

# مقاله پژوهشی - فصلنامه علمی رهیافت انقلاب اسلامی

سال چهاردهم، شماره ۵۰، بهار ۱۳۹۹  
صفحه ۴۵ تا ۶۲

## نقش رسانه‌های جمعی در ساختن نگرشی نوین از هویت انقلاب اسلامی با تأکید بر آراء آیت‌الله خامنه‌ای

سعید سعیدیان / دانشجوی دکتری علوم سیاسی، واحد لامرد، دانشگاه آزاد اسلامی، لامرد، ایران  
saedian.sss@gmail.com

غفار زارعی / استاد یار، گروه علوم سیاسی، واحد لامرد، دانشگاه آزاد اسلامی، لامرد، ایران. (نویسنده مسئول)  
ghafarzarei@yahoo.com

### چکیده

رسانه‌های جمعی نقش مهمی در فرایند هویت‌سازی ملت‌ها بر عهده دارند. از طرفی دیگر، انقلاب و نظام‌های سیاسی برای تداوم حیات و به سرانجام رساندن اهداف و آرمان‌های خود نیازمند بهره‌گیری از رسانه‌های جمعی هستند. پژوهش حاضر درصدد است تا با بررسی نقش رسانه‌های جمعی در ساختن نگرش نوین از هویت انقلاب اسلامی، این مسأله را در پرتو دیدگاه‌های حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، مورد بررسی قرار دهد. سؤالی که مطرح می‌شود این است: رسانه‌های جمعی در اندیشه آیت‌الله خامنه‌ای از چه جنبه‌هایی می‌توانند تهدید و از چه جهاتی می‌توانند فرصتی برای ساختن نگرشی نوین از هویت انقلاب اسلامی تلقی شوند؟ پاسخی که می‌توان به عنوان یافته‌های پژوهش نیز مطرح کرد این است: اتخاذ رویکرد منفعلانه در عرصه رسانه‌ای، فقدان ابتکار عمل در زمینه ساختن هویت نوین و متناسب با عدالت‌خواهی و استکبارستیزی انقلاب، غوطه‌ور شدن در نیازهای کاذب رسانه‌ای غرب، تهدیدات رسانه‌های جمعی و دارا بودن رویکرد فعال در عرصه مدیریت رسانه‌ای، مسؤولیت‌پذیری و دشمن‌شناسی و همچنین محوریت قرار دادن اخلاق و معنویت در رسانه‌های جمعی، راهی برای بهره‌گیری از فرصت‌های رسانه‌های جمعی برای هویت انقلابی است. روش مورد استفاده در پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی است که با بهره‌گیری از منابع اسنادی و کتابخانه‌ای و همچنین بازخوانی بیانات رهبر انقلاب اسلامی، اطلاعات را جمع‌آوری نموده است.

**کلیدواژه:** نگرش نوین، هویت انقلاب، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، رسانه‌های جمعی.

تاریخ تأیید ۱۳۹۹/۰۲/۳۰

تاریخ دریافت ۱۳۹۸/۱۲/۱۹

## مقدمه

رسانه های جمعی در عصر جدید جایگاه قابل توجهی در ساختن فرهنگ و هویت جوامع ایفا می کنند. مفهوم دهکده جهانی نیز بیش از هر چیز بر بعد ارتباطات و نزدیکی انسان ها بر اثر تسریع ارتباطات از طریق رسانه ها تأکید می کند، به طوری که می توان عصر جدید را عصر رسانه ها و ارتباطات دانست. در این دنیای جدید، ساختن هویت ها، جامعه پذیری سیاسی، اقتصاد تکنولوژیکی، مسائل محیط زیستی، جامعه مطلوب، شکل گیری فرهنگ ها و ... تحت تأثیر رسانه های جمعی قرار دارد. در این میان، نقش رسانه های جمعی برای نظام های سیاسی حائز اهمیت فراوان است، زیرا رسانه های جمعی در دو بُعد می توانند یاری بخش نظام های سیاسی باشند؛ اول اینکه ابزاری برای حفظ وضع موجود هستند (حفظ ارزش ها) و دوم، می تواند باعث ایجاد تغییر و دگرگونی وضع موجود و تربیت نسل جدیدی باشند (تغییر و حرکت به سمت اهداف بالاتر). هرچند در این میان نباید از چالش ها و تهدیدات رسانه ها نیز غفلت ورزید. به هر حال چه از بُعد منفی و چه از بُعد مثبت، رسانه های جمعی نقش مهمی در ساختن هویت ایفا می کنند.

انقلاب اسلامی ایران نیز به عنوان یک نظام سیاسی دارای اهداف، ایدئولوژی و برنامه های خاصی برای اداره جامعه است که البته تحت تأثیر رسانه های جمعی در عصر جدید نیز قرار دارد. بنابراین ساختن هویت متناسب با اهداف و آرمان های انقلاب اسلامی در ارتباط با رسانه های جمعی نیز قرار دارد. در این میان، بررسی آثار و پیامدهای ناشی از رسانه ها برای نسل جدید و ساختن هویت جدید انقلاب اسلامی که بیش از هر چیز در ارتباط با نسل دهه سوم و چهارم قرار دارد، حائز اهمیت است. این اهمیت مخصوصاً از آنجا که با بررسی چالش ها و فرصت های رسانه های جمعی در آراء رهبر انقلاب اسلامی که جایگاه مؤثری در نقشه راه فرهنگی کشور بر عهده دارد، همراه باشد، اهمیتی دوچندان می یابد. به همین دلیل ضرورت دارد تا با بررسی نقش رسانه های جمعی در ساختن نگرشی نوین از هویت انقلاب اسلامی در آراء آیت الله خامنه ای به بررسی این موضوع پرداخته شود. ضمن اینکه تغییر و تحولات فراوان در عرصه رسانه ها و شکل گیری رسانه های جدید در قالب شبکه های اجتماعی که طرفداران بسیاری در جامعه ایرانی دارد، بر اهمیت این بررسی افزوده است. در همین راستا پژوهش حاضر درصدد بررسی نقش رسانه های جمعی در ساختن نگرشی نوین از هویت انقلاب اسلامی در آراء آیت الله خامنه ای می باشد.

### ۱-۱. پیشینه تحقیق

تحقیقات و پژوهش های متعددی درباره نقش رسانه ها و ارتباط آن با هویت انقلاب اسلامی انجام شده که برخی از مهم ترین آنان در زیر آورده شده است:

