

نقش رسانه در فراهم سازی بستر مناسب تعاملات و دیپلماسی مرزی با کشورهای منطقه و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران

مقدمه

در جهان کنونی ابزارهای مختلفی در جهت برقراری ارتباط، کنترل، نظارت و پیشگیری مورد استفاده قرار می گیرد. رسانه و ابزارهای رسانه ای نیز از جمله مواردی هستند که در حال گسترش و بکارگیری در تمامی زمینه ها می باشند از دلایل قرار گرفتن رسانه در سطح توجه می توان به همه گیری ابزارهای رسانه ای و گسترش فناوری های نوین اشاره نمود، لذا شرایط بوجود آمده باعث دسترسی آسان به رسانه و برقراری ارتباطی منسجم از یک سو و دریافت نتایج و نظرات مخاطبان از سوی دیگر بستر مناسبی را در پیشبرد مناسب تعاملات و دیپلماسی مرزی با کشورهای منطقه فراهم می نماید. تجربه جمهوری اسلامی ایران در زمینه مدیریت مرزی و تعاملات مرزی با کارنامه ای موفق که شامل هشت سال جنگ تحمیلی و رخدادهای مشابه آن در سالهای پس از جنگ بیانگر توانایی بالایی از خود است که با بکارگیری رسانه در انتقال این تجربه گران بهاء به نسل آینده و گسترش ارتباط خود با جامعه ی داخل و همچنین جوامع حاضر در مناطق مرزی کشورهای منطقه در انتقال پیام می تواند در رشد این توانایی تأثیر فزاینده ای بگذارد. در این پژوهش به بیان جایگاه رسانه در معرفی فعالیت های مرتبط با مرز و تعیین جایگاه رسانه در فراهم سازی بستر مناسب در تعاملات و دیپلماسی مرزی بین کشورهای منطقه به واسطه ابزارهای رسانه ای تحت اختیار جامعه پرداخته شده است؛ و به ارائه راهکار در جهت رشد مطلوب و مناسب در استفاده و گرایش به گسترش رسانه در ابزارهای رسانه ای مختلف پرداخته شده است.

کلمات کلیدی

رسانه، ابزار رسانه ای، مرز، جامعه، دیپلماسی

پیشینه تحقیق

در پژوهش تجربه های زیسته ی مرزنشینان شهر نودشه از پدیده ی مرز (فتوحی سردار، فاضل نعمت اله ۱۳۹۸) برپایه روش تحلیل تماتیک، چهار بُعد نگرش فرهنگی، زیست محیطی، اقتصادی، و سیاسی در مورد مرز، شناسایی شد. در رویکرد فرهنگی و محیطی، مرز به عنوان دیوار محدودکننده و عامل سلب ارتباط انسانی قلمداد شده است، ولی از بُعد سیاسی، مرز، رهایی بخش تلقی می شود. از بعد اقتصادی، وضعیت پیچیده تر است و سه دیدگاه متفاوت به پدیده ی مرز، مطرح است. براساس دیدگاه نخست، مرز، «محدودکننده ی حیات بخش» است، در این معنا، مرز، مانعی در برابر روابط اقتصادی است، ولی این موانع، بیش از نبود آن برای گذران زندگی، اهمیت دارد. در دیدگاه دوم، مرز، «آزادی بخش بازار» است، در این معنا، مرز، عامل پیوند دست کم اقتصاد دو کشور با هم است و مبادله ی دوسویه بین آنان رواج می یابد که این ظرفیت، برای شهرهای غیرمرزی فراهم نیست. در رویکرد سوم، مرز، عاملی برای «محرومیت از مرکز» تلقی می شود که براین اساس، مرز به عنوان مانعی در برابر توسعه و پیشرفت و حتی دریافت امکانات رفاهی به شمار می آید. با توجه به نکات ارائه شده در پژوهش (فتوحی سردار، فاضل نعمت اله ۱۳۹۸) در ادامه می توان به موضوع دیپلماسی رسانه ای رویکردی پسامدرنیسم در روابط بین الملل نسبت به تأثیرات رسانه های نوین بر دیپلماسی (زهرا خرازی ۱۳۸۶) اشاره نمود در بخشی از این مقاله به بیان نگاه رسانه ای به دیپلماسی پرداخته شده است نویسنده با بیان این موضوع که هم‌اینک دیپلماسی رسانه‌ای، بخش قابل

