

راهبردهای ارتقای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران

برای برون‌مرزی صداوسیما

احمد امین فرد^۱

چکیده

شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی معاونت برون‌مرزی صداوسیما از مهمترین منابع و ابزارهای دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای ایران در عرصه منطقه‌ای و جهانی محسوب می‌شوند که ارتقای دیپلماسی عمومی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران از اهداف آنهاست. هدف این مقاله، ارائه راهبردهای ارتقای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران برای برون‌مرزی صداوسیما جهت حضور مؤثرتر رسانه‌ای در روندهای سیاسی و غیرسیاسی منطقه‌ای و جهانی و ارتقای قدرت نرم ایران است. این تحقیق با استفاده از روش دلفی، طی سه مرحله، استفاده از نظرات ۳۱ خبره حوزه رسانه و با بهره‌گیری از الگوی برنامه‌ریزی راهبردی انجام شده است. بر این اساس مهمترین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید برای برون‌مرزی صداوسیما و راهبردها نگاشته شده است. نتیجه این تحقیق نشان داد راهبردهای رقابتی مناسب‌ترین راهبردها برای شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی در راستای ارتقای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران هستند. مهمترین راهبرد به دست آمده «ایجاد گروه اندیشه‌ورزی مدیریت ادراک و تشکیل تیم سردبیران ویژه خبری دانشی و باتجربه در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی» است.

واژه‌های کلیدی: راهبرد، دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای، قدرت نرم، معاونت برون‌مرزی صداوسیما.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۳۰

aaa215215@gmail.com

۱. دکتری مدیریت رسانه دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران، ایران.



۱. مقدمه

هدف غایی هر کشور دستیابی به اهداف منافع ملی خود است که می‌تواند با استفاده از دیپلماسی عمومی فضاسازی، جریان‌سازی و تأثیرگذاری در کشور هدف داشته باشد. در واقع، ابزار دیپلماسی عمومی و ارتباط با ملت و مردم کشور هدف تأثیرگذاری زیادی دارد. داشتن اطلاعات و به‌کارگیری آن توسط دولت‌های مختلف، یکی از راه‌های توسعه کشورها است. به هر میزان که اطلاعات در زمینه‌های مختلف افزایش یابد، به همان میزان بر توسعه و آبادانی افزوده می‌شود و هر ملت و دولتی که عزم و سربلندی، اقتدار و پیشرفت داشته باشد، باید برای دستیابی به اطلاعات و بهره‌گیری از آن در سامان دادن زندگی برنامه‌ریزی و تلاش نماید. اطلاعات یکی از مهم‌ترین ابزارهای حفظ و توسعه قدرت سیاسی، اقتصادی و فرهنگی هر جامعه است. رسانه‌های جمعی اعم از نوشتاری، رادیو و تلویزیون، تئاتر، ماهواره، اینترنت و خبرگزاری‌های انتقال‌دهنده اطلاعات و خواسته‌ها فعالیت می‌کنند. رسانه‌های جمعی در شکل دادن افکار عمومی و اعمال فشار بر مواضع کشورها در اقصی نقاط جهان نقش مؤثر و تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌نمایند (عیوضی و پارسا، ۱۳۹۲: ۱۰۶-۱۰۵).

جمهوری اسلامی ایران نیز همچون دیگر کشورهای جهان در جهان پیچیده قرن ۲۱ میلادی نیازمند ارتقاء دیپلماسی عمومی و به‌دنبال آن ارتقاء قدرت نرم خود برای حضور هر چه مؤثرتر در عرصه سیاست جهانی است. ارتقاء دیپلماسی عمومی و قدرت نرم ایران، یکی از ابعاد مهم برای تبدیل ایران به قطب اقتصاد سیاسی و فرهنگی جهان اسلام و منطقه غرب آسیا است. بدیهی است که تحقق این مهم، پیشاپیش مستلزم مطالعه و شناخت چالش‌های تأثیرگذار بر جمهوری اسلامی ایران در عرصه بین‌المللی در حال حاضر است. بر این اساس، از جمله مهم‌ترین مسائل پیش‌روی جمهوری اسلامی ایران به‌ویژه در بُعد بین‌المللی می‌توان به هشت محور عمده زیر اشاره کرد:

- ۱) مسئله پیشرفت ایران در چارچوب الگوی پیشرفت ایرانی-اسلامی؛
- ۲) مسئله نحوه تعامل ایران با محیط بیرونی (به‌ویژه در زمینه انرژی هسته‌ای)؛
- ۳) مسئله خروج آمریکا از توافق برجام در دوران ریاست‌جمهوری ترامپ و احتمال پیوستن دوباره آمریکا به توافق برجام در دوران ریاست‌جمهوری بایدن؛
- ۴) مسئله ساختار جدید موازنه قدرت در غرب آسیا پس از ظهور و سقوط داعش؛
- ۵) مسئله عادی‌سازی روابط رژیم صهیونیستی با برخی از کشورهای عربی منطقه غرب آسیا؛

۶) مسئله فشارهای اقتصاد سیاسی بین‌المللی به‌رهبری آمریکا در قالب تحریم‌های اقتصادی و تجاری علیه ایران؛

۷) مسئله رقابت‌های جهانی قدرت‌های بزرگ به‌ویژه در غرب آسیا (بازی بزرگ ژئوپلیتیک) به‌ویژه پس از عادی‌سازی روابط اسرائیل با برخی از کشورهای عربی؛

۸) مسئله همه‌گیری کرونا و چالش‌های آن؛ روابط بین‌الملل در جهان جدید در دوران جهان پساکرونا. کرونا مسئله نوپدید است که تنها چالش‌های داخلی آن گریبانگیر ایران نیست و می‌تواند روابط ایران با کشورهای دیگر را تحت تأثیر قرار دهد. جودیت باتلر^۱ (۲۰۲۰) در نقدی درباره شیوع کرونا در آمریکا و واکنش نظام سرمایه‌داری به آن، به نابرابری حاکم در جوامع می‌پردازد و بر اهمیت چگونگی دسترسی به خدمات بهداشتی در سطح عمومی، مبارزه با فقر و تأمین اجتماعی تأکید می‌کند. وی معتقد است که امروز ما با ویروس‌های روبرو هستیم که به‌سرعت از مرزها عبور می‌کند و ایده سرزمین ملی را به فراموشی می‌کشاند. باتلر در ادامه بحث خود به نظم پساکرونا می‌پردازد و آموزه‌های مشرب فکری پسااخبارگرا را تعیین‌کننده در نظر می‌گیرد و معتقد است که در این نظم، دیدگاه‌های سرمایه‌داری باید به کنار گذاشته شود و بر مسئله‌هایی نظیر برابری اجتماعی، لزوم تخصیص منابع مالی برابر در زمینه بهداشت، تمرکز بر فقرزدایی و ... تأکید شود.

از سوی دیگر با توجه به سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۴۰۴، تعریف دکترین تعامل سازنده به شرح زیر است: «اتخاذ سیاستی فعال، پویا، تأثیرگذار، جهت‌دار با شناخت دقیق از معادلات سیاسی به‌عنوان بازیگری قدرتمند در صحنه روابط بین‌الملل و منطقه و خروج از جایگاه متهم و استقرار در جایگاه مدعی و آن مرحله‌ای پیشرفته‌تر از سیاست تنش‌زدایی می‌باشد. این سیاست در سطوح مختلف جهانی، جهان در حال توسعه، جهان اسلام، منطقه غرب آسیا، همسایگان و ملی قابل طرح و اعمال می‌باشد» (محمدی، ۱۳۸۹: ۸۱).

