

Research Article

The Normative Components of the Civilization-building Media Based on the Statement of the Second Phase of the Islamic Revolution of Iran

Ruhollah Abbaszadeh¹

Received: 20/10/2021

Accepted: 16/04/2022

Abstract

The Statement of the Second Phase of the Islamic Revolution of Iran has been compiled with the aim of self-construction, dealing with society, and making civilization. In order to achieve Islamic civilization, many requirements are necessary, and one of the main preconditions for achieving this goal is the role of the mass media in this regard. The orientation of the mass media in the various dimensions of media activities is influenced by the normative system that governs it. Thus, in order to realize the new Islamic civilization, it is necessary to present rules based on the Statement of the Second Phase of the Islamic Revolution for the mass media in order to provide the context for the realization of the new Islamic civilization by focusing on the basis of the mass media. In the present paper, which was conducted by the method of argument-studies

1. Assistant Professor of Culture and Media Department of Shahid Mahallati Higher Education Complex, Qom, Iran. asd.1360@yahoo.com.

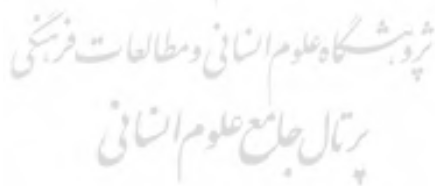
* Abbaszadeh, R. (1401 AP). The Normative Components of the Civilization-building Media Based on the Statement of the Second Phase of the Islamic Revolution of Iran. *Journal of Islam and Social Studies*, 9(36), pp. 94-122. DOI: 10.22081/JISS.2022.59083.1718.

Copyright © 2021, Author (s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages, provided the original work is properly cited

research, forty normative components were extracted, then among them, the normative components that were more emphasized and referred to the components of the civilization-building media were obtained. These components include monotheism and deep faith, having hope for the future, youthfulness and hope for young people in creating the upcoming evolutions, scientism and focusing on research, strengthening spirituality and morality, promoting prosperity and economic progress, discourse of justice, supervision and anti-corruption, strengthening national dignity, independence and freedom and the promotion of mujahidat in all arenas and the promotion of the Islamic way of life. In order to realize these components in the media, and especially in the national media, it is necessary to compile a document on the transformation of the national media based on the Statement of the Second Phase of the Islamic Revolution and to make the necessary plans based on it.

Keywords

Normative theory, mass media, Islamic civilization, the Second Phase of the Islamic Revolution of Iran, progress.



مقاله پژوهشی

مؤلفه‌های هنجاری رسانه تمدن‌ساز بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب

روح‌الله عباس‌زاده^۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۷/۲۹

چکیده

بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، با هدف خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی تدوین شده است. برای تحقق تمدن اسلامی، الزامات فراوانی لازم است که یکی از مقدمات اصلی تحقق این هدف، نقش‌آفرینی رسانه‌های جمعی در این راستا می‌باشد. جهت‌گیری رسانه‌های جمعی در ابعاد مختلف فعالیت‌های رسانه‌ای، متأثر از نظام هنجاری حاکم بر آن است؛ از این رو، برای تحقق تمدن نوین اسلامی لازم است قواعدی بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب برای رسانه‌های جمعی ارائه شود تا با عمل رسانه‌های جمعی بر اساس آن، زمینه تحقق تمدن نوین اسلامی فراهم گردد. در مقاله پیش رو که با روش مطالعه دلالت‌پژوهی انجام شده، ابتدا چهل مؤلفه هنجاری استخراج گردید، سپس از میان آن‌ها، مؤلفه‌های هنجاری‌ای که بیشتر مورد تأکید قرار گرفته بود و مؤلفه‌های رسانه تمدن‌ساز را بیان می‌کرد، به دست آمد. این مؤلفه‌ها شامل توحیدمحوری و ایمان عمیق، امیدبخشی نسبت به آینده، جوان‌گرایی و امید به جوانان در ایجاد تحولات پیش رو، علم‌گرایی و پژوهش‌محوری، تقویت معنویت و اخلاق، ترویج شکوفایی و پیشرفت اقتصادی، گفتمان‌سازی عدالت‌خواهی، نظارت‌گری و فسادستیزی، تقویت عزت ملی، استقلال و آزادی، ترویج مجاهدت در همه عرصه‌ها و ترویج سبک زندگی اسلامی است. برای تحقق این مؤلفه‌ها در رسانه‌ها و به‌خصوص رسانه ملی، لازم است سند تحول رسانه ملی بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب تدوین شده و برنامه‌ریزی‌های لازم بر اساس آن صورت گیرد.

کلیدواژه‌ها

نظریه هنجاری، رسانه‌های جمعی، تمدن اسلامی، گام دوم انقلاب، پیشرفت.

۱. استادیار گروه فرهنگ و رسانه مجتمع آموزش عالی شهید محلاتی قم، قم، ایران. asd.1360@yahoo.com

* عباس‌زاده، روح‌الله. (۱۴۰۱). مؤلفه‌های هنجاری رسانه تمدن‌ساز بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب. فصلنامه علمی - پژوهشی اسلام و مطالعات اجتماعی، ۹(۳۶)، صص ۹۴-۱۲۲.
 DOI: 10.22081/JISS.2022.59083.1718

مقدمه

در دنیای کنونی شاهد نقش روزافزون رسانه‌های جمعی در زندگی انسان‌ها هستیم. رسانه‌ها در تعیین جایگاه واقعیت‌های موجود جهان مؤثر هستند و در ابعاد مختلف وجودی انسان نفوذ کرده و آن‌ها را تحت تأثیر قرار داده‌اند. رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی به تصور و شناخت انسان‌ها از جهان اجتماعی نقش بسزایی داشته و مهم‌ترین مجاری فرهنگ‌سازی و عهده‌دار هدایت کلی فرهنگ جامعه بوده و از عوامل تأثیرگذار در ایجاد دگرگونی‌های فرهنگی می‌باشند. کارکردها و سمت‌وسوی حرکت رسانه‌های جمعی تحت تأثیر نظام هنجاری حاکم بر آن‌ها است. هم‌اکنون که انقلاب اسلامی ایران وارد چلهٔ دوم شده است، می‌توان با بررسی گام‌های طی‌شده، نقشهٔ راه مسیر آینده را مشخص کرد و با تمرکز بر این نقشهٔ راه، زمینهٔ تحقق اهداف تمدنی انقلاب را فراهم نمود. بیانیهٔ گام دوم انقلاب، مانیفست انقلاب اسلامی و چراغ راه چهل‌سالهٔ دوم انقلاب است و لازم است بر اساس آن، برای بخش‌های مختلف نظام اسلامی، معیارها و شاخص‌های جدیدی برای موفقیت در این گام و تحقق تمدن نوین اسلامی ترسیم شود. از آنجایی که رسانه‌های جمعی نقش تعیین‌کننده‌ای در زمینه‌سازی برای حرکت جامعه به سوی اهداف مشخص شده دارند، لازم است با سیاست‌گذاری و تعیین راهبردهای کلان و عملیاتی و تعیین اصول و قواعد عمل رسانه‌ای بر اساس بیانیهٔ گام دوم انقلاب، زمینه‌های خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی فراهم شود تا با هم‌افزایی با بخش‌های دیگر، شاهد تحقق تمدن نوین اسلامی باشیم. تاکنون پژوهشی برای استخراج قواعد هنجاری رسانه‌های جمعی بر اساس بیانیهٔ گام دوم انقلاب صورت نگرفته است و به دلیل نقش آفرینی رسانه‌های جمعی در این عرصه به خصوص رسانهٔ ملی، ضروری است تا قواعد عمل رسانه‌های جمعی بر اساس بیانیهٔ ترسیم گردد. بنابراین سؤال اصلی پژوهش این است که مؤلفه‌های هنجاری رسانهٔ تمدن‌ساز بر اساس بیانیهٔ گام دوم انقلاب کدامند؟ در این مقاله پس از طرح روش تحقیق، ادبیات نظری تحقیق مطرح شده و با مطالعهٔ دلالت‌پژوهی، مؤلفه‌های

رسانه تمدن‌ساز بر اساس محورهای اصلی بیانیه گام دوم (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲)، استخراج شده است.

۱. ادبیات نظری تحقیق

نظریه‌های هنجاری،^۱ نظریه‌هایی هستند که بر اساس شرایط ارزشی و ایدئولوژیک بیان می‌کنند که چگونه یک سیستم رسانه برای تحقق‌بخشیدن به یک مجموعه‌ای از ارزش‌های اجتماعی ایده‌آل عمل کند (Baran and Davis, 2010, p. 14). بسیاری از نظریه‌های هنجاری ریشه‌های فلسفی، تاریخی و سیاسی دارند. آن‌ها ناگزیر به نظریه‌پردازی و تجویز ماهیت روابط بین مطبوعات (و رسانه‌ها به‌طور کلی) و جامعه، فرهنگ و حکومت سیاسی هستند (Littlejohn and Foss, 2009, p. 575). این نظریه‌ها به تبیین بایدها و نبایدهای حاکم بر وسایل ارتباط جمعی در شرایط مختلف پرداخته و دارای ماهیتی تعهدآور و الزام‌آورند (رک: رزاقی، ۱۳۸۱؛ اوسولیوان و دیگران، ۱۳۸۵، ص ۲۲۷). به تعبیر استفان و همکارانش، نظریه‌های هنجاری به جای توصیف چیزهایی که هستند، هنجارهایی را تجویز می‌کنند که آرمان‌های خاص، ارزش‌ها یا اصولی را تحقق می‌بخشند (Littlejohn and Foss, 2009, p. 575). بنابراین نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها، مجموعه معیارهای کاملاً مشخصی هستند که راهنمای عمل یا مددکار ارزیابی این نکته هستند که رسانه‌ها عملاً چگونه کار خود را انجام می‌دهند (مک کوایل، ۱۳۸۸، ص ۱۸۲)؛ یا به عبارتی، به نظام‌های کنترل و مدیریت رسانه‌ها می‌پردازد که بر محتوای آن‌ها اثر می‌گذارد و این امر به نوبه خود اثرات رسانه‌ها را معین و مشخص می‌سازد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱، ص ۸۵).

