

احساسات، رسانه و سیاست



Emotions, Media and Politics

Karin Wahl-Jorgensen

Polity Press 2019

Persian translation published by

© Logos Publications 2021



LOGOS

احساسات، رسانه و سیاست

کارن وال-یورگنسن

ترجمه

محسن گودرزی



لوگوس

سرشناسه: وال-یورگنسن، کارن

Wahl-Jorgensen, Karin

عنوان و نام پدیدآور:

احساسات، رسانه و سیاست / کارن وال - یورگنسن: ترجمه محسن گودرزی.

مشخصات نشر: تهران، لوگوس، ۱۴۰۱

مشخصات ظاهری: [۲]، ۲۲۹ ص: ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۷۸۲۵-۱۸-۳

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: Emotions, media and politics, 2019.

یادداشت: کتابنامه: ص. [۲۰۷] - ۲۲۹.

موضوع:

رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های سیاسی

Mass media -- Political aspects

هیجان‌ها -- جنبه‌های سیاسی

Emotions -- Political aspects

شناسه افزوده: گودرزی، محسن، ۱۳۶۳، مترجم

رده‌بندی کنگره: P۹۵/۸

رده‌بندی دیویی: ۳۰۲/۲۳۰۱۹

شماره کتاب‌شناسی ملی: ۸۵۶۸۱۴۴



لوگوس

احساسات، رسانه و سیاست

کارن وال - یورگنسن، ترجمه محسن گودرزی

| | | |
|-----------------------|---------------------|---------------------|
| طراح جلد: مانی خنیاگر | ویراستار: ع. رهنما | |
| شمارگان: ۳۰۰ | شابک: ۹۷۸۶۲۲۷۸۲۵۱۸۳ | چاپ اول: مرداد ۱۴۰۱ |



برای مشاهده اطلاعات بیشتر کد فوق را اسکن کنید و به وبسایت نشر لوگوس بروید.

قیمت: ۱۱۵۰۰۰ تومان

تمامی حقوق این اثر محفوظ است. تکثیر یا تولید مجدد آن کلاً یا جزئاً، به هر شکل اعم از چاپ، فتوکپی،

اسکن، صوت، تصویر یا انتشار الکترونیک بدون اجازه مکتوب از نشر لوگوس ممنوع است.

ایمیل: info@irlogos.com

تماس با مرکز پخش: ۰۹۰۲ ۱۵۴ ۰۰۴۲

فروشگاه برخط لوگوس: www.irlogos.com

ترجمهٔ این اثر را تقدیم می‌کنم به:
آلاء که «احساس» را با «عقلانیت» زندگی درهم آمیخت...؛

فهرست مطالب

| | |
|----------|--------------------------------------------------------------------------|
| ۱..... | قدردانی |
| ۵..... | مقدمه مترجم: چرا احساسات، رسانه و سیاست؟ |
| ۹..... | مقدمه: فهم احساسات در حیات عمومی رسانه‌ای شده |
| ۱۰..... | یک فرهنگ احساسی در حال تغییر؟ |
| ۱۴..... | تعریف احساس |
| ۲۰..... | به سوی تحلیلی ظریف از احساسات |
| ۲۵..... | بررسی اجمالی کتاب |
| ۳۱..... | فصل اول: جدی گرفتن احساس: تاریخ مختصر اندیشه |
| ۳۲..... | غفلت تاریخی از احساسات در حیات سیاسی: تقدیس عقلانیت |
| ۳۵..... | مقاله احساس در دانش آکادمیک سیاست و رسانه‌های خبری |
| ۳۸..... | چرخش عاطفی |
| ۳۹..... | مطالعه احساسات در سیاست رسانه‌ای شده |
| ۴۲..... | احساس و روزنامه‌نگاری |
| ۴۹..... | نتیجه‌گیری |
| ۵۱..... | فصل دوم: احساسات همه جا هست: آئین راهبردی احساساتی بودن در روزنامه‌نگاری |
| ۵۲..... | آئین راهبردی عینی‌گرایی |
| ۵۴..... | فهم جایگاه احساسات در روزنامه‌نگاری |
| ۵۸..... | مطالعه آئین راهبردی احساساتی بودن |
| ۶۳..... | ترسیم آئین راهبردی احساساتی بودن |
| ۷۲..... | روزنامه‌نگاری، هوش احساسی و کار احساسی |
| ۸۱..... | نتیجه‌گیری |
| ۸۳..... | فصل سوم: اعتمادپذیری، همدردی و روایتگری شخصی شده |
| ۸۵..... | اعتبار در روایتگری شخصی شده |
| ۸۷..... | معمولی احساسی به مثابه اعتبار در زندگی سیاسی |
| ۹۱..... | احساس، اعتبار و روایتگری شخصی شده |
| ۹۶..... | همدردی و روایتگری شخصی شده |
| ۱۰۰..... | نامه‌های به سردبیر و خلق یک جامعه محلی |
| ۱۰۱..... | روایت‌های پناهندگان [پایگاه اینترنتی] |

