

## مؤلفه‌های عزت و اقتدار ملی در شبکه‌های خبری برون مرزی رسانه ملی (با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی)

جهاندار امیری<sup>\*۱</sup>

ساسان ملکی<sup>۲</sup>

### چکیده

**هدف:** انقلاب اسلامی ایران، با ورود به دهه پنجم خود وارد مرحله جدید تمدن سازی نوین اسلامی شده و بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی در این شرایط نقشه راه آینده آن را ترسیم کرده است. هدف اصلی پژوهش حاضر، شناسایی مؤلفه‌ها و راهکارهای ارتقاء و افزایش عزت و اقتدار ملی در شبکه‌های خبری برون مرزی رسانه ملی با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب است.

**روش‌شناسی پژوهش:** روش پژوهش حاضر تحلیل محتوا و مصاحبه عمیق است، بدین گونه که ابتدا مؤلفه‌های عزت و اقتدار ملی از بیانیه گام دوم انقلاب استخراج و سپس با کارشناسان برای چگونگی رسیدن به آنها توسط شبکه‌های خبری برون مرزی مصاحبه نیمه ساختاریافته عمل آمده است.

**یافته‌ها:** با توجه به عدم کارایی تهدیدات نظامی، فشارها و تحریم‌های اقتصادی علیه نظام جمهوری اسلامی، شیوه جنگ رسانه‌ای و جنگ شناختی برای مقابله با آن، انتخاب شده تا از این طریق عزت و اقتدار آن را در صحنه بین‌المللی متزلزل و تضعیف کنند. پژوهش در نتایج خود به سیزده مؤلفه و معیار برای ثبات و افزایش عزت ملی در رسانه‌ها و شبکه‌های خبری برون مرزی رسانه ملی (با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی) رسیده است.

**نتیجه‌گیری:** بر مبنای یافته‌ها مهمترین مؤلفه‌های عزت و اقتدار ملی در شبکه‌های خبری برون مرزی عبارتند از: مرجعیت خبری و رسانه‌ای، داشتن روایت اول در اخبار و موضوعات رسانه‌ای، استفاده از فناوری‌های مدرن، بازنمایی مثبت و ایجاد برساخت امیدآفرین، تقویت هویت فرهنگی، داشتن رویکرد فعال رسانه‌ای، تقویت امید و نگاه خوش‌بینانه به آینده، عدم استراتژی انزواطلبی و تأکید بر رویکرد مقاومتی، لزوم ایجاد وحدت رسانه‌ای و عمل بر اساس مؤلفه‌های رسانه تمدن‌ساز.

**کلیدواژه‌ها:** عزت ملی، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، رسانه ملی، شبکه‌های خبری برون مرزی.

Email: jahandar.Amiri553@gmail.com

۱- استادیار گروه روزنامه‌نگاری دانشکده ارتباطات و رسانه دانشگاه صداوسیما. (نویسنده مسئول)

Email: malekisobhan.77@gmail.com

۲- فارغ التحصیل کارشناسی رشته روزنامه‌نگاری، دانشکده ارتباطات و رسانه دانشگاه صدا و سیما.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۰۹

## مقدمه

وقوع انقلاب اسلامی ایران، در نظام جهانی، سیاست و گرایشی با عنوان نه شرقی - نه غربی - جمهوری اسلامی رقم زد و یکی از مؤلفه‌هایی که نظام اسلامی و انقلاب اسلامی به دوش می‌کشد، اقتدار و عزت در سایه حاکمیت اسلام است. در حال حاضر، بیش از چهاردهه از عمر با برکت نظام جمهوری اسلامی ایران می‌گذرد. در طول این سال‌ها، معاندان و استبکار بارها تلاش کرده‌اند، چه از طریق عناصر خارج کشور و چه از طریق اعمال نفوذ و مهره‌چینی در داخل و با روش‌های گوناگون (فشارهای اقتصادی، اجرای تحریم‌های حداکثری، استحاله و نفوذ فرهنگی و...) نقشه‌های خود را علیه نظام جمهوری اسلامی اجرایی کنند. دشمنان این نظام با توجه به ناکامی‌های خود برای مقابله با نظام اسلامی، اکنون با توجه به هژمونی رسانه‌ای<sup>۱</sup> خود به جنگ تبلیغاتی (رسانه‌ای) روی آورده‌اند. اعتراضات سال ۱۳۸۸، ماجرای گرانی بنزین ۱۳۹۸، اعتراضات ۱۴۰۱ از این گونه موارد هستند که نقش رسانه‌های خارجی به خوبی در آن نمایان بود. بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی<sup>۲</sup> که دارای ابعاد و ویژگی‌های مختلفی است و به گام نهادن انقلاب اسلامی در مرحله جدید تمدنی اشاره دارد، کلیت نقشه راه جمهوری اسلامی در آینده و تقویت عزت و اقتدار ملی را ترسیم کرده است. یکی از راه‌های نمایش بروز و ظهور اقتدار و عزت ملی جمهوری اسلامی، استفاده از ظرفیت رسانه ملی به‌عنوان ابزار اصلی در مقابل جنگ نرم، ترکیبی، هیبریدی و شناختی<sup>۳</sup>، دشمنان انقلاب اسلامی است که البته لازمه آن شناخت راه‌های مقابله با عملیات روانی معاندان و بیان واقعیات مثبت و امیدآفرین جامعه و نظام جمهوری اسلامی ایران است. بر همین اساس سؤال اصلی پژوهش این است که چه راهکارها و مؤلفه‌هایی برای ارتقا و افزایش عزت ملی در رسانه‌ها و شبکه‌های خبری برون مرزی رسانه ملی با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی وجود دارد؟

در اهمیت این موضوع می‌توان اشاره کرد که بیش از ۳۰۰ شبکه ماهواره‌ای فارسی زبان علیه جمهوری اسلامی در حال فعالیت هستند (علی‌داری، ۲۰۲۱: ۹۶) که معمولاً تصویری وارونه، منفی و همراه با بزرگ‌نمایی نقاط ضعف از ایران نشان می‌دهند. در این میان، سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی به‌عنوان تنها رسانه رسمی کشور، بایستی در مقابل فتنه‌ها و عملیات روانی رسانه‌های معاند ایستاده و تصویری مبتنی بر نظام توحیدی، ارزشی و همسو با معیارهای انسانی در قاب صدا و تصویر به جهانیان نشان دهد. تصویری که مبتنی بر عزت و افتخار و باعث افزایش عزت و اقتدار ملی باشد که موضوع و هدف اصلی این پژوهش است. راهکار درست و منطقی در مقابل آنها این است که جبهه رسانه‌ای انقلاب اسلامی در این نبرد نابرابر، تمام توان خود را در جهت خنثی‌سازی و غلبه بر عملیات‌های رسانه‌ای دشمنان به کار بگیرد. اگر رسانه جمهوری اسلامی و ÷ می‌تواند زمینه‌ساز دیگری باشد. در قرآن کریم، عزت مخصوص خدا، رسول خدا و مؤمنین است: «ولله العزة و لرسوله و للمؤمنین» (منافقون، آیه ۸). به همین دلیل، مؤمن با عزت کسی

1. Media hegemony
2. Declaration of the second step of the Islamic revolution
3. Cognitive warfare

است که با همه وجود، در مقابل چیزهایی که بوی ظلم و فساد و شیطنت می‌دهد، مقاومت می‌کند و فقط اوست که غیرخدا را بندگی نمی‌کند (علی‌نژاد و همکاران، ۲۰۱۶: ۳۲). منظور از عزت ملی در این پژوهش، معنا و تعریف آن از نگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی است که مؤلفه‌های آن در موارد متعدد به‌ویژه در بیانیه گام دوم انقلاب تبیین شده است. ایشان عزت ملی را در مقابل حقارت می‌بیند و این که یک ملت به سرمایه‌های خود، به تاریخ خود، به مورث خود نگاه کند (۱۳۸۸/۰۲/۲۲) و در مقابله‌ی با موانع و چالش‌ها با اقتدار غلبه کند (بیانات رهبری، ۱۳۹۱/۰۳/۱۴). از نظر ایشان، متکی بودن نظام به ملت (۱۳۸۸/۰۳/۱۴) تکیه بر اهداف انقلاب اسلامی (۱۳۸۱/۱۱/۲۸) ایستادگی (۱۳۷۷/۰۱/۰۱) و ذلیل نبودن در برخوردهای بین‌المللی (۱۳۶۸/۱۱/۰۹) مهم‌ترین مؤلفه‌های عزت اسلامی است.

