پردازی‌ها تأثیر به‌جا می‌گذارد. به طور کلی می‌توان به این موضوع اشاره داشت که پسامدرنیسم، تغییرات فرهنگی وسیع‌تری را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد. در این شرایط، سیاستگذاری ارتباطات با «چرخش پسامدرن» پیوند می‌یابد. در چرخش پسامدرن، نشانه‌هایی همانند ضدیت با معرفت‌شناسی، توجه بی‌نهایتی به معنا و مرکزیت‌زدایی از ساخت اجتماعی معنا پیدا می‌کنند. به همین دلیل است که سیاست فرهنگی، وظیفه اصلی خود را کنترل بی‌ثباتی‌ها و هرج و مرج اجتماعی قرار داده است. هدف اصلی سیاست فرهنگی را می‌بایست باثبات‌سازی نسبی جامعه در عصر جنبش‌های اجتماعی دانست. در عصر ارتباطات، جامعه‌شناسی تفسیری که نشانه‌های معنایی و همبستگی اجتماعی را منعکس می‌ساخت، کارکرد خود را از دست می‌دهد. در چنین شرایطی، هیچ نهاد مرکزی همانند ساخت‌های سیاسی و بوروکراتیک دولت، نمی‌تواند ثبات اجتماعی را ایجاد کند زیرا نشانه‌هایی از جوهرستیزی در فضای هویتی و ساختاری مشاهده می‌شود. سیاستگذاری ارتباطات در راستای بهره‌گیری از سیاست فرهنگی برای ایجاد ثبات سیاسی و اجتماعی بیشتر خواهد بود. در عصر ارتباطات، نشانه‌هایی از شبیه‌سازی ظهور می‌یابد، فراواقعیت نیز جای واقعیت را می‌گیرد، سلبریتی‌ها جایگزین نظریه‌پردازان سیاسی می‌شوند، جامعه در فضای تحرک و تحریک اجتماعی قرار می‌گیرد و در چنین شرایطی همه چیز بازگشت می‌کند. «بودریار» با طرح موضوعات مجادله‌انگیز حتی به این مسئله اشاره داشت که تفسیر فوکو از قدرت محدود است، چرا که از قابلیت برگشت‌پذیری به سوی واقعیت و حقیقت‌های جدید برخوردار می‌شود (Baudrillard, 1987:12). «فریدمن» به این موضوع اشاره دارد که به هر میزان فضای ارتباطی، ماهیت آزادانه‌تری پیدا کند، زمینه برای درک دقیق‌تری از واقعیت‌های ارتباطی، مفاهیم سیاسی و اطلاعات امنیتی به‌وجود می‌آید. سیاست فرهنگی دارای این ویژگی است که زمینه‌های تعامل نهادهای سیاسی، گروه‌های اجتماعی، جنبش‌های در حال ظهور و لایه‌های

پراکنده در فضای اجتماعی را فراهم می‌سازد. عموماً سیاست فرهنگی، از جامعه‌شناسی زبان بهره می‌گیرد (فریدمن، ۱۳۹۱: ۱۴۸).

به‌کارگیری سازوکارهای دموکراتیک در سیاستگذاری ارتباطات

سیاستگذاری ارتباطات در عصر جنبش‌های اجتماعی و سیاست فرهنگی نیازمند بهره‌گیری از سازوکارهای دموکراتیک است. آزادسازی فضای ارتباطی در ساختار سیاسی و نظام اطلاعاتی کشورهای توسعه‌یافته بر اساس سیاست فرهنگی انجام می‌گیرد. چنین رویکردی به مفهوم بهره‌گیری از فضای ارتباطی ایجادشده در ساختار دموکراتیک است. کنترل اجتماعی از طریق سازوکارهای ارتباطی در نظام‌های دموکراتیک بیش از ساخت‌های اقتدارگرا حاصل می‌شود. در چنین جوامعی، اطلاعات جایگزین روایت می‌شود. در حالی‌که بسیاری از روندهای تصمیم‌گیری سرویس‌های امنیتی کشورهای در حال توسعه بیش از آنکه مبتنی بر داده‌ها، مفاهیم و اطلاعات باشد، براساس نشانه‌هایی از روایت حاصل می‌گردد. اطلاعات را می‌توان شکل تکامل‌یافته داده‌هایی دانست که ماهیت خود را از روایت جدا می‌سازد. روایت در نشانه‌شناسی اطلاعات براساس «متن باز» شناخته می‌شود. در حالی‌که «متن بسته» همان ویژگی‌های اطلاعات با شاخص‌های انضمامی را دارد. در متن بسته، اطلاعات معنای واحد یا دامنه بسیار محدودی از معناها را منعکس می‌سازد (دال و بریکنر، ۱۳۹۲: ۲۴۸). فضای کنترل محیط اجتماعی و ادراکی کشورهای توسعه‌یافته، تحت تأثیر جامعه‌شناسی فرهنگی و سیاست فرهنگی انجام می‌گیرد. نشانه‌های جامعه‌شناسی فرهنگی را می‌توان در قالب «فضای هنجاری» تحلیل نمود که زمینه‌های لازم برای همبستگی جامعه، مردم، نهادها و ساختار دولت را فراهم می‌سازد. اگرچه هر یک از مفاهیم یادشده دارای نقش و کارکرد متفاوتی هستند، اما به دلیل فضای ارتباطی نشانه‌هایی از همبستگی مفهومی را می‌توان بین چنین مجموعه‌ای مشاهده نمود. آزادی ارتباطات و تبادل اطلاعات در کشورهای دموکراتیک به این دلیل انجام می‌گیرد که زنگ خاموش، «حالت مورد انتظار»^۳ سیستم زنگ است و زنگ در حال نواخته شدن، «حالت هشدار دهنده»^۴ آن می‌باشد. در فضای آزاد ارتباطی، هرگونه شناخت روایت، سوژه، مفاهیم و معنای کنش با تأخیر به دست می‌آید. سیاست فرهنگی در فضای گسترش ارتباطات، عامل اصلی کنترل رفتارهای گریز از مرکز خواهد بود. درک داده‌ها و فضای تولید اطلاعات در کشورهای دموکراتیک بیش از گذشته، ماهیت کنترل‌شده دارد. واقعیت‌های نهفته تولید و کنترل اطلاعات در محیط پیرامونی را می‌توان در رمان «۱۹۸۴» جورج اورول مشاهده نمود. «جورج اورول» در رمان ۱۹۸۴، جامعه‌ای ترسیم نموده که گیرنده‌های حکومتی در تمامی حوزه‌های اجتماعی و ارتباطی حضور مستقیم دارند.

3 - Expected State

4 - Alerting State

سانسور در فضای «وزارت حقیقت» انجام می‌پذیرد. در چنین شرایطی است که کنترل اطلاعات می‌بایست از طریق سازوکارهای ارتباطی حاصل شود. رفتارگرایی دهه ۱۹۶۰ بر کنترل غیرمستقیم فضای اجتماعی براساس الگوهای اثبات‌گرایانه همانند ریاضی، تأثیر قابل توجهی به‌جا گذاشت. نخستین کسی که جنبه‌های ریاضی نظریه اطلاعات را مطرح ساخت، کلود شانون^۵ مهندس آمریکایی مخابرات بود. او نشان داد که اطلاعات موجود در یک سیگنال با احتمال وقوع خود نسبت معکوس دارد. هر اندازه سیگنال محتمل‌تر باشد، «بار اطلاعاتی»^۶ کمتری با خود حمل می‌کند. در این فرایند، نشانه‌های ارتباطی زیرساخت‌های سیاست فرهنگی را شکل می‌دهد. نظام‌های سیاسی هرگونه کنش و سازوکارهای نیل به اهداف راهبردی خود را بر اساس الگوهای کنش و سیاستگذاری ارتباطی منعکس می‌سازند. در این معادله «احتمال کمتر، بار اطلاعاتی بیشتر» شکل می‌گیرد (Schmidt, 2004: 46).

