

بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران در مناطق روس‌زبان *

محمدامیر حق‌شناسی^۱، کمال اکبری^۲

چکیده

با توجه به آنکه امروزه رسانه‌ها برای ایجاد و تقویت همگرایی میان ملت‌ها، عنصر بسیار تأثیرگذاری به‌شمار می‌روند، این مقاله به دنبال شناخت و معرفی بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در مناطق روس‌زبان است. به‌همین دلیل، مقاله حاضر داده‌ها و اطلاعات به‌دست آمده از ۱۹ صاحب‌نظر حوزه رسانه و مناطق روس‌زبان را از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و تکنیک تحلیل مضمون، سامان‌بخشی و صورت‌بندی کرده است. مضامین به‌دست آمده، ذیل سه مقوله مرتبط با تحولات نظام بین‌الملل، سیاست‌های حاکم بر منطقه اوراسیای مرکزی و مناسبات حاکم بر فدراسیون روسیه و جمهوری اسلامی ایران تبیین شده‌اند. بر اساس یافته‌ها، می‌توان با تأکید بر موضوعاتی نظیر «اشتراکات فرهنگی- هویتی- دینی، مسئله تکفیر، تحریم‌های غربی- آمریکایی، موقعیت جغرافیایی ویژه ایران، جلوگیری از ترویج پان‌ها و جریان‌های افراطی فعال منطقه‌ای و فرمانطقه‌ای، خنثی‌سازی اقدامات رقبا و دشمنان مشترک منطقه‌ای و بین‌المللی، همگرایی در زمینه‌های اقتصادی و...» اقدام به تولید محتوا به زبان روسی در رسانه‌های شنیداری، دیداری و مجازی برون‌مرزی صداوسیما کرد. همچنین توسعه رادیو روسی برون‌مرزی و تأسیس سیمای روسی برون‌مرزی برای تقویت دیپلماسی رسانه‌ای ایران در مناطق روس‌زبان از جمله پیشنهادهای این مقاله است.

واژه‌های کلیدی: دیپلماسی رسانه‌ای، جمهوری اسلامی ایران، مناطق روس‌زبان، افکار عمومی، رسانه برون‌مرزی.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۲۱

* مقاله حاضر از پایان‌نامه‌ای با عنوان «ظرفیت‌ها و بایسته‌های دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در کشورهای روس‌زبان با تأکید بر فدراسیون روسیه» استخراج شده که به نویسندگی نویسنده اول و راهنمایی نویسنده دوم انجام شده و در سال ۱۳۹۹ در دانشگاه صداوسیما دفاع شده است.

۱. کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، گروه فرهنگ و ارتباطات اسلامی، دانشکده دین و رسانه دانشگاه صداوسیما، قم، ایران (نویسنده مسئول).
meraj_noor110@yahoo.com

۲. استادیار دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.
akbari124@gmail.com



۱. مقدمه

از آغاز روابط ایران و کشورهای اوراسیای مرکزی، به‌ویژه فدراسیون روسیه، بیش از پنج سده می‌گذرد؛ پنج سده‌ای که طی آن گاهی روابط دو کشور به سردی و تلخی گراییده و زمانی نیز روند صعودی به خود گرفته؛ تا آنجا که در روزگار کنونی به «دوران طلایی» خویش رسیده است. «دوران طلایی» که در آن همکاری‌ها در زمینه‌های سیاسی و امنیتی در صدر روابط کشور ایران و مناطق روس‌زبان در کشورهای آسیای میانه، قفقاز و به‌ویژه فدراسیون روسیه، قرار داشته است. تجربه موفق همکاری‌های نظامی مسکو و تهران در کشور سوریه و نیز دیدارهای متعدد رؤسای جمهوری ایران و روسیه، آنهم در ادوار و موضوعات گوناگون که عدد آن به فراتر از ۱۰ دیدار رسیده، موجب شده تا بیش از پیش تلاش شود که سطح روابط دو کشور، به‌خصوص پس از ریاست‌جمهوری ولادیمیر پوتین و تحریم‌های آمریکا و اروپا علیه روسیه، به‌سمت شراکت راهبردی سوق پیدا کند. با اتخاذ رویکرد نگاه به شرق توسط ایران در سال‌های اخیر، اسباب بهانه‌جویی‌های روسیه نیز تا حدی سلب شد و طبیعتاً موجب گردید که بسیاری از موانع پیش‌روی کرملین و پاستور برداشته شود تا در پی آن دیپلمات‌های سیاسی، امنیتی و نظامی هر دو کشور بتوانند گام‌های مهم و اساسی را در گسترش روابط سیاسی-امنیتی بردارند. در همین راستا و دقیقاً به‌دلیل تقویت، توسعه و تحکیم افق‌ها و چشم‌اندازهای سیاسی-امنیتی هر دو کشور بود که گسترش همکاری‌ها و مناسبات اقتصادی تهران-مسکو نیز در دستور کار جمهوری اسلامی ایران و فدراسیون روسیه قرار گرفت. البته کماکان چالش‌هایی در روابط دو طرف وجود دارد.

در دوران پسا انقلاب اطلاعاتی-ارتباطی آنچه ملت‌ها را به همگرایی می‌رساند استفاده از ابزار رسانه است و از همین رو امروزه در روابط تهران و کشورهای اوراسیای مرکزی نیز تقویت قدرت نرم و دیپلماسی رسانه‌ای فعال‌تر احساس می‌شود؛ چراکه اقدامات راهبردی و سیاسی دولت‌های این جغرافیا حکایت از آن دارد که همه در تلاش هستند تا سطح روابط را به صورت دستوری و از بالا به پایین گسترش داده و به سطح راهبردی نزدیک نمایند. البته از طرف دیگر نباید فراموش کرد که کشورهای رقیب نیز همواره از قدرت نرم بهره برده‌اند، تا از همگرایی ملت‌هایی که با آنها منافعی متضاد دارند، جلوگیری نمایند و حتی آن‌ها را به واگرایی تبدیل کنند. موضوعی که در رابطه با جمهوری اسلامی ایران و کشورهای آسیای میانه و قفقاز، به‌ویژه فدراسیون روسیه، به‌خوبی قابل مشاهده است. جالب آنکه این تلاش‌ها حتی در «دوران طلایی» کنونی نیز نه تنها کم نشده، که حتی تشدید نیز شده است. زیرا فعالیت‌های بی‌سابقه، پر دامنه، مضاعف و بی‌امان قدرت نرم جریان



رقیب از یک جهت و همچنین عدم تحقق کامل دیپلماسی رسانه‌ای پویا و مؤثر میان ایران و کشورهای روس‌زبان، به‌ویژه فدراسیون روسیه، از جهت دیگر سبب شده تا در دوران کنونی نیز آشنفتگی افکار عمومی جامعه روس‌زبان‌ها و فارسی‌زبان‌ها در بسیاری از اوقات و مسایل، به‌صورت پررنگ به چشم بخورد؛ نظیر حواشی رسانه‌ای که پیرامون بازداشت «یولیا یوزیک»^۱ روزنامه‌نگار روسی در ایران، پیش آمد.

باید توجه شود که هرچند دیپلماسی به حل‌وفصل منازعات بین‌المللی به‌شيوه مسالمت‌آمیز سیاسی اطلاق می‌شود که در شکل گسترده و وسیع آن، به معنای مدیریت دیپلماسی و سیاست خارجی، برای عملیاتی کردن اهداف، منافع و استراتژی‌ها در محیط بین‌المللی و به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی ارتباطات به کار می‌رود، اما با ورود رسانه‌های جمعی در قرن بیستم به عرصه روابط بین‌الملل چهره دیپلماسی سنتی دگرگون شد و به موازات دیپلماسی سنتی و عمومی پدیده‌ای به نام دیپلماسی رسانه‌ای که مفهومی نسبتاً مدرن تلقی می‌شود در کنار دیپلماسی سنتی و عمومی، ظهور یافت (وخشیتیه، ۲۰۱۸: ۱۱۵-۱۱۰).

دیپلماسی رسانه‌ای، از ابتدا به‌عنوان بحثی میان‌رشته‌ای بین علوم سیاسی و ارتباطات، مورد توجه اندیشمندان این دو حوزه قرار گرفته است. مهمترین ویژگی دیپلماسی رسانه‌ای، ارتباط بی‌واسطه دولت‌ها با ملت‌های کشورهای دیگر محسوب می‌شود که در دیپلماسی عمومی سنتی و رسمی بسیار ضعیف است. از همین رو می‌توان گفت دیپلماسی رسانه‌ای یک دیپلماسی قدم‌به‌قدم و طولانی‌مدت است که دولت‌ها از طریق انواع رسانه‌ها سعی می‌کنند الگوهای رفتاری و شیوه تفکر ملت‌های مورد نظر را در جهت تامین منافع خود، دگرگون کنند. پس می‌توان اذعان کرد که یکی از عوامل تأثیرگذار بر قدرت جهانی یک کشور به توانایی دیپلماسی رسانه‌ای‌اش ارتباط دارد و به همین دلیل سیاست خارجی باید برای موفقیت در فرایند جهانی شدن همراه با نقش دیپلماسی رسانه‌ای از فناوری‌های جدید سود ببرد.

