

تدوین راهبردهای مطلوب مدیریت پوشش خبری بحران هسته‌ای

برای سیمای ج.ا.ا.

(با توجه به سناریوی استمرار تحریم‌ها)

نویسنده: احمد امین فرد^۱

چکیده

مسئله اصلی این تحقیق دستیابی به مطلوب‌ترین راهبردهای مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای برای سیمای جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بُعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران می‌باشد. با توجه به ارزیابی محیط داخلی و خارجی، سناریوی استمرار تحریم‌ها از بین سه سناریوی محتمل (جنگ، مصالحه و استمرار تحریم‌ها) برای این تحقیق برگزیده شد. این راهبردها به سیمای ج.ا.ا. این امکان را می‌دهد که با توجه به نظریه قدرت هوشمند، از بحرانی شدن مسئله هسته‌ای در آینده، تا حد امکان جلوگیری کرده و به افزایش قدرت جمهوری اسلامی ایران کمک نماید. این تحقیق با استفاده از روش دلفی، طی سه مرحله و با بهره‌گیری از الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک دیوید انجام شد. به همین منظور برای دستیابی به اهداف تحقیق از نظرات خبرگان در این حوزه (مدیران ارشد سازمان صدا و سیما و وزارت امور خارجه، اساتید و نخبگان رشته‌های علوم سیاسی و روابط بین‌الملل و علوم ارتباطات و مدیریت رسانه) کمک گرفته شد. بر این اساس ابتدا مأموریت سیمای ج.ا.ا. و چشم‌انداز آن در این موضوع مشخص شد. در ادامه با ارزیابی عوامل درونی و بیرونی سیمای ج.ا.ا. اهداف بلند مدت سیمای ج.ا.ا. در نهایت راهبردهای مطلوب سیمای شناسایی و اولویت‌بندی شدند. نتیجه این تحقیق نشان داد نقاط قوت سیمای ج.ا.ا. از نقاط ضعف سیمای ج.ا.ا. در این موضوع بیشتر است و تهدیدهای سیمای ج.ا.ا. نیز از فرصت‌های سیمای ج.ا.ا. بیشتر می‌باشد بنابراین راهبردهای رقابتی مناسب‌ترین راهبردها برای سیمای ج.ا.ا. جهت مدیریت پوشش خبری بحران هسته‌ای تشخیص داده شدند. در انتها راهبردهای رقابتی تدوین شده برای سیمای اولویت‌بندی شدند.

کلید واژه‌ها: راهبرد، مدیریت پوشش خبری بحران، بحران انرژی هسته‌ای، قدرت

هوشمند، سیمای جمهوری اسلامی ایران.

۱. کارشناس ارشد مدیریت رسانه از دانشگاه صدا و سیما Email: aaaminfard@gmail.com

مقدمه

دولت‌ها به منظور بقا و ادامه حیات سیاسی و حضور فعال در عرصه روابط بین‌الملل در قرن ۲۱ ناگزیر به استفاده حداکثری از ظرفیت رسانه‌های خود می‌باشند. به عبارت روشن‌تر رسانه‌ها می‌توانند با عبور از مرزهای جغرافیایی و تاثیر بر نگرش انسان‌ها، رفتار سیاسی آن‌ها را مطابق با میل و نظر صاحبان رسانه تغییر دهند و در کمتر از چند ثانیه علائم و اشارات سیاسی و پیام‌های دیپلماتیک را به اقصی نقاط دنیا ارسال کنند. همچنین رسانه‌ها می‌توانند دولت‌ها را وارد جنگ کنند یا یک کشور را از مداخله نظامی در کشور دیگر بر حذر دارند و بحران‌های سیاسی را مدیریت کنند. با توجه به اینکه در عصر انفجار اطلاعات و ارتباطات به سر می‌بریم و در جامعه جهانی امروز روابط پیچیده قدرت، حاکمیت دولت‌ها را هر چه بیشتر کمرنگ کرده است نظریه قدرت هوشمند مطرح شده است.

از دید نظریه پردازان، قدرت هوشمند در قرن ۲۱؛ «روایت قدرت هوشمند، در مورد پیشینه ساختن قدرت یا حفظ سلطه نیست. این روایت در مورد یافتن راه‌هایی است برای ترکیب منابع و تبدیل آن‌ها به راهبرد موفقیت‌آمیز در زمینه‌ی توزیع قدرت و ظهور دیگران» (نای^۱، ۱۳۹۰، ص ۳۱۰). کشور ما نیز نیازمند ساز و کار «قدرت هوشمند»، متناسب با سند چشم‌انداز خود است.

بر طبق سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران، در حوزه‌ی سیاست خارجی و روابط بین‌الملل، بایستی شاخص‌های الهام‌بخش بودن و موثر بودن جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام و تعامل سازنده و موثر در جهان محقق گردد. (کمیسیون چشم‌انداز و نخبگان مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۱۳۸۹)

از آنجا که در یک نگرش کلان، حصول به چنین موقعیتی، پیشاپیش مستلزم مطالعه و شناخت چالش‌های تاثیرگذار بر فرایند تبدیل ایران به قطب اقتصاد سیاسی و فرهنگی جهان اسلام و منطقه خاورمیانه است بر این اساس، مهمترین مسائل پیش روی جمهوری اسلامی ایران را می‌توان در شش محور عمده زیر توضیح داد:

۱ - مساله توسعه ایران در چهارچوب الگوی توسعه ایرانی اسلامی

۲ - مساله نحوه تعامل ایران با محیط بیرونی (به‌ویژه در زمینه انرژی هسته‌ای)

^۱. Nye

۳ - مساله بیداری اسلامی و خاورمیانه جدید در حال نصح

۴ - مساله ساختار جدید موازنه قدرت در خاورمیانه

۵ - مساله فشارهای اقتصاد سیاسی بین الملل در قالب تحریم های اقتصادی و تجاری

۶ - مساله رقابتهای جهانی قدرتهای بزرگ به ویژه در خاورمیانه (بازی بزرگ

ژئوپلیتیک)

بر این اساس و در چهارچوب اهداف و سند چشم انداز، رسانه ملی نیز باید به تدوین راهبردهای کارآمد و موثری در عرصه های شش گانه مزبور و به ویژه در عرصه سیاست هسته ای جمهوری اسلامی ایران اقدام کند. در اینجا نکته ای اساسی آن است که کارایی و اثربخشی رسانه ملی در تمهید و تسهیل زمینه های حصول جمهوری اسلامی ایران به اهداف سند چشم انداز و مدیریت مسائل شش گانه فوق از جهتی در گروی میزان قدرت رسانه ای خود و به عبارت بهتر، قدرت هوشمند رسانه ملی است.

