

دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر دیدگاه‌های مقام معظم رهبری

محمدعلی صادق‌زاده*

تأیید: ۱۴۰۲/۱۰/۴

دریافت: ۱۴۰۲/۵/۱۵

چکیده

دیپلماسی رسانه‌ای یکی از ابزارهای مؤثر قدرت نرم، در برقراری ارتباطات و تعاملات پایدار و هدفمند با سایر ملت‌ها و افکار عمومی است. با توجه به اهداف فراملی انقلاب اسلامی در قانون اساسی و اندیشه امامین انقلاب، دیپلماسی رسانه‌ای در بعد ایجابی می‌تواند نقش مهمی در تبیین ارزش‌های اسلامی و پیام انقلاب از طریق گفتمان‌سازی اقناع‌بخشی و مدیریت تصویر در میان مخاطبان خارجی به ویژه جوامع اسلامی ایفا نماید و در بعد سلبی، در تقابل با تهاجم خبری، کژتابی و تبلیغات منفی دشمنان اسلام، انقلاب و ایران، با راهبردی فعال در عرصه تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان، به آگاهی‌بخشی و روشن‌گری بپردازد و بر ادراک و برداشت مثبت مردمان دیگر کشورها از هویت و جایگاه جمهوری اسلامی ایران تأثیرگذار باشد. این مقاله در پاسخ به سؤال اصلی که «ابعاد و حیطه‌های دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر دیدگاه‌های مقام معظم رهبری کدام است؟» این پیش‌فرض مورد آزمون قرار گرفت که مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، به عنوان یکی از محرک‌های اصلی در چارچوب نظری الگوی حرکت، از نقش مهمی در ارائه راه‌کارهای بینشی، گرایشی و کنشی در گسترش قدرت نرم و مدیریت جنگ نرم در عرصه‌های اندیشه‌پردازی، جریان‌سازی، شبکه‌سازی و الگوسازی برخوردار است.

واژگان کلیدی

دیپلماسی رسانه‌ای، قدرت نرم، جنگ نرم، اهداف فراملی انقلاب اسلامی، دیدگاه‌های مقام معظم رهبری

* دانش‌آموخته حوزه علمیه و دکتری تخصصی مطالعات انقلاب اسلامی: tm.sadeghzadeh@yahoo.com

مقدمه

یکی از ابزارهای مؤثر بر هم‌گرایی و توانش ارتباطی، دیپلماسی رسانه‌ای است که با توسعه رسانه‌های ارتباطی و فضاهاى مجازى، نقش مهمى در گستره قدرت نرم و برقرارى ارتباط با مخاطبان در ساحت‌هاى زیست جهان انسانی را فراهم ساخته است. در این میان، گفتمان انقلاب اسلامى با ماهیت فراملی و مبانی الهام‌بخش، به عنوان پایگاه یک حرکت اسلامى نوین، حیات‌بخش جهان اسلام و ملت مستضعف گشته است. چنان‌چه رهبر معظم انقلاب مى‌فرماید:

گستره گفتمان انقلاب اسلامى که متكى بر قرآن و اسلام ناب تعریف مى‌شود، نباید محدود به مرزهاى ایران باشد و باید تلاش شود مفاهیم قرآن و اسلام جزء مفاهیم رایج و گفتمان‌هاى عمومى ملت‌هاى مسلمان در همه کشورها تبدیل شود (خامنه‌ای، ۱۳۹۶/۲/۷).

همان‌گونه که امام بزرگوار ما سه تحول بزرگ به وجود آورد:

در سطح کشور ایران، انقلاب اسلامى. در سطح امت اسلامى، جریان بیدارى اسلامى. در سطح جهان، زنده‌کردن فضای معنویت در دنیا (همان، ۱۴۰۲/۲/۱۴).

بنابراین، جمهوری اسلامى ایران در چارچوب اصل تکلیف و اصل دعوت، صدور انقلاب و مبارزه با نظام سلطه جهانی را به عنوان یکی از اهداف راهبردى در سیاست خارجى و دیپلماسى عمومى دنبال مى‌نماید. در این میان، رسانه‌ها نقش ابزار تبلیغات سیاسى - دیپلماتیک دولت‌ها را بازی مى‌کنند و با دفاع از سیاست خارجى، ارزش‌گذاری و ارزش‌سازی در گفتمان‌ها و تصاویر رسانه‌ای به مشروعیت‌بخشى جهت‌گیری‌ها، اشاعه فرهنگ و ایده‌ها مى‌پردازند (خرزای‌آذر، ۱۳۹۴، ش ۳۲، ص ۱۲۱). چنان‌چه رهبر معظم انقلاب در دیدار مسؤولان صدا و سیما این مسأله را یک فرصت برای جمهوری اسلامى دانسته است تا با بهره‌گیری از مکتب اسلام به تبلیغ زیباترین، پرمعناترین و پرفایده‌ترین پیام‌ها در جهت سعادت و کمال انسان‌ها اقدام نماید (خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۵/۷).

در نتیجه رسانه‌های گفتمان‌ساز و جریان‌ساز در صحنه سیاست جهانی؛ هم در مراحل سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری و هم در مراحل ارتباط و ائتلاف، حلقه اتصال میان حوزه داخلی و حوزه خارجی را فراهم می‌سازند و به صورت کنش‌گری فعال با طرح‌ریزی و آینده‌نگری به تبیین اهداف اساسی و بلندمدت اقدام می‌نمایند. بر اساس بررسی‌های به‌عمل‌آمده تاکنون مقاله مستقلی تحت عنوان «بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری» انجام نشده است. بدین منظور با استفاده از روش دلالت لفظی در منطق و روش استنباطی در اصول فقه به تحلیل اندیشه، بیانات، پیام‌ها و سازوکارهای ارتباطی رهبر معظم انقلاب در بخش رسانه، ارتباطات جهانی و قدرت نرم پرداخته شده است. بدین ترتیب، در پاسخ به سؤال اصلی که «بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری کدام است؟» این پیش‌فرض مورد آزمون قرار می‌گیرد. مقام معظم رهبری به عنوان رهبر سیاسی جمهوری اسلامی ایران و مرجع دینی جهان تشیع، به عنوان یک محرک اصلی، مستقل و فعال، نقش مهمی در تحرک و جهت‌بخشی به سایر ارکان حرکت در جهت تأمین مصالح اسلامی و منافع ملی دارد. به گونه‌ای که با اعتباربخشی، اقناع‌سازی و مدیریت تصویر، به برجسته‌سازی جایگاه و هویت جمهوری اسلامی ایران در نزد ملل دیگر اقدام می‌نماید. در همین راستا: ۱. الزامی ساختن نگرش به محتوا در همه زمینه‌ها. ۲. نظارت کیفی بر محتوا. ۳. در نظر گرفتن تأثیر برنامه در مخاطب و ۴. القای غیر مستقیم پیام‌ها و مفاهیم (همان، ۱۳۸۳/۹/۱۱)، از راهبردهای مهم و اجرایی رهبر معظم انقلاب در حوزه دیپلماسی رسانه‌ای و تقویت قدرت نرم است.

پیشینه پژوهش

با بررسی صورت‌گرفته، تاکنون در این موضوع پژوهشی انجام نشده است، اما منابعی وجود دارد که می‌تواند به انجام تحقیق حاضر کمک نماید. علیرضا بهرامی در کتاب «دیپلماسی رسانه: نقش سیاست خارجی در نحوه انعکاس خبرهای دیگر کشورها» به مفهوم دیپلماسی، دیپلماسی رسانه‌ای و مدل تعامل رسانه و دستگاه دیپلماسی

پرداخته است (بهرامی، ۱۳۹۶). ایتان گیلوآ در کتاب «ارتباطات جهانی و سیاست خارجی»، ترجمه حسام‌الدین آشنا و محمدصادق اسماعیلی، تأثیر ارتباطات جهانی بر تدوین و هدایت سیاست خارجی و نقش رسانه در سطوح پوشش خبری و کاربردهای آن مورد بررسی قرار گرفته است (گیلوآ، ۱۳۹۶). باقر ساروخانی؛ عالیه شکرپیگی و مریم آقایی در کتاب «جامعه‌شناسی ارتباطات در جهان معاصر»، به طرح مباحث جامعه‌شناسی ارتباط جمعی نوین و وسایل ارتباط جمعی نوین پرداخته است (ساروخانی؛ شکرپیگی و آقایی، ۱۳۹۷). نویسندگان این اثر معتقدند، برای حفظ هویت جامعه خویش باید مکانیسم و سازوکار رسانه‌ها را شناخت و قدرت رسانه‌ها را کالبدشکافی کرد؛ چرا که هزاره سوم، هزاره رسانه‌هاست. محمدعلی صادق‌زاده؛ سیدجلال دهقانی فیروزآبادی؛ محمد ستوده و حسین ارجینی در مقاله «نقش رهبری نظام در کارآمدی دیپلماسی عمومی از طریق مدیریت تصویر» با دو رویکرد ایجابی و سلبی، از یک سو به بیان مؤلفه‌های قدرت نرم گفتمان انقلاب اسلامی با تأکید بر اندیشه رهبری نظام را اقدام نموده و از سوی دیگر با راهبرد روشن‌گری و آگاهی‌بخشی به نقد امپریالیسم خبری و فرهنگی دشمنان جمهوری اسلامی ایران پرداخته‌اند (صادق‌زاده و دیگران، ۱۴۰۰). سعیدیان و زارعی در مقاله «نقش رسانه‌های جمعی در ساختن نگرشی نوین از هویت انقلاب اسلامی با تأکید بر آرای آیه‌الله خامنه‌ای»، با اشاره به رویکرد فعال رسانه در عرصه مدیریت رسانه‌ای، به بیانات رهبر معظم انقلاب در مورد مسئولیت‌پذیری، دشمن‌شناسی و محوریت‌قراردادن اخلاق و معنویت به عنوان اهداف و آرمان‌های انقلاب می‌پردازد (سعیدیان و زارعی، ۱۳۹۹). علیرضا زارع‌ساری و امید وقوفی در مقاله «تصویر مطلوب رسانه تراز تمدن نوین اسلامی از منظر آیه‌الله خامنه‌ای»، به نقش کلیدی رسانه در برپایی یا اضمحلال تمدن‌ها پرداخته و بر اساس اندیشه رهبر معظم انقلاب، رسانه تراز تمدن نوین اسلامی را، رسانه‌ای جامع، فراگیر و بر پایه توحید و مکتب اسلام توصیف نموده‌اند (زارع‌ساری و وقوفی، ۱۴۰۰، ش ۴، ص ۱۵۰-۱۱۱).

با این وصف، به دلیل جدیدبودن موضوع، تاکنون پژوهشی مستقل و جامع در این زمینه صورت نگرفته است، لذا این امر ضرورت انجام این پژوهش را مضاعف می‌کند.

مبانی نظری و ادبیات پژوهش

در این بخش به تعریف از دیپلماسی رسانه‌ای، مفاهیم مرتبط و مؤلفه‌های مؤثر در آن پرداخته می‌شود.

