

بازنمایی گفتمان انقلاب اسلامی در رسانه ملی

سهیلا رسالت^۱

چکیده

مطالعه حاضر در صدد بازنمایی گفتمان انقلاب اسلامی در رسانه ملی بوده است. روش تحقیق آمیخته با استفاده رویکردهای کمی و کیفی است. جامعه آماری در بخش کیفی متشکل از اساتید حوزه ارتباطات و همچنین فعالان رسانه‌ای و در بخش کمی نیز شامل کلیه مطالب و محتوای مرتبط در شبکه‌های یک، دو افق رسانه ملی از شش ماه اول سال ۱۴۰۰ است. در بخش کیفی، از روش نمونه‌گیری در دسترس و در بخش کمی از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. همچنین از روش‌های تحلیل مضمون و تحلیل محتوای کمی برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی و کمی استفاده شد. در بخش کیفی، یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که فرهنگ سازی و ارتقاء سطح آگاهی‌ها و باورهای دینی مردم در طول سال از طریق برنامه‌های گوناگون، مصاحبه با صاحب‌نظران و کارشناسان به‌منظور تبیین مفهوم شهادت از منظر علمی و تخصصی، لزوم تعامل سازنده رسانه ملی با نهادهای دانشگاهی و پژوهشی در حوزه فرهنگ شهادت، استفاده از ایده‌های متخصصان و صاحب‌نظران حوزه دین، معرفی شهدا و ایثارگران به‌عنوان الگوهای راستین برای جوانان به‌منظور دستیابی به وضع مطلوب فرهنگ مقاومت، ایثار و شهادت در برنامه‌های رسانه ملی می‌بایست مورد توجه قرار گیرند. در بخش کمی نیز یافته‌ها نشان‌دهنده آن است که مبارزه با تمام قوا علیه استکبار جهانی، مستضعفین محور مبارزه با استکبار جهانی و مبارزه تا نابودی کامل استکبار جهانی از مهم‌ترین مؤلفه‌های فرهنگ استکبارستیزی به شمار می‌آیند.

واژگان کلیدی

گفتمان، انقلاب اسلامی ایران، مقاومت، ایثار، شهادت.

۱. دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشکده ارتباط و مطالعات رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

مقدمه

در عصر حاضر که بیش از چهار دهه از عمر انقلاب اسلامی می‌گذرد، رسالت حفظ و انتقال این مؤلفه‌های فرهنگی به نسل‌های آینده به عهده متولیان آن از طریق رسانه‌های جمعی و به‌ویژه رسانه ملی است. مقام معظم رهبری می‌فرماید: «الگوی مقاومت و مبارزه پیش‌روی ماست؛ یعنی می‌توان با مقاومت و مبارزه و البته تحمل خسارت، به پیروزی رسید»، به تعبیر قرآن: بنیان مرصوص؛ تصویری محکم شکل می‌گیرد. ممکن است کم باشیم ولی قدرت بالایی داریم: كَمْ مِنْ فِئَةٍ قَلِيلَةٍ غَلَبَتْ فِئَةً كَثِيرَةً بِإِذْنِ اللَّهِ وَاللَّهُ مَعَ الصَّابِرِينَ (بقره، ۲۴۹). یک نوع تصویر را باید خودمان تولید کنیم و یک نوع تصویر را خودمان از خود داریم (مقام معظم رهبری، ۸۰/۲/۴).

یکی از ارزش‌هایی که در گفتمان انقلاب اسلامی بر آن تأکید زیادی صورت می‌گیرد، فرهنگ مقاومت است. مقاومت از اصول اولیه زندگی بشری است که انسان بدون بهره‌مندی از آن هرگز قادر به زندگی نخواهد بود. مقاومت، سیاست و سلوکی ممتد است و نه حادثه یا لحظه، بلکه کاری تمدنی و فراگیر و مستمر و متکامل و مستقل در رویارویی با مبارزه‌طلبی‌ها، دشمنی‌ها و تجاوزگری‌ها یا هر چیز دیگری است که برهم زنده تعادل و توازن باشد. بر این اساس مقاومت، به کلیه عکس‌العمل‌هایی اطلاق می‌گردد که ممکن است به شکل تدابیر اجرایی و بازدارنده باشد و گروه یا سازمان یا فردی در رویارویی با تهدیدها و خطرهای تجاوزهای خارجی یا داخلی با آن روبه‌رو می‌شود. برای شکل‌گیری فرهنگ مقاومت و شهادت به مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی نیاز است که از مکتب و آیین هر ملت و قومی نشئت می‌گیرد. فرهنگی که بیانگر معیارها، ارزش‌ها و ضابطه‌ها و نمایشگر کارمایه‌ها و مبناها است که بدون فهم، درک و تفسیر مکاتب آن ملل میسر نیست. این فرهنگ در طی نسل‌های مختلف به طرق‌های گوناگون انتقال و تعالی یافت و اکنون بنا به اقتضائات زمانی و حضور رسانه‌های مختلف در سطح جامعه، اشاعه فرهنگ‌های مختلف، سرعت و شدت بیشتری یافته است؛ و این رسانه‌های افزون بر اطلاعاتی که در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند، تفسیر و تحلیل‌هایی ارائه می‌دهند که به تدریج بخشی از نظام معرفتی افراد را تشکیل می‌دهند و این موضوع به دگرگونی هویت افراد در ابعاد سنتی، پیدایش هویت‌های فرهنگی چندگانه، دگرگونی سامانه‌های ارزشی منجر می‌شود (حراقی و بنی‌سی،

(۱۴۰۱).

از سوی دیگر، از جمله مؤلفه‌های تأثیرگذار در انقلاب اسلامی می‌توان به فرهنگ ایثار و شهادت اشاره کرد. زمینه‌های شکل‌گیری ایثار و شهادت به‌عنوان یکی از ابعاد اصلی جهاد و مبارزه علیه باطل، به صدر اسلام و شاید هم‌زمان با تولد اسلام بازگردد؛ اما این مفهوم در زمان‌هایی بازتولید و بازسازی شده است. اگر ابتدای شکل‌گیری آن را از زمان درخشش اسلام و جنگ‌های پیامبر (ص) و بعد از آن جنگ‌های حضرت علی (ع) بدانیم، نقطه اوج و تاریخی‌ترین لحظات آن، عاشورای سال ۶۱ هجری است که این مفهوم رسمیت یافت و نهادینه شد و بعد از آن در عاشورای هر سال، بستر استمرار آن فراهم شد. از آن زمان به بعد، این گفتمان فرودی طولانی داشت، ولی دوباره جرقه‌های آن در انقلاب مشروطیت روشن شد و پس از وقفه‌ای نسبتاً طولانی، در نهایت در خرداد ۱۳۴۲ شمسی اوج گرفت. در نهایت انقلاب اسلامی با الگوگیری از مؤلفه‌ها، نمادها و اسطوره‌های عاشورایی، آغاز شد و رشد کرد و به پیروزی دست پیدا کرد؛ بنابراین مفهوم ایثار و شهادت بازتولید شد و همچنان نیز ادامه دارد (تاج بخش و گودرزی، ۱۴۰۱).

ملت ایران در دوران انقلاب اسلامی با شناخت همین روحیه و اینکه افراد با شهادت خود به مقامی والا دست پیدا می‌کنند، برای سرنگونی نظام استبدادی که هیچ بویی از معنویت نبرده بود، تلاش کردند و برای مبارزه با رژیم پهلوی هیچ ترسی از دست دادن خود ندا شنند، چراکه مبارزه ملت ایران با رژیم پهلوی، مبارزه حق علیه باطل بود؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که مفهوم ایثار و شهادت، نمادهای بنیادین گفتمان انقلاب اسلامی هستند (باباحیدری و لندران اصفهانی، ۱۴۰۰).

با توجه به اهمیت بازنمایی گفتمان انقلاب اسلامی، لازم است برای سنجش میزان و چگونگی اشاعه و حفظ مؤلفه‌های فرهنگی گفتمان انقلاب اسلامی به نسل جدید، پژوهش‌هایی از سوی محققین برای بررسی دقیق نقش رسانه ملی صورت بگیرد تا میزان بازتولید و بازآفرینی آن مؤلفه‌ها مورد سنجش قرار گیرد. اگرچه در زمینه ایثار و شهادت در کشور انجام گرفته است اما کمتر به نقش رسانه ملی در بازنمایی گفتمان انقلاب اسلامی به‌ویژه ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت پرداخته شده است. لذا به دلیل ضرورت و اهمیتی که بازتولید و بازآفرینی این ارزش‌ها

در جامعه دارد، تلاش شده است تا در چارچوب این مقاله، پژوهش علمی از عملکرد رسانه ملی در این زمینه انجام دهیم. از این رو، پرسش اصلی تحقیق حاضر آن است که نحوه بازنمایی گفتمان انقلاب اسلامی در رسانه ملی به چه صورت است؟

