پژوهشهای سیاسی جهان اسلام، انجمن مطالعات جهان اسلام
فصلنامه علمی (مقاله علمی – پژوهشی) پژوهشهای سیاسی جهان اسلام، سال یازدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۰، صص ۱۹۴ – ۱۷۵

DOI: ۱۰.۲۱۸۵۹/priw-۱۱۰۴۰۸

واکاوی نقش رسانه ها در افزایش قدرت نرم ایالات متحده امریکا (نمونه موردی ایران)

میثم ابوالقاسمی[۱]
ابومحمد عسگرخانی[۲]
مریم مرادی[۳]
سهراب صلاحی[٤]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۲۱

انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعیة دراسات العالم الاسلامی
فصلنامه علمی –پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

چکیده

امروزه رسانه‌ها نقش اجتناب ناپذیری در پیش برد 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. دولت‌ها امروز به جای آنکه سربازان و ارتش خودرا برای تسخیر کشور ها و تسلط بر ملت ها به مرزهای دور جغرافیایی بفرستند و متحمل هزینه های گزاف جنگ و لشگرکشی شوند از طریق جنگ نرم و توسل به رسانه های دیداری و شنیداری بر مغز و قلب ملت های دیگر مسلط شده و ارزش های خود را به آنها القا می کنند. ایالات متحده امریکا نیز به عنوان یک ابرقدرت توانسته است از رسانه های دیداری و شنیداری در راستای منافع خود بیشترین استفاده را ببرد و از طریق خبرگزاری ها، هالیوود، برنامه های ماهواره ای و شبکه های اینترنتی و رادیویی سعی در القای اهداف استراتژیک خود همچون تحمیل ارزش های امریکایی، گسترش اسلام هراسی، تبلیغ سرمایه داری و تضعیف دشمنان و رقبای خود در جهان کرده است.

در این مقاله ابتدا به واکاوی نقش رسانه ها در افزایش قدرت نرم ایالات متحده پرداخته خواهد شد و سپس خواهیم دید امریکایی ها چگونه از این ابزار علیه جمهوری اسلامی ایران (بعنوان یک رقیب منطقه ای)استفاده می کنند.

واژه‌های کلیدی: ایالات متحده امریکا، جنگ نرم، سلطه، رسانه، قدرت نرم، هالیوود، افکار عمومی

۱. دانشجوی دکتری گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد بین‌الملل قشم ، ایران. meysam.abolghasemi@yahoo.com

۲. دانشیار، گروه حقوق و علوم سیاسی ، واحد بین‌الملل قشم ، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران(نویسنده مسئول) asgarkha@ut.ac.ir

۳. استادیار، گروه حقوق و علوم سیاسی، واحد بین‌الملل قشم ، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران maryam.moradi@iauqeshm.ac.ir

٤. استادیار گروه حقوق دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران. salahi.sohrab@gmail.com

Copyright © 2010, SAIWS (Scientific Association of Islamic World Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

مقدمه و بیان مساله:

اصطلاح قدرت نرم از زماني وارد گفتمان سياسي رايج شد كه جوزف ناي استاد دانشگاه هاروارد آن را در سال ۱۹۹۰ در كتاب ناگزير از رهبري مطرح ساخت، با انتشار كتاب قدرت نرم، شيوه‌هاي كاميابي در سياست جهان آن را تقويت كرد و در كتاب اختيارات رهبري پر و بال بيشتري به آن داد.

با فروپاشی شوروی در سال ۱۹۹۱ میلادی و پایان یافتن جنگ سرد کارشناسان جنگ در ایالات متحده با استفاده از تجارب دو جنگ جهانی و دوران جنگ سرد دریافتند که می شود با هزینه کمتر و بدون دخالت مستقیم در سایر کشورها به اهداف سیاسی، اقتصادی و ... دست یافت که در ادبیات سیاسی جهان به جنگ نرم شهرت یافت.

در منازعات بین‌المللی جدید پس از جنگ سرد، دولتمردان آمریکا از ابزاری به نام رسانه در جهت هم‌نوا کردن افکار عمومی کشور خود و حتی جهانیان سعی می‌کنند تا برنامه‌های خود را به اجرا درآورند. دولتمردان آمریکایی به رسانه اعم از دیداری و شنیداری و نوشتاری، به عنوان یکی از اضلاع حل و فصل منازعات خارجی و داخلی می‌نگرند که در کنار دیگر اضلاع مثلث سنتی، دیپلماسی، اهرم اقتصادی و قدرت نظامی ضلع جدیدی به نام رسانه-ها و کارکرد تبلیغاتی آن برای حل و فصل منازعات خارجی و داخلی قرار می‌گیرد. (ابراهیمی خوسفی، ۱۳۸۶: ۱۵۷).

ظهور رسانه‌های جدید با بهره‌گیری از دانش نحوه تأثیرگذاری، سبب افزایش نقش رسانه در کنترل افکار عمومی شده است به نحوی که دولت‌ها به یاری رسانه‌ها از قدرت بی‌نظیری در عرصه داخلی و خارجی برخودار شده‌اند که از آنها به عنوان مهم‌ترین منابع قدرت یاد می‌شود. 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. (سلطانی‌فر، ۱۳۸۵: ۹۱).

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 خط مشی‌های 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.

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

به طور کلی دیپلماسی رسانه‌ای در عصر جهانی شدن، بخش قابل توجهی از دیپلماسی عمومی کشورها به ویژه کشورهای قدرتمند را به خود اختصاص می‌دهد. به طوری که رسانه‌ها اغلب نقش ابزار تبلیغات سیاسی دولت‌ها را بازی می‌کنند. آنها با دفاع از سیاست خارجی و با انگاره‌سازی و ارزش‌سازی القای پیام و برجسته‌سازی نسبت به مشروعیت‌بخشی به سیاست‌های حکومتی و رساندن پیام‌های دست‌اندرکاران دیپلماسی کشور به افکار عمومی جهانی، نقش توجیه‌گر افکار عمومی را در عرصه سیاست خارجی ایفاد می‌نمایند. (خرازی آذر، ۱۳۹۳، ۵۵). بنابراین شاید بتوان گفت که دیپلماسی رسانه‌ای به صورت عام به معنای به کارگیری رسانه‌ها برای تکمیل و ارتقای سیاست خارجی است.

بر همین اساس ایالات متحده امریکا نیز به عنوان دولتی قدرتمند که خود را ابرقدرت و هژمون در نظام بین الملل می‌داند از نقش رسانه‌های دیداری و شنیداری در افزایش قدرت نرم خویش غافل نمانده و به ساخت و پرورش غول‌های رسانه‌ای جهانی دست زده است . آنچه مسلم است ایالات متحده از طریق جنگ نرم سعی در تضعیف رقبای منطقه ای و جهانی خود از جمله ایران و روسیه و ... دارد. این کشور می کوشد تا از طریق ابزارهای جنگ نرم با اثرگذاری در جوامع هدف، مردم آن کشورها را به نفع خود علیه حکومت هایشان تحریک نماید. از این رو با تمام توان و با صرف هزینه هایی هنگفت علیه این کشورها دست به یک جنگ تمام عیار نرم زده است که نمونه بارز آن ایران است.

انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعیة دراسات العالم الاسلامی
فصلنامه علمی -پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

۱. سوال اصلی:

چگونه ایالات متحده امریکا از رسانه‌های دیداری و شنیداری به عنوان ابزاری برای افزایش قدرت نرم خود در نظام بین الملل استفاده می‌کند؟

- فرضیه: ایالات متحده می کوشد ابتدا از طریق رسانه های جمعی ارزش های امریکایی را به جوامع هدف تزریق کرده و پس از همراه کردن جوامع توده وار آنان را به مسیری که میخواهد هدایت نماید.

