

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

دانشکده علوم سیاسی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M. A)

رشته روابط بین الملل

موضوع:

شیوه های دیپلماسی رسانه ای بی بی سی در ایران

با هدف تاثیرگذاری بر دهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران

با رویکرد آینده پژوهی

استاد راهنما :

جناب آقای دکتر محمد علی بصیری

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر مجید گل پرور

پژوهشگر :

مهدی بهرامی کیان

سال تحصیلی:

تابستان ۹۲

به نام ایزد منان

سپاس خدای را که توفیق تهیه این پایان نامه را عنایت فرمود
در ابتدای این پایان نامه بر خود لازم می دانم تا از عزیزانی که در تهیه این این پایان نامه همکاری
داشتند، صمیمانه تشکر و قدردانی کنم.

همچنین لازم می دانم از استاد گرانقدر راهنما جناب آقای دکتر محمدعلی بصیری و استاد عزیز
مشاور جناب آقای گل پرور در ارائه مشورت و راهنمایی برای تهیه این پایان نامه مساعدت کردند،
تشکر و قدردانی کنم.

در پایان با امید به اینکه مطالب ارائه شده در این پایان نامه مورد استفاده دانشجویان و علاقمندان به
امور رسانه قرارگیرد، آن را تقدیم به همسر وفادار و دو دختر گلم محدثه و مشکات و آن عزیزانی
که با عشق، محبت و صمیمیت اینجانب را در رسیدن به این مرحله یاری رساندند.

مهدی بهرامی کیان

تعهذنامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانف مهدی بهرامی کیان دانش آموخته مقطع کارشناسی ارشد به شماره دانشجویی ۸۷۰۸۴۹۹۹۵۰۰ در رشته روابط بین الملل که در تاریخ ۹۲/۵/۲۹ از پایان نامه خود تحت عنوان شیوه های دیپلماسی رسانه ای بی بی سی در ایران با هدف تاثیرگذاری بر دهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران با رویکرد آینده پژوهی با کسب نمره و درجه دفاع نموده ام بدینوسیله متعهد می شوم:

۱- این پایان نامه حاصل تحقیق رو پژوهش انجام شده توسط اینجانف بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان نامه، کتاب، مقاله و ...) استفاده نموده ام، مطابق ضوابط و رویه های موجود نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده ام.

۲- این پایان نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.

۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هرگونه بهره برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.

۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانف مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی:

تاریخ و امضاء:

بسمه تعالی

در تاریخ ۹۲/۵/۲۹

مهدی بهرامی کیان دانشجوی کارشناسی ارشد روابط بین الملل از پایان نامه خود دفاع نموده و با نمره به حروف و با درجه مورد تصویب قرار گرفت.

امضاء استاد راهنما

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	مقدمه.....
۳	فصل اول : کلیات.....
۴	۱-۱) بیان مسئله.....
۴	۲-۱) اهمیت موضوع تحقیق و انگیزه انتخاب آن.....
۵	۳-۱) سوال های تحقیق.....
۵	۱-۳-۱) سوال های فرعی.....
۵	۴-۱) فرضیه های تحقیق.....
۵	۱-۴-۱) فرضیه های اصلی.....
۶	۲-۴-۱) فرضیه های فرعی.....
۶	۵-۱) چارچوب نظری تحقیق.....
۷	۶-۱) روش تحقیق.....
۷	۷-۱) روش گردآوری اطلاعات.....
۷	۸-۱) روش تجزیه و تحلیل اطلاعات.....
۷	۹-۱) متغیرها و واژه های کلیدی.....
۷	۱۰-۱) تعریف مفاهیم اصلی (کلید واژه ها).....
۹	۱۱-۱) پیشینه تحقیق.....
۱۱	۱۲-۱) موانع و محدودیت های پژوهش.....
۱۲	۱۳-۱) سازماندهی تحقیق.....
۱۳	فصل دوم: مبانی نظری «قدرت نرم و رسانه».....
۱۴	مقدمه :.....
۱۵	۱-۲) ماهیت رسانه ؛ ابعاد و ویژگیها.....
۱۵	۱-۱-۲) گونه شناسی رسانه ها.....
۱۶	۲-۱-۲) روزنامه ها.....

