
A study on Features and Elements of Radio Documentaries with the Aim of Developing Cultural Diplomacy and Tourism in IRIB Overseas Radios (Case: Tabriz City)

By: *Saeideh Dardaiei Zanjanab M.A.* [✉], *Mohammad Akhgari
Ph.D.* & Mahmood Torabi Aqdam Ph.D***

Abstract:

Radio documentaries with audio narration of culture, history and tourist attractions have the capacity to create a positive and attractive image of a country in the minds of foreign audiences. This research aims to identify the content and form features of radio documentaries in IRIB overseas radios, to introduce the city of Tabriz in a desirable way, a city that has had a special place in the developments of the Caucasus, Anatolia and Iran. The data were collected through library studies and semi-structured interviews with prominent experts and were analyzed, formulated and explained using thematic analysis method. The number of experts was 19 based on the theoretical saturation criterion of the findings. The findings show that 11 overarching themes in two dimensions of content and form play a central role in the production of radio documentaries. The overarching themes in the content area include: history, antiquities and architecture and tourism, literature, art, climate and environment, nutrition and cooking, medicine and health, industry and technology and agriculture, religious tourism, sports tourism. The combined structure of narration and dialogue, the combination of music with narration, the presence of the narrator in the historical environment are also among the organized themes that constitute the overarching theme of the formal and structural features of the radio documentary. The application of these content and formal components can increase the attraction of tourists from the Republic of Azerbaijan to Tabriz, as a “comprehensive city in terms of tourism”, and facilitate the development of diplomacy.

Keywords: *Tabriz, Cultural Diplomacy and Tourism, Radio Documentary, Overseas Radio,*

✉ Radio Department, Faculty of Radio and Television Production, IRIB University, Tehran, Iran
Email: saeidehdardaiei@gmail.com

* Associate of Prof. In TV Producing, Radio Department, Faculty of Radio and Television Production, IRIB University, Tehran, Iran Email: achgari@gmail.com

** Assistant of Prof. In Research Art, Faculty of Art, Shahed University, Tehran, Iran
Email: mo.torabee@shahed.ac.ir

Received: 2025/11/09

Accepted: 2025/12/01

DOI: 10.22082/CR.2025.2077169.2870

ویژگی‌ها و عناصر مستند رادیویی با هدف توسعه دیپلماسی فرهنگی و گردشگری در رادیوهای برون‌مرزی صداوسیما (مطالعه موردی: شهر تبریز)^۱

سعیده دردائی زنجناب[✉]، محمد اخگری*، محمود ترابی اقدم**

چکیده

مستندهای رادیویی با روایت شنیداری فرهنگ، تاریخ و جاذبه‌های گردشگری، این ظرفیت را دارند که تصویری مثبت و جذاب از یک کشور در ذهن مخاطبان خارجی ایجاد کنند. پژوهش حاضر، با هدف شناسایی ویژگی‌های محتوایی و شکلی مستندهای رادیویی در رادیوهای برون‌مرزی صداوسیما، برای معرفی مطلوب شهر تبریز انجام شده است. شهری که جایگاه ویژه‌ای در تحولات قفقاز، آناتولی و ایران داشته است. داده‌ها از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته با کارشناسان برجسته، گردآوری و با روش تحلیل مضمون، واکاوی، صورت‌بندی و تبیین شده‌اند. تعداد کارشناسان براساس معیار اشباع نظری یافته‌ها، ۱۹ نفر بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهند که ۱۱ مضمون فراگیر در دو بعد محتوایی و شکلی، در تولید مستندهای رادیویی نقش محوری دارند. مضامین فراگیر در زمینه محتوا عبارت‌اند از: تاریخ، آثار باستانی و معماری و گردشگری، ادبیات، هنر، آب و هوا و محیط زیست، تغذیه و آشپزی، پزشکی و سلامت، صنعت، فناوری و کشاورزی، گردشگری دینی و گردشگری ورزشی. ساختار ترکیبی روایت و گفت‌وگو، ترکیب موسیقی با روایت و حضور راوی در محیط تاریخی نیز از جمله مضامین سازمان یافته‌ای هستند که مضمون فراگیر ویژگی‌های شکلی و ساختاری مستند رادیویی را تشکیل می‌دهند. کاربست این مولفه‌های محتوایی و شکلی می‌تواند امکان جذب گردشگران جمهوری آذربایجان را به تبریز، به‌عنوان «شهری جامع و همه‌جانبه از منظر گردشگری»، افزایش دهد و توسعه دیپلماسی را تسهیل کند.

واژه‌های کلیدی: تبریز، دیپلماسی فرهنگی و گردشگری، مستند رادیویی، رادیو

برون‌مرزی، صداوسیما

۱. این مقاله برگرفته از پایان‌نامه نویسنده اول با راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم است.

✉ دانشجوی کارشناسی ارشد، سردبیری- تهیه‌کنندگی رادیو، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران

saeidehdardaeii@gmail.com

achgari@gmail.com

mo.torabee@shahed.ac.ir

* دانشیار، گروه رادیو، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران

** استادیار، گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، دانشگاه شاهد، تهران، ایران

مقدمه

یکی از کارکردهای رسانه‌ها، معرفی ظرفیت‌های شهرها و اماکن مختلف برای ترویج گردشگری است. این موضوع در تلاقی با جامعه مخاطبان خارجی برای رسانه‌های بین‌المللی، در بستر دیپلماسی گردشگری، فرهنگی و رسانه‌ای قابل تحلیل است.

گردشگری رسانه‌محور، ارزش‌ها، فرهنگ و آداب و رسوم کشورها را به‌عنوان فرهنگ جهانی بدون واسطه به گردشگران معرفی می‌کند (مظاهری، ۱۳۹۷: ۱۲۰). رسانه‌های برون‌مرزی با رساندن پیام‌های دست‌اندرکاران دیپلماسی کشورها به افکار نخبگان و عامه مردم «نقش انتقال دهنده توجیه‌گر» را در عرصه سیاست خارجی برعهده دارند. به این ترتیب، توسعه دیپلماسی گردشگری با استفاده از ظرفیت رسانه‌های برون‌مرزی سبب فراهم آوردن زیرساخت‌های مناسب در ابعاد مختلف خواهد شد و به طور مستقیم بر اقتصاد، سیاست، فرهنگ و اجتماع تاثیر خواهد گذاشت. بنابراین، می‌توان گفت که نقش رسانه‌های برون‌مرزی در معرفی جاذبه‌های گردشگری کشور و جذب گردشگر خارجی، انکارناپذیر است. (مظاهری، ۱۳۹۸: ۲۶۳-۲۶۲)

در میان رسانه‌های برون‌مرزی، رادیوهای برون‌مرزی نیز از این قاعده مستثنا نیستند. امروزه رسانه‌های مختلف، از جمله رسانه‌های شنیداری، مانند پادکست‌ها و مستندهای شنیداری، جایگاه بی‌بدیلی در اشاعه فرهنگ یک کشور و تقویت اشتراکات و کاهش اختلافات آن با دیگر کشورها دارند. رادیو و محصولات شنیداری به واسطه قدرت تخیل برانگیز صدا، دسترسی آسان در مناطق دورافتاده، سرعت در انتقال پیام، هزینه پایین، دسترسی گسترده، امکان استفاده به‌همراه فعالیت‌های دیگر و نیز قابلیت مخاطب‌یابی فرامرزی، می‌توانند با معرفی جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، بازگویی روایت‌ها و داستان‌های محلی، پخش موسیقی و برنامه‌های هنری، گفتگو با افراد بومی، پوشش رویدادها و جشنواره‌ها، آموزش زبان و فرهنگ محلی و ایجاد ارتباطات بین‌المللی، سهم بسزایی در شناساندن فرهنگ و هویت شهرها ایفا کنند. در مجموع، رادیو، رسانه‌ای کارآمد در تقویت دیپلماسی فرهنگی و جذب گردشگر به‌شمار می‌رود. (مظاهری، ۱۳۹۹: ۱۶۱)

مستند رادیویی، یکی از قالب‌های خلاق و اثرگذار رسانه‌های شنیداری است که در آن نویسندگان با بهره‌گیری از روایت، صدهای شاهد، گفتار، موسیقی و

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

افکت، واقعیت را بازآفرینی و برای شنونده ملموس می‌کند (غندالی، ۱۳۹۰: ۱۲). این قالب به دلیل ماهیت توصیفی و روایت‌محور خود، می‌تواند نقش موثری در بازنمایی هویت فرهنگی و تاریخی و ظرفیت‌ها و ویژگی‌های شهرها ایفا کند و زمینه درک عمیق‌تر مخاطبان فرامرزی را از واقعیت‌های فرهنگی ایران و جاذبه‌های گردشگری آن فراهم آورد.

سرزمینی که امروزه جمهوری آذربایجان نامیده می‌شود، پس از قراردادهای گلستان (۱۸۱۳) و ترکمنچای (۱۸۲۸) از ایران جدا شده و جزء ایران فرهنگی محسوب می‌شود. از این رو، دیپلماسی فعال فرهنگی و رسانه‌ای برای افکار عمومی این همسایه شمالی، امر مهمی قلمداد می‌شود. در واقع، بازنمایی فرهنگ و تاریخ غنی شهرهای آذربایجان ایران، برای برای سطوح و لایه‌های مختلف مخاطبان و کنشگران جمهوری آذربایجان، در جذب مردم این کشور بسیار موثر است. در این میان، تبریز با پیشینه تاریخی و فرهنگی غنی خود، نقشی مهم در تحولات آذربایجان، قفقاز، آناتولی و کل ایران ایفا کرده است و شناساندن هرچه بیشتر و بهتر آن از طریق رسانه‌های برون مرزی به‌ویژه رادیوهای آذری^۱، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این اهمیت از آنجایی مضاعف می‌شود که جمهوری آذربایجان و ترکیه، سعی در برجسته‌سازی و مرکزیت‌بخشی به شهرهای باکو، استانبول و آنکارا در خصوص تحولات تاریخی قفقاز و آناتولی دارند. از این رو، کوتاهی در شناساندن ظرفیت‌های شهری مانند تبریز و جلب نظر مخاطبان به این شهر تاریخی، موجب خسران در استفاده از قابلیت‌های این شهر برای معرفی منطقه آذربایجان و کل ایران خواهد شد.

همانگونه که گفته شد، گردشگری از عوامل موثر در گسترش روابط بین‌الملل و تعاملات فرهنگی میان ملت‌هاست. محصولات رسانه‌ای از جمله مستندهای رادیویی، می‌توانند با بازنمایی ظرفیت‌های تاریخی، فرهنگی و هنری شهرها، نقشی کلیدی در توسعه گردشگری ایفا کنند. تبریز، قابلیت برجسته‌ای برای معرفی در قالب مستندهای رادیویی برای کشورهای همسایه دارد اما ابعاد و ویژگی‌های آن، نیازمند واکاوی است. اینکه از چه عناصر محتوایی و شکلی (فرمی) در طراحی و تولید این‌گونه مستندها باید بهره برد، نیازمند مذاقه است. در واقع، مسئله این مقاله، از چگونگی بازنمایی تبریز در مستندهای رادیویی در برون مرزی صداوسیما برای جامعه مخاطب جمهوری آذربایجان نضج می‌گیرد و

۱. این رادیوها شامل رادیو برون مرزی آذری تبریز با ۸ ساعت پخش برنامه روزانه و رادیو برون مرزی آذری اردبیل با ۷ ساعت پخش برنامه روزانه‌اند. مخاطب هدف این رادیوها نیز مردم جمهوری آذربایجان‌اند.

تا تبیین ویژگی‌ها و عناصر، این‌گونه مستندها امتداد می‌یابد.
براین اساس، پرسش‌های پژوهش را می‌توان به شکل زیر صورت‌بندی کرد:
ویژگی‌های مستند رادیویی برای بازنمایی تبریز در رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما کدام‌اند؟

عناصر محتوایی مستند رادیویی برای بازنمایی تبریز در رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما چه هستند؟

عناصر شکلی (فرمی) و ساختاری مستند رادیویی برای بازنمایی تبریز در
رادیوهای برون‌مرزی صداوسیما کدام‌اند؟

پیشینه پژوهش

پیشینه این پژوهش، قلمرو گسترده‌ای از پژوهش‌های مرتبط با جمهوری
آذربایجان (با تمرکز بر چالش‌های سیاسی)، دیپلماسی گردشگری و مستند
رادیویی است که هر کدام با تمرکز بر یکی از این موارد سه‌گانه، به شرح و
بسط موضوع خود پرداخته‌اند. در ادامه، به چند نمونه مهم و نزدیک به مسئله
این مقاله می‌پردازیم.

مقاله‌های مرتبط با موضوع پژوهش: تقی‌نژاد فشتکه (۱۴۰۳) در مقاله‌ای
با عنوان «عوامل تاثیرگذار بر روابط ایران و جمهوری آذربایجان پس از فروپاشی
شوروی» به بررسی عوامل همگرایی میان دو کشور پرداخته است. وی اشتراکات
تاریخی و فرهنگی، برخورداری از مذهب مشترک و ظرفیت‌های اقتصادی مناسب
را از جمله عوامل همگرایی معرفی کرده و در مقابل، سازه‌های ناهمگون اجتماعی،
اختلافات زبانی، ادعای «آذربایجان بزرگ» از سوی مقامات باکو، بحران قره‌باغ
و پدیده قوم‌گرایی را در زمره عوامل واگرایی دانسته است. با این حال در این
پژوهش به نقش رسانه‌ها و محصولات فرهنگی در کاهش اختلافات و تقویت
اشتراکات فرهنگی میان ایران و جمهوری آذربایجان پرداخته نشده است.

صفرنژاد (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «دیپلماسی حمایتی ایران در قبال
جمهوری آذربایجان از سال ۱۹۹۱ تا ۲۰۲۰» به بررسی اشتراکات تاریخی،
فرهنگی و مذهبی دو کشور پرداخته و نشان داده است که میراث فرهنگی و
تاریخی مشترک مردم، با وجود تحولات سیاسی دو قرن اخیر، همچنان حفظ
شده است. با این حال، این پژوهش به نقش رسانه در بازنمایی این میراث
فرهنگی و تقویت دیپلماسی فرهنگی توجهی نکرده است. طاهری (۱۳۹۸) در

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

مقاله‌ای با عنوان «نقش رسانه‌های برون‌مرزی در پیشبرد دیپلماسی گردشگری جمهوری اسلامی ایران» به آسیب‌شناسی دیپلماسی گردشگری پرداخته و تاکید کرده است که بهره‌گیری بهینه از رسانه‌ها می‌تواند ضمن کاهش تنش‌های بین‌المللی، درآمدهای ارزی گردشگری و قدرت نرم ایران را افزایش دهد. وی نقش رسانه‌های برون‌مرزی را در معرفی جاذبه‌های گردشگری و جذب گردشگر خارجی موثر دانسته است، اما تمرکز این پژوهش، بر دیپلماسی گردشگری ایران به‌طور عام بوده، حال آنکه در مقاله حاضر، این دیپلماسی در ارتباط با جمهوری آذربایجان واکاوی شده است.

ترابی اقدام و اخگری (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «نقش رادیو برون‌مرزی آذری در تبیین تاریخ مشترک ایران و جمهوری آذربایجان» برنامه‌های تاریخی رادیو آذری برون‌مرزی را با روش تحلیل محتوای کمی مطالعه کرده‌اند. نتایج نشان می‌دهد که پوشش مقولات تاریخی محدود بوده و تنها حدود ۲۵ درصد از منابع برنامه‌ها به زبان فارسی بوده و از سایر زبان‌ها مانند انگلیسی، ترکی و روسی استفاده چندانی نشده است. همچنین محدودیت‌های موجود، تثبیت دانش تاریخی و اعتماد مخاطبان‌گذری و وفادار را تحت تاثیر قرار داده است. این پژوهش بر تاریخ مشترک دو کشور استوار بوده و شهر تبریز را به‌طور ویژه مطالعه نکرده است.

پایان‌نامه‌های مرتبط با موضوع پژوهش: فروغی‌فر (۱۳۹۷) در پایان‌نامه خود با عنوان «تاثیر رسانه و محصولات فرهنگی بر جذب گردشگران» نشان می‌دهد که در میان رسانه‌ها، رسانه‌های اینترنتی، بیشترین تاثیر را بر انگیزه مخاطبان برای بازدید از جاذبه‌های گردشگری ایفا می‌کنند. در این پایان‌نامه، به نقش رسانه‌ها در توسعه گردشگری توجه شده و برنامه‌های مستند تلویزیونی و رسانه‌های اینترنتی، به‌عنوان ابزارهای جلب گردشگر مورد بررسی قرار گرفته‌اند، اما به‌طور مشخص، به ظرفیت‌ها و ویژگی‌ها مستند رادیویی در رادیوهای برون‌مرزی و نقش آن در دیپلماسی گردشگری و جذب مخاطب گردشگر پرداخته نشده است. روحانی (۱۳۹۴) در پایان‌نامه خود با عنوان «قالب‌های مناسب برنامه‌سازی رادیویی برای توسعه صنعت گردشگری» نشان داده است که رادیو با قابلیت‌های خود در آگاه‌سازی، انتقال فرهنگ و تحریک قدرت تخیل مخاطب، نقش موثری در گردشگری ایفا می‌کند و قالب‌های مستند و گزارش برای جذب گردشگر مناسب‌تر هستند. با این حال، این پایان‌نامه، مرتبط با گردشگری در داخل کشور است و مسئله آن، جذب گردشگر از خارج کشور نیست.

مرور پژوهش‌های یادشده نشان می‌دهد که با وجود بررسی جنبه‌های تاریخی، فرهنگی و گردشگری، مطالعه‌ای نظام‌مند در خصوص ویژگی‌ها و عناصر مستند رادیویی در رادیوهای برون‌مرزی صداوسیما برای توسعه دیپلماسی گردشگری و جذب مخاطبان خارجی گردشگر انجام نشده است. این موضوع در تلاقی با جمهوری آذربایجان، وجه نوآورانه و اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. خلأ پژوهشی پیش‌گفته، زمینه‌ای مناسب برای مطالعه حاضر فراهم می‌آورد.

مبانی نظری

دیپلماسی^۱ به‌طور کلی، فرایند هدایت روابط میان کشورها، ملت‌ها و گروه‌ها برای پیشبرد اهداف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی است. این فرایند شامل گفت‌وگو، مذاکره و تعامل مستقیم به‌منظور کاهش تنش‌ها، ایجاد صلح و افزایش همگرایی می‌شود. دیپلماسی از دیرباز به‌عنوان ابزاری برای تقویت جایگاه بین‌المللی کشورها شناخته شده و در دوره معاصر، علاوه بر سیاست‌های سنتی، به حوزه قدرت نرم نیز ورود کرده است. در این چارچوب، کشورها با استفاده از جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و اجتماعی خود می‌توانند بر مخاطبان خارجی اثرگذار باشند و تصویری مثبت از خود ارائه دهند (ظریف و سجادی‌پور، ۱۳۹۳: ۵۲۳). دیپلماسی انواع مختلفی دارد که از جمله آنها می‌توان به دیپلماسی رسمی (بین دولتها)، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی دیجیتال، دیپلماسی رسانه‌ای، دیپلماسی گردشگری و ... اشاره کرد. در این پژوهش، تمرکز بر سه شاخه دیپلماسی فرهنگی، رسانه‌ای و گردشگری بوده است.

دیپلماسی

دیپلماسی فرهنگی^۲: دیپلماسی فرهنگی، شکلی از دیپلماسی عمومی محسوب می‌شود و به‌عنوان یک ابزار کارآمد و انعطاف‌پذیر در سیاست خارجی، زمینه‌ساز ارتقای سطح مناسب میان دولت‌ها و به‌ویژه، افزایش تفاهم میان ملت‌ها و ایجاد صلح و ثبات بین‌المللی است (حقیقی، ۱۳۸۸: ۳۴۵). دولت‌ها نه‌تنها از طریق سیاست رسمی، بلکه از طریق هنر، زبان، آموزش، ادبیات، رسانه و سایر ابزارهای فرهنگی مانند سینما و دانشگاه‌ها بر افکار عمومی ملت‌های دیگر تاثیر می‌گذارند (کامپنگز^۳، ۲۰۰۳: ۳-۱). از این منظر، دیپلماسی فرهنگی،

1. Diplomacy
2. Cultural Diplomacy
3. Cummings

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون مرزی
صدا و سیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

نوعی «قدرت نرم فرهنگی» است. قدرت نرم از فرهنگ «ما»، از ارزش‌ها و سیاست‌های داخلی و خارجی «ما» سرچشمه می‌گیرد که با هدف ایجاد اعتماد، تفاهم و تصویر مثبت بین‌المللی عمل می‌کند. (نای^۱، ۲۰۰۴: ۱۴۲)

رسانه، بستری برای تولید «هژمونی فرهنگی^۲» است و دیپلماسی فرهنگی نیز دقیق در همین بستر شکل می‌گیرد (کاستلز^۳، ۲۰۱۱: ۲۰۱). دیپلماسی فرهنگی در دهه‌های اخیر، از قالب سنتی نمایش‌های هنری و تبادلات دانشگاهی فراتر رفته و در بستر رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های جهانی معنا یافته است؛ به گونه‌ای که رسانه، تنها ابزار اطلاع‌رسانی نیست، بلکه بستر اصلی برای گسترش نفوذ فرهنگی کشورها به شمار می‌رود (گرینچوا^۴، ۲۰۲۴: ۷۰).

با وجود دخالت‌های بازیگران فرامنطقه‌ای و چالش‌های پیش‌رو میان دو کشور ایران و جمهوری آذربایجان، دیپلماسی فرهنگی ایران در جمهوری آذربایجان با اتکا بر تمدن تاریخی و اشتراکات فرهنگی، زبانی، مذهبی و قومی، ظرفیت بالایی برای ایجاد تفاهم و همگرایی دارد. (آزرمی و مقدس، ۱۴۰۳: ۲)

دیپلماسی رسانه‌ای^۵: دیپلماسی رسانه‌ای، یکی از شاخه‌های مهم دیپلماسی عمومی است. دیپلماسی رسانه‌ای، بر نقش رسانه‌ها در انتقال پیام‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی به مخاطبان خارجی تمرکز دارد. با گسترش فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی^۶، دیپلماسی رسانه‌ای، شکل تازه‌ای از تعاملات بین‌المللی را به خود گرفته است که در آن دولت‌ها، از ابزارهای مجازی و شبکه‌های اجتماعی برای انتقال پیام‌ها و مدیریت تصویر خود در افکار عمومی جهانی استفاده می‌کنند (یمتس^۷، ۲۰۲۴: ۱۳۶). دیپلماسی رسانه‌ای به استفاده مقامات از رسانه‌ها برای برقراری ارتباط با بازیگران دولتی و غیردولتی، ایجاد اعتماد و پیشبرد مذاکرات و بسیج حمایت عمومی برای توافقات اشاره دارد (گیلبوا^۸، ۲۰۰۱: ۱۰). با این حال، رسانه‌ها و دیپلماسی را به‌طور معمول «دو نوع ارتباط متفاوت که در مسیرهای متفاوتی اجرا می‌شوند» تلقی می‌کنند (سالیو^۹، ۲۰۲۲: ۷). امروزه دیپلماسی رسانه‌ای، با حضور در قلب دیپلماسی عمومی، دیپلماسی ایده‌آلی را برای دستیابی به اهداف و منافع ملی فراهم می‌آورد (خسروی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۳۵). از این منظر، دیپلماسی رسانه‌ای را می‌توان مرحله‌ای تکامل یافته از دیپلماسی عمومی در عصر اطلاعات دانست که با بهره‌گیری

1. Nye
2. Cultural Hegemony
3. Castells
4. Grincheva

5. Media Diplomacy
6. Information and
Communications Technology
7. Yemets

8. Gilboa
9. Saliu

از ابزارهای مجازی، تصویر و روایت مطلوب دولت‌ها را در سطح بین‌المللی بازتولید می‌کند. برخلاف دیپلماسی عمومی که اغلب در بلندمدت اثر می‌گذارد، دیپلماسی رسانه‌ای می‌تواند در کوتاه‌مدت بحران‌ها و منازعات را پوشش دهد و نقش موثری در مدیریت آنها ایفا کند. رسانه‌ها با ایجاد بستر مناسب برای تبادل فرهنگی و شناخت متقابل، نقش کلیدی در موفقیت دیپلماسی فرهنگی برعهده دارند. (رشادت‌جو و رشیدی، ۱۳۹۱: ۱۸)

با توجه به پیشرفت فناوری‌های دیجیتال، دیپلماسی رسانه‌ای اهمیت بیشتری یافته است. شبکه‌های نخبگان خارج از دولت که به‌عنوان منابع رسانه‌ای نیز عمل می‌کنند، می‌توانند پیام‌ها و روایت‌های خاص دولت‌ها را با سرعت بسیار بالا به مخاطبان جهانی منتقل کنند و برداشت آنها از واقعیت را شکل دهند (انتمن^۱، ۲۰۰۸: ۹۰). بهره‌گیری از دیپلماسی رسانه‌ای در طراحی و تولید محتوای رسانه‌ای، به‌ویژه در رادیوهای برون‌مرزی، می‌تواند نقش مهمی در انتقال پیام فرهنگی و ایجاد تصویر مثبت از کشورها داشته باشد.

دیپلماسی گردشگری^۲: دیپلماسی گردشگری را می‌توان بخشی از دیپلماسی فرهنگی دانست که با بهره‌گیری از عناصر فرهنگی، تاریخی و اجتماعی در تقویت قدرت نرم کشورها نقشی اساسی ایفا می‌کند. همان‌گونه که نای (۲۰۰۴) در نظریه قدرت نرم خود توضیح می‌دهد، جاذبه‌های فرهنگی و تعاملات غیررسمی میان ملت‌ها، ابزار مهمی برای افزایش نفوذ و مشروعیت بین‌المللی کشورها محسوب می‌شوند. به‌همین دلیل، بسیاری از پژوهشگران داخلی نیز دیپلماسی گردشگری را به‌عنوان زیرشاخه‌ای از دیپلماسی فرهنگی معرفی کرده‌اند که می‌تواند ضمن ارتقای تصویر مثبت یک کشور در افکار عمومی جهان، جایگاه بین‌المللی آن را بهبود بخشد (مظاهری، ۱۳۹۷: ۱۲۰). گردشگری و دیپلماسی به‌دلیل جهانی شدن به‌عنوان نیروهای پویا در شکل‌دهی به روابط بین‌الملل ظهور کرده‌اند. راهبردهای زیادی برای اجرای دیپلماسی گردشگری به کار می‌روند، از جمله کمپین‌های تبلیغاتی، تبادلات فرهنگی و ابتکارات مشارکتی (گاسورا و همکاران^۳، ۲۰۲۳: ۲۶، نظیر و همکاران^۴، ۲۰۲۵: ۴۸۸). دیپلماسی گردشگری به‌عنوان یکی از ابزارهای موثر قدرت نرم شناخته می‌شود که از طریق تقویت تعاملات فرهنگی، ارتقای تصویر بین‌المللی کشورها و گسترش مشارکت‌های فرهنگی و اقتصادی میان ملت‌ها عمل می‌کند. (ساری و میدان ایغور^۵، ۲۰۲۴: ۱۲۵-۱۲۰)

1. Entman
2. Tourism Diplomacy

3. Gasura et al.
4. Nazir et al.

5. Sari & Meydan Üygür

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

دیپلماسی گردشگری را می‌توان نوعی از دیپلماسی عمومی دانست که در سطح دولت-به-دولت و ملت-به-ملت، روابط سیاسی و فرهنگی را استحکام می‌بخشد و از مسیر گردشگری، زمینه‌ساز همزیستی و همکاری مسالمت‌آمیز میان ملت‌ها می‌شود. این نوع از دیپلماسی با هدف تقویت برداشت‌های مثبت، افزایش همکاری‌های متقابل و کاهش تنش‌های فرامرزی عمل می‌کند و از طریق مبادلات فرهنگی، کمپین‌های تبلیغاتی و ابتکارات مشترک، به شکل‌گیری درک متقابل میان ملت‌ها می‌انجامد (نظیر و همکاران، ۲۰۲۵: ۴۸۹-۴۸۸). کشورهای همسایه ایران، به‌ویژه جمهوری آذربایجان، با توجه به قرابت‌های زبانی، مذهبی و تاریخی، ظرفیت بالایی برای توسعه دیپلماسی گردشگری دارند (بصیری و خوانساری‌فرد، ۱۳۹۵: ۸۵). گردشگری رسانه‌محور، ارزش‌ها و فرهنگ‌کشورها را به‌طور مستقیم به گردشگران منتقل می‌کند و بازنمایی رسانه‌ای می‌تواند ذهنیت مخاطب خارجی را شکل دهد. رادیوهای بین‌المللی^۱ دارای بخش‌هایی ویژه برای معرفی فرهنگ، سفر و تجربه زیستن در کشور هدف هستند و به‌عنوان ابزاری موثر در دیپلماسی گردشگری عمل می‌کنند. این رادیوها نه تنها به اطلاع‌رسانی می‌پردازند، بلکه از طریق بازنمایی فرهنگی و گردشگرمحور، تصاویر مثبت از کشور در ذهن مخاطب ایجاد می‌کنند و رفتار گردشگران را تحت تأثیر قرار می‌دهند (ون‌اس و همکاران^۲، ۲۰۲۱: ۲۲۵-۲۱۴). با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ای، دیپلماسی گردشگری می‌تواند بر اقتصاد، سیاست، فرهنگ و اجتماع تأثیرگذار باشد. در بعد اقتصادی، به رونق اقتصادی، اشتغال‌زایی و افزایش درآمد ملی می‌انجامد و در بعد سیاسی، به ابزاری برای تبلیغ صحیح کشور و مقابله با تبلیغات منفی تبدیل می‌شود. (طاهری، ۱۳۹۸: ۲۶۳)

به این ترتیب، گردشگری در عصر حاضر بدون رسانه‌ها، مفهومی ناقص خواهد بود. رسانه‌ها نه تنها به بازنمایی جاذبه‌ها می‌پردازند، بلکه نقش فعالی در ساخت ذهنیت مخاطب درباره مقصد ایفا می‌کنند.

مستند رادیویی^۳: مستند رادیویی، قالبی است که موضوعی واقعی را محور کار قرار می‌دهد و امکانات مختلف صوتی را به کمک می‌گیرد تا روایتی صوتی از یک رخداد واقعی را به مخاطبان برساند (همراز، ۱۴۰۰: ۲۷). با توجه به اینکه در مستند، حجم اطلاعات بسیار زیاد است، مستندساز علاوه بر ترتیب و

۱. از جمله این رادیوها می‌توان به این موارد اشاره کرد:

BBC World Service, Radio France Internationale, Deutsche Welle, China Radio International

2. Van Es et al

3. Radio Documentary

جایگاه قرار گرفتن هر بخش، به عناصر فنی و زیبایی‌شناختی رادیویی اثر هم دقت می‌کند تا ضمن حفظ اصالت و واقع‌گرایی، برنامه‌ای شنیداری، با تمرکز بر اطلاعاتی که برای مخاطب جذاب و مهم است، تهیه کند، به گونه‌ای که اجزای اصلی برنامه در خاطر مخاطب بماند و حتی در صورت نیاز مورد استناد قرار گیرد. براین اساس، رعایت نظم در مراحل ساخت یک مستند رادیویی و رعایت نظم و ایجاد ساختار درونی مناسب، یکی از مهمترین کارهایی است که در این فرایند باید به آن توجه داشت. بنابراین، می‌توان سه مقطع را می‌توان برای مستند در نظر گرفت:

آغاز: درونمایه را بیان می‌کند، پرسشی را پیش می‌کشد یا چیزی جدید و غیرمنتظره را نشان می‌دهد.

میان‌ه: در این بخش، مخاطب به مستند علاقه‌مند می‌شود و می‌فهمد که مستند درباره چیست.

پایان: نتیجه تحلیل عناصر و عوامل متناقض مورد تردید، در حقیقت، نقطه جذب تمام نشانه‌هاست. (همراز، ۱۴۰۰: ۱۷۲-۱۷۱)

مستند اعتبار خود را مدیون سندیت ادعایش برای بیان واقعیت است، پس مستندساز در شکل‌دهی به تصویر واقعیت، یعنی شیوه بیان، می‌تواند همچون داستان‌ساز یا فیلمساز انیمیشن آزادانه از واقعیت به تجربه حرکت کند، تفاوت در آن است که آنچه هست، چگونه درک و احساس و یا ثبت و گزارش می‌شود (ضابطی‌جهرمی، ۱۳۹۳: ۸۳). پس، آنچه بیش از هر عامل دیگر میان مستند و دیگر شکل‌های برنامه‌ای تفاوت ایجاد می‌کند، انعکاس واقعیت است (همان، ۱۳۹۳: ۲۶). اگر اثر مستند، روایت شخصی مستندساز از موضوعی واقعی است، پس تکلیف واقعیت چه می‌شود؟ می‌توان گفت هر واقعیت، ابعاد مختلفی دارد که تمامی آن در معرض دید قرار ندارد؛ به بیان دیگر، هرگز نمی‌توان به همه ابعاد واقعیت دست یافت. واقعیت این است که شناخت نسبی و محدود ما از واقعیت، تنها بر همان لحظه خاص دلالت دارد و استنتاج حاصل تنها در محدوده همان می‌تواند با قید نسبیت معتبر باشد (امامی، ۱۳۸۹: ۳۳). بنابراین مستندساز رادیویی در تلاش برای بازآفرینی یک واقعیت به شکل رسانه‌ای است؛ رسانه‌ای که فقط از صوت برای انتقال پیام و تصویرسازی در ذهن مخاطب بهره می‌برد و به ناچار، هر نوع واقعیتی را با رمزگان خاص خود مستند می‌کند. (همراز، ۱۴۰۰: ۳۴)

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، کیفی محسوب می‌شود؛ منظور از پژوهش کیفی، عبارت است از هر نوع پژوهشی که یافته‌هایش را با شیوه‌هایی غیر از روش‌های آماری یا هرگونه کمی کردن به دست می‌آورد (استراوس و کوربین^۱، ۱۳۸۵: ۱۷). در این مقاله، روش گردآوری داده‌ها علاوه بر مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران بوده است. «مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با انعطاف کافی، امکان افزودن سوالات جدید و پاسخ‌دهی عمیق از سوی مشارکت‌کنندگان را فراهم می‌کند» (حیبی و جلال‌نیا، ۱۴۰۱: ۴۵). جامعه این پژوهش، شامل صاحب‌نظران حوزه‌های فرهنگی، رسانه‌ای و گردشگری در ارتباط با آذربایجان ایران و کشور جمهوری آذربایجان است. برای رسیدن به حجم نمونه، از نمونه‌گیری گلوله برفی^۲ استفاده شده است. در ابتدا چند نفر از کارشناسان کلیدی حوزه رسانه‌های برون‌مرزی، ادبیات و گردشگری شناسایی و با آنان مصاحبه شده است و سپس از هر یک خواسته شده تا سایر افراد متخصص و برجسته را معرفی کنند. این روش در پژوهش‌های کیفی، به‌ویژه زمانی که جامعه هدف محدود و تخصصی است، امکان دسترسی به مشارکت‌کنندگان برخوردار از تجربه عمیق و دانش مرتبط را فراهم می‌کند. در مجموع، ۱۹ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با کارشناسان حوزه‌های دیپلماسی رسانه‌ای، رادیوها و تلویزیون‌های برون‌مرزی، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی گردشگری، تاریخ آذربایجان و ادبیات آذربایجان انجام گرفته و پس از مصاحبه نوزدهم، به دلیل اشباع نظری و تکرار مضامین، روند گردآوری داده‌ها متوقف شده است.

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

1. Strauss & Corbin
2. Snowball Sampling

در جدول زیر مشخصات مصاحبه‌شوندگان ذکر شده است.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	جنسیت	سابقه فعالیت (سال)	مدرک	تخصص و سمت
۱	زن	۱۰	فوق لیسانس	مجری کانال آذری شبکه سحر و مسئول شبکه‌های اجتماعی کانال/ اهل جمهوری آذربایجان
۲	مرد	۲۰	دکتر	مدیر گروه فرهنگ و معارف در معاونت برون‌مرزی
۳	مرد	۲۵	فوق لیسانس	کارشناس مرکز گفتگوی ادیان و فرهنگ، پژوهشگر حوزه ادبیات آذری
۴	مرد	۲۵	فوق لیسانس	مجری، مدیر دوبلاژ و برنامه‌ساز کانال آذری شبکه سحر
۵	مرد	۳۰	دکتر	تحلیلگر ارشد مسائل آسیای میانه و قفقاز
۶	مرد	۲۵	دکتر	رییس سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
۷	مرد	۱۰	فوق لیسانس	گوینده رادیو آذری برون‌مرزی و کارشناس مسائل جغرافیا
۸	زن	۱۸	فوق لیسانس	گوینده و تهیه‌کننده رادیو آذری برون‌مرزی تبریز
۹	مرد	۳۰	فوق لیسانس	تهیه‌کننده ارشد کانال آذری شبکه سحر
۱۰	مرد	۲۸	دکتر	استاد ادبیات فارسی دانشگاه تبریز
۱۱	مرد	۲۰	دکتر	استاد تاریخ دانشگاه پیام نور شبستر و بنیس، فعال فرهنگی
۱۲	مرد	۱۵	فوق لیسانس	مدیر رادیو استانبولی در معاونت برون‌مرزی
۱۳	زن	۱۸	دکتر	استاد ادبیات ترکی دانشگاه تبریز
۱۴	مرد	۲۵	دکتر	مدیر عامل سابق خبرگزاری برون‌مرزی - مدیر مجله چاپ و نشر
۱۵	مرد	۲۵	فوق لیسانس	کارشناس فرهنگی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
۱۶	مرد	۲۵	دکتر	مشاور مدیر شبکه جهانی سحر
۱۷	مرد	۱۵	فوق لیسانس	مستندساز - تهیه‌کننده رادیو تبریز
۱۸	مرد	۲۵	دکتر	سردبیر خبر کانال آذری شبکه جهانی سحر (برون‌مرزی)
۱۹	مرد	۱۰	فوق لیسانس	گزارشگر حرفه‌ای مرکز تبریز، کارشناس مسائل گردشگری

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

صورت‌بندی، تحلیل و تفسیر داده‌ها، بر اساس روش تحلیل مضمون^۱ و الگوی شبکه مضامین انجام شده است. تحلیل مضمون به شناسایی، طبقه‌بندی و تفسیر الگوهای موجود در داده‌های کیفی کمک می‌کند. روش تحلیل مضمون، مهارت‌های اصلی را که برای اجرای بسیاری از روش‌های دیگر تحلیل کیفی لازم است، فراهم می‌آورد (براون و کلارک^۲، ۲۰۰۶: ۹۳-۹۰). با توجه به تنوع روش‌های به‌کاررفته در تحلیل مضمون و تنوع دیدگاه صاحب‌نظران، عناوین و طبقه‌بندی‌های متفاوتی برای مضامین وجود دارد. برخی پژوهشگران، مضامین را به‌لحاظ ماهیت و برخی دیگر از نظر جایگاه و سلسله مراتب آنها در تحلیل مضمون دسته‌بندی کرده‌اند. در این پژوهش، مبنای تقسیم‌بندی، بر اساس جایگاه مضمون در شبکه مضامین خواهد بود. این تقسیم‌بندی، برگرفته از نظریه آتراید-استرلینگ^۳ (آتراید-استرلینگ، ۲۰۰۱: ۳۹۶). است و سه سطح مضمون مندرج در جدول زیر را دارد. برای عینی‌سازی هر مضمون، مصداقی نیز برای آن ذکر شده است.

جدول ۲. دسته‌بندی انواع مضامین پژوهش

مضامین فراگیر	در کانون شبکه مضامین قرار می‌گیرد.	جایگاه مضمون در شبکه مضامین
مضامین سازمان‌دهنده	واسط مضامین فراگیر و پایه شبکه است.	
مضامین پایه	مبین نکته مهمی در متن است و با ترکیب آنها، مضمون سازمان‌دهنده ایجاد می‌شود.	

در پژوهش حاضر، اعتبار و قابلیت اعتماد تحقیق، بر اساس معیارهای خاص پژوهش‌های کیفی بررسی شده است. چهار معیار اصلی لینکلن و گوبا^۴ (۱۹۸۵) شامل باورپذیری، انتقال‌پذیری، تاییدپذیری، اطمینان‌پذیری و اعتمادپذیری به طریق زیر مدنظر قرار گرفته‌اند.

۱. باورپذیری^۵: به‌منظور افزایش اعتبار درونی پژوهش، از منابع داده‌ای متنوع و تاییدگر، شامل اسناد کتابخانه‌ای و مصاحبه با کارشناسان حوزه‌های رسانه‌های برون‌مرزی، فرهنگ، ادبیات، تاریخ و گردشگری استفاده شده است.

۲. انتقال‌پذیری^۶: برای تسهیل درک و انتقال نتایج به بافت‌های مشابه، توصیف غنی و دقیق از یافته‌ها با ذکر مصداق و ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان ارائه شده است تا سایر پژوهشگران بتوانند کاربرد یافته‌ها را در زمینه‌های مشابه ارزیابی کنند.

1. Thematic Analysis
2. Braun & Clarke

3. Attride-Stirling
4. Lincoln & Guba

5. Credibility
6. Transferability

۳. **تایید پذیری**^۱: فرایندگردآوری و تحلیل داده‌ها با شفاف‌سازی گام‌به‌گام مراحل انجام پژوهش، شامل نحوه انتخاب مشارکت‌کنندگان، روش انجام مصاحبه‌ها و استخراج مضامین، مستندسازی شده است. این شفافیت، امکان ارزیابی بی‌طرفی و صحت استنتاج‌ها و دقت یافته‌ها را فراهم می‌سازد. بر همین اساس، بخش‌هایی از مصاحبه با صاحب‌نظران در بخش یافته‌ها، در داخل گیومه آمده است.

۴. **اطمینان پذیری**^۲: برای اطمینان از ثبات داده‌ها و انسجام تحلیل، متن مصاحبه‌ها چندین بار بازخوانی و یادداشت‌برداری تحلیلی انجام شده است. سپس یافته‌ها را دو پژوهشگر دیگر مورد بازبینی و تایید نهایی قرار داده اند تا از انسجام مضامین استخراج‌شده اطمینان حاصل شود.

۵. **اعتماد پذیری**^۳: اعتمادپذیری این پژوهش، از طریق ترکیبی از معیارهای یاد شده به دست آمده است. دقت در انجام مراحل مختلف، استفاده از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته در جمع‌آوری داده‌ها، بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون و بازبینی نتایج از سوی همکاران پژوهشی، همگی به افزایش اعتمادپذیری پژوهش کمک کرده‌اند.

گزارش یافته‌ها

پس از طی فرایند مصاحبه با صاحب‌نظران، مضامین پایه، سازمان‌یافته^۴ و فراگیر متعددی شناسایی و استخراج شده‌اند که در ادامه، به اختصار به هر یک از آنها پرداخته می‌شود.

مضمون آثار باستانی و معماری و گردشگری

تبریز از سویی، با بناهای تاریخی شاخصی همچون مسجد کبود، ارگ علیشاه، مقبره الشعرا و بازار و از سوی دیگر با فضاهای تفریحی و معماری زیست‌پذیر، ترکیبی از سنت و مدرنیته را به گردشگران ارائه می‌دهد. ثبت بافت تاریخی و بازار تبریز در فهرست یونسکو و ارتباط آن با مسیر تاریخی جاده ابریشم، به‌ویژه برای گردشگران جمهوری آذربایجان جذابیت دارد و «امکان بازسازی پیوندهای فرهنگی و هویتی میان دو ملت» را فراهم می‌آورد. زیرساخت‌های حمل‌ونقل

1. Confirmability
2. Dependability
3. Trustworthiness

۴. تعداد مضامین پایه و سازمان یافته در پژوهش اصلی زیاد است. برای غلبه بر محدودیت واژگانی مقاله، موارد مهم به صورت خلاصه در مقاله ذکر شده است.

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون مرزی
صدا و سیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

بین‌المللی، امکانات اقامتی و ظرفیت‌های گردشگری سلامت و طبیعت‌گردی، این مضمون را به ابزاری موثر در دیپلماسی گردشگری و رسانه‌ای تبدیل می‌کند.

جدول ۳. مضامین سازمان‌یافته و پایه به همراه مصادیقی برای مضمون فراگیر «آثار باستانی، معماری و گردشگری»

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه	مصادیق	
آثار باستانی و معماری و گردشگری	تبریز گهواره تاریخ و معماری ایرانی - اسلامی	- نقش تاریخی تبریز در شهرسازی ایرانی اسلامی	- مسجد کبود تبریز، نمونه فاخر کاشیکاری فیروزه‌ای	
		- بافت تاریخی و بازارهای سنتی به‌عنوان هویت شهر	- بازار تاریخی تبریز ^۱	
	تبریز الگوی توسعه گردشگری پایدار منطقه‌ای	- زیرساخت‌های اقامتی و حمل‌ونقل مدرن	- فرودگاه بین‌المللی تبریز و اتصال به باکو و استانبول	- حمل‌ونقل شهری پیشرفته از جمله مترو تبریز
		- فرصت‌سازی از ظرفیت‌های بومی در توسعه گردشگری	- توره‌های طبیعت‌گردی به دامنه‌های سهند و جنگل‌های ارسباران	
	تبریز مقصد ممتاز گردشگری فرهنگی - تاریخی	- تقاطع جغرافیایی تبریز با مسیرهای تجاری و تاریخی	- بازاری تاریخی تبریز، دروازه‌های قدیمی تهران و استانبول و کاروانسراها و تیمچه‌ها	- روستای تاریخی کندوان، معماری صخره‌ای زیست‌پذیر
		- تنوع فرهنگی اقلیمی استان آذربایجان شرقی	- روابط فرهنگی شهرداری تبریز با گنجه، باکو، استانبول و آنکارا	- امکان استفاده از رادیو آذری برون مرزی برای جذب گردشگر
	ظرفیت تبریز برای دیپلماسی گردشگری بین‌المللی	- اشتراکات فرهنگی و زبانی با جمهوری آذربایجان و ترکیه	- امکان تبادل گردشگر فرهنگی با تولیدات رسانه‌ای	

۱. بزرگ‌ترین بازار سرپوشیده جهان که در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسیده است.

مضمون تاریخ

این مضمون بیانگر این است که شهر تبریز «مرکز چندلایه تحولات ایران» بوده است، چنان که جنبه‌های سیاسی، فرهنگی، مذهبی، اقتصادی و اجتماعی آن به طور پیوسته در هم تنیده‌اند.

جدول ۴. مضامین سازمان یافته و پایه به همراه مصادیقی برای مضمون فراگیر «تاریخ»

مضمون فراگیر	مضامین سازمان یافته	مضامین پایه	مصادیق
تاریخ	تبریز مرکز تعاملات بین المللی در تاریخ منطقه‌ای	- مراودات سیاسی و اقتصادی با روسیه، عثمانی و قفقاز	- اسناد تجاری و مکاتبات دیپلماتیک ثبت شده در موزه تاریخ طبیعی دانشگاه تبریز
		- تبریز دروازه تجارت با قفقاز و اروپا در دوره صفویه و قاجار	- جاده ابریشم که از بازار تبریز عبور می‌کرد
	تبریز کانون تحولات تاریخی ایران	- نقش آفرینی در واقعه ملی مشروطه، مقاومت در برابر اشغالگران	- موزه مشروطه و اسناد امضا شده مجلس اول در آن
		- تبریز پایتخت اولین مشروطه خواهان و خاستگاه جنبش‌های آزادی طلبانه	- خانه مشروطه تبریز، مرکز فرماندهی باقرخان و ستارخان
	پیشتازی تبریز در آموزش و نشر	- مدرسه نوین رشديه	- خانه میرزا حسن رشیدی، موزه مطبوعات تبریز
		- اولین چاپخانه و انتشار روزنامه رسمی ایران	- موزه مطبوعات تبریز و نسخه نخست روزنامه اختر
	تاریخ زنده در زندگی روزمره مردم	- روایت‌های شفاهی نسل به نسل از وقایع تاریخی شهر	- روایت‌های شفاهی مقاومت مردم در قحطی بزرگ و جنگ جهانی اول
		- استمرار آیین‌های سنتی با ریشه تاریخی در اعیاد و سوگواری‌ها	- مراسم عاشورا در محله امیرخیز با شبیه خوانی تاریخی

مضمون ادبیات

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

«تبریز، از قرن ششم هجری به بعد، یکی از کانون‌های اصلی فرهنگی و ادبی کشور به شمار می‌رود و می‌توان آن را پس از خراسان، دومین مرکز بزرگ فرهنگی- ادبی ایران در تاریخ دانست». ادبیات تبریز در دوران معاصر، به نوعی سرمایه دیپلماسی فرهنگی بدل شده است. بخش مهمی از جایگاه تبریز در ادبیات ایران و قفقاز را می‌توان در مقبره الشعرا جستجو کرد که ظرفیت گردشگری و تولید مستند بی‌بدیلی دارد.

جدول ۵. مضامین سازمان‌یافته و پایه به همراه مصادیقی برای مضمون فراگیر «ادبیات»

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه	مصادیق
ادبیات	ادبیات عامه و فولکلور تبریز	- روایت‌های شفاهی و داستان‌های عامیانه	- داستان‌های دده قورقود و کوراوغلو در فرهنگ آذربایجان
		- نقش عاشیق‌لار در حفظ و ترویج ادبیات فولکلوریک	- محافل عاشیق‌لار و شعرخوانی‌های سنتی در تبریز
	ادبیات تبریز سرمایه دیپلماسی فرهنگی	- بازتاب مفاهیم فرهنگی مشترک ایرانی‌آذربایجانی در اشعار ترکی	- اشعار شهریار و عاشیق‌ها با مضامین مشترک
		- ارتباط فرهنگی مخاطبان ترک زبان با گفتمان ادبی تبریز	- استقبال از اشعار تبریزی در جمهوری آذربایجان - غنای ادبی تبریز
	تبریز، خاستگاه شاعران برجسته و جریان ساز	- جایگاه تبریز در پرورش شاعران بزرگ کلاسیک	- قطران تبریزی، همام تبریزی، خاقانی شروانی (مدفون در مقبره‌الشعرا تبریز)
		- شکل‌گیری سبک‌های ادبی منطقه‌ای (شعر فارسی، ترکی، عرفانی)	- آثار کلاسیک فارسی و ترکی در تبریز (دوره ایلخانی و صفوی)
	ادبیات نثر، داستان و پژوهش ادبی	- نقش دانشکده‌های ادبیات و مراکز پژوهشی	- دانشکده ادبیات دانشگاه تبریز با تمرکز بر زبان و ادبیات فارسی و ترکی
		- ادبیات کودک و نوجوان و تاثیر آن در فرهنگ‌سازی	- آثار صمد بهرنگی برای کودکان و نوجوانان - فریبا وفی - پروین اعتصامی و ...

مضمون هنر

هنر تبریز، به بستری برای دیپلماسی فرهنگی و گردشگری هنری تبدیل شده است. برای مثال «فرش تبریز نماد جهانی این شهر» است؛ هنری که نه تنها بیانگر زیبایی‌شناسی بومی است، بلکه به‌عنوان میراثی ثبت شده در سطح بین‌المللی، تبریز را در زمره مهد هنرهای سنتی قرار داده است. اما هنر تبریز تنها در محدوده سنتی متوقف نمانده است. موسیقی، به‌ویژه موسیقی عاشیقی و قطعات سنتی آذربایجانی، ستون هویت هنری تبریز است و استفاده از آن در مستندهای رادیویی، علاوه بر ایجاد فضاسازی شاعرانه و احساسی، ارتباط شنونده را با فرهنگ و هنر شهر تقویت می‌کند و نقش موثری در توسعه دیپلماسی فرهنگی و جذب گردشگر برعهده دارد.

جدول ۶. مضامین سازمان‌یافته و پایه به همراه مصادیقی برای مضمون فراگیر «هنر»

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه	مصادیق
هنر	تبریز مهد هنرهای سنتی و صنایع‌دستی فاخر	- تنوع صنایع‌دستی، منبت، معرق، نقره‌کاری، چرم‌دوزی، سفالگری	- نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی تبریز
		- پیوند صنایع دستی با سبک زندگی مردم و اقتصاد گردشگری	- بازار تاریخی تبریز به‌عنوان مرکز خرید صنایع دستی
	هنر تبریز در خدمت دیپلماسی فرهنگی و گردشگری هنری	- امکان جذب گردشگران هنری از کشورهای ترک زبان و اروپایی	- گردشگران خارجی علاقه‌مند به خرید فرش، نقره و چرم تبریز
		- موسیقی به‌عنوان ابزار دیپلماسی فرهنگی	- برگزاری کنسرت‌های مشترک تبریز - باکو، حضور گروه‌های موسیقی آذربایجانی در تبریز و بالعکس
	به‌عنوان رکن هویت هنری و پیوند فرهنگی	- پیوند موسیقی تبریز با جمهوری آذربایجان	همکاری با هنرمندان آذربایجان مانند عاشیق شاملیل، عاشیق زلفیه و مقام‌خوان عالییم قاسیم‌اف
		- موسیقی دستگاہی و سنتی	- استادان موسیقی محلی تبریز و نقش آنان در حفظ موسیقی آذری مانند استاد غلامحسین بیگجه‌خانی

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون مرزی
صدا و سیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

مضمون پزشکی و سلامت

تبریز در عرصه پزشکی و سلامت به نقطه‌ای راهبردی در شمال غرب ایران بدل شده است. «سه عنصر کلیدی از دید بیماران جمهوری آذربایجان اهمیت ویژه دارد: پزشکان برجسته، تجهیزات مدرن و هزینه‌های مقرون به صرفه». تبریز توانسته است هر سه را به‌طور همزمان ارائه دهد و از این منظر با ترکیه و گرجستان رقابت کند.

جدول ۷. مضامین سازمان یافته و پایه به همراه مصادیقی برای مضمون فراگیر «پزشکی و سلامت»

مضمون فراگیر	مضامین سازمان یافته	مضامین پایه	مصادیق
پزشکی و سلامت	سرمایه‌گذاری در گردشگری سلامت	- همکاری بیمارستان‌ها و نهادهای گردشگری	- تعامل بین مراکز درمانی و بخش گردشگری برای ارائه خدمات ترکیبی به بیماران خارجی
		- توسعه بسته‌های سلامت	- شامل معاینات، بستری، اقامت و تورهای جانبی برای گردشگران سلامت
	دسترسی آسان از کشورهای همسایه	تسهیل حمل و نقل پزشکی با امکانات فوریتی در مرزها و فرودگاه‌ها	- خدمات انتقال بیماران از فرودگاه بین‌المللی تبریز به مراکز درمانی
		- مسیرهای در حال حاضر فقط هوایی کوتاه از جمهوری آذربایجان و ترکیه	- وجود پرواز مستقیم باکو تبریز (اخیرا راه اندازی شده) اما در حال حاضر راه زمینی بسته است
	هزینه‌های مقرون به صرفه درمان	- اختلاف محسوس خدمات درمانی در تبریز با ترکیه، گرجستان و جمهوری آذربایجان	پژوهشکده رویان جهاد دانشگاهی آذربایجان شرقی (تبریز)
		- همکاری گردشگری سلامت با بیمارستان‌ها برای ارائه بسته درمانی	- مشاوره و اقامت رایگان برای بیمار و یک همراه در بیمارستان ولیعصر تبریز
	زیرساخت‌های درمانی پیشرفته و کلینیک‌های تخصصی بین‌المللی	- خدمات درمانی سطح بالا در رشته‌های حساس قلب، ارتوپدی، ناباروری	- بیمارستان بین‌المللی امام رضا- بیمارستان شهید مدنی تبریز
		- وجود بیمارستان‌های مدرن با تجهیزات پزشکی روز دنیا	- بیمارستان بین‌المللی امام رضا علیه السلام دارای اتاق‌های ام‌آر‌آی، سی‌سی‌تی و آی‌سی‌یو با استانداردهای اروپا

مضمون صنعت، فناوری و کشاورزی

تبریز، به‌عنوان یکی از قطب‌های صنعتی و فناورانه شمال غرب ایران، نمونه‌ای شاخص از شهری است که «همزمان توانمندی‌های تاریخی، فرهنگی، طبیعی و صنعتی» را در خود جمع کرده است.

جدول ۸. مضامین سازمان‌یافته و پایه به همراه مصادیقی برای مضمون فراگیر «صنعت، فناوری و کشاورزی»

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌یافته	مضمون پایه	مصادیق
صنعت، فناوری و کشاورزی	تبریز قطب صنعتی شمال غرب ایران	- تنوع صنایع مادر و تبدیلی در ماشین‌سازی، پتروشیمی، خودروسازی	- کارخانه ماشین‌سازی تبریز، بزرگ‌ترین واحد تولید ماشین ابزار
		- مسیر مواصلاتی ایران به اروپا از طریق آذربایجان	- کریدور تبریز- جلفا- نخجوان- ایروان- تفلیس - مسیر ریلی تبریز- ترکیه
	توسعه فناوری‌های نوین	- پارک علم و فناوری- دانشگاه‌های تخصصی فناوری	- دانشگاه صنعتی سهند و دانشگاه تبریز
		- حضور استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش بنیان	- رویدادهای فناورانه مثل استارت‌آپ و یکند تبریز
	کشاورزی هوشمند و مزیت‌های اقلیمی	- توسعه روش‌های آبیاری هوشمند و گلخانه‌ای	- مزرعه‌های گلخانه‌ای منطقه خسروشاه، نماد کشاورزی هوشمند
		- نقش روستاهای پیرامونی در امنیت غذایی و گردشگری روستایی	- برند لبنیات و عسل تبریز، نمونه صنایع تبدیلی موفق

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

مضمون محیط زیست و آب و هوا

تبریز با تنوع آب‌وهوایی علاوه بر ایجاد فرصت‌های گردشگری بومی و طبیعی، به بهبود تجربه شهروندان و گردشگران نیز کمک می‌کند، به‌ویژه زمانی که با فضاهای سبز شهری و حمل‌ونقل پاک ترکیب می‌شود. این امر که هم تجربه گردشگران و هم زندگی شهروندان تبریز را ارتقا می‌دهد، موجب شده است که این شهر باعث شده تبریز چند سال متوالی به عنوان بهترین شهر ایران برای زندگی از منظر معیارهای جهانی انتخاب شود.

جدول ۹. مضامین سازمان‌یافته و پایه به همراه مصادیقی مضمون فراگیر «محیط زیست و آب و هوا»

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه	مصادیق
محیط زیست و آب‌وهوا	اقلیم متنوع و چهار فصل تبریز، فرصتی برای گردشگری سلامت	- آب‌وهوای معتدل کوهستانی با تابستان‌های خنک	- فضای ییلاقی روستاهای اسپیران و زنوزق
		اقلیم چهار فصل، فصول مختلف در شعاعی کم	- تجربه چهار فصل در مناطق اطراف سهند، شبلی و صوفیان
		- هوای پاک و کم غلظت در مناطق مرتفع شهری و حومه	- آب‌وهوای سالم و خنک کوه عینالی برای پیاده روی و ورزش
		- خاصیت درمانی آب و هوای کوهستانی برای بیماران تنفسی	- اقلیم درمانی با سمنج و کندوان برای گردشگری سلامت
مناطق بکر طبیعی و چشم‌اندازهای زیبایشناختی شهری	مناطق بکر طبیعی در مجاورت شهر	- تنوع زیستی و مناظر کوهستانی منحصربه‌فرد	- پارک ملی سهند با مناظر بهاری و گونه‌های گیاهی خاص
		- فضاهای سبز طبیعی در مجاورت شهر	- جنگل‌های بلوط و زرشک در مسیر اهر- کلیبر
		- مناظر مرتفع با چشم‌اندازهای مناسب تصویربرداری	- چشم‌انداز پانورامای شهر از بالای عینالی
		- مسیرهای پیاده‌روی و کوهنوردی شهری- حومه‌ای	- دره‌های سرسبز اطراف دهکده گردشگری صخره‌ای کندوان

ادامه جدول ۹

مضمون فراگیر	مضامین سازمان یافته	مضامین پایه	مصادیق
توسعه پایدار شهری و مدیریت محیط زیستی		- توسعه حمل و نقل پاک (بی‌آرتی و مترو) برای کاهش آلاینده‌ها	- فاز جدید مترو خط ۲ و ۳ تبریز
		- استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر در ساختمان‌های شهری	- استفاده از پنل‌های خورشیدی در فرهنگسرای الغدیر و ساختمان شهرداری منطقه ۱
		- ارتقای فرهنگ زیست محیطی شهروندان از طریق آموزش	- برگزاری جشنواره‌های زیست محیطی در فرهنگسرای شمس
		- الگوسازی شهری در توسعه فضای سبز و حفظ منابع	- فضای سبز شهری در ائل‌گلی، پارک ائل‌باغی و باغمیشه
ظرفیت‌های بومی و گردشگری تبریز و پیرامونش		- توسعه تورهای طبیعت‌گردی	- تورهای طبیعت‌گردی در کوه‌های سهند و عینالی
		- معرفی زیست‌بوم‌های خاص شمال غرب ایران	- روستاهای سبز گردشگری مانند نوزق و کندوان
		- حفظ تالاب‌ها، دریاچه‌ها و مناطق حفاظتی	- ظرفیت تالاب قوری گول برای پرندگان آبزی
		- ترکیب گردشگری طبیعی با میراث فرهنگی در روستاهای اطراف	- پیوند بومی و گردشگری و گردشگری فرهنگی در مسیر تبریز، اسکو، کندوان

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

مضمون تغذیه و آشپزی

تغذیه و آشپزی در تبریز در «سه سطح معنا می‌یابد: نخست، به‌عنوان نماد هویت فرهنگی؛ دوم، به‌عنوان ظرفیت گردشگری و تجربه‌سازی برای مخاطب خارجی و سوم، به‌عنوان الگوی سلامت و تنوع غذایی همسو با معیارهای جهانی.»

جدول ۱۰. مضامین سازمان‌یافته و پایه به همراه مصادیقی برای مضمون فراگیر «تغذیه و آشپزی»

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه	مصادیق
تغذیه و آشپزی	هویت فرهنگی و گردشگری غذایی تبریز	-نقش غذا در جذب گردشگر و تصویرسازی مقصد	-سفره‌های سنتی ایام نوروز
		-غذا به‌عنوان عنصر هویتی مردم تبریز	-کوفته تبریزی به‌عنوان نماد غذایی شهر
	ظرفیت گردشگری آشپزی تبریز	-تورهای گردشگری خوراک	-عرضه غذاهای خیابانی بومی
		-آموزش پخت غذاهای محلی برای گردشگران خارجی	-برگزاری کارگاه‌های آشپزی آذربایجانی برای گردشگران در تبریز

مضمون گردشگری دینی

تبریز، به دلیل سابقه تاریخی (نخستین پایگاه تشیع در ایران) و معماری مساجد و زیارتگاه‌های متعدد، جاذبه‌های معنوی و مذهبی فراوانی دارد که می‌تواند گردشگران داخلی و خارجی را جذب کند. با توجه به «جمعیت قابل ملاحظه متدین و شیعه در جمهوری آذربایجان» ظرفیت گردشگری دینی در تبریز ضریب می‌یابد.

جدول ۱۱. مضامین سازمان‌یافته و پایه به همراه مصادیقی برای مضمون فراگیر «گردشگری دینی»

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه	مصادیق	
گردشگری دینی	ظرفیت‌های تبریز در معرفی گردشگری دینی به جهان اسلام	- برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای مذهبی برای گردشگران خارجی	- بازدید زائران جمهوری آذربایجان از مساجد و زیارتگاه‌های تبریز - طراحی بسته‌ها و تورهای گردشگری مذهبی	
		- سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی	- احداث هتل و مهمان‌پذیر برای زائران و ...	
	مساجد و زیارتگاه‌ها به عنوان مقصد گردشگری دینی	- کارکرد مذهبی، گردشگری بقاع متبرکه	- نقش مساجد تاریخی در جذب زائران و گردشگران مذهبی	- مسجد کبود
		- آیین‌های مذهبی محرم و صفر و ماه رمضان و جذب گردشگران مذهبی	- برگزاری ویژه برنامه‌های قرآنی در مساجد	- برگزاری محافل قرآنی و جشنواره‌های قران و عترت در مساجد شاخص
	گردشگری مذهبی	- مراسم شب‌های قدر و حضور گسترده مردم	- مراسم شب‌های قدر و حضور گسترده مردم	- مراسم شب‌های قدر در مسجد جامع

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

مضمون گردشگری ورزشی

گردشگری ورزشی در تبریز با محوریت باشگاه فوتبال تراکتور و ورزشگاه یادگار امام به‌عنوان یکی از نمادهای هویت شهری و منطقه‌ای شکل گرفته است. پیوند میان مسابقات ورزشی و رویدادهای فرهنگی همچون جشنواره‌ها و آیین‌های تشویق، امکان آشنایی گردشگران را با سنت‌ها و فرهنگ محلی را فراهم می‌سازد.

جدول ۱۲. مضامین سازمان‌یافته و پایه به همراه مصادیقی برای مضمون فراگیر «گردشگری ورزشی»

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه	مصادیق
گردشگری ورزشی	ورزش و هویت شهری تبریز	- تراکتور به‌عنوان نماد همبستگی اجتماعی و هویت شهری	- گردهمایی‌های هواداران در روزهای مسابقه و مشارکت گردشگران در فعالیت‌های مرتبط
		- تاثیر موفقیت‌های تیم بر جذب گردشگر و اعتبار شهر	- بازی‌های حساس لیگ برتر و حضور تماشاگران از شهرهای دیگر و کشورهای همسایه
	مسابقات ملی و بین‌المللی فوتبال	- توسعه زیرساخت‌های رفاهی و اقامتی برای تماشاگران	- هتل‌ها و مراکز اقامتی اطراف ورزشگاه برای پذیرش گردشگران مسابقات
		- میزبانی مسابقات بین‌المللی و جذب گردشگر ورزشی	- برگزاری بازی‌های دوستانه بین‌المللی تراکتور و تیم‌های خارجی در تبریز

مضمون ویژگی‌های شکلی و ساختاری مستند رادیویی

استفاده از ساختار ترکیبی در روایت، یکی از عوامل کلیدی در تاثیرگذاری مستند است. روایت اصلی گوینده، با گفت‌وگوهای کارشناسی کوتاه، صدای شاهدان و افکت‌های محیطی همراه می‌شود. این تنوع صوتی، ضمن حفظ انسجام، به مستند، بعدی چندصدایی و زنده می‌بخشد. در ساختار ترکیبی، محتوا به شکل چندلایه ارائه می‌شود و تجربه‌ای همه‌جانبه از تاریخ، فرهنگ، هنر و زندگی روزمره به شنونده منتقل می‌گردد.

بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه با کارشناسان، مشخص شد که نوع محتوای تولیدی برای مستند رادیویی درباره تبریز با هدف گسترش روابط فرهنگی و جذب گردشگران جمهوری آذربایجان، باید بر محورهای خاصی متمرکز شود. تحلیل داده‌ها نیز نشان داد که سه مقوله تاریخ، آثار باستانی و گردشگری معماری و ادبیات، بیشترین اهمیت را در میان مضامین مطرح شده دارند و می‌توانند هسته اصلی محتوای مستندهای رادیویی تبریز را تشکیل دهند. در سطح بعدی، مضامین مرتبط با هنر، گردشگری دینی، صنعت و فناوری و کشاورزی، پزشکی و سلامت و همچنین ویژگی‌های ساختاری و هنری مستندهای رادیویی در جایگاه میانی قرار دارند و محتوای ارزشمندی برای غنای برنامه محسوب می‌شوند. در نهایت، مضامینی نظیر تغذیه و آشپزی، آب‌وهوا و محیط‌زیست و گردشگری ورزشی، به عنوان موضوعاتی با توجه کمتر از سوی کارشناسان شناسایی شدند که با وجود اهمیت نسبی، در اولویت‌های پایین‌تری برای تولید مستند رادیویی درباره تبریز قرار می‌گیرند.

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

جدول ۱۳. مضامین سازمان‌یافته و پایه به همراه مصادیقی برای مضمون فراگیر
«ویژگی‌های شکلی و ساختاری مستند رادیویی»

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه	مصادیق
ویژگی‌های شکلی و ساختاری مستند رادیویی	ساختار ترکیبی روایت و گفت‌وگو	- روایت اصلی از سوی گوینده زن	دکلمه شعری از شهریار یا نظامی، توضیح درباره مقبره‌الشعرا، روایت درباره بازار تاریخی تبریز، معرفی اماکن گردشگری
		- گفت‌وگوی کوتاه با کارشناس مرد	تحلیل آثار تاریخی، توضیح جاذبه‌های گردشگری، ارائه نکات کمتر شناخته شده
		- استفاده از صدای شاهد و افکت‌های محیطی	صدای بازار تبریز، صدای نوای عاشق‌ها، صدای باد در ارسباران، صدای بارش باران، صدای آب و رودخانه‌ها
	ترکیب موسیقی با روایت	- موسیقی بومی و سنتی	موسیقی اصیل تبریز، عاشیقی، موسیقی سنتی فارسی و ترکی، قطعات کوتاه برای فضاسازی هر مکان، موسیقی زمینه برای ایجاد حس حضور
	آغاز و پایان اثرگذار	- شروع اثرگذار	دکلمه شعر شهریار در شروع، صدای باد و آب برای فضا، معرفی تبریز به‌عنوان «شهر فرهنگ و ادب»، دعوت به بازدید در پایان
		- پایان اثرگذار	جمع‌بندی جذاب، ترغیب شنونده به تجربه گردشگری، استفاده از موسیقی پایان‌بخش
	کیفیت صوتی بالا	- ضبط حرفه‌ای صداها محیطی	استفاده از میکروفون حرفه‌ای، حذف نویز، تقویت افکت‌های صوتی، ضبط صداها طبیعی و محیطی بازار، مقبره‌الشعرا و ائل‌گلی
	بهره‌گیری از فرم‌های جدید	- انتشار نسخه‌های کوتاه ۳-۵ دقیقه‌ای	پادکست برای اینستاگرام، تلگرام، شبکه‌های رادیویی آنلاین، نسخه کوتاه در قالب رادیو اینترنتی، ویدئو صوتی برای شبکه‌های اجتماعی

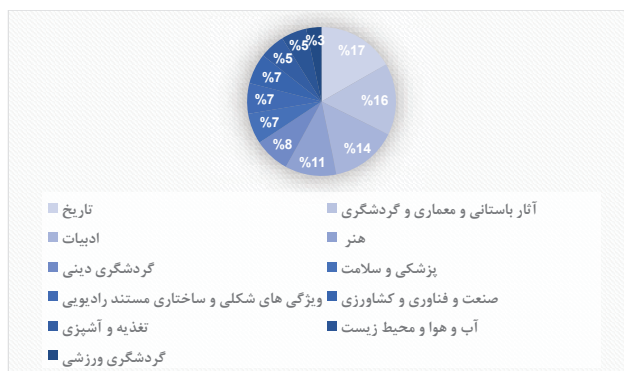
ادامه جدول ۱۳

مضمون فراگیر	مضامین سازمان یافته	مضامین پایه	مصادیق
ویژگی‌های شکلی و ساختاری مستند رادیویی	تقویت حس زنده بودن روایت	- حضور راوی در محیط تاریخی	گزارش گوینده زن از ائل‌گلی، بازار تبریز، مقبره‌الشعرا، پوشش رویدادهای محلی و گردشگری
	گسترش دامنه شنوندگان	- استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای توزیع گسترده	انتشار فایل صوتی در یوتیوب و شبکه‌های اجتماعی رادیوهای برون مرزی، انتشار کوتاه برای جذب مخاطب جوان
	مدت زمان متعادل	- مدت زمان ۱۵-۲۰ دقیقه	تقسیم‌بندی زمان به بخش‌های ۵ دقیقه‌ای برای تاریخ، فرهنگ، هنر و گردشگری، جلوگیری از طولانی شدن یا کوتاه بودن اثر
	انسجام محتوا و تعامل با مخاطب	-روایت ترکیبی چندلایه	ترکیب روایت اصلی، گفت‌وگوی کارشناسی، افکت‌های محیطی و موسیقی، حفظ ضرباهنگ شنیداری، هدایت توجه شنونده

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

در نمودار زیر، درصد اهمیت هر یک از مقولات اصلی بر اساس میزان تاکید و تکرار کارشناسان نمایش داده شده است.

نمودار ۱. نمودار دایره‌ای بررسی میزان اهمیت مضامین فراگیر بر اساس دیدگاه کارشناسان



بحث و نتیجه‌گیری

مستندهای رادیویی در شبکه‌های برون مرزی صداوسیما، از ابزارهای کارآمد دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران به‌شمار می‌روند. هدف آنها فراتر از اطلاع‌رسانی، بازنمایی شهرهای ایران در قالبی هنری و شنیداری است که در ذهن مخاطب خارجی ماندگار شود. در این میان، شهر تبریز به‌عنوان یکی از کهن‌ترین و تاثیرگذارترین مراکز فرهنگی و تمدنی ایران، ظرفیت برجسته‌ای برای بازتاب در رسانه‌های برون مرزی دارد.

از این رو، میراث فرهنگی تبریز، طبق مبانی نظری مقاله، نقطه اتصال سه نوع دیپلماسی ایران برای جمهوری آذربایجان است. در واقع، در پاسخ به پرسش اول می‌توان گفت؛ ویژگی کانونی مستند رادیویی برای بازنمایی مطلوب تبریز در رادیوهای برون مرزی صداوسیما بر توجه همزمان به این سه بعد استوار است.

• دیپلماسی فرهنگی: تبریز، حامل نمادهای هویتی مشترک میان دو ملت ایران و جمهوری آذربایجان است و از طریق بازنمایی شاعران، هنرمندان و آثار ادبی مشترک در مستندهای رادیویی، به تقویت همدلی فرهنگی، پیوند زبانی و هویت آذری - ایرانی کمک می‌کند.

• دیپلماسی رسانه‌ای: در قالب تولید مستندهای رادیویی، تبریز چهره‌های رسانه‌ای و تصویری از ایران می‌سازد؛ صدای این شهر در قالب روایت، موسیقی و افکت‌های بومی، به زبان مشترک رسانه‌ای تبدیل می‌شود و از طریق رادیوهای آذری برون‌مرزی، مخاطبان جمهوری آذربایجان را به تجربه‌ای فرهنگی از ایران دعوت می‌کند.

• دیپلماسی گردشگری: مستند شنیداری تبریز با تلفیق صدا، روایت و موسیقی محلی، این شهر را از یک مفهوم فرهنگی به مقصدی عینی و تجربه‌پذیر برای گردشگران خارجی تبدیل می‌کند. شنونده در طول برنامه، به صورت ذهنی و احساسی، در کوچه‌ها و بناهای تاریخی تبریز قدم می‌زند و با میراث ناملموس آن آشنا می‌شود.

ابعاد ویژگی‌های مستند رادیویی (پرسش اول) در پرسش دوم (عناصر محتوایی) و سوم (عناصر شکلی و ساختاری) تفکیک شده است. در پاسخ به سوال دوم می‌توان گفت؛ طبق یافته‌های پژوهش در سطح محتوایی که در نمودار ۲ جمع شده‌اند، مستندهای رادیویی مرتبط با تبریز، بازتاب‌دهنده مجموعه‌ای از مضامین فرهنگی و تمدنی هستند که هرکدام از ظرفیت‌های این شهر نشئت گرفته‌اند.

نمودار ۲. مضامین محتوایی برای بازنمایی تبریز در مستندهای رادیویی



ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

تکیه بر میراث مشترک تاریخی- فرهنگی برای ایجاد حس نزدیکی میان مردم جمهوری آذربایجان ایران، بازنمایی شهر تبریز در مقام شهری تاریخی به‌موازات شهری مدرن به‌لحاظ پزشکی، صنعتی و فناوری، توجه به هنرها و به‌ویژه موسیقی بومی که در دو سوی ارس برای مخاطب آشنا و نوستالژیک هستند و تاکید بر اشتراکات مذهبی (محرم، صفر و ...)، از کلیدی‌ترین عناصر محتوایی مستند رادیویی درباره تبریز برای رادیوهای برون‌مرزی صداوسیما براساس دیدگاه کارشناسان است. این رویکرد محتوایی در مستندها باعث می‌شود تبریز به‌عنوان شهری چندبعدی برای مخاطبان آذری از منظر گردشگری معرفی شود که در آن گذشته و حال، سنت و نوآوری، فرهنگ و توسعه درهم تنیده‌اند.

در پاسخ به پرسش سوم می‌توان گفت که طبق یافته‌های پژوهش، عناصر ساختاری و شکلی برای مستند رادیویی درباره تبریز در نمودار ۳ جمع شده‌اند.

نمودار ۳. عناصر اصلی شکلی و ساختاری مستند رادیویی



طبق دیدگاه کارشناسان، عناصر اصلی شکلی و ساختاری مستند رادیویی برای بازنمایی تبریز در رادیوهای برون‌مرزی صداوسیما عبارت‌اند از: ساختار ترکیبی در روایت (راوی اصلی با لحنی شاعرانه، همراه با گفت‌وگوی کوتاه کارشناس، آمیانس محیط و موسیقی بومی و افکت‌های طبیعی)، مدت زمان متعادل یعنی حدود ۱۵ تا ۲۰ دقیقه البته باید توجه کرد که ساختار کوتاه به محتوا آسیب نرساند، بهره‌گیری از فرم‌های جدید در قالب پادکست در شبکه‌های اجتماعی، ایجاد تعامل با مخاطب، یعنی ساختار برنامه و ترکیب بخش‌های مختلف مستند به‌گونه‌ای طراحی شود که با طرح پرسش‌ها و ایجاد کنجکاوی، شنونده را در مسیر برنامه همراه سازد، و به‌تدریج وی را از یک شنونده منفعل به مخاطبی فعال تبدیل کند.

مرور پیشینه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که تاکنون، مطالعات گسترده‌ای درباره روابط ایران و جمهوری آذربایجان انجام شده است، اما فقدان نگاه تلفیقی میان دیپلماسی (فرهنگی و رسانه‌ای)، گردشگری و مستند رادیویی به‌ویژه در تلاقی با شهر مهم تبریز در این پژوهش‌های ملاحظه می‌شود. در مطالعه حاضر سعی شده است با صورت‌بندی و تحلیل ویژگی‌ها و عناصر محتوایی و شکلی برای مستند رادیویی با هدف توسعه دیپلماسی فرهنگی و گردشگری با محوریت تبریز، یافته‌های پژوهش‌های قبلی تکمیل شود.

در مجموع می‌توان گفت که مستند رادیویی با ویژگی‌های یاد شده می‌تواند ظرفیت‌های تبریز را برای افکار عمومی جمهوری آذربایجان به‌خوبی بازنمایی کند. در واقع، کاربست عناصر ۱۰ گانه محتوایی (نمودار ۲) به‌همراه عناصر ۷ گانه (اصلی) شکلی (نمودار ۳) در مستندهای رادیویی برون‌مرزی درباره تبریز، رهیافت مناسبی برای فعال‌سازی ظرفیت‌های دیپلماسی فرهنگی، رسانه‌ای و گردشگری به منظور تحکیم روابط ملت جمهوری آذربایجان با ایران و جذب گردشگر محسوب می‌شود. مستند شنیداری نه‌تنها حامل پیام‌های فرهنگی و تاریخی است، بلکه می‌تواند به‌واسطه فرم شنیداری خلاقانه و روایت شاعرانه، مخاطب را در تجربه‌ای ذهنی و حسی از تبریز شریک سازد و از طریق پرتوافکنی بر دیدگاه سطوح و لایه‌های مختلف مخاطبان و کنشگران در جذب گردشگر مفید باشد. به همین سبب، می‌توان آن را ابزاری موفق برای دیپلماسی فرهنگی و گردشگری از مسیر رادیو دانست.