| | |
|----------|------------------------------------------------------------------------|
| ۱۰۴..... | فعالیت هشتگی فمینیستی و خلق ضداجتماعات ترکیبی |
| ۱۰۹..... | نتیجه‌گیری |
| ۱۱۱..... | فصل چهارم: به سوی یک گونه‌شناسی از خشم رسانه‌ای شده |
| ۱۱۱..... | خشم در گفتمان عمومی |
| ۱۱۴..... | بسط گونه‌شناسی از خشم رسانه‌ای شده |
| ۱۱۸..... | مطالعه خشم رسانه‌ای شده در پوشش خبری اعتراض‌ها |
| ۱۳۰..... | تفسیر خشم رسانه‌ای شده |
| ۱۳۲..... | نتیجه‌گیری |
| ۱۳۵..... | فصل پنجم: نظام‌های احساسی در حال تغییر: عوام‌گرایی خشمگین دونالد ترامپ |
| ۱۳۵..... | نظریه‌پردازی درباره عوام‌گرایی و خشم سیاسی |
| ۱۳۸..... | زمینه مشخص برای عوام‌گرایی خشمگین |
| ۱۴۱..... | عوام‌گرایی خشمگین و نظام احساسی در حال تغییر |
| ۱۴۳..... | مطالعه خیزش عوام‌گرایی خشمگین |
| ۱۵۱..... | ۱۰۰ روز نخست رئیس‌جمهور ترامپ خشمگین |
| ۱۵۵..... | نتیجه‌گیری |
| ۱۵۷..... | فصل ششم: سیاست‌علاقه‌مندی: طرف‌داری سیاسی و تغییر اجتماعی |
| ۱۵۸..... | طرف‌داری و سیاست |
| ۱۶۲..... | جنبش طرف‌داری میلی و نیروبخشی به رأی‌دهندگان جوانان |
| ۱۶۷..... | طرف‌داران ترامپ در ردیت و خلق اجتماعی سیاسی |
| ۱۷۶..... | نتیجه‌گیری |
| ۱۷۹..... | فصل هفتم: معماری احساسی رسانه‌های اجتماعی |
| ۱۸۴..... | حیات احساسی جهان مجازی |
| ۱۸۸..... | کالایی‌شدن کار احساسی: تشویق به ابراز [احساسات] مثبت و همسو با جامعه |
| ۱۹۹..... | نتیجه‌گیری |
| ۲۰۱..... | نتیجه‌گیری: نه گزاره درباره احساسات، رسانه و سیاست |
| ۲۱۱..... | یادداشت‌ها |
| ۲۱۳..... | منابع |

قدردانی

این کتاب، بیش از هر چیز، کاری از سر عشق و علاقه است؛ عشقی که گاهی نفس‌گیر و هیجان‌انگیز بود و گاهی مملو از سختی و چالش. شالوده این کتاب طی چندین سال تکامل یافت و رشد کرد و در این مسیر از نظرات بسیاری از همکارانم بهره بردم، همکارانی که برای همیشه سپاسگزار آن‌ها خواهم بود. بهترین محیط سازمانی ممکن را در دانشگاه کاردیف^۱ باتکیه بر خرد و مهربانی دانشمندان برجسته برای به ثمر رسیدن چنین پروژه‌ای داشتم، دانشمندان از جمله و نه محدود به استوارت آلن، لوسی بنت، مایک بری، سیندی کارتر، سایمون کوتل، استیون کوشین، لینا دنسیک، باب فرانکلین، ایناکی گارسیا-بلانکو، راس گارنر، جانت هریس، آرن هینتز، جنی کید، جنی کیزینگر، جاستین لوئیس، کری مور، کایتیونا نونان، جوآنا ردن، ریچارد سامبروک و اندی ویلیامز.^۲

