

Pathology of the Discourse of the Islamic Revolution in the Visual Programs of the National Media (Presenting an Optimal Strategy)

Sohila Resalat¹, Esmail Saadipour², Sayyid Mahmoud Nejati Hosseini³

¹ Ph.D. Candidate, Department of Culture and Communications, Faculty of Communication and Media Studies, CT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran (**Corresponding author**). sohila.resalat1358@gmail.com

² Professor, Department of Educational Psychology, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. ebibangard@yahoo.com

³ Department of Sociology, Faculty of Communication and Media Studies, CT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran. nejati.hosseini@gmail.com

Abstract

The present study aims to identify and classify the pathologies affecting the discourse of the Islamic Revolution in the visual programs of Iran's National Media and to propose an optimal model for strengthening this discourse with particular emphasis on the values of resistance, self-sacrifice (*īthār*), and martyrdom (*shahādah*). The principal research question is: What are the existing deficiencies in the representation of the discourse of the Islamic Revolution in the National Media, and what strategic model can be formulated to strengthen this discourse on the basis of these values? In terms of its objective, the study is applied research, while methodologically it adopts a qualitative approach using thematic analysis based on the Attride-Stirling (2001) framework. The statistical population consisted of fifteen experts in media management and communication studies, selected through purposive and theoretical sampling. Data were collected through semi-structured interviews and analyzed by means of theoretical coding (basic, organizing, and global themes). To assess validity and reliability, auditing and replicability (reliability coefficient) were employed in the qualitative section, while content validity and Scott's reliability coefficient were used in the quantitative section. The findings reveal that the pathology model of the discourse of the Islamic Revolution consists of four global themes, eight organizing themes, and eighteen basic themes. Furthermore, the proposed model for strengthening this discourse comprises three global themes, seven organizing themes, and thirty-seven basic themes, both of which achieved theoretical saturation. The results indicate that the application of knowledge management in presenting the discourse of the Islamic Revolution, together with an authentic and engaging representation of visual content related to the culture of *īthār*, *shahādah*, and resistance, plays a pivotal role in neutralizing existing deficiencies and enhancing the quality of National Media programs. This approach can contribute to a deeper institutionalization of the values of the Sacred Defense (*Difā' Muqaddas*) within public opinion.

Keywords: Discourse of the Islamic Revolution; Resistance; *īthār* (Self-Sacrifice); *Shahādah* (Martyrdom); National Media; Visual Programs; Thematic Analysis.

Received: 2025-06-21 ; Received in revised form: 2025-09-09 ; Accepted: 2025-09-24 ; Published online: 2025-12-26

<https://doi.org/10.22034/sm.2025.2027391.2211>

© the authors

<http://sm.psas.ir>

Article type: Research Article

Publisher: Political Studies Association of the Seminary



آسیب‌شناسی گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی (ارائه راهکار مطلوب)

سهیلا رسالت^۱، اسماعیل سعدی‌پور^۲، سید محمود نجاتی حسینی^۳

^۱ دانشجوی دکتری، گروه فرهنگ و ارتباطات، دانشکده ارتباطات و مطالعات و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). sohila.resalat1358@gmail.com

^۲ استاد، گروه روانشناسی تربیتی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. ebibangard@yahoo.com

^۳ گروه جامعه‌شناسی، دانشکده ارتباطات و مطالعات و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. nejati.hosseini@gmail.com

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی و احصاء آسیب‌های گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی و ارائه مدل مطلوب راهکارهای تقویت این گفتمان با تأکید بر ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت بوده است. سوال اصلی پژوهش این است که آسیب‌های موجود در بازنمایی گفتمان انقلاب اسلامی در رسانه ملی کدامند و چه مدل راهبردی برای تقویت آن با محوریت ارزش‌های یادشده قابل تدوین است؟ این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت کیفی است که با راهبرد تحلیل مضمون و رویکرد اترید-استرلینگ (۲۰۰۱) انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۵ نفر از خبرگان مدیریت رسانه و علوم ارتباطات بود که به روش نمونه‌گیری هدفمند و نظری انتخاب شدند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته گردآوری و با کدگذاری نظری (مضامین پایه، سازمان‌یافته و فراگیر) تحلیل شدند. برای سنجش روایی و پایایی در بخش کیفی از ممیزی و قابلیت تکرارپذیری (ضریب پایایی) و در بخش کمی از اعتبار محتوایی و ضریب پایایی اسکات استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که مدل آسیب‌شناسی گفتمان انقلاب اسلامی متشکل از ۴ مضمون فراگیر، ۸ مضمون سازمان‌یافته و ۱۸ مضمون پایه است. همچنین، مدل مطلوب راهکارهای تقویت این گفتمان شامل ۳ مضمون فراگیر، ۷ مضمون سازمان‌یافته و ۳۷ مضمون پایه می‌باشد که هر دو به اشباع نظری رسیده‌اند. نتایج حاکی از آن است که اعمال مدیریت دانش در معرفی گفتمان انقلاب اسلامی و بازنمایی واقعی و جذاب از محتوای دیداری مرتبط با فرهنگ ایثار، شهادت و مقاومت، نقشی کلیدی در خنثی‌سازی آسیب‌ها و ارتقای کیفیت برنامه‌های رسانه ملی ایفا می‌کند. این رویکرد می‌تواند منجر به نهاده‌سازی عمیق‌تر ارزش‌های دفاع مقدس در افکار عمومی شود.

واژه‌های کلیدی: گفتمان انقلاب اسلامی، مقاومت، ایثار، شهادت، رسانه ملی، برنامه‌های دیداری، تحلیل مضمون.

استناد به این مقاله: رسالت، سهیلا؛ سعدی‌پور، اسماعیل؛ نجاتی حسینی، سید محمود (۱۴۰۴). آسیب‌شناسی گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های

دیداری رسانه ملی (ارائه راهکار مطلوب). *سیاست متعالیه*، ۱۳ (۴): ص ۱۵۱-۱۷۲. <https://doi.org/10.22034/sm.2025.2027391.2211>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۰۲؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۶/۳۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۸؛ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۰/۰۵

© the authors

<http://sm.psas.ir>

نوع مقاله: پژوهشی

ناشر: انجمن مطالعات سیاسی حوزه



۱. مقدمه

رشد چشمگیر شبکه‌های تلویزیون ماهواره‌ای و پخش شبانه‌روزی برنامه‌های این شبکه‌ها، و با توجه به فروپاشی مرزهای کشورها، صدها کانال بین‌المللی و خارجی امکان ورود به کشورها را پیدا کرده‌اند و فضای تازه‌ای را پیش روی میلیون‌ها مخاطب در جهان گشوده است. در این شرایط مخاطبان در محاصره اطلاعاتی و رقابتی رسانه‌های داخلی و خارجی قرار دارند که این امر سبب ایجاد برخی تغییرات در رابطه فرد و نظام سیاسی حاکم، فرد و جامعه و نوع نگرش آنها نسبت به هویت خویش می‌شود (Tian & et al., 2021). در این بین رسانه ملی به عنوان تریبون انقلاب اسلامی ایران، در تبلیغ اهداف نظام نقش بی‌رقیب و بی‌بدیلی را برعهده داشته و دارد. از سوی دیگر، ترویج و تبلیغ مبانی انقلاب اسلامی به منظور آشنایی دیگر ملت‌ها و تمدن‌ها با فرهنگ اسلام ناب، از نخستین برنامه‌های استراتژیک معمار انقلاب (امام خمینی) بود که همزمان با پیروزی انقلاب در بهمن ۵۷ تحت عنوان ضرورت صدور انقلاب مطرح شد. لذا، یکی از ارزش‌هایی که در گفتمان انقلاب اسلامی بر آن تاکید زیادی صورت می‌گیرد، فرهنگ مقاومت است. زمینه‌های شکل‌گیری فرهنگ مقاومت و شهادت در فرهنگ اسلامی از مبانی دینی و رویدادها و وقایعی چون جنگ‌های رسول‌الله (ص)، امام علی (ع) و امام حسین (ع) و وقایع روز عاشورا و سیره سایر اهل‌بیت (ع) ظهور یافته است. این فرهنگ طی نسل‌های مختلف و به طرق گوناگون انتقال و تعالی یافت و اکنون بنا به اقتضانات زمانی و حضور رسانه‌های مختلف در سطح جامعه، اشاعه فرهنگ‌های مختلف، سرعت و شدت بیشتری یافته است. این رسانه‌ها افزون بر اطلاعاتی که در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند، تفسیر و تحلیل‌هایی نیز ارائه می‌نمایند که به تدریج بخشی از نظام معرفتی افراد را تشکیل داده و این موضوع به دگرگونی هویت افراد در ابعاد سنتی، پیدایش هویت‌های فرهنگی چندگانه و دگرگونی سامانه‌های ارزشی منجر می‌شود. بدین ترتیب، بسیاری از فرهنگ‌ها از آسیب‌های مختلف در امان نخواهند ماند. رسانه ملی بعد از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، تلاش‌های زیادی در راستای حفظ ارزش‌های انقلابی داشته است، اما به تدریج شاهد عدم انعکاس درست مبانی گفتمان انقلاب برای نسل آینده، عدم توجه درست به بازنمایی وحدت و همبستگی بین مسلمین، شعارگرایی در ارتباط با استکبارستیزی و عدم تولیدات فاخر رسانه‌ای از شهداء هستیم و این موارد از جمله مهم‌ترین آسیب‌های برنامه‌های دیداری است که می‌تواند تهدید جدی برای انقلاب اسلامی ایران باشد. بنابراین، پژوهش حاضر درصدد است با تشریح آسیب‌های برنامه‌های دیداری رسانه ملی برای انقلاب اسلامی، راهکارهایی برای تقویت گفتمان انقلاب اسلامی در جهت توجه رسانه ملی به ساخت تولید برنامه‌های دیداری با محوریت ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت و بازنمایی جبهه مقاومت و همگرایی

