



Article Type: Research paper

Media Development and Foreign Policy: A Look at Strategies to Promote Iraq's Media Diplomacy

*Hatf Pourrashidi Alibigloo¹, Ali Asghar Ahmadzadeh²

1. Assistant Professor of Communications, Faculty of Social Sciences, University of Religions and Denominations, Qom, Iran.

2. Master's Graduate in Communications, Urmia, Iran.

Article Info.

Received: 22/09/2024

Accepted: 11/01/2025

Available Online: 01/07/2026

Keywords:

Media Diplomacy, Foreign Policy, Iraq, Iraqi Media System, Content Analysis, Soft Power.

* Corresponding Author:

Dr. Hatf Pourrashidi Alibigloo

Address: Assistant Professor of Communications, Faculty of Social Sciences, University of Religions and Denominations, Qom, Iran.

E-mail:

h.pourrashidi@urd.ac.ir

Abstract

In order to exert influence in the international arena, the new Iraq needs to have a more active presence in the field of global foreign policy and communication. This will enable the country to advance its national interests across various levels. The lack of media development during Saddam Hussein's dictatorship and the Baath party regime has had lasting effects, leaving the Iraqi government without a defined strategy in media and public diplomacy. Despite the increasing importance of media power in foreign policy as a form of soft power over the past few decades, which has become a key indicator of a country's diplomatic prowess, Iraq has lagged behind. This study, based on the analysis of interviews with 20 Iraqi media, communication, and diplomatic experts, aims to explore potential solutions for enhancing Iraqi media diplomacy and elevating its standing. The findings suggest that creating tailored media content, implementing a targeted media strategy, and directing media focus towards foreign policy matters are key steps that can enhance Iraq's media diplomacy.

How to Site:

Pourrashidi, H and Ahmadzadeh, A.A. (2026). Media development and foreign policy: Exploring strategies to enhance Iraq's media diplomacy. *The Fundamental and Applied Studies of the Islamic World*, 7(4), 208-243.



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Iranian Association of Geopolitics. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

توسعه رسانه‌ها و سیاست خارجی؛ نگاهی به راهبردهای ارتقاء دیپلماسی رسانه‌ای عراق

*هاتف پوررشیدی علی بیگلو، علی اصغر احمدزاده^۲

۱. استادیار ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران.
۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد ارتباطات، ارومیه، ایران.

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۰۱ مهر ۱۴۰۳
تاریخ پذیرش: ۲۲ دی ۱۴۰۳
تاریخ انتشار: ۱۰ تیر ۱۴۰۵

چکیده

عراق جدید برای تأثیرگذاری در عرصه بین الملل نیازمند حضور فعال تر در عرصه سیاست خارجی و ارتباطاتی جهان است تا از این طریق بتواند منافع ملی خود را در سطوح مختلف تحقق بخشد. عدم توسعه رسانه‌های در دوران دیکتاتوری صدام حسین و حزب بعث، اثرات خود را امروز نمایان کرده و باعث شده است دولت عراق قادر به اتخاذ استراتژی مشخصی در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای و عمومی نباشد. این در حالی است که بهره‌گیری از توان رسانه‌ها در عرصه سیاست خارجی به عنوان عامل قدرت نرم، در چند دهه گذشته روند صعودی داشته و مبنایی برای ارزیابی سطح دیپلماسی کشورها قرار گرفته است. در این تحقیق که به روش تحلیل مضمون مصاحبه‌های ۲۰ تن از کارشناسان رسانه، ارتباطات و دیپلمات‌های عراقی صورت پذیرفته، تلاش شده است به این پرسش پاسخ داده شود که چه راهکارهایی برای توسعه دیپلماسی رسانه‌ای عراق و بهبود جایگاه آن می‌توان ارائه کرد. بر اساس نتایج حاصل، تولید محتوای مطلوب رسانه‌ای، اتخاذ استراتژی مطلوب رسانه‌ای و تمرکز رسانه‌ای بر موضوعات سیاست خارجی از جمله راهکارهایی است که می‌تواند ارتقا دیپلماسی رسانه‌ای عراق را در پی داشته باشد.

کلیدواژه‌ها:

دیپلماسی رسانه‌ای،
سیاست خارجی، عراق،
سیستم رسانه‌ای عراق،
تحلیل مضمون، قدرت نرم.

* نویسنده مسئول:

دکتر هاتف پوررشیدی
علی بیگلو

نشانی: استادیار ارتباطات، دانشکده
علوم اجتماعی، دانشگاه ادیان و
مذاهب، قم، ایران.
پست الکترونیک:
h.pourrashidi@urd.ac.ir

استناد به این مقاله:

پوررشیدی، هاتف و احمدزاده، علی اصغر. (۱۴۰۵). توسعه رسانه‌ها و سیاست خارجی نگاهی به راهبردهای ارتقاء دیپلماسی رسانه‌ای عراق. *مطالعات بنیادین و کاربردی جهان اسلام*. ۷، (۴)، ۲۰۸-۲۴۳.

۱. مقدمه

دیپلماسی رسانه‌ای به عنوان بخش مهمی از سیاست خارجی، نقش مهمی در تبلیغات کشورهای مختلف ایفا می‌کند و برای بهبود و توانمندسازی قدرت نرم مورد استفاده قرار می‌گیرد. امروزه رهبران سیاسی کشورها قدرت رسانه‌ها را پذیرفته‌اند و برای استفاده از رسانه‌ها به عنوان منبع اصلی قدرت نرم برنامه‌ریزی کرده‌اند. سیاست خارجی قدرت و جایگاه رسانه‌ها را درک کرده و سعی می‌کند از آنها در بالاترین درجه استفاده کند. در کشورهای قدرتمند، رسانه‌ها توسعه یافته‌اند و می‌توانند بر افکار عمومی تأثیر بگذارند، بنابراین این نوع کشورها علاوه بر ابزارهای قدرتمند، نیروی دیگری برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانی دارند. جایگاه و نقش AP، VOA، BBC و رویترز و غیره نشان می‌دهد که این کشورها، قدرت رسانه‌ها را درک کرده و از آن برای تغییر در اذهان کشورهای مختلف بهره می‌گیرند. در واقع، با اتخاذ این رویکرد، جایگاه رسانه به عنوان عضوی از سیاست خارجی و جنگ نرم تغییر می‌کند. از این رو، در سال‌های اخیر، دیپلماسی رسانه‌ای توسط کشورهای مختلف و سیستم‌های سیاست خارجی برای تأثیر بر مخاطبان خارجی و تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی در کشور هدف مورد استفاده واقع شده است. همانطور که ایتان گیلیو گفته است: «نقش رسانه‌ها در امور خارجی و مسائل بین‌المللی توجه فزاینده محققان را به خود جلب کرده است، زیرا تصور می‌شود که پایان جنگ سرد و پیشرفت فناوری‌های ارتباطی، توانایی رسانه‌ها در تأثیرگذاری بر فرایند سیاست خارجی را افزایش داده است» (Gilboa, 2006: 604). در این راستا، نیروهای سیاسی برای ایجاد انگیزه در اقدامات خود، برای تبلیغ ایده‌ها و جلب اعتماد مردم، به خود مردم مراجعه می‌کنند. رسانه‌ها نیز به نوبه خود باید مردم را در جریان سیاست قرار دهند و در هنگام انجام وظایف سیاستمداران بر آنها نظارت داشته باشند. آنها به یکدیگر احتیاج دارند و در عین حال از یکدیگر سود می‌برند. «رسانه‌ها بدون دسترسی به امور جاری، از پوشش موضوعات لازم محروم خواهند بود و بدون رسانه‌ها، سیاستمداران به سختی راهی برای دسترسی به مردم پیدا می‌کنند» (Spasov & Lozanov, 2011: 4).

در طول سال‌های جنگ سرد، ایالات متحده و جماهیر شوروی سعی کردند با استفاده از ابزارهای قدرت نرم مانند رسانه‌ها بر افکار عمومی تأثیر بگذارند. در آن زمان، عبارات جدیدی ایجاد شد و جهت سیاست خارجی را تغییر داد. توسعه رسانه به سیاستگذاران کمک کرد تا روش‌های خود را برای بازی با افکار عمومی بهبود بخشند. دستگاه سیاست خارجی در کشورهای مختلف روش‌های موثر استفاده از رسانه‌ها را برای دستیابی به این هدف تعریف

می‌کنند. در همین حال، کشورهایی که رسانه قدرتمندی دارند می‌توانند در این راه موفق باشند؛ آنها می‌توانند از رسانه‌های مختلف استفاده کنند و نقش خود را دوباره تعریف کنند و وظیفه خود را در ارتباطات سیاسی، دیپلماسی رسانه‌ای و سیاست خارجی بازگو نمایند.

