

## عنوان مقاله:

دیپلماسی رسانه ای در سیاست خارجه جمهوری اسلامی ایران ( مطالعه موردی دولت یازدهم)

## محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)  
(سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

## نویسندگان:

یونس فروزان - دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی

زهره مبینی کشه - دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات خاورمیانه و شمال آفریقا، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی

## خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش بررسی جایگاه و اهمیت دیپلماسی رسانه ای در سیاست خارجه جمهوری اسلامی ایران در جهت اثبات حقانیت جمهوری اسلامی در مجامع جهانی و بخصوص افکار عمومی در دوره دولت تدبیر و امید و ارائه راهبرد و پیشنهادات کاربردی در این زمینه می باشد. 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 و «دیپلماسی رسانه» به عنوان یکی از شاخه های اصلی فعالیت های 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. حال با این مقدمه طرح این سوال اساسی می تواند بسیار مورد توجه باشد که با توجه به موضوعات اصلی سیاست خارجی ایران یکی از مهمترین ابزارها در کارآمدی دستگاه دیپلماسی ایران چه می تواند باشد؟ به عبارت دیگر حال که یکی از مهمترین موضوعات مورد مناقصه ایران در سیاست خارجه، تحریم های ناشی از موضوع هسته ای و مباحث حقوق بشری است که بطور مشخص با افکار عمومی جهانیان و اقناع دولت ها در ارتباط است با بهره گیری از چه امکاناتی می توان به شیوه ای کارآمد حقانیت جمهوری اسلامی را در مجامع جهانی و بخصوص افکار عمومی به اثبات رسانید؟ سعی نگارنده در این نوشتار مبتنی بر روش توصیفی، تبیینی و تحلیلی پاسخ به این پرسش می باشد و فرض بر این است که اینک یکی از اصلی ترین ابزارها و کارآمدترین استراتژی ها بهره گیری از پتانسیل های « دیپلماسی رسانه ای» است.

## کلمات کلیدی:

رسانه، دیپلماسی رسانه ای، سیاست خارجه، اقناع

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/495613>

