**آماده صفحه‌بندی**

**اقتدار همه‌جانبه در گفتمان فرهنگ دفاعی از دیدگاه رهبری انقلاب**

**با تأکید بر نقش رسانه‌ها بر افکار عمومی**

دکتر خدایار ابراهیمی[[1]](#footnote-1)

1. **چکیده**

این مقاله به نقش و جایگاه رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی در کشور می‌پردازد. تجربه دوران گذشته انقلاب مؤید این مفروض است که با پیشرفت فناوری ارتباطی و تلاش غرب برای هجمه به مبانی ارزشی و آرمان‌ها، هنجارهای دینی و انقلابی و ملی مردم ایران، رسانه‌های بیگانه در آینده، افزایش کمّی و کیفی خواهند داشت؛ از این‌رو مقاله حاضر با توجه به مردم‌پایه بودن نظام جمهوری اسلامی ایران بر مفاهیمی مانند رسانه و کارکرد آن، افکار عمومی و کارکرد رسانه‌ها و نقش آنها در استحکام ساخت درونی نظام با بهره‌گیری از اندیشه‌های فرهنگی رهبری نظام تأکید ورزیده است. این پژوهش از نظر نوع، کاربردی بوده و با هدف "تبیین نقش و جایگاه رسانه در تولید اقتدار ملی ناشی از گفتمان فرهنگ دفاعی " می‌باشد و در صدد پاسخ‌گویی به این پرسش است که "نقش و جایگاه رسانه در شکل‌گیری افکار عمومی برای بسط فرهنگ دفاعی برای تولید اقتدار همه‌جانبه چیست؟". همچنین با به‌کار‌گیری روش اسنادی از مطالب جمع‌آوری شده بهره جسته و از روش علمی تحلیل محتوای کیفی برای بررسی دیدگاه‌های مقام معظم رهبری استفاده گردیده است.

**واژگان کلیدی:** رهبری انقلاب، رسانه، افکار عمومی، گفتمان فرهنگ دفاعی.

**مقدمه و بیان مسئله**

افکار عمومی محصول اثر کنش‌هاي متقابل آحاد و گروه‌هاي اجتماعی است که در اثر فعالیت رسانه‌ها در اقسام دیداری، شنیداری رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها و سایت‌هاي خبري و... تحرك پیدا می‌کنند. رسانه‌ها ابزار اصلی انتقال اطلاعات و ایده‌ها در سطح جوامع هستند که می‌توانند هر روز با خلق ایده و تفکری جدید و ترویج آن به روند توسعه جامعه کمک کنند. امروزه رسانه‌ها تعریف گسترده‌ای پیدا کرده‌اند؛ یعنی رسانه مانند گذشته تنها منحصر به تلویزیون و رادیو و روزنامه و مجله و غیره نیست، بلکه به سبب انبوه و فراوانی آن به رسانه‌های فردی نیز تبدیل شده‌اند. رسانه‌ها قابلیت ایجاد تفکر، اخلاق و رفتار اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ویژه‌ای را در جامعه دارا هستند.

ترديدي وجود ندارد كه رسانه‌هاي ارتباط جمعي، در كنار عواملي همچون نهاد خانواده، آموزش و پرورش، دین، گروه دوستان و هم‌سالان، محيط‌های شغلي، جناح‌هاي سياسي و كل جامعه نقش ويژه‌اي در انتقال فرهنگ، اجتماعي كردن[[2]](#footnote-2) و تعليم و تربيت اجتماعی و انسانی ايفا مي‌كنند، به‌گونه‌اي كه "رسانه‌هاي جمعي نقش برجسته‌اي در شكل‌گيري گرايش‌هاي فرهنگي، جهان‌بيني، اعتقادات و ارزش‌ها بر عهده دارند و نه تنها بازتاب جريان‌هاي فرهنگي هستند، بلكه قادرند مسير اين جريان‌ها را نيز تعيين کنند. آنها اجزاء عمده تشكيل‌دهنده جامعه به‌شمار مي‌آيند» (كارلسون،1380، ص270).

افکار عمومی به اندازه‌ای قوی و نیرومند است که برای برگرداندن آن در یک جهت مشخص و معین، باید کوشش‌های بی‌دریغی به عمل آید. هرگاه لازم باشد که افکار عمومی به حمایت از نظریه‌ معینی ترغیب شود، باید در بیشتر موارد، در احساسات مردم اعمال نفوذ کرد؛ به این معنا که برای ایجاد طرز تفکر مورد نظر، احساسات عامه‌ مردم را تهییج کرد. در واقع، تلاش می‌شود تا حد امکان، نیروی اندیشه و وجدان فرد، کمتر به کار افتد و برعکس در او واکنش‌های انعکاسی شرطی به‌وجود آید. در دنیای امروز، به دلیل آنکه نیرومندترین ابزار تبلیغاتی در دست قدرت‌های حاکمه جهانی است، ایجاد واکنش‌های شرطی در اذهان عمومی نیز در جهت اهداف از پیش تعیین‌شده و همچنین از راه به‌کارگیری شیوه‌ها، وسایل و تجهیزات مناسب توسط همین قدرت‌های حاکم صورت می‌گیرد (رفیعی، 1382، ص118).

رسانه‌هاي گروهي افزون‌بر انعكاس فرهنگ جامعه، نقشی مهم در آفرينش‌هاي فرهنگي و هدايت جامعه دارند، چرا كه «رسانه‌ها با بازتاب دادن فرهنگ و مشاركت در فرايند فرهنگ‌سازي نقش غالب را در جامعه ايفا مي‌کنند و نقش آنها پيچيده است، از يك‌سو جزء فرايندهايي هستند كه فرهنگ از آن منبعث مي‌شود و از سوی ديگر در صحنه‌اي بازي مي‌كنند كه حيات اجتماعي و فرهنگي در آن جريان دارد و به‌طور كلي رسانه‌ها در ساختاربندي مسائل نقش اصلي را برعهده دارند» (لازار،1380، ص86).

وقتی یک ملت، نقاط عطف تاریخ خود و نقش مؤثر و مثبتی را که چهره‌های علمی و شخصیت‌های اجتماعی و فرهنگی آن ملت در پیشبرد قافله تمدن بشری ایفا کرده بشناسد، دیگر دشمن نخواهد توانست به تحریف تاریخ و تحقیر تمدن آن ملت بپردازد، الگو و اسوه‌های مذهبی و ملی تخریب نخواهد شد و توانایی ستاره‌سازی و الگودهی از دشمن سلب خواهد گشت. وقتی یک ملت، جامعیت و عمق فرهنگ دینی خود را بشناسد دیگر دشمن نخواهد توانست چهره‌ای ناکارآمد، نامعقول و خشک و خشنی از دین او ارائه دهد و تعالیم دینی را به‌گونه‌ای تحریف کند که دین را در تعارض با تحلیل‌های عقلی و تحقیقات تجربی قرار دهد کار فرهیختگان و فرزانگان یک جامعه این است که با تعمق و تدقیق، کارکردهای فردی و جمعی و توانمندی‌های دین را در تمامی عرصه‌ها آشکار و نمایان سازند و نقشه‌های دشمن را که در پی تحریف دین و ارائه دین منحرف هستند برملاء ‌سازند. دانستیم که اعتقاد عمیق به فرهنگ دینی و التزام عملی به ضوابط و موازین این فرهنگ، راه را بر روی دشمن می‌بندد و مانع می‌شود که دشمن به تحریف، تخریب و تحقیر فرهنگ خودی بپردازد (تولیت، 1388، ص119).

با این مفروضات است که نقش بی‌بدیل رسانه در شکل‌گیری افکار عمومی مورد توجه سیاستگزاران و تصمیم‌گیران کشور واقع می‌شود و به‌عنوان یکی از ارکان اساسی اثرگذار در نظام‌های سیاسی قلمداد می‌شود. از این‌رو، چگونه می‌شود دفاع همه‌جانبه را در عرصه فرهنگ عجین نمود تا هرکس، هر فرد و هر گروه یا قوم نقش و جایگاه خویش را دریابد و به بهترین وجه برای رسیدن به اقتدار و ثبات علمی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و نظامی گام بردارد؟ با این وصف هدف مقاله حاضر، تبیین نقش و کارکرد رسانه در شکل‌گیری افکار عمومی در چارچوب فرهنگ دفاعی و بر اساس اندیشه رهبری انقلاب است. بر این اساس، پرسش تحقیق این است که نقش و جایگاه رسانه در شکل‌گیری افکار عمومی برای بسط فرهنگ دفاعی برای تولید اقتدار همه جانبه چیست؟

1. **ادبیات نظری تحقیق**
	1. **تعاریف مفاهیم**
		1. **افکار عمومی**

افکار عمومی در اصطلاح به نظر، روش و ارزیابی مشترک گروهی اجتماعی در رابطه با یک موضوع مورد توجه و علاقه همگان گفته می‌شود که در لحظه مشخص بین تعدادی از افراد یک قشر یا طبقه یا سراسر اجتماع به‌طور نسبی عمومیت پیدا کرده است (آقابخشی و افشاری‌راد، 1379، ص480).

