فرصت‌ها و راهبردهای حضور رسانه‌ای ایران در عرصه بین‌الملل چیست؟

دستورالعمل تصویرسازی از ایران در رسانه های بیگانه چگونه است؟

امروزه افکار عمومی در اقصی نقاط جهان به رسانه‌های گروهی وابسته است و ساختاربندی ذهنیت جهانی در گرو چگونگی اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی رسانه‌هاست تا جایی که برخلاف گذشته که ارتش‌های قدرتمند، معیار ابرقدرتی کشورها محسوب شده و یا اینکه قدرت‌ها را با آن رده‌بندی می‌کردند، امروز کسی تردید ندارد که مهم‌ترین معیار رتبه‌بندی کشورها و قدرت‌های جهانی، میزان حوزه نفوذ و تنوع فعالیت‌های رسانه‌های این کشورهاست. ابزارهای ارتباطی در قرن ۲۱ در شکل دهی به افکار عمومی و ذهنیت‌ها، تأثیر بسزایی دارند. تحولات منطقه آسیای غربی بسترهای تبلیغی بسیار عمیقی را برای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایجاد کرده‌اند. با وجود قدرت بالای رسانه‌های خارجی در باب تحولات منطقه ضرورت استفاده از این فرصت استثنایی و تاریخی توسط سپهر رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران هر چه بیشتر خودنمایی می‌کند. تا با اتخاذ سیاستی فعال، پویا، تأثیرگذار و جهت‌دار با شناخت دقیق از معادلات سیاسی به عنوان بازیگری قدرتمند در صحنه روابط بین‌الملل و منطقه خاورمیانه گام بردارد. به نظر می‌رسد دیپلماسی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران محدود به حضور شخصیت‌ها و برخی مقامات کشور است و اتکای زیادی به اشخاص دارد. به طوری که زمانی که این دست مقامات ارتباط پررنگی با رسانه‌های اجتماعی داشته باشند، دیپلماسی دیجیتال نیز پررنگ است و زمانی که آنها ارتباطشان کمتر باشد، این نوع دیپلماسی نیز کمرنگ خواهد بود. بنابراین به نظر می‌رسد که باید برای تقویت دیپلماسی دیجیتال به عنوان یکی از پروژه‌های اصلی وزارت خارجه تدابیری اندیشیده شود. در این یادداشت راهبردهای مطلوب برای نظام جمهوری اسلامی ایران جهت ارتقای دیپلماسی دیجیتال مورد توجه قرار گرفته تا به حضور مؤثر رسانه‌ای ایران در سپهر رسانه‌ای جهان و عرصه سیاست جهانی کمک کرده و به ارتقای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران به عنوان یک بعد مهم قدرت هوشمند ایران اسلامی کمک کند.

■ **ظرفیت‌ها و فرصت‌ها**

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته ارائه راهبردهای ارتقای دیپلماسی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران نیازمند شناخت عمیق و موشکافانه به مقوله کارکردهای رسانه‌ها در ارتباطات بین‌المللی در جهان امروز است. همچنین اشراف به نقاط قوت و ضعف در این حوزه می‌تواند تأثیر قابل توجهی در سیاستگذاری برای آینده داشته باشد. بر این اساس می‌توان مهم‌ترین نقاط قوت دیپلماسی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران را به صورت ذیل توضیح داد؛ روی کار آمدن دولت سیزدهم و اتخاذ رویکردی نو به مسائل منطقه بر مبنای اشتراکات فرهنگی یکی از نقاط قوتی است که می‌تواند عرصه را برای توسعه دیپلماسی دیجیتال فراهم کند. ایران همچنین عملکرد مطلوبی در افشاکردن کاریکاتوریسم تبلیغاتی رسانه‌های غربی- امریکایی در باب تصویرسازی نادرست از ایران داشته است. تولید برنامه‌ها و محصولات رسانه‌ای وحدت گستر و امن کننده منطقه و جهان در رسانه‌های دیجیتال جمهوری اسلامی با فشرده کردن و شتاب بخشی فرایندهای اجتماعی ملی و منطقه‌ای و جهانی متناسب با منافع ملی ایران در راستای دیپلماسی دیجیتال نقطه مثبت دیگری در این باره است. برای تقویت این نقاط مثبت باید فرصت‌هایی نیز خلق شود تا برمبنای آنها دیپلماسی دیجیتال توسعه پیدا کند.

