



Study of soft power tools

(Emphasizing the role of print media and news sites)

Mohammad Torabi¹ - Amin Jamshidzadeh²

Abstract

In today's world, the importance of traditional and electronic media in increasing soft power is not hidden from anyone. The present study seeks to examine the role of print media and news sites in promoting the soft power of a country. In this regard, the main question is what effect do print media and news sites have on a country's soft power? In response to this question, the central hypothesis has been raised that print media and news sites increase soft power by influencing the mental and psychological structure of the audience, directing public opinion and mobilizing resources. The above hypothesis is tested in this research using descriptive-analytical method and library tools. On the other hand, in order to theoretically support the issue, the theories of Habermas, Klaus Ofe and Gramsci media hegemony have been used. Findings indicate that soft power in the system of effort with regard to print media and news sites as one of the important strategies and policies to achieve the goals of political systems can be. Finally, the soft power of Iran and the role of the media in this regard will be considered.

Keywords: soft power, print media, news site, diplomacy, public opinion

¹ Assistant Professor of Islamic Azad University, Qom Branch. IRAN.

M.hasani555@gmail.com

² PhD Student in Iranian Issues, Islamic Azad University, Qom Branch. IRAN.

Amin.jamshidzadeh56@gmail.com



بررسی ابزارهای قدرت نرم

(با تأکید بر نقش رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری)

محمد ترابی^۱ - امین جمشیدزاده^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۷/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۲۰

چکیده

در دنیای امروز، اهمیت رسانه‌های سنتی و الکترونیکی در افزایش قدرت نرم بر کسی پوشیده نیست پژوهش حاضر به دنبال بررسی نقش رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری در ارتقای قدرت نرم یک کشور تلاش است. در این راستا، سؤال اصلی این است که رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری چه تأثیری بر قدرت نرم یک کشور دارند؟ در پاسخ به سؤال مذکور این فرضیه محوری مطرح شده است که رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری از طریق تأثیرگذاری بر ساختار ذهنی و روانی مخاطبان، جهت‌دهی افکار عمومی و بسیج منابع باعث افزایش قدرت نرم می‌شوند. فرضیه فوق در این پژوهش با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و با ابزار کتابخانه‌ای مورد آزمایش قرار می‌گیرد. از سوی دیگر، در جهت حمایت نظری از موضوع، از نظریه‌های هابرماس، کلاوس اوفه و هژمونی رسانه‌ای گرامشی استفاده شده است. یافته‌ها بیانگر آن است که قدرت نرم در نظام تلاش با توجه به رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری به‌عنوان یکی از راهبردها و سیاست‌های مهم در جهت دستیابی به اهداف نظام‌های سیاسی می‌تواند باشد. در نهایت قدرت نرم ایران و نقش رسانه‌ها در این راستا مورد توجه قرار خواهد گرفت.

واژگان کلیدی: قدرت نرم، رسانه نوشتاری، سایت خبری، دیپلماسی، افکار عمومی

^۱استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم. ایران. (نویسنده مسئول)

M.hasani555@gmail.com

^۲دانشجوی دکتری مسائل ایران دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم. ایران.

Amin.jamshidzadeh56@gmail.com

مقدمه

در عصر جهانی‌شدن و با وقوع انقلاب تکنولوژیکی و الکترونیکی، رقابت واحدهای سیاسی از حوزه سخت‌افزار وارد حوزه نرم‌افزاری شده است به طوری که کشورها سعی دارند منابع نرم افزایش قدرت خود را ارتقا دهند. یکی از مهم‌ترین منابع قدرت نرم در جهان امروز، رسانه‌های جمعی است. هرچند رسانه‌های تصویری و دیداری به واسطه قدرت تصویرسازی، جذابیت‌های دیداری و جلوه‌های ویژه از سایر رسانه‌ها تأثیرگذارترند، اما هنوز رسانه‌های نوشتاری چون مطبوعات، سایت‌های خبری، مجلات و فصلنامه‌ها مخاطبان خاص خود را دارد و استفاده بهینه و استراتژیک از آنها می‌تواند به یکی از منابع مهم قدرت نرم واحدهای سیاسی تبدیل شوند. تأثیرگذاری این رسانه‌ها در روند و تحولات اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی غیرقابل‌انکار است و نقش کانونی در بسیج منابع، جهت‌دهی افکار و قدرت اجتماعی و نرم ایفا می‌کنند. در واقع رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری، امروزه نقش برجسته‌ای در ارتباطات دارند؛ ارتباطات نیز در بُعد داخلی و خارجی اثر مستقیم بر قدرت ملی و همچنین امنیت ملی دولت‌ها دارند. به دلیل ماهیت این دسته از رسانه‌ها، بیشترین اثرگذاری در حوزه قدرت نرم صورت می‌گیرد. قدرت نرم نیز که بر اساس فرایند اقدامات هدفمند و تأثیرگذار بر ساختار ذهنی و روانی مخاطبان به منظور تحقق رفتار مدنظر صورت می‌پذیرد می‌تواند جایگاه به کارگیرنده آن را ارتقا بخشد. با توجه به این مهم که تلاش در شرایط حساس تاریخی، منطقه‌ای و جهانی قرار دارد، لذا باید از تمام منابع قدرت نرم خود استفاده نماید. تمدن و فرهنگ، دین اسلام و رفتار سیاسی می‌تواند از مهم‌ترین مؤلفه‌های قدرت نرم تلاش باشد که برای آنکه از آنها به درستی استفاده نماید، رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش قابل‌توجهی ایفا نمایند. بررسی تأثیرگذاری رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری، بر قدرت نرم تلاش می‌تواند زوایای پیدا و پنهان قدرت نرم را آشکار سازد؛ بنابراین اصلی‌ترین هدف در این پژوهش، برجسته‌سازی نقش رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری در ارتقای قدرت نرم تلاش و همچنین نشان دادن محدودیت‌ها و چالش‌هایی است که در

این زمینه وجود دارد. در این راستا، سؤال اصلی این پژوهش که به روش توصیفی-تحلیلی و با اسناد کتابخانه‌ای گردآوری شده این است که رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری چه تأثیری بر قدرت نرم یک کشور دارند؟

چارچوب مفهومی: نظریه قدرت نرم

مفهوم قدرت نرم برای نخستین بار توسط جوزف نای، در مقاله نشریه آتلانتیک در مارس ۱۹۹۰ مطرح گشت. وی مدعی است «اگر آمریکا تنها دو درصد از تولید ناخالص داخلی را به برنامه‌ای اختصاص دهد که هم آموزش داخلی را ارتقا داده و هم کمک‌های مؤثر و اطلاعات موردنظر را به خارج برساند، به قدرتی متفاوت و عمیق‌تر از قدرت سخت دست می‌یابد که به آن می‌گوییم قدرت نرم». در سال ۱۹۹۰ این مفهوم موردبررسی و توضیح بیشتری قرار گرفت. در کنار قدرت نظامی و اقتصادی (قدرت سخت)، بعد جدیدی به نام «قدرت نرم» مطرح شد: «قدرت نرم توانایی کسب است از طریق جذب به‌جای اجبار». این نوع قدرت، «از طریق روابط با متحدان، کمک‌های اقتصادی و تبادلات فرهنگی حاصل می‌شود». این نوع قدرت می‌تواند موجب به وجود آمدن افکار عمومی مطلوب‌تر و کسب اعتماد بیشتر در کشورهای دیگر شود (ره پیک، کلاه چیان ۱۳۸۸، ۱۰).

در مطالعه و تحلیل قدرت، معمولاً عناصر محسوس قدرت (قدرت سخت) را به‌عنوان ارکان اصلی قدرت یک کشور در نظر می‌گیرند (ژانگ، ۲۰۰۱: ۱۱۷). با این وجود، تحولات جریان ساز عرصه جهانی پس از پایان جنگ سرد سبب کاهش رواج ابزارهای سخت‌افزاری قدرت و اقبال روزافزون بازیگران کوچک و بزرگ به کاربرد قدرت نرم جهت تحمیل اراده به یکدیگر شده است. به‌عبارتی دیگر تحولات شگرف محیط بین‌الملل طی دهه‌های اخیر سبب بروز دگرگونی عمیقی در شیوه‌های اعمال قدرت میان بازیگران شده است. به گونه‌ای که ظرف جهان کنونی برای کاربرد ابزارهای سخت‌افزاری قدرت در مقیاس وسیع مضیق گشته و جهانیان، دیگر شعله‌ور نمودن پیاپی آتش جنگ‌های خونین را همچون گذشته برنمی‌تابند، لذا کاربرد قدرت نرم از جنبه‌های گوناگون بر قدرت سخت

