

رسانه‌های نوین ابزار قدرت نرم در دیپلماسی دولتها

فاطمه تقوی رضانی^۱، محمد سلطانی فر^۲، حسن درزیان رستمی^۳، حمیدرضا حسینی دانا^۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۰۳

چکیده:

هدف پژوهش تبیین نقش رسانه های نوین به عنوان ابزار قدرت نرم در دیپلماسی دولتها و رویکرد پژوهش ترکیبی است که از تکنیک دلفی برای استخراج و جمع بندی متغیرهای قدرت نرم، رسانه های نوین و دیپلماسی برای دستیابی به روابط بین عوامل بخش کیفی در قالب یک مدل از تکنیک دیمتل و برای آزمون مدل اکتشافی و تحلیل میزان اثرات متقابل این متغیرها بر یکدیگر از تکنیک حداقل مربعات جزئی استفاده گردید. جمع آوری اطلاعات تلفیقی از روشهای اسنادی و میدانی است ولی مبنای تجزیه و تحلیل، داده های جمع آوری شده از روش دلفی است. ابزار اندازه گیری پرسش نامه ساختارمند و در قالب طیف لیکرت می باشد. حجم نمونه در بخش کیفی ۱۵ و در بخش کمی ۶۰ نفر و جامعه آماری متشکل از دیپلماتها، خبرنگاران و اساتید علوم سیاسی و ارتباطات می باشد، روش نمونه گیری به صورت غیر احتمالی هدفمند و گلوله برفی مجازی است. یافته های پژوهش نشان داد رسانه های نوین تاثیر مثبت و معنا داری در رابطه بین قدرت نرم و دیپلماسی دارد و نقش رسانه های نوین میانجی گری کامل انتقال قدرت به دیپلماسی است به تعبیری در عصر ارتباطات لازمه حضور پر قدرت در عرصه جهانی، استفاده برنامه ریزی شده از رسانه های نوین در راس دستگاه دیپلماسی عمومی کشورها است.

واژگان اصلی: دیپلماسی، قدرت نرم، رسانه های نوین، سیاست.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، واحد تهران مرکز دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. دانشیار گروه ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

msoltanifar@yahoo.com

۳. استادیار گروه ارتباطات، واحد تهران مرکز دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۴. استادیار گروه ارتباطات، واحد دماوند دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

سند چشم انداز بیست ساله جمهوری اسلامی در افق ۱۴۰۴ هدف را دستیابی جمهوری اسلامی ایران به جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخشی در جهان اسلام و تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌الملل تعیین کرده است. لازمه دستیابی به جایگاه اول اقتصادی در منطقه و تاثیر گذار در روابط بین‌الملل استفاده حداکثری از ظرفیت دستگاه دیپلماسی کشور است، دیپلماسی ابزار اجرایی و مجری سیاست خارجی در چارچوب دکترین سیاست خارجی کشورها است. در دیدگاه پدر واقع‌گرائی «مورگنتا»^۱ در روابط بین‌الملل موضوع اصلی، قدرت یک کشور است از نظر وی، برآیند مشترک بازیگران عرصه سیاست تلاش برای به دست‌گیری قدرت، حفظ آن و نمایش قدرت به منظور کسب اعتبار و، وجه بین‌المللی است و اهداف سیاست خارجی باید برحسب منافع ملی تعریف شوند و منافع ملی برحسب قدرت تعریف می‌شود. دیپلماسی یکی از مهمترین ابزارهای ارتقای قدرت ملی کشورها است. ظهور اینترنت، جهانی شدن و در پرتو آن توسعه و پیشرفت سریع در فناوری ارتباطات و اطلاعات، گسترش استفاده از وسایل ارتباطی سریع و در پی آن دسترسی آسان به اطلاعات، شرایط بین‌المللی را دگرگون ساخته است انتشار رسانه‌های نوین، چهره جدیدی از قدرت را به وجود آورده است که می‌توان آن را چهره نامحسوس قدرت دانست ویژگی تعاملی و مشارکتی رسانه‌های نوین موجب حضور و تاثیر گذاری روزافزون آنها در تمام ابعاد حیات بشری اعم از سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و نظامی و در سطح روابط ملی و بین‌المللی شده است و آنها را تبدیل به یکی از ابزارهای مهم در عرصه قدرت نرم و دیپلماسی میان دولتها نموده است این دگرگونی ساختاری و ماهوی در نظام بین‌الملل دیپلماسی را تبدیل به ابزاری نموده است که دولت‌ها با توسل به آن بهتر می‌توانند به اهداف ملی خود در رابطه با دیگر کشورها و در صحنه بین‌الملل دست یابند. برای ماندگاری در عرصه بین‌المللی جدید باید به ابزارهای روز مجهز شد دنیای متحول شده ابزارهای متحول شده می‌طلبد امروزه دولت‌های قدرتمند، برای اقتناع جوامع از ابزارهای قدرت نرم استفاده می‌کنند. با ظهور مدرنیسم در جوامع توسعه یافته و گسترش مفاهیمی چون دموکراسی و حقوق شهروندی امروزه

¹ Morgenthau

قدرت افکار عمومی نقش تاثیر گذاری در سیاست های کلی دولت ها بازی می کند حجم بالای مخاطبان این شبکه ها و استقبال گسترده مردم، این رسانه ها را که در ابتدا برای ارتباط و تعامل افراد ظهور کردند به عرصه های اقتصادی و نظامی و امنیتی کشانده است از این رو دولت ها در تلاشند که افکار عمومی مردم را جلب نمایند. فضای مجازی و رسانه های نوین بهترین و کارآمد ترین ابزار برای تاثیر گذاری بر افکار عمومی و نفوذ در توده مردم و کسب مشروعیت سیاسی است امروزه دولتها با نفوذ بر افکار عمومی مشروعیت سیاسی خود در نزد جهانیان افزایش می دهند و به همین نسبت، اقبال میزان همکاری در سطح بین المللی افزایش می یابد چون مشروعیت سیاسی لازمه تامین منافع ملی است، واحدهای سیاسی تنها از طریق همکاری ها، مناسبات و مبادلات فرهنگی فی مابین است که منافع و اهداف یک کشور را، مورد شناسایی قرار می دهند (عیوضی و پارسا، ۱۳۹۲: ۱۰۴).

با توجه به اینکه پازل رسانه ای کشورهای غربی برای جهت دهی به افکار عمومی و تحت فشار قراردادن کشورها از طریق قدرت نرم می باشد به منظور پایداری و کنترل جامعه، ارایه یک تصویر مطلوب بین المللی (تغییر تصویری که جامعه غربی از ایران به عنوان کشور حامی تروریسم و متحجر اسلامی دارد) کسب مزیت در سیاست خارجی، حفاظت از زیر ساخت های مردمی جامعه و افزایش کیفیت تصمیمات مدیرتی، این پژوهش به واکاوی عملکرد موفق رسانه های نوین در سیاست داخلی و خارجی دیگر کشورها می پردازد و به این پرسش پاسخ داده می شود که رسانه های نوین در دستگاه دیپلماسی چه جایگاهی می توانند داشته باشند، چگونه می توانند در جهت کسب منافع ملی و افزایش قدرت کشور و بالتبع عزتمندی و اقتدار در خارج کشور نقش آفرینی کنند، چه پیشنهاد هایی در خصوص بهبود دیپلماسی کشور می توان ارائه داد.

پیشینه پژوهش

پژوهشهای موردی و مقایسه ای کثیری در حوزه رسانه های اجتماعی و دیپلماسی رسانه ای انجام گرفته است که همه بر نقش مؤثر رسانه های اجتماعی در عرصه دیپلماسی بین المللی تأکید دارند ولی علازم پیوند نزدیک میان فناوری، دیپلماسی و قدرت نرم کار پژوهشی چه در قالب کیفی و چه در قالب ترکیبی که این سه مقوله را در یک چارچوب نظری جای داده و نظریه های روابط بین الملل را در قالب تاثیر رسانه های نوین به عنوان ابزار قدرت نرم بر پدیده دیپلماسی دولتها تجزیه و تحلیل کند انجام نگرفته است.

مطالعه‌های خارجی و داخلی

۱. مقاله «چین در آفریقا (۲۰۱۹): فیس بوک^۱ و توئیتر^۲ به عنوان بخشی از دیپلماسی عمومی» که با همکاری ماتیلدا آزوئدو^۳، سیلیویا کارنیرو^۴، ملانی گونسالس^۵، خورخه مارینیو^۶، ماریا ماتوس^۷، الکساندرا پینیرو^۸، برونو رودریگز^۹، ماریانا سکیرا^{۱۰} و گیلرم سوارز^{۱۱}، در واحد روابط عمومی دانشگاه پورتو (پرتغال) و با تمرکز بر جنبه‌هایی مانند داستان سرایی و جذب مخاطبان و با هدف تجزیه و تحلیل دیپلماسی عمومی سفارتخانه‌های چین در آفریقا در طول سال ۲۰۱۹ از طریق اینترنت، به ویژه فیس بوک و توئیتر انجام گرفت. نتایج پژوهش نشان داد که دولت جمهوری خلق چین برای ارائه تصویری مثبت از کشور در سطح بین‌المللی از پیشرفت‌های فناوری ارتباطات و رسانه‌ها بهره می‌برد. گروه دیپلماتیک برای انتشار روایت چینی در سراسر جهان، در حوزه دیپلماسی عمومی دیجیتال، از اینترنت استفاده کرده است و این نشان دهنده اهمیت استراتژیک ارتباطات در عرصه بین‌المللی برای دولت چین است پیامدهای آشکار در زمینه‌های دیپلماسی عمومی و روابط عمومی، ارتباطات سفرای چین از طریق اینترنت با دنیای بین‌الملل و ارائه تصویر مثبت است.
۲. اوسترا دیومسیوین^{۱۲} در مقاله «تویلماسی: معنای دیپلماسی عمومی رسانه‌های اجتماعی و سیاست خارجی لیتوانی»^{۱۳}