بنابراین از آنجایی که رسانه و دیپلماسی رسانه‌ای مناسب‌ترین و عملیاتی‌ترین شکل ارتباط برای تغییر الگوی رفتاری و شیوه تفکر و زندگی ملت‌های خارج از مرزهای جغرافیایی است، پر واضح است که انتخاب رسانه سودمند و دارای دسترسی زیاد، نقش بسزایی در موفقیت یا عدم موفقیت در تأمین اهداف دارد (رحیمی، ۱۳۹۶: ۱۶). البته از طرف دیگر در این میان، اوضاع



اقتصادی، قرابت‌های فرهنگی، وضعیت سیاست خارجی و داخلی و همچنین ساختارهای موجود اجتماعی کشورهای روس‌زبان اوراسیای مرکزی با محوریت فدراسیون روسیه، فرصتی ویژه برای استفاده از دیپلماسی رسانه‌ای برای جمهوری اسلامی ایران فراهم نموده است که قابلیت‌های ایدئولوژیک، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و... انقلاب اسلامی و در پی آن جمهوری اسلامی ایران؛ نظیر: عدالت‌گرایی، حفظ وحدت، امنیت و تمامیت ارضی در سایه حاکمیت مستقل مردمی، نفی نظام تک‌قطبی و هژمونی بین‌المللی آمریکا، خودکفایی اقتصادی و دسترسی آزادانه به سرمایه و بازار بین‌المللی، رشد و توسعه اقتصادی در سایه استقلال و آزادی و... به بهترین شکل ممکن به کار گرفته شود تا چالش‌های برآمده در ارتباطات ایران و کشورهای آسیای میانه و قفقاز و نیز معضلات برزیافته از سوء مدیریت در منطقه اوراسیای مرکزی به حداقل برسد و از طرفی منافع معنوی و مادی جمهوری اسلامی ایران نیز هرچه بیشتر تأمین شود.

تکلم بیش از ۲۵۰ میلیون نفر به زبان روسی در بیش از ۱۵ کشور که علاوه بر فدراسیون روسیه عمدتاً در آسیای مرکزی، قفقاز و اروپای شرقی متمرکز هستند، باعث شده که زبان روسی جزو ۶ زبان پرکاربرد دنیا باشد (بهمن و همکاران، ۱۳۹۴: ۳). عموم این کشورها، از دیرباز از مناطق ژئوپلیتیک جهان بشمار می‌روند و پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، از اهمیت چشمگیر و مضاعفی برای جمهوری اسلامی در ابعاد مختلف سیاسی-امنیتی، اقتصادی-تجاری، فرهنگی-اجتماعی و راهبردی برخوردار گشته‌اند. همچنین به دلیل ویژگی‌های ممتاز سیاسی-امنیتی، جغرافیایی، فرهنگی-اجتماعی، جمعیت‌شناختی و ارتباطی و همچنین ثروت عظیم نهفته در خود همچون معادن و منابع ارزشمند نفت و گاز و بعضی صناعت‌های به جا مانده از دوران شوروی و نیز وجود همسایگانی پر تعداد در گستره‌ای محدود، همواره طمع قدرت‌ها، به‌ویژه غرب و ناتو را به خود برانگیخته است. به‌همین دلیل ضروری است تا جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان یکی از مهم‌ترین همسایگان این حوزه، در جهت حفظ و تثبیت منافع ملی خود در این منطقه گام برداشته و نیز با تأکید بر اشتراکات و قرابت‌های تمدنی، اجتماعی و فرهنگی و حتی دینی با ملت‌ها و دولت‌های اوراسیا و قفقاز، به‌ویژه فدراسیون روسیه، موجب تقویت ثبات و همکاری در این منطقه راهبردی شود (کرمی و سنایی، ۱۳۸۷: ۸-۷). بنابراین ضروری است برای فعالیت آفندی، موثر و فعال رسانه‌ای در حوزه کشورهای روس‌زبان، مجموعه دستگاه‌های متکفل بحث دیپلماسی رسانه‌ای، با درک ضرورت و نیز اقتضائات آرایش نوین رسانه‌ای در جهان، اقدامات محتوایی و ابزاری لازم اما متفاوت از گذشته را تحت یک نقشه دیپلماسی رسانه‌ای، برای مناطق روس‌زبان،



در دستور کار قرار دهند. بدین ترتیب و برای حصول به این امر، موضوع «بایسته‌های فعالیت دیپلماسی رسانه‌ای ایران در مناطق روس‌زبان» در پژوهش حاضر مورد تحقیق و بررسی قرار می‌گیرد.

از این رو مقاله حاضر درصدد پاسخ به این پرسش‌های اصلی است که با توجه به قرابت‌ها و اقتضائات گوناگون زمانی، مکانی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و... بالقوه و بالفعل موجود میان ایران و مناطق روس‌زبان با محوریت فدراسیون روسیه، دیپلماسی رسانه‌ای ایران در این مناطق باید واجد چه الزاماتی باشد؟ نسبت این دیپلماسی با اهداف و منافع ملی جمهوری اسلامی ایران در قبال تحولات این منطقه در عصر جهانی شدن چگونه بوده و احتمالاً با چه آسیب‌ها و موانعی مواجه است؟

۲. پیشینه تحقیق

بررسی منابع علمی مکتوب در خصوص موضوع انتخاب شده نشان از آن دارد که عناصری چون دیپلماسی رسانه‌ای، فدراسیون روسیه، ظرفیت‌های رسانه‌ای و... به اقتضای بعضی رویدادها به‌صورت تفکیکی مورد توجه پژوهشگران در حوزه‌های گوناگون سیاسی و رسانه‌ای قرار گرفته و هر یک مطالبی را از دریچه‌ای که مهم جلوه می‌کرده به رشته تحریر درآورده‌اند. برای نمونه مهمترین آثار این حوزه عبارتند از:

خرازی‌آذر و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله خود تأکید دارند مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای به تنهایی پاسخگوی تحولات امروز نیست و در کنار آن نیازمند ارائه مدلی برای بهره‌گیری بهتر از قابلیت‌های تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای برای ساختن جهانی بهتر احساس می‌شود. متقی و شایسته (۱۳۹۶) بیان داشته‌اند که ایران از ظرفیت‌ها و توانایی‌هایی نظیر فرهنگ و تمدن ایرانی-اسلامی برخوردار است که با بهره‌گیری از آن و به کمک دیپلماسی رسانه‌ای و دیجیتالی، می‌تواند به‌عنوان یک کشور صاحب فکر و اندیشه و همچنین تأثیرگذار بر سیاست‌های بین‌المللی، نقشی جدی را ایفا کند. شاه‌محمدی (۱۳۹۵) به روش تبیینی و با رویکرد توصیف کلی، عناصر برساننده هویت جمهوری اسلامی ایران در روسیه را شناسایی و تأثیرات آن بر مناسبات حاکم بر ایران و روسیه را بررسی کرده و نتیجه گرفته که بر این مناسبات، در طول این سال‌ها، الگوهای متفاوتی از همکاری و تعارض حاکم بوده و به‌عنوان یک امر ثانوی و بالغرض در حوزه رسانه و دیپلماسی رسانه‌ای در فدراسیون روسیه و دیگر کشورهای روس‌زبان کارگشا می‌باشد.



بهمن و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهشی اهمیت راه‌اندازی سیمای روسی برون‌مرزی را با تأکید بر ضرورت‌ها، موانع، راهبردها و مدل مطلوب رسانه‌ای نوشته‌اند. پژوهشگران بعد از بررسی چهار مدل رسانه‌ای، با توجه به مؤلفه‌هایی مانند مخاطب‌شناسی گویشوران روسی و مناسبات ایران با کشورها و مناطق روس‌زبان، مدل رسانه‌ای با کنداکتور ترکیبی (به‌مانند هیسپان تی وی برون‌مرزی) را برای سیمای روسی پیشنهاد کرده‌اند.

ساداتی (۱۳۹۲) به اثرگذاری شبکه‌های العالم و پرس تی‌وی در دیپلماسی رسانه‌ای ایران پرداخته و در نهایت به این جمع‌بندی رسیده است که در موضوعات خاصی همچون انرژی هسته‌ای، بحران گروگان‌گیری ملوانان انگلیسی، ماجرای غزه و... رسانه ملی و به طور خاص شبکه‌های برون‌مرزی موفق عمل کرده‌اند. مقاله مذکور این مدعا را اثبات می‌کند که ملت‌های دارای دیپلماسی ضعیف به دلیل نفوذ رسانه‌های بین‌المللی و نیازی که به منابع رسانه‌های خارجی به جهت کسب اطلاعات پیدا می‌کنند، در هدایت هویت ملی و شکل‌دهی به تصویر بین‌المللی خود ناکارآمد خواهند بود. سلطانی‌فر و خانزاده (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با استفاده از روش کتابخانه‌ای و همچنین مصاحبه عمیق بیان کرده‌اند که میزان بهره‌مندی ایران از مزایای فراوان و امتیازهای قابل دریافت از طریق دیپلماسی رسانه‌ای و حضور فعال در عرصه‌های خبری در وضعیت مناسبی نیست؛ زیرا هنوز درک مناسبی از رسانه‌ها در دستگاه دیپلماسی اتفاق نیفتاده و نگاه به رسانه، ابزاری است نه مکمل. دونایوا (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با نام «روابط فرهنگی ایران و روسیه: امکانات و موانع» ضمن شرح تاریخی و نیز اشتراکات و جهت‌های بالفعل و بالقوه موجود در طول سال‌های متمادی قرن‌های ۱۹ و ۲۰، غرب‌گرایی و عدم اولویت فرهنگ و ذهنیت‌های منفی طرفین را از موانع اصلی همکاری‌های جدی فرهنگی برشمرده است.

