

الحمد لله

1.4844

۸۷۱۱۱-۸۶۹
۷۴۱۱۱



دیپلماسی رسانه ای میان ایران و امریکا در دوره بوش

پایان نامه ارائه شده به گروه علوم سیاسی
دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد
در رشته روابط بین الملل

توسط:

رضا بختیاریان

استاد راهنما:

دکتر محمود سریع القلم

استاد مشاور:

دکتر محمدرضا تاجیک

کتابخانه اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

۱۳۸۷/۱۰/۱۰

شهریور ۱۳۸۷

۱۰۶۷۶۷

برگ تاییدیه پایان نامه

عنوان پایان نامه: دیپلماسی رسانه ای میان ایران و امریکا در دوره بوش

دانشجو: رضا بختیاریان

دوره: کارشناسی ارشد روابط بین الملل

این پایان نامه در جلسه ۱۳۸۷/۶/۲۰ با شماره ۱۹ و درجه عالی
مورد تایید اعضای کمیته پایان نامه، متشکل از استادان زیر، قرار گرفت:

استاد راهنما

دکتر محمود سریع القلم

امضاء

استاد مسئول

دکتر محمدرضا تاجیک

امضاء

استاد راهنما

دکتر عبدالعلی قوام

امضاء



تقدیم به:

پدر دلسوز ، مادر مهربان

،

برادران عزیزم

و

تمام کسانی که در مسیر زندگی

به من بهتر شدن را آموختند.

اذعان:

مطالب ارائه گردیده در این پایان نامه توسط اینجانب، رضا بختیاریان، برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد، در دانشکده علوم اقتصادی و سیاسی دانشگاه بهشتی طی فاصله زمانی بهمن ۱۳۸۶ تا شهریور ۱۳۸۷ به شکل پاره وقت نوشته شده است. چارچوب و محتوی این پایان نامه، به رغم استفاده از نظرات بزرگوارانی که در سپاس گزاری از آنان تشکر گردید، حاصل گزینش و کوشش نگارنده می باشد. پژوهش پیش رو، یا بخشی از آن برای دریافت هیچ مدرکی به این دانشگاه و یا دیگر دانشگاه ها ارائه نشده است.

رضا بختیاریان

شهریور ۱۳۸۷

امضاء


پاس:

شکر و سپاس خدای را که بی لطف و عنایت او فطنی بر کاغذ نمی رود، جوهری بر برگ نمی نشیند و کاری به سرانجام نمی رسد. فرض است بر من که شکر زحمت بی دریغ اساتید راهنا و مشاورم، جناب آقای دکتر محمود سریع القلم و جناب آقای دکتر محمد رضا تاجیک باشم که با لطف بسیار این نوشتار را خط خواندند و مرا از راهنایی های خویش بهره مند ساختند، امید آن که با آنچه نگاشته ام توانسته باشم گوشه ای از دین خود به ایشان را ادا کنم. و قدردان تمام اساتید گروه روابط بین الملل و علوم سیاسی دانشگاه شهید بهشتی، ستم که طی این سالها از محضرشان بهره بردم.

بر خود فرض می دانم که از پدر عزیز، مادر مهربانم و برادران عزیزتر از جانم حسن، حمید، حیدر که سهم بسزایی در موفقیت تحصیلی ام داشته اند سپاس گذاری کنم، در توان من نیست دینی را که این عزیزان بر گردانم دارند، ادا نمایم، حتی اگر این نوشته، کلید کلید بوسه ای شود بر دست آن عزیزان و خط به خط، حلقه گلی بر گردنشان، به نشان تقدیر. با دوا که توان دار و بر جای من این دین ادا کند.

و از سایر عزیزان به ویژه خانم معصومه محمد پور عزیز و آقای حسین طایفی دوست عزیزم که در این مدت بسیار زحمت کشیدند و همچنین سایر دوستان به ویژه آقایان قادر نعمی، محمد رضا پارسای محمودی، مرتضی عباس آبادی، علی ممسنی، اکبر حبیب اللهی و سید محمد مهدی حسینی سایر دوستان که هر چند این جاز قلم افتادند ولی اسمشان بر فلجم حک می باشد، سپاسگزارم.