چربش و برتری یافته است تا آنجا که حتی ابرقدرت جهانی را نیز از توجه جدی به شیوه‌های نوین تحمیل اراده در عصر ارتباطات و اطلاعات نظیر، فرهنگ گریزی نیست. موضوع قدرت نرم به‌عنوان یک واژه در علم سیاست، به‌ویژه در حوزه منازعات بشری و از زمان قدیم مطرح بوده است. قدیمی‌ترین مدرک دربارهٔ قدرت نرم به دوران کنفوسیوس برمی‌گردد. در این راستا، با ظهور ادیان به‌ویژه اسلام و گسترش سریع آن‌ها در جهان، نقش قدرت نرم برجسته‌تر و تبدیل به یک عامل سرنوشت‌ساز شد. تا آنجا که می‌توان گفت، اسلام نه بر اساس قدرت سخت، بلکه با تکیه بر قدرت نرم گسترش یافت. قدرت نرم، در اصطلاح به معنای توانایی شکل‌دهی به ترجیحات دیگران از طریق اقناع و جذب دیگران به گونه‌ای آشکار اما نامحسوس است که برای کسب نتایج مطلوب از طریق جذابیت به‌جای اجبار یا تطمیع بکار گرفته می‌شود و با به-کارگیری ابزارها و شیوه‌های غیرمستقیم بر منافع یا رفتارهای دیگر کشورها اثر خواهد گذاشت (نای، ۱۳۸۷: ۴۳-۴۶)

نای معتقد است که قدرت نرم توانایی تعیین اولویت‌ها است به‌گونه‌ای که با دارایی‌های ناملموسی مثل داشتن جذابیت‌های فرهنگی، شخصیتی، ارزش‌های سیاسی و نهادی مرتبط و همسو باشد و یا سیاست‌هایی که مشروع به نظر رسیده و یا دارای اعتبار معنوی هستند را پدید آورد. اگر یک رهبر ارزش‌هایی را ارائه کند که دیگران خود مایل به پیروی از آن باشند، اداره کردن آن گروه هزینه کمتری خواهد داشت. قدرت نرم چیزی بیش از قانع کردن صرف یا توانایی حرکت دادن مردم از طریق استدلال است (هرچند که این یکی از بخش‌های مهم قدرت نرم است). قدرت نرم همچنین شامل توانایی جذب کردن نیز می‌شود و جذب، اغلب باعث مشارکت توأم با رضایت می‌گردد. به بیان ساده و در اصطلاح رفتاری، قدرت نرم، قدرت جذابیت و در اصطلاح منابع، منابع قدرت نرم دارایی‌های هستند که چنین جذابیت‌هایی را تولید می‌کنند (صبوری نیا ۱۳۸۸، ۱۹).

جوزف نای طیف رفتارها را در جنگ نرم و سخت به شکل زیر آورده است:

| | سخت | نرم |
|----------------|---------------------------|--|
| طیف رفتارها | و اداری کردن اجبار | جاذبه ملاحظات سازمانی |
| | فرمان | همکاری |
| مهم ترین منابع | تطمیع الزام رشوه تنبیه | فرهنگ ارزش‌ها نهادها سیاست‌ها |

منبع: (نای، ۱۳۸۹: ۴۷)

نای معتقد است که در سیاست‌های بین‌المللی، قسمت اعظم منابعی که قدرت نرم تولید می‌کند از ارزش‌های ارائه‌شده یک سازمان یا کشور در فرهنگش به‌عنوان مثال از طریق سیاست‌ها و آداب و رسوم داخلی و یا از طریق نوع رابطه‌اش با دیگران ناشی می‌شود. از نظر حکومت‌ها، گاهی اوقات کنترل و به‌کارگیری قدرت نرم مشکل است، اما این موضوع باعث کاهش اهمیت آن نمی‌شود. یکی از مسائلی که توسط نای مطرح می‌شود تأثیر سیاست خارجی بر قدرت نرم است: سیاست خارجی به شدت بر قدرت نرم تأثیرگذار است. سیاست‌های حقوق بشر جیمی کارتر و تلاش‌های دولت ریگان و دولت کلینتون برای ترویج دموکراسی، مثال‌هایی از این سیاست‌هاست (چگنی زاده، سیفی ۱۳۹۱، ۲۱۱).

نای معتقد است که شاید بتوان مهم‌ترین منابع قدرت نرم را در سه دسته فرهنگی، اقتصاد و سیاست جای داد:

- ۱- **فرهنگ:** فرهنگ مجموعه‌ای از ارزش‌ها و عملیاتی است که مفهوم و معنای یک جامعه را می‌سازد. زمانی که فرهنگ کشوری شامل ارزش‌های جهانی باشد و سیاست‌های آن ترویج ارزش‌ها و علایق بین دیگران باشد، به علت روابط جذب و وظیفه ایجادشده، احتمال کسب نتایج مطلوب افزایش می‌یابد (ره پیک، کلاه چیان ۱۳۸۸، ۱۳-۱۲).

نای معتقد است که فرهنگ نمودهای زیادی دارد. تمیز یک فرهنگ عالی مانند فرهنگ مبتنی بر هنر، دانایی و سواد (که برای نخبگان جذابیت دارد) از فرهنگ عامه (که محور اصلی آن را سرگرمی و تفریح شکل می‌دهد) بسیار آسان است. وقتی فرهنگ یک کشور ارزش‌های جهانی را شامل شود و بنیاد سیاست‌های آن را علایق و ارزش‌های مشترک جهانی شکل دهد، احتمال اینکه نتایج مطلوب [با هزینه اندک و مبتنی بر قدرت نرم] تحصیل شود، افزایش می‌یابد (نای ۱۳۸۷، ۵۲). وی در صحت اهمیت عامل فرهنگ در قدرت نرم کشورها به هنر، ادبیات، موسیقی، الگوها و مدهای لباس و نوع غذای اروپایی‌ها اشاره کرده و با ذکر اینکه موسیقی اروپایی دارای طرفداران جهانی بسیار زیادی است، می‌گوید: به همین خاطر اروپا یکی از رقبای جدی آمریکا در عرصه قدرت نرم محسوب می‌شود (ره پیک، کلاه چیان ۱۳۸۸، ۱۳). از این رو، برخی تحلیل‌گران برای قدرت نرم، عنوان ساده قدرت فرهنگ عمومی را به کار می‌برند. آن‌ها رفتار ناشی از قدرت نرم یعنی جاذبه را با منابع فرهنگی که گاهی ایجادکننده قدرت نرم هستند اشتباه گرفته‌اند. در عرصه فرهنگ یا اجتماع، مقوله‌هایی چون هنر (شامل فیلم و سرگرمی، موسیقی، تئاتر و هنرهای نمایشی)، رسانه (شامل رادیو و تلویزیون، روزنامه‌ها و مجلات، اینترنت و ماهواره‌ها)، دانش و ورزش مطرح می‌گردند. فرهنگ حتی دربرگیرنده مواردی چون ذائقه غذای یک ملت، خصلت‌های پسندیده ملی که زبانزد جهانی است، موقعیت فرهنگی ممتاز (شامل دارا بودن آثار باستانی و گردشگری، بزرگان ادبیات، شعر و رمان، موسیقی و هنر) و تعدد محصولات فرهنگی یک کشور نیز باشد. در زمینه دانش نیز دانشگاه‌ها، مراکز فکری، تحقیقاتی و مطالعاتی معتبر، برنامه‌های جذب و مبادله دانشجو (خصوصاً به‌عنوان قطب علمی در موضوع یا رشته‌ی خاصی مانند اسلام‌شناسی، شرق‌شناسی و غیره)، سهم جهانی در ارائه فناوری‌های نوین علمی، موفقیت‌های علمی و تحقیقاتی دانشجویان و دانشمندان ملی در صحنه بین‌المللی و در زمینه ورزشی نیز کسب افتخارات و میزبانی مسابقات جهانی یا حتی منطقه‌ای جملگی از مؤلفه‌های

مهم در جذب افکار و اذهان بین‌المللی و ایجاد قدرت نرم محسوب می‌شوند (ره پیک، کلاه چیان ۱۳۸۸، ۱۳).

با توجه به موارد عنوان‌شده در عصر حاضر کشورهایی که از منابع فرهنگی قدرت نرم استفاده می‌کنند، در سه دسته قرار می‌گیرند:

- آن‌هایی که فرهنگ و عقاید مسلطشان به هنجارهای رایج و غالب دنیا نزدیک‌تر است. (هم‌اکنون این هنجارها تأکیدشان بر لیبرالیسم، پلورالیسم و استقلال است.)
- کشورهای که دسترسی بیشتری به کانال‌های متعدد ارتباطی دارند و از تأثیرگذاری بیشتری در موضوعی که در حال چارچوب‌بندی آن هستند برخوردارند.
- کشورهای که اعتبارشان به‌وسیله عملکرد داخلی و بین‌المللی‌شان تقویت‌شده و ارتقا می‌یابد (نای ۱۳۸۳، ۱۳۲).

