



نقش رسانه‌ها در روابط بین‌الملل؛ از تأثیر سی‌ان‌ان تا تأثیر الجزیره^۱

نویسنده: فلیز کوبان^۲

برگردان: محمد قاسم عرفانی^۳

چکیده

شبکه‌های بین‌المللی از طریق ایجاد جوامع مجازی، همبستگی دریافت‌کنندگان اطلاعات را تقویت می‌کنند؛ به‌عنوان مثال: «سی‌ان‌ان»، «بی‌بی‌سی» و «الجزیره» اطلاعات مردم را در مورد مذهب و فرهنگ‌شان و همین‌طور جایگاه‌شان در جهان بالا می‌برند. علاوه بر این، دسترسی سریع و آسان به اطلاعات از طریق رسانه‌های جهانی، موجب جنگ اطلاعات بین دولت‌ها شده، سیاست قدرت را تغییر داده است. این مقاله در صدد است بگوید که دخالت رسانه‌ها در روابط بین‌الملل، نشانگر وابستگی و بهره‌جویی متقابل بین رسانه‌ها و سیاست است. در این زمینه، مقاله، با تأکید ویژه بر مفهوم «تأثیر سی‌ان‌ان» و «تأثیر الجزیره» نشان می‌دهد که چگونه رسانه‌ها بخش اساسی از سیاست جهانی گردیده، رقابت بین‌المللی قدرت را تغییر داده‌اند و زمینه را برای خیزش دیگران در برابر هژمونی غربی فراهم کرده‌اند.

مفاهیم کلیدی: رسانه، سیاست بین‌الملل، تأثیر سی‌ان‌ان، تأثیر الجزیره.

۱. این مقاله ترجمه مقاله ذیل می‌باشد:

The Role of the Media in International Relations: From the CNN Effect to the Al Jazeera Effect.

Journal of International Relations and Foreign Policy December 2016, Vol. 4, No. 2, pp. 45-61

۲. استادیار دیپارتمنت روابط بین‌الملل در (filizzcoban@gmail.com) Canakkale Onsekiz Mart University

۳. استاد دانشگاه و پژوهشگر Erlani 84@yahoo.com

۱. مقدمه

با وجود جایگاه غیر قابل انکار رسانه‌ها در اجرای امور بین‌الملل، به نظر می‌رسد که مطالعات روابط بین‌الملل (IR) تا هنوز در حل مسئله به‌طور کامل و جامع موفق نبوده است. علاوه بر این، برای فایق‌آمدن بر فقدان درک جایگاه و اهمیت ارتباطات در عرصه روابط بین‌الملل نیز کار قابل قبولی صورت نگرفته است. می‌توان گفت که سه عامل در کم‌توجهی نسبت به جایگاه رسانه‌ها در عرصه روابط بین‌الملل نقش داشته است (Le 2006: الف) نبود توانمندی لازم برای کار با زبان‌های مختلف؛ ب) تعریف محدود از طنین رسانه‌های بین‌المللی که فراهم‌آوری مجموعه متون قابل قبول را دشوار ساخته است؛ ج) رویکردی در روابط بین‌الملل که رسانه‌ها در آن مورد توجه قرار گرفته باشد.

دو عامل نخست، اهمیت دانستن بیش‌تر از یک زبان برای دست‌یابی به رسانه‌های ملی - که درباره دیگر جوامع گزارش می‌دهند - را برجسته می‌سازد. به عبارت دیگر، «صدای رسانه‌های بین‌المللی» گزارش در یک رسانه ملی است از آنچه در رسانه ملی دیگر گفته می‌شود. عامل سوم، حکایت از آن دارد که سلطه رئالیسم بر رویکردهای سنتی روابط بین‌الملل به عدم شکل‌گیری فهم و تبیین پیشرفته از نقش ارتباطات و رسانه‌های جمعی در مسائل جهانی کمک کرده است. در تحلیل سیاست بین‌الملل بر اساس سنت رئالیسم کلاسیک، دولت به‌عنوان بازیگر اصلی عرصه روابط بین‌الملل تلقی می‌شود. سیاست خارجی باید توسط سیاست‌مداران در راستای منافع ملی بدون تأثیرپذیری از عوامل فرعی داخلی، مثل رسانه‌های خبری، تنظیم شود (Mermin, 1999: 147). در سنت رئالیستی که در دهه ۱۹۴۰ توسعه یافت، ارتباطات و رسانه‌های جمعی به‌عنوان بخشی از قدرت دولت در نظر گرفته نشده است؛ بلکه به‌عنوان ابزار تبلیغاتی تلقی گردیده است که دولت‌ها از آن علیه رقیب در منازعات بینادولتی در عرصه بین‌الملل بهره می‌برند. در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰، بازیگران و نیروهای جدید غیر دولتی از قبیل گروه‌ها و شرکت‌های چندملیتی در عرصه روابط بین‌الملل ظهور کردند. این دسته از بازیگران در ارتباط تنگاتنگ با افزایش اهمیت اقتصاد سیاسی بین‌الملل قرار دارند. ظهور نظریه‌های فراملی‌گرایی و وابستگی متقابل اثبات کرد که بازیگران چندملیتی، موازنه سنتی سیاست قدرت را تغییر داده‌اند و دیگر دولت‌ها در روابط بین‌الملل سلطه ندارند (Brown and Ainley, 2009). ورود پست‌مدرنیسم به عرصه



روابط بین‌الملل در اواخر دهه ۱۹۸۰، گفتمان‌های غیر دولت‌محور^۱ را تقویت کرد. در همین حال، نهادهای جامعه مدنی و شهروندان به صورت انفرادی به عنوان بازیگران جدید بین‌المللی شناخته می‌شوند که گستره نفوذ خود را فراتر از مرزها در سطح بین‌الملل با استفاده از قدرت تکنولوژی جدید ارتباطات و رسانه‌های جمعی، توسعه داده‌اند؛ بنابراین، اخیراً ادبیاتی در حال رشدی در رویکردهای روابط بین‌الملل پدیدار گشته است که در قالب آن، نقش رسانه در سیاست‌گذاری بین‌المللی، مطرح نظر قرار گرفته است.

در چارچوب ادبیات رسانه و سیاست، اهمیت سیاسی رسانه می‌تواند به شیوه‌های مختلف ارزیابی شود. نخست، رسانه‌های جهانی، یک «دهکده جهانی» را ایجاد کرده‌اند که [در آن] شیوه نگرش شهروندان کشورها نسبت به خودشان و دیگران تغییر کرده است. رسانه‌ها همزمان با ارائه اطلاعات، فرایند یادگیری مردم درباره جهان را نیز شکل می‌دهند؛ از این رو، رسانه‌های جمعی نفوذ برجسته‌ای بر برداشت شخصی مردم از جهان دارند. بر این اساس، رسانه به ابزار مهمی برای معرفی هویت «گروه خودی»^۲ در برابر هویت «گروه غیر خودی»^۳ از طریق بیان یک سلسله تقابلی‌ها و تضادها، تبدیل شده است. و نهایتاً برداشت‌ها از دیگران در روابط بین‌الملل از منظر ایجاد دوستان و دشمنان دولت حیاتی است. به عبارت دیگر، رسانه‌ها در ساختن واقعیت سیاست بین‌الملل کمک می‌کنند.

