

نقش رسانه‌های جمعی (با تأکید بر تلویزیون) در تحقق فرهنگ ایثار و مقاومت (با استناد به بیانیه گام دوم انقلاب و زندگی شهید سلیمانی)

رسول رضائی*

چکیده

هدف: هدف از این پژوهش پاسخ به دو سؤال است: اولاً رسانه‌های جمعی چگونه می‌توانند فرهنگ ایثار و مقاومت را گسترش دهند؟ ثانیاً شخصیت شهید سلیمانی چه نقشی در فرهنگ‌سازی (ایثار و مقاومت) در جامعه دارد؟

روش: برای پاسخ به این سؤالات، مقولات مورد نظر از درون مصاحبه‌ها استخراج شده و از طریق توصیف و تحلیل انتظام مفهومی یافته‌اند.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد رسانه تلویزیون با تأکید مفاهیمی چون بالا بردن ایمان عمومی، بازنمایی محور مقاومت، وحدت‌گرایی، بازتولید ادبیات ایثار و مقاومت، قداست‌بخشی به فرهنگ ایثار و مقاومت، همدلی و برانگیختن عواطف انسانی و اسطوره‌سازی از شخصیت‌های ملی و میهنی و به‌کارگیری آداب و رسوم غنی فرهنگ ایران در فیلم‌ها و برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند مؤثر باشد.

نتیجه‌گیری: استفاده از ظرفیت‌های شخصیت‌های برجسته معاصر همچون شهید

سلیمانی و ارائه و ترویج مکتب سلیمانی می‌تواند در فرهنگ‌سازی برای همه افراد به‌ویژه نسل‌هایی که دوران دفاع مقدس را تجربه نکرده‌اند در گام دوم انقلاب کاربردی و تأثیرگذار باشد. با این حال آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی همچنان از کاربردی‌ترین کارکردهای رسانه برای ارتقاء فرهنگ‌سازی در جامعه است.

کلیدواژه‌ها: تلویزیون، فرهنگ‌سازی، ایثار، مقاومت، شهید سلیمانی.

مقدمه

رسانه‌ها بر شناخت و درک عموم از جهان تأثیر می‌گذارند، به این معنا که آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به جهان بستگی به محتوایی دارد که از رسانه‌ها دریافت می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ۹). رسانه‌ها فراگیرترین و موثرترین نهاد تولید، بازتولید و توزیع دانش و معرفت در مقایسه با سایر نهادهای آگاهی و شناخت در جهان جدید هستند و با داشتن ویژگی‌هایی چون انتشار انواع دانش و معرفت که لاجرم به برعهده گرفتن دیگر نهادهای معرفتی منجر می‌شود، فعالیت در یک سپهر عمومی که آن‌ها را در دسترس همه اعضای جامعه به صورت باز، داوطلبانه و کم‌هزینه قرار می‌دهد و نیز اثرگذاری بر تعداد بیشتری از افراد و اختصاص زمان بیشتری از آن‌ها به خود، حدود و ثغور محیط نمادینی را که در آن زندگی می‌کنیم را تعیین می‌کنند؛ لذا رسانه‌ها را باید سازنده محیط نمادینی دانست که تأثیر عمده آن‌ها، شکل‌گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف است (همان ۵۰). در این میان، تلویزیون‌ها به‌عنوان مهم‌ترین این ابزار از همان آغاز پیدایش، یکی از فعال‌ترین نیروهای قرن بیستم بوده‌اند و هم‌اکنون نیز پرنفوذترین پدیده فرهنگی به‌شمار می‌روند (اسمیت^۱ و پاترسون^۲، ۱۳۸۱، ۷۶). برای بعضی‌ها تلویزیون می‌تواند نقطه آغازی برای تحول فرهنگی باشد، کنجکاوای ایجاد کند و میل به فراتر رفتن را به وجود آورد. تلویزیون سطح فرهنگی برخی از قشرهای اجتماعی را بالا می‌برد؛ یعنی افرادی که بدون استفاده از این وسیله هیچ‌گونه امکان خودآموزی ندارند برای قشرهای اجتماعی بالاتر تلویزیون می‌تواند یک

1. Smith.
2. Paterson.

محرک باشد و به همه مردم هوشیاری‌ها و دانستنی‌های را عرضه می‌دارد که بدون آن به راحتی نمی‌توانستند داشته باشند (کازنو،^۱ ۱۳۸۴، ۱۰۵) اهمیت تلویزیون در مسئله فرهنگ‌سازی و حفظ ارزش‌ها در یک کشور می‌تواند در معادلات سیاسی، امنیتی، ملی و منطقه‌ای تأثیر بسزایی داشته باشد. این تأثیرات در حوزه ایثار و مقاومت از طرفی می‌تواند باعث امنیت روانی در جامعه باشد و باعث همدلی و رفاه شود و از سویی می‌تواند تا جایی خطرآفرین باشد که موجب سرنگونی یک دولت شود. بر همین اساس است که کشورهایی که در حوزه رسانه‌ای قدرتمندتر عمل می‌کنند به راحتی می‌توانند به اهداف ملی، بین‌المللی و حتی نظامی خود برسند. به عبارت دیگر کشورهایی که رسانه‌های ضعیفی دارند، به دلیل نفوذ رسانه‌های بیگانه دچار ضربه‌های مهلک فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و... خواهند شد. کشور ایران یکی از کشورهایی است که پس از انقلاب اسلامی همواره مورد هجوم از سوی رسانه‌های گوناگون بیگانه بوده است. دیدگاه‌های مقام معظم رهبری علیه‌السلام و بیانیه گام دوم انقلاب ایشان به عنوان ترسیم آینده‌ای روشن برای این انقلاب همواره مورد استفاده ما قرار داشته است. ایشان همواره با تأکید بر نقش رسانه‌ها به تقویت رسانه ملی و جایگاه آن در بین مردم اهمیت داده‌اند. در دیداری با اصحاب رسانه ملی به این نکته مهم اشاره داشته‌اند که: امروز جنگ دنیا، جنگ رسانه‌هاست. پیشرفت کارها و سیاست‌های بین‌المللی دستگاه‌های مختلف و جبهه‌های گوناگون، به‌وسیله تبلیغ، خبرسازی، مفهوم‌سازی و تبیین‌های درست و نادرست -یعنی راست و دروغ- دارد انجام می‌گیرد. یکی از کارهای بسیار مهمی که امروز در دستور کار آن‌هاست، تهاجم خبری، تبلیغی، فرهنگی و اخلاقی به کشور ماست. امروز این تهاجم، اوج تهاجم فرهنگی است. صداوسیما در زمینه پرورش و گسترش و تفهیم و تبیین فضیلت‌های اخلاقی باید برنامه‌ریزی کند؛ یکی از اهداف صداوسیما در همه برنامه‌ها باید این باشد.^۲ زندگی شهید سلیمانی را به‌عنوان نمونه‌ای شاخص با ویژگی‌های ایثار و مقاومت در بین مردم و استفاده از آن در رسانه جهت فرهنگ‌سازی مورد بررسی قرار داده شده است. سبک زندگی هر

1. Cazeneuve.

۲. بیانات رهبر معظم انقلاب علیه‌السلام در دیدار با اصحاب رسانه ملی ۱۳۸۳/۰۹/۱۱.

فرد در جامعه بر آمده از آموزه‌های اعتقادی و ارزشی در آن جامعه است و کسب آگاهی‌های لازم در خصوص مفهوم سبک زندگی و باورهای دینی اسطوره‌های یک جامعه و شخصیت‌های همچون شهید سلیمانی توسط همه اقشار جامعه به‌ویژه جوانان و نوجوانان هم موجب تقویت بنیان‌های هویتی و تثبیت افکار، اعتقادات، ارزش‌ها، هنجارها و اخلاقیات، تفریح و کار، رفتارها، سبک‌های زندگی، زبان، هنر، را فراهم می‌آورد و هم موجب جلوگیری از انحرافات اجتماعی و سیاسی و... می‌شود. در واقع، تلویزیون از طریق الگوهای رفتاری (همچون شهید سلیمانی)، جامعه‌پذیری ارزش‌ها، تهییج احساسات، جهت‌دهی به افکار عمومی، شکل‌دهی به باورها، تصاویر و ذهنیات اجتماعی می‌پردازد.

