

دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران پیرامون شهادت حاج قاسم سلیمانی؛ مورد مطالعه: خبرگزاری‌های آرتص،

اورشلیم‌پست و اسرائیل هیوم

میثم فرخی^۱، محمدمهدی سمنون^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۴

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست پنجم، شماره ۹۶، پاییز ۱۴۰۱

20.1001.1.1735501.1401.25.96.1.0

چکیده

پژوهش حاضر به دنبال بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران پیرامون شهادت حاج قاسم سلیمانی است تا بتواند با توجه به اهمیت این مسئله رویکردهای دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران را احصا کرده و به بررسی تحلیلی آن بپردازد. دیپلماسی رسانه‌ای هر حکومتی ریشه در دیپلماسی عمومی آن حکومت دارد و همان‌طور که مشخص است دیپلماسی عمومی نشان‌دهنده روند، جهت‌گیری‌ها و رویکردهای کشورهای در قبال یکدیگر است لذا بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران حائز اهمیت می‌باشد. انتخاب شناخت رویکردهای دیپلماسی رسانه‌ای رژیم در مقطع شهادت سردار سلیمانی به علت نقش بی‌بدیل و تأثیرگذار سردار سلیمانی در سیاست‌های امنیتی و نظامی جمهوری اسلامی در منطقه بوده است. کوشش محقق بر آن بوده است تا با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای کیفی رسانه‌های تأثیرگذار رژیم صهیونیستی را مورد تحلیل قرار دهد. جامعه پژوهش سه رسانه اصلی آرتص، اورشلیم‌پست و اسرائیل هیوم است که در دو بازه زمانی شهادت و سالگرد شهادت سردار سلیمانی (به مدت ۲۰ روز) به‌صورت روش نمونه‌گیری هدفمند مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که رویکردهای اصلی دیپلماسی رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران شامل بازنمایی منفی شخصیت و عملکرد سردار سلیمانی در سطح جهانی، برجسته‌سازی اخبار نفوذ جمهوری اسلامی ایران در منطقه و پیامدهای آن، آماده‌سازی افکار عمومی جهت تقلیل پیامدهای انتقام احتمالی ایران، بازنمایی منفی از تشییع سردار سلیمانی، برجسته‌سازی عدم دخالت رژیم صهیونیستی در ترور سردار سلیمانی، بازنمایی مثبت دلایل ترور سردار سلیمانی و چارچوب سازی برای افکار عمومی، برجسته‌سازی ابعاد خارق‌العاده ترور سردار سلیمانی، سانسور رسانه‌ای واکنش‌های منفی به ترور سردار سلیمانی، برجسته‌سازی اخبار جعلی و تقلیل اقدام ایران در عین‌الاسد، بازنمایی منفی حامیان منطقه‌ای ایران در رسانه‌های بین‌المللی می‌باشد. تلاش رژیم صهیونیستی بازنمایی منفی از شخصیت و عملکرد شهید سلیمانی در سطح بین‌المللی بوده است که با استفاده از روش‌های مختلف از قبیل تخریب شخصیت فردی و حرفه‌ای سردار سلیمانی، بازنمایی سردار سلیمانی به‌عنوان فردی ضدیهود، تخریب مخالفان ترور سردار سلیمانی در خبرگزاری‌های مورد مطالعه انجام شده است.

واژگان کلیدی:

دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای، رژیم صهیونیستی، قاسم سلیمانی، تحلیل محتوای کیفی

^۱ عضو هیئت علمی گروه ارتباطات و مطالعات فرهنگی دانشکده رفاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول) پست الکترونیک:

Mfarokhi65@gmail.com

^۲ کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی دانشگاه سوره، تهران، ایران. پست الکترونیک: mmsemnoon@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسأله

۱-۱- مقدمه موضوع

دیپلماسی عمومی در نگاه اجمالی نشان از روند، جهت‌گیری و رویکردهای کلی کشورهای مختلف در قبال دیگر کشورهاست و دیپلماسی رسانه‌ای نشأت گرفته از دیپلماسی عمومی همان کشور است. (گیلبوا، ۱۳۸۷) این نکته قابل تأمل است که با بررسی دیپلماسی رسانه‌ای کشورها می‌توان به سیاست‌های خارجی کلی هر حکومتی در قبال حکومت‌های دیگر دست پیدا کرد. در این راستا باید اشاره نمود که دیپلماسی عمومی و اسناد مربوط به آن اصولاً جزو اسناد بالادستی و محرمانه هر کشوری است لذا احصا این اسناد و پژوهش ناظر بدان پیچیده و دشوار بوده اما دیپلماسی رسانه‌ای به این علت که نشأت گرفته از دیپلماسی عمومی کشورهاست و در رسانه‌ها و عموم نیز پخش می‌شود تا حدی سهل‌الوصول تر خواهد بود. بیان این نکته نیز حائز اهمیت می‌باشد که با توجه به تقابل شدید در عرصه‌های گوناگون میان جمهوری اسلامی ایران و رژیم صهیونیستی بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران به لحاظ درک رویکردهای آن برای مقابله با آن اجتناب‌ناپذیر می‌باشد لذا محقق با توجه به مسئله شهادت سردار سلیمانی سعی در احصا دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران برآمده است. پس مقاله حاضر به دنبال دست‌یابی به دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران پیرامون شهادت حاج قاسم سلیمانی است تا بتواند با توجه به اهمیت این مسئله رویکردهای دیپلماسی و متعاقباً دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران را احصا کرده و به بررسی تحلیلی آن بپردازد.

۱-۲- ضرورت موضوع

سردار سلیمانی، ژنرال محبوب و برجسته ایرانی نه تنها در منطقه خاورمیانه، بلکه در سطح جهان به‌عنوان یک شخصیت محبوب و مؤثر نظامی مورد توجه افکار عمومی قرار داشت. جایگاه وی بالاتر از هر مقام نظامی ایرانی بود و قدرتش از صحنه نظامی فراتر رفته و در عرصه دیپلماسی و فرهنگی نیز تسری یافته بود. (شفیعی، ۱۴۰۰) حاج قاسم سلیمانی کارگزار اصلی ایجاد امنیت، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین اصول، برای گروه‌های انسانی منطقه بود؛ امنیتی که وی به دلیل ویژگی‌های کاریزماتیک شخصیتی و نفوذ در نهادهای سیاسی-امنیتی کشور و منطقه، بر پایه همراهی مردم و گروه‌های مقاومت آن را شکل داد و تقویت کرد. لازم به ذکر است؛ یکی از مکاتب اثرگذار در عصر حاضر مکتب حضرت امام خمینی (ره) است. افراد فراوانی تحت تأثیر این مکتب حرکات خود را انجام داده‌اند و برخی از آن‌ها



به علت گستردگی و نفوذ حرکت خود دارای مکتبی ذیل مکتب حضرت امام ره هستند که از جمله این افراد شهید حاج قاسم سلیمانی است که مقام معظم رهبری تأکید دارند که ایشان را تحت عنوان یک فرد ندیده و به‌عنوان یک مکتب ببینیم. (خانی و محمدی، ۱۳۹۸: ۵)

لازم به ذکر است که یکی از مهم‌ترین آرمان‌های انقلاب اسلامی رهایی فلسطین و قبله اول مسلمین از چنگال رژیم جعلی صهیونیستی است و جمهوری اسلامی نیز بارها این آرمان را به‌صورت مبسوط بیان کرده است و رویکرد، راهبرد و آرمان انقلاب اسلامی به‌صورت کامل و جامع در سردار سلیمانی تجلی پیدا کرده بود و ایشان جزو مهم‌ترین مهره‌ها در پیشبرد این هدف الهی و عالی بودند. لازم به ذکر است در کنار این آرمان مسئله مقاومت نیز مطرح است؛ مقاومت به معنای ظلم‌ستیزی، عدالت‌خواهی و مبارزه با نظام سلطه در گفتمان انقلاب اسلامی و مکتب امام خمینی (ره) است که از ماهیت رهایی‌بخش آموزه‌های اسلامی و معارف شیعی از یکسو و ظلم‌ستیزی در فرهنگ سیاسی ایران نشأت می‌گیرد. (مهدی‌پور، ۱۴۰۰: ۷۳)

و سردار سلیمانی نیز مظهر مقاومت بوده است. حال توجه به این مسئله بسیار ضروری است که قدرت و مهره عملیاتی بسیاری از پروژه‌های استکبار جهانی و غرب در منطقه غرب آسیا توسط رژیم صهیونیستی اجرا می‌شود و این حقیقت بین پژوهشگران و تحلیلگران حوزه بین‌الملل و منطقه غرب آسیا محرز است. هرچه زمان می‌گذرد تنش‌ها و اتفاقات بین جمهوری اسلامی ایران و دنیای استکبار خصوصاً رژیم صهیونیستی وارد فازهای عملیاتی‌تر و جدی‌تری شده است و با توجه به این موضوع که در حال حاضر بعد جدیدی به ابعاد چهارگانه جنگ اضافه شده که اصول متعارف جنگ در پاسخ به آن عاجز مانده است. این بعد جدید، ذهن انسان یا همان بعد پنجم جنگ یا جنگ شناختی است (محمدی‌نجم، ۱۳۹۵: ۴۵) و رسانه یکی از مهم‌ترین ابزارهای این جنگ است. با توجه به نکات گفته‌شده و این مسئله مهم که در عصر حاضر با توجه به گستردگی و افزایش بی‌شمار رسانه‌ها و نفوذ شدید و بی‌بدیل آن‌ها در ذهن مردم و افکار عمومی، رسانه ابزاری در دیپلماسی استفاده می‌شود و دیپلماسی رسانه‌ای با منافع ملی هر کشوری هم‌راستا است و از طریق آن سعی در کنترل افکار عمومی در ابعاد داخلی و بین‌المللی دارد فلذا بررسی دیپلماسی رسانه‌ای کشورهای دیگر خصوصاً کشورهای متخاصم، به ما کمک می‌کند تا بتوانیم سیاست‌ها، رویکردها و راهبردهای طرف موردنظر را در موضوعات گوناگون احصا، بررسی و تحلیل کنیم در نتیجه با توجه به آنچه گفته شد و در تعریفی از دیپلماسی رسانه‌ای داریم که «دیپلماسی رسانه‌ای، هنر ایجاد ارتباط میان کشورها، حل‌وفصل اختلافات محیط بین‌الملل و اقناع جوامع دیگر از طریق رسانه‌های جهانی است.» (Taylor, 1997) با توجه به آنچه تاکنون گفته شد، دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی مربوط به استفاده از رسانه‌ها در جهت راهبرد



اصلی دیپلماسی عمومی است. با توجه به تعریفی که گفته شد این موضوع مشخص است که شناسایی دیپلماسی رسانه‌ای کشورها دقیقاً مسیر آن‌ها برای اقتناع و تأثیرگذاری بر جوامع دیگر را نشان می‌دهد لذا با توجه به مطالب بیان شده، ضرورت بررسی دیپلماسی رسانه‌ای و خبری رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی مشهود می‌گردد و احصا و بررسی این موضوع امری ضروری و فوری برای کشورهای محور مقاومت خواهد بود تا بتوانند اقدامات و تدابیر لازم را برای مواجهه صحیح با آن را اتخاذ نمایند. لذا با توجه به شرایط منطقه و جنگ مستمر جمهوری اسلامی ایران با استکبار جهانی خصوصاً رژیم صهیونیستی، ضرورت بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران به‌وضوح مشخص می‌شود. حال بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در مورد شهادت سردار سلیمانی می‌تواند رویکردهای این مسئله را برای ما روشن سازد.

۱-۳ اهمیت موضوع

همان‌طور که پیش‌تر بیان شد هرچه زمان می‌گذرد عمق و گستردگی نزاع بین جمهوری اسلامی ایران و رژیم صهیونیستی و جهان استکبار علنی‌تر و گسترده‌تر می‌شود. این جنگ و نزاع تنها درگیری بین دو ایدئولوژی نیست بلکه شامل نزاع بین افکار عمومی نیز هست. در تعریفی از افکار عمومی داریم که «افکار عمومی در مفهوم وسیع خود تمام طرز زندگی یک ملت است یعنی همان چیزی است که علمای علوم اجتماعی آن را فرهنگ یک ملت می‌نامند» (بشیر، ۱۳۹۴: ۵۴) حال با توجه به مسئله تأثیر بر افکار عمومی موضوع جنگ روانی و عملیات روانی به میان می‌آید لذا در تعریف جنگ روانی داریم، جنگ روانی عبارت است از تبلیغات طرح‌ریزی شده و سایر اقدامات روانی که به‌منظور نفوذ در عقاید احساسات و حالات و رفتار گروه‌های موردنظر از آن استفاده می‌شود و اصولاً جنگ‌های روانی هدف‌های ملی را در زمان جنگ پشتیبانی می‌نماید اما عملیات روانی و دیگر فعالیت‌های روانی و اعمال سیاسی، اقتصادی و ایدئولوژیکی که به‌منظور ایجاد زمینه مساعد در احساسات حالات و رفتار گروه‌های مورد هدف (دوست، بی‌طرف، دشمن) به‌منظور نیل به هدف‌های ملی طرح‌ریزی و اجرا می‌گردد؛ چنانچه ملاحظه می‌شود عملیات روانی وسیع‌تر و اعم از جنگ روانی می‌باشد. شایان‌ذکر است؛ رسانه‌ها با ورود به عرصه دیپلماسی رسانه‌ای باعث تحول کارکردی در این حوزه شده‌اند که در عصر حاضر شاهد، عملیات‌های روانی گوناگون در دیپلماسی رسانه‌ای هستیم که هدف این‌گونه عملیات‌ها را در دو سطح حکومت و افکار عمومی می‌توان شاهد بود؛ در همین رابطه لازم به ذکر است سردار سلیمانی مأموریت داشت مبانی و مفاهیم انقلاب را به بشریت برساند. بدین منظور، سردار سلیمانی در کنار استفاده از روش‌های سنتی، از الگوهای ارتباطی و تبلیغاتی و روش‌های متنوع ارتباطات



(سیاسی، فرهنگی - تبلیغاتی، اقتصادی و بشردوستانه ...) بهره گرفت لذا موفق گردید با مردم و افکار عمومی ارتباط برقرار کند و در قلب‌های مردم منطقه نفوذ کند. (نوروزی و دیگران، ۱۴۰۱: ۳۹)؛ لذا با توجه به تعاریف گفته‌شده و تأثیر بی‌بدیل رسانه‌ها در جهت ساختن افکار عمومی برای پیشبرد این هدف، ما نیازمند شناخت و بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی هستیم که شهادت حاج قاسم سلیمانی که یکی از مهم‌ترین اتفاقات تاریخ انقلاب اسلامی بوده است، مبنای این مقاله خواهد بود.