### رسانه

رسانه ۱ از نظر لغوی هم‌معنی رساندن است و از نظر اصطلاحی ابزاری برای نقل و انتقال اخبار، اطلاعات و افکار افراد و جامعه است و واسطه عملی فرآیند ارتباط است. در حقیقت ابزاری مانند مجلات، روزنامه‌ها، رادیو و تلویزیون، ماهواره، اینترنت مصداق‌های آن هستند (از کمپ، ۲۰۱۷: ۱۳۲). برخی گفته‌اند، رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن، معنا و مفهوم مورد نظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند (امیرتیموری، ۲۰۱۸: ۱۰). منظور از رسانه در این پژوهش، شبکه‌های برون‌مرزی صدا و سیما به‌ویژه جام جم یک و دو، العالم، پرس تی‌وی، الکوثر و سایر شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی است که در مجموعه معاونت برون‌مرزی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران مدیریت می‌شوند.

### بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی ایران

در حالی که نظام اسلامی ایران، به دهه‌ی پنجم خود قدم گذاشته است و طرفدارانش در تمام دنیا، امیدوارند این انقلاب را در عبور از مشکلات و رسیدن به رشد و توسعه شگرف خود، موفق ببینند، رهبر انقلاب با صدور «بیانیه‌ی گام دوم انقلاب» در ادامه‌ی این راه، به بیان موفقیت‌های چهار دهه‌ی آن پرداخته و راهنمایی‌های اساسی جهت جهاد بزرگ برای بازسازی ایران اسلامی بیان کردند. مخاطب اصلی این بیانیه، ملت ایران، به‌ویژه جوانان است تا دوره جدیدی از حیات نظام اسلامی را رقم بزنند. با تحقق اهداف این بیانیه، انقلاب اسلامی باید به آرمان‌های بزرگش که ساختن تمدن اسلامی و آمادگی برای ظهور خورشید ولایت است، نزدیک کند. رهبر معظم انقلاب اسلامی در این بیانیه، پیروزی انقلاب اسلامی در ایران را آغازگر دوره‌ای جدید در دنیا دانسته که با شعارهای والای خود، مایه‌ی سربلندی و افتخار ایران و ایرانیان شده است. ایشان با تکیه بر مدیریت جهادی و اعتقاد به اصل «ما می‌توانیم»؛ عوامل عزت و پیشرفت ایران اسلامی را در این بیانیه، در همه‌ی عرصه‌ها بیان کرده و مسیر آینده انقلاب را بر مبنای معنویت، اخلاق،

علم، عزت و استقلال، پژوهش، عدالت اجتماعی، مبارزه با فساد و مرزبندی با دشمنان در روابط خارجی تبیین کرده است (بیانیه گام دوم انقلاب، ۲۲ بهمن ۱۳۹۲).

## چارچوب نظری

### نظریه ساخت اجتماعی واقعیت (برساخت گرایی اجتماعی)

برساخت گرایی در ابتدا توسط برگز و لاکمن با عنوان ساخت اجتماعی واقعیت مطرح شد. این دو نفر اعتقاد دارند که جهان اجتماعی اعم از کنش‌ها، ساختارها و نهادها، نتیجه فراگردهای آگاهانه و ذهنیت مشترک افراد است. این دو نفر همچنین معرفت را نتیجه خلاقیت فردی می‌دانند و علاوه بر خلاقیت فردی، از معارف نهاد یافته‌ای که دیگران ایجاد کرده‌اند، تأثیر می‌پذیرند. نظریه ساخت اجتماعی، درک و تصور افراد از دنیای اطراف را برآمده از ترکیب ساخت اجتماعی معنا و معانی به‌دست آمده از تجارب شخصی افراد و مذاکره و توافق تحت عنوان برساخت گرایی اجتماعی می‌داند. برساخت گرایی همچنین در مقابل نظریه اثبات‌گرایی به‌کار رفته است. بر همین اساس فقط واقعیات بیرونی نیستند که معارف ما را می‌سازند؛ بلکه ذهن ما در ساخت جهان بیرونی نقش ویژه‌ای دارد. از دیدگاه برساخت‌گرایان، مفهوم‌ها، معنای تاریخی و فرهنگی خود را دارند و برآمده از شرایط مکانی و زمانی هستند. از نگاه آنها، حقیقت چیزی است که نتیجه مشاهده عینی و تجربی جهان نیست، بلکه برآمده از فراگردهای اجتماعی مداوم بین انسان‌ها است (بهرامی، ۲۰۰۹: ۵۵).

برساخت‌گرایان معتقدند، هر چه که افراد به‌عنوان واقعیت درک و احساس می‌کنند، به‌دست آمده از تعامل متقابل افراد و گروه‌ها در اجتماع است. در نتیجه، تلاش برای تبیین واقعیات اجتماعی، به معنای ندیدن و شیء وارشدن فرآیندهایی است که واقعیات از سوی آن‌ها ساخته می‌شود. لاکمن و برگز، همچنین نگاه به جامعه را همانند نظم و توافقی سیال و ناپایدار می‌دانند، که در نهایت ریشه در کنش متقابل افراد در جامعه دارد. از نگاه آنها، جامعه برساختی نمادین و فرهنگی دارد و سیستم، ارگانسیم یا ساز و کار نیست؛ بلکه برساخته و محصولی حساب شده و شکل گرفته از دیدگاه‌ها، معناها و زبان است (سیدمن، ۲۰۰۷: ۱۱۲).  
الگو و ساخت اجتماعی واقعیت را می‌توان در مراحل زیر تبیین کرد: در اولین مرحله، دنیای مادی بازنمایی واقعیات عینی جامعه است و این یک مبنای اساسی برای رخدادهای حقایقی است که قبل از تفسیرهای اجتماعی وجود دارد. مرحله دوم، مرحله رقابت است که در میان برساخت‌های مختلف، واقعیات‌ها بر سر این که کدام یک برساخت کلی و بهتر هستند، رقابت می‌کنند. در سومین مرحله، رسانه‌ها، دانش و آگاهی در مورد جهان را پخش می‌کنند و تفسیرها در میان ساختارهای متعارض جهان توزیع می‌شوند و در نهایت، در چهارمین مرحله، یک برساخت شکل گرفته و از میان رقابت‌ها پدیدار می‌شود و توسط مردم به‌عنوان واقعیت پذیرفته می‌شود (سارت، ۱۹۹۸: ۹).

### نظریه مسئولیت اجتماعی

در نظریه مسئولیت اجتماعی، اصل بر ایجاد ارتباط میان استقلال و آزادی رسانه‌ها و مسئولیت اجتماعی آن‌هاست. بر این اساس، رسانه‌ها همزمان با پاسخگویی به نیازهای مخاطبان، در مقابل فعالیت‌های خود باید مسئولیت داشته باشند و وظایف خود را منحصر به مالکان رسانه‌ها نکنند. بر اساس این نظریه، آزادی و مسئولیت رسانه‌ها، مثل دو روی یک سکه هستند و همان‌گونه که آنها حق دارند از دولت‌ها و نهادها انتقاد کنند، در مقابل منافع و مصالح ملی و نیازهای جامعه مسئول هستند. مک‌کوایل برخی اصول اصلی نظریه‌ی مسئولیت اجتماعی را به شرح زیر بیان کرده است:

- ۱- رسانه‌ها، باید تعهدات و وظایف خود را در برابر جامعه قبول داشته باشند و متعهد به انجام آنها و مسئول در برابر جامعه باشند.
  - ۲- رسانه‌ها برای انجام تعهدات خود، باید به استانداردهای حرفه‌ای مثل رعایت صحت، عینیت و تعادل توجه کنند.
  - ۳- رسانه‌ها باید در انجام تعهدات و مسئولیت‌هایشان، نظم و انضباط در چارچوب مقررات داشته باشند.
  - ۴- رسانه‌ها باید تنوع و تکثرگرا باشند و دیدگاه‌های مختلف را در جامعه منتشر کنند حق جوابگویی را برای مخاطبین رعایت کنند.
  - ۵- مردم می‌توانند از رسانه‌ها بخواهند که در انجام وظایف خود، استانداردهای حرفه‌ای را رعایت کنند و مصالح و منافع جامعه را رعایت کنند.
- طرفداران نظریه مسئولیت اجتماعی اعتقاد دارند که رعایت مسئولیت اجتماعی توسط رسانه‌ها باعث می‌شود که بین اصول آزادی فردی، آزادی رسانه‌ها و تعهد آنها در برابر مردم هماهنگی ایجاد شود. از دیدگاه طرفداران این نظریه، برای مقابله با چالش آزادی مطبوعات، باید آنها را از نظر حرفه‌ای تقویت کرد و استانداردهای کیفی آنها را هم ارتقاء داد آنها با ساماندهی فعالیت‌های حرفه‌ای خود مسئولیت‌های اجتماعی مدنظر را تقویت کنند (معمدنژاد، ۲۰۰۷: ۲۸۱).

