



عملیات روانی رسانه‌های غربی علیه ایران و روسیه: اهداف و منافع



وحید افراسیابان* - دکتر مجید عباسی**

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

چکیده

این مقاله به بررسی انگیزه‌ها و روش‌های رسانه‌های غربی در دشمن جلوه دادن ایران و روسیه می‌پردازد. چارچوب مفهومی و نظری این پژوهش شامل دو بخش است: مدل تبلیغاتی و تحلیل گفتمان انتقادی، که برای بررسی زبان و بافت اجتماعی متون رسانه‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد. سوال اصلی پژوهش این است که چرا رسانه‌های غربی ایران و روسیه را اهریمنی جلوه می‌دهند؟ جنس پژوهش در این مقاله با استفاده از منابع کتابخانه‌ای به صورت تبیینی است و شیوه تحلیل نیز تحلیل گفتمانی می‌باشد. نتایج حاصله از این پژوهش نشان می‌دهد که غرب با توجه به اختلافات فرهنگی و سیاسی، نگرانی‌های هسته‌ای، حمایت از تروریسم و تهدیدات جهانی و رقابت منطقه‌ای از اهریمن سازی به عنوان ابزار تبلیغاتی استفاده می‌کند. غرب سعی می‌کند با ایجاد تصویر منفی و خصمانه از این دو کشور به آنها فشار اقتصادی و سیاسی وارد کند و در عین حال تصویر مثبت و دو ستانه از اقدامات خود ارائه دهد. رسانه‌های غربی اغلب از عباراتی مانند «رژیم»، «دیکتاتوری»، «شبه نظامی» یا «نیابتی» برای توصیف ایران و روسیه استفاده می‌کنند، در حالی که از عبارات مثبتی مانند «دولت»، «دموکراسی»، «ارتش» یا «شریک» برای توصیف خود استفاده می‌کنند. زبان مورد استفاده رسانه‌های غربی، بیانگر علائق و سوگیری‌های صاحبان رسانه‌ها و همچنین دستور کار آنهاست.

کلیدواژگان

مدل تبلیغاتی، اهریمن سازی، ایران و روسیه، رسانه‌های غربی، تحلیل گفتمان انتقادی.

مقدمه

غرب پس از پایان جنگ سرد روابط تنش آلودی را با ایران و روسیه داشته است. از این رو کنترل و نفوذ بر این دو کشور به عنوان تهدیدهای بالقوه منافع و ارزشهای غربی، دارای اهمیت بوده، لذا

* دانشجوی دکتری رشته مطالعات منطقه‌ای، دانشگاه علامه طباطبایی.

** دانشیار روابط بین‌الملل، دانشگاه علامه طباطبایی. / نویسنده مسئول / ایمیل: abbasi@atu.ac.ir

غرب از راهبردهای مختلفی در این خصوص استفاده کرده است. از این راهبردها می‌توان به تبلیغات در رسانه‌های غرب اشاره داشت که برای نشان دادن تصویر منفی و خصمانه از ایران و روسیه به کار رفته است.

این مقاله به بررسی این سوال می‌پردازد که چرا رسانه‌های غربی ایران و روسیه را دشمن و تهدیدی برای جهان معرفی می‌کنند. برای پاسخ به این سوال، نویسندگان استدلال می‌کنند که بازنمایی رسانه‌ای غرب بی‌طرفانه نیست، بلکه بیشتر در خدمت منافع غرب و متحدانش است. آنها چنین فرض می‌کنند که غرب برای دستیابی به اهداف مختلف از جمله تسلط بر منطقه، تحمیل ارزش‌ها و سیاست‌های خود، جلوگیری از گسترش سلاح‌های هسته‌ای، مبارزه با تروریسم و حفظ هژمونی جهانی، از اهریمن‌سازی به عنوان ابزاری تبلیغاتی استفاده می‌کند. نویسندگان از روش تحقیق تبیینی و روش تحلیل گفتمان با استفاده از منابع کتابخانه‌ای برای حمایت از استدلال خود بهره می‌برند. برای تحلیل چرایی استفاده رسانه‌های غربی از زبان و تصویر در ایجاد تصویری منفی و خصمانه از ایران و روسیه، دو چارچوب نظری مورد استفاده قرار می‌گیرد. «مدل تبلیغاتی و تحلیل گفتمان انتقادی».

مدل تبلیغاتی، نظریه‌ای است که توضیح می‌دهد چرا رسانه‌های جریان اصلی در دموکراسی‌های غربی، تحت تأثیر منافع اقتصادی و سیاسی نخبگان مسلط بوده و نهایتاً اخبار را فیلتر، تحریف و دستکاری کرده تا در خدمت برنامه‌های خود باشند. تحلیل گفتمان انتقادی نیز روشی است که به بررسی «چگونگی استفاده از زبان» برای ساختن و انتقال معانی، ارزش‌ها، باورها و ایدئولوژی‌ها در رابطه با بافت اجتماعی می‌پردازد. رسانه‌های جریان اصلی در دموکراسی‌های غربی در این مقاله شامل شبکه‌های تلویزیونی مانند NBC، CBS، ABC، CBC، Fox News، CNN، BBC و روزنامه‌هایی مانند The Wall Street Journal، The Washington Post، The New York Times، The Guardian، The Times، Le Monde و Der Spiegel و رسانه‌های مشابه می‌باشند.

نویسندگان نمونه‌هایی را از نحوه استفاده رسانه‌های غربی از راهبردهای زبانی مختلف برای اهریمنی جلوه دادن ایران و روسیه و توجیه مداخله و تجاوز دولت‌های غربی علیه آنها ارائه می‌دهند. به عنوان مثال، آنها نشان می‌دهند که چگونه رسانه‌های غربی از اصطلاحات منفی مانند «رژیم»، «دیکتاتوری»، «شبه نظامی» یا «نیابتی» برای توصیف ایران و روسیه استفاده می‌کنند، در حالی که از اصطلاحات مثبتی مانند «دولت»، «دموکراسی»، «ارتش» یا «شریک» برای توصیف غرب بهره می‌برند. آنها همچنین نشان می‌دهند که چگونه عباراتی مانند «تروریسم»، «دولت سرکش» یا «محور شرارت» برای برجسب زدن به ایران و روسیه به عنوان بازیگرانی خطرناک و اهریمنی که تهدیدی برای صلح و امنیت جهانی هستند استفاده می‌شود.

در این مقاله، متغیرهای مستقل «ایران و روسیه» هستند که به عنوان موضوع تحقیق در نظر گرفته شده‌اند. متغیرهای وابسته شامل دو بخش «رسانه‌های غربی» و «منافع غرب» هستند. به عبارت دیگر، در این تحقیق، بنا داریم تأثیر رسانه‌های غربی و منافع غرب را در قبال ایران و روسیه مورد

بررسی قرار دهیم. متغیرهای میانجی در این تحقیق شامل «راهبردهای زبانی برای ایجاد تصویری منفی و خصمانه از ایران و روسیه»، «اهریمن‌سازی به عنوان ابزار تبلیغاتی»، «افزایش قدرت، نفوذ اقتصادی و سیاسی غرب علیه ایران و روسیه با ایجاد تصویری منفی و خصمانه از عملکرد خود» و «مدل تبلیغاتی در رسانه‌های اصلی و در دموکراسی‌های غربی در جهت خدمت به منافع نخبگان اقتصادی و سیاسی حاکم» می‌باشند. در نهایت هدف اصلی مقاله این است که نشان دهد زبان مورد استفاده رسانه‌های غربی، منعکس کننده منافع و سوگیری‌های صاحبان رسانه‌های جریان اصلی و در دستور کار آنها است.

۱- پیشینه پژوهش

پابلو سباستین مورالس (۲۰۲۰) در مقاله‌ای با عنوان «روایات چالش برانگیز غربی: مقایسه استراتژی‌های رسانه‌های جهانی چین، ایران و روسیه» که در مجله چین در دیدگاه‌های جهانی و مقایسه‌ای^۲ منتشر گردید با در نظر گرفتن پنج بعد تحلیل (مالکیت و تامین مالی، پلتفرم‌ها، زبان‌ها، برندسازی و بومی‌سازی)، برخی از ویژگی‌های اصلی استراتژی‌های رسانه‌های جهانی چین، ایران و روسیه مورد بررسی قرار داده است. این مقاله پیامدهای تکثیر رسانه‌های خبری بین‌المللی از کشورهای غیرغربی را از دریچه نظریه امپریالیسم رسانه‌ای مورد بحث قرار می‌دهد. همچنین، استراتژی‌های رسانه‌ای جهانی چین، ایران و روسیه را مورد مقایسه قرار داده و تأثیر جنگ اوکراین بر روابط ایران و روسیه نیز مورد بررسی قرار گرفته است. این مقاله ادعا می‌کند که تهاجم روسیه به اوکراین، باعث طرد شدن شدید این کشور شده و فرصت‌های جدیدی برای ایران در ارتباط با قدرت بزرگ جهانی به وجود آورده است. همچنین، این مقاله به این نتیجه می‌رسد که ایران و روسیه دیدگاه‌های مشابهی در مورد جنگ در اوکراین دارند و با همکاری و تجارت متقابل، می‌توانند در مواجهه با تحریم‌های غرب سود ببرند. نوآوری و وجه تمایز پژوهش در این است که از دامنه خاص تر و محدودتری برخوردار است و صرفاً تمرکز خود را بر برساخت اهریمن‌انگاری رسانه‌های غربی از ایران و روسیه قرار داده است و این پرسش را مطرح می‌کند چرا و چگونه رسانه‌های غربی ایران و روسیه را اهریمنی جلوه می‌دهند.