۲. اقتصاد: عامل دومی که در ایجاد قدرت نرم از نقش بسزایی برخوردار است، عامل اقتصاد است. شاخص‌های اقتصادی مانند رشد اقتصادی، مبادلات ارزی، تجاری، میزان تولید سرانه کشورها، تعداد شرکت‌ها (به‌ویژه شرکت‌های بین‌المللی)، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، میزان مشارکت در ایجاد نهادها و مقررات تجاری بین‌المللی، میزان رفاه، امید به زندگی، پایین بودن میزان بیکاری، دارا بودن مزیت نسبی در تولید و توزیع یک کالای خاص (هنری، صنعتی و یا کشاورزی) و... را می‌توان جنبه‌های مختلف تأثیرگذاری اقتصاد دانست اما دو جنبه اساسی که می‌تواند در تولید قدرت نرم اقتصادی مؤثر باشد، رشد اقتصادی و توزیع اقتصادی کالاها و خدمات با رویکرد رضایت عمومی است. همان‌طوری که در تبدیل ابزار تأثیرگذاری قدرت سخت از نظامی به اقتصادی در اواخر جنگ سرد، رقابت نظامی جای خود را به رقابت اقتصادی داد (وطن‌خواه ۱۳۸۷، ۹۶).

شاخص‌های اقتصادی که منبع قدرت نرم اقتصادی می‌باشند، مکانیسم تأثیرگذاری‌شان (ابزار تبدیل به قدرت) در تولید قدرت نرم (قدرت نرم اقتصادی) به‌صورت مستقیم نبوده و

به صورت غیرمستقیم آن‌چنان که در زمان جنگ سرد و پس از آن در امنیت نظامی تأثیرگذار بوده در دو بعد سیاسی و فرهنگی تأثیرگذار است (وطن خواه ۹۶، ۱۳۸۷).

۳. سیاست: منبع سوم قدرت نرم، سیاست است. شاخص‌های این منبع را می‌توان در دو عرصه داخلی و بین‌المللی بیان نمود. در عرصه داخلی، افکار عمومی (نقش آن در سیاست و میزان تأثیرگذاری و همراهی آن با دولت)، رعایت حقوق بشر، کارآمدی قوه قضائیه، پاسخگویی دولت، میزان امید به رعایت عدالت در میان افراد جامعه، سیاست‌های مهاجرتی، جذب توریسم، جذابیت‌های ایدئولوژی، میزان دخالت جامعه مدنی، میزان جرم و تخلف از قانون (تعداد زندان‌ها، تعداد زندانیان و نوع جرائم) یا قانون‌پذیری اجتماعی، احزاب سیاسی و گروه‌های فشار، رهبری سیاسی، مدل نظام سیاسی را مورد ملاحظه قرار داد. در عرصه بین‌المللی، حجم و میزان تعامل با سازمان‌های بین‌المللی، ارائه کمک‌های بشردوستانه، مناسبات و مبادلات فرهنگی، ارتباطات دیپلماتیک مطلوب و گسترده، طراحی و اتخاذ سیاست‌های راهبردی مقبول و برگزاری و مشارکت در کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌های بین‌المللی، همکاری سیاسی، سازمان‌های غیردولتی را می‌توان مدنظر قرار داد (فهمی ۱۳۸۸، ۱۱۶-۱۱۷). سیاست داخلی به دنبال ارتقای منافع ملی و امنیت ملی از طریق فهم، اطلاع‌رسانی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی داخلی و بسط تعامل و گفتگوی میان شهروندان و نهادهای ملی و همتایان آن‌ها در خارج از کشور است. اگر قرار است کشوری باقی بماند، باید به طرز قابل ملاحظه‌ای برنامه‌های رو به توسعه خود را در سطح داخلی به سرعت تقویت نماید. یک چنین روندی نیازمند منابع بنیادین دیگری نیز است، مانند ساختارها و روابط سازمانی و نهادی نوین و اطلاعات به‌عنوان عنصری ضروری در قدرت ملی در کنار عناصر سیاسی، اقتصادی و نظامی (ره پیک، کلاه چیان ۱۳۸۸، ۱۶-۱۵).

نای معتقد است که سیاست‌های حکومت می‌تواند قدرت نرم را تقویت یا تضعیف کند. سیاست‌های داخلی یا خارجی که متکبرانه و بی‌توجه به آراء دیگران و یا پیرو یک روش تنگ‌نظرانه و یا مزورانه باشد می‌تواند در کاهش قدرت نرم مؤثر باشد. مثلاً، طی نظرسنجی

ماه‌های بعد از جنگ عراق، مردمی که نظر مخالف داشتند بیان کرده‌اند که آن‌ها فقط نسبت به سیاست‌های نظامی بوش و دولتش واکنش نشان می‌دهند نه اینکه به‌طور کلی با ایالات متحده مخالف باشند. آن‌ها بین دولت و فرهنگ و ملت آمریکا تفکیک قائل می‌شوند (نای ۱۳۸۷، ۵۶-۵۵). از نظر نای، ارزش‌هایی که یک حکومت از آن‌ها پشتیبانی می‌کند به‌شدت بر عملکرد دیگران اثرگذار است. این ارزش‌ها می‌تواند در داخل کشور نمودهایی مانند دموکراسی و در مؤسسات بین‌المللی مانند همکاری با دیگر دولت‌ها و در سیاست خارجی مانند گسترش صلح و حقوق بشر داشته باشد. دولت‌ها بانفوذ الگوهای خود در جوامع می‌توانند باعث جاذبه و یا دافعه شوند. البته قدرت نرم به‌اندازه‌ی قدرت سخت تحت کنترل حکومت‌ها نیست؛ اما بعضی دارایی‌هایی که در قالب قدرت سخت قرار دارند مانند نیروهای مسلح به‌طور جدی وابسته و متعلق به حکومت هستند (نای ۱۳۸۷، ۵۶).

رسانه‌ها به‌عنوان ابزار قدرت نرم

به همین دلیل، اجرای سیاست‌های حکومت‌ها و دولت‌ها بدون توجه به افکار عمومی میسر نیست. رسانه‌ها به‌مثابه حلقه واسط دولت و افکار عمومی نقش اساسی در شکل‌گیری اراده سیاسی حکومت‌ها ایفا می‌کنند و موفقیت و شکست هر طرح تا حد زیادی به نحوه عملکرد رسانه‌های آن وابسته است. تسلط بر رسانه‌ها و خبرگزاری‌ها، قدرت بسیار زیادی به بازیگران صحنه‌های سیاسی و دولتی داده است. به‌گونه‌ای که با به‌کارگیری اهرم‌های خبری و اطلاعاتی می‌توانند نسبت به تغییر باورها و نگرش‌های جمعی و یا شکل‌دهی به افکار عمومی، ملی و فراملی اقدام کنند. سوءاستفاده گروهی به‌عنوان امپراتور رسانه‌های آن‌ها را نسبت به شکل‌دهی استبداد اطلاعاتی، توانمند ساخته است. چنین مدیریت رسانه‌ای امکاناتی فراهم می‌سازد تا سیاستمداران به رسانه‌ها دسترسی پیدا کنند و زمینه‌ای ایجاد می‌کند که نمایش حضور عمل آن‌ها در رسانه‌ها به حداکثر رسانده شود. این امر نه برای آن است که یک سیاستمدار یا حزب او در معرض دید مردم باشد، بلکه هدف قرار دادن تعریف آن سیاستمدار یا حزب از مسائل و مشکل‌های سیاسی و بیان مسئله و راه‌حل‌های آن در معرض دید همگان است. امروزه در فرایند جهانی‌شدن جهت‌دهی خواسته‌ها به افکار عمومی جهانی

و شکل‌گیری عقیده‌ها، گرایش‌ها و رفتارها امکان‌پذیر است (عیوضی ۱۳۸۸: ۲۵۴). در سال‌های اخیر، صحنه و آرایش تقابل‌ها به گونه‌ای شگفت‌انگیز دچار تحول گردیده و به تبع آن، مفاهیمی چون «قدرت» و «امنیت» ملی نیز دستخوش دگرگونی شده است. «قدرت فرهنگی» به‌عنوان مبنای اساسی قدرت ملی و پیروزی در جبهه «جنگ نرم» مطرح گردیده و در این میان، توجه به نقش «سرمایه اجتماعی» در افزایش «قدرت نرم» یک کشور، مورد تأکید اندیشمندان واقع شده است. در عرصه نوین رویارویی، رسانه‌ها از نقش بسیار مهمی در قدرت ملی هر کشور برخوردارند و رسانه ملی نیز نقش حیاتی در میزان افزایش مشارکت، انسجام، اعتماد، وفاداری ملی و در نهایت افزایش مشروعیت سیاسی دارد و قادر است به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی قدرت نرم و تولید «امنیت نرم»، برای مقابله با جنگ نرم، مورد توجه قرار گیرد (قدسی، ۱۳۹۰: ۷۵).