با توجه به اینکه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران نقش بی‌بدیلی در تحقق اهداف دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی کشور دارد، بر این اساس و در چهارچوب اهداف و سند چشم‌انداز، رسانه ملی نیز باید به تدوین راهبردهای کارآمد و موثری در عرصه چالش‌های ۸ گانه مزبور و به‌ویژه در عرصه پیشرفت ایران اسلامی اقدام کند. در اینجا نکته اساسی آن است که



کارایی و اثربخشی رسانه ملی در تمهید و تسهیل زمینه‌های دستیابی جمهوری اسلامی ایران به اهداف سند چشم‌انداز و مدیریت مسائل ۸ گانه مذکور از جهتی در گروی میزان قدرت نرم ایران و به عبارت بهتر، ارتقاء دیپلماسی عمومی ایران است. اساساً در چارچوب تفکر استراتژیک اندیشمندان حوزه قدرت نرم در غرب (به‌ویژه جوزف نای) رسیدن به قدرت (نرم) متفاوت از روش و نظریه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران است. به عبارت دیگر، نوعی تفاوت میان مبنا، منابع، اهداف و غایت قدرت نرم در اندیشه‌های راهبردی غرب و جمهوری اسلامی ایران وجود دارد. از دیدگاه جوزف نای:

الف) کشورهایی دارای قدرت نرم خواهند بود که بر فرهنگ و اندیشه‌هایی مسلط می‌شوند که به هنجارهای غالب جهانی نزدیک‌ترند (امروزه این هنجارها بر لیبرالیسم، تکثرگرایی و استقلال حکومت تکیه دارند).

ب) کشورهایی که بیشترین دسترسی را به راه‌های متعدد ارتباطاتی دارند و به‌همین علت بر شیوه چارچوب‌بندی مسائل - در عرصه سیاست جهانی - تأثیر بیشتری می‌گذارند.

ج) کشورهایی که اعتبارشان با عملکرد داخلی و بین‌المللی‌شان، افزایش می‌یابد. این ابعاد قدرت در عصر اطلاعات کنونی، از افزایش اهمیت قدرت نرم در مقایسه با مجموعه منابع قدرت حکایت دارد (نای، ۱۳۸۷: ۱۵۵).

اما در روش و نظریه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران:

جمهوری اسلامی ایران، قدرت نرم خود را در تضاد با فرهنگ و اندیشه مسلط در جهان و در راستای قاعده نفی سبیل پایه‌ریزی کرده است. با وجود این باید توجه داشت که غرب در کلیت خود (آمریکا و اروپا) در چارچوب تحریم‌های اعمال‌شده، درصد محدود نمودن دسترسی جمهوری اسلامی ایران به ابزارهای متعدد ارتباطاتی است. در نتیجه به‌علت محدود بودن ابزارهای ارتباطی جمهوری اسلامی ایران در عرصه تبلیغات بین‌المللی، مهمترین و اصلی‌ترین سازوکار تأثیرگذاری جمهوری اسلامی ایران، بهبود و تدقیق راهبردهای خود برای بهره‌برداری حداکثری از حداقل امکانات خود به‌ویژه در حوزه رسانه‌ای است. لذا ضرورت و اهمیت اینکه رسانه ملی ایران اعتبار خود را با عملکرد داخلی و بین‌المللی منظم‌تر و علمی‌تر افزایش دهد، بسیار بدیهی است. برای تحقق این امر نیاز به تدوین راهبردهایی کارا و مؤثر برای شبکه‌های برون‌مرزی رسانه ملی برای حضور مؤثر رسانه‌ای در سیاست جهانی و تأثیرگذاری بر ملت‌های جهان است.



بنابراین این مقاله درصدد پاسخ‌گویی به پرسش محوری زیر است:

راهبردهای مطلوب برای شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی صداوسیما در ارتقای دیپلماسی عمومی ایران چیست؟

پیشینه پژوهش

شاد و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله خود به این مهم دست یافته‌اند که کانون تمرکز کارگزاران دیپلماسی عمومی آمریکا، از تلاش برای توزیع نظام منسجمی از «پیام‌ها» به تجميع منابع در جهت ایجاد شبکه‌ای درهم‌تنیده از «روابط» منتقل شده است. بر این اساس، مخاطبین دستگاه دیپلماسی عمومی آمریکا در جهان اسلام، بیش از آنکه در فرآیندی «یک‌سویه» و «اطلاع‌محور» تعداد معینی از «بینندگان، خوانندگان و شنوندگان منفعل، منفرد و مردد» برای شبکه‌های تلویزیونی، مجلات، درگاه‌های اینترنتی و کانال‌های رادیویی آمریکایی را شامل شود، در فرآیندی «دوسویه» و «ارتباط‌محور» شبکه قابل توجهی از «مشارکت‌کنندگان فعال، همسو و متشکل» را در بر می‌گیرد که در طیف متنوعی از برنامه‌های مبتکرانه اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و حقوق بشری آمریکایی، مشارکت همدلانه دارند؛ کنشگرانی که بر اساس تصریح این اسناد، «شبکه شرکای راهبردی» ایالات متحده و «مأمورین تغییر» در جوامع دستخوش گذار خواهند بود. خادم‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) به این نکته اشاره کرده‌اند که امروزه دیپلماسی عمومی به‌عنوان مکمل دیپلماسی رسمی تحت تأثیر فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطاتی به ابزار مهمی در تحقق اهداف سیاست خارجی کشورها تبدیل شده است و بالطبع جمهوری اسلامی ایران نیز با توجه به ظرفیت‌های بالقوه فرهنگی، مذهبی و سیاسی در تلاش است از این ابزار در تحقق اصول و اهداف خود در عرصه بین‌المللی استفاده نماید. پرسش اصلی این پژوهش این است که آیا جمهوری اسلامی ایران با توجه به ظرفیت‌های بالقوه فرهنگی، مذهبی و سیاسی توانسته است در دیپلماسی عمومی خود موفق عمل نماید؟ پاسخ این است که جمهوری اسلامی در عرصه‌های ساختاری، نهادی و مدیریتی و رویکردی در زمینه دیپلماسی عمومی دچار ضعف است و بر همین اساس نتوانسته است در زمینه مذکور آن طور که شایسته است عمل نماید. ترابی‌ا قدم (۱۳۹۸)، راهبردهای مطلوب تولیدات نمایشی برای شبکه‌های برون‌مرزی صداوسیما را در چارچوب ماتریس سوات تبیین کرده است. نتیجه این مقاله نشان می‌دهد که راهبردهای تهاجمی در مقایسه با سایر راهبردها در اولویت هستند، هرچند ترکیبی از تمام راهبردها در مقاطع مختلف راهگشا خواهد بود. غفاری‌قدیر



و همکاران (۱۳۹۷) سیاست‌های مطلوب رسانه‌ای شبکه هیسپان تی وی برون‌مرزی را با رویکرد دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران بررسی کرده‌اند.

ارائه راهبرد ارتقای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران برای معاونت برون‌مرزی صداوسیما، وجه نوآورانه این پژوهش است که در پژوهش‌های قبلی موجود نیست. پژوهشگران به این نتیجه رسیده‌اند که هیسپان - تی - وی برون‌مرزی برای اینکه بتواند نقشی مؤثرتر در دیپلماسی فرهنگی ایفا کند، باید با در نظر گرفتن شرایط محیطی مخاطب، راهبردهای ساختاری، مدیریتی و توزیعی مطلوب و متناسبی را در برنامه‌ها و محیط درون رسانه در پیش بگیرد. ارائه راهبرد ارتقای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران برای معاونت برون‌مرزی صداوسیما، وجه نوآورانه این پژوهش است که در پژوهش‌های قبلی موجود نیست.

۳. تعریف مفاهیم و ادبیات تحقیق

۳-۱. تدوین راهبرد

تدوین راهبرد (استراتژی) برای یک سازمان به این مفهوم است که، ما برای سازمان راهبردهای (راهکارهای بلندمدت) کارا و موثری جهت نیل به انجام بیانیه ماموریت سازمان ارائه می‌دهیم که این راهبردها به روش زیر تدوین می‌شوند:

گام اول: مرحله ورودی نامیده می‌شود، در این مرحله عوامل خارجی و داخلی سازمان به صورت دقیق بررسی و ارزیابی و اطلاعات اصلی مورد نیاز برای تدوین راهبردهای سازمان مشخص می‌شوند.