حال اهمیت بررسی این موضوع زمانی مشخص می‌گردد که برنامه‌های رژیم صهیونیستی در منطقه خاورمیانه در چند سال گذشته مورد بررسی قرار گیرد، برنامه‌هایی از قبیل عادی‌سازی روابط برخی کشورهای عربی با رژیم صهیونیستی، مسئله معامله قرن، انتقال سفارت ایالات‌متحده آمریکا به بیت‌المقدس و... که ناشی از حمایت‌های بی‌بدیل رئیس‌جمهور قبلی آمریکا یعنی «دونالد ترامپ» از این رژیم بود و به دنبال رسیدن به چند هدف مهم در منطقه صورت گرفت. برخی از این اهداف شامل عزم استکبار جهانی و غرب برای تثبیت کامل و نهایی این رژیم جعلی در فلسطین اشغالی، خروج رژیم صهیونیستی از انزوای درون منطقه غرب آسیا، تقویت قدرت امنیتی، اطلاعاتی، اقتصادی و... با توجه به ظرفیت‌های منطقه خاورمیانه، تضعیف قدرت و نفوذ منطقه‌ای جمهوری اسلامی ایران، به حاشیه راندن و محور مقاومت از غرب آسیا می‌باشد. با توجه به مسائل گفته‌شده لذا آنچه به‌وضوح دیده می‌شود شاهد آرایش نوین رسانه‌ای در منطقه خاورمیانه برای پیشبرد اهداف رژیم صهیونیستی و استکبار جهانی هستیم لذا بررسی دقیق و روش‌مند دیپلماسی رسانه‌ای رقبای منطقه‌ای خصوصاً رژیم صهیونیستی مورد اهمیت بسیار می‌باشد.

۴-۱ مسأله اصلی

در دکترین‌های امنیتی کنونی رژیم صهیونیستی در مواجهه با جمهوری اسلامی ایران تمرکز بسیاری بر روی جنگ چندبعدی و چندساحتی شده است، به این معنا که رژیم صهیونیستی در مواجهه با ایران از ابعاد گوناگون جنگ از قبیل جنگ سخت (مانند حمله نظامی، خرابکاری، ترور و...) و جنگ نرم (از قبیل جنگ شناختی، جنگ نرم، عملیات روانی، رسانه و...) استفاده می‌کند. لذا بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی مسأله اصلی این مقاله بوده است که با احصاء دیپلماسی رسانه‌ای این رژیم، محور مقاومت و جمهوری اسلامی ایران می‌تواند برای خنثی‌سازی برنامه‌های آن‌ها آماده و مهیا گردد. همچنین باید اشاره نمود که شهادت سردار سلیمانی نمود کامل دشمنی و خباثت استکبار جهانی در قبال مردم ایران بود چنانچه کارشناس اسبق سی‌آی‌ای و یکی از تحلیل‌گران مهم سیاسی - نظامی خاورمیانه در رابطه با شخصیت سردار سلیمانی نوشته است که سردار سلیمانی برای شیعیان



خاورمیانه جذابیت ویژه‌ای دارد. (سیف‌آبادی، ۱۴۰۰: ۶) لذا با توجه به مطالب بیان‌شده، ضرورت و اهمیت بررسی دیپلماسی رسانه‌ای و خبری رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی مشهود می‌گردد و احصا و بررسی این موضوع امری ضروری و فوری برای کشورهای محور مقاومت خواهد بود تا بتوانند اقدامات و تدابیر لازم را برای مواجهه صحیح با آن را اتخاذ نمایند. حال بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در مورد شهادت سردار سلیمانی با بررسی خبرگزاری‌های هآرتص، اورشلیم‌پست و اسرائیل هیوم، به‌وضوح می‌تواند رویکردهای این مسئله را برای ما روشن سازد. لازم به ذکر است این سه خبرگزاری در اسرائیل دارای بیشترین جامعه مخاطب بوده و نقش رهبری افکار را در رسانه‌های رسمی این رژیم ایفا می‌کنند؛ همچنین انتخاب این سه رسانه به علت جامعیت آن‌ها در تفکرات سیاسی و مواضع سیاسی در این رژیم بوده است به‌این ترتیب که؛ هآرتص دارای رویکرد سیاسی چپ، اورشلیم‌پست دارای رویکرد سیاسی میانه و اسرائیل هیوم دارای رویکرد سیاسی راست می‌باشد. لذا در این مقاله به بررسی مهم‌ترین و جامع‌ترین تفکرات سیاسی رژیم صهیونیستی پرداخته خواهد شد. در انتها لازم به ذکر است، هدف اصلی در این پژوهش بررسی دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران پیرامون شهادت حاج قاسم سلیمانی با مطالعه از خبرگزاری‌های هآرتص، اورشلیم‌پست و اسرائیل هیوم است. در این راستا ضمن بررسی پیشینه پژوهش ناظر به مساله و سؤال اصلی محقق ضمن مرور مباحث نظری حوزه دیپلماسی رسانه‌ای اخبار مرتبط با بحث شهادت سردار سلیمانی را با روش تحلیل محتوای کیفی مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و به بیان نتایج پرداخته است

۲- ادبیات موضوع و پیشینه موضوع

۲-۱- ادبیات نظری

۲-۱-۱- دیپلماسی

دیپلماسی در لغت به معنای فن و حرفه رهبری مذاکرات بین جوامع و ملت‌ها برای حصول قرارداد، سازش و مذاکرات که مورد رضایت متقابل جوامع و همگان باشد. تا قرن ۱۷ میلادی روابط بین‌الملل به‌صورت عمومی از طریق مکاتبه مستقیم بین سران کشورها یا فرستادن سفیرانی به کشورهای مقصد، صورت می‌گرفت؛ این روش نتایج مطلوب را نداشت و احتیاج به ارتباط دائمی وجود داشت. یکی از وظایف سفیران در دیپلماسی این بود که در حدود قوانین بین‌المللی و بدون توسل به جاسوس، اطلاعات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی،



اقتصادی و نظامی کشور مقصد را استخراج کنند و برای دولت خود ارسال نمایند^۱. تا اواخر قرن ۱۸، دبلماسی به علم مطالعه اسناد و مدارک اطلاق و پس از آن به علم اداره روابط بین‌المللی گفته شد. درواقع دبلماسی، تلاشی است که یک بازیگر بین‌المللی برای مدیریت و حل‌وفصل اختلافات بین‌المللی از طریق مذاکره و رابطه با یک بازیگر بین‌المللی دیگر به کار می‌گیرد. (ظریف، ۱۳۸۷: ۱۹۶)

البته همان‌طور که در ابتدا گفته شد، دبلماسی از دوران بسیار قدیم میان امپراتوری‌ها، ممالک و دولت‌ها رایج بوده است و امروزه نیز کشورهای جهان در تلاش برای دستیابی به اهداف و منافعی، از دبلماسی به بهترین وجه استفاده می‌کنند. در تعریف دیگری از دبلماسی داریم که؛ دبلماسی عبارت است از فن مدیریت تعامل با جهان خارج توسط دولت‌ها. (دارابی، ۱۳۹۰: ۳۲۰) از جمله تعاریف دیگری که در مورد دبلماسی داریم می‌توان به این تعریف اشاره کرد که دبلماسی عبارت است امری که دولت‌ها به کمک آن و از طریق نمایندگان رسمی و غیررسمی خود و نیز با استفاده از سایر بازیگران با کمک از مکاتبات، مذاکرات، تبادل دیدگاه‌ها، فعالیت‌های پشت پرده، ملاقات‌ها، تهدیدها و دیگر فعالیت‌ها به جمع‌بندی، هماهنگ‌سازی و تأمین منافع ویژه و یا عمومی کشور می‌پردازند. (صحت، ۱۳۹۸: ۱۱) درواقع در این حوزه هر دو سوی دبلماسی دولت‌ها هستند. همان‌طور که مشخص است مفهوم «دبلماسی» یک موضوع چندوجهی بوده و اندیشمندان در حوزه‌های گوناگون از قبیل علوم سیاسی، ارتباطات و... به دلیل گستردگی این مفهوم بخش‌های گوناگونی از مفهوم دبلماسی را بررسی کرده‌اند.

۲-۱-۲ دبلماسی عمومی

از اشکال جدیدی که با پررنگ شدن افکار عمومی در جوامع شکل گرفت و بسیاری از کشورها از آن به‌خوبی استفاده کرده‌اند، دبلماسی عمومی می‌باشد که دبلماسی عمومی جزو قدرت‌های نرم یک دولت و کشور محسوب می‌شود. به‌عبارت‌دیگر می‌توان گفت دبلماسی عمومی موضوع و برنامه‌ای است که تمامی فعالیت‌ها، برنامه‌ها، موضوعات و مسائلی که بر افکار عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهد را شامل می‌شود تا تمامی این موضوعات در جهت پیشبرد اهداف ملی آن کشور گام بردارد. دبلماسی عمومی ابزاری است برای به‌کارگیری مؤلفه‌های نرم از سوی دولت‌ها و نهادهای غیردولتی برای جذب افکار عمومی برای تأمین منافع ملی. دبلماسی عمومی با هدایت دولت‌ها، ارتباط با مردم و افکار عمومی کشورها را به‌عنوان روی دیگر سکه دبلماسی امکان‌پذیر می‌کند. درواقع اقدامات

^۱ - <https://www.vajehyab.com/dehkhoda>



دولت‌ها در این جهت، باهدف اقتناع و راضی ساختن افکار عمومی انجام می‌گیرد. (صحت، ۱۳۹۸: ۱۱) در روابط بین‌الملل حاکمان و سیاستمداران همواره کوشش داشته‌اند که سرزمین تحت حاکمیت خود را مجموعه‌ای نمونه و عالی در افکار عمومی جهانی نشان دهند و این موضوع پیشینه‌ای به طول تاریخ دارد. چنین تلاش‌هایی را امروزه در دیپلماسی و روابط بین‌الملل تلاش در جهت تولید قدرت نرم معرفی می‌کنند. قدرت نرم به زبان ساده به معنای توانایی در ایجاد جاذبه است، جاذبه‌ای که تأثیرگذاری بر مخاطب را آسان‌تر می‌کند و تأثیرگذاری‌ای که منافع ملی را برآورده می‌سازد. این رفتارها و تلاش‌ها باعث شده که حاکمان از دیپلماسی سنتی و رسمی عبور کنند و به موضوع دیپلماسی عمومی و افکار عمومی توجه بیشتری داشته باشند. اهمیت دیپلماسی عمومی به‌ویژه به لحاظ ارتقای وجهه یک کشور مدنظر است و درواقع سازوکاری برای افزایش قدرت نرم در روابط بین‌الملل به شمار می‌رود. درواقع می‌توان اشاره کرد که دیپلماسی عمومی برنامه‌ای جامع و هدفمند است که تمامی فعالیت‌های یک کشور از جمله فعالیت‌های رسانه‌ای را که بر افکار عمومی جهانی تأثیرگذار است را شکل می‌دهد و آن را در جهت منافع کشور هدایت می‌کند. (ساداتی، ۱۳۹۳: ۱۱۵-۱۱۶)

لازم به ذکر است که دیپلماسی عمومی کلاسیک از شیوه‌های مختلفی مانند رسانه‌های بین‌المللی، مبادلات علمی - فرهنگی بین دانشجویان، محققین، هنرمندان و اندیشمندان، شرکت در جشنواره‌ها و نمایشگاه‌ها، ایجاد مراکز فرهنگی آموزش زبان، راه‌اندازی مسابقه‌های دوستانه و انجمن‌های تجاری استفاده می‌کند. نقش رسانه‌های ارتباط جمعی در افکار عمومی بسیار مستقیم و مؤثر است، درحالی‌که فعالیت‌های فرهنگی روی طبقه نخبگان اثر می‌گذارد و این طبقه می‌تواند افکار عمومی را تغییر دهد. به عبارت دیگر می‌توان گفت رسانه‌های ارتباط جمعی به مسائل جاری می‌پردازند و شیوه‌های فرهنگی به دیدگاه‌های درازمدت ملتها و جوامع توجه دارند. در اوایل این قرن، اندیشمندان و کارشناسان بین دیپلماسی عمومی و دیپلماسی عمومی نوین تمایز قائل شدند. شیوه نوین بر اساس این فرضیه عمل می‌کند که تغییرات وسیع جهانی، انقلاب‌های سیاسی و روابط بین‌الملل، جریان دیپلماسی و نیز دیپلماسی عمومی را تغییر داده‌اند. از آنجاکه افراد بیشتری گرایش به شرکت در جریان‌های سیاسی پیدا کرده‌اند بسیاری از جوامع از حکومت‌های استبدادی به حکومت‌های دموکراسی تبدیل شده‌اند. انقلاب به وجود آمده در ارتباطات و فناوری اطلاعات، افزایش میزان تأثیر رسانه‌ها حتی در دورافتاده‌ترین نقاط دنیا و ظهور اینترنت، به جهانی‌شدن ارتباطات الکترونیکی، افزایش تعداد شبکه‌ها و مخاطبان رسانه‌ها منجر شده است. چنین تغییرات تکان‌دهنده‌ای، حتی شکل قدرت را در سیاست‌های امروزی عوض کرده است و



نه تنها قدرت نظامی و اقتصادی بلکه جریان کنترل اطلاعات، ارزش‌ها و وجهه یک ملت با رهبر نیز می‌تواند تعیین‌کننده وضعیت یک جامعه از دیدگاه بین‌المللی باشد. ریئان و یکرز تفاوت دیپلماسی عمومی با دیپلماسی عمومی نوین را مانند تفاوت آشکار بین فعالیت‌های اطلاعاتی داخلی با فعالیت‌های اطلاعاتی بین‌المللی، دیپلماسی سنتی با عمومی و همچنین تفاوت بین دیپلماسی فرهنگی و تجاری با مدیریت خبری می‌داند. (گیلبوا، ۱۳۸۷: ۹۹) به بیان دیگر دیپلماسی عمومی برای نیل به اهداف دیپلماتیک، به فناوری‌های نوین مانند: اینترنت، ماهواره، مبادلات فرهنگی و رادیو تلویزیون به شدت وابسته می‌باشد؛ درحالی‌که دیپلماسی سنتی سوای نشست‌های رسمی و مخفی، گاه‌وبیگاه راه دیگری در نیل به اهداف خود ندارد. (سازمند، ۱۳۹۳: ۴۱).

