



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی ■ رشته: روابط عمومی ترم: ..... سال تحصیلی: ۱۳۹۸ - ۱۳۹۹  
نام درس: ارتباطات سیاسی نام و نام خانوادگی مدرس: فریده مطیعی  
آدرس email مدرس: ..... تلفن همراه مدرس 0921-2796071

جزوه درس: ..... مربوط به هفته: اول □ دوم □ سوم ■  
text: دارد ■ ندارد □ voice: دارد □ ندارد ■ power point: دارد □ ندارد ■  
تلفن همراه مدیر گروه: 0912-4058720

## با نام و یاد خداوند مهربان

### ارتباطات سیاسی Political Communication

(جلسه سوم)

#### • سیاست، دموکراسی و رسانه‌ها

ترسیم خطوط کلی و چارچوب نوع آرمانی جامعه و حکومت پیش فرض در نظریه لیبرال دموکراسی:

اصول لیبرال دموکراسی که ما امروز درک می‌کنیم حاصل نقد استبداد و خودکامگی حاکم بر اوایل دوره اروپای مدرن از سوی بورژوازی است. فرایندی که در سده ۱۶ آغاز شد و در ۱۷۸۹ در انقلاب فرانسه، با شعارهای «آزادی، برابری و برادری» به اوج رسید.

در ساختار سیاسی جوامع خودکامه و استبدادی، قدرت در دست پادشاه یا ملکه متمرکز و حق او برای حکومت بر جامعه از سوی خداوند [ کلیسا ] مقرر شده بود. زیرسلطه این نظم کلیسایی، طبقه‌های فرودست جامعه - کشاورزان، پیشه‌وران و صنعتگران - از هرگونه حق سیاسی محروم بودند. در چنین شرایطی، نهادهای دولت بیش از هر چیز در خدمت حفظ این نظام سلسله مراتبی، و سرکوب نارضایتی‌های احتمالی، بدون توجه به علل و ریشه‌های آن بود.

ظهور بورژوازی (سرمایه‌داری) به عنوان قدرت برتر اقتصادی در اروپا و آمریکا مستلزم سرنگونی نظام استبدادی بود. گسترش بی-قید و بند سرمایه‌داری نیز به آزادی اندیشه و عمل کسانی وابسته بود که قصد داشتند دارای و مهارت‌های کارآفرینی و تولید اقتصادی خود را به کار گیرند.

در نتیجه این تحول‌ها، فیلسوفان بورژوازی نظیر لاک و میلتن، به طراحی انتقادی اساسی از قدرت استبدادی پرداختند. و آن را با نظریه مبتنی بر دموکراسی نمایندگی و حقوق فردی یا شهروندی، جایگزین کردند که در حوزه ایدئولوژیک، واقعیت‌های قدرت اقتصادی و سیاسی بورژوازی بازتاب یافت. حق رأی معرفی شده در نظریه جدید به تدریج و با تحول‌هایی نظیر «قانون اصلاحات



بریتانیا» در ۱۸۳۲، به بخش‌های گسترده‌تری از جامعه تعمیم یافت. در همین راستا مجامع قانونگذاری تأسیس و محدودیت‌های قانونی برای جلوگیری از سوء استفاده متصدیان امور از قدرت سیاسی به جای آن برقرار شد. بدین ترتیب وظیفه اصلی نظریه لیبرال دموکراسی عبارت بود از «اعطای آزادی‌های مدنی به افراد، در مقابل تاخت و تاز و مزاحمت‌های دولت» با کنار هم قرار دادن تحولات، می‌توان خصوصیات متمایز نظام دموکراتیک را با واژگان و عبارت‌های زیر تعریف کرد: قانون‌مندی، مشارکت و انتخاب عقلانی.

