

The Role of Mass and Digital Media in Strengthening the National Security of the Islamic Republic of Iran: The Mediating Roles of Social Capital and the Discourse of Islamic Resistance

Ali Jafari

Assistant Professor, Department of Participation and Communication, Research Institute for Education Studies, Organization for Educational Research and Planning, Tehran, Iran
alijafari@oerp.ir

Abstract

Background and Objective: In the age of new media, the influence of communication technologies on the soft dimensions of national security—particularly in the context of Iran’s Islamic Revolution—is of strategic importance. This study examines the role of mass and digital media in strengthening the national security of the Islamic Republic of Iran, focusing on the mediating roles of social capital and the discourse of Islamic resistance.

Method: This applied study employed a descriptive survey design. The study population consisted of Tehran residents aged over 18, of whom 384 were selected through multistage cluster sampling. Data were collected using researcher-developed questionnaires comprising scales measuring media consumption, social capital, the discourse of Islamic resistance, and national security.

Findings: The findings showed that the consumption of media aligned

Cite this article: Jafari, Ali (2026). The Role of Mass and Digital Media in Strengthening the National Security of the Islamic Republic of Iran: The Mediating Roles of Social Capital and the Discourse of Islamic Resistance. *Media and Religious Studies*, 7(28):. 101-129. <https://doi.org/10.22034/jmrs.2026.574322.1246>

Received: 2026/02/06

Revised: 2026/07/24

Accepted: 2026/08/02

Published online: 2026/03/19

© The Author(s).

Article type: Research Article

Published by: IRIB University



with the official discourse was positively and significantly correlated with social capital, the discourse of Islamic resistance, and national security. Path analysis indicated that social capital and the discourse of resistance fully mediated this relationship: the direct effect of media on national security ($\beta = 0.49$) decreased substantially after these variables were introduced into the model ($\beta = 0.15$), while their combined contribution accounted for 61% of the variance in national security. In the final model, social capital (0.55), followed by the discourse of Islamic resistance (0.25), emerged as the strongest predictors of national security.

Conclusion: By strengthening social trust and solidarity and institutionalizing the discourse of resistance as a model of political action, official media play an indirect yet decisive role in enhancing national security. These findings underscore the need for integrated and strategic media policymaking focused on the soft sociocultural foundations of national security.

Keywords: media; security; national security; social capital; discourse theory; Islamic resistance; mass media; digital media

نقش رسانه‌های جمعی و دیجیتال در تحکیم امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت اسلامی

علی جعفری 

استادیار، گروه مشارکت‌ها و ارتباطات، پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، تهران، ایران؛ alijafari@oerp.ir

چکیده

زمینه و هدف: در عصر رسانه‌های نوین، تأثیر ابزارهای ارتباطی بر مؤلفه‌های نرم امنیت ملی، به‌ویژه در بستر انقلاب اسلامی ایران، از اهمیت راهبردی برخوردار است. هدف این پژوهش، بررسی نقش رسانه‌های جمعی و دیجیتال در تحکیم امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران با محوریت دو متغیر میانجی سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت اسلامی بود. **روش:** این پژوهش کاربردی به روش پیمایشی-توصیفی انجام شده است. جامعه آماری

استناد به این مقاله: جعفری، علی (۱۴۰۴). نقش رسانه‌های جمعی و دیجیتال در تحکیم امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران با میانجی‌گری سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت اسلامی. مطالعات دینی رسانه، ۷(۲۸): ۱۰۱-۱۲۹

<https://doi.org/10.22034/jmrs.2026.574322.1246.129>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۱/۱۷ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۵/۰۵/۰۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۵/۱۱ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۱۲/۲۸

© نویسنده. نوع مقاله: پژوهشی ناشر: دانشگاه صدا و سیما



تحقیق، شهروندان بالای ۱۸ سال تهران بودند که ۳۸۴ نفر به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. داده‌ها با پرسشنامه‌های محقق‌ساخته (شامل مقیاس‌های مصرف رسانه‌ای، سرمایه اجتماعی، گفتمان مقاومت اسلامی و امنیت ملی) شد.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان داد مصرف رسانه‌های هم‌سو با گفتمان رسمی، همبستگی مثبت و معناداری با سرمایه اجتماعی، گفتمان مقاومت اسلامی و امنیت ملی دارد. نتایج تحلیل مسیر حکایت از نقش واسطه‌ای کامل سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت داشت؛ به‌طوری‌که اثر مستقیم رسانه بر امنیت ملی ($\beta=0.49$) با ورود این متغیرها به مدل، به میزان چشمگیری کاهش یافت ($\beta=0.15$) و سهم ترکیبی آن‌ها در تبیین واریانس امنیت ملی به ۶۱ درصد رسید. در مدل نهایی، سرمایه اجتماعی (۰,۵۵) و سپس گفتمان مقاومت اسلامی (۰,۲۵) به‌عنوان قوی‌ترین پیش‌بین‌های امنیت ملی ظاهر شدند.

نتیجه‌گیری: رسانه‌های رسمی با تقویت اعتماد و همبستگی اجتماعی و نهادینه‌سازی گفتمان مقاومت به‌عنوان یک الگوی کنش سیاسی، نقش غیرمستقیم و تعیین‌کننده‌ای در ارتقای امنیت ملی ایفا می‌کنند. این یافته بر لزوم سیاست‌گذاری یکپارچه و هوشمند رسانه‌ای با تمرکز بر بسترهای نرم اجتماعی-فرهنگی در راستای منافع امنیت ملی تأکید می‌ورزد.

کلیدواژه‌ها: رسانه، امنیت، امنیت ملی، سرمایه اجتماعی، نظریه گفتمان، مقاومت اسلامی، رسانه‌های جمعی، رسانه‌های دیجیتال.

امنیت به عنوان یکی از بنیادی‌ترین نیازهای جوامع بشری، مفهومی پیچیده و چندبعدی است که فقدان آن پیامدهایی ویرانگر به دنبال خواهد داشت (ترابی و گودرزی، ۱۳۸۳: ۳۲). در جهان معاصر، تحقق «امنیت ملی» به مثابه توانایی دولت در حفظ تمامیت ارضی، حاکمیت و شیوه زندگی شهروندان در برابر تهدیدات خارجی و داخلی، تنها از طریق سازوکارهای سخت افزاری میسر نمی‌شود، بلکه به شدت بر مؤلفه‌های نرم افزاری و اجتماعی متکی است. در این میان، سرمایه اجتماعی با مؤلفه‌هایی همچون اعتماد، مشارکت، انسجام و شبکه‌های روابط متقابل، بستری حیاتی برای شکل‌گیری امنیتی پایدار و درون‌زا فراهم می‌آورد (اخوان کاظمی، ۱۳۹۵: ۲۳۶؛ عباس‌زاده و کرمی، ۱۳۹۰). به عبارت دیگر، سرمایه اجتماعی با کاهش هزینه‌های مبادله و تسهیل کنش جمعی، ظرفیت نظام سیاسی را برای مدیریت بحران‌ها و تحقق اهداف ملی افزایش می‌دهد (ازکیا و غفاری، ۱۳۹۳: ۱۷۸؛ Sabatini, 2008: 39).