* + 1. **فرهنگ دفاعی**

تاکنون تعریف نظریِ قابل استنادی از فرهنگ دفاعی به‌عمل نیامده است و آنچه در اینجا به‌عنوان تعریف این مفهوم مطرح شده است تعریفی قراردادی است که از نظر تعدادی از خبرگان امور فرهنگی و امنیتی مورد وفاق قرار گرفته است و آن عبارتست از: نگرش، انگیزه و تقید همه‌جانبه آحاد مردم جامعه و گروه‌های اجتماعی کشور برای حفظ و نگهبانی از داشته‌ها و دستاوردهای علمی، صنعتی، نظامی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مبتنی‌بر آموزه‌های دینی، انقلابی و ملی در مقابل هرگونه چشم داشت بیگانگان و اغیار.

* + 1. **رسانه**

پیش از تعریف رسانه باید توجه داشت که ارتباط نه تنها یکی از عناصر مهم و اساسی زندگی گروهی انسان است، بلکه سنگ بنای جامعه و هسته اصلی تشکیل ساختمان اجتماعی است؛ از این‌رو بدون ارتباط، هرگز فرهنگ پدیدار نمی‌گشت و بدون فرهنگ، جامعه موجودیت پیدا نمی‌کرد. از این‌رو، در نظام‌های اجتماعی کوچک و بزرگ همانند خانواده، اجتماعات روستایی، شهری، کشوری و بین‌المللی، ارتباط در انتقال دانش‌ها و مهارت‌ها و نگرش و باورها و ارزش‌ها نقش برجسته داشته است و می‌تواند به شکل‌گیری و تغییر شناخت‌ها، عقاید، ارزش‌ها و رفتار انسان منجر گردد. به همین دلیل، ارتباط به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی تغییرات اجتماعی و سیاسی مطرح است (امیرتیموری، 1377، ص10). در تعریفی دیگر، رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم مورد نظر خود (پیام) را به گیرنده منتقل می‌کند. به عبارت دیگر، رسانه، وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است. کتاب، روزنامه، مجله، عکس، فیلم، نوار شنیداری و دیداری، رادیو، تلویزیون، ماهواره و... نمونه‌هایی از رسانه هستند» (تیموری، 1377، ص16).

* 1. **چارچوب نظری**
		1. **فرهنگ و جامعه**

یکی از ویژگی‌هایی که خداوند در وجود مخلوقات خویش به ودیعه گذاشته انگیزه دفاع می‌باشد، به نحوی که هر موجودی مادامی که حیات خویش را در معرض خطر می‌بیند ناخودآگاه اقدام کرده و به نحوی از حیات خویش محافظت می‌کند که در اصطلاح دفاع نامیده می‌شود، اما انسان به‌عنوان اشرف مخلوقات نه تنها حیات و زندگی برایش مهم است بلکه یک‌سری ارزش‌ها و اعتقادات و اصولی دارد که باید از آنها پاسداری کند و حتی ممکن است بر اثر حفاظت از این ارزش‌ها جان و حیات خویش را از دست دهد. این اقدام که به صورت آگاهانه صورت می‌گیرد مخصوص انسان بوده و دفاع را به‌عنوان یکی از گرایش‌های عالی مطرح می‌کند.

صاحب‌نظران و انديشه‌ورزان فرهنگي و اجتماعي، برداشت‌های متعددی از فرهنگ ارائه داده‌اند كه تفاوت‌ها و شباهت‌هاي زیادی با يكديگر دارند. اهمیت فرهنگ در زندگی بشر از جنبه‌هاي مختلف مورد توجه است اما از دو جنبه برجستگي بيشتري دارد: يكي جايگاهي كه فرهنگ در هويت و موجوديت يك جامعه دارد و ديگري نقشي كه فرهنگ مي‌تواند در پيشرفت و تعالي جوامع ايفا کند. جنبه نخست، اهميت و جايگاه فرهنگ را در موجوديت جامعه نمايش مي‌دهد و جنبه دوم اهميت و نقش فرهنگ صحيح در حركت به سمت اعتلا يا انحطاط جوامع را ترسيم مي‌كند. در بعد نخست، حوزه نفوذ فرهنگ به همه ابعاد زندگي بشر كشيده مي‌شود و همه ويژگي‌هاي متمايزكننده انسان‌ها از يكديگر و نيز همه ويژگي‌هاي متفرقه جوامع در فرهنگ آنها نهفته است.

با توجه به ماهيت فرهنگي انقلاب اسلامي، رهبران اين انقلاب عظیم، همواره به موضوع فرهنگ و جايگاه و نقش آن در رشد و تعالي يا انحطاط و تباهي ملت‌ها توجه ويژه داشته و بر تحقق كامل اهداف فرهنگي انقلاب و نظام اسلامي تأكيد داشته‌اند تا آنجا كه حضرت امام‌خميني(ره) اين مفهوم را با تصريح بيشتر چنين بيان مي‌فرمايند: «بي‌شك بالاترين و والاترين عنصري كه در موجوديت هر جامعه دخالت اساسي دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه هويت و موجوديت آن جامعه را تشكيل مي‌دهد» (صحيفه نور، ج 15، ص160). در جایی دیگر می‌فرمایند: «استقلال و موجوديت هر جامعه از استقلال فرهنگ آن نشئت مي‏گيرد و ساده‏انديشي است كه گمان شود با وابستگي فرهنگي، استقلال در ابعاد ديگر يا يكي از آنها امكان‏پذير است. بي‏جهت و مِن بابِ اتفاق نيست كه هدف اصلي استعمارگران كه در رأس تمام اهداف آنان است، هجوم به فرهنگ جوامع زير سلطه است» (صحيفه نور، ج 15، ص160).

در همین خصوص مؤلفه‌های دفاعی مورد نظر امام نیز به‌شدت متأثر از سوگیری فرهنگی ایشان است. در میان شاخص‌های مورد نظر حضرت امام در زمینه فرهنگ دفاعی، اصول زیر از جایگاهی خاص برخوردار است:

1. توسل به مضامین اسلامی و الهی در تمامی سطوح فرهنگ؛
2. اهتمام به تحقق فرهنگ خودباوری و برائت از اتکا به غیر در عرصه‌های مختلف جامعه؛
3. ضرورت بسیج همه امکانات و منابع در هر سطحی برای تحقق فضای مناسب فرهنگ دفاعی؛

 در فرايند توسعه الگوهاي رفتاري مبتني‌بر تقليد بي‌ضابطه و عدم درك ويژگي‌ها و تأثيرهاي فرهنگي، اجتماعي و تاريخي هرگز راه به جايي نمي‌برد و خروج از وضعيت موجود راه حل خودي و بومي مبتني‌بر ماهيت فرهنگي و تكيه بر فرهنگ خود را مي‌طلبد. نوع تصميم‌گيري‌ها بيش از منابع در توسعه‌نيافتگي كشوري تأثير دارد و فرايند اصلاح تقسيم نيز بيش از هر امري جنبه فرهنگي دارد. فرهنگ عامل ايجادكننده اعتماد به نفس ملت‌ها براي توسعه بوده و ميزان سازگاري و پذيرش و دست‌یابی به مراحل توسعه به عناصر فرهنگي جامعه بستگي دارد. توسعه فرهنگي سبب اعتلاي فرهنگي، ايجاد محيط سالم و متناسب با رشد فضايل و تعالي انسان‌ها و مسئوليت‌پذيري آنها می‌شود و فرهنگ جوهر برنامه توسعه ملي و دست‌يابي به توسعه دروني ملي بايد براساس فرهنگ پايه‌گذاري شود (حمزه‌پور، 1388، ص86).

