

The function of media diplomacy of the IRIB in order to provide national interests during the Corona crisis

Reza Shokri Rafsanjani*

Ebrahim Anosheh, Ahmad Aminfard***, Seyed Mohammad Hoseini******

Abstract

Nowadays without use of media diplomacy and new communication technologies, no country can convince public opinion in international arena and achieve the national interests of its country. media also play an important role in occurrence of crisis and can prevent spread of damage caused by crisis in different stages of crisis by providing accurate and timely information. IRIB is largest media organization in the country has a key role in crises, foreign policy and media diplomacy of our country. In the present article, which has been done by library method, scientific documents. While reviewing the concepts of media diplomacy, radio and television, national interests, crisis and corona, the role of media diplomacy of the Iran Broadcasting in achieving national interests during corona crisis has been examined. The results of this study showed: The function of media diplomacy of IRIB In times of the corona crisis, can be divided into 8 functions including 4 holistic functions and 4 in-depth functions. In order for Iran to achieve maximum national interests, all functions of media diplomacy of the IRIB During the corona crisis, it should be used optimally in proportion to the promotion of Iran's soft power must be implemented.

Keywords: media diplomacy, Broadcasting , national interests, crisis, corona.

* Ph.D. Student in International Relations, Islamic Azad University Rafsanjan (Corresponding Author), reza.shokri2112@yahoo.com

** Ph.D. in Political Science, Faculty Member, Islamic Azad University Rafsanjan, e_anoshin@yahoo.com

*** Ph.D. in Media Management, Professor at Tehran University of Applied Sciences, aaaminfard@gmail.com

**** Ph.D. in Jurisprudence and Basics of Islamic Law, Faculty member of Tehran University, hoseini.sm@ut.ac.ir

Date received: 23.11.2020, Date of acceptance: 20.01.2021

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج.ا.ا برای تأمین منافع ملی در دوران بحران کرونا

رضا شکری رفسنجانی*

ابراهیم انوشه**، احمد امین فرد***، سید محمد حسینی****

چکیده

امروزه بدون استفاده از دیپلماسی رسانه‌ای و فناوری‌های نوین ارتباطی هیچ کشوری نمی‌تواند در عرصه‌های بین‌المللی به اقتناع افکار عمومی بپردازد و به منافع ملی کشورش دست یابد. همچنین رسانه‌ها در زمان وقوع بحران نقش مهمی دارند و می‌توانند در مراحل مختلف بحران اطلاع‌رسانی صحیح و به موقع از گسترش خسارات ناشی از بحران جلوگیری کنند. صدا و سیما ج.ا.ا به عنوان بزرگترین سازمان رسانه‌ای کشور نقشی اساسی در سیاست خارجی و دیپلماسی رسانه‌ای کشورمان به عهده دارد. در مقاله حاضر که به روش کتابخانه‌ای، اسناد و مدارک علمی انجام شده است، ضمن مروری بر مفاهیم دیپلماسی رسانه‌ای، صدا و سیما، منافع ملی، بحران و کرونا، نقش دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج.ا.ا در دستیابی به منافع ملی در دوران بحران کرونا مورد بررسی قرار گرفته است. نتیجه این تحقیق نشان داد: کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج.ا.ا در دوران بحران کرونا را می‌توان به ۸ کارکرد شامل ۴ کارکرد جامع و کل‌نگرانه و ۴ کارکرد ژرفانگر تقسیم کرد. برای دستیابی ایران به منافع ملی حداکثری باید همه کارکردهای

* دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رفسنجان (نویسنده مسئول)،

reza.shokri2112@yahoo.com

** استادیار روابط بین‌الملل، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رفسنجان، e_anoshin@yahoo.com

*** دکترای مدیریت رسانه، مدرس دانشگاه علمی کاربردی تهران، aaaminfard@gmail.com

**** دکترای فقه و مبانی حقوق اسلامی، استادیار عضو هیئت علمی دانشگاه تهران، hoseini.sm@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۰۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۰۱

دیپلماسی رسانه ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا متناسب با ارتقاء قدرت نرم ایران مورد استفاده بهینه قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: دیپلماسی رسانه ای، صدا و سیما، منافع ملی، بحران، کرونا

۱. مقدمه

در فضای جدید رسانه‌ای و در عصر ارتباطات و اطلاعات، دیپلماسی رسانه‌ای به عنوان یکی از مهم ترین ابزارهای مبادلات سیاسی و تعاملات بین کشورها در سطح جهانی مطرح می‌شود که بخش مهمی از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند جهانی را به خود اختصاص داده است (تاجران و همکاران، ۱۳۹۶). در عصر کنونی روابط بین کشورها را تنها حاکمیت‌ها تعیین نمی‌کنند، بلکه مجموعه دولت‌ها، افکار عمومی و فناوری‌های اطلاعاتی ارتباطی (رسانه‌ها) معادلات روابط بین الملل را می‌سازند. جهانی شدن ارتباطات موجب شده تا دولت‌ها پیش از دریافت گزارش نمایندگان خود نسبت به موضوعات مهم، از طریق رسانه های بین المللی به اطلاعات لازم دست یابند (سلطان‌یغرو خانزاده، ۱۳۹۳). دسترسی به رسانه ها به ویژه رسانه‌های جهانی گفتمان ساز، راه‌های بیشتری برای نفوذ بر مردم، سیاستمداران و نخبگان فکری خارجی را به همراه دارد (خرازی آذر، ۱۳۹۴). بحران‌ها نیز از ابتدا یکی از واقعیت‌های اجتناب ناپذیر زندگی بشر بوده اند و بشریت همیشه با انواع مختلفی از بحران‌ها مواجه بوده است. از بحران‌هایی چون قحطی، خشکسالی، سیل، زلزله و شیوع بیماری‌های واگیردار گرفته تا بحران‌هایی چون جنگ، آلودگی آب و هوا و محیط زیست و ... تمامی این بحران‌ها به میزان حجم شان آسیب‌ها و لطامات متفاوتی به محیطی که در آن رخ می‌دهند وارد می‌کنند (پای و همکاران، ۱۳۸۰). از طرفی رسانه‌ها نه تنها منبع مهمی از اطلاعات برای تصمیم گیرندگان عرصه سیاست در نظر گرفته می‌شوند، بلکه کانالی برای ارتباط بین دولت‌ها نیز به حساب می‌آیند. این رسانه‌ها هستند که اطلاعات مربوط به مسائل جهانی به ویژه جنگ‌ها، بحران‌ها و انتخابات را به مردم می‌رسانند (Zhang ، 2010: 23). در دوران بحران کرونا دیپلماسی رسانه‌ای با استفاده از رسانه‌های مختلف دنبال می‌شود. برخی از فعالیت‌ها شامل کنفرانس‌ها، مصاحبه‌ها و دیدار سران کشورهای مختلف با یکدیگر هستند که نشان دهنده عصری جدید در روابط بین الملل است (رزمنجو و همکاران، ۱۳۹۵). سازمان صدا و سیما ج.ا.ا. هم با داشتن ۱۵۶ شبکه رادیویی و تلویزیونی شامل ۲۰ شبکه تلویزیونی ملی، ۱۶ شبکه رادیویی ملی، ۳۳ شبکه رادیویی استانی و ۳۳ شبکه تلویزیونی

استانی، ۶ رادیوی شهری، ۱۳ شبکه تلویزیونی برون مرزی، ۳۵ شبکه رادیویی برون مرزی به ۳۳ زبان بین المللی، و با تعداد ۱۷ دفتر خبری و رسانه‌ای در سطح جهان، یکی از بزرگترین سازمان‌های رسانه‌ای دنیاست که فعالیت‌هایش در حوزه رسانه و سیاست (دیپلماسی رسانه‌ای) و قدرت نرم ایران در دوران بحران بیماری کرونا پیچیدگی و گستردگی خاص خود را دارد.

۲. ضرورت و اهمیت تحقیق

همه گیری جهانی ویروس کرونا تهدیدی جدی را متوجه سلامت و امنیت جامعه جهانی کرده است؛ تهدیدی که به واسطه شدت و گستره ارتباطات انسانی و مراودات اقتصادی در جهان امروز مرزی نمی‌شناسد. قرار گرفتن ایران در فهرست یکی از قربانیان اصلی ویروس کرونا در کنار دشواری واردات مواد اولیه، داروها و تجهیزات پزشکی به واسطه تحریم‌ها، کشورمان را با مسئولیتی خطیر مواجه کرده است؛ مسئولیتی که انجام صحیح آن منوط به شکل گیری یک عزم ملی و همکاری همه جانبه تمام دستگاه‌های اجرایی و به طور مشخص، دو وزارت خانه خارجه و بهداشت و همکاری نهاد بانک مرکزی و صدا و سیما است. بنابراین استفاده حداکثری از ظرفیت دیپلماسی رسانه‌ای رسانه‌های کشور به ویژه رسانه ملی با هدف ارتقای قدرت نرم ایران برای دستیابی حداکثری به منافع ملی در دوران بحران کرونا و به دنبال آن شناخت کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا بسیار با اهمیت و ضروریست.