در سال ۱۹۵۶ میلادی، سه تن از استادان علوم ارتباطات و رسانه‌شناسی آمریکا به نام فرد سیرت، تودور پیتسون و ویلبر شرام، نخستین دسته‌بندی منسجم از نظریه‌های هنجاری رسانه را در کتابی تحت عنوان چهار تئوری مطبوعات منتشر کردند و با اشاره به چهار نظریه اقتدارگرا، مطبوعات آزاد، رسانه‌های شوروی و مسئولیت اجتماعی، در مجموع

1. normative theories

دو تئوری اساسی سلطه و آزاد را مطرح نمودند (Siebert & Peterson & Schramm, 1963). «برخی اندیشمندان دیگر نیز بر طبقه‌بندی دو گانه رسانه‌های اقتدارگرا و آزادی‌گرا تأکید کرده‌اند» (معمدنژاد و معتمدنژاد، ۱۳۸۶، ص ۲۹۶).

هدف از ارائه نظریه‌های هنجاری، ارائه ویژگی‌های رسانه مطلوب است. به‌طور کلی قواعد هنجاری، تعیین‌کننده مؤلفه‌هایی است که رسانه‌ها باید مراعات کنند و نهایتاً هدف از رعایت این مؤلفه‌ها را بیان می‌کند و اینکه رسانه‌ها، باید جامعه را به‌سوی چه آرمان و نقطه مطلوبی سوق دهند. بیانیه گام دوم انقلاب نیز در حرکت چهل‌ساله دوم که برای خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی تدوین شده است و سندی پراهمیت و همه‌جانبه‌نگر است، این ظرفیت را دارد که بایدها و نبایدها و نقشه راه تمدن‌سازی را برای رسانه‌های جمعی مشخص کند؛ زیرا «تمدن، پیشرفت و توسعه همه‌جانبه ناشی از مجموعه دستاوردهای مادی و معنوی بشر می‌باشد که حاصل تعالی فرهنگی و پذیرش نظم اجتماعی است» (ولایتی، ۱۳۸۶، ج ۱، ص ۲۲). تمدن اسلامی نیز تمدنی دینی است که همه مؤلفه‌های آن بر محور اسلام بوده و بر اساس نگرش توحیدی و مجموعه‌ای از ساخته‌ها و اندوخته‌های معنوی و مادی، انسان را به‌سوی سعادت و کمال سوق می‌دهد (جان‌احمدی، ۱۳۹۱، صص ۵۱-۵۲). بنابراین تمدن اسلامی که تمدنی است که پیشرفت مادی و معنوی آن در عرصه‌های مختلف بر اساس آموزه‌های اسلامی بوده، در بیانیه گام دوم نیز مورد توجه قرار گرفته و بر اساس اقتضائات زمانی و مکانی، مؤلفه‌های حرکت جمهوری اسلامی ایران به‌سوی تمدن اسلامی مورد توجه قرار گرفته است و رسانه‌های جمعی باید برای تحقق آرمان انقلاب اسلامی، این مؤلفه‌ها را مورد توجه قرار دهند؛ لذا در این مقاله، مؤلفه‌های هنجاری رسانه تمدن‌ساز بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب ترسیم شده است.

۲. روش تحقیق

در محافل علمی وقتی فلسفه، ایده، چارچوب، نظریه یا مدلی جدید مطرح می‌شود، رشته‌های دیگر تمایل دارند که از آن‌ها برای توسعه دانش رشته‌ای خود استفاده کنند؛

همچنان که گاهی اوقات ایده‌ها و نظرات یک اندیشمند، مأخذ دلالت برای یک حوزه مطالعاتی قرار می‌گیرد. این تحقیق نیز به روش مطالعه دلالت پژوهشی صورت گرفته است. «در مطالعه دلالت پژوهشی، دلالت‌های مکاتب، فلسفه‌ها، پارادایم‌ها، نظریه‌ها، مدل‌ها، فنون و ایده‌های خاص برای یک حوزه تخصصی استخراج می‌گردد» (دانایی‌فرد، ۱۳۹۵، ص ۴۵). برای استخراج مؤلفه‌ها و اصول هنجاری حاکم بر رسانه‌های جمعی به روش مطالعه دلالت پژوهشی، به بررسی محورها و مضامین اصلی بیانیه گام دوم که با هدف تمدن‌سازی تدوین شده و ظرفیت تعیین بایدها و نبایدهای رسانه‌های جمعی را دارد، پرداخته شده است تا مؤلفه‌های هنجاری رسانه‌های جمعی مشخص شود.

در این پژوهش یک سؤال کلی مطرح می‌شود که بیانیه گام دوم انقلاب چه دلالت‌هایی برای مؤلفه‌های هنجاری رسانه‌های جمعی دارد؟ لذا تحقیق پیش رو از نوع پژوهش برایشی است؛ زیرا دلالت‌های بیانیه گام دوم انقلاب به صورت ظهوری (برایشی) شکل می‌گیرند و چارچوب اولیه‌ای از موضوع دلالت‌ها مشخص نشده است. بنابراین تلاش شده است تا ایده‌های بیانیه گام دوم برای قواعد عمل رسانه‌های جمعی استخراج شود. بنابراین پس از چندین بار مطالعه بیانیه گام دوم، چهل مؤلفه استخراج شد و در ادامه، پس از بررسی میزان اهمیت این مؤلفه‌ها در متن بیانیه، ایده‌های کلیدی به دست آمد. این مراجعه به بیانیه، تا احصای کامل و جامع دلالت‌ها ادامه داشت تا دلالت‌ها به نحو جامع، شفاف، منطقی و روان ترسیم شوند. «منطق دلالت‌ها و استحکام استنادی آن‌ها می‌تواند در تعیین اعتبار دلالت‌ها بسیار تعیین کننده باشد» (دانایی‌فرد، ۱۳۹۵، ص ۶۲).

۳. یافته‌های تحقیق

پس از بررسی دلالت پژوهی بیانیه گام دوم انقلاب، مؤلفه‌های تمدن‌ساز رسانه‌های جمعی استخراج شد که در ذیل می‌آید.

مؤلفه‌های هنجاری بیانیه گام دوم انقلاب

۱	طرح دین و دنیا در کنار هم	۲۱	ترویج اقتصاد مقاومتی
۲	حفظ آرمان‌ها و شعارهای انقلاب و عدم انفعال در آن	۲۲	مبارزه با فساد و نظارت‌گری اجتماعی
۳	قدردانی از ملت برای پافشاری بر آرمان‌ها	۲۳	ایستادگی در برابر تهاجم فرهنگی
۴	استقلال و آزادی ملی	۲۴	تقویت اقتصاد کشور
۵	گفتمان‌سازی عدالت	۲۵	توجه به عزت، حکمت و مصلحت
۶	افتخار آفرینی نسبت به اقدامات بزرگ ملت	۲۶	بازخوانی آثار و برکات انقلاب
۷	ترویج اصل «ما می‌توانیم»	۲۷	ارتقای مشارکت سیاسی
۸	اتکا به توانایی‌های داخلی	۲۸	ارتقای بینش سیاسی آحاد جامعه
۹	تقویت عزت ملی	۲۹	جهت‌گیری عدالت
۱۰	ترویج عقلانیت	۳۰	تقویت اخلاق و معنویت در جامعه
۱۱	جهادگری در عرصه تبیین	۳۱	جوانان؛ محور تحقق نظام پیشرفته اسلامی
۱۲	پذیرش نقدهای انقلاب	۳۲	تقویت دین‌داری، اخلاق و معنویت
۱۳	عدم فاصله از ارزش‌های انقلاب	۳۳	به‌فعلیت رساندن ظرفیت‌های بالقوه کشور
۱۴	توجه به جوشش انقلابی در کنار حفظ نظم سیاسی اجتماعی	۳۴	جوان‌گرایی و امید به جوانان در ایجاد تحولات پیش رو
۱۵	مرزبندی با دشمنان و رقیبان	۳۵	تقویت روحیه اعتماد به نفس در جامعه
۱۶	نوگرایی در کنار پایبندی به اصول	۳۶	شکستن محاصره تبلیغاتی دشمن
۱۷	امید آفرینی برای رسیدن به آرمان‌ها	۳۷	علم‌گرایی و پژوهش محوری
۱۸	ایستادگی در برابر زورگویان	۳۸	تقویت معنویت و اخلاق در جامعه
۱۹	حمایت از مستضعفان	۳۹	عبرت‌گیری از راه‌طی شده
۲۰	حفظ صداقت و صراحت انقلابی	۴۰	ترویج سبک زندگی اسلامی

با توجه به مؤلفه‌هایی که در بخش نخست بیانیه مورد تأکید قرار گرفته و توجه به توصیه‌های مطرح شده در بخش دوم بیانیه، مؤلفه‌های ذیل بر اساس اهمیتی که در بیانیه داشته‌اند به ترتیب ارائه شده است.