رسانه‌های جمعی می‌توانند در عقیده افراد اثر زیادی داشته باشند ولی چون تحقیق در این مورد آسان نیست کسانی گفته‌اند رسانه‌های جمعی اثر فوری بر افراد ندارند. به عبارت دیگر می‌خواست بگویند بعد از دوره‌ای که معروف به اعتقاد به اثر محدود رسانه‌های جمعی است مجدداً می‌توان به مفهوم اثرهای قوی رسانه‌های جمعی اعتقاد پیدا کرد (ورنر جی سورین، ۱۳۸۴). الیزابت نوئل نیومن در سال ۱۹۷۰ نظریه ماریپیچ سکوت را مطرح کرد؛ نظریه حرکت ماریپیچی سکوت، برای رسانه‌های جمعی در تأثیرگذاری، بیش از سایر نظریه‌ها در مورد رسانه‌ها، قدرت قائل است؛ نیومن معتقد است که رسانه‌های جمعی تأثیر فوق‌العاده‌ای بر افکار عمومی دارند؛ وی این بحث را مطرح می‌کند که چنانچه سه مشخصه‌ی بارز ارتباط جمعی، یعنی «تراکم»، «حضور همه‌جانبه» و «هم‌صدایی» با یکدیگر ترکیب شوند، قدرت زیادی را تولید می‌کنند که قادرند بر افکار عمومی اثر بگذارند. پیتز برگر و توماس لاکمن در دهه‌ی ۱۹۷۰ این نظریه را در کتاب ساخت رویکرد اجتماعی واقعیت: رساله‌ای در جامعه‌شناسی شناخت مطرح کردند و ریشه‌های آن به مکتب شیکاگو و پدیدارشناسی برمی‌گردد. نخستین گزاره مهم هستی‌شناسانه سازه‌انگاری این است که ساختارهای فکری و

هنجاری نیز به اندازه‌ی ساختارهای مادی (موردتوجه نو واقع‌گرایان) اهمیت دارند؛ دومین گزاره هویت‌ها هستند که به منافع و کنش‌ها شکل می‌دهند؛ بر اساس گزاره سوم، کارگزاران و ساختارها به هم متقابلاً شکل می‌دهند (خانیکی، ۱۳۹۸).

رسانه به‌عنوان ابزار دیپلماسی عمومی

دیپلماسی عمومی مفهومی است که طی پنجاه سال اخیر در روابط بین‌الملل مطرح شده است؛ تا قبل از آن، کار دیپلمات برقراری ارتباط با دیپلمات‌های محل مأموریتش بود و تلاش داشت ارتباط دوطرفه‌ای را برای تبیین سیاست‌های کشورش برای دیپلمات‌ها و مقام‌های کشور پذیرنده برقرار کند. این عبارت را برای نخستین بار ادموند گولین^۱، معاون دانشکده حقوق و دیپلماسی فلچر دانشگاه تافتز، در سال ۱۹۶۵ در زمان افتتاح مرکز ادوارد مور، برای دیپلماسی عمومی به کار برد. گولین، دیپلماسی عمومی را علت و معلول نگاه و دیدگاه‌های عمومی که طراحی و اجرای سیاست خارجی را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند، معرفی ساخت و در دهه ۱۹۸۰ میلادی مدیران کاخ سفید به‌منظور مقابله با دولت ساندنیست‌ها در نیکاراگوئه، دفتری را به این نام در اداره دیپلماسی عمومی، برای آمریکای لاتین و جزایر کارائیب راه‌اندازی نمود که آن زمان اصطلاح دیپلماسی عمومی، نزد افکار عمومی جهانیان معمول گردیده است. پس از حوادث ۱۱ سپتامبر نیز بار دیگر موضوع ارتباط افکار عمومی و سیاست خارجی دولت‌ها در قالب دیپلماسی عمومی به‌شدت موردتوجه قرار گرفته است (انعامی علمداری ۱۳۸۷، ۳۵-۳۴). با این حال هرگاه که ساختارهای جهانی دستخوش تغییر و تحول شوند، دیپلماسی نیز متحول می‌شود. کم‌رنگ شدن حاکمیت دولت‌ها، فناوری اطلاعات و ارتباطات، رشد بازیگران غیردولتی و آگاهی فزاینده مردم در سطح جهانی از اصلی‌ترین عواملی هستند که در تحول دیپلماسی نقش‌آفرینی می‌کند (کلکلی و رئیسی، ۱۳۹۸). در اینجا تأکید می‌شود که دیپلماسی نوین، پدیده‌ای در بستر جامعه مدنی جهانی است که در آن فناوری نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی، سازمان‌های جدید دولتی و غیردولتی،

¹ Edmund Gullion

مردم، گروه‌های فشار، انجمن‌های تخصصی و نظایر آن، خواستار نقش آفرینی بیشتر در مسائل جهانی هستند. به نظر اینان، مسائل زیست‌محیطی، بحران دیون نابرابری‌های اقتصادی بین-الملل، جلوگیری از تنازعات، موضوعات مربوط به حقوق بشر و کمک‌های بشردوستانه، ایدز، فشار جمعیت، جلوگیری از تنازعات بومی و قومی، پدیده مهاجرت، پارادوکس‌های جهانی‌شدن و سایر بحران‌ها و چالش‌های فراسوی جامعه بین‌المللی آن‌قدر پیچیده‌اند که ملت‌کشورها و دیپلماسی سنتی به‌تنهایی نمی‌توانند با آن‌ها مقابله کنند. در دیپلماسی نوین حرکت جدیدی در حال شکل‌گیری است که در آن سعی می‌شود با حرکت جدیدی برای حل مسائل و بحران‌های جهانی حرکت کرد (سیمبر و قربانی ۱۳۸۸، ۴۳).

جوزف نای در کتاب قدرت نرم دیپلماسی عمومی در عصر اطلاعات را مورد بررسی قرار می‌دهد جوزف نای در فصل چهارم کتاب به تلاش‌های صورت گرفته در چند قرن اخیر در به‌کارگیری قدرت نرم در نظام بین‌الملل توسط قدرت‌های بزرگ به‌طور مختصر اشاره می‌نماید و دیپلماسی عمومی در عصر اطلاعات را مورد بررسی قرار می‌دهد. در همین راستا در ابتدا به شکل‌گیری دیپلماسی عمومی و ابعاد این دیپلماسی شامل ارتباطات روزانه، ارتباطات استراتژیک، روابط پایدار با افراد تأثیرگذار از طریق سمینارها، کنفرانس‌های مبادلات، دسترسی به رسانه‌ها پرداخته شده است. به نظر نای، هر سه بعد یاد شده در دیپلماسی عمومی، نقش اساسی در کمک به ایجاد تصویری جذاب از یک کشور بازی کرده و در بهبود چشم‌انداز، کسب نتایج مطلوب برای آن کشور تأثیرگذار است (نای، ۱۳۹۰: ۱۵۵).

تأثیر رسانه‌ها بر گسترش حوزه عمومی

در عصر سلطه‌ی ارتباطات بزرگ‌ترین رسالت اطلاع‌رسانی بر دوش رسانه‌های جمعی است. امروزه رسانه‌ها با گسترش مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی، هویت انسان معاصر را تحت تأثیر قرار داده‌اند، به‌طوری‌که می‌توان هویت انسان مدرن را هویت رسانه‌ای نام گذاشت. هابرماس تعبیر حوزه عمومی را در اطلاق به عرصه‌ای اجتماعی به کار می‌برد که در آن افراد از طریق مفاهمه، ارتباط و استدلال مبتنی بر تعقل، موضع‌گیری‌ها و

جهت‌گیری‌های هنجاری‌ای اتخاذ می‌کنند که بر فرایند اعمال قدرت دولت، تأثیراتی آگاهی‌دهنده و عقلانی‌ساز باقی می‌گذارد. به عبارت بهتر، افراد در حوزه عمومی از طریق مفاهمه و استدلال و در شرایطی عاری از هرگونه فشار، اضطرار یا اجبار درونی (خودخواسته) یا بیرونی (قهری) و بر مبنای آزادی و آگاهی‌تعاملی و در شرایط برابر، برای تمام طرف‌های مشارکت‌کننده در حوزه عمومی مذکور مجموعه‌ای از رفتارها، مواضع و جهت‌گیری‌های ارزشی و هنجاری را تولید می‌کند که در نهایت به صورت ابزاری مؤثر برای تأثیر گذاردن بر رفتار و عملکرد دولت به‌ویژه در عقلانی‌ساختن قدرت دولتی عمل می‌کند (نوذری، ۱۳۸۱: ۴۹). نکته مهم و اساسی در این فرایند آن است که رفتار افراد در جریان مفاهمه در حوزه عمومی عمدتاً بر مبنای «کنش‌های کلامی» عاری از فشار و سلطه در شرایطی عادلانه، آزادانه، آگاهانه و برابر صورت می‌گیرد؛ یعنی در درون وضعیتی که هابرماس از آن به «وضعیت کلامی ایدئال» یاد می‌کند (نوذری ۱۳۸۱، ۵۶). مطبوعات، چه سنتی و چه الکترونیک که مهم‌ترین نهاد حوزه عمومی به حساب می‌آیند و هدفشان اطلاع‌رسانی، نقد دولت، آشنا کردن دولت با نیازهای مردم بود، در عصر سرمایه‌داری در خدمت دولت و احزاب سیاسی قرار گرفته و هدفشان نیز به هدفی تجاری تبدیل شد. به وجود آمدن پدیده سردبیری در همین راستا قابل تحلیل است. صنعت فرهنگ که محصول مدرنیته است تمام مطبوعات را در کام خود بلعید.