در جاهای دیگر و در طول این سال‌ها همکاران محترم خود را با صحبت‌های بی‌پایان درباره این پروژه آزار دادم. برخی از ایشان که حرف بیشتری برای گفتن داشتند عبارت بودند از: کریس اندرسون، چارلی بکت، جن بیرکز، بولت بلاگارد، تامی بوپس، لیلی چولیارکی، مارک دُز، چریان

1. Cardiff University

2. Stuart Allan, Lucy Bennett, Mike Berry, Cindy Carter, Simon Cottle, Stephen Cushion, Lina Dencik, Bob Franklin, Inaki Garcia-Blanco, Ross Garner, Janet Harris, Arne Hintz, Jenny Kidd, Jenny Kitzinger, Justin Lewis, Kerry Moore, Caitriona Noonan, Joanna Redden, Richard Sambrook and Andy Williams.

جرج، آلفرد هرمیدا، مایکل هیگینز، ریستو کونلیوس، نیکی لیزر، میرکا مادیانو، دونالد متسون، مروی پانتی، زیزی پاپاچارسی، کریس پیترز، پاتریک لی پلیزانس، وریکا راپر، استین استینسن، اینار تورسن، هرمان واسرمن و تامارا ویچگه^۱.

زمانی که کار را شروع کردم، یکی از معدود پژوهشگران این حوزه بودم که فکر می‌کرد جدی گرفتن احساسات در رسانه کاری ارزشمند است. بی‌نهایت خوشحالم که نسل جدیدی از دانشگاهیان را می‌بینم که روی مسائل مرتبط با این میدان تمرکز دارند و مفتخر به بررسی یک سری پژوهش‌های عالی در مقطع دکتری از جمله کارهای لین بارنز، تام دوگ، استفن جوکس، مورگان کیمیچ و جنیفر مارتین^۲ بودم.

من همچنین به‌اندازه کافی خوش‌شانس بودم که توانستم کار خود را پیش ببرم: جدای از این‌که باری بر دوش همکارانم در کاردیف با برگزاری چندین سمینار پیرامون فصول مختلف کتاب گذاشتم، مخاطبان در دانشگاه‌های بن‌گوریون نگف، آکسفورد، ایست آنجلیا، لیدز، لستر، نیوکاسل و وست مینستر^۳ و همچنین کنفرانس‌ها، سمینارها و سمپوزیوم‌های متعدد در سراسر جهان، همگی بازخوردهای مفید، توصیه‌های دوستانه و مهمان‌نوازی‌های همه‌جانبه‌ای برای من به ارمغان آوردند. حضور در دانشگاه‌های گوتنبرگ، موناخ، استکهلم، کپنهاگ و دل‌نورته بارنکیا،^۴ من را در معرض ایده‌هایی جدید قرار داد و فضایی برای تفکر حاصل کرد.

از تیم سردبیری انتشارات پولیتی از جمله آندر دروگان^۵ که در اصل کتاب را سفارش داد، الن مک دونالد-کرامر و مری ساویگر^۶ که آن را به پایان رساندند و جاستین دیر^۷ که ماهرانه دست‌نوشته‌ام را کپی و ویرایش کرد نیز سپاسگزارم.

دیدگاه‌های من به‌وسیله مجموعه‌ای از مطالب منتشرشده در قالب مقاله، فصل‌های

1. Chris Anderson, Charlie Beckett, Jen Birks, Bolette Blaagaard, Tammy Boyce, Lilie Chouliaraki, Mark Deuze, Cherian George, Alfred Hermida, Michael Higgins, Risto Kunelius, Nikki Layzer, Mirca Madianou, Donald Matheson, Mervi Pantti, Zizi Papacharissi, Chris Peters, Patrick Lee Plaisance, Verica Rupar, Steen Steensen, Einar Thorsen, Herman Wasserman and Tamara Witschge

2. Lyn Barnes, Tom Doig, Stephen Jukes, Morgane Kimmich and Jennifer Martin

3. Ben-Gurion University of the Negev, the University of Oxford, the University of East Anglia, the University of Leeds, the University of Leicester, the University of Newcastle and the University of Westminster