اساساً در چهارچوب تفکر استراتژیک اندیشمندان حوزه قدرت هوشمند در غرب (به ویژه جوزف نای) حصول به چنین قدرتی (هوشمند) متفاوت از روش و نظریه قدرت هوشمند جمهوری اسلامی ایران است. به عبارت دیگر، نوعی تفاوت میان مبنای منابع، اهداف و غایت قدرت هوشمند در اندیشه های راهبردی غرب و جمهوری اسلامی وجود دارد. این تفاوت را می توان اینگونه نشان داد؛

۱ - از دیدگاه جوزف نای؛

الف) کشورهای دارای قدرت نرم [در کنار قدرت سخت، در واقع قدرت هوشمند] خواهند بود که بر فرهنگ و اندیشه های مسلط می شوند که به هنجارهای غالب جهانی نزدیکترند. (امروزه این هنجارها بر لیبرالیسم، تکثرگرایی و استقلال حکومت تکیه دارند).

ب) کشورهای که بیشترین دسترسی را به راه های متعدد ارتباطاتی دارند و به همین علت بر شیوه چهارچوب بندی مسائل [در عرصه سیاست جهانی] تاثیر بیشتری می گذارند.

ج) کشورهای که اعتبارشان با عملکرد داخلی و بین المللی شان، افزایش می یابد. این ابعاد قدرت در عصر اطلاعات کنونی، از افزایش اهمیت قدرت هوشمند در مقایسه با مجموعه منابع قدرت حکایت دارد و مزیتی عمده برای ایالات متحده به حساب می آید «

(نای، ۱۳۸۷، ص ۱۵۵).

۲- اما در روش و نظریه قدرت جمهوری اسلامی ایران؛

جمهوری اسلامی ایران، قدرت خود را در تضاد با فرهنگ و اندیشه‌ی مسلط در جهان و در راستای قاعده‌نهی سبیل پایه‌ریزی کرده است. با وجود این باید توجه داشت که غرب در کلیت خود (آمریکا و اروپا) در چهارچوب تحریم‌های اعمال‌شده، در صدد محدود نمودن دسترسی جمهوری اسلامی ایران به ابزارهای متعدد ارتباطاتی است. در نتیجه به دلیل محدود بودن ابزارهای ارتباطی جمهوری اسلامی ایران در عرصه تبلیغات بین‌المللی، مهمترین و اصلی‌ترین مکانیزم تاثیرگذاری جمهوری اسلامی ایران، بهبود و تدقیق راهبردهای خود برای بهره‌برداری حداکثری از حداقل امکانات خود بویژه در حوزه رسانه‌ای است. لذا رسانه ملی ایران باید اعتبار خود را با عملکرد داخلی و بین‌المللی منظم‌تر و علمی‌تر افزایش دهد و تحقق این امر مستلزم تدوین راهبردهای کارا و موثر در عرصه‌های مختلف و بخصوص در زمینه مدیریت فشارهای جهانی مختلفی است که علیه جمهوری اسلامی اعمال شده و در جهت تشدید بحران در ایران است.

طرح مسأله

در چند سال اخیر، آمریکا و دول غربی، استفاده صلح‌آمیز از انرژی هسته‌ای ایران را بهانه قرار داده و سعی می‌کنند که از این موضوع سوءاستفاده کرده و از طرف نظام بین‌الملل، بحران سیاسی و چالشی عمیق بر نظام جمهوری اسلامی ایران تحمیل کنند. بی‌تردید رسانه‌ی ملی می‌بایست در شرایط بحران‌های جامعه و خصوصا بحران‌های سیاسی‌ای مانند مسأله انرژی هسته‌ای، که از سوی نظام بین‌الملل کشور ما را درگیر چالش‌هایی کرده، نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد و با توجه به سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران با هوشمندی، نه تنها چالش‌های ناشی از این فشارهای چندوجهی (روانی، سیاسی، اقتصادی و ...) را مدیریت نماید بلکه شرایط مزبور را به فرصتی برای نشان دادن حقانیت ایران در داخل و نیز نظام بین‌الملل تبدیل نماید.

سیمای ج.ا.ا کارآمدترین ابزار رسانه‌ای برای مدیریت پوشش خبری بحران هسته‌ای (در مرحله پیش از بحران):

در مرحله پیش از بحران، کارکرد آموزشی و فرهنگ‌سازی رسانه‌ها بیشتر حائز اهمیت است. رسانه‌ها به واسطه برخورداری از کارکرد نظارت بر محیط و همچنین تفسیر (دومینیک، ۱۹۹۸) می‌توانند بحران‌های بالقوه و در حال شکل‌گیری را در محیط ملی شناسایی و به مسولان و کارگزاران گوشزد کنند. (روشندل اربطانی، ۱۳۸۷)، با توجه به این مطلب که؛ «بر ما اثبات گردیده است که تلویزیون می‌تواند حس همدردی و همدلی را در مخاطبان خود برانگیزد، فرایندی که می‌تواند نتایج مهم سیاسی در بر داشته باشد» (دالگرن، ۱۳۸۹، ص ۱۱۶) در این مرحله بهترین نقش را تلویزیون بتواند بر عهده بگیرد زیرا تلویزیون با تکیه بر تصویر قدرت آموزشی و تأثیرگذاری بالایی دارد.

بنابراین با توجه به نقش بی‌بدیل سیمای ج.ا.ا در رسانه‌ی ملی، می‌توان سیمای (تلویزیون) را کارآمدترین ابزار رسانه ملی در تحقق اهداف خود، به ویژه اهداف سیاسی به‌شمار آورد. این تحقیق می‌کوشد، راهبردهای مطلوبی جهت مدیریت هوشمند چالش‌های ناشی از تحریم‌های اقتصادی و روانی اروپا و آمریکا در حوزه مسائل هسته‌ای در مرحله‌ی پیش از بحران برای سیمای ج.ا.ا ارائه دهد.