- قانون‌مندی: به عنوان نخستین شرط، مجموعه‌ای از روش‌ها و قانون‌های توافق شده حاکم بر هدایت انتخابات، رفتار برندگان و اقدام‌های قانونی مخالفان، ضروری است.
- مشارکت: به عنوان دومین شرط، کسانی که در فرایند دموکراتیک مشارکت می‌کنند باید بخش قابل ملاحظه‌ای از مردم باشند که اطلاعات کافی را برای رأی دادن به خردمندترین، شرافتمندترین و آگاه‌ترین فرد از میان خود داشته باشند. (یعنی رأی دادن مختص طبقه خاصی نباشد).
- انتخاب عقلانی: سومین شرط دموکراسی، امکان دسترسی رأی‌دهندگان به گزینه‌های مختلف است.
- در عین حال، شرط چهارمی هم برای تحقق دموکراسی وجود دارد. توانایی شهروندان برای عملی ساختن انتخاب به صورت عقلانی. انتخاب عقلانی مستلزم جمعیتی آگاه و آموزش دیده است.

### حوزه عمومی و افکار عمومی

علی‌رغم آن که نظریه دموکراتیک بر اولویت و تفوق «فرد» تأکید دارد، فرایند سیاسی اقتضا می‌کند افراد، در جریان تصمیم‌گیری در این باره که چه کسی بر آنها حکومت کند، به طور «جمعی» عمل کنند. در حقیقت، عقاید و افکار سیاسی خصوصی افراد به «افکار عمومی» مردم تبدیل می‌شود که ممکن است مورد توجه رهبران سیاسی کنونی قرار گیرد. در این مفهوم افکار عمومی در «حوزه عمومی» شکل می‌گیرد. (هابرماس)

"حوزه عمومی قلمرویی از حیات اجتماعی‌مان است که افکار عمومی می‌توانند در آن شکل گیرد ... وقتی شهروندان که به عنوان انسان عمومی رفتار می‌کنند به شیوه‌ای نامحدود و بی‌قید و شرط با یکدیگر مشورت و تبادل نظر می‌کنند".

به عقیده هابرماس، نخستین کاربرد عبارت «افکار عمومی» به عنوان "بازتاب تفکرات انتقادی جامعه بورژوازی که توانایی و شایستگی شکل دادن به آرای خودش را دارد" در اسناد ثبت شده است.



## رسانه‌ها و فرایند دموکراتیک

هم‌اکنون می‌توان به پنج کارکرد رسانه‌های گروهی در «نوع آرمانی» جوامع دموکراتیک اشاره کرد:

- ۱- رسانه‌ها باید شهروندان را درباره آنچه در اطرافشان رخ می‌دهند آگاه سازند.
- ۲- آنها باید مفهوم و اهمیت «واقعیت‌ها» را آموزش دهند.
- ۳- رسانه‌ها باید «خطمشی و تریبونی» را برای گفتمان سیاسی عمومی، تسهیل شکل‌گیری افکار عمومی و تضمین همراهی افکار با مردم فراهم کنند.
- ۴- چهارمین کارکرد رسانه‌ها، «شهرت» بخشیدن به نهادها و مؤسسات حکومتی و سیاسی است. (مقصود نقشی است که ژورنالیسم به عنوان «مراقب و نگهبانی» ایفا می‌کند).
- ۵- در نهایت، رسانه‌ها در جوامع دموکراتیک به عنوان مجرای برای هواداری از نقطه‌نظرهای سیاسی عمل می‌کنند. احزاب برای بیان سیاست‌ها و برنامه‌هایشان، نیازمند خروجی هستند و رسانه‌ها این کار را انجام می‌دهند.

### ■ بررسی انتقادی درباره ساختارهای دموکراتیک و محیط رسانه‌ای پیرامون آنها:

#### الف- شکست نظام آموزشی:

از نظر بوبیو، از بزرگترین تعهدات نقض شده لیبرال دموکراسی، شکست نظام آموزشی مدنظر این نظریه برای تولید مجموعه‌ای از رأی‌دهندگان منطقی و اهل استدلال است، شکستی که از نظر او در بی‌تفاوتی و بی‌علاقگی سیاسی فزاینده موجود در نمونه بارز دموکراسی (همچون ایالات متحده) منعکس شده است. از نگاهی دیگر، ممکن است چنین استدلال شود که بی‌تفاوتی سیاسی در واقع واکنشی کاملاً عقلایی و منطقی، به فرایند سیاسی است که طی آن ممکن است برای شهروند آشکار شود که رأی و نظرش اهمیتی ندارد. ژان بودریار انفعال و بی‌تفاوتی خاموش توده‌ها را به عنوان «دفاع ... شکلی از مقابله به مثل» توصیف می‌کند.