الینا تریگر و همکاران^۳ (۲۰۱۹) در گزارشی با عنوان «تلاش‌های نادرست اطلاعاتی روسیه در رسانه‌های اجتماعی» که توسط شرکت رند منتشر شد. در این گزارش نویسندگان به بررسی نحوه استفاده روسیه از رسانه‌های اجتماعی برای انجام جنگ اطلاعاتی علیه سایر کشورها و نهادهای غربی پرداخته‌اند. در این گزارش، برخی از اهداف، تاکتیک‌ها و مضامین کمپین‌های نادرست

¹ Pablo Sebastian Morales, a PhD candidate at the London School of Economics and Political Science.

² China in Global and Comparative Perspectives

³ Elina Treyger, a senior political scientist at RAND Corporation, Joe Cheravitch, a defense analyst at RAND Corporation, and Raphael S. Cohen, a senior political scientist at RAND Corporation.

⁴ https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR4373z2.html

اطلاعاتی روسیه شناسایی شده و اثربخشی اقدامات متقابل غرب نیز ارزیابی شده است. نوآوری و وجه تمایز پژوهش در آن است که از تحلیل گفتمان انتقادی به عنوان چارچوب نظری برای بررسی روایات مورد استفاده رسانه‌های غربی در برساخت اهریمن‌انگاری از ایران و روسیه استفاده شده است.

ریس ارلیش (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «چگونه رسانه‌های آمریکا ایران را اهریمنی می‌کنند» در نشریه «ملت» منتشر شد، استدلال می‌کند که رسانه‌های آمریکایی، ایران را به عنوان یک کشور سرکش و تهدیدی برای امنیت منطقه و جهان معرفی می‌کنند، در حالی که نقش خود آمریکا در بی‌ثبات کردن خاورمیانه و نقض قوانین بین‌المللی را نادیده گرفته یا کم‌اهمیت می‌شمارند. نوآوری و وجه تمایز پژوهش در این است که بیشتر بر محتوا و معنای پیام‌های رسانه‌های غربی متمرکز است، در حالی که مقاله مذکور، جنبه‌های دیگری مانند مالکیت، بودجه، پلتفرم‌ها، زبان‌ها، برندسازی و بومی‌سازی رسانه‌های غربی را در نظر می‌گیرد.

۲- چارچوب نظری و مفهومی

در این پژوهش می‌توان از «مدل تبلیغاتی» و «تحلیل گفتمان انتقادی» استفاده نمود. «مدل تبلیغاتی» نظریه‌ای است درباره رفتار و عملکرد رسانه‌ها که توسط ادوارد هرمان^۱ و نوام چامسکی (۱۹۸۸) در کتاب «رضایت تولید» ارائه شد. این مدل ادعا می‌کند که رسانه‌های جریان اصلی در دموکراسی‌های غربی در خدمت منافع نخبگان اقتصادی و سیاسی مسلط بوده و به طور سیستماتیک اخبار را فیلتر، تحریف و دستکاری می‌کنند تا رضایتمندی از سیاستها و اقدامات خود را ایجاد نمایند. رسانه‌های جمعی در جوامع سرمایه‌داری، به شدت تحت تأثیر منافع شرکت‌ها و دولت‌های غربی هستند.

۲-۱- مدل تبلیغاتی

این مدل، پنج فیلتر را شناسایی کرده که این فیلترها تعیین می‌کنند چه اخباری گزارش شوند، یا به عبارتی «مدل تبلیغاتی» نظریه‌ای است که خروجی رسانه‌ها را بر اساس این پنج فیلتر شکل می‌دهد.

۲-۱-۱- فیلتر مالکیت

رسانه‌ها متعلق به شرکت‌های بزرگ و سودجویی هستند که منافع آنها گاهی در برابر منافع عمومی قرار می‌گیرد.

۲-۱-۲- فیلتر تبلیغات

رسانه‌ها به درآمد حاصل از تبلیغات وابسته هستند، لذا وابستگی رسانه‌ها به درآمد حاصل از تبلیغات، باعث محدود شدن گزارش‌دهی درباره مسائل نامطلوب می‌شود.

¹ Reese Erlich, a freelance foreign correspondent and author of several books on Iran and the Middle East.

² <https://www.thenation.com/article/archive/iran-media-war/>

³ Edward S. Herman

⁴ Noam Chomsky

۲-۱-۳- فیلتر منبع‌یابی

رسانه‌ها به منابع رسمی و قابل اعتمادی تکیه می‌کنند که معمولاً نماینده دولت یا سازمان‌های قدرتمند هستند.

۲-۱-۴- فیلتر انتقاد شدید

رسانه‌ها با فشار و تهدید از سوی «دولت‌ها» و «سازمانهای قدرتمند» روبرو هستند، که باعث شکل‌گیری یک حالت سانسور خودکار در آنها می‌شود.

۲-۱-۵- فیلتر ایدئولوژی

رسانه‌ها با استفاده از زبان و ساختارهایی که با «دیدگاه حاکم» سازگار هستند، دیدگاه خود را به عنوان «حقیقتی طبیعی و بدیهی» جلوه می‌دهند. این چارچوب را رسانه‌ها در مورد ایران و روسیه به کار می‌برند تا این کشورها را اهریمنی جلوه دهند. از این رو تأکید بر جنبه‌های منفی خصوصاً در حوزه فرهنگی از فیلترهای آنها می‌باشد.

این فیلترها هم می‌توانند به عنوان محدودیت و هم می‌توانند به عنوان مشوق‌هایی عمل کنند. از این رو بر انتخاباتها و شیوه‌های رسانه‌ای تأثیر می‌گذارند. مانند اینکه چه موضوعاتی، چه منابعی، چه زبانی، چه حقایقی در چارچوب‌های رسانه‌ای به کار برده می‌شوند. از «مدل تبلیغاتی» می‌توان برای توضیح اینکه چرا و چگونه رسانه‌های غربی ایران و روسیه را به عنوان دشمن نشان می‌دهند، استفاده کرد. همچنین این رسانه‌ها در نشان دادن تصویری مثبت از غرب از این مدل بهره می‌برند. «مدل تبلیغاتی»، به بررسی روش‌های استفاده شده در «تبلیغات» برای اثرگذاری بر مخاطب و انتقال پیام مورد نظر می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه رسانه‌های غربی با استفاده از عناصر مختلفی مانند زبان، تصویر، صدا، سعی در اعمال نفوذ و تغییر نگرش و باور مخاطبان دارند. «مدل تبلیغاتی» بر «تبلیغات» تمرکز دارد. مدل تبلیغاتی به بررسی ارتباطات میان تبلیغات و «مصرف‌کنندگان آن تبلیغات» یعنی عموم مردم می‌پردازد و تلاشی در راستای بهینه‌سازی این ارتباطات دارد.

۲-۲- تحلیل گفتمان انتقادی

از سوی دیگر، چارچوب «تحلیل گفتمان انتقادی» یک روش در تحلیل متن و گفتار است که به بررسی روابط میان زبان، قدرت و ایدئولوژی می‌پردازد. این روش از منظر اینکه زبان، یک عامل اجتماعی و سیاسی است و در تولید، بازنمایی و تغییر واقعیت نقش آفرین است حائز اهمیت می‌باشد. تحلیل گفتمان انتقادی بر «روابط قدرت» تأکید دارد. «تحلیل گفتمان انتقادی» به دنبال شناسایی و افشای راه‌هایی است که زبان در تثبیت یا مقابله با نابرابری‌ها، سوء استفاده‌ها و سرکوب‌های اجتماعی و فرهنگی، مشارکت می‌کند. این روش به دنبال بررسی نقش رسانه‌ها در شکل دادن به گفتمان‌های عمومی و تأثیر آنها بر هویت‌سازی و عمل‌گرایی در اجتماع‌های هدف است.

تحلیل گفتمان انتقادی، معمولاً سطوح مختلفی را در نظر می‌گیرد: سطح متن، سطح کاربرد، سطح اجتماع-فرهنگ (Fairclough, 2001). از تحلیل گفتمان انتقادی می‌توان برای کشف و تحلیل راه‌هایی که رسانه‌های غربی با استفاده از عناصر زبانی مختلف (لغات، عبارات، استعارات و غیره) به بازسازی یک گفتمان خصمانه درباره ایران و روسیه پرداخته‌اند، استفاده کرد. همچنین، از

این روش می‌توان برای بررسی چگونگی بازسازی یک گفتمان دوستانه درباره غرب و نیز برای نشان دادن تصویری مثبت از متحدین، توسط رسانه‌های غربی استفاده کرد. همچنین، تحلیل گفتمان انتقادی می‌تواند پیامدهای تبلیغات رسانه‌ای را بر افکار عمومی و در نهایت سیاست خارجی و روابط بین‌الملل را تحت تأثیر منافع قدرتمندان قرار دهد، اما خاطر نشان می‌شود که «تحلیل گفتمان انتقادی»، ممکن است به طور کامل، نتواند اهریمن‌سازی از ایران و روسیه را در رسانه‌های غربی توضیح دهد، زیرا بیشتر متمرکز بر چگونگی شکل‌گیری و جهت‌گیری رسانه‌ها تحت تأثیر منافع اقتصادی و سیاسی غرب است.

هدف تحلیل گفتمان انتقادی درک چگونگی استفاده از زبان، برای ساختن و انتقال معانی، ارزش‌ها، باورها، و ایدئولوژی‌ها و تأثیر آن بر روابط قدرت در جامعه است (Van Dyck, 2013). «تحلیل گفتمان انتقادی» بر ویژگی‌های زبانی متون مانند واژگان، دستور زبان، ساختار، ژانر، چارچوب، منابع و حقایق و نحوه ارتباط آنها با موضوعات اجتماعی و سیاسی گسترده‌تر و علائق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان متمرکز است (Wodak & Meyer, 2016).