اسلامی ارائه کند. در این زمینه، سالمی میانه‌ی (۱۳۹۲) در پژوهشی نشان داد که بین دهه‌های ۶۰ و ۸۰، در رابطه با متغیرهای «موضوع فیلم‌های دفاع مقدس»، «فرصت‌های تقویت فرهنگ ایثار و شهادت»، «آسیب‌های تقویت فرهنگ ایثار و شهادت»، «راهکارهای تقویت فرهنگ ایثار و شهادت» و «سازمان یا کشور مورد نکوهش» تفاوت زیادی وجود دارد. اخوان و تاجیک (۱۳۹۹) نیز در پژوهشی بر مؤلفه‌های نظری و ارزش‌های هسته‌های مقاومت مانند: تفکیک‌ناپذیری دین از سیاست، جهان‌شمولی انقلاب اسلامی، ولایت و رهبری، جهاد در راه خدا و شهادت‌طلبی، ظلم‌ستیزی و دفاع از مظلوم، تقابل استکبار و استضعاف، آمادگی همه‌جانبه، تصاحب قدرت بر محور حق، وحدت‌گرایی، عدالت‌خواهی و مقاومت علیه اشغالگری تأکید دارند. پژوهش‌های مرتبط پیشین نوعاً توصیفی بوده و در آنها نقش رسانه ملی در اشاعه فرهنگ مقاومت، ایثار و شهادت از منظر آسیب‌شناسانه مورد توجه قرار نگرفته است. در این راستا، پژوهش حاضر درصدد شناسایی و احصاء آسیب‌های گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی و ارائه مدل مطلوب راهکارهای تقویت این گفتمان با تأکید بر ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت است.

۲. مفاهیم پژوهش

۲-۱. ایثار

ایثار، فداکاری یا نوع‌دوستی در لغت به معنی برگزیدن، عطا کردن، سود دیگران را بر منفعت خویش مقدم داشتن و منفعت غیر را بر مصلحت خود مقدم شمردن می‌باشد. در معنی اصطلاحی نیز بدان معنی است که آدمی از روی قصد و نیت خیر، دیگران را بر خود ترجیح دهد و ایشان را بر خویش‌تر برگزیند (دهخدا، ۱۳۷۷: ج ۳، ص ۳۶۸۲).

۲-۲. شهادت

شهید در لغتنامه دهخدا به معنای کشته شدن در راه خدا و یا در راه خدمت به مدینه و یا در راه حقیقتی و هدف مقدسی آمده (دهخدا، ۱۳۷۷: ج ۱۰، ص ۱۴۶۲۹) و در روایات از آن به‌عنوان بالاترین نیکی و گرمی‌ترین مرگ یاد شده است. همچنین برای آن آثاری همچون زنده بودن شهداء، برخورداری از حق شفاعت و آمرزش گناهان ذکر شده است.

۲-۳. مقاومت

مقاومت سیاسی، کنش سیاسی - اجتماعی برای به بار نشاندن گفتمانی است که به حاشیه رفته است. در

واقع، مقاومت سیاسی محصول بیداری و آگاهی از وجود ظلم، تبعیض‌های محسوس و معیارهای دوگانه در جامعه می‌باشد. از نظر تاریخی، پس از جنگ جهانی دوم، مقاومت در کشورهای مختلف باعث شکل‌گیری نهضت‌های آزادی‌بخش شده و کشورها را از شر حکومت‌های سرکوب‌گر و دیکتاتور رهانیده است. از همین رو، مقاومت مرتبط با جنبش‌های قومی، گروهی، ملی یا مذهبی است که احساس می‌کنند تحقیر و سرکوب شده، به حاشیه رانده شده و صداهایشان شنیده نمی‌شود. مقاومت مسلحانه اغلب زمانی شکل می‌گیرد که همه راه‌ها به روی مردم بسته شود و فعالیت‌های مدنی ره به جایی نبرد. جنبش‌های مقاومت دارای اهداف مشروع و عادلانه‌اند و جز برای آزادی و دفاع از سرزمین به خشونت دست نمی‌زنند (اخوان و تاجیک، ۱۳۹۹).

۴-۲. گفتمان انقلاب اسلامی

گفتمان انقلاب اسلامی در تداوم حرکت انبیاء و تعالیم آسمانی به ویژه اسلام راستین است که دال مرکزی آن را اسلام و هویت اسلامی تشکیل می‌دهد. گفتمان انقلاب اسلامی دربردارنده مفاهیم مهمی همچون: استقلال‌خواهی، آزادی، مردم‌پایگی و اسلام‌مداری می‌باشد که در شعار اساسی «استقلال، آزادی، جمهوری اسلامی» مطرح شده است. توأمان بودن دین و سیاست، ستون فقرات و رکن اساسی گفتمان انقلاب اسلامی را تشکیل می‌دهد؛ به این معنا که قانون مبتنی بر دین و مشارکت و نقش‌آفرینی مردم در حکومت با محوریت رهبری دینی، از ارکان انقلاب اسلامی بوده که این گفتمان را از دیگر گفتمان‌ها جدا و متمایز کرده است (سلیمان‌پور و صالحی، ۱۴۰۰).

۵-۲. رسانه ملی

رسانه وسیله‌ای برای انتقال اطلاعات، ایده‌ها و اندیشه‌ها و افکار افراد یک جامعه است. در واقع، رسانه هر نوع واسطه یا مجاری برای انتقال پیام می‌باشد، که از طریق فرستنده اعمال می‌شود. قدرت رسانه‌ها به حدی است که توانایی انتقال تصاویر دنیای انسان‌ها به همدیگر را دارد. رسانه‌ها تار و پود نمادین زندگی اجتماعی ما را تشکیل می‌دهند. در دنیای امروز، جایگاه رسانه در تدویر افکار عمومی و ایجاد فضاهای مناسب برای گفتگو و برخورد سالم و سازنده نظرات، غیرقابل انکار است. براساس نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران، از سازمان صداوسیما به عنوان رسانه ملی یاد می‌شود و از این حیث، صداوسیما از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

۳. چارچوب نظری

فرهنگ به عنوان مجموعه‌ای از معارف، اعتقادات، ارزش‌ها، هنرها و تمامی عادات، رفتارها و ضوابطی

تعریف می‌شود که فرد به عنوان عضو جامعه از آن فرامی‌گیرد. در این میان، «ارزش‌های ایثارگری» جایگاه ویژه‌ای دارند که ریشه در آموزه‌های دینی (قرآن، پیامبر اکرم (ص) و ائمه اطهار) و فرهنگ پیشینه ایران اسلامی دارد. ایثار به معنای تقدم دیگران بر خود و شهادت به عنوان بالاترین مرتبه آن، ستون فقرات گفتمان انقلاب اسلامی را تشکیل می‌دهند. با توجه به نقش بی‌بدیل رسانه ملی در جامعه‌پذیری و انتقال ارزش‌ها، تبیین نظری این پژوهش بر پایه سه محور اصلی استوار است:

(۱) مفاهیم بنیادین ایثار، شهادت و مقاومت، (۲) نظریه‌های ارتباطی و رسانه‌ای (کاشت و وابستگی)، (۳) نظریه‌های جامعه‌شناختی و روانشناسی اجتماعی (نظم اجتماعی پارسونز و هویت اجتماعی تاجفل و ترنر).

