

مسعود مطلبی^{*۱}

مجید نوروزی خولکی^۲

چکیده:

سیاست خارجی هر کشوری نشأت گرفته از محیط داخلی و همچنین محیط خارجی اعم از منطقه‌ای و جهانی است. به عبارت دیگر عناصر تاثیرگذار بر گفتمان‌های سیاست خارجی هر کشوری در جهت تحقق منافع ملی تحت تاثیر متغیر زمان و مکان است. جهت‌گیری سیاست خارجی ایران نیز مبتنی بر همین عناصر اعم از ماهیت دولت، نقش ایدئولوژی، متغیر زمان و رویکرد محیط و بازیگران منطقه‌ای و جهانی معنا شده است. هدف محوری این پژوهش بررسی تاثیرات محیط داخلی و جهانی بر عنصر آرمان‌گرایی و واقع‌گرایی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران است. در این راستا گفتمان‌های سیاست خارجی اعم از لیبرال محور، توسعه محور، تنش زدایی، توسعه محور آرمان‌گرایی و... با آرمان‌گرایی و واقع‌گرایی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. همچنین در این راستا تاثیرات موضوعاتی از قبیل فقدان استراتژی مشخص، شکاف و عدم هماهنگی در بین تصمیم‌گیرندگان، محیط پر آشوب نظام بین الملل و خاورمیانه و... مورد توجه قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: ایران، سیاست خارجی، منافع ملی، واقع‌گرایی، آرمان‌گرایی

JNIS-2206-1080

^۱ - استادیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران: نویسنده مسئول

Mmthp2006@gmail.com

^۲ - دکترای علوم سیاسی و استاد دانشگاه

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۰۵ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۲۷

امروزه منابع اصلی مشروعیت سیاسی^۱ از جمله شنیدن صدای مردم، توجه به خواسته‌های آنان، هماهنگی و پاسخگویی به نیازهای جامعه، به شدت تحت‌تاثیر رسانه‌ها قرار دارند. رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای سیاست‌مداران مورد استفاده قرار گیرند تا مسائل مورد نظر آنها را منعکس نماید. رسانه‌ها می‌توانند یک پلت فرم را برای بحث فراهم کنند و همچنین به عنوان انجمنی برای مقامات سیاسی عمل کنند تا سیاست‌های خود را نشان دهند و مشروعیت خود را برای اعمال خود ایجاد کنند. (هاجر، ۲۰۰۹) استدلال می‌شود که در دموکراسی‌های امروزی، رسانه و قدرت منطقی آنها بسیار تاثیرگذار هستند، حتی تا حدی که منطق رسانه‌ها و قدرت سازمانی دیگر مانند قدرت سیاسی را تحت شعاع قرار می‌دهد. (کوتاگن و ون مرک، ۲۰۱۴) جایگاه رسانه در قرن اخیر که اطلاعات در آن به عنوان نقش منابع دست اول و مهم قدرت‌های سیاسی می‌باشد، از حساسیت بسیار بالایی برخوردار است. در این قرن، دولت‌ها باید دارای ویژگی‌های خاص برای کسب قدرت سیاسی اجتماعی و حفظ آنباشند. یکی از این مولفه‌ها، مشروعیت سیاسی دولت‌ها و رهبران آن است. (عباسی و یوسفی، ۱۳۹۸) همبستگی شدید رسانه و اطلاعات و تلاقی این دو مفهوم با قدرت مستقیم و غیر مستقیم سیاسی و نفوذ رسانه در شکل دادن هنجار-های اجتماعی و ارزش‌های فردی، در دنیای معاصر مهم می‌باشد که نتایج آن قطعاً بر مشروعیت سیاسی همه دولت‌ها یا حزب‌های سیاسی تاثیر می‌گذارد. واقعیت هم این می‌باشد که رسانه‌ها از قدرتی فراوان در کسب دستیابی به اهداف دولت‌ها برخوردارند. (قدسی، ۱۳۹۰) در همین راستا امروزه رسانه‌ها ابزاری مفید برای مشارکت فعال شهروندان، به اشتراک گذاری اطلاعات، ارتباطات هستند. در مورد دولت‌ها نیز، به دلیل نیاز به ارتباط مستمر با شهروندان، بسیاری از دولت‌ها اکنون از انواع رسانه‌ها برای ارتباط با جامعه و ارزیابی اهداف عمومی استفاده می‌کنند. با این حال، در واکنش به پیشرفت تکنولوژی، فقدان درک و آمادگی برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی چالشی برای دولت محسوب می‌شود، بنابراین نه تنها باید منافع رسانه‌ها در نظر گرفته شود، بلکه اینکه چگونه رسانه‌ها می‌توانند اعتماد عمومی را افزایش دهند نیز باید در نظر داشت. (پارک و همکاران، ۲۰۱۵) اگرچه مشروعیت سیاسی دولت‌ها و حاکمیت یک موضوع بسیار مورد بحث در ادبیات سیاسی است اما با این حال توجه کمی به تاثیر قدرت نرم رسانه‌ها در این موضوع پرداخته شده است. بر این اساس در این مقاله سعی شده است تا قدرت نرم رسانه و نقش آن در مشروعیت

1- Political legitimacy

2- Hajer

3 -Korthagen & Meerkerk

4 - Park et al

سیاسی دولت‌ها مورد بررسی قرار گیرد.

پیشینه پژوهش

- افتخاری و همکاران (۱۳۹۸) تحقیقی با عنوان تأثیرات جنگ نرم غرب بر مشروعیت سیاسی جمهوری اسلامی ایران انجام دادند. این تحقیق حاضر با هدف پاسخگویی به این سؤال که جنگ نرم غرب چه تأثیری بر مشروعیت سیاسی در جمهوری اسلامی دارد صورت گرفت. این تحقیق بر مبنای دستاورد از نوع کاربردی، بر مبنای اهداف و ماهیت، از نوع پیمایشی، توصیفی و تحلیلی و بر مبنای نوع داده‌های مورد استفاده از نوع آمیخته بوده است. پس از بررسی دیدگاه‌های نظری راجع به جنگ نرم و مشروعیت سیاسی، ابعاد و مؤلفه‌های آن شناسایی و به منظور تعیین تأثیر مؤلفه‌ها، نسبت به طراحی پرسشنامه انجام شد. نتیجه این تحقیق نشان داد که پس از پیروزی انقلاب، غرب با بکارگیری مؤلفه‌های گوناگون جنگ نرم در ابعاد سیاسی، فرهنگی با عنوان‌های تضعیف اصل ولایت فقیه، بهره‌برداری تاکتیکی از حقوق بشر، وقوع انقلاب‌های رنگی در کشور، رواج نافرمانی مدنی، فرقه سازی دینی و تشکیل اپوزیسیون‌های فرهنگی توسط بلوک غرب و گروه‌های فشار برای تضعیف نظام و مشروعیت سیاسی آن در سطح داخلی و همچنین مجامع جهانی، برنامه‌ریزی نموده و بعضاً بحران‌هایی را برای نظام پدید آورده‌اند.

- مایلی و مطیعی (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان (قدرت نرم در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران) انجام دادند. در این مقاله این پرسش را مطرح شده است که «استفاده از قدرت نرم (دانش، فرهنگ و ایدئولوژی) چه تأثیری در جایگاه منطقه‌ای جمهوری اسلامی ایران داشته است؟» در پاسخ نیز این فرضیه طرح گردیده است که «استفاده دولت ایران از قدرت نرم باعث استحکام و ارتقای جایگاه ایران در منطقه گردیده است.» در زمینه دانش، ایران پیشرفت چشمگیری در زمینه‌های پزشکی، سایبری، نظامی و فن‌آوری داشته است. در زمینه فرهنگ، فرهنگ غنی ایرانی و اسلامی و پیوندهای فرهنگی با کشورهای منطقه دارد؛ همچنین در زمینه ایدئولوژی، پس از انقلاب اسلامی و معرفی مفاهیمی مانند انکار سلطه خارجی، عدالت و ارتباط بین مذهب و سیاست قدرت نرم آن را افزایش داده است. قدرتی که از آن برای افزایش نفوذ خود در کشورهای منطقه از طریق سیاست خارجی استفاده می‌کند.

- ساداتی (۱۳۹۱) تحقیقی با عنوان نقش رسانه در عرصه دیپلماسی با تاکید بر نقش شبکه‌های تلویزیونی برون مرزی صداوسیما در ارتقاء دیپلماسی رسانه‌ای انجام داده است. این پژوهش با هدف بررسی نقش رسانه ملی در ارتقای دیپلماسی رسانه‌ای کشور انجام شد، ضمن اشاره به مفاهیم و نظریه‌های مرتبط با دیپلماسی عمومی و دیپلماسی رسانه‌ای، به بررسی نمونه‌هایی از عملکرد شبکه‌های برون مرزی صدا و سیما، همچون العالم و پرس تی وی در این زمینه پرداخت و مصادیقی

چون پرونده هسته‌ای، ماجرای گروگانگیری ملوانان انگلیسی و ماجرای غزه را از منظر دیپلماسی رسانه‌ای مورد بررسی قرار می‌دهد. این تحقیق به روش اسنادی - کتابخانه‌ای انجام گرفته است. - قدسی (۱۳۹۰) در تحقیق خود با عنوان (نقش رسانه ملی در ایجاد قدرت نرم و مقابله با جنگ نرم اینطور بیان کرده است که در سال‌های اخیر، سیاست به گونه‌ای شگفت‌انگیز دچار تحول گردیده و به تبع آن، مفاهیمی چون قدرت ملی دستخوش تغییراتی شده است. قدرت فرهنگی، به عنوان مبنای اساسی قدرت ملی و پیروزی در جنگ نرم مطرح شده و در این روند، توجه به نقش «سرمایه اجتماعی» در افزایش «قدرت نرم» یک کشور، مورد تأکید اندیشمندان واقع شده است. این مقاله نقش رسانه ملی بر افزایش قدرت نرم در کشور ایران را مورد بررسی قرار داده است و جایگاه رسانه ملی در راهبردهای کلان سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشور و همچنین انتظارات و مطالبات نظام و مردم مورد دقت قرار گرفته است. روش تحقیق مبتنی بر مطالعات اسنادی و تحلیل محتواست. نتیجه حاصل شده نیز مبین آن است که میان وضعیت موجود با وضعیت ایده آل و مطالبات ملی از رسانه ملی انطباق وجود ندارد.

- کوتاگن و ون مرکک^۱ (۲۰۱۴) مطالعه‌ای با عنوان (اثرات رسانه و منطق آن‌ها بر منابع مشروعیت در شبکه‌های حاکمیت محلی) انجام دادند. در این مقاله، به طور خاص مطالعه شده است که چگونه رسانه‌ها و منطق آن‌ها بر منابع مشروعیت دموکراتیک تصمیم‌گیری سیاسی در درون شبکه‌های حاکمیت تاثیر می‌گذارند. رسانه‌ها منطق خود را در ارتباط با ایجاد اخبار، اهداف، روال‌های کاری و محدودیت‌های تولید، که بر فرآیندهای تصمیم‌گیری سیاسی تاثیر می‌گذارند، دارند. مطالعه موردی کیفی، مصاحبه و تحلیل محتوای کمی از گزارش‌های رسانه‌ها بوده است. نتایج نشان داد قدرت و منطق رسانه‌ها امکانات صوتی گروه‌های شهروندی را افزایش داد. علاوه بر این، فرآیند تفکر را گسترش داده، قدرت رسانه‌ها مقامات سیاسی را به سبک ارتباطی واکنشی سوق می‌دهند، که با افزایش ارتباط و نفوذ در مردم و جامعه می‌تواند منجر به افزایش مشروعیت گردد.

روش پژوهش

هدف اصلی این مقاله بررسی قدرت نرم رسانه و نقش آن در مشروعیت سیاسی دولت‌ها می‌باشد و در آن ضمن بیان ادبیات نظری مرتبط با رسانه، قدرت نرم، مشروعیت سیاسی دولت‌ها، به تاثیر قدرت نرم رسانه بر مشروعیت سیاسی آنها پرداخته است. این مطالعه از نظر هدف، کاربردی و روش این مقاله به صورت مروری بوده است که با مرور تحقیقات و مطالعات انجام شده در این ارتباط به بررسی موضوع مورد نظر پرداخته است. در این مقاله از روش کتابخانه‌ای برای جمع-

¹ - Korthagen & Van Meerkerk

آوری اطلاعات در زمینه ادبیات و پیشینه تحقیق استفاده گردیده و با مطالعه دقیق کتب، آثار و مقالات مرتبط با موضوع که توسط سایر محققین صورت گرفته و همچنین جستجو در اینترنت، اطلاعات مورد نظر، جمع‌آوری و جمع‌بندی گردید.

- قدرت نرم

قدرت^۱ یکی از موضوعات اصلی در علوم سیاسی است، که همواره در ادبیات علوم سیاسی مورد بحث می‌باشد. این به دلیل اهمیت قابلیت ملموس بودن قدرت در سیاست داخلی و خارجی به منظور اجرای برنامه‌ها، سیاست‌ها و دستیابی به اهداف ملی است. در حقیقت، قدرت دارای ویژگی‌های از جمله قابلیت تضمین امنیت دولت و مقابله با تهدیدها است. (مایلی و مطیعی، ۱۳۹۵) تحولات اخیر در عرصه جهانی که پس از اتمام جنگ سرد رخ داده است، رواج قدرت سخت را بشدت کاهش داده که با مقبولیت روز افزون قدرت‌های کوچک و بزرگ به کاربرد قدرت نرم^۲ منجر شده است. (ژانگ و یاجی،^۳ ۲۰۰۱) قدرت نرم به توانایی‌ها و قابلیت‌های یک کشور یا دولت اشاره دارد که به طور غیر مستقیم منافع یا رفتار جامعه خود و کشورهای دیگر را با استفاده از ابزارهایی مانند فرهنگ، ایجاد انگیزه یا ارزش‌های اخلاقی تحت تاثیر قرار می‌دهد. قدرت نرم نقش بسیار مهمی در ایجاد امنیت نرم بازی می‌کند. به علاوه اینکه قدرت نرم در بعد داخلی از طریق ایجاد مشروعیت سیاسی دولت و با افزایش اعتماد جمعی ایجاد و هماهنگی ملی و همبستگی سیاسی افزایش می‌یابد. همچنین قدرت نرم در روابط بین‌المللی نیز بسیار مهم است، زیرا در حال حاضر، مهم‌ترین تجلی قدرت و مشروعیت سیاسی یک حکومت، قدرت فرهنگی و قدرت روانی تبلیغاتی است که فعالان عرصه روابط بین‌الملل برای آن تلاش می‌کنند. ویژگی قدرت نرم با مفهوم اقناع و رضایتمندی مرتبط است.

در تعریف جنگ نرم نیز اینطور آمده است که نوعی از جنگ بوده که مهاجم با کمترین هزینه بیشترین تلفات را از طرف مقابل می‌گیرد و در میان عقاید مردم، عقده‌گشایی می‌کند. (عیوضی و پارسا، ۱۳۹۲)

جوزف نای^۴ از پیشگامان طرح قدرت نرم، کسب موفقیت در امور سیاسی را مستلزم استفاده از قدرت نرم به همراه قدرت سخت دانسته و سه بخش از قدرت را اینطور پیشنهاد می‌دهد: نیروی نظامی، اقتصادی و نرم؛ قدرت اقتصادی و نظامی در طبیعت سخت است و قدرت نرم که از آنها متفاوت است و این قابلیت را دارد که ترجیحات دیگران را شکل دهد و منجر به اطلاعات نیز

¹ -Power

² -soft power

³ -Zhang & Yazhi

⁴ -Nye

می‌گردد. وی اشاره می‌کند که قدرت نرم تمرکز ویژه‌ای بر تصرف فضای ذهنی یک کشور دیگر از طریق انواع روش‌های مجذوب کردن دارد و از این‌رو زمانی که یک کشور به قدرت نرم دست می‌یابد می‌تواند به درستی از اطلاعات و دانش ملی استفاده کند تا تفاوت‌ها را به شیوه‌ای رسم کند که از منافع آن بهره‌مند گردد. در کل هدف قدرت نرم تبلیغات سیاسی نبوده بلکه مباحث عقلانی و ارزش‌های عمومی را شامل می‌شود که افکار عمومی خارجی و داخلی کشور را مد نظر قرار دارد. این قدرت را در چند حوزه می‌توان در نظر داشت. (عسگری، ۱۳۸۳)

- کارآمدی سیاسی، اجتماعی دولت
- انجام صحیح وظایف قانونی و مورد انتظار جامعه
- سرمایه اجتماعی
- اقتدار
- جذابیت

از نظر نای، قدرت نرم دارای سه منبع اساسی شامل ۱- فرهنگ (فرهنگ مجموعه‌ای از ارزش‌ها و عملکردهایی است که به جامعه معنا داده و زمانی که فرهنگ یک کشور ارزش‌های جهانی را در بر می‌گیرد، احتمال دستیابی به نتایج مورد نظر افزایش می‌یابد)، ۲- ارزش‌های سیاسی (ارزش‌های سیاسی یک می‌تواند منبع جاذبه و قدرت باشد. مواردی از جمله دموکراسی، آزادی بیان، ترویج حقوق بشر و ... همگی ارزش‌های سیاسی جذاب هستند.) و ۳- سیاست داخلی و خارجی (سیاست‌های خارجی و داخلی توان تقویت قدرت نرم را دارا هستند. در حقیقت، اگر سیاست خارجی یک کشور از دیدگاه سایر گروه‌ها یا کشورها قابل قبول باشد، مشروع‌تر نیز می‌باشد. (مرکز مطالعات فرهنگی، ۱۳۹۰) بر این اساس بهره‌گیری از ابزارهای نرم شامل تمام انواع رسانه‌ها، به عنوان راهکار تحقق قدرت نرم امری لازم و ضروری جلوه‌گر می‌نماید. (پوررشیدی، ۱۳۹۶)

- رسانه

رسانه^۱ به هر نوع وسیله ارتباطی (تلویزیون، تلفن، رادیو، فضای مجازی، صدا و...) که حامل یا واسطه یک پیام است، اشاره می‌کند. علاوه بر ابعاد فیزیکی، ابعاد ذهنی، روانی و رفتاری نیز می‌توانند نقش یک رسانه را ایفا کنند. حتی یک چهره شاد یا دارای افسردگی، دریافت شاخه گلی از کسی، رنگ چراغ‌های راهنمایی و دریافت پیامی در فضای مجازی و... نیز می‌تواند به عنوان یک رسانه باشد. (قدسی، ۱۳۹۰) رسانه هر وسیله‌ای است که فرهنگ‌ها و افکار دیگران را انتقال می‌دهد و منظور از رسانه‌ها روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تلویزیون، ماهواره، صفحات نوری و ویدیو و فضاهای مجازی است. در این تعریف، باید اضافه شود: رسانه ابزاری است که نقش حامل اطلاعات

^۱-Media

و پیغام‌های طراحی از پیش طراحی شده را ایفا می‌کند و یک واسطه بین فرستنده و گیرنده پیغام-هایی است که در طول زمان ظهور کرده‌اند و تنش‌ها در جامعه نقش متفاوتی ایفا می‌کنند. که می‌توان به نقش خبری، آموزشی، وظایف راهنمایی و رهبری، تفریحی و تبلیغی آنها اشاره کرد. در متون مختلف، رسانه‌ها را بر اساس ویژگی‌های گوناگونی مانند زمان ظهور، نوع و خصوصیتی که دارند تقسیم کرده‌اند، به نمونه‌ای از آن در زیر اشاره می‌شود. (شمسی و سلیمانی، ۱۳۹۴)

- رسانه‌های چاپی^۱؛ مانند روزنامه و مجله.

- رسانه‌های الکترونیک^۲؛ مانند رادیو و تلویزیون.

- رسانه‌های دیجیتال^۳؛ مانند سی دی، دی وی دی، هارد، فلاپی، فلش و فضاهای مجازی.

طی سالیان اخیر، رسانه‌ها نیز تغییرات اساسی در کمیت و کیفیت را متحمل شده‌اند. برخی از ویژگی‌های اساسی این تغییرات را می‌توان به شکل زیر تقسیم کرد. (عیوضی، ۱۳۸۷)

- پیشرفت رسانه‌ها دسترسی به اطلاعات برای مخاطبان افزایش داده است.

- رسانه‌ها محدودیت‌های زمانی و فضایی ندارند.

- محیط رسانه‌ای جدید به مخاطبان حق انتخاب و کنترل بیشتری می‌دهد.

- رسانه‌های اجتماعی و آنلاین امروزی امکان تبادل اطلاعات را فراهم کرده‌اند.

- کنترل اخبار تاثیر ویژه‌ای در انتشار یا محدود کردن اطلاعات در رسانه‌ها نشان داده است.

- قدرت نرم رسانه

حوزه جنگ نرم حقیقتی است که همه روشنفکران بدون استثنا تصدیق کرده‌اند که میدان این جنگ تمام‌عیار چیزی جز رسانه‌ها به عنوان وسیله‌ای برای ارتباط و انتقال پیام نمی‌باشند. با صنعتی-سازی و رشد کشورها و تبدیل جوامع سنتی به جوامع مدرن، رسانه‌های محلی توانایی مقابله با خواسته‌های جامعه را از دست داده‌اند که به همین دلیل است که در زمینه نیازهای جوامع مدرن، رسانه‌های جمعی یا رسانه‌ها تشکیل و گسترش یافته‌اند. در جنگ رسانه‌ای دیگر صحبتی از ادوات نظامی یا جنگی نبوده و انواع رسانه شامل تلویزیون، رادیو، اینترنت، ماهواره، کتاب، فیلم و رسانه-های اجتماعی به عنوان سلاحی راهبردی مطرح می‌گردد که به صورت حرفه‌ای وارد لایه‌های فرهنگی کشورها شده و به جای نیروهای رزمی و نظامی، فعالان فرهنگی و مطبوعاتی نیروهای جنگ نرم خواهند بود. (یوسفی، ۱۳۹۴)

مفهوم «قدرت نرم رسانه» که در حوزه روابط بین‌الملل توسعه یافته است، توسط بسیاری از محققان ارتباطات به عنوان راهی برای توضیح اینکه چگونه انواع رسانه و محصولات فرهنگی یک

¹ -Printed Media

² -Electronic Media

³ -Digital Media

کشور می‌توانند جذابیت کلی آن و در نتیجه تأثیر آن را در صحنه جهانی افزایش دهند، پذیرفته شده است. بسیاری از دولت‌ها این ایده را در تلاش‌های خود در زمینه «دیپلماسی عمومی» پذیرفته‌اند، که به ارتباطاتی برای عموم مردم خارجی در مقابل دولت‌های دیگر اشاره دارد. با این حال، هم در تئوری و هم در عمل، ایده قدرت نرم رسانه‌ای مورد مناقشه قرار گرفته است. به عنوان مثال، منتقدان استدلال می‌کنند که به اصطلاح قدرت نرم رسانه تنها زمانی مؤثر است که توسط سیستم‌های نظامی و اقتصادی حمایت شود. (جورج، ۲۰۱۶)

امروزه تسلط بر رسانه و آژانس‌های خبری قدرت عظیم و گسترده‌ای به فعالان عرصه سیاسی و دولت‌ها داده است، به طوری که با استفاده از این قدرت و اهرم‌های اطلاعاتی ناشی از تسلط بر رسانه‌ها قادر به تغییر عقاید و نگرش‌های جمعی یا شکل‌گیری افکار عمومی خواهند بود. کلمن^۱ یکی از کسانی است که به تأثیر رسانه‌های امروزی بر ایجاد اعتماد اجتماعی اعتقاد داشته است. در اندیشه‌های گیدنز نیز رسانه‌ها به عنوان یکی از ارایه دهندگان نقاط اتصال اجتماعی و تامین سطح اعتماد افراد مرتبط هستند. (کلمن، ۱۳۹۰)

گراپر (۲۰۰۴) به چهار عملکرد مختلف رسانه‌ها در دولت‌ها را به صورت خلاصه بیان می‌کند:

- فراهم کردن مجمعی برای بحث و گفتگو درباره عقاید گوناگون و غالباً متناقض.
- عمومیت در جامعه و امکان تأثیرگذاری بر افکار عمومی
- جمع‌آوری اطلاعات در مورد رویدادهای سیاسی، توجه به شهروندان و امکان بررسی خدادهای سیاسی و انعکاس عملکرد سیاستمداران.
- رسانه به عنوان یک ناظر عمومی عمل می‌کند به این طریق که وقتی به مسایلی از جمله برخورد با فساد، سو استفاده از قدرت در بخش‌های دولتی اشاره می‌کند.
- اگرچه این موارد پتانسیل رسانه‌های خبری هستند، به جای توصیف دقیق عملکرد روتین آنها (این عملکردها به شدت به منابع قانونی و سیاسی دولت‌ها، متصل هستند. رسانه‌ها می‌توانند در حین احترام به گروه‌های شهروندی دستور کار سیاسی و اجتماعی را ایجاد کنند. از طرفی همانطور که آنها شهروندان را در مورد عملکرد سیاستمداران آگاه می‌کنند، بر روابط مسئولیت‌پذیری مقامات سیاسی نیز تأثیر می‌گذارند.

علاوه بر این، رسانه‌ها دولت‌ها را تشویق می‌کنند که از این تکنولوژی استفاده کنند تا مقوله‌هایی مانند باز بودن، شفافیت، مشارکت شهروندان، اثربخشی سیاست، کارایی مدیریتی، صرفه‌جویی در هزینه‌ها، رضایت شهروندان را نیز در نظر داشته باشند. در نهایت باید به این موضوع نیز

1- Coleman

2- Graber

اشاره کرد که تحت تاثیر قرار گرفتن جوامع و کشورهای به اصطلاح جهان سومی توسط قدرت نرم رسانه‌ها، حقیقتی غیر قابل انکار می‌باشد، که هدف آن چیزی جز تحت تاثیر قرار دادن افکار و قلب‌های مردم یک جامعه برای کاهش اراده کشورها و همچنین تغییر عقایدشان به نفع ارباب رسانه‌ها است. (گرابر، ۲۰۰۴)

- مشروعیت سیاسی

یکی از مهم‌ترین مفاهیم در حوزه سیاسی کشورها، مساله مشروعیت سیاسی است. اصطلاحات و معانی بسیاری برای کلمه مشروعیت در سیاست و دولت‌ها بیان شده است که از آن جمله می‌توان به میانه‌روی و عدالت، مشروعیت، حاکمیت، کارایی و به رسمیت شناخته شدن و غیره اشاره نمود. قدرت زمانی مشروع است که فرمان و اطاعت هر دو در نظر گرفته شوند. هنگام تشریح کلمه مشروع، ما با دو مساله مواجه می‌شویم: اول، ایجاد حق حکومت برای حاکمان و دوم، پذیرش آن حق توسط افراد آن جامعه. در حقیقت، توجیه حق حکومت برای حاکمان و پذیرش آن حق توسط حاکمان، مولفه‌های مفهوم مشروعیت است. (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۸) به عبارتی دیگر حق مشروعیت در علوم سیاسی به معنای وجود حق حاکمیت برای حاکمان و نیاز به رسمیت شناختن و پذیرش این حق توسط شهروندان است. بر این اساس مشروعیت شامل دو بعد اساسی است که اول بعد منطقی و دوم بعد پذیرش اجتماعی است. پذیرش اجتماعی دولت از سوی شهروندان جنبه عینی قانونی بودن آن است. مفهوم مشروعیت یک مفهوم بلند مدت است، چرا که تاریخ آن به تشکیل موسسات مدنی و بحث در مورد اینکه چرا اطاعت سیاسی رخ می‌دهد، باز می‌گردد. اهمیت این بحث این است که بقای هر کشور به مشروعیت سیاسی و اجتماعی آن بستگی دارد و همه دولت‌ها، به منظور تداوم زندگی سیاسی خود، باید اساس مشروعیت خود را تقویت کرده و از هرگونه کاهش یا عدم مشروعیت در جامعه جلوگیری کنند. (عمادی، ۱۳۹۴)

همچنین مشروعیت از نظر علوم اجتماعی عبارت است از یگانگی و چگونگی سازگاری با قدرت رهبران و حاکمان جامعه، با نظریات و عقاید همه یا اکثریت جامعه، در زمان و مکان خاص، که منجر به پذیرش حق حاکمیت برای رهبران و وظیفه اطاعت اعضای جامعه می‌باشد. بر این اساس، در بسیاری از نظریه‌های قانونی جدید، دولت براساس رضایت افراد اداره می‌شود. (ربیعی، ۱۳۸۴)

مشروعیت و اعتماد به دولت و کسب رضایت جامعه برای حکومت‌ها بسیار مهم است، باور عمومی مبنی بر اینکه اقتدار سیاسی در یک محیط معین به درستی تشکیل شده است و حق دارد تصمیمات عمومی بگیرد. زمانی که نظام‌های حاکم به عنوان مشروع پذیرفته می‌شوند، مردم از تصمیمات عمومی تبعیت می‌کنند، حتی اگر با آن موافق نباشند یا از آن سودی هم نبرند. نویسندگان به

درستی مشروعیت را به عنوان ارزیابی یک فرد از حکومت بر اساس ادراک او و نه لزوماً واقعیت تعریف می‌کنند. مشروعیت یک عامل عینی یا به راحتی قابل اندازه‌گیری نیست. به همین ترتیب، نویسندگان اشاره می‌کنند که ادراکات مشروعیت به شدت با روابط اعتماد بین دولت و جامعه و با شبکه‌های یکپارچگی سیاسی و اجتماعی مرتبط است. (هورلمن، ۲۰۰۹)

- قدرت نرم و مشروعیت سیاسی

رسانه به عنوان یک ابزار پرنفوذ، قوی و موثر همواره از سوی دولت‌ها و نظام‌های سیاسی مورد توجه قرار داشته است. بدون شک، قدرت نرم این ابزار در جوامع نوین نقش خود را بیشتر به عنوان یک ابزار سیاسی و امنیتی ایفا می‌کنند، زیرا به دلیل طیف گسترده‌ای از نفوذ و تنوع رسانه‌ها بجای آنکه در خدمت آگاهی دادن به جامعه و آرایه حقیقت‌های آشکار و پنهان موجود باشند بیشتر به آرایه مطالب مورد نظر دولت‌هایی که این رسانه‌ها را در اختیار دارند می‌باشد. جریان ارتباطات و اطلاعات همواره مبنای سیاست هر کشوری بوده است. دیپلماسی رسانه‌ای قدرتمندترین ابزار برای تغییر نگرش مردم است و می‌تواند تاثیر قابل توجهی بر روابط سیاسی و امنیت داخلی و منطقه‌ای و پایه‌های نظام سیاسی داشته باشد، از این رو نقش فزاینده رسانه‌ها در ابعاد مختلف زندگی جوامع منجر به استفاده بهینه از این ابزارها در مسایل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و... شده است. (ساداتی، ۱۳۹۱)

در این قرن، رسانه‌ها در کسب قدرت ملی در هر کشوری موثر می‌باشند. رسانه‌ها نقش حیاتی در افزایش مشارکت، انسجام، اعتماد، وفاداری ملی و در نهایت افزایش مشروعیت سیاسی دولت‌ها دارند و می‌تواند یکی از اجزای اصلی آن باشد. دولت‌ها می‌تواند از انواع ابزارهای رسانه‌ای برای برقراری ارتباط با مردم برای بازیابی اعتماد عمومی نسبت دولت استفاده کنند. اعتماد عمومی به دولت و کسب مشروعیت سیاسی می‌تواند حاصل استفاده و تسلط دولت از رسانه‌ها باشد. (هان و جیا، ۲۰۱۸)

جنگ رسانه‌ای توان این را دارد که بر اکثریت افراد جامعه تاثیر بگذارد و از طریق عوامل روانی خود عزم و اراده ملت را کاهش داده و توان ایستادگی و دفاع از آرمان، اهداف و سیاست‌های نظام-های حاکم را از ایشان سلب نماید. که تمام اینها می‌تواند مقدمه‌ای بر فروپاشی سیاسی امنیتی و ساختاری جامعه هدف و کاهش مشروعیت سیاسی دولت‌ها نیز باشد. از مهمترین روش‌های رسانه-ای، مشخص نمودن پر اهمیت‌ترین سوژه‌ها و موضوعات و تزریق کردن آنها به افکار و روان مردم

1- Hurrelmann

2- Han & Jia

است بطوری که ذهن، تحلیل وارده را با کمترین مقاومت خواهد پذیرفت. هنر رسانه در کل در برابر مخاطب خود تفهیم و تلقین این باور است که به چه چیزی و چگونه فکر نمایند. (حسینی، ۱۳۹۴)

نتیجه گیری

امروزه در هر کشوری، قدرت بر ارتباطات متمرکز گردیده است. دولت‌هایی که تمام ابزار رسانه‌ای لازم برای انتقال اطلاعات دارند، با کنترل این رسانه‌ها، خواهند توانست بر افکار عمومی جامعه تاثیرات مورد نظر را گذاشته و به نوعی وارد جنگ نرم می‌شوند. امروزه رسانه‌ها به عنوان ابزارهایی عام پسند، پر قدرت و موثر همواره از سوی تمامی ابرقدرت‌های سیاسی بیش از پیش مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است. بدون تردید، رسانه‌ها به علت طیف وسیعی از تنوع پذیری و امکان نفوذشان علاوه بر آگاهی دادن به جامعه نقش خود را به عنوان یک ابزار سیاسی و امنیتی نیز ایفا می‌کنند. در این راستا قدرت نرم به عنوان مفهومی رایج در ادبیات سیاسی و ارتباطی در جوامع مختلف آکادمیک و سیاسی جهان مطرح شده است. افزایش استفاده از رسانه‌ها در زمینه‌های مختلف زندگی انسانی و تحولات اخیر رسانه‌ها نقش زیادی در مشروعیت بخشیدن یا کاهش مشروعیت سیاسی دولت‌ها خواهد داشت. به این ترتیب که رسانه‌ها، همانطور که در تضعیف پایگاه‌های امنیتی برای دولت و سیاستمداران موثر هستند، می‌توانند در ایجاد و تحکیم آن نیز موثر باشند. زیرا با حذف احساس ناامنی و زدودن ناامیدی از فضای جامعه و کسب رضایت مردم از طریق انعکاس حقایق و خودداری از اغراق در انواع مشکلات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و به نوعی کنترل افکار عمومی می‌توانند مشروعیت سیاسی را بدست آورند. از این روست که رسانه‌ها به عنوان ابزاری قدرتمند، نقشی مهم در تغییر رویکرد و افکار عمومی نسبت به دولت‌ها خواهند داشت. زیرا با توجه به اینکه رسانه‌ها فعالیت‌ها و نتایج حاصل از امور دولت و کارکرد سیستم حاکم را به مردم ارائه می‌دهند، نقشی اساسی در تزیق امید و اعتماد به افراد جامعه را داشته که به طور مستقیم در راستای رضایت جامعه موثر است که می‌تواند در راستای افزایش مشروعیت سیاسی دولت‌ها باشد. همچنین اگر دولتی نتواند از طریق رسانه و ارائه گزارش‌های منصفانه و بدون اغراق رضایت مردم را کسب نماید و یا رسانه‌ها به تخریب دولت بپردازند، این مسایل می‌تواند به کاهش مشروعیت سیاسی دولت‌ها منجر گردد.

منابع فارسی

کتب

- ربیعی، علی (۱۳۸۴)، *مطالعات امنیت ملی*، تهران: وزارت امور خارجه
- عمادی، عباس (۱۳۹۴)، *مشروعیت*، پژوهشکده باقرالعلوم
- کلمن، ساموئل (۱۳۹۰)، *بنیادهای نظریه اجتماعی*، ترجمه صبوری، تهران: نشر نی

مقالات

- ابراهیم عباسی وحسین یوسفی (۱۳۹۸)، *واکاوی تعامل دموکراسی اجتماعی، سبک زندگی و مشروعیت سیاسی در چشم انداز نظری*، فصلنامه مطالعات منافع ملی، شماره ۱۸
- اصغر افتخاری و همکاران (۱۳۹۸)، *تأثیرات جنگ نرم غرب بر مشروعیت سیاسی جمهوری اسلامی ایران*، فصلنامه مطالعات دفاعی استراتژیک، شماره ۷۸
- پوررشیدی، هاتف (۱۳۹۶)، *نقش و تاثیر قدرت نرم و رسانه در تحقق حقوق شهروندی*، سومین همایش ملی تبیین حقوق شهروندی، ارومیه
- ساداتی، امین (۱۳۹۱)، *نقش رسانه در عرصه دیپلماسی با تاکید بر نقش شبکه‌های تلویزیونی برون مرزی صداوسیما در ارتقاء دیپلماسی رسانه‌ای*، مرکز تحقیقات صدا و سیما، اداره کل مطالعات رسانه و ارتباطات، گروه مدیریت رسانه و مهندسی پیام
- عیوضی، محمدرحیم (۱۳۸۷)، *بحران شناسی رسانه‌ای: رسانه، قدرت نرم قرن ۲۱*، پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۵۵
- مهناز شمسی و مریم سلیمانی (۱۳۹۴)، *بررسی رابطه ارتباطات علمی و رسانه‌ها با تاکید بر رسانه‌های اجتماعی*، کتاب مهر، شماره ۱۸
- محمد عیوضی و مونا پارسا (۱۳۹۲)، *الگوی تحلیلی قدرت نرم و سیاست بین‌الملل*، فصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال ۳، شماره ۹
- محمدرضا مایلی و مریم مطیعی (۱۳۹۵)، *قدرت نرم در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*، فصلنامه علمی مطالعات روابط بین‌الملل، دوره ۱، شماره ۴
- نای، جوزف (۱۳۸۳)، *قدرت نرم*، ترجمه محمود عسگری، نشریه راهبرد دفاعی
- یوسفی، سعید (۱۳۹۴)، *جنگ نرم و نقش رسانه*، باشگاه دانشجویان

English Resources

Book

- Hajer, M.A., (2009), **Authoritative governance: policy-making in the age of mediatization**, Oxford University Press.

- Zhang, Yazhi (2001), **On the Disintegration of the Soviet Union**, from the Perspective of Soft Power in Culture.

Articles

- Graber, D.(2003),**The media and democracy: beyond stereotypes. Annual Review of Political Science**, N.6

- Han, R. & Jia, L., (2018),**Ruling by the Internet: Local Governance in the Digital Age**, Journal of Chinese Governance, 3(1)

- Hurrelmann, A., et al.(2009), **Why the democratic nation-state is still legitimate: a study of media discourses**, European Journal of Political Research, N.48

- Korthagen,i Van Meerkerk,i (2014), **The Effects of Media and their Logic on Legitimacy Sources within Local Governance Networks: A Three-Case Comparative Study**, Local Government Studies, 40:5

- Park, M. J., Choi, H., Kim, S. K. & Rho,J.J., (2015),**Trust in Government's Social Media Service and Citizen's Patronage Behavior**. Telematics and Informatics, 32 (4)