

نشست تخصصی نقد و بررسی دیپلماسی رسانه‌ای ایران در مذاکرات ۵+۱

چکیده

امروزه دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده در نظام بین‌الملل، تحت تأثیر و تعامل تحولات شگرف در عرصه ارتباطات قرار گرفته‌است؛ چنانچه "دیپلماسی رسانه‌ای" به‌عنوان یکی از شاخه‌های اصلی فعالیت‌های دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی پدیدار شده و بخش قابل‌توجهی از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند جهانی را به خود اختصاص داده‌است. از این منظر گروهی از محققان و کارشناسان این‌گونه تحلیل می‌کنند که به‌طور اساسی دیپلماسی رسانه‌ای از رسانه‌ها در جهت ارتقای سیاست خارجی کشورها استفاده می‌کند. در این راستا نقش و جایگاه رسانه‌های داخلی در حوزه سیاست خارجی و مذاکرات ۵+۱ از سوی محققان و دست‌اندرکاران حوزه رسانه مورد اهمیت و توجه زیادی قرار گرفته‌است. به‌طوری‌که این دیپلماسی در فضای رسانه‌ای برای هر دو طرف مذاکرات و لزوم بهره‌مندی از تمام امکانات برای کسب حداکثری منافع در مواجهه دیپلماسی، برابر زور است.

دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها به بررسی نقش و جایگاه رسانه‌ها در حوزه سیاست خارجی و مذاکرات ۵+۱ پرداخت. این هم‌اندیشی با حضور جمعی از اصحاب رسانه، فعالان و علاقه‌مندان حوزه رسانه سه‌شنبه ۲۲ اردیبهشت ۱۳۹۴ در کتابخانه دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها برگزار شد.

سیاست‌های رسانه‌ای با دستگاه دیپلماسی در مذاکرات ۵+۱ نیاز به هماهنگی دارد

دکتر محمد سلطانی‌فر: تحلیل محتوای برخی از رسانه‌های کشور در مورد موضوع مذاکرات ۵+۱ نشان می‌دهد که رسانه‌های داخلی در حوزه منافع ملی و مذاکرات لوزان با دستگاه دیپلماسی بسیار هماهنگ عمل نکرده‌اند.

بر همین اساس پرسش اصلی این است که رسانه‌های کشور در فرصت باقی‌مانده تا پایان مذاکرات انرژی هسته‌ای چه روشی را باید در پیش بگیرند و چه فضای گفتگویی شکل دهند؟ نتایج تحلیل محتوای رسانه‌های داخلی نشان می‌دهد عملکرد رسانه‌ها در برخورد با موضوعات

موجود در حوزه منافع ملی همچون مذاکرات ۵+۱ هماهنگ با دستگاه دیپلماسی کشور پیش نرفته است.

رسانه‌ها قبل از ورود به بحث باید خط‌مشی خود را تعریف و براساس آن عمل کنند. رسانه‌های منتقد بدون اینکه منافع ملی کشور را در فضای رسانه‌ای به قربانگاه ببرند، باید تلاش کنند فارغ از مسائل جناحی و هماهنگ با دستگاه دیپلماسی کشور به نقد و بررسی موضوعات با محور مذاکرات بپردازند. امیدواریم با حضور کارشناسان و متخصصان و طرح دیدگاه‌های مختلف بتوانیم این مسائل را مورد واکاوی قرار دهیم و نقاط قوت و ضعف آن را روشن کنیم. تحلیل محتوای رسانه‌هایی همچون تابناک، رادیو فردا، رادیو زمانه و بی‌بی‌سی درباره مذاکرات ۵+۱ نشان می‌دهند این رسانه‌ها در ۵۲/۵ درصد موارد به نقد پیامدهای اقتصادی بیانیه لوزان، ۱۲/۵ درصد به مواضع مقام معظم رهبری درباره مذاکرات هسته‌ای و ۷/۵ درصد نیز به روابط ایران و آمریکا توجه کرده‌اند.

بررسی شبکه‌های اجتماعی نشان داده که پس از مذاکرات، اعتماد مردم نسبت به مسئولان به‌عنوان سرمایه اجتماعی به‌شدت بالا رفته و در این شبکه‌ها به آقای ظریف بیشتر از همه پرداخته شده است و ایشان را در حد امیرکبیر و قهرمان ملی دانسته‌اند.

هم‌چنین، نتایج تحلیل محتوای ۴ روزنامه کیهان، جوان، اعتماد و شرق حاکی از موضع‌گیری‌های متفاوت آنها نسبت به مذاکرات ۵+۱ و بیانیه لوزان است. در این بررسی مطالب ۲ روزنامه اصلاح‌طلب و ۲ روزنامه اصولگرا نشان داد روزنامه‌های اصلاح‌طلب مطالب را با رویکرد مثبت منتشر می‌کردند و نسبت به آینده خوشبین‌تر بودند درحالی‌که روزنامه‌های اصولگرا نگاه تردیدآمیزی داشته‌اند.