آیا پارلمان امروزی نمی‌تواند یک حوزه عمومی باشد؟ پارلمان نیز نمی‌تواند حوزه عمومی باشد، زیرا تصویب اتوماتیک‌وار تصمیمات پارلمانی در پشت درهای بسته از یکسو در خدمت خواسته‌های رسمی است و از سوی دیگر، بدین منظور است تا وفاق درون‌حزبی را به رخ مردم بکشند. در دوره لیبرال پارلمان، واقعاً بخشی از حوزه عمومی بود، اما امروزه چنین نیست. آیا امروزه اصلاً حوزه عمومی وجود ندارد؟ نه خیر. اگر در جاهایی نیز سخن از حوزه عمومی زده می‌شود این حوزه‌ها، حوزه‌های ساختگی هستند. امروزه هم حوزه عمومی و هم افکار عمومی آن قدر تحت تبلیغات رسانه‌های مشخص و دارای منافع خاص‌اند که استقلال

از خود ندارند و ساختگی‌اند تا خودجوش و طبیعی (هابرماس ۱۳۸۸، ۲۴۴). وظیفه پراگماتیک عام تشخیص و بازسازی شرایط عام فهم ممکن یا پیش‌فرض‌های عام ارتباط است. هر کس بخواهد در فرایند رسیدن به تفاهم موفق باشد باید مدعی مطرح کردن چهار اعتبار باشد:

(۱) فهمیدنی بودن: یعنی بیانات قابل فهم باشند.

(۲) صداقت: یعنی قضایا باید حقیقت داشته باشند.

(۳) درستی: یعنی گوینده باید صادق باشد.

(۴) صدق: یعنی گوینده حق دارد این قضایا را به زبان آورد.

هابرماس میان نظام و زیست جهان، تفاوت قائل است. ولی آن‌ها را لازم و ملزوم هم می‌داند. نظام، مبتنی بر کنش عقلانی معطوف به هدف و زیست جهان، مبتنی بر کنش ارتباطی است. نظام، از منطق عقلانیت ابزاری و زیست جهان، از منطق عقلانیت ارتباطی تبعیت می‌کند. هابرماس می‌گوید حصول تفاهم و رسیدن به موفقیت برای این تفاهم الزاماً به زبان به‌عنوان میانجی نیاز نیست (هابرماس ۱۳۸۴، ۱۳۹-۱۳۳). «افکار عمومی» بسته به اینکه همراه کدام شکل از «عمومیت» استفاده شود، معنای متفاوتی پیدا می‌کند. عمومیتی که در آن، قدرت انتقادی افکار عمومی در نظارت بر شیوه اعمال قدرت سیاسی و اجتماعی تأیید می‌شود یا عمومیتی که در بستر آن تلاش می‌شود از طریق تبلیغات فریب‌کارانه و نمایش‌های ساختگی افکار عمومی شکل داده شود و در خدمت اشخاص و نهادها و برنامه‌ها و کالاهای مصرفی درآید (هابرماس ۱۳۸۸، ۳۸۱-۳۷۰).

برای فهم نقش رسانه‌ها در گسترش حوزه عمومی و گفت‌وگوی انتقادی و نیز افول حوزه عمومی به‌واسطه تجاری شدن رسانه‌ها و فزون‌خواهی مستمر سرمایه‌داری، آشنایی با سه دوره تاریخی انتشار خبر، در نگاه هابرماس ضروری است:

جدول دوره‌های انتشار خبر

| دوره | نوع رسانه خبری | محتوای مورد تأکید | دروازه بانان اصلی / نفوذ |
|------|--|----------------------------------|---|
| اول | جزوه‌های حاوی اطاعات (خبرنامه) | اخبار واقعی | نامشخص |
| دوم | نشریات و گاه‌نامه‌های انتقادی (هفته‌نامه‌های اخلاقی) | تفسیر / گفت‌وگوی ادبی و سیاسی | سردبیر / نویسندگان (حوزه عمومی بورژوازی) |
| سوم | نشریات با [عنوان مصرف‌کننده (مانند روزنامه‌های عامه‌پسند) | گهی / روابط عمومی | ناشران / مالکان |

منبع: (مهدی زاده، ۱۳۸۹).

در تأثیرگذاری رسانه‌ها می‌توان گفت کارکرد تخریبی آن در مواردی هم چون تهدید به هتک حیثیت، ترویج خشونت و انحراف اخلاقی، تبلیغات براندازانه علیه نظام‌های سیاسی مخالف، هضم خرده‌فرهنگ‌ها و سرانجام نابودی آن‌ها، شایعه‌سازی و به راه انداختن جنگ روانی، نشر اکاذیب، توهین و افترا و جز آن، از نگرانی‌های جدی بشر امروز است. این نگرانی در واقع نگرانی از سوءاستفاده از قدرت رسانه‌ها است که زمینه افزایش بحران‌ها را فراهم می‌سازد. از زاویه‌ای دیگر، تهیه و انتشار مجله‌های رایانه‌ای با محتوای گوناگون از جمله آموزش بمب‌سازی و اقدام‌های تروریستی، حمله و خشونت از طریق شبکه‌های رایانه‌ای و اینترنتی، امنیت روانی و ذهنی مردم را نشانه رفته و با تلقین احساس ناامنی، خاطرهای را آشفته می‌کند. چنین فعالیت‌هایی سرانجام با تغییر بینش‌ها و جابجا کردن ارزش‌ها، زیرساخت‌های فرهنگی جامعه‌ها را لرزان و سپس متلاشی سازند (عیوضی، ۱۳۸۸: ۲۵۵).

اینترنت و گسترش حوزه عمومی

اینترنت از آغاز همه‌گیری در دهه ۱۹۹۰ تاکنون، مسیر پرفرازونشیبی را طی کرده است. آزادی و دسترسی به اینترنت دیگر مقوله‌ای نیست که قابل‌بحث و نیاز به اثبات داشته باشد. آنچه آشکار است اینکه اینترنت یک سرویس تمرکز زدا و پلورال برای همه جامعه است. نکته آنکه خود اینترنت نیز در دام شرکت‌های بزرگی چون یاهو، امریکن لاین، گوگل و...

است. در اینترنت، سایت‌های پر قدرتی نظیر «بی سی دیسنی» و «ای اس پی ان» یک‌ه تازی می‌کنند. ویکی‌پدیا، آنچه را می‌خواهد می‌داند و آنچه را می‌داند می‌گوید (دادجوی توکلی ۱۳۸۶، ۸). با این حال اینترنت به جهت دارا بودن ویژگی‌هایی خاص در مقایسه با سایر وسایل ارتباط جمعی، می‌تواند به‌عنوان حوزه عمومی مجازی و گسترده تلقی شود. این ویژگی‌ها را می‌توان چنین برشمرد:

تمرکززدایی: اینترنت یک سیستم ارتباط غیر متمرکز است. هر کس که به اینترنت وصل است، شبیه سیستم تلفن می‌تواند تماس برقرار و پیام مورد نظرش را ارسال کند. حتی می‌تواند پیامش را برای دریافت کنندگان متعدد ارسال نماید. اینترنت همچنین در سطح تشکیلات بنیادین نیز غیر متمرکز است، چراکه شبکه شبکه‌هاست (پوستر، ۲۰۰۳: ۲).

تمرکززدایی نه تنها توزیع اطلاعات، بلکه همچنین شیوه ارتباط را تغییر می‌دهد یعنی ارتباط در اینترنت به شکل عده‌ای زیاد به عده‌ای زیاد است. هر مصرف‌کننده اطلاعات، هم‌زمان تولیدکننده اطلاعات نیز هست. بدین صورت، قدرت بر روی یکی از مهم‌ترین منابع دموکراسی یعنی اطلاعات، از نهادهای متمرکز حکومتی به استفاده‌کنندگان فردی منتقل می‌شود.

تکه تکه بودن: اینترنت یک جوهر یا ذات واحد نیست، بلکه از صدها شیوه متفاوت انتقال اطلاعات و ارتباطات ساخته شده است. نه تنها یک تنوع تکنیکی بزرگ، بلکه همچنین به لحاظ اجتماعی، یک تنوع بی‌شمار در اینترنت وجود دارد. تارهای جهان گستر، تارهای گپ و گفت‌وگو، گروه‌های خبری، پست الکترونیک، سیستم‌های برگزاری کنفرانس و ... امکانات تکنیکی‌ای است که برای برقراری ارتباط و مبادله اطلاعات، مورد استفاده قرار می‌گیرد (شالکن، ۱۹۹۸: ۵).

مجازی بودن: یکی از مفاهیم اصلی در جامعه معاصر و متأثر از اینترنت، مجازی بودن و تغییر ماهیت زمان و مکان است. به واسطه آنلاین، ارتباط از فاصله زیاد و هم‌زمان ممکن می‌شود و این هم‌زمانی و نزدیکی سازی (برداشتن محدودیت‌های زمان و مکان)

محدودیت‌های مرزی را برمی‌دارد. لذا قلمروی که مردم در آن ارتباط برقرار می‌کنند و دست به کنش می‌زنند، مجازی است، زیرا مکان‌های اقامت در اینترنت مجازی است. طبق نظر مک لوهان، تکنولوژی، ارتباطات جهان را به صورت یک دهکده جهانی درمی‌آورد. امروزه، در اینترنت نه تنها یک دهکده جهانی هستی یافته است، بلکه تعداد زیادی از دهکده‌های جهانی یا اجتماعات مجازی به وجود آمده‌اند که فاقد محدودیت‌های زمانی و مکانی هستند (همان: ۶).