توسعه سیاسی در سیاستگذاری ارتباطات

همواره بین نشانه‌هایی همانند سیاست فرهنگی، سیاستگذاری ارتباطات و توسعه سیاسی پیوند درهم‌تنیده‌ای وجود داشته است. توسعه سیاسی و تحول در نظام سرمایه‌داری، زمینه لازم برای درک روندهای سیاسی و جنبش‌های اجتماعی براساس نشانه‌ها را فراهم آورده است. الگوهای سیاست فرهنگی را می‌توان به‌عنوان مجموعه‌ای از نشانه‌هایی دانست که کنترل فرهنگ، سیاست، بازیگران و نیروهای اجتماعی را امکان‌پذیر می‌سازد. توسعه سیاسی، زمینه‌نوسازی را در قالب عام‌گرایی، همبستگی اجتماعی، تطبیق‌پذیری، همگرایی نهادها و بهره‌گیری از سازوکارهای کنش غیرمستقیم را به وجود می‌آورد. کنترل سیاست از سال‌های دهه ۱۹۸۰ تابعی از کنترل فرهنگی و سیاستگذاری ارتباطی بوده است. چنین روندی در سال‌های بعد از فروپاشی اتحاد شوروی یعنی در دهه ۱۹۹۰ که موج سوم دموکراسی ظهور یافت، افزایش قابل توجهی پیدا کرد. جامعه شبکه‌ای، محور اصلی کنش گروه‌های اجتماعی برای تحرک سیاسی محسوب می‌شود. توسعه سیاسی با عناصر سیاست فرهنگی دارای انسجام درونی بوده و از نشانه‌هایی همانند «خودسامان‌بخشی»^۷ برخوردار است. در چنین نگرشی اطلاعات، حاصل الگوی ارتباطی مردم با یکدیگر، نهادهای اجتماعی و ساختار حکومت خواهد بود. روشن است که اطلاعات و معنا در سیاست فرهنگی یکسان نیستند. توسعه سیاسی بر این احتمال دلالت دارد که یک پیام معین در یک موقعیت معین اتفاق خواهد افتاد. معنا بر انواع خاصی از نکات ظریف و دقیق که پیام در خود دارد، یا قرار است در موقعیت مورد نظر داشته باشد، دلالت می‌کند. نشانه‌های کنش

5 - Claude Shannon

6 - Information Load

7 - Self-Regulating

فرهنگی که در شبکه‌های مجازی انعکاس می‌یابد را می‌توان به‌عنوان محور اصلی کنترل جامعه دانست. در مدل ارتباطی هرگونه کنش بازیگران، انعکاس‌دهنده اهداف، ابزار و تمایلات آنان در فضای سیاسی و اجتماعی است. نشانه‌های ارتباطی را می‌توان در فضای فرهنگ، کنش، مد و مفاهیمی دانست که معناهای کنش اجتماعی را منعکس می‌سازد. هر یک از نشانه‌های ارتباطی، احساسات، ادراکات و الگوی کنش بازیگران را منعکس می‌سازد (Giddens, 1987: 225). در روند توسعه سیاسی، زمینه مدیریت ادراک به وجود می‌آید. «برتون» به این موضوع اشاره دارد که سیاست فرهنگی و سیاستگذاری ارتباطات درباره هر پیامی، از سیگنال‌های زنگ گرفته تا اظهار پخته و سنجیده صدق می‌کند. به‌عنوان مثال؛ بازی شیر یا خط را در نظر بگیرید که در آن قرار بر این است که اگر سه سکه در یک ردیف شیر آمد، سکه‌انداز برنده اعلام شود. اگر بازیکنی به نتیجه مطلوب برسد و همه کسانی را که با او مبارزه می‌کنند، شکست دهد، آنگاه تمایل داریم نتیجه را یا به‌طرز اسطوره‌ای^۸ نشانه بخت و اقبال^۹ تفسیر کنیم، یا در غیر این صورت آن را ناشی از تقلب زیرکانه و نامحسوس بازیکن برنده بدانیم (Burton, 2000: 16).

شبکه‌های ارتباطی و جنبش‌های اجتماعی

جنبش‌های اجتماعی جدید زمینه شکل‌گیری تغییرات سیاسی و ساختاری را اجتناب‌ناپذیر ساخته‌اند. ضرورت‌های سیاست فرهنگی و سیاستگذاری ارتباطی در فضای جنبش‌های اجتماعی جدید معنا پیدا می‌کند. علت اصلی بسیاری از جنبش‌های اجتماعی جدید را باید واکنشی نسبت به بحران اقتصادی، فقر و تفاوت‌های مشهود در سبک زندگی دانست. در چنین شرایطی، می‌توان نشانه‌هایی از ابهام در قراردادهای اجتماعی را مورد توجه قرار داد. جنبش‌های اجتماعی جدید زمانی به وجود می‌آیند که اولاً بدبینی گروه‌های شهروندی نسبت به جناح‌های سیاسی افزایش یابد. ثانیاً اعتماد آنان به سیاست‌های دولت گسسته شود. ثالثاً گروه‌های اجتماعی نسبت به زمامداران نه تنها بی‌اعتماد شده بلکه آن‌ها را نماد فساد و دروغ‌گویی در ساختار سیاسی می‌دانند. هر یک از مؤلفه‌های یاد شده، منجر به تراکم انتظارات می‌گردد. به موازات چالش‌های اجتماعی ایجاد شده، شکل جدیدی از خودآگاهی و اعتماد به نفس برای کنش‌گری در گروه‌های اجتماعی ایجاد می‌شود. کنشگری گروه‌های اجتماعی بر مبنای شبکه‌بندی جدید ذهن، ایجاد معنا و به چالش کشیدن قدرت، حاصل می‌شود. کاستلز به این موضوع اشاره دارد که طرز تفکر مردم، سرنوشت نهادها، هنجارها و ارزش‌هایی که جوامع بر مبنای آن سازماندهی می‌شوند را تعیین می‌کند. اگر اکثریت مردم به طریقی متضاد با ارزش‌ها و هنجارهای نهادینه‌شده در قوانین و قواعد تفکر کنند، آن نظام تغییر خواهد کرد. بنابراین در عصر شبکه‌های اجتماعی، نشانه‌هایی از جنگ

8 - Mythically

9 - Fortune

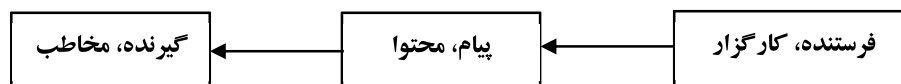
قدرت بنیادین برای ساختن معنا در ذهن گروه‌های اجتماعی به وجود می‌آید. این فرایند به میزان قابل توجهی، وابسته به پیام‌های منتشر شده در شبکه‌های ارتباطی و رسانه‌ای خواهد بود (کاستلز، ۱۳۹۴: ۱۵).

