

دیپلماسی رسانه‌ای (رویکرد پسامدرنیسم در روابط بین‌الملل نسبت به تأثیرات رسانه‌های نوین بر دیپلماسی)

* دکتر زهرا خرازی محمدوندی آذر

کد مقاله: ۲۱۸

چکیده

هم‌اینک دیپلماسی رسانه‌ای، بخش قابل توجهی از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند جهانی را به خود اختصاص داده است. شعاع انتشار مطالب رسانه‌های نوین امروزه حد و مرزی نمی‌شناسد. محتوای این رسانه‌ها مرزهای دولت - ملت را درمی‌نوردد و محدودیت‌های ناشی از این مرزها را کنار می‌گذارد. به یک معنا، دیپلماسی و سیاست خارجی، عملاً فاقد مرز شده است.

در عین حال در سایه محیط جهانی نوین محتوای بازی نرم‌افزاری به عنوان بخشی از دگرگونی‌های جدید سیاست خارجی موجب شده است تا گفتمان، تصویرسازی و اقناع دیگران، در تعاملات مربوط به سیاست خارجی جایگاهی نوین یابد. در این فضا دولت‌ها ناظر توان اطلاع‌یابی و تاثیر بر مخاطبان خارجی خود در هر نقطه از جهان هستند.

رویکرد پست مدرنیسم در روابط بین‌الملل نسبت به تأثیرات رسانه‌های نوین بر دیپلماسی رویکردی قابل تأمل در این زمینه است. چرا که اغلب تئوری‌های نوین بین‌المللی که به تأثیرات رسانه‌ها بر دیپلماسی و سیاست خارجی پرداخته است، زاویه دیدی پست مدرنیستی دارد و اغلب این تئوری‌ها را دانشمندان پست مدرن ارایه کرده است.

با این ملاحظات مقاله‌ی حاضر که برآمده از تحقیقی به همین نام است با بهره‌گیری از روش تحقیق دلفی به بررسی رویکرد پست مدرنیسم در روابط بین‌الملل نسبت به تأثیرات رسانه‌های نوین بر دیپلماسی می‌پردازد.

واژگان کلیدی: دیپلماسی رسانه‌ای، پسامدرنیسم، رسانه‌های نوین، دیپلماسی، بازیگری دیپلماتیک رسانه‌ها، گفتمان، گفتمان‌سازی رسانه‌ها، دموکراتیزاسیون دیپلماسی، ژئوکالچر، منافع ملی.

* دکترای علوم ارتباطات و عضو هیأت علمی گروه ارتباطات واحد علوم و تحقیقات - دانشگاه آزاد اسلامی

مقدمه

جریان ارتباطات و اطلاعات همواره پایه و اساس دیپلماسی کشورها را تشکیل می‌دهد. اکنون که رسانه‌ها تمامی جنبه‌های زندگی انسان را تحت تاثیر قرار می‌دهد، دیپلماسی نیز تحولی عظیم یافته است. توسعه فناوری‌های نوین رسانه‌ای فعالیت‌های دیپلماتیک را دگرگون ساخته است و در آغاز هزاره‌ی سوم «دیپلماسی رسانه‌ای» به عنوان یکی از شاخه‌های اصلی فعالیت‌های دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی پدیدار شده است.

دیپلماسی رسانه‌ای، بخش قابل توجهی از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند جهانی را به خود اختصاص داده است. چرا که اولاً شعاع انتشار مطالب رسانه‌های نوین مبتنی بر فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات، امروزه حد و مرزی نمی‌شناسد. محتوای این رسانه‌ها مرزهای دولت - ملت را درمی‌نوردد و محدودیت‌های ناشی از این مرزها را کنار می‌گذارد. به یک معنا دیپلماسی و سیاست خارجی عملاً فاقد مرز شده است. ثانیاً در سایه محیط جهانی نوین، محتوای بازی نرم‌افزاری به عنوان بخشی از دگرگونی‌های جدید سیاست خارجی موجب شده است تا گفتمان، تصویرسازی و اقناع دیگران، در تعاملات مربوط به سیاست خارجی جایگاهی نوین یابد. در این فضا دولت‌ها توان اطلاع‌یابی و تاثیر بر مخاطبان خارجی خود در هر نقطه از جهان ناظر می‌باشند.

رسانه‌های نوین گستره دیپلماسی و سیاست خارجی را به روزنامه‌ها، شبکه‌های اینترنتی، تلویزیون‌ها و رادیوهای جهانی می‌کشاند. فضایی که در آن، پیشبرد سیاست خارجی و دیپلماسی بیش از پیش به میزان تاثیرگذاری تاکتیک‌های خبری و رسانه‌ای وابسته شده است. چنان که هر قدر این تاکتیک‌ها و پوشش خبری پر قدرت تر و تاثیرگذارتر طراحی و منتشر شود، چرخ‌های سیاست خارجی روان تر می‌چرخد.

دیدگاه پسامدرنیست‌ها در این مورد قابل تأمل است. از دیدگاه پسامدرن، رسانه‌ها و فرهنگ (و به تعبیری گفتمان) صورت‌بخش و شکل‌دهنده‌ی همه اشکال، روابط و کردارهای اجتماعی می‌باشد. برداشت ما از خود، جهان، جامعه و واقعیت به طور کلی محصول چارچوب‌های رسانه‌ای - فرهنگی است. مدرنیست‌ها بر این عقیده‌اند که گفتمان‌ها، فرهنگ، زبان و رسانه‌ها بازتاب و آینه واقعیت‌های بیرونی است، در حالی که از دیدگاه پسامدرنیسم زبان و گفتمان و فرهنگی که در عصر جدید در رسانه‌ها بازتاب می‌یابد، تعریف‌کننده و سازنده واقعیات و شیوه زندگی می‌باشد (گراسبرگ، ۱۹۸۸، ص ۲۰۵).

پسامدرن‌ها اعتقاد دارند که در عصر پسامدرن میان واقعیت و وانمایی واقعیت تفاوتی باقی نمی‌ماند. جهان واقع همان شبیه‌سازی‌ها و وانمایی‌های رسانه‌ای است. بدین‌سان به نظر بودریار جهان پسامدرن جهانی مافوق واقع است که در آن مردم با تعبیرها و تصاویر سروکار دارند و نقش رسانه‌ها در این میان البته کانونی و تغییرکننده است. در حقیقت، در جهان پسامدرن تصویر مهم‌تر و تعیین‌کننده‌تر از واقعیت است؛ به گفته‌ی بودریار تصویر واقعی‌تر از واقعیت می‌شود (فره، ۱۹۶۷، ص ۵۲). از این دیدگاه است که بازنمایی و آنچه می‌توان عرصه سیاست بازنمایی یا عرصه سیاست گفتمانی نامید مورد توجه پسامدرنیست‌ها در روابط بین‌الملل است. در جهانی که تعداد بسیار معدودی از انسان‌ها روابط بین‌الملل را مستقیماً و اکثراً از طریق روزنامه، تلویزیون، کتاب، فیلم و داستان آن را تجربه می‌نمایند، ساخته شدن معنا از طریق دستکاری کلمات و نشانه‌ها توسط رسانه‌ها اهمیت بسیار دارد. پسامدرن‌ها فضای سازه‌ی دیپلماسی و سیاست خارجی از سوی رسانه‌ها را فضایی پیچیده قلمداد می‌کنند که در آن بازنمایی‌ها و بازنمایاننده‌های مختلف در عرصه‌های بین‌المللی رقابت می‌کنند تا مرزها را ترسیم کنند و بر روابط بین‌الملل سلطه یابند (روزنا، ۱۹۹۳، ص ۸۱).

از این نقطه نظر پسامدرنیستی است که تاثیر رسانه‌های نوین، بر دیپلماسی تحت عنوان دیپلماسی رسانه‌ای اهمیت می‌یابد. تحقیقی که مبنای مقاله حاضر است، نیز به دنبال بررسی «رویکرد پسامدرنیسم در روابط بین‌الملل نسبت به تاثیرات رسانه‌های نوین بر دیپلماسی» است.

انجام تحقیق مذکور از آن جهت اهمیت و ضرورت می‌یابد که به چالش‌های مواجهه دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی امروز کشور، با انواع جنگ روانی که از سوی رسانه‌های جهانی هدایت و ایجاد می‌شده و می‌شود، نگاهی عمقی داشته باشیم. وزارت امور خارجه کشورمان در چنین وضعیتی در راستای ارایه اطلاعات دیپلماتیک و تصویرسازی از سیاست خارجی خود برنامه‌ریزی و طراحی منسجم رسانه‌ای را لحاظ نکرده است. رسانه‌های کشور نیز به دلایل کاستی‌های عدیده و نقاط ضعف‌های آموزشی، اجرایی و حقوقی در این راستا تلاش چندانی از خود نشان نداده است. این موضوع هم‌چنین از آن جهت حایز اهمیت است که بدانیم در ارتباط با عرصه دیپلماتیک اکنون

قدرت جهانی یک کشور در توان و استعداد دیپلماسی رسانه‌ای آن برای ایجاد هویت ملی و ارایه تصویر مکمل بین‌المللی آن نهفته است. مهم‌ترین هدف تحقیق نیز یافتن انواع تاثیرات رسانه‌ها بر دیپلماسی به منظور ارایه راهبردهایی عملی برای دستگاه دیپلماسی، سیاست خارجی و نیز رسانه‌های کشور است.