۲. چارچوب نظری:

جوزف نای تئوریسین قدرت نرم، این وجه از قدرت را در سال ۱۹۹۰ تشریح کرد. نظریه‌پردازی نای در این زمینه باعث شد تا استفاده علمی و روشمند از قدرت نرم، مورد توجه اکثر کشورها قرار بگیرد و جایگاه ویژه‌ای در سیاست داخلی و خارجی آنها پیدا کند. جوزف نای، همچنین برای رفع ابهام و زدودن دشواری‌ها از فهم قدرت نرم به تعریف آن می‌پردازد و اینگونه می‌گوید: «اگر من بتوانم کاری کنم که

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

شما آنچه را خواسته من اسن طلب کنید در این حالت دیگر مجبور نخواهم بود شما را به انجام آن کار وادار کنم و یا اینکه می‌گوید: قدرت نرم یعنی اینکه دیگران همان نتایجی را طلب کنند که ما به دنبال آن هستیم(نای ب، ۱۳۸۷: ۱۹).

قدرت نرم به آن گروه از توانمندی‌ها و توانایی‌های یک کشور گفته می‌شود که با به کارگیری ابزارهایی چون فرهنگ، آرمان، با ارزش‌های اخلاقی به صورت غیر مستقیم بر منافع یا رفتار دیگر کشورها اثر می‌گذارد(حسن-خوانی، ۱۳۸۴: ۱۳۸). قدرت نرم در برگیرنده مؤلفه‌های فرهنگی، ایدئولوژیک و هنری است. ارزش‌های همچون مردم‌سالاری و حقوق بشر که دارای جذابیت‌های جهان‌شمول است از دیگر منابع قدرت نرم است(دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۰: ۸). اگر قدرت نرم را به معنای توانایی تأثیرگذاری بر دگران به منظور کسب نتایج دلخواه در نظر بگیریم، می‌توان گفت قدرت نرم عبارت است از توانایی کسب مطلوب از طریق «جاذبه» نه از طریق اجبار یا تطمیع. قدرت نرم توانایی شکل‌دهی، اثرگذاری و تعیین باورها و امیال دیگران است. به نحوی که تضمین‌کننده اطاعت و فرمان‌برداری آنان باشد. (پوراحمدی، ۱۳۸۸: ۱۶). هر وقت کشوری بتواند با جذابیت‌های فرهنگی و ارزشی خود، جامعه هدف را به تفکر در اولویت‌های قبلی وا دارد و این تفکر در تعیین اولویت‌های جدید افراد آن جامعه، نقش ایفا کند، باید گفت که قدرت نرم آن کشور مؤثر واقع شده است. (ایزدی، ۱۳۸۷: ۱۱).

از مجموع تعاریف ارائه شده، چنین بر می‌آید که قدرت نرم، محصول و برآیند تصویرسازی مثبت، ارائه چهره موجه از خود، کسب اعتبار بین‌المللی و نفوذ در افکار عمومی داخلی و خارجی، قدرت تأثیرگذاری غیرمستقیم توأم با رضایت بر دیگران، اراده دیگران را تابع اراده خویش ساختن و مؤلفه‌هایی از این سنخ است. به این ترتیب، در به کارگیری قدرت نرم نتایجی به صورت تولید رضایت‌مندی، تولید اعتقاد، تولید اعتبار و تمکین به دست می‌آید. البته همچنان برخی کارشناسان عقیده دارند استفاده از رسانه ها در چارچوب قدرت نرم هنگامی موثر است که آن کشور از نظر نظامی و امنیتی قدرتمند بوده و از ابزار رسانه و قدرت نرم برای مشروعیت بخشی به اقداماتش و ایجاد جاذبه استفاده نماید. (Cherian George Soft power: Media influence and its limits,2016,)

پس از فروپاشی شوروی که از درون صورت گرفت، ما شاهد انقلاب های مخملی در کشورهای تازه استقلال یافته بودیم، پس از آن در حوادث پس از انتخابات ایران در سال ۱۳۸۸ و جریانات موسوم به بهار عربی شاهد نقش بی بدلیل رسانه های جمعی در شکل دادن به ترجیحات جوامع مختلف و زورآزمایی رسانه های موافق و مخالف در شکل دادن به اعتراضات و شورش ها بودیم. از این جهت با توجه به گستره

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

بزرگ این حوادث همگی در چارچوب نظریه قدرت نرم قابل تحلیل است.

۳. واکاوی نقش رسانه‌ها:

امروزه رسانه‌ها از قابلیت تأثیرگذاری بالایی برخوردار هستند و به سادگی اما طی یک فرآیند پیچیده می‌توانند مخاطبان بی‌شماری را جذب خود نمایند. در واقع پیشرفت‌های حاصل در فنون اطلاع‌رسانی با فراهم آوردن تسهیلاتی در شبکه‌ی ارتباطات جهانی، مرزهای ملی را درنوردیده و بر سیاست عمومی و نگرش‌های خصوصی افراد اثر گذاشته است. امروزه میدان نبرد سیاست بین الملل از سطح جغرافیایی و فیزیکی به سطح فرهنگی و ارتباطی تغییر یافته است زیرا رسانه های مدرن نقشی اساسی در درک و تصویر سازی دارند. در نتیجه ، (همانقدر که رسانه ها قدرتمند میشوند) ما به طور فزاینده ای از تجربه و واقعیت دور می شویم و بیش از حد به نمایش واقعیت وابسته می شویم که از طریق رسانه ها به ما می رسد. (Hamid Mowlana ,The role of media in contemporary,2015)

فضای رسانه ای جدید پویا است و به روش های جدید وگاه پیش بینی نشده ، که عواقب جدی برای حاکمیت و سیاست های دموکراتیک دارد ، ادامه می یابد. رسانه های جدید نحوه عملکرد نهادهای دولتی ، نحوه ارتباط رهبران سیاسی ، نحوه رقابت و انتخاب شهروندان را به طور اساسی تغییر داده اند. (E. (Donald Briggs, Walter C, Syria, Press Framing 2017

الف. کارکردهای رسانه:

از مهمترین کارکردهای رسانه می توان به خبرسازی و جریان‌سازی خبری، برجسته‌سازی و بزرگ‌نمایی موضوعات خبری، واقعیت‌سازی از طریق چارچوب‌سازی و سناریونویسی، ارائه تفسیر در جهت امتناع و ترغیب مخاطبان هر چه وسیع‌تر و ارائه انگاره‌های فرهنگی اشاره کرد. (مصطفوی و صحفی، ۱۳۹۳: ۱۴۸-۱۴۹).

رسانه‌های جمعی به سه روش مرتبط به هم انگاره‌های فرهنگ را ارائه می‌کنند: ۱- آن‌ها توجه مردم را به معیارهای رفتار قابل قبول در جامعه و نحوه صحبت درباره‌ی آن‌ها جلب می‌کنند. رسانه‌ها به مخاطبان می‌گویند چه چیزی جذاب است و چه چیزی زیباست(به نحوی هنجارها و ناهنجاری‌ها را مشخص می‌کنند. ۲- رسانه‌های جمعی می-گویند چه چیزی و چه چیزی در جهان اهمیت دارد و چرا؟ آن‌ها می‌گویند چه کسی مشهور است(از ستارگان سینما تا دانشمدان). ۳- رسانه‌های جمعی باعث می‌شوند افراد به ادراک از خود و ارتباط یا عدم ارتباطشان با یکدیگر برسند(بیچرانلو، ۱۳۹۵: ۶۹-۷۰).