پیشینه پژوهش

میراحمدی باباحیدری و لندران اصفهانی (۱۴۰۰) به مطالعه عملکرد رسانه ملی در شنا ساندن جلوه‌های ایثار و شهادت مبادرت نمود. هدف کلی این پژوهش بررسی میزان تأثیر رسانه ملی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت از دیدگاه فرهنگیان شهرستان فارس بوده است با توجه به ماهیت موضوع تحقیق روش غالب در این پژوهش پیمایشی است. با توجه به تجزیه و تحلیل آماری نتیجه‌گیری می‌شود که رسانه ملی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت نقش دارد، رابطه بین رسانه ملی و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت مستقیم است. رابطه سریال‌های تولیدی رسانه ملی بین شبکه‌های اجتماعی و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت مستقیم است. تولیدات صوتی رسانه ملی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت نقش دارد در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت نقش دارد، رابطه بین تولیدات صوتی رسانه ملی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت مستقیم است. همچنین، حراقی و بنی‌سی (۱۴۰۱) به مطالعه نقش رسانه در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت پرداخت. بررسی نتایج پژوهش که به آزمون پنج فرضیه پرداخته است، نشان می‌دهد رسانه تأثیر مثبت و مستقیم بر ترویج فرهنگ ایثار و شهادت دارد. همچنین رسانه از طریق تأکید بر جنبه‌های اجتماعی بیشترین تأثیر را بر فرهنگ ایثار و شهادت دارد. با توجه به تأثیر طولانی مدت، تدریجی و مستقیم رسانه بر نگرش مخاطب و معطوف به یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌گردد رسانه‌ها در تولیدات خود با پررنگ نمودن جنبه‌های اجتماعی فرهنگ ایثار و شهادت نسبت به ترویج آن اقدام نماید. همچنین سیاست‌گذار مشوق‌های مناسبی را برای ترویج کنندگان مفاهیم فرهنگ ایثار و شهادت قرار دهد. علاوه بر این، بهادر جهرمی و همکاران (۱۴۰۱) به تبیین نقش رسانه‌های اجتماعی بر ترویج فرهنگ ایثار و شهادت پرداخت. یافته‌های آماری بیانگر آن است که بین متغیرهای ترویج اشعار متعهد، برگزاری مسابقات سراسری، تأسیس موزه‌های دائمی و تأسیس بانک اطلاعات زنان ایثارگر دوران دفاع مقدس در رسانه‌های اجتماعی و ترویج فرهنگ ایثار

رابطه مثبت و معنی‌داری دیده شد و هر چهار فرضیه تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. همچنین، تاج‌بخش و گودرزی (۱۴۰۱) به مطالعه تأثیر عملکرد نهادی و رسانه‌ای بر نگرش دانشجویان با تأکید بر فرهنگ ایثار و شهادت مبادرت نمود. این پژوهش از نوع کمی بوده و از رویکرد پیمایش سود جسته است. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بین متغیرهای عملکرد نهادی و رسانه‌ای و نگرش دانشجویان به سه بعد فرهنگ ایثار و شهادت رابطه معنا‌داری وجود دارد و بیشترین همبستگی بین عملکرد نهادی و رسانه‌ای با بعد احساسی فرهنگ ایثار و شهادت است، همچنین آزمون رگرسیون چند متغیره نیز نشان می‌دهد که عملکرد نهادی با میزان ۰,۴۵۲ و عملکرد رسانه‌ای با ۰,۳۸۶ بر ابعاد مختلف نگرش دانشجوین بر فرهنگ ایثار و شهادت تأثیر دارد. همچنین برآزش مدل معادلات ساختاری با استفاده از معیارهای مختلف مطلوب بوده و حکایت از حمایت داده‌های تجربی از مدل نظری پژوهش دارد.

جدول ۱. خلاصه پیشینه پژوهش داخلی

ردیف	بازه زمانی	نام نویسندگان	عنوان مقاله	یافته‌های تحقیق
۱	۱۴۰۰	میراحمدی باباحیدری ولندران اصفهانی	عملکرد رسانه ملی در شناساندن جلوه‌های ایثار و شهادت (مورد مطالعه: رسانه محلی استان چهارمحال و بختیاری)	رسانه ملی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت نقش دارد، رابطه بین رسانه ملی و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت مستقیم است. رابطه سریال‌های تولیدی رسانه ملی بین شبکه‌های اجتماعی و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت مستقیم است. تولیدات صوتی رسانه ملی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت نقش دارد در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت نقش دارد، رابطه بین تولیدات

ردیف	بازه زمانی	نام نویسندگان	عنوان مقاله	یافته‌های تحقیق
				صوتی رسانه ملی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت مستقیم است.
۲	۱۴۰۱	حرافی و بنی‌سی	هژمونی تمدنی غرب و ظرفیت‌های گفتمان انقلاب اسلامی برای جهان اسلام	بررسی نتایج پژوهش که به آزمون پنج فرضیه پرداخته است، نشان می‌دهد رسانه تأثیر مثبت و مستقیم بر ترویج فرهنگ ایثار و شهادت دارد. همچنین رسانه از طریق تأکید بر جنبه‌های اجتماعی بیشترین تأثیر را بر فرهنگ ایثار و شهادت دارد. با توجه به تأثیر طولانی مدت، تدریجی و مستقیم رسانه بر نگرش مخاطب و معطوف به یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌گردد رسانه‌ها در تولیدات خود با پررنگ نمودن جنبه‌های اجتماعی فرهنگ ایثار و شهادت نسبت به ترویج آن اقدام نماید. همچنین

ردیف	بازه زمانی	نام نویسندگان	عنوان مقاله	یافته‌های تحقیق
				سیاست‌گذار مشوق‌های مناسبی را برای ترویج کنندگان مفاهیم فرهنگ ایثار و شهادت قرار دهد.
۳	۱۴۰۱	جهرمی و همکاران	نقش رسانه‌های اجتماعی بر ترویج فرهنگ ایثار و شهادت	یافته‌های آماری بیانگر آن است که بین متغیرهای ترویج اشعار متعهد، برگزاری مسابقات سراسری، تأسیس موزه‌های دائمی و تأسیس بانک اطلاعات زنان ایثارگر دوران دفاع مقدس در رسانه‌های اجتماعی و ترویج فرهنگ ایثار رابطه مثبت و معنی‌داری دیده شد و هر چهار فرضیه تحقیق مورد تأیید قرار گرفت.
۴	۱۴۰۱	تاج‌بخش و گودرزی	مطالعه تأثیر عملکرد نهادی و رسانه‌ای بر نگرش دانشجویان با تأکید بر فرهنگ ایثار و شهادت	نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بین متغیرهای عملکرد نهادی و رسانه‌ای و نگرش دانشجویان به سه بعد فرهنگ ایثار و شهادت رابطه معناداری وجود دارد و بیشترین همبستگی بین عملکرد نهادی و رسانه‌ای با بعد احساسی فرهنگ ایثار و شهادت است، همچنین آزمون رگرسیون چند متغیره نیز نشان می‌دهد که عملکرد نهادی با

ردیف	بازه زمانی	نام نویسندگان	عنوان مقاله	یافته‌های تحقیق
				میزان ۰،۴۵۲ و عملکرد رسانه‌ای با ۰،۳۸۶ بر ابعاد مختلف نگرش دانشجویان بر فرهنگ ایثار و شهادت تأثیر دارد.

با مرور پیشینه پژوهش درمی‌یابیم که هر چند در خصوص مبحث مقاومت، ایثار و شهادت در کشور ما پژوهش‌هایی صورت گرفته است، با این وجود علیرغم برخورداری از نقاط قوت فراوان، نقاط ضعفی نیز در آن‌ها دیده می‌شود؛ به این صورت که اولاً نقش رسانه ملی در اشاعه گفتمان انقلاب اسلامی کمتر مورد توجه قرار گرفته است در حالی که در پژوهش حاضر بر نحوه بازنمایی گفتمان انقلاب اسلامی با تأکید بر ارزش‌های مقاومت، ایثار و شهادت در برنامه‌های رسانه ملی تمرکز شده است. ثانیاً، اکثر مطالعات انجام شده مبتنی بر رویکرد کمی و ابزار پرسشنامه بوده‌اند، در صورتی که تحقیق حاضر از یک رویکرد ترکیبی مبتنی بر روش‌های کیفی و کمی به منظور بررسی جامع نحوه بازنمایی گفتمان انقلاب اسلامی در رسانه ملی و نقاط ضعف و کمبودهای آن استفاده نموده است.

مبانی نظری پژوهش

گفتمان انقلاب اسلامی

گفتمان به چارچوب و استخوان‌بندی نظری و فکری هر مکتب گفته می‌شود که نگرش، بینش و رفتار پیروان آن مکتب را سازمان‌دهی می‌کند و به تعبیری دیگر شاید بتوان گفتمان را شامل مسائل ذهنی و عینی به صورت توأمان دانست. گفتمان اصطلاحاً به آن اندیشه و دیدگاهی اطلاق می‌شود که بین مخاطبان به‌اجمال فهم می‌شود و به دلیل وجود زمینه‌های مساعد به جریان فکری تبدیل می‌شود گفتمان در بردارنده وجوه اثباتی و نفی، ایجابی و سلبی است، به این معنا که هر گفتمان در عین اثبات خود موارد دیگر را نفی می‌کند (کاظمی و همکاران، ۱۴۰۲).

گفتمان انقلاب اسلامی در تداوم حرکت انبیا و تعالیم آسمانی به‌ویژه اسلام راستین است که دال مرکزی آن را اسلام و هویت اسلامی تشکیل می‌دهد. گفتمان انقلاب اسلامی در بردارنده مفاهیم رکنی چون: استقلال‌خواهی، آزادی، مردم‌پایگی و اسلام‌مداری است که در شعار اساسی «استقلال»، «آزادی»، «جمهوری اسلامی» مطرح شده است توأمان بودن دین و سیاست، ستون فقرات و رکن اساسی گفتمان انقلاب اسلامی را شکل می‌دهد، به این معنا که قانون مبتنی بر دین و مشارکت و نقش‌آفرینی مردم در حکومت با محوریت رهبری دینی از ارکان انقلاب اسلامی است که این گفتمان را از دیگر گفتمان‌ها جدا و متمایز می‌کند (دانشیار، ۱۴۰۱).

