



واکاوی نقش دیپلماسی رسانه‌ای در قدرت داخلی و روابط بین‌المللی کشورهای در حال توسعه

مهدی حاجی احمدی^۱

نازنین ملکیان*^۲

نوع مقاله: علمی- پژوهشی

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۰۷/۲۸

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۲/۰۴

^۱. دانشجوی دکتری رشته علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

mahdihajiahmadi5970@gmail.com

^۲. *نویسنده مسئول؛ دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

nz.malekian@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش دیپلماسی رسانه‌ای در تقویت قدرت داخلی و همچنین توسعه روابط بین‌المللی و با رویکرد استقرایی به انجام رسیده است. روش مورد استفاده، نیز روش تحقیق آمیخته است. در راستای شناسایی مولفه‌های تبیین‌گر موضوع، تعداد ۳۲ شاخص براساس مطالعات نظری و اسنادی احصاء گردید و سپس با کمک روش دلفی مورد تدقیق قرار گرفت و نهایتاً طی دو مرحله اجرای دلفی، ۱۴ شاخص نهایی تبیین‌گر متغیرهای پژوهش تعیین و مورد پیمایش قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل دو گروه؛ ۱- سیاستگذاران و مدیران ۲- متخصصین و صاحب‌نظران بوده، که برای گروه اول ۱۷۰ نمونه به روش تصادفی و در خصوص گروه دوم نیز، ۲۰ نمونه بر اساس معیار اشباع نظری انتخاب و به ترتیب با ابزارهای پرسشنامه محقق‌ساخته و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، مورد مطالعه قرار گرفتند. نتایج نشان داد؛ از نظر جامعه مورد مطالعه؛ تعامل و هماهنگی رسانه ملی و سیاست خارجی تأثیر بسیار پررنگی بر مولفه‌های نظام حکمروایی موجود و نظم اجتماعی می‌تواند داشته باشد. ضمن اینکه، سایر شاخص‌های تبیین‌کننده متغیرهای مورد مطالعه ارتباط معناداری با هم نداشته‌اند. همچنین تمامی شاخص‌های تبیین‌گر متغیرهای "دیپلماسی رسانه‌ای" و "روابط بین‌المللی" روابط معناداری با سطوح همبستگی متوسط و قوی وجود داشته و تنها در بین شاخص‌های "بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگ و هنر در راستای دیپلماسی رسانه‌ای" و "روابط علمی و تکنولوژی"، همبستگی قابل ملاحظه‌ای مشاهده نشده و ارتباط بین آنها معنادار نبوده است.

• واژگان کلیدی

رسانه، دیپلماسی رسانه‌ای، قدرت داخلی، روابط بین‌المللی، توسعه، کشورهای در حال توسعه

مقدمه و بیان مسئله

یکی از مشخصه‌های عصر حاضر، انقلاب اطلاعات و شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی است. جامعه اطلاعاتی جامعه‌ای است که در آن، کاربردهای فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در زمره بدیهیات قرار گرفته و از نخستین ویژگی‌های اینگونه جوامع، ایجاد تحول در ارزش‌های فرهنگی، اخلاقیات، و آداب و رسوم را می‌توان برشمرد.

در جوامع اطلاعاتی، ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، به عنوان سکوها و اهرم‌هایی برای تغییرات اجتماعی مدنظرند. جامعه اطلاعاتی به اطلاعات، فناوری یا دانش خلاصه نمی‌شود. بلکه خود فناوری در شبکه‌ای از کنش‌های اجتماعی معنادار معنا می‌یابد و تغییرات فنی بدون ملاحظه تغییرات اجتماعی قابل درک و فهم نیست. از این رو، فناوری‌های جدید اطلاعاتی و اقتصاد جدید منعکس کننده سطح دیگری از تعاملات اجتماعی است (تومی، ۲۰۰۴: ۱۱).

توسعه و تحول روزافزون فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی و شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی، منجر به شکل‌گیری شکل تازه‌ای از دیپلماسی با عنوان دیپلماسی رسانه‌ای شده است. گیلبوا، معتقد است دیپلماسی رسانه‌ای نیازمند همکاری تنگاتنگ بین مقامات رسمی و رسانه‌ها است (گیلبوا، ۱۳۸۸: ۹۴). به اعتقاد وی، دیپلماسی رسانه‌ای شامل استفاده رسانه‌ها توسط رهبران، به منظور تبیین منافع خود در مذاکرات؛ اعتمادسازی و بسیج حمایت از توافقات است. با توسعه شبکه‌ها و رسانه‌های ارتباطی جهانی، پارادایم سیاسی از جهان ژئوپلتیک مدرن به سوی پسامدرن تصاویر و نشانه‌ها تغییر یافته است. شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند، و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشم‌گیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۵۴۴). در همین ارتباط، برخلاف گذشته که درک جوامع از خودشان دارای اهمیت بود، اکنون درک دیگر جوامع از هر جامعه بسیار حیاتی و پراهمیت است. لذا نشان یا تصویر یک کشور عبارت است از آنچه مردم دیگر کشورها در مورد آن فکر و احساس می‌کنند.

رسانه‌های جهانی به ویژه رسانه‌های گفتمان‌ساز و جریان‌ساز جهانی، عملکردهای بسیار متنوعی را تا به امروز به صحنه سیاست و سیاست خارجی کشانده‌اند. آنها بیش از هر چیز امکان بازی‌های متنوعی را در صحنه سیاست داخلی، دیپلماسی و سیاست خارجی برای رهبران، سیاستگذاران، مقامات و دیپلمات‌ها فراهم آورده‌اند. این رسانه‌ها در عین آن که گاهی محدودیت‌هایی را به رهبران، مقامات و دیپلمات‌ها تحمیل می‌کنند؛ در عین حال فرصت‌ها و

امکانات شگفت‌انگیزی را برای پیشبرد مقاصد خود و کشورهايشان در اختیار آن‌ها قرار داده‌اند. (گیلبوا، ۲۰۰۲)

دیپلماسی رسانه‌ای، در کنش‌های متقابل بین‌المللی، توانایی و قابلیت مساوی را به همه دولت‌ها اعطا می‌کند و به ویژه به بازیگران کوچک‌تر توان و ابزاری برای جبران تاخر قدرت سخت خود اعطا می‌کند. بسیاری از تصمیم‌گیران سیاست خارجی و طراحان فرآیندها و سناریوهای دیپلماتیک؛ به این دیپلماسی، به عنوان ابزاری برتر برای پیروزی بر قلب‌ها و پوییدن راهی که دولت‌ها برای دستیابی به اهداف خود بیشتر و بیشتر به آن وابسته می‌شوند، می‌نگرند (خرازی آذر، ۱۳۸۷: ۲۶). دسترسی بیشتر به رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های جهانی گفتمان‌ساز و جریان‌ساز، دسترسی به قدرت بیشتر نفوذ برای سیاستمداران و نخبگان فکری سیاست خارجی را به همراه دارد. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۵۵۱). وسایل ارتباط جمعی مرزهای اقلیمی و جغرافیایی را از دایره قدرت دولت‌ها و حکومت‌ها خارج ساخته و حصارهای فرهنگی را در هم ریخته‌اند. فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی از طریق واگذاری قدرت حکومت‌ها به گروه‌ها، سازمان‌ها و افراد، زمینه رشد و ظهور رقباى جدیدی را در بستر جامعه فراهم کرده‌اند که با حرکت در فضای سیال گونه مجازی، روز به روز قدرتمندتر می‌شوند. شرکت‌های چندملیتی، سازمان‌های فراملی، سازمان‌های تروریستی و جنایی، جنبش‌های انقلابی و اجتماعی از جمله این رقبا و کنشگران به شمار می‌آیند (سجادپور و مهدی زاده، ۱۳۹۳).

شرایط و رقابت در فضای رسانه‌های پیچیده جهانی موجب شده برخی کشورها برای تسلط بر افکار عمومی جهانی و تسهیل همکاری و تعریف مناسب از جایگاه خود و نحوه ارتباط با دیگران و در نتیجه، کسب وجهه و اعتبار بین‌المللی، سازوکارها و پروژه‌های مختلفی برای استفاده از توانمندی‌ها و قابلیت‌های جدید رسانه‌ای و مواجهه با چالش‌ها، تدوین و طراحی کنند. در این فضای جدید رسانه‌ای در عصر ارتباطات و اطلاعات، دیپلماسی رسانه‌ای به عنوان یکی از مهمترین ابزارهای مبادلات سیاسی و تعامل بین کشورها در سطح جهانی مطرح می‌شود که بخش مهمی از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند جهانی را به خود اختصاص داده است. با پیچیده شدن وضعیت قدرت در فضای سایبر بخش وسیعی از جمعیت داخل کشورها و خارج از آن به قدرت دسترسی پیدا می‌کنند که پایه و اساس این قدرت مبتنی بر دانش و اطلاعات است. البته برخی اندیشمندان مانند «نای» به لغو کامل حاکمیت و منسوخ شدن سلطه دولت‌ها در جغرافیای ملل تحت تأثیر فضای مجازی اعتقادی ندارند؛ اما بر

پراکندگی قدرت در فضای سایبر و کاهش کنترل دولت‌ها بر ابعاد قدرت در فضای سایبر تأکید دارند. بر این اساس، دولت‌ها به عنوان بازیگر اصلی در صحنه جهانی باقی خواهند ماند و دیپلماسی در سطح داخل و یا روابط بین‌الملل تعیین کننده رفتار آنها در مواجهه با بازیگران یا قدرت‌های جدیدی خواهد بود که به کمک فضای سایبر در فضای حقیقی نقش آفرینی می‌کنند. بر همین اساس و با توجه به اهمیت این موضوع، مقاله حاضر در صدد است تا نقش دیپلماسی رسانه‌ای را در قدرت داخلی و همچنین روابط بین‌المللی کشورهای در حال توسعه و معنی داری و شدت روابط بین متغیرهای موصوف را مورد بررسی قرار دهد. با توجه به اینکه کشور ما، به عنوان یک کشور در حال توسعه، در زمینه دیپلماسی رسانه‌ای نسبتاً نوپا بوده و علی‌رغم برخی اقدامات مانند ایجاد شبکه‌های تلویزیونی برون مرزی، نتوانسته است، آنچنان که بایسته است از این ظرفیت در راستای اهداف توسعه‌ای بهره‌گیری نماید. از این رو بررسی این موضوع به صورت علمی و نظام مند، و تبیین نقش دیپلماسی رسانه‌ای در تقویت قدرت داخلی و همچنین توسعه روابط بین‌المللی می‌تواند یاری‌گر تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان ملی در اتخاذ سیاست‌های کارآمد و اثربخش باشد.

سوالات پژوهش

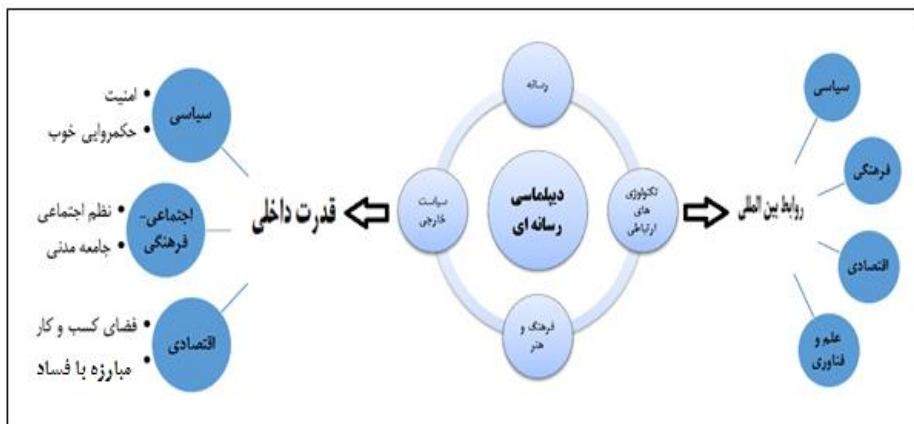
چه رابطه‌ای بین دیپلماسی رسانه‌ای و قدرت داخلی در کشورهای در حال توسعه وجود دارد؟
 چه رابطه‌ای بین دیپلماسی رسانه‌ای و روابط بین‌المللی در کشورهای در حال توسعه وجود دارد؟
 آیا از نظر شدت ارتباط میان متغیر دیپلماسی رسانه‌ای و متغیرهای قدرت داخلی و روابط بین‌المللی، تفاوت معناداری وجود دارد؟

مدل مفهومی پژوهش^۱

مدل مفهومی، بازنمایی یک سیستم با استفاده از عوامل تشکیل‌دهنده و الگوی روابط علی میان عوامل است. در روش پژوهش علمی بحث مدل مفهومی در کانون توجه قرار دارد. به‌طور کلی مدل، به چارچوب و الگویی اطلاق می‌گردد که روابط بین متغیرها، مفاهیم و یا اجزاء یک سیستم را نشان می‌دهد. بنابراین، برای درک مدل مفهومی پژوهش، روابط بین متغیرهای مورد مطالعه و چگونگی آن در قالب مدل مفهومی زیر قابل تبیین است؛

^۱. Conceptual model

شکل ۱ - مدل مفهومی ارتباط متغیرهای پژوهش



منبع: ترسیم نگارنده

همانگونه که در مدل مفهومی پژوهش ملاحظه می‌گردد؛ این پژوهش به دنبال تحلیل و ارزیابی نقش دیپلماسی رسانه‌ای بر قدرت داخلی و روابط بین‌المللی کشورهای در حال توسعه می‌باشد. بصورت تئوریک، "دیپلماسی رسانه‌ای" به عنوان متغیر مستقل در این پژوهش، حاصل کنش متقابل عناصر متعددی همچون؛ رسانه، سیاست خارجی، تکنولوژی‌های ارتباطی در یک بافت فرهنگی و هنری خاص می‌باشد و "روابط بین‌المللی" و "قدرت داخلی" نیز به عنوان متغیرهای وابسته پژوهش، دارای ابعاد مختلف اجتماعی - فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و ... می‌باشند که هر بعد نیز با شاخص‌های مختلفی قابل سنجش است و در این پژوهش با روش دلفی به تدقیق شاخص‌های مورد نظر خواهیم پرداخت.