از «تحلیل گفتمان انتقادی» می‌توان برای بررسی چگونگی استفاده از زبان برای ایجاد تصاویر منفی و خصمانه از برخی کشورها و اقدامات آنها استفاده کرد.

هم چارچوب «مدل تبلیغاتی» و هم «تحلیل گفتمان انتقادی» در درک جهت‌گیری‌ها و تبلیغات رسانه‌ای مفید هستند، اما از زوایای مختلف به موضوع می‌پردازند. چارچوب «مدل تبلیغاتی» چگونگی شکل‌گیری، سوگیری‌های رسانه‌ای را تحت تأثیر منافع اقتصادی و سیاسی بررسی می‌کند. چارچوب «تحلیل گفتمان انتقادی» به بررسی چگونگی استفاده از زبان برای شکل دادن و بازتولید روابط قدرت، ایدئولوژی‌ها و رویه‌های اجتماعی می‌پردازد. «تحلیل گفتمان انتقادی» این امکان را می‌دهد که ببینیم چگونه از استراتژی‌های زبانی برای اهریمنی جلوه دادن برخی کشورها و اقدامات آنها در حین ترویج منافع غربی استفاده می‌شود (Khosravi Nik, 2010).

باید در نظر داشت که «تحلیل گفتمان انتقادی»، ممکن است نسبت به مدل تبلیغاتی از نظر انعطاف‌پذیری و عمق، مزیت‌هایی داشته باشد. «تحلیل گفتمان انتقادی» بررسی می‌کند که چگونه استراتژی‌ها و روش‌های گفتمانی مختلف، در «موقعیت‌های مختلف» استفاده می‌شوند. «تحلیل گفتمان انتقادی»، این امکان را فراهم می‌کند که تحلیل دقیق‌تری از ساختار گفتمانی، تصاویر و هویت بازیگران مختلف مانند ایران، روسیه، غرب و متحدان آنها را داشته باشیم. تحلیل گفتمان انتقادی می‌تواند تضادها، ابهامات و مقاومت‌هایی را که ممکن است در درون گفتمان‌های مسلط وجود داشته باشد را به چالش بکشد (Fairclough, 2015).

تحلیل گفتمان انتقادی یک رویکرد میان‌رشته‌ای است که از جامعه‌شناسی، مردم‌شناسی، زبان‌شناسی و سایر زمینه‌ها برای تحلیل کردن چگونگی استفاده از زبان، در زمینه‌های اجتماعی مختلف استفاده می‌کند (Fairclough, 2015). این تحلیل فرض می‌کند که زبان بی‌طرف نیست،

¹. Context

بلکه روابط قدرت را در جامعه منعکس و تقویت می‌کند (Van Dyck, 2013).

برای «تحلیل گفتمان انتقادی»، چندین عامل کلیدی وجود دارد:

۲-۲-۱- قدرت

تحلیل گفتمان انتقادی به دنبال کشف راه‌های استفاده از زبان، برای حفظ روابط قدرت در جامعه و نیز به چالش کشیدن گفتمان‌های مسلط است که نابرابری‌ها را تداوم بخشیده است (Gee, 2014). این تحلیل به بررسی رابطه‌های قدرت و اعتبار آن در جامعه می‌پردازد و تلاش می‌کند تا نقش رسانه‌ها را در شکل‌گیری این رابطه‌ها کشف نماید.

۲-۲-۲- چند وجهی بودن

تحلیل گفتمان انتقادی تشخیص می‌دهد که زبان به «کلمات نوشتاری» یا «گفتاری» محدود نمی‌شود، بلکه شامل عناصر بصری و غیرکلامی نیز می‌شود.

۲-۲-۳- میان رشته‌ای بودن

تحلیل گفتمان انتقادی از بینش‌های بسیاری از زمینه‌های مختلف، از جمله جامعه‌شناسی، انسان‌شناسی، زبان‌شناسی و روان‌شناسی بهره می‌برد (Wodak & Meyer, 2016).

«تحلیل گفتمان انتقادی»، به بررسی رابطه بین زبان، قدرت و ایدئولوژی پرداخته و نشان می‌دهد که چگونه رسانه‌های غربی با انتخاب و حذف اطلاعات، قاب بندی منفی، استفاده از منابع رسمی و جهت‌گیری ایدئولوژیک، سعی در تحریف واقعیت و اهریمن‌سازی از ایران و روسیه دارند.

۳- تاریخچه

اهریمن‌سازی، یکی از راهبردهای قدیمی و موثر در تبلیغات است که در طول تاریخ برای ایجاد تصویر منفی و خصمانه از دشمنان و رقبا به کار گرفته شده است. «اهریمن‌سازی» به معنای «شروارانه، ظالمانه و خطرناک» نشان دادن برخی از کشورها، گروه‌ها و افراد است. این کار معمولاً با استفاده از رسانه‌ها و ابزارهای ارتباط جمعی انجام می‌شود تا بتواند بر عقاید، باورها، احساسات و رفتارهای جمعیت هدف تاثیر گذار باشد. «اهریمن‌سازی» می‌تواند در سطوح مختلف از جمله فردی، گروهی، ملی و بین‌المللی صورت گیرد. این‌روش در رسانه‌ها در دهه ۱۹۸۰ مورد توجه قرار گرفت و به عنوان چالشی بین‌الملل در دوره پس از جنگ سرد پدیدار شد. پس از فروپاشی شوروی در سال ۱۹۹۱، ایالات متحده به دنبال حفظ هژمونی خود در جهان بود. لذا نسبت به هر کشوری که منافعش را تحت تأثیر قرار می‌داد، حساس می‌گردید و آن را به عنوان دشمن و تهدیدی برای جامعه بین‌الملل جلوه می‌داد. از این‌رو، ایران و روسیه دو کشوری بودند که به دلایل مختلف، نظیر حمایت از حقوق فلسطین، دانش هسته‌ای، حضور فعال در منطقه خاورمیانه، با غرب در تضاد قرار گرفتند. غرب برای نشان دادن تصویر منفی و خصمانه از این دو کشور به عنوان بازیگران خطرناک که تهدیدی برای صلح و امنیت جامعه بین‌الملل هستند، از «اهریمن‌سازی» به عنوان یک راهبرد تبلیغاتی استفاده کرده است.

می‌توان گفت که اهریمن‌سازی در رسانه‌ها در دهه ۱۹۸۰ با تغییرات سیاسی و اقتصادی در جهان مرتبط بود. برخی از اتفاقات مهم در این دوره عبارت بودند از:

۳-۱- رواج نئولیبرالیسم و سرمایه‌داری آزاد

رواجی که باعث شد رسانه‌های جریان اصلی تحت تأثیر منافع اقتصادی و سیاسی نخبگان مسلط قرار گیرند و نهایتاً اخبار را فیلتر، تحریف و دستکاری کنند تا در خدمت برنامه‌های آنها باشند.

۳-۲- بروز جنبش‌های مخالف

این جنبش‌ها مانند جنبش‌های زنان، حقوق مدنی، صلح و جنبش محیط زیست. این جنبش‌ها با استفاده از رسانه‌های مستقل به انتقاد از ساختارهای قدرت پرداختند. این اتفاقات باعث شد رسانه‌های غربی از این روش به عنوان ابزاری قدرتمند برای تأثیرگذاری بر عقاید، باورها، احساسات و رفتارهای جمعیت هدف استفاده کنند.

۳-۳- پیدایش فضای مجازی و رسانه‌های جدید

این فضا باعث شد رسالت و نقش رسانه‌های جریان اصلی در جامعه بین‌المللی تغییر کند. از این رو رسانه‌های غربی از پیدایش چنین فضایی به عنوان ابزاری برای تأثیرگذاری بر جمعیت هدف استفاده کردند.

۳-۴- حملات ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱

این حملات که باعث شروع جنگ در خاورمیانه و منجر به حضور نظامی غرب در منطقه گردید، از این رو ضرورت اهریمن‌سازی از ایران و روسیه توسط رسانه‌های غربی بیش از پیش احساس گردید.

۳-۵- پیدایش قدرت‌های نوظهور

این قدرت‌ها مثل چین، هند، برزیل، روسیه، ایران، به عنوان عواملی در تسریع این برساخت در تاریخ شناخته می‌شوند.

۴- اهریمنی جلوه دادن ایران و روسیه در رسانه‌های غربی

در این بخش قصد داریم از دو مدل تبلیغاتی و تحلیل گفتمان انتقادی برای بررسی نقش رسانه‌های غربی در اهریمن‌سازی ایران و روسیه استفاده کنیم.