#### ب- فقدان انتخاب

فقدان انتخاب صادقانه از دیگر محدودیت‌های دموکراسی است.

ممکن است بطور منطقی چنین استدلال شود که شباهت‌های موجود در سیاست‌ها و ایدئولوژی‌های احزاب دموکرات و جمهوری‌خواه ایالات متحده، از تفاوت‌های موجود میان آنها بیشتر است.

در برخی شرایط این احتمال وجود دارد که فرد رأی‌دهنده به طور منطقی احساس کند که رای دادن به این حزب یا آن



حزب، تأثیری بر شرایط و کیفیت زندگی نخواهد داشت. بطور خلاصه، رویه‌های دموکراتیک معمولاً شامل ناهنجاری‌ها، بی‌قاعدگی‌ها و تعصباتی است که همواره آنها را پایین‌تر از حد استانداردهای دموکراسی قرار می‌دهد.

#### ج- سرمایه‌داری و قدرت

منتقدین معتقدند که در جوامع سرمایه‌داری، جایگاه واقعی قدرت پشت رویه‌های سیاسی رسمی پنهان شده است. از این چشم‌انداز، فرایند دموکراتیک به شکلی که در بریتانیا و بیشتر جوامع سرمایه‌داری توسعه یافته دنبال می‌شود، صرفاً نوعی ظاهرسازی است، پشت این نمای زیبا، قدرت و اهرم‌های واقعی سیاسی و اقتصادی آن در اختیار افراد و جریان‌هایی است که هرگز به مردم فرصت رأی دادن نمی‌دهد.

• از طرف دیگر نقطه ضعف دیگر موجود در نظریه لیبرال دموکراسی، مسئله ارتباط با رسانه‌هاست. رفتار سیاسی شهروندان با استفاده از منابع اطلاعاتی موجود در جهان، از جمله رسانه‌ها شکل می‌گیرد و آنچه که شهروندان به عنوان اطلاعات سیاسی، دریافت می‌کنند، محصول چندین فرایند واسطه‌ای است که برای آنها، غیرقابل رؤیت است.

#### د- تولید رضایت

مشروعیت حکومت لیبرال دموکراتیک بر رضایت حکومت شونده‌گان بنا شده است. اما چنانچه والتر لیپمن مدنظر داشت، رضایت ممکن است "تولید" شود.

«تولید رضایت» در حدود ۱۹۲۲ به هنری «آگاهانه» تبدیل شد که در آن سیاست‌مداران، روش‌های روان‌شناسی اجتماعی را با دسترسی گسترده به رسانه‌های ارتباط جمعی ترکیب کردند.

اگر اطلاعاتی که مبنای رفتار سیاسی است، پیش از آن که بر پایه حقایق عینی باشد، از سوی فرد یا گروهی تولید شود، بی‌تردید انسجام و صداقت حوزه عمومی تضعیف می‌شود.

سیاست‌مداران گاه به دلیل آن‌چه که «امنیت ملی» نامیده می‌شود و گاه برای اجتناب از مخمصه‌های سیاسی، پنهان کردن اطلاعات صحیح را از شهروندان در دستور کار خود قرار می‌دهند.

دانیل بورستین در سال ۱۹۶۲، در واکنش به گرایش فزاینده رسانه‌های خبری به پوشش «رویدادهای غیرواقعی» و غیر قابل اعتماد، اصطلاح «شبه رویدادها» یا (Pseudo-event) را وضع کرد. همزمان با افزایش هزینه‌های چاپ و سپس پخش اخبار، به لحاظ مالی ضرورت یافت مطبوعات مدام کار کنند و صفحه تلویزیون هم همواره روشن باشد. فشارها به



سمت تولید شبه رویدادها هر چه بیشتر تقویت و در واقع گردآوری خبر به «خبرسازی» تبدیل شد.