پیشینه پژوهش

در زمینه موضوعی پژوهش حاضر مطالعات مختلفی صورت گرفته است که هر کدام به نحوی با بخشی از موضوع این پژوهش همپوشانی دارد. در ادامه به اختصار برخی از این مطالعات را مرور می‌کنیم؛ ابوالقاسمی و همکاران (۱۴۰۰)، در مقاله‌ای با عنوان واکاوی نقش رسانه‌ها در افزایش قدرت نرم ایالات متحده آمریکا، دریافته‌اند؛ مهمترین هدف آمریکا از گسترش این رسانه‌ها در جهت افزایش قدرت نرم خود، پیشبرد سیاست خارجی و ترویج ارزشهای آمریکایی مانند لیبرالیسم

است تا کشورها را هم‌شکل و نظام سیاسی و بافت اجتماعی آنها را شبیه خود نماید. خسروی و همکاران (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای با عنوان دیپلماسی عمومی جدید؛ بسترساز قدرت دیپلماسی رسانه‌ای، به بررسی مقوله دیپلماسی پرداخته‌اند، لیکن با توجه به فقدان روش شناسی علمی نتوانسته‌اند به نتایج قابل اتکایی دست یابند. رنجبر حیدری و همکاران (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای به بررسی نقش شبکه خبری الجزیره در دیپلماسی رسانه‌ای قطر پرداخته‌اند و نتیجه گرفته‌اند؛ با حضور مؤثر رسانه‌ها در عرصه بین‌الملل، دیپلماسی سنتی متحول شده است. دولت قطر با وقوف به اهمیت عصر ارتباطات به خوبی کوشیده تا کاستی‌های ناشی از محدودیت‌های ژئوپلیتیکی خود را با بهره‌مندی مناسب از این فضا در قالب استفاده از شبکه خبری الجزیره و شهرک رسانه‌ای دوحه جبران نماید. نعمتی و بزرگمهری (۱۳۹۰)، در مقاله خود با عنوان؛ تاثیر دیپلماسی رسانه‌ای بر سیاست خارجی: تبیین راهکارها، به ذکر پیشنهادها و تحلیل‌های شخصی نویسندگان و یافته‌های پژوهش‌های دیگر پرداخته و نتیجه قابل استنادی ارائه نداده‌اند. سایر مطالعات صورت گرفته، در زمینه موضوع مورد مطالعه به شرح ذیل می‌باشند؛

جدول شماره ۱ - یرخی از مطالعات صورت گرفته مرتبط با موضوع مورد مطالعه

عنوان پژوهش	پژوهشگر	سال	یافته‌ها
قدرت نرم و بازیگران غیردولتی	زندى و میرکوشش	۱۴۰۲	تضاد بین بازیگران غیردولتی و دولت‌های ملی به دلیل منافع و اهداف متفاوت، چالش حاکمیت دولت‌ها، عدم تقارن قدرت، رقابت برای نفوذ، اختلاف بر سر منابع و دسترسی، و تفاوت در قدرت و نفوذ به وجود می‌آید.
رسانه‌های نوین ابزار قدرت نرم در دیپلماسی دولت‌ها	تقوی رضانی و همکاران	۱۴۰۲	رسانه‌های نوین تأثیر مثبت و معناداری در رابطه بین قدرت نرم و دیپلماسی دارد و نقش رسانه‌های نوین میانجی‌گری کامل انتقال قدرت به دیپلماسی است.
تأثیر سازمان‌های غیردولتی و استفاده آنها از قدرت نرم در	هارد	۲۰۲۰	به این موضوع می‌پردازد که چگونه سازمان‌های غیردولتی روابط خود را با دولت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی برای پیشبرد برنامه‌های خود هدایت می‌کنند.

<p>عملکرد رسانه نه به عنوان ارگان یک حزب سیاسی بلکه با عنوان رسانه‌های آزاد و مستقل، روند توسعه سیاسی در جوامع مختلف را شتاب بخشیده‌اند و اصولاً وجود چنین رسانه‌هایی از شاخص‌های مهم توسعه سیاسی قلمداد می‌شود.</p>	<p>۱۳۹۶</p>	<p>خواجه سروی و سهراب زاده</p>	<p>سیاست رسانه و شخصیت زدایی قدرت</p>
<p>در پرتو فضای مجازی که در نتیجه فناوری‌های نوین اطلاعاتی به وجود آمده است، مفهوم قدرت ابعاد وسیع تری پیدا کرده است که در این میان بعد فرهنگی و نرم افزاری آن تبدیل به مسئله محوری روابط بین‌الملل گشته است.</p>	<p>۱۳۹۵</p>	<p>پوردست، و همکاران</p>	<p>دگرگونی مفهوم قدرت در پرتو فناوری نوین اطلاعاتی - ارتباطی</p>
<p>از نظر آنها، فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی با شکستن انحصار دولت‌ها در تعاملات بین‌المللی، افزایش توان ارتباطی بازیگران غیردولتی، تأثیرگذاری دولت‌ها بر افکار عمومی کشورهای دیگر و تغییر دیپلماسی از رئال به مجازی، زمینه شکل‌گیری اشکال جدید دیپلماسی را فراهم ساخته است.</p>	<p>۱۳۹۵</p>	<p>صدرپور، جمشیدی</p>	<p>بررسی سازوکار نوین دیپلماسی عمومی بر مبنای نظریه قدرت نرم جوزف نای</p>
<p>دسترسی بیشتر به رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های جهانی گفتمان‌ساز و جریان‌ساز، دسترسی به قدرت بیشتر نفوذ برای سیاستمداران و نخبگان فکری سیاست خارجی را به همراه دارد. دیپلماسی رسانه‌ای از این قدرت نامحسوس بهره می‌گیرد.</p>	<p>۱۳۹۴</p>	<p>خرازی آذر</p>	<p>درک مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای: رسانه‌ها به مثابه بازیگران نوین دیپلماتیک</p>
<p>نشان می‌کند که چگونه بازیگران غیردولتی مفاهیم سنتی حاکمیت دولت را به چالش می‌کشند. استدلال او حول این ایده است که اگرچه دولت‌ها مدعی حاکمیت مطلق هستند؛ اما اغلب با بازیگران غیردولتی همکاری و تعامل می‌کنند و از این طریق «نفاق سازمان یافته» حاکمیت را در امور جهانی آشکار می‌کنند.</p>	<p>۲۰۱۳</p>	<p>کراسنر</p>	<p>به رسمیت شناختن نفاق سازمان یافته</p>

مفاهیم و چارچوب نظری

جامعه اطلاعاتی

اصطلاح جامعه اطلاعاتی، بازگوکننده توسعه تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و تجدید سازمان جامعه، پیرامون جریان اطلاعات است. ظهور جامعه اطلاعاتی مقارن با چند تحول مرتبط به هم از جمله؛ جهانی شدن، ظهور اقتصاد مبتنی بر دانایی و توسعه و کاربرد عمیق شبکه‌های ارتباطی و پیام‌های دیجیتال است (محسنی، ۱۳۸۰: ۹).

در جامعه اطلاعاتی، علاوه بر اینکه داده‌ها و اطلاعات در بانک‌های اطلاعاتی وجود دارند، در میان مردم هم جریان می‌یابند و بر زندگی روزمره آنها اثر می‌گذارند و الگوهای تولید و توزیع اطلاعات در اینگونه جوامع بی شباهت با الگوهای تولید و توزیع قدرت و ثروت در جامعه صنعتی نیستند (تومی، ۲۰۰۴: ۴).

از نخستین ویژگی‌های جوامع اطلاعاتی ایجاد تحول در ارزش‌های فرهنگی، اخلاقیات، و آداب و رسوم است. آنچه همزمان با پیدایش و توسعه جوامع اطلاعاتی در دنیا مطرح شده تحمل و مدارای فرهنگی است که ناشی از شناخت بیشتر است. با فزونی شناخت در حوزه آگاهی‌های فرهنگی، ساختار ارزشی و در نتیجه اخلاقیات و آداب و رسوم به گونه بارزی متحول می‌شود. در حقیقت آنچه در حال وقوع است توسعه و تعامل گسترده فرهنگ‌هاست و نادیده انگاشتن آثار بالقوه یکسویگی جریان جهانی اطلاعات ممکن است پیامدهای ناگواری به دنبال داشته باشد.

دانیل بل (۲۰۱۱)، جامعه اطلاعاتی را به عنوان فراصنعت‌گرایی معرفی می‌کند و معتقد است، اهمیت اطلاعات و آگاهی برای جامعه فراصنعتی، هم از نظر کمی و هم کیفی، تعیین کننده است. از یک سو ابعاد فراصنعت‌گرایی به کاربرد فزاینده اطلاعات می‌انجامد و از سوی دیگر بل، ادعا می‌کند که: در جامعه فراصنعتی، تغییری کیفی آشکار است. به عبارت دیگر، در جامعه فراصنعتی، تنها فزونی اطلاعات مطرح نیست، بلکه نوع متفاوتی از اطلاعات جریان دارد (Bell, 1979: 211).

مانوئل کاستلز از نظریه پردازان سرشناس در باب جامعه اطلاعاتی، در کتاب معروف خود با عنوان "شهر اطلاعاتی" می‌گوید توسعه شبکه‌های تکنولوژی اطلاعاتی در سراسر جهان، اهمیت جریانهای اطلاعاتی را برای سازماندهی اجتماعی و اقتصادی افزایش و در عین حال اهمیت نقاط خاص جغرافیایی را کاهش می‌دهد (Castells, 1997). ضمن اینکه ایجاد شبکه‌های

اطلاعاتی باعث تمرکززدایی از بسیاری از جنبه‌های سازماندهی اجتماعی و اقتصادی همراه با تمرکز در تصمیم‌گیری می‌شود.

جامعه شبکه‌ای

به اعتقاد مانوئل کاستلز، جامعه شبکه‌ای محصول همگرایی سه فرایند تاریخی مستقل است. این سه فرایند عبارتند از؛ ۱ - انقلاب تکنولوژی اطلاعات؛ ۲ - بحران‌های اقتصادی سرمایه‌داری و دولت‌سالاری و تجدید ساختار متعاقب آنها؛ و ۳ - شکوفایی جنبش‌های اجتماعی فرهنگی، همچون آزادی‌خواهی، حقوق بشر، فمینیسم و طرفداری از محیط‌زیست. تعامل میان این فرایندها و واکنش‌هایی که به آن دامن زدند، یک ساختار نوین اجتماعی مسلط، یعنی جامعه‌ی شبکه‌ای؛ یک اقتصاد نوین، یعنی اقتصاد اطلاعاتی؛ و یک فرهنگ نوین، یعنی فرهنگ شبکه‌ای را به عرصه‌ی وجود آورد. منطق نهفته در این اقتصاد، این جامعه و این فرهنگ، زیربنای کنش و نهادهای اجتماعی در سرتاسر جهانی به هم پیوسته است (کاستلز، ۱۳۸۵: ۴۱۷). برخی از ویژگی‌های اصلی جامعه شبکه‌ای که مرتبط با مقوله دیپلماسی رسانه‌ای و روابط بین‌المللی می‌باشد، به اجمال عبارت است از:

فرهنگ واقعیت مجازی: فرهنگ عصر اطلاعات در چارچوب انتقال نمادها شکل می‌گیرد. این فضای مجازی، فضای اصلی تعامل‌های معرفتی را کم و بیش در اختیار می‌گیرد.

سیاست بر بال رسانه: در فضای مسلط فرهنگ متکی به واقعیت مجازی، بازیگران سیاسی ناگزیرند از رسانه‌های حامل نهادها به صورت تمام عیار بهره‌برداری کنند. پیامی که در عرصه سیاست انتقال پیدا می‌کند، صورتی ساده به خود می‌گیرد.

زمان بی‌زمان و فضای جریان‌ها: مفاهیم زمان و مکان معانی تازه‌ای پیدا کرده‌اند که با معانی سنتی آن تفاوت دارد. انتقال آنی اطلاعات، داده‌ها، فواصل زمانی را از میان برداشته است و نظم طبیعی دوران قدیم یا جهان صنعتی را به کلی دگرگون ساخته است.

جامعه شبکه‌ای در ساختار غالب خود، عالم را به دو قطب کلی، اعضای شبکه و محرومان از عضویت در شبکه، تقسیم می‌کند. در درون شبکه سرمایه با سرعت و در حجم زیاد از نقطه‌ای به نقطه دیگر منتقل می‌شود و نظارت‌ها و کنترل‌های محلی را بی اثر می‌سازد. دولت‌های ملی که در شرایط متعارف نماینده اراده و حاکمیت ملی و تمامیت ارضی هستند، از یک سو چنان تضعیف می‌شوند که توانایی کنترل اطلاعات یا سرمایه را در درون مرزهای خود از دست می‌دهند، و از سوی دیگر، چنان اهمیتی می‌یابند که می‌توانند بحران‌های بزرگ قومی و نژادی پدید آورند.