دیپلماسی رسانه‌ای

دیپلماسی رسانه‌ای، بخشی از دیپلماسی عمومی است که با به کارگیری رسانه‌های گوناگون در صدد دستیابی به اهداف سیاست خارجی در نظام‌های دولت - ملت است. این دیپلماسی با توسعه رسانه‌ها، قدرت نفوذپذیری، توانایی زیاد در برجسته‌سازی و اقناع، تأثیرگذاری بر افکار عمومی و بالأخره امکان دستیابی مداوم، ساده و فراگیر به آن‌ها، به یکی از مهم‌ترین اهرم‌های دیپلماسی عمومی تبدیل شده است (بشیر، ۱۳۹۵، ص ۱۶۲-۱۶۱). از این رو، دیپلماسی رسانه‌ای به معنای استفاده از رسانه‌های جمعی، برای برقراری ارتباط با بازیگران دولتی و غیر دولتی، برای اعتمادسازی، پیشرفت مذاکرات و بسیج حمایت عمومی از توافقات است (گیلبوآ، ۱۳۹۶، ص ۸۹).

اقناع‌سازی

کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان، برای تغییر نگرش، باور، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فرد یا گروهی دیگر را اقناع می‌گویند. اقناع فرآیندی است که با توسل به تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی و غیر کلامی و رسانه‌ای، ذهنیت افراد را غالباً تحت تأثیر قرار می‌دهد (بهرامی، ۱۳۹۶، ص ۳۳-۳۴). در اقناع ما به دنبال ترغیب مخاطب هستیم. ترغیب عبارت است از تمهیدپردازی و آماده‌سازی و برانگیختن مخاطبان در راستای محقق کردن هدف‌های عمدتاً تبلیغی (متولی، ۱۳۸۴، ص ۶۵). اصول اخلاقی اقناع در سه حوزه پیام، فرستنده و گیرنده هستند. شاخص‌های اخلاقی نیز نشان‌گرهایی هستند که ارزش فراگرد اقناع و میزان اخلاقی بودن شیوه‌ها را مشخص می‌کنند (حاجی‌پور و صادقی، ۱۴۰۰، ش ۳۲، ص ۱۸۹).

اعتباربخشی

اعتبار عاملی اساسی در موفقیت قدرت نرم است و جنبه‌ای جدایی‌ناپذیر از

دیپلماسی عمومی محسوب می‌شود. اجتماعات تمایل دارند که حول خبردهندگان معتبر تجمع کنند؛ اعتبار ادراک شده معمولاً اجتماعات را تقویت می‌کند (بشیر، ۱۳۹۴، ص ۱۲۳). یکی از ابعاد اولیه و مهم اعتبار منبع، تدبیر است که در ادبیات از آن به عنوان صلاحیت^۱ یا لیاقت^۲ نیز یاد می‌شود. دومین بعد اعتبار، موثق بودن^۳ است. سومین بعد اولیه اعتبار، به حسن نیت یا نوع دوستی ادراک شده معروف است. یک منبع برای آن که واجد اعتبار^۴ ادراک شود، باید احترام به دیگران و علاقه راستین به رفاه آن‌ها را القا کند (اچ گاس و اس سیتز، ۱۳۹۰، ص ۴۲۴-۴۱۹). بر این اساس، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دقیق، تعیین هدف، شناخت محیط، ارزیابی توانایی‌ها و امکانات کشور، تحلیل مخاطبین، شرط لازم در تأمین اهداف است (یزدان‌فام، ۱۳۹۳، ص ۳۲). بنابراین، اعتبار منبع و جایگاه مجری نقش مهمی بر منزلت اهداف و مقاصد سیاسی - فرهنگی در ارتباط با سایر ملت‌ها و دولت‌ها دارد.

قدرت نرم

قدرت نرم عبارت است از توانایی کسب آنچه می‌خواهید از طریق جذب کردن، نه از طریق اجبار و یا پاداش؛ قدرت نرم بر توانایی شکل دادن به ترجیحات دیگران استوار است. توان شکل دهی به ترجیحات و اولویت‌ها با مقوله‌های نامحسوس و ناملموس؛ مانند جاذبه‌های شخصیتی، فرهنگی، ارزش‌ها و نهادهای سیاسی و سیاست‌های جذابی مرتبط است که مشروع و اخلاقی تلقی می‌شوند (محمدی، ۱۳۹۶، ص ۵۴). قدرت نرم از دیدگاه اسلام بر مؤلفه‌هایی استوار است که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از شرعی‌سازی قدرت، تأمین سعادت اخروی و منافع دنیوی، تحقق کرامت انسانی و توجه به ابعاد اخلاقی حیات انسانی (یوسفی، ۱۳۹۱، ص ۶۶-۶۵). چنان‌چه در دیدار رئیس و اعضای شورای عالی فضای مجازی با رهبر انقلاب، معظم‌له به تأثیرگذاری گسترده فضای مجازی به عنوان یک قدرت نرم فوق‌العاده در عرصه‌های مختلف از جمله فرهنگ، سیاست، اقتصاد، سبک زندگی، ایمان، اعتقادات دینی و اخلاقیات اشاره فرموده و بر لزوم طراحی مناسب و دقیق برای حفظ حریم امنیت فکری و اخلاقی جامعه در این عرصه تأکید کردند (خامنه‌ای، ۱۳۹۴/۶/۱۶).

جنگ نرم

جنگ نرم در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی، تبلیغاتی، رسانه‌ای و فرهنگی است که جامعه و گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و اعمال خشونت، رقیب را به انفعال یا شکست وا می‌دارد. در مقابل، جنگ سخت، نوعی براندازی خشونت‌آمیز، عینی و محسوس و با کاربرد ابزار سخت‌افزارانه است (نائینی، ۱۳۹۰، ص ۷۵). در مجموع می‌توان چنین اظهار داشت که جنگ نرم از حیث مفهومی و کاربردی، راهبردی نوین به شمار می‌آید که سعی دارد تا بازیگر رقیب را از درون مورد چالش قرار داده و از این طریق او را منفعّل، منزوی و در نهایت دچار فروپاشی درونی سازد. مهم‌ترین مؤلفه‌های راهبردی جنگ نرم عبارتند از:

۱. ایجاد و توسعه از خودبیگانگی فرهنگی. ۲. تحمیل گفتمان غیر بومی بر جامعه علمی و ۳. ترویج فرهنگ مصرف‌گرایی فرهنگی و غفلت از تولید فرهنگی (افتخاری، ۱۳۹۰، ص ۲۰-۱۷). چنانچه رهبر معظم انقلاب در پیام به جمعی از مستندسازان جوان فرمودند:

جنگ نرم دشمن، بر پایه دروغ و تحریف و شایعه و سانسور و بایکوت بنا شده است، هنر شما می‌تواند با سند، کار دشمن را بی اثر کند. تاریخ چهل ساله، لبریز از سندها بر حقانیت جمهوری اسلامی و کج‌روی و گمراهی دشمنان است (خامنه‌ای، ۱۳۹۶/۱۰/۲۲).

بدین ترتیب، دیپلماسی رسانه‌ای در نقش دیپلماتیک خود می‌تواند ابزاری مؤثر در جهت تبیین اهداف و ارتقای سطح اثربخشی سیاست خارجی یک کشور باشد که در راستای تأمین اهداف انقلاب اسلامی و منافع ملی، مدیریت تصویر و تأثیرگذاری بر افکار عمومی به‌کار گرفته می‌شود. در اندیشه رهبر معظم انقلاب، اقناع‌سازی مخاطبان بر اساس سیاست متعالیه، ضرورت آگاهی و رهایی‌بخشی و بیداری ملت‌ها و دولت‌ها می‌باشد. بنابراین، اصول، مبانی و مبادی مستدل و موجه، حسن فعلی و فاعلی فرستنده پیام، نقش مهمی در اعتبار پیام، متقاعدسازی افکار عمومی و برقراری ارتباط پایدار و هدفمند با سایر ملت‌ها خواهد داشت.

روش پژوهش

در این پژوهش، از روش تحلیل دلالت لفظی در منطق و روش استنباطی در اصول فقه استفاده شده است. دلالت لفظ بر معنا به حصر عقلی سه قسم است: ۱. دلالت مطابقه.^۵ ۲. دلالت تضمّن.^۶ ۳. دلالت التزام؛^۷ زیرا هر لفظ موضوعی دال بر معنا است و آن معنا که در واقع مدلول لفظ است یا عین موضوع^۸ است یا داخل در آن و یا خارج از آن؛ در صورت اول دلالت مطابقه و در صورت دوم تضمّن و در صورت سوم التزام است. دلالتی که در منطق مورد توجه است، همان دلالت لفظ بر معنا است که دلالت وضعی^۸ است. بنابراین، هر لفظ، موضوع، موضوع^۹ و واضح دارد (خوانساری، ۱۳۸۵، ص ۳۶-۳۵). به عبارتی دیگر، دلالت مطابقی و تضمّنی در قالب منطوق صریح و دلالت التزامی در قالب منطوق غیر صریح، بیانگر وضع واضح و منطوق متن هستند (نامداری، ۱۳۹۸، ص ۱۲۹-۱۲۷). بر این اساس، در این پژوهش تلاش شده است تا با روش دلالت به کشف و استخراج مفاهیم و داده‌های ارتباطی از اصل متن، گرایش متن و تحلیل متن، به بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر اندیشه مقام معظم رهبری پرداخته شود.

دیپلماسی رسانه‌ای و اهداف فراملی انقلاب اسلامی

جمهوری اسلامی ایران در راستای پیش‌برد اهداف اساسی و ارزش‌های اسلامی، می‌کوشد با رویکرد آرمان‌گرایی واقع‌بینانه، تمام عرصه‌هایی که امکان پی‌گیری و تحقق این اهداف و مقاصد در آن‌ها وجود دارد را تحت تأثیر قرار دهد. از آن‌جا که این اهداف ناشی از باورها و مسؤولیت‌های دینی جامعه است، برای ترسیم آن‌ها باید عمده‌تاً سراغ متون اسلامی رفت و یافته‌های آن‌ها را در تعیین اهداف، معیار قرار داد (حقیقت، ۱۳۸۶، ص ۱۸۴). از آن‌جایی که تعلق یک کشور به یک منطقه و ارتباط آن با حوزه‌های پیرامونی و جهانی، قلمرو ژئواستراتژیک و بار استراتژیک مکان‌ها و فضاها را معین کرده و بر سطح قدرت ملی آن تأثیرگذار است (مصلی‌نژاد، ۱۳۹۱، ش ۱، ص ۱۳۹)، بر اساس «نظریه کاشت»^۹ گرینر و هم‌کارانش، رسانه به طور عام و تلویزیون به طور خاص (در بخش نرم‌افزاری)، نقش بسیار مهمی در شکل‌دهی به جهان‌بینی مخاطبان دارد و به عنوان منبعی مهم در فرهنگ مدرن، نه تنها بر نوع و عمق اطلاعات و جهت‌گیری‌های آن‌ها در قبال جهان خارج

