

۱۵۴۳ ۸۲۳

رسانه و سیاست خارجی

با نگاهی به نقش رسانه‌های بیگانه در پرونده هسته‌ای ایران

دکتر مسعود میرزایی



نشر میزان

سرشناسه	: میرزایی، مسعود، ۱۳۴۶ -
عنوان و نام‌پدیدآور	: رسانه و سیاست خارجی: با نگاهی به نقش رسانه‌های بیگانه در پرونده هسته‌ای ایران / مسعود میرزایی
مشخصات نشر	: تهران: نشر میزان، ۱۳۹۶
مشخصات ظاهری	: ۲۶۴ ص.
شابک	: 978-964-511-933-9
وضعیت فهرست‌نویسی: فیا	
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: رسانه‌های گروهی -- ایران -- جنبه‌های سیاسی
موضوع	: Mass media -- Political aspects -- Iran
موضوع	: روابط بین‌المللی -- جنبه‌های سیاسی
موضوع	: International relations -- Political aspects
موضوع	: ارتباطات در سیاست -- ایران
موضوع	: Communication in politics -- Iran
موضوع	: انرژی اتمی -- ایران -- افکار عمومی
موضوع	: Nuclear energy -- Iran -- Public opinion
رده‌بندی کنگره	: P ۹۵/۸/م ۹۶: ۹۶
رده‌بندی دیویی	: ۱۷۲/۲۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۶، ۲۴ ۳

هرگونه تکثیر (اعم از چاپ، کپی، فایل الکترونیک و...) از این اثر بدون اخذ مجوز از ناشر خلاف قانون بوده و مجازات قانونی دارد.
لطفاً در صورت مشاهده، موارد را به شماره تلفن زیر اطلاع دهید.

۱۱۳۴
نشر میزان
رسانه و سیاست خارجی
دکتر مسعود میرزایی
چاپ اول: زمستان ۱۳۹۶
قیمت: ۱۹۰۰۰ تومان
شماره: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹-۹۳۳-۵۱۱-۹۶۴-۹۷۸

دفتر مرکزی: خ شهید بهشتی، بعد از چهارراه سهروردی، خ کاوسی‌فر، کوچه نکبسا، پلاک ۳۲، تلفن ۸۸۵۴۹۱۳۱
فروشگاه مرکزی: خ انقلاب، روبروی درب اصلی دانشگاه تهران، ابتدای خ فخرآزی، پلاک ۸۳، تلفن ۶۶۴۶۷۷۷۰
واحد پخش و فروش: خیابان سمیه، بین مفتح و فرصت، پلاک ۱۰۴، تلفن ۸۸۳۴۹۵۲۹-۳۱
پست الکترونیک: mizannasher@yahoo.com وب سایت: www.mizan-law.ir

فهرست مطالب

چکیده.....	۹
مقدمه نویسنده.....	۱۱
پیشگفتار.....	۱۳
عناصر اصلی ارتباط سیاسی.....	۱۸
اهمیت نقش رسانه.....	۲۰
تاریف واژه‌ها و اصطلاحات تخصصی.....	۲۳

فصل اول - بحث‌نگری پیوند مفهومی ارتباطات و سیاست خارجی

بخش اول - اندیشه‌ها و بنامه‌شناختی ارتباطات.....	۳۰
گفتار اول - ارتباطات و اهداف آن؛ روابط قدرت - روابط ارتباطی.....	۳۱
ارتباطات چیست؟ اهداف آن کدام است؟.....	۳۱
مهمترین تئوری‌های ارتباط -	۳۳
روابط قدرت - روابط ارتباطی.....	۳۸
سرشت ویژه قدرت.....	۳۸
رابطه دانش و قدرت.....	۴۱
ارتباطات و تحولات تکنولوژیکی.....	۴۶
گفتار دوم - کارکرد رسانه در تولید اقتصاد سیاسی.....	۴۸
مبانی شناخت کارکرد رسانه در تولید اقتصاد سیاسی.....	۴۸
نظام رسانه‌ای.....	۴۹
نقش رسانه‌ای.....	۵۱
انواع رویکردهای رسانه.....	۵۶
گفتار سوم - رسانه و مهندسی ساخت رضایت و تولید انتظار.....	۵۹
واقعیت رسانه‌ای.....	۶۰
تئوری‌های مبانی در ساخت خبر.....	۶۰
جریان سازی خبری.....	۶۳