یکی از این فرصت‌ها تدوین راهبرد مشخص و اتخاذ سیاستی کلان برای اولویت بخشی به دیپلماسی دیجیتال است. نکته دیگر آن است که در حال حاضر متولی سازمان دهی رسانه‌های دیجیتال برای حضور در عرصه دیپلماسی دیجیتال معین نیست و در نتیجه حدود این امر و مأموریت رسانه‌های دیجیتال در سپهر رسانه‌ای کشور هم دارای ابهام است. این موضوع خود باعث شده تا دیپلماسی دیجیتالی هم که در حال حاضر وجود دارد، چندان منسجم نباشد. بنابراین در عرصه دیپلماسی دیجیتال، نیاز به هدایت، تمرکز و فراگیری احساس می‌شود. نکته دیگر آن است که خود رسانه‌های دیجیتال کشور نیز باید در عرصه مسائل خارجی از دید استراتژیک برخوردار باشند؛ موضوعی که در حال حاضر چندان مشاهده نمی‌شود و به نظر می‌رسد این رسانه‌ها هنوز در سطح تکنیک و تاکتیک مانده‌اند. به نظر می‌رسد تقویت ارتباط دستگاه دیپلماسی کشور و معاونت رسانه مجازی رسانه ملی در زمینه دیپلماسی دیجیتال می‌تواند گام مؤثری در این زمینه محسوب شود. در کنار این فرصت‌ها که عمدتاً ناظر به فضای داخلی کشور هستند، فرصت‌هایی نیز وجود دارد که ناظر به خارج از کشور است. از جمله این فرصت‌ها می‌توان به افزایش سرمایه اجتماعی ملی و جهانی ایران اسلامی، وجود سابقه غنی تمدنی و هویتی ایرانی - اسلامی به عنوان بستر مناسب هویتی جهانی برای دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی، وجود اختلافات میان رقبای سیاسی خارجی همانند اختلافات میان اتحادیه اروپا و امریکا، وجود دولت‌های موازنه گر در عرصه بین‌الملل، انفعال امریکا و انگلیس پسابرگزیت و ناکارآمدی‌های دولت بایدن اشاره کرد.

■ **نقاط حساس و تهدیدها**

مهم‌ترین تهدیدهایی که در ارتباط با عرصه دیپلماسی دیجیتال برای ایران وجود دارد و لازم است که مورد توجه و مطالعه قرار گیرند عبارتند از:

- فرارسانه‌نگری رسانه‌های پیشرفته و پیچیده غربی بویژه امریکایی و غرق کردن هستی مخاطبان در معناسازی ایده‌ها و روایت غربی بویژه امریکایی از واقعیات جهان امروزه و در نتیجه غرق شدن برخی از مخاطبان ملی، منطقه‌ای، جهانی در صور گوناگون از هستی رسانه‌ای شده رسانه‌های غربی بویژه امریکایی.
- مخدوش کردن تصویر و روایت ایران و نظام جمهوری اسلامی و اهداف کلان نظام توسط تولید هدفمند برخی از محصولات فرهنگی رسانه‌ای تولیدشده غربی بویژه امریکایی و عربی-عبری در فضای بیناذهنیتی جهانی با استفاده از تمامی ابزارها و ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، واقعیت افزوده و واقعیت آمیخته.
- شکل‌گیری ذهنیت بدبینی و نفرت نسبت به اسلام و مسلمانان در فضای بیناذهنیتی ملت‌های کشورهای غربی و برخی از ملت‌های کشورهای مسیحی جهان اعم از آفریقایی و امریکای لاتین و همچنین کشورهای بودایی.
- وجود استراتژی‌های روشن و مدون در جبهه دشمن برای تخریب چهره مسلمانان، اسلام هراسی و جمهوری اسلامی ایران از طریق تولید و پخش آثار فرهنگی رسانه‌ای دیجیتال با استفاده از تمامی ابزارها و ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، واقعیت افزوده و واقعیت آمیخته در سپهر رسانه‌ای رسانه‌های غربی بویژه امریکایی.
- اهتمام مدیران فرهنگی رسانه‌ای و تولیدکنندگان محصولات فرهنگی-رسانه‌ای دیجیتال غربی در به کارگیری مشاوران روانشناس و جامعه شناس در تولید آثار فرهنگی-رسانه‌ای متناسب با سن و ذائقه مخاطب و جذب مخاطبان ایرانی و جهانی با استفاده از تمامی ابزارها و ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، واقعیت افزوده و واقعیت آمیخته.