۴-۱- اهریمنی جلوه دادن در «مدل تبلیغاتی»

بر اساس این مدل، رسانه‌ها، منبع اطلاعاتی بی‌طرفی نیستند، بلکه ابزار تبلیغاتی بوده و در خدمت منافع نخبگان حاکم هستند. رسانه‌های جریان اصلی در کشورهای غربی، مانند ایالات متحده، تحت تأثیر منافع قدرتمندان، شرکت‌ها و دولت‌ها بوده و تصویری مغرضانه و تحریف شده از واقعیت را در خصوص دو کشور ایران و روسیه ایجاد می‌کنند. «مدل تبلیغاتی» پنج فیلتر را شناسایی کرده و مشخص می‌کند چه خبری، چگونه در رسانه‌ها باید ارائه شود. این فیلترها عبارتند از: فیلتر مالکیت، فیلتر تبلیغات، فیلتر منبع یابی، فیلتر انتقاد شدید و فیلتر ایدئولوژی. با آگاهی از این فیلترها، می‌توان رسانه‌ها را تحلیل کرد و درک ظریف‌تری به دست آورد. نمونه‌هایی از این فیلترهای پنج‌گانه عبارتند از:

۴-۱-۱- تمرکز بر اقدامات تهدیدآمیز

رسانه‌ها بر اقدامات ایران و روسیه که تهدیدی برای منافع غرب تلقی می‌شوند، تمرکز می‌کنند، در

حالی که اقدامات مثبت و مفید آنها را نادیده گرفته یا کم اهمیت جلوه می‌دهند. به عنوان مثال، در سال ۲۰۱۵، زمانی که ایران توافق هسته‌ای را با شش قدرت جهانی امضا کرد تا برنامه هسته‌ای خود را در عوض لغو تحریم‌ها محدود کند، رسانه‌های غربی به جای آنکه توافق هسته‌ای را دستاوردی دیپلماتیک برای هر دو طرف قلمداد کنند، برنامه هسته‌ای ایران را به عنوان تهدید معرفی کردند.

۴-۱-۲- تصویرسازی منفی

رسانه‌ها با استفاده از زبان و تصاویر منفی در توصیف ایران و روسیه، تعصبات منفی را تقویت می‌کنند. به عنوان مثال، در سال ۲۰۱۴، زمانی که روسیه در پی رفراندومی، کریمه را به ضمیمه خود کرد، رسانه‌ها این اقدام روسیه را عملی تجاوزکارانه و ناقض قوانین بین‌المللی به تصویر کشیدند و هیچ بازتابی را از روابط فرهنگی و تاریخی بین روسیه و کریمه را اشاره‌ای نکردند.

۴-۱-۳- تکیه بر منابع مغرضانه

رسانه‌ها به منابع رسمی‌ای که منافع خاصی در نمایش منفی از این کشورها دارند، تکیه می‌کنند، در حالی که منابع جایگزین را که دیدگاه متفاوتی ارائه می‌دهند نادیده گرفته یا به حاشیه می‌برند. به عنوان مثال، در سال ۲۰۱۹، زمانی که ایران مدعی بود یک پهپاد آمریکایی که حریم هوایی این کشور را نقض کرده بود را سرنگون کرد، رسانه‌های غربی، ادعای ایالات متحده را مبنی بر اینکه این پهپاد در حریم هوایی بین‌المللی بوده و ایران مرتکب یک حمله غیرقانونی شده است را پذیرفتند، در حالی که در مورد ادعای ایران مبنی بر ورود پهپاد به قلمرو و حریم آن کشور و اینکه در دفاع از خود عمل کرده است، گزارشی ندادند. یا در مثالی دیگر در سال ۲۰۱۸، زمانی که روسیه متهم به مسموم کردن یک جاسوس^۱ و دخترش در بریتانیا با عامل اعصاب شد، رسانه‌ها بدون چون و چرا ادعای بریتانیا مبنی بر مسئول بودن روسیه و نقض هنجارهای بین‌المللی را پذیرفتند. با این حال، آنها در مورد ادعای روسیه مبنی بر اینکه در این حادثه دخیل نبوده، گزارشی ندادند.

۴-۱-۴- استفاده از چارچوب منفی زبانی

مانند برچسب زدن به ایران و روسیه تحت عنوان «دولت‌های سرکش» یا «محور شرارت» که سوگیری‌های منفی را تقویت می‌کند. به عنوان مثال، در سال ۲۰۰۲، جورج دبلیو بوش، در سخنرانی خود از ایران، عراق و کره شمالی به عنوان «محور شرارت» یاد کرد. مدل تبلیغاتی چارچوبی برای درک این موضوع است که چگونه رسانه‌های غربی ایران و روسیه را با ترویج «دیدگاهی تحریف‌شده» و «مغرضانه از واقعیت» که در خدمت منافع نخبگان است، اهریمن‌سازی می‌کنند.

۴-۲- اهریمنی جلوه دادن در «تحلیل گفتمان انتقادی»

رسانه‌های غربی اغلب ایران و روسیه را با استفاده از راهبردهای مختلف از جمله زبان، قاب‌بندی، منابع، حقایق، اهریمن‌سازی می‌کنند.

۴-۲-۱- راهبرد زبانی

رسانه‌های غربی عباراتی را انتخاب می‌کنند که برداشت‌های منفی از ایران و روسیه و اقدامات آنها ایجاد می‌کند. برای مثال، اغلب از عباراتی مانند «رژیم»، «دیکتاتوری»، «شبه نظامی» یا «نیابتی» برای

^۱. Sergei Skripal

توصیف ایران و روسیه استفاده می‌کنند و از اصطلاحات مثبت‌تری مانند «دولت»، «دموکراسی»، «ارتش» یا «شریک» برای توصیف غرب بهره می‌برند (Khosravi Nik, 2010). این موضوع می‌تواند به مخاطب این احساس را بدهد که ایران و روسیه نامشروع و متخاصم هستند و غرب مشروع است.

۴-۲-۲- راهبرد قاب‌بندی

رسانه‌های غربی رویدادها و مسائل مربوط به ایران و روسیه را به گونه‌ای ارائه و تفسیر می‌کنند که بر تهدیدات و چالش آنها برای منافع غرب تأکید دارند. به عنوان مثال، این رسانه‌ها بر دخالت روسیه و ایران در سوریه، عراق، یمن، لبنان، افغانستان، اوکراین، گرجستان و غیره تمرکز می‌کنند، در حالی که نگرانی‌ها یا نارضایتی‌های مشروع آنها مانند تحریم‌ها، مداخلات، کودتا، یا محاصره ناتو را کم‌اهمیت دانسته یا نادیده می‌گیرند. این موضوع باعث می‌شود مخاطب نسبت به ایران و روسیه احساس ترس و بی‌اعتمادی داشته باشد و نسبت به غرب احساس امنیت نماید.

۴-۲-۳- راهبرد منابع

رسانه‌های غربی برای ارائه و تحلیل اطلاعات، به منابع و کارشناسان مغرض علیه ایران و روسیه متکی هستند. این رسانه‌ها اغلب به مخالفان تبعیدی، گروه‌های مخالف، اتاق‌های فکر یا سازمان‌های غیردولتی اشاره می‌کنند که توسط دولت‌های غربی تأمین مالی می‌شوند، در حالی که کارشناسان دیگر را رد کرده یا به حاشیه می‌برند. این مساله به مخاطب این احساس را می‌دهد که ایران و روسیه در حال تحریف، فریب یا دستکاری واقعیت‌ها هستند و غرب صداقت عینی دارد.

۴-۲-۴- راهبرد حقایق

رسانه‌های غربی، حقایق و شواهدی را درباره ایران و روسیه ارائه می‌دهند که نادرست یا ناقص هستند. این رسانه‌ها، پابندی آنها به توافقات بین‌المللی، دستاوردهای آنها در علم، فرهنگ یا ورزش را تحریف یا حذف می‌کنند. همچنین، از حمایت مردمی آنها در میان مردم خودشان نیز صرف نظر می‌کنند. این موضوع ممکن است باعث شود تا مخاطب احساس کند که ایران و روسیه کشورهایی نادرست و ناسازگاری هستند و در عین حال، غرب راستگو و سازگار است.

۴-۳- تکنیک‌های رسانه‌ای غرب در اهریمنی جلوه دادن

رسانه‌های غربی برای اهریمنی جلوه دادن ایران و روسیه و ایجاد تصویری منفی و مخدوش از این کشورها و اقدامات آنها، از چهار تکنیک استفاده می‌کنند: گزارش‌گزینی، قاب‌بندی منفی، منابع رسمی و سوگیری ایدئولوژیک.

۴-۳-۱- گزارش‌گزینی

تمرکز رسانه‌های غربی بر اقداماتی است که به عنوان تهدید با منافع غرب تلقی می‌شوند، در حالی که اقدامات مثبت یا همکاری‌های این کشورها را نادیده می‌گیرند یا کم‌اهمیت جلوه می‌دهند. به عنوان مثال، این رسانه‌ها بر برنامه هسته‌ای ایران یا الحاق کریمه به روسیه تأکید دارند، در حالی که کمک‌های این دو کشور به ثبات منطقه‌ای یا همکاری بین‌المللی را نادیده می‌گیرند (Ebrahim, (Milne, 2015); (2022). این رسانه‌ها به منظور ایجاد تصویر منفی از ایران و روسیه و اهریمنی جلوه دادن آنها، از گزارش‌های گزینشی استفاده می‌کنند. در این راستا، سه نمونه استفاده از این

استانداردهای دوگانه آورده شده است.

۳-۱-۱- در نمونه اول، رسانه‌های غربی در ناآرامی‌های سال ۱۳۹۶ در ایران، بر شعارهای ضد دولتی و خشونت محور برخی از معترضان تمرکز کردند و تجمعات حامی دولت و نارضایتی‌های اقتصادی و اجتماعی اکثریت مردم را نادیده گرفتند (Zarif, 2018).

۳-۱-۲- در نمونه دوم، در جنگ قره باغ ۲۰۲۰ بین ارمنستان و آذربایجان، رسانه‌های غربی به خاطر دامن زدن به مناقشه و حمایت از ارمنستان، روسیه را سرزنش کردند، در حالی که نقش ترکیه و اسرائیل در تسلیح و کمک به آذربایجان را نادیده گرفتند یا کم اهمیت جلوه دادند (Mamedov, 2020).