مدل‌سازی در سیاستگذاری ارتباطات عصر جامعه شبکه‌ای

جامعه شبکه‌ای با نشانه‌های متنوعی از کنش ارتباطی پیوند یافته است. جامعه شبکه‌ای می‌تواند دگرگونی در ساخت معنا، سازماندهی ارزش‌ها، متنوع‌سازی پیام‌ها و کنترل شبکه‌های ارتباطی را به وجود آورد. چنین فرایندی به منزله نبرد برای بازتولید ساخت معنا در ذهن گروه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. در این دوران، ارتباطات پیچیده‌ای در ساختار سیاسی ظهور می‌یابد که منعکس‌کننده رابطه عشق و نفرت خواهد بود.

پیوند مدل‌های ریاضی و روان‌شناختی در سیاستگذاری ارتباطات

مدل‌سازی در عصر ارتباطات از این جهت اهمیت دارد که الگوی کنش بازیگران مختلف شناسایی می‌شود. سیاست فرهنگی، شکل خاصی از کنش ارتباطی بین بازیگران را منعکس می‌سازد. برخی از پژوهشگران همانند «شانون» درصدد برآمدند تا از مدل‌های ارتباطی ریاضی برای تبیین فرایندهای کنترل رفتار گروه‌های اجتماعی استفاده نمایند. «شانون» الگوی ریاضی خود را درباره اطلاعات برای بهبود کارایی سیستم‌های مخابراتی طراحی کرد اما اندکی پس از آنکه الگوی او به شکل فرمولی درآمد، روان‌شناسان آن را عموماً برای مطالعه ارتباطات انسانی به کار گرفتند. پیوند مؤلفه‌های روان‌شناختی و ریاضی می‌تواند زمینه‌های لازم برای درک، تبیین و تحلیل دقیق‌تری از مدل سیاستگذاری ارتباطی را به وجود آورد. الگوی شانون که به «مدل نقطه-نشانه»^{۱۰} معروف است، اساساً انتقال اطلاعات و سازوکارهای ارتباط جمعی را به صورت یک فرایند ریاضی وابسته به عوامل احتمالی ترسیم می‌کند. در نگرش شانون، انتقال اطلاعات به میزان قابل پیش‌بینی بودن یا نبودن یک پیام در موقعیتی خاص بستگی دارد. این مدل را از آن رو «نقطه-نشانه» در هدفگذاری می‌نامند که هرگونه پیام و محتوا از سوی گیرنده ارسال شده و مخاطب آن را دریافت می‌کند.



شکل ۱ - مدل ارتباطی شانون در تحلیل روندهای سیاسی.

انتقال پیام در مدل ارتباطی شانون، بر اساس تغییر در الگوی رفتاری افراد و گروه‌های اجتماعی حاصل می‌شود. مدل ارتباطی شانون برای پیام، محتوا و گفتمان، نقش محوری قائل است. شانون در مدل ارتباطی خود بر مفاهیمی همانند کانال ارتباطی، پیام و گیرنده تأکید دارد. هر یک از مجموعه‌های یادشده را می‌توان به‌عنوان بخشی از فرایند و تحلیل کنش ارتباطی دانست. شانون برای سنجش عناصر حاشیه‌ای بر تحلیل فرایند کنش ارتباطی، چندین واژه کلیدی را وارد مطالعه عمومی ارتباطات کرد. «بارکر» به این موضوع اشاره دارد که واژه‌ها و مفاهیمی همانند کانال^{۱۱}، پارازیت^{۱۲}، زواید^{۱۳} و بازخورد^{۱۴} را می‌توان در زمره اصلی‌ترین مفاهیم مدل ارتباطی شانون برای تحلیل فرایندهای اجتماعی و سیاسی دانست. مدل شانون در تبیین تحولات سیاسی و اجتماعی براساس مدار سیستم تعریف و تبیین می‌شود. هر مدار دارای کانال‌های ارتباطی خاصی است که مفاهیم را به بازیگران و مخاطبین اجتماعی منتقل می‌کند. الگوی کنش متقابل مخاطبین نیز در کانال انجام می‌گیرد. در چنین شرایطی می‌توان نشانه‌هایی از سیستم باز را مشاهده نمود. در سیستم باز، کانال و پیام نقش محوری دارند (Barker, 1999: 245).

عوامل محدودکننده مدل‌سازی در سیاستگذاری ارتباطی

نشانه‌هایی همانند پارازیت را می‌توان در زمره عوامل محدودکننده مدل‌سازی در سیاستگذاری ارتباطات دانست. هر کانال ارتباطی دارای محدودیت‌های خاص خود است. پارازیت به‌مثابه فضای اغتشاش‌گونه محیطی محسوب می‌شود که «ادراک پیام» را با مشکل همراه می‌سازد. اصطلاح «پارازیت» به برخی عناصر مزاحم فیزیکی، اجتماعی و روان‌شناختی در کانال ارجاع دارد که پیام را تحت‌تأثیر قرار داده و به این ترتیب، در ادراک پیام، مخاطره، محدودیت و اغتشاش ایجاد می‌کند. پارازیت به گونه‌های مختلفی وجود داشته و در برخی از مواقع زمینه‌های لازم برای تولید پیام جدید را فراهم می‌سازد. در انتقال رادیویی و تلفنی، پارازیت، معادل وقفه یا توقف الکترونیک^{۱۵} است. در انتقال صدا، پارازیت از هر صدای مزاحم بیرونی همانند پارازیت فیزیکی تا تغییر در حافظه گوینده به‌مثابه پارازیت روان‌شناختی را شامل می‌شود. هر سیستم ارتباطی در فرایند انتقال پیام دارای محدودیت‌های خاص خود می‌باشد. به همین دلیل است که سازوکارهایی برای مقابله و محدودسازی پارازیت به‌کار گرفته می‌شود (Branston and Stafford, 1999: 72). رمزگشایی را می‌توان به‌عنوان یکی دیگر از چالش‌های مدل‌سازی در سیاستگذاری ارتباطات دانست. رمزگشایی به مفهوم تلاشی