- سناریوهای میان مدت و بلند مدت چالش هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران:

قبل از ورود به عنوان و مسأله اصلی تحقیق، با بررسی و تحلیل اولیه از طریق مصاحبه با کارشناسان و نخبگان روابط بین‌الملل و وزارت امور خارجه و واقعیت موجود فضای بین‌الملل برای مثال نکته فرید ذکر یا «در رابطه با دیپلماسی اوباما در قبال مناقشه هسته‌ای ایران، به رغم شعارهایی که وی در طول مبارزه انتخاباتی خود در سال ۲۰۰۸ در مورد تعامل با ایران با بوش به راه انداخت، برخی‌ها معتقدند بین رویکرد وی و دولت سابق آمریکا در برخورد با مسأله هسته‌ای ایران، تا کنون تفاوت چندانی وجود نداشته و سیاست هر دوی آن‌ها در رابطه با برنامه هسته‌ای ایران، اجبار این کشور به برچیدن تأسیسات هسته‌ای خود بوده است» (Zakaria, Oct 27, 2011)، بطور اکتشافی، سه سناریوی محتمل در مورد چالش هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران به دست آمد.

۳ سناریوی محتمل در مورد چالش هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران به شرح زیر می‌باشند؛

۱ - نزاع نظامی؛

۲ ° استمرار تحریم‌ها (تداوم وضع موجود):

الف) استمرار تحریم‌ها.

ب) تشدید تحریم‌ها.

ج) استمرار تحریم‌ها و اضافه کردن مسأله حقوق بشر به تحریم‌ها.

د) تشدید تحریم‌ها و اضافه کردن مسأله حقوق بشر به تحریم‌ها.

۳ - مصالحه با غرب:

الف) برد-برد: ایران و غرب هر دو برنده این چالش باشند.

ب) باخت-برد: ایران بازنده و غرب برنده این چالش باشد.

ج) باخت-باخت: ایران و غرب هر دو بازنده این چالش باشند.

د) برد-باخت: ایران برنده و غرب بازنده این چالش باشد.

با توجه به اینکه برای تصمیم‌گیری کارا و اثربخش در بُعد راهبردی و کلان و تدوین راهبردهای کارا و اثربخش، نیاز به یک نگاه جامع و آینده‌پژوهانه مبتنی بر واقعیت موجود و انتخاب محتمل‌ترین سناریو در بین سناریوهای محتمل دیگر، در باب هر مسأله داریم. ما در این تحقیق جهت تدوین راهبردهای کارا و اثربخش مدیریت پوشش خبری بحران هسته‌ای، با توجه به واقعیت موجود نیاز به انتخاب یک سناریو از بین سناریوهای محتمل داریم. به این ترتیب، با توجه به نتایج مصاحبه با کارشناسان و اسناد بالادستی؛ بر اساس واقعیت موجود، «دو نکته در باب تحلیل چرایی مخالفت آمریکا با رویکرد اسرائیل و اقدام نظامی را بیان می‌کنیم؛

۱) اقدام نظامی در این مقطع جایگاه چندانی ندارد و موضوع هسته‌ای ایران از طریق سیاست گفتگو و تحریم، با کمترین هزینه قابل حل است.

۲) آمریکا نسبت به تبعات سنگین و ناخواسته اقدام نظامی علیه ایران چه به صورت یک‌جانبه یا به صورت مشترک نگران است و معتقد است که به دلیل برخی موانع، این اقدام ناکام خواهد ماند.» (فضیلت، ۱۳۹۲)

بنابراین سناریوی اول نامحتمل به نظر می‌رسد و با توجه به رویکرد خصمانه غرب و سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران سناریوی سوم نیز دور از انتظار به نظر می‌رسد، از این رو در تحقیق حاضر سناریوی دوم یعنی سناریوی استمرار تحریم‌ها را به عنوان سناریوی محتمل انتخاب می‌کنیم.

تعریف مفاهیم

بحران:

بحران‌ها موقعیت‌هایی هستند که مستلزم پاسخ‌دهی آنی و اختصاص منابع فوق‌العاده‌اند. در این مواقع هدف‌های برتر نهاد تصمیم‌گیرنده به خطر افتاده، زمان لازم برای پاسخ‌دهی و اجرای تصمیم‌های گرفته شده به شدت محدود می‌گردد. وقوع چنین موقعیتی به سردرگمی و غافلگیری اعضای نهاد تصمیم‌گیرنده نیز منتهی می‌شود (هرمان^۱، ۱۹۶۳).

تدوین راهبرد رسانه:

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

گام اول: مرحله‌ی ورودی نامیده می‌شود، در این مرحله عوامل خارجی و داخلی سازمان رسانه‌ای مورد بررسی و ارزیابی دقیق قرار می‌گیرند و اطلاعات اصلی مورد نیاز برای تدوین راهبردهای سازمان رسانه‌ای مشخص می‌گردند.

در گام دوم: مرحله‌ی مقایسه نامیده می‌شود، در این مرحله به انواع راهبردهای امکان‌پذیر توجه می‌شود و به همین منظور بین عوامل خارجی و داخلی سازمان رسانه‌ای نوعی توازن و تعادل برقرار می‌گردد.

و در نهایت در گام سوم: که آن را مرحله‌ی تصمیم‌گیری می‌نامند، از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک (راهبردی) کمی استفاده می‌شود. در ماتریس مزبور از اطلاعات ارائه شده

^۱. Hermann

در مرحله‌ی اول استفاده می‌شود تا بتوان انواع راهبردهای قابل اجرا را که در مرحله‌ی دوم شناسایی شده‌اند، به شیوه‌ای عینی و بدون اعمال نظر شخصی مورد ارزیابی و قضاوت قرار داد و راهبردهای متناسب با هدفهای بلند مدت سازمان رسانه‌ای تعیین می‌گردند (دیوید^۱، ۱۳۹۰، ص ۲۴).