اینکه آیا رسانه‌های داخلی توانسته‌اند در حوزه افکار عمومی داخلی و خارجی تأثیرگذار باشند و فضای مناسبی را برای مذاکره‌کنندگان فراهم کنند، یا سیاست رسانه‌ها تا چند ماه آینده و فرصت باقی‌مانده چگونه باید باشد از جمله محورهایی است که با حضور کارشناسان به نقد و بررسی گذاشته می‌شود.

دیپلماسی رسانه‌ای؛ استفاده از ابزارهای رسانه‌ای برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی کشور هدف است

دکتر فواد ایزدی: در ادبیات آکادمیک روز دنیا اصطلاح دیپلماسی عمومی از دهه ۶۰ میلادی قرن بیستم توسط دیپلمات‌های آمریکایی طراحی و اجرا شد. پیش از این برای استفاده از فعالیت‌های تبلیغاتی واژه پروپاگاندا استفاده می‌شد، اما چون در زبان انگلیسی بار منفی داشت به‌جای آن از واژه دیپلماسی عمومی استفاده کردند. دیپلماسی عمومی اقداماتی است که هرکشوری برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی و اقناع مردم کشور هدف انجام می‌دهد. سال‌های پیش بر بار معنایی دیپلماسی عمومی تعداد دیگری مفاهیم اضافه شد که از آن جمله می‌توان به دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان زیر مجموعه‌ای از دیپلماسی عمومی در محافل آکادمیک اشاره کرد.

بنابر تعریف دیپلماسی رسانه‌ای، استفاده از ابزارهای رسانه‌ای برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی کشور هدف است. دیپلماسی عمومی برای رسیدن به اهداف خود از ۲ دسته فعالیت‌های رسانه‌ای و ارتباط با نخبگان کشور هدف بهره می‌گیرد.

در صورتی که ایران بخواهد در ارتباط با پرونده هسته‌ای از دیپلماسی قوی برخوردار شود باید از تجربیات روز دنیا در این حوزه استفاده کند. اگر کشوری به جای نهادهای رسمی خود با ایجاد شبکه‌ای از افراد حقیقی یا حقوقی بومی در کشور هدف که نسبت به نگاه مورد نظر آن کشور گرایش مثبت دارند انتشار پیام مورد نظر در کشور هدف را از راه آن افراد بومی شبکه‌ای شده منتشر کند در به‌کارگیری دیپلماسی رسانه‌ای و عمومی خود موفق عمل کرده‌است.

این اقدام بدین معنا است که وزارت امور خارجه ایران در دیپلماسی رسانه‌ای خود در کنار استفاده از فعالیت مستند رسانه‌ها و نهادهای رسمی برای دفاع از مواضع جمهوری اسلامی ایران در پرونده‌ای هسته‌ای که تأثیرگذاری متقن و محکمی از منظر مخاطبان خارجی ندارد باید بتواند از منتقل‌کننده‌های غیردولتی پیام دارای اعتبار استفاده کند. این ضعف جدا از اقدام دولت‌های قبلی یا فعلی وجود داشته‌است. از آنجا که اکثر فعالیت‌ها دولتی است و زمانی هم که قرار بر استفاده از رسانه‌ها باشد نگاه‌ها نیز دولتی خواهد بود، نتیجه این است که ادبیات دولتی مورد توجه مخاطبان بیرونی قرار نمی‌گیرد و وضعیت کنونی ما مصداق آن است. مشکلاتی همچون به‌روزرسانی، انبوه داده‌ها و مسائلی از این دست، نیاز دارند با توجه به توانایی‌ها و ظرفیت‌ها اقدام شوند. در عرصه غیررسمی دیپلماسی رسانه‌ای نیز به همین ترتیب موفق عمل نکرده‌ایم. در بهره‌گیری از توانمندی‌های فناورانه پایه همچون شبکه‌های اجتماعی که در حال جایگزینی رسانه‌های اصلی و پرمخاطب هستند و از ظرفیت و توان مناسبی نیز برخوردارند چون اغلب در تعارض با نظام غالب رسانه‌ای دنیا قرار دارند برای کشوری همچون ایران فرصت محسوب می‌شود اما مناسب نتوانسته‌ایم بهره بگیریم.