۱-۲-

- ۱۶.....مجلات (۳)
- ۱۷.....راديو (۴-۱-۲) ..
- ۱۷.....سينما (۵-۱-۲)
- ۱۷.....تلويزيون (۶-۱-۲)
- ۱۸.....ماهواره (۷-۱-۲)
- ۱۹.....ايتترنت (۱۸-۲)
- ۱۹.....كار كرد رسانه ها (۹-۱-۲)
- ۲۰.....نظام های رسانه ای و ارتباط رسانه و مقوله سياست (۲-۲)
- ۲۱.....نظام رسانه ای آمرانه (۱-۲-۲)
- ۲۴.....نظام رسانه ای آزادی گرا (۲-۲-۲)
- ۲۶.....ديپلماسی رسانه ای (۳-۲)
- ۲۷.....۴-۲ مقایسه محیط دیپلماتیک گذشته و جدید
- ۲۹.....۵-۲ قدرت نرم ابزار دیپلماسی جدید
- ۳۱.....۶-۲ تعامل میان قدرت سخت و قدرت نرم
- ۳۱.....۷-۲ محدوده قدرت نرم
- ۳۳.....۸-۲ انقلاب اطلاعات
- ۳۵.....۹-۲ نمودار محیط بین المللی گذشته
- ۳۵.....۱۰-۲ نمودار محیط بین المللی جدید
- ۳۷.....۱۱-۲ آینده دیپلماسی
- ۴۰.....۱۲-۲ مبانی نظری رابطه رسانه ها و سياست
- ۴۰.....۱-۱۲-۲ تاثیر رسانه بر سياست (نظريه سی . ان . ان)
- ۴۱.....۲-۱۲-۲ تاثیر سياست بر رسانه
- ۴۳.....۱۳-۲ مدل های تعامل رسانه و دیپلماسی
- ۴۵.....۱۴-۲ کارکردهای دیپلماسی رسانه ای
- ۴۶.....۱-۱۴-۲ کارکرد دیپلماسی رسانه ای در عملیات روانی
- ۵۳.....۱۵-۲ نگرش بر آینده پژوهی
- ۵۳.....۱-۱۵-۲ ماهیت آینده پژوهی

- ۵۳..... ۲-۱۵-۲) ضرورت آینده پژوهی
- ۵۳..... ۲-۱۵-۳) تاریخچه آینده پژوهی
- ۵۶..... ۲-۱۵-۴) خصوصیات آینده پژوهی
- ۵۷..... ۲-۱۵-۵) اهمیت آینده پژوهی
- ۵۷..... ۲-۱۵-۶) انواع آینده پژوهی
- ۵۸..... ۲-۱۵-۷) رویکردهای آینده پژوهی

۵۹..... فصل سوم : تاریخچه و توصیف متغیرها

- ۶۰..... ۳-۱) بی بی سی.....
- ۶۰..... ۳-۱-۱) مالکیت و اداره.....
- ۶۱..... ۳-۱-۲) پیشینه و وابستگی سازمان.....
- ۶۱..... ۳-۱-۳) بودجه و هزینه.....
- ۶۱..... ۳-۲) مروری بر تاثیر بی.بی.سی بر فضای سیاسی ایران.....
- ۶۴..... ۳-۲-۱) تاثیر بی بی سی بر کودتای ۱۲۹۹ و تشکیل استبداد رضاخانی.....
- ۶۵..... ۳-۲-۲) تاثیر بی بی سی بر جنگ جهانی دوم و اخراج رضاخان از ایران.....
- ۶۶..... ۳-۲-۳) بی بی سی در راستای نهضت ملی شدن صنعت نفت.....
- ۶۸..... ۳-۲-۴) بی.بی.سی در مواجهه با انقلاب اسلامی.....
- ۷۱..... ۳-۲-۵) بی بی سی در دوران جنگ تحمیلی.....
- ۷۳..... ۳-۲-۶) دیدگاه بی بی سی در مورد جمهوری اسلامی ایران.....

۷۸..... فصل چهارم : بررسی تاثیر عملکرد بی بی سی بر انتخابات ریاست جمهوری.....

- ۸۰..... ۴-۱) اهداف بی بی سی در ایران.....
- ۸۶..... ۴-۲) شگردهای بی بی سی برای پوشش دادن همه موضوعات داخلی ایران.....
- ۸۸..... ۴-۳) استراتژی ها و تکنیک های بی بی سی فارسی.....
- ۸۹..... ۴-۴) چشم انداز کلی استراتژی های بی بی سی فارسی.....
- ۹۰..... ۴-۵) فعالیت های خصمانه بی بی سی در ایران و بویژه در انتخابات.....