ه- محدودیت‌های حاکم بر بی‌طرفی

لیپمن در سال ۱۹۲۲ تأکید داشت: «روزنامه‌ای که به دست خواننده می‌رسد مجموعه‌ای کلی از انتخابهاست: مواردی که در آن چاپ خواهد شد، موقعیتی که این موضوعها در آن چاپ می‌شود، میزان فضایی که اشغال خواهد کرد، و تأکیدهایی که هر یک باید داشته باشد. در این عرصه هیچ معیار عینی و واقعی وجود ندارد و فقط برخی توافقها در این میان نقش ایفا می‌کنند.»

### • تأثیرهای ارتباطات سیاسی

در نخستین سالهای مطالعات در باب ارتباطات، سؤال درباره تأثیر ارتباط به ندرت پرسیده می‌شد، فرض این بود که پیام بر فرد بیشتر شبیه سرنگ تزریق دارو و یا توپ بلیارد عمل می‌کند: ایجاد تأثیر مستقیم، قابل پیش‌بینی و قابل ارزیابی. «مدل تزریقی» تأثیرهای رسانه‌ای در طول دهه ۱۹۳۰ و در واکنش به، از یک سرظهور فاشیسم در اروپا و استفاده گسترده و بی‌تردید موفقیت-آمیز نازی‌ها از فنون تبلیغات سیاسی، و از سوی دیگر، قدرت آشکار تبلیغات در فروش اجناس و کالاها، هم از سوی جامعه‌شناسان اروپایی و هم از طرف جامعه‌شناسان آمریکایی استقبال شد.

اما در اوایل دهه ۱۹۵۰ بود که مشخص شد این تأثیرها، بواسطه وجود طیفی از عوامل اجتماعی و فرهنگی مداخله‌گر میان پیام و مخاطب، «محدود» یا به طور دقیق تر «واسطه‌ای» بود. مدل تأثیرهای «واسطه‌ای-محدود» در سراسر دهه ۱۹۶۰ بر عرصه مطالعات ارتباط مسلط شد. تا این که از سوی مکتب نشانه‌شناسی - ارائه شده توسط اومبرتو اکو و دیگر همفکرانش - دستخوش اصلاح و توسعه قرار گرفت.

طبق این سنت، درک تأثیر پیام‌های رسانه‌ای مستلزم چند پیش شرط به این قرار است:

نیل به درکی صحیح از «نشانه‌شناسی اجتماعی» وضعیت ارتباطی معین، و آگاهی از پتانسیل رمزگشایی متمایز از پیامی که همیشه وجود دارد؛ کثرت مفاهیمی که پیام می‌تواند بر اساس تنوع و اختلاف گروه‌ها و افراد مخاطب خود به دست آورد؛ و تنوع پاسخ‌هایی که این پیام می‌تواند ایجاد کند.

این نوسان‌ها و تغییرها در مفهوم و پاسخ در درجه نخست به زمینه و شرایط دریافت پیام، درهم آمیختن عواملی چون وابستگی سیاسی، سن، قومیت و جنسیت دریافت‌کننده پیام و در مرحله دوم به نوع پیام منتقل شده بستگی خواهد داشت.



لازم به ذکر است که آگاهی فرد از تعصب آمیز و وابسته بودن یک برنامه یا اقدامی ارتباطی، تا حد زیادی «قرائت» او را از پیش تعیین خواهد کرد.

به عنوان قانون کلی، تأثیرهای ارتباطات سیاسی از هر نوعی، نه فقط با محتوای پیام بلکه با زمینه‌ها و شرایط تاریخی که در آن حضور دارد، به ویژه محیط سیاسی غالب در هر زمان معین قابل شناسایی و ارزیابی است. در صورتی که مخاطب پذیرای پیام نباشد، «کیفیت»، مهارت و ظرافت در طراحی و ساخت آن هیچ ارزشی ندارد.