پاسخ این پرسش که چه باید کرد، این است که در عرصه رسمی دیپلماسی رسانه‌ای باید با ارتقای وضعیت موجود بهره‌وری بخش رسانه‌ای را همچون به‌کارگیری مترجمان شایسته و کارکشته، دقت در انتخاب پیام‌ها و انتقال آن به مخاطبان و ... افزایش داد. اما در عرصه غیررسمی باید با تدقیق در برخی الگوها برای تأثیرگذاری بیشتر، ساختار رسانه‌ای کشور هدف را بشناسیم. جدا از رسانه‌های جایگزین (Alternative) که بسیار بهتر از رسانه‌های اصلی نقش بازی می‌کنند و از آنجا که قابلیت دسترسی بیشتری به اطلاعات دارند هنگام انتقال پیام برای تأثیرگذاری بر مخاطب خارجی موفق‌تر عمل می‌کنند. به همین ترتیب می‌توان به‌رغم وجود ممنوعیت ایجاد رسانه‌های رسمی متعدد، پایگاه‌ها یا شبکه اطلاع‌رسانی مناسب ایجاد کرد. ممنوعیت ایجاد رسانه‌های رسمی به نبود برنامه‌ریزی، فرصت یا بی‌توجهی مسئولان باز می‌گردد. برای اقدام بهتر در عرصه غیررسمی نیاز به توجه هرچه بیشتر به محیط، ساختار، رسانه‌ها و بازیگران مورد شناخت است. بازیگران رسانه‌ای باید مشخص و میزان تعامل با آنها نیز سنجیده

شود و همچنین نیاز به تولید محتوا انکارنشده‌ای است. هنوز در ایران از این ظرفیت استفاده نشده‌است و محققان نیز محتوای تولیدشده بومی در اختیار ندارند. همین وضعیت درباره کسانی مانند "گرت پالتز" که به صورت خودجوش پرونده هسته‌ای ایران را بررسی و تولید محتوا کرده‌اند و آنهایی که شناسایی نشده‌اند وجود دارد و ظرفیت بهره‌مندی از آنها بدون استفاده مانده‌است اما بازیگران این حوزه در جبهه مقابل توانسته‌اند در همکاری با رسانه‌های اصلی با استفاده از دیگران مخاطبان ما را تحت پوشش قرار داده و فضا سازی کنند اما در جبهه ایران مشکلات بسیار است. در این برهه زمانی که تکنولوژی این اجازه را می‌دهد که فراتر از ساختارهای رسانه‌ای رسمی حرکت کنیم جای ناخرسندی است که نتوانیم از این موقعیت استفاده کنیم و با توجه به امکان یکسان توافق یا خلاف آن در صورت شکل‌نگرفتن توافق، ایران مقصر نشان داده شود. بنابراین از هم اکنون باید برای جلوگیری از چنین امری برنامه‌ریزی کنیم.

فروپاشی انحصار اطلاعات دیپلمات‌ها هزینه تولید محتوا را از بین برده‌است

محمد خدای: پرسش آغازین از یک منظر این است که چرا دیپلماسی خصوصی به دیپلماسی عمومی و دیپلماسی عمومی به دیپلماسی رسانه‌ای تبدیل شده‌است؟ روشن است که در وهله نخست چنین تبدیلی یک انتخاب نبود. چراکه دیپلمات‌ها مایل بودند پشت درهای بسته مذاکره کنند و دایره اطلاعات به افراد مذاکره‌کننده و مأمور به مذاکره محدود شود. در چنین وضعیتی انحصار اطلاعات وجود داشت که این وضعیت نیز شرایط را بر دیگران تحمیل می‌کرد. دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای انتخاب نبود، بلکه شرایط تحمیلی بر دستگاه‌های دیپلماسی بود. اساس این وضعیت به سبب تولید، پردازش و انتشار اطلاعات بود. در دوره‌های گذشته تولید اطلاعات به علت هزینه گران و فناوری‌های روز، محدود و منحصر به معدودی از دستگاه‌ها بود. اما امروزه هر فرد عادی بدون هزینه، امکانات تولید، توزیع و انتشار محتوا را در اختیار دارد. بنابراین، دیپلماسی عمومی و پس از آن دیپلماسی رسانه‌ای تحمیلی بر دستگاه‌های دیپلماسی کشورها بود و بدین ترتیب تولید، پردازش و انتشار اطلاعات نیز با اتکا به دو جنبه فراگیری و دربرگیری از انحصار دیپلمات‌ها خارج شد. امروزه نیز گفت‌وگوی دیپلماتیک میان کشورها از همین دو ویژگی نزد افکار عمومی برخوردار است. امروزه دیپلمات‌ها نمی‌توانند بدون محاسبه مؤلفه افکار عمومی مذاکره کنند. شرایط گفته‌شده وضعیت جدیدی را فراهم آورده‌است که روزبه‌روز گسترده‌تر می‌شوند. فناوری اطلاعات در گستردگی موجود بسیار مؤثر بوده‌است. در گذشته حجم اطلاعات مربوط به مذاکرات محدود به گفت‌وگوهای افراد درگیر اما در میانه دو مذاکره منحصر به کلیدواژه‌ها یا داده‌های ارسالی از افرادی بود که دسترسی بیشتری از دریافت محتواها داشتند و می‌توانستند با استفاده از آنها به تحلیل موضوع بپردازند. در این وضعیت رسانه حق انتخاب نداشت و در حقیقت سفارش محتوا می‌داد. گستردگی میدان فعالیت رسانه‌ها به اندازه دسترسی به داده‌ها بود که آن هم به رسانه‌های حاکمیتی باز می‌گشت. امروزه شرایط تغییر کرده و با نگاه به آخرین دور از مذاکرات می‌توان گفت میلیون‌ها واژه در