پیشینه‌ی تحقیق

بررسی تاثیرات «فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات» و سرآمد آن‌ها «رسانه‌های نوین»، بر دیپلماسی و سیاست خارجی چندان مورد توجه و بررسی اصحاب دانشگاهی کشور قرار نگرفته است تا به صورت منظم و در قالب علوم سیاسی، روابط بین‌الملل، حقوق بین‌الملل و ارتباطات تبیین، تفسیر و تحلیل شوند. در عین حال در محورهای سرفصل‌های تحقیقاتی دفتر مطالعات وزارت امور خارجه و مراکز تحقیقاتی رسانه‌های کشور نیز ردپای قابل توجهی از تحقیقات در این زمینه یافت نمی‌شود.

موضوع تحقیق حاضر تنها در چند کشور توسعه‌یافته غربی اعم از آمریکا، کانادا، آلمان و فرانسه و اغلب تحت عنوان «دیپلماسی عمومی» مورد توجه بوده است. در این میان به تحقیقاتی نظیر «دیپلماسی عمومی آمریکا» که توسط گروه تحقیقاتی «دیپلماسی آمریکایی» در سال ۲۰۰۲، «کانادا و دیپلماسی عمومی نوین» که با همکاری مشترک «دانشگاه لستر» و «مرکز تحقیقات روابط بین‌الملل هلند» در سال ۲۰۰۲، «دیپلماسی عمومی» تحقیق «مرکز تحقیقات روابط خارجی لندن» در سال ۲۰۰۲ و در نهایت «دیپلماسی رسانه‌ای و سیاست خارجی» که توسط ایوان ایبو و در «دانشگاه آلبکس نیوجرسی» در سال ۱۹۹۸ انجام شده است؛ می‌توان اشاره کرد.

روش تحقیق

برای آگاهی از رویکرد پسامدرنیسم در روابط بین‌الملل نسبت به تاثیر رسانه‌های مبتنی بر فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات، ابتدا با بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای و به صورت تحلیلی سه موضوع «رسانه‌ها و رویکرد پسامدرنیسم در روابط بین‌الملل»، «دیپلماسی سایبر؛ تاثیر رسانه‌های مبتنی بر فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات بر دیپلماسی» و «ارتباطات سیاسی» بررسی شد و اطلاعات اولیه کلی جمع‌آوری گردید.

سپس با استفاده از روش دلفی، انواع تاثیرات رسانه‌های نوین بر دیپلماسی اعم از تغییر ماهیت قدرت، منافع ملی، ژئوپلیتیک، امنیت ملی، حاکمیت دولت ملی، آشکارسازی دیپلماسی و روندهای نوین دستیابی به منافع ملی با رویکردی پست‌مدرنیستی و با بهره‌گیری از نظرات ۳۶ نفر از استادان و متخصصان باتجربه به عنوان جامعه نمونه مشتمل بر: ۶ نفر دیپلمات ارشد؛ ۶ نفر از کارشناسان دیپلماسی و سیاست خارجی؛ ۶ نفر از کارشناسان و مدیران پایش رسانه‌ها در وزارت امور خارجه، وزارت دفاع و وزارت اطلاعات؛ ۶ نفر از مدیران و کارشناسان بخش‌های رسانه‌ای بین‌الملل و دیپلماتیک رسانه‌ها؛ ۶ نفر از استادان دروس تخصصی دیپلماسی و روابط بین‌الملل، ارتباطات بین‌الملل و ارتباطات سیاسی؛ ۶ نفر از دانشجویان دکترای رشته‌های ارتباطات، روزنامه‌نگاری، دیپلماسی و روابط بین‌الملل کشور بررسی شد.

رسانه‌ها در عصر پست‌مدرنیسم

رسانه از بسیاری جهات نیروی محرکه‌ی عمده‌ی روح زمانه و مشخصه اصلی پسامدرنیسم می‌باشد. رسانه‌ها بدون وقفه و با تنوع فوق‌العاده ما را سرگرم می‌کند، آموزش می‌دهد، تربیت می‌کند و به گمراهی می‌کشاند.

ایده معروف «رسانه همان پیام» است. بیشتر با تفکر پسامدرنیستی از رسانه همسوست. برای رسانه می‌توان دو ویژگی انتقال و تعیین‌کنندگی قایل شد. ویژگی تعیین‌کنندگی که از سوی آلتوسر رواج یافت، متضمن این معناست که رسانه می‌تواند در مقاطع متفاوت چگونگی به گفتار در آمدن یا روایت‌های خارج از خود را تعیین کند. برای مثال در مقطعی دستگاه رسانه در موقعیت تعیین‌کنندگی قرار می‌گیرد و مشخص می‌سازد کدام روایت از نظم اجتماعی، شهروندی، فرهنگ، توسعه ... به گفتار درآید و کدام خاموش بماند. رویکرد انتقالی نوعی ویژگی مدرنیته را نمایان می‌سازد و رویکرد تعیین‌کنندگی (رسانه همان پیام است) نوعی ادعای پسامدرنیته است (دوره‌ام، ۲۰۰۵، ص ۴۸).

در مورد پسامدرنیسم در قابل اثرگذارترین روایت‌های دوگانه‌اش، به بیان ژرف لیوتار و ژان بودریار چنین احساس می‌شود که «روایت‌های کلان» درباره‌ی پیشرفت و آزادی انسان که ریشه در اندیشه‌ی روشنگری دارد اعتبار خود را از دست داده است و این که نوعی فرهنگ ساخته شده از انگاره‌های سرد در رسانه‌های گروهی بر صحنه آمده است تا

دنیای واقعی را سرکوب کند و بر آن پیشی گیرد و نگرانی‌های کهنه درباره‌ی رابطه‌ی انگاره و واقعیت را از میان بردارد (لندرسون و دیگری، ۲۰۰۰، ص ۹۴). این بحران گسترده و دوگانه‌ی مشروعیت و بازنمایی، همه چیز را به هوا پرتاب کرده است. تعجب آور نیست که خود اصطلاح پسامدرنیسم نیز به پرواز درآمده است. پسامدرنیسم جدا شده از مقوله‌ها و سلسله مراتب ثابتی که هنر و فرهنگ را هم‌چنان بر پا نگاه می‌داشت و آکنده از بی‌اعتمادی به اندیشه‌ی عقلانی و وفاق در مسیر پرپیچ‌وخم فرم‌ها، رسانه‌ها و سخن‌هایی که قصد بررسی آن‌ها را دارد به پیش می‌رود. لذا تثبیت کردن آن امری دشوار است (همان منبع، ص ۱۰۳).

رویکرد پسامدرنیسم به گفتمان‌سازی رسانه‌ها

از دیدگاه پسامدرن، رسانه‌ها و فرهنگ (و به تعبیری گفتمان) صورت‌بخش و شکل‌دهنده همه اشکال، روابط و کردارهای اجتماعی‌اند. برداشت ما از خود، جهان، جامعه و واقعیت به طور کلی محصول چارچوب‌های رسانه‌ای - فرهنگی است. مدرنیست‌ها بر این عقیده‌اند که گفتمان‌ها، فرهنگ، زبان و رسانه بازتاب و آینه واقعیات بیرونی است، در حالی که از دیدگاه پسامدرنیسم، زبان و گفتمان و فرهنگی که در عصر جدید در رسانه‌ها بازتاب می‌یابد. تعریف‌کننده و سازنده‌ی واقعیت‌ها و شیوه‌ی زندگی می‌باشد (کراسبرگ، ۱۹۸۸، ص ۲۷). به اعتقاد پسامدرنیست‌ها هیچ واقعیت ذاتی، ساختاری، ماقبل‌گفتمان و غیرگفتمانی موجود نیست. جهان بی‌شکل زندگی با گفتمان‌ها شکل می‌یابد و ساخته می‌شود. تنها «واقعیت» موجود همان گفتمان است که هستی نامحصور را محصور و امکاناتی را حفظ و امکانات دیگری را حذف می‌کند (گرنز، ۱۹۹۶، ص ۷۶).

بر اساس دیدگاه بودریار، فرهنگ پسامدرن فرهنگ وانمایی یا شبیه‌سازی است که اشاره به تولید انبوه آثار فرهنگی و هنری در عصر تولید مکانیکی دارد. به نظر وی، دیگر نمی‌توان میان اصل و رونوشت آثار هنری و فرهنگی تمیز داد و این همان فرآیند شبیه‌سازی و وانمایی است. خلاصه آن‌که به اعتقاد بودریار تحلیل اجتماعی باید قادر به درک نقش اصلی نشانه‌ها و رمزهای اجتماعی و نیز نقش زبان در جامعه باشد، چرا که انفجار و گسترش عظیم ابزارهای فنی تقلید، شبیه‌سازی و باز تولید موجب برتری نشانه‌ها بر امور واقعی شده است (همان منبع، ص ۴۳).

بودریار معتقد است امروزه دیگر نسخه اصلی فیلم و نوار موسیقی معنا ندارد. در سطحی بالاتر نتیجه این بحث آن است که در عصر پسامدرن میان واقعیت و وانمایی واقعیت تفاوتی باقی نمی‌ماند. جهان واقع همان جهان شبیه‌سازی‌ها و وانمایی است. به عبارت دیگر انسان‌ها در عصر مدرن با تصاویر یکدیگر سروکار دارند نه با «خودشان»، تصویر محصول جمعی است و هیچ انعکاسی از خود ندارد. بدین‌سان به نظر بودریار جهان پسامدرن جهانی مافوق واقع است که در آن مردم با تعبیرها و تصاویر سروکار دارند و نقش رسانه‌ها در این میان البته کانونی و تغییرکننده است. در حقیقت، در جهان پسامدرن تصویر مهم‌تر و تعیین‌کننده‌تر از واقعیت است. به گفته بودریار تصویر واقعی‌تر از واقعیت می‌شود. در سال‌های اخیر فیلم‌هایی هم ساخته شده که اساس بر آن بوده است تا این تصویرسازی‌ها و به اصطلاح دیگر جعل‌سازی‌ها را نشان دهد (دهدافره، ۱۹۷۶، ص ۶۱). به گفته بودریار، در چنین دنیایی تصویر واقعی‌تر از واقعیت می‌شود. در جهان پسامدرن، انسان‌ها در عرصه «مافوق واقعیت» به سر می‌برند و تصویر جانشین واقعیت می‌شود. تصویری که رسانه گروهی مثلاً از شخصیت سیاستمداران به ما عرضه می‌کند و از شخصیت خود آن‌ها واقعی‌تر و معمولی‌تر می‌شود؛ چنان که بودریار خود تأکید می‌کند مسأله وانمایی کاذب واقعیت (به شیوه‌ای ایدئولوژیک) نیست بلکه تاثیر وانمایی نشان می‌دهد که واقعیت دیگر واقعی نیست. به نظر بودریار عصر تجدد، عصر «هرمنوتیک بدگمانی» بود؛ به این معنی که در پس ظواهر و روبناها اصل و معنا و یا ساختاری جست‌وجو می‌شد، اما در عصر پسامدرن که تصویر جانشین واقعیت شده است و انسان‌ها در حوزه «مافوق واقع» به سر می‌برند. دیگر نمی‌توان از اصل و معنا و ساختار نهفته سخن گفت. هیچ واقعیتی در پس ظاهر نیست؛ بنابراین وانمایی‌ها تصویر همان واقعیت است. پس در عصر پسامدرن معنا و واقعیت رخت بر می‌بندد و جای خود را به تصویر می‌دهد. از همین رو به نظر بودریار فرهنگ پسامدرن فرهنگ «حال حاضر» است که از خرده‌ریزهای فرهنگ گذشته بر ساخته شده است (همان منبع، ص ۷۲).

بحث بودریار به طور خلاصه درباره «رژیم تصورات» است. سلطه تصورات در جهان امروز آنقدر گسترش یافته است که امر واقع کاملاً محو شده و «دیگر حقیقت، مصداق و علل عینی وجود ندارد». روند گذار به این وضعیت مراحل را طی کرده است. در آغاز

نشانه یا تصویر بازتاب واقعیت اساسی است. در مرحله دوم، صورت یا نشانه بر واقعیتی اساسی سرپوش می‌گذارد، اما در مرحله سوم، صورت یا نشانه بر غیاب واقعیت است، سرپوش می‌نهد. سرانجام در مرحله چهارم که مرحله فعلی است و در آن دیگر نه راه پیشرفت و نه راه عقب‌گردی هست، صورت یا نشانه دیگر هیچ‌گونه رابطه‌ای با واقعیت ندارد، بلکه صورت یا نشانه ناب و خالص خویش است. نتیجه نهایی آن‌که تصور یا شبیه‌سازی تنها واقعیت است و گرچه هم «واقعی» نیست و هم «واقعی» است، جز آن واقعیتی دیگر باقی نمی‌ماند. آنچه ما درباره واقعیت‌ها می‌دانیم، همان است که در تصورات رسانه‌ای ساخته می‌شود (سث، ۲۰۰۴، ص ۳۶).

رویکرد پسامدرنیسم به رسانه‌ها در روابط بین‌الملل

بازنمایی و آنچه می‌توان عرصه سیاست بازنمایی^۱ یا عرصه سیاست گفتمانی نامید مورد توجه پسامدرنیست‌ها در روابط بین‌الملل است. در جهانی که تعداد بسیار معدودی از انسان‌ها روابط بین‌الملل را مستقیماً تجربه می‌کنند و اکثراً از طریق روزنامه، تلویزیون، کتاب، فیلم و داستان آن را تجربه می‌نمایند، ساخته‌شدن معنا از طریق دستکاری کلمات و نشانه‌ها باید مد نظر قرار گیرد. انگاره‌ها از طریق فنون خطابی و ساز و کارهای عینی خلق و منتشر می‌شود. بر همین اساس پژوهشگران پسامدرنیسم به بررسی نقش نمادها، متون، تصویرسازی‌ها و . . . می‌پردازند و از طریق نوعی نقد ادبی نشان می‌دهند که چگونه برداشت‌های ذهنی دستکاری می‌شود.

دردریان یکی از بینامتن‌های مهم قدرت و بازی در سیاست جهانی را «فرهنگ مردمی در خدمت توطئه بین‌المللی»^۲ می‌داند: این بینامتن حوزه‌ای از رقابت ایدئولوژیک را باز می‌نماید که در آن راهبردهای امنیت ملی همراه با بازی‌های نهایی جنگ‌های واقعی ناممکن همراه با نابودی دسته جمعی را می‌توان بارها و بارها و محض تفریح به عنوان شبیه‌سازی جنگی که در آن دولت‌ها رقابت می‌کنند، منافع برخورد پیدا می‌کند، و جاسوس با جاسوس رویارو می‌شود، برای مصرف توده‌ای بازی کرد. این فضا بنابراین فضایی پیچیده است که در آن بازنمایی‌ها و بازنمایاننده‌های مختلف دولت امنیتی ملی مدرن رقابت می‌کنند تا مرزها را ترسیم کنند و بر حاشیه‌های تیره‌تر روابط بین‌الملل سلطه یابند (روزنا، ۱۹۹۳، ص ۹۲).

دردریان همچنین در مقاله «سیا، هالیوود و توطئه‌های حاکم» می‌کوشد برخی روندها را در ماهیت بازنمایی سیاسی روابط بین‌الملل از طریق فیلم‌های جاسوسی هالیوود دنبال کند و به بررسی عناصر مخفی‌کاری و توطئه که در همه فیلم‌های جاسوسی دیده می‌شود می‌پردازد. کتاب ضددیپلماسی: جاسوسان، ترور، سرعت و جنگ سرد در چهارچوب رسانه‌های غرب اختصاص دارد.

دردریان با تکیه بر سه مفهوم شبیه‌سازی (متأثر از بودریار)، نظارت (متأثر از فوکو) و سرعت (متأثر از پل ویرلیو و تغییر مفهومی زمان) تاکید دارد که در عرصه‌های مختلف روابط بین‌الملل، تفکیک میان واقعیت و مدل ناممکن می‌شود. شبیه‌سازی (شامل مدل‌سازی‌ها و بازی‌ها) «ادامه جنگ از طریق شباهت به واقعیت» است. شبیه‌سازی‌ها فضای جدیدی در روابط بین‌الملل ایجاد کرده است که بازیکنان در درون آن عمل می‌کنند، رویدادها در آن رخ می‌دهد و نتایج هم سرچشمه‌ای جز فضای سیبرنتیک مصنوعی خود شبیه‌سازی ندارد. نمونه آن هم شبیه‌سازی‌های جنگ است که با وضعیت واقعی متفاوت است اما حتی در وضعیت واقعی هم بازیگران بر اساس مدل و شبیه‌سازی عمل می‌کنند (همان منبع، ص ۵۱).

نظارت که مورد توجه فوکو است، در روابط بین‌الملل (بر خلاف محیط‌هایی چون بیمارستان‌های روانی و زندان‌ها که مورد توجه فوکو است) نه به شکل برج‌های دیده‌بانی، بلکه به شکل ماهواره‌ها، رادارها و . . . یا ابزارهای جدید الکترونیک جاسوسی است. مطالعه این ابعاد از روابط بین‌الملل نیز از طریق روش‌های مدرن و علمی قابل آزمون برای تعیین چگونگی کنترل، کاربرد و تامین بودجه آن‌ها نیست، اما می‌توان با استفاده از فنون پسامدرنیستی تفسیر میان متنی به بررسی آن پرداخت (همان منبع، ص ۵۳). از سوی دیگر، در مطالعات روابط بین‌الملل، سرعت - از سرعت سیستم‌های انتقال تسلیحات و کاهش زمان واکنش انسانی تا نظارت بر دشمن - و همچنین رابطه میان سیاست، قدرت، ثروت، جنگ و رسانه‌ها در پیوند با سرعت مورد توجه قرار نگرفته است و به تاثیرات سیاسی سرعت در سیستم‌های تسلیحات، ارتباطات و تصمیم‌گیری توجه نشده است. در جهان پسامدرن فضا دیگر در جغرافیا نیست بلکه در الکترونیک است. در نتیجه حرکتی از سیاست جغرافیایی (ژئوپولیتیک) به کروئوپولیتیک صورت می‌گیرد و توزیع سرزمین جای خود را

به توزیع زمان می‌دهد. با توجه به اهمیت بیشتر تصویر نسبت به واقعیت، جایگزینی زمان به جای مکان به عنوان میدان اصلی راهبردی، زیر سؤال رفتن، مفید بودن سلاح‌های هسته‌ای لازم است توجه بیشتری به جنگ برداشت‌های ذهنی^۳ و جنگ بازنمایی^۴ شود (ساروب، ۱۹۹۳، ص ۷۹).

با این زاویه دید که در بخش اول ادبیات تحقیق ارایه شد، بخش دوم ادبیات تحقیق به بررسی نقش رسانه‌های مبتنی بر فن‌آوری‌های ارتباطات و اطلاعات بر دیپلماسی خواهد پرداخت.

بازیگری دیپلماتیک رسانه‌ها

بهره‌گیری از رسانه‌ها به منظور پیشبرد مذاکرات دیپلماتیک:

مقامات رسمی از ظرفیت رسانه‌های سراسری به ویژه از تلویزیون‌های جهانی برای پیشبرد مذاکرات و حل تعارضات بهره می‌گیرد. این نوع بهره‌گیری از رسانه‌ها به عنوان دیپلماسی رسانه‌ای^۵ شناخته می‌شود. بوسا ایبو^۶ این مفهوم را چنین تعریف می‌کند: «بهره‌گیری از رسانه‌ها برای بیان و ترویج سیاست خارجی» (ایبو، ۱۹۹۶، ص ۴۷).

در سال‌های اخیر رهبران همواره ترجیح داده‌اند که از ارتباطات جهانی فراتر از کانال‌های سنتی دیپلماتیک بهره بگیرند تا پیام‌های خود را به منظور تصویرسازی و نیز در جهت باز کردن فصلی نوین در مذاکرات، توافقات و روابط بین‌الملل منتشر سازند. به عنوان نمونه در ژانویه ۱۹۹۸ خاتمی در حالی که تازه در انتخابات ریاست جمهوری پیروز شده بود، (CNN) را برای ارسال پیام به ایالات متحده برگزید. (CNN) و رسانه‌های چاپی سراسر جهان، مخاطبان جهانی را با بهره‌گیری از پیشرفته‌ترین رسانه‌های نوین سخن‌پراکنی از این مصاحبه آگاه کرد. مصاحبه‌ی فوق پس از انتشار، بارها و بارها توسط رسانه‌های سراسر جهان مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

نقش‌هایی که تلویزیون‌های جهانی به ویژه (CNN) در بحران‌ها و جنگ‌های دهه گذشته ایفا نمود، موجب شد تا نظریه تاثیرات (CNN) توسعه یابد و از اهمیت بالایی برخوردار گردد. در این رابطه، اس. لیوینگستون^۷ و تی. ایچوس^۸ بازیگری رسانه‌ها در عرصه سیاست خارجی را به چهار نوع کلی تقسیم می‌کنند (لیوینگستون و ایچوس، ۱۹۹۷، ص ۱۱۸).

بازیگری رسانه‌ها در عرصه سیاست خارجی

جدول شماره (۱)

نوع بازیگر	فعالیت	بافت	مفهوم
کنترل‌کننده	جانشینی سیاست‌گذاران	مداخله نظامی انسان‌دوستانه	تاثیر (CNN)
محدودکننده	محدودکننده سیاست‌گذاران	تصمیم‌سازی	سیاست زمان واقعی
مداخله‌گر	میانجی	میانجی‌گری بین‌المللی	واسطه‌گری سیاسی - بین‌المللی
ایزاری	پیشبرنده مذاکرات و توافقات	حل مناقشات	دیپلماسی رسانه‌ای

رسانه، بازیگر کنترل‌کننده

تنوری تاثیر (CNN) بر آن است تا تلویزیون جهانی را در نقش یک بازیگر مستقیم و حتی غالب در تنظیم سیاست‌های مربوط به امور دفاعی و امور خارجه‌ی دولت‌ها بنمایاند. این تنوری از نقش‌هایی که ارتباطات بین‌المللی به ویژه آن‌هایی که از سوی تلویزیون جهانی (CNN) در کشمکش‌های عمده بین‌المللی بعد از جنگ سرد اعمال شد، نشأت گرفته است. جیمز بیکر وزیر امور خارجه آمریکا در سال ۱۹۹۵ می‌نویسد: «تراژدی وحشتناک تیان انمن تصویری کلاسیک از یک پدیده قدرتمند جدید یعنی توان انقلاب ارتباطات جهانی در پیشبرد سیاست خارجی بود. پس از آن با پوشش خبری وقایع در عراق، بوسنی، سومالی، چین، توسط رسانه‌های الکترونیکی و در زمان واقعی، به ایجاد حرکت قدرتمند جدیدی برای به انجام رساندن سریع اقدامات در سطوح بین‌المللی منتهی شد». مدالین آلبرایت در این باره در برابر سنا اعتراف کرد که: «توانایی تلویزیون جهانی در ارائه تصاویر گرافیکی با انتقال درد و خشم جهان به خانه‌های ما هم موجبات اعمال فشار را برای مداخله‌ی سریعتر در مناطق بحران‌زده بین‌المللی افزایش داد و هم مداخله در مواقعی که رخدادهای مطابق برنامه اتفاق نمی‌افتد».

رهبران بسیاری از دولت‌ها معتقدند که پوشش منفی تلویزیونی موجب شکست آمریکا در ویتنام شد. از این‌رو رسانه‌ها را در بسیاری زمینه‌ها از جمله مداخله بشردوستانه و مذاکرات بین‌المللی، دشمن سیاست‌های دولت می‌پندارند.

انتقادی که به نظریه (CNN) می‌شود این است که این نظریه اثرات چشمگیرتر تلویزیون بر دو مرحله مهم دیگر مناقشه یعنی مراحل «پیش از خشونت» و «بعد از خشونت» را نادیده می‌انگارد.

سیاست زمان واقعی

رسانه، بازیگر محدودکننده

شواهد کافی برای اثبات این که رسانه‌ها در تنظیم سیاست‌ها در قبال مناقشات بین‌المللی، رفته رفته به صورت بازیگران کنترل‌کننده در می‌آیند، اما بدون شک بر بسیاری از ابعاد مهم دیپلماسی و سیاست خارجی تاثیر می‌گذارند. ارتباطات جهانی گاه به صورت عوامل محدودکننده عمل می‌کنند.

واسطه‌گری بین‌المللی سیاسی

رسانه، بازیگر مداخله‌گر

انقلاب ارتباطات روزنامه‌نگاران و رسانه‌ای‌های برجسته را بر آن داشته است تا به طور مستقیم و غیرمستقیم در مناقشات و کشمکش‌های بین‌المللی نقش‌های میانجی‌گرانه‌ای بر عهده گیرند. نقش‌های میانجی‌گرانه رسانه‌ها معمولاً زمانی رخ می‌دهد که تماسی میان دشمنان برقرار نباشد و هیچ طرف ثالثی نیز برای کمک به حل اختلاف وجود نداشته باشد. روزنامه‌نگاران معمولاً از طریق یک بافت رسانه‌ای مانند مصاحبه در این گونه مواقع نقش‌های واسطه‌گری خود را به انجام می‌رسانند. به بیان گی‌بر^۹ روزنامه‌نگاران تنها هنگامی به کار واسطه‌گری می‌پردازند که با رهبران طرف دیگر مصاحبه می‌کنند، مواضع دولت‌های خود را انعکاس می‌دهند یا طرح‌هایی برای پایان‌دادن به کشمکش‌ها، منازعات و بحران‌ها به طرف رقیب ارایه می‌کنند. این طرح‌ها می‌تواند به شکل مصاحبه و میزگردهای تخصصی با کارشناسان و متخصصان دانشگاهی و از طریق هدایت آن‌ها به سمت مورد نظر ارایه گردد.

دیپلماسی رسانه‌ای

رسانه، بازیگر ابزاری

اجرای سیاست خارجی دومرحله‌ای به هم مرتبط را طی می‌کند. یک مرحله سیاست‌گذاری است که در آن گزینه‌های سیاست، موضع‌گیری‌ها و تاکتیک‌ها در چارچوب محیط‌های داخلی طرف‌های ذیربط مورد بحث و بررسی قرار گرفته و درباره آن‌ها تصمیم‌گیری می‌شود.

مرحله دیگر یعنی تعامل و دیپلماسی اجرای سیاست‌ها در قبال بازیگران دیگر، معرفی مواضع و تقاضاهای تعیین شده در مرحله قبلی و جستجوی راه‌حلی از طریق مقابله، مذاکره یا ترکیبی از هر دو را ایجاب می‌کند. رسانه‌های خبری جهانی هم بر سیاست‌گذاری و هم بر مراحل تعاملی سیاست خارجی تاثیر می‌گذارد.

امروزه رهبران کشورها برای پیشبرد مذاکرات و بسیج پشتیبانی عمومی برای توافقاتی خویش به طرز گسترده‌ای از ارتباطات جهانی به عنوان یک ابزار چشمگیر استفاده می‌کنند. دیپلماسی رسانه‌ای مناسب‌ترین مفهوم برای تحلیل این کاربری‌هاست اما ارجاع به این مفهوم در ادبیات حرفه‌ای بسیار مغشوش‌کننده است. به عنوان نمونه ایبو آن را به صورتی بیش از حد گسترده به عنوان «کاربری رسانه‌ها برای ایجاد و پیشبرد سیاست خارجی» توصیف می‌کند. گیلوا دیپلماسی رسانه‌ای را به کاربری‌های رسانه‌ها توسط رهبران می‌گوید که به ابراز علاقه به مذاکرات، ایجاد اعتماد و بسیج پشتیبانی عمومی برای توافقات ارجاع دارد.

در این راستا ارتباطات جهانی نقش‌های چندگانه‌ای بازی می‌کند، رسانه‌های جهانی همزمان با اعمال فشار بر مقامات رسمی و دیپلمات‌ها به آن‌ها کمک می‌کند تا به اهداف خود دست یابند. آن‌ها به طور روزافزون به منبعی پرسرعت برای انتقال پیام‌های سیاست‌گذاران در لحظه واقعی^۱ تبدیل می‌شود. آن‌ها توجه جهانیان را به بحران‌ها از جمله بحران‌های بوسنی، سومالیا، کوزوو و به موضوعات جهانی از جمله تروریسم، گرم شدن زمین، حقوق بشر جلب کرده‌اند. سرعت بالای ارتباطات جهانی سیاست‌گذاران و کارشناسان سیاست خارجی را تحت فشار قرار داده است تا خیلی سریع پاسخگوی دلایل وقوع رویدادهای جهان باشند. در عین حال اصحاب رسانه‌های جهانی این سیاست‌گذاران و کارشناسان را نسبت به این موضوع آگاه و اقناع کرده‌اند که اگر پیام‌های مهم خود را از طریق رسانه‌ها ارسال کنند، به نتایج مورد انتظار و مؤثری دست خواهند یافت.

ارتباط رسانه‌ها و سیاست خارجی به هیچ وجه یک مسیر یک‌طرفه نیست که در آن حکومت یا رسانه‌ها هر کدام به تنهایی سیاست خارجی را دیکته کند.

دی. دایان^{۱۱} و ای. کاتز^{۱۲} برخی تاثیرات رویدادهای رسانه‌ای بر دیپلماسی را چنین بیان می‌کند:

- رویدادهای رسانه‌ای نقش سفیران را کم‌رنگ کرده است.
 - بن‌بست‌ها و حصارهای دیپلماتیک را شکسته است و فضای مناسبی برای برقراری تماس‌ها به منظور انجام مذاکرات فراهم آورده‌اند.
 - فضایی مناسب برای هدایت مذاکره‌کنندگان به سوی توافقات و انعقاد پیمان‌ها فراهم ساخته است (دایان و دیگری، ۱۹۹۲، ص ۸۳).

تمایز میان دو تاثیر اول و دوم مشخص است چرا که رویدادهای رسانه‌ای می‌تواند در مراحل مختلف، از ترتیب دادن مذاکرات تا جلب اعتماد و تسهیل مذاکرات، یا از پایان مذاکرات تا بسیج افکار عمومی که به منظور حمایت از توافق حاصله انجام می‌شود، کاربرد داشته باشد. رویدادهای رسانه‌ای همچنین می‌تواند در پی حصول نتایج مرحله اول و قبل از شروع فاز بعدی در مرحله میانی و به عنوان میانجی به منظور جلب حمایت عمومی به کار گرفته شود. این شکل بهره‌گیری از رسانه‌ها زمانی ضرورت می‌یابد که مانعی برطرف شده باشد اما طرفین هنوز مجبور باشند پیش از آن که اظهار نظر خود را در مورد اصول موافقت‌نامه صلح پایدار و برابر اعلام کنند، راه زیادی را تا رسیدن به آن پیمایند. در این مرحله، بسیج افکار عمومی با حمایت رویدادهای رسانه‌ای می‌تواند مرحله بعدی مذاکرات را تسهیل کند.

رهبران ترجیح می‌دهند از ابزار مؤثر رویدادهای رسانه‌ای برای اعتمادسازی و بسیج افکار عمومی داخلی به منظور کسب حمایت از فرآیندهای دشوار برقراری صلح بهره‌برداری کنند و در این راه به ادغام یا اعطای امتیازات بالا به رسانه‌ها تن دهند (مهاجرانی، ۱۳۸۱، ص ۵۷).

دیپلماسی رسانه‌ای، عرصه تحولات نوین دیپلماسی

«عموم» عنصر مرکزی دیپلماسی رسانه‌ای

چالش‌های حاصل از رشد و گسترش حوزه تاثیرگذاری رسانه‌های نوین در عرصه دیپلماسی و سیاست خارجی موجب توسعه روابط دیپلماسی کشورها با افکار عمومی کشورهای خارجی و تعامل با آنها شده است. بخش گسترده‌ای از اطلاعات شهروندان کنونی از سوی رسانه‌های جهانی به ویژه تلویزیون‌ها و رادیوهای جهانی تامین می‌گردد.

اصحاب رسانه‌ها و عموم از دولت‌ها انتظار دارند که تقریباً زودتر از پدید آمدن مسایل، موقعیت‌ها را مشخص و تصمیمات را اتخاذ نمایند. این که دولت‌ها در محیط خارجی چه چیزی انجام دهند، در مورد چه چیزی تصمیم بگیرند و در مورد چه مسایلی صحبت کنند به سرعت به مناظره‌های عمومی داخلی تبدیل می‌شوند و در نقطه مقابل نیز این که دولت‌ها در محیط داخلی چه چیزی انجام دهند، در مورد چه چیزی تصمیم بگیرند و در مورد چه مسایلی صحبت کنند به سرعت به عملیات رسانه‌ها در خارج از کشور تبدیل می‌شود. در این شرایط افراد معمولی جامعه با بهره‌گیری از فن‌آوری اطلاعات به طور همزمان رقابت‌های کاملاً جدیدی به لحاظ شکلی و محتوایی در اشتغال و بسیج جهانی حول محورهای اقتصادی و مسایل امنیتی با سایرین آغاز می‌کنند. با توجه به نکاتی که مطرح گردید، این شرایط بعد «عموم» و توجه به آن را به عنصر مرکزی دیپلماسی تبدیل خواهد ساخت.

قابلیت نوین دیگری که دولت‌ها یافته‌اند، امکان دریافت سریع بازخوردهای شهروندان کشورهای خود از طریق رسانه‌های نوین است. بنابراین رصد رسانه‌ها به منظور آگاهی از میزان تاثیرگذاری دیپلماسی عمومی دولت در کشور یا سطح مورد نظر از آن جامعه و نیز ترغیب روزنامه‌نگاران و رسانه‌های داخلی و خارجی، برای تولید پیام‌های تاثیرگذار بر وزارت‌خانه‌های امور خارجه و اجرا طرح‌هایی که به تصویرسازی از کشور مورد نظر نزد افکار عمومی خارجی بینجامد، کلیدی خواهد شد.

دموکراتیزاسیون دیپلماسی

دموکراتیزاسیون دیپلماسی محصول ارتباطات فراگیر از طریق تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و اطلاعات است. اکنون نطفه‌های سیاست‌های نوین دموکراتیک در اکناف جهان پرشمار و متنوع‌اند. ابزارهای الکترونیک برای وسعت بخشیدن به مشارکت شهروندان به کار گرفته می‌شود (شکرخواه، ۱۳۷۹، ص ۳۲).

رسانه‌ها و ارتباطات الکترونیک فرصت‌های بی‌شماری برای تقویت مشارکت سیاسی و ارتباط افقی میان شهروندان پدید آورده است. در واقع دسترسی مستقیم و همزمان به اطلاعات و ارتباطات کامپیوتری باعث تسهیل انتشار و اصلاح اطلاعات می‌شود و امکاناتی برای تعامل و مباحثه در عرصه‌ای خودمختار و الکترونیک عرضه می‌دارد که از

کنترل رسانه‌ها خارج است. مهمتر این که شهروندان می‌توانند منظومه‌های ایدئولوژیک و سیاسی مختص به خود را تشکیل دهند و در حال حاضر نیز تشکیل می‌دهند، منظومه‌هایی که بر ساختار سیاسی مستقر پیشی می‌گیرند و بدین‌سان عرصه سیاسی انعطاف و انطباق‌پذیری ایجاد می‌کنند (صدرقی، ۱۳۸۲، ص ۱۲۳).

می‌توان انتظار داشت که نوع تازه‌ای از جامعه مدنی دوباره ساخته شود که در آن امکان پایه‌ریزی الکترونیک دموکراسی از پایین وجود داشته باشد (همان منبع، ص ۹۶).

اقتدار دیپلماتیک بازیگران غیردولتی^{۱۳}

از تحولات چشمگیر ناشی از حضور رسانه‌های نوین در عرصه روابط بین‌الملل ورود بازیگران جدید به عرصه دیپلماسی و سیاست خارجی است. نظام بین‌الملل امروز بیش از هر زمان دیگری با تعدد بازیگران مواجه است بازیگرانی که یا نماینده چند دولت هستند یا حافظ منافع گروهی خاص.

در گذشته تنها دولت‌ها بود که به امور بین‌المللی کشورها می‌پرداخت ولی امروزه تعدد و تنوع بازیگران غیردولتی رشدی قارچ‌گونه پیدا کرده است. در جریان بازیگری نرم‌افزاری دولت‌ها به کمک رسانه‌ها باید به حضور بازیگران غیردولتی در پردازش ایده‌های منطقه‌ای و جهانی و ایجاد شبکه‌های ماورای ملی اشاره کرد که ماهیتی نوین به سیاست خارجی بخشیده‌اند. بازیگران غیردولتی در سیاست خارجی به درجه‌ای از فعالیت و تحرک رسیده‌اند که نه می‌توان آنها را کنترل کرد و نه می‌توان آنها را نادیده گرفت.

اینک رسانه‌ها، سازمان‌های بین‌المللی، شرکت‌های فراملیتی، جنبش‌های جهانی، سازمان‌های غیردولتی^{۱۴} و حتی افراد نیز در سراسر جهان اغلب با مهارت و موفقیت در حال پیگیری اهداف خود هستند. در داخل دولت‌ها نیز دیگر فقط وزارت امور خارجه نیست که متولی اعمال و اجرای دیپلماسی سایبر است بلکه نهادها و سازمان‌های مختلف از جمله بازیگران نامبرده، به ویژه رسانه‌ها نیز در این عرصه فعال هستند.

بازیگران جدید به مدد رسانه‌های نوین کاملاً غیرمرزی، غیرحکومتی و جهانی هستند. آن‌ها اشکال جدیدی از مدیریت امور دسته‌جمعی را به وجود آورده‌اند و می‌آورند. رفتار و عملکرد آن‌ها همانند نظام‌های سایبرنتیکی است. ارتباطات، انعطاف‌پذیری، انطباق‌پذیری،

تخصصی بودن، شایسته‌سالاری، همکاری، وحدت و توافق مفاهیمی است که برای توصیف و شناخت رفتار آن‌ها به کار گرفته می‌شود.

این بازیگران ضمن بهره‌گیری از اینترنت و رسانه‌های گروهی راهبردهای ارتباطی خود را به منظور انتشار سریع اطلاعات و پیام‌های مبتنی بر خواست خود به تمام نقاط جهان و هم برای سازمان دادن به شبکه جهانی منسجمی از گروه‌های مبتنی بر یک خواست مشترک طراحی و اجرا می‌کنند. نتیجه این کار ایجاد نهضت بین‌المللی افکار عمومی در دفاع از خواستی مشترک و فارغ از هویت‌های ملی، مذهبی، نژادی خاص است (خجسته‌بخت، ۱۳۸۳، ص ۲).

دگرگونی منافع ملی

در عین آن که برخی از منافع همچنان در سیاست خارجی پابرجاست، اما مفهوم منفعت نیز در شرایط دگرگون‌شده سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، متحول شده است. در قلب این تحول و دگرگونی نحوه نگرش و چگونگی فکر کردن در مورد کشورها قرار دارد. آن‌گونه که یک کشور در اذهان دیگران به تصویر کشیده می‌شود، شاید اصلی‌ترین منفعتی باشد که حیات همه‌جانبه آن کشور را شکل می‌دهد. توضیح آن که همیشه تصویر و تصور از دیگران یکی از عناصر اصلی فکر و عمل دیپلماتیک بوده است. چگونگی نگرش ملت‌ها به یکدیگر به گونه‌ای مداوم در تاریخ، در سرنوشت روابط صلح‌گرا یا خصمانه بین آن‌ها مؤثر بوده است. اما آنچه که در این راستا دگرگون شده است، اولاً توان کشورها در شکل دادن به تصویر خود و دیگران ماهیتی متفاوت با گذشته دارد و ثانیاً ورود عنصر افکار عمومی به عنوان بازیگری جدی، محدودکننده و یا تسهیل‌کننده، مشروعیت‌دهنده یا مشروعیت‌زدا و نهایتاً غیرقابل انکار است.

با عنایت به آنچه برشمرده شد، می‌توان از منافع جدیدی به نام منافع حاصل از تصاویر رسانه‌ای سخن گفت. به این صورت که دوست یا دشمن پنداشته شدن، دموکراتیک یا غیردموکراتیک شناخته شدن، قابل پیش‌بینی یا غیرقابل پیش‌بینی برشمرده شدن، هنجارشکن یا هنجارگرا دیده شدن، جملگی منافع جدیدی است که به صورت جدی در سیاست خارجی کشورها مد نظر قرار گیرد و این پدیده‌ای نو و عرصه‌ای نوین در اقدامات دیپلماتیک است.

انواع گوناگون منافع ملی کشورها، میزان اهمیت این منافع برای دولت‌ها، راهبردهای گوناگون کشورهای جهان در دستیابی به منافع ملی خود، انواع مختلف سیاست خارجی و روش‌های دیپلماتیک کشورها در راه کسب منافع ملی، بر انواع و میزان واکنش‌ها و تحلیل‌های رسانه‌ای آن‌ها تاثیر مستقیم می‌گذارد. نتیجه چنین فرآیندی برای دیپلماسی گشایش زاویه جدیدی در حوزه موسع منفعت ملی می‌باشد. در همین ارتباط امنیت کشورها نه تنها به میزان توانایی‌های نظامی بلکه به توان اقناع‌سازی آن‌ها ارتباط پیدا می‌کند و این امر تجلی منافع نوینی در سیاست خارجی است (قوام، ۱۳۸۲، ص ۱۵۴).

همجواری ژئوکالچر^{۱۵} و ژئوپلیتیک^{۱۶}

شعاع انتشار مطالب رسانه‌های نوین هم‌اینک حد و مرزی نمی‌شناسد. محتوای این رسانه‌ها مرزهای دولت - ملت را می‌نوردند و محدودیت‌های ناشی از این مرزها را کنار می‌گذارد. به یک معنا امروزه سیاست خارجی عملاً مرز ندارد.

ابزارهای نوین ارتباطی مرزهای کهن دیپلماسی را، که عدم مداخله را پدیده‌ای سرزمینی می‌ساخت و دفاع از آن را یکی از پایه‌های خدشه‌ناپذیر می‌پنداشت، از بین برده است. در کنار این مرزهای جدید و یا بی‌مرزی جدید، مرزهای جغرافیایی همچنان پابرجا هستند. توأمان بودن بی‌مرزی جدید و پابرجاست مرزهای کهن دیپلماسی معاصر را با چالش‌های خاص روبرو می‌سازد.

بی‌مرزی‌های نوینی که در اثر گسترش روزافزون عرصه ژئوکالچر که در نتیجه عملکرد ارتباطات جهانی و با بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات به وجود آمده است، در کنار مرزهای جغرافیایی با خاصیت ژئوپلیتیک، طراحی و اجراء راهبردهای نوینی را در دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها ضروری ساخته است (دمشیری، ۱۳۸۰، ص ۲۳).

فن‌آوری‌های ارتباطات و اطلاعات و نماینده‌ی اصلی آن‌ها «رسانه‌ها»، به همان میزانی که «عموم» مردم را وارد کارزار روند تصمیم‌گیری در سیاست خارجی می‌کند، به طور متناقض آن‌ها را به ساختارهای ملی کوچکتر و کوچکتر متکثر می‌نماید. با تکثر شهروندی ایجاد وفاق ملی سخت‌تر خواهد شد، درست مانند آنچه که در جریان جنگ سرد اتفاق افتاد: «پرداختن به اولویت‌های سیاست خارجی ملی روز». آن چه که جایگزین

ساختارهای ملی می‌شود، ائتلاف‌های مبتنی بر مرزهای فکری افراد از طریق فن‌آوری‌های اطلاعات است (همان منبع، ص ۲۵).

به معنای دیگر در نتیجه به کارگیری فن‌آوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات، مرزهای فکری افراد جایگزین مرزهای ملی می‌شوند و این امر چالش بزرگی برای دیپلماسی سنتی به حساب می‌آید.

رسانه‌ها و امنیت

ظهور رسانه‌های نوین در عصر اطلاعات همراه تحولاتی که با گسترش حوزه تاثیرگذاری آن‌ها حاصل شده است، بسیاری از مفروضات و اصول پیشین را در ساختار روابط و حقوق بین‌الملل به چالش طلبیده است. مرزهای سیاسی و حقوقی دولت‌ها کمرنگ شده و حاکمیت آن‌ها که مهمترین بازیگران عرصه‌ی جهانی است، جایگاهی متزلزل دارد. مفاهیمی مانند مرزهای ملی، هویت ملی و فرهنگی، حاکمیت، و استقلال مفهوم نخستین خود را از دست داده است. تعریف دوباره‌ی (*Redefinition*) آن‌ها بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد.

امنیت ملی و بین‌المللی نیز متأثر از انقلاب اطلاعاتی و رسانه‌ای مفاهیم و چارچوب‌های نوینی یافته است. بنابراین نیاز به تعیین مرزهای جدید و شناخت تهدیدات امنیتی جدید که ماهیتی بسیار متفاوت از تهدیدات سنتی دارد، روز به روز بیشتر می‌شوند. به عبارت دیگر می‌توان گفت که عملکرد فاقد مرز رسانه‌های نوین ابعاد امنیتی جدید را در سطح ملی و بین‌المللی ایجاد کرده است.

در دنیای اطلاعات کنونی رسانه‌ها هم می‌تواند منبع و منشأ بسیاری از بحران‌ها در سطوح مختلف باشد و هم تحدید و تدبیرکننده‌ی بحران‌ها بشود. رسانه‌ها حتی می‌تواند از «نیست»، «هست» بسازد و بر قامت بحرانی که تولد نیافته است جامه‌ی هستی بپوشانند (و بالعکس). به بیان دیگر رسانه‌ها هم می‌تواند مشروعیت، مشارکت، مقبولیت، اعتماد و ثبات‌ساز باشد و هم جامعه را در متن و بطن بحران‌های مشروعیت، مشارکت و ... قرار داد (عسگری، ۱۳۸۲، ص ۱۲).

رسانه‌ها قادر است دولت‌ها را نیز با چالش‌های جدی مواجه سازد. به خصوص با پیدایش و گسترش ماهواره‌ها و اینترنت در عمل، مرزهای جغرافیایی را از بین می‌برد و با

بخش فرامرزی اصل حاکمیت دولت‌ها را نادیده می‌گیرد. این گونه است که مواجهه کردن نظام‌های سیاسی با بحران مشروعیت و مقبولیت در افکار عمومی، زیر سؤال بردن کارآمدی آنان، بی‌اعتماد ساختن مردم نسبت به مسؤولان و رسانه‌های خودی و اختلال در نظام ارتباطی دولت - ملت از شیوه‌های رایج و جدید براندازی شناخته می‌شود. بنابراین رسانه‌ها در گونه‌های مختلف امنیت تاثیرگذارند، امنیت ذهنی و عینی، امنیت فردی و عمومی و امنیت ملی و فراملی (صدوقی، ۱۳۸۲، ص ۲۰۱).

فعالیت‌های جاسوسی، افشای اسرار شخصی و دولتی، تهدید به هتک حیثیت، ترویج خشونت و سکس، تبلیغات براندازانه علیه نظام‌های سیاسی مخالف، هضم کردن خرده‌فرهنگ‌ها و سرانجام نابود کردن آن‌ها، شایعه‌سازی و به راه انداختن جنگ روانی، دروغ‌پردازی و نشر اکاذیب، توهین و افترا و ده‌ها مورد مشابه، از نگرانی‌های جدی بشر امروز است، نگرانی‌هایی که سوء استفاده از قدرت رسانه‌ها و تهدید طیفی از امنیت‌ها از جمله امنیت فردی، ملی و فراملی را برانگیخته است.

تهیه و انتشار مجلات رایانه‌ای با محتوای آموزش بمب‌سازی و اقدامات تروریستی، مبادله‌ی اطلاعات و مکاتبات محرمانه و رمزآلود و پراکندن پیام نفرت، تبعیض، فساد و خشونت از طریق اینترنت، موضوعی نیست که بتوان از کنار آن گذشت.

علاوه بر این رسانه‌ها می‌تواند به راحتی امنیت روانی و ذهنی را نشانه رود و با تلقین احساس ناامنی خاطر‌ها را آشفته کند و بالاخره با تغییر بیش‌ها و جابه‌جا کردن ارزش‌ها، زیرساخت‌های فرهنگی جوامع را لرزان و سپس متلاشی سازد.

نتیجه‌گیری

با زاویه‌ی دیدی که مطرح شد و براساس نتایج حاصل از پژوهش «سایبر دیپلماسی؛ رویکرد پسامدرنیسم در روابط بین‌الملل نسبت به تاثیرات رسانه‌های نوین بر دیپلماسی» (خرازی، ۱۳۸۶)، پسامدرنیست‌ها اعتقاد دارند که رسانه‌های نوین با فراهم آوردن همزمان شرایطی چند، ظهور و تقویت «دیپلماسی رسانه‌ای» را به یکی از مهمترین موضوعات دستگاه‌های دیپلماتیک و سیاست خارجی کشورها تبدیل کرده است:

- تغییر در ماهیت «قدرت».

- کاهش حاکمیت دولت - ملت.

- فراهم آوردن زمینه حضور بازیگران متعدد در روابط بین‌الملل.
- ایجاد زمینه‌های تغییر در مفهوم امنیت به ویژه امنیت ملی.
- ایجاد زمینه‌های دگرگونی مفهوم منفعت در منافع ملی.
- فراهم آوردن موجبات ظهور دیپلماسی آشکار (تبدیل اطلاعات سری دیپلماتیک به اطلاعات آشکار)^{۱۷}.
- ایجاد زمینه‌های دموکراتیزاسیون دیپلماسی.
- فراهم آوردن شرایط نوین تامین منافع ملی (اقتصادی، سیاسی، ایدئولوژیک و امنیتی) که از جمله اهداف مهم دیپلماسی است.

جدول شماره (۲): رویکرد پست مدرنیسم در روابط بین‌الملل: رسانه‌های نوین

↓ حضور بازیگران متعدد در روابط بین‌الملل	↓ افزایش نفوذپذیری مرزها	↓ کاهش حاکمیت دولت - ملت	↓ تحول در ماهیت «قدرت»	↓ تغییر در مفهوم امنیت	↓ ظهور دیپلماسی آشکار	↓ دموکراتیزاسیون دیپلماسی	↓ تامین منافع ملی (هدف دیپلماسی)	↓ دگرگونی مفهوم منفعت ملی
<ul style="list-style-type: none"> - ظهور بازیگران متعدد دیپلماتیک - ظهور بازیگران جدید غیردولتی - اقتدار دیپلماتیک بازیگران غیردولتی - رسانه‌های نوین بازیگران قدرتمند نوین دیپلماتیک - دسترسی همگان به اطلاعات 	<ul style="list-style-type: none"> - هم‌جواری ژئوکالچر و ژئوپلیتیک - سیاست خارجی فاقد مرز - چابک‌نوی دیپلماسی شبکه‌ای به جای سلسله مراتب در دیپلماسی - چالش توانمان بودن بی‌مرزی جدید و دیپلماسی انتقال اطلاعات در گستره جهانی 	<ul style="list-style-type: none"> - تمرکززدایی حاکمیت - حضور غیردولتی‌ها در حاکمیت نوین - کم‌رنگ شدن مرزهای ملی - دسترسی همگان به اطلاعات - افزایش سرعت انتقال اطلاعات در گستره جهانی 	<ul style="list-style-type: none"> - ظهور قدرت نرم - دانش منبع در حال رشد و عظیم قدرت - تکثر و تنوع مراکز قدرت - قدرت سایبرنتیک و شبکه‌ای - قدرت نیازمند ارتباطات آزاد - قدرت ناشی از توافق - دسترسی همگان به اطلاعات 	<ul style="list-style-type: none"> - رشد وزن افکار عمومی در تصمیم‌گیری‌های دیپلماتیک - ارتباطات ابزار راهبردی امنیت نوین - بحران مشروعیت دولت‌ها با از بین بردن مرزهای جغرافیایی - کاهش حاکمیت دولت‌ها - رسانه‌های نوین منبع و منشأ بحران و بحران‌زدهای پست مدرن 	<ul style="list-style-type: none"> - شفافیت دیپلماتیک - تبدیل اطلاعات سری به اطلاعات آشکار - امکان داوری مستقل به افکار عمومی در مورد دیپلماسی - ظهور دیپلماسی زمان واقعی - دسترسی همگان به اطلاعات و افزایش سرعت انتقال اطلاعات 	<ul style="list-style-type: none"> - اهمیت تصویر دولت‌ها نزد افکار عمومی جهان - قرار گرفتن مفاد دیپلماسی، توسط رسانه‌ها، در دسترس عموم - رسانه، حلقه اتصال دولت‌ها به افکار عمومی جهانیان - دموکراتیزاسیون دیپلماسی - دریافت سریع بازخوردهای دیپلماتیک همزمان - قابلیت و توانایی ترکیب جسارت و محافظه‌کاری در دیپلماسی سایر 	<ul style="list-style-type: none"> - دیپلماسی نرم - برای دسترسی به اهداف سخت - رسانه‌ها ابزار نوین تامین امنیت، تأثیر و نفوذ بر مخاطبان خارجی - اهداف اقتصادی و مشروعیت‌زایی و مشروعیت‌زدایی - سیاسی - ایدئولوژیک - دیپلماسی سایر عرصه سیاست خارجی - تعامل دوازه - دیپلماسی سایر قدرت سخت - اهمیت یافتن افکار عمومی در حوزه دیپلماسی 	<ul style="list-style-type: none"> - تصویر کشور در اذهان دیگران به عنوان منفعت نوین - منفعت نوین: تأثیر و نفوذ بر مخاطبان خارجی - تعادل دوازه - میان قدرت نرم و قدرت سخت - اهمیت یافتن افکار عمومی در حوزه دیپلماسی
ظهور دیپلماسی رسانه‌ای (خرازی، ۱۳۸۶).								

پیشنهادها

با وجود چالش‌ها و فرصت‌هایی که دیپلماسی رسانه‌ای برای کشورها به ارمغان می‌آورد، در عصر تاثیرات گسترده رسانه‌های نوین بر عرصه دیپلماتیک، این دیپلماسی هر لحظه بیش از لحظه پیش برای پیشروی‌های سیاست خارجی و جریان‌های دیپلماتیک غیرقابل اجتناب و حیاتی می‌شود.

دیپلماسی رسانه‌ای توان آن را دارد که در طولانی مدت به موقعیتی کانونی و محوری در جعبه ابزار دیپلماسی دست یابد. رهبران سیاسی، سیاست‌گذاران و استراتژیست‌های طرح‌ها و فرآیندهای دیپلماتیک سراسر جهان به این نتیجه نایل آمده و می‌آیند که دیپلماسی رسانه‌ای را به عنوان مهم‌ترین بخش دیپلماسی عمومی خود انتخاب کنند. برای آن‌ها آشکار شده است که فرهنگ و اطلاعاتی که از طریق رسانه‌ها و ارتباطات جهانی قابلیت انتشار جهانی می‌یابند، ابزارهای اصلی دستیابی به موقعیت بین‌المللی بهتر و حداکثرسازی منافع ملی هستند.

دیپلماسی رسانه‌ای قابلیت بالایی به منظور نایل آمدن کشورها به جاه‌طلبی‌های نوین بین‌المللی خود ارائه می‌کند که ریسک خطر کمتری برای امنیت ملی به دنبال می‌آورد. این نوع دیپلماسی قابلیت ترکیب جسارت و محافظه‌کاری را با هم دارد. هم‌چنان‌که بهره‌برداری از فرصت‌های نوین و ترویج منافع ملی را بدون برانگیختن و ناخشنود ساختن سایر کشورها ممکن می‌سازد. این دیپلماسی 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 تأخر قدرت سخت خود اعطا می‌کند.

البته هدایت جریان دیپلماتیک توسط وجه‌المثنی و الکترونیکی خود، در گام‌های آغازین دوره مهمی از تغییرات قرار دارد. رهبران لازمست خود را برای همراه شدن با گام‌های پرسرعت ارتباطات جهانی، به منظور اجتناب از اشتباهات سیاسی جدی و به ویژه به دلیل مواجهه با تقاضای تلویزیون‌های جهانی نسبت به دریافت پاسخ‌های سریع و مؤثر آنان به خصوص در موقعیت‌های بحرانی آماده سازند. دست‌اندرکاران عرصه‌های سیاست‌گذاری‌های دفاعی و سیاست خارجی امروزه لازم است ضمن پای‌بندی و قدردانی از جریان‌ات و روندهای دیپلماتیک سنتی و قراردادی، درک بالایی از چالش‌های رسانه‌های جهانی داشته باشند و در عین حال نیز به منظور اقدام از طریق این رسانه‌های جهانی درک بالایی نسبت به طراحی، اجرا و ارزیابی راهبرد مؤثر ارتباطات راهبردی کسب کنند.

راهبرد دیپلماسی رسانه‌ای ترکیبی است پویا و انعطاف‌پذیر از دانایی و ارتباط که از هم‌گرایی و هم‌افزایی بخش خصوصی و بخش دولتی حاصل و توسط هر دو اجرا گردد. در این راستا برای تضمین دستیابی به دیپلماسی رسانه‌ای تاثیرگذار و مبتنی بر خرد،

برقراری ارتباط متوازن و پیوسته میان اصحاب سیاست خارجی و دیپلماسی با اصحاب رسانه‌ها نیز از ضروریات است.

زیر نویس‌ها

- | | | |
|---------------------------------|--|----------------------|
| 1- Politics of Representation | 2- Popular culture of International intrigue | 3- War of Perception |
| 4- War of Representation | 5- Media Diplomacy | 6- Bosah Ebo |
| 7- S. Livingstone | | |
| 8- T. Eachus | 9- Geyber | 10- Real Time |
| 11- D. Dayan | | |
| 12- E. Katz | 13- Non Governmental Actors | 14- NGO |
| 15- Geoculture | 16- Geopolitic | |
| 17- Intelligence to Information | | |

منابع

- ۱- خرازی محمدوندی‌آذر، زهرا. سایر دیپلماسی: رویکرد پسا مدرنیسم در روابط بین‌الملل نسبت به تأثیرات رسانه‌های نوین بر دیپلماسی. پایان‌نامه دکتری تخصصی. دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات. گروه ارتباطات. ۱۳۸۶.
- ۲- دهشیری، محمدرضا. نقش رسانه‌ها در عرصه سیاست خارجی در عصر جهانی شدن. مجموعه مقالات آرایه شده در سمینار رسانه‌های ایران و آلمان. وزارت امور خارجه. تهران. ۱۳۸۰.
- ۳- شکرخواه، یونس. تکنولوژی‌های ارتباطی و جامعه اطلاعاتی. انتشارات انوشه. تهران. ۱۳۷۹.
- ۴- صدوقی، مرادعلی. رسانه، سلاح جنگ یا ابزار حل منازعه. فصلنامه پژوهش و سنجش. شماره ۳۴. ویژه رسانه و جنگ. تابستان ۱۳۸۲.
- ۵- صدوقی، مرادعلی. تکنولوژی اطلاعاتی و حاکمیت ملی. انتشارات وزارت امور خارجه. تهران. ۱۳۸۲.
- ۶- مسگری، محمود. رسانه و جنگ. چارچوبی برای تحلیل فصلنامه پژوهش و سنجش. شماره ۳۴. ویژه رسانه و جنگ. تابستان ۱۳۸۲.
- ۷- قوام، عبدالملکی. جهانی شدن و جهان سوم. انتشارات وزارت امور خارجه. تهران ۱۳۸۲.
- ۸- کاظم‌پور، سیدمحمد. چارچوب‌های مفهومی و پژوهشی برای مطالعه سیاست خارجی. انتشارات وزارت امور خارجه. ۱۳۸۳.
- ۹- مهاجرانی، عطاءالله. ارتباطات جمعی و صلح جهانی. فصلنامه رسانه. پاییز ۱۳۸۱.
- 10- Andersen, Robin and Lance Strate, "Critical Studies in Media Commercialism", Paperback. 2000.
- 11- Bartston, P. "Modern Diplomacy", London: Longman. 1997.
- 12- D. Dayan AND e. Katz, "Media Events: The Live Broadcasting of History", Cambridge, Mass: Harvard University Press. 1992.
- 13- Durham, Meenakshi Gigi and Douglas Kellner, "Media and Cultural Studies (Keywords in Cultural Studies)", Paperback. 2005.
- 14- Ebo, E, "Media Diplomacy and Foreign policy", New Media and Foreign Relations, A. Malek, Norwood, N. J: Albex. 1996.
- 15- Ferre, Frederick, "Shaping the future: Resources for the post-modern world", Oxford. 1976.
- 16- Gergen, D. "Diplomacy in The Television Age: The Dangers of Teledemocracy", The Media and Foreign Policy, S. Serfaty, New York. 1991.
- 17- Gianni, Vattimo, "The end of modernity: Nihilism and hermeneutics in post-modern culture". 1988.
- 18- Grenz, Stanley J. "A Primer on Postmodernism", Paperback. 1996.
- 19- Grossberg, L. "It's a sin: Essays on Postmodernism, Politics, and Culture", Sydney: Power. 1988.
- 20- Innis, Harold A. "The Bias of Communication", Toronto: University of Toronto Press. 1998.
- 21- Kellner, Douglas, "Media Culture: Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern", Paperback. 1995.
- 22- Livingston, S. Eachus, T, "Beyond the CNN Effect: The Media-Foreign Policy Dynamic", Politics and The Press, Colo: Lynne Reiner. 1997.
- 23- Miles, Steven, "Social Theory in the Real World", Paperback. 2001.
- 24- Murphy, Patrick, 2003, "Global Media Studies: Ethnographic Perspectives", Paperback.
- 25- Negoita, Constantin, "Post Modern Logic", Paperback. 2002.
- 26- Neuman, J. Lights, "Camera, War: Is Media Technology Driving International Politics", New York: Stmartin's Press. 1996.
- 27- Rose, Margaret A. "The Post-Modern and the Post-Industrial: A Critical Analysis", Hardcover. 1991.
- 28- Rosenau, James N. and James Der Derian, "Global Voices: Dialogues in International Relations", James N. and James Der Derian, Paperback. 1993.
- 29- Rothkopf, David J. "Cyberpolitik: The changing Nature of Power in the Information Age", Journal of International Affairs 51, no. 2. 1998.
- 30- S. Livingston, "Beyond the CNN Effect: The Media-Foreign Policy Dynamic", Politics and the Press, Colo: Lynne Reiner. 1997.
- 31- Sarup, Madan, "An Introductory Guide to Post-Structuralism and Postmodernism", Paperback. 1993.
- 32- Seth, "Post-Modern Magick", Paperback. 2004.
- 33- Van Der Veer, "Media, War and Terrorism", Hardcover, 2004.