11 - Channel

12 - Noise

13 - Redundancy

14 - Feedback

15 - Electronic Static

سازمان‌یافته برای شناخت اهداف و الگوهای کنش ارتباطی سایر بازیگران است. در شرایطی که فضای اجتماعی قطبی می‌شود، مفاهیم ارتباطی و رسانه‌ای، ماهیت انضمامی، مشخص و کنش‌گرایانه خواهند داشت. در فضای خاکستری، مفاهیم ارتباطی ماهیت انتزاعی و کلی دارد. هر پیام دارای آثار و پیامدهای خاص خود است. سنجش میزان اثربخشی پیام در مدل شانون براساس «بازخورد» مفاهیم ارتباطی در فضای اجتماعی و آثار سیاسی آن شناخته می‌شود. شانون بر این موضوع تأکید دارد که فرستندگان پیام از قابلیت لازم برای کنترل^{۱۶} فرایند و پیام‌هایی برخوردارند که با فضای ادراک جامعه برای پذیرش و یا واکنش نسبت به پیام هماهنگی دارد. در مدل و روش‌شناسی شانون، نشانه‌های مختلفی از بازخورد در ارتباطات کلامی انسان، شامل واکنش‌های فیزیکی قابل مشاهده در گیرندگان همانند تغییر در حالات چهره و حرکات بدن وجود دارد. در اوایل دهه ۱۹۸۰ مدل ریاضی روان‌شناختی شانون به وسیله «ویلبر شرام»^{۱۷} نظریه‌پرداز آمریکایی ارتباطات بازتولید شده و ابعاد جدیدی را دربرمی‌گیرد. در مدل شرام، بخش‌های جدیدی همانند «منبع»^{۱۸} ارتباط، «پیام»^{۱۹} و محتوای ارتباط، «کانال»^{۲۰} انتقال پیام از محلی به محل دیگر و «گیرنده»^{۲۱} آن کس که پیام را دریافت می‌کند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به همین دلیل است که رویکرد شرام زمینه لازم برای مدل «منبع، پیام، کانال و گیرنده»^{۲۲} را به وجود آورد. در نگرش شرام بازخورد، نقش و اهمیت خود را حفظ می‌نماید. بازخورد، جریان ارتباطات را منظم می‌سازد، پرازیت را کنترل و رمزگشایی می‌کند و به این ترتیب، قابلیت لازم برای بهینه‌سازی مدل شانون در تجزیه و تحلیل اطلاعات و پیامدهای مربوط به آن را امکان‌پذیر می‌سازد. در مدل شرام، بخش‌های دیگری همانند «رمزگذار»^{۲۳} و «رمزگشایی»^{۲۴} نیز نقش ساختاری در تحلیل اطلاعات و فرایندها را خواهد داشت (تاجیک، ۱۳۸۱: ۷۳). در مدل شرام رمزگذار، شکل پیام برای انتقال و کارآمدسازی پیام را فراهم می‌سازد. رمزگشا نیز هدف فرایند کنش فرستنده پیام را شناسایی می‌کند. رمزگشا تلاش دارد تا ماهیت و محتوای پیام را درک نموده و آن را کنترل نماید. هر یک از دو بخش یادشده را می‌توان به عنوان عناصر و ابزارهای تحلیل فرایندهای ارتباطی و اطلاعاتی در فضای سیاست فرهنگی مشاهده نمود. نمودار ذیل به عنوان فرایندی محسوب می‌شود که از تولید و رمزگذاری پیام آغاز شده و به رمزگشایی و کنترل پیام منجر می‌شود.

16 - Monitor

17 - Wilbur Lang Schramm

18 - Source

19 - Message

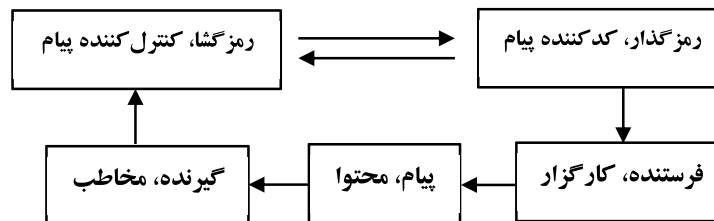
20 - Channel

21 - Receiver

22 - S.M.C.R

23 - Encoder

24 - Decoder



شکل ۲ - مدل ارتباطی شرام در تحلیل روندهای سیاسی.

سیاست فرهنگی در عصر شبکه‌های مجازی

مدل‌های سیاست فرهنگی تحت تأثیر فضای گفتمانی حاکم در شبکه‌های مجازی قرار دارند. هر یک از مدل‌های سیاستگذاری ارتباطی می‌تواند شکل خاصی از سیاست فرهنگی را به وجود آورد. در این فرایند، ابزارهای ارتباط جمعی را می‌توان به‌عنوان بخش اصلی سیاست فرهنگی دانست. بسیاری از فرایندهای کنترل ادراک براساس انتقال پیام از طریق رسانه‌ها حاصل می‌شود. مدل شرام و شانون نشان می‌دهد که چگونه می‌توان از ابزارهای ارتباطی برای کنترل ادراک مخاطب و رمزگشایی، از الگوی رفتاری سایر بازیگران بهره گرفت.

ماهیت و کارکرد سیاستگذاری ارتباطی شبکه‌ای

شبکه‌ها را می‌توان عامل محوری سازماندهی شاهره ارتباطی در فضای مجازی دانست. شبکه‌های ارتباطی، واقعیت‌های مجازی را از طریق سیاست فرهنگی شکل می‌دهند. در این فرایند، ابزارهای ارتباط جمعی، بخشی از زندگی سیاسی و جزو جدایی‌ناپذیر آنند، به همین دلیل است که انتقال پیام و رمزگشایی در سیاست فرهنگی از طریق شناخت محتوا انجام می‌گیرد. ابزارهای ارتباط جمعی یکی از ابزارهای اصلی حکومت برای کنترل نیروهای اجتماعی و نهادهای سیاسی خواهند بود. کار ویژه و اصلی سیاستگذاری ارتباطی را می‌توان بازتولید سیاست فرهنگی در راستای تحولات گفتمانی دانست. سیاست فرهنگی و ابزار ارتباطی، زمینه لازم را برای همدلی و هم‌زبانی مخاطب با انتقال‌دهنده پیام فراهم می‌سازد. در این نگرش همدلی به مفهوم آن است که برای درک و شناخت بهتر احساسات مخاطب، لازم است تا سازوکارها، پیام‌ها و ادبیاتی در فضای ارتباط رسانه‌ای بازتولید شود که زمینه کنترل افکار عمومی و گروه‌های مخاطب را فراهم می‌سازد. الگوهای رفتاری و قالب‌های گفتمانی سیاست فرهنگی در شناسایی مخاطبان هدف اهمیت ویژه‌ای دارد. به هر اندازه که ساختار از پیچیدگی بیشتری برخوردار باشد، سیاست فرهنگی می‌تواند روندهای گفتمانی را به گونه مؤثرتری بازتولید نماید (دین، ۱۳۸۸: ۴۱).

گروه‌های مخاطب در سیاستگذاری ارتباطی

شبکه مجازی را می‌توان به مثابه پدیده مولتی‌مدیا^{۲۵} یا همان رسانه چندکاره دانست که به استفاده‌کنندگان خود امکان می‌دهد تا به‌طور هم‌زمان از تصویر، صدا و نوشتار استفاده کنند. علاوه بر آن شبکه‌های مجازی برخلاف رسانه‌های قبلی، یک رسانه تعاملی و چندطرفه بوده و از این نظر تفاوت اساسی با رسانه‌های پیش از خود دارد. با توجه به این موضوع، شبکه‌های مجازی برای انتقال هر نوع پیام سیاسی، فرهنگی و اطلاعاتی، مناسب است. شبکه‌های مجازی اقتدار کشورهایی با ساختار کترلی و نیمه‌کترلی را کاهش می‌دهد. «پویایی» و «آزادی عمل»، دو ویژگی اصلی شبکه مجازی برای انتقال پیام و بازتولید فضای مجازی محسوب می‌شود. در چنین شرایطی، مخاطبان اصلی سیاست فرهنگی عبارتند از:

- * مخاطبان مشخص که در پیام‌ها از آنان نام برده می‌شود.
- * مخاطبان واسطه که در انتقال پیام به مخاطبان نهایی نقش دارند.
- * مخاطبان تصادفی که به‌طور تصادفی پیام را دریافت می‌کنند و قبلاً برای آنان برنامه‌ریزی نشده است.
- * مخاطبان نهایی که مورد توجه اصلی در یک عملیات روانی هستند.