هدف ما از این پژوهش پاسخ به سؤالات زیر است که با دید کاربردی و از طریق مصاحبه و استفاده از دیدگاه‌های صاحب‌نظران (به‌صورت تلفنی) و با مطالعه و استفاده از سایر منابع اسنادی و تحقیقاتی گردآوری شده و از طریق روش توصیفی-تحلیلی به تفسیر آن‌ها پرداخته شده است:

۱. رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون چگونه می‌توانند فرهنگ ایثار و مقاومت را گسترش دهند؟
۲. شخصیت شهید سلیمانی چه نقشی در فرهنگ‌سازی (ایثار و مقاومت) در جامعه دارد؟

رسانه‌های جمعی

روشن است که ارتباط خود به خود صورت نمی‌گیرد، بلکه نیاز به ابزار است. رسانه را ابزار ارتباط دانسته‌اند و در تعریف آن چنین گفته‌اند: «رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم موردنظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند. به‌عبارت‌دیگر رسانه وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است. کتاب، روزنامه، مجله، فیلم، سینما، رادیو و تلویزیون، ماهواره و... نمونه‌هایی از رسانه هستند» (تیموری، ۱۳۷۷، ۱۶). تعاریف متعددی از تلویزیون ارائه شده است. لال می‌گوید: تلویزیون منبع اصلی خبر و سرگرمی است و در

زندگی محلی بیشتر مردم نقش مهمی را ایفاء می‌کند. تلویزیون همچنین در آگاهی‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ما نقش دارد (بیچرانلو، ۱۳۹۲، ۵۳). تلویزیون یک وسیله جدید ارتباطی است که جنبه گوناگون خبری، تفریحی، فرهنگی، آموزشی و تبلیغاتی دارد و به طرق گوناگون مورد استفاده قرار می‌گیرد. علت محبوبیت تلویزیون این است که سرگرمی و مشغله زیادی را برای بیننده با هزینه‌ای بسیار پایین و با زحمتی ناچیز فراهم می‌کند، به طوری که تقریباً به اندازه گوش کردن به رادیو راحت و کم‌هزینه است (باروایز^۱ و ارنبرگ^۲، ۱۳۷۸، ۲۷). این ویژگی‌ها تلویزیون را رسانه‌ای پُر قدرت ساخته است. رسانه‌ها را بسیاری به درستی ابزاری فرهنگی می‌دانند؛ زیرا از بطن فرهنگ برمی‌خیزند، با توجه به هر فرهنگ کاربردی متمایز می‌یابند و سپس بر فرهنگ جامعه تأثیر می‌نهند (ساروخانی، ۱۳۹۱، ۲۰). امام خمینی^۳ در این باره می‌فرماید: «دستگاه تلویزیون اگر آموزنده باشد، برای همه ملت آموزندگی دارد و اگر خدای ناخواسته انحراف داشته باشد، همه ملت را به انحراف می‌کشد» (خمینی، ۱۳۷۸، ۴۵۶).

فرهنگ

فرهنگ عبارت است از ارزش‌هایی که اعضای یک گروه معین دارند، هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند و کالاهای مادی که تولید می‌کنند. هنگامی که واژه فرهنگ را در گفتگوهای معمولی روزمره به کار می‌بریم، اغلب فراورده‌های متعالی ذهن را در نظر می‌گیریم. مفهوم فرهنگ آن‌گونه که جامعه‌شناسان آن را به کار می‌برند به مجموعه شیوه زندگی اعضای یک جامعه معین اطلاق می‌شود (گیدنز^۳، ۱۳۸۷، ۵۶). افراد و اشخاص گوناگون در جامعه به شیوه‌های گوناگون با هم در ارتباط هستند و نحوه مراوده آن‌ها شیوه زندگی این افراد را تشکیل می‌دهد و نمایان‌گر فرهنگ آنان است. بنابراین وقتی عناصر ارتباطات تغییر می‌یابد، عناصر فرهنگی هم به تبع آن تغییر می‌کند (اسمیت^۴، ۱۳۷۹، ۹). براساس اندیشه‌های رهبر معظم

1. Barwise.
2. Ehrenberg.
3. Giddens.
4. Smith.



انقلاب، فرهنگ به معنای خاص برای یک ملت، عبارت است از ذهنیات، اندیشه‌ها، ایمان‌ها، باورها، سنت‌ها، آداب، ذخیره‌های فکری و ذهنی.^۱ فرهنگ‌پذیری جریان تدریجی و عمیق جامعه‌پذیری است. فرهنگ‌پذیری جریانی است که فرد زمینه‌های فرهنگی را می‌شناسد و به‌طور ژرف و عمیق می‌پذیرد و خود را با آن سازگار می‌کند. در صورت فرهنگ‌پذیر شدن، فرد کمتر دچار تناقض، سرگردانی و حیرانی می‌گردد و در حقیقت در ذهن و عمل خویش کمتر تفاوت می‌بیند؛ آنچه را اعتقاد دارد عمل می‌کند و آنچه را عمل می‌کند که به آن معتقد است و لذا دچار نابسامانی اجتماعی و یا ناهنجاری رفتاری نمی‌گردد (وٹوقی و نیک خلق، ۱۳۷۴، ۱۲۵).

ایثار

ایثار در لغت به معنای «برگزیدن، عطا کردن، غرض دیگران بر غرض خویش مقدم داشتن، منفعت غیر را بر مصلحت خود مقدم داشتن» (دهخدا، ۱۳۵۲، ۳۱۶۶)، و به معنای بذل، گذشت کردن از حق خود برای دیگران و نفع دیگران را بر خود ترجیح دادن است (عرفانی و صفایی، ۱۳۸۹، ۱۵). به عبارتی؛ به معنای از خودگذشتی و ترجیح و برتری دادن به آنچه مطلوب دیگران است و در اصطلاح، عبارت است از بخشش مال به کسی، با وجود نیاز به آن (فهیمی، ۱۳۸۷، ۵۴۲). ایثار که یک واژه عام است، در همه مکتب‌ها و فرهنگ‌ها وجود دارد، ولی در اسلام مفهوم آن از یک برتری خاصی برخوردار است و هر تلاش، فداکاری، بخشش و جایگزینی را ایثار نمی‌گویند، بلکه ایثار در اسلام، دارای پیش‌زمینه‌ای چون اخلاص در راه خدا بودن دارد.

مصادیق ایثار علاوه بر کسانی که در جبهه‌های جنگ به مقام شهادت، جانباز و یا مفقود اثر و اسیر می‌گردند؛ معطوف به مواردی همچون سرپرستی ایتام، کمک به در راه ماندگان، آزاد کردن اسیر و زندانی، کمک به خانواده‌های بی‌سرپرست، حمایت از بیماران صعب‌العلاج، امداد به مجروحان و مستضعفان و مستمندان جامعه از طریق گوناگون و فعالیت‌های انجمن خیریه در این زمینه‌ها می‌باشد. ایثارگری در مورد چیزهایی است که اولاً

۱. بیانات رهبر معظم انقلاب علیه‌السلام در دیدار با علماء و روحانیون تبریز ۱۳۷۲/۰۵/۰۵.

متعلق به خود ماست و ثانیاً برای خودمان نیز مفید و مورد نیاز باشد. ثالثاً آن را به کسی که به آن نیاز دارد، بدون چشم‌داشت عرضه و اهداء کنیم. (احمدی، ۱۳۸۳، ۷۶)

مقاومت

مقاومت در لغت و اصطلاح به معنای به پاخاستن و برخاستن و نیز پایدار ماندن است. این واژه بر وزن مفاعله و به معنای با کسی با هم برخاستن یا با هم از جا بلندشدن و با کسی ضدیت کردن و نیز ایستادگی و پایداری کردن است. از معنای لغوی مقاومت چنین برمی آید که به رویارویی در میدان جنگ محدود نیست و هر نوع مقاومت و پایداری در برابر عوامل برهم زننده تعادل و توازن را شامل می شود. از دیگر سو، برخلاف تصور رایج، مقاومت به معنای انفعال و انزوا و بی تحرکی نیست، بلکه مقاومت در ذات خود به پویایی، تحرک و اقدام رو به جلو مشهود است؛ بنابراین مقاومت به مثابه تعریفی گفتمانی، مجموعه‌ای از نشانه‌هاست که در یک فرآیند، نظام معنایی خاصی را شکل می دهد. ایثار و مقاومت از اصول اولیه‌ای است که انبیاء الهی بدون بهره‌مندی از آن هرگز موفق به انجام رسالت خویش نمی شدند. پیامبران با ایستادگی و مقاومت در برابر سنت‌های غلط و مناسبات نادرست اجتماعی و بذل ایثار و از خودگذشتگی در این راه به اصلاح جامعه پرداخته و بدون به دل راه دادن هرگونه ترس و واهمه‌ای از سختی‌ها و مشکلات فراروی، رسالت‌های سنگین الهی خود را به انجام رسانیدند تا آن جا که خداوند در قرآن کریم درباره ایشان می فرماید: «پیامبران کسانی بودند که تبلیغ رسالت‌های الهی می کردند و (تنها) از او می ترسیدند و از هیچ کس جز خدا واهمه نداشتند و همین بس که خداوند حسابگر و پاداش دهنده اعمال آن‌هاست».^۱ مقام معظم رهبری در این باره می فرماید: «فقط با ایستادگی و مقاومت است که یک ملت می تواند روی پای خود بایستد، حقّ انسانی خود را به دست آورد و زندگی افتخارآمیزی را که برای او هم دنیا و هم آخرت است، کسب کند».^۲ فرهنگ مقاومت نهالی است که اگر در زمین اسلام آبیاری شود

۱. احزاب / ۳۹.

۲. بیانات رهبر معظم انقلاب علیه السلام ۱۳۷۶/۰۵/۲۹.

و نمو پیدا کند، ثمره آن مقاومت، شهادت، کار، تولید و دیگر ارزش‌های اسلامی خواهد بود؛ اما اگر آبیاری و تغذیه و حرس این نهال در دستان غرب بیفتد، ثمره‌ای جز اصالت لذت، هوس‌رانی، راحت‌طلبی، فساد و فحشا، و سقوط جامعه انسانی به پرتگاه ندارد.^۱

پس از بررسی نظریات متفاوت در حوزه تأثیرگذاری رسانه بر مخاطب، در بخش مبانی نظری سه نظریه کانونی پژوهش انتخاب شده است.