کاستلز در همین ارتباط به طرح مفهوم «جهان چهارم» می‌پردازد که در همه جای کره زمین، از افریقای فقرزده گرفته تا گنوه‌های گسترش یافته در شهرهای بزرگ کشورهای ثروتمند غربی و تا حلبی‌آبادها و حصیرآبادها در آسیا و امریکای لاتین می‌توان حضور آن را به روشنی مشاهده کرد.

دیپلماسی رسانه‌ای؛ به مثابه تعامل رسانه‌ها و سیاست خارجی

این مفهوم از دو جزء "دیپلماسی" و "رسانه" تشکیل شده در تعریف دیپلماسی باید گفت که: ریشه لغوی دیپلماسی از واژه یونانی "دیپلما" به معنی کاغذ لوله شده یا تاخورده، گرفته شده است. توضیح اینکه؛ تا اواخر قرن ۱۸، دیپلماسی به علم مطالعه اسناد و مدارک گفته می‌شد و از آن پس به علم اداره روابط بین‌المللی اطلاق شد. در واقع دیپلماسی، کوششی است که یک بازیگر بین‌المللی برای مدیریت و حل و فصل اختلافات محیط بین‌الملل از طریق کار با یک بازیگر بین‌المللی دیگر به کار می‌گیرد. (ظریف، ۱۳۸۷، ص ۱۹۶).

همچنین در تعریف رسانه گفته می‌شود که از نظر لغوی رسانه (Medium) و نیز Media (رسانه‌ها) به معنی "رساندن" است و در ساده‌ترین و عمومی‌ترین تعریف آن به معنای ابزار و وسیله نقل و انتقال اخبار و اطلاعات است و از ترکیب این دو واژه، مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای ساخته شده است.

ابو (۱۹۹۶)، دیپلماسی رسانه‌ای را هرگونه استفاده از رسانه‌ها در جهت بیان و ترویج سیاست خارجی توصیف می‌کند (Ebo, 1996: 44). به عبارتی دیپلماسی رسانه‌ای به مجموعه سازوکارهایی اطلاق می‌شود که از طریق آن می‌توان بخشی از سیاست‌ها را بر مردم، احزاب، سیاستمداران، گروه‌ها، نهادها، سازمانهای بین‌المللی و حتی دیگر دولت‌ها اعمال نمود. دیپلماسی رسانه‌ای به صورت عام به معنای به کارگیری رسانه‌ها برای تکمیل و ارتقای سیاست خارجی است. به عبارتی دیپلماسی رسانه‌ای کاربرد رسانه‌ها به طور ویژه در ترقی و روان سازی سیاست خارجی است (Gilboa, 2002).

اما پراساد (۲۰۰۲)، دیپلماسی رسانه‌ای را به عنوان نقشی که رسانه‌ها در فعالیت‌های دیپلماتیک میان کشورها بازی می‌کنند تعریف کرده است (Prasad, 2002: 122). تیلور (۱۹۹۷)، نیز معتقد است؛ دیپلماسی رسانه‌ای را باید هنر ایجاد ارتباط میان کشورها، حل و فصل مناقشات و تعارضات محیط بین‌الملل و اقتناع جوامع دیگر از طریق رسانه‌های جهانی دانست (Taylor, 1997: 83).

رسانه‌ها معمولاً به سرعت در دسترس هستند و دامنه گسترده‌ای از مسائل را نسبت به دیگر منابع از قبیل منابع رسمی پوشش می‌دهند. به عقیده کوهن حتی گزارش‌های مربوط به رویدادهای مهم، توسط رسانه‌ها شکل می‌گیرند (Zhang, 2010: 236). در واقع این موضوع خود به یکی از مهمترین چالش‌های نهادهای دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها، در جامعه شبکه‌ای مبدل گشته است. بطوریکه، گسترش اطلاعات از طریق فناوریهای نوین ارتباطاتی و رسانه‌های نوین، روابط بین دولت‌ها در عرصه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی را که سابقاً توسط دیپلمات‌ها انجام می‌گرفت، را به روابطی چند بعدی تبدیل کرده است که در آن بیشترین تلاش نهادهای دیپلماتیک و سیاست خارجی در راستای برقراری روابط با ملت‌ها، از طریق رسانه‌ها صورت می‌پذیرد.

در دوران جدید و پیشرفت علم و فناوری در شکل دیپلماسی تغییراتی عمده شکل گرفته است. در دیپلماسی نوین به جای دستکاری واقعیت‌ها به تولید واقعیت می‌پردازند. بازیگران سعی می‌کنند با استفاده از رسانه‌ها و فناوری‌های نوین، "تصویری مجاز" از رقیبان خود تولید نمایند که امکان جایگزین شدن با واقعیت را داشته باشد. بدین ترتیب "واقعیت‌های مجازی" شکل می‌گیرند که از یکسو "مجازند"، زیرا با آنچه در جهان خارج است، منطبق نیستند، و از سوی دیگر بهره‌ای از واقعیت دارند، چون عمده افکار عمومی و تصمیم‌گیران آن‌ها را پذیرفته‌اند و بر اساس آن تحلیل و حتی اقدام می‌نمایند. (پیشگامی فرد، ۱۳۹۰: ۲۰۴). عملکرد دیپلماسی عمومی به گونه‌ای است، که دولت‌ها نیازمند ایجاد شبکه ارتباطات حرفه‌ای و گسترده‌ای هستند. پیامی که این شبکه به مخاطب خارجی می‌رساند، نشان دهنده هویت و طرز فکر عامه یک کشور است و همواره باید ابعاد سازگاری و استمرار را در خود داشته باشد. بهره‌گیری از رسانه کارآمد در بحث دیپلماسی عمومی، بسیار با اهمیت است. رسانه‌ها با قدرت نفوذ فوق‌العاده خود در جوامع گوناگون، قادرند تصویر مثبت یا منفی از یک کشور را در جهان خلق کنند. این مسئله باعث شده تا مدیریت رسانه‌ها مورد توجه خاص دولت‌ها قرار گیرد (Sheafer and Gabay, 2009: 445).

سیاست رسانه‌ای، تمام دنیای سیاست نیست اما تمام سیاست‌ها باید از طریق رسانه‌ها بر فرایند تصمیم‌گیری اثر بگذارند. بدین ترتیب، منطق درونی نظام رسانه‌ها، به خصوص رسانه‌های نوین الکترونیک، چارچوب اساسی محتوا، سازمان، فرایند و رهبری دنیای سیاست را تشکیل می‌دهند. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۳۸۲).

مفهوم قدرت و قدرت داخلی

قدرت، در ادوار مختلف تاریخی تحت تأثیر ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مفاهیم متفاوتی را به خود دیده است، اما آنچه در این پژوهش حائز اهمیت است، نگاه متأثر از اندیشه‌های پست مدرن به قدرت است. در همین ارتباط، میشل فوکو بیشترین توجه فلسفی خود را بر مفهوم و ماهیت آن قرار داده است. فوکو برخلاف تفکر مدرن، قدرت را به عنوان چیزی در تملک اعمال کنندگانش در نظر نمی‌گیرد. فوکو در «انضباط و مجازات» اعلام می‌کند که می‌خواهد به توصیف چگونگی "اعمال قدرت و نه تملک آن" بپردازد. این امر حاکی از آن است که قدرت یک دارایی، ثروت، یا امتیاز نیست. بلکه، قدرت یک راهبرد است و افراد یا عناصر تحت سلطه نیز به اندازه سلطه‌گران بخشی از شبکه روابط قدرت و چارچوب اجتماعی خاص هستند. قدرت، همچون راهبرد پیچیده‌ای جاری در سرتاسر نظام اجتماعی به اسلوبی مویرگه‌وار، هرگز به صورت جامع و جهان شمول جلوه نمی‌کند، بلکه تنها در نقاط موضعی و به عنوان «خرده - قدرت‌ها» جلوه‌گر می‌شود. قدرت چیزی جاگرفته در حاکم و نماد وی شده نیست، بلکه قدرت جامعه را به شیوه‌ای تحت نفوذ خودمی‌گیرد که مغلوب ساختن دستگاه دولت (از طریق یک انقلاب، یا کودتای سیاسی) به خودی خود نمی‌تواند موجب تغییر شبکه قدرت شود (فوکو، ۱۳۷۰، ۳۴۸ - ۳۲۷).

در نظام اندیشه‌ای فوکو، اصولاً قدرت مانند چیزی محاط که معمولاً زنجیره‌ای عمل می‌کند، تحلیل شده است. این قدرت هرگز در تملک کسی نیست. این شکل از قدرت شبکه‌ای عمل می‌کند و افراد نه تنها در میان تارهای این شبکه در گردشند، بلکه همواره در وضعی قرار دارند که هم به قدرت تن بدهند و هم آن را اعمال کنند. طبق این نگرش، قدرت بر افراد اعمال نمی‌شود؛ بلکه از طریق آنان جریان می‌یابد و این همان چهره چهارم و نرم‌افزارانه دولت و نهادهای سیاسی نیست. از آنجا که همه شرکت کنندگان در این شبکه در اعمال قدرت سهم دارند الگوی فرمانروا و اطاعت‌کننده برای درک پدیده جدید قدرت نارسا و ناکافی به نظر می‌رسد (عاملی و همکاران، ۱۳۹۵).

به عقیده وی مسئله این نیست که قدرت به دست چه کسی اعمال شود. بلکه مهم این است که بدانیم این قدرت چگونه و با چه مکانیسمی اعمال می‌شود. در اینجا است که مسئله‌ی «استراتژی‌های قدرت» در اندیشه فوکو مطرح می‌شود، استراتژی‌ها، شبکه‌ها و ساز و کارها و فنونی که هر تصمیمی به کمک آنها پذیرفته می‌شود و هیچ تصمیمی از طریق آنها جز به همان

صورتی که گرفته شده گرفته نمی‌شود. (رهبری، ۱۳۸۵) یعنی قدرت قبل از اینکه اعمال زور باشد، ایجاد نوعی رابطه است که در تعریف نهایی قدرت دخیل است.

تافلر سه عامل زور، ثروت و دانایی را مظهر قدرت معرفی می‌کند و معتقد است قدرت در عریان‌ترین شکل خود عبارت است از استفاده از خشونت و ثروت و دانایی (در معنای وسیع آن) برای واداشتن مردم به انجام کاری خاص (تافلر، ۱۳۷۵، ۲۷). از نظر وی، زور به دلیل همراه بودن با خشونت و بی‌رحمانه بودن انعطاف‌ناپذیر است و بدترین نوع قدرت به شمار می‌رود. به عکس ثروت به مراتب ابزار بهتری برای قدرت است؛ زیرا نقش منفی زور را (تهدید) از طریق تشویق و دادن پاداش مثبت می‌نماید و انعطافی به مراتب بیشتر از زور دارد. اما بهترین نوع قدرت از کاربرد دانایی حاصل می‌شود. بهترین نوع قدرت به سادگی از بین نمی‌رود. با این قدرت نه تنها می‌توان راه خود را در پیش گرفت؛ بلکه می‌توان دیگران را واداشت آنچه را می‌خواهیم انجام دهند؛ هرچند که خلاف میلشان باشد. تافلر از این جهت دانایی را قدرت برتر می‌داند که می‌توان به کمک دانایی تنبیه و پاداش و ترغیب، حتی دگرگون‌سازی را همزمان فراهم کرد. با بهره‌گیری از کمترین منابع به اهداف دست یافت.

تافلر، نشان می‌دهد که اگر در اعصار گذشته زور و قدرت ماهیت قدرت را تشکیل می‌دادند، اکنون ماهیت قدرت بر محور دانایی می‌چرخد. در اندیشه‌ی تافلر عمیق‌ترین جایجایی قدرت در طول تاریخ جایجایی از زور و خشونت به دانایی است. طبق ادعای وی هیچ کس، حتی بیکن و ماکیاولی این جایجایی را که اکنون در حال وقوع است، پیش‌بینی نکرده بودند (تافلر، ۱۳۷۵: ۱۱).

در گذشته سیاستمداران و رهبران، قدرت را در چارچوب مؤلفه‌هایی چون میزان جمعیت، وسعت سرزمین، منابع طبیعی، وضعیت و ظرفیت اقتصاد، ثبات سیاسی، حجم نیروها و سخت‌افزارهای نظامی و نیروی دریایی تعریف می‌کردند. با این وجود در عصر حاضر منابع قدرت، عموماً در حال تغییر و تحول‌اند. به گونه‌ای که امروز بر جنبه‌های سخت قدرت به عنوان منبع، تأکید کمتری صورت می‌گیرد. در همین راستا فناوری‌های آموزشی، اطلاعاتی - ارتباطی و رشد توان اقتصادی اهمیت بیشتری یافته‌اند و درعین حال از اهمیت جغرافیا، جمعیت و مواد خام کاسته شده است (شارپ، ۱۳۸۹: ۶۴). در بین نظریه‌پردازان علم ارتباطات، مانوئل کاستلز اندیشمندی متمایز است. او حوزه‌های جامعه‌شناسی فضای مجازی، جنبش‌های اجتماعی، فرهنگ و اقتصاد سیاسی را در کنار هم مطالعه می‌کند و سعی دارد تا یک تحلیل بین‌رشته‌ای از جهان رسانه‌ای شده امروزه ارائه دهد. کاستلز با اشاره به عبارت فضای جریان‌ها بر این نکته

تأکید دارد که شبکه‌ها مرکز جریان فعالیت‌های مختلف جامعه محسوب می‌شوند و کلیه فرآیندهای جامعه حول این مرکز انجام می‌گیرد (کاستلز، ۱۳۸۵).