گام دوم: مرحله مقایسه نامیده می‌شود، در این مرحله به انواع راهبردهای امکان‌پذیر توجه می‌شود و به همین منظور بین عوامل خارجی و داخلی سازمان نوعی توازن و تعادل برقرار می‌گردد. و در نهایت در گام سوم: که آن را مرحله تصمیم‌گیری می‌نامند، از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک (راهبردی) کمی استفاده می‌شود. در ماتریس مزبور از اطلاعات ارائه شده در مرحله اول استفاده می‌شود تا بتوان انواع راهبردهای قابل اجرا را که در مرحله دوم شناسایی شده‌اند، به شیوه‌ای عینی و بدون اعمال نظر شخصی ارزیابی و قضاوت کرد و راهبردهای متناسب با هدف‌های بلندمدت سازمان تعیین می‌شوند (دیوید، ۱۳۹۰: ۲۴).



۲-۳. ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط ضعف، نقاط قوت (سوات)

آنالیز سوات^۱ یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سازمانی با فرصت‌ها و تهدیدهای برون‌سازمانی است. سوات از ابتدای کلمات قوت، ضعف، فرصت و تهدید گرفته شده است. آنالیز سوات تحلیلی سیستماتیک برای شناسایی این عوامل و تدوین راهبرد که بهترین تطابق بین آنها را ایجاد می‌نماید، ارائه می‌دهد. از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدات در چهار حالت کلی SO و WO و ST و WT پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آنها انتخاب می‌شوند (دیوید، ۱۳۹۰: ۳۶۴).

تجزیه و تحلیل سوات، شناخت نظام‌یافته استراتژی‌هایی است که بهترین ترکیب میان عوامل داخلی و خارجی سازمان را منعکس سازد. این تجزیه و تحلیل بر این منطق استوار است که استراتژی اثربخش، قوت‌ها و فرصت‌ها را حداکثر می‌کند، در عین حال که ضعف‌ها و تهدیدات آن را به حداقل می‌رساند. این فرض ساده اگر به درستی اجرا شود، تأثیرات عمده‌ای بر انتخاب طراحی استراتژی اثربخش خواهد داشت (اعرابی، ۱۳۸۵: ۵۵-۵۴).

۳-۳. دیپلماسی عمومی

دیپلماسی عمومی در فرهنگ واژگان روابط بین‌الملل این چنین تعریف شده است: «دیپلماسی عمومی به برنامه‌های تحت حمایت دولت اشاره دارد که هدف از آنها اطلاع‌رسانی و یا تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی دیگر کشورها است. ابزار اصلی آن نیز انتشار متن، تصاویر، مبادلات فرهنگی، رسانه‌های عمومی و اینترنت است» (آلتون، ۱۳۷۵: ۳۲۶). برخی پژوهشگران ارتباطات معطوف به منافع ملی کشورها با مردم خارج از مرزهای جغرافیایی را دیپلماسی عمومی می‌گویند. یکی از مهمترین ابزارهای دیپلماسی عمومی برنامه‌های رادیو تلویزیونی بین‌المللی است (اسماعیلی، ۱۳۸۸: ۴۶). لی ژانگ معتقد است اکنون فناوری‌های نوین ارتباطاتی و اطلاعاتی، گستره دیپلماسی و سیاست خارجی را به روزنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی کشانده‌اند؛ حتی تصمیم‌گیران سیاسی در دولت‌ها و دیپلمات‌ها هم نمی‌توانند به‌طور مستقیم از مسائل جهانی مطلع شوند. بنابراین آنها هم با رجوع به رسانه‌های جمعی تصویری کلی از جهان به دست می‌آورند (Zhang, 2010: 236).



انتخاب مخاطبان مشخص و اجرای سیاست‌هایی متناسب با این مخاطبان یکی از مهم‌ترین ارکان یک دیپلماسی عمومی موفق قلمداد می‌شود. در فعالیت‌های رسانه‌ای در حوزه دیپلماسی عمومی عمدتاً به مخاطب عام توجه می‌شود، از آنجا که نوع پیام‌هایی که برای توده مردم و مخاطب عام منتشر می‌شود، اساساً مبتنی بر احساس، عاطفه و تا حدودی ادراک است و در این حالت لازم نیست که برای این پیام‌ها، هزینه فکری زیادی برای فرمول‌بندی و اقناع صورت بگیرد، درحالی که پیام‌هایی که به مخاطبان، متخصصان و رهبران عقیده ارائه می‌شود باید مبتنی بر ادراک و شناخت باشد و به صورت منطقی‌تری سازماندهی شده باشد. تلاش جهت شناخت نوع نگرش مخاطبان، شناسایی گروه‌های مرجع برای تأثیرگذاری بیشتر پیام و بهره‌مندی از فناوری‌های مناسب برای دسترسی بهتر مخاطبان به پیام، از نکات کلیدی برای موفقیت دیپلماسی عمومی است.

۳-۴. شبکه‌های معاونت برون مرزی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

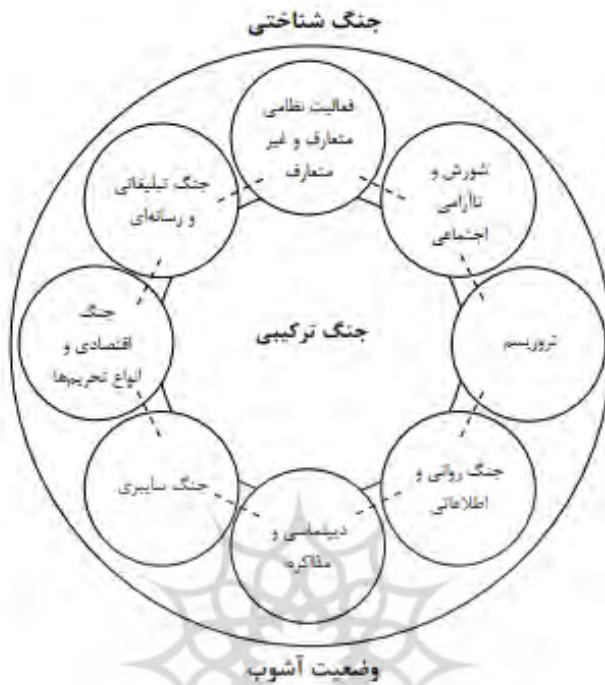
از جمله شبکه‌های تلویزیونی تحت پوشش معاونت برون مرزی می‌توان به العالم، الکوثر، سحر، Hispan TV، Press TV و شبکه خانوادگی فیلم و سریال Ifilm و از جمله رادیوهای برون مرزی می‌توان به رادیوهای آذری، آلبانیایی، آلمانی، اسپانیایی، ارمنی، اردو، مالای، انگلیسی، ایتالیایی، بوسنیایی، بنگالا، پشتو، ترکی استانبولی، چینی، فارسی دری، روسی، ژاپنی، سواحلی، کردی، عربی، عبری، فرانسوی، قزاقی، هندی، هوسا، ازبکی، تاجیکی، ترکمنی، تالشی و آشوری اشاره کرد. این شبکه‌ها در فضای مجازی نیز حضور قدرتمندی دارند. منحصر به فرد بودن اینترنت، فراگیری و سهل‌الوصول بودن دسترسی به آن باعث شده است که سرعت ارائه خبر و اطلاعات به لحظه باشد (Sagan & Leighton, 2010: 119). از طرف دیگر گوشی‌های هوشمند در حال حاضر به‌عنوان ابزار مهمی برای خبرگیری در داخل خانه‌ها مانند بیرون خانه‌ها تبدیل شده‌اند. بیشتر افراد از گوشی‌های هوشمند در تخت خواب و هنگام استراحت و بیش از هنگام رفت و آمد و طول روز، استفاده می‌کنند (Newman and Other, 2017: 10). بر این اساس، با توجه به حضور فزاینده شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون مرزی در فضای اینترنت، مخاطبان این شبکه‌ها می‌توانند برنامه‌های خود را از طریق گوشی‌های هوشمند و نرم‌افزارهای مربوطه دریافت و پیگیری کنند.