پیشنهادها

از آنجا که این پژوهش با رویکرد کیفی انجام گرفته، نتایج آن قابل تعمیم به گونه‌های دیگر برنامه‌سازی رادیویی (مانند نمایش)، رسانه‌های دیگر (تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی) و یا شهرهای دیگر نیست. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود که پژوهشگران ضمن الهام از مسیر انجام این پژوهش و یافته‌های آن، تحقیقات مشابهی را برای شهرهای مهم دیگر ایران، به منظور معرفی برای مخاطبان خارجی در رسانه‌ها و قالب‌های مختلف انجام دهند.

در اصل، بازنمایی شهرها و استان‌های ایران و نوع هویت‌سازی و معنا‌سازی در شبکه‌ها و رسانه‌های داخلی، با برون‌مرزی صداوسیما متفاوت است. برای مثال، اگر نمایش زیبایی‌های یک زندگی روستایی در جلب توجه مردم ایران به آن شهر یا استان موثر است این نوع نمایش در رسانه‌های برون‌مرزی می‌تواند تاثیر منفی بر مخاطبان بگذارد و به‌عنوان عقب‌ماندگی آن شهر، استان و در کل ایران تلقی شود. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود که ضمن توجه به این قبیل تفاوت‌های کلیدی در تولید و پخش مستند در شبکه‌های داخلی و برون‌مرزی، پژوهش‌های جامع و کاربردی گوناگونی در این زمینه انجام شود.

رادیوهای برون‌مرزی صداوسیما با تمرکز بر توانمندسازی تهیه‌کنندگان مستندهای رادیویی، قادرند مهارت‌های روایت‌سازی شنیداری، شناخت زبان فرهنگی و آگاهی از اصول دیپلماسی رسانه‌ای را در برنامه‌های آموزش ضمن خدمت خود تقویت کنند.

پژوهش‌های آینده نیز می‌توانند با تحلیل تطبیقی مستندهای برون‌مرزی ایران با سایر کشورها و با بهره‌گیری از عناصر مفید آنها، کارآمدی مستندهای ایرانی را در عرصه دیپلماسی فرهنگی در معاونت برون‌مرزی صداوسیما تقویت کنند.

نوآوری و محدودیت پژوهش

این پژوهش در راستای پرکردن کاستی موجود در زمینه تولید مستندهای رادیویی، به‌خصوص در رادیوهای برون‌مرزی، گام برمی‌دارد. نوآوری اصلی این پژوهش، رویکردی چندوجهی است که در آن، عناصر مستند رادیویی با هدف توسعه دیپلماسی فرهنگی و گردشگری و با محوریت معرفی شهر و فرهنگ تبریز به مخاطبان فرامرزی، مورد بررسی قرار می‌گیرد. این مطالعه تلاش دارد تا با شناسایی و تحلیل این عناصر، به توسعه تولیدات رادیویی در این حوزه کمک

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

کرده و قدمی در جهت تقویت روابط منطقه و اقتصاد شهر بردارد. با این حال، این پژوهش با محدودیت‌هایی نیز روبه‌رو است. کمبود پژوهش‌های پیشین و پرداخت ناکافی به قالب مستند رادیویی می‌تواند دسترسی به داده‌های جامع و مقایسه‌ای را دشوار سازد. همچنین، سنجش دقیق و کمی تاثیرگذاری مستقیم برنامه‌های رادیویی بر ابعاد ذهنی و متغیر دیپلماسی فرهنگی و گردشگری، به خصوص در میان مخاطبان فرامرزی، از چالش‌های اصلی این پژوهش محسوب می‌شود. علاوه‌براین، شناخت سلايق و علايق مخاطبان فرامرزی با محدودیت‌هایی روبروست؛ زیرا بررسی دقیق و همه‌جانبه این علايق نیازمند دسترسی مستقیم به جامعه آماری وسیع و ابزارهای سنجش دقیق‌تر است که فراتر از دامنه این تحقیق قرار می‌گیرد. با این‌وجود، تلاش شده است تا با تکیه بر مطالعات تطبیقی و تحلیل محتوای موجود، به درکی نسبی از این علايق دست یافته و در طراحی مستندهای رادیویی مدنظر قرار گیرد.

منابع

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

- آزرمی، علی، و مقدس، محمود. (۱۴۰۳). فرصت‌ها و چالش‌های دیپلماسی فرهنگی ایران در منطقه قفقاز؛ با تاکید بر جمهوری آذربایجان. دومین همایش بین‌المللی موقعیت زبان روسی در ایران و نگاه به اوراسیا، رشت، ۱۶-۱۰۱.
- امامی، همایون. (۱۳۸۹). جستارهایی در گونه‌شناسی سینمای ایران. تهران: اداره کل پژوهش و آموزش سیما.
- استراوس، آنسلم، و کوربین، جولیت. (۱۳۸۵). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌مبنایی رویه‌ها و شیوه‌ها. مترجم بیوک محمدی، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- بصیری، محمدعلی، و خوانساری‌فرد، فهیمه. (۱۳۹۵). تبیین جایگاه دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در قفقاز جنوبی. فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، ۱۲(۳۵)، ۷۹-۱۰۴.
- ترابی‌اقدم، محمود، و اخگری، محمد. (۱۳۹۷). نقش رادیو برون مرزی آذری در تبیین تاریخ مشترک ایران و جمهوری آذربایجان. مطالعات تاریخ فرهنگی، پژوهشنامه انجمن ایرانی تاریخ، ۹(۳۵)، ۵۰-۲۷.
- تقی‌نژاد فشتکه، مرجان. (۱۴۰۳). عوامل تاثیرگذار بر روابط ایران و جمهوری آذربایجان پس از فروپاشی شوروی. ماهنامه آفاق علوم انسانی، ۸(۹۰) (جلد دوم)، ۳۱-۴۴.
- حقیقی، رضا. (۱۳۸۸). دیپلماسی فرهنگی از دریچه نو اشاعه‌گرایی تاثیر فناوری اطلاعات بر دیپلماسی فرهنگی. فصلنامه سیاست خارجه، ۲۳(۲)، ۳۶۰-۳۴۳.
- حبیبی، آرش، و جلال‌نیا، راحله. (۱۴۰۱). روش پدیدارشناسی تحقیق. تهران: انتشارات نارون.
- خسروی، افسانه، رزمجو، علی‌اکبر، و عنایتی‌شبکلائی، علی. (۱۳۹۴). دیپلماسی عمومی جدید؛ بستر ساز قدرت دیپلماسی رسانه‌ای. فصلنامه تحقیقات سیاسی بین‌المللی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا، ۲۲، ۱۲۵-۱۴۸.
- رشادت‌جو، حمیده، و رشیدی، میلادعباس. (۱۳۹۱). نقش رسانه در دیپلماسی فرهنگی از دیدگاه اساتید حوزه ارتباطات. مدیریت فرهنگی، ۴(۱۸)، ۱-۲۲.
- روحانی، راضیه. (۱۳۹۴). قالب‌های مناسب برنامه‌سازی رادیویی برای توسعه صنعت گردشگری. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گرایش تهیه‌کنندگی رادیو دانشگاه صداوسیما، تهران.

ضابطی جهرمی، احمد. (۱۳۹۳). سی سال سینما. تهران: انتشارات نشر نی.
صفرنژاد، داریوش. (۱۳۹۹). دیپلماسی حمایتی ایران در قبال جمهوری
آذربایجان از سال ۱۹۹۱ تا ۲۰۲۰. *پژوهشنامه رسانه بین‌الملل*، ۵(۶)، ۸۷-۶۵.
طاهری، مهدی. (۱۳۹۸). نقش رسانه‌های برون‌مرزی در پیشبرد
دیپلماسی گردشگری جمهوری اسلامی ایران. *پژوهشنامه رسانه بین‌الملل*، ۴(۴)،
۲۷۶-۲۵۷.

طاهری، سیدمحمد. (۱۳۹۹). نقش و جایگاه دیپلماسی فرهنگی در تامین
منافع ملی جمهوری اسلامی ایران. *مطالعات انقلاب اسلامی*، ۱۷(۶۰)، ۱۷۶-۱۵۵.
ظریف، محمدجواد، و سجادپور، محمدکاظم. (۱۳۹۳). دیپلماسی. *دانشنامه
جهان اسلام*، جلد ۱۸، ۵۲۷-۵۲۲.

غندالی، رویا. (۱۳۹۰). ویژگی‌های مستند رادیویی. رادیو. ۱۱(۶۹)، ۱۲۳-۱۲۲.
فروغی‌فر، فرزانه. (۱۳۹۷). تاثیر رسانه و محصولات فرهنگی بر جذب
گردشگران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی دانشکده
گردشگری، دانشگاه سمنان.

مظاهری، محمدمهدی. (۱۳۹۷). سازمان اکو و امنیت فرهنگی کشورهای
عضو. انتشارات مؤسسه فرهنگی اکو.
همراز، ویدا. (۱۴۰۰). مبانی تولید مستند رادیویی. تهران: انتشارات دانشگاه
صداوسیما.

Attride-Stirling, J. (2001). Thematic Networks: An Analytic Tool
for Qualitative Research. *SAGE Publications* (London, Thousand
Oaks, CA and New Delhi), 1(3).

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psy-
chology. *Qualitative Research in Psychology*, 3: 77-101.

Castells, M. (2011). Book Review: Communication Power. West-
minster Papers in Communication and Culture, 8(1), 197-202

Cummings, M. C. (2003). Cultural Diplomacy and the US Gov-
ernment: A Survey. Center for Arts and Culture.

Entman, R.M. (2008). Theorizing Mediated Public Diplomacy.
The U.S case.press/politics, 13(2),86-102.

Gilboa, E. (2001). Diplomacy in the Media Age. Three Models of
User and Effects. *Diplomacy and statecraft*, 12(2), 1-28.

ویژگی‌ها و عناصر
مستند رادیویی با
هدف توسعه دیپلماسی
فرهنگی و گردشگری در
رادیوهای برون‌مرزی
صداوسیما (مطالعه
موردی: شهر تبریز)

Grincheva, N. (2024/2023). The Past and Future of Cultural Diplomacy. *International Journal of Cultural Policy*, 30(1), 1–15 .

Gasura, M.A.K., Munir, M., & Zaheer, K. (2023). A Qualitative Analysis of Religious Tourism and Economic Development: A Case Study of Kartarpur Corridor Pakistan. *International Journal of Governance and Sustainability (IJGS)*, 3(2), 22-31.

Lincoln, Y.S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage.

Nye, Joseph S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.

Nazir, F., Kumar, J., Sangaran, G., Ali, H., & Valeri, M. (2025). Exploring Tourism Diplomacy: Strategies Implementation for Strengthening Global Relations in Malaysia. *Tourism*, 73(3), 487–500.

Sarı, O., & Meydan Uygur, S. (2024). Tourism Diplomacy as Soft Power. *In Advances in Managing Tourism Across Continents*, edited by Tuna, 4, 117–130.

Saliu, H. (2022). Rethinking Media Diplomacy and Public Diplomacy Towards A New Concept: Digital Media Diplomacy. *Online Journal Modelling the New Europe*. 39, 4-24.

Van Es, N., Reijnders, S., Bolderman, L., & Waysdorf, A. (Eds.). (2021). *Locating Imagination in Popular Culture: Place, Tourism and Belonging*. London: Routledge.

Yemets, V. (2024). The Role of Media Diplomacy in Shaping the State's International Image. *Language - Culture – Politics*, 1, 133–145.