مساله انرژی هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران:

شورای امنیت در ژوئیه ۲۰۰۶ قطعنامه ۱۶۹۶ را تصویب کرد که خواستار تعلیق غنی‌سازی اورانیوم در ایران بود. شورای امنیت در دسامبر همان سال قطعنامه ۱۷۳۷ را تصویب کرد که بیشتر فعالیت‌های تجاری، مالی، صنایع موشکی و هسته‌ای ایران را براساس بند ۴۱ فصل هفتم منشور ملل متحد، هدف قرار داده بود. این قطعنامه نخستین سند بین‌المللی حقوقی بود که فعالیت‌های هسته‌ای ایران را به‌عنوان تهدیدی علیه صلح و ثبات منطقه‌ای معرفی می‌کند. تهران با تأکید بر بند ۴ معاهده ان‌پی‌تی این اتهامات را غیر مستند می‌خواند و خواستار رفتار غیر تبعیضی با فعالیت‌های اتمی این کشور بود. گروه ۱+۵ در راستای ادامه فشار بر توقف برنامه اتمی ایران، قطعنامه‌های ۱۷۴۷، ۱۸۰۳ و ۱۸۳۵ را نیز تصویب کردند؛ بر اساس این قطعنامه‌ها محدودیت‌های مالی بر شرکت‌ها و افراد وابسته به سپاه پاسداران و سازمان انرژی اتمی افزایش یافته بود. (گلشن‌پژوه، ۱۳۸۶، صص ۷۴-۱۱)

مدیریت پوشش خبری بحران:

خبر به عنوان مهمترین محصول سیاسی رسانه‌ی ملی، از لحاظ موضوعی، گستره‌ی عظیمی از موضوعات را در برمی‌گیرد. شورای مدیران کل، عالی‌ترین شورا در حوزه‌ی سیاستگذاری و تصمیم‌گیری خبر، در واقع در مدیریت پوشش خبری در سیما است؛ با توجه به اینکه زمانی که بحرانی در جامعه روی می‌دهد، باعث می‌شود که اخبار با موضوعات سیاسی آمیخته گردد و حساسیت پوشش خبری تا حد بسیار زیادی افزایش یابد؛ زیرا حوزه-ی سیاسی باید با سرعت وارد عرصه شود و بحران را به گونه‌ای پوشش خبری دهد که به کاهش آثار منفی آن کمک کند. (نصرالهی، ۱۳۸۹، ص ۱۲۰)

^۱. David

راهبردهای رسانه‌ای مدیریت در بحران:

الف) رسانه‌ها بر اساس اوضاع حاکم بر بحران و محیط پیرامونی آن و نیز بر اساس رسالت و خط مشی خود، یکی از دو راهبرد کلی زیر را در خصوص بحران‌ها در پیش می‌گیرند؛

راهبردهای دوگانه: ۱ - موافقت با بحران و ۲ - مخالفت با بحران

ب) بر اساس نگرش مثبت و یا منفی مدیران نسبت به بحران راهبردهای چهارگانه زیر را به کار می‌برند:

۱ - انفعالی^۱، ۲ - واکنشی^۲، ۳ - فعال^۳ و ۴ - فوق فعال^۴. (نصرالهی، ۱۳۸۹، ص ۲۶۰)

نظریه‌های مربوط به موضوع تحقیق

۱ - نظریه ماریچ مثبت و منفی رسانه‌ای :

از آنجایی که در وضعیت بحرانی تفسیر رسانه‌ها از رویدادها بر نگرش‌های مردم تاثیر دارد، مساله و یا سوال اساسی پیرامون شرایطی مطرح می‌شود که به ماریچ منفی ارتباطات معروف است و آن این است که آیا در چنین وضعیتی وحشت برآمده از رسانه، شرایط بحرانی را گسترش نمی‌دهد. و آیا این وضعیت در فرایندهای رسانه‌ای که در واقع می‌توانند مسیر را برای ثبات اجتماعی - سیاسی هموار کنند، خللی ایجاد نمی‌کند؟ به عبارت دیگر اگر رسانه‌ها چنین اثری بر عامه داشته باشند، در کدام شرایط این ماریچ ارتباطی بحران را شدت می‌بخشد و در کدام شرایط در استقرار و یا تقویت ثبات نقش ایفا می‌کند." (ترزیس^۵، ۱۳۸۴، ص ۲۰۷).

"لازمه درک بهتر نقش رسانه در دوران بحران این است که آن را تجلی و نمودی از شرایط کلی سیاسی - اجتماعی بدانیم، به عبارت دیگر جنبه‌های سیاسی، اقتصادی،

۱. Inactive

۲. Reactive

۳. Active

۴. Proactive

۵. Terzis

فرهنگی-اجتماعی محیط رسانه ای یعنی " تعیین کننده‌های اساسی ژورنالیسم " را کشف کرده و مورد تحلیل قرار دهیم." (ترزیس، ۱۳۸۴، ص ۲۰۷)

۲ - نظریه تاثیر سی. ان. ان:

مهمترین نقش های رسانه برخاسته از پوشش خبری بحرانهایی است که تلویزیون‌های بین المللی به آن پرداخته‌اند و به شرح زیر است :

الف (نقش کنترل کننده، ب) نقش محدود کننده، ج) نقش مداخله گر، د) نقش ابزاری (Gilboa, 2002, 193-211).

۳ - رسانه به عنوان عامل فشار (در سیاست خارجی) : سیاست بی وقفه

هر چند این مدعا که ارتباطات جهانی در حال تبدیل شدن به عاملی کنترل کننده در تدوین سیاست‌های مرتبط با منازعات بین المللی است، توسط شواهد کافی پشتیبانی نمی-شود، اما مطمئنا بر بسیاری از ابعاد مهم سیاست خارجی و دیپلماسی تاثیرگذار است. به این ترتیب، ارتباطات جهانی می تواند بیشتر به عنوان عامل فشار عمل کند. فشار بدین معناست که در حقیقت، پوشش خبری جهانی می تواند فرآیند سیاست گذاری را که در اصل وظیفه بروکراسی حرفه‌ای است منقطع کند و از آن جا رهبران می توانند به چپش مجدد اولویت‌ها اقدام کنند. رهبران احساس نمی کنند که به پیروی از سیاست خاصی مجبور شده‌اند که توسط رسانه‌ها تقاضا شده، یا از طریق پوشش خبری به آن اشاره شده است. اصولا ارتباطات جهانی، از طریق سرعت بالای انتشار و انتقال اطلاعات، بر فرآیند سیاست اعمال فشار می کند.

سرعت پیام‌های دیپلماتیک در قرن بیست و یکم، از هفته‌ها به دقیقه‌ها تغییر کرده است. سرعت افزون تر مبادلات دیپلماتیک در تلویزیون‌های جهانی، وضعیت عمدتاً دشواری را برای همه‌ی بازیگران دخیل در سیاست خارجی مانند رهبران سیاسی، کارشناسان، دیپلمات‌ها و روزنامه‌نگاران، فراهم کرده است (گیلبوا، ۱۳۸۸).