در این میان آنچه که مورد توجه جدی قرار گرفته است، بهره‌گیری از قدرت رسانه‌هاست که کمک می‌کند تا تاثیرات لازم بر افکار عمومی اعمال شود. به گفته مک کوئیل، «ارتباطات جمعی شامل نهادها و تکنیک‌هایی است که گروه‌های تخصصی توسط آنها از دستگاه‌های تکنولوژیکی (مطبوعات، رادیو، فیلم‌ها و غیره) برای انتشار محتوای نمادین در بین مخاطبان بزرگ، ناهمگن و پراکنده استفاده می‌کنند» (Curran, 2002: 55). این تنوع ابزارهای رسانه‌ای در کنار توجه گاه‌بیش از حد معمول افکار عمومی به آنها، سبب افزایش قدرت برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی می‌شود.

در این مسیر، عراق نوین که پس از ۲۰۰۳، شرایط جدیدی را طی می‌کند، نیازمند توجه ویژه به این مقوله است. چرا که عملکرد نظام سابق تاثیرات عمیقی در افکار عمومی کشورها داشته و امروز دولتمردان عراق جدید باید سعی در تغییر این رویه داشته باشند. لذا تقویت دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای عراق و همکاری بین رسانه‌های جهانی و عراقی ضروری است و تا بتوان روایت‌های صحیحی از این کشور برای ترویج درک و همدلی ارائه کرد. ضمن اینکه فعالیت‌ها و نقش‌آفرینی منفی رسانه‌های آمریکایی - سعودی باعث ایجاد نوعی هراس در کشورهای منطقه نسبت به عراق شده و نقش و جایگاه عراق در منطقه را تضعیف کرده است (Sardarnia et al. 2024)، از این رو، عراق جدید نیاز دارد تا بتواند سهم تأثیرگذار خود در تحولات منطقه و جهان را باز یابد و به نوعی خود را از شرایط سابق و دوران دیکتاتوری صدام و حکومت حزب بعث نجات دهد. امری که تا به امروز بر توسعه این کشور سایه انداخته و آینده مناسبات عراق با جهان را دچار اختلال کرده است. ضعف نهاد رسانه در این کشور در کنار سیاست‌های نادرست به یادگار مانده از دوران گذشته، و مضاف بر آن تبعات سال‌های اشغالگری ایالات متحده، سبب شده است که رسانه‌ها نتوانند سهمی در خور در سیاست خارجی و حتی داخلی این کشور ایفا نموده و نقش تأثیرگذار خود همانند جوامع و کشورهای پیشرفته را ایفا نمایند. لزوم بازنگری در این روند و بهره‌گیری از توان رسانه‌ها در سیاست خارجی عراق، امری است که به شدت مورد نیاز عراق جدید برای ایفای نقش خود در سطح منطقه و جهان است.

در این مقاله تلاش بر این است که راهکارهای توسعه دیپلماسی رسانه‌ای عراق، از دید کارشناسان عراقی مورد بررسی قرار گیرد. لذا تلاش شده است به این پرسش پاسخ داده شود که اساساً «راهکارهایی توسعه دیپلماسی رسانه‌ای عراق و بهبود جایگاه آن شامل چه مواردی است؟»

۲. پیشینه پژوهش

به دلیل عدم توسعه رسانه‌ای، موضوع دیپلماسی رسانه‌ای در عراق به صورت جدی مورد توجه واقع نشده است و از این رو تحقیقات صورت گرفته در این حوزه بسیار اندک است. از جمله تحقیقات صورت گرفته، تحقیق (Ramazan Ahmad (2021، با عنوان «نقش رسانه‌ها در ایجاد صلح در عراق پس از داعش» است که نقش رسانه‌های محلی، منطقه‌ای و بین‌المللی در روند صلح‌سازی و همزیستی در عراق را مورد بحث قرار داده است. محققان با تأکید بر لزوم همکاری رسانه‌ها در مباحث دیپلماسی، تصریح کرده‌اند، از آنجایی که اکثر رسانه‌ها در عراق در اختیار دولت، احزاب سیاسی و گروه‌های مذهبی هستند، فناوری‌های جدید و رسانه‌های اجتماعی می‌توانند برای تأثیرگذاری بر روند صلح و دیپلماسی در عراق مورد استفاده قرار گیرند.

در تحقیق، (Ahmed (2020، با عنوان «نقش رسانه‌ها در درگیری‌های عراق» نیز رسانه‌های عراقی که اطلاعات گمراه‌کننده و نادرست را به صورت سهوی یا عمدی منتشر و موجب تبعیض، نابرابری، تعصب و عدم مدارا و در نهایت منجر به نقض و درگیری‌ها در سطح محلی، ملی، منطقه‌ای می‌شود، مورد انتقاد واقع شده و بر تغییر وضعیت ایفای نقش رسانه‌ها در عراق تأکید شده است. در این تحقیق، رسانه‌ها عاملی موثر در توسعه دیپلماسی و مانع بروز درگیری‌ها و کمک‌کننده به روند حل مشکلات و آشتی در جوامع دارای اختلاف نظیر خاورمیانه معرفی شده‌اند.

در گزارش (Al-Kaisy (2019، با عنوان «یک منظره تکه تکه شده؛ موانع رسانه‌های مستقل در عراق»، نیز شیوه‌های بسیار نامنظم و مبارزات روزنامه‌نگاران و رسانه‌های عراقی برای پایبندی به هنجارهای حرفه‌ای، این مسأله را عاملی در راستای دامن زدن و ادامه درگیری و خشونت در عراق معرفی و تأکید شده است فقدان اراده سیاسی همراه با شکست فرآیندهای دولت‌سازی برای توسعه چارچوب‌ها و نهادها برای حمایت از رسانه‌های مستقل، چشم‌انداز رسانه‌ای را حفظ می‌کند که چالش‌های سیاسی کلیدی عراق را منعکس می‌کند.

در همین راستا، در تحقیق دیگری که توسط (Al-Marashi 2007) با عنوان «پویایی رسانه‌های عراق: خشونت قومی فرقه‌ای، اسلام سیاسی، حمایت عمومی و جهانی شدن»، صورت پذیرفته، راهکارهای توسعه رسانه‌ای عراق و نهایتاً قدرت تاثیرگذاری آنان در عرصه سیاست خارجی مورد بحث قرار گرفته و حمایت از روزنامه‌نگاران عراقی، توسعه گفتمان صلح، بهبود آموزش‌های رسانه‌ای، افزایش کمک‌ها و مساعدت‌های بین‌المللی و بهبود سیاست‌گذاری رسانه‌ای، عاملی در راستای افزایش توان رسانه‌ها برای ایفای نقش در این حوزه ارزیابی شده است.

جدول ۱. تحقیقات صورت گرفته در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای عراق

عنوان تحقیق	محقق / محققان	نتیجه
نقش رسانه‌ها در ایجاد صلح در عراق پس از داعش	Araz Ramazan Ahmad	بهره‌گیری از فناوری‌های جدید و رسانه‌های اجتماعی برای تاثیرگذاری بر روند صلح و دیپلماسی در عراق
نقش رسانه‌ها در درگیری‌های عراق	Abdihakim M. Ahmed	تغییر وضعیت ایفای نقش رسانه‌ها در دیپلماسی عراق
یک منظره تکه تکه شده؛ موانع رسانه‌های مستقل در عراق	Aida Al-Kaisy	لزوم توسعه رسانه‌های مستقل و حمایت از آنان برای حفظ چشم‌انداز حمایت از دولت در امورات مختلف
پویایی رسانه‌های عراق: خشونت قومی فرقه‌ای، اسلام سیاسی، حمایت عمومی و جهانی شدن	Al-Marashi	لزوم حمایت از روزنامه‌نگاران عراقی، توسعه گفتمان صلح، بهبود آموزش‌های رسانه‌ای، افزایش کمک‌ها و مساعدت‌های بین‌المللی و بهبود سیاست‌گذاری رسانه‌ای برای افزایش قدرت تاثیرگذاری در عرصه دیپلماسی

۳. چارچوب نظری

۳-۱. دیپلماسی رسانه‌ای

دیپلماسی رسانه‌ای نقش مهمی در سیاست خارجی و روابط بین‌المللی ایفا می‌کند. در ادبیات ارتباطات سیاسی، به طور فزاینده‌ای رسانه‌ها بر شیوه‌های دیپلماسی تأثیر دارند. این امر تا حد زیادی منجر به بحث‌هایی نظیر مدل‌سازی و دسته‌بندی روش‌های مختلف