علی اسدی و محمد شمسی (۱۳۹۶)، در مقاله "فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی با تأکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری" با بررسی دیدگاه‌های ایشان، فضای مجازی را یکی از نعمت‌های بزرگ الهی می‌داند که باعث افزایش قدرت نرم کشور در عرصه‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی می‌شود و از طرفی در صورت غفلت باعث بروز آسیب‌هایی در حوزه هویتی نیز می‌شود. تحقیق دارایی (۱۳۹۵)، با عنوان "رسانه‌های ارتباطی و تأثیر آن بر فرایند بیداری اسلامی در انقلاب تونس" به نقش رسانه‌ها در تحول هویتی نسل‌های انقلابی پرداخته است و بدین نتیجه رسید که در شرایط ناشی از تسلط رسانه‌ها، نظام‌های جدید بدون به کار بردن ابزارهای قهرآمیز و تنها با استفاده از روش‌های مسالمت‌آمیز می‌توانند باعث تغییر هویت و سپس تغییرات سیاسی در تونس گردند. رضا واعظی (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای با عنوان "نارسایی نظریه‌های موجود و بایسته‌های نظریه‌پردازی برای رسانه طراز انقلاب اسلامی" به نظریه‌های مختلف داخلی و خارجی در زمینه رسانه‌های جمعی می‌پردازد. از نظر نویسنده، انقلاب اسلامی ایران همانند سایر نظام‌های سیاسی و انقلاب‌های بزرگ به دنبال الگوسازی و انتقال ایده‌ها و آرمان‌های خود به مردم سرزمین خود و سایر ملل جهان است. علی صادقی و زهرا هادیان (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای مشترک تحت عنوان "نقش رسانه در جنگ نرم با نگاهی به جمهوری اسلامی ایران" معتقدند که در عصر فراگیری رسانه‌ها و تهاجم فرهنگی علیه جمهوری اسلامی ایران که جنگ نرم در همه ابعاد و سطوح سنی و لایه‌های اجتماعی برنامه‌ریزی شده است؛ و از همه شگردها و شیوه‌ها برای نابودی فرهنگ دینی ملهم از انقلاب اسلامی استفاده می‌شود، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق و متناسب برای مقابله با این تهدیدات هستیم. هومن الوندی و محسن ناییبی (۱۳۹۱)، در مقاله‌ای با عنوان "بررسی رابطه هویت اسلامی، فضای مجازی و جهانی شدن" چنین بیان می‌کنند که هویت اسلامی به دیگران با یک دید نگاه می‌کند و ابزار اصلی خود را در دین و اعتقادات دینی می‌بیند؛ اما جهانی شدن همه را با نگاه غربی می‌بیند و ابزار مورد استفاده اش را فضای مجازی قرار داده است که بالطبع میزان دسترسی به این فضا در عصر ارتباطات حاکی از نابرابری است. مهدی سبحانی‌نژاد و محمد نوروزی (۱۳۹۰)، در مقاله‌ای با عنوان "تبیین جایگاه رسانه ملی در ساختار مهندسی فرهنگی کشور به منظور مواجهه پویا با تهاجم فرهنگی غرب" این گونه بیان می‌کنند که عمده‌ترین مؤلفه‌های مبین مهندسی فرهنگی، پاسخگویی رسانه‌ها در حوزه‌های فرهنگی و ارتقا و به روزرسانی آنان در جهت رفع نیازهای موجود و مواجهه با سایر فرهنگ‌ها است.

پژوهش های مطرح شده بدلیل توجه به اهمیت رسانه ها و یا هویت انقلابی دارای همسویی با پژوهش حاضر هستند، اما بررسی تأثیر رسانه های جمعی و شناسایی فرصت ها و تهدیدهای ناشی از آن برای هویت نوین انقلابی، وجه تمایز پژوهش حاضر از پژوهش های مطرح شده است.

## ۲- مبانی نظری پژوهش؛ چیستی هویت و نظریه های رسانه

### ۲-۱. هویت

هویت واژه ای عربی است که از ضمیر غایب "هو" و "یت" سازنده مصدر جعلی، تشکیل شده است. هویت یا identity قبل از هر چیز مفهومی جدید است و در مطالعات جامعه شناختی دو سده اخیر به یکی از مباحث مهم جامعه شناختی تبدیل شده است. همچنین هویت از مفاهیم بنیادین علوم اجتماعی و به ویژه جامعه شناسی فرهنگی است و مثل دیگر مفاهیم علوم اجتماعی، برسر تعریف آن اختلاف نظر وجود دارد. می توان این واژه را پاسخی به پرسش ماهیت و به معنی چیستی دانست. اندیشمندان حوزه های گوناگون، سطوح مختلفی را برای هویت طرح کرده اند؛ مثلاً روانشناسانی مانند پیاز و فروید، اساس شکل گیری هویت انسان را در مراحل مختلف رشد او می دانند. از نظر آنان، هویت از سطح فردی آغاز می شود و با گذر از لایه های اجتماعی، در احساس «هویت ملی» که عالی ترین سطح هویت است به تکامل می رسد. برخی اندیشمندان هویت را با تاکید بر وجه «تشخص» تعریف کرده اند. از این منظر، هویت بیان کننده مجموعه ویژگی هایی است که امکان تعریف صریح یک شیء یا اسم یک شخص را فراهم می آورد. برخی هویت را عبارت از معناداری جامعه دانسته اند، بدین معنا که جامعه معنایی برای خودش قائل باشد، در چهارچوب آن عمل کند و در صورت از دست دادن این معنا و یا پدید آمدن گسیختگی در معناداری به هر دلیل، با بحران هویت روبرو شود (رجایی، ۱۳۸۲: ۳).

هویت و مؤلفه های تشکیل دهنده آن مورد توجه بسیاری از جامعه شناسان و فیلسوفان سیاسی و اجتماعی بوده است، به همین دلیل، ادیان و مکاتب و اندیشمندان بسیاری در صدد پاسخ بدان برآمده اند. در هر صورت، هویت دربردارنده دو بعد متناقض ناست: بعد همسانی و بعد تمایز (گل محمدی، ۱۳۸۶: ۲۲۲). اولین معنای آن بیانگر مفهوم تشابه مطلق است: این با آن مشابه است. معنای دوم آن به مفهوم تمایز است که با مرور زمان سازگاری و تداوم را فرض می گیرد. به این ترتیب به مفهوم شباهت از دو زاویه مختلف راه می یابد و مفهوم هویت به طور همزمان میان افراد یا اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می سازد از یک طرف شباهت و از طرف دیگر تفاوت (جنکینز، ۱۳۸۱: ۱۳۸). مانوئل کاستلز در کتاب عصر اطلاعات خود بیان می دارد: «هویت سرچشمه معنا و تجربه برای مردم است. برداشت من از هویت در صورتی که سخن از کنش گران اجتماعی

باشد، عبارت است از فرآیند معنا سازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود» (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۲). به طور کلی هویت ما محصول و نمود عینی گفتمان در هر دوره‌ای است چون این گفتمان‌ها تغییر پذیر هستند در نتیجه این هویت‌ها نیز دچار تغییر می‌شوند. و چون هر گفتمان با گفتمان رقیب خود شناخته می‌شود و پا به عرصه ظهور می‌گذارند، هویت‌ها نیز با ضد خود شناخته شده و بازیابی می‌شوند. بنابراین مؤلفه «ضدیت» نیز نقش مهمی در شکل‌گیری مفهوم «هویت» دارد. از طرفی دیگر، هویت در عصر جدید با یک مفهوم دیگر نیز در ارتباط است؛ رسانه‌ها. بدین معنا که در عصر جدید رسانه‌ها به عنوان عاملی تأثیرگذار در شکل‌گیری و تداوم هویت‌ها ایفای نقش می‌کنند. رسانه‌های جمعی که می‌تواند طیف متعددی از وسایل تکنولوژیکی و حتی غیر تکنولوژیکی را در برگیرد، عامل مهمی در شکل‌گیری و شناسایی هویت‌ها به شمار می‌رود. اما از دهه ۱۹۷۰ به بعد، و با وقوع انقلاب ارتباطات، بعد رسانه‌ای ارتباطات و تعاملات حائز اهمیت فراوانی شده است. این انقلاب، همگرایی فزاینده رهیافت‌ها و فناوری‌های خاص است که در درون یک سیستم نوین و منسجم قرار می‌گیرد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۹۲). بنابراین ارتباط رسانه و هویت، ارتباطی همه‌جانبه و فراگیر است که هم از حیث تهدیدات و هم از حیث فرصت‌ها، نیازمند بررسی و امعان نظر بیشتری است.