- ۶-۴) چگونگی آغاز فعالیت شبکه تلویزیونی فارسی بی بی سی و نقش آن در نا آرامی های انتخابات ریاست جمهوری دهم ۹۶
- ۴-۶-۱) بی بی سی چه نوع شبکه ای باید باشد ؟ ۹۹
- ۴-۶-۲) شمارش معکوس برای آغاز کار شبکه تلویزیون فارسی بی بی سی ۱۰۶
- ۴-۶-۳) رسانه های اجتماع بی بی سی ۱۰۷
- ۴-۶-۴) جرقه اولیه بی بی سی تا موفقیت با آهنگ سریع ۱۰۸
- ۴-۶-۵) نقش بی بی سی در اغتشاشات پس از انتخابات ۱۱۰
- ۴-۶-۶) دو قطبی فضای دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران از سوی بی بی سی ۱۱۷
- ۴-۶-۷) همکاری سفارت انگلیس در تهران با شبکه بی بی سی برای تاثیر گذاری بر روند انتخابات ایران ۱۱۹
- ۴-۶-۸) تلاش بی بی سی برای تئوریزه کردن بحث تقلب در انتخابات و القای نگرانی در جامعه ۱۱۹
- ۴-۷) دستگیری افراد مرتبط با شبکه بی بی سی فارسی از سوی وزارت اطلاعات ایران ۱۲۱
- ۴-۷-۱) توضیحات وزارت اطلاعات درباره فعالیت دستگیر شدگان وابسته به شبکه بی بی سی ۱۲۲
- ۴-۷-۲) اظهارات دو تن از فعالان رسانه ای ایران درباره دستگیر شدگان وابسته به شبکه بی بی سی از سوی وزارت اطلاعات ایران ۱۲۴
- ۴-۸) تقدیر از شبکه بی بی سی برای پوشش اغتشاشات ۱۲۶
- ۴-۹) تحلیل محتوای فعالیت های بی بی سی در ایام انتخابات ریاست جمهوری دهم ایران ۱۲۶
- ۴-۱۰) مقایسه نحوه عملکرد بی بی سی با رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران در انتخابات ۱۳۸۸ ۱۳۰
- ۴-۱۰-۱) مهمترین محورهای تبلیغی بی بی سی در ایام انتخابات ۸۸ ۱۳۰
- ۴-۱۰-۲) محورهای القای روانی بی بی سی در ایام انتخابات ۱۳۲
- ۴-۱۰-۳) سایر شیوه ها و شگردهای خبری بی بی سی ۱۳۶
- ۴-۱۱) آینده پژوهی در مورد تاثیر گذاری شبکه بی بی سی بر جمهوری اسلامی ایران ۱۵۴
- ۴-۱۱-۱) راهبرد های بی بی سی برای اثر گذاری بر مخاطبان ۱۵۵
- ۴-۱۱-۲) تقسیم بندی جامعه ایران بر اساس میزان اثر گذاری بی بی سی ۱۵۶

۱۵۸.....	نقش بی بی سی در تحولات آینده ایران
۱۶۱.....	مهمترین برنامه های آینده شبکه بی بی سی در ایران
۱۶۴.....	نتیجه گیری
۱۶۶.....	فصل پنجم نتیجه گیری
۱۷۳.....	پیشنهادات و راهکارها
۱۷۶.....	منابع و ماخذ

مقدمه

دیپلماسی عمومی شیوه‌ای نوین در راستای تحقق سیاست خارجی کشورهاست که در آن بر ارتباط بی‌واسطه و تأثیرگذاری بر افکار عمومی ملت‌ها به‌جای رابطه با دولت‌ها برای پیشبرد اهداف و منافع یک کشور تأکید می‌شود.

این روش هزینه‌ی اجرای تصمیمات و پی‌گیری منافع در مقصد را به حداقل می‌رساند و سد مقاومت‌ها در برابر "دیگران" یا "بیگانگان" را می‌شکند.