به بررسی نقش تویلماسی در اجرای سیاست خارجی دولت پرداخت و نشان داد که در مورد موضوعات مهم لیتوانی دیپلماسی عمومی از ابزارهایی مانند تویلماسی برای اطلاع‌رسانی و تأثیرگذاری بر نظرات مخاطبان خارجی و ارائه دانشی در خصوص اتخاذ مواضع سیاست خارجی

¹ Facebook

² Twitter

³ Matilde Azevedo

⁴ Sílvia Carneiro

⁵ Mélanie Gonçalves

⁶ Jorge Marinho

⁷ Maria Matos

⁸ Alexandra Pinheiro

⁹ Bruno Rodrigues

¹⁰ Mariana Sequeira

¹¹ Guilherme Soares

¹² Auaaaau mčuuwnrė

¹³ Lithuania

خاص استفاده می‌کند و در نتیجه امکان دسترسی به مخاطبان زیادی را بدون هیچ واسطه‌ای و با سرعت، کارآمد و ارزان فراهم می‌کند تا با شکل دادن به تصویر عمومی مثبتی از لیتوانی به افزایش کارایی کمک کرده و همچنین تأثیر مثبتی بر اجرای اهداف سیاست خارجی داشته باشد. در نهایت، استفاده دیپلماسی عمومی از توپلماسی باعث شد تا لیتوانی به عنوان یک کشور فعال در عرصه بین‌المللی بیشتر دیده شود و مهمترین موضوعات سیاست خارجی لیتوانی برجسته شود.

۳. جنی مادستام^۱ و لنا لیدفالک من^۲ در مقاله «ساخت شعاری رهبری سیاسی در رسانه‌های اجتماعی» نشان دادند که رهبران سیاسی می‌توانند تصویر و شخصیت خود را از طریق رسانه‌های اجتماعی برای مخاطبان بالقوه زیادی از رای دهندگان ایجاد کنند، بدون اینکه توسط احزاب سیاسی یا رسانه‌ها فیلتر شوند.

۴. آیما علوی^۳، توفیق احمد^۴ و محمد اتفاقی^۵ در مقاله «کاربرد رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه» معتقدند که فعالیت‌های سیاسی آنلاین بر کارایی سیاسی و مشارکت سیاسی در زندگی واقعی تأثیر می‌گذارد علاوه بر این، یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که فعالیت‌های سیاسی آنلاین ارتباط مستقیمی با آگاهی سیاسی و مشارکت آنلاین سیاسی دارند.

از میان تحقیقات صورت گرفته در داخل کشور نیز میتوان به موارد زیر اشاره کرد:

۵. هادی مراد پیری و حمیدرضا خضرای در مقاله «نقش فناوری‌های نوین اطلاعاتی در جنگ‌های آینده» معتقدند فناوریهای نوین به صورت یک سلاح جدید، یک منبع انرژی جدید یا یک وسیله ارتباطی جدید همگی موجب شده‌اند که با اصلاح دکترین، سازمان و استراتژی نظامی، جنگ‌های آینده را دچار تحولات جدی نماید و رشد خیره‌کننده فناوری اطلاعات و ارتباطات، که گاهی اوقات تحت عنوان «انقلاب اطلاعات» شناخته می‌شود، موج‌پر قدرتی است که ماهیت و ویژگیهای جنگ و منازعه را از بیخ و بن تغییر خواهد داد.

۶. در مقاله «نقش رهبری نظام در کارآمدی دیپلماسی عمومی از طریق مدیریت تصویر» سید جلال دهقانی فیروزآبادی، محمد ستوده، حسین ارجینی و محمدعلی صادق زاده معتقدند

¹ Jenny Madestam

² Lena Lid Falkman

³ Aima Alvi

⁴ Taufiq Ahmad

⁵ Muhammad Ittefaq

که دیپلماسی عمومی یکی از ابزارهای مؤثر نیل به اهداف سیاست خارجی ایران محسوب می شود و مدیریت تصویر با هدف افزایش اعتبار و کسب اعتماد جهانی، نقش بسزایی در پذیرش اذهان عمومی و برقراری روابط با دوام و کاهش تنش دارد. بر این اساس کشورها در پی ایجاد تصویری مثبت از کشور خود در نزد ملل دیگر هستند.

۷. محمد رجبی در مقاله «شناسایی مؤلفه های قدرت نرم سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در قبال ایالات متحده آمریکا» به این نتیجه می رسد که منابع قدرت نرم هر کشور، بر پایه مؤلفه های داخلی آن و به مثابه ی توانایی های یک کشور محسوب می شود و کشورهای سلطه جو از جمله آمریکا پس از ناتوانی و نرسیدن به اهداف مورد نظر خود، جنگ نرم را در دستور کار خود قرار داده اند. جنگ نرم از طریق ابزارهایی نظیر فرهنگ، ابزارهای رسانه ای و ترس سعی در به انزوا کشیدن و تغییر رفتار دارند. نظریه های قدرت نرم در عرصه ی بین المللی عمدتاً از سوی آمریکا و در جهت بازبینی راه های رسیدن به منافع آن کشور در عرصه بین المللی صورت پذیرفت.

۸. محمد رسول آهنگران، محمدرضا محمودی، فاطمه حاجی زاده در مقاله «بررسی مبانی تألیف قلوب و نقش آن در تعمیق قدرت نرم حاکمیت اسلامی با تأکید بر فضای مجازی» معتقدند: ابزارهای ارتباطی در دنیای امروز یکی از مهمترین عناصر قدرت نرم به شمار می روند حضور مؤثر و فعالانه در این فضا می تواند زمینه ساز تعمیق قدرت نرم جمهوری اسلامی گردد.

۹. علی صادقی در مقاله «واکاوی ابعاد و مولفه های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در اسناد بالادستی» با توجه به اسناد، متون و شواهد مختلف به این نتیجه می رسد که ماهیت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران فرهنگی است.

چارچوب نظری

از دوران صنعتی، تکنولوژی موجب سلطه است سلطه و نفوذ ابزار کسب قدرت است. قدرت فصل مشترک علم و سیاست می باشد، علم در دوران معاصر پیوند ناگسستنی با سیاست دارد. دانشمندان عرصه علم با حضور در عرصه سیاست، تکنولوژی را وارد حوزه سیاست و دیپلماسی نمودند و سیاستمداران هم با حمایت از دانشمندان و دخیل نمودن آنان در سیاست روابط دوسویه ای را پدید آورده اند. قدرت هر کشوری توانایی برای کنترل و نفوذ بر سایر کشورها را فراهم می کند.

بنابراین تکنولوژی عامل کلیدی برای برتری در سیاست جهانی است. لازمه شناخت قدرت، شناخت مؤلفه‌های آن است.

رسانه های نوین

رسانه های نوین یک اصطلاح فراگیر است و ابزارهای رسانه ای را شامل می شود که به شیوه های تعاملی و مشارکتی به کار گرفته می شود در دوران معاصر رسانه‌های نوین شامل شبکه‌های اجتماعی مثل فیسبوک، اینستاگرام، توئیتر و گوگل پلاس و شبکه‌های اجتماعی تخصصی نظیر لینکدین^۱ و... می باشد. انقلاب اینترنت بر تمام جنبه های زندگی از جمله روابط بین المللی تأثیر گذاشته است و ورود اینترنت و ظهور سریع فناوری جدید بسیاری از زمینه ها را مختل کرده است و دیپلماسی عمومی نیز از این قاعده مستثنی نیست. در خصوص میزان و نحوه تأثیر وسایل ارتباط جمعی، نگرش های متفاوت و گاه متضادی بیان شده است در ارتباط با استفاده از رسانه ها و تکنولوژی های نوین ارتباطی، می توان نظریه ها را به دو دسته نظریه های مثبت نگر و نظریه های منفی نگر تقسیم کرد. از نظریه های مثبت نگری که رویکرد این پژوهش هست می توان به نظریه جامعه شبکه ای، نظریه مک کوایل و نظریه بوردیو اشاره کرد. جامعه شبکه ای (کاستلز) را می توان شکلی از جامعه تعریف کرد، که به گونه ای فزاینده روابط خود را در شبکه های رسانه ای سامان می دهد، شبکه هایی که به تدریج جایگزین شبکه های ارتباطات رودررو می شوند یا آن ها را تکمیل می کنند. این بدان معنی است که شبکه های اجتماعی و رسانه ای در حال شکل دادن به شیوه سازمان دهی اصلی و ساختارهای بسیار مهم جامعه مدرن هستند. این شبکه ها تمام واحدها و قسمت های این صورت بندی (افراد، گروه ها و سازمان ها) را به طور روزافزونی به هم متصل می کند (مهدی زاده، ۱۳۹۰: ۳۱۸). مک کوایل^۲ معتقد است پیدا کردن بیش راجع به اوضاع و احوال دیگران، همدلی اجتماعی، هم ذات پنداری با دیگران و کسب احساس تعلق، یافتن مبنایی برای گفت و گو، تعامل اجتماعی، پر کردن جای یک همراه واقعی در زندگی، کمک به اجرای نقش های اجتماعی و توانا ساختن فرد به ایجاد پیوند با خانواده، دوستان و جامعه، از خدماتی است که رسانه ها ارائه می دهند و از آن طریق می توانند همبستگی اجتماعی را تحکیم بخشند. به این ترتیب رسانه های جمعی از طریق کاهش انزوای اجتماعی و تقویت احساس مشترک با اعضای جامعه؛ موجب