تأثیر رسانه‌ها بر فعالیت‌های دیپلماتیک، حمایت و یا جلوگیری از مذاکرات شده است (Ar- chetti, 2010: 5). یکی از تعاریف دیپلماسی رسانه‌ای مربوط به نقش دیپلماسی رسانه‌ای در منازعات است «موقعیتی که مقامات از رسانه‌ها برای ارتباط با بازیگران و ترویج حل تعارض استفاده می‌کنند» (Archetti, 2010: 5). استفاده از رسانه و قدرت رسانه، بخش عمده‌ای از سیاست‌ها و رفتارهای مقامات مختلف سیاسی است. در واقع، در عصر کنونی دسترسی گسترده به اطلاعات و پوشش رسانه‌های جهانی، رهبران سیاسی می‌توانند منافع سیاست خارجی یک کشور را از طریق ارتقای منافع کشورشان به مخاطبان داخلی منتقل کنند. در عین حال، آنها در تلاش برای طراحی، مدیریت و کنترل تصویر عمومی خود هستند (Peres et al., 2020: 54). می‌توان ادعا کرد که رسانه‌ها و سیاست در یک دموکراسی عملکردی در تنش هستند. علیرغم مأموریت‌های متفاوت آنها، یک رابطه همزیستی بین آنها برقرار است: نیروهای سیاسی برای ایجاد انگیزه در اقدامات خود، برای تبلیغ ایده‌های خود و جلب اعتماد به مردم مراجعه می‌کنند و در عوض، رسانه‌ها باید مردم را در جریان سیاست قرار دهند و هنگام انجام وظایف سیاستمداران بر آنها اعمال کنترل کنند. آنها به یکدیگر نیاز دارند و از یکدیگر سود می‌برند. بنابراین، رسانه‌ها از موضوعاتی برای پوشش بدون دسترسی به مسائل سیاسی محروم می‌شوند و سیاستمداران به سختی راهی برای جذب مردم در فقدان رسانه‌های جمعی پیدا می‌کنند (Spasov and Lozanov, 2011: 4).

رسانه‌ها - به عنوان عامل اصلی قدرت نرم - دولتمردان را قادر می‌سازد تا اقتدار و تمایل خود برای نیل به اهداف سیاسی را نشان دهند. در این راستا، قدرت نرم به قدرت جاذبه اشاره دارد تا اینکه تهدیدی با پیامدهای خاص ارزیابی شود؛ لذا بازیگران با میل و رغبت خود از ترجیحات یک دولت دیگر پیروی می‌کنند. بنابراین «قدرت نرم بر توانایی شکل دهی به ترجیحات دیگران استوار است» (Nye, 2004:5). از این رو در عصر کنونی دسترسی گسترده به اطلاعات و پوشش رسانه‌های جهانی، این امکان برای رهبران سیاسی فراهم است که بتوانند منافع سیاست خارجی خود را از طریق ارتقای منافع کشورشان به مخاطبان خارجی منتقل کنند؛ در عین حال که در تلاش برای طراحی، مدیریت و کنترل تصویر عمومی خود نیز هستند (Saliu, 2022: 7). چنین ارتباطاتی به طور فزاینده‌ای جامعه جهانی را قدرتمند کرده و گاهی نه تنها برای مقابله با تبلیغات، بلکه حتی برای گسترش آن نیز استفاده می‌شود (Modjtahedi & Szpunar, 2022:9).

دیپلماسی رسانه‌ای از طریق فعالیت‌های مختلف روتین و ویژه رسانه‌ای از جمله کنفرانس مطبوعاتی، مصاحبه‌ها، افشاگری‌ها، بازدیدها و رویدادهای رسانه‌ای دنبال می‌شود. در این زمینه، نحوه ارسال پیام و سیگنال، در مطالعات اولیه دیپلماسی رسانه مورد بحث قرار گرفته است (Cohen 1997: 127; Davison 1976:392). در غیاب کانال‌های ارتباطی مستقیم مناسب، یا زمانی که یک طرف مطمئن نیست طرف مقابل در برابر شرایط مذاکره چگونه واکنش نشان می‌دهد، سیاستگذاران و واسطه‌های ماهر از رسانه‌ها برای ارسال پیام به رهبران کشورهای رقیب و بازیگران غیردولتی استفاده می‌کنند. به عنوان مثال، در مرحله اول بحران گروگانگیری ایران در سالهای ۱۹۷۹ تا ۱۹۸۱، ایالات متحده منحصرًا از طریق مطبوعات با افرادی که گروگان‌ها را در دست داشتند ارتباط برقرار کرد (Larson, 1986: 116).

در این راستا گیلبو شش مدل مفهومی ارائه می‌دهد که در تعریف و تحلیل نقش رسانه‌ها در دیپلماسی معاصر نقش دارند؛ این مدل‌ها، به دو گروه تقسیم می‌شوند. گروه اول با دیپلماسی مخفی، دیپلماسی درهای بسته و دیپلماسی باز، را شامل می‌شود که با محدودیت‌هایی که مقامات بر رسانه‌ها اعمال می‌کنند و میزان پوشش مذاکرات در رسانه‌ها و افکار عمومی قابل ارزیابی است. گروه دوم نیز شامل دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی کارگزار رسانه‌ای است که استفاده گسترده از رسانه‌ها توسط مقامات و گاه روزنامه‌نگاران برای ترویج مذاکرات سروکار دارند، را مفهوم می‌بخشد (Pourrashidi et al., 2023:315).

در مدل دیپلماسی محرمانه، رسانه‌ها و عموم مردم کاملاً از مذاکره مستثنی هستند و هیچ‌گونه پوشش خبری از رسانه‌ها وجود ندارد. در دیپلماسی درهای بسته، آنها تا حدی کنار گذاشته می‌شوند، و پوشش رسانه‌ها محدود به مسائل فنی است؛ از جمله اینکه چه کسی با چه کسی، کجا و چه زمانی مذاکره می‌کند. در مدل دیپلماسی باز، مذاکرات برای رسانه‌ها بسیار بازتر است و پوشش گسترده‌تر است. ارائه این مدل‌ها شامل شفاف سازی و توسعه مفهومی، فهرستی از متغیرهای اصلی برای تجزیه و تحلیل و اثرات است. متغیرها به سه دسته هدف، مشروعیت و کنترل پذیری طبقه بندی شدند. مشروعیت به رسمیت شناختن و پذیرش فرایند مذاکره توسط مردم اشاره دارد. کنترل پذیری به موضوع مذاکره کنندگان برای کنترل دسترسی رسانه‌ها و پوشش فرآیندهای دیپلماتیک می‌پردازد (Gilboa, 2000: 278).

جدول ۲. دیپلماسی محرمانه، پشت درهای بسته و باز: یک چارچوب مقایسه ای (منبع: Gilboa, 2000: 290)

نوع	دیپلماسی محرمانه	دیپلماسی پشت درهای بسته	دیپلماسی باز	دیپلماسی رسانه‌ای
بازیگران	دشمنان	رقبا	متحدان	حل تعارض
مقبولیت	ندارد	شناخته شده/ بحث برانگیز	تحریم شده	کوتاه مدت
موضوعات	امنیتی/ سیاسی	امنیتی/ سیاسی	جاری	خاص
امتیازات	بزرگ	زیاد	کم	درخواست حل اختلافات
تأثیرات	مهم	قابل توجه	محدود	درخواست حل اختلافات
کنترل پذیری	کامل	قابل توجه	محدود	داخلی/ خارجی
پوشش	ندارد	بسیار محدود	گسترده	از طریق وسایل ارتباط جمعی

۳-۲. دیپلماسی رسانه‌ای و سیاست خارجی

سیاست خارجی در خلا سیاسی شکل نمی‌گیرد بلکه تحت تأثیر عوامل داخلی (مانند افکار عمومی)، فشارهای جهانی شدن (مانند فناوری‌های ارتباطی)، گرایش‌های یکپارچه (به ویژه در اتحادیه اروپا) و نیروهای فراملی (مانند لابی از سازمان‌های غیردولتی) شکل می‌گیرد (Williams, 2004: 909).

فرآیند دیپلماسی، حداقل تا پایان جنگ جهانی اول، بر اساس چندین اصل شکل می‌گرفت. اولین مورد، که در ابتدا توسط ماکیاولی در اوایل دهه اول قرن شانزدهم میلادی بیان شد، این بود که هدف از همه مذاکرات و ارتباطات خارجی، پیشبرد منافع اصلی نمایندگان سفرا یا دیپلمات‌هاست. ماکیاولی هدف یک حاکم را حفظ قلمرو و دارایی خود می‌داند (Neumann 2001: 19). اگرچه دیپلماسی یک روش ارتباطی و مذاکره بدون توسل به تهدید قانونی است اما پروتکل‌ها و قوانین حاکم بر آن وجود داشته و دارد. پروتکل‌هایی که در محافل دیپلماتیک وجود داشت اغلب تشریفاتی و پیچیده بود و برای ضربه زدن به خودخواهی حاکمان کشورهای فرستنده و میزبان، متحدان تملق‌آمیز و ترویج تصمیمات نهایی

استفاده می‌شد (Berridge 2015:5).