در گفتمان انقلاب اسلامی، وظیفه محوری (تکلیف‌گرایی) و معنویت خواهی از اصول مورد توجه است، از این دیدگاه مبارزه، مشارکت سیاسی، اقدامات انقلابی با نگاه تکلیف‌گرایانه دنبال می‌شود. بر این اساس، انجام تکلیف الهی، طلب رضایت خدا و دفاع از ارزش‌های دینی برخی از واژگانی هستند که در چارچوب اصل تکلیف‌گرایی و معنویت خواهی در گفتمان انقلاب اسلامی مورد توجه قرار می‌گیرند. حمایت از مظلومان و مستضعفان جهان، یکی دیگر از اصول بنیادین و اساسی گفتمان انقلاب اسلامی است، این گفتمان به حکم عقل و نقل، خود را موظف می‌داند تا از مظلومان و مستضعفان در مقابل ظالمان و مستکبران دفاع کند. گفتمان انقلاب اسلامی که مبلغ و مروج معنویت، عدالت، استقلال، آزادی، ظلم‌ستیزی، مظلوم‌یوری و... است، برخوردار از ظرفیت‌هایی است که بتواند راه‌حل و برنامه‌های لازم، برای بازیابی و بازسازی هویت اسلامی مسلمانان در جوامع اسلامی ارائه نماید و جامعه و حکومت را بر اساس اصول اسلامی، بازسازی کند و جوامع مترقی و پیشرفته با معیارهای اسلامی بسازد و تمدن نوین اسلامی را شکل دهد. گفتمان انقلاب اسلامی با شکل‌دهی و محور قرار دادن «حکومت اسلامی» یا «مردم‌سالاری دینی» در قالب جمهوری اسلامی در پی معنابخشی به این حقیقت بوده است که دین و سیاست و دین و دولت، پیوندی ناگسستنی با هم دارند. از منظر صاحب‌نظران دینی، کار ویژه اساسی نظام سیاسی اسلام، زمینه‌سازی برای تقرب به خداوند است و تمام تصمیمات و برنامه‌ها در این نظام، جهت تحقق همین هدف است (بردبار، ۱۴۰۱).

گفتمان انقلاب اسلامی که با مرکزیت بخشیدن به اسلام و توجه به نقش‌آفرینی مردم در

تحولات سیاسی — اجتماعی، همراه با هدایتگری رهبری حکیمانه، هوشمندانه و متعهدانه رهبری دینی، یک نظام معنایی را تشکیل داد که در این نظام معنایی بر: عدالت، آزادی توأم با مسئولیت، اخلاق‌مداری و معنویت‌گرایی، اجرای قوانین الهی، مبارزه با ظلم و استکبار، حمایت از مستضعفان، بیداری اسلامی، خودباوری، استقلال‌خواهی، پیشرفت همه‌جانبه و... تأکید می‌شود. گفتمان انقلاب اسلامی با مشکلات و چالش‌هایی نیز روبرو است که توسط سردمداران گفتمان‌های رقیب ایجاد و گسترش می‌یابند تا ماهیت نظام سیاسی برآمده از این گفتمان را به نحوه‌های مختلف، تضعیف کنند (نجفی و سرافراز، ۱۳۹۹).

نظریه کاشت

این نظریه یکی از اشکال نظر رسانه‌ها در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی شکل دهد. نظریه کاشت یا اشاعه برای ارائه الگویی از تحلیل تبیین شده است تا نشان‌دهنده تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی باشد که اساساً در سطح برداشت اجتماعی عمل می‌کنند (Melhem & Punyanut-Carter, 2019).

جرج گربنر^۱ عقیده دارد که تلویزیون به لحاظ عمق و نفوذ فراوانش، نیروی فرهنگی قدرتمندی است و تلویزیون را ابزاری در دست نظم تثبیت‌شده صنعتی اجتماعی می‌داند که بجای تغییر، تهدید یا تضعیف نظام سنتی باورها، ارزش‌ها و رفتارها در خدمت حفظ، تثبیت یا تقویت آنهاست. او که اثر اصلی تلویزیون را جامعه‌پذیری یعنی اشاعه ثبات و پذیرش وضعیت موجود می‌داند، او معتقد است که تلویزیون تغییرات را به‌تنهایی به حداقل نمی‌رساند، بلکه این امر با هماهنگی دیگر نهاد‌های عمده فرهنگی محقق می‌شود (Pollock et al, 2020). گربنر می‌گوید: از نظر تماشاگران پرمصرف، تلویزیون عملاً دیگر منابع اطلاعات، افکار و آگاهی‌ها را به انحصار درآورده و یک کاسه می‌کند. اثر این مواجهه با پیام‌های مشابه چیزی را تولید می‌کند که وی آن را کاشت یا آموزش جهان‌بینی رایج، نقش‌های رایج و ارزش‌های رایج می‌نامد. گربنر

عقیده دارد که پیام تلویزیون از چندین جنبه اساسی از واقعیات فاصله دارد اما به جهت تکرار دائمی‌اش، نهایتاً به‌عنوان دیدگاه مورد وفاق جامعه پذیرفته می‌شود و تماس ممتد با جهان تلویزیون می‌تواند نهایتاً به قبول دیدگاه تلویزیون که همواره واقعیت را به‌درستی منعکس نمی‌کند درباره جهان واقعی منجر شود (Kumar & Kumra, 2021).

نظریه وابستگی مخاطبان

این نظریه حاکی از آن است که افراد وابستگی‌های متفاوتی به رسانه‌ها دارند و این وابستگی‌ها از شخصی به شخص دیگر، از گروهی به گروه دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است. در جامعه توسعه‌یافته‌ی جدید، بسیاری از اعمال زندگی و تجارت، مستلزم اطلاعات تازه و قابل‌اعتماد است و مخاطبان وابستگی زیادی به اطلاعات رسانه‌های جمعی دارند (تانکارد و سورین، ۱۳۹۳: ۴۱۳). بر اساس این نظریه، مهم‌ترین و اصلی‌ترین ایده نظریه وابستگی مخاطبان، وابسته بودن مخاطبان به منابع اطلاعاتی رسانه‌های جمعی برای دانستن و جهت‌گیری نسبت به رویدادهای اجتماعی است (Arbon et al, 2020).

روش پژوهش

در این تحقیق، با توجه به موضوع پژوهش و به‌منظور دستیابی به پاسخ‌های عمیق از روش تحقیق آمیخته استفاده شده است که ترکیبی از روش‌های کیفی بر اساس تکنیک تحلیل مضمون^۱ و کمی مبتنی بر تحلیل محتوای کمی^۲ است. جامعه آماری این تحقیق شامل اساتید حوزه ارتباطات و همچنین فعالان رسانه‌ای در حوزه فرهنگ مقاومت و ایثار است. بدین منظور اساتید رشته‌های ارتباطات، رسانه و مدیریت رسانه دانشگاه‌های شهر تهران و همچنین فعالان رسانه‌ای در حوزه فرهنگ مقاومت و ایثار ساکن شهر تهران که سابقه کار آن بالای ۱۰ سال است، به‌عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شده‌اند. علاوه بر این، جامعه آماری مربوط به بخش کمی، شامل کلیه

۱. Thematic Analysis

۲. Quantitative Content Analysis

مطالب و محتوا در خصوص فرهنگ مقاومت، ایثار و شهادت در ویژه‌برنامه‌های هفته دفاع مقدس در شبکه‌های یک و دو رسانه ملی از ۳۱ شهریور تا ۶ مهر سال ۱۴۰۰ است. به‌منظور جمع‌آوری نمونه در بخش کیفی، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. بدین منظور در شبکه‌های یک و دو رسانه ملی، در هفته دفاع مقدس کلیه برنامه‌هایی که اختصاص به شهدای مبارزات دوران انقلاب، شهدای ترور، دفاع مقدس و مدافع حرم دارند مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند. برای جمع‌آوری داده‌ها در تحقیق حاضر در بخش کیفی و در راستای بهره‌گیری از نظرات و دیدگاه‌های اساتید و کارشناسان از مصاحبه عمیق استفاده شده است. علاوه بر این، در بخش کمی از روش تحلیل محتوای کمی استفاده شده است که در این راستا از پرسشنامه معکوس شامل مقوله‌ها و وزیر مقوله‌ها به‌منظور اندازه‌گیری مؤلفه‌های فرهنگ مقاومت، ایثار و شهادت در رسانه ملی استفاده شده است. در بخش کمی به‌منظور افزایش روایی تحقیق تلاش شده تا در انتخاب مصاحبه‌شوندگان دقت و بررسی کافی صورت گیرد تا حداقل امکان افرادی مورد مصاحبه قرار گیرند که در حوزه گفتمان انقلاب اسلامی از اطلاعات و دانش بالایی برخوردار باشند. همچنین، به‌منظور تعیین پایایی ابزار گردآوری اطلاعات در بخش کیفی، دست اول بودن و معتبر بودن محتوا شامل هر یک از مصاحبه‌ها، اثبات‌کننده پایایی ابزار مورد استفاده در پژوهش می‌باشد. علاوه بر این، در بخش کمی پژوهش، برای بررسی میزان روایی متغیرها و وزیر مقوله‌های آن‌ها «دستورالعمل کدگذاری» به سه تن از اساتید حوزه ارتباطات ارائه و از پیشنهادهای آن‌ها استفاده شده است؛ بنابراین اعتبار این پژوهش از نوع اعتبار صوری است. همچنین، در این بخش به‌منظور سنجش میزان پایایی ابزار جمع‌آوری داده‌ها، ۱۰ درصد از برنامه‌های کدگذاری شده، توسط کدگذار دوم کدگذاری مجدد شد و در ادامه ضریب قابلیت اعتماد از طریق فرمول اسکات محاسبه شد. نتایج محاسبه بر اساس فرمول اسکات که برای سه مقوله فرهنگ استکبارستیزی، روحیه جهادی و هویت دینی صورت گرفت حاکی از آن است که ضرایب قابلیت اعتماد به‌دست‌آمده برای این متغیرها به ترتیب ۰.۸۵، ۰.۸۲ و ۰.۷۹ بوده‌اند. همچنین، برای تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه‌ها، از تکنیک تحلیل مضمون^۱

استفاده شده است؛ تحلیل مضمون روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای موجود درون داده‌ها است. این روش در حداقل خود داده‌ها را سازماندهی و در قالب جزئیات توصیف می‌کند. اما می‌تواند از این فراتر رفته و جنبه‌های مختلف موضوع پژوهش را تفسیر کند (Castelberry & Nolen, 2018: 2). علاوه بر این، به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کمی از نرم‌افزار آماری SPSS 25 و آزمون خی دو^۱ یک متغیره استفاده شده است. دلیل استفاده از آزمون خی دو این بوده است که سنجش متغیرها اسمی بوده و به منظور بررسی وجود تفاوت معنادار بین مؤلفه‌های آن‌ها، آزمون خی دو یک روش آماری مناسب به شمار می‌آید (Demler et al., 2015).