۱-۳. توحیدمحوری و ایمان عمیق

انسان‌ها به اندازه آرمانشان پیشرفت می‌کنند. آرمانی که اسلام مطرح می‌کند، حرکت به سوی خدا بر مبنای توحید است. در تمدن اسلامی، توحید، محور و اساس فرهنگ و تمدن اسلامی است (زمانی محبوب، ۱۳۹۶). در اندیشه رهبر معظم انقلاب، اولین محوری که در تمدن نوین اسلامی باید مورد توجه قرار گیرد، توحیدمحوری و ایمان است. ایشان معتقدند جدایی دیانت از سیاست، از مظاهر شرک است و تا زمانی که مسلمانان به همه ابعاد اسلام که سیاست نیز یک بعد مهم آن است ایمان نیاورند، وارد اسلام واقعی نمی‌شوند. معظم له نقطه اصلی در تمدن اسلامی را ایمان به خداوند سبحان و به معنای عمیق توحید ناب معرفی می‌کنند و معتقدند یک نقطه اصلی وجود دارد و آن، ایمان است و ما باید به تعیین هدفی پردازیم که به آن ایمان پیدا کنیم. ایشان معتقدند که بدون ایمان، پیشرفت در این بخش‌ها میسر نیست و کار به نحو صحیحی انجام نمی‌شود. ایمان به یک اصل، ایمان به یک لنگر گاه اصلی اعتقاد؛ یک چنین ایمانی باید وجود داشته باشد (خامنه‌ای، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳). بنابراین، مهم‌ترین شاخص جامعه و تمدن نوین اسلامی در اندیشه رهبر انقلاب، همان خدامحوری و ایمان به خالق انسان‌هاست که باید در همه سطوح جامعه اجرا شود و روابط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بر اساس آن شکل گیرد (اکبری و رضایی، ۱۳۹۴، ص ۹۲). همچنان که در بیانیه گام دوم نگاهشده‌اند: «تقابل دوگانه جدید «اسلام و استکبار» پدیده برجسته جهان معاصر و کانون توجه جهانیان شد»؛ «مهم‌ترین ظرفیت امیدبخش کشور، نیروی انسانی مستعد و کارآمد با زیربنای عمیق و اصیل ایمانی و دینی است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

امروزه رسانه‌های جمعی از عوامل مؤثری هستند که می‌توانند زمینه‌ساز گسترش اصل توحید در ساحت‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها باشند؛ بنابراین

محور اصلی رسانه‌ها بر اساس توحید و برنامه‌سازی‌های آن بر محور موحد‌پروری و تقویت توحید و نفی شرک استوار خواهد بود. در صورتی که همه محصولات رسانه‌ای ذیل این اصل تولید شوند، مسیر تحقق جامعه دینی و شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی فراهم خواهد شد.

۳-۲. امید بخشی واقعی نسبت به آینده

امیدواری موجب حرکت با انگیزه انسان در مسیر هدف انتخاب شده می‌باشد. در بیانیه گام دوم، رهبر انقلاب با تأکید بر پیشرفت‌های صورت گرفته در بخش‌های مختلف و ظرفیت‌های امیدبخش و فرصت‌های مادی کشور و اصل «ما می‌توانیم»، امید به حرکت آینده نظام، البته «یک امید صادق و متکی به واقعیت‌های عینی» و نقش‌آفرینی در تحقق تمدن نوین اسلامی را مورد توجه قرار داده‌اند. ایشان تأکید می‌کنند که «نخستین توصیه من، امید و نگاه خوش‌بینانه به آینده است. بدون این کلید اساسی همه قفل‌ها، هیچ گامی نمی‌توان برداشت»؛ «شما جوانان باید پیش‌گام در شکستن این محاصره تبلیغاتی باشید. در خود و دیگران نهال امید به آینده را پرورش دهید. ترس و نومی‌دی را از خود و دیگران برانید. این نخستین و ریشه‌ای‌ترین جهاد شما است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

رسانه‌های جمعی نیز همواره باید امید را در بین مخاطبان خویش زنده نگه دارند و با به‌تصویر کشیدن ظرفیت‌ها و داشته‌های بزرگ کشور و توانمندی‌های نیروهای مختلف، امید به پیروزی را به مخاطبین منتقل کنند. البته «در طول این چهل سال - و اکنون مانند همیشه - سیاست تبلیغی و رسانه‌ای دشمن و فعال‌ترین برنامه‌های آن، مایوس‌سازی مردم و حتی مسئولان و مدیران ما از آینده است. خبرهای دروغ، تحلیل‌های مغرضانه، وارونه‌نشان‌دادن واقعیت‌ها، پنهان‌کردن جلوه‌های امیدبخش، بزرگ‌کردن عیوب کوچک و کوچک‌نشان‌دادن یا انکار محسنات بزرگ، برنامه همیشگی هزاران رسانه صوتی و تصویری و اینترنتی دشمنان ملت ایران است؛ البته دنباله‌های آنان در داخل کشور نیز قابل مشاهده‌اند که با استفاده از آزادی‌ها در خدمت دشمن حرکت می‌کنند»

(بیانیه گام دوم انقلاب). البته رهبر معظم انقلاب از جوانان انتظار دارند که با جهاد در این عرصه ورود نمایند: «شما جوانان باید پیش گام در شکستن این محاصره تبلیغاتی باشید. در خود و دیگران نهال امید به آینده را پرورش دهید. ترس و نومیدی را از خود و دیگران برانید. این نخستین و ریشه‌ای‌ترین جهاد شما است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲). رسانه‌های جمعی به‌ویژه رسانه ملی در مواجهه با تبلیغات گسترده دشمنان برای تزریق یأس و ناامیدی، وظایف سنگینی بر عهده دارند و نیازمند اقدامات جهادی در این عرصه هستیم. امیدآفرینی برای پیروزی نهایی جبهه حق، از وظایف ذاتی رسانه‌های جمعی اسلامی خواهد بود تا با زنده نگه داشتن روح امید، زمینه‌های تحقق تمدن نوین اسلامی فراهم گردد.

۳-۳. جوان‌گرایی و امید به جوانان در ایجاد تحولات پیش رو

مقام معظم رهبری در چندین بخش از بیانیه، به جوان‌گرایی و ظرفیت نیروی انسانی جوان برای نقش‌آفرینی در گام دوم انقلاب تأکید کرده‌اند. در این بیانیه، واژه جوان با ترکیبات مختلف، ۳۹ بار آمده است. ایشان می‌فرمایند: «مهم‌ترین ظرفیت امیدبخش کشور، نیروی انسانی مستعد و کارآمد با زیربنای عمیق و اصیل ایمانی و دینی است ... جمع چشمگیر جوانان محقق و اندیشمندی که به آفرینش‌های علمی و فرهنگی و صنعتی و غیره اشتغال دارند؛ این‌ها ثروت عظیمی برای کشور است که هیچ اندوخته مادی با آن مقایسه نمی‌تواند شد». «دنباله این مسیر که به گمان زیاد، به دشواری گذشته‌ها نیست، باید با همت و هشیاری و سرعت عمل و ابتکار شما جوانان طی شود. مدیران جوان، کارگزاران جوان، اندیشمندان جوان، فعالان جوان، در همه میدان‌های سیاسی و اقتصادی و فرهنگی و بین‌المللی و نیز در عرصه‌های دین و اخلاق و معنویت و عدالت، باید شانه‌های خود را به زیر بار مسئولیت دهند، از تجربه‌ها و عبرت‌های گذشته بهره‌گیرند، نگاه انقلابی و روحیه انقلابی و عمل جهادی را به کار بندند و ایران عزیز را الگوی کامل نظام پیشرفته اسلامی بسازند». «چشم امید برای اجرای آن (عدالت علوی) به شما جوان‌ها است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲). بنابراین لازم است زمینه‌سازی برای

حضور جوانان در عرصه‌های مختلف و توجه به نقش آفرینی جوانان در بخش‌های مختلف کشور، مورد توجه رسانه‌ها باشد.

۳-۴. علم‌گرایی و پژوهش‌محوری

مجاهده علمی و شکستن مرزهای علمی، چراغ راه تمدن اسلامی است. علم سلطه‌آور است و جامعه صاحب را قدرتمند می‌کند؛ لذا باید علم را فراگرفت و به تولید و صدور آن پرداخت و نباید به مصرف اکتفا نمود (اکبری و رضایی، ۱۳۹۴). مهم‌ترین بخش‌ها و مؤلفه‌های سازنده نظام علمی در هر تمدنی، نظام یادگیری و یاددهی، روش‌های کسب و انتقال معرفت علمی، شیوه کسب معرفت جدید و به کارگیری علم در حوزه عمل می‌باشد. اهتمام ویژه اسلام به دانش‌پروری و نیاز به درک صحیح آموزه‌های اسلامی باعث شد مسلمانان در صدد توسعه علم و دانش و گسترش فرهنگ و پیشرفت تمدن انسانی برآیند و به گسترش تعلیم و تربیت بپردازند (قربانی، ۱۳۷۰، ص ۶۵). همچنان‌که در اندیشه امام خامنه‌ای نیز کلید تمدن‌سازی، علم و فناوری است (خامنه‌ای، ۱۳۸۹، ص ۱۵). ایشان در بیانیه گام دوم، بر ضرورت توجه به علم تأکید کرده‌اند: «مؤکداً به نیاز کشور به جوشاندن چشمه دانش در میان خود اصرار می‌ورزیم»؛ آن را وسیله عزت و قدرت کشور معرفی می‌کنند: «دانش، آشکارترین وسیله عزت و قدرت یک کشور است. (و) روی دیگر دانایی، توانایی است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲). البته پیشرفت علمی زمانی ارزشمند است که با اخلاق و معنویت همراه باشد، در غیر این صورت ضد ارزش خواهد بود.