۱. **ایثار، شهادت و مقاومت:** ایثار و شهادت نمادهای استقامت و رشادت هستند که در فرهنگ ناب اسلامی رنگ و بوی الهی می‌گیرند. در این فرهنگ، ارزشمندی حماسه مشروط به «فی سبیل‌الله» بودن و خدایی شدن است (کردنائیج و خلیلی پالندی، ۱۳۹۷). پس از انقلاب اسلامی و دوران دفاع مقدس، این مفاهیم معنای زیبا و حرکت‌آفرین یافتند. دو مولفه اساسی این فرهنگ، «استکبارستیزی» و «روحیه جهادی» هستند که در این پژوهش برای سنجش فرهنگ ایثار در تلویزیون مورد استفاده قرار گرفته‌اند. واژه مقاومت از ریشه «ق.و.م» به معنای ایستادگی و پایداری در برابر تحمیل خواسته‌های دشمن (درونی یا بیرونی) است (عالم و رضایپور، ۱۳۹۹؛ دانش‌فر و پورحسن، ۱۴۰۰). گفتمان مقاومت اسلامی بر سه دال مرکزی «ایدئولوژی اسلامی»، «اعتقاد دینی» و «هویت ملی» استوار است که آن را از گفتمان‌های امپریالیسم غرب و بنیادگرایی سلفی متمایز می‌سازد.

۲. **نظریه‌های ارتباطی و اثرات رسانه:** برای تبیین چگونگی تأثیر رسانه ملی بر مخاطبان، از دو نظریه کلیدی استفاده شده است:

الف) نظریه کاشت: این نظریه بیان می‌کند که تلویزیون به دلیل جایگاه محوری در زندگی روزمره، بر محیط نمادین افراد غلبه کرده و نسخه رسانه‌ای «واقعیت» را جایگزین تجربه شخصی می‌کند (ملهم و پونیانوت-کارتر، ۲۰۱۹). پیش‌فرض‌های این نظریه شامل تفاوت ماهوی تلویزیون با سایر رسانه‌ها، شکل‌دهی به شیوه تفکر جامعه و محدود بودن، اما مؤثر بودن تأثیرات آن است (کومار و کامرا، ۲۰۲۱). در این پژوهش، فرض بر این است که سیمای رسانه ملی با بازنمایی مداوم ارزش‌های دفاع مقدس، می‌تواند

نگرش مخاطبان را نسبت به گفتمان انقلاب اسلامی تقویت یا تضعیف کند.

ب) نظریه وابستگی مخاطبان: این نظریه با رویکرد بوم‌شناختی جامعه را ساختاری ارگانیک می‌بیند که در آن نظام رسانه با افراد و نهادها در تعامل است (آریان، ۲۰۲۰). در عصر پیچیدگی اطلاعات، رسانه‌ها به تولیدکنندگان اصلی دانایی تبدیل شده و نه تنها به ما می‌گویند به چه چیزی بیندیشیم، بلکه «چگونه اندیشیدن» را نیز آموزش می‌دهند. این نظریه توضیح می‌دهد که چرا مخاطبان برای فهم جهان واقع به رسانه ملی وابسته شده و چگونه این وابستگی می‌تواند منجر به تغییر رفتارهای فردی و جمعی شود.

۳. نظریه نظم اجتماعی تالکوت پارسونز: پارسونز جامعه را متشکل از خرده‌سیستم‌هایی می‌داند که هر کدام کارکرد خاصی دارند. «خرده‌سیستم فرهنگی» وظیفه حفظ و نگهداشت الگوهای فرهنگی را برعهده دارد. مکانیسم اصلی این سیستم، «جامعه‌پذیری» است. در این پژوهش، رسانه ملی به عنوان ابزار اصلی جامعه‌پذیری عمل می‌کند که با انتقال ارزش‌های متعالی، نگرشی مثبت نسبت به دفاع مقدس ایجاد کرده و «جهت‌گیری کنشی عام‌گرایانه را در کنشگران اجتماعی تقویت می‌کند. بدین ترتیب، رسانه ملی با انجام صحیح کارکرد خود، به ثبات و انسجام اجتماعی کمک می‌کند (تنهایی، ۱۳۹۰).

۴. نظریه هویت اجتماعی تاجفل و ترنر:^۱ تاجفل و ترنر (۱۹۸۶) هویت جمعی را به عضویت گروهی پیوند می‌زنند. هویت اجتماعی بخشی از مفهوم خود فرد است که از شناخت او نسبت به تعلقش به یک گروه اجتماعی و همراه با پیامدهای احساسی و ارزشی آن ناشی می‌شود. رسانه ملی با کارکرد «پیوستگی و وحدت»، احساس تعلق به امت واحده اسلامی و ملت ایران را تقویت می‌کند. وقتی مخاطبان خود را جزء گروهی می‌دانند که ارزش‌های ایثار و مقاومت را ستایش می‌کند، این ارزش‌ها را درونی کرده و جهت‌گیری‌های رفتاری خود را با هنجارهای گروه هماهنگ می‌سازند.

۳-۱. جمع‌بندی چارچوب نظری

پژوهش حاضر با ترکیب نظریه‌های فوق، مدلی را ارائه می‌دهد که در آن رسانه ملی (با تکیه بر نظریه کاشت و وابستگی) به عنوان مجرای اصلی انتقال پیام، و نظریه‌های پارسونز و تاجفل-ترنر به عنوان تبیین‌کننده فرآیند درونی‌سازی و هویت‌یابی عمل می‌کنند. در نهایت، این فرآیند منجر به تقویت گفتمان مقاومت اسلامی شامل مولفه‌های استکبارستیزی، روحیه جهادی، هویت دینی، هویت ملی و ایدئولوژی اسلامی در سطح جامعه می‌شود.

۴. روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از حیث ماهیت، اکتشافی، از حیث راهبرد پژوهش کیفی و از نوع تحلیل مضمون است. در تعریف مضمون می‌توان چنین گفت: مضمون مبین اطلاعات مهمی درباره داده‌ها و سوالات تحقیق است و تا حدی، معنی و مفهوم الگوی موجود در مجموعه‌ای از داده‌ها را نشان می‌دهد. از این منظر، تحلیل مضمون روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، واحدی برای تحلیل داده‌های متنی بوده و داده‌های متنوع و پراکنده را به داده‌های فنی و تفصیلی تبدیل می‌کند (براون و کلارک، ۲۰۰۶). روش تحلیل مضمون به طرق مختلف انجام می‌شود. در این پژوهش از رویکرد آتراید استرلینک (۲۰۰۱) استفاده می‌شود. بدین ترتیب: گام اول: کدگذاری گزاره‌ها (تهیه یک چارچوب کدگذاری، تجزیه متن به پاره‌گفتارها با استفاده از این چارچوب)، گام دوم: شناخت مضامین (انتزاع مضامین از پاره‌گفتارها، تصحیح مضامین)، گام سوم: ساختن شبکه‌های مضمونی (منظم کردن مضامین، یافتن مضامین پایه‌ای، بازآرایی مضامین پایه‌ای برای یافتن مضامین سازمان‌دهنده، استخراج مضمون فراگیر، ترسیم شبکه مضمونی، بازبینی و تصحیح شبکه مضمونی)، گام چهارم: توصیف و کشف شبکه‌های مضمونی، گام پنجم: خلاصه کردن شبکه‌های مضمونی، گام ششم: توصیف الگوها.

