

# شناخت راهبرد رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه، در مدیریت تصویر نهاد ولایت فقیه

پرویز امینی\*

سیدابوذر خوش‌بیان\*\*

سیدمحمد رضا فیاضی\*\*\*

## چکیده

با گسترش اهمیت رسانه‌ها در دیپلماسی عمومی جهانی، برخی کشورهای متخاصم اقدام به راه‌اندازی رسانه‌های فارسی‌زبان کرده‌اند. هر رسانه‌ای برای عملیات رسانه‌ای پیرامون موضوعات مدنظر خود، الگوی راهبردی دارد که براساس آن عمل می‌کند. این راهبردها، علاوه بر مشخص کردن هدف نهایی و جهت‌گیری کلان رسانه، به عنوان نقشه راهی است تا رسانه را در مسیر هدف اصلی خود قرار دهد. لذا شناخت راهبردهای عملیات رسانه‌ای این شبکه‌ها، برای مقابله با آن‌ها، حائز اهمیت است. در این میان، نهاد ولایت فقیه، به عنوان یکی از نهادهای حیاتی نظام جمهوری اسلامی ایران، همواره مورد حمله رسانه‌های مذکور بوده است. پژوهش حاضر با تمرکز بر نهاد ولایت فقیه، بر آن بوده تا مختصات راهبردی انگاره ارائه‌شده از این نهاد را ذیل شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان شناسایی و تبیین کند. پژوهش حاضر با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، ذیل نظریه بازنمایی، به تحلیل محتوای مضامین مرتبط با نهاد ولایت فقیه در یک بازه زمانی ده ساله (۱۳۸۷-۱۳۹۷) و در یازده رسانه فارسی‌زبان پرداخته است. نتایج این تحقیق نشان داد که راهبرد اصلی این رسانه‌ها به گونه‌ای است که از پنج بنیان مهم این نهاد اعتبارزدایی می‌کند. این راهبرد شامل اعتبارزدایی از شخص حقیقی ولی فقیه، بنیان دینی و فکری این نهاد، وجه مردمی ولایت فقیه، پشتوانه قانونی و نهایتاً جنبه کارکردی نهاد ولایت فقیه است. این اعتبارزدایی به گونه‌ای صورت می‌پذیرد که در نهایت منجر به مشروعیت‌زدایی از این نهاد شده و لزوم حذف آن به مخاطب القا شود.

**واژه‌های کلیدی:** راهبرد رسانه‌ای، مدیریت تصویر، نهاد ولایت فقیه، رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه، بازنمایی

\* استادیار گروه علوم سیاسی و مطالعات انقلاب اسلامی، دانشگاه شاهد Amini1300@gmail.com

\*\* کارشناس ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه صدا و سیما (نویسنده مسئول)

Ab.khoshbayan@gmail.com

Seiedmrf@gmail.com

\*\*\* دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۲/۳

فصلنامه راهبرد، سال بیست‌ونهم، شماره نود و چهار، بهار ۱۳۹۹، صص ۲۲۸-۱۹۷

## مقدمه

مفهوم «تصویرسازی»<sup>۱</sup> یا انگاره سازی، از اصلی ترین مفاهیم و اهداف حوزه ارتباطات و مدیریت رسانه است. در اینجا مراد از انگاره، تصویر بازسازی شده ای از واقعیت است که در غالب موارد با واقعیت موجود تفاوت های اساسی و ماهوی دارد. انگاره به مثابه سازه ای است که مضمون آن به خودی خود، مجموعه ای از تصاویری است که از جنبه های مختلف واقعیت، در ذهن فرد وجود دارد (مولانا، 1374: ۱۰). رسانه ها با استفاده از تصویرسازی به مدیریت تصویر<sup>۲</sup> سوژه های خود، متناسب با انگاره مطلوب خود می پردازند. مدیریت تصویر<sup>۳</sup> نیز نتیجه ترکیب مفهوم مدیریت برداشت<sup>۴</sup> و مدیریت پیام بوده و به معنای ساماندهی فرآیندهای رسانه ای برای انتقال انگاره ای هدفمند و مطلوب به مخاطب است. انگاره ای از اشخاص، نهادها، رویدادها یا موضوعات به گونه ای که متناسب با اهداف یک رسانه بوده و با بهره گیری از ظرفیت های پرداختی و فرآوری رسانه ای، بتواند حتی المقدور انگاره ای حساب شده را در ذهن مخاطب بر ساخت کند. (صلواتیان و همکاران، ۱۳۹۶: ۵) این جهت دهی به ذهن و احساسات مخاطب، برای ایجاد اندیشه و حس مثبت یا منفی نسبت به سوژه ها در عرصه های مختلف صورت می پذیرد. در حوزه سیاست نیز، رسانه ها ممکن است با برساخت تصویری قدرتمند یا ضعیف، اخلاق مدار یا غیراخلاقی، سرکوبگر یا مردم دار و... از اشخاص

- 
1. Image Making
  2. Image Management
  3. Image Management
  4. Impression management

و حاکمیت‌ها، تلاش کنند اندیشه و احساس مخاطبان خود را در راستای سیاست‌های راهبردی مدیران رسانه جهت‌دهی کنند. این روند افزایش نقش تصویرسازی در دنیای سیاست، همچنان در حال رشد است (Khatib, 2012:8).

براساس آنچه گفته شد می‌توان ادعا کرد درک بشر از پدیده‌ها، غالباً ناشی از برساختی است که رسانه‌ها به او ارائه می‌دهند. به گفته ژان بودریار، امروزه «تصاویر» اهمیت و جایگاهی به مراتب فراتر از «واقعیت» پیدا کرده‌اند. به عبارت دیگر تصاویر، واقعی‌تر و حتی تأثیرگذارتر از واقعیت شده‌اند (اسفندیاری، ۱۳۹۳: ۴۶) تا جایی که امروزه درک ما، درکی رسانه‌ای است و تمام تصورات و دانشی را که در جهان امروز داریم، رسانه‌ها شکل می‌دهند (نقیب‌السادات، ۱۳۸۸: ۱۵۳). با پذیرش این پیش‌فرض اهمیت توجه به تصویر ارائه شده توسط رسانه‌ها از دو جهت حائز اهمیت است؛ نخست شناخت تصویر ارائه شده توسط رسانه‌های گفتمان دشمن و دوم تعدیل و برساخت انگاره مطلوب در رسانه‌های گفتمان خودی. لذا به‌طور کلی برای انجام پروژه‌های مدیریت تصویر، سه فاز مستقل و در عین حال مکمل مورد توجه قرار می‌گیرند؛ فاز نخست به بررسی وضعیت سوژه در فضای رسانه‌ای اختصاص دارد که مشتمل بر تشخیص و تحلیل انگاره ارائه شده توسط رسانه‌های خودی، رسانه‌های رقیب و مطالب مطرح شده در رسانه‌های اجتماعی است تا براساس برآیند این سه بستر رسانه‌ای، تخمین قابل‌تعمیم و دقیقی از وضعیت موجود انگاره ارائه شده در فضای رسانه‌ای به‌دست آید. در فاز دوم اما معمولاً تلاش می‌شود تا انگاره موجود یا تثبیت شده سوژه در طیف‌های مختلف افکار عمومی و نخبگانی که برآمده از مجموعه‌ای از عوامل رسانه‌ای و غیررسانه‌ای است؛ براساس رویکردهای کلاسیک پیمایش یا مخاطب‌سنجی‌های مدرن مبتنی بر کلان‌داده، استخراج و تحلیل شود. در نهایت فاز سوم ناظر به تلاش برای استفاده از داده‌های موجود و ظرفیت‌ها و محدودیت‌های اختصاصی سوژه بنا بر شرایط اقتضایی خاصی است که با در نظر گرفتن مجموعه آن‌ها، تجویزهایی در جهت برساخت انگاره‌های هدفمند یا واسازی برخی از

انگاره‌های موجود انجام می‌شود (فیاضی بروجنی، ۱۳۹۸: ۱۳۵).

در فضای سیاسی جمهوری اسلامی ایران، نهاد ولایت فقیه، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. به دلیل ماهیت دینی و اسلامی جمهوری اسلامی ایران و اهمیت ویژه این نهاد در حفظ استقلال و آزادی ایران اسلامی، این نهاد، از اصلی‌ترین اهداف رسانه‌های بیگانه برای عملیات رسانه‌ای است. از این رو، انتخاب این سوژه از ضرورت و اهمیت خاصی برخوردار است.

با توجه به اینکه مخاطب این رسانه‌ها، در مورد نهاد ولایت فقیه، خالی‌الذهن نیست و انگاره‌های مختلفی از نهاد ولایت فقیه طی سالیان اخیر در ذهنش نقش بسته است. به همین دلیل فرآیند کار در این رسانه‌ها به گونه‌ای است که انگاره‌های تصویری موجود را تخریب و سپس انگاره‌های جدید مدنظر خود را جایگزین کنند. در واقع عملیات تصویرسازی در مورد پدیده‌ای که تصویر آن از قبل در اذهان مخاطبان وجود دارد، دارای دو مرحله است؛ در ابتدا تصویر موجود «واسازی»<sup>۱</sup> می‌شود، یعنی انگاره‌های موجود پیرامون آن پدیده یا شخصیت، مورد تشکیک قرار می‌گیرد تا در نهایت با خدشه دار شدن آن انگاره‌ها در ذهن مخاطبان، تصویر موجود اعتبارزدایی شود و مخاطب آماده پذیرش تصویر جدید گردد. پس از آن «بازسازی»<sup>۲</sup> تصویر مورد نظر صورت می‌پذیرد؛ یعنی تصویر جایگزین مدنظر رسانه، به مخاطب ارائه می‌شود. از این رو در این پژوهش، به هر دو مرحله واسازی تصویر موجود و برساخت تصویر جدید توجه شده است. در نهایت می‌توان گفت پژوهش حاضر به دنبال شناخت تصویری است که رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه از نهاد ولایت فقیه برای مخاطبان خود بازنمایی می‌کنند. برای انجام این مهم، یک بازه زمانی ده ساله (۱۳۸۷-۱۳۹۷) در نظر گرفته شد. هرگونه محتوا مرتبط با مضمون اصلی تحقیق از یازده رسانه سیاسی بیگانه، شامل محتوای تصویری موجود از شبکه‌های ماهواره‌ای بی‌بی‌سی فارسی، صدای آمریکا، من و تو، ایران فردا، ایران اینترنشنال، پارس، کانال یک و اندیشه استخراج شده و علاوه بر

1. Deconstruction

2. Reconstruction

این دویست گزارش مکتوب در وب‌سایت شبکه‌های مذکور به‌علاوه وب‌سایت رادیو فردا، دویچه‌وله فارسی و رادیو زمانه نیز مورد بررسی قرار گرفته است.