از سوی دیگر، در بافت ژئوپلیتیک و هویتی جمهوری اسلامی ایران، گفتمان مقاومت اسلامی به عنوان یک نظام معنایی برآمده از انقلاب اسلامی، از جایگاهی راهبردی برخوردار است. این گفتمان که بر پایه‌های اعتقاد دینی، هویت ملی و ایدئولوژی اسلام سیاسی استوار است (ناظمی اردکانی و خالدیان، ۱۳۹۷: ۲۰۲)، نه تنها یک انتخاب سیاسی، که یک ضرورت هستی‌شناختی برای صیانت از استقلال و عزت در برابر نظام سلطه قلمداد می‌شود (خراسانی، ۱۳۹۹: ۶۳). گفتمان مقاومت اسلامی با تأکید بر مؤلفه‌هایی مانند عدالت‌خواهی، استکبارستیزی و معنویت‌گرایی (دبیری مهر، ۱۳۹۲: ۱۷۶)، نقش تعیین‌کننده‌ای در انسجام داخلی و تعریف «خود» در مقابل «دیگری» در عرصه بین‌الملل ایفا می‌کند.

در این چارچوب، پرسش اصلی آن است که این دو عامل کلیدی (سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت اسلامی) چگونه با یکدیگر پیوند می‌خورند و بر امنیت ملی تأثیر می‌گذارند؟ پژوهش‌های پیشین رابطه مستقیم سرمایه اجتماعی با امنیت ملی (کشیشیان سیرکی، ۱۴۰۰؛

معصومی و پاداشی، ۱۳۹۷؛ برومند، ۱۳۹۶) و همچنین اهمیت مؤلفه‌های گفتمان مقاومت (ناظمی اردکانی و خالدیان، ۱۳۹۷) را مورد تأکید قرار داده‌اند. با این حال، خلأ پژوهشی محسوسی در خصوص بررسی نقش رسانه‌های جمعی و دیجیتال به عنوان حلقه ارتباطی و تقویت‌کننده این دو متغیر وجود دارد.

در عصر حاضر، رسانه‌ها دیگر فقط بازتاب‌دهنده واقعیت نیستند، بلکه فعالانه در ساخت اجتماعی واقعیت، شکل‌دهی به گفتمان‌های مسلط و مهندسی افکار عمومی مشارکت دارند. رسانه‌های جمعی (مانند صداوسیما) و دیجیتال (شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها) با تولید، انتخاب و انتشار محتوا، می‌توانند اعتماد عمومی را تقویت یا تخریب کنند، الگوهای همکاری و مشارکت اجتماعی را نهادینه سازند و در نهایت، گفتمان مقاومت اسلامی را به یک باور هویتی مشترک و عمل جمعی تبدیل کنند. از این منظر، رسانه‌ها به مثابه مهم‌ترین «کارگزار» نهادینه‌سازی و انتقال سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت به شمار می‌آیند.

مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که رسانه‌های جمعی و دیجیتال با چه مکانیسم‌هایی و تا چه اندازه در تقویت مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی و نهادینه‌سازی گفتمان مقاومت اسلامی در ایران تأثیرگذارند و این فرآیند چگونه امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟ هدف این پژوهش، واکاوی این رابطه پیچیده و ارائه چارچوبی تحلیلی برای درک نقش راهبردی رسانه در تحکیم امنیت ملی از مسیر تقویت سرمایه‌های اجتماعی و هویتی است. پاسخ به این پرسش می‌تواند مبنای علمی مناسبی برای سیاست‌گذاری رسانه‌ای یکپارچه و هدفمند در حوزه امنیت ملی فراهم آورد.

پیشینه پژوهش

ملکی و امیری (۱۴۰۴) در پژوهشی با عنوان «نقش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در بازآفرینی مؤلفه‌های انقلاب اسلامی (با تأکید بر توصیه‌های رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی)» به این نتیجه رسیدند که امروزه حضور فعال و مستمر جوانان در فضای مجازی و تأثیرات آن در بستر شبکه‌های اجتماعی نسبت به گذشته بسیار بیشتر است. بر

مبنای یافته‌های پژوهش، فضای مجازی با نقش‌آفرینی جوانان می‌تواند محورهای اصلی مورد نظر رهبر انقلاب اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی را به گفتمان اصلی روز تبدیل کند و مسئولان را در این خصوص پاسخگو نماید. علم و پژوهش، اخلاق و معنویت، اقتصاد، عدالت و مبارزه با فساد، استقلال و آزادی، عزت‌ملی-روابط خارجی- مرزبندی با دشمن و سبک زندگی مواردی است که باید بر مبنای بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی بازآفرینی و به خواسته اصلی و گفتمان روز تبدیل شود تا برساخت و گفتمانی که می‌تواند جامعه را به‌سوی تمدن اسلامی پیش ببرد، حاکم شود و مسئولان و اصحاب رسانه به‌ویژه حوزه فضای مجازی مطابق با مسئولیت اجتماعی خود در این زمینه پاسخگو باشند.

محمودی رجا و اسماعیلی (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «سرمایه اجتماعی و راهکارهای تقویت آن در فضای رسانه‌ای-سیاسی جمهوری اسلامی ایران: با تأکید بر رویکرد شناختی» به این نتیجه رسیدند که مؤلفه‌های رسانه‌ای (فضاسازی رسانه‌ای، شبهات سیاسی مذهبی و...)، اقتصادی (التهابات اقتصادی، وضعیت معیشتی رفاهی، اشتغال و...)، سیاسی (فضای باز سیاسی، مطالبه‌گری، حکمرانی خوب، شایسته‌سالاری و... فرهنگی اجتماعی (ذائقه‌سنجی، سبک زندگی، کارآمدی نهادهای فرهنگی تربیتی و...)، روان‌شناختی (احساس محرومیت و تبعیض، مختصات دوران جوانی)، نقش مستقیم و غیرمستقیم در تقویت یا تضعیف سرمایه اجتماعی دارند.

جعفری (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «نقش رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی» به این نتیجه رسید که رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب نقش مطلوبی داشته است. یافته‌های پژوهش نتایج نشان داد رسانه ملی در تحقق دستاوردهای جمهوری اسلامی ایران (۳/۴۵±۰/۹۰۴)، ثمره‌های راهبردی انقلاب (۳/۳۷±۰/۸۸۹) و توصیه‌های مأموریتی انقلاب (۳/۲۳±۰/۷۹۵)، نقش مطلوب و مؤثری داشته است. با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان نتیجه گرفت حرکت رسانه ملی همسو با اهداف بیانیه گام دوم انقلاب بوده است.

رسالت و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «تحلیل گفتمان انقلاب اسلامی در

برنامه‌های رسانه ملی با تأکید بر ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت» به این نتیجه رسیدند که مواردی همچون فرهنگ‌سازی و ارتقا سطح آگاهی‌ها و باورهای دینی مردم در طول سال از طریق برنامه‌های گوناگون، مصاحبه با صاحب‌نظران و کارشناسان به‌منظور تبیین مفاهیم سه‌گانه فوق از منظر علمی و تخصصی، لزوم تعامل سازنده رسانه ملی با نهادهای دانشگاهی و پژوهشی در این حوزه‌ها، استفاده از ایده‌های متخصصان و صاحب‌نظران حوزه دین و معرفی شهدا و ایثارگران به‌عنوان نمونه‌های راستین برای جوانان در برنامه‌های رسانه ملی باید مورد توجه قرار گیرد. در بخش کمی نتایج تحلیل گفتمان نشان داد که در حوزه فرهنگ استکبارستیزی، مستضعفین، محور مبارزه با استکبار جهانی می‌باشند. همچنین در روحیه جهادی سه مؤلفه ایثار، توکل و اخلاص، در هویت دینی دو مؤلفه عاطفی و شناختی و در بخش هویت ملی سه مؤلفه فرهنگی، سیاسی و جغرافیایی بیشترین سهم را در به خود اختصاص داده‌اند.