دوم، اهمیت سیاسی رسانه‌ها را می‌توان از طریق تغییر در شیوه مفصل‌بندی قدرت دولت شناسایی کرد. رسانه‌ها موجب تکثر نیروهایی شده‌اند که در برابر قدرت نفوذ و کنترل دولت مبارزه می‌کنند. اساساً این رسانه‌های محلی، ملی و بین‌المللی‌اند که اطلاعات و معلومات بین کشورها را به گردش درآورده، روابط بین مردم از سطح محلی تا سطح بین‌المللی را شکل می‌بخشند (BoydBarrett and Rantanen, 2001: 127).

سوم، رسانه‌های جهانی همواره مخاطبان خود را به سمت جنگ، صلح و روندهای دیپلماسی سوق داده‌اند. تلاش رسانه‌های جهانی برای جلب افکار عمومی، بحران‌ها و منازعات را در صدر مسائل قرار می‌دهند تا بتوانند مخاطبان خود را برای اعمال نفوذ و اعمال فشار بر سیاست

1. The non-state centric discourses.

2. 'in-group'.

3. 'out-group'.



دولت‌ها، تشویق کنند. همزمان، حکومت‌ها نیز می‌توانند به منظور تنظیم دستور کار جنگی و به منظور معرفی دیدگاه خود نزد افکار عامه در راستای اهداف مورد نظرشان، از سیستم‌های رسانه‌ای بهره ببرند. مفهوم «تأثیر سی‌ان‌ان» از دهه ۱۹۹۰ به این سو به همین پارادایم اشاره داشته است. علاوه بر آن، در پارادایم جدیدی از سال ۲۰۰۰ به بعد، اینترنت و دیگر تکنولوژی‌های اطلاعات شبکه‌ای بر سیاست جهانی تأثیرگذار بوده است؛ از جمله دموکراسی‌سازی و تروریسم که از آن به عنوان «تأثیر الجزیره» یاد می‌شود (Seib, 2008).

بر اساس نکات سه‌گانه فوق، می‌توان گفت که قدرت رسانه‌ها در ادبیات «رسانه و سیاست»، به‌ویژه از جهت تأثیر رسانه‌ها بر سیاست داخلی، تصمیم‌سازی در سیاست خارجی، ارائه تصویر از بازیگران سیاسی، ایجاد جامعه مدنی جهانی، حوزه عمومی و فعالیت سیاسی، نهفته است (De Jong et al, 2005). مقاله در صدد است که با عبور از ادبیات تحقیق، نقش رو به رشد رسانه‌ها در سیاست بین‌الملل را با تأکید بر مفهوم «تأثیر سی‌ان‌ان» و «تأثیر الجزیره» مورد توجه قرار دهد.

این ارزیابی کمک می‌کند درک کنیم که چطور رسانه از ایالات متحده به دیگر نقاط دنیا جریان پیدا می‌کند؟ امری که «تأثیر سی‌ان‌ان» نامیده می‌شود، موجب شکل‌گیری «قدرت نرم» شده و امریکا را به عنوان «قدرت هژمونیک جهانی»^۱ در دهه ۱۹۹۰ مطرح کرد. در دهه نخست هزاره سوم، چهارچوب‌های گسترده‌تر فناوری اطلاعات و شبکه‌های جدید در قالب مقابله با هژمونی امریکا شکل گرفت.

در این مطالعه، «تأثیر الجزیره» برای مفهوم‌سازی روند جدیدی از ضد هژمونی استفاده شده است. این «تأثیر» به عنوان نقطه عطفی جهت بازاندیشی تاریخ جهان و مسائل بین‌المللی به‌شمار می‌رود؛ از این رو، نکته‌ای که در این مطالعه برجسته شده، این فرض است که رسانه‌های جدید، قدرت در سیاست بین‌الملل را متکثر ساخته و با شعله‌ور ساختن جنگ اطلاعات، مبارزه را به سطوح دیگری کشانده است. رسانه‌ها از مجرای ایجاد یک عرصه قدرت‌مند از روایت‌های غیر غربی، استدلال‌ها و مفروضات در برابر سلطه دیدگاه‌های غربی در عرصه اطلاع‌رسانی، بر سیاست بین‌الملل تأثیر می‌گذارند. به‌طور خلاصه، رسانه‌ها ارتقای جایگاه دیگران در سیاست بین‌الملل را سرعت می‌بخشند؛ امری که به عنوان ظهور «جهان پساامریکایی» توصیف می‌شود (Zakaria, 2008).



1. Global hegemonic power.

۲. قدرت رسانه‌ها در سیاست داخلی؛ دیده‌بانی

بدون فهم کارکردهای سیاسی و تأثیرگذاری رسانه‌ها بر ملت‌ها، نمی‌توان یک تصویر جامع از تأثیرات آن‌ها بر دولت‌ها و روابط بین‌الملل داشت؛ از این رو، این بخش برای تبیین پنج کارکرد رسانه اختصاص یافته است (Kuhn, 2007: 21)، که شامل ارائه اطلاعات، تعیین موضوع، نظارت عمومی، بسیج سیاسی و مشروعیت‌بخشی به رژیم می‌شود.

در نخستین کارکرد، نقش رسانه‌ها در بیان، بازتولید و اشاعه اطلاعات، ایدئولوژی و ارزش‌ها در ساختارهای وسیع اجتماعی و بین‌المللی، موجب شکل‌گیری رابطه محکمی میان جامعه و رسانه‌ها می‌شود (Richardson, 2007: 114). این نقش، رسانه‌ها را ابزار ایدئولوژیکی برای تولید معنا و عادی‌سازی روابط قدرت ساخته و آن‌ها وسیله‌ای برای تثبیت سلطه به‌شمار می‌روند. سیاست‌مداران می‌خواهند با هدف به حداکثر رساندن رأی‌دهندگان خود در راستای بهبود شرایط و برداشت مطلوب، بر اطلاعات تأثیر بگذارند؛ بنابراین، نقش گفتمان رسانه‌ای در بیان ایده‌ها از رهگذر این‌که مردم درباره خود و دیگر ملت‌ها چگونه فکر می‌کنند، اساسی است. رسانه‌ها با گزینش، سازمان‌دهی و اهتمام بر اخبار خاصی، تصمیم می‌گیرند که چه چیزی موضوع داغ گفت‌وگوهای عمومی قرار گیرند. رسانه‌ها نمی‌توانند ما را مجبور کنند که چه فکر کنیم؛ ولی با توجه به کارکرد «تعیین آجندا» یقیناً تأثیرگذارند که درباره چه چیزی و چگونه فکر کنیم. رسانه‌ها در برخی موارد به‌عنوان پنجره‌ای به مسائل سیاسی، و یا به‌عنوان بلندگویی^۱ برای [نشر] پیام‌های سیاست‌مداران عمل می‌کنند؛ بنابراین، تمرکز بر موضوع خبری ویژه به‌عنوان نتیجه «تعیین آجندا»، می‌تواند در راستای متقاعدسازی و اداره افکار عمومی به کار گرفته شود.