■ **چشم‌انداز مطلوب**

استفاده از قدرت نرم در کنار قدرت سخت (تحقق قدرت هوشمند جمهوری اسلامی ایران) از جمله مهم‌ترین مأموریت‌های مطلوب دیپلماسی دیجیتال برای جمهوری اسلامی ایران است؛ این مهم در گام اول با گسترش و بهره‌برداری از آستانه جنگ واقعی (مرز آشوب)؛ تقویت حد آستانه و حد ناامنی منطقه‌ای با کشورهای ناهنجار جهان و رقبای منطقه‌ای و نیز رقبای منطقه‌ای متحد با غرب و امریکا محقق می‌شود. در گام دوم و نهایی با برندسازی ملی و مدیریت تصویر ایران در فضای بیناذهنیتی جهان تکمیل می‌شود؛ این امر با توجه به اثربخشی پیام ارسالی رسانه‌های دیجیتال ایران با استفاده از سناریوی فرامسلط در گفتمان رسانه‌ای متناسب با نظام معنا بخشی زبانی و فرهنگی (مانند چهارچوب‌ها، کنایه، استعاره و فضاهای ذهنی و آمیزه) مخاطبان ملی، منطقه‌ای و جهانی تحقق می‌یابد. همچنین اهداف مطلوب دیپلماسی رسانه‌ای ایران را می‌توان شامل هدف‌های ذیل دانست:

- گفت‌وگو و دیالوگ با دولت‌ها و ملت‌های جهان با استفاده از تمامی ابزارها و ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، واقعیت افزوده و واقعیت آمیخته و ظرفیت‌های رسانه‌ای دیجیتال جمهوری اسلامی ایران؛ این امر برای یافتن معنای نوین و تصویری جدید از ایران برای دولت‌ها و ملت‌های دیگر جهان انجام می‌شود؛
- تبادل معنا و فهم مشترک با ملت‌های دیگر در راستای در هم شکستن پارازیت معنایی ارائه تصویری مخدوش در فضای بینا ذهنیتی محلی، ملی و جهانی ساخته و پرداخته شده رسانه‌های غربی بویژه امریکایی درباره ایران؛
- گفت‌وگوی ملت ایران با ملت‌های جهان با استفاده از بستر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی با گفت‌وگوی جماعت‌های شبکه‌ای شده در فضای شبکه‌های اجتماعی جهان؛
- تحقق ارتباط سازنده میان فرهنگ‌های مختلف جهانی با تمدن و فرهنگ ایرانی اسلامی از طریق مفهوم‌سازی و نهادسازی مفهومی تمدن و فرهنگ ایرانی-اسلامی در بستر فضای مجازی و دیجیتال؛
- در هم شکستن افسانه‌سازی روایت رسانه‌های غربی در تصویرسازی مخدوش از ایران به عنوان کشوری جنگ طلب در جهان قرن ۲۱ و بی‌ثبات و ناامن کننده منطقه آسیای غربی در بستر فضای مجازی و دیجیتال؛
- پیروزی بر دیپلماسی دیجیتال رسانه‌های غربی بویژه امریکایی در جنگ روایت‌ها و به تبع آن ایده‌ها و روایت رسانه‌های دیجیتال جمهوری اسلامی جایگزین روایت و ایده‌های رسانه‌های دیجیتال غربی در فضای بیناذهنیتی و افکار عمومی ملی، منطقه‌ای و جهانی شود. با تحقق این امر برندسازی ملی و مدیریت تصویر ایران در فضای بیناذهنیتی جهان محقق شود.