۴ - ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط ضعف، نقاط قوت (SWOT)^۱

آنالیز SWOT (سوات) یکی از ابزارهای استراتژیک تطابق نقاط قوت و ضعف درون سازمانی با فرصت‌ها و تهدیدهای برون‌سازمانی است.

سوات از ابتدای کلمات قوت^۱، ضعف^۲، فرصت^۳ و تهدید^۴ گرفته شدن است. آنالیز سوات تحلیلی سیستماتیک برای شناسایی این عوامل و تدوین راهبرد که بهترین تطابق بین آنها را ایجاد می‌نماید، ارائه می‌دهد. از دیدگاه این مدل یک استراتژی مناسب قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدات در چهار حالت کلی SO و WO و ST و WT پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آنها انتخاب می‌شوند. ماتریس آنالیز سوات در شکل زیر به تصویر کشیده شده است. (دیوید، ۱۳۹۰، ص ۳۶۴)

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

چارچوب نظری تحقیق

در این تحقیق از نظریه‌های اصلی زیر استفاده می‌کنیم:

۱ - نظریه قدرت هوشمند:

از دید نظریه پرداز مشهور آمریکایی جوزف نای، قدرت هوشمند در قرن ۲۱ چنین بیان شده است: «روایت قدرت هوشمند، در مورد پیشینه ساختن قدرت یا حفظ سلطه نیست. این روایت در مورد یافتن راه‌هایی است برای ترکیب منابع و تبدیل آن‌ها به راهبرد موفقیت‌آمیز»

۱. Strength

۲. Weakness

۳. Opportunity

۴. Threat

در زمینه‌ی توزیع قدرت و ظهور دیگران» (نای، ۱۳۹۰، ص ۳۱۰). در واقع قدرت هوشمند ترکیب هوشمندانه منابع قدرت اعم از قدرت نرم و سخت می‌باشد (نای، ۱۳۹۲، ص ۵۹).

۲ - مدل پروانه‌ای نقش رسانه‌ها در مدیریت مرحله پیش از بحران :

وقوع انواع بحران‌ها در جوامع امروزی و لطمات و آسیب‌های فراوان آن‌ها باعث شده در چند دهه‌ی اخیر مدل‌های گوناگونی در حوزه‌ی مدیریت بحران ارائه گردد، اما معمولاً مرحله‌ی پیش از بحران در این مدل‌ها مغفول واقع می‌شود. «مدل پروانه‌ای نقش رسانه‌ها در مدیریت مرحله پیش از بحران» به منظور بررسی نقش رسانه‌های جمعی به عنوان قدرتمندترین ابزار مدیریت افکار عمومی در مدیریت مرحله‌ی پیش از بحران طراحی شده است. بر اساس این مدل، رسانه‌ها در مدیریت مرحله‌ی پیش از بحران پنج کارکرد اصلی رصد و پایش محیط، آموزش، هدایت افکار عمومی، اطلاع‌رسانی و ایجاد همبستگی عمومی دارند. این مدل نشان می‌دهد، رسانه‌ها می‌توانند در مدیریت مرحله‌ی پیش از بحران نقش به‌سزایی داشته باشند

روش انجام این تحقیق

روش تحقیق این پژوهش، کیفی می‌باشد و از روش دلفی در این پژوهش استفاده شده است. این تحقیق از طریق مصاحبه اولیه و پرسشنامه‌ی نیمه ساخت یافته صورت گرفته است که با طی مراحل سه‌گانه؛ در مرحله اول مصاحبه بر اساس پرسشنامه‌ی نیمه ساخت یافته و سوالات به صورت باز صورت گرفته و در مرحله اول سوالات به صورت باز تهیه شده و در اختیار کارشناسان این حوزه قرار داده شده است، پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها، با بررسی تایید و تکرار موارد عنوان شده توسط کارشناسان مأموریت و چشم‌انداز و مهمترین نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه ملی در مدیریت پوشش خبری بحران هسته‌ای تعیین گردیده است. با توجه به اینکه داده‌های بدست آمده از پرسشنامه مرحله اول بسیار زیاد و نامنسجم بوده، جهت تهیه پرسشنامه مرحله دوم داده‌ها نیاز به طبقه‌بندی داشتند بنابراین از مدل پروانه‌ای نقش رسانه‌ها در مدیریت پیش از بحران در این مرحله استفاده گردیده تا

پرسشنامه مرحله دوم تهیه گردد. پرسشنامه مرحله دوم جهت تعیین مهمترین مأموریت و چشم‌انداز و مهمترین نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدات از طریق اختصاص رتبه و ضریب، در اختیار گروه دلفی قرار داده شد. پس از جمع‌آوری پرسشنامه مرحله دوم و محاسبه امتیازات حاصل از رتبه و ضریب تعیین شده برای هر یک از موارد، میانگین امتیاز برای هر یک از نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها بدست آمده و متعاقباً راهبردهای مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای در سیمای جمهوری (با تأکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بُعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تأکید بر سناریوی تداوم تحریم‌ها) با استفاده از ماتریس تجزیه و تحلیل SWOT بدست آمده است.

در پرسشنامه مرحله سوم از نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها بدست آمده از پرسشنامه مرحله اول و راهبردهای بدست آمده از پرسشنامه مرحله دوم استفاده شده تا اولویت هر یک از راهبردها بدست آید. بدین منظور پرسشنامه مرحله سوم تنظیم شد و به منظور اختصاص نمره جذابیت به هر یک از نقاط قوت و ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها از طریق محاسبه میانگین نمرات اختصاص داده شده به هر یک از آن‌ها بدست آمد و با توجه به ضرایب به دست آمده در مرحله دوم، نمره جذابیت نهایی هر یک از موارد مورد نظر بدست آمد که با محاسبه جمع نمرات جذابیت نهایی برای هر یک از راهبردها، اولویت راهبردهای بدست آمده برای مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای در سیمای جمهوری اسلامی ایران مشخص گردید. (اعرابی، ۱۳۸۵، ص ۵۶)

نتایج تحقیق

نتایج حاصل از این تحقیق به شرح زیر ارائه می‌گردد:

- **مأموریت مطلوب** برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای (با تأکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بُعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تأکید بر سناریوی تداوم تحریم‌ها) عبارت است از:

«با توجه به سیاست‌های اعلام شده از طرف مقام معظم رهبری (مدظله العالی) و روش شورای عالی امنیت ملی، برنامه‌های آگاه‌سازی، اطلاع‌رسانی برای مخاطبان خارجی و بیان

مطالب ارشادی در زمینه مسأله هسته‌ای انجام گردد و نیز تحلیل چرایی مقاومت غرب در برابر پیوستن ایران اسلامی به کشورهای دارای فن‌آوری هسته‌ای تبیین گردد».