۳-۵. روش جنگ ترکیبی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران

۳-۵-۱. جنگ ترکیبی شناخت مبنا

جنگ ترکیبی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران، از سوی تابع ویژگی‌های جنگ ترکیبی است و از سوی دیگر، با زمینه و اهداف شناختی در پی تأثیرات عمیق ذهنی بر جامعه ایران است. از این رو، یکی از مهمترین اهداف اعمال فشار ترکیبی بر جمهوری اسلامی ایران رسیدن به تأثیرات شناختی است. در این مدل، جنگ ترکیبی می‌تواند مبتنی بر یک مفهوم ذهنی شکل بگیرد، اما تأثیرات و اهداف عینی را برای خود در نظر داشته باشد و یا اینکه مبتنی بر یک رویداد بیرونی و عینی شروع شود و در پی تأثیرات ذهنی بر جامعه هدف باشد. دیالکتیک بین عین و ذهن در جنگ ترکیبی شناخت مبنا از اهمیت خاصی برخوردار است. در این رابطه، دو سطح عینی و ذهنی جامعه ایرانی که متشکل از مردم و مسئولان است، تحت هجوم دشمن قرار دارد. غرب در این مدل در پی آن است تا با کاربست مدل توضیح داده شده به ایجاد جنگ شناخت مبنا علیه جمهوری اسلامی ایران اقدام کند و مواردی از جمله شناسایی نقاط آسیب‌پذیر، تغییر روایت در رابطه با نقاط قوت، کاهش کارآمدی و مشروعیت داخلی و بین‌المللی، کاهش موفقیت جمهوری اسلامی در سطوح مختلف داخلی و خارجی را شامل می‌شود. این فشارها با درکنار هم قرار گرفتن و تولید نیروی تهاجمی سینرژیک و اعمال تدریجی و طولانی‌مدت در پی آن هستند که با افزایش حس ناکامی اجتماعی و کاهش اعتماد سیاسی بین مردم به کاهش سرمایه اجتماعی حاکمیت مبادرت کنند و با اعمال شوک‌های متوالی به تغییر بافتارهای شناختی این جامعه و در نهایت کنش‌های آن پردازند. خروجی این فرایند در پدیده‌هایی همچون انقلاب‌های رنگی و روش «سوارمینگ»^۱ نیز قابل تحلیل است. یادآور می‌شود، سوارمینگ نظامی، ترفندی (تاکتیکی) در میدان نبرد است که برای حداکثر رساندن تراکم حمله علیه هدف طراحی شده است (راجی و افتخاری، ۱۳۹۸: ۱۰۴-۱۰۳).



شکل ۱: شبکه تحلیل جنگ ترکیبی شناخت مبنا (در وضعیت آشوبناک روابط پیچیده بین‌الملل) (راجی و افتخاری، ۱۳۹۸: ۱۰۳).

۴. چارچوب نظری تحقیق

۴-۱. قدرت نرم و دیپلماسی عمومی نوین

دیپلماسی عمومی سنتی به ارتباطات رسمی متمرکز بر عامه مردم^۱ تاکید دارد که همواره وجود داشته است، اما دیپلماسی عمومی نوین، با توجه به رشد فن آوری اطلاعات و ارتباطات در عصر حاضر معنای جدیدی یافته است. تعاریف زیادی از دیپلماسی عمومی نوین وجود دارد که در ذیل به آنها اشاره شده است؛

بنا بر تعریفی که مرکز مورو^۲ ارائه می‌کند، «دیپلماسی عمومی نوین به تأثیر نگرش‌های عمومی در شکل‌دهی و اجرای سیاست‌های خارجی پرداخته و شامل ابعادی از روابط بین‌الملل

1. Publics

2. Murrow Center



می‌گردد که ورای دیپلماسی عمومی سنتی قرار می‌گیرند: کاشت و پرورش^۱ افکار عمومی در کشورهای دیگر توسط حکومت‌ها؛ تعامل گروه‌ها و صاحبان منافع در یک کشور با کشور دیگر؛ گزارش امور خارجی و تاثیر آن بر سیاست؛ ایجاد پیوند و ارتباط میان آنهایی که سروکارشان با ارتباطات است همچون دیپلمات‌ها و خبرنگاران خارجی و فرآیند ارتباطات بین فرهنگی». گرگوری با تاکید بر نقش دیپلماسی عمومی نوین در قرن ۲۱ عقیده دارد «دیپلماسی عمومی نوین به‌مثابه ابزاری است که دولت‌ها و برخی کنشگران فراملی و غیردولتی توسط آن فرهنگ‌ها، نگرش‌ها و رفتار را درک می‌کنند؛ روابط را ساخته و مدیریت می‌کنند و به نفوذ در اندیشه‌ها و بسیج اقداماتی برای پیشبرد منافع و ارزش‌های خود می‌پردازند (Gregory, 2011). شاخص‌ترین تفاوت میان دیپلماسی عمومی سنتی و دیپلماسی عمومی نوین در رویکرد ارتباطی آنها نهفته است، به این معنا که دیپلماسی عمومی سنتی، سلسله مراتبی و توده محور است، در حالی که دیپلماسی عمومی نوین شبکه محور است. مدل سلسله مراتبی که عمدتاً طی جنگ سرد توسط ایالات متحده آمریکا توسعه یافت به‌لحاظ مفهومی به تبلیغات نزدیکتر بوده و از «دیپلماسی عمومی استراتژیک» جهت انتقال جریان‌های اطلاعات بالا به پایین به مخاطبان هدف استفاده می‌کند (Hocking, 2005: 36-37).

قدرت نرم را می‌توان در قالب توانایی نیل به اهداف مورد نظر، از طریق جلب آراء و نظریات افکار عمومی تعریف کرد. در این نوع از قدرت، مسئله اجبار و فشار بر مردم برای جلب نظر و یا تحمیل اراده خود بر آنها، نظیر آنچه در به‌کارگیری قدرت نظامی انجام می‌شود، مطرح نیست؛ بلکه فضا و شرایط دسترسی به اطلاعات مورد نظر، به‌نحوی فراهم می‌شود که آنها را برای پذیرش نظر و افکار اجرا کننده قانع می‌سازد. نقش علیت تأثیرگذار بر جامعه هدف، تحصیل‌کردگان و نخبگان در فرآیند تأثیرگذاری، بسیار حائز اهمیت است. در این شکل از قدرت که عقاید، باورها، فرهنگ و سنن، داشته‌ها و نداشته‌های اجتماعی، فرهنگی و علمی و... را هدف قرار می‌دهد؛ نقش بسیار زیادی برای ابزار جدید ارتباطات و رسانه (از قبیل فضای مجازی، ارتباطات الکترونیک، وبلاگ‌ها و...) تعریف شده و دسترسی آسان به اطلاعات مورد نظر در اسرع وقت و با حداقل هزینه به‌خوبی مدنظر قرار گرفته شده است. مسئله مهم دیگر جهت‌دهی، القا و هدایت اطلاعات مطلوب از سوی مجری، عامل و یا به‌کارگیرنده قدرت نرم در مورد جامعه هدف و مخاطبان است. در این



فرآیند، مجری بنا به نوع و گستره اهداف خود، اطلاعاتی را به‌سوی مخاطب سرازیر می‌کند که با تحت تأثیر قرار دادن فضای پیرامونی وی، شرایط را به گونه‌ای فراهم آورد که وی به پذیرش آراء و افکار مجری (هدایت‌کننده اطلاعات مورد نظر) قانع شده و معمولاً به‌دنبال بررسی صحت و سقم آن نباشد. در عصر اطلاعات، قدرت از جنس نرم بیش از جنس سخت (به‌معنای توانایی نظامی و اقتصادی)، متقاعد‌کننده و جاذبه‌آفرین است. در چنین شرایطی بهره‌گیری از جریان‌های اطلاعاتی به‌منظور انتقال ارزش‌ها و فرهنگ هر واحد سیاسی و در نتیجه تأمین منافع ملی آن واحد، ضروری است.