یافته‌های پژوهش

یافته‌های کیفی

در این بخش مصاحبه‌های انجام شده با اعضای نمونه آماری با استفاده از روش تحلیل مضمون مورد تحلیل قرار گرفته‌اند که پس از مصاحبه با ۱۵ نفر کفایت نظری حاصل شده است و با گردآوری مضامین سازمان دهنده و فراوانی مضامین پایه مرتبط با هر کدام از این مضامین سازمان دهنده، اقدام به حذف مضامین نزدیک به هم یا کم‌اهمیت‌تر (از منظر کم بودن میزان فراوانی) نموده تا شبکه مضامین فراگیر تحقیق حاصل شود که در جدول شماره ۲ ارائه شده است. علاوه بر این، پس از مرور جدول شماره ۲ مضامین سازمان دهنده‌ای که از لحاظ محتوایی و درونمایه به هم شبیه هستند، در قالب یک مضمون فراگیر مطرح شده است تا جدول شبکه مضامین فراگیر تحقیق ترسیم گردد که توسط جدول شماره ۳ ارائه شده است:

جدول ۲. شبکه مضامین سازمان دهنده ظهور یافته در جریان پژوهش و فراوانی مضامین پایه مرتبط

ردیف	عنوان مضمون سازمان دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۱	عدم پرداختن به تمایل ملت‌های دیگر برای اسلام‌خواهی از طریق ساخت و پخش فیلم‌های مستند	۷
۲	بی‌توجهی به پیوند عمیق فرهنگ مقاومت و صلح‌طلبی	۳
۳	عدم توجه به مفهوم استقلال‌طلبی با ساخت برنامه‌هایی جذاب برای قشر جوان	۹
۴	انعکاس مبارزه با استکبار و استبداد و سلطه‌ستیزی به صورت شعارگونه	۱۰
۵	پرداختن اندک به مبحث مبارزه با فتنه مذهبی و طایفه‌ای	۳
۶	اثرگذاری کم برنامه‌ها برای تشکیل جبهه ضد استکباری	۷
۷	عدم پرداختن به اتحاد جهان اسلام از طریق اتحاد شیعه و سنی	۴
۸	ارائه میزگردها و بحث‌هایی در خصوص ضرورت تقویت محور مقاومت به منظور تأمین منافع ملی و حفاظت از استقلال و حاکمیت ملی در عرصه بین‌المللی	۷
۹	پخش میزگردهایی با موضوع ضرورت دفاع از سرزمین‌ها و حقوق مسلمانان به منظور حفظ منافع ملی	۱
۱۰	تبیین ضرورت رها شدن از سلطه قدرت‌های خارجی و حفظ استقلال در برنامه‌های گروه کودک و نوجوان	۱
۱۱	تمرکز بر تعامل با سایر ملت‌ها و دولت‌ها بر اساس عدالت و عزت و فراهم‌سازی بستر توسعه و تعالی مادی و معنوی کشور بر اساس ایده‌ی نه شرقی نه غربی در برنامه‌های خبری	۶
۱۲	مصاحبه با کارشناسان و تحلیلگران خارجی حول تبدیل ایران به یک قدرت منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای تأثیرگذار در معادلات منطقه و جهان	۴

ردیف	عنوان مضمون سازمان دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۱۳	ساخت کلیپ و مستند در خصوص تأثیر سردار سلیمانی بر حرکت‌های رهایی‌بخش در جهان اسلام و خارج از آن	۵
۱۴	اشاعه ستم‌ستیزی و دفاع از مستضعفان در برابر ستمگران و نفی هرگونه ستمگری و ستم‌کشی از طریق ساخت مستندهای تلویزیونی و نمایش مقاومت امت اسلامی و...	۷
۱۵	ساخت و پخش سریالهای تلویزیونی در خصوص مقاومت اسلام در منطقه در برابر رژیم صهیونیستی و پیروزی مقاومت	۶
۱۶	پخش مستندهایی به‌منظور تبیین نقش جمهوری اسلامی در ایجاد و تقویت روح مبارزه، مقاومت و ایستادگی در ملت‌های جهان برای مبارزه با آمریکا	۲
۱۷	ایجاد اعتمادبه‌نفس در امت اسلامی برای حرکت به سوی آینده‌ای روشن از طریق ساخت فیلم	۲
۱۸	بیداری ملت‌های ستمدیده جهان و احیای جنبش‌های ضد استکباری	۱
۱۹	احیای عزت اسلامی و قدرت جهان اسلام و همگرایی در بین کشورهای اسلامی	۱
۲۰	ساخت مستند در زمینه معرفی مسئله فلسطین به‌عنوان مهم‌ترین و محوری‌ترین مسئله جهان اسلام	۸
۲۱	برگزاری مباحث کارشناسی در خصوص افشای طرح‌های دشمنان برای منحرف کردن مسلمانان از مسائل اصلی	۵
۲۲	تشریح شبهه باطل دشمنان در بی‌اثر بودن مقاومت از طریق ساخت مستند	۵
۲۳	ساخت مستند در خصوص پدیدار شدن نشانه‌های اُفول رژیم صهیونیستی	۴

ردیف	عنوان مضمون سازمان دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۲۴	تشریح پیروزی‌های انتفاضه کنونی در سرزمین‌های اشغالی و آینده امیدوارکننده آن	۳
۲۵	ساخت کلیپ‌هایی با مضمون فدا کردن جان برای حفظ ارزش‌ها	۲
۲۶	ساخت مستند با جذابیت‌های بصری در خصوص مقاومت رزمندگان در طول هشت سال دفاع مقدس	۱
۲۷	دعوت از خانواده‌های شهدا و ایثارگر در برنامه‌های گوناگون به مناسبت‌های مختلف	۹
۲۸	ساخت فیلم در مورد مقاومت‌های آزادگان در طول دوران اسارت	۶
۲۹	برگزاری مباحث کار شنا سی و میزگرد در مورد اهمیت مقاومت و پیروزی‌های رزمندگان در طول هشت سال دفاع مقدس	۷
۳۰	لزوم عزت‌نفس بخشیدن به افراد جامعه از طریق بخش برنامه‌هایی در خصوص تقویت فرهنگ ایثار	۸
۳۱	ناکامی ایجاد هویت و هدف مشترک در میان افراد جامعه مبتنی بر فرهنگ ایثار	۱
۳۲	عدم موفقیت در معرفی فرهنگ ایثار به عنوان عامل همبستگی اجتماعی	۴
۳۳	عدم توجه به مبحث ایجاد روحیه ظلم‌ستیزی و عدالت‌طلبی در جامعه در سریال‌های تلویزیونی	۶
۳۴	عدم تبیین مناسب احساس خطر صاحبان سلطه و ظالمان و مخالفان عدالت و قسط برای قشر جوان	۹
۳۵	توجه اندک به اهمیت ایثار به عنوان عامل استقلال و حفظ تمامیت ارضی کشور در مقابل اجانب و بیگانگان برای قشر جوان	۸
۳۶	عدم توجه به معرفی ایثار به عنوان عامل ایجاد شور و نشاط و تحرک	۷

ردیف	عنوان مضمون سازمان دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۳۷	ساخت سریالها و فیلم‌هایی در مورد اینارگری‌ها و رشادت‌های رزمندگان هشت سال دفاع مقدس	۳
۳۸	ساخت سریال‌هایی در خصوص اینارگری‌ها و رشادت‌های مدافعان حرم	۴
۳۹	تشکیل میزگردها و برنامه‌هایی در خصوص نقش فرهنگ اینار در تقویت اعتقادات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی	۴
۴۰	انعکاس پررنگ ملاحظات انسانی و انگیزه کمک به هم‌نوع در فیلم‌ها و سریال‌ها	۶
۴۱	تأکید بیشتر بر مؤلفه‌های فرهنگ اینار شامل ایمان به خدا، محاسبه نفس، مردم‌داری و... در سریال‌های تلویزیونی	۴
۴۲	تبیین غیرمستقیم دلایل ترجیح منافع نظام بر منافع شخصی در مستندهای تلویزیونی	۷
۴۳	توجه به مفهوم استقامت در راه رسیدن به هدف در سریال‌های تلویزیونی	۵
۴۴	توجه به مقوله ساده‌زیستی در سریال‌های تلویزیونی	۹
۴۵	انعکاس مفهوم عدم دنیاپرستی در کلیپ‌ها و مطامعات فرهنگی	۷
۴۶	عدم توجه کافی به ابعاد گوناگون فرهنگ شهادت شامل انسانی‌بودن، اخلاص و ماندگاری و... در سریال‌های تلویزیونی	۵
۴۷	عدم ساخت سریال در خصوص زندگینامه شهدای شاخص جنگ تحمیلی	۸
۴۸	عدم ساخت مستندهای چندق‌سمتی با اختصاص هر ق‌سمت به یکی از عملیات دفاع مقدس	۷
۴۹	عدم توجه کافی به خانواده‌های شهدای مدافع حرم	۶

ردیف	عنوان مضمون سازمان دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۵۰	عدم ساخت مستند در خصوص زندگینامه شهدای شاخص مدافع حرم	۸
۵۱	عدم توجه کافی به مفهوم شهادت از دیدگاه خداوند متعال برای کودکان و نوجوانان	۹
۵۲	فرهنگ‌سازی و ارتقاء سطح آگاهی‌ها و باورهای دینی مردم در طول سال از طریق برنامه‌های گوناگون	۷
۵۳	مصاحبه با صاحب‌نظران و کارشناسان به منظور تبیین مفهوم شهادت از منظر علمی و تخصصی	۳
۵۴	لزوم تعامل سازنده رسانه ملی با نهادهای دانشگاهی و پژوهشی در حوزه فرهنگ شهادت	۱
۵۵	استفاده از ایده‌های متخصصان و صاحب‌نظران حوزه دین	۱
۵۶	اشاعه نمادها و سمبل‌های دفاع مقدس از طریق به‌کارگیری آن‌ها در قالب سریال‌های تلویزیونی	۹
۵۷	اطلاع‌رسانی کافی در زمینه نمایشگاه‌ها و موزه‌های دفاع مقدس	۵
۵۸	ساخت سریال‌هایی در خصوص اعزام قشرهای مختلفی از مردم خصوصاً جوانان برای بازدید از مناطق عملیاتی کشور در دوران دفاع مقدس در قالب کاروان‌های راهیان نور	۶
۵۹	دعوت از خانواده شهدا و ایثارگران برای انتقال تجارب و تحکیم پیوندهای دوسویه	۱
۶۰	پوشش جام‌ها و مسابقات ورزشی مهم با نام شهدا، ایثارگران و جانبازان	۱
۶۱	ایجاد یک سازمان تبلیغاتی کارآمد در مورد دفاع مقدس به شکل متمرکز با برنامه‌ریزی دقیق ساختاری و محتوایی با استفاده از نیروهای فکری، هنری و علمی متعهد	۵