بر اساس دیدگاه «نای»^۲ (۲۰۰۴: ۵۳)، افزایش روزافزون جریان اطلاعات از طریق رسانه‌ها باعث شده است که دولت‌ها کنترل سستی خود بر اطلاعات مرتبط به سیاست را از دست بدهند. سرعت جریان اطلاعات موجب شکل‌گیری سیستمی شده است که در چارچوب آن، قدرت کنترل اطلاعات به‌صورت گسترده توزیع شده است و این به‌معنای تمرکززدایی و کاهش کنترل رسمی بر برنامه‌های حکومت است. در این چارچوب، رسانه‌ها تنها ابزاری برای بازتولید مناسبات قدرت نیستند؛ بلکه افزایش‌دهنده نیروهایی‌اند که در برابر نفوذ و کنترل دولت مبارزه

1. Megaphones.

2. Nyc.



می‌کنند. کارکرد رسانه‌ها به‌عنوان «دیدبان عمومی»^۱ ایجاب نظارت بر رفتار نخبگان را نموده، از یک‌طرف موجب پاسخ‌گویی سیاست‌مداران در قبال مردم می‌شود و از جانب دیگر، به توانمندسازی شهروندان و رأی‌دهندگان کمک می‌کند.

علاوه بر این، احزاب سیاسی و گروه‌های فشار می‌توانند رسانه‌ها را برای «بسیج سیاسی» در راستای اهدافی از قبیل عضوگیری، فراخوان نشست‌های عمومی، تصفیه حساب محلی، اعتراض و مظاهره و مبارزات انتخاباتی، به کار گیرند. آخرین کارکرد سیاسی رسانه‌ها «مشروعیت‌بخشی به رژیم» است. رسانه‌ها، جامعه‌پذیری شهروندان در راستای پذیرش هنجارهای رایج اجتماعی و نهادهای تمثیل‌کننده را تسهیل کرده، از این طریق به مشروعیت نظام سیاسی کمک می‌کنند. از طرف دیگر، رسانه‌ها می‌توانند افزایش بدبینی سیاسی و کاهش انگیزه رأی‌دهندگان را هدف قرار دهند. این امر، موجب کاهش انگیزه و اعتماد حداقلی بخشی از مخاطبان می‌شود (Kuhn, ۲۰۰۷: ۳۰).

در مورد پتانسیل رسانه‌ها^۲ می‌توان گفت که بستگی به این دارد که چه گستره از فرایند سیاست‌گذاری در کنترل سیاست‌مداران است در مقایسه به منابع رسانه‌ای. سؤال کلیدی در این زمینه این است که چه کسی تعیین می‌کند که چه چیزی مورد توجه قرار گیرد و یا نگیرد؟ به این سؤال به شیوه‌های متفاوت در چارچوب تئوری‌های مختلف، به‌خصوص در چارچوب ارتباطات سیاسی و اقتصاد سیاسی، پاسخ داده شده است (Herman and Chomsky, 2002). تئوری نخست بر قدرت واژگان، صدا و تصاویر به‌عنوان امور تأثیرگذار بر پالیسی‌سازی تأکید دارد؛ اما رویکرد اقتصاد سیاسی برعکس، قدرت و روابط مالکیت را که تعیین‌کننده محدودیت‌های ساختاری و ارتباطات است، برای ارزیابی نفوذ بر فرایند تصمیم‌گیری مورد توجه قرار می‌دهد.

بر اساس این رویکرد، رسانه‌های خصوصی در یک دولت لیبرال که از مصونیت قانونی آزادی بیان برخوردار باشند، متفاوت از رسانه‌ای هستند که مالکیت و فعالیتش در اختیار احزاب سیاسی و یا دولت می‌باشد؛ به‌عنوان مثال: حکومت‌های کثرت‌گرا و دموکراتیک مواجهه رقابتی‌تر در سامان‌دهی اخبار نسبت به حکومت‌های غیر دموکراتیک دارند. رسانه‌ها هم‌چنین برای توجیه



1. Public watchdog.

۲. رابینسون (۲۰۰۴: ۳۱) اظهار می‌دارد که تعامل رسانه و سیاست چهار نوع است: رسانه‌های حمایتی، بدون انتقاد از سیاست رسمی؛ رسانه‌های بی‌طرف و غیر تأثیرگذار؛ رسانه‌های انتقادی، با تأثیرگذاری اندک برای تغییر سیاست؛ رسانه‌های جانبدار و تأثیرگذار بر خروجی‌های سیاسی.

تصمیم‌گیری‌های سیاسی نخبگان و حمایت عمومی از آن‌ها قابل استفاده هستند (Roselle, 2006: 9). در رژیم‌های دموکراتیک، قدرت رهبران متکی به آرای مردم است. به همین خاطر است که آن‌ها از رسانه برای تبیین و مشروعیت‌دهی به پالیسی‌ها استفاده می‌کنند. معنای این حرف این است که رسانه‌ها به‌عنوان رکن چهارم دموکراسی، نقش بازدارنده در برابر قدرت نامحدود را بازی می‌کنند. به عبارت دیگر، رسانه‌ها دیدبان‌های مستقل از سیستم هستند.

علاوه بر دموکراسی، آزادی نامحدود بازار اخبار، تضمین‌کننده آزادی مطلوب ارتباطات نیست (Keohane, 1991). بازاریابی اعطای امتیاز به سخنرانی‌های سازمانی و گزینه‌های بیش‌تر برای سرمایه‌گذاران نسبت به شهروندان عادی را توجیه می‌کند. مهم‌ترین نکته در این‌جا، توانمندسازی شهروندان است، نه صرفاً رضایت‌مندی آن‌ها به‌عنوان مصرف‌کنندگان. در این زمینه، راه سومی که می‌تواند مورد توجه قرار گیرد، «همبستگی» ارتباطات رسانه‌ای است که نه توسط دولت کنترل می‌شود و نه توسط بازارهای مالی. کارکرد سلامت فضای عمومی به‌عنوان یکی از کارکردهای رسانه‌ها در مؤسسات رسانه‌ای جامعه مدنی، غیر انتفاعی، عمومی و به‌لحاظ قانونی تضمین شده، میتواند افزایش یابد. ظهور بازیگران غیر دولتی موجب عرضه دیدگاه‌ها، اطلاعات و سیاست خارجی رقابتی در قبال دیدگاه، اطلاعات و سیاست خارجی دولتی گردیده، نفوذ دولت‌ها بر پوشش رسانه‌ای سیاست خارجی را محدود می‌سازد. توسعه تنوع رسانه‌ها و ارتباطات غیر دولتی، نقش خارک‌های دایمی در داخل قدرت سیاسی را بازی کرده، تسهیل‌کننده ارتباطات به‌معنای واقعی برای شهروندان، زندگی، کار، عشق، جدال و تحمل دیگران در یک جامعه واقعاً تکثرگرا است. به‌طور خلاصه، این‌که از چه چیزی صحبت و چه چیزی در یک جامعه فهم می‌شود، بستگی به نقش تلویزیون، آزادی بیان، دسترسی به رسانه‌ها و ارزش اخبار در یک جامعه دارد.

از طرفی هم این نکته باید مورد توجه قرار گیرد که یک رابطه بین سیاست‌مداران و رسانه‌ها در راستای همکاری و ارزیابی مشترک وجود دارد. رسانه‌ها تنها در اختیار سیاست‌مداران نیست که در راستای منافع و اهداف تاکتیکی خود استفاده کنند؛ بلکه رسانه‌ها انگیزه و منافع خود را دارند که آن‌ها را به سمت روابط و تعامل بسیار پیچیده با افراد و نهادها سوق می‌دهند.



۳. قدرت رسانه‌ها در روابط بین‌الملل: تأثیر سی‌ان‌ان

افکار عمومی داخلی و جهانی، عوامل کلیدی تنظیم سیاست خارجی در عصر رسانه‌ها محسوب می‌شوند. پیش از این، سیاست بین‌الملل در پشت درهای بسته به صورت محرمانه و با مانورهای مخفیانه انجام می‌شد (McNair, 1998: 177). در طول قرن بیستم، حکومت‌ها از رسانه‌ها برای نفوذ بر افکار عمومی در راستای [حمایت] از سیاست خارجی مورد علاقه‌شان بهره بردند. کوهن (Cohen, 1986)، با بررسی دفتر امور خارجی بریتانیا^۱ دریافته است که بخش‌های مختلف حکومت، مقامات و وزراء، در سطح اجرای سیاست‌ها، از رسانه‌های جمعی به‌عنوان کانال‌های ارتباطی مستقیم با جوامع بیرونی به‌منظور تبیین و تقویت یک پالیسی و یا پنهان‌کردن یک سیاست از افکار عمومی خارجی‌ها، استفاده می‌کنند. کوهن اشاره می‌کند که سیاست‌مداران در مذاکرات بین‌المللی از رسانه‌های جمعی به‌منظور مدیریت افکار عمومی جهانی و تأثیر بر دیگر دولت‌ها بهره می‌برند. می‌توان گفت که تأثیر غیر مستقیم رسانه‌ها تا حد زیادی بستگی به اعمال فشار از سوی حامیان دولت‌ها و گروه‌های فشار دارد. فشارها می‌توانند منتج به تغییر پالیسی در مرحله پلان‌گذاری برای تصمیم‌گیری در عرصه سیاست خارجی شود.

ایالات متحده آمریکا، مخصوصاً در دوران جنگ سرد، از رسانه‌ها برای نشر پیام‌های ایدئولوژیکی خود به دیگر نقاط جهان بهره برد. رسانه‌ها در کنار قدرت سخت و ابزارهای اقتصادی آمریکا به این کشور کمک کرد که هژمونی خود را تقویت کند. جریان رسانه‌ها از آمریکا به دیگر کشورها باعث شد که تبلیغاتی ضد کمونیستی این کشور گسترش یابد و به متحدینش اطمینان دهد که دغدغه فرااتلانتیکی در برابر تهدید شوروی به‌جا بوده است. ارائه تاکتیکی اطلاعات نادرست درباره جبهه مخالف، تلاش‌های شوروی را غیر مؤثر و افکار عمومی بین‌المللی را مدیریت می‌کرد.

با توجه به این موضوع، مکینر (McNair, 1998: 178) با مطالعاتی که در چند مورد از روابط شرق و غرب در دوران جنگ سرد انجام داد، ادعا کرد که ماهیت دشمن تغییر کرده است؛ زیرا تصاویر و نمادها در رسانه‌ها دستکاری می‌شوند. مطالعات مکینر نشان داد که رسانه‌ها به‌عنوان ابزار اشاعه تصاویر بازیگران سیاسی، نقش مهمی در روابط بین‌الملل ایفا می‌کنند.



1. British Foreign Office.

سی‌ان‌ان در دهه ۱۹۸۰، فعالیت خود را در مقیاس جهانی با نشر اخبار بین‌المللی به صورت ۲۴ ساعته، با استفاده از گزارشگران محلی از نقاط مختلف دنیا، شروع کرد. این شبکه خبری در طول شورش میدان «تیان انمن»^۱ چین در سال ۱۹۸۹ با نشر گزارش ۲۴ ساعته، کاری تحسین‌برانگیز انجام داد؛ چنان‌که موفقیت برجسته دیگر سی‌ان‌ان در سال ۱۹۹۱ پوشش خط مقدم نبرد، در طول جنگ خلیج فارس بود. پوشش خبری سی‌ان‌ان به جامعه بین‌المللی کمک کرد تا بدانند که در عراق چه می‌گذرد. سی‌ان‌ان توجه خود را به سمت نقاط منازعه و در راستای تغییر اذهان مردم معطوف ساخت؛ به‌عنوان مثال: این روشن است که تصاویر کودکان قحطی‌زده در بحران سومالی، رئیس‌جمهور بوش را وادار به اقدام کرد.^۲

اطلاع‌رسانی سی‌ان‌ان از طریق تلویزیون و اینترنت هم‌چنان برای مخاطبان جهانی نفوذ و مؤثریت خود را دارد. ایستگاه تلویزیونی سی‌ان‌ان در بررسی فشرده تیلور (Taylor, 1997: 58) از توسعه تاریخی رسانه‌ها و روابط سیاسی بین‌المللی، به‌عنوان کانال مستقیم دیپلماسی بین سیاست‌مداران، مردم و دیگر بخش‌های دنیا، دانسته شده است.

«مطالب زیادی قبلاً توسط مؤرخان در مورد نقش رو به رشد رسانه‌ها نوشته شده است؛ از جنگ مطبوعاتی آنگلو-جرمن در زمینه‌سازی برای جنگ جهانی اول گرفته تا نقش روزنامه، سینما و رادیو در برنامه «بازسازی اخلاقی» در دوره قبل از جنگ جهانی دوم. حالا نیز یک حجم فزاینده از مطالب وجود دارد در مورد این که چگونه رسانه‌ها به عنوان سلاح فیزیکی در داخل و خارج از کشور نهادینه گردید؛ نخست بین سال‌های ۱۹۳۹ تا ۱۹۴۵ و متعاقب آن در دوران جنگ سرد. امروزه اگر یک دولت‌مرد بخواهد که یک بیانیه عمومی ایراد کند و یا پیامی را به سراسر جهان بفرستد، او گزینه سی‌ان‌ان را به‌جای استفاده از کانال‌های سنتی دیپلماتیک در اختیار دارد.»

همان‌طور که تیلور اشاره کرده است، بخش‌های مختلف حکومت، مقامات و وزرا از رسانه‌های جمعی به‌عنوان خط تماس مستقیم با جوامع به‌منظور توضیح یک پالیسی، برای مردم خودش یا افکار عمومی جهانی و یا تقویت یک دیدگاه و احیاناً پنهان‌سازی یک سیاست، استفاده می‌کنند؛ بنابراین، به نظر می‌رسد که رسانه‌ها ارزیابی جامعه بین‌المللی را از طریق اطلاع‌رسانی که پلی

1. Tiananmen Square uprising.

۲. هم‌چنین نگاه کنید به:

BabakBahador, *the CNN effect in Action: How the News Media Pushed the West toward War in Kosovo*, New York: Palgrave MacMillan, 2007.

بین گروه‌ها و افراد در سراسر جهان ایجاد می‌کند، امکان‌پذیر می‌سازد.

چنین جایگاهی، رسانه‌ها را بخش جدایی‌ناپذیر از روابط بین‌الملل می‌سازد. در بخش آتی با عبور از تلخیص تیلور در مورد توسعه تاریخی رسانهها و روابط سیاسی، نقش رسانه‌ها در دو عرصه از روابط بین‌الملل مورد توجه قرار گرفته است: مطالعات جنگ و صلح.