البته این نکته حایز اهمیت است که در عصر اطلاعات با «تناقض فراوانی»^۱ مواجهیم. اطلاعات به‌حد وافر قابل دسترسی هستند اما منابع کمیاب، معتبر هستند. این بدان معنی است که امروزه بسیاری از سیاست‌گذاری‌های جهانی بر سر اعتبار رقابت می‌کنند. به‌لحاظ سنتی، همواره گفته می‌شد که سیاست‌های بین‌المللی بازیگری پیروز خواهد بود که ارتش او پیروز شود. امروزه نیز اینکه ارتش کدام طرف پیروز شود اهمیت دارد، اما اینکه روایت و داستان کدام طرف پیروز شود نیز بسیار مهم است (نای، ۱۳۸۷).

اگر بر این امر تأکید داشته باشیم که در دوران موجود، ابزارهای رسانه‌ای نقش مؤثری در گسترش ارتباطات کشورهای مختلف ایجاد می‌کنند، طبیعی است که در چنین شرایطی امکان بهره‌گیری از نشانه‌ها و ابزارهای ارتباط بین فرهنگی در قالب تئوری دیپلماسی عمومی اهمیت و مطلوبیت بیشتری خواهد داشت. دیپلماسی عمومی، افکار عمومی را هدف قرار می‌دهد و از لحاظ پیامدها و نتایج، از همان اهمیت ارتباطات دیپلماتیک پنهان و سنتی بین سران کشورها برخوردار است. دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ها نقش مهمی در این رابطه ایفا می‌کند و می‌توان گفت که رسانه و فرهنگ، قدرت است. اگر قدرت نرم شامل شکل دادن به تصورات دیگر کشورها نیز باشد، در این صورت، اطلاعات یک منبع مهم قدرت نرم محسوب می‌شود. اگر کشورها بتوانند اطلاعات لازم برای تأثیرگذاری منطقه‌ای را تولید کنند و اگر این گونه اطلاعات در چارچوب امنیت نرم‌افزاری سازماندهی شود، طبیعی است که امکان تأثیرگذاری بر فرهنگ سیاسی و گروه‌های اجتماعی کشورهای رقیب وجود خواهد داشت. دیپلماسی عمومی نماد مقابله با نهادهایی محسوب می‌شود که عامل تهدید برای منافع قدرت‌های بزرگ تلقی می‌شوند و دارای ابعاد مختلف است. یک بُعد



مهم آن، عبارت است از ارتباطات روزانه، در قالب مطبوعات (رسانه‌های داخلی) و خصوصاً رسانه‌های خارجی که چارچوب و زمینه تصمیمات سیاست داخلی و خارجی را تبیین می‌کند. هر یک از ابعاد آن می‌تواند در روند هنجارسازی سیاسی و امنیتی ایفای نقش کنند. طبعاً می‌توان راهبردهای مربوط به دیپلماسی عمومی را در زمره نظریات کاربردی امنیت بین‌الملل در عصر بحران‌های تصاعد یابنده راهبردی دانست. هرگاه گروه‌های سیاسی با مخاطرات امنیتی روبه‌رو شوند، طبیعی است که از ابزارها و روندهایی استفاده می‌کنند که برای آنان هزینه‌های محدودتری داشته باشد (عیوضی و پارسا، ۱۳۹۲: ۱۱۰-۱۰۹).

روش پژوهش

روش تحقیق این پژوهش، کیفی است و در آن از روش دلفی استفاده شده است. این تحقیق از طریق مصاحبه اولیه و پرسشنامه نیمه‌ساخت‌یافته و با طی مراحل سه‌گانه انجام شده است. در مرحله اول مصاحبه بر اساس پرسشنامه نیمه‌ساخت‌یافته و سوالات به‌صورت باز صورت گرفته و در اختیار ۳۱ نفر از مدیران و کارشناسان این حوزه قرار داده شده است. پس از اینکه مصاحبه‌ها انجام شد، پاسخ‌های گروه دلفی، با بررسی تأیید و تکرار موارد عنوان شده کارشناسان، مدیران و نخبگان (گروه دلفی) نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های برون‌مرزی با ضریب وفاق ۷۰ درصد تعیین شد. بعد از نرمال‌سازی داده‌های به‌دست آمده از مصاحبه مرحله اول، پرسشنامه‌ای برای مرحله دوم تهیه شد. پرسشنامه مرحله دوم جهت تعیین مهمترین اهداف و مهمترین نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها از طریق اختصاص رتبه و ضریب، با استفاده از ماتریس سوات در اختیار گروه دلفی قرار داده شد. بعد از نرمال‌سازی داده‌های به‌دست‌آمده از پرسشنامه مرحله اول، پرسشنامه مرحله دوم تهیه گردید. پس از جمع‌آوری پرسشنامه مرحله دوم و محاسبه امتیازات حاصل از رتبه و ضریب تعیین شده برای هر یک از موارد، میانگین امتیاز برای هر یک از نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها بدست آمده و متعاقباً راهبردهای مطلوب برای شبکه‌های برون‌مرزی با استفاده از ماتریس تجزیه و تحلیل سوات به‌دست آمده است. در پرسشنامه مرحله سوم از نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدهای به‌دست آمده از پرسشنامه مرحله اول و راهبردهای به‌دست آمده از پرسشنامه مرحله دوم استفاده شده تا اولویت هر یک از راهبردها به‌دست آید. بدین منظور پرسشنامه مرحله سوم تنظیم شد و به‌منظور اختصاص نمره جذابیت به هر یک از نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها از طریق محاسبه میانگین



نمرات اختصاص داده شده به هر یک از آن‌ها به دست آمد و با توجه به ضرایب به دست آمده در مرحله دوم، نمره جذابیت نهایی هر یک از موارد مورد نظر به دست آمد که با محاسبه جمع نمرات جذابیت نهایی برای هر یک از راهبردها، اولویت راهبردهای به دست آمده برای شبکه‌های برون مرزی مشخص شد.

۵. یافته‌های تحقیق

یافته‌های حاصل از این تحقیق به شرح زیر ارائه می‌شود:

– مأموریت مطلوب شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون مرزی برای ارتقای دیپلماسی عمومی ایران

«با توجه به سیاست‌های اعلام شده از طرف مقام معظم رهبری (مدظله العالی) و شورای عالی امنیت ملی و اصول سیاست خارجی ایران، برنامه‌های آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی برای مخاطبان خارجی جهت معرفی چهره واقعی ایران به عنوان کشوری صلح‌دوست، پیشرفته و تأثیرگذار در معادلات جهانی انجام شود. این مهم با خنثی‌سازی انگاره‌سازی رسانه‌های غربی علیه ایران و همچنین اطلاع‌رسانی، شفاف‌سازی و تحلیل وقایع در حال شکل‌گیری در جوامع غربی از منظر سیاسی، اقتصادی و اجتماعی با تکیه بر اطلاع‌رسانی مسائلی که رسانه‌های جریان اصلی (مسلط غربی) خواستار پنهان‌سازی و یا قلب واقعیت در آن حیطه‌ها اجرایی می‌شود».

– چشم‌انداز مطلوب برای شبکه‌های برون مرزی صداوسیما

«حرکت در راستای چشم‌انداز ۴۰ ساله آینده در گام دوم انقلاب که در آن بر دیپلماسی عمومی صلح‌آمیز ایران و تأثیرگذاری بر کشورهای دیگر تأکید شده است. شبکه‌های برون مرزی به ایفای نقش واسطه تعامل جمهوری اسلامی ایران با ملت‌های مختلف جهان و انتقال متقابل پیام‌ها به‌طور شفاف می‌پردازند. این مهم در جهت ارتقاء قدرت نرم ایران و تبدیل شدن به یک شبکه ضدجریان مسلط خبری جهانی انجام می‌شود».

– مهمترین نقاط قوت برای شبکه‌های برون مرزی

۱ – عملکرد مثبت شبکه‌های برون مرزی به‌ویژه العالم، پرس‌تی‌وی و هیسپان‌تی‌وی در جلب اعتماد ملت‌های مختلف جهان در تحولات اخیر جهان؛



۲ - عملکرد مثبت شبکه‌های برون مرزی به‌ویژه العالم، پرس‌تی‌وی و هیسپان‌تی‌وی در جهت بدبین‌سازی افکار عمومی مردم جهان علیه جنگ رسانه‌ای غرب در مخالفت با آرمان‌های اسلامی انقلاب‌های منطقه؛

۳ - عملکرد مثبت شبکه‌های برون مرزی به‌ویژه العالم، پرس‌تی‌وی و هیسپان‌تی‌وی در جهت پاسخ مناسب به عملیات روانی-رسانه‌ای بحران‌های ساختگی (آجیتاسیون یا شورشگری) ایجاد شده توسط شبکه‌های غربی همسو با منافع غرب و آمریکا برای شهروندان کشورهای مختلف غیر همسو با غرب در جهان؛

۴ - وجود منابع انسانی جوان با استعداد و توانمند و کارآمد و آگاه به موضوع دیپلماسی عمومی برای برنامه‌سازی؛

۵ - عملکرد مثبت رادیو آذری تبریز و آران در مناقشه قراباغ که اخیراً بین جمهوری آذربایجان و ارمنستان رخ داد.

مهمترین نقاط ضعف برای شبکه‌های برون مرزی

۱- امکانات مالی و بودجه‌ای محدود و نامناسب برای پرداختن به موضوع دیپلماسی عمومی در عرصه جهانی؛

۲- همسویی کم میان محتوا و توزیع پیام در برخی از برنامه‌ها؛ زبان پیام، زبان گفتمانی مورد نیاز در طراحی، تولید و نشر پیام است. شناخت ناکافی گفتمان موجود اجتماعی، سیاسی و فرهنگی در سطح ملی و بین‌المللی، پیام‌رسانی را دچار زیان‌های زیادی می‌کند. تولید و پخش برخی از برنامه‌ها با الگوهای کاذب و کلیشه‌ای در شبکه‌های برون مرزی که مخالف با آداب، سنن و باورهای مخاطبان در دیگر کشورهای جهان هستند.

۳ - حرکت در فضای روابط بین‌المللی به جای ارتباطات بین‌الملل؛ شبکه‌های برون مرزی همانند دیگر رسانه‌ها کم و بیش دچار چنین معضلی هستند. شبکه‌های برون مرزی در فضای ذهنی ارتباطات بین‌الملل حضور داشته ولی عملاً کمتر در این فضا زندگی می‌کنند. در واقع به نظر می‌رسد مدیران شبکه‌های برون مرزی آشنایی و شناخت محدودی درباره فضای امروزین بین‌ذهنی جهانی دارند.

۴- تولید و پخش برخی از برنامه‌ها در شبکه‌های برون مرزی که موجب بالابردن سطح توقعات مخاطبان جهانی در مورد نقش ایران در جهان امروز می‌شود.



۵ - تولید و پخش برخی از برنامه‌های بی‌محتوا یا کم‌محتوا و گاهی یکسونگرانه در شبکه‌های برون‌مرزی و نیز عدم استفاده مطلوب از تمام ظرفیت‌های هنری در باب مسائل روز جهان.

مهمترین نقاط فرصت برای شبکه‌های برون‌مرزی

۱ - با توجه به نارضایتی دولت‌های مختلف جهان حتی اروپایی‌ها در قبال عملکرد آمریکا در عرصه جهانی در دوران ترامپ، در مورد خروج آمریکا از برجام و دنباله‌روی بایدن از این موضوع، فرصت بی‌بدیلی برای شبکه‌های برون‌مرزی در رقابت روایت با رسانه‌های غربی فراهم شده است.

۲ - تفاوت در نوع پوشش وقایع کشورهای مختلف در رسانه‌های غربی؛ برای مثال گروه تروریستی داعش فرصتی بی‌بدیل برای شبکه‌های برون‌مرزی ایجاد می‌کند تا روایتی نو و ضدجریان اصلی خلق کنند.

۳ - فرصت ناکارآمدی کشورهای اروپایی و آمریکا در مقابله با کرونا.

۴ - وجود کارشناسان و متخصصان علاقه‌مند به همکاری در جامعه دانشگاهی و سازمان‌های مختلف در باب ارتقاء دیپلماسی عمومی با شبکه‌های برون‌مرزی.

۵ - ظرفیت جلب حمایت ملت‌های کشورهای مختلف در جنبش عدم تعهد (NAM) مانند آفریقا و آمریکای لاتین در جهت ارتقاء دیپلماسی عمومی، زیرا سابقه تاریخی استعمار غرب در بیشتر کشورهای آفریقا و آمریکای لاتین فرصت مناسبی برای آگاهی‌بخشی و انگاره‌سازی چهره کریمه غرب و آمریکا و در مقابل شناساندن چهره واقعی مظلوم و صلح‌طلب ایران توسط شبکه‌های برون‌مرزی فراهم کرده است.

مهمترین نقاط تهدید برای شبکه‌های برون‌مرزی

۱ - تفاوت در نوع پوشش وقایع کشورهای مختلف در شبکه‌های برون‌مرزی به‌ویژه در مورد عراق، سوریه و یمن، موازی با آن بحران‌سازی و تنش‌آفرینی مواضع هماهنگ رسانه‌ای غرب به رهبری آمریکا و برجسته‌سازی در این مورد.

۲ - تاکید بیش از حد شبکه‌های برون‌مرزی بر عنصر قوی نارضایتی مردم کشورهای عربی از سیاست‌های مداخله‌جویانه آمریکا و نادیده انگاشتن دیگر عوامل محرک علل بروز و گسترش قیام‌های مردم عرب که در رسانه‌های رقیب بازنمایی شده‌اند. از جمله فاصله طبقاتی، مشکلات اقتصادی و غیره.



۳ - وجود شبکه‌های بین‌المللی قدرتمند مانند بی‌بی‌سی و سی‌ان‌ان و فرانس ۲۴ که اخبار مختلف جهان را با سرعت زیاد و متناسب با اهداف استعمار فرانو برای مردم مناطق مختلف جهان به‌ویژه ملت‌های کشورهای توسعه‌نیافته پخش می‌کنند.

۴ - حذف نا عادلانه پرس‌تی‌وی از ماهواره نیل‌ست و عرب‌ست. این شبکه همچنین هدف امواج پارازیت قرار گرفته است.

۵ - عملیات روانی همه‌جانبه رسانه‌های غربی به‌رهبری آمریکا و جبهه استعمار فرانو، برای منحرف کردن اذهان و افکار عمومی کشورها توسط انگاره‌سازی منفی و مخدوش با ارائه اخبار کذب در مورد ایران برای ایجاد چهره سیاه ایران در افکار عمومی کشورهای خود و دیگر کشورهای جهان به اشکال گوناگون در رسانه‌های خود و در مقابل ایجاد چهره مثبت و صلح‌طلب رژیم صهیونیستی پس از عادی‌سازی روابط برخی از کشورهای عرب با این رژیم.

اهداف مطلوب برای شبکه‌های برون‌مرزی

۱ - رسیدن به شرایطی از تفوق رسانه‌ای شبکه‌های برون‌مرزی؛ که فشار رسانه‌ای و عملیات روانی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران و نشان دادن چهره‌ای مخدوش در افکار عمومی ملت‌های جهان از طریق این رسانه‌ها به شکل صحیح، مدیریت و خنثی شده و از روی اجبار متوقف شود.

۲ - شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی به‌جای قرار گرفتن در موضع تدافعی در حوزه دیپلماسی عمومی، به شرایط تهاجمی در عملیات روانی-رسانه‌ای ارتقاء یابند. این مهم باعث می‌شود که این شبکه‌ها دست برتر را در دفاع از حقوق انسانی و اقتصادی ملت‌های جهان پیدا کند و با آگاهی بخشی و اطلاع‌رسانی چهره کریه استکبار جهانی آمریکا و غرب را به این ملت‌ها بشناساند.

۳ - شبکه‌های برون‌مرزی به ایجاد روابط دوستانه میان کشورهای مختلف با جمهوری اسلامی ایران کمک کنند. این شبکه‌ها در جهت رفع تخاصمات بین ایران و ملت‌ها و احیای قدرت نرم ایران گام برداشته و به خنثی کردن تفرقه‌افکنی رسانه‌های بیگانه در میان ایران و کشورهای دیگر کمک کنند.

۴ - زمینه و پلی برای درک متقابل فرهنگ‌های گوناگون جهان و همزیستی مسالمت‌آمیز همه اقوام و مذاهب جهان فراهم شود. ملل و اقوام مختلف بشر با دیدگاه‌ها و اعتقادات دینی مختلف به برقراری ارتباط با یکدیگر و ترمیم چهره مسلمانان و ایران تشویق و ترغیب شوند. چهره دروغین



اسلامی گروه تروریستی داعش و چهره دروغین مظلومیت رژیم صهیونیستی که توسط رسانه‌های غربی پس از عادی‌سازی روابط با برخی از کشورهای عربی انگاره‌سازی شده تبیین شود.

- با توجه به امتیازات عوامل داخلی و خارجی گروه دلفی راهبردهای ارجح، راهبردهای رقابتی تشخیص داده شدند: در جدول زیر به خوبی امتیاز راهبردهای رقابتی قابل مشاهده است؛ (عدد ۲,۵ عدد مبدأ است، بدین معنی که چنانچه جمع امتیازات قوت‌ها و فرصت‌ها و یا ضعف‌ها و تهدیدها بیش از این عدد شود قوت‌ها و یا فرصت‌های واحد مورد بررسی بیشتر و چنانچه کمتر از این عدد شود، بدان معنی است که ضعف‌ها و یا تهدیدهای واحد مورد بررسی بیشتر هستند) (اعرابی، ۱۳۸۵: ۵۶).

۴ امتیاز عوامل ۲/۵ خارجی ۰	محافظة کارانه	تهاجمی
	تدافعی	($X = 2/673$ و $Y = 2/223$) *رقابتی

۴
۲/۵
۰
امتیاز عوامل داخلی (x)

راهبردهای رقابتی حاصل از ماتریس تجزیه و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها برای شبکه‌های برون‌مرزی برای ارتقای دیپلماسی عمومی ایران با هدف حضور مؤثر رسانه‌ای در سیاست جهانی در جدول زیر آمده است:

راهبردها	ردیف
تولید و پخش برنامه‌هایی با محتوای غنی و استفاده مطلوب از تمام ظرفیت‌های هنری در برنامه‌های شبکه‌های برون‌مرزی.	۱
ایجاد امواج ضد تبلیغ علیه کشورهای اروپایی و آمریکایی.	۲
گروه اندیشه‌ورزی مدیریت ادراک و تیم سردبیران ویژه خبری برنامه‌سازان و مدیران گروه دانشی و باتجربه شبکه‌های برون‌مرزی ایجاد شوند.	۳
تولید محتوای کارا و اثربخش شبکه‌های برون‌مرزی در فضای مجازی.	۴



۵	برنامه‌سازی و مستندسازی شبکه‌های برون‌مرزی در جهت ارتقای اعتبار ملی جمهوری اسلامی ایران در افکار عمومی ملت‌های جهان به‌ویژه با استفاده دنباله‌روی بایدن از بدعهدی آمریکای ترامپ و خروج این کشور از برجام.
۶	برنامه‌سازی هوشمندانه با رعایت ظرایف کامل فرهنگی- اجتماعی و سیاسی ملت‌های مختلف جهان و عدم تبلیغ فعالیت‌های سطحی‌نگرانه برخی گروه‌ها در کشورهای مختلف در شبکه‌های برون‌مرزی.
۷	ایجاد امواج ضد جریان خبری- رسانه‌ای برای اقناع مخاطبان جهانی در جهت تبیین صلح‌طلب بودن جمهوری اسلامی ایران در منطقه و جهان.

۶. نتیجه‌گیری

اولویت‌بندی راهبردهای رقابتی برای شبکه‌های برون‌مرزی بر اساس میزان جذابیت آن‌ها از طریق ماتریس QSPM با توجه به پاسخ‌های گروه دلفی که در جدول زیر آمده، بدین ترتیب است:

اولویت‌ها	راهبردها	جمع مجموع نمره جذابیت
اولویت اول	راهبرد سوم	۴/۵۷۵
اولویت دوم	راهبرد هفتم	۴/۲۴۱
اولویت سوم	راهبرد دوم	۴/۱۲۴
اولویت چهارم	راهبرد چهارم	۳/۷۱۸

اولویت اول

گروه اندیشه‌ورزی مدیریت ادراک و تیم سردبیران ویژه خبری برنامه‌سازان و مدیران گروه دانشی و باتجربه شبکه‌های برون‌مرزی ایجاد شوند. تشریح راهبرد: این مهم در راستای پیروزی در نبرد شناختی بر رسانه‌های بین‌المللی غربی در فضای بین‌ذهنیتی جهانی انجام می‌شود.

اولویت دوم

ایجاد امواج ضدجریان خبری- رسانه‌ای برای اقناع مخاطبان جهانی در جهت تبیین صلح‌طلب بودن جمهوری اسلامی ایران در منطقه و جهان. تشریح راهبرد: امواج ضدجریان خبری- رسانه‌ای همچنین به مشکل‌ساز بودن و بحران‌سازی و جنگ‌طلبی نقش آمریکا و غرب (امپریالیسم جهانی) در جهان تاکید می‌کنند. امواج ضدجریان رسانه‌ای با تاکید و تکرار پی در پی واقعیت‌های حوادث مختلف جهان به‌ویژه در دوران ریاست جمهوری ترامپ در آمریکا و اقدام شروانه و خلاف عرف بین‌الملل و تروریستی به شهادت رساندن



سردار سپهبد سلیمانی ایجاد می‌شود. البته در دوران ریاست جمهوری بایدن نیز دستور حمله بامداد ۸ اسفند ۱۳۹۹ (۲۶ فوریه ۲۰۲۱) به مواضع حشدالشعبی عراق در البوکمال در نوار مرزی سوریه و عراق که مغایر با موازین بین‌المللی است نیز یک نمونه جدید از حملات کور آمریکا به مواضع گروه‌های قانونی کشورهای مختلف است.

اولویت سوم

ایجاد امواج ضد تبلیغ علیه کشورهای اروپایی و آمریکایی. تشریح راهبرد: این امواج برای اقناع مخاطبان جهانی برای تبیین این موضوع که غرب کاستی‌های بزرگی علاوه بر نقاط قوتش دارد، ایجاد می‌شود. صاحب‌نظران رسانه‌ای باید با حمایت گروه اندیشه‌ورزی ضدتبلیغ به نبرد با روایت‌ها و ایده‌های رسانه‌های غربی بپردازند.

اولویت چهارم

تولید محتوای کارا و اثربخش شبکه‌های برون مرزی در فضای مجازی. تشریح راهبرد: توجه ویژه به سایت‌های اینترنتی شبکه‌های برون مرزی و تبدیل آنها به سایت‌هایی قدرتمندتر و جذاب‌تر، برای اینکه ضمن ارائه اطلاعات و کنداکتور برنامه‌ها، نظرات مخاطبان را به سهولت جذب و پردازش کنند. این مهم برای نظرسنجی و اثرسنجی شبکه‌های برون مرزی بسیار حائز اهمیت است. قابلیت دریافت این سایت‌ها و ایجاد کانال‌های شبکه‌های اجتماعی پرترفدار جهانی بر روی تلفن همراه هوشمند از مهمترین ابزارها در این زمینه است.