تأثیر می‌گذارد، رفتارهای آن‌ها را نیز در همان راستا شکل می‌دهد (مجیدی و نیک‌ملکی، ۱۳۹۱، ش ۲، ص ۳۹). در این میان، رهبر معظم انقلاب، با توجه به مسؤولیت‌های فراملی انقلاب اسلامی و اهداف و مقاصدی که ناظر بر حفظ و صیانت از هویت ملی و منافع ملی ایران است، نقش مهمی در هدایت سیاست خارجی و پیوند آن با دیپلماسی رسانه‌ای و قدرت نرم دارد. بدین ترتیب، صدور مسالمت‌آمیز انقلاب اسلامی، به سه روش تحقق می‌یابد: ۱. حمایت معنوی و غیر نظامی از نهضت‌های آزادی‌بخش. ۲. الگوپردازی و ارائه دولت سرمشق از جمهوری اسلامی و ۳. تبلیغات (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۲، ص ۱۶۳). در موضوع انقلاب اسلامی، اصل تکلیف و رسالت جهانی تعیین‌کننده مکان پخش بر اساس متغیرهای چندگانه، ویژگی‌های جغرافیایی، موقعیت جغرافیایی، ویژگی‌های انسانی، فرهنگی و تمدنی است که دامنه و بازتاب آن را مشخص می‌نماید. در این پژوهش، مخاطبان دیپلماسی رسانه‌ای در مراتبی با تقدم و تأخر دسته‌بندی می‌شوند. جهان اسلام و کشورهای مسلمان منطقه در مرتبه اول؛ افکار عمومی و سایر ملت‌ها و دولت‌های جهان، مخاطب عام و در مرتبه نهایی قرار دارند (برزگر، ۱۳۹۴، ص ۵۴). چنان‌چه رهبر معظم انقلاب در مورد مبدأ پخش می‌فرمایند که انقلاب اسلامی یک نوآوری بزرگ تاریخی بود که ملت ایران آن را در تاریخ خودش و تاریخ بشریت به ثبت رساند (خامنه‌ای، ۱۳۸۷/۱/۱) و اینک امتداد عمق راهبردی جمهوری اسلامی ایران از واجب‌ترین واجبات کشور است (همان، ۱۳۹۸/۷/۱۰). در این میان، هم‌گرایی و تجانس فکری، فرهنگی، سیاسی و امنیتی در مقابل واگرایی و شکاف‌های فرهنگی، سیاسی، امنیتی و نظامی، حوزه و مقصد پخش را به محیط پذیرا و ناپذیرا تقسیم می‌کند و بر کاربست مسیرها، روش‌ها و ابزارهای پخش که طی آن نگرش و رفتار مردم تغییر می‌یابد، تأثیر می‌گذارد (برزگر، ۱۳۹۴، ص ۳۴). برگزاری کنفرانس بین‌المللی حمایت از انتفاضه فلسطین، کنفرانس وحدت اسلامی، اجلاس جهانی بیداری اسلامی، مجمع جهانی تقریب بین مذاهب، پیام به کنگره عظیم حج و روز جهانی قدس از جمله مواردی است که در گسترش گفتمان انقلاب اسلامی و الهام‌بخشی آن در میان سایر ملت‌های مسلمان جهان و کشورهای اسلامی از مجرای دیپلماسی رسانه‌ای مؤثر است. چنان‌چه رهبر معظم انقلاب با اشاره بر توانمندی رسانه‌ها در زمینه‌سازی گفت‌وگوی

آزاد و دوجانبه و چندجانبه بین ملت‌ها، آن را یکی از بزرگ‌ترین امتیازات رسانه‌های عمومی و فراگیر دانسته که می‌توانند به صورت اخلاقی و استدلالی، مفاهیم ملت‌ها را میان یک‌دیگر تبادل کنند و سطح آگاهی و معرفت مردم را ارتقا دهند (خامنه‌ای، ۱۳۸۵/۲/۲۶). در واقع انقلاب مستمر، تداوم همان عناصری است که امام خمینی ۱ آن‌ها را عوامل پیروزی و از علل مبقیه انقلاب اسلامی دانسته است و این در نگاه رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی)، به معنای حفظ خط مستقیم و جهت‌گیری دینی انقلاب اسلامی است (شیرودی و پورطاهر، ۱۳۹۹، ش ۷، ص ۷۱). چنان‌چه معظم‌له در تقابل راهبردی با جنگ نرم و اقدامات دستگاه‌های سلطه‌طلب و مستکبران دنیا که بر دروغ، شایع‌پراکنی، فریب و انحراف افکار عمومی مردم دنیا بنا گشته است، بر آشناسازی و آگاهی‌رسانی مردم با جریانات و مسائل جهان اسلام تأکید می‌نماید (خامنه‌ای، ۱۳۸۱/۵/۵). از این رو، اگر تبلیغ ما متکی به تحقیق نباشد، خنثی و ابتر خواهد شد (همان، ۱۴۰۲/۴/۲۱). به لحاظ عقلی و فلسفی، هر حرکتی دارای شش رکن است: مبدأ، مقصد، محرک، متحرک، زمان و مکان که بر اساس آن الگوی حرکت شکل می‌گیرد (لک‌زایی، ۱۳۹۹، ص ۲۸). در این میان با بررسی مضامین و مفاهیم اخذ شده از اندیشه و کلام رهبر معظم انقلاب، می‌توان چارچوب نظری الگوی حرکت با تمرکز بر محرک مستقل (مقام معظم رهبری) در تبیین بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای به کار گرفت.

ردیف	ارکان حرکت	ارکان دیپلماسی رسانه‌ای
۱	متحرک	دولت‌ها، ملت‌ها و افکار عمومی
۲	محرک	اندیشه راهبردی مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)
۳	مکان	در سطح کشور ایران، در سطح امت اسلامی، در سطح جهان
۴	مقصد	سلبی: ضدیت با جنگ نرم و سلطه استکباری در برنامه‌ها ایجابی: جهاد تبیین و کاربست قدرت نرم
۵	زمان	مستمر و همیشگی
۶	مبدأ	هدف‌گذاری در تمام برنامه‌های رسانه‌ای، لزوم برنامه‌ریزی هوشمندانه، به تصویر کشیدن مراحل حرکت دشمن

بدین ترتیب، انقلاب مستمر واجد مؤلفه‌های تداوم، حرکت، ارزش‌ها، راهبردها و جریان‌های گفتمانی است که در چهار دهه به صورت قدرت هوشمند توانسته است نقطه پیوستگی میان مصالح اسلامی و منافع ملی باشد. با توجه به مباحث مطرح‌شده، در این بخش به مهم‌ترین بایسته‌های دیپلماسی رسانه‌ای در سه محور بینشی، گرایشی و کنشی با تأکید بر اثربخشی رسانه از دیدگاه مقام معظم رهبری اشاره می‌گردد.

بایسته‌های بینشی

در بخش بایسته‌های بینشی و نگرشی، شناخت اصول و مبانی گفتمان اسلام و انقلاب در جهت آگاهی‌بخشی و بصیرت‌افزایی برای مخاطبان پیام، لازم و ضروری است. منظور از بایسته‌های بینشی در این پژوهش، تبیین اسلام ناب محمدی و گفتمان انقلاب اسلامی با تأکید بر اندیشه رهبر معظم انقلاب است.

گفتمان انقلاب اسلامی

گفتمان انقلاب اسلامی به پشتوانه نشانه‌ها و مفاهیم برآمده از اسلام ناب محمدی، به یک منظومه و هسته مشخص در هویت‌سازی و ماهیت‌بخشی به نظام سیاسی جمهوری اسلامی ایران تبدیل شده است که در منازعه و غیریت با گفتمان‌های شرق و غرب، اصول و اهداف آن برجسته گردیده است. در این میان، امام خمینی ¹ به‌عنوان رهبر و بنیان‌گذار نظام جمهوری اسلامی ایران و در امتداد آن، مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) با تبیین اهداف و آرمان‌های انقلاب از طریق گفتمان‌سازی و با تبلیغ آن در سطح جهان اسلام و در میان ملت‌های مستضعف توانسته‌اند عمل‌کرد مثبتی در برقراری ارتباط پایدار و هدفمند با مخاطبان خارجی در جهت تبیین ماهیت فرهنگی و آرمان‌های اسلامی ایجاد نمایند. در این میان، رسانه‌های جمعی به دلیل خصیصه تعمیم‌دهی و تعمیق‌بخشی نقش مهمی در بسط و توسعه گفتمان‌های انقلاب اسلامی و اهداف فراملی آن دارند. چنان‌چه رهبر معظم انقلاب در دیدار مدیران و برنامه‌سازان رسانه‌ای کشورهای مختلف فرمودند:

امروز رسانه‌ها در دنیا فکر، فرهنگ، رفتار و در حقیقت هویت فرهنگی انسان‌ها را القا می‌کنند و تعیین‌کننده هستند. رسانه‌ها می‌توانند در بهبود

وضعیت زندگی انسان مؤثر باشند؛ می‌توانند در گسترش صلح و امنیت جهانی مؤثر باشند؛ می‌توانند در ارتقای اخلاق و معنویت در میان انسان‌ها مؤثر باشند و متقابلاً می‌توانند وسیله برافروختن جنگ‌های خانمان‌سوز باشند؛ می‌توانند ملت‌هایی را از هویت انسانی خودشان و هویت ملی‌شان تهی کنند(خامنه‌ای، ۱۳۸۵/۲/۲۶).

در این میان، جمهوری اسلامی ایران:

یک نظام، با یک انقلاب و با یک مکتب مترقی و پیشرفته و با یک حالت بسیار ممتاز سیاسی در دنیا اداره می‌شود و سخن گفتنی دارد و می‌خواهد آن را به مخاطبان خودش - چه در داخل و چه در خارج - بگوید. این سخن، باید از رسانه‌ها گفته بشود و نه چیز دیگر(همان، ۱۳۶۹/۵/۷).

چنان‌چه «لاسول» از نظریه‌پردازان مکتب شیکاگو معتقد است، همه چیز را باید در جریان محتوای پیام متمرکز ساخت. چه کسی؟ چه می‌گوید؟ از کدام مجرا؟ به چه کسی؟ و با چه تأثیری؟(ساروخانی؛ شکرپیگی و آقای، ۱۳۹۷، ص ۸۵). گفتمان انقلاب اسلامی با دال مرکزی اسلام سیاسی فقهاتی، در صدد دستیابی به حکومت دینی و نفی سکولاریسم و جدایی نهاد دولت از دین است(افسرده و همکاران، ۱۳۹۸، ش ۲۰، ص ۵۸). از این منظر، گفتمان انقلاب اسلامی بر پایه یک‌سری اصول و مبانی بینشی و اندیشه‌ای بر محوریت اسلام اصیل، قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و اندیشه امامین انقلاب پالایش و برای مخاطبان رسانه‌ای پردازش می‌گردد که الهام‌بخش ملت‌های مسلمان و مستضعف خواهد بود. لذا رهبر معظم انقلاب می‌فرماید:

ما باید سعی‌مان این باشد که این جمع‌بندی را زیباتر، منظم‌تر و هماهنگ‌تر به دنیا ارائه دهیم(خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۷/۲۸).

با توجه به آن‌که امروز نفوذ و اقتدار سیاسی در دنیا، روی سه پایه استوار است: اول، ثروت و امکانات پولی و مالی؛ دوم، توانایی‌های علمی و تکنولوژیکی و سوم، توانایی‌های خبری و سلطه خبری(همان، ۱۳۶۹/۱۲/۲۱). معظم‌له دو عامل اثرگذار بر ذهن جوان را تبلیغات گوناگون دشمن و عدم تبیین و دفاع صحیح از حقایق مقدس

اسلام و انقلاب برمی‌شمارند(همان، ۱۳۷۰/۶/۲۵). بنابراین، اشاعه و گسترش ارزش‌های انقلابی و اسلامی جهت زمینه و بسترسازی برای تغییر و تحول انقلابی در محیط‌های پیرامونی جمهوری اسلامی ایران و فراتر از آن ضرورت دارد(دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۲، ص ۱۶۲). همراه با نشان‌دادن عالی‌ترین و زیباترین مفاهیم انقلاب به شکل هنرمندانه و جذاب، نشان‌دادن نقاط زیبای نظام توسط صدا و سیما(خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۵/۷) که با بهره‌گیری از دیپلماسی رسانه‌ای می‌توان آن را مطرح نمود. مفاهیمی که در برگیرنده اصلی‌ترین شعارهای پرچم انقلاب است:

شعار اسلامی بودن، پای‌بندی به مبانی دین و اصول و قواعد دینی، سلطه‌ستیزی، ستیزه با استکبار و دفاع صریح و صادقانه از همه مظلومان عالم (همان، ۱۳۸۷/۳/۱۴).