## ۱. مبانی نظری و چارچوب مفهومی

### ۱-۱. قدرت نرم و رسانه

قدرت نرم، یکی از مفاهیمی است که امروزه در فضای رسانه‌ای کشور اهمیت فراوانی یافته است. قدرت نرم یعنی این‌که دیگران را ترغیب نماییم که همان چیزهایی را بخواهند که ما می‌خواهیم؛ مردم بیش از آنکه مجبور به انجام کاری شوند، به همکاری گرفته می‌شوند. قدرت نرم بر قابلیت شکل دادن به علایق دیگران تکیه دارد. برخی پژوهشگران، قدرت نرم را واجد پنج عنصر کلیدی می‌دانند: فرهنگ، ایده‌ها، مدل توسعه، نهادهای بین‌المللی و تصویر بین‌المللی (122:2008, Yu) در برابر قدرت نرم، مسئله تهدید نرم مطرح می‌شود. در واقع زمانی که یک حاکمیت سیاسی، حاکمیت سیاسی دیگر را از طریق قدرت نرم مورد تهدید قرار می‌دهد، می‌توان آن را تهدید نرم دانست. فازیو تهدید نرم را نوعی «تلاش برنامه‌ریزی‌شده برای استفاده از ابزارها و روش‌های تبلیغی، رسانه‌ای سیاسی و روان‌شناختی برای تأثیر نهادن بر حکومت‌ها، گروه‌ها و مردم کشورهای خارجی به‌منظور تغییر نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتار آنان می‌داند» (Fazio, 2007). جوزف نای نیز تهدید نرم را «استفاده یک کشور از قدرت نرم برای دست‌کاری افکار عمومی کشور آماج و تغییر ترجیحات، نگرش‌ها و رفتارهای سیاسی آن‌ها» می‌داند. (نای، ۱۳۸۷: ص ۱۹) در این زمینه نیز رهبر معظم انقلاب به آرایش پیچیده رسانه‌ای دشمنان برای مقابله نرم با جمهوری اسلامی ایران، تأکید دارند. «امروزه آرایش رسانه‌ای و فرهنگی که در مقابل جمهوری اسلامی قرار دارد، بسیار آرایش پیچیده، متنوع، متکثر، کارآمد و فنی و پیشرفته است»<sup>(۱)</sup> در واقع در این مسئله شکی نیست که کشورهایی مانند ایالات متحده آمریکا، انگلستان و سایر دشمنان متخاصم نظام جمهوری اسلامی ایران، به دنبال تأثیرگذاری بر افکار عمومی ایرانیان و تغییر دیدگاه و رفتار سیاسی جامعه ایرانی هستند. در این راستا،

نهاد ولایت فقیه، به عنوان دال مرکزی گفتمان انقلاب اسلامی ایران، همواره مورد هجوم رسانه‌های بیگانه فارسی‌زبان بوده است.

## ۲-۱. مدیریت تصویر

مدیریت تصویر فرایندی است میان‌رشته‌ای که به مفاهیمی نظیر مدیریت برداشت و مدیریت رسانه نزدیک است. در واقع مدیریت تصویر به دنبال ایجاد و ارائه انگاره‌هایی از اشخاص، رویدادها و موضوعاتی است که متناسب با اهداف یک رسانه بوده و با بهره‌گیری از ظرفیت‌های پرداختی و فرآوری رسانه‌ای بتواند حتی‌المقدور انگاره‌ای حساب شده و مطلوب را به مخاطبان منتقل کند. (صلواتیان و همکاران، ۱۳۹۶: ص ۲) امروزه مدیریت تصویر به ابزاری مهم در حیات سیاسی قرن ۲۱ تبدیل شده است به طوری که اکثر سیاستمداران و حتی افراد شاخص غیرسیاسی به اهمیت طراحی تصویر خود در ذهن دیگران واقف شده‌اند و بسیاری از سازمان‌های سیاسی غیردولتی از استراتژی‌های مدیریت تصویر استفاده می‌کنند و این روند مبنی بر افزایش نقش تصاویر در دنیای سیاست، همچنان در حال رشد است. (Khatib, 2012: 8)

## ۱-۳-۱. بازنمایی<sup>۱</sup>

از نظر استوارت هال بازنمایی بخشی از فرآیندی است که به تولید معنا و مبادله آن میان اعضای یک فرهنگ می‌پردازد و شامل استفاده از زبان، نشانه‌ها و ایماهایی می‌شود که به بازنمایی می‌پردازد. (Hall, & Jhally, 2007: 15)

هال با پذیرش رویکرد برساخت‌گرایانه یعنی رویکرد سوم، مطرح می‌کند که «رسانه‌ها واقعیت را بازتاب نمی‌دهند بلکه آن را به صورت رمز و نشانه در می‌آورند و به صورت نمادین و نه مبتنی بر واقعیت انعکاس می‌دهند.» (Hall S, 1997: 72) او مسئله مهم در بازنمایی واقعیت توسط رسانه‌ها را آنجا می‌داند که یک رسانه هیچ‌گاه ابزاری خنثی و یک میانجی بی‌طرف در ارائه تصویر به حساب نمی‌آید. رسانه متکی به زبان و معناست و زبان و معنا نیز در چارچوب گفتمان

1. Representative Theory

همواره متکی به قدرت است. لذا بازنمایی حوادث توسط رسانه‌ها، سوای بحث اخلاقی و غیراخلاقی بودن آن، دارای سوگیری ایدئولوژیک است و در راستای تضعیف یا تثبیت قدرت و گفتمان ویژه‌ای گام برمی‌دارد (Hall, & Jhally, 2007: 32). این نظریه از این منظر حائز اهمیت است که نشان می‌دهد رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه در چارچوب ایدئولوژیک خاص خود به نهاد ولایت فقیه نگاه می‌کنند و تصویری که از آن به مخاطب ارائه می‌دهند نیز تحت تأثیر آن خواهد بود. از این منظر می‌توان به شناخت این تصویر ارائه شده پرداخت.

### ۱-۲-۲. انگاره سازی<sup>۱</sup>

انگاره سازی یکی از شیوه‌های عملیات روانی است که در نبرد رسانه‌ای از آن استفاده می‌شود. برنارد کوهن معتقد است که رسانه‌ها برای هدایت افکار عمومی از واقعیات، انگاره‌هایی خلق می‌کنند که تنها در راستای اهداف کارگزاران ارتباطی است، مانند ایجاد انگاره‌ای از ایران در رسانه‌های آمریکایی و غربی که در صدد است ایران را کشوری خشونت طلب جلوه دهد. این انگاره باعث می‌شود که در صورت تجاوز کشوری به ایران، افکار عمومی همسو با آن عمل کرده و به اعمال خلاف دیگران مشروعیت داده شود. از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ به این سو، نوع دیگر از انگاره سازی در رسانه‌های غربی به اوج خود رسید و آن‌ها برای پیشبرد مقاصد یک‌جانبه‌گرایانه توانستند هراس و وحشت از اسلام را ریشه‌دار کنند (محمدخانی، ۱۳۹۰: ۱۰۷). در مدیریت تصویر نهاد رهبری، یکی از اتفاق‌هایی که رخ می‌دهد انگاره سازی است، که توسط رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه از این نهاد انجام می‌شود. در واقع می‌توان گفت این رسانه‌ها محتوای خود را به نحوی تنظیم می‌کنند که انگاره خاصی از نهاد ولایت فقیه در ذهن مخاطب ایرانی شکل بگیرد. شناخت این انگاره ارائه شده، می‌تواند به درک راهبرد مدیریت تصویر این نهاد توسط این رسانه‌ها کمک کند.

## ۳-۱. نهاد ولایت فقیه

ولایت فقیه، اصطلاحی برای نظام حکومت اسلامی پس از ائمه‌ی اطهار علیه‌السلام است. ولایت فقیه به معنای زمام‌داری جامعه‌ی اسلامی از سوی کسی است که به مقام اجتهاد در فقه رسیده و حائز شرایط رهبری جامعه‌ی اسلامی است. (ویکی‌فقه، ۱۳۹۹) ولایت فقیه براساس تعریف‌هایی که فقیهان از آن ارائه داده‌اند، به معنای سرپرستی، تسلط و تصرف مجتهد جامع‌الشرایط در امور دیگران (انصاری، ۱۴۱۵ قمری: ۵۴۵) و به عبارت دیگر مدیریت جامعه اسلامی به‌منظور اجرای احکام اسلامی و تحقق ارزش‌های دینی است. (جوادی آملی، ۱۳۷۸: ۱۲۹) ولایت فقیه نظریه‌ای است در فقه سیاسی شیعه که طبق آن، در زمان غیبت امام زمان (عج)، حکومت جامعه مسلمانان برعهده فقیه جامع‌الشرایط است. (فیرحی، ۱۳۸۶: ۲۴۲).

نهاد ولایت فقیه در قانون اساسی نظام جمهوری اسلامی ایران جایگاه مهمی دارد که از طریق بررسی قانون اساسی، می‌توان به ماهیت و نحوه عملکرد این نهاد پی برد. در اصل ۵۷ این قانون آمده است: «قوای حاکم در جمهوری اسلامی ایران عبارتند از: قوه مقننه، قوه مجریه و قوه قضاییه که زیر نظر ولایت مطلقه امر و امامت امت برطبق اصول آینده این قانون اعمال می‌گردند.» در واقع در این اصل، قوای سه‌گانه ذیل نهاد ولایت فقیه هویت پیدا می‌کنند. قانون اساسی همچنین در زمینه شرایط رهبری، در اصل ۱۰۹ تصریح می‌کند که «شرایط و صفات رهبر: ۱. صلاحیت علمی لازم برای افتاء در ابواب مختلف فقه. ۲. عدالت و تقوای لازم برای رهبری امت اسلام. ۳. بینش صحیح سیاسی و اجتماعی، تدبیر، شجاعت، مدیریت و قدرت کافی برای رهبری. در صورت تعدد واجدین شرایط فوق، شخصی که دارای بینش فقهی و سیاسی قوی‌تر باشد مقدم است.»

در زمینه عملکرد و حدود اختیارات ولایت فقیه نیز اصل ۱۱۰ قانون اساسی

تصریح می‌کند که:

«وظایف و اختیارات رهبر:

۱. تعیین سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران پس از مشورت با



مجمع تشخیص مصلحت نظام.