۳. بیان مسئله

مفهوم دیپلماسی سلامت جهانی برای اولین بار در سال (۱۸۵۱ میلادی زمانی که کشورهای اروپایی در اولین کنفرانس بهداشت درباره همکاری و هماهنگی برای بیماری‌های وبا، طاعون و تب زرد گرد هم آمده بودند به طور عملیاتی به کار گرفته شد (Fidler, 2001). اما با گذشت زمان دیپلماسی سلامت جهانی در بین جوامع نقش و اهمیت بیشتری پیدا کرد؛ تا جایی که در سال‌های اخیر به عنوان یکی از سازوکارهای بین المللی دولت‌ها برای پاسخگویی به تهدیدهای سلامت جهانی تبدیل و از اولویت‌های اصلی جوامع در سیاست خارجی شده است. (Brown, M., Bergmann J, Novotny T, Mackey T., 2018) عبور سریع بیماری‌ها از مرزهای بین المللی و نیز انتقال ویروس‌های بیماری‌زا در جهان بدون مرز و تهدید شدن صلح،

امنیت و رشد اقتصادی و زیست محیطی، کشورها را متوجه لزوم ارتباطات قدرتمند بین المللی در حوزه سلامت در بازار به سرعت در حال تغییر جغرافیای سیاسی کرده است (Khodayari Zarnagh R., 2017). جهانی از جمله طغیان سارس در سال ۲۰۰۳، ایدز، ابولا و شیوع پاندمی‌ها، اپیدمی‌ها از مرزهای ملی فراتر رفته و باعث ایجاد تقاضا برای سیاست‌های مناسب و هماهنگ دیپلماتیک در سطح جهانی شده است (Ruckert A, labonte R, Iencucha R, Runnels V, Gagnon M., 2016). چالش‌هایی از قبیل همه‌گیری ویروس کرونا (رعایت فاصله فیزیکی و عدم ملاقات‌های حضوری) تصویر متفاوتی از دیپلماسی سیاسی در سطح بین‌الملل ارائه کرده است. از سوی دیگر ایران با چالش‌های زیادی به ویژه رقابت با سایر قدرت‌های منطقه‌ای و جهانی در حوزه گسترش نفوذ خود در جهان و منطقه که اکنون به رسانه‌ها نیز کشیده شده است و مسائل زیست محیطی (پدیده ریزگردها)، خشکسالی، مسائل اقتصادی، تحریم‌ها و جنگ‌های متعدد منطقه‌ای و در حال حاضر بیماری کرونا مواجه است. بنابراین رسانه ملی و به ویژه شبکه‌های برون مرزی ج.ا.ا در راستای تقویت دیپلماسی رسانه‌ای با هدف ارتقاء قدرت نرم و تامین منافع ملی ایران در دوران بیماری کرونا نقشی بسیار مهم بر عهده دارند، مساله این تحقیق تبیین نقش و کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای رسانه ملی در دستیابی به منافع ملی با وجود همه‌ی این چالش‌هاست.

۴. پیشینه تحقیق

لی ژانگ در پژوهش خود با عنوان «ظهور چین: برداشت رسانه‌ها و پیامدهای آن در سیاست بین‌الملل» معتقد است اکنون فناوریهای نوین ارتباطاتی و اطلاعاتی، گستره دیپلماسی و سیاست خارجی را به روزنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی کشانده‌اند؛ حتی تصمیم‌گیرندگان 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, ۲۰۱۰: ۲۳۶)

عبدالمهدی مستکین در پژوهش خود با عنوان «کارکرد دیپلماسی رسانه و تأثیر تعاملی آن بر پویاسازی محیط سیاست خارجی» به نظر گالتونگ در باره دیپلماسی رسانه‌ای اشاره کرده است. به اعتقاد یوهان گالتونگ امروزه دیپلماسی رسانه‌ای یک جزء پیوسته از ساختار قدرت جهانی در سیاست خارجی معاصر است، زیرا اصولاً وجود سلسله مراتب

در روابط بین الملل حاکی از وجود برتری رسانه ای است. هر چند برتری نظامی نیز هنوز نقش مهمی را در ساختار قدرت جهان ایفا می کند، اما به همان اندازه تفوق در فن اوری ارتباطات نیز بر روی هویت ملی و تصویر بین المللی یک کشور تأثیر می گذارد. توانایی یک کشور در به کارگیری رسانه های بین المللی به منظور نشان دادن موقعیت و منزلت قدرت خود و یافتن جایگاهی مناسب در سلسله مراتب سیاسی جهان و در واقع ایجاد تصویر بین المللی مطلوب که حاکی از هویت ملی برتر آن کشور است، اهمیت بسیار دارد (مستکین، ۱۳۸۷، ص ۲۵).

داوود دعاگویان در پژوهش خود با عنوان «نقش تلویزیون جهانی در دیپلماسی رسانه ای و سیاست خارجی» به نکته مهم زیر اشاره کرده است:

پیشبرد سیاست خارجی و دیپلماسی بیش از پیش به میزان تأثیرگذاری تاکتیکیهای خبری و رسانه ای وابسته شده است. فضایی که سیاستمداران را بر آن داشته است که پیش از هر عمل سیاسی، به سنجش اخبار رسانه ها بپردازند و با جلب افکار عمومی، بر قدرت عمل سیاسی خود بیفزایند. (دعاگویان، ۱۳۸۸: ۷۵)

۵. مبانی مفهومی تحقیق

۱.۵ دیپلماسی رسانه ای

دیپلماسی رسانه‌ای به استفاده از رسانه‌ها به منظور ارتقای سیاست خارجی اطلاق می‌گردد. دیپلماسی رسانه‌ای به مجموعه ساز و کارهایی اطلاق می‌شود که از طریق رسانه می‌توان بخشی از سیاست‌ها را بر مردم، احزاب، سیاستمداران، گروه‌ها، نهادها، سازمان‌های بین‌المللی و حتی دیگر دولت‌ها اعمال نمود (نوابخش، ۱۳۸۷). برای اجرای دیپلماسی رسانه‌ای از ابزارهای متفاوتی استفاده می‌شود. مهمترین ابزارهای دیپلماسی رسانه‌ای عبارتند از: اینترنت، موبایل، رادیو، تلویزیون، فضای مجازی، مطبوعات (کلیه رسانه‌های دیداری و شنیداری، رسانه‌های گروهی و اجتماعی)

۲.۵ صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (رسانه ملی)

سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (رسانه ملی) بزرگترین رسانه رسمی کشور است و همان گونه که از نام آن بر می‌آید، از دو بخش رادیو و تلویزیون تشکیل شده است.

(خانی و محمدی سیرت ۱۳۹۷). رسانه ملی پیش از انقلاب ۱۳۵۷ سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران نام داشت و آن زمان نیز به شکل حکومتی اداره می شد. این سازمان فعالیت های صوتی، تصویری، چاپ کتاب، روزنامه و مجلات نیز انجام می دهد. فعالیت های صدا و سیما ج. ا. ا به مرزهای ایران محدود نیست و در واحد برون مرزی سازمان اقدام به تولید و پخش (تولیدات چند رسانه‌ای در بستر وب) برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی به ۳۳ زبان بین المللی می کند که جزء پیچیده‌ترین نهادها و دستگاه‌های کشور است و نقشی مهم در زمینه آموزش، اطلاع رسانی، آگاهی بخشی، سرگرمی و دیپلماسی رسانه ای ج.ا.ا دارد.