مطابق نظرسنجی که در جریان انتخابات عمومی سال ۱۹۸۷ بریتانیا از سوی مؤسسه مری صورت گرفت، عوامل تعیین کننده رفتار انتخاباتی - به ویژه در بخش حساس رأی دهندگان مستقل غیر حزبی و بلا تکلیف که در نهایت نتیجه انتخابات را رقم خواهند زد به سه بخش قابل بررسی است که به ترتیب اهمیت عبارتند از:

الف) تصویر موجود از سیاست‌های حزب (۴۴ درصد)

ب) تصویر ذهنی رأی دهندگان از رهبری حزب (۳۵ درصد)

ج) تصویر گروهی خود حزب (۲۱ درصد) (منظور توانایی و مهارت در برقرار کردن ارتباط)

### ❖ تجارتی سازی سیاست

(نظام سرمایه داری از طریق رسانه های جمعی، سیاست را مدیریت می کند و باعث فساد و تحریف سیاست می شود.)

یکی از سطوح بررسی تأثیر ارتباطات سیاسی جدید، نظام اجتماعی است.

یک سنت مهم در جامعه‌شناسی چنین استدلال کرده است که نقش در حال رشد ارتباطات توده‌ای در سیاست، از افزایش روابط اجتماعی سرمایه‌داری با حوزه سیاسی حکایت دارد. در جریان فرایند، سیاست تحریف و فاسد می‌شود. یورگن هابرماس چنین استدلال می‌کند که سرمایه‌داری دوره اخیر، تقلب و دستکاری افکار عمومی را با رسانه‌های ارتباط جمعی، بیان مصنوعی و ساختگی نیازهای اجتماعی از طریق سازمان‌های بزرگ و در یک کلام، مدیریت سیاست را با نظام سرمایه‌داری به همراه دارد.

هربرت شیلر بیان می‌کند: «سیاست‌مداران، درست همانند صابون و خودرو به مردم فروخته می‌شوند...»

نیکلاس گارنهام اشاره می‌کند که ظهور تبلیغات سیاسی و روابط عمومی نشان از «کنترل مستقیم منافع خصوصی یا دولتی بر جریان اطلاعات عمومی، نه به سبب گفتمان منطقی، بلکه به منظور تقلب و دست‌کاری» دارد.



## سیاست و پست مدرن:

در روایت پست مدرنیستی نیز، ارتباطات سیاسی به عنوان تبادل یک طرفه نشانه‌های خالی و پیام‌های بی‌معنا در سراسر چشم-انداز رسانه‌ای، بی‌ارزش و بی‌نتیجه قلمداد می‌شود.

از پیشگامان این دیدگاه دانیل بورستین (Boorstin) بود که اصطلاح «رویداد نما» را ابداع کرد. تعریف او از رویداد نما (hyperreality, pseudo-event) شامل عناصر زیر است:

- ۱- خودجوش و طبیعی نیست، بلکه به واسطه طراحی، ایجاد و یا تحریک از سوی کسی رخ می‌دهد؛
- ۲- نخست با هدف فوری گزارش و یا تکثیر شدن ایجاد می‌شود. بنابراین وقوع آن برای راحتی و آسایش رسانه‌ها برنامه‌ریزی شده است. موفقیت آن هم، با میزان و چگونگی گزارش و انتشار آن ارزیابی می‌شود. نیز روابط زمانی در آن به طور متداول‌تر، موهوم و خیالی است تا مصنوعی و ساختگی؛
- ۳- رابطه آن با واقعیت زیربنایی شرایط کنونی، مبهم و نامعلوم است؛
- ۴- معمولاً هدف آن پیشگویی معطوف به مقصود است.

### • برخی انتقاد از رسانه‌ها:

بسیاری از ناظران، تصور و مفهوم لیبرال دموکراتیک «حوزه عمومی» و مشارکت رسانه‌ها در آن را به چالش کشیده‌اند:

الف) برخی معتقدند، شکل و کیفیت خروجی رسانه‌ها مانع درک صحیح مخاطبان از رویدادها می‌شود.