روندهای تکامل سیاست فرهنگی

شبکه مجازی را می‌توان به‌عنوان ابزار اصلی سیاست فرهنگی برای کنترل گروه‌های اجتماعی دانست. به‌همین دلیل است که درک دقیقی از تحلیل اطلاعات مربوط به فرایندهای سیاست فرهنگی در فضای مجازی اهمیت تعیین‌کننده دارد. اینترنت، این بزرگراه مرعوب‌کننده در پنتاگون متولد شد. نام دوران کودکی و بلوغ آن «آرپانت»^{۲۶} بود که در سال ۱۹۶۹ بر آن نهاده شد. آرپانت به‌عنوان شالوده اصلی اینترنت بر آن بود تا خود را به شبکه‌های رادیویی، ماهواره‌ای و کامپیوترهای دیگر متصل کند. چنین فرایندی می‌توانست ضرورت‌های راهبردی وزارت دفاع برای کنترل محیط پیرامونی را با سرعت و کیفیت بهتری به انجام رساند (Brown, 1986: 91). آرپانت یا همان اینترنت جوان، در آن زمان خط تماس الکترونیک و محرمانه دست‌اندرکاران وزارت دفاع آمریکا و پژوهشگران بود. آنچه امروز به نام پست الکترونیک^{۲۷} مطرح شده؛ یکی از خدمات رایج اینترنت محسوب می‌شود که زیربنای شبکه‌های اجتماعی را فراهم می‌سازد. شبکه‌های اجتماعی محور اصلی انتقال پیام بوده که رمزگشایی و کنترل آن بسیار دشوار است. رمزگشایی پیام در شبکه‌های مجازی صرفاً در شرایطی امکان‌پذیر است که کارگزاران از قابلیت

25 - Multi Media

26 - Arpanet

27 - E-mail

لازم برای شناخت محتوا و تاکتیک‌های پیام‌دهنده آگاه باشند. هرگونه کنش غریزی دارای نتایج و پیامدهای مخاطره‌آفرینی در روند تحلیل اطلاعات خواهد بود. کنش غریزی، تحلیل اطلاعات در فضای جامعه شبکه‌ای را با ابهام روبه‌رو می‌سازد (دانسی، ۱۳۸۷: ۲۲۵).

تخیل و برندسازی در عصر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی

شبکه‌های مجازی حیطه‌های نوینی پدید می‌آورند که از قابلیت لازم برای گذار از مرزهای جغرافیایی و ساختاری برخوردار است. محور اصلی شبکه‌های مجازی را می‌توان اطلاع‌رسانی بر پایه شناخت احساسی گروه‌های اجتماعی دانست. در این فرایند، نشانه‌هایی از تخیل و برندسازی شکل می‌گیرد. هر پیام باید بتواند ویژگی‌ها و مطلوبیت‌های مخاطب را در نظر گرفته و آن را براساس اهداف ارسال‌کننده پیام در وضعیت کدگذاری قرار دهد (Abercrombie, 1996: 83). شبکه‌های اجتماعی ماهیت همگانی داشته و از قابلیت لازم برای انتقال قالب‌های مفهومی و هنجاری جدید به ساختار مشخصی برخوردار است. به عبارت دیگر، شبکه مجازی فضای غیرمتمرکزی است که نفی‌کننده هویتی همگون و یکپارچه است. در دسترس بودن اینترنت در گسترش سریع شبکه‌های مجازی نقش مؤثری داشته است. در روزگار کنونی، اینترنت به‌عنوان ابزار گسترش ارتباطات، نسبت به دیگر وسایل ارتباط جمعی از برتری‌هایی ویژه برخوردار است که بیشتر از عمق، دامنه نفوذ و تأثیرش بر افکار عمومی سرچشمه می‌گیرد.

ویژگی‌های اصلی شبکه‌های اجتماعی

در شبکه‌های اجتماعی، هر مصرف‌کننده اطلاعات، هم‌زمان تولیدکننده اطلاعات نیز هست. در این شرایط قدرت ساختاری، قابلیت کمتری برای کنترل حوزه پنهان کنش اجتماعی شهروندان را خواهد داشت. اولین ویژگی ابزارهای ارتباطی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر اساس نشانه‌هایی از جمله «تمرکززدایی» شناخته می‌شود. جامعه شبکه‌ای نه تنها کمیت توزیع اطلاعات، بلکه شیوه ارتباط و الگوی تعامل بازیگران با یکدیگر برای نیل به هدف مشخصی را تغییر می‌دهد. دومین ویژگی شبکه‌های اجتماعی را می‌توان «تنوع تاکتیک ارتباطی برای انتقال اطلاعات و ارتباطات» دانست. شبکه‌های اجتماعی در انتقال مفاهیم، نه تنها یک تنوع تکنیکی بزرگ، بلکه به لحاظ اجتماعی، دارای اثربخشی معطوف به همگون‌سازی ایده‌ها و مطالبات در شرایط رقابتی اند. یک تنوع بی‌شمار در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد؛ که تارهای جهان‌گستر، تارهای گپ و گفت‌وگو، گروه‌های خبری، پست الکترونیک و سیستم‌های برگزاری کنفرانس را شامل می‌شود. هر یک از نشانه‌های یاد شده را می‌توان در زمره قابلیت‌های تکنیکی و تاکتیکی

این شبکه‌ها برای برقراری ارتباط و مبادله اطلاعات در عصر شبکه‌های اجتماعی مجازی دانست (Sebeok, 1994: 72). سومین ویژگی شبکه‌های اجتماعی را می‌توان ویژگی مبتنی بر «کنش همزمانی»^{۲۸} دانست. شبکه‌های اجتماعی از قابلیت لازم برای کنترل زمان و مکان برخوردار می‌باشند. کنش همزمان بازیگران، محدودیت‌های ساختاری را کنترل می‌کنند. در این فرایند، قلمروی مردم تحت تأثیر موج‌هایی قرار می‌گیرد که ممکن است توسط گروه‌های رقیب سیاسی در داخل کشور و یا در فضای بین‌المللی بازتولید شود. کنش همزمانی زمینه‌های لازم برای ایجاد «غافلگیری سیاسی» در حکومت را فراهم می‌سازد.

ضریب نفوذ سیاست فرهنگی بر شبکه‌های اجتماعی

یکی از دلایل گسترش بحران در فضای خاورمیانه عربی را می‌توان نقش‌یابی شبکه‌های مجازی و بهره‌گیری از ابزارهای اینترنتی دانست. تحرک فضای مجازی، بیشتر از ثبات و انسجام ساختاری در بسیاری از کشورهای خاورمیانه درگیر بحران بوده است. تحولات سیاسی کشورهای عراق، سوریه، لیبی و مصر نشان می‌دهد که اگر نهادهای سیاسی و راهبردی بدون توجه به سازوکارهای نظام اجتماعی سازماندهی شوند، امکان اثربخشی حکومت در شرایط تهدید و بحران، کاهش خواهد یافت. در کشورهای اقتدارگرای خاورمیانه و آمریکای لاتین، واحدهای سیاسی بدون توجه به سازوکارهای نقش‌یابی نیروهای اجتماعی به ایفای نقش مبادرت نموده‌اند. در چنین شرایطی ساخت‌های قدرت راهبردی، ماهیت آسیب‌پذیر پیدا می‌کنند (ویلکن، ۱۳۸۱: ۶۵). سیاست فرهنگی در عصر اطلاعات و شبکه‌های اجتماعی، مبتنی بر تولید پیام خواهد بود. سیاست فرهنگی بدون تولید پیام نمی‌تواند مخاطبین مناسبی در عصر فضای مجازی و بازتولید واقعیت‌های مجازی داشته باشد. اگرچه شبکه‌های اجتماعی تابعی از تعداد و قابلیت کاربری اینترنتی است، اما ایران در مقایسه بین قابلیت شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به اینترنت از جایگاه ویژه‌ای در خاورمیانه و آسیا برخوردار است. ایران با وجود در اختیار داشتن بیشترین تعداد کاربر اینترنت در میان کشورهای منطقه خاورمیانه، از لحاظ میزان ضریب نفوذ اینترنت، پایین‌تر از کشورهای چوچون بحرین، اردن، لبنان، قطر، امارات، اسرائیل و کویت قرار دارد (رشیدی، ۱۳۸۷: ۲۴). از لحاظ ضریب نفوذ اینترنت، ایران در رتبه هجدهم آسیا و از نظر جمعیت اینترنتی در مکان دهم آسیا قرار دارد. لذا می‌توان گفت تقریباً ۲ درصد از کل کاربران آسیا ایرانی هستند. براساس آمارهای منتشرشده، بیش از سه‌چهارم کاربران اینترنت، ساکنان شهرها و مراکز استان‌ها بوده و دیگر شهرها و به‌ویژه روستاها سهم کمتری از این فناوری دارند. آثار چنین آماری را می‌توان تحلیل و ارزیابی ضریب تأثیر شبکه‌های مجازی در روند رقابت‌های