رضایی و قانندی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «نقش رسانه در تقویت سرمایه اجتماعی در گام دوم انقلاب اسلامی» تلاش کرده تا راهکارهایی برای تقویت سرمایه‌های اجتماعی از مسیر رسانه‌ها را یافته و با استفاده از روش تحلیلی دنبال یافته‌هایی هستند تا به تصمیم‌گیران و مجریان در حوزه فعالیت‌های رسانه‌ای کمک کنند تا در گام دوم انقلاب عملکردی قابل قبول برای تقویت سرمایه‌های اجتماعی باشند. بخش عمده راهکارهای تقویت سرمایه اجتماعی از مسیر رسانه می‌گذرد که از کارکردهای رسانه در تقویت سرمایه اجتماعی می‌توان به تولید محتوا و برنامه‌های متنوع برای کاهش ناهنجاری‌ها، ترویج حس نوع‌دوستی، گسترش قانون‌مداری، تقویت نظارت‌ها، توسعه حس همکاری و مشارکت، ایجاد و تقویت امید و نشاط، افزایش آگاهی‌های مردم، تقویت نهاد خانواده، افزایش همگرایی، بهبود تعاملات مردم و دولت اشاره کرد.

زارع غیاث‌آبادی و گنجی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان رابطه استفاده از رسانه‌های جمعی و میزان سرمایه اجتماعی در شهر کاشان به این نتیجه رسیدند که بین تماشای برنامه‌های سیاسی، ورزشی، خبری و فیلم‌های جنایی، تاریخی و فرهنگی تلویزیون و میزان

سرمایه اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. علاوه بر این، ارتباطی معنادار بین میزان استفاده از مطبوعات (مجله و روزنامه) و سرمایه اجتماعی برقرار است. به بیانی دیگر هر چقدر افراد به میزان بیشتری مطالب تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و اخبار سیاسی مطبوعات را مطالعه کنند، دارای سرمایه اجتماعی بالاتری خواهند بود. مهم‌ترین نتایج نظری این مطالعه، تأیید مفاهیم و مفروضات نظری مأخوذ از نظریه‌های پورتو، لرنر، برن و ران و ... درباره رابطه رسانه و سرمایه اجتماعی در جمعیت مورد مطالعه است.

گیر و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهشی با عنوان سرمایه اجتماعی در جوامع رسانه‌ای: تأثیر استفاده از رسانه و ساختارهای رسانه‌ای بر سرمایه اجتماعی به این نتیجه رسیدند که استفاده از اینترنت و رسانه‌های اطلاعاتی، سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهند. افزون بر این، به نظر می‌رسد جوامع از نظام‌های رسانه‌ای باز، آزاد و کثرت‌گرا بهره می‌برند، زیرا این نظام‌ها از تولید سرمایه اجتماعی پشتیبانی می‌کنند.

گیل دِ زونیکا و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان ستفاده از رسانه‌های اجتماعی برای اخبار و سرمایه اجتماعی افراد، مشارکت مدنی و مشارکت سیاسی به این نتیجه رسیدند که پس از کنترل متغیرهای جمعیت‌شناختی، استفاده از رسانه‌های سنتی (آفلاین و آنلاین)، سازه‌های سیاسی (دانش و کارآمدی سیاسی)، و نیز فراوانی و گستره شبکه‌های بحث سیاسی، جستجوی اطلاعات از طریق سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، پیش‌بین مثبت و معناداری برای سرمایه اجتماعی افراد و نیز رفتارهای مشارکتی مدنی و سیاسی آنان (چه در فضای آنلاین و چه آفلاین) به شمار می‌رود.

با وجود غنای مطالعات فوق، خلأهای عمده‌ای مشاهده می‌شود: اکثر مطالعات داخلی، نقش رسانه را به صورت یک‌سویه (عمدتاً به عنوان ابزار گفتمان‌سازی یا تقویت سرمایه اجتماعی) بررسی کرده‌اند و کمتر به ارائه یک مدل علی جامع که روابط متقابل این متغیرها را بسنجد، پرداخته‌اند. تمرکز مطالعات خارجی عمدتاً بر بافت جوامع غربی و دموکراسی‌های لیبرال است و کمتر پژوهشی به بررسی این روابط در بافت انقلاب اسلامی ایران و با در نظر

است. نقش همزمان و تعاملی رسانه‌های جمعی (ملی) و دیجیتال (شبکه‌های اجتماعی) در تقویت سرمایه اجتماعی و نهادینه‌سازی یک گفتمان کلان امنیتی-فرهنگی (مانند گفتمان مقاومت) کمتر در کانون توجه بوده است. پژوهش حاضر با هدف پر کردن این خلأ و با ترکیب چارچوب‌های داخلی و خارجی، درصدد است تا با ارائه یک مدل تجربی، نقش رسانه‌های جمعی و دیجیتال را به‌عنوان متغیر مستقل، با در نظر گرفتن سرمایه اجتماعی گفتمان مقاومت اسلامی به عنوان متغیرهای میانجی، در تبیین و پیش‌بینی امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران مورد آزمون قرار دهد. این رویکرد یکپارچه، نوآوری نظری و کاربردی این مطالعه را شکل می‌دهد.

مبانی نظری

«رسانه‌های جمعی» به مجموعه ابزارهای ارتباطی سنتی اطلاق می‌شود که پیام را به‌صورت یک‌سویه و برای مخاطبان گسترده منتشر می‌کنند. تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها از این جمله‌اند (McQuail, 2010: 82). این رسانه‌ها دارای ساختار رسمی، متمرکز و مبتنی بر سیاست‌گذاری نهادی هستند و نقش مهمی در شکل‌دهی افکار عمومی، مشروعیت‌بخشی سیاسی و بازنمایی هویت ملی ایفا می‌کنند (Castells, 2009: 54). در مقابل «رسانه‌های دیجیتال» شامل شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌ها، وبگاه‌ها و بسترهای تعاملی آنلاین هستند که امکان تولید، بازنشر و تعامل دوسویه محتوا را برای کاربران فراهم می‌کنند (Van Dijk, 2012: 113). ویژگی اصلی این رسانه‌ها سرعت انتقال اطلاعات، مشارکت‌پذیری مخاطبان و قدرت شبکه‌سازی اجتماعی است (Gil de Zúñiga et al., 2012: 321).

در پژوهش حاضر، رسانه‌های جمعی و رسانه‌های دیجیتال به‌عنوان دو متغیر مستقل اما مکمل در نظر گرفته شده‌اند، زیرا تفاوت در ساختار ارتباطی، شیوه اثرگذاری و میزان مشارکت مخاطبان، می‌تواند آثار متفاوتی بر سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت اسلامی داشته باشد.