رسانه‌ها وظیفه دارند با ارزش‌نهادن به جایگاه علم و دانشمندان و بهره‌گیری از تجارب علمی و به کارگیری نخبگان و متخصصان رسانه‌ای، رویکرد علمی را در بررسی و تحلیل مسائل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در رسانه مد نظر قرار دهند و با استفاده بهینه از منابع و کیفیت‌گرایی، بهره‌وری سازمان رسانه را افزایش دهند؛ از سوی دیگر نیز مسئولین و مردم به‌ویژه جوانان را به فراگیری علم و ورود به عرصه‌های جدید علمی و تخصص‌گرایی که برای پیشرفت در گام دوم ضروری‌تر است ترغیب نمایند و با

آموزش علوم مورد نیاز جامعه، همچون دانشگاه عمومی، علم را به سکه رایج کشور بدل کنند و زمینه‌ساز ارتقای بهره‌وری در عرصه‌های مختلف باشند. از پیامدهای علم‌گرایی نیز گسترش روحیه ابتکار و خلاقیت و ارج نهادن به آن و بسط زمینه‌های لازم برای شکوفایی استعدادها و خلاقیت‌ها خواهد بود و رسانه‌های جمعی باید با حمایت از ابتکارات و نوآوری در عرصه‌های مختلف، زمینه پیشرفت را در گام دوم فراهم کنند.

۳-۵. تقویت معنویت و اخلاق

شوکت و درخشش تمدن اسلامی مرهون رشد روزافزون ارزش‌ها و شاخص‌های اخلاقی در زمینه‌های گوناگون است و می‌توان از آن به نگین تمدن اسلامی تعبیر کرد (فرهینی فراهانی و اشرفی، ۱۳۹۳، ص ۹۲). اخلاق عامل پیونددهنده اجتماع انسانی، عامل بازدارنده خطا و نیز موجد رعایت حقوق دیگران در جامعه است (جان‌احمدی، ۱۳۹۱، ص ۲۹). رهبر معظم انقلاب، رشد معنویت و اخلاق در جامعه اسلامی را از الزامات تحقق تمدن اسلامی می‌داند: «داعیه ما ایجاد تمدنی است متکی به معنویت، متکی به خدا، متکی به وحی الهی، متکی به تعلیم الهی، متکی به هدایت الهی. امروز اگر یک چنین تمدنی را ملت‌های اسلامی - که بحمدالله بسیاری از ملت‌های اسلامی بیدار شده‌اند و به پا خاسته‌اند- بتوانند پایه‌گذاری کنند، بشر سعادت‌مند خواهد شد» (خامنه‌ای، ۱۳۹۱/۰۴/۳۱). ایشان به‌عنوان مبانی کارگشای تمدن نوین اسلامی، اسلام، خردورزی، اخلاق و حقوق را مایه اصلی فرهنگ صحیح می‌داند و ما نیز باید به‌طور جدی به این مقولات پردازیم، وگرنه پیشرفت اسلام و تمدن نوین اسلامی شکل نخواهد گرفت (خامنه‌ای، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳). معظم‌له در زمینه اینکه اخلاق چیست؟ وجود و عدم آن در جامعه چه نقشی دارد و چه ارتباطی با عقلانیت و دیانت و علم دارد؟ می‌فرمایند: «اخلاق، آن هوای لطیفی است که در جامعه بشری اگر وجود داشت، انسان‌ها می‌توانند با تنفس او زندگی سالمی داشته باشند». اخلاق که از دیدگاه ایشان مهندسی و مدیریت لایه دوم وجود آدمی را بر عهده دارد، عبارت است از هوای لطیف؛ یعنی انسان‌ها به همان مقدار به اخلاق نیاز دارند که

به هوا، نه به آب و نه به غذا (خامنه‌ای، ۱۳۸۸/۰۴/۲۹). بنابراین در سایه محیط سالم است که تمدن شکل می‌گیرد (اکبری و رضایی، ۱۳۹۴، ص ۹۶). رهبر معظم انقلاب در بیانیه گام دوم نیز بر این موضوع تأکید می‌کنند: «مدیران جوان، کارگزاران جوان، اندیشمندان جوان، فعالان جوان، در همه میدان‌های سیاسی و اقتصادی و فرهنگی و بین‌المللی و نیز در عرصه‌های دین و اخلاق و معنویت و عدالت، باید شانه‌های خود را به زیر بار مسئولیت دهند». ایشان در تعریف معنویت و اخلاق چنین بیان می‌دارند که: «معنویت به معنی برجسته کردن ارزش‌های معنوی از قبیل اخلاص، ایثار، توکل، ایمان در خود و در جامعه است و اخلاق به معنی رعایت فضیلت‌هایی چون خیرخواهی، گذشت، کمک به نیازمند، راستگویی، شجاعت، تواضع، اعتماد به نفس و دیگر خلقیات نیکو است. معنویت و اخلاق، جهت‌دهنده همه حرکات و فعالیت‌های فردی و اجتماعی و نیاز اصلی جامعه است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

رسانه‌های جمعی نیز باید تلاش و جهادی وافر برای تحقق معنویت و اخلاق در جامعه را شروع نمایند. «شعور معنوی و وجدان اخلاقی در جامعه هرچه بیشتر رشد کند، برکات بیشتری به بار می‌آورد؛ این، بی‌گمان محتاج جهاد و تلاش است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲) و این نشان می‌دهد که ما با سطح مطلوب فاصله داریم. لذا لازم است با برنامه‌ریزی دقیق و منسجم، زمینه رشد معنویت و اخلاق در جامعه اسلامی پیگیری شود. البته «حکومت‌ها نمی‌توانند آن را با قدرت قاهره ایجاد کنند، اما اولاً خود باید منش و رفتار اخلاقی و معنوی داشته باشند، و ثانیاً زمینه را برای رواج آن در جامعه فراهم کنند» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲). یکی از زمینه‌سازی‌ها نیز فراهم آوردن شرایط ورود رسانه ملی در این عرصه است. اولاً پیام‌رسانان رسانه ملی خود باید افراد معنوی و اخلاق‌مدار باشند. ثانیاً لازم است ترویج معنویت و اخلاق را به‌عنوان یکی از محوری‌ترین برنامه‌های خود مد نظر قرار دهند که لزوم توجه به این امر را در عرصه‌های مختلف تولید محتوا، برنامه‌سازی و ... طلب می‌کند.

از آنجایی که رسانه‌های دشمنان انقلاب اسلامی در پی جدا کردن مردم انقلابی از معنویت و اخلاق اسلامی هستند، لذا یکی از محوری‌ترین فعالیت‌های رسانه ملی این

است که باید «با کانون‌های ضد معنویت و اخلاق، به شیوه معقول بستیزند و خلاصه اجازه ندهند که جهنمی‌ها مردم را با زور و فریب جهنمی کنند». همچنین برای مبارزه هوشمندانه و مسئولانه «در دوره پیش رو باید در این باره برنامه‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت جامعی تنظیم و اجرا شود» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

۳-۶. ترویج شکوفایی و پیشرفت اقتصادی

پیشرفت اقتصادی و تحقق استقلال اقتصادی همچون تحقق استقلال فرهنگی و اجتماعی و سیاسی، اهمیت زیادی در شکل‌گیری تمدن اسلامی دارد. مأموریت جامعه بشری به عمران دنیا را می‌توان از ادله فراوان عقلی و نقلی به دست آورد و بارزترین آن‌ها آیه ۶۱ سوره هود است: «هُوَ أَنْشَأَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا»؛ «خداوند شما را از زمین آفرید و از شما خواست که آن را آباد کنید» (هود، ۶۱). این آیه نمی‌فرماید که خدا زمین را آباد کرد و در اختیار شما گذاشت، بلکه می‌فرماید عمران و سازندگی زمین را به شما واگذاشت. این مطلب در مورد همه نسل‌های بشر صادق است؛ خدا، زمین مساعد، آب، نیرو و عمر طولانی در اختیار انسان گذاشته است تا به سازندگی زمین پردازد (رضایی، ۱۳۸۷، ج ۹، ص ۲۵۶).

یکی از مهم‌ترین توصیه‌های رهبر معظم انقلاب در بیانیه گام دوم، تلاش برای شکوفایی اقتصادی است. «اقتصاد یک نقطه کلیدی تعیین‌کننده است. اقتصاد قوی، نقطه قوت و عامل مهم سلطه‌ناپذیری و نفوذناپذیری کشور است و اقتصاد ضعیف، نقطه ضعف و زمینه‌ساز نفوذ و سلطه و دخالت دشمنان است. فقر و غنا در مادیات و معنویات بشر اثر می‌گذارد». همچنین تأکید کرده‌اند: «در سال‌های اخیر از سوی اینجانب بارها تکرار و بر آن تأکید شده، به خاطر همین تأثیر شگرفی است که اقتصاد می‌تواند بر زندگی امروز و فردای جامعه بگذارد»؛ «تأکید بر تقویت اقتصاد مستقل کشور که مبتنی بر تولید انبوه و باکیفیت و توزیع عدالت‌محور و مصرف به‌اندازه و بی‌اسراف و مناسبات مدیریتی خردمندانه است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲). در این بیانیه، مقام معظم رهبری با اشاره به فرصت‌های مادی فراوان، توصیه به فعال کردن این ظرفیت‌ها دارند.