¹ Linkdin

² Mac Quill

نوعی احساس تعلق می شوند به طوری که هویت جامعه در رأس سایر هویت ها قرار می گیرد در نتیجه تعهد عمومی، تقویت شده و این نیز به دنبال خود باعث افزایش سرمایه اجتماعی در جامعه می شود (چلبی، ۱۳۸۹: ۲۰). بوردیو^۱ معتقد است که رسانه های جمعی در تقویت سرمایه های اجتماعی مؤثر هستند، زیرا شرایط و فضا را برای کنشگر در جهت انتخاب عقلانی فراهم می آورند. انتخاب عقلانی و عقلانیت گزینشی در فضای عمومی کنشگران، دارای اهمیت مضاعفی است و سبب تقویت اعتماد بین شخص و افزایش مشارکت عمومی می شود (جعفری نیا، ۱۳۸۹: ۱۴۸)

قدرت

پیشرفت تکنولوژی موجب تحول در ماهیت قدرت و تغییر در ابزارهای اعمال قدرت گردیده است و کشورهای پیشرو در عرصه تکنولوژی دست بالا را در اعمال قدرت دارا خواهند بود پدیده ی قدرت از دیر باز توسط اندیشمندان مختلف و با چشم اندازهای گوناگون مورد بررسی قرار گرفته است یکی از ابزارهای مختلف برای اعمال قدرت، ابزار دیپلماتیک است که با تغییر محیط بین الملل و شکل گیری عرصه سیاست اندیشه مند در نتیجه توسعه فرانتکنولوژیها بر اهمیت دیپلماسی، دستاوردهای همکاری و سیاست اقناع سازی در روابط بین الملل نسبت به دیگر ابزارهای قدرت افزوده شده است. (فرانکل، ۱۳۸۲: ۱۴۴-۱۴۵). به تدریج از اواخر قرن بیستم، رویکرد «قدرت رابطه ای» رهیافت قبلی را با چالش مواجه کرد. قدرت رابطه ای به عنوان نوعی علیت توضیح داده می شود که در آن، رفتار بازیگر «الف» موجب تغییر در رفتار بازیگر «ب» می شود. تغییر رویکرد از مفهوم قدرت، به عنوان منابع مادی، به قدرت به عنوان نوعی رابطه، موجب تحول در تحلیل های قدرت شد. در این شیوه برخی محققان معتقدند که قدرت را باید رابطه بالقوه و بالفعل میان عوامل دانست و نه دارایی. به تعداد دیدگاه و صاحبان اندیشه تعاریف و برداشت های مختلفی از قدرت وجود دارد بنابراین به منظور ارایه تعریفی از ماهیت قدرت آثار متفکرانی چون کاستلز^۲، تافلر^۳، نای و فوکو که مفهوم قدرت را در ارتباط با شبکه های اجتماعی و رسانه های نوین ارائه کرده اند بررسی و تشریح می گردد. قدرت در اندیشه میشل فوکو^۴ بر مبنای دو عنصر تعریف می گردد، نخست آنکه در رابطه قدرت «دیگری» معلوم و تا پایان فاعل عمل باقی ماند و دیگر اینکه میدان پاسخگویی،

¹ Bourdieu

² Castells

³ Alvin Toffler

⁴ Michel Foucault

واکنش، تأثیرات، ابتکارات ممکن در برابر قدرت گشوده باشد (فوکو، ۱۳۹۱: ۲۳۶ - ۳۲۱). او چنین ادعا می‌کند که قدرت تنها در صحنه نهادهای سیاسی نمودار نمی‌گردد، بلکه در کلیه سطوح جامعه جاری است (ضمیران، ۱۳۸۷: ۱۵۷) میراث اندیشه فوکو در باب قدرت منجر به پدیداری شکل بندی نوینی از قدرت در عرصه نظر شده که در آن قدرت به صورت پدیده ای متکی به دانش، پراکنده در سطوح مختلف جامعه و در نهایت مفهومی گفتمانی تعریف می‌گردد. قدرت انضباطی که فوکو معرفی می‌کند، به صورت شبکه ای از روابط قدرت که با مفصل بندی گفتمانی خاصی در ارتباط است، مشخص می‌شود (فوکو، ۱۳۸۵: ۱۳۰).

الوین تافلر^۱ مبتکر مفاهیمی همچون انقلاب دیجیتالی، انقلاب ارتباطات و تغییرهای فناورانه، نقش پررنگی در گسترش باور به انقلاب ارتباطی در سطح جهان داشت. تافلر معتقد است در بحران های سیاسی آینده جهان تاکتیک های اطلاعاتی حرف اول را خواهند زد او می‌گوید این تاکتیک ها چیزی نیستند جز قدرت دستکاری دراطلاعات که بخش عمده آن حتی پیش از آن که به رسانه ها برسد انجام خواهد شد. از دیدگاه او عرصه نبرد فردا، گستره هوشمند فرستنده ها، رسانه ها، پیام گیران و پیام سازان شکل می‌دهد. تعریفی که تافلر از قدرت ارائه می‌کند عبارت است از: استفاده از خشونت، ثروت و دانایی برای واداشتن مردم به انجام امری خاص (تافلر، ۱۳۷۵: ۲۷). تافلر کاربرد نوع سوم قدرت یعنی دانایی را بهترین نوع قدرت معرفی می‌کند. با این قدرت نه تنها می‌توان راه خود را در پیش گرفت، بلکه می‌توان دیگران را واداشت آنچه ما می‌خواهیم را انجام دهند، هر چند که خلاف میلشان باشد. انعطاف پذیری قدرت دانش و اطلاعات از دیدگاه تافلر تا حدی است که طرف مقابل در انجام برنامه ی ما متقاعد شود که این فکر از خود او بوده و نه از ما. از نظر تافلر، این قدرت به سادگی از بین نمی‌رود یعنی از دوام و ثبات بیشتری برخوردار است. بنابراین، به عقیده ی وی از میان سه منبع کلیشه ای نظارت اجتماعی، این دانایی است که انعطاف پذیری بیشتری داشته و چیزی را تولید می‌کند که به قول تافلر، افسران ارتش پنتاگون^۲ دوست دارند آن را بلندترین صدای طبل توخالی بنامند (تافلر، ۱۳۷۵: ۷).

مانوئل کاستلز^۳ در بین نظریه پردازان مطرح شده، اندیشمندی ویژه تلقی می‌شود. کاستلز در کتاب «قدرت ارتباطات» بر نقش شبکه های ارتباطی در قدرت سازی در جامعه و به ویژه قدرت سیاسی

¹ Alvin Toffler

² Pentagon

³ Manuel Castells

تأکید می‌کند. او قدرت را این گونه تعریف کرده است: «قدرت، ظرفیتی رابطه‌ای است که یک کنشگر اجتماعی را قادر می‌سازد تا به گونه‌ای ناهم‌سنگ و از راه‌هایی که خواسته‌ها، منافع و ارزش‌های کنشگران صاحب قدرت را برآورده سازد، بر تصمیمات سایر بازیگران یا کنشگران اجتماعی تأثیر گذارد» کاستلز بر اساس این تعریف خود از قدرت، چهار شکل قدرت در شبکه‌ها را از هم متمایز می‌سازد ۱- قدرت شبکه بندی؛ ۲- قدرت شبکه؛ ۳- قدرت شبکه‌ای؛ ۴- قدرت شبکه سازی (کاستلز، ۲۰۰۹: ۴۲-۴۷). جوزف نای در کتاب قدرت نرم و رهبری هوشمند، می‌نویسد: قدرت نرم، توانایی دستیابی به اهداف و آمل مطلوب از طریق جلب حمایت افکار عمومی جامعه و نخبگان و اقناع اذهان به جای اعمال فشار است؛ این بُعد متأخر قدرت، از منابع فرهنگ، عقاید، باورها و آداب و سنن اجتماعی نشأت می‌گیرد. پیشرفت چشمگیر فناوری اطلاعات در دوران جدید به رشد روزافزون ارتباطات منجر شده و مرزهای جغرافیایی را درنور دیده است؛ امروزه این قدرت، نقشی مهم در عرصه روابط بین‌الملل و مانور واحدهای سیاسی یافته است (نای، ۱۳۸۶: ۱۷۱).

نای سه منبع اصلی را برای قدرت نرم شناسایی کرد: ۱- جذابیت فرهنگ؛ ۲- ارزش‌های سیاسی؛ ۳- سیاست‌های خارجی کشور؛ لی^۱ قدرت نرم نای را به ۵ مورد افزایش داد: ۱- ارائه تصاویر جذاب و امن از یک کشور؛ ۲- تولید حمایت سایر کشورها از سیاست‌های خارجی؛ ۳- تغییر نگرش و ترجیحات مردم خارجی؛ ۴- حفظ وحدت جامعه؛ ۵- افزایش محبوبیت داخلی یک رهبر یا دولت؛ لئونارد^۲ استدلال می‌کند که دیپلماسی فرهنگی بهترین نمونه از قدرت نرم است به ویژه این نشان دهنده امکان انتقال ارزش‌ها و ایده‌ها از طریق مجرای فرهنگ است. قدرت نرم در عصر حاضر به یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار در سیاست خارجی کشورها تبدیل شده است زیرا قدرت نرم مشروعیت‌سازی می‌کند. وقتی سیاستها و موقعیت‌های دولتها یا کنشگران غیر دولتی، نفوذ و قدرت اخلاقی داشته باشند یا در چشم سایرین مشروع در نظر گرفته شوند، قدرت نرم آنها افزایش یافته است قدرت نرم از ارزشها، فرهنگ و سیاستهای یک ملت نشأت می‌گیرد. نای استدلال می‌کند که یک کشور باید بتواند روابط عاطفی مانند جاذبه را با مخاطبان خارجی مورد نظر برای اطمینان از اهداف سیاست ایجاد کند. یک کشور ممکن است در سیاست‌های جهانی نتایج مورد نظر خود را بدست آورد زیرا سایر کشورها ارزش‌های آن را تحسین می‌کنند، از نمونه آن الگو می

¹ Lee

² Leonard

گیرند و به سطح رفاه و گشودگی خود علاقمند هستند به گفته نای، قدرت نرم محرک رفتاری است که توسط جاذبه و مثال هدایت می شود. به همین ترتیب، قدرت نرم یک قدرت مرجع است که بر اساس شناسایی و جذب استوار است به طور خلاصه، قدرت نرم به پذیرش همکاری طیف رفتار ارتباط دارد، در حالی که منابع قدرت سخت معمولاً با رفتار امری و دستوری ارتباط دارد (نای، ۲۰۰۴: ۷-۱۰).