چنان‌چه معظم‌له در دیدار مسؤولان بخش‌های خبری صدا و سیما فرمودند:

شما سلاحی در دست اسلام هستید و اسلام از شما منتفع است؛ یعنی شما سرباز همین جناح عظیم اسلامی هستید. شما باید در همه شعاع گسترش این خبر و این موج صدا جاذبه داشته باشید(همان، ۱۳۶۹/۱۲/۲۱).

بنابراین، داشتن آرایش رسانه‌ای کارآمد در عرصه استانی و ملی و بین‌المللی لازم است؛ یعنی شنیدن صدای انقلاب و دیدن چهره انقلاب(همان، ۱۳۸۳/۹/۱۱). بدین ترتیب، موقعیت‌ها و شرایط خاص ژئواستراتژیک و ژئوکالچر انقلاب اسلامی با آرمان‌هایی از جنس فطرت و انسانیت، ظرفیت‌های خاصی را برای این انقلاب و توسعه و رواج دایره گفتگومانی آن فراهم کرده است؛ به نحوی که بستر تعلق مطلوبیت‌ها و عدم مطلوبیت‌های آن فراتر از مرزهای جغرافیایی کشور ایران و در نهاد فطری انسان‌ها قرار دارد(افتخاری و راجی، ۱۳۹۶، ش ۲۲، ص ۲) که هدفش الهام‌بخشی به منظور برقراری جامعه عدالت‌محور و زمینه‌ساز تحقق جامعه مهدوی است(دهشیری، ۱۳۹۶، ش ۱۴، ص ۳۵). از این رو، مقام معظم رهبری، صدور انقلاب را به معنای صادرکردن ارزش‌های انقلابی بیان می‌نماید که در تقابل ذاتی با استبداد داخلی و استعمار خارجی قرار دارد (خامنه‌ای، ۱۳۶۸/۴/۱۹) و معتقد است تنها مانع سلطه دشمن و تسلط دیکتاتوری ظالمانه، اسلام و بیداری مردم است



(همان، ۱۳۸۱/۵/۵) که در دیپلماسی رسانه‌ای با روی‌کرد بینشی و نگرشی و هم‌چنین سیاست‌گذاری راهبردی، تعیین اهداف و شناخت محیط و مخاطبان پیام، می‌توان بر عمق راهبردی گفتمان انقلاب اسلامی افزود.

جهاد تبیین و تبشیر

جهاد تبیین به عنوان یکی از نقاط برجسته در اسلام و انقلاب اسلامی ایران، نقش مهمی در آگاهی‌بخشی، بصیرت سیاسی، خودباوری و بیداری در جوامع اسلامی دارد. در اندیشه مقام معظم رهبری، جهاد تبیین منبع و مرجعی مهم و اثرگذار در تدوین سیاست‌گذاری‌ها و راهبرد عمق‌بخشی خارجی در جهت تحقق اهداف نظام جمهوری اسلامی ایران است. این اهداف برای شکل‌دادن به محیط خارجی و ارتباط با ملت‌ها و دولت‌های اسلامی در راستای تعامل سیاست، فرهنگ و ارتباطات پی‌گیری می‌شود.

بنابراین، سیاست‌گذاری نظام‌های اطلاعاتی و ارتباطی به دلایل متعدد برای دولت‌ها و سازمان‌ها ضروری است. نخست: نظام‌های ارتباطی نقشی مهم و تأثیرگذار در فرآیندهای سیاسی دارند. دوم: فناوری‌های جهانی اطلاعات و ارتباطات بر مسائل اجتماعی و فرهنگی ملت‌ها تأثیرگذار هستند. سوم: تفکیک‌ناپذیری کامل فضاها واقعی و مجازی از یکدیگر است (خواجه‌سروی و بیات، ۱۳۹۶، ش ۲، ص ۱۰۸). چنان‌چه معظم‌له می‌فرمایند:

امروز در سطح عالم، یکی از مهم‌ترین اقسام کار سیاسی که اقطاب سیاسی عالم انجام می‌دهند، همین خبردهی است (خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۱۲/۲۱).

ایشان با تأکید بر جهاد تبیین می‌فرمایند که در رأس نقشه‌های بدخواهان، تبلیغات و به قول خودشان پروپاگاندا است که علاج آن، تبیین صحیح حقایق از زبان‌های مختلف و با ابتکار، نوآوری و روشن‌گری است (همان، ۱۴۰۱/۱۰/۱۹). بنابراین، توجه به مؤلفه‌های تبلیغ، جریان‌سازی، گفتمان‌سازی و فضا‌سازی لازم است (همان، ۱۳۸۸/۹/۲۲) که ما باید حرف خود را به دل‌ها برسانیم: «وَمَا عَلَي الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ» (همان، ۱۳۷۰/۶/۲۵).

از این‌رو، جلب توجه مخاطب هدف ارتباط است که باید به چهار اصل توجه داشت:

اول، اصل ماندگاری اثر و جلب توجه است. دوم، انتقال پیام است تا مخاطب را از توجه صوری به توجه واقعی هدایت نماید. سوم، عمومیت است. چهارم، شدت پیام است (ساروخانی؛ شکرپیگی و آقایی، ۱۳۹۷، ص ۱۰). هم‌چنین پرداختن به قدرت نرم، به معنای توانایی تأثیرگذاری بر دیگران، برای گرفتن نتایج مطلوب از طریق منابع جذب، در عصر ارتباطات و رسانه بیش از قدرت سخت - به معنای توانایی نظامی و سخت‌افزاری - می‌تواند اقبال‌بخش و جاذبه‌آفرین باشد. در بستر همین شبکه‌هاست که هم مفهوم جماعت برخط در فضای مجازی مطرح شده و هم مرزهای زمان و مکان از بین رفته و افراد در فضای مجازی، مانند فضای واقعی به ارتباط و کنش با یک‌دیگر می‌پردازند (شکیب و همکاران، ۱۴۰۰، ش ۱، ص ۱۸۵). ایشان در این باره می‌فرمایند:

مسأله اصلی این است که ما جایگاه کشور و نظام جمهوری اسلامی را در جغرافیای بشری عالم بشناسیم و ببینیم در جبهه‌بندی‌های بسیار وسیع و متنوع و پیچیده‌ایی که در دنیا وجود دارد، ما کجا قرار داریم. وقتی به این نکته توجه شد، نقش رسانه ملی در این مجموعه، بیش‌تر بارز و آشکار خواهد شد (خامنه‌ای، ۱۳۸۳/۹/۱۱).

بدین‌سان، با فعال‌سازی توانش ارتباطی در دیپلماسی رسانه‌ای، فرایند ارتباطات اقناعی با مخاطبان عام، خاص و تأثیرگذار شکل خواهد گرفت. در واقع رسانه‌ها مهم‌ترین مخاطبانی هستند که در صورت متقاعدشدن، به سرعت پیام دیپلماسی عمومی را به زبان‌ها و شیوه‌های گوناگون بازتولید و بازپخش می‌کنند (یزدان‌فام، ۱۳۹۳، ص ۴۷). همان‌گونه که خاطر نشان فرمودند:

امروز ما در یک پیکار و کارزار تمام‌عیار تبلیغی در دنیا هستیم. بنابراین، مسأله پیام و رساندن و پردازش و همه‌گیرکردن آن مهم است (خامنه‌ای، ۱۳۸۳/۹/۱۱).

جوزف نای معتقد است، قدرت نرم در یک کشور می‌تواند از سه منبع اصلی پدید آید: فرهنگ آن کشور (آن بخش‌هایی که برای دیگران دارای جذابیت است)؛ ارزش‌های سیاسی (در مواردی که در داخل و خارج کشور مورد توجه باشند)؛ سیاست داخلی (در

صورتی که قانونی و مسئولانه به نظر برسند(نای، ۱۳۹۳، ص ۵۱). بنابراین، برای رسیدن به اقناع دیگران باید از دروازه راستی‌ها و روشنایی‌ها وارد معرکه حقایق و وقایع شد تا اندیشه، مرام، نکته و سخن شما از طرف دیگران مورد قبول و پذیرش قرار گیرد(متولی، ۱۳۸۴، ص ۶۵). بدین جهت، اطلاع از حوادث عالم باعث می‌شود تا مردم در مقابل بسیاری از بددلی‌ها و توطئه‌های ذهنی و فکری واکنش‌ها شوند و قدرت تحلیل پیدا کنند(خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۱۱/۲۱). چرا که دستگاه‌های استکباری - آمریکا و صهیونیسم دائم با تبلیغات خودشان فضا را زهرآگین می‌کنند(همان، ۱۳۸۴/۲/۶). به گونه‌ای که یکی از کارهای بسیار مهمی که امروز در دستور کار آن‌ها قرار دارد، تهاجم خبری، تبلیغی، فرهنگی و اخلاقی علیه جمهوری اسلامی است(همان، ۱۳۸۳/۹/۱۱). لذا شناخت و پرکردن خلأهای موجود در صدا و سیما لازم است (همان، ۱۳۸۱/۱۱/۱۵). چنان‌چه پیام مهم رهبر انقلاب در نامه اول به جوانان اروپا و آمریکای شمالی در راستای آگاهی‌بخشی و روشن‌گری بوده است. موضوع اصلی نامه، تبیین درباره اسلام است و به‌طور خاص، درباره تصویر و چهره‌ای که از اسلام به جوانان اروپا و آمریکای شمالی ارائه می‌گردد. معظم‌له با طرح چند سؤال اصلی از آنان می‌خواهد که اولاً: درباره انگیزه‌های این سیاه‌نمایی گسترده علیه اسلام پرسش و کاوش کنند و ثانیاً: در واکنش به سیل پیش‌داوری‌ها و تبلیغات منفی، سعی کنند شناختی مستقیم و بی‌واسطه از این دین به دست آورند(همان، ۱۳۹۳/۱۱/۱). بنابراین، رسانه تراز تمدن نوین اسلامی، دو بعد محتوایی و ابزاری را پوشش می‌دهد و رسانه‌ای جامع، فراگیر بر پایه اعتقادات عمیق اسلامی، توحیدگرا، عدالت‌محور برخوردار از ابزار روزآمد در قالب ارائه هنرمندانه مفاهیم است(زارع‌ساری و وقوفی، ۱۴۰۰، ش ۴، ص ۱۴۶). نتیجه حاصل از جهاد تبیین در دیپلماسی رسانه‌ای، فرصت برای فهم صحیح و درک بدون پیش‌داوری از اسلام، بصیرت‌افزایی و هم‌چنین ایجاد پرسش‌های جدید در ذهن مخاطبان پیام است که با خردگرایی و تبیین درست و صحیح حاصل می‌گردد. بدین ترتیب، در مسیر توسعه تمدن اسلامی می‌توان با بهره‌گیری از ابزارهای ارتباط جمعی به آگاهی‌بخشی افکار عمومی و تبلیغ بینش اسلامی اقدام نمود.