داخل کشور مبادله شده است. نکته قابل توجه در این ارتباط این است که در داخل کشور مخاطره تولید اطلاعات وجود دارد. از آنجا که الگوی رسانه‌های کنونی برگرفته از الگوی رسانه‌ای دهه ۶۰ است، همین الگو موجب شده که رسانه‌ها در داخل ماندگار شوند و بزرگ‌ترین مخاطره این شود که رسانه‌ها کارکرد تخصصی نیافته‌اند. میزان آشنایی به زبان‌های بین‌المللی برای دسترسی به منابع محدودیت ایجاد کرده است. بنابراین مهارت تولید اطلاعات با وجود بهره‌مندی از دانش اطلاعات شکل نگرفته است. بر همین اساس، محدودیت ناشی از مهارت شکل نگرفته، ناشی از نبود مهارت تولید اطلاعات، تخصصی نشدن، مسلط نبودن به زبان‌های بین‌المللی و دسترسی نداشتن به منابع موجب شده دایره پردازش اطلاعات را که مأموریت نخست رسانه و به‌طور اساسی هر رسانه است، محدود کند. در نتیجه میدان عمل و مانور رسانه‌ها دچار مخاطر شده‌اند تا جایی که ممکن است باعث اختلال شود. خوشبختانه در سال‌های اخیر این روند متوقف شده و در همه حوزه‌ها تخصصی شده‌اند، شناسایی منابع، تحلیل محتوای منابع و رویکردهای تحلیلی پیشرفت نمایان شده است.

در مدل انتشار اطلاعات نیز مشکلات مانند دیگر حوزه‌ها وجود دارد. خروجی‌های بین‌المللی با وجود مخاطب‌های علاقه‌مند توزیع همگون نیستند. به‌رغم اشتیاق مخاطبان خارجی به تحولات و اخبار ایران در زمینه تنوع‌بخشی به گستره مخاطبان خارجی موفق نبوده‌ایم زیرا رسانه‌های ایرانی در داخل محصور مانده‌اند. رسانه‌ها، دست‌اندرکاران، خبرنگاران در الگوهای مهارت ارتباط و تبلیغات نسبت به مخاطبان بیرونی از یک سو و از سوی دیگر در برابر رسانه‌های داخلی حرفه‌ای با تجربه، دارای کارکرد خطی و جریان‌ی و دارای منابع بی‌شمار ناموفق بوده‌اند.

ایران در چارچوب منازعه گفتمانی لیبرال دموکراسی نیازمند اقلان افکار عمومی داخلی است

سید یاسر جبرائیلی: بررسی مذاکرات هسته‌ای در چارچوب منازعه گفتمانی لیبرال دموکراسی و اسلام سیاسی نیاز به اقلان افکار عمومی در ارتباط با چپستی مذاکرات و چرایی و چگونگی آن چند برابر می‌شود. آمریکایی‌ها در پیگیری مذاکرات به دنبال آن هستند که به دنیا نشان دهند ایران که به‌نظر می‌رسید در برابر آمریکا در حال مقاومت است، تسلیم شد و پای میز مذاکره نشست. این بُعد اقلان، گفتمانی و مرتبط با افکار عمومی منظور نظر آمریکا در مذاکرات بوده و ادامه هم دارد. هدف جمهوری اسلامی از دنبال کردن مذاکرات در حوزه افکار عمومی این بوده است که به دنیا پیام دهد ایران به دنبال سلاح هسته‌ای نیست — به‌طوری که کشورهای عدم‌تعهد اقلان شدند و از مواضع ایران دفاع کردند — اینکه برنامه ایران صلح‌آمیز است، ماهیت نظامی ندارد و مذاکره برای اثبات این هدف است. بنابراین هم از نظر راهبردی درباره چرایی مذاکرات و هم از نظر تاکتیکی درباره چگونگی مذاکرات نیازمند اقلان افکار عمومی هستیم.

سیاست آمریکا در این ارتباط نخست این است که ایران تسلیم شده و دوم اعتباربخشی بین‌المللی برای حقانیت تحریم‌ها به‌عنوان علت اجبار حضور ایران در پای میز مذاکره بوده‌است.