### کاربرد نظریه‌ها در پژوهش حاضر

بر اساس نظریه ساخت اجتماعی واقعیت توسط رسانه‌ها، واقعیت‌های ساخته شده توسط رسانه‌ها، دقیقاً همان عینیت پدیده‌ها یا رخداد‌های اجتماعی ندارد، بلکه رسانه‌ها شناخت از واقعیت را دستخوش گرایش و جهت‌دهی خاص می‌کنند. بر این اساس در جنگ رسانه‌ای با رسانه‌های معاند و رقیب که می‌خواهند عزت و اقتدار ملی نظام جمهوری اسلامی ایران را تضعیف کنند، شبکه‌های برون‌مرزی باید روایت خود را که متضمن تأمین عزت و اقتدار ملی باشد، برجسته کنند. یکی از محتواهایی که رسانه‌ها با تولید و پخش آنها، می‌توانند با ساخت واقعیت، به تضعیف یا تقویت عزت و اقتدار ملی بپردازند، مضامین خبری است. گی‌تاچمن در کتاب خود با عنوان ساخت خبر، خبر را سازنده واقعیت اجتماعی می‌داند. وی کار ساخت خبر را، ساخت واقعیت می‌داند و استدلال می‌کند که خبر به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی است به‌گونه‌ای است که درک

تحلیلی را از زندگی اجتماعی محدود می‌کند و از طریق شیوه‌های معمول و بر مبنای ادعای صاحبان اخبار، درباره آگاهی‌های مرسوم و ارائه گزارش‌های واقعی، به شرایط موجود مشروعیت می‌دهند (سورین و تانکار، ۲۰۰۲: ۴۷۳). نظریه برساخت‌گرایی دو ویژگی دارد:

۱. رسانه‌ها برساخت‌ها و صورت‌های اجتماعی و تاریخی را با چارچوب‌سازی نمادها در قالب‌های مختلف اخبار و گزارش و به شیوه‌های قابل پیش‌بینی، می‌سازند.

۲. مردم نظرات و دیدگاه‌هایشان را درباره واقعیت‌های اجتماعی در تعامل با ساخت‌های نمادین رسانه‌ها شکل می‌دهند. نظریه برساخت اجتماعی به قدرت رسانه‌ها و مخاطب برای انتخاب پیام‌های مورد نظر خود، بر اساس تعامل و گفتگوی مستمر بین آنها اعتقاد دارد (مک کوایل، ۲۰۰۶: ۴۶۱).

شبکه‌های برون‌مرزی صدا و سیمای جمهوری اسلام باید صورت‌بندی و تصاویر خود را که هماهنگ با عزت و اقتدار ملی است به مخاطبان عرضه کنند تا واقعیت ساخته شده نزد مخاطبان آنها همسو و هماهنگ با عزت و اقتدار ملی باشد.

بر اساس نظریه مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها، آنها باید حافظ مصالح و منافع ملی و در نتیجه تقویت کننده عزت ملی باشند. اگر شبکه‌های برون‌مرزی صدا و سیما نتوانند ساخت اجتماعی مناسب و مثبتی از جامعه به مخاطبان ارائه دهند، بدون شک رسانه‌های رقیب و معاند روایت و ساختی به جامعه ارائه می‌کنند که تضعیف‌کننده عزت ملی جامعه ایرانی است. در این خصوص علاوه بر ساخت مناسب، یکی دیگر از مسئولیت‌های شبکه‌های برون‌مرزی افزایش مخاطب و تأثیرگذاری بر آنهاست و رسانه بدون مخاطب رسانه‌ای مرده و بی‌تأثیر است. در شرایط کنونی که فضای مجاز و شبکه‌های اجتماعی و ماهواره‌ای به مرجع خبری بخش زیادی از جامعه تبدیل شده‌اند، مسئولیت اجتماعی شبکه‌های برون‌مرزی اقتضا می‌کند که برای تأمین مصالح، منافع و عزت ملی، افزایش مخاطب و تأثیرگذاری بر آنها را به‌عنوان یک رویکرد اساسی مدنظر داشته باشند. پژوهش حاضر بنا دارد در این چارچوب، مؤلفه‌هایی که می‌تواند به شبکه‌های برون‌مرزی کمک کند تا عزت ملی را در برنامه‌ها و اخبار خود بهتر تضمین کند، شناسایی نماید.

### پیشینه پژوهش

در خصوص پیشینه این پژوهش باید گفت که پژوهش‌های متعددی وجود دارد که به‌صورت مستقل و جداگانه به موضوعات چگونگی حفظ عزت ملی، نقش و تأثیر رسانه‌های برون‌مرزی یا به بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی از جنبه‌های مختلف پرداخته‌اند که اگر چه با این تحقیق مرتبط هستند اما پیشینه آن محسوب نمی‌شوند. در این قسمت پژوهش‌هایی به‌عنوان پیشینه انتخاب شده که به نقش رسانه در تحقق منویات رهبری به‌ویژه در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی پرداخته‌اند و علاوه بر ذکر عنوان یا موضوع، مهم‌ترین دستاوردهای آنها را هم به‌طور خلاصه ذکر شده است.

## جدول ۱: پیشینه پژوهش

| ردیف | پژوهشگران                 | موضوع پژوهش  | دستاورد پژوهش  |
|------|---------------------------|--|--|
| ۱    | مریم سبزه‌کار (۱۳۹۹)      | نقش رسانه در تحقق منویات رهبری در گام دوم                                    | مقام معظم رهبری به خوبی متوجه حجم و عمق تبلیغات رسانه‌های زنجیره‌های معاند هستند و هم این‌که به ظرفیت جوانان در عرصه فضای مجازی آشنا هستند. جوانان می‌توانند تهدید شبکه‌های اجتماعی را به فرصت تبدیل کرده و با فراگیری و استفاده از زبان‌های خارجی و حضور گسترده در شبکه‌های اجتماعی و تولید محتوا، محاصره تبلیغاتی را بشکنند. البته لازم است با افزایش سواد رسانه‌ای مراقب باشیم حین مبارزه در شبکه‌های اجتماعی در دام تبلیغاتی و اسارت فرهنگی دشمنان نیفتیم. |
| ۲    | باطنی و معینی‌نژاد (۱۳۹۹) | نماد عزت ملی از منظر مقام معظم رهبری در راستای بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی  | بر اساس نتایج نماد عزت ملی طبق بیانیه رهبری سردار سلیمانی بود که در زمینه سیاسی (رشد سیاسی)، اقتصادی (ساده زیستی و قناعت)، نظامی (قدرت مقاومت)، عوامل درون فردی (خودباوری)، عوامل فرهنگی - علمی (توجه به فرهنگ و توجه به باورها و ارزش‌ها) و عوامل اجتماعی (سرمایه اجتماعی) نمونه‌ای بی‌نظیر و کامل بود.   |
| ۳    | علی‌داری (۱۴۰۰)           | گام دوم انقلاب اسلامی، تهاجم نرم و سواد رسانه‌ای                             | در شرایط تهدید نرم و تهاجم فرهنگی نظام سلطه، ترویج اهداف گام دوم انقلاب اسلامی نیازمند ایجاد تحول در رسانه‌های کشور است به‌گونه‌ای که با استفاده از شیوه‌های مختلف رسانه‌ای ضمن خنثی سازی تهدید و تهاجم نرم نظام سلطه و به فراخور فعالیت هر رسانه ابعاد مختلف اهداف گام دوم انقلاب مورد بررسی قرار گیرد و با شیوه‌های روز و همچنین ایجاد جذابیت‌های بصری برای عموم جامعه تبیین و تشریح گردد.   |
| ۴    | رکابیان و پورحسن (۱۴۰۱)   | عزت ملی به‌مثابه قدرت نرم در روابط خارجی در پرتو بانیه گام دوم انقلاب اسلامی | بر اساس نتایج نماد عزت ملی طبق بیانیه رهبری سردار سلیمانی بود که در زمینه سیاسی (رشد سیاسی)، اقتصادی (ساده زیستی و قناعت)، نظامی (قدرت مقاومت)، عوامل درون فردی (خودباوری)، عوامل فرهنگی - علمی (توجه به فرهنگ و توجه به باورها و ارزش‌ها) و عوامل اجتماعی (سرمایه اجتماعی) نمونه‌ای بی‌نظیر و کامل بود.   |