توجهی از دیپلماسی عمومی کشورهای قدرتمند جهانی را به خود اختصاص داده است. شعاع انتشار مطالب رسانه‌های نوین امروزه حد و مرزی نمی‌شناسد. محتوای این رسانه‌ها مرزهای دولت - ملت را درمی‌نوردد و محدودیت‌های ناشی از این مرزها را کنار می‌گذارد. به یک معنا، دیپلماسی و سیاست خارجی، عملاً فاقد مرز شده است. جایگاه رسانه در فعالیت‌های دیپلماسی را بخوبی بیان می‌کند همچنین با تاکید بر این نکته در این مقاله می‌توان به بررسی سایر نظریات پرداخت که بخشی از دگرگونی‌های جدید سیاست خارجی موجب شده است تا گفتمان، تصویرسازی و اقناع دیگران، در تعاملات مربوط به سیاست خارجی جایگاهی نوین یابد. در این فضا دولت‌ها ناظر توان اطلاع‌یابی و تاثیر بر مخاطبان خارجی خود در هر نقطه از جهان هستند. در مقاله معیار و انتخاب منطقی بر تأثیر رسانه‌ها بر تصمیم‌گیری سیاسی در رویکرد یونان و ترکیه از (Marla Tourl 2006) به بررسی جایگاه استراتژی رسانه بعنوان یک بازیگر تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری‌ها و ایجاد تغییرات سیاسی پرداخته و اهمیت رسانه در کنترل بحران‌ها را مورد پژوهش قرار داده است نویسنده در این پژوهش به جایگاه رسانه و ابزارهای رسانه‌ای در رفتارهای رسانه‌ای و مذاکرات دیپلماسی و دستیابی به اهداف دیپلماتی توسط رسانه پرداخته است که براساس مناقشات ارضی بین یونان و ترکیه حاصل شده است. در پژوهش با عنوان واقعیت‌های جدید در روابط خارجی: دیپلماسی در قرن بیست و یکم

(Dr.Phil.Volker.Stanzel 2018) نویسنده معتقد است دیپلماسی مدرن در حال حاضر در حال تجربه تغییرات اساسی با نرخ بی‌سابقه است این روندها، که منعکس‌کننده تحولات اجتماعی عمومی هستند، باید به عنوان بخشی از حاکمیت دولت توسط دیپلماسی جذب شوند. این نویسنده بیان می‌کند که عصر دیجیتال به طور فزاینده‌ای در شیوه‌ای که نسل‌های جدید زندگی و کار خود را تجربه می‌کنند نفوذ می‌کند. از جمله موارد مهمی که در بررسی پیشینه تحقیقاتی می‌توان به آن اشاره نمود موضوع مقاله با عنوان چرا دیپلماسی جهانی توسط رسانه‌های محلی شکل می‌گیرد از (Dr. Cristina Archetti 2012) می‌باشد وی اشاره دارد به این موضوع که برقراری ارتباط فوری و با هزینه بسیار کم با مخاطبان گسترده در سراسر مرزها، دامنه و الگوهای تعاملات اجتماعی را از نو طراحی می‌کند وی در مقاله خود بیان دارد که در این دنیا با ارتباط متقابل جهانی، جایی که فناوری‌های ارتباطی به افرادی که ممکن است هرگز ملاقات نکرده باشند، اجازه می‌دهد تا جوامع مجازی مورد علاقه (مانند شبکه‌های حمایتی) را در سراسر مرزهای ملی ایجاد کنند، که شناسایی خط بین سیاست داخلی و بین‌المللی آنان به طور فزاینده‌ای دشوار است او همچنین معتقد است جایگاه رسانه‌های محلی با هدف برقراری ارتباط با سیاست داخلی و بین‌المللی در محدودهای مرزی کشورها از اهمیت بالایی برخوردار است.