۴. تأثیر سی‌ان‌ان: رسانه‌ها در عرصه جنگ و صلح

از دهه ۱۹۹۰، گفت‌وگوی مسلط در مناسبات رسانه و سیاست بر آنچه «تأثیر سی‌ان‌ان» نامیده می‌شود، متمرکز شده است. «استیو لوینگستون» سه رویکرد متفاوت در مورد تأثیر سی‌ان‌ان را تعریف کرده است (Livingston, 1997: 4-6). وی اظهار می‌دارد که رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان عامل تنظیم آجندا مرتبط به گزینش و انتخاب به‌خاطر منافع ملی، عمل کنند. رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان عامل شتاب‌زا جهت کوتاه‌سازی زمان پاسخ به یک تصمیم و یا سیاست‌گذاری عمل کنند و یا به‌عنوان عامل بازدارنده با استفاده از فشار افکار عمومی ظاهر شوند.

رسانه‌های خبری به‌عنوان عامل تنظیم آجندا، وظیفه مهم تعریف مسائل و کمک به افکار عمومی جهت درک جدیدترین درجه‌بندی اولویت‌ها و هم‌سویی‌ها را دارند. در این چارچوب، رسانه‌ها می‌توانند به توجیه اقدامات دولت‌ها از طریق پوشش خبری و جهت‌دهی افکار جهانی، کمک کنند؛ به‌عنوان مثال: جنگ ایالات متحده آمریکا علیه عراق در سال ۲۰۰۳ از طرف کاخ سفید به‌عنوان جنگ برای آزادی توصیف شد و برای حمایت از آن، تبلیغات رسانه‌ای صورت گرفت. رسانه‌های مدرن در جنگ عراق به‌عنوان متحدین قوی جهت توجیه جنگ و بسیج حمایت عمومی از آن عمل کردند.

رسانه‌ها به‌عنوان عامل شتاب‌زا، بر استراتژی‌ها و رهبران سیاسی با ایجاد حس فوریت، اضطراب و افزایش آگاهی عمومی اثر گذاشته، مسئولان را به سمت انجام اقدامات خاص سوق می‌دهند. اما پوشش رسانه‌ای به تنهایی تأثیر خاصی بر سیاست خارجی را تضمین نمی‌کند صرف نظر از اینکه رسانه‌ها چگونه تأثیر مستقیم بر نخبگان پالیسی‌ساز داخلی و بین‌المللی ممکن است داشته باشند. هم‌چنین، صرف پوشش رسانه‌ای نمی‌تواند تضمین‌کننده پاسخ خاصی در سطح سیاست خارجی باشد؛ به‌عنوان مثال: با وجود پوشش رسانه‌ای از جنایت در بوسنی و نسل‌کشی در رواندا، هیچ‌یک از قدرت‌های غربی برای سال‌ها مداخله نکردند.



بر اساس رویکرد سوم در مورد تأثیر سی‌ان‌ان- به‌عنوان عامل بازدارنده- رسانه‌ها تسهیل‌کنندهٔ تکثیر جریان‌ها و ورود طرف‌های سوم در منازعات بوده، با سامان‌دهی افکار عمومی، بر پالیسی‌سازان در منازعات سیاسی تأثیر می‌گذارند. نتیجهٔ فعالیت رسانه‌ها می‌تواند مخالفت با سیاست خارجی باشد که ریشه در دسته‌بندی‌های سیاسی داخلی دارد. در چنین شرایطی، توانایی رسانه‌ها مبنی بر گسترش مخالفت با سیاست رسمی نزد مردم، گروه‌های فشار و گروه‌های ذی‌نفع، زمینه‌ساز تغییر موازنه از شکست اداری به‌سوی کنترل پروسهٔ مدیریت بحران است (Wolfsfeld, 2004: 69).

به‌عنوان مثال: شکست امریکا در جنگ ویتنام، نتیجهٔ انتقاد رسانه‌ها از سیاست خارجی آن کشور بود. در مورد جنگ ویتنام، مباحث رسانه‌ها متأثر از اختلافات سیاسی داخلی و گسترش عدم رضایت از حضور ناکام در جنگ نامحدود بود. رسانه‌ها باعث شدند که دولت شکست‌خوردهٔ جانسون به مردم و کنگرهٔ امریکا توضیح دهد که چرا سربازان این کشور در ویتنام می‌جنگیدند. به همین خاطر، واکنش قوی عمومی در برابر سیاست خارجی دولت امریکا شکل گرفت. قابل درک است که پیوند سه‌جانبه بین رسانه‌ها، سیاست خارجی و افکار عمومی، عنصر کلیدی مؤثریت رسانه‌ها برای دستیابی به یک تصمیم مشخص در سیاست خارجی به‌شمار می‌رود. نقش رسانه‌ها در اجرای پالیسی‌ها، آن‌ها را قادر می‌سازد که فضای مساعدی را برای تصمیم‌گیری مقامات از طریق برجسته‌سازی مسائل مشخص فراهم کرده، توجه و حمایت عمومی از آن تصمیم را برانگیزد؛ هرچند این موضوع توسط برخی از دانشمندان که برای رسانه‌ها تأثیرگذاری واضح علمی بر افکار عمومی قایل نیستند، رد شده است.^۱

همان‌طور که موضوع در قالب مثال‌ها بیان شده است، دغدغهٔ اصلی «تأثیر سی‌ان‌ان» بررسی شرایط تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مداخلات بین‌المللی است. علاوه بر این، رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان یک انجمن در راستای صلح‌سازی عمل کنند؛ جایی که طیف وسیعی از نمایندگان موافق و مخالف ترغیب می‌شوند که دیدگاه‌شان را در یک مناظرهٔ عمومی باز و دموکراتیک به‌شمول دیدگاه رهبران، فعالان سیاسی و شهروندان، ابراز دارند؛ بنابراین، نقش رسانه‌ها در ایجاد محیط

۱. هم چنین نگاه کنید به:

IenAng(1996) Living-room Wars: Rethinking Audiences for a Postmodern World. London: Routledge; Catherine Murray and Kim Schroder (2003) Researching Audiences: A Practical Guide to Methods in Media Audience Analysis, Bloomsbury Academic; John L. Sullivan (2012) Media Audiences: Effects, Users, Institutions, and Power, London: SAGE Publications.

و فضای سیاسی که منجر به توافق و مصالحه اطراف روند صلح شود، مهم است (Wolfsfeld, 2004: 12).

از طرفی هم رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان عامل مخرب روند صلح ایفای نقش کنند. آن‌ها می‌توانند بر ریسک‌ها و خطرات ناشی از توافق و امتیاز کسب مشروعیت مخالفین تأکید کرده، رفتارهای منفی دشمن را برجسته سازند. علاوه بر این، رسانه‌ها می‌توانند روند صلح را به شکل منفی تحت تأثیر قرار دهند. این کار می‌تواند از طریق کاهش حمایت عمومی از اهداف اساسی صلح و عمومی‌سازی ابتکارات حساس سیاست خارجی انجام شود و یا این‌که رسانه‌ها به‌عنوان ابزار شروع جنگ و نسل‌کشی عمل کنند؛ از این رو، دسترسی بیش از حد به رسانه‌های خبری، شانس دستیابی به یک توافق را کاهش می‌دهد. این نکته را نباید فراموش کرد که رسانه‌ها صرفاً کانال‌های ارتباطی خنثی نیستند؛ بلکه انگیزه‌ها و چارچوب‌های خاص خود را دارند که در قالب آن یک موضوع را پوشش می‌دهند.