محرمانه بودن یکی دیگر از ویژگی‌های اصلی دیپلماسی قبل از پایان جنگ جهانی اول بود. با دور نگه داشتن واقعیت و محتوای دیپلماسی از دید عموم، دیپلمات‌ها توانستند در صورت لزوم از مذاکرات خودداری کنند، نقاط ضعف یا مناطق فاقد شفافیت را در مواقع مناسب آشکار سازند و نتایج نهایی مذاکرات را به گونه‌ای بسته بندی کنند که پیروزی برای طرف آنهاست. توضیحات مربوط به امتیازات مورد نیاز نبود و تا زمان دستیابی به توافق نهایی از مواضع دفاع نمی‌شد و مشارکت‌کنندگان تا حد زیادی به دنبال گزینه‌های جایگزین مذاکره بودند (Berridge 2015: 4-5). از قرن گذشته میلادی، ظهور رسانه‌های جهانی سبب شد که بازیگری جدید وارد عرصه شود. در این مسیر، دولت‌ها به صورت هدفمند از رسانه‌های مختلف برای ارسال پیام به سایر بازیگران بین‌المللی و از قدرت رسانه‌ها برای ترویج سیاست‌های خارجی خود و نیز پیشبرد سیاست‌ها و دیدگاه‌های خود از طریق محدود کردن یا اعطای دسترسی به فعالان رسانه‌ای استفاده می‌کنند.

یول کوهن در کتاب خود در مورد دیپلماسی رسانه‌ای استدلال می‌کند: «به عنوان یک مانور دیپلماتیک، نشت و ضد نشت از بهترین سبک‌هاست: یک تصویر کلاسیک از اینکه چگونه رسانه‌ها به ابزار تجارت یک دیپلمات حرفه‌ای تبدیل شده‌اند» (Cohen, 1986: 2). این جمله نشان می‌دهد که رسانه‌ها می‌توانند نقش مهمی در دیپلماسی ایفا کنند و می‌توانند در روند دیپلماتیک مانند مذاکرات از اهمیت بیشتری داشته باشند. با این حال می‌توان ادعا کرد که رسانه و دیپلماسی دو نوع متفاوت از ارتباطات هستند که در مسیرهای مختلف پیش می‌روند و در بسیاری از موارد هرگز از یکدیگر عبور نمی‌کنند. با این حال، همپوشانی بین رسانه و دیپلماسی جزئی است. این همپوشانی خود را در روند مذاکرات بین‌المللی نمایان می‌کند. رسانه‌ها به عنوان واسطه‌های دیپلماتیک میان‌جیگری بین‌المللی را انجام می‌دهند و گاهی اوقات آغاز کننده هستند، به گونه‌ای که اغلب تفاوت بین نقش خبرنگاران و دیپلمات‌ها را محو می‌کنند. این امر نشان‌دهنده مشارکت رسانه‌ها در فرایندهای دیپلماتیک، است. نمونه این اقدامات را می‌توان در «برنامه ملاقات شهر در خصوص اورشلیم که به صورت زنده از ABC در جریان انتفاضه ۱۹۸۸ مشاهده کرد که مذاکرات بی‌سابقه چهره به چهره با اسرائیل و فلسطین را شامل می‌شد» (Orfanou, 2014:66).

دیپلمات‌ها و متخصصان رسانه نیز موافقند که روزنامه‌نگاران برای شرکت در رویدادها و

فرایندها، نقشی فراتر از گزارش‌دهی دارند. وزیر امور خارجه سابق اسرائیل، ابا ابان، اظهار داشت که تلاش‌های غیر رسمی افرادی مانند روزنامه‌نگاران «برای حل یا کاهش درگیری‌هایی که از تلاش‌های فرستادگان رسمی معتبر جلوگیری کرده است» یک «دیپلماسی جدید» ایجاد نموده است.

۳-۳. دیپلماسی رسانه‌ای عراق

شرایط ایجاد شده پس از سال ۲۰۰۳ و بروز و ظهور عراق جدید، در کنار تغییرات صورت گرفته ناشی از رویکردهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی (Haqqarast et al, 2023) الزامات جدی برای سیاست خارجی عراق در زمینه ورود به عرصه رسانه و ارتباطات جمعی را فراهم آورد. اگرچه در دوران دیکتاتوری عراق، رسانه‌ها در عراق با محدودیت‌های جدی در حوزه توسعه از لحاظ کمی و کیفی مواجه بودند، اما دولت‌های عراق در دوران جدید و پس از انحلال وزارت اطلاعات، درصدد برآمدند تا زمینه‌های توسعه رسانه‌ای در این کشور را فراهم آورند. در این راستا، قانون اساسی جدید عراق، آزادی رسانه‌ها را در ماده ۳۶ تضمین کرد. از چهارم آوریل ۲۰۰۳ نیز عراق شاهد تحول بزرگی در چشم‌انداز رسانه‌ای خود بوده است «به گونه‌ای که تنها از پنج روزنامه، در سه ماه اول تعداد روزنامه‌های هفتگی و روزانه به بیش از ۱۸۰ روزنامه افزایش یافت» (Al-Jezairy, 2006: 3). این تغییر تنها محدود به تعداد عناوین موجود نبوده است، بلکه یک تغییر کیفی اساسی در ساختارهای مالکیت و دسترسی آزاد مردم به اطلاعات ارزیابی می‌شود. در همین راستا، شبکه رسمی ماهواره‌ای تلویزیون عراقیه در سال ۲۰۰۳ آغاز و پس از مدت اندکی به صورت رسمی و گسترده فعالیت خود را آغاز کرد. در کنار این شبکه تلویزیونی، رادیوی موج متوسط آغاز به کار کرد. نهایتاً، شبکه رسانه‌ای عراق به موجب فرمان دیوانی شماره ۶۶ مورخ ۲۰۰۴/۳/۲۱ که توسط پل برمر، فرماندار غیرنظامی مقام اشغالگر در آن زمان صادر شده بود، تشکیل شد (Al-Jezairy, 2006: 5). پخش این کانال در اوایل سال ۲۰۰۴ در ماهواره‌ها (عرب ست، نایل ست، هات برد، هیباست و اینتل ست) به ماهواره منتقل شد و این کانال از تجهیزات باقی مانده متعلق به تلویزیون الشباب، شبکه ماهواره‌ای عراقیه و تلویزیون عراق بهره برد. با راه‌اندازی این شبکه رسانه‌ای، دولت عراق امکان فعالیت بین‌المللی رسانه‌ای را برای خود فراهم کرد. امروزه منابع شبکه رسانه‌ای عراق از بودجه عمومی تأمین می‌شود و این امکان را برای دولت فراهم آورده که بتواند تاثیرگذاری گسترده‌ای در این خصوص داشته و دیپلماسی خود را در سطح عمومی و رسانه‌ای ترویج نماید. در سال‌های اخیر توسعه رسانه‌های وابسته به احزاب و گروه‌های سیاسی در حال گسترش است و همین امر نیاز به اتخاذ رویه‌ای واحد در حوزه دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای در عراق را پدید آورده است. توصیه ایجاد یک چارچوب نظارتی، مساله‌ای است

که مورد توجه نهادهای سیاسی عراق قرار گرفته و عمدتاً رسانه‌های دولتی را هدف قرار داده بود. اما «بازیگران سیاسی عراق مفهوم مقررات مستقل را درک نکردند و چندان از آن استقبال نکردند» (Awad & Eaton, 2013: 14). این در حالی است که توسعه دیپلماسی رسانه‌ای در عراق برای افزایش قدرت چانه‌زنی عراق در عرصه جهانی و مشارکت در امورات بین‌المللی لازم و ضروری است. در این راستا، توسعه کمپین‌های روابط عمومی، تعامل با رسانه‌های بین‌المللی و توسعه استفاده از رسانه‌های اجتماعی مورد توجه جدی است (Faeq, 2023).

