

The Role of Television in Media Diplomacy and Foreign Policy

Bakhtar University
Faculty of Journalism
Assistant Professor Ahmad Jalal Mojaedi

ABSTRACT

Looking at recent developments in international affairs and increasing the role of the media in streamlining the foreign policy cycle, a new field in foreign policy called media diplomacy has emerged. The impact of global television on political issues and the use of it as a tool to guide public opinion and put pressure on foreign policy officials (as tools of soft warfare) led to point to the theory of the impact of CNN and the concept of diplomacy. And examine the concrete examples of the impact of television on foreign policy, the role of television in diplomacy and foreign policy.

Keywords: Television, Media Diplomacy, Foreign Policy.

نقش تلویزیون در دیپلماسی رسانه‌ای و سیاست خارجی

پوهنتون باختر
پوهنچی ژورنالیزم
پوهنیار احمد جلال مجددی
عضو کادری پوهنچی ژورنالیزم

چکیده:

با نگاهی به تحولات اخیر مسائل بین‌الملل و افزایش نقش رسانه‌ها در روان‌سازی چرخه سیاست خارجی، عرصه نوینی در سیاست خارجی با نام دیپلماسی رسانه‌ای پدید آمد که علی‌الاصول به نحوه تأثیرگذاری و نقش رسانه‌ها و به ویژه تلویزیون بر افکار عمومی جهان و تغییر سیاست خارجی کشورها می‌پردازد. تأثیر تلویزیون جهانی در حل و فصل مسائل سیاسی و بهره‌گیری ابزاری از آن در هدایت افکار عمومی و اعمال فشار بر مسئولان سیاست خارجی (به عنوان ابزار جنگ نرم)، که ضمن اشاره به نظریه تأثیر سی.ان.ان و مفهوم دیپلماسی و مصداق‌های عینی تأثیر تلویزیون در سیاست خارجی، موضوع نقش تلویزیون در دیپلماسی و سیاست خارجی را مورد بررسی قرار دهد.

واژگان کلیدی: تلویزیون، دیپلماسی رسانه‌ای، سیاست خارجی .

مقدمه:

پیش از تبیین نقش تلویزیون در دیپلماسی و سیاست خارجی، ابتدا به بررسی تلویزیون جهانی و نظریه تأثیر سی.ان.ان می‌پردازیم. اختراع تلویزیون نه حادثه‌ای منفرد بود و نه رشته‌ای از حوادث به هم پیوسته بود. تلویزیون وابسته به مجموعه‌ای از اختراعات و پیشرفت‌ها در الکتریسیته، علامت‌رسانی، عکاسی، تصاویر متحرک و رادیو بود. تلویزیون و ام‌دار توسعه‌بنگاه‌های سخن‌پراکنی رادیویی و تصاویر متحرکی بود که بعد از جنگ دوم جهانی شالوده اطلاع‌رسانی در جوامع را بر عهده داشته و در صدد حضوری مؤثرتر در جامعه و در بین خانواده‌ها بود. اگرچه استفاده از گیرنده‌های تلویزیونی در دهه‌های 40 و 50 میلادی هنوز برای خانواده‌ها بسیار گران بود، ولی بهره‌گیری تجاری و تبلیغاتی شرکت‌ها از تلویزیون، آنها را بر آن داشت تا با تولید انبوه انواع گیرنده‌های تلویزیونی، ضمن پایین آوردن قیمت آن، خانواده‌ها را تشویق به خرید و استفاده از آن کنند.

تلویزیون از همان آغاز پیدایی، در طالع خود صورت یکی از بزرگ‌ترین نیروهای فعال قرن بیستم را نقش زده بود و اکنون پرنفوذترین پدیده فرهنگی زمان حاضر به شمار می‌رود. تلویزیون با ترکیب صدا و تصویر در واقع تابلویی از تصاویر ترکیبی و تکوینی روزنامه، کلاس‌های آموزشی، تئاتر، سینما و تبلیغات را به وجود آورده و بیننده را چنان میخکوب می‌نماید که می‌تواند اخبار و اطلاعات خود را به صورت توالی و با اولویت پخش به او ارائه دهد. تلویزیون به عنوان یک سلاح ایدئولوژیک دارای خصوصیتی است که آن را از سایر رسانه‌ها متمایز می‌سازد که عبارتند از:

1- تلویزیون هم‌زمان دو حس بینایی و شنوایی را متأثر می‌کند و همین ویژگی آن را در جایگاهی برتر از رادیو و مطبوعات می‌نشانند.

2- تلویزیون قادر است اخبار داغ را با سرعت نور به اطلاع بینندگان برساند.

3- یک برنامه تلویزیونی برای رسیدن به نظر مخاطب خود نیازی به "واسطه" ندارد.

4- تلویزیون تعداد کثیری از مردم را پوشش می‌دهد.

5- تلویزیون به علت ارتباط مستقیم و فوری با بیننده و نشان دادن رویدادهای به هنگام وقوع، رسانه‌ای است که نمی‌توان برای آن رقیبی برشمرد.

از این رو ارزشمندی جایگاه تلویزیون در افکار عمومی محلی و بومی، این ایده را مطرح کرد که آیا می‌توان از این ابزار در صحنه بین‌المللی نیز استفاده کرد. رشد تجارت بین‌المللی و ساختارهای پیچیده روابط بین‌الملل در عرصه‌های سیاسی و اقتصادی و فرهنگی موجب گشت که تلویزیون از یک وسیله خدمات عمومی محلی پا را فراتر نهاده و در عرصه بین‌المللی نقش ایفا کند. به طور کلی منظور از تلویزیون جهانی، تلویزیونی است که با بهره‌گیری از فناوری ماهواره‌ای، برنامه‌ها و اخبار خود را در سطح جهانی پوشش می‌دهد. امروزه اکثر کشورها از این تلویزیون برای حضور در صحنه جهانی و تأثیرگذاری بر افکار جهانی استفاده می‌کنند.