تلویزیون و فرهنگ‌سازی

تلویزیون در گفتمان‌های مختلف با تعاریف مختلفی از کارکردهای خود مواجه است؛ بعضی تلویزیون را با کارکردی خبری در الویت می‌دانند و بعضی با کارکردی تفریحی. هیث^۲ معتقد است که تلویزیون پدیده‌ای دشواریاب، بی‌ثبات و فراگیر است و گویی برای استهزای انسان هم که شده از هر نوع تحلیل مفهومی می‌گریزد (دالگرن^۳، ۱۳۸۵، ۴۵). به‌رغم تمام دیدگاه‌های خوش‌بینانه و بدبینانه‌ای که درباره تلویزیون و تأثیرات آن وجود دارد در مورد تلویزیون دو نکته مورد توافق نخبگان و مردم است. اول اینکه بعد از اختراع تلویزیون و به فاصله چند سال این رسانه به کانون فرهنگی جوامع تبدیل شد. به نظر می‌رسد الگوی رفتاری مسلط در سراسر جهان این باشد که در جوامع شهری، بهره‌گیری از رسانه و به‌ویژه تلویزیون بعد از کار، بزرگ‌ترین فعالیت است. به‌ویژه در محیط خانه، زمانی که به تماشای تلویزیون اختصاص داده می‌شود از هر فعالیت دیگری بیشتر است و نکته دوم این‌که استفاده از تلویزیون به‌مثابه وسیله ارتباطی، پدیده‌ای کاملاً جدید است که اغواگری، شبیه‌سازی حسی واقعیت، و ارتباط‌پذیری آسان در راستای حداقل تلاش روانی از ویژگی‌های اصلی آن محسوب می‌شود (بیچرانلو، ۱۳۹۲، ۴۶). در دهه ۱۹۷۰ واژه کثرت‌گرایی را برای توصیف و درک سرشت متغیر و در حال دگرگونی زمان و خلیقیات به کار می‌بردند. کثرت‌گرایی فرهنگی بعضی جنبه‌های بسیار دشوار و ظریف سیاست فرهنگی کنونی را روشن می‌سازد. تلویزیون

۱. اعراف / ۱۷۹.

2. Heath.
3. Dahlgren.

برای آن‌که به داعیه خود وفادار بماند و عمل کند باید ارزش‌هایی را در برنامه‌های خود تجسم بخشد که کل جامعه را در برگیرد (اتکینسون^۱، ۱۳۸۴، ۲۱۰). ژان کازنو، دانشمند برجسته علوم ارتباطات، درباره تأثیر رسانه می‌نویسد: «تأثیر تلویزیون می‌تواند دو جنبه از جریان‌های فکری را در برگیرد: از یک سو، موضع‌گیری‌های صرفاً سیاسی؛ مثلاً امتیازهایی را که احزاب و گروه‌ها، چه احزاب حاکم و چه احزاب و گروه‌های مخالف، طالب آن هستند و از سوی دیگر آنچه تمامی نظام اجتماعی، حتی تمدن و تمامی ارزش‌های آن را در برگیرد، و بدون شک میان این دو وجه از تحوّل اجتماعی، که تحت تأثیر جریان‌های فکری‌ای قرار می‌گیرد که تلویزیون آن را تقویت یا تضعیف می‌کند، رابطه وجود دارد» (کازنو، ۱۳۶۴، ۱۸۰). این نکته را نیز نباید از نظر دور داشت که تلویزیون در صورتی می‌تواند در جهت انسجام اجتماعی و حفظ ارزش‌های حاکم بر جامعه تأثیرگذار باشد که در انحصار دولت باشد، وگرنه چنانچه در اختیار گروه‌ها و احزاب قرار گیرد، کار آن بسیار مشکل خواهد شد. کازنو در این باره می‌نویسد: «در نظامی که تلویزیون در انحصار دولت است و قدرت سیاسی هم انحصاری است و ایدئولوژی نظام حاکم هم مردمی‌اند، تلویزیون به راحتی می‌تواند وحدت جامعه را حفظ کند، اما اگر دولت بخواهد هم به عقاید مختلف احترام بگذارد و هم ارزش‌های مورد علاقه خود را حفظ کند و در این راه تلویزیون را در انحصار خود نگیرد کار مشکل خواهد بود» (کازنو، ۱۳۶۴، ۱۸۴). چنین رویکردی که ناظر بر محتوای فرهنگ‌سازی است، می‌تواند علاوه بر اندیشه‌ورزی و تقویت نظام اقتصادی به تحکیم ساختارهای معرفتی، فکری، فرهنگی و استقرار ثبات و انسجام اجتماعی منجر شود و موجبات برقراری نوعی مناسبات میان فرهنگی را بین رسانه‌ها و جامعه دانایی محور فراهم آورد.

نظریه برجسته‌سازی

نظریه برجسته‌سازی مدعی تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و

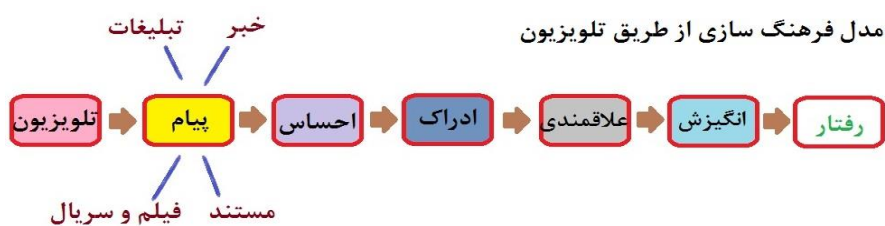
گزارش خبری است. به این معنا که رسانه‌ها با برجسته‌ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر می‌گذارند. گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم «چگونه» بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه» بیندیشند. منظور از برجسته‌سازی رسانه‌ها این است که رسانه‌ها، به‌ویژه در اخبار و گزارش‌های خبری و برنامه‌های مستند، این قدرت را دارند که توجه عموم را به مجموعه‌ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم‌پوشی کنند. حاصل کار این می‌شود که بعضی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم در سپهر عمومی و خارج از قلمرو رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود، درحالی‌که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۹۶، ۶۲). در برجسته‌سازی رویدادها و فعالیت‌های مورد توجه باید قالب‌دار باشند یا باید حوزه‌ای از معانی را به آن‌ها داد به‌طوری‌که قابل فهم شوند. زبان مورد استفاده رسانه‌ها می‌تواند بر درک اهمیت موضوع اثر بگذارد و هنگامی که اشخاص معروف و معتبر راجع به موضوعی صحبت می‌کنند، فرایند برجسته‌سازی شتاب پیدا می‌کند. (سورین^۱ و تانکارد^۲، ۱۳۹۰، ۳۴۸)

اسطوره‌سازی

نمادها را می‌توان برابر با اسطوره‌ها تصاویر، مظاهر، نشانه‌ها و کلیه جنبه‌های ظاهری نمادین میراث مادی و معنوی و حامل‌های معنایی دانست که مواردی از قبیل تصاویر ذهنی و عینی، داستان‌ها و نگارش‌های تاریخی، ادبیات، فولکلور، زبان، ساختمان‌ها، آثار، مراکز و ابنیه‌های تاریخی، مجسمه‌ها، نقاشی‌ها، شاهکارهای معنوی و فعالیت‌های خلاق هنری را در بر می‌گیرد. در این رهگذر، رسانه‌ها با تصویرسازی و جهت‌دهی به تصویرهای ذهنی، به تولید و انتقال جنبه‌های اسطوره‌ای فرهنگ و اطلاعات و معنا از طریق استفاده از نشانه‌ها (مانند فیلم و خبر) و نمادها (مانند تصویر و کارهای هنری) به‌عنوان ابزارهای سودمند

1. Severin.
2. Tankard.

انتقال نماد و حامل‌های معنایی مبادرت می‌ورزند. (کوپلی^۱، ۱۹۹۴، ۷). یکی از خصایص اسطوره این است که در آن همچون مدینه فاضله، بشر دنیایی برتر و بالاتر از این دنیا می‌جوید. در واقع رویا، اسطوره فرد آدمی و اسطوره، رویایی قوم و ملت است (برگسون^۲، ۱۳۵۸، ۱۲۴). در واقع اسطوره‌ها که عینی شدن تجربه اجتماعی بشرند و در شکل آرزوهای جمعی یک قوم یا ملت ظاهر می‌شوند (کاسیرر^۳، ۱۳۶۲، ۱۵) دنیای امروز ما هویت‌های ملی متمایز است. در چنین فضایی هر شخصی به‌وسیله یک هویت ملی واحد وابسته به یک دولت و یا کشور تعریف می‌گردد (شولت^۴، ۱۳۸۲، ۲۸۰). این هویت ملی بازتولید و بازتفسیر دائمی ارزش‌ها، نمادها، خاطرات، اسطوره‌ها و سنت‌هایی است که میراث متمایز ملت‌ها را تشکیل می‌دهند و تشخیص هویت افراد را با آن الگو و میراث و عناصر فرهنگی‌اش ممکن می‌سازد. هویت ملی پدیده‌ای است که ریشه در تجربه‌ها و تصورات جمعی مردم دارد، خاطرات تاریخی برای آن ساخته می‌شود و در سالگرد و سالروزها زنده می‌ماند (اشرف، ۱۳۸۳، ۱۳۴). بدین ترتیب رسانه از رهگذر نمادسازی به انتقال معنا براساس رابطه قراردادی (مانند تحکیم نمادهایی چون پرچم ملی و سرود ملی) و تصویرسازی حسی براساس معانی نمایه‌ای اقدام می‌کند (بورن^۵، ۱۳۷۹، ۵۱) در واقع، رسانه‌ها با بازآفرینی نمادها تأثیر وسیعی بر تحولات اجتماعی دارند به‌گونه‌ای که انسان رسانه‌ای احساس مشترکی نسبت به پدیده‌های اجتماعی پیدا می‌کند. (ملکی، ۱۳۸۳، ۱۸)