جهانی بودن: در اینترنت، یک موضوع یا رویداد که توجه افراد و گروه‌های وسیع انسانی را جلب می‌کند می‌تواند در دسترس همگان قرار بگیرد. چنان‌که حتی رسانه‌های خبری توده‌وار نمی‌توانند به این تعداد افراد دسترسی داشته باشند.

تعاملی بودن: درحالی‌که ارتباطات پخش (رادیو و تلویزیون) یک‌سویه است، ارتباطات کامپیوتری دو یا چند سویه است. افراد می‌توانند با استفاده از کامپیوتر با دیگران به طور مستقیم ارتباط برقرار کنند و ضمن کسب اطلاعات، در مباحث عمومی نیز شرکت نمایند. این کار با استفاده از یک «مودم» و یک خط تلفن، امکان‌پذیر است. برای مثال بسیاری از صفحات اعلان کامپیوتری و سایت‌ها دارای نوعی کنفرانس مباحثات سیاسی هستند، به طوری که افراد می‌توانند عقاید و اندیشه‌های خود را منعکس نمایند و سایرین در صورت تمایل به آن‌ها پاسخ دهند. این وضعیت، شکل جدیدی از تعامل و گفت‌وگوی عمومی را پدید می‌آورد (کلنر، ۲۰۰۳: ۷). آلینتاتورنتون جنبه‌های امیدوارکننده اینترنت به عنوان احیاکننده حوزه عمومی را چنین برمی‌شمارد:

- توانایی گروه‌های ذی‌نفع کوچک برای یافتن یکدیگر و برقرار کردن ارتباط
- توانایی افراد و گروه‌های کوچک برای معرفی خود و ارائه نقطه نظرات‌شان به یکدیگر
- دسترسی آسان به دیدگاه‌ها و نقطه نظرات گوناگون
- بقا و ماندگاری مواد و اطلاعات در اینترنت

- تعاملی بودن که باعث شکل‌گیری ارتباط دوسویه بین فرستنده و دریافت‌کننده می‌شود (تورنتون ۲۰۰۳، ۱۴).

یکی از کارکردهای اینترنت این است که موقعیت‌گزینش را از خطیب به مخاطب داده و با دستاویز قرار دادن تنوع و سرعت، وی را به دسترسی اطلاعات و آگاهی نزدیک‌تر می‌کند. جفری لین بلونیز عصر حاضر را پایان جامعه توده‌وار، عصر فردگرایی رسانه‌ها و انتخاب آزاد نامحدود و شاید حاکمیت مصرف می‌داند (دادجوی توکلی ۱۳۸۶: ۸).

بررسی مؤلفه‌های قدرت نرم ایران و نقش رسانه‌ها

در ادامه به بررسی مؤلفه‌های قدرت نرم ایران و کارکرد رسانه‌های در این راستا می‌پردازیم:

مؤلفه‌های قدرت نرم ایران

ماهیت انقلاب اسلامی ایران دارای قدرت نرم است به‌علاوه سیاست خارجی جمهوری اسلامی ریشه در فرهنگ، تمدن و تاریخ ایران و نیز تعالیم دینی دارد و لاجرم سیاست خارجی آن نیز در هر دوره‌ای، از ابعاد و شاخص‌های متعدد تمدنی، فرهنگی، دینی و تاریخی برخوردار است که ضرورتاً باید درک شوند. این ضرورت زمانی بیشتر می‌شود که بخواهیم علاوه بر تأثیرات ابعاد و شاخص‌های فوق بر سیاست خارجی، اثر ماندگار ناشی از ظهور انقلاب پر دامنه اسلامی، آرمان‌ها و تجربیات خاص سیاسی و نیز پیامدهای ژرف آن بر سیاست ایران، منطقه و جهان را نیز درک کنیم. (سلیمی، ۱۳۸۶: ۱). بر این اساس، تاریخ ایران‌زمین به‌ویژه در دوران شکوفایی اسلامی پشتوانه اساسی ملت ایران بوده و سرگذشت مشترکی را برای همه ایرانیان ایجاد می‌کند که به‌نوبه خود موجب نوعی قدرت نرم‌افزاری است. مردم ایران به دین و ملت خود علاقه شدید داشته و هر زمان تهدیدی را نسبت به کشور خود احساس کنند، با تمامی توان به مقابله با تهدید برمی‌خیزند. نظام سیاسی دینی جمهوری اسلامی ایران پس از انقلاب از یک‌سو و موقعیت خاص این نظام از منظر مؤلفه‌های ژئوپلیتیکی، فرهنگی-تاریخی و سیاسی از سوی دیگر ایجاب می‌کند که جمهوری اسلامی در برابر آرایش پیچیده نظام سرمایه‌داری غرب و برای مقاومت و پایداری

در برابر حمله‌های گسترده دشمنان و به‌عنوان عامل بازدارنده در مواجهه با آنان، به مقوله قدرت به‌ویژه انواع نرم آن توجه بیشتری داشته باشد. در بسیاری از کشورها برای رسیدن به چنین شرایطی هزینه‌های بسیاری صرف می‌گردد، درحالی‌که ریشه‌های عمیق هویت ملی ملت ایران، همه آن‌ها را در آمادگی دائمی نگاه می‌دارد (ر.ک انعامی علمداری، ۱۳۸۷: ۱۲). در انقلاب ایران شعارهای اعلام‌شده با ویژگی اسلامی بودن انقلاب، همخوانی کامل داشته است که ازجمله‌ی این شعارها می‌توان به «استقلال، آزادی، جمهوری اسلامی» و «نه شرقی، نه غربی، جمهوری اسلامی» اشاره کرد. از دیگر ویژگی‌های عمومی انقلاب، گسترش اندیشه‌ها و ایدئولوژی‌های جدید جایگزین است؛ این ویژگی در انقلاب اسلامی ایران به‌صورت ایدئولوژی مبتنی بر شریعت اسلام و مبارزه با سلطه‌گری غرب و شرق استوار است. به‌رغم رخداد انقلاب اسلامی ایران در محیط و نقطه‌ای خاص از جهان، پیام اصلی آنکه همانا ظلم‌ستیزی و استقرار حکومت عدالت محور بر مبنای ایدئولوژی اسلامی بود، دارای بازتاب‌های فرامرزی گردید. ماهیت اعتقادی و مردمی انقلاب اسلامی و نظام برخاسته از آن، از سویی باعث شد تا دشمنی قدرت‌های حاکم جهانی برانگیخته شود و از سوی دیگر، ایران اسلامی را به کانون الهام‌بخش و بیداری ملت‌ها به‌ویژه مسلمان‌ها تبدیل کند. بر این اساس رهبری انقلاب اسلامی، از آغازین روزهای پیروزی انقلاب برای انتقال آموزه‌ها و تجربیات خویش به دیگر جوامع، احساس وظیفه کرده و با طرح اندیشه‌سودر انقلاب درصدد پاسخگویی به این نیاز دوسویه انقلاب و طرفداران فراملی آن برآمده است (فرزندی اردکانی ۱۳۸۶، ۱۰۹-۱۰۵). بر اساس اصل ۱۵۲ قانون اساسی، سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، بر اساس نفی هرگونه سلطه‌جویی و سلطه‌پذیری، حفظ استقلال همه‌جانبه و تمامیت ارضی کشور، دفاع از حقوق همه مسلمانان و عدم تعهد در برابر قدرت‌های سلطه‌گر و روابط صلح‌آمیز متقابل با دولت‌های غیرمتحارب استوار است. بر اساس اصل ۱۵۴ قانون اساسی، جمهوری اسلامی ایران در عین خودداری از هرگونه دخالت در امور داخلی ملت-های دیگر، از مبارزه حق‌طلبانه مستضعفان در برابر مستکبران در هر نقطه از جهان حمایت

می‌کند (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، اصل ۱۰۴ و ۱۰۵). یکی از بزرگ‌ترین دستاورد انقلاب اسلامی در سطح بین‌المللی این است که توانسته زندگی سیاسی امت اسلام را به یک مرکز و کانون توجه نوین مبدل سازد. امروز، ایران به صورت مرکز ثقل افکار سیاسی و جهان‌بینی تمام مسلمانان قلمداد می‌گردد. انقلاب اسلامی ایران، بار دیگر کنترل اسلام بر تاریخ (یا حداقل بخشی از آن) را استقرار بخشیده است. به عبارت دیگر انقلاب اسلامی ایران نشانگر بازگشت قدرت سیاسی اسلام است و واقعیت امر نیز همین است که «قدرت سیاسی اسلام» تجدید حیات شده است تا نقش خود را در صحنه سیاست جهان ایفا نماید. تاکنون قدرت‌های غربی گمان می‌کردند که اسلام را به عنوان یک عامل سیاسی از صحنه خارج کرده‌اند، امت اسلامی به کشورهای مستقل کوچک تبدیل شده بود که هر یک به فکر تأمین منافع ملی خویش بود. این کشورهای به اصطلاح اسلامی نه به طور انفرادی و نه به صورت جمعی، به هیچ وجه نمایانگر قدرت سیاسی اسلام نبودند (صدیقی ۱۳۷۵، ۸۶).