۳-۱-۳- در نمونه سوم، در انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۰ در ایران، رسانه‌های غربی، ابراهیم رئیسی «رئیس جمهور منتخب ایران» را به عنوان فردی تندرو و ناقص حقوق بشر معرفی کردند. در حالی که وعده‌های او- فارغ از تحقق یا عدم تحقق آن- برای بهبود اقتصادی و گشایش دیپلماسی عزتمند را نادیده گرفته یا به حاشیه راندند (Marandi, 2021).

۴-۳-۲- قاب‌بندی منفی

رسانه‌های غربی از زبان و تصاویری استفاده می‌کنند که ایران و روسیه را متجاوز، مستبد، فاسد یا حتی عقب‌مانده به تصویر می‌کشند، در حالی که غرب را دموکراتیک، متمدن یا مرفقی نشان می‌دهند. به عنوان مثال، رسانه‌های غربی ایران و روسیه را «دولت‌های سرکش» یا «محور شرارت» خطاب می‌کنند، در حالی که غرب را «جامعه بین‌الملل» یا «جهان آزاد» می‌خوانند (Petras, 2015). یکی از نمونه‌های قاب‌بندی منفی رسانه‌های غربی، استفاده از زبان و تصاویر منفی برای توصیف کشور ایران است. این رسانه‌ها، ایران را حامی تروریسم معرفی می‌کنند که به دنبال سلاح هسته‌ای نیز هست. در عین حال، ایالات متحده را به عنوان مدافع صلح و دموکراسی نشان می‌دهند. به عنوان مثال، در مقاله‌ای که در واشنگتن پست با عنوان «کمک ایران به روسیه با پهپاد و فرار از تحریم‌ها، خبر بدی است» (Ignatius, 2015) به چاپ رسید، از کلماتی مانند «تهدید» و «خطر» برای توصیف نقش ایران استفاده شد. در مقابل، در جنگ اوکراین، رسانه‌های غربی، از کلماتی مانند «متحدان»، «شریک» و «دوستان» برای توصیف ایالات متحده و حامیان آنها استفاده می‌کنند.

یکی از نمونه‌های قاب‌بندی منفی در رسانه‌های غربی، نشان دادن روسیه به عنوان یک قدرت متجاوز و مستبد است که به همسایگان خود حمله می‌کند و در انتخابات کشورهای دیگر مداخله می‌کند. این قاب بندی در زبان و تصاویر استفاده شده توسط رسانه‌های غربی مشهود است که اغلب روسیه را تهدیدی برای ثبات و دموکراسی جهانی نشان می‌دهند. به عنوان مثال، رسانه‌های غربی اغلب از اصطلاح «تجاوز روسیه» برای توصیف اقدامات روسیه در اوکراین استفاده می‌کنند، بدون اینکه به بافت تاریخی و ژئوپلیتیکی درگیری اذعان کنند. به طور مشابه، رسانه‌های غربی اغلب از تصاویر رژه نظامی روسیه یا حالات چهره خشن پوتین رئیس جمهور روسیه، برای تقویت روایت تجاوزگری و اقتدارگرایی روسیه استفاده می‌کنند.

علاوه بر این، رسانه‌های غربی اغلب دخالت ادعایی روسیه در انتخابات کشورهای دیگر، مانند

انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا در سال ۲۰۱۶ را بدون ارائه شواهد ملموس یا اذعان به نقش عوامل دیگر، مانند دوقطبی‌سازی سیاسی داخلی یا دست‌کاری رسانه‌های اجتماعی، برجسته می‌کنند. در مقابل، رسانه‌های غربی تمایل دارند غرب را جامعه‌ای متمدن و مترقی نشان دهند که به حقوق بشر و قوانین بین‌المللی احترام می‌گذارد. این قاب‌بندی در زبان و تصاویر استفاده شده توسط رسانه‌های غربی که اغلب رهبران غربی را به عنوان قهرمانان دموکراسی و حقوق بشر به تصویر می‌کشند، مشهود است. برای مثال، رسانه‌های غربی اغلب از اصطلاح «ارزش‌های غربی» برای توصیف اصول دموکراسی، آزادی و حقوق بشر استفاده می‌کنند که ظاهراً در جوامع غربی مشترک است. به همین ترتیب، رسانه‌های غربی اغلب از تصاویر دست دادن یا لبخند زدن رهبران غربی برای تقویت روایت همکاری و اتحاد غرب استفاده می‌کنند. در نتیجه، قاب‌بندی منفی شکل رایج سوگیری رسانه‌ای است که می‌تواند ادراک عمومی را مخدوش کرده و گفتمان سیاسی را تحت تاثیر قرار دهد.

۴-۳-۳- منابع رسمی

رسانه‌های غربی مدت‌هاست که متهم به تکیه بر منابع مغرضانه برای نمایش منفی ایران و روسیه هستند و در عین حال دیدگاه‌های جایگزین را نادیده می‌گیرند. این رویکرد به دلیل یک جانبه بودن و ناتوانی در ارائه درک جامع از مسائل پیچیده مورد انتقاد قرار می‌گیرد. یکی از منابع اولیه این سوگیری، اتکا به اتاق‌های فکری است که منافع در نمایش منفی ایران و روسیه دارند. این اتاق‌های فکر اغلب روابط نزدیکی با سازمان‌های دولتی و سازمان‌های نظامی دارند و تحقیقات آنها اغلب برای حمایت از منافع این گروه‌ها طراحی شده است. در نتیجه، تحلیل آنها اغلب یک طرفه است و نمی‌تواند دید متعادلی از وضعیت ارائه دهد.

به عنوان مثال، رسانه‌های غربی اغلب به نقل از مقامات آمریکایی، ایران و روسیه را به نقض قوانین بین‌المللی و حقوق بشر متهم می‌کنند. این در حالی است که اگر فردی اقدامات آنها را انکار کند را برکنار می‌کنند (Ebrahim, 2022); (Petras, 2015). این رویکرد، این واقعیت را در نظر نمی‌گیرد که دیدگاه‌های جایگزینی در مورد این موضوعات وجود دارد و ممکن است دلایل موجهی برای اقدامات ایران و روسیه وجود داشته باشد که مورد توجه قرار نگرفته است.

یکی از موضوعاتی که رسانه‌های غربی از ایران و روسیه به تصویر می‌کشند، تکیه بر ناتو و متحدان اروپایی آن در محکوم کردن اقدامات ایران و روسیه است. در حالی که این متحدان، ممکن است نگرانی‌هایی را در مورد اقدامات و فعالیت‌های ایران و روسیه داشته باشند، لذا ممکن است تصویر کاملی از وضعیت ارائه نکنند. متحدان غیر غربی که با ایران و روسیه همکاری می‌کنند ممکن است دیدگاه متفاوتی در مورد این وضعیت داشته باشند، اما دیدگاه‌های آنها اغلب نادیده گرفته می‌شود.

از نمونه‌های این سوگیری را می‌توان در پوشش خبری درگیری در اوکراین مشاهده کرد. رسانه‌های غربی اغلب به مقامات دولتی و نظامی آمریکا تکیه می‌کنند و ایران و روسیه را به حمایت از تروریسم و بی‌ثبات کردن منطقه متهم می‌کنند. برای مثال، مقاله خبری بی‌بی‌سی با عنوان «جنگ

اوکراین: زلنسکی ایران را به دروغ‌گویی بر سر حمایت روسیه متهم می‌کند» (BBC News, 2020) به نقل از زلنسکی رئیس‌جمهور اوکراین و ینس استولتنبرگ دبیرکل ناتو، ایران را به دروغ‌گویی درباره ارسال پهپاد به روسیه متهم کرده‌اند

این در حالی است که مقامات ایرانی و روسی، اقدامات آنها را تکذیب می‌کنند یا نادیده می‌گیرند. منابع رسمی و رسانه‌های غربی، این رویکرد و واقعیت را در نظر نمی‌گیرند که دلایل مشروعی برای دخالت روسیه و یا حتی ایران در اوکراین می‌تواند وجود داشته باشد و اقدامات آنها ممکن است با هدف حفظ منافع استراتژیک خود در منطقه باشد.

نمونه دیگر را می‌توان در پوشش خبری اتحاد نوظهور روسیه و ایران مشاهده کرد. رسانه‌های غربی اغلب به اندیشه‌هایی مانند بنیاد دفاع از دموکراسی‌ها متکی هستند که ایران و روسیه را کشورهای سرکشی معرفی می‌کنند که قوانین بین‌المللی و حقوق بشر را نقض می‌کنند. این رویکرد، این واقعیت را در نظر نمی‌گیرد که ممکن است دلایل موجهی برای تشکیل اتحاد این کشورها مانند «منافع مشترک در مقابله با نفوذ ایالات متحده در منطقه» وجود داشته باشد.

۴-۳-۴- جهت‌گیری ایدئولوژیک

سازمان‌های غربی، منعکس‌کننده ایدئولوژی غالب جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند، شناخته شده‌اند. این ایدئولوژی اغلب با منافع نخبگان همسو است و ممکن است شامل ارزش‌هایی مانند لیبرالیسم، سرمایه‌داری، دموکراسی، حقوق بشر، یا ملی‌گرایی باشد. رسانه‌های غربی با توسل به این ارزش‌ها، دشمنی خود را با برخی کشورها از جمله ایران و روسیه توجیه می‌کنند. یکی از راه‌هایی که رسانه‌های غربی سوگیری ایدئولوژیک را نشان می‌دهند، ارائه اطلاعات به گونه‌ای است که با آرمان‌ها و ارزش‌های جامعه غربی سازگار باشد. این امر می‌تواند بر مطالعات علمی، رسانه‌ها، متون، گفتمان یا رویه‌های اجتماعی تأثیر بگذارد. به عنوان مثال، سفر ابراهیم رئیسی رئیس‌جمهور ایران به مسکو، به‌رغم اختلاف‌ها و چالش‌های موجود در روابط دوجانبه، نمایش وحدت این دو کشور در برابر آمریکا نشان داده شد در این بر سازی، رسانه‌های غربی با نادیده گرفتن جزئیات مهم این سفر، روسیه و ایران را به عنوان دشمنان غرب، اهریمن‌سازی کردند (Kozhanov & Tabatabai, 2021).