فرهنگ سامان‌بخش باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و هنجارهاي يك جامعه و نوع رفتار و جهت‌گيري‌هاي مردم آن جامعه را مشخص مي‌كند (صالحي امیری، 1386، ص57). امروزه بر همگان آشكار است كه تلاش و برنامه‌ريزي براي دست‌يابي به توسعه اقتصادي، سياسي، اجتماعي بدون تمركز به فرهنگ در درازمدت تأثیرات مخربي به بار خواهد نشاند. توسعه در جايي كه از آن ريشه گرفته است يعني در فرهنگ و سنت‌هاي همان كشور رشد مي‌كند زيرا توسعه فرايند همه‌جانبه و مرتبط با ارزش‌های هر جامعه و فراخوان و مشاركت آحاد افراد در رسيدن به توسعه است (مهدي‌زاده، 1388، ص30).

دهشیری (1388) در باره ساختار فرهنگ اینگونه می‌نویسد: «فرهنگ از شش لایة مجزا و در عین حال مرتبط با یکدیگر تشکیل شده است. سه لایه نخست هسته فرهنگ و سه لایه بعد پوسته آن را تشکیل می‌دهد. لایه نخست (باورها) به معنای جهان‌بینی و اعتقادات و نوع نگرش به خدا، انسان و جهان است. لایه دوم (ارزش‌ها) به معنای بایدها و نباید‌هاست. لایه سوم (هنجارها) به معنای الگوهای رفتاری برآمده از ارزش‌هاست. لایه چهارم (نمادها و اسطوره‌ها) شامل سرود، پرچم، مشاهیر و شخصیت‌های علمی و فرهنگی یک کشور است. لایه پنجم (آیین‌ها و آداب و رسوم) به معنای رفتارهای اجتماعی را شکل می‌دهد و منجر به جامعه‌پذیری و درونی کردن عادات و علایق اجتماعی می‌شود. لایه ششم را فناوری‌ها، مهارت‌ها و نوآوری‌ها تشکیل می‌دهند و ناظر بر محیط و فضای نوینی هستند که فرهنگ عمومی در بستر آن شکل می‌گیرد و مظهر تعامل و تبادل کنش‌های اجتماعی و الگوهای ارتباطی به شمار می‌آید» (دهشیری، 1388، ص128).

در یک جمع‌بندی می‌توان گفت، فرهنگ به‌عنوان مقدمه‌ای برای ورود به سایر عرصه‌ها مطرح بوده و نسبت آن با دیگر مسائل مانند سیاست، اقتصاد و... نسبتی طولی است. برای نمونه، پیش‌زمینه‌های عرصة سیاست در مقوله‌ای به‌نام فرهنگ سیاسی شکل می‌پذیرد؛ به‌طوری‌که در الگوی عمل سیاسی اسلام توجه و تأکید زیادی بر رعایت اخلاق و پرهیز از بی‌اخلاقی سیاسی شده است و نمود و تأثیر مسائل فرهنگی و اخلاقی در مسائل سیاسی جلوه‌ ملموس‌تری دارد.

* + 1. **رسانه و فرهنگ دفاعی**

رسانه‌، گذشته از آنکه خود يک فرهنگ غالبي را ترويج مي‌کند‌، از عناصر فرهنگ‌ساز است‌. رسانه‌ها‌، آينه‌ تمام و کمال فرهنگي کلي جامعه مي‌باشند و نقش فرهنگ‌سازي و همبستگي اجتماعي در ذات يک رسانه نهفته است‌. رسانه‌ها‌، با انعکاس داده‌هاي فرهنگي يک جامعه بايد کوشش کنند که الگویی از فرهنگ کلي جامعه باشند‌. از این‌رو، باید سياست فرهنگ‌گرا در رسانه در دستور کار قرار گيرد تا بتوان انتظار داشت‌، نقش اساسي در راستاي توسعه دارند.

رسانه‌هـا‌، با ايجـاد روابط پويا با عناصـر گوناگون نظام اجتماعي و فرهنگي‌، به انباشت حافظه‌هاي اجتماعي و فرهنگي جامعه کمک کرده و فرهنگ را شکل مي‌دهند‌ و ازسویی نیز به‌عنوان پل ارتباطي ميان نخبگان و جامعه‌، نقش بازتولید فرهنگي را ایفاء نموده و مشارکت اجتماعي را نهادينه مي‌سازند‌‌.

 امام خمینی(ره) با این اعتقاد که کارکرد رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران باید در تراز نظام باشند و به‌گونه‌ای باید برنامه‌سازی و تبلیغ کنند که جامعه را به سوی اصلاح پیش ببرند، می‌فرمایند: «دستگاه رادیو تلویزیون چنانکه من کراراً گفته‏ام، دستگاهی است که حساس‌ترین دستگاه‌های تبلیغاتی هر کشوری است که هم از طریق بصر و هم از طریق سمع از آن مردم استفاده می‏کنند و آن‌طوری که به رادیو و تلویزیون توجه می‏کنند مردم، به هیچ دستگاهی آن‌طور توجه نمی‏کنند. از دستگاه کوچکی که برای بچه‏ها گذارده می‏شود با آن برنامه‏هایی که برای دیگران. اگر این دستگاه اصلاح بشود و برنامه‏های آن برنامه‏های اصلاحی باشد، امید است که یک مملکت اصلاح بشود و اگر این دستگاه دستگاهی باشد که نظیر همان زمان طاغوت باشد، مردم به همان حال باقی می‏مانند ... وظیفۀ مهم این است که مراقبت بشود از این دستگاه، به‌طوری که محتوایش یک محتوای جمهوری اسلامی باشد» (صحیفه، ج11، ص195).

امام خامنه‌ای(مدظله‌العالی) نیز با تعیین جهت‌گیری رسانه ملی در مواجهه با دستگاه عظیم رسانه‌ای غرب با تأکید بر ارزش‌مداری فرمودند: «من به شما عرض کنم که جهت‌گیری اساسی صدا و سیما باید درست نقطه‌ مقابل همان جهت‌گیری باشد که آنها دارند. آنها می‌خواهند فرهنگ ملت را از گرایش به ایمان، ارزش‌ها و گرایش به اصول اسلامی و استقلال هویت ملی برگردانند. شما باید درست نقطه‌ مقابل این کار را مورد اهتمام خودتان قرار دهید. آنها می‌خواهند وحدت ملی را از بین ببرند؛ آنها می‌خواهند اتکا به نفس جوانان را از بین ببرند؛ آنها می‌خواهند افق مقابل چشم نسل جوان ما را تیره و مبهم و هم‌آلود جلوه بدهند؛ آنها می‌خواهند حتی مدیرانِ ارشد سیاسىِ کشور را از اقدام شجاعانه در مسائل گوناگون منصرف کنند و آنها را بترسانند، از مهم‌ترین ابزارهای استکبار، همین قدرت‌ها و سلطه‌های جهانی، ترساندن است... امروز آرایش رسانه‌ای و فرهنگی که در مقابل جمهوری اسلامی قرار دارد، بسیار آرایش پیچیده، متنوع، متکثر، کارآمد و فنی و پیشرفته است. صدا و سیما یک‌تنه در مقابل این آرایش عظیم ایستاده و الحمدللَّه از عهده هم تا حالا برآمده است» (28 اردیبهشت 1383 در دیدار با کارکنان سازمان صدا و سیما).

* + 1. **رسانه‌ و افکار عمومی**

با دقت بر جنبه‌های مثبت و منفی کارکرد رسانه‌ها، این پدیده می‌تواند از یک سو سبب وحدت، همبستگی و وفاق ملی شود و از سوی دیگر حکومت‌ها می‌توانند از این پدیده در ایجاد هم‌گونی، جهت‌دهی افکار عمومی و هماهنگ‌سازی نظریات توده مردم و جامعه نسبت به نظام سیاسی و کارکردهای آن بهره‌برداری کنند، به‌طوری‌که در نظام‌های استکباری، رادیو، تلویزیون و مطبوعات، ابزاری قوی و مؤثر برای همراه‌سازی مردم و جامعه با سیاست‌های سلطه‌جویانه می‌باشند. رسانه‌ها مي‌توانند در عمل حافظ منافع و فرهنگ قدرتمندان اقتصاد، سیاسي، فرهنگی و نظامی باشند. وقتي که سربازان رسانه‌ای بدون هيچ خونريزي وارد کشوري مي‌شوند، طبيعي است که به‌راحتي با نمادسازي و سمبل‌آفريني مطلوب خویش بتوانند فرهنگ آن کشور را هم بدون خونريزي تسخير کنند. از نظر نوئل نئومان[[3]](#footnote-3) (1974) رسانه‌ها به سه روش بر مارپیچ سکوت تأثیر می‌گذارند:

1. ‌این باور را در افراد جامعه ‌ایجاد می‌کنند که عقاید مسلط چه نوع عقایدی هستند؛

2. به افراد جامعه القا می‌کنند که چه عقایدی در حال شکل‌گیری و گسترش‌اند؛ و

3. به افراد جامعه القا می‌کنند که ابراز برخی عقاید موجب منزوی شدن آنها می‌شود، در حالی‌که ابراز برخی عقاید دیگر با استقبال سایر افراد جامعه روبه‌رو می‌شود (مستقیمی، 1390، ص129).