ادبیات و مبانی نظری

رسانه: رسانه در لغت به معنی «رساندن» است و در اصطلاح وسیله‌ای برای نقل و انتقال اطلاعات، ایده‌ها و افکار افراد یا جامعه؛ و واسطه عینی و عملی در فرآیند برقراری ارتباط است. وسایلی همانند روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت مصادیق این تعریف هستند. [۱] به عبارت دیگر «رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن، معنا و مفهوم

موردنظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند» [۲]

ابزار رسانه: واژه "media" در زبان لاتین جمع "medium" است و معنای لغوی آن، وسیله، واسطه و واسطه انتقال است که در زبان فارسی واژه «رسانه» را به عنوان اصطلاحی آن به کار می‌بریم. این واژه در جوامع پیشرفته به رسانه های گروهی جامعه اشاره دارد که کار آنها رمزگزاری و انتقال پیام به یک جمعیت وسیع است. [۳]

جامعه: عالمان اجتماعی، در تعاریف خود از جامعه حَسَبِ وابستگی به مکتب یا رویکرد مختلف، هر یک به عناصری اشاره کرده‌اند؛ برخی بر عناصری مانند اهداف عام المَنْفَعَه تاکید کرده‌اند. [۴] برخی دیگر سنت‌ها، عادات، رسوم، شیوه‌ی زندگی و فرهنگ مشترک را عناصر اساسی در تعریف جامعه برشمرده‌اند و عده‌ای وحدت جزئی جسمی، روانی و اخلاقی بین موجودات هوشمند، برخورداری از حکومتی پویا، فراگیر و کارآمد یا هدف و سرزمین و فرهنگی مشترک و دارای پیوندهای زیستی، فنی و فرهنگی را مهم دانسته‌اند. (مراد از وحدت جزئی جسمی، پیوند و تشارک افراد یک جامعه است نه از هر جهت بلکه از برخی جهات، آن چنان که فردیت آنان نیز محفوظ ماند) [۵] عده‌ای نیز آن را به جمع شدن افراد برای دستیابی به امتیازات مستقیم و غیر مستقیم تعریف کرده‌اند. [۶] در نگاهی کلی می‌توان جامعه را عبارت از مجموعه انسان‌هایی دانست که در جبر برخی نیازها و تحت نفوذ یک سلسله عقیده‌ها، ایده‌ها و آرمان‌ها در یکدیگر ادغام شده، در یک زندگی مشترک غوطه ورنند [۷]

و روابط گوناگون مشترک و متقابل و نسبتاً پایداری، آن‌ها را به هم پیوند می‌دهد و هدفی واحد آنان را گرد آورده است. [۸]

مرز: آخرین حد قلمرو زمینی، هوایی و دریایی و تحت الارضی هر کشور را مرز آن کشور می‌گویند. مرز مهمترین عامل تشخیص و جدائی سرزمین یک کشور از کشور همسایه است. [۹]

