

طبقه‌بندی دلایل انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب در حوزه امنیتی و نظامی جمهوری اسلامی ایران

احمد افشاری^۱

سید وحید عقیلی^۲

سید محمود نجاتی حسینی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۸/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۱۵

چکیده

در طول سه دهه گذشته یکی از مباحث سیاسی روز در عرصه رسانه‌ها، احزاب و افکار عمومی، بحث خصومت‌های قدرت‌های غربی با جمهوری اسلامی ایران بوده است. از این رو دلایلی در این خصومت و انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب درباره جمهوری اسلامی ایران نهفته است که در این پژوهش به دنبال آن هستیم که به این دلایل دست یابیم. هدف این پژوهش بررسی این انگاره‌سازی در حوزه امنیتی و نظامی و طبقه‌بندی دلایل آن در دو دسته تأثیرگذار و تأثیرپذیر می‌باشد. جامعه آماری برای این پژوهش متخصصین حوزه‌های علوم ارتباطات و علوم سیاسی می‌باشد. اشباع نظری در این مطالعه از طریق مصاحبه‌های تیم ساختاریافته با ۱۰ نفر حاصل شد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق نمونه‌گیری هدفمند بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها براساس رهیافت نظریه داده بنیاد و تکنیک دیمتل فازی شهودی انجام گرفت. نتایج نظریه داده بنیاد نشان داد که مقوله‌های نظامی-امنیتی (تفاوت نیروهای مسلح، حمایت از محور مقاومت، پیشرفت‌های نظامی و موشکی، توان دفاعی، قدرت نظامی، موقعیت ژئوپلیتیکی، ایران هراسی، چالش جدید و پیروی از سیاست) بر انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب تأثیرگذار می‌باشند. نتایج تکنیک دیمتل فازی شهودی جهت طبقه‌بندی دلایل استخراج شده نشان داد که موقعیت ژئوپلیتیکی ایران، تأثیرگذارترین دلیل انگاره‌سازی رسانه‌های غربی در حوزه امنیتی و نظامی ایران می‌باشد. همچنین ایران هراسی دومین دلیل تأثیرگذار شناخته شد. تأثیرپذیرترین دلیل انگاره‌سازی منفی غرب در حوزه امنیتی و نظامی جمهوری اسلامی ایران، توان دفاعی ایران شناخته شد. در پایان نیز پس از مقایسه نتایج حاصل شده با نظریات موجود، به جمع بندی و ارائه نتایج پرداخته شد.

کلیدواژه‌ها: انگاره‌سازی، ایران هراسی، برجسب زنی، جایگاه نظامی، دیمتل فازی شهودی.

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

Ahm.afshari@gmail.com

۲. نویسنده مسئول: دانشیار، گروه علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

Seyed_vahid_aqili@yahoo.com

Nejati.hosseini@gmail.com

۳. استادیار، گروه علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

مقدمه

همزمان با اوج‌گیری مبارزات مردم در جریان مبارزات ضداستعماری انقلاب اسلامی ایران رسانه‌های وابسته به غرب میزان تولید محتوا و حجم تولید مطالب علیه انقلاب اسلامی و مردم ایران را بطور فزاینده، قابل توجه و مطالعه شده‌ای شدت بخشیدند و سرمایه‌گذاری‌های مالی، میدانی و کاربردی را برای مقابله با این خیزش به کار گرفتند. این رسانه‌ها در انعکاس رویدادهای کشورمان از خط مشی محوری و کلانی پیروی می‌کنند که بر اساس آن، فقط به انتشار اخبار منفی می‌پردازند، چنانکه عمده گزارش‌های خبرنگاران آن‌ها پیرامون بحران‌های سیاسی و اجتماعی، زد و خورد‌ها و تضاد حاکمیت با مردم یا حوادثی مانند نقض حقوق بشر، تلاش برای دستیابی به سلاح‌های هسته‌ای و کشتار جمعی و نقض آزادی‌های سیاسی و مدنی در ایران است. همچنین این رسانه‌ها تلاش می‌کنند جمهوری اسلامی ایران را خطری برای کشورهای منطقه و خاورمیانه معرفی نمایند که امنیت آن‌ها را دچار مخاطره می‌نماید. دستگاه تبلیغی و رسانه‌ای ناتوی فرهنگی غرب و کارگزاران خبری آن‌ها آگاهانه و با برنامه‌ریزی به تصویرسازی خبری و انگاره‌سازی^۱ خبری دست می‌زنند و با فضای ساختگی که ضرورتاً با واقعیت‌ها منطبق نیست و یا از واقعیت‌های انگاره‌هایی خلق می‌کنند که تنها در راستای اهداف آن‌ها باشد. در فضای نوین رسانه‌ای شاید بیشترین تعامل دیپلماتیک را دیپلمات‌های مجهز به فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات یا مخاطبان جهانی داشته باشند. چون کمتر دولتی را می‌توان یافت که بتواند با سرعت شگفت‌انگیز رسانه‌های جهانی، به‌ویژه رسانه‌های تصویری در سیاست خارجی حرکت کند. رسانه‌ها بازیگران غیردولتی سیاست‌گذاری خارجی امروز کشورها هستند که فعالیت آن‌ها را نه می‌توان کنترل کرد و نه می‌توان نادیده گرفت. آن‌ها در گفتمان سنتی سیاست خارجی تغییر و تحولات بیشماری ایجاد کرده‌اند و دولت‌ها را به تحویل در تصمیم‌گیری و اجرای سیاست خارجی وادار کرده‌اند. درست به این دلیل که گفتمان‌سازی^۲، تصویرسازی و اقناع دیگران در تعاملات دیپلماتیک و سیاست خارجی جایگاهی نوین یافته‌اند. نقش رسانه‌ها در پردازش و اقناع دیگران بسیار کلیدی‌تر از گذشته شده است (مهدی زاده و هوشیار، ۱۳۹۹: ۳۷).