## ۲-۲. رسانه‌ها و کارکرد آنان

امروزه رسانه، تشکیل‌دهنده و ایجاد کننده شبکه فرهنگی به شمار می‌آید. یعنی مبدأ و سرچشمه‌ای است که اینک اغلب افراد از طریق آن بیشترین آگاهی‌ها، تأثیرات، ارزش‌ها و نیز معنای زندگی خود را اخذ می‌کنند. در تحول قدرتی که رخ داده است، سایر نهادهای اجتماعی، رغبتی به استفاده از رسانه برای تبلیغ واقعیت خود ندارند، بلکه از طریق رسانه در جایگاه‌های مختلف فرهنگی قرار گرفته‌اند و اهداف متفاوتی را دنبال می‌کنند (هورسفیلد، ۱۳۸۹: ۲۲۲). بنابراین مرکزیت رسانه‌های جمعی به نوان مرجعی برای شکل‌گیری و تداوم یک فرهنگ باعث شده تا نقش رسانه‌های ارتباطی به عنوان یکی از عوامل مهم در شکل‌گیری هویت مورد توجه قرار گیرد. با این اوصاف، پرداختن به مبحث رسانه‌های جمعی، نقش و کارکرد آنان در جوامع امروزی یکی از محورهای اساسی تحلیل سیاسی و اجتماعی به شمار می‌رود. نظریاتی که در زمینه تأثیرگذاری رسانه‌ها بر هویت و فرهنگ قابل طرح است، شامل طیف متعددی می‌شوند. یکی از مهم‌ترین نظریات مطرح شده در زمینه رسانه‌ها، نظریه "کاشت" است. این نظریه بیشتر با نام گرنبر شناخته شده است. از نظر گرنبر، تلویزیون به عنوان یک رسانه می‌تواند در

درازمدت باعث تغییر نگرش های افراد جامعه شود و هویت های آنان را تحت تأثیر قرار دهد. از این منظر، دولت ها و نظام های سیاسی می کوشند با انتشار فیلم ها، اخبار، برنامه ها و ... رفتارهای افراد جامعه را مطابق خواسته ها و انتظارات خود دریاورند و بدان ها شکل ببخشند. از نظر گربنر در بررسی نقش رسانه ها و مخصوصا تلویزیون نباید نقش نمادها و نشانه ها را در فرایند فرهنگ سازی از نظر دور نگه داشت (Gerbner, 1985: 24). در واقع گربنر بر این عقیده است که رسانه ها به دلیل القای پیام ها و داده های اطلاعاتی بخش مهمی از زندگی فرد در دوره معاصر را می سازند. در واقع محور بحث گربنر این است که اهمیت تاریخی رسانه ها بیشتر در ایجاد شیوه های مشترک در انتخاب مسائل و موضوعات و چگونگی نگرستن به رخدادها و وقایع است. این شیوه های مشترک استفاده از فناوری نظام ارائه پیام است که نقش واسطه را بر عهده دارند و به دیدی مشترک و درک مشترک از جهان اطراف منجر می شود. گربنر محصول چنین فرایندی را کاشت الگوهای مسلط ذهنی می نامد. از نظر وی، رسانه ها متمایل به ارائه دیدگاه های هم شکل و کم و بیش یکسان از واقعیت اجتماعی هستند و مخاطبان آنها براساس چنین سازوکاری فرهنگ پذیر می شوند. گربنر تا آنجا پیش می رود که معتقد است رسانه ها به دلیل نظم و هماهنگی که در ارائه پیام در طول زمان دارند، قدرت اثرگذاری فراوانی دارند؛ به طوری که باید آنها را شکل دهنده جامعه دانست (قاسمی و دیگران، ۱۳۹۲: ۱۷). همچنین در نظریه کاشت این فرض در نظر گرفته می شود که میزان استفاده مخاطبان از رسانه ها نقش مهمی در تأثیرپذیری یا عدم تأثیرپذیری آنان از برنامه ها و محتوای رسانه ها دارد.

مانوئل کاستلز نیز یکی از مشهورترین نظریه پردازان معاصر در زمینه رسانه ها به شمار می رود که آراء وی در زمینه رسانه، جهانی شدن و علوم ارتباطات از جایگاه قابل توجهی برخوردار است. از نظر کاستلز، فناوری های ارتباطی و رسانه های باعث شکل دهی به رفتارهای ما در دوره معاصر هستند. چنانچه بیان می کند: «فناری های ارتباطی نوین با کاستن از نقش دولت-ملت و ایجاد شکاف در هویت ملی باعث شکل گیری هویت های فروملی شده است» (Castells, 1997: 17). بدین ترتیب ظهور بازیگران غیردولتی و حتی فراملی یکی از مشخصه های عصر کنونی است که توسط رسانه ها قوام یافته است. ضمن اینکه پیشرفت های بشری در زمینه رسانه ها روز به روز در حال تکامل و گسترش است و همه روزه شاهد پیچیده تر شدن ابعاد زندگی بشر تحت تسلط رسانه ها هستیم.

ژوزف نای به عنوان یکی از متفکران عرصه علوم سیاسی و روابط بین‌الملل به عنوان مبدع نظریه «قدرت نرم» شناخته می‌شود که به‌طور خاص رسانه‌های جمعی را منبع قدرت تلقی می‌نماید. این نظریه بیش از هر چیز تحت تأثیر شرایط دوران معاصر شکل گرفته است که در آن رسانه‌ها نقشی اساسی بازی می‌کند. نای در آراء خود این ایده را مطرح کرد که رسانه‌ها به مثابه بازوی اصلی تولید قدرت در عصر ارتباطات می‌توانند کمک قابل توجهی به افزایش قدرت دولت‌ها مخصوصاً ایالات متحده امریکا کنند. بنابراین قدرت نرم در کنار قدرت سخت، یکی از ویژگی‌های عصر ارتباطات به شمار می‌رود. به تعبیر وی، در عصر اطلاعات، قدرت سخت به وضوح باقی می‌ماند، اما قدرت نرم، مهم‌تر از گذشته است. البته باید بدانیم که قدرت نرم، جایگزین قدرت سخت نیست. دولت‌ها نیازمند هر دو می‌باشند و از این رو، دیپلماسی عمومی در فضای فعلی اهمیت می‌یابد (نای، ۱۳۹۰: ۵). از این رو، قدرت نرم، رویه‌ای برای مضاعف شدن قدرت سخت و البته قدرت ملی یک کشور در داخل و خارج محسوب می‌شود که متکی بر کارکرد صحیح رسانه‌ها و حرکت آنها در چارچوب یک ایدئولوژی خاص و پذیرفته شده است.

مک کوایل یکی دیگر از نظریه‌پردازانی است که رسانه‌ها را یک سازمان مؤثر و هدفمند ارزیابی می‌کند که نه تنها باعث تغییر رفتارها در مصرف‌کننده محتوای رسانه‌ها می‌شود، بلکه تا حدودی ناشی از ابزاری بودن مخاطبان رسانه‌ها می‌باشد. به عبارتی، برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران رسانه‌ها مسئولیتی در قبال رفتار مخاطبان رسانه‌ها ندارند و تنها با تبعیت از رویه‌های سازمانی خود به دنبال تأثیرگذاری بر آنان هستند. از نظر مک کوایل، در رسانه‌ها، منبع یک فرد واحد نیست، بلکه سازمان است رسمی؛ و فرستنده اغلب ارتباط‌سازی است حرفه‌ای. از نظر وی، فاصله اجتماعی موجود، به ایجاد رابطه‌ای نامتقارن می‌انجامد؛ زیرا فرستنده، هرچند به‌طور رسمی از هیچ قدرت و اختیاری در مورد گیرنده برخوردار نیست، اما معمولاً منابع، احترام، مهارت و اقتدار بیشتری در اختیار دارد. گیرنده، بخشی از گروه بزرگ مخاطبان است، تجارب مشترکی با دیگران دارد و واکنش‌های او قابل پیش‌بینی و الگودار است. ارتباط جمعی، اغلب دربرگیرنده تماس هم‌زمان بین فرستنده و گیرندگان بسیار است که تأثیری فوری و در سطحی بسیار گسترده را امکان‌پذیر می‌کند و پاسخ فوری تعدد زیادی از مردم را در یک لحظه در پی دارد (مک کوایل، ۱۳۸۲: ۵۹). بنابراین در این دیدگاه نیز، هویت امری ساخته شده از سوی سازمان‌ها و مراجع بالاتر است که اختیاری برای فرد و آزادی‌های وی باقی نمی‌گذارد.