دیپلماسی

مهمترین عامل قدرت ملی، کیفیت و نحوه به کارگیری دیپلماسی است. هرچند که عاملی بی ثبات می باشد و می توان گفت که سایر عوامل تعیین کننده قدرت ملی به منزله مواد خامی هستند که قدرت ملی از آن به وجود می آید. دیپلماسی مغز متفکر قدرت ملی است، همان گونه که روحیه ملی نیز، روح آن است. دولت ها باید به کیفیت دیپلماسی خود به عنوان کاتالیزوری برای عوامل مختلفی که قدرت آنها را تشکیل می دهد، متکی باشند اتکا بر سنت و نهادها، به جای تکیه بر ظهور گاه و بیگاه افراد برجسته، تداوم کیفیت دیپلماسی را به بهترین نحوی تضمین می کند (سیف زاده، ۱۳۸۴: ۲۲۰). محققین توسعه صلح آمریکا عقیده دارند که انقلاب عظیم بعدی در عرصه دیپلماسی رخ خواهد داد (بیات، ۱۳۸۵: ۱۰۶). دیپلماسی به عنوان ابزار سیاست خارجی نیز در حال تغییر است. در آغاز قرن بیست و یکم، تعریف دیپلماسی عمومی از مدل ارتباطی یک طرفه تغییر جهت داد و کانال های ارتباطی متنوع اجتماعی، امکان گفت و گو را فراهم کردند (پوراحمدی، ۱۳۸۱: ۲۴). دیپلماسی عمومی نوین، شیوه های نوین در شکل دهی به یک محیط مناسب به همراه اثرگذاری بر گفتمانها، هویتها و رفتارهای کنشگران فضای بین المللی با هدف ارتقاء سطح کارآمدی دستگاه دیپلماسی یک کشور می باشد که در این کار ویژه، رسانه های نوین جهانی رسالت ویژه ای را عهده دارند. این دیپلماسی که در آن بازیگران متعددی به ایفای نقش می پردازند، علاوه بر دولتها مخاطبینی نظیر کنشگران فراملی و فرو ملی را در خود جای می دهد و ترکیبی از تحولات فناوری، ایده های جدید، تواناییهای شبکه ای، بازیگران غیردولتی و روابط پویا با جامعه مدنی جهانی می باشد. کاربست آن نیز باعث افزایش قدرت نرم یک کشور و توسعه نفوذ آن در عرصه جهانی می شود. (سجادپور و وحیدی، ۱۳۹۰: ۹۶-۷۷). دیپلماسی فراخور قرن بیست و یکم دیپلماسی عمومی شبکه ای است. واقعیت این است که به یک معنی «دوجهان» دیپلماسی عمومی وجود دارد که در تنوعی از زمینه ها با یکدیگر متقاطع، متضاد، هم پوشان و یا هم یار هستند. از یک سو، تصویری سنتی و «سلسله مراتبی»

از سیستم های دیپلماتیک داریم و از سوی دیگر چیزی موسوم به مدل شبکه ای ظهور کرده است. هر دو این موارد (تصویر سلسله مراتبی و مدل شبکه ای) تا اندازه قابل توجهی در مباحث مربوط به اهمیت قدرت نرم وجود دارند. اما این دو ظاهرا استلزامات بسیار متفاوتی را برای درک قدرت نرم و ارتباطش با دیپلماسی عمومی، مطرح می کنند. دیپلماسی شبکه ای به روش هایی می پردازد که در آنها مردم یکسان هستند و پل هایی را بین آنهاپی که در اهداف انسانی مشترکند می سازد. درحالی که دیپلماسی دولت محور روابط میان گروه هایی از مردم که بنا به تعریف، خودشان را متمایز شده می بینند، تسهیل می کند.

روش تحقیق

هدف از دیپلماسی کسب قدرت و اقتدار برای ملت هاست بنابراین برای پاسخ به سوال تحقیق، ابتدا باید جایگاه و نقش رسانه های نوین در قدرت ساختن برای دیپلماسی تبیین شود برای این منظور با استفاده از مبانی نظری و مصاحبه با خبرگان، مولفه های قدرت نرم، رسانه های نوین و دیپلماسی استخراج و از فرایند ساختار یافته تکنیک دلفی^۱ برای «شناسایی» و «طبقه بندی» مهمترین شاخص ها استفاده شد، در ادامه برای رتبه بندی ابعاد اصلی تحقیق و تعیین شدت ارتباط بین شاخصها با تکنیک تصمیم گیری دیمتل^۲ مجددا به نظر خبرگان مراجعه شد. درنهایت با توجه به مبانی نظری، ادبیات تحقیق و مدل تصمیم گیری دیمتل و با شیوه اکتشافی یک مدل مفهومی پیشنهاد شد. برای آزمون مدل مفهومی و بررسی میزان اثرات متقابل این متغیرها بر یکدیگر دربخش کمی از تکنیک حداقل مربعات جزئی و ابزارهای pls smart نسخه ۳، IBM SPSS Statistics نسخه ۲۶ و Excel برای تجزیه و تحلیل استفاده شد. جمع آوری اطلاعات بر اساس تلفیقی از روشهای اسنادی و میدانی می باشد. به این صورت که درخصوص ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش از روش های اسنادی (مقاله های علمی و پایان نامه ها) و جهت جمع آوری اطلاعات از روش میدانی (مصاحبه با خبرگان) استفاده گردید ولی منبع و مبانی اصلی داده ها، نظرات کارشناسان و متخصصین می باشد که با استفاده از روش دلفی به عنوان نوعی نظرخواهی تخصصی، جمع آوری و تجزیه و تحلیل شده است. ابزار اندازه گیری پرسشنامه ساختارمند (پرسشنامه باسوالات بسته و در قالب طیف

¹ Delphi

² Dematel(Decision Making Trial And Evaluation)

لیکرت) است. جامعه آماری خبرنگاران، دیپلمات‌ها، اساتید حوزه علوم سیاسی، ارتباطات و روش نمونه گیری غیر احتمالی و با روش هدفمند گلوله برفی مجازی است. حجم نمونه در بخش کیفی پژوهش (اول و دوم) که با روش دلفی و دیمتل انجام گرفت با ۱۵ کارشناس به اجماع و اشباع نظری رسیده شد و در بخش سوم و کمی پژوهش با استناد به جدول کوهن^۱ که با تعداد روابط بین سازه ای دو، سطح خطای یک درصد و ضریب تشخیص ۵٪ حداقل حجم نمونه را ۵۰ در نظر می گیرد؛ از ۶۰ نفر دیپلمات، اساتید علوم سیاسی و ارتباطات و خبرنگار حوزه علوم سیاسی در قالب پرسشنامه طیف لیکرت^۲ ۵ تایی خواسته شد تا میزان شدت رابطه هریک از سازه ها را با ابعاد داده شده مشخص کنند.

یافته‌های پژوهش

تکنیک دلفی در ۴ راند انجام گرفت و در نهایت با ۳۰ شاخص و در قالب سه بعد رسانه های نوین، قدرت نرم، دیپلماسی به اجماع نظری رسیده شد

مفاهیم، بعد و زیر بعدهای خروجی تکنیک دلفی-۱

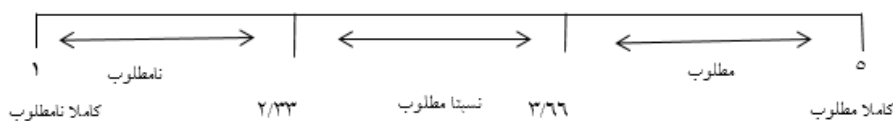
ردیف	مفهوم	بعد	زیر بعد	ارزش شاخص
۱	رسانه های نوین	ابزار ارتباطی	ارتباط برخط	مطلوب
			شبکه سازی	بسیار مطلوب
			رابطه سازی	بسیار مطلوب
		ابزار شناختی و فکری	کنشگری	بسیار مطلوب
			تقویت همگرایی	بسیار مطلوب
			عملیات روانی	بسیار مطلوب
			جریان سازی	بسیار مطلوب
			هویت سازی	بسیار مطلوب
			احساس تعلق	بسیار مطلوب
			جهت دهی	بسیار مطلوب
انگاره سازی/تصویر سازی	مطلوب			

¹ Cohen

² Likert

بسیار مطلوب	روایت گری			
بسیار مطلوب	ظرفیت سازی			
مطلوب	خدمات و مبادله	دیپلماسی رسمی	دیپلماسی	۲
بسیار مطلوب	فرصت سازی			
بسیار مطلوب	مذاکره و میانجیگری			
مطلوب	سیاست			
بسیار مطلوب	مزیت سازی	قدرت شناختی و فکری	قدرت نرم	۳
بسیار مطلوب	اعتماد			
بسیار مطلوب	شناخت			
مطلوب	اعتبار بخشی/اعتبار بخشی			
بسیار مطلوب	برند سازی			
بسیار مطلوب	مشروعیت			
بسیار مطلوب	تصمیم سازی	قدرت رفتاری	قدرت سختاری	
بسیار مطلوب	کسب و کار			
بسیار مطلوب	فرهنگ			
مطلوب	انسجام سازی سیاسی			
بسیار مطلوب	مشارکت عمومی			
مطلوب	گفتمان سازی			
بسیار مطلوب	آموزش			

پس از جمع آوری داده ها و دسته بندی براساس وزن های داده شده، امتیاز هر شاخص از مجموع ارزش عددی وزن هر گزینه سوال مربوط به شاخص ضربدر فراوانی مربوط به آن تقسیم بر تعداد کل پاسخ دهندگان به سوال مورد نظر بدست می آید (فیصی کوشکی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۰۱). وقتی امتیاز هر شاخص به دست آمد با مراجعه به طیف قضاوت پنج قسمتی (کاملاً نامطلوب، نامطلوب، نسبتاً مطلوب، مطلوب، کاملاً مطلوب) سطح مطلوبیت آن مشخص شد. در مطالعات دلفی معیارهایی که متوسط رتبه ۳/۵ یا بالاتر را کسب کنند پذیرفته می شوند.