۲-۱-۳ دیپلماسی رسانه‌ای

دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی متکی به تبلیغ از طریق رسانه است. این شیوه از دیپلماسی، با تولید، توسعه و تکثیر رسانه‌های مدرن متولد شده است و علی‌رغم اینکه بخشی از دیپلماسی عمومی نوین را تشکیل می‌دهد، اما به لحاظ تنوع، تعدد و فراگیری رسانه‌ها و امکان بهره‌برداری از آن‌ها در اطلاع‌رسانی، تغذیه افکار عمومی، بازنمایی و برجسته‌سازی اندیشه‌ها و رفتارها و بالاخره تأثیرگذاری آن‌ها در ایجاد اقناع و متقاعدسازی، بیش از هر بار دیگری که در دیپلماسی عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد از آن‌ها بهره‌برداری می‌شود، بنابراین دیپلماسی رسانه‌ای نیز بیش از سایر شیوه‌های دیگر دیپلماسی عمومی برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی مورد استفاده قرار گرفته است. (بشیر، ۱۳۹۵: ۱۳۵) در این رابطه برخی معتقدند دیپلماسی رسانه‌ای بهره‌برداری از فرصت‌های نوین و ترویج منافع ملی بدون برانگیختن و ناخشنود ساختن سایر کشورهاست. (خرازی آذر، ۱۳۸۷: ۲۵) لازم به ذکر است، گیلبوا نیز معتقد است دیپلماسی رسانه‌ای نیازمند همکاری تنگاتنگ بین مقامات رسمی و رسانه‌ها است. وی معتقد است دیپلماسی رسانه‌ای شامل استفاده از رسانه‌ها توسط رهبران هر کشور به منظور بیان منافع خود در مذاکرات، اعتمادسازی و حمایت از توافقات است. (گیلبوا، ۱۳۸۸: ۹۴).

به نظر نمی‌رسد که مفاهیمی مانند سیاست اینترنت، سیاست اطلاعات، سیاست سایبر یا هر نام دیگری بتواند جامعیت مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای را انتقال دهد چراکه دیپلماسی رسانه‌ای تنها مبتنی بر فضای سایبری و اینترنتی نیست. دیپلماسی رسانه‌ای طیف وسیعی از ابزارهای رسانه‌ای از روزنامه و کتاب که رسانه‌های نوشتاری هستند تا رسانه‌های دیداری و شنیداری نظیر رادیو، تلویزیون و فضاهای دیجیتال که مبتنی بر اینترنت هستند را شامل می‌شود. (صحت، ۱۳۹۸: ۱۵۰) همان‌طور که مشخص شد، دیپلماسی رسانه‌ای نیز مانند



بسیاری دیگر از مفاهیم علوم اجتماعی دارای تعریف مشخصی نیست و هنوز اندیشمندان این حوزه نیز به اجماع نهایی نرسیده‌اند اما لازم به ذکر است؛ ایتان گیلبوآ در تعریفی از دیپلماسی رسانه‌ای بیان کرده است: دیپلماسی رسانه‌ای شامل: استفاده از رسانه‌ها توسط رهبران به منظور بیان منافع خود در مذاکرات، اعتمادسازی و بسیج عمومی از توافقات است. (گیلبوآ، ۱۳۸۸: ۸۹)؛ راماپراساد، محقق آمریکایی، نیز در تعریف دیگری از این مفهوم معتقد است که دیپلماسی رسانه‌ای پدیده‌ای است که فاقد مرزها و پارامترهای شفاف و از پیش تعیین شده است. در یک تعریف عام و کلی، دیپلماسی رسانه‌ای به نقش رسانه‌ها در فعالیت‌های دیپلماتیک میان کشورها و ملت‌ها اطلاق می‌شود؛ خواه این نقش فعالانه باشد، یا منفعلانه، از پیش تعیین شده باشد یا نباشد، بزرگ باشد یا کوچک و نهایتاً اینکه ضمنی و نرم باشد، یا صریح و علنی. (Ramaprasad, 1983) جوامع به تدریج با این پذیرش روبه‌رو می‌شوند که رسانه‌های نوین، دیپلماسی و نحوه هدایت سیاست خارجی را تغییر داده‌اند. رسانه‌ها خود را به مقام رهبری شبکه‌های جهانی سیاسی، دیپلماتیک، فرهنگی، اقتصادی، مالی و سایر عرصه‌ها ارتقا داده‌اند. در ارتباط با عرصه دیپلماتیک، اکنون قدرت جهانی یک کشور در توان و استعداد دیپلماسی رسانه‌ای آن در ایجاد هویت ملی و ارائه تصویر مکمل بین‌المللی آن نهفته است. دیپلماسی، دیگر، پدیده اتاق‌های در بسته نیست، پدیده‌ای آشکار است؛ پدیده‌ای رسانه‌ای که هر چه پویاتر باشد، سیاست خارجی را پویاتر خواهد ساخت و اینکه در جهان امروز، بدون درک عمیق از نقش مهم وسایل مدرن ارتباطی ناممکن است. هم‌اکنون با توجه به رشد ابزارهای مدرن ارتباطی، مأموریت وزارت خارجه و وزارت دفاع عمدتاً بر دوش لشکر رسانه‌ها قرار داده شده است؛ لشکری که پیش‌قراول آن اینترنت است. به این ترتیب نقش سیاست‌های آشکار مهم‌تر از سیاست‌ها پنهان شده است. به زبان دیگر دیپلماسی امروز صرفاً در اتاق‌ها در بسته شکل نمی‌گیرد و بخش بزرگ‌تری از آن هم پشت پنجره و در سطح آشکار عمومی نقش می‌بندد، در برابر چشم دیگران و در فضای هوشمند تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و رسانه‌ها. (خرازی، ۱۳۹۳: ۵۰)

۲-۱-۴ نسبت دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی عمومی:

از ابتدای شروع قرن بیست و یکم مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های دستگاه‌های دیپلماسی و سیاست خارجی کشورها، پدیدار و بخش بزرگی از دیپلماسی عمومی کشورهای جهان را شامل شد. در حال حاضر، فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعاتی، گستره دیپلماسی و سیاست خارجی را به تحریریه‌های روزنامه‌ها، شبکه‌های اجتماعی، تلویزیون‌ها و رادیوهای جهانی رسانده‌اند. این همان عاملی است که در عصر جامعه اطلاعاتی، شکل‌گیری فضای روابط تعاملی میان دیپلمات‌ها و رسانه‌ها را الزامی کرده است؛



فضایی که در آن، پیشبرد سیاست خارجی و دیپلماسی بیش‌ازپیش به میزان تأثیرگذاری تاکتیک‌های خبری و رسانه‌ای وابسته شده است؛ چنانکه هرقدر تاکتیک‌ها پرقدتر و تأثیرگذارتر طراحی شوند، چرخ‌های سیاست خارجی روان‌تر می‌چرخد. (محمدی، ۱۳۸۸: ۹۳)

گیلبوآ یکی از اندیشمندان در حوزه دیپلماسی عمومی بر این باور است که دیپلماسی عمومی، هنگامی است که طرفین درگیر منازعه هستند و هدف آن‌ها پروپاگاندا است؛ و دیپلماسی رسانه‌ای، هنگامی است که طرفین، گاهی به‌صورت مشترک، به دنبال ایجاد روابط حسنه بوده و می‌خواهند منازعه را از طریق مذاکره پایان دهند. در بسیاری از موارد دیپلماسی عمومی بر دیپلماسی رسانه‌ای مقدم می‌شود؛ تا مردم را برای رفع منازعه مهیا کند. (گیلبوآ، ۱۳۸۸: ۸۹-۸۸). گیلبوآ با توجه به رویکردی که دارد، در رابطه با مفهوم دیپلماسی معتقد است که دیپلماسی استفاده از رسانه‌های جمعی، برای برقراری ارتباط با بازیگران دولتی و غیردولتی، برای اعتمادسازی، پیشرفت مذاکرات و بسیج حمایت عمومی از توافقات است و در ادامه دیپلماسی رسانه‌ای، از طریق فعالیت‌های گوناگون؛ شامل کنفرانس‌های مطبوعاتی، مصاحبه و افشا اطلاعات، به‌علاوه دیدار سران کشورها و واسطه‌ها در کشورهای متخاصم و رویدادهای رسانه‌ای تأثیرگذار پیگیری می‌شود. (گیلبوآ، ۱۳۸۸: ۸۸-۸۹)

به همین دلیل به نظر می‌رسد که امروزه دیپلماسی عمومی را تقریباً در دیپلماسی رسانه‌ای باید جستجو کرد. گیلبوآ در همین زمینه معتقد است که دیپلماسی رسانه‌ای همواره با دیپلماسی عمومی خلط شده است (Gilboa, 1998)؛ بنابراین، نه‌تنها دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی مربوط به کارگیری رسانه‌ها در جهت تحقق و پیشبرد اهداف دیپلماسی عمومی است، بلکه می‌توان گفت دیپلماسی رسانه‌ای تمام شیوه‌ای است که دیپلماسی نوین برای تأثیرگذاری به کار می‌برد با توجه به تعاریف گفته‌شده درنهایت می‌توان به چند نتیجه اساسی رسید: نخست اینکه دیپلماسی رسانه‌ای بخشی از دیپلماسی عمومی است؛ نکته بعدی اینکه کلیه حوزه‌های ارتباطی، اعم از رسانه‌ها، ابزارهای دیپلماسی عمومی هستند، نکته سوم این مسئله است که دیپلماسی رسانه‌ای با پروپاگاندا متفاوت است. مسئله چهارم در این قسمت این است که دیپلماسی رسانه‌ای فراتر از پیام‌رسانی میان کشورها و دولت‌ها بوده و دارای سطوح مختلفی از قبیل رسمی و غیررسمی می‌باشد. نکته پنجم در مورد هدف دیپلماسی رسانه‌ای این است که هدف دیپلماسی رسانه‌ای مذاکره است برای حل مناقشات گوناگون، اعتمادسازی، پیشرفت مذاکرات، بسیج حمایت عمومی از توافقات و تغییر افکار عمومی. (بشیر، ۱۳۹۵: ۱۴۶)



۲-۱-۵ کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای:

در دیپلماسی رسانه‌ای به دو رویکرد کارکردی در نظریات رابطه رسانه با مخاطبان (افکار عمومی) در حوزه تأثیرگذاری اشاره می‌شود. نظریات تأثیر رسانه بر افکار عمومی در سطح فردی و اجتماعی تاکنون با دو رویکرد مهم روبرو بوده‌اند:

۱. رویکرد حداکثری: حداکثر تأثیر رسانه بر مخاطبان و تأکید بر انفعال او در دریافت پیام. در اینجا سه مرحله: دریافت، پذیرش، اقدام وجود دارد.
 ۲. رویکرد حداقلی: حداقل تأثیر رسانه بر مخاطبان و تأکید بر فعال بودن آن در دریافت پیام. در اینجا پنج مرحله: دریافت، گزینش، تحلیل، پذیرش، اقدام وجود دارد. از سوی دیگر، تأثیر رسانه‌ها بر مخاطبان به‌نوعی تأثیرگذاری بر افکار عمومی است که این تأثیرگذاری گاه مستقیم و گاه غیرمستقیم می‌باشد و این تأثیرات بر سیاست‌های هر کشوری در سطوح داخلی و بین‌المللی نیز متعاقباً متأثر خواهد بود لذا تأثیرات رسانه‌ای با معادلات سیاسی دارای رابطه‌ای هم‌سو است که اگر نفوذ رسانه بر افکار عمومی رو به کاهش رفت، تأثیر آن بر نتایج و روابط سیاسی نیز کاهش خواهد یافت و برعکس آن نیز صدق می‌کند.
- مفروضات اصلی کارکرد رسانه‌های در عرصه دیپلماسی از سه جنبه قابل بررسی است:
- اول. مستقل بودن یا حداقل عدم وابستگی کامل رسانه‌ها به حکومت.

دوم. وجود رسانه‌ای خصوصی در کنار رسانه‌های دولتی و مقررات از قوانین رسانه‌ها. سوم. وجود یک فضای عمومی فارغ از قدرت که در آن رسانه‌ها می‌توانند اطلاعات بی‌طرف را منتقل کنند. (قهرمان پور، ۱۳۸۷: ۳۲).

تسلیم شدن رسانه‌ها در برابر قدرت، موضوعی است که بسیاری از پژوهشگران در مورد آن صحبت کرده‌اند. در نظام‌های سیاسی مطلق‌گرا، حکومت به مالکیت رسانه‌ها یا حداقل نظارت مستقیم بر رسانه‌ها تمایل دارد به این منظور که بتواند خوراک رسانه‌ها را برای جهت‌دهی افکار عمومی خود تأمین و تعیین کند. در چنین حکومت‌هایی استفاده آشکار از رسانه‌ها برای تنظیم سیاست خارجی امری نامعمول است. این حکومت‌های معتقدند که رسانه‌ها باید به‌صورت مستقیم و آشکار در خدمت منافع ملی باشند و خارج از این حیثه قدم نگذارند. (ساداتی، ۱۳۹۳: ۱۲۲)؛ اما از سوی دیگر در نظام‌ها و ملت‌هایی که از لحاظ سیاسی آزادی‌گرا هستند رابطه میان رسانه و دولت به‌نوعی رقابتی تعریف شده است. رسانه‌ها دیده‌بان و رکن چهارم هستند که بر اقدامات و اعمال دولت، نظارت می‌کند که این نظارت در جهت نفع عموم تعریف شده است. از این‌رو دیپلماسی رسانه‌ای در جهت حفظ یکپارچگی رسانه‌ای، بافت و ذاتی محتاط دارد و از سوی دیگر بر روابط دوسویه نیز تأکید دارد.



۲-۱-۶ نقش دیپلماسی رسانه‌ای:

با توجه به پیشرفت‌های چشمگیر در فناوری‌های ارتباطاتی، اطلاعاتی و رسانه‌ای و تخصصی شدن حرفه خبرنگاری، تقریباً تمام حرکات دولت‌ها، سازمان‌ها، نهادها، کشورها، سیاستمداران و... توسط رسانه‌ها به‌دقت تحت نظر قرار می‌گیرند در نتیجه رسانه‌ها نقش مهمی در سیاست‌گذاری ایفا می‌کنند. اخبار رسانه‌ها نه تنها منبع مهمی از اطلاعات برای تصمیم‌گیران است، بلکه کانالی برای ارتباط بین کشورهاست؛ لذا رسانه‌ها نقش مهمی، در حوزه افکار عمومی بازی می‌کنند که می‌توان اذعان داشت مهم‌ترین نقش را در ساخت افکار عمومی بر عهده دارند. حتی در عصر ارتباطات جهانی نیز این مطلب صادق است. این رسانه‌ها هستند که اطلاعات مربوط به مسائل جهانی از قبیل جنگ‌ها، بحران‌ها و انتخابات را به مردم می‌رسانند. (ساداتی، ۱۳۹۳: ۱۱۹).