در این میان، رسانه‌هایی که مخاطبانی بیرون از مرزهای جغرافیایی یک کشور دارند، بیشترین کمک را به پیشبرد منافع ملی و سیاست خارجی کشور دارند. آن رسانه خواهند کرد و از همین روست که بودجه‌ی بخش خارجی بی‌بی‌سی از سوی دولت انگلستان تأمین می‌شود.

انگلیس از جمله کشورهایی است که در نیم قرن اخیر توجه خاصی به منافع خود در ایران داشته و همواره تلاش کرده تا تأثیرگذاری خود را بر این کشور حفظ کند.

روابط سیاسی لندن با تهران تا پیش از پیروزی انقلاب اسلامی نیز فراز و فرودهایی داشته که رادیو بی‌بی‌سی در آن زمان انعکاس دهنده این سیاستها بوده است و اوج آن را می‌توان در کودتای ۲۸ مرداد سال ۱۳۳۲ و سقوط دولت دکتر مصدق در جریان نهضت ملی شدن نفت ایران اشاره کرد.

در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران در بهمن ۵۷، بی‌بی‌سی فارسی همواره جایگاه فعالیت افرادی بوده که با انقلاب و جمهوری اسلامی برآمده از آن، سر ناسازگاری داشته و حتی به‌طور فعال در سازمان‌های سیاسی و شبه‌نظامی عضو و یا هوادار آنها بوده‌اند.

همچنین این شبکه در سال‌های اخیر و به منظور توسعه فعالیت‌های خود با بهره‌گیری از امکانات سخت افزاری جدید همانند سایت خبری و شبکه تلویزیونی دامنه نفوذ خود را بر افکار عمومی ایران افزایش داد.

بی‌بی‌سی در سال‌های اخیر سعی کرد با تولید برخی اخبار، گزارشها و همچنین مصاحبه با افرادی که با سیاست‌های این شبکه و دولت انگلیس نزدیک هستند از اوضاع ایران فضایی کاملاً منفی و سیاه‌نمایی ایجاد کند تا ناامیدی و یاس در دل مردم ایران نشانده و به نوعی آنان را رودرو با نظام و دولت کند.

براساس همین سیاست استفاده از فرصت های استثنایی همانند برگزاری انتخابات در ایران و وانمود کردن نادیده گرفتن رای مردم از سوی حاکمان زمینه ساز ایجاد اختلافات و ناآرامی در جامعه ایران از سوی این رسانه انگلیس مورد توجه قرار گرفت.

در همین زمینه می توان به نقش بی بی سی از ماهها قبل از برگزاری انتخابات سال ۱۳۸۸ و رویدادهای پس از آن اشاره کرد که با دستگیری برخی از افراد مرتبط با آن شبکه از سوی وزارت اطلاعات ایران در آن سال، هویت اصلی فعالیت های این شبکه انگلیسی افشا شد.

این پژوهش سعی دارد تا به بررسی شیوه های دیپلماسی رسانه ای بی بی سی در ایران با تاکید بر دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری و نقش فعال بی بی سی در هدایت افکار عمومی در راستای مقاصد خاص خود با استفاده از قدرت نرم بپردازد.

فصل اول:

کلیات

۱-۱) بیان مسئله

امروزه بسیاری از رسانه های صوتی و تصویری به ویژه شبکه های خبری - ماهواره ای ، ظاهری بی طرفانه و منصفانه از خود نشان می دهند اما در محتوا و دادن اطلاعات می کوشند اهداف خاص سیاسی مد نظرشان را به بینندگان القا کنند.

در این بین کشور انگلیس در نیم قرن اخیر سعی کرده است تا با استفاده از دیپلماسی رسانه ای، موانع پیشرو سیاست خارجی خود را در کشورهای هدف از جمله ایران برطرف کند. از این رو شبکه ی خبری این کشور که با عنوان بی بی سی (BBC) فعالیت می کند و به ۳۳ زبان زنده ی دنیا و در قالب سایت های اینترنتی، صدا و تصویر برنامه های خبری پخش می کند تا کنون اهداف سیاست مداران این کشور را با استفاده از قدرت نرم بویژه جنگ روانی با افکار عمومی کشورهای هدف پیش برده است.

تحقیق حاضر در صدد است با بررسی شیوه های نوین ارتباطی و رسانه ای بی بی سی اهداف این شبکه را در دیپلماسی رسانه ای و همسو کردن اهداف عمومی علیه ایران بویژه در موضوعاتی همچون انتخابات که این رسانه با استفاده از آنها بدنبال بحرانی کردن کشور بر می آید، تبیین کند. همچنین این شیوه عملکرد بی بی سی همواره در انتخابات گذشته انجام شده و به احتمال قوی در آینده نیز تکرار خواهد شد.

در این راستا این پژوهش در صدد پاسخ به این پرسش است که شیوه های دیپلماسی رسانه ای بی بی سی در ایران با هدف تاثیرگذاری بر دهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران چه بود؟ و آیا این شیوه ها را در آینده تکرار خواهد کرد

۲-۱) اهمیت موضوع تحقیق و انگیزه انتخاب آن

به دلیل اینکه در عصر حاضر بکارگیری قدرت نرم در قالب جنگ نرم از اهمیت خاصی برخوردار شده و همچنین یکی از کم هزینه ترین و موفق ترین ابزار تغییر حکومت ها و دولت ها تغییر فرهنگ و دیدگاه سیاسی جوامع از طریق ابزار رسانه است لذا بررسی شیوه های عمل اینگونه رسانه ها بسیار حائز اهمیت است.

این پژوهش می تواند زوایای پنهان اهداف شبکه ی **BBC** را به عنوان یکی از رسانه های تاثیرگذار و سیاسی در ضربه زدن به نظام جمهوری اسلامی ایران و کشورهای هدف و همچنین شیوه های عملی آن را در کار با افکار عمومی تبیین و راهکارهای مقابله با این نوع دیپلماسی را معرفی کند. همچنین همزمان با برگزاری دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در ایران، این رسانه انگلیسی در صدد بر آمد تا با بهره گیری از این فرصت، چالش های جدیدی را برای نظام جمهوری اسلامی ایران ایجاد کند.

۳-۱) سوال های تحقیق

مهمترین شیوه های دیپلماسی رسانه ای **BBC** در ایران با هدف تاثیرگذاری بر دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران چه بود؟ و آیا این شیوه ها را در آینده دنبال خواهد کرد؟

۱-۳-۱) سوال های فرعی

- ۱-۳-۱-۱) بی بی سی چه تاثیری بر روند و تحولات انتخابات ریاست جمهوری ایران داشته است؟
- ۱-۳-۱-۲) بی بی سی با چه شیوه هایی تلاش می کند افکار عمومی ایران را جلب خود کند؟
- ۱-۳-۱-۳) با بررسی روند دیپلماسی رسانه ای بی بی سی در گذشته ، این رسانه چه هدفی را در انتخابات آتی دنبال خواهد کرد؟

۴-۱) فرضیه های تحقیق

۱-۴-۱) فرضیه اصلی

به نظر می رسد دیپلماسی رسانه ای بی بی سی با بکار گیری شیوه های جنگ روانی و با استفاده از قدرت نرم در پی تاثیرگذاری بر افکار عمومی و رهبران سیاسی در جهت کاهش مشارکت انتخاباتی و بحران سازی پس از انتخابات از طریق ایجاد شکاف اجتماعی و در نتیجه آسیب رسانی بر امنیت ملی و ثبات سیاسی ایران است.

۱-۴-۲) فرضیه های فرعی

فرضیه فرعی ۱

به نظر می رسد یکی از اهداف دیپلماسی رسانه ای بی بی سی تلاش برای به قدرت رسیدن افرادی بوده که وابستگی فکری بیشتری به غرب داشته باشند.

فرضیه فرعی ۲

به نظر می رسد بی بی سی با شیوه های جدید جامعه شناختی و روانشناسی در صدد جذب افکار عمومی به خود است.

اهداف تحقیق

اهداف این تحقیق عبارتند از:

- شناخت ماهیت رسانه ای بی بی سی
- شناخت دیپلماسی رسانه ای بی بی سی
- شناخت چگونگی تاثیرگذاری این رسانه انگلیسی بر روند انتخابات
- تاثیرگذاری بی بی سی بر سیاست و حکومت در ایران بخصوص با بررسی پیشینه عملکردی این رسانه در دوره قبل و پس از انتخابات ۸۸ ریاست جمهوری ایران
- ارایه راهکارهایی برای مقابله با ترفندهای رسانه ای بی بی سی در آینده

۱-۵) چارچوب نظری تحقیق :

در این پژوهش تلاش می شود از نظریه " قدرت نرم " جوزف نای استفاده شود. قدرت نرم از جذابیت فرهنگ، ایده آل های سیاسی و سیاست های یک کشور ناشی می شود. براساس این نظریه بررسی می شود که چگونه شبکه خبری بی بی سی تلاش می کند به صورت غیرمستقیم و با استفاده از شگردهای خبری بر افکار عمومی مردم ایران در راستای مقاصد سیاسی دولت متبوع خود در روزهای نزدیک به برگزاری دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری تاثیر بگذارد و این کشور را دچار بحران کند.

۱-۶) روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش بصورت توصیفی - تحلیلی می باشد .

۱-۷) روش گردآوری اطلاعات

روش گردآوری اطلاعات بصورت بررسی کتابخانه ای، اسنادی، سایت های اینترنتی و شبکه های تلویزیونی و رادیویی و ماهواره ای، مصاحبه، فیش برداری، بانک های اطلاعاتی، نمایه و غیره است.

۱-۸) روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات استدلالی - تحلیلی می باشد. همچنین در این رساله به دلیل ماهیت کار و تاثیرگذاری رسانه از روش دیده بانی آینده استفاده شده است.

۱-۹) متغیرها و واژه های کلیدی

۱-۹-۱) متغیر مستقل: دیپلماسی رسانه ای بی بی سی در ایران

۱-۹-۲) متغیر واسطه: افکار عمومی مردم ایران

۱-۹-۳) متغیر مداخله گر: انتخابات ریاست جمهوری

۱-۹-۴) متغیر وابسته : امنیت و ثبات سیاسی

۱-۱۰) تعریف مفاهیم اصلی (کلید واژه ها):

رسانه: وسیله ای است برای نقل و انتقال اطلاعات، ابزاری برای اطلاع رسانی است. رسانه از تمدن های جدید بوجود آمده و مورد توجه است. اکنون آنچه که مصداق این تعریف است و سائلی همانند: روزنامه ها، مجلات، رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت، CDها، ویدئو و... می باشد. (<http://www.yjc.ir>)

امنیت : امنیت عبارت است از توانایی یک کشور در دفع تهدیدهای خارجی علیه حیات سیاسی یا منافع ملی خود است.

امنیت انواع مختلفی دارد مانند امنیت فردی، خانواده، اجتماعی، ملی، بین المللی، اقتصادی، فرهنگی، روانی، سایبری و منطقه ای و در این رساله منظور امنیت ملی است.

یکی از نخستین کسانی که امنیت ملی را تعریف کرده است، والتر لیپمن (Walterlippman) نویسنده و محقق امریکایی است. او می گوید: یک ملت وقتی دارای امنیت است که در صورت اجتناب از جنگ بتواند ارزشهای اساسی خود را حفظ کند و در صورت اقدام به جنگ بتواند آن را پیش ببرد. (<http://daneshnameh.roshd.ir>) **دیپلماسی رسانه‌ای**: (media diplomacy)

رشد سریع تکنولوژی‌های ارتباطی اعم از انواع تلویزیون‌های ماهواره‌ای و کابلی، فیبرنوری، بی سیم و ناتوانی دستگاه‌های رسمی دیپلماسی در رقابت با رسانه‌ها، دولت‌ها را با این حقیقت رو به رو کرد که شکل نوینی از دیپلماسی با استفاده از رسانه‌های ارتباط جمعی را وارد عرصه معادلات بین‌المللی کنند.

رسانه‌ها پدیده‌ای هستند که به خوبی می‌توان از آنها به عنوان عنصری استراتژیک و تعیین کننده یاد کرد. اصطلاح دیپلماسی رسانه‌ای از بدو تولد با ابهامات و پیچیدگی‌های فراوانی رو به رو بود و تعاریفی که توسط محققین بیان می‌شدند حاوی فاصله زیاد برداشتها از این عبارت بود.

این ابهامات را می‌توان در دو محور دنبال کرد: اول تأثیر رسانه‌ها بر دیپلماسی که حوزه بسیار گسترده‌ای را شامل می‌شود. دوم کارکرد دیپلماتیک رسانه‌ها که تا حدودی حرفه‌ای تر و تخصصی‌تر به موضوع پرداخته است. در مجموع می‌توان گفت دیپلماسی رسانه‌ای «عبارت است از استفاده از رسانه‌ها برای رسیدن به اهداف دیپلماتیک، تأمین منافع، تکمیل و ارتقای سیاست خارجی».