گستره نفوذ و تأثیرگذاری رسانه‌ها به عنوان بازیگران قدرتمند غیردولتی در عرصه دیپلماسی و

۱ انگاره‌سازی اولین بار توسط «والتر لیپمن» در سال ۱۹۲۰ مطرح شده است. (امیرپوربهرامیان، ۱۳۹۲: ۲۶۲)

سیاست خارجی بر دولت‌های ملی فشار می‌آورد و آنها را وادار می‌سازد تا با شتاب و خیلی فوری به تجدید نظر و ایجاد تحول در ساختارهای مدل دیپلماسی و سیاست خارجی خود پردازند و دیپلماسی جدیدی را به عنوان کانون مرکزی تلاش‌های دیپلماتیک خود ایجاد، رشد و توسعه دهند. رسانه‌ها در همکاری‌های فراملی و غیرحکومتی نقش‌های مهمی را برعهده دارند و به اجرا می‌گذارند. بسیاری از رسانه‌های جهانی قدرت نرم خود را دارا خواهند بود تا از طریق آن شهروندان را برای ایجاد ائتلاف‌هایی که محدودیت‌های ملی را شامل نمی‌شود جذب کنند. هم‌اکنون با توجه به رشد ابزارهای مدرن ارتباطی، مأموریت دستگاه‌های امنیتی عمدتاً بر دوش لشکر رسانه‌ها قرار داده شده است. یوسف پروگلر^۱، کارشناس آموزش و استادیار دانشگاه نیویورک، با انتقاد از نگاه رسانه‌های غربی به ایران، به جهانی اشاره می‌کند که ماهواره و تلویزیون به صورت «واقعیتی مجازی»^۲ آفریده‌اند. وی می‌گوید: «امروزه آمریکایی‌ها در طول عمرشان با مسلمانان آشنا نمی‌شوند و چیزی از اسلام نمی‌دانند. حتی قادر نیستند کشور شما [ایران] را روی نقشه نشان دهند. وقتی می‌خواستم به ایران بیایم، به والدین خود گفتم به ایران می‌روم، آنها خوب متوجه حرف من نشدند؛ می‌پرسیدند ایران کجاست. ذهن آنها از واقعیت تهی است و در آن انگاره نقش بسته است. امروزه آمریکا جامعه‌ای انگاره زده است. مردم آمریکا واقعیت را نمی‌دانند و فقط انگاره را می‌بینند و بر همین اساس زندگی می‌کنند (کمالی پوروشیخ عطار، ۱۳۸۶: ۴).

حال با توجه به شرایط حاکم بر رسانه‌های غربی که از دیرباز به دنبال انگاره‌سازی منفی درباره جمهوری اسلامی ایران به خصوص در حوزه امنیتی و نظامی بوده‌اند، می‌توان گفت این پژوهش از اهمیت و ضرورت راهبردی برخوردار می‌باشد و به دلیل اینکه جمهوری اسلامی ایران بتواند در عرصه رسانه‌ای اثرات این انگاره‌سازی را کاهش دهد و با آن مقابله نماید نیازمند دستیابی به دلایل انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب در حوزه امنیتی و نظامی است، لذا نتایج پژوهش حاضر می‌تواند برای تدوین راهبردهای آتی جمهوری اسلامی ایران در حوزه امنیتی و نظامی مورد عنایت و استفاده قرار گیرد. از آنجا که این پژوهش به صورت آمیخته اجرا شد، هر چند بر فرضیه خاصی مبتنی نیست، اما مهم‌ترین پرسش کلیدی و مفروض بنیادی عبارت است از:

(۱) دلایل انگاره‌سازی‌های نظامی و امنیتی منفی رسانه‌ای غرب درباره جمهوری اسلامی ایران

چیست؟

1. Yusef Proglar
2. Virtual reality

۲) تأثیر گذاری و تأثیر پذیری هریک از این دلایل به چه صورت می‌باشد؟

روش تحقیق

پژوهش‌ها بر اساس نحوه انجام پژوهش و یا روش شناسی تحقیق می‌توان به طرق مختلف طبقه‌بندی کرد (حافظ‌نیا، ۱۳۸۵: ۱۷۶). از آنجا که این تحقیق به دنبال دلایل انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب درباره جمهوری اسلامی ایران در حوزه امنیتی و نظامی است، لذا تحقیق بنیادین و کاربردی محسوب می‌شود. این پژوهش از منظر جمع‌آوری داده‌ها، از نوع تحقیقات توصیفی است. از منظر نوع انجام، پژوهش حاضر در زمره پژوهش‌های آمیخته به شمار می‌رود که در آن داده‌های کیفی گردآوری شده و برای ساخت تئوری از روش تحقیق کیفی و راهبرد نظریه برخاسته از داده استفاده شد و در بعد کمی از رویکرد دیمتل فازی شهودی برای تحلیل دلایل شناسایی شده استفاده خواهد شد.

در تحقیق حاضر مصاحبه با متخصصین حوزه علوم ارتباطات و علوم سیاسی به عنوان روش اصلی گردآوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. مصاحبه‌های اولیه به صورت کاملاً باز و ساختاریافته انجام گرفت و به مرور با توجه به پاسخ‌های داده شده به سؤالات و کدگذاری^۱ مصاحبه‌های اولیه و پیدا کردن سرخ‌های بیشتر برای سؤالات بعدی شکل سؤالات تا حدی تغییر کرد. جامعه آماری برای این پژوهش متخصصین حوزه‌های علوم ارتباطات و علوم سیاسی می‌باشد. مهم‌ترین معیارهای انتخاب این افراد کلیدی بودن، شناسایی شدن توسط سایرین، فهم و درک نظری از موضوع، تنوع و موافقت با مشارکت خودشان می‌باشد. در این مطالعه محقق مصاحبه‌ها را تازمانی ادامه داد که اشباع نظری حاصل شد به گونه‌ای که هرچه به مصاحبه‌های آخر نزدیک‌تر می‌شود، اطلاعات جدید اضافی مرتبط با موضوع کمتر به چشم بخورد. اشباع نظری در این مطالعه از طریق مصاحبه‌های نیم ساختاریافته با ۱۰ نفر حاصل شد. روش نمونه‌گیری در این تحقیق نمونه‌گیری هدفمند می‌باشد. محقق بر این باور است که می‌تواند با استفاده از بصیرت و آگاهی خود مناسب‌ترین افراد یا گروه‌ها را برای مطالعه انتخاب کند. روش جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق حاضر روش کتابخانه‌ای و سندخوانی و همچنین مصاحبه است. شیوه‌نامه مصاحبه شامل ۲ سؤال کلی بود که بر اساس نتایج مشاهده اسناد و پیشینه پژوهش و مشاوره با اساتید راهنما و مشاور، طراحی و روایی سؤال‌ها نیز بر اساس نظر متخصصان تأیید گردید. تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس رهیافت سیستماتیک انجام گرفت که شامل سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی است (استراوس و کوربین، ۱۳۹۵: ۲۸۰). در نهایت، جهت اطمینان از معتبر بودن یافته‌های حاصل از

طبقه‌بندی دلایل انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب در حوزه امنیتی و نظامی جمهوری اسلامی ایران

تحلیل‌های کیفی، براساس معیارهای ارائه شده توسط کرسول و میلر (۲۰۰۰)، از روش بازبینی توسط اعضا^۱ (۲ نفر از مصاحبه شونده‌گان) و بررسی همکار^۲ (اساتید راهنما و مشاور) استفاده شد که نتایج حاصل از توافق درون موضوعی کدگذاران حاکی از پایایی قابل قبول داشت.