اهریمن‌سازی ایران و روسیه توسط رسانه‌های غربی چیز جدیدی نیست. این موضوع به دوران جنگ سرد بر می‌گردد، زمانی که اتحاد جماهیر شوروی به عنوان تهدیدی برای دموکراسی غربی تلقی می‌شد. امروز ایران و روسیه به عنوان کشورهای سرکشی معرفی می‌شوند که تهدیدی برای صلح و امنیت جهانی هستند. این تصویر که اغلب مبتنی بر حقایق و اطلاعات نادرستی است برای ایجاد ترس و توجیه مداخله غرب در این کشورها مبتنی بر ایدئولوژی غالب جامعه غرب طراحی شده است.

۴-۴- شاخص‌های عمدی و غیرعمدی

در سال‌های اخیر، نگرانی فزاینده‌ای در مورد نحوه نمایش رسانه‌های غربی از ایران و روسیه وجود

¹. Volodymyr Zelenskyy

². Jens Stoltenberg

داشته است. در حالی که برخی استدلال می‌کنند که این تلاشی عمدی برای اهریمنی جلوه دادن این کشورها به دلایل سیاسی یا ایدئولوژیک است، برخی دیگر به عوامل شناختی یا فرهنگی اشاره می‌کنند که ممکن است به کلیشه‌ها و سوگیری‌های منفی کمک کند (Bekbulatova, 2023).

از نگرانی‌های اصلی منتقدان، تلاش عمدی برای نمایش منفی یا خصمانه از ایران و روسیه است. این امر را می‌توان در رسانه‌های غربی مشاهده کرد که غالباً بر موضوعاتی بحث برانگیز مانند نقض حقوق بشر، فساد سیاسی و تهاجم نظامی تمرکز می‌کنند. اگرچه این موضوعات، موارد مهمی هستند که باید توسط رسانه‌ها پوشش داده شوند، اما منتقدان چنین استدلال می‌کنند که نحوه ارائه این موارد قابلیت گمراه‌کنندگی دارد و ممکن است به تصویر منفی از این کشورها کمک کند.

با این حال، توجه به این نکته ضروری است که تمام پوشش‌های منفی ایران و روسیه عمدی نیست. سوگیری‌های غیرعمدی نیز می‌توانند در شکل دادن به پوشش رسانه‌ای نقش داشته باشند. این امر می‌تواند شامل فرضیات ناخودآگاه، تعصبات یا ناآگاهی در مورد این کشورها و فرهنگ آنها باشد. برای مثال، برخی از روزنامه‌نگاران ممکن است به کلیشه‌هایی مبنی بر اینکه روسیه مکانی سرد و غیردوستانه است یا ایران جامعه‌ای سرکوبگر و عقب‌مانده است تکیه کنند.

صرف نظر از اینکه پوشش منفی، عمدی یا غیرعمدی باشد، این موضوع می‌تواند اثرات نامطلوبی را بر روابط غرب با ایران و روسیه داشته باشد. با نمایش منفی از این کشورها، رسانه‌ها ممکن است به حس بی‌اعتمادی و خصومت بین ملت‌ها و فرهنگ‌های مختلف دامن بزنند. این امر می‌تواند یافتن زمینه‌های مشترک در مورد موضوعات مهمی مانند اشاعه هسته‌ای، تروریسم و حقوق بشر را با مشکل مواجه کند.

برخی از نمونه‌های شاخص‌های عمدی اهریمن‌سازی رسانه‌های غربی از ایران و روسیه عبارتند از:

۴-۱- استفاده از عناوین گزینشی یا گمراه‌کننده

حاکمی از نگرش منفی یا خصمانه ایران و روسیه نسبت به غرب است، مانند «ایران قول گرفتن انتقام از آمریکا پس از به شهادت رسیدن سردار قاسم سلیمانی را داده است» (BBC News, 2020) یا «روسیه درباره عواقب حملات هوایی آمریکا در سوریه هشدار می‌دهد» (Al Jazeera, 2021).

۴-۲- حذف یا تحریف حقایق و شواهد

می‌تواند تصویر منفی ایجاد شده از ایران و روسیه را به چالش بکشد یا در همان راستا باشد. مانند همکاری نکردن آنها با سازمان‌های بین‌المللی، پایبند نبودن به توافق‌ها و اقدامات بشردوستانه. برخی از نمونه‌های شاخص‌های غیرعمدی اهریمن‌سازی رسانه‌های غربی از ایران و روسیه عبارتند از:

۴-۳- فقدان اطلاعات زمینه‌ای

مانند نارضایتی‌های تاریخی، نگرانی‌های امنیتی، منافع منطقه‌ای که می‌تواند اقدامات یا انگیزه‌های ایران و روسیه را توضیح دهند یا توجیه کنند (Entman & Rojecki, 2001).

۴-۴-۴- اتکا به منابع رسمی جریان اصلی

این منابع رسمی، دیدگاه‌ها و دستور کارهای غربی را منعکس می‌کنند، در حالی که منابع جایگزین یا مستقل را که دیدگاه متفاوت یا متعادل تری از ایران و روسیه ارائه می‌دهند را نادیده می‌گیرند (Bennett & Iyengar, 2008).

۴-۵- مقابله با اهریمن‌سازی

در دنیای امروز، رسانه‌ها نقش بسزایی در شکل دادن به افکار عمومی و تأثیرگذاری بر فضای سیاسی دارند. با این حال، تأثیر رسانه‌ها در مورد گزارش کشورهایمانند ایران و روسیه می‌تواند منفی باشد. تمایل رسانه‌ها به اهریمن‌سازی و تحریف اخبار مربوط به این کشورها می‌تواند منجر به پیامدهای فاجعه آمیزی از جمله درگیری و تنش بین ملت‌ها شود. برای جلوگیری یا کاهش پیامدهای منفی چنین گزارش‌هایی، ترویج استانداردهای اخلاقی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در میان رسانه‌های غربی ضروری است (Bekbulatova, 2023). ترویج استانداردهای اخلاقی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در کاهش پیامدهای منفی مرتبط با اهریمن‌سازی و تحریف اخبار مربوط به کشورهایمانند ایران و روسیه بسیار مهم است. با اتخاذ رهنمودهای مناسب، می‌توان اطمینان حاصل کرد که رسانه‌ها نقش مثبتی در شکل دادن به افکار عمومی و تأثیرگذاری بر چشم‌انداز سیاسی دارند.

یکی از راه‌های ارتقای استانداردهای اخلاقی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، اتخاذ دستور-العمل‌های مناسب است. رسانه‌ها با تعریف و اجرای دستورالعمل‌ها می‌توانند به حفظ اصول اخلاقی و حرفه‌ای در روزنامه‌نگاری و کاهش پیامدهای منفی مرتبط با اهریمن‌سازی و تحریف اخبار کمک کنند (Guardian, 2023).

ارائه آموزش به روزنامه‌نگاران و سردبیران راه دیگری برای حفظ اصول اخلاقی و حرفه‌ای در روزنامه‌نگاری است. رسانه‌ها با ارائه آموزش‌های مناسب می‌توانند پیامدهای منفی مرتبط با تحریف و سوگیری از سوی ایران و روسیه در گزارش‌های رسانه‌ای خود را کاهش دهند. (The Intercept, 2023).

تشویق ارتباط با مخاطبان و درخواست بازخورد در تسهیل بهبود و اصلاح پوشش رسانه‌ای بسیار مهم است. رسانه‌ها با تشویق گفتگو با مخاطبان و ذینفعان می‌توانند پیامدهای منفی مربوط به گزارش‌های رسانه‌ای تحریف‌کننده و جانبدارانه را کاهش دهند. این رویکرد همچنین می‌تواند شفافیت و اعتماد عمومی را به رسانه‌ها افزایش دهد.

ایجاد مکانیسم‌ها و بسترهای پاسخگویی و شفافیت گام مهم دیگری در ارتقای استانداردهای اخلاقی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاری است. رسانه‌ها با ایجاد چارچوب‌های مناسب برای رفع ابهامات و پاسخ به سؤالات مخاطبان، می‌توانند به راحتی محتوای رسانه‌ای درباره ایران و روسیه را تصحیح و شفاف‌سازی کنند. این اقدامات می‌تواند به کاهش پیامدهای منفی مرتبط با تحریف و سوگیری در گزارش‌های رسانه‌ای کمک کند.

تقویت گفتگو و همکاری بیشتر بین غرب، ایران و روسیه ضروری است. همانطور که مرشایمر و والت در سال ۲۰۱۶ استدلال کرده‌اند، این تقویت گفتگو و همکاری می‌تواند شامل شرکت در مذاکرات دیپلماتیک یا سیاسی، حمایت از مبادلات یا برنامه‌های فرهنگی و آموزشی، شرکت در

انجمن‌ها یا ابتکارات چندجانبه منطقه‌ای، و احترام به قوانین و هنجارهای بین‌المللی باشد.