(www.rasaneh.org)

سیاست بین الملل: به رابطه دولتها با یکدیگر در صحنه بین الملل، سیاست بین الملل اطلاق می‌شود و زمانی که به این رابطه، رابطه با سازمانهای بازرگانی، سازمانهای خصوصی و افراد اضافه می‌شود به آن روابط بین الملل اطلاق می‌شود. در نتیجه روابط بین الملل اعم بر سیاست بین الملل است و مجموعه وسیعتری از روابط را در بر می‌گیرد.

بی بی سی: بنگاه خبرپراکنی دولت انگلیس که در فصل های آینده بطور مبسوط شرح داده خواهد شد.

افکار عمومی: افکار عمومی عبارتست از مجموع عقاید افراد یک جامعه نسبت به موضوعی که برزندگی آنان تأثیر دارد.

اصطلاح افکار عمومی که ما در زبان فارسی بکار می بریم در ترجمه اصطلاح انگلیسی (public opinion) آمده است. این اصطلاح در نوشته های سیاسی ، اجتماعی و اقتصادی اروپا قبل از قرن ۱۸ دیده نمی شود و در این قرن با افزایش سواد در میان شهروندان پاره ای از کشورهای اروپایی و بالارفتن سطح زندگی افراد نقش و تأثیر عموم در حیات سیاسی و اجتماعی افزایش یافت و در نتیجه افکار عمومی مطرح گردید و طرزتشکیل و تغییر آن مورد توجه قرار گرفت.
(<http://farasatt.blogfa.com>)

۱-۱۱) پیشینه تحقیق

در زمینه این موضوع رساله بسیاری از منابع علمی معتبر مورد بررسی قرار گرفت که در میان آنها برخی موارد که به بخشی از موضوع این تحقیق اشاره شده بود ولی به طور کامل به آن نپرداخته بود مورد توجه قرار گرفت.

در همین رابطه می توان به کتاب رسانه های جدید و سیاست اثری از بری اکسفورد و ریچارد هاگینز که از سوی بابک دربیکی ترجمه شده و پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی در سال ۱۳۸۷ آن را منتشر کرده می توان اشاره کرد.

در این کتاب نویسنده به بررسی ساختار و تاریخچه رسانه ها پرداخته و به تأثیر گذاری آنها بر افکار عمومی و استفاده ابزاری از رسانه ها از سوی سیاستمداران اشاره کرده است.

همچنین استوارت آر کلاگ در کتاب چارچوب های قدرت که مصطفی یونسی آن را ترجمه کرده و پژوهشکرده مطالعات راهبردی آن را در سال ۱۳۸۷ منتشر کرده به بررسی همه جانبه قدرت در ادوار تاریخ پرداخته است.

در این کتاب به تعاریف مختلف قدرت و نیز ارائه ویژگی ها و کارکردها و همچنین منابع قدرت پرداخته شده است.

در مقاله "قدرت نرم؛ فصل جدید" هم که حسین پوستین دوست در فصلنامه سیاست آن را در دوره ۳۸، شماره ۴ و در زمستان ۱۳۸۷ منتشر کرده، پدیده قدرت نرم مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفته است.

نویسنده این مقاله سعی کرده که پس از تعریف و بررسی همه جانبه قدرت نرم، ارتباطات و تعاملات قدرت نرم و نوع سیاست اعمال شده توسط کشورها در این خصوص را تحلیل و تبیین کند.

محمد توحید فام هم در کتاب "فرهنگ در عصر جهانی شدن؛ چالش ها و فرصت ها" که نشر روزنه در سال ۱۳۸۲ آن را چاپ کرده به بررسی همه جانبه فرهنگ، تعاریف، ویژگی ها و انواع آن پرداخته است.

این نویسنده تاثیر جهانی شدن بر این پدیده را به وضوح نمایان کرده است.

محمد سلطانی فر در مقاله «دیپلماسی رسانه‌ای: تحلیل رابطه رسانه‌ها و سیاست در نظریه‌های مختلف» که پژوهشکرده مرکز تحقیقات استراتژیک در شماره ۱۰ سال ۱۳۸۶ منتشر کرده آورده است: امروزه دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها به عنوان یک عامل تعیین کننده در نظام بین‌الملل 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 جهانی را به خود اختصاص داده است.