۳.۵ دیپلماسی رسانه‌ای رسانه ملی و تکنولوژی‌های نوین

رسانه ملی علاوه بر حضور در شبکه‌های مجازی خارجی با هدف اطلاع رسانی صحیح و سریع و آشنا ساختن مخاطبان خود در سراسر دنیا با بیماری کرونا و مبارزه با آن، از بستر وب برای ارائه تولیدات چند رسانه‌ای به ۳۳ زبان دنیا بهره گرفته است. حاصل این رویکرد بازطراحی رادیوها و تلویزیون‌های برون مرزی بر بستر وب و استفاده از ظرفیت رسانه‌های مجازی با برند «پارس تو دی» بوده است. «پارس تودی» یک سایت خبری ایرانی است که به ارائه آنلاین اخبار و پوشش رویدادها به بیش از ۳۳ زبان زنده دنیا می‌پردازد. از اهداف اصلی «پارس تودی» در دوران بیماری کرونا تمرکز بر تحولات خاورمیانه و جهان، معرفی نقش آفرینی ایران به عنوان کشوری تاثیرگذار در مبارزه با بیماری کرونا در منطقه و کشوری امن و در حال پیشرفت است (اخگری، ۱۳۹۴). خبرگزاری پارس تودی تمامی برنامه‌ها، تصاویر، گزارش‌ها و اخبار تولید شده (با موضوع کرونا) در صداوسیما از جمله خبرگزاری صداوسیما، العالم، پرس تی وی، هیسپان تی وی، الکوثر، سحر و ... را به صورت خام برای فروش و یا به صورت فرآوری شده برای مخاطبان خود و سایر رسانه های بین المللی عرضه می کند. از جمله فرصت‌های دیپلماسی مجازی جمهوری اسلامی ایران در دوران بحران کرونا می توان به برقراری ارتباط گسترده با مخاطبان از طریق رسانه - سرعت عمل در انجام امور دیپلماسی بدون توجه به بعد مسافت - تقویت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران - کاهش هزینه‌های دیپلماسی - مقابله با ایران هراسی و شیعه هراسی - ارائه ایده‌ها و آرمان‌های کشور و بهره‌گیری از دانش و اطلاعات جهانی درمورد بیماری کرونا اشاره کرد (سایت معاونت برون مرزی).

۴.۵ منافع ملی

در مورد تعریف منافع ملی دیدگاه‌های مختلفی شکل گرفته است. از منظر عینی گرایان مانند مورگنتا منافع ملی به عنوان واقعیتی عینی و مهم جهت شناخت، فکر و اقدام سیاستگذاران و «معیار همبستگی» است که باید با آن اقدامات سیاسی را ارزیابی کرد. از دید مورگنتا حداقل منافع ملی یک کشور عبارت است از تأمین امنیت و حمایت از هویت فیزیکی (سرزمینی) سیاسی و فرهنگی کشور در مقابل تهدید و مخاطرات دیگر دولت‌های ملی (علی بخشی و بیات، ۱۳۸۷). برخی دیگر مفهوم منافع ملی را با مفهوم امنیت پیوند می‌زنند، با چنین تعبیری از منافع ملی، دستورالعمل شومان به سیاستمداران و دیپلمات‌ها آن است که به بقا به عنوان اولین قانون زندگی بیندیشند و در راه تضمین آن پا فشاری کنند (قامت، ۱۳۹۴: ۲۳-۲۲). منافع ملی در روابط بین‌الملل عموماً در دو معنا استفاده می‌شود: اول، به عنوان یک ابزار تحلیلی که اهداف یا مقاصد سیاست خارجی را تبیین می‌کند. دوم، به منزله یک مفهوم فراگیر گفتمان سیاسی به ویژه برای توجیه ترجیحات سیاسی خاص مورد استفاده قرار می‌گیرد. البته نوع داخلی این مفهوم معمولاً به عنوان منافع عمومی توصیف می‌گردد (سیمبر و مقیمی، ۱۳۹۵: ۱۴-۱۵).

۵.۵ بحران

به بیان چارلز مک کلند در پنجاه سال گذشته از منظرهای گوناگون تحقیقاتی مطالعات بسیاری درباره بحران انجام شده است اما چنین تلاش‌هایی نه تنها به ارائه تعریفی شفاف از این مفهوم کمک نکرده است بلکه دلالت‌های آن به مراتب پیچیده تر شده است (Robert: 1988). بحران عبارت است از وارد آمدن یک ضربه یا شوک نیرومند به ساختاری که کل نظام را حفظ و اجزا و عناصر آن را در کنار هم نگه داشته است. از این رو هر بحرانی ثبات نظام یا ثبات زیر نظام‌ها را مورد تهدید قرار می‌دهد و امکان تحول و دگرگونی در آن را فراهم می‌سازد (زاهد و سلطانی فر، ۱۳۸۸)

۶.۵ کرونا ویروس

برای اولین بار در دسامبر سال ۲۰۱۹ در شهر ووهان چین پس از این که مردم بدون علت مشخصی دچار سینه پهلو شدند و واکسن‌ها و درمان‌های موجود موثر نبودند، نوع جدیدی از

کرونا ویروس شناسایی شد که ابتدا به آن عنوان Cov 2019 داده شد ولی با عبور تعداد قربانیان ویروس کرونا از مرز ۱۰۰۰ نفر سازمان بهداشت جهانی برای بیماران ناشی از آن نام رسمی کووید ۱۹ را انتخاب کرد. در ایران در تاریخ ۲۹ بهمن ۱۳۹۸ به دنبال فوت ۲ بیمار با عوارض تنفسی در بیمارستان کامکار قم شایعاتی درباره مرگ این بیماران به علت کرونا ویروس شکل گرفت. در تاریخ ۳۰ بهمن اولین مورد بیماری کرونا در شهر قم از طریق روابط عمومی وزارت بهداشت گزارش شد.

۷.۵ دیپلماسی رسانه ای و منافع ملی

هر کشوری از طریق پنج مولفه قدرت می تواند برنامه های خود در عرصه بین الملل مانند پیشبرد سیاست خارجی و تامین منافع ملی و نیز بازدارندگی دفاعی را دنبال کند: ۱- قدرت دفاعی فراسوی مرزهای جغرافیایی ۲- قدرت اقتصادی مبتنی بر تولید کالا و عرضه خدمات صادرات محور ۳- قدرت دانش و فناوری بومی قابل رقابت با جهان ۴- ایدئولوژی با محوریت هماهنگ کردن این فعالیت ها و ۵- رسانه های برون مرزی که این فعالیت های را خارج از کشور تبیین کنند. این پنج مولفه، راهبردی برای تاثیرگذاری در سیاست خارجی هستند (پارسا نجفی، ۱۳۹۹). در این میان هدف اصلی سیاست خارجی کشورها که بر پیشبرد منافع ملی در صحنه بین المللی استوار است همچنان پا برجاست و تنها راهبردهای مربوط به آن تغییر کرده اند. پیش از جنگ جهانی دوم، برتری نظامی یک کشور نقش قاطعی در شکل دهی هویت ملی و تصویر بین المللی آن ایفا می کرد و تحت تاثیر آن، جایگاه کشورها در سلسله مراتب سیاسی جهانی مشخص می شد، در چنین شرایطی کشورهای دارای برتری نظامی، این برتری را در جهت پذیرش جهانی هویت ملی و هدف های سیاسی خاص خود به کار می گرفتند، اما در اوضاع و احوال جهان کنونی، با گسترش و پیشرفت ارتباطات و اطلاعات، قدرت هر کشور به چگونگی توانایی آن کشور در کاربرد دیپلماسی رسانه ای و ایجاد همبستگی بین تصویر بین المللی و هویت ملی آن کشور وابسته است (دهقانی، ۱۳۸۶: ۴۰۱). این تغییرات باعث شده اند کشورها برای تامین منافع ملی خود علاوه بر ابزارها و روش های سنتی گذشته، ابزارها و راه های جدیدی را به کار گیرند. یکی از مهمترین این ابزارها را می توان بهره گیری و به کارگیری از رسانه ها در راستای دیپلماسی رسانه ای دانست. این امر به مفهوم آن است که موج جدید نظام جهانی از حوزه اندیشه آغاز می شود و به حوزه گفتمان های رسانه ای می رسد و در نهایت به عرصه

کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج.ا.ای برای ... (رضا شکری رفسنجانی و دیگران) ۲۷۷

دیپلماسی و فرایندهای دفاعی وارد خواهد شد. رسانه‌ها می‌توانند منافع ملی واحدهای سیاسی را باز تعریف کرده و از این طریق برای منافع کشورها مشروعیت بین‌المللی ایجاد کنند (متقی، ۱۳۸۶: ۱۸۸). یک کشور از طریق جذب افکار عمومی جهانیان و برقراری ارتباط احساسی و عاطفی با مردم کشورهای خارجی بهتر می‌تواند به منافع ملی خود دست یابد (سلطان‌نفر، ۱۳۸۹: ۱۱۷) در مجموع می‌توان گفت کشوری که ابزار رسانه‌ای قویتری برای متقاعدسازی دارد، به منافع ملی بیشتری نائل می‌شود.

