

شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی انقلاب اسلامی

در رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما*

محسن سوهانی^۱، امیرحسام اسحاقی^۲، حسن درزیان رستمی^۳

چکیده

امروزه کشورهای قدرتمند در پوشش رسانه به تأمین منافع خود و پیشبرد سیاست خارجی از رهگذر تبلیغات سیاسی و شکل‌دهی به افکار عمومی می‌پردازند. ایران نیز از طریق رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما این سیاست را در سطح منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای پیگیری می‌کند. بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر تبیین دل‌های گفتمان‌سازی و شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی انقلاب اسلامی در رسانه‌های برون‌مرزی سازمان صداوسیماست. روش پژوهش، آمیخته (کیفی-کمی) است. ابزار پژوهش در بخش کیفی مصاحبه نیمه‌ساختار یافته و در بخش کمی، تحلیل معادلات ساختاری بوده است. بدین منظور، داده‌های حاصل از تکمیل پرسشنامه توسط ۲۵ صاحب‌نظر، در نرم‌افزار SPSS و PLS به منظور مدل‌سازی معادلات ساختاری تحلیل شده است. صاحب‌نظران به روش نمونه‌گیری هدفمند از میان خبرگان حوزه‌های دیپلماسی و رسانه که بر مفاهیم نظری انقلاب اسلامی نیز مسلط بودند، انتخاب شدند. تعداد آنها بر اساس معیار اشباع نظری یافته‌ها حاصل شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که عوامل غیریت‌سازی، اسطوره‌سازی، هژمونی‌کردن، هم‌ارزی، ساختارشکنی، حاشیه‌رانی و برجسته‌سازی از شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی در رادیو و تلویزیون‌های معاونت برون‌مرزی سازمان صداوسیما و سبک زندگی اسلامی، وحدت‌بخشی، رأفت اسلامی و خردورزی، استکبارستیزی، اندیشه‌های ضدسکولاریستی و جهل‌زدایی از دل‌های گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی ایران در سطح بین‌المللی هستند. نتایج تحلیل معادلات ساختاری مؤید کاربست توأمان این عوامل و مؤلفه‌هاست.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی رسانه‌ای، گفتمان انقلاب اسلامی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۲

*. این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول با راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم است.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، گروه مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Sohaniirib@gmail.com

۲. استادیار گروه مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). Eamirhesam@yahoo.com

۳. استادیار گروه مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. Rostamiuk@yahoo.co.uk

مقدمه

امروزه، گفتمان‌ها با رسانه‌های وابسته به نهادهای متولی آن گفتمان‌ها، پیوند عمیقی پیدا کرده‌اند. به گونه‌ای که نظام‌های سیاسی و فکری مختلف درصدد ترویج و تثبیت گفتمان خود از طریق رسانه‌های دیداری و شنیداری در سطح ملی و برون‌مرزی هستند. جمهوری اسلامی ایران، هویت گفتمانی متفاوتی است که در اثر یک دگرگونی سیاسی بنیادین به نام «انقلاب اسلامی» وارد مناسبات نظام بین‌المللی شد و طی چهار دهه، بسیاری از معادلات و مراودات منطقه‌ای و حتی جهانی را متأثر ساخت. این انقلاب با طرح گفتمانی جدید و ارائه خوانش‌های نوین از سیاست خارجی، منافع ملی، نظم بین‌المللی و ثبات جهانی، واکنشی به‌شدت اعتراضی به توزیع ناعادلانه قدرت در سطح روابط بین‌الملل داشته و از این رو، خواهان توزیع دوباره قدرت و برقراری توازن جدیدی از نیروها در سطح بین‌المللی شده است. در این راستا، توجه به گفتمان‌سازی در رسانه، یکی از شیوه‌های مهمی است که می‌تواند ایران را در نیل به اهداف خود در سطح بین‌الملل یاری رساند. به بیان مقام معظم رهبری، هدف از گفتمان‌سازی «این است که اندیشه دینی، معرفت دینی در مخاطبان، در مردم، رشد پیدا کند. اندیشه دینی که رشد پیدا کرد، وقتی همراه با احساس مسئولیت و تعهد باشد، عمل به وجود می‌آورد و همان می‌شود که پیغمبران دنبال آن بودند» (سخنرانی مقام معظم رهبری، ۱۳۸۸/۰۹/۲۲). بنابراین، می‌توان تأکید کرد که رسانه ملی و به طور خاص، شبکه‌های برون‌مرزی به‌عنوان قرارگاه مقدم جنگ نرم در سطح بین‌المللی نقش اساسی در اثرگذاری دیپلماسی رسانه‌ای کشور، معرفی هویت ملی و گفتمان انقلاب اسلامی و درواقع، تصویر بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران دارند. درواقع دغدغه و مسئله پژوهشگران از تلاقی شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های اثرگذار برای گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی ایران و شیوه‌های مؤثر کاربست دیپلماسی عمومی این گفتمان در رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما حاصل می‌شود.

یکی از ضرورت‌های اصلی کاربست دیپلماسی عمومی را باید ائتلاف‌سازی در قالب گفتمان‌های مشخص و تعریف شده دانست. به همان گونه‌ای که ائتلاف در رسانه‌ها در راستای هدف خاصی انجام می‌گیرد، طبیعی است که در نگرش گفتمانی نیز ضرورت گفتمان‌سازی امری اجتناب‌ناپذیر بر اساس قالب‌های نظری است. هر گفتمان انقلابی می‌تواند شکل خاصی از روابط را بین افراد و هویت آنان به‌وجود آورد. در گفتمانی که ماهیت فرهنگی، سیاسی و همچنین راهبردی داشته باشد، نیاز همه‌جانبه به ارائه مدل جامع وجود خواهد داشت. برای اجراسازی



گفتمان تغییر وضع موجود، جمهوری اسلامی ایران توانسته است روابط و همچنین معادله رسانه‌ای را بر اساس قالب‌های هویتی سازمان‌دهی نماید. هویت ایدئولوژیک می‌تواند پیامدهای راهبردی را نیز ایجاد کند. کشورهایی که نتوانند قالب‌های گفتمانی مناسب و مطلوبی طراحی و سازمان‌دهی نمایند، طبیعی است که در زمان محدودی قابلیت‌های هماهنگ‌کننده و انسجام‌بخش خود را از دست می‌دهند و در آوردگاه رسانه‌ای امروز، در رقابت با رقبای، نمی‌توانند نقش حداکثری ایفاء کنند.

کشورهای قدرتمند با استفاده از دیپلماسی عمومی با اشاعه و ترویج ایدئولوژی، ارزش و هنجارهای خود در صدد صدور پیام و فرهنگ خویش هم‌چنین کسب برتری بوده‌اند. این بستر با همکاری رسانه‌ها شکل می‌گیرد. بر این اساس کشورهای قدرتمند نفوذ خود را مدیون رسانه‌های بین‌المللی هستند که در پوشش اطلاع‌رسانی به تأمین منافع کشور و پیشبرد سیاست خارجی از رهگذر تبلیغات سیاسی، اطلاع‌رسانی و شکل‌دهی به افکار عمومی می‌پردازند. از این رو بررسی دال‌های گفتمان‌سازی و شیوه‌های مؤثر ترویج آنها در معاونت برون‌مرزی سازمان صداوسیما در توسعه دیپلماسی عمومی گفتمان انقلاب اسلامی ضروری به نظر می‌رسد.

بر اساس مقدمه مذکور، سوالات مقاله را می‌توان به صورت زیر تبویب کرد:

از نظر صاحب‌نظران کدامین عوامل و شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی گفتمان انقلاب اسلامی در رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما می‌توانند اثرگذار باشد؟

از نظر صاحب‌نظران کدامین دال‌های انقلاب اسلامی ایران برای گفتمان‌سازی در سطح بین‌المللی در رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما می‌توانند اثرگذار باشد؟

کدام شاخص (عامل) در ارتباط با شیوه‌های مؤثر کاربست دیپلماسی عمومی در رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما بیشترین ضریب معناداری را داراست؟

کدام شاخص (عامل) در ارتباط با دال‌های انقلاب اسلامی ایران برای گفتمان‌سازی در سطح بین‌المللی در رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما بیشترین ضریب معناداری را داراست؟

پیشینه پژوهش

با توجه به میان‌رشته‌ای بودن این مقاله، پژوهش‌های مختلفی انجام شده‌اند که به‌طور غیرمستقیم با موضوع این پژوهش مرتبط هستند. اما برای اختصار و بهره‌گیری بیشتر از ادبیات تجربی موضوع، در ادامه صرفاً چند پژوهش جدید که ارتباط بیشتر با موضوع این مقاله دارند، ذکر می‌شوند.