برآیند مطالعات اجمالی درباره پیشینه پژوهش بیانگر آن است که در حوزه مورد بحث این پژوهش یعنی «بایسته‌های فعالیت دیپلماسی رسانه‌ای ایران در کشورهای روس‌زبان» تحقیقی جامع صورت نگرفته است. بنابراین ترکیب مباحث دیپلماسی رسانه‌ای بر اساس ویژگی‌های مناطق روس‌زبان و اهداف ایران در این حوزه‌ها، نوآوری مقاله حاضر محسوب می‌شود.



۳. چارچوب نظری

۳-۱. دیپلماسی رسانه‌ای و مفهوم‌شناسی آن

دیپلماسی رسانه‌ای^۱ از جمله مفاهیمی است که تعاریف متعدد و متنوعی برای آن ذکر شده است و در طول زمان تغییرات و تحولات چشمگیری را به خود دیده است. اما در مجموع به نظر می‌رسد دو رویکرد کلی در زمینه تعریف دیپلماسی رسانه‌ای وجود دارد. رویکرد اول آن را ذیل عنوان دیپلماسی عمومی می‌داند و آن را استفاده دولتمردان از ابزارهای رسانه‌ای برای تأثیرگذاری بر عموم جامعه هدف می‌داند. اما در رویکرد دوم که در تعاریف جدید از دیپلماسی رسانه‌ای مورد توجه قرار گرفته است، دیپلماسی رسانه‌ای را به‌عنوان مفهومی کاملاً جدا از دیپلماسی عمومی تعریف کرده‌اند که به‌منظور تأثیرگذاری بر حاکمان و دولتمردان کشورهای دیگر مورد استفاده قرار می‌گیرد. به هر ترتیب دیپلماسی رسانه‌ای به معنای استفاده از رسانه‌های جمعی، برای برقراری ارتباط با بازیگران دولتی و غیردولتی و جهت‌دهی آنان، تأثیرگذاری بر نگرش‌های مردم و طبقات گوناگون جامعه هدف درباره موضوعات و تحولات روز و فراهم کردن شواهد درباره رویدادها در راستای اهداف و منافع کشوری است که دیپلماسی رسانه‌ای را انجام می‌دهد. درواقع دیپلماسی رسانه‌ای اعم از استفاده سیاستگذاران از رسانه‌ها برای جهت‌دهی مردم کشورهای دیگر و استفاده از آن برای جهت‌دهی مقامات رسمی و کنشگران سیاسی در کشورهای خارجی است. به‌عبارت دیگر دیپلماسی رسانه‌ای دربردارنده تمامی جنبه‌هایی از دیپلماسی عمومی است که در آن با رسانه طرف است؛ همانگونه که سایر جنبه‌های آن ارتباطی که با دیپلماسی عمومی ندارد مثل برقراری ارتباط با بازیگران دولتی و غیردولتی و جهت‌دهی و استفاده از رسانه، به‌عنوان منبع اطلاعات را در بر می‌گیرد (مؤذن، ۱۳۹۱: ۱۸۹-۱۸۸).

آمون^۲ (۲۰۰۱) مدعی است که تغییرات پارادایمی در ارتباطات و دیپلماسی، یک پارادایم جدید از دنیای سیاست را ایجاد کرده است که او آن را «تله دیپلماسی» می‌نامید. او بیان می‌دارد که این نوع جدید از تله دیپلماسی از شیوه‌های پیشین بهره نمی‌گیرد؛ چرا که ارتباطات از راه دور در حال حاضر می‌تواند به‌طور آزادانه بر تصمیمات سیاستی تأثیرگذار باشد. او جزئیاتی را درباره این پدیده ارائه می‌دهد که در آن تلویزیون جهانی روش‌های دیپلماتیک را به‌خصوص در زمینه لزوم سرعت در تصمیم‌گیری در عرصه سیاست خارجی تغییر داده و دیپلمات‌های سنتی را کنار زده است. جزئیات

1. Media Diplomacy

2. Ammon



و تجربیاتی که نشان می‌دهد تصمیم‌گیری در سیاست خارجی با وجود ارتباطات از راه دور چقدر می‌تواند سریع انجام شود. آمون می‌گوید که شرایط خاص و توسعه بلادرنگ پوشش اخبار جهانی یک تغییر ناگهانی در ارتباطات را سبب شده است. در حالی که دیپلماسی رسانه‌ای جایگزین روش‌های موجود دیپلماتیک شده است و در شرایط خاص برای اولین بار در تاریخ بشریت سیاست را تغییر داد و خروجی‌های دیپلماتیک را معین نمود (Ammon, 2001: 3). لیکن گیلبوآ معتقد است که آمون دچار اغراق و مبالغه شده بود چرا که شواهد و نمونه‌هایی که ذکر می‌کرد، تغییرات پارادایمی را توضیح نمی‌داد (Gilboa, 2008: 285). گیلبوآ دیپلماسی رسانه‌ای را به معنای استفاده از رسانه‌های جمعی، برای برقراری با بازیگران دولتی و غیر دولتی، برای اعتمادسازی، پیشرفت مذاکرات و بسیج حمایت عمومی از توافقات تعریف می‌کند. دیپلماسی رسانه‌ای از طریق فعالیت‌های معمول یا ویژه متعددی شامل کنفرانس‌های مطبوعاتی، مصاحبه و افشاء، به علاوه دیدار سران کشورها و واسطه‌ها در کشورهای متخاصم، و رویدادهای رسانه‌ای تأثیرگذاری پی‌گیری می‌شود، که برای ورود به دورانی جدید ترتیب داده شده‌اند (گیلبوآ، ۱۳۸۸: ۵). گیلبوآ^۱ بین سه کاربرد رسانه در دیپلماسی تمایز قایل است: «دیپلماسی عمومی»، که در آن بازیگران دولتی و غیردولتی از رسانه‌ها و سایر کانال‌های ارتباطی برای تأثیرگذاری بر نظرات مردم کشورهای دیگر بهره می‌برند؛ «دیپلماسی رسانه‌ای» که در آن مقامات رسمی از رسانه بهره می‌گیرند تا از این طریق به منافع مشترک مثل راه حل منازعات دست پیدا کنند و «دیپلماسی میانجی‌گرایانه»^۲ که در آن روزنامه‌نگاران موقتاً نقش دیپلمات را عهده‌دار می‌شوند و در تعاملات بین‌المللی نقش میانجی‌گر را ایفا می‌کنند (Gilboa, 2000: 6).

۳-۱-۱. بررسی مدل «تعامل سازنده بین رسانه و دستگاه دیپلماسی»

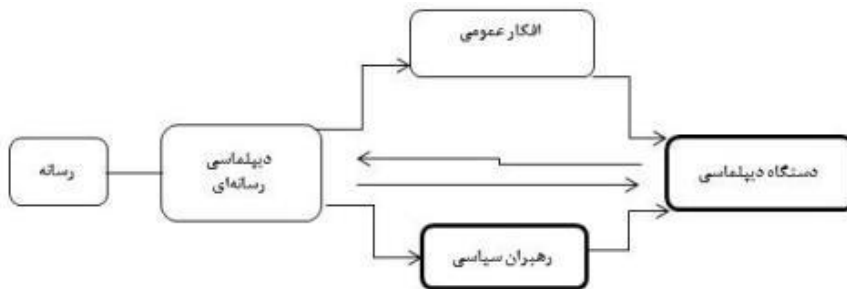
تعامل میان رسانه‌ها و سیاست خارجی را در قالب چهار مدل «جزایر مستقل»، «رسانه به‌عنوان مشاور دستگاه دیپلماسی»، «دستگاه دیپلماسی به‌عنوان مشاور و راهنمای رسانه» و «تعامل سازنده بین رسانه و دستگاه دیپلماسی» برشمرده‌اند که در ادامه صرفاً به بررسی و تبیین مدل «تعامل سازنده بین رسانه و دستگاه دیپلماسی» به‌عنوان مدل مطلوب و مرسوم در جهان که البته نسبت به دیگر مدل‌ها کمترین انتقادات متوجه آن بوده و با مرور زمان بیشترین بهره‌وری را به نسبت

1. Gilboa

2. Media-broker Diplomacy



مدل‌های دیگر از خود نشان داده است، پرداخته می‌شود. آنچه باید درباره مدل «تعامل سازنده بین رسانه و دستگاه دیپلماسی» دانست این است که همگان شاهد نوعی از تعامل و عمل دوسویه میان رسانه‌ها و مجموعه دستگاه سیاست خارجه هستند. اما علت اصلی آن که در این‌جا عبارت مجموعه دستگاه سیاست خارجی استفاده می‌شود از آن روی است که در کشورهای مختلف دنیا سیاست خارجی مصادر و خاستگاه‌های مختلف و گوناگونی دارد و تنها منحصر به دولت و وزارت امور خارجه نیست و منابع و مراکزی همانند شورای امنیت ملی، شورای روابط خارجی، کنگره، پارلمان و... ممکن است در صدر تصمیم‌گیرندگان سیاست و راهبردهای خارجی قرار گیرند. به عبارت دیگر رسانه و مجموعه دستگاه سیاست خارجی به صورت سیستماتیک و ارگانیک با یک‌دیگر در تعامل دائم بوده و نتایج تحلیل‌ها و بررسی‌های خویش را با هم به اشتراک گذاشته و تبادل می‌کنند و در نهایت برای آنها یک وحدت هدف و در صورت نیاز یک وحدت رویه حاصل شده و شکل می‌گیرد؛ همانند شکل زیر:



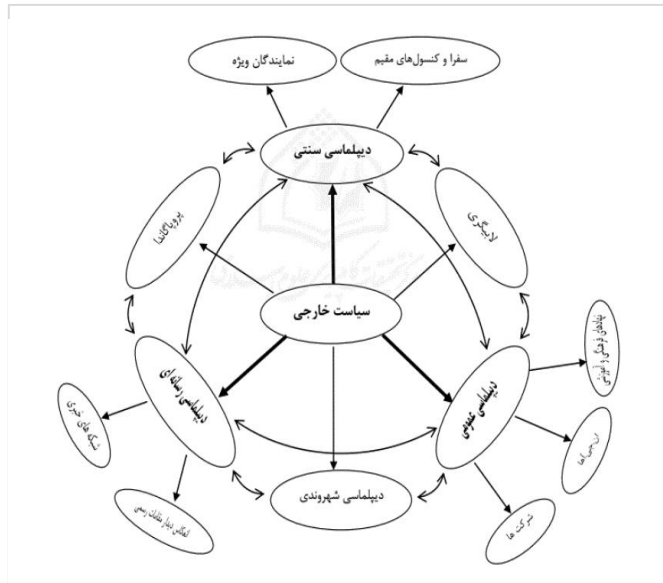
منبع: (اسماعیلی، ۱۳۸۸: ۹۵)

آنچه در این مدل اهمیت فراوانی دارد هم‌سویی مجموعه دستگاه سیاست خارجی و رسانه است که هر دو همانند دو بازوی بدن حرکت می‌کنند و از یک مرکز کنترل که همانا مغز باشد فرمان می‌پذیرند. از این رو در گذشته‌های نه‌چندان دور و همچنین امروزه، در بیشتر کشورها این مدل مورد استفاده قرار می‌گیرد. حرکت در شاهراه‌های پرترافیک و خطرناک بین‌الملل بدون بهره‌مندی و استفاده از خدمات رسانه‌ای، امکان‌پذیر نیست و درست به همین دلیل در صورت بی‌دقتی در استفاده از این پتانسیل قدرتمند، کشورها به سادگی بایکوت شده و سپس دچار انزوای بین‌المللی و سیاسی می‌شوند (اسماعیلی، ۱۳۸۸: ۹۵-۸۹).

۳-۱-۲. اصول راهبردی دیپلماسی رسانه‌ای و جغرافیای مفهومی آن در یک نگاه

در دیپلماسی رسانه‌ای می‌توان چهار اصل محوری را برای تأثیرگذاری در محیط بین‌المللی مطرح کرد: ۱- محیط‌شناسی: شناخت محیط هدف و اقتضات موجود آن برای برخورداری از برنامه‌های راهبردی. ۲- آینده‌شناسی: داشتن سناریوهایی برای پیش‌بینی موقعیت آینده برای راهبردنویس رسانه‌ای لازم است. ۳- متقاعدسازی و جذاب جلوه دادن محیط: تکرار سیاست‌ها در قالب‌های متنوع و جذاب توأم با تأکید بر خواست و نیازهای مخاطب و توجه به استدلال‌های منطقی و اثرگذار برای متقاعدسازی.^۱ ۴- تداوم اقدامات و بازخوردگیری از فعالیت‌ها: زمانی که اصول دیپلماسی به درستی کنار هم باشند افزایش تأثیرگذاری را در پی دارد (اکبری، ۱۳۹۳: ۱۴۱-۱۴۰). البته عامل پنجمی نیز در اینجا قابل تعریف است و آن عامل عبارت است از: «استفاده از نیروهای حرفه‌ای در عرصه دیپلماسی رسانه‌ای که هم تخصص لازم را در سیاست خارجی و فن دیپلماسی دارند و هم آموزش‌های لازم را در کار رسانه‌ای آن‌هم در عرصه بین‌المللی فراگرفته‌اند».

اما جغرافیای مفهومی دیپلماسی رسانه‌ای را در یک نگاه می‌توان مطابق شکل زیر طبایخی‌مقانی، (۱۳۹۱: ۹۱) نشان داد:



۱. البته با توجه به گسترش روزافزون رقابت در اطلاع‌رسانی و افزایش سواد رسانه‌ای در نزد مخاطبان، مسئله «متقاعدسازی» مخاطبان نیازمند پژوهش‌های جدید است تا اثبات شود که مخاطبان تا چه میزان از محتواهای تولید شده یک رسانه تأثیر می‌پذیرند.

۳-۲. کشورهای روس‌زبان

علی‌رغم آن‌که این عبارت به لحاظ جغرافیا و تاریخ، حدود و ثغور مشخصی دارد اما در موضوع مورد بحث، توجه و تمرکز بر اراده و افکار ملت ساکن فدراسیون روسیه و منطقه کریمه و دیگر کشورها نظیر «اوکراین، روسیه سفید، جمهوری مولداوی و بخش‌هایی از ازبکستان، تاجیکستان، ترکمنستان، قرقیزستان، قزاقستان و همچنین جمهوری‌های قفقاز همچون جمهوری آذربایجان، ارمنستان و گرجستان» است؛ که در آنها زبان روسی، جایگاه دوم را بعد از زبان رسمی دارد. تعاملات ایران با این گستره جغرافیایی سابقه‌ای هزار ساله دارد و از همین رو جمهوری اسلامی ایران برای تعمیق و گسترش بیش از پیش روابطش دارای دلایلی است که به صورت خلاصه عبارتند از: «وجود زمینه دیپلماسی مردمی»، «ظرفیت مسلمانان روس‌زبان»، «نگرش نسبتاً همسان حاکم در این منطقه به داد و ستدهای فرهنگی و اجتماعی»، «فراخی نسبی عرصه تاثیرگذاری ایران در این جغرافیا»، «پویایی بیش از پیش فرهنگ این حوزه جغرافیایی در سایه تعامل با همدیگر»، «تاثیرگذاری فدراسیون روسیه بر جهان» و... (ابراهیمی‌ترکمان، ۱۳۹۵: ۲۲۳-۲۱۹).

۴- روش تحقیق

۴-۱. تحلیل مضمون

تحلیل مضمون^۱ یک شیوه و راهبرد توصیفی در پژوهش‌های کیفی است که در شناخت، تحلیل و تفسیر داده‌های کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد و داده‌های پراکنده متنی را به داده‌های غنی تبدیل می‌کند. در این روش، تمرکز بر روی مضمون داده‌های متنی می‌باشد و مقصود از مضمون، معانی و برداشت‌هایی است که از یک کلمه یا عبارت می‌توان داشت که حداقل به توصیف و سازماندهی مشاهدات و حداکثر به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده می‌پردازد. بنابراین عنصر کلیدی در این روش مضمون و شناخت آن است. زیرا ممکن است یک جمله چند مضمون داشته باشد که نیاز به دقت بر روی این موارد می‌باشد. بنابراین پژوهشگر برای شناخت مضمون لزوماً در پی یافتن نکات جالب توجه نیست، بلکه باید بداند که در بین داده‌های به ظاهر نامرتب در پی چیست و همچنین از طرفی باید میان مضامینی که دنبال می‌کند یک تمایز ایجاد کند یعنی برای مثال میان مفهوم الف و ب و د یک شروع و اتمام قرار دهد. البته در این میان فهم متعارف ارزش‌های پژوهشگر،



جهت‌گیری‌ها و سؤالات پژوهش و تجربه پژوهشگر درباره موضوع، بر نحوه شناخت مضامین تأثیر می‌گذارد (حسینی‌انجدانی، ۱۳۹۵: ۶۸-۷۶).

در ادامه، یک نقشه راهنمای ۶ مرحله‌ای برای اجرای روش تحلیل مضمون پیشنهاد شده است. لیکن نکته مهم، شناسایی و فهم این مطلب است که خطوط راهنما در روش‌های تحلیل کیفی خیلی دقیق نیستند و از قاعده خاص و ویژه‌ای پیروی نمی‌کنند. بنابراین هر محقق لازم است تا با در نظر گرفتن دو اقتضای مهم سؤالات تحقیق و نوع داده‌ها در مورد تحقیق خویش، به شکل انعطاف‌پذیری از این خطوط راهنما استفاده نماید. علاوه بر این پژوهش یک فرآیند خطی به معنای جابجایی از یک نقطه به نقطه دیگر نیست بلکه در مقابل می‌توان آن را فرآیند بازگشتی نامید که طی آن محقق بطور مستمر و بنابر نیازهای تحقیق بین مراحل اولیه و پایانی رفت و برگشت دارد و از نتایج هر مرحله برای مراحل دیگر استفاده می‌نماید. همچنین باید توجه داشت تحلیل فرآیندی است که در طول زمان توسعه می‌یابد و نباید با عجله و شتاب انجام گیرد (Braun & Clarke, 2006: 87). اما وجود یک همچون نقشه راهنمایی برای این روش خاص در بین روش‌های کیفی ضمن آسان‌تر کردن مراحل اجرای آن، به نوعی منجر به شفاف‌تر شدن خروجی‌ها برای خواننده می‌گردد. چرا که معمولاً در اجرای روش‌های کیفی، به دلیل فقدان مراحل دقیق و محقق محور بودن آنها، نسبت کامل و قابل فهمی بین نتایج بدست آمده و روش مورد استفاده برای خواننده بیرونی بوجود نمی‌آید. از این رو این ۶ مرحله خواهند توانست رابطه فوق را منقح و معنادارتر نمایند (حسینی‌انجدانی، ۱۳۹۵: ۶۸-۷۶).

ردیف	مرحله	توصیف فرآیند
۱	آشناسازی محقق با داده‌های خویش	رونویسی کردن از داده‌ها در صورت نیاز، خوانش و دوباره‌خوانی داده‌ها، یادداشت ایده‌های اولیه
۲	تولید کدهای اولیه	کدگذاری همه داده‌ها بر اساس روشی سیستماتیک و مبتنی بر ویژگی‌های مورد علاقه محقق، مقابله و تطبیق دادن داده‌های مرتبط با هر کد
۳	جستجوی مضامین	تطبیق کدها با مضامین بالقوه، گردآوری همه داده‌های مرتبط با هر مضمون بالقوه
۴	مرور مضامین	بررسی این که اگر مضامین نسبت به خلاصه‌های کدگذاری شده و همه مجموعه داده‌ها هماهنگی و تطابق دارند آنگاه یک نقشه تحلیلی مضمون بنیاد ایجاد شود.



<p>تحلیل مستمر بمنظور پایش ویژگی‌های خاص هر مضمون و در بطور کلی بیان داستان‌وار تحلیل، خلق تعاریف واضح و نام‌گذاری برای هر مضمون</p>	<p>تعریف و نام‌گذاری مضامین</p>	<p>۵</p>
<p>این مرحله فرصتی نهایی برای تحلیل است. این مرحله شامل انتخاب و گزینشی مشخص، نمونه‌های خلاصه شده گیرا و جذاب، تحلیل نهایی خلاصه‌های انتخاب شده، شرح ارتباط بین تحلیل صورت گرفته با سوالات و ادبیات تحقیق، خلق گزارشی محققانه و تحلیلی است.</p>	<p>تدوین گزارش</p>	<p>۶</p>

در این پژوهش برای تحلیل مصاحبه‌های انجام شده از طبقه‌بندی شبکه مضامین^۱ به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های تحلیل مضمون استفاده شده است، و بدین ترتیب برای دستیابی به شبکه مضامین، مضامین کلی‌تر، استخراج شده و به‌عنوان مضامین فراگیر معرفی شده‌اند. سپس زیرمجموعه‌هایی تحت عنوان مضامین سازمان‌یافته و در پایان، مقوله‌های جزئی‌تر به‌عنوان مضامین پایه، معرفی شده است.

۴.۲. شیوه گردآوری و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

مصاحبه عمیق یکی از ابزارهای جمع‌آوری داده در روش‌های مصاحبه بدون ساختار است. از همین رو رویکرد پژوهشگر در این مصاحبه بسیار تاثیرگذار است؛ زیرا مصاحبه‌کننده در طول انجام مصاحبه آزادی کاملی دارد تا بتواند مصاحبه را کنترل نماید و دقیقاً به همین دلیل است که پژوهشگران نیز این روش را از میان چند روش موجود به‌عنوان یکی از بهترین روش‌های جمع‌آوری داده دانسته و از آن استفاده می‌کنند. یعنی به عبارتی می‌توان مصاحبه عمیق را گفتگوی بسیار انعطاف‌پذیر هدفمند دوطرفه دانست که یک‌سوی آن یک مصاحبه‌کننده آموزش یافته قرار دارد و یک سمت دیگر یک مصاحبه‌شونده آگاه که هدف از این نشست نفوذ در ذهن مصاحبه‌شونده و سپس استنباط عمیق و فهم نکاتی است که بتوان از آن در تجزیه و تحلیل تحقیق کیفی که به دنبال شرح و معانی موضوعات است، استفاده کرد. البته روشن است که کیفیت اطلاعات بدست آمده در این روش با مهارت و شخصیت مصاحبه‌کننده ارتباط مستقیمی دارد. (لوکوان و ریموند، ۱۳۸۴: ۱۹۰-۱۸۹)



و تحلیل توأمان بوده، علاوه بر منابع کتابخانه‌ای، پژوهشگر به صورت مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته با ۱۹ صاحب‌نظر دارای مدرک کارشناسی ارشد و دکتری عرصه سیاست و رسانه به گردآوری اطلاعات پرداخته است. در این شیوه از گردآوری اطلاعات، از تکنیک تحلیل مضمون مصاحبه‌های عمیق، بهره برده شد و تلاش گردید تا برای کسب اطلاعات موردنظر، به صورت عمیق به ذهن مصاحبه‌شوندگان که از افراد خبره دانشگاهی، مدیریتی، عملیاتی و حرفه‌ای حوزه رسانه، دیپلماسی رسانه‌ای و سیاست خارجی و نیز کارشناسان آشنا به کشورهای روس‌زبان؛ بودند به‌عنوان جامعه آماری، نفوذ شده و اطلاعات لازم گردآوری شود. سؤالات محوری پژوهش در جدول زیر بیان می‌شوند:

ردیف	پرسش
۱	دلایل اهمیت حضور و فعالیت دستگاه دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در مناطق قفقاز و اوراسیای مرکزی و نیز فدراسیون روسیه چیست؟
۲	زمینه‌ها و موضوعات سیاسی - امنیتی (مانند مقابله با نفوذ ناتو و...)، اقتصادی (همکاری برای دور زدن تحریم‌ها و...)، فرهنگی - اجتماعی (بیگانه‌ستیزی و...) و بین‌المللی و منطقه‌ای (مسائل جمهوری‌های تازه استقلال یافته و...) که دستگاه دیپلماسی رسانه‌ای ایران می‌تواند در حوزه محتوا به آنها بپردازد کدام است؟ موانع موجود برای پرداختن به این زمینه‌ها و موضوعات چیست؟
۳	دستگاه دیپلماسی رسانه‌ای ایران برای پذیرش مواضع جمهوری اسلامی در نزد افکار عمومی فدراسیون روسیه و نیز دیگر کشورهای روس‌زبان چه کارهایی را باید انجام دهد؟

البته لازم به ذکر است در تحقیق حاضر برای تأمین روایی و پایایی مطالعه از روش ارزیابی «لینکلن و گوبا»^۱ که معادل روایی و پایایی در تحقیقات کمی است، استفاده شده است. پس بدین منظور بر پایه این روش، چهار معیار موثق بودن و اعتبار (باورپذیری)، انتقال‌پذیری، اطمینان‌پذیری و تأییدپذیری جهت ارزیابی روایی و پایایی در نظر گرفته شد؛ که برای معیار نخست، یعنی موثق بودن و اعتبار، مباحثی و موضوعاتی نظیر «صرف زمان کافی برای پژوهش، تأیید داده‌های مصاحبه، توسط مصاحبه‌شونده پس از پیاده‌سازی، تأیید فرایند پژوهش توسط چند متخصص، اطمینان از



یکسانی دیدگاه کدگذار با استفاده از کدگذارهای دیگر بر اساس کدگذاری چند نمونه مصاحبه مشابه، نوشتن یادداشت دامنه و یادآوری در پژوهش» (استراوس و کوربین، ۱۳۹۰: ۶۹) لحاظ شد.

۵. یافته‌های تحقیق

با عنایت به اهداف و منافع ایران در اوراسیای مرکزی و قفقاز، مهم‌ترین و عمده‌ترین و نیز در عین حال با اولویت‌ترین بایسته‌های موضوعی راهبردی جمهوری اسلامی ایران نسبت به مناطق روس‌زبان با تاکید بر فدراسیون روسیه به جهت هرگونه اقدام موضوعی، انتخاب سوژه و فعالیت محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای به شرح جدول‌هایی که در ادامه آمده‌اند، می‌باشد.

جدول ۲- مضامین بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران با عنایت به

تحولات نظام بین‌المللی

مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه
بایسته‌های محتوایی	مبتنی بر تحولات نظام بین‌المللی	تبیین چرایی و چگونگی لزوم هم‌پوشانی سراسری و همه‌جانبه در حمایت کشورهای منطقه اوراسیای مرکزی و قفقاز از همدیگر در سطح جهانی و ارتقاء شأن و جایگاه یکدیگر، در عرصه جهانی
		تبیین منطق موجود در اقدامات ایران، توأمان با لزوم تبیین واقع‌بینانه چرایی و چگونگی مخالفت و مقابله همگانی با گسترش سیاسی- امنیتی، اقتصادی- تجاری و فرهنگی- اجتماعی تمدن و فرهنگ آنگلو ساکسون‌ها، که همواره با هدف محدود کردن تمدن‌های دیگر در حال نشر و تکثیر می‌باشد.
		تبیین چرایی و چگونگی مقابله و نیز در پی آن ایجاد ائتلاف و اتحاد همگانی و همه‌جانبه علیه سیاست‌های متنوع و چند بُعدی خصمانه، استعماری و تحریمی اروپا و آمریکا، که در ساحت‌های گوناگون و حوزه‌های مختلف در جریان است.
		تبیین چرایی و چگونگی لزوم ائتلاف منطقه‌ای مشترک توسط ایران و کشورها و مناطق روس‌زبان علیه



استانداردهای دوگانه حاکم بر مناسبات و قواعد جهانی، به‌خصوص در حوزه‌های حقوق‌بشر، محیط زیست، امنیت و...		
تبیین چرایی و چگونگی مقابله همگانی و همه‌جانبه با گسترش و تقویت نفوذ ناتو به شرق و در پی آن تهدید منافع پردامنه گوناگون مشترک میان ایران و دیگر کشورهای روس‌زبان پیرامونی ایران توسط ناتو		
تبیین چرایی و چگونگی مخالفت نظری و عملی مشترک میان ایران و کشورهای روس‌زبان با یک‌جانبه‌گرایی و سلطه‌گرایی آمریکا و همچنین تلاش‌های کاخ سفید برای ایجاد جهان تک‌قطبی		

جدول ۳- مضامین بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران با عنایت به سیاست‌های حاکم بر منطقه اوراسیای مرکزی

مضامین پایه	مضامین سازمان یافته	مضامین فراگیر
خنثی‌سازی تلاش‌های قدرت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای نظیر ترکیه، رژیم صهیونیستی، عربستان سعودی، پاکستان و... برای نفوذ اجتماعی- فرهنگی، سیاسی- امنیتی و نیز اقتصادی- تجاری در کشورها و مناطق روس‌زبان که در منطقه اوراسیای مرکزی قرار دارند.	مبتنی بر سیاست‌های حاکم بر منطقه آسیای میانه و قفقاز	بایسته‌های محتوایی
استخراج و تأکید بر موارد فرهنگی مشترک و نیز تقویت اشتراکات معنوی و دینی موجود میان ایرانیان و مردم مناطق اوراسیای مرکزی، به همراه ترکیب اسلام این مناطق با آداب، رسوم و فرهنگ پارسی موجود در مناسبات و رویدادهای مختلف ملی، مذهبی، اجتماعی، جشن‌ها و...؛ مثل سنت‌های حاکم در اعیاد اسلامی و ملی مشترک در این مناطق نظیر اعیاد قربان، فطر، نوروز و... و یا سنت‌های حاکم در تکریم و بزرگداشت شخصیت‌های بزرگ و		



<p>مقدس نظیر جان‌باختگان میدان جنگ، پیامبر اسلام (ص) و خاندان آن، مشاهیر و چهره‌های شاخص و...</p>		
<p>جلوگیری از شکل‌گیری و بازی در پازل جنگ قدرت قدرت‌های جهانی و منطقه‌ای در دوره پسا جنگ سرد، آن‌هم در میان کشورها و مناطق روس‌زبان و نیز تلاش برای جایگزینی و تقویت اعتماد، محبت، دوستی و حسن همجواری در میان دولت‌ها و کشورهای اوراسیای مرکزی با همدیگر و نیز با ایران و همچنین تلاش برای حل و فصل مناقشات منطقه‌ای به صورت مسالمت‌آمیز</p>		
<p>ترغیب و تشویق برای ایجاد ائتلاف و اتحاد در مبارزه، مخالفت و مقابله با انقلاب‌های رنگی، فعالیت و نفوذ تروریسم و افراطی‌گرایی در تمامی اشکال و انواع آن از جمله تروریسم تکفیری و...</p>		
<p>تلاش برای بیان بدون تحریف تاریخ کشورها و نیز احیای چندجانبه‌گرایی و چندفرهنگ‌گرایی با هدف ایجاد همبستگی اجتماعی، جلوگیری از جدایی‌طلبی و پیشگیری از ترویج و تقویت «پان»‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای موجود در اوراسیای مرکزی و قفقاز</p>		
<p>تقویت انگیزه و ایجاد ائتلاف همگانی برای مبارزه با قاچاق مواد مخدر، سلاح و مافیا، مهاجرت‌های غیرقانونی و سایر فعالیت‌های مجرمانه فراملی</p>		
<p>نزدیک کردن نظرات و نگاه‌های موجود اقتصاد سیاسی حاکم در میان ایران و کشورهای روس‌زبان پیرامونی ایران در منطقه اوراسیای مرکزی با هدف گسترش همکاری‌های مالی- بانکی، ایجاد هم‌پوشانی و هم‌گرایی اقتصادی به‌عنوان اهرم بازدارنده در مقابل تحریم‌ها و فشارهای غرب و آمریکا و نیز به موازات این امور، توجیه لزوم توسعه مناسبات و روابط اقتصادی و فضای سرمایه‌گذاری مشترک با همکاری ایران، با عنایت به ظرفیت‌های اتحادیه اقتصادی اوراسیا و سازمان همکاری‌های شانگهای، برای تسریع در ارتقای نظم نوین بین‌المللی</p>		



<p>نزدیک کردن نظرات و نگاه‌های موجود پیرامون مسائل باقیمانده رژیم حقوقی دریای خزر از جمله نحوه بهره‌برداری از منابع بستر و ...</p>		
<p>ایجاد نگاه و فهم مشترک منطقه‌ای از مسئله امنیت و ثبات در میان کشورها و مناطق روس‌زبان، تا در پی آن اقدامات لازم و مشترک منطقه‌ای برای برقراری صلح و ثبات به صورت جمعی صورت پذیرد و به صورت تدریجی پیگیری اهداف بلندمدت توسعه پایدار در زمینه‌های گوناگون مثل محیط‌زیست و... باشند.</p>		
<p>ایجاد همکاری و همگرایی در شکل‌گیری و تقویت ساختارهای بومی در زمینه‌های عدالت، عقلانیت، دموکراسی و... و نیز برقراری حاکمیت قانون در بخش‌های قضایی و مبارزه با فساد، تقویت احترام به حقوق بشر، ترویج و تضمین آزادی‌های اساسی و... در راستای تعهدات بین‌المللی</p>		
<p>ایجاد تناسب، توازن، نزدیکی و وفاق در نظرات و نگاه‌های موجود پیرامون همکاری و همگرایی متنوع و پرحاشیه در حوزه‌های بهره‌برداری از نفت، گاز و صنایع مرتبط، مدیریت انرژی و انتقال آن، تکمیل و توسعه حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی و دریایی منطقه اوراسیای مرکزی و قفقاز با محوریت کریدور شرق - غرب و کریدور شمال - جنوب و...</p>		

جدول ۴- مضامین بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران با عنایت به وضعیت داخلی فدراسیون روسیه و ایران و مناسبات حاکم بر دو کشور

مضامین پایه	مضامین سازمان‌یافته	مضامین فراگیر
<p>تلاش برای تأثیر بر گروه‌ها و جریان‌های ذی‌نفوذ در روسیه با هدف در اولویت قرار دادن ایران توسط کرملین و نیز پررنگ کردن جایگاه تهران (به‌عنوان عضو اصلی در اوپک، سازمان همکاری اسلامی و جنبش عدم‌تعهد) در سیاست خارجی روسیه (به‌عنوان عضو اصلی در شورای امنیت، سازمان همکاری‌های شانگهای و اتحادیه اقتصادی اوراسیا) برای تعمیق مناسبات و روابط میان دو کشور ایران</p>	<p>مبتنی بر وضعیت داخلی فدراسیون روسیه و ایران و نیز روابط و</p>	<p>بایسته‌های محتوایی</p>



<p>و روسیه در عرصه نظام بین‌الملل و یا در حوزه‌های گوناگون و پردامنه‌ای که تهران و مسکو دارای منافع مشترک هستند (مسئله سوریه و مبارزه با تروریسم، مقابله با قاچاق مواد مخدر و سلاح، جلوگیری از گسترش ناتو و...) و همچنین در عین حال برانگیختن خواص و نخبگان دو کشور برای ارائه راهکار پیرامون غیرمقطعی و غیر ابزاری بودن همکاری‌های روسیه و ایران و نیز حل‌وفصل موضوعات و منافع اختلاف‌زا (همانند: مسائل دریای خزر، رویکردهای متفاوت دو کشور به حل مسئله فلسطین و...)</p>	<p>مناسبات حاکم بر دو کشور</p>
<p>شناساندن و معرفی توانایی‌ها و استعداد‌های بالقوه و بالفعل هم‌پوشان دو کشور ایران و روسیه در زمینه‌های مختلف و پس از آن انگیزه‌سازی توأم با ارائه راهکار برای تدوین و توسعه نقشه جامع برنامه‌ها و همکاری‌های مشترک بلندمدت، میان مدت و کوتاه‌مدت، با هدف هم‌افزایی و هم‌گرایی روزافزون سیاسی-امنیتی، فرهنگی-اجتماعی و اقتصادی-تجاری تهران و مسکو در زمینه‌های گوناگون، برای کسب جایگاه درخور جهانی و نیز منزوی کردن و بی‌اثر نمودن حوزه نفوذ و عرصه فشار تمامی قدرت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای غیرهمسو با جمهوری اسلامی ایران و فدراسیون روسیه و یا حتی غیرهمسو با هر کشور ثالث منطقه‌ای و یا فرامنطقه‌ای دوست، همراه و همگام با ایران و روسیه؛ نظیر ونزوئلا و...</p>	
<p>ترویج مزیت‌های تجاری و منحصر به فرد ج. ا. ایران برای روسیه و نیز بیان موانع و مشکلات موجود برای به فعلیت رسیدن آن مزیت‌ها و همچنین متعاقب آن در دستور کار قرار دادن اقناع لازم و کاربردی جامعه تجار و اقتصاددانان، پژوهشگران و محققان، صنعت‌گران و فن‌آوران و همچنین کارآفرینان، حاکمان و سیاستمداران فدراسیون روسیه برای توسعه فضای سرمایه‌گذاری و در عین حال تعمیق همگرایی‌ها و همکاری‌های مشترک برای سرمایه‌گذاری و اقدام مؤثر و نیز کسب ثبات بیشتر برای هر دو کشور در حوزه‌های گوناگون تجاری-اقتصادی (ایجاد مناطق آزاد</p>	



<p>مشترک، تأسیس مؤسسات مالی و اعتباری مشترک و...، ساحت صنعت و فناوری (صنایع هوایی و فضایی، نظامی، خودروسازی و...)، عرصه معدن، نفت، گاز و انرژی (انرژی هسته‌ای، برق، صنایع وابسته به پتروشیمی و زغال سنگ و...)، حوزه حمل و نقل جاده‌ای، ریلی و دریایی (کریدور شمال - جنوب، کریدور شرق - غرب و...)، مسائل کشاورزی و دامداری (معرفی و مزیت‌سازی برای غلات و دیگر محصولات کشاورزی و یا حتی لبنیات دام‌های اصلاح شده منحصر به فرد ایرانی و...) و موضوعات علمی و فناوریانه (سلول‌های بنیادی، نانو، داروسازی و واکسن‌سازی و...) در سطح دو کشور ایران و روسیه و نیز در پی آن بسترسازی و ظرفیت‌سازی همگام و موازی برای جذب دیگر کشورهای دور و نزدیک.</p>	
<p>مروور سابقه تاریخی و آثار بر جای مانده از ملل و نخل کهن پیشینی و آگاهی دادن از ادیان و اقوام باستانی و همچنین تمدن‌های پیشینی موجود در حوزه جغرافیایی ایران و روسیه از دیرباز تاکنون، با هدف احیاء خرده فرهنگ‌های مشترک موجود باقی مانده از گذشته و نیز نزدیک کردن حداکثری ۱۹۰ قوم موجود در روسیه برای گسترش مسالمت‌آمیز و مؤثر ادیان و اقوام ایرانی و روس</p>	
<p>تصحیح دیدگاه منفی روس‌ها نسبت به زیرساخت‌های غرب‌گرایانه جامعه ایران، که منجر شده جامعه روسیه رویکرد ایران به سمت تهران را از روی ناچاری بداند و در مقابل هم باید تلاش شود تا حافظه تاریخی افکار عمومی ایران تصحیح شود تا ایرانیان هم با اصلاح ذهنیت تاریخی، روسیه را همواره متخاصم ندانند و همچنین گمان نکنند که دوری یا نزدیک شدن مسکو به تهران، ریشه در نگاه ابزاری کرملین به ایران دارد.</p>	
<p>ترویج و آموزش زبان‌وادبیات فارسی و در عین حال معرفی آثار ادبی کلاسیک زبان فارسی با تمرکز بر مشاهیر مورد علاقه جوامع روس‌زبان؛ همانند خیام، مولوی، حافظ، فردوسی، خاقانی شروانی، نظامی گنجوی و... و همچنین تلاش دوباره برای احیاء مجدد نهضت ترجمه توحیدی - اسلامی که سابقاً در روسیه فعال بوده است.</p>	



<p>ایجاد انگیزه برای توسعه روابط آموزشی- پژوهشی میان ایران و روسیه در قالب تبادل هیئت‌های علمی، برگزاری همایش‌ها، تأسیس شعبه‌های دانشگاهی و پژوهشگاهی، اجرای دوره‌های مشترک آکادمیک در حوزه‌های گوناگون علوم از مقطع کارشناسی تا پسا دکتري و...</p>	
<p>معرفی جاذبه‌ها، ظرفیت‌ها و بسترهای گردشگری ایران و نیز تشویق مردم فدراسیون روسیه و دیگر کشورهای روس‌زبان برای سفر به ایران، با هدف ترویج و توسعه صنعت گردشگری ایران و دیگر زمینه‌های وابسته به آن</p>	
<p>تشویق توأم با ارائه راهکار و پیگیری رسانه‌ای برای برگزاری نشست‌ها و هم‌اندیشی‌ها، جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های دائمی، فصلی و یا مناسبتی مشترک در حوزه شناخت فرهنگ و هنر و نیز معرفی سمبل‌ها و ارزش‌های فرهنگی- هنری ایران، با تأکید بر موسیقی، فیلم، عکاسی، تئاتر، نقاشی و...</p>	
<p>توجه به مشترکات موجود در نهاد خانه و خانواده ایرانی و روسی، با محوریت اموری نظیر فرزندآوری، جایگاه و منزلت پدر و مادر، مخالفت با سقط جنین و همجنس‌گرایی، تبیین جایگاه خانه و خانواده در هویت‌سازی صحیح و غنی فردی و اجتماعی و...</p>	
<p>آگاهی دادن نسبت به اصل جایگاه دین تعالی‌بخش و معنویت راستین و همچنین کارکردهای آن‌ها در ابعاد گوناگون زندگی فردی و اجتماعی بشر، با هدف مقابله با نفوذ هر نوع جریان افراطی دینی و یا حتی ضددینی موجود در سطح منطقه و جهان که در دو کشور ایران و روسیه نیز فعال می‌باشد.</p>	



۶. نتیجه‌گیری

با عنایت به تحولات حاکم بر مناطق روس‌زبان، به‌ویژه پس از اتمام جنگ سرد و سال‌های ۱۹۹۰ و ۱۹۹۱ میلادی به بعد، این جغرافیایها همواره آستان حوادث و اتفاقاتی بوده که به‌صورت عمده ناشی از دست‌اندازی، مداخله و حضور سخت و یا حتی نرم قدرت‌های منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای بوده است. قدرت‌هایی از قبیل آمریکا، اتحادیه اروپا، ترکیه، عربستان سعودی، رژیم صهیونیستی و... که به هر بهانه و دلیلی به‌دنبال تحکیم جای پای خود در اوراسیای مرکزی هستند، و البته مهم‌تر آن‌که، از یک طرف هر کدام به‌گونه‌ای تهدیدی برای تمامیت ارضی ایران و حاکمیت ملی و استقلال ایران به حساب آمده و از دیگر سو به‌دلیل منافع ایدئولوژیک نهفته در ماهیت انقلاب اسلامی مردم ایران (دفاع از مسلمانان و امت اسلامی، عدالت و مبارزه با ظلم، نفی سلطه‌پذیری، سلطه‌گری و استعمار، استکبارستیزی، حمایت از مظلومین و مستضعفین، عزت نفس و آزادی عمل سیاسی و...)، به‌صورت جدی مُحل فعالیت‌های ایران در اقتصاد بین‌المللی بوده و نه تنها از اساس با توسعه و رفاه اقتصادی ایران و دسترسی ایران به بازار جهانی مخالفند، بلکه به‌دنبال خدشه‌دار کردن اعتبار سیاسی و بین‌المللی ایران هستند.

به‌همین دلیل ضروری است تا ایران نیز با تمرکز بر علایق و زمینه‌های مشترک برای همکاری با کشورها و مناطق روس‌زبان در اوراسیا، قفقاز و اروپای شرقی (که شامل موضوعات تجاری-اقتصادی، موقعیت جغرافیایی ویژه ایران، تشابه سرنوشت تاریخی و معنوی ایران با تعدادی از کشورهای این مناطق در مقابله با دشمنان خارجی، تمایل و تلاش برای ایجاد جهان چندقطبی، حل و فصل مسائل دریای خزر، تشابه پیشینه مذهبی و فرهنگی ایران شیعی و مسیحیت ارتدوکس کشورهای اوراسیای مرکزی، حضور ناتو و دیگر کشورهای غربی به هر بهانه‌ای، گسترش ناامنی ناشی از تروریسم، مواد مخدر و قاچاق سلاح، مقابله با تهدیدات متنوع و پردامنه ناشی از تهاجم فرهنگی غرب و... می‌باشند)، از ابزارهای حوزه دیپلماسی رسانه‌ای، به‌عنوان گستره‌ای بی‌نهایت گسترده بهره‌برداری نماید. در این راستا، با طیف وسیع و متنوعی از انواع رسانه و بسترهای محتوایی و ابزاری مرتبط با هر یک از آن رسانه‌ها؛ نظیر تأسیس رادیو و تلویزیون ۲۴ ساعته روسی به شکل ترکیبی (خبر، مستند، گفت‌وگو، فیلم و...)، سایت‌ها و زیرسایت‌هایی به زبان روسی با محتواهایی متنوع و پردامنه، جراید و مطبوعات چاپی و الکترونیکی ادواری و غیرادواری، اپلیکیشن‌های کاربردی و... در قالب یک «دیپلماسی رسانه‌ای ترکیبی» فعالیت نماید. البته با اشراف به این مسئله که هر رسانه ظرفیت محتوایی و در عین حال برد انحصاری و تاثیر منحصر به‌فرد خود را در مقابل



طیف بزرگی از مخاطبان و مصرف‌کنندگان داراست، ضرورت دارد این رسانه‌ها ابتدا برای خنثی‌سازی اقدامات سخت و نرم قدرت‌ها و رقباتی متخاصم خویش گام برداشته و پس از آن در صدد ایجاد همگرایی، اتحاد و ائتلاف با ملت‌ها و دولت‌های مناطق روس‌زبان اوراسیای مرکزی، قدم بردارند. چراکه امروزه و بر خلاف گذشته، دیگر شناخت، دانش و معلومات، امیال و خواسته‌ها، نیازها و علایق و نیز در نهایت رفتارها و جنبه‌های عینی یک‌به‌یک افراد جامعه و یا گروه‌ها، احزاب و نهادهای اجتماعی فعال جامعه، در گرو مصرف و مواجهه با منظومه و زنجیره‌ای از انواع رسانه می‌باشد؛ به‌نحوی که با فعالیت رسمی و یا گاهی غیررسمی و مشترک با مراکز رسانه‌ای بومی یک کشور، آن‌هم با هزینه‌ای به مراتب کمتر از حضور فیزیکی و سخت، تاثیرات ژرفی را بر مخاطب نهاده و سبب تحولات بزرگی در جامعه هدف شد.