> روی کار آمدن دولت سیزدهم و اتخاذ رویکردی نو به مسائل منطقه بر مبنای اشتراکات فرهنگی یکی از نقاط قوتی است که می تواند عرصه را برای توسعه دیپلماسی دیجیتال فراهم کند. ایران همچنین عملکرد مطلوبی در افشاکردن کاریکاتوریسم تبلیغاتی رسانه های غربی- امریکایی در باب تصویرسازی نادرست از ایران داشته است

■ **راهبردهای پیشنهادی**

با توجه به موقعیت ایران، می‌توان راهبردهای مناسب برای دیپلماسی دیجیتال جمهوری اسلامی ایران را پیشنهاد داد:

- سرمایه‌گذاری در حوزه انتشار و توزیع بین‌المللی و جهانی نشریه‌ها و روزنامه‌های الکترونیک عمیق و تفسیری در فضای دیجیتال برای برندسازی ملی و مدیریت تصویر ایران در فضای بیناذهنیتی جهان.
- بهره‌گیری از گسترش شبکه‌های رسانه‌ای خصوصی در فضای مجازی با حمایت کارشناسان نخبه رسانه‌ای برای حضور کارا و اثربخش در فضای جنبش‌های اجتماعی معاصر جهانی در دوران پسابرجام، این امر به عنوان ترکیبی از فضای جریان‌ها و فضای مکان‌های جهانی اجرا می‌شود.
- حضور کارا و اثربخش مقامات ایران در فضای جنبش‌های اجتماعی معاصر جهانی در راستای مدیریت تصویر ایران در فضای مجازی و سپهر رسانه‌ای دیجیتال.

چگونه همه‌گیری کرونا وزارت‌های امور خارجه را با مسائل جدیدی مواجه کرد؟

بازیگران جدید عرصه دیپلماسی

تدوین: سمیه خلیلی

تقریباً دو سال از زمانی که همه‌گیری کرونا برای اولین بار دیپلماسی را مجبور به حرکت آنلاین کرد، می‌گذرد. از ابتدای مارس ۲۰۲۰، درهای وزارت امور خارجه و مؤسسات چندجانبه بسته شد، سفارتخانه‌ها به دورکاری دعوت شدند و دیپلمات‌ها در معرض انزوای اجتماعی و قرنطینه قرار گرفتند. با وجود ناگهانی بودن این اتفاق، به نظر می‌رسد که این فرآیند در گذشته به طرز شگفت انگیزی نتایج خوبی را به ثبت رسانده است. «دیپلماسی آنلاین» در حال حاضر به گسترش معمول دیپلماسی رو در رو بسیار کمک کرده است که برای تشکیل جلسات سطح بالا بین رهبران جهان، برای سازماندهی جلسات مجمع عمومی سازمان ملل، یا برای ترتیب دادن تعاملات دوجانبه در وزارت امور خارجه استفاده شده و می‌شود. دیپلماسی ترکیبی با تکیه بر دیپلماسی دیجیتال در نگاهی کلی به معنای حل گره‌های سیاست خارجی با کمک گرفتن از توانمندی‌های فضای مجازی است و می‌تواند با دقت در وجوه‌های مختلف آن اهمیت فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال را در عرصه دیپلماسی به‌خوبی آشکار کند؛ خوشبختانه در این بحث ایران به‌ویژه وزارت خارجه کشورمان توانسته عملکرد قابل قبولی داشته باشد و به‌ویژه در زمان محدودیت‌های مربوط به شیوع کرونا در جهان بیش از پیش خود را نمایان سازد. تا جایی که می‌توان گفت وزرا، سیاستمداران و چهره‌های بین‌المللی در ایران کارنامه عملکرد قابل قبولی در بهره بردن از رسانه‌های مجازی را به خود اختصاص داده‌اند. در این باره دیدگاه‌های کورنلیو بیولا، رئیس گروه پژوهشی دیپلماسی دیجیتال دانشگاه آکسفورد قابل توجه است. او در مقاله خود به تأثیر همه‌گیری کرونا بر دیپلماسی ترکیبی برای ورود به مرحله‌ای جدید پرداخته و ورود بازیگران جدید به عرصه دیپلماسی را مورد بررسی قرار داده است. او به استفاده دیپلمات‌ها از پلتفرم‌های مجازی در دوران همه‌گیری ویروس کووید۱۹ پرداخته و پیامدهای آن برای پیشبرد دیپلماسی پرداخته و استدلال می‌کند که دیپلماسی در شرف ورود به مرحله جدیدی است که می‌توان آن را «دیپلماسی ترکیبی» نامید. در دیپلماسی ترکیبی تعاملات فیزیکی و مجازی، یکدیگر را ادغام، تکمیل و توانمند می‌کنند. با ردیابی تکامل دو موج قبلی تحول دیجیتال دیپلماسی (رسانه‌های اجتماعی و ارتباطات استراتژیک) و بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌های بین الگوهای گذشته سازگاری دیجیتال و موج کنونی، می‌توان احتمال داد همان‌طور که دولت‌ها و عموم مردم نتوانستند جدی بودن همه‌گیری را در مراحل اولیه آن پیش‌بینی کنند، دیپلمات‌ها نیز تا حد زیادی از ورود ناگهانی آن و انتقال ناگهانی به رسانه مجازی غافلگیر شده‌اند. در این نوشتار برخی از دیدگاه‌های او در این باره آورده شده است.