4. Gothenburg University, Monash University, Stockholm University, the University of Copenhagen and Universidad del Norte, Barranquilla

5. Andrea Drugan

6. Ellen MacDonald-Kramer and Mary Savigar

7. Justin Dyer

کتاب، پست وبلاگ و مدخل دایرةالمعارف شکل گرفته است. در تمام دوران حرفه‌ای خود درباره رابطه بین احساسات، رسانه و سیاست به روش‌های مختلف نوشته‌ام. به بسیاری از این نوشته‌ها در سراسر کتاب در صورت لزوم ارجاع داده‌ام؛ دیگر نوشته‌هایم به شکل دادن یا تقویت اندیشه‌هایم درباره این موضوع کمک کرده‌اند. بخش‌هایی از فصل دوم نسخه به‌روز شده‌ای مطالعه‌ای است که برای اولین بار در وال-یورگنسن (۲۰۱۳ ب) منتشر شد. فصل چهارم بر اساس نسخه به‌روز شده وال-یورگنسن (۲۰۱۸ ج) است. فصل پنجم نیز از کار منتشر شده وال-یورگنسن (۲۰۱۷ ب، ۲۰۱۸ ب) استفاده کرده است. همچنین فصل هفتم نسخه کوتاه‌شده، به‌روز شده و اصلاح‌شده وال-یورگنسن (۲۰۱۸ الف) است.

ژاکوب وال-باید و ووتر پورتینگا^۱ همراه با تمام دوستانی که از آن‌ها نام بردم، بیشترین بار را به دوش کشیدند. این دو حافظ و نگهبان سلامت عقل و روان من در طول تلاش حماسی‌ام برای نوشتن این کتاب بودند. بزرگ‌ترین تشکر را مدیون آن‌ها هستم.

مقدمه مترجم: چرا احساسات، رسانه و سیاست؟

این روزها وقتی سراغ شبکه‌های اجتماعی می‌رویم با انبوه کاربران فارسی‌زبانی روبرو می‌شویم که عموماً ذیل خبرها و فرسته‌های سیاسی به فحش و ناسزاگویی به افراد، شخصیت‌ها، جریان‌ها و دولت‌ها مشغولند. این احساس «خشم» متراکم مسئله ساده‌ای نیست که بتوان نادیده گرفت یا از کنار آن به‌سادگی گذشت. ماهیت و دلایل ابراز این خشم چیست؟ کارکردهای فردی و جمعی آن کدام است؟ نقش آن در شکل‌دهی سپهر سیاسی ایران چیست؟ اساساً تا چه اندازه می‌تواند جریان‌ساز باشد و به نقش‌آفرینی در دنیای واقعی منتج شود؟ و.... اگرچه خشم به‌عنوان یکی از مهم‌ترین احساسات در عرصه حیات سیاسی رسانه‌ای شده معرفی می‌شود، ولی احساسات مهم در این عرصه فقط به خشم محدود نمی‌شوند. شکل‌گیری فرهنگ‌های مختلف هواداری در رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه توئیتر فارسی نیز موضوع مهم و قابل توجهی در سیاست ایران است.

در بزنگاه‌های سیاسی نظیر انتخابات ریاست‌جمهوری شاهدیم که خیل عظیمی از کاربران به هواداری از یک شخصیت یا کاندیدای خاص می‌پردازند و گفتمان رسانه‌ای مدنظر خود را پیرامون آن شکل می‌دهند. در واقع می‌توان اذعان کرد که احساس «علاقه‌مندی» از دیگر احساسات قابل توجه در فرهنگ سیاسی ایران در عرصه رسانه‌های نوظهور اجتماعی است.

چنین فرهنگ‌های طرف‌داری چگونه شکل می‌گیرد؟ این فرهنگ‌ها در میان کدام گروه‌ها و طبقات اجتماعی عمومیت دارند؟ سازوکارهای رسانه‌ای در شکل‌دهی گفتمان چنین فرهنگ‌هایی چیست؟ نقش فرهنگ طرف‌داری در شکل‌دهی جهت‌گیری‌های سیاسی عامه مردم چیست و چگونه اتفاق می‌افتد؟ و... اگرچه احساسات تأثیرگذار بر حیات سیاسی رسانه‌ای شده به خشم و علاقه‌مندی ختم نمی‌شود، ولی اشاره به همین دو مورد اهمیت آن‌ها را در این عرصه آشکار می‌سازد. با وجود این تفاسیر، منابع فارسی‌زبان به‌ندرت به موضوع احساسات و رسانه از یک سو و احساسات و امر سیاسی از سوی دیگر پرداخته‌اند. از این رو، به‌سختی می‌توان پاسخ سؤالات فوق را در این منابع پیدا کرد و به فهم دقیق و هوشمندانه از نقش‌آفرینی احساسات در حیات سیاسی و رسانه‌ای شده دست یافت. بنابراین راهی نمی‌ماند جز این‌که ادبیات نظری این حوزه را شکل دهیم و آن را قوام بخشیم.

