



نقش رسانه ها در مشارکت سیاسی و چگونگی کاربرد تکنیک های رسانه ای در مدیریت افکار

عمومی (مقایسه مشارکت سیاسی در ایران و غرب)

۱. غفار زارعی ۲. احسان ناظمی ۳. سید علی حسینی

۱. استادیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی، لامرد، ایران. (نویسنده مسئول)

۲. دانشجوی دکتری گروه علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد لامرد، ایران.

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز، ایران.

چکیده:

نقش رسانه ها در مشارکت سیاسی و چگونگی کاربرد تکنیک های رسانه ای در مدیریت افکار عمومی و مقایسه مشارکت سیاسی مردم در ایران و جوامع غربی، اصلی ترین اهداف پژوهش می باشد. اهداف کاربردی این تحقیق، بررسی میزان تأثیر تکنیکهای مدیریت افکار عمومی و هدایت آن به سوی مشارکت سیاسی است و اینکه رسانه تا چه حد در افزایش آگاهی سیاسی مخاطبان، چگونگی بومی سازی برنامه ها و شیوه های استفاده از مفاهیم استان (منابع هویتی بومی) در برنامه ها و بازخورد میزان اعتماد مخاطب موفق بوده است. در این مقاله با تطبیق شرایط جوامع غربی و جامعه ایران، عناصر مشارکت جویانه و عوامل موثر در ایجاد مشارکت سیاسی و انواع مشارکت را بررسی میکنیم. این پژوهش به دنبال تأثیرگذاری رسانه ها به عنوان یکی از ابزارهای مهم توسعه سیاسی می باشد و این که رسانه به مفهوم

همه چیز را مدیریت کنید

عام و به ویژه رادیو و تلویزیون به عنوان رسانه فراگیر، تا چه حد در رشد و آگاهی سیاسی مردم نقش اثربخشی دارند.

واژگان کلیدی: رسانه، توسعه سیاسی، شهروندان، مشارکت، ایران.

مقدمه:

جهان امروز با تمام معیارهای جدید توسعه، در مسیر زیست مطلوب انسان پیش می رود. این معیارها که در حوزه های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ارزیابی می شوند دارای مختصات، مشخصات و ویژگی های مشخص و تا حدودی تعریف شده هستند. بسیاری از دانشمندان گام نهادن یک جامعه و یک کشور در مسیر توسعه را بر مبنای هر کدام از این معیارها می دانند.

عده ای بر این باورند که اقتصاد زیربنای توسعه است و راه رسیدن جوامع به توسعه همه جانبه ابتدا فائق آمدن بر مشکلات اقتصادی و رشد و رونق اقتصادی است. در مقابل گروهی دیگر از دانشمندان جامعه شناس و دانشمندان علم سیاست، توسعه اجتماعی و سیاسی را زمینه ساز توسعه پویای جوامع می دانند. آنان بر این باورند که توسعه سیاسی، اجتماعی و رشد عقلی جامعه موجب پویایی، نشاط و تکاپوی اجتماع می شود و این تکاپو معیارهای دیگر توسعه را تقویت خواهد کرد. یکی از معیارهای توسعه جوامع، از نگاه همه اندیشمندان، به ویژه جامعه شناسان و عالمان سیاست، رشد، حضور و تنوع رسانه در جوامع امروزی است. رسانه به عنوان ابزار انتقال پیام و ابزار افزایش آگاهی و اطلاع از اوضاع، احوال و اخبار، طبیعتاً موجب رشد عقلی و آگاهی عمومی می شود. صاحب نظران امر رسانه یکی از کارویژه های رسانه را اطلاع رسانی می دانند. اطلاع رسانی به معنی انتقال اطلاعات و اخبار از مراجع و منابع مورد نیاز مردم که با معیشت و رفتار اجتماعی مردم ارتباط دارند از نکات مورد توجه و مهم است. یکی از مقوله های اطلاع رسانی، در حوزه