■ **چالش اقتدار نهادهای دیپلماتیک**

در یک دهه گذشته ما شاهد استفاده روزافزون دیپلمات‌ها از فناوری‌های دیجیتال در فرآیندی بوده‌ایم که اغلب از آن به‌عنوان «دیپلماسی دیجیتال» یاد می‌شود. از سال ۲۰۰۸، سرویس‌های دیپلماتیک با ایجاد سفارتخانه‌های مجازی، ایجاد کانال‌های رسانه‌های اجتماعی برای تعامل با رابطان و همکاران خارجی، راه‌اندازی برنامه‌های کاربردی گوشی‌های هوشمند، ایجاد گروه‌های کاری دیجیتال جدید، جمع‌آوری واحدهای کلان داده، اصلاح روش‌های ارتباطی در سازمان‌های چندجانبه و نوشتن الگوریتم‌های خود، آزمایش کرده‌اند. شواهد نشان می‌دهد که دیپلماسی دیجیتال تا چه اندازه در کار وزارت امور خارجه تثبیت شده است، در استفاده معمول دیپلمات‌ها از رسانه‌های اجتماعی، وب‌سایت‌ها و برنامه‌های کاربردی گوشی‌های هوشمند برای اظهارنظر و شکل‌دهی برداشت‌های عمومی و مدیریت بهره‌مند می‌شدند. بسیاری از صاحب نظران استدلال می‌کنند که فناوری‌های دیجیتال حتی دیپلماسی را «دموکراتیزه» می‌کنند، زیرا به افراد غیردولتی و عموم مردم قدرت می‌دهند تا اقتدار نهادهای دیپلماتیک و دولت را به چالش بکشند، در همین راستا بسیاری از متخصصان امر معتقدند که رسانه‌های اجتماعی در روابط آنها با نهادهای دیپلماتیک کشورهای مبدأ بر جوامع دیاسپورا اثر قدرتمندی داشته است و آنها را به ایجاد پیکربندی‌های متغیر سیاسی، اقتصادی و تعامل فرهنگی با وزارت امور خارجه و سفارتخانه‌ها وادار کرده است. در عین حال، با توجه به تلاش‌های انجام شده توسط بازیگران دولتی و غیردولتی برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای اهداف سیاسی و دشواری‌هایی که دولت‌ها و وزارت امور خارجه در این زمینه تجربه کرده‌اند، نظریه «دموکراتیزاسیون» مستلزم بررسی‌های بسیار جدی است. نکته مهم این است که فناوری‌های دیجیتال همچنین این قدرت را دارند که رفتارهای خاصی را در بین کاربران تحریک کنند، بنابراین الگوهای تعامل آنها را تغییر می‌دهند. هنگامی که دیپلمات‌ها فناوری‌های دیجیتال را برای سازماندهی روال روزانه خود اتخاذ می‌کنند، این رفتارها در وزارت خارجه نفوذ می‌کند. برای مثال، بسیاری از دیپلمات‌های غربی مشاهده کرده‌اند که دیجیتالی‌سازی منجر به تغییر انتظارات در رابطه با آنچه که به‌عنوان اقدام دیپلماتیک به حساب می‌آید و چه کسی به‌عنوان بازیگر دیپلماتیک است اهمیت بالایی دارد.