بایسته‌های گرایشی

در بخش بایسته‌های گرایشی، توجه به باورها و ارزش‌های انسانی و پرورش طبع و منش انسان‌ها، لازمه حرکت و جهش است. منظور از بایسته‌های گرایشی در این پژوهش، جهت‌دهی افکار عمومی به شناخت نظام سلطه جهانی که با شعار حقوق بشر و حقوق بین‌الملل به نقض حق تعیین سرنوشت و حقوق ملت‌ها و استقلال کشورها مبادرت می‌نمایند.

ضدیت با سلطه استکبار

مبارزه با نظام سلطه و استکبار جهانی بر اساس اصل تکلیف، از موارد مهم در الگوهای صدور انقلاب اسلامی است که تعطیل‌پذیر نبوده و بر اساس رسالت مکتبی و انسانی در دیپلماسی رسانه‌ای برای مخاطبه جوامع خارجی در جهت حمایت از مستضعفین جهان تبلیغ می‌گردد. چنان‌چه رهبر معظم انقلاب فرمودند:

اگر صحنه را شناسیم، اگر دوست را شناسیم، دشمن را شناسیم، اگر امروز نظام سلطه را شناسیم، استکبار را شناسیم، چطور می‌توانیم با حکمت و درایت حرکت کنیم؟ چطور می‌توانیم درست برنامه‌ریزی کنیم؟ لذا باید بشناسیم (خامنه‌ای، ۱۳۹۲/۸/۲۹).

بنابراین، نظارت بر محیط (نقش خبری)، ایجاد و توسعه همبستگی‌های اجتماعی (نقش تشریحی) و انتقال میراث فرهنگی (نقش آموزشی) در دانش ارتباطات لازم است (هاشمیان، ۱۴۰۱، ش ۱، ص ۳۰۵). از این‌رو، از منظر معظم‌له، اولین نکته در تبلیغ، شناخت مخاطب است و نکته دوم، توجه هم‌زمان به موضع دفاعی و موضع تهاجمی است. اگر چنان‌چه این موضع تهاجمی بخواند به معنای واقعی کلمه تحقق پیدا کند، لازمه‌اش شناخت صحنه است (خامنه‌ای، ۱۴۰۲/۴/۲۱). در گفتمان انقلاب اسلامی، مبارزه با استکبار جهانی یک مبارزه ارزشی و فرهنگی است و اختلاف بر سر احیا و تعالی و حاکمیت فضیلت‌های انسانی است (محمدی، ۱۳۹۱، ص ۳۹). در این میان، رسانه‌های جمعی، مهم‌ترین کانون‌های فرهنگی، طراحان نقشه راه و هدایت‌گران توده‌ها در عرصه‌های گوناگون شمرده می‌شوند. رسانه؛ چه با برد ملی و منطقه‌ای و چه

با برد جهانی در شبکه‌ای از ارتباطات هرمی، کلیت جهان انسانی را گاه تا عمیق‌ترین لایه‌ها تحت تأثیر خویش قرار داده است (ناظمی اردکانی و همکاران، ۱۳۹۳، ش ۱، ص ۱۶۴). بنابراین، ضدیت با سلطه‌های استکباری، ضدیت با دشمنان نظام جمهوری اسلامی و مقابله با دخالت این سلطه‌ها، باید در تمام برنامه‌های صدا و سیما محسوس باشد (خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۵/۷) تا گرایش و انگیزش لازم در شعار انقلاب، شعار حمایت از مستضعفین و حمایت از پابرنه‌ها و مقابله با حرکت استکباری و قدرت‌های استکباری، تحقق یابد (همان، ۱۴۰۰/۱۱/۲۸). از این رو، نظام اعتقادی جمهوری اسلامی ایران با برجسته نمودن این جنبه رفتاری و هویتی، انگیزه پویایی و جهش را در عناصر هم‌ارز نسبت به اهداف مشترک فعال می‌سازد. در اندیشه رهبر معظم انقلاب، آمریکا اتمّ مصادیق استکبار است (همان، ۱۳۹۴/۴/۲۰) و مبارزه با استکبار در انقلاب اسلامی و در میان ملت ایران، یک حرکت معقول، منطقی، دارای پشتوانه علمی و یک حرکت خردمندانه است (همان، ۱۳۹۴/۸/۱۲). بنابراین، مؤلفه مهم استکبارستیزی در سیاست خارجی ایران مبتنی بر قاعده نفی سییل یا سلطه بر مسلمانان است که به شدت ضد هژمونیک بوده و تلاش کرده تا انحصارگرایی قدرت‌های ستم‌گر را در سیستم بین‌المللی به چالش کشاند (حجازی و رحیمی، ۱۳۹۶، ش ۲۱، ص ۱۵۹). در این گفتمان دوانگاری مستضعفین/مستکبرین مطرح و استکبار به دلیل سلطه‌جویی بر دیگران در چارچوب حاکمیت طاغوت نفی می‌شود (آجیلی، ۱۳۸۹، ص ۱۴۵). در اندیشه معظم‌له، مستکبر به یک کشور خاص و یا یک دولت خاص اطلاق نمی‌شود، بلکه یک مجموعه طبقاتی «زرسالاران اقتدارطلب» است که به دنبال سیطره بر منابع حیاتی و مالی همه دنیا می‌باشند (خامنه‌ای، ۱۳۸۳/۹/۱۱). بنابراین، امروز تنها راهی که دنیای اسلام برای حفظ منافع ملت‌های اسلامی دارد، اتحاد کلمه بر محور اسلام است؛ «نه» گفتن به اهداف و مطامع استعماری دشمنان و مستکبران است (همان، ۱۳۸۴/۶/۱۱). بدین جهت، توسعه‌دادن تصویر اشغالگری فرهنگی، اقتصادی و سیاسی دشمن لازم است (همان، ۱۳۸۳/۹/۱۱). محتوای رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در این زمینه با شاخص‌های هم‌گرایی اسلامی و سیاست تعاملی ضد نظام سلطه نقش مهمی در سیاست‌های

ضدهژمون‌گرایی استعمار نو و استکبار جهانی خواهد داشت و بر منزلت‌گرایی ایران مستقل و مقتدر خواهد افزود و در انگیزش و جهت‌دهی به مخاطبان پیام نیز مؤثر است.

مشروعیت‌زدایی از رژیم صهیونیستی

از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی، مشروعیت‌زدایی و سلب هویت رژیم صهیونیستی از مسائل راهبردی نظام جمهوری اسلامی ایران در منطقه بوده است. چنان‌چه در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران و عمل‌کردهای فراملی انقلاب اسلامی، بازتاب و جلوه‌هایی از این استراتژی و جهت‌گیری‌ها قابل مشاهده و بررسی می‌باشد. از این‌رو، جمهوری اسلامی ایران با عناصر ماهوی، سنگر انقلاب، دولت رهایی‌بخش، مدافع مسلمانان، بازیگر ضد امپریالیست، دولت ضد سلطه و هژمونی (دهقانی فیروزآبادی و رادفر، ۱۳۸۸، ش ۱، ص ۱۳۲) در تقابل ذاتی با رژیم جعلی صهیونیسم قرار می‌گیرد. چنان‌چه رهبر انقلاب، رژیم صهیونیستی را دولت بی‌اصل و نسب، دولت جعلی، ملت دروغی خطاب می‌کند (خامنه‌ای، ۱۳۷۳/۴/۲۹) و با رهیافت انتقادی از نظام‌های کودتایی، استبدادی، اسرائیل غاصب و کشورهای که هرگز هیچ مجلس و آرا و انتخاباتی به خود ندیده‌اند، حکومت جمهوری اسلامی را مردمی‌ترین حکومت معرفی می‌نمایند که آرا و عواطف و ایمان مردم، پایه‌های این نظام مقدس را تشکیل می‌دهند (همان، ۱۳۸۱/۵/۵). ایشان حمایت از رژیم تروریست صهیونیستی در کشور غصب‌شده فلسطین را بزرگ‌ترین حمایت از تروریسم دانسته است (همان، ۱۳۷۲/۳/۱۴). از این‌رو، طرح مسأله فلسطین برای جمهوری اسلامی یک امر تاکتیکی نیست، یک امر بنیانی است که از اعتقاد اسلامی ناشی می‌شود (همان، ۱۳۹۱/۵/۲۵) و آنچه علاج صهیونیست‌ها را می‌کند، همین بیداری اسلامی است؛ آنچه می‌تواند سرزمین فلسطین را آزاد کند، بیداری ملت‌های مسلمان و بیداری اسلامی است (همان، ۱۳۷۴/۳/۱۴). به این ترتیب، تحقق این هدف؛ یعنی آزادسازی قدس شریف از اشغال‌گران صهیونیستی و بازگشت حاکمیت ملی فلسطین به خود مردم فلسطین، مقوم امنیت هویتی، گفتمانی و هستی‌شناختی انقلاب اسلامی بوده و منزلت و جایگاه راهبردی ایران را نه تنها در منطقه و جهان اسلام که در

سراسر جهان تقویت خواهد کرد (قادری کنگاوری، ۱۳۹۸، ص ۱۹۱). در این میان، ارتقای سواد رسانه‌ای اطلاعاتی، رشد تفکر انتقادی، جنبش نرم‌افزاری و رسانه‌ای نیز می‌تواند زمینه‌ساز گفتمان عمومی در جهت تعامل مؤثر باشد. چنان‌چه رهبر معظم انقلاب در دیدار شرکت‌کنندگان در همایش بین‌المللی رسانه‌های جهان اسلام در حمایت از انتفاضه فلسطین، برای استراتژی تبلیغی علیه صهیونیست‌های غاصب، یک طراحي بنيادين را لازم می‌داند تا پایه‌ای برای یک حرکت هماهنگ رسانه‌ای در همه دنیای اسلام باشد. ایشان هم‌چنین مظلوم‌نمایی را شگرد تبلیغاتی رژیم صهیونیستی دانسته است که با جعل داستان‌ها و افسانه‌های فراوانی، به دنبال تأمین امنیت روانی هستند (خامنه‌ای، ۱۳۸۰/۱۱/۱۱). بنابراین، آشناسازی ذهن مردم با پدیده دیکتاتوری پول و شهوت در جهان که توسط صهیونیست‌ها اداره می‌شود، لازم است (همان، ۱۳۸۱/۱۱/۱۵). این مسأله بر همراهی و میل و رغبت انسان‌های آزادی‌خواه نسبت به انزجار از رژیم غاصب تأثیر مستقیم دارد. چون امروز صهیونیسم، یک فکر شکست‌خورده در دنیاست (همان، ۱۳۷۷/۴/۲۱) و راه پیروزی در جنگ رسانه‌ای، هنر تبلیغ و پیام‌رسانی است و هم‌چنین شناخت پیام‌ها، تولید کلام و تصویر و فضا و محیطی است که بشود آن پیام را القا کرد، ضرورت دارد (همان، ۱۳۸۱/۱۱/۱۵). از این رو، استفاده رسانه از حوادث گذشته برای توضیح تهدیدهای آینده لازم است (همان). فراهم ساختن زمینه روانی مقاومت برای مبارزان وسط میدان ضروری است (همان، ۱۳۸۰/۱۱/۱۱). بنابراین، با توجه به رابطه هم‌سو و پیوسته میان بینش و انگیزش انسان‌ها از منظر رهبر معظم انقلاب، دیپلماسی رسانه‌ای با ایجاد شناخت از حقیقت و ماهیت این رژیم جعلی، می‌تواند زمینه‌ساز انگیزش و گرایش در افکار مخاطبان پیام گردد و انسان را به سوی انجام عمل صحیح و موضع قاطع و یا ترک عمل و رفتار نادرست تشویق و ترغیب نماید.