۴. روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، اکتشافی و از نظر نوع استفاده، کاربردی و از نظر روش، پژوهشی کیفی است که در آن از راهبرد تحلیل مضمون (تم) استفاده شده است. به اعتقاد روش شناسان در دو دهه اخیر، «تجزیه و تحلیل مضمون به روشی فزاینده برای درگیر شدن با داده‌های کیفی تبدیل شده است» (Joffe, 2012: 213). این روش، یک روش تحلیلی انعطاف‌پذیر است که محقق را قادر می‌سازد تا مضامین - الگوهای مبتنی بر معنا - را برای گزارش تفسیر خود از مجموعه داده‌های کیفی بسازد. ضمن اینکه این توانایی را دارد که در بسیاری از تحلیل‌های کیفی ایفای نقش کند و کاربردی بودن خود را به نمایش بگذارد. هنگامی که بر مصاحبه‌ها یا گروه‌های متمرکز فکوس می‌کند، تحلیل مضمون فرض می‌کند که خاطرات شرکت‌کننده ارزشی دارد که شایستگی کاوش، ترکیب و توصیف فشرده را دارد. هنگامی که بر اسناد یا سایر مصنوعات بازیابی شده متمرکز می‌شود، تحلیل مضمون فرض می‌کند که اطلاعات ثبت شده بازتاب دقیق واقعیتی است که در آن زمان وجود داشت و بنابراین باید با همان درجه اطمینان با خاطرات گفتاری شرکت‌کننده برخورد کرد. «این جهت‌گیری فرض می‌کند که محقق داده‌های گزارش شده توسط شرکت‌کنندگان یا بازیابی شده در اسناد را قانع‌کننده می‌بیند» (Lochmiller, 2021: 2031).

در این پژوهش، برای گردآوری داده از روش مصاحبه عمیق بهره گرفته شد؛ در این راستا مصاحبه با کارشناسان، متخصصان و فعالان حوزه رسانه، ارتباطات متشکل از اساتید دانشگاه‌های مزایا^۱ و ذیقار^۲، دیپلمات‌های عراقی و فعالان رسانه‌ای شبکه العهد^۳ و العراقیه^۴ تا رسیدن به اشباع نظری

1. Mazaya University Collage
2. University of Thi-Qar
3. Alahad TV
4. Al-Iraqiyya

مدنظر قرار گرفت. در این راستا و بر اساس داده‌های جدول شماره ۳، ۲۰ مصاحبه با افراد فوق الذکر در بازه زمانی ۱ فوریه ۲۰۲۴ تا ۳۰ می (مه) ۲۰۲۴ با استفاده از مصاحبه‌های استاندارد شده و مشتکل از سوالات مرتبط با موضوع تحقیق، صورت پذیرفت. سپس متن مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی، با بهره‌گیری از رویکرد تحلیل مضمون کینگ و هاروکز (۲۰۱۰) کدگذاری شد. این رویکرد فرایندی سه مرحله‌ای است که مشتمل بر سه مرحله کدگذاری توصیفی یا اولیه، کدگذاری تفسیری یا سازمان‌دهنده و کدگذاری فراگیر با هدف یکپارچه‌سازی مضامین است. بر این اساس، در مرحله نخست کدها یا مضامین اولیه یا پایه از مضامین برگرفته از مصاحبه‌ها استخراج گردید. برای مثال از متن مصاحبه‌ها، مضامین اولیه‌ای نظیر استفاده از فناوری‌های دیجیتال، ارائه پیام واضح و مختصر، تعریف استراتژی درست رسانه‌ای و سیاسی و گسترش استفاده از رسانه‌های اجتماعی حاصل گردید.

بر اساس داده‌های جدول ۴، تعداد ۶۷ مضمون پایه حاصل شد که کدهای مستخرج، معطوف به تفهیم نحوه توسعه و بهبود دیپلماسی رسانه‌ای عراق بوده است. در مرحله کدگذاری تفسیری (سازمان‌دهنده) نیز تلاش شد تا فراتر از «توصیف» گزاره‌های متن عمل نموده و بر تفسیر معانی آنها تمرکز شود (Jafari Nia et al., 2021: 32). این مرحله شامل ادغام کدهای توصیفی که به نظر می‌رسد یک معنای واحد را در خود دارند، انجام شد. در این راستا، از مضامین اولیه حاصل شده، ۳ مضمون سازمان‌دهنده حاصل گردید. آنچه که در جدول شماره ۵ نشان داده شده، حکایت از این دارد که نهایتاً یک مضمون فراگیر (راه کارهای توسعه دیپلماسی رسانه‌ای عراق، برگرفته از سوال اصلی تحقیق) از مفاهیم سازمان‌دهنده حاصل شده است. این مرحله نیز با هدف ارائه مضمونی واحد از مضامین تفسیری و یا سازمان‌دهنده صورت پذیرفته است که در قسمت تجرید بالاتری از آنها قرار دارند.

برای تحقق روایی تحقیق نیز از «زاویه بندی تحلیلی یا پژوهشگر» که از جمله معیارهای زاویه بندی دنزین می‌باشد بهره گرفته شد. بر اساس این معیار، «استفاده از بیش از یک پژوهشگر یا تحلیلگر یا پژوهشگران و تحلیلگران متعدد جهت بررسی و بازنگری یافته‌ها» (Mohammadpour, 2010: 84) مدنظر می‌باشد. در این تحقیق نیز، کدگذاری صورت گرفته برای بررسی و بازبینی به سه تن از اساتید رشته علوم ارتباطات ارائه و پس از اعمال اصلاحاتی مورد تایید قرار گرفت.

جدول ۳. اسامی و مشخصات مصاحبه شوندهگان

ردیف	نام و نام خانوادگی	نوع شغل	محل خدمت
۱	ایمان محمد جبر	دیپلمات	سفارت عراق در عمان
۲	جاسم عبدالحسین عباس	دیپلمات	سفارت عراق در ترکیه
۳	علاء محمد طالب الرسن	دیپلمات	وزارت خارجه عراق
۴	علاء حسین جعفر	دیپلمات	سفارت عراق در روسیه
۵	مرتضی فاضل محسن	دیپلمات	وزارت خارجه عراق
۶	فالح مهدي علوان	دیپلمات	سفارت عراق در تهران
۷	محمد عبد الاله	دیپلمات	سفارت عراق در کویت
۸	ماهر مجد جیجان	دیپلمات	وزارت خارجه عراق
۹	علي قاسم محمد	دیپلمات	کنسولگری عراق در مشهد
۱۰	عبد الامیر محمد شافی	استاد دانشگاه	دانشگاه مزایا
۱۱	ریاض محمد محسن	استاد دانشگاه	دانشگاه ذي قار
۱۲	علاء عبد کطافه	استاد دانشگاه	دانشگاه مزایا
۱۳	فیصل عبد عوده	استاد دانشگاه	دانشگاه مزایا
۱۴	احمد السعیدی	فعال رسانه‌ای	شبکه الحره
۱۵	حسن غانم البدري	فعال رسانه‌ای	شبکه العراقیه
۱۶	احمد محسن هیلان	فعال رسانه‌ای	شبکه الحره
۱۷	ارشد یاسین محمد	فعال رسانه‌ای	شبکه العراقیه
۱۸	محمد عبد الوهاب	استاد دانشگاه	دانشگاه ذي قار
۱۹	محمد شهید محمد	استاد دانشگاه	دانشگاه ذي قار
۲۰	کاظم عبد الکریم محمد	استاد دانشگاه	دانشگاه ذي قار

۵. یافته‌های تحقیق

دیپلماسی رسانه‌ای جدای از اینکه نیاز به همراهی دو نهاد رسانه و سیاست خارجی دارد، نیازمند محتوای مطلوب و متناسب با سلیقه افکار عمومی جهانی است. اگرچه به نظر می‌رسد توجه به سلايق تمام افکار در سطح جهان امری سخت و دشوار است، اما می‌توان با لحاظ حداقل شرایط،