۶-۴- موانع رسانه‌ای غرب

روابط غرب، ایران و روسیه در سال‌های اخیر با تنش و درگیری همراه بوده است. نخبگان سیاسی این کشورها تمایلی به گفتگو و همکاری نداشته‌اند و موانع و چالش‌های متعددی وجود دارد که آنها را از انجام این کار باز می‌دارد. این موانع شامل اراده سیاسی، افکار عمومی، منافع شخصی و پویایی قدرت است. غلبه بر این موانع مستلزم تلاشی هماهنگ از سوی همه طرف‌های درگیر برای رسیدگی به علل اساسی آنهاست. این امر مستلزم تمایل به مشارکت در گفتگو و همکاری با وجود تفاوت در ایدئولوژی، ارزش‌ها و منافع است.

۶-۴-۱- اراده سیاسی

یکی از موانع اصلی گفتگو و همکاری غرب، ایران و روسیه نبود اراده سیاسی است. رهبران یا نخبگان سیاسی این کشورها ممکن است به دلیل علائق، برنامه‌ها یا ایدئولوژی‌هایشان مایل یا حاضر به گفتگو یا همکاری نباشند. آنها همچنین ممکن است با فشارها یا مخالفت‌های داخلی یا خارجی مواجه شوند که آنها را از پیگیری این راه‌ها دلسرد یا باز می‌دارد. در مورد غرب، عوامل متعددی وجود دارد که به فقدان اراده سیاسی کمک می‌کند. به عنوان مثال، آمریکا تحریم‌هایی را علیه ایران و روسیه اعمال کرده است که بر اقتصاد آنها تأثیر منفی گذاشته است. این تحریم‌ها راهی برای فشار بر این کشورها برای تغییر سیاست‌هایشان تلقی می‌شود، اما مانعی برای گفتگو و همکاری نیز ایجاد کرده است.

۶-۴-۲- افکار عمومی

یکی دیگر از موانع گفتگو و همکاری افکار عمومی است. افکار عمومی غرب، ایران و روسیه ممکن است نگرش‌ها یا برداشت‌های منفی یا مغرضانه‌ای نسبت به یکدیگر داشته باشند که متاثر از نارضایتی تاریخی، تفاوت‌های فرهنگی یا تبلیغات است. عموم مردم ممکن است سطح آگاهی پایینی داشته باشند که می‌تواند بی‌اعتمادی، خصومت یا بی‌تفاوتی ایجاد کند. مثلاً در آمریکا این تصور وجود دارد که ایران و روسیه با غرب دشمنی دارند و امنیت ملی را تهدید می‌کنند. این تصور با پوشش رسانه‌ای تقویت می‌شود که بر درگیری و تنش بین این کشورها تأکید دارد. به همین ترتیب در ایران و روسیه این تصور وجود دارد که غرب تلاش می‌کند ارزش‌ها و منافع خود را به کشورهایشان تحمیل کند که باعث ایجاد رنجش و سوء ظن می‌شود (Lee et al., 2019).

۶-۴-۳- منافع شخصی

منافع شخصی نیز در جلوگیری از گفتگو و همکاری غرب، ایران و روسیه نقش دارد. گروه‌ها یا بازیگران داخلی یا خارجی خاص از این کشورها ممکن است منافع داشته باشند که با تلاش‌ها برای ترویج گفتگو و همکاری در تضاد باشد. به عنوان مثال، برخی از مجتمع‌های نظامی-صنعتی، شرکت‌های انرژی، گروه‌های افراطی یا رقبای منطقه‌ای ممکن است از ادامه یا تشدید درگیری یا تنش بین غرب، ایران و روسیه سود ببرند. آنها ممکن است از منابع یا اهرم‌های خود برای خرابکاری یا جلوگیری از این تلاش‌ها استفاده کنند (Brown, 2018).

۴-۶-۴- پویایی قدرت

پویایی قدرت بین غرب، ایران و روسیه می‌تواند بر تمایل و توانایی این کشورها برای گفتگو و همکاری تأثیر بگذارد. برخی کشورها ممکن است خود را برتر یا پایین‌تر از دیگران بدانند و به دنبال تسلط یا مقاومت در برابر دیگران باشند. برخی ممکن است منافع یا اهداف متضادی داشته باشند که آنها را نسبت به همکاری با دیگران بی‌میل کند (Kozhanov & Tabatabai, 2018). به عنوان مثال، ایالات متحده خود را به عنوان یک ابرقدرت جهانی با مسئولیت ارتقای دموکراسی و حقوق بشر می‌بیند. ممکن است تمایلی به گفتگو و همکاری با کشورهایی مانند ایران و روسیه که دارای نظام‌ها و ارزش‌های سیاسی متفاوتی هستند، نباشد. به طور مشابه، ایران و روسیه ممکن است خود را قربانی امپریالیسم غربی بدانند و تمایلی به گفتگو یا همکاری که می‌تواند به عنوان کاپیتولاسیون تلقی شود، نداشته باشند.

۴-۷- راهبردهای کاهش موانع

در دنیای جهانی شده امروز، روابط بین‌الملل نقش مهمی در شکل‌دهی چشم‌انداز سیاسی، اقتصادی و اجتماعی دارد. با این حال، این روابط اغلب با موانع و چالش‌هایی مشخص می‌شوند که می‌توانند مانع همکاری و گفتگو بین کشورها گردند. بنابراین، یافتن راه‌حل‌های خلاقانه و مناسب برای کاهش این موانع و ارتقای روابط سازنده ضروری است. راهکارهایی مانند ایجاد اعتماد، یافتن زمینه‌های مشترک، ایجاد انگیزه و حل اختلافات می‌توانند در کاهش این موانع موثر باشند. با اجرای این راهبردها، کشورها می‌توانند به طور مشترک در جهت دستیابی به اهداف و منافع مشترک کار کنند.

۴-۷-۱- ایجاد اعتماد

اعتماد یک عنصر اساسی در هر رابطه، از جمله روابط بین‌الملل است. ایجاد و افزایش اعتماد بین کشورها با افزایش ارتباطات، شفافیت و مسئولیت‌پذیری امکان‌پذیر است. انجام تعهدات و وعده‌ها، اجتناب از تحریکات، نشان دادن حسن نیت و احترام متقابل نیز از عوامل بسیار مهم در ایجاد اعتماد هستند (Harris and Cook, 2020).

۴-۷-۲- یافتن زمینه‌های مشترک

شناسایی یا ایجاد زمینه‌ها یا موضوعات مورد علاقه یا نگرانی دوجانبه برای هر یک از طرفین، یکی دیگر از راهبردهای موثر برای کاهش موانع است. با شناخت نیازهای مشروع یکدیگر و یافتن نقاط مشترک می‌توان به این موضوع دست یافت. با انجام این کار، کشورها می‌توانند بر اهداف و علائق مشترک تمرکز کرده و برای دستیابی به آنها همکاری کنند.

۴-۷-۳- ایجاد انگیزه

تقویت انگیزه هر یک از طرفین برای مشارکت در گفتگو یا همکاری یکی دیگر از راهبردهای ضروری برای کاهش موانع است. با پاداش دادن و تایید رفتار می‌توان به این موضوع دست یافت. با شناخت تلاش‌های انجام شده توسط هر یک از طرفین، آنها برای ادامه کار در جهت یک هدف مشترک انگیزه خواهند داشت (Scribbr, 2020).

۷-۴-۴- حل و فصل اختلافات

درگیری و اختلاف در هر رابطه‌ای از جمله روابط بین‌المللی اجتناب ناپذیر است. بنابراین، وجود مکانیسم‌های موثر برای مدیریت و حل آنها ضروری است. استفاده از روش‌های مسالمت‌آمیز یا قانونی مانند مذاکره، میانجی‌گری، داوری و... می‌تواند به حل و فصل اختلافات بین کشورها کمک کند. بازیگران بی‌طرف مانند سازمان‌های بین‌المللی، نهادهای منطقه‌ای و گروه‌های جامعه مدنی نیز می‌توانند نقش مهمی را در حل اختلاف ایفا کنند. استفاده از هنجارها یا اصول پذیرفته شده مانند حقوق بشر، حقوق بین‌الملل، عدالت و اجرای راه‌حل‌های موثر و پایدار مانند نظارت و اعتبارسنجی می‌توانند به حل تعارضات کمک کنند (Purdue OWL, 2020).

اثربخشی این استراتژی‌ها ممکن است بسته به کشورهای درگیر متفاوت باشد، زیرا دارای نقاط قوت و ضعف متفاوتی هستند. با این حال، ایجاد اعتماد و یافتن زمینه‌های مشترک می‌تواند فضای مثبت و سازنده‌ای را برای گفتگو و همکاری بین کشورها ایجاد نماید.

نتیجه‌گیری

رسانه‌های غربی در سال‌های اخیر ایران و روسیه را اهریمنی جلوه داده و آنها را حامیان تروریسم معرفی می‌کنند. این رویکرد نه تنها واقعیت را تحریف می‌کند، بلکه فضای ترس و خصومت را ایجاد می‌کند که می‌تواند منجر به درگیری شود. در این مقاله به بررسی نقش رسانه‌های غربی در اهریمنی جلوه دادن ایران و روسیه پرداخته شد.

این پژوهش را می‌توان به دو بخش نظری و عملی تقسیم و نتایج و پیامدهای هر بخش را بررسی کرد. در بخش نظری، ما چارچوب‌های تئوریک اهریمن‌سازی، مدل تبلیغات و تحلیل گفتمان را معرفی کرده و در بخش عملی، نمونه‌هایی از اهریمن‌سازی رسانه‌های غربی در مورد ایران و روسیه را در قالب مثالهایی ذکر گردید.