بایسته‌های کنشی

در بخش بایسته‌های کنشی، حاصل ارتباط منطقی میان مبانی بینشی و جهت‌گیری‌های گرایشی، موجب پدیدارشدن رفتارهای کنشی یا اقدامات میدانی در انسان‌ها می‌گردد.

منظور از بایسته‌های کنشی در این پژوهش، سیاست‌ها و راهبردهایی است که باید بر اساس اندیشه رهبر معظم انقلاب در حوزه اقدام و عمل تحقق یابد و دیپلماسی رسانه‌ای یکی از ابزارهای مناسب در پیدایش این فرآیند است.

هدایت‌گری الگوی مقاومت اسلامی

شناخت ماهیت مقاومت اسلامی، ابعاد و زوایای آن با تأکید بر اسلام سیاسی و دکترین دفاعی رهبر معظم انقلاب، نقش مهمی در توسعه گفتمان انقلاب اسلامی، تقویت محور مقاومت، تقویت توان بازدارندگی و امنیت پایدار در منطقه غرب آسیا دارد. با پیروزی انقلاب اسلامی، هندسه قدرت و هسته‌های مقاومت بازتولید شده است و حمایت رهبران انقلاب از رهبران محور مقاومت، سطح امنیت ملی ایران را به دکترین دفاعی فراملی ارتقا داده است. لذا به فرموده رهبر معظم انقلاب:

هر جا حرکت اسلامی است، هر جا دفاع از هویت اسلامی است، هر جا دفاع از مظلوم است، جمهوری اسلامی آن‌جا حاضر است و حاضر خواهد بود (همان، ۱۳۹۱/۴/۲۱).

در این میان، رسانه‌ها در روند یک‌پارچه‌سازی قادر به اجتماعی‌کردن مخاطبان خود با توجه به اهداف مد نظر هستند؛ رسانه‌ها به عنوان فراهم‌کننده چارچوب‌های تجربه برای مخاطبان، نگرش‌های کلی فرهنگی‌ای برای تفسیر اطلاعات توسط افراد جامعه در جوامع امروزی ایجاد می‌کنند (ناظمی اردکانی و همکاران، ۱۳۹۳، ش ۱، ص ۱۷۲). بدین ترتیب، مدیریت پیام و انجام‌دادن همه فرآیندهای مدیریتی، شامل برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، بسیج امکانات و منابع، هدایت و نظارت در زمینه تولید و ارسال پیام مؤثر و بازخوردگرفتن از آن، دارای اهمیت می‌باشد (فیاضی و همکاران، ۱۳۹۸، ش ۲، ص ۳۴۷). بنابراین، قلمروسازی گفتمانی، شامل روابط عملی میان فضا، قدرت و هویت بر مبنای کنترل و مدیریت فضای جغرافیایی در راستای نظم سیاسی و ژئوپلیتیکی مطلوب، مهم تلقی می‌گردد (افضلی و همکاران، ۱۳۹۴، ش ۳، ص ۵۷۸). از این رو، مقاومت، محوری جهانی با محوریت مستضعفان عالم است و با وحدت هدف و

هم‌بستگی مستضعفان شکل گرفته است که هدف آن تأمین مصالح امت اسلامی، حفظ منافع و تضمین امنیت جمعی است (قاسمی، ۱۳۹۹، ش ۲۱، ص ۱۷۳). همان‌گونه که معظم‌له خاطر نشان کردند، هویت اسلامی در مقابل هویت کفر، خودش را نشان خواهد داد (خامنه‌ای، ۱۳۹۶/۲/۷). بنابراین، ما از اخم قدرت‌های پوشالی دنیا هرگز نترسیدیم، ملاحظه نکردیم و نخواهیم کرد (همان، ۱۳۹۰/۲/۳) و جمهوری اسلامی، گروه مقاوم در برابر اشغالگران منطقه خاورمیانه است. امروز وضع جمهوری اسلامی این است: ایستادگی در مقابل یک حرکت متجاوزانه سیطره‌خواهانه همه‌جانبه (همان، ۱۳۸۳/۹/۱۱).

در بیانیه گام دوم، تحرک جدید نهضت بیداری اسلامی بر اساس الگوی مقاومت در برابر سلطه آمریکا و صهیونیسم، شکست سیاست‌های آمریکا در منطقه غرب آسیا و زمین‌گیر شدن هم‌کاران خائن آن‌ها در منطقه، گسترش حضور قدرت‌مندان سیاسی جمهوری اسلامی در غرب آسیا و بازتاب وسیع آن در سراسر جهان سلطه را از دستاوردهای انقلاب، پویایی و مانایی آن است (همان، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲). مفهوم مقاومت؛ هم در پدید آمدن انقلاب اسلامی سبب‌ساز و جهت‌بخش بوده و هم در استمرار و ارتقای آن نقش اساسی بازی کرده است. بنابراین، مقاومت بخش لاینفک هویت و اصول انقلاب اسلامی است (جمشیدیها و محمدی، ۱۴۰۰، ش ۹۸، ص ۳۹). چنان‌چه یکی از راه‌های رهایی از نظام سلطه، دیپلماسی نهضتی است. روشی برای نهضت‌سازی و توانمندسازی نهضت‌های موجود و ارتقای وضعیت آن‌ها در جوامع خود و در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی (قادری کنگاوری، ۱۳۹۸، ص ۱۶۳). همان راهبرد مکتب شهید سلیمانی که رهبر معظم انقلاب، ایشان را اسم رمز برانگیختگی و بسیج مقاومت در دنیای اسلام معرفی می‌کند که نرم‌افزار مقاومت و الگوی مبارزه را به ملت‌ها تعلیم داد (خامنه‌ای، ۱۳۹۹/۹/۲۶). برجسته‌کردن چهره‌های اسلامی معاصر کارآمد، استفاده از جوانان انقلابی و انعکاس سخنرانی‌های خوب و مفید (همان، ۱۳۷۰/۱۱/۷)، نقش مهمی در ارائه الگو و شناخت انسان مسلمان، مسؤول و متعهد به تعالیم الهی است. بر این اساس، هر ملتی که الگوها و ایده‌های (فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی) او از بیش‌ترین قابلیت برای

تقلید شدن و تکثیر شدن برخوردار باشد، از قدرت بیش‌تری نیز برخوردار خواهد بود و این هدف جز در فضای مجازی امکان تحقق ندارد (شیرودی و صدرا، ۱۳۹۸، ش ۷، ص ۴۴). از این‌رو، در حوزه کنشی، انسان با تمام بینش و گرایش‌ها که به دست می‌آورد، وارد میدان اجرا و عمل می‌گردد و بر حیطه رفتاری و عملیات افراد تأثیر می‌گذارد. دیپلماسی رسانه‌ای با برسازای زبان مقاومت اسلامی در روابط بین‌الملل و افکار عمومی نقش مهمی در انعکاس نشانه‌های ارزشی - هنجاری جمهوری اسلامی ایران دارد و بر جنبه کنش‌گری جبهه مقاومت در عرصه اقدام و عمل می‌افزاید. بنابراین، به فرموده رهبر معظم انقلاب، صدا و سیما، دانشگاهی برای تدریس اصول اسلام انقلابی، پیام‌ها، پایه‌ها، مفاهیم و درس‌های اسلام ناب و اسلام انقلابی و اسلام واقعی است (خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۵/۷) و در دیدار مبلغین و طلاب حوزه‌های علمیه سراسر کشور به تشکیل کانونی با مأموریتِ اولاً «تهیه مواد تبلیغی به‌روز»، تنظیم شیوه‌های اثرگذار تبلیغی و در نهایت تربیت مبلغ تأکید می‌نمایند (همان، ۱۴۰۲/۴/۲۱) تا منابع و محتوای رفتاری از آن اتخاذ گردد و انتقال قدرت از سطح نرم به سطح سخت تعمیم یابد و به جامعیت و واقع‌نگری نزدیک‌تر گردد. چنان‌چه برپایی نظام اسلامی، تلفیق سیاست و عقلانیت، هویت‌سازی بر اساس مردم‌سالاری دینی، بیداری امت اسلامی، تکیه به استعداد‌های درونی، ارتقای توانمندی‌های دفاعی و تحقق اصل سلطه‌ستیزی و عدم سلطه‌پذیری جامعه جهانی، رسالت میدانی دیپلماسی رسانه‌ای در عرصه ابلاغ و اقدام است.

مقابله با کژتابی و جنگ نرم

یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار در دیپلماسی رسانه‌ای، ارائه تصویر مطلوب از ارزش‌ها، انگاره‌ها و رفتارهای هر کشور در ارتباط با سایر کشورها و ملت‌ها است که بر اساس آن، پایه‌های اعتماد و ارتباطات شکل می‌گیرد. این ادراک و برداشت مثبت سایر ملت‌ها و افکار عمومی به اشکال و شیوه‌های مختلف در موفقیت و شکست سیاست خارجی کشورها مؤثر است. بر این اساس، ارتباط عبارت است از انتقال

اطلاعات در محدوده سه عنصر: انتشار، انتقال و دریافت پیام (ساروخانی؛ شکرپیگی و آقای، ۱۳۹۷، ص ۲۶). بنابراین، مدیریت برداشت و کنترل بر قضاوت و رفتار دیگران به منظور دستیابی به تمایلات هدفمند از طریق تأثیر و نفوذ روی تعریف و برداشت مخاطبان از موقعیتی که در آن هستند، لازم است (فیاضی و همکاران، ۱۳۹۸، ش ۲، ص ۳۴۸). همان‌گونه که رهبر معظم انقلاب فرمودند:

امروز جنگ دنیا، جنگ رسانه‌هاست. پیشرفت کارها و سیاست‌های بین‌المللی دستگاه‌های مختلف و جبهه‌های گوناگون، به وسیله تبلیغ، خبرسازی، مفهوم‌سازی و تبیین انجام می‌گیرد (خامنه‌ای، ۱۳۸۳/۳/۱۱).

از این رو، همه کشورها تمایل دارند که دیگران نگاهی مثبت به کشورشان داشته باشند. در این میان، جمهوری اسلامی ایران نیز بر اساس اصل ۱۵۴ قانون اساسی، سعادت انسان در کل جامعه بشری را آرمان خود می‌داند. بر این اساس، هویت کشور از یک بعد به وسیله نوع نگاه و تصویر دیگران ساخته می‌شود و برداشت آن‌ها از جایگاه و هویت کشور مزبور در رفتارشان تأثیر دارد و از بعد دیگر، تلاش مردم و زمام‌داران یک کشور است که بر نحوه شکل‌گیری برداشت مردمان سایر کشورها در مورد کشورشان تأثیر می‌گذارد (یزدان‌فام، ۱۳۹۳، ص ۱۳). چنان‌چه رهبر معظم انقلاب در دیدار مسؤولان سازمان صدا و سیما می‌فرمایند که امروز دنیا بر مدار جنگ تبلیغاتی و رسانه‌ای و در واقع بر مدار جنگ جبهه‌های خبری و دستگاه‌های تولیدکننده پیام می‌گردد (خامنه‌ای، ۱۳۸۱/۱۱/۱۵). مبارزه با موج اسلام‌گرایی، یکی از اهداف عمومی و مشترک قدرت‌مندان دنیا است (همان، ۱۳۷۰/۱۲/۷). در واقع استکبار، تبلیغات را میدان‌دار مبارزه علیه خط و ربط و جهت‌گیری ملت مسلمان کرده است (همان، ۱۳۷۶/۱۰/۱۲). در این میان، مخدوش‌نمودن دستاوردهای انقلاب اسلامی، هدف اصلی و اولی تهاجم رسانه‌ای می‌باشد (همان، ۱۳۸۱/۱۱/۱۵). لذا توجه به نبرد در حوزه فرهنگ و اندیشه (جنگ نرم)، اسباب پیدایش نگرش جهادی در رسانه را پدید می‌آورد تا دستگاه‌های مربوطه از حالت پدافندی به آفندی تغییر آرایش دهند (صلواتیان و هم‌کاران، ۱۳۹۵، ش ۲، ص ۹۲).