اولین بار در نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران در سال ۱۳۹۸ با کتاب احساسات، رسانه و سیاست (۲۰۱۹) روبرو شدم. عنوان فصل‌ها و موضوعات مطرح شده در آن‌ها بسیار کاربردی و بدیع به نظر آمد. نویسنده سعی داشت تا مسئله‌ای مهم و حیاتی را موشکافی و به حوزه‌ای ورود کند که برای خودِ غرب و اندیشمندان غربی نیز تازگی دارد. احساسات و پیوند آن با رسانه و سیاست موضوعی نبود که بتوان از آن چشم پوشید. بنابراین تصمیم گرفتم این کتاب را به‌هرتقدیر ترجمه و به مخاطبان فارسی‌زبان عرضه کنم. ترجمه این اثر و آثار مشابه مسیر شکل‌دهی ادبیات نظری این حوزه و به دنبال آن راه پژوهش و کارهای عملی در کشور را هموار می‌سازد.

نویسنده کتاب خانم کارن وال-یورگنسن، استاد دانشکده روزنامه‌نگاری، رسانه و فرهنگ دانشگاه کاردیف انگلستان، اثر خود را در نُه بخش شامل یک مقدمه، هفت فصل و یک نتیجه‌گیری تنظیم کرده است. آنچه در بخش‌های مختلف این کتاب با آن روبرو می‌شویم، انبوهی از موضوعات هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی است که نویسنده سعی داشته است تا در نظامی منطقی و با در نظر گرفتن اولویت‌ها به آن‌ها بپردازد. فصل نخست کتاب مشخصاً به این موضوع اختصاص دارد که چرا احساسات ذیل منطق لیبرال دموکراسی مغفول مانده و چرا عقلانیت در طول سال‌های متمادی اجازه عرض‌اندام به احساسات را نداده است. نویسنده در این فصل مهم که در ساحت هستی‌شناختی به بحث می‌پردازد سعی دارد تا مسیر ورود امر

احساسی به عرصه پژوهش‌های رسانه‌ای را موشکافانه ردیابی و به مخاطب ناآشنا با این حوزه عرضه کند.

فصل دوم مشخصاً به حوزه روزنامه‌نگاری می‌پردازد و مسئله عینی‌گرایی و تقابل آن با ذهن‌گرایی و احساس‌گرایی را بررسی می‌کند. این فصل با جستجو در سازوکارهای اعطای جایزه به برخی گزارش‌های مطبوعاتی، از روایتگری احساسی رونمایی می‌کند و به تبیین آن در قالب کلی «آئین راهبردی احساساتی بودن» می‌پردازد. فصل سوم نیز اندکی پا را فراتر می‌گذارد و بررسی گونه‌های روایی سرشار از احساسات را در دستور کار قرار می‌دهد. این فصل صراحتاً به این موضوع می‌پردازد که احساسات چه کاری می‌تواند انجام دهد و چه کارکردی در خلق کنش‌های سیاسی دارد. نویسنده در ادامه و در فصل‌های چهارم و پنجم به طور انضمامی به بررسی احساس خشم به‌عنوان اصلی‌ترین احساس سیاسی می‌پردازد و مصادیق متعددی از انتخابات ایالات متحده آمریکا پیش روی مخاطب قرار می‌دهد. خانم کارن وال-یورگنسن در فصل چهارم تأکید می‌کند که خشم رسانه‌ای شده حائز مؤلفه‌های جمعی و سیاسی است که به طور گفتمانی برساخت شده است و در فصل پنجم بررسی عوام‌گرایی یا پوپولیسم خشمگین را در اولویت قرار می‌دهد. این فصل تقسیم‌بندی منحصربه‌فردی از اشکال خشم مشروع و خشم نامشروع عرضه می‌کند.