فصلنامه علمی -پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

ب. رسانه ابزار تداوم هژمونی:

در یک وضعیت ایده‌آل جهانی شدن فرهنگی هنگامی رخ می‌دهد که در یک فضای گفتمانی آزاد و صلح‌آمیز و به قول هابرماس زور و تزویر جوامع مختلف به تعامل بپردازند و از یک سو الگوها و رویه‌های فرهنگی و اجتماعی کارآمدتر و مطبوع‌تر را شناسایی نمایند و از سوی دیگر آن‌ها را متناسب با شرایط فرهنگی و اجتماعی بومی خود به کار گیرند. اما آنچه در عمل قابل مشاهده بوده این است که رسانه‌های قدرتمند و انواع دانش‌ها و فناوری‌ها در اختیار قدرت‌های خاصی است که یک نوع فرهنگ را ترویج می‌دهند. این رسانه‌ها به جای آنکه به انعکاس فرهنگ‌های گوناگون بپردازند به ترویج فرهنگ غربی با تأکید بر فرهنگ آمریکایی به عنوان فرهنگ جهانی می‌پردازند. تصادفی نیست که رستوران‌های مک دونالد و نوشابه‌های کوکاکولا به عنوان رویه‌های مشترک در سراسر جهان گسترش می‌یابند و تعداد رستوران‌های مک دونالد در یک کشور به منزله شاخص‌های جهانی شدن ارزیابی می‌شود(انتظاری، ۱۳۸۹: ۲۱۴-۲۱۵). مکنیر (Mcnair 1998: 178).

نهادینه شدن و پذیرفته شدن هنجارها و ارزش‌های یک قدرت موجب هژمون شدن و همچنین بازتولید مداوم آن هژمونی می‌شود. در واقع آن عاملی که زمینه‌ساز سلطه همراه با رضایت یک دولت می‌شود ،همین پذیرفته‌شدن، ترویج، نهادینه شدن و ملاک خیر و شر شدن هنجارها و ارزش‌هاست(آجیلی، ۱۳۸۹: ۱۲۱).

شواهد و قرائنی از برخی فرآیندها، سیاست‌ها و تاکتیک‌ها در دست است که رسانه‌ها در بازتولید مداوم هژمونی نقش دارند که به برخی از آن‌ها می‌توان اشاره داشت.

۱- استثناء نمودن ایالات متحده آمریکا

۲- برجسته‌سازی و مهم شمردن ایالات متحده آمریکا

۳- ترویج هنجارها، نمادها و ارزش‌های آمریکایی

۴- القای منجی و معیار خیر بودن ایالات متحده

۵- مشروعیت بخشی به اقدامات ایالات متحده

۶- حاشیه‌رانی، تخریب و تضعیف دشمنان ایالات متحده

۷- عدم نقد بنیادین ایالات متحده (آجیلی، ۱۳۸۹: ۱۲۰-۱۲۹).

در واقع رسانه اصلی‌ترین ابزار اعمال قدرت نرم و حاکمیت نرم برای دولت هژمون محسوب شده و رسانه را به عنوان ابزاری جهت تحقق سیاست‌ها و اهداف هژمون و تداوم رضایتمندی از سلطه آن به شمار

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

می‌آید. قدرت نرم از طریق رسانه‌ها، حاکمیت سیاسی کشورها یعنی توان کنترل و نظارت بر مرزها و حق دولت‌ها برای تنظیم و اجرای قوانین در داخل مرزها را به چالش کشیده است و قدرت نرم به وسیله رسانه، مشروعیت دولت را از جانب شهروندان مورد سوال قرار می‌دهد و بدین طریق زمینه ظهور گرایش‌های گریز ار مرکز را فراهم می‌سازد.

یکی از ملزومات کلیدی رهبری دنیا به شیوه نرم، بهره‌مندی از گیرایی و جذابیت‌های فرهنگی در سطح جهانی است. به عبارت دیگر هژمون باید از فرهنگ و ایدئولوژی غالبی برخوردار باشد که بتواند آن را در بازارهای همه جوامع عرضه نموده و تقاضای سلایق و ذائقه‌های گوناگون را به بهترین نحو برآورده سازد.

ج. رسانه و امپرالیسم فرهنگی:

در قرن نوزدهم یعنی در دوران استعمار اقتصادی غرب، جریان اطلاعات، فرآیندی محوری در رشد و استحکام به شمار می‌آمد. در این مقطع رسانه‌های کشورهای رو به توسعه و همین طور تکنولوژی، همگی دنباله‌روی سیاست‌های اقتصادی و متضمن ارزش‌ها و فرضیه‌هایی بودند که مالکان آن پدید می‌آوردند. هنگامی که برخی کشورهای رو به توسعه به استقلال رسیدند، به موضوع نفوذ رسانه‌های غرب بیش از پیش توجه شد، به گونه‌ای که در سال ۱۹۷۲، کنفرانس عمومی یونسکو، در اجلاسیه هفدهم، توجه خود را به شیوه‌های عملکرد رسانه‌های کشورهای ثروتمند دنیا معطوف کرد. شیوه‌هایی که به عقیده منتقدان، ابزار سلطه بر افکار عمومی جهان و منبع انحطاط فرهنگی و اخلاقی در جوامع بود.(قوام، ۱۳۸۲: ۷).

در فضای آکادمیک، اندیشمندانی نظیر هربرت شیلر و آلن ولز با طرح نظریه «امپریالیسم فرهنگی» عنوان کردند که احاطه رسانه‌ای کشورهای جهان سوم به وسیله قدرت‌های غربی، به تحمیل فرهنگ مسلط و از میان رفتن فرهنگ ملل زیر سلطه می‌انجامد. افزون بر این، اندیشمندانی نظیر «آنتونیو نگری»، و «مایکل هارت»، در اثر معروف خود که با عنوان امپراتوری ، استدلال می‌کنند گونه جدیدی از حاکمیت یا امپراتوری جدید که تا حدود زیادی بر پایه ارزش‌های آمریکایی قرار دارد، تکوین یافته است. مهم‌ترین ابزار این امپراتوری برای استیلا نیز شبکه‌های ارتباطی به ویژه ماهواره و اینترنت به عنوان عالی‌ترین نمونه است(کاکاوند، ۱۳۸۰).

در این راستا و طبق نظریه امپریالیسم رسانه ای،موقعیت برتر دولت‌های صنعتی و بیش از همه، ایالات متحده امریکا در تولید گسترش رسانه ها موجب پیدایش یک امپراتوری فرهنگی و از بین رفتن استقلال فرهنگی دولت‌های ضعیف می شود. شیلر، کارکرد امپریالیسم رسانهای را «دست‌کاری در

انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعیة دراسات العالم الاسلامی
فصلنامه علمی -پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

مغزها و قلب‌ها» میداند و یورگن هابرماس آن را «تحمیل نیازهای اجتماعی» ارزیابی می‌کند. همچنین باید به این نکته توجه کرد ظهور غول های رسانه ای از طریق انتقال آسانتر و ارزان اخبار و اطلاعات باعث تغییر سیاست های جنگ اطلاعاتی در میان قدرت ها شده است. دخالت رسانه ها در روابط بین الملل به معنی وابستگی متقابل و بهره برداری متقابل بین رسانه ها و سیاست است.

(Filiz Coban,The Role of the Media in International Relations,2016)

امپریالیسم فرهنگی، تحت پوشش دفاع از آزادی فردی و فردگرایی، پیوندهای اجتماعی را در هم می‌ریزد و ذهن افراد را از طریق رسانه‌ها تغییر شکل می‌دهد و در راستای دست‌یابی به منافع خود به کار می‌گیرد. امپریالیسم فرهنگی می‌کوشد با توسل به ابزارهای رسانه‌ای، با تخریب و تقبیح ارزش‌ها و آرمان‌های مورد احترام جوامع هدف هنگام ترویج و تبلیغ جذابیت‌های فرهنگی خود و پنهان ساختن جنبه‌های منفی، ناپسند و ناعادلانه آن، به نفوذ، اثرگذاری و تسلط هرچه بیشتر بر ساختارهای سیاسی و اقتصادی آن جوامع دست یابد. آنچه با عنوان اشاعه شیوه زندگی آمریکایی در برنامه سیاست خارجی ایالات متحده تعقیب می شود، در این راستا قابل‌ارزیابی است(کاکاوند، ۱۳۸۰).