1. Copley.
2. Bergson.
3. Cassirer.
4. Schulte.
5. Bourne.

یافته‌ها

مقام معظم رهبری علیه السلام در بیانیه گام دوم انقلاب با اشاره به این‌که ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی به انحطاط تاریخی خود پایان داد و در مسیر سریع رشد و پیشرفت قرار گرفت برکات حاصل از انقلاب اسلامی را در هفت مورد ذکر کرده‌اند که این از این هفت عنوان، چهار عنوان را می‌توان مرتبط با مقوله‌های ایثار و مقاومت دانست:



بیانیه گام دوم انقلاب دارای جامعیت است. این جامعیت باعث شده تا هم مشکلات، خطاها، بی‌تدبیری‌ها و حادثه‌های گذشته و حال را مورد توجه قرار دهد و هم چشم‌اندازی باشد برای رسیدن به قله‌های آینده نظام اسلامی. گام دوم انقلاب در ادامه گام اول شکل گرفته است و بیانیه‌ای که مقام معظم رهبری ارائه نموده‌اند چارچوبی برای ادامه انقلاب برای نسل‌های بعد و نیروی‌های انسانی جدید می‌باشد. در فرازهای از این بیانیه عبارت‌هایی همچون: «نسلی که اینک وارد فرایندی بزرگ و جهانی می‌شود»، «جوانان عزیزم ...»، «نسل شما هنوز نیازموده و ندیده ...»، «دهه‌های آینده دهه‌های شماسست ...» و... مشاهده می‌شود

که حکایت از اهمیت حضور جوانان در آینده انقلاب است. یعنی همان اتفاقی که در وقوع انقلاب افتاد.^۱ مقام معظم رهبری علیه السلام نیز در ابتدای بیانیه گام دوم انقلاب با این جمله «درودی از اعماق دل بر این ملت؛ بر نسلی که آغاز کرد و ادامه داد و بر نسلی که اینک وارد فرایند بزرگ و جهانیِ چهل سالِ دوم می‌شود.» تأکیدی بر حفظ و اصالت و ادامه فرهنگ و تمدن انقلاب اسلامی دارد. در این میان شهید سلیمانی نمونه‌ای کامل از شخصیتی است که با فرهنگ امام خمینی علیه السلام رشد کرد و تا چند دهه بعد از انقلاب باعث گسترش این فرهنگ در میان اقشار مختلف جامعه شد. در این میان رسانه‌ها و به‌ویژه تلویزیون می‌تواند نقش قابل توجهی برای رسیدن به مقصد داشته باشند. تلویزیون همان‌گونه که نقشی تأثیرگذار در ایجاد و گسترش برکات انقلاب اسلامی داشته است می‌تواند در ادامه راه با انجام رسالت خود به رشد و گسترش برکات انقلاب اسلامی کمک کنند.

قیام امام خمینی علیه السلام ریشه در تقابل با استکبار و مقاومت داشت و امام خمینی علیه السلام در شکل گرفتن انقلاب اسلامی ایران معنی واقعی استکبارستیزی را در جهان عرضه نمود و این یکی از دلایل شکل گرفتن دشمنان زیادی از شرق تا غرب عالم بر علیه نظام جمهوری اسلامی شد که ایران هیچ‌گاه در برابر آن‌ها سر خم نکرد. یکی از مهم‌ترین وظیفه تلویزیون در شرایط غیر نظامی و جنگ‌های نظامی استفاده از ابزار تبلیغات است.

در اهمیت و ضرورت تبلیغ کافی است ذکر کنیم که موفقیت در بسیاری از برنامه‌های سیاسی و نظامی مرهون در اختیار داشتن ابزار ضروری تبلیغاتی است و باید قرن حاضر را قرن غلبه و سیطره ابزار تبلیغ و وسایل ارتباط جمعی دانست و شکست و پیروزی ایدئولوژی‌ها، عقاید و آرمان‌های ملی و مذهبی ملل جهان تا حد زیادی موقوف به میزان توفیق در تحصیل ابزار پیشرفته تبلیغات است (ادیبی سده، ۱۳۸۲، ۱۴۵). در دوران دفاع مقدس امکانات رسانه ملی بسیار ناچیز بود؛ اما همین امکانات محدود برای پایداری و دفاع از هویت تاریخی و تثبیت نظام انقلاب اسلامی با انتشار پیام‌های ملی نقش بزرگی در تقویت روحی رزمندگان

۱. زمانی که ساواک از امام خمینی علیه السلام درباره لشکر (انقلابی) ایشان سؤال کرد؛ ایشان فرمود سربازان من یا به دنیا نیامده‌اند و یا در گهواره‌ها هستند.

در جبهه‌ها و سایر مردم که در پشت جبهه‌ها خدمت می‌کردند، داشت. امروزه جنگ نظامی در کشور وجود ندارد، اما تصاویر منتشر شده در تلویزیون از قدرت دفاعی ایران و مانورهای نظامی باعث شده روحیه مقاومت در درون کشور همچنان زنده و پایدار بماند و این تصاویر از طریق رسانه تلویزیون به سایر نقاط جهان مخابره شود.

ابن خلدون متفکر بزرگ اسلامی درباره نقش دین در مشارکت می‌گوید: «و دین در بین نیروها وحدت می‌آفریند، رقابت‌ها و حسادت‌ها را از بین می‌برد و به افراد روحیه ایثار می‌بخشد. این روحیه به افزایش مشارکت و ایجاد دولت‌های وسیع می‌انجامد. چنانچه باورهای مذهبی به دلیل تحمل پرستی و غیره به‌رکود گراید، وحدت اجتماعی متزلزل می‌شود» (ملکوتیان، ۱۳۷۶، ۲۱). در قرآن کریم درباره نیکوکاری آمده است: «... در نیکوکاری می‌شتابند آن‌ها خود مردمی نیکوکارند»^۱، و در سوره توبه آمده است: «مردان و زنان مومن همه یاور و دوستدار یکدیگرند، خلق را به کار نیکو امر و از کار زشت نهی می‌کنند، نماز به پا می‌دارند، زکات می‌دهند و حکم خدا و رسول را اطاعت می‌کنند...»^۲.

از وظایف مهم تلویزیون در امر مشارکت ایثارگرایانه مردم در جامعه بسترسازی است. اگر بستر مناسب برای مردم وجود نداشته باشد دولت مردان در جلب مشارکت عمومی موفق نخواهند بود. یکی از عوامل مهم در بسترسازی توسط تلویزیون آموزش و تبلیغات است. اگر آموزش عمومی توسط تلویزیون صورت نگیرد، مردم اطلاع و آگاهی مناسبی از نحوه مشارکت درست ندارند و یا از فواید آن آگاه نمی‌شوند و نخواهند دانست که ایثار و خدمت‌رسانی چه نفعی در زندگی شخصی و جمعی آن‌ها دارد. علاوه بر آموزش دادن انگیزه به مخاطبین الزامی است. انگیزه می‌تواند به چند صورت شکل بگیرد. ابتدا انگیزه‌های احساسی و عاطفی است که مخاطب را به لحاظ ذهنی و احساسی درگیر آن واقعه یا کمبود و... کند. دومین نوع انگیزه، انگیزه به‌منظور یاری‌دادن و مفید واقع شدن در حل آن مسئله می‌باشد. تلویزیون می‌تواند این طرز تفکر را برای انسان‌ها ایجاد کند که هرکسی با هر توانی (مالی،

۱. آل عمران / ۱۱۴.

۲. توبه / ۷۱.

جسمانی و...) می‌تواند به اندازه خود در حل یک مشکل سهیم باشد. سومین انگیزه برای فعالیت‌های ایثارگرایانه پذیرش مسئولیت است. در ایران یکی از عوامل مهم در بالابردن روحیه مشارکت و خدمت‌رسانی وجود نقش رهبری مقتدر بوده است. اعتماد خاص و پیوندی عمیق بین مردم و رهبری باعث به وجود آمدن نهادهای خاص همچون بسیج، نهاد روحانیت، شبکه مساجد و... شد که در ایجاد و گسترش روحیه انقلابی و بسیج‌گری عموم مردم در مواقع خاص تأثیر فوق‌العاده‌ای در جامعه داشت. مقام معظم رهبری علیه‌السلام همواره در بیانات خود مشارکت مردمی و خدمت‌رسانی در مواردی همچون بلاای طبیعی، جشن‌های ملی و عزاداری‌های مذهبی و عمومی را متذکر شده‌اند. در یکی از سخنان ایشان آمده است: «مسلمین باید به هم کمک کنند و در شادی یکدیگر شاد و در غم یکدیگر غمگین باشند. این پیام انقلاب ماست»^۱. رسانه ملی می‌تواند به تقویت سازوکارهای مشارکت همگانی به‌ویژه شیوه‌های سنتی و دینی از قبیل فعالیت‌ها مساجد، اماکن دینی، هیئت‌های مذهبی، نماز جمعه، تظاهرات و راهپیمایی‌های عمومی، گسترش فرهنگ وقف، معرفی مؤسسه‌های خیریه و بسیج مردمی در پیشبرد برنامه‌ها و حل مشکلات اجتماعی و ملی مؤثر باشد. رسانه ملی نقشی دو بعدی دارد؛ از یک سو به ارکان حاکمیت کمک می‌کند تا نیازها و بایسته‌های مدیریت همدلانه و مشارکتی جامعه را برای مردم تبیین کند و از سوی دیگر بازتاب‌دهنده دیدگاه‌ها، خواسته‌ها و توقعاتی باشد که ملت از دولت خود دارند. مقام معظم رهبری علیه‌السلام با بیان رابطه دولت و ملت، دولت را کارگزار ملت و ملت را کارفرمای دولت معرفی می‌کنند و معتقدند همکاری همدلانه باید دو سویه باشد.

رسانه‌های جمعی چگونه می‌توانند فرهنگ ایثار و مقاومت را گسترش دهند؟

همان‌طور که در نظریات اشاره شد نقش رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی در ساخت و تشکیل فرهنگ‌ها در قرن حاضر بسیار مورد توجه بوده است. بی‌تردید رسانه ملی (تلویزیون) به دلیل فراوانی مخاطبان و گستره وسیع دریافت کنندگان پیام‌هایشان تأثیری فراگیر برابعد

مختلف فرهنگ جامعه و شکل‌گیری باورها و شخصیت افراد خواهند داشت از این‌رو می‌تواند نقش بسزایی در نهادینه‌شدن این فرهنگ در طیف وسیعی از افراد و خانواده‌ها ایفاء نمایند. چنانچه وسایل ارتباط جمعی کشور به‌گونه‌ای هماهنگ اقدامات زیر را به‌صورتی سنجیده، عالمانه و هنرمندانه انجام دهند تا حد زیادی به وظیفه خود در زمینه پدیدآیی و گسترش فرهنگ ایثار و مقاومت در جامعه عمل کرده و فضای مناسب را در سطح اجتماع ایجاد خواهند نمود. فرهنگ‌سازی و ارتقاء سطح آگاهی‌ها و باورهای دینی مردم در طول سال از طریق رسانه‌ها، سازمان‌های مسئول و متولی امور دینی، مذهبی و فرهنگی، خانواده‌ها و نهادهای آموزشی صورت گرفته است. تلویزیون از طریق پخش برنامه‌های مختلف علاوه‌بر سرگرمی باعث آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی مخاطبین از اوضاع جامعه در همه نقاط کشور و سایر نقاط دنیا می‌شوند. بخش مهمی از فرهنگ‌سازی از طریق رسانه نیز از طریق پخش فیلم و سریال صورت می‌گیرد. گاهی تأثیرپذیری از طریق برنامه‌هایی نظیر فیلم که بیشتر حاصل تخیلات فردی است بیش از برنامه‌هایی جدی همانند اخبار می‌باشد. از جمله برنامه‌های که تلویزیون می‌تواند جهت اجرای گسترده و تشریح عمق فرهنگ ایثار به آن بپردازد، تشریح مستدل و مستند رابطه ایمان دینی و ایثارگری است که هرگز نباید فراموش شود. هر مسلمانی می‌داند که ایثار در هر بعدی بدون قید «فی سبیل الله» مفهومی ندارد و برای این امر مهم باید ایمان و باور دینی افراد تقویت گردد. تلویزیون به دو طریق می‌تواند به این هدف دست یابد: نخست این‌که از همه توان و امکانات خویش برای تشریح منطقی و جذاب رابطه ایمان و فداکاری بهره بگیرند و از سخنان و بیانات اندیشمندان و صاحب‌نظران بزرگ استفاده کنند. دوم این‌که با پخش فیلم، سریال با موضوعات متنوع و مستنداتی به بازسازی صحنه‌های تاریخی از واقعیت‌های پُرافتخار گذشته، کارآمدی فوق‌العاده ایمان را در میدان‌های ایثار و فداکاری به نمایش بگذارند. ایثار ریشه در ارزش‌های انسانی و اسلامی در جامعه دارد و نماز از مهم‌ترین رکن بنای اسلامی است. ترویج نماز در جامعه باعث ایجاد مهم‌ترین زیربنای فرهنگ ایثار است و اقامه نماز اولین کاری است که جامعه اسلامی و حکومت اسلامی و حاکمیت اسلام و هر انسانی در هر کجا و در هر مسندی از قدرت باید تلاش کند و در راه آن

گام بردارد. مسجد به عنوان اصلی ترین پایگاه تشکیل فریضه نماز می تواند بنابر سنت پیامبر اکرم ﷺ برای فعالیت های فرهنگی، اجتماعی و امثال آن در رابطه با تأمین نیازهای عامه مسلمین استفاده می شود. در ایران از همان اوایل انقلاب و دوران جنگ مسجد پایگاهی مستحکم برای فعالیت های انقلابی و محلی برای تدارکات جبهه های جنگ به شمار می رفت. رسانه ملی می تواند از مساجد به عنوان پایگاه بسیار مهم اسلامی چه از لحاظ تعلیم و تربیت و گسترش فرهنگ نماز و چه به لحاظ ایجاد مرکزی عمومی برای فعالیت های ایثارگرایانه استفاده کند. در دوران کرونا و تعطیلی بسیاری از مساجد و اماکن متبرکه و با فراخوان کمک های مؤمنانه از سوی مقام معظم رهبری ﷺ شاهد آن بودیم که اقداماتی که در جهت ایثارگری برای اقشار خاصی از مردم صورت گرفت، در این گونه مراکز بود. وظیفه تلویزیون در این باره آگاهی بخشی و تبلیغات حداکثری است؛ چراکه این آگاهی بخشی موجب و زمینه ساز کشش به سمت آن بوده و بدیهی است وقتی در مورد پدیده ای فاقد آگاهی باشیم نسبت به آن هیچ انگیزه و گرایش نداریم، و این آگاهی بخشی هم برای تقویت رفتار مشارکتی شهروندان و هم برای اطلاع از حقوق فردی و اجتماعی و مسئولیت پذیری نسبت به آن قطعاً کارساز و مؤثر است. گسترش فرهنگ عاشورا و تبیین آرمان های دینی یکی دیگر از عوامل مؤثر در ترویج فرهنگ ایثارگری است. بدیهی است که هر قدر اهداف و آرمان های یک ملت با عظمت تر و ارزشمندتر باشد، ایستادگی ها و فداکاری های بیشتری نیز بخاطر آن صورت خواهد گرفت. شاید یکی از مهم ترین دلایل برای پیروزی در جنگ هشت ساله همین گسترش و ایمان واقعی به فرهنگ عاشورا بود.

«تقدس بخشیدن یک جهان بینی به هدف های مکتب، سبب می گردد که افراد به سهولت در راه هدف های مکتب فداکاری و از خودگذشتگی به خرج دهند. تا یک مکتب نتواند به هدف های خود قدمی بخشد و در افراد، حس پرستش، فداکاری و گذشت نسبت به هدف های مکتب به وجود نیارد، آن مکتب ضمانت اجرایی ندارد» (مکارم شیرازی، ۱۳۷۹، ۹۹). تلویزیون با ارائه تصویری مناسب از مسائل و مشکلات موجود در جامعه و با برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی در مخاطبان نسبت به جامعه و دیگر هموطنان و با

دمیدن روح تعهد و مسئولیت‌پذیری نسبت به دین و میهن و ارزش‌های والای انسانی می‌توانند همگان را به ویژگی‌ها و خصایصی همچون ایثار، انفاق و... آشتی دهند تا بتوان قدم بزرگی در راستای سیاست‌های بیانیه گام دوم انقلاب که همان مشارکت مردمی و مسابقه خدمت‌رسانی و افزایش معنویت و اخلاق در فضای عمومی جامعه است را برداشت.

مقاومت و پایداری از دیگر ویژگی‌های ذاتی ایرانی‌ها در طول تاریخ است. مهم‌ترین واژه‌ای که در مقابل مقاومت می‌آید واژه تهاجم است. تهاجم و جنگ بر علیه یک کشور موجب می‌شود تا آن کشور به دفاع از خود پردازد و مقاومتی حداکثری نشان دهد. همچنان‌که مقاومت جوانان و غیور مردان ایرانی در هشت سال دفاع مقدس باعث شگفتی بیشتر کشورهایی بود که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم با ایران در جنگ بودند. نوعی دیگر از جنگ نیز وجود دارد که به‌صورتی حمله با ادوات نظامی نیست. تهاجم فرهنگی، تحریم و مواردی از این دست می‌توانند نوعی جنگ نرم فرهنگی و یا اقتصادی باشند. در این جبهه وظیفه خطیری برعهده رسانه است. دشمن نیز از رسانه‌ها به اشکال گوناگون (همچون ماهواره‌ها، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی و...) جهت شکستن مقاومت مردم استفاده می‌کند. فرهنگ مقاومت نهالی است که اگر در زمین اسلام آبیاری شود و نمو پیدا کند، ثمره آن مقاومت، شهادت، کار، تولید و دیگر ارزش‌های اسلامی خواهد بود. یکی از راه‌های ایجاد فرهنگ مقاومت در کشور توسط رسانه ایجاد وحدت قومی و مذهبی است. مقام معظم رهبری علیه‌السلام در این باره می‌فرمایند: «من توصیه‌ام به مسئولان کشور، به نخبگان سیاسی، به برگزیدگان و برجستگان دینی، به آن‌هایی که منطقه نفوذ کلمه‌ای در میان مردم دارند، این است؛ تا آن‌جا که می‌توانند، بر روی این اتحاد و انسجام با ارزش ملت ایران تکیه کنند؛ ایمان به خدا و اتحاد، دین و اتحاد کلمه. این دو چیز است که می‌تواند کشورها را، ملت‌ها را روی پای خودشان نگهدارد، قدرت مقاومت به آن‌ها بدهد و ملت ایران بحمدالله از این دو برخوردار است»^۱. برای مثال می‌توان گفت همین تفاوت‌های مذهبی و فرهنگی و البته سیاسی مانع به وحدت رسیدن ایران و بعضی از کشورهای همسایه برای رسیدن به یک جبهه مقاومت

۱. بیانات مقام معظم رهبری علیه‌السلام در تاریخ ۱۳۹۲/۰۵/۱۸.