هاموند (Hammond, 2007: 11) با توجه به تغییر ماهیت جنگ از جنگ سرد به این‌سو، به نکته قابل توجهی دست یافته است. او استدلال می‌کند که سیاست ترس و «جامعه خطر»، موجب فهم جدید از جنگ شده است؛ مخصوصاً بازنشر مکرر حادثه تروریسی ۱۱ سپتامبر، تصاویر اصابت هواپیماها به برج‌های مرکز تجارت جهانی و سقوط آن مرکز، توسط رسانه‌های جمعی و پوشش جنبه‌های روانی این حادثه موجب افزایش احساس ناامنی و تشدید جنگ روانی شد (Kellner, 2003: 144).

در ادبیات دانشگاهی، نقش رسانه‌های امریکایی در دوران بوش «جنگ علیه تروریسم» و این‌که رسانه‌های ملی چگونه با حوادث و رژیم صدام‌حسین در عراق پیوند برقرار کردند، به اشکال مختلف بیان شده است (Bennett et al, 2007; Rampton and Stauber, 2003). روایت اخلاقی واشنگتن در مورد جنگ عراق (King and Wells, 2009: 158)، همه عناصر یک چارچوب کامل و عینی را به‌منظور جلب حمایت عمومی از جنگ عراق ارائه کرد. دوره پس از ۱۱ سپتامبر زمینه اقدامات پیش‌گیرانه به‌منظور جلوگیری از خطرات و تهدیدات را برای رهبران غربی فراهم کرده است. این امر، اصول جدیدی را برای مداخلات بشردوستانه و حقوق بشری ارائه کرد. آن‌ها امیدوار بودند که از این طریق، احساس هدفمندی و معناداری جامعه و خودشان را احیا کنند؛ بنابراین، می‌توان گفت که تداوم جنگ و عملیات علیه تروریسم به‌عنوان رخدادهای



رسانه‌ای در تغییر ماهیت جنگ کمک کرده است. این چرخش بنیادین در سیاست جوامع غربی، منجر به اهمیت پوشش رسانه‌ای شده است که از طریق تأکید شدید بر تصویر، نمایش و پخش رسانه‌ای انجام می‌شود.

۵. قدرت رسانه‌های جدید در روابط بین‌الملل: تأثیر الجزیره

» به‌عنوان واقعیت قرن بیست و یکمی، سنجش قدرت بستگی به اطلاعات دارد و اطلاعات از طریق ارتباطات و رسانه‌های جمعی عرضه می‌شود. در حالی که وابستگی نظام بین‌المللی بر توسعه اطلاعات و فناوری ارتباطات به‌صورت منظم و دوامدار در حال افزایش است، ارتش، سیاست‌مداران، مقامات رسمی، نهادهای بین‌المللی، سازمان‌های غیر دولتی و دیگر بازیگران بین‌المللی از ارتباطات به‌عنوان منبع قدرت، بهره می‌برند.

به‌عنوان واقعیت قرن بیست و یکمی، سنجش قدرت بستگی به اطلاعات دارد و اطلاعات از طریق ارتباطات و رسانه‌های جمعی عرضه می‌شود. در حالی که وابستگی نظام بین‌المللی بر توسعه اطلاعات و فناوری ارتباطات به‌صورت منظم و دوامدار در حال افزایش است، ارتش، سیاست‌مداران، مقامات رسمی، نهادهای بین‌المللی، سازمان‌های غیر دولتی و دیگر بازیگران بین‌المللی از ارتباطات به‌عنوان منبع قدرت، بهره می‌برند. دولت‌مردان در هزاره جدید متوجه هستند که نحوه عملکرد در سیاست بین‌المللی می‌تواند چهره یک دولت را نزد مخاطبان جهانی و حتی رأی‌دهندگانش تغییر دهد. موفقیت در سیاست خارجی، محبوبیت رهبران را افزایش داده، شانس انتخاب مجددشان در سیاست داخلی را بالا می‌برد. در چارچوب این ادبیات، مطالعه جاری واضح می‌سازد که در کنار قدرت نظامی و اقتصادی، رسانه‌ها نقش کلیدی در افزایش قدرت و نفوذ بر دیگر دولت‌ها در روابط بین‌الملل دارند. مهم‌تر این‌که این بخش از تحقیق، با تمرکز بر مفهوم «تأثیر الجزیره» اثبات می‌کند که هژمونی ایالات متحده آمریکا در جنگ اطلاعاتی به چالش کشیده شده است.

پیش از دیگران «سیب» در سال ۲۰۰۸ مفهوم «تأثیر الجزیره» را به‌منظور

اشاره به تأثیرات الجزیره در جهان عرب به کار برد. به‌صورت مشخص، روند توانمندسازی گروه‌ها و ملت‌های ساکت و حاشیه‌نشین، «تأثیر الجزیره» نامیده شد. به تعقیب آن، مفهوم «تأثیر الجزیره» برای معرفی شبکه‌های جدید بین‌المللی و رسانه‌های خبری جدید اینترنتی در روابط بین‌الملل به کار برده شد (Scib, 2012).

شبکه الجزیره در سال ۱۹۹۶، توسط امیر قطر به‌منظور نشر اخبار انتقادی و بدون سانسور در



خاورمیانه و با شعار «نظر و نظر دیگر» تأسیس شد. الجزیره شکستن هژمونی رسانه‌های خبری بین‌المللی طرفدار غرب، شامل بی‌بی‌سی جهانی و سی‌ان‌ان، را هدف خود قرار داد. الجزیره مدعی شد که زمینه چشم‌انداز جدید به جهان را فراتر از عینک غرب، فراهم می‌کند. وب‌سایت الجزیره در سال ۲۰۰۳ به منظور افزایش مخاطب و نفوذش، در دسترس انگلیسی‌زبان‌ها قرار گرفت. الجزیره در فراهم‌سازی بستر گفت‌وگو در مورد مشکلات جهان عرب، نقش برجسته‌ای را بازی کرده و تقاضا برای تغییر دموکراتیک را که به معنای قدرت تأثیرگذاری بر سیاست و افکار عمومی باشد، افزایش داده است. افزون بر این - چنان‌که در جنگ عراق نیز دیده شد - الجزیره دیدگاه و اقدامات آمریکا را در سراسر جهان با گسترش شبکه‌های خبری محلی، به چالش کشیده است. ژورنالیست‌ها و شبکه‌های غیر غربی، دیدگاه عراقی‌ها را مورد گفت‌وگو قرار دادند. به این ترتیب، جهانیان به راحتی می‌توانند آنچه را در آن‌جا رخ می‌دهد، از چشم‌اندازهای متفاوت ببینند. پخش رویدادهای بین‌المللی، انحصار رسانه‌های غربی در گزارش و تعریف از جنگ را پایان بخشید. دفتر الجزیره در نیویورک به منظور دسترسی مطمئن کابلی و ماهواره‌ای مخاطبان آمریکایی به برنامه‌هایش، در سال ۲۰۱۲ فعالیت خود را آغاز کرد.

با وجودی که این امور جنبه‌های مختلف از واقعیت جهان پساامریکایی هستند؛ اما فرید ذکریا (Zakaria, 2008: 74-78) معتقد است که غرب هنوز الگوی پیشرفت و مدرنیته را ارائه می‌کند و بقیه جهان از آن تقلید و تحسین می‌کنند؛ به‌عنوان مثال: الجزیره انگلیسی در میزگردهای سیاسی، نوع نگاه، کارشناسان روی خط و مناظرات خود از الگوی سی‌ان‌ان استفاده می‌کند. بقیه جهان در صدد به چالش کشیدن هژمونی آمریکا هستند [ولی] با نوع نگاه غربی.

البته، فقط شبکه الجزیره انگلیسی از قطر نیست که در برابر هژمونی رسانه‌ای غرب قرار گرفته است؛ بلکه تلویزیون مرکزی چین (CCTV) و راشا تودی (RT) انگلیسی نیز دیدگاه‌های متفاوت در قبال مسائل جهانی را مطرح کرده، از این طریق با انحصار غرب بر جریان اطلاعات و مخصوصاً هژمونی ایالات متحده آمریکا مبارزه می‌کنند (Xic and Boyd-Barret, 2015: 71-73). سی‌سی‌تی‌وی، شبکه دولتی چین، فعالیت خودش را به‌عنوان سخن‌گوی حزب کمونیست چین در سال ۱۹۵۸ آغاز کرد؛ اما به‌صورت منظم به سمت کسب جایگاه بلندپروازانه جهانی با سرویس‌دهی به زبان‌های چینی، انگلیسی، اسپانیایی، فرانسوی، عربی و روسی، توسعه یافت. علاوه بر این، شعبه آمریکایی سی‌سی‌تی‌وی در واشنگتن دی سی و سی‌سی‌تی‌وی برای آفریقا



در نایروبی، پایتخت کنیا، به صورت رسمی فعالیت خود را در سال ۲۰۱۲ آغاز کردند. سی‌سی تی‌وی، امروز بازتاب‌دهنده اولویت‌های سیاسی پکن در راستای عدم مداخله و پرهیز از خشونت است. راشا تودی اما برخلاف سی‌سی تی‌وی، از زمان فعالیتش در پایان ۲۰۰۵، اخبار بین‌المللی را با دیدگاه انتقادی در برابر اقتصاد و سیاست ارائه کرده، نقطه نظر روسیه را به زبان انگلیسی تبیین کرده است. از این گذشته، کرملین منبع مالی برای تأسیس کانال عرب‌زبان روسی «الیوم» در ۲۰۰۷ را تأمین کرد و همچنین کانال‌های اسپانیایی‌زبان و امریکایی راشا تودی در سال‌های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۰ راه‌اندازی گردید.

تکثر منابع خبری حکایت از آن دارد که بنگاه‌های خبری بین‌المللی و کشورها در جنگ اطلاعاتی به سر می‌برند. الجزیره و تمامی دیگر شبکه‌های بین‌المللی، علاوه بر حامل‌های کابلی و ماهواره‌ای، از مزایای اینترنت با پهنای وسیع، شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های موبایل برای دستیابی به مخاطبان بیش‌تر استفاده می‌کنند. این رسانه‌ها شهرت قابل توجهی در فیسبوک و یوتیوب دارند. این تحول، بیانگر آن است که رسانه‌های جدید، جنگ اطلاعات را تحت تأثیر الجزیره به سطوح جدید منتقل کرده‌اند. واضح است که سیستم جدید ارتباطات بر سیاست تأثیرگذار است (Street, 2011). شهروندان دیگر فقط مصرف‌کننده نیستند؛ بلکه آن‌ها به برکت اینترنت و با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و سایت‌ها، برداشت خود از سیاست را ارائه کرده، عرصه‌های جدید از فعالیت سیاسی و رهبری را خلق می‌کنند. این نکته روشن و قابل لمس است که اینترنت بسترهای اشکال جدید از فعالیت‌های تمثالی - اجتماعی را فراهم کرده است (ibid: 263).

عرصه دیگری که تأثیر رسانه‌های جدید بر آن دیده می‌شود، ژورنالیسم است. ظهور وبلاگ و وبلاگ‌نویسی هر شهروند را قادر ساخته است که همانند یک ژورنالیست بنویسد؛ تفسیر کند و گزارش‌های جدید نشر نماید. ارتباطات شبکه‌ای و سازمانی، همچنین شیوه پیام‌رسانی متنی، وبلاگ‌نویسی و ریزوبلاگ‌نگاری را در راستای مبارزه و تبلیغات تقویت کرده، بر اجرای سیاست‌ها تأثیر گذاشته است. عرصه قابل توجه دیگری که در تأثیر رسانه‌ها بر سیاست دیده می‌شود، استفاده از تکنولوژی اینترنت است که موجب سامان‌بخشی رابطه دولت - شهروند^۱ شده است. اینترنت، شیوه عمل دولت در عرضه خدمات، ارائه اطلاعات، مشورت با مردم و تطبیق

1. State-citizen.



سیاست‌ها را تغییر می‌دهد. هرچند که اینترنت مقامات را نیز قادر می‌سازد که به‌عنوان برادر بزرگ‌تر، اعمال کنترل و نظارت قوی‌تر داشته باشند.

نی، (Nye, 2004: 53) معتقد است که تعقیب روزافزون اطلاعات از طریق رسانه‌های جدید، موجب کاهش کنترل سنتی دولت بر اطلاعات مرتبط با سیاست شده است. سرعت اینترنت و اطلاع‌رسانی، موجب شکل‌گیری سیستمی شده است که در آن قدرت رسانه‌ای به‌صورت گسترده توزیع شده است و این به معنای تمرکززدایی و کاهش کنترل رسمی دولت بر موضوعات است. این ارتش‌های خصوصی و صنعت انگلستان، تمرکززدایی را بیش‌تر تقویت کرده است. انقلاب اطلاعاتی، نقش بازارها در سرعت‌بخشیدن به روند توزیع قدرت به بازیگران غیر دولتی را افزایش داده است. نی روابط قدرت را به‌عنوان بازی سه بعدی شطرنج می‌بیند که از بالا به پایین متشکل از بخش نظامی، اقتصادی و در قاعده «قدرت نرم‌افزاری» اطلاعات می‌شود.

انقلاب جدید اطلاعاتی و رسانه‌های جمعی، تأثیرگذاری قدرت نرم را افزایش داده است؛ به‌عنوان مثال: قدرت دست‌یابی به نتایج مورد نظر در مسائل بین‌المللی از طریق مجاب‌سازی دیگران بجای اجبار، نشانه افزایش قدرت نرم است؛ بنابراین، در سیاست جهانی قرن بیست و یکم، ارتباطات جدید و رسانه‌های جمعی که زیر عنوان «تأثیر الجزیره» نامیده می‌شوند، کانال‌های انکارناپذیر برای توانمندسازی دولت‌ها و شهروندان در تنظیم برنامه‌های سیاسی، معرفی‌گفتمان مشخص و مجاب‌سازی مردم در جهت تقویت همکاری‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی بین ملت‌ها به‌شمار می‌روند.