ایشان راه حل مشکلات اقتصادی را اقتصاد مقاومتی می‌دانند. تز اقتصاد مقاومتی از سوی رهبر انقلاب و همراهی مردم ایران با آن، یکی از مؤلفه‌های گسترش تمدن نوین اسلامی است (اکبری و رضایی، ۱۳۹۴، ص ۱۰۱). رسانه‌های جمعی نیز در موضوع رشد اقتصادی، باید بر اساس شاخص‌های مطرح‌شده در بیانیه گام دوم و بر اساس نظریه اقتصاد مقاومتی، سیاست‌ها و برنامه‌های خود را سامان دهند و با ترویج اقتصاد مردمی، درون‌زا، مستقل و تولید انبوه با کیفیت و دانش‌بنیان، تأکید بر مصرف بهینه و پرهیز از اسراف و تمرکز بر فعال کردن ظرفیت‌های استفاده‌نشده، در این عرصه نقش آفرینی نمایند. در بخش‌های مختلف بیانیه گام دوم انقلاب، بر شکوفایی ظرفیت‌های مختلف کشور برای تحقق پیشرفت و شکوفایی اقتصادی تأکید شده است. «دهه دوم چشم‌انداز، باید زمان تمرکز بر بهره‌برداری از دستاوردهای گذشته و نیز ظرفیت‌های استفاده‌نشده باشد و پیشرفت کشور از جمله در بخش تولید و اقتصاد ملی ارتقا یابد» (خانم‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

۳-۷. گفتمان سازی عدالت خواهی

عدالت، رکن اصلی پیشرفت یک جامعه و ظلم از موانع حرکت تمدنی و عامل انحطاط تمدن‌هاست (ملاعباسی، ۱۳۹۵، ص ۱۶۴). یکی از شاخصه‌های اصلی تمدن اسلامی، اجرای عدالت است. همچنان‌که در متن بیانیه گام دوم آمده است: «عدالت در صدر هدف‌های اولیه همه بعثت‌های الهی است و در جمهوری اسلامی نیز دارای همان شأن و جایگاه است». امیر مؤمنان حضرت علی علیه السلام اجرای عدل را مایه استحکام و قوام جامعه و دولت می‌داند: «العدل قوام البریه» (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶، ح ۷۷۵۱) و «الظلم بوار الرعیه» (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶، ح ۷۹۷۲) حاکمان جور با زیر پا گذاشتن عدالت، نابودی خود را امضا می‌کنند: «من جارت ولایته زالت دولته» (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶، ح ۷۹۷۰).

رهبر معظم انقلاب در بیانیه گام دوم به لزوم توجه به عدالت و مبارزه با بی‌عدالتی تأکید می‌کنند: «در جمهوری اسلامی، دل‌های مسئولان به‌طور دائم باید برای رفع محرومیت‌ها بتپد و از شکاف‌های عمیق طبقاتی به‌شدت بیمناک باشد. در جمهوری

اسلامی کسب ثروت نه تنها جرم نیست که مورد تشویق نیز هست، اما تبعیض در توزیع منابع عمومی و میدان دادن به ویژه خواری و مدارا با فریبگران اقتصادی که همه به بی عدالتی می انجامد، به شدت ممنوع است؛ همچنین غفلت از قشرهای نیازمند حمایت، به هیچ رو مورد قبول نیست» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

بنابراین رسانه‌های جمعی باید تمام تلاش خود را به کار بندند تا هم در تولید برنامه‌ها و ارائه محتوای مختلف به مخاطبین خویش به اصل عدالت توجه داشته باشند و هم تمام تلاش خویش را برای گسترش عدل در کشور و در بین امت‌های مسلمان داشته باشند. در این راستا می توان دو مقوله عدالت ارتباطی و عدالت اجتماعی را برای رسانه‌های جمعی مطرح کرد.

در عدالت ارتباطی، فراهم سازی امکان اطلاع رسانی برای اقشار مختلف جامعه مدنظر است. بر این اساس، باید زمینه‌ای فراهم شود تا همه افراد بتوانند از وسایل ارتباطی و اطلاعاتی استفاده کنند. از سوی دیگر، رسانه در انتخاب مخاطبان نباید فقط سراغ مخاطب ثروتمند برود و در انتخاب مخاطب، باید تمام اقشار و حتی گروه‌های سطح پایین جامعه را مخاطب خود بداند؛ لذا در برنامه‌های تولیدی نباید متمرکز بر نمایش زندگی اشرافی باشد تا مخاطب فقیر احساس حقارت نماید. همچنین در پرداختن به آسیب‌ها نیز نباید اولویت را به طرح آسیب‌ها و مشکلات افراد ذی نفوذ دهد و زمینه‌ساز اصلاح آن باشد. بلکه وظیفه رسانه این است که طبق قاعده عدالت، همه مخاطبین خویش را در انعکاس مشکلات و آسیب‌هایشان یاری نماید تا زمینه‌ساز رفع مشکلات آن‌ها و زمینه‌ساز عدالت اجتماعی در جامعه باشد. بنابراین رسانه‌های جمعی در انعکاس واقعیات جامعه که به نوعی شهادت نیز به حساب می آید، باید با عدالت عمل کرده و در انعکاس پیام‌ها، حق را بدون توجه به منافع صاحبان زر و زور و تزویر به تصویر کشند و با توجیه‌های مختلف از عدالت خارج نشوند.

از پایداری رسانه‌های جمعی، تلاش برای گسترش عدالت اجتماعی در جامعه اسلامی است. عدالت اجتماعی به برابری طبقاتی همه انسان‌ها در مقابل قانون و عدم برتری هیچ کس بر دیگری از جهات حقوق انسانی و اجتماعی دلالت دارد. اصل عدالت

اجتماعی شامل عدالت فردی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. ولی عدالت مطلوب، عدالتی است که از درون مردم بجوشد؛ بنابراین فراخواندن به اجرای عدالت و نهادینه‌سازی عدالت‌محوری در زندگی مسلمانان از بایدهای رسانه‌های جمعی است. بنابراین رسانه‌های جمعی با مطالبه‌گری عدالت از مسئولان و دولت‌مردان در عرصه‌های مختلف و نهادینه‌سازی عدالت‌گرایی و عدالت‌خواهی در بین اقشار مختلف مردم، باید چشم‌بیدار عدالت‌بوده و جامعه را به سوی رعایت هرچه بیشتر عدالت در بخش‌های مختلف پیش ببرند.

۳-۸. نظارت‌گری و فسادستیزی

رسیدن به کمال و تعالی انسانی از اهداف اصلی جامعه اسلامی است و یکی از سازوکارهایی که برای رسیدن به آن در نظر گرفته شده، آموزه امر به معروف و نهی از منکر است که سازوکار نظارتی دین اسلام است و اسلام آن را به‌عنوان وظیفه همگانی مطرح می‌نماید. امر به معروف و نهی از منکر، تأثیری عمیق و گسترده بر حوزه زندگی اجتماعی دارد. این موضوع در جامعه اسلامی، از صدر اسلام در زمان پیامبر ﷺ مورد توجه یاران و اصحاب ایشان و نیز پیشوایان معصوم علیهم‌السلام جهت پاسداری از اصول مکتب، به‌مثابه مؤثرترین ابزار و نیز یک تکلیف الهی بوده است (کامرانی، ۱۳۸۰، ص ۶۵). در صورت اجرای صحیح آن، دین و ارزش‌های انسانی در جامعه زنده شده و جامعه اسلامی خواهد توانست در مسیر عدالت و پیشرفت قرار گیرد و عدم اجرای آن زمینه‌ساز مرگ تدریجی دین‌داری و امت اسلامی خواهد بود.