سطح مطلوبیت لیکرت ۵ تایی - ۱

امتیاز داده شده به عوامل از سوی خبرگان و نخبگان حاکی از این است که ۳۰ معیار آزمون شده دارای ارزش بسیار مطلوب و مطلوب هستند. برای مشخص کردن با اهمیت ترین گویه از آزمون رتبه بندی فریدمن^۱ که یک آزمون ناپارامتری است استفاده شد با مقایسه میانگین رتبه معیارها، شاخص های کنشگری، مشارکت عمومی، روایت گری، تصویر سازی، مذاکره و میانجیگری، مشروعیت، برندسازی، تقویت همگرایی، شبکه سازی، ظرفیت سازی دارای بزرگترین مقدار میانه و لذا بیشترین اهمیت هستند. در ادامه به رتبه بندی ابعاد اصلی تحقیق و تعیین شدت ارتباط بین شاخصها پرداخته شد برای این منظور با استفاده از تکنیک تصمیم گیری دیمتل مجددا به نظر خبرگان مراجعه شد. مراحل تکنیک دیمتل به شرح ذیل انجام گرفت: ۱- نرمال کردن ماتریس ارتباط مستقیم؛ ۲- محاسبه ماتریس ارتباط کامل؛ ۳- ترسیم شبکه روابط NRM^۲؛ ۴- ایجاد نمودار علی؛ ۵- ترسیم نمودار مختصات دکارتی تکنیک دیمتل. در ماتریس ارتباط مستقیم ابتدا نظرات جامعه آماری با استفاده از یک طیف ۵ تایی شامل عدم تاثیر تا تاثیر خیلی زیاد یک شاخص بر شاخص دیگر دریافت می شود، پس از دریافت نظرات خبرگان، این نظرات با استفاده از روش میانگین حسابی تلفیق شده و ماتریس میانگین بدست می آید که با استفاده از ماتریس میانگین می توان نقشه ی تاثیر مستقیم عوامل را ترسیم کرد در مرحله دوم با بی مقیاس کردن ماتریس میانگین نظرات خبرگان، ماتریس تاثیر روابط مستقیم بی مقیاس شده یا ماتریس نرمال ارتباط مستقیم بدست می آید. برای نرمال کردن ماتریس ارتباط مستقیم، ابتدا جمع تمامی سطرها و ستون ها محاسبه می شود و بزرگترین عدد حاصل از جمع تمامی سطرها یا ستون را بر تمامی اعداد ماتریس ارتباط مستقیم تقسیم می شود. در گام سوم برای محاسبه ماتریس ارتباط کامل یک ماتریس یکه یا همانی تشکیل داده و سپس از رابطه (۲) استفاده می کنیم

$$(2) \quad T = (I \times N) - (N)^{-1}$$

در گام چهارم نقشه روابط شبکه NRM یا روابط علی و معنادار میان متغیرهای مورد مطالعه ترسیم می شود نقشه روابط شبکه بر اساس ماتریس ارتباط کامل است، برای این منظور در ابتدا ارزش آستانه روابط (میانگین مقادیر ماتریس T) در ماتریس ارتباط کامل محاسبه شود و تنها روابطی

¹ Friedman

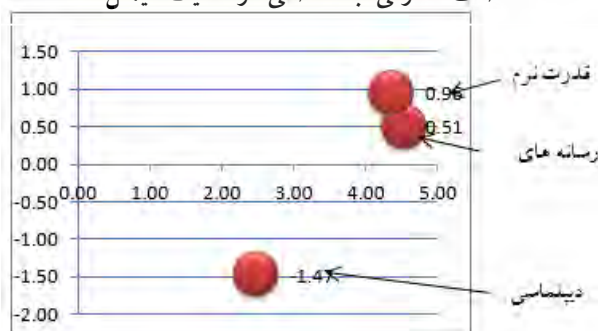
² Network Relation Map

³ Causal Diagram

که مقادیر آنها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگتر باشد در NRM یک در نظر می‌گیریم و تمامی مقادیر ماتریس ارتباط کامل که کوچکتر از آستانه باشد صفر شده یعنی آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود در اینجا مقدار شدت آستانه ۰,۰۴ بدست آمد در گام آخر برای رسم نمودار علی از طریق رسم نقاطی با مختصات $(D-R, D+R)$ قابل دستیابی است. برای دستیابی به این مختصات پس از محاسبه ماتریس روابط کل مجموع سطر و ستون های ماتریس کل که نشان دهنده میزان تاثیرگذاری (D) و تاثیر پذیری (R) هر شاخص می‌باشد محاسبه می‌شود جمع عناصر هر سطر (D) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرگذاری آن عامل بر سایر عامل های سیستم است. (میزان تاثیرگذاری متغیرها) و به طور مشابه جمع عناصر ستون (R) برای هر عامل نشانگر میزان تاثیرپذیری آن عامل از سایر عامل های سیستم است. (میزان تاثیرپذیری متغیرها).

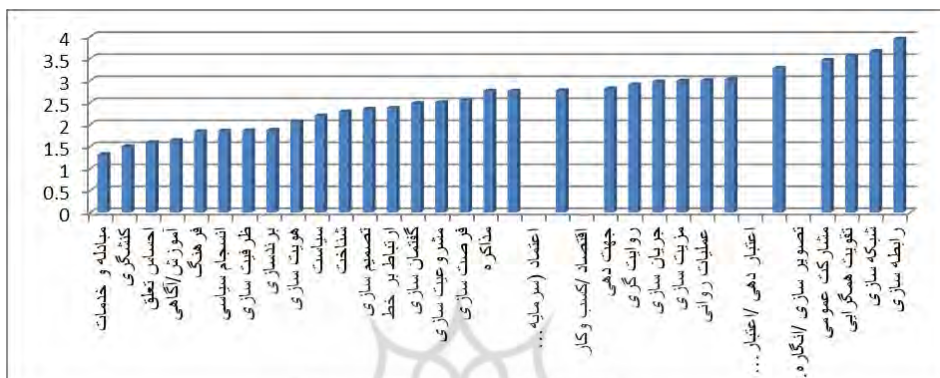
نتایج تکنیک دیمتل نشان داد که شاخص شبکه سازی با بیشترین مقدار R (2.25) بیشترین اثرگذاری بر روی شاخص ها دارد و شاخص ارتباط سازی با بیشترین مقدار ستونی D (2.04) تاثیر پذیرترین عامل می‌باشد. محل واقعی هر شاخص در دیاگرام توسط مختصات $(D+R)$ و $(D-R)$ مشخص می‌شود باید گفت که این موقعیت در صورت مثبت بودن $(D-R)$ بطور قطع یک عامل علی و در صورت منفی بودن بطور قطع یک عامل معلول خواهد بود با توجه به دیاگرام علت و معلولی رسم شده، شاخص رابطه سازی با بیشترین مقدار $(D+R)$ و اندازه (3.94) بیشترین تعامل را با مجموع شاخص ها دارد و شاخص مبادله و خدمات با کم ترین مقدار $(D+R)$ و اندازه (1.32) کم ترین تعامل را با مجموعه شاخص ها دارد. بیشترین مقدار $(D-R)$ با میزان (1.12) متعلق به شاخص ظرفیت سازی است که تاثیر گذارترین عامل و شاخص ارتباط برخط با کم ترین میزان $(D-R)$ و مقدار (-1.95) تاثیر پذیرترین عامل هست.

مختصات دکارتی ابعاد اصلی در تکنیک دیمتل-۱



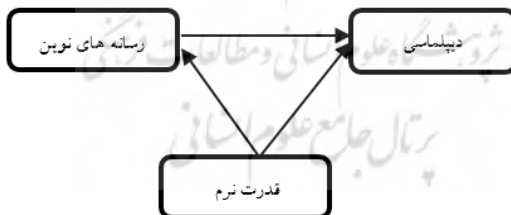
در دیاگرام ترسیم شده، رسانه نوین با مقدار (۰.۵۱) متغیر مستقل و با اهمیت ترین عامل، متغیر قدرت نرم با مقدار (۰.۹۶) متغیر مستقل و تاثیر گذارترین عامل و دیپلماسی عمومی با مقدار (۱.۴۷-) متغیر وابسته و تاثیر پذیرترین عامل می باشد.

ترتیب میزان اهمیت شاخص ها-۱



بر مبنای مقادیر گزارش شده شاخص رابطه سازی، دارای بیشترین میزان اهمیت می باشد با تکیه بر یافته های تحقیق، مبانی نظری و با شیوه اکتشافی مدل مفهومی زیر پیشنهاد میگردد، در این مدل قدرت نرم متغیر مستقل، دیپلماسی عمومی متغیر وابسته و رسانه های نوین به عنوان متغیر میانجی مفروض می گردد.