در راستای تولید محتوای مطلوب رسانه‌ای گام برداشت. امری که کارشناسان عراقی، بر اساس جدول شماره ۴، برای توفیق دیپلماسی رسانه‌ای این کشور لازم و ضروری ارزیابی می‌کنند. در این زمینه توجه به مضامین پایه‌ای نظیر استفاده از فناوری‌های دیجیتال، ارائه پیام واضح و مختصر، ارائه پیام دقیق، قابل اعتماد و بی‌طرف، درگیرکردن مخاطب با پیام، تلاش برای پوشش عینی رویدادهای مختلف، ارائه توصیف دقیق و بی‌طرفانه از وضعیت فعلی و ارائه دیدگاه متعادل در مورد موضوعات بحث برانگیز و مورد مناقشه لازم و ضروری ارزیابی شده است. همچنین کارشناسان عراقی در جریان مصاحبه‌های صورت گرفته معتقدند که برجسته کردن ظرفیت‌های فرهنگی عراق، ارائه پیام‌های متقاعد کننده، تمرکز بر تعدد بسترهای رسانه‌ای، روایت‌گری مطلوب، ارائه دیدگاه واقع بینانه از عراق و بهره‌گیری از توان هنر در تولید محتوا نیز می‌تواند کمک کار دیپلماسی کشور در حوزه رسانه باشد. در همین راستا کارشناسان تاکید دارند که تمرکز بر تبادلات فرهنگی، افزایش تنوع پیام‌های رسانه‌ای، تمرکز بر تولید محتوای رسانه‌ای با محوریت برجسته کردن روابط تاریخی عراق و سایر کشورها و تمرکز بر محتوایی مناسب برای ارتقای روابط مطلوب میان عراق و سایر کشورها، می‌تواند توفیقات حاصل را بیشتر نماید. ضمن اینکه تمرکز بر ارائه روایت واحد از وضعیت عراق نیز ضروری است. این موارد عملاً با نظریات حوزه رسانه و ارتباطات در زمینه برجسته سازی و چارچوب سازی نیز منطبق است. چرا که می‌توان با تولید محتوای مطلوب، اذهان مخاطبان را درگیر کرد و آنان را برای دریافت پیام مشتاق نمود. از آنجایی که در واقع، «دیپلماسی رسانه‌ای به معنای استفاده از رسانه‌ها برای اهداف سیاسی برای انتقال پیام‌ها و نگرش‌ها به بازیگران دولتی و غیردولتی جهانی برای دستیابی به اجماع بین المللی است» (Saliu, 2022: 8)، باید محتوای تولید شده مطلوب و قابل توجه برای اعضای جامعه بین الملل و مخاطبان کشورهای دیگر باشد.

مضمون دیگری که مورد توجه کارشناسان عراقی در زمینه بهبود وضعیت دیپلماسی رسانه‌ای عراق قرار گرفته است، ناظر بر اتخاذ استراتژی مطلوب رسانه‌ای توسط دولت و سیستم رسانه‌ای این کشور است (جدول ۴). این امر که بتوان با «سیاست گذاری درست و شناخت نقاط ضعف و قوت و نیز فرصت‌ها و تهدیدها، شرایط مطلوبی را برای سیاست خارجی و دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای ایجاد کرد» (Hadiansyah et al., 2017)، امری است که باید مورد توجه فعالان این حوزه در عراق قرار گیرد. در این زمینه کارشناسان عراقی معتقدند که می‌توان با ارائه دیدگاه متعادل به مخاطبان بین المللی، آموزش سواد رسانه‌ای و دیپلماسی عمومی و بکارگیری درست شبکه‌های اجتماعی در کنار تعریف استراتژی درست رسانه‌ای و سیاسی و گسترش استفاده از رسانه‌های اجتماعی، افزایش آگاهی افکار عمومی جهان در مورد تحولات عراق را فراهم کرد. ضمن اینکه باید دولت عراق تلاش

کند با راه اندازی کمپین‌های رسانه‌ای، تمرکز بر برگزاری رویدادهای مشترک با کشورهای مختلف و هماهنگی میان نهادهای رسانه‌ای و حاکمیت عراق با تاکید بر بی طرفی و متعادل بودن، زمینه‌های بهره‌گیری از منابع با اعتبار و دقت بالا را فراهم نماید. به اعتقاد این کارشناسان، برای تحقق دیپلماسی رسانه‌ای کارآمد برای عراق باید ایجاد تمرکز رسانه‌ای در حوزه محتوا، تاکید بر نقش شبکه عراقیه، بهره‌گیری از توان رسانه‌های سنتی و جدید و توسعه کمپین‌های رسانه‌ای را نیز مدنظر قرار داد. افزایش توانایی ارائه اطلاعات دقیق در مورد موقعیت‌های سیاسی، توسعه نقش رسانه‌های عراقی در موضوعات منطقه‌ای و جهانی، افزایش توان رسانه‌ها در مقابله با هرگونه تبلیغات منفی علیه عراق و استفاده از رسانه‌های عراقی برای ارائه دستاوردهای عراق در صحنه‌های منطقه‌ای و جهانی از جمله دیگر مواردی است که برای کارآمد کردن دیپلماسی رسانه‌ای عراق ضروری است. تلاش‌هایی نظیر افزایش جذب مخاطب در کشورهای مختلف، توسعه سرمایه‌گذاری دولت در بخش رسانه‌ای، تمرکز بر پیشرفت عراق در سال‌های اخیر و تمرکز بر یافتن راه‌هایی برای ارائه تصویری مثبت از عراق نیز از جمله مواردی بود که مورد تاکید کارشناسان طرف مصاحبه واقع شد.

یکی از مسائل اساسی مورد توجه در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای هماهنگی درست و دقیق میان نهاد رسانه و سیاست خارجی است (Atad et al., 2023). امری که گاهی مورد غفلت سیاست‌مداران و دیپلمات‌ها واقع می‌شود. تمرکز رسانه‌ای بر موضوعات سیاست خارجی موضوعی است که در مصاحبه‌های صورت گرفته به شدت مورد توجه واقع شده است (جدول ۴). در این راستا باید با در نظر گرفتن جو ژئوپلیتیکی منطقه، می‌توان بر ترویج گفتگوهای سازنده تاکید کرد و فراهم کردن زمینه‌های گفت‌وگو در مورد موضوعات مورد مناقشه را ایجاد کرد. این هماهنگی میان دو نهاد باید در موضوعاتی نظیر تمرکز بر اشتراکات و مزیت‌های فرهنگی، بازتاب تلاش‌های منطقه‌ای و بین‌المللی عراق در موضوعات مختلف، تلطیف نوع نگاه جامعه جهانی به سیاست خارجی عراق و ایجاد بستری برای گفت‌وگو و ارتباط مردم عراق با جهان، فراهم گردد. به اعتقاد کارشناسان عراقی، رسانه‌ها و سیاست خارجی عراق باید بر ایجاد پیوند و تفاهم میان کشورها تمرکز کرده و پوشش همه جانبه تحولات و روابط دوجانبه عراق و سایر کشورها را مورد توجه قرار دهند. تمرکز بر ترویج ایده همزیستی مسالمت‌آمیز میان کشورها، پایش وضعیت دیپلماسی رسانه‌ای عراق، ایجاد فضای تفاهم و گفتگو، تمرکز بر تاریخ مشترک ملت‌ها و تاکید بر مشارکت‌های مثبت عراق از جنبه‌های دیگر هماهنگی این دو نهاد در تولید محتوا و موضوعات مرتبط باید باشد. در این زمینه همچنین، تمرکز بر نقش عراق به عنوان شریک جامعه جهانی، برجسته کردن مزایای اقتصادی و سیاسی و تمرکز بر تلاش‌های صورت گرفته در زمینه صلح و تفاهم می‌تواند راهگشای دیپلماسی رسانه‌ای عراق باشد.

رسانه‌های عراق می‌توانند با هماهنگی دستگاه سیاست خارجی، بر گفتگوهای دیپلماتیک و نقش مردم در تقویت روابط تمرکز کرده و بر تعهد عراق به صلح و رفاه تأکید نمایند. این امر می‌تواند زمینه همکاری و تعریف پروژه‌های رسانه‌ای میان عراق و سایر کشورها را فراهم کرده و شرایط را برای تمرکز بر نقاط مشترک عراق و سایر کشورها و تلاش رسانه‌ای برای گفت‌وگو در مورد موضوعات مورد اختلاف را مهیا نماید. کارشناسان عراق معتقدند، رسانه‌های عراق باید درصدد انتشار اخبار در مورد تلاش‌های مشترک برای مبارزه با تروریسم باشند و برای بهبود درک متقابل میان عراق و سایر کشورها از طریق نشان دادن روابط مستحکم بین عراق و سایر کشورها، تلاش نمایند.