نظریه مطرح دیگری که در زمینه رسانه‌ها مطرح شده است، نظریه انتقادی آدرنو و هورکهایمر است. به عقیده متفکران انتقادی، رسانه‌ها در عصر تسلط کالا و سرمایه، تنها ابزاری برای فروش کالای بیشتر و تبدیل فرهنگ و هنر به مصنوعات سودآور است. بدین معنا، عملکرد کلی صنعت فرهنگ، انتقال و جابجایی سرمایه در قالب فرم‌های فرهنگی [کالایی شده] است (Adorno and Horkheimer, 1993: 2). از نظر آدرنو، رسانه‌ها مخصوصاً تلویزیون از لایه‌های متعددی تشکیل شده که هدف نهایی آن انقیاد روح آزاد بشری است. منظور از ساختار چندلایه نمایش‌های تلویزیونی آن است که لایه‌های گوناگون همپوشانی با درجات گوناگون ظهور و کتمان توسط فرهنگ جمعی به مثابه وسیله‌ای فنی در تکنولوژی «مهار» و «اداره» تماشاگر به کار می‌رود (آدرنو، ۱۳۷۸: ۲۴). بدین ترتیب، ماهیت رسانه‌ها نه در تبدیل فرهنگ و خرد بشری به کالایی قابل معامله که گسترش روحیه انتقادی در مخاطبان است تا از این طریق بتوانند راهی به رهایی بیابند. ولی صنعت فرهنگ با مهار این آزادی، ظرفیت اندیشه آزاد را از افراد می‌گیرد (Adorno, 1991: 167).

با توجه به رویکردهای مطرح شده، نظریه مختاری که پژوهش حاضر دنبال می‌نماید، با بررسی آراء حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر انقلاب اسلامی مطرح می‌شود. بنابراین، دیدگاهی که می‌توان جهت بهره‌گیری از هویت نوین انقلابی بهره برد، دیدگاهی انتقادی است که با بررسی مزایا و معایب رسانه‌ها، هرگز در آنان غوطه‌ور نمی‌شود و با در نظر گرفتن آسیب‌های آن در باب هویت، طرحی برای حراست و بازتولید هویت نوین انقلابی فراهم می‌آورد. این نظریه متعلق به رهبری انقلاب اسلامی، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای است که بر مبنای آرمان‌های انقلاب و شناسایی تهدیدات و فرصت‌های رسانه‌های جمعی مبتنی است. در نزد رهبری انقلاب نیز، رسانه‌ها با توجه به شرایط ناگوار که ممکن است برای نگرش نوین انقلاب اسلامی و نسل‌های سوم و چهارم انقلاب پدید آورند، واجد فرصت‌های متعددی هستند. بنابراین هرگز نمی‌توان دستاوردهای عصر کنونی را نادیده گرفت و هیچ انگاشت. از نظر رهبری انقلاب: «امروز رسانه‌ها در دنیا فکر، فرهنگ، رفتار و در حقیقت هویت فرهنگی انسان‌ها را القاء می‌کنند و تعیین کننده 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 می‌توانند انسان‌ها را خوشبخت‌تر کنند؛ متقابلاً می‌توانند وسیله برافروختن جنگ‌های خانمان سوز باشند؛ می‌توانند عادات و آداب و رفتارهای مضر را در میان مردم رایج کنند؛ می‌توانند ملت‌هایی را از هویت انسانی خودشان و هویت ملی‌شان تهی کنند و می‌توانند احساس



تبعیض را در انسان‌ها زنده کنند. رسانه‌ها امروز نقش‌شان خیلی زیاد است» (بیانات رهبری در دیدار مدیران و برنامه‌سازان رسانه‌ای کشورهای مختلف، ۱۳۸۵/۲/۲۶).

اهمیت تحولات سیاسی و اجتماعی معاصر در پرتو تحولات رسانه‌ای، امری مؤثر است که می‌تواند نسل‌های مختلف انسانی را با ارزش‌های جدیدی آشنا سازد و به پیش‌بردد. به صورت مصداقی نیز باید گفت، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نیز امروزه بسیار برجسته هستند. همان‌طور که این بخش از رسانه‌ها نیز از نگاه رهبر انقلاب دور نمانده است. چه اینکه می‌فرمایند: «امروز فضای مجازی در زندگی مردم، دیگر مثل پنج سال پیش و ده سال پیش نیست؛ گسترش فضای مجازی یک گسترش بسیار وسیع و عظیمی است. این فضای مجازی منافی دارد، امکاناتی دارد، خطراتی هم دارد، خطرات بزرگی هم دارد. اگر چنانچه این فضا ناامن باشد برای مردم، ضررش را مردم می‌بینند» (بیانات رهبری در دیدار با فرماندهای نیروی انتظامی، ۱۳۹۸/۲/۸).

### ۳- شاخص‌های هویت نوین انقلابی

انقلاب اسلامی ایران نیز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین تحولات قرن بیستم، هم در بُعد شکل‌گیری و هم در بُعد تداوم آن دارای الگوی خاصی از ایدئولوژی سیاسی است که به دنبال آن نیز نوع خاصی از هویت پدید آمده است. در هر صورت باید گفت مسأله هویت مورد توجه ایدئولوژی انقلاب اسلامی، رهبران سیاسی و جامعه اسلامی است که تحت عنوان هویت انقلابی نیز از آن یاد می‌شود. به‌طور مشخص، هویت و از جمله هویت نوین انقلاب اسلامی در آراء رهبر انقلاب اسلامی، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای بسیار مورد توجه است. به تعبیر ایشان:

«جوان امروز - جوان نسل سوم - در آمادگی خود و شجاعت خود و غیرت خود برای دفاع از هویت دینی و انقلابی خود، از جوان نسل اول - که در دوره جنگ تحمیلی و دفاع مقدس حضور داشت - هیچ کمتر نیست، شاید هم جلوتر است. این است حقیقت آن انقلابی که جوشیده‌ی از ایمان‌های مردم و اعتقاد مردم و خواست حقیقی مردم است» (بیانات رهبری در دیدار با مردم آذربایجان شرقی، ۱۳۸۵/۱۱/۲۸). بنابراین علاوه بر مسأله اهمیت حضور و تأثیرگذار نسل‌های سوم و چهارم انقلاب اسلامی، شکل‌گیری هویت نوین بر مبنای ایده‌ها و آرمان‌های انقلاب اسلامی، مورد توجه ایشان نیز می‌باشد. هویت نوین که تحت تأثیر رسانه‌های جمعی و به‌عنوان یکی از عناصر تأثیرگذار در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی قابل طرح است، هم از حیث مورد تهدید واقع شدن از سوی رسانه‌های جمعی و هم از حیث وجود شرایطی برای تداوم و گسترش آن، می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. بنابراین در اینجا به مهم‌ترین مؤلفه‌های هویت نوین اسلامی در پرتو تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی بر آن پرداخته می‌شود:

### ۱-۳. انقلابی و متعهد

تعهد به آرمان‌های اصیل انقلاب اسلامی از جمله استقلال، آزادی و پذیرش مبانی ارزشی نظام جمهوری اسلامی ایران از جمله ویژگی های یک فرد متعهد و انقلابی است. این مسأله درباره هویت های نوین انقلاب اسلامی نیز مورد توجه رهبر انقلاب اسلامی است. بنابراین در این رویکرد، استفاده از ظرفیت‌های نسل‌های سوم و چهارم انقلاب که یاری‌بخش نگرش نوین از هویت انقلاب اسلامی هستند، مورد توجه است. در این مرحله جوانان باید به این مسأله واقف باشند که عناصر ساختن نگرش نوین، بهره‌گیری از امکانات علمی و تکنولوژیکی معاصر در کنار باورهای معنوی و الهی است که می‌بایست به‌طور ویژه مورد توجه قرار گیرند. چنانچه رهبری در این زمینه توصیه می‌کنند: «قدرت، فقط به داشتن سلاح نیست بلکه «علم، ایمان، شخصیت ملی، ایستادگی و هویت انقلابی»، عناصر تولید قدرت هستند» (بیانات رهبری در دیدار با معلمان و نومعلمان سراسر کشور، ۱۳/۲/۱۳۹۵).