۲. نظارت بر حسن اجرای سیاست‌های کلی نظام.

۳. فرمان همه‌پرسی.

۴. فرماندهی کل نیروهای مسلح.

۵. اعلام جنگ و صلح و بسیج نیروها.

۶. نصب و عزل و قبول استعفای: الف - فقهای شورای نگهبان. ب -

عالی‌ترین مقام قوه قضائیه. ج - رئیس سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی

ایران. د - رئیس ستاد مشترک. ه - فرمانده کل سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و

- فرماندهان عالی نیروهای نظامی و انتظامی.

۷. حل اختلاف و تنظیم روابط قوای سه‌گانه.

۸. حل معضلات نظام که از طرق عادی قابل حل نیست، از طریق مجمع

تشخیص مصلحت نظام.

۹. امضای حکم ریاست جمهوری پس از انتخاب مردم. صلاحیت داوطلبان

ریاست جمهوری از جهت دارا بودن شرایطی که در این قانون می‌آید، باید قبل از

انتخابات به تأیید شورای نگهبان و در دوره اول به تأیید رهبری برسد.

۱۰. عزل رئیس جمهور با در نظر گرفتن مصالح کشور پس از حکم دیوان

عالی کشور به تخلف وی از وظایف قانونی یا رأی مجلس شورای اسلامی به

عدم کفایت وی براساس اصل هشتاد و نهم.

۱۱. عفو یا تخفیف مجازات محکومین در حدود موازین اسلامی پس از

پیشنهاد رئیس قوه قضائیه. رهبر می‌تواند بعضی از وظایف و اختیارات خود را به

شخص دیگری تفویض کند.» اصل ۱۱۰ قانون اساسی نشان‌دهنده گستردگی حوزه

اختیارات و وظایف ولی فقیه و نهاد ولایت فقیه است. این گستردگی، عاملی است

که دست رسانه‌ها را برای تصویرسازی مثبت یا منفی از این نهاد باز

می‌گذارد (shora-gc.ir).

## ۲. پیشینه پژوهش

۱. مه دان و آلن می (۲۰۱۳) در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی گفتمانی رهبر عالی

ایران در رسانه‌های آنلاین» به تصویرسازی رسانه‌های داخلی از مقام معظم رهبری پرداخته‌اند. در این مقاله که به شدت دارای سوگیری علیه جمهوری اسلامی است و با نگاه غیرواقعی به انقلاب اسلامی پرداخته شده؛ نویسندگان با بهره‌گیری از روش تحلیل گفتمان انتقادی و مدل بازیگران شبکه اجتماعی ون لیون، انگاره سازی رسانه‌های آنلاین تحت نظارت دولت را از مقام معظم رهبری این گونه توصیف کرده‌اند. «در بازنمایی رهبر ایران سعی می‌شود ویژگی‌های پیامبر و ائمه شیعه به صورت جزئی و دقیق به آیت‌الله خامنه‌ای نسبت داده شود و این بازنمایی موجب می‌شود تا ایدئولوژی ولایت فقیه و قدرت رهبر در ایران افزایش یابد و قدرت تسلط بر مردم حفظ و ضمانت شود.» (Zuraidah & Alan, 2013)

۲. ناصری طاهری و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «تصویرپردازی صحیح از اسلام در شبکه پرس تی‌وی متناسب با ویژگی‌های مخاطبان جوان اروپا و آمریکای شمالی» تلاش کرده‌اند تا با تمرکز بر برنامه رهبری به جوانان غربی، به ارائه پیشنهادهایی برای تصویرپردازی صحیح از اسلام با استفاده از ظرفیت‌های شبکه پرس تی‌وی بپردازند. نتایج این تحقیق مشتمل بر راهکارهای پیشنهادی در سه حوزه برنامه‌سازی، برنامه‌ریزی و نیز ساختار سازمانی است. این تحقیق از جهت توجه بر حوزه تصویرپردازی و مدیریت تصویر با مقاله حاضر قرابت موضوعی دارد اما از جهت سوژه موردبررسی، تمرکز ما بر تصویر ارائه شده توسط رسانه‌های معاند قرار داشته است.

۳. لینا خطیب (۲۰۱۲) در کتابی با عنوان «استراتژی حزب‌الله در مدیریت تصویر» به بررسی سیاست‌های مدیریت تصویر حزب‌الله لبنان پرداخته است. نگارنده پس از معرفی اجمالی حزب‌الله، استراتژی‌های مدیریت تصویر این گروه را بسیار پیچیده و چندوجهی توصیف می‌کند و مدعی می‌شود که در پژوهش خود اقدامات رسانه‌ای حزب‌الله از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲ را بررسی کرده است. نگارنده استراتژی کلان مدیریت تصویر حزب‌الله را برند سازی از نام این تشکیلات در افکار عمومی و همچنین حمایت از فعالیت‌های سیاسی و افزایش اعتبار این حزب معرفی می‌کند و بزرگ‌ترین دستاورد این عملیات رسانه‌ای را

تلفیق مفهوم اعتبار حزب‌الله با مفهوم انعطاف و انطباق‌پذیری می‌داند که از نگاه او کلیدی‌ترین عامل در برند سازی ماندگار است. در پایان نویسنده با اشاره به انقلاب‌های موسوم به بهار عربی پیش‌بینی می‌کند که استراتژی رسانه‌ای حزب‌الله بر مبنای قاعده انطباق تغییر خواهد کرد و ممکن است با چالش‌هایی مواجه شود. نویسنده البته متذکر می‌شود که تحولاتی چون انقلاب مصر و تونس می‌تواند به تبدیل تصویر حزب‌الله به یک قهرمان عربی کمک کند (Khatib, 2012: 46-6).

۴. محمد اترفاق و توفیق احمد (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی اسلام و مسلمانان در رسانه‌های اجتماعی؛ تحلیل گفتمان فیس‌بوک»، تلاش کرده‌اند تا از طریق تجزیه و تحلیل پست‌های فیس‌بوکی که با مضامین اسلامی یا مسلمانان مرتبط بوده‌اند؛ تصویر ارائه‌شده از اسلام و مسلمانان را در فیس‌بوک بررسی کنند. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که اسلام تنها دینی است که به صورت جدی مورد بازنمایی منفی قرار گرفته و در این تصویرسازی مضامینی نظیر جهاد، حجاب، مساجد و تروریسم به شکل منفی مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

۵. اریک بلیچ<sup>۱</sup> و همکارانش (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان «پوشش رسانه‌ای تفکر مسلمانان (تجزیه و تحلیل چهار روزنامه در سال‌های ۱۹۹۶-۲۰۱۶)» با شناسایی حدود ۸۰۰ هزار مقاله با مضمون اسلام، ۱۰۰ مقاله را به صورت تصادفی بررسی کرده‌اند تا تصویر ارائه‌شده از مسلمانان را استخراج و تجزیه و تحلیل کنند.

۶. سیف‌الدین احمد<sup>۲</sup> و جرج متس<sup>۳</sup> (۲۰۱۷) در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی رسانه‌ای از اسلام و مسلمانان در سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۵، یک فراتحلیل» به تجزیه و تحلیل کیفی ۳۴۵ تحقیق منتشرشده با مضمون رسانه و اسلام یا مسلمانان پرداخته است. یافته‌های تحقیق حاکی از ارائه تصویری منفی و توأم با خشونت از اسلام است که عمده مضامین آن ذیل مهاجرت، تروریسم و جنگ قرار گرفته است.

۷. مرشدی زاد (۱۳۹۱) در مقاله‌ای با عنوان، «بازنمایی هویت ۲ دینی در

1. Erik Bleich

2. Saifuddin Ahmed

3. Jörg Matthes

سینمای پس از انقلاب اسلامی» به چگونگی بازنمایی هویت دینی در سینمای پس از انقلاب پرداخته است و تلاش کرده تا به توصیف چگونگی بازنمایی هویت دینی در سینمای ایران بپردازد. این تحقیق که با روش تحلیل محتوای کیفی و مصاحبه انجام شده به بررسی ۲۰ فیلم با مضامین مرتبط با هویت دینی پرداخته است.

۸. فضلی زاده (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «مدیریت تصویر اسلام در مستندهای شبکه‌های ماهواره‌ای» به بررسی تصویر ارائه شده از اسلام در مستند برادر اسلام‌گرای من» پرداخته‌اند. این پژوهش که با روش تحلیل گفتمان انتقادی انجام شده است با بررسی شخصیت‌های اصلی مستند به‌عنوان نماینده‌های گفتمانی، سه گفتمان اسلام بنیادگرا، اسلام معمولی و لیبرال دموکراسی را به‌صورت هدفمند تصویرسازی کرده است. این مستند از جهت توجه به مسئله تصویرسازی و از جهت مبانی نظری با تحقیق حاضر مرتبط است.

پژوهش حاضر تلاش کرده است ضمن استفاده از تجربیات تحقیقات پیشین در این زمینه، بتواند در انتها به یک الگوی نهایی از چیستی و چرایی تصویر بازنمایی شده از نهاد ولایت فقیه در رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه برسد. در واقع در پژوهش حاضر تلاش شده است از تحلیل ماهیت بازنمایی فراتر رفته و نتیجه این بازنمایی در بستر زمانی موجود را در قالب یک طرح شماتیک نشان دهد.

### ۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر به دو روش تحلیل محتوای کیفی و گروه کانونی صورت پذیرفته است. با توجه به تفاوت‌های فلسفی پارادایمی دو روش کمی و کیفی، در بررسی‌های کیفی به‌جای استفاده از چارچوب نظری جهت تدوین و آزمون فرضیه‌ها از جهت استخراج سؤال یا سؤالات پژوهش استفاده می‌شود؛ پژوهشگر به‌جای آزمودن تئوری‌های موجود در قالب فرضیه‌های مختلف، به بررسی و تدوین یک چارچوب مفهومی جدید می‌پردازد. (Maxwell:2004: 118)

در این حالت محققان خودشان را بر امواج داده‌ها شناور می‌کنند تا شناختی بدیع برای‌شان حاصل شود. بنابراین از طریق استقراء، مقوله‌ها از داده‌ها ظهور می‌یابند. به‌طور اساسی تقلیل متن به اعداد در تکنیک تحلیل محتوای کمی، به دلیل

از دست دادن اطلاعات ترکیبی و معنا، اغلب مورد انتقاد قرار گرفته است؛ تحلیل محتوای کیفی در جایی که تحلیل کمی به محدودیت‌هایی می‌رسد، نمود می‌یابد؛ بنابراین تحلیل محتوای کیفی را می‌توان روش تحقیقی برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌های متنی از طریق فرآیندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی و زمینه‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته‌شده دانست (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰).