ب) و برخی دیگر رسانه‌ها را به عنوان نهادهای ایدئولوژیک در جوامعی می‌دانند که توزیع قدرت سیاسی نه به صورت برابر بلکه بر اساس جایگاه طبقاتی یا اقتصادی صورت می‌گیرد.

اسپارکز چنین استدلال می‌کند که مطبوعات عامه‌پسند «چارچوب، تبیینی مستقیم و بی‌واسطه [درباره واقعیت سیاسی و اجتماعی] را بر حسب علل و پاسخ‌های فردی فراهم می‌کند.» در نتیجه او چنین ادعا می‌کند که این تجزیه، برجسته‌سازی یا تحقیر واقعیت پیچیده اجتماعی، به تضعیف توانایی مخاطب برای فهم و درک رویدادها و بدین ترتیب تحلیل بردن ظرفیت تفکر و عمل عقلایی گرایش دارد.

منتقدان روزنامه‌نگاری جنجالی استدلال می‌کنند که این شکل از روزنامه‌نگاری اساساً «غیرسیاسی» است. از نظر جوزف گریپسند، این نوع روزنامه‌نگاری «بی‌اعتنایی، سکوت و عدم مشارکت در فرایند سیاسی را تشویق می‌کند و در واقع بخشی از گرایش به منحرف کردن توجه مردم از موضوع‌ها و مسائل اساسی، با عرضه افکار مرتبط با شهوت و غیره است.»

اما نظر فیسک در مورد روزنامه‌های عامه‌پسند:



با وجود همه اینها، فیسک بر این نکته تاکید می‌کند که روزنامه‌نگاری عامه‌پسند نسبت به روزنامه‌نگاری وزین [که اغلب مفسران لیبرال، آن را به عنوان نوع ممتاز روزنامه‌نگاری به شمار می‌آورند]، صادقانه‌تر، با ویژگی‌های ارتجاعی کمتر، و برای جهانی مناسب‌تر است که بیشتر شهروندان در آن زندگی می‌کنند. از نظر فیسک، اختلاف میان ضرورت اقتصادی و تجارتنی از یک سو و لفاظی‌های عامه‌پسند از سوی دیگر، فضایی را ایجاد می‌کند که در آن انتقادهای و اختلاف عقاید سیاسی قابل توجهی امکان بروز و ظهور دارد.

وجود این فضا مستقل از طبیعت سیاسی «رسمی» سازمان رسانه‌ای است.

بهترین مثال در این مورد برنامه ترور مک دونالد، از محافظه‌کارترین و بااهت‌ترین مجریان شبکه آی‌تی‌ان، بود که در پربیننده‌ترین ساعت‌ها روی آنتن می‌رفت و گاه به شدت ضد سلطنتی بود. اظهارات یکی از مخاطبان شرکت‌کننده در این برنامه: "ملکه ... ثروتمندترین زن جهان است. او در رأس یک تشکیلات سیاسی و اجتماعی کثیف، طبقاتی و فاسد قرار دارد که مسئول مستقیم اضمحلال و تباهی این کشور است."

## رسانه و سلطه

دیدگاهی هم وجود دارد که «تأثیرهای سیاسی» رسانه‌ها را فراتر از تغییرهای رفتاری یا طرز برخورد کوتاه مدت و میان مدت می‌نگرد.

با توجه به این که سیاست‌های دموکراتیک بر وجود قواعد و روندهای توافق شده برای اداره جریان سیاسی، بر فرایند سیاسی استوار است. در این میان وجود «رضایت» از سوی مردم ضروری است و در مقابل قدرت سیاسی هم باید در چشم مردم، اقتدار داشته باشد. از مسیرهای مؤثر در جامعه‌شناسی سیاسی سده ۲۰، مرتبط با این که چگونه این «رضایت» و «اقتدار» در شرایط نابرابری اجتماعی و نمونه ناقص دموکراسی می‌تواند بسیج شود. از اندیشه‌های آنتونیو گرامشی، روشنفکر مارکسیست ایتالیایی دهه ۱۹۲۰، نشأت گرفته است.