عنوان پایان نامه: دیپلماسی رسانه ای میان ایران و امریکا در دوره بوش

دانشجو: رضا بختیاریان

استاد راهنما: دکتر محمود سریع القلم

دوره: کارشناسی ارشد روابط بین الملل

تاریخ ارائه: شهریور ۱۳۸۷

چکیده:

امروزه دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها به عنوان یک عامل تعیین کننده در نظام بین الملل تحت تأثیر و تعامل تحولات شگرف در عرصه ارتباطات قرار گرفته است؛ چنانچه «دیپلماسی رسانه‌ای» به عنوان یکی از شاخه‌های اصلی فعالیت‌های دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی پدیدار شده است و بخش قابل توجهی از دیپلماسی عمومی کشورهای به ویژه قدرتمند را به خود اختصاص داده است. از این منظر گروهی از محققین و کارشناسان این گونه تحلیل می‌نمایند که اساساً دیپلماسی رسانه‌ای از رسانه‌ها در جهت ارتقای سیاست خارجی کشورها استفاده می‌کند و رسانه به مثابه ابزاری در دیپلماسی تلقی می‌شود که با استفاده از این ابزار، دیپلمات‌ها و سیاست‌گذاران می‌توانند نیات و مقاصد خود را به عنوان دیپلماسی، مورد محک و در معرض چالش‌های دیپلماتیک قرار دهند. بر اساس این تحلیل‌ها، رسانه‌ها بر دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها تأثیرگذار بوده و دیپلماسی رسانه‌ای نیز عمدتاً در راستای سیاست خارجی، منافع ملی کشورها و تأثیرگذاری بیشتر بر افکار عمومی و تغییر و تحولات عمل می‌نماید؛ در حالی که گروهی دیگر اعتقادی به تأثیرگذاری رسانه‌ها بر تصمیم‌گیری‌های سیاست خارجی ندارند و این گونه تحلیل می‌نمایند که شواهد متقن در مورد تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی بر تصمیم‌گیری‌های سیاست خارجی وجود ندارد و تصمیم‌گیرندگان به ندرت تصمیم‌های خود را به خاطر رسانه‌ها تغییر می‌دهند. هرچند که ممکن است به خاطر رسانه‌ها، ناگزیر از واکنش نشان دادن باشند. در این تحلیل نفوذ و تأثیر دولت به عنوان تصمیم‌گیرنده بر رسانه‌ها بیشتر است. پاسخ به سؤالات مطرح در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای از جمله در روابط ایران و امریکا در دوره بوش از جمله دغدغه‌های این پژوهش می‌باشد که نشان می‌دهد امریکا به علت داشتن منابع عظیم قدرت به میزان بیشتر از این ابزار در روابط متقابل خود با ایران بهره گرفته است.

کلید واژه‌ها: دیپلماسی، رسانه، دیپلماسی رسانه ای، ایران، ایالات متحده امریکا

فهرست

صفحه	عنوان
۱	مقدمه
	فصل اول: دیپلماسی و رسانه
۷	گام اول
۹	تعریف دیپلماسی
۱۱	هدف دیپلماسی
۱۲	وظایف دیپلماسی
۱۴	ابزار دیپلماسی
۱۶	رسانه
۱۸	رسانه های نوشتاری
۱۹	رسانه های دیداری شنیداری
۲۰	رادیو
۲۱	تلویزیون
۲۳	ماهواره
۲۴	چند رسانه ای ها
۲۶	رویه های رسانه ای
۲۸	تحولات رسانه ای
۳۰	تأثیرگذاری و اثربخش رسانه ها

۳۱ نظریه‌های مربوط به اثرات رسانه‌ها
۳۱ نظریه گلوله
۳۲ نظریه اثرات محدود رسانه‌ها
۳۳ نظریه کاشت
۳۷ روش‌ها و فنون رسانه‌ای در دستکاری اذهان
۳۷ برجسته‌سازی
۴۰ تبلیغات
۴۴ افکار عمومی
فصل دوم: تعامل دیپلماسی و رسانه	
۴۸ نوع بازیگری رسانه
۴۹ رسانه بازیگر کنترل کننده
۵۰ رسانه بازیگر محدود کننده
۵۱ واسطه‌گری سیاسی - بین‌المللی
۵۲ رسانه بازیگر ابزاری
۵۳ تئوری تولید توافق
۵۵ دیپلماسی و اشکال جدید
۵۶ دیپلماسی عمومی
۵۸ دیپلماسی شبکه
۶۰ دیپلماسی سایبر
۶۱ دیپلماسی مجازی