بازه زمانی پژوهش حاضر، یک بازه ده ساله (۱۳۸۷-۱۳۹۷)، از ابتدای تأسیس بی‌بی‌سی فارسی در نظر گرفته شد. جامعه مورد بررسی در این پژوهش، محتوای رسانه‌ای مرتبط با موضوع در این بازه زمانی، شامل محتوای تصویری هشت شبکه ماهواره‌ای شامل، بی‌بی‌سی فارسی، صدای آمریکا، من‌وتو، ایران فردا، ایران اینترنشنال، پارس، کانال یک و اندیشه بوده است. همچنین ۲۰۰ گزارش مکتوب در وبسایت‌های شبکه‌های مذکور به‌علاوه وبسایت رادیو فردا، دویچه‌وله فارسی و رادیو زمانه، بر اساس جستجوی کلیدواژه در این بازه زمانی بود.

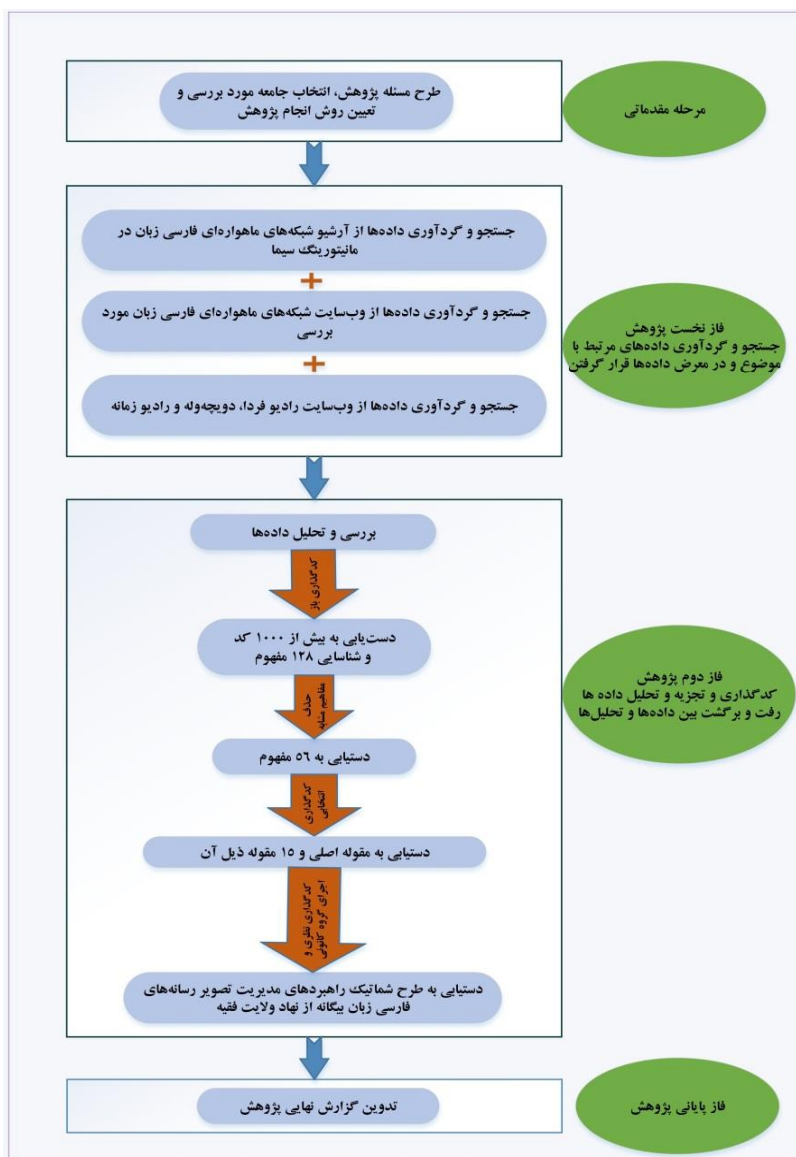
برای انجام این پژوهش، پژوهشگران بعد از تعریف مسئله، انتخاب روش و مشخص کردن جامعه مورد بررسی، به گردآوری داده‌های مربوطه در بازه زمانی مشخص شده پرداختند. در مرحله بعد، پژوهشگران شروع به کدگذاری باز داده‌ها کردند و بیش از هزار کد مجزا احصاء شد. پس از کدگذاری باز، سطح انتزاع یک پله بالاتر برده شد و پژوهشگران به مفاهیم اولیه دست یافتند. در این مرحله ۱۲۸ مفهوم اولیه مشخص گردید. پس از ادغام و حذف مفاهیم مشابه ۵۶ مفهوم نهایی به دست آمد. در ادامه پژوهشگران، سطح انتزاع مفاهیم را بالاتر برده و با استفاده از کدگذاری انتخابی، به ۱۵ مقوله اصلی در زمینه مدیریت تصویر رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه از نهاد ولایت فقیه دست یافتند. یک نمونه از انجام این فرایند تحلیل محتوا در جدول زیر قابل مشاهده است.

محتوا	کدگذاری باز	کدگذاری انتخابی	کدگذاری نظری
بی‌گمان فقاقت، مهم‌ترین قربانی ایده ولایت فقیه بود. فقاقت چه به مثابه علمی دینی و چه در مقام نهاد و اقتداری اجتماعی، معنا و مبنای مشروعیت و کارکردهای سنتی خود را برای همیشه از دست داد. (بی‌بی‌سی فارسی ۲۰ دی ۱۳۹۶)	ولایت فقیه، عامل تخریب نهاد فقاقت	تعارض جایگاه ولایت فقیه با اندیشه و عمل شیعه	مشروعیت زدایی از نهاد ولایت فقیه

در انتها نیز با بهره بردن از کدگذاری نظری، محور اصلی این تصویرسازی مشخص شد. در انتها مقولات و مضامین به‌دست آمده از تحلیل محتوا، در گروه کانونی مطرح

گردید و به بستر زمانی‌ای که این بازنمایی در آن صورت می‌پذیرد نیز توجه شد. خروجی نهایی گروه کانونی، طرح شماتیک راهبردهای این رسانه‌ها در تصویرسازی از نهاد ولایت فقیه بود. در طرح‌واره زیر، مراحل این پژوهش قابل مشاهده است.

شکل ۱. فرآیند پژوهش



#### ۴. یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش پیرامون تصویرسازی راهبردی از نهاد ولایت فقیه در رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه، نشان از بساخت تصویری هدف‌دار از این نهاد در این رسانه‌ها دارد. تحلیل‌ها نشان می‌دهد رسانه‌های مذکور برای ارائه تصویر انحرافی خود از نهاد ولایت فقیه، تلاش می‌کنند ابتدا گلوگاه‌ها و محورهای مهم تصویر مثبت این نهاد در اذهان مردم را واسازی و تخریب کنند تا سپس انگاره مدنظر خود را در ذهن مخاطب برساخت کنند. محورهای مهمی که محل مانور رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه در تصویرسازی انحرافی‌شان از نهاد ولایت فقیه بوده است، در ادامه تشریح می‌گردد.

جدول ۱. یافته‌های پژوهش

مفاهیم	مقوله	محور اصلی
تضاد با عقاید بنیادین شیعه در زمینه تشکیل حکومت	اعتبار زدایی از بنیان‌های دینی و فکری نهاد ولایت فقیه	محرور اصلی
تقلید ولایت فقیه از خلیفه‌گری اهل سنت در حکمرانی		
بهره بردن از سنت فکری صوفیان در ایجاد نهاد ولایت فقیه		
عدم حمایت علما و مراجع شیعه از نظریه ولایت فقیه		
عامل تخریب نهاد فقاقت و عدول از اجرای فقه		
ابزاری برای سوءاستفاده از دین در راستای کسب قدرت	اعتبار زدایی از بنیان‌های قانونی نهاد ولایت فقیه	محرور اصلی
وجود مشکلات منطقی و اجرایی در قانون اساسی		
عدول از قانون در اجرا		
انتخاب غیرقانونی ولی فقیه	اعتبار زدایی از بنیان‌های مردمی نهاد ولایت فقیه (شخصی‌سازی نهاد ولایت فقیه)	مشروعیت‌زدایی از نهاد ولایت فقیه و القای لزوم حذف این نهاد از ساختار سیاسی ایران
تعارض جایگاه ولایت فقیه با اصول دموکراسی و نهادهای انتخابی		
دیکتاتوری در برابر دموکراسی، رأی مردم در برابر رأی ولی فقیه		
اثر منفی ولایت فقیه بر فرایند انتخابات		
تعارض با احزاب و مجلس شورای اسلامی		
تعارض با جایگاه و نهاد ریاست جمهوری		
ستمگری و جور ولایت فقیه در حق مردم		
فریب مردم توسط ولایت فقیه		
نقد ناپذیری و غیرقابل نظارت بودن ولایت فقیه		
عامل فساد سیاسی-اقتصادی در کشور		
مسبب مشکلات معیشتی جامعه		
آسیب به کشور از طریق حذف نخبگان منتقد و عدم شایسته‌سالاری		
سیاست خارجی تنش‌زا و در تضاد با منافع ایرانیان	اعتبار زدایی از بنیان شخصیت حقیقی نهاد ولی فقیه (شخص حاضر در جایگاه)	محرور اصلی
تخریب شخص ولی فقیه حاضر و گذشته (حضرت امام خمینی (ره) و حضرت آیت‌الله خامنه‌ای) (جزئیات در جدول بعدی)		
گسترده‌گی مخالفان ولایت فقیه	لزوم و چگونگی حذف جایگاه ولایت فقیه	محرور اصلی
بن‌بست ولایت فقیه، ناکارآمدی در اداره کشور و لزوم تغییر آن		
لزوم جدایی دین از سیاست		
چگونگی تغییر و حذف جایگاه ولایت فقیه		

#### ۴-۱. اعتبارزدایی از بنیان‌های دینی و فکری نهاد ولایت فقیه

یکی از محورهای تصویرسازی منفی از جایگاه ولایت فقیه، ادعای تعارض ولایت فقیه با مبانی اندیشه و سنت تشیع در طول تاریخ اسلام است. این رسانه‌ها سعی می‌کنند با زیر سؤال بردن پیوند میان نظریه ولایت فقیه و مبانی اندیشه شیعه، این نظریه و نهاد مبتنی بر آن را، فاقد مشروعیت دینی جلوه دهند.