کارکردها و فرآیندهای مسلط در عصر اطلاعات هر روز بیش از پیش پیرامون شبکه‌ها سازمان می‌یابند. از نظر کاستلز، ریخت‌شناسی شبکه، منبع سازمان‌دهی مجدد بنیادین روابط قدرت نیز است. کلیدهایی که شبکه‌ها را با یکدیگر متصل می‌کنند ابزار مهم قدرت هستند. بنابراین قدرت‌مداران کسانی هستند که کنترل کلیدها را در دست دارند؛ و از آنجا که شبکه‌ها چندگانه هستند رمزها (کدها) و کلیدهایی که بین شبکه‌ها عمل می‌کنند به منابع اصلی شکل‌دهی، هدایت و گمراه ساختن جوامع تبدیل می‌شوند. همگرایی تکامل اجتماعی و فناوری‌های اطلاعات، در سرتاسر ساختارهای اجتماعی شالوده مادی جدیدی برای اجرای فعالیت‌ها ایجاد کرده‌اند. این شالوده مادی که در درون شبکه‌های اجتماعی جای دارد، فرآیندهای اجتماعی مسلط را مشخص می‌کند و بدین ترتیب، ساختار اجتماعی را شکل می‌دهد (صدرپور و جمشیدی اسلامی، ۱۳۹۵).

روابط بین‌الملل

از منظر نظری، دیدگاهها و تئوری‌ها مختلفی در حوزه روابط بین‌المللی بسط و توسعه یافته‌اند که بحث در خصوص همه آنها در این مقاله نمی‌گنجد. لیکن در ادامه دو تئوری سازه‌انگاری و پست مدرنیسم که می‌توان از آنها در فرایند دیپلماسی رسانه‌ای و روابط بین‌المللی بهره جست، مورد تأکید است؛

سازه‌انگاری

در این نگرش، بر ساخت اجتماعی واقعیت تأکید می‌کند، که همه کنش‌های انسانی در فضایی اجتماعی شکل می‌گیرد و معنا پیدا می‌کند و این معنا سازی است که به واقعیات جهانی شکل می‌دهد. در تئوری سازه‌انگاری، هویت‌ها، هنجارها و فرهنگ نقش مهمی در سیاست‌های جهانی ایفا می‌کنند. هویت‌ها و منافع دولت‌ها توسط هنجارها، تعاملات و فرهنگ‌ها ایجاد می‌شود و این "فرایند" است که موضوع تعامل دولت‌ها را تعیین می‌نماید. سازه‌انگاری به این امر می‌پردازد که چگونه هویت‌ها و هنجارهای اجتماعی مردم می‌توانند با روابط نهادینه میان آنها گسترش یابد (هادیان، ۱۳۸۲: ۹۱۵) و روابط میان دولت‌ها بر اساس معنایی است که آنها برای یکدیگر قائلند. سه گزاره مهم سازه‌انگاری عبارتند از:

با توجه به این که ساختارها به رفتار بازیگران اجتماعی و سیاسی، اعم از افراد و کشورها شکل می‌دهند، ساختارهای هنجاری یا عقیدتی به همان اندازه ساختارهای مادی حایز اهمیت هستند؛ فهم این که چگونه ساختارهای غیرمادی هویت‌های بازیگران را مقید می‌کند، از این نظر حایز اهمیت است که بر چگونگی تعریف منافع و به تبع آن، کنش‌های بازیگران تأثیر می‌گذارد؛ کارگزارها و ساختارها به صورت متقابل تأسیس و ایجاد می‌شوند (کلومبیس و ولف، ۱۳۷۵: ۵۱).

سازهانگاران استدلال می‌کنند برای برقراری صلح و همکاری بین‌المللی باید هنجارهای مقوم و تنظیم‌کننده نظام بین‌الملل را به گونه‌ای تغییر داد که کشورها اندیشیدن و عمل کردن بر مبنای رئالیسم را متوقف سازند. برای رسیدن به چنین نظام صلح آمیزی باید هویت و منافع کشورها را تغییر داد. به عبارت دیگر، باید تفکر و تصور آن‌ها از خود و روابطشان را با دیگر کشورها تغییر داد. از آن جا که در این نظریه، ادراکات و انتظارات بین‌الذهانی تعیین‌کننده رفتار کشورها است، پس برای برقراری صلح، کشورها باید از تصور خود به صورت بازیگران خودپرست دست کشیده و خود را به عنوان بخشی از یک اجتماع واحد با منافع مشترک تعریف کنند. اساساً سازهانگاران امیدوارند که برنامه نرم‌افزاری رئالیستی حاکم بر کشورها و نظام بین‌الملل را با نرم‌افزار دیگری که بر هنجارهای اشتراکی استوار است، عوض کنند. وقتی این جای‌گزینی صورت گرفت، کشورها با یکدیگر همکاری خواهند که و جهان سیاست صلح‌آمیزتر شده است (Mearsheimer, 1994: 11).

یک تحلیل سازهانگار از همکاری به این امر متمرکز می‌شود که انتظارات چگونه از طریق رفتار مؤثر بر هویت‌ها و منافع تولید می‌شوند. فرآیند خلق نهادها فقط شامل خلق محدودیت‌های بیرونی برای رفتار کنش‌گرانی نیست که به صورت برون‌زا شکل گرفته‌اند، بلکه عبارت از فرآیندی در مورد درک‌های جدید درونی کردن خود و دیگری، و به دست آوردن نقش‌های هویتی جدید است. به عبارت دیگر، فرآیندی که با آن دولت‌های خودخواه یاد می‌گیرند، همکاری کنند و منافع دولت‌ها از دید تعهدات مشترک نسبت به هنجارهای اجتماعی ساخت مجدد می‌یابند. این جریان در طول زمان، گرایش به آن خواهد داشت که وابستگی متقابل مثبت نتایج را به وابستگی متقابل فایده‌ها یا منافع جمعی تغییر شکل بدهد که درباره هنجارهای مورد نظر سازمان یافته‌اند (ونت، ۱۳۸۴: ۶۳). سازهانگاران برآنند که همکاری تنها شکل تعاملات در درون جامعه دولت‌ها نیست. در میان پاره ای از کنشگران، همکاری به وجه غالب تعاملات تبدیل شده است و در میان پاره ای نیز فراتر از آن می‌توان احساس همبستگی

و هویت مشترکی را دنبال کرد. در مواردی نیز می‌توان دید که عنصر کشاکش و تعارض غالب است. می‌توان گفت مطالعات سازه‌انگاران در مورد همکاری بین‌المللی بر دو فرض عمده بنا شده است: اول آن که ساختارهای اساسی سیاست بین‌الملل ساخته و پرداخته ساختارهای اجتماعی هستند. و دوم این که تغییر تفکر در خصوص روابط بین‌الملل می‌تواند منجر به تغییر وضعیت همکاری بین‌الملل شود.

کردارگرایی

کردارگرایی بر مطالعه کردارهای ناخودآگاه روزانه کنشگران بین‌المللی، به جای تصمیم‌گیری و رابطه‌ای خودآگاه عقلانی و هنجاری آنها تأکید می‌کند. کردارگرایی، بر هستی‌شناسی فرایندی استوار است و در تحلیل روابط بین‌الملل بر ماهیت رابطه‌ای پدیده‌های بین‌المللی تأکید و تمرکز می‌کند (McCourt, 2016: 475).

بر اساس تعاریف متعدد صورت گرفته در باب مفهوم کردار، می‌توان گفت این مفهوم از رفتار و کنش متمایز است. اگرچه هم‌پوشانی و ارتباط طولی بین این سه وجود دارد ولی آنها سه مفهوم متفاوتند. رفتار، معطوف به سویه مادی عمل به عنوان یک فعل در درون یا درباره جهان روابط بین‌الملل است؛ کنش با افزودن لایه انگاره‌ای به رفتار، بر ویژگی معنادار بودن فعل در هر دو سطح سوژگی و بینادذهنی تأکید می‌ورزد. مفهوم کردار، یک لایه و مرتبه از کنش بالاتر است؛ به گونه‌ای که ناظر بر سرشت الگومند افعال است، که در بافتار به لحاظ اجتماعی سازمان‌یافته از ساختار منسجمی برخوردارند (Lechner & Frost, 2018).

در هستی‌شناسی کردارگرایی، کنشگران بین‌المللی نیز ماهیت رابطه‌ای داشته و معلول رابطه‌ها با یکدیگرند. آنها در درون و به وسیله این رابطه‌ها و شیوه‌ای که کردارهای مشخص و معینی را اجرا می‌کنند، تکوین می‌یابند. شأن و منزلت اولیه و اصلی کنشگران، مشارکت‌کنندگی آنها در کردارهاست. آنها کردارها را اجرا و به نمایش می‌گذارند؛ شاید آنها را صرفاً بازتولید یا بازآفرینی کنند. از این رو، پیش از توضیح چپستی و چگونگی مشارکت کنشگران بین‌المللی در اجرای کردارها باید معنای کردارهایی که حوزه موضوعی را به پیش می‌رانند، درک و فهم کرد (Bueger, 2016). برای نمونه، دیپلماسی، به عنوان بنیادی‌ترین کردار بین‌المللی، تابعی از محاسبات عقلانی، ملاحظات هنجاری و قواعد اقناع و استدلال برتر نیست؛ بلکه موضوع و مسئله شرم، مهارت، کیاست، هوش و داورهای انسانی است که در حین کار به دست می‌آید.

بنابراین، نظریه کرداری روابط بین‌الملل، نقطه عزیمت خود را بر کرده‌ها و گفته‌های کنشگران، دست‌اندرکار و متصدیان امر سیاست بین‌الملل قرار می‌دهد و توجهات را به سمت منطق زندگی روزمره در جهان سیاست جلب می‌کند. نظریه‌پردازان کرداری بر این باورند که برای ادراک ساحت سیاست بین‌الملل، هیچ راهی جز بررسی و تبیین آنچه واقعاً و درعمل در صحنه امور جهانی رخ می‌دهد نداریم. به بیان دیگر، روابط بین‌الملل از این منظر همان کردارها و نقش‌آفرینی‌های زبانی - کرداری دیپلمات‌ها و سیاستمداران است. کردارگرایی بر این موضوع تأکید می‌کند که کنشگران بین‌المللی بیش از مفاهیم انتزاعی همچون منافع ملی، هویت‌ها و یا ترجیحات، به‌واسطه الزامات عملی زمینه‌مند همچون عادت‌ها، امیال بدن‌مند و نهادینه هدایت می‌شوند. کردارگرایی علاوه‌بر وجه انگاره‌ای سیاست بین‌الملل، سویه کرداری آن را نیز ملحوظ می‌دارد.

روش شناسی

پژوهش حاضر با استفاده از رویکرد پژوهش استقرایی به انجام رسیده است. رویکرد پژوهش استقرایی بیشترین مناسبت را در پاسخ‌گویی به پرسش‌های چیستی و تا حد محدودی برای پرسش‌های چرایی دارد. نقطه شروع در این استراتژی «گردآوری داده» می‌باشد و سپس به سمت تعمیم‌های استقرایی پیش می‌رود. هدف اصلی این استراتژی، کشف قانونمندی حاکم بر زندگی اجتماعی و یا توالی‌های منظم موجود در آن می‌باشد (بلیکی، ۱۳۸۴). چراکه با کشف چنین قانونمندی یا توالی منظم، محقق قادر به تبیین وقوع رویدادهای خاص در زندگی اجتماعی، از طریق تعیین جایگاه آن در فرایند توالی منظم کشف شده می‌باشد.

روش مورد استفاده پژوهش حاضر، نیز روش تحقیق آمیخته^۱ است که در آن از ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی به صورت همزمان استفاده می‌شود. این روش در برخی مطالعات با عنوان طرح تحقیق آمیخته اکتشافی نیز شناخته می‌شود. معمولاً در یک روش آمیخته ابتدا با استفاده از روش‌های کیفی به شناسایی مقوله‌های زیربنایی پدیده مورد مطالعه پرداخته می‌شود. سپس در فازی کمی به طراحی الگویی براساس مقوله‌های شناسایی شده، اقدام می‌شود. بنابراین، در این پژوهش، در راستای شناسایی مولفه‌های تبیین‌گر موضوع، در ابتدا، تعداد ۳۲ شاخص بر اساس مطالعات نظری و اسنادی موضوع، احصاء گردید و سپس با استفاده از قضاوت نخبگان و به روش دلفی شاخص‌های موصوف مورد بررسی و تدقیق قرار گرفت و

^۱. Mixed Method

نهایتاً طی دو مرحله اجرای دلفی، به ۱۴ شاخص نهایی تبیین گر متغیرهای پژوهش رسیدیم، که این شاخص‌ها مبنای پیمایش میدانی قرار گرفت و ابزار گردآوری داده‌ها (پرسشنامه) بر اساس آن طراحی گردید. بنابراین ارتباط، روشهای موصوف را اینگونه می‌توان تبیین نمود، که پژوهش با روش کیفی آغاز شده و سپس نتایج آن مبنای طراحی ابزار پژوهش قرار گرفته و سپس داده‌های گردآوری شده با روش‌های کمی و کیفی تجزیه و تحلیل شده‌اند.

در پژوهش حاضر پس از انتخاب موضوع و تعیین اهداف پژوهش با توجه موضوع انتخاب شده، به گردآوری اطلاعات مورد نیاز پرداخته شد، که به دو روش صورت گرفته است، روش نخست به صورت کتابخانه‌ای و اسنادی؛ شامل استفاده از اطلاعات و داده‌های موجود از قبیل؛ کتب، پژوهشها، مقالات و گزارشات رسمی و ... و روش دوم به صورت پیمایشی؛ شامل گردآوری مستقیم اطلاعات بصورت پیمایش‌های میدانی و تهیه گزارش، مصاحبه و پرسش نامه.