پژوهش‌های پیشین ذکر شده، که رسانه، عزت ملی و بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی متغیرهای اصلی آنها بوده‌اند با پژوهش فعلی و روش آن تفاوت اساسی دارند و می‌توان گفت که این پژوهش با هیچ کدام از آنها شباهت اساسی ندارد. چرا که موضوع این پژوهش به جای اصطلاح کلی رسانه به شبکه‌های برون‌مرزی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران محدود شده است. علاوه بر این روش پژوهش‌های ذکر

شده، عمدتاً توصیفی تحلیلی و بر پایه مطالعات اسنادی است در حالی که در این پژوهش از دو روش تحلیل محتوا و مصاحبه استفاده شده است. از این جهت این پژوهش با تحقیقات انجام شده از نظر موضوع و محتوا متفاوت است و می‌خواهد، نگاهی نو به نقش شبکه‌های برون‌مرزی در تأمین و تقویت عزت و اقتدار ملی بر مبنای بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی داشته باشد.

### روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش که با رویکرد کیفی انجام شده، از دو روش تحلیل محتوی و مصاحبه استفاده شده است. در ابتدا تمامی مفاهیمی که بر عزت و اقتدار ملی در بیانیه گام دوم انقلاب اسلام دلالت داشته به روش تحلیل محتوا استخراج، سپس با دسته‌بندی و ارائه آنها به اساتید و کارشناسان رسانه‌ای، از آنها خواسته شد که دیدگاه‌های خود را در خصوص اولویت‌بندی و چگونگی تحقق موارد استخراج شده، به‌وسیله شبکه‌های برون‌مرزی سیما بیان کنند. مصاحبه‌شوندگان ۱۲ نفر از اساتید ارتباطات و جامعه‌شناسی و مدیران و سردبیران معاونت برون‌مرزی صدا و سیما بودند که به‌صورت هدفمند انتخاب شدند و با توجه به این که بخشی از پژوهش به صورت تحلیل محتوا از بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی انجام شده بود، محقق بعد از ۱۲ مصاحبه به حد اشباع رسید و با توجه به تکراری شدن مفاهیم، نیاز به مصاحبه بیشتر نبود و در نهایت با استخراج و دسته‌بندی مؤلفه‌ها و حذف موارد تکراری به تبیین و توضیح آنها اقدام شده است.

### یافته‌های پژوهش

الف- مهم‌ترین محورهای عزت نظام جمهوری اسلامی که در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی به آنها اشاره شده است به شرح زیر است:

- ۱- بیان اهداف و آرمان‌های بزرگ انقلاب اسلامی که سرمایه اصلی عزت ایران است.
- ۲- معرفی و انتقال میراث و هویت فرهنگی کشور.
- ۳- بیان اخبار و برنامه‌های امیدوارکننده از رشد و توسعه جامعه ایرانی در چهار دهه گذشته برای مقابله با سیاه‌نمایی‌ها و تلاش رسانه‌های معاند برای ایجاد ناامیدی در کشور.
- ۴- مقابله با تبلیغات و مطالبی که موقعیت ایران را در صحنه جهانی تضعیف می‌کند.
- ۵- مقابله با عملیات روانی رسانه‌های بیگانه که می‌خواهند ایران را کشوری منزوی معرفی کنند.
- ۶- داشتن رویکرد فعال برای معرفی دشمنان و نقشه‌های آنها.
- ۷- انعکاس سیاست‌های خارجی و ذکر نقاط قوت دیپلماسی کشور.
- ۸- برنامه‌سازی در خصوص پیشرفت‌های کشور در ابعاد مختلف و پخش آنها برای تقویت روحیه خودباوری.
- ۹- معرفی الگوها و نمادهای ملی و انقلابی به‌عنوان قهرمانان کشور.

- ۱۰- تأکید بر مقاومت به عنوان راه عزت و سربلندی و تلاش برای استفاده از ظرفیت دانشمندان ایرانی در خارج کشور.
- ۱۱- ایجاد وحدت رسانه‌ای با رسانه‌های همسو، به‌ویژه رسانه‌های محور مقاومت.
- ۱۲- مرزبندی با دشمنان و معرفی رویه‌های تجاوزکارانه و استکباری آمریکا و صهیونیسم.
- ۱۳- رساندن پیام اسلام و تلاش برای عملی کردن و دور نشدن از آن.
- ب- کدگذاری محوری، باز و گزینشی از چگونگی عملی کردن محورهای عزت ملی و راهکارهای ارتقاء عزت ملی مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی توسط شبکه‌های برون مرزی که با مصاحبه به دست آمده است.

جدول ۲: کدگذاری باز و گزینشی

| کدگذاری محوری            | کدگذاری گزینشی   | کدگذاری باز   |
|--------------------------|--|---|
| مرجع خبری و رسانه‌ای شدن | بکارگیری تاکتیک‌های حرفه‌ای خبری در شبکه‌های برون مرزی رسانه ملی                             | توجه به سرعت و دقت در انتقال خبر. پرداختن به محتواهای ملی در اخبار. افزایش اخبار مربوط به توسعه و پیشرفت ایران در شبکه‌های خبری برون مرزی-دروازه‌بانی اخباری که عزت ملی را در صحنه جهانی تضعیف می‌کنند. استفاده از تکنیک‌های خبر فوری و زیرنویس برای داشتن سرعت در ارائه خبر. داشتن خبرنگار و گزارشگر در مناطق مختلف به تقویت جایگاه و نقش رسانه‌های برون مرزی می‌انجامد. جا نماندن در خبر رسانی و تحلیل در مقایسه با سایر شبکه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی   |
| معرفی خود و دیگری        | توجه به آرمان‌ها و هویت ملی و انقلابی، معرفی ماهیت دشمنان انقلاب اسلامی                      | رسانه‌های برون مرزی با ایفای نقش آموزشی (انتقال میراث فرهنگی) خود در خبر و سایر برنامه‌هایشان می‌توانند باعث معرفی و انتقال میراث فرهنگی به اقصی نقاط جهان شوند. رسانه‌ها می‌توانند با عملکرد خود در میان افکار عمومی، قوام بخش یا تضعیف‌کننده هویت فرهنگی جامعه باشند- رسانه‌ها و شبکه‌های خبری برون مرزی می‌توانند با استفاده از عملیات‌های رسانه‌ای و تکنیک‌های خبری، هویت فرهنگی جامعه را در سطح بین‌الملل از انزوا خارج کنند. بیان اهداف و آرمان‌های انقلاب اسلام در شبکه‌های برون مرزی عامل هویت افزایش است. معرفی دشمنان انقلاب اسلامی و برنامه‌های آنها نوعی غیریت‌سازی هویتی است که در نهایت به معرفی و بیان هویت انقلاب اسلامی منجر می‌شود. |
| داشتن رویکرد فعال        | در عرصه مدیریت رسانه‌ای، تولید و پخش برنامه، مقابله با عملیات روانی رسانه‌های بیگانه و معاند | در مقابل رویکرد فعال، رویکرد منفعل داریم. از ابعاد رویکرد فعال داشتن؛ روحیه مسئولیت‌پذیری است. در تکرر رسانه‌ای که بلوک رسانه‌ای غرب ایجاد کرده، می‌بایستی دشمن و نقشه‌های آن را به خوبی تشخیص دهیم. استفاده از کارشناسان شناخته شده در تحلیل‌ها. حضور فعال در عرصه‌های خبری و تحولات اجتماعی که با رویکرد فعال مدیران ارتباط تام دارد. باید معنویت و اخلاق را در برنامه‌ها به خصوص در بخش‌های خبری برون مرزی در اولویت قرار دهد؛ چرا که اخلاق و معنویت بر مبنای توحید است که رسانه ملی را از بلوک‌بندی‌های توزیع قدرت رسانه، جدا کرده است.   |