علاوه بر اهمیت بُعد تعهد و انقلابی بودن، پی بردن به نقش آفرینی دشمنان در عرصه جنگ رسانه‌ای، یکی از نقاط روشن اندیشه رهبری در حیطه تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی بر هویت نوین انقلابی است. از این جهت، رهبر انقلاب به مسئله دشمنی آشکار کشورهای غربی علیه اسلام و مسلمانان اشاره کرده و راهکار و تکلیف مسلمانان را در این زمینه روشن ساخته‌اند. رهبری معتقدند که مسلمانان باید به «عناصر قدرت خودشان» برگردند که مهم‌ترین عامل اقتدار «اتحاد و اتفاق» است. راهکاری که رهبر انقلاب در در راستای شناخت دشمن و طرد آن مطرح می‌کنند. مبارزه با تبلیغات دروغین دشمنان علیه اسلام و نیز مبارزه با عواملی که از سوی دشمنان اسلام برای تخریب وحدت اسلامی به کار می‌رود. رهبری به مسئله تبلیغ در راستای زشت جلوه دادن تصویر دنیای اسلام و نیز غیر انسانی جلوه دادن آن، با اعمال و اقدامات جریان‌ها و گروه‌های تکفیری اشاره می‌کنند که علاوه بر ایجاد اختلاف بین مسلمین، تلاش دارند اعمال و اقدامات جنایت کارانه گروه‌های تکفیری را به همه مسلمانان تعمیم دهند (بیانات در دیدار مسئولان نظام و سفرای کشورهای اسلامی در سالروز بعثت پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله و سلم)، ۰۶/۰۳/۱۳۹۳).

بر این اساس، هویت نوین انقلاب اسلامی نیازمند نسلی متعهد و انقلابی است که با گذر از نیازهای کاذب که بیش از همه تحت تأثیر نیازهای ساختگی رسانه‌های جمعی توسط نظم سرمایه‌داری است، به نیازهای حقیقی و تقویت ابعاد معنوی خود بپردازند. در این میان رسانه‌های جمعی اعم از مطبوعات، تلویزیون، رادیو و نظایر اینها می‌توانند نقش مؤثری داشته باشند. بنابراین

می توان ضمن شناسایی نقاط ضعف این ابزارها، به شکل مطلوبی از ظرفیت های عظیم آنان در ساختن نگرشی نوین بهره برد. چنانچه ایشان درباره نحوه بهره گیری از فضای مجازی چنین بیان می کنند: «کسی مخالف استفاده از فضای مجازی نیست، بلکه موضوع اصلی این است که در چنین عرصه ای که لغزشگاه است باید زمینه استفاده صحیح فراهم شود نه آنکه فضای مجازی بصورت رها و غیرقابل کنترل باشد» (بیانات رهبری در دیدار با معلمان و نومعلمان سراسر کشور، ۱۳۹۵/۲/۱۳).

بدین ترتیب، رسانه های جمعی در صورتی که بتواند مروج تعهد و ارزش های انقلابی باشد، فرصتی مناسب محسوب می شود و در غیر این صورت تهدیدی برای هویت نوین انقلابی است. چنانچه رسانه های جمعی در صورتی که بتوانند ارزش های مادی گرایانه غربی را به عنوان الگویی برتر برای جوانان جامعه اسلامی نشان دهند، خواهند توانست ذهنیت ها را نسبت به خود دگرگون سازند و از این رهگذر، ارزش های موردنظر خود را بر دیگران تحمیل سازند. به همین دلیل تلاش رسانه های غربی در حوزه های گوناگون آن است که هویت های مخالف و حتی منتقد خود را حامی تروریسم و عقب مانده توصیف کنند تا از این طریق اذهان و افکار عمومی را بر علیه هویت های مستقل بشورانند. از نظر ایشان: «تهاجم خبری و تبلیغی، فرهنگی و اخلاقی رسانه های تحت کنترل زورمندان و زرمندان جهانی به ملت ها بویژه به ملت ایران در اوج خود قرار دارد و در این مقابله اساسی، نقش رسانه ملی، بسیار مهم است» (بیانات رهبری در دیدار با رئیس و کارکنان سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۳/۹/۱۱).

از این منظر، نگرش نوین از هویت انقلاب اسلامی بیش از پیش بر دوش جوانان و نسل سوم و چهارم انقلاب اسلامی است که آینده انقلاب اسلامی را تضمین می کند. به همین دلیل، تکیه بر آموزه های دینی و انقلابی و ادامه مسیر توانمند انقلاب اسلامی می تواند هویت جدیدی را خلق کند. به بیان رهبر انقلاب: «چنین نسلی لازم داریم: بایستی ایمان، سواد، غیرت، شجاعت و خودباوری، انگیزه ی کافی و توان جسمی و فکری حرکت داشته باشد، چشم را به اهداف دور متوجه بکند و به تعبیر امیرالمؤمنین «أَعْرَ اللَّهُ جُمُعَتَكَ»؛ زندگی و وجود خودش را بگذارد در راه این هدف و با جدیت حرکت کند؛ در یک کلمه یعنی یک موجود انقلابی؛ معنای انقلابی این است» (بیانات رهبری در دیدار نخبگان علمی جوان ، ۱۳۹۵/۷/۲۸).

به نظر می رسد لازمه چنین هدفی، بهره گیری از فرصت های پیش آمده توسط رسانه ها از جمله فضای مجازی و دوری جستن از مسائل فرعی و پیش پا افتاده است که در رأس قرار گرفتن مسائل غیرضروری به شکل قابل توجهی می تواند هویت اصیل انقلابی را به دست فراموشی

بسپارد. به بیان رهبری انقلاب: «از فروع و از حواشی، به طور جدی پرهیز کنید... در غالب دوران‌ها ما زیاد دچار حواشی و فروع بوده‌ایم... اما حالا با پدید آمدن فضای مجازی و این حواشی‌ای که در فضای مجازی و مانند اینها هست، بیشتر هم این فروع و این حواشی و امثال اینها زیاد می‌شود؛ از آنها هرچه ممکن است پرهیز کنید» (بیانات رهبری در دیدار با هیات دولت، ۱۳۹۸/۵/۳۰).

### ۳-۲. مسؤولیت‌پذیری و عدالت‌خواهی

مسؤولیت‌پذیری و ایجاد تعهد فردی و اجتماعی یکی از ابعاد مهم هویت نوین انقلاب اسلامی است که عدم توجه به آن خسرانی برای نظام اسلامی محسوب می‌شود. بُعد مسؤولیت‌پذیری نیز از طرف رسانه‌های جمعی و از طریق اشاعه فرهنگ‌های غیر خودی و کاذب، مورد تهدید واقع می‌شود. این موضوع امروزه و با کم اهمیت جلوه دادن ارزش‌های انقلاب اسلامی باعث دوری‌گزینی نسل‌های سوم و چهارم انقلاب از مسؤولیت‌های فردی و اجتماعی آنان می‌شود. با این حال، در اندیشه رهبری انقلاب، مسؤولیت‌پذیری نسل‌های نوین انقلاب دارای اهمیت فراوانی است. به بیان ایشان: «عظمت نقش نیروی جوان متعهد؛ نه هر جوانی؛ جوانی که احساس تعهد کند، احساس مسؤولیت کند. عظمت نقش این قشر یعنی جوان متعهد در این مسیری که در پیش رو داریم و در رسیدن به آن چشم‌انداز مورد نظر» (بیانات رهبری در دیدار با جمعی از دانشجویان، ۱۳۹۸/۳/۱).