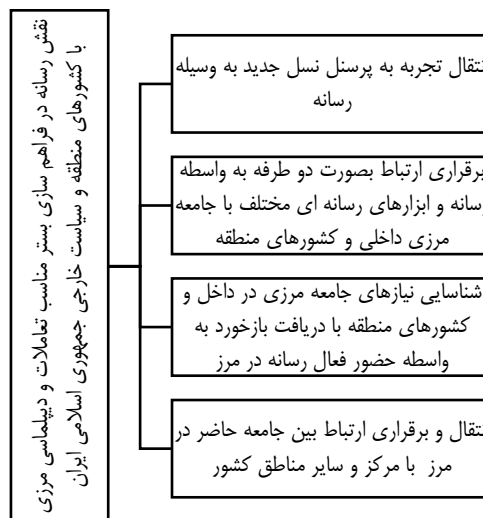
دیپلماسی: واژه "دیپلماسی" به معنی هدایت روابط بین افراد، گروه‌ها و ملت‌ها از جمله واژه‌های سیاسی مورد استفاده در عرصه مناسبات بین‌المللی است دیپلماس (Diplomacy) در کاربرد رسمی خود عمدتاً به دیپلماسی بین‌المللی که هدایت روابط بین‌المللی از طریق دیدار و گفت و گوهای دیپلمات‌های رسمی است اشاره دارد. در گذشته دیپلماسی بین کشورها بیشتر به موضوعاتی همچون روابط شخصی و خانوادگی پادشاهان دو کشور با یکدیگر یا مسئله جنگ و صلح مربوط می‌شد، اما در شرایط کنونی جهان علاوه بر آنها موضوعاتی همچون روابط تجاری، مناسبات فرهنگی و علمی نیز در محور مباحثات دیپلماتیک بین کشورهای مختلف با یکدیگر و بین آنها با سازمانهای بین‌المللی قرار گرفته است. دیپلماسی در واقع مجری سیاست خارجی در چارچوب دکترین سیاست خارجی هر کشور است. دکترین سیاست خارجی یک کشور که معمولاً یک بیان کلی از سیاست خارجی آن محسوب می‌شود توسط رئیس حکومت یا وزیر امور خارجه اعلام می‌شود. اهداف دکترین سیاست خارجی هر کشور ارائه اصول کلی برای هدایت سیاست خارجی و انجام دیپلماسی است. این اصول به رهبری سیاسی یک کشور اجازه می‌دهد تا با وضعیت‌های مختلف پیش آمده به طور مناسب برخورد نماید و رفتار کشور در برابر سایر کشورها را توضیح دهد. اجرای دیپلماسی بر عهده گروهی که "هیأت دیپلماتیک" نامیده می‌شود قرار دارد. این گروه نماینده رسمی کشور فرستنده آنها نزد کشور پذیرنده و میزبان تلقی می‌شوند. وظیفه هیأت دیپلماتیک حفظ منافع دولت و شهروندان کشور فرستنده نزد دولت پذیرنده است. البته این امر در چارچوب مرزهای مجاز توسط حقوق بین‌الملل، انجام مذاکره با مقامات دولت طبق اصول مشخص شده توسط دولت فرستنده و از طریق سایر شیوه‌های قانونی که دولت پذیرنده آنها را به رسمیت شناخته صورت می‌گیرد. هیأت دیپلماتیک یک کشور نزد کشور دیگر تمامی فعالیت‌های خود را که برای تقویت روابط دوستانه بین دو کشور و نیز توسعه مناسبات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و علمی بین آنها انجام می‌دهد به دولت متبوع

خود گزارش می کند. ریاست هیأت دیپلماتیک یک کشور در کشور دیگر نیز بر عهده سفیر یا کنسول است. یکی از نکات مهم در مناسبات دیپلماتیک بین کشورها با یکدیگر و یا بین آنها با سازمان های بین المللی به رسمیت شناخته شدن مصونیت دیپلماتیک برای سفیر و سایر اعضای کادر دیپلماتیک است. در این چارچوب دولت میزبان به سفیر یا کنسول به عنوان رئیس هیأت دیپلماتیک در یک کشور دیگر اجازه می دهد تا بخشی از خاک کشور او را که سفارتخانه یا کنسولگری نامیده می شود اداره کند. همچنین مکان، کارمندان و حتی خودروهای هیأت دیپلماتیک نیز در برابر بسیاری از قوانین کشور پذیرنده از مصونیت برخوردارند. مصونیت دیپلماتیک یک نوع مصونیت قانونی است که کشورها به منظور تضمین انجام وظایف هیأت های دیپلماتیک بدون نگرانی از تحت تعقیب قرار گرفتن توسط کشور میزبان به آنها اعطا می کنند. اگرچه این نوع از مصونیت از سابقه دیرینه ای در حقوق بین المللی برخوردار است اما در سال ۱۹۶۱ با امضای کنوانسیون روابط دیپلماتیک وین به صورت اصول موضوعه حقوق بین الملل درآمده است. [۱۰]

چارچوب نظری تحقیق

با توجه به پژوهش ارائه شده موضوع این تحقیق براساس نقش رسانه در فراهم سازی بستر مناسب تعاملات و دیپلماسی مرزی با کشورهای منطقه و سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران مدل مفهومی زیر بعنوان چهارچوب نظری پژوهش ارائه می شود.

شکل (۱) مدل مفهومی چهارچوب نظری پژوهش



فرضیه تحقیق

با توجه به طرح مفهومی و چهارچوب نظری تحقیق، فرضیات این پژوهش به شرح زیر ارائه می شود.

فرضیه اول: رسانه در انتقال تجربه از سطوح بالا به تمام سطوح فعال و شاغل و همچنین از نقطه مرزی به نقطه مرزی دیگر نقش تأثیرگذاری ایفا می کند.

فرضیه دوم: رسانه توانایی برقراری ارتباط دوطرفه با جامعه مرزی به واسطه ابزارهای رسانه ای مختلف در داخل و خارج از

مرزهای کشور را دارا می باشد.

فرضیه سوم: رسانه با دریافت بازخوردهای خود از جوامع مرزی امکان شناسایی نیازها لازم در جهت مدیریت مرز را فراهم می کند.

فرضیه چهارم: رسانه توانایی نمایش و انتقال نیازها و توانمندی های مناطق مرزی به جهت رشد و تقویت مدیریت مرزی را امکان پذیر می نماید.

اهداف تحقیق

هدف اول: بررسی میزان انتقال تجربه بصورت تخصصی و مداوم بوسیله رسانه در محیط شغلی با هدف بکارگیری ابزارهای نوین در مدیریت مرزی

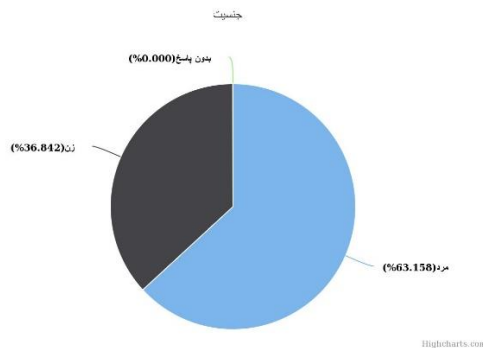
هدف دوم: بررسی میزان ارتباط برقرار شده بین دستگاهها و نهادهای مختلف واقع در مرز با جامعه حاضر در مرز به وسیله رسانه

هدف سوم: شناخت توانایی رسانه در کسب و دریافت بازخوردهای جوامع مرزی در مدیریت مرزهدف چهارم: بررسی رسانه با هدف معرفی توانمندی ها و نیازهای مناطق مرزی به وسیله انتقال پیام به جوامع مستقر در سایر مناطق کشور

روش تحقیق

در این پژوهش روش تحقیق و جامعه آماری با رعایت کلیه اصول، براساس نمونه گیری در دسترس از بین شهروندان سراوانی با رده سنی حداقل ۱۸ سال طبق فرمول نمونه گیری از جامعه با حجم معلوم صورت گرفته است. در این تحقیق از پرسشنامه استاندارد ترتیبی و همچنین نسبی بصورت همزمان در پرسشنامه استفاده شده است براساس فرمول جامعه با حجم معلوم کوکران، حجم جامعه آماری (N) ۱۸۲ هزار و ۴۹۰ نفر [سراوان از لحاظ جمعیت و سرشماری با ۴۲ هزار ۶۵۶ خانوار و جمعیت ۱۶۲ هزار نفری را شامل می شود اما برآورد در سال ۹۹ از نهادهای مرتبط برآورد سال ۱۸۲ ۹۹ هزار ۴۹۰ نفر می باشد به نقل از روابط عمومی و امور بین الملل استانداری سیستان و بلوچستان براساس گزارشات دریافتی از فرمانداری سراوان]، با کران خطای ۰.۰۵ به تعداد ۳۸۳ نفر تنظیم گردیده است.

نمودار (۱) میزان مشارکت در پرسشنامه براساس جنسیت



فرمول (۱): فرمول محاسبه کوکران برای جامعه با حجم معلوم

$$n = \frac{\frac{Z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{Z^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

