

Policies for Realizing a Revolutionary Political Culture in Mediatized Iran

Masood Moeinipour¹, Mojtaba Pashaei Alizadeh²

¹ Department of Political Studies, Baqir al-Olum University, Qom, Iran (**Corresponding author**).
masood.moeini@gmail.com

² Department of Political Sociology, Baqir al-Olum University, Qom, Iran. mojtaba854@gmail.com

Abstract

The realization of a revolutionary political culture—as one of the foundational pillars of legitimacy and national cohesion in the Islamic Republic of Iran—has encountered complex challenges in the face of a mediatized society. These challenges include intense competition among rival discourses, the emergence of undesirable political attitudes, political anomie, and difficulties in attracting and sustaining public satisfaction and active participation. In such an environment, the design and implementation of effective cultural and media policies appear essential for establishing and promoting a revolutionary political culture. The present study, drawing on Laclau and Mouffe's framework of discursive hegemony, posits that the establishment of a hegemonic discourse of revolutionary political culture hinges on fulfilling four key conditions: universality, accessibility, credibility, and support capacity. This theoretical framework—grounded in the concept of hegemony as the attainment of hegemonic status through persuasion and consent rather than coercion—provides a suitable foundation for devising effective policies within Iran's mediatized environment. To this end, the research adopts a qualitative approach and employs semi-structured interviews to collect and analyze the perspectives of ten elites from the fields of communication, political sociology, and cultural policy. In the realm of universality, the findings indicate that for the discourse of revolutionary political culture to become pervasive, revolutionary concepts and values must be redefined in contemporary language to address the needs and concerns of all societal generations. Employing indigenous dialects and current cultural idioms, while respecting the linguistic and cultural diversity of the nation's various ethnic groups, is of particular importance. Furthermore, linking messages to national cultural roots—such as myths, history, and literature—plays an effective role in strengthening collective morale and fostering a sense of belonging to revolutionary political culture. Replacing top-down and one-sided approaches with the creation of platforms for dialogue and active public participation represents a crucial step toward achieving universality and broad dissemination of the discourse. Providing tangible

Cite this article: Moeinipour, M. & Pashaei Alizadeh, M. (2025). Policies for Realizing a Revolutionary Political Culture in Mediatized Iran. *Political science*, 28(2), p. 87-110. <https://doi.org/10.22081/psq.2025.71821.2996>

Received: 2024-11-16

Revised: 2024-12-22

Accepted: 2025-01-25

Published online: 2025-07-01

Type of article: Research Article

Publisher: Baqir al-Olum University

<https://pwq.bou.ac.ir/>

©2025/authors retain the copyright and full publishing rights



evidence and practical examples of the efficacy of revolutionary values in resolving social issues helps demonstrate the practical viability of this culture and enhances public trust. The second condition, accessibility, emphasizes the necessity of an active and widespread presence of the discourse within a diverse media ecosystem. Messages of revolutionary political culture must be disseminated through various media outlets, beyond any media monopoly, to reach the general audience. Utilizing diverse and engaging content formats—such as text, images, videos, and micro-content—collaborating with trusted societal cultural authorities, operating on global platforms, and producing multilingual content are key policies for expanding audience reach. Additionally, developing communication infrastructure, particularly in deprived areas, to ensure equitable access to high-speed internet and digital tools, as well as empowering media actors through modern media literacy training and communication skills, are critical factors in enhancing the quality and impact of messages. The third condition, credibility, emphasizes honesty, truthfulness, and transparency in messaging. Messages must be grounded in facts to earn public trust. Consistency between words and actions—that is, alignment between proclaimed messages and practical measures—is another key factor in enhancing credibility. Relying on verifiable evidence, leveraging expertise, clearly distinguishing objective reporting from value-based analysis, maintaining relative media independence from political factionalism, and designing messages with a national perspective beyond partisan biases all foster broader audience trust. Engaging socially trusted figures who enjoy high public credibility plays an effective role in conveying messages and bolstering media legitimacy. Finally, transparency in operations and the provision of clear, accessible reports on activities and achievements strengthen the media-audience relationship and boost public confidence. The fourth condition, support capacity, refers to the development of communication and cultural infrastructure alongside the adoption and enforcement of supportive legislation. In this domain, prioritizing the enhancement of content quality in aligned media outlets over merely increasing their quantity holds particular importance. Empowering civil society through support for non-governmental organizations, cultural associations, and media actors; providing financial and intellectual resources for producing engaging, indirect educational content aimed at internalizing revolutionary values; and establishing a strategic coordinating institution to oversee and harmonize media policies are essential measures to ensure the continuity and effectiveness of the discourse of revolutionary political culture. Encouraging spontaneous public support by clarifying policy objectives and outcomes, as well as designing a dynamic support system grounded in continuous feedback and adaptability to social and technological changes, are further requirements in this area. Ultimately, this study argues that the path to realizing revolutionary political culture in today's mediatized Iran should rely less on hard power instruments and more on processes of persuasion, securing voluntary participation, and earning the active consent of society. The four identified hegemonic conditions and their associated policies provide an operational and practical roadmap for navigating this path. The findings of this research can serve as a guide for policymakers, cultural planners, and media activists in formulating and implementing more effective strategies, thereby contributing to the strengthening of revolutionary political culture amid the challenges and rapid transformations of the media landscape.

Keywords: Political culture, revolutionary political culture, mediatized Iran, Laklaur and Mouffe.

سیاست‌های تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی در ایران رسانه‌ای شده

مسعود معینی‌پور^۱، مجتبی پاشایی علی‌زاده^۲

^۱ گروه مطالعات سیاسی، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، قم، ایران (نویسنده مسئول). masood.moeini@gmail.com

^۲ گروه جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، قم، ایران. Mojtaba854@gmail.com

چکیده

تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی به عنوان یکی از ارکان بنیادین مشروعیت و انسجام ملی در جمهوری اسلامی ایران، در مواجهه با جامعه رسانه‌ای شده با چالش‌های پیچیده‌ای روبرو شده است. این چالش‌ها شامل رقابت شدید میان گفتمان‌های رقیب، ظهور نگرش‌های سیاسی نامطلوب، آنومی سیاسی و دشواری در جلب و حفظ رضایت و مشارکت فعالانه افکار عمومی است. در چنین فضایی، طراحی و اجرای سیاست‌های فرهنگی و رسانه‌ای کارآمد برای استقرار و گسترش فرهنگ سیاسی انقلابی ضروری به نظر می‌رسد. پژوهش حاضر با استفاده از چارچوب نظری هژمونی گفتمانی لاکلاو و موفه، تحقق گفتمان هژمونیک فرهنگ سیاسی انقلابی را منوط به تحقق چهار شرط کلیدی می‌داند: «عام‌بودگی»، «قابلیت دسترسی»، «قابلیت اعتبار» و «قدرت پشتیبانی». این چارچوب نظری که بر مبنای مفهوم هژمونی به معنای کسب منزلت هژمونیک از طریق اقتناع و رضایت به جای اجبار استوار است، زمینه مناسبی برای ارائه سیاست‌های مؤثر در فضای رسانه‌ای شده ایران فراهم می‌آورد. در این راستا، پژوهش با رویکرد کیفی و روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، دیدگاه‌های ده نفر از نخبگان حوزه‌های ارتباطات، جامعه‌شناسی سیاسی و سیاست‌گذاری فرهنگی را جمع‌آوری و تحلیل کرده است. در حوزه عام‌بودگی، یافته‌ها نشان می‌دهند که برای فراگیر شدن گفتمان فرهنگ سیاسی انقلابی، لازم است مفاهیم و ارزش‌های انقلابی به زبان معاصر بازتعریف شوند تا پاسخ‌گوی نیازها و دغدغه‌های عموم نسل‌های جامعه باشند. استفاده از زبان بومی و اصطلاح‌های فرهنگی روز، همراه با احترام به تنوع فرهنگی و زبانی اقوام مختلف کشور، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ همچنین پیوند دادن پیام‌ها با ریشه‌های فرهنگی ملی مانند اسطوره‌ها، تاریخ و ادبیات، نقش مؤثری در تقویت روحیه جمعی و ایجاد حس تعلق به فرهنگ سیاسی انقلابی ایفا می‌کند. جایگزینی رویکردهای دستوری و یک‌طرفه با ایجاد بسترهای گفتگو و مشارکت فعالانه مردم، گام مهمی در تحقق عام‌بودگی و فراگیری گفتمان است. ارائه شواهد ملموس و نمونه‌های عملی از کارآمدی ارزش‌های انقلابی در حل مسائل اجتماعی، به اثبات قابلیت کاربردی این فرهنگ کمک می‌کند و اعتماد عمومی را افزایش می‌دهد. شرط دوم، یعنی قابلیت دسترسی، بر ضرورت حضور فعال و گسترده گفتمان در اکوسیستم رسانه‌ای متنوع تأکید دارد. پیام‌های فرهنگ سیاسی انقلابی باید از طریق رسانه‌های مختلف و فراتر از انحصار رسانه‌ای منتشر شوند و به عموم مخاطبان برسند. استفاده از قالب‌های متنوع و جذاب محتوا مانند متن، تصویر، ویدئو و محتوای خرد، همکاری با اینفلوئنسرهای و مراجع

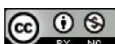
استاد به این مقاله: معینی‌پور، مسعود؛ پاشایی علی‌زاده، مجتبی (۱۴۰۴). سیاست‌های تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی در ایران رسانه‌ای شده. علوم سیاسی، ۲۸(۲)، ص ۸۷-۱۱۰. <https://doi.org/10.22081/psq.2025.71821.2996>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۲۶؛ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۱۰/۰۲؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۰۶؛ تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۴/۱۰

ناشر: دانشگاه باقرالعلوم (ع)

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.