این شش گام را می‌توان در سه بخش اصلی تجزیه متن (شامل گام اول، دوم و سوم)، اکتشاف متن (شامل گام چهارم و پنجم) و یکپارچه کردن اکتشاف‌ها (شامل گام ششم) تقسیم کرد. در این روش، ورودی، رویکردها و نظرات ۱۵ نفر از اساتید حوزه ارتباطات و فعالان رسانه‌ای در حوزه فرهنگ مقاومت و ایثار می‌باشد. در گام اول با روش نمونه‌گیری هدفمند، گزاره‌های مصاحبه‌های فعالان رسانه‌ای کدگذاری می‌شوند؛ در گام دوم، با روش نظری، مضامین مصاحبه‌های فعالان رسانه‌ای شناسایی خواهند شد؛ در گام سوم، از میان مضامین مصاحبه‌های فعالان رسانه‌ای، یک شبکه مضامین ایجاد می‌شود؛ به این منظور باید مراحل ذیل صورت بگیرد:

الف) کشف مضامین پایه‌ای (شناسه‌ها و نکات کلیدی متن) از میان مصاحبه‌ها،

ب) کشف مضامین سازمان‌یافته (مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضمون‌های پایه‌ای) از میان مصاحبه‌ها،

ج) کشف مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به عنوان یک کل) از میان مصاحبه‌ها.

در واقع مضامین فراگیر در کانون شبکه مضامین قرار می‌گیرد، مضامین سازمان‌یافته واسط مضامین فراگیر

و مضامین پایه‌ای شبکه است. به این معنا که این مضامین به صورت نقشه‌های شبکه تارنما رسم و مضامین برجسته هریک از این سه سطح، همراه با روابط میان آنها نشان داده می‌شود. در این نوع تحلیل سعی بر آن است که از مضامین پایه‌ای که آشکار و مطرح هستند، به سوی مضامین کلی‌تر حرکت شود، تا به مضمون یا مضامین اصلی متن دست پیدا کنیم (Attride-Stirling, 2001: p. 388-389). بعد از ایجاد یک شبکه مضامین، در گام چهارم ضمن توصیف شبکه‌های مضمونی، از میان مصاحبه‌های انجام شده به کشف آنها مبادرت ورزیده و در گام پنجم، شبکه‌های مضمونی کشف شده تلخیص می‌شوند. در گام ششم نیز یک الگوی نظری از مصاحبه نیمه‌ساخت یافته با تعداد ۱۵ نفر به شرح جدول (۱) ارائه خواهد شد.

جدول ۱- مشخصات مصاحبه‌شوندگان در مطالعه کیفی پژوهش حاضر

ردیف	جنس	تحصیلات	سن	شغل	رشته تحصیلی
۱	مرد	دکتری	۶۵	استاد دانشگاه	علوم ارتباطات اجتماعی
۲	مرد	دکتری	۵۷	استاد دانشگاه	جامعه‌شناسی
۳	زن	فوق لیسانس	۴۱	فعال رسانه‌ای	مدیریت فرهنگی
۴	مرد	لیسانس	۴۵	فعال رسانه‌ای	مدیریت رسانه
۵	زن	دکتری	۴۸	استاد دانشگاه	مدیریت رسانه
۶	زن	فوق لیسانس	۳۶	مدرس دانشگاه و فعال رسانه‌ای	جامعه‌شناسی
۷	مرد	فوق لیسانس	۵۳	فعال رسانه‌ای	مدیریت رسانه
۸	زن	لیسانس	۳۵	فعال رسانه‌ای	علوم ارتباطات
۹	زن	دکتری	۵۰	استاد دانشگاه	جامعه‌شناسی
۱۰	مرد	دکتری	۵۵	فعال رسانه‌ای	علوم سیاسی
۱۱	زن	دکتری	۴۷	استاد دانشگاه و فعال رسانه‌ای	علوم ارتباطات اجتماعی
۱۲	مرد	دکتری	۶۰	استاد دانشگاه و فعال رسانه‌ای	جامعه‌شناسی توسعه
۱۳	مرد	فوق لیسانس	۴۶	مدرس دانشگاه و فعال رسانه‌ای	مدیریت رسانه
۱۴	مرد	دکتری	۴۹	فعال رسانه‌ای	جامعه‌شناسی
۱۵	زن	دکتری	۵۴	استاد دانشگاه	علوم ارتباطات اجتماعی
جمع					۱۵

به منظور اعتبارسنجی مضامین، یافته‌های کیفی از دو روش ارزیابی اعتبار به شیوه ارتباطی (رجوع به مصاحبه‌شوندگان) و نیز روش ممیزی یا تشخیصی (رجوع به صاحب‌نظران)، و به منظور سنجش پایایی یافته‌های کیفی از دو روش قابلیت تکرارپذیری (بواسطه ضریب پایایی و توافق درونی بین دو کدگذار - محقق

با محقق همکار- در فرایند کدگذاری و رفع ناهماهنگی‌های موجود آمده^۱ و قابلیت انتقال یا تعمیم‌پذیری (از طریق انجام روش نمونه‌گیری هدفمند و نظری به صورت منظم و جامع استفاده شده است) (ساروخانی، ۱۳۹۳: ج ۱، ص ۲۸۹).

۵. یافته‌های تحقیق

۵-۱. طراحی مدل آسیب‌های گفتمان انقلاب اسلام در برنامه‌های دیداری رسانه ملی

مرحله اول: خرد کردن و تجزیه متن

در این مرحله سه گام اول کدگذاری گزاره‌های مصاحبه‌های انجام شده، گام دوم شناخت مضامین از میان مصاحبه‌های انجام شده و گام سوم ساختن شبکه مضامین از میان مصاحبه‌ها وجود دارد، که هر سه گام فوق در جدول شماره (۲) و (۳) به صورت دقیق تبیین شده‌اند.

گام اول: تهیه یک چارچوب کدگذاری و تجزیه متن به جملات کلیدی: در مرحله اول یک چارچوب جهت کدگذاری در نظر گرفته شده و آن اظهارنظرهای مصاحبه‌شوندگان پیرامون سوالات مصاحبه بوده که به صورت برجسته، کلیدی و تأییدات متعدد به کار گرفته شده است. لذا، بر این اساس، متن استخراجی از مصاحبه به پاره جملات کلیدی و یا گفتارهای خبری برجسته تبدیل شده‌اند.

گام دوم: شناخت مضامین: در این مرحله به هر یک از جملات کلیدی و یا گفتارهای خبری برجسته، کد و یا مضمونی الحاق شده است.

گام سوم: ساختن شبکه مضمون: در بخش اول از ساختن شبکه مضمون، یافتن و منظم نمودن مضامین پایه‌ای از جملات کلیدی و یا گفتارهای خبری برجسته است که به تناوب از سوی مصاحبه‌شوندگان مورد استفاده قرار گرفته و به اصطلاح به اشباع نظری رسیده است. بنابراین، در مرحله کدگذاری باز، ۱۸ مضمون پایه‌ای شناسایی شده‌اند. در بخش‌های بعدی از ساختن شبکه مضمون، ابتدا در ذیل کدگذاری محوری با تلخیص و ترکیب مضامین پایه‌ای، مضامین سازمان‌یافته شناسایی و احصاء شدند. در این مرحله ۸ مضمون سازمان‌یافته شناسایی گردیدند. پس از اتمام این مرحله، در ذیل کدگذاری گزینشی یا انتخابی، مضامین

۱. بدین ترتیب می‌باشد: $\frac{2M}{N_1+N_2}$ = پایایی، در فرمول فوق، M تعداد موارد مشترک کدگذاری شده بین دو کدگذار بوده که در مورد آنها توافق وجود داشته است و N1 و N2 به ترتیب تعداد کلی موارد کدگذاری شده توسط کدگذار اول و دوم است. میزان پایایی بیشتر از ۷۰ درصد قابل قبول می‌باشد. لذا، ضریب پایایی بدست آمده با ۵۵ گزاره کدگذاری شده از سوی دو کدگذار، برابر با ۰/۹۲ بوده که در سطح مطلوبی است.