- **بیانیه مأموریت** برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای به شرح زیر تعیین گردید:

«با توجه به سیاست‌های اعلام شده از طرف مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه العالی) و روش شورای عالی امنیت ملی، برنامه‌های آگاه‌سازی، اطلاع‌رسانی برای مخاطبان داخلی و خارجی و بیان مطالب ارشادی در زمینه مسأله هسته‌ای انجام گردد و نیز تحلیل چرایی مقاومت غرب در برابر پیوستن ایران اسلامی به کشورهای دارای فن‌آوری هسته‌ای تبیین گردد. بدین ترتیب سیمای مرزی جمهوری اسلامی ایران با اطلاع‌رسانی صحیح، شفاف و کامل درباره مذاکرات هسته‌ای و آگاهی‌رسانی مستمر درباره علت لزوم دسترسی کشور به انرژی هسته‌ای با دعوت از متخصصان و دانشمندان رشته‌های مختلف و بهره‌گیری وسیع‌تر از کارشناسان خبره جهت اقناع مخاطبان خارجی به افزایش اعتماد عمومی به ج.ا.ا کمک نماید».

- **چشم‌انداز مطلوب** برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای عبارت است از:

« حرکت کردن در راستای چشم‌انداز ۱۴۰۴ که در آن بر روی برنامه‌های هسته‌ای صلح آمیز ایران اسلامی تأکید شده است و نیز ایفای نقش اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی به مخاطبان خارجی در خصوص موضوع هسته‌ای و انتقال متقابل پیام‌ها بطور شفاف ».

- **مهمترین نقاط قوت** برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای عبارتند است از:

- ۱- تأکید بر مواضع ولی‌امر مسلمین در فعالیت‌های هسته‌ای و گفت‌وگو صلح‌آمیز بودن فعالیت‌های هسته‌ای و حرمت ساخت بمب هسته‌ای در جمهوری اسلامی ایران.
- ۲- ایجاد پیوند مفهومی میان تلاش‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران با گفت‌وگو انقلاب اسلامی و دال‌های اصلی و فرعی آن.
- ۳- همراستایی با سیاست‌های کلان نظام در باب مسأله هسته‌ای.
- ۴- داشتن تعداد قابل توجه شبکه تلویزیونی.

- ۵- دارا بودن منابع انسانی دلسوز، متعهد و با تجربه در سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- **مهمترین نقاط ضعف** برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای عبارتند است از:
- ۱- عدم اطلاع‌رسانی شفاف و به موقع در مورد پیامدهای ناشی از مقاومت در حوزه هسته‌ای نظیر تحریم‌ها و فشارها.
 - ۲- تأخیر در اطلاع‌رسانی و عقب ماندن از رسانه‌های خارجی در مواقع بحران.
 - ۳- مقطعی و نوسانی بودن برنامه‌های تبیینی و تبلیغی، عدم تداوم منطقی در باب مسأله هسته‌ای.
 - ۴- سیما نتوانسته است نشان دهد که کشورمان تا کون تخلفی از مقررات NPT نداشته است.
 - ۵- عدم پیوستگی در جریان‌سازی تبلیغاتی و رسانه‌ای در مورد حق هسته‌ای و انفعالی عمل کردن در استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای.
- **مهمترین فرصت‌ها** برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای عبارتند است از:
- ۱- وجود دانشمندان و سیاستمدارانی در سطح دنیا که از حقوق هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران دفاع می‌کنند همانند کنت والتز، ریچارد فالک و میرشامیر.
 - ۲- دسترسی مسولان سیمای برون‌مرزی به مقامات ارشد و تصمیم‌گیرندگان پرونده هسته‌ای.
 - ۳- بر سر کار بودن دولتی قوی و با مواضع روشن در زمینه هسته‌ای در جمهوری اسلامی ایران.
 - ۴- ریاست دوره‌ای ج.ا.ا. در جنبش عدم تعهد (NAM) و جلب حمایت حکومتی و رسانه‌ای کشورهای عضو از حق استفاده صلح‌آمیز از انرژی هسته‌ای.
 - ۵- استفاده از ائتلاف آمریکا و اسرائیل و نیز اتحادیه اروپا در باب مسأله هسته‌ای ایران.
- **مهمترین تهدیدها** برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای عبارتند است از:
- ۱- تشدید بحران سوریه و تاثیر آن بر روند بحران‌سازی و تنش‌آفرینی رسانه‌ای غرب به رهبری آمریکا در باب مسأله هسته‌ای ج.ا.ا.
 - ۲- سیاسی عمل کردن نهادهای بین‌المللی و گزینشی عمل کردن آن در مقابل جمهوری اسلامی ایران همچون سازمان ملل متحد، آژانس بین‌المللی انرژی هسته‌ای.

۳ - مسأله افول سرمایه اجتماعی رسانه‌ی ملی در جامعه و بی‌اعتمادی مردم به رسانه‌ی ملی در جامعه در باب مسأله هسته‌ای.

۴ - از دست دادن محوریت و مرجعیت جریان‌سازی و اطلاع‌رسانی در مورد موضوع هسته‌ای و واگذاری میدان به رقبا و دشمنان.

۵ - عدم امکان سیگنال‌رسانی جهانی و قطع ارتباطات رسانه‌ای (ماهواره، اینترنت) به دلایل واہی.

- **اهداف مطلوب** برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای عبارتند است از:

۱ ° اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی مخاطبان خارجی در باب بیانات رهبر معظم انقلاب مثل « ما تا این لحظه هیچ تعهد بین‌المللی را نقض نکرده‌ایم؛ هیچ تفاهم‌نامه و موافقت‌نامه دوجانبه یا چندجانبه‌ای را نقض نکرده‌ایم؛ ما خیلی منطقی و آرام با مدارا پیش رفته‌ایم؛ اما از اول هم گفته‌ایم، حالا هم تکرار می‌کنیم از یک سو تحمل زورگویی و باج‌گیری از ملت ایران را از هیچ کس قبول نمی‌کنیم.» ۸۴/۵/۲۸

۲ - رسیدن به شرایطی از تفوق رسانه‌ای است که فشار رسانه‌ای و عملیات روانی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران به شکل صحیح مدیریت و خنثی و لاجرم از روی اجبار متوقف گردد.