جدول ۴: مضامین اولیه و سازمان‌دهنده حاصل از مصاحبه‌ها

مضامین پایه	مضامین سازمان‌دهنده
استفاده از فناوری‌های دیجیتال	
ارائه پیام واضح و مختصر	
ارائه پیام دقیق، قابل اعتماد و بیطرف	
درگیرکردن مخاطب با پیام	
تلاش برای پوشش عینی رویدادهای مختلف	
ارائه توصیف دقیق و بیطرفانه از وضعیت فعلی	
ارائه دیدگاه متعادل در مورد موضوعات بحث برانگیز و مورد مناقشه	
برجسته کردن ظرفیت‌های فرهنگی عراق	
ارائه پیام‌های متقاعدکننده	
تمرکز بر تعدد بسترهای رسانه‌ای	تولید محتوای مطلوب رسانه‌ای
روایت‌گری مطلوب	
ارائه دیدگاه واقع‌بینانه از عراق	
بهره‌گیری از توان هنر در تولید محتوا	
تمرکز بر تبادلات فرهنگی	
افزایش تنوع پیام‌های رسانه‌ای	
تمرکز بر تولید محتوای رسانه‌ای با محوریت برجسته کردن روابط تاریخی عراق و سایر کشورها	
تمرکز بر محتوایی مناسب برای ارتقای روابط مطلوب میان عراق و سایر کشورها	
تمرکز بر ارائه روایت واحد از وضعیت عراق	

مضامین پایه	مضامین سازمان دهنده
ارائه دیدگاه متعادل به مخاطبان بین المللی	
آموزش سواد رسانه‌ای و دیپلماسی عمومی	
بکارگیری درست شبکه‌های اجتماعی	
تعریف استراتژی درست رسانه‌ای و سیاسی	
گسترش استفاده از رسانه‌های اجتماعی	
افزایش آگاهی افکار عمومی جهان در مورد تحولات عراق	
تلاش برای راه‌اندازی کمپین‌های رسانه‌ای	
تمرکز بر برگزاری رویدادهای مشترک با کشورهای مختلف	
هماهنگی میان نهادهای رسانه‌ای و حاکمیت عراق	
تاکید بر بیطرفی و متعادل بودن	
بهره‌گیری از منابع با اعتبار و دقت بالا	
ایجاد تمرکز رسانه‌ای در حوزه محتوا	اتخاذ استراتژی مطلوب رسانه‌ای
تاکید بر نقش شبکه العراقیه	
بهره‌گیری از توان رسانه‌های سنتی و جدید	
توسعه کمپین‌های رسانه‌ای	
افزایش توانایی ارائه اطلاعات دقیق در مورد موقعیت‌های سیاسی	
توسعه نقش رسانه‌های عراقی در موضوعات منطقه‌ای و جهانی	
افزایش توان رسانه‌ها در مقابله با هرگونه تبلیغات منفی علیه عراق	
استفاده از رسانه‌های عراقی برای ارائه دستاوردهای عراق در صحنه‌های منطقه‌ای و جهانی	
افزایش جذب مخاطب در کشورهای مختلف	
توسعه سرمایه‌گذاری دولت در بخش رسانه‌ای	
تمرکز بر پیشرفت عراق در سال‌های اخیر	
تمرکز بر یافتن راه‌هایی برای ارائه تصویری مثبت از عراق	

مضامین پایه	مضامین سازمان دهنده
در نظر گرفتن جو ژئوپلیتیکی منطقه	
ترویج گفتگوهای سازنده	
فراهم کردن زمینه‌های گفت‌وگو در مورد موضوعات مورد مناقشه	
تمرکز بر اشتراکات و مزیت‌های فرهنگی	
بازتاب تلاش‌های منطقه‌ای و بین‌المللی عراق در موضوعات مختلف	
تلطیف نوع نگاه جامعه جهانی به سیاست خارجی عراق	
ایجاد بستری برای گفت‌وگو و ارتباط مردم عراق با جهان	
تمرکز بر ایجاد پیوند و تفاهم میان کشورها	
پوشش همه جانبه تحولات و روابط دو جانبه عراق و سایر کشورها	
تمرکز بر ترویج ایده همزیستی مسالمت‌آمیز میان کشورها	
پایش وضعیت دیپلماسی رسانه‌ای عراق	
ایجاد فضای تفاهم و گفتگو	
تمرکز بر تاریخ مشترک ملتها	تمرکز رسانه‌ای بر موضوعات سیاست خارجی
تاکید بر مشارکت‌های مثبت عراق	
تمرکز بر نقش عراق به عنوان شریک جامعه جهانی	
برجسته کردن مزایای اقتصادی و سیاسی	
تمرکز بر تلاش‌های صورت گرفته در زمینه صلح و تفاهم	
تمرکز بر گفت‌وگوهای دیپلماتیک	
تمرکز بر نقش مردم در تقویت روابط	
تاکید بر تعهد عراق به صلح و رفاه	
تمرکز بر پروژه‌های همکاری رسانه‌ای میان عراق و سایر کشورها	
تمرکز بر نقاط مشترک عراق و سایر کشورها	
تلاش رسانه‌ای برای گفت‌وگو در مورد موضوعات مورد اختلاف	
انتشار اخبار در مورد تلاش‌های مشترک برای مبارزه با تروریسم	
تلاش برای بهبود درک متقابل میان عراق و سایر کشورها	
نشان دادن روابط مستحکم بین عراق و سایر کشورها	

در نهایت از مضامین پایه حاصل شده از مصاحبه با کارشناسان عراق، سه مضمون سازمان دهنده، تولید محتوای مطلوب رسانه‌ای، اتخاذ استراتژی مطلوب رسانه‌ای و تمرکز رسانه‌ای بر موضوعات سیاست خارجی بر اساس شرحی که در قبل رفت، حاصل شد و این مضامین سازمان دهنده در قالب مضمون عام راه‌کارهای توسعه دیپلماسی رسانه‌ای عراق دسته‌بندی گردید. (جدول ۵ و نمودار ۱) به نظر می‌رسد با عنایت به لزوم هماهنگی نهاد رسانه و سیاست خارجی در عراق، بتوان با اعمال موارد گفته شده در مصاحبه های کارشناسان عراق، توسعه دیپلماسی رسانه‌ای عراق را رقم زد.

جدول ۵. مفاهیم سازمان دهنده و عام حاصل از مصاحبه‌ها

مضامین سازمان دهنده	مضامین فراگیر
تولید محتوای مطلوب رسانه‌ای	
اتخاذ استراتژی مطلوب رسانه‌ای	راهکارهای توسعه دیپلماسی رسانه‌ای عراق
تمرکز رسانه‌ای بر موضوعات سیاست خارجی	

این تحقیق در تلاش بوده تا بتواند راه‌کارهای توسعه دیپلماسی عراق را مورد بحث قرار دهد و بتواند ایده‌هایی برای توسعه این حوزه ارائه دهد. با عنایت به عدم توسعه رسانه‌ای عراق و بروز مشکلات اساسی در سیستم‌های علمی و پژوهشی این کشور، یافتن تحقیقاتی در خصوص سیستم دیپلماسی عراق و ارزیابی و شناخت آن جزء چالش‌های پیش‌روی این تحقیق بوده است. ضمن اینکه مصاحبه شونده‌گان نیز فاقد ذهنیتی عملگرا نسبت به این مقوله بوده‌اند و مثال‌های موثری از توان دیپلماسی رسانه‌ای عراق قابل‌ارایه نبود. ضعف سیستم رسانه‌ای عراق نیز چالش دیگری بود که ارزیابی‌ها و تحلیل‌های موجود در مباحث نظری دیپلماسی رسانه‌ای با آن مواجه بودند چرا که امکان تطبیق برخی از مولفه‌های موجود فراهم نبود.

ارتباطات برای سیاست خارجی است. این موضوع در مورد کشوری عراق که از حدود دو دهه گذشته روند جدید را آغاز کرده و در صدد است نقش تاثیرگذار خود در جهان عرب، منطقه و حتی جهان، ایفا کند، امری لازم و ضروری است. این مساله نه به عنوان یک ایده آل بلکه ضرورتی اجتناب ناپذیر برای عراق تلقی می شود چرا که بدون بهره‌گیری از توان رسانه‌ها، زبان گویایی در عرصه سیاست خارجی نخواهد داشت. اهتمام کشور قطر در راه اندازی شبکه الجزیره به عنوان نمونه‌ای عملی از تاثیر بکارگیری رسانه قدرتمند در عرصه سیاست خارجی است. حضور قدرتمند الجزیره در جریان جنگ دوم خلیج فارس در سال ۲۰۰۳، تحولات بهار عربی، سوریه و طوفان الاقصی، افزایش برد دیپلماتیک قطر در منطقه و تحولات را در پی داشته است. این تجربه نیاز اصلی تمامی کشورهای منطقه و از جمله عراق است تا از این طریق بتوانند پیام خود را به گوش جهان رسانده و منافع ملی خود را تامین کنند. در شرایط فعلی، حضور عراق در عرصه بین‌الملل و منطقه به عنوان یکی از مولفه‌های اصلی سیاست خارجی عراق تعریف شده و دولت در صدد است بتواند جایگاه خود در عرصه بین‌الملل را تقویت کند. ایجاد همراهی در میان افکار عمومی جهانی و منطقه‌ای در شرایطی که خود عراق با مشکلات اساسی در عرصه داخلی به ویژه حوزه امنیتی مواجه است، لازمه خروج عراق از بحران‌هایی است که بعضاً از سوی برخی کشورهای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای به عراق تحمیل شده و با اختلاف نظرهای عمیق گروه‌های سیاسی داخلی عراق به اوج خود رسیده است. عدم استقرار دولتی قدرتمند و مسلط در عراق، زمینه دخالت‌های فراوان از سوی کشورهای مختلف را فراهم آورده و سبب شده است دولت عراق نه تنها در عرصه بین‌الملل، بلکه در عرصه داخلی نیز با چالش‌های اساسی مواجه شود. این ضعف سبب شده است، عراق نتواند جایگاه و نقش شایسته خود را در عرصه دیپلماسی ایفا نماید. عدم توانایی در بهره‌گیری از توان رسانه‌ها برای بیان نقطه نظرات و دیدگاه‌های این کشور در عرصه جهانی سبب شده است، این کشور نه تنها نتواند به حقوق حقه خود در عرصه جهانی و منطقه‌ای دست یابد، بلکه در حل و فصل برخی امورات داخلی و منطقه‌ای مرتبط نیز دچار مشکل شود. نمونه این مساله را می‌توان در تحرکات ترکیه در شمال عراق و حمله به مواضع گروه‌های کردی و استفاده رژیم صهیونیستی از حریم هوایی در اختیار آمریکا در این کشور برای حمله به خاک ایران اشاره کرد. دیپلماسی رسانه‌ای قدرتمند همانگونه که در این تحقیق مورد اشاره قرار گرفته،