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p>شبکه‌های مجازی و اجتماعی مخاطبین خاص خود را دارند که باید به آنها توجه کرد و از آنها برای پخش‌های صوتی و تصویری باید بهره گرفت. رسانه‌ها در شرایط نوین برای شناسایی ذائقه مخاطبین خود از هوش مصنوعی و الگوریتم استفاده می‌کنند. ایجاد شبکه‌های ارتباطی با مخاطبین و تعامل با آنها می‌تواند تأثیر فراوانی در نوع محتوا و چگونگی پخش داشته باشد.</p>  | <p>بهره‌گیری از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، استفاده از هوش مصنوعی برای شناسایی گرایش مخاطبان و افزایش سرعت پخش اخبار</p> | <p>استفاده از فناوری و جدیدترین تکنولوژی‌های ارتباطی</p> |
| <p>سیاست‌های خارجی جز مؤلفه‌های عزت ملی یک کشور یا دولت محسوب می‌شوند- فرایند شکل‌گیری سیاست خارجی، از روش سنتی فاصله گرفته است. رهبران سیاسی کشورها، رسانه را در دو بُعد ملی و بین‌المللی مورد رصد و بازبینی قرار می‌دهند. شبکه‌های خبری برون مرزی در انعکاس این سیاست‌ها و نقاط قوت دولت‌ها ایفای نقش فعال داشته باشند.</p>  | <p>ایفای نقش در مراحل فرایند سیاست خارجی، بیان رویکرد فعال سیاست خارجی و این که ایران کشوری منزوی نیست</p>                  | <p>برساخت‌سازی و بازنمایی مثبت</p>                       |
| <p>پروژه‌های ایجاد ناامیدی، سیاه‌نمایی و... در دستور کار رسانه‌های دشمن قرار دارد در نتیجه شناسایی و مقابله با آنها امری ضروری است. خانواده‌ها و افرادی که امید به زندگی در آنها موج می‌زند معرفی کنند. برای زندگی عادی و امیدوارانه مردم عادی، رسانه باید تمرکز و برنامه‌سازی داشته باشد. انعکاس و بازنمایی اخبار مربوط به امیدآفرینی در شبکه‌های خبری برون مرزی رسانه ملی در جهت خنثی‌سازی پروژه ناامیدسازی رسانه‌های معاند و همچنین در جهت تقویت عزت ملی در منطقه و جهان. توجه به پیشرفت‌های کشور در ابعاد مختلف و برنامه‌سازی درباره آنها.</p> | <p>تقویت امید و نگاه خوش‌بینانه، مقابله با سیاه‌نمایی‌ها</p>  | <p>امیدآفرینی</p>  |
| <p>انزوایی با عزت ملی منافات دارد. یکی از راه‌های رسیدن به قله‌های عزت ملی، رویکرد فعال در چارچوب‌های بین‌المللی است. عدم تعهد واقعی به معنای نفی بلوک‌بندی‌های توزیع قدرت پیشین (شرق و غرب) است. عدم تعهد واقعی زمانی رخ می‌دهد که جامعه در حرکت به سمت عزت و اقتدار ملی؛ با استفاده از نیروها و امکانات بومی باشد.</p>   | <p>دو راهبرد: عدم استراتژی انزوایی - عدم تعهد واقعی به یک قطب قدرت</p>  | <p>مقاومت در عین عدم تعهد</p>                            |
| <p>سردار سلیمانی به‌مثابه یک رسانه جامع بود. ابعاد شخصیتی حاج قاسم، گسترده بود و توجه به اولویت‌های عزت ملی در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی می‌تواند منجر به تربیت سربازانی چون حاج قاسم گردد. شبکه‌های خبری برون مرزی می‌توانند با مخابره روحیات حاج قاسم به صورت مستند، در دل رسانه‌های غرب و تکفیری‌ها لرزه بیاندازد. معرفی سایر الگوها و نمادهای ملی و انقلابی به‌عنوان قهرمانان کشور.</p>   | <p>سردار سلیمانی: نماد عزت ملی از منظر مقام معظم رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی</p>                                  | <p>الگوسازی</p>  |
| <p>یکی از راه‌های سربلندی و رسیدن به عزت ملی، مقاومت و ایستادگی در برابر زورگویان است. مخابره اخبار حوزه مقاومت در شبکه‌های خبری برون مرزی می‌تواند جبهه حق را تقویت و جبهه تکفیر را دچار نومیدی و منجر به پذیرش شکست کند. مقاومت می‌تواند به‌عنوان دکترینی برای اداره سیاست‌های داخلی و خارجی استفاده شود. پیشرفت‌ها، وحدت عمل و اهداف و آرمان‌های خط مقاومت به‌عنوان یک آرمان اساسی برجسته شود.</p>  | <p>استمرار مقاومت، ایستادگی، تلاش برای بیان موفقیت‌های جبهه مقاومت</p>  | <p>توجه به آرمان‌ها و اهداف</p>                          |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>ایران اسلامی در جنگ نابرابر رسانه‌ای قرار گرفته است. دشمن با آرایش رسانه‌ای که در این نبرد گرفته، عرض اندام می‌کند و کارکردن رسانه‌های جبهه انقلاب اسلامی، به صورت متفرقه چندان اثربخش نخواهد بود. لزوم ایجاد وحدت رسانه‌ای؛ در جهت خنثی‌سازی نقشه‌های دشمنان و همچنین طرح‌ریزی عملیات‌های خبری و رسانه‌ای احساس می‌شود. همکاری و هماهنگی رسانه‌ایی با سایر رسانه‌های همسو به‌ویژه رسانه‌های محور مقاومت.</p>   | <p>لزوم ایجاد وحدت خبری و رسانه‌ای، همکاری و همسویی با رسانه‌های هم‌سو و تشکیل بلوک فعال خبری و رسانه‌ایی</p>                        | <p>ایجاد محور رسانه‌ایی و مخاطب افزایشی</p>  |
| <p>یکی از هفت توصیه رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی مرزبندی با دشمنان است. هر سه شاخصه‌هایی از: عزت - حکمت و مصلحت در روابط بین‌المللی می‌تواند عملیاتی شود. پدیدار شدن یک جزء، پدیدار شدن دیگر مؤلفه‌ها را به دنبال دارد. رسانه‌ها و شبکه‌های خبری برون مرزی، باید ملزم به رعایت موارد ذکر شده باشند. معرفی رویه‌های استکباری و استعماری آمریکا و تجاوزگری‌های رژیم صهیونیستی. تبیین این تحلیل که بسیاری از تروریست‌های افراطی در منطقه عمال آمریکا هستند و این که چه دولت‌ها و سازمان‌هایی همسو با دشمنان اسلام هستند.</p>   | <p>معرفی عوامل آمریکا در منطقه، بیان ویژگی‌ها و چگونگی عمل دشمنان نظام اسلامی، شناسایی و معرفی عوامل نفوذ در نظام اسلامی و منطقه</p> | <p>مرزبندی با دشمن</p>                       |
| <p>پیام دین اسلام به‌عنوان گفتمان ایدئولوژیک با فطرت و عقل بشریت هم‌خوانی دارد. به علت هم‌خوانی پیام دین اسلام با فطرت و عقل بشر، هر انسانی ذاتاً آن را می‌پذیرد. رسیدن به عزت واقعی در گرو عمل به اخلاق و دستورات اسلام است. رسانه باید در ترویج اسلام در جهت دستیابی به عزت واقعی کوشا باشد. دور شدن از فرهنگ و آداب اسلامی به‌عنوان یک تهدید معرفی شود.</p>   | <p>هم‌سو بودن پیام دین اسلام با فطرت و عقل بشر به‌عنوان گفتمان ایدئولوژیک</p>  | <p>معرفی فطری‌گرایی گفتمان انقلاب</p>        |
| <p>رسانه ملی مبتنی بر نظام الهی توحیدی است و باید به تبیین مؤلفه‌های تمدن اسلامی بپردازد. رسانه‌ای که در مسیر عصر تمدن نوین اسلامی است، بایستی هنجارها و باید و نبایدهایی را برای خود تدوین کند تا بتواند در مسیر آن حرکت کند. برخی از این مؤلفه‌ها عبارتند از: توحید محوری، تقویت اراده ملی و خودباوری، تقویت عزت ملی. از گذشته پر فروغ تمدن اسلامی در مقایسه با سایر تمدن‌ها برنامه و گزارش تهیه و پخش کنند.</p>   | <p>تعیین مؤلفه‌هایی برای رسانه تمدن‌ساز</p>  | <p>تبیین اهداف و آرمان‌های ملی و انقلابی</p> |
| <p>یکی از جلوه‌های انعکاس عزت ملی در منطقه و جهان، استفاده از ظرفیت رسانه است. بکارگیری ظرفیت‌های برون مرزی رسانه ملی در جهت ارتقا و افزایش عزت ملی، امری ضروری است. از ظرفیت‌های برون مرزی رسانه ملی، می‌توان به: تأسیس مجامع و شبکه‌های منطقه‌ای - رسانه‌ای، ارتباط مؤثر با ایرانیان مقیم کشورهای حاشیه خلیج فارس و ... اشاره کرد. همکاری و پیوند مستمر با گروه‌های ایرانی و مسلمان خارج از کشور. تلاش برای استفاده از ظرفیت دانشمندان ایرانی خارج از کشور. معرفی افرادی که به ایران برگشته و به چهره‌هایی موفق تبدیل شده‌اند.</p> | <p>بکارگیری ظرفیت‌های برون مرزی رسانه ملی در جهت ارتقای عزت ملی</p>  | <p>داشتن روایت اول</p>                       |