۳ - جمهوری اسلامی ایران به‌جای قرار گرفتن در موضع تدافعی در حوزه فن‌آوری‌های نو، به شرایط تهاجمی در عملیات روانی-رسانه‌ای ارتقاء یافته، دست برتر را در دفاع از حقوق انسانی - علمی - صنعتی و اقتصادی خود پیدا کند.

۴ - شناساندن چهره واقعی ایران اسلامی و دستاوردهای انقلاب به ویژه دستیابی به انرژی صلح‌آمیز هسته‌ای و در نتیجه این اقدام، مشروعیت سیاست‌های نظام به حداکثر رسیده، افکار عمومی بین‌المللی به نفع جمهوری اسلامی ایران خواهد بود.

۵ - جلب افکار عمومی جامعه بین‌الملل و کشورهای منطقه از طریق رسانه‌های ملی و کشورهای دوست مبنی بر حقانیت جمهوری اسلامی در دستیابی به انرژی صلح‌آمیز هسته‌ای.

- چهار دسته راهبرد حاصل از ماتریس تجزیه و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته-

ای (با تأکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تأکید بر سناریوی استمرار تحریم‌ها) عبارتند از:

الف) راهبردهای تهاجمی عبارتند از:

۱ - تبیین مواضع ولی‌امر مسلمین در فعالیت‌های هسته‌ای و گفت‌وگوهای صلح‌آمیز بودن فعالیت‌های هسته‌ای و حرمت ساخت بمب هسته‌ای در جمهوری اسلامی ایران با برنامه‌سازی، مستندسازی و تهیه گزارش و استفاده از دانشمندان و سیاستمدارانی در سطح دنیا که از حقوق هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران دفاع می‌کنند همانند کنت والتز، ریچارد فالک و میرشامیر و تأکید بر نظر این دانشمندان در باب ایران هسته‌ای و مهار اسرائیل.

۲ - ایجاد پیوند مفهومی میان تلاش‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران با گفت‌وگوهای انقلاب اسلامی و دال‌های اصلی و فرعی آن با استفاده از منویات مقام معظم رهبری و حمایت ایشان از طریق برنامه‌سازی و مستندسازی و گزارش‌های خبری.

ب) راهبردهای رقابتی عبارتند از:

۱ - رصد هوشمندانه بازیگران بحران‌ساز در منطقه به رهبری آمریکا و تشریح وقایع سوریه و افشاگری بحران‌سازی و تنش‌آفرینی رسانه‌های غرب بر اساس ادعاهای کذب به رهبری آمریکا و در مرحله بعد اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی در باب مواضع منطقی و اصولی رهبر معظم انقلاب در مورد گفت‌وگوهای صلح‌آمیز بودن فعالیت‌های هسته‌ای و حرمت ساخت بمب هسته‌ای در جمهوری اسلامی ایران و عضویت ایران در (NPT) از طریق برنامه‌سازی، مستندسازی و گزارش‌های خبری از طریق شبکه‌های سیمای برون‌مرزی و فضای مجازی.

۲ - ایجاد پیوند مفهومی میان تلاش‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران با گفت‌وگوهای انقلاب اسلامی و دال‌های اصلی و فرعی آن در برنامه‌های سیمای برون‌مرزی در جهت افزایش اعتماد مخاطبان خارجی به جمهوری اسلامی ایران در باب مسأله هسته‌ای.

۳ - افشاگری پشت پرده‌ی تبلیغات رسانه‌های معاند غربی به رهبری آمریکا، در باب مسأله هسته‌ای که به شبهه‌افکنی در باب برنامه صلح‌آمیز هسته‌ای ایران پرداخته و مدام ایران را به تلاش برای دستیابی به بمب هسته‌ای متهم می‌کنند و نشان دادن چهره واقعی این رسانه‌ها برای مخاطبان خارجی.

ج) راهبردهای محافظه کارانه عبارتند از:

۱ - اطلاع‌رسانی شفاف و به موقع در مورد پیامدهای ناشی از مقاومت در حوزه هسته‌ای نظیر تحریم‌ها و فشارها و دست‌آوردهای غیر قابل انکار جمهوری اسلامی ایران در منطقه و تبیین این موضوع با استفاده از دانشمندان و سیاستمدارانی در سطح دنیا که از حقوق هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران دفاع می‌کنند همانند کنت والتز، ریچارد فالک و میرشامیر و مهار اسرائیل.

۲ ° سیمای برون‌مرزی باید با استفاده از مزیت رسانه‌ای نزدیک بودن به منبع اصلی اطلاع‌رسانی (یک طرف دعوا ایران است) به برنامه‌سازی پیوسته تبیینی و تبلیغی در باب مسأله هسته‌ای پرداخته، و در این میان به یک تداوم منطقی در امر برنامه‌سازی در باب مسأله هسته‌ای رسیده و با تنظیم کنداکتور سیال بین شبکه‌ای برای زنده نگه‌داشتن این موضوع برای مخاطبان خارجی، در شبکه‌های برون‌مرزی برای افکار عمومی بین‌المللی این پیوستگی و تداوم را قوام بخشد.

د) راهبردهای تدافعی عبارتند از:

۱ - اطلاع‌رسانی شفاف و به موقع و افشاگری ادعاهای کذب روند بحران‌سازی و تنش - آفرینی رسانه‌ای غرب به رهبری آمریکا در باب مسأله هسته‌ای ج.ا.ا با استفاده از بحران - سازی سوریه و اثبات اینکه آمریکا تنها به امنیت اسرائیل و منافع خود می‌اندیشد نه به صلح و امنیت در دیگر کشورهای جهان، و در مرحله بعد پیامدها و دستاوردهای ناشی از مقاومت در حوزه هسته‌ای نظیر تحریم‌ها و فشارها را در این پیچ تاریخی حساس برای مخاطبان خارجی تبیین نماید.