۶۴	مکانیسم تبلیغات و ارزش آفرینی در تولید واقعیت رسانه‌ای
۶۵	تبلیغات سیاسی
۷۰	جنگ روانی
۷۲	مکانیسم شایعه
۷۳	انحصار رسانه‌ای
۷۶	بخش دوم - قدرت سیاسی، سیاست خارجی و روابط بین‌الملل
۷۷	گفتار اول - قدرت سیاسی، قدرت نرم و قدرت سخت در دیپلماسی
۷۷	قدرت و تعاریف آن
۷۷	قدرت و حاکمیت سیاسی
۷۹	قدرت ملی، سیاست خارجی
۸۰	متغیرهای مؤثر در سیاست خارجی
۸۱	عوامل پایه‌ای قدرت ملی و ارتباطات
۸۴	ویژگی‌های اساسی قدرت
۸۶	قدرت نرم ابزار دیپلماسی
۹۰	قدرت و رسانه
۹۵	گفتار دوم - سیاست خارجی و روابط بین‌الملل
۹۶	تعریف سیاست و سیاست خارجی
۹۷	نظریه‌های قدرت
۹۹	روابط بین‌الملل و تئوری‌های مهم آن
۱۰۳	گفتار سوم - مدل‌های تصمیم‌گیری در سیاست خارجی و روابط بین‌الملل
۱۰۳	تصمیم‌گیری در سیاست خارجی
۱۰۶	مدل‌های تصمیم‌گیری در روابط بین‌الملل
۱۱۰	نقش افکار عمومی در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری
۱۱۲	نقش رسانه‌ها در تصمیم‌گیری
۱۱۴	عدم قطعیت در سیاست خارجی
۱۱۷	گفتار چهارم - از دیپلماسی سیاسی تا دیپلماسی عمومی
۱۱۸	دیپلماسی سیاسی
۱۱۸	دیپلماسی عمومی

دپلماسی و ارتباطات.....	۱۲۰
دپلماسی عمومی و ارتباطات بین الملل.....	۱۲۵
توسعه فناوری و تاثیر آن بر دپلماسی.....	۱۲۶
دپلماسی عمومی و پخش زنده اخبار تلویزیونی.....	۱۳۲
شیوه‌های پوشش خبری رسانه‌ها در دو جنگ خلیج فارس.....	۱۳۴
بخش سوم - نقش رسانه در سیاست خارجی.....	۱۴۲
گزار اول - از دپلماسی عمومی تا دپلماسی رسانه‌ای.....	۱۴۲
مدل‌های ارتباطات و مساله تاثیرگذاری در دپلماسی عمومی.....	۱۴۳
نقش رسانه‌های فراملی در دپلماسی.....	۱۴۶
پیچیدگی‌های تعریف دپلماسی رسانه‌ای.....	۱۵۰
تفاوت‌های دپلماسی رسانه‌ای و دپلماسی عمومی.....	۱۵۱
رسانه به مثابه یک سیستم سیاسی.....	۱۵۷
پارادایم تکنولوژی اطلاعات و استراتژی‌های کسب قدرت.....	۱۵۹
گفتار دوم - دپلماسی رسانه‌ای و نظریه‌های روابط بین الملل.....	۱۶۴
مدل‌های نقش رسانه‌ها در تصمیم‌سازی‌های سیاست خارجی.....	۱۶۵
رسانه به مثابه ایجادکننده محیط سیاست خارجی.....	۱۷۵
رسانه به عنوان محیط خارجی.....	۱۷۵
الف) مدیریت رسانه.....	۱۷۶
ب) مدیریت رسانه در سیاست خارجی.....	۱۷۷
گفتار سوم - رویکرد نوین روابط بین الملل و سیاست خارجی.....	۱۸۲
از سازه‌انگاری تا انگاره‌سازی.....	۱۸۳
انگاره‌سازی روی دیگر سازه‌انگاری.....	۱۸۸
انگاره‌سازی و طراحی استراتژی پیام‌های ارتباطی.....	۱۹۷

فصل دوم - مطالعه موردی؛ موضوع هسته‌ای ایران

بررسی مسایل هسته‌ای ایران از نگاه رسانه‌های خارجی.....	۲۰۶
تحلیل استنباطی آمار.....	۲۲۰

۲۲۰.....	محور تعلق رسانه‌ای
۲۲۱.....	محور ابزار رسانه‌ای
۲۲۱.....	محور رویکردهای رسانه‌ای
۲۲۲.....	محور منابع اطلاعاتی مورد استفاده
۲۲۲.....	محور شخصیت‌های مورد استناد
۲۲۲.....	محور اتهامات
۲۲۳.....	انگاره‌سازی‌ها و تاکتیک‌ها
۲۲۳.....	ره‌کرد اقدامات علیه ایران

فصل سوم - آسیب‌شناسی دیپلماسی رسانه‌ای

۲۲۶.....	گفتار اول - آسیب‌شناسی دیپلماسی رسانه‌ای ایران
۲۲۶.....	جایگاه ایران - دیپلماسی رسانه‌ای و عدم وجود راهبرد منسجم
۲۲۸.....	شیوه‌های تحقق دیپلماسی رسانه‌ای در سیاست خارجی
۲۲۹.....	دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران
۲۲۹.....	آسیب‌شناسی دیپلماسی رسانه‌ای کشور
۲۳۲.....	عوامل تأثیرگذار در آسیب‌شناسی دیپلماسی رسانه‌ای
۲۳۸.....	گفتار دوم - پیشنهادات و راهکارها
۲۳۸.....	پیشنهادات کاربردی
۲۳۹.....	پیشنهادات پژوهشی
۲۳۹.....	پیشنهاداتی در عرصه عملیات کار رسانه‌ای
۲۴۰.....	چالش‌های پیش‌روی رسانه‌ها برای ایفای نقش در دیپلماسی
۲۴۲.....	نتیجه و جمع‌بندی نهایی
۲۵۱.....	فهرست منابع و مآخذ
۲۵۱.....	منابع فارسی
۲۵۹.....	منابع انگلیسی