لذا شبکه‌های ماهواره‌ای تلاش می‌کنند تا به اثبات این گزاره پردازند که، ولایت فقیه با عقاید بنیادین شیعه در زمینه تشکیل حکومت در تضاد بوده و بیش‌تر به مدل تشکیل حکومت توسط خلفا در اندیشه اهل سنت شبیه است. از سوی دیگر به مخاطبان این گونه القاء می‌شود که ولایت فقیه در میان اندیشه علمای بزرگ شیعه در گذشته و حال، اقبالی نداشته و حتی علمای بزرگ شیعه با این نظریه و نهاد مبتنی بر آن مخالف بوده و هستند. در کنار این ادعا، همواره تلاش می‌شود تا نهاد ولایت فقیه به سوءاستفاده از دین برای تشکیل حکومت متهم شده و این نهاد به عنوان عامل تخریب نهاد فقاقت و اصل دین در جامعه معرفی می‌شود. در ادامه، زیرمحورهای این بحث تشریح می‌شود.

#### ۴-۱-۱. تضاد با عقاید بنیادین شیعه در زمینه تشکیل حکومت

یکی از مباحث اصلی که در زمینه اثبات تعارض ولایت فقیه با اصول تشیع در رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه قابل مشاهده است، تأکید بر مسئله تعارض نهاد ولایت فقیه با عقاید بنیادین شیعه در زمینه تشکیل حکومت است. این رسانه‌ها تلاش می‌کنند با طرح مباحث جعلی در تاریخ، این شبهه را در ذهن مخاطبان ایجاد کنند که شیعه معتقد است در دوران غیبت امام معصوم (ع) نمی‌توان حکومت تشکیل داد. بر اساس این ادعا، جمهوری اسلامی نیز به عنوان حکومتی معرفی می‌شود که ماهیتاً با این اصل در تضاد بوده و حضرت امام خمینی (ره) نیز متهم به ایجاد بدعت در اندیشه و سنت تشیع می‌شود. در واقع این رسانه‌ها با استفاده از ادبیات برگرفته یا مشابه با دیدگاه موسوم به انجمن حجتیه، سعی در تخریب نهاد ولایت فقیه داشته و عملاً ادعاهای این فرقه را مورد تأیید قرار می‌دهند.



**۴-۱-۲. تقلید ولایت فقیه از خلیفه‌گری اهل سنت در حکمرانی**

ادعای شباهت ولایت مطلقه فقیه با خلیفه‌گری در اهل سنت و تقلید از ایشان در ایجاد حکومت اسلامی، مبحث دیگری است که این رسانه‌ها برای اثبات تضاد این نهاد با عقاید بنیادین شیعه، مورد استفاده قرار می‌دهند. در واقع آن‌ها سعی می‌کنند با گره زدن تاریخ خلافت با مسئله ولایت فقیه، بار منفی خلافت در اذهان شیعیان را، به ولایت فقیه منتقل کنند.

**۴-۱-۳. بهره بردن از سنت فکری صوفیان در ایجاد نهاد ولایت فقیه**

پس از ربط دادن ولایت فقیه به خلیفه‌گری در اهل سنت، ارتباط دادن نهاد ولایت فقیه با اهل تصوف نیز از دیگر اقداماتی است که این رسانه‌ها از طریق آن به تخریب نهاد ولایت فقیه می‌پردازند، تا جایگاه «ولی» و «ولایت» داشتن او بر پیروان را، منتسب به مکتب فکری صوفیه کنند تا با توجه به مقام و نظرات عرفانی حضرت امام خمینی (ره)، ایشان را تحت تأثیر تصوف و نظریه ولایت فقیه را نیز الگو گرفته از آن بدانند. در این زمینه شبکه ماهواره‌ای من و تو، خصوصاً در مستند «ولایت مطلقه فقیه» که در سال ۱۳۹۷ پخش شده است؛ بدون ارائه هیچ سند و پشتیبانی صرفاً با استفاده از گزاره مبهم «پژوهشگران دینی معتقدند»؛ سعی می‌کند تا ادعای دروغ خود مبنی بر تأثیر صوفیه در نگاه و کنش سیاسی حضرت امام (ره) را به مخاطب بقبولاند.

**۴-۱-۴. ابزاری برای سوءاستفاده از دین در راستای کسب قدرت**

از دیگر محورهایی که رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه در راستای تصویرسازی خود از تضاد میان ولایت فقیه و اندیشه تشیع روی آن مانور می‌دهند، مسئله قدرت فقها و حکومت‌داری آن‌ها در طول تاریخ است. تلاش آن‌ها در این زمینه در راستای طرح این شبهه جعلی است که در تاریخ تشیع، هیچ‌گاه قدرت در دست فقها نبوده و ولایت فقیه به واسطه طمع به قدرت (در معنای مذموم آن) از سوی حضرت امام خمینی (ره) جعل شده است. لذا این رسانه‌ها بخصوص بی‌بی‌سی فارسی، سعی می‌کنند نظریه و نهاد ولایت فقیه را نه به عنوان عاملی برای اجرای احکام شریعت،

بلکه به عنوان دستاویزی برای منفعت‌گرایی و سوءاستفاده‌های فردی خاص، از اعتقادات دینی معرفی کنند.

#### ۵-۱. عدم حمایت علما و مراجع شیعه از نظریه ولایت فقیه

محور دیگری که برای تثبیت انگاره مذکور توسط رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ ادعای مخالفت اکثریت علما با نظریه ولایت فقیه است. این رسانه‌ها تلاش می‌کنند با نادیده گرفتن حمایت مراجع و علمای حوزه‌های علمیه از نظریه ولایت فقیه، به مخاطبان خود این‌گونه القاء کنند که نظریه ولایت فقیه به‌جز حضرت امام خمینی (ره) به‌عنوان رهبر انقلاب و برخی از اطرافیان ایشان، در میان هیچ‌یک از علما و مراجع شیعه طرفدار ندارد و همین مسئله دلیلی بر عدم صحت و تضاد این نظریه با اصول شیعه است.

#### ۶-۱. معرفی نهاد ولایت فقیه به‌عنوان عامل تخریب فقاقت

علاوه بر موارد قبلی، رسانه‌های مورد بررسی، تلاش می‌کنند تا از طریق قرار دادن خود در جایگاه دلسوز و خیرخواه گفتمان‌های دینی، نهاد ولایت فقیه را به‌عنوان عامل تخریب فقاقت و وجهه‌دین و نمایندگان گفتمان دینی، تصویرسازی و معرفی کنند. بخش تکمیلی این تصویرسازی ناظر بر تثبیت این ادعاست که برآیند تشکیل حکومت اسلامی و برقراری نظام مبتنی بر ولایت فقیه، مغایر با منافع گفتمان‌های دینی و تضعیف اعتقادات جامعه است.

#### ۴-۲. اعتبارزدایی از بنیان‌های قانونی نهاد ولایت فقیه

وجود نهاد ولایت فقیه در قانون اساسی کشور و کنش‌های سیاسی رهبر انقلاب، مبتنی بر اختیاراتی که قانون اساسی به ایشان داده است، یکی از جنبه‌هایی است که توسط رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه مورد حمله قرار می‌گیرد. این رسانه‌ها سعی می‌کنند تصویری را بازنمایی کنند که در آن، از یک‌سو وجود نهاد ولایت فقیه در قانون اساسی دارای مشکلات حقوقی و منطقی است و از سوی دیگر، ولی فقیه از همین قانون موجود نیز عدول کرده و در عمل، به آن پایبند نیست.

## ۴-۲-۱. مشکلات منطقی و اجرایی قانون اساسی

یکی از محورهایی که ذیل بحث تعارض ولایت فقیه با قانون در این رسانه‌ها مورد پرداخت قرار می‌گیرد، مسئله وجود مشکلات منطقی و اجرایی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران است. با طرح این مسئله، این رسانه‌ها تلاش می‌کنند تا مشروعیت قانونی قانون اساسی و متعاقباً، نهاد ولایت فقیه، را زیر سوال ببرند. بر همین اساس معمولاً تحلیل‌ها به گونه‌ای ارائه می‌شود که تصویر ذهنی مخاطب از قانون اساسی مخدوش شده و شبهاتی نظیر مسئله ایجاد یک فرآیند دور باطل<sup>۱</sup>، در انتخاب رهبری و نبود امکان نظارت بر رهبری به‌عنوان یک خلأ و ایراد منطقی و اجرایی در قانون اساسی محرز شود. تلاش برای ایجاد دوقطبی‌های ساختگی میان وجه جمهوریت نظام و نهاد ولایت فقیه نیز از دیگر مواردی است که در جهت اثبات مشکلات منطقی و اجرایی قانون اساسی مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. این امر به گونه‌ای است که نهایتاً پشتوانه قانونی نهاد ولایت فقیه تخریب شده و لزوم تغییر آن، به‌واسطه مشکلات و تناقضات قانونی، به مخاطب القاء می‌شود.

## ۴-۲-۲. عدول از قانون در اجرا

محور دیگری که این رسانه‌ها با تمرکز بر آن، سعی در ایجاد تصویری ضد قانون از نهاد ولایت فقیه در اذهان مخاطبان خود دارند، ادعای عدول ولی فقیه از قوانین کشور در حکمرانی است. در واقع این رسانه‌ها برای ایجاد یک تصویر ضد قانون، عدم رعایت قوانین توسط رهبران انقلاب را نمودی از تعارض ولایت فقیه با قانون می‌دانند. یکی از مانورهای اصلی این رسانه‌ها مسئله «حکم حکومتی» است. در واقع هرچند اعمال نظر توسط رهبر انقلاب در قانون اساسی وجود دارد؛ اما این رسانه‌ها، این حق را در قانون اساسی نادیده می‌گیرند و اعمال نظر توسط رهبر انقلاب در برخی مسائل را خارج از چارچوب قانونی توصیف می‌کنند.

---

1. vicious circle

## ۳-۲-۴. انتخاب غیرقانونی ولی فقیه

از دیگر زیرموضوعهای بحث تعارض نهاد ولایت فقیه با قانون اساسی، ادعای انتخاب غیرقانونی آیت‌الله خامنه‌ای به عنوان جانشین امام خمینی (ره) است. در این زمینه، خصوصاً پس از انتشار ویدئویی از جلسه مجلس خبرگان رهبری، این رسانه‌ها تلاش کردند تا این انتخاب را غیرقانونی و غیرموجه بازنمایی کنند و از این طریق علاوه بر تخریب وجه رهبر انقلاب، به عنوان فردی که در فرایندی غیرقانونی در جایگاه رهبری قرار گرفته، به مخاطب اثبات کنند که نهاد ولایت فقیه براساس مصلحت‌های افراد حاضر در قدرت، مدیریت می‌شود و نه براساس قانون اساسی.