٤. قدرت نرم ایالات متحده آمریکا:

ایالات متحده آمریکا به عنوان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین بازیگر نظام بین‌الملل پس از جنگ دوم جهانی، همواره در صحنه بین‌الملل حضوری مبتنی بر یک استراتژی کلان مدرن داشته است .

تصمیم‌سازان ایالات متحده از ابتدای پیدایش این کشور وجوه نرم قدرت را در راستای توانمندی‌های خود لحاظ کرده‌اند. لذا آمریکای پس از جنگ سرد از چنان قدرت برخوردار شده بود که می‌توانست تبدیل به یک جریان‌ساز مهم رسانه‌ای شود و مخاطبان بیشماری را با خود همراه سازد و بدین ترتیب سیاست‌های خود را پیش ببرد. در واقع قدرت نرم این اجازه را به آمریکایی‌ها داده است که به اقدامات خود در اقصی‌نقاط مختلف جهان مشروعیت دهد و از خود یک چهره مثبت و خیرخواه نزد جهانیان بر جای بگذارد و به تصویر بکشد.

بر این اساس آمریکا درصدد است که با گسترش و اشاعه قدرت نرم خود از طریق رسانه‌های دیداری و شنیداری که به تمامه اهداف دولت‌های آمریکایی را مخابره کرده و به ذهن مخاطبان می‌نشانند، به سه هدف ارتقای میزان مشروعیت نظام سیاسی در عرصه بین الملل، حفظ پرستیژ بین المللی و در نهایت مدیریت و جهت‌دهی به افکار عمومی در راستای تثبیت ساختار هژمونیک خود نائل آید.

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

همان گونه که اشاره شد، قدرت نرم به تعبير ناي، توانمندي رسيدن به مطالبات ذهني و عيني از طريق جذب ديگران است. براساس تعريف مذكور، فرهنگ، ديپلماسي مشاركت چندجانبه جهاني و رشد و پيشرفت اقتصادي از جمله مهم‌ترين عوامل ارتقاي قدرت نرم مي‌باشد. فرهنگ نيز مجموعه‌اي از ارزش‌هاي و هنجارهايي است كه هويت يك جامعه را تشكيل مي‌دهد. اگر ارزش‌هاي فرهنگي داراي مشروعيت جهاني باشد، قدرت نرم نيز ارتقا مي‌يابد. ارزش‌هاي سياسي دربرگيرنده نوع رفتار يك حكومت در داخل و خارج است. موفقيت الگوي سيستم حكومتي، همكاري با نهادهاي بين‌المللي و عملكرد موفق دموكراسي همه نشان از جاذبه ارزش‌هاي سياسي دارد. بر همين اساس، «كميسيون قدرت هوشمند» در مركز مطالعات استراتژيك و بين‌المللي در سال ۲۰۰۷ و به رياست مشترك جوزف‌ناي و ريچارد آرميتاژ، معاون وزير خارجه آمريكا (۲۰۰۱ - ۲۰۰۵) به پنج اولويت سياست خارجي ايالات متحده در اين زمينه اشاره نموده است:

۱) ايجاد و احياي دوباره ائتلاف‌ها، اتحادها و نهادهاي بين‌المللي؛

۲) توجه به توسعه جهاني به عنوان يكي از مهم‌ترين اولويت‌ها در راستاي ايجاد هماهنگي بين اصول سياست خارجي با منافع مردم سراسر جهان؛ براي مثال، سرمايه‌گذاري روي آموزش و سلامتي مردم مناطق كمتر توسعه يافته مي‌تواند راه كار مناسبيت براي شروع باشد؛

۳) تمركز بر شيوه‌هاي ديپلماسي عمومي نوين كه به جاي پخش يك سويه برنامه‌هاي راديو و تلويزيوني بر گفت‌وگوهاي متقارن دو سويه، آموزش، برنامه‌هاي مبادله فرهنگي و جامعه مدني به خصوص براي جوانان جامعه هدف مبتني است؛

۴) هم‌گرايي اقتصادي و ادامه مشاركت در اقتصاد جهاني؛

۵) توجه بيشتر به تامين امنيت انرژي و تغييرات جوي؛ زيرا اين دو مقوله به كالاهاي عمومي بسيار مهمي در جهان سياست تبديل شده‌اند.

در كل مي‌توان گفت سازمان‌دهي، هماهنگي، بودجه، توانمندي‌هاي رهبري و شيوه هماهنگ رفتار جهاني نقش بسيار مهمي در دست‌يابي به اهداف مذكور دارد.(ماه پيشانيان، ۱۳۹۲: ۱۰).

در همين رابطه، ناي عنوان مي‌دارد اگر اصول سياست خارجي آمريكا مبتني بر تشويق صلح جهاني و حقوق بشر باشد مي‌تواند ترجيحات ذهني ديگران را شكل دهد. در چنين فضايي، ارزش‌ها و هنجارهاي فرهنگي اين كشور مي‌توانند از طريق راه كارهايي همچون ديپلماسي عمومي و مبادلات فرهنگي اشاعه داده شوند.

انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعية دراسات العالم الاسلامي
فصلنامه علمی -پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

۵. اهداف آمریکا از افزایش قدرت نرم:

قدرت نرم در جامعه‌ی هدف به دنبال دستیابی به اهدافی است که از این طریق منافع گروه‌های کاربر آن را تأمین یا بهینه سازد و از سوی دیگر منافع گروه‌های رقیب یا متعارض را کمینه سازد(سنجابی شیرازی، ۱۳۸۹: ۱۲۰-۱۲۱) که در ذیل برخی از راه‌هایی که در قدرت نرم به این منظور به کار می‌رودنام برده می شود:

ایجاد تغییر در اعتقادات و باورها(عسگری، ۱۳۸۹: ۶۵-۷۰). ایجاد تغییر در افکار و اندیشه‌ها (فدوی بنده‌قرانی و گرامیان، ۱۳۹۰: ۷۸). ایجاد تغییر در رفتار و ایجاد تغییر در ساختار سیاسی که هدف نهایی در قدرت نرم علیه یک ملت، همین ایجاد تغییر و دگرگونی در ساختارهای سیاسی آن جامعه و جایگزین ساختارهای جدید می‌باشد(نای، ۱۳۷۸: ۱۱۳). در واقع اهداف ذکر شده در یک فرآیند و به صورت خطی دنبال می‌گردد. با ایجاد تغییر در باورها و رفتارهای یک جامعه، به صورت طبیعی مدل رفتارهای حمایتی از ساختار سیاسی موجود تغییر پیدا کرده و مدل‌های چالشی جایگزین آن می‌شود. در یک جامعه، مردم در شرایطی با نظام سیاسی خود به چالش بر می‌خیزند که دیگر آن را مشروع ندانند و از نظر آنان مسئولان سیاسی مقبولیت خود را از دست داده باشند. بنابراین مشروعیت زدایی و مقبولیت‌زدایی برای ایجاد بحران، ناآرامی و بی‌ثبات‌سازی در جامعه هدف، از کارویژه‌های اصلی جنگ نرم به حساب می‌آید.

۶. ظرفیت‌ها و توانمندی‌های آمریکا در قدرت نرم:

ایالات متحده در حالی به جنگ جهانی اول وارد می‌شود و در شرایطی به انزواگرایی خود در قاره آمریکا پایان می-دهد که ظرفیت‌های متعددی چه از حیث تئوریک و چه از حیث ابزاری برای کسب قدرت نرم تدارک دیده است. (گلشن‌پژوه، ۱۳۸۷: ۶۸) و امروز از طریق قهرمانان هالیودی همچون ابرقهرمانان،ارتش شکست ناپذیر امریکایی،فضانوردانی که در فیلم ها پرچم امریکا را بر سیارات جدید نصب می کنند و .... همان استراتژی را با قدرت بیشتر ادامه می دهند.