در این پژوهش به تناسب نیاز مطالعه از جامعه آماری به شرح ذیل، اطلاعات مورد نیاز پژوهش، اخذ شده است؛ گروه اول، سیاستگذاران، مدیران و افرادی که حوزه کاری آنها مرتبط با رسانه، قدرت داخلی و روابط بین‌الملل می‌باشد و گروه دوم، متخصصین و صاحب نظران مرتبط علمی با موضوع؛ شامل اساتید دانشگاه، دانشجویان و پژوهشگران رشته‌های مرتبط.

با توجه به شرایط و اقتضات جامعه آماری، جهت انتخاب نمونه‌ها از دو نمونه مختلف و ابزار گردآوری داده‌ها به شرح ذیل استفاده شده است؛ بطوریکه، برای گروه سیاستگذاران، مدیران و عوامل اجرایی ذیربط، جهت تعیین حجم نمونه، با توجه به نامشخص بودن حجم و واریانس جامعه از فرمول زیر حجم نمونه استفاده شده است:

$$\sigma = \frac{\max(xi) - \min(xi)}{6}$$

$$\sigma = \max(xi) - \min(xi) / 6 \rightarrow \sigma = 5 - 1 / 6 = 0.66$$

همچنین چون پرسشنامه دارای طیف لیکرت ۵ درجه می‌باشد، بزرگ‌ترین مقدار ۵ و کوچک‌ترین مقدار ۱ است. بنابراین انحراف معیار آن برابر است، می‌توان از مقدار ۰.۶۶ استفاده کرد. این مقدار بیشینه انحراف معیار است. همچنین سطح اطمینان ۹۵٪ و دقت برآورد ۰.۱۰ در نظر گرفته شده است بنابراین حجم نمونه برابر است با:

$$\Rightarrow n = 17066.0, \sigma = 0.1, \varepsilon = 0.1 = 2Z\alpha/$$

در خصوص متخصصین و صاحب نظران علمی مرتبط با موضوع، معیار تعیین حجم نمونه حداقل ۱۵ نفر و حداکثر آن تا رسیدن به اشباع نظری بوده، که بر اساس میزان ارتباط و تأثیرگذاری و تجارب آنها انتخاب و مورد مطالعه قرار خواهند گرفت. نحوه توزیع نمونه‌ها برای گروه اول بصورت تصادفی و در خصوص گروه دوم بصورت هدفمند می‌باشد. ابزار گردآوری اطلاعات و داده‌ها، در گروه اول، پرسشنامه محقق ساخته و برای گروه دوم مصاحبه می‌باشد. تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده‌ها نیز به دو شیوه کمی و کیفی صورت خواهد گرفت. در روش کمی، ابتدا اطلاعات جمع آوری شده کمی‌سازی شده و سپس داده‌ها با استفاده از آزمون‌های آماری و تحلیل‌های استنباطی در محیط نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. در روش کیفی نیز با استفاده از روش‌های تحلیل محتوا، به تحلیل داده‌ها و تدقیق ابعاد مختلف آن پرداخته می‌شود. همچنین، در خصوص ابزار پژوهش، از فرآیندهای روایی محتوایی جهت تأمین روایی پژوهش و از ضریب کاپای کوهن به منظور آزمون پایایی ابزار گردآوری اطلاعات، استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

با توجه به روش شناسی این پژوهش، که بصورت ترکیبی (کمی و کیفی) می‌باشد، در فاز کمی جهت سنجش متغیرهای اصلی پژوهش، یعنی "دیپلماسی رسانه‌ای"، "قدرت داخلی" و "روابط بین‌المللی" تعداد ۳۲ شاخص بر اساس مطالعات نظری و اسنادی احصاء گردید و سپس با کمک روش دلفی مورد تدقیق قرار گرفت و نهایتاً طی دو مرحله اجرای دلفی، به ۱۴ شاخص نهایی رسیدیم، که به شرح جدول ذیل، تدوین و مورد بررسی و پیمایش قرار گرفت.

جدول شماره ۲ - متغیرها و شاخص‌های مطالعه

متغیر	شاخص	نماد	تعداد
دیپلماسی رسانه‌ای	مطلوبیت تعامل و هماهنگی رسانه ملی و سیاست خارجی	متغیر ۱	۱۷۰
	مطلوبیت برخورداری از زیرساخت‌ها و تکنولوژی‌ها اطلاعاتی و ارتباطی	متغیر ۱	۱۷۰
	مطلوبیت بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگ و هنر در راستای دیپلماسی رسانه‌ای	متغیر ۳	۱۷۰
	باور و آگاهی سیاستگذاران رسانه‌ای و سیاست خارجی به مقوله دیپلماسی رسانه‌ای	متغیر ۴	۱۷۰
قدرت داخلی	مطلوبیت امنیت داخلی	متغیر ۵	۱۷۰
	مطلوبیت نظام حکمروایی موجود	متغیر ۶	۱۷۰
	مطلوبیت نظم اجتماعی موجود	متغیر ۷	۱۷۰
	مطلوبیت از نظر شاخص‌ها و مولفه‌های جامعه مدنی	متغیر ۸	۱۷۰
	مطلوبیت از نظر مولفه‌ها و شاخص‌های فضای کسب و کار	متغیر ۹	۱۷۰
روابط بین‌المللی	مطلوبیت از نظر مبارزه با فساد	متغیر ۱۰	۱۷۰
	مطلوبیت روابط سیاسی	متغیر ۱۱	۱۷۰
	مطلوبیت روابط و تعاملات اقتصادی	متغیر ۱۲	۱۷۰
	مطلوبیت روابط اجتماعی - فرهنگی	متغیر ۱۳	۱۷۰
	مطلوبیت روابط علمی و تکنولوژی	متغیر ۱۴	۱۷۰

منبع: نگارنده

از بین مشارکت کنندگان در این پیمایش، ۵۶ نفر (۳۳ درصد) در گروه سنی ۲۰ تا ۳۵ سال، ۶۰ نفر (۳۵ درصد) در گروه سنی ۳۵ تا ۵۰ سال، ۳۸ نفر (۲۲ درصد) در گروه سنی ۵۰ تا ۶۵ سال و ۱۶ نفر (۱۰ درصد) در گروه سنی بالاتر از ۶۰ سال قرار داشته‌اند که مجموعاً، ۸۸ نفر (۵۱ درصد) آنها مرد و ۸۲ نفر (۴۸ درصد) زن بوده‌اند. از نظر سطح تحصیلات نیز، ۷۸

نفر دارای (۴۶ درصد)، سطح تحصیلات کارشناسی، ۵۳ نفر (۳۱ درصد) دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۳۹ نفر (۲۳ درصد) دارای مدارک دکتری بوده‌اند. به منظور کسب شناخت کلی و توصیفی از شرایط متغیرها و شاخصهای مورد مطالعه، میانگین، انحراف استاندارد و واریانس آنها مورد محاسبه و ارزیابی قرار گرفت، که نتایج آن در جدول شماره ۳ نشان داده شده است.

جدل شماره ۳ - محاسبات توصیفی متغیرهای مطالعه

متغیر	تعداد		میانگین	انحراف معیار	واریانس
	بدون داده	پاسخ			
متغیر ۱	۱	۱۶۹	۲۰.۲۷۸۰	۱۰.۰۳۲۸۰	۱۰.۰۶۷
متغیر ۱	۰	۱۷۰	۱۰.۶۲۳۰	۰.۸۴۳۲۷	۰.۷۱۱
متغیر ۳	۰	۱۷۰	۱۰.۴۱۰۰	۰.۶۹۹۲۱	۰.۴۸۹
متغیر ۴	۰	۱۷۰	۱۰.۸۲۰۰	۰.۶۳۲۴۶	۰.۴۰۰
متغیر ۵	۴	۱۶۶	۳۰.۶۶۵۷	۰.۹۶۶۰۹	۰.۹۳۳
متغیر ۶	۰	۱۷۰	۱۰.۹۵۴۶	۰.۷۳۷۸۶	۰.۵۴۴
متغیر ۷	۰	۱۷۰	۲۰.۶۰۰۰	۰.۶۹۹۲۱	۰.۴۸۹
متغیر ۸	۵	۱۶۵	۲۰.۸۰۰۰	۰.۷۸۸۸۱	۰.۶۲۲
متغیر ۹	۰	۱۷۰	۱۰.۵۳۴۴	۰.۵۲۷۰۵	۰.۲۷۸
متغیر ۱۰	۰	۱۷۰	۱۰.۳۳۳۳	۰.۴۸۳۰۵	۰.۲۳۳
متغیر ۱۱	۲	۱۶۸	۲۰.۴۲۱۲	۰.۵۱۶۴۰	۰.۲۶۷
متغیر ۱۲	۱	۱۶۹	۲۰.۷۰۰۰	۰.۸۲۳۲۷	۰.۶۷۸
متغیر ۱۳	۳	۱۶۷	۲۰.۹۳۴۵	۰.۵۶۷۶۵	۰.۳۲۲
متغیر ۱۴	۰	۱۷۰	۲۰.۰۰۲۰	۰.۸۱۶۵۰	۰.۶۶۷

منبع: یافته‌های پژوهش

همانگونه که در جدول فوق ملاحظه می‌گردد؛ بالاترین میانگین در گروه شاخص‌های متغیر "دیپلماسی رسانه‌ای"، مربوط به شاخص "مطلوبیت تعامل و هماهنگی رسانه ملی و سیاست خارجی" با میانگین ۲۷.۲ می‌باشد، که نشانگر وضعیت نامطلوب این متغیر می‌باشد. در گروه شاخص‌های متغیر "قدرت داخلی" نیز، بالاترین میانگین مربوط به شاخص "مطلوبیت امنیت

داخلی" با میانگین ۳.۶۶ بوده است، که در بین کل شاخص‌های متغیرها نیز، بیشترین میانگین محسوب می‌شود. همچنین، در گروه شاخص‌های متغیر "سیاست خارجی" بالاترین میانگین مربوط به شاخص "مطلوبیت روابط اجتماعی - فرهنگی" با میانگین ۲.۹۳ بوده است. پایین‌ترین میانگین در گروه شاخص‌های متغیر "دیپلماسی رسانه‌ای"، مربوط به شاخص "مطلوبیت بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگ و هنر در راستای دیپلماسی رسانه‌ای" با میانگین ۱.۴۱، در گروه شاخص‌های متغیر "قدرت داخلی"، مربوط به شاخص "مطلوبیت از نظر مبارزه با فساد" با میانگین ۱.۳۳ و در گروه شاخص‌های متغیر "سیاست خارجی" مربوط به شاخص "مطلوبیت روابط علمی و تکنولوژی" با میانگین ۲ بوده است.

- بررسی همبستگی بین متغیرهای "دیپلماسی رسانه‌ای" و "قدرت داخلی" جهت سنجش، همبستگی متغیرهای "دیپلماسی رسانه‌ای" و "قدرت داخلی" با توجه به مقیاس داده‌ها از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است، این آزمون که به ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن معروف است، یک ضریب همبستگی بر اساس رتبه (شاخص‌ها) است که میزان همبستگی^۱ بین دو متغیر در سطح ترتیبی را اندازه‌گیری می‌کند. ضریب همبستگی اسپیرمن معادل ناپارامتری ضریب همبستگی پیرسون است. بنابراین در همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن، جفت متغیرها به جای اندازه‌های فاصله‌ای یا نسبی، به اندازه‌های ترتیبی (رتبه‌ای) بیان می‌شوند.