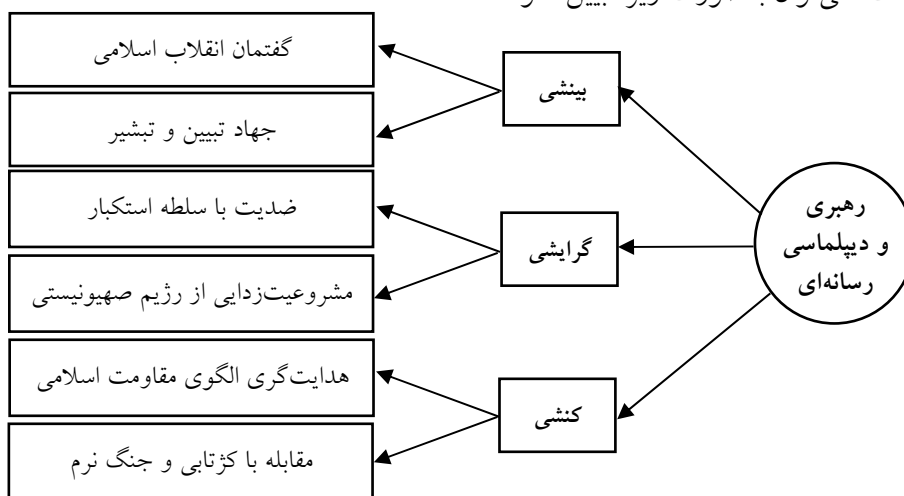
چنان‌چه معظم‌له می‌فرمایند:

شما باید در مقابل این حرکت موذیانه رسانه‌ها، واقعاً سینه سپر کنید. هر جا رسانه‌ها روی نقطه‌ای تکیه می‌کنند، شما اگر قبلاً پادزهرش را نداده‌اید، بعداً بدهید. تبلیغات دروغی که آن‌ها الآن می‌کنند، رسانه‌های ما باید در مقابلش خیلی قوی بایستند. شما بایستی ابتکار هم بکنید. این‌جا را یک سنگر اساسی بدانید (خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۵/۷).

بنابراین، لازم است در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های کلان رسانه‌ای به فرآیند تحریف‌گری و تحریف‌زدایی به عنوان راهبرد کنش و کنش متقابل توجه شود تا در پیوستگی و سیر طولی از حوزه بینش به گرایش و از گرایش به کنش فاصله ایجاد نشود. چون قیام دولت اسلامی در ایران و برافراشتن پرچم توحید در این کشور - این مرکز حساس و منطقه مهم - امت اسلامی را به هیجان آورد و بیدار کرد؛ آن‌ها را به سرنوشت و قدرت خودشان امیدوار کرد و به آن‌ها اعتماد به نفس داد (همان، ۱۳۸۴/۲/۶). در نتیجه، یکی از مهم‌ترین دلایل کشورها برای ایجاد رسانه بین‌المللی، بهبود تصویر یک ملت در اذهان مخاطبان خارجی است. این تصویر دارای ابعاد سیاسی، علمی، نظامی و فرهنگی است که به نحو آشکار یا پنهان به تمجید از جامعه مبدأ می‌پردازد (اصغری راد، ۱۳۹۰، ص ۵۳). چنانچه نام دوم رهبر انقلاب اسلامی به عموم جوانان در کشورهای غربی بر اساس این چارچوب گفتمانی بوده است. ایشان بر هم‌فکری درباره درد مشترک تروریسم و چاره‌اندیشی برای آینده‌ای با امنیت تأکید دارد. نخستین مرحله ایجاد امنیت، اصلاح اندیشه خشونت‌زای غربی است تا بر مبنای یک شناخت درست و با ژرف‌بینی و استفاده از تجربه‌های ناگوار، بنیان‌های یک تعامل صحیح و شرافت‌مندانه با جهان اسلام پی‌ریزی گردد (خامنه‌ای، ۱۳۹۴/۹/۸). از این منظر، ارتباط حسنه با ملت‌ها، نه تنها با تعالیم اسلامی و فطرت انسانی سازگار است، بلکه منافع زیادی برای ملت و دولت اسلامی به همراه دارد. بنابراین، ما دو وظیفه مهم برعهده داریم: تبلیغ اسلام و استفاده از تمدن و مظاهر آن (حقیقت، ۱۳۸۶، ص ۲۷۴-۲۷۳). از این‌رو، افزایش سواد رسانه‌ای در کنار تبلیغ بینش اسلامی و پای‌بندی به ارزش‌های اسلامی، موجب تقویت ارزش‌ها و تسریع حرکت در مسیر تمدن اسلامی می‌شود (زابل‌زاده و



هم‌کاران، ۱۳۹۶، ش ۱۵، ص ۱۱۰). لذا امروز در دنیا، دیگر تهمت‌های آمریکایی‌ها و صهیونیست‌ها به ملت ایران و به جمهوری اسلامی خریداری ندارد (خامنه‌ای، ۱۳۸۷/۳/۱۴). با توجه به مطالب فوق، بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای که برگرفته از بیانات و پیام‌های مقام معظم رهبری به ملت‌ها، افکار عمومی و مخاطبین است، می‌توان به صورت زیر تبیین نمود:



نتیجه‌گیری

رسانه‌های جمعی با توجه به کارکردهای متنوع و دارا بودن ظرفیت‌های ارتباطی و اطلاعاتی، نقش مؤثری در گفتمان‌سازی، برجسته‌سازی، جریان‌سازی و اعتباربخشی به گفتمان انقلاب اسلامی و اهداف فراملی جمهوری اسلامی ایران در میان سایر ملت‌ها و دولت‌ها دارد. رسانه‌ها به لحاظ تولید محتوا، بازنمایی و طرح اندیشه‌ها و استراتژی‌ها در پیوند میان قدرت سیاسی و قدرت فرهنگی در جهت تأمین منافع ملی، تعاملات فراملیتی و جهت‌دهی به افکار عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد. بنابراین، کاربری رسانه‌ها از سوی رهبران، دیپلمات‌ها و فعالان فضای مجازی، نقش مهمی در اقناع‌سازی، اعتمادسازی و ارائه تصویر مطلوب از کشور مزبور در میان سایر کشورها فراهم می‌آورد. در این میان، رهبر معظم انقلاب با توجه به رسالت جهانی مکتب اسلام، سیره امام خمینی¹ و قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، به عنوان یک

محرک مستقل، نقش مهمی در تبیین بایسته‌های محتوایی دیپلماسی رسانه‌ای در حوزه‌های بینشی، گرایشی و کنشی در جهت اشاعه مکتب اسلام اصیل، گفتمان انقلاب اسلامی، تولید قدرت نرم، دشمن‌شناسی، آگاهی‌بخشی و انتقال ارزش‌ها برای امت اسلامی و افکار عمومی جهان دارد. نتایج یافته‌های حاصل از این پژوهش، بیان‌گر آن است که تقویت بنیه اطلاعاتی و خبری با راهبرد آرمان‌گرایی واقع‌بینانه و استفاده از شیوه‌های ضد تبلیغ در شبکه‌های برون‌مرزی رسانه ملی در تقویت منزلت ملی و ارتباطی پایدار با مخاطبان خارجی تأثیرگذار است. هم‌چنین در جنگ نرم با شناخت و مهار پروژهای اسلام‌هراسی، ایران‌هراسی و شیعه‌هراسی رسانه‌های غربی علیه جمهوری اسلامی ایران، می‌توان سیاه‌نمایی شبکه‌های معاند را نمایان ساخت. بنابراین، هدف‌گذاری مناسب در برنامه‌های رسانه‌ای، بهره‌گیری از ابزارهای تبلیغی و شیوه‌های ارتباطی رایج، شناسایی فضا و شناخت مخاطبان مورد نظر در فرآیند گفتمانی، می‌تواند در تقویت هویت انقلابی، ایجاد و افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، طرح ایده‌ها و راهبردهای هژمونیک، کنش‌گری فعال در جهت‌بخشی به هنجارهای عمومی - بین‌المللی، تقویت توان اراده‌ها و مقاومت اسلامی مؤثر باشد. چنان‌چه رهبر معظم انقلاب کار صدا و سیما را مجاهدت فی سبیل‌الله بیان می‌نمایند (همان، ۱۳۶۹/۵/۷) و مأموریت محوری برای رسانه ملی قائل می‌باشند که عبارت است از:

مدیریت و هدایت فکر، فرهنگ، روحیه، اخلاق رفتاری جامعه، جهت‌دهی به فکر و فرهنگ عمومی، آسیب‌زدایی از فکر و فرهنگ و اخلاق جامعه، تشویق به پیشرفت - یعنی روحیه‌دادن - و زدودن احساس عقب‌ماندگی (همان، ۱۳۸۳/۹/۱۱).

که بر اساس آن، مهم‌ترین اهداف کلان رسانه ملی در جنگ رسانه‌ها مشخص می‌گردد:

۱. ارتقای معرفت دینی روشن‌بینانه و آگاهانه.

۲. رفتار دینی مخلصانه.

۳. ریشه‌دار کردن شناخت و باور به ارزش‌ها و بنیان‌های فکری انقلاب و نظام اسلامی.
۴. مصونیت‌دادن به ذهن جامعه از تأثیر مخرب تهاجم فرهنگی و ارزشی دشمن.
۵. باور به کارآمدی نظام.
۶. ایجاد هم‌گرایی عمومی و فضای هم‌کاری و محبت و وحدت در درون کشور و میان مردم.
۷. آگاه‌سازی نسبت به مقوله‌های حساس؛ مثل نهضت نرم‌افزاری و تولید علم و اندیشه و فکر، پرورش نخبگان (همان).

یادداشت‌ها

1. competence.
2. Qualification.
3. Trustworthiness.
4. Credibel.
5. signification par concordance.
6. signification par contenanc.
7. signification par consecutive.
8. signification conventionnelle.
9. Cultivation Theory.

۱۰. نور (۲۴): ۵۴.

منابع و مأخذ

۱. قرآن کریم.
۲. آجیلی، هادی، صورت‌بندی گفتمان اسلامی در روابط بین‌الملل، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق ۷، ۱۳۸۹.
۳. اج‌گاس، رابرت و اس‌سیتز، جان، اعتبار و دیپلماسی عمومی، (در کتاب مرجع دیپلماسی عمومی)، ترجمه روح‌الله طالبی‌آرانی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق ۷، ۱۳۹۰.
۴. اصغری‌راد، جواد، درآمدی بر دیپلماسی عمومی، تهران: انتشارات مرکز پژوهشی آموزشی کوثر، ۱۳۹۰.
۵. افتخاری، اصغر و راجی، محمدهادی، «بازاریابی سیاسی صدور انقلاب اسلامی»، پژوهشنامه انقلاب اسلامی، سال هفتم، ش ۲۲، ۱۳۹۶.