در حال حاضر آمریکایی‌ها در تمامی اقدامات یا تصویب مقررات علیه ایران در کنگره علت اصلی را تحریم‌ها القا می‌کنند. با توجه به امتیازاتی که به‌دست می‌آورند در تلاش هستند مسئولیت شکست احتمالی مذاکرات را مقاومت و سرسختی ایران به‌رغم آمادگی واشنگتن برای انعطاف در مذاکرات القا کنند. این دو راهبرد در هرگونه دیپلماسی رسانه‌ای آمریکایی‌ها دنبال می‌شود. در این میان به‌نظر می‌رسد پیوست‌ها و محتوای رسانه‌ای تولیدشده از سوی تیم مذاکره‌کننده معیوب بوده‌است. نخست اینکه، تیم ایرانی با ورود به مذاکرات، محتواها و شواهد رسانه‌ای در چارچوب منظومه، گفتمانی آمریکایی‌ها تولید کردند و عنوان شد که ایرانی‌ها می‌خواهند با کدخدا مذاکره کنند و در حقیقت کدخدایی آمریکا پذیرفته شد که تأییدی بر راهبرد تسلیم جمهوری اسلامی بود.

گام دوم — توسط رئیس‌جمهور محترم — اعلام خالی بودن خزانه کشور در آستانه ورود به مذاکرات و تأیید اعتباربخشی تحریم‌ها در فشار به ایران بود.

اشتباه سوم — توسط آقای دکتر ظریف — در رابطه با اظهار ضعف نظامی برابر آمریکا و نابودی تأسیسات ایران با بمب‌های آمریکایی بود.

با این شرایط ما وارد مذاکرات شدیم و دشمن از این اشتباهات استفاده کرد و با راه‌اندازی کمپین رسانه‌ای قدرتمند از چنین لغزش‌هایی بهره‌مند شده‌است و سود می‌برند. روند اشتباه بعدی محرمانه نگه داشتن محتوای مذاکرات از دسترس رسانه‌های داخلی بود اما طرف دیگر درست در نقطه مقابل این تاکتیک اقدام می‌کرد و غالباً هم درستی گفته‌های آنها مشخص می‌شد و در نتیجه رسانه‌های داخلی، ترجمه گفتمان آنها را منتشر می‌کردند یا اغلب کلی‌گویی‌های تیم مذاکره‌کننده هسته‌ای را شاهد بودند. در نتیجه سردرگمی در تحلیل، نقد و موضع‌گیری در رسانه‌های داخلی ایجاد شد.

نکته بعدی این است که پس از بیانیه لوزان و تفاهم درباره چارچوب کاری تدوین توافق‌نامه، ضرورت اصلاح در روند انتشار گزاره برگ از چارچوب توافق برای برنامه جامع یا برجام وجود دارد. این وضعیت مبنای تحلیل، نقد، سوگیری و ارزیابی تفاهم لوزان و توافق احتمالی پس از آن از سوی رسانه‌ها شد. اما تیم داخلی دچار سردرگمی بود. ابتدا نوعی محتوا منتشر شد اما مدتی بعد عنوان شد چرک‌نویس است سپس اعلام شد گزاره برگ اصلی منتشر خواهد شد. دوباره اعلام شد منتشر نخواهیم کرد و پس از آن مجدد اظهار کردند قبلاً منتشر شده‌است. نه تنها برای داخل کشور بلکه برای دنیا این تناقضات سردرگم‌کننده وجود دارد. بر همین اساس در عرصه منازعه افکار عمومی ما چالش‌های متعددی داشتیم که آخرین آنها همین گزاره برگ چارچوب تفاهم بود.

اشتباه دیگر در حوزه تولید محتوای رسانه‌ای از سوی تیم مذاکره‌کننده هسته‌ای و رسانه‌های منسوب به تیم هسته‌ای این بود که گفتند تحریم‌ها کاملاً برداشته شده یا قرار است برداشته شود یا مواردی که اشاره بر تعلیق برخی تحریم‌ها داشتند به برداشته شدن تحریم‌های بی‌ربط و بزرگ‌تری جلوه داده شد.

به نظر می‌رسد این دست از اقدامات و رویکردها همچون جشن پیروزی، اظهار ضعف یا ورود به مذاکرات با دستان خالی به دنبال رسیدن به هدف واقعی رسانه‌ای برای اقناع افکار عمومی نبوده، بلکه بیشتر با هدف بهره‌برداری از توافق در افکار عمومی داخلی بوده است. به این معنا که با بررسی رفتار تیم مذاکره‌کننده هسته‌ای نه تنها در حوزه دیپلماسی عمومی در خارج از مرزهای ایران ضعیف و به خطا عمل شده بلکه در داخل ایران هم واقعیت آن چه اتفاق افتاده منعکس نشده است، بزرگ‌نمایی صورت گرفته و هدف بهره‌برداری سیاسی کوتاه‌مدت بوده که به‌طور طبیعی به مرور زمان همان اثر کوتاه‌مدت هم به سبب عدم تعیین در عرصه عمل رنگ خواهد باخت. ایران باید بتواند از منتقل‌کننده‌های غیردولتی پیام دارای اعتبار استفاده کند.

بی‌تأثیری تحریم‌ها را برجسته‌سازی کنیم

پرویز اسماعیلی: در پاسخ به اینکه در چه جایگاهی هستیم و در این موقعیت، فضای مطلوب رسانه‌ای چیست؟ باید گفت: در حال حاضر نه در پایان بلکه در میانه روند مذاکرات قرار داریم. حال چگونه می‌توان با یاری‌دادن به گروه مذاکره‌کننده — در مذاکراتی که در محل تأمین ایدئال‌ها و محل حداکثری کردن منافع ملی است — بتواند امتیازات بیشتری به دست بیاورند.

در محور نخست و جایگاه مذاکره از موضع ضعف یا قدرت ایران سه تجربه یا چالش دیپلماتیک قوی را طی سال‌ها پشت سر گذاشته است؛ مذاکرات الجزایر، قطعنامه ۵۹۸ و مذاکرات هسته‌ای که سنگین‌ترین، چالشی‌ترین و پیچیده‌ترین آنها در سیاست خارجی کشور بود مهارت‌های ویژه‌ای را می‌طلبید. این چالش تا سال‌های ۸۱ — ۸۲ به عنوان تهدید امنیت بین‌المللی مطرح نشده بود. اما چرایی بهره‌برداری آنها از موضوع به‌رغم آگاهی از وضعیت این است که غربی‌ها دریافتند ایران از نظر توسعه و پیشرفت علمی به‌زودی خواهد توانست مرزهای توسعه‌نیافتگی را پشت سر گذارد.

در گذشته اگر کشوری می‌توانست به برخی فناوری‌های — های تک (Tec_High) دست پیدا کند توسعه یافته نامیده می‌شد. اما در دهه ۸۰ میلادی، قرن گذشته، علمی پدیدار شدند که تسلط هر کشور بر یکی از آنها موجب پشت سر گذاشتن فرایند توسعه نیافتگی می‌شد و گاه امکان بازدارندگی را بالا می‌برد. علوم تکنولوژی‌های پرتابی، علوم ژنتیک و سلول‌های بنیادی، علوم هوش مصنوعی و رباتیک و دانش شکافت هسته‌ای که ایران با ورود به همه آنها و موفقیت‌های خود باعث شد غربی‌ها را به این نتیجه برساند که به هر ترتیب سد راه شوند و بر این اساس، جز در مورد دانش هسته‌ای نتوانستند بهانه‌تراشی کنند. پیرو فرمایشات مقام معظم

رهبری در سال ۱۳۸۵ که در اوج چالش‌ها و ارسال پرونده ایران به شورای امنیت نقل به مضمون فرمودند که: ما با قدرت علمی خود دشمن را به زمین می‌زنیم. باعث تعجب خواهد بود اکنون که دشمنان را به زمین زده‌ایم و با زبان احترام پشت میز مذاکره با ما گفت‌وگو می‌کند و از حقوق ایران حرف می‌زند برخی‌ها نظر دارند که ما از موضع ضعف مذاکره می‌کنیم. در بحث هسته‌ای و به سبب حساسیت‌های بین‌المللی آن، کشورهای غربی موضوع را به شورای امنیت ارائه کردند و ذیل فصل هفتم — که عمده‌تاً پرونده‌هایی در رابطه با تهدید امنیت بین‌المللی هستند — مطرح و علیه ایران قطعنامه صادر کردند. موضوع هسته‌ای ایران با توجه به آنچه گفته شد از آنجا که موضوعی ملی است تصمیم نظام بر این است که بهانه‌های غربی‌ها برای فشار در عرصه‌های مختلف بر ایران گرفته شود. چون تصمیم نظام بود به نظر می‌رسد مأموریت رسانه‌ها در این بخش خلاصه به مدیریت، اقناع‌سازی، جلب مشارکت و حمایت افکار عمومی برای اجرای برنامه‌های کشور می‌شد.