این نوع عملکرد ایالات متحده در حضور جهانی خود، بیانگر درک جایگاه و اهمیت قدرت نرم در کسب و حفظ قدرت در نظام بین‌الملل است و نشان می‌دهد توفیق آمریکا را در بین‌الملل‌گرایی قرن بیستم، تا حدی می‌توان، در جاگذاری درست و دقیق توانمندی‌های قدرت نرم در طراحی کلی استراتژی کلان دانست.

با ظهور ماهواره ها و رشد اینترنت و شبکه های تلویزیونی اینترنتی شاهد قدرت گرفتن شبکه های

فصلنامه علمی -پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

اجتماعی در بافت قدرت هستیم. در دنیای مدرن مردم اغلب به دنبال مسایل پیچیده سیاست خارجی از طریق رسانه های جدید و اجتماعی هستند ، که می تواند قدرت اطلاعات را تقویت کند و اهمیت توجه به آن را افزایش دهد. در این زمینه ، فضای رسانه ای آزاد به خصوص در کشورهایی که دموکراسی و رای گیری در آنجا حاکم است در معرض نفوذ خارجی است در حالی که فضای بسته نسبتاً بسته رسانه ای غیر دموکراسی روش های کارآمدی را برای این دولت ها برای ارتقا بقای رژیم فراهم می کند. (Sarah Kreps, Social Media and International Relations,2020) از این منظر رسانه ها در اثرگذاری کشور ها بر جوامع دیگر سعی در اثرگذاری در سیاست های کشورهای دیگر را دارند. قدرت رسانه های جدید علی الخصوص شبکه های اجتماعی در ایجاد جوامع توده وار یا وارونه جلوه دادن حقیقت به قدری بالا و تاثیرگذار است که حتی خود کارشناسان امریکایی درباره عدم کنترل بر آنها خصوصا در انتخابات ریاست جمهوری امریکا در سال ۲۰۲۰ هشدار دادند.(Miles parks, Social Media Usage Is At An All-Time High,2020)

باید به این نکته توجه داشت با توجه به پایه گذاری شبکه های اجتماعی همچون اینستاگرام،فیسبوک، یوتیوب و ... در ایالات متحده امریکا و کنترل کامل این رسانه ها توسط ایالات متحده،این شبکه های اجتماعی فرصت بسیار خوبی را برای استفاده در اختیار ایالات متحده قرار خواهد داد.

باید دانست امریکایی ها بصورت هدفمند از رسانه ها در جهت افزایش قدرت نرم خویش استفاده می کنند تا از به چالش کشیده شدن فرهنگ لیبرال دموکراسی توسط فرهنگ های رقیب محافظت کنند. آنها با استفاده از رسانه ها به حضور نظامی خود در مناطق مختلف جهان مشروعیت می بخشند. گسترش رسانه‌های آمریکایی در هر نقطه از جهان باعث شده است که دولتمردان آمریکایی حکومت‌های کشورهای مختلف را مجاب کنند که برای امنیت خود نیاز مبرمی به آمریکا دارند.نمونه بارز آن کشورهای حاشیه خلیج فارس است که آمریکا به بهانه جلوگیری از تهدیدهای دروغین امنیتی ایران در منطقه خاورمیانه در هر گوشه از خاک این کشورها، چایگاه نظامی احداث کرده و آنها را با خود همراه ساخته است. این‌گونه تصویرسازی از ایران در قالب پروژه ایران هراسی به واسطه رسانه‌ها شکل گرفته است و رسانه‌ها در این زمینه نقشی بسیار ایفا کرده‌اند.

امریکایی ها از طریق رسانه ها سعی در تجویز یک سبک زندگی و حکومت خاص برای جهانیان دارند.رسانه های امریکایی اینگونه القا می‌کنند که فقط یک الگو برای کشورها وجود دارد و آنها پیروی از الگوی غربی است. به ویژه در زمینه توسعه و مباحث مربوط به سیاست و اجتماع مانند حقوق بشر و

انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعیة دراسات العالم الاسلامی
فصلنامه علمی -پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

یا حق آزادی، کشورهای دیگر را تحقیر کرده و با برنامه‌های خود سعی در وادار کردن سیاستمداران این کشورها در پیروی از الگوی غربی می‌کنند. نمونه بارز آن می‌تواند ارائه مباحث حقوق بشر برای کشورهای اسلامی باشد که به نظر رسانه‌ها و دولتمردان آمریکایی حقوق بشر در اینگونه کشورها نقض شده و انسان‌ها به اسارت گرفته می‌شوند.

سیاستمداران امریکایی هرزمان احساس می‌کنند برای پیشبرد برنامه‌های سیاست خارجی خود در داخل مشروعیت نداشته و موجه نیستند، روی به رسانه‌ها و تولیدات آنها می‌آورند. به عنوان نمونه برای حضور در عراق و افغانستان، نوع نگاه غالب در جامعه آمریکا به پدیده جنگ و استفاده ابزاری از تسلیحات نظامی، منفی بوده و رسانه‌ها با ترسیم و ترویج چهره‌ای خشن و عقب مانده از این دو کشور سعی کردند اینگونه القا کنند که آمریکا برای نجات کشورشان و پیشرفت عراق و افغانستان در آنجا حضور می‌یابد.

بررسی روش‌های مختلف عملیات روانی نظام رسانه‌ای غرب علیه بخشی از جهان و بطور مشخص جهان اسلام و البته ایران مؤید این است که بیشتر این تکنیک‌ها تاثیرات درازمدت دارند و در سطحی گسترده و راهبردی اجرا می‌شوند.

امریکایی ها سعی می کنند از طریق گسترش جذابیت های امریکایی.(نای، ۱۳۸۹: ۴۶) ایجاد دشمن فرضی در رسانه ها(که مقدمه چینی برای دخالت نظامی و سیاسی در دیگر کشورها به حساب می آید(جنیدی،۱۳۸۶، مقاله روزنامه قدس))،اهریمن سازی از دشمنان و ایجاد تفرقه میان ملل مختلف(الیاسی، ۱۳۸۵، فصلنامه عملیات روانی) آرمان و هدف امریکا را در یک مقیاس بزرگ «آرمان همه بشر» معرفی کنند. چنین تعبیری را بوش پس از تحولات ۱۱ سپتامبر این گونه اعلام کرد: هر که با ما نیست علیه ماست. (ژئارويد، ۱۳۸۰: ۱۹۹).

همچنین ایالات متحده با توسل به قدرت رسانه ها و هدایت معنادار جریان رسانه، اخبار، هالیود و سانسور سازمان یافته در شبکه های اجتماعی (همچون ممنوع کردن نام و تصویر شهید قاسم سلیمانی در شبکه های اجتماعی)(Isobel Cockerell,۲۰۲۰) در حال شکل دادن و جهت دادن افکار عمومی جهان در موضوعاتی چون تروریسم،القای ابرقدرتی امریکا، اسلام هراسی و گسترش فرهنگ لیبرال دموکراسی است.