کامل بوده است. اما انگیزه‌های فراوانی برای پیگیری وحدت اسلامی در سیاست خارجی ایران پس از انقلاب وجود دارد. همان‌طور که مقام معظم رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب به آن اشاره مستقیم داشته اند سه عامل می‌تواند ایران و کشورهای اسلامی (به‌خصوص کشورهای منطقه) را متحد و در جبهه واحد مقاومت قرار دهد. اول ثبات و امنیت و حفظ تمامیت ارضی ایران در داخل کشور و دوم ایستادگی روزافزون در مقابل قلدران و زورگویان و مستکبران جهانی و سوم ایجاد تقابل دوگانه جدید (اسلام و استکبار) به‌عنوان پدیده برجسته جهان معاصر می‌باشد. محور مقاومت هویت دینی را ملاک قرار می‌دهد و موجب تقویت همگرایی اسلامی و استحکام امنیت فرهنگی بازیگران آن می‌شود. مقاومت ابعاد و جلوه‌های گوناگونی دارد و باید به این باور رسید که در عصر جهانی شدن هم می‌توان در مقابل نظام سرمایه‌داری مقاومت کرد. امروزه مردم حتی از طریق شیوه مصرف خود می‌توانند در مقابل نظام سرمایه‌داری مقاومت کنند. تورم، بیکاری اقشار مختلف مخصوصاً جوانان، فشار سیاست‌های خارجی و تأثیر آن بر تجارت کشور و آشفتگی اقتصاد جهانی و امتداد آن به اقتصاد ملی باعث شده است که مسائل اقتصادی کشور در سال‌های اخیر به مسئله اول ایران تبدیل شده و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی از سوی رهبر انقلاب برای برون‌رفت اقتصاد ایران از معضلات کنونی مطرح گردیده و طراحی و اجرا شود. رسانه ملی می‌تواند در پیاده‌سازی اهداف اقتصاد مقاومتی نقش مهمی را ایفاء کند. در این خصوص، لازم است از ظرفیت‌ها و توانایی‌های این رسانه فرهنگ ساز در جهت تبیین سیاست‌ها، و نیز معرفی راه‌کارهای عینی و عملی اقتصاد مقاومتی استفاد شود. تبیین گستره و ابعاد اقتصاد مقاومتی، تعیین وظایف نقش‌آفرینان در بخش‌های مختلف کشور در قبال این راهبرد، تلاش برای ایجاد درک واحد در تمامی سطوح جامعه از اقتصاد مقاومتی و... می‌تواند بخشی از وظایف رسانه ملی در پرداختن به این موضوع باشد. بالا بردن سواد رسانه‌ای که توسط نهادهای آموزشی و رسانه‌ها انجام می‌شود باعث می‌شود معرفت رسانه‌ای مردم افزایش یابد. سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها پیام‌رسان از حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و به معادله متقابل و فعالانه‌ای وارد شوند که در نهایت به نفع خود آنان باشد.

شخصیت شهید سلیمانی چه نقشی در فرهنگ‌سازی (ایثار و مقاومت) در جامعه دارد؟

تلویزیون به‌عنوان یک رسانه عمومی می‌تواند نگرش‌ها و ارزش‌هایی را که از قبل در فرهنگ وجود دارد پرورش دهد و این ارزش‌ها را در بین اعضای یک گروه حفظ و تکثیر کند. این رویه معناسازی مبتنی بر یک فرایند ایدئولوژیک است. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۷، ۵۱).

بنابراین محتوای رسانه‌ها منبع معنی قدرتمندی درباره جهان اجتماعی است؛ چراکه با جریان‌های مداوم و مکرر بازنمایی رسانه‌ای از دیگران به طرز قوی بر ادراک‌ها و کنش‌های مخاطبان آن‌ها از کسانی که بازنمایی می‌شوند تأثیر می‌گذارد و این بازنمایی‌ها عین واقعیت پنداشته می‌شوند. (همان ۵۲) ارائه تصویری منطقی و واقع‌گرایانه از الگوهای ایثار و شهادت در تلویزیون می‌تواند کمک شایانی به فرهنگ‌سازی در زمینه‌های مختلف از جمله ایثار و مقاومت داشته باشد. با مراجعه به منابع تاریخی اسلامی و مذهب تشیع ملامت از اسوه‌های ایثار و مقاومت در راه آرمان‌های الهی و انسانی می‌باشد که معرفی آن‌ها نقش بسزایی در عمق بخشی و گسترش فرهنگ ایثار و مقاومت در جامعه ما خواهد داشت. یکی از مهم‌ترین اتفاقات تاریخی معاصر جنگ تحمیلی علیه کشور ما بود که برخلاف دشمنان نه باعث نابودی کشور؛ بلکه باعث شد در طی دوران هشت ساله دفاع مقدس، روحیه مقاومت و جهاد و شهادت‌طلبی در اعماق جامعه از مرکز کشور تا دور دست‌ترین روستاها گسترش پیدا کند. در این دوران استعداد‌های شگرفی از جای‌جای ایران اسلامی از قوه به فعل درآمدند و افسران رشیدی قد برافراشتند و حماسه‌ها خلق کرده و افتخارات خیره‌کننده‌ای برای این سرزمین کسب نمودند، خیل عظیمی از دلاورمردان و شیرزنان ایران زمین در جبهه و پشت جبهه از عمق جان مایه گذاشتند و از تمامیت ارضی کشور و کیان انقلاب و نظام جانانه دفاع نمودند. در این دوران چه بسیار سربازان دلیری از سپاه و ارتش و بسیج که رشد نموده و تبدیل به فرماندهان برجسته‌ای شده که از میان آن‌ها جمعی شهید، جمعی جانباز و جمعی آزاده گردیدند و تقدیر الهی براین پایه قرار گرفت که جمعی از آن‌ها بمانند تا تربیت‌کننده نیروهای جوان و مؤمن و انقلابی و سلحشوری باشند که راه و رسم مقاومت را همچنان زنده و پویا نگه دارند. شهید سلیمانی یکی از همین

پرورش یافتگان دوران دفاع مقدس بود که پیوند عمیقی بین فرهنگ عاشورا و روحیه فداکاری و ایثارگری در خود داشت. او از عمق جان شیفته اهل بیت عصمت و طهارت علیهم السلام بود و طی سالیانی طولانی مجلس عزای حسینی علیه السلام را برپا می‌کرد و خدمت در روضه سیدالشهدا علیه السلام را برای خود افتخاری بس بزرگ می‌دانست. تأثیرگرفتن از فرهنگ عاشورا او را عاشق مردمش کرده بود که در جایی که لازم است برای امنیت و دفاع از مرزهای کشورش مبارزه کند و در جایی دیگر همچون سیلی که چند سال پیش در کشور به راه افتاد برای خدمت‌رسانی و یاری مردم حضوری گسترده داشته باشد. او ضمن این‌که همه گروه‌های سنی از جمله میانسالان و سالمندان را بسیار مورد احترام قرار می‌داد، اما علاقه خاصی به جوانان داشت او جوانان را به‌عنوان ارزشمندترین و پُربهاترین سرمایه کشور می‌دانست و ارتباط عمیقی با بسیاری از آنان برقرار کرده بود. این ارتباط عمیق علاوه بر تربیت نیروهای بسیار کارآمد و با انگیزه جوان در عرصه نظامی موجب شده بود عموم جوانان با هر طرز تفکر و عقیده‌ای به او علاقه داشته باشند. ایثارگری و از جان گذشتگی شهید سلیمانی برای حفاظت از اماکن اسلامی و زیارتی در خارج از مرزهای کشور و به‌دنبال آن حفاظت از جان مردم بی‌دفاع و زنان و کودکان در مناطق مختلف با قومیت‌ها و فرهنگ‌های گوناگون با محور مقاومت، ضریب امنیت فرهنگی در جمهوری اسلامی را در داخل مرزها، محیط منطقه‌ای و محیط فرامنطقه‌ای ارتقاء می‌بخشد. در داخل مرزها موجب مصونیت بخشی و قوام به فرهنگ عمومی می‌شود؛ در محیط منطقه‌ای با الهام بخشی به جمعیت‌های انقلابی موجب همسویی فرهنگی می‌شود و لایه‌های امنیتی فرهنگی ایجاد می‌کند؛ در محیط فرامنطقه‌ای نیز با نمایش گسترش‌پذیری فرهنگ دینی موجب نوعی بازدارندگی نرم برای نفوذ و تهاجم فرهنگی به ایران می‌شود. شهید سلیمانی در معرفی انقلاب، فرهنگ بسیجی و جهاد در بین فرماندهان باعث ایجاد وحدت در بین نیروهای مقاومت شد، به‌گونه‌ای که سربازان زینبیون، فاطمیون افغانستان، جیش الشعبی سوریه، هسته مقاومت لبنان، هسته مقاومت فلسطین و حشد الشعبی عراق همه برای یک هدف واحد مبارزه می‌کردند. بر این اساس در نمایش محور مقاومت و نقش شهید

سلیمانی در امنیت‌آفرینی، تلویزیون باید هر دو بعد ذاتی و ارزشی را در نظر بگیرد تا بتواند در فرهنگ‌سازی ایثار و مقاومت بین عموم افراد جامعه تأثیرگذار باشد. مقام معظم رهبری علیه السلام درباره این شهید فرمودند: «شهید سلیمانی چهره بین‌المللی مقاومت است و همه دل‌بستگان مقاومت خونخواه اویند»^۱.