۸.۵ طیف وضعیت های دیپلماسی رسانه ای

طیف دیپلماسی رسانه ای در جدول شماره ۱، به طور خلاصه آمده است؛

جدول شماره ۱ (محمدی و محبوبی، ۱۳۹۴: ۷۵)

دیپلماسی رسانه ای	
مثبت	منفی
غیر رسمی	رسمی
تقویت دیپلماسی رسمی	تضعیف دیپلماسی
بهبود سازی افکار عمومی جهان نسبت به کشور متبوع	بدبین سازی افکار عمومی جهان نسبت به کشور متبوع
عامل تغییرات در روابط بین الملل	عامل خستگی در روابط بین الملل
حوزه جغرافیایی وسیع	حوزه جغرافیایی محدود
بازنمایی تصویر واقعی از ملل دیگر	بازنمایی تصویر مخدوش از ملل دیگر
تحکیم تفاهمات بین المللی	تشدید تخصصات بین المللی
عینیت گرایی خبری بین المللی	جریان سازی خبری بین المللی
تساوی گری با دیگران	مرعوب سازی دیگران

۶. مبانی نظری و مفاهیم الگوی تحلیل

۱.۶ تاثیر بحران کرونا در روابط بین الملل

بدیهی است بدون شناخت تاثیر بحران کرونا در روابط بین الملل نمی‌توان به شناخت درستی از کارکردهای دیپلماسی رسانه ای صدا و سیما ج.ا.ای در جهت تامین منافع ملی در دوران بحران کرونا دست یافت. به همین علت؛ در این بخش در جدول شماره ۲، مصاحبه های

صاحب نظران علم سیاست و روابط بین الملل با رسانه‌ها، فعالیت آنان در کارگروه‌های خاص کرونا و متن نگاشته‌های آنان و مقالات و مطالب کتابخانه‌ای و اسناد و مدارک علمی بدست آمده است ارائه می‌شود تا به ابعاد بین‌المللی و چندوجهی بحران کرونا بهتر آشنا شویم:

جدول شماره ۲

نام کارشناسان و سال ارائه نظرات	نظرات کارشناسان درباره تاثیر بحران کرونا در روابط بین الملل
۱ نفیسه واعظ استادیار گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل (۱۳۹۹)	الگوهای فکری و رفتاری قدرت‌های بزرگ چین، امریکا و اتحادیه اروپا در مواجهه با بیماری کرونا و ویروس تغییر پیدا کرده است، به گونه‌ای که اروپایی‌ها نیز به سوی تقویت ناسیونالیسم و تقلیل تعهد در قبال اتحادیه حرکت می‌کنند.
۲ رسول نوروزی استاد دانشگاه باقرالعلوم (۱۳۹۹)	وی به کشورهایی اشاره می‌کند که به نوعی تجدید نظر طلب یا انقلابی هستند و در شمار کشورهای هستند که می‌خواهند نظم جهانی شدن را به نوعی طرد کنند یا وابستگی‌های متأثر از جهانی شدن و آسیب‌های ناشی از آن را نسبت به خود کاهش دهند اما احتمالاً ایده‌های جدید حکمرانی مثل دولت تمدنی در جهان پساکرونا بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد.
۳ کیهان برزگر، دانشیار روابط بین الملل (۱۳۹۹)	رقبا و دشمنان ایران، شیوع بحران کرونا و تحریم‌های سخت اقتصادی آمریکا را عاملی برای تضعیف قدرت ملی و به تبع تضعیف جایگاه منطقه‌ای کشورمان می‌بینند. مهار سریع کرونا با یک رویکرد ملی قوی و از طریق حکمرانی هوشمند، بر اعتبار منطقه‌ای و جهانی ایران می‌افزاید. در چنین شرایطی یک دیپلماسی هوشمند بطور همزمان می‌تواند به دو اصل «رشد اقتصادی» از طریق تقویت همکاری منطقه‌ای و «تولید امنیت» برای تقویت جایگاه منطقه‌ای کشورمان بهره‌گیرد.
۴ فوکویاما (۲۰۲۰)	فوکویاما چین را به عنوان نماد یک کشور اقتدارگرا معرفی می‌کند که ابتدا با جریان آزاد اطلاعات در باب شیوع ویروس کرونا مقابله کرده و موجب تأخیر در واکنش به این بیماری و تشدید آن شده است.
۵ (بهناز معزی، پریسا مختاری حصاری و علی منتظری، ۱۳۹۹)	در مواجهه با بیماری‌های همه‌گیر از جمله بیماری کوید ۱۹ حجم بسیار بالایی از اطلاعات پیرامون بیماری در اختیار عموم مردم قرار می‌گیرد که در بیشتر موارد صحت و سقم مطالب منتشر شده مورد تأیید خبرگان این امر قرار نمی‌گیرد. بنابراین دولت‌ها بایستی با استفاده از دانش خبرگان این امر اطلاعات دقیق، معتبر و به موقع را فراهم و در اختیار عموم مردم قرار دهند تا بتوان بیماری‌هایی مثل کوید ۱۹ را به شیوه صحیح و کارآمد مدیریت کرد.

نظر کارشناس اول از مطلبی با عنوان اثرات و چالش‌های سیاسی بین‌المللی بحران همه‌گیری ویروس کرونا که در تاریخ ۲۴ فروردین ۱۳۹۹ در تارنمای خبر آنلاین منتشر شده اخذ شده است. نظر کارشناس ۲ جدول از مطلبی با عنوان «نشست علمی تاثیر کرونا بر روابط بین

الملل» که در تارنمای شفقتنا منتشر شده اخذ شده است. نظر کارشناسی شماره ۳ از جدول مطلبی با عنوان دیپلماسی هوشمند در عصر کرونا که در تاریخ ۸ اردیبهشت ۱۳۹۹ در تارنمای خبر آنلاین منتشر شده اخذ شده است و منبع نظرات کارشناسان شماره های ۴ و ۵ جدول شماره ۲ در زیر نظرات کارشناسی شان قید شده است.

۲.۶ الگوی تحلیلی قدرت نرم در سیاست بین الملل

اگر بر این امر تأکید داشته باشیم که در دوران موجود، ابزارهای رسانه ای نقش مؤثری در گسترش ارتباطات کشورهای مختلف ایجاد می کنند، طبیعی است که درچنین شرایطی امکان بهره گیری از نشانه ها و ابزارهای ارتباط بین فرهنگی در قالب تئوری دیپلماسی عمومی از اهمیت و مطلوبیت بیشتری برخوردار خواهد شد. دیپلماسی عمومی، افکار عمومی را هدف قرار می دهد و از لحاظ پیامدها و نتایج، از همان اهمیت ارتباطات دیپلماتیک پنهان و سستی بین سران کشورها برخوردار است. دیپلماسی فرهنگی و رسانه ها نقش مهمی در این رابطه ایفا می کند و می توان گفت که رسانه و فرهنگ، قدرت است. اگر قدرت نرم شامل شکل دادن به تصورات دیگر کشورها نیز باشد، دراین صورت، اطلاعات یک منبع مهم قدرت نرم محسوب می شود. اگر کشورها بتوانند اطلاعات لازم برای تأثیرگذاری منطقه ای را تولید کنند و اگر این گونه اطلاعات در چارچوب امنیت نرم افزاری سازمان دهی شود، طبیعی است که امکان تأثیرگذاری بر فرهنگ سیاسی و گروه های اجتماعی کشورهای رقیب وجود خواهد داشت. دیپلماسی عمومی نماد مقابله با نهادهایی محسوب می شود که عامل تهدید برای منافع قدرت های بزرگ تلقی می شوند. دیپلماسی عمومی دارای ابعاد مختلف است. یک بُعد مهم آن، عبارت است از ارتباطات روزانه، در قالب مطبوعات داخلی وخصوصا مطبوعات خارجی که چارچوب و زمینه تصمیمات سیاست داخلی وخارجی را تبیین می کند. هر یک از ابعاد آن می تواند در روند هنجارسازی سیاسی و امنیتی ایفای نقش کنند. طبعاً می توان راهبردهای مربوط به دیپلماسی عمومی را در زمره نظریات کاربردی امنیت بین الملل در عصر بحران های تصاعد یابنده استراتژیک دانست. هرگاه گروه های سیاسی با مخاطرات امنیتی روبه رو شوند، طبیعی است که از ابزارها و روندهایی استفاده می کنند ک ابزارها و روندهایی استفاده می کنند که برای آنان هزینه های محدودتری داشته باشد. (عیوضی و پارسا، ۱۳۹۲:

۳.۶ دیپلماسی رسانه‌ای و قدرت نرم

دیپلماسی رسانه‌ای در نگاه کلان مفهومی مربوط به حوزه قدرت است و هدفی جز افزایش قدرت و تامین منافع ملی ندارد. عصر نوین اطلاعات و ارتباطات باعث شده است که قدرت نرم جای قدرت سخت را در روابط بین الملل و سیاست خارجی بگیرد، بنابراین از دیپلماسی رسانه‌ای به عنوان قدرت نرم نام برده می‌شود. قدرت نرم توانایی تأثیرگذاری بر دیگران برای کسب نتایج مطلوب از طریق جذابیت به جای اجبار یا تطمیع است. این مفهوم را اولین بار (سال ۱۹۹۰ در دانشگاه هاروارد) جوزف نای در کتابی با نام «تغییر ماهیت قدرت امریکایی» مطرح کرد. قدرت نرم یعنی ایده‌های یک کشور را به کشورهای دیگر معرفی کردن. قدرت نرم به کشورها کمک می‌کند بدون استفاده از زور کشورهای دیگر را به سمت خود جذب کنند (لارسن و همکاران، ۱۳۹۶). در نهایت سیاستمداران باید با استفاده از دیپلماسی رسانه‌ای (رسانه‌ها) به عنوان قدرت نرم با ارائه اطلاعات صحیح و به موقع، افکار عمومی و دولتمردان را برای دستیابی به منافع ملی تحت تاثیر قرار دهند (گنجی دوست، ۱۳۸۶). دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی مستلزم شناخت دقیق این پدیده‌ها و پیامدهای آن می‌باشد..

۴.۶ دیپلماسی رسانه‌ای و بحران کرونا

رسانه ملی در ابتدای بحران نقش آموزشی و جلوگیری از شایعات را دارد. هدف ایجاد آمادگی در مردم و کاهش خطرات بحران است، به نحوی که هیچ‌گونه خسارتی به بار نیاید و یا از شدت آن کاسته شود که در سه مرحله انجام شد ۱- شناساندن بحران و وضعیت آن ۲- ایجاد آمادگی در بخش‌هایی که مسئول رویارویی با بیماران هستند ۳- بررسی راه‌های مقابله با بحران و کمک به بیماران. قدم اول در شیوع بیماری اعلام وضعیت اضطراری، آماده کردن مردم و مسئولین داخلی و خارجی، اطلاع‌رسانی همگانی درباره وضعیت یا درجه خطر، خسارات ناشی از بیماری و ترغیب مخاطبین به همکاری است که از دو جهت اهمیت دارد: ۱- غیرقابل پیش‌بینی بودن بیماری ۲- ادامه دار بودن بیماری. (خجسته، ۱۳۸۴).

بنابراین پس از گذشت حدود یک سال و نیم از شیوع بیماری کرونا در جهان و همچنین گذشت بیش از یک سال از شیوع بیماری کرونا در ایران، رسانه ملی نقشی بسیار

مهم در این دوران کرونایی کشور و جهان داراست. رسانه ملی در ابتدای بحران کرونا نقش آموزشی و جلوگیری از شایعات را داشته و هم اکنون نیز داراست. این مهم با هدف ایجاد آمادگی در مردم و کاهش خطرات بحران کروناست، به نحوی که از شدت خسارت به کشور کاسته شود. رسانه ملی در سه مرحله برای مدیریت بحران کرونا اقدام کرده و هم اکنون نیز در این زمینه کارش تداوم دارد:

۱- شناساندن بحران کرونا به ویژه در هنگام ظهور و بروز موجهای متعدد آن و اعلام وضعیت به مردم ۲- ایجاد آمادگی در بخش هایی که مسئول رویارویی با بیماران کرونایی هستند (کادر درمان کشور) ۳- بررسی راه های مقابله با بحران کرونا به ویژه در هنگام ظهور و بروز موجهای متعدد آن و کمک به بیماران کرونایی. قدم اول در هنگام ظهور و بروز موجهای متعدد بیماری کرونا اعلام وضعیت اضطراری، آماده کردن مردم و مسئولان داخلی و خارجی، اطلاع رسانی همگانی درباره وضعیت یا درجه فعلی خطر کرونا در کشور، خسارات ناشی از بیماری و ترغیب مخاطبان به همکاری است که از دو جهت اهمیت دارد: ۱- غیرقابل پیش بینی بودن بیماری کرونا به ویژه در هنگام ظهور و بروز موجهای متعدد آن ۲- ادامه دار بودن بیماری کروناست.

در اینجا توجه به چند مفهوم بنیادین الزامیست: مفهوم اول این است که ویروس کرونا چه بخواهیم و چه نخواهیم موجد و منشأ یک بحران در سطح ملی و جهانی است و به عنوان یک متغیر بحران زا در سطح ملی، منطقه ای و جهانی فعال شده است. وقتی یک متغیر بحران زا در نظام بین الملل فعال شود معمولاً ارزش ها، منافع و در شکل حاد یک بحران، هویت ها درگیر بحران می شوند. به همین علت مفهوم کنترل در کانون مباحث دولت ها قرار می گیرد و در نظام بین الملل هم این مفهوم جدی می شود. هر دولتی و یا هر بازیگری که بتواند کنترل بهتری نسبت به بحران بیماری کرونا و ویروس داشته باشد آسیب کمتری می بیند و با توجه به اینکه در بحث قدرت، ضعف کمتری را تجربه می کند، رشد بیشتری را در جایگاه خودش به دست می آورد.

۵.۶ راهبردهای رسانه ملی در مواجهه با بحران کرونا

راهبردهای رسانه ای در مواجهه با بحران به چهار راهبرد انفعالی، واکنشی، فعال و فوق فعال تقسیم بندی می شود (روشندل اربطانی، ۱۳۸۷). بنابراین برای صدا و سیما ج.ا.ا. چهار راهبرد در مواجهه با بحران بیماری کرونا می توان متصور شد:

راهبرد انفعالی: براساس راهبرد انفعالی در ابتدا رسانه ملی ترجیح می‌دهد به هنگام مواجهه با شرایط بحرانی بیماری کرونا سکوت اختیار کند و واکنشی از نوع انکار یا بی‌توجهی داشته باشد. طرفداران چنین راهبردی در رسانه ملی عقیده دارند که رسانه ملی با پرداختن به این بیماری ناشناخته به آن اعتبار اجتماعی می‌بخشد و آن را از اهمیت برخوردار می‌سازد. پس به هنگام بروز بحران بهترین شیوه برای جلوگیری از گسترش دامنه بحران بیماری را سرپوش گذاشتن بر آن می‌داند.

راهبرد واکنشی: رسانه ملی ضرورت را در پاسخگویی بر فشارها و تحرکات محیطی تهدید کننده می‌داند. واکنش طرفداران چنین راهبردی در رسانه ملی نوعی همراهی با بحران است. رسانه ملی تا فشار افکار عمومی را در شرایط بحرانی احساس نکند واکنش نشان نمی‌دهد و تنها زمانی اقدام می‌کند که در موقعیت بحران، تهدیدی متوجه خود ببینند. بر اساس چنین راهبردی در ارائه اخبار و اطلاعات مربوط به بحران کرونا به صورت گزینشی عمل می‌کند.

راهبرد فعال: رسانه ملی در قبال بحران کرونا به ویژه در هنگام ظهور و بروز موجهای متعدد آن راهبرد فعال دارد و به محض وقوع آن وارد صحنه عمل می‌شود و فعالانه در جهت کنترل و مهار بحران بر می‌آید. طرفداران چنین راهبردی در رسانه ملی بحران کرونا را جزئی از طبیعت بشری می‌پندارند و بر اساس آن خود را به اقدام فعالانه در مواجهه با بحران بیماری به ویژه در هنگام ظهور و بروز موجهای متعدد آن ملزم می‌دانند. در این مرحله شیوه عمل از انطباق و همراهی با بحران کرونا و اوضاع بحرانی، به سمت همراه ساختن اوضاع با خود سوق می‌یابد. رسانه ملی در این شرایط بحرانی به صورت گسترده به بررسی و تحلیل اوضاع پدید آمده می‌پردازند و در ارائه اخبار و اطلاعات به صورت گزینشی عمل نمی‌کند، اما در عین حال تدابیر لازم را می‌اندیشد. رسانه ملی در چنین شرایطی از تمامی ظرفیت‌های خود برای جلب مشارکت عمومی و ایجاد همبستگی استفاده می‌کند.