جدول ۱. پیشینه پژوهش

ردیف	عنوان	نویسندگان / سال	یافته‌ها و نتیجه اصلی
۱	آسیب‌شناسی ساختاری دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران	خادم‌زاده و همکاران (۱۳۹۹)	جمهوری اسلامی ایران در عرصه‌های ساختاری، نهادی، مدیریتی و رویکردی در زمینه دیپلماسی عمومی دچار ضعف است و بر همین اساس نتوانسته است از ظرفیت‌های بالقوه فرهنگی، مذهبی و سیاسی در دیپلماسی عمومی خود به‌طور شایسته بهره‌مند شود.
۲	راهبردهای ارتقای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران برای برون‌مرزی صداوسیما	امین‌فرد (۱۳۹۹)	راهبردهای رقابتی مناسب‌ترین راهبردها برای شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی در راستای ارتقای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران هستند. مهمترین راهبرد به دست آمده «ایجاد گروه اندیشه‌ورزی مدیریت ادراک و تشکیل تیم سردبیران ویژه خبری دانشی و با تجربه در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی» بوده است.
۳	سیاست‌های مطلوب رسانه‌های شبکه هیسپان‌تی‌وی برون‌مرزی «با رویکرد دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»	غفاری‌قدیر و همکاران (۱۳۹۷)	هیسپان‌تی‌وی برای اینکه بتواند نقشی مؤثرتر در دیپلماسی فرهنگی ایفا کند، باید سیاست‌های محتوایی خود را براساس اهداف و اولویت‌های رسانه و با در نظر گرفتن شرایط محیطی مخاطب تدوین کند و راهبردهای ساختاری، مدیریتی و توزیعی مطلوب و متناسبی را در برنامه‌ها و محیط درون رسانه در پیش بگیرد.
۴	نقش شبکه‌های برون‌مرزی رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران در بیداری اسلامی	محمدی (۱۳۹۴)	در مقایسه با شبکه‌های بی‌بی‌سی و الجزیره که امکان حضور مستقیم و نصب تجهیزات رسانه‌ای حرفه‌ای و گسترده در مکان‌های متعدد به خصوص میادین را داشتند در اکثر مواقع رسانه ملی چه در حوزه شبکه‌های برون‌مرزی و چه در پوشش اخبار برای مخاطبان داخلی به‌عنوان یک شبکه مصرف‌کننده محسوب و کمتر امکان مخابره اخبار دست اول برای آن میسر شد.
۵	دیپلماسی عمومی جدید؛ بسترساز قدرت دیپلماسی رسانه‌ای	خسروی و همکاران (۱۳۹۴)	الگوی ارتباط دیپلماسی عمومی، به لحاظ هدف، ابزار، متدولوژی و دوره‌ی زمانی بستر نفوذ رسانه‌ها بر ساختارهای مدل دیپلماسی و سیاست خارجی را فراهم کرده است. دیپلماسی رسانه مهم‌ترین بخش

ردیف	عنوان	نویسندگان / سال	یافته‌ها و نتیجه اصلی
			دیپلماسی عمومی جدید محسوب می‌شود و استراتژی ضروری و محوری برای قرن ۲۱ است.
۶	نقش شبکه‌های برون مرزی رسانه ملی در دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر شبکه‌های العالم و پرس‌تی‌وی»	ساداتی (۱۳۹۳)	رسانه ملی و به طور خاص، شبکه‌های برون مرزی در موضوعات حساس بین‌المللی و داخلی همچون انرژی هسته‌ای، بحران گروگان‌گیری ملوانان انگلیسی و ماجرای غزه موفق عمل کرده است.

همانگونه که در جدول ۱ مشاهده می‌شود اکثر پژوهش‌های انجام شده، ضمن تأکید بر جایگاه ویژه رسانه‌ها در دیپلماسی عمومی، در خصوص وضعیت دیپلماسی عمومی در رسانه‌های بین‌المللی صداوسیما ضمن بیان نقاط قوت، کاستی‌ها را نیز بیان می‌کنند که این کاستی‌ها بر لزوم بازاندیشی در خصوص کاربست دیپلماسی عمومی انقلاب اسلامی در رسانه‌های برون مرزی صداوسیما صحه می‌گذارد. بر این اساس، پژوهش پیش رو، ضمن بدیع بودن می‌تواند مکمل پژوهش‌های پیشین در ارائه دال‌های گفتمان‌سازی و شیوه‌های مؤثر ترویج آنها در رسانه‌های برون مرزی صداوسیما باشد.

۱. مبانی نظری

۱-۱. دیپلماسی عمومی

دیپلماسی، مهمترین ابزار و راه نیل به منافع ملی و اهداف سیاست خارجی کشورها محسوب می‌شود. در حقیقت وظایف دیپلماسی دربرگیرنده مدیریت روابط خارجی در حوزه‌های سیاسی، امنیتی، مالی، اقتصادی و فرهنگی، برای تأمین منافع ملی و اهداف کشور در عرصه خارجی است (Barston, 2006: 87). امروزه در کنار دیپلماسی سنتی که بر مذاکرات رسمی و دیپلماتیک واحدهای سیاسی استوار است، دیپلماسی عمومی نیز توسعه چشم‌گیری داشته است.

دیپلماسی عمومی یکی از مؤلفه‌ها و روش‌های جنگ نرم است (McClory, 2011). جوزف نای^۱ معتقد است اگر قدرت نرم از فرهنگ، ارزش‌ها و سیاست خارجی ملتی ناشی می‌شود، پس

1. Joseph Nye

دیپلماسی عمومی ابزاری است که حکومت‌ها از بسیج منابع (قدرت نرم) برای ارتباط و جذب مردم کشورهای دیگر و نه صرفاً حکومت‌ها از آنها استفاده می‌کنند (نای، ۱۳۸۹: ۹۵). این روش و ابزار، به معنای کاربرد ابزارهای فرهنگی و ارتباطات بین‌الملل در سیاست خارجی است و به گونه‌ای فراگیر شامل دیپلماسی فرهنگی و ارتباطی می‌شد (گیلبوا، ۱۳۸۸: ۱۵). دیپلماسی عمومی، ابزاری است که ما از طریق همکاری با توده‌های مردم در خارج از کشور برای دستیابی به اولویت‌های بین‌المللی راهبردی خویش از آن بهره می‌جوییم (Fisher, 2009: 252). دیپلماسی عمومی، تعامل با شهروندان خارجی به قصد اعمال نفوذ بر افکار آن‌ها به‌جای ارتباطات سنتی، مذاکره و نمایندگی بین حکومت‌ها است (Melissen, 2005: 5).

دیپلماسی عمومی به دو گونه سنتی و نوین دسته‌بندی می‌شود. شاخص‌ترین تفاوت میان دیپلماسی عمومی سنتی و دیپلماسی عمومی نوین در رویکرد ارتباطی آنها نهفته است، به این معنا که دیپلماسی عمومی سنتی، سلسله مراتبی و توده‌محور است، در حالی که دیپلماسی عمومی نوین شبکه‌محور است. الگوی سلسله مراتبی که عمدتاً طی جنگ سرد توسط ایالات متحده آمریکا توسعه یافت به‌لحاظ مفهومی به تبلیغات نزدیکتر بوده و از «دیپلماسی عمومی راهبردی» برای انتقال جریان‌های اطلاعات بالا به پایین به مخاطبان هدف استفاده می‌کند (Hocking, 2005: 36-37). یکی از گونه‌های مهم دیپلماسی عمومی نوین، دیپلماسی رسانه‌ای است.

۱-۱-۱. دیپلماسی رسانه‌ای

اکنون فناوری‌های نوین ارتباطاتی و اطلاعاتی، گستره دیپلماسی و سیاست خارجی را به روزنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی کشانده‌اند؛ حتی تصمیم‌گیران سیاسی در دولت‌ها و دیپلمات‌ها هم نمی‌توانند به‌طور مستقیم از مسائل جهانی مطلع شوند. بنابراین، آنها هم با رجوع به رسانه‌های جمعی تصویری کلی از جهان به دست می‌آورند (Zhang, 2010: 236). 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»

1. Gilboa
2. Media-broker Diplomacy



که در آن روزنامه‌نگاران موقتاً نقش دیپلمات را عهده‌دار می‌شوند و در تعاملات بین‌المللی نقش میانجی‌گر را ایفاء می‌کنند (Gilboa, 2000: 6).

دیپلماسی رسانه‌ای با حضور در قلب دیپلماسی عمومی، دیپلماسی ایده‌آلی را برای ارائه و دستیابی به اهداف و منافع ملی فراهم می‌کند. این دیپلماسی، در کنش‌های متقابل بین‌المللی، توانایی و قابلیت مساوی را به همه دولت‌ها می‌دهد. پیشبرد سیاست خارجی و دیپلماسی بیش از پیش به میزان تأثیرگذاری تاکتیک‌های خبری و رسانه‌ای وابسته شده است. فضایی که سیاست‌مداران را بر آن داشته است که پیش از هر عمل سیاسی به سنجش اخبار رسانه‌ها بپردازد و با جلب افکار عمومی بر قدرت عمل سیاسی خود بیفزایند. گسترش فناوری ارتباطات و به‌ویژه تلویزیون جهانی، تغییرات زیادی را در فضای جدید دیپلماتیک ایجاد کرده است، به این صورت که بیشترین تعامل دیپلماتیک با مخاطبان جهانی است. در این نوع از دیپلماسی، افکار عمومی کشور یا کشورهای دیگر مورد هدف و مخاطب سیاست‌گذاری دستگاه سیاست خارجی و دیپلماسی هستند (دعاگویان، ۱۳۸۸: ۱۳). دیپلماسی رسانه‌ای در واقع اغلب با ایجاد روابطی هماهنگ، دوستانه و نزدیک با کشورها و به‌ویژه مردم آنها، تولید نیرو و هم‌افزایی می‌کند.

گیلبوآ، دیپلماسی رسانه‌ای را به معنای استفاده از رسانه‌های جمعی، برای برقراری با بازیگران دولتی و غیردولتی، 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).

۱-۲. گفتمان

گفتمان یک سیستم مترتب بر پراکندگی است که دال مرکزی موجب انسجام آن می‌شود. دال مرکزی، دال برتر و نیروی جاذب سایر نشانه‌ها و عناصر است که حول آن، مفصل‌بندی می‌شوند (یورگسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۴۷؛ حقیقت و حسینی‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۰۸). فوکو گفتمان‌ها را اعمالی می‌داند که به طور نظام‌مند موضوعاتی را شکل می‌دهند که خود سخن می‌گویند. گفتمان‌ها درباره موضوعات صحبت نمی‌کنند و تعیین کننده هویت موضوعات نیستند، بلکه خود سازنده موضوعات هستند و در فرایند این سازندگی مداخله خود را پنهان می‌سازند (عضدانلو، ۱۳۸۰: ۱۷-۱۸). در نظر

فوکو، گفتمان را صرفاً نباید مجموعه‌ای از گزاره‌های منسجم تلقی کرد، بلکه باید وجود آن را وابسته به مجموعه‌ای از دو نوع روال دانست: یکی روال‌هایی که می‌کوشند آن گزاره‌ها را رواج دهند، و دیگری روال‌هایی که می‌کوشند تا میان آن گزاره‌ها و گزاره‌های دیگر مرزی بنا کنند و از رواج یافتن گزاره‌های دیگر ممانعت به عمل آورند (فوکو، به نقل از میلز، ۱۳۹۹: ۹۱). گزاره کوچکترین واحد گفتمان است (فوکو، ۱۳۹۲: ۱۱۹) و فوکو، گفتمان را بر حسب آن تعریف می‌کند. با مفصل‌بندی، عناصر پراکنده در درون یک گفتمان با هم ارتباط می‌گیرند، به گونه‌ای که این عناصر هویت جدیدی می‌یابند (مارش و استوکر، ۱۳۹۹: ۲۰۲). طی مفصل‌بندی، دال‌های اصلی در زنجیره هم‌ارزی با یکدیگر ترکیب می‌شوند و در برابر یک غیر که تهدید می‌کند قرار می‌گیرند (منوچهری، ۱۳۸۴: ۱۱۴). از ویژگی‌های ذاتی گفتمان‌ها، ضدیت و غیریت است. بر این اساس، گفتمان‌ها با غیر، هویت یافته و نظام معنایی خود را تنظیم می‌کنند. در واقع، بررسی نظام معنایی یک گفتمان مستلزم تعریف آن در تقابل آن با گفتمان رقیب و دستیابی به نقاط تفاوت‌ها و تعارض‌های معنایی میانشان است (سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۶۸).

۱-۲-۱. تحلیل گفتمان لاکلا و موف

نظریه تحلیل گفتمان^۲ لاکلا^۳ و موف^۴ نخستین بار در سال ۱۹۸۵ در کتاب *هژمونی و راهبرد سوسیالیستی: به سوی سیاست رادیکال دموکراسی*^۵، مطرح شد. آنچه تحلیل گفتمانی لاکلا و موف را از سایر نظریه‌های گفتمانی متمایز می‌کند تسری گفتمان از حوزه فرهنگ و فلسفه به جامعه و سیاست و همچنین رسانه است. آنان بنا بر مبانی پسا‌ساختارگرایانه و زبان‌شناسانه خود نگرشی جدید و بحث‌برانگیز را در علوم اجتماعی مطرح می‌کنند و مقوله‌های زبانی و گفتمانی را به همه حوزه‌های اجتماعی سرایت می‌دهند.

تحلیل گفتمان متشکل از مفاهیم متکثر و درهم پیچیده است. هرچند این مفاهیم وجوه و پیچیدگی‌هایی دارند، ارتباطی شبکه‌ای و زنجیروار با هم دارند. غیریت‌سازی، اسطوره‌سازی، هژمونی کردن، هم‌ارزی، ساختار شکنی، حاشیه‌رانی و برجسته‌سازی از مفاهیم اساسی تحلیل گفتمان لاکلا و موف هستند. در ادامه به تعریف مختصر هر یک پرداخته می‌شود.

1. Statement
2. Analysis Discourse Theory
3. Ernesto Laclau
4. Chantal Mouffe
5. Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics

غیریت‌سازی

بسیاری از ایدئولوژی‌های تضاد اجتماعی، سلطه و نابرابری را حفظ و بازتولید می‌کنند. این تضاد ممکن است هر نوع منافی را شامل و به‌صورت قطب‌بندی شده سازماندهی شود یعنی «ما/خود» را در برابر «آنها/دیگران» قرار دهد (ون‌دایک، ۱۳۸۶: ۱۱۷). در فرایند «غیرسازی» همواره «خود» بودن برتر از «دیگر» بودن است (Isherwood and Harris, 2014: 46).

اسطوره‌سازی

گفتمانی می‌تواند به شرایط ظهور و بروز برسد که بتواند به اسطوره تبدیل شود؛ چراکه همیشه گفتمان‌ها با بحران‌ها و مشکلات اجتماعی همراه‌اند و گفتمان حاکم سعی دارد از این فضا و شرایط و با توانمند نشان دادن خود در برون رفت از این شرایط، برای هژمونیک کردن خود بهره ببرد. بدین جهت گفتمان‌های دیگر تصویر روشنی از آینده حضور خویش به سوژه‌ها ارائه می‌دهند که در آن شرایط، دیگر خبری از مشکلات نیست. لاکلا این تصویر آرمان‌گرایانه را اسطوره نام می‌نهد. درواقع گفتمان‌ها به دنبال رهایی از بی‌قراری و ایجاد یک عینیت جدیدند. لاکلا برای تبدیل این وجه اسطوره‌ای به یک تصویر اجتماعی و در قالب یک فرهنگ عمومی از استعاره کمک می‌گیرد که در آن اسطوره‌ها با ایجاد یک فضای بازنمایی شده و استعاره‌ای سوژه‌ها را به سمت و سوی آن ترغیب می‌کنند. بدین ترتیب، خلأ میان واقعیت و تصویر اجتماعی یا به عبارت دیگر میان واقعیت و اسطوره را وجه استعاره‌ای گفتمان پر می‌کند. این خلأ امکان پیدایش گفتمان‌ها و اسطوره‌های جدید را ممکن می‌سازد (Mouffe and Laclau, 1985:105).

هژمون شدن

مفهوم هژمونی در تبیین نظریه گفتمانی لاکلا و موف از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است. هژمونی در نگاه گرامشی ناشی از قدرت اقناع طبقات محکوم توسط طبقه حاکم و در راستای منافع آنها است (سلطانی، ۱۳۸۴: ۸۲-۸۳). اما در رویکرد لاکلابی هژمونی در سرتاسر جامعه وجود دارد و با آن درهم تنیده است. لاکلا و موف معنای بسیار عام‌تری از هژمونی را در مقایسه با گرامشی به کار می‌برند. «این مفهوم ناظر به این است که در ساحت سیاست و اجتماع چه کسی برتر است. به عبارت دیگر، کدام نیروی سیاسی درباره شکل‌های مسلط رفتاری در جامعه تصمیم خواهد گرفت» (مارش و استوکر، ۱۳۹۹: ۲۰۹).





هم‌ارزی

گفتمان‌ها از طریق زنجیره هم‌ارزی^۱، تفاوت‌های موجود در میان عناصر را از بین می‌برند و به نوعی وحدت و انسجام میان آنها کمک می‌کنند. در این معنا، عناصر خصلت‌های متفاوت و معنا‌های رقیب را از دست می‌دهند و در معنایی که گفتمان ایجاد می‌کند، منحل می‌شوند. منطق هم‌ارزی منطق ساده‌سازی فضای سیاسی است. اما در واقع هیچ‌گاه هم‌ارزی نمی‌تواند به حذف کامل این تفاوت‌ها بینجامد (حسینی‌زاده، ۱۳۸۳). زنجیره هم‌ارزی بر این قاعده تأکید دارد که اگر عناصر یک گفتمان در دوره‌ای کنار گذاشته شود، تهدید بالقوه‌ای برای گفتمان جدید تلقی می‌گردد و عناصر حذف شده در وضعیت دیگری امکان بازنمایی خواهند داشت (سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۶۱).

ساختار شکنی

ساختار شکنی یا «واسازی» مفهومی است که از دریدا به عاریت گرفته شده است. این مفهوم، نقطه مقابل انسداد و توقف است و بر این امر تأکید دارد که برای از بین بردن هژمونی و سلطه یک گفتمان باید ثبات معنایی آن را از بین برد تا زمینه تغییر «وقته» به دال شناور فراهم آید و گفتمان‌های رقیب بتوانند در این فضای ناآرام و ملتهب پدید آمده مدلول خاص خود را به دال مرکزی مورد نظر الصاق و نظام معنایی خویش را تثبیت کنند (کسرای و شیرازی، ۱۳۸۸: ۳۵۱).

حاشیه‌رانی و برجسته‌سازی

این دو مفهوم با مفهوم تخصیص و غیریت سازی ارتباط دارد. در منازعات گفتمانی هر گفتمان با برجسته کردن نقاط قوت خود و نقاط ضعف رقیب و با به حاشیه راندن نقاط ضعف خود و نقاط قوت رقیب، سعی در کشیدن هاله‌ای از قدرت دست‌نیافتنی به اطراف خود است. برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی، شیوه‌ای برای حفظ و استمرار قدرت و دوام هژمونیک گفتمان است (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۴).

۳-۲. گفتمان انقلاب اسلامی با تأکید بر بُعد فراملی

گفتمان انقلاب اسلامی حاصل مفصل‌بندی نشانه‌های اسلامی و مدرن حول دال مرکزی جمهوری اسلامی با ابتدائی بر ولایت فقیه است که در قالب پارادایم اسلام سیاسی قابل فهم است. در این گفتمان، مفاهیمی چون ولایت فقیه، حکومت اسلامی (مردم‌سالاری دینی)، اشتغال دین بر سیاست (تقابل با سکولاریسم)، اجرای شریعت در جامعه، امت‌گرایی اسلامی (وحدت



اسلامی)، دفاع از آرمان فلسطین و مبارزه با استکبار جهانی، به تدریج برجسته گردید و منظومه گفتمانی در غیریت‌سازی با سلطه غرب را شکل داد (حسینی‌زاده، ۱۳۸۶: ۲۷۳). گفتمان انقلاب اسلامی با مفصل‌بندی مفاهیم فوق حول حکومت اسلامی (ولایت فقیه) غیرهای خود را از صحنه رقابت طرد کرد و مسلط شد. نکته شایان ذکر اینکه گفتمان انقلاب اسلامی در صدد نفی مظاهر تجدد نبوده، بلکه از دستاوردهای آن بهره می‌برد؛ اما با تأکید بر مفهیمی نظیر جامعیت دین، حکومت اسلامی، اشتغال دین بر سیاست و اجرای شریعت در جامعه، از گفتمان‌های مدرن سکولار متمایز می‌شود. در ادامه دال‌های گفتمان انقلاب اسلامی را بررسی می‌کنیم.

۱. دال مرکزی: عمود خیمه هر گفتمانی است که همه دال‌ها با آن مفصل‌بندی شده و در پیوند با آن معنا پیدا می‌کنند. دال مرکزی گفتمان انقلاب اسلامی، حکومت اسلامی مبتنی بر ولایت فقیه است. نخستین و مهمترین آرمان انقلاب اسلامی تأسیس حکومت اسلامی بود که امام خمینی (ره) نه سال پیش از پیروزی انقلاب اسلامی، به‌عنوان نظام جایگزین سلطنت استبدادی وابسته معرفی نمودند و آن را به سان قلمرو حکومت پیامبر (ص) و ائمه (ع) و تنها نظام سیاسی مشروع در عصر غیبت قلمداد کردند.

۲. دال‌های شناور: دال‌هایی هستند که هر گفتمان می‌کوشد با معنادگی آنها در چارچوب منظومه گفتمانی خود، حول دال مرکزی مفصل‌بندی کند. دال‌های شناور مهم گفتمان انقلاب اسلامی عبارت است از:

اشتغال دین بر سیاست، از دال‌های مهم گفتمان انقلاب اسلامی است و آن را از گفتمان‌های سکولار متمایز می‌کند، بلکه هویت آن را در تقابل با سکولاریسم شکل می‌دهد. بر این اساس، اسلام جامعیت داشته و همه وجوه دنیوی و اخروی حیات انسان را دربرمی‌گیرد و به دلیل اتکای بر وحی الهی، از گفتمان‌های متکی بر خرد انسانی صرف، برتر است (حسینی‌زاده، ۱۳۸۶: ۱۷). بنابراین، حوزه عمومی و جامعه در دایره دین و تعالیم آن تعریف می‌شود، به طوری که به دلیل وجوه اجتماعی اسلام، تفکیک آن از جامعه امکان‌پذیر نیست (شجاعی‌زند، ۱۳۸۶: ۳۹). هدف امام خمینی (ره) از آغاز نهضت اسلامی، وحدت مسلمانان و اتکای بر امت اسلامی بودند (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۴: ۱۴۲؛ ج ۱۱: ۱۴۸؛ ج ۱۳: ۱۶۳؛ ج ۸: ۱۸؛ ج ۹: ۹۰) و پس از پیروزی انقلاب، فاصله دو روایت شیعی و سنی از تاریخ میلاد پیامبر اسلام را هفته وحدت نام‌گذاری کردند. با این وصف، در گفتمان انقلاب اسلامی، به اقتضای زمانه، مرزهای ملی به رسمیت شناخته شده و ضمن پذیرش ملیت به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی و سیاسی، آنها را به‌عنوان

کثراتی می‌بیند که باید ذیل مفهوم توحید به وحدت برسند: اسلام در عین حالی که وطن را آنجایی که زادگاه است احترام می‌گذارد، لکن مقابل اسلام قرار نمی‌دهد. اساس، اسلام است (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۱: ۱۶۸).

گفتمان انقلاب اسلامی هویت خویش را در غیریت‌سازی با استکبار و سلطه غرب تعریف کرد و با آرمان‌رهایی ملت‌ها از ستم و سلطه استکبار به جذب نیروهای اجتماعی پرداخت (نباتیان، ۱۳۹۷ الف: ۲۳۹). این دال به‌عنوان یک سیاست مهم و بنیادی در نظام جمهوری اسلامی اتخاذ شده است (قانون اساسی، اصل سوم و نهم؛ دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۳: ۲۵-۲۷). از دال‌های مهمی که با دال مرکزی گفتمان انقلاب اسلامی مفصل‌بندی شده، عدالت‌خواهی است. اساساً اندیشه سیاسی شیعه بر مدار عدالت تکوین یافته و در آن، هر نظم اجتماعی و نظام سیاسی منهای عدالت، نامشروع تلقی شده است. در گفتمان انقلاب اسلامی، با تأکید بر عدالت و عدالت‌خواهی، میان عدالت و سیاست رابطه‌ای منطقی تعریف شده است. در این راستا امام خمینی (ره) مشارکت به‌عنوان یک حق را یکی از شاخص‌های عدالت سیاسی فرض نموده است (میراحمدی و شیرینی، ۱۳۸۸: ۸۳۹).

دال مهم دیگر گفتمان انقلاب اسلامی، عقل‌گرایی و جهل‌زدایی است. این گفتمان با بهره‌گیری از ظرفیت‌های اسلام شیعی و اجتهاد، برای عقل جایگاه ویژه‌ای قائل است. عقل اجتهادی با به دست آوردن ملاک‌های مصالح و مفساد قوانین، نسبت به ثبات و تغییر احکام شرعی و نقش مقتضیات زمان نظر می‌دهد و با اثبات تغییر ملاک حکمی، حکم نیز دچار تغییر می‌شود (شیرینی، ۱۳۹۰: ۸۵). گفتمان انقلاب اسلامی با استمداد از عقل‌گرایی، متغیرات را براساس ثبات‌های بررسی و احکام آنها را استنباط می‌کند. به همین دلیل، در برابر مسائل نوپیدا متوقف نمی‌شود و در مسیر حرکت انقلابی و نظام‌سازی، در مواجهه با مسائل مختلف، ملاحظات عقلی و مصالح جامعه اسلامی و مقتضیات زمان را مدنظر قرار می‌دهد.

نقطه‌قوت انقلاب اسلامی ماهیت جمهوری و اسلامی آن است که ضمن بسیج نیروهای اجتماعی در طرد و فروپاشی گفتمان پهلویسم و نیز خرده‌گفتمان‌های سکولار پس از انقلاب در داخل، جمهوری‌یتی مبتنی بر دین اسلام را در غیریت‌سازی با سکولاریسم مسلط بر نظام بین‌الملل تاسیس کرد و آن را به چالش فراخواند. در اثر این تحول فرهنگی در ایران، گفتمان جدیدی ایجاد شد که با بازنمایی غرب و تولید ادبیات و زبان سیاسی و فرهنگی جدید ارتباط یکسویه فرهنگی با غرب را که کارکرد آن تحکیم هژمونی فرهنگی غرب بود، برهم زد. این گفتمان با



بازتولید نظام معنایی جدید مبتنی بر اسلام با هویت‌بخشی به مسلمانان و غیریت‌سازی غرب و استکبار، گفتمان فرهنگی خود را در بین ملت‌های دیگر توسعه بخشید (نوربخش و سلطانیان، ۱۳۸۹). در دهه‌های اخیر، گفتمان انقلاب اسلامی در بعد منطقه‌ای در قالب محور مقاومت اسلامی و در بعد بین‌المللی در قالب گفتمان مقاومت تجسم یافته است. بسیاری از ابعاد و مؤلفه‌های این گفتمان همسو با اصول سیاست خارجی ایران است. «نشانه‌هایی را که در گفتمان مقاومت مفصل‌بندی می‌شوند، می‌توان در دو دسته طبقه‌بندی کرد؛ یک بخش سلبی است و بخش دیگر اثباتی و ایجابی. در مرکز بُعد سلبی گفتمان مقاومت، سلطه‌ستیزی و دوم، نفی استکبار و استبدادستیزی قرار دارد اما مهم‌ترین وجوه اثباتی و ایجابی گفتمان مقاومت، عبارتند از عدالت‌خواهی، حق‌طلبی، اسلام‌خواهی، صلح‌طلبی، عزت‌طلبی، اقتدار، استقلال‌طلبی، آزادی‌خواهی، معنویت‌گرایی، حکمت و عقلانیت‌گرایی، مصلحت‌گرایی، آرمان‌گرایی و واقع‌بینی» (رضاخواه، ۱۳۹۲: ۳۳).

روش پژوهش

روش پژوهش، آمیخته (کیفی-کمی) است. ابزار پژوهش در بخش کیفی مصاحبه نیمه‌ساختار یافته و در بخش کمی، مدل معادلات ساختاری^۱ بوده است. این مدل (الگو) برای بررسی روابط میان متغیرهای پنهان است که همزمان متغیرهای مشاهده‌پذیر را نیز در نظر می‌گیرد. متغیرهای پنهان همان عوامل اصلی هستند که در یک مدل مفهومی نمایش داده می‌شوند. متغیرهای مشاهده‌پذیر نیز همان گویه‌ها یا سؤالات مربوط به سنجش عوامل اصلی هستند. معادلات ساختاری برای ساخت مدل استفاده نمی‌شود بلکه برای ارزیابی و اعتبارسنجی مدل کاربرد دارد. در واقع پژوهشگر باید یک مدل اولیه را ترسیم کند سپس با استفاده از این روش به اعتبارسنجی مدل بپردازد. برای ترسیم مدل اولیه از مصاحبه ساختار یافته با صاحب‌نظران استفاده شده است. گویه‌ها یا سؤالات محوری این مصاحبه از مبانی نظری حاصل شده است. در واقع با استفاده از نظرات صاحب‌نظران، مؤلفه‌های تأثیرگذار متناظر با سؤالات مقاله شناسایی شدند و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام گرفت.

جامعه و حجم نمونه پژوهش حاضر، کارشناسان و خبرگان حوزه دیپلماسی و رسانه به ویژه مدیران و کارشناسان رادیو و تلویزیون‌های داخلی و برون‌مرزی سازمان صداوسیما هستند. معیار

قضاوت در مورد زمان متوقف کردن نمونه‌برداری نظری «کفایت نظری^۱» مقوله یا نظریه است. در تحقیق کنونی تعداد نمونه‌های انتخاب شده برابر ۲۵ نفر و با انجام این تعداد مصاحبه، تشخیص محقق این بود که اطلاعات گردآوری شده به اشباع رسیده است و نیازی به انجام دادن مصاحبه‌های بیشتر نیست. برای انتخاب نمونه‌های تحقیق از روش نمونه‌گیری هدفمند^۲ استفاده شد. در مدل علی (مفهومی) پژوهش حاضر، رسانه‌های معاونت برون‌مرزی سازمان صداوسیما به‌عنوان متغیر مستقل و عوامل غیریت‌سازی، اسطوره‌سازی، هژمونی کردن، هم‌ارزی، ساختارشکنی، حاشیه‌رانی و برجسته‌سازی به‌عنوان متغیر وابسته، در نظر گرفته شده‌اند. همچنین گفتمان انقلاب اسلامی در سطح بین‌المللی به‌عنوان متغیر مستقل دیگر و سبک زندگی اسلامی، وحدت‌بخشی، رأفت اسلامی و خردورزی، استکبارستیزی، اندیشه‌های ضدسکولاریستی و جهل‌زدایی به‌عنوان دال‌های متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.

در این پژوهش از پرسشنامه برای جمع‌آوری داده و از نرم‌افزار SPSS و PLS به‌منظور مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. پرسشنامه محقق ساخته طبق اطلاعات حاصل از مبانی نظری دارای ۲ بعد و ۱۳ گویه است. همچنین چندین سؤال نیز برای کسب اطلاعات توصیفی پاسخگو نظیر جنسیت، سن، سمت و تحصیلات در پرسشنامه طرح شده است. برای تدوین پاسخ‌ها از طیف لیکرت پنج درجه‌ای (دامنه مقیاس ۱ برای کاملاً مخالف و ۵ برای کاملاً موافق) که یکی از رایج‌ترین مقایسه‌های اندازه‌گیری پاسخ‌های بسته به شمار می‌رود، استفاده شده است.

در روایی کمی و تجربی غالباً از روش‌های آزمون بارتلت^۳ و ضریب KMO^۴ استفاده شده است. برای بررسی روایی پرسشنامه مورد نظر در این تحقیق از دو روش بارتلت و اعتبار صوری استفاده شد. ابتدا نسخه‌ای از پرسشنامه در اختیار اساتید و صاحب‌نظران قرار گرفت تا اعتبار صوری پرسشنامه سنجیده شود و نظرات پیشنهادی ایشان در مورد پرسشنامه اعمال گردد. نتایج آزمون بارتلت در جدول ۲ آمده است.

1. Theoretical Saturation
2. Purposive Sampling
3. Bartlet
4. Kaiser-Meyer-Olkin

جدول ۲. تایید روایی

مقدار		شاخص آماری
۰/۸۸۶		شاخص KMO
۱۰۱۸/۹۸۷	آماره	آزمون بارتلت
۳۰۰	درجه آزادی	
۰,۰۰۰	احتمال (Sig.)	

چنانکه از این جدول مشخص می‌شود، مقدار KMO برابر با ۰/۸۸۶ است که چون بالاتر از ۰/۷ است. بنابراین، روایی مطلوب است. آزمون بارتلت حتی در سطح معنی‌داری ۰/۹۹ (sig= 0.000) رد می‌شود. فرضیه‌های آماری اینگونه هستند.

$H_0 =$ داده‌ها روایی ندارند

$H_1 =$ داده‌ها روایی دارند

از آنجا که فرض صفر رد می‌شود در نتیجه فرض یک تایید می‌شود. برای محاسبه پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفا کرونباخ استفاده شد.

جدول ۳. محاسبه پایایی متغیرهای تحقیق با ضریب آلفا کرونباخ

ضریب آلفا کرونباخ	تعداد سوالات	متغیر
۰/۹۷۵	۷	شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی در رادیو و تلویزیون‌های معاونت برون‌مرزی سازمان صداوسیما
۰/۹۲۵	۶	دال‌های گفت‌وگو سازی انقلاب اسلامی ایران در سطح بین‌المللی

Cronbach's alpha	
دال‌ها	0.925
روشن‌های مؤثر	0.975

جدول ۳ و خروجی نرم‌افزار Smart PLS نشان می‌دهد که همبستگی درونی بین سؤالات بالاست و برداشت پاسخگویان از سؤالات یکسان بوده است در نتیجه تحقیق پایایی کافی دارد. همچنین نتایج حاصل از نرم‌افزار Smart PLS ضرایب همبستگی بین گویه‌های پرسشنامه را به شکل زیر نشان می‌دهد.

	D2	D3	D4	D5	D6	D7	S1	S2	S3	S4	S5	S6	D1
D2	1.000	0.948	0.928	0.865	0.931	0.678	0.731	0.931	0.963	0.385	0.943	0.855	0.951
D3	0.948	1.000	0.923	0.857	0.914	0.605	0.763	0.915	0.923	0.367	0.924	0.860	0.926
D4	0.928	0.923	1.000	0.916	0.911	0.681	0.789	0.935	0.923	0.324	0.886	0.855	0.883
D5	0.865	0.857	0.916	1.000	0.927	0.686	0.869	0.917	0.895	0.188	0.911	0.914	0.896
D6	0.931	0.914	0.911	0.927	1.000	0.695	0.858	0.965	0.930	0.278	0.952	0.912	0.958
D7	0.678	0.605	0.681	0.686	0.695	1.000	0.528	0.686	0.731	0.264	0.600	0.598	0.743
S1	0.731	0.763	0.789	0.869	0.858	0.528	1.000	0.833	0.741	0.187	0.849	0.883	0.804
S2	0.931	0.915	0.935	0.917	0.965	0.686	0.833	1.000	0.942	0.251	0.924	0.891	0.927
S3	0.963	0.923	0.923	0.895	0.930	0.731	0.741	0.942	1.000	0.353	0.916	0.839	0.952
S4	0.385	0.367	0.324	0.188	0.278	0.264	0.187	0.251	0.353	1.000	0.309	0.220	0.321
S5	0.943	0.924	0.886	0.911	0.952	0.600	0.849	0.924	0.916	0.309	1.000	0.929	0.962
S6	0.855	0.860	0.855	0.914	0.912	0.598	0.883	0.891	0.839	0.220	0.929	1.000	0.875
D1	0.951	0.926	0.883	0.896	0.958	0.743	0.804	0.927	0.952	0.321	0.962	0.875	1.000

شکل ۱. ضرایب همبستگی بین گویه‌های پرسشنامه

یافته‌های پژوهش

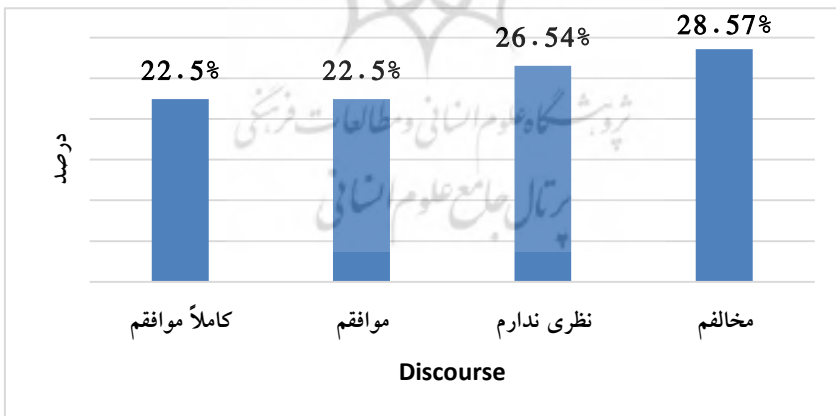
یافته‌های توصیفی پژوهش در جداول و نمودارهای بعدی مشاهده می‌شود.

جدول ۴. یافته‌های توصیفی جامعه آماری پژوهش

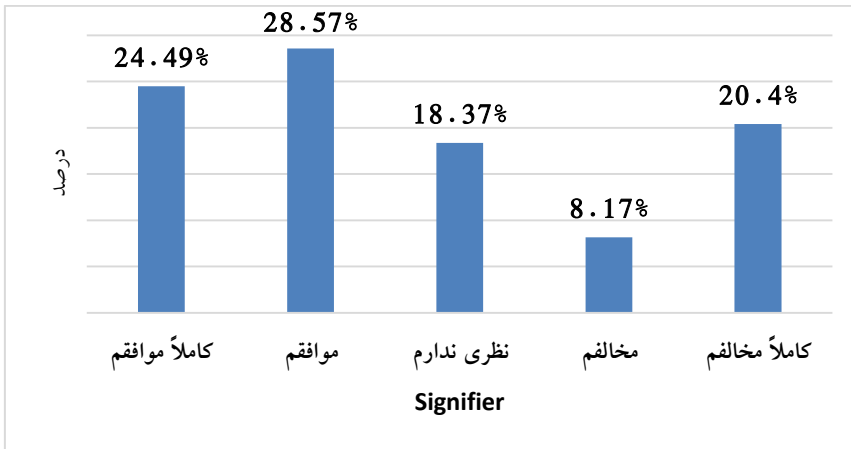
سمت	درصد	تعداد
هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی	۴	۱
استاد دانشگاه رشته علوم ارتباطات و رسانه	۴	۱
هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی	۱۲	۳
کارشناس ارشد و مدیر ارشد سابق صداوسیما	۱۲	۳
مدیر ارشد	۲۰	۵
مدیر و کارشناس معاونت برون مرزی سازمان صداوسیما	۲۰	۵
مدیر میانی	۴	۱
کارشناسان رادیو و تلویزیون سحر بالکان	۴	۱
اتباع فعال در معاونت برون مرزی سازمان صداوسیما	۴	۱
مدیر	۲۰	۵
سرمدیر اخبار معاونت برون مرزی سازمان صداوسیما	۴	۱
کارشناس تامین برنامه معاونت برون مرزی سازمان صداوسیما	۴	۱
برنامه‌ساز	۲۰	۵
تهیه کننده ارشد	۲۰	۵
تهیه کننده ارشد تولیدات معاونت برون مرزی سازمان صداوسیما		

جدول ۵. یافته‌های نظرسنجی

متغیر	گویه‌ها	پاسخ			
		کاملاً موافقم	موافقم	نظری ندارم	مخالقم کاملاً
شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی در رادیو و تلویزیون‌های معاونت برون مرزی سازمان صداوسیما	غیربیت‌سازی	۱۲	۶	۵	۲
	اسطوره‌سازی	۷	۵	۶	۴
	هژمونی کردن	۵	۷	۸	۲
	هم‌ارزی	۶	۹	۷	۱
	ساختار شکنی	۱۴	۸	۲	۰
	حاشیه‌رانی	۱۱	۶	۵	۲
	برجسته‌سازی	۱۶	۹	۰	۰
دال‌های گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی ایران در سطح بین‌المللی	سبک زندگی اسلامی	۱۹	۳	۱	۱
	وحدت‌بخشی	۹	۷	۶	۱
	رأفت اسلامی و خردورزی	۸	۶	۴	۵
	استکبارستیزی	۱۶	۹	۰	۰
	اندیشه‌های ضدسکولاریستی	۱۲	۷	۳	۳
	جهل‌زدایی	۱۳	۸	۰	۱



نمودار ۱. شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی در رادیو و تلویزیون‌های معاونت برون مرزی سازمان صداوسیما



نمودار ۲. دال‌های گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی ایران در سطح بین‌المللی

یافته‌های توصیفی شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی در رادیو و تلویزیون‌های معاونت برون‌مرزی سازمان صداوسیما در جدول ۵ و نمودار ۱ نشان داده شده است. طبق یافته‌ها حدود ۴۵٪ پاسخگویان، عوامل غیربیت‌سازی، اسطوره‌سازی، هژمونی کردن، هم‌ارزی، ساختارشکنی، حاشیه‌رانی و برجسته‌سازی را از شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی در رادیو و تلویزیون‌های معاونت برون‌مرزی سازمان صداوسیما دانسته‌اند و ۲۶٫۵٪ نظری نداشته‌اند و ۲۸٫۵٪ نیز مخالف بوده‌اند.

یافته‌های توصیفی دال‌های گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی ایران در سطح بین‌المللی در جدول ۵ و نمودار ۲ نشان می‌دهد. حدود ۵۳٪ سبک زندگی اسلامی، وحدت‌بخشی، رأفت اسلامی و خردورزی، استکبارستیزی، اندیشه‌های ضدسکولاریستی و جهل‌زدایی را از دال‌های گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی ایران در سطح بین‌المللی دانسته‌اند و ۱۸٪ نظری نداشته‌اند و ۲۸٫۵٪ نیز مخالف بوده‌اند.

آمار استنباطی مدل معادلات ساختاری

پژوهش حاضر، از نوع همبستگی است و برای تحلیل داده‌ها از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. آزمون‌ها با استفاده از نسخه ۲۴ نرم‌افزارهای Smart PLS و SPSS با تکیه بر مدل‌یابی معادلات ساختاری مورد تحلیل قرار گرفتند. فرض نرمال بودن داده‌ها با استفاده از آزمون کولمونگروف - اسمیرنوف مورد بررسی قرار گرفت. به دلیل اینکه سطح معناداری تمام متغیرهای تحقیق بزرگتر از ۰/۰۵ است نیز مقدار آماره کولمونگروف-اسمیرنوف که



بین $+1/96$ و $-1/96$ قرار دارد، فرض نرمال بودن توزیع متغیرها پذیرفته می‌شود. قبل از وارد شدن به مرحله آزمون مدل مفهومی تحقیق مدل اندازه‌گیری اعتبارسنجی شد. برای ارزیابی برازندگی الگوی مدل سازه از شاخص‌های برازش استفاده شد که تمامی متغیرها بعد از اصلاح در محدوده مجاز قرار گرفتند. مدل ۴-۵ تمامی معادلات اندازه‌گیری (بارهای عاملی) و معادلات ساختاری را با استفاده از آمار t آزمون می‌کند. بر طبق این مدل، ضریب مسیر و بار عاملی در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار است اگر مقدار آماره t خارج بازه $-1/96$ و $+1/96$ قرار گیرد. سپس برازش مدل با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS مورد بررسی قرار گرفت. شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری در جدول ۵ نمایش داده شده است. از آنجا که شاخص‌ها برازش مناسب را نشان می‌دهند، می‌توان گفت مدل از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول ۶. شاخص‌های توصیفی برای همه متغیرهای کمی پژوهش

سازه	ابعاد	اندازه نمونه	میانگین	میانه	انحراف معیار	شاخص‌های نرمال	
						چولگی	کشیدگی
شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی در رادیو و تلویزیون‌های معاونت برون مرزی سازمان صداوسیما	غیربیت‌سازی	۲۵	۳,۰۰	۳,۰۹	۰,۵۹۸	۰,۲۰۱	۰,۲۶۵
	اسطوره‌سازی	۲۵	۳,۱۱	۳,۰۱	۰,۶۰۸	-۰,۰۰۹	-۰,۰۰۳
	هژمونی کردن	۲۵	۳,۳۸	۳,۳۳	۰,۶۴۸	-۰,۱۰۰	-۰,۱۹۴
	هم‌ارزی	۲۵	۳,۰۱	۳,۲۲	۰,۷۰۲	-۰,۰۷۴	-۰,۱۸۹
	ساختار شکنی	۲۵	۳,۸۳	۳,۲۳	۰,۶۹۱	-۰,۲۰۹	-۰,۲۳۶
	حاشیه‌رانی	۲۵	۳,۰۹	۳,۰۶	۰,۷۲۵	-۰,۱۰۶	-۰,۱۱۴
	برجسته‌سازی	۲۵	۳,۳۵	۳,۴۷	۰,۵۸۱	-۰,۰۰۶	-۰,۰۱۸
دال‌های گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی ایران در سطح بین‌المللی	سبک زندگی اسلامی	۲۵	۳,۲۱	۳,۱۹	۰,۷۹۵	-۰,۰۵۸	-۰,۱۵۹
	وحدت‌بخشی	۲۵	۳,۴۰	۳,۳۸	۰,۶۶۲	۰,۱۲۵	۰,۱۴۶
	رأفت اسلامی و خردورزی	۲۵	۳,۵۶	۳,۶۳	۰,۷۱۴	-۰,۳۵۷	-۰,۲۸۷
	استکبارستیزی	۲۵	۳,۰۵	۳,۱۷	۰,۶۸۳	-۰,۲۰۴	-۰,۲۴۴
	اندیشه‌های ضدسکولاریستی	۲۵	۳,۸۹	۳,۰۰	۰,۵۳۳	-۰,۱۱۹	-۰,۱۲۷
	جهل‌زدایی	۲۵	۳,۱۶	۳,۲۹	۰,۶۰۱	۰,۳۱۱	۰,۱۱۵

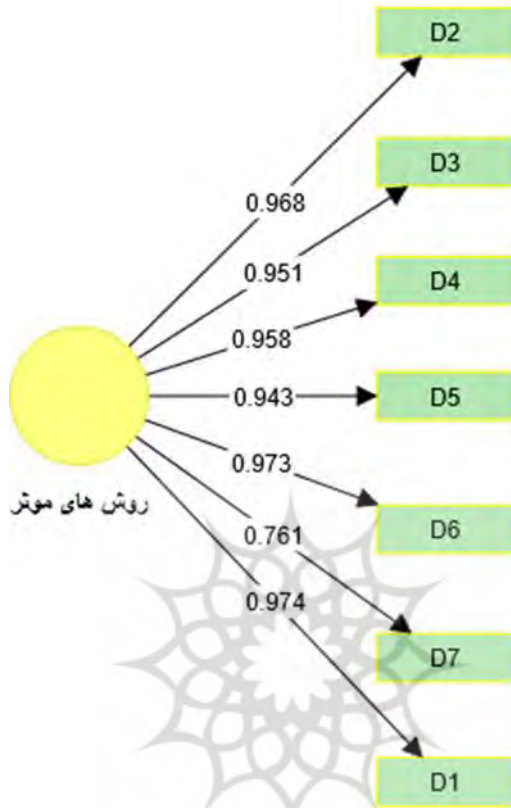
جدول ۷ نرمال بودن داده‌ها از طریق شاخص‌های توصیفی میانگین و میانه، میزان چولگی و کشیدگی آنها را نشان می‌دهد. همچنین توصیف آماری متغیرهای پژوهش در این جدول ارائه شده است. متغیرهای پژوهش همگی میانگین بالاتر از حد متوسط داشته‌اند (بیشتر از ۳) که نشان می‌دهد ارزیابی این متغیرها در وضعیت مطلوب و رضایت‌بخشی قرار داشته است. از آن جایی که میزان چولگی و کشیدگی توزیع نرمال برابر با صفر است، چولگی و کشیدگی نزدیک به صفر، نرمال بودن توزیع داده‌ها را بیان می‌کند. همچنین اگر چولگی و کشیدگی متغیری از ۲- کوچکتر و از ۲ بزرگتر باشد، آن توزیع متغیر مطلقاً نرمال نخواهد بود. نتایج نشان می‌دهد تمامی متغیرها را می‌توان نرمال در نظر گرفت. با توجه به مقادیر جدول، مقدار میانگین و میانه نزدیک به هم است. بنابراین، توزیع متغیرها را می‌توان متقارن و نرمال در نظر گرفت.

جدول ۷. نتایج آزمون نرمال بودن

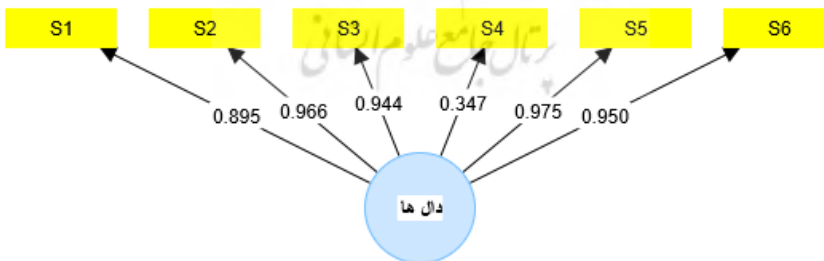
متغیر	آماره K-S	سطح معنی داری	فرض نرمال
غیربیت‌سازی	۰,۰۴۳	۰,۹	نرمال است
اسطوره‌سازی	۰,۰۵۵	۰,۹۴	نرمال است
هژمونی کردن	۰,۰۲۶	۰,۹۴	نرمال است
هم‌ارزی	۰,۰۷۱	۰,۹۵	نرمال است
ساختار شکنی	۰,۰۹۱	۰,۹۱	نرمال است
حاشیه‌رانی	۰,۰۳۹	۰,۹۲	نرمال است
برجسته‌سازی	۰,۰۸۹	۰,۹۱	نرمال است
سبک زندگی اسلامی	۰,۰۵۱	۰,۹۳	نرمال است
وحدت‌بخشی	۰,۱۰	۰,۹۴	نرمال است
رأفت اسلامی و خردورزی	۰,۰۶۲	۰,۹۵	نرمال است
استکبارستیزی	۰,۰۹۱	۰,۹۴	نرمال است
اندیشه‌های ضدسکولاریستی	۰,۰۲۸	۰,۹۳	نرمال است
چهل‌زدایی	۰,۰۳۷	۰,۹۶	نرمال است

یافته‌های حاصل از برازش مدل معادلات ساختاری

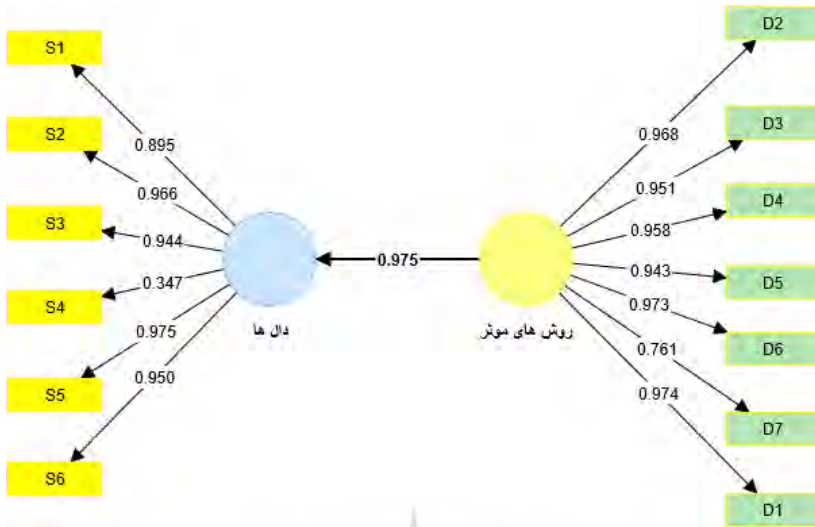
نتایج حاصل از خروجی نرم‌افزار Smart PLS و بارهای عاملی مدل معادلات ساختاری در شکل‌های ۲ و ۳ مشاهده می‌شود.



شکل ۲. مدل معادلات ساختاری شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی



شکل ۳. مدل معادلات ساختاری شیوه‌های مؤثر در دال‌های گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی ایران در سطح بین‌المللی



شکل ۴. مدل معادلات ساختاری

شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری در جدول ۸ نمایش داده شده است. از آنجا که اغلب شاخص‌ها برازش مناسب را نشان می‌دهند، می‌توان گفت مدل از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل معادلات ساختاری

حد مجاز	مقدار	شاخص
< ۳	۲,۳۱	مربع کای بر درجه آزادی (CMIN/DF)
> ۰,۸	۰,۸۵	نیکویی برازش (GFI)
> ۰,۸	۰,۹۱	نیکویی برازش تعدیل شده (AGFI)
< ۰,۱	۰,۰۸۲	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA)
> ۰,۹	۱,۰۴	تعدیل یافته (CFI)
> ۰,۹	۰,۹۷	برازندگی نرم شده (NFI)
> ۰,۹	۰,۹۳	برازندگی فزاینده (IFI)
> ۰,۹	۱,۰۶	توکر لوییس (TLI)
> ۰,۶	۰,۸۳	شاخص برازش نسبی (RFI)
> ۰,۶	۰,۶۴	شاخص برازش تطبیقی مقصد (PCFI)
> ۰,۶	۰,۶۸	شاخص برازش هنجار شده مقصد (PNFI)

نتیجه‌گیری

در آوردگاه رسانه‌ای امروز جهان، بازیگران مختلف درصدد هستند که گفتمان مطلوب خود را از طریق دیپلماسی عمومی با محوریت رسانه‌های بین‌المللی ترویج دهند. جمهوری اسلامی ایران نیز با محوریت رسانه‌های برون‌مرزی صداوسیما درصدد تبیین گفتمان انقلاب اسلامی برای افکار عمومی منطقه پیرامونی و فراپیرامونی خود است. بر همین اساس، پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تبیین عوامل (شیوه‌های) مؤثر و دال‌های گفتمان‌سازی در کاربست دیپلماسی عمومی انقلاب اسلامی در رسانه‌های برون‌مرزی سازمان صداوسیما بر اساس مصاحبه با صاحب‌نظران و تحلیل توسط معادلات ساختاری انجام شد.

در پاسخ به سؤال اول و سوم باید گفت که عوامل غیریت‌سازی، اسطوره‌سازی، هژمونی کردن، هم‌ارزی، ساختارشکنی، حاشیه‌رانی و برجسته‌سازی از شیوه‌های مؤثر در کاربست دیپلماسی عمومی در رادیو و تلویزیون‌های معاونت برون‌مرزی سازمان صداوسیما هستند. سطح معناداری این عوامل تقریباً نزدیک به همدیگر است که نشان از اهمیت نسبتاً یکسان آنها دارد. البته سطح معناداری سه عامل اسطوره‌سازی، هژمونی کردن و هم‌ارزی از بقیه بیشتر است.

همچنین در پاسخ به سؤالات دوم و چهارم باید گفت که عوامل سبک زندگی اسلامی، وحدت‌بخشی، رأفت اسلامی و خردورزی، استکبارستیزی، اندیشه‌های ضدسکولاریستی و جهل‌زدایی از دال‌های گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی ایران در سطح بین‌المللی هستند. سطح معناداری این عوامل تقریباً نزدیک به همدیگر است. البته در میان این عوامل ضریب معناداری رأفت اسلامی و خردورزی، و جهل‌زدایی از بقیه بیشتر است. کاربست این دال‌ها از طریق شیوه‌های مذکور در شبکه‌های بین‌المللی و برون‌مرزی صداوسیما، در ترویج گفتمان انقلاب اسلامی مؤثر خواهد بود. دال‌های مذکور برگرفته از گفتمان انقلاب اسلامی و شیوه‌های مذکور برخاسته از روش تحلیل گفتمان (با مدل لاکالا و موف) است.

این یافته با یافته‌های پژوهش‌های دیگری مانند امین‌فرد (۱۳۹۹)، غفاری قدیر و همکاران (۱۳۹۷) و ساداتی (۱۳۹۳) ضمن داشتن تفاوت‌هایی همسویی دارد. هر کدام از مطالعات پیشینه پژوهش نقش دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در راستای گفتمان انقلاب اسلامی را بررسی کرده‌اند اما هیچ‌کدام به کاربست دیپلماسی عمومی گفتمان انقلاب اسلامی در شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی نپرداخته‌اند. در پژوهش حاضر تلاش شد از این زاویه به موضوع



پرداخته شود و با استفاده از نظریه تحلیل گفتمان، مصاحبه با صاحب‌نظران و مدل معادلات ساختاری شیوه‌های مؤثر شناسایی و دال‌های گفتمان انقلاب اسلامی معرفی شود. در مجموع می‌توان گفت بر اساس یافته‌های این مقاله، عوامل شناسایی شده در کنار یکدیگر ترکیب مناسبی برای ترویج گفتمان انقلاب اسلامی در رسانه‌های برون‌مرزی را شکل می‌دهند. با توجه به نتایج تحلیل معادلات ساختاری کاربست توأمان آنها یاری‌رسان سازمان صداوسیما برای نیل به دیپلماسی رسانه‌ای کارآمد در تعمیق گفتمان انقلاب اسلامی میان سطوح و لایه‌های مختلف مخاطبان و کنشگران مدنی و غیرمدنی حوزه‌های مخاطب خواهد بود. در واقع اتکا بر تعداد محدودی از این عوامل و مؤلفه‌ها و چشم‌پوشی از بقیه، مناسب نخواهد بود.

پیشنهاد‌های کاربردی و رسانه‌ای

- امروزه به دلیل بهره‌گیری از قابلیت‌های رسانه‌های نوین جمعی از جمله رسانه‌های اجتماعی به نظر می‌رسد سایر رسانه‌های دیداری و شنیداری کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرند، از جمله پیشنهاد‌های عملی پژوهش این است که از قابلیت‌های آنها در حوزه فعالیت رسانه‌ای بهره‌برداری شود. تشکیل کارگروه گفتمان انقلاب اسلامی می‌تواند در بستر رسانه‌های اجتماعی و در تعامل با کاربران انجام شود. این ایده سبب ارتباط بدون واسطه با جامعه هدف می‌شود.
- بکارگیری متخصصانی از جوامع هدف برای شناسایی سلیق مخاطبان جهت تهیه برنامه‌های فرهنگی می‌تواند تبیین و صدور گفتمان انقلاب اسلامی را تسهیل و تسریع نمایند.
- تعامل و همکاری با رسانه‌های مستقل در سایر نقاط دنیا به منظور معرفی ایران به‌عنوان کشوری صلح‌طلب جهت تصحیح نگرش‌ها و تصویر کاذب از ایران که ساخته و پرداخته رسانه‌های غربی است.
- رصد، انعکاس و تفسیر تخصصی اخبار و رویدادهای جوامع هدف به‌عنوان یک منبع معتبر.
- بهره‌گیری از ظرفیت سایر نهادها از جمله دانشگاه‌های برتر کشور در عرصه دیپلماسی عمومی و تشکیل کارگروه‌ها و اتاق‌های فکر جهت تقویت رسانه در عرصه دیپلماسی.
- ساخت آثار سینمایی، موسیقی، هنری و فرهنگی با تلفیق فرهنگ ایرانی و فرهنگ جامعه هدف.



پیشنهاد‌های پژوهشی

- در این پژوهش از روش معادلات ساختاری استفاده شد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های دیگری از روش‌هایی مانند تحلیل مضمون، دلفی یا سوات استفاده شود.
- نظرسنجی از جوامع هدف و بررسی میزان اثرگذاری برنامه‌های معاونت برون‌مرزی سازمان صداوسیما بر هویت افراد جوامع هدف نیز موضوعی است که پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی به آن پرداخته شود.
- پیشنهاد می‌شود پژوهشی در مورد فرصت‌ها و چالش‌های هم‌افزایی معاونت برون‌مرزی صداوسیما با سایر ارگان‌های مرتبط با دیپلماسی عمومی انجام گیرد.

منابع و مآخذ

- امین‌فرد، احمد (۱۳۹۹). راهبردهای ارتقای دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران برای برون‌مرزی صداوسیما. *پژوهشنامه رسانه بین‌الملل*، ۵(۶)، ۸۹-۱۱۰.
- حسینی‌زاده، سیدمحمدعلی (۱۳۸۳). نظریه گفتمان و تحلیل سیاسی. *علوم سیاسی*، ۷(۲۸)، ۲۱۲-۱۸۱.
- حسینی‌زاده، سیدمحمدعلی (۱۳۸۶). گفتمان به‌مثابه نظریه و روش. *رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی*، ۱۲، ۱۳۵-۱۱۳.
- خادم‌زاده، جواد، ایزدی، جهانبخش، و سلطانی، علیرضا (۱۳۹۹). آسیب‌شناسی ساختاری دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران. *پژوهش‌های راهبردی سیاست*، ۹(۳۴)، ۱۰۷-۱۴۱.
- خسروی، افسانه، عنایتی شبکلائی، علی، و رزمجو، علی‌اکبر (۱۳۹۴). دیپلماسی عمومی جدید؛ بستر ساز قدرت دیپلماسی رسانه‌ای. *تحقیقات سیاسی و بین‌المللی*، ۷(۲۲)، ۱۴۸-۱۲۵.
- خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۸۹). *اسلام ناب در اندیشه امام خمینی (س)*. ناشر: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
- دعاگویان، داود (۱۳۸۸). نقش تلویزیون جهانی در دیپلماسی رسانه‌ای و سیاست خارجی. *مطالعات عملیات روانی*، ۲۲، ۱۷۳-۱۵۱.
- دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال‌الدین (۱۳۹۳). گفتمان اعتدال‌گرایی در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران. *سیاست خارجی*، ۲۸(۱)، ۳۳-۱.
- رضاخواه، علیرضا (۱۳۹۲). بیداری اسلامی و آینده محور مقاومت. *زمان*، ۳۲، ۳۳-۳۲.
- ساداتی، سیدنصرالله (۱۳۹۳). نقش شبکه‌های برون‌مرزی رسانه ملی در دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر شبکه‌های العالم و پرس‌تی‌وی. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۱(۳)، ۹۹-۱۲۰.

سلطانی، سیدعلی‌اصغر (۱۳۸۳). تحلیل گفتمان به‌مثابه نظریه و روش. نشریه علوم سیاسی، ۷(۲۸)، ۱۸۰-۱۵۳.

سلطانی، علی‌اصغر (۱۳۸۴). قدرت، گفتمان و زبان. تهران: نشر نی.

شجاعی‌زند، علیرضا (۱۳۸۶). بررسی امکان همزیستی دین و مدرنیته. نامه علوم اجتماعی، ۳۰، ۶۲-۳۳. عضدانلو، حمید (۱۳۸۰). گفتمان و جامعه. تهران: نشر نی.

غفاری قدیر، جلال، حسینی، جمال‌الدین، و مرادجانی، معصومه (۱۳۹۷). سیاست‌های مطلوب رسانه‌های شبکه هیسپان تی‌وی برون‌مرزی «با رویکرد دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران». پژوهشنامه رسانه بین‌الملل، ۳(۱)، ۷۶-۴۹.

فوکو، میشل (۱۳۹۲). دیرینه‌شناسی دانش. ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده. تهران: نشر نی. کسرای، محمدسالار، و پوزش شیرازی، علی (۱۳۸۸). نظریه گفتمان لاکلا و موفه ابزاری کارآمد در فهم و تبیین پدیده‌های سیاسی. سیاست، ۳۹(۳)، ۳۶۰-۳۳۹.

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

مارش، دیوید، و استوکر، جری (۱۳۹۹). روش و نظریه در علوم سیاسی. ترجمه امیرمحمد حاجی یوسفی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

میلز، سارا (۱۳۹۹). میشل فوکو (اندیشه‌گران انتقادی). ترجمه داریوش نوری. تهران: انتشارات آگاه. محمدی، مصطفی (۱۳۹۴). نقش شبکه‌های برون‌مرزی رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران در بیداری اسلامی، پانزده خرداد، ۵، ۲۰۴-۱۷۹.

مقدمی، محمدتقی (۱۳۹۰). نظریه تحلیل گفتمان لاکلا و موف و نقد آن. معرفت فرهنگی اجتماعی، ۲(۲)، ۹۱-۱۲۴.

مقام معظم رهبری (۱۳۸۸/۰۹/۲۲). گفتمان یعنی یک مفهوم و یک معرفت در برهه‌ای از زمان در یک جامعه همه‌گیر بشود. قابل دسترسی در:

<https://farsi.khamenei.ir/newspart/index?id=8513&nt=2&year=1388&tid=1090>

منوچهری، عباس (۱۳۸۴). رهیافت و روش در علوم سیاسی. تهران: انتشارات سمت. نای، جوزف (۱۳۸۹). قدرت نرم (ابزارهای موفقیت در سیاست بین‌الملل). ترجمه سید محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

میراحمدی، منصور، و شیرینی، مریم (۱۳۸۸). عدالت سیاسی در گفتمان اسلام سیاسی فقه‌تبی. علوم سیاسی، ۱۲(۴۸)، ۸۹-۶۳.

نباتیان، محمداسماعیل (۱۳۹۷). حوزه و راهبردهای اشاعه گفتمان انقلاب اسلامی. حوزه، ۲، ۶۶-۷۳.



نوربخش، یونس، و سلطانیان، صدیقه (۱۳۸۹). جهانی شدن و چالش‌های دینی و ملی حاصل از آن. روابط خارجی، ۲ (۷)، ۳۹-۷۱.

ون‌دایک، تتون ای (۱۳۸۶). نظرات و ایدئولوژی‌ها در مطبوعات. ترجمه زهرا حداد و کوثر شهینی. رسانه، ۱۸ (۴)، ۸۵-۱۱۸.

یورگسن، ماریان، و فیلیپس، لوئیز (۱۳۸۹). نظریه و روش در تحلیل گفتمان. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.

Barston, R. P. (2006). *Modern Diplomacy and International Relations*. London: Pearson Education LKO.

Fisher, Ali (2009). *Four Seasons in One Day*. In: *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Ed. N. Snow and Ph. M. Taylor. New York: Routledge.

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

Hocking, Brian (2005). Rethinking the 'New' Public Diplomacy, In the *New Public Diplomacy*, edited by Jan Melissen. New York: Palgrave

Isherwood, Lisa, and Harris, David (2014). *Radical Otherness: Sociological and Theological Approaches*. Routledge.

McClory, J. (2011). *The New Persuaders II. A 2011 Global Ranking of Soft Power*. Institute for Government.

Melissen, Jan (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relation*. New York Palgrave Mac Millan.

Mouffe, Chantal and Laclau, Ernesto (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Toward a Radical Democratic Politics*. United Kingdom: Verso (New Left).

Zhang, Li (2010). The Rise of China: media perception and implication for international politics. *Journal of Contemporary China*, 19(64), 233-254.