۷. ایالات متحده امریکا و جنگ نرم (نمونه موردی ایران)

در سال ۱۹۴۳ در هنگام برگزاری کنفرانس تهران کارت پستالهایی با نقوش مینیاتوری در تهران پخش

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

شد در آنها سعی شده بود نبرد میان متفقین و نیروهای محور را در قالب داستان فریدون و ضحاک ترسیم نماید. که در آن روزولت، استالین و چرچیل بعنوان سه سردار ایرانی شاهنامه به جنگ هیتلر که در قامت ضحاک به تصویر کشیده شده است می روند.(هیتلر مار بر دوش/ military)شاید این حادثه اولین اقدام نرم ایالات متحده و متحدانش برای نفوذ به ذهن مردم ایران و بهره برداری از آن بود. اما جنگ نرم پس از جنگ جهانی دوم رونق یافت. پس از وقوع انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ تحول عمیقی در روابط ایران و آمریکا انجام گرفت. ایالات متحده امریکا که مهمترین بازیگر عرصه سیاست خارجی ایران بود به یکباره حذف و کشور ایران بعنوان بزرگترین متحد امریکا در خاورمیانه به یکباره به بزرگترین منتقد و دشمن شماره یک ایالات متحده در خاورمیانه بدل شد. بلافاصله پس از پیروزی انقلاب اسلامی، بخش فارسی رادیو صدای آمریکا در آوریل ۱۹۷۹ ابتدا با هدف جهت‌دهي به انقلاب ایران و در پي ناكامي، با هدف مقابله با انقلاب اسلامي و به چالش كشيدن آن راه‌اندازي شد.صدای آمریکا یکی از ابزارهای دولت آمریکا به منظور تاثیرگذاری بر مخاطبان خارجی و افزایش عمق نفوذ سیاست خارجی آمریکا در کشورهای هدف است. (Wimbush et al, 2015: 9).

انقلاب اسلامی ایران بعنوان انقلابی که به شرق و غرب منتسب نبود با شعار نه غربی نه شرقی میتوانست به الگویی مناسب برای کشورهایی که سالها تحت سلطه غرب و شرق بودند تبدیل گردد. امریکایی ها انقلاب اسلامی را در تضاد منافع خود دیدند ابتدا سعی کردند با تحریک و حمایت از رژیم بعث عراق با تکیه بر قدرت سخت از شر انقلاب ایران خلاص شوند. پس از شکست نقشه امریکا در نابود کردن انقلاب اسلامی از طریق روشهای نظامی هم زمان دو رویکرد مالی (تحریم های بین المللی) و جنگ نرم علیه جمهوری اسلامی ایران مورد توجه سیاستمداران امریکایی قرار گرفت. وقوع حوادث مشکوک ۱۱ سپتامبر در ایالات متحده امریکا نقطه عطفی در شدت گرفتن جنگ نرم ایالات متحده علیه ایران بود به طوری که جرج بوش رئیس جمهور ایالات متحده از ایران بعنوان یکی از دشمنان اصلی امریکا و یکی از اعضای محور شرارت نام برد.

پس از حوادث ۱۱ سپتامبر، پردازان امریکایی همچون فوکویاما و هانتینگتون اعلام کردند که اسلام تنها نظام فرهنگـی اسـت که مدرنیته و نظام لیبرال دموکراسی غربی را تهدید می کند.(حمید بخشایی. بررسی نظریه پایان تاریخ در اندیشه فوکویاما/۱۳۹۶) دکترین امنیت ملی آمریکا در سال ۲۰۰۲ خواهان جنگ نظامی با کشورهايي مانند كره شمالي و ايران شد؛ اما در همين سند در سال ۲۰۰۶ از مقابله نظامی حرفی زده نشد بلكه بيشترين تاكيد آن بر جنبـه هاي نرم افزاري برخورد است تا جنگ سخت.

فصلنامه علمی -پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

در واقع مقامات امریکایی معتقد بودند با استفاده از شیوه های جنگ نرم می توانند با اثر گذاری بر مردم ایران، جمهوری اسلامی را از درون دچار فروپاشی نمایند.

امریکایی ها برنامه هاي زیر را جهت کنترل، تضعیف و مهار ایران در پیش گرفتند:

تضعیف شرایط اقتصادي ایران؛ حمله گسترده به افکار عمومی و تغییر در نگرش مردم نسبت به ارزش های انقلاب اسلامی، جلوگیري از عدم دستیابی ایران به تکنولوژی پیشرفته هسته اي؛ دامن زدن به تعارض و شکاف درحاکمیت جمهوري اسلامی ایران، افزایش فشارهاي سیاسی و نظامی، دامن زدن به جنگ رسانه ای علیه ایران و ایجاد موج ایران هراسی در جهان.

همانطور که پیداست یکی از مهمترین ابزار امریکایی ها در برخورد با ایران در کنار تهدیدات و اقدامات خرابکارانه امنیتی نظامی و جنگ اقتصادی ، رسانه بوده است. امریکایی ها سعی کرده اند از طریق رسانه های جمعی و جنگ نرم و تکنیک های رسانه ای از مشروعیت جمهوری اسلامی در درون ایران و خارج از کشور کاسته و بر مشروعیت خود در ضدیت با نظام ایران بیفزایند. دولت های مختلف در آمریکا با مطرح کردن هلال شیعی خطرناک نشان دادن جمهوری اسلامی ایران براي کشورهاي عربی و اهل تسنن و ایجاد شکاف های قومی و فرقه اي بین کشورها و اقوام مختلف خاورمیانه اقدام کردند. استراتژیستهاي آمریکا بهترین ابزار براي تقویت قدرت نرم آمریکا در مناطق مختلف جهان را استفاده از رادیو و تلویزیون و شبکه های اجتماهی و هالیود می دانند. سینمای هالیوود در جامعه‌پذیری سیاسی و انتقال معیارهای آمریکایی از نسلی به نسل دیگر، نقش بسیار مهمی ایفا کرده است. (حسینی، ۱۳۹۱: ۱۵۹).

آنها با استفاده از ظرفیت های رسانه ای قدرتمندی که به سبب تکنولوژی و منابع مالی گسترده در اختیار دارند جنگ نرم همه جانبه ای را علیه جمهوری اسلامی ایران هدایت می کنند.

مهمترین موضوعاتی که هدف این جنگ رسانه ای قرارگرفته است به شرح زیر است.

الف. ولایت فقیه بعنوان رکن اصلی جمهوری اسلامی ایران

ایالات متحده کوشیده است از طریق سایت ها،رادیو، ماهواره، شبکه اجتماعی و ... به تضعیف جایگاه رهبری در ایران دست بزند.پوشش گسترده هرگونه حواشی کوچک در حوزه جایگاه رهبری ایران و تبدیل آن به چالشی بزرگ یا نسبت دادن همه اتفاق ها(وقایع بد و ناکارامدی ها) در ایران و خاورمیانه به تصمیمات جایگاه رهبری یکی از این شگردهای رسانه ایست. در واقع بسیاری از اخبار و تحلیل هایی که صدای آمریکا و رسانه های تحت پوشش ایالات متحده در انتقاد به رویدادها و اتفاقات جمهوری

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

اسلامی ایران مطرح میکند، هیچ ارتباط مستقیمی با مقام معظم رهبری ندارد. با این حال، این رسانه ها تلاش کرده اند تا جهت انتقادات و تخریب خود را متوجه ایشان نیز بکنند.

ب. تزریق ناامیدی و سیاه نمایی از وضعیت :

ایالات متحده امریکا همواره تلاش کرده است از طریق نفوذ به برخی مدعیان داخلی، شبکه های اجتماعی؛ رادیو و رسانه های تحت حمایت خود همچون شبکه های ماهواره ای اوضاع و احوال ایران را پریشان نشان داده و با سیاه نمایی از آینده کشور ناامیدی در کشور را رواج دهد. برجسته کردن تصاویر منفی و قاب بندی های اعتراض آمیز منجر به خلق تصاویر و مفاهیمی شده است که تداعی گر یک بازنمایی معترضانه است. حمایت از فیلم های سینمایی که در ایران ساخته شده و در پس آن سیاه نمایی از اوضاع کشور است و به وضع موجود اعتراض دارند در جشنواره های خارجی و اهدا جایزه به آنها، به نوعی مشوق تولید فیلم هایی در این ژانر و سبک است.

ج. دامن زدن به اختلافات قومی و دینی و شکاف های طبقاتی:

ایالات متحده کوشیده است از طریق برخی عناصر ناآگاه یا خود فروخته داخلی، شبکه های اجتماعی و رسانه های تحت امرش با توجه بیش از حد به موضوعات قومی از هر اتفاقی یک بحران امنیتی ساخته تا حکومت مرکزی ایران را تضعیف نماید.

د. از بین بردن عمق استراتژیک ایران :

رسانه های امریکایی از دو سو تلاش می کنند تا از عمق استراتژیک ایران که ضامن امنیت و ثبات این سرزمین است بکاهند. این رسانه ها کوشیده اند با انتقاد از مجموعه های زیر نظر جایگاه رهبری همچون سپاه پاسداران تضمین امنیت ایران از طریق حفظ عمق استراتژیک را محکوم کرده و به نوعی آن را به بلندپروازی های حاکمیت ایران نسبت دهند. از سوی دیگر در کشورهایی همچون سوریه و عراق و یمن به جنگ رسانه ای علیه ایران دست بزنند و به مردم آن کشورها ایران هراسی را غالب گردانند.

هـ. منجی سازی از امریکا:

ایالات متحده که خود از طریق جنگ نظامی و برقراری رژیم تحریم های بین المللی بزرگترین جنایات را علیه مردم ایران مرتکب شده است از طریق رسانه ها جای ظالم و مظلوم را عوض کرده و عامل این تحریم هارا رفتار ایران معرفی می کند. آنها در رسانه ها سردمداران امریکا را دوستان مردم ایران معرفی کرده که خواهان آزادی و پیشرفت ایران می باشند. آن رسانه ها امریکا را ابرقدرتی مهربان معرفی کرده که با دوستی با آن کشور می توان یک روزه ره صدساله توسعه و پیشرفت و امنیت را طی کرد.

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

۸. نتیجه گیری:

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش رسانه‌های دیداری و شنیداری در افزایش قدرت نرم ایالات متحده آمریکا بود که سوال پژوهش ناظر بر چگونگی آن بوده و در مقام پاسخ، عنوان نمودیم که رسانه‌های دیداری و شنیداری با تأثیرگذاری بر ذهن و فکر و تسخیر قلوب مردم مناطق جهان منجر به افزایش قدرت نرم ایالات متحده آمریکا می‌شود. بنابراین رسانه‌هایی که در ایالات متحده آمریکا مشغول فعالیت هستند و یا اینکه به نحوی در سایر کشورها، از سیاست‌های این کشور دنباله‌روی می‌کنند، در افزایش قدرت نرم آمریکا تأثیر دوچندانی گذاشته و به آن کمک کرده‌اند.

رسانه‌های تحت اختیار دولت ایالات متحده آمریکا با قدرت ویژه‌ای در صدد تأثیرگذاری بر مردم جهان از طرق روش های مختلفی هستند که این امر به صورت خودآگاه و از قبل برنامه‌ریزی شده‌ای منجر به افزایش قدرت نرم آمریکا می‌شود چرا که این رسانه‌ها ابزاری سودمند و مفید برای دولت این کشور محسوب می‌شوند و از توانایی بالایی در جذب مخاطب برخوردار هستند. نیروی برانگیزنده و هدایت شونده در این رسانه ها به دولت ها خصوصا ایالات متحده امریکا این قدرت و اختیار را می دهد تا مردم سایر کشورها را ابتدا به سوی برنامه‌های متنوع آن رسانه ها کشانده و از نفوذ پذیری آنها کمال استفاده را ببرندو ارزش های امریکایی و سیاست های مد نظر خودرا به مخازبان خود تزریق نماید. همچنین دامنه و گستره رسانه‌های آمریکایی در سراسر جهان پخش شده و هر شبکه رسانه‌ای در چندین کشور، به ویژه‌ای در کشورهای هدف به زبان محلی شعبه خود را راه‌اندازی نموده است. پر واضح است که هدف از گسترش این رسانه‌ها در پهنه‌ی جهان، چیزی جز افزایش قدرت نرم آمریکا نیست و این رسانه‌ها به صورت هدفمند در صدد ایفای نقش اصلی خود برآمده‌اند.

می توان گفت مهم‌ترین هدف آمریکا از گسترش این رسانه‌ها در جهت افزایش قدرت نرم خود، پیشبرد سیاست خارجی و ترویج ارزش‌های آمریکایی مانند لیبرالیسم است تا کشورها را به یک شکل درآورده و نظام سیاسی و بافت اجتماعی آنها را شبیه خود نماید. از این رو، ساده‌ترین راه برای دنبال‌روی از این سیاست نفوذ بر اذهان، افکار و قلوب مردم جهان است تا ذهنیت آنها را آماده کرده و به صورت نرم‌افزاری اقدام به این امر نماید. برای آمریکایی‌ها دموکراسی یک ارزش و بهانه اساسی برای جوامع به شمار می‌رود که هر جا نیاز ببینند کشورها را وادار به استقرار دموکراسی در آنجا می‌کنند. رسانه‌ها نیز بر طبل آن کوبیده و با پخش برنامه‌های متنوع سعی می‌کنند دموکراسی را برای فشار بر جوامع غیرغربی و نوعاً متضاد با آمریکا نهادینه نمایند.

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

آمریکا به دنبال هژمون‌گرایی فرهنگی خود در برابر کشورهایی است که در مقابله با این هژمون‌گرایی به مبارزه برخواسته‌اند و آن را پذیرا نیستند. از این رو، از فهوای رسانه‌های آمریکا چنین بر می‌آید که برخورداری از جذابیت فرهنگی و توانایی اشاعه آن، چنان قدرت عظیمی را جهت اعمال قدرت نرم و غیرمستقیم بر جهان و هدایت افکار عمومی به سردمداران آمریکا می‌بخشد که خصوصاً در فضای جدید محیط بین‌الملل، دهها برابر با ارزش‌تر از اهرم-های نظامی و اقتصادی محسوب می‌شود. لذا اینک باید فرهنگ جهانی ایالات متحده را دوشادوش موارد دیگری چون توانمندی بسیار بالای نظامی و اقتصادی، پیشتازی در حوزه‌های علمی و تکنیکی، رژیم‌های لیبرالی و مرکزیت برای ارتباطات فراملی در شمار منابع عمده مولد قدرت این بازیگر بزرگ قلمداد کنیم. آمریکا به منظور پیروی از سیاست‌ها و برنامه‌های آتی خود برای ابرقدرت ماندن در جهان، تنها داشتن قدرت سخت برای آن کشور کفایت نمی‌کند، بلکه امروزه قدرت نرم در کنار آن ضروری به نظر می‌رسد. به همین جهت است که دولتمردان آمریکایی از رسانه‌ها حمایت همه جانبه به عمل می‌آورند تا به قدرت این کشور خدشه‌ای وارد نیاید. همچنین ایالات متحده از طریق جنگ نرم و ابزارهایی که در اختیار دارد سعی در اثرگذاری در جوامع کشورهای رقیب دارد که یکی از مهمترین آنها ایران است. امریکایی ها با توسل به جنگ سرد در تلاش هستند با اثرگذاری در فکر و ذهن مردم ایران خواسته ها و اهداف خود را تبدیل به خواسته مردم کنند تا با فشار از داخل سبب تضعیف و نابودی جمهوری اسلامی ایران شوند. سیاه نمایی، قوم گرایی، تزریق یاس درجامعه تنها بخشی از این تکنیک های رسانه ای هستند که توسط رسانه های آنها مدام برای مردم ایران تکرار می شوند.

انجمن مطالعات جهان اسلام
Islamic World Studies Association
جمعیة دراسات العالم الاسلامی
فصلنامه علمی -پژوهشی
پژوهشهای سیاسی جهان اسلام

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

منابع:

آجیلی، هادی(۱۳۸۹)، نقش رسانه‌ها در بازتولید هژمونی ایالات متحده آمریکا، فصلنامه پژوهش سیاست، شماره ۳۰.