راهبرد فوق‌فعال: راهبرد فوق‌فعال رسانه ملی با تاکید بر کشف فرصت‌های جدید و چشم‌اندازهای نو برای رشد و پویایی نه تنها وجود بحران بیماری کرونا را می‌پذیرد و در مواجهه با آن فعالانه وارد عمل می‌شود بلکه فراتر از آن، به منظور مقابله با شرایط بحرانی پیش‌بینی‌های لازم را به عمل می‌آورد. طرفداران چنین راهبردی در رسانه ملی ویژگی‌های ساختاری خاصی نظیر خلاقیت، نوآوری، انعطاف و فقدان تمرکز به خود می‌گیرند. رسانه

ملی نه تنها پیرو شرایط بحرانی کرونا به ویژه در هنگام ظهور و بروز موجهای متعدد آن نیست و در صدد انطباق با آن بر نمی‌آید بلکه به تطبیق شرایط با اهداف و مقاصد خود می‌پردازد و به صورت پیشرو عمل می‌کند. رسانه ملی احتمالاً در مرحله بعد از بحران کرونا نیز آن را به فراموشی نمی‌سپارد و با بررسی ریشه‌های وقوع به تجربه اندوزی از بحران و کاربست این تجربیات در اوضاع مشابه می‌پردازد.

بدیهی به نظر می‌رسد که با دیپلماسی رسانه‌ای فوق‌فعال رسانه ملی در انعکاس جلوگیری از گسترش اپیدمی کرونا در صورت موفقیت جایگاه ایران در نظام بین‌الملل تغییر و ارتقا و قدرت نرم ایران به دنبال آن ارتقاء خواهد یافت.

۷. نتیجه‌گیری

در یک جمع‌بندی و دیدگاه کلی با رویکرد توصیفی تحلیلی با توجه به مفاهیم، مبانی نظری و مفاهیم الگوی تحلیل به ویژه الگوی تحلیلی قدرت نرم در سیاست بین‌الملل می‌توان کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا را به ۴ کارکرد جامع و کل‌نگرانه تقسیم کرد که به شرح زیر است؛

(۱) کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای رسانه ملی در دوران همه‌گیری کرونا در جهت کمک به ارتقاء ارتباطات سلامت بین‌المللی ایران. ارتقاء ارتباطات سلامت بین‌المللی ایران بصورت رسانه‌ای و مجازی از طریق گسترش ارتباطات سلامت دولت ایران با دولتها، سازمانهای غیر دولتی؛ مردم کشورهای دیگر برای انتقال دانش، تهیه دارو و وسایل و ملزومات بهداشتی مورد نیاز کشور برای مقابله با کرونا امکانپذیر است. همچنین ارتقاء ارتباطات سلامت بین‌المللی ایران با گسترش ارتباطات سلامت رسانه ملی با رسانه‌های کشورهای دیگر در جهت تقویت فراگرد ارتباطی سلامت محور در فضای بین‌دولتی جهانی امکانپذیر است.

(۲) کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای رسانه ملی در جهت تقویت دیپلماسی رسمی جمهوری اسلامی ایران در دوران همه‌گیری کرونا در جهت بهبود تصویر ایران در افکار عمومی جهان و همچنین در جهت بازنمایی تصویر واقعی از ایران در شرایط کرونایی و تحریم‌های اقتصادی سخت امروز کشور. دیپلماسی رسانه‌ای رسانه ملی در دوران کرونا با ارائه تصویر واقعی ایران تاکید بر نقش سازنده ضد تروریسم، صلح طلب و قطب پزشکی و سلامت در منطقه آسیای غربی و جهان در دوران همه‌گیری کرونا امکانپذیر است.

۳) کارکرد دیپلماسی رسانه ای رسانه ملی در دوران کرونا در جهت تصویر سازی واقعی از ملل دیگر در دوران همه گیری کرونا به دور از اغراق و کمک به عینیت گرایی خبری بین المللی از ملل دیگر در این دوران. این کارکرد به عنوان مثال در جهت روشن کردن افکار عمومی در باره واکسیناسیون گسترده کشورهای دارا و ثروتمند با انحصارگرایی توزیع واکسن در کشورهای ثروتمند و توسعه یافته امکانپذیر شده و این مهم باعث تاخیر و ناکامی بسیاری از کشورهای در حال توسعه و کمتر توسعه یافته شده است.

۴) کارکرد دیپلماسی رسانه ای رسانه ملی در جهت تضعیف دیپلماسی رسانه ای آمریکا و غرب در بدبین سازی افکار عمومی جهان نسبت به ایران. این کارکرد دیپلماسی رسانه ای رسانه ملی در واقع در جهت خنثی کردن دیپلماسی رسانه ای آمریکا و غرب در بازنمایی تصویر مخدوش از ایران و جلوگیری از تشدید تخصصات بین المللی و ایجاد جریان سازی خبری بین المللی ضد جمهوری اسلامی ایران است. دیپلماسی رسانه ای آمریکا و غرب ضد جمهوری اسلامی ایران، در دوران همه گیری کرونا به دنبال تصویرسازی از ایران به عنوان کشور مساله ساز جنگ طلب و حامی تروریسم که مدام امنیت همسایگانش را تهدید می کند است. دیپلماسی رسانه ای آمریکا و غرب ضد جمهوری اسلامی ایران، در دوران همه گیری کرونا همچنین به دنبال تصویرسازی از ایران به عنوان کشوری با آلودگی شدید کرونایی و عامل سرایت کرونا در منطقه خاور میانه است.

بدیهی است که هر ۴ کارکرد جامع و کل نگرانه دیپلماسی رسانه ای صدا و سیمای ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا به ارتقاء قدرت نرم ایران در عرصه بین المللی کمک می کنند. در یک جمع بندی و دیدگاه ژرفانگر با رویکرد توصیفی تحلیلی با توجه به مفاهیم، مبانی نظری و مفاهیم الگوی تحلیل به ویژه الگوی تحلیلی قدرت نرم در سیاست بین الملل می توان کارکرد دیپلماسی رسانه ای صدا و سیمای ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا را به ۴ کارکرد ژرفانگر تقسیم کرد که به شرح زیر است؛

۱) کارکرد دیپلماسی رسانه ای صدا و سیمای ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا در راستای مانع زدایی در گفتگو و بسترسازی برای گفتگو در دوران بحران کرونا برای تحقق گفتگوی بین ملت ایران و دولتمردان و همچنین ملتهای کشورهای توسعه یافته (Developed Countries)، کشورهای در حال توسعه (Developing Countries) و کشورهای کمتر توسعه یافته (Least Developed Countries) در جهت ارتقاء ارتباطات سلامت ایران. این کارکرد

رسانه ملی به آگاهی بخشی و پیوستگی افکار عمومی ملی مردم ایران به افکار و دیدگاه های دولتمردان و افکار عمومی مردم کشورهای مختلف جهان کمک می کند. به عبارت دقیقتر به آگاهی بخشی و پیوستگی فضای بینادذهنیتی مردم ایران با دولتمردان و مردم کشورهای مختلف جهان کمک می کند. این کارکرد رسانه ملی برای مانع زدایی از تصویرسازی مخدوش و نادرست از مردم و دولتمردان ایران در رسانه‌های غربی جریان اصلی؛ که عرصه قدرتمایی سیاستمداران کشورهای آمریکایی و غربی است نیز کمک می کند.

۲) کارکرد دیپلماسی رسانه ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا در راستای مانع زدایی در گفتگو و بسترسازی برای گفتگو در دوران بحران کرونا برای تحقق گفتگوی بین دولتمردان ایران و دولتمردان و همچنین مردم کشورهای توسعه یافته، کشورهای در حال توسعه و کشورهای کمتر توسعه یافته در جهت ارتقاء ارتباطات سلامت ایران. این کارکرد رسانه ملی به آگاهی بخشی و پیوستگی افکار و دیدگاه های دولتمردان ایران به افکار و دیدگاه های دولتمردان و افکار عمومی مردم کشورهای مختلف جهان کمک می کند. به عبارت دقیقتر به آگاهی بخشی و پیوستگی فضای بینادذهنیتی دولتمردان ایران با مردم و دولتمردان کشورهای مختلف جهان کمک می کند. این کارکرد رسانه ملی برای مانع زدایی از تصویرسازی مخدوش و نادرست از مردم و دولتمردان ایران در رسانه‌های غربی جریان اصلی؛ که عرصه قدرتمایی سیاستمداران کشورهای آمریکایی و غربی است نیز کمک می کند.

۳) کارکرد دیپلماسی رسانه ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا در راستای کمک به ارتباطات سیاسی و دیپلماسی کارا و اثربخش دولتمردان ایران با دولتمردان و همچنین مردم جهان درگیر در بحران کرونادر جهت ارتقاء ارتباطات سلامت ایران. این کارکرد رسانه ملی به عنوان تاثیرگذاری بر فضای فراگرد ارتباطی رسانه های غربی جریان اصلی که جریان های سیاسی بین المللی را برای تاثیرگذاری بر مدیریت ادراک دولتمردان دیگر کشورها در قبال ایران به عنوان کشور مساله ساز کرونایی در خاور میانه ترغیب می کنند.