مقدمه نویسنده

از زمان فاکتور شدن رسانه‌های ارتباط جمعی، یکی از دغدغه‌های اصلی اندیشمندان و پژوهشگران حوزه علوم انسانی بررسی چگونگی نقش‌آفرینی و تاثیرگذاری رسانه‌ها بر تحولات مهم سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی بوده است. از سوی دیگر با آشکار شدن نقش منحصر بفرد رسانه‌ها در تحولات جوامع انسانی، سیاست‌مداران و تصمیم‌گیران دولتی نیز در کنار سایر بازیگران تلاش کرده‌اند از این ابزار وسیع برای تامین منافع و پیشبرد برنامه‌های خود بهره ببرند. به همین دلیل طی دهه‌های گذشته شاهد شکل‌گیری روابط پیچیده میان دولتمردان و نهادهای صاحب قدرت با رسیدن ارتباط جمعی و فعالان عرصه رسانه بوده‌ایم.

ضرورت شناخت کارکردهای مختلف رسانه و نحوه تاثیرگذاری آن بر دیگر بخش‌های جامعه و متقابلاً آشکار شدن قدرت بی‌بدیل رسانه و نیاز روزافزون بخش‌های مختلف به آن، باعث شد که اندیشمندان و اندیشکده‌های مختلف بویژه در کشورهای غربی پژوهش‌ها و پروژه‌های مختلفی را در این زمینه انجام دهند که نتیجه آن صدها کتاب و مقاله‌ای است که بعدها یافته‌های برخی از همین پروژه‌ها به راهنمای عمل دولت‌ها برای بهره‌گیری از قدرت و ظرفیت رسانه‌ها برای پیشبرد اهداف و منافع‌شان تبدیل شد.

یکی از حوزه‌هایی که در سال‌های اخیر دولت‌های غربی بخوبی از ظرفیت رسانه‌های ارتباط جمعی، بویژه بنگاه‌های بزرگ سخن‌پراکنی و شبکه‌های ماهواره‌ای ۲۴ ساعته بهره گرفته‌اند، حوزه سیاست خارجی و دیپلماسی است که نمود عینی آن را در موضوع هسته‌ای ایران شاهد بودیم. در واقع دیپلماسی رسانه‌ای و استفاده از رسانه برای

اعمال فشار بر ایران و طرح اتهامات گوناگون در موضوع هسته‌ای، یکی از مهمترین ابزارهای دولت‌های غربی و بویژه آمریکا در سال‌های اخیر بوده است.

اما در داخل کشور به رغم انجام برخی پژوهش‌های قابل تقدیر در سال‌های اخیر در زمینه تأثیرگذاری رسانه‌ها بر حوزه‌های مختلف از جمله حوزه مهم سیاست خارجی، به دلایل گوناگون هنوز از همه ظرفیت رسانه‌ای برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی و مقابله با هجوم سنگین رسانه‌های بیگانه استفاده نشده است.

در کتاب حاضر تلاش شده است ضمن بهره‌گیری از یافته‌های پژوهش‌های پیشین، چارچوب نظری جدیدی با استفاده از نظریه سازه‌انگاری در روابط بین‌الملل و نظریه انگاره‌سازی در علوم ارتباطات ارائه شود و در حد توان چگونگی ارتباط و هم‌افزایی رسانه‌ها و دستگاه سیاست خارجی، بخصوص نحوه نقش‌آفرینی رسانه‌ها در تصمیم‌سازی‌ها و راهبردهای سیاست خارجی تبیین گردد.

برای به سامان رساندن این روش از راهنمایی و همفکری اساتید بسیاری بهره بردم که وظیفه خود می‌دانم از تک‌تک ایشان از جمله آقایان دکتر سید داود آقایی، دکتر محمد جعفر جوادی ارجمند، دکتر سید احمد موثقی، دکتر ابراهیم متقی، دکتر سید وحید عقیلی، دکتر مجتبی امیری و دکتر فریدون وردی‌نژاد و خانم‌ها دکتر الهه کولایی و دکتر شهلا بهرامی صمیمانه تشکر و قدردانی کنم.

همچنین لازم می‌دانم از زحمات و همکاری‌های بی‌درج مدیریت و کارکنان محترم نشر وزین "میزان" که امکان چاپ و انتشار کتاب حاضر را فراهم کردند، سپاسگزاری نمایم.

در پایان از شما فرهیخته‌ی گرامی که برای مطالعه این کتاب وقت می‌گذارید، متشکرم و امیدوارم بتوانم از پیشنهادات، انتقادات و نقطه‌نظرات ارزشمند شما بهره‌مند شوم.

مسعود میرزایی

masood.mirzaei@ut.ac.ir