پرسش این است که با توجه به آنچه آمد و با توجه به زمان دو ماهه باقی‌مانده تا سر رسید زمان اعلام شده برای توافق در ۱۰ تیر ماه آینده، فضای مطلوب رسانه‌ای چیست؟ سناریوهای حریف برای افزایش هزینه و فشار بر ابعاد مختلف برای کسب حدکثر امتیازات از ایران مشخص است. اینکه سناریوی ما چیست؟ و افرادی که فرایند سیاسی را نقد می‌کنند آیا سناریوی جایگزینی را برای پیشنهاد دادند؟ به نظر می‌رسد سناریویی که ما باید دنبال کنیم این است که نخست، بی‌تأثیری تحریم‌ها را برجسته‌سازی کنیم. دوم، بی‌اعتمادی ملت ایران به طرف مقابل با توجه به اذعان و اعتراف آمریکایی‌ها از جمله اوپاما، باید برجسته‌سازی می‌شد و بی‌اعتمادی به اینکه طرف‌های مقابل باید تعهدات خود را اجرایی کنند. نکته سومی که باید محور رسانه‌های داخلی قرار می‌گرفت این بود که مسئولیت انجام نگرفتن توافق احتمالی را باید با توجه به واقعیت‌های موجود بر عهده حریف نشان می‌دادیم.

سیاست خارجی و منافع ملی نباید در قربانگاه مسائل سیاسی و جناحی ذبح شود. حفظ انسجام و یکپارچگی جامعه و جلوگیری از دو قطبی شدن مسائل مربوط به منافع و امنیت ملی ضرورت است. جزئیات مذاکرات نیز که به‌طور کامل از آنها آگاه نیستیم نباید به‌عنوان عنصر رقابت‌های سیاسی داخلی به‌کار گرفته شود. موضوع بعدی این است که اصل مذاکره نباید تخطئه شود چراکه نظام آن را پذیرفته‌است. رهبر معظم انقلاب نیز بارها فرموده‌اند کسی با اصل مذاکره و گفت‌وگو در جمهوری اسلامی مشکلی ندارد بلکه با همین کدخدا تنها راجع به مسئله هسته‌ای گفت‌وگو کنیم. نباید در این باره افکار عمومی را به اشتباه انداخت. نباید جلوتر از مسئولان نظام حرکت کرد.

فضای مطلوب در جستارها و کشاکش‌های رسانه‌ای فضایی است که نه گروه هسته‌ای و مذاکره‌کننده در آن تخطئه شود و نه احترام منتقد شکسته شود. اعتماددایی از گروه مذاکره‌کننده اخلاقی و درست نیست چراکه اگر سربازی در خاک دشمن به مأموریت فرستاده

شود بعد از بازگشت نباید متهم به همکاری با دشمن شود. در رابطه با رعایت احترام منتقد نیز باید گفت همگان تفاوت میان نقد و تخریب را می‌دانیم اما اگر مسائل مربوط به موضوع هسته‌ای را بر اساس انگیزه‌های سیاسی و رقابت‌های سیاسی در صحنه عمل طرح کنیم. ظلم بزرگ به ملت است که نقدهای کارشناسانه، فنی و حقوقی را که می‌تواند کمک حال تیم مذاکره‌کننده باشد سانسور می‌کردیم و توجه افکار عمومی معطوف به این مسائل می‌شد. دلواپسی برای منافع ملی بسیار ارزنده و نیکو است اما اینکه دلواپسی به یک حرفه سیاسی در حوزه منافع ملی تبدیل شود، پذیرفتنی نیست.

نکته بعدی، این اصل است که هیچ فردی در رسانه‌ها نباید اقتدار نظام را در برابر نظام سلطه مخدوش کند. چراکه ممکن است بالأخره در صورت توافق یا به توافق خوب برسیم یا اینکه به توافق نخواهیم رسید. اگر به توافق رسیدیم خنده‌دار خواهد بود که بگوییم به ملت خیانت شده‌است و در صورتی که به توافق هم نرسیدیم به همان اندازه خنده‌دار خواهد بود که گفته شود شکست خورده‌ایم.

توافق خوبی که از منظر رسانه می‌تواند مورد توجه قرار گیرد چهار پایه دارد: نخست باید استقلال، عزت و حقوق منافع ملی ایران را تضمین کند و نگاه‌بانی خبر باید در این عرصه صورت بگیرد نه اینکه در جزئیاتی که تخصصی در آن وجود ندارد. نباید مذاکره‌کنندگان را به خیانت و پنهان‌کاری متهم کرد و نبود شفافیت احتمالی را در این عرصه برجسته کرد. نکته دوم، حفظ دستاوردهای علمی و تکنولوژیک کشور است. سوم، پذیرش نظارت در چارچوب امنیت و منافع ملی است و نکته پایانی لغو تمامی تحریم‌های شورای امنیت و ثانویه اقتصادی را شامل می‌شود.

به‌علاوه، در رسانه‌ها باید ادبیات رسمی و مرجع دیپلمات‌های کشورمان به‌کار گرفته شود. سندیت و اعتباربخشی به منابع دشمن درست و روا نیست. اعتبار دادن به دشمن و منابع خبری دشمن دام بزرگی است که بسیاری از رسانه‌های ما ناآگاهانه در آن گرفتار شده‌اند. تبیین دستاوردهای ملی و ارزیابی عملکرد رسانه‌ها در پرداختن به دستاوردهای کشور در نتیجه مذاکرات قابل تأمل و توجه است که به‌نظر می‌رسد مورد غفلت واقع شده‌است. جالب است که برخی رسانه‌ها عقب‌نشینی‌ها را اینفو گرافی کرده‌اند در حالی که به وضعیت طرف مقابل پرداخته نشده‌است.

اواما بعد از توافق لوزان برای جا انداختن عقب‌نشینی آمریکا ۵ مصاحبه مفصل انجام داد و جنگ و تحریم را نشدنی و تنها راه باقی مانده را توافق دانست اما هیچ‌کدام از اینها در تحلیل‌های رسانه‌های ما برجسته نشد. توانایی کشف و جداسازی بلوک‌های ابرقدرت از یکدیگر چرا به‌عنوان توانایی سیاست خارجی کشور دیده نمی‌شود؟ اذعان به قدرت ایران، پدیدار شدن اختلاف آمریکا با اسرائیل در این مذاکرات و تفسیرهای درست از مسئولیت‌های مترتب بر توافق نباید بی‌توجهی‌ها شوند.

بعد از انقلاب به هیچ موضوعی به چنین گستردگی نپرداختم

الیاس حضرتی: جای خوشحالی است که از دو سال گذشته تاکنون بحث مهم و اساسی و سرنوشت‌ساز هسته‌ای در این نوع محافل کارشناسی رسانه‌ای و رسانه‌ها به‌خوبی مورد کنکاش قرار می‌گیرد و نیز جای تأسف دارد که در گذشته اصحاب رسانه اجازه ورود به بحث رسانه‌ای پرونده هسته‌ای ایران و حتی گفتن این عبارت که انرژی هسته‌ای حق مسلم ماست را نداشته‌اند. اگر چه از گذشته عبور کرده‌ایم اما موضوع هسته‌ای موضوع امروز نیست و ۱۰-۱۵ سالی است که درگیر ماجرا شده‌ایم.

رسانه‌ها، بارها توسط مقامات کشور توجیه، بازخواست و شکایت شده‌اند و بیشتر این شکایت‌ها نیز شامل جزئیات و مسائل بسیار ساده می‌شود. اگر قرار است وضعیت فعلی‌مان را نقادی کنیم، باید شاهد وضعیت چگونگی اقدامات و نتایج مذاکرات سیاست و میدان مانور خارجی باشیم. شاهد گذشته‌ای وحشتناک همراه با هرج و مرج هستیم به طوری که نامه عزل وزیر امور خارجه در مذاکره رسمی با مقام خارجی اعلام می‌شود!

بنابراین، به‌نظر بنده دوران یاد شده حتی ارزش نقد کردن را هم ندارد. پرسش این است که چرا آقای ظریف مسائل محرمانه را نمی‌گوید؟ معتقد هستم وزیر امور خارجه به شکرانه فضای باز کنونی باید مسائل محرمانه را بگوید. وزارت خارجه باید مجموعه و بخش رسانه‌ای قوی داشته باشد تا مسائل را لحظه به لحظه به رسانه‌ها بگوید. هر چند باید همراه نقدهای موجود از تیم مذاکره‌کننده و دولت نیز تشکر کنیم.

جمهوری اسلامی تصمیم گرفته‌است که به مذاکره بپردازد و موضوع پرونده هسته‌ای را رفع کند. این موضوع را بارها مقام معظم رهبری اعلام کردند. رئیس‌جمهور و تیم هسته‌ای نیز در راستای این استراتژی پیگیر هستند. باید از عزیزانی گله‌مند بود که از این فرصت آزادی به‌دست آمده و فضای باز نقادی، تهمت‌های ناروا می‌زنند. انصاف نیست به تیمی تهمت بزنی که در حال مذاکره با ۵-۶ کشوری است که بخواهیم یا نخواهیم جزو قدرت‌های دنیا هستند. سال‌های جنگ، روزنامه‌رسانت تنها یک سرمقاله درباره وضعیت جنگ و فرماندهان جنگ نوشت که حضرت امام (ره) با آن روزنامه برخورد کردند.

انتظار می‌رود از ظرفیت رسانه‌ای کشور بیشتر استفاده شود و فکر می‌کنم این ظرفیت چه در بُعد داخلی و چه در بُعد خارجی هنوز استفاده نشده‌است. این امکان برای مجموعه رسانه‌ها و بقیه نهادهای غیردولتی وجود دارد تا دولت و تیم مذاکره‌کننده و نهادهای حکومتی بتوانند از ظرفیت‌های آنها استفاده کنند.