۴) کارکرد دیپلماسی رسانه ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا در راستای کمک به درک بهتر شیوه ارتباط و دیپلماسی کارا و اثربخش مردم ایران با مردم و همچنین دولتمردان جهان درگیر در بحران کرونا در جهت ارتقاء ارتباطات سلامت ایران. این کارکرد

رسانه ملی به عنوان تاثیرگذاری بر فضای فراگرد ارتباطی رسانه های غربی جریان اصلی که جریان های سیاسی بین المللی را برای تاثیرگذاری بر مدیریت ادراک مردم جهان در قبال ایران به عنوان کشور مساله ساز سیاسی، امنیتی و کرونایی در خاور میانه ترغیب می کنند. همه این کارکردها در دوران ظهور و بروز موجهای جدید شیوع کرونا در ایران و همچنین در دورانی که واردات واکسن خارجی کرونا و تولید واکسن کرونا در داخل هنوز در کشور در مرحله آغازین است بسیار مهم و حایز اهمیت هستند و به ارتقاء قدرت نرم ایران در عرصه بین المللی کمک می کنند.

از سوی دیگر، برای دستیابی ایران به منافع ملی حداکثری باید هر ۸ کارکرد یعنی ۴ کارکرد جامع و کل نگرانه و همچنین ۴ کارکرد ژرفانگر دیپلماسی رسانه ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا به خوبی مورد استفاده بهینه قرار گیرد. برای تحقق این امر با توجه به یافته های تحقیق حاضر، باید به راهبرد فوق فعال رسانه ملی در مقابله با دیپلماسی عمومی ضد ایرانی آمریکا در دوران کرونا توجه جدی شود. بر طبق این راهبرد بر شفاف سازی درباره وجه ضد بشری تحریم های آمریکا علیه ایران در دوران کرونا، تاکید و همچنین عدم همکاری ایالات متحده با جامعه بین الملل در تأمین سلامت جهانی، برجسته سازی شود.

با توجه به مفاهیم، مبانی نظری و مفاهیم الگوی تحلیل؛ اقدامات زیر به تحقق راهبرد فوق فعال رسانه ملی در مقابله با دیپلماسی عمومی ضد ایرانی آمریکا در دوران کرونا و به دنبال آن استفاده بهینه از کارکردهای دیپلماسی رسانه ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا کمک می کند؛

۱- مانور تبلیغاتی گسترده از طریق دیپلماسی رسانه ای و به ویژه شبکه های برون مرزی رسانه ملی بر روی آسیب های تحریم های ایالات متحده بر منافع ملی ایران در عرصه نظام پزشکی و درمانی کشور در رابطه با واردات مواد اولیه، دارو و تجهیزات پزشکی در شرایط همه گیری ویروس جهانی کرونا و استفاده گسترده از اصطلاحاتی نظیر «تروریسم پزشکی» ایالات متحده آمریکا که توسط وزیر امور خارجه کشورمان مطرح شود.

۲- تاکید رسانه ها و به ویژه شبکه های برون مرزی رسانه ملی مبنی بر اینکه رفتار آمریکا در شرایط فعلی و در قبال ایران در حقیقت نوعی عدم همراهی در تأمین کالاهای عمومی جهانی به نام سلامت و سیاسی کردن موضوع بهداشت جهانی و خلاف منافع ملی

ایران است. در این رابطه مقامات چینی بر ضرورت لغو تحریم آمریکا علیه ایران به واسطه چالشی که برای کل بشریت ایجاد می‌شود تاکید کرده‌اند.

۳- آگاه‌سازی افکار عمومی از طریق دیپلماسی رسانه‌ای و رسانه ملی در رابطه با فعالیت گروه‌هایی در آمریکا مانند گروهی به نام «متحد علیه ایران هسته‌ای» که هر گونه صادرات دارو به ایران حتی در شرایط فعلی را نیز نادرست می‌داند (چنین آگاه‌سازی‌هایی می‌تواند تاثیر دیپلماسی عمومی ایالات متحده در کشورمان را تضعیف کند و به کاهش قدرت نرم آمریکا در قبال ایران بینجامد).

۴- استفاده از فرصت انتشار بیانیه ایران و ۲۵ کشور جهان علیه تحریم‌های یک جانبه و ظالمانه آمریکا؛ برای آگاه‌سازی افکار عمومی جامعه جهانی از اقدامات ظالمانه آمریکا علیه کشورهای مستقل جهان (۲۶ کشور جهان از جمله ایران، سوریه، روسیه، چین و عراق در بیانیه مشترکی با اعلام اینکه تحریم‌های اقتصادی یک جانبه و ظالمانه آمریکا و برخی کشورهای غربی علیه برخی کشورهای مستقل جهان به مانع بزرگی برای مقابله با ویروس کرونا تبدیل شده است، خواستار پایان دادن به این وضعیت شدند). این بیانیه در جلسه سوم مجمع عمومی سازمان ملل ویژه حقوق بشر توسط چین در ۱۵ مهر ۱۳۹۹ خوانده شده است. این مهم در راستای ارتقای قدرت نرم ایران با استفاده از یک بیانیه جهانی در جهت تامین منافع ملی کشور است.

۵- معرفی ایران در رسانه‌ها و شبکه‌های برون مرزی رسانه ملی به عنوان یکی از چهار کشور در خط مقدم مبارزه با کرونا به جای کشور اشاعه دهنده این ویروس در منطقه و پیشنهاد کمک متقابل به بیماران در آمریکا و سایر نقاط جهان و ابراز نگرانی نسبت به وضعیت آنها.

با توجه به نظر کارشناسان روابط بین الملل اثرات و چالش‌های سیاسی بین المللی بحران همه‌گیری ویروس کرونا باعث تغییر الگوهای فکری و رفتاری قدرت‌های بزرگ همچون آمریکا و چین شده است، بنابراین دیپلماسی رسانه‌ای رسانه ملی برای دستیابی حداکثری به منافع ملی در دوران بحران کرونا باید متناسب با تغییرات الگوهای فکری و رفتاری قدرت‌های بزرگ چین، روسیه، آمریکا و اتحادیه اروپا در مواجهه با بیماری کرونا ویروس شکل بگیرد. این تغییرات به گونه‌ای است که اسطوره نفوذ و شکست‌ناپذیری آمریکا با این بیماری فرو ریخته و اروپایی‌ها نیز به سوی تقویت ناسیونالیسم و کاهش تعهد در قبال اتحادیه حرکت می‌کنند. از طرفی گمان می‌رود در پسا کرونا احتمال افزایش همکاری‌های بین المللی

در صورت افول نسبی نقش آفرینی آمریکا در جهان دور از انتظار نخواهد بود. هر چند که در دوران ریاست جمهوری جو بایدن به عنوان رئیس جمهور آمریکا تقویت همگرایی اروپا و آمریکا بیش از پیش مورد انتظار است. این در صورتی است که؛ شدت عمل بایدن در قبال روسیه و شخص پوتین رئیس جمهور این کشور در ماه آوریل ۲۰۲۱ میلادی و همچنین تقابل آشکار با چین نشان از تداوم رقابت جهانی تمام عیار آمریکا با قدرتهای بزرگ روسیه و چین دارد. بنابراین استفاده حداکثری از ظرفیت دیپلماسی رسانه‌ای رسانه‌های کشور به ویژه رسانه ملی برای دستیابی حداکثری به منافع ملی در دوران بحران کرونا از رقابت موجود آمریکا با روسیه و چین بسیار مهم و حائز اهمیت است.

گفتنی است، علاوه بر موارد ۵ گانه فوق موارد زیر نیز به تحقق راهبرد فوق فعال رسانه ملی در مقابله با دیپلماسی عمومی ضد ایرانی آمریکا در دوران کرونا و به دنبال آن استفاده بهینه از ۴ کارکرد دیپلماسی رسانه ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا کمک می کند؛

۶- تشدید فشار آمریکا بر چین با نامیدن کرونا به عنوان ویروس چینی یکی از تغییر الگوهای رفتاری آمریکا در دوران کرونایی در دوران ریاست جمهوری دونالد ترامپ در آمریکا بود. بنابراین متوسل شدن جمهوری اسلامی ایران به چین به عنوان الگو برای رهایی از مخمصه کرونا، در صورت بازگشت آمریکا به برجام در دوران جو بایدن رئیس جمهور فعلی آمریکا در شرایط فعلی بر خلاف منافع ملی ایران بوده و جایز نیست. لزوم بازنگری در رویکرد دیپلماسی رسانه‌ای رسانه‌های کشور به ویژه رسانه ملی برای دستیابی حداکثری به منافع ملی در دوران بحران کرونا بسیار مهم و ضروریست.