به اعتقاد بسیاری از اندیشمندان عصر حاضر، امروزه دیپلماسی رسانه‌ای یک جزء پیوسته از ساختار قدرت جهانی است، زیرا وجود سلسله‌مراتب در روابط بین‌الملل حاکی از وجود برتری رسانه‌ای است. هرچند برتری نظامی نیز هنوز نقش خود را در ساختار قدرت جهانی از دست نداده است اما به همان اندازه دیپلماسی رسانه‌ای نیز بر روی هویت ملی و تصویر بین‌المللی یک کشور تأثیر می‌گذارد. توانایی یک کشور در به‌کارگیری رسانه‌های بین‌المللی خود به‌منظور نشان دادن موقعیت و منزلت قدرت خود و یافتن جایگاهی مناسب در سلسله‌مراتب سیاسی جهان و در واقع ایجاد تصویر بین‌المللی مطلوب که حاکی از هویت ملی برتر آن کشور است، اهمیت بسیار دارد (مستکین، ۱۳۸۷: ۲۵). لازم به ذکر است در عصر کنونی با توجه به بسیاری از مناسبات بین کشورها و دولت‌ها، دیپلماسی رسانه‌ای یکی از کم‌خطرترین راه‌های برای متقاعد کردن مخاطبین بین‌المللی و نیز ساخت روابط پایدار و طولانی‌مدت با ملت‌ها و دولت‌هاست.

۲-۱-۷ ابزارهای دیپلماسی رسانه‌ای:

برای اجرای دیپلماسی رسانه‌ای به بهترین وجه از ابزارهای متفاوتی استفاده می‌شود. مهم‌ترین ابزارهای دیپلماسی رسانه‌ای عبارت‌اند از: خبرگزاری‌ها: همه رسانه‌های جهان به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم از خبرگزاری‌های معروف، خبرهای خود را در سراسر جهان پخش می‌کنند. مطبوعات: مطبوعات به‌صورت مستقیم بر کشورهای هدف تأثیر ندارد؛ گزارش‌های آن‌ها بر افکار عمومی، نخبان و مسئولان جهان، تأثیرگذار است و این به معنای تأثیر نامطلوب در کشور ثالث است. (سیلان اردستانی، ۱۳۸۳: ۲۳)



سایت‌های خبری: سایت‌های خبری که شامل سایت‌های ویژه، موتورهای جست‌وجوگر و پست الکترونیک، فیلترشکن‌ها و هکرها هستند. (محمدی، ۱۳۸۸: ۹۶)
 رادیوها: رادیوها به دو دسته، رادیوهای عادی و رادیوهای ویژه یا موج کوتاه تقسیم می‌شوند. (سیلان اردستانی، ۱۳۸۳: ۲۴).

تلویزیون: تلویزیون از همان آغاز پیدایش، یکی از فعال‌ترین نیروهای قرن بیستم بود و اکنون پرنفوذترین پدیده فرهنگی است (اسمیت و پاترسون، ۱۳۸۱). دستگاه دیپلماسی از ابزار رسانه و به‌ویژه تلویزیون جهانی، برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی داخلی و بین‌المللی در خصوص آنچه تصمیمات درست و انسانی در سیاست خارجی نامیده می‌شود، استفاده می‌کند. (دعاگویان، ۱۳۸۸: ۱۲۲). در عصر دیپلماسی رسانه‌های، تلویزیون به‌عنوان ابزار دیپلماتیک، می‌تواند دیپلمات‌ها را در مذاکرات سیاسی و حل‌وفصل منازعات کمک کند، البته در اوضاع کنونی تلویزیون جهانی بیشتر در خدمت منافع سیاسی و اقتصادی برخی کشورهای امپریالیستی قرار دارد و همواره این شبکه‌ها، برنامه‌ها و اخبار جهانی خود را در راستای منافع خودتنظیم و ارائه می‌کنند. (همان: ۸۱).



شکل ۱- نمای نظری پژوهش



۲-۲ پیشینه پژوهش

با بررسی مطالعات پیشین به نظر می‌رسد تاکنون مشخصاً در این موضوع، پژوهشی صورت نگرفته است اما پژوهش‌هایی مرتبط با موضوع مقاله به شرح ذیل می‌باشد که خلاصه اجمالی آن در جدول ذیل مطرح شده است

ردیف	عنوان پژوهش	نوع پژوهش	سال پژوهش	محقق	مهم‌ترین یافته‌ها
۱.	دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران	پایان‌نامه	۱۳۹۷	ابوالفضل بابایی	این پژوهش سعی کرده است تا با استفاده از منابع درجه اول به بررسی ساختار، تاریخچه، دلایل، اهداف، روش‌ها و بازیگران فعال در دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی بپردازد.
۲.	راهبردهای جنگ روانی رژیم صهیونیستی علیه جمهوری اسلامی ایران از ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷	پایان‌نامه	۱۳۹۷	مسعود احمدی	در این پژوهش محقق سیاست‌های رژیم صهیونیستی در جنگ روانی را در عرصه سیاسی مورد بررسی قرار داده است.
۳.	دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در قبال عراق بررسی چالش‌ها، فرصت‌ها، آسیب‌شناسی و راهبردها از دیدگاه کارشناسان و صاحب‌نظران رسانه	پایان‌نامه	۱۳۹۷	محمد محمدی	هدف از این پژوهش با توجه به اهمیت کشور عراق در دستگاه دیپلماسی کشور موضوع بررسی چالش‌ها، فرصت‌ها، آسیب‌شناسی‌ها و راهبردها پیش روی دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در قبال عراق بوده است.
۴.	بررسی تطبیقی دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در قبال شیعیان کشورهای بحرین، لبنان و عراق (۲۰۱۲-۲۰۰۶) شبکه العالم	پایان‌نامه	۱۳۹۴	عبدالله حیدری	در این تحقیق، فعالیت شبکه العالم در قبال شیعیان کشورهای بحرین، لبنان و عراق و حمایت از آنان در قالب دیپلماسی رسانه‌ای مورد بررسی قرار گرفته است.
۵.	دیپلماسی رسانه‌ای شبکه العالم در قبال بیداری اسلامی ۱۳۸۹-۱۳۹۱	پایان‌نامه	۱۳۹۲	حسن صفردخت	هدف این پایان‌نامه شناسایی مؤلفه‌های دیپلماسی رسانه‌ای شبکه العالم در قبال تحولات بیداری اسلامی است که همان دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در قبال بیداری اسلامی است.



۶.	دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا در قبال بیداری اسلامی سال ۲۰۱۱؛ تحلیل محتوای کیفی سایت فارسی صدای آمریکا (VOA)	پایان‌نامه	۱۳۹۲	کاظم موذن	این پایان‌نامه شناسایی مؤلفه‌های دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا در قبال تحولات بیداری اسلامی است.
۷.	مقایسه بازتاب خبری ترور دانشمندان هسته‌ای ایران در مطبوعات ایرانی، آمریکایی و رژیم صهیونیستی	پایان‌نامه	۱۳۹۱	الهام بهرام‌زاده	در این پژوهش به تحلیل انتقادی گفتمان خبری و مقایسه بازتاب رسانه‌ای میان سه روزنامه ایرانی، آمریکایی و اسرائیلی پرداخته است.
۸.	تبیین الگوی مقاومت در مکتب سلیمانی	مقاله پژوهشی	۱۴۰۰	آسیه مهدی‌پور	در این پژوهش کیفی با روش دانه‌بنیاد سعی شده است به تبیین الگوی مقاومت در مکتب سردار سلیمانی پرداخته شود. الگوی مقاومت در این پژوهش در چندلایه شامل زمینه‌ها، ابعاد، موانع، راهکارها، پیامد و چشم‌انداز مورد تحلیل قرار گرفته است. مقاله فوق در فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج منتشر شده است.
۹.	بازشناسی مؤلفه‌های مکتب شهید سلیمانی مبتنی بر بیانات امام خاتمه‌ای مدظله‌العالی	مقاله پژوهشی	۱۳۹۸	علی‌خانی، حمیدرضا محمدی،	در این پژوهش سعی شده است با روش کیفی تحلیل مضمون مؤلفه‌های مکتب شهید سلیمانی در نگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. مقاله فوق در فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج منتشر شده است.
۱۰.	ارزیابی عوامل نفوذ الگوی رفتاری و مدیریت جهادی سردار سلیمانی بر مبنای نظریه اورت راجرز؛ مطالعه موردی، محور مقاومت در منطقه خاورمیانه	مقاله پژوهشی	۱۴۰۰	محسن شفیعی سیف‌آبادی، محمد عابدی اردکانی	این پژوهش باهدف ارزیابی عوامل نفوذ الگوی رفتاری و مدیریت جهادی سردار سلیمانی در رابطه با «تیروی‌های مقاومت» در منطقه خاورمیانه، بر مبنای نظریه اورت راجرز صورت گرفته است و همچنین روش انجام این پژوهش نیز از نوع توصیفی - تحلیلی با رویکرد «انطباق و آزمون نظریه با مورد» بوده است. مقاله فوق در فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج منتشر شده است.



این پژوهش سعی شده الگوهای ارتباطی و تبلیغاتی-رسانه‌ای در دوره فرماندهی سپهبد قاسم سلیمانی بر سپاه قدس ایران، تحلیل و ارزیابی گردد و روش آن نیز تحلیل مضمون بوده است. مقاله فوق در فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج منتشر شده است.	خلیل نوروزی هادی رنجبر محمد اسعدی حسین آماده	۱۴۰۱	مقاله پژوهشی	فهم جوهره ارتباطات انسانی - الهی در سبک فرماندهی سپهبد شهید قاسم سلیمانی	۱۱.
---	---	------	--------------	--	-----

پژوهش مذکور از حیث موضوع مورد مطالعه که مبتنی بر شهادت حاج قاسم سلیمانی است و توجه به رسانه‌های رژیم صهیونیستی (سه خبرگزاری مورد مطالعه) و نیز توجه به روش تحلیل محتوای کیفی از پژوهش‌های مذکور متفاوت و متمایز می‌باشد.

۳- روش تحقیق

پژوهش مذکور از نوع کاربردی و با رویکرد کیفی نگاشته شده است. روش مورد استفاده در این پژوهش تحلیل محتوای کیفی بوده است. جامعه پژوهش سه رسانه اصلی هآرتص، اورشلیم‌پست و اسرائیل‌هیوم است که در دو بازه زمانی شهادت و سالگرد شهادت سردار سلیمانی (به مدت ۲۰ روز) مورد بررسی قرار گرفته است. این سه رسانه دارای بیشترین مخاطبین را در بین رسانه‌های رژیم صهیونیستی هستند و جزو تأثیرگذارترین رسانه‌های رژیم صهیونیستی می‌باشند و همچنین لازم به ذکر است هآرتص دارای رویکرد سیاسی چپ، اورشلیم‌پست میانه‌رو و اسرائیل‌هیوم دارای رویکرد راست سیاسی است و این سه رسانه جزو پرمخاطب‌ترین و تأثیرگذارترین رسانه‌ها در رژیم صهیونیستی می‌باشند. لذا از اصلی‌ترین و مهم‌ترین تفکرات سیاسی رژیم صهیونیستی در این پژوهش استفاده شده است. با مراجعه به خبرگزاری‌های هآرتص، اورشلیم‌پست و اسرائیل‌هیوم و جستجوی کلیدواژه‌های مرتبط به موضوع پژوهش از قبیل قاسم سلیمانی، سردار سلیمانی، ایران، سپاه، سپاه پاسداران و... خبرهای دریافتی را جمع‌آوری کرده و از میان آن‌ها یافته‌هایی که با موضوع پژوهش ارتباط دارند را انتخاب کرده و مورد تجزیه و تحلیل قرار داده است.

ترتیب	نام خبرگزاری	مدت زمان گردآوری برحسب زمان	جهت‌گیری سیاسی
۱	هآرتص ^۱	۲۰ روز	چپ
۲	اورشلیم‌پست ^۲	۲۰ روز	میانه
۳	اسرائیل‌هیوم ^۳	۲۰ روز	راست

جدول شماره ۲- عناوین خبرگزاری‌های مورد بررسی قرار گرفته

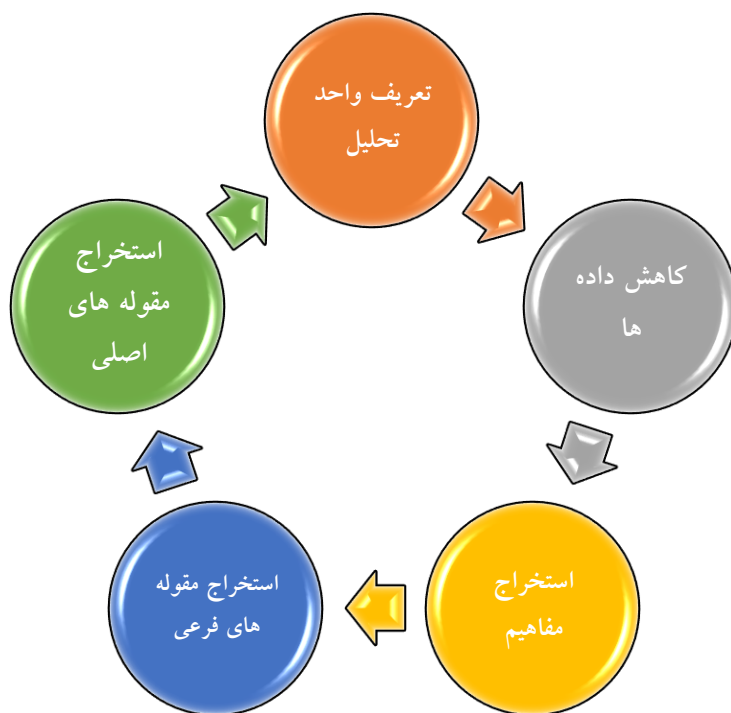
1. <https://www.haaretz.com/>

2. <https://www.jpost.com/>

3. <https://www.israelhayom.com/>



در روش نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده می‌شود که در دو بازه ۱۰ روزه شهادت و سالگرد سردار سلیمانی استفاده می‌شود که بازه شهادت از تاریخ ۱۳ دی‌ماه ۱۳۹۸ (۳ January ۲۰۲۰) تا تاریخ ۲۳ دی‌ماه ۱۳۹۸ (۱۳ January ۲۰۲۰) و بازه سالگرد شهادت از تاریخ ۸ دی‌ماه ۱۳۹۹ (۲۸ December ۲۰۲۰) تا تاریخ ۱۸ دی‌ماه ۱۳۹۹ (۷ January ۲۰۲۱) مورد بررسی قرار می‌گیرد. با استفاده از داده‌های به‌دست‌آمده از سه خبرگزاری موردنظر و همچنین مطابقت آن‌ها با سوالات پژوهش به صورت تحلیل داده‌های کیفی از متون استخراج شد و ابتدا مفاهیم مرتبط از درون اطلاعات و داده‌ها حاصل شد که از نظر پژوهشگر بیشترین ارتباط را با سؤال تحقیق داشتند و در ادامه مقولات در جدول تحلیل داده‌ها به دو قسمت مقوله اصلی و فرعی مطرح شد. در پژوهش حاضر به جهت تأیید قابلیت اعتماد و روایی، جدول کدگذاری و استخراج مفاهیم و مقولات در اختیار برخی اساتید مرتبط و نیز دانشجویان تحصیلات تکمیلی قرار گرفت و آنان روند انجام پژوهش را مورد بررسی قرار داده و به اصلاح مقولات پرداخته و در نهایت آن را تأیید کردند.