ابراهیمی خوسفی، منصور(۱۳۸۶)، جنگ نرم ۴، تهران: ابرار معاصر

ایزدی، فواد و سقای بی ریا ، حکیمه. "تحلیل گفتمان سرمقاله های روزنامه های برجسته آمریکایی درباره برنامه هسته ای ایران." فصلنامه وسایل ارتباط جمعی رسانه (فصلنامه رسانه) ۱۹، ۱ (۱۳۸۷): ۱۰۱-۱۲۶.

بخشایی، حمید و سینا صالحی. بررسی نظریه پایان تاریخ در اندیشه فوکویاما ،پژوهش ملل ،بهمن ۱۳۹۶ شماره ۲۶

الیاسی، محمد حسین (۱۳۸۵)، عملیات روانی ضدشورشگری سپاه در بحران کردستان (دهه ۶۰)، تهران، فصلنامه عملیات روانی، سال سوم، شماره ۱۲

انتظاری، اردشیر(۱۳۸۹)، قطبی شدن به منزله جایگزینی برای جهانی شدن، فصلنامه حقوق و سیاست دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۳۰.

بیچرانلو عبداله. "سنجش ذائقه شنیداری ایرانیان." تهران: پژوهشگاه فرهنگف هنر و ارتباطات، ۱۳۹۵

پوراحمدی، حسین(۱۳۸۹)، قدرت نرم و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، قم: نشر مؤسسه بوستان کتاب.

جنیدی، رضا، (۱۳۸۶)، پیش شرط تعلیق؛ چرا! نگاهی به مزیت های سیاست دشمن سازی آمریکا ، مشهد، روزنامه قدس، شماره ۵۵۳۸

- حسینی، سید مجید(۱۳۹۱)، فیلم و تحول در فرهنگ سیاسی، فصلنامه سیاست، مجله حقوق و علوم سیاسی، دوره ۴۲، شماره ۱

خانی ، محمد حسن (۱۳۸۴) دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها، دانش سیاسی پاییز و زمستان ۱۳۸۴ شماره ۲

خرازی‌آذر، رها(۱۳۹۳)، دیپلماسی رسانه‌ای، چالش‌ها و تعاملات رسانه‌ها و دستگاه‌های دیپلماتیک، مجله رسانه، شماره ۹۵، صص ۴۷ تا ۶۸.

ژناروید، اتوتایل و اگنیو، (۱۳۸۰)، ژئوپلیتیک و گفتمان؛ استدلال عملی ژئوپلیتیکی در سیاست خارجی امریکا، ترجمه محمد رضا حافظ نیا و نصیری، مجموعه مقالات اندیشه های ژئوپلیتیک در قرن بیستم، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.

زورق، محمدحسن، (۱۳۷۲)، مبانی تبلیغ، تهران، انتشارات سروش.

دهقانی فیروز آبادی، سید جلال، فناوری‌های قدرت در جنگ نرم، دوره ۱۴، شماره ۵۱، بهار ۱۳۹۰، صفحه ۵-۳۰

عسگری، محمود(۱۳۸۹)، رویکرد انتقادی به نظریه قدرت نرم، فصلنامه راهبرد دفاعی، سال هشتم، شماره ۲۸، صص ۶۱ تا ۸۸.

عیوضی، محمدرحیم؛ پارسا، مونا(۱۳۹۲)، الگوی تحلیلی قدرت نرم و سیاست بین‌الملل، دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال سوم، شماره نهم، پاییز و زمستان، صص ۹۹ تا ۱۱۲.

کاکاوند، عباس(۱۳۸۰)، چارچوب امنیت خارجی، روزنامه رسالت.

سلطانی‌فر، محمد(۱۳۸۵)، حقوق بین الملل، رسانه ها، صلح و امنیت بین الملل، مطالعات سایبر ژورنالیسم، دانشگاه آزاد

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
سنجانی شیرازی، جانبخش(۱۳۸۹)، مفهوم‌شناسی و تبارشناسی قدرت و جنگ نرم، فصلنامه سیاستگذاری سیاسی، دفاعی و امنیتی، سال اول، شماره دوم، صص ۱۲۰ تا ۱۵۶).
فدوی‌بنده قرائی، حمد؛ گرامیان، سعیدالسادات(۱۳۹۰)، تحول ماهیت قدرت نرم در دوره پسامدرن، فصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال اول، پیش شماره سوم، پاییز، صص ۷۷ تا ۱۰۴.
قوام، عبدالعلی(۱۳۸۲)، اصول سیاست خارجی و سیاست بین‌الملل، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
ماه‌پیشانیان، مهسا(۱۳۹۲)، چالش‌های قدرت نرم آمریکا، فصلنامه مطالعات منطقه‌ای، بهار، شماره ۴۸، صص ۱ تا ۳۶.
مصطفوی، سید محمد حسن؛ صحفی، سید محمد؛ علل تحولات فرهنگ مصرف محصولات شبکه های تلویزیونی ماهواره ای در ایران با اشاره به نقش سرمایه ی اجتماعی، مجله: رسانه » تابستان ۱۳۹۴ - شماره ۹۹ علمی-ترویجی/ ISC (۳۴ صفحه - از ۱۴۱ تا ۱۷۴)
مهدی زاده، محمد، (۱۳۸۷)، رسانه ها و بازنمایی، تهران، نشر دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها.
نای، جوزف(۱۳۸۹)، آموزش عالی، فرهنگ عامه و قدرت نرم، ترجمه محسن روحانی، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
نای، جوزف، (۱۳۸۷)، رهبری و قدرت هوشمند، ترجمه محمودرضا گلشن‌پژوه و الهام شوشتری‌زاده، تهران، ابرار معاصر.
https://www.farsnews.ir/news/۸۴۰۴۱۴۰۲۶۴/۲۰٪۲۰٪۲۰٪۲۰٪۲۰٪۲۰/

منابع لاتین:

Cherian George,(2016) Soft power: Media influence and its limits, ugust 2016Media Asia 43(2):1-7

-. E. Donald Briggs, Walter C. Soderlund, and Tom Pierre Najem,(2017) Syria, Press Framing, and the Responsibility to Protect (Waterloo, Canada: Wilfrid Laurier Press, 2017), 14.

- Filiz Coban the role of Media in International Relations: From the CNN Effect to the Al –Jazeere Effect,(2016) Journal of International Relations and Foreign Policy

Hamid Mowlana , The role of media in contemporary international relations: culture and politics at the crossroads,(2015) Pages 84-96

Isobel Cockerell, Instagram shuts down Iranian accounts after Soleimani's death, 10 JANUARY, 2020

https://www.codastory.com/authoritarian-tech/instagram-iran-soleimani/

- Mcnair, B. (1998) the Sociology of Jounalism, London: Arnold.

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]

-Miles parks,(2020), Social Media Usage Is At An All-Time High. That Could Mean A Nightmare For Democracy, https://www.npr.org/2020/05/27/860369744/social-media-usage-is-at-an-all-time-high-that-could-mean-a-nightmare-for-democr

http://www.military.ir/forums/topic/21467-

Sarah Kreps,(2020) Social Media and International Relations,(2020) Publisher: Cambridge University Press,July 2020,

Office of the Historian, Foreign Service Institute

United States Department of State. https://history.state.gov/milestones/1937-1945/tehran-conf

به این مقاله این‌گونه ارجاع دهید: DOI: ۱۰.۲۱۸۵۹/priw-۱۱۰۴۰۸

ابوالقاسمی، میثم؛ عسگرخانی، ابومحمد؛ مرادی، مریم؛ صلاحی، سهراب (۱٤۰۰)، «واکاوی نقش رسانه‌ها در افزایش قدرت نرم ایالات متحده امریکا (نمونه موردی ایران)» فصلنامهٔ پژوهشهای سیاسی جهان اسلام، س۱۱، ش٤، زمستان ۱٤۰۰، صص ۱۹٤-۱۷۵.

[Downloaded from mail.priw.ir on 2026-09-26]