فرهنگی مورد اعتماد جامعه، فعالیت در سکوها جهانی و تولید محتوای چندزبانه، از سیاست‌های کلیدی برای افزایش گستره مخاطبان به شمار می‌روند؛ همچنین توسعه زیرساخت‌های ارتباطی به‌ویژه در مناطق محروم برای دسترسی عادلانه به اینترنت پرسرعت و ابزارهای دیجیتال و توان‌مندسازی کنشگران رسانه‌ای از طریق آموزش‌های نوین سواد رسانه‌ای و مهارت‌های ارتباطی، از عوامل مهم ارتقای کیفیت و تأثیرگذاری پیام‌ها هستند. شرط سوم، یعنی قابلیت اعتبار، بر صداقت، راستگویی و شفافیت در پیام‌رسانی تأکید می‌کند. پیام‌ها باید بر اساس واقعیت‌ها ارائه شوند تا اعتماد عمومی جلب شود. هماهنگی میان گفتار و کردار، یعنی تطابق پیام‌های اعلام‌شده با اقدامات عملی، از دیگر عوامل کلیدی در افزایش اعتبار است. اتکا به شواهد معتبر، بهره‌گیری از تخصص و تفکیک دقیق گزارش‌های عینی از تحلیل‌های ارزشی، حفظ استقلال نسبی رسانه‌ها از جناح‌بندی‌های سیاسی و طراحی پیام‌ها با دیدگاهی ملی و فراتر از تعصب‌های جناحی، زمینه‌ساز اعتماد گسترده‌تر مخاطبان است. بهره‌گیری از چهره‌های مورد وثوق اجتماعی که اعتبار بالایی در جامعه دارند، نقش مؤثری در انتقال پیام‌ها و تقویت اعتبار رسانه‌ها دارد. در نهایت شفافیت در عملکرد و ارائه گزارش‌های روشن و قابل دسترس از فعالیت‌ها و دستاوردها، ارتباط میان رسانه و مخاطبان را تقویت و اعتماد عمومی را افزایش می‌دهد. شرط چهارم، قدرت پشتیبانی، به توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و فرهنگی همراه با تصویب و اجرای قوانین حمایتی اشاره دارد. در این زمینه، تمرکز بر ارتقای کیفیت محتوای رسانه‌های همسو به جای افزایش کمی رسانه‌ها، اهمیت ویژه‌ای دارد. توان‌مندسازی جامعه مدنی از طریق حمایت از سازمان‌های مردم‌نهاد، تشکلهای فرهنگی و کنشگران رسانه‌ای، تأمین منابع مالی و فکری برای تولید محتوای آموزشی جذاب و غیرمستقیم جهت درونی‌سازی ارزش‌های انقلابی و ایجاد نهاد راهبردی هماهنگ‌کننده برای نظارت و هماهنگی سیاست‌های رسانه‌ای، از سیاست‌های ضروری برای تضمین تداوم و اثربخشی گفتمان فرهنگ سیاسی انقلابی هستند. تشویق حمایت مردمی خودجوش از طریق شفاف‌سازی اهداف و نتایج سیاست‌ها و طراحی نظام پشتیبانی پویا، مبتنی بر بازخورد مستمر و انطباق‌پذیر با تغییرات اجتماعی و فناورانه، از دیگر الزامات این حوزه شمرده می‌شود. در نهایت این پژوهش استدلال می‌کند که مسیر تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی در ایران رسانه‌ای‌شده امروز، بیش از آنکه بر ابزارهای قدرت سخت متکی باشد، باید بر فرایندهای اقناع، جلب مشارکت داوطلبانه و کسب رضایت فعالان جامعه استوار باشد. چهار شرط هژمونیک شناسایی شده و سیاست‌های مرتبط با آنها، نقشه راهی عملیاتی و کاربردی برای پیمودن این مسیر فراهم می‌آورند. نتایج این تحقیق می‌تواند راهنمای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان فرهنگی و فعالان رسانه‌ای در تدوین و اجرای راهبردهای مؤثرتر باشد و به تقویت فرهنگ سیاسی انقلابی در مواجهه با چالش‌ها و تحولات سریع فضای رسانه‌ای کمک برساند.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ سیاسی، فرهنگ سیاسی انقلابی، سیاست‌های فرهنگی، ایران رسانه‌ای‌شده، لاکائو و موفه.

۱. مقدمه

امروزه نقش فرهنگ سیاسی مطلوب در حفظ پایداری، تقویت انسجام اجتماعی و تحقق مشروعیت نظام‌های سیاسی، امری آشکار است. این فرهنگ که شامل نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای سیاسی است، تعامل میان شهروندان و حکومت را شکل می‌دهند و تأثیر بسزایی در کیفیت عملکرد نظام‌های سیاسی دارند (عالم، ۱۳۹۱، ص. ۱۱۳). با وجود این، تحقق چنین فرهنگی همواره با موانعی از جمله ناکارآمدی دولتمردان، ضعف ساختارهای مدیریتی، ناتوانی در پاسخ‌گویی به مطالبات عمومی، ارائه الگوهای ناکارآمد حکمرانی، فساد اداری، ضعف نهادهای مدنی و سیاسی، محدودیت آزادی‌های سیاسی و اجتماعی و نداشتن انسجام در سیاست‌گذاری‌ها مواجه بوده است. افزون بر این چالش‌ها، در دهه‌های اخیر ظهور و گسترش رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی، چالش‌های عمیق‌تری به این حوزه افزوده است. رسانه‌ها با قدرت بی‌سابقه‌ای که در بازنمایی وقایع و تولید تصاویر به دست آورده‌اند، می‌توانند فرهنگ سیاسی جوامع را بدون توجه به واقعیت‌های موجود یا میزان کارآمدی نظام‌های سیاسی، دستخوش تغییر سازند. به تعبیر ژان بودریار، فیلسوف پست‌مدرن فرانسوی، رسانه‌ها نه تنها بازتاب‌دهنده واقعیت‌های سیاسی نیستند؛ بلکه با محورهای میان واقعیت و بازنمایی، نشانه‌ها و تصاویر رسانه‌ای را جایگزین واقعیت‌های عینی کرده‌اند (بودریار، ۱۳۸۱، ص. ۳۵). دیگر گواه نظری این مدعا، استفاده جامعه‌شناسان و پژوهشگران ارتباطات از تعبیرهایی مانند «جامعه شبکه‌ای»، «جامعه تکنوپولی» و «جامعه رسانه‌ای شده» است که بر نقش‌آفرینی بنیادین رسانه‌ها در این حوزه‌ها صحنه می‌گذارد (فریدونی و پاشایی علی‌زاده، ۱۴۰۳، ص. ۲۷۲). در چنین شرایطی، حتی در نظام‌های سیاسی کارآمد، تحقق فرهنگ سیاسی مطلوب به‌شدت به نحوه بازنمایی رسانه‌ای وابسته شده است. در جمهوری اسلامی ایران که فرهنگ سیاسی مطلوب در انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ ریشه دارد و بر اساس اصول و ارزش‌های آن شکل گرفته است، از بدو تأسیس انقلاب تاکنون، نقش بنیادینی در بسیج اجتماعی، مشارکت سیاسی، مقاومت در برابر تهدیدهای خارجی و تحقق اهداف و آرمان‌های انقلاب اسلامی ایفا کرده است؛ با این حال نشانه‌ها و نمودهای عینی متعددی، فرایند رسانه‌ای شدن جامعه ایران و چالش‌های تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی را به روشنی نشان می‌دهند. از جمله این نشانه‌ها می‌توان به نفوذ گسترده و بی‌سابقه شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره بیش از ۸۰ درصد شهروندان (شهرآرا نیوز، ۱۴۰۳)، شیوع اعتیاد به اینترنت، توسعه سریع مجازی‌سازی حوزه‌های آموزشی و پرورشی، بروز مکرر مسائل رسانه‌بنیان مانند آشوب‌ها و اغتشاشات و هجوم تبلیغات و القاناتی اشاره کرد که در جهت تحریف آموزه‌ها و دستاوردهای انقلاب اسلامی صورت می‌گیرد. همزمان با این تحولات، افزایش قدرت رسانه‌های معاند و شبکه‌های اجتماعی فراملی در شکل‌دهی به افکار عمومی، تکرر و تنوع گفتمان‌های رقیب، کاهش اعتماد عمومی به رسانه‌های رسمی و شکل‌گیری مطالبات و هنجارهای نوظهور و گاه نامتعارف شهروندی که نمود بارز آن

در مقاومت‌های مدنی سازمان‌یافته در برابر قانون حجاب و تلاش‌ها برای نهاده‌سازی ازدواج سفید دیده می‌شود، همگی نشان‌مسئله‌مندشدن هژمونیک‌سازی فرهنگ سیاسی انقلابی در بستر جامعه رسانه‌ای شده است. پژوهش حاضر با درک این ضرورت و با تکیه بر نظریه هژمونی گفتمانی لاکلائو و موفه^۱، به بررسی سیاست‌های تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی در جمهوری اسلامی ایران می‌پردازد؛ بر این اساس پرسش اصلی پژوهش این است که جمهوری اسلامی ایران برای تحقق و تحکیم فرهنگ سیاسی انقلابی در شرایط کنونی و در مواجهه با چالش‌های ناشی از رسانه‌ای شدن جوامع، باید چه سیاست‌هایی را بر اساس چارچوب هژمونی گفتمانی لاکلائو و موفه اتخاذ کند؟ یافته‌های این پژوهش می‌تواند راهنمایی ارزشمند برای سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران حوزه فرهنگ و رسانه در جمهوری اسلامی ایران باشد تا بتوانند سیاست‌هایی مؤثرتر و کارآمدتر در جهت تحقق و تقویت فرهنگ سیاسی انقلابی مطلوب طراحی و اجرا کنند و در برابر چالش‌های فرهنگی و رسانه‌ای پیش‌روی نظام مقاومت کنند.

۲. پیشینه پژوهش

فرهنگ سیاسی، به‌ویژه در پیوند با تحولات انقلابی و هژمونی گفتمانی، موضوع توجه پژوهشگران علوم سیاسی و جامعه‌شناسی بوده است. مرور پژوهش‌های مهم پیشین، ضمن نمایاندن دستاوردها، زمینه تبیین نوآوری پژوهش حاضر را فراهم می‌سازد.

یوسفیان اهری (۱۴۰۳) در کتاب *هژمونی گفتمان اسلام‌گرایی در انقلاب اسلامی* با تحلیل گفتمانی، عوامل موفقیت هژمونی اسلام‌گرایی در انقلاب ایران را بررسی کرده است و نقش کنشگران، اعتبار، در دسترس بودن و توانایی امام خمینی (ره) را در ارائه گفتمانی فراگیر برجسته می‌کند.

ناظمی اردکانی و زرگر (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «طراحی الگوی فرهنگ سیاسی مطلوب در مدیریت راهبردی فرهنگی کشور»، به تداوم رفتارهای ناهم‌ساز در ایران پس از انقلاب پرداخته‌اند. با توجه به تفاوت نگرش‌ها، آنان لزوم الگویی برای کاهش منازعات و حفظ سرمایه اجتماعی را مطرح می‌کنند.

صالحی نجف‌آبادی و همکاران (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی دلایل هژمونیک‌شدن گفتمان ایران‌هراسی و شیعه‌هراسی بر اساس نظریه لاکلائو و موفه»، دلیل مقبولیت این گفتمان را بر پایه زمینه‌های تاریخی - مذهبی مانند اسلام‌هراسی و شیعه‌هراسی و تقابل عرب و عجم تحلیل کرده‌اند.