جدول ۱. جامعه آماری

ردیف	تحصیلات	شغل و تخصص
۱	دکتری علوم سیاسی	دانشیار دانشگاه تهران
۲	دکتری علوم سیاسی	استاد دانشگاه امام حسین(ع)
۳	دکتری علوم ارتباطات	عضو هیأت علمی دانشگاه علوم انتظامی
۴	دکتری	مشاور فرهنگی و رسانه‌ای فرمانده سپاه پاسداران انقلاب اسلامی
۵	دکتری علوم سیاسی	پژوهشگر و عضو هیأت علمی پژوهشگاه فرهنگ و ارتباطات
۶	دکتری علوم ارتباطات	عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی
۷	دکتری مدیریت رسانه	پژوهشگر
۸	دکتری علوم سیاسی	دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی
۹	دکتری علوم اجتماعی گرایش مطالعات اسلامی	پژوهشگر و عضو هیأت علمی پژوهشگاه فرهنگ و ارتباطات
۱۰	علوم سیاسی	استاد دانشگاه تهران

توضیحی مختصری از تکنیک‌های مورد استفاده در ادامه آورده شده است.

تئوری داده بنیاد: رویکرد تئوری داده بنیاد یک رویکرد تفسیری است و حاوی مجموعه‌ای از رویه‌هاست که برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل نظام‌مند داده‌های بدست آمده در طی تحقیق جهت بررسی و مطالعه یک پدیده برای ارائه یک نظریه مبنایی قیاسی مورد استفاده قرار می‌گیرد. منابع جمع‌آوری اطلاعات در روش نظریه مبنایی به دو گروه عمده تقسیم می‌شوند. منابع اولیه شامل مصاحبه‌ها، مشاهده مشارکتی و غیرمشارکتی، ثبت مصاحبه‌ها از زمینه مورد مطالعه و دفترچه خاطرات است و منابع ثانویه که تجارب شخصی، ادبیات موجود و مقایسه آن‌ها را در بر می‌گیرد. روش جمع‌آوری اطلاعات در تحقیق حاضر روش مصاحبه است. مصاحبه یک نوع پرسش‌نامه شفاهی است. به عبارتی مصاحبه‌ها، فرآیندی برای کسب اطلاعات است و مصاحبه شونده به صورت شفاهی به پرسش‌های مصاحبه کننده پاسخ می‌دهد و این نوعی تبادل دوسویه است.

دیمتل فازی شهودی با مقادیر بازه‌ای: تکنیک دیمتل برای اولین بار در موسسه BMI سوئیس، در

1. Member Checking
2. Peer debriefing

سال ۱۹۷۲ در پروژه‌ای که در مرکز تحقیقاتی ژنو اجرا شده بود، استفاده شد. گام‌های فازی شهودی با مقادیر بازه‌ای به شرح زیر می‌باشد:

مرحله ۱: جمع‌آوری عبارت‌ها و یا همان داده‌های کلامی از طیف جدید ترجیحات. با توجه به تعداد خبرگان و بر اساس عبارات کلامی جدول ۲ از خبرگان خواسته شد که تأثیر هر عامل بر دیگری را با استفاده از مجموعه IVIF مشخص نمایند.

جدول ۲. معیار ترجیحات در روش IVIF-DEMATEL. (Abdullah et al. , 2019: 210)

معیار ترجیح زبانی	عبارت عددی	IVIFS
بدون تأثیر	۰	([0.050, 0.150], [0.750, 0.850], [0.000, 0.200]) ([۰,۰۵۰,۰,۱۵۰],[۰,۷۵۰,۰,۸۵۰],[۰,۰۰۰,۰,۲۰۰])
تأثیر کم (خیلی کم)	۱	([0.175, 0.325], [0.525, 0.675], [0.000, 0.300]) ([۰,۱۷۵,۰,۳۲۵],[۰,۵۲۵,۰,۶۷۵],[۰,۰۰۰,۰,۳۰۰])
تأثیر متوسط (کم)	۲	([0.450, 0.550], [0.350, 0.450], [0.000, 0.200]) ([۰,۴۵۰,۰,۵۵۰],[۰,۳۵۰,۰,۴۵۰],[۰,۰۰۰,۰,۲۰۰])
تأثیر زیاد	۳	([0.725, 0.775], [0.175, 0.225], [0.000, 0.100]) ([۰,۷۲۵,۰,۷۷۵],[۰,۱۷۵,۰,۲۲۵],[۰,۰۰۰,۰,۱۰۰])
تأثیر بسیار زیاد	۴	([0.875, 0.925], [0.025, 0.075], [0.000, 0.100]) ([۰,۸۷۵,۰,۹۲۵],[۰,۰۲۵,۰,۰۷۵],[۰,۰۰۰,۰,۱۰۰])

مرحله ۲: محاسبه وزن هر تصمیم‌گیرنده: محاسبه وزن هر تصمیم‌گیرنده با استفاده از جدول ۳ و رابطه ۱ محاسبه می‌شود.