فراگیر با تلخیص و ترکیب مضامین سازمان‌یافته شناسایی و احصاء شدند. لذا، در ذیل کدگذاری گزینشی، ۴ مضمون فراگیر ذیل جدول (۲) شناسایی و احصاء گردیدند.

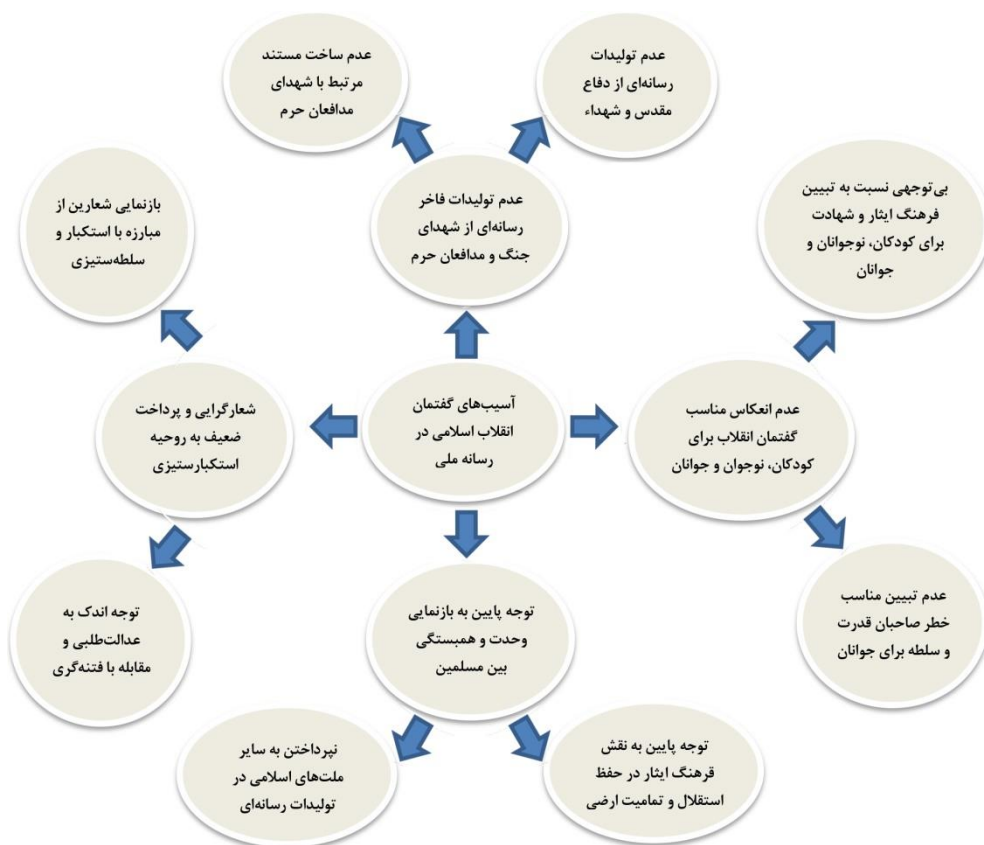
جدول ۲- کدهای محوری و گزینشی جهت شناسایی مضامین سازمان‌یافته
و فراگیر مدل آسیب‌های گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدهای باز
مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه‌ای
عدم انعکاس مناسب گفتمان انقلاب برای کودکان، نوجوان و جوانان	بی‌توجهی نسبت به تبیین فرهنگ ایثار و شهادت برای کودکان، نوجوانان و جوانان	بی‌توجهی به تبیین استقلال‌طلبی برای جوانان
عدم تبیین مناسب خطر صاحبان قدرت و سلطه برای جوانان	عدم تبیین مناسب خطر صاحبان قدرت و سلطه برای جوانان	عدم تبیین مناسب احساس خطر صاحبان سلطه برای جوانان
توجه پایین به بازنمایی وحدت و همبستگی بین مسلمین	توجه پایین به نقش فرهنگ ایثار در حفظ استقلال و تمامیت ارضی	عدم موفقیت در معرفی فرهنگ ایثار
شعارگرایی و پرداخت ضعیف به روحیه استکبارستیزی	نپرداختن به سایر ملت‌های اسلامی در تولیدات رسانه‌ای	عدم توجه به روحیه اسلام‌خواهی ملت‌های مسلمان
عدم تولیدات فاخر رسانه‌ای از شهدای جنگ و مدافعان حرم	بازنمایی شعاری از مبارزه با استکبار و سلطه‌ستیزی	انعکاس مبارزه به صورت شعارگونه
	توجه اندک به عدالت‌طلبی و مقابله با فتنه‌گری	اثرگذاری کم برنامه‌ها برای تشکیل جبهه ضد استکباری
	عدم تولیدات فاخر رسانه‌ای از دفاع مقدس و شهداء	عدم توجه به مبحث ایجاد روحیه عدالت‌طلبی
	عدم ساخت مستند مرتبط با شهدای مدافعان حرم	عدم تولید جهت زندگینامه شهدای شاخص
		عدم ساخت مستندهایی در رابطه با عملیات‌های دفاع مقدس
		عدم ساخت مستند در خصوص زندگینامه شهدای شاخص مدافع حرم
		عدم توجه کافی به خانواده‌های شهدای مدافع حرم

جدول ۳- تعداد مضامین فراگیر، سازمان‌یافته و پایه‌ای مدل آسیب‌های گفتمان انقلاب اسلامی
در برنامه‌های دیداری رسانه ملی

ردیف	مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه
۱	عدم انعکاس مناسب گفتمان انقلاب برای کودکان، نوجوان و جوانان	بی‌توجهی نسبت به تبیین فرهنگ ایثار و شهادت برای کودکان، نوجوانان و جوانان	۴
		عدم تبیین مناسب خطر صاحبان قدرت و سلطه برای جوانان	

ردیف	مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه
۲	توجه پایین به بازنمایی وحدت و همبستگی بین مسلمین	توجه پایین به نقش فرهنگ ایثار در حفظ استقلال و تمامیت ارضی نپرداختن به سایر ملت‌های اسلامی در تولیدات رسانه‌ای	۶
۳	شعارگرایی و پرداخت ضعیف به روحیه استکبارستیزی	بازنمایی شعاری از مبارزه با استکبار و سلطه‌ستیزی توجه اندک به عدالت‌طلبی و مقابله با فتنه‌گری	۴
۴	عدم تولیدات فاخر رسانه‌ای از شهدای جنگ و مدافعان حرم	عدم تولیدات رسانه‌ای از دفاع مقدس و شهداء عدم ساخت مستند مرتبط با شهدای مدافعان حرم	۴
جمع کل	۴	۸	۱۸



شکل ۱- مدل آسیب‌های گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی

مرحله دوم: اکتشاف متن

در مرحله دوم شاهد اجرای گام چهارم یعنی توصیف و کشف شبکه‌های مضمونی و گام پنجم: خلاصه کردن شبکه‌های مضمونی هستیم؛ به این معنا که پس از ترسیم شبکه مضمون ذیل شکل (۱)، در مرحله اکتشاف متن و نیز گام‌های چهارم و پنجم شبکه مضمون، به توصیف و کشف شبکه مضمون و نیز خلاصه کردن شبکه‌های مضمونی مبادرت شده است. لذا، می‌توان چنین استنباط کرد که مدل آسیب‌های مترتب بر گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی از چهار مضمون فراگیر تشکیل شده که عبارتند از:

۱- مضمون فراگیر عدم انعکاس مناسب گفتمان انقلاب برای کودکان، نوجوان و جوانان از دو مضمون سازمان یافته: الف) بی‌توجهی نسبت به تبیین فرهنگ ایثار و شهادت برای کودکان، نوجوانان و جوانان و ب) عدم تبیین مناسب خطر صاحبان قدرت و سلطه برای جوانان تشکیل شده که می‌بایستی مورد توجه قرار گیرد (سلیمان‌پور و صالحی، ۱۴۰۰).

۲- مضمون فراگیر توجه پایین به بازنمایی وحدت و همبستگی بین مسلمین از دو مضمون سازمان یافته: الف) توجه پایین به نقش فرهنگ ایثار در حفظ استقلال و تمامیت ارضی و ب) نپرداختن به سایر ملت‌های اسلامی در تولیدات رسانه‌ای تشکیل شده است. لذا، توجه پایین رسانه ملی در این زمینه نیز از جمله آسیب‌ها می‌باشد.