۷. پیشنهادی رسانه‌های

کارآیی و اثربخشی شبکه‌های برون مرزی در زمینه دیپلماسی عمومی، منوط به این است که مدیران و کارکنان دانشی و باتجربه، تسلط کامل در این حوزه به‌ویژه مباحث و مبانی تحلیل سیاست بین‌الملل و دیپلماسی عمومی داشته باشند. بنابراین پیشنهادهای این تحقیق، به شرح زیر است:

۱- تقویت بنیه علمی و تجربی جریان‌سازی خبری سیاست رسانه‌ای شده در عرصه دیپلماسی عمومی مدیران و کارکنان دانشی. به این مفهوم که امکانات و توانایی‌های آموزش و پژوهش معاونت برون مرزی، برای این منظور به کار گرفته شود. برای تحقق این موضوع، استفاده از نیروهای دانشی و خبره دیگر معاونت‌های صداوسیما و اساتید دانشگاه‌های برتر کشور در عرصه دیپلماسی عمومی بسیار مهم و ضروری است.

۲- برای اجرای راهبرد ایجاد گروه اندیشه‌ورزی مدیریت ادراک و تشکیل تیم سردبیران ویژه خبری دانشی و باتجربه شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی بین‌المللی صدا و سیما در راستای پیروزی در نبرد



شناختی بر رسانه‌های بین‌المللی غربی در فضای بین‌ذهنیتی جهانی نیاز به ایجاد گروهی جدید برای هدایت تمامی این شبکه‌هاست. استفاده از نیروهای دانشی و خبره دیگر معاونت‌های سازمان صداوسیما و اساتید دانشگاه‌های برتر کشور در عرصه دیپلماسی عمومی بسیار مهم و ضروری است تا هیچ‌گونه خلأ خبری برای سوءاستفاده رسانه‌های بین‌المللی غربی در نبرد شناختی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی صداوسیما فراهم نشود.

۳- مهمترین شیوه برای اجرای راهبرد ایجاد امواج ضدجریان خبری برای اقناع مخاطبان جهانی برای تبیین صلح‌طلب بودن ایران در منطقه و جهان و در مقابل مشکل‌ساز بودن و بحران‌سازی و جنگ‌طلبی نقش آمریکا و غرب (امپریالیسم جهانی) در جهان عبارت است از: ایجاد گروه اندیشه‌ورزی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی با استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌های ملی و فراملی کشورهای دیگر به‌منظور احقاق حقوق ایران و تصحیح نگرش‌ها و تصویر منفی و کاذب از ایران در فضای بین‌ذهنیتی جهانی ساخته و پرداخته رسانه‌های غربی.

۴- مهمترین شیوه اجرای راهبرد ایجاد امواج ضدتبلیغ علیه کشورهای اروپایی و آمریکایی، تشکیل گروه اندیشه‌ورزی ضدتبلیغ در کنار کارشناسان و مأموران رسانه‌ای معاونت برون‌مرزی در نمایندگی‌های صداوسیما در کشورهای دیگر، برای تولید محتوای خبری و رسانه‌ای است. بدین ترتیب ریتم اصلی اخبار دنیا از مناطق عملیاتی توسط شبکه‌های برون‌مرزی نواخته خواهد شد و ابتکار عمل برای پوشش خبری سریع اخبار در اختیار این شبکه‌ها خواهد بود. برای تولید محتوای هرچه بهتر خبری و رسانه‌ای، کارکنان رسانه برون‌مرزی در کشورهای دیگر، با حمایت گروه اندیشه‌ورزی ضدتبلیغ با رصد دقیق تبلیغات رسانه‌های غربی به‌ویژه استفاده از فرصت ناکارآمدی کشورهای اروپایی و آمریکا در عرصه‌های مختلف به‌ویژه مقابله با کرونا به پوشش سریع اخبار ناکارآمدی غربی‌ها می‌پردازند.

۵- برای اجرای هرچه بهتر راهبرد تولید محتوای شبکه‌های برون‌مرزی در فضای مجازی باید گروه اندیشه‌ورزی تولید محتوا در فضای مجازی قابل دریافت در تلفن همراه هوشمند با فرم و محتوای متناسب برای تارنماها و شبکه‌های اجتماعی در کنار سردبیران خبر و برنامه‌سازان شبکه‌های برون‌مرزی ایجاد شود.

منابع و مأخذ

- آلتون، سی‌پلینو؛ جک‌روی (۱۳۷۵)، **فرهنگ روابط بین‌الملل**، ترجمه حسن پستا، تهران: انتشارات فرهنگ معاصر.
اسماعیلی، محمد (۱۳۸۸)، **دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر نقش سازمان صداوسیما**، تهران: موسسه جام‌جم.



اعرابی، سیدمحمد (۱۳۸۵)، **دستنامه برنامه‌ریزی استراتژیک**، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. خادم‌زاده، جواد؛ جهانبخش ایزدی و علیرضا سلطانی (۱۳۹۹)، «آسیب‌شناسی ساختاری دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران»، **پژوهش‌های راهبردی سیاست**، دوره ۹، شماره ۳۴، پاییز، صص ۱۴۱-۱۰۷.

ترابی اقدم، محمود (۱۳۸۸)، «راهبردهای مطلوب تولیدات نمایشی برای مخاطبان بین‌المللی در برون‌مرزی صداوسیما»، **پژوهشنامه رسانه بین‌الملل**، دوره ۴، شماره ۱، صص ۱۷۱-۱۵۵.

دیوید، فرد آر (۱۳۹۰)، **مدیریت استراتژیک**، چاپ بیست و یکم، مترجمان: علی پارسائیان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

راجی، محمدهادی و افتخاری، اصغر (۱۳۹۸)، «جنگ ترکیبی غرب در برابر جمهوری اسلامی ایران (تحلیل ابعاد و روش‌ها)»، **مجله سیاست دفاعی**، سال بیست و هشتم، شماره ۱۰۹، زمستان، صص ۱۱۱-۷۵.

شاد، محمد؛ فواد ایزدی و سعیدرضا عاملی‌رنانی (۱۳۹۹)، «تحول دیپلماسی عمومی آمریکا در قبال جهان اسلام؛ از پیام پایگی تا ارتباط محوری»، **مطالعات راهبردی**، دوره ۲۳، شماره ۸۹، پاییز، صص ۲۵۴-۲۰۵.

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

غفاری‌قدیر، جلال؛ جمال‌الدین حسینی و معصومه مرادجانی (۱۳۹۷)، «سیاست‌های مطلوب رسانه‌های شبکه هیسپان تی وی برون‌مرزی با رویکرد دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»، **پژوهشنامه رسانه بین‌الملل**، دوره ۳، شماره ۱، صص ۷۶-۴۹.

محمدی، منوچهر (۱۳۸۹)، **آینده نظام بین‌الملل و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران**، تهران: وزارت امور خارجه.

نای، جوزف اس (۱۳۸۷)، **قدرت در عصر اطلاعات از واقع‌گرایی تا جهانی شدن**، چاپ اول، ترجمه سعید میرترابی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

Butler, j. (2020), on à Covid-19: «O capitalismo tem seuss limits», Available at <https://www.redebrasilatual.com>.

Gregory, B (2011), "American Public Diplomacy: Enduring Characteristics", **Elusive Transformation**, Available At: <http://resources.columbian.gwu.edu/upload/pub/2011/10/BGregory.pdf>

Hocking, Brian (2005), "Rethinking the 'New' Public Diplomacy", In **the New Public Diplomacy**, edited by Jan Melissen, 28-43. New York: Palgrave

Newman, Nic, Fletcher, Ricjard, Kalogeropoulos, Antonis, levy, David A. L., Nielsen, Rasmus Kleis. (2017), **Reuters Institute Digital News Report 2017**, Reuters Institute

Zhang. Li (2010), "The Rise of China: media perception and implication for international politics, **journal of contemporary china**, VOL.19, NO.64, PP.233-254.

Sagan, Paul and Lighton, Tom (2010), **The Internet and The Future of News**, MitPress