## چرا رضایت عمومی در خطر است؟

از دیدگاه گرامشی، وقتی جامعه در امتداد خطوط طبقاتی، جنسیتی، نژادی و سنی قشربندی می‌شود، وقتی همانطور که بوبیو خاطر نشان می‌کند، سطوح آموزش و میزان مشارکت دموکراتیک به شکل قابل ملاحظه‌ای پایین‌تر از حد موردنظر نظریه لیبرال دموکراسی است، و هنگامی که از نظر بسیاری از صاحب‌نظران، تکثرگرایی سیاسی به تصمیم‌گیری درباره بهترین راه چگونگی اداره بازار آزاد محدود می‌شود، رضایت عمومی همواره در خطر از دست رفتن قرار دارد. بدین ترتیب کسانی که نخبگان حاکم جامعه را





تشکیل می‌دهند، مجبورند برای جلوگیری از این روند پیوسته فعالیت کنند. گرامشی به موقعیت «برتر و مسلط» نخبگان اشاره دارد.

گرامشی معتقد است حفظ برتری و سلطه توصیف شده، فرایندی «فرهنگی» است که رسانه‌ها در آن نقشی عمده ایفا می‌کنند. دانیل هالین معتقد است: «گفتن این نکته که رسانه‌ها نقش «مسلط و برتر» را بازی می‌کنند، مثل این است که بگوییم آنها برای حفظ رضایت از یک نظام قدرت فعالیت می‌کنند.»

در اینجا، تأکید بر نقشی است که رسانه‌ها در تقویت، افزایش یا بازآفرینی اجماع عمومی و همگانی درباره کارآیی ذاتی نظام، به عنوان کلیت دارند.

از نظر اریکسون و همکارانش «روزنامه‌نگاران و سازمان‌های خبری متبوعشان، بازیگران کلیدی فرایندهای برتری‌جویی و سلطه-طلبی هستند که رویدادها را صرفاً گزارش نمی‌کنند، بلکه در بروز آنها مشارکت دارند و به عنوان قهرمانان اصلی ماجرا هم عمل می‌کنند.»

از نظر مکتب برتری طلبانه، رسانه‌ها حائلی میان گفتمان سیاسی مشروع و نامشروع ایجاد کرده‌اند و گفتمان نامشروع را از حوزه عمومی طرد می‌کنند.

اختلاف‌های عمده صنعتی، اعزام نیروهای نظامی به خارج و مخالفت‌های داخلی با سیاست‌های نظامی دولت، نمونه‌هایی از موضوع‌هایی هستند که ظرفیت گزارش شدن از چشم‌انداز تشکیلاتی را دارد و بدین ترتیب مسلماً محیط سیاسی را در جهت خاصی تحت تأثیر قرار می‌دهد.

[کتاب رضایت تولیدی، نوشته چامسکی و هرمان به تحلیل این موضوع در رسانه‌های آمریکایی می‌پردازد]

اما ویلیامز معتقد است که «منابع نخبگان همیشه در دیکته کردن برنامه کار، موفق نیستند. نخبگان سیاسی متجانس و همگون نیستند و این اختلاف‌ها در گزارش‌ها و اخبار رسانه‌ها منعکس می‌شود.»



#### نکات مهم:

- تاریخچه مختصری از ظهور نظریه لیبرال دموکراسی
- شرح خصوصیات متمیزه نظام دموکراتیک
- حوزه عمومی هابرماس
- کارکردهای رسانه ها در جوامع دموکراتیک
- انتقادهای وارد شده بر ساختار دموکراتیک
- تاریخچه مختصری از تأثیر رسانه ها بر مخاطبین
- مفهوم تجارتی سازی سیاست
- عناصر فراواقعیت ( رویدادنما).... {لطفا به طور مختصر واژه فراواقعیت را search کنید}
- عقیده فیسک در مورد روزنامه های عامه پسند
- در بحث سلطه رسانه ها، چرا رضایت عمومی در خطر است؟