### تحلیل یافته‌ها

۱- حفظ و افزایش عزت ملی در شرایط کنونی جهانی، بیش از پیش به میزان تأثیرگذاری تاکتیک‌های خبری و رسانه‌ای، مرجع خبری شدن، داشتن روایت اول و رویکرد فعال رسانه‌ایی وابسته شده است. این

مؤلفه‌ها می‌تواند علاوه بر حفظ مخاطبین رسانه به افزایش آنها کمک کند. دو مؤلفه داشتن رویکرد فعال و روایت اول رسانه‌ایی مستقیماً بر تأثیرگذاری رسانه بر مخاطب نقش اساسی دارند. همچنین فناوری‌های جدید ارتباطاتی و اطلاعاتی، دامنه دیپلماسی را به میان شبکه‌های رسانه‌ایی برون مرزی برده است. در چنین فضایی، دیپلماسی به‌طور گسترده به تأثیرگذاری تکنیک‌های خبری و رسانه‌ای وابسته شده است. ورود به این مرحله از دیپلماسی، یعنی ورود دیپلماسی به مرحله جدیدی است که بستر تحولات خویش را فراهم کرده است. امروزه رهبران و مدیران کشورها از طریق رسانه و اخبار نیز علاوه بر روش‌های مرسوم گذشته، پیگیر اخبار و سیاست‌های دولت‌ها و کشورها هستند و به خوبی می‌دانند که اگر از ابزار رسانه و اخبار غافل شوند، به‌طور جدی و قابل ملاحظه‌ای از معادلات جهانی و منطقه‌ای عقب می‌افتند.

نکته دیگری که در این بحث قابل تأمل است این است که؛ نحوه نمایش دادن و بروز دادن نوع دیپلماسی در رسانه‌ها (به‌ویژه رسانه‌های خبری) خیلی مهم است. به‌طوری که یک کشور یا دولت می‌تواند سیاست‌ها و دیپلماسی خصمانه خود را بر علیه دولت و کشوری دیگر با استفاده از تکنیک‌ها و ترفندهای خبری و رسانه‌ای به اجرا درآورد. یا این که دولت یا کشوری هر چند که دیپلماسی صحیحی را دنبال می‌کنند، اما به دلیل عدم شناخت رسانه و خبر و همچنین عدم استفاده صحیح از ابزار رسانه (به‌ویژه رسانه‌های خبری) نمی‌توانند نگرش صحیح دیپلماسی خود را به جهانیان عرضه کنند.

در خصوص اهمیت روایت اول در رسانه باید گفت که روایت اول نوعی از نشان دادن واقعیت است که بر اساس تجربه رسانه و دیدگاه گوینده ساخته می‌شود و می‌تواند در انواع رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های خبری تلویزیونی، رادیویی و روزنامه‌نگاری استفاده شود. روایت اول می‌تواند به ایجاد همدلی و هم‌انگیزی بین گوینده و مخاطب کمک کند. و به مخاطب اجازه می‌دهد که با گوینده هم‌سو شود و احساسات و انگیزه‌های او را درک کند. همچنین روایت اول می‌تواند به انتقال دانش و تجربه رسانه به مخاطب کمک کند و به او امکان می‌دهد که از دیدگاه گوینده به مسائل نگاه کند و از تجربه‌های او استفاده کند علاوه بر این‌ها روایت اول می‌تواند به تقویت هویت و خودباوری رسانه کمک کند. روایت اول به گوینده امکان می‌دهد که خود را به دیگران معرفی کند تا مخاطب از نگاه رسانه با گذشته خود روبه‌رو شود و آن را پردازش کند.

## ۲- رسانه‌ها، هویت فرهنگی جوامع را می‌سازند

هویت معمولاً دو بُعد تشکیل‌دهنده و غیریت‌ساز دارد که هر دو بُعد آن در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی به شیوه‌های مختلف مطرح شده است. این که باید با دشمن مرزبندی داشت و ماهیت و ویژگی دشمنان نظام اسلامی باید در رسانه‌ها برجسته شود و این که نظام اسلامی و دین‌مداری و ارزش‌های انقلاب اسلامی باید به جهانیان معرفی شود، بیشتر از همه این مسئولیت متوجه رسانه‌های برون‌مرزی است. رسانه‌ها با توجه به نقش ابزاری خود می‌توانند از جهات گوناگونی باعث پیشرفت و توسعه جوامع شوند. یکی از کاربردهای رسانه شکل‌دهی به هویت جوامع است. رسانه‌ها در دنیای امروز، فکر، فرهنگ، رفتار و در حقیقت هویت فرهنگی جوامع را تشکیل می‌دهند (محمدی، ۲۰۱۵: ۲۰۱). در حقیقت رسانه با بکارگیری نقش خود می‌تواند هویت فرهنگی جوامع را تشکیل داده، آن را به اثبات برساند یا در روند آن اثرگذار باشد.

رسانه، به‌ویژه رسانه‌های خبری، می‌توانند شکل‌دهنده هویت فرهنگی<sup>۱</sup> و معرفی‌کننده و تبلیغ‌گر آن باشند. این امر در صورتی امکان‌پذیر است که برساختی مثبت و قابل‌پذیرش از هویت و فرهنگ کشور به مخاطبان خود ارائه دهند و از بسترهای مختلف رسانه‌ای، نیروی انسانی متخصص و کارشناس، دارا بودن تجهیزات به‌روز، حضور نیرو انسانی در اقصی نقاط جهان، وایرال شدن مطالب پخش شده در صفحات مجازی مختلف، اقناع و ترغیب افکار عمومی و سیاست‌های مناسب استفاده کنند. نکته دیگر این‌که، رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های خبری می‌توانند هویت فرهنگی ایجاد شده جوامع را به اثبات برسانند یا این‌که آن را تنزل بخشند. این همان شیوه و عملی است که جبهه رسانه‌ای غرب بر علیه جنبش‌های اسلامی جهان و جمهوری اسلامی ایران با تاکتیک‌های مختلف رسانه‌ایی و روانی به‌کار گرفته و بر اساس آن عمل می‌کند. ۳- دارا بودن رویکرد فعال در عرصه مدیریت رسانه‌ای، مسئولیت‌پذیری و دشمن‌شناسی و همچنین محوریت قراردادن اخلاق و معنویت در رسانه‌های جمعی.

جبهه رسانه‌ای غرب در حال تجهیز قوا علیه تفکر و استراتژی میدانی انقلاب اسلامی است. اتخاذ رویکرد منفعلانه در عرصه رسانه‌ای، فقدان ابتکار عمل در زمینه ساختن هویت نوین و متناسب با عدالت‌خواهی و استکبارستیزی انقلاب، غوطه‌ور شدن در نیازهای کاذب رسانه‌ای غرب، تهدیدات رسانه‌های جمعی و دارا بودن رویکرد فعال در عرصه مدیریت رسانه‌ای، مسئولیت‌پذیری و دشمن‌شناسی و همچنین محوریت قرار دادن اخلاق و معنویت در رسانه‌های جمعی، راهی برای بهره‌گیری از فرصت‌های رسانه‌های جمعی برای هویت انقلابی است. برخی از محورهای اخلاق و معنویت در رسانه‌های جمعی که رسانه‌های برون‌مرزی جمهوری اسلامی با تأکید بر آنها می‌توانند بر مخاطبین خود تأثیر زیادی بگذارند، عبارتند از: رعایت صداقت و راستی، نفی ظلم و ستم، واقعیت‌گویی، پرهیز از تحریف و دروغ که رسانه‌های برون‌مرزی می‌توانند با محوریت قراردادن اخلاق و معنویت، نگرشی نو در این حوزه در قالب شکل و محتوا و توجه به ارزش‌های معنوی و انقلابی به جهانیان معرفی کنند.

#### ۴- دشمن‌شناسی و مرزبندی با دشمن

اهمیت بحث دشمن‌شناسی تا آنجاست که مقام معظم رهبری (مدظله العالی) در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی عنوانی را ذیل مرزبندی با دشمن مطرح کرده‌اند. با توجه به این نکته که امروز جمهوری اسلامی در معرض تهاجم رسانه‌ای قرار دارد، رسانه‌ها باید در این جنگ رسانه‌ای جایگاه خود را بشناسند و با آگاهی نسبت به دشمن و برنامه‌های او، عملیات‌های تهاجمی رسانه‌ایی و روانی طرح‌ریزی و اجرا کنند. رسانه‌های برون‌مرزی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان نماد رسانه عزت‌مند و استکبارستیز باید تلاش کنند که با رعایت اخلاق و معنویت، به نفی ظلم و ستم و ترویج عدالت محوری بپردازند.

۵- تقویت امید و نگاه خوش‌بینانه نسبت به آینده و انقلاب، ابتدا باید درون رسانه‌ها اتفاق بیفتد.

یکی از مؤلفه‌هایی که در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی توسط رهبر معظم انقلاب اسلامی مطرح شده است، بحث امیدآفرینی و نگاه خوش‌بینانه به آینده کشور و انقلاب اسلامی است. باید توجه داشت که یکی از دریاچه‌هایی که می‌توان امید<sup>۱</sup> و نگاه خوش‌بینانه را در آن اشاعه کرد و رواج داد، دریچه رسانه است. باید مسائل و موضوعاتی را پیدا کرد که در آن امید به آینده وجود دارد. رسانه‌ها باید به سراغ نمونه‌ها و الگوهای بروند که زندگی آنها پر از امید به آینده است و زندگی‌های قابل دسترسی دارند که با وجود همه کاستی‌ها، مشکلات و موانع پر از امید و نشاط و سرزندگی است. امیدآفرینی ابتدا باید در رسانه‌ها اتفاق بیفتد؛ چرا که انعکاس آن در رسانه می‌تواند در درون جامعه جریان‌ساز باشد. نکته دیگر آن‌که، اگر بخواهیم بحث امیدآفرینی را منطقه‌ای (منطقه جهان اسلام) یا جهانی (به منظور مبارزه با یأس و ناامیدی، مبارزه با ظلم و...) کنیم، بایستی از ظرفیت رسانه‌ها و شبکه‌های خبری برن‌مرزی استفاده کنیم.

#### ۶- تقویت دو راهبرد عدم استراتژی انزواطلبی و عدم تعهد واقعی به قطب‌های قدرتمند

انزواطلبی با عزت ملی منافات دارد و بروز و ظهور انقلاب اسلامی، موجب قطع وابستگی و عدم تعهد و عدم سرسپردگی گشته و موجبات استقلال و حفظ امنیت عزت‌آفرین می‌شود. با گوشه نشینی و انزواطلبی<sup>۲</sup> نمی‌توان به عزت ملی در عرصه‌های گوناگون (به‌ویژه عرصه بین‌المللی) دست یافت. یک دولت یا کشور نمی‌تواند در جهت‌گیری‌های سیاسی خود گوشه‌گیر باشد و ادعای عزت‌مندی را داشته باشد؛ چرا که با گوشه‌گیری ارتباطات آن کشور یا دولت، محدود می‌شود و به اصطلاح، در زمانی که عصر انفجار ارتباطات و اطلاعات است، در چالش تنگنای ارتباطی قرار می‌گیرد و به عزت ملی دست پیدا نمی‌کند. عدم تعهد واقعی به معنای عدم تعهد به شرق و غرب، یعنی؛ عدم تعهد به بیگانگان؛ عدم وابستگی به غرب و دنباله‌روهای آنها است.

۷- استمرار مقاومت؛ به‌عنوان دکترینی برای اداره سیاست داخلی و خارجی کشور که رسانه‌های برون‌مرزی باید به تبلیغ عقلانی و منطقی آن بپردازند. عزت ملی به‌مثابه قدرت نرم در روابط خارجی کشورهاست و یکی از راهبردهای جمهوری اسلامی برای به دست آوردن عزت ملی، راهبرد مقاومت است. جمهوری اسلامی در حالی وارد دهه پنجم از حیات سیاسی خود می‌شود که طی سال‌های گذشته بی‌سابقه‌ترین فشارهای اقتصادی، تحریم، جنگ و... و اخیراً جنگ ترکیبی علیه یک عضو سازمان ملل اعمال شده است (رکابیان و پورحسن، ۲۰۲۲: ۱۱۲). راهبرد مقاومت قابلیت این را دارد که به‌عنوان یک استراتژی برای سیاست داخلی و خارجی کشور به کار گرفته شود. مقاومت به این معنا که در برابر خواسته‌های نامشروع بیگانگان، معاندان و براندازهای نظام جمهوری اسلامی تسلیم نشویم و با طراحی و بکارگیری نقشه‌های بومی، اهداف شوم آنها را خنثی سازیم. در این بین رسانه (شبکه‌های خبری برون‌مرزی و...) می‌تواند شتاب‌دهنده جریان مقاومت اسلامی به اقصی نقاط جهان باشد و آن را گسترش دهد. می‌توان گفت که رابطه سواد رسانه‌ای با عزت و اقتدار ملی، رابطه‌ای مستقیم است؛ چرا که، افزایش سواد رسانه‌ای در

1. Hope  
2. Seclusion

خصوص رویکرد مقاومتی، افزایش عزت ملی را در پی دارد. در این خصوص یکی از الزامات استمرار مقاومت‌گرایی، لزوم ایجاد وحدت رسانه‌ای<sup>۱</sup> و یک صدایی و اتحاد رسانه‌های جبهه انقلاب و محور مقاومت است، چرا که رسیدن به قله‌های عزت و اقتدار رسانه‌ای در صحنه بین‌الملل (به‌ویژه شبکه‌ها و رسانه‌های خبری)، هم صدایی و اتحاد رسانه‌ای - شبکه‌ای علیه جبهه بندی رسانه‌ای غرب است.