نتیجه‌گیری

به‌طور خلاصه، یکی از کارکردهای «تأثیر سی‌ان‌ان» به‌عنوان کانال‌های ارتباطی، این است که می‌تواند مورد بهره‌برداری سیاست‌مداران برای واکنش نشان‌دادن به مسائل خارجی و یا جلب حمایت عمومی از سیاست‌های‌شان قرار گیرد. تبادل اطلاعات بین سه جانب سیاست‌مداران، مردم و رسانه‌ها صورت می‌گیرد؛ بنابراین، قدرت نفوذ رسانه‌ها بر فرایندهای سیاسی، بستگی به روابط و تأثیرگذاری‌شان بر درک مردم از مسائل خارجی دارد. از طرف دیگر، حکومت‌ها برای دست‌یابی به اهداف تبلیغاتی‌شان نیازمند رسانه‌ها هستند. این روابط از جنبه‌های مختلف است که رسانه‌ها را سیاست‌مداران و مردم در گزارش از مسائل سیاسی متصل می‌سازد. این امر، باعث

شده است که یک فهم واضح از جایگاه رسانه‌ها به‌عنوان بازیگر در جهت‌دهی سیاست خارجی شکل بگیرد.

اگر در مورد تأثیر پوشش رسانه‌ها بر سیاست صحبت کنیم، باید این سؤال را مطرح کنیم که اگر پوشش رسانه‌ها متفاوت می‌بود، چه تصمیم مشخصی اتخاذ می‌شد؟ چیز بیش‌تری که در مورد عاملیت رسانه برای تعیین یک تصمیم می‌توان استدلال کرد، این است که رسانه یکی از متغیرهای اساسی (نه تنها متغیر) در فرایند تصمیم‌گیری در کنار عوامل دیگر بوده است. هرچند که رسانه در تعیین سیاست‌ها تأثیر دارد؛ ولی نمی‌توان ادعا کرد که همه سیاست‌ها توسط رسانه تعیین می‌شود. پرسش از این که افکار عمومی چطور بر فرایند تصمیم‌گیری دولتی تأثیر می‌گذارد، به‌منظور بررسی نقش و تأثیرگذاری رسانه‌ها در این فرایند، زمینه‌جدی را فراهم می‌کند. در قرن بیست و یکم که میلیون‌ها جامعه‌سایبری به اطلاعات فراملی دسترسی دارند، اینترنت معنای حاکمیت را تغییر داده است. علاوه بر این، امنیت ملی در حال تغییر است و دولت‌ها با لیستی رو به رشد از تهدیدها و مهاجمان دولتی، گروه‌ها، افراد و دیگر جریان‌ها روبه‌رو هستند. برخی از دولت‌ها نسبت به نیروهای خصوصی داخل کشور خود ضعیف‌تر هستند. مؤسسات شخصی، سازمان‌های غیر دولتی، صنایع و اتحادیه‌ها، از کشورهای مهم برای جلب توجه رسانه‌ها در یک مبارزه بین‌المللی بر سر تعیین موضوع سیاست جهانی با همدیگر رقابت می‌کنند.

تحقیق حاضر در این زمینه دریافته است که در کنار الجزیره، راشا تودی روسی، و سسی‌تی‌وی چینی، هژمونی جهانی سسی‌ان‌ان در پوشش اخبار بین‌المللی را به چالش کشیده‌اند. جنگ اطلاعاتی بین دولت‌ها و بین رسانه‌های جدید بر روابط بین‌الملل تأثیر گذاشته است که از آن به‌عنوان «تأثیر الجزیره» یاد می‌شود.

با خروج از زوایای بحث، می‌توان استدلال کرد که رسانه و قدرت نرمش، در دهه گذشته جاگزین هژمونی امریکا در سیاست جهانی شده است؛ امری که می‌توان با مفهوم جهان پس‌امریکایی از آن یاد کرد. به‌طور فشرده، این تحقیق نشان داد که چطور رسانه‌ها به تغییر مناسبات قدرت در قرن بیست و یکم کمک کرده است.

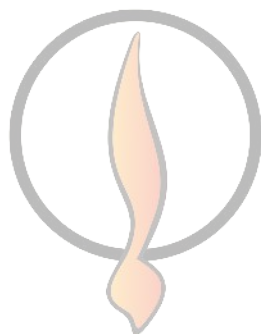


منابع

1. Boyt-Barret and Rantanen, T. (2001), "News Agency Foreign Correspondents" in Tunstall, J. (ed.) Media Occupations and Professions, Oxford University Press.
2. Brown, C., and Ainley, K. (2009) Understanding International Relations, New York: Palgrave Macmillan.
3. Cohen, B. (1986) The Press and Foreign Policy, Princeton: Princeton University Press.
4. De Jong, W. et al (2005) Global Activism, Global Media, London: Pluto Press.
5. Hammond, P. (2007) Media, War and Postmodernity, New York: Routledge.
6. Herman, E.S. and Chomsky, N. (2002) Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media, US: Pantheon.
7. King, E. and Wells, R. (2009) Framing the Iraq War Endgame: War's Denouement in an Age of Terror, NY: Palgrave Macmillan.
8. Kuhn, R. (2007) Politics and the Media in Britain, Palgrave Macmillan.
9. Lee, E. (2006) The Spiral of 'Anti-Other Rhetoric': Discourses of Identity and the International Media Echo, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
10. Livingstone, S. (1997), Clarifying the CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military Intervention, Research Paper R 18, Joan Shorestein Center on the Press, Politics and Public Policy, John F. Kennedy School of Government, Harvard University.
11. Mcnair, B. (1998) the Sociology of Journalism, London: Arnold.
12. Mermin, J. (1999) Debating War and Peace: media coverage of U.S. intervention in the post-Vietnam era, USA: Princeton University Press.
13. Miller, D. (2007) Media Pressure on Foreign Policy: The Evolving Theoretical Framework, New York: Palgrave Macmillan.
14. Miller, D. (ed.) (2003) Tell Me Lies: Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq, London: Pluto Press.
15. Nye, J. (2004) Soft Power: Means to Success in World Politics, USA: Public Affairs.
16. Rampton, S. and Stauber, J. (2003) Weapons of Mass Deception: The Uses of Propaganda in Bush's War on Iraq, NY: Jeremy P. Tarcher/Penguin Books.
17. Richardson, J. E. (2007) Analyzing Newspapers: An Approach From Critical Discourse Analysis, New York: Palgrave Macmillan.
18. Robinson, P. (2002) The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention, London: Routledge.
19. Roselle, L. (2006) Media and the Politics of Failure: Great Powers, Communication Strategies, and Military Defeats, Palgrave Macmillan.
20. Seib, P. (2008) The Al Jazeera Effect: How the New Global Media Are Reshaping World



- Politics, Potomac Books Inc.
21. Seib, P. (ed.) (2012) *Al Jazeera English: Global News in a Changing World*, NY: Palgrave Macmillan.
 22. Street, J. (2011), *Mass Media, Politics, and Democracy*, New York: Palgrave Macmillan.
 23. Taylor, P. M. (1997) *Global Communications, International Affairs and the Media since 1945*, New York: Routledge.
 24. Wolfsfeld, G. (2004), *Media and the Path to Peace*, Cambridge University Press.
 25. Xie, S. and Boyd-Barret, O. (2015) 'External-National TV News Networks' Way to America: Is the United States Losing the Global "Information War"?'', the *International Journal of Communication* 9.
 26. Zakaria, F. (2008), *The Post-American World*, Penguin Book.



بنیاد اندیشه

تأسیس ۱۳۹۴