که در این فرمول N حجم جامعه است، آماره p در صد توزیع صفت در جامعه یعنی نسبت افرادی است که دارای صفت مورد مطالعه هستند، آماره q نیز در صد افرادی است که فاقد صفت مورد مطالعه هستند، اگر میزان p و q مشخص نباشد از حداکثر مقدار آنها یعنی $5/0$ استفاده کنید، آماره $Z=t$ است و اگر به جای Z از t استفاده کنید نیز ایرادی ندارد. در سطح خطای 5% مقدار Z برابر $1/96$ و Z^2 برابر $3/8416$ است، مقدار d نیز تفاضل نسبت واقعی صفت در جامعه با میزان تخمین پژوهشگر برای وجود آن صفت در جامعه است. دقت در نمونه‌گیری، به این عامل بستگی دارد و اگر بخواهید نمونه‌گیری دارای بیشترین دقت باشد از حداکثر مقدار d برابر $0/5$ استفاده کنید. همچنین با توجه به اینکه ممکن است برخی پرسشنامه‌ها پاسخ داده نشود یا بازگردانده نشود، 10 الی 20 درصد بیشتر از حجم نمونه محاسبه شده است؛ تا این مساله منجر به کمتر شدن حجم نمونه نهایی از حجم نمونه محاسبه شده نگردد. تعداد مشارکت و استفاده از پرسشنامه 390 نفر می باشد، که از این تعداد 247 نفر مرد و 143 نفر زن می باشند. تعداد سوالات که بطور کلی 12 سوال می باشد و در قالب پنج بخش تفکیک شده بکار گرفته شده است.

روایی پرسشنامه

در بخش مرتبط با روایی پرسشنامه جهت کنترل میزان دقت در اندازه‌گیری معنی دار و مناسب نسبت به تهیه پرسشنامه و سنجش صحیح در اندازه‌گیری موضوع، اقدام به بکارگیری پرسشنامه از تحقیق استاندارد شده است؛ همچنین پاسخ نامه بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت تنظیم شده است. در ادامه جهت تشخیص پایایی پرسشنامه به جهت بررسی میزان و درجه‌ی، همگن بودن سوالات با توجه به اینکه سوالات بکار رفته در این پژوهش از نوع سوالات استاندارد و مطرح می باشد می توان با استفاده از یک ضریب پایایی مانند الفای کرونباخ تخمین زد؛ پایایی این پرسشنامه بر اساس روش الفای کرونباخ برای کل پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS ۲۶ به دست آمده است.

فرمول (۲): فرمول محاسبه آلفای کرونباخ

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

که در آن نماد k تعداد سوالات یا گویه‌های پرسشنامه یا آزمون نماد S^2 واریانس زیر آزمون k ام و سیگمای S^2 واریانس کل آزمون است در بخش نتایج پایائی پرسشنامه میزان آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق ارائه شده است. همانطور که در جدول‌ها نشان داده شده است تمامی متغیرهای تحقیق دارای میزان مناسبی از آلفا هستند.

تجزیه و تحلیل داده های تحقیق

جدول (۱) نتایج پایایی پرسشنامه

متغیرها	تعداد سوال ها	سطح قابل قبول	ضریب آلفای کرونباخ
جنبه سرگرمی	۲	۰/۷	۰/۸۴
جنبه تعاملی	۳	۰/۷	۰/۸۶
جنبه به روز بودن	۳	۰/۷	۰/۸۳
سفارشی سازی	۲	۰/۷	۰/۷۷
ریسک درک شده	۲	۰/۷	۰/۸۸
فعالیت‌های رسانه های اجتماعی	۱۲	۰/۷	۰/۸۳۶

نتیجه گیری و ارائه پیشنهاد

براساس نتایج بدست آمده در نظرسنجی این پژوهش و همچنین نمرات کسب شده از هر سوال و با ارائه نمودار پاسخ‌ها در ضمیمه می توان به فرضیه‌های ارائه شده پاسخ داد.

در مورد فرضیه اول با توجه به نظرات فرماندهان، نهادها و سازمان های پیرامون اهمیت و جایگاه پرسنل مرزبانی هرچند این فرضیه نیازمند به بررسی گسترده و شناسایی نقاط مثبت و همچنین ارتقاء کاستی ها در میدان کاری است اما براساس تأکید نهادهای مرتبط با این بخش و برخوردهای دیپلماسی متناسب با موضوعات توسط دستگاه ها و نهادهای دیپلماسی می توان به اهمیت توجه در امر آموزش و انتقال تجربه در نهادها و دستگاه‌های مرتبط پی برد لذا پیرامون این فرضیه آنچه که از رسانه بعنوان انتقال دهنده تجربه و گسترش آموزش می تواند تأثیرگذار باشد امکان بکارگیری یا گسترش آن را می توان انتظار داشت.