ردیف	عنوان مضمون سازمان دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۶۲	دادن آگاهی و اطلاعات کافی به مردم در زمینه اقدامات و مسئولیت‌های نهادهای مرتبط با امور ایثارگران و شهدا	۴
۶۳	توجه به کارکردهای فرهنگ شهادت در بستر زمان	۴
۶۴	نهادینه‌سازی فرهنگ ایثار و شهادت در کودکان از طریق تهیه برنامه‌های مناسب و جذاب برای این گروه سنی	۸

جدول ۳. شبکه مضامین فراگیر پژوهش

ردیف	عنوان مضمون فراگیر	شماره عناوین سازمان دهنده زیرمجموعه
۱	عدم پرداختن به تمایل ملت‌های دیگر برای اسلام‌خواهی از طریق ساخت و پخش فیلم‌های مستند، بی‌توجهی به پیوند عمیق فرهنگ مقاومت و صلح‌طلبی، عدم توجه به مفهوم استقلال‌طلبی با ساخت برنامه‌هایی جذاب برای قشر جوان، انعکاس مبارزه با استکبار و استبداد و سلطه‌ستیزی به صورت شعارگونه، پرداختن اندک به مبحث مبارزه با فتنه مذهبی و طایفه‌ای، اثرگذاری کم برنامه‌ها برای تشکیل جبهه ضد استکباری، عدم پرداختن به اتحاد جهان اسلام از طریق اتحاد شیعه و سنی	۱-۷
۲	ارائه میزگردها و بحث‌هایی در خصوص ضرورت تقویت محور مقاومت به منظور تأمین منافع ملی و حفاظت از استقلال و حاکمیت ملی در عرصه بین‌المللی، پخش میزگردهایی با موضوع ضرورت دفاع از سرزمین‌ها و حقوق مسلمانان به منظور حفظ منافع ملی، تبیین ضرورت رها شدن از سلطه قدرت‌های خارجی و حفظ استقلال در برنامه‌های	۸-۲۹

شماره و عنوان سازمان ده‌نده زیرمجموعه	عنوان مضمون فراگیر	ردیف
	<p>گروه کودک و نوجوان، توجه صرف به جنبه سرگرمی و عدم توجه به تمرکز بر تعامل با سایر ملت‌ها و دولت‌ها بر اساس عدالت و عزت و فراهم سازی بستر توسعه و تعالی مادی و معنوی کشور بر اساس ایده‌ی نه شرقی نه غربی در برنامه‌های خبری، مصاحبه با کارشناسان و تحلیلگران خارجی حول تبدیل ایران به یک قدرت منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای تأثیرگذار در معادلات منطقه و جهان، ساخت کلیپ و مستند در خصوص تأثیر سردار سلیمانی بر حرکت‌های رهایی‌بخش در جهان اسلام و خارج از آن، اشاعه ستم‌ستیزی و دفاع از مستضعفان در برابر ستمگران و نفی هرگونه ستمگری و ستم‌کشی از طریق ساخت مستندهای تلویزیونی و نمایش مقاومت امت اسلامی و...، ساخت و پخش سریال‌های تلویزیونی در خصوص مقاومت اسلامی در منطقه در برابر رژیم صهیونیستی و پیروزی مقاومت، پخش مستندهایی به منظور تبیین نقش جمهوری اسلامی در ایجاد و تقویت روح مبارزه، مقاومت و ایستادگی در ملت‌های جهان برای مبارزه با آمریکا، ایستاد اعتماد به نفس در امت اسلامی برای حرکت به سوی آینده‌ای روشن از طریق ساخت فیلم، بیداری ملت‌های ستمدیده جهان و احیای جنبش‌های ضد استکباری، احیای عزت اسلامی و قدرت جهان اسلام و همگرایی در بین کشورهای اسلامی، ساخت مستند در زمینه معرفی مسئله فلسطین به عنوان مهم‌ترین و محوری‌ترین مسئله جهان اسلام، برگزاری مباحث کارشناسی در خصوص افشای طرح‌های دشمنان برای منحرف کردن مسلمانان از مسائل اصلی، تشریح شبهه باطل دشمنان در بی‌اثر بودن مقاومت از</p>	

شماره ع ناوین سازمان ده نده زیرمجموعه	عنوان مضمون فراگیر	ردیف
	<p>طریق ساخت مستند، ساخت مستند در خصوص پدیدار شدن نشانه‌های افول رژیم صهیونیستی، تشریح پیروزی‌های انتفاضه کنونی در سرزمین‌های اشغالی و آینده امیدوارکننده آن، ساخت کلیپ‌هایی با مضمون فدا کردن جان برای حفظ ارزش‌ها، ساخت مستند با جذابیت‌های بصری در خصوص مقاومت رزمندگان در طول هشت سال دفاع مقدس، دعوت از خانواده‌های شهدا و ایثارگر در برنامه‌های گوناگون به مناسبت‌های مختلف، ساخت فیلم در مورد مقاومت‌های آزادگان در طول دوران اسارت، برگزاری مباحث کارشناسی و میزگرد در مورد اهمیت مقاومت و پیروزی‌های رزمندگان در طول هشت سال دفاع مقدس</p>	
۳۰-۳۶	<p>لزوم عزت نفس بخشیدن به افراد جامعه از طریق پخش برنامه‌هایی در خصوص تقویت فرهنگ ایثار، ناکامی ایجاد هویت و هدف مشترک در میان افراد جامعه مبتنی بر فرهنگ ایثار، عدم موفقیت در معرفی فرهنگ ایثار به عنوان عامل همبستگی اجتماعی، عدم توجه به مبحث ایجاد روحیه ظلم‌ستیزی و عدالت‌طلبی در جامعه در سریال‌های تلویزیونی، عدم تبیین مناسب احساس خطر صاحبان سلطه و ظالمان و مخالفان عدالت و قسط برای قشر جوان، توجه اندک به اهمیت ایثار به عنوان عامل استقلال و حفظ تمامیت ارضی کشور در مقابل اجانب و بیگانگان برای قشر جوان، عدم توجه به معرفی ایثار به عنوان عامل ایجاد شورونشاط و تحرک</p>	۳
۳۷-۴۵	ساخت سریال‌ها و فیلم‌هایی در مورد ایثارگری‌ها و	۴

شماره و نام وین سازمان دهنده زیرمجموعه	عنوان مضمون فراگیر	ردیف
	<p>رشادت‌های رزمندگان هشت سال دفاع مقدس، ساخت سریال‌هایی در خصوص ایثارگری‌ها و رشادت‌های مدافعان حرم، تشکیل میزگردها و برنامه‌هایی در خصوص نقش فرهنگ ایثار در تقویت اعتقادات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، انعکاس پررنگ ملاحظات انسانی و انگیزه کمک به هم‌نوع در فیلم‌ها و سریال‌ها، تأکید بیشتر بر مؤلفه‌های فرهنگ ایثار شامل ایمان به خدا، محاسبه نفس، مردم‌داری و... در سریال‌های تلویزیونی، تبیین غیرمستقیم دلایل ترجیح منافع نظام بر منافع شخصی در مستندهای تلویزیونی، توجه به مفهوم استقامت در راه رسیدن به هدف در سریال‌های تلویزیونی، توجه به مقوله ساده‌زیستی در سریال‌های تلویزیونی، انعکاس مفهوم عدم دنیاپرستی در کلیپ‌ها</p>	
۴۸-۵۱	<p>عدم توجه کافی به ابعاد گوناگون فرهنگ شهادت شامل انسانی‌بودن، اخلاص و ماندگاری و... در سریال‌های تلویزیونی، عدم ساخت سریال در خصوص زندگینامه شهدای شاخص جنگ تحمیلی، عدم ساخت مستندهای چندقسمتی با اختصاص هر قسمت به یکی از عملیات دفاع مقدس، عدم توجه کافی به خانواده‌های شهدای مدافع حرم، عدم ساخت مستند در خصوص زندگینامه شهدای شاخص مدافع حرم، عدم توجه کافی به مفهوم شهادت از دیدگاه خداوند متعال برای کودکان و نوجوانان</p>	۵
۵۲-۶۶	<p>فرهنگ سازی و ارتقاء سطح آگاهی‌ها و باورهای دینی مردم در طول سال از طریق برنامه‌های گوناگون، مصاحبه با صاحب‌نظران و کارشناسان به منظور تبیین مفهوم شهادت از منظر علمی و تخصصی، لزوم تعامل سازنده رسانه ملی با</p>	۶

شماره عناوین سازمان ده‌نده زیرمجموعه	عنوان مضمون فراگیر	ردیف
	<p>نهادهای دانشگاهی و پژوهشی در حوزه فرهنگ شهادت، استفاده از ایده‌های متخصصان و صاحب‌نظران حوزه دین، معرفی شهدا و اینارگران به‌عنوان الگوهای راستین برای جوانان، طراحی مسابقات و سرگرمی با مضمون شهادت، اشاعه نمادها و سمبل‌های دفاع مقدس از طریق به‌کارگیری آن‌ها در قالب سریال‌های تلویزیونی</p>	

پاسخ به سؤالات کیفی پژوهش

سؤال اول: نقاط ضعف بازنمایی فرهنگ مقاومت در برنامه‌های رسانه ملی از دیدگاه شما

چيست؟

مصاحبه‌شوندگان ابراز داشتند که عدم پرداختن به تمایل ملت‌های دیگر برای اسلام‌خواهی از طریق ساخت و پخش فیلم‌های مستند، بی‌توجهی به پیوند عمیق فرهنگ مقاومت و صلح‌طلبی، عدم توجه به مفهوم استقلال‌طلبی با ساخت برنامه‌هایی جذاب برای قشر جوان، انعکاس مبارزه با استکبار و استبداد و سلطه‌ستیزی به صورت شعارگونه، پرداختن اندک به مبحث مبارزه با فتنه مذهبی و طایفه‌ای، اثرگذاری کم برنامه‌ها برای تشکیل جبهه ضد استکباری، عدم پرداختن به اتحاد جهان اسلام از طریق اتحاد شیعه و سنی به‌عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف در بازنمایی فرهنگ مقاومت در برنامه‌های رسانه ملی به شمار می‌آیند.

سؤال دوم: راهکارهای تقویت و بهبود انعکاس فرهنگ مقاومت در برنامه‌های رسانه ملی

چيست؟

مصاحبه‌شوندگان اعتقاد داشتند که ارائه میزگردها و بحث‌هایی در خصوص ضرورت تقویت محور مقاومت به‌منظور تأمین منافع ملی و حفاظت از استقلال و حاکمیت ملی در عرصه بین‌المللی، پخش میزگردهایی با موضوع ضرورت دفاع از سرزمین‌ها و حقوق مسلمانان به‌منظور

حفظ منافع ملی، تبیین ضرورت رها شدن از سلطه قدرت‌های خارجی و حفظ استقلال در برنامه‌های گروه کودک و نوجوان، تمرکز بر تعامل با سایر ملت‌ها و دولت‌ها بر اساس عدالت و عزت و فراهم‌سازی بستر توسعه و تعالی مادی و معنوی کشور بر اساس ایده‌ی نه شرقی نه غربی در برنامه‌های خبری، مصاحبه با کارشناسان و تحلیلگران خارجی حول تبدیل ایران به یک قدرت منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای تأثیرگذار در معادلات منطقه و جهان، ساخت کلیپ و مستند در خصوص تأثیر سردار سلیمانی بر حرکت‌های رهایی‌بخش در جهان اسلام و خارج از آن، اشاعه ستم‌ستیزی و دفاع از مستضعفان در برابر ستمگران و نفی هرگونه ستمگری و ستم‌کشی از طریق ساخت مستندهای تلویزیونی و نمایش مقاومت امت اسلامی و ساخت و پخش سریال‌های تلویزیونی در خصوص مقاومت اسلامی در منطقه در برابر رژیم صهیونیستی و پیروزی مقاومت، پخش مستندهایی به‌منظور تبیین نقش جمهوری اسلامی در ایجاد و تقویت روح مبارزه، مقاومت و ایستادگی در ملت‌های جهان برای مبارزه با آمریکا، ایـجـاد اعتمادبه‌نفس در امت اسلامی برای حرکت به سوی آینده‌ای روشن از طریق ساخت فیلم، بیداری ملت‌های ستمدیده جهان و احیای جنبش‌های ضد استکباری، احیای عزت اسلامی و قدرت جهان اسلام و همگرایی در بین کشورهای اسلامی، ساخت مستند در زمینه معرفی مسئله فلسطین به عنوان مهم‌ترین و محوری‌ترین مسئله جهان اسلام، برگزاری مباحث کارشناسی در خصوص افشای طرح‌های دشمنان برای منحرف کردن مسلمانان از مسائلی اصلی، تشریح شبهه باطل دشمنان در بی‌اثر بودن مقاومت از طریق ساخت مستند، در خصوص پدیدار شدن نشانه‌های اُفول رژیم صهیونیستی، تشریح پیروزی‌های انتفاضه کنونی در سرزمین‌های اشغالی و آینده امیدوارکننده آن، ساخت کلیپ‌هایی با مضمون فدا کردن جان برای حفظ ارزش‌ها، ساخت مستند با جذابیت‌های بصری در خصوص مقاومت رزمندگان در طول هشت سال دفاع مقدس، دعوت از خانواده‌های شهدا و ایثارگر در برنامه‌های گوناگون به مناسبت‌های مختلف، ساخت فیلم در مورد مقاومت‌های آزادگان در طول دوران اسارت، برگزاری مباحث کارشناسی و میزگرد در مورد اهمیت مقاومت و پیروزی‌های رزمندگان در طول هشت سال دفاع مقدس به عنوان مؤلفه‌هایی هستند که به‌منظور دستیابی به وضع مطلوب فرهنگ مقاومت در برنامه‌های رسانه ملی می‌بایست مورد توجه قرار گیرند.

سؤال سوم: بازنمایی فرهنگ ایثار در برنامه‌های رسانه ملی از چه نقاط ضعف و کمبودهایی رنج می‌برد؟

یافته‌های پژوهش مبین آن است که لزوم عزت‌نفس بخشیدن به افراد جامعه از طریق پخش برنامه‌هایی در خصوص تقویت فرهنگ ایثار، ناکامی ایجاد هویت و هدف مشترک در میان افراد جامعه مبتنی بر فرهنگ ایثار، عدم موفقیت در معرفی فرهنگ ایثار به عنوان عامل همبستگی اجتماعی، عدم توجه به مبحث ایجاد روحیه ظلم‌ستیزی و عدالت‌طلبی در جامعه در سریال‌های تلویزیونی، عدم تبیین مناسب احساس خطر صاحبان سلطه و ظالمان و مخالفان عدالت و قسط برای قشر جوان، توجه اندک به اهمیت ایثار به عنوان عامل استقلال و حفظ تمامیت ارضی کشور در مقابل اجانب و بیگانگان برای قشر جوان، عدم توجه به معرفی ایثار به عنوان عامل ایجاد شورونشاط و تحرک، به عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف در بازنمایی فرهنگ ایثار در برنامه‌های رسانه ملی به شمار می‌آیند.

سؤال چهارم: به‌منظور تقویت و بهبود انعکاس فرهنگ ایثار در برنامه‌های رسانه ملی چه راهکارها و پیشنهادهایی دارید؟

بر اساس دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، ساخت سریال‌ها و فیلم‌هایی در مورد ایثارگری‌ها و رشادت‌های رزمندگان هشت سال دفاع مقدس، ساخت سریال‌هایی در خصوص ایثارگری‌ها و رشادت‌های مدافعان حرم، تشکیل میزگردها و برنامه‌هایی در خصوص نقش فرهنگ ایثار در تقویت اعتقادات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، انعکاس پررنگ ملاحظات انسانی و انگیزه کمک به هم‌نوع در فیلم‌ها و سریال‌ها، تأکید بیشتر بر مؤلفه‌های فرهنگ ایثار شامل ایمان به خدا، محاسبه نفس، مردم‌داری و... در سریال‌های تلویزیونی، تبیین غیرمستقیم دلایل ترجیح منافع نظام بر منافع شخصی در مستندهای تلویزیونی، توجه به مفهوم استقامت در راه رسیدن به هدف در سریال‌های تلویزیونی، توجه به مقوله ساده‌زیستی در سریال‌های تلویزیونی، انعکاس مفهوم عدم دنیاپرستی در کلیپ‌ها، به عنوان مؤلفه‌هایی هستند که به‌منظور دستیابی به وضع مطلوب فرهنگ ایثار در برنامه‌های رسانه ملی می‌بایست مورد توجه قرار گیرند.

سؤال پنجم: بازنمایی فرهنگ شهادت در برنامه‌های رسانه ملی از چه نقاط ضعف و کمبودهایی رنج می‌برد؟

بر اساس نظر مصاحبه شونده‌گان، عدم توجه کافی به ابعاد گوناگون فرهنگ شهادت شامل انسانی‌بودن، اخلاص و ماندگاری و... در سریال‌های تلویزیونی، عدم ساخت سریال در خصوص زندگی‌نامه شهدای شاخص جنگ تحمیلی، عدم ساخت مستندهای چندقده‌سمتی با اختصاص هر قسمت به یکی از عملیات دفاع مقدس، عدم توجه کافی به خانواده‌های شهدای مدافع حرم، عدم ساخت مستند در خصوص زندگی‌نامه شهدای شاخص مدافع حرم، عدم توجه کافی به مفهوم شهادت از دیدگاه خداوند متعال برای کودکان و نوجوانان، به عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف در بازنمایی فرهنگ شهادت در برنامه‌های رسانه ملی به شمار می‌آیند.

سؤال ششم: به‌منظور تقویت و بهبود انعکاس فرهنگ شهادت در برنامه‌های رسانه ملی چه راهکارها و پیشنهادهایی دارید؟

یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که فرهنگ‌سازی و ارتقاء سطح آگاهی‌ها باورهای دینی مردم در طول سال از طریق برنامه‌های گوناگون، مصاحبه با صاحب‌نظران و کارشناسان به‌منظور تبیین مفهوم شهادت از منظر علمی و تخصصی، لزوم تعامل سازنده رسانه ملی با نهادهای دانشگاهی و پژوهشی در حوزه فرهنگ شهادت، استفاده از ایده‌های متخصصان و صاحب‌نظران حوزه دین، معرفی شهدا و ایثارگران به‌عنوان الگوهای راستین برای جوانان، طراحی مسابقات و سرگرمی با مضمون شهادت، اشاعه نمادها و سمبل‌های دفاع مقدس از طریق به‌کارگیری آن‌ها در قالب سریال‌های تلویزیونی، به عنوان مؤلفه‌هایی هستند که به‌منظور دستیابی به وضع مطلوب فرهنگ شهادت در برنامه‌های رسانه ملی می‌بایست مورد توجه قرار گیرند.