دیجیتال دیپلماسی.....	۶۲
دیپلماسی رسانه ای.....	۶۴
تعریف.....	۶۴
کاربرد رسانه در دیپلماسی رسانه ای.....	۶۵
نحوه عملکرد دیپلماسی رسانه ای.....	۶۶
دیپلماسی رسانه ای و مناسبات بین المللی.....	۶۷
مدیریت دیپلماسی رسانه ای و دولتمردان.....	۶۹
عملیات روانی در دیپلماسی رسانه ای.....	۷۳
فصل سوم: دیپلماسی رسانه ای امریکا و ایران	
دیپلماسی رسانه ای امریکا و ایران.....	۷۶
حادثه یازدهم سپتامبر و کارکرد رسانه‌ها در امریکا.....	۷۶
دیپلماسی رسانه‌ای امریکا در فردای یازدهم سپتامبر.....	۸۰
تلاشهای رسانه ای امریکا علیه جمهوری اسلامی ایران.....	۸۵
دوره اول از روی کار آمدن بوش.....	۸۶
دور دوم: از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ به این طرف.....	۸۸
فشارهای روانی امریکا علیه ایران بعد از جنگ افغانستان.....	۹۲
حجم رسانه ای امریکا.....	۹۵
دیپلماسی رسانه ای ایران.....	۹۷
حجم رسانه ای ایران.....	۹۷

۹۹ رسانه های بین المللی ایران
۱۰۰ العالم
۱۰۱ پرس تی وی
۱۰۳ آسیب شناسی رسانه ای ایران
۱۰۷ برنامه هسته ای ایران و رسانه ها
۱۱۰ تحلیل محتوا رسانه های امریکای عیله ایران
۱۱۰ موضوعات
۱۱۹ روشها و راهبردهای عملیات رسانه ای امریکا
۱۲۵ ایران در رسانه های امریکایی
۱۳۱ نتیجه
۱۳۴ منابع

فهرست جداول

صفحه	عنوان
۱۶	جدول ۱-۱: ابزار دیپلماسی رسانه‌ای
۴۸	جدول ۲-۱
۱۱۳	جدول ۳-۱: فراوانی تکرار موضوعات داخلی
۱۱۵	جدول ۳-۲: فراوانی تکرار موضوعات بین‌المللی
۱۱۶	جدول ۳-۳: موضوعات مربوط به مولفه‌های آزادیها
۱۱۸	جدول ۳-۴: موضوعات صنفی و اجتماعی
۱۲۳	جدول ۳-۵: جدول فراوانی و درصد شیوه‌های مورد استفاده رسانه‌ها
۱۲۷	جدول ۳-۶: ۱۰ موضوع برتر در همه رسانه‌ها
۱۲۸	جدول ۳-۷: ۱۰ موضوع برتر در روزنامه‌های ۲۰۰۷ آمریکا
۱۲۹	جدول ۳-۹: ۱۰ موضوع برتر در سایت‌های آنلاین در سال ۲۰۰۷

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۱۱۴	نمودار ۳-۱: فراوانی تکرار موضوعات داخلی
۱۱۵	نمودار ۳-۲: فراوانی تکرار موضوعات بین‌المللی
۱۱۷	نمودار ۳-۳: موضوعات مربوط به مولفه‌های آزادیها
۱۱۸	نمودار ۳-۴: موضوعات صنفی و اجتماعی
۱۲۴	نمودار ۳-۵: فراوانی و درصد شیوه‌های مورد استفاده رسانه‌ها
۱۲۷	نمودار ۳-۶: ۱۰ موضوع برتر در همه رسانه‌ها
۱۲۸	نمودار ۳-۷: ۱۰ موضوع برتر در روزنامه‌های ۲۰۰۷ آمریکا
۱۲۹	نمودار ۳-۸: ۵ موضوع برتر در ۳ کانال CNN, FOX, MSNBC
۱۳۰	نمودار ۳-۹: ۱۰ موضوع برتر در سایت‌های آنلاین در سال ۲۰۰۷

امروزه رسانه‌ها نقش اجتناب‌ناپذیری در پیشبرد برنامه‌های دولت‌ها بر عهده دارند و با ایجاد فضای رسانه‌ای برای شکل‌دهی به افکار عمومی و هدایت تصمیمات در بستر مطلوب، همواره مورد توجه دولت‌ها بوده‌اند. به طوری که دولت‌ها به یاری رسانه‌ها از قدرت بی‌نظیری در عرصه داخلی و خارجی برخوردار شده‌اند که از آنها به عنوان مهم‌ترین منابع قدرت یاد می‌شود و دولتمردان با در اختیار داشتن رسانه‌ها عملاً کلیه اهداف و برنامه‌های خود را طراحی و اجرا می‌نمایند.