قدرت نرم انقلاب اسلامی می‌تواند از تشکیل حکومت بر مبنای باورهای دینی و مردم‌سالاری دینی در چهارچوب فکری رهبری انقلاب، امام خمینی (ره) باشد. برد گفتمان انقلاب در منطقه و جهان چنان است که از نظر فکری و مبنای ایدئولوژیک، بسیاری از مردم و جنبش‌های آزادی طلبانه را تحت تأثیر قرار داد (ر.ک داداندیش و احدی ۱۳۹۰، ۱۵۳). از طرف دیگر گفتمان انقلاب اسلامی ایران بر اخلاق تأکید دارد که در این حالت قدرت نرم از توان جذب‌کننده‌ای برخوردار است و می‌تواند رفتار مردم را تعیین کند و تغییر دهد. در کل نظام جمهوری اسلامی ایران، به صورت بالقوه بسیاری از ابزارهای قدرت نرم یک تمدن عظیم ایرانی - اسلامی را داراست و در چند دهه گذشته برخی از آن‌ها را تعریف (گاهی نیز بازتعریف) و مورد بهره‌برداری قرار داده است. از منابع قدرت نرم ایران می‌توان هم به تمدن و فرهنگ عظیم ایرانی و هم اسلامی بودن آن اشاره کرد.

رسانه ابزار قدرت نرم انقلاب اسلامی

رسانه‌ها فی‌نفسه واجد قدرت نیستند، آنچه به رسانه‌ها قدرت و اعتبار می‌بخشد، توانایی آن‌ها برای شکل‌دهی به افکار عمومی له یا علیه حکومت است (قهرمان پور ۱۳۸۷، ۳۵-۳۴). برای تشریح دیپلماسی رسانه‌ای از واژه‌های خاصی مانند دیپلماسی روزنامه‌ای، دیپلماسی رادیو و تلویزیون، دیپلماسی ماهواره‌ای و دیپلماسی اینترنتی نیز استفاده می‌شود. دیپلماسی رسانه‌ای در سیاست خارجی هر کشور به دو صورت تحقق می‌یابد:

الف. به مدیریت سازمان‌های دیپلماتیک کشور

ب. به صورت خودجوش و در راستای سیاست‌های کلان کشورها (بخت و ۱۳۸۱، ۶).

بر این اساس بخشی از دیپلماسی عمومی به دیپلماسی رسانه‌ای بازمی‌گردد. به این ترتیب تنها وزارت خارجه یک کشور، متولی دیپلماسی عمومی در آن کشور نیست، بلکه هر کشور از نهادها و شیوه‌های خاص خود برای اجرای دیپلماسی عمومی بهره می‌گیرند. در یک جمع‌بندی باید گفت که نظام جمهوری اسلامی ایران، به صورت بالقوه بسیاری از ابزارهای قدرت نرم یک تمدن عظیم ایرانی - اسلامی را داراست.

نتیجه‌گیری

انقلاب اطلاعات موجب تحولی بنیادین در پدیده قدرت شده است. در صحنه داخلی کشورها، با گسترش امواج دموکراسی به‌طور فزاینده‌ای شاهد ناکارآمدی شدن ابزار سرکوب از سوی دولت‌ها و مسئولیت‌پذیری آنان در حوزه‌های اقتصادی و تکنولوژیک هستیم. رسانه‌های جمعی با تأثیرگذاری بر مشارکت اجتماعی، مردم‌سالاری و اعتماد متقابل مردم و دولت به یکدیگر، از ارکان بسیار مهم سرمایه‌ی اجتماعی هستند که ضمن تأمین رضایت مردمی و مشروعیت سیاسی به ثبات و امنیت داخلی نیز منجر می‌شوند؛ زیرا مردم‌سالاری در معادلات امنیتی معاصر، صرفاً یک روش سیاسی برای اداره‌ی جامعه تلقی نمی‌شود؛ بلکه افزون بر آن الگویی عملیاتی به شمار می‌آید که می‌تواند بر مشروع یا نامشروع بودن یک حکومت دلالت داشته باشد.

در صحنه بین‌المللی، تکرر تحریم‌های بین‌المللی و کارایی کمک و وام‌های خارجی در پیشبرد سیاست خارجی کشورها، نقش اساسی داشته است. علاوه بر آن، انقلاب اطلاعات موجب تغییر در منابع و ابزار قدرت شده است. به‌طوری‌که در صحنه داخلی و در صحنه بین‌المللی، کشورهایی که از تکنولوژی اطلاعاتی پیشرفته برخوردارند، از قدرت بالاتری برخوردار خواهند بود. امروزه قدرت نرم به توانایی کسب «مطلوب» از طریق جاذبه و نه اجبار، تطمیع گفته می‌شود. قدرت نرم از جذابیت فرهنگ، ایده‌آل‌های سیاسی و سیاست‌های یک کشور ناشی می‌شود.

در سوی دیگر، جنگ رسانه‌ای از برجسته‌ترین مؤلفه‌های جنگ نرم و جنگ‌های مدرن در جهان کنونی محسوب می‌شود. جنگ نرم به‌مثابه راهبرد و استراتژی انتخابی نظام سلطه برای تسلط بر افکار و اراده ملت‌ها تدوین و طراحی شده است. امروزه انسان‌ها شاهد فراگیری بی‌سابقه رسانه‌ها و وسایل ارتباطات جمعی مدرن و نوین هستند؛ و به تبع، آن‌ها در معرض شدیدترین امواج رسانه‌ها قرار دارند. رسانه‌ها کارکردی دوسویه دارند؛ اما بیشترین حجم بهره‌گیری از آن در دست نظام سلطه قرار دارد؛ چنان‌که می‌توان به جرئت گفت حفظ و

گسترش قدرت استکباری نظام سلطه به حضور و ظهور رسانه‌ها وابسته است. رسانه‌ها پل ارتباطی و بلکه وسیله تسلط بر افکار، اراده و احساسات بشریت دوران معاصر به شمار می‌آیند. رسانه‌ها به علت اینکه تاروپود نمادین زندگی ما هستند، هم چون تجارب واقعی که بر رؤیاهای ما تأثیر دارند، بر آگاهی‌ها و رفتار ما تأثیر می‌گذارند و مواد خامی را فراهم می‌سازند که ذهن ما با استفاده از آن کار می‌کند. رسانه در دنیای امروز تجربه انسانی را از واقعیت دگرگون ساخته و اگرچه او را با واقعیت آشنا ساخته اما حس انسان را از برخورد بی‌واسطه با واقعیت بازداشته و درواقع او را به برداشتی ثانویه از واقعیت رسانده است.

با توجه به مطالب مطرح شده، رسانه‌ها در حال حاضر از روش‌های ذیل به تصویرسازی ذهنی اقدام می‌کنند. این تکنیک‌ها هم چون برجسب زدن، توسل به ترس، کلی‌گویی، گواهی، تکرار و تعقیب (پیگیری)، دروغ، مبالغه، ایجاد تفرقه و تضاد، شایعه، پاره حقیقت‌گویی، فریب دادن، القاء، تحریک و تشجیع، تردید افکنی و جایگزینی منابع، طراحی ادبیات مناسب و الگوسازی می‌توانند نقش بسیار مهمی در ایجاد جنگ نرم داشته باشند.

بررسی و ارزیابی فرضیه پژوهش

رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری از طریق تأثیرگذاری بر ساختار ذهنی و روانی مخاطبان، جهت‌دهی افکار عمومی و بسیج منابع باعث افزایش قدرت نرم تلاش می‌شوند. بر اساس آنچه در این پژوهش موردبررسی قرار گرفت، نشان دادیم که استفاده از ابزارهای تبلیغاتی و توسعه و نشر فرهنگی امروزه به یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین ابزارهای توسعه و تقویت پایه‌های هژمونی سیاسی و استحاله همه‌جانبه اقتصادی، اجتماعی کشورهای سیاست‌گذار بر کشورهای هدف مبدل گردیده است. دیپلماسی عمومی مبتنی بر اعتماد به توسعه روزافزون مبادلات و تعاملات فرهنگی از طریق تبادل دانشجو و گردشگر، تلاش بر تقریب هویت‌های ملی و قومی نژادی، توسعه مکانیسم‌های تبادل کالاهای فرهنگی و... از یک‌سو و از سوی تقویت زیرساخت‌ها و تکنولوژی‌های رسانه‌ای که مشتمل بر رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری است توانسته نقش بسزایی در تقویت بنیادهای دیپلماسی عمومی بر جای بگذارد.