انتخابات مجلس شورای اسلامی اسفند ۹۴ مشاهده کرد. درخصوص سلیقه کاربران و نوع استفاده از اینترنت در ایران هنوز آمار دقیقی از شکل و نوع استفاده از اینترنت وجود ندارد. اما به نظر می‌رسد استفاده‌های سرگرم‌کننده از اینترنت برای کاربران ایرانی به مرور در حال گسترش است. همچنین اطلاع‌یافتن از اخبار و وقایع خصوصاً اخباری که در رسانه‌های دیگر منتشر نمی‌شوند، از جمله نیازهای اصلی کاربران ایرانی به حساب می‌آید، به‌طوری که این موضوع، سایت‌های خبری را در زمره پربیننده‌ترین سایت‌های ایرانی قرار داده است. ضرورت‌های سیاست فرهنگی ایجاد می‌کند که مفاهیم و تصاویر جذاب‌تری متناسب با نیازهای سبک زندگی طبقه متوسط تولید شود. فضای شبکه‌های مجازی نشان می‌دهد که بسیاری از مفاهیم و ادبیات جامعه ایرانی پیش از سایر کشورها ماهیت سیاسی دارد. سیاسی شدن شبکه‌های مجازی آثار خود را در فضای رقابت‌های جناحی ایران به جا می‌گذارد. علت شکل‌گیری چنین وضعیتی را می‌توان فضای رقابت‌های سیاسی و میزان نقش‌یابی احزاب در ساختار سیاسی دانست. جایگاه و حوزه آزادی مطبوعات و سایر آزادی‌ها در قانون اساسی را می‌توان در زمره سیاسی شدن شبکه‌های مجازی در ایران دانست. شاید بتوان جوک، خاطره و سیاست را به‌عنوان محورهای اصلی شبکه‌های مجازی دانست (مورن و دیگران، ۱۳۹۳: ۴۶۸). جامعه شبکه‌ای به گونه اجتناب‌ناپذیر، شکل جدیدی از حاکمیت و آزادی عمل برای دولت و شهروندان را به وجود می‌آورد. جهانی شدن ابزارهای ارتباطی و تولید مفاهیم انتقادی، بر ضریب مشروعیت و اثربخشی دولت تأثیر به جا می‌گذارد. به همین دلیل است که سیاست فرهنگی می‌بایست معطوف به تولید قالب‌های ارزشی بر اساس مفاهیم و انگاره‌هایی باشد که با نیازهای جامعه در حال گذار هماهنگی داشته باشد. چنین فرایندی، چالش‌های ناشی از بحران مشروعیت را ایجاد خواهد کرد. چنین نظام‌های سیاسی برای کنترل مخالفت‌ها در میان شهروندان خویش شاید بتوانند به زور متوسل شوند ولی برای حل معضلات اقتصادی و اجتماعی ناشی از کمبود منابع، فشار جمعیت، ناآرامی خرده گروه‌ها و جهان پسا صنعتی که سرشت وفاداری‌ها، فعالیت‌ها، تجارت و بسیاری از دیگر ابعاد زندگی روزمره را دستخوش استحاله می‌سازد، توانایی کمتری دارند. تحولات سیاسی و ساختاری دولت شوروی در سال ۱۹۹۰ این حقیقت را به‌روشنی نشان داد (Aaker, 1996: 24).

رهیافت هنجاری در سیاستگذاری ارتباطی

انقلاب‌های ارتباطی و اطلاعاتی در قرن بیستم، به صورت بنیادین و برگشت‌ناپذیر، مفهوم قدرت و اثربخشی را در سیاستگذاری ارتباطی تحت تأثیر قرار می‌دهد. نظریه‌پردازانی همانند «جوزف نای» و «اونس» به این موضوع اشاره دارند که رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی باید بتوانند موقعیت و اثربخشی خود را از طریق «جذابیت» پیگیری نمایند. در چنین شرایطی، سیاستگذاری

ارتباطی باید بتواند به گونه‌ای انجام گیرد که بر فضای ادراکی و ذهنی گروه‌های مختلف تأثیرگذار باشد (گیلوآ، ۱۳۸۸: ۱۲). رهیافت هنجاری درباره قدرت الهام گرفته از نظریات «آنتونیو گرامشی» می‌باشد. نامبرده در دهه ۱۹۳۰ نظریه هژمونی را در تبیین چگونگی و سازوکارهای کاربرد قدرت ارایه نمود. در نگرش گرامشی، هژمونی در شرایطی حاصل می‌شود که بازیگر از «قدرت اقناع» و همچنین «قدرت اجبار» استفاده نماید. اقناع و اجبار را می‌توان دو بعد درهم‌تنیده قدرتی دانست که به تبیین «رهیافت هژمونی» منجر می‌شود. هژمونی مبتنی بر نشانه‌هایی همانند قدرت هنجاری و هویت خواهد بود.

سوژه‌انگاری و هویت‌سازی در سیاستگذاری ارتباطی

هنجارهایی که بر اساس سوژه‌انگاری شکل می‌گیرند، مبتنی بر تاکتیک‌های اقناع و الزام خواهد بود. هرگاه هویت شکل گیرد، نشانه‌هایی از قدرت و رقابت هنجاری نیز به‌وجود می‌آید. در نگرش هنجاری نیز قدرت می‌تواند دوگانگی را به‌وجود آورد. تکنیک‌های سوژه‌انگاری را می‌توان مبتنی بر نشانه‌هایی دانست که هویت را منعکس می‌سازد. در اندیشه فوکو هیچ «سوژه واقعی» وجود ندارد، سوژه‌ها منعکس‌کننده هویت‌های متفاوت و متناظر خواهند بود. در چنین نگرشی، «مشروعیت دولت‌ها» و اقدامات نظامی قدرت‌های بزرگ ارتباط مستقیم با میزان «کارآمدی و اثربخشی» حاصل از آن دارد (Foucault, 2004: 312). موضوع قدرت نرم در سال‌های دهه ۱۹۹۰ تبیین گردید. نظریه‌پردازانی همانند «ژان میلسن» و «جوزف نای» را می‌توان در زمره افرادی دانست که موضوع قدرت نرم را مورد توجه و تحلیل قرار داده‌اند. مهمترین کارکرد قدرت نرم در عصر فرامدرن را می‌توان «متقاعدسازی بازیگران» در «فرایند کنش سیاسی و دیپلماتیک» دانست. اگر در تفکر فوکو، «قدرت» به «مقاومت» منجر می‌شود، در نگرش جوزف نای که موضوع «قدرت نرم» را تبیین نمود، هرگونه کاربرد قدرت می‌بایست با سازوکارهای متقاعدسازی طرف مقابل همراه گردد. قدرت نرم نمادی از «معادله کنترل سیاسی» از طریق «سازوکارهای غیرنظامی» می‌باشد. در اندیشه قدرت نرم، همواره بازیگران در حال بازتولید قدرت می‌باشند. قدرت در چنین فرایندی، نشانه‌های فرهنگی، زبانی و هویتی در کنترل ایده‌ها ایفا می‌کند. «معادله قدرت» در تفکر نظریه‌پردازان بعد از جنگ سرد، «تابعی از اجبار، دیپلماسی و متقاعدسازی» گردیده است. بارکر به این موضوع اشاره دارد که قدرت در عصر فرامدرن به مفهوم «متقاعدسازی بازیگران در شرایط رقابتی و گذار از آنارشی» می‌باشد (Barker, 1999: 245).

متقاعدسازی اجتماعی گروه‌های مخاطب

سیاستگذاری ارتباطی بر اساس رهیافت هنجاری را می‌توان «قدرت معطوف به متقاعدسازی» دانست. چنین رهیافتی در زمره «سازوکارهای دانش‌محور، شناختی و قدرت نرم» است. برخی از نظریه‌پردازان از جمله «یوهان گالتونگ» و «استیون لوکس»، قدرت نرم را به مثابه بخشی از «کنترل ساختاری» می‌دانند که در ایدئولوژی آمریکایی سازماندهی شده است. به این ترتیب قدرت نرم می‌تواند اهداف ساختاری کشورهای فرادست در سیاست جهانی را به گونه مرحله‌ای و غیرملموس منعکس سازد (رشیدی، و راد، ۱۳۸۷: ۳۲۳).

عقلانیت ارتباطی در معادله کنترل و اثربخشی

بخشی از معادله قدرت از طریق سازوکارهای توزیع «سرمایه نمادین» حاصل می‌گردد. در چنین نگرشی، هر بازیگری براساس نشانه‌هایی از «قدرت استنادی» و «قدرت اکتسابی» به ایفای نقش مبادرت می‌کند. در چنین شرایطی است که نظام فرادست از طریق «عقلانیت ارتباطی» و یا «سیستم خودکنترلی» قادر خواهند بود تا روندهای تأثیرگذار بر بازیگران پیرامونی را به گونه‌ای برنامه‌ریزی و هدایت نمایند که حداقل واکنش را به‌وجود آورد. اگر «قدرت استنادی»، محور اصلی نقش‌یابی کشورها باشد، در آن شرایط معادله قدرت بدون اعمال زور حاصل می‌گردد. نظریه گسترش حوزه سیاسی از سوی نظریه‌پردازانی همانند «کارل اشمیت» ارائه گردیده است. اشمیت بر این اعتقاد است که بازیگرانی که از قدرت فراگیر برخوردارند، به قابلیت‌هایی از جمله تعامل‌گرایی نائل می‌گردند. به عبارت دیگر، قدرت، عامل مؤثری در تبدیل تعامل به حوزه نفوذ سیاسی می‌گردد. به همین دلیل است که سازوکارهایی همانند «نهادگرایی»، «مذاکره» و «ائتلاف» با مشارکت قدرت‌های بزرگ، زمینه‌های لازم برای گسترش حوزه سیاسی را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد (Schmidt, 2004: 435). معادله قدرت هنجاری نشان می‌دهد که چه بازیگرانی از چه قابلیت‌هایی برای اثرگذاری بر حوادث، منابع و محیط امنیتی برخوردارند. تغییر محیط امنیتی به مثابه آن است که معادله قدرت با تغییراتی همراه می‌شود. «آنتونی گیدنز» موضوع مربوط به «امنیت هستی‌شناسانه» را به عنوان بخشی از «معادله قدرت در محیط امنیتی» می‌داند. امنیت هستی‌شناسانه معطوف به «قدرت مقایسه‌ای بازیگران در محیط امنیتی» است (Giddens, 1987: 63). ضرورت‌های عقلانیت ارتباطی در سیاست فرهنگی بیانگر آن است که؛ اولاً هنرهای خلاق در مدل صنایع فرهنگی به کار گرفته شود. ثانیاً سیاست فرهنگی بدون تأمین هزینه‌های مالی و حمایت‌های بوروکراتیک حاصل نمی‌شود. ثالثاً روندهای هنجاری در سیاستگذاری ارتباطی، نیازمند تکامل و بهینه‌سازی صنعت ارتباطی و اطلاعاتی است. در این فرایند، ضرورت‌هایی همانند آموزش، معطوف به توسعه شهری، نقش محوری دارند. امروزه

بخش اعظم سیاست عمومی در حوزه‌های ارتباطی و هنجاری، به زبان اقتصادی توصیف می‌شود. این امر نشان‌دهنده غلبه روش فکری اقتصادی در هدایت رفتار دولت‌ها در دنیای معاصر است. دولت‌ها به خوبی می‌دانند که در تأمین رفاه اجتماعی و فرهنگی جامعه مسئولیت دارند. سیاست فرهنگی در قالب هنجاری باید بتواند چگونگی دستیابی به توزیع عادلانه درآمد و ثروت، ترغیب رشد اقتصادی و اشتغال کامل را در جامعه نوید دهد. دولت‌ها می‌دانند که علاوه بر اهداف اقتصادی سیاست‌های عمومی، مسئولیت‌پذیری آن‌ها در قبال هنر و فرهنگ، شأن ذاتی فرهنگ را به زندگی مردم پیوند می‌زند. سیاست فرهنگی می‌تواند زمینه افزایش برون‌داد و پذیرش ارزش فرهنگ در اقتصاد و جامعه را به‌عنوان وظیفه اصلی دولت تبیین کند (تراسبی، ۱۳۹۳: ۸۹).

یادگیری در سیاستگذاری ارتباطات

یکی از اهداف اصلی سیاست فرهنگی را می‌توان تولید و گسترش هنجارهایی دانست که در رفتار گروه‌های اجتماعی اثربخش خواهد بود. از آنجایی که در فضای شبکه‌های اجتماعی، قالب‌های هنجاری هر جامعه و کشوری در فضای بحران قرار می‌گیرد، بنابراین لازم است تا ضرورت یادگیری در سیاستگذاری ارتباطات مورد توجه و تأکید قرار گیرد. یادگیری در سیاستگذاری ارتباطات شامل: یادگیری سازمانی، ارتباطات اخلاقی، رویکرد مثبت سازمانی و نگرش آینده‌نگر است (کومبز و هالیدی، ۱۳۹۲: ۶۱۵).