سرمایه اجتماعی: از نظریه تا رسانه

«سرمایه اجتماعی» به عنوان یک مفهوم کلیدی در علوم اجتماعی، بر «ویژگی‌های سازمان اجتماعی نظیر اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها» متمرکز است که می‌توانند با تسهیل کنش‌های هماهنگ، کارایی جامعه را ارتقاء دهند (ازکیا و غفاری، ۱۳۹۳: ۱۷۸؛ فوکویاما، ۲۰۰۰: ۹). از دیدگاه رابرت پاتنام (۱۹۹۳) سرمایه اجتماعی مؤلفه‌ای حیاتی برای سلامت دموکراسی و انسجام اجتماعی است. وی سرمایه اجتماعی را در دو شکل متصل‌کننده و پیونددهنده تحلیل می‌کند که اولی بر پیوندهای درون‌گروهی و دومی بر ارتباطات بین‌گروهی تأکید دارد.

سرمایه اجتماعی در این پژوهش، بر اساس الگوی پاتنام (Putnam, 1993) در هفت بعد عملیاتی شده است:

۱. اعتماد اجتماعی: میزان اعتماد افراد به دیگران، نهادهای رسمی و سازوکارهای اجتماعی (Putnam, 1993: 167)؛
۲. شبکه‌های اجتماعی: گستره و کیفیت ارتباطات فرد با گروه‌ها و نهادهای اجتماعی (Fukuyama, 2000: 27)؛
۳. همکاری اجتماعی: تمایل افراد به مشارکت جمعی و همکاری در امور عمومی (ازکیا و غفاری، ۱۳۹۳: ۱۸۲)؛
۴. روابط اجتماعی: کیفیت تعاملات میان فردی و پیوندهای اجتماعی روزمره؛
۵. فهم متقابل اجتماعی: میزان درک و همدلی افراد نسبت به یکدیگر در جامعه؛
۶. تعهد اجتماعی: احساس مسئولیت افراد نسبت به جامعه و منافع جمعی؛
۷. ارزش‌های اجتماعی: پایبندی به هنجارها، ارزش‌های مشترک و اصول اخلاقی جامعه (عباس‌زاده و کرمی، ۱۳۹۰: ۴۱).

نقش رسانه در شکل‌دهی به سرمایه اجتماعی

رسانه‌های جمعی و دیجیتال می‌توانند به عنوان یک شبکه اجتماعی گسترده عمل کنند که هم کارکرد پیونددهنده و هم متصل‌کننده را تقویت می‌نمایند (همان‌طور که پاتنام به اهمیت

نهادهای مدنی اشاره می‌کند). رسانه‌های هم‌سو با ارزش‌های ملی و دینی می‌توانند با تولید محتوای مبتنی بر الگوهای اعتماد و همکاری، سرمایه اجتماعی نهادی (اعتماد به نهادها) و سرمایه اجتماعی بین‌فردی را افزایش دهند. در مقابل، رسانه‌های متضاد می‌توانند به تخریب سرمایه اجتماعی و ایجاد شکاف و بی‌اعتمادی دامن بزنند.

گفتمان مقاومت اسلامی: هویت، ایدئولوژی و رسانه

گفتمان مقاومت اسلامی، به‌عنوان یک نظام معنایی برساخته، ریشه در انقلاب اسلامی ایران داشته و بر سه مؤلفه اصلی اعتقاد دینی، هویت ملی و ایدئولوژی اسلام سیاسی استوار است (ناظمی اردکانی و خالدیان، ۱۳۹۷: ۲۰۲). این گفتمان، در تقابل با گفتمان سلطه غرب و در پاسخ به مدرنیته ناقص وارداتی شکل گرفته و بر مؤلفه‌هایی مانند عدالت‌خواهی، استکبارستیزی، استقلال‌طلبی و معنویت‌گرایی تأکید دارد (دبیری مهر، ۱۳۹۲: ۱۷۶؛ خراسانی، ۱۳۹۹: ۶۳).

گفتمان مقاومت اسلامی در این پژوهش بر اساس الگوی ناظمی اردکانی و خالدیان (۱۳۹۷) در سه بعد اصلی بررسی شده است:

۱. اعتقاد دینی: میزان باور و التزام به آموزه‌ها و ارزش‌های دینی در عرصه اجتماعی و سیاسی (ناظمی اردکانی و خالدیان، ۱۳۹۷: ۷۳).
۲. هویت ملی: احساس تعلق به کشور، فرهنگ ملی و دفاع از منافع ملی (خراسانی، ۱۳۹۹: ۱۲۸).
۳. ایدئولوژی اسلام سیاسی: باور به نقش دین در هدایت سیاسی و مقابله با سلطه و استکبار جهانی (دبیری مهر، ۱۳۹۲: ۱۷۶).

نظریه گفتمان (لاکلاو و موفه) و نقش رسانه

از منظر نظریه گفتمان، رسانه‌ها ابزار اصلی بازتولید، تثبیت یا به چالش کشیدن گفتمان‌های مسلط هستند. آن‌ها از طریق فرآیند برجسته‌سازی، چارچوب‌سازی و

برچسب‌زنی به گفتمان مقاومت اسلامی معنا می‌بخشند، دشمن را بازنمایی می‌کنند و مرزهای هویتی «ما» در مقابل «آنها» را ترسیم می‌نمایند. رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان کارگزار اصلی، این گفتمان را از طریق تولیدات نمادین (مستند، فیلم، خبر) و رویدادسازی‌های منظم (مانند مراسم سالگرد شهادت سردار سلیمانی) طبیعی‌سازی و در بافت اجتماعی نهادینه می‌سازد.

امنیت ملی: گذر از سخت‌افزار به نرم‌افزار

در چارچوب مکتب کپنهاگ و نظریه‌پردازانی همچون باری بوزان (۱۳۷۸) امنیت دیگر فقط یک امر نظامی نیست، بلکه ابعاد چندگانه سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و هویتی دارد. بوزان امنیت را «آرامش و آسودگی خاطری» می‌داند که دولت برای اعضای جامعه ایجاد می‌کند. در این پارادایم، امنیت اجتماعی و امنیت هویتی به‌عنوان پایه‌های امنیت ملی، به‌طور مستقیم تحت تأثیر میزان سرمایه اجتماعی و قدرت گفتمان مسلط هستند.

رسانه به‌عنوان بستری برای امنیت‌سازی نرم

رسانه می‌تواند با تقویت حس تعلق جمعی، اعتماد به نظام سیاسی و وفاق حول گفتمان مقاومت، سدی در برابر تهدیدات نرم (مانند جنگ روانی، براندازی نرم و شکاف‌افکنی هویتی) ایجاد کند. به‌عبارت دیگر، رسانه با دست‌کاری در سطح ادراکات و باورها، خط مقدم دفاع غیرعامل در عصر اطلاعات محسوب می‌شود.

چارچوب مفهومی تلفیقی پژوهش: نقش واسطه‌ای و تقویت‌کنندگی رسانه در تحکیم

۲. فرضیه‌های فرعی

الف) رسانه‌های جمعی بر تقویت سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار دارند؛

ب) رسانه‌های دیجیتال بر تقویت سرمایه اجتماعی تأثیر معنادار دارند؛

ج) رسانه‌های جمعی بر تقویت گفتمان مقاومت اسلامی تأثیر معنادار دارند؛

د) رسانه‌های دیجیتال بر تقویت گفتمان مقاومت اسلامی تأثیر معنادار دارند؛

هـ) سرمایه اجتماعی بر تحکیم امنیت ملی تأثیر معنادار دارد؛

و) گفتمان مقاومت اسلامی بر تحکیم امنیت ملی تأثیر معنادار دارد.