۶. افتخاری، اصغر، جنگ‌های نرم؛ شناسایی عرصه‌های نوین دفاع؛ در محمود عسگری، **مجموع مقالات جنگ نرم در عرصه دفاع ملی (ابعاد نظری و کاربردی)**، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق 7، ۱۳۹۰.
۷. افسرده، عطاءالله؛ جلال‌پور، شیوا؛ عامری گلستانی، حامد و محقق‌نیا، حامد، «گفتمان انقلاب اسلامی و ترسیم الگوی بدیل برای دولت»، **فصلنامه سپهر سیاست**، سال ششم، ش ۲۰، ۱۳۹۸.
۸. افضل‌ی، رسول؛ بدیعی ازنده‌ای، مرجان؛ ذکی، یاشار و کیانی، وحید، «عناصر و مؤلفه‌های قلمروسازی گفتمانی در ژئوپلیتیک انتقادی»، **پژوهش‌های جغرافیای انسانی**، دوره چهل و هفتم، ش ۳، ۱۳۹۴.
۹. برزگر، ابراهیم، **نظریه‌های بازتاب جهانی انقلاب اسلامی ایران**، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق 7، چ ۲، ۱۳۹۴.
۱۰. بشیر، حسن، **دیپلماسی عمومی؛ سیاست‌ها و برنامه‌های جهانی**، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق 7، ۱۳۹۵.
۱۱. بشیر، حسن، **مبانی نظری بیداری اسلامی از نگاه امام خمینی؛ و آیه‌الله خامنه‌ای**، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق 7 و پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۴.
۱۲. بهرامی، علیرضا، **دیپلماسی رسانه: نقش سیاست خارجی در نحوه انعکاس خبرهای دیگر کشورها**، تهران: انتشارات آرمان، ۱۳۹۶.
۱۳. جمشیدیها، غلامرضا و محمدی، سبحان، «بایستگی «مقاومت فعال» در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران (الگوی کنش ایرانی - اسلامی در سیاست خارجی)»، **فصلنامه راهبرد**، دوره سیم، ش ۹۸، ۱۴۰۰.
۱۴. حاجی‌پور، حسین و صادقی، هادی، «نقش دولت اسلامی در اقناع افکار عمومی با تأکید بر الگوی اخلاقی رسانه‌ها»، **فصلنامه سیاست متعالیه**، سال نهم، ش ۳۲، ۱۴۰۰.
۱۵. حجازی، سیدمحمدکاظم و رحیمی، حسن، «انطباق‌پذیری سیاست خارجی دولت‌های پس از دفاع مقدس با اصول و ارزش‌های انقلاب اسلامی (با تأکید بر اصول استکبارستیزی، هم‌گرایی اسلامی و منزلت‌گرایی)»، **فصلنامه پژوهش‌های انقلاب اسلامی**، سال ششم، ش ۲۱، ۱۳۹۶.
۱۶. حقیقت، سیدصادق، **مبانی، اصول و اهداف سیاست خارجی دولت اسلامی**، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چ ۲، ۱۳۸۶.
۱۷. خامنه‌ای، سیدعلی، دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیه‌الله‌العظمی خامنه‌ای: (<http://farsi.khamenei.ir>).

۱۸. خرازی آذر، زهرا، «درک مفهوم دیپلماسی رسانه‌ای: رسانه‌ها به مثابه بازیگران نوین دیپلماتیک»، فصلنامه علوم سیاسی، سال یازدهم، ش ۳۲، ۱۳۹۴.
۱۹. خواجه‌سروی، غلامرضا و بیات، مرتضی، «سیاست‌گذاری رسانه مطلوب در جمهوری اسلامی ایران»، دو فصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، سال بیست و چهارم، ش ۲ (پیاپی ۵۲)، ۱۳۹۶.
۲۰. خوانساری، محمد، دوره مختصر منطق صوری، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چ ۱۸، ۱۳۸۵.
۲۱. دهشیری، محمدرضا، «انقلاب اسلامی و جهانی‌شدن: از نظریه تا عمل»، فصلنامه اندیشه سیاسی در اسلام، ش ۱۴، ص ۱۳۹۶.
۲۲. دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال و رادفر، فیروزه، «الگوی صدور انقلاب در سیاست خارجی دولت نهم»، فصلنامه دانش سیاسی، سال پنجم، ش ۱، ۱۳۸۸.
۲۳. دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال، سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، تهران: سمت، چ ۵، ۱۳۹۲.
۲۴. زابلی‌زاده، اردشیر؛ میناوندچال، محمدقلی و برومندان، فریبا، «سواد رسانه‌ای و شهروندان طراز تمدن نوین اسلامی»، فصلنامه پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی دانشکده علوم انسانی اسلامی و قدرت نرم دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین ۷، سال هفتم، ش ۱۵، ۱۳۹۶.
۲۵. زارع‌ساری، علیرضا و وقوفی، امید، «تصویر مطلوب رسانه تراز تمدن نوین اسلامی از منظر آیه‌الله خامنه‌ای»، نشریه علمی آینده‌پژوهی انقلاب اسلامی، سال دوم، ش ۴، ۱۴۰۰.
۲۶. ساروخانی، باقر؛ شکرپیگی، عالیه و آقایی، مریم، جامعه‌شناسی ارتباطات در جهان معاصر، تهران: انتشارات بهمن برنا، چ ۲، ۱۳۹۷.
۲۷. سعیدیان، سعید و زارعی، غفار، «نقش رسانه‌های جمعی در ساختن نگرشی نوین از هویت انقلاب اسلامی با تأکید بر آراء آیه‌الله خامنه‌ای»، فصلنامه رهیافت انقلاب اسلامی، ش ۵۰، ۱۳۹۹.
۲۸. شکیب، سیدمحمدعلی؛ باهنر، ناصر؛ بنی‌هاشمی، سیدمحسن و علیشیری، بهرام، «جایگاه رسانه‌های جدید در سیاست‌های اعلامی و اجرایی وزارت آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران: مورد مطالعه فضای مجازی»، دو فصلنامه علمی دین و ارتباطات، سال بیست و هشتم، ش ۱ (پیاپی ۵۹)، ۱۴۰۰.
۲۹. شیروودی، محمدسجاد و صدرا، علیرضا، «جهانی‌گرایی، فضای مجازی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه مطالعات آسیای جنوب غربی، سال دوم، ش ۷، ۱۳۹۸.

۳۰. شیرودی، مرتضی؛ پورطاهر، محمدتقی، «انقلاب مستمر؛ راهبردی در تحقق بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی»، فصلنامه پژوهش‌های انقلاب اسلامی، سال نهم، ویژه‌نامه بیانیه گام دوم، ۱۳۹۹.
۳۱. صادق‌زاده، محمدعلی و دیگران، «نقش رهبری نظام در کارآمدی دیپلماسی عمومی از طریق مدیریت تصویر»، فصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال یازدهم، ش ۱ (پیاپی ۲۴)، ۱۴۰۰.
۳۲. صلواتیان، سیاوش؛ هرمزی‌زاده، محمدعلی و شهبازی‌سلطانی، محمد، «شناسایی و رتبه‌بندی ویژگی‌های کلیدی مدیر جهادی رسانه»، دو فصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، سال بیست و سوم، ش ۲ (پیاپی ۵۰)، ۱۳۹۵.
۳۳. فیاضی، سیدمحمدرضا؛ صلواتیان، سیاوش و رزم‌جو، علی‌اکبر، «طراحی الگوی فرآیند مدیریت تصویر در صدا و سیما»، دو فصلنامه علمی دین و ارتباطات، سال بیست و ششم، ش ۲ (پیاپی ۵۶)، ۱۳۹۶.
۳۴. قادری کنگاوری، روح‌الله، مقاومت و دیپلماسی نهضتی؛ تحولات، فرصت‌ها و چالش‌ها، تهران: انتشارات دانشگاه جامع امام حسین ۷، ۱۳۹۸.
۳۵. قاسمی، بهزاد، «الگوی مقاومت اسلامی؛ مطالعه بیانات مقام معظم رهبری»، فصلنامه پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی دانشکده علوم انسانی اسلامی و قدرت نرم دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین ۷، سال دهم، ش ۲۱، ۱۳۹۹.
۳۶. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.
۳۷. گیلپوآ، ایوان، ارتباطات جهانی و سیاست خارجی، ترجمه حسام‌الدین آشنا و محمدصادق اسماعیلی، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق ۷، چ ۲، ۱۳۹۶.
۳۸. لکزایی، رضا، الگوی مقاومت در اندیشه رهبر معظم انقلاب حضرت آیه‌الله العظمی خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، در مجموعه آثار علمی همایش بین‌المللی بیانیه گام دوم انقلاب و جهان اسلام، قم: انتشارات بوستان کتاب، ۱۳۹۹.
۳۹. متولی، کاظم، افکار عمومی و شیوه‌های اقناع، تهران: انتشارات بهجت، ۱۳۸۴.
۴۰. مجیدی، حسن و نیک‌ملکی، محمد، «بررسی ارزش‌های دینی در اخبار دینی شبکه‌های سیما در سال ۱۳۸۸»، دو فصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، سال نوزدهم، ش ۲، ۱۳۹۱.
۴۱. محمدی، منوچهر، سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران: اصول و مسایل، تهران: انتشارات دادگستر، چ ۶، ۱۳۹۱.

۴۲. محمدی، منوچهر، مؤلفه‌های قدرت در جمهوری اسلامی ایران، تهران: انتشارات خبرگزاری فارس، ۱۳۹۶.
۴۳. مصلی‌نژاد، عباس، «هویت‌یابی شیعیان و ژئوپلیتیک نوین خاورمیانه»، فصلنامه ژئوپلیتیک، سال هشتم، ش ۱، ۱۳۹۱.
۴۴. ناظمی اردکانی، مهدی؛ نوروزی، محمد؛ اسکندری، علی و مهرعلی، حسین، «شناسایی ظرفیت‌های رسانه ملی در تبیین و تحقق سیاست‌های کلان نظام»، دو فصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، سال بیست و یکم، ش ۱ (پیاپی ۴۵)، ۱۳۹۳.
۴۵. نامداری، مظاهر، اصول فقه تطبیقی، تهران: انتشارات آرمان دانش، چ ۹، ۱۳۹۸.
۴۶. نای، جوزف اس، قدرت نرم؛ ابزارهای موفقیت در سیاست بین‌الملل، ترجمه سیدمحسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق ۷، چ ۵، ۱۳۹۳.
۴۷. نائینی، علی‌محمد، درآمدی بر جنگ نرم از منظر رهبر معظم انقلاب؛ در محمود عسگری، مجموع مقالات جنگ نرم در عرصه دفاع ملی (ابعاد نظری و کاربردی)، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق ۷، ۱۳۹۰.
۴۸. هاشمیان، سیدمحمدحسین، «طراحی الگوی ارزیابی اخلاق در سازمان‌های رسانه‌ای»، دو فصلنامه علمی دین و ارتباطات، سال بیست و نهم، ش ۱ (پیاپی ۶۱)، ۱۴۰۱.
۴۹. یزدان‌فام، محمود، دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۹۳.
۵۰. یوسفی، جواد، قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران؛ مطالعه موردی: فلسطین، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق ۷، ۱۳۹۱.