### نتیجه‌گیری

نظریه ساخت اجتماعی واقعیت بیان‌کننده این نکته اصلی است که، واقعیت‌های ساخته شده توسط رسانه‌ها، عینیت پدیده‌ها یا رخداد‌های اجتماعی ندارد، بلکه رسانه‌ها شناخت از واقعیت را دستخوش‌گرایی و جهت‌دهی خاص می‌کنند. بر این اساس در جنگ رسانه‌ای با رسانه‌های معاند و رقیب، مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها اقتضا می‌کند که، شبکه‌های برون‌مرزی باید روایت خود را که متضمن تأمین عزت و اقتدار ملی باشد را برجسته کنند. مهم‌ترین محورهای عزت نظام جمهوری اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی که نقشه راه و ریل‌گذاری نظام اسلامی برای رسیدن به تمدن نوین است و رسانه‌های برون‌مرزی، باید برساختی مناسب از آن ارائه کنند، عبارتند از: اهداف و آرمان‌های انقلاب اسلامی، معرفی و انتقال میراث و هویت فرهنگی کشور، بیان اخبار و برنامه‌های امیدوارکننده از رشد و توسعه کشور، مقابله با تبلیغات و عملیات روانی دشمنان، انعکاس نقاط قوت دیپلماسی کشور، معرفی الگوها و نمادهای ملی و انقلابی، تأکید بر مقاومت و مرزبندی با دشمنان. سهم سنگینی از مسئولیت حفظ و افزایش عزت ملی در محورهای ذکر شده به عهده شبکه‌های برون‌مرزی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران است. با توجه به نظریه برساخت اجتماعی که بر نقش رسانه‌ها در جهت‌دهی به واقعیات جامعه و ساختن آنها نقش اساسی دارد، این شبکه‌ها باید تمام ظرفیت‌های خود را بکارگیرند تا برساخت و روایتی در باره نظام اسلامی به مخاطب ارائه کنند که ضمن خنثی‌سازی نقشه‌های دشمنان، هویت، عزت و اقتدار ملی و اسلامی ایران را تقویت کنند. بر اساس هدف اصلی پژوهش که شناسایی و معرفی مؤلفه‌های افزایش عزت و اقتدار ملی در رسانه‌های خبری برون‌مرزی (با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی) بود و مطابق با بنیان‌های نظری تحقیق، برای ساختن و نمایاندن واقعیتی برجسته که متضمن اقتدار و عزت نظام اسلامی باشد، مهم‌ترین مؤلفه‌های افزایش عزت ملی توسط رسانه‌های برون‌مرزی کشور عبارتند از: مرجع خبری و رسانه‌ای شدن برای مخاطبان، داشتن رویکرد فعال و روایت اول در موضوعات خبری، برساخت سازی و بازنمایی مثبت، استفاده از فناوری‌های مدرن و تکنیک‌های حرفه‌ای خبری، توجه به هویت فرهنگ ملی و انقلابی، همسوئی در سیاست خارجی، تقویت امید و نگاه خوش‌بینانه به آینده، معرفی الگوهای عزت ملی و انقلابی، تأکید بر استمرار استراتژی مقاومت و ایجاد وحدت رسانه‌ای با رسانه‌های هم‌سو و جبهه مقاومت که این مؤلفه‌ها باید بر مبنای

نظریه‌هایی که مبنای پژوهش حاضر است، به‌عنوان تعهد و مسئولیت شبکه‌های برون‌مرزی مطرح باشد و در نهایت به برساختی مثبت که افزایش عزت ملی جمهوری اسلامی ایران را در پی داشته باشد منجر شود.

## References

- Holy Quran
- Abbaszadeh, Ruhollah (2022). Normative components of civilization-building media based on the statement of the second step of the revolution. *Islam and Social Studies, Scientific Research Quarterly*, Year 9, Number 4, spring 2011, Series 36.
- Ayatollah Khamenei, S, (2014, 18th of Bahman). *What is national pride?* Taken from the link: <http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=28873>
- Ayatollah Khamenei, S, (97, February 22). *Statement of "The Second Step of the Revolution"* addressed to the people of Iran. Taken from the link: <http://farsi.khamenei.ir/message-content?id=41673>
- Amir Timuri, Mohammad Hassan (1998). *Educational media*, Shiraz: Sasan.
- Basirian Jahromi, Hossein; Rezagholizadeh, Behnam (2015). "The role of media in foreign policy decision-making: a theoretical framework". *Global Media Journal*, Volume 1, Number 2, October.
- Bahrami Komail, Nezam (2009). *Theory of Media*, Tehran: Kavir Publications.
- Darabi, Ali (2021). The second step of the Islamic revolution is soft invasion and media literacy. *Bi-Quarterly Scientific Journal of Soft Power Studies*, 10th year, 2nd issue (23 consecutive), pp. 95-121.
- Ezkamp, Stuart (2015). *Applied social psychology*, translation: Farhad Maher. Tehran: Beh Nashr Publications Institute.
- Mak Quail, Dennis and Sven Windall (2008). *Models of mass communication*, translated by Gudarz Mirani, Tehran: Radio Research Center.
- Mak Quail, Dennis (2010). *Audience Studies*, translated by Mehdi Montazer Ghaem, Tehran: Center for Media Studies and Research.
- Mahdizadeh, Seyed Mohammad (2021). *Media Theories: Common Thoughts and Critical Views*, Tehran: Hamshahri Publications, 10th Edition, Winter.
- Mohammadi, Mustafa, (2014). (The role of overseas networks of the national media of the Islamic Republic in Islamic awakening). *Panzedeh Khordad magazine*, third period, thirteenth year, number 45, fall 2014.
- Motamednjad, Kazem (1992). Lectures on the third world and news imperialism course, master's course in communication sciences, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabatabayi University.
- Motamednjad, Kazem and Roya Motamednjad (2006). *Communication Laws*, Tehran: Office of Media Studies and Development.
- Motamedanjad, Kazem (1998). *Herbert Shiller, the pioneer of critical communication studies in America, in "Mass Communication Devices and the American Empire"*, *Herbert Shiller*, translation: Ahmad Meir Abdini, Tehran: Soroush Publications.

- Najafi, Musa, Sarafraz, Somaia (2019). (Representing the role of the media in civilization after the Islamic Revolution of Iran).
- Nasiri Pouya, Hadi (2019). (National honor in Iran's foreign policy directions from the perspective of the Supreme Leader). *The scientific-specialized culture of research quarterly*, number 43, fall 2019, special for political science. Media and Culture, Research Institute of Human Sciences and Cultural Studies, biannual scientific journal (scientific-research article), 10th year, number 2, fall and winter 2019, 281-297.
- Povia, Alireza; Nikravesh, Masoud (2019). (The cross-border capabilities of the national media in promoting the media diplomacy of the Islamic Republic of Iran (Case study: Persian Gulf region). *International Media Research Journal*, 5th year, 6th issue, spring and summer, 227-245.
- Robati, Fatemato El sadat; Moinenejad, Laila (2019). (The symbol of national honor from the perspective of the Supreme Leader in line with the statement of the second step of the revolution). *The second national conference of resistance literature* (centered on martyr Sepahd Qassem Soleimani).
- Rahmani, Syed Bahman; Rahimi, Mohammad (2018). (Investigation and analysis of national pride in the statement of the second step of the Islamic revolution based on the SWOT model). The first global soft power conference of the Islamic revolution, focusing on "Four decades of resistance and cultural requirements of the second step of the Islamic revolution", 25th of March 2018.
- Rekabiyani, Rashid; Pourhasan, Nasser (2022). The position of national honor as a soft power in foreign relations in the light of the declaration of the second step of the Islamic revolution. *Scientific Quarterly of Soft Power Studies*, Volume 12, Number 4, Serial Number (31), Winter 1401: 95-116.
- Ruhollah Mohammad Alinejad, Omran, Kamalvand, Payman (2015). Comparative conceptualization of self-esteem in the Qur'an and humanistic psychology. *The culture of counseling and psychotherapy*. Volume 7, Number 27.
- Sadati, Sayyed Nasrollah (2012). (The role of overseas national media networks in media diplomacy with an emphasis on Alam and Press TV networks). *Communication Research Quarterly*, 21st Year, Number 3 (79 Series), Fall 2013, 120-99
- Sabzekar, Maryam (2019). (The role of the media in realizing the requirements of leadership in the statement of the second step). *The first national conference on law, jurisprudence and culture*.
- Saedian, Saeed; Zareei, Ghaffar (2019). (The role of mass media in creating a new view of the identity of the Islamic revolution with an emphasis on the opinions of Ayatollah Khamenei). Research article, scientific quarterly Rihafat Islamic Revolution, 14th year, number 50, spring 2019, pages 45 to 62.
- Seidman, Steven (2016). *Conflict of votes in sociology*, translated by Hadi Jalili, Tehran: Ni publication.
- Seidman, Steven (2016). *Relativizing Sociology: The Challenge of Cultural Studies*, translated by Jamal Mohammadi, in "Cultural Studies: Perspectives and Controversies", selected and edited by Mohammad Rezaei, Tehran, Jihad University Press, Tehran branch.
- Sorbonne, Werner and James Tankard (2001). *Communication theories*, translated by Alireza Dehghan, Tehran: Tehran University Press.
- Ward, Glenn (2005). *Postmodernism*, translated by Qadir Fakhr Ranjbari and Abuzar Karmi, Tehran: Nash Mahi.