۳- مضمون فراگیر شعارگرایی و پرداخت ضعیف به روحیه استکبارستیزی از دو مضمون سازمان یافته: الف) بازنمایی شعارین از مبارزه با استکبار و سلطه‌ستیزی و ب) توجه اندک به عدالت‌طلبی و مقابله با فتنه‌گری تشکیل شده است. این امر بیانگر آن است که رسانه ملی در این زمینه نیز به طور جدی به ساخت و تولیدات رسانه‌ای مبادرت نکرده است.

۴- مضمون فراگیر عدم تولیدات فاخر رسانه‌ای از شهدای جنگ و مدافعان حرم از دو مضمون سازمان یافته: الف) عدم تولیدات رسانه‌ای از دفاع مقدس و شهداء و ب) عدم ساخت مستند مرتبط با شهدای مدافعان حرم تشکیل شده است. این امر بیانگر عدم اثربخشی کامل رسانه ملی در تولیدات رسانه‌ای در این زمینه بوده است.

بدین ترتیب چهار مورد فوق از مهم‌ترین آسیب‌های گفتمان انقلاب اسلامی بوده که با روش تحلیل مضمون از میان ۱۵ نفر از صاحب‌نظران و فعالان حوزه رسانه استخراج شده است.

مرحله سوم: یکپارچه‌سازی اکتشاف‌ها

این مرحله و گام ششم (توصیف الگوها) را شامل می‌شود؛ یعنی براساس مضامین پایه‌ای سازمان یافته

فراگیر شناسایی و احصاء شده، می‌توان چنین استنتاج نمود که مهم‌ترین آسیب‌های گفتمان انقلاب اسلامی عبارتند از: عدم انعکاس مناسب گفتمان انقلاب برای کودکان، نوجوان و جوانان در برنامه‌های دیداری رسانه ملی، شعارگرایی و پرداخت ضعیف به روحیه استکبارستیزی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی، عدم تولیدات فاخر رسانه‌ای از شهدای جنگ و مدافعان حرم در برنامه‌های دیداری رسانه ملی، توجه پایین به بازنمایی وحدت و همبستگی بین مسلمین در برنامه‌های دیداری رسانه ملی. بدین ترتیب نهاد رسانه و خاصه رسانه ملی وظیفه خطیری را برعهده دارند که در صورت کارکرد مناسب می‌توانند اثربخش عمل نمایند.

۵-۲. طراحی مدل مطلوب گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی

مرحله اول: خرد کردن و تجزیه متن

در این مرحله سه گام اول کدگذاری گزاره‌های مصاحبه‌های انجام شده، گام دوم شناخت مضامین از میان مصاحبه‌های انجام شده و گام سوم ساختن شبکه مضامین از میان مصاحبه‌ها وجود دارد، که هر سه گام فوق در جدول شماره (۴) و (۵) به صورت دقیق تبیین شده است.

گام اول) تهیه یک چارچوب کدگذاری و تجزیه متن به جملات کلیدی: در مرحله اول یک چارچوب جهت کدگذاری در نظر گرفته شده و آن اظهارنظرهای مصاحبه‌شوندگان پیرامون سوالات مصاحبه بوده که به صورت برجسته، کلیدی و تأییدات متعدد به کار گرفته شده است. لذا، بر این اساس، متن استخراجی از مصاحبه به پاره جملات کلیدی و یا گفتارهای خبری برجسته تبدیل شده‌اند.

گام دوم) شناخت مضامین: در این مرحله به هر یک از جملات کلیدی و یا گفتارهای خبری برجسته، کد یا مضمونی الحاق شده است.

گام سوم) ساختن شبکه مضمون: بخش اول ساختن شبکه مضمون، یافتن و منظم نمودن مضامین پایه‌ای از جملات کلیدی و یا گفتارهای خبری برجسته است که به تناوب از سوی مصاحبه‌شوندگان مورد استفاده قرار گرفته و به اصطلاح به اشباع نظری رسیده است. بنابراین، در مرحله کدگذاری باز، ۱۸ مضمون پایه‌ای شناسایی شده‌اند.

در بخش‌های بعدی از ساختن شبکه مضمون، ابتدا در ذیل کدگذاری محوری با تلخیص و ترکیب مضامین پایه‌ای، مضامین سازمان‌یافته شناسایی و احصاء شدند. در این مرحله ۸ مضمون سازمان‌یافته شناسایی شدند. پس از اتمام این مرحله، در ذیل کدگذاری گزینشی یا انتخابی، مضامین فراگیر با تلخیص و ترکیب مضامین سازمان‌یافته شناسایی و احصاء گردیدند. لذا، در ذیل کدگذاری گزینشی، ۴ مضمون فراگیر ذیل جدول (۴) شناسایی و احصاء شدند.

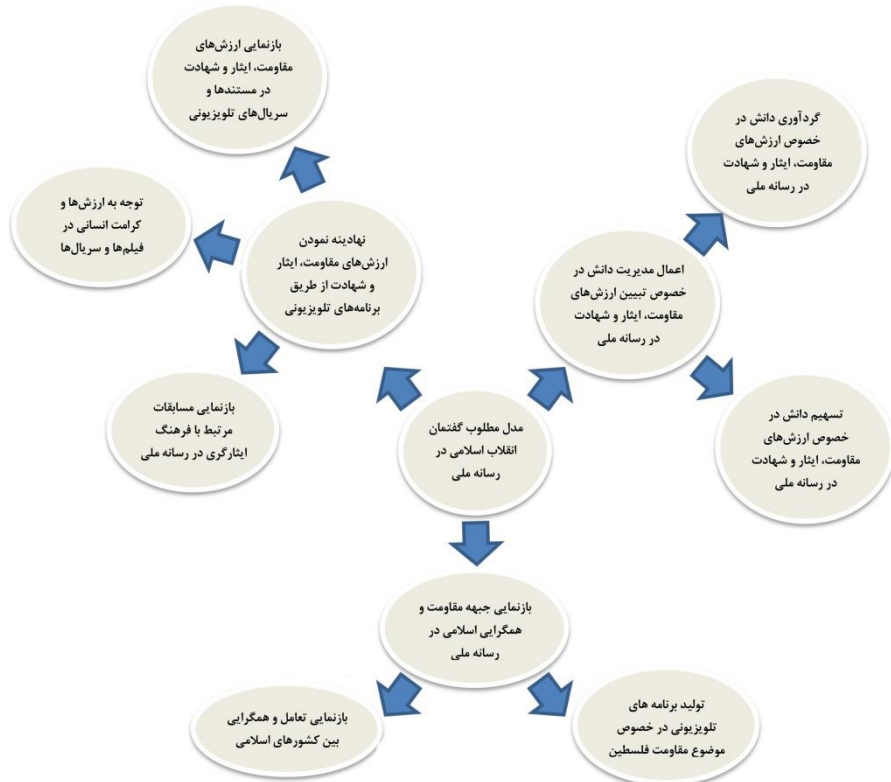
جدول ۴- کدهای محوری و گزینشی جهت شناسایی مضامین سازمان‌یافته و فراگیر مدل مطلوب راهکارهای تقویت گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی

کدهای باز	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی
مضامین پایه‌ای	مضامین سازمان‌یافته	مضامین فراگیر
تعامل سازنده رسانه ملی با مراکز علمی	گردآوری دانش در خصوص ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در رسانه ملی	اعمال مدیریت دانش در خصوص ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در رسانه ملی
استفاده از ایده‌های صاحب‌نظران حوزه دین		
ایجاد يك سازمان تبلیغاتی کارآمد در مورد دفاع مقدس	تسهیم دانش در خصوص ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در رسانه ملی	نهادینه نمودن ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت از طریق برنامه‌های تلویزیونی
مصاحبه با صاحب‌نظران به منظور تبیین مفهوم شهادت		
تولید محتوا جهت افشای طرح‌های دشمنان		
ارتقاء سطح آگاهی‌ها و باورهای دینی مردم		
برگزاری میزگرد در مورد اهمیت مقاومت رزمندگان		
دادن اطلاعات کافی به مردم در زمینه اقدامات در حوزه ایثارگری		
اطلاع‌رسانی کافی در زمینه نمایشگاه‌ها و موزه‌های دفاع مقدس		
ارائه میزگردها جهت تقویت محور مقاومت		
تبیین دلایل ترجیح منافع نظام بر منافع شخصی در رسانه ملی		
توجه به مفهوم استقامت در راه رسیدن به هدف		
تولید سریال‌های تلویزیونی در خصوص مقاومت اسلامی	بازنمایی ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در مستندها و سریال‌های تلویزیونی	
ساخت مستند در خصوص مقاومت رزمندگان		
دعوت از خانواده‌های شهداء و ایثارگر در برنامه‌ها		
معرفی شهداء و ایثارگران به عنوان الگوهای راستین برای جوانان		
تقویت عزت ملی از طریق برنامه‌هایی در خصوص فرهنگ ایثار		
تهیه برنامه‌های مناسب درباره فرهنگ ایثار و شهادت		
پخش مستندهایی به منظور تبیین نقش جمهوری اسلامی در تقویت روح مقاومت		
توجه به مفهوم استقامت در راه رسیدن به هدف در سریال‌های تلویزیونی		
تولید فیلم در خصوص تأثیر سردار سلیمانی		
ساخت فیلم در مورد مقاومت‌های آزادگان در طول دوران اسارت		
ساخت مستندهایی در خصوص کاروان‌های راهیان نور		
اشاعه ستم‌ستیزی و دفاع از مستضعفان در برابر ستمگران		
اشاعه نمادها و سمبل‌های دفاع مقدس		

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدهای باز
مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه‌ای
	توجه به ارزش‌ها و کرامت انسانی در فیلم‌ها و سریال‌ها	ساخت سریال‌هایی در خصوص ایثارگری‌ها و رشادت‌های مدافعان حرم
		پوشش جام‌ها و مسابقات ورزشی مهم با نام شهداء و ایثارگران
		نشان دادن مسابقات با مضمون ایثار و شهادت
		توجه به مقوله ساده‌زیستی در سریال‌های تلویزیونی
		انعکاس مفهوم عدم دنیاپرستی در کلیپ‌ها
		انعکاس پررنگ ملاحظات انسانی و انگیزه کمک به هم‌نوع
بازنمایی جبهه مقاومت و هم‌گرایی اسلامی در رسانه ملی	تولید برنامه‌های تلویزیونی در خصوص موضوع مقاومت فلسطین	تبیین ترجیح منافع نظام بر منافع شخصی
		ساخت مستند در زمینه مسأله فلسطین به عنوان مهم‌ترین مسأله
		ساخت مستند در خصوص پدیدار شدن نشانه‌های اُفول رژیم صهیونیستی
	بازنمایی تعامل و همگرایی بین کشورهای اسلامی	تشریح پیروزی‌های انتفاضه کنونی در سرزمین‌های اشغالی
		احیای عزت اسلامی و همگرایی در بین کشورهای اسلامی
		تمرکز بر تعامل با سایر ملت‌ها و دولت‌ها براساس عدالت و عزت

جدول ۵- تعداد مضامین فراگیر، سازمان‌یافته و پایه‌ای مدل مطلوب
راهکارهای تقویت گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی

ردیف	مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌یافته	مضامین پایه
۱	اعمال مدیریت دانش در خصوص تبیین ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در رسانه ملی	گردآوری دانش در خصوص ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در رسانه ملی	۱۲
۲	نهادینه نمودن ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت از طریق برنامه‌های تلویزیونی	بازنمایی ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در مستندها و سریال‌های تلویزیونی بازنمایی مسابقات مرتبط با فرهنگ ایثارگری در رسانه ملی توجه به ارزش‌ها و کرامت انسانی در فیلم‌ها و سریال‌ها	۲۰
۳	بازنمایی جبهه مقاومت و هم‌گرایی اسلامی در رسانه ملی	تولید برنامه‌های تلویزیونی در خصوص موضوع مقاومت فلسطین بازنمایی تعامل و همگرایی بین کشورهای اسلامی	۵
جمع کل	۳	۷	۳۷



شکل ۲- مدل مطلوب راهکارهای تقویت گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه های دیداری رسانه ملی با تاکید بر ارزش های مقاومت، ایثار و شهادت

مرحله دوم: اکتشاف متن

در مرحله دوم شاهد اجرای گام چهارم: توصیف و کشف شبکه های مضمونی و گام پنجم: خلاصه کردن شبکه های مضمونی هستیم، به این معنا که پس از ترسیم شبکه مضمون ذیل شکل (۲)، در مرحله اکتشاف متن و نیز گام های چهارم و پنجم شبکه مضمون، به توصیف و کشف شبکه مضمون و نیز خلاصه کردن شبکه های مضمونی مبادرت شده است. لذا، می توان چنین استنباط کرد که مدل مطلوب راهکارهای تقویت گفتمان انقلاب اسلامی با تاکید بر ارزش های مقاومت، ایثار و شهادت در برنامه های دیداری رسانه ملی از سه مضمون فراگیر تشکیل شده که عبارتند از:

۱- مضمون فراگیر اعمال مدیریت دانش در خصوص تبیین ارزش های مقاومت، ایثار و شهادت در رسانه

ملی، خود از دو مضمون سازمان یافته: الف) گردآوری دانش در خصوص ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در رسانه ملی و ب) تسهیم دانش در خصوص ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در رسانه ملی تشکیل شده است. بنابراین، رسانه ملی می‌تواند با اعمال مدیریت دانش، در این حوزه به ساخت و تولید محتوا پردازد.

۲- مضمون فراگیر نهادینه نمودن ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت از طریق برنامه‌های تلویزیونی، خود از دو مضمون سازمان یافته: الف) بازنمایی ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در مستندها و سریال‌های تلویزیونی، ب) بازنمایی مسابقات مرتبط با فرهنگ ایثارگری در رسانه ملی و نیز ج) توجه به ارزش‌ها و کرامت انسانی در فیلم‌ها و سریال‌ها تشکیل شده است. بنابراین، با توجه به مولفه‌های فوق می‌توان از طریق رسانه ملی گفتمان‌سازی نمود (کریمی، ۱۳۹۵).

۳- مضمون فراگیر بازنمایی جبهه مقاومت و همگرایی اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی، از طریق برنامه‌های تلویزیونی، خود از دو مضمون سازمان یافته: الف) تولید برنامه‌های تلویزیونی در خصوص موضوع مقاومت فلسطین و ب) بازنمایی تعامل و همگرایی بین کشورهای اسلامی تشکیل شده است. لذا، با ساخت و تولید محتوا و برنامه در این رابطه می‌توان به این همگرایی و وحدت کمک نمود. بدین ترتیب چهار مورد فوق از راهکارهای تقویت گفتمان انقلاب اسلامی بوده که با روش تحلیل مضمون از میان ۱۵ نفر از صاحب‌نظران و فعالان حوزه رسانه استخراج شده است.

مرحله سوم: یکپارچه‌سازی اکتشاف‌ها

این مرحله و گام ششم: توصیف الگوها را شامل می‌شود، یعنی براساس مضامین پایه‌ای سازمان یافته فراگیر شناسایی و احصاء شده می‌توان چنین استنتاج نمود که مهم‌ترین راهکارهای تقویت گفتمان انقلاب اسلامی عبارتند از: اعمال مدیریت دانش در خصوص تبیین ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در برنامه‌های دیداری رسانه ملی، نهادینه نمودن ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت از طریق برنامه‌های دیداری رسانه ملی، بازنمایی جبهه مقاومت و هم‌گرایی اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی. بدین ترتیب توجه به موضوع اعمال مدیریت دانش در حوزه فرهنگ ایثار و شهادت در رسانه ملی می‌تواند نقش به‌سزایی در گردآوری، کاربردی و تسهیم دانش در حوزه فرهنگ ایثار و شهادت داشته باشد. این موضوع بواسطه به‌کارگیری ظرفیت‌های علمی درون و برون‌سازمانی، خاصه دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی محقق خواهد شد. این امر می‌تواند در کنار بازنمایی همگرایی و وحدت میان ملت‌های اسلامی، نقش بدیلی در نهادینه‌سازی گفتمان انقلاب اسلامی داشته باشد.