تفکیک فرضیه‌ها بر مبنای تمایز مفهومی و کارکردی میان رسانه‌های جمعی و رسانه‌های دیجیتال انجام شده است، زیرا هر یک از این دو نوع رسانه دارای الگوی متفاوتی از تولید محتوا، تعامل با مخاطب و تأثیرگذاری اجتماعی هستند.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است و درصدد ارائه راهکارهایی برای تقویت نقش رسانه در حوزه امنیت ملی است. از نظر ماهیت و روش گردآوری داده‌ها، رویکرد اصلی پژوهش پیمایشی از نوع توصیفی-همبستگی است. طرح تحقیق حاضر، به بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل (مصرف رسانه‌ای)، متغیرهای میانجی (سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت اسلامی) و متغیر وابسته (امنیت ملی) می‌پردازد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه شهروندان بالای ۱۸ سال ساکن شهر تهران در سال ۱۴۰۴ تشکیل می‌دهند. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری، برای تعیین حجم نمونه از جدول مورگان استفاده شد که حجم نمونه‌ای برابر با ۳۸۴ نفر را نشان می‌دهد.

روش نمونه‌گیری، نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. به این ترتیب: ابتدا از بین ۲۲ منطقه شهرداری تهران، ۵ منطقه به صورت تصادفی انتخاب شدند. از هر منطقه انتخاب شده، چند محله به عنوان خوشه انتخاب شدند و در هر محله، با مراجعه به خانوارها، افراد واجد شرایط (بالای ۱۸ سال) به صورت تصادفی انتخاب و پرسشنامه تکمیل گردید. این روش

جهت اطمینان از تنوع و معرف بودن نمونه به کار گرفته شد.

داده‌های این پژوهش با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شد. پرسشنامه نهایی شامل پنج بخش به شرح زیر بود:

بخش اول: اطلاعات جمعیت‌شناختی شامل جنسیت، سن، وضعیت تأهل و سطح تحصیلات؛

بخش دوم: مقیاس مصرف رسانه‌ای؛

این مقیاس برای سنجش متغیر مستقل طراحی شد. مؤلفه‌های آن شامل

۱. میزان مصرف: میانگین ساعت مصرف روزانه رسانه‌های مختلف (تلویزیون داخلی، رادیو، خبرگزاری‌های آنلاین داخلی، شبکه‌های اجتماعی خارجی، پیام‌رسان‌های داخلی مانند ایتا و بله، پایگاه‌های خبری-تحلیلی جریان مقاومت)؛

۲. نوع محتوای ترجیحی: گرایش به محتوای خبری، تحلیلی-سیاسی، مذهبی، سرگرمی یا علمی؛

۳. جهت‌گیری گفتمانی دریافتی: ارزیابی میزان همسویی محتوای مصرف‌شده با گفتمان رسمی مقاومت اسلامی (بر اساس طیف لیکرت).

بخش سوم: پرسشنامه سرمایه اجتماعی

بر اساس مدل رابرت پاتنام (۱۹۹۳) و اقتباس از پژوهش‌های داخلی (معصومی و پاداشی، ۱۳۹۷)، این پرسشنامه دارای ۲۸ گویه در قالب بعد اعتماد اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، همکاری اجتماعی، روابط اجتماعی، فهم متقابل اجتماعی، تعهد اجتماعی و ارزش‌های اجتماعی بود. نمره‌گذاری بر اساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (از خیلی کم=۱ تا خیلی زیاد=۵) انجام گرفت.

بخش چهارم: پرسشنامه گفتمان مقاومت اسلامی

بر اساس مدل ناظمی اردکانی و خالدیان (۱۳۹۷) این پرسشنامه شامل ۱۰ گویه در قالب ۳ بعد اعتقاد دینی، هویت ملی و ایدئولوژی اسلام سیاسی بود. نمره‌گذاری آن نیز بر اساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای انجام شد.

بخش پنجم: پرسشنامه امنیت ملی

این پرسشنامه محقق ساخته، با الهام از مفهوم سازی باری بوزان (۱۳۷۸) و با تمرکز بر ابعاد نرم امنیت ملی طراحی شد. این پرسشنامه دارای ۱۰ گویه بود که مؤلفه‌هایی مانند احساس امنیت فردی، اعتماد به توانایی دفاعی کشور، اطمینان به ثبات سیاسی و امنیت هویتی را می‌سنجید و بر اساس طیف لیکرت پنج درجه‌ای نمره گذاری گردید.

برای اطمینان از روایی محتوای پرسشنامه، پس از مطالعه ادبیات موضوع، طرح اولیه آن در اختیار ۱۰ نفر از متخصصان حوزه علوم سیاسی، ارتباطات و جامعه‌شناسی قرار گرفت. نظرات و اصلاحات پیشنهادی آنان در مورد شفافیت گویه‌ها، تناسب با ابعاد نظری و کلیت پرسشنامه اعمال گردید و روایی محتوایی ابزار تأیید شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه، یک مطالعه مقدماتی با توزیع ۳۵ پرسشنامه در بین جامعه آماری (غیر از نمونه اصلی) انجام شد. سپس داده‌های حاصل با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۶ و از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ تحلیل شد. نتایج پایایی هر یک از مقیاس‌ها در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۱. ضرایب پایایی (آلفای کرونباخ) مقیاس‌های پژوهش

مقیاس (متغیر)	تعداد گویه	ضریب آلفای کرونباخ
مصرف رسانه‌ای	12	0.79
سرمایه اجتماعی	28	0.83
گفتمان مقاومت اسلامی	10	0.81
امنیت ملی	10	0.87

همان‌طور که مشاهده می‌شود، تمامی ضرایب آلفا بالاتر از ۰.۷ می‌باشند که نشان‌دهنده پایایی مطلوب و قابل قبول همه مقیاس‌های پژوهش است (Nunnally & Bernstein, 1994). داده‌های جمع‌آوری شده در دو سطح توصیفی و استنباطی تحلیل شدند:

برای توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه و متغیرهای پژوهش از شاخص‌های آمار توصیفی مانند فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده شد. آمار استنباطی پس

از اطمینان از نرمال بودن توزیع داده‌ها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، از روش‌های زیر برای آزمون فرضیه‌ها استفاده گردید: ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون خطی ساده و رگرسیون چندگانه. تحلیل‌های فوق با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ انجام پذیرفت.

یافته‌های پژوهش

این بخش به ارائه و تحلیل یافته‌های حاصل از داده‌های جمع‌آوری شده می‌پردازد. یافته‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه شدند.

۱. یافته‌های توصیفی

الف) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان

توزیع فراوانی نمونه تحقیق بر حسب متغیرهای جمعیت‌شناختی در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲. توزیع فراوانی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخگویان (n=384)

ویژگی	طبقه	فراوانی	درصد
جنسیت	زن	110	28.6
	مرد	274	71.4
سن	18-29 سال	178	46.4
	30-39 سال	132	34.4
	40-49 سال	52	13.5
	50 سال به بالا	22	5.7
وضعیت تأهل	مجرد	167	43.5
	متاهل	217	56.5

ویژگی	طبقه	فراوانی	درصد
تحصیلات	دیپلم و کمتر	102	26.6
	فوق دیپلم و لیسانس	140	36.5
	کارشناسی ارشد	108	28.1
	دکتری و بالاتر	34	8.9

یافته‌های جدول فوق بیانگر آن است که نمونه پژوهش بیشتر متشکل از مردان (۷۱/۴٪)، افراد ۲۰ تا ۲۹ سال (۴۶/۴٪) و افراد متأهل (۵۶/۵٪) است.