جدول شماره ۱. مؤلفه‌های کلیدی در برکات انقلاب اسلامی (مرتبط با ایثار و مقاومت) و

ویژگی‌های شهید سلیمانی

برکات انقلاب اسلامی	کلمات کلیدی در بیانیه گام دوم انقلاب	برخی ویژگی‌های شهید سلیمانی	
مقاومت	ثبات و امنیت کشور حفاظت از مرزها و تمامیت ارضی	نیوغ نظامی	
		روحیه جنگندگی	
		فرامرسی بودن	
		سرعت عمل و به هنگام بودن	
	ایستادگی روزافزون در برابر قلدران و زورگویان و مستکبران جهان	استکبارستیزی	ولایت‌مداری مطلق
		ایستادگی در برابر قلدران و زورگویان و در رأس آنان آمریکا	روحیه سلحشوری
		روحیه شهادت‌طلبی	قدرت در کلام در مقابل با دشمن
	ایثار	مشارکت مردمی	سنجیدگی و تدبیر در امور
			روحیه انقلابی
			دیپلماتی برجسته
به اوج رسانیدن مشارکت مردمی	مشارکت مردمی	مردمی بودن	
		سادگی و صفا	

۱. بیانات مقام معظم رهبری علیه السلام در تاریخ ۱۳/۱۰/۱۳۹۸.

بیان تأثیرگذار		و مسابقه	
اخلاص	کمک‌رسانی و مسابقه خدمت رسانه	خدمت‌رسانی	
به‌کارگیری نیروی نظامی در حوادث طبیعی			
آرامش و طمأنینه			
خلق خوش	رفع کمبودهای اجتماعی و فعالیت‌های نیکوکارانه		
احترام و محبت به فرزندان شهدا			
رسیدگی به خانواده‌های شهدا (به‌ویژه مادران شهدا)			
علاقه به فرهنگ و هنر			
ارتباط با جوانان و جذب آن‌ها	مجاهدت‌های جوانان در میدان‌های سخت		
سخت‌کوشی			
روحیه برادری و ایثار	روثق مساجد و فضاهای دینی	افزایش چشمگیر معنویت و اخلاق در فضای عمومی جامعه	
درک عمیق از حقیقت دنیا و آخرت			
تعبد و معنویت			
رونق هیات‌های مذهبی و مساجد در داخل و خارج (عراق)			
ارادت و تمسک به اهل بیت <small>علیهم‌السلام</small>	پیاده‌روی زیارت و مراسم گوناگون دینی		
به‌ویژه امام حسین <small>علیه‌السلام</small>			
شرکت در پیاده‌روی اربعین			

جدول شماره ۲. شاخصه‌های ترویج فرهنگ ایثار در تلویزیون

مقولات کلی	شاخصه‌های ترویج فرهنگ ایثار در تلویزیون
ایمان و خدامحوری	ایمان به خدا
	جامعه با آرمان‌های الهی
	ترویج فرهنگ اسلامی و شیعی
	ولایت‌مداری
	امر به معروف و نهی از منکر
	ترویج فرهنگ عاشورا
هویت ملی	ترویج آداب و رسوم کهن ملی
	اعتقاد به کلیت نظام
	وطن‌پرستی
	مسئولیت‌پذیری
بالا بردن ارزش‌های انسانی	امید به زندگی
	ارتباط با محرومین
	رعایت حقوق دیگران
	ترجیح منافع جمعی بر شخصی
	محبت، صفا و صمیمیت
	انصاف
	احسان و نیکوکاری
کارآمدی و مشارکت مسئولین	مردمی بودن
	انتقادپذیری
	پُرکاری و پرهیز از شعار
	جوان‌گرایی و اعتماد به جوانان
	پرهیز از تشریفات و تقدیرگرایی

ایثار

جدول شماره ۳. شاخصه‌های ترویج فرهنگ مقاومت در تلویزیون

مقولات کلی	شاخصه‌های ترویج فرهنگ مقاومت در تلویزیون
خدا محوری	توکل به خدا
	کمال‌گرایی
	بالا بردن عزت نفس
	ولایت‌پذیری
	ترویج فرهنگ عاشورا و ذلت‌ناپذیری
هویت ملی	حفظ وحدت
	صبر و استقامت در مقابل مشکلات
	دشمن‌ستیزی آگاهانه
	وطن‌پرستی
خودباوری و نوآوری	خلاقیت و نوآوری در حل مشکلات
	بالا بردن اعتماد به نفس
	آگاهی‌بخشی سیاسی اقتصادی نظامی
	حفظ و گسترش ادبیات پایداری و دفاع مقدس
وظیفه مسئولین	کاهش تنش میان سیاست‌مداران و دستگاه‌های نظام
	ترویج فرهنگ مقاومت در نظام آموزش و پرورش
	توسعه عدالت
	مقابله با تهاجم فرهنگی، اقتصادی
	بهبود و کم‌شدن فاصله بین مسئولین و مردم
	اختصاص بودجه هر دستگاه برای فرهنگ‌سازی در رسانه

نتیجه‌گیری

امروزه دیگر آموخته‌های علمی، تربیتی و پرورشی افراد محدود به خانواده و گروه‌های همسان و اطرافیان یک فرد نمی‌باشد. رسانه‌ها می‌توانند از عوامل مؤثر فرهنگ‌ساز در جامعه باشند. رسانه‌ها در واقع زبان گویای جامعه هستند که بی‌توجهی به عملکرد و کارکردهای آن‌ها پی‌آمدی جز فنا و نابودی بلند مدت را برای جامعه ندارد. واقعیت آن است که فرهنگ مفهوم پیچیده‌ای دارد و تولید برنامه‌های که باعث بسط و گسترش فرهنگ و ارزش‌های انقلابی و اسلامی شود بسیار پیچیده و دشوار هستند. تلویزیون با پخش برنامه‌های متنوع جهت آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی و با برنامه‌ریزی هدفمند و مدیریت متعهدانه و استفاده از همه امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و ظرفیت‌های علمی و هنری راه را برای ترویج و گسترش فرهنگ ایثار و مقاومت در جامعه هموار می‌کند و از الگوهای فرهنگ‌سازی همچون شهید سلیمانی جهت ترویج فرهنگ ایثار و مقاومت می‌تواند در این راه بهره‌بگیرد. تلویزیون جلوه‌گاه عرصه فرهنگی است و باید با استفاده از الگوها و تکنیک‌های گوناگون برنامه‌سازی و از طریق تولید آثار نمایشی (همچون فیلم و سریال و مستند و...) در کنار رسالت اصلی خود یعنی اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی پیام‌های ارزشی را به مخاطبان انتقال دهد.

سبک زندگی هر انسانی برآمده از اعتقادات و ارزش‌ها و هنجارهای درونی آن شخص است. شهید سلیمانی جزء افرادی محسوب می‌شود که بصیرت و شجاعت و عمل را با هم در خود نهان داشت و می‌تواند الگویی بصیرت‌آفرین باشد. عشق به ولایت، عشق به شهادت و اهل‌بیت، دفاع از حریم ولایت برای آرامش مردم کشور خود و سایر کشورهای منطقه را می‌توان جزء محور مقاومت مکتب سلیمانی قلمداد کرد و خدمت‌رسانی به مردم در بلایای طبیعی، رسیدگی به ایام خانواده‌های شهدا، احترام به خانواده و عموم مردم، توجه به فرهنگ و هنر و ادبیات، عدم بی‌تفاوتی در مسائل اجتماعی و سیاسی جامعه و ساده‌زیستی و اخلاص را باید جزء ویژگی‌های ایثارگرایانه شهید سلیمانی در مکتب سلیمانی قلمداد کرد و هر کدام از این مکاتب را با محتوایی غنی و رسانه‌ای می‌توان جهت اطلاع و آگاهی مردم و در راستای فرهنگ‌سازی در گام دوم انقلاب برای مخاطبین عرضه کرد. آنچه در رسانه‌ها و به‌ویژه

تلویزیون در گام دوم انقلاب و برای آینده کشور مورد نیاز است بیان حقیقت و واقعیت از آنچه در این چهار دهه بر انقلاب ما گذشته و ایجاد مقاومت در برابر منطقات سیاسی، فرهنگی، تاریخی و اجتماعی و مقابله با ویرانی و نابودی ارزش‌های اصیل اخلاقی و فرهنگی و به عبارت دیگر تحریک غرایز و کاهش معیارهای اخلاقی و بالطبع سقوط و انحطاط جامعه توسط رسانه‌های معاند در فراسوی مرزها می‌باشد. یکی از ویژگی‌های مهم بیانیه گام دوم انقلاب توجه مسئولان، رسانه‌ها و مردم به راهکارهای مبارزه با مشکلات و مسائل کشور می‌باشد؛ یعنی به جای آن که مشکلات و چالش‌ها در رسانه‌ها برجسته شود راهکارهای حل مشکل ارائه شود. از دیگر ویژگی‌های مهم و مشترک بین بیانیه گام دوم انقلاب و شهید سلیمانی تأکید بر اصول و مبانی و شعارهای انقلاب اسلامی است. دلیل اهمیت و تأکید بر این شعارها در رسانه تلویزیون این است این شعارها جهانی هستند و چون از بطن اسلام خارج شده‌اند نه به یک دوره خاص تعلق دارند و نه تمام‌شدنی هستند؛ بلکه این شعارهاست که می‌تواند راه صحیح را به مسئولان و مردم نشان دهد و در برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها درست عمل شود.