با توجه به خصوصیت مسؤولیت‌پذیری، راه‌حلی که در زمینه ساختن نگرش نوین از هویت انقلاب اسلامی دارای اهمیت است، ترسیم دقیق مرزها میان «نیروهای متعهد و انقلابی» و «دشمنانی» است که حتی در قالب دوستی وارد فضای اجتماعی و هویتی انقلاب می‌شوند. بنابراین گام اول برای غلبه بر این تهدیدات، «مرزبندی» روشن و شفاف در این زمینه است. همان‌طور که در آراء رهبری نیز مسأله مرزبندی در فضای مجازی حائز اهمیت شمرده شده است. بیه تعبیر ایشان: «وقتی که مرز روشن نبود، دشمن می‌تواند نفوذ کند، می‌تواند خدعه کند، می‌تواند فریبده عمل بکند، می‌تواند بر فضای مجازی مسلط بشود. اگر مرز با دشمن روشن بود، تسلط او بر فضای مجازی، بر محیط فرهنگی به این آسانی نخواهد بود» (بیانات رهبری در دیدار با اعضای مجلس خبرگان، ۱۳۹۷/۱۲/۲۳).

مسؤولیت‌پذیری در سطوح داخلی و منطقه‌ای به نوبه خود بر حس عدالت‌خواهی در میان نسل نوین انقلاب اسلامی اثرگذار است. عدالت‌خواهی به معنای تلاش برای برقراری برابری و رفع هرگونه تبعیض در سطوح ملی و فرا ملی، یکی از خصلت‌های هویت‌ساز نظام اسلامی ایران

است که می‌بایست توسط نسل‌های بعدی نیز مورد توجه قرار گیرد. شواهدی تاریخی و فرهنگی در این زمینه نیز در رسوم و آداب ملی و اسلامی نیز دیده می‌شود. بر این اساس: «پایبندی مردم ایران به آرمان‌ها و آرزوهای انسانی، جزو لاینفک فرهنگ آنهاست. این ویژگی برخاسته از آموزه‌های اسلامی - که در چندین اصل از اصول قانون اساسی کشور به آن تاکید شده است - در سال‌های نخست پیروزی انقلاب اسلامی به منظور برقراری نظام عادلانه جهانی به صورت اصل نفی سلطه استکبار و استعمار و حمایت از جنبش‌های انقلابی و اسلامی، خود را ظاهر ساخت. حمایت از جنبش‌های اسلامی افغانستان و شیعیان عراق و لبنان و در کنار آنها شیعیان محروم از حقوق اولیه در یمن، و همچنین مخالفت با حضور آمریکا در منطقه، برگرفته از همین الگوی فکری بود. عدالت‌طلبی ریشه‌هایی در ایران قبل از ورود اسلام دارد ولی تاکید اسلام و به ویژه تشیع بر عدالت - ظهور امام زمان (عج) جهت گسترش عدالت در جهان - آن را به یک عنصر ارزشی تعیین کننده تبدیل کرده است که در شکل دادن به آنچه که ما تحت عنوان هویت اسلامی می‌شناسیم، نقش دارد» (چابکی و جوادی ارجمند، ۱۳۸۹: ۶۸). به نظر می‌رسد تداوم هویت نوین انقلابی نیز نیازمند توجه به مقوله عدالت‌طلبی است که به نوبه خود برگرفته از حق طلبی و استقلال نظام اسلامی در دوره‌های مختلف تاریخی است که امروزه در فضای رسانه‌ای می‌بایست دنبال گردد. زیرا آسیب‌های ناشی از عدم مسئولیت‌پذیری، باعث سرگردانی نسل‌های بعدی از دستاوردهای انقلاب اسلامی می‌شود. بر همین اساس، گام مؤثر در این زمینه، خود مراقبتی و دیگر مراقبتی در فضای مجازی و رسانه‌ای است که باعث جلوگیری از نفوذ دشمن در صفوف نسل‌های نوین انقلاب است. به بیان ایشان که چنین هشدار می‌دهند: «مراقب باشید و سوسه دشمن در فضای عمومی زندگی تأثیر نگذارد، نفوذ دشمن نتواند در صفوف یکپارچه جوانان مؤمن اختلال ایجاد کند. در همه‌ی بخش‌ها - امروز در بخش‌های فضای مجازی و در بقیه‌ی زمینه‌ها - دشمن بشدت فعال است» (بیانات رهبری در دانشگاه علوم دریایی نوشهر، ۱۳۹۷/۶/۱۸).

### ۳-۳. دشمن‌شناسی و بیگانه‌ستیزی

هویت نوین انقلاب اسلامی همانند ماهیت انقلاب اسلامی ایران نمی‌تواند خالی از رویکرد بیگانه‌ستیزی باشد. حتی باید گفت این عنصر است که هویت انقلابی را از سایر هویت‌های موجود در سطح منطقه و جهان متمایز می‌سازد. بنابراین آماده ساختن جوانان و نسل‌های بعدی انقلاب در چارچوب اهداف و آرمان‌های استکبار ستیزانه انقلاب اسلامی گام مؤثری برای هویت بخشی به جوانان انقلابی است. به همین دلیل است که تهاجم کشورهای بیگانه به خاک

ایران و بیگانه‌سازی یکی از اصول سیاست خارجی ایران نسبت به مداخله قدرت‌های خارجی است. قدرت‌هایی که درصدد چپاول و غارت ایران در طول تاریخ برآمده‌اند. این اصل بعد از انقلاب اسلامی ایران در قالب قاعده نفی سبیل شکل گرفت. که شامل گسستن از وابستگی به ابرقدرت‌ها و طرد سلطه آنهاست. بنابراین هویت نوین انقلابی می‌بایست به چنین رویکرد بیگانه‌ستیزی توجه کافی نشان دهد. از دیدگاه ایران، نظام بین‌الملل به لحاظ فرهنگی و تاریخی ماهیتی غربی دارد و مبتنی بر تجزیه واحدهای سیاسی و مرزهای تصنعی است. در حالیکه از منظر اسلام، می‌بایست امت محور و در جهت ترکیب مجموعه‌های اسلامی و در تعارض با نشانه‌ها و قواعد تفکیک‌گرا باشد» (چابکی و جوادی ارجمند، ۱۳۸۹: ۶۵). از طرفی دیگر، هویت نوین انقلابی می‌بایست اهداف ایران برای آینده را نیز مدنظر قرار دهد. چنان‌چه از اهداف مهم سیاست خارجی ایران، رسیدن به موقعیت هژمون در منطقه است. ایران خواستار دستیابی به قدرت اول شدن در منطقه است که این قدرت شامل زمینه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی و نظامی می‌باشد. در این راستا ایران به دلیل امکانات بالقوه‌ای که در کنار آموزه‌های برتری‌جویانه اسلام دارد، می‌تواند به قدرت برتر منطقه تبدیل شود که توسط یک هویت نوین آگاه، بیگانه‌ستیزی، درون‌گرا، انقلابی و عدالت‌خواه باشد که بتواند چنین هدفی را به سرانجام برساند.