 از نظر مک گوایر[[4]](#footnote-4) مهم‌ترین تأثیرات مطلوب رسانه‌ها شامل تأثیر بر الگوهای مصرف، رفتار رأی دادن، افزایش آگاهی‌های عمومی و بهبود رفتار عمومی، تغییر و بهبود سبک زندگی، تلقین‌ ایدئولوژی و تعلیم آموزه‌های مختلف سیاسی و اجتماعی است. همچنین مهم‌ترین تأثیرات نامطلوب رسانه‌ها شامل افزایش رفتار پرخاشگرانه، ترویج آرمان‌ها و گروه‌های مبتذل، گسترش اندیشه‌های قالبی و کلیشه‌ای، ترویج رفتارهای نامناسب جنسی و ایجاد فرایندهای فکری نامتعادل است (مستقیمی، 1390، ص123).

تأثیر رسانه‌های جمعی در زندگی روزانه شهروندان، محدود به تقویت یا تغییر نگرش‌ها و رفتارها نیست، بلکه می‌تواند منجر به کسب ارزش‌ها و نگرش‌ها و الگوهای رفتاری شود که از آن به آثار اجتماعی رسانه‌ها تعبیر می‌کنند. یکی از نظریه‌های مربوط به آثار اجتماعی رسانه‌ها، نظریه یادگیری اجتماعیِ[[5]](#footnote-5) آلبرت باندورا[[6]](#footnote-6) (1986) است که به‌طور ویژه با ارتباط جمعی در ارتباط است كه با توجه به كاربرد فراوان تبیین‌های مورد نیاز در حوزه مسائل روان‌شناسی اجتماعی، این علم نوپا از نظریه ایشان بهره‌های فراوانی برده است. بنا به این نظریه، یادگیری از راه مشاهده[[7]](#footnote-7)، ‌تقلید[[8]](#footnote-8) و الگوبرداری[[9]](#footnote-9) انجام می‌شود. بر اساس این نظریه، انسان‌ها بیشتر آنچه را که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند، صرفاً از تجربه و مشاهده مستقیم یاد نمی‌گیرند، بلکه عمده آنها به طور غیرمستقیم و به‌ویژه از طریق رسانه‌های جمعی آموخته می‌شود (مک کوایل، 2006، ص493).

به عقیده "بندورا"، یادگیرنده باید‌ افزون‌‌بر توجه و علاقه،‌ توانایی تقلید و الگوبرداری را داشته باشد. یادگیری اجتماعی، بنا بر مشاهده و تقلید، به طور ناخودآگاه در بسیاری از افراد به‌صورت مثبت و منفی انجام می‌گیرد و پیامدهای ثمربخش،‌ یا زیان‌بار خود را به دنبال خواهد داشت (پارسا، 1383، ص217).

کارلسون و همکاران (2008) معتقدند رسانه دروازه‌ای است که از طریق آن فرهنگ به افراد منتقل می‌شود. طبق نظر آنها اگرچه محتوای رسانه یک عنصر فرهنگی به‌شمار می‌آید، در این میان فرایند فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌ها عرصه واکاوی‌های فرهنگی و اجتماعی قرار گرفته است. همچنین فرهنگ‌سازی از طریق رسانه به معنای انتقال محتویات فرهنگی شامل اعتقادها، تصایر، برداشت‌ها، افکار و مفاهیم و ارزش‌هایی است که بر رفتار، پوشش‌ها، سنت‌ها و سبک زندگی افراد در جامعه تأثیر می‌گذارد (کارلسون و همکاران، 2008، ص126).

رسانه‌ها از طریق تغییر الگوهای رفتاری، فرایند جامعه‌پذیری ارزش‌ها، تهیج احساسات، جهت‌دهی به افکار عمومی، شکل‌دهی به باورها، تصاویر و ذهنیات اجتماعی از توان مهندسی فرهنگی برخوردارند و با اطلاع‌رسانی مناسب همانند مایعی میان بافتی در بین اجزای مختلف نظام اجتماعی به فرهنگ‌سازی می‌پردازند. از سویی دیگر به دلیل تعامل گسترده با مردم از توان شناسایی نیازها و خلأهای فرهنگی جامعه برخوردارند و سرانجام برای تأکید دوباره باید اذعان داشت که تأثیرات رسانه بر فرهنگ نمی‌تواند بدون درک این نکته باشد که رسانه‌ها و تحولات رسانه‌ای خود محصول و مخلوق فرهنگ به شمار می‌آیند.

* + 1. **فرهنگ دفاعی و اقتصاد**

فرهنگ دفاعی در حوزه اقتصادی عبارت است از الگوی عمل آحاد مردم براساس ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه در حوزه‌ی اقتصاد. با این نگاه، درهم‌تنیدگی فرهنگ در دیگر ساحت‌های انسان تا جایی پیش می‌رود که شالکه‌ کلی این ساحت‌های انسانی در آن متجلی می‌شود. به عبارت دیگر، نمود فرهنگ در اقتصاد سبب می‌شود که به اقتصاد به‌مثابه وسیله‌ای برای رسیدن به هدف که همان استقلال فرهنگی است نگریسته شود.

امام خامنه‌ای در دیدار با کارگران و معلمان در زمینه استقلال اقتصادی اینگونه بیان می‌فرمایند: «استقلال اقتصادی، یعنی ملت و کشور، در تلاش اقتصادی خود روی پای خود بایستد و به کسی احتیاج نداشته باشد و طوری باشد که یک ملت، ابتدا نیازهای اصلی خودش را بتواند خودش فراهم کند. سپس، در معادلات اقتصادی دنیا و مبادلات جهانی، وزنه‌ای باشد. نتوانند او را به آسانی کنار بگذارند؛ نتوانند او را به آسانی محاصره کنند؛ نتوانند او را به آسانی فرو دهند و هر چه می‌خواهند به او املا کنند.»( ۱۵/۰۲/۱۳۷۲)

معظم‌لهٌ در باره نقش اقتصاد مقاومتی در شکل‌گیری اقتصاد مقاومتی تأکید می‌کنند که: «اینجاست که اقتصاد مقاومتی نقش ممتازی را برای رسیدن به استقلال اقتصادی فراهم می‌سازد. بنابراین اقتصاد مقاومتی معنایش این است که ما یک اقتصادی داشته باشیم که هم روند رو به رشد اقتصادی در کشور محفوظ بماند؛ هم آسیب‌‌پذیری‌اش کاهش پیدا کند؛ یعنی وضع اقتصادی کشور و نظام اقتصادی جوری باشد که در مقابل ترفندهای دشمنان که همیشگی و به شکل‌های مختلف خواهد بود، کمتر آسیب ببیند و اختلال پیدا کند.» (2/6/1391)

در این مبحث به عواملی مانند سیاستگذاری، اصلاح نگرش و الگوی مصرف، عدالت و روحیه جهادی که می‌توانند در عرصه فرهنگ اقتصادی جامعه به‌‌مثابه بخش مهم و گسترده زندگی اجتماعی اثرگذار باشند.

* + 1. **فرهنگ دفاعی و سیاست**

هر جامعه و ملتی فرهنگ سیاسی خاص خود را دارد، فرهنگ سیاسی نیز خود ریشه در فرهنگ اصیل یک جامعه و ملت دارد و در هر فرهنگی یک‌سری اصول بنیادین وجود دارد که نوع تعامل آنها با یکدیگر ساختار و ساختمان فرهنگ سیاسی را از سایر فرهنگ‌های سیاسی متمایز می‌کند. از جمله مهم‌ترین این اصول نوع رابطه دین و سیاست در آن فرهنگ است. فرهنگ سیاسی اسلامی ریشه در وحدت دین و سیاست دارد و هرگونه جدایی از دین آن را از هویت اصلی خود تهی نموده و بی‌اعتبار می‌سازد.