می‌تواند صدای عراق را به گوش جهانیان رسانده و گامی در جهت تحقق اهداف حاکمیت ملی عراق و ارتباطات موثر در عرصه جهانی، به شمار آید.

تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

References

- Ahmed, Abdihakim M. (2020). *The Role of Media in Iraq's Conflicts*, Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, DOI: 10.31576/smryj.482
- Al- Kaisy (2019). *A Fragmented Landscape Barriers to Independent Media in Iraq*, LSE Middle East Centre Report
- Al-Jezairy, Zuhair (2006). *The Iraqi Press: The Heritage of the Past and the Challenges of the Future*, Denmark: International Media Support.
- Al-Marashi, Ibrahim (2007). *The Dynamics of Iraq's Media: Ethno-Sectarian Violence, Political Islam, Public Advocacy, and Globalization*, Central European University
- Archetti, Cristina (2010). *Media Impact on Diplomatic Practice: An Evolutionary Model of Change*, University of Stanford: American Political Science Association (APSA) Annual Convention Washington, DC.
- Atad, Erga; Lev-On, Azi; Yavetz, Gal (2023). *Diplomacy under fire: Engagement with governmental versus non-governmental messages on social media during armed conflicts*, Government Information Quarterly, Vol 40 (3).
- Awad, A., & Eaton, T. (2013). *The media of Iraq ten years on: The problems, the progress, the prospects*. BBC Media Action.
- Berridge, G. R (2015). *Diplomacy; Theory and Practice*, Palgrave Macmillan publication
- Cohen, R. (1997). *Negotiating across cultures*. Washington, DC: U.S. Institute of Peace Press.
- Cohen, Y. (1986). *Media diplomacy*, London: Frank Cass
- Curran, James (2002). *Media and Power*, London: Routledge.
- Davison, P. (1976). *Mass communication and diplomacy*, J. Rosenau, K. Thompson, & G. Boyd (Eds.), World politics New York: Free Press, 388-403.

DoI: 10.1177/1069031X19897893.

DOI: 10.24193/OJMNE.2022.39.01

doi:10.1109/iac.2017.8280636

Faeq, Rawand (2023). *Exploring Disinformation in Fragile States: Iraq as a Case Study of Influence of International Political Actors*, Policy Brief, No. 160, Toda Peace Institute.

Gilboa, Eytan (2000). *Mass Communication and Diplomacy: A Theoretical Framework*, Communication Theory, Vol. 10 (3), 275-309.

Gilboa, Eytan (2001). *Diplomacy in the media age: Three models of uses and effects*, Diplomacy and Statecraft, 12(2): 1-28.

Gilboa, Eytan (2002). *Global Communication and Foreign Policy*, Journal of Communication, Volume 52, Issue 4, 731-748.

Gilboa, Eytan (2006). *Media and international conflict*, The SAGE Handbook of Conflict Communication: Integrating Theory, Research, and Practice, Sage Publications, 595-626.

Hadiansyah, H.; Purwandari, B.; Satria, R.; Yudhoatmojo, S. B. (2017). *Social media strategies for public diplomacy: A case study in the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Indonesia*, Second International Conference on Informatics and Computing (ICIC).

Haqparast, Saeed; Valipour Atiq, Tohid; Nasiri Hamed, Reza (2023). *Barriers and Challenges Affecting the Political Underdevelopment of Post-Saddam Iraq*. Fundamental and Applied Studies of the Islamic World, 5(3), 25-48. doi: 10.22034/FASIW.2023.399359.1266

http://www.soutuna.com/wpcontent/uploads/2017/04/bbc_media_action_media_iraq_ten_years_on.pdf

<https://doi.org/10.1016/j.giq.2023.101835>

- Jafari Nia, Saeed; Kheirandish, Mehdi; Hassanpour, Akbar; Seidaei, Seyed Rasoul (2021). *The Ontological Model of Human Capital in the Service Industry: Application of Qualitative Approach*, Innovation Management in Defense Organizations, 4(3), 25-46. Doi: 10.22034/qjimdo.2021.295868.1432
- Joffe H. (2012). *Thematic analysis. Qualitative Research Methods in Mental Health and Psychotherapy*, Volume 1, Chichester and Malden, MA: John Wiley & Sons, Ltd; 210-23
- Larson, J. (1986). *Television and U.S. foreign policy: The case of the Iran hostage crisis*, Journal of Communication, 36(4), 108-130.
- Lochmiller, Chad R. (2021). *Conducting Thematic Analysis with Qualitative Data*, The Qualitative Report, 26(6), 2029-2044.
- Modjtahedi, G. and Szpunar, P. M. (2022) "Soft News in Soft War: Maximum Pressure, Voice of America, and Outrage Media in Iran, The International Communication Gazette, pp. 1-20, doi: 10.1177/17480485221088395.
- Mohammadpour, Ahmad (2010). *Quality Assessment in Qualitative Research: Principles and Strategies for Validation and Generalizability*, Journal of Social Sciences, 17(48), 73-107. Doi: 10.22054/qjss.2010.874
- Neumann, Iver B. (2001). *Grab a Phaser, Ambassado: Diplomacy in Star Trek*, Millennium Journal of International Studies, Vol. 30 (3).
- Nye, Joseph S. Jr, (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politic*, New York: Public Affairs.
- Orfanou, Vassilia (2014). *The Media's Early Warning Effect on Peacekeeping Operations*, PhD Thesis, Geneve School of Diplomacy.
- Peres, R; Talwar, S; Alter, L; Elhanan, M., and Friedmann, Y. (2020). *Narrowband Influencers and Global Icons: Universality and Media Compatibility in the Communication Patterns of Political Leaders Worldwide*, Journal of International Marketing, 28(1), 48- 65.

- Pourrashidi, Hatef; Alipoor Javd; Samadi Mehran; Soleimani Neda (2023). *British media policy: Regulations, management, strategies and approaches*, Journal of Applied Journalism & Media Studies, Vol. 12 (3), 311 – 332.
- Ramazan Ahmad, A. (2021). *The role of media in peacebuilding in Iraq after ISIS*, Journal of Liberty and International Affairs, 7(3), 218-228. <https://doi.org/10.47305/JLIA2137218a>.
- Saliu, Hasan (2022). *Rethinking Media Diplomacy and Public Diplomacy Towards a New Concept: Digital Media Diplomacy*, Online Journal Modelling the News Europe, No 39
- Samuel-Azran, Tal (2013). *Al-Jazeera, Qatar, and New Tactics in State-Sponsored Media Diplomacy*, American Behavioral Scientist, 57(9), 1293–1311.
- Sardarnia, Khalilollah; Qahtan Adnan Abdulhussein, Shubr; Jamil, Qureshi (2024). *An Analysis of the Challenges and Limitations of Cultural Diplomacy between Iran and Iraq from 2003 to 2024*. Fundamental and Applied Studies of the Islamic World, 6(3), 139-164. doi: 10.22034/fasiw.2024.463833.1357
- Spassov, Orlin; Lozanov, Georgi (2011). *MEDIA AND POLITICS*, Sofia: Foundation Media Democracy and Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Williams, Paul (2004). *Who's making UK foreign policy?* International Affairs (5): 909-929.