با توجه به اینکه استکبارستیزی از مؤلفه‌های هویت نوین انقلاب اسلامی است، تهدید آن توسط رسانه‌های جمعی دشمنان انقلاب با جابجا کردن نقش «استکبار و دشمن»، نقشه پلید خود را عملی می‌سازد. رهبر انقلاب اسلامی پیش‌تر نیز خطر این مسأله را به جوانان و حتی آحاد ملت ایران گوشزد کرده بود. به بیان ایشان: «امروز در صحنه‌ی عراق، اگر مقاومت عظیمی از سوی مردم در مقابل تهاجم امریکا صورت گیرد، احتمال کامیابی امریکا در حمله‌ی محتملش به عراق خیلی پایین می‌آید. حالا اگر آمدند و با انواع و اقسام پیام‌ها به مردم عراق القا کردند که ما نظر سوئی نسبت به شما نداریم؛ ما می‌خواهیم شما را نجات دهیم، و این پیام جا افتاد، شما ببینید که صحنه چقدر تغییر پیدا می‌کند: مردم در آن‌جا به‌طور خودکار و بدون این‌که به آنها سلاحی، پولی و رشوه‌ای داده شده باشد، به کسانی تبدیل می‌شوند که به نفع مهاجم کار می‌کنند، حداقل به نفع او سکوت می‌کنند یا به نفع او فعالیت‌شان را تعطیل می‌کنند. نقش پیام این است» (بیانات رهبری در دیدار با مسؤولان سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۱/۱۱/۱۵).

با توجه به نقش رسانه‌های جمعی در شناسایی هویت دشمنان انقلاب اسلامی، دشمن‌شناسی و پی بردن به نقش آفرینی رسانه‌های جمعی در زدودن هویت انقلابی، راهنمای مهمی برای ساختن هویت نوین انقلابی است. از نظر ایشان، لازمه چنین درکی، باور به جنگ رسانه‌ای غرب

است که می‌تواند باعث تهی شدن هویت اسلامی جوانان شود و آنان را از مسیر هویتی خویش دور سازد. از این منظر، روی سخن رهبری انقلاب با کسانی است که چنین جنگی را نمی‌پذیرند و یا آن را کم اهمیت تلقی می‌کنند. چنانچه به صراحت بیان می‌کنند:

«بعضی‌ها اشکال کارشان این است که اصل تهاجم را اصلاً نمی‌بینند، درک نمی‌کنند. اینکه یک جبهه‌ای وجود دارد که سوگندخورده‌ی ریشه کن کردن هویت ملی و اسلامی و فرهنگی ملت ما است، را اصلاً درک نمی‌کنند؛ این همه علائم، نشانه‌ها، ظواهر وجود دارد، نمی‌فهمند؛ گفت: وین گلّه را نگر که چه آسوده می‌چرد؛ آسوده می‌چرند و اصلاً ملتفت نیستند؛ اشکال کارشان اینجا است. شاعر به خاطر روح هنر و به خاطر آن نگاه تیزبین، وقتی این دغدغه، این درد، این احساس در او وجود دارد، این تهاجم را طبعاً احساس می‌کند و درصدد مقابله‌ی با این تهاجم بر می‌آید که این از جمله‌ی کارهای مهم است» (بیانات رهبری در دیدار با شاعران، ۱۳۹۳/۴/۲۱). به عبارتی دیگر، گام اول «دشمن‌شناسی» و تلاش برای شناسایی حربه‌هایی است که جهت تهی کردن هویت انقلاب به کار گرفته می‌شود. از نظر رهبر انقلاب، خشکاندن سرچشمه‌های نقشه دشمن جهت خنثی‌سازی هویت انقلابی گام مهمی برای حرکت بعدی یعنی اصلاح وضع موجود و رسیدن به نقطه مطلوب است. چه اینکه از نظر ایشان: «یکی از برنامه‌های دشمن، آرمان‌زدایی و هویت‌زدایی است که همه باید مراقب و متوجه این نقطه تهاجم باشند» (بیانات رهبری در دیدار با نخبگان و استعداد‌های برتر علمی، ۱۳۹۷/۷/۲۵).

در صورتی که چنین حربه‌ای از سوی دشمن کارساز شود و نقاط ضعف جامعه اسلامی را شناسایی نماید، راه برای زدودن هویت ملت باز می‌شود و این به معنای کم رنگ شدن و حتی از بین رفتن نقاط تمایز هویت اسلامی از سایر هویت‌ها است. راه‌حلی که در این زمینه می‌تواند قابل توجه باشد «مواجهه فعال» با تهدیدات در فضای رسانه‌ای و از جمله فضای مجازی است. به عبارتی دیگر، به جای کنش منفعل و عکس‌العملی نیازمند کنش فعالانه و مواجهه کنش‌مند در فضای مجازی هستیم. راه‌حلی که توسط رهبر انقلاب نیز بیان شده است، به همین مسأله اشاره می‌کند. به بیان ایشان: «مواجهه‌ی ابتکاری این است که نه، فرضاً دشمن از یک ناحیه‌ای به ما حمله می‌کند، ما از ناحیه‌ی دیگری به او حمله کنیم، ما به شکل دیگری ابتکار عمل را به دست بگیریم» (بیانات رهبری در دیدار با اعضای خبرگان رهبری، ۱۳۹۷/۱۲/۲۳). علاوه بر اتخاذ رویکرد ابتکاری و مسلط شدن بر فضای هویت‌سازی رسانه‌ای، نیازمند کنش فعال نیز هستیم. به طوری که با توجه به رویکرد رهبر انقلاب، کنش فعال نیازمند وجود بازیگرانی فعال است و اینجاست که ساخته شدن هویت نوین انقلابی به دست جوانان و برای آنان شکل می‌گیرد و قوام

می یابد. به بیان ایشان: «...در جبهه‌ی مسائل فرهنگی همه باید فعال باشند، بخصوص جوان‌ها؛ در جبهه‌ی حرکت‌های سیاسی و آگاهانه همه باید فعال باشند، به‌خصوص جوان‌ها. جوان‌ها آماده‌اند و می‌توانند فعال باشند...» (بیانات رهبری در دیدار مسؤولان نظام و سفرای کشورهای اسلامی، ۱۳۹۸/۱/۱۴).

کنش‌گری فعال رسانه طراز انقلاب اسلامی، گامی برای تقویت هویت انقلابی و بهره‌گیری مطلوب از رسانه‌های جمعی است. توضیح اینکه، رسانه‌های جمعی در صورتی که بتوانند ارزش‌های مادی گرایانه غربی را به عنوان الگویی برتر برای جوانان جامعه اسلامی نشان دهند، خواهند توانست ذهنیت‌ها را نسبت به خود دگرگون سازند و از این رهگذر، ارزش‌های موردنظر خود را بر دیگران تحمیل سازند. به همین دلیل تلاش رسانه‌های غربی در حوزه‌های گوناگون آن است که هویت‌های مخالف و حتی منتقد خود را حامی تروریسم و عقب‌مانده توصیف کنند تا از این طریق اذهان و افکار عمومی را بر علیه هویت‌های مستقل بشورانند. از نظر ایشان: «تهاجم خبری و تبلیغی، فرهنگی و اخلاقی رسانه‌های تحت کنترل زورمندان و زرمندان جهانی به ملتها بویژه به ملت ایران در اوج خود قرار دارد و در این مقابله اساسی، نقش رسانه ملی، بسیار مهم است» (بیانات رهبری در دیدار با رئیس و کارکنان سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۳/۹/۱۱). بنابراین در صورت نبود کنشگری فعال، عرصه برای معرفی و شناسایی هویت انقلابی برای نسل‌های سوم و چهارم انقلاب فراهم نخواهد شد و انزوای هویتی در عرصه رسانه‌ها و از جمله فضای مجازی حاکم می‌شود. ضمن اینکه یکی از تهدیدات شکل گرفته در فضای رسانه‌ای این است که در رأس برنامه‌های قدرت‌های جهانی ساختن الگوها بر مبنای خواست ملت‌ها قرار دارد. به طوری که ایجاد رویکردهای متناقض در میان نسل‌های یک جامعه و تلقین نارسایی ارزش‌های غیرغربی و مستقل باعث سردرگمی یک نسل و تشکیک نسبت به ارزش‌ها و هنجارهای آنان می‌شود. این مسأله یکی از آسیب‌هایی است که می‌تواند ساختن نگرش نوین از هویت انقلاب اسلامی را با چالش روبرو سازد که نیازمند کنشگری فعال رسانه طراز انقلاب اسلامی است.