در رابطه با سطوح دفاع سیاسی در حوزه‌های جهان اسلام و جبهه جهانی محرومان، نوعی تقیُّد به تثبیت مشابهت و قرابت مفهومی به چشم می‌خورد. در واقع حضرت امام به طریقی سعی می‌کند که به کمک معرفی دشمنان (امریکا) سازو کارهای مشترک ( قیام ملی، بهره‌مندی از هوشیاری لازم، طراحی الگوی سیاست خارجی مشابه چون مقابله با استکبار و …) میان امت اسلامی و امت جهانی مستضعفان، ضرورت تعاون و هم‌گرایی میان این دو طیف را در جهت تحقق فضای دفاعی لازم در برابر تمهیدات جهانی قدرتمندان بزرگ تأیید کنند.

عوامل زمینه‌ساز و بسترهای فرهنگ سیاسی در یک کشور متعددند، از یک جهت باورها، ارزش‌ها و هنجارهای پذیرفته‌شده، سنت‌ها، آداب و رسوم دینی نقش‌آفرین صورت‌بندیِ فرهنگ سیاسی هستند. فرهنگ سیاسی را بر اساس نگاه‌های مختلف به گونه‌های متفاوت می‌توان تقسیم کرد؛ طبق یک نظر سه نوع فرهنگ سیاسی به قرار زیر وجود دارد:

- فرهنگ سیاسی مشارکتی[[10]](#footnote-10)

- فرهنگ سیاسی پیرو[[11]](#footnote-11)

- فرهنگ سیاسی محدود[[12]](#footnote-12)

از مجموع بیانات امام خامنه‌ای(مدظله‌العالی) چنین مستفاد می‌شود که ایشان در بین انواع فرهنگ سیاسی، نوع مشارکتی و فعال آن را توصیه و ترویج می‌کنند، بارها در انتخابات مختلف اعم از خبرگان، ریاست جمهوری، مجلس و شوراها از آحاد مردم می‌خواهند که با حضور آگاهانه و فعال و با هوشیاری در پای صندوق‌های رأی حاضر شده، نقش والای خود را در سرنوشت سیاسی کشور ایفا کنند. ایشان مشارکت سیاسی در انتخابات را حتی در زمانی که به مرحله دوم نیز کشیده می‌شود، واجب شرعی و سیاسی می‌دانند.

فرهنگ سیاسی در سه بعد آگاهی یا فهم سیاسی، گرایش و تمایلات و اقدام عملی یا مشارکت مطرح است. رهبر معظم انقلاب اسلامی به خوبی درباره هر سه بعد فرهنگ سیاسی نظر خود را بیان کرده‌اند که به اختصار بیان می‌شود:

الف) آگاهی، فهم و تحلیل سیاسی: معظم‌له بر ضرورت کسب دانش و بینش سیاسی و تحلیل حوادث از سوی مردم بسیار تأکید داشته‌اند، ایشان به‌ویژه تأثیر این بعد از فرهنگ سیاسی را درباره وقایع دوران حکومت امام علی(ع)، امام حسن مجتبی(ع) و حادثه کربلا به خوبی روشن می‌کنند. بر این اساس رهبر انقلاب به‌ویژه درباره نقش مهم بصیرت سیاسی و فقدان آن در تحولات تاریخی تأکید می‌کنند و در فرهنگ سیاسی اسلامی بُعد بصیرت سیاسی، قوه فهم و تحلیل مسائل از نظر ایشان بسیار اهمیت دارد، زیرا عمل بدون شناخت، حرکت در بیراهه است و سرعت عمل، بیش از پیش انسان را از حقیقت دور می‌کند.

ب) گرایش سیاسی: در این بُعد از فرهنگ سیاسی و علاقه به فعالیت‌های سیاسی و مهم‌تر از آن جهت‌گیری و تعیین خط مشی سیاسی مهم است. رهبر معظم انقلاب، بر ضرورت جهت‌گیری سیاسی و تعیین خط مشی تأکید کرده‌اند، شناخت جبهه خودی از غیرخودی و در نتیجه گرایش و فعالیت در جبهه خودی، گرایش منفی نسبت به دشمن اسلام و کشور، روحیه استکبارستیزی و خلاصه اینکه بدانیم در چه خطی کار می‌کنیم. از این‌رو می‌فرمایند: بایستی به روشنی جهت و ماهیت کار خودتان را و حرکت خودتان را بدانید ... باید بدانید که در چه خطی دارید کار می‌کنید و چرا دارید کار می‌کنید.

ج) مشارکت سیاسی: تجلی عملی فرهنگ سیاسی، در مشارکت سیاسی است. دخالت در سرنوشت سیاسی جامعه، تصمیم‌سازی، نقش‌آفرینی در فرآیند سیاسی کشور و حضور در صحنه، این بُعد از فرهنگ سیاسی را نشان می‌دهد. شاید بتوان گفت مهم‌ترین شاخص فرهنگ سیاسی از این جهت، انتخابات است. امام‌خامنه‌ای بارها بر لزوم و حتی وجوب شرکت آحاد مردم در انتخابات مختلف اعم از مجلس شورای اسلامی، شهر و روستا، ریاست جمهوری و مجلس خبرگان رهبری سخن گفته‌اند و حضور مردم را موجب یأس و نابودی دشمن، استحکام اقتدار ملی و پشتوانه استمرار انقلاب اسلامی می‌دانند. این به معنی فرهنگ دفاعی در حوزه سیاسی است که کشور را در برابر بسیاری از توطئه‌های سیاسی مصون می‌سازد.

* + 1. **فرهنگ دفاعی و اقتدار همه‌جانبه**

**الف) اقتدار ملی**

اقتدار ملى با چه چيزى تأمين مى‌شود؟ با علم و اخلاق. درباره‌ علم خيلى صحبت كرده‌ايم؛ در اين جلسه درباره‌ اخلاق صحبت مى‌كنيم. در اخلاق، ما نبايد نمره كم بياوريم. پيغمبر ما معلم اخلاق است. پرچم تهذيب و تكميل اخلاق را پيغمبر برافراشته و رسالت پيغمبر اعلام كرده. ما بايد در زمينه‌ اخلاق دچار عقب‌ماندگى نشويم.

رفتارهاى اجتماعى، انضباط، وجدان كارى، قانون‌گرايى و روح ديندارى - كه بعضى آدم‌هاى بى‌انصاف، روح ديندارى جوان‌هاى ما را در معرض تطاول قرار دادند و به نام حرف‌هاى بى‌محتوا و بى‌منطق و به نام آزادى، دستخوش غارت كردند - از پايه‌هاى اقتدار است... يكى از پايه‌هاى اقتدار ملى اين است كه مسؤلان كشور و آحاد ملت اعتقاد داشته باشند مى‌توانند اين راه‌ها را طى كنند و اين كارها را انجام دهند؛ خود را عاجز، بى‌دست و پا و در محيط بن‌بست احساس نكنند... موجبات اقتدار ملى جزو كارهايى است كه مربوط به حكومت است و دستگاه‌هاى حكومتى بايد انجام دهند. البته توهم قدرت هم نداشته باشيم. آنچه را كه نمى‌توانيم، با تخيل و توهم و خيال‌پردازى براى خودمان فرض نكنيم؛ غفلت از قدرت واقعى و حقيقى خودمان نداشته باشيم (8 آبان 1384).

**ب) اقتدار اقتصادی**

آنچه مسلم به‌نظر می‌رسد این است که ایران اسلامی در مسائل چالشی و مورد اختلاف با سایر کشورها زمانی دارای قدرت چانه‌زنی بالاتری خواهد بود که از مؤلفه‌های قدرت بیشتری بهره‌مند باشد، یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های اقتدار هر کشوری، اقتدار اقتصادی است. اقتصاد به سبب عوامل متعددی، از جمله ارتباط تنگاتنگ با سیاست و اثرپذیری از آن و اثرگذاری بر آن و همچنین اثر مستقیم بر معیشت مردم، که جزء نیازهای اولیه محسوب می‌شود، همواره نقش به‌سزایی را در مناسبات جهانی ایفا کرده و از این جهت است که هرگاه کشورهای غربی، به دلیل قدرت اقتصادی بالا، بخواهند بر کشوری سلطه پیدا نموده و موضوعی را بر دیگر کشورها تحمیل نمایند، از اهرم تحریم‌های اقتصادی استفاده می‌نمایند؛ زیرا نسبت به گزینه نظامی اولاً هزینه کمتری برای کشورهای تحریم کننده دارد و از طرف دیگر دارای اثرگذاری بالاتری است.