امر به معروف و نهی از منکر در چهار سطح قابل طرح است: نظارت مردم بر مردم؛ نظارت حکومت بر مردم؛ نظارت مردم بر حکومت؛ نظارت حکومت بر حکومت. در بیانیه گام دوم یکی از ابزارهای نظارتی مطرح شده، نظارت حکومت بر حکومت است: «دستگاهی کارآمد با نگاهی تیزبین و رفتاری قاطع در قوای سه‌گانه حضور دائم داشته باشد و به‌معنای واقعی با فساد مبارزه کند، به‌ویژه در درون دستگاه‌های حکومتی» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲). یکی از ظرفیت‌های رسانه‌های جمعی به‌ویژه رسانه ملی این است

که می‌تواند در ترویج امر به معروف و نهی از منکر و به‌ویژه در نظارت بر حاکمان و نظارت بر مردم و ترویج نظارت مردم بر حاکمان نقش آفرینی کند. لذا رسانه‌های جمعی باید در پیگیری مبارزه با فساد به‌ویژه فساد در دستگاه‌های دولتی، در حفظ سلامت مسئولین نظام اسلامی اثرگذار باشد؛ زیرا از الزامات گام دوم، حفظ سلامت مسئولین است؛ «وسوسه مال و مقام و ریاست، حتی در علوی‌ترین حکومت تاریخ یعنی حکومت خود حضرت امیرالمؤمنین علیه السلام کسانی را لغزاند، پس خطر بروز این تهدید در جمهوری اسلامی هم که روزی مدیران و مسئولانش مسابقه زهد انقلابی و ساده‌زیستی می‌دادند، هرگز بعید نبوده و نیست» و همه مسئولان در نظام اسلامی باید مراقب باشند تا در دام فساد نغلطند و «همه باید بدانند که طهارت اقتصادی شرط مشروعیت همه مقامات حکومت جمهوری اسلامی است. همه باید از شیطان حرص بر حذر باشند و از لقمه حرام بگریزند و از خداوند در این باره کمک بخواهند» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

رسانه همچنین باید در عرصه‌های مختلف مثل جلوگیری از فراموشی طبقات محروم جامعه، ممانعت از تبعیض در توزیع منابع و امکانات و میدان‌ندادن به ویژه‌خواران نقش آفرینی نماید. رسانه ملی با آگاه‌سازی جامعه از محرومیت‌های موجود در بخش‌های مختلف جامعه، باید برای رفع محرومیت‌های موجود از مسئولان مطالبه‌گری داشته باشد. همچنین نظارت رسانه‌ها را می‌توان در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مورد بررسی قرار داد؛ اما آنچه از ضرورت بیشتری برخوردار است، نظارت بر عرصه فرهنگی و تلاش برای انتقال ارزش‌های دینی به نسل‌های بعدی، نهادینه‌سازی فرهنگ مطلوب و زدودن آسیب‌های فرهنگی موجود است.

۳-۹. تقویت عزت ملی، استقلال و آزادی

لازمه رسیدن به اهداف بزرگ و تشکیل تمدن، ایستادگی در مقابل قدرت‌های بزرگ و مستکبران عالم است. یکی از مقولاتی که انقلاب اسلامی در عصر کنونی روی آن تأکید می‌کند، استکبارستیزی است؛ همچنان که در بیانیه گام دوم آمده است: «تقابل دو گانه جدید «اسلام و استکبار» پدیده برجسته جهان معاصر و کانون توجه

جهانیان شد» (بیانیه گام دوم انقلاب). مسلمانان باید عزت خود را حفظ کرده و در برابر دیگران ذلت و حقارت نپذیرند. به دلیل اهمیت این اصل، واژه عزت، نه بار در بیانیه گام دوم انقلاب تکرار شده است که نشان‌دهنده اهمیت این واژه در ادبیات رهبر معظم انقلاب است. رسانه‌های جمعی باید در ترویج عدم دوستی با دشمنان اسلام نقش آفرینی کنند و با تبیین ابعاد مختلف برقراری رابطه با دشمنان و ضررهایی که در برقراری ارتباط دوستانه با مستکبرین گریبان‌گیر جامعه اسلامی می‌شود، آنان را از ورود به ارتباط حقارت‌آمیز با کافران نهی کنند. همان‌گونه که در بیانیه گام دوم آمده است: «جمهوری اسلامی... به مرزبندی‌های خود با رقیبان و دشمنان به شدت حساس است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲). همین مرزبندی با مستکبران و تقابل با استکبار جهانی و تلاش پیگیر برای ارائه الگوی نظام پیشرفته، زمینه‌ساز شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی خواهد بود. استقلال و عدم اطاعت و تبعیت از کافران و قدرت‌های زورگو، از آموزه‌های قرآنی است که در بیانیه گام دوم نیز مطرح شده و از عوامل شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی می‌باشد.

رهبر معظم انقلاب همواره در طول انقلاب با ارائه تبیین صحیح و اسلامی از شعارهای اصیل انقلاب، جهت‌گیری صحیح اسلامی را در تبیین این شعارها مورد نظر داشته‌اند. ایشان در بیانیه گام دوم درباره تبیین صحیح استقلال و آزادی آورده‌اند: «استقلال ملی به معنی آزادی ملت و حکومت از تحمیل و زورگویی قدرت‌های سلطه‌گر جهان است و آزادی اجتماعی به معنای حق تصمیم‌گیری و عمل کردن و اندیشیدن برای همه افراد جامعه است؛ و این هر دو از جمله ارزش‌های اسلامی‌اند و این هر دو عطیه الهی به انسان‌هایند و هیچ‌کدام تفضل حکومت‌ها به مردم نیستند. حکومت‌ها موظف به تأمین این دوانند». از نظر اسلام، آزادی یکی از اصلی‌ترین ارزش‌های نوع بشری به شمار می‌رود (جعفری، ۱۳۶۹، ص ۲۳۳). آزاداندیشی پیش‌نیاز هر نوع خلاقیت و نوآوری در هر تمدنی است (حاج حسن، ۱۴۱۲ق، ص ۲۴۲).

نظریه پردازان مکتب فرانکفورت معتقد هستند نظام سرمایه‌داری، کالاها را به صورت بت‌های اقتصادی و فرهنگی درمی‌آورد و از طریق استاندارد کردن آن‌ها به تحمیل کالاها می‌پردازد (محسنی، ۱۳۹۶، ص ۶۴). رسانه‌های جمعی لیبرالی نیز با استاندارد کردن

فرهنگ تولیدی، آزادی مخاطبان خود را سلب کرده و به آن‌ها اجازه اندیشیدن در امری خارج از فضای ایجادشده را نمی‌دهد؛ اما در رسانه‌های جمعی اسلامی باید زمینه‌های انتخاب آزادانه و تصمیم‌گیری فراهم شود. با استناد به آیه «الَّذِينَ يَشْتَرُونَ الْقَوْلَ فَيَشْتَرُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ»؛ «(همان) کسانی که به سخن (ها) گوش فرا می‌دهند و از نیکوترین آن پیروی می‌کنند؛ آنان کسانی هستند که خدا راهنمایی‌شان کرده و فقط آنان خردمندانند» (زمر، ۱۸). می‌توان به این نتیجه رسید که جریان اطلاعات، باید آزاد و همگانی باشد و همگان باید بتوانند پیام‌های مختلف را شنیده و با خردمندی بهترین را برگزینند؛ البته درجایی که مصلحت نظام اسلامی (و به‌طریق اولی امت اسلامی) و مصالح مردم مسلمان اقتضا کند که پیامی منتشر نشود، لازم خواهد بود که از انتشار این اخبار ممانعت گردد. همچنین «آزادی نباید در تقابل با اخلاق و قانون و ارزش‌های الهی و حقوق عمومی تعریف شود» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

رسانه‌های جمعی اسلامی باید در دو حیطة به این مهم اقدام کنند؛ گام اول این است که در تولید محتوای رسانه‌ای تا جایی که امکان پذیر است، از وابستگی به مستکبرین رهایی یابند، حال این وابستگی چه در پخش اخبار و تحلیل‌های خبری و چه در استفاده از تولیدات رسانه‌ای غرب است که به‌صورت غیر مستقیم ارزش‌های لیبرالیستی را به مخاطبان منتقل می‌کنند؛ گام دوم نیز ترویج و گفتمان‌سازی استقلال‌طلبی برای مخاطبان و سوق دادن آنان به استقلال‌طلبی در وجوه مختلف اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است.

ترویج مؤلفه‌های استقلال اقتصادی همچون فرهنگ بهره‌وری، اصلاح الگوی مصرف (ساده‌زیستی، قناعت و ...)، گرایش به مصرف کالاهای داخلی، احیای روحیه جهادی در سازندگی کشور، اعتماد به توان خودی، فرهنگ مشارکت و تعاون در توسعه اقتصاد ملی، فرهنگ کار و تلاش، توجه به الگوی پیشرفت ایرانی - اسلامی در حوزه اقتصاد، اهتمام به خودکفایی در صنعت و کشاورزی. ترویج مؤلفه‌های استقلال سیاسی مثل پرهیز از غرب‌زدگی و خودباختگی، گسترش زمینه مشارکت و حضور

مردم، ترجیح مصالح ملی بر منافع فردی و گروهی، اعتقاد و التزام به قانون اساسی. ترویج مؤلفه‌های استقلال فرهنگی همچون پابندی به ارزش‌ها و سنت‌های ملی، جرئت ایستادگی در مقابل سلطه‌گران، مقابله با تهاجم فرهنگی، فرهنگ جهادی، حفظ ذخایر و سرمایه‌های فرهنگی، عدم خودباختگی فرهنگی و جلب مشارکت عمومی در حوزه فرهنگ (ن.ک: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۸۹).