ب) شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای اصلی پژوهش

میانگین و انحراف معیار متغیرهای اصلی پژوهش و ابعاد تشکیل دهنده آن‌ها در جدول زیر ارائه شده است. کلیه مقیاس‌ها بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای (۱ تا ۵) اندازه‌گیری شده‌اند.

جدول ۳. میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش و ابعاد آن‌ها

متغیر / بعد	میانگین (M)	انحراف معیار (SD)
۱. مصرف رسانه‌ای	3.12	0.68
میزان مصرف	3.45	0.72
محتوای ترجیحی همسو	2.98	0.81
جهت‌گیری گفتمانی دریافتی	2.94	0.85
۲. سرمایه اجتماعی	3.68	0.52
اعتماد اجتماعی	3.62	0.61
شبکه‌های اجتماعی	3.44	0.58
همکاری اجتماعی	3.44	0.55
روابط اجتماعی	3.02	0.67

متغیر / بعد	میانگین (M)	انحراف معیار (SD)
فهم متقابل اجتماعی	3.16	0.59
تعهد اجتماعی	3.19	0.62
ارزش‌های اجتماعی	3.03	0.64
۳. گفتمان مقاومت اسلامی	3.48	0.61
اعتقاد دینی	3.75	0.70
هویت ملی	3.34	0.76
ایدئولوژی اسلام سیاسی	3.36	0.79
۴. امنیت ملی	3.73	0.65

یافته‌های فوق نشان می‌دهد میانگین متغیر امنیت ملی (3.73) در سطح به نسبت مطلوبی قرار دارد. میانگین متغیر سرمایه اجتماعی (3.68) و گفتمان مقاومت اسلامی (3.48) نیز در حد متوسط به بالا ارزیابی می‌شوند. میانگین مصرف رسانه‌ای (3.12) نشان می‌دهد که جهت‌گیری رسانه‌ای مصرفی نمونه در حد متوسط است. در بین ابعاد سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی با میانگین (۳/۶۲) بالاترین رتبه و روابط اجتماعی (3.02) و ارزش‌های اجتماعی (3.03) پایین‌ترین رتبه را دارند، و در بین ابعاد گفتمان مقاومت، اعتقاد دینی با میانگین (۳/۷۵) قوی‌ترین بعد است.

۲. یافته‌های استنباطی (آزمون فرضیه‌ها)

پیش از آزمون فرضیه‌ها، نرمال بودن توزیع داده‌های مربوط به متغیرهای اصلی با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بررسی شد. نتایج در جدول (۴) نشان می‌دهد که سطح معناداری (Sig.) برای همه متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرض صفر مبتنی بر نرمال بودن داده‌ها پذیرفته شده و می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

جدول ۴. نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌ها

متغیر	آماره Z	سطح معناداری (Sig.)	نتیجه
مصرف رسانه‌ای	0.92	0.36	نرمال
سرمایه اجتماعی	0.87	0.43	نرمال
گفتمان مقاومت اسلامی	1.05	0.22	نرمال
امنیت ملی	0.96	0.31	نرمال

الف) بررسی رابطه همبستگی متغیرهای پژوهش

برای بررسی رابطه اولیه بین متغیرها، از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج در جدول (۵) ارائه شده است.

جدول ۵. ماتریس همبستگی پیرسون بین متغیرهای اصلی پژوهش

متغیر	1	2	3	4
مصرف رسانه‌ای	1			
سرمایه اجتماعی	0.58	1		
گفتمان مقاومت اسلامی	0.61	0.67	1	
امنیت ملی	0.49	0.74	0.70	1
همه ضرایب همبستگی در سطح $p < 0.01$ معنادار هستند.				

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، بین همه متغیرهای اصلی پژوهش رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. قوی‌ترین رابطه، بین سرمایه اجتماعی و امنیت ملی (0.74) و سپس بین گفتمان مقاومت اسلامی و امنیت ملی (0.70) است. همچنین مصرف رسانه‌ای با سرمایه اجتماعی (0.58) و گفتمان مقاومت (0.61) رابطه به نسبت قوی‌ای دارد.

ب) آزمون فرضیه اصلی

نقش مصرف رسانه در پیش‌بینی امنیت ملی با واسطه‌گری سرمایه اجتماعی و گفت‌وگو مقاومت برای آزمون مدل مفهومی پژوهش (نقش واسطه‌ای) از تحلیل مسیر با استفاده از رگرسیون چندگانه سلسله‌مراتبی استفاده شد. در مرحله اول، تأثیر مستقیم مصرف رسانه بر امنیت ملی سنجیده شد. در مراحل بعدی، متغیرهای میانجی وارد معادله شدند. خلاصه مدل رگرسیون نهایی در جدول (۶) ارائه شده است.

جدول ۶. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه برای پیش‌بینی امنیت ملی

مدل	متغیرهای وارد شده	ضریب بتا (β)	مقدار t	سطح معناداری (p)	ضریب تعیین (R^2)	ضریب تعیین تعدیل شده ($Adj. R^2$)
1	(ثابت)	-	12.45	0.000	0.24	0.24
	مصرف رسانه‌ای	0.49	10.88	0.000		
2	(ثابت)	-	5.23	0.000	0.61	0.60
	مصرف رسانه‌ای	0.15	3.45	0.001		
	سرمایه اجتماعی	0.55	11.92	0.000		
	گفت‌وگو مقاومت اسلامی	0.25	5.67	0.000		

یافته‌های جدول فوق بیانگر آن است که:

۱. در مدل اول، مصرف رسانه‌ای به تنهایی 0.24 از واریانس امنیت ملی را تبیین می‌کند (۰/۲۴) و تأثیر مستقیم و معناداری دارد.
۲. با ورود متغیرهای میانجی سرمایه اجتماعی و گفت‌وگو مقاومت اسلامی در مدل دوم، ضریب تعیین به ۶۱٪ افزایش یافت. این نشان می‌دهد این دو متغیر، سهم عمده‌ای در تبیین امنیت ملی دارند.

۳. نکته کلیدی، کاهش چشمگیر ضریب بتای مصرف رسانه از 0.49 در مدل اول به 0.15 در مدل دوم است. این کاهش، تأییدکننده نقش واسطه‌ای کامل متغیرهای سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت اسلامی است. به عبارت دیگر، تأثیر اصلی مصرف رسانه‌ای بر امنیت ملی، از طریق تقویت این دو متغیر میانی صورت می‌پذیرد.

۴. در مدل نهایی، سرمایه اجتماعی با ضریب بتای 0.55 قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده امنیت ملی، و پس از آن گفتمان مقاومت اسلامی با ضریب بتای 0.25 قرار دارد.

ج) آزمون فرضیه‌های فرعی

فرضیه فرعی ۱: ابعاد سرمایه اجتماعی بر امنیت ملی تأثیر معناداری دارند.

برای آزمون این فرضیه، هر هفت بعد سرمایه اجتماعی به صورت همزمان وارد یک معادله رگرسیون شدند. نتایج در جدول (۷) نشان می‌دهد که همه ابعاد به جز روابط اجتماعی، پیش‌بینی‌کننده معنادار امنیت ملی هستند. اعتماد اجتماعی با ضریب بتای 42/0 قوی‌ترین نقش را دارد.

جدول ۷. نتایج رگرسیون چندگانه ابعاد سرمایه اجتماعی بر امنیت ملی

بعد مؤثر	ضریب بتا (β)	مقدار t	سطح معناداری (p)
اعتماد اجتماعی	0.42	8.15	0.000
شبکه‌های اجتماعی	0.18	3.89	0.000
همکاری اجتماعی	0.21	4.32	0.000
روابط اجتماعی	0.07	1.52	0.129
فهم متقابل اجتماعی	0.16	3.45	0.001
تعهد اجتماعی	0.14	3.01	0.003
ارزش‌های اجتماعی	0.12	2.58	0.010
ضریب تعیین مدل $(R^2) = 0.63$			

فرضیه فرعی ۲: ابعاد گفتمان مقاومت اسلامی بر امنیت ملی تأثیر معناداری دارند. همچنین سه بعد گفتمان مقاومت اسلامی در یک معادله رگرسیون وارد شدند. نتایج جدول (۸) نشان می‌دهد ایدئولوژی اسلام سیاسی با ضریب بتای ۰.۴۸ قوی‌ترین پیش‌بین، و پس از آن اعتقاد دینی و هویت ملی قرار دارند.

جدول ۸. نتایج رگرسیون چندگانه ابعاد گفتمان مقاومت اسلامی بر امنیت ملی

بعد مؤثر	ضریب بتا (β)	مقدار t	سطح معناداری (p)
اعتقاد دینی	0.22	4.21	0.000
هویت ملی	0.19	3.78	0.000
ایدئولوژی اسلام سیاسی	0.48	9.56	0.000
ضریب تعیین مدل (R^2) = 0.52			

یافته‌های استنباطی نشان داد که:

فرضیه اصلی پژوهش تأیید شد: مصرف رسانه‌های همسو با گفتمان رسمی، از طریق تقویت سرمایه اجتماعی و نهادینه‌سازی گفتمان مقاومت اسلامی، به‌طور غیرمستقیم و معناداری منجر به تحکیم امنیت ملی می‌شود.

در میان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی و در میان مؤلفه‌های گفتمان مقاومت، ایدئولوژی اسلام سیاسی، نقشی محوری در پیوند زنجیره رسانه-امنیت ملی ایفا می‌کند.

مدل نهایی پژوهش قادر است ۶۱ درصد از تغییرات متغیر امنیت ملی را تبیین نماید که نشان‌دهنده قدرت تبیین‌کنندگی بالای مدل مفهومی ارائه‌شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش به‌وضوح نشان می‌دهد رسانه‌های جمعی و دیجیتال به‌عنوان متغیر مستقل، از طریق دو کانال کلیدی سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت اسلامی بر امنیت ملی

جمهوری اسلامی ایران تأثیر می‌گذارند. نتایج تحلیل مسیر به صورت قاطع از نقش واسطه‌ای کامل این دو متغیر حمایت می‌کند، به این معنا که تأثیر اصلی رسانه بر امنیت ملی نه به صورت مستقیم، بلکه از مسیر تقویت سرمایه‌های اجتماعی و هویتی جامعه محقق می‌شود.

۱. نقش کلیدی سرمایه اجتماعی: یافته‌ها مبین آن است که سرمایه اجتماعی با ضریب بتای ۰.۵۵، قوی‌ترین پیش‌بین امنیت ملی است. این نتیجه یافته‌های پژوهش‌های داخلی پیشین مانند معصومی و پاداشی (۱۳۹۷) و کشیشیان سیرکی (۱۴۰۰) را تأیید و تقویت می‌کند. در میان ابعاد سرمایه اجتماعی، «اعتماد اجتماعی» با بیشترین ضریب تأثیر (۰.۴۲) خود را به عنوان ستون فقرات پیوند رسانه و امنیت معرفی می‌کند. این امر نظریه پاتنام (۱۹۹۳) را در بافت ایران تصدیق می‌کند که اعتماد را سوخت اصلی تعاملات اجتماعی و همکاری جمعی می‌داند. رسانه‌های همسو با نظام، با نمایش صداقت نهادها، بازنمایی الگوهای همکاری موفق (مانند مشارکت‌های مردمی در بحران‌ها) و انتشار اخبار شفاف، می‌توانند این اعتماد بنیادین را تعمیق بخشند.

۲. نقش تعیین‌کننده گفتمان مقاومت اسلامی: گفتمان مقاومت اسلامی نیز با ضریب بتای ۰.۲۵، سهم معناداری در تبیین امنیت ملی دارد. جالب آن‌که در میان ابعاد آن، «ایدئولوژی اسلام سیاسی» با ضریب ۰.۴۸ پررنگ‌ترین نقش را ایفا می‌کند. این یافته در راستای نتایج تحقیق ناظمی اردکانی و خالدیان (۱۳۹۷) است و نشان می‌دهد که فقط باور دینی یا حس هویت ملی کافی نیست، بلکه تبدیل این مفاهیم به یک «الگوی کنش سیاسی» منسجم و آرمان‌گرا است که به آن توان امنیت‌زایی می‌بخشد.

این یافته با نظریه گفتمان لاکلاو و موفه همخوانی دارد، زیرا بر اساس این نظریه، رسانه‌ها از طریق برجسته‌سازی مفاهیم مرکزی، بازنمایی هویت جمعی و چارچوب‌بندی رویدادها، در تثبیت و بازتولید گفتمان‌های مسلط نقش ایفا می‌کنند (Laclau & Mouffe, 1985). (112) همچنین نتایج پژوهش رسالت و همکاران (۱۴۰۲: ۱۸۴) نشان داد که رسانه ملی در

بازنمایی ارزش‌های مقاومت، ایشار و هویت دینی نقش مؤثری دارد. یافته‌های جعفری

(۱۴۰۳: ۱۰۸) نیز تأکید می‌کند که رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی و تقویت مؤلفه‌های هویتی و ارزشی جامعه عملکرد مؤثری داشته است.

۳. رسانه به‌عنوان محرک و تسهیل‌گر: نکته حائز اهمیت، کاهش شدید ضریب تأثیر مستقیم رسانه از ۰.۴۹ به ۰.۱۵ با ورود متغیرهای میانجی است. این امر مؤید آن است که رسانه به‌تنهایی و فقط با انتقال اطلاعات، امنیت‌ساز نیست، بلکه کارکرد آن «مهندسی بسترهای نرم»، یعنی تقویت شبکه‌های اعتماد و تبدیل یک گفتمان نخبگانی به باور مشترک توده‌ای است. این نتیجه، پاسخی مستقیم به مسئله پژوهش است: مکانیسم تأثیر رسانه، «نهادینه‌سازی» از طریق تکرار، بازنمایی نمادین و مشارکت‌سازی عاطفی-شناختی است.

۴. همسویی با بیانیه گام دوم انقلاب: یافته‌های این پژوهش به‌طور ضمنی بر درستی جهت‌گیری‌های کلان نظام در بیانیه گام دوم انقلاب صحه می‌گذارد. تأکید بیانیه بر «علم و پژوهش»، «سبک زندگی اسلامی» و «عزت ملی» نیازمند بسترسازی رسانه‌ای است که سرمایه اجتماعی را تقویت و گفتمان مقاومت را پویا نگه دارد. این مطالعه نشان می‌دهد حرکت در این مسیر نه‌تنها شعار بلکه ضرورتی امنیتی است.