$$E(A) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left[\frac{2 - |\mu_i^L(x) - v_i^L(x)| - |\mu_i^U(x) - v_i^U(x)| + \pi_i^L(x) + \pi_i^U(x)}{2 + |\mu_i^L(x) - v_i^L(x)| + |\mu_i^U(x) - v_i^U(x)| + \pi_i^L(x) + \pi_i^U(x)} \right] \quad \text{رابطه ۱}$$

جدول ۳. معیار ترجیحات برای محاسبه وزن تصمیم‌گیرندگان. (Abdullah et al. , 2019: 210)

معیار ترجیح زبانی	IVIFS
بسیار بی اهمیت	([۰,۰۵۰,۰,۱۵۰],[۰,۷۵۰,۰,۸۵۰],[۰,۰۰۰,۰,۲۰۰])
بی اهمیت	([۰,۱۷۵,۰,۳۲۵],[۰,۵۲۵,۰,۶۷۵],[۰,۰۰۰,۰,۳۰۰])
متوسط	([۰,۴۵۰,۰,۵۵۰],[۰,۳۵۰,۰,۴۵۰],[۰,۰۰۰,۰,۲۰۰])
مهم	([۰,۷۲۵,۰,۷۷۵],[۰,۱۷۵,۰,۲۲۵],[۰,۰۰۰,۰,۱۰۰])
بسیار مهم	([۰,۸۷۵,۰,۹۲۵],[۰,۰۲۵,۰,۰۷۵],[۰,۰۰۰,۰,۱۰۰])

مرحله ۳: تجمیع ترجیحات تصمیم‌گیرندگان: با استفاده از رابطه ۲ ترجیحات تصمیم‌گیرندگان را

با یکدیگر تجمیع کرده و به یک عبارت IVIF نهایی دست می‌یابیم.

$$\left(\left[1 - \prod_{j=1}^n (1 - \mu_j^L)^{\lambda_j}, 1 - \prod_{j=1}^n (1 - \mu_j^U)^{\lambda_j} \right], \left[\prod_{j=1}^n (v_j^L)^{\lambda_j}, \prod_{j=1}^n (v_j^U)^{\lambda_j} \right] \right) \quad \text{رابطه ۲}$$

$$\left(\left[\prod_{j=1}^n (1 - \mu_j^U)^{\lambda_j} - \prod_{j=1}^n (v_j^U)^{\lambda_j}, \prod_{j=1}^n (1 - \mu_j^L)^{\lambda_j} - \prod_{j=1}^n (v_j^L)^{\lambda_j} \right] \right)$$

مرحله ۴: مقادیر قطعی روابط / ماتریس مستقیم اولیه را نیز با استفاده از محاسبه گر آنترופی IVIF که در رابطه ۲ آمده محاسبه می‌کنیم. ماتریس مستقیم اولیه که با روش فازی شهودی با مقادیر بازه‌ای محاسبه شده است و روری گام اول روش دیمتل می‌باشد که مطابق با (Abdullah et al. , 2019: 209) انجام می‌شود.

ادبیات نظری

شیوه‌های مختلفی در انگاره‌سازی به کار گرفته می‌شود، در این مقاله به مفاهیم کلیشه‌سازی، برجسته‌سازی و تکنیک‌های مورد استفاده در انگاره‌سازی پرداخته می‌شود، همچنین به منظور درک بهتر موضوع، بستر تاریخی (نگاه شرق به غرب) و اسلام رسانه‌های شده بر اساس یافته‌های ادوارد سعید استفاده شده است.

کلیشه‌سازی^۱

کلیشه عبارت است از تنزل دادن انسان‌ها به مجموعه‌ای از ویژگی‌های شخصیتی مبالغه‌آمیز و معمولاً منفی. فوکو کلیشه‌سازی را نوعی بازی «قدرت/معرفت» می‌نامد. قدرت، معمولاً گروه‌های زیردست و طرد شده را هدف می‌گیرد. این امر شامل اعمال قدرت نمادین برای معرفی کسی یا چیزی به شیوه‌ای معین از طریق رویه‌هایی بازنمایی می‌شود. کلیشه‌سازی در این اعمال خشونت نمادین یک عنصر کلیدی است (مهدی زاده، ۱۳۸۷: ۲۱-۱۹).

در دهه اخیر در پی تشدید تعارض بین ایران و غرب شاهد برجسته‌تر شدن تصویر ایران و ایرانیان در رسانه‌های غربی بوده‌ایم، در تصویر بازنمایی شده از ایران، رسانه‌های غربی از یک راهبرد واحد استفاده آن را به کلیشه تبدیل کرده‌اند. در فرهنگ عامه غرب مدرن، اسلام و جمهوری اسلامی ایران را به عنوان منبع خشونت، وحشت و عدم آرامش در خود و برای دیگران معرفی شده است.