^۱. توضیح اینکه، ضریب همبستگی بین ۰/۲۵ تا ۰/۳۵ همبستگی بسیار پایین در نظر گرفته شده است و که کمتر از ۰/۵ تغییرات مشترک میان دو متغیر را نشان می‌دهد، ضریب همبستگی بین ۰/۳۵ تا ۰/۶۵ همبستگی متوسط در نظر گرفته شده و حدود ۲۵٪ تغییرات مشترک میان دو متغیر را نشان می‌دهد و نهایتاً، ضریب همبستگی بین ۰/۶۵ تا ۰/۸۵ همبستگی بالا محسوب شده و تا ۷۵٪ تغییرات مشترک میان دو متغیر را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۴ - آزمون همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای "دیپلماسی رسانه‌ای" و "قدرت داخلی"

قدرت داخلی						همبستگی اسپیرمن
متغیر ۱۰	متغیر ۹	متغیر ۸	متغیر ۷	متغیر ۶	متغیر ۵	
۰.۱۱۸-	۰.۰۳۶	۰.۰۸۵-	۰.۰۸۰۷*	۰.۷۲۸	۰.۰۹۹-	ضریب همبستگی
۰.۷۴۵	۰.۹۲۱	۰.۵۵۵	۰.۰۰۰	۰.۰۰۱	۰.۷۸۶	متغیر ۱
۱۶۹	۱۶۹	۱۶۴	۱۶۹	۱۶۹	۱۶۵	ارزش معناداری
						تعداد
۰.۳۴۵	۰.۱۵۸-	۰.۱۵۴	۰.۱۳۵-	۰.۱۰۵	۰.۰۷۲-	ضریب همبستگی
۰.۳۲۹	۰.۶۶۳	۰.۵۱۶	۰.۵۴۴	۰.۷۷۴	۰.۸۴۳	متغیر ۲
۱۷۰	۱۷۰	۱۶۵	۱۷۰	۱۷۰	۱۶۶	ارزش معناداری
						تعداد
۰.۱۲۳-	۰.۰۵۸-	۰.۰۴۸-	۰.۲۸۶-	۰.۲۶۸-	۰.۰۱۱-	ضریب همبستگی
۰.۲۲۴	۰.۴۷۱	۰.۸۹۵	۰.۴۲۴	۰.۴۵۳	۰.۵۵۱	متغیر ۳
۱۷۰	۱۷۰	۱۶۵	۱۷۰	۱۷۰	۱۶۶	ارزش معناداری
						تعداد
۰.۵۲۲-	۰.۰۴۰	۰.۰۷۴	۰.۱۸۳	۰.۲۵۲-	۰.۰۹۶-	ضریب همبستگی
۰.۱۲۲	۰.۹۱۳	۰.۸۳۸	۰.۲۷۴	۰.۴۸۲	۰.۸۵۷	متغیر ۴
۱۷۰	۱۷۰	۱۶۵	۱۷۰	۱۷۰	۱۶۶	ارزش معناداری
						تعداد

دیپلماسی
رسانه‌ای

منبع: یافته‌های پژوهش

متغیر ۱ = مطلوبیت تعامل و هماهنگی رسانه ملی و سیاست خارجی ** متغیر ۲ = مطلوبیت برخورداری از زیرساخت‌ها و تکنولوژی‌ها اطلاعاتی و ارتباطی ** متغیر ۳ = مطلوبیت بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگ و هنر در راستای دیپلماسی رسانه‌ای ** متغیر ۴ = باور و آگاهی سیاستگذاران رسانه‌ای و سیاست خارجی به مقوله دیپلماسی رسانه‌ای ** متغیر ۵ = مطلوبیت امنیت داخلی ** متغیر ۶ = مطلوبیت نظام حکمروایی موجود ** متغیر ۷ = مطلوبیت نظم اجتماعی موجود ** متغیر ۸ = مطلوبیت از نظر شاخص‌ها و مولفه‌های جامعه مدنی ** متغیر ۹ = مطلوبیت از نظر مولفه‌ها و شاخص‌های فضای کسب و کار ** متغیر ۱۰ = مطلوبیت از نظر مبارزه با فساد

همانگونه که ملاحظه می‌گردد؛ هر یک از متغیرهای "دیپلماسی رسانه‌ای" و "قدرت داخلی" بوسیله چندین شاخص یا نشانگر ارزیابی شده و نتایج تحلیل همبستگی شاخص‌های موصوف نشان می‌دهد؛ تنها میان شاخص "تعامل و هماهنگی رسانه ملی و سیاست خارجی" از گروه شاخص‌های "دیپلماسی رسانه‌ای" با شاخص‌های "نظام حکمروایی موجود" و "نظم اجتماعی موجود" از گروه شاخص‌های "قدرت داخلی" رابطه همبستگی معنی‌داری با سطح

همبستگی قوی (به ترتیب؛ ۰.۸۰۷ و ۰.۷۲۸) وجود داشته است و با توجه به اینکه مقدار sig به ترتیب برابر با ۰.۰۰۰ و ۰.۰۰۱ بوده است، معناداری ارتباط میان متغیرهای مورد مطالعه، مورد تأیید قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، این نتایج نشان می‌دهد؛ از نظر جامعه مورد مطالعه؛ تعامل و هماهنگی رسانه ملی و سیاست خارجی تأثیر بسیار پررنگی بر مولفه‌های نظام حکمروایی موجود و نظم اجتماعی می‌تواند داشته باشد. سایر شاخص‌های تبیین کننده متغیرهای مورد مطالعه ارتباط معناداری با هم نداشته‌اند.

- بررسی همبستگی بین متغیرهای "دیپلماسی رسانه‌ای" و "روابط بین‌المللی" جهت سنجش، همبستگی متغیرهای "دیپلماسی رسانه‌ای" و "روابط بین‌المللی" نیز، با توجه به مقیاس داده‌ها از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. در این آزمون برای تبیین متغیر "دیپلماسی رسانه‌ای" از ۴ شاخص و برای تبیین متغیر "روابط بین‌المللی" نیز، از ۴ شاخص یا نشانگر استفاده شد، که نتایج تحلیل همبستگی شاخص‌های موصوف در جدول شماره ۵ نشان داده شده است.

جدول شماره ۵- آزمون همبستگی اسپیرمن بین متغیرهای "دیپلماسی رسانه‌ای" و "روابط بین‌المللی"

روابط بین‌المللی				همبستگی اسپیرمن	دیپلماسی رسانه‌ای
متغیر ۱۴	متغیر ۱۳	متغیر ۱۱۲	متغیر ۱۱		
۰.۳۷۳	۰.۳۹۴	۰.۴۶۰	۰.۸۷۴	ضریب همبستگی متغیر ۱	
۰.۰۳۸	۰.۰۲۸	۰.۰۱۱	۰.۰۰۰		
۱۶۹	۱۶۶	۱۶۸	۱۶۷		
۰.۳۵۲	۰.۴۴۲	۰.۵۰۸	۰.۳۵۳	ضریب همبستگی متغیر ۲	
۰.۰۱۵	۰.۰۰۷	۰.۰۰۸	۰.۰۲۱		
۱۷۰	۱۶۷	۱۶۹	۱۶۸		
۰.۱۵۰	۰.۷۳۹	۰.۶۱۰	۰.۵۲۷	ضریب همبستگی متغیر ۳	
۰.۶۸۶	۰.۰۰۱	۰.۰۰۲	۰.۰۰۷		
۱۷۰	۱۶۷	۱۶۹	۱۶۸		
۰.۴۶۳	۰.۴۸۶	۰.۵۰۵	۰.۴۴۱	ضریب همبستگی متغیر ۴	
۰.۰۱۰	۰.۰۱۴	۰.۰۰۲	۰.۰۰۹		
۱۷۰	۱۶۷	۱۶۹	۱۶۸		

مأخذ: یافته‌های پژوهش

متغیر ۱- مطلوبیت تعامل و هماهنگی رسانه ملی و سیاست خارجی** متغیر ۲- مطلوبیت برخورداری از زیرساخت‌ها و تکنولوژی‌ها اطلاعاتی و ارتباطی** متغیر ۳- مطلوبیت بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگ و هنر در راستای دیپلماسی رسانه‌ای** متغیر ۴- باور و آگاهی سیاستگذاران رسانه‌ای و سیاست خارجی به مقوله دیپلماسی رسانه‌ای** متغیر ۱۱- مطلوبیت روابط سیاسی** متغیر ۱۲- مطلوبیت روابط و تعاملات اقتصادی** متغیر ۱۳- مطلوبیت روابط اجتماعی - فرهنگی** متغیر ۱۴- مطلوبیت روابط علمی و تکنولوژی

همانگونه که ملاحظه می‌گردد؛ میان تمامی شاخص‌های تبیین‌گر متغیرهای "دیپلماسی رسانه‌ای" و "روابط بین‌المللی" روابط معناداری با سطوح همبستگی متوسط و قوی وجود داشته و تنها در بین شاخص‌های "بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگ و هنر در راستای دیپلماسی رسانه‌ای" و "روابط علمی و تکنولوژی"، همبستگی قابل ملاحظه‌ای مشاهده نشده و ارتباط بین آنها فاقد معناداری خاصی بوده است.

همچنین نتایج آزمون موصوف نشان داد؛ بالاترین میزان همبستگی مربوط به زوج شاخص‌های "تعامل و هماهنگی رسانه ملی و سیاست خارجی" و "روابط سیاسی" و همچنین زوج شاخص‌های "بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگ و هنر در راستای دیپلماسی رسانه‌ای" و "روابط اجتماعی - فرهنگی" بوده است. لازم به ذکر است؛ درجه همبستگی زوج شاخص‌های مورد اشاره، در سطح قوی و به ترتیب ۰.۸۷۴ و ۰.۷۳۹ با درجه معناداری ۰.۰۰۰ و ۰.۰۰۱ بوده است.

پایین‌ترین میزان همبستگی مربوط به زوج شاخص‌های "برخورداری از زیرساخت‌ها و تکنولوژی‌ها اطلاعاتی و ارتباطی" از گروه شاخص‌های "دیپلماسی رسانه‌ای" با شاخص‌های "روابط سیاسی" و "مطلوبیت روابط علمی و تکنولوژی" از گروه شاخص‌های "سیاست خارجی" بوده است، که نشانگر رابطه همبستگی معنی‌داری با سطح همبستگی متوسط (به ترتیب؛ ۰.۳۵۳ و ۰.۳۵۲) می‌باشد و با توجه به اینکه مقدار sig به ترتیب برابر با ۰.۰۲۱ و ۰.۰۱۵ بوده است، ارتباط میان متغیرهای موصوف معنادار بوده است. در مجموع، نتایج آزمون این نشان می‌دهد؛ از نظر جامعه مورد مطالعه، متغیرهای "دیپلماسی رسانه‌ای" و "روابط بین‌المللی" ارتباط و همبستگی قابل ملاحظه‌ای برقرار است و از این رو، عدم توجه به مقوله دیپلماسی رسانه‌ای در روابط بین‌المللی، می‌تواند فرصت‌های بسیاری را از کشور سلب نماید و حتی آسیب‌هایی نیز متوجه روابط بین‌المللی کشور نماید.

- تحلیل کیفی محتوی مصاحبه با صاحب نظران و متخصصین

هماهنگونه که قبلاً هم اشاره شد، در این مرحله از تجزیه و تحلیل اطلاعات، تمرکز تحلیل پژوهشگر بر ساخت مفاهیم از داده‌های گردآوری شده از مصاحبه‌های ساختار یافته با صاحب نظران و متخصصین علمی مرتبط با موضوع بوده است. بنحویکه، داده‌ها به اجزاء قابل فهم تبدیل و سپس بر اساس ایده‌های درون آن، تفسیر شده و عناوین مفهومی و کدهای مشخصی به آن‌ها تعلق می‌گیرد. در این پژوهش، به منظور کدگذاری، ابتدا متن فایل‌های مصاحبه استخراج شده و سپس بر اساس ادراک پژوهشگر، تصویر ادراکی از مفاهیم موجود در آن‌ها به دست آمد و نهایتاً این مفاهیم سطح بندی و ارتباط میان آنها تبیین گردید. در این مبحث از روش "تحلیل محتوای کیفی" استفاده شده و واحد تحلیل، "واحد معنایی" بوده است، که در جدول شماره ۶ نتایج آن ارائه شده است؛

جدول شماره ۶ - گزاره‌های کلیدی مستخرج از مصاحبه‌ها و واحدهای معنایی مرتبط با آنها

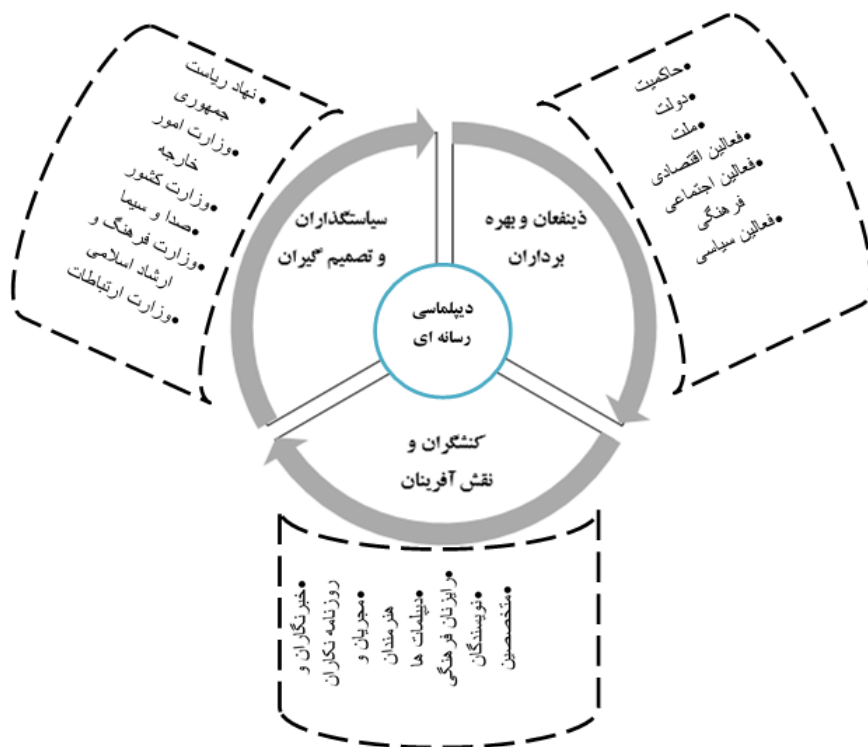
ابعاد	گزاره محوری	تشریح / واحدهای معنایی مرتبط
دیپلماسی رسانه‌ای	تأثیر گذاری بر افکار عمومی	"شفافیت"، "عدالت"، "قانونمندی"، "بی طرفی"، "برند سازی"، "وحدت آفرینی"، "هویت بخشی"، "تولید محتوا"، "پرهیز از افراطی گری"، "کیفیت"، "صحت و اصالت"، "اعتماد سازی"، "اقناع سازی"، "فرهنگ سازی"
	ایجاد تصویر مطلوب	"تصویر سازی"، "برجسته سازی"، "پروپاگاندا"، "تبلیغ و اطلاع رسانی"، "ظرفیت‌های فرهنگی و هنری"، "تاریخ و تمدن"، "مفاخر علمی و ادبی"، "آداب و رسوم"، "جاذبه‌های گردشگری"، "توان فنی و تکنولوژیکی"، "منابع محیطی"، "اعتماد سازی"، "هویت بخشی"
قدرت داخلی	تعامل مطلوب سیاستگذاری با فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی	"نوآوری"، "امنیت سایبری"، "قانونگذاری"، "دسترسی عمومی"، "عقلانیت"، "پویایی سیاستگذاری"، "مشروعیت"، "رضایتمندی"، "کنترل"، "دولت الکترونیک"، "بازدارندگی و تأثیر گذاری"، "آموزش و توانمند سازی"، "تحولات تکنولوژیک"
	نظم و امنیت	"انسجام اجتماعی"، "وحدت در عین کثرت"، "آموزش و توانمند سازی"، "حقوق شهروندی"، "قانونمداری"، "هویت بخشی"، "عدالت محوری"، "مردم محوری"، "امنیت پایدار"، "مشارکت"، "مشارکت نهادهای مدنی"
قدرت داخلی	حکمرمایی خوب	"مشارکت"، "صلاحیت"، "سیاستگذاری مشارکتی"، "ارزیابی و نظارت"، "حقوق شهروندی"، "عدالت محوری"، "مردم محوری"، "سازمان‌های مردم نهاد"، "احزاب واقعی و کارآمد"، "شایسته سالاری"، "مشارکت نهادهای مدنی"، "مبارزه با فساد"، "پاسخگویی"، "رضایتمندی"، "رفاه"، "آزادی بیان و اندیشه"، "شفافیت"، "قانونمندی"، "تمرکز زدایی"، "سلامت و آموزش"
	فضای کسب و کار	"شایسته سالاری"، "مبارزه با فساد"، "پاسخگویی"، "ثبات"، "امنیت سرمایه گذاری"، "رقابت سالم"، "مبارزه با رانت"