یافته‌های کمی پژوهش

پاسخ به سؤالات کمی پژوهش

سؤال اول: نحوه بازنمایی فرهنگ استکبارستیزی در رسانه ملی چگونه است؟
 به‌منظور بررسی نحوه بازنمایی فرهنگ استکبارستیزی در رسانه ملی از آزمون آماری خی دو استفاده شده است. با توجه به نتایج به‌دست آمده، میزان آماره خی دو برابر با ۹۴۰.۷۱ با سطح معناداری ۰.۰۰۰ است که نشان‌دهنده آن است که تفاوت معناداری بین مؤلفه‌های فرهنگ استکبارستیزی وجود دارد. همچنین با توجه به مقادیر فراوانی و درصد فراوانی، درمی‌یابیم که

مبارزه با تمام قوا علیه استکبار جهانی، مستضعفین محور مبارزه با استکبار جهانی مبارزه تا نبودی کامل استکبار جهانی به ترتیب با ۲۳. ۴ درصد، ۲۰. ۴ درصد و ۱۲. ۶ درصد بالاترین درصد و فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. این یافته با نتایج به دست آمده توسط میراحمدی باباحیدری و لندران اصفهانی (۱۴۰۰) همسو است.

جدول ۴. نتایج آزمون خی دو جهت بررسی نحوه بازنمایی فرهنگ استکبارستیزی

سطح	درجه آزادی	مقدار آماره
۰۰۰.۰	۷	۹۴۰.۷۱

جدول ۵. توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی نحوه بازنمایی فرهنگ استکبارستیزی

فرهنگ	فراوانی	درصد	باقیمانده
خواستگاه	۳۸	۴۱/۸	۳-۸
سازگار	۳۰	...	-۱۱/۸
دائمی بودن	۳۴	...	-۷/۸
اتخاذ	۲۴	...	-۱۷/۸
مبارزه با	۲۰	...	-۲۱/۸
مستضعفین	۶۸	...	-۲۶/۳
مبارزه با	۷۸	...	-۳۶/۳
مبارزه تا	۴۲۲
کل	۳۳۴		

سؤال دوم: نحوه بازنمایی روحیه جهادی در رسانه ملی چگونه است؟

با توجه به نتایج به دست آمده، میزان آماره خی دو برابر با ۲۰۷. ۴۳۰ با سطح معناداری ۰.۰۰۰ است که نشان دهنده آن است که تفاوت معناداری بین مؤلفه‌های روحیه جهادی وجود دارد. همچنین با توجه به مقادیر فراوانی و درصد فراوانی، درمی یابیم که ایثار، توکل و اخلاص به ترتیب با ۳۷. ۹ درصد، ۲۰. ۴ درصد و ۲۳. ۰ درصد بالاترین درصد و فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. این یافته منطبق بر نتایج به دست آمده، توسط حراقی و بنی‌سی (۱۴۰۱) همسواست.

جدول ۶. نتایج آزمون خنی دو جهت بررسی نحوه بازنمایی روحیه جهادی

مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
۴۳۰.۲۰۷	۵	۰.۰۰۰

جدول ۷. توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی نحوه بازنمایی روحیه جهادی

روحه جهادی	فراوانی	درصد مورد	باقیمانده
اخلاص	۸۳	۶۷/۵	۱۵/۵
ایثار	۱۵۳	۶۷/۵	۸۵/۵
توکل	۹۳	۶۷/۵	۲۵/۵
خستگی ناپذیری	۱۲	۶۷/۵	-۵۵/۵
استمرار عدم دل‌بستگی به دنیا	۲۲	۶۷/۵	-۴۵/۵
وحدت در گفتار و رفتار	۴۲	۶۷/۵	-۲۵/۵
کل	۴۰۵		

سؤال سوم: نحوه بازنمایی هویت دینی در رسانه ملی چگونه است؟

بر اساس یافته‌های پژوهش، میزان آماره خنی دو برابر با ۴۸. ۴۲۹ با سطح معناداری ۰.۰۰۰ است که نشان‌دهنده آن است که تفاوت معناداری بین مؤلفه‌های هویت دینی وجود دارد. همچنین با توجه به مقادیر فراوانی و درصد فراوانی، درمی‌یابیم که مؤلفه‌های عاطفی و شناختی به ترتیب با ۶.۳۴ درصد و ۲.۳۳ درصد بالاترین درصد و فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. این یافته با نتایج به‌دست‌آمده توسط جهرمی و همکاران (۱۴۰۱) همسو است.

جدول ۷. نتایج آزمون خنی دو جهت بررسی نحوه بازنمایی هویت ملی

مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
۴۲۹.۴۸	۳	۰.۰۰۰

جدول ۸. توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی نحوه بازنمایی هویت دینی

هویت دینی	فراوانی	درصد مورد انتظار	باقیمانده
شناختی	۹۳	۷۰/۰	۲۳/۰
عاطفی	۹۷	۷۰/۰	۲۷/۰
اجتماعی	۲۴	۷۰/۰	-۴۶/۰
فرهنگی	۶۶	۷۰/۰	-۴/۰
کل	۲۸۰		

سؤال چهارم: نحوه بازنمایی هویت ملی در رسانه ملی چگونه است؟

بر اساس نتایج به دست آمده، میزان آماره خبی دو برابر با ۱۵۲.۰۰۰ با سطح معناداری ۰.۰۰۰ است که نشان دهنده آن است که تفاوت معناداری بین مؤلفه‌های هویت ملی وجود دارد. همچنین با توجه به مقادیر فراوانی و درصد فراوانی، درمی‌یابیم که مؤلفه‌های فرهنگی، سیاسی و جغرافیایی به ترتیب با ۴۲.۵ درصد، ۲۷.۵ و ۱۷.۵ درصد بالاترین درصد و فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. این یافته بر نتایج به دست آمده توسط تاج‌بخش و گودرزی (۱۴۰۱) منطبق است.

جدول ۹. نتایج آزمون خبی دو جهت بررسی نحوه بازنمایی هویت ملی

مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
۱۵۲.۰۰۰	۴	۰.۰۰۰

جدول ۱۰. توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی نحوه بازنمایی هویت ملی

هویت ملی	فراوانی	درصد مورد	باقیمانده
جامعه‌ای	۲۴	۶۴/۰	-۴۰/۰
تاریخی	۱۶	۶۴/۰	-۴۸/۰
جغرافیایی	۵۶	۶۴/۰	-۸/۰
فرهنگی	۱۳۶	۶۴/۰	۷۲/۰
سیاسی	۸۸	۶۴/۰	۲۴/۰
کل	۳۲۰		

سؤال پنجم: نحوه بازنمایی ایدئولوژی اسلامی در رسانه ملی بوده است؟ به منظور مطالعه نحوه بازنمایی ایدئولوژی اسلامی در رسانه ملی از آزمون آماری خی دو استفاده شده است. با توجه به نتایج به دست آمده، میزان آماره خی دو برابر با ۳۰۴.۶۱۷ با سطح معناداری ۰.۰۰۰ است که نشان دهنده آن است که تفاوت معناداری بین مؤلفه‌های ایدئولوژی اسلامی وجود دارد. همچنین با توجه به مقادیر فراوانی و درصد فراوانی، درمی یابیم که مؤلفه‌های فراگیری دین اسلام، جدانپذیری دین از سیاست و اجرای شریعت در چارچوب نظام امت به ترتیب با ۴۳.۵ درصد، ۲۲.۲ و ۱۹.۴ درصد بالاترین درصد و فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. این یافته‌ها با نتایج به دست آمده از پژوهش‌های تاج‌بخش و گودرزی (۱۴۰۱) و باباحیدری و لندران اصفهانی (۱۴۰۰) همسو است.

جدول ۱۱. نتایج آزمون خی دو جهت بررسی نحوه بازنمایی ایدئولوژی اسلامی

مقدار آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
۶۱۷.۳۰۴	۵	۰.۰۰۰

جدول ۱۲. توصیفی مقایسه فراوانی و درصد فراوانی جهت بررسی نحوه بازنمایی ایدئولوژی اسلامی

ایدئولوژی اسلامی	فراوانی	درصد مورد	باقیمانده
فراگیری دین اسلام	۱۸۴	۷۰/۵	۱۱۳/۵
جدانپذیری دین از سیاست	۹۴	۷۰/۵	۲۳/۵
تشکیل دولت مدرن اسلامی	۱۸	۷۰/۵	-۵۲/۵
اجرای شریعت در چارچوب نظام امت	۸۲	۷۰/۵	۱۱/۵
وحدت مسلمانان	۶	۷۰/۵	-۶۴/۵
غرب عامل عقب‌ماندگی مسلمانان	۳۹	۷۰/۵	-۳۱/۵
کل	۴۲۳		