#### ۴. نتیجه‌گیری

هویت نوین انقلابی، نشأت گرفته از انقلاب اسلامی که ریشه در تاریخ، فرهنگ و باورهای مردم سرزمین ایران دارد، نقش قابل توجهی در پیشرفت‌های مادی و معنوی جامعه اسلامی دارد. این امر نیازمند تداوم و پیوستگی است که بتواند ارزش‌های انقلاب اسلامی را در میان نسل‌های انقلابی تحکیم و تداوم ببخشد. این تداوم و پیوستگی هم نیازمند بهره‌گیری از آراء و نظریاتی است که توسط رهبران سیاسی انقلاب از جمله حضرت آیت‌الله خامنه‌ای مطرح می‌شود و هم



نیازمند شناسایی تهدیدات رسانه‌ای و بهره‌گیری از فرصت‌های آنان جهت معرفی و تداوم هویت انقلابی در میان نسل‌های سوم و چهارم انقلاب است. بر این اساس، رسانه مطلوب انقلاب اسلامی حامی عدالت‌ورزی و معنویت‌گرایی است؛ استکبارستیزی و دشمن‌شناسی را به عنوان هدفی برای مبارزه ظلم و گسترش عدالت اسلامی و در چارچوب رسانه اسلامی به کار می‌گیرد؛ اخلاق و معنویت را جایگزین نیازهای کاذب و تجملی می‌نماید که به شکل مطلوب در دیدگاه رهبری انقلاب با عنوان اهدافی پایا و نامیرا معرفی شده‌اند.

از طرفی دیگر، ساختن نگرش نوین از هویت انقلاب اسلامی یک ضرورت انکارناپذیر برای نسل‌های سوم و چهارم انقلاب است که براساس خط‌مشی انقلابی و واحدی بتوانند به مشکلات و مسائل جامعه اسلامی که ناشی از تهدیدات بیرونی و نارسایی‌های داخلی است، پاسخ دهند بدین ترتیب باید گفت نقش رسانه‌های جمعی اعم از صدا و سیما، نشریات، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، محیط‌ها و مکان‌های فرهنگی در ساختن نگرشی نوین از هویت انقلاب اسلامی حائز اهمیت فراوان است. بنابراین باید گفت رسانه طراز انقلاب اسلامی که بتواند حامی ساختن نگرش نوین از هویت انقلاب باشد، هم منتقد تبلیغات، برنامه‌ها، محتوا و آشکال رسانه‌های غربی است و هم اینکه با بکارگیری کنش فعال، راهی برای معرفی ارزش‌های انقلابی در داخل و در عرصه بین‌الملل پیدا نماید. شناسایی محتوای رسانه‌های جمعی از جمله شبکه‌های اجتماعی بر مبنای گسترش و تعمیق "سواد رسانه‌ای" راه‌حل مؤثری برای ساختن نگرش نوین از هویت انقلاب اسلامی است.

## منابع و مآخذ:

الوندی، هومن، نیایی، محسن (۱۳۹۱)، «بررسی رابطه هویت اسلامی، فضای مجازی و جهانی شدن»، **فصلنامه مطالعات رسانه‌ای**، سال هفتم، شماره نوزدهم، صص ۴۳-۳۵.

هورسفیلد، پی.ترجی (۱۳۸۹)، مقاله تحول دین در عصر همگرایی رسانه‌ای در **رسانه، دین و فرهنگ**، ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: انتشارات سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.

Adorno, Teodor, w (1991), Cultural industry reconsidered (from the Cultural Industry; Selected Essays on mass culture), London; Routledge, pp 1-8.

Adorno and Horkheimer, Teodor and Max (1993), THE CULTURAL INDUSTRY; ENLIGHTENMENT AS MASS DECEPTION, IN BOOK THE CULTURAL STUDIES READER, EDITOR BY SIMON DURING, ROUTLEDGE, London and New York.

Castells, Manuel (1997), The Power of Identity, Vol. 2, Malded and Axford, Blackwell.

Gerbner, G (1985), Field Definitions: Communication Theory, in: u. s. directory of Graduate Programs (1948-1985) 9 Edition, USA.

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=42633>

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=42381>

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=43319>

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=42152>

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=41994>

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=40461>

WWW.Leader.IR

<http://farsi.khamenei.ir>

اسدی و شمسی، علی و محمد (۱۳۹۶)، «فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی با تأکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری»، ارائه شده در **کنفرانس ملی کاربردهای نوین در علوم انسانی در قرن ۲۱**، بازنمایی در آدرس: 1.284\_NAHC01-NAHC01-Paper/com.civilica.www://https.

آدورنو، تئودور (۱۳۷۸)، چگونگی تلویزیون تماشا کنیم، ترجمه جمال آل‌احمد، **مجله (نیم‌سالانه)**، زیباشناخت، شماره ۱، ۳۱-۲۱. جنکینز، ریچارد (۱۳۸۱)، **هویت اجتماعی**، تورج یار احمدی، تهران: انتشارات شیراز.

دارایی، علی (۱۳۹۵)، رسانه‌های ارتباطی نوین و تأثیر آن بر فرایند بیداری اسلامی در انقلاب تونس، **فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام**، سال ششم، شماره دوم، صص ۸۰-۵۵.

رجایی، فرهنگ (۱۳۸۲)، **مشکله هویت ایرانیان امروز؛ ایفای نقش در عصر یک تمدن و چندفرهنگ**، تهران: نشر نی.

سبحانی‌نژاد و نوروزی، مهدی و محمد (۱۳۹۰)، «تبیین جایگاه رسانه ملی در ساختار مهندسی فرهنگی کشور به منظور مواجهه پویا با تهاجم فرهنگی غرب»، در **مجموعه مقالات دومین همایش بین‌المللی «دین و رسانه» (رسانه دینی، دین رسانه‌ای)**، قم، نشر مرکز پژوهش‌های اسلامی.

صادقی و هادیان، علی و زهرا (۱۳۹۴)، «نقش رسانه در جنگ نرم با نگاهی به جمهوری اسلامی ایران»، **فصلنامه پیش در آموزش علوم انسانی**، سال اول، شماره اول، صص ۱۱-۱.

قاسمی، وحید، عدلی پور، صمد، کیانپور، مسعود (۱۳۹۲)، تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان؛ مطالعه موردی فیسبوک و جوانان شهر اصفهان، **دو فصلنامه علمی-پژوهشی دین و ارتباطات**، سال دوازدهم، شماره دوم (پیاپی ۴۲)، پاییز و زمستان ۹۱، صص ۳۶-۵.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، **عصر اطلاعات: اقتصاد جامعه و فرهنگ، قدرت، هویت**، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر طرح‌نو.

گل محمدی، احمد (۱۳۸۶)، **جهانی شدن فرهنگ، هویت**، تهران: نشر نی.

مک کوایل، دنیس (۱۳۸۲)، **درآمدی بر نظر به ارتباطات جمعی**، ترجمه پرویز اجلائی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

نای، جوزف (۱۳۹۰)، «گفت‌وگوی اینترنتی با جوزف نای، مبدع نظریه قدرت نرم»، **ماهنامه روابط فرهنگی**، سال نخست، شماره ۴، دی ماه ۹۰، صص ۹-۱.

واعظی، رضا (۱۳۹۵)، «نارسایی‌های نظریه‌های موجود و بایسته‌های نظریه‌پردازی برای رسانه طراز انقلاب اسلامی»، **فصلنامه مطالعات انقلاب اسلامی**، سال سیزدهم، پاییز ۹۵، شماره ۴۶، صص ۱۴۴-۱۲۵.