ابعاد	گزاره محوری	تشریح / واحدهای معنایی مرتبط
		"تولید ناخالص ملی و داخلی"، "عدالت و شفافیت قوانین و مقررات"، "نظام مالی و بانکی کارآمد"، "بروکراسی زدایی"، "حقوق مالکیت"، "نقش نظارتی و تسهیلگری دولت"، "اخذ مجوز"، "کاهش تعطیلات رسمی"، "نرخ اشتغال"
روابط بین‌المللی	تعامل سازنده با جهان	"صلح طلبی"، "احترام به ارزشها"، "احترام به منافع متقابل"، "انعطاف پذیری قوانین"، "مزیت‌های نسبی"، "نفی خشونت و افراط"، "تنش زدایی"، "اعتماد سازی"
	حفظ منافع ملی	"سلطه ناپذیری"، "امنیت ملی"، "توسعه اقتصادی"، "استقلال و آزادی"، "حفظ منابع طبیعی و محیط زیست"، "حفظ هویت فرهنگی و اجتماعی"

منبع: یافته‌های کیفی پژوهش

پس از تعیین گزاره‌ها و واحدهای معنایی مرتبط با هر یک از ابعاد موضوع مورد مطالعه، ارتباط و تأثیر و تأثرات آنها تحلیل و بررسی شد و در قالب مدل‌های ذیل ارائه شده است؛ مدل دیپلماسی رسانه‌ای مشارکتی مبتنی بر هم‌افزایی ملی: در این الگوی مشارکتی دو موضوع محوری مطمح نظر است، یکی مسئولیت ذاتی دستگاه‌های مرتبط با رسانه و سیاست خارجی و دیگری هم‌افزایی و هم‌سوسازی ظرفیت‌های موجود، سازمان‌های مردم‌نهاد و نهادهای علمی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی. بنابراین، متولیان دیپلماسی رسانه‌ای باید در راستای حفظ منافع و مصالح ملی، این دو موضوع و مؤلفه محوری، را در برنامه‌های مأموریتی خود لحاظ نمایند.

شکل ۲- مولفه‌های دیپلماسی رسانه‌ای مشارکتی مبتنی بر هم‌افزایی ملی



منبع: ترسیم‌نگارنده بر اساس یافته‌های کیفی پژوهش

۲- مدل قدرت داخلی مبتنی بر مشارکت و شبکه‌سازی (مشارکت شبکه‌ای): در این الگو، موضوعات و مولفه‌های محوری عبارتند از: انسجام اجتماعی، مشارکت، عدالت محوری، مردم‌محوری، توانمندسازی، امنیت پایدار، رفاه، شفافیت و قاتونمندی.

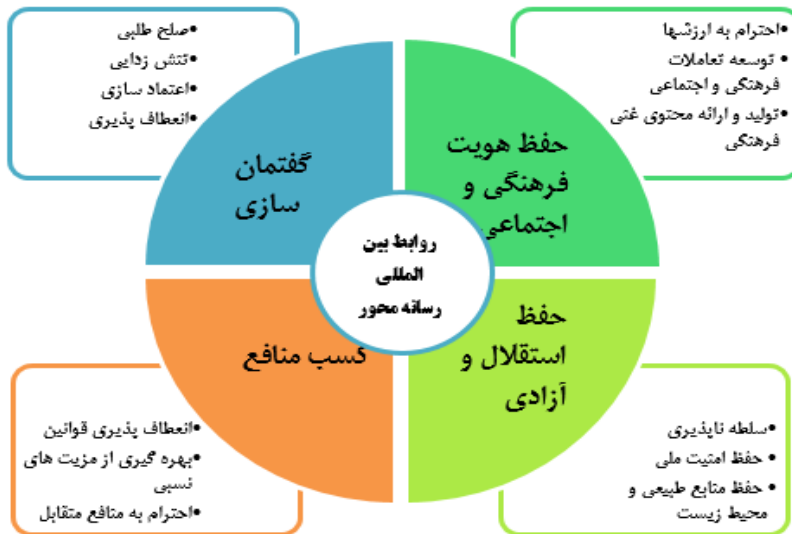
شکل ۳ - مولفه‌های الگوی - قدرت داخلی مبتنی بر مشارکت و شبکه سازی (مشارکت شبکه‌ای)



منبع: ترسیم نگارنده بر اساس یافته‌های کیفی پژوهش

مدل توسعه روابط بین‌المللی رسانه محور: در این الگوی مشارکتی، تأکید اصلی بر؛ گفتمان- سازی (از طریق؛ صلح طلبی، تنش زدایی، اعتماد سازی و انعطاف پذیری)، حفظ هویت فرهنگی و اجتماعی (از طریق؛ احترام به ارزشها، توسعه تعاملات فرهنگی و اجتماعی و تولید و ارائه محتوای غنی فرهنگی)، حفظ استقلال و آزادی (از طریق؛ سلطه ناپذیری، حفظ امنیت ملی، حفظ منابع طبیعی و محیط زیست) و کسب منافع (از طریق؛ انعطاف پذیری قوانین، بهره گیری از مزیت‌های نسبی و احترام به منافع متقابل) می‌باشد.

شکل ۴ - مدل توسعه روابط بین‌المللی رسانه محور



منبع: ترسیم بر اساس یافته‌های کیفی پژوهش

نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف شناخت، تحلیل و ارزیابی اثرات و نقش دیپلماسی رسانه‌ای بر قدرت داخلی و روابط بین‌المللی در کشورهای در حال توسعه و سنجش معنی‌داری و شدت روابط بین متغیرهای موصوف صورت پذیرفت، که گردآوری داده‌ها و تحلیل‌ها در خصوص کشور جمهوری اسلامی ایران به عنوان یک کشور در حال توسعه، صورت پذیرفته است، لیکن، ممکن است؛ نتایج این پژوهش با تمام جزئیات آن قابل تعمیم به سایر کشورهای در حال توسعه نباشد، اما بهر حال کلیت مباحث در مورد تمامی اینگونه کشورها صدق می‌نماید. تفاوت پژوهش حاضر با پژوهش‌های صورت را می‌توان در تبیین نقش دیپلماسی رسانه‌ای بر قدرت داخلی و روابط بین‌المللی با استفاده از روش آمیخته دانست، بنحوی که در این پژوهش ارتباط بین متغیرهای پژوهش بصورت نظام مندی مورد توجه قرار گرفته است. بدین نحو که طی سه مرحله این ارتباط تبیین و تحلیل شده است؛ ۱ - تعیین تبیین‌گرهای دیپلماسی رسانه‌ای، قدرت داخلی و روابط بین‌المللی بر اساس نظرات نخبگان، از طریق روش کیفی دلفی ۲ - طراحی پرسشنامه

کمی و کیفی بر اساس تبیین‌گرهای موصوف ۳ - تحلیل ارتباط متغیرها با روش‌های تحلیل کمی و کیفی.

یافته‌های مهم پژوهش‌های پیشین، حاکی از تأثیر مثبت و معنادار رسانه‌های نوین در رابطه بین قدرت نرم و دیپلماسی و نقش میانجی‌گری رسانه‌های نوین در این فرایند می‌باشد. همچنین این مطالعات نشان می‌دهند؛ عملکردهای رسانه، روند توسعه سیاسی در جوامع مختلف را شتاب بخشیده‌اند و در پرتو فضای مجازی، مفهوم قدرت ابعاد وسیع‌تری پیدا کرده است. از نظر آنها، فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی با شکستن انحصار دولت‌ها در تعاملات بین‌المللی، افزایش توان ارتباطی بازیگران غیردولتی را فراهم ساخته است. لیکن، یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد؛ گرچه نقش دیپلماسی رسانه‌ای بر عناصر قدرت مورد تأکید است، اما این نکته نیز آشکار شد؛ که دیپلماسی رسانه‌ای، اگرچه قادر است؛ برخی از مولفه‌های قدرت داخلی را بهبود ببخشد، اما میزان تأثیرگذاری آنها نسبت به یکدیگر کاملاً متفاوت بوده و این اثرگذاری، مبتنی بر شرایط اجتماعی، فرهنگی و اقتضانات محیطی و فضایی هرکشوری ممکن است، با تفاوت‌هایی همراه باشد و در جوامع مختلف صور و نتایج متفاوتی را از خود بروز دهد. اما، این موضوع درخصوص نقش دیپلماسی رسانه‌ای بر روابط بین‌المللی موضوعی جهانی شمول‌تر و عمومی‌تر است و به عبارت دیگر، دیپلماسی رسانه‌ای بر روابط بین‌المللی تأثیرات بارزتر و بیشتری دارد. بنحوی که ارتباط میان شاخص‌های تبیین‌گر این دو متغیر دارای همبستگی به مراتب بالاتر و معناداری مشاهده گردید.

کشورهای در حال توسعه، علی‌الخصوص جمهوری اسلامی ایران از نظر میزان برخورداری از مزایای تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی، اگرچه در دهه‌های اخیر گام‌های مهمی برداشته‌اند، اما تا رسیدن به مرحله اثرگذاری و نقش‌آفرینی و بهره‌گیری از مزایای دیپلماسی رسانه‌ای، راه طولانی در پیش دارند. در این مسیر، این نکته حائز اهمیت است؛ که در فرآیند شبکه‌ای شدن، کاهش قدرت از دولت، توزیع قدرت و انتقال آن به سازمان‌های غیردولتی، گروه‌ها، نهادها و افراد قطعی است؛ به گونه‌ای که دولت برای حفظ و نگهداری زیرساخت‌های عظیم اطلاعاتی و حفظ آن از گزند تهدیدکنندگان امنیت سایبری خارجی و داخلی، سازمان‌های مافیایی و تروریستی و ناقضان حقوق مردم ناگزیر به بهره‌گیری از ظرفیت روابط بین‌المللی خود و شرکت‌های خصوصی قدرتمند داخلی است.

تحلیل داده‌های کیفی این مطالعه نشان داد؛ در راستای بهره‌گیری مطلوب از دیپلماسی رسانه‌ای به منظور تقویت قدرت داخلی و توسعه روابط بین‌المللی گزاره‌های متعددی باید در سیاست‌گذاری‌ها مورد توجه قرار بگیرد، که اهم آنها عبارتند از؛ توجه ویژه سیاستگذاران و متولیان دیپلماسی رسانه‌ای به اهمیت، ضرورت و مکانیزم‌های تأثیرگذاری بر افکار عمومی؛

ایجاد تصویر مطلوب، به عنوان یکی از رسالت‌های مهم و کلیدی دیپلماسی رسانه‌ای؛ اهمیت و ضرورت تعامل مطلوب بین سیاست‌گذاری با ابزارها و زیرساخت‌های فناوری به عنوان رکن اساسی در سیاست‌گذاری‌ها؛

نظم و امنیت، به عنوان دو مولفه کلیدی قدرت داخلی؛

حکمرمایی خوب، به عنوان چشم انداز توسعه داخلی؛

توجه جدی به ارتقای شاخص‌های فضای کسب و کار، به عنوان یکی از ابعاد حیاتی قدرت

داخلی و همچنین مبنایی برای توسعه روابط بین‌المللی؛

تعامل سازنده با جهان با رویکرد حفظ منافع ملی.

در همین ارتباط، از جمله ضعف‌های ساختاری موجود در دستگاه دیپلماسی در کشور، نبود متولی مشخص برای سازماندهی و تبیین سیاست‌های حوزه دیپلماسی رسانه‌ای است، بنابراین لازم است؛ شورایی مرکب از وزارتخانه‌های امور خارجه، فرهنگ و ارشاد اسلامی، صداوسیما، وزارت ارتباطات و مجموعه حاکمیت برای سازماندهی این حوزه تشکیل گردد.