۷. پیشنهادهای رسانه‌ای

– وزارت امور خارجه با درک این مسئله که دیگر نمی‌توان فقط با اتکاء به روش‌های سنتی و قدیمی اهداف کلان کشور را به دست آورد با تعامل سازنده با دستگاه‌های فرهنگی و رسانه‌ای کشور به‌ویژه معاونت برون‌مرزی صداوسیما، اهداف و منافع ملی ایران در کشورهای روس‌زبان را دنبال نماید.

– سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی با طرح‌های جامع کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت، می‌تواند با ایجاد تعامل بیشتر میان دیدگاه‌ها، برنامه‌ها و اهداف مجموعه‌های وابسته به سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی با مجموعه‌هایی نظیر وزارت امور خارجه و برون‌مرزی سازمان صداوسیما نماید.

– با توجه به اهمیت روزافزون مناطق روس‌زبان، تأسیس سیمای روسی برون‌مرزی پیشنهاد می‌شود. – استفاده حداکثری از مراکز و مراجع قانون‌گذار و ناظر: نخست) تلاش برای تسهیل توسعه سازمان‌های مردم‌نهاد و انجمن‌های فعال در روسیه و کشورهای همجوار و فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی؛ دوم) تلاش برای تسهیل توسعه رسانه‌های مختلف مکتوب و مجازی با حمایت و هدایت دولت و باز گذاشتن فضای همکاری‌ها برای فعالان خصوصی.

– بازطراحی و تدوین راهبرد رسانه‌ای مناسب و متناسب با اوراسیای مرکزی و فدراسیون روسیه. – تقویت همکاری رسانه‌ای با کشورهای اوراسیای مرکزی و فدراسیون روسیه از جمله تأسیس ائتلاف‌های رسانه‌ای مانند اکومو.



- بررسی زمینه‌های نفوذ در طبقات مخاطبین منطقه اوراسیای مرکزی و فدراسیون روسیه از طریق پژوهش‌های عمیق پیرامون شناخت ذائقه مخاطبان روس‌زبان و پاسخ به این ذائقه در راستای منافع ملی جمهوری اسلامی ایران.

منابع و مأخذ

- ابراهیمی ترکمان، ابوذر (۱۳۹۵). **تفاوت‌ها و همانندی‌های اتحاد جماهیر شوروی و فدراسیون روسیه**. تهران: انتشارات اطلاعات.
- استراوس، آنسلم؛ کوربین، جولیت. ام (۱۳۹۰). **مبانی پژوهش کیفی؛ فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای**، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- اسماعیلی، محمد (۱۳۸۸). **دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر نقش صداوسیما**، تهران: جام جم.
- اکبری، کمال (۱۳۹۳). **تأملاتی در دین و رسانه**، کرج: ارمغان حیات.
- بهنم، شعیب و همکاران (واحد پژوهش‌های کاربردی برون‌مرزی صداوسیما) (۱۳۹۴). **اهمیت راه‌اندازی سیمای روسی برون‌مرزی (با تأکید بر ضرورت‌ها، موانع، راهبردها و مدل مطلوب رسانه‌ای)**، تهران: واحد پژوهش‌های کاربردی معاونت برون‌مرزی صداوسیما
- حسینی‌انجدانی، مریم (۱۳۹۵). **روش تحلیل مضمون**. تهران: مرکز پژوهش و سنجش صداوسیما.
- دهقانی، سیدجلال‌الدین (۱۳۸۶). «**هویت و منفعت در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران**» چاپ شده در: داود کیانی (به کوشش) **مجموعه مقالات منافع جمهوری اسلامی ایران**، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- دونایوا، النا (۱۳۸۹). **روابط فرهنگی ایران و روسیه: امکانات و موانع**. فصلنامه ایراس، سال پنجم، شماره ۶ (بهار و تابستان)، صص ۸۰-۶۹.
- رحیمی، فاطمه (۱۳۹۶). «**آسیب‌شناسی دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در قبال تحولات منطقه خاورمیانه در عصر جهانی شدن**»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد روابط بین‌الملل، دانشکده علوم انسانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم.
- ساداتی، سیدنصرالله (۱۳۹۳). نقش شبکه‌های برون‌مرزی رسانه ملی در دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر شبکه‌های العالم و پرس تی‌وی. **فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی**، سال بیست و یکم، شماره ۳ (پاییز)، ۹۹-۱۲۰.
- سلطانی‌فر، محمد؛ خانزاده، لیلا (۱۳۹۲). **دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران (فرصت‌ها، چالش‌ها، آسیب‌شناسی و راهبردها)**. **مطالعات فرهنگ و ارتباطات**، سال چهارم، شماره ۲۲ (تابستان)، ۲۰۵-۱۸۱.
- سنایی، مهدی و کریمی، جهانگیر (۱۳۸۷). **روابط ایران و روسیه**، تهران: انتشارات ایراس.
- شاه‌محمدی، یوسف (۱۳۹۵). **واکاوی مناسبات ایران و روسیه با توجه به عناصر برساننده هویت جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۴-۱۳۵۷)**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. گروه علوم سیاسی و روابط بین‌الملل. دانشکده حقوق و علوم سیاسی. دانشگاه خوارزمی.
- طلیخی‌مقانی، جواد (۱۳۹۱). **دیپلماسی رسانه‌ای و الزامات آن**، مطالعات عملیات روانی، شماره ۳۱، زمستان، صص ۸۹-۱۱۷.
- عابدی‌جعفری، حسن و همکاران (۱۳۹۰). «**تحلیل مضمون و شبکه مضامین روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی**»، **دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی**، دوره ۵، شماره دوم، پاییز و زمستان، صص ۱۵۱-۱۹۸.

بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران ... ۱۳۵

عاملی، سیدحامد؛ خرازی آذر، رها؛ مظفری، افسانه (۱۳۹۶)، نقش تکنولوژی‌های نوین رسانه‌ای در دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه راهبرد اجتماعی و فرهنگی، دوره ششم، شماره ۲۲ (بهار)، ۱۷۶-۱۵۳. کمالی، یحیی (۱۳۹۷)، «روش‌شناسی تحلیل مضمون و کاربرد آن در سیاست گذاری عمومی» **فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی**، دوره ۴، شماره ۲، تابستان، صص ۲۰۸-۱۸۹.

گیلوا، ایوان (۱۳۸۸)، **ارتباطات جهانی و سیاست خارجی**. ترجمه حسام‌الدین آشنا و محمدصادق اسماعیلی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.

لوک وان، کامپنهود؛ کیوی، ریموند (۱۳۸۴)، **روش تحقیق در علوم اجتماعی (نظری و عملی)**. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: توتیا

مارشال، کترین؛ راس من، گرچن (۱۳۹۰)، **روش تحقیق کیفی**، ترجمه علی پارساییان و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

متقی، ابراهیم؛ شایسته، حمید (۱۳۹۶)، دیپلماسی عمومی ایران؛ ظرفیت‌ها و چالش‌ها. **فصلنامه مطالعات منافع ملی**، دوره دوم، شماره هشتم (تابستان)، ۵۵-۲۹.

مؤذن، کاظم (۱۳۹۱)، «**بررسی و تحلیل رابطه بازنمایی رسانه‌ای و دیپلماسی رسانه‌ای**». نامه فرهنگ و **ارتباطات**، سال چهارم، شماره ۶ و ۷ (بهار و تابستان)، صص ۱۹۶-۱۷۱.

وخشیتبه، احمد (۲۰۱۸)، «**اهمیت و جایگاه دیپلماسی فرهنگی رسانه‌ای در روابط ایران و روسیه**» چاپ شده در: **مجموعه مقالات پنج قرن روابط ایران و روسیه**، روسیه: بنیاد شرق‌شناسی مسکو.

Ammon, R. (2001). Global television and the shaping of world politics: CNN, telediplomacy, and foreign policy. Jefferson, NC: McFarland.

Braun, Virginia and Clarke, Victoria (2006), "Using the matic analysis in psychology", **Qualitative Research in Psychology**, Vol. 3, No. 2, Pp. 77-101.

Gilboa, E. (2000). Mass communication and diplomacy: A theoretical framework, **Communication Theory**, 10:275-309.

Gilboa, E. (2008). **Media Diplomacy**, In W. Donsbach (Ed), Encyclopedia of Communication (Vol. VII, 2852-2857). London: International Communication Association/Blackwell Publishing.