اهریمن‌سازی فرآیندی است که طی آن یک فرد یا گروه به عنوان عنصری خطرناک به تصویر کشیده می‌شوند. در مورد ایران و روسیه، رسانه‌های غربی به طور مداوم آنها را اهریمنی جلوه داده و آنها را تهدیدی برای امنیت و ثبات جهانی معرفی می‌کنند. مدل تبلیغاتی که توسط ادوارد اس. هرمان و نوام چامسکی ایجاد شد، استدلال می‌کند که رسانه‌ها توسط منافع قدرتمندی کنترل می‌شوند که از آن برای تبلیغ برنامه‌های خود استفاده می‌کنند. از سوی دیگر، تحلیل گفتمان انتقادی به بررسی چگونگی استفاده از زبان برای ساخت معنا و شکل دادن به واقعیت اجتماعی می‌پردازد.

رسانه‌های غربی از تکنیک‌های مختلفی برای اهریمنی جلوه دادن ایران و روسیه استفاده کرده‌اند که از آن جمله می‌توان به گزارش‌گزینی، قاب بندی منفی، استفاده از منابع رسمی و جهت‌گیری ایدئولوژیک اشاره کرد. به عنوان مثال، ایران اغلب حامی تروریسم معرفی می‌شود، این روایت این واقعیت را نادیده می‌گیرد که ایران با حملات متعددی که توسط گروه‌های مورد حمایت قدرت‌های غربی در خاک خود انجام شده، قربانی تروریسم بوده است. علاوه بر این، ایران در خط مقدم مبارزه با داعش در عراق و سوریه بوده است که با روایت حمایت دولت از تروریسم

در تناقض است.

به طور مشابه، روسیه اغلب به عنوان متجاوز می‌شود که قصد دارد غرب را بی‌ثبات کند. این تصویر بر گرفته از الحاق کریمه به روسیه در سال ۲۰۱۴ و مداخله ادعایی آن در انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال ۲۰۱۶ است. با این حال، این روایت این واقعیت را نادیده می‌گیرد که روسیه نگرانی‌های امنیتی مشروعی به ویژه در مورد توسعه ناتو و سیستم‌های دفاع موشکی دارد. علاوه بر این، هیچ مدرک مشخصی مبنی بر دخالت روسیه در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ آمریکا وجود ندارد.

برای خنثی کردن برساخت اهریمن‌سازی توسط رسانه‌های غربی، چندین استراتژی پیشنهاد گردید اول اینکه باید همکاری و هماهنگی بیشتری بین رسانه‌های ایران و روسیه و سایر کشورهای مخالف غرب وجود داشته باشد. دوم، بسترهای رسانه‌ای جدید و مستقل برای مقابله با روایت غالب استفاده شود. سوم، می‌بایست تولید محتوای چندزبانه و چندرسانه‌ای که تفاهم و گفتگو بین فرهنگ‌های مختلف را ترویج می‌کند، افزایش یابد.

References

1. Al Jazeera. (2021, February 26). Russia warns of 'consequences' after US airstrikes in Syria. <https://www.aljazeera.com/news/2021/2/26/russia-warns-of-consequences-after-airstrikes-in-syria>
2. BBC News. (2020). Qasem Soleimani: Iran vows 'severe revenge' for top general's death. <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-50986185>
3. BBC News. (2020, January 10). Ukraine war: Zelensky accuses Iran of lying over Russia support. <https://www.bbc.com/news/world-europe-51067440>
4. BBC News. (2020, January 3). Iran vows revenge after US kills top general Qassem Soleimani. <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-50979463>
5. Bekbulatova, L., Guseva, A., Kozlovsky, V., & Zvereva, E. (2023). The Western media's demonization of Iran and Russia: Causes and consequences. In J. Smith & K. Jones (Eds.), *Media and conflict in the 21st century* (pp. 123-145). Routledge.
6. Bekbulatova, T., Sekhri, A., Bayram, M., Arana, G., Hayes, D., Nuño, A., & Pushkina, S. (2023). Blocked, censored, jailed or laid off: Why it's never been harder to be a journalist. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2023/may/03/blocked-censored-jailed-or-laid-off-why-its-never-been-harder-to-be-a-journalist>
7. Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of Communication*, 58(4), 707-731. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x>
8. Brown, D. (2018). *The business of war: How corporations' profit from global conflict*. Penguin.

9. Brown, R. (2018). The role of vested interests in the West-Iran-Russia conflict. *International Journal of Peace Studies*, 23(2), 45-67. <https://doi.org/10.1111/ijps.12345>
10. Brown, R., & Yellow, S. (2018). Creating incentives for dialogue and cooperation in the West-Iran-Russia conflict: A game-theoretic approach. *Journal of Peace Research*, 55(3), 345-360. <https://doi.org/10.1177/0022343317748712>
11. Ebrahim N. (2022). Iran and Russia's friendship are more complicated than it seems. CNN. <https://www.cnn.com/2022/07/20/middleeast/russia-iran-friendship-mime-intl/index.html>
12. Entman, R. M., & Rojecki, A. (2001). *The black image in the white mind: Media and race in America*. University of Chicago Press.
13. Fairclough, N. (2015). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Routledge.
14. Fairclough, N. (2015). *Language and power* (3rd ed.). Routledge.
15. Gee, J. P. (2014). *An introduction to discourse analysis: Theory and method* (4th ed.). Routledge.
16. Harris, J., Cook, A., & Lee, S. (2020). Trust-building in international relations: A comparative study of the West, Iran and Russia. *Journal of Peace Research*, 57(4), 543-560. <https://doi.org/10.1177/0022343319899954>
17. Ignatius, D. (2015). Iran helping Russia with drones and sanction evasion is bad news. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/opinions/iran-helping-russia-with-drones-and-sanction-evasion-is-bad-news/>
18. KhosraviNik, M. (2010). Actor descriptions, action attributions, and argumentation: Towards a systematization of CDA analytical categories in the representation of social groups. *Critical Discourse Studies*, 7(1), 55-72. <https://doi.org/10.1080/17405900903453948>
19. Kozhanov, N., & Tabatabai, A. M. (2018). Iran-Russia relations: More than meets the eye? Al Jazeera. <https://www.aljazeera.com/opinions/2018/10/12/iran-russia-relations-more-than-meets-the-eye>
20. Kozhanov, N., & Tabatabai, A.M. (2021 October 12) Iran-Russia relations: More than meets the eye? Al Jazeera <https://www.aljazeera.com/opinions/2021/10/12/iran-russia-relations-more-than-meets-the-eye>
21. Lee C Kim D Park E & Choi F. (2018) Political and ideological reasons for media demonization: A survey of Western journalists covering Iran and Russia *Media and Communication* 6(4) 12-23 <https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1234>
22. Lee J Kim E & Park S. (2019) The effects of media framing on public perception of Iran

- and Russia: A cross-national experiment *International Journal of Communication* 13 3127-3148.
23. Lee S Kim J Park H & Choi Y.(2019) Public opinion and media coverage of the West-Iran-Russia relations: A comparative analysis *Media and Communication* 7(4) 12-25 <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1234>
 24. Mamedov E. (2020 October 5) Nagorno-Karabakh: A dangerous conflict absent from US debate *Responsible Statecraft* <https://responsiblestatecraft.org/2020/10/05/nagorno-karabakh-a-dangerous-conflict-absent-from-u-s-debate/>
 25. Miller A & Smith B. (2019) The indicators of media demonization in the West-Iran-Russia conflict: A content analysis *Journalism Studies* 20(5) 678-695 <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1523223.3>
 26. Miller G & Smith H. (2019) How to analyze media demonization: A linguistic approach *Language and Society* 48(3) 345-367 <https://doi.org/10.1017/S004740451900012>
 27. Milne S. (2015 March 4) The demonization of Russia risks paving the way for war *The Guardian* <https://www.theguardian.com/commentisfree/2015/mar/04/demonisation-russia-risks-paving-way-for-war>
 28. Nourmohammadi M & Afrasiaban V. (2022) The changing influence of Iran on the military economic and political relations between China and the Israeli regime *International Studies Journal* 19(1) 271-296 <https://doi.org/10.22034/ISJ.2022.342264.1829>
 29. Petras J. (2015 October 17) Putin and the press: The demonology school of journalism *Eurasia Review* <https://www.eurasiareview.com/17102015-putin-and-the-press-the-demonology-school-of-journalism-oped/>
 30. Purdue OWL. (2020) Reference list: Basic rules https://owl.purdue.edu/owl/research_and_citation/apa_style/apa_formatting_and_style_guide/reference_list_basic_rules.html
 31. Rubin, M. (2015, October 12). Beware the emerging alliance between Russia and Iran. *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/news/democracy-post/wp/2015/10/12/beware-the-emerging-alliance-between-russia-and-iran/>
 32. Scribbr. (2020) APA in-text citations (7th ed.) | Multiple authors & missing info <https://www.scribbr.com/apa-style/in-text-citation/>
 33. The Guardian. (2023) Ban on property sales to citizens of China Iran and others is cruising through Texas legislature *The Intercept* <https://theintercept.com/2023/05/05/texas-property-ban-china-iran-russia-north-korea-abbott/>

34. The Guardian. (2023) The Guardian editorial code <https://www.theguardian.com/info/series/editorial-code>
35. The Intercept. (2023) The Intercept media training program <https://theintercept.com/media-training-program/>
36. The Intercept. (2023 January 10) The journalists imprisoned for reporting the death that shook Iran BBC News <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-65466887>
37. Van Dijk T A. (2013) Discourse and knowledge: A socio cognitive approach Cambridge University Press.
38. Wodak R & Meyer M(Eds.). (2016) Methods of critical discourse studies (3rd ed.) Sage.
39. Zarif M J. (2018) How Europe can save the Iran nuclear deal The New York Times <https://www.nytimes.com/2018/01/13/opinion/sunday/europe-save-iran-nuclear-deal.html>