## ۳-۴. اعتبارزدایی از بنیان‌های مردمی نهاد ولایت فقیه (طرح ادعای شخصی‌سازی نهاد ولایت فقیه)

محور مهم دیگری که برای تصویرسازی منفی از نهاد ولایت فقیه و در مسیر مشروعیت‌زدایی از آن قابل شناسایی است؛ القای تعارض وجود این نهاد، با منافع ملی و حقوق عامه مردم است. در این زمینه، تصویر این نهاد به عنوان یک نهاد مردمی که از طریق انتخابات مجلس خبرگان رهبری انتخاب می‌شود و نهادی هم‌راستا با حقوق مردم و مردم‌سالاری دینی است، بازنمایی نمی‌شود؛ بلکه به عنوان یک نهاد شخصی شده که تحت کنترل شخص ولی فقیه قرار دارد و ساختاری تمامیت‌خواه به خود گرفته است؛ معرفی می‌شود. به بیان دیگر، شخص ولی فقیه را ذیل چارچوب نهاد ولایت فقیه نشان نمی‌دهند؛ بلکه نهاد ولایت فقیه را ذیل شخص ولی فقیه و در تعارض با مردم‌سالاری دینی نشان می‌دهند.

در این زمینه رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه سعی می‌کنند برای مخاطبان خود این ادعا را به گونه‌ای تبیین کنند که براساس آن نهاد ولایت فقیه با اصول اولیه دموکراسی و نهادهای انتخابی برآمده از آن مخالف و در تعارض بوده و قابل نقد و نظارت نیست. برای القای هرچه بیشتر این تعارض تلاش می‌شود تا با ارائه تصویری منفی از این نهاد، انگاره‌ای ستمگر و مستبد از آن ترسیم شود که فاقد هرگونه پشتوانه مردمی و مقبولیت عمومی است. مصداق عینی این ادعا را می‌توان در استفاده هدفمند از رویدادها یا شایعاتی نظیر مداخله رهبری در انتخابات،

حضور مستشاری ایران در منطقه یا روایت دوقطبی از عملکرد نهادهای مذهبی در مقابل منافع عمومی مشاهده کرد. در تمامی این مصادیق فرایند چارچوب‌گذاری و تحلیل این شبکه‌ها به‌نحوی است که تصمیمات و اقدامات ولی فقیه در جهت مغایرت با منافع ملی و عمومی کشور ارزیابی شده و به‌واسطه اولویت‌های متفاوت با مردم منجر به ایجاد هزینه‌های غیرقابل‌توجیه برای کشور شده است.

#### ۳-۴-۱. تعارض جایگاه ولایت فقیه با اصول دموکراسی و نهادهای انتخابی

رسانه‌های بیگانه در راستای تبیین خود از روایت تعارض ولایت فقیه با منافع ملی و جمهوریت، تمرکز ویژه‌ای بر مسئله دموکراسی و انتخابات دارند. در واقع این رسانه‌ها در تلاش هستند نهاد ولایت فقیه را در برابر نهادهای انتخابی مردم قرار داده و از این طریق بر پایداری حق مردم در حکومت‌داری از سوی ولی فقیه تأکید ورزند. رسانه‌های مذکور برای القای روایت خود از گزاره‌هایی مانند دیکتاتوری در برابر دموکراسی، تأثیر منفی و مداخله ولایت فقیه بر سازوکار انتخابات و همچنین تعارض ولایت فقیه با جایگاه احزاب، مجلس شورای اسلامی و ریاست جمهوری استفاده می‌کنند.

#### ۳-۴-۱-۱. دیکتاتوری در برابر دموکراسی، رأی مردم در برابر رأی ولی فقیه

یکی از زیرموضوع‌های اصلی برای بازنمایی تصویری از ولایت فقیه که در تضاد با حقوق مردم است؛ قرار دادن ولایت فقیه در برابر دموکراسی است. این رسانه‌ها ابتدا تعریف ویژه خود مبتنی بر آزادی بی‌قید و شرط افراد در فضای سیاسی کشور را، به‌عنوان پیش‌فرض وجود دموکراسی معرفی کرده و سپس براساس آن، مدعی می‌شوند که ولایت فقیه مانعی بر سر تحقق کامل دموکراسی است. رسانه‌های مذکور همچنین به دنبال آن هستند تا واژه‌هایی مانند مردم‌سالاری دینی که جایگاه و اهمیت مردم در نظام دینی را تبیین می‌کند، مفهوم زدایی کرده و مخاطب را نسبت به آن مشکوک کند.

در نهایت، تلاش این رسانه‌ها برای بازنمایی چهره‌ای دیکتاتور و خودرأی از ولایت فقیه از طریق هم‌نشین کردن نظام ولایت فقیه با نظام‌های دیکتاتور در جهان

مانند کمونیست‌ها و نظام پادشاهی اتفاق می‌افتد. این همنشینی معمولاً به نحوی صورت می‌پذیرد که ذهن مخاطب به پذیرش یکسان بودن آن‌ها ترغیب شده و در برخی موارد نیز تلاش می‌کنند این‌گونه جعل روایت کنند که جایگاه و رأی مردم در نظام‌های سلطنتی مشروطه، بیشتر از نظام ولایت فقیه است.

#### ۴-۳-۱. اثر منفی ولایت فقیه بر فرآیند انتخابات

محور دیگری که در زمینه تصویرسازی از تعارض ولایت فقیه با حقوق مردم در رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه قابل مشاهده است؛ اتهام تأثیر منفی ولی فقیه بر فرآیند و سازوکار انتخابات است. در واقع این رسانه‌ها مجبور می‌شوند به دلیل صورت پذیرفتن انتخابات متعدد در ایران و اعمال حق مردم در پای صندوق رأی؛ برای حل این تضاد میان ادعاهای شان و آنچه در عمل در ایران اتفاق می‌افتد؛ علاوه بر تمرکز بر ادعای تعارض ولایت فقیه با اصول بنیادین دموکراسی، راه دیگری را نیز برای تصویرسازی از این تعارض استفاده کنند. تصویرسازی منفی از شورای نگهبان و فرآیند تأیید صلاحیت نامزدهای انتخاباتی یکی از اصلی‌ترین نقاط تمرکز در این زمینه است که در انتخابات سال‌های مختلف و با هدف نمایش نقش منفی نهاد ولایت فقیه در فرآیند مردم‌سالاری مورد استفاده قرار گرفته است.

#### ۴-۳-۲. تعارض با احزاب و مجلس شورای اسلامی

محور دیگری که رسانه‌های مورد بررسی برای القای تعارض میان جایگاه مردم و جایگاه ولایت فقیه به مخاطبان خود روی آن مانور می‌دهند؛ ادعای تعارض ولایت فقیه با وجود احزاب سیاسی است. در واقع این رسانه‌ها پس از اینکه احزاب را نمادی برای تأثیرگذاری مردم در عرصه حاکمیت معرفی کردند؛ تلاش می‌کنند تا چهره‌ای مخالف تحزب از رهبران انقلاب اسلامی بازنمایی کنند. از سوی دیگر ادعای ایفای نقش منفی رهبری و مداخله در امور مربوط به نمایندگان مجلس شورای اسلامی، محور دیگری است که در جهت تثبیت تعارض نهاد ولایت فقیه با این جایگاه مردمی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

## ۴-۳-۱. تعارض با جایگاه و نهاد ریاست جمهوری

علاوه بر مجلس شورای اسلامی، نهاد دیگری که در این زمینه برای اثبات ادعای تعارض میان ولایت فقیه و نهادهای انتخابی مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ نهاد ریاست جمهوری است. فرایند تصویرسازی در این بخش به نحوی است که رئیس‌جمهور به‌عنوان فردی که به‌صورت مستقیم از سوی مردم انتخاب می‌شود، به‌عنوان نماد دموکراسی معرفی شده و سپس بر این مسئله تأکید می‌شود که به دلیل وجود جایگاه ولایت فقیه، رئیس‌جمهور شأن و جایگاه لازم و واقعی را نداشته و در واقع مردم نقشی واقعی در اثرگذاری بر سیاست ندارند.

## ۴-۳-۲. نقد ناپذیری و غیرقابل نظارت بودن ولایت فقیه

یکی از مباحثی که به‌زعم رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه، تمرکز بر آن می‌تواند اعتبار نهاد ولایت فقیه را زیر سؤال برده و تعارض این نهاد با جمهوریت و منافع ملی را اثبات کند؛ مسئله نقدناپذیری و غیرقابل نظارت بودن این نهاد است. تمرکز اصلی در این زمینه بر پاسخگو نبودن ولی فقیه در امور مختلف، ادعای فقدان امکان نقد، برخورد امنیتی و حذفی با منتقدان و فقدان سیستم نظارت و عزل ولی فقیه است.

در تصویرسازی این رسانه‌ها اولاً مسئله نقد ناپذیری ناظر به دو جنبه عملی و تئوری مطرح می‌شود. در بخش عملی، امکان نقد عملکرد و حکومت داری ولی فقیه وجود ندارد و در بحث تئوری نیز این ادعا مطرح می‌شود که امکان نقد تئوری ولایت فقیه حتی در حوزه‌های علمیه نیز وجود ندارد. ثانیاً برخورد امنیتی و حذف منتقدان و مخالفان به بهانه مقابله با امنیت ملی نیز از دیگر محورهایی است که در زمینه تثبیت تصویری نقد ناپذیری و فقدان آزادی برای مخالفان در نظام مبتنی بر ولایت فقیه در این رسانه‌ها مطرح می‌شود. رسانه‌های مذکور سعی می‌کنند با ارائه مصادیق مختلف نشان دهند که علاوه بر آن که نهاد ولایت فقیه انتقادناپذیر است، اگر مخالفت و نقدی صورت بگیرد؛ برخوردهای حذفی و امنیتی امکان تداوم آن را منتفی می‌کنند. وجه سوم این تصویرسازی ناظر به ادعای فقدان سازوکارهای ساختاری برای نظارت بر نهاد ولایت فقیه است. در واقع این رسانه‌ها

با نادیده گیری جایگاه و قدرت مجلس خبرگان رهبری، این ادعا را مطرح می‌کنند که مجلس خبرگان رهبری عزم و توان نظارت و عزل ولی فقیه را ندارد.

#### ۳-۳-۴. ستمگری و جور ولایت فقیه در حق مردم

عدول از عدالت و روا داشتن ستم بر مردم، محور دیگری است که رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه سعی دارند از طریق بحث پیرامون آن، تصویری جعلی را از نهاد ولایت فقیه به مخاطبان خود ارائه دهند که با حقوق و آزادی‌های مردم در تعارض است. این رسانه‌ها برای رسیدن به مقصود خود در این زمینه، ابتدا برخی از گروهک‌های ضدانقلاب مانند مجاهدین خلق را جزئی از مردم عادی تلقی می‌کنند سپس برخورد با اشرار و تروریست‌های عضو این گروهک‌ها را مصداق ظلم و جور نهاد ولایت فقیه در حق مردم عادی می‌دانند.

#### ۴-۳-۴. فریب مردم توسط ولایت فقیه

فریب مردم و پنهان کردن وقایع حاکمیت از آن‌ها، ادعای دیگری است که برای ایجاد تصویری منفی از نهاد ولایت فقیه که در تعارض با حقوق و جایگاه مردم قرار دارد؛ به کار گرفته می‌شود. در این زمینه تلاش می‌شود با ایجاد شبهه در مسائلی مانند فرآیند تصویب قانون اساسی و اضافه شدن نهاد ولایت فقیه به آن، نحوه اعلام وضعیت جسمانی حضرت امام خمینی (ره) و نحوه انتخاب آیت‌الله خامنه‌ای به‌عنوان ولی فقیه و... مخاطب پذیرد که رهبران انقلاب در برخی برهه‌های تاریخی مردم را فریب داده یا با آن‌ها صادق نبوده‌اند.

#### ۴-۴. اعتبارزدایی از بنیان‌های کارآمدی نهاد ولایت فقیه

در این محور، تصویری که از نهاد ولایت فقیه ترسیم می‌شود به نحوی است که این نهاد در جایگاهی که برای آن ترسیم شده علاوه بر ضدیت با مردم، به ناکارآمدی نیز متهم شده و به‌عنوان منشأ اصلی مشکلات امروز کشور معرفی شود. این رسانه‌ها در واقع به دنبال این هستند تا تمام مشکلات سیاسی و اقتصادی کشور را به این نهاد تعمیم داده و ولایت فقیه را عامل اصلی در بروز مشکلات



معیشتی مردم بدانند. از سوی دیگر با طرح اتهام حذف نخبگان منتقد و ایجاد ساختاری مبتنی بر عدم شایسته‌سالاری، این نهاد را ناکارآمد و عامل ایجاد مشکلات گسترده برای کشور معرفی می‌کنند.

#### ۴-۱. عامل فساد سیاسی-اقتصادی در کشور

از آنجا که مسئله فساد و بخصوص فساد اقتصادی، یکی از مباحثی است که جامعه همیشه به آن حساس بوده است، این رسانه‌ها نیز تلاش می‌کنند از این بحث، در تصویرسازی منفی خود از نهاد ولایت فقیه بهره ببرند. در این زمینه، تصویرسازی به نحوی است که نهاد ولایت فقیه و ساختارهای مرتبط با آن مانند بنیاد مستضعفین و سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، متهم به ایجاد اختلال در اقتصاد کشور می‌شوند. اختلالی که به زعم این شبکه‌ها، نمود خود را در بروز مشکلات معیشتی برای جامعه بروز داده و موجب ناکارآمدی‌های اقتصادی و سیاسی شده است.

#### ۴-۲. آسیب به کشور از طریق حذف نخبگان منتقد و عدم شایسته‌سالاری

یکی از زیرمجموعه‌هایی که رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه برای ارائه تصویر ناکارآمد از نهاد ولایت فقیه بر آن متمرکز می‌شوند؛ ادعای مشکلات ساختاری نشأت گرفته از نهاد ولایت فقیه در بخش نیروی انسانی است که براساس آن ادعا می‌شود که عدم شایسته‌سالاری و حاکم بودن شاخص‌های غیرتخصصی، منجر به حذف نخبگان و تداوم و تشدید ناکارآمدی‌ها در کشور شده است. بر همین اساس، تصویرری از رهبران انقلاب در جایگاه ولی فقیه بازنمایی می‌شود که براساس آن، ولی فقیه عامل حذف یا مهاجرت اجباری نخبگان و ایجاد ناکارآمدی است.

#### ۴-۳. سیاست خارجی تنش‌زا و در تضاد با منافع ایرانیان

محور دیگری که شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان برای تصویرسازی منفی از نهاد ولایت فقیه بر آن متمرکز هستند؛ ذیل مسئله اتخاذ تصمیم‌ها و اقدامات تنش‌زا از سوی ولی فقیه است. در این محور، تأکید اصلی بر ناکارآمد بودن سیاست‌های

ایران در منطقه و بخصوص کنش های سپاه پاسداران قرار دارد. این رسانه ها سعی می کنند تحریم ها و مشکلات اقتصادی کشور را نه برآمده از زیاده خواهی غرب و زورگویی استکبار جهانی، بلکه ناشی از اقدامات دفاعی ایران در منطقه بدانند و از این طریق، مشکلات مذکور را به نهاد ولایت فقیه تعمیم دهند.

#### ۴-۵. اعتبارزدایی از بنیان شخصیت حقیقی نهاد ولی فقیه (شخص حاضر در جایگاه)

بخش نهایی تصویرسازی منفی از نهاد ولایت فقیه به تلاش برای تخریب مستقیم حضرت امام (ره) و مقام معظم رهبری اختصاص دارد. اگرچه کیفیت و جزئیات این تصویرسازی منفی، می تواند موضوع پژوهش مستقلی قرار گیرد، اما از یک منظر کلی این رسانه ها تلاش می کنند تا ضمن واسازی انگاره های مثبت موجود از شخصیت رهبران فرزانه انقلاب اسلامی، به برساخت و تثبیت تصویری منفی از ایشان بپردازند. به طور کلی در این بخش با توجه به حضور مقام معظم رهبری در جایگاه ولی فقیه، حجم تصویرسازی های منفی ناظر به ایشان در رسانه های فارسی زبان بیگانه، بیش از تخریب شخصیت امام (ره) است.

#### بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر به دنبال دستیابی به راهبردهای مدیریت تصویر رسانه های فارسی زبان بیگانه از نهاد ولایت فقیه بوده است. بررسی ها حاکی از آن است که این رسانه ها انگاره های مثبت موجود از این نهاد در افکار عمومی ایرانیان را واسازی کرده و برساختی جدید و هدفمند از این نهاد به مخاطبان ارائه می دهند.

درواقع این رسانه ها تلاش می کنند تصویری منفی از نهاد ولایت فقیه را به مخاطبان خود ارائه دهند که براساس آن، اولاً منشأ دینی و ماهیت ولایت فقیه در تعارض با اندیشه و سنت تشیع قرار داشته و فاقد استدلال های تاریخی محکم است. ثانیاً از منظر حقوقی نیز به شائبه هایی در مورد جوهری از جنبه های قانون اساسی پرداخته می شود که براساس آن، وجه منطقی و اجرایی قانون، در ارتباط با نهاد ولایت فقیه محل اشکال است. از جهت پشتوانه مردمی نیز تلاش این رسانه ها،

ناظر به طرح این ادعاست که نهاد ولایت فقیه به واسطه ضدیت با دموکراسی، نقدناپذیر بودن، فقدان نظارت و اولویت‌های متفاوت با مردم، از اساس با منافع ایران و ایرانیان در تعارض است. علاوه بر این، تلاش برای بساخت وجهه‌ای ناکارآمد از نهاد ولایت فقیه و معرفی آن به‌عنوان عامل اصلی مشکلات موجود، بخش دیگری از تصویرسازی شبکه‌های ماهواره‌ای ذیل این نهاد را تشکیل می‌دهد. بخش‌هایی این کنش رسانه‌ای اما ذیل جهت تصویرسازی منفی از وجه شخصیتی حضرت امام (ره) و مقام معظم رهبری در جایگاه ولایت فقیه تعریف می‌شود.

رسانه‌های مذکور پس از ترسیم انگاره‌ای منفی از نهاد ولایت فقیه متناسب با آنچه گفته شد؛ از لزوم حذف این نهاد از ساختار سیاسی ایران صحبت می‌کنند و با زمینه‌سازی‌های صورت گرفته در مباحث مختلف، مخاطب را به این نتیجه می‌رسانند که نهاد ولایت فقیه در اداره جامعه با انسداد مواجه شده و در حکمرانی ناکارآمد است. این رسانه‌ها همچنین بر گسترده‌گی مخالفان ولایت فقیه در میان قشرهای مختلف جامعه تأکید می‌کنند تا از این طریق نیز بتوانند لزوم حذف نهاد ولایت فقیه از ساختار سیاسی را به امری محتمل و ضروری تبدیل کنند. در همین زمینه، تلاش برای بسط ادبیات سکولار و ادعای جدایی دین از سیاست که به امری شایع در این رسانه‌ها تبدیل شده است؛ درواقع ناظر به ایده اصلی حذف نهاد ولایت فقیه از چرخه حکمرانی ایران ارزیابی می‌شود.

باید توجه داشت که «بستر زمانی» این تصویرسازی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. درواقع مخاطبی که امروزه درگیر مشکلات معیشتی است، هنگامی که در معرض تصویرسازی‌های این رسانه‌ها مبنی بر ناکارآمدی نظام قرار می‌گیرد؛ زمینه پذیرش بیش‌تری برای قبول این گزاره دارد که عامل اصلی ایجاد مشکلات موجود ناشی از نهاد ولایت فقیه است. از سوی دیگر، «گذر زمان و فاصله گرفتن» مخاطب از بستر تاریخی ابتدای انقلاب اسلامی و بخصوص فاصله میان نسل جدید و تاریخ ایران اسلامی، موجب ایجاد یک شکاف ذهنی و آگاهی تاریخی بخصوص در نزد جوانان و نوجوانان شده است. علاوه بر این تغییر

زیست جهان بخشی از جامعه و «گسست فرهنگی» باعث ایجاد فاصله میان فرهنگ موردنظر حاکمیت و فرهنگ عرفی بخشی از جامعه شده که این موارد نهایتاً منجر به افزایش احتمال تأثیرپذیری بخشی از مردم از رسانه‌های بیگانه خواهد شد.

به نظر می‌رسد در وضعیت موجود سپهر رسانه‌ای ایران و گسترش رسانه‌های نوین و شکسته شدن نسبی انحصار رسانه‌های سنتی؛ رسانه‌ای که بتواند روایتی جذاب تر و با بهره بردن از اسناد دیده نشده ارائه کند؛ بیشتر موردپذیرش قرار می‌گیرد. رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه نیز با استفاده از برخی مطالب آرشیوی دیده نشده، تصاویری را به مخاطب خود ارائه می‌دهند که تاکنون دیده نشده است. این تصاویر جدید، زمینه پذیرش روایت جدید را تاحدی فراهم می‌کنند. در نتیجه مخاطب «روایت جعلی» این رسانه‌ها را نزدیک به واقعیت می‌انگارد. در واقع این رسانه‌ها در کنار «مرجعیت‌زدایی از رسانه‌های رسمی کشور» که تاکنون روایتگر تصویر موضوعات مختلف از جمله نهاد ولایت فقیه بوده‌اند؛ خود را به‌عنوان مرجعی جدید و معتبر معرفی کرده‌اند.

برای جمع‌بندی آنچه گفته شد، طرح زیر به‌عنوان الگویی برای صورت‌بندی نظری محورهای راهبرد مدیریت تصویر نهاد ولایت فقیه در رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه ترسیم شده است. راهبردهای مذکور، در دو مرحله احصا و طراحی گردید. در ابتدا براساس تحلیل محتوای کیفی این رسانه‌ها، محورها و مضامین اصلی مدیریت تصویر نهاد ولایت فقیه در آنها مشخص گردید و سپس از طریق طرح این محورها در گروه کانونی و بحث پیرامون آنها، مقوله‌های اصلی این رسانه‌ها در تصویرسازی از نهاد ولایت فقیه، در بستر زمانی و شرایط اجتماعی - اقتصادی امروز نیز موردتوجه قرارگرفت که در طرح شماتیک نهایی اعمال شد. در نهایت می‌توان گفت که رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه در بستر زمانی فعلی، نهاد ولایت فقیه را به‌گونه‌ای مدیریت تصویر کرده‌اند که نهایتاً مشروعیت‌زدایی از این نهاد در افکار عمومی اتفاق افتد و مخاطب به پذیرش لزوم حذف این نهاد از ساختار سیاسی ایران سوق داده شود.

شکل ۲. طرح شماتیک راهبردهای مشروعیت زدایی از ولایت فقیه در رسانه‌های بیگانه فارسی‌زبان



پیشنهاد پژوهش حاضر، برای مقابله با عملیات روانی این رسانه‌ها در زمینه تصویرسازی از نهاد ولایت فقیه، این است که باید روایت واقعی که تاکنون از سوی نظام جمهوری اسلامی صورت پذیرفته؛ تقویت شده و در ذهن ایرانیان بازسازی آن صورت گیرد. باید توجه داشت که نهاد ولایت فقیه، به‌عنوان بنیادی‌ترین رکن سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، نیازمند حراست و صیانت ویژه است زیرا بیشترین حمله‌ها و تخریب‌ها توسط دشمنان انقلاب اسلامی، به سمت این نهاد هدف گرفته شده است. در این زمینه، نیازمند عزم جدی حاکمیت برای مدیریت تصویر نهاد ولایت فقیه در اذهان مردم هستیم. عزمی که تمامی ارگان‌ها و دستگاه‌های مرتبط با این نهاد هستیم. از یک سو حاکمیت باید با به

دست گرفتن روایتگری تاریخ معاصر، با بیان حقایق به ایرانیان، از روایت سوگیرانه و غرض‌ورزانه تاریخ توسط رسانه‌های وابسته به بیگانگان جلوگیری کند. فعال کردن حافظه تاریخی مخاطبان و تغذیه فکری جوانان و نوجوانان در زمینه تاریخ معاصر ایران و رویدادهای ننگین دوران پهلوی، می‌تواند در این زمینه گره‌گشا باشد. باید توجه داشت تمرکز بر احساسات و درگیر کردن مخاطبان به صورت عاطفی، از طریق تکرار شعارها و خاطرات اول انقلاب، شاید در مورد نسلی که ستم‌های رژیم طاغوت و مظلومیت انقلاب اسلامی را درک کرده است اثرگذار باشد؛ اما برای نسل جوان و نوجوان که خاطره‌ای از آن دوران ندارد، تأثیر کمتری دارد. برای این نسل باید با بهره‌بردن از اسناد تاریخی، روایتی منطقی و مستدل ارائه کرد تا به حقانیت نظام جمهوری اسلامی پی ببرد.

از سوی دیگر کاهش شکاف‌های فرهنگی و دینی در جامعه و مقابله با تهاجم فرهنگی نیز در این زمینه بسیار حائز اهمیت است. در واقع بقای نظام برآمده از اندیشه‌های سیاسی اسلام، با محوریت نهاد ولایت فقیه، در یک جامعه سکولار دشوارتر خواهد بود. از این رو است که رسانه‌های فارسی‌زبان بیگانه علاوه بر پیشبرد مباحث سیاسی پیرامون نهاد ولایت فقیه، با پخش برنامه‌های ضد فرهنگی و هم‌راستا با فرهنگ سکولاریسم، تحت پوشش برنامه‌های سرگرمی، به دنبال تغییر بنیان‌های اندیشه و فرهنگ ایرانیان هستند تا در نتیجه پشتوانه مردمی، نهاد دینی ولایت فقیه را تضعیف کنند. در پایان ذکر این نکته نیز ضروری است که مدیریت تصویر نهادهای ذی‌ربط با نهاد ولایت فقیه نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در واقع تصویری که از نهادهایی مانند قوه قضاییه، سپاه پاسداران، صداوسیما، بنیاد مستضعفان و ... در ذهن ایرانیان وجود دارد، باعث شکل‌گیری بخشی از تصویر ایرانیان پیرامون نهاد ولایت فقیه می‌شود. از این رو مدیریت تصویر صحیح این نهادها و نشان دادن خدمات‌شان به ایرانیان و نقش‌شان در پیشبرد و تعالی کشور، می‌تواند کمک شایانی به تقویت تصویر حقیقی نهاد ولایت فقیه در اذهان ایرانیان باشد. یقیناً درک صحیح و واقعی جامعه، از اندیشه‌ها و آرمان‌های امام‌راحل و رهبر فرزانه انقلاب، می‌تواند پیشران ایران اسلامی در مسیر تاریخ‌سازی خود باشد.

## یادداشت

۱. بیانات، ۸۳/۲/۲۸

## منابع

اسفندیاری، شهاب. (۱۳۹۳). پرسش‌ها و توصیه‌هایی درباره مدیریت تصویر رهبری. مجله‌هاییل، شماره هفتم، ص. ۴۶-۴۸.  
ایمان، محمدتقی. نوشادی، محمودرضا. (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. فصلنامه پژوهش. سال ۳. شماره ۲.

انصاری، المکاسب المحرمه، ۱۴۱۵ق، ج ۳، ۵۴۵  
خامنه‌ای، سیدعلی. احصاء شده از WWW.KHAMENEI.IR  
جوادی آملی، ولایت فقیه، ۱۳۷۸. انتشارات اسراء. ص ۱۲۹  
شورای نگهبان، اصول قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، احصاء شده در تاریخ ۳۰ تیر ۱۳۹۹ از آدرس زیر

<https://www.shora-gc.ir/fa/news/4707/%D8%A7%D8%B5%D9%88%D9%84-%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%B3%DB%8C-%D8%AC%D9%85%D9%87%D9%88%D8%B1%DB%8C-%D8%A7%D8%B3%D9%84%D8%A7%D9%85%DB%8C-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86>

صلواتیان، سیاوش. فیاضی، سید محمدرضا. رزمجو، علی اکبر. (۱۳۹۶). اهرمهای تغییر در فرایند مدیریت تصویر در سازمان صداوسیما. فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال هفتم، شماره ۲۵

فیاضی بروجنی، سید محمدرضا (۱۳۹۸). مدیریت تصویر مقام معظم رهبری. تهران: مرکز پژوهش و سنجش افکار سازمان صداوسیما.

فیرحی، داوود. نظام سیاسی و دولت در اسلام، ۱۳۸۶، ص ۲۴۲ و ۲۴۳.

ویکی فقه، احصاء شده از آدرس اینترنتی زیر به تاریخ ۶ تیر ماه ۱۳۹۹

[http://wikifeqh.ir/%D9%86%D8%B8%D8%B1%DB%8C%D9%87\\_%D9%88%D9%84%D8%A7%DB%8C%D8%AA\\_%D9%81%D9%82%DB%8C](http://wikifeqh.ir/%D9%86%D8%B8%D8%B1%DB%8C%D9%87_%D9%88%D9%84%D8%A7%DB%8C%D8%AA_%D9%81%D9%82%DB%8C)

%D9%87

محمدخانی، محمد. (۱۳۹۰). بررسی ساختار و محتوای برنامه های شبکه تلویزیونی ماهواره ای بی بی سی فارسی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. مولانا، حمید. (۱۳۷۵). رسانه ها و انگاره سازی. (غ. تاجیک، تدوین) فصلنامه رسانه-10، 18.

ناصری طاهری، عباس. صلواتیان، سیاوش. ملک محمدی، مرتضی. (۱۳۹۸). تصویرپردازی صحیح از اسلام در شبکه پرس تی وی متناسب با ویژگی های مخاطبان جوان اروپا و آمریکای شمالی. پژوهش های راهبردی سیاست. سال هشتم. شماره ۳۰ (پیاپی ۶۰). صفحه ۱۴۰ الی ۱۷۲

نای، جوزف. (۱۳۸۷) قدرت نرم. ترجمه سید محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)

نقیب السادات، سیدرضا. (۱۳۸۸). نقش رسانه به عنوان ابزارهای جنگ رسانهای. تهران: رسا.

- Fazio, R. (2007); Social changes and population. The journal of social science, 19, 141-150
- Hall, S., & Jhally, S. (2007). Representation & the Media. Northampton: MA: Media Education Foundation.
- Hall, Stuart (1997). The Work of Representation, In Cultural Representation and Signifying Practice, Sage Publication
- Khatib, L. (2012). *Hizbullah's Image Management Strategy*. Los Angeles: FIGUEROA PRESS.
- Leonard, Mark (2002), Public Diplomacy, New York: The Foreign Policy Center.
- Mohd Don, Zuraidah. May, Alan. (2013) The discursive representation of Iran's supreme leader in online media. Discourse & Society Journal. Vol 24, Issue 6
- Maxwell, J. A. (2004). Qualitative Research Design: An Interactive Approach (2nd ed.). London, England: Sage Publications.
- Yu, Xintian. (2008). "The Role of Soft Power in China's Foreign Strategy". China International Studies: Guoji Wenti, Yanjiu, vol. 11(5).