نتیجه‌گیری نهایی

این پژوهش با ارائه و آزمون یک مدل تجربی یکپارچه، ثابت کرد که در جمهوری اسلامی ایران، امنیت ملی در گرو امنیت فرهنگی-اجتماعی است و رسانه‌های رسمی و دیجیتال، مهم‌ترین ابزار تحقق این امر هستند. امنیت دیگر تنها در مرزهای جغرافیایی تعریف نمی‌شود، بلکه در فضای ذهنی و ارتباطی شهروندان نیز شکل می‌گیرد. رسانه‌های همسو، با تولید محتوای اعتمادساز و روایت مقاومت‌گرا، دیوارهای اجتماعی استحکام‌یافته‌ای می‌سازند که اولین خط دفاع در برابر جنگ ترکیبی، شایعات و شکاف‌افکنی‌های دشمن است.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، پیشنهادهای زیر در سه سطح ارائه می‌گردد:

۱. سطح کلان (سیاست‌گذاری)

الف) تدوین «سند راهبردی نقش رسانه در امنیت ملی» با محوریت تقویت همزمان سرمایه اجتماعی و گفتمان مقاومت؛

ب) ایجاد «اتاق فکر مشترک» میان نهادهای امنیتی، فرهنگی و رسانه‌ای (صداوسیما، فضای مجازی) برای هماهنگی در روایت‌سازی و مدیریت بحران.

۲. سطح میانی (نهادهای رسانه‌ای)

الف) صداوسیما: تولید هدفمند برنامه‌هایی که «اعتماد اجتماعی» را نه به صورت شعاری، که از طریق نمایش عینی کارآمدی نظام، انصاف قضایی و پاسخگویی مسئولان تقویت کند. همچنین ایده‌پردازی و نمادسازی خلاقانه حول مفاهیم گفتمان مقاومت (مانند تولید سریال‌های فاخر با محوریت اقتصاد مقاومتی یا اقتدار دفاعی)؛

ب) رسانه‌های دیجیتال رسمی: تمرکز بر رصد و خنثی‌سازی گفتمان‌های تخریب‌گر در شبکه‌های اجتماعی خارجی و تقویت تولید محتوای جذاب و ویروسی همسو با گفتمان مقاومت برای نسل جوان.

۳. سطح خرد (پژوهشی)

الف) تکرار این پژوهش با جامعه آماری گسترده‌تر (کشوری) یا در بین اقشار خاص (دانشجویان، نخبگان)؛

ب) انجام پژوهش‌های کیفی (تحلیل گفتمان یا مصاحبه‌های عمیق) برای کشف نحوه دقیق بازتولید گفتمان مقاومت در تولیدات رسانه‌ای خاص؛

ج) بررسی نقش تفکیک‌شده رسانه‌های خارجی معاند به عنوان متغیر مستقل منفی در مدل و سنجش اثرات آن بر سرمایه اجتماعی و ادراک امنیت ملی.

References

- Abbaszadeh, H., & Karami, K. (2011). Social capital and sustainable national security. *Strategic Studies Quarterly*, 14(51), 31–58. **[In Persian]**.
- Akhavan Kazemi, B. (2016). *Security in the Political System of Islam*. Tehran: Kanoon-e Andisheh Javan Publishing Institute. **[In Persian]**.
- Azkiya, M., & Ghaffari, G. (2014). *Sociology of Development*. Tehran: SAMT Publications. **[In Persian]**.
- Broomand, M. (2017). Social capital and national security. *The First National Conference on Social Sciences, Educational Sciences, Psychology, and Social Security*.
- Buzan, B. (1991). *People, states and fear: An agenda for international security studies in the post-cold war era* (2nd ed.). Harvester Wheatsheaf. (Translated into Persian in 1378).
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.
- Dabiri Mehr, A. (2013). *Cultural Components of the Discourse of Islamic Resistance in the Middle East*. Tehran: Institute for Culture, Art and Communication. **[In Persian]**.
- Fukuyama, F. (2000). *The End of Order: Social Capital and Its Preservation* (G. A. Tavassoli, Trans.). Tehran: Iranian Society Publications. **[In Persian]**.
- Geber, S., Scherer, H., & Hefner, D. (2016). Social capital in media societies: The impact of media use and media structures on social capital. *International Communication Gazette*, 78(6), 493–513. <https://doi.org/10.1177/1748048516640211> (Original work published 2016).
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- Jafari, A. (2024). The role of national media in achieving the objectives of the Second Step Statement of the Islamic Revolution. *Journal of Islamic Awakening Studies*, 13(1), 97–114. **[In Persian]**.
- Keshishian Sirki, G. (2021). The impact of social capital on national security during the Sacred Defense era. *Journal of Sacred Defense Studies*, 7(1), 29–54. **[In Persian]**.
- Khorasani, A. (2020). The role of monotheistic beliefs in Islamic resistance from the perspective of the Holy Quran. *Journal of Quranic Studies*, 2(1), 119–144. **[In Persian]**.
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. Verso.
- Mahmoudi Raja, S. Z., & Esmaeili, R. (2024). Social capital and strategies for its enhancement in the media-political environment of the Islamic Republic of Iran: Emphasizing the cognitive approach. *Islamic Revolution Studies*, 2(4), 97–137. **[In Persian]**.

Maleki, S., & Amiri, J. (2025). The role of cyberspace and social networks in reconstructing the components of the Islamic Revolution (with emphasis on the Supreme Leader's recommendations in the Second Step Statement of the Islamic Revolution). *Religious Media Studies*, 7(26), 7–40. **[In Persian]**.

Masoumi, M., & Padashi, M. (2018). The impact of social capital on national security of the Islamic Republic of Iran. *Journal of New Research in Management and Accounting*, 4(11), 269–284. **[In Persian]**.

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.

Nazemi Ardakani, M., & Khaldian, S. A. (2018). Cultural components of the discourse of Islamic resistance in the Islamic world. *Journal of Political Studies of the Islamic World*, 7(2), 59–86. **[In Persian]**.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.

Resalat, S., Saadipour, E., & Nejat Hosseini, S. M. (2023). Discourse analysis of the Islamic Revolution in national media programs with emphasis on the values of resistance, sacrifice, and martyrdom. *Islam and Social Studies*, 11(1), 163–197. **[In Persian]**.

Rezaei, S., & Ghaedi, M. R. (2021). The role of media in strengthening social capital in the Second Step of the Islamic Revolution. *Journal of Intercultural Studies*, 16(47), 145–174. **[In Persian]**.

Sabatini, F. (2008). Social capital and the quality of economic development. *Kyklos*, 61(3), 466–499. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6435.2008.00413.x>

Torabi, Y., & Goodarzi, A. (2004). Values and social security. *Journal of Police Knowledge*, 6(2), 31–46. **[In Persian]**.

Van Dijk, J. (2012). *The Network Society* (3rd ed.). Sage Publications.

Zare Ghiasabadi, F., & Ganji, M. (2015). The relationship between mass media use and the level of social capital in Kashan City. *Applied Sociology*, 26(4), 109–128. **[In Persian]**.