۶. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف آسیب‌شناسی گفتمان انقلاب اسلامی در برنامه‌های دیداری رسانه ملی و ارائه مدل مطلوب راهکارهای تقویت آن با تأکید بر ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت انجام شد. یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون مصاحبه با ۱۵ نفر از خبرگان حوزه رسانه و علوم ارتباطات، نشان داد که علی‌رغم تلاش‌های صورت‌گرفته، چهار آسیب فراگیر شامل: «عدم انعکاس مناسب گفتمان برای نسل جوان»، «توجه پایین به بازنمایی وحدت اسلامی»، «شعارگرایی در استکبارستیزی» و «عدم تولیدات فاخر از شهداء و مدافعان حرم»، مانع از نهاده‌سازی کامل این ارزش‌ها شده‌اند. در تبیین این یافته‌ها و پیوند آن با چارچوب نظری پژوهش می‌توان استدلال کرد که رسانه ملی به عنوان اصلی‌ترین ابزار «جامعه‌پذیری» در نظام اجتماعی (براساس نظریه پارسونز)، در انجام کارکرد حفظ و نگهداشت الگو با چالش مواجه شده است. وقتی رسانه نتواند مفاهیم عمیق ایثار و شهادت را فراتر از شعارها و با زبانی جذاب برای نسل جدید بازتاب دهد، فرآیند انتقال ارزش‌های متعالی مختل شده و «جهت‌گیری کنشی عام‌گرایانه» مورد انتظار پارسونز در مخاطبان شکل نمی‌گیرد. همچنین، براساس «نظریه کاشت»، غلبه نسخه رسانه‌ای واقعیت بر تجربه شخصی، نیازمند تداوم کیفیت در بازنمایی است؛ اما شعارگرایی و عدم تولید محتوای فاخر، منجر به کاشت تصاویری سطحی و غیرماندگار از فرهنگ مقاومت در ذهن مخاطب شده است. از سوی دیگر، با توجه به «نظریه هویت اجتماعی تاجفل و ترنر»، ضعف در بازنمایی وحدت میان مسلمانان و عدم پرداختن به جبهه مقاومت جهانی، احساس تعلق به «گروه برون‌مرزی» (امت واحده) را تضعیف کرده است. زمانی که مخاطب خود را بخشی از یک هویت جمعی قدرتمند و متحد نبیند، انگیزه‌های رفتاری همسو با هنجارهای گروه (مانند ایثارگری) کاهش می‌یابد. همچنین «نظریه وابستگی مخاطبان» توضیح می‌دهد که در عصر پیچیدگی اطلاعات، اگر رسانه ملی نتواند دانایی لازم برای فهم عمیق خطرات سلطه و اهمیت مقاومت را فراهم کند، مخاطب برای رفع ابهامات خود به منابع رقیب (شبکه‌های ماهواره‌ای و فضای مجازی) روی آورده که این امر به دگرگونی هویت و ارزش‌ها منجر می‌شود.

مدل مطلوب استخراج‌شده در این پژوهش، راهکارهایی را در سه محور کلیدی پیشنهاد می‌کند که دقیقاً پاسخگوی خلاءهای نظری فوق است:

- ۱) اعمال مدیریت دانش: گردآوری و تسهیم دانش تخصصی از مراکز علمی و صاحب‌نظران، می‌تواند شکاف موجود در تبیین مفاهیم را پر کرده و محتوای رسانه را از حالت شعاری خارج نماید.
- ۲) نهاده‌سازی از طریق محتوا: تولید مستندها، سریال‌های فاخر و پوشش مسابقات ورزشی با نام شهداء،

نه تنها به جذابیت بصری (مورد تأکید نظریه کاشت) می‌افزاید، بلکه با الگوسازی عملی، فرآیند جامعه‌پذیری را تسهیل می‌کند.

۳) بازنمایی جبهه مقاومت و همگرایی اسلامی: تمرکز بر موضوعاتی مانند فلسطین و تعامل کشورهای اسلامی، مستقیماً بر تقویت «هویت اجتماعی» و احساس پیوستگی امت اسلامی اثرگذار است. بنابراین، گذار از وضعیت فعلی به وضعیت مطلوب، نیازمند تغییر رویکرد از «تبلیغ صرف» به «مدیریت دانش و هویت‌سازی عمیق» است. رسانه ملی باید با بهره‌گیری از ظرفیت‌های نظریه‌های ارتباطی و جامعه‌شناختی، فرهنگ ایثار و مقاومت را نه به عنوان یک تکلیف تحمیلی، بلکه به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از هویت ملی و دینی مخاطبان بازتعریف و نهادینه سازد.

منابع

- اخوان، محمدجواد؛ تاجیک، هادی (۱۳۹۹). بررسی مبانی نظری هسته‌های مقاومت اسلامی در گفتمان انقلاب اسلامی. *پژوهشنامه انقلاب اسلامی*، ۱۰ (۳۵).
- تنهایی، حسین ابوالحسن (۱۳۹۰). *درآمدی بر مکاتب و نظریه‌های جامعه‌شناسی*. مشهد: مرندیز.
- دانشفر، علی؛ پورحسن، محمد (۱۴۰۰). *مبانی مقاومت در اسلام*. تهران: انتشارات دانشگاهی.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۷). *لغتنامه دهخدا*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ج ۳.
- ساروخانی، باقر (۱۳۹۳). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (اصول و مبانی)*. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ج ۱.
- سالمی میاندھی، شادی (۱۳۹۲). *تحلیل محتوای سینمای دفاع مقدس با توجه به فرهنگ ایتار و شهادت*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلیخال.
- سلیمان‌پور، بیژن؛ صالحی، پژمان (۱۴۰۰). *ابعاد و مولفه‌های تعلیم و تربیت اسلامی در گفتمان انقلاب اسلامی براساس سیره علوی*. در: تهران: دومین همایش ملی تحلیل گفتمان انقلاب اسلامی مبتنی بر بیانیه گام دوم.
- طریحی، ناصر؛ صمدی، مهران (۱۳۹۵). *مطالعه رابطه بین میزان مصرف رسانه‌ای نسل جوان و نگرش آنان به فرهنگ ایتار و شهادت*. *مطالعات جامعه‌شناسی*، ۹ (۳۲): ص ۵۳-۷۲.
- عالم، عبدالرحمن؛ رضاپور، حسین (۱۳۹۹). *معناشناسی مقاومت*. تهران: نشر نی.
- کردناجی، فاطمه؛ خلیلی پالندی، زهرا (۱۳۹۷). *ایتار و شهادت در فرهنگ اسلامی*. *مطالعات راهبردی جهان اسلام*، ۶ (۲۰): ص ۱۲۵-۱۴۸.
- کریمی، فاطمه (۱۳۹۵). *تحلیلی بر چگونگی کارکرد رسانه ملی جهت معرفی شهداء به جوانان و گسترش فرهنگ ایتار و شهادت*. *مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه‌های آزاد استان گلستان*. در: اولین کنفرانس ملی از ایتار تا شهادت، علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی‌آباد کتول.
- معاونت سیاسی نمایندگی ولی‌فقیه در قرارگاه ثارالله (۱۳۷۸). *نفوذ و استحاله*.
- Arbon, J. (2020). Audience dependency theory in the digital age. *Journal of Media Ecology*, 15(3): p. 45-62.
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research. *Qualitative Research*, 1(3): p. 385-405.
- Braun, V. & Clark, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2): p. 77-101.
- Kumar, S. & Kumra, R. (2021). Assumptions of cultivation theory. *Media Psychology Review*, 8(2): p. 112-129.
- Melhem, A. & Punyanut-Carter, N. (2019). Long-term effects of television. *International Journal of Communication Studies*, 11(1): p. 22-35.

- Tajfel, H. & Turner, J. (1986). *Social identity theory*. In: S. Worchel & W. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations*. Nelson-Hall.
- Tian, F., Yang, Y., Mao, Z. & Tang, W. (2021). Forecasting daily attraction demand using big data from search engines and social media. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(6): p. 1985-2004.