۳-۱۰. ترویج مجاهدت در همه عرصه‌ها

بدون تردید پایه‌گذاری، تکوین و گسترش تمدن‌ها فقط در پرتو تلاش مستمر انسان‌ها میسر است و یکی از شاخصه‌های بارز تمدن‌ها، تلاش و کوشش مستمر افراد آن است. در آموزه‌های اسلامی این تلاش مستمر مورد توجه تام قرار گرفته و از آن با عنوان مجاهدت یاد شده است که تأثیری بس عظیم در رشد و دوام تمدن اسلامی دارد. این مجاهدت، مختصات مربوط به خود را دارد که در هیچ تمدنی مسبق به سابقه نیست (زمانی محبوب، ۱۳۹۶). در بیان مقام معظم رهبری، واژه مجاهدت واژه‌ای راهبردی است که با توجه به آثار عمیق آن در رشد و دوام تمدن نوین اسلامی، در مناسبت‌های مختلف همه را به مجاهدت در همه امور دعوت کرده‌اند (اکبری و رضایی، ۱۳۹۴، ص ۹۶). «جهاد» به معنای کوشش است و شامل هر نوع تلاش در راه خدا می‌شود؛ مانند جهاد نظامی و مبارزه با دشمنان اسلام، جهاد فرهنگی و تلاش در راه اعتلای علمی و فرهنگی مسلمانان، جهاد با نفس و مبارزه با هوس‌های سرکش درون و جهاد سازندگی و تلاش در راه پیشرفت‌های فنی و ساختن زندگی بهتر برای مسلمانان و امداد مادی به آنان (رضایی، ۱۳۸۷، ج ۱۶، ص ۱۱۳).

جهادگری، آمادگی همیشگی با به‌کارگیری تمام توان برای مقابله با دشمن و ساخت درونی نظام در مقابل دشمن است. جهادگری، یکی از مفاهیم محوری بیانیه گام دوم می‌باشد و در بخش‌های مختلف بیانیه مورد تأکید قرار گرفته است و از تعبیر «جهاد بزرگ برای ساختن ایران اسلامی بزرگ» استفاده شده است. رهبر معظم انقلاب به جوانان توصیه می‌کنند: «نگاه انقلابی و روحیه انقلابی و عمل جهادی را به کار بندند و

ایران عزیز را الگوی کامل نظام پیشرفته اسلامی بسازند» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲). به نظر ایشان «همه راه‌حل‌ها در داخل کشور است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲). و ما ظرفیت‌های استفاده‌نشده فراوانی داریم که «همت‌های بلند و انگیزه‌های جوان و انقلابی خواهند توانست آن‌ها را فعال و در پیشرفت مادی و معنوی کشور به معنی واقعی جهش ایجاد کنند» (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲)، اما شرط موفقیت این است که جوانان «باید با همت و هشیاری و سرعت عمل و ابتکار» این راه را طی کنند (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

بنابراین رسانه‌های جمعی در گام دوم انقلاب، هم باید تلاش مجاهدانه‌ای برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم داشته باشند و هم برای ایجاد روحیه تلاش و مجاهدت در بین اقشار مختلف مردم تلاش کنند. رسانه باید عرصه‌های مختلفی را که نیاز به مجاهدت در آن‌ها بیشتر است، به مخاطبین خود ارائه نماید تا زمینه حرکت جوانان در آن عرصه‌ها را فراهم کند؛ با ساخت برنامه‌های مختلف، علل کم‌کاری در بعضی حوزه‌ها را با حضور کارشناسان مختلف بررسی کرده و راهکارهای ایجاد شور و نشاط و کار و تلاش گسترده را در بخش‌های مختلف فراهم نماید.

۳-۱۱. ترویج سبک زندگی اسلامی

هر جامعه‌ای برای گام برداشتن در مسیر تمدن‌سازی، نیازمند فرهنگی پویا و بومی است که شاخصه‌های ارتباطات و رفتار اجتماعی و سبک زیستن را که برگرفته از تفسیر انسان‌ها از زندگی است، دارا باشد. مقام معظم رهبری سبک زندگی را محور اصلی تمدن نوین اسلامی می‌دانند: «بخش حقیقی، آن چیزهایی است که متن زندگی ما را تشکیل می‌دهد که همان سبک زندگی است ... این، بخش حقیقی و اصلی تمدن است؛ مثل مسئله خانواده، سبک ازدواج، نوع مسکن، نوع لباس، الگوی مصرف، نوع خوراک، نوع آشپزی، تفریحات، مسئله خط، مسئله زبان، مسئله کسب و کار، رفتار ما در محل کار، رفتار ما در دانشگاه، ... سفرهای ما، نظافت و طهارت ما، رفتار ما با دوست، رفتار ما با دشمن، رفتار ما با بیگانه» (خامنه‌ای، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳). از سوی دیگر، «سیاست‌مداران غربی ... به دنبال سلیقه‌سازی و ترویج سبک زندگی غربی در سایر

جوامع هستند» (خامنه‌ای، ۱۳۸۳/۰۳/۲۲) و «تلاش غرب در ترویج سبک زندگی غربی در ایران، زیان‌های بی‌جبران اخلاقی و اقتصادی و دینی و سیاسی به کشور و ملت مازده است؛ مقابله با آن، جهادی همه‌جانبه و هوشمندانه می‌طلبد که باز چشم امید در آن به شما جوان‌ها است» (بیانیه گام دوم انقلاب). بنابراین برای تحقق بخشیدن به تمدن نوین اسلامی، نیازمند سبک زندگی ایرانی-اسلامی هستیم.

یکی از بایدهای اصلی رسانه‌های جمعی، توجه به سبک زندگی اسلامی در بخش‌های مختلف فعالیت‌های رسانه‌ای است. از آنجایی که کارکرد اصلی رسانه، سرگرمی است، لذا در برنامه‌های ساخته‌شده، خواسته یا ناخواسته تأثیرات غیر مستقیم بر سبک زندگی مخاطبان دارد. بنابراین ضروری است که رسانه‌ها با توجه جدی به این مسئله و برنامه‌ریزی دقیق برای ترویج سبک زندگی اسلامی در عرصه‌های مختلف و مبارزه با سبک زندگی غربی، در این زمینه نقش آفرینی کنند.

نتیجه‌گیری

پس از مطالعه دلالت پژوهی بیانیه گام دوم انقلاب و استخراج چهل مؤلفه هنجاری، مؤلفه‌های بااهمیت که مشخص‌کننده بایدها و نبایدهای فعالیت رسانه‌های جمعی برای تمدن‌سازی در گام دوم انقلاب هستند استخراج شدند. این مؤلفه‌ها عبارتند از: توحیدمحوری و ایمان عمیق، امیدبخشی نسبت به آینده، جوان‌گرایی و امید به جوانان در ایجاد تحولات پیش رو، علم‌گرایی و پژوهش‌محوری، تقویت معنویت و اخلاق، ترویج شکوفایی و پیشرفت اقتصادی، گفتمان‌سازی عدالت‌خواهی، نظارت‌گری و فسادستیزی، تقویت عزت ملی، استقلال و آزادی، ترویج مجاهدت در همه عرصه‌ها و ترویج سبک زندگی اسلامی. برای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب و زمینه‌سازی برای تمدن نوین اسلامی، لازم است این بایدها و نبایدها مورد توجه رسانه‌های جمعی به خصوص رسانه ملی باشد. برای نیل به این مقصود باید سند تحول رسانه ملی بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب تدوین و راهبردهای کلان و برنامه‌های عملیاتی برای تحقق آن ترسیم شود و با مشخص نمودن شاخص‌ها و سنجه‌های لازم بر اساس قواعد هنجاری

مشخص شده، فعالیت‌های رسانه ملی مورد بررسی قرار گرفته و میزان حرکت آن به سمت وضعیت مطلوب مشخص گردد تا با این ارزیابی‌های سالیانه و اصلاح و ارتقای فعالیت‌ها بر اساس شاخص‌های مشخص شده، شاهد نقش آفرینی هرچه بیشتر رسانه ملی در گام دوم انقلاب باشیم. ترسیم این مؤلفه‌ها و شاخص‌ها برای گام دوم در رسانه ملی موجب خواهد شد تا با هم‌افزایی با حرکت بخش‌های دیگر نظام اسلامی بر اساس بیانیه گام دوم، زمینه‌های تحقق تمدن اسلامی فراهم شود. البته رسانه‌های جمعی ظرفیت‌هایی نیز برای نهادینه‌سازی بیانیه گام دوم در بین نخبگان و عموم مردم از قبیل فرهنگ‌سازی بیانیه گام دوم و ایجاد حس مسئولیت در افراد و سازمان‌های مختلف برای تحقق آن دارند و با توجه دادن مخاطبان به این بیانیه می‌توانند مطالبه‌گری را در بین نخبگان و عموم جامعه ایجاد کنند. مطالبه‌گری اجتماعی در مورد بخش‌های مختلف بیانیه می‌تواند زمینه‌ساز توجه مسئولان و تحقق مؤلفه‌های گوناگون آن در جامعه اسلامی شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 portal.jiss.isca.ac.ir

فهرست منابع

* قرآن کریم

۱. اکبری، مرتضی؛ رضایی، فریدون. (۱۳۹۴). واکاوی شاخصه‌های تمدن نوین اسلامی در اندیشه مقام معظم رهبری. فصلنامه الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی، (۵)، صص ۸۵-۱۰۸.
۲. اوسولیوان، تام؛ ساندرز، دانی؛ هارتلی، جان و فیسک، جان. (۱۳۸۵). مفاهیم کلیدی ارتباطات (مترجم: میرحسن رئیس‌زاده). تهران: فصل نو.
۳. ترکشوند، علی‌اصغر. (۱۳۸۹). الگوی هنجاری رسانه ملی از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران. تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۴. تمیمی آمدی، عبدالواحد. (۱۳۶۶). غرر الحکم و درر الکلم. قم: دفتر تبلیغات.
۵. جان‌احمدی، فاطمه. (۱۳۹۱). تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی. قم: دفتر نشر معارف.
۶. جعفری، محمدتقی. (۱۳۶۹). حکمت اصول سیاسی اسلام، ترجمه و تفسیر فرمان مبارک علی علیه السلام به مالک اشتر. قم: مؤسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی تبیان.
۷. حاج حسن، حسین. (۱۴۱۲ق). حضارة العرب في صدر الاسلام. بیروت: المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع.
۸. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۸۳/۰۳/۲۲). بیانات در دیدار طلاب مدرسه علمیه آیت‌الله مجتهدی. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری <https://b2n.ir/w47273>
۹. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۸۸/۰۴/۲۹). بیانات در سالروز عید سعید مبعث. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری <https://b2n.ir/d46376>
۱۰. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۸۹). منشور فرهنگی انقلاب اسلامی. تهران: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۱۱. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۹۱/۰۴/۳۱). بیانات در دیدار شرکت‌کنندگان در اجلاس جهانی «زنان و بیداری اسلامی». برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری <https://b2n.ir/q31113>

۱۲. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۹۱/۰۷/۲۳). بیانات در دیدار جوانان استان خراسان شمالی. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری <https://b2n.ir/g51791>
۱۳. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۹۷/۱۱/۲۲). بیانیه «گام دوم انقلاب» خطاب به ملت ایران. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری <https://b2n.ir/a87526>
۱۴. دانایی‌فرد، حسن. (۱۳۹۵). روش‌شناسی مطالعات دلالت‌پژوهی در علوم اجتماعی و انسانی: بنیان‌ها، تعاریف، اهمیت، رویکردها و مراحل اجرا. روش‌شناسی علوم انسانی، ۲۲(۸۶)، صص ۳۹-۷۱.
۱۵. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی. (۱۳۸۹). شاخص‌های راهبردی، ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی. تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۱۶. رزاقی، افشین. (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات اجتماعی. تهران: پیکان.
۱۷. رضایی اصفهانی، محمد علی. (۱۳۸۷). تفسیر قرآن مهر (ج ۹ و ۱۶). قم: پژوهش‌های تفسیر و علوم قرآن.
۱۸. زمانی محبوب، حبیب. (۱۳۹۶). مؤلفه‌ها و شاخص‌های تمدن اسلامی. همایش بین‌المللی بازخوانی تمدن اسلامی و جهان‌شهر معنوی با تأکید بر شهر مقدس مشهد.
۱۹. فرمehنی فراهانی، محسن؛ اشرفی، فاطمه. (۱۳۹۳). اصول اخلاق حرفه‌ای در نهج البلاغه. پژوهشنامه علوی، ۵(۱)، صص ۶۷-۸۶.
۲۰. قربانی، زین‌العابدین. (۱۳۷۰). تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی. تهران: انتشارات دفتر فرهنگ اسلامی.
۲۱. محسنی، منوچهر. (۱۳۹۶). بررسی در جامعه‌شناسی فرهنگی ایران. تهران: شرکت انتشارات علمی فرهنگی.
۲۲. معتمدنژاد، کاظم؛ معتمدنژاد، رویا. (۱۳۸۶). حقوق ارتباطات. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۳. ملاعباسی، محمد. (۱۳۹۵). راه ناهموار تمدن: هفت مقاله درباره تمدن. تهران: ترجمان علوم انسانی.

۲۴. مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی (مترجم: پرویز اجلالی). تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

۲۵. مهدی‌زاده، سید مهدی. (۱۳۹۱). نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.

۲۶. ولایتی، علی اکبر. (۱۳۸۶). پویایی فرهنگ و تمدن اسلام و ایران. تهران: وزارت امور خارجه.

27. Baran Stanley J. and Dennis K. Davis. (2012). *Mass communication theory (Foundations, Ferment, and Future)*. Sixth edition. Wadsworth, Boston.

28. Littlejohn Stephen W. and Karen A. Foss. (2009). *Encyclopedia Of Communication Theory*. Copyright © by SAGE Publications, Inc.

29. Siebert, Fred Seaton, Theodore Peterson, Wilbur Schramm. (1963). *Four theories of the press*. Urbana. University of Illinois press.



References

* The Holy Qur'an

1. Akbari, M., & Rezaei, F. (1394 AP). An Analysis of the characteristics of the new Islamic civilization in the thought of the Supreme Leader. *Iranian Islamic Progress Model*, (5), pp. 85-108. [In Persian]
2. Baran Stanley J., & Davis, D. K. (2012). *Mass communication theory. (Foundations, Ferment, and Future)*. 6th ed.. Wadsworth, Boston.
3. Danaeifard, H. (1395 AP). *Methodology of Argument studies in social sciences and humanities: foundations, definitions, importance, approaches and implementation stages*. *Methodology of Humanities*, 22(86), pp. 39-71. [In Persian]
4. Farmahini Farahani, M., & Ashrafi, F. (1393 AP). Principles of professional ethics in Nahj al-Balaghah. *Alavi Research Journal*, 5(1), pp. 67-86. [In Persian]
5. Fred Seaton, S., & Peterson, T., & Schramm, W. (1963). *Four theories of the press*. Urbana. University of Illinois press.
6. Haj Hassan, H. (1412 AH). *Hazarah al-Arab fi Sadr al-Islam*. Beirut: Al-Mu'asisah al-Jame'iah le Dirasat va al-Nashr va al-Tawzi. [In Arabic]
7. Jafari, M. T. (1369 AP). *Wisdom of the political principles of Islam, translation and interpretation of order of Imam Ali to Malik Ashtar*. Qom: Tebyan Cultural and Information Institute. [In Persian]
8. Jan Ahmadi, F. (1391 AP). *The history of Islamic culture and civilization*. Qom: Maaref Publishing Office. [In Persian]
9. Khamenei, S. A. (1389 AP). *Cultural Charter of the Islamic Revolution*. Tehran: Secretariat of the Supreme Council of the Cultural Revolution. [In Persian]
10. Khamenei, S. A. (22/03/1383 AP). *Statements in the meeting of the students of Ayatollah Mojtahed Theological School*. From: Supreme Leader Information Center <https://b2n.ir/w47273>. [In Persian]

11. Khamenei, S. A. (22/11/1397 AP). *Statement of "The Second Step of the Revolution" addressed to the Iranian nation*. From: Supreme Leader Information Center <https://b2n.ir/a87526>. [In Persian]
12. Khamenei, S. A. (23/07/1391 AP). *Statements in the meeting of the youth of North Khorasan*. From: Supreme Leader Information Center <https://b2n.ir/g51791>. [In Persian]
13. Khamenei, S. A. (29/04/1388 AP). *Statements on the anniversary of Eid al-Fitr*. From: Supreme Leader Information Center <https://b2n.ir/d46376>. [In Persian]
14. Khamenei, S. A. (31/04/1391 AP). *Statements in the meeting of the participants in the World Summit "Women and Islamic Awakening"*. From: Supreme Leader Information Center <https://b2n.ir/q31113>. [In Persian]
15. Littlejohn S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Copyright © by SAGE Publications, Inc.
16. McQuail, D. (1388 AP). *An Introduction to the Theory of Mass Communication*. (Ejlali, P, Trans.). Tehran: Office of Media Studies and Development. [In Persian]
17. Mehdizadeh, S. M. (1391 AP). *Media theories, popular ideas and critical views*. Tehran: Hamshahri. [In Persian]
18. Mohseni, M. (1396 AP). *A Study in Iranian Cultural Sociology*. Tehran: Scientific and Cultural Publishing Company. [In Persian]
19. Motamednejad, K., & Motamednejad, R. (1386 AP). *Communication rights*. Tehran: Office of Media Studies and Development, Ministry of Culture and Islamic Guidance. [In Persian]
20. Mullah Abbasi, M. (1395 AP). *The Rough Road to Civilization: Seven Articles on Civilization*. Tehran: Humanities Tarjoman. [In Persian]
21. Osolivan, T., & Saunders, D., & Hartley, J., & Fisk, J. (1385 AP). *Key Concepts of Communication*. (Raiszadeh, M. H, Trans.). Tehran: Fasl No. [In Persian]

22. Qorbani, Z. (1370 AP). *The history of Islamic culture and civilization*. Tehran: Islamic Culture Office Publications. [In Persian]
23. Razzaqi, A. (1381 AP). *Theories of social communication*. Tehran: Peykan. [In Persian]
24. Rezaei Esfahani, M. A. (1387 AP). *Tafsir Quran Mehr*. (vols. 9 &16). Qom: Research on Qur'anic Interpretation and Sciences. [In Persian]
25. Secretariat of the Supreme Council of the Cultural Revolution. (1389 AP). *Strategic indicators, dimensions, and cultural components*. Tehran: Supreme Council of the Cultural Revolution. [In Persian]
26. Tamimi Amadi, A. (1366 AP). *Qorar al-Hikam va Dorar al-Kalam*. Qom: Islamic Propagation Office of Qom Seminary. [In Persian]
27. Torkashvand, A. A. (1389 AP). *The normative model of the national media from the perspective of the leaders of the Islamic Republic of Iran*. Tehran: Imam Sadegh University. [In Persian]
28. Velayati, A. A. (1386 AP). *The dynamics of culture and civilization of Islam and Iran*. Tehran: Ministry of Foreign Affairs. [In Persian]
29. Zamani Mahjoub, H. (1396 AP). *Components and characteristics of Islamic civilization*. International Conference on the Rereading of Islamic Civilization and the World of the Spiritual City with Emphasis on the Holy City of Mashhad. [In Persian]