رازانی و محمدزاده (۱۴۰۰) در مقاله «گفتمان هژمونیک انقلاب اسلامی و خرده‌گفتمان‌های درونی نظام جمهوری اسلامی ایران در دوران رهبری امام خمینی (ره)»، به بررسی دلایل هژمونیک‌شدن گفتمان انقلاب از طریق تعامل با خرده‌گفتمان‌های داخلی می‌پردازند و عواملی مانند فراگیری گفتمان، وفاداری به اسلام، در دسترس بودن و نقش امام خمینی (ره) را برجسته می‌کنند.

1. Laclau & Mouffe.

قاسمی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله «الگوی مطلوب سیاست‌گذاری رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ رسانه‌ای آمریکا»، با اشاره به ناکافی بودن وضعیت فعلی و نبود نظام‌نامه مدوّن، بر ضرورت بازطراحی ساختارها و تجدید نظر در رویکردها تأکید دارند.

رضایی و باقرزاده (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان «الگوی راهبردی مهندسی نظام رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در نگاه خبرگان رسانه»، الگویی چندوجهی شامل پایبندی به اصول ولایت‌پذیری، مردم‌سالاری دینی و هویت، اقدامات فعال فرهنگی و آینده‌نگاری تهدیدها ارائه داده‌اند.

پژوهش حاضر با تمرکز بر فرهنگ سیاسی انقلابی و فضای رسانه‌ای ایران، چارچوب نظری هژمونی گفتمان لاکلاو و موفه را به کار می‌گیرد و سیاست‌هایی کاربردی برای تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی ارائه می‌دهد. برخلاف مطالعات پیشین که بیشتر تحلیل‌های نظری یا مدل‌های کلی بودند، این پژوهش با توجه به شرایط معاصر ایران، پیوندی میان اهداف انقلابی و الزامات رسانه‌ای امروز برقرار کرده و رویکردی نوآورانه برای سیاست‌گذاری فرهنگی فراهم می‌سازد.

۳. تعریف مفاهیم

در این بخش دو مفهوم محوری پژوهش، یعنی «فرهنگ سیاسی انقلابی» و «ایران رسانه‌ای‌شده» تعریف می‌شوند تا زمینه فهم جامع‌تر و دقیق‌تر موضوع پژوهش فراهم گردد.

۳-۱. فرهنگ سیاسی انقلابی در جمهوری اسلامی ایران

برای درک بهتر مفهوم فرهنگ سیاسی انقلابی، نخست ضروری است تعریفی کلی از خود فرهنگ سیاسی ارائه شود. فرهنگ سیاسی ترکیبی از ایستارها، اعتقادات، احساسات و ارزش‌های جامعه است که به نظام و مسائل سیاسی مرتبط هستند (Ball, 2005, p. 56). با این حال فرهنگ سیاسی انقلابی، ویژگی‌های متمایزی را در بر می‌گیرد که آن را از دیگر انواع فرهنگ‌های سیاسی متمایز می‌سازد. فرهنگ سیاسی انقلابی به مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها، باورها و رفتارهایی اطلاق می‌شود که برآمده از یک انقلاب و متأثر از آرمان‌ها و ارزش‌های آن است. بر خلاف فرهنگ‌های سیاسی محافظه‌کار یا منفعل که در آن به جای آرمان‌گرایی، عدالت‌خواهی، مشارکت فعال و روحیه جهادی، بر منافع فردی و گروهی محدود توجه می‌شود (Skocpol, 1988, p. 167). فرهنگ سیاسی انقلابی، پویا و تحوّل‌خواه است و هدف آن تبدیل شهروندان به کنشگرانی مؤثر در تحقق آرمان‌های انقلاب است (Foran, 1997, p. 219). در جمهوری اسلامی ایران، فرهنگ سیاسی انقلابی بر اساس اصول اسلامی و آرمان‌های انقلاب سال ۱۳۵۷ ش. شکل گرفته است. این فرهنگ بر ارزش‌هایی همچون دفاع از آرمان‌های انقلاب، عدالت‌خواهی، آرمان‌گرایی، استقلال‌طلبی و استکبارستیزی تأکید می‌کند؛ همچنین این فرهنگ شهروندان را به مشارکت سیاسی فعال، حضور در راهپیمایی‌ها و تجمعات انقلابی، داشتن روحیه جهادی، بصیرت دینی و مقاومت در

برابر سلطه خارجی و بی‌عدالتی‌های داخلی فرا می‌خواند.

۳-۲. ایران رسانه‌ای شده

ایران رسانه‌ای شده در این پژوهش، مفهومی برگرفته از جامعه رسانه‌ای شده است. جامعه رسانه‌ای شده به جامعه‌ای اطلاق می‌شود که در آن جریان اطلاعات با سرعت بالا و بدون محدودیت جغرافیایی انجام می‌گیرد و مرز میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان محتوا به طور قابل توجهی کمرنگ شده است. در این بستر، افراد نه تنها به عنوان دریافت‌کنندگان پیام‌های رسانه‌ای عمل می‌کنند؛ بلکه به عنوان تولیدکنندگان محتوا نیز در فرایند خلق و بازتولید معانی و گفتمان‌های جدید مشارکت فعال دارند. این تحول، ارتباطات رسانه‌ای را از یک رابطه یک‌سویه به تعامل دوسویه تبدیل کرده و تأثیرات عمیقی بر رفتارهای فردی و جمعی بر جای گذاشته است (ون دایک، ۱۴۰۱، ص. ۶۷). در ایران معاصر، رسانه‌های نوین به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی، تأثیری عمیق و گسترده بر نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای سیاسی جامعه بر جای گذاشته‌اند. رسانه‌ها دیگر صرفاً ابزار انتقال اطلاعات نیستند؛ بلکه به ساختارهای تأثیرگذار بر قدرت، فرهنگ و هویت اجتماعی تبدیل شده‌اند (فاضلی، ۱۳۹۳). متناسب با آنچه آورده شد، ایران رسانه‌ای شده به جامعه‌ای اشاره دارد که در آن رسانه‌ها نقشی فراتر از ابزار انتقال اطلاعات ایفا می‌کنند و به بازیگران اصلی در شکل‌دهی فرهنگ، قدرت و هویت اجتماعی تبدیل شده‌اند. جریان آزاد اطلاعات و مشارکت گسترده مردم در فضای رسانه‌ای، مرزهای سنتی میان دولت و مردم را کمرنگ کرده و امکان بازتعریف مفاهیم اجتماعی و سیاسی را فراهم ساخته است. درحقیقت ایران رسانه‌ای شده نمایانگر ارتباط عمیق میان فناوری‌های نوین ارتباطی، دگرگونی‌های فرهنگی و تحولات سیاسی است و ضرورت بازنگری در سیاست‌ها و رویکردهای فرهنگی و رسانه‌ای برای پاسخ‌گویی به چالش‌های جاری را نشان می‌دهد.

۴. چارچوب نظری

این چارچوب نظری با اتکا به نظریه گفتمان لاکلائو و موفه، فرایند هژمونیک‌شدن فرهنگ سیاسی انقلابی را در فضای رسانه‌ای شده ایران تحلیل می‌کند. مفهوم هژمونی که نخست توسط گرامشی مطرح شد، به فرایند تثبیت موقت هویت‌ها و کسب رهبری ایدئولوژیک و فرهنگی از طریق اندیشه و اقناع (کسب رضایت) به جای زور عریان اشاره دارد (مارش و استوکر، ۱۳۸۴، ص. ۱۵). در این دیدگاه، دستگاه‌های ایدئولوژیک بر دستگاه‌های اجبار اولویت دارند. لاکلائو و موفه جامعه را عرصه‌ای برای مبارزه گفتمانی می‌دانند که در آن گفتمان‌های رقیب برای تثبیت معنا و کسب هژمونی رقابت می‌کنند. گفتمان به مثابه نظام معنایی، واقعیت اجتماعی و درک ما از جهان را شکل می‌دهد (هوارث، ۱۳۷۷، صص. ۱۶۳-۱۶۲). هژمونی در این نظریه، تثبیت موقت یک گفتمان مسلط از طریق فرایند مفصل‌بندی است؛ یعنی پیوند دادن

عناصر مختلف گفتمانی حول یک هویت جمعی و پروژه سیاسی مشترک (فرکلاف، ۱۳۸۱، صص. ۲۰۹-۲۰۸). این وضعیت همواره موقتی و نیازمند بازتولید است. این پژوهش با الهام از این نظریه، چهار شرط کلان را به عنوان پیش شرط‌های لازم برای هژمونیک شدن گفتمان فرهنگ سیاسی انقلابی در ایران رسانه‌ای شده شناسایی و تحلیل می‌کند. این چهار شرط که مبنای تحلیل مصاحبه‌های خبرگانی و استخراج مضامین فراگیر تحقیق بوده‌اند، عبارت‌اند از:

قابلیت عام بودن: قابلیت عام بودن به توانایی گفتمان در نمایندگی خواسته‌های متنوع جامعه و ایجاد اتحاد میان گروه‌های مختلف اشاره دارد. بر اساس نظریه هژمونی گفتمانی لاکلائو و موفه، گفتمان موفق باید همچون «دالّ تهی» عمل کند که همه اقشار جامعه بتوانند در آن جای گیرند (Laclau & Mouffe, 1985, pp. 127-134). در عصر رسانه‌ای، این قابلیت مستلزم استفاده از زبانی فراگیر، قالب‌های جذاب و توجه به تنوع فرهنگی است. گفتمان‌ها باید بتوانند از پیام‌هایی ساده و مؤثر بهره بگیرند که برای طیف گسترده‌ای از مخاطبان معنادار باشند؛ همچنین در جوامعی با تنوع فرهنگی، احترام به هویت‌ها و ارزش‌های گوناگون اهمیت بالایی دارد.

قابلیت دسترسی: برای آنکه یک گفتمان بتواند به منزلت دست یابد، لازم است در دسترس اکثر مخاطبان قرار گیرد و امکان ارتباط بی واسطه با گروه‌های مختلف را فراهم سازد (بابی، ۱۳۷۹، ص. ۸۷). این قابلیت به معنای فراهم آوردن شرایطی است که گفتمان بتواند در فضای عمومی و رسانه‌ای به گردش درآید و به صورت جامع به مخاطبان معرفی شود. گفتمان‌ها برای هژمونیک شدن باید بتوانند سریع‌تر و بهتر از دیگر گفتمان‌ها به جامعه معرفی شوند و در زمان و شرایطی حاضر باشند که جامعه در پی پاسخ به نیازها و مسائل خود است. ارائه و دسترسی به موقع گفتمان، یکی از عوامل کلیدی برای جلب نظر و پذیرش عمومی است و به حضور فعال در فضای رسانه‌ای و رفع موانع دسترسی بستگی دارد. در این راستا، هرچه گفتمان با ابزارهای مناسب و در زمان مناسب به جامعه عرضه شود، احتمال هژمونیک شدن آن بیشتر خواهد بود.

قابلیت اعتبار: دیگر شرط هژمون شدن برای یک گفتمان این است که آن گفتمان باید با اصول و ارزش‌های بنیادین جامعه‌ای که در آن عرضه می‌شود، هماهنگی داشته باشد (Laclau, 1990, p. 66). اعتباری که یک گفتمان می‌تواند کسب کند، در گرو ارائه پاسخی به تقاضاها و دغدغه‌های جامعه است که با اصول و ارزش‌های آن منافات نداشته باشد. هرگاه پاسخی که یک گفتمان ارائه می‌دهد با ارزش‌های جامعه در تضاد باشد، آن گفتمان اعتبار خود را از دست می‌دهد و از سوی جامعه طرد می‌شود؛ به این ترتیب اعتبار یک گفتمان به میزان سازگاری آن با اصول و ارزش‌های بنیادین جامعه وابسته است و این عامل نقشی اساسی در پذیرش و هژمون شدن آن دارد. در فضای رسانه‌ای شده امروزی، این امر مستلزم صداقت، شفافیت و همسویی با دغدغه‌های نوظهور است.

قابلیت قدرت پشتیبانی: در نهایت برای آنکه یک گفتمان بتواند به هژمونی دست یابد، باید از منابع و امکانات کافی برای ترویج، تثبیت و دفاع از خود در برابر رقبا برخوردار باشد (Fairclough, 1979, p. 46). این منابع که به عنوان قدرت پشتیبان شناخته می‌شوند، شامل پشتیبانی از سوی نهادهای حاکمیتی و دولتی، حمایت مردمی، امکانات رسانه‌ای، زیرساخت‌های آموزشی، ظرفیت‌های فرهنگی و توان‌مندی‌های اقتصادی است. قدرت پشتیبانی به عنوان یک ضرورت اساسی در جوامع رسانه‌ای شده که با انبوهی از گفتمان‌های رقیب و نوظهور روبروست، در تقویت جایگاه گفتمان و رسیدن به منزلت هژمونیک اهمیت اساسی دارد.

تحقق همزمان این چهار شرط که الزامات عملیاتی آنها از طریق تحلیل مصاحبه‌ها در چهار مضمون فراگیر تحقیق تبیین شده‌اند، می‌تواند به هژمونی فرهنگ سیاسی انقلابی در فضای رسانه‌ای ایران و ایفای نقش مؤثر در شکل‌دهی افکار عمومی منجر شود. غفلت از هر یک از این شروط، کل فرایند را با چالش مواجه می‌سازد؛ بنابراین سیاست‌گذاری در این حوزه نیازمند درک عمیق این چارچوب و اتخاذ رویکردی راهبردی برای تقویت همه‌جانبه این شروط است.

۵. روش پژوهش

این پژوهش با هدف احصای سیاست‌های تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی در جامعه رسانه‌ای شده ایران، از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ده نفر از استادان و متخصصان برجسته حوزه‌های ارتباطات و سیاست استفاده کرده است. شرکت‌کنندگان شامل چهار جامعه‌شناس سیاسی، چهار متخصص ارتباطات و دو کارشناس سیاست‌گذاری فرهنگی بودند. بر اساس چارچوب نظری پژوهش، چهار شرط هژمونی گفتمانی (عام‌بودگی، قابلیت دسترسی، اعتبار و قدرت پشتیبانی) به عنوان محورهای اصلی راهنمای مصاحبه انتخاب شدند. پرسش‌ها به گونه‌ای طراحی شدند که بدون اشاره مستقیم به این شرط‌ها، دیدگاه‌های استادان درباره سیاست‌های تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی در جامعه رسانه‌ای شده ایران مطرح شوند. برخی از پرسش‌های محوری به ترتیب شرایط هژمونیک شدن گفتمان، عبارت بودند از:

- **عام‌بودگی:** چه سیاست‌هایی می‌تواند گفتمان انقلابی را در جامعه رسانه‌ای شده ایران، فراگیر و همه‌شمول کند؟ چگونه می‌توان فرهنگ سیاسی انقلابی را به گفتمان غالب تبدیل کرد؟
- **قابلیت دسترسی:** در جامعه رسانه‌ای شده چگونه باید محتوای گفتمان را در دسترس عموم گذاشت؟ چه ابزارهایی برای گسترش دسترسی مناسب است؟
- **اعتبار:** چگونه می‌توان اعتماد عمومی و مشروعیت گفتمان را افزایش داد؟ چه اقداماتی در جهت پذیرش قلبی و باورپذیری گفتمان فرهنگ سیاسی انقلابی نظام سیاسی مؤثر است؟

- **قدرت پشتیبانی:** چه منابع و امکاناتی برای تداوم گفتمان فرهنگ سیاسی انقلابی لازم است؟ چگونه می‌توان حمایت نهادها، نخبگان و مردم را در امر پشتیبانی بسیج و حفظ کرد؟

تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون انجام شد. نخست پاسخ‌ها کدگذاری و به مضامین فرعی مرتبط با هر شرط دسته‌بندی شدند. سپس مضامین پایه‌ای که ابعاد کلیدی راهکارهای تحقق هژمونی گفتمان را نشان می‌دادند، استخراج شدند. در مرحله نهایی، از این مضامین پایه‌ای، مضامین فراگیر استخراج و به صورت عمیق تحلیل و تفسیر شدند تا ابعاد مختلف شرایط هژمونیک‌شدن فرهنگ سیاسی انقلابی تبیین گردد.

۶. یافته‌های پژوهش

بخش یافته‌های پژوهش با هدف احصای سیاست‌های فرهنگ سیاسی انقلابی در ایران رسانه‌ای شده ارائه می‌گردد. این یافته‌ها که حاصل تحلیل مضمون مصاحبه‌های خبرگان می‌باشند، در قالب ۴ جدول سازماندهی شده‌اند. هر نمودار به منظور ارائه شفاف‌تر و متمرکزتر یافته‌ها، شامل سه ستون اصلی است: فیش‌های مصاحبه (به عنوان نمونه‌هایی از داده‌ها)، مضامین پایه (که از فرایند کدگذاری استخراج شده‌اند) و مضمون فراگیر (به عنوان برآیند نهایی تحلیل در هر نمودار). ساختار هر نمودار، فرایند استخراج یکی از سیاست‌های کلان تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی را که درواقع همان شرایط هژمونیک‌شدن گفتمان محسوب می‌شوند، از متن مصاحبه و مضامین پایه‌ای تا رسیدن به مضمون فراگیر به نمایش می‌گذارد.

در ذیل هر نمودار، متن تفصیلی به منظور تبیین دقیق‌تر مضامین، ابعاد و زوایای مختلف آنها ارائه شده است.

جدول ۱- قابلیت عام بودن

مضمون فراگیر	مضامین پایه‌ای	نمونه فیش‌های احصاشده از متن مصاحبه‌ها
هژمونی	ضرورت انطباق فرهنگ سیاسی انقلابی با تحولات اجتماعی	۱ جامعه ایران، جامعه‌ای پویا و درحال‌تغییر است. فرهنگ سیاسی انقلابی برای حفظ اثربخشی و مقبولیت خود، باید انعطاف‌پذیر و سازگار با تحولات جامعه باشد. انطباق‌نداشتن با نیازهای جدید و دگرگونی‌های اجتماعی، می‌تواند مقبولیت این فرهنگ را به شدت تضعیف کند و آن را از «عام‌بودن» دور سازد.
	لزوم بهره‌گیری از زبان قابل فهم و عمومی و پرهیز از انتزاع صرف نخبگانی	۲ باید از زبان انتزاعی و نخبگانی صرف فاصله گرفت. زبان فرهنگ سیاسی انقلابی باید زبانی باشد که عموم جامعه بتوانند آن را بفهمند و با آن ارتباط برقرار کنند. استفاده از اصطلاح‌های پیچیده و انتزاعی، مانع از نفوذ این نوع از فرهنگ در لایه‌های مختلف جامعه می‌شود. به نظر می‌رسد ساده‌سازی هوشمندانه حرف انقلاب، کلید اصلی عام‌کردن این گفتمان است.

مضمون فراگیر	مضامین پایه‌ای	نمونه فیش‌های احصاشده از متن مصاحبه‌ها
	پیوند گفتمان با ریشه‌های فرهنگی (اسطوره، تاریخ، ادبیات) جهت عمق‌بخشی و فراگیری	۳ برای تحقق عام‌بودگی یک گفتمان، مانند فرهنگ سیاسی انقلابی، اتکای صرف به چارچوب‌های عقیدتی محدودکننده است. این گفتمان باید بتواند جهت تحقق عمومیت با ذخایر معنایی و فرهنگی ریشه‌دارتر در حافظهٔ جمعی ما ارتباط برقرار کند. منظورم بهره‌گیری هوشمندانه از استعداد عظیم اسطوره‌ها، روایت‌های حماسی، تجربیات تاریخی مشترک و میراث غنی ادبی ماست. این عناصر فرهنگی، فراتر از اقناع عقلی صرف، با ساحت عاطفی و هویتی جامعه نیز ارتباط برقرار کرده و به فراگیری گفتمان منجر می‌شوند.
	بومی‌سازی روایت‌ها و نمادهای انقلابی متناسب با خرده‌فرهنگ‌ها	۴ ایران کشوری متنوع است. اصرار بر یک نسخهٔ واحد و یکسان از فرهنگ انقلابی، باعث مقاومت می‌شود. باید روایت‌ها و نمادهای انقلابی را با حفظ هستهٔ اصلی، متناسب با فرهنگ‌ها، زبان‌ها و خرده‌فرهنگ‌های گوناگون بومی‌سازی کنیم تا همه احساس تعلق کنند.
	اثبات عقلانی کارآمدی فرهنگ سیاسی انقلابی در تأمین نیازهای مردمی	۵ به نظر می‌رسد مهم‌ترین گام در جهت عام‌بودگی فرهنگ سیاسی انقلابی، اثبات کارآمدی فرهنگ سیاسی انقلابی در تأمین منافع و رفع نیازهای جامعه است. درک عقلانی مردم از اینکه این فرهنگ قادر به بهبود شرایط زندگی و حل مسائل آنان است، موجب گرایش و پذیرش آن خواهد شد.
	تثبیت روایت فرهنگ سیاسی انقلابی در برابر روایت‌های رقیب	۶ دیگر نمی‌توان به رسانه‌های سنتی یا رسمی بسنده کرد. فرهنگ انقلابی باید جسورانه وارد میدان رقابت در شبکه‌های اجتماعی و سکوه‌ای بین‌المللی شود و با تولید محتوای حرفه‌ای و اقناعی، روایت خود را در برابر روایت‌های رقیب تثبیت کند.
	شفافیت، صداقت و پاسخ‌گویی جهت ایجاد اعتماد در میان شهروندان	۷ اعتماد عمومی، سرمایهٔ اصلی هر گفتمانی است. اگر مردم به نهادها و مروجان فرهنگ سیاسی انقلابی اعتماد نداشته باشند، هیچ تلاشی برای عام‌کردن آن به نتیجه نخواهد رسید. برای جلب اعتماد عمومی، باید شفافیت، صداقت و پاسخ‌گویی را سرلوحه کارها قرار داد و از هر گونه رفتار خدشه‌دارکنندهٔ اعتماد مردم پرهیز کرد.
	ایجاد فضای گفتگو، پرسشگری و تبادل نظر	۸ فرهنگ سیاسی انقلابی نباید از بالا به جامعه دیکته شود. برای عام‌شدن، باید زمینه مشارکت فعالانهٔ مردم را فراهم کرد. باید فضاهای عمومی برای گفتگو و تبادل نظر، پرسشگری و حتی نقد منصفانه دربارهٔ فرهنگ انقلابی ایجاد کرد. ایجاد کرسی‌های آزاداندیشی واقعی و تربیون‌های مردمی، باعث می‌شود مردم این فرهنگ را از آن خود بدانند؛ نه چیزی تحمیلی.
	ترسیم راهبرد جامع و هماهنگ در حوزه‌های مختلف و پرهیز از پراکنده‌کاری	۹ تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی، یک مقولهٔ پیچیده و چندوجهی است. نیازمند راهبردی جامع و هماهنگ در حوزه‌های مختلف فرهنگی، رسانه‌ای، آموزشی و اجتماعی است. اقدامات پراکنده و جزیره‌ای نتیجه‌بخش نخواهد بود. باید یک نقشهٔ راه مشخص با اهداف و شاخص‌های قابل اندازه‌گیری تدوین شود.
	بهره‌گیری از ظرفیت عظیم هنر در ترویج ارزش‌های انقلابی	۱۰ برای نفوذ عمیق و پایدار فرهنگ انقلابی، باید از ظرفیت عظیم هنر و ادبیات بهره برد. حمایت از تولید آثار سینمایی، داستانی، موسیقایی و هنرهای تجسمی باکیفیت که ارزش‌های انقلابی را به شکلی غیرمستقیم، هنرمندانه و تأثیرگذار روایت می‌کنند، ضروری است.

جدول شماره (۱) ابعاد و الزامات مضمون «عام‌بودگی» گفتمان فرهنگ سیاسی انقلابی در جامعه رسانه‌ای شده ایران را تبیین می‌کند. تحلیل داده‌ها بیانگر آن است که عام‌بودگی فرهنگ سیاسی انقلابی، نیازمند رویکردی چندلایه است که در سه محور اصلی خلاصه می‌شود:

نخست، ضرورت انطباق‌پذیری با تحولات اجتماعی: فرهنگ سیاسی انقلابی باید به عنوان نظام معنایی پویا با دگرگونی‌های اجتماعی و ارزشی جامعه هماهنگ باشد. انطباق‌نداشتن با نیازها و تحولات، موجب کاهش مقبولیت و کارآمدی این فرهنگ می‌شود.

دوم، ضرورت ساده‌سازی و شفاف‌سازی زبان گفتمان: نفوذ گفتمان در قشرهای مختلف مستلزم بهره‌گیری از زبان ساده، شفاف و قابل فهم است. پیچیدگی‌های زبانی و انتزاع‌های نخبگانی مانع عام‌بودگی است. استفاده از روایت‌های داستان‌محور و جذاب در فضای رسانه‌ای، ابزاری مؤثر برای تأثیرگذاری بر مخاطبان متنوع به شمار می‌آید.

سوم، احترام به تنوع فرهنگی و اجتماعی: ایران به عنوان جامعه‌ای متکثر، نیازمند گفتمانی است که به تکثر قومی، زبانی و فرهنگی احترام بگذارد. بومی‌سازی مفاهیم و نمادهای انقلابی با تکیه بر نظریه‌های چندفرهنگ‌گرایی، حس تعلق و هویت جمعی را تقویت می‌کند. ارائه روایت‌های متناسب با خرده‌فرهنگ‌ها و استفاده از ظرفیت‌های اساطیری و تاریخی، ادبیات ملی و فرهنگ بومی، از راهکارهای تقویت هژمونی گفتمان انقلابی است.

جدول ۲- قابلیت دسترسی

مضمون فراگیر	مضامین پایه‌ای	نمونه فیش‌های احصاشده از متن مصاحبه‌ها
فرهنگ سیاسی انقلابی	گذار از انحصار ترویج فرهنگ سیاسی انقلابی	در عصر سیطره شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های فراملی، هژمونی گفتمانی بدون دسترسی همه‌جانبه و بی‌واسطه، یک توهّم است. ترویج فرهنگ سیاسی انقلابی باید از انحصار رسانه‌های رسمی و حاکمیتی به سمت رسانه‌های جدید خارج شود. تمرکز صرف بر کانال‌های سنتی، انزوای گفتمان را رقم خواهد زد.
	لزوم آشنایی با اصول و قواعد روان‌شناسانه در عرصه تولید پیام‌های و جذب مخاطب	در فضای پیچیده و چندصدایی رسانه‌ای، «دسترسی» به معنای صرف انتشار نیست؛ بلکه به معنای جذب مخاطب است. گفتمان فرهنگ سیاسی انقلابی باید از ارسال پیام منفعلانه فراتر رفته، به جریان‌سازی فعالانه در فضای افکار عمومی تبدیل شود. این امر مستلزم فهم روان‌شناسی مخاطب و طراحی پیام‌های جذاب و نفوذگر است.
	توسعه تنوع فرمت و انعطاف‌پذیری محتوا	نباید انتظار داشت همه به یک شکل محتوا مصرف کنند؛ دسترسی‌پذیری مؤثر، یعنی روایت انقلاب در قالب پادکست‌های کوتاه برای راننده تاکسی، اینفوگرافی‌های گویا برای کاربر اینستاگرام و حتی بازی‌های تعاملی برای نسل نوجوان ارائه شود.
	بهره‌گیری از ظرفیت مراجع فرهنگی نوظهور	توجه به اهمیت مراجع جدید فرهنگی برای دسترسی‌پذیری گفتمان از ضروریات است. چهره‌ها، اینفلوئنسر، هنرمندان مردمی، فعالان شبکه‌های اجتماع، ظرفیت‌های جدیدی هستند که باید جدی گرفته شوند. آنها به زبان مردم حرف می‌زنند و مخاطب گسترده‌ای دارند.

مضمون فراگیر	مضامین پایه‌ای	نمونه فیش‌های احصاشده از متن مصاحبه‌ها
	ترجیح فرمت‌های بصری و موجز (محتوای خرد) در جامعه رسانه‌ای شده	۵ دوران متن‌های طولانی و سخنرانی‌های خشک و یکنواخت به سر آمده است. دامنه توجه مخاطبان به طور فزاینده‌ای کوتاه شده و تمایل به دریافت اطلاعات در قالب‌های مختصر، جذاب و بصری افزایش یافته است. باید پیام‌های کلیدی انقلاب را در قالب محتوای خرد هوشمندانه، موجز و قابل بازنشر فوری عرضه کرد.
	حضور راهبردی و فعال در سکوهای رسانه‌ای فراملی	۶ فرار از میدان‌های اصلی نبرد رسانه‌ای، شکست پیشاپیش است؛ اساساً نادیده گرفتن اینستاگرام، تلگرام، توییتر درست نیست. قبول کنیم که بخش خیلی بزرگی از جامعه، به‌ویژه جوان‌ها در همین فضاها حضور دارند؛ هرچند معتقدیم که حضور در این عرصه‌ها بدون چالش نیست؛ اما حتی اگر چالش‌هایی هم باشد، باز هم باید به این کارها پرداخت.
	اختصاص بودجه و عدالت در زیرساخت‌های ارتباطی	۷ دسترسی‌پذیری فرهنگی با عدالت در دسترسی به زیرساخت‌های ارتباطی به‌ویژه در مناطق کمتربرخوردار پیوند دارد. بدون اینترنت ارزان و پرسرعت برای همه، صحبت از دسترسی‌پذیری گفتمان بی‌معناست. دولت باید تخصیص منابع مالی برای توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و کاهش هزینه‌های دسترسی را در اولویت قرار دهد.
	تولید محتوای چندزبانه برای پوشش تنوع زبانی جامعه	۸ برای اینکه گفتمان به‌واقع فراگیر شود، باید به تنوع زبانی جامعه احترام گذاشت. تولید محتوا فقط به زبان رسمی کافی نیست. باید محتوا به زبان‌های مختلف تولید شود تا همه گروه‌های زبانی را پوشش دهد.
	لزوم تسلط کنشگران فرهنگی بر سواد و مهارت‌های رسانه‌های نوین	۹ باید پذیرفت که الگوهای ارتباطی و مصرف رسانه‌ای به‌شدت متحول شده‌اند. بخش عمده‌ای از جامعه، به‌ویژه نسل‌های جدیدتر، دیگر مخاطب اصلی یا انحصاری شیوه‌های ارتباطی سنتی‌تر مانند منبر یا سخنرانی‌های حضوری نیستند و بیشتر وقت و توجه خود را در زیست‌جهان دیجیتال و سکوهایی مجازی سپری می‌کنند؛ ازاین‌رو برای هر مبلغ یا کنشگر فرهنگی که دغدغه رساندن مؤثر پیام خود را دارد، کسب سواد عمیق رسانه‌ای و مهارت عملی در به‌کارگیری ابزارهای نوین فضای مجازی، به یک ضرورت انکارناپذیر برای دستیابی به مخاطب و تحقق دسترسی واقعی تبدیل شده است.

گفتمان فرهنگ سیاسی انقلابی برای دستیابی به «قابلیت دسترسی» در فضای پیچیده رسانه‌ای کنونی نیازمند تحوّل در راهبردها و سیاست‌های ارتباطی است. مطابق این جدول، این قابلیت تنها با گذر از شیوه‌های سنتی و بهره‌گیری از ابزارهای نوین و متنوع ارتباطی محقق می‌شود.

گام نخست، حضور فعال در میدان‌های اصلی، یعنی سکوهایی فراملی مانند اینستاگرام و تلگرام است. همان‌طور که یکی از خبرگان تأکید کرد «فرار از میدان‌های اصلی نبرد رسانه‌ای، شکست پیشاپیش است». این شبکه‌ها امکان ارتباط مستقیم و بی‌واسطه با بخش‌های مختلف جامعه، به‌ویژه نسل جوان را فراهم می‌کنند.

دسترسی اثربخش فراتر از انتشار پیام ساده است و مستلزم طراحی محتوایی جذاب و متنوع است. استفاده از قالب‌هایی مانند محتوای خرد، اینفوگرافیک و بازی‌های تعاملی، افزون بر افزایش دسترسی،

مشارکت فعال مخاطبان را نیز در پی دارد. تولید محتوای چندزبانه متناسب با تنوّع زبانی جامعه نیز در فراگیری گفتمان نقش کلیدی دارد.

توسعه زیرساخت‌های ارتباطی، به‌ویژه فراهم‌سازی اینترنت پرسرعت و ارزان در مناطق کمتر برخوردار، از دیگر الزامات دسترس‌پذیری است که نیازمند سیاست‌گذاری‌های عدالت‌محور و تخصیص منابع کافی است.

بهره‌گیری از ظرفیت مراجع فرهنگی نوظهور مانند اینفلوئنسرها و فعالان شبکه‌های اجتماعی که به زبان قابل فهم مردم سخن می‌گویند، نقطه قوت مهمی در انتقال پیام‌های گفتمان انقلابی است؛ همچنین ارتقای سواد رسانه‌ای و مهارت‌های دیجیتال کنشگران فرهنگی، امکان استفاده مؤثر از ابزارهای نوین را فراهم می‌سازد.

در نهایت تحقق قابلیت دسترسی نیازمند نگاهی جامع به ابعاد فرهنگی، اجتماعی و ارتباطی جامعه است. طراحی سیاست‌های متنوع، بازنگری در تولید محتوا و هماهنگی میان نهادهای مرتبط، از الزامات اساسی برای رساندن گفتمان فرهنگ سیاسی انقلابی به جایگاهی فراگیر در زیست‌جهان دیجیتال و رسانه‌ای است.

جدول ۳- قابلیت اعتبار

مضمون فراگیر	مضامین پایه‌ای	نمونه فیش‌های احصاشده از متن مصاحبه‌ها
رهبر انقلاب	شفافیت و پاسخ‌گویی	۱ اعتبار در جامعه رسانه‌ای شده بیش از هرچیز نیازمند شفافیت است. فرهنگ انقلابی باید از پنهان کاری فاصله بگیرد و سازوکارهای پاسخ‌گویی شفاف برای عملکردها و سیاست‌های مرتبط با خود را در معرض دید عموم قرار دهد.
	انطباق گفتار و کردار نزد افکار عمومی	۲ سرمایه اصلی اعتبار، همخوانی حرف و عمل است. در جامعه رسانه‌ای شده که عملکردها به سرعت دیده می‌شوند، هرگونه شکاف میان وعده‌ها و آنچه مردم در واقعیت لمس می‌کنند، به سرعت اعتبار آن را فرو می‌ریزد.
	اتکای به شواهد و استدلال منطقی	۳ برای باورپذیرشدن در فضای پر از ادعای جامعه رسانه‌ای شده، تحلیل‌ها و روایت‌های فرهنگ انقلابی باید مستند به شواهد مستند و استدلال منطقی باشند، نه صرفاً اتکا به بیانات کلی یا احساسی.
	حفظ استقلال و وابسته‌نبودن به جناح‌بندی‌های سیاسی	۴ رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های ملی و حاکمیتی در عمل به وظایف خود نباید به جریان‌های سیاسی خاص وابسته گردند. جانب‌داری از گروه‌های سیاسی، اعتماد مخاطب را مخدوش می‌سازد. رسانه مطلوب، رسانه‌ای است ملی و فراگیر که ضمن پابندی به ارزش‌های بنیادین، دیدگاه‌های متنوع را نیز بازتاب دهد.
	بیان صادقانه چالش‌ها و ضعف‌ها	۵ اعتبار تنها با گفتن از موفقیت‌ها به دست نمی‌آید؛ فرهنگ انقلابی باید در فضای رسانه‌ای، روایتگر صادق چالش‌ها، ضعف‌ها و حتی شکست‌ها نیز باشد. این صداقت، باورپذیری روایت‌های موفقیت را هم افزایش می‌دهد.

مضمون فراگیر	مضامین پایه‌ای	نمونه فیش‌های احصاشده از متن مصاحبه‌ها
	بهره‌گیری از چهره‌های مورد وثوق جهت افزایش اعتبار	در فضای رسانه‌ای امروز، چهره‌ها (اعم از هنرمندان، ورزشکاران و...) نقش مهمی در جلب اعتماد مخاطب دارند؛ از این رو به منظور ارتقای اعتبار رسانه‌ای، استفاده از چهره‌های مقبول و مورد وثوق جامعه توصیه می‌شود. چهره‌ها می‌توانند با حضور در رسانه‌ها، به افزایش سطح اعتماد عمومی به آن رسانه و فراگیری فرهنگ سیاسی انقلابی کمک رسانند.
	راستگویی، صداقت و شفافیت	به نظر می‌رسد اعتبار رسانه، سنگ‌بنای هرگونه تأثیرگذاری است. بدون اعتبار، هیچ گفتگویی نمی‌تواند هژمونیک شود. مخاطب امروز بسیار هوشمند است و به راحتی سره را از ناسره تشخیص می‌دهد. راستگویی، صداقت و شفافیت، اصول خدشه‌ناپذیر اعتبار رسانه‌ای هستند.
	بهره‌گیری از متخصصان در عرصه تولید محتوا	برای کسب اعتبار، محتوای رسانه‌ای باید بر تخصص و کارشناسی مبتنی باشد. تحلیل‌های سطحی و فاقد پشتوانه علمی، نه تنها کمکی نمی‌کنند، بلکه به اعتبار رسانه لطمه می‌زنند.
	تفکیک گزارش عینی از تحلیل ارزشی	برای حفظ اعتبار نزد مخاطب هوشمند جامعه رسانه‌ای شده، رسانه‌های مروج فرهنگ انقلابی باید به روشنی مرز میان گزارش عینی وقایع و تحلیل و تفسیر ارزشی را مشخص کنند تا مخاطب احساس نکند واقعیت در خدمت ایدئولوژی تحریف می‌شود.

جدول شماره (۳)، «قابلیت اعتبار» را به عنوان سومین شرط تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی در جوامع رسانه‌ای شده توضیح می‌دهد. این جوامع با گردش سریع اطلاعات، دسترسی گسترده شهروندان به منابع متنوع و حساسیت بالای افکار عمومی به ناسازگاری‌ها، ساختاری پیچیده و پویا یافته‌اند. انطباق نداشتن سیاست‌ها با انتظارات جامعه، اعتماد عمومی را خدشه‌دار کرده و مانع اعتبار گفتمان می‌شود؛ بنابراین هماهنگی با نیازها و پویایی‌های جامعه رسانه‌ای ضروری است. در ایران امروز، صداقت، شفافیت و راستگویی در انتقال پیام‌ها از مهم‌ترین الزامات است. با گسترش فناوری‌های ارتباطی، مهار یک‌سویه افکار عمومی ناممکن شده است. مخاطبان با ابزارهای راستی‌آزمایی حساسیت بالایی به اخبار نادرست دارند و هر انحراف از صداقت، سرمایه اجتماعی را کاهش می‌دهد؛ بنابراین معیارهای اخلاقی و ارائه اطلاعات قابل ارزیابی، برای حفظ اعتبار رسانه‌ها حیاتی است. تخلف مسئولان از وعده‌ها به شدت به اعتماد سیاسی آسیب می‌زند و تهدیدی جدی برای فرهنگ سیاسی انقلابی است. دسترسی گسترده به اطلاعات، نظارت دقیق بر مسئولان را ممکن می‌کند و هر انحرافی به سرعت افشا می‌شود. عمل به وعده‌ها نه تنها الزام اخلاقی، بلکه ضرورت راهبردی برای حفظ اعتماد سیاسی است. رسانه‌های ملی و حاکمیتی که فرهنگ سیاسی انقلابی را ترویج می‌کنند، باید کیفیت محتوای خود را ارتقا دهند. مخاطبان انتظار تحلیل‌های منطقی و مستند دارند و محتوای سطحی به سرعت اعتبار رسانه را تضعیف می‌کند. بهره‌گیری از متخصصان و تقویت مهارت خبرنگاران راهکارهای کلیدی در این زمینه هستند. حفظ استقلال نسبی رسانه‌ها نیز برای افزایش اعتبار ضروری است. وابستگی به گروه‌های خاص اعتماد عمومی را کاهش می‌دهد. هرچند استقلال مطلق دشوار است، بازتاب دیدگاه‌های متنوع و اجتناب از تبلیغات

مضمون فراگیر	مضامین پایه‌ای	نمونه فیش‌های احصاشده از متن مصاحبه‌ها
قابلیت پشتیبانی	پشتیبانی زیرساختی قانونی در کنار تزریق مستقیم بوده	به نظر می‌رسد نقش دولت در پشتیبانی از فرهنگ سیاسی انقلابی در فضای رسانه‌ای، محوری است. البته در اینجا منظور از حمایت، صرفاً به معنای تزریق بودجه به نهادهای خاص نیست؛ بلکه باید بر ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی فراگیر (مثل اینترنت ملی باکیفیت و ارزان) و قوانین تسهیل‌گر برای تولید محتوای سالم و رقابتی متمرکز شود.
	بسترسازی برای پشتیبانی مردمی خودجوش و توان‌مندسازی جامعه مدنی همسو	به نظر می‌رسد بسترسازی برای تحقق پشتیبانی مردمی، پایدارترین شکل پشتیبانی از فرهنگ سیاسی انقلابی است. به جای مهار مستقیم، باید از تشکلهای دانشجویی، گروه‌های فرهنگی محلی و سازمان‌های مردم‌نهاد همسو حمایت کرد تا خودشان به صورت خودجوش و خلاقانه، مروج ارزش‌های انقلابی در بطن جامعه باشند.
	ارتقای کیفی رسانه‌های همسو؛ به جای تکثیر کمی	پشتیبانی رسانه‌ای مؤثر در جهت تقویت فرهنگ سیاسی انقلابی، نه با تکثیر کمی رسانه‌های ضعیف، بلکه باید با سرمایه‌گذاری هدفمند در ارتقای کیفی چند رسانه اصلی همسو (حرفه‌ای‌سازی، آموزش نیرو، فناوری نوین) حاصل شود.
	حمایت از تولید محتوای آموزشی غیرمستقیم و جذاب به جای تحمیل مفاهیم	به جای دیکته مستقیم مفاهیم در نظام آموزشی، پشتیبانی مؤثرتر، حمایت از تولید محصولات کمک‌آموزشی جذاب (بازی، انیمیشن، مستند) و تربیت معلمان خلاق است تا بتوانند روح ارزش‌های انقلابی را به‌شکلی غیرشعاری منتقل کنند.
	پشتیبانی معنوی، قانونی و ایجاد فضای امن برای فعالان فرهنگی	قدرت پشتیبانی فقط مادی نیست؛ ایجاد فضای امن و حمایتی برای فعالان فرهنگی و رسانه‌ای همسو، دفاع از آنها در برابر فشارهای نامتعارف و تقدیر از آثار فاخر، به اندازه بودجه در ایجاد انگیزه و تداوم فعالیت مؤثر است.
	تأسیس نهاد راهبردی هماهنگ‌کننده برای هم‌افزایی	دستگاه‌های مختلف نباید جزیره‌ای عمل کنند. قدرت پشتیبانی زمانی بهینه می‌شود که یک نهاد راهبردی چابک، وظایف را تقسیم، از موازی‌کاری جلوگیری و میان ظرفیت‌های دولتی، مردمی و خصوصی هم‌افزایی هوشمندانه ایجاد کند.
	توسعه زیرساخت‌های رسانه‌های نوین (دیجیتال، سکوها) برای گسترش نفوذ	در حوزه پشتیبانی رسانه‌ای، توسعه زیرساخت‌های رسانه‌ای نوین و بهره‌گیری از فناوری‌های جدید ارتباطی باید در اولویت باشد. حمایت از رسانه‌های دیجیتال، سکوهای برخط و شبکه‌های اجتماعی، دامنه نفوذ گفتمان را گسترش می‌دهد و دسترسی را تسهیل می‌کند.

مضمون فراگیر	مضامین پایه‌ای	نمونه فیش‌های احصاشده از متن مصاحبه‌ها
	پشتیبانی اقتصادی از کسب‌وکارهای فرهنگی همسو	۸ برای پشتیبانی اقتصادی، حمایت از کسب‌وکارهای فرهنگی و رسانه‌ای همسو ضروری است. باید فضای کسب‌وکار مناسب برای فعالان فرهنگی و رسانه‌ای ایجاد کرد و از ایده‌های نوآورانه و خلاقانه در این حوزه حمایت کرد. رسانه‌ها و نهادهای فرهنگی نباید صرفاً متکی به بودجه‌های دولتی باشند.
	نظام پشتیبانی پویا، یادگیرنده و مبتنی بر سنجش اثربخشی و بازخورد	۹ ایجاد سازوکارهای منظم برای سنجش اثربخشی فعالیت‌های حمایتی و دریافت بازخورد از مخاطبان و فعالان ضروری است تا منابع به سمت برنامه‌ها و روش‌های مؤثرتر هدایت شوند و از هدررفت جلوگیری شود.

تحلیل جدول شماره (۴)، اهمیت ابعاد متنوع «قدرت پشتیبانی» را به عنوان زیرساخت ضروری برای تحقق و استمرار فرهنگ سیاسی انقلابی در فضای رسانه‌ای نشان می‌دهد. قدرت پشتیبانی به عنوان منظومه‌ای چندوجهی، امکانات و مشروعیت لازم برای فعالیت رسانه‌ها و نهادهای فرهنگی همسو با گفتمان انقلابی را فراهم می‌سازد. نقش محوری در این زمینه بر عهده پشتیبانی ساختاری دولت است که با تدوین قوانین حمایتی، تخصیص بودجه هدفمند و هماهنگی نهادها، بستر فعالیت رسانه‌ها و نهادهای فرهنگی را فراهم می‌سازد. این پشتیبانی بدون مشارکت آگاهانه و داوطلبانه مردم و نهادهای مدنی ناقص خواهد بود و عمق مردمی گفتمان را تضمین می‌کند. پشتیبانی رسانه‌ای شامل تقویت کمی و کیفی رسانه‌های همسو، توسعه زیرساخت‌های فنی و تولید محتوای جذاب است که نقش کلیدی در انتقال پیام و ترویج گفتمان دارد. در بلندمدت، پشتیبانی آموزشی و فرهنگی از طریق ادغام مفاهیم انقلابی در برنامه‌های آموزشی و حمایت از محصولات فرهنگی، ذهنیت نسل‌های جدید را شکل می‌دهد. پشتیبانی اقتصادی با تأمین منابع مالی متنوع و پایدار، از طریق جذب مشارکت بخش خصوصی و مدل‌های نوآورانه کسب‌وکار، وابستگی به بودجه دولتی را کاهش داده و پایداری فعالیت‌ها را تضمین می‌کند؛ همچنین قدرت نرم پشتیبانی شامل حمایت معنوی و مشروعیت‌بخشی، انگیزه و توان فعالان رسانه‌ای و فرهنگی را افزایش می‌دهد. هماهنگی میان ابعاد مختلف پشتیبانی و جلوگیری از موازی‌کاری از طریق نهادهای هماهنگ‌کننده، مانند شوراهای فرابخشی ضروری است. حمایت از رسانه‌های دیجیتال، فناوری‌های نوین ارتباطی و تقویت نهادهای مدنی و تشکلهای دانشجویی، تأثیرگذاری گفتمان را افزایش می‌دهد. به طور کلی قدرت پشتیبانی جامع و هماهنگ در ابعاد ساختاری، مردمی، رسانه‌ای، آموزشی، اقتصادی و معنوی، زیربنای اصلی تحقق و استمرار فرهنگ سیاسی انقلابی است و رویکردی راهبردی در تقویت این منظومه، کلید موفقیت در نهادینه‌سازی آن به شمار می‌رود.

۷. نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناسایی سیاست‌های کارآمد برای استقرار فرهنگ سیاسی انقلابی در جامعه

رسانه‌ای شده ایران و با تکیه بر چارچوب شروط هژمونیک شدن گفتمان لاکلائو و موفه، شامل «عام‌بودگی»، «قابلیت دسترسی»، «قابلیت اعتبار» و «قدرت پشتیبانی»، دیدگاه‌های نخبگان این حوزه را تحلیل کرده است. سیاست‌های استخراج‌شده به تفکیک هر شرط عبارت‌اند از:

۱. **عام‌بودگی:** برای تحقق عام‌بودگی در پیام‌های رسانه‌ای فرهنگ سیاسی انقلابی، لازم است مفاهیم انقلابی با زبان معاصر و ساده بازتعریف شوند و پاسخ‌گوی نیازهای نسل‌های مختلف باشند. پیوند دادن پیام‌ها با ریشه‌های فرهنگی مانند اسطوره‌ها، تاریخ و ادبیات ملی، نقش مهمی در تقویت روحیه جمعی دارد. احترام به تنوع فرهنگی و طراحی پیام‌ها با توجه به زبان‌ها و نیازهای اقوام مختلف نیز ضروری است. ارائه شواهد ملموس از کارآمدی عملی ارزش‌های انقلابی، قابلیت کاربردی این فرهنگ را اثبات می‌کند. جایگزینی دستورهای یک‌طرفه با ایجاد بسترهای گفتگو و مشارکت فعالانه، گامی اساسی در تحقق عام‌بودگی است.

۲. **قابلیت دسترسی:** افزایش قابلیت دسترسی پیام‌های فرهنگ سیاسی انقلابی نیازمند حضور فعال در رسانه‌های متنوع و استفاده از قالب‌های جذاب مانند متن، تصویر، ویدئو و محتوای خرد است. همکاری با اینفلوئنسرهای و مراجع فرهنگی معتبر، انتقال پیام‌ها را تسهیل می‌کند. تولید محتوای چندزبانه و توسعه زیرساخت‌های ارتباطی به‌ویژه در مناطق محروم، از الزامات مهم است. توان‌مندسازی کنشگران رسانه‌ای با آموزش‌های نوین سواد رسانه‌ای و مهارت‌های ارتباطی، کیفیت و تأثیرگذاری پیام‌ها را ارتقا می‌بخشد.

۳. **قابلیت اعتبار:** صداقت و راستگویی در پیام‌رسانی از اصول ضروری افزایش اعتبار رسانه‌هاست. ارائه پیام بر اساس واقعیت‌ها، حتی با بیان چالش‌ها، موجب جلب اعتماد عمومی می‌شود. هماهنگی میان گفتار و کردار اهمیت دارد. پیام‌ها باید با اقدامات عملی مطابقت داشته باشند. اتکا به شواهد معتبر، بهره‌گیری از تخصص و تفکیک دقیق گزارش‌های عینی از تحلیل‌های ارزشی، عوامل کلیدی در افزایش اعتبار هستند. حفظ استقلال نسبی رسانه‌ها از جناح‌بندی‌های سیاسی و طراحی پیام‌ها با دیدگاهی ملی، زمینه‌ساز اعتماد گسترده‌تر است. بهره‌گیری از چهره‌های مورد وثوق اجتماعی و شفافیت در عملکرد، اعتماد عمومی را تقویت می‌کند.

۴. **قدرت پشتیبانی:** توسعه زیرساخت‌های رسانه‌ای، ارتباطی و فرهنگی همراه با تصویب قوانین حمایتی ضروری است. اولویت باید بر ارتقای کیفیت محتوای رسانه‌های همسوز باشد تا تأثیر پیام‌ها افزایش یابد. توان‌مندسازی جامعه مدنی از طریق حمایت از سازمان‌های مردم‌نهاد و کنشگران رسانه‌ای، نقش مهمی در پایداری فرهنگ دارد. تأمین منابع مالی و فکری برای تولید محتوای آموزشی جذاب و ایجاد نهاد هماهنگ‌کننده برای نظارت بر سیاست‌ها لازم است. تشویق حمایت مردمی از طریق شفاف‌سازی اهداف و نتایج، همبستگی اجتماعی را تقویت می‌کند. نظام پشتیبانی باید پویا و قابل انطباق با دگرگونی‌های اجتماعی و فناورانه باشد تا به نیازهای متغیر جامعه پاسخ دهد.

در نهایت این پژوهش تأکید می‌کند تحقق فرهنگ سیاسی انقلابی در ایران رسانه‌ای شده امروز، بیش از ابزارهای قدرت سخت و یکجانبه‌گرایانه، بر عمومیت و اقناع، مشارکت داوطلبانه و رضایت فعالانه جامعه استوار است. چهار شرط شناسایی شده نقشه راه عملیاتی برای پیمودن این مسیر ارائه می‌دهند. امید است نتایج به سیاست‌گذاران و فعالان فرهنگی در تدوین راهبردهای کارآمدتر کمک کند.

منابع

- بابی، س. (۱۳۷۹). *هراس بنیادین: اروپامداری و ظهور اسلام‌گرایی*. م. عنبری و غ. ر. جمشیدی‌ها (مترجم). تهران: مؤسسه چاپ و انتشارات دانشگاه تهران.
- بودریار، ژ. (۱۳۸۱). *در سایه اکثریت‌های خاموش*. پ. یزدانجو (مترجم). تهران: نشر مرکز.
- رازانی، اح؛ محمدزاده، ع. (۱۴۰۰). گفتمان هژمونیک انقلاب اسلامی و خرده‌گفتمان‌های درونی نظام جمهوری اسلامی ایران در دوران رهبری امام خمینی. *پژوهشنامه انقلاب اسلامی*، ۱۱ (۳۸)، صص. ۹۱-۱۱۳.
- رضایی، ا؛ خجسته باقرزاده، ح. (۱۴۰۰). الگوی راهبردی مهندسی نظام رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در نگاه خبرگان رسانه. *مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۵ (۱۸)، صص. ۴۱-۷۲.
- شهرآرا نیوز (۱۴۰۳). *آخرین گزارش ایسا از میزان استفاده مردم ایران از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها*. قابل دسترس در: <https://shahraranews.ir/fa/news/291150>
- صالحی نجف‌آبادی، ع؛ خسروی، ب؛ صانعی، ر. (۱۳۹۴). بررسی دلایل هژمونیک‌شدن گفتمان ایران‌هراسی و شیعه‌هراسی براساس نظریه لاکلاو و موفه. *پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام*، ۲ (۵)، صص. ۱۸۵-۲۰۹.
- عالم، ع. (۱۳۹۱). *بنیادهای علم سیاست*. تهران: نشرنی.
- فاضلی، ن. ا. (۱۳۹۳). *جهان زیر سیطره مدیاتیزیشن*. قابل دسترس در: <https://www.farhangemrooz.com/news/25843>
- فرکلاف، ن. (۱۳۸۱). *نظریه انتقادی گفتمان*. تهران: مرکز نشر رسانه‌ها.
- فریدونی، م. ر؛ پاشایی علی‌زاده، م. (۱۴۰۳). جامعه شبکه‌ای و مسئله تربیت معنوی در نظام‌های سیاسی دینی. *پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر*، ۱۳ (۲۵)، صص. ۲۶۷-۲۰۷.
- قاسمی، س؛ بای، ع. ر؛ مطلبی، م. (۱۳۹۹). الگوی مطلوب سیاست‌گذاری رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با جنگ رسانه‌ای آمریکا. *جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۳ (۴).
- مارش، د؛ استوکر، ج. (۱۳۸۴). *روش و نظریه در علوم سیاسی*. ا. م. حاجی‌یوسفی (مترجم). تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ناظمی اردکانی، م؛ زرگر، ع. ر. (۱۳۹۷). طراحی الگوی فرهنگ سیاسی مطلوب در مدیریت راهبردی فرهنگی کشور. *مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۲ (۸)، صص. ۱۳۳-۱۵۷.
- ون دایک، ی. (۱۴۰۱). *جامعه شبکه‌ای: ابعاد اجتماعی رسانه‌های نوین*. ع. آزادی احمدآبادی (مترجم). تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- هوارث، د. (۱۳۷۷). *نظریه گفتمان*. س. ع. ا. سلطانی (مترجم). علوم سیاسی، ۱ (۲)، صص. ۱۸۳-۱۵۶.
- یوسفیان اهری، ح. (۱۴۰۳). *هژمونی گفتمان اسلام‌گرایی در انقلاب اسلامی*. تهران: جهان سیاست.

References

- Alem, A. (2012). *Bunyād-hāyi 'ilm-i siyāsāt* [Foundations of political science]. Tehran: Nashr-e Ney. [In Persian]
- Babbie, E. (2000). *Harās-i bunyādīn: Urūpā-madārī va zūhūr-i Islām-girā'ī* [The sociological

- spirit: Eurocentrism and the rise of Islamism] (M. Anbari & Gh. R. Jamshidiha, Trans.). Tehran: Tehran University Press. [In Persian]
- Ball, A. R. (2005). *Modern politics and government* (7th ed.). Red Globe Press.
- Ball, A.R. (2005). *Modern politics and government* (7th ed). London: Red Globe Press.
- Baudrillard, J. (2002). *Dar sāyi-yi akthariyyat-hāyi khāmūsh* [In the shadow of the silent majorities] (P. Yazdanjou, Trans.). Tehran: Nashr-e Markaz. [In Persian]
- Fairclough, N. (1979). *Language and power*. London: Longman.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. Longman.
- Fairclough, N. (2002). *Naẓariyyih-yi intiqādī-yi guftimān* [Critical discourse theory] (F. Shayesteh Piran, Trans.). Tehran: Markaz-e Nashr-e Rasaneh-ha. [In Persian]
- Fazeli, N. A. (2014). *Jahān zīr-i sayṭarih-yi midiyātīzayshin* [The world under the dominance of mediatization]. Farhang-e Emrooz.
- URL= <https://www.farhangemrooz.com/news/25843> [In Persian]
- Fereydouni, M. R., & Pashaei Alizadeh, M. (2024). Jāmi'ih-yi shabakih-yī va mas'alih-yi tarbiyat-i ma'navī dar nizām-hāyi siyāsī-yi dīnī [Network society and the issue of spiritual education in religious political systems]. *Pizhūhish-hāye Jāmi'ih-shināsī-yi Mu'āssir*, 13(25), pp. 207–267. <https://doi.org/10.22084/2024.29234.2283> [In Persian]
- Foran, J. (1997). Discourses and social forces: The role of culture and cultural studies in understanding revolutions. In J. Foran (Ed.), *Theorizing revolutions* (pp. 203–226). Routledge.
- Foran, J. (1997). Discourses and social forces: The role of culture and cultural studies in understanding revolutions. In: J. Foran (ed.), *Theorizing revolutions* (pp. 203–226). Routledge.
- Ghasemi, S., Bay, A. R., & Motallebi, M. (2020). Ulgū-yi maṭlūb-i siyāsatguzārī-yi rasānih-yī-yi Jumhūrī-yi Islāmī-yi Īrān dar muvājilih bā jang-i rasānih-yī-yi Āmrīkā [The ideal model of media policymaking in the Islamic Republic of Iran in confronting the U.S. media war]. *Jāmi'ih-shināsī-yi Siyāsī-yi Īrān*, 3(4). [In Persian]
- Howarth, D. (1998). Naẓariyyih-yi guftimān [Discourse theory] (S. A. A. Soltani, Trans.). *'Ulūm-i Siyāsī*, 1(2), 156–183. [In Persian]
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy: Toward a radical democratic politics*. London: Verso.
- Laclau, E. (1990). *New reflections on the revolution of our time*. Verso.
- Laclau, E. (1990). *New reflections on the revolution of our time*. London: Verso.
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. Verso.
- Marsh, D., & Stoker, G. (2005). *Ravish va naẓariyyih dar 'ulūm-i siyāsī* [Theory and methods in political science] (A. M. Haji Yousefi, Trans.). Tehran: Strategic Studies Research Center. [In Persian]
- Nazemi Ardakani, M., & Zargar, A. R. (2018). Ṭartāhī-yi ulgū-yi farhang-i siyāsī-yi maṭlūb dar

- mudīriyyat-i rāhburdī-yi farhangī-yi kishvar [Designing the ideal model of political culture in the strategic cultural management of the country]. *Mutālī 'āt-i Mudīriyyat-i Rāhburdī-yi Difā 'i Millī*, 2(8), pp. 133–157. [In Persian]
- Razani, A., & Mohammadzadeh, A. (2021). Guftimān-i hizhimunīk-i inqilāb-i Islāmī va khurdih-guftimān-hāye darūnī-yi nizām-i Jumhūrī-yi Islāmī-yi Īrān dar dawrān-i rahbarī-yi Imām Khumaynī [The hegemonic discourse of the Islamic Revolution and internal sub-discourses of the Islamic Republic of Iran during the leadership of Imam Khomeini]. *Pazhūhish-nāmih-yi Inqilāb-i Islāmī*, 11(38), pp. 91–113. [In Persian]
- Rezaei, A., & Khojasteh Bagherzadeh, H. (2021). Ulgū-yi rāhburdī-yi muhandisī-yi nizām-i rasānī 'ī-yi Jumhūrī-yi Islāmī-yi Īrān dar nigāh-i khabarigān-i rasānih [The strategic model of engineering the media system of the Islamic Republic of Iran from the perspective of media experts]. *Mutālī 'āt-i Mudīriyyat-i Rāhburdī-yi Difā 'i Millī*, 5(18), pp. 41–72. [In Persian]
- Salehi Najafabadi, A., Khosravi, B., & Sanei, R. (2015). Barrasī-yi dala 'il-i hizhimunīk shudan-i guftimān-i Īrān-harāsī va Shī 'ih-harāsī bar asās-i nazariyyih-yi Lāklā'ū va Mūfih [Examining the reasons for the hegemonic status of Iranophobia and Shiaphobia discourses based on Laclau and Mouffe's theory]. *Pazhūhish-hāyi Siyāsī-yi Jahān-i Islām*, 2(5), pp.185–209. [In Persian]
- Shahrara News. (2024). *Ākharīn guzārish-i Īspā az mīzān-i istifādih-yi mardum-i Īrān az shabakih-hāyi ijtimā 'ī va payām-rasān-hā* [The latest ISPA report on the extent of Iranians' use of social networks and messaging apps].
URL= <https://shahraranews.ir/fa/news/291150> [In Persian]
- Skocpol, T. (1988). Social revolutions and mass military mobilization. *World Politics*, 40(2), pp. 147–168.
- Van Dijk, T. A. (2022). *Jāmi 'ih-yi shabakih-yī: Ab 'ād-i ijtimā 'ī-yi rasānih-hā-yi nuvīn* [The network society: Social aspects of new media] (A. Azadi Ahmadabadi, Trans.). Tehran: Imam Sadiq University. [In Persian]
- Yousefian Ahari, H. (2024). *Hizhimūnī-yi guftimān-i Islām-girā 'ī dar inqilāb-i Islāmī* [Hegemony of the Islamist discourse in the Islamic Revolution]. Tehran: Jahān-i Siyāsāt. [In Persian]