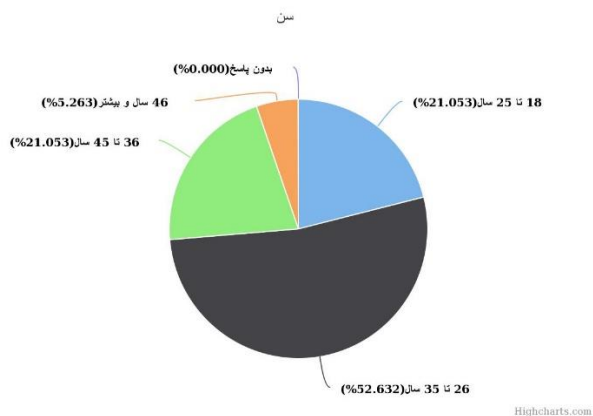
فرضیه دوم: براساس بخش های اول و دوم سوالات پرسشنامه که در مجموع شامل ۵ سوال در ارتباط با جنبه تعاملی و سرگرمی می باشد پاسخ مشارکت کنندگان در این زمینه با درصد قابل توجهی بیانگر توجه جامعه آماری به رسانه در دریافت اطلاعات و همچنین تأیید این فرضیه می باشد که رسانه توانایی برقراری ارتباط دوطرفه با جامعه مرزی به واسطه ابزارهای رسانه ای مختلف را دارا است.

فرضیه سوم: با در نظر گرفتن عدم دریافت نام و ناو خانوادگی و تنها توجه به سن و جنسیت مشارکت کنندگان در پاسخ به پرسشنامه و همچنین به دلیل ارتباط غیر مستقیم در نحوه نیاز به راهنمایی در پاسخگویی به سوالات می توان این فرضیه درباره اینکه رسانه با دریافت بازخوردهای خود از جوامع مرزی امکان شناسایی نیازها لازم در جهت مدیریت مرز را فراهم می نماید را تأیید نمود.

فرضیه چهارم: توجه مخاطب به رسانه با هدف دریافت اطلاعات از آن پیرامون موضوعات مورد توجه در پرسشنامه بیانگر تأیید این فرضیه و بیان توانایی رسانه در سطح بالایی به جهت نمایش و انتقال نیازها و توانمندی های مناطق مرزی خواهد بود.

لذا در پایان براساس نتایج بدست آمده می توان علاوه بر فرضیه های ارائه شده به نکات قابل توجهی در مورد پژوهش انجام شده اشاره نمود که امید است بیان آن راهکاری مناسب در جهت ارتقاء اهداف مرتبط با موضوع باشد. براساس سنین مشارکت کرده در این پرسشنامه درصد بالایی از افراد در رده سنی جوان جامعه محسوب می شوند که این خود از اهمیت توجه به اعتبار همایش و موضوع همایش اشاره دارد.

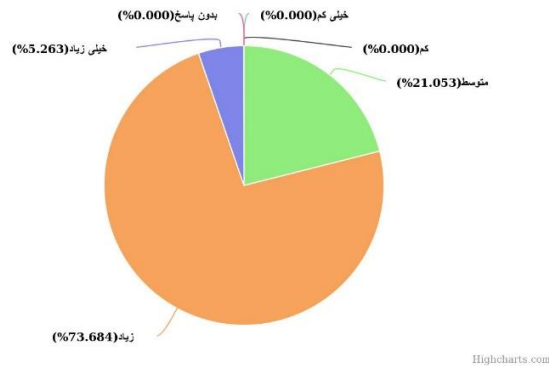
نمودار (۲) میزان مشارکت در پرسشنامه براساس سن



علاقه جامعه آماری به دریافت اطلاعات بوسیله رسانه های مختلف و فعال در ابزارهای رسانه ای چون تلفن همراه هوشمند و رایانه و نیز حضور در صفحات اجتماعی چون اینستاگرام و تلگرام باعث شده است تا افراد به دریافت و پیگیری اطلاعات و حتی بیان نظرات خود درباره موضوعات مرتبط یا مرز اقدام نمایند لذا یکی از بهترین، آسان ترین و کم هزینه ترین راه به جهت نمایش اطلاعات و فعالیت های مهم با هدف اطلاع رسانی و همچنین برقراری رابطه تعاملی در شناسایی نیازها و دریافت گزارشات بصورت مستقیم و غیر مستقیم و بررسی کارشناسی پیرامون آن خواهد بود. در ادامه پیرامون دریافت مشارکت جامعه در برقراری ارتباط با رسانه می توان از علاقه و همراهی آن براساس روزآمدی و توانایی ارائه شده در ابزارهای رسانه ای اشاره نمود که براساس آمار بدست آمده در پرسشنامه قابل بررسی می باشد.

نمودار (۳) میزان پاسخ به سوالات مشارکتی در پرسشنامه

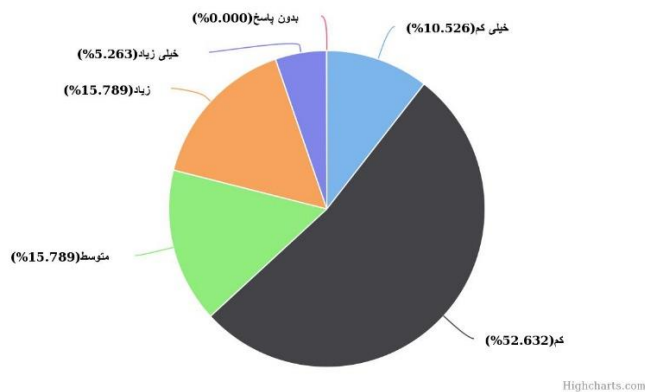
بحث و تبادل نظر در رسانه های اجتماعی درباره مرز و موضوعات مرتبط با آن امکان پذیر است.



همچنین در پایان این پرسشنامه نتایج حاصل شده در رابطه با قدرت رسانه ای و فعالیت رسانه ای نهادها و سازمان های مرتبط را در ارائه اطلاعات و برقراری ارتباط با جامعه نمایش می دهد که نتیجه حاصل بازگو کننده ضعف فعالیت رسانه ای و عدم توجه به این بخش مهم در گسترش و نمایش آن می باشد رسانه ای که براساس اطلاعات جهانی از مهمترین ابزارها در بخش های مختلف بخصوص دیپلماسی و اجتماعی محسوب می گردد.

نمودار (۴) میزان پاسخ به سوالات جنبه به روز بودن رسانه هدف

اطلاعات به اشتراک گذاشته شده در صفحات اجتماعی مرتبط با مرز به روز شده است.



منابع

۱. ازکمپ، استوارت (۱۳۸۵). روانشناسی اجتماعی کاربردی، ترجمه: فرهاد ماهر. تهران: مؤسسه انتشارات به نشر.
۲. امیر تیموری، محمدحسن (۱۳۷۷). رسانه‌های آموزشی، شیراز، انتشارات ساسان.
۳. A group of writers, 2007
۴. صلیبا، جکیل، واژه نامه فلسفه و علوم اجتماعی، صفحه ۱۵۲، ترجمه کاظم برگ نیسی، صادق سجادی، تهران، نشرانتشار، ۱۳۷۰.
۵. جولیبوس گولد، ویلیام کولب، فرهنگ علوم اجتماعی، صفحه ۳۷۷ و ۳۸۸، مترجم پرهام باقر، ۱۳۹۲، تهران، انتشارات مازیار.
۶. توماس سووه، فرهنگ اصطلاحات اجتماعی و اقتصادی، صفحه ۳۵۵، مترجم ملکی، خلیل (م، آزاده)، ۱۳۵۸، تهران، انتشارات رواق
۷. طباطبایی، سید محمد حسین، تشریح، شهید مطهری، مرتضی، اصول فلسفه و روش رئالیسم، جلد ۲، صفحه ۲۰۸، ۱۳۳۲، تهران، انتشارات صدرا.
۸. صلیبا، جکیل، واژه نامه فلسفه و علوم اجتماعی، صفحه ۱۵۲، ترجمه کاظم برگ نیسی، صادق سجادی، تهران، نشرانتشار، ۱۳۷۰.
۹. مرکز مطالعات خلیج فارس <http://www.persiangulfstudies.com/fa/pages/730>
۱۰. آشنایی با اصطلاحات و مفاهیم؛ دیپلماسی چیست، خبرگزاری فارس ۱۳۸۸