

نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران

سیدحامد عاملی¹ * رها خرازی آذر² * افسانه مظفری³

چکیده

این مقاله تلاش دارد نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای و به‌طور مشخص تر شبکه‌های اجتماعی را در عرصه دیپلماسی جهانی مورد بررسی و مطالعه قرار دهد و پس از تعیین این جایگاه، الگویی برای بهره‌گیری دستگاه دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران از این رسانه‌های اجتماعی ارائه دهد.

آنچه که جهان جدید را متفاوت از گذشته می‌سازد چیزی نیست جز تحول بنیادین در عرصه ارتباطات و اطلاعات که ماهیت بسیاری از مفاهیم از جمله قدرت را تغییر داده است. امروزه اطلاعات پیشاپیش قدرت حرکت می‌کند و این تحول بیانگر وضعیتی شبیه یک رقابت تسلیحاتی در حوزه اطلاعات است. امری که تغییرات سریع فناوری‌های ارتباطی را موجب می‌شود و پرداختن به ماهیت این فناوری‌ها و ارائه تعریف و ساختاری نوین برای مفاهیم اساسی و تأثیرگذار در سرنوشت بشری را ضروری می‌سازد. از جمله این مفاهیم، دیپلماسی است که لازم است آن را در زیرمجموعه تغییرات ماهیت مفهوم کلان‌تری به نام قدرت به مطالعه نشست. در این مجموعه با کشف الگوهای ذهنی موجود در این موضوع با روش کیو تست و تجزیه و تحلیل این الگوها در نهایت «دکترین دیپلماسی شبکه‌ای» با تعریف و ساختاری جدید به‌عنوان الگویی برای دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران پیشنهاد گردیده است.

واژگان کلیدی: تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی شبکه‌ای.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی - سال ششم - شماره بیست و دوم - بهار 96 - 176 - 153

تاریخ دریافت مقاله: 95/6/8 تاریخ پذیرش مقاله: 95/12/23

1. دانشجوی دکتری رشته علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات تهران (aameli110@yahoo.com)

2. استادیار و عضو هیئت علمی واحد علوم و تحقیقات تهران (cyber.diplomacy@gmail.com)

3. استادیار و عضو هیئت علمی واحد علوم و تحقیقات تهران (dr.afsaneh.mozaffari@gmail.com)

1. مقدمه

اینترنت به‌طور اساسی موجب تغییر در اطلاعات و ارتباطات - دو اصل اساسی در دیپلماسی- شده است. در واقع، اینترنت یکی از عمیق‌ترین تغییرات را در دیپلماسی به همراه داشته است. تحولات مذکور در جامعه مدرن وابستگی متقابل میان بازیگران مهم در سیاست جهانی و تقاضا برای دیپلماسی به‌عنوان شیوه‌ای از حل و فصل منازعات از طریق مذاکرات و مصالحه را افزایش داده است. از سوی دیگر، در دنیای به هم وابسته اینترنتی، دیپلماسی شیوه کارآمدتری برای حل اختلافات است.

موضوع دیگری که به‌طور برجسته ظهور و روزیافته و به‌طور فزاینده‌ای نیز رو به رشد است، حضور نهادهای غیردولتی¹ در عرصه دیپلماسی و تأثیرگذاری آنها در سطح جهانی است. پذیرفته شدن حضور این نهادها در سازمان‌ها و کنوانسیون‌های بین‌المللی و نقش تأثیرگذار آنها در تدوین و تصویب برخی معاهدات و اصول بین‌المللی بیانگر این نقش جدی و گسترده است. بی‌تردید آنچه که باعث کنارهم آمدن این اجتماعات از کل جهان می‌شود، شبکه‌های ارتباطی و اجتماعی است. شناخت این پدیده در عصر جهانی شدن ضرورتی انکارناپذیر در سرنوشت آینده هر اجتماعی است.

در مجموع باید گفت رسانه‌های نوین اجتماعی و ارتباطی اگرچه دیپلماسی را به‌عنوان روشی برای مدیریت عرصه سیاست بین‌الملل تقویت کرده، اما ماهیت، ساختار و نهادهای مرتبط با آن را دستخوش تحولاتی نموده است. این تغییرات هنوز در جریان است و از این رو حضور اثربخش در عرصه جهانی منوط به درک درست ماهیت این تغییر و طراحی درست ساختارها و نهادهای اجرایی آن است. این امر که سرنوشت هر جامعه بر آن بستگی تام دارد، ضرورت بررسی نحوه بهره‌گیری و جایگاه رسانه‌های نوین را در عرصه دیپلماسی مورد تأکید جدی قرار می‌دهد و آن را جزو حیاتی‌ترین مباحث آینده کشور می‌سازد.

پدیده انقلاب ارتباطات و محصول کاملاً شناخته‌شده آن، یعنی اینترنت، در حال

1. Non Governmental Organization

ایجاد تغییرات اساسی وسیعی در ماهیت، اشکال و ساختارهای قدرت در جوامع گوناگون، اعم از توسعه‌یافته و در حال توسعه است. با تغییر در مفهوم و ماهیت قدرت، منابع و ساختارهای قبلی تولید قدرت کارکرد خود را از دست داده و نیازمند تغییر و مهندسی مجدد هستند. یکی از قابلیت‌های اینترنت که تحولات زیادی را موجب شده، شبکه‌های اجتماعی هستند. این شبکه‌ها، فضایی ایجاد کرده‌اند که کاربران می‌توانند به جبران محدودیت‌ها و موانع فضای واقعی زندگی بپردازند و فرصتی برای تعاملات، ارتباطات و انتقال پیام ایجاد کنند. آنچه در این تحولات قابل توجه هست، نقش رسانه‌های ارتباط جمعی و به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی در اطلاع‌رسانی و گسترش این تحولات می‌باشد که نقش این شبکه‌ها را در تحولات سیاسی و اجتماعی، بیش از پیش شایسته تحقیق و پژوهش می‌کند.

در زمانی که مرزهای سیاسی رنگ می‌بازد و دولت‌ها اقتدار پیشین خود را از دست می‌دهند و نهادهای غیردولتی حضور نهادینه تک‌تک انسان‌ها را در سرنوشت جهان هستی بیش از پیش پررنگ می‌سازد، دیپلماسی نیز دچار دگرگونی در مفهوم و ماهیت خود می‌شود و دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان مفهومی جدید وارد حوزه ادبیات سیاسی می‌گردد. البته این مفهوم به‌تنهایی پاسخگوی تحولات امروز نیست و نیازمند ارائه مدلی برای بهره‌گیری از قابلیت‌های تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای برای ساختن جهانی بهتر است.

سؤالات این تحقیق به دو شکل اصلی و فرعی عبارتند از:

- کارکرد و جایگاه رسانه‌های نوین و به‌طور ویژه شبکه‌های اجتماعی¹ در عرصه

دیپلماسی چیست؟

- جمهوری اسلامی ایران برای بهره‌گیری از یک دیپلماسی رسانه‌ای اثربخش در

عرصه بین‌المللی نیازمند چه رویکردهایی است؟

- شبکه‌های اجتماعی چه تغییراتی را در مفهوم و ماهیت قدرت ایجاد کرده‌اند.

- مفهوم و ماهیت دیپلماسی چه تأثیری از توسعه تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای

پذیرفته است.

- شبکه‌های اجتماعی چه تأثیری بر دولت‌ها و ساختار نهادهای سیاست خارجی

گذاشته‌اند.

- در فرایند جهانی شدن، شبکه‌های اجتماعی چه نقشی در عرصه دیپلماسی جهانی خواهند داشت.

- جمهوری اسلامی ایران چگونه می‌تواند با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌های اجتماعی، دیپلماسی رسانه‌ای اثربخشی را طراحی و اجرا کند.

- جمهوری اسلامی ایران چه پروژه‌ها و اقداماتی در جهت حضور سازنده در عرصه دیپلماسی بین‌المللی با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی باید تعریف و به مرحله اجرا درآورد.

