

کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای در عملیات روانی

سیدمجتبی جلال‌زاده

دانشجوی کارشناسی ارشد روابط بین‌الملل، paper@jalalzadeh.org، ۰۹۱۳۳۶۲۷۳۱۱

چکیده

دیپلماسی رسانه‌ای به عنوان پدیده عصر حاضر، نقش‌های متفاوت و گسترده‌ای را ایفا می‌کند. شاید بتوان گفت رسانه‌ها با ورود به عرصه دیپلماسی باعث تحول کارکردی نیز در این زمینه شده‌اند. در این جستار به بررسی برخی از کارکردهای دیپلماسی رسانه‌ای می‌پردازیم و نقش آن را در بستر عملیات روانی، مورد بررسی قرار می‌دهیم. به همین منظور با بهره‌گیری از نظریه‌های مربوط به تأثیر سیاست بر رسانه، به نقش رسانه در دو وجه «فشار عملی سیاسی» و «تبلیغات سیاسی در عملیات روانی» می‌پردازیم. در ادامه ضمن مشخص کردن نشانه‌گاه‌های عملیات روانی در دیپلماسی رسانه‌ای، نقطه هدف را در دو سطح «حکومت» و «افکار عمومی شهروندان» مورد بررسی و تحلیل قرار داده‌ایم. در بخش‌های بعدی، سه کارکرد دیگر، برای دیپلماسی رسانه‌ای در نظر گرفته‌ایم که ضمن بیان ابعاد و مصادیق این کارکردها در کنار کارکرد دیپلماسی در عملیات روانی به جایگاه و نقش رسانه‌ها در سیاست خارجی کشورها پرداخته شده است و جایگاه عملیات روانی را در پیش‌برد اهداف و سیاست خارجی و در تعامل با دیپلماسی، بیان می‌نماید.

واژه‌های کلیدی: دیپلماسی، رسانه، عملیات روانی