فصل ششم کتاب بررسی یک احساس مثبت و پیچیده یعنی علاقه‌مندی را در دستور کار دارد و حرکت‌های هواداری را زیر ذره‌بین می‌برد. باز هم در اینجا مصادیقی از جامعه انگلستان و آمریکا به مخاطب عرضه می‌شود تا درک واقع‌بینانه‌تر و درعین حال ساختارمندی از مسئله حاصل شود. فصل هفتم اما یکی از مهم‌ترین فصل‌های کتاب است، چراکه مخاطب با مسئله معماری پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و نقش آن‌ها در شکل‌دهی احساسات مختلف روبرو می‌شود. این فصل مشخصاً روی فیس‌بوک تمرکز دارد و به نقش معماری این پلتفرم مبتنی بر ایמוجی‌ها یا شکلک‌های آن می‌پردازد. فصل نتیجه‌گیری نیز به درستی گزاره‌هایی را برای پژوهش در عرصه احساسات، رسانه و سیاست عرضه می‌دارد.

نویسنده کتاب خانم کارن وال-یورگنسن سعی داشته است تا در سراسر کتاب روشمند عمل کند. بنابراین مخاطب به‌سادگی با روندهای پژوهشی نویسنده در مسیر رسیدن به بینش‌های مرتبط با احساسات، رسانه و سیاست آشنا و همراه می‌شود. قلم نویسنده نیز فاقد

پیچیدگی و مغلق‌گویی است و نگاه دقیق و ساختاریافته ایشان در مواجهه با موضوعات مختلف کتاب کاملاً مشهود است. تأکید می‌کنم که در ترجمه این اثر وفادار به متن کتاب و مضامین مختلف آن بوده‌ام و چیزی از آن کم یا به آن اضافه نکردم. سعی من بر آن بوده است که ضمن این وفاداری، ترجمه‌ای هرچه ساده‌تر و روان‌تر به مخاطبان فارسی‌زبان تقدیم کنم. این اثر به خوبی می‌تواند مورد استفاده مخاطب عام و خاص قرار گیرد. به بیان دقیق‌تر مخاطب غیردانشگاهی و علاقه‌مند به سیاست می‌تواند از توصیفات و تبیین‌های کتاب در جهت آشنایی بیشتر با بُعد احساسات بهره‌برد و فهم دقیق‌تری از چستی برخی رویکردهای کاربران در فضای رسانه‌ای کشور به دست آورد. مخاطب دانشگاهی نیز به‌ویژه در رشته‌هایی نظیر علوم سیاسی، علوم ارتباطات و حتی روان‌شناسی می‌تواند از بینش‌ها، گزاره‌ها، نظریه‌ها و نیز سازوکارهای روش‌شناختی کتاب بهره‌برد و با این حوزه ناشناخته و درعین حال ضروری آشنا شود. قطعاً این میدان آن قدر جذابیت خواهد داشت که احتمالاً برخی از ایشان را به مذاقه و پژوهش در آن ترغیب سازد، برای این منظور فصل نتیجه‌گیری که حاوی نکات و دستورات عمل‌های پژوهشی است به کار خواهد آمد.

در پایان از خانم کارن وال-یورگنسن سپاسگزارم که نسخه الکترونیکی کتاب را در اختیارم گذاشت. قدردانی دیگرم را تقدیم همسرم نرگس و دخترم آلاء می‌کنم که با همراهی و همدلی خود رضایت دادند تا مختصر وقتی را که متعلق به ایشان بود، مصروف ترجمه این اثر کنم. امیدوارم احساسات، رسانه و سیاست بتواند نقش خود را در راستای اعتلای دانش و بینش ارتباطات در ایران ایفا کند و این حوزه نظری مهم و حیاتی را به دغدغه پژوهشگران و عالمان میدان‌های علوم ارتباطات، علوم سیاسی و سایر رشته‌ها بدل سازد، ان‌شا... خداوند متعال را شاکرم که نعمت سلامتی و تعقل را به این کمترین عطا کرد تا نقشی هرچند کوچک و ناقابل در پیشبرد معرفت و تعالی ایران عزیز داشته باشم.

محسن گودرزی - شهریور کرونایی هزار و چهارصد هجری شمسی