

سیاست خارجی ایران در عصر کرونا؛ از دیپلماسی سلامت تا دیپلماسی رسانه‌ای

علی باقری دولت‌آبادی*
محسن شفیعی سیف‌آبادی**

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

شیوع ویروس کرونا در جهان، عصر تازه‌ای را در سیاست خارجی دولت‌ها رقم زد و اهمیت «دیپلماسی رسانه‌ای» و «دیپلماسی سلامت» را برجسته کرد. پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که: «دیپلماسی رسانه‌ای ایران در ماه‌های شیوع بیماری کرونا چه ویژگی‌هایی داشت و چگونه در خدمت دیپلماسی سلامت قرار گرفت؟» فرضیه اصلی پژوهش به دو وجه ایجابی و سلبی دیپلماسی رسانه‌ای ایران پرداخته و آن را بسترساز دیپلماسی سلامت

* (نویسنده مسئول) دانشیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه یاسوج، دانشکده علوم انسانی، یاسوج، ایران، (abagheri@yu.ac.ir)

** استادیار و عضو هیئت علمی گروه علوم سیاسی، دانشگاه اردکان، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی یزد، ایران، (shafiee@ardakan.ac.ir)

تاریخ تصویب: ۱۳۹۹/۵/۲۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۲/۲۳

پژوهشنامه علوم سیاسی، سال پانزدهم، شماره دوم، بهار ۱۳۹۹، صص ۴۶-۷

دانسته است. برای توضیح چگونگی این ارتباط، از نظریه دیپلماسی رسانه‌ای ایتان گیلبوآ و روش تحلیلی استنباطی استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، ایران در بعد سلبی، از تاکتیک‌های رسانه‌ای همچون برجسته‌سازی، تصویرسازی مثبت، و اهریمن‌سازی و در بعد ایجابی از دو تاکتیک تأکید بر همبستگی بین‌المللی و تأکید بر تنش‌زدایی بهره گرفته است. تسهیل دستیابی به تجهیزات پزشکی، تلاش برای تضعیف کردن تحریم‌ها، و تقویت همکاری با سازمان بهداشت جهانی، مهم‌ترین اقدامات دستگاه دیپلماسی سلامت ایران در بازه زمانی یادشده بوده است.

واژگان کلیدی: سیاست خارجی ایران، ویروس کرونا، آمریکا، دیپلماسی سلامت، دیپلماسی رسانه‌ای



مقدمه

از آغاز ورود به قرن ۲۱، هیچ‌گاه کشورهای جهان، این‌قدر مضطرب و سرگشته نبوده‌اند. نه حملات ۱۱ سپتامبر، نه حمله به دفتر مجله «شارلی ابدو»، نه ظهور داعش، و نه هیچ رخداد دیگری نتوانست این‌قدر ترس و نگرانی را به‌سرعت در سراسر جهان گسترش دهد. زمانی‌که در آغاز سال ۲۰۲۰، خبر انتشار ویروس جدیدی در چین، در جهان منتشر شد، هیچ‌کس تصور نمی‌کرد ویروس کرونا، در مدت چند ماه، جهان را تسخیر کند و دولت‌ها را به زانو درآورد. در این‌میان، رؤسای جمهور برخی کشورها، از جمله دونالد ترامپ، آن را به‌سخره گرفتند و تلاش کردند آن را مسئله کوچکی جلوه دهند (روپار، ۲۰۲۰) و برخی دیگر، همچون نخست‌وزیران ایتالیا و اسپانیا، شرایط بسیار سخت‌گیرانه‌ای را برای شهروندان خود و رفت‌وآمدهای آن‌ها اعمال کردند. جمهوری اسلامی ایران نخستین کشوری بود که در خاورمیانه به این ویروس آلوده شد و خیلی زود، سیاست داخلی و خارجی آن از کرونا تأثیر پذیرفت. درحالی‌که در عرصه سیاست داخلی، دولت تلاش می‌کرد با تقویت اعتماد سیاسی و جلب مشارکت مردمی، حلقه ارتباطات بین شهروندان و گسترش ویروس را قطع کرده و نوعی قرنطینه نیمه‌اجباری را بر شهروندان تحمیل کند، سیاست خارجی ایران، دور تازه‌ای از فعالیت‌های دیپلماتیک را تجربه کرد. فعالیت‌هایی که برعکس گذشته، محصور در موضوعات سیاسی، امنیتی، و اقتصادی نبودند. محور دیپلماسی جدید ایران، حوزه سلامت بود و دستگاه وزارت امور خارجه تلاش کرد، در حد امکان، از شدت

1. Rupar

فشارهای ناشی از کمبود اقلام پزشکی در کشور بکاهد و شرایط آسان‌تری را برای فرایند درمان شهروندان رقم بزند. آنچه «دیپلماسی سلامت»^۱ ایران را از دیپلماسی‌های دیگر در گذشته متمایز کرد، گره خوردن آن به «دیپلماسی رسانه‌ای»^۲ بود، زیرا گسترش ویروس کرونا، امکان ملاقات‌های حضوری و دیدار رؤسای جمهور، وزرای امور خارجه، و دیپلمات‌ها را از بین برده بود و همه‌چیز به حوزه رسانه، به‌ویژه رسانه‌های مجازی جدید فروکاسته شده بود.

اهمیت دیپلماسی رسانه‌ای جدید در این بود که این‌بار، توان اقناع و مجاب‌سازی مخاطبان، کمیت و کیفیت استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، و میزان آشنایی و به‌کارگیری آن توسط مسئولان بود که چگونگی تحقق منافع ملی را مشخص می‌کرد و نه لزوماً موقعیت ژئوپلیتیک، منابع هویتی، و مؤلفه‌های مادی و نظامی قدرت. امکان‌ناپذیر بودن محدودسازی دولت‌ها توسط قدرت‌های بزرگ در استفاده از این فناوری‌ها، فراگیری و دردسترس بودن آن برای همه شهروندان جهان، و قابلیت برقراری ارتباط در هر ساعتی از شبانه‌روز، این فرصت را به کاربران می‌داد تا بتوانند به‌راحتی و فارغ از آداب و تشریفات دیپلماتیک پیچیده و طولانی (گیلبوا^۳، ۲۰۰۱: ۲۸-۱) به بیان خواسته‌های خود و پیگیری آن پردازند؛ بنابراین، با شیوع کرونا، روی‌آوری مقامات دولت‌ها به این شکل از دیپلماسی، شدت بیشتری پیدا کرد و به‌نظر می‌رسد، با تداوم وضع کنونی یا ظهور بیماری‌های مشابه که امکان ارتباطات اجتماعی را محدود می‌کنند، این شکل از دیپلماسی، جای بیشتری در سیاست خارجی دولت‌ها پیدا خواهد کرد (وانگ^۴، ۲۰۲۰: ۱). این مسئله، زمانی اهمیت دوچندانی خواهد یافت که در نظر داشته باشیم، براساس اظهارنظر جروم کیم^۵، مدیرکل مؤسسه بین‌المللی واکسن، اطمینان حاصل کردن درباره موفق بودن واکسن تولیدی برای کرونا، دست‌کم به پنج سال

1. Health Diplomacy
2. Media Diplomacy
3. Gilboa
4. Wang
5. Jerome Kim

زمان نیاز دارد و به گفته مقامات چینی، روند دستیابی به این واکسن، تا پایان سال ۲۰۲۰ طول خواهد کشید (بروم^۱، ۲۰۲۰: ۲).

در چنین فضای، دیپلماسی سلامت و همکاری دولت‌ها در حوزه بهداشت بر فعالیت‌های دیپلماتیک سایه خواهد افکند؛ دیپلماسی‌ای که در برخی از کشورها همچون کوبا، پیشینه ۶۰ ساله داشته و کاراکاس توانسته است از طریق آن، سرمایه‌ستری هم‌چون حسن نیت، اعتبار، و وجهه در حوزه پزشکی - کسب کند و جایگاه خود را در عرصه بین‌المللی ارتقا بخشد (فینسیلور^۲، ۲۰۱۰: ۸۵)؛ رویه‌ای که در دو دهه اخیر، کشورهای در حال توسعه دیگری همچون برزیل، ترکیه، و هند نیز به شدت پیگیری کرده‌اند و از دریچه آن می‌کوشند حتی راهی به‌سوی موقعیت‌های بهتر منطقه‌ای و بین‌المللی بگشایند (دوورن و فاریاس^۳، ۲۰۱۲: ۹۰۷)؛ به‌عنوان مثال، در برزیل، تأکید بر رویکردهای انسان‌دوستانه و نقش‌آفرینی این کشور در انتقال تجربه‌های پزشکی خود به کشورهای دیگر منطقه با دست گذاشتن بر بحث همبستگی با دولت‌های فقیر موجب شده است که این کشور به کشوری نوظهور در میان کشورهای در حال ظهور^۴ تبدیل شود. اکنون برزیل، تصویر یک کشور اخلاقی، دوست، و همبسته با ملت‌های فقیر را از خود به‌نمایش گذاشته و می‌کوشد تا از این طریق، به کرسی دائم در شورای امنیت سازمان ملل و رهبری منطقه دست یابد (هایستک^۵، ۲۰۱۵: ۱۸). قرار گرفتن برزیل، ترکیه، و هند در زمره کشورهای مقصد گردشگری پزشکی در کنار آلمان، سنگاپور، و کره جنوبی (وتمد، ۲۰۱۹: ۱). دستاورد دیگری از این جلوه جدید از دیپلماسی سلامت است که پس از گسترش کرونا، در ایران نیز مورد توجه قرار گرفته است.

براین اساس، پرسشی که مطرح می‌شود این است که «دیپلماسی رسانه‌ای ایران در ماه‌های گسترش بیماری کرونا، چه ویژگی‌هایی داشت و چگونه در خدمت دیپلماسی سلامت قرار گرفت؟» فرضیه اصلی پژوهش دو وجه ایجابی و سلبی

1. Broom
2. Feinsilver
3. Dauvergne & Farias
4. An Emerging Country among the Emerging
5. Heijstek

دیپلماسی رسانه‌ای ایران را بررسی کرده و آن را بستر ساز دیپلماسی سلامت دانسته است. آنچه درباره پیشینه پژوهش باید گفت، این است که اگرچه پژوهش‌های اندکی درباره دیپلماسی رسانه‌ای در ایران انجام شده است (خلیل‌زاده، ۱۳۸۹؛ سلطانی، هاشمی، و خلیل‌زاده، ۱۳۸۶؛ شاه‌محمدی و قرائتی، ۱۳۹۱)، تاکنون در هیچ پژوهش فارسی و انگلیسی‌ای، چگونگی کاربست آن توسط ایران در مورد بیماری کرونا واکاوی نشده است.

۱. چارچوب نظری پژوهش

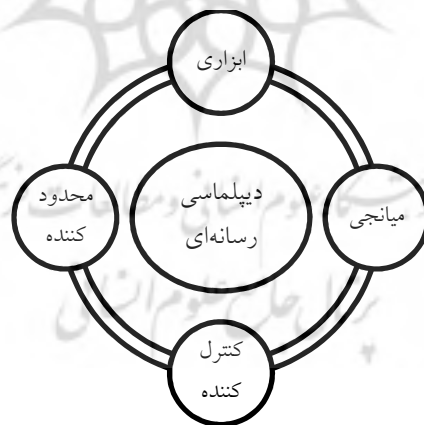
دیپلماسی رسانه‌ای یکی از ابزارهای دولت‌ها برای پیگیری دیپلماسی عمومی در عرصه نظام بین‌الملل به‌شمار می‌آید و امروزه جایگاه مهمی در سیاست خارجی کشورها به‌دست آورده است؛ جایگاهی که اهمیت آن به‌سبب شرایطی که ویروس کرونا با توجه به عدم امکان برگزاری ملاقات‌های دیپلماتیک ایجاد کرد، دوچندان شده است. یکی از مهم‌ترین نظریه‌پردازان حوزه دیپلماسی رسانه‌ای، ایتان گیلبوآ، استاد و مدیر مرکز ارتباطات بین‌المللی دانشگاه بارایلان^۱ است. به‌نظر او، دیپلماسی رسانه‌ای به‌معنای استفاده رهبران از رسانه‌ها، به‌منظور بیان منافع (خود) در مذاکرات، اعتمادسازی، و بسیج حمایت از توافقات است (گیلبوآ، ۱۳۸۸: ۶۳) و از طریق فعالیت‌های فراوان رسانه‌ای عادی و ویژه پیگیری می‌شود. او این فعالیت‌ها را شامل نشست‌های مطبوعاتی، مصاحبه‌ها، دیدار سران حکومت‌ها و میانجیگران در کشورهای رقیب، و رویدادهای رسانه‌ای برانگیزاننده می‌داند که برای گشودن عصر جدیدی در روابط متقابل سازماندهی می‌شوند (گیلبوآ، ۱۳۸۸: ۳۳).

گیلبوآ برای دیپلماسی رسانه‌ای چهار نقش و کارکرد ذکر می‌کند. کارکرد نخست برای رسانه نقش کنترل‌کننده^۳ قائل است. براساس این دیدگاه، رسانه درعین‌حال که محدودیت‌هایی را پیش روی دیپلمات‌ها و مسئولان سیاست خارجی قرار می‌دهد، فرصت‌هایی را برای آن‌ها فراهم می‌کند؛ درست مانند زمانی که یک دولت برای مداخله

1. Bar-Ilan University
2. Eytan Gilboa
3. Controlling Role

در منطقه یا کشور خاص نیاز دارد که پوشش رسانه‌ای، کار اقناع افکار عمومی در مورد مداخله را به خوبی انجام دهد. کارکرد دوم، به نقش محدودکننده^۱ رسانه اشاره می‌کند. این نقش — که از آن به «اعمال فشار» نیز تعبیر می‌شود — به سرعت بالای انتشار و انتقال اطلاعات، و تأثیر آن بر فرایند سیاست، می‌پردازد. در واقع، درحالی که سیاست‌گذاری عمومی باید از طریق فرایند بوروکراسی انجام شود، پوشش خبری جهانی، فرایند سیاست‌گذاری را — که در اصل وظیفه بوروکراسی حرفه‌ای است — گسسته و رهبران را به سوی انتخاب گزینه‌هایی ویژه‌ای سوق می‌دهد. کارکرد سوم؛ نقش میانجی^۲ را برای رسانه در نظر گرفته و نشان می‌دهد که چگونه و در چه شرایطی، رسانه‌ها از شکل خبررسانی خارج شده، وارد عرصه دیپلماسی می‌شوند. در این نقش، رسانه می‌تواند زمینه انجام مذاکرات بین دو گروه متخاصم را از طریق تسهیل مذاکرات و بازتاب دادن گزارش‌های حرفه‌ای و بدون تعصب، فراهم کند. کارکرد و نقش چهارم، رسانه را به مثابه ابزار^۳ سیاست فرض کرده است که در اختیار دولت‌ها قرار دارد و آن‌ها می‌توانند از طریق آن، روابط خود با دولت‌های دیگر را تنظیم کنند و در مذاکرات دیپلماتیک به موفقیت برسند (گیلبوآ، ۲۰۰۲: ۷۳۱).

نمودار شماره (۱). نقش و کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای



1. Constraining Role
2. Intervening Role
3. Instrumental Role

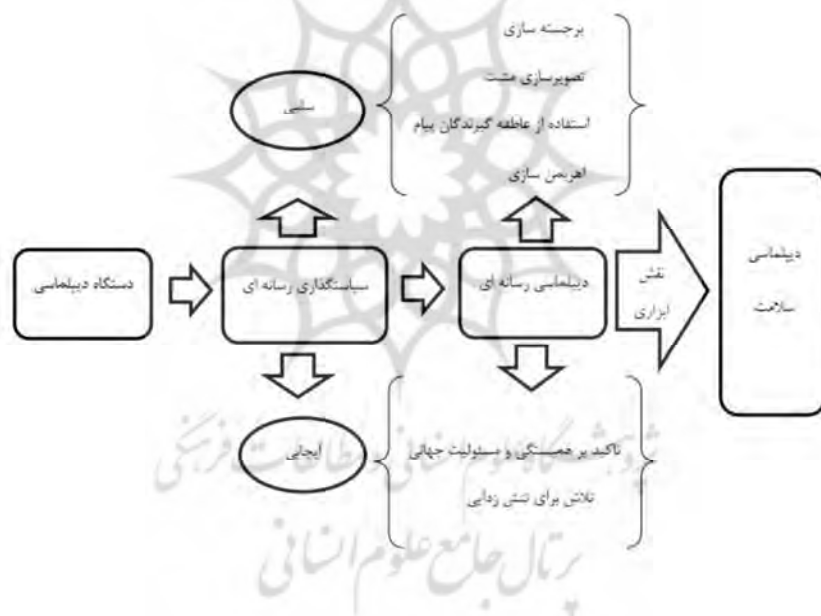
بنابراین، در مواردی که موانع و مشکلاتی بر سر راه اجرای سیاست خارجی وجود داشته باشد یا دولت‌ها بخواهند پیام‌های خود را به شکل غیرمستقیم به اطلاع دولت‌های مخاطب برسانند، رسانه‌ها ابزار مناسبی برای این هدف به‌شمار می‌آیند. به این ترتیب، در کنار مذاکراتی که از طریق مسیرهای رسمی دیپلماتیک میان بازیگران بین‌المللی انجام می‌شود، دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان سازوکار تکمیلی برای تحقق هدف‌ها و تأمین منافع ملی، مورد توجه واقع می‌شود (قوام، ۱۳۸۴: ۱۸-۱۴).

گیلوآ بین دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی عمومی، تفاوت قائل شده و دیپلماسی رسانه‌ای را نسبت به دیپلماسی عمومی، خاص‌تر می‌داند. به نظر او دیپلماسی عمومی، هنگامی که طرفین درگیر منازعه هستند و هدف آن‌ها تبلیغات است به کار می‌رود، در حالی که دیپلماسی رسانه‌ای، زمانی استفاده می‌شود که طرفین در پی ایجاد روابط دوستانه هستند و می‌خواهند از طریق مذاکره به درگیری پایان دهند. دیپلماسی عمومی برای ایجاد فضایی مساعد در مورد مفاهیم بنیادین سیاسی و اجتماعی، مانند کاپیتالیسم در برابر کمونیسم یا حقوق بشر، در جوامع خارجی، طراحی شده است، در حالی که دیپلماسی رسانه‌ای، پیامدهای طولانی‌مدتی دارد و برای ساختن فضای مطلوب در مورد فرایند دیپلماتیک ویژه‌ای در دوره زمانی زمینه‌ای خاص، در نظر گرفته شده است (گیلوآ، ۱۳۸۸: ۸۹). انطباق شاخص‌های یادشده بر الگوهای رفتارهای ایران در دوران شیوع کرونا، به خوبی نشان می‌دهد که آنچه تهران به کار بسته است، نوعی دیپلماسی رسانه‌ای بوده است. در واقع، مقامات جمهوری اسلامی ایران به خوبی به آنچه پاتریشیا رایلی^۱، استاد ارتباطات دانشگاه کالیفرنیا جنوبی، در توصیف جهان کنونی به کار می‌برد، علاقه نشان داده‌اند. رایلی می‌نویسد: «در جهانی که نبض آن با شبکه‌ای از ارتباطات به هم پیوسته و محکم می‌زند و رقابت ایده‌ها روند حوادث را شکل می‌دهد، سیاست خارجی تنها از طریق مذاکرات رو در رو و مذاکرات مقامات سیاسی و دیپلمات‌ها دنبال نمی‌شود، بلکه روایت‌هایی که نظام‌های رسانه‌ای می‌سازند و به آن قوام می‌بخشند نیز اهمیت

1. Patricia Riley

دارند» (رایلی، ۲۰۱۴: ۲۳۱). به‌همین دلیل، توجه به دیپلماسی رسانه‌ای در دستورکار دولت روحانی قرار گرفته است. به‌نظر می‌رسد که ایران در دوران شیوع کرونا —از میان چهار کارکرد مطرح‌شده توسط گیلبوآ برای دیپلماسی— از رویکرد ابزاری دیپلماسی رسانه‌ای بیش از سه رویکرد دیگر استفاده کرده است. در این رویکرد، به‌جای اینکه دیپلماسی از رسانه تأثیر پذیرفته و دنباله‌رو آن باشد، بر رسانه تأثیر گذاشته و آن را در راستای منافع خود هدایت کرده است. در واقع، در این رویکرد از رسانه‌های گوناگون (گفتاری، شنیداری، حقیقی، و مجازی) به‌عنوان ابزاری برای انتقال اخبار، مواضع، تحلیل‌ها، و راهبردها به جهان بیرون استفاده شده است تا افکار عمومی جهان براساس خواست و نیاز کشور هدایت شود.

نمودار شماره (۲). چارچوب نظری پژوهش



۲. روش پژوهش

برای انجام پژوهش حاضر از روش تحلیلی-استنباطی استفاده شده است. نحوه به‌کارگیری این روش، این‌گونه بود که ابتدا تمام فعالیت‌های رئیس‌جمهور و وزیر امور خارجه در عرصه دیپلماتیک در بازه زمانی ۱ اسفند ۱۳۹۸ تا ۱۵ اردیبهشت

۱۳۹۹) اعم از تماس‌های تلفنی، پیام‌های دیپلماتیک به نشست‌ها و مجامع بین‌المللی، و توثیق‌های انجام‌شده در فضای مجازی) بررسی و مطالعه شد. در مرحله دوم، انواع گوناگون فنون مورداستفاده در دیپلماسی رسانه‌ای (شامل محک زدن دشمن، ساختن دشمن فرضی، پاره‌حقیقت‌گویی، ادعا به جای واقعیت، اغراق، تفرقه‌افکنی، شایعه‌پراکنی، استفاده از عاطفه‌گیرندگان پیام، تخریب روحیه رقیب، تلطیف چهره خود، و...) با این رفتارها منطبق شد. در گام سوم، براساس میزان هماهنگی رفتارهای سیاسی با این الگوها، موارد شناسایی‌شده در قالب دو دسته اقدامات ایجابی و سلبی دسته‌بندی و هریک براساس روش تحلیلی و داده‌های گردآوری‌شده به شیوه کتابخانه‌ای، توضیح داده شدند.

۳. دیپلماسی ایران در دوره کرونا: دیپلماسی سلامت

اگر قرار باشد سیاست خارجی ایران در عصر کرونا را توصیف کنیم، به نظر می‌رسد هیچ مفهومی گویاتر و رساتر از «دیپلماسی سلامت» نیست، زیرا بخش عمده‌ای از رفتارهای دیپلماتیک ایران (همان‌گونه که در ادامه بیان خواهیم کرد) در همین راستا انجام شده و دیپلماسی رسانه‌ای نیز به‌عنوان یک ابزار در این راه به‌کار گرفته شده است. «دیپلماسی سلامت»، مفهومی است که بیشتر به‌معنای «دیپلماسی پزشکی»^۱ به‌کار می‌رود. پیشینه این مفهوم در اصل، به اوایل سال ۱۹۷۸ مربوط می‌شود؛ زمانی که برای نخستین بار، پتر بورن^۲، دستیار جیمی کارتر، رئیس‌جمهور آمریکا، در امور بهداشتی گفت: «نقش بهداشت و پزشکی به‌عنوان وسیله‌ای برای بهبود روابط بین‌الملل، کاملاً موردتوجه ایالات متحده آمریکا است. برخی از مسائل بشردوستانه، به‌ویژه سلامت، می‌تواند بستری را برای ایجاد گفت‌وگو و برداشتن موانع دیپلماتیک فراهم کند». (بورن، ۱۹۷۸: ۱۲۱). این مفهوم، در طول دهه‌های بعدی رشد و بالندگی بیشتری داشت؛ به‌ویژه در قرن ۲۱ و با گسترش بیماری سارس در آمریکا در سال ۲۰۰۳ و نیز آنفلوآنزای نوع A در سال ۲۰۰۹، توجه به این مفهوم بیشتر شد. این بیماری‌ها نشان

1. Medical Diplomacy

2. Peter Bourne

دادند که چگونه یک ویروس می‌تواند به‌آسانی مرزها را درنوردیده و همه کشورها را درگیر کند (کاتز^۱ و دیگران، ۲۰۱۱: ۵۰۳). همان‌گونه که سازمان بهداشت جهانی در پورتال اینترنتی خود اظهار داشته است، دیپلماسی سلامت امروزه و در بستر درحال‌تغییر جهان، دست‌ورکار مهمی را برای مذاکرات درباره موضوعات سیاست‌گذاری جهانی فراهم کرده است. دیپلماسی سلامت، طیف گسترده‌ای از بازیگران را در حوزه‌های تأثیرگذار بر بهداشت جهانی، گرد هم می‌آورد. به‌اذعان این نهاد بین‌المللی، مهم‌ترین اهداف دیپلماسی سلامت عبارتند از: امنیت بهداشتی و سلامت بهتر مردمان؛ بهبود روابط بین دولت‌ها و تعهد طیف گسترده‌تری از بازیگران بین‌المللی به همکاری با یکدیگر در راستای بهبود سطح سلامت جهانی؛ و رسیدن به نتایج مطلوبی در حمایت از اهداف کاهش فقر و افزایش برابری در جهان (سازمان بهداشت جهانی^۲، ۲۰۲۰: ۱).

دستگاه دیپلماسی ایران، پیش از شیوع ویروس کرونا هیچ‌گاه دیپلماسی سلامت را به‌گونه‌ای جدی دنبال نکرده است، اما از اسفند ۱۳۹۸ به‌بعد، شاهد فرایند تازه‌ای در سیاست خارجی ایران هستیم؛ فرایندی که مبنای همکاری کشورها را نه از مسیر حوزه‌های فرهنگی، سیاسی، و تجاری بلکه از مسیر جدیدی به‌نام همکاری‌های بهداشتی دنبال می‌کند. درست مشابه آنچه ایلان گیلبوآ در توصیف دیپلماسی رسانه‌ای به‌کار می‌گیرد، حوزه دیپلماسی سلامت ایران بر موضوع ویژه‌ای متمرکز شده و تمام مذاکرات، حول آن محور برای رسیدن به توافق، ادامه یافته است.

چیزی که در این دوران به محور دیپلماسی سلامت ایران تبدیل شده و آن را از دوره‌های پیشین متمایز می‌کند را می‌توان در پنج گروه دسته‌بندی کرد:

الف) ارائه کمک‌های کنسولی به شهروندان ایرانی در خارج از کشور: مذاکرات میان ایران و ترکیه در ۱۰ اسفند ۱۳۹۸ و ۲۱ فروردین ۱۳۹۹ و ایران و چین در تاریخ ۸ اردیبهشت ۱۳۹۹، نمونه‌ای از این وجه از دیپلماسی سلامت ایران به‌شمار

1. Katz
2. WHO

می آیند؛ دیپلماسی ای که به بازگرداندن دانشجویان ایرانی مشغول به تحصیل در خارج به داخل کشور، رایزنی با کشورهای دیگر برای رعایت مسائل بهداشتی و انسانی در مکان‌های قرنطینه اتباع ایرانی در گذرگاه‌های خروجی این کشورها، و رایزنی برای برقراری خطوط پروازی به شکل محدود برای بازگرداندن اتباع ایرانی منتهی شد. سخنگوی وزارت امور خارجه در همین راستا در توییتری در ۵ آوریل، اقدامات دولت چین در همکاری با ایران برای مبارزه با کووید ۱۹ و مهار آن را ستود و در ۱۵ مه، اتهامات و سرزنش‌های مقامات آمریکایی علیه پکن را سیاه‌نمایی خواند (موسوی، ۱۵ مه ۲۰۲۰).

ب) فراهم کردن زمینه تهیه تجهیزات موردنیاز پزشکی (ماسک، کیت‌های تشخیص، دستگاه‌های تنفس مصنوعی، لباس بیمارستانی برای پزشکان، و...) از کشورهای دیگر از طریق رایزنی دیپلماتیک: مذاکرات تلفنی رئیس‌جمهور با وزرای امور خارجه هلند (۳ اسفند ۱۳۹۸) و اتریش (۴ اسفند ۱۳۹۸) و رئیس‌دفتر رئیس‌جمهور با وزیر بهداشت ترکیه، برات آلبایراک، از مصداق‌های این نوع دیپلماسی هستند؛ اقدامی که در عرصه رسانه‌ای نیز سخنگوی وزارت امور خارجه در ۱۶ مارس با تشکر از ازبکستان، امارات، و یونیسف برای فرستادن کمک‌های پزشکی به ایران، آن را ستود. او در ۱۰ مارس، کرونا را یک چالش جهانی و نه یک چالش متعلق به منطقه خاصی از جهان خواند و خواستار همکاری بیشتر دولت‌ها با یکدیگر شد (موسوی، ۱۰ مارس ۲۰۲۰).

ج) تقویت همکاری‌های علمی بین‌المللی: یکی از مواردی که مقامات جمهوری اسلامی در عرصه دیپلماسی رسانه‌ای و سلامت به گونه‌ای مشترک پیگیری کرده‌اند، بحث همکاری‌های علمی استادان دانشگاه‌ها، پژوهشگران و مراکز پژوهشی برای تهیه واکسن و ویروس کرونا به صورت مشترک بود. در این مورد، رئیس‌جمهور ایران، برخلاف دیدارهای نروزی سال‌های پیش، در پیامی که برای هم‌تایان خود در افغانستان، تاجیکستان، پاکستان، آذربایجان، ترکمنستان، ارمنستان، ترکیه، قزاقستان، قرقیزستان، عراق، و ازبکستان در تاریخ ۲۹ اسفند ۱۳۹۸ فرستاد، ضمن تبریک سال نو شمسی، خواستار گسترش همکاری‌ها، تجمع امکانات

دارویی و درمانی، و کمک به یکدیگر برای مقابله با ویروس کرونا شد. در تماس‌های دیگری با رؤسای جمهور روسیه (۲ اردیبهشت ۱۳۹۹)، ترکیه (۳ اردیبهشت ۱۳۹۹)، آفریقای جنوبی (۹ اردیبهشت ۱۳۹۹)، و نشست مجازی سران کشورهای عضو گروه تماس جنبش عدم تعهد در تاریخ ۱۵ اردیبهشت ۱۳۹۹ نیز بر این نکته تأکید شد. همچنین، حسن روحانی در ۲۰ مارس در پیام توئیتری خود، ضمن سرزنش پاریس، لندن، و واشنگتن به سبب عملکرد آن‌ها در ایجاد محدودیت‌های دارویی و تضعیف نظام بهداشت ایران، این کار را اخلال در روند مبارزه جهانی با همه‌گیری کووید-۱۹ خواند و خواستار همکاری برای انجام وظیفه جهانی مبارزه با این ویروس شد (روحانی، ۲۰ مارس ۲۰۲۰). رئیس دفتر رئیس‌جمهور نیز در ۲۲ مه در توئیتی با یادآوری همبستگی امت اسلامی، از توسعه همکاری‌ها برای غلبه بر ویروس کرونا استقبال کرد (واعظی، ۲۲ مه ۲۰۲۰).

د) تقویت همکاری‌ها با سازمان بهداشت جهانی: در طول مدت شیوع بیماری کرونا در ایران، مسئولان ایران ضمن استقبال از همکاری با سازمان بهداشت جهانی، زمینه دیدار مقامات این سازمان را از طریق وزارت امور خارجه فراهم کردند. محمدجواد ظریف در توئیتی که در ۲ مارس ۲۰۲۰ منتشر کرد، از سازمان بهداشت جهانی و دولت‌هایی که به دلیل همبستگی در نبرد با کووید-۱۹ در برابر تروریسم اقتصادی آمریکا، در کنار ایران ایستاده‌اند، تشکر کرد (ظریف، ۲ مارس ۲۰۲۰). همچنین، سخنگوی وزارت امور خارجه ایران در توئیتی در ۵ مارس از تقدیر سازمان بهداشت جهانی از ایران به سبب اقدامات برجسته آن در مبارزه با کرونا خبر داد (موسوی، ۵ مارس ۲۰۲۰). یک روز بعد، وزیر امور خارجه در توئیٹ ۶ مارس خود، در پاسخ به نگرانی‌های جهانی درباره نحوه مبارزه ایران با ویروس کرونا اعلام کرد: «ما از نزدیک در حال همکاری با سازمان بهداشت جهانی برای مقابله با کووید-۱۹ و تضمین مراقبت‌های بهداشتی مناسب برای مبتلایان هستیم». او در این توئیٹ از انجام اقدامات پیشگیرانه در مبادی فرودگاهی ایران برای پایش سلامتی مسافران هوایی خبر داد (ظریف، ۶ مارس ۲۰۲۰). این اقدامات، گویای آن است که افزون‌بر اینکه دیپلماسی سلامت در حوزه اجرا به خوبی در دستورکار وزارت امور

خارج قرار داشته است، از بستر دیپلماسی رسانه‌ای برای اطلاع‌رسانی درست، دقیق، و به‌موقع نیز به‌درستی استفاده شده است.

ه) رایزنی با مدیران سازمان‌های بین‌المللی برای توقف تحریم‌ها و تسهیل دسترسی به منابع مالی: در طول دوره شیوع بیماری کرونا در ایران، بخشی از فعالیت‌های وزارت امور خارجه و نمایندگی‌های ایران در خارج از کشور، معطوف به رایزنی‌ها در مورد دسترسی ایران به کمک‌های مالی خارجی و توقف تحریم‌ها شد. وزیر امور خارجه ایران با به‌کارگیری «دیپلماسی دیجیتال»^۱ — که نوع جدید دیپلماسی رسانه‌ای به‌شمار می‌آید — در یک رشته توثیت، از برخی از اقدامات انجام‌شده در ایران، در این حوزه خبر داده است. او در ۱۲ مارس از هیئت‌مدیره صندوق بین‌المللی پول تقاضا کرد تا به درخواست بانک مرکزی ایران برای دسترسی به ۵ میلیارد دلار وام اضطراری، پاسخی مسئولانه بدهد و به دستورالعمل‌های صندوق پایبند باشد (ظریف، ۱۲ مارس ۲۰۲۰). کنایه وی، به فشارهای سیاسی‌ای اشاره داشت که مقامات آمریکایی بر هیئت‌مدیره صندوق برای رد کردن درخواست ایران، اعمال می‌کردند. ظریف در ۱۳ مارس از نامه خود به دبیرکل سازمان ملل متحد خبر داد که در آن درخواست شده بود، جامعه جهانی «تحریم‌های غیرانسانی آمریکا» را نادیده بگیرد و در راستای لغو آن بکوشد (ظریف، ۱۳ مارس ۲۰۲۰). همچنین، وی در هر ۱۴ توثیتی که در فاصله ۲۵ فوریه تا ۲۹ مارس ۲۰۲۰ منتشر کرد، به‌نوعی اقدامات آمریکا در راستای مانع‌تراشی بر سر راه خرید تجهیزات پزشکی از سوی ایران را نکوهش کرد و از جامعه جهانی خواست، دست از نظاره‌گر صرف بودن بردارند و ساکت ننشینند (ظریف، ۷ مارس ۲۰۲۰). او اقدامات آمریکا را گونه‌ای از «جرائم جنگی» خطاب کرد که «فراتر از آن چیزی که در میدان‌های نبرد، مجاز شده است، علیه ایران به‌کار بسته می‌شود» (ظریف، ۲۹ مارس ۲۰۲۰) و هشدار داد: «اگر ما می‌خواهیم جهانی داشته باشیم که از شر کووید-۱۹ خلاص و دنیایی بهتر شود، باید فرصت‌ها را دریابیم تا مسیر جدید هموار گردد» (ظریف، ۱۸ مارس ۲۰۲۰). این حجم از به‌کارگیری توثیت برای

1. Digital Diplomacy

ارتباط با مخاطبان، آن‌هم در شرایطی که امکان ملاقات‌های رسمی وجود نداشت، نشان می‌دهد که چگونه دیپلماسی رسانه‌ای می‌تواند کارکرد ابزاری خود را به‌خوبی انجام دهد و به خدمت دولت‌ها درآید. برای مشخص شدن ابعاد دیگر این دیپلماسی، در ادامه، فنون به‌کارگرفته‌شده توسط ایران را مرور خواهیم کرد.

۴. دیپلماسی رسانه‌ای در خدمت دیپلماسی سلامت

با ورود به قرن بیست‌ویکم و گسترش وسایل ارتباط جمعی و به‌طور خاص اینترنت، و سپس گسترش شبکه‌های مجازی، دیپلماسی رسانه‌ای نیز به‌شکل حرفه‌ای جای خود را در سیاست خارجی ایران باز کرد؛ به‌گونه‌ای که وزیر امور خارجه و سفرای ایران در کشورهای اروپایی، عموماً تلاش می‌کنند از طریق این نوع دیپلماسی و به‌ویژه شکل مجازی آن، پیام‌ها و مواضع جمهوری اسلامی را بازتاب دهند. علت توجه به این نوع دیپلماسی، محبوبیتی است که شبکه‌های اجتماعی در میان شهروندان جهان کسب کرده و به بخش جدایی‌ناپذیری در زندگی روزمره مردم تبدیل شده‌اند (ر.ک: کاستلز، ۱۳۸۹). ویژگی این شبکه‌ها، قدرت برقراری نظام شبکه‌ای میان دوستان و همفکران کاربران، به‌صورت منظم و سامانمند و تسهیل گفت‌وگوها و کنش‌های آنلاین بین گروه‌هایی از مردم است (سلطانی، زارع، و کردی، ۱۳۹۷: ۲۱۸). درواقع، می‌توان گفت، سیاستمداران اکنون به‌خوبی دریافته‌اند که اگرچه دیپلماسی رسانه‌ای نمی‌تواند کشورهای دیگر را به انجام عملی وادار کند، اما می‌تواند شرایط و محیط را به‌گونه‌ای تغییر دهد یا تحت تأثیر قرار دهد که موقعیت لازم برای شکل‌گیری نتیجه موردنظر فراهم شود (سلطانی‌فر و خانزاده، ۱۳۹۲: ۱۹۰). به همین دلیل، از زمان شناسایی ویروس کرونا در ایران و با محدود شدن امکان ملاقات‌های حضوری بین دیپلمات‌ها و انجام سفرهای خارجی، میزان استفاده از دیپلماسی رسانه‌ای افزایش یافته است (جدول شماره ۱).

جدول شماره (۱). دیپلماسی رسانه‌ای ایران در دوران شیوع کرونا

مقام مسئول	تاریخ	یادداشت در تویتر
حسن روحانی (رئیس جمهور)	۸ آوریل	یادآوری وظایف جامعه جهانی در بحران همه‌گیری کرونا نپذیرفتنی بودن رفتار تبعیض‌آمیز صندوق بین‌المللی پول در اعطای تسهیلات به دولت‌ها (نزد افکار عمومی)
رئیس جمهور	۲۰ مارس	سرزنش پاریس، لندن، و واشنگتن، تضعیف نظام بهداشت ایران، مساوی است با اخلال در روند مبارزه جهانی علیه همه‌گیری کووید-۱۹ یادآوری وظیفه جهانی برای مبارزه با این ویروس
رئیس جمهور	۲۰ مارس	اعلام فرستادن نامه به ملت آمریکا و تقاضا از آن‌ها برای درخواست از دولت و کنگره برای توقف تحریم‌ها و اعلام ناموفق بودن این فشارها
محمود واعظی (رئیس دفتر رئیس جمهور)	۲۵ می	تحریم‌ها نشانه پوچی و بی‌اعتباری گفتار و کردار مقامات آمریکا دروغ بودن سخنان آمریکایی‌ها در مورد کمک به مردم ایران
رئیس دفتر رئیس جمهور	۲۴ می	یادآوری همبستگی امت اسلامی و توسعه همکاری‌ها برای غلبه بر ویروس کرونا
سعید نمکی (وزیر بهداشت)	۲۳ آوریل	اعلام آمادگی ایران در مورد کمک به ملت آمریکا برای رهایی از کرونا و اشاره به درماندگی آمریکا در برون‌رفت از وضع کنونی
وزیر بهداشت	۲۳ آوریل	پوچ و واهی بودن سخنان وزیر بهداشت آمریکا در مورد کمک به ایران برای مقابله با کرونا
سید عباس عراقچی (معاون سیاسی وزیر امور خارجه)	۲۶ فوریه	مؤثر نبودن تحریم‌های اقتصادی آمریکا به‌اندازه ویروس کرونا اظهار تأسف از خوشحالی برخی مقامات خارجی از گسترش ویروس در ایران و مشاهده درد و رنج مردم در نتیجه تحریم‌ها
مجید تخت‌روانچی	۲ آوریل	یادآوری تمرکز جهان بر همکاری برای شکست کرونا و درخواست از آمریکا برای توقف تحریم‌ها (تروریسم اقتصادی) و تداوم انتشار اطلاعات نادرست از سوی وزیر امور خارجه آمریکا درباره ایران
مجید تخت‌روانچی (نماینده ایران در سازمان ملل)	۲۵ مارس	اطلاع‌رسانی درباره افزایش درخواست‌ها از آمریکا برای پایان دادن به تروریسم اقتصادی علیه ایران و یادآوری رنج بردن همه جهان از تحریم‌ها در صورت عدم توقف آن
نماینده ایران در سازمان ملل	۱۳ مارس	اشاره به تلاش جدی ایران برای مبارزه با کرونا و مشکل آفرینی‌های تحریم‌ها در این مسیر
سعید موسوی (سخنگوی وزارت امور خارجه)	۳۰ مه	انتقاد از قطع همکاری آمریکا با سازمان بهداشت جهانی
سخنگوی وزارت امور خارجه	۲۰ مه	انتقاد از نامه ترامپ به دبیرکل سازمان بهداشت جهانی و به‌خطر افتادن استقلال و حرفه‌ای عمل کردن این سازمان
سخنگوی وزارت امور خارجه	۱۶ مه	انتقاد از رفتارهای خرابکارانه آمریکا در عرصه جهانی به‌سبب به‌خطر انداختن همبستگی و اتحاد جهانی در مبارزه با کرونا
سخنگوی وزارت امور خارجه	۱۵ مه	رد اتهامات آمریکا علیه چین و دعوت از دولت‌های مستقل برای ایستادن در برابر زورگویی‌های آمریکا

تبریک روز پرستار و انتقاد از آمریکا به سبب به خطر انداختن جان پرستاران با ایجاد محدودیت در فرستادن تجهیزات پزشکی به ایران	۱۲ مه	سخنگوی وزارت امور خارجه
تشکر از زرتشتیان هند برای فرستادن کمک‌های پزشکی به ایران اطلاع‌رسانی در مورد فرستادن ۴۰ هزار کیت پزشکی به ترکیه و آلمان	۸ مه	سخنگوی وزارت امور خارجه
تبریک روز صلیب سرخ جهانی و انتقاد از اقدامات یکجانبه‌گرایانه آمریکا، به ویژه تحریم‌ها و اثرات آن در مانع‌تراشی بر سر راه همکاری جهانی	۸ مه	سخنگوی وزارت امور خارجه
اعلام فرستادن تجهیزات پزشکی ایران به آلمان، لبنان، و افغانستان و آمادگی برای همکاری با کشورهای دیگر در صورت نیاز	۷ مه	سخنگوی وزارت امور خارجه
تبریک روز زمین و انتقاد از آمریکا برای خروج از موافقت‌نامه آب‌وهوایی پاریس و ناکام گذاشتن تلاش‌های سازمان بهداشت جهانی	۲۲ آوریل	سخنگوی وزارت امور خارجه
تبریک روز بهداشت جهانی و یادآوری فرصت‌سازی کرونا برای همکاری و همستگی جهانی	۷ آوریل	سخنگوی وزارت امور خارجه
تقدیر و تشکر از تلاش‌های چین در مهار و مبارزه با کرونا	۵ آوریل	سخنگوی وزارت امور خارجه
انتقاد از مایک پمپئو برای به‌عهده گرفتن شغل جدید تروریسم پزشکی	۴ آوریل	سخنگوی وزارت امور خارجه
تشکر از ازبکستان، امارات، و یونیسف برای فرستادن کمک پزشکی به ایران	۱۶ مارس	سخنگوی وزارت امور خارجه
عدم نیاز به پزشکان آمریکایی، انتقاد از رفتارهای ریاکارانه، فخر فروشانه، و مسموم‌کننده آمریکا و درخواست توقف تروریسم اقتصادی و تروریسم درمانی	۱۳ مارس	سخنگوی وزارت امور خارجه
در نظر گرفتن کرونا به عنوان یک چالش جهانی (نه منطقه‌ای) و ضرورت همکاری کشورها با یکدیگر	۱۰ مارس	سخنگوی وزارت امور خارجه
اعلام تقدیر مقامات سازمان بهداشت جهانی از ایران برای برخورداری از یک نظام پزشکی کارآمد و قوی	۵ مارس	سخنگوی وزارت امور خارجه
انتقاد از شادمانی آمریکا به سبب درد و رنج ایرانی‌ها و ابراز امیدواری برای شکست قطعی کرونا توسط ایران در عین اقدامات خرابکارانه آمریکا	۲۸ فوریه	سخنگوی وزارت امور خارجه

منبع: گردآوری شده توسط نویسندگان، ۱۳۹۹

روش اعمال و به‌کارگیری دیپلماسی رسانه‌ای توسط ایران از ۱ اسفند ۱۳۹۸ تا ۲۰ اردیبهشت ۱۳۹۹ (بازه زمانی پژوهش حاضر) را می‌توان به دو بعد سلبی و ایجابی تقسیم کرد.

۴-۱. شکل سلبی اعمال و به‌کارگیری دیپلماسی رسانه‌ای

ایران از ۱۸ اردیبهشت ۱۳۹۷ و با خروج آمریکا از برجام، دور تازه‌ای از تحریم‌ها — به‌ویژه در حوزه مالی و اقتصادی — را تجربه کرده است و این مسئله تأثیر جدی‌ای بر مبادلات بازرگانی ایران، به‌ویژه تهیه اقلام پزشکی و تجهیزات بیمارستانی در شرایط شیوع کرونا داشته است؛ تأثیری که تا زمان شناسایی نخستین مورد ابتلا به ویروس کرونا در قم و همه‌گیری آن، چندان محسوس و ملموس نبود. به‌عبارت روشن‌تر، در شرایطی که کشورهای دیگر جهان می‌توانستند به‌آسانی از شبکه‌های مالی بین‌المللی برای خرید تجهیزات استفاده کنند، ایران در تهیه اقلام پزشکی دچار مشکل شد؛ از یک سو، شرکت‌های فروشنده دارو و تجهیزات پزشکی نگران تحریم‌های آمریکا علیه خود — در صورت همکاری با ایران — بودند و از سوی دیگر، منابع درآمدی ایران نسبت به گذشته، به‌شدت کاهش پیدا کرده بود و حتی قادر به دسترسی به سرمایه‌های بلوکه‌شده خودش در بانک‌های بین‌المللی (همچون بانک کلیبر استریم لوکزامبورگ) نبود. برای رهایی از دو چالش یادشده، دیپلماسی رسانه‌ای ایران در شکل سلبی، تاکتیک‌های زیر را به‌کار گرفت تا بتواند فشارهای واردشده بر کشور را کاهش دهد.

۴-۱-۱. برجسته‌سازی

اگرچه تحریم‌ها از مدت‌ها پیش و قبل از گسترش کرونا، اثر روانی خود را بر بده‌بستان‌های بازرگانی ایران با کشورهای دیگر گذاشته بود، تا زمان همه‌گیری این ویروس، مسئولان جمهوری اسلامی، پیوسته اثر تحریم‌ها را ناچیز و کوچک می‌شمردند و گاه حتی از آن به‌عنوان یک «فرصت» (روحانی، ۱۳۹۸/۶/۱۲) و گاهی «نمایش تبلیغاتی» یاد می‌کردند (واعظی، ۱۳۹۸/۱/۲۱). به‌عبارت روشن‌تر، در ادبیات دولت، تحریم یک «تجربه شکست‌خورده» و «سست‌تر از هر زمان» بود که نمی‌توانست بر «اراده مردم و مسئولان کشور» تأثیر بگذارد؛ بنابراین، همواره توصیه می‌شد که آمریکا از راهی که در پیش گرفته است، بازگردد و طرفین برجام به تعهدات خود عمل کنند (روحانی، ۱۳۹۸/۷/۵). با شناسایی نخستین موارد ابتلا به بیماری کرونا در شهر قم، روند انتقادات از آمریکا به‌سبب تحریم‌هایی که دسترسی

به کالاهای بهداشتی را ناممکن کرده بودند، بالا گرفت. مسئولان، تحریم‌ها را «خطری برای نظام سلامت و بهداشت مردم» دانستند و از آن با عنوان «اقدام تروریستی» یاد کردند (روحانی، ۱۳۹۹/۱۲/۴). دستگاه دیپلماسی ایران، وارد دور تازه‌ای از فعالیت‌ها شد که محور آن، برجسته‌سازی اثر تحریم‌ها بر نظام سلامت کشور و نقش آمریکا در این عرصه بود. کلیدواژه‌ای که براساس آن، طوفان توییتری به‌راه افتاد، «تروریسم پزشکی^۱» انتخاب شد. مقامات جمهوری اسلامی ایران در صفحه توییتر خود، با نوشتن پیام‌های کوتاه و به‌کارگیری این کلیدواژه، آن را به هشتگ پربازدید جهانی تبدیل کردند (موسوی، ۴ آوریل ۲۰۲۰). هم‌زمان با این اقدامات در فضای مجازی، رئیس‌جمهور در تمام تماس‌های تلفنی با هم‌تایان خود، به‌ویژه با رؤسای جمهور چین، روسیه، و تونس^۲ که در شورای امنیت سازمان ملل حضور دارند، از غیرقانونی و ظالمانه بودن تحریم‌ها در شرایط کنونی سخن گفت. او در نامه‌ای به سران کشورهای جهان، در توصیف شرایط ایران طی دو سال گذشته، از ضرر ۲۰۰ میلیارد دلاری اقتصاد ایران سخن گفت و اینکه چگونه در طول بیش از ۱۰۰ اقدام تحریمی آمریکا، حدود ۱۲۰۰ شخص و موجودیت ایرانی به فهرست تحریم‌ها اضافه شده‌اند. وی با برجسته کردن این اقدامات نوشت: «دولت آمریکا حتی در اوج این بحران فراگیر [شیوع کرونا] همچنان از فشارهای غیرقانونی و کارشکنی برای مانع‌تراشی در برابر تلاش‌های ایران دست برنداشته است. وزیر خارجه آن کشور، در کمال وقاحت از سایر کشورها خواسته است تا ارسال کمک‌های بشردوستانه به ایران را منوط به تحقق خواسته‌های نامعقول و ضدبشری آمریکا نمایند» (روحانی، ۱۳۹۸/۱۲/۲۴).

سیاست برجسته‌سازی اقدامات غیرانسانی دولت آمریکا، محدود و محصور به دولت‌ها نماند و در دور بعد، به سطح ملت‌ها نیز ارتقا پیدا کرد. رئیس‌جمهور ایران، در نامه سرگشاده‌ای برای ملت آمریکا یادآوری کرد: «دولت آمریکا همچنان حاضر نیست دست از سیاست اهریمنی فشار حداکثری خود بردارد و با تداوم تحریم، به

1. Medical Terrorism

۲. عضو غیردائم کنونی شورای امنیت سازمان ملل

یاری ویروس شتافته است» (روحانی، ۱۳۹۹/۱/۱). او خروج آمریکا از برجام را غیرقانونی و دستاورد آن را تحریم‌هایی دانست که «بخش‌های اصلی نظام اقتصادی مالی ایران را هدف گرفته و در نتیجه، صدها میلیارد دلار خسارت مستقیم به اقتصاد و مردم ایران وارد آمده است»؛ تحریم‌هایی که به نظر وی «موجب شده است افراد زیادی از شهروندان عادی ایران، سلامتی، کار، و درآمد خود را از دست بدهند» و «توان مردم ایران در مبارزه با ویروس نیز کاهش یابد». او حتی یادآوری کرد: «برخی از هم‌وطنان ما به علت این تحریم‌ها، جان خود را از دست داده‌اند» (روحانی، ۱۳۹۹/۱/۱).

در حالی که دولت ایران مدعی بود که تحریم‌ها اثرات جدی‌ای بر سلامت شهروندان ایرانی گذاشته است، مقامات آمریکایی، به ویژه وزارت امور خارجه این کشور این ادعاها را رد می‌کردند و از رد تقاضای خود برای کمک به ایران در زمینه‌های بهداشتی از سوی ایران سخن می‌گفتند (کیل^۱، ۲۰۲۰: ۱)؛ اقدامی که روحانی آن را فریبکارانه و نوعی «ماسک دلسوزی» نامید. «متأسفانه آن‌هایی که حتی دارو و مواد غذایی را به روی مردم بستند و تحریم کردند، خبیثانه‌ترین اقدام را علیه ملت ایران در این ۲ سال انجام دادند؛ آن‌ها هم آمدند با یک ماسک دلسوزی ظاهر شدند که ما هم می‌خواهیم به ملت ایران کمک کنیم؛ شما اگر واقعاً راست می‌گویید، لاقبل تحریم دارو را بردارید؛ این اولین قدم است» (روحانی، ۱۳۹۸/۱۲/۱۴). او در ادامه و در پیامی رسانه‌ای، خواستار عذرخواهی مقامات آمریکایی و آزاد کردن فعالیت‌های بانکی برای خرید و نقل و انتقال دارو و فعالیت کشتیرانی در زمینه مواد غذایی شد؛ فشارهایی که در نهایت، موجب شد که کشورهای اروپایی در نخستین گام اجرایی سازی سازوکار مالی اینستکس^۲، نخستین مجموعه اقلام دارویی را روانه ایران کنند (پارس تودی^۳، ۲۰۲۰). در واقع، دیپلماسی رسانه‌ای به خوبی نشان داد که چگونه او براساس آنچه گیلپوا اشاره می‌کند—

1. Kheel
2. INSTEX Transaction
3. Pars Today

رسانه، بیش از هر چیز، امکان انجام بازی‌های متنوعی را در صحنه سیاست داخلی، دیپلماسی، و سیاست خارجی برای رهبران، سیاست‌گذاران، مقامات و دیپلمات‌ها فراهم می‌کند و فرصت‌ها و امکانات شگفت‌انگیزی را برای پیشبرد مقاصد خود و کشور‌هایشان در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد (گیلبوآ، ۲۰۰۲: ۷۳۷-۷۳۱). دیپلماسی رسانه‌ای، فرصتی را برای ایران فراهم کرد تا بتواند شرایط ظالمانه‌ای که به سبب تحریم‌ها برای مردم شکل می‌گیرد را به‌نمایش بگذارد و نشان دهد که چگونه عدم دسترسی به دارو می‌تواند جان زنان و کودکان بیمار را به‌خطر اندازد و به‌این‌ترتیب، تاکتیک سیاه‌نمایی و تبلیغات منفی آمریکا علیه ایران را خنثی کند.

۲-۱-۴. تصویرسازی مثبت

یکی از وظایف دولت‌ها در عرصه نظام بین‌الملل، ارائه چهره مطلوب و سازنده از خود و افزایش وجهه و جایگاه کشور است و دولت‌ها تلاش می‌کنند از هر فرصتی برای نمایش چهره‌ای مطلوب از خود استفاده کنند؛ مفهومی که در دهه ۱۹۸۰ جوزف نای آن را «قدرت نرم» نامید (نای، ۲۰۰۵) و امروزه «سیمون آنهولت»^۱ از آن با عنوان «برندینگ» یاد می‌کند. آنهولت نشان می‌دهد که چگونه کلمه برندینگ، بیش از اینکه یک مفهوم خاص با بار مالی و تجاری باشد، یک استعاره است که به انتقال حس، فکر، و ادراک بصری کمک می‌کند (آنهولت، ۲۰۱۰: ۷۵). در دنیای امروز، هر کشوری دارای یک نام منحصربه‌فرد و تصاویر خاصی در ذهن مردم داخل و خارج از آن است که این فرایند به آن ملت برند خاصی را تحمیل می‌کند (بیدالله خانی، ۱۳۹۸: ۱۰۵). برندینگ ملت، ارتباط محکمی با ادراک تصویر یک کشور به‌عنوان یک کلیت یگانه دارد. این کلیت، مبنای اساسی درک یک کشور و اقتصاد، سیاست، فرهنگ، و مردم آن در خارج از این کشور است. برندینگ ملی قوی و تصویر مثبت، سبب گسترش حوزه‌های گوناگون کشور و هویت آن به خارج از مرزهایش خواهد شد (بوهمن^۲، ۲۰۱۶: ۱۳۰). شیوع ویروس کرونا در

1. Simon Anholt
2. Buhmann

جهان، بر برندینگ و تصویر بسیاری از دولت‌ها تأثیر گذاشت. ایران، از جمله کشورهای بود که کوشید با تکیه بر رویکرد ابزاری رسانه، تصویر خود را بهبود بخشد. این مسیر در چهار گام پیموده شد:

الف) ارائه کمک‌های بشردوستانه پزشکی: یکی از مواردی که تصویر زشتی از دولت‌ها به‌نمایش گذاشت، این بود که پس از شیوع ویروس کرونا در اروپا و آمریکا، برخی از دولت‌ها در اقدامی عجیب، به‌جای کمک‌رسانی، اقدام به صادرات محموله‌های خریداری‌شده کشورهای دیگر در زمینه بهداشتی یا خرید آن به بهایی بیشتر کردند که چهره‌ای زشت و غیرانسانی از این کشورها ترسیم کرد. جمهوری اسلامی ایران، در مسیری معکوس و درست در زمانی که هیچ‌یک از کشورها تمایلی نداشت هیچ پروازی به خاک چین داشته باشد، نخستین محموله کمک‌های پزشکی خود به حجم دو تن را روانه این کشور کرد. این امر، بیش از هر چیز، گویای این نکته بود که حتی تحریم‌ها و کمبود تجهیزات مانع آن نمی‌شود که ایران از کمک به هم‌نوعان خود در سراسر جهان چشم‌پوشی کند؛ رفتاری که متقابلاً پس از شیوع کرونا در ایران، از سوی چین پاسخ گرفته شد (ژنگ، ۲۰۲۰: ۱) و نشان داد که چگونه اقدامات دولت‌ها می‌تواند زمینه نزدیکی بیشتر آن‌ها به همدیگر را فراهم کند. این اقدامات به‌خوبی در فضای مجازی نیز بازنشر یافت و سخنگوی وزارت امور خارجه با چند رشته توثیق، از جمله در ۷ و ۸ مه ۲۰۲۰ به آن‌ها اشاره کرد (موسوی، ۷ و ۸ مه ۲۰۲۰). فرستادن کمک‌های بشردوستانه، یکی از شیوه‌های دیپلماسی سلامت است که تجربه نشان داده است که می‌تواند نقش مهمی در تصویرسازی دولت‌ها داشته باشد. کوبا، یکی از موفق‌ترین کشورها در ارائه این‌گونه خدمات بوده است. این کشور در جریان زلزله سال ۲۰۱۰ در کشور هائیتی، در زمان اندکی توانست یک تیم پزشکی ۴۰۰ نفره را به‌همراه ۵۰۰ دانش‌آموخته دانشکده‌های پزشکی کوبا که اهل هائیتی بودند، برای خدمات‌رسانی به آسیب‌دیدگان بسیج کند. پس از گذشت سه هفته، آن‌ها به بیش از پنجاه‌هزار نفر کمک‌رسانی کردند. سه‌هزار عمل جراحی انجام دادند که هزاروپانصد مورد از آن‌ها

از جمله عمل‌های سخت و پیچیده به‌شمار می‌آمدند. زایمان ۲۸۰ نفر، واکسینه کردن بیست‌هزار نفر علیه کزاز، تأسیس ۹ بخش توانبخشی و ارائه خدمات بهداشت روان، به‌ویژه برای کودکان و جوانان، از جمله این خدمات بودند (فینسیلور^۱، ۲۰۱۰: ۸۹).

ب) خدمات‌رسانی به اتباع بیگانه: ایران، افزون‌بر اینکه دانشجویان ایرانی مشغول به تحصیل در چین و نگران از کرونا را به کشور بازگرداند، برای انتقال دانشجویان عراقی، لبنانی، و سوری نیز اقدام کرد. کنش انسان‌دوستانه‌ای که برای سالیان سال، در ذهن و خاطر این افراد، خانواده‌ها، و دولت‌های آن‌ها خواهد ماند. همچنین، ایران افزون‌بر فرستادن کمک‌های بشردوستانه پزشکی به برخی کشورهای همسایه، برای درمان و قرنطینه‌اتباع کشورهای افغانستان، عربستان، پاکستان، و عراق نیز اقدام کرد؛ اقدامی که مشابه آن را می‌توان در دیپلماسی سلامت کوبا در دهه ۱۹۶۰ سراغ گرفت که با اعزام پنجاه‌وشش پزشک و نیروی درمانی برای ارائه کمک به الجزایر با یک برنامه چهارده‌ماهه، این امکان را فراهم کرد که اکنون پزشکان آن در بیش از ۱۰۰ نقطه جهان مشغول خدمات‌رسانی باشند (فینسیلور، ۲۰۱۰: ۹۲).

ج) دادن مرخصی به زندانیان امنیتی دوتابعیتی و خارجی: در گام سوم و در ابتکاری جدید، وزارت امور خارجه با هماهنگی با قوه قضائیه، زمینه دادن مرخصی به برخی از زندانیان امنیتی دوتابعیتی یا اتباع خارجی را فراهم کرد؛ ابتکاری که در چهل سال گذشته، بی‌سابقه بود. ایران در نخستین روز سال نو شمسی و هم‌زمان با ولادت حضرت محمد(ص)، نازنین زاغری، شهروند ایرانی‌بریتانیایی و مایکل وایت، شهروند آمریکایی، که به جرم جاسوسی در زندان به‌سر می‌بردند، را به مرخصی فرستاد (گاردین، ۲۰۲۰)؛ اقدامی که خوشحالی خانواده‌های آن‌ها و استقبال دولت‌های متبوعشان را به‌همراه داشت.

د) مبادله اتباع خارجی زندانی در ایران: در گام چهارم، دستگاه دیپلماسی کشور، زمینه‌های مبادله دو زندانی ایرانی و فرانسوی را در اوج همه‌گیری کرونا فراهم کرد. رونالد مارشال فرانسوی، که بیش از ۹ ماه به اتهام نقض قوانین امنیتی

1. Feinsilver

در بازداشت به سر می‌برد، در مقابل آزادی جلال روح‌الله‌نژاد از زندان آزاد شد (نیویورک‌تایمز، ۲۱ مارس ۲۰۲۰). در ادامه این مسیر، ایران، مایکل وایت، شهروند آمریکایی که دو سال پیش به جرم جاسوسی در مشهد بازداشت شده بود را در ۱۵ اردیبهشت آزاد کرد؛ اقدامی که پاسخ متقابل آمریکا و آزادی سیروس عسگری، استاد دانشگاه شریف، و مجید طاهری، پزشک ایرانی-آمریکایی که به جرم نقض تحریم‌های آمریکا علیه ایران زندانی شده بودند را به همراه داشت. این سلسله اقدامات، افزون بر اینکه با استقبال جهانی روبه‌رو شد، تصویر مثبت و سازنده‌تری از ایران را در شرایط همه‌گیری کرونا در جهان به نمایش گذاشت و به گفته وزیر امور خارجه ایران، می‌تواند «آغازی برای آزادی سایر زندانیان» باشد (ظریف، ۴ ژوئن ۲۰۲۰).

آنچه به تصویرسازی مثبت ایران از خود کمک کرد، به خدمت گرفتن دیپلماسی رسانه‌ای در نقش یک ابزار بود. در این نقش جدید همان‌گونه که بوساح اِبو^۱ توضیح می‌دهد، دیپلماسی رسانه‌ای، وظیفه بیان و ترویج اقدامات سیاست خارجی را به عهده گرفت (ابو، ۱۹۹۶: ۴۴) و شاید بتوان گفت، این‌گونه بیان اقدامات، در هیچ‌جا به اندازه مصاحبه‌ها و فضای مجازی، برجسته نبود. محمدجواد ظریف، مانند کشورهای هم‌چون کوبا، چین، ایتالیا، سوئد، و... که با تأکید بر نقش‌آفرینی خود در اعزام نیروهای پزشکی، فرستادن وسایل و تجهیزات پزشکی، و راه‌اندازی بیمارستان برای بیماران کرونایی، فعالیت‌های خود را در زمینه مبارزه با ویروس کرونا به رخ جهانیان کشیدند (بجولا و مانور^۲، ۲۰۲۰)، در یک رشته توثیق، به برجسته‌سازی این اقدامات پرداخت. وی در ۱۲ مارس ۲۰۲۰ اظهار داشت: «کادر درمان ایران، شجاعانه در خط نبرد مبارزه با کووید-۱۹ در حال جنگیدن با آن هستند. تلاش‌های آن‌ها با کمبودهای شدید ناشی از محدودیت‌های اعمال‌شده [توسط آمریکا] در مورد دسترسی مردم ایران به تجهیزات و دارو، توأم گشته است» (ظریف، ۱۲ مارس ۲۰۲۰). وی در توثیق دیگری در ۸ مه ۲۰۲۰ از

1. Bosah Ebo

2. Bjola and Manor

فرستادن چهل هزار کیت تشخیص پیشرفته تولید ایران به آلمان، ترکیه، و کشورهای دیگر خبر داد (ظریف، ۸ مه ۲۰۲۰).

۳-۱-۴. استفاده از عاطفه گیرندگان پیام

بر اساس یافته‌های روانشناسان، احساسات، تأثیر قابل توجهی بر فرایندهای شناختی در انسان (از جمله درک، توجه، یادگیری، حافظه، استدلال، و حل مسئله) دارد. احساسات، بر انگیزه افراد برای انجام اعمال و رفتار تأثیر گذاشته و آنان را به سوی گزینه‌های خاصی سوق می‌دهد (تینگ و دیگران^۱، ۲۰۱۷: ۱). این ویژگی موجب شده است که در دیپلماسی رسانه‌ای و رسانه بر نقش پیام‌ها و تأثیراتی که بر مخاطب می‌گذارند، تمرکز و این نقش مطالعه شود (ویرث و شرام^۲، ۲۰۰۵: ۳). همان‌گونه که اشاره شد، ایران در دیپلماسی رسانه‌ای، فعالیت‌های خود را بر دو سطح دولت‌ها و ملت‌ها متمرکز کرده است. آنچه در مورد ملت‌ها بیشتر مورد توجه ایران قرار گرفته است، بحث استفاده از عاطفه گیرندگان پیام برای تأثیرگذاری بر اراده تصمیم‌گیرندگان سیاسی بوده است. مقامات جمهوری اسلامی ایران با دست گذاشتن بر عواطف گیرندگان پیام در خارج و اینکه چگونه نبود امکانات پزشکی می‌تواند موجب کشته شدن ایرانیان شود، آنان را تشویق کردند که به مسئولان خود فشار آورند تا دست از «تحریم‌های ظالمانه و غیرانسانی» بکشند. ایران، امیدوار است با شروع فشار افکار عمومی بر مقامات اروپایی و آمریکایی، فرصتی فراهم شود تا تحریم‌ها پایان یابند؛ هرچند همواره اعلام کرده است که حاضر است به شرط بازگشت آمریکا به برجام و لغو تحریم‌ها، تعهدات برجامی خود را انجام دهد (روحانی، ۱۳۹۹/۱/۱۸ و ۱۳۹۹/۲/۲).

حسن روحانی در این مورد و در پیام خود خطاب به مردم آمریکا بر سه مسئله مهم تأکید کرد: نخست، پولی که بابت مالیات از مردم آمریکا گرفته می‌شود و نتیجه آن، تحمیل تحریم‌ها بر زنان و کودکان ایرانی شده است. دوم، خلاف وجدان و

1. Tyng et al
2. Wirth & Schramm

انسانیت بودن نفس وضع تحریم بر یک ملت در اوج شیوع بیماری فراگیر، و سوم، بی‌فایده بودن این اقدام و هدر دادن پول مالیات‌دهندگان آمریکایی (روحانی، ۱۳۹۹/۱/۱).

محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه نیز در مجموعه پیام‌های کوتاهی که در توئیتر منتشر کرد، همین تاکتیک را دنبال کرد. وی در ۲۳ مارس ۲۰۲۰ اعلام کرد: «مردم ایران از کمپین جهانی روبه‌گسترش رهبران جامعه مدنی و دولت‌ها برای ترک تحریم‌های غیرقانونی آمریکا تقدیر می‌کنند» (ظریف، ۲۳ مارس ۲۰۲۰) و به این ترتیب، به ابراز احساسات در مورد این همراهی‌ها و همدلی‌ها پرداخت. او در توئیٹ دیگری در ۲۶ مارس به جامعه جهانی درباره پیامدهای اقدامات ترامپ این‌گونه هشدار داد: «کووید-۱۹، جهان را فراگرفته و هیچ دولتی نیست که درگیر آن نباشد. حتی بزرگ‌ترین اقتصاد جهان برای مقابله با این اپیدمی، نیاز به کمک دارد. با این حال [آمریکا] درخواست توقف تروریسم اقتصادی خود علیه ایران را رد می‌کند. آیا آمریکا یک «اپیدمی همیشگی» را می‌خواهد؟ اخلاق ایجاب می‌کند که نظاره‌گر تحریم‌های یک قلدر بودن را کنار بگذارید» (ظریف، ۲۶ مارس ۲۰۲۰). نتایج پژوهش‌های انجام‌شده نشان داده است که این‌گونه پیام‌ها که بر عواطف افراد تأثیر می‌گذارند، می‌توانند اعتقادات، قضاوت‌ها، و نگرش افراد را تغییر داده و آنان را «ترغیب» به تغییر رفتار خود کنند (رک: هولند، جانیس و کلی، ۱۹۵۳).

۴-۱-۴. اهریمن‌سازی

سیاست اهریمن‌سازی از آمریکا، به‌طور خاص از زمان حادثه اشغال سفارت آمریکا آغاز شد و همچنان بخشی از دستورکار سیاست خارجی ایران است. امام خمینی (ره) در آن سال‌ها با «شیطان بزرگ» خواندن آمریکا و انتقاد از عملکرد این کشور پس از انقلاب اسلامی، روابط ایران و آمریکا را به روابط «گرگ و میش» تعبیر کرد و پیوسته به ایالات متحده هشدار داد، دست از «خوی استکباری» خود بکشد (امام خمینی، ۱۳۹۴: ۷۲ و ۱۹۰). چهل سال پس از انقلاب اسلامی، همچنان

1. Hovland, Janis, & Kelley

دستگاه دیپلماسی ایران می‌کوشد تا روابط خود با آمریکا را با استفاده از این تاکتیک روانشناختی مدیریت کند؛ سیاستی که در مقابل، آمریکا نیز دنبال کرده است. در تاکتیک اهریمن‌سازی، هریک از طرفین منازعه در عملیات روانی خویش می‌کوشد تا تصویری غیرانسانی از حریف ارائه دهد. به‌تصور آن‌ها این اقدام، هم از مشروعیت دشمن می‌کاهد و هم اعمال خود علیه او را توجیه می‌کند (الیاسی، ۱۳۸۵: ۱۵). نمونه‌هایی از صحبت‌های مقامات ایرانی با همتایان خارجی شان که در آن از این تاکتیک استفاده کرده‌اند به شرح زیر است:

۴-۱-۴-۱. پیام رئیس‌جمهور به سران کشورهای جهان

تحریم‌های آمریکا علیه ایران سوتن دادن به رعایت آن‌ها توسط سایر کشورها- نه تنها غیرقانونی و خلاف قطعنامه شورای امنیت است، بلکه غیراخلاقی و غیرانسانی هم هست و ابعاد غیرانسانی آن امروز دیگر فقط شامل مردم ایران نیست، بلکه مردم منطقه و سایر کشورها را نیز دربر می‌گیرد؛ این نه یک مجازات دسته‌جمعی مردم ایران، که مجازات دسته‌جمعی علیه کل بشریت است (روحانی، ۱۳۹۸/۱۲/۲۴).

۴-۱-۴-۲. سخنان حسن روحانی در نشست مجازی سران کشورهای عضو گروه تماس جنبش عدم تعهد

در زمانی که ویروس کرونا به‌صورت تهدیدی مشترک برای امنیت جهانی و سلامت عمومی درآمده و سازمان جهانی بهداشت در خط اول مبارزه جهانی با تهدید کرونا عمل می‌کند، تضعیف سازمان جهانی بهداشت، به‌معنای تضعیف مبارزه مشترک جهانی علیه کرونا، اقدامی بسیار نابهنگام و توجیه‌ناپذیر است. اقدام شتاب‌زده و غیرمسئولانه دولت آمریکا در محروم کردن سازمان جهانی بهداشت از مبالغ مالی موردنیاز آن سازمان را باید یک اشتباه راهبردی دیگر این دولت دانست که مبارزه مشترک جهانی با کرونا را به‌چالش می‌کشد. البته از دولت آمریکا که تاکنون بارها به‌صورت یکجانبه از توافق‌های معتبر بین‌المللی خارج شده و حقوق بین‌الملل را مکرراً نقض کرده است، انتظاری جز این نمی‌توان داشت (روحانی، ۱۳۹۹/۲/۱۵).

۴-۱-۴-۲. سخنان مجید تخت روانچی، نماینده دائم ایران در سازمان ملل متحد درحالی که جهان بر همکاری برای شکست کووید-۱۹ تمرکز کرده و خواهان توقف تروریسم اقتصادی از سوی آمریکا است، مایک پمپئو اعتنایی به این موضوع ندارد و درعوض، درحال نشر اطلاعات غلط است (تخت روانچی، ۲ آوریل ۲۰۲۰).

۴-۱-۴-۴. صحبت‌های سید عباس موسوی، سخنگوی وزارت امور خارجه درحالی که جهان نیاز به اتحاد و همبستگی برای مقابله با همه‌گیری کووید-۱۹ دارد، آمریکا به اقدامات خرابکارانه، مختل‌کننده و برهم‌زننده تمرکز جهانی ادامه می‌دهد. از غرب آسیا تا آمریکای لاتین و از شورای امنیت تا سازمان بهداشت جهانی، اقدامات آمریکا باعث تفرقه و گسترش خشونت می‌شود و نهادهای چندجانبه‌گرا را تخریب می‌کند (موسوی، ۱۶ مه ۲۰۲۰).

۴-۲. شکل ایجابی

روی دیگر دیپلماسی رسانه‌ای ایران، استفاده از تاکتیک‌های رسانه‌ای به شکل ایجابی بود؛ تاکتیک‌هایی که می‌توانند بر روابط ایران با کشورهای دیگر در آینده تأثیر مثبتی بگذارند و به آن عمق و وسعت بیشتری ببخشند. در ادامه به دو مورد از این تاکتیک‌ها اشاره کرده‌ایم.

۴-۲-۱. تأکید بر اهمیت نوع دوستی، همبستگی، و مسئولیت جهانی
تأکید بر صلح، همبستگی، و مسئولیت جهانی، یکی از خصوصیات است که ایران همواره آن را بخشی از سیاست خارجی خود معرفی کرده است (محمدی، ۱۳۸۹: ۷۲-۷۴)؛ بنابراین، همواره هنگام رخداد بلایای طبیعی و غیرطبیعی، یکی از کشورهای پیشگام در فرستادن کمک به کشورهای آسیب‌دیده بوده است. آنچه سال ۲۰۲۰ را از سال‌های دیگر متمایز کرد، همه‌گیری ویروس کرونا در سراسر جهان بود؛ ویروسی که مقابله با آن، بیش از هر چیز نیاز به همکاری، همبستگی، و مسئولیت‌پذیری جهانی دارد؛ سیاستی که به نظر می‌رسد، به دلیل بازگشت رفتارهای رادیکال ناسیونالیستی در برخی از کشورهای جهان، در معرض خطر است.

همان‌گونه که لیز گالوز^۱، دیپلمات ارشد پیشین انگلیس توضیح می‌دهد: «دولت‌ها در آینده به‌خاطر رفتارشان با شهروندان خود و دیگران محکوم خواهند شد؛ بنابراین، شاید نخستین گامی که آن‌ها در این زمانه بحران باید بردارند، این است که دست از رفتار تلافی‌جویانه، سرزنش کردن همدیگر [به‌سبب کوتاهی در مهار ویروس کرونا و اطلاع‌رسانی درست درباره آن]، و دروغ‌گویی بردارند، بازی‌های تبلیغاتی را متوقف کنند، و از فرصت‌های پیش رو برای اقدام دسته‌جمعی بهره ببرند» (گالوز، ۲۰۲۰). او از دیپلمات‌ها می‌خواهد، از امکاناتی که فناوری‌های جدید در زمینه رسانه در اختیار آن‌ها قرار داده است، استفاده کنند و راه‌های جدیدی برای همکاری مشترک با همدیگر پیدا کنند (گالوز، ۲۰۲۰). شاید همین دغدغه‌ها بود که باعث شد، دبیرکل سازمان ملل متحد در ۲۳ مارس ۲۰۲۰، از همه کشورهای جهان تقاضای اعلام آتش‌بس جهانی کند، پاپ نیز از این اقدام حمایت کرد و درنهایت، ۵۳ کشور بدون اینکه ملاقات حضوری داشته باشند، به این درخواست پاسخ مثبت دادند (گوترش^۲، ۲۰۲۰: ۱).

حسن روحانی، رئیس‌جمهور ایران، در ادامه همین سیاست، در نامه‌ای که به رهبران جهان نوشت، با اشاره به ضرورت تلاش و مشارکت همگانی برای مقابله با گسترش بیماری کرونا و بیان سیاست‌ها و برنامه‌های جمهوری اسلامی ایران، بر لزوم شکستن و رفع تحریم‌های ظالمانه آمریکا علیه ملت‌ها با توجه به شرایط کنونی جهان— و تدوین پروتکل‌های مشترک بهداشتی میان همسایگان تأکید کرد. او اظهار داشت: «مدیریت این بحران عظیم و خطرناک توسط هیچ کشوری به‌تنهایی میسر نیست، چه رسد به اینکه آن کشور در دسترسی به بازارهای مالی بین‌المللی و تأمین کالاهای موردنیاز خود با مشکلات فراوان مواجه باشد» (روحانی، ۹۸/۱۲/۲۴)؛ بنابراین، خواستار این شد که دولت‌ها، نوع‌دوستی و همبستگی بیشتری از خود نشان دهند و در این شرایط سخت در کنار ایران قرار گیرند.

1. Liz Galvez
2. Guterres

۲-۴. تلاش برای تنش‌زدایی و توسعه روابط با همسایگان

با توجه به فراگیر شدن ویروس کرونا در جهان و آثار ویرانگر آن بر اقتصاد کشورها، وظیفه اصلی دولت‌ها در سراسر جهان در آینده نزدیک، حل مشکلاتی همچون بیکاری، احیای صنعت، چرخه تولید و صادرات خواهد بود. برای احیای اقتصاد ملی در دوره پس از همه‌گیری، هیچ‌چیز به اندازه کاهش تنش‌های سیاسی و توسعه روابط بین دولت‌ها اهمیت نخواهد داشت (چن، ۲۰۲۰: ۲). به همین دلیل، تنش‌زدایی و توسعه روابط با کشورهای منطقه، از زمان شیوع کرونا در دست‌ورکار دولت روحانی قرار گرفته است. درحالی‌که ویروس کرونا، زمینه‌های آزردهی خاطر ایتالیایی‌ها از عدم کمک به موقع اتحادیه اروپا، دلخوری فرانسوی‌ها از آمریکا برای خرید ۶۰ میلیون ماسک سفارش داده شده این کشور به چین و عدم اجازه بارگیری آن، ناراحتی ایتالیا و اسپانیا از فرانسه به سبب تملک ۴ میلیون ماسک اهدایی سوئد به این کشورها را فراهم کرد، رفتار ایران به گونه‌ای دیگر بود. ایران درحالی‌که با امارات، روابط سیاسی سردی دارد، از دو محموله کمک‌های پزشکی این کشور استقبال کرد (موسوی، ۲۰۲۰)، درخواست فرستادن کمک‌های فرانسه را رد نکرد، و کمک‌هایی را از چین، عمان، قطر، ترکیه، ترکمنستان، و هندوستان پذیرفت. این تعاملات، به ویژه با کشورهایی همچون ترکیه که ایران به دلیل حضور نظامی این کشور در شمال سوریه و حمایت آن از برخی گروه‌های افراطی، اختلاف‌های سیاسی جدی‌ای با آن دارد، یا با امارات متحده که از ۱۴ دی ۱۳۹۴ و به سبب حادثه حمله به کنسولگری و سفارت عربستان، روابطی در سطح کاردار با ایران دارد، معنادار است. به نظر می‌رسد، ایران در پی فرصتی برای احیای روابط خود با همسایگان و کاستن از تنش‌های موجود در روابط با آن‌ها است. ارائه پیشنهاد «طرح صلح هرمز» و رایزنی در مورد آن با کشور عمان و نیز استقبال از همکاری‌های علمی با کشورهای منطقه در تولید واکسن کرونا، نشانه‌ای از این عزم سیاسی است؛ نکته‌ای که به خوبی می‌توان آن را از توثیقات محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه ایران دریافت. او در تاریخ ۲۵ فوریه، ضمن تأکید بر این نکته که «ویروس کووید-۱۹ همانند سایر ویروس‌ها از جمله تروریسم- هیچ مرزی نمی‌شناسد و

بین عقاید و قومیت‌ها، هیچ تمایز و تبعیضی قائل نمی‌شود»، خواستار «همکاری‌های منطقه‌ای بیشتر، از جمله راه‌اندازی «مرکز مشترک کنترل بیماری‌ها و پیشگیری از آن» شد و با لحنی تلویحی از تأخیر در این مورد، گلایه کرد (ظریف، ۲۵ فوریه ۲۰۲۰). اگر این همکاری‌ها تداوم یابد و منجر به تنش‌زدایی در آینده شود، آن‌گاه می‌توان نقشی مشابه «دیپلماسی پینگ‌پونگ» برای مفهوم «دیپلماسی سلامت» ایران نیز قائل شد و از نقش «میانجی» مورداشاره گیلبوآ در دیپلماسی رسانه‌ای ایران سخن گفت.

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که دولت حسن روحانی در نخستین کاربرد دیپلماسی رسانه‌ای به‌منظور به‌خدمت گرفتن رسانه در حوزه سلامت، از دو دسته تاکتیک‌های سلبی و ایجابی استفاده کرده است. در بخش تاکتیک‌های سلبی، نگاه دولت بیشتر معطوف به چند تاکتیک بوده است که عبارتند از:

۱. برجسته‌سازی خطر تحریم‌ها و محدودیت در دسترسی به امکانات بهداشتی برای سلامت شهروندان ایرانی برای جامعه بین‌الملل؛
۲. دست گذاشتن بر عواطف و احساسات انسانی مخاطبان جهانی در مورد بیماران کرونایی در ایران و سوق دادن آن‌ها به‌سوی اعمال فشار بر دولت‌های خود برای ترک تحریم‌های دارویی؛
۳. ارائه چهره‌ای اهریمنی از آمریکا به‌سبب محدودسازی منابع درآمدی ایران و دسترسی به تجهیزات پزشکی و بی‌ارزش بودن جان انسان‌ها برای این کشور؛
۴. تصویرسازی مثبت از خود با ارائه کمک‌های پزشکی و انتقال تجربه به برخی کشورها و اعلام آمادگی برای همکاری‌های علمی در راستای دستیابی به واکسن کرونا و راه‌های درمان آن. از جمله نتایج این دیپلماسی می‌توان به فعال شدن سازوکار اینستکس و فرستادن نخستین محموله کالاهای پزشکی و دارویی کشور سوئیس به ایران، اقدام برخی از فعالان سیاسی، رسانه‌ای، و... جامعه آمریکا به فرستادن نامه‌ای به دونالد ترامپ برای توقف تحریم‌ها در حوزه بهداشتی علیه ایران، و ایجاد شکاف در میان مسئولان آمریکایی اشاره کرد؛ امری که تداوم آن می‌تواند پایه‌های تحریم را سست و لرزان، و فشار افکار عمومی بر

دستگاه دیپلماسی آمریکا را تقویت کند. در بخش تاکتیک‌های ایجابی، دولت حسن روحانی تلاش کرد، از فرصت پیش‌آمده برای هموار کردن مسیر تنش‌زدایی در سطح منطقه استفاده کند و پیام‌هایی مبنی بر اعلام آمادگی برای همکاری با دولت‌های منطقه، به‌ویژه کشورهای حاشیه خلیج فارس در حوزه‌های مختلف بفرستد و همچنین، این گفتمان را تقویت کند که در عصر کنونی و ظهور مشکلات پزشکی‌ای همچون کرونا، جامعه جهانی نیاز دارد که به‌جای تحریم و منزوی‌سازی دولت‌ها، به همبستگی بین‌المللی به‌ای بیشتری بدهد و در مورد سرنوشت انسان‌ها، مسئولیت‌پذیرتر باشد. در ارزیابی این نوع جدید از دیپلماسی چند نکته، مهم و نیازمند یادآوری است:

۱. به‌طور مشخص، گسترش ویروس کرونا نشان داد که مفهوم دیپلماسی سلامت، به چه میزان اهمیت دارد و چگونه باید جای خود را در سیاست خارجی کشورها باز کند. پیوند خوردن این دیپلماسی با عصر اطلاعات و ارتباطات، گویای این است که در آینده، دیپلماسی کشورها باید خود را برای دیپلماسی دیجیتال، به‌عنوان یکی از شکل‌های دیپلماسی رسانه‌ای، آماده‌تر کند؛

۲. جمهوری اسلامی ایران در نخستین تجربه خود از دیپلماسی سلامت، اگرچه نقش‌آفرینی مثبتی داشت، محدود بودن اقدامات آن به رئیس‌جمهور، وزیر امور خارجه، و تعداد اندکی از سفرای ایران در کشورهای دیگر جهان نشان داد که لازم است در این حوزه کارهای بیشتری انجام شود و به‌ویژه پیوندهای این وزارتخانه با وزارت بهداشت و درمان تقویت شود؛

۳. دستگاه دیپلماسی باید خود را آماده کند و نسل جدیدی از دیپلمات‌ها را آموزش دهد که در حوزه‌های پزشکی صاحب تخصص و نظر باشند و بتوانند بهتر با هم‌تایان جهانی خود ارتباط برقرار کرده و همفکری کنند؛ بنابراین، دیپلماسی از شکل سنتی خود و محدود و محصور ماندن آن در میان گروه خاصی از سیاستمداران با تخصص در زمینه حقوق و روابط بین‌الملل، در حال گسترش به تخصص‌های دیگر است؛

۴. لازم است که در دیپلماسی رسانه‌ای، به‌ویژه در بخش دیپلماسی عمومی، از

شهروندان عادی، سازمان‌های غیردولتی، و نهادها و تشکل‌های مردمی نیز برای یاری‌رسانی به دولت بهره بیشتری گرفته شود. میزان موافقت‌ها و مخالفت‌ها با اظهارنظرهای مقامات در فضای مجازی، به‌ویژه توئیتر، و بارگذاری فیلم و عکس در این محیط پربازدید می‌تواند نقش مهمی در تغییر افکار عمومی و سوق دادن آن به‌سوی ایران بازی کند. برای این کار لازم است، نخست، دولت بستر و زیرساخت‌های فنی لازم در این حوزه را فراهم کند و دوم، ارتباطات خود را با نهادهای یادشده، تقویت کند؛

۵. به‌نظر می‌رسد، پیوند بین وزارت امور خارجه با صداوسیما و فعالان حوزه رسانه (خبرنگاران، روزنامه‌نگاران، عکاسان، و...) نیاز به تقویت بیشتری دارد. لازم است در این بخش، نوعی بلوغ و مسئولیت‌پذیری حرفه‌ای شکل گیرد تا همه فعالیت‌ها به‌گونه‌ای خودجوش، به‌سوی سیاست‌های کلان نظام در سطح جهانی سوق پیدا کنند و کمتر نیاز به اقدامات دستوری باشد. تحقق این امر، بیش از هرچیز مستلزم برگزاری جلسه‌ها، آموزش، و حفظ ارتباطات است؛

۶. دیپلماسی سلامت، مانند دیپلماسی ورزش، از این قابلیت برخوردار است که نقش مهمی در پیشبرد منافع دولت‌ها، به‌ویژه در حوزه تنش‌زدایی و مناسبات بین‌المللی، بازی کند؛ بنابراین، اقدامات دولت برای تنش‌زدایی با دولت‌های دیگر می‌تواند در بستر این دیپلماسی، جریان و تداوم یابد و از محدود شدن در فضای گفت‌وگوهای سرد، پیچیده، و چندلایه سیاسی که امکان رسیدن به سازش در آن‌ها دشوار است، خارج شود.

۷. همچنان‌که کوبا، هند، برزیل، ترکیه، سنگاپور، تایلند، اردن، و... به‌سوی دیپلماسی سلامت گرایش یافته و توانسته‌اند منافع اقتصادی چشمگیری به‌دست آورند، توجه به دیپلماسی سلامت در ایران نیز می‌تواند افزون‌بر کاربرد آن به‌عنوان راهی برای افزایش درآمدهای غیرنفتی، موقعیت و اعتبار تهران را نیز در عرصه بین‌المللی بهبود بخشد.

۸. دیپلماسی سلامت می‌تواند در شرایط تحریم، همچنان گلوگاه اقتصادی کشور را باز نگه دارد و افزون‌بر بی‌نیازسازی کشور از واردات دارو از خارج به

داخل، به‌عنوان راهی برای کاستن از شدت تحریم‌ها در نظر گرفته شود. کما اینکه کشور کوبا به‌مدت نیم قرن از این تاکتیک در مقابل آمریکا بهره برد و کشورهای در حال توسعه نتوانستند حتی با وجود فشار آمریکا از خدمات پزشکی کوبا چشم‌پوشی کنند.*



منابع

- الیاسی، محمدحسین (۱۳۸۲)، «عملیات روانی رسانه‌ای برای کنترل اذهان»، *فصلنامه پژوهش و سنجش*، سال ۱۰، شماره ۳۴.
- بیدالله خانی، آرش (۱۳۹۸)، «برندینگ و تصویرسازی ملی؛ دریچه‌ای میان رشته‌ای برای مطالعات علوم سیاسی و روابط بین‌الملل»، *فصلنامه سیاست*، دوره ۴۹، شماره ۴. خلیل‌زاده، سید محمدمهدی (۱۳۸۹)، *دیپلماسی رسانه‌ای*، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- خمینی، روح‌الله (۱۳۹۴)، *استکبار جهانی و شیطان بزرگ از دیدگاه امام خمینی*، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
- روحانی، حسن (۱۳۹۹/۱/۱)، «رئیس‌جمهور در پیامی خطاب به مردم آمریکا: هر سیاست کوتاه‌بینانه و خصمانه‌ای که موجب تضعیف نظام پزشکی و محدودیت منابع مالی در مدیریت بحران در ایران شود، تأثیر مستقیم بر روند مبارزه با ویروس کرونا دارد»، در دسترس در:
- <http://www.president.ir/fa/114342>
- _____ (۱۳۹۹/۶/۱۲)، «رئیس‌جمهور در جلسه بررسی و رأی اعتماد مجلس به دو وزیر پیشنهادی: استراتژی ما بر مقاومت داخلی و دیپلماسی فعال استوار است»، در دسترس در:
- <http://www.president.ir/fa/111099>
- _____ (۱۳۹۸/۱۲/۱۴)، «رئیس‌جمهور در جلسه هیئت دولت: برخی کاسبان کرونا برای سودجویی، ماسک را احتکار و پنهان و برخی دیگر با پنهان شدن پشت ماسک دلسوزی، جامعه را با دروغ‌پراکنی‌های خود، نگران و ملتهب می‌کنند»، در دسترس در:
- <http://www.president.ir/fa/114137>
- _____ (۱۳۹۹/۲/۱۵)، «دکتر روحانی در نشست مجازی سران کشورهای عضو گروه تماس جنبش عدم تعهد»، در دسترس در:
- <http://www.president.ir/fa/115111>
- _____ (۱۳۹۹/۱/۱۸)، «دکتر روحانی در تماس تلفنی با رئیس‌جمهور فرانسه: کشورها بدون بهره‌مندی از تجارب یکدیگر نمی‌توانند از این شرایط حساس عبور کنند»، در دسترس در:

<http://www.president.ir/fa/114613/>

_____ (۱۳۹۹/۲/۲)، «دکتر روحانی در تماس تلفنی با نخست‌وزیر اسپانیا: در این شرایط سخت، کشورها باید روابط انسانی را سرلوحه اقدامات خود قرار دهند»، در دسترس در:

<http://www.president.ir/fa/114834>

_____ (۱۳۹۸/۱۲/۲۴)، «دکتر روحانی در نامه‌ای به تعدادی از سران کشورهای جهان: مقابله با کرونا مستلزم اقدامات هماهنگ و مشترک منطقه‌ای و بین‌المللی است»، در دسترس در:

<http://www.president.ir/fa/114211>

_____ (۱۳۹۹/۱/۴)، «دکتر روحانی در تماس تلفنی با رئیس‌جمهور تونس: امروز حفظ جان انسان‌ها نیازمند اقدامات و همکاری مشترک همگانی در جهان است»، در دسترس در:

<http://www.president.ir/fa/114367>

_____ (۱۳۹۹/۱۲/۴)، «دکتر روحانی در دیدار وزیر خارجه اتریش: تحریم آمریکا مانند کرونا است، ترسش بیشتر از واقعیت آن است»، در دسترس در:

<http://www.president.ir/fa/114003>

_____ (۱۳۹۸/۷/۵)، «رئیس‌جمهور در بازگشت از نیویورک و در فرودگاه مهرآباد: آمریکایی‌ها فضاسازی کرده بودند که آماده مذاکره‌اند...»، در دسترس در:

<http://www.president.ir/fa/111561>

_____ (۱۳۹۹/۲/۸)، «دکتر روحانی در تماس تلفنی رئیس‌جمهور چین: امیدواریم با تلاش کشورهای چین، شاهد جهانی بدون تحریم باشیم»، در دسترس در:

<http://www.president.ir/fa/114971>

_____ (۱۳۹۹/۲/۹)، «در تماس تلفنی رؤسای جمهور ایران و آفریقای جنوبی عنوان شد: تأکید بر همکاری‌های دو کشور و انتقال تجارت در مقابله با ویروس کرونا»، در دسترس در:

<http://www.president.ir/fa/114993>

سلطانی، سمیه؛ زارع، زهرا؛ کردی، ناهید (۱۳۹۷)، «بررسی عوامل مؤثر بر عضویت جوانان در صفحات سیاستمداران در شبکه‌های اجتماعی»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، سال ۴، شماره ۱۶.

سلطانی‌فر، محمد؛ خانزاده، لیلا (۱۳۹۷)، «دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران: فرصت‌ها، چالش‌ها، آسیب‌شناسی و راهبردها»، *مطالعات فرهنگ و ارتباطات*، سال ۱۴، شماره ۲۲.

سلطانی‌فر، محمد؛ هاشمی، شهناز؛ خانزاده، لیلا (۱۳۹۱)، «نقش دیپلماسی رسانه‌ای در حفظ منافع ملی کشور»، *فصلنامه راهبرد/اجتماعی و فرهنگی*، سال اول، شماره ۴. شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ قرائتی، علیرضا (۱۳۹۱)، «تأثیر دیپلماسی رسانه‌ای بر تبادل فرهنگی

- کشورها»، *مطالعات رسانه‌ای*، سال ۷، شماره ۱۹.
- قوام، عبدالعلی (۱۳۸۴)، «از دیپلماسی مدرن به دیپلماسی رسانه‌ای»، *فصلنامه پژوهش حقوق عمومی*، دوره ۷، شماره ۱۷.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۹)، *عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای*، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.
- گیلبوآ، ایتان (۱۳۸۸)، *ارتباطات جهانی و سیاست خارجی*، ترجمه حسام‌الدین آشنا و محمدصادق اسماعیلی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
- محمدی، منوچهر (۱۳۸۹)، *سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران*، چاپ پنجم، تهران: دادگستر.
- واعظی، محمود (۱۳۹۹/۲/۱۵)، «دکتر واعظی در گفت‌وگوی تلفنی با وزیر تجارت ترکیه: تأکید بر اجرایی شدن توافقات کمیسیون مشترک اقتصادی دو کشور»، در دسترس در: <http://www.president.ir/fa/115109>
- _____ (۱۳۹۹/۱/۲۱)، «دکتر واعظی در جمع خبرنگاران پس از جلسه دولت: اقدام آمریکا در مورد سپاه، تبلیغاتی و برای حمایت انتخاباتی از نتانیاهو بود»، در دسترس در: <http://www.president.ir/fa/109189>
- Anholt, Simon (2010), *Places: Identity, Image and Reputation*, Hound mills: Palgrave Macmillan.
- Araghchi, Seyed Abbas (2020), *Twit in Twitter*, (@Seyed Abbas Araghchi), 26 Feb. 2020, Available at: <https://twitter.com/Seyed Abbas Araghchi>.
- Bjola, Corneliu; Manor, Ilan (2020), "Digital Diplomacy in the Time of the Coronavirus Pandemic", *USC Center on Public Diplomacy*, 31 March 2020, Available at: <https://www.uscpubdiplomacy.org/blog/digital-diplomacy-time-coronavirus-pandemic>.
- Bourne P. (1978), "A Partnership for International Health Care", *Public Health Reports*, Vol.93, No.2.
- Broom, Douglas (2020), "5 Charts that Tell the Story of Vaccine Today", *World Economic Forum*, 2 June 2020, Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2020/06/vaccine-development-barriers-coronavirus/>
- Buhmann, Alexander (2016), *Measuring Country Image, Theory, Method, and Effects*, Fribourg: Springer.
- Chen, Dingding (2020), "Why a US-China Détente Is Coming in 2021: The COVID-19 Factor and the Turn Inward", *The Diplomat*, 19 June 2020, Available at: <https://thediplomat.com/2020/06/why-a-us-china-detente-is-coming-in-2021-the-covid-19-factor-and-the-turn-inward/>

Dauvergne, P., Farias, D.B.L. (2012), "The Rise of Brazil as a Global Development Power", *Third World Quarterly*, Vol.33, No.5.

Ebo, Bosah (1996), "Media Diplomacy and Foreign Policy: Toward a Theoretical Frameworks", In: Abbas Malek (ed.), *News Media and Foreign Relations*, New York: Routledge.

Feinsilver, Julie M. (2010); "Fifty Years of Cuba's Medical Diplomacy: From Idealism to Pragmatism", *Cuban Studies*, Vol. 41.

Galvez, Liz (2020), "Public Diplomacy in the Time of Corona, Diplo Foundation", 6 April 2020, Available at: <https://www.diplomacy.edu/blog/public-diplomacy-time-corona>.

Gilboa, Eytan (2001), "Diplomacy in the Media age: Three Models of Uses and Effects", *Diplomacy & Statecraft*, Vol 12, No.2.

Gilboa, Eytan (2002), "Global Communication and Foreign Policy", *Journal of Communication*, Vol.52, Issue 4.

Guterres, Antonio (2020), "COVID-19: UN Chief Calls for Global Ceasefire to Focus on 'the True Fight of Our Lives'", *UN News*, 23 March 2020, Available at: <https://news.un.org/en/story/2020/03/1059972>.

Heijstek, Esmee S. (2015), "Health Diplomacy as a Soft Power Strategy or Ethical Duty? Case Study: Brazil in the 21 Century", Leiden University, July 2015, Available at: <https://openaccess.leidenuniv.nl/bitstream/handle/1887/37392/Eind%20Thesis%20Health%20Diplomacy.pdf?sequence=1>.

Hovland, C. I., Janis, I. L., and Kelley, H. H. (1953), *Communication and Persuasion*, New Haven, CT: Yale University Press.

Katz, Rebecca et al (2011), "Defining Health Diplomacy: Changing Demands in the Era of Globalization", *The Milbank Quarterly*, Vol. 89, No.3.

Kheel, Rebecca (2020), "Pompeo: US Has Offered to Help Iran Fight Coronavirus", *The Hill*, 28 Feb. 2020, Available at: <https://thehill.com/policy/defense/485126-pompeo-us-has-offered-to-help-iran-fight-coronavirus>.

Mousavi, Seyed Abbas (2020), *Twit in Twitter*, (@SAMUSAVI, 16, 30 & 20 May 2020, Available at: <https://twitter.com/SAMUSAVI>.

Namaki, Saeed (2020), *Twit in Twitter*, (@saeed namaki), 23 April 2020, Available at: <https://twitter.com/saeed Namaki>.

Nye, Joseph Jr. (2005), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.

Pars Today (2020), "Europe Sends Medical Supplies to Iran in First INSTEX

Transaction: Germany", *Pars Today Agency*, 31 March 2020, Available at: https://parstoday.com/en/news/iran-i118996-europe_sends_medical_supplies_to_iran_in_first_instex_transaction_germany

Riley, Patricia (2014), "Media Diplomacy: Public Diplomacy in a New Global Media Environment", in *The Dispute Over the Diaoyu/Senkaku Islands*, edited by Thomas A. Hollihan, Palgrave Macmillan, pp.231-234.

Rouhani, Hassan (2020), *Twit in Twitter*, (@Hassan Rouhani), 20 may, 8 & 20 April 2020, Available at: <https://twitter.com/Hassan Rouhani>.

Rupar, Aaron (2020), "Trump's Video of Coronavirus Actions Accidentally Reveals How He Mishandled Things in February", *Vox Media*, 14 April 2020, Available at: <https://www.vox.com/2020/4/14/21220474/trump-coronavirus-video-white-house-briefing>.

Takht Ravanchi, Majid (2020), *Twit in Twitter*, (@Takht Ravanchi), 1 April & 25 March 2020, Available at: <https://twitter.com/Takht Ravanchi>.

The Guardian (2020), "Nazanin Zaghari-Ratcliffe Freed Temporarily from Iranian Prison, The Guardian", 17 March 2020, Available at: <https://www.theguardian.com/news/2020/mar/17/nazanin-zaghari-ratcliffe-freed-temporarily-from-iranian-prison>.

The New York Times (2020), "Iran Releases French Academic in a Prisoner Swap", *The New York Times*, 21 March 2020, Available at: <https://www.nytimes.com/2020/03/21/world/middleeast/prisoner-swap-france-iran.html>.

Tyng, Chai M. et al (2017), "The Influences of Emotion on Learning and Memory", *Frontier in Psychology*, Vol.8.

Vaezi, Mahmoud (2020), *Twit in Twitter*, (@Dr_Vaezi), 22, 25, 24 May 2020, Available at: <https://twitter.com/Mahmoud Vaezi>.

Wang, Jian (2020), "Public Diplomacy in the Age of Pandemics", *USC Center Public Diplomacy*, 18 March 2020, Available at: <https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-age-pandemics>.

WHO (2020); "Health Diplomacy", *World Health Organization*, Available at: <http://www.emro.who.int/health-topics/health-diplomacy/index.html>.

Wirth, Werner; Schramm, Holger (2005), "Media and Emotions", *Communication Research Trends*, Vol.24, No.3.

Wotmed (2019), *10 Best Countries for Medical Tourism*, 17 August 2019, Available at: <https://wotmed.com/blog-10-best-countries-for-medical-tourism/>.

Zarif, Mohammad Javad (2020), *Twit in Twitter*, (@JZarif), 2,12, 13, 18 March

2020, Available at: <https://twitter.com/JZarif>.

_____ (2020), *Twit in Twitter*, (@JZarif), 25 February 2020, Available at: <https://twitter.com/JZarif>.

_____ (2020), *Twit in Twitter*, (@JZarif), 4 June 2020, Available at: <https://twitter.com/JZarif>.

_____ (2020), *Twit in Twitter*, (@JZarif), 6,7, 26, 29 March 2020, Available at: <https://twitter.com/JZarif>.

_____ (2020), *Twit in Twitter*, (@JZarif), 8 May 2020, Available at: <https://twitter.com/JZarif>.

Zheng, Sara (2020), "China Coronavirus Aid Arrives in Tehran as Iran Rebuffs US Offers", *South China Morning Post*, 29 Feb. 2020, Available at: <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3053016/china-coronavirus-aid-arrives-tehran-iran-rebuffs-us-offers>