از این منظر تسلط دولت‌ها بر رسانه‌ها قدرت فوق‌العاده‌ای را در اختیار هر یک از بازیگران صحنه بین‌المللی قرار می‌دهد که به واسطه این قدرت می‌توانند به تغییر باورها، نگرش‌های جمعی و یا شکل‌دهی به افکار عمومی در راستای سیاست‌های کلی دولت‌ها اقدام نمایند. تحت چنین شرایطی بسیاری از کارشناسان بر این باورند که اساساً نقش رسانه‌ها به نقشی فراتر از اطلاع‌رسانی افزایش یافته است و رسانه‌ها در عصر اطلاعات و ارتباطات، علاوه بر کارکردهای سنتی خود به ابزارهای نوینی که در اختیار سیاست‌گذاران و سیاست‌مداران قرار دارد تجهیز شده‌اند. به طوری که تقریباً کلیه ابزارهای رسانه‌ای و ارتباطی در اختیار دولت‌ها قرار گرفته و خط‌مشی‌های کلی و جزئی رسانه‌ها را حکام و سیاست‌مداران تعیین می‌کنند و رسانه‌ها نیز بنا به دلایلی که ذکر خواهد شد کاملاً هماهنگ با دولت‌ها گام برداشته و در نتیجه مشکل خاصی نیز بروز نمی‌کند. در چنین حالتی رسانه‌ها به ابزاری در اختیار دولت‌ها تبدیل خواهند شد به نحوی که تشخیص نقاط افتراق و اشتراک میان آنها مشکل می‌شود. به عنوان مثال در ایالات متحده آمریکا در سال ۱۹۹۴ قانون پخش رادیو و تلویزیون به تصویب رسید این قانون به تشکیل شورای مدیران رسانه‌های پخش، متشکل از هشت شهروند یعنی چهار دموکرات و چهار جمهوری‌خواه و رئیس سازمان اطلاع‌رسانی ایالات

متحده آمریکا منجر شد. هدف از این اقدام، انسجام، یکپارچگی و همگرایی رسانه‌ها و حفظ توان آنها برای عمل کردن مطابق منشور صدای آمریکا بود. یکی از حوزه‌های که دولت‌ها از رسانه‌ها برای پیشبرد برنامه‌ها خود بهره می‌برند دیپلماسی می‌باشد چنانکه امروزه مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای مطرح می‌باشد که در واقع به معنای کاربرد رسانه به عنوان ابزاری مهم در زمینه تصویرسازی و اقناع مخاطب می‌باشد. از این رو، و نظر به اهمیت دیپلماسی رسانه‌ای در سالهای اخیر، این تحقیق سعی دارد ضمن بررسی اهمیت دیپلماسی و دیپلماسی رسانه‌ای و جایگاه رسانه در ارتباطات سیاسی و دیپلماسی امروزه، این موضوع را در روابط ایالات متحده آمریکا و جمهوری اسلامی در دوران ریاست جمهوری جورج دبلیو بوش بررسی کند، که موضوع در چارچوب تحقیق زیر مورد بحث قرار می‌گیرد:

سوال اصلی:

دولت‌های ایران و آمریکا در دوران ریاست جمهوری بوش چگونه از دیپلماسی رسانه‌ای به عنوان ابزاری در جهت تقویت نقش خود و تضعیف طرف مقابل بهره برده‌اند؟

سوالات فرعی:

۱. دیپلماسی و رسانه به عنوان دو مفهوم حوزه ارتباطات سیاسی و روابط بین‌الملل چه تحولاتی را پشت سر گذاشته‌اند؟
۲. در فضای تحولات تکنولوژیکی و ارتباطی چه اشکالی از دیپلماسی مطرح می‌باشد؟ و عملکرد دیپلماسی رسانه‌ای به عنوان شکل جدید دیپلماسی چگونه می‌باشد؟

۳. دولت های ایران و امریکا از چه منابعی به عنوان دیپلماسی رسانه ای در جهت پیشبرد اهداف خود و کسب اعتبار بهره برده اند به عبارتی عملکرد و استراتژی رسانه ای این دو دولت چگونه بوده است؟

مفروضات:

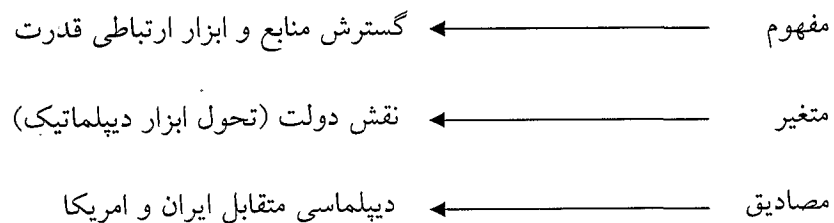
۱. بهره گیری از هر ابزاری در صحنه سیاست بین الملل و سیاست خارجی بستگی به توانایی و امکانات بازیگر استفاده کننده دارد
۲. اعتبار و تصویر مثبت یک منشا تعیین کننده و یک منبع با اهمیت قدرت است، و همواره دولت ها بر سر افزایش اعتبار و ایجاد تصویری مثبت از خود و کاهش اعتبار و ایجاد تصویر منفی از رقیب به رقابت می پردازند.

فرضیه:

اگر چه دسترسی و به کار گیری از دیپلماسی رسانه ای به عنوان یک ابزار قدرت برای دولتهای مختلف وجود دارد، ولی توانایی مدیریت و جهت دهی به چنین ابزاری برای نیل به هدف بسته به زیر ساخت ها قدرت و توانایی دولت های مختلف، متفاوت است، چنانکه در زمینه روابط امریکا و ایران با توجه بر خورنداری از منابع عظیم مادی و اقتصادی طرف امریکایی به میزان بیشتری از این ابزار در جهت تصویر سازی مثبت از خود و لقب گذاری طرف مقابل (مطرح کردن ایران به عنوان محور شرارت) بهره برده است، پرداخته شود.

مفاهیم و متغیرهای اصلی تحقیق:

پس، همان گونه که از چارچوب بحث برمی آید می توان، عنوان کرد که جوهر این تحقیق بحث گسترش منابع و ابزار قدرت ملی مطرح است و تأثیرات آن در میدان تقسیم و توزیع قدرت ملی بحث می شود. و در این زمینه دیپلماسی متقابل میان ایران و امریکا به عنوان مصادیق بحث مطرح می شود. که این مفاهیم و متغیرها و مصادیق در قالب نمودار ذیل مشخص است:



روش تحقیق:

در این تحقیق سعی می شود برای ارزیابی فرضیه از روش تحلیل محتوا، یعنی بررسی روشها و ابزارهای مورد استفاده ایران و امریکا برای تأثیر گذاری بر رفتار و افکار همدیگر استفاده شود، و این روش تحلیل در چارچوب نظری تئوری رئالیسم با مبانی نظری خاص خود- که نظام بین الملل را یک نظام انارشیک، که دولتها به عنوان بازیگران اصلی در چارچوب این نظام در جهت کسب منافع خود عمل می کنند، می داند- مورد بررسی قرار می گیرد. دیپلماسی رسانه ای در چارچوب نظریه رئالیسم ابزاری برای تأمین منافع ملی دولت است و دولت حق دارد برای این منظور از هر وسیله ای استفاده کند و برای آن برنامه ریزی کند از این منظر رئالیستها تأثیر گذاری بر افکار عمومی را از طریق دیپلماسی رسانه ای را بخشی از وظایف دولت می انگارند.

در واقع در چارچوب این تئوری دیپلماسی به عنوان ابزاری برای سنجش و ارزیابی واکنشهای داخلی و بین المللی به سیاستهای پیشنهادی بهره می برند و سعی می شود از آن در جهت تصمیم گیری و اجرای سیاستهای موثر و همراهی دیگران با اهداف خود بهره برند.

تحلیل محتوا:

روش تحلیل محتوا به طور خلاصه این چنین تعریف می شود: «قرار دادن قاعده مند محتوای ارتباطات در طبقات (مقوله های) خاص بر اساس قواعد، و تحلیل روابط بین آن مقوله ها با استفاده از آزمون های آماری (رایف، ۱۳۸۱، ص ۴). معمولاً اما نه همیشه تحلیل محتوا شامل مراحل زیر است: استخراج نمونه ای که معرف کل محتوا باشد، تعلیم کد گذاری برای استفاده از دستور العمل کد گذاری که به منظور سنجش با انعکاس تفاوت ها در محتوا ساخته شده است و اندازه گیری میزان پایایی یا توافق میان کد گذاران در به کار بردن دستور العمل کد گذاری. داده های که در یک تحلیل محتوای کمی جمع آوری می شود معمولاً برای توصیف ویژگی های یا مشخص کردن روابط بین متغیرها تحلیل می شود.