بحث نتیجه‌گیری

در عصر ارتباطات، رسانه‌ها پیام‌آوران فکر و اندیشه هستند. دهکده جهانی «مک لوهان» هر روز شخصی‌تر می‌شود و زندگی اجتماعی انسان‌ها را به زندگی فردی سوق می‌دهد. در جبهه بزرگ فرهنگی اخبار و اطلاعات «جنگ سخت» و «جنگ نرم» تحت تأثیر مستقیم رسانه‌ها قرار دارند و طبیعی است که در این میان، فرهنگ مقاومت، ایثار و شهادت هم از آن تأثیر می‌پذیرد. وهم بر آن تأثیر می‌گذارد. امروزه دغدغه اصلی همه رسانه‌ها تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطبان است. در عصر دیجیتالی شدن رسانه‌ها که دیگر قدرت انتخاب مخاطبان به صدها برابر در مقایسه با تنها دودهه قبل رسیده است، دیگر نمی‌توان تنها با انحصارات مخاطبان را حفظ کرد. به همین جهت برای آنکه فرآیند کار رسانه‌ای اثرگذار باشد، باید زمینه و ارزش‌های فرهنگی آن‌هم در جامعه وجود داشته باشد. برای مثال در جامعه‌ای که بستر لازم برای ترویج فرهنگ مقاومت، ایثار و شهادت در عمق تاریخ و آئین‌ها و آداب و رسوم جامعه متجلی است، رسانه ملی در صورت هدایت صحیح آن می‌تواند به‌وسیله‌ای، بسیار تأثیرگذار برای رساندن پیام مقاومت، ایثار و شهادت تبدیل شود. با این وجود، یافته‌های تحقیق حاضر نشان داد که نحوه انعکاس فرهنگ مقاومت در برنامه‌های رسانه ملی با وضع مطلوب فاصله دارد. در این راستا، پیشنهاد می‌شود رسانه ملی با پخش میزگردها و بحث‌هایی در خصوص ضرورت تقویت محور مقاومت به‌منظور تأمین منافع ملی و حفاظت از استقلال و حاکمیت ملی در عرصه بین‌المللی و همچنین ضرورت دفاع از سرزمین‌ها و حقوق مسلمانان به‌منظور حفظ منافع ملی، تبیین ضرورت رها شدن از سلطه قدرت‌های خارجی و حفظ استقلال در برنامه‌های گروه کودک و نوجوان، مصاحبه با کارشناسان و تحلیلگران خارجی حول تبدیل ایران به یک قدرت منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای تأثیرگذار در معادلات منطقه و جهان، ساخت کلیپ و مستند در خصوص تأثیر سردار سلیمانی بر حرکت‌های رهایی‌بخش در جهان اسلام و خارج از آن، دعوت از خانواده‌های شهدا و ایثارگر در برنامه‌های گوناگون به مناسبت‌های مختلف و... نسبت به بهبود نحوه انعکاس فرهنگ مقاومت در برنامه‌های رسانه ملی مبادرت نماید. علاوه بر این، نتایج به‌دست آمده از پژوهش حاضر بیانگر آن است که نحوه انعکاس فرهنگ ایثار در برنامه‌های رسانه ملی با وضع مطلوب فاصله دارد. در این راستا، پیشنهاد می‌شود رسانه ملی با ساخت سریال‌ها و فیلم‌هایی در

مورد ایثارگری‌ها و رشادتهای رزمندگان هشت سال دفاع مقدس، ساخت سریال‌هایی در خصوص ایثارگری‌ها و رشادتهای مدافعان حرم، تشکیل میزگردها و برنامه‌هایی در خصوص نقش فرهنگ ایثار در تقویت اعتقادات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، انعکاس پررنگ ملاحظات انسانی و انگیزه کمک به هم‌نوع در فیلم‌ها و سریال‌ها، تأکید بیشتر بر مؤلفه‌های فرهنگ ایثار شامل ایمان به خدا، محاسبه نفس، مردم‌داری و... در سریال‌های تلویزیونی، تبیین غیرمستقیم دلایل ترجیح منافع نظام بر منافع شخصی در مستندهای تلویزیونی، توجه به مفهوم استقامت در راه رسیدن به هدف در سریال‌های تلویزیونی، توجه به مقوله ساده‌زیستی در سریال‌های تلویزیونی و انعکاس مفهوم عدم دنیاپرستی در کلیپ‌ها نسبت به بهبود نحوه انعکاس فرهنگ ایثار در برنامه‌های رسانه ملی مبادرت نماید. همچنین، یافته‌های به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر بیانگر آن است که نحوه انعکاس فرهنگ شهادت در برنامه‌های رسانه ملی با وضع مطلوب فاصله دارد. در این راستا، پیشنهاد می‌شود رسانه ملی با فرهنگ‌سازی و ارتقاء سطح آگاهی‌ها و باورهای دینی مردم در طول سال از طریق برنامه‌های گوناگون، مصاحبه با صاحب‌نظران و کارشناسان به‌منظور تبیین مفهوم شهادت از منظر علمی و تخصصی، لزوم تعامل سازنده رسانه ملی با نهادهای دانشگاهی و پژوهشی در حوزه فرهنگ شهادت، استفاده از ایده‌های متخصصان و صاحب‌نظران حوزه دین، معرفی شهدا و ایثارگران به‌عنوان الگوهای راستین برای جوانان، طراحی مسابقات و سرگرمی با مضمون شهادت، اشاعه نمادها و سمبل‌های دفاع مقدس از طریق به‌کارگیری آن‌ها در قالب سریال‌های تلویزیونی نسبت به بهبود نحوه انعکاس فرهنگ شهادت در برنامه‌های رسانه ملی مبادرت نماید.

منابع و مأخذ

- ادیبی سده، مهدی، یزدخواست، بهجت و فرهمند، مهناز (۱۳۸۷). جهانی شدن با تأکید بر هویت اجتماعی جوانان شهرستان اصفهان، *فصلنامه مطالعات ملی*، ۹ (۳)، ۹۹-۱۱۸.
- بردبار، احمد رضا (۱۴۰۱)، گفتمان اسلام سیاسی و پیروزی انقلاب اسلامی (جامعه‌پذیری سیاسی جریان‌ی در شکل‌گیری نهضت اسلامی ایران ۱۳۴۲ - ۱۳۵۷)، *فصلنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۵ (۳)، ۱۹۹۴-۲۰۱۱.
- بهداری جهرمی، ثمینه و دلشاد، عبدالحمید و آگاه، فاطمه (۱۴۰۱). تبیین نقش رسانه‌های اجتماعی بر ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، نخستین همایش ملی ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، شیراز.
- تاج‌بخش، غلامرضا و گودرزی، فرشاد (۱۴۰۱). تأثیر عملکرد نهادی و رسانه‌ای بر نگرش دانشجویان با تأکید بر فرهنگ ایثار و شهادت، *دو فصلنامه پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی*، ۱۲ (۲۵)، ۲۸۵-۳۱۱.
- حراقی، مسعود و بنی‌سی، پریناز (۱۴۰۱). بررسی نقش رسانه در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، نخستین همایش ملی ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، شیراز.
- دانشفر، بهزاد و پورحسن، ناصر (۱۴۰۰). گفتمان مقاومت و گام دوم انقلاب اسلامی. *پژوهش‌های معاصر انقلاب اسلامی*، ۳ (۸)، ۷۱-۹۲.
- دانشیار، علیرضا (۱۴۰۱). گفتمان حکمی انقلاب اسلامی، پست مدرنیته و گسترش فرهنگ مدرنیته و بحران هویت و معنا، *پژوهشنامه علوم انسانی اسلامی*، ۹ (۱۸)، ۵-۲۴.
- سورین، ورنر جوزف و تانکارد، جیمز (۱۳۹۳). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: موسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
- شاه‌نوروزی مهدی، اسماعیلی رضا، پرستگاری سهیلا، امام جمعه‌زاده سیدجواد (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر ارتقا اثربخشی شیوه‌های ترویج فرهنگ ایثار و شهادت. مدیریت فرهنگی، ۱۱ (۳۵ و ۳۶)، ۵۳-۷۰.
- عالمی، رقیه، و رضاپور، محمد (۱۳۹۹). آخرت باوری و مقاومت اسلامی. *مطالعات علوم قرآن*، ۲ (۴) (پیاپی ۶)، ۵۶-۷۹.
- کاظمی، محمدرضا و نظامی، علیرضا و شمشیرگران، سید علی و سالاران، مهران، (۱۴۰۲)، آزاداندیشی در گفتمان انقلاب اسلامی، دوازدهمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی، تهران.
- کردنائیچ اسداله، خلیلی پالندی فرشته (۱۳۹۷). تأثیر فرهنگ ایثار و شهادت بر سرمایه اجتماعی با

میانجی‌گری باورهای دینی. مدیریت اسلامی، ۲۶(۳)، ۳۷ - ۵۸.

مسعودی حمید، اسکافی مریم، صدیق اورعی غلامرضا (۱۳۹۵). سیاست پژوهی ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در سازمان‌های دولتی استان خراسان رضوی. مطالعات ملی، ۱۷(۲)، ۸۹-۱۰۷.

مطلق، شقور ورفقه نبیل (۲۰۰۹م). اثر حزب الله فی تطویر فکر المقاومة وأسالیبها فی المنطقه العربیه، فلسطین، نابلس، جامعه النجاح الوطنی، رساله الماجستير.

میراحمدی باباحیدری، سیدمهدی و لندران اصفهانی، سعید (۱۴۰۰). عملکرد رسانه ملی در شناساندن جلوه‌های ایثار و شهادت (مورد مطالعه: رسانه محلی استان چهارمحال و بختیاری)، سومین کنفرانس بین‌المللی توسعه و ترویج علوم انسانی و مدیریت در جامعه، تهران.

نجفی، موسی و سرافراز، سمیه (۱۳۹۹). بازنمایی نقش رسانه در تمدن‌سازی پس از انقلاب اسلامی ایران، دوفصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۱۰(۲۰)، ۲۵۹-۲۷۵.

هرسیج، حسین؛ محموداوغلی، رضا؛ عیسی نژاد، امید؛ رهبرقازی، محمودرضا، (۱۳۹۱)، بررسی تأثیرات مصرف رسانه‌ای بر هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه اصفهان. جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۳(۳)، ۷۵-۹۲.

- Arbon, J. J., Kern, J. M., Morris-Drake, A., & Radford, A. N. (2020). Context-dependent contributions to sentinel behaviour: audience, satiation and danger effects. *Animal Behaviour*, 165, 143-152.
- Castleberry, A., & Nolen, A. (2018). Thematic analysis of qualitative research data: Is it as easy as it sounds?. *Currents in pharmacy teaching and learning*, 10(6), 807-815.
- Demler, O. V., Paynter, N. P., & Cook, N. R. (2015). Tests of calibration and goodness-of-fit in the survival setting. *Statistics in medicine*, 34(10), 1659-1680.
- Kumar, A., & Kumra, R. (2021). Television viewing and conspicuous consumption of households: evidence from India. *Journal of Consumer Marketing*.
- Melhem, S., & Punyanunt-Carter, N. M. (2019). Using cultivation theory to understand American college students' perceptions of Arabs in the media. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 39(2), 259-271.
- Pollock, W., Tapia, N. D., & Sibila, D. (2022). Cultivation theory: The impact of crime media's portrayal of race on the desire to become a US police officer. *International Journal of Police Science & Management*, 24(1), 42-52.