2. مبانی نظری پژوهش

تبیین جایگاه شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران، در گام اول نیازمند ارائه دقیق تئوری‌هایی است که می‌تواند بستر شکل‌گیری این مفاهیم و فرایندها را تبیین نماید. دیپلماسی در نگاه کلان، مفهومی مربوط به حوزه قدرت است. از این رو لازم است تعریف و ساختاری از قدرت که می‌تواند به‌طور دقیق‌تری بیانگر مناسبات قدرت در دنیای امروز و فردا باشد، ارائه شود. همچنین ارائه مدلی برای دیپلماسی رسانه‌ای هدفی جز افزایش قدرت ملی ندارد. از همین رو شناخت قدرت جزو مبانی مورد نیاز این تحقیق است. با تبیین مفهوم و ماهیت قدرت می‌توان تعریف دقیق‌تری از دیپلماسی مبتنی بر آن ارائه کرد، چرا که تعاریف و کارکردهای متنوع و متعددی را برای دیپلماسی برشمرده‌اند و لازم است مبانی نظری مورد نیاز ارائه و روشن شود. در مرحله بعدی، شناخت ماهیت جهان آینده است که اهمیت اساسی در طراحی مدلی کارآمد برای حضور مؤثر در عرصه جهانی دارد. ماهیت شبکه‌های اجتماعی و کارکردهای آنها و همچنین تغییراتی که در عرصه‌های فردی و اجتماعی توسط این رسانه‌ها به وجود آمده، ضرورت تبیین جایگاه آنها در عرصه دیپلماسی و جهان آینده است که ارائه مدلی برای دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی مستلزم شناخت دقیق این پدیده‌ها و پیامدهای آن است.

2-1. ماهیت و مفهوم قدرت

قدرت در دوران مختلف متأثر از ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و تکنولوژیک ماهیت و طبیعت متفاوتی داشته است. در دوران کلاسیک، مدرن و پسا مدرن تعاریف و جلوه‌های متفاوتی نموده، اما به نظر می‌رسد آنچه که در جهان امروز و آینده بیشتر بتواند

ماهیت آن را تبیین و توصیف کند، نگاه پست مدرنیسم¹ است.

از اواخر قرن بیستم، اندیشه پست مدرنیسم میدان‌دار عرصه تفکر شد. میشل فوکو² بیشترین توجه فلسفی خود را بر مفهوم و ماهیت قدرت قرار داده است. دیدگاه وی در باب قدرت به قدری عمیق و گسترده است که علاوه بر دربرگرفتن سایر حوزه‌ها، پایانی بر اندیشه‌های مدرن در این باره تلقی می‌گردد. به عبارت دیگر، اندیشه‌های پسامدرنی را در زمینه قدرت شاید تنها بتوان با مراجعه به آرای فوکو مورد تأمل قرار داد و حتی تنها بدان اکتفا نمود.

فوکو برخلاف تفکر مدرن، قدرت را به‌عنوان چیزی در تملک اعمال‌کنندگان در نظر نمی‌گیرد. او در کتاب «انضباط و مجازات» اعلام می‌کند که می‌خواهد به توصیف چگونگی «اعمال قدرت و نه تملک آن» پردازد. این امر حاکی از آن است که قدرت یک دارایی، ثروت یا امتیاز نیست. قدرت صرفاً آن چیزی نیست که طبقه مسلط دارای آن و افراد تحت ستم فاقد آن باشند. فوکو ترجیح می‌دهد بگوید که قدرت یک راهبرد است و تحت سلطگان هم به اندازه سلطه‌گران بخشی از شبکه روابط قدرت و چارچوب اجتماعی خاص هستند. قدرت، همچون راهبرد پیچیده‌ای جاری در سرتاسر نظام اجتماعی به اسلوبی مویرگه‌وار، هرگز به‌صورت جامع و جهان‌شمول جلوه نمی‌کند، بلکه تنها در نقاط موضعی و به‌عنوان «خرده-قدرت‌ها» جلوه‌گر می‌شود. قدرت چیزی جاگرفته در نظام روابط حاکم و نماد وی شده نیست، بلکه قدرت جامعه را به شیوه‌ای تحت نفوذ خود می‌گیرد که مغلوب ساختن دستگاه دولت (از طریق یک انقلاب یا کودتای سیاسی) به خودی خود نمی‌تواند موجب تغییر شبکه قدرت شود. (فوکو، 1370: 348-327).

در نظام اندیشه فوکو، اصولاً قدرت مانند چیزی محاط که معمولاً زنجیره‌ای عمل می‌کند، تحلیل شده است. این قدرت هرگز در تملک کسی نیست. این شکل از قدرت شبکه‌ای عمل می‌کند و افراد نه تنها در میان تارهای این شبکه در گردش‌اند، بلکه همواره در وضعی قرار دارند که هم به قدرت تن بدهند و هم آن را اعمال کنند. طبق این نگرش، قدرت بر افراد اعمال نمی‌شود، بلکه از طریق آنان جریان می‌یابد و این همان چهره چهارم و نرم‌افزارانه دولت و نهادهای سیاسی نیست. از آنجا که همه شرکت‌کنندگان در این شبکه در اعمال قدرت سهم دارند، الگوی فرمانروا و اطاعت‌کننده برای درک پدیده جدید

1. Post Modernist

2. Michel Foucault

قدرت نارسا و ناکافی به نظر می‌رسد.

به عقیده وی، مسئله این نیست که قدرت به دست چه کسی اعمال شود، بلکه مهم این است که بدانیم این قدرت چگونه و با چه مکانیسمی اعمال می‌شود. در اینجا است که مسئله «استراتژی‌های قدرت» در اندیشه فوکو مطرح می‌شود؛ استراتژی‌ها، شبکه‌ها، سازوکارها و فونونی که هر تصمیمی به کمک آنها پذیرفته می‌شود و هیچ تصمیمی از طریق آنها جز به همان صورتی که گرفته شده گرفته نمی‌شود (رهبری، 1385). یعنی قدرت قبل از اینکه اعمال زور باشد، ایجاد نوعی رابطه است که در تعریف نهایی قدرت دخیل است.

2-2. جامعه شبکه‌ای کاستلز

بررسی ساختارهای اجتماعی نوظهور در حوزه‌های مختلف فعالیت و تجربه انسانی ما را به نتیجه‌ای فراگیر رهنمون می‌سازد. به‌عنوان روندی تاریخی، کارکردها و فرایندهای مسلط در عصر اطلاعات هر روز بیش از پیش پیرامون شبکه‌ها سازمان می‌یابند. شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. در حالی که شکل شبکه‌ای سازمان اجتماعی در دیگر زمان‌ها و مکان‌ها نیز وجود داشته است، پارادیم نوین تکنولوژی اطلاعات بنیان مادی گسترش فراگیر آن را در سرتاسر ساختار اجتماعی فراهم می‌آورد.

علاوه بر این، این منطق شبکه‌ای، عزمی اجتماعی ایجاد می‌کند که مرتبه آن از سطح منافع اجتماعی به خصوصی که از طریق شبکه بیان شده‌اند فراتر است؛ لذا قدرت جریان‌ها از جریان‌های قدرت پیشی می‌گیرد. غیبت یا حضور در شبکه و پویایی هر شبکه در برابر دیگر شبکه‌ها، منابع حیاتی سلطه و تغییر در جامعه ما هستند. جامعه‌ای که به درستی می‌توان آن را جامعه شبکه‌ای نامید که ویژگی آن برتری ریخت اجتماعی برکنش اجتماعی است.

شبکه‌ها ساختارهایی باز هستند که می‌توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند و نقاط شاخص جدیدی را در درون خود پذیرا شوند، تازمانی که این نقاط توانایی ارتباط در شبکه را داشته باشند، یعنی مادام که از کدهای ارتباطی مشترک (برای مثال ارزش‌ها یا اهداف کارکردی) استفاده می‌کنند. یک ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه، سیستم بسیار باز و پویایی است که بدون اینکه توازن آن با تهدیدی روبرو شود، توانایی نوآوری دارد.

نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران ... 159

شبکه‌ها ابزار مناسبی برای فعالیت‌های مختلف هستند. برای اقتصاد سرمایه‌داری که مبتنی بر نوآوری، جهانی شدن، و تراکم غیرمتمرکز است؛ برای کار، کارگران، و شرکت‌های متکی به انعطاف‌پذیری و قابلیت انطباق؛ برای فرهنگ متکی به ساخت‌شکنی و تجدید ساختار بی‌پایان برای حکومتی که با پردازش فوری ارزش‌ها و حالات عمومی جدید سازگار شده است؛ و نیز برای سازمانی اجتماعی که در پی الغای مکان و نابودی زمان است.

3-2. نگاهی به مفهوم دیپلماسی

در بیان مفهوم و ماهیت دیپلماسی تعاریف بسیار متنوعی ارائه شده است. اما تمامی این تعاریف هدف مشخصی را دنبال می‌کنند و آن پیشبرد سیاست خارجی است (آلادپوش و توتونچیان، 1372: 4). سیاست خارجی هر کشور نیز مجموعه‌ای از اهداف و راهبردهایی است که به منظور تأمین منافع ملی دنبال می‌شود. به عبارت دیگر، می‌توان آن را مجموع اصول و اهدافی دانست که هر دولت در رابطه با دولت‌های دیگر در نظر می‌گیرد.

از منظری دیگر، از قرن هفده به بعد تعریفی دیگر بر مبنای کارکرد دیپلماسی ارائه شود و آن هنر مذاکره دیپلماسی به‌عنوان شیوه‌ای برای درک آنچه روابط بین‌الملل شناخته می‌شود است و آن: روابط میان دولت-ملت‌ها در نظام بین‌المللی و همچنین ویژگی‌های خود نظام بین‌الملل.

در تمامی دوران جنگ سرد، پارادایم نورئالیسم¹ امنیت دوقطبی همگام با گفتمان نولیبرال جهانی شدن حرکت می‌کرد. نورئالیسم با تمرکز نظری بر امنیت و نولیبرالیسم با تمرکز بر همکاری بین‌المللی در تلقیات دولت‌محور با هم اشتراک داشته و از متدولوژی عقل‌گرایانه تجربی بهره گرفته‌اند. ظهور نولیبرالیسم در دهه 1970 با تقویت نمودارهای سنتی، بر ظهور نهادهای چندجانبه به‌عنوان تحمیل‌کننده همکاری میان دولت‌ها تمرکز داشت (Lee and Hudson, 2004: 343-60).

اگر این رویکردها را در قالب رهیافت اثبات‌گرایی² که دیپلماسی را در چهارچوب روابط امنیتی میان دولت‌ها قرار می‌دهد تقسیم‌بندی کنیم، از بعد جنگ جهانی دوم تاکنون

1. Neorealism

2. Positivism

رویکرد دیگری نیز به وجود آمده است که می‌توان آن را رهیافت پسا اثبات‌گرایی¹ دانست. این رهیافت که دربردارنده طیف گسترده‌ای از عوامل و فرایندها بوده و کارکردهای اصلی دیپلماتیک یعنی نمایندگی و برقراری رابطه را مورد بررسی قرار می‌دهد.

نظریه پست پوزیتیویستی دیپلماسی، کار خود را با نفی این فرضیه که برداشت‌ها از دیپلماسی باید ریشه در روابط دولت‌های حاکم سرزمینی داشته باشد آغاز می‌کنند و این سؤال را مطرح می‌سازند که در چه شرایطی مردم از اصطلاحاتی نظیر دیپلماسی و دیپلمات استفاده کرده و اینکه در واقع این اصطلاحات در چه شرایط و زمینه‌هایی ایجاد شده‌اند (کر و وایزمن، 1392: 105).

در واقع بسیاری از افراد دیگر بدون اینکه دیپلمات نامیده یا درگیر فعالیت‌های دیپلماسی شوند برای توافق میان منافع خاص و عام به نمایندگی از دیگران پرداخته، مذاکره کرده، گزارش می‌دهند و دست به ایجاد ائتلاف می‌زنند. با رشد سریع تکنولوژی‌های ارتباطی و ناتوانی دستگاه‌های رسمی دیپلماسی در رقابت با این تکنولوژی‌ها، شکل نوینی از دیپلماسی با بهره‌گیری از رسانه‌های ارتباط جمعی وارد عرصه معادلات بین‌المللی شده که از آن به «دیپلماسی رسانه‌ای» تعبیر می‌شود. دیپلماسی رسانه‌ای را می‌توان در دو محور دنبال کرد: نخست تأثیر رسانه‌ها بر دیپلماسی و دوم، کارکرد دیپلماتیک رسانه‌ها.

در حوزه دیپلماسی آن‌چنان که بیان شد شاهد دو رویکرد متفاوت هستیم:

1. رویکرد دولت‌محور به دیپلماسی و دیپلماسی رسانه‌ای

2. رویکرد غیردولتی به دیپلماسی و دیپلماسی رسانه‌ای.

شاید بتوان چنین توضیح داد که تا زمانی که تکنولوژی‌های ارتباطی مبتنی بر وب 1 بودند و حاکمیت دولت‌ها به صورت مطلق در محدوده‌های سرزمینی و عرصه بین‌المللی به رسمیت شناخته می‌شد، رویکرد دولت‌محور مورد توجه جدی بود. اما با توسعه تکنولوژی‌های ارتباطی و ظهور فناوری‌های مبتنی بر وب 2 و توسعه نقش و نفوذ بازیگران غیردولتی و همچنین توسعه رسانه‌های اجتماعی و فردیت بشر، به تدریج قدرت حاکمیتی دولت‌ها و مرزهای جغرافیایی کم‌رنگ شد و توزیع قدرت در سطح شبکه‌ها پدید آمد.

نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران ... 161

بدین ترتیب رویکرد غیردولتی مورد توجه قرار گرفت و پیش‌بینی می‌شود با توسعه بهره‌گیری انسان‌ها از رسانه‌های اجتماعی و فرایندهای جهانی‌شدن روزبه‌روز رویکرد غیردولتی تقویت و ابعاد جدیدی از این رویکرد در این عرصه ظهور و بروز یابد. از این رو توجه به این مقوله و ایجاد سازوکارهای مبتنی بر این رویکرد می‌تواند زمینه حضور قدرتمند در عرصه بین‌المللی را فراهم سازد.

3. پیشینه پژوهش

تأثیر و نقش رسانه‌ها در عرصه دیپلماسی بین‌المللی به حدی است که تحقیقات و بررسی‌های فراوانی در این حوزه را موجب شده است که به بیان مواردی از آنها می‌پردازیم:

1. رساله دکترای آقای جولیان کوئین فونک با عنوان: چگونه رسانه‌های اجتماعی روابط بین‌الملل را در قرن بیست و یکم تحت تأثیر قرار خواهند داد؟ از جمله مطالعات صورت گرفته در این زمینه است که معتقد است نقش رسانه‌های اجتماعی در عرصه روابط بین‌الملل در حال افزایش بوده و این روند افزایشی به‌عنوان یک ابزار برای حل مسائل داخلی دولت‌ها، مسائل منطقه‌ای و موضوعات بین‌المللی ادامه خواهد یافت. وی همچنین بیان می‌دارد که در جهان آینده برای حل مشکلات جهانی چاره‌ای جز استفاده از این شبکه‌ها برای همفکری بین‌المللی در جهت حل مسائل جهان بشری وجود ندارد. وی به دکترین Netpolitik اشاره می‌کند که در آن به تأثیر اینترنت در تغییر سیاست و دیپلماسی بین‌المللی پرداخته است.

2. رساله دکترای مادلین استورک با عنوان «نقش رسانه‌های اجتماعی در جنبش‌های سیاسی؛ مطالعه موردی قیام مردم مصر در 2011» نیز ضمن بررسی جایگاه فیس بوک، توئیتر و یوتیوب در نهایت سه کارکرد اساسی را برای رسانه‌های اجتماعی بر می‌شمرد:

الف) رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار سازماندهی

ب) رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان مطبوعات جایگزین

ج) رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار آگاهی‌دهنده عمومی

3. جوان کربالیا، بیانگذار بنیاد دیپلماسی در ژنو، در ضمن یک بررسی، بیان می‌دارد که اینترنت موجب تغییر در اطلاعات و ارتباطات به‌عنوان دو اصل اساسی در دیپلماسی شده و به موازات افزایش تقاضا برای دیپلماسی به‌عنوان شیوه‌ای از حل و فصل منازعات از

طریق مذاکره و مصالحه، توسعه اینترنت موجب کارآمدتر شدن این شیوه و همچنین باعث تغییر در شیوه سازماندهی تشکیلات دیپلماتیک و عملکرد آنها شده است.

4. اندیشکده‌های اروپایی نیز با نام‌های: (European Strategy and policy Analysis system ESPAS) و (National Intelligence Council) تأثیر رسانه‌های اجتماعی را بر جهان آینده بررسی کرده‌اند. این دو مرکز دو روند جهانی را شناسایی کرده‌اند:

1. تقویت و توانمندشدن فردیت و افزایش طبقه متوسطه

2. ایجاد جهان چندمرکزی و چندقطبی در نظام بین‌الملل.

از این رو معتقدند اینها دو دلیل عمده توسعه رسانه‌های اجتماعی هستند.

ESPAS با پژوهشی تحت عنوان «روند جهانی 2030؛ شهروندی در جهانی چندقطبی و میان‌ارتباطی» بیان می‌کند که تقویت فردگرایی باعث رشد طبقه متوسط در جهان، تکمیل حقوق زنان، ارتقای آموزش و مهمتر از همه، تقویت تأثیر اطلاعات و تکنولوژی‌های ارتباطی در شهروندی جهانی خواهد شد.

NIC در مطالعه‌ای تکمیلی با عنوان «روند جهانی 2030؛ جهان جایگزین» با اشاره به روند افزایش رشد فردیت و تأثیر آن در روابط بین‌الملل بیان می‌کند که هر دو اینها باعث ایجاد روندهای جهانی خواهد شد.

ابزارهای ارتباطات وب‌پایه، همانند رسانه‌های اجتماعی اجازه خواهند داد که تعداد افرادی که تقاضای‌شان را بیان می‌کنند، عقایدشان را به اشتراک می‌گذارند و اولویت‌های سیاسی را ستکاری کنند افزایش یابد. با رشد طبقه متوسط و گسترش قدرت ارتباطات، ESPAS پیش‌بینی می‌کند بخش بزرگی از شهروندان درگیر شبکه‌هایی با انگیزه‌های سیاسی شوند و همچنین از طریق شبکه‌ها علاقمند به حضور در صحنه اختلافات، تنش‌ها بین دولت‌ها با گرایش‌های سیاسی مختلف و همچنین بین افراد و شرکت‌های خصوصی باشند. کاربرد رسانه‌های دیجیتال بر خط، به‌طور ویژه رسانه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توئیتر و یوتیوب، به‌طور روشنی فضا برای شکایت‌ها و درخواست‌های سیاسی را می‌گشاید.

از میان تحقیقات صورت گرفته در داخل کشور نیز می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

1. دکتر خرازی‌آذر در تحقیقی به بررسی تأثیر فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی

بر دیپلماسی پرداخته است. در این تحقیق، ضمن نشان دادن تأثیر عمیق این فناوری‌ها بر دیپلماسی، بیان می‌شود که در ایران نیز رسانه‌ها بر دیپلماسی تأثیر گذارند اما به دلیل اینکه دستگاه‌های دیپلماسی کشور در تصویرسازی و ارائه اطلاعات دیپلماتیک به رسانه‌ها

نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران ... 163

مقاومت می‌کنند، رسانه‌ها را باور ندارند و قدرت تأثیرگذاری آنها را نمی‌شناسند و علاوه بر آن، رسانه‌ها نیز از تأثیرگذاری و اعتماد لازم در میان مخاطبان‌شان برخوردار نیستند، ما با تأخیر به این نوع دیپلماسی روی آورده و از آن در راستای تأمین و حفظ منافع ملی در روابط دیپلماتیک بهره می‌گیریم.

2. سیدنصراله ساداتی در تحقیقی با عنوان «دیپلماسی رسانه‌ای و نقش آن در روابط بین‌الملل» دو مدل دیپلماسی رسانه‌ای و رویکرد دیپلماسی به رسانه را بیان می‌کند. در مدل اول، دیپلماسی آشکار، دیپلماسی درهای بسته و دیپلماسی سری به محدودیت‌های اعمالی از سوی مقامات رسمی بر پوشش رسانه‌ها و میزان قرار گرفتن مذاکرات در معرض دید رسانه‌ها و افکار عمومی می‌پردازد. در مدل دوم، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی میانجی‌گری رسانه‌ای است که به موضوع استفاده گسترده از رسانه‌ها به‌وسیله مقامات رسمی و گاه به‌وسیله روزنامه‌نگاران برای پیشبرد مذاکرات مرتبط هستند. در پایان وی نشان می‌دهد که دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان ساختار قدرت جهانی در سیاست خارجی یکی از کم‌خطرترین راه‌ها برای متعهد کردن مخاطبان خارجی است. ساخت روابط قوی و پیمان‌های طولانی‌مدت و پایدار، با بهره‌برداری از تاکتیک‌های جزئی و رسانه‌ای از ویژگی‌های دیپلماسی رسانه‌ای است.

علاوه بر تحقیقات یادشده، مطالعات و بررسی‌های دیگری نیز در داخل و خارج کشور در خصوص شبکه‌های اجتماعی و دیپلماسی رسانه‌ای صورت گرفته است که همه آنها بر نقش مؤثر و بی‌بدیل رسانه‌های اجتماعی در عرصه دیپلماسی بین‌المللی، به‌ویژه در جهان آینده تأکید کرده و کارکردهایی هم برای آن برشمرده‌اند که به‌عنوان گویه‌های این تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرد.

4. روش پژوهش

روش انتخاب‌شده در این مقاله، روش کیو است. به نظر بسیاری از اساتید روش‌شناسی، روش کیو به‌دلیل فلسفه روش و نوع اجرای آن، یکی از بهترین روش‌ها برای سنجش وجود انواع الگوهای ذهنی و اعتقادات افراد در یک جامعه آماری است که بسیاری از مشکلات روشی مانند روش‌های پیمایشی را در سنجش‌های اجتماعی ندارد.

امروزه روش کیو یکی از روش‌های معمول در حوزه پژوهش‌های ارتباطات است. یکی از علل گسترده‌گی روش کیو در حوزه ارتباطات، بحث نظام‌های ابداع رسانه و

سنجش نگاه‌های سرآمدان و نخبگان جامعه به مقولات رسانه‌ای است (نقیب‌السادات، 1391: 134).

در این روش ابتدا باید فضای گفتمان را شکل داد. برای رسیدن به فضای گفتمان در این پژوهش ذهنیت‌ها و تئوری‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته و در فضای گفتمان گنجانده شده است. همچنین نظر فعالان و صاحب‌نظران عرصه دیپلماسی و رسانه‌ای با ارائه سؤالات و جمع‌آوری مصاحبه‌ها، گفتگوها و سخنرانی‌ها از روزنامه‌ها و سایت‌های داخلی و خارجی صورت گرفت که در نهایت به 200 گزاره منجر شد.

در مرحله بعد، بار دیگر برای رسیدن به گویه‌های کیوی معرف فضای گفتمان، تلاش گردید و در هر مرتبه از داورانی آشنا با این حوزه‌ها برای ارزیابی نمونه‌گیری انجام شده درخواست قضاوت و ارزیابی و ارزیابی آنها اعمال شد؛ در نهایت 71 گویه به دست آمد که به نظر می‌رسید کل فضای گفتمان را پوشش داده است. سپس گویه‌ها به تعدادی از فعالان و صاحب‌نظران عرصه دیپلماسی و رسانه ارسال شد تا در قالب نمونه کیو با ساختار نظرات خود را ارائه دهند.

5. یافته‌های پژوهش

در این بخش با بررسی داده‌های گردآوری شده به تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها پرداخته و در نهایت سه سؤال اصلی را پاسخ می‌دهیم:

در میان دیدگاه‌های مختلف ارائه شده، کدام الگوهای ذهنی را در بین مشارکت‌کنندگان می‌توان شناسایی و ارائه کرد؟

در هر یک از این الگوهای ذهنی، کدام گویه‌ها دارای ارزش بالاتری هستند. به عبارت دیگر، موجب تمایز در بین مشارکت‌کنندگان شده‌اند؟

به کدام گویه‌ها، مشارکت‌کنندگان بیشتری امتیاز مشابه و یکسانی داده‌اند؟
بررسی پاسخ این سؤال‌ها به ما کمک خواهد کرد تا الگوهای ذهنی مختلف را در خصوص جایگاه رسانه‌های اجتماعی در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران مورد بحث و بررسی قرار دهیم.

ابتدا از طریق نرم‌افزار SPSS همبستگی افراد مشارکت‌کننده دو به دو با یکدیگر مورد بررسی قرار می‌گیرد. مبنای روش تحلیل عاملی داده‌های کیو بررسی همبستگی بین افراد است و افراد به جای متغیرها دسته‌بندی می‌شوند.

نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران ... 165

با مشاهده میزان همبستگی بین افراد شرکت کننده و همچنین بررسی سطح معناداری آنها در سطح 0/01 و 0/05 می‌توان مقدار همبستگی‌های قوی بین آنها را تشخیص داده و به دسته‌بندی متغیرها پرداخت که این فرایند از طریق نرم افزار SPSS با روش مؤلفه‌های اصلی (Prin Cipal Components) به استخراج عامل‌ها منجر شد.

سپس برای بررسی سهم هر الگوی ذهنی از کل ذهنیت‌ها، واریانس کل مورد محاسبه قرار گرفت که با در نظر گرفتن موارد فوق الگوهای ذهنی شماره 1 تا 8 حدود 70 درصد ذهنیت‌های حاکم بر موضوع را مورد تبیین قرار می‌دهند.

با تعیین الگوهای ذهنی مهم، موضوع دیگری که باید مشخص شود گویه‌هایی است که در هر کدام از این عامل‌ها مهم بوده و عامل تمایز این ذهنیت‌ها از یکدیگر شده‌اند. برای رسیدن به این هدف باید ستون امتیازهای عاملی را به دست آورد و با بررسی این امتیازها، گویه‌های مهم تشکیل دهنده هر یک از الگوهای ذهنی را تعیین کرده و با بررسی آنها می‌توان هشت الگوی ذهنی را با دیدگاه‌های زیر معرفی کرد:

جدول 5-1. خلاصه دیدگاه‌های مطرح در هر کدام از الگوهای ذهنی

شماره الگو	درصد از واریانس	دیدگاه
1	10	رسانه‌های اجتماعی ابزار مهم کنترل عقاید و افکار هستند و در عصر اطلاعات روز به رو تکامل می‌یابند. دیپلماسی رسانه‌ای نیز از ضرورت‌های حضور در قدرت جهانی کنونی است. در دنیای امروز هنوز دولت‌ها و مسائل ملی مهم هستند و دیپلماسی رسانه‌ای دولت‌محور باید انجام شود. ج. ا. ا. دارای پتانسیل لازم برای تبدیل به قدرت نوظهور در دنیاست، ولی به جهت فقدان متولی برای طراحی و اجرای دیپلماسی رسانه‌ای و فقدان نقشه راه برای آن و عدم تسلط بر قواعد آن و همچنین فقدان درک درست تاکنون به این دست نیافته است. لذا دستگاه دیپلماسی هنوز نتوانسته از رسانه و دیپلماسی رسانه‌ای بهره برداری نماید. لذا شورای عالی امنیت ملی باید مرکزی برای دیپلماسی رسانه‌ای ایجاد کند. (دولت‌محور - تأکید بر ایجاد ساختار و متولی - توجه به داخل)
2	10	دیپلماسی، ابزار مهم حل و فصل منازعات در جهان کنونی است. دیپلماسی رسانه‌ای نیز نیازمند نگاه کلان و ادبیات جهانی برای مخاطبان بین‌المللی و همچنین خبرنگاران بین‌المللی و رسانه‌هایی در تراز جهانی است که ما این ظرفیت‌ها را در ج. ا. ا. ایجاد نکرده‌ایم. رسانه‌های ما عمدتاً جناحی بوده و فاقد تعریف منافع ملی هستند. رسانه ملی هم در انتقال معانی سیاست‌های ج. ا. ا. چندان موفق نبوده است. راهکار مناسب، همکاری مشترک با رسانه‌های خارجی و ایجاد بلوک‌های رسانه‌ای برای ظرفیت‌سازی در این حوزه است (رسانه‌محور - تأکید بر توسعه رسانه‌های فراملی - غیردولتی)

ادامه جدول 5-1. خلاصه دیدگاه‌های مطرح در هر کدام از الگوهای ذهنی

کشورهایی که در دنیا قدرتمند هستند، استفاده مناسبتری از شبکه‌های اجتماعی دارند. ما نیز با رسانه‌های اجتماعی می‌توانیم بدون واسطه با مردم سایر کشورهای جهان صحبت کنیم و بر سلطه رسانه‌های غرب غلبه نماییم. مذاکرات هسته‌ای فرصت مناسبی بود تا بتوانیم ظرفیت‌های خود را در این عرصه ارائه کرده و جهانیان را با واقعیات ایران بیشتر آشنا کنیم، ولی نتوانستیم استفاده مناسبی از این فرصت‌ها داشته باشیم. صدا و سیما ظرفیت تبدیل شدن به یک رسانه نقش‌آفرین در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای ج.ا.ا. را دارد و باید با رفع نقاط ضعف خود و ایجاد ساختارهای لازم نقش اساسی در این زمینه ایفا کند. (رسانه‌محور - تأکید بر رسانه ملی - توجه به داخل)	10	3
شبکه‌های اجتماعی نقش اساسی و بنیادین در دیپلماسی جهان آینده خواهند داشت و از طرف دیگر نقش دولت‌ها در عرصه دیپلماسی بین‌الملل کاهش یافته و بازیگران غیردولتی به بازیگران مهم در عرصه سیاست جهانی در آینده تبدیل خواهد شد. از این رو بر نقش دیپلماسی شبکه‌های اجتماعی در تقویت اعتماد و درک بین مردم جهان و ایجاد دولت‌هایی فراتر از منافع سیاسی و اقتصادی تأکید می‌شود. (عدم توجه به داخل - غیردولتی)	10	4
دولت‌ها تعیین‌کننده اصلی روندهای دیپلماتیک هستند و ج.ا.ا. نیز از طریق دیپلماسی رسانه‌ای با بهره‌گیری از رسانه‌های مجازی می‌تواند برای ایجاد همگرایی و حل و فصل تعارضات در عرصه بین‌المللی اقدام کند. اگرچه سازمان صدا و سیما به دلیل محدودیت‌های خاص امکان نقش‌آفرینی در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای ج.ا.ا. را ندارد (دولت‌محور - استفاده ابزاری از رسانه‌های مجازی و نه نقش تعیین‌کننده)	8	5
از دیپلماسی رسانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی برای تأثیر بر افکار عمومی باید استفاده کرد. دیپلماسی رسانه‌ای رسانه ملی دارای این ظرفیت بوده و به نحو مناسبی عمل کرده است. از شبکه‌های اجتماعی برای دیپلماسی کنسولی هم می‌توان بهره‌گیری نمود	8	6
دیپلماسی رسانه‌ای از ضرورت‌های حضور ج.ا.ا. در ابعاد منطقه‌ای و بین‌المللی است. اما ج.ا.ا. استفاده مقایسه‌ای از شبکه‌های اجتماعی برای اهداف دیپلماسی نداشته و باید از طریق شبکه‌سازی بازیگران غیردولتی در دنیا این هدف را دنبال کند (غیردولتی)	7/5	7
اگرچه در دنیای امروز شبکه‌های اجتماعی گسترش یافته‌اند، اما هنوز دولت‌ها نقش اساسی در عرصه دیپلماتیک دارند. دیپلماسی و شبکه‌های اجتماعی نیز ابزار قدرت‌های امپریالیستی برای مشروعیت‌بخشی به تصمیمات و اصول موردنظر آنان است. سابقه فرهنگ و تمدن و گفتمان اصیل انقلاب اسلامی می‌تواند از طریق شبکه‌های اجتماعی با تأثیر بر مسائل اجتماعی بر دیپلماسی عمومی هم تأثیرگذار باشد. (دولت‌محور)	5/5	8

با جمع‌بندی دیدگاه‌های ارائه شده در هر کدام از الگوهای ذهنی و با بررسی نقاط اشتراک و افتراق این دیدگاه‌ها می‌توان به تبیین نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی از دیدگاه مشارکت‌کنندگان این پژوهش و سهم دیدگاه موردنظر از میان کل الگوهای ذهنی مطرح‌شده پرداخت.

نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران ... 167

جدول 5-2. دیدگاه در مورد تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای (رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی)

شماره الگوهای ذهنی	درصد	دیدگاه
7-4-3-2-1	68%	رسانه‌های اجتماعی از پدیده‌های عصر اطلاعات بوده و روز به روز تکمیل و توسعه می‌یابند. شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی جهان آینده نقش اساسی و بنیادین خواهند داشت.
8-5-6	32%	شبکه‌های اجتماعی از ابزارهایی هستند که در دنیای امروز لازم است برای رسیدن به اهداف سیاست خارجی از آنها استفاده کرد.

جدول 5-3. دیدگاه در مورد دیپلماسی رسانه‌ای

شماره الگوی ذهنی	درصد	دیدگاه
7-4-3-2-1	68%	دیپلماسی رسانه‌ای از ضرورت‌های اساسی برای حضور در عرصه بین‌المللی و از مهم‌ترین امور کسب قدرت در عرصه جهانی است.
5-6	23%	دیپلماسی رسانه‌ای فرصت‌هایی در اختیار دولت‌ها برای حل و فصل تعارضات بین‌المللی قرار می‌دهد.
8	9%	دیپلماسی رسانه‌ای ابزار قدرت‌های امپریالیستی است ولی جمهوری اسلامی ایران به جهت سوابق فرهنگی و تاریخی می‌تواند از آن برای نقش‌آفرینی استفاده کند.

جدول 5-4. به‌کارگیری رسانه‌های نوین و دیپلماسی رسانه‌ای توسط جمهوری اسلامی ایران

شماره الگوی ذهنی	درصد	دیدگاه
7-4-3-2-1	65%	جمهوری اسلامی ایران نتوانسته است از تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در جهت کارکردهای دیپلماسی بهره‌گیری نماید. همچنین استفاده مطلوبی از دیپلماسی رسانه‌ای نداشته و برنامه‌ای هم برای آن ندارد.
8-4	23%	باید از رسانه‌های نوین در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران استفاده نمود.
6	12%	دیپلماسی رسانه‌ای از طریق رسانه ملی به خوبی عمل شده است.

جدول 5-5. دولت محور یا غیردولتی بودن دیپلماسی رسانه ای

شماره الگوی ذهنی	درصد	دیدگاه
8-5-1	33%	با توجه به نقش دولت‌ها در عرصه بین‌المللی، لازم است این امر از طریق دولت‌ها صورت گیرد.
7-4-2	40%	با توجه به اهمیت روبه رشد بازیگران غیردولتی این امر باید از طریق نهادهای غیردولتی صورت گیرد.
6-3	27%	بدون نظر

جدول 5-6. نقاط ضعف و راهکارهای تحقق دیپلماسی رسانه‌ای در کشور

شماره الگوی ذهنی	درصد	دیدگاه
1	14%	فقدان متولی برای این موضوع در کشور و ضرورت ایجاد ساختار و نهادی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی
2	14%	فقدان ظرفیت‌های لازم در کشور برای دیپلماسی رسانه‌ای و ضرورت ایجاد این ظرفیت‌ها با تدوین ادبیات جهانی و تربیت خبرنگاران بین‌المللی و ایجاد بلوک‌های رسانه‌ای با همکاری‌های رسانه‌ای فراملی
7-4	25%	فقدان نهادها و شبکه‌های غیردولتی در قاره‌های بین‌المللی و ضرورت ایجاد نهادهای غیردولتی با ظرفیت‌های بین‌المللی و همچنین شبکه‌سازی بازیگران غیردولتی در منطقه و دنیا
3-6	25%	وجود نقاط ضعف در رسانه ملی و ضرورت رفع این نقاط و تقویت رسانه ملی برای نقش‌آفرینی و محوریت در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای
5	11/5%	وجود محدودیت‌های قانونی، دولتی بودن و سیستم بروکراتیک در صدا و سیما و عدم توانایی برای نقش‌آفرینی در این حوزه و ضرورت استفاده از رسانه‌های جایگزین.
8	10/5%	بدون نظر

برای پاسخ به سوالاتی که در یافته‌های تحقیق آوردیم، یعنی کدام گویه‌ها بیشترین ارزش مشابه را کسب کرده‌اند. یا به عبارت دیگر، بیشتر مورد توافق یا مخالف بوده‌اند، می‌توان با بررسی جدول فراوانی ارزش‌گذاری هر یک از گویه‌ها، نتایج زیر را ارائه کرد:

جدول 5-7. گویه مورد موافقت

متن	فراوانی (درصد)
بازتاب نامه مقام معظم رهبری به جوانان اروپا و آمریکای شمالی در کمتر از 24 ساعت در کل جهان و انتشار آن در هشتاد سایت معتبر بین‌المللی، بیانگر قدرت رسانه‌های اجتماعی در ایجاد ارتباط بدون واسطه با مردم سایر کشورهای جهان بوده و ضرورت بهره‌گیری از این رسانه‌ها در عرصه دیپلماسی ج.ا.ا. با غلبه بر سلطه رسانه‌ای غرب را نشان می‌دهد.	42
شبکه‌های اجتماعی باعث انتقال بسیار سریع اطلاعات شده و لذا موجب ایجاد محیط مملو از اطلاعات کم قضاوت در مورد آنها دشوار و فشار زیادی برای واکنش سریع وجود دارد. از این رو ضرورت ایجاد ساختارهای مناسب برای تصمیم‌گیری سریع و پردازش اطلاعات بر اساس فرایندهای منظم و تغییرات گسترده سازمانی در تشکیلات دیپلماتیک سنتی وجود دارد.	31
بررسی شاخص‌های سنجش قدرت ملی نشان می‌دهد که ج.ا.ا. تمامی ویژگی‌های لازم برای تبدیل شدن به یک قدرت نوظهور را دارد. دیپلماسی رسانه‌ای ضروری‌ترین عنصر برای هموارسازی این راه در عرصه بین‌المللی است. از این رو شورای عالی امنیت ملی کشور باید مرکزی را برای تقویت و استقرار این پروژه ایجاد کند.	27

همچنین گویه‌ای که دارای بیشترین موافقت و کمترین مخالفت بوده عبارت است از:

متن
تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی از مؤلفه‌های قدرت است. از این رو هر گروهی بتواند نیازهای اعضای شبکه را شناسایی و برای آن محتوای مؤثر تولید کند از قدرت بیشتری برخوردار خواهد بود.

در خصوص گویه‌های مورد مخالفت نیز نتایج زیر به دست آمد:

جدول 5-8. گویه‌های مورد مخالفت

متن	فراوانی (درصد)
دیپلماسی یعنی تنظیم روابط و منافع و این هیچ ربطی به رسانه‌ها ندارد. اگرچه رسانه‌ها می‌توانند یکی از عوامل اثرگذار بر تصمیمات باشند. لذا تعاملات دربردارنده انواع جدیدی از بازیگران دیپلماتیک اصلاً به‌عنوان دیپلماسی تعریف نمی‌شود و بازکردن درهای دیپلماسی به روی سایر بازیگران از ضعف بوده و به‌ویژه دیپلماسی عمومی انحرافی تاسف‌آور از وظایف دیپلماتیک اصلی و مضر برای ماموریت‌های دیپلماتیک می‌باشد.	38
جنگ عراق و افغانستان نشان داد که هنوز اجبار و تهدید، گزینه‌های مهمتر از دیپلماسی برای حل و فصل منازعات در برخی نقاط جهان هستند.	34
با چنین گستردگی شبکه اجتماعی و توسعه مفهومی در حوزه دیپلماسی، در جهان آینده هر کسی با داشتن یک وسیله ارتباطی کوچک همچون رایانه دستی و حتی تلفن همراه می‌تواند در حوزه دیپلماسی وارد شود و در نقش یک دیپلمات عمل کند.	27

همچنین گویه‌ای که هیچ موافقتی با آن وجود نداشته است:

متن
نقش شبکه‌های اجتماعی در عرصه دیپلماسی صرفاً می‌تواند نقش اطلاع‌رسانی باشد و سایر کارکردها ارتباطی با حوزه دیپلماسی ندارد.

با بررسی فراوانی گویه‌های هم‌ارزش در حوزه موافقت‌ها نتایج زیر به دست می‌آید:

1. ضرورت استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای برای غلبه بر سلطه رسانه‌ای غرب.
2. ضرورت ایجاد ساختار سازمانی و تشکیلاتی برای دیپلماسی رسانه‌ای.
3. ضرورت شناخت دقیق شبکه‌های اجتماعی و تولید محتوا در هر شبکه به تناسب مخاطبان، به‌عنوان مؤلفه اصلی قدرت در این عرصه.

با بررسی فراوانی گویه‌های هم‌ارزش در حوزه مخالفت‌ها، به موارد زیر تأکید شده

است:

4. دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای از ضرورت‌های حضور در عرصه دنیای امروز است.
5. دیپلماسی، روشی مهم برای حل و فصل منازعات در دنیای امروز است.
6. کارکرد شبکه‌های اجتماعی در حوزه دیپلماسی چندبعدی و وسیع است.
7. فعالیت در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای نیاز به افراد حرفه‌ای و آموزش دیده دارد.

6. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

همان‌گونه که از جداول فوق روشن است، کل الگوهای ذهنی به‌دست آمده در این تحقیق استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی را ضروری می‌دانند. همچنین کل الگوهای اشاره شده، دیپلماسی رسانه‌ای را ابزاری برای دستیابی به قدرت جهانی تلقی کرده‌اند. 65 درصد از الگوهای ذهنی بر عدم استفاده جمهوری اسلامی ایران از رسانه‌های جدید در عرصه دیپلماسی و بی‌توجهی به دیپلماسی رسانه‌ای تأکید کرده و 88 درصد معتقدند که جمهوری اسلامی ایران باید از رسانه‌های نوین در جهت دیپلماسی رسانه‌ای بهره‌برداری مناسب‌تری به عمل آورد. همچنین 40 درصد از دیدگاه‌ها بر ضرورت توجه به بازیگران غیردولتی و 33 درصد بر اجرای برنامه‌های دیپلماسی رسانه‌ای از طریق دولت تأکید دارند. در خصوص نقاط ضعف و راهکارها نیز 14 درصد مشکل فقدان ساختار سازمانی، 14 درصد مشکلات فقدان نیروی انسانی و محتوای مورد نیاز، 25 درصد بر فقدان نهادهای غیردولتی متناسب، 25% بر ضرورت توانمندسازی رسانه ملی و 11/5 درصد هم بر عدم کارآمدی رسانه ملی تأکید کرده‌اند.

همان‌طور که مشاهده شد، نتایج حاصل از بررسی فراوانی‌ها نیز که نظر اکثریت غالب مشارکت‌کنندگان است بر نتایج پیشین دلالت کرده و آنها را تقویت می‌کند.

با جمع‌بندی موارد فوق می‌توان پنج گفتمان غالب را به شرح زیر از میان فضای گفتمان تحقیق برای این پژوهش استخراج کرد:

1. رسانه‌های اجتماعی در عصر ارتباطات و اطلاعات از پدیده‌های مهم بوده و روز به روز توسعه پیدا خواهند کرد.
2. دیپلماسی، ابزار مهم حل فصل‌منازعات در جهان کنونی است و در آینده از جایگاه بالاتری برخوردار خواهد شد.
3. دیپلماسی رسانه‌ای و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای از مهم‌ترین ابزارهای کسب قدرت در عرصه جهان و از الزامات حضور در عرصه بین‌المللی است.
4. اگرچه دولت‌ها هنوز در عرصه بین‌المللی بازیگر مهمی به شمار می‌روند، اما با توجه به اهمیت روبه‌رشد بازیگران غیردولتی، بدون توجه به نقش مؤثر بازیگران غیردولتی شکل‌گیری و اثربخشی دیپلماسی امکان‌پذیر نخواهد بود.
5. جمهوری اسلامی ایران تاکنون برنامه‌ای در خصوص دیپلماسی رسانه‌ای نداشته و

تکنولوژی‌های نوین ارتباطی نقشی در دیپلماسی ج.ا.ا. نداشته‌اند. این امر می‌تواند موجب ناکامی در عرصه دیپلماسی بین‌المللی باشد. از این رو توجه به این مقوله بسیار مهم با توجه به پتانسیل‌های معنایی و گفتمانی امری حیاتی برای کشور است. حال با نگاهی به چارچوب نظری تحقیق به تحلیل و تفسیر گفتمان‌های فوق میتوان پرداخت:

آن‌گونه که گفتیم، فوکو قدرت را چیزی در تملک اعمال‌کنندگان نمی‌دانست و از نظر او قدرت، یک دارایی، ثروت و یا امتیاز نیست. قدرت صرفاً آن چیزی نیست که طبقه مسلط دارای آن و افراد تحت نظم فاقد آن باشند. قدرت بر افراد اعمال نمی‌شود بلکه از طریق آنان جریان می‌یابد و از این رو قدرت در همه‌جا هست و در سرتاسر فضای اجتماعی توزیع شده است. این شکل از قدرت به صورت شبکه‌ای عمل می‌کند و افراد نه تنها در میان تارهای این شبکه در گردش‌اند، بلکه همواره در وضعی قرار دارند که هم به قدرت تن می‌دهند و هم آن را اعمال می‌کنند.

کاستلز نیز با بهره‌گیری از دیدگاه‌های پست‌مدرن و به‌ویژه دیدگاه فوکو، قدرت را ساخت معانی در اذهان انسانی از طریق فرایندهای ارتباطی وضع‌شده در شبکه‌های چندرسانه‌ای جهانی، محلی و از جمله رسانه‌های ارتباطات توده‌ای دانسته و معتقد است در درجه اول وابسته به جریان اطلاعات و تصاویر پردازش‌شده در شبکه‌های ارتباطی است و شبکه‌های ارتباطی قدرت شبکه‌ای را بر پیام‌هایی که منتقل می‌کنند اعمال می‌نمایند. از این رو، کاستلز، شبکه‌های ارتباطی را شبکه‌های اصلی ایجاد قدرت در جامعه می‌داند.

با چنین نگاهی به جهانی که در آن هستیم و جهانی که در حال ساخته‌شدن است، تکنولوژی‌های ارتباطی به‌عنوان بستر و اساس جریان شبکه‌های اجتماعی قدرت روزافزون خواهد یافت و چنین اهمیتی، توسعه روزافزون آنها را موجب خواهد شد. از این رو، با چنین رویکردی، شناخت تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای و بسترسازی برای بهره‌گیری مناسب از این رسانه‌ها ضرورتی بنیادین در نگاه استراتژیست‌ها و کسانی دارد که میخواهند در ساخت جهان آینده نقشی ایفا کنند. چرا که اساس قدرت از منظر فوکو، که دیپلماسی نیز ظهور و نمودی از آن است، در ایجاد دسترسی به کسانی است که می‌خواهید تحت قدرت شما باشند و این همان قدرت است که کاستلز آن را با ارتباط معنا دار می‌داند.