۲ - مدل مفهومی اکتشافی محقق ساخته



با توجه به مدل مفهومی، بر اساس نقش میانجی متغیر رسانه های نوین سه فرضیه زیر مطرح و آزمون شد. - نقش میانجی گری رسانه های نوین در رابطه بین قدرت نرم و دیپلماسی عمومی، تاثیر مثبت و معنا داری دارد (فرضیه اصلی)

- رسانه های نوین بر دیپلماسی عمومی تاثیر مثبت و معنا داری دارد (فرضیه فرعی ۱)

- قدرت نرم بر دیپلماسی عمومی تاثیر مثبت و معنا داری دارد (فرضیه فرعی ۲)

در این بخش برازش مدل در سه بخش، برازش مدل اندازه گیری، برازش مدل ساختاری و برازش مدل کلی انجام می شود به این ترتیب که ابتدا با استفاده از معیارهای پایایی و روایی (سنجش روایی باید پس از تأیید پایایی صورت گیرد) از صحت روابط موجود در مدل اطمینان حاصل کرده و سپس به بررسی و تفسیر روابط موجود، در بخش ساختاری پرداخته و در مرحله پایانی نیز برازش کلی مدل پژوهش بررسی شده است و سپس به آزمودن فرضیه های پژوهش پرداخته شد.

برازش مدل اندازه گیری: برای بررسی برازش مدل اندازه گیری، از سه معیار پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده می شود. پایایی از طریق سه آزمون آلفای کرونباخ^۱، پایایی ترکیبی^۲ و قابلیت اطمینان شاخص (بارهای عاملی) و روایی از طریق روایی همگرا و روایی واگرا سنجیده می شود (احمدی و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۷)

پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ در همه متغیرها بالاتر از 0.7 است و مقادیر بارهای عاملی همه متغیرها بالاتر از 0.5 است که نشانگر سطح معناداری قوی و همبستگی زیاد بین متغیرهای مشاهده شده و عامل می باشد در نتیجه مدل پایایی خوبی دارد مقدار AVE^۳ از 0.5 بیشتر و همچنین CR از مقادیر AVE و 0.7 بزرگتر است در نتیجه شروط روایی همگرا وجود دارد.

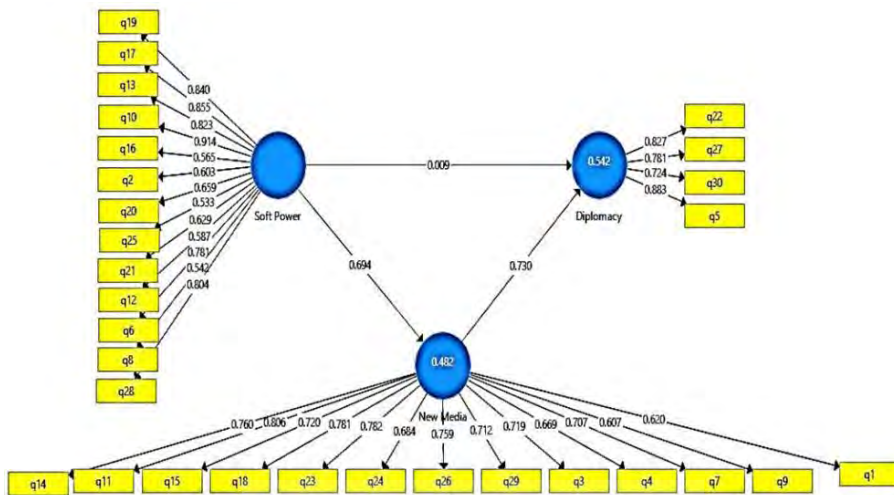
برازش مدل اندازه گیری-۲

برازش مدل اندازه گیری	آزمون		Diplomacy	New media	Soft Power
	پایایی	ضریب آلفا کرونباخ	0.825	0.921	0.915
پایایی ترکیبی		0.881	0.933	0.929	
روایی همگرا	AVE	0.650	0.518	0.511	
روایی واگرا (HTMT)	Diplomacy ← New Media		0.784		
	New Media ← Soft Power		0.737		
	Diplomacy ← Soft Power		0.579		

¹ Cronbach's Alpha

² Composite Reliability (CR)

³ Average Variance extracted



مدل ساختاری در حالت تخمین استاندارد/ضرایب بارهای عاملی-۳

اعداد موجود در ماتریس شاخص HTML از ۰.۹ کمتر است و شرط روایی و اگر برقرار است و بیانگر این است که روایی و اگرایی مدل مناسب است در مجموع می توان گفت مدل برازش انداز هگیری مناسبی دارد و سازه خوب تعریف شده است. برای بررسی برازش مدل ساختاری از ضریب تعیین R2، شاخصهای Q2 و F2 استفاده می گردد. ضریب تعیین R2 نشان می دهد که ۰.۵۴۲ از متغیر دیپلماسی و ۰.۴۸۲ از متغیر رسانه نوین توسط متغیر مستقل قدرت نرم تبیین می شود مقادیر گزارش شده، بالاتر از ۰.۳۳. نشان از قوت رابطه بین آن سازه و سازه های درون زا است. مقادیر مثبت Q2 حاکی از این است که سازه قابلیت پیش بینی شاخص های مربوط به سازه های درون زای مدل را دارد و روابط بین سازه ها به درستی تعریف شده با توجه به یافته ها سازه دیپلماسی توانایی پیش بینی زیاد و سازه رسانه توانایی پیش بینی متوسط دارد، اندازه اثر رسانه بر دیپلماسی قوی ۰.۶۰۲ اندازه اثر قدرت نرم بر دیپلماسی بسیار ضعیف ۰.۰۰۰ و اندازه اثر قدرت نرم بر رسانه نوین بسیار قوی ۰.۹۳۱ برآورد شده است و سازه دیپلماسی قدرت پیش بینی زیاد و سازه رسانه نوین، قدرت پیش بینی متوسط دارد، در مجموع مدل برازش ساختاری مناسبی دارد.

برازش مدل ساختاری-۳

برازش مدل ساختاری	آزمون		Diplomacy	New Media	Soft power
	ضریب تعیین 2 R	RSquare	۰۵۲۰۰	۰۴۸۲۰	
RSquare Adjusted		۰۵۲۶۰	۰۴۷۳۰		
f Square	Diplomacy	---	---		
	New Media	۰۶۰۲۰	---		
	Soft Power	۰۰۰۰۰	۰۹۳۱۰		
شاخص Q2	sso	۳۲.۸۲۶	۲۶۳.۹۳	۸۴۰.۱۰۳	
	SSE	۲۴۱.۱۷	۹۳۵.۶۸	۸۴۰.۱۰۳	
	SSO) / SSE - 1 (= Q2	۰۴۷۵۰	۰۲۶۱۰		

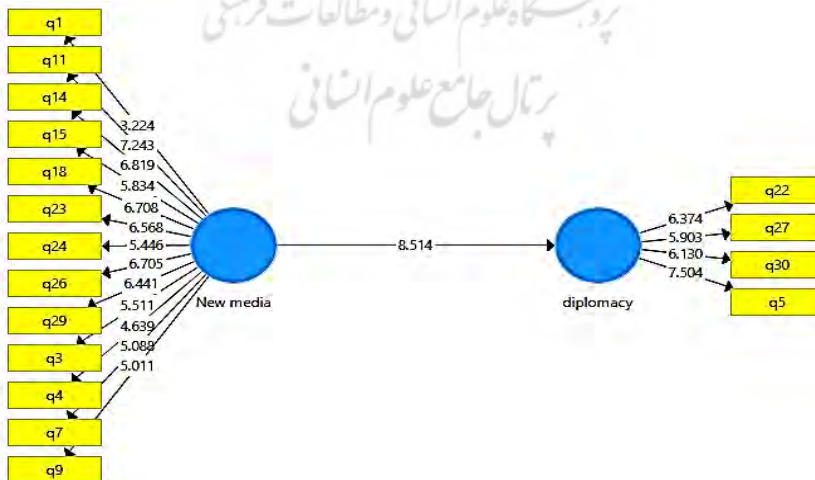
برازش مدل کلی: در نهایت برای بررسی برازش کل مدل از شاخص نکویی برازش GOF استفاده شد مقدار GOF برآورد شده ۰.۵۳۵ و طبق ارزیابی وتزلس و همکاران (۲۰۰۹) برازش کلی مدل قوی می باشد.

برازش مدل کلی-۵

average(AVE)	average (R2)	GOF
0.560	0.512	0.535

آزمون فرضیات توسط تحلیل مسیر

فرضیه سوم: رسانه های نوین بر دیپلماسی عمومی تاثیر مثبت و معنا داری دارد.



تحلیل عاملی درحالت ضریب معناداری-۴

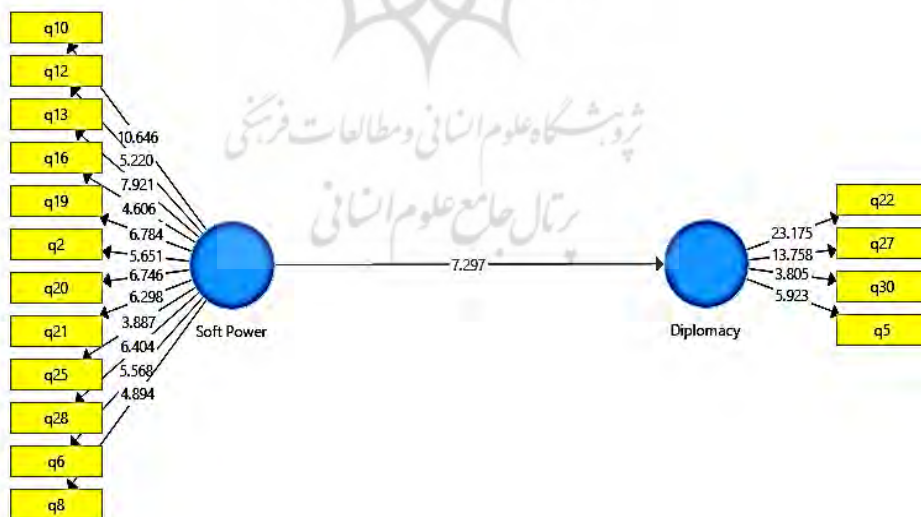
ضریب معناداری بین دیپلماسی عمومی و رسانه نوین بالاتر از 1.98 گزارش شده که نشان دهنده رابطه معنادار بین دیپلماسی عمومی و رسانه نوین می باشد و فرضیه فرعی سوم تأیید قرار می شود.

فرضیه اول: نقش میانجی گری رسانه های نوین در رابطه بین قدرت نرم بر دیپلماسی عمومی، تاثیر مثبت و معنا داری دارد.

برای بررسی شدت و میزان میانجیگری متغیر میانجی از شمول واریانس استفاده شده است. شمول واریانس یا VAF یکی از روش های محاسبه نقش متغیر میانجی در حداقل مربعات جزئی، رگرسیون، تحلیل مسیر و مدل معادلات ساختاری است

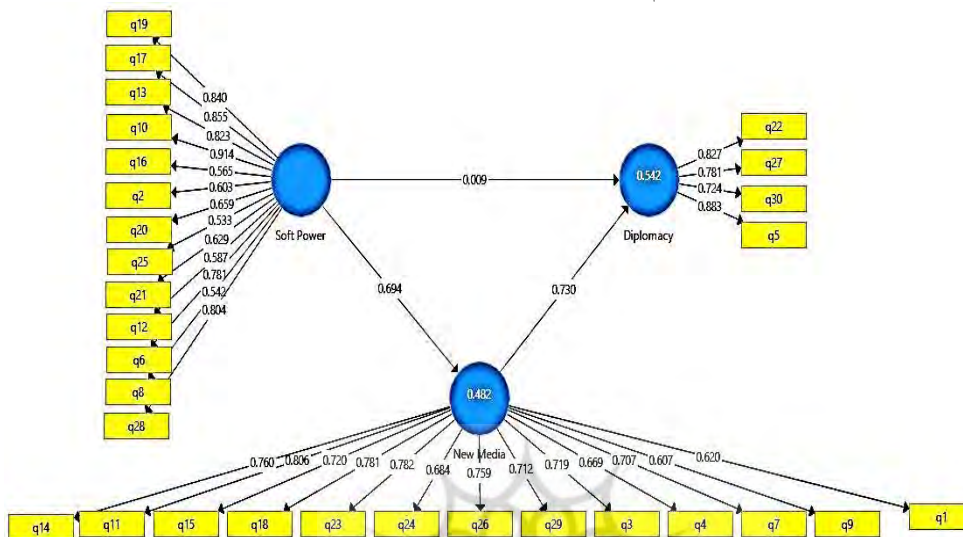
لازمه تایید اثر متغیر رسانه های نوین به عنوان متغیر میانجی و آزمون فرضیه اول این است که معناداری رابطه بین متغیر مستقل (قدرت نرم) و متغیر وابسته (دیپلماسی عمومی) بررسی گردد. برای این منظور مدل بدون متغیر میانجی (رسانه نوین) اجرا می شود (برآزش فرضیه دوم فرعی) که در صورت عدم وجود رابطه معنادار بررسی نقش میانجی متفی است.

آماره t مقدار ۷.۲۹۷ گزارش شده است که از مقدار استاندارد ۱.۹۸ بزرگتر است و نشان از رابطه معنادار و بسیار قوی مسیر مستقیم متغیر مستقل بر وابسته (بدون حضور متغیر میانجی) است به عبارتی رابطه قوی بین دیپلماسی عمومی و قدرت نرم وجود دارد و مسیر مستقیم معنادار است.



تحلیل عاملی تأییدی مسیر بدون متغیر میانجی در حالت معناداری-۵

با توجه به حالت های متغیر میانجی (هیر و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۱۰) مدل را باحضور متغیر میانجی (رسانه نوین) برازش می کنیم و شمول واریانس برای بررسی شدت میانجی بودن محاسبه



تخمین استاندارد در حالت معناداری ۶-

محاسبه آماره شمول واریانس VAF

برای بررسی شدت و میزان میانجیگری متغیر میانجی از شمول واریانس استفاده می گردد. شمول واریانس یا VAF یکی از روش های محاسبه نقش متغیر میانجی در حداقل مربعات جزئی، رگرسیون، تحلیل مسیر و مدل معادلات ساختاری است و نسبت اثر غیرمستقیم به کل اثر را نشان می دهد. و می توان تعیین کرد که تا چه اندازه واریانس متغیر وابسته مستقیماً توسط متغیر مستقل تشریح می شود و چه مقدار واریانس هدف بوسیله روابط غیرمستقیم تشریح می شود. در نهایت نیز چه مقدار واریانس هدف بوسیله روابط غیرمستقیم از طریق متغیر میانجی شرح داده می شود.

$$\text{اثر مستقیم} = \text{اثر متغیر مستقل بر وابسته} = (0.009)$$

$$\text{اثر غیر مستقیم} = \text{اثر مستقل بر میانجی} \times \text{اثر میانجی بر وابسته}$$

$$(0.507) = (0.507662) = (0.730 * 0.694)$$

$$(0.507 + 0.009) = (0.516)$$

$$\text{اثر کل} = \text{اثر مستقیم} + \text{اثر غیر مستقیم}$$

$$(0.516) / (0.507) = (1.018)$$

$$\text{شمول واریانس} = \text{اثر غیر مستقیم} \div \text{اثر کل}$$

مشاهده می شود که بین متغیر مستقل و وابسته (بدون حضور متغیر میانجی) رابطه قوی وجود دارد و همچنین در برازش مدل با حضور متغیر میانجی مقدار VAF خیلی بزرگ و بالاتر از ۸۰ درصد می باشد لذا می توان ادعای میانجی گری کامل کرد و فرضیه اول و دوم تایید می شود.

بحث و نتیجه گیری

	ضریب استاندارد شده	t-value	VAF	نتیجه	
قدرت ← رسانه های نوین ← دیپلماسی عمومی	0.507	---	۱۰۰۲	تائید	فرضیه اصلی
قدرت نرم ← دیپلماسی عمومی	0.694	۸.۹۲۶	---	تائید	فرضیه فرعی ۱
رسانه های نوین ← دیپلماسی عمومی	0.730	۳.۷۷۴	---	تائید	فرضیه فرعی ۲

با توجه به یافته های تحقیق، نقش میانجی گری رسانه های نوین در رابطه بین قدرت نرم و دیپلماسی تاثیر مثبت و معنا داری است و فرضیه اصلی تحقیق مورد تائید است.

یافته های تحقیق حاکی از اثبات فرضیه فرعی ۱ و ۲ است در نتیجه قدرت نرم بر دیپلماسی عمومی تاثیر مثبت و معنا داری دارد. و همینطور رسانه های نوین بر دیپلماسی عمومی تاثیر مثبت و معنا داری دارد.

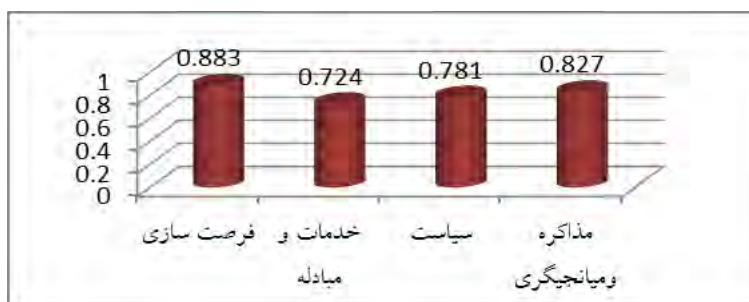
شاخص های شبکه سازی، تقویت همگرایی، ارتباط بر خط، عملیات روانی، جریان سازی، هویت سازی، احساس تعلق، ارتباط سازی، جهت دهی، تصویر سازی/نگاره سازی، روایت گری، کنشگری، ظرفیت سازی به عنوان مولفه های موثر رسانه های نوین به اجماع نخبگان رسید. رسانه های نوین با قابلیت ارتباط برخط میان کاربران ارتباط سازی و در نهایت شبکه سازی می کنند و با کنشگری، تصویر سازی، عملیات روانی، روایت مطلوب خود را تولید و با جهت دهی و جریان سازی موجب تقویت همگرایی کاربران شده و در نهایت با ایجاد حس تعلق موجب هویت سازی و ظرفیت سازی می شوند و در نهایت برای دستگاه دیپلماسی فرصت سازی می کنند

شاخص های رسانه های نوین-۲



مولفه های مذاکره، سیاست، خدمات و مبادلات، فرصت سازی به عنوان شاخص های اثرگذار دیپلماسی به اجماع خبرگان رسید.