از این رو، مسئله اقتدار اقتصادی مورد توجه حضرت امام خمینی(ره) و مقام معظم رهبری بوده است و همواره بر این نکته تأکید داشته‌اند که برای جلوگیری از فشارهای کشورهای مستکبر، کشور باید به سوی تقویت ساخت درونی و عدم‌ وابستگی به سایر کشورها حرکت کند تا بتواند قدرت دفاع اقتصادی خود را در برابر زروگویی‌های نظام سلطه افزایش دهد. از این‌رو، عوامل رسیدن به اقتدار اقتصادی در عناوین زیر تجلی می‌یابد؛

**عوامل اقتدار اقتصاد مقاومتی**

1. قدرت تأمین بودجه کشور
2. تدوین نقشه جامع اقتصادی کشور
3. تقویت شرکت‌های دانش‌بنیان
4. بهبود محیط کسب و کار
5. داشتن توان تولید و انباشت سرمایه

**پ) اقتدار فرهنگی**

امام خامنه‌ای(مدظله‌العالی) بارها در باره زمینه‌های رشد و بالندگی کشور نسخه‌های عملی ارائه داده‌اند که در صورت توجه مسئولان مسیر رسیدن به اهداف والای نظام هموارتر خواهد شد. معظم‌له در زمینه قدرت ملی مبتنی بر هویت فرهنگی می‌فرمایند: «در زمینه‌های فرهنگی هم عرض کنم: این دیگر مخصوص ما نیست. همه ملت‌های زنده دنیا، بر این متفق‌اند که اگر ملتی اجازه داد فرهنگ ملی‌اش پایمال تهاجم فرهنگ‌های بیگانه شود، آن ملت از دست رفته است. ملت غالب، ملتی است که فرهنگش غالب است. غلبه فرهنگی است که می‌تواند غلبه اقتصادی و سیاسی و امنیتی و نظامی و همه چیز را هم با خود به دنبال بیاورد. (12/5/1372) اقتدار فرهنگی هم همین‌طور است؛ یعنی از لحاظ فرهنگی، فرهنگِ کشور اثرگذار باشد و اثرپذیر نباشد و تهاجم فرهنگی به شکل صحیحی دفع شود» (28/2/1380).

ایشان بخشی از هویت فرهنگی مورد نیاز اقتدار فرهنگی را به تولیدات فرهنگی توسط رسانه‌ها به‌ویژه رسانه ملی منوط دانسته و می‌فرمایند: «پخش برنامه‌های هنری و فیلم‌ها و گزارش‌هایی که جوانان و کودکان را به رفتار سالم و اندیشه درست رهنمون می‌شود و دین‌داری و تعهد و انضباط و محبت و تعاون و حضور در صحنه‌های انقلابی و سیاسی را به آنان می‌آموزد، و عشق به فرهنگ و میهن و مردم خویش را در آنان پدید می‌آورد، کاری درخشان و حسنه‌ای ماندگار است و کشور را در برابر امواج تهاجم فکری و فرهنگی و تبلیغاتی بیمه می‌کند» (5/3/1378).

**ت) اقتدار سیاسی**

رهبر معظم انقلاب اسلامی بر اساس فرایند شکل‌گیری انقلاب که اوج آن را در ساخت تمدن اسلامی برمی‌شمرند، می‌فرمایند: «ما اگر پیشرفت همه‌جانبه را به معناى تمدن‌سازى نوین اسلامى بگیریم – بالاخره یک مصداق عینى و خارجى براى پیشرفت با مفهوم اسلامى وجود دارد؛ اینجور بگوییم که هدف ملت ایران و هدف انقلاب اسلامى، ایجاد یک تمدن نوین اسلامى است؛ این محاسبه‌ درستى است – این تمدن نوین دو بخش دارد: یک بخش، بخش ابزارى است؛ یک بخش دیگر، بخش متنى و اصلى و اساسى است. به هر دو بخش باید رسید».

معظم‌له دو بخش ابزاری و متنی را اینگونه ترسیم می‌فرمایند: «آن بخش ابزارى چیست؟ بخش ابزارى عبارت است از همین ارزش‌هایى که ما امروز به‌عنوان پیشرفت کشور مطرح می‌کنیم: علم، اختراع، صنعت، سیاست، اقتصاد، اقتدار سیاسى و نظامى، اعتبار بین‌المللى، تبلیغ و ابزارهاى تبلیغ؛ اینها همه بخش ابزارى تمدن است؛ وسیله است. البته ما در این بخش در کشور پیشرفت خوبى داشته‌ایم. کارهاى زیاد و خوبى شده است؛ هم در زمینه‌ سیاست، هم در زمینه‌ مسائل علمى، هم در زمینه‌ مسائل اجتماعى، هم در زمینه‌ اختراعات – که شما حالا اینجا نمونه‌اش را ملاحظه کردید و این جوان عزیز براى ما شرح دادند – و از این قبیل، الى‌ماشاءاللّه در سرتاسر کشور انجام گرفته است. در بخش ابزارى، علیرغم فشارها و تهدیدها و تحریم‌ها و این چیزها، پیشرفت کشور خوب بوده است» (23/7/1391).

**ث) اقتدار علمی**

امام خامنه‌ای با تأکید بر مقوله دانش به منزله پایه‌های قدرت می‌فرمایند: «علم مايه‌ قدرت است؛ هم امروز و هم در طول تاريخ؛ در آينده هم همين‌جور خواهد بود. اين علم يك وقت منتهى به يك فناورى خواهد شد، يك وقت هم نخواهد شد. خود دانش مايه‌ اقتدار است؛ ثروت‌آفرين است؛ قدرت نظامى‌آفرين است؛ قدرت سياسى‌آفرين است. يك روايتى هست كه مي‌فرمايد: "العلم سلطان"، علم، قدرت است، "من وجده صال به و من لم يجده صيل عليه". يعنى مسئله، دو طرف دارد: اگر علم داشتيد، مي‌توانيد سخن برتر را بگویيد، دست برتر را داشته باشيد- "صال" يعنى اين - اگر نداشتيد، حالت ميانه ندارد؛ "صيل عليه". پس كسى كه علم دارد، او دست برتر را بر روى شما خواهد داشت؛ در مقدرات شما دخالت مي‌كند؛ در سرنوشت شما دخالت مي‌كند. گنجينه‌ معارف اسلامى پر است از اين حرف‌ها». (13/11/1388).

معظم‌له جایگاه مهم علم و دانش را در تولید قدرت و ایجاد زمینه‌های اقتدار بر شماری نموده و به دانشجویان تأکید می‌فرمایند: «قدرت پيدا كنيد. اگر ايران اسلامى بتواند در زمينه‏ علمى سخن خودش را در حد سخنان اول دنيا در بياورد، كار شدنى است؛ چون علم، ثروت هم ايجاد مي‌‏كند، قدرت نظامى هم ايجاد مي‌كند، اعتماد به‌نفس هم ايجاد مي‌كند. من بارها گفته‌‏ام، بازهم مي‌گويم و بازهم بارها تأكيد خواهم كرد كه پايه و زيربناى اقتدار آينده‏‌ شما ملت عزيز در قدرت علمى است» (24/7/1384).

**ج) اقتدار نظامی**

همه‌ جامعه‌هاى عالم و كشورهاى عالم براى اينكه بتوانند امنيت خود را تأمين كنند، بتوانند راه عزت خود را بپيمايند و به آسايش مادى و معنوى دست پيدا كنند، احتياج دارند به اقتدار. قدرت نظامى براى كشورى كه مورد تهديد قدرت‌هاست، يكى از واجب‏ترينِ واجب‌هاست. در هر اجتماعى، قوه‌ قضائيه حل و فصل‌كننده‌ اختلافات و حاكم‌كننده‌ عدل در مقابل ظلم و تجاوز و فساد و اينهاست. علم مايه‌ قدرت است؛ هم امروز و هم در طول تاريخ؛ در آينده هم همين‌جور خواهد بود (19/8/1389).

قدرت نظامى براى كشورى كه مورد تهديد قدرت‌هاست، يكى از واجب‏ترينِ واجب‌هاست. امروز اين نكته مخصوص جمهورى اسلامى هم نيست. همه‏ كشورهايى كه مى‏‌خواهند از آسيب دخالت قدرت‌هاى بزرگ محفوظ باشند، اوّلًا بايد نظام‌هاى سياسى آن‏ها متكى به مردم باشد؛ ثانياً بايد از قدرتِ نظامىِ مردمىِ خودكفاىِ كارآمد برخوردار باشند؛ ولى آنها اين را نمى‏‌خواهند (5/7/1376).