۷- با توجه به نظر کارشناسان روابط بین الملل، ایده‌های جدید حکمرانی مثل دولت تمدنی در جهان پساکرونا بیشتر مورد توجه قرار می گیرد، بنابراین دیپلماسی رسانه‌ای رسانه‌های کشور به ویژه رسانه ملی برای دستیابی حداکثری به منافع ملی در دوران بحران کرونا باید بر گفتمان سازی درباره دولت تمدنی جمهوری اسلامی برای زمینه سازی ظهور این دولت در مقابل دولت-ملت غربی در دوران پساکرونا پردازند. از سوی دیگر به نظر کارشناسان مهار سریع کرونا با یک رویکرد ملی قوی و از طریق حکمرانی هوشمند، بر اعتبار منطقه‌ای و جهانی ایران می افزاید.

۸- دیپلماسی رسانه‌ای هوشمند رسانه‌ای کشور به ویژه رسانه ملی باید با استفاده از تمامی امکانات موجود ملی و بین المللی برای دستیابی حداکثری به منافع ملی کشورمان به

طور همزمان به دو اصل «رشد اقتصادی کشور» از طریق تقویت همکاری‌های منطقه‌ای و «تولید امنیت در کشور» توجه جدی داشته باشد. این مهم به تقویت جایگاه منطقه‌ای کشورمان در دوران همه‌گیری کرونا و پساکرونا در جهان منجر خواهد شد.

از سوی دیگر برای موفقیت دیپلماسی رسانه‌ای ایران در سطح جهانی و فضای پیچیده بین المللی (بحران همه‌گیری کرونا و دوران پساکرونا) باید رسانه ملی با استفاده از همه رسانه‌های دیداری و شنیداری و به ویژه اینترنت با مخاطبان جهانی گفتگو کند.

۹- با توجه به اینکه افکار عمومی مخاطبان جهانی و همچنین فضای بین‌ذهنی جهانی بسیار متنوع و بعضاً متضاد است، تاثیرگذاری بر آن بسیار سخت و نیازمند به کارگیری کارشناسان زبده رسانه ایست. اگر رسانه ملی می‌خواهد در دوران همه‌گیری کرونا در جهان به موفقیت دست یابد باید تعارضات بین المللی کشورمان را تا حد امکان از طریق دیپلماسی رسانه‌ای با همکاری وزارت خارجه کنترل کند و در صورتی که تعارضی به وجود آمد باید بتواند بین از دست دادن اعتماد مخاطب و همچنین دست نیافتن به منافع ملی تعادل ایجاد کند که انجام چنین کاری نیازمند یک رسانه قوی است. بدیهی است این مهم به ارتقاء قدرت نرم ایران در عرصه بین الملل کمک می‌کند.

کتابنامه

- ای، لوسین و همکاران (۱۳۸۰)، «بحران‌ها و توالی در توسعه سیاسی»، ترجمه: غلامرضا خواجه سروی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- برزگر، کیهان (۱۳۹۹). «دیپلماسی هوشمند در عصر کرونا»، هشتم اردیبهشت ۹۹ روزنامه شرق، کدخبر ۲۶۳۱۱۰، <https://sharghdaily.com/fa/Main/Detail/263110/>
- تاجران، علیرضا و عباس اسدی و فاطمه عیدی (۱۳۹۶)، «دیپلماسی رسانه‌ای در مذاکرات هسته‌ای»، پژوهش‌نامه ایرانی سیاست بین الملل، دانشگاه فردوسی مشهد.
- خانی، محمدحسن و محمدی سیرت، حسین (۱۳۹۷)، «نسبت عملی منافع ملی و ایدئولوژی اسلامی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران»؛ دوفصلنامه علمی پژوهشی جامعه‌شناسی سیاسی جهان اسلام، دانشگاه شاهد.
- خجسته باقرزاده، حسن (۱۳۹۳)، مدیریت رسانه، چاپ اول، تهران: نشر تیسرا.
- خرازی آذر، رها (۱۳۹۴)، درک مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای: رسانه‌ها به عنوان بازیگران نوین دیپلماتیک، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج.

- دعاگویان، داود (۱۳۸۸)، نقش تلویزیون جهانی در دیپلماسی رسانه ای و سیاست خارجی، مطالعات عملیات روانی، سپاه پاسداران انقلاب اسلامی.
- دهقانی، سید جلال الدین (۱۳۸۶)، هویت و منفعت در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران. منافع جمهوری اسلامی ایران (مجموعه مقالات)، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- رزمجو، علی اکبر و افسانه خسروی و علی عنایتی شبکلابی (۱۳۹۵)، «درآمدی بر دیپلماسی رسانه ای ایران»، تهران: آثار و مفاخر فرهنگی.
- روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۸۷)، نقش مدیریت رسانه در تحول بحران از تهدید به فرصت، فصلنامه پژوهش های ارتباطی، سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- سلطانی، فرهاد و لیلیا خانزاده (۱۳۹۳)، بررسی ضرورت باز تعریف منافع ملی در عصر دیپلماسی، «فصلنامه رسانه»، معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- سلطانیفر، محمد (۱۳۸۹)، «دیپلماسی عمومی نوین و روابط عمومی الکترونیک»، انتشارات سیمای شرق: تهران.
- سیمبر، رضا و احمد علی مقیمی (۱۳۹۵)، «دیپلماسی فرهنگی و منافع ملی»، چاپ اول، تهران: نشر آکادمیک.
- عیوضی، محمد رحیم و پارسا، مونا (۱۳۹۲)، الگوی تحلیلی قدرت نرم و سیاست بین الملل، دو فصلنامه مطالعات قدرت نرم، سازمان بسیج اساتید.
- قامت، جعفر (۱۳۹۴) «منافع ملی و امنیت ملی»، چاپ اول، نشر قومس: تهران.
- گنجی دوست، محمد (۱۳۸۷)، «تحولات دیپلماسی در عصر اطلاعات»، فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.
- لارسن، جیمز اف و دیوید آرگرن و ایتان گیلپوا و عباس ملکی و کریستاویگاز (۱۳۹۶)، «دیپلماسی رسانه ای و سیاست خارجی»، ترجمه داود دعاگویان و سروش امیری و محمد مهدی میرزائی، چاپ اول، تهران: موسسه نشر علوم نوین.
- متقی، ابراهیم (۱۳۸۶)، «سازمانگاری، هویت، زبان، و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه سیاست، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران.
- محمدی، مصطفی و محبوبی، قربانعلی (۱۳۹۴)، تأثیرات دیپلماسی رسانه ای ج.ا.ایران در بیداری اسلامی با تأکید بر شبکه های برون مرزی، فصلنامه مهندسی فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- مستکین، عبدالمهدی (۱۳۸۷)، کارکرد دیپلماسی رسانه و تأثیر تعاملی آن بر پویاسازی محیط سیاست خارجی، فصلنامه عملیات روانی، معاونت فرهنگی و اجتماعی نیروی مقاومت بسیج.
- نوابخش، مهرداد (۱۳۸۷)، «دیپلماسی رسانه ای به مثابه ابزار سیاست خارجی»، مجموعه مقالات دیپلماسی رسانه، تهران: معاونت پژوهش های فرهنگی و اجتماعی مجمع تشخیص مصلحت نظام.

- Brown. M., Bergmann J, Novotny T, Mackey T. (2018). *Applied global health diplomacy: profile of health diplomats accredited to the UNITED STATES and foreign governments*. Global Health. 2018; 14:2
- Fidler. DP.(2001). *The globalization of public health: The first100 years of international health diplomacy* Bulletin of The world health organization 2001; 79: 842-9.
- Fukuyama, F. (2020). *Totalitarianism as a Mindset Can Be Anywhere*. The American Interest .
- Khodayari Zarnagh R.(2017). *A closer look at the concept of global health*.journal of the Iranian Institute for Health Sciences Research (IHSR) 2017; 5: 563-565.
- Larson, James.F(1988), *Global Television And Foreign Policy*, New York.
- Robert, jonathan,M. (1988). *Decision-Making during international crisis*. London;Macmillan press LTD , 1988.
- Ruckert A, labonte R, Iencucha R, Runnels V, Gagnon M. (2016). *global health diplomacy: A critical review of the literature*. Social science and medicine. 2016; 155: 61-72.
- Zhang. Li (2010), *The Rise of China: media perception and implication for international politics*, journal of contemporary china,19.