تلویزیون پس از انقلاب باید گویای هویت‌ها و اهداف متعالی اسلام و انقلاب باشد. مفاهیمی چون ایثار و مقاومت همواره برای مردم ما مفاهیمی آشنا و جذاب هستند، چراکه به حقیقتی ازلی با نام دفاع آن هم به شکل جوهری‌اش تکیه دارد و در این صورت ضرورت و تداوم آن منطقی است. برای بالارفتن روحیه ایثار و مقاومت در جامعه از طریق تلویزیون می‌توان از محورهای گوناگون استفاده کرد. یکی از این محورها ایجاد وحدت بین قومیت‌ها، مذاهب و زبان‌های گوناگون در حوزه ملی و حتی فراملی است. با توجه به تنوع قومیت‌ها و مذاهب گوناگون در داخل و برخی کشورهای منطقه (همانند عراق، بحرین، افغانستان، سوریه و...) بستر ویژه‌ای برای برجسته‌سازی در محتوای رسانه‌ای شکل بگیرد که روحیه تعامل بین اقوام و مذاهب مختلف را به نمایش بگذارد و باعث ارتقاء روحیه ایثار و مقاومت در مواقع ضروری شود. در این موضوع نیز شهید سلیمانی بسیار موفق عمل کرد که با ایجاد راهکارهای دائمی از طریق شخصیت‌های تأثیرگذار و تعامل سازنده در تلویزیون در به نمایش

گذاشتن ایثار و فداکاری‌های اقوام و قومیت‌های مختلف می‌توان همواره روحیه تعامل را در کشورهای منطقه زنده نگه داشت. همدلی از دیگر محورهای مورد توجه است که موجب برانگیختن عواطف انسانی و همزاد پنداری انسان‌ها با یکدیگر می‌شود. انعکاس دیدگاه‌های ایثارگران در حوزه‌های مختلف در جامعه به همراه خانواده آن‌ها و دوستان و اطرافیان، ورزشکاران و هنرمندان باعث گسترش فرهنگ ایثار و مقاومت از طریق رسانه ملی خواهد شد. معرفی الگوهای ارزشی شایسته که بیان‌گر عینی و ملموس انطباق با رفتارهای عملی الگوهاست از عوامل مهم گرایش به ارزش‌ها می‌باشد.

ارائه پیشنهادات

۱. تقویت و تشویق نویسندگان ادبیات نمایشی به نگارش متن‌های جذاب از الگوهای ایثارگرایانه و مقاومت‌محور؛ (از ادبیات دفاع مقدس تا مدافعین حرم)
۲. ترویج و ثبت خاطرات رزمندگان و ایثارگران (حوزه نظامی و حوزه شهری) و نمایش آن‌ها؛
۳. تقویت و تثبیت فرهنگ ایثار و مقاومت رسانه در جامعه با توسل به فرهنگ غنی اسلامی؛
۴. بالابردن سواد رسانه‌ای مردم جهت تقویت و مقابله با رسانه‌های بیگانه به‌ویژه جوانان؛
۵. تقویت بنیه آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی رسانه ملی به‌منظور نداشتن خلأ اطلاع‌رسانی جهت سوءاستفاده بیگانگان؛
۶. ترویج مکتب شهید سلیمانی به‌ویژه برای نسل‌های سوم و چهارم انقلاب در رسانه ملی؛
۷. استفاده از کلیپ‌ها، نماهنگ و سخنرانی‌های کوتاه از فرمایشات امام خمینی علیه السلام و فرامین مقام معظم رهبری علیه السلام با محتوایی جذاب در رسانه.

منابع

۱. ادیبی سده، مهدی (۱۳۸۲). جامعه‌شناسی جنگ و نیروهای نظامی. تهران: نشر سمت.
۲. احمدی، علی (۱۳۸۳). شناخت فرهنگ، فرهنگ سازمانی و مدیریت آن. تهران: نشر تولید دانش.
۳. اتکینسون، دیو؛ رابی، مارک؛ پدی، اسکنل؛ هولتن، اولوف؛ هافمن-ریم، ولفگانگ؛ بورژلمان، ژان کلود؛ و دیگران (۱۳۸۴). رادیو تلویزیون خدمت عمومی، چالش قرن ۲۱. ترجمه مرتضی ثاقب‌فر. تهران: نشر سروش.
۴. اسمیت، آلفرد گود (۱۳۷۹). ارتباطات و فرهنگ (ج ۱). ترجمه مهدی بابائی اهری. تهران: نشر سمت.
۵. اسمیت، آنتونی؛ پاترسون، ریچارد (۱۳۸۱). تلویزیون در جهان. ترجمه مسعود اوحدی. تهران: نشر سروش.
۶. اشرف، احمد (۱۳۸۳). بحران هویت ملی و قومی در ایران. تهران: مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
۷. الیوت، تامس استرنز (۱۳۹۱). درباره فرهنگ. ترجمه حمید شاهرخ. تهران: نشر مرکز.
۸. امیر تیموری، محمدحسن (۱۳۷۷). رسانه‌های آموزشی. شیراز: نشر ساسان.
۹. باروایز، پاتریک؛ ارنبرگ، اندرو (۱۳۷۸). تلویزیون و مخاطبان آن. ترجمه فرهاد رادپور، تهران: نشر مرکز تحقیقات صداوسیما.
۱۰. برگسون، هانری لویی (۱۳۵۸). دو سرچشمه اخلاق و دین. ترجمه حسن حبیبی. تهران: نشر انتشار.
۱۱. بورن، اد (۱۳۷۹). بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه. ترجمه مهر سیما فلسفی. تهران: نشر مرکز تحقیقات صداوسیما.
۱۲. بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۲). آینده‌نگاری رسانه‌ها. تهران: نشر پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات.
۱۳. خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۷۸). صحیفه امام: مجموعه آثار امام خمینی علیه السلام: (بیانات، پیامها، مصاحبه‌ها، احکام، اجازات شرعی و نامه‌ها) (ج ۹). تهران: مؤسسه تنظیم نشر و آثار امام خمینی علیه السلام.
۱۴. دالگرن، پیتر (۱۳۸۵). تلویزیون و گستره عمومی. ترجمه مهدی شفقتی. تهران: نشر سروش.
۱۵. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۵۲). لغت‌نامه (ج ۱۷). تهران: نشر دانشگاه تهران.
۱۶. ساروخانی، باقر (۱۳۹۱). جامعه‌شناسی نوین ارتباطات (رسانه‌ها در جهان امروز). تهران: نشر اطلاعات.
۱۷. سورین، ورنر جوزف؛ تانکارد، جیمز دلبیو (۱۳۹۰). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. تهران: نشر دانشگاه تهران.
۱۸. شولت، جان آرت (۱۳۸۲). نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن. ترجمه مسعود کرباسیان. تهران: نشر علمی فرهنگی.

۱۹. عرفانی، نصرالله؛ صفایی، صفی‌الله (۱۳۸۹). موانع و راهکارهای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه. چاپ شده در: مجموعه مقالات همایش ملی فرهنگ ایثار و شهادت. زنجان: دانشگاه زنجان.
۲۰. فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۰). ارتباطات و توسعه، چهار دهه نظریه‌پردازی... و امروز؟. فصلنامه وسایل ارتباط جمعی رسانه. ۱۲(۲)، ۴۶-۵۳.
۲۱. فهیمی، محمدصادق (۱۳۸۷). فرهنگ ایثار و شهادت و شاخصه‌های آن. چاپ شده در: مجموعه مقالات همایش ملی ترویج فرهنگ ایثار و شهادت. اصفهان: دانشگاه اصفهان.
۲۲. قرآن کریم، ترجمه: ناصر مکارم شیرازی، چاپ دوم، قم: دارالقرآن الکریم (دفتر مطالعات تاریخ و معارف اسلامی)، ۱۳۷۳ ش.
۲۳. کازنوو، ژان (۱۳۸۴). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی. ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: نشر اطلاعات.
۲۴. کازنوو، ژان (۱۳۶۴). قدرت تلویزیون. ترجمه علی اسدی، تهران: نشر امیرکبیر.
۲۵. کاسیرر، ارنست (۱۳۶۲). افسانه دولت. ترجمه نجف دریا بندری. تهران: نشر خوارزمی.
۲۶. کوهن، بروس (۱۳۷۲). درآمدی بر جامعه‌شناسی. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر فرهنگ معاصر.
۲۷. گیدنز، آتونی (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.
۲۸. لال، جیمز (۱۳۷۹). رسانه‌ها، ارتباطات، فرهنگ؛ رهیافتی جهانی. ترجمه مجید نکودست. تهران: نشر ایران.
۲۹. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۹). یکصد و پنجاه درس زندگی. قم: نشر نسل جوان.
۳۰. مکوایل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی. تهران: نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۳۱. ملکوتیان، مصطفی (۱۳۷۶). سیری در نظریه‌های انقلاب. تهران: نشر قومس.
۳۲. ملکی، مصطفی (۱۳۸۳). بایسته‌های خیر. تهران: نشر سروش.
۳۳. مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۶). نظریه‌های انتقادی رسانه. تهران: نشر همشهری.
۳۴. مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۷). رسانه و بازنمایی. تهران: نشر دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۳۵. وثوقی، منصور؛ نیک‌خلق، علی‌اکبر (۱۳۷۴). میانی جامعه‌شناسی. تهران: نشر بهینه.