**چ) اقتدار قضایی**

قوه‌ قضائيه به دو عامل نياز دارد تا بتواند موفق باشد. در هر نظامى، در هر اجتماعى، قوه‌ قضائيه حل و فصل‌كننده‌ اختلافات و حاكم‌كننده‌ عدل در مقابل ظلم و تجاوز و فساد و اينهاست. براى اينكه قوه‌ قضائيه در اين هدف والا موفق بشود، به دو چيز احتياج دارد: يكى قدرت و اقتدار - كه بايد قوى باشد - دوم، اعتماد؛ يعنى مردم بايد به او اعتماد داشته باشند... قوه‌ قضائيه با استحكام درونى، با تربيت و به كار گرفتن انسان‌هاى شايسته، فاضل، امين و درستكار، قوّت و اقتدار پيدا مي‌كند. با وضع قوانين درست، با نظارت‌هاى متناسب، با بهره‌گيرى از پيشرفت‌هاى گوناگون فنى و سازمانى و استفاده‌ از همه‌ دنيا، اين اقتدار به وجود مى‌آيد (6/4/1390).

قوه‏ قضائيه بازو و پنجه‏ قدرتمند نظام است، براى اينكه گريبان متجاوز و متخلف از قانون را بگيرد و او را سر جاى خود بنشاند تا مردم بتوانند در پناه قانون زندگى كنند. پس، اقتدار قوه‏ قضائيه يك اصل است، اما درعين‏ حال اين اقتدار بايد به نحوى باشد كه اعتماد مردم جلب شود و اين با همين اصلاحاتى است كه در قوه‏ قضائيه طراحى شده است و بايد با قدرت تمام دنبال شود (7/4/1382).

1. **روش‌شناسی**

این تحقیق از نوع کاربردی و با روش اسنادی انجام شده و برای جمع‌آوری اطلاعات به‌صورت کتابخانه‌ای انجام گرفته است و از سویی نیز با توجه به ضرورت بررسی اندیشه دفاعی امام خمینی(ره) و امام‌خامنه‌ای(مدظله‌العالی) پیرامون فرهنگ دفاعی از روش تحلیل محتوای کیفی بهره‌گیری شده است و تلاش گردیده است ساختار مقاله در قالب یک الگوی مناسب برای بهره‌گیری از نقش رسانه در ایجاد و تقویت فرهنگ دفاعی در کشور ارائه شود.

1. **یافته‌های تحقیق**

 همانطور که در بخش‌های مختلف مقاله اشاره شد هم مقوله فرهنگ و هم مدیریت افکار عمومی ناشی از عملکرد پدیده‌ای مانند رسانه بوده و زندگی اجتماعی بشر به‌شدت تحت تأثیر این دو قرار دارد. در دیدگاه امام خامنه‌ای که اساس و قوام جامعه را فرهنگ می‌دانند و استقلال فرهنگی را مهم‌ترین وجه استقلال ذکر می‌فرمایند و این نشان‌دهنده نقش و جایگاه فرهنگ است، همینطور هم بر نقش تعیین‌کننده رسانه در افکار عمومی جامعه تأکید نموده‌اند، به‌طوری‌که انتظار عملکردی در تراز یک مرکز فرهنگ‌ساز همانند دانشگاه از رسانه ابراز داشته‌اند و این حکایت از تأثیرگذاری رسانه می‌باشد.

 از دیدگاه صاحب‌نظران حوزه ارتباطات همان‌طور که در بخش‌های مختلف مقاله اشاره شد رسانه‌ها خود جزئی از فرهنگ هرجامعه به‌شمار می‌آیند و از مجرای مفهوم ارتباطات در انتقال و تغییر فرهنگ تأثیر دارند به‌گونه‌ای که در مورد هسته فرهنگ (باورها، ارزش‌ها، هنجارها) از توان تعلیمی و تثبیتی در فرهنگ‌سازی برخوردارند و در مورد پوسته فرهنگ (نمادها، آیین‌ها و فناوری‌ها) دارای توان تغییر رفتار اجتماعی و تحول الگوهای اجتماعی هستند و می‌توانند بر احساس‌ها و شیوه‌های نگرش بر محیط زندگی جمعی تأثیر بگذارند. به این معنی که رسانه‌های جمعی به‌عنوان نیروی تأثیرگذار در فرآیند آموزشی می‌توانند ضمن تثبیت افکار، اعتقادات، اصول، معانی، ارزش‌ها، هنجارها و اخلاقیات، موجب اصلاح در نگرش‌های عمومی نسبت به سنت‌ها، آداب و رسوم اجتماعی، روندها و رویه‌ها، تفریح و کار، رفتارها، ابداعات، دانش‌ها، ابزارها، سبک زندگی و .. را فراهم آورند.

 مطابق این یافته‌های، رسانه‌ در تمامی عرصه‌های زندگی اجتماعی و بیش از همه بر افکار عمومی نقش‌آفرین بوده و بر این اساس با استفاده از قابلیت‌ها و ظرفیت‌های رسانه‌ای می‌توان دفاع را به عنوان یک فهم و درک فرهنگی برای تمامی‌ سطوح جامعه برنامه‌ریزی کرد که فرهنگ در مقام زیرساخت اجتماعی مورد توجه اقشار جامعه قرار گیرد. به این مفهوم که تمامی افراد و آحاد جامعه در هر جایگاهی که قرار دارند خود را مدافع منافع ملی قلمداد کنند و برای اعتلای اهداف و آرمان‌های دینی، انقلابی و ملی از هر تلاشی فروگذار نباشند.

 اقتدار ملی برآیند اقتدار همه‌جانبه است و اقتدار همه‌جانبه نیازمند به ایجاد فرهنگ دفاعی است و فرهنگ دفاعی زمانی معنا و مفهوم پیدا می‌کند که عموم جامعه درک درستی از اقتدار داشته باشند. در این شرایط است که فرهنگ دفاعی در تمامی ابعاد یعنی اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و نظامی می‌تواند مقتدرانه تجلی یابد و مقتدرانه کشور را در رقابت‌های منطقه‌ای و بین‌المللی به یک بازیگر اثرگذار تبدیل کند. در این میان که اقتدار ملی محصول اقتدار همه‌جانبه است مستلزم نهادینه شدن اندیشه فرهنگ دفاعی در صحنه زندگی افراد جامعه است و این فراگیری ممکن نیست مگر با بسیج رسانه‌ای. اگر رسانه‌ها این اهتمام را داشته باشند که بتوانند استقلال را در همه ابعاد با به‌کارگیری قدرت اقناعی به جامعه تزریق کنند و آن را به‌عنوان یک دغدغه با اولویت به مخاطبان منتقل نمایند به‌طور حتم می‌توانند بخشی از ذهن مردم را با این مقوله درگیر کنند و برای تبیین فرهنگ دفاعی گام بردارند.

 اگر بپذیریم که دشمنان در تلاش هستند مانع پیشرفت همه‌جانبه کشور ما باشند و همواره با ایجاد موانع سعی دارند ملت ما را عقب‌مانده نگه‌ دارند و در این خصوص اقدامات زیادی هم به عمل آورده‌اند که تحریم‌های همه‌جانبه، ترور دانشمندان هسته‌ای، تهدیدات فرهنگی و ... در این راستا صورت گرفته است.

در پایان این مبحث، فرایند تأثیرگذاری عملیات رسانه‌ای بر افکار و فرهنگ عمومی جامعه در چارچوب یک الگوی مفهومی ارائه شده است و با ترسیم ابعاد فرهنگ دفاعی با این مفروض که زمینه‌های شکل‌گیری یک فرهنگ دفاعی مقتدر را فراهم سازند تا اقتدار ملی هم به تبع آن به ظهور برسد.



**7- نتیجه‌گیری**

انقلاب اسلامی با رویکردی فرهنگی شکل گرفت و بر همین اساس نیز نظام جمهوری اسلامی به‌عنوان یک ساخت سیاسی نو در میان ساختارهای سیاسی جهان اما با شعاری متفاوت(نه شرقی و نه غربی) پا به عرصه نظام بین‌الملل گذاشت. فرهنگ‌محور بودن این انقلاب، توان ماندگاری آن را افزایش داده است. این ماندگاری به‌دلیل رسوخ فرهنگ در لایه‌های اجتماعی می‌باشد. بنابر همین ویژگی است که دشمنان انقلاب برای براندازی آن به تهاجم فرهنگی و جنگ نرم یا همان جنگ فرهنگی روی آورده‌اند.