شاخص های دیپلماسی-۳



سوال اصلی: رسانه های نوین بر دیپلماسی دولت ها چه نقشی دارند؟ برای پاسخ به این سوال آزمون های مضمول واریانس و بوت استرایپینگ^۱ اجرا شد؛ بر مبنای آزمون مضمول واریانس ابتدا مدل بدون حضور متغیر میانجی (رسانه نوین) و در مسیر مستقیم برازش شد (فرضیه دوم استخراج شده از مدل برازش شده) مقدار سطح معناداری کمتر از 0.05 بوده است و فرض محقق پذیرفته می شود؛ نتایج تجزیه و تحلیل آماری نشان داد که قدرت نرم بر دیپلماسی عمومی دولتها تاثیری به میزان 0.053 و معناداری به میزان 7.297 داشته است؛ بدین معنی که با تغییر 1 واحد یا 100 درصد در قدرت نرم؛ دیپلماسی عمومی 0.053 واحد یا 0.053 درصد بهبود می یابد؛ همچنین این تاثیر مثبت بوده است (0.053+) نتایج نشان داد که ضریب مسیر قدرت نرم بر دیپلماسی دولتها بدون حضور میانجی معنادار بوده و این فرضیه تأیید شده است (مقدار ضریب مسیر = 7.297 و 6.094 = t)؛ زیرا ضریب تی خارج از بازه 1.96 و 1.96- (ناحیه بحرانی تحقیق) بوده است از طرفی فرضیه دوم تاثیر قدرت نرم بر دیپلماسی (مقدار ضریب مسیر = 7.297 و 0.053 = t) و فرضیه سوم تاثیر رسانه نوین بر دیپلماسی (مقدار ضریب مسیر = 0.775 و 8.014 = t) تأیید شد؛ همچنین اثر غیر مستقیم قدرت نرم بر دیپلماسی دولتها (0.0507 = 0.730 * 0.694) در مقایسه با اثر مستقیم قدرت نرم بر دیپلماسی دولتها (مقدار ضریب مسیر = 0.009 و 0.045 = t) بیشتر است. بدین معنی که تمامی تاثیر متغیر

¹ bootstrapping

مستقل بر وابسته به واسطه متغیر میانجی (رسانه نوین) منتقل می‌شود؛ از طرفی چون با حضور میانجی اثر مستقیم قدرت نرم بر دیپلماسی دولتها تاثیر معنادار نبوده زیرا در بازه بحرانی (1.98 و 1.98) قرار گرفته و بیشتر از ۸۰ درصد تاثیر متغیر مستقل بر وابسته (قدرت بین قدرت نرم و دیپلماسی عمومی) از طریق متغیر میانجی منتقل می‌شود بنابراین نقش رسانه های نوین میانجی گری کامل انتقال قدرت به دیپلماسی است.

رسانه های نوین و به طور اخص رسانه های اجتماعی با استفاده از شاخص های ویژه خود (مانند شبکه سازی) رابطه سازی می کنند و با تکنیک ها و تاکتیک ها و تاثیر گذاری بر افکار عمومی شهروندان هويت سازی کرده و موجب تقویت همگرایی می شوند تا با فشار افکار عمومی شهروندان موجب تصمیم سازی دولتمردان گردند و در نهایت برای دستگاه دیپلماسی فرصت سازی کنند هر چند دستگاه دیپلماسی هم می تواند با تحلیل و بهره برداری از این فضا برای خود فرصت سازی کند. به صورت خلاصه می توان استدلال کرد در دوران مدرن دستاوردهای علم و فناوری به ابزاری تبدیل شده که روابط سایر حوزه ها را با یکدیگر تنظیم و کنترل می کند، پیشرفت فناوری ارتباطات و ظهور شبکه های اجتماعی موجب تغییر و تحول در حوزه سیاست گذاری و سیاست ورزی در جوامع دموکراتیک و حتی جوامع توتالیتر شده است و رسانه های نوین به عنوان ابزار های ارتباطی و شناختی عصر جدید و با تکنیک ها و تاکتیک های در دسترس موجب تغییر ماهیت قدرت شده است. همچنان که از نظر هارت تکنولوژی، طبیعت قدرت و کسانی را که از آن استفاده می کند تغییر می دهد، ایده ها، منافع و نهادها باز تولید می شوند و قدرت از خواستگاه اصلی خود تغییر مکان می دهد.

استراتژی و راهبرد رسانه های نوین تولید قدرت نرم و تبدیل آن به فراقدرت در عرصه دیپلماسی می باشد و رسانه های نوین با تغییر ماهیت قدرت موجب تغییر و باز تعریف مفاهیم منافع ملی، قدرت ملی و دیپلماسی عمومی کشورها می شوند. در عصر ارتباطات، لازمه حضور پر قدرت در عرصه جهانی، استفاده برنامه ریزی شده از رسانه های نوین در راس دستگاه دیپلماسی عمومی کشورها است.

منابع

- احمدی، سید علی اکبر؛ صالحی، علی؛ نصیری، پرویز (۱۳۹۷). تحلیل آماری (رشته آمار)، تهران: دانشگاه پیام نور، چاپ اول، جلد ۲۹۶.
- آهنگران، محمد رسول؛ محمودی، محمدرضا؛ حاجی زاده، فاطمه (۱۴۰۱). «بررسی مبانی تالیف قلوب و نقش آن در تعمیق قدرت نرم حاکمیت اسلامی با تاکید بر فضای مجازی»، مطالعات قدرت نرم، دوره ۲۸، شماره ۱، ۳۵-۵۲.
- بیات، محمود (۱۳۸۵). دیپلماسی دیجیتال: پژوهشی در تحولات دیپلماسی معاصر، تهران: ناشر اداره نشر وزارت امور خارجه، چاپ اول.
- پوراحمدی، حسن (۱۳۸۱). «انقلاب اطلاعاتی- ارتباطی تبیینی نو از منابع قدرت ملی در عصر جهانی شدن»، راهبردهای سیاسی و بین المللی، دوره ۱، شماره ۲.
- پیری، هادی مراد؛ خضرابی، حمید رضا (۱۴۰۰). «نقش فناوری‌های نوین اطلاعاتی در جنگ‌های آینده»، مطالعات قدرت نرم، دوره ۲۳، شماره ۲۰، ۱۷۷-۱۵۹.
- تافلر، آلوین (۱۳۷۵). موج سوم، ترجمه ی شهیندخت خوارزمی، تهران: آسمان، چاپ چهاردهم.
- جعفری نیا، غلامرضا، (۱۳۸۹). «رابطه استفاده از رسانه های جمعی با سرمایه اجتماعی سرپرستان خانوار در شهر خورموج»، نشریه رفاه اجتماعی، دوره ۱۰، شماره ۳۸، ۱۶۹-۱۴۸.
- چلبی، مسعود (۱۳۸۹). جامعه شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی، تهران: نشرنی، چاپ پنجم.
- دهقانی فیروزآبادی، سید جلال؛ ستوده، محمد؛ ارجینی، حسین و صادق زاده، محمد علی (۱۴۰۰). «نقش رهبری نظام در کارآمدی دیپلماسی عمومی از طریق مدیریت تصویر»، مطالعات قدرت نرم، دوره ۲۴، شماره ۱، ۲۵-۱.
- رجبی، محمد (۱۴۰۱). «شناسایی مولفه های قدرت نرم سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در قبال ایالات متحده آمریکا»، مطالعات قدرت نرم، دوره ۲۸، شماره ۱، ۲۷۹-۲۵۹.
- سجادپور، سیدمحمدکاظم؛ وحیدی، موسی الرضا (۱۳۹۰). «دیپلماسی عمومی نوین: چارچوبهای مفهومی و عملیاتی»، سیاست، شماره ۲۰، ۹۶-۷۷.
- سیف زاده، سید حسین (۱۳۸۴). سیاست خارجی ایران، تهران: نشر میزان، چاپ اول.
- ضمیران، محمد (۱۳۸۷). میشل فوکو: دانش و قدرت، ترجمه محمد ضمیران، تهران: نشر هرمس، چاپ دوازدهم.

- عیوضی، محمد رحیم؛ پارسا، مونا (۱۳۹۲). «الگوی تحلیلی قدرت نرم و سیاست بین الملل»، مطالعات قدرت نرم، دوره سوم، شماره ۹، ۱۱۲-۹۹.
- فرانکل، ژوزف (۱۳۸۲). روابط بین‌الملل در جهان متغیر، ترجمه عبدالرحمان عالم، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، چاپ ششم.
- فوکو، میشل (۱۳۸۵). مراقبت و تنبیه (تولد زندان)، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهاندیده، تهران: نشر نی، چاپ ششم.
- فوکو، میشل (۱۳۹۱). تولد زیست سیاست: درس گفتارهای کلژدوفرانس، ترجمه رضا نجف زاده، تهران: نشر نی، چاپ نهم.
- فیضی کوشکی، فاطمه؛ اکبری، مرتضی؛ معماریان، هادی واعظمی‌راد، محمد (۱۳۹۷). «ارائه برنامه‌های راهبردی جهت مدیریت بحران بیابانزایی با استفاده از علم آینده پژوهی»، دانش پیشگیری و مدیریت بحران، دوره ۸، شماره ۴، ۴۱۴-۴۰۱.
- گنجی دوست، محمد (۱۳۸۷). «تحولات دیپلماسی در عصر اطلاعات»، سیاست، دوره ۳۸، شماره ۱، ۲۱۲-۱۸۵.
- مهدی زاده، سید مهدی (۱۳۹۰). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری، چاپ اول.
- نای، ژوزف (۱۳۸۶). «قدرت نرم: ابزار موفقیت در سیاست جهانی»، مترجم عسگر قهرمانپور بناب، مطالعات عملیات روانی دوره ۵، شماره ۱۸، ۱۷۱-۲۰۴.
- Alvi, A., Ahmad, T And Ittefaq, M. (2019). The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: an Analysis of Survey Results From Rural Pakistan Sage Open: <https://doi.org/10.1177/2158244019864484>
- Castells, M. (2009). Comuncation Power ,Uk: Oxford University.
- Carneiro, S., Goncalves, M., Marinho, J., Matos, M., Pinheiro, A., Rodrigues, B .Sequeira, M And Soares, G. (2020). China in Africa (2019): Facebook & Twitter as Part of Public Diplomacy, Usc Center on Public Diplomacy .<https://uscpublicdiplomacy.org/blog/china-africa-2019-facebook-twitter-part-public-diplomacy>.
- Dumciuviene, A. (2016). Twiplomacy: The Meaning of Social Media to public Diplomacy and Foreign Policy of Lithuania, De Gruyter Open, 35 (25), 1-25.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis (7th ed) New Jersey, Nj: Pearson Prentice Hall.

Nye, J. (2004). Soft Power: The Means to Success in World Politics, New York: public.