رسانه‌ها بر دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها تأثیرگذار بوده و دیپلماسی عمومی نیز عمدتاً در راستای سیاست خارجی، منافع ملی کشورها و تأثیرگذاری بیشتر بر افکار عمومی و تغییر و تحولات عمل می‌نماید. رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری در ایران نیاز به فعالیت بیشتری دارد تا بتواند همپای سایر شبکه‌های جهانی تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد. با توجه به اهمیت و کارکرد رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری در شکل‌دهی افکار عمومی در داخل و خارج از کشور و نظریه دستاوردها و آسیب‌های مادر این بخش، ضروری است که ایران یک برنامه منسجم و مطلوب در این حوزه داشته باشد؛ تا بتواند از ظرفیت‌های موجود در جهت تحقق منافع و اهداف ملی، استفاده کند. مهم‌ترین حوزه‌هایی که چهره ایران از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد مقولاتی چون حقوق بشر، سیاست خارجی، تسلیحات کشتار جمعی، تروریسم و... است که ابزارهای فوق می‌توانند با ارائه صحیح مطالب، ارتقاء چهره مثبت فرهنگ، ملت و کشور ایران را فراهم نمایند.

مسائل فوق به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر سیاست خارجی ایران تأثیر دارد. در تلاش نیز هم چون بسیاری از کشورهای دنیا ساختارهای مختلفی بر سیاست خارجی مؤثرند. این مسئله در خصوص ایران به دودسته ساختارهای رسمی و ساختارهای غیررسمی قابل تقسیم است. ساختارهای رسمی به سازمان‌ها و نهادهایی اطلاق می‌گردد که در قانون اساسی به نقش و نحوه دخالت آن‌ها در سیاست خارجی اشاره شده است. نهادهای غیررسمی، دخیل در روند تصمیم‌گیری نهادها و سازمان‌هایی هستند که در قانون اساسی و قوانین جاریه کشور به نقش آن‌ها اشاره‌ای نگردیده است؛ از قبیل افکار عمومی، احزاب سیاسی، مطبوعات و آنچه را که در اصطلاح سیاسی به گروه‌های ذی‌نفوذ و فشار معروف هستند.

در عرصه نوین رویارویی، رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری از نقش بسیار مهمی در قدرت ملی هر کشور برخوردارند و قادر است به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی قدرت نرم و تولید «امنیت نرم»، برای مقابله با جنگ نرم مورد توجه قرار گیرد. از طرفی، نظام جمهوری اسلامی ایران، به‌صورت بالقوه بسیاری از ابزارهای قدرت نرم یک تمدن عظیم ایرانی -

اسلامی را داراست. بر این اساس پیشنهادها و راهکارهایی برای ارتقای رسانه‌های نوشتاری و سایت‌های خبری برای مقابله با جنگ نرم دشمن و افزایش توان نرم تلاش ذکر می‌گردد:

افزایش سطح آگاهی عمومی نسبت به مسائل فکری و ایدئولوژیک جهان غرب؛
آموزش مهارت تحلیل پیام‌های رسانه‌ای؛
ارتقای کمی و کیفی تولیدات رسانه ملی؛
ایجاد خلاقیت و نوآوری در تولید برنامه‌های متنوع و جذاب مطابق سلیقه و نیازهای مخاطبین بر اساس نیازسنجی علمی و واقعی؛
استفاده از ظرفیت‌های رسانه جهت اصلاح روابط اجتماعی میان مردم و بین مردم و دولت؛
بهره‌گیری از فرهنگ غنی ایران - اسلامی در تولید برنامه‌ها؛
باورپذیری جنگ نرم و تلاش در راستای خروج از وضعیت انفعالی؛
همکاری و هماهنگی رسانه‌های داخلی در انتقال و انعکاس حرف‌های اساسی نظام؛
پرهیز از انحراف و یا جو زدگی رسانه‌های داخلی در مقابله با بحران‌های زودگذر؛
اصلاح فرآیند اطلاع‌رسانی در برنامه‌های خبری و تحلیلی باهدف اعتمادسازی عمومی؛
تدوین یک استراتژی مشخص برای عملکرد در حوزه فرهنگ با استفاده از نظرات خبرگان و متخصصان نیز توسط متصدیان رسانه‌های جمعی، امری ضروری است؛
تغییر و بازنگری در ساختارهای تولیدات رسانه‌ای متناسب با نیازهای روز؛

فهرست منابع

- انعامی علمداری، سهراب (۱۳۸۷)، تهدیدات نرم؛ الگوی تقابل استراتژیک ایالات متحده آمریکا در برابر ایران. گزارش جمهور. شماره ۲۶-۲۷.
- آشنا، حسام‌الدین و نادر جعفری هفت‌خوانی (۱۳۸۶)، دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی: پیوندها و اهداف. دو فصلنامه دانش سیاسی. شماره ۵.
- جلالی بارنجی، محمدرضا (۱۳۸۸)، تحلیل تصمیم‌های سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران بر اساس مدل پیش‌تئوری روزنا. فصلنامه مطالعات خاورمیانه، سال ۱۶، شماره ۲.
- خانیک، هادی (۱۳۹۸)، رسانه‌های شهروندی و حوزه عمومی جایگزین. فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۷(۵۱)، ۱۳۹-۱۸۸. doi: 10.22054/qjss.2011.6821
- داداندیش، پروین و افسانه احدی (۱۳۹۰)، جایگاه دیپلماسی عمومی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه روابط خارجی. سال سوم، شماره ۹.
- ربانی، رسول و یعقوب احمدی (۱۳۸۴)، جهانی‌شدن و آینده فرهنگ‌های بومی، ماهنامه اطلاعات سیاسی-اقتصادی. شماره ۲۱۶-۲۱۵.
- سلیمی، حسین (۱۳۸۶)، نظریه‌های گوناگون درباره جهانی‌شدن. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- سیمبر، رضا و ارسلان قربانی (۱۳۸۸)، دیپلماسی نوین در روابط خارجی؛ رویکردها و ابزارهای متغیر. روابط خارجی. سال اول، شماره ۴.
- صبوری، منوچهر (۱۳۸۱)، جامعه‌شناسی سیاسی. تهران: انتشارات سخن.
- عیوضی، محمدرحیم (۱۳۸۸)، مدیریت رسانه‌ای و مهندسی افکار عمومی، مطالعات تربیتی و روان‌شناسی. سال دهم، شماره ۲.
- فرزندی اردکانی، عباسعلی (۱۳۸۶)، مبانی نظری صدور انقلاب از منظر امام خمینی (ره) (چراپی، اهمیت و ضرورت صدور انقلاب). مجله متین. سال نهم. شماره ۳۶.
- قدسی، امیر (۱۳۹۰)، نقش رسانه ملی در ایجاد قدرت نرم و مقابله با جنگ نرم (با تأکید بر بازتولید سرمایه اجتماعی). دو فصلنامه مطالعات قدرت نرم. سال اول، پیش شماره ۲.

کلکلی، الیاس و رئیسی شعار، احمد (۱۳۹۸)، نقش رسانه‌های جمعی در توسعه حقوق بشر، دومین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین‌المللی حقوق و علوم سیاسی، اردبیل گنجی دوست، محمد (۱۳۸۷)، تحولات دیپلماسی در عصر اطلاعات، فصلنامه سیاست. سال ۳۸، شماره ۱.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشر نی.

ماه‌پیشانیان، مهسا (۱۳۸۸)، امنیت نرم و چهره ژانوسی رسانه‌ها. رسانه. سال ۲۰، شماره ۲. معیدفر، سعید و عبدالوهاب شهلی بر (۱۳۸۶)، جهانی‌شدن و شکل‌گیری سیاست فرهنگی محلی: مصرف رسانه‌های بلوچ‌های ایران و چالش‌های هویت قومی و هویت ملی. مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی. سال پانزدهم، شماره ۵۷-۵۶.

موسوی خمینی، سید روح‌الله (۱۳۷۲)، صحیفه نور: مجموعه رهنمودهای امام خمینی مدظله‌العالی. تهران: تهیه و تنظیم سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.

موسوی، سمیرا، راد، فیروز (۱۳۹۹)، بررسی رابطه میزان و نحوه استفاده از رسانه‌های جمعی با سبک زندگی شهروندان شهر تبریز. مطالعات جامعه‌شناسی، ۸(۲۸)، ۲۵-۳۹.

مهدی زاده، شعبان (۱۳۹۸)، بررسی میزان تماشای ماهواره و تأثیر آن بر روی سبک زندگی. مجله جامعه‌شناسی معاصر. سال اول، شماره دوم

نای، جوزف (۱۳۸۸)، دیپلماسی عمومی و قدرت نرم. ترجمه سید احمد فاطمی نژاد. فصلنامه عملیات روانی، سال ششم، شماره ۲۴.

نای، جوزف (۱۳۸۹)، قدرت نرم: ابزارهای موفقیت در سیاست بین‌الملل، ترجمه محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

ورنر جی سورین، جیمز دلبیو تانکارد (۱۳۸۴)، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، موسسه‌ی چاپ و انتشارات دانشگاه تهران

هابرماس، یورگن (۱۳۸۴)، نظریه کنش ارتباطی یورگن هابرماس. مترجم کمال پولادی. تهران: موسسه انتشاراتی روزنامه ایران.