امام خامنه‌ای به موضوع فرهنگ و هر آنچه با این مقوله مرتبط است، بسیار حساس بوده و همواره هشدارهایی در این زمینه به مسئولان و آحاد مردم یادآوری نموده‌اند. به‌طور مسلم مقابله با جنگ فرهنگی دشمنان مستلزم بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌هایی است که قدرت نرم و توان فرهنگی کشور را در برابر هجمه‌های فرهنگی- اجتماعی بالا ببرد. یکی از اقدامات مهم در این خصوص توجه به فرهنگ دفاعی در عرصه‌های مختلف شامل اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، نظامی و علمی است تا با فرهنگ‌سازی و افزایش توان ملی در حوزه‌های یادشده، قدرت بازدارندگی کشور نیز به وضعیت مطلوب برسد.

نقش بی‌بدیل رسانه در فراهم‌سازی زمینه‌های رسیدن به وضعیت مطلوب در هر یک از عرصه‌های یادشده غیر قابل اغماض است و همانطور که در چهار دهه از گذشت انقلاب، عملیات رسانه‌ای از سوی رهبر معظم انقلاب مورد توجه قرار داشته و به تعابیر زیادی از رسانه‌های جمعی، به‌خصوص از رسانه ملی به‌عنوان دانشگاه و مرکز تعلیم و تربیت از آن یاد شده و از سویی نیز اهتمام نظام سلطه برای براندازی جمهوری اسلامی که با توان رسانه‌ای بسیار قوی وارد میدان شده است، نقش رسانه‌ها در مدیریت افکار عمومی برای کمک به ایجاد و ارتقاء فرهنگ دفاعی بیش از پیش دارای اهمیت است.

در صورتی‌که از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رسانه‌ای منتسب به نظام برای انتقال پیام‌های انقلاب به درون و برون جامعه استفاده شود به‌طور قطع از خطرهای اقدامات براندازانه دشمنان کاسته شده و زمینه‌های رشد و بالندگی ایران اسلامی هموارتر می‌شود. با این مفروض است که قدرت ملی مبتنی‌بر اقتدار در عرصه‌های گوناگون شکل گرفته و کشوری که در زمینه‌های اقتصادی، علمی، نظامی به مرجعیت برسد بی‌تردید چشم طمع دشمنان نیز از آن برداشته خواهد شد. از این‌رو، اینگونه نتیجه‌گیری می‌شود که:

- رسانه‌ها بر فرهنگ عمومی جامعه تأثیر به‌سزایی دارند و حتی خود فرهنگ‌ساز هستند.

- رسانه بر نظام فرهنگی جامعه شامل باورها، ارزش‌ها و رفتارهای اجتماعی اثر بالایی دارد.

- فرهنگ دفاعی در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و نظامی تجلی می‌یابد و در صورتی مقتدر خواهد بود که جامعه در تمامی عرصه‌های ذکر شده به استقلال رسیده باشد.

- نقش رسانه‌ها در هدایت و مدیریت افکار عمومی و فرهنگ‌سازی دفاعی بسیار مهم و تعیین‌کننده است و بدون حضور رسانه دستیابی به یک فرهنگ دفاعی مقتدر ممکن نیست.

- کشور در وضعیتی قابل اطمینان است که اقتدار همه‌جانبه در ابعاد گوناگون حاصل شده باشد.

**راهکارها**

- ایجاد الزامات سیستمی برای تبیین رسانه‌ای فرهنگ دفاعی.

- نهادینه‌سازی فرهنگ دفاعی در عرصه‌های آموزشی و تربیتی.

- تهیه، تدوین و تألیف ادبیات و محتوای مورد نیاز در حوزه فرهنگ دفاعی برای رسانه‌ها.

- بسیج رسانه‌ها برای اشاعه فرهنگ دفاعی در جامعه.

- توجه لازم به تولیدات فرهنگی‌ و هنری در زمینه فرهنگ دفاعی.

- استفاده از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رسانه‌ای در دو حوزه حقیقی و مجازی برای تبیین و تحقق فرهنگ دفاعی.

**منابع**

- امام خمینی(ره)، صحیفه نور.

- امام خامنه‌ای(مدظله‌العالی)، فرمایشات و پیام‌ها.

- افتخاری، علی‌اصغر و همکاران (1390)؛ بازخوانی الزامات امنیتی سند چشم انداز ج.ا.ا. در افق 1404، رویکردی چندجانبه، فصلنامه راهبرد، سال بیستم، ش60.

- آقابخشی، علی و افشاری‌راد، مینو (1379)؛ فرهنگ علوم سیاسی؛ تهران: چاپار، چاپ اول.

- امیرتیموری، محمدحسن (1377)؛ رسانه‌های آموزشی؛ شیراز: انتشارات ساسان.

- پارسا، محمد (1383)؛ زمینه نوین روان‌شناسی؛ تهران: بعثت، چاپ بیستم.

- تولیت، سید عباس (1388)؛ مدیریت دفاع فرهنگی؛ مجله اندیشه انقلاب اسلامی، ش7و8.

- حمزه‌پور، علي (1388)؛ مفهوم و ماهيت الگوي اسلامي- ايراني پيشرفت؛ فصلنامه تخصصي نامه دولت اسلامي، ش7و 8 ، بهار و تابستان.

- دهشیری، محمدرضا (1388)؛ رسانه و فرهنگ‌سازی؛ فصلنامه علمی- پژوهشی تحقيقات فرهنگی، دوره دوم، ش8.

- صالحي، اميري، سيدرضا (1382)؛ مفاهيم و نظريه‌هاي فرهنگي؛ تهران: ققنوس.

- كارلسون، اولا (1380)؛ كودكان و خشونت در رسانه‌هاي جمعي؛ ترجمه مهدي شفتي، تهران: مركز تحقيقات صدا و سيما.

- گودمن، استفان (1384)؛ نادره فتوره‌چی، گفت‌و‌گوی با روزنامه شرق.

- لازار ، ژوديت (1380)؛ افكار عمومي؛ ترجمه مرتضي كتبي، تهران: ني.

- ماندل، رابرت (1377)؛ چهره متغير امنيت ملی؛ مترجم و ناشر، پژوهشکده مطالعات راهبردی.

- [جعفرى، محمدتقى (1373)؛ فرهنگ پیرو، فرهنگ پیشرو؛ تهران: انتشارات علمى و فرهنگى.](http://mfbo.ir/%D9%86%D9%82%D8%B4-%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D9%86%D9%87-%D8%AF%D8%B1-%D8%AA%D8%A8%D9%8A%D9%8A%D9%86-%D8%AF%D9%81%D8%A7%D8%B9-%D9%88-%D9%87%D8%AC%D9%88%D9%85-%D9%81%D8%B1%D9%87%D9%86%DA%AF%D9%8A__a-92.aspx#book-footnot-1)

- محمودزاده، علی و دیگران (1388)؛ واکاوی و بازشناسی مدیریت جهادی؛ نشر: دفترنماینده ولی فقیه.

- مستقیمی، حسین (1390)؛ نقش‌آفرینی رسانه‌ها در جامعه دانایی؛ دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، انتشارات اوقاف.

- مهدي‌زاده، عليرضا (1388)؛ ماهنامه مهندسي فرهنگي شوراي عالي انقلاب فرهنگي؛ سال چهارم، ش 35 و 36.

1. Carlsson, U.; Tayie, Samy; Jacquinot-Delaunay, Genevieve & Tornero, José Mannuel Pérez (Eds.) (2008) Empowerment through Education: An Intercultural Dialogue, Sweden: Goteborg University.
1. . استادیار دانشگاه امام حسین(ع) و مدیر گروه قدرت نرم دانشکده علوم انسانی اسلامی، khebrahimi@chmail.ir [↑](#footnote-ref-1)
2. - socialization [↑](#footnote-ref-2)
3. - Noelle. Neumann [↑](#footnote-ref-3)
4. - Barry McGuire [↑](#footnote-ref-4)
5. - Social learning [↑](#footnote-ref-5)
6. - A. Bandura [↑](#footnote-ref-6)
7. - Observation [↑](#footnote-ref-7)
8. - Imitation [↑](#footnote-ref-8)
9. - Modeling [↑](#footnote-ref-9)
10. - Participant [↑](#footnote-ref-10)
11. - Subject [↑](#footnote-ref-11)
12. - Parochial [↑](#footnote-ref-12)