قدرت شبکه‌ای اگر ساخت معانی در اذهان انسانی است، رسیدن به اجماع و مکانیزمی برای حل و فصل مناقشات، همچنین تأمین امنیت جز از طریق چنین رهیافتی

نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران ... 173

امکان‌پذیر نخواهد بود، آنچنان که شارپ می‌گوید دیپلماسی در حال بازگشت به صحنه اصلی است (Sharp, 2011: 659-96). از این رو، به نظر می‌رسد دیپلماسی جایگاهی والا پیدا خواهد کرد، اما با ماهیتی متفاوت؛ تغییری که جفری وایزمن¹ از آن به دیپلماسی بیش‌جانبه² یاد می‌کند (Wiseman, 2010: 24-30) و اصطلاحی که به خوبی توصیف‌کننده ماهیت در حال تغییر دیپلماسی در عصر معاصر و آینده است. دیپلماسی امروز در حال اجتماعی شدن است و یا همان‌گونه که جان کلی³ می‌گوید: درگیر حوزه عمومی شده است (Kelley, 2010: 289). مسائل تأثیرگذار بر زندگی روزمره شهروندان که جایی در دیپلماسی کلاسیک نداشت، هم‌اکنون در رأس برنامه‌های وزارت خارجه و دیپلمات‌هاست و دیگر نمی‌توان میان دیپلماسی و دیپلماسی عمومی تمایزی قائل شد. این همان شرایطی است که در جامعه شبکه‌ای انتظار شکل‌گیری آن می‌رود.

با بهره‌گیری از نتایج حاصل از این پژوهش و همچنین تحلیل و تفسیری که بر این یافته‌ها رفت، به دنبال آنیم که مدلی پیشنهادی برای بهره‌گیری جمهوری اسلامی ایران از ظرفیت رسانه‌های اجتماعی و حضور سازنده در عرصه دیپلماسی بین‌المللی ارائه دهیم. بدیهی است این مدل به عنوان یک دکترین باید الگویی تبیینی در خصوص جایگاه تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران ارائه دهد. با بهره‌گیری از میراث علمی فوکو و کاستلز و آنچه که از آنها در مفهوم قدرت و ساختار جامعه جهانی پیش رو یاد گرفتیم، این دکترین تحت عنوان «دیپلماسی شبکه‌ای» ارائه می‌شود.

در جهان شبکه‌ای، که شبکه‌ها از نهادهای مختلف دولتی و غیردولتی تشکیل یافته‌اند و بسترهای ارتباطی و رسانه‌ای زمینه شکل‌گیری سریع و رشد بازیگران غیردولتی و پیوستن آنها به شبکه را فراهم ساخته‌اند، دیپلماسی جز با بهره‌گیری از این رسانه‌های اجتماعی و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی امکان شکل‌گیری و کامیابی نخواهد داشت. حتی دولت‌ها به عنوان یکی از اعضای شبکه‌ها در جامعه شبکه‌ای ناگزیر از توجه به سایر اعضای شبکه در بستر تکنولوژی‌های نوین ارتباطی هستند و در غیر این صورت نوعی خودمحرومیتی را ایجاد خواهند کرد و ارزیابی درستی از موقعیت خود و جهان کنونی و آینده نخواهند

1. Gffrey Wizeman

2. Polyilateralism

3. John Kelley

داشت. از این رو، دیپلماسی شبکه‌ای علاوه بر ایجاد یک دیپلماسی تعاملی، شناخت بهتری از جهان و دیگران در اختیار طرفین قرار می‌دهد و امکان درک متقابل و ایجاد روابطی فراتر از منافع سیاسی و اقتصادی را امکان‌پذیر می‌سازد. به‌طور خلاصه، میتوان ماهیت و مختصات این دکترین را به‌صورت زیر بیان نمود:

جدول 6-1 ماهیت دیپلماسی شبکه‌ای

دارای ماهیت شبکه‌ای	چیستی	دکترین دیپلماسی شبکه‌ای
اعضای شبکه‌ها اجزای متنوع و متعدد دولتی و غیردولتی، حقیقی و حقوقی		
تأثیر رویدادها بر شبکه‌های خود و شبکه‌های دیگر	چرایی	
کاهش قدرت دولت‌ها و افزایش قدرت نهادهای غیر دولتی		
فقدان همگرایی جهانی و ضرورت غلبه بر این تمایزها	چگونگی	
به‌وجود آمدن دنیایی متکثر از شبکه‌های مختلف و در سطوح متفاوت		
تفکیک نظام دیپلماتیک ملی و دیپلماسی دولت‌محور		
ایجاد مرکزی فرابخشی برای تدوین استراتژی‌های، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دیپلماسی شبکه‌ای	چگونگی	
تربیت منابع انسانی مورد نیاز		
تشکیل نهادهای غیردولتی در حد و توان بین‌المللی و ایجاد شبکه‌هایی در داخل و خارج کشور		
تجدید ساختار در نهادهای مهم دولتی مرتبط با دیپلماسی رسانه‌ای و شبکه‌ای		

دیپلماسی شبکه‌ای، ایجاد ارتباط با شبکه‌های مختلف و یا پیوستن به شبکه‌های دیگر به‌نحوی اثربخش برای رسیدن به یک هدف تعیین شده است. این دیپلماسی شکلی از دیپلماسی میان بازیگران دولتی و غیردولتی است که مسائل مورد توجه بازیگران را در شبکه‌های مختلف مورد شناسایی قرار داده و به برنامه‌ریزی و مدیریت این مسائل و یا نیازهای اعضای شبکه می‌پردازد. در مجموع، می‌توان گفت دیپلماسی شبکه‌ای تشکیل، شناخت، ارتباط‌گیری، اقناع و بسیج شبکه‌ها و اعضای آنها در راستای رسیدن به اهداف تعریف شده برای دیپلماسی است.

باید توجه کرد که جامعه شبکه‌ای دنیایی متکثر از شبکه‌های مختلف و در سطوح متفاوت با عضویت‌های مختلف و دیدگاه‌های متفاوت است. شکاف‌های فرهنگی و ساخت‌های هویتی هم نشانه‌هایی از فقدان همگرایی جهانی هستند و غلبه بر این تمایزهای

ساکنین این جهان در حال ظهور، اساس کار دیپلماسی شبکه‌ای است. این دیپلماسی که بخش مهم آن را نهادهای غیردولتی، رسانه‌ها و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و افراد تأثیرگذار در حوزه رسانه، فرهنگ، اجتماع، سیاست و اقتصاد به‌عنوان شبکه تشکیل می‌دهند، امری فراتر از دیپلماسی رسانه‌ای دولت‌محور است. از این رو در مرحله اجرا، آنچه که در گام اول ضرورت دارد، تفکیک نظام دیپلماتیک ملی از دیپلماسی دولت‌محور است.

باید بین ساختار وزارت خارجه که دیپلماسی دولت‌محور را برعهده دارد و نظام دیپلماتیک ملی که مجموعه‌ای از نهادهای غیردولتی و بازیگران مختلف در عرصه داخلی و بین‌المللی است و البته نهادهای دولتی را هم در بر می‌گیرد، تمایز قایل شد. در مرحله بعد، تجدید ساختار این نهادها و تشکیل نهادهای مرتبط با ماهیت دیپلماسی شبکه‌ای از ضرورت‌های نقش‌آفرینی در عرصه قدرت در جهان آینده است.

فهرست منابع

الف) منابع لاتین

1. آلاذپوش، علی، علیرضا توتونچیان (1372). دیپلمات و دیپلماسی، تهران: انتشارات وزارت امور خارجه.
2. رهبری، مهدی (1385). پژوهشنامه حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، سال اول، شماره اول.
3. فوکو، میشل (1370). قدرت انضباطی و تابعیت، در استیون لوکس، قدرت فرانشانی یا نشر شیطانی، ترجمه فرهنگ رجایی، تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
4. کاستلز، مانوئل (1380). عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، جلد اول، تهران: طرح نو.
5. نقیب السادات، علیرضا (1391). روش‌های تحقیق در ارتباطات، جلد دوم، انتشارات نشر علم.
6. وایزمن جفری، کر پارلین (1392). دیپلماسی در عصر جهانی شدن، از تئوری تا عمل، ترجمه عباس کاردان، تهران: انتشارات مؤسسه ابرار معاصر.

ب) منابع لاتین

1. Kelley JR (2010). The New Diplomacy: Evolution of a Revolution? *Diplomacy & Statecraft* 21 (2).
2. Lee D, Hudson D (2004). The old and New significance of Polical Economy in Diplomacy. *Review of Internatinal Studies* 30 (3).
3. Sharp (2011). Siplomats, Diplomacy, Diplomatic studies, and the tuture of International Relations and fnternational studil. *International studies Revier*, 13 (4): 695-98.
4. Wisemans G (2010). Polateralism Diplomacy's third Dmension, *Public Diplomacy Magazine* (summer).