شکل ۲- مراحل انجام تحلیل محتوای کیفی



۴- یافته‌های تحقیق

۴-۱- کدگذاری و استخراج مفاهیم از نمونه‌های مورد بررسی^۱

جدول شماره ۳- نکات کلیدی و مفاهیم و کدگذاری (استخراج مفاهیم) نمونه‌های مورد بررسی

ردیف	نکات (گزاره‌های) کلیدی شامل تیتز و لیدها	مفاهیم مستخرج	منبع
۱	قاسم سلیمانی، فرمانده نیروی قدس که شب گذشته در عراق کشته شد، کیست؟ مرد ارشد نظامی ایرانی که در عراق کشته شد، بانفوذترین شخصیت در سپاه پاسداران محسوب می‌شود و همچنین مورد احترام آمریکایی‌ها قرار گرفته بوده و حداقل دو بار از ترور وی خودداری کرده‌اند. در سال‌های اخیر، وی به دلیل مدیریت سیستم‌های نظامی در عراق و سوریه مورد انتقاد جهانی قرار گرفته بود.	ترور ارشدترین مقام نظامی ایران کشته شدن سردار سلیمانی در عراق نه ترور شخصیت نظامی مورد احترام نظامیان جهان از قبیل آمریکایی‌ها انتقاد جهانی و افکار عمومی جهانی نسبت به اقدامات سردار سلیمانی عدم ترور سردار سلیمانی در دفعات قبل	سایت هآرتص در تاریخ ۳ ژانویه ۲۰۲۰
۲	قاسم سلیمانی در حمله آمریکایی‌ها به عراق کشته شد. ایران: ایالات متحده عواقب آن را متحمل خواهد شد سپاه پاسداران تأیید کرد که در یک حمله پهپادی در نزدیکی فرودگاه بغداد، قاسم سلیمانی و فرمانده شبه نظامیان طرفدار ایران کشته شده‌اند. پنتاگون: ارتش آمریکا برای دفاع از نیروهای خود اقدام قاطع انجام داده است.	کشته شدن سردار سلیمانی در عراق نه ترور تهدید آمریکا توسط ایران دفاع آمریکا از اقدام خود در برابر نیروهای آمریکایی	سایت هآرتص در تاریخ ۳ ژانویه ۲۰۲۰
۳	قاسم سلیمانی: برای همیشه رفته است حرف من: اسرائیلی‌ها برای سلیمانی اشک نریختند. او یک تروریست بزرگ بود، مسئول مرگ هزاران نفر در سراسر جهان.	تخریب و توهین به شخصیت سردار سلیمانی در افکار عمومی ترور سردار سلیمانی به دلیل جلوگیری از جنگ و ترور	سایت اورشلیم‌پست در تاریخ ۱۰ ژانویه ۲۰۲۰
۴	مصری‌ها، سعودی‌ها از اینکه رهبر حماس در مراسم تشییع جنازه سلیمانی شرکت کردند خشمگین شدند. مقام اطلاعاتی مصر می‌گوید: حضور اسماعیل هنیه رهبر دفتر سیاسی حماس در آخرین مراسم برای فرمانده سابق نیروی قدس سرلشکر قاسم سلیمانی حمله به ناموس ملی مصر بود.	تخریب شخصیت شرکت‌کنندگان در مراسم تشییع سردار سلیمانی	سایت اسرائیل‌هیوم در تاریخ ۶ ژانویه ۲۰۲۰

^۱. با توجه به جداول مفصل استخراج مفاهیم صرفاً به ذکر چند مورد جهت بررسی روند پژوهش اشاره شد.



۴-۲- استخراج مقولات اصلی و فرعی

جدول شماره ۴- مقوله‌های اصلی و فرعی مستخرج از منابع

مفاهیم مرتبط	مقوله‌های فرعی	مقوله‌های اصلی	شماره
۱، ۲، ۳، ۱۰، ۱۱، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۸، ۲۰، ۲۱، ۲۴، ۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۹، ۴۰، ۴۳، ۴۵، ۴۸، ۵۱، ۵۲، ۵۳، ۵۶، ۵۹، ۶۰، ۶۵، ۶۶، ۶۸، ۶۹، ۷۰، ۷۳، ۷۴، ۷۶، ۸۰، ۸۱، ۸۳، ۸۴، ۸۵، ۸۶، ۹۳، ۹۴، ۱۰۴، ۱۰۶، ۱۱۳، ۱۰۷	استفاده نکردن از واژه ترور در تیتر اخبار این موضوع تخریب و توهین به شخصیت فردی و حرفه‌ای سردار سلیمانی در افکار عمومی استفاده از واژگانی از قبیل کشته شدن، مردن و... به جای واژه ترور به منظور کم کردن بار معنایی آن در رسانه‌ها و افکار عمومی بازنمایی سردار سلیمانی به عنوان فردی ضدصهیونیستی و ضدیهودی به منظور تخریب وی در افکار عمومی سردار سلیمانی عامل کشته شدن بی‌گناهان تخریب مخالفان ترور سردار سلیمانی در عرصه بین‌الملل القای مقدس دانستن ترور سردار سلیمانی	بازنمایی منفی شخصیت و عملکرد سردار سلیمانی در سطح جهانی	۱
۱، ۵، ۱۰، ۱۱، ۱۶، ۲۱، ۲۳، ۳۱، ۳۲، ۴۲، ۴۵، ۵۹، ۶۵، ۷۰، ۷۷، ۸۲، ۸۷، ۹۱، ۹۵، ۹۶، ۱۰۲، ۱۰۵، ۱۰۷، ۱۰۸، ۱۰۹، ۱۱۰، ۱۱۱	ساخت افکار عمومی جهت انتقاد جهانی از عملکرد اقدامات سردار سلیمانی در منطقه پوشالی خواندن امنیت جمهوری اسلامی مبنی بر امکان ترور سردار در گذشته اما ترور نشدن وی القای مسئله تداوم مسیر سردار سلیمانی در صورت حفظ نفوذ منطقه‌ای ایران توهم و ترس از ایجاد امپراتوری شیعه در منطقه جمهوری اسلامی عامل اصلی تخریب کشور سوریه و کشورهای منطقه ترور سردار سلیمانی راه‌حل کنترل ایران در منطقه ضدصهیونیستی بودن اقدامات سردار سلیمانی در نیروی قدس حمایت سردار سلیمانی از گروه‌های مقاومت ترور سردار سلیمانی عامل تضعیف هژمونی ایران در منطقه قاتل بودن شبه‌نظامیان طرفدار ایران و ایران ترور دیگر فرماندهان مقاومت در صورت ادامه دادن مسیر مقاومت سعی در نشان دادن تروریست بودن ایران و حمایت از تروریست‌های منطقه‌ای	برجسته‌سازی اخبار نفوذ جمهوری اسلامی ایران در منطقه و پیامدهای آن	۲



	نشان دادن ایران به‌عنوان یک دشمن همیشگی رژیم صهیونیستی		
۳، ۴، ۱۲، ۱۳، ۱۹، ۲۵، ۲۸، ۳۳، ۳۴، ۴۲، ۷۳، ۸۰، ۸۸، ۹۰، ۹۲، ۹۷، ۹۸، ۱۰۰، ۱۰۲، ۱۰۳، ۱۱۰، ۱۱۳	منابع اطلاعاتی ترور کاملاً بی‌ارتباط با اسرائیل و آمریکا بی‌معنی خواندن شعارهای مرگ بر اسرائیل در مراسم تشییع سردار سلیمانی مقصر جلوه دادن تنها شخص ترامپ و آمریکا در ترور سردار سلیمانی تطهیر رژیم صهیونیستی از هرگونه ارتباط با این ترور القای اخلاق‌مداری صهیونیست‌ها در ارتباط با ترور سردار سلیمانی	برجسته‌سازی عدم دخالت رژیم صهیونیستی در ترور سردار سلیمانی	۴
۴، ۱۷، ۲۷، ۳۲، ۳۵، ۳۹، ۴۱، ۶۳، ۶۴، ۷۵، ۸۴	تقلیل جمعیت تشییع‌کنندگان مراسم سردار سلیمانی در ایران و کشورهای منطقه تخریب شخصیت شرکت‌کنندگان در مراسم تشییع سردار سلیمانی برجسته‌سازی نکات سو در تشییع سردار سلیمانی مانند کشته و زخمی شدن برخی افراد ساخت افکار عمومی منفی برای تخریب وجهه شرکت‌کنندگان بین‌المللی در مراسمات تشییع	بازنمایی منفی از تشییع سردار سلیمانی	۴
۵، ۷، ۱۲، ۲۶، ۲۷، ۳۷، ۳۸، ۴۱، ۴۴، ۴۶، ۴۷، ۴۸، ۴۹، ۵۰، ۵۱، ۵۲، ۵۳، ۵۹، ۶۰، ۶۳، ۶۷، ۶۸، ۷۱، ۷۸، ۷۹، ۸۵، ۸۷، ۸۸، ۸۹، ۹۲، ۹۳، ۹۷، ۹۸، ۹۹، ۱۰۱، ۱۰۲، ۱۰۴، ۱۰۸، ۱۰۵، ۱۱۰، ۱۱۱، ۱۱۲، ۱۱۴، ۱۱۵، ۱۱۷	ترس خروج ایران از برجام و آغاز ساخت سلاح‌های هسته‌ای جهت انتقام مقابله به‌مثل آمریکا و اسرائیل در صورت انتقام ایران شروع جنگ جهانی در صورت انتقام ایران القای ترس از ترور یهودیان توسط ایران و شکل‌گیری هلوکاست جدید	آماده‌سازی افکار عمومی جهت تقلیل پیامدهای انتقام احتمالی ایران.	۵
۲، ۷، ۸، ۱۴، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۹، ۳۰، ۳۶، ۴۴، ۴۶، ۵۱، ۵۶، ۶۹، ۷۶، ۸۱، ۸۳، ۸۴، ۸۶، ۸۷، ۹۶	دلیل ترور دفاع آمریکا از خود و عزتش ترور سردار سلیمانی به دلیل جلوگیری از جنگ تنها راه تأمین منافع آمریکا در عراق با ترور سردار سلیمانی حمایت تمام‌قد رژیم صهیونیستی از این ترور اجماع عمومی جهانی در مورد حمایت از این ترور توجیه و اقناع اقدام ترور به‌وسیله توهم سازی و اقناع افکار عمومی ترور سردار سلیمانی دلیل حضور همیشگی آمریکا و اسرائیل در منطقه برای امنیت	بازنمایی مثبت دلایل ترور سردار سلیمانی و جارجوب سازی برای افکار عمومی	۶



۶، ۹، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۳۱، ۳۵، ۳۸، ۴۰، ۵۸، ۶۱، ۷۰، ۸۰، ۸۵، ۸۶، ۱۰۰، ۱۰۳، ۱۰۷، ۱۰۸، ۱۱۰	ترور ابومهدی المهندس به دلیل نزدیکی به ایران	بازنمایی منفی حامیان منطقه‌ای ایران در رسانه‌های بین‌المللی	۷
	شبه‌نظامیان منطقه تنها حامیان ایران و سردار سلیمانی		
	خوشحالی مردم ایران و منطقه از ترور سردار سلیمانی		
	تنها شبه‌نظامیان منطقه شرکت‌کنندگان بین‌المللی تشییع سردار سلیمانی		
	حمایت بی‌دریغ سردار سلیمانی از گروه‌های مقاومت		
۲۴، ۳۶، ۷۹	غیرقابل تصور بودن خبر نشان از بزرگی و خارق‌العاده بودن ترور	برجسته‌سازی ابعاد خارق‌العاده ترور سردار سلیمانی	۸
	شخصیت مهم و تراز نظامی در صحنه بین‌الملل		
	تعریف از شخصیت و جایگاه مهم سردار سلیمانی نشان قدرت آمریکا		
۳۴، ۴۷، ۶۲، ۷۲، ۱۱۴	انتقاد جامعه یهودیان ایران به ترور ادعای یهودیت مبنی بر جدایی تفکرات یهودیت و صهیونیست در ترور	سانسور رسانه‌های واکنش‌های منفی به ترور سردار سلیمانی	۹
	انتقاد از یهودیان ایرانی به علت همراهی با تشییع سردار سلیمانی		
۵۴، ۵۵، ۶۷، ۹۰، ۹۴، ۹۷، ۹۹، ۱۱۶	کوچک جلوه دادن حمله عین‌الاسد	برجسته‌سازی اخبار جعلی و تقلیل اقدام ایران در عین‌الاسد	۱۰
	فضاسازی علیه قدرت موشکی ایران		
	نداشتن تلفات در حمله به عین‌الاسد		
	بزرگ‌نمایی انتقام ایران توسط ایرانیان		

با توجه به تحلیل اخبار خبرگزاری‌های رژیم صهیونیستی می‌توان عنوان نمود که رویکردهای اصلی و حائز اهمیت دیپلماسی رسانه‌ای رژیم مذکور در قبال ایران پیرامون شهادت حاج قاسم سلیمانی به شرح ذیل می‌باشد:

۳-۴ - بازنمایی منفی شخصیت و عملکرد سردار سلیمانی در سطح جهانی

نکته قابل توجه در این قسمت استفاده از بازنمایی منفی شخصیت و عملکرد سردار سلیمانی در سطح جهانی بوده است، این رویکرد برای ساخت افکار عمومی جهانی جهت تخریب شخصیت ایشان و دلیلی برای ترور خواهد بود. لازم به ذکر است، یکی از مهم‌ترین ابزارهای دیپلماسی رسانه‌ای و جنگ نرم برای تأثیر در ساخت افکار عمومی در صحنه بین‌الملل تخریب شخصیت‌ها از لحاظ ویژگی‌های فردی و عملکردی می‌باشد تا بتوانند به‌وسیله این تخریب اعمال خود را که در این موضوع ترور سردار سلیمانی است توجیه کرده و بتوانند راه و مسیر گذشته را متوقف کنند؛ رسانه‌های رژیم صهیونیستی با استفاده



از رویکردها و روش‌های فرعی مختلف سعی در بازنمایی منفی شخصیت و عملکرد سردار سلیمانی در سطح جهانی برآمدند. از جمله این روش‌ها استفاده نکردن از واژه ترور در تیتراژ اخبار ترور بوده است که رسانه‌های رژیم صهیونیستی با این روش سعی در کاهش بار معنایی موضوع ترور برآمدند تا اتفاق فوق را کم‌ارزش نشان دهند، برای مثال در تاریخ ۴ ژانویه ۲۰۲۰ سایت اورشلیم‌پست این‌گونه تیتراژ خبر را در رسانه بروز داد؛ سلیمانی نمی‌توانست دوام بیاورد؛ این بار او به پایان خود رسید. همچنین از دیگر روش‌ها، تخریب و توهین به شخصیت فردی و حرفه‌ای سردار سلیمانی در افکار عمومی جهانی بوده است که رسانه‌های رژیم صهیونیستی با تخریب شخصیت فردی و حرفه‌ای سردار سلیمانی سعی در نزول دادن ابعاد مختلف شخصیت وی داشتند تا بتوانند با تخریب وی، از ایشان چهره‌ای منفور در افکار عمومی جهانی بسازند که باعث کنترل عواقب ترور شود. برای مثال سایت هاآرتی، کشته شدن «پسر بچه عوضی» را جهت تخریب شخصیت فردی سردار سلیمانی عزیز تیتراژ می‌زند. از دیگر روش‌های مورد استفاده در این بخش، می‌توان به بازنمایی سردار سلیمانی به‌عنوان فردی ضد صهیونیستی و ضدیهودی به‌منظور تخریب وی در افکار عمومی جهانی اشاره کرد. رسانه‌های رژیم صهیونیستی، سردار سلیمانی را فردی ضدیهودی و ضد صهیونیست معرفی می‌کردند تا این رژیم مثل موارد گوناگون تاریخی بتواند با ایجاد حس‌ترحم جهانی مسائل و تجاوزهای خود را توجیه کند. یکی دیگر از روش‌های بازنمایی منفی شخصیت سردار سلیمانی، معرفی ایشان به‌عنوان عامل کشته شدن بی‌گناهان بود که رسانه‌های رژیم صهیونیستی سردار سلیمانی را عامل تخریب و کشته شدن بی‌گناهان معرفی کردند که با این ترفند سعی در تخریب اقدامات حرفه‌ای سردار سلیمانی از قبیل نابودی داعش و گروه‌های تکفیری در منطقه داشتند. در همین راستا نخست‌وزیر سابق رژیم صهیونیستی نتانیاهاو در سایت اورشلیم‌پست در این رابطه مدعی شده بود که سلیمانی در دهه‌های اخیر بسیاری از شهروندان آمریکایی و دیگر غیرنظامیان بی‌گناه را کشته است. همچنین در این زمینه می‌توان به تخریب مخالفان ترور سردار سلیمانی در عرصه بین‌المللی نیز اشاره کرد. رسانه‌های رژیم صهیونیستی سعی در تخریب تمام افراد مشهور و تأثیرگذار بین‌المللی که ترور سردار سلیمانی را محکوم کردند، برآمدند تا بتوانند از این طریق این موضوع را به افکار عمومی جهانی القا کنند که طرفداران سردار سلیمانی همان دشمنان آمریکا و رژیم صهیونیستی هستند و با آن‌ها مانند تروریست‌ها رفتار خواهد شد.



۴-۴- برجسته‌سازی اخبار نفوذ جمهوری اسلامی ایران در منطقه و پیامدهای آن

رسانه‌های رژیم صهیونیستی برای برجسته‌سازی اخبار نفوذ جمهوری اسلامی ایران در منطقه و پیامدهای این نفوذ و تخریب وجهه جمهوری اسلامی ایران و قطع کردن ارتباط ایران با کشورهای منطقه از این رویکرد کلی برای تخریب جایگاه جمهوری اسلامی ایران و سردار سلیمانی استفاده کردند. رسانه‌های رژیم صهیونیستی برای دستیابی به این موضوع از ساخت افکار عمومی جهت انتقاد جهانی از عملکرد و اقدامات سردار سلیمانی در منطقه، القای مسئله تداوم مسیر سردار سلیمانی در صورت حفظ نفوذ منطقه‌ای ایران، توهم و ترس از ایجاد امپراتوری شیعه در منطقه، جمهوری اسلامی عامل اصلی تخریب کشور سوریه و کشورهای منطقه، ترور سردار سلیمانی راه‌حل کنترل ایران در منطقه، ترور سردار سلیمانی عامل تضعیف هژمونی ایران در منطقه، سعی در نشان دادن تروریست بودن ایران و حمایت از تروریست‌های منطقه‌ای، قاتل بودن شبه‌نظامیان طرفدار ایران و... اشاره کرد. برای موارد ذکر شده مثال‌های بسیاری وجود دارد که در جدول شماره ۲ موجود است اما چند مثال کوتاه کافی است، به‌طور مثال در این رابطه سایت هآرتس در ۳ ژانویه ۲۰۲۰ در مطلبی آورد که؛ «قاسم سلیمانی، فرمانده نیروی قدس که شب گذشته در عراق کشته شد، کیست؟ مرد ارشد نظامی ایرانی که در عراق کشته شد، بانفوذترین شخصیت در سپاه پاسداران محسوب می‌شود و همچنین مورد احترام آمریکایی‌ها قرار گرفته بوده و حداقل دو بار از ترور وی خودداری کرده‌اند. در سال‌های اخیر، وی به دلیل مدیریت سیستم‌های نظامی در عراق و سوریه مورد انتقاد جهانی قرار گرفته بود.» همچنین سایت هآرتس در ۷ ژانویه ۲۰۲۰ در گزارشی از اقدام سردار سلیمانی برای ایجاد یک امپراتوری شیعه در خاورمیانه خبر داد و با سایت اسرائیل هیوم در گزارشی در تاریخ ۳ ژانویه ۲۰۲۰ در مطلبی آورد؛ «قاسم سلیمانی، مرد نظامی قدرتمند ایرانی در حمله هوایی ایالات متحده به عراق کشته شد. سلیمانی فرماندهی سپاه قدس بود، بازوی بدنام نظامی فرماندهی منطقه‌ای ایران که به‌شدت در عملیات تهران در سوریه نقش داشت.»

۴-۵- برجسته‌سازی عدم دخالت رژیم صهیونیستی در ترور سردار سلیمانی

اگر اخبار رژیم صهیونیستی در آن زمان را به صورت دقیق پیگیری می‌کردید شاهد این موضوع بودید که رسانه‌های رژیم در ساعات اولیه سعی به صورت کامل هماهنگی سعی در بایکوت خبری این ترور بودند تا بتوانند سیاست‌های خبری خود را مشخص کنند. بعد از انتشار اخبار به صورت عمومی در رژیم صهیونیستی، رسانه‌های این رژیم در مهم‌ترین تصمیم‌گیری خود سعی در رپرتاژ خبری به صورت بسیار محدود و کم‌حجم گام برداشته و در اقدام بعدی موضوع عدم دخالت خود در ترور را به صورت پرتکرار در رسانه‌های پخش



کردند. رسانه‌های رژیم صهیونیستی برای اقناع افکار عمومی جهانی و داخلی خود برای عدم دخالت در ترور سردار سلیمانی و تطهیر خود از این موضوع سعی کردند تا در رسانه‌ها القا کنند که منابع اطلاعاتی ترور کاملاً بی‌ارتباط با اسرائیل بوده است همچنین مقصر اصلی این ترور شخص ترامپ و آمریکا بوده است و صهیونیست‌ها اخلاق‌مدارانه در مورد ترور سردار سلیمانی برخورد کرده و ورود نداشته‌اند. به‌طور مثال سایت اورشلیم‌پست در تاریخ ۹ ژانویه ۲۰۲۰ در گزارشی مدعی شد که جاسوسین در عراق و سوریه به ایالات‌متحده کمک کردند تا سلیمانی را بکشد. همچنین در تشییع سردار سلیمانی به شعارهای «مرگ بر اسرائیل» واکنش نشان دادند، چراکه مدعی شدند در این ترور دخالتی نداشته‌اند.

۴-۶- بازنمایی منفی از تشییع سردار سلیمانی

رسانه‌های رژیم صهیونیستی در این حوزه ابتدا سعی کردند جمعیت تشییع‌کنندگان مراسم سردار سلیمانی در ایران و کشورهای منطقه را تقلیل داده و نمایش کاملی از این حضور نداشته باشند سپس تخریب شرکت‌کنندگان در مراسم تشییع سردار سلیمانی چه در ایران چه در مراسمات بین‌المللی را آغاز کردند تا بتوانند در افکار عمومی چهره منفوری از تشییع‌کنندگان به نمایش بگذارند و در مرحله بعد نیز اتفاقات ناخوشایندی که در تشییع سردار سلیمانی مانند کشته و مجروح شدن برخی در زادگاه سردار سلیمانی یعنی کرمان را به‌شدت برجسته کردند. برای نمونه می‌توان به گزارش ه‌آرتی در تاریخ ۷ ژانویه ۲۰۲۰ اشاره کرد که در این گزارش آمده است؛ «دست‌کم ۵۶ نفر در مراسم تشییع‌جنازه سلیمانی در زادگاهش در ایران لگدکوب شدند. پس از تشییع‌جنازه در چندین شهر کشور ایران با حضور بیش از یک‌میلیون نفر، تابوت فرمانده سپاه قدس برای دفن در شهر کرمان وارد شد. در آنجا آشوبی به وجود آمد و ۲۱۳ نفر زخمی شدند و شعار دادند: مرگ بر اسرائیل!». همچنین در ادامه این سیاست، سایت ه‌آرتی در خبر دیگری در تاریخ ۷ ژانویه ۲۰۲۰ آورد؛ «رئیس حماس در مراسم تشییع‌جنازه سلیمانی در تهران شرکت کرد. اسماعیل هنیه درحالی‌که ده‌ها هزار نفر در خیابان‌های تهران عزاداری می‌کنند، در میان دیگر نمایندگان متحدان ایرانی در مراسم تشییع جنرال ایرانی شرکت کرد». همچنین سایت اورشلیم‌پست در خبری در تاریخ ۹ ژانویه ۲۰۲۰ در همین راستا مدعی شد؛ «هزاران نفر در بغداد برای عزاداری سلیمانی جمع می‌شوند». همچنین اسرائیل‌هیوم نیز در تاریخ ۷ ژانویه ۲۰۲۰ مدعی شد؛ «صدها هزار عزادار در مراسم خاک‌سپاری وی در تهران شرکت می‌کنند».



۴-۷- آماده‌سازی افکار عمومی جهت تقلیل پیامدهای انتقام احتمالی ایران

رژیم صهیونیستی و رسانه‌های آن بعد از این واقعه و مشاهده آمادگی بیشتر مردم ایران جهت انتقام خون سردار سلیمانی، سعی در آماده‌سازی افکار عمومی جهت تقلیل انتقام احتمالی ایران برآمدند. رسانه‌های رژیم با پمپاژ خبری سعی کردند افکار عمومی و بین‌المللی را قانع کنند که در صورت انتقام ایران احتمال شروع جنگ جهانی بسیار بالاست و ترس انتقام ایران و پیامدهای آن را در اذهان عمومی جای دهند تا ایران راهی جز عدم انتقام‌گیری یا انتقامی جزئی نداشته باشد. رسانه‌های رژیم صهیونیستی با فعالیت بر روی موضوع خروج ایران از برجام و ساخت سلاح‌های هسته‌ای و مقابله به مثل آمریکا و رژیم صهیونیستی در صورت انتقام و شروع جنگ جهانی و امکان وقوع هلوکاست دیگری در ایران، دیپلماسی رسانه‌ای خود را برای ساخت و تأثیرگذاری در افکار عمومی و نخبگانی بین‌المللی به راه انداختند. به‌طور مثال هاآرتس در تاریخ ۳ ژانویه ۲۰۲۰ در گزارشی مدعی شد: «جانشین سلیمانی تلاش خواهد کرد تا به‌سرعت انتقام بگیرد و قدرت خود را در عراق، سوریه و لبنان حفظ کند. واکنش ایران به ترور سلیمانی بستگی مسائل گوناگونی دارد: نیازمند انتقام هدفمند هستیم که منجر به جنگی گسترده خواهد شد. ارزیابی واکنش جنبش‌های حامی ایران و سلیمانی خیلی زود است». همچنین در همین راستا اورشلیم‌پست در گزارشی در تاریخ ۵ ژانویه ۲۰۲۰ نوشت: «آیا ترور سلیمانی درگیری هسته‌ای را محتمل‌تر می‌کند؟ پیش‌از این انتظار می‌رفت که ایران نقض توافق هسته‌ای جدید را اعلام کند». در همین راستا، اسرائیل‌هیوم در تاریخ ۳ ژانویه ۲۰۲۰ مدعی شد: «نفتالی بنت، وزیر دفاع، نیروهای برتر نظامی را برای مشاوره فراخواند. پیست اسکی کوه هرمون به دلیل ترس از اینکه ایران می‌تواند به حزب‌الله دستور حمله به اسرائیل را بدهد، تعطیل است».