■ **از سازگاری دیجیتال تا پذیرش دیجیتال**

ما تکامل دیپلماسی دیجیتال را به‌عنوان یک فرآیند دو مرحله‌ای شامل «سازگاری» دیجیتال و «پذیرش» دیجیتال توصیف می‌کنیم. سازگاری دیجیتال، یک فرآیند القا شده خارجی است که در آن رویدادهای آفلاین مستلزم آن است که دیپلمات‌ها از فناوری‌های دیجیتال جدید استقبال کنند. «سازگاری» فرآیندی سریع است که بلافاصله تغییرات بزرگی را به وجود می‌آورد. از سوی دیگر، «پذیرش» دیجیتال یک فرآیند بازتاب داخلی است که از طریق آن دیپلمات‌ها و نهادهای دیپلماتیک فناوری‌های دیجیتال را آزمایش و ارزیابی می‌کنند و انتخاب می‌کنند که کدام یک را در حمایت از اهداف سیاست خارجی خود بپذیرند. یک دهه گذشته نشان داده است که «سازگاری» دیجیتال در سایه رویدادهای آفلاین می‌تواند توسعه یابد. تحولات سیاسی در کشورهای مختلف از جمله بیداری اسلامی یا سایر تحولات مردمی و اجتماعی دیپلمات‌ها را مجبور کرد در دیدگاه‌های خود در مورد رسانه‌های اجتماعی تجدیدنظر کنند. آنها متوجه شدند که جنبش‌های اعتراضی آفلاین در عرصه‌های آنلاین شکل گرفته و تشکیل شده است. بنابراین به این نتیجه رسیدند که برای مثال حضور در فیس‌بوک یا سایر پلتفرم‌های اجتماعی محبوب می‌تواند منجر به اقدامات و تحرکات عمومی در عرصه جوامع مختلف شود و با پیش‌بینی کردن این تحرکات از طریق رصد مکالمات در فضای مجازی و بررسی حال و هوای عمومی می‌توان شوک‌های احتمالی به نظام‌های بین‌المللی را پیش‌بینی کرد. بین سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۵ بود که وزارت خارجه امریکا از سازگاری به سوی پذیرش -یعنی از آزمایش، به سوی استراتژی- حرکت کرد. در این سال‌ها بود که وزارت خارجه امریکا رویکرد جدیدی را در پیش گرفت؛ دستورالعمل‌هایی را برای استفاده سفارت از رسانه‌های اجتماعی صادر کرد، روال‌های کاری استاندارد را برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات به‌صورت آنلاین ایجاد کرد و به دیپلمات‌هایی که به‌دنبال استفاده از رسانه‌های اجتماعی در تعامل عمومی بودند، آموزش‌های دیجیتال ارائه کرد. تا سال ۲۰۱۸، ۹۳ درصد از سران دولت‌ها و وزارتخانه‌های امور خارجه در سراسر جهان دارای حساب‌های رسانه‌های اجتماعی بودند. برای مثال پلتفرم توئیتر توسط وزارت امور خارجه برخی کشورهای اروپا به‌عنوان رسانه برتر برای تسهیل تعامل بین دیپلمات‌ها و همتایان آنها، روزنامه نگاران و سیاست‌گذاران مورد استفاده قرار گرفت. این گونه بود که دیپلمات‌ها و کارمندان وزارت خارجه در سراسر دنیا به تعاملات فرامرزی و ارتباط با سایر ملت‌ها و دولت‌ها تشویق شدند. مطالعات اخیر همچنین نشان می‌دهد که انگیزه مشروعیت بخشی، دولت‌ها و سیاستمداران را به سمت باز کردن کانال‌های دیجیتالی برای ارتباط با مخاطبان بیشتر سوق داده است، بسیاری بر این باورند که شفافیت بیشتر در فضای دیجیتال به حمایت بیشتر از آنها تبدیل می‌شود. برخی از دولت‌ها تنها به حضور در یک پلتفرم دیجیتال برای ارتباط با مخاطبان بسنده کردند در حالی که گروهی دیگر تعداد متنوع تری از رسانه‌های اجتماعی را برای انجام فعالیت‌های خود برگزیدند. تا اینکه بین سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۶، درگیری سوریه و الحاق کریمه به روسیه شرایطی را برای دومین حرکت بزرگ به سمت «سازگاری» دیجیتالی ایجاد کرد. کمپین‌های تبلیغاتی دیجیتال زیادی که بعضاً توسط گروه‌های افراطی و تروریستی مانند داعش ایجاد شده بودند و نیز برگزاری همه پرسی‌های آنلاین برای مثال در مورد برگزیت و انتخابات سال ۲۰۱۶ امریکا، دیپلمات‌ها را مجبور کرد تا بار دیگر به اهمیت دیپلماسی ترکیبی و ورود جدی به عرصه دیجیتال پی ببرند. گروه‌های افراطی بدون اینکه دولت یا حکومتی از آن اطلاع داشته باشد از طریق پلتفرم‌های اجتماعی به پیشبرد اهداف خود می‌پرداختند.