فصل اول

دیپلماسی

و

رسانه

گام اول

دیپلماسی به عنوان یکی از مفاهیم اصلی روابط بین الملل و فن سازماندهی و به کارگیری روابط میان کشورها پدیده نوپایی نیست و قدمتی باستانی دارد، از این رو نمی توان مبدائی تاریخی برای آن قائل شد، هر چند قدیمی ترین سند دیپلماتیک که در دهه ۱۹۷۰ کشف شده است نامه ای است که روی یک لوح حک شده و تاریخ آن ۲۵۰۰ سال قبل از میلاد است. این نامه از پادشاهی به نام ابلا در نزدیکی ساحل مدیترانه در منطقه ای که می توان آن را خاورمیانه گفت به پادشاه همازی در جایی که اکنون شمال ایران است، ارسال شده است (بیلیس، ۱۳۸۳، ص ۷۱۷).

در طول تاریخ اشکال متفاوت از دیپلماسی میان کشورها و حکومت ها مشاهده شده است اما چنانکه ویلیام مامو* می گوید دیپلماسی با یک ملاقات ساده بین قاصدان برای بحث درباره مراحل بعدی در روابط بین و میان قبایل، دولت ها و یا امپراطوری ها شروع می شود. امروزه دیپلماسی هرچیز، اما بصورت ساده است. یک مجموعه از قواعد تعهداتی شکل گرفته برای پرداختن به هر مجموعه پیچیده تر از موضوعاتی که دولت ملت ها در روابط شان با آن روبرو می شوند (Moomaw, 2007, p1) یعنی دیپلماسی به عنوان یک مفهوم به حل مسائل بین المللی از طریق مذاکرات هدفمند و به صورت حرفه ای هدایت شده، که بدون شک هنوز معتبر است - اگر نه حتی معتبر تر از آن چه در گذشته بود - کمک می کند. (Wiek Georg, 2006, p1) بنابراین دیپلماسی اصولاً با تلاشهای برای مدیریت و ایجاد نظم در محدوده یک نظام جهانی در ارتباط است و هدف آن را می توان ممانعت از تبدیل تعارض به جنگ دانست.

در طول تاریخ دیپلماسی تحولات زیادی را شاهد بوده است. چنانکه در نظام سنتی، دیپلماسی عمدتاً بر یک مبنای دو جانبه سازماندهی می شد و معمولاً به صورت محرمانه و مخفی

* Moomaw William R.

بود، دیپلماسی سنتی اساساً شامل تعامل بین حکومت ها و دولت هاست و مجریان این دیپلماسی برآیند تا از طریق رابط با نمایندگان رسمی دولت های خارجی منافع ملی کشور خود را که در چارچوب اهداف راهبردی دولت متبوعشان در امور بین المللی شکل گرفته تامین نمایند. در واقع محدود کردن رابطه به دو طرف باعث می شود مخفی نگه داشتن مذاکرات کار آسانی باشد.

در عصر جدید نیز به دنبال تحولاتی که در عرصه نظام بین الملل و به دنبال انقلاب های ارتباطی و اطلاعاتی رخ داده است این مفهوم نیز مانند بسیاری دیگر از مفاهیم روابط بین الملل تحت تاثیر قرار گرفته، و متحول شده است. دیپلماسی به عنوان یک مفهوم ارتباطی بسیاری از مولفه ها و گزاره هایش تغییر کرده و ابعاد جدید به خود گرفته، به عبارتی شاهد ظهور مولفه های جدید در دیپلماسی می باشیم که از جمله کانال های اطلاع رسانی عمومی یعنی قرار دادن دیپلماسی در معرض نظارت و ارزیابی عمومی، و ایجاد فرصت های جدید و مواردی از این قبیل را بر شمرده. که این مسئله بر ابعاد و گسترش مفهومی و کارکردی دیپلماسی افزوده است. چنانکه امروز شاهد رایج شدن اصطلاحاتی مانند دیپلماسی خصوصی، دیپلماسی عمومی سایر دیپلماسی، دیپلماسی رسانه ای هستیم.

به طرز کلی، دیپلماسی فرایندی مهم در برقراری ارتباط و انجام مذاکرات در سیاست جهانی و یکی از ابزارهای مهم سیاست خارجی است که دولتها به عنوان بازیگران نظام بین الملل از این ابزار در کنار سایر ابزار سیاست خارجی (نظامی، اقتصادی و سیاسی ...) و هم چنین با بهره گیری از آنها در جهت نیل به اهداف و منافع خود در چارچوب نظام بین الملل و قواعد حاکم بر این نظام استفاده می کنند.