در واقع وجود تلویزیون جهانی بر تعامل سه پدیده، گسترش ماهواره‌ها، واقعیت‌های جهانی شدن و به وجود آمدن شبکه‌های بین‌المللی رادیو و تلویزیون استوار است که تقریباً از دهه 1970 الی 1980 رشد نمودند و امروزه اکثر کشورها از شبکه‌های تلویزیونی جهانی استفاده می‌کنند.

بنابراین می‌توان گفت که جهانی شدن نتیجه رشد و گسترش ارتباطات جهانی است و تلویزیون با بهره‌گیری از امواج ماهواره‌ای، تمام مناطق جهان را از نظر دیداری و شنیداری به هم متصل نموده است و امروزه یکی از کارکردهای مهم جهانی شدن، آزادی دسترسی به اطلاعات است که از طریق تلویزیون جهانی و شبکه‌های بین‌المللی صورت می‌گیرد.

بدون تردید برخی از کشورها پیش‌تاز به کارگیری شبکه‌های جهانی هستند و با سخن‌پراکنی جهانی افکار عمومی جهان را به سوی خود جلب می‌کنند. شبکه‌های سی.ان.ان و بی.بی.سی جزء شبکه‌هایی هستند که با پخش برنامه‌های شبانه‌روزی و به چند زبان دنیا تلاش می‌کنند افکار عمومی را به وقایعی جلب کنند که همسو با سیاست خارجی بوده و به دیپلماسی آن کشورها کمک نماید. این شبکه‌ها دارای سازمانی پیچیده است که با پوشش جهانی و ارائه اخبار جدید و فوری، اطلاع‌رسانی به دنیا در مورد دنیا و نیروی متحد کننده جهانی مأموریت‌های خود را در سطح ملی و بین‌المللی به انجام رسانده و در خدمت سهامداران، سیاستمداران، بینندگان و مفسران خبری است.

سی.ان.ان در مقام پیش‌تاز و پیشرو جهان خبر، بر بازار اخبار جهانی سلطه دارد. سی.ان.ان به 150 میلیون تلویزیون خانوادگی در بیش از 212 کشور و منطقه جهان وارد شده است و او را از رقبای اروپایی‌اش یعنی اسکای نیوز و سرویس جهانی بی.بی.سی جلو می‌اندازد.

نظریه تأثیر سی.ان.ان این نظریه به این نکته اشاره دارد که تلویزیون جهانی (یعنی سی.ان.ان) به عنوان یکی از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، یک بازیگر عمده در صحنه سیاست خارجی شمرده شده و تأثیری زیاد در روان‌سازی سیاست خارجی و روابط بین‌الملل دارد. این تأثیر به لحاظ تحلیلی تحت سه مقوله متمایز و مستقل از یکدیگر مورد بحث قرار می‌گیرد و معرف انواع تأثیرگذاری سی.ان.ان هستند که به مثابه عامل شتاب‌زا، بازدارنده و برجسته‌ساز تعریف می‌شود.

فرض عامل شتاب‌زای سی.ان.ان این است که تلویزیون جهانی سی.ان.ان به سیاستمداران مجالی برای تأمل و مشاوره نمی‌دهد و این مهم تحت تأثیر ماهواره‌های فراملی هستند که اخبار جهانی را با سرعت به سرتاسر جهان مخابره کرده و "ژورنالیزم زنده" اصطلاحی است برای تعریف این موضوع که اعمال ژورنالیستی تابع اصل "سرعت" اند و تحلیل و واکنشی آتی را می‌طلبند.

منظور از عامل بازدارنده سی.ان.ان این است که تلویزیون جهانی سی.ان.ان بر افکار عمومی تأثیر عاطفی و نمایشی می‌گذارد. همچنین منظور از در نظر گرفتن سی.ان.ان در مقام کارگزار یا عامل برجسته‌سازی این است که تلویزیون جهانی سی.ان.ان بر اساس منافع ملی و جهانی دولت امریکا، سهامداران و یا بینندگان جهانی، روی موضوع خاصی از جهان مانور تصویری می‌دهد.

بر این اساس، پوشش‌های خبری جهانی سی.ان.ان بر موضوعاتی استوار است که در بردارنده این سه اصل تأثیرگذاری است و بیشتر بر موضوعات جنگ، تروریسم، حقوق بشر و فقر و گرسنگی است. در بسیاری از موارد، سرعت پوشش خبری سی.ان.ان از وقایع جهانی موجب جلب افکار عمومی جهان به یک موضوع ویژه بین‌المللی شده و آن موضوع کانون توجه همگان قرار می‌گیرد.

ماری آن دوان چارچوبی را در قالب نظریه سی.ان.ان و تلویزیون مطرح می‌نماید که در آن از اطلاعات، بحران و فاجعه بحث می‌کند. مجموع این سه عنصر معرف سی.ان.ان و زیبایی‌شناسی خاص‌گونه برنامه‌سازی "صرفاً خبری" آن است. در این نظریه، منظور از تأثیر سی.ان.ان عبارت است از نشان دادن این موضوع که منازعات (بین‌المللی) همواره وجود دارند و ویژگی بارز تلویزیون نمایش این منازعات و استفاده و سوءاستفاده سیاست‌سازان از آن است.

از نظر دوان اطلاعات، توصیف پیوسته رویدادهایی را تشکیل می‌دهد که ارزش خبری دارند و تلویزیون همواره نهایت استفاده از اطلاعات را برای پر کردن وقت می‌کند. برخلاف اطلاعات که در پهنه زمانی بی‌انتهای طرح می‌شود، بحران یک رویدادی دنباله‌دار با مدت زمان معلوم و معین است که رامحلی را در چارچوب زمانی مشخص طلب می‌کند و فاجعه به عنوان سومین موضوع سی.ان.ان زمانی از نوع "آنی، فوری، لحظه‌ای و منقطع" را می‌طلبد. فاجعه کاملاً ناگهانی اتفاق می‌افتد و بسیار نگران‌کننده است.

به زعم دوان، شبکه تلویزیونی سی.ان.ان تلاش می‌کند که بحران و فاجعه را همچون اطلاعات جاری در معرض دید مردم قرار دهد و با نیاز آفرینی و در عین حال فشرده‌گی زمان مردم را وادار کند که دائماً در فکر راه‌حلی برای خروج از بحران و یا فاجعه باشند. بنابراین اگر اخبار پیرامون بحران و فاجعه در زمینه‌های سیاسی و جنگ باشد، می‌توان دریافت که چقدر می‌تواند برای مردم مهم باشد. البته دوان اضافه می‌کند که سی.ان.ان تلاش می‌کند بسیاری از اخبار و اطلاعات روزمره را با فشرده‌گی زمانی همچون اخبار بحرانی و فاجعه‌آمیز در تصویر تلویزیونی به نمایش گذارد و این مهم همان تأثیر سی.ان.ان تلقی می‌شود که ماری دوان آن را عوام‌فریبی سی.ان.ان می‌نامد.

اریک لای نظریه تأثیر سی.ان.ان را حول دو محور نفوذ رسانه در قدرت و ساختار سیاسی جامعه و نفوذ در افکار عمومی طبقه‌بندی می‌کند به هر حال او با برشماری برخی از ویژگی‌های رسانه‌ها نقش آن را در سیاست خارجی چنین برمی‌شمارد که رسانه‌ها نقش تحکمی و بانفوذی در القاء يك سیاست خارجی، تأثیرگذاری در افکار عمومی و هدایت توده‌ها در حمایت و یا مخالفت با سیاست خارجی، مجرای دیپلماسی برای گرفتن اجازه از مردم در اجرای يك تصمیم سیاسی دارند (2005). نتایج یکی از تحقیقات بین‌المللی نشان می‌دهد که تلویزیون بیش از سایر رسانه‌ها در سیاست خارجی تأثیر دارد.

مواردی متعدد از تأثیر سی.ان.ان را می‌توان در عرصه اخبار بین‌المللی بازگو کرد. برای مثال: وقتی که دولت‌های امریکا و انگلیس در صدد خروج از باتلاق عراق و افغانستان هستند و هر روزه اخبار کشته شدن سربازان امریکایی و انگلیسی به گوش می‌رسد، شبکه‌های بی.بی.سی و سی.ان.ان با پوشش اخبار مربوط به انفلانزای خوک و بحران آفرینی، افکار عمومی جهان را به این موضوع جلب نموده و مانع از تنویر افکار عمومی از حوادث عراق می‌شوند؛ همچنین در نمونه‌های دیگر می‌توان به این مورد اشاره کرد که با توجه به اینکه مردم اروپا و امریکای شمالی در سال 2008 گرفتار رکود اقتصادی و ورشکستگی بانک‌ها و کاهش ارزش سهام و در نتیجه افزایش نرخ بیکاری و آمارهای جرم و جنایت هستند و بدیهی است که شبکه‌های جهانی باید، اخبار یاد شده را پوشش دهد، شبکه‌های بی.بی.سی و سی.ان.ان با پوشش اخبار مربوط به فعالیت‌های هسته‌ای ایران و برجسته‌سازی فعالیت‌های غیرصلح‌آمیز در صدد به چالش کشیدن فعالیت‌های صلح‌آمیز هسته‌ای ایران هستند.

دیپلماسی رسانه‌ای:

دیپلماسی رسانه‌ای از دو واژه کلیدی دیپلماسی و رسانه تشکیل شده است و برای بررسی آن ابتدا باید مفهوم دیپلماسی مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

مفهوم دیپلماسی:

کلمه دیپلماسی حدود 200 سال است که وارد زبان اروپایی شده و ریشه لغوی آن از کلمه یونانی "دیپلما" گرفته شده است که به معنی کاغذ لوله شده یا تاخورد شده است. تا اواخر قرن 18 منظور از این کلمه علم مطالعه اسناد و مدارک بود و از آن پس به علم اداره روابط بین‌المللی به کار گرفته شد.

تعاریفی مختلف برای دیپلماسی ارائه شده است از جمله:

دیپلماسی مدیریت روابط بین‌الملل یا فنونی است که برای اداره روابط بین‌المللی به کار برده می‌شود. دیپلماسی، کوششی است که از سوی بازیگر بین‌المللی برای مدیریت و حل‌وفصل اختلافات محیط بین‌الملل از طریق کار با يك بازیگر بین‌المللی دیگر به کار گرفته می‌شود.

هنر ایجاد ارتباط میان کشورها تعامل با جوامع دیگر برای افزایش منافع و کاستن از آسیب‌پذیری‌ها با کمترین هزینه دیپلماسی راه‌های به کارگیری ابزارهای مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و تکنولوژیکی در سیاست خارجی برای تأمین منافع ملی است. در این تحقیق، به سه دسته دیپلماسی اشاره می‌شود که عبارتند از دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی آشکار که قاعدتاً از نظر مفهومی در مقابل دیپلماسی پنهان‌کاری که بر خصیصه‌های چانه‌زنی و مذاکره استوار است قرار می‌گیرد. با وجود این، مفاهیم دیپلماسی عمومی و دیپلماسی آشکار و یا سایر دیپلماسی دربر دارنده تعابیری است که در برخی از موارد به جای یکدیگر استفاده می‌شود، اما تفاوت‌های آشکاری میان آنها وجود دارد.

دیپلماسی عمومی به تلاش يك دولت برای برقراری ارتباط با عموم يك جامعه دیگر اطلاق می‌شود تا طی این تلاش ارزش‌ها، فرهنگ‌ها، سیاست‌ها و عقاید جامعه خود را برای آنها توضیح دهد و بدین ترتیب رابطه، وجهه و شهرت خود را در آن کشور بهبود و ترمیم بخشد امروزه کاربرد دیپلماسی عمومی می‌تواند سازوکاری برای قدرت نرم در حیطه امنیت ملی نیز تلقی شود. مرکز مورو در یکی از نخستین جزوه‌هایی که منتشر کرد دیپلماسی آشکار را این‌چنین تعریف کرد: دیپلماسی آشکار، با نفوذ و تأثیر در نگرش‌های (ایستارها) عامه مردم بر شکل‌گیری و اجرای سیاست خارجی سروکار دارد. این دیپلماسی ابعاد (رایج) روابط بین‌المللی را درمی‌نوردد و از دیپلماسی سنتی (پنهان) فراتر می‌رود. شکل دادن به افکار عمومی در سایر کشورها، تعامل میان منافع گروه‌های خصوصی يك کشور با منافع خصوصی در کشوری دیگر، گزارش دادن امور خارجی و تأثیر

آنها بر سیاست‌های خودی، ارتباط برقرار کردن بین کسانی که کارشان ارتباطاتی است مثل دیپلمات‌ها و فرستادگان به خارج، و بالاخره فرآیندهای ارتباطات میان‌فرهنگی از جمله عناصر این دیپلماسی است.

به طور کلی دیپلماسی دارای کارکردهای فراگیر و متعددی است که مهم‌ترین آنها عبارتند از کسب مشروعیت و شناسایی بین‌المللی، ایجاد فضای مناسب جهت تعامل میان کشورها و نیز افزایش نفوذ در کشورهای کوچک‌تر. آنچه تلویزیون جهانی را به دیپلماسی نزدیک می‌کند نگاه این دو مفهوم به مباحث فراملی و بین‌المللی و رموزی است که باید توسط دیپلمات‌ها و مدیریت تلویزیون جهانی در مذاکرات و تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانی به کار گرفته شود.

دیپلماسی رسانه‌ای (تلویزیون جهانی)

دیپلماسی رسانه‌ای را باید هنر ایجاد ارتباط میان کشورها، حل و فصل اختلافات محیط بین‌الملل و اقتناع جوامع دیگر از طریق رسانه‌های جهانی دانست که در این میان تلویزیون جهانی نقشی مهم را در تعاملات سیاسی و روابط بین بازیگران سیاسی و حل و فصل مخاصمات بین‌المللی بر عهده دارد. در موردی دیگر دیپلماسی رسانه‌ای چنین تعریف شده است: دیپلماسی رسانه‌ای یعنی کاربرد رسانه‌ها به طور ویژه در ترقی و روان‌سازی سیاست خارجی.

مولانا، دیپلماسی رسانه‌ای را کانال تأثیرگذاری رسانه‌های جهانی نوین بر مذاکرات و تصمیم‌گیری‌های سیاست خارجی می‌داند. جیمز لارسن با طرح مفهوم دیپلماسی تلویزیون، تلویزیون را یک مجرای تعاملی فی مابین دیپلمات‌ها برای بهبود مذاکرات و گفت‌وگوهای سیاسی می‌داند.

دیپلماسی رسانه‌ای در عصر اطلاعات یکی از مهم‌ترین ابزارهای مبادلات سیاسی و تعامل بین کشورها تلقی شده و بخش قابل توجهی از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند جهانی را به خود اختصاص داده است. هم‌اینک فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات، گستره دیپلماسی و سیاست خارجی را به روزنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی گشاده‌اند، زیرا پیشبرد سیاست خارجی و دیپلماسی بیش از پیش به میزان تأثیرگذاری تاکتیک‌های خبری و رسانه‌ای وابسته شده است. فضایی که سیاست‌مداران را بر آن داشته است که پیش از هر عمل سیاسی به سنجش اخبار رسانه‌ها پرداخته، با جلب افکار عمومی بر قدرت عمل سیاسی خود بیفزایند. گسترش فناوری ارتباطات و به ویژه تلویزیون جهانی تغییرات زیادی را در فضای نوین دیپلماتیک ایجاد کرده است به صورتی که بیشترین تعامل دیپلماتیک با مخاطبان جهانی است. در این نوع از دیپلماسی، افکار عمومی کشور یا کشورهای دیگر مورد هدف و مخاطب سیاست‌گذاری دستگاه سیاست خارجی و دیپلماسی هستند و چنانچه اخبار تلویزیونی، با تاکتیک‌ها و پوشش خبری پر قدرت و تأثیرگذارتر طراحی و منتشر شوند، چرخ‌های سیاست خارجی روان‌تر می‌چرخد. دایان و کاتز اعتقاد دارند که تأثیر رسانه‌ها بر مذاکرات سیاسی زمانی افزایش می‌یابد که:

الف) نقش سفرا و دیپلمات‌ها در مذاکرات سیاسی کاهش یابد.

ب) تعاملات دیپلماتیک شکست‌خورده و رسانه‌ها می‌توانند با ایجاد فضای مساعد برای گفت‌وگوها و مذاکرات سیاسی بر چرخه سیاست خارجی تأثیر گذارند.

ج) رسانه‌ها می‌توانند فضای مساعدی را در جهت تضمین موافقت‌های سیاسی به وجود آورند. در واقع تحولات سریع اخبار تلویزیونی از سال 1970 و توجه افکار عمومی به روابط بین‌المللی ناشی از جهانی شدن، تغییرات بنیادین را سیاست خارجی و دیپلماسی بین‌المللی به وجود آورد. اگرچه در گذشته عده معدودی شامل سیاست‌مداران و مردان تراز اول و با نفوذ سیاسی و اقتصادی و فرهنگی علاقه‌مند به اخبار سیاسی بوده و از طریق کانال‌های خاصی آن را دریافت می‌کردند، لیکن امروزه رسانه‌ها و به ویژه تلویزیون با بهره‌گیری از خدمات ماهواره‌ای و به کارگیری خبرنگارانی که به طور مستقیم در صحنه سیاسی و بحران‌های اجتماعی حاضر هستند، موجب شفاف‌سازی اخبار سیاسی شده‌اند و افکار عمومی را علاقه‌مند به اخبار و رویدادهای سیاسی نمودند.

امروزه سیاست‌مداران و دولتمردان به خوبی می‌دانند که برای اتخاذ یک تصمیم سیاسی نیازمند به حمایت افکار عمومی هستند و تلویزیون مهم‌ترین ابزار در القاء پیام تلقی می‌شود. به عبارت دیگر، وقتی یک سیاست پذیرفته می‌شود، باز هم لازم است که دولت در خصوص اهداف و مقاصد خود، گفت‌وگویی با رسانه‌ها داشته باشد، و رسانه‌ها کار خود را که سنجش افکار عمومی و جلب حمایت افکار عمومی است، انجام دهند برای مثال، یکی از اولین طرح‌های دیپلماسی رسانه‌ای به پیمان کمپ دیوید مربوط است که در آن دولت آمریکا برای نزدیک ساختن مصر و رژیم صهیونیستی دیپلماسی رسانه‌ای کارآمدی را در جهت جلب افکار عمومی مردم مصر و اعراب و برجسته‌سازی شخصیت سادات در بین سیاست‌مداران جهان به عنوان یک مرد صلح‌جو و میهن‌پرست در بین سال‌های 1977-1978 در پی گیرد و تا حدودی نیز در این راه موفق بوده و توانست پیمان کمپ دیوید را بین دو کشور منعقد کند. همچنین می‌توان به دیپلماسی رسانه‌ای دولت ریگان در استقرار

موشک‌های دوربرد در خاک اروپا اشاره کرد که با به کارگیری دیپلماسی رسانه‌ای و استفاده از ابزار تلویزیون جهانی و با پخش برنامه از طریق شبکه سی.ان.ان در متقاعد ساختن توده مردم اروپا موفق بود یا می‌توان به دیپلماسی رسانه‌ای دولت بوش پسر اشاره کرد که با استفاده از رسانه‌ها، در همراهی مردم امریکا در حمله به عراق به خاطر آنچه که وی آن را مبارزه با تروریسم و خطر صدام برای شهروندان امریکایی و امنیت بین‌المللی می‌نامید، به موفقیت‌هایی دست یافت. دولت بوش با بحران آفرینی و عوام‌فریبی و با اجرای "نظریه ماری دوان" مبتنی بر فشرده‌گی زمان و عدم فرصت به مردم امریکا در اتخاذ تصمیم‌گیری درست، توانست افکار عمومی و سنای امریکا و حتی جامعه ملل را برای حمله به کشور عراق همراه خود سازد.

بنابراین تلویزیون جهانی با پوشش اخبار و رویدادهای بین‌المللی و برچیدن سیاست سکوت و پنهان‌کاری در مذاکرات و حضور خبرنگاران تلویزیونی در هر مسئله‌ای و در هر مرحله‌ای از فرآیند مذاکرات سیاسی، ضمن تغییر روح و طبیعت دیپلماسی، نقش کاتالیزور را در اجرای سیاست خارجی و اثرگذاری بر افکار عمومی بازی می‌کند. تصویرسازی تلویزیون از یک واقعه اجتماعی و سیاسی می‌تواند افکار عمومی را به خود جلب نماید و آنان را به طراحان سیاست خارجی و از مجریان اصلی استراتژی‌های دیپلماسی هزاره سوم تبدیل کند و به همین دلیل گفتمان‌سازی رسانه‌ای و اقتناع دیگران در تعاملات دیپلماتیک و سیاست خارجی جایگاه نوین یافته و دست‌اندرکاران دیپلماسی را وادار می‌کند که برای جلوگیری از به چالش کشیده شدن دیپلماسی خود، با رسانه‌ها تعامل گسترده‌ای داشته باشند و اطلاعات سیاسی خود را شفاف کنند. به نظر می‌رسد تلویزیون و به ویژه تلویزیون جهانی به منزله ابزار "دمکراسی از راه دور" و "قدرت نرم" قدرت چانه‌زنی سیاستمداران را افزایش داده و موجب شده است که سیاستمداران از قدرت رسانه‌ها و به ویژه تلویزیون در القاء خواست سیاسی خود بر سایر کشورها و افکار عمومی موفق باشند. حضور تلویزیون در وقایع سیاسی و جنگ (به عنوان ژورنالیست چتر باز یا خبرنگار جنگی) و قدرت سبب‌سازی آن و هدایت افکار عمومی در موضع‌گیری از یک پدیده اجتماعی و سیاسی، سیاستمداران را بر آن داشته است که از ابزار رسانه‌ای در تعاملات سیاسی خود بهره جویند.

به دلیل هزینه‌های بالای جنگ و درگیری‌های منطقه‌ای و کاربرد مخرب‌ترین سلاح‌ها، اعم از سلاح‌های متعارف با ابعاد وسیع غیرانسانی مانند بمب‌های آتش‌زا، سلاح‌های کشتار جمعی به ویژه بمب‌های شیمیایی و اتمی که نظام بین‌المللی را تهدید می‌کند، کارآیی دیپلماسی رسانه‌ای در کنترل تسلیحات و منازعات دوجانبه و چندجانبه افزایش یافته است و بسیاری از کشورها وادار شده‌اند که برای گسترش فضای تعاملی و دیپلماتیک و افزایش ضریب نفوذ در مردم سایر کشورها و متقاعد کردن شهروندان جهانی از ابزار دیپلماسی رسانه‌ای استفاده کنند. بر این اساس، رسانه بر دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها و افکار عمومی بین‌المللی تأثیر گذاشته و تأمین منافع ملی را تأمین می‌کنند. دیپلماسی رسانه‌ای تلاش می‌کند تا با به کارگیری تدابیر و تکنیک‌های دیپلماسی یعنی اقتناع، استدلال، تشویق و تنبیه و تهدید افکار عمومی جهانی و جامعه طرف مقابل به عنوان تاکتیک‌های جنگ نرم، راهی برای پایان مخاصمات و منزوی کردن کشورها و یا ارتقاء سطح روابط سیاسی و تفاهم بیابد.

با توجه به ملاحظات یاد شده، تلویزیون می‌تواند جایگاهی مهم در عرصه عملیات روانی به خود اختصاص دهد، چرا که یکی از تکنیک‌های جنگ‌های نوین، اقتناع افکار عمومی است و تلویزیون مهم‌ترین ابزار تبلیغاتی - روانی محسوب می‌شود. همچنین تلویزیون می‌تواند با برجسب‌زنی و به کارگیری بعضی عناوین مثبت مانند دمکرات، آزادی‌خواه، نجات‌بخش و یا بعضی عناوین منفی مانند تروریست، متحجر، ستیزه‌جو و... افکار عمومی را بر علیه یک نظام حکومتی بشوراند. توسل به زور یکی دیگر از روش‌های برنامه‌سازی تلویزیونی است که از حربه تهدید و ایجاد رعب و وحشت بین نیروهای دشمن به منظور تضعیف روحیه و سست کردن اراده آنها استفاده می‌کند. متخصصان عملیات روانی، ضمن تهدید و ترساندن مخاطبان به روش‌های گوناگون به آنان چنین القاء می‌کنند که خطرها و صدمات احتمالی و حتی فراوانی بر سر راه آنان کمین کرده است و از این طریق آینده‌ای مبهم و توأم با سختی‌ها و مشکلات را برای افراد دشمن ترسیم می‌کنند (اردستانی، 1388). تاریخ درس‌های خوبی را در خصوص نقش تلویزیون در دیپلماسی و جنگ روانی مبتنی بر زور و تهدید می‌آموزد. برای مثال، دولت ریگان بود که معمر قذافی و لیبی را به یک ماجرا تبدیل کرد. در طول سال 1981 به بعد کمتر هفته‌ای بود که گزارشی منفی علیه لیبی در آسوشیئدپرس منتشر نشود و افکار عمومی امریکا و جهان را علیه این کشور نشوراند. حمایت از تروریسم بهانه‌ای برای ریگان بود تا لیبی را مجازات کند و در 1986 به این کشور حمله هوایی نماید.

در آغاز هزاره سوم، تلویزیون جهانی از ابزارهای اصلی دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی محسوب می‌شود. تلویزیون جهانی با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات و ماهواره و به عنوان یک سلاح ایدئولوژیک در پیشبرد سیاست خارجی بسیار مؤثر بوده و ضروری است که دستگاه سیاست خارجی به درستی از این ابزار بهره جوید. برتری تلویزیون نسبت به سایر رسانه‌ها از جهت تأثیرگذاری هم‌زمان بر دو حس بینایی و شنوایی، سرعت انتقال اطلاعات و اخبار، تحت پوشش قرار دادن تعداد کثیری از جامعه جهانی، ارتباط مستقیم و گاه تعاملی با بینندگان این امکان را به وجود

آورده که بر موفقیت دیپلماسی کشورها مؤثر باشد. تضاد معنایی دیپلماسی رسانه‌ای در چرخه سیاست خارجی دو دیدگاه محوری در خصوص تعامل رسانه‌ها و دستگاه دیپلماسی وجود دارد و در این خصوص می‌توان به دو دستگاه دیپلماسی "سنتی و آشکار" اشاره کرد. در دستگاه دیپلماسی سنتی، رابطه دیپلماسی و فرآیند تولید رسانه‌ها علیرغم رابطه میان افراد مشمول، به ندرت رضایت‌بخش بوده است. از یکسو، دیپلماسی، موضوع مذاکره حکومت‌ها به منظور اقدامی جهت حل اختلافات خود است، که اغلب با تأمل طولانی مدت و ملال‌آور درباره مسائل، به بررسی تخصصی نیازمند می‌شود. این مذاکره، در مورد اجرای روزمره تصمیمات سیاست خارجی اتخاذ شده توسط سیاست‌مداران کوشا در امر ممانعت از کشمکش و حل اختلافات است و اصولاً خارج از دیدرس رسانه‌ها و نیز توجه عموم عمل می‌کند، کسانی که از دانستن این مطلب که فعالیت‌های متداول روزمره آنها به ندرت مورد علاقه یا موشکافی زیاد مردم قرار می‌گیرد، احساس امنیت می‌کنند. گذشته از اینها، چنین فعالیتی - نوشتن گزارش‌های دیپلماتیک، جمع‌آوری اطلاعات سرّی بسیار تخصصی، مذاکرات میزگرد، مکالمات رودررو میان سفیران - چندان نمی‌تواند ماده خام برانگیختن هیجان برای رسانه‌ها به شمار آید. علت اصلی دوری جستن دیپلمات‌ها از فضای رسانه‌ای این است که رسانه‌ها به جای حل کشمکش، به آن دامن می‌زنند. در دیپلماسی سنتی روزنامه نگاران به مزاحمان و فتنه‌انگیزان ذاتی تبدیل می‌شوند که روش‌های منظم و سرّی آنها می‌تواند با آشکار ساختن یا مبالغه در مورد یک اختلاف یا نکته اصلی، مذاکره قانونی را به مخاطره اندازد. دیپلمات‌ها می‌دانند که رسانه‌ها به خبرهای بد دامن می‌زنند، همچنین بر خطرات احتمالی ناشی از جلب ناگهانی توده توسط رسانه‌ها، واقفند. در این خصوص مصداق‌های فراوانی را می‌توان در صحنه دیپلماسی و نقش رسانه‌ها در روان‌سازی چرخه سیاست خارجی ذکر کرد.

در دیپلماسی آشکار، رسانه‌ها به مثابه ابزاری در جهت روان‌سازی چرخه سیاست خارجی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرند. به عبارت دیگر، مسئولان سیاست خارجی، قدرت (نرم) تلویزیون را جایگزین قدرت استدلال مبتنی بر مذاکره می‌نمایند. در قدرت نرم تلویزیون قابلیت‌هایی وجود دارد که قدرت چانه‌زنی دیپلماسی را در صحنه داخلی و خارجی افزایش می‌دهد، که عبارتند از:

تصویری که تلویزیون از یک واقعه نشان می‌دهد قدرت زیادی در القاء بر بیننده دارد. 2- پوشش خبری تلویزیون رویدادها را تعدیل می‌کند و نقش برخی از موضوعات را در مقیاس بزرگتر در معرض دید مردم قرار دهد.

تلویزیون موجب سادگی در جهان پیچیده است و می‌تواند در مقام ناظر اصلی، نقش کاتالیزور (تسریع و آسانگر) را در سیاست خارجی ایفا کند.

تلویزیون با پشتوانه‌های افکار عمومی و تاکتیک "دمکراسی از راه دور" به عنوان یک رسانه ایدئولوژیک برای دستگاه دیپلماسی عمل می‌کند. دستگاه دیپلماسی از ابزار رسانه‌ای و به ویژه تلویزیون جهانی برای تأثیرگذاری و جلب افکار عمومی "داخلی و افکار عمومی کشور مقابل" نسبت به آنچه "تصمیمات درست و انسانی در سیاست خارجی" تلقی می‌شود استفاده می‌کند. تفاوت دیپلماسی آشکار و پنهان (یا سنتی) نیز در همین موضوع است که دیپلمات‌های سنتی وقتی که عملکرد کنش‌گرایانه آنان ناموفق مانده است، علت آن را از جانب رسانه‌ها تلقی می‌کنند ولی دیپلمات‌های جدید مذاکرات را در مسیر موفقیت خود نمی‌بینند و از ابزار رسانه در جهت اعمال فشار بر طرف مقابل استفاده می‌کنند (تمبر، 2000). با این توصیف امروزه، اغلب کشورهای توسعه یافته، خدمات رادیو و تلویزیون خودشان را در سطح بین‌المللی ارائه می‌دهند. اینها، "سرویس‌های خارجی" هستند - صداهای رسمی سیاست‌های ملی طراحی شده برای مخاطبان خارج از کشور که اکنون قاطعانه به عنوان یک مسئولیت حکومت در عصر اطلاعات، محصور گشته‌اند و اغلب از یک موقعیت نیمه خودمختار درون دستگاه دیپلماسی بهره‌مند می‌شوند. شبکه‌های تلویزیونی بین‌المللی با ساختار کاملاً سیاسی و اقتصادی دو هدف عمده را در سطح بین‌الملل دنبال می‌کنند. این شبکه‌ها با استفاده از بحران‌زایی رسانه‌ای و به کارگیری عملیات روانی تلاش می‌کنند ضمن به چالش کشیدن سیاست خارجی کشورها، از قابلیت‌های ابزار رسانه‌ای برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی کشورها استفاده کنند و با به راه انداختن جنگ روانی و ناکارآمد نشان دادن سیاست خارجی آنها به طور نامحسوس، همچنین با ایجاد کشمکش و پشتیبانی روانی و رسانه‌ای از جناح‌های مخالف نظام حاکمیت را به چالش کشند.

نقش رسانه‌ها در توسعه جوامع سنتی:

استفاده از وسایل ارتباط جمعی در روستاها و شهرستان‌های کوچک و عموماً کشاورز اهمیت بسزایی در توسعه این مناطق دارد و اگر وسایل ارتباط جمعی برنامه‌های خود را با خواست، نیاز و فرهنگ مخاطبان محلی هماهنگ کنند تأثیر آن‌ها بیشتر خواهد بود. همچنین از چندین شیوه ارتباطی گوناگون در زمینه‌های ترویج بهداشت، رفاه خانواده، کشاورزی، علوم و فنون و توسعه همه جانبه، مصرف نیرو انرژی، محیط‌زیست و ... می‌توان استفاده کرد.

تا سالیان اخیر روستانشینان به اندازه ساکنان شهرها از مزایای شبکه‌های ارتباطی بهره‌مند نبودند، ولی در حال حاضر ساکنان روستاها در سراسر جهان به رادیو و تلویزیون دسترسی دارند و نشریات نیز که پیش از وسایل الکترونیک در دسترس بوده‌اند در طول ۵۰ سال گذشته به سرعت پیشرفت کرده‌اند.

اکنون کیفیت و سرعت انتقال اطلاعات گفتاری و دیداری به میزان چشمگیری افزایش یافته و روش‌های مناسب‌تری برای چاپ و توزیع روزنامه‌ها و مجلات پدید آمده است. رادیو تاثیر چشمگیری در افزایش اطلاعات و آگاهی‌های شهرنشینان و روستائیان در سراسر جهان بر جای گذاشته است. امروزه اکثر کارگران و کشاورزان کشورهای صنعتی در هنگام کار یک دستگاه رادیو همراه دارند و این حتی در مورد کارگران و کشاورزان کشورهای در حال توسعه نیز صدق می‌کند. در جوامع سنتی نمی‌توان به صرف «بمباران اطلاعاتی» مخاطبان و مردم، پیام‌های ارتباطی بالاخص برنامه‌های توسعه را منتشر و به نحو موثری منتقل کرد. در اینگونه جوامع بدلیل فقدان سواد و بی‌خبری از تحولات سایر ممالک، معمولاً مخاطبان با بدبینی به برنامه‌های وسایل ارتباط جمعی نگریده و برای تأیید یا رد این پیام‌ها به «رهبران فکری» یا «افراد مرجع» جامعه که همان مطلعان یا ریش سفیدان هستند، مراجعه می‌کنند و برای نحوه مقابله با پیام‌ها از آن‌ها کسب تکلیف می‌کنند. گرچه به دلیل افزایش آگاهی‌های عمومی امروزه تاثیر رهبران فکری در رد یا پذیرش پیام‌های ارتباطی کاهش یافته است. اما هنوز هم در برنامه‌ریزی جهت اشاعه نوآوری‌ها و هرگونه رشد اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی نباید از نقش رهبران افکار غافل بود.

رادیو:

تلاش‌های مربوط به استفاده از فن‌آوری‌های ارتباطی در فرایند توسعه ابتدا با استفاده از رادیو آغاز شد. هنوز این رسانه ارزان و با انعطاف بیشتر از سایر رسانه‌ها در طرح‌های توسعه مورد استفاده قرار می‌گیرد و تقریباً سه چهارم سکنه کشورهای در حال توسعه از رادیو استفاده می‌کنند. رادیو به علت حجم کم، داشتن نیروی اقناع و نفوذ فراوان، نیروی مزیتی و غافلگیر کننده، دامنه انتشار وسیع و قابل استفاده بودن آسان در فرایند توسعه می‌تواند نقش قابل توجهی داشته باشد اگر چه معایبی نیز دارد.

تلویزیون:

تلویزیون در روند توسعه ملی بسیاری از کشورها نقش اصلی را بر عهده دارد. تلویزیون در اثر توانایی‌اش در ارائه اطلاعات همزمان از طریق مجاری شنیداری و دیداری وسیله فوق‌العاده‌ای است. با این وجود تلویزیون به ویژه در کشورهای در حال توسعه بخصوص کشورهای فقیر آفریقایی هنوز هم وسیله پرهزینه‌ای برای مصرف‌کنندگان به شمار می‌آید. بهای دستگاه، هزینه برنامه‌های آن و نبود شبکه سراسری برق در بعضی کشورهای در حال توسعه می‌تواند مانع جدی در سر راه آن باشد.

نشریات محلی:

نشریات محلی نیز در جوامع سنتی و روستاها نقش مهمی ایفا می‌کنند. این نشریات سبب شده‌اند تا نوع جدیدی از روزنامه‌نگاری ساده و توده فهم بوجود آید. گرچه استفاده از رسانه‌های چاپی برای توسعه محلی و روستایی نیز نخستین بار در غرب مورد استفاده قرار گرفت اما در کشورهای جهان سوم نیز گام‌هایی در این زمینه برداشته شده است. به عنوان نمونه در کشور فقیر کنیا ۱۱ نشریه روستایی وجود دارد که ماهی دو بار منتشر می‌شوند.

نقش تعیین کننده رسانه‌ها در سرنوشت توسعه:

تأثیرات گوناگون رسانه‌های ارتباط جمعی بر فرهنگ، موضوع مباحث گسترده‌ای است که در حال حاضر در اغلب کشورهای صنعتی جهان جریان دارد. در عصر انفجار اطلاعات دیگر این حقیقت به خوبی اثبات شده است که از نظر کارکردهای آموزشی، رسانه‌ها سهم و نقش قابل ملاحظه‌ای در انتقال میراث فرهنگی و فکری بشری در میان ملل و انسان‌ها دارند. با این همه، نقش و جایگاه رسانه‌های فرهنگی، آن‌چنان که باید و شاید مورد توجه قرار نمی‌گیرد. بنابراین، می‌توان گفت وسایل نوین ارتباط جمعی، با توجه به تولید، توزیع سریع و مطلوب اطلاعات در جامعه، نقش تعیین کننده‌ای را در توسعه فرهنگی کشورها دارند. رسانه‌ها با اتخاذ سیاست‌های پویای اجتماعی و ترکیب آن با سیاست‌های فرهنگی بومی، محلی و عامه مردم نقش بسزایی در رشد فرهنگ و به توسعه همه جانبه جوامع بشری کمک نموده است. یکی از راه‌های گسترش توسعه فرهنگی در جوامع شناخت میراث فرهنگی و ارزش‌های بومی و محلی آن جامعه است.

نتیجه گیری:

نتایج این بررسی نشان می‌دهد که در بسیاری از منازعات بین‌المللی، تلویزیون نقشی مهم در حل و فصل مسائل سیاسی و هدایت افکار عمومی جهان به سوی اهداف سیاسی از پیش تعیین شده ایفا می‌کند. شبکه‌های تلویزیونی بین‌المللی همچون شبکه سی.ان.ان و بی.بی.سی با بهره‌گیری از تأثیر تلویزیون بر افکار عمومی توانسته‌اند در بسیاری از مسائل سیاسی جهانی دخالت کنند و با شفاف‌سازی روند مذاکرات سیاسی و انعکاس سریع اخبار در سطح جهانی، نوعی جدید از دیپلماسی را به وجود آورند که در آن رسانه‌ها نقشی تعیین‌کننده در مذاکرات سیاسی داشته باشند.

نتایج این مطالعه نشان داده است که در عصر دیپلماسی رسانه‌ای، تلویزیون به مثابه ابزار دیپلماتیک، می‌تواند دیپلمات‌ها را در مذاکرات سیاسی و حل و فصل منازعات کمک کند. تلویزیون می‌تواند با آشکارسازی برخی واقعیت‌های پنهان شده در مسائل سیاسی بین‌کشورها، افکار عمومی را علیه دولتمردان بشوراند و آنها را وادار به همراهی افکار عمومی نماید. البته در شرایط کنونی که تلویزیون جهانی بیشتر در خدمت برخی کشورهای امپریالیستی قرار دارد، تلویزیون در خدمت منافع سیاسی و اقتصادی آنان است و همواره این شبکه‌ها، برنامه‌ها و اخبار جهانی خود را در راستای منافع سیاسی آن تنظیم می‌کنند. به نظر می‌رسد که مسئولان سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، به منظور حل و فصل مسائل سیاسی و روابط بین‌الملل، باید توجه بیشتری به بهره‌گیری از ابزار تلویزیون جهانی به منظور روان‌سازی سیاست خارجی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانی به عمل آورند.

منابع:

1. افتخاری، اصغر، (۱۳۸۰)، ثبات سیاسی رسانه‌ها، مرکز مطالعات راهبردی.
2. تافلر، آلوین، (۱۳۶۶)، موج سوم، ترجمه شهین دخت خوارزمی، نشر نو، تهران.
3. فرقانی، محمد مهدی، (۱۳۸۲)، تحول گفتمان توسعه سیاسی در ایران، فصلنامه رسانه، سال چهارم، شماره دوم، تابستان.
4. هانتینگتون، ساموئل (۱۳۷۰)، سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی، ترجمه محسن ثلاثی، نشر علم، ۱۳۷۰.
5. نظارت سیاسی بر روابط بین‌المللی و دستگاه‌های اجرایی، مرکز مطالعات و پژوهش‌های اداری، شماره ۸۷، ۱۳۶۹.
6. حال و آینده رادیو"، مرکز مطالعات و تحقیقات رادیو،
7. توسعه روستایی، رابرت چمبرز، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۶.
8. توسعه و برنامه‌ریزی روستایی، فریدون کامران، تهران، انتشارات آوای نور، ۱۳۷۴.
9. ارتباط جمعی و رشد ملی، ابراهیم رشیدپور، تهران، مؤسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی، ۱۳۴۸.
10. توسعه و ترویج روستایی، اسماعیل شهبازی، تهران دانشگاه تهران.
11. نظریه‌های ارتباطات توسعه - نوشته سرینیواس آر. ملکات- ترجمه دکتر یونس شکرخواه.