> متخصصان امر معتقدند که رسانه های اجتماعی در روابط آنها با نهادهای دیپلماتیک کشورهای مبدأ بر جوامع دیاسپورا اثر قدرتمندی داشته است و آنها را به ایجاد پیکربندی های متغیر سیاسی، اقتصادی و تعامل فرهنگی با وزارت امور خارجه و سفارتخانه ها وادار کرده است

■ **موج سوم دیپلماسی دیجیتال**

مهاجرت انبوه کاربران سیاسی به پلتفرم‌های مجازی پس از شروع همه‌گیری کرونا این سؤال را مطرح می‌کند که آیا موج جدیدی از «سازگاری و پذیرش» دیجیتال در راه است یا خیر. مشاهده شرایطی که دو موج قبلی (رسانه‌های اجتماعی و ارتباطات استراتژیک) را تسهیل کرد، می‌تواند به ما کمک کند تا بفهمیم چرا سیاستمداران ممکن است احساس کنند مجبور هستند با ظهور فناوری‌های دیجیتال جدید سازگار شوند و چگونه انتقال به پذیرش دیجیتال ممکن است رخ دهد. اولاً، درک فناوری‌های نوظهور که منبع جدیدی از قدرت را نشان می‌دهند با ظرفیت اعمال نفوذ اساسی برسیاست‌های دولتی، به وضوح می‌تواند یک عامل تعیین‌کننده باشد. جمع‌بندی همه‌گیری کووید۱۹ سومین فرآیند بزرگ سازگاری دیجیتال را آغاز کرده است که مسئول ظهور دیپلماسی ترکیبی است. این امر دیپلماسی رو در رو و فیزیکی را با تعامل مجازی از طریق پلتفرم‌های ویدیو کنفرانس مانند زوم، تیم‌ها یا وبکس ترکیب می‌کند. برخلاف دو مرحله قبلی، آخرین شکل سازگاری دیجیتال سریع‌تر و مستقیم‌تر بوده است. در حالی که بیداری اسلامی در سال ۲۰۱۰ و اقدامات داعش و عوامل خارجی در انتخابات ۲۰۱۶ امریکا اثراتی را ایجاد کرد که جذب و سازگاری آنها برای وزارت‌های خارجه غربی، شاید سال‌ها طول کشید، همه‌گیری کرونا همه وزارتخانه‌ها را مجبور کرد تقریباً به رسانه آنلاین روی بیاورند. یک اتفاق غیرقابل پیش‌بینی، شرایط مساعدی که از تکامل دو مرحله اول سازگاری دیجیتال حاصل شده بود را در مرحله سوم نیز نمایان کرد: قدرت رو به رشد بسترهای مجازی برای شکل دادن به امور جهانی، توانایی جلسات مجازی برای تکمیل رسیدن به اهداف و مقاصد. تعاملات چهره به چهره در طول همه‌گیری به طرز شگفت انگیزی آرام و مقرون به صرفه در فضای اینترنت و رسانه مجازی شکل گرفت. این واقعیت که این شرایط تسهیل‌کننده دوباره همگرا شده‌اند نشان می‌دهد که موج سوم سازگاری دیجیتال در حال حاضر در راه است و ما باید الگوهای گذشته سازگاری و پذیرش دیجیتال را ردیابی و شناسایی می‌کنیم تا بتوانیم در آینده از آنها برای بررسی ظهور «موج سوم» استفاده کنیم.