نتیجه

سیاستگذاری ارتباطات در عصر جامعه شبکه‌ای، ارتباط مستقیمی با سازوکارهای سیاست فرهنگی دارد. سیاست فرهنگی به معنای کنترل روندهای کنش گروه‌های اجتماعی بر اساس الگوهای فرهنگی و هنجاری است. در دوران بعد از جنگ سرد، جنبش‌های اجتماعی به عنوان موضوع اصلی جامعه‌شناسی سیاسی تبدیل شده‌اند. کنترل جنبش‌های اجتماعی صرفاً از طریق سیاست فرهنگی حاصل می‌شود. اجرای سازوکارهای سیاست فرهنگی را باید در قالب سیاستگذاری ارتباطی مورد توجه قرار داد. نظریه پردازانی همانند شانون و بارکر در صدد برآمدند تا مدل‌های سیاستگذاری ارتباطی را تبیین کنند. محور اصلی اندیشه آنان را سیاست فرهنگی تشکیل می‌دهد. هر یک از نظریه پردازان یاد شده تلاش نمودند تا سازوکارهایی را نشان دهند که منجر به کنترل نیروهای گریز از مرکز فرهنگی و اجتماعی شود. آلن تورن نیز سیاست فرهنگی را با گفتمان پیوند داد. در نگرش تورن، جنبش‌های اجتماعی خود را حامل «عقاید بر حق» دانسته که در «مقابله با هنجارهای سیاسی» شکل می‌گیرد. فناوری‌های سیاست و اقتصاد جامعه شبکه‌ای، نقش تعیین‌کننده‌ای در سیاستگذاری ارتباطی دارد. کاربرد سیاست فرهنگی در سیاستگذاری

ارتباطات از این جهت اهمیت دارد که مبتنی بر کنترل قدرت و توانایی شهروندان و افراد جامعه برای مشارکت در زندگی سیاسی است. در این روند، حقوق و مسئله شهروندی از طریق فناوری نوین اطلاعات تعمیق و پایه‌های آن تحکیم می‌شود. درحالی‌که فناوری نوین اطلاعات زیرساخت مورد نیاز برای پیوند روابط شهروندی و نهادهای حکومتی را بر اساس سازوکارهای کنترل هنجاری در سیاست فرهنگی فراهم می‌کند. سطوح و طیف مختلفی از الگوهای سیاستگذاری ارتباطی در سطح اجتماعی، ملی و جهانی به وجود آمده است. رسانه‌های جهانی در فضای گسترش شبکه مجازی از قابلیت لازم برای اثربخشی بر سلیقه، تخیل، نشانه‌ها و تفکر شهروندان کشورهای پیرامونی برخوردارند. چنین شبکه‌هایی قادر خواهند بود تا شکل جدیدی از کنترل غیرمستقیم را سازماندهی نمایند. کنترل پیرامون توسط مرکز در قالب نظام‌های گفتمان‌سازی و گسترش ابزارهای ارتباطی انجام می‌گیرد. «ادوارد سعید» در «شرق‌شناسی»^{۲۹} به این موضوع اشاره دارد که فضای جهانی معطوف به گسترش نابرابری در فضای تولید پیام، نشانه و مفهوم سیاسی است. شرق‌شناسی زمینه‌های جدیدی از کنترل و هنجارسازی را از طریق سازوکارهای سیاست فرهنگی به وجود می‌آورد. سیاست فرهنگی بدون پنداره‌سازی، تجربه معناداری نمی‌تواند وجود داشته باشد. در فرایند سیاستگذاری ارتباطی، پنداره‌سازی عامل همه ساختارها و نمونه‌های تجربه جسمانی است. سیاست فرهنگی در نقطه مقابل جنبش‌های اجتماعی جدید قرار دارد. جنبش‌های اجتماعی از طریق «شبکه‌های شناور نامحسوس» تقویت می‌شوند. بنابراین سیاست فرهنگی نیز معطوف به کنترل هنجارها در تولید پیام بوده و قابلیت لازم برای پنداره‌سازی اجتماعی را دارا است. سیاست فرهنگی برای کنترل و جهت دادن به عاطفه‌ها، گزینه‌های هنری و خیال‌پردازی‌ها نقش‌آفرین است. تحقق این امر به شیوه‌هایی کاملاً خردورزانه برای پیکربندی، تصویر کردن و نیز ساختار دادن به بازنمودهای ذهنی انجام می‌گیرد. بنابراین سیاستگذاری ارتباطی، ماهیت عقلانی، سازمان‌یافته و کارکردگرا خواهد داشت.

منابع

- ۱- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۱)، «رسانه‌ها و ثبات سیاسی»، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ۲- تراسبی، دیوید (۱۳۹۳)، «اقتصاد سیاست فرهنگی»، ترجمه سوسن علانی، تهران: انتشارات سوره مهر.
- ۳- دال، رابرت و بروس استاین بریکتر (۱۳۹۲)، «تحلیل سیاسی مدرن»، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: انتشارات فرهنگ جاوید.
- ۴- دانسی، مارسل (۱۳۸۷)، «نشانه‌شناسی رسانه‌ها»، ترجمه گودرز میرانی و بهزاد دوران، تهران: انتشارات چاپار.
- ۵- دین، هارتلی (۱۳۸۸)، «سیاستگذاری اجتماعی»، ترجمه عبدالله بیجرانلو، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.

- ۶- رشیدی، مصطفی و علی راد (۱۳۸۷)، مدل شبکه‌ای حاکمیت و اداره؛ رویکردی جایگزین برای نظام تدوین برنامه‌های توسعه در ایران، فرایند مدیریت و توسعه، شماره ۷۰، زمستان.
- ۷- فریدمن، جرج (۱۳۹۱)، «صدسال آینده»، ترجمه محمد زهدی گهرپور و مریم دهقان‌آزاد، تهران: انتشارات زیتون سبز.
- ۸- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۴)، «شبکه‌های خشم و امید؛ جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت»، ترجمه مجتبی قلی‌پور، چاپ دوم، تهران: نشر مرکز.
- ۹- کومیز، تیموتی و شری هالیدی (۱۳۹۲)، «بحران ارتباطات»، ترجمه معاونت آموزش و پژوهش خبرگزاری فارس، جلد دوم، تهران: انتشارات خبرگزاری فارس.
- ۱۰- گیلوآ، ایان (۱۳۸۸)، «ارتباطات جهانی و سیاست خارجی»، ترجمه حسام‌الدین آشنا و محمدصادق اسماعیلی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- ۱۱- لال، جیمز (۱۳۷۸)، «رسانه‌ها، ارتباطات، فرهنگ؛ رهیافتی جهانی»، ترجمه مجید نکودست، تهران: انتشارات مؤسسه ایران.
- ۱۲- مورن، مایکل، مارتین رین و روبرت گودین (۱۳۹۳)، «دانشنامه سیاستگذاری عمومی»، تهران: نشر میزان.
- ۱۳- نش، کیت (۱۳۸۰)، «جامعه‌شناسی سیاسی معاصر»، ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: نشر کبیر.
- ۱۴- ویلکن، پیتر (۱۳۸۱)، «اقتصاد سیاسی ارتباطات جهانی و امنیت انسانی»، ترجمه مرتضی بحرانی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

- 15- Aaker, D.A. (1996), "Building strong brands", New York: The Free Press.
- 16- Abercrombie, N. (1996), "Virtual Society and Society", Cambridge: Polity Press.
- 17- Barker, C. (1999), "Virtual Society, Globalization, and cultural identities", Buckingham: Open University Press.
- 18- Baudrillard, J. (1987), "Forget Foucault", New York: Semiotext.
- 19- Branston, G. and Stafford, R (1999), "The media student's book". London: Routledge.
- 20- Brown, R.W. (1986), "Social Psychology", New York: Free Press.
- 21- Burton, G (2000), "Talking television: an introduction to the study of Virtual Society", London: Arnold.
- 22- Foucault, M. (2004), "Truth and Power", in P. Rabinow and N. Rose (Eds), the Essential Foucault, New York: The New Press.
- 23- Giddens, Anthony. (1987) "The Nation-State and Violence", Berkeley, Calif: University of California Press.
- 24- Schmidt, B. C. (2004), "Realism as Tragedy", Review of International Studies, Vol. 30, No. 3.
- 25- Sebeok, T.A. (1994), Signs: "an introduction to semiotics", Toronto: University of Toronto Press.