

# تحلیل وضعیت بخش فارسی سازمان رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه (TRT) و ارائه پیشنهاد‌های سیاستی





بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۷/۲۰

شماره مسلسل:

۲۱۰۶۶



مرکز پژوهش‌های  
مجلس شورای اسلامی

عنوان گزارش:

تحلیل وضعیت بخش فارسی سازمان رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه (TRT)  
و ارائه پیشنهادهای سیاستی

نوع گزارش: طرح / لایحه □ راهبردی ■ نظارتی □ پیش نویس قانونی □

نام دفتر:

مطالعات فرهنگ و آموزش (گروه رسانه و فضای مجازی)

تهیه و تدوین کنندگان:

علی رسول زاده، عبدالرحیم قاسمی نژاد

مدیر مطالعه:

عبدالرحیم قاسمی نژاد

ناظران علمی:

موسی بیات، سیدعلی محسنیان

اظهار نظر کنندگان داخل مرکز:

سعید شفیعا (دفتر مطالعات فرهنگی)، فاطمه سلیمانی (دفتر مطالعات سیاسی)

اظهار نظر کنندگان خارج از مرکز:

علیرضا شیروی (مدیرکل رسانه‌های خارجی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی)،  
ابوالفضل اجلی (پژوهشگر دیپلماسی رسانه‌ای)، زهرا اکبری (پژوهشگر دیپلماسی رسانه‌ای)

گرافیک و صفحه آرایی:

سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی:

اکرم وحدانی فر

واژه‌های کلیدی:

۱. دیپلماسی رسانه‌ای
۲. تی آر تی فارسی (TRT)
۳. حکمرانی رسانه‌ای
۴. سیاستگذاری رسانه‌ای
۵. شبکه‌های ماهواره‌ای فضای مجازی

تاریخ شروع مطالعه:

۱۴۰۳/۱۲/۰۱



## فهرست مطالب

چکیده .....	۶
خلاصه مدیریتی .....	۷
۱. مقدمه .....	۹
۲. وضعیت‌شناسی .....	۱۰
۲-۱. بررسی روابط ایران و ترکیه از منظر سیاست خارجی .....	۱۰
۲-۲. دیپلماسی رسانه‌ای؛ ابزار ترکیه برای اعمال نفوذ بر همسایگان .....	۱۰
۲-۳. زمینه راه‌اندازی، اهداف و وضعیت بخش فارسی رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه (TRT) .....	۱۱
۲-۴. تحلیل ابعاد کنشگری بخش فارسی شبکه تی‌آرتی از آغاز فعالیت تاکنون .....	۱۳
۲-۵. وضعیت کنونی مواجهه نهادهای اجرایی و رسانه‌ای در قبال بخش فارسی شبکه تی‌آرتی .....	۱۳
۳. چالش‌های پیش‌رو .....	۱۴
۴. جمع‌بندی و پیشنهادهای سیاستی .....	۱۵
منابع و مآخذ .....	۱۷



## تحلیل وضعیت بخش فارسی سازمان رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه (TRT) و ارائه پیشنهادهای سیاستی

Doi: [10.22034/report.mrc.2025.1404.33.7.21066](https://doi.org/10.22034/report.mrc.2025.1404.33.7.21066)

### چکیده



رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی به‌مثابه ابزاری مهم در دیپلماسی عمومی، عمدتاً تحت حمایت دولت‌ها و شرکت‌های فراملی فعالیت می‌کنند و با ارائه روایت‌های خاص، تلاش دارند تحولات سیاسی و اجتماعی ایران را تحت تأثیر قرار دهند. شبکه «تی‌آرتی فارسی» (TRT) نمونه تازه‌ای از رسانه‌های دولتی منطقه است که نفوذ ترکیه را در میان مخاطبان فارسی‌زبان افزایش می‌دهد. این شبکه اکنون در فضای دیجیتال فعال است و از طریق پلتفرم‌های اینستاگرام، توئیتر و یوتیوب به جذب مخاطبان جوان و فعال در شبکه‌های اجتماعی می‌پردازد. تلاش تی‌آرتی فارسی تاکنون بر اعتمادسازی و تأکید بر ظرفیت روابط اقتصادی و سیاسی میان ترکیه و ایران متمرکز بوده و در راستای تثبیت روایت ترکیه مبنی بر ارائه راه‌حل‌های دیپلماتیک برای صلح، ثبات منطقه‌ای و کاهش تنش‌ها عمل کرده است. برای مقابله با این چالش، ایران باید راهبردهای جامع و چندلایه‌ای تدوین کند؛ از جمله همکاری با رسانه‌های محلی ترکیه و تطبیق راهبردهای رسانه‌های داخلی با سیاست خارجی. بازنگری در عملکرد رسانه‌های برون‌مرزی و استفاده از ماهواره اختصاصی، راه‌اندازی خبرگزاری مستقل بین‌المللی و توسعه برنامه‌های کاربردی بومی از دیگر اقدامات کلیدی است. در حوزه حقوقی، رایزنی دیپلماتیک با ترکیه برای تأسیس دفتر نمایندگی تی‌آرتی فارسی در ایران و فعال‌سازی ظرفیت‌های قانونی نظارت بر فعالیت نمایندگی‌های رسانه‌های خارجی در ایران می‌تواند راهگشا باشد. همچنین حق متقابل برای فعالیت قانونی رسانه‌های برون‌مرزی ایران در کشور ترکیه تأمین گردد.



## ■ بیان / شرح مسئله

در چند دهه اخیر، رسانه‌های فارسی زبان خارجی به ابزاری مهم در عرصه دیپلماسی عمومی تبدیل شده‌اند که نقش بسزایی در شکل‌دهی افکار عمومی و تأثیرگذاری بر جامعه ایرانی دارند. این رسانه‌ها که عمدتاً تحت حمایت دولت‌ها و شرکت‌های فراملی فعالیت می‌کنند، تلاش دارند با ارائه روایت‌های خاص، تحولات سیاسی، فرهنگی و اجتماعی را در ایران تحت تأثیر قرار دهند. در این میان، شبکه تی آر تی فارسی (TRT)، که تازه‌ترین نمونه از رسانه‌های دولتی منطقه است، بخشی از رقابت‌های پیچیده منطقه‌ای و دیپلماسی رسانه‌ای ترکیه به‌شمار می‌رود. یکی از چالش‌های اصلی رسانه‌های خارجی فارسی زبان، تأثیرگذاری آنها بر افکار عمومی ایرانیان از طریق بهره‌گیری از فضای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی است. این رسانه‌ها با ارائه برنامه‌هایی متنوع و گاه با رویکردهای انتقادی یا حتی معارض، سعی در تغییر نگرش‌ها و ایجاد نارضایتی‌های اجتماعی دارند و نقش مهمی در جریان‌های اجتماعی و سیاسی ایفا می‌کنند. ورود تی آر تی فارسی (TRT) به این میدان، با توجه به موقعیت ژئوپلیتیک ترکیه و رقابت‌های منطقه‌ای، چالش جدیدی برای سیاستگذاران رسانه‌ای ایران ایجاد کرده است. این شبکه تلاش می‌کند با استفاده از استراتژی‌های دیپلماسی رسانه‌ای و تمرکز بر تولید محتوای فرهنگی و سیاسی، نفوذ ترکیه را در میان مخاطبان فارسی زبان افزایش دهد و روایت‌های خود را به جامعه ایرانی منتقل کند. از سوی دیگر، نهادهای دولتی ایران تاکنون واکنش مشخص و هماهنگی در مواجهه با تی آر تی فارسی (TRT) نداشته‌اند و این خلأ در برنامه‌ریزی و استراتژی‌های رسانه‌ای می‌تواند به چالشی برای حکمرانی رسانه‌ای و دیپلماسی عمومی کشور تبدیل شود. از این رو شناخت دقیق ساختار، اهداف و عملکرد این رسانه و تدوین راهبردهای مناسب در مواجهه با آن ضروری است.

## ■ نقطه نظرات / یافته‌های کلیدی

شبکه تی آر تی فارسی (TRT) به‌عنوان بخشی از راهبرد دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای ترکیه، عمدتاً به‌صورت دیجیتال و تحت وب فعالیت می‌کند و برخلاف شبکه‌های سنتی ماهواره‌ای، پخش ۲۴ ساعته تلویزیونی ندارد. این رویکرد تحت تأثیر محدودیت‌های فنی و سیاسی، هزینه کمتر و سهولت فنی حضور در فضای مجازی شکل گرفته است. تمرکز اصلی این شبکه بر جذب مخاطبان جوان و فعال در شبکه‌های اجتماعی است که در ایران بیشترین سهم مخاطبان را دارند. تی آر تی فارسی (TRT) از آغاز فعالیت خود در دی ماه ۱۴۰۳، با تولید محتوای گسترده در سکو (پلتفرم)هایی مانند اینستاگرام، توئیتر، تلگرام و یوتیوب، سعی در انتقال روایت‌های رسمی دولت ترکیه از تحولات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی منطقه‌ای دارد. این رسانه به‌صورت هدفمند موضوعات مرتبط با چالش‌های ایران مانند پرونده هسته‌ای، دالان زنگزور و مسائل اجتماعی را پوشش می‌دهد تا تأثیرگذاری نرم و ایجاد شکاف‌های فکری در جامعه ایرانی را افزایش دهد. همچنین، با معرفی ظرفیت‌های فرهنگی و گردشگری ترکیه، تلاش می‌کند تصویر مثبت و همگرایی فرهنگی میان دو کشور را تقویت کند. شبکه تی آر تی فارسی (TRT) می‌تواند با ارائه گفتمان‌های موازی یا متضاد با سیاست‌های ایران در منطقه، چالش‌هایی احتمالی را ایجاد کند که در ادامه اهم آنها مورد اشاره قرار می‌گیرند:

**گسترش نفوذ فرهنگی:** تی آر تی فارسی (TRT) با ترویج ارزش‌ها و فرهنگ ترکیه، می‌تواند بر سبک زندگی و افکار جوانان ایرانی تأثیر بگذارد و اجرای سیاست‌های فرهنگی ایران را دشوار کند.

**فشار سیاسی:** این شبکه با ارائه روایت‌های انتقادی از سیاست‌های ایران و حمایت از گروه‌های خاص، می‌تواند به ابزاری برای اعمال فشار دیپلماتیک و جنگ روانی علیه ایران تبدیل شود.



**ایجاد شکاف‌های اجتماعی:** تمرکز بر مسائل قومی و مذهبی و دامن زدن به اختلافات، به‌ویژه در مناطق مرزی با ترکیه، ممکن است انسجام ملی ایران را تضعیف کند و تنش‌های اجتماعی را افزایش دهد.

**ترویج الگوی اقتصادی و فرهنگی ترکیه:** با پخش سریال‌ها و برنامه‌های سرگرم‌کننده، تی‌آرتی فارسی (TRT) به گسترش نفوذ اقتصادی ترکیه در ایران کمک می‌کند و احتمال افزایش واردات ایران را از ترکیه بالا می‌برد.

### ■ پیشنهاد راهکارهای سیاستی

برای مواجهه مؤثر با چالش‌های ناشی از تأسیس شبکه تی‌آرتی فارسی (TRT) و سیاست‌های دیپلماسی رسانه‌ای ترکیه، ایران نیازمند تدوین راهبردهایی جامع، هدفمند و چندلایه است که ضمن تقویت جایگاه رسانه‌ای کشور، از ظرفیت‌های قدرت نرم، بهره‌برداری هوشمندانه نماید. اهم این راهبردها و اقدامات پیشنهادی عبارت‌اند از:

#### الف) راهبردها و اقدامات رسانه‌ای

۱. **متناسب‌سازی راهبردهای رسانه‌ای با سیاست خارجی:** وزارت امور خارجه و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و صدا و سیما باید در قالب کمیته‌ای مشترک، سیاست‌های رسانه‌ای متناسب با هر کشور هدف را تدوین کنند. این سیاست‌ها باید مبتنی بر تحلیل دقیق روابط سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و امنیتی باشند و مأموریت‌های دستگاه‌های مسئول را مشخص و پیگیری کنند. این روند باید قابلیت ارزیابی و اصلاح عملکرد رسانه‌ای را نیز فراهم آورد.

۲. **بازنگری عملکرد رسانه‌های برون مرزی ایران:** ضروری است ساختار رسانه‌های برون مرزی ایران براساس این محورها بازسازی شود:

- بهره‌مندی از ماهواره اختصاصی برای استقلال پخش محتوا؛
- راه‌اندازی خبرگزاری تصویری و مستقل با تمرکز بر مخاطبان خارجی؛
- توسعه برنامه‌های کاربردی بومی موجود برای جذب مخاطب بین‌المللی.

#### ب) راهبردها و اقدامات حقوقی

۱. **استفاده از ابزارهای دیپلماتیک به منظور الزام دولت ترکیه برای اخذ مجوزهای فعالیت:** وزارت امور خارجه و شورای عالی امنیت ملی باید با دولت ترکیه برای تأسیس دفتر نمایندگی این شبکه در ایران رایزنی، و توافق نامه‌ای با محدودیت‌های مشخص برای حفظ منافع ملی تنظیم کنند. این توافق شامل رعایت اصول حرفه‌ای و پذیرش نظارت نهادهای ایرانی است.

۲. **فعال‌سازی ظرفیت‌های قانونی نظارت بر فعالیت نمایندگی‌های رسانه‌های خارجی در ایران:** برای این منظور ضروری است سازوکار پیش‌بینی شده در تبصره «۱» ماده (۲) آیین‌نامه صدور اجازه تأسیس، انحلال و نظارت بر فعالیت نمایندگی‌های رسانه‌ها و خبرنگاران خارجی در خصوص نحوه اعطای مجوز فعالیت به نمایندگان و خبرنگاران رسانه‌های گروهی خارجی در ایران فعال گردد.

## ۱. مقدمه

در چند دهه اخیر، رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی به‌عنوان ابزاری مهم در عرصه دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای، نقش قابل توجهی در شکل‌دهی افکار عمومی و تأثیرگذاری بر مخاطبان ایرانی ایفا کرده‌اند. این رسانه‌ها که عمدتاً با حمایت دولت‌ها یا نهادهای بین‌المللی تأسیس شده‌اند، با هدف اثرگذاری بر جامعه ایران و ایجاد تغییرات سیاسی، فرهنگی و اجتماعی در داخل کشور فعالیت می‌کنند. بررسی زمان‌مند (کورنولوژیک) این رسانه‌ها نشان‌دهنده تحولات مهمی در رویکردها، راهبردها و میزان اثرگذاری آنهاست که می‌تواند به درک بهتر فرصت‌ها و چالش‌های دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران کمک کند.

اولین موج تأسیس رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی به دهه ۱۳۷۰ بازمی‌گردد. در این دوره، شبکه‌هایی مانند رادیو اروپای آزاد / رادیو آزادی (RFE/RL) که با حمایت ایالات متحده راه‌اندازی شده بود، فعالیت خود را با هدف مقابله با تبلیغات رسمی جمهوری اسلامی و ارائه اخبار و تحلیل‌های جایگزین آغاز کردند. این شبکه‌ها عمدتاً با تمرکز بر مسائل سیاسی و حقوق بشر، در تلاش برای ایجاد نارضایتی در میان مخاطبان ایرانی بودند و رویکردی انتقادی و معطوف به زیر سؤال بردن مشروعیت نظام جمهوری اسلامی داشتند.

در دهه ۱۳۸۰ و با گسترش فناوری ماهواره‌ای، ظهور شبکه‌های تلویزیونی فارسی‌زبان خارجی مشاهده شد. شبکه‌هایی مانند «بی‌بی‌سی فارسی» و «صدای آمریکا» (VOA) در این دوره فعالیت خود را گسترش دادند. «بی‌بی‌سی فارسی»، که در سال ۱۳۸۸ رسماً آغاز به کار کرد، با رویکردی ضد جمهوری اسلامی و با هدف ارائه اخبار و تحلیل‌های سیاسی سوگیرانه، به یکی از منابع مهم خبری برای اقل‌ساختاری و مخالف در ایران تبدیل شد. این شبکه به‌ویژه در جریان حوادث پس از انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸، نقش مهمی در شکل‌دهی افکار عمومی ایفا کرد. از سوی دیگر، «من‌وتو» (Manoto) که در سال ۱۳۸۹ تأسیس شد، با رویکردی متفاوت و تمرکز بر برنامه‌های سرگرمی، فرهنگی و اجتماعی، سعی در جذب مخاطبان گسترده‌تری داشت. این شبکه با پرهیز از مواضع صریح سیاسی، تلاش کرد تا از طریق ارائه محتوای فرهنگی، بر ذهنیت مخاطبان ایرانی تأثیر بگذارد.

دهه ۱۳۹۰ دوره‌ای بود که تنوع و رقابت بیشتری میان رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی دیده شد. شبکه‌هایی مانند «ایران اینترنشنال» با رویکردی تهاجمی‌تر و هدف مقابله مستقیم با جمهوری اسلامی فعالیت خود را آغاز کردند. «ایران اینترنشنال» به‌ویژه با تمرکز بر مسائل سیاسی و اقتصادی، تلاش کرد گفتمان‌های انتقادی ایجاد، و اعتراضات داخلی را تشویق کند. در همین دوره، رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی فارسی‌زبان به سرعت به ابزارهای مهمی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی تبدیل شدند و بسیاری از این شبکه‌ها، از جمله «ایران اینترنشنال»، «من‌وتو» و «بی‌بی‌سی فارسی»، فعالیت خود را به فضای دیجیتال گسترش دادند تا مخاطبان جوان‌تر را جذب کنند.

تازه‌ترین شبکه فارسی‌زبان خارجی که راه‌اندازی شده، مربوط به سازمان رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه است. گزارش حاضر به پرسش‌هایی مانند این خواهد پرداخت که چرا راه‌اندازی تی‌آرتی فارسی (TRT) را می‌توان بخشی از رقابت‌های رسانه‌ای منطقه‌ای و ابزاری برای دیپلماسی رسانه‌ای ترکیه دانست که با تمرکز بر فضای دیجیتال، مخاطبان فارسی‌زبان را هدف قرار داده است؟ چرا شناخت دقیق ساختار، راهبردها و عملکرد این شبکه برای سیاست‌گذاران رسانه‌ای ایران حیاتی است؟ و چه راهبردها و اقداماتی را می‌توان برای مواجهه مطلوب با چنین رسانه‌هایی در پیش گرفت؟



## ۲. وضعیت‌شناسی



### ۲-۱. بررسی روابط ایران و ترکیه از منظر سیاست خارجی

روابط ایران و ترکیه، به‌عنوان دو قدرت منطقه‌ای با تاریخ و فرهنگ مشترک، همواره تحت تأثیر عوامل گوناگونی قرار داشته است. این روابط، ترکیبی از رقابت، همکاری و تنش بوده و در سال‌های اخیر، با ظهور بازیگران جدید و تغییر معادلات منطقه‌ای، پیچیده‌تر شده است. وضعیت سیاسی داخلی ترکیه، تحت رهبری اردوغان، شاهد تغییراتی بنیادین بوده است. تمرکز قدرت در نهاد ریاست جمهوری، تغییر قانون اساسی و رویکرد «نئوعثمانیسم» در سیاست خارجی، از جمله این تغییرات است. این رویکرد با تأکید بر نقش‌آفرینی فعال‌تر ترکیه در منطقه و جهان به دنبال احیای نفوذ تاریخی این کشور در مناطق تحت سلطه امپراتوری عثمانی است. در این راستا، ترکیه تلاش می‌کند با استفاده از ابزارهای مختلف، از جمله دیپلماسی، اقتصاد و رسانه، نفوذ خود را در کشورهای منطقه، از جمله ایران، افزایش دهد [۱].

هم‌پیمانی ترکیه با جمهوری آذربایجان در مناقشه قره‌باغ و تلاش برای ایجاد کریدور زنگزور، یکی از مهم‌ترین چالش‌ها در روابط ایران و ترکیه بوده است. ایران این اقدام را تلاشی برای تغییر ژئوپلیتیک منطقه و تهدیدی برای منافع خود تلقی می‌کند. این موضوع، به‌ویژه با توجه به نگرانی‌های ایران از فعالیت جریان‌های پان‌ترکیست در منطقه، به تشدید تنش‌ها بین دو کشور دامن زده است. برخی تحلیلگران این اقدام را بخشی از استراتژی ترکیه برای محاصره ایران و کاهش نفوذ آن در منطقه می‌دانند [۳].

حرکت ترکیه از اسلام‌گرایی به سمت ملی‌گرایی صرفاً به کنشگری در حوزه سیاست خارجی محدود نبوده و ارتقای دیپلماسی گردشگری، رشد چشمگیر مخاطبان سریال‌های ترکیه‌ای و قرار گرفتن در جایگاه سومین صادرکننده صنعت سریال در جهان [۳] و همچنین فعالیت در حوزه پهپادی [۴] نیز ذیل مفهوم برندینگ ملی ترکیه انجام شده است.

### ۲-۲. دیپلماسی رسانه‌ای؛ ابزار ترکیه برای اعمال نفوذ بر همسایگان

دیپلماسی رسانه‌ای را می‌توان «استفاده هدفمند از رسانه‌ها توسط بازیگران دولتی و غیردولتی برای شکل دادن به افکار عمومی و پیشبرد اهداف سیاست خارجی و منافع ملی» دانست [۹]. این مفهوم، هم‌راستا با دیپلماسی عمومی، به دنبال انتقال پیام‌ها و روایت‌های مناسب به مخاطبان خارجی و حتی داخلی است تا تصویر مطلوبی از یک دولت یا سیاست خاص در اذهان ایجاد شود و در نهایت بر رفتار دولت‌ها و افکار عمومی بین‌المللی تأثیر گذارد. دولت‌ها از رسانه‌های داخلی و خارجی برای برجسته‌سازی روایت خاص خود درباره رویدادهای جهانی استفاده می‌کنند. مثال بارز آن پوشش خبری مناقشات منطقه‌ای از زاویه مطلوب دولت برای مشروعیت‌بخشی به سیاست‌هایش است.

دیپلماسی رسانه‌ای می‌تواند به افزایش قدرت نرم یک کشور کمک کند و تصویر مثبتی از آن کشور در افکار عمومی جهان ترسیم نماید. از این طریق، هم سرمایه اجتماعی در سطح بین‌المللی تقویت می‌شود و هم فضای مثبت‌تری برای مذاکره و تعامل فراهم می‌گردد. یکی دیگر از کارکردهای دیپلماسی رسانه‌ای استفاده از ابزار رسانه‌ای برای ایجاد فشار افکار عمومی و جامعه بین‌المللی بر کشورهای رقیب یا مخالفان سیاسی است [۱۰]. در واقع دولت‌ها می‌توانند با حضور مداوم در رسانه‌های بین‌المللی، روایت‌های مطلوب خود را درباره سیاست‌های داخلی یا خارجی تبیین، و از این طریق، مشروعیت تصمیمات خویش را تقویت کنند [۱۱].

اقدام دولت ترکیه برای اثرگذاری بر سایر ملل و جوامع با بهره‌گیری از دیپلماسی رسانه‌ای و از طریق شبکه‌های تلویزیونی TRT از سال ۲۰۰۹ و با تأسیس تی‌آرتی کُردی (TRT Kurdi) آغاز شده است. با توجه به چالش‌هایی که ترکیه با کردهای مهاجر در این کشور و همچنین تحرکات همسایگان کردنشین در کشورهای عراق، سوریه و ایران داشته، تأسیس شبکه تی‌آرتی کُردی تلاشی برای کاهش تنش‌ها و افزایش تعامل با کردها بوده است. افتتاح شبکه تی‌آرتی عربی در سال ۲۰۱۰ نیز به منظور حضور در میدان رقابت با الجزیره و العربیه بود تا ارتباطی مستقیم با افکار عمومی عرب‌زبان ایجاد شود، صدای ترکیه در جهان عرب نیز شنیده شود و دولت ترکیه بتواند روایت‌های مطلوب

خود را از تحولات منطقه به همسایگان عرب زبان ارائه دهد. تی آر تی جهانی (TRT World) هم، که پخش رسمی اش از سال ۲۰۱۶ آغاز شد، تلاشی بود برای ورود به عرصه رقابت جهانی با شبکه‌هایی نظیر بی بی سی جهانی (World BBC)، سی ان ان بین المللی (CNN International)، الجزیره انگلیسی (Al Jazeera English) و آر تی روسیه (RT) تا ترکیه صدای خود را در صحنه جهانی برجسته کند. در واقع دولت ترکیه نه تنها در اثر گذاری برای افکار عمومی کشورهای منطقه کوشیده، بلکه سعی داشته است تفسیری متفاوت و «مبتنی بر خاورمیانه» یا «آنکارامحور» از تحولات سیاسی، اقتصادی و امنیتی منطقه، با هدف تأثیر گذاری بر سیاستگذاران و افکار عمومی غربی و جهانی ارائه دهد.

با بررسی پیشینه رفتاری دولت ترکیه در عرصه دیپلماسی عمومی و همچنین مروری بر اظهارات مقامات دولت این کشور مبنی بر نقش ایران در ابقای دولت بشار اسد [۱۲] و زیر سؤال بردن سیاست‌های ایران درباره جبهه مقاومت، تلاش برای دست کاری افکار عمومی جامعه ایران در خصوص سیاست خارجی ایران در تعامل با همسایگان، از جمله محور مقاومت و همچنین مناقشات میان آذربایجان و ارمنستان، از اهداف کوتاه مدت تأسیس شبکه تی آر تی فارسی به حساب می آید. این مسئله می تواند درباره سایر موضوعات همچون عادی سازی روابط با رژیم صهیونیستی یا توافق با آمریکا یا تشکیل دولت فدرال در ایران و تجزیه بخشی از خاک ایران هم در آینده مصداق پیدا کند.

### ۲-۲. زمینه راه اندازی، اهداف و وضعیت بخش فارسی رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه (TRT)

در سال‌های اخیر، فضای رسانه‌ای منطقه خاورمیانه، به ویژه ایران، تغییرات قابل توجهی کرده است. کاهش مرجعیت رسانه‌ای و خبری رسانه‌های داخلی ایران، به ویژه صدا و سیما، موجب شده است که افکار عمومی به سمت رسانه‌های خارجی سوق یابد [۵] و [۶]. این روند باعث بروز خلئی در پوشش خبری رسمی و قابل اعتماد برای مخاطبان ایرانی شده است. در این بستر، کشورهای منطقه و بازیگران خارجی تلاش کرده‌اند با استفاده از دیپلماسی رسانه‌ای نفوذ خود را در میان مخاطبان فارسی زبان افزایش دهند. یکی از جدیدترین و مهم‌ترین نمونه‌های این تلاش‌ها راه اندازی بخش فارسی سازمان رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه (TRT) در سال ۱۴۰۳ (۲۰۲۴) است. در چند دهه گذشته، رادیو و تلویزیون دولتی ترکیه با شبکه‌های برون مرزی مختلف، از جمله تی آر تی جهانی (به زبان انگلیسی)، تی آر تی عربی و تی آر تی کردی توانسته است به یکی از بازیگران مهم رسانه‌ای منطقه‌ای تبدیل شود. به گزارش وبسایت رسمی تی آر تی، این سازمان در سال ۲۰۲۲ بالغ بر ۳۶ میلیون مخاطب در سراسر جهان داشته است که سهم قابل توجهی از آن مربوط به شبکه‌های منطقه‌ای مانند تی آر تی عربی و کردی است [۱].

اما بخش فارسی تی آر تی که در سال ۱۴۰۳ آغاز به کار کرده، گامی تازه در گسترش نفوذ ترکیه در منطقه فارسی زبان محسوب می شود. این راه اندازی در شرایطی صورت گرفت که رسانه‌های فارسی زبان خارجی متعدد و متنوعی مانند بی بی سی فارسی، ایران اینترنشنال و صدای آمریکا، هر کدام با اهداف سیاسی و فرهنگی خاص خود فعالیت، و سهم قابل توجهی از مخاطبان ایرانی را جذب کرده‌اند.

### ۱-۳-۲. چرایی فعالیت تحت وب و هدف گذاری تی آر تی فارسی (TRT)

یکی از ویژگی‌های مهم شبکه تی آر تی فارسی (TRT) این است که برخلاف بسیاری از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان، عمدتاً به صورت دیجیتال و تحت وب فعالیت می کند و پخش ۲۴ ساعته تلویزیونی ندارد. دلایل این رویکرد چندوجهی است: **محدودیت‌های فنی و سیاسی:** ایجاد و نگهداری شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای ۲۴ ساعته در منطقه‌ای با حساسیت‌های ژئوپلیتیکی بالا، نیازمند سرمایه گذاری سنگین و مجوزهای متعدد است. فعالیت تحت وب با هزینه کمتر و سهولت فنی بیشتر امکان حضور سریع و مؤثر را فراهم می کند.

**تمرکز بر مخاطبان جوان و فضای دیجیتال:** پژوهش‌های اخیر نشان می دهد که بخش قابل توجهی از مخاطبان فارسی زبان، به ویژه در ایران، تمایل بیشتری به دریافت خبر و محتوا از طریق شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال دارند تا تلویزیون سنتی [۲]. تی آر تی فارسی (TRT)



با تمرکز بر این فضا، قصد دارد مخاطبان فعال در فضای مجازی را هدف قرار دهد.

**انعطاف پذیری در تولید و توزیع محتوا:** رسانه‌های تحت وب می‌توانند با سرعت و انعطاف بیشتری اخبار و تحلیل‌های خود را منتشر کنند و با استفاده از الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی، نفوذشان را افزایش دهند.

هدف‌گذاری اصلی تی‌آرتی فارسی (TRT) فراتر از ارائه اخبار صرف است و بر تغییر نگرش‌ها، شکل‌دهی به روایت‌های خاص درباره ایران و منطقه و همچنین تقویت جایگاه ترکیه در میان مخاطبان فارسی‌زبان متمرکز است. این شبکه با تمرکز بر موضوعات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، سعی دارد تصویری از ترکیه به‌عنوان قدرت منطقه‌ای و بازیگری مثبت ارائه دهد [۳].

### ۲-۳-۲. کنشگری و عملکرد تی‌آرتی فارسی (TRT) از زمان تأسیس

شبکه تی‌آرتی فارسی (TRT) از آغاز فعالیت خود، به‌طور مستمر اقدام به انتشار اخبار، تحلیل‌ها و گزارش‌های متنوع از طریق وبسایت رسمی و شبکه‌های اجتماعی کرده است. این شبکه با تمرکز ویژه بر فضای مجازی، محتوای گسترده‌ای را برای پلتفرم‌هایی چون اینستاگرام، توئیتر، تلگرام و یوتیوب تولید می‌کند؛ پلتفرم‌هایی که مخاطبان زیادی در ایران دارند. در کنار این فعالیت‌ها، تی‌آرتی فارسی (TRT) برنامه‌های گفت‌وگومحور و تحلیلی متعددی را با حضور کارشناسان ترکیه‌ای و ایرانی برگزار کرده که هدف آنها بازنمایی وقایع منطقه‌ای و داخلی ایران و انتقال روایت رسمی دولت ترکیه است.

یکی دیگر از رویکردهای این شبکه، پوشش اخبار منطقه‌ای با تأکید بر چالش‌های ایران است؛ رویکردی که می‌تواند زمینه‌ای برای ایجاد شکاف‌های فکری و اجتماعی در جامعه ایران فراهم آورد. همچنین، تی‌آرتی فارسی (TRT) با معرفی رویدادهای فرهنگی و اجتماعی ترکیه، تلاش دارد ظرفیت‌های فرهنگی، گردشگری و اقتصادی این کشور را به مخاطبان فارسی‌زبان بشناساند و از این طریق، همگرایی فرهنگی و تصویر مثبتی از ترکیه ارائه دهد.

### ۲-۳-۳. جایگاه تی‌آرتی فارسی (TRT) در داخل ایران

تی‌آرتی فارسی (TRT) با وجود تازه‌تأسیس بودن و محدودیت‌های فعالیت، توانسته است حضور قابل توجهی در فضای رسانه‌ای دیجیتال ایران داشته باشد. براساس گزارش‌های رسمی، بیش از ۱.۵ میلیون مخاطب فعال در پلتفرم‌های اجتماعی این شبکه وجود دارند که رقمی قابل توجه برای رسانه دولتی خارجی تازه‌کار است [۱۴].

با این حال، به‌دلیل محدودیت دسترسی به ماهواره و رقابت با رسانه‌های فارسی‌زبان دیگر، جایگاه آن به‌مراتب کمتر از رسانه‌های سابقه‌مانند ایران اینترنشنال و بی‌بی‌سی فارسی است. همچنین، به‌دلیل سیاست‌های نسبتاً محتاطانه ترکیه در قبال ایران، تی‌آرتی فارسی (TRT) توانسته است رویکردی متفاوت نسبت به رسانه‌های معاند سنتی اتخاذ کند و به‌نوعی جایگاهی میانه در فضای رسانه‌ای ایران داشته باشد.

### ۲-۳-۴. مقایسه آماری بخش‌های مختلف تی‌آرتی

در بررسی آماری بخش‌های مختلف شبکه تی‌آرتی، تفاوت قابل توجهی در میزان مخاطبان و حوزه نفوذ هر بخش مشاهده می‌شود که می‌تواند بازتابی از اولویت‌های راهبردی این رسانه باشد. براساس داده‌های سال ۲۰۲۳، بخش انگلیسی‌زبان تی‌آرتی با بیش از پانزده میلیون مخاطب جهانی، نقش پررنگی در دیپلماسی رسانه‌ای ترکیه ایفا می‌کند. این بخش با تمرکز بر مخاطبان بین‌المللی، تلاش دارد روایت‌های رسمی دولت ترکیه را در سطح جهانی مطرح، و در رقابت با رسانه‌های غربی، جایگاه خود را تثبیت کند [۵].

در مقابل، بخش عربی تی‌آرتی با بیش از بیست میلیون مخاطب در خاورمیانه و شمال آفریقا، بزرگ‌ترین جامعه مخاطب را در میان بخش‌های غیرانگلیسی‌زبان دارد. این حجم از مخاطب نشان‌دهنده تمرکز ویژه ترکیه بر جهان عرب و تلاش برای نفوذ فرهنگی و سیاسی در این منطقه است. سهم این بخش از کل مخاطبان چهارگانه مورد بررسی، حدود ۴۵ درصد است که جایگاه استراتژیک آن را به‌خوبی نشان می‌دهد [۱۶]. بخش کردی تی‌آرتی با حدود پنج میلیون مخاطب، عمدتاً در مناطق کردنشین ترکیه، عراق و سوریه فعال است. این شبکه با وجود حجم کمتر مخاطب نسبت به سایر بخش‌ها، نقش حساسی در مدیریت روایت‌های قومی و تقویت تصویر دولت ترکیه در میان جوامع کردی دارد. سهم

این بخش از کل مخاطبان حدود ۱۱ درصد است [۱۷].

در نهایت، تی آر تی فارسی (TRT) با بیش از ۱.۵ میلیون مخاطب فعال در فضای دیجیتال، کوچک‌ترین جامعه مخاطب را در میان بخش‌های مورد بررسی دارد و سهم آن از کل مخاطبان حدود ۳ درصد است. با این حال، تمرکز این بخش بر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که هدف‌گذاری آن بیشتر بر نسل جوان و کاربران برخط در ایران است. این رویکرد می‌تواند بیانگر تلاش ترکیه برای تأثیرگذاری نرم در جامعه ایران، به‌ویژه در حوزه‌های فرهنگی و سیاسی، باشد [۱۴].

در مجموع، توزیع مخاطبان میان بخش‌های مختلف تی آر تی نه‌فقط نشان‌دهنده اولویت‌های ژئوپلیتیکی ترکیه، بلکه بیانگر راهبرد رسانه‌ای این کشور در بهره‌گیری از زبان و فرهنگ برای نفوذ منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای نیز است.

#### ۲-۴. تحلیل ابعاد کنشگری بخش فارسی شبکه تی آر تی از آغاز فعالیت تاکنون

بخش فارسی شبکه تی آر تی از آغاز فعالیت خود در دی‌ماه ۱۴۰۳، تمرکز ویژه‌ای بر مسائل پرچالش و پربسامد جامعه ایرانی، به‌ویژه در حوزه‌هایی چون سیاست داخلی، سیاست خارجی و اقتصاد، داشته است. برجسته‌ترین موضوعات گزارش‌های خبری و تحلیلی این رسانه عبارت‌اند از: پوشش تحولات پرونده هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران و احتمال فعال‌سازی مکانیسم ماشه و چالش‌های مرتبط با دالان زنگزور به‌عنوان کریدور ارتباطی راهبردی ایران با اروپا. تلاش تی آر تی فارسی (TRT) تاکنون بر اعتمادسازی و تأکید بر ظرفیت‌های روابط اقتصادی و سیاسی میان ترکیه و ایران متمرکز بوده و در راستای تثبیت روایت ترکیه از جست‌وجوی راه‌حل‌های دیپلماتیک برای صلح، ثبات منطقه‌ای و کاهش تنش‌ها عمل کرده است. با این حال، پیش‌بینی می‌شود این شبکه پس از عبور از دوره گذار، به تدریج به سمت تبلیغات سیاسی و کنشگری در لایه‌های امنیتی حرکت کند.

از سوی دیگر، با توجه به برخی استانداردهای رسانه‌های داخلی در پوشش رویدادها-از جمله آزادی پوشش، خوانندگی زنان، نمایش نوازندگی و کنسرت‌های موسیقی ایرانیان خارج از کشور-و علاقه‌مندی عمومی به رویدادهای فرهنگی، تی آر تی فارسی (TRT) می‌تواند در جذب بخشی از مخاطب ایرانی موفق عمل کند. به‌ویژه در بازه‌هایی مانند مهر و آذر، که جشن‌ها و برنامه‌های ویژه مولانا با حضور گسترده مسافران ایرانی در ترکیه برگزار می‌شود و از رسانه‌های داخلی پخش نمی‌شود، این شبکه ظرفیت بالایی برای اثرگذاری فرهنگی دارد. مصاحبه اخیر آن با سیدحسین نصر درباره موضوعات فرهنگی و اجتماعی نیز مؤید این رویکرد، و نشان‌دهنده تلاش این رسانه برای نفوذ نرم در فضای فکری و فرهنگی مخاطبان ایرانی است.

#### ۲-۵. وضعیت کنونی مواجهه نهادهای اجرایی و رسانه‌ای در قبال بخش فارسی شبکه تی آر تی

تنها واکنش رسمی نهادهای اجرایی کشور نسبت به آغاز فعالیت بخش فارسی شبکه تی آر تی، به بیانیه‌ای از سوی معاونت امور رسانه‌ای و تبلیغات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در دی‌ماه ۱۴۰۳ بازمی‌گردد. این بیانیه در پاسخ به گزارش‌هایی از برخی رسانه‌های داخلی که مدعی صدور و سپس لغو مجوز فعالیت برای تی آر تی فارسی بودند، به‌صراحت اعلام کرد که هیچ‌گونه مجوزی برای این شبکه صادر نشده است که لغو آن مطرح باشد. همچنین تأکید شد که طبق روال قانونی، درخواست مجوز فعالیت رسانه‌های خارجی باید در کمیته‌ای سه‌جانبه متشکل از وزارتخانه‌های فرهنگ و ارشاد اسلامی، امور خارجه و اطلاعات بررسی شود و فقط در صورت تأیید این کمیته، مجوز رسمی صادر خواهد شد. تاکنون نیز هیچ‌گونه درخواستی از سوی تی آر تی فارسی در این چارچوب مطرح نشده است [۸].

بر همین اساس، از منظر حقوقی، تی آر تی فارسی در ایران فاقد مجوز رسمی برای فعالیت رسانه‌ای یا پخش تلویزیونی است و فقط از طریق بسترهای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی در دسترس مخاطبان فارسی‌زبان قرار دارد. این وضعیت موجب شده است که نهادهای مسئول تاکنون اقدامی عملی مانند فیلترینگ یا ممنوعیت رسمی علیه این شبکه انجام ندهند. در مجموع، فعالیت تی آر تی فارسی در ایران در فضایی



مبهم و بدون موضع‌گیری روشن ادامه دارد؛ به گونه‌ای که نه به‌طور رسمی مجاز شناخته شده و نه ممنوع اعلام شده است. همچنین علی‌رغم ارسال نامه مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی به شماره ۱۲۴۱۶، مورخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۲ به دستگاه‌های اجرایی مرتبط و سازمان‌های رسانه‌ای داخلی، با موضوع درخواست راهبردها، اقدامات و سیاست‌های پیشنهادی در خصوص مواجهه با بخش فارسی شبکه تی‌آرتی، پاسخ قابل توجهی در این خصوص دریافت نشد که نشان از ضعف نهادهای اجرایی و رسانه‌ای کشور در خصوص برنامه‌ریزی مشخص در قبال نحوه مواجهه با رسانه‌های خارجی است.

### ۳. چالش‌های پیش‌رو

سیاست خارجی دولت ترکیه در سال‌های اخیر با تأکید بر تقویت قدرت نرم از طریق دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای، ابعاد تازه‌ای یافته است. تأسیس شبکه تی‌آرتی فارسی را می‌توان بخشی از این راهبرد دانست که هدف آن دستیابی به مخاطبان فارسی‌زبان در ایران، افغانستان و تاجیکستان و ارائه روایتی از تحولات منطقه‌ای و بین‌المللی از نگاه ترکیه است. این اقدام در حالی صورت می‌گیرد که ایران و ترکیه به‌رغم همکاری‌های گسترده در برخی حوزه‌ها، در موضوعات راهبردی نظیر نفوذ در آسیای مرکزی، جهان اسلام و حتی نوع روایتگری از مسائل خاورمیانه رقابت دارند. شبکه تی‌آرتی فارسی می‌تواند با ارائه گفتمان‌های موازی یا متضاد با سیاست‌های ایران در منطقه، چالش‌هایی احتمالی را ایجاد کند که در ادامه به اهم آنها اشاره می‌شود:

■ **گسترش نفوذ در جمعیت فارسی‌زبان منطقه:** ترکیه با سرمایه‌گذاری در رسانه‌های برون‌مرزی، به دنبال تبدیل شدن به یک بازیگر مؤثرتر در معادلات منطقه‌ای است. شبکه تی‌آرتی فارسی می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی، ترویج فرهنگ و ارزش‌های مورد نظر ترکیه و ایجاد ارتباط با گروه‌های مختلف اجتماعی در کشورهای هدف عمل کند. اگر پیش از این سریال‌های ترکیه‌ای در سبک زندگی مردم ایران تأثیر داشت، حالا احتمال تسری این اثرپذیری بر ابعاد گسترده‌تر وجود دارد؛ امری که می‌تواند حاکمیت ایران را در اجرای سیاست‌های فرهنگی و سیاسی‌اش با چالش‌های جدی مواجه کند.

■ **پیشبرد سیاست‌های خارجی ترکیه و ایجاد اهرم فشار علیه ایران:** این شبکه می‌تواند با ارائه روایت‌های خاص از رویدادها، انتقاد از سیاست‌های ایران و حمایت از گروه‌های خاص، به دنبال ایجاد فشار بر ایران و تغییر رفتار آن باشد. همچنین، در مواقع بحرانی می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای تبلیغات و جنگ روانی علیه ایران مورد استفاده قرار گیرد.

■ **تأثیرگذاری بر افکار عمومی در ایران و ایجاد شکاف‌های اجتماعی:** شبکه تی‌آرتی فارسی می‌تواند با تمرکز بر مسائل مورد اختلاف بین ایران و ترکیه، مانند مسائل قومی و مذهبی، به دنبال ایجاد شکاف در انسجام ملی ایران باشد. با ارائه روایت‌های یک‌جانبه و دامن زدن به اختلافات، این شبکه ممکن است به تحریک احساسات و ایجاد تنش در جامعه ایران کمک کند. با توجه به اشتراکات فرهنگی و زبانی استان‌های همجوار با ترکیه، اثرگذاری بر دیدگاه مردم این مناطق نسبت به مسائل داخلی و ایجاد حس تبعیض در ذهن آنها، چالش‌های مهمی برای ایران ایجاد خواهد کرد.

■ **ترویج الگوی فرهنگی و اقتصادی ترکیه به مثابه الگوی مطلوب:** شبکه‌های ماهواره‌ای ترکیه‌ای و سریال‌های دوبله شده به فارسی پیش از این در جامعه ایرانی رسوخ پیدا کرده‌اند. حال این شبکه اختصاصی ترکیه‌ای می‌تواند با ترویج فرهنگ و محصولات ترکیه‌ای، به گسترش نفوذ فرهنگی و اقتصادی ترکیه در ایران کمک کند. با پخش سریال‌ها، فیلم‌ها و برنامه‌های سرگرم‌کننده ترکی، سبک زندگی و ارزش‌های مورد نظر ترکیه به مخاطبان ایرانی معرفی می‌شود. زنجیره ارزش بسیاری از این محصولات فرهنگی در عرصه اقتصادی و تجاری قرار داشته است و باید افزایش صادرات ترکیه به ایران را نیز امری محتمل دانست.

## ۴. جمع‌بندی و پیشنهاد‌های سیاستی

برای مواجهه مؤثر با چالش‌های ناشی از تأسیس شبکه تی‌آرتی فارسی (TRT) و سیاست‌های دیپلماسی رسانه‌ای ترکیه، ضروری است که راهبردها و سیاست‌های پیشنهادی با رویکردی جامع، هدفمند و چندلایه تدوین شوند. این راهبردها باید همزمان با تقویت جایگاه رسانه‌ای ایران در فضای منطقه‌ای و بین‌المللی، از ابزارهای قدرت نرم کشور به صورت هوشمندانه بهره‌برداری کنند. در این راستا، توجه به سازوکارهای دیپلماسی عمومی، تقویت روایتگری رسانه‌ای، همکاری‌های فرهنگی با کشورهای منطقه و توسعه بسترهای ارتباطی با مخاطبان فارسی‌زبان، می‌تواند به مقابله با اثرگذاری احتمالی شبکه تی‌آرتی فارسی و حفظ منافع ملی کمک کند. سیاست‌های پیشنهادی نه تنها به ابعاد رسانه‌ای این چالش‌ها، بلکه به ریشه‌های ژئوپلیتیکی و فرهنگی آن نیز توجه دارند تا ایران بتواند جایگاه استراتژیک خود را در میان کشورهای فارسی‌زبان منطقه حفظ و تقویت کند.

### الف) راهبردها و اقدامات رسانه‌ای

■ **شناسایی و تعامل با رسانه‌های محلی و رسانه‌های خرد اثرگذار در ترکیه:** وزارت امور خارجه در همکاری با سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی نسبت به تهیه فهرستی از رسانه‌های محلی تأثیرگذار در ترکیه و رایزنی فرهنگی در چارچوب قوانین و مقررات ترکیه و ایجاد پل‌های ارتباطی با مدیران این رسانه‌ها اقدام کند. پس از آن، ارائه خوراک محتوایی و ارائه حمایت‌های مادی و غیرمادی برای ارتقای این رسانه‌ها در تعاملی دوجانبه با آنها صورت پذیرد.

■ **شناسایی و بالفعل‌سازی ظرفیت خبرنگاران و فعالان فرهنگی و سیاسی فعال در حوزه ترکیه:** معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در همکاری با وزارت امور خارجه، پس از شناسایی افرادی که قابلیت کنشگری در قالب فعال رسانه‌ای دارند، در چارچوب قوانین و مقررات ترکیه به توانمندسازی آنها بپردازد و با ارائه سوژه‌های خبری و هدایتگری آنها در مسیر سیاست‌های ایران در تعامل و همکاری با ترکیه، به پیشبرد سیاست‌های کشور در منطقه اقدام کند.

۱) **متناسب‌سازی راهبردهای رسانه‌ای با سیاست خارجی:** وزارت امور خارجه و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی موظف‌اند در قالب کمیته‌ای مشترک، برای هر کشور هدف، سیاست‌های رسانه‌ای مشخصی را تدوین کنند. این سیاست‌ها باید مبتنی بر تحلیل روابط سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و امنیتی با کشور مقصد باشند و اهداف دیپلماسی رسانه‌ای را در آن لحاظ کنند. پس از تدوین این سیاست‌ها، مأموریت‌ها و رویکردهای هر یک از دستگاه‌های مسئول، اعم از رسانه‌های رسمی، نهادهای فرهنگی، سازمان‌های مردم‌نهاد و سایر بازیگران مرتبط، به صورت دقیق مشخص، و در قالب برنامه‌های عملیاتی اجرا شود. این فرایند باید به گونه‌ای طراحی شود که ضمن بهره‌برداری هدفمند از ظرفیت‌های موجود، امکان ارزیابی عملکرد، اصلاح مسیر و ارتقای اثربخشی اقدامات رسانه‌ای کشور در سطح بین‌المللی فراهم شود.

۲) **سه‌گانه راهبردی برای بازنگری در عملکرد رسانه‌های برون‌مرزی:** در سال‌های اخیر، ایران تلاش‌هایی برای حضور در عرصه رسانه‌های ماهواره‌ای انجام داده است، اما این تلاش‌ها به دلایل مختلفی، از جمله کمبود منابع، ضعف در برنامه‌سازی، تطابق نداشتن با نیازهای مخاطب و حذف هدفمند شبکه‌های ایرانی از ماهواره‌های بین‌المللی، نتوانسته‌اند به ظرفیت مطلوب خود دست یابند. رسانه‌های ایران تاکنون نتوانسته‌اند ارتباط رسانه‌ای مؤثر و مستمری با مردم جهان برقرار کنند و اکنون نیاز به چاره‌اندیشی برای این خلأ ارتباطی و بازنگری در عملکرد رسانه‌های برون‌مرزی احساس می‌شود. در این میان، ظهور شبکه تی‌آرتی فارسی به عنوان نمونه‌ای نوپدید از مسئله‌ای ریشه‌دار، بار دیگر ضعف عملکردی رسانه‌های ایران را در عرصه بین‌المللی برجسته کرده است؛ ضعفی که مانع از مواجهه مؤثر با رسانه‌های غیرهمسو و اثرگذاری بر افکار عمومی منطقه‌ای و جهانی شده است.

شبکه تی‌آرتی فارسی نه فقط بر افکار عمومی داخل ایران تمرکز دارد، بلکه با روایت‌سازی هدفمند از مسائل ایران برای مخاطبان بین‌المللی،



می‌کوشد تصویری همسو با سیاست‌های دولت ترکیه ارائه دهد. در چنین شرایطی، راهبردی‌ترین پاسخ ایران نه مقابله مستقیم، بلکه بازنگری و اصلاح ساختار رسانه‌ای خود در سطح بین‌المللی است.

در همین راستا، سه مؤلفه کلیدی به عنوان اضلاع مکمل برای شکل‌گیری رقابت رسانه‌ای مؤثر پیشنهاد می‌شود:

**بر خور داری از ماهواره اختصاصی:** استقلال در پخش و توزیع محتوا، نخستین گام برای رهایی از محدودیت‌های تحمیلی و سانسورهای بین‌المللی است. راه‌اندازی خبرگزاری بین‌المللی تصویری و مستقل: تولید روایت‌های تصویری حرفه‌ای و چندزبانه از تحولات داخلی و منطقه‌ای، ابزار مؤثری برای رقابت با رسانه‌های خارجی و بازسازی تصویر ایران در افکار عمومی منطقه‌ای و جهانی خواهد بود. تأکید بر واژه «مستقل» به منظور لزوم فاصله داشتن از خبرگزاری‌های داخلی به دلیل اقتضائات خاص و متفاوت روایت‌سازی برای مخاطبان خارجی در مقایسه با مخاطبان داخلی است. بنابراین، این خبرگزاری مستقلاً به تولید محتوا برای مخاطبان خارجی اختصاص خواهد داشت، نه اینکه صرفاً ترجمه‌ای از محتوای رسانه‌های داخلی باشد.

**توسعه برنامه‌های کاربردی بومی موجود با هدف جذب مخاطب بین‌المللی:** بهره‌گیری از ظرفیت اپلیکیشن‌های داخلی فعلی و ارتقای آنها برای پاسخ‌گویی به نیازهای مخاطبان جهانی، می‌تواند خلأهای تعامل رسانه‌ای ایران را در عرصه بین‌المللی تا حد زیادی جبران کند. این مسیر به جای تأسیس پلتفرم جدید، بر تقویت زیرساخت‌های موجود و گسترش دامنه دسترسی آنها در سطح منطقه‌ای و جهانی تمرکز دارد. این سه‌گانه راهبردی می‌تواند نقطه عزیمت تازه‌ای برای بازسازی حکمرانی رسانه‌ای ایران در عرصه بین‌المللی باشد؛ ضرورتی که در مواجهه با رسانه‌هایی چون تی‌آرتی فارسی بیش از پیش احساس می‌شود.

### ب) راهبردها و اقدامات حقوقی

**۱. تأسیس دفتر نمایندگی در ایران:** با توجه به افزایش نفوذ رسانه‌های خارجی، از جمله شبکه‌های ترکیه‌ای مانند تی‌آرتی فارسی (TRT) و تأثیر آنها بر افکار عمومی داخلی، ایجاد چارچوب‌های قانونی و نظارتی برای مدیریت فعالیت‌های این رسانه‌ها در ایران ضروری است. تعامل و رایزنی با دولت ترکیه به منظور دریافت مجوزهای لازم برای تأسیس دفترهای نمایندگی این شبکه‌ها در ایران می‌تواند فرصتی برای نظارت دقیق بر فعالیت‌های آنها باشد. این رویکرد به دولت ایران امکان می‌دهد تا از یکسو، مانع از اقدامات منافی با منافع ملی توسط این شبکه‌ها شود و از سوی دیگر، بستری برای تعاملات رسانه‌ای دو جانبه و مدیریت روایت‌های منطقه‌ای فراهم کند. اقدامات عملیاتی در راستای تحقق این راهبرد عبارت‌اند از:

■ **استفاده از ابزارهای دیپلماتیک به منظور الزام دولت ترکیه برای اخذ مجوزهای فعالیت:** وزارت امور خارجه و شورای عالی امنیت ملی باید از طریق رایزنی‌های دیپلماتیک با دولت ترکیه، زمینه‌های حقوقی و سیاسی لازم را برای تأسیس دفتر نمایندگی این شبکه در ایران فراهم آورند. این تعامل می‌تواند در قالب توافق‌نامه‌ای دو جانبه تنظیم شود که ضمن به رسمیت شناختن فعالیت این شبکه در چارچوب قوانین جمهوری اسلامی ایران، استانداردهای مشخصی را برای جلوگیری از اقدامات رسانه‌ای مغایر با منافع ملی ایران اعمال کند. مفاد این توافق‌نامه باید شامل تعهد به رعایت اصول حرفه‌ای، پرهیز از انتشار محتوای مغرضانه یا تحریک‌آمیز و پذیرش نظارت نهادهای ذی‌ربط ایرانی باشد. ضمن اینکه زمینه تعامل قانونی لازم برای فعالیت رسانه‌های برون‌مرزی و دفتر نمایندگی این رسانه‌ها در کشور ترکیه در چارچوب قوانین و مقررات این کشور فراهم گردد.

■ **فعال‌سازی ظرفیت‌های قانونی نظارت بر فعالیت نمایندگی‌های رسانه‌های خارجی در ایران:** برای این منظور ضروری است سازوکار پیش‌بینی شده در تبصره «۱» ماده (۲) آیین‌نامه صدور اجازه تأسیس، انحلال و نظارت بر فعالیت نمایندگی‌های رسانه‌ها و خبرنگاران خارجی در خصوص نحوه اعطای مجوز فعالیت به نمایندگان و خبرنگاران رسانه‌های گروهی خارجی در ایران فعال گردد. ترکیب این دو مسیر (رایزنی دیپلماتیک هدفمند و تنظیم‌گری قانونی دقیق) می‌تواند ضمن حفظ منافع ملی، امکان تعامل سازنده با رسانه‌های خارجی را فراهم آورد و از تبدیل فضای رسانه‌ای کشور به بستری برای تشدید رقابت‌های ژئوپلیتیکی جلوگیری کند.

- [۱] انتخابی، نادر (۱۳۹۵). دین، دولت و تجدد در ترکیه، تهران: نشر هرمس، چاپ دوم.
- [۲] مجلسی، فریدون، حسین علایی. محمود شوری و رحمن قهرمان پور (۱۴۰۳). «رهنامه استراتژیک ایران در کریدور زنگزور»، مرکز پژوهش‌های علمی و مطالعات استراتژیک خاورمیانه.
- [۳] خبرگزاری میزان (۱۴۰۳). درباره صنعت پهنای ترکیه چه می‌دانیم؟  
<https://www.mizanonline.ir/00K2Gm>
- [۴] ایسپا. پیمایش ملی مشارکت سیاسی مردم ایران، سال ۱۴۰۲.
- [۵] پژوهشگران خبره پارس (۱۴۰۲). «گزارش تفصیلی سنجش نگرش‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مردم ایران (موج پنجم)».
- [۶] خبرگزاری تسنیم (۱۴۰۳). به بهانه پایان پخش ماهواره‌ای شبکه جام‌جم،  
<https://tn.ai/3222740>
- [۷] سردارنیا، خلیل‌الله (۱۳۹۴). «دلایل موفقیت شبکه الجزیره در دیپلماسی عمومی در جهان عرب»، پژوهش‌نامه ایرانی سیاست بین‌الملل، سال سوم، شماره ۲.
- [8] Gilboa, E. (2008), "Searching for a Theory of Public Diplomacy", The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. 616, No 1, PP 55-77.
- [9] Golan, G. J. (2013), "An Integrated Approach to Public Diplomacy", American Behavioral Scientist, Vol. 57, No 9, pp 1251-1255.
- [10] Cull, N. J. (2009), Public Diplomacy: Lessons from the Past. Los Angeles: Figueroa Press (CPD Perspectives on Public Diplomacy).
- [۱۱] گزارش سالانه TRT (۲۰۲۲) - سایت رسمی TRT،  
<https://www.trt.net.tr/en/about-us/annual-report-2022>.
- [۱۲] پژوهش مرکز مطالعات رسانه‌ای ایران، (۱۴۰۲). اطلاعات منتشر شده در وبسایت مرکز،  
<https://iranmediaresearch.ir/reports/2023>.
- [۱۳] مصاحبه با مدیران TRT فارسی، (۲۰۲۴). گزارش اختصاصی در خبرگزاری TRT،  
<https://www.trt.net.tr/fa/mediacoverage/2024/interview-trt-farsi-management>.
- [۱۴] گزارش عملکرد TRT، ۲۰۲۴.
- [15] TRT World Audience Report 2023,  
<https://www.trtworld.com/about-us/audience-report2023>.
- [۱۶] گزارش داخلی TRT Arabia، ۲۰۲۳.  
<https://www.trtarabia.com/en/about-us/reports-2023>.
- [۱۷] گزارش سالانه TRT Kurdî، ۲۰۲۲.  
<https://www.trtkurdi.com/en/about-us/annual-report-2022>.
- [18] <https://press.farhang.gov.ir/fa/news/772995>.



[۱۹] تی‌آرتی فارسی (TRT) (۲۰۲۴). حضور ایران در سوریه مانع از یک نسل‌کشی عظیم در غزه نشد،

[https://x.com/trt\\_farsi/status/1869799960637780034](https://x.com/trt_farsi/status/1869799960637780034)

[20] Economist, (2024), The third-largest exporter of television is not who you might expect,

<https://www.economist.com/culture/202415/02//the-third-largest-exporter-of-television-is-not-who-you-might-expect>



## گزیده سیاستی

عدم تعامل هدفمند با رسانه‌های محلی ترکیه، بازنگری در ساختار رسانه‌های برون‌مرزی شامل ماهواره اختصاصی و خبرگزاری بین‌المللی مستقل تصویری و فعال‌سازی ظرفیت‌های قانونی نظارت بر نمایندگی‌های رسانه‌های خارجی در ایران، از مهم‌ترین راهبردهای مواجهه با تی‌آرتی فارسی است.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: [mrc@majles.ir](mailto:mrc@majles.ir)

وبسایت: [rc.majles.ir](http://rc.majles.ir)