نکته حائز اهمیت اینکه؛ توزیع قدرت به عنوان اهرمی مثبت در فرایند توسعه، در صورت عدم توجه نظام حاکمیتی کشور به ضرورت توسعه ابعاد مردم سالاری، می‌تواند به عاملی تهدیدآمیز تبدیل شود. توزیع قدرت، به عنوان فرآیندی که آزادی‌های سیاسی، آزادی بیان، آزادی دسترسی به اطلاعات و برخورداری کامل از آزادی‌های مدنی و حقوق شهروندی را برای مردم تبیین کند، یکی از استراتژی‌هایی است که با کمک رسانه‌ها و هم‌افزایی نهادهای متولی، قابل دستیابی است.

بر اساس اندیشه‌های تافلر، امروزه ما شاهد جابجایی جابجایی قدرت از زور و خشونت به دانایی است. بنابراین، مؤلفه‌هایی چون میزان جمعیت، وسعت سرزمین، منابع طبیعی، وضعیت و ظرفیت اقتصاد، ثبات سیاسی، حجم نیروها و توان افزارهای نظامی بخش کم اهمیت تر قدرت را تشکیل می‌دهند و در همین ارتباط فناوری‌های آموزشی، اطلاعاتی - ارتباطی و رشد توان

اقتصادی اهمیت بیشتری یافته‌اند. بنابراین، بهره‌گیری از ظرفیت دیپلماسی رسانه‌ای بویژه از طریق تعامل مناسب با جهان، بهبود فضای کسب و کار و رفع محدودیت‌های ارتباطی و اطلاعاتی می‌تواند، فرصت‌های متعددی را فراروی کشور در مسیر توسعه روابط بین‌المللی و بهبود قدرت داخلی قرار دهد.

ملاحظه مهم دیگر اینکه؛ بنابر نظریه کردارگرایی روابط بین‌الملل، ادراک ساحت سیاست بین‌الملل، مستلزم بررسی و تبیین آنچه‌ی است که واقعاً و درعمل در صحنه امور جهانی رخ می‌دهد و روابط بین‌الملل از این منظر همان کردارها و نقش‌آفرینی‌های زبانی و کرداری دیپلمات‌ها و سیاستمداران است. لذا، ضرورت دارد در تدوین سیاست‌های دیپلماسی و سیاست خارجی به جای تأکید صرف بر استعمال مفاهیم انتزاعی همچون منافع ملی، هویت‌ها و ... بخشی از توان و انرژی را نیز به توانمندسازی کارگزاران در جهت فراگیری الزامات عملی زمینه‌مند همچون عادت‌ها و امیال نهادینه اختصاص دهیم. چرا که مشاهده شده، همین امیال و عادات اشتباه و نسنجیده کارگزاران تأثیرات مخربی را بر برنامه‌های و اهداف سیاست خارجی برجای گذاشته است. در بخش دیگری از نظریات روابط بین‌الملل بر ساخت اجتماعی واقعیت تأکید می‌کنند و بر این عقیده هستند که معنا سازی است که به واقعیات جهانی شکل می‌دهد. بنابراین یکی از ضرورت‌های دیپلماسی رسانه‌ای کشور ما در فرایند روابط بین‌المللی بهره‌گیری از ظرفیت غنی فرهنگ و هنر موجود در کشور و توجه به هویت‌ها، هنجارها و فرهنگ غنی است که می‌تواند نقش مهمی در سیاست خارجی ایفا می‌کنند. در نهایت، توجه به این نکته حائز اهمیت است که؛ تعاملات بین‌المللی محدود به همبستگی و تعارض نیست و تفکیک کشورها به دو گروه دوست و دشمن سیاستی نادرست است و تغییر تفکر در روابط بین‌الملل می‌تواند منجر به تغییر همکاری بین‌الملل شود.

پیشنهادات پژوهش

با توجه به اینکه کردارها و نقش‌آفرینی‌های زبانی و رفتاری دیپلمات‌ها و سیاستمداران سهم مهمی از روابط بین‌الملل را شکل می‌دهد، در مسیر توسعه و تحول روابط بین‌المللی، آموزش و توانمند سازی دیپلمات‌ها و سیاستمداران، بسیار ضروری و حائز اهمیت است؛ پرهیز از تفرق و پراکندگی در ارائه مواضع دیپلماتیک و رسمی کشور و جلوگیری از ورود مقامات غیرمرتبط و غیر متخصص به صحنه ابراز مواضع دیپلماتیک بین‌المللی؛

استفاده موثر و مطلوب از ظرفیت دیپلماسی رسانه‌ای به منظور تقویت قدرت داخلی و توسعه روابط بین‌المللی با توجه به سهم اثرگذاری هریک از شاخص‌های تبیین‌گر؛ توسعه و تقویت زیرساخت تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی در راستای نظم اجتماعی و افزایش سطح رفاه داخلی به عنوان مولفه‌های اساسی در تقویت قدرت داخلی؛ بهره‌گیری از ظرفیت دیپلماسی رسانه‌ای از طریق تعامل متناسب با دنیا، بهبود فضای کسب و کار و رفع محدودیت‌های ارتباطی و اطلاعاتی می‌تواند، فرصت‌های متعددی را فراروی کشور در مسیر توسعه روابط بین‌المللی و بهبود قدرت داخلی قرار دهد.

منابع و مأخذ

فارسی

ابوالقاسمی، میثم، عسگرخانی، ابومحمد، مرادی، مریم، صلاحی، سهراب (۱۴۰۰). واکاوی نقش رسانه‌ها در افزایش قدرت نرم ایالات متحده آمریکا (نمونه موردی ایران). فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، ۱۱(چهارم)، ۱۷۵ - ۱۹۴.

بلیکی، نورمن (۱۳۸۴). طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه حسن چاوشیان، نشر نی، چاپ اول، تهران. پوردست، زهرا؛ سلطانی نژاد، احمد و جمشیدی، محمدحسین (۱۳۹۵). دگرگونی مفهوم قدرت در پرتو فناوری نوین اطلاعاتی - ارتباطی». دوفصلنامه علمی - پژوهشی دانش سیاسی، سال دوازدهم، شماره اول، ۳۹ - ۷۹.

تافلر، آلوین (۱۳۷۵). جابجایی در قدرت، ترجمه شهین‌دخت خوارزمی، نشر مولف، چاپ سوم، تهران. تقوی رضانی، فاطمه؛ سلطانی فر، محمد؛ درزبان رستمی، حسن و حسینی دانا، حمیدرضا (۱۴۰۲). رسانه‌های نوین ابزار قدرت نرم در دیپلماسی دولت‌ها. فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، دوره ۱۳، شماره ۱ (پیاپی ۳۲)، ۵۶ - ۲۹.

تومی، ایلکا (۲۰۰۴). جامعه دانایی و پرسش‌های پژوهشی آینده، ترجمه اسماعیل یزدان پور، چاپ اول، مرکز پژوهش‌های ارتباطات کشور، تهران. خرازی آذر، رها (۱۳۹۴). دیپلماسی رسانه‌ای، توان نوین استراتژیک کشورها، مطالعات رسانه‌ای، ۱۰(۲۹)، ۱۱۳ - ۱۲۲.

خسروی، افسانه، رزمجو، علی اکبر و عنایتی شبکلایی، علی (۱۳۹۴). دیپلماسی عمومی جدید؛ بسترساز قدرت دیپلماسی رسانه‌ای. فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی، شماره ۲۲، صص ۱۲۵ - ۱۴۲. خواجه سروی، غلامرضا و سهراب زاده، عباس (۱۳۹۶). رسانه و شخصیت زدایی قدرت. فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، سال ششم، شماره ۲۲ (پیاپی ۵۲)، ۶۹ - ۹۶.

- رنجبر حیدری، وحید، فرجی، محمد رضا و جمشیدی، ابراهیم (۱۳۹۴). نقش شبکه خبری الجزیره در دیپلماسی رسانه‌ای قطر. فصلنامه علمی پژوهشی سیاست جهانی، چهارم (اول)، صص ۲۳۵ - ۲۰۳.
- زندى زيارانى، محمد و ميركوشش، اميرهوشنگ (۱۴۰۲). قدرت نرم و بازيگران غيردولتي (پيامدهاي همكاري و درگيري بازيگران غيردولتي با دولت‌هاي ملي). فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، دوره ۱۳، شماره ۲ (پياپي ۳۳)، ۱۵۱ - ۱۲۷.
- سجادپور، محمدکاظم و مهدی زاده، علی (۱۳۹۳). ضرورت‌های دیپلماسی در عصر فناوری. فصلنامه پژوهش‌های روابط بین‌الملل، دوره اول، شماره ۱۱، ۶۶ - ۳۵.
- شارپ، جین (۱۳۸۹). قدرت نرم و عدم‌خشونت، ترجمه سید رضا مرزانی، انتشارات دانشگاه امام صادق، تهران
- صدرپور، امیرحسین، جمشیدی اسلامی، محسن. (۱۳۹۵). بررسی سازوکار نوین دیپلماسی عمومی بر مبنای نظریه قدرت نرم جوزف نای. فصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال ۶، شماره ۱۴، ۱۸۲ - ۱۶۶.
- ظریف، محمدجواد (۱۳۸۷). دیپلماسی چندجانبه، انتشارات دانشکده روابط بین‌الملل، تهران.
- عاملی، سیدحامد، خرازی آذر، زهرا و مظفری، افسانه (۱۳۹۵). دیپلماسی شبکه‌ای به مثابه دیپلماسی آینده: نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دوره ۱۲، شماره ۳۴ - شماره پیاپی ۳۴، صص ۷۵ - ۹۵
- فوکو، میشل (۱۳۷۰). قدرت انضباطی و تابعیت، در: قدرت، فرانسوی یا شر شیطان، به کوشش استیون لوکس، ترجمه فرهنگ رایبی، مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی، تهران.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۴). مانوئل کاستلز و مارتین اینس (گفت‌وگوهایی با مانوئل کاستلز)، ترجمه‌ی لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، نشر نی، تهران.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد ۱، ظهور جامعه شبکه‌ای)، ترجمه‌ی احد علیقلیان، افشین خاکباز. حسن چاوشیان؛ ویراسته‌ی علی پایا، نشر طرح نو، چاپ پنجم، تهران
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد ۲، قدرت هویت)، ترجمه‌ی احد علیقلیان، افشین خاکباز، حسن چاوشیان؛ ویراسته‌ی علی پایا، نشر طرح نو، چاپ پنجم، تهران
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (جلد ۳، پایان هزاره)، ترجمه‌ی احد علیقلیان، افشین خاکباز، حسن چاوشیان؛ ویراسته‌ی علی پایا، نشر طرح نو، چاپ پنجم، تهران
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، نشر طرح نو، تهران.
- کلمبیس، تئودور و ولف، جیمز (۱۳۷۵). رویکردهای مختلف در مطالعه سیاست، ترجمه وحید بزرگی، مؤسسه انتشارات جهاد دانشگاهی، تهران.
- گیلبوآ، ایتان (۱۳۸۸). ارتباطات جهانی و سیاست خارجی، ترجمه حسام الدین آشنا و محمدصادق اسماعیلی، انتشارات دانشگاه امام صادق، تهران.
- محسنی، منوچهر (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی، نشر دیدار، چاپ اول، تهران.

مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۳). احیای مکتب انگلیسی در روابط بین‌الملل، فصلنامه سیاست خارجی، سال هجدهم، تهران.

نعمتی، فاطمه و بزرگمهری، مجید (۱۳۹۰)، تاثیر دیپلماسی رسانه‌ای بر سیاست خارجی: تبیین راهکارها، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، شماره هفدهم، زمستان ۱۳۹۰، صص ۱۵۸ - ۱۳۹
ونت، الکساندر (۱۳۸۴). نظریه اجتماعی سیاست بین‌الملل، ترجمه حمیرا مشیرزاده، انتشارات وزارت امور خارجه، تهران.

هادیان، ناصر (۱۳۸۲). سازه انگاری: از روابط بین‌الملل تا سیاست خارجی، فصلنامه سیاست خارجی، سال ۱۷، شماره ۴، زمستان ۸۲.

انگلیسی

- Bell, D. (1980). *The Social Framework of the Information Society. The Microelectronics Revolution*, Basil Blackwell, Oxford..
- Castells, Manuel, (1997), *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring and the Urban-Regional process*. Oxford: Blacwell.
- Ebo, E. (1996), "Media Diplomacy and Foreign Policy: Toward a Theoretical Frameworks", In: A. Malek (ed.), *News Media and Foreign Relations*, New York, Routledge.
- Gilboa, E. (1998), *Media Diplomacy: Conceptual Divergence and Application*, Hansard International Journal of Press.
- Hindell, K. (1995). "The Influence of the Media on Foreign Policy". *International Relations*, 12(4), 73-83.
- Hurd, I. (2020). *International Organizations: Politics, Law, Practice*. Cambridge University Press.
- Krasner, S. D. (2013). "Recognition: Organized Hypocrisy Once Again". *International Theory*, 5(1), 170-176.
- Mearsheimer, John. (1994), "The False Promise of International Institutions", *International Security*, Vol. 19, No. 3, Winter 1994/95, pp. 10-12.
- Neuman, J., Light (1996), *Camera, War: Is Media Technology Driving International Politics*, New York: St. Martin's Press.
- 12- Prasad, R. N. (2002). *Governance of India: Issues and Perspectives*. Concept Publishing Company.
- Sheafer, Tamir and Itay Gabay. (2009), "The Media and Public Diplomacy; A Strategic Contest over international Agenda Building and Frame Building", *Political Communication*, Volume 26, Issue 4.
- Taylor, P. M. (1997), *Global Communicatio, International Affairs and the Media since 1945*, New York, Routledge.
- Zhang, L. (2010). "The Rise of China: Media Perception and Implications for International Politics". *Journal of Contemporary China*, 19(64), 233-254.