۴-۸- بازنمایی مثبت دلایل ترور سردار سلیمانی و چارچوب سازی برای افکار عمومی

یکی از مهم‌ترین پارامترهایی سازنده دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی که سعی در القای آن در افکار عمومی و تأثیرگذاری حداکثری آن داشت موضوع توجیه و دلایل ترور سردار سلیمانی بود. رسانه‌های رژیم صهیونیستی با بازنمایی مثبت دلایل ترور سردار و چارچوب‌سازی برای افکار عمومی سعی در توجیه این مسئله داشتند تا این اقدام در افکار عمومی بین‌المللی ترور ناجوانمردانه تلقی نشود. رسانه‌های رژیم صهیونیستی دلیل اصلی این ترور را دفاع آمریکا از نیروها و عزت خود معرفی کردند. همچنین رژیم صهیونیستی با ساخت این مسئله در اذهان عمومی که تنها راه رستگاری و امنیت در غرب آسیا حضور مداوم آمریکا و اسرائیل در این منطقه است، سعی کرد نشان دهد که حضور



سردار سلیمانی باعث تهدید حضور آمریکا و رژیم صهیونیستی در منطقه بوده است لذا چون منطقه نیازمند آرامش، امنیت و صلح است، پروژه ترور سردار سلیمانی کلید خورد. در همین راستا حضور سردار سلیمانی در منطقه قطعاً عامل ایجاد جنگ میان ایران و آمریکا و رژیم صهیونیستی بود لذا قبل از شروع جنگی این عامل ترور شد. رسانه‌های رژیم صهیونیستی برای پیشبرد اهداف دبلماسی رسانه‌ای خود در این زمینه نیز بسیار سعی در وجود اجماع عمومی جهانی در مورد حمایت از این ترور داشتند تا نشان دهند که افکار عمومی جهانی خواستار این موضوع بوده‌اند. به‌طور مثال ه‌آرتص در تاریخ ۳ ژانویه ۲۰۲۰ در تیتیری مدعی شد؛ «ترور سلیمانی؛ برای جلوگیری از جنگ» و همچنین در خبری دیگر ه‌آرتص در تاریخ ۴ ژانویه ۲۰۲۰ مدعی شد که «پمپئو می‌گوید هدف از این حمله اخلاص در حمله قریب‌الوقوعی بود که توسط سلیمانی برنامه‌ریزی شده بود». در همین راستا اورشلیم‌پست در گزارشی در تاریخ ۱۰ ژانویه ۲۰۲۰ مدعی شد؛ «اسرائیلی‌ها برای سلیمانی اشک نریختند. او یک تروریست بزرگ بود، مسئول مرگ هزاران نفر در سراسر جهان». همچنین اسرائیل‌هیوم نیز در روز ۱۲ ژانویه ۲۰۲۰ در گزارشی دلیل ترور سردار سلیمانی را به نقل از رئیس‌جمهور سابق آمریکا نوشت: «او درباره ما چیزهای بدی گفت».

۴-۹- بازنمایی منفی حامیان منطقه‌ای ایران در رسانه‌های بین‌المللی

در ادامه دبلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران، بعد از وقوع ترور سردار سلیمانی، رژیم صهیونیستی سعی در اقناع افکار عمومی بین‌المللی مبنی بر این بازنمایی منفی حامیان منطقه‌ای جمهوری اسلامی ایران داشت؛ تا بتواند از این طریق ایران از مردم کشورش و مردم منطقه جدا سازد. رسانه‌های رژیم صهیونیستی با این سرخط‌ها که دلیل ترور ابومهدی المهندس به دلیل نزدیکی به ایران بود و تنها شبه‌نظامیان منطقه هستند که از ایران و سردار سلیمانی طرفداری می‌کنند نه مردم ایران و منطقه و همچنین حمایت‌های بین شبه‌نظامیان و ایران دوطرفه می‌باشد و سردار سلیمانی نیز حمایت‌های بی‌دریغی را از گروه‌های مقاومت داشته است و فقط همین گروه‌های و روسای آنها بودند که در تشییع سردار سلیمانی شرکت کردند و مردم ایران و منطقه خوشحال بودند از ترور سردار سلیمانی؛ سعی در بازنمایی منفی حامیان منطقه‌ای ایران داشت. برای نمونه، اسرائیل‌هیوم در خبری در تاریخ ۳ ژانویه ۲۰۲۰ مدعی شد؛ «نه‌فقط سلیمانی، بقیه قاتلان، ابومهدی المهندس، یک‌شبه نظامی ارشد طرفدار ایران که نزدیک به سلیمانی بود نیز کشته شد». همچنین سایت ه‌آرتص در تاریخ ۱۰ ژانویه ۲۰۲۰ در خبری مدعی شد؛ «سوری‌ها مرگ سلیمانی را جشن می‌گیرند. سوری‌ها پس از شنیدن قتل فرمانده ایرانی تنها احساس خوشحالی کردند». همچنین سایت اورشلیم‌پست نیز در



تاریخ ۶ ژانویه ۲۰۲۰ نوشت: «در حالی که میلیون‌ها نفر در ایران به عزاداری سلیمانی می‌پردازند، دیگران مرگ وی را جشن می‌گیرند. امروز دوست داشتیم مانند مردم عراق در میدانی شهرمان جشن بگیریم اما متأسفانه توسط جمهوری اسلامی به گروگان گرفته شده‌ایم و نمی‌توانیم خوشحالی خود را ابراز کنیم». در همین راستا اسرائیل هیوم نیز در تاریخ ۳ ژانویه ۲۰۲۰ در تیتري مدعی شد؛ «عراق پس از ترور، جمعیت عراقی این اتفاق را جشن گرفتند».

۴-۱۰- بر جسته‌سازی ابعاد خارق‌العاده ترور سردار سلیمانی

رژیم صهیونیستی نیز در بازتاب‌های رسانه‌ای خود نتوانست خارق‌العاده بودن ترور سردار سلیمانی را منکر شود، خارق‌العاده بوده از منظر شخصیت سردار سلیمانی بود نه از منظر عملیات ترور سردار سلیمانی. لازم به ذکر است این برجسته‌سازی از چند منظر مهم است، اول اینکه با تعریف از شخصیت و جایگاه مهم سردار سلیمانی در موضوع امنیت منطقه غرب آسیا به نوعی سعی در نشان دادن قدرت آمریکا در ترور این فرد برآمدند. دوم اینکه غیرقابل‌تصور بودن خبر نشان از بزرگی خبر بود که یکی از مهم‌ترین شخصیت‌های نظامی در صحنه بین‌المللی ترور شده است که مهم بودن اتفاق را نشان داده است. به طور مثال؛ سایت اورشلیم‌پست در تاریخ ۴ ژانویه ۲۰۲۰ در خبری نوشت: «اتفاقی غیرقابل‌تصور اتفاق افتاده است. قاسم سلیمانی، فرمانده نیروی قدس سپاه پاسداران کشته شده است». همچنین در همین راستا هآرتص در سوم ژانویه ۲۰۲۰ نوشت: «مرد ارشد نظامی ایرانی که در عراق کشته شد، با نفوذترین شخصیت در سپاه پاسداران محسوب می‌شود و همچنین مورد احترام آمریکایی‌ها قرار گرفته بوده و حداقل دو بار از ترور وی خودداری کرده‌اند».

۴-۱۱- سانسور رسانه‌ای واکنش‌های منفی به ترور سردار سلیمانی

یکی دیگر از رویکردهای دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران در موضوع ترور سردار سلیمانی سانسور و بایکوت رسانه‌ای واکنش‌های منفی به ترور سردار سلیمانی در اقصی نقاط جهان بود تا بتوانند بدین وسیله به افکار عمومی جهانی القا کنند که این ترور هیچ‌گونه مخالفی نداشته است و تبعات ترور را برای خود و ایالات متحده به حداقل برسانند. برای نمونه، انتقادات بسیاری به اسماعیل هنیه برای شرکت در مراسم تشییع سردار سلیمانی شد در همین راستا اسرائیل هیوم در ۱۳ ژانویه ۲۰۲۰ در گزارشی مدعی شد؛ «جنگال شدید در حماس: هنیه اجازه حضور در مراسم خاک‌سپاری سلیمانی را نداشت. بر اساس گزارش‌های عربی، خالد مشعل، سلف اسماعیل هنیه، ادعا کرد که این چیزی نیست جز یک اشتباه استراتژیک. پس از حضور در ایران



بدون تأیید مصر، مشخص نیست که آیا رئیس‌جمهور السیسی اجازه بازگشت یک مقام ارشد به غزه را می‌دهد یا خیر». همچنین بایکوت انتقاد اخباری از جامعه یهودیان ایران که این عمل را محکوم کرده بودند.

۴-۱۲- برجسته‌سازی اخبار جعلی و تقلیل اقدام ایران در عین‌الاسد

صبح چهارشنبه ۱۸ دی‌ماه ۱۳۹۸ جمهوری اسلامی ایران، در حملاتی گسترده به پایگاه نظامیان آمریکایی در عراق، «عین‌الاسد» حمله کرد که به‌عنوان بخشی از انتقام سردار سلیمانی مطرح شد. لازم به ذکر است، پایگاه عین‌الاسد دومین پایگاه هوایی بزرگ عراق محسوب می‌شود که در استان «الانبار» در غرب عراق واقع شده است. این پایگاه یک مجموعه راهبردی برای آمریکا بوده که پشتیبانی از هواپیماهای بدون سرنشین در این پایگاه انجام می‌شده است. حمله به عین‌الاسد نخستین حمله رسمی به پایگاه‌های آمریکا بعد از جنگ جهانی دوم به شمار می‌رود. پاسخ موشکی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی به جنایت تروریستی آمریکا، هیمنه و قدرت پوشالی ایالات‌متحده آمریکا را برای اولین بار بعد از جنگ جهانی دوم شکست. رسانه‌های رژیم صهیونیستی بعد از این اتفاق سعی کردند اخبار جعلی در رابطه با این موضوع را در تیتز خبرهای خود کار کرده و این انتقام را تقلیل دهند تا هم بتوانند تخریب متحد پوشالی خود را بپوشانند و هم انتقام ایران را کوچک جلوه دهند. در همین راستا، سایت اورشلیم‌پست در تاریخ ۱۳ ژانویه ۲۰۲۰ در خبری مدعی شد: «سربازان زخمی آمریکایی پس از حمله موشکی ایران، عراق را برای معالجه ترک می‌کنند. تعداد اعضای که نیاز به درمان دارند ممکن است در روزهای آینده افزایش یابد». همچنین اسرائیل‌هیوم در ۸ ژانویه ۲۰۲۰ نوشت: «ایران با شلیک موشک به پایگاه‌های آمریکا در عراق، تهدید به حمله به اسرائیل می‌کند. سپاه پاسداران انقلاب اسلامی با ادعای کشته شدن ۸۰ تروریست آمریکایی، ۱۵ موشک به سمت دو پایگاه آمریکایی شلیک کرد. مقامات آمریکا و عراق هرگونه تلفات را انکار می‌کنند. دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا پس از حمله گفت: همه چیز خوب است!». همچنین رسانه اسرائیل‌هیوم در بخش دیگری در تاریخ ۱۳ ژانویه ۲۰۲۰ مدعی شد: «ارتش آمریکا می‌گوید در حمله به عین‌الاسد ۱۱ سرباز زخمی شده‌اند».



۵- بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث، نتیجه‌گیری

با توجه به گسترش روزافزون تکنولوژی‌های ارتباطاتی و سیطره فضاهای مجازی و رسانه‌ای بر افکار عمومی جهانی و با توجه به این نکته که دیپلماسی رسانه‌ای در امتداد دیپلماسی عمومی حکومت‌ها می‌باشد می‌توان به این نتیجه رسید که رسانه‌ها و فضاهای رسانه‌ای و مجازی در اختیار تفکر حکومت‌هاست. باید اشاره نمود شناخت دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی نشان از سیاست‌های عمومی و رسانه‌ای این رژیم در قبال ایران دارد که با شناسایی و آشنایی این رویکردها می‌توان در مقابل آن به‌موقع ضرورت ایستادگی، دفاع و حمله کرد. همان‌طور که گفته شد ترور سردار سلیمانی یکی از آشکارترین این دشمنی‌هاست لذا شناخت دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در این مقطع زمانی امری بسیار ضروری برای هدفمند ساختن نوع تقابل جمهوری اسلامی ایران دارد. در این پژوهش سعی شد که از منابع رسمی رژیم صهیونیستی با تفکرات سیاسی مختلف برای احصا دیپلماسی رسانه‌ای این رژیم بهره گرفته شود؛ همچنین مقطع زمانی این پژوهش که بنا بر شهادت سردار سلیمانی انتخاب شده است، نمود کامل دشمنی این رژیم در قبال مردم ایران بوده است. شایان ذکر است، این مقاله با پژوهش محمدی (۱۳۹۷) ناظر به «دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در قبال عراق بررسی چالش‌ها، فرصت‌ها، آسیب‌شناسی و راهبردها از دیدگاه کارشناسان و صاحب‌نظران رسانه»، صفردخت (۱۳۹۲) با عنوان «دیپلماسی رسانه‌ای شبکه العالم در قبال بیداری اسلامی ۱۳۸۹-۱۳۹۱»، و موذن (۱۳۹۲) درباره دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا در قبال بیداری اسلامی سال ۲۰۱۱؛ تحلیل محتوای کیفی سایت فارسی صدای آمریکا (VOA) از لحاظ مبانی نظری شباهت دارد و به بررسی دیپلماسی رسانه‌ای در مباحث مختلف پرداخته است؛ اما با پژوهش‌های دیگری که در پیشینه تحقیق به آن‌ها اشاره شده در حوزه‌هایی متمایز و متفاوت است در این راستا می‌توان به پژوهش بابایی (۱۳۹۷) ناظر به «دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران» اشاره نمود که محقق به بررسی دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی در قبال ایران پرداخته است که تفاوت عمده این آن با پژوهش حال حاضر در موضوع مطرح شده بوده که دیپلماسی رسانه‌ای خردتر و جزئی‌تر از دیپلماسی عمومی می‌باشد. همچنین جامعه آماری آن بررسی بازیگران دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی از قبیل برخی مؤسسات غیردولتی فعال در این حوزه است درحالی‌که جامعه آماری پژوهش حال حاضر بررسی جریان اصلی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی می‌باشد. پژوهش



احمدی (۱۳۹۷) پیرامون «راهبردهای جنگ روانی رژیم صهیونیستی علیه جمهوری اسلامی ایران از ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷» و نیز پژوهش بهرام زاده (۱۳۹۱) در مورد «مقایسه بازتاب خبری ترور دانشمندان هسته‌ای ایران در مطبوعات ایرانی، آمریکایی و رژیم صهیونیستی» نیز به بررسی تکنیک‌ها و راهبردهای جنگ روانی و بازتاب خبری رسانه‌های پرداخته‌اند که همان‌طور که گفته شد این مسائل با دیپلماسی رسانه‌ای متفاوت بوده و می‌توان آن‌ها را جزئی از برنامه اصلی و ابزار دیپلماسی رسانه‌ای کشورها در قبال یکدیگر دانست. همچنین لازم به ذکر است، پژوهش‌های مرتبط با سردار سلیمانی شامل مهدی پور (۱۴۰۰) ناظر به «تبیین الگوی مقاومت در مکتب سلیمانی»، خانی و محمدی (۱۳۹۸) با عنوان «بازشناسی مؤلفه‌های مکتب شهید سلیمانی مبتنی بر بیانات امام خامنه‌ای مدظله‌العالی»، شفیع و دیگران (۱۴۰۰) پیرامون «ارزیابی عوامل نفوذ الگوی رفتاری و مدیریت جهادی سردار سلیمانی بر مبنای نظریه اورت راجرز: مطالعه موردی، محور مقاومت در منطقه خاورمیانه» و نوروزی و دیگران (۱۴۰۱) درباره «فهم جوهره ارتباطات انسانی - الهی در سبک فرماندهی سپهبد شهید قاسم سلیمانی» نیز بیشتر به مباحث نظری و تئوریک پیرامون شخصیت ایشان پرداخته‌اند که بیشتر از زاویه مباحث مدیریتی و رهبری سردار سلیمانی را به‌عنوان اسوه و الگو معرفی می‌نمایند این در حالی است که در پژوهش مذکور رسانه‌های موردبررسی نگاه تخریبی و ضد ارزشی پیرامون ابعاد شخصیتی ایشان مطرح می‌نمایند و از زاویه‌ی علوم ارتباطات و دانش دیپلماسی رسانه‌ای به موضوع توجه می‌شود. در انتها لازم به ذکر است، پژوهش حال حاضر با بررسی جریان اصلی رسانه‌های رژیم صهیونیستی در مقطع زمانی مهم شهادت سردار سلیمانی توانسته است دیپلماسی رسانه‌ای و رویکردهای دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران را احصا کند.

۵-۲- پیشنهادها

نتایج پژوهش مستخرج از تحلیل اخبار خبرگزاری‌های موردبررسی حاکی از آن است که رویکردهای اصلی دیپلماسی رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران شامل بازنمایی منفی شخصیت و عملکرد سردار سلیمانی در سطح جهانی، برجسته‌سازی اخبار نفوذ جمهوری اسلامی ایران در منطقه و پیامدهای آن، آماده‌سازی افکار عمومی جهت تقلیل پیامدهای انتقام احتمالی ایران، بازنمایی منفی از تشییع سردار سلیمانی، برجسته‌سازی عدم دخالت رژیم صهیونیستی در ترور سردار سلیمانی، بازنمایی مثبت دلایل ترور سردار سلیمانی و چارچوب سازی برای افکار عمومی، برجسته‌سازی ابعاد خارق‌العاده ترور سردار سلیمانی، سانسور رسانه‌ای واکنش‌های منفی به ترور سردار سلیمانی،



برجسته‌سازی اخبار جعلی و تقلیل اقدام ایران در عین‌الاسد، بازنمایی منفی حامیان منطقه‌ای ایران در رسانه‌های بین‌المللی می‌باشد

با توجه به یافته‌های پژوهش و تحلیل اخبار خبرگزاری‌های صهیونیستی می‌توان بیان نمود که ناظر به دیپلماسی رسمی و سنتی دو رویکرد کلی را می‌توان مطرح نمود که شامل هدایت روابط میان کشورها و دولت‌ها به وسیله نمایندگان آن‌ها در داخل و خارج از کشور و نیز تعامل با جهان خارج از کشور و مدیریت سیاست خارجی است که تلاش خبرگزاری‌های مذکور استفاده بیشتر از رویکرد دوم در دیپلماسی رسانه‌ای است. نگاه خبرگزاری‌های صهیونیستی در مورد شهادت سردار سلیمانی بر مبنای استراتژی گردآوری، ارزیابی، انتشار و یا عدم انتشار اطلاعات بوده است. دیپلماسی رسمی مدنظر این رژیم، عهده‌دار پیام‌های آشکار و دنبال کردن اهداف مشخص در روابط بین‌الملل است. این دیپلماسی در قبال روابط میان ملت‌ها پاسخگو نیست بلکه وظیفه آن تأمین منافع دولت مبدأ در دولت مقصد می‌باشد. لازم به ذکر است؛ خبرگزاری‌های مذکور تلاش نمودند در مورد اطلاع‌رسانی پیرامون شهادت سردار سلیمانی حوزه هدایت سیاست خارجی را تغییر داده و قدرت جهانی خود را در توان و استعداد دیپلماسی رسانه‌ای با ایجاد هویت ملی و ارائه تصویر مکمل بین‌المللی برای خود انجام داده‌اند. همچنین باید اشاره نمود مهم‌ترین چالش دستگاه‌های دیپلماسی و سیاست خارجی رژیم صهیونیستی در جامعه بین‌المللی کنونی این است که گسترش اطلاعات از طریق فناوری‌های نوین ارتباطاتی و رسانه‌ای، روابط بین دولت‌ها در عرصه منطقه‌ای، بین‌المللی و خارجی را به روابطی چندجانبه تبدیل کرده است که بیشترین تلاش دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی برای برقراری روابط با ملت‌های دیگر از طریق رسانه‌ها و فضای مجازی می‌باشد که این مهم با توجه به شرایط این رژیم و عدم پذیرش آن توسط برخی از کشورها در حوزه جهانی مضاعف می‌باشد. همچنین با توجه به هم‌جهتی رسانه‌ای خبرگزاری‌های صهیونیستی مورد بررسی ناظر به شهادت سردار سلیمانی باید بر این مطلب تأکید نمود که دیپلماسی رسانه‌ای با تولید، توسعه و تکثیر رسانه‌های مدرن متولد شده او علی‌رغم اینکه بخشی از دیپلماسی عمومی نوین را تشکیل می‌دهد، اما به لحاظ تنوع، تعدد و فراگیری رسانه‌ها و امکان بهره‌برداری از آن‌ها در اطلاع‌رسانی، تغذیه افکار عمومی، بازنمایی و برجسته‌سازی اندیشه‌ها و رفتارها و بالاخره تأثیرگذاری آن‌ها در ایجاد اقناع و متقاعدسازی بیش از هر بار دیگری که در دیپلماسی عمومی مورداستفاده قرار می‌گیرد از آن‌ها بهره‌برداری می‌شود بنابراین دیپلماسی رسانه‌ای نیز بیش از سایر شیوه‌های دیگر دیپلماسی عمومی برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی مورداستفاده قرار گرفته است.



۵-۳- پیشنهادها

در عصر حاضر با توجه به گسترش فضای مجازی و شبکه‌های، دشمنان جمهوری اسلامی ایران در عرصه‌های گوناگون در حال نزاع، کشمکش و جنگ می‌باشند. این نزاع و جنگ از حالت قدرت سخت به قدرت نرم و در حال حاضر به نزاع و جنگ چندبعدی و شناختی مبدل گشته است. با توجه به اینکه یکی از مهم‌ترین ارکان جنگ چندبعدی و شناختی حوزه رسانه می‌باشد و در کشورمان هم مطالعات عمیق و گسترده در این حوزه صورت نگرفته است پیشنهاد می‌شود مطالعات ژرف گونه و مبسوطی در حوزه جنگ چندبعدی و شناختی با تأکید بر موضوع رسانه (به‌ویژه رسانه‌های معاند) صورت پذیرد. همچنین با توجه به نکات گفته‌شده شناخت دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی نشان از سیاست‌های عمومی و رسانه‌ای این رژیم در قبال ایران دارد که با شناسایی و آشنایی این رویکردها می‌توان در مقابل آن به‌موقع ضرورت ایستادگی، دفاع و حمله کرد. لذا دستیابی به این هدف مستلزم تعریف پژوهش‌هایی ناظر به شناخت ابعاد، بازیگران، رویکردها و... دیپلماسی رسانه‌ای غرب خصوصاً رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران می‌باشد تا با احصا دقیق مختصات اشاره‌شده بتوان دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی را رصد و موشکافه ارزیابی نمود. همچنین در این راستا می‌توان پژوهش‌هایی برای ارائه راهکارها، برنامه‌ها و مدیریت افکار عمومی جهت مقابله با دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی و ایجاد توازن در این نبرد تعریف نمود. شناخت بازیگران تأثیرگذار در عرصه دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران نیز حوزه‌ی پژوهشی حائز اهمیتی است که در این زمینه می‌توان با بهره‌گیری از پژوهش‌هایی مبتنی بر بیگ‌دیتا و... به شناخت دقیق‌تری ناظر به بازیگران و نقش‌آفرینان حوزه دیپلماسی رسانه‌ای رژیم صهیونیستی در قبال ایران نائل شد.



۶- منابع

۶-۱- منابع فارسی

مقاله‌ها

- ۱) خرازی آذر، رها (۱۳۹۳). دیپلماسی رسانه‌ای، چالش‌ها و تعاملات رسانه‌ها و دستگاه‌های دیپلماتیک، فصلنامه رسانه
- ۲) ساداتی، سید نصرالله (۱۳۹۳). نقش دیپلماسی رسانه‌ای در روابط بین‌الملل. فصلنامه رسانه، سال بیست و پنجم، شماره ۳
- ۳) فلاح‌پیشه، شهرروز (۱۳۸۵). دیپلماسی عمومی و قدرت نرم هندوستان در گستره روابط بی‌فرهنگی. فصلنامه چشم‌انداز ارتباطات فرهنگی. آبان و آذر. شماره ۲۷
- ۴) مودن، کاظم (۱۳۹۲). دیپلماسی رسانه‌ای آمریکا در قبال بیداری اسلامی سال ۲۰۱۱: تحلیل محتوای کیفی سایت فارسی صدای آمریکا (VOA). دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
- ۵) مهدی‌پور، آسیه (۱۴۰۰). تبیین الگوی مقاومت با تأکید بر سیره شهید سلیمانی. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج. سال بیست و چهارم، شماره ۹۳.
- ۶) خانی، علی و حمیدرضا محمدی (۱۳۹۸). بازشناسی مؤلفه‌های مکتب شهید سلیمانی مبتنی بر بیانات امام خامنه‌ای. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج. سال بیست و سوم، شماره ۸۶.
- ۷) شفیعی سیف‌آبادی، محسن و محمد عابدی اردکانی (۱۴۰۰). ارزیابی عوامل نفوذ الگوی رفتاری و مدیریت جهادی سردار سلیمانی بر مبنای نظریه اورت راجرز: مطالعه موردی، محور مقاومت در منطقه خاورمیانه. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج. سال بیست و چهارم، شماره ۹۱.
- ۸) نوروزی، خلیل و هادی رنجبر (۱۴۰۱). فهم جوهره ارتباطات انسانی - الهی در سبک فرماندهی سپهبد شهید قاسم سلیمانی. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج. سال بیست و پنجم، شماره ۹۴.
- ۹) ساروخانی، باقر. امیر، رستگار (۱۳۹۷). الگوی دیپلماسی رسانه‌ای در مراکز روابط عمومی. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۵۳.

کتاب‌ها

- ۱) احمدی، مسعود (۱۳۹۷). راهبردهای جنگ روانی رژیم صهیونیستی علیه جمهوری اسلامی ایران از ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۷. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشکده معارف اسلامی و علوم سیاسی، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
- ۲) انصاری‌پور، احمدرضا (۱۳۹۳). تحلیل گفتمان دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای ایران و آمریکا طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۲. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.



- ۳) آلاپوش، علی (۱۳۷۲). دیپلمات و دیپلماسی، تهران: چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه.
- ۴) بابایی‌حسکوئی، ابوالفضل (۱۳۹۷). دیپلماسی عمومی رژیم صهیونیستی در قبال جمهوری اسلامی ایران. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشکده معارف اسلامی و علوم سیاسی، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
- ۵) بختیارین، رضا (۱۳۹۷). دیپلماسی رسانه‌ای میان ایران و آمریکا در دوره بوش. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی.
- ۶) بشیر، حسن (۱۳۹۵). دیپلماسی گفتمانی. تهران: دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
- ۷) بهرام‌زاده، الهام (۱۳۹۱). مقایسه بازتاب خبری ترور دانشمندان هسته‌ای ایران در مطبوعات ایرانی، آمریکایی و رژیم صهیونیستی. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه رازی.
- ۸) دارابی، علی (۱۳۹۰). درآمدی بر جامعه‌شناسی ارتباطات، فرهنگ و رسانه. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- ۹) صحت، سیدحسن (۱۳۹۸). برندسازی ملی، برآیند تعامل اثربخش دیپلماسی عمومی و رسمی در تأمین منافع ملی. تهران: انتشارات راه ابریشم.
- ۱۰) صفردخت، حسن (۱۳۹۲). دیپلماسی رسانه‌ای شبکه‌های جهان در قبال بیداری اسلامی ۱۳۹۱-۱۳۸۹. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
- ۱۱) ظریف، محمدجواد و محمدکاظم سجادیپور (۱۳۸۷). دیپلماسی چندجانبه. تهران: انتشارات وزارت خارجه.
- ۱۲) گیلبوا، ایتان (۱۳۸۷). ترجمه: حسام‌الدین آشنا. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- ۱۳) محمدی‌نجم، س (۱۳۸۹). جنگ شناختی، بعد پنجم جنگ. تهران: دانشگاه جامع امام حسین علیه‌السلام.
- ۱۴) محمدی، حمید (۱۳۸۸). تبلیغات سیاسی و دیپلماسی رسانه‌ای. فصلنامه افق، سال ۶، شماره ۶۷.
- ۱۵) معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۹). ارتباطات بین‌المللی. جلد اول، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- ۱۶) بشیر، حسن (۱۳۹۵). دیپلماسی گفتمانی. تهران: دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.



۶-۲- منابع لاتین

Articles

1. Hsieh, Hsiu-Fang and Sarah E.Shannon.(2005) Three Approaches to Qualitative Content Analysis, Qualitative Health Research.
2. Mayring, philipp (2000). Qualitative Content Analysis, Qualitative Social Research, Volume 1. No2, 2000

Books

3. taylor. (1997). global communication, international affairs and the media since 1945. routledge.
4. Ramaprasad, J. (1983). Media Diplomacy: in Search of a Definition. Gazette (Leiden, Netherlands).
5. Bloch-Elkon, Y.(2007), Studying the Media, Public Opinion, and Foreign Policy in International Crises: The United States and the Bosnian
6. Perse, E.M.(2001). "Media Effects and Society", Communication Abstracts, 24
7. Gilboa, Eytan. (1998). Media Diplomacy. Harvard International Journal of Press-politics - HARV INT J PRESS-POLIT. 3. 56-75. 10.1177/1081180X98003003005.