۲ ° سیمای برون‌مرزی باید از طریق برنامه‌سازی و مستندسازی و گزارش خبری در باب افشاگری در باب سیاسی عمل کردن نهادهای بین‌المللی و گزینشی عمل کردن آن در مقابل جمهوری اسلامی ایران همچون سازمان ملل متحد، آژانس بین‌المللی انرژی هسته‌ای به یک تداوم منطقی در امر برنامه‌سازی در باب مسأله هسته‌ای برسد. همچنین با تنظیم کنداکتور

سیال بین شبکه‌ای برای زنده نگه داشتن این موضوع، در شبکه‌های برون مرزی برای افکار عمومی بین‌المللی این پیوستگی و تداوم را قوام بخشد.

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

۴ امتیاز	محافظة کارانه	تهاجمی
۲/۵ عوامل خارجی	تدافعی	($x=2/6956$ و $y=2/231$)
۱ (y)		*رقابتی

۴ ۲/۵ ۱
 امتیاز عوامل داخلی (X)

- **اولویت بندی راهبردهای رقابتی** برای سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت پوشش خبری بحران انرژی هسته‌ای (با تأکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بُعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تأکید بر سناریوی تداوم تحریم‌ها) بر اساس میزان جذابیت آن‌ها از طریق ماتریس QSPM با توجه به پاسخ‌های گروه دلفی که در جدول زیر آمده، بدین ترتیب می‌باشد:

اولویت‌ها	راهبردها	جمع مجموع نمره جذابیت
اولویت اول	راهبرد دوم	۴/۵۷۸
اولویت دوم	راهبرد سوم	۴/۳۴۴

۴/۳۲۷	راهبرد اول	اولویت سوم
-------	------------	------------

اولویت اول: رصد هوشمندانه بازیگران بحران‌ساز در منطقه به رهبری آمریکا و تشریح وقایع سوریه و افشاگری بحران‌سازی و تنش‌آفرینی رسانه‌ای غرب بر اساس ادعاهای کذب به رهبری آمریکا و در مرحله بعد اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی در باب مواضع منطقی و اصولی رهبر معظم انقلاب در مورد گفتمان صلح‌آمیز بودن فعالیت‌های هسته‌ای و حرمت ساخت بمب هسته‌ای در جمهوری اسلامی ایران و عضویت ایران در (NPT) از طریق برنامه‌سازی، مستندسازی و گزارش‌های خبری از طریق شبکه‌های سیمای برون‌مرزی و فضای مجازی.

اولویت دوم: ایجاد پیوند مفهومی میان تلاش‌های هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران با گفتمان انقلاب اسلامی و دال‌های اصلی و فرعی آن در برنامه‌های سیمای برون‌مرزی در جهت افزایش اعتماد مخاطبان خارجی به جمهوری اسلامی ایران در باب مسأله هسته‌ای. اولویت سوم: افشاگری پشت پرده‌ی تبلیغات رسانه‌های معاند غربی به رهبری آمریکا، در باب مسأله هسته‌ای که به شبهه‌افکنی در باب برنامه صلح‌آمیز هسته‌ای ایران پرداخته و مدام ایران را به تلاش برای دستیابی به بمب هسته‌ای متهم می‌کنند و نشان دادن چهره واقعی این رسانه‌ها برای مخاطبان خارجی.

فهرست منابع:

- اعرابی، سید محمد (۱۳۸۵)، دستنامه برنامه‌ریزی استراتژیک، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- احراری، ابراهیم (۱۳۸۴)، راهبردهای رسانه‌ای برای پیشگیری از بحران، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال ۱۲، شماره ۴۲ و ۴۳.
- ترزیس، جرج (۱۳۸۴)، نقش رسانه‌ها در دوران بحران، (عباس محمدی شکیب، مترجم)، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال ۱۲، شماره ۴۲ و ۴۳.
- دالگرن، پیتر (۱۳۸۹)، تلویزیون و گستره عمومی، جامعه مدنی و رسانه‌های گروهی، (مهدی شفقتی)، تهران: سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما ج.ا.ا.
- دیوید، فرد آر. (۱۳۹۰)، مدیریت استراتژیک، چاپ بیست و یکم، (علی پارسائیان و سید محمد اعرابی مترجم)، تهران: دفتر پژوهشهای فرهنگی.
- روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۸۷)، نقش مدیریت رسانه در تحول بحران از تهدید به فرصت، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۵۵، سال پانزدهم.
- فضیلت، احمد (۱۳۹۲)، «مطالعه تطبیقی رویکردهای آمریکا و اسرائیل در قبال موضوع هسته‌ای ایران (۲۰۰۸-۲۰۱۲)»، پایان‌نامه دوره کارشناسی ارشد، تهران: دانشکده روابط بین‌الملل وزارت امور خارجه.
- کمیسیون چشم‌انداز و امور نخبگان (۱۳۸۹)، شاخص‌های پایش و ارزیابی سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام کمیسیون چشم‌انداز و نخبگان.
- گلشن پژوه، محمودرضا (۱۳۸۶)، پرونده هسته‌ای ایران روندها و نظرها، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران.
- گیلیوا، ایتان (۱۳۸۸)، ارتباطات جهانی و سیاست خارجی، چاپ اول، حسام الدین آشنا/ محمد صادق اسماعیلی، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- محمدی، منوچهر (۱۳۸۹)، آینده نظام بین‌الملل و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، تهران: وزارت امور خارجه.

- نای، جوزف اس. (۱۳۹۰)، آینده‌ی قدرت، چاپ اول، (رضامراد صحرائی، مترجم)، تهران: حروفیه.
- نای، جوزف اس. (۱۳۸۷)، قدرت در عصر اطلاعات از واقع‌گرایی تا جهانی شدن، چاپ اول، (سعید میرترابی، مترجم)، تهران: پژوهشکده‌ی مطالعات راهبردی.
- نای، جوزف اس و پاپ، رابرت (۱۳۹۲)، قدرت و موازنه نرم در سیاست بین‌الملل، چاپ اول، (عسگر قهرمانپور، مترجم)، تهران: پژوهشکده‌ی مطالعات راهبردی.
- نصرالهی، اکبر (۱۳۸۹)، مدیریت پژوهش خبری بحران در رسانه‌های حرفه‌ای، چاپ اول، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

- Dominick, J.R. (1998), A Strategic Approach to Management Crisis, N.Y.:Mc Grew-Hill Publication.
- Hermann, C.F(1963), Some Consequences of Crisis, Administrative Science Quarterly.
- Zakaria, Fareed (October 27, 2011); "To deal with Irans nuclear future, go back to 2008",<http://www.newsweek.com/>