1. Stereotyping

برجسته‌سازی^۱

به اعتقاد "برنارد کوهن"، رسانه‌ها ممکن است در بیشتر مواقع در گفتن این نکته به مردم که چه فکر کنند موفق نباشند اما به طور عمده، آنها در گفتن این نکته به خوانندگان که راجع به چه فکر کنند، موفق هستند (دیرینگ، ۱۳۸۵: ۳). این برجسته‌سازی رسانه‌های غربی را می‌توان به وضوح در بحث فعالیت‌های هسته‌ای، موشکی و نظامی ایران در رسانه‌های غربی مشاهده نمود.

انگاره‌سازی^۲

انگاره یا تصویر از سه قسمت تشکیل شده است: احساس‌ها، ادراک، آگاهی و عملکرد. در بعد احساسی یا ارزشی، دوست داشتن یا دوست نداشتن یک موضوع یا شیئی مدنظر است و اغلب با موافقت یا عدم موافقت ادراکی سر و کار دارد. بعد ادراکی یا آگاهی یک انگاره، دانش ما از طبیعت همیشگی یا موقتی موضوع مورد نظر است و خصایص مستقل آن را بیان می‌کند. اما بعد عملکردی انگاره، با جنبه‌های رفتاری فرد، چگونگی برخورد با موضوع مورد نظر و ترکیب‌ها و مشخصه‌های آن سروکار دارد (مولانا: ۱۳۸۴: ۱۶).

تکنیک‌های انگاره‌سازی که توسط رسانه‌ها انجام می‌پذیرد:

رسانه‌ها با سرکوب افکار از طریق حذف حقایق و گاهی حذف بخشی از آن و گاه با اضافه کردن بخشی غیرواقعی به انگاره‌سازی می‌پردازند و اگر حذف رقیب میسر نشد دست به تخریب او می‌زنند، از دیگر تکنیک‌های انگاره‌سازی برجسب زدن و ایجاد یک حوزه معنایی منفی برای سرکوب موضوع و فرد موردنظر است، رسانه‌ها از فرض‌های بازدارنده نیز استفاده می‌نمایند به عنوان مثال برای تثبیت بودجه نظامی سعی می‌کنند بودجه نهادهای دیگر را با فرضیات بازدارنده مهار کنند. همچنین رسانه‌ها از تکنیک انتقال و محاوره صوری بهره برده و هر جا به نفع رسانه باشد مدعی می‌شوند و هر جا به ضررش باشد مدافع، گاهی اوقات نیز باتحت الشعاع قرار دادن محتوا و یا تنزل موضوعات به یک سطح خفیف اقدام می‌نمایند، رسانه‌ها از توازن دروغین بهره برده و می‌گویند ما متوازن اخبار را نشان می‌دهیم ولی توازن معنایی وجود ندارد و فقط توازن صوری است. کادربندی نیز از تکنیک‌های مورد استفاده رسانه‌هاست به این معنا آیا ما در حقیقت تاریخ را که ادعا می‌شود پخش زنده است می‌بینیم یا حادثه‌ای خاص را که به تشخیص و انتخاب رسانه است بر می‌خوریم. در پوشش رسانه‌ای از نوع انگاره‌سازانه

1. Agenda setting
2. Image Making

علت و چرایی رویدادها ارائه نمی‌شود و مخاطبان هیچ‌گاه در نمی‌یابند که چرا اینطور شد و اساساً چرا فلان واقعه رخ داد. اگر جواب این چراها موجود هم باشد نوعی پاسخ پنهانی به نفع فرستنده است (شکرخواه، ۱۳۸۲: ۱۸۳). از نمونه‌های دیگر انگاره‌سازی می‌توان به فیلم ۳۰۰ یا انتشار رمان‌های متعدد مانند رمان «محافظت و دفاع» که در آن بیان شده ایران میلیاردها دلار صرف ساخت تسلیحات هسته‌ای نموده است اشاره کرد.

بستر تاریخی

سعید^۱ می‌گوید: "شرق‌شناسی واژه‌ای عام است که برای توضیح تماس و نزدیکی غرب به شرق در استخدام درآمده. شرق‌شناسی عبارت از نوعی سبک غربی در رابطه با ایجاد سلطه، تجدید ساختار، داشتن آمریت و اقتدار بر شرق است که همه تعریف خویش را از این می‌گیرد که غرب طی روزهایی توانسته است با پرورش تعریفی از شرق به باز تعریف خود پردازد و طبق همان تعریف بر شرقی‌ها مسلط شود. لذا برای بازنمایی خود فقط نکات منفی را به شرق نسبت می‌دهد (سعید، ۱۳۷۱: ۵۷).

اسلام رسانه‌ای شده

هدف از ارائه اسلام رسانه‌ای شده این است که چگونه کارشناسان و رسانه‌ها تعیین می‌کنند ما نسبت به جهان به ویژه جهان اسلام چه تفکری باید داشته باشیم. با توجه به یافت‌های سعید می‌شود استنباط کرد که غرب با توجه به سیاست‌ها و منافع خود اسلام را آنطور که می‌خواهد به مخاطبان عرضه می‌کند. وی مسایلی نظیر افکار عمومی، دستکاری و کانالیزه کردن اندیشه مردم؛ در کنار تقلید حکام کشورهای جهان اسلام از غرب را که مدام برای ساختن افکار عمومی بر طبل تبلیغات می‌کوبند، مدنظر قرار می‌دهد. از دیدگاه سعید غربی‌ها با دیدی متناقض با جهان اسلام رفتار می‌کنند از یک طرف آنها با جهانی که نفت خیز است روبرویند و خود تا حدودی احساس وحشتناکی نسبت به کمبود انرژی دارند و از سویی دیگر حالتی خصمانه نسبت به باورهای آنها و اسلام دارند، سیاست‌های دوگانه غرب در رویایی با برخی از کشورهای اسلامی هم از این رو می‌باشد (سعید: ۱۳۷۹: ۵۱).

مبانی نظری

باتوجه به مفاهیم عنوان شده در ادبیات نظری و شیوه‌های انگاره‌سازی، نظریه‌های برجسته‌سازی و

1. Edward Said

بازنمایی به عنوان مبانی نظری ارائه می‌گردد.

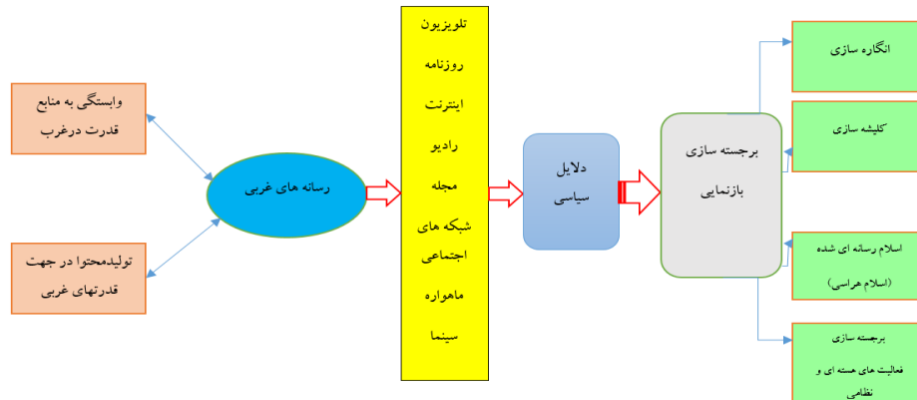
نظریه برجسته‌سازی:^۱ مک کومز^۲ و شاو^۳، اولین مطالعه سیستماتیک را در مورد فرضیه برجسته‌سازی در سال ۱۹۷۲ گزارش کرده‌اند. آن‌ها در تحقیق سال ۱۹۶۸ خود بر روی دو مؤلفه تمرکز کردند: آگاهی و اطلاعات. آنها با مطالعه برجسته‌سازی در مبارزه ریاست جمهوری سال ۱۹۶۸ (ایالات متحده آمریکا)، این فرضیه را مطرح کردند که رسانه‌های جمعی برای هر مبارزه سیاسی، اولویت‌هایی را تعیین می‌کنند و بر اهمیت نگرش‌ها نسبت به موضوع‌های سیاسی اثر می‌گذارند. آنها مطالعه خود را با تمرکز بر «رأی‌دهندگان تصمیم‌نگرفته» انجام دادند؛ زیرا کسانی که هنوز تصمیم‌نگرفته‌اند، باید مستعدترین افراد برای آثار برجسته‌سازی باشند. «کامبز» و «شاو» به این نتیجه رسیدند، که رسانه‌های جمعی تأثیر قابل توجهی بر آنچه که رأی‌دهندگان به عنوان موضوعات مهم و اساسی رقابت انتخاباتی می‌دانند، برجای می‌گذارند. روزنامه‌نگاری که برای اولین بار اصطلاح برجسته‌سازی را به کار برد والتر لیپمن^۴ بود (سورین و تانکار: ۳۲۷).

نظریه بازنمایی:^۵ براساس رویکرد استوارت هال^۶، سه برداشت اصلی و متفاوت از بازنمایی رسانه‌ای وجود دارد: نخست نظریه‌های بازتابی، سپس نظریه‌های تعمیدی و درنهایت نظریه‌های برساختی، هال با پذیرش رویکرد برساختی، مبنی براینکه ما معانی را می‌سازیم و این عمل را به واسطه نظام‌های بازنمایی مفاهیم و نشانه‌ها انجام می‌دهیم (Hall, 1997: 24-25) این بحث را مطرح می‌کند که: رسانه‌ها واقعیت را بازتاب نمی‌دهند بلکه آن را به صورت رمز و نشانه درمی‌آورند و به صورت نمادین و نه مبتنی بر واقعیت انعکاس می‌دهند (Ibid: 72) به عقیده هال در مسیر بازنمایی، دواستراتژی توسط رسانه‌ها در دستور کار قرار می‌گیرند: «کلیشه‌سازی» و «طبیعی‌سازی».

مدل نظری

مدل نظری پژوهش حاضر به شرح ذیل می‌باشد:

1. Agenda setting Theory
2. McCombs
3. Shaw
4. Walter Lippmann
5. Representative Theory
6. Stuart Hall



پیشینه پژوهش

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته پژوهش‌های مختلفی در خصوص جریان‌سازی خبری و نقش رسانه‌ها در جریان‌سازی انجام شده است، اما به صورت خاص پژوهشی درباره دلایل انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب در خصوص جمهوری اسلامی ایران انجام نشده است، علی‌الحال به چند نمونه از تحقیقات انجام شده که می‌توانند نسبتاً رابطه نزدیکتری به این موضوع داشته باشند اشاره می‌نمائیم.

معتمدنژاد و مهدی‌زاده تالشی (۱۳۸۴) در تحقیقی با عنوان بازنمایی ایران در مطبوعات غرب: تحلیل انتقادی گفتمان «نیویورک تایمز»، «گاردین»، «لوموند» و «دیولت» انجام دادند، رویکرد نظری اتخاذ شده در تحقیق، ایدئولوژی و گفتمان شرق‌شناسی به عنوان نظام بازنمایی شرق در غرب است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که «تروریسم» و «بنیادگرایی اسلامی» کلیشه‌های شمایل‌انگارانۀ اصلی هستند که توسط مطبوعات غرب مورد استفاده قرار می‌گیرند. این دو کلیشه در واقع اسلام و ایران را در رسانه‌های غربی، به عنوان تهدید علیه صلح، دموکراسی و مدرنیزاسیون بازنمایی می‌کنند. تحویل یا تقلیل مستمر ایران به نوعی تهدید مضاعف تحت عنوان بنیادگرایی اسلامی و تروریسم بین‌الملل، این کشور را بیشتر از «دیگران» برای غرب و سایر نقاط جهان خطرناک جلوه می‌دهد.

پاکزاد (۱۳۸۷) تحقیقی با جریان‌سازی خبری به مثابه شکل جدید جریان یکسویه اطلاعات انجام داده است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که در دنیای امروز، خبر به عنوان مهم‌ترین محصول رسانه‌های جمعی؛ از جایگاه ویژه‌ای در تعیین خط مشی‌ها و اشاعه آنها برخوردار است. جوامع پیشرفته غربی با در اختیار داشتن ابر رسانه‌ها و مهمترین مراکز خبری دنیا، در جریان‌سازی‌های خود بهره

فراوانی از خبر می‌برند، این کشورها با وجود ادعای عینی‌گرایی، با ایجاد فضا و جوسازی علیه کشورهایی که سیاست و خط‌مشی‌هایشان مطابق با سیاست‌های آن‌هاست تصویر غیرواقعی، گمراه‌کننده و مخدوش از وقایع و رخداد‌های این جوامع در معرض دید توده‌های مخاطب قرار می‌دهند. کشور ایران نیز از جمله جوامعی است که به دلیل ماهیت ضد استعماری خود، در طول سال‌های پس از انقلاب اسلامی، همواره در معرض جریان‌سازی‌های منفی رسانه‌های خبری غرب بوده است.

افقهی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان جریان رسانه‌ای از نظر تا عمل به این نتیجه رسیده است که جریان‌سازی رسانه‌ای تدبیری است که وسایل ارتباط جمعی به کار می‌برند تا مخاطب را با خود همراه کنند. در نگاه اول به جریان‌سازی، جنبه منفی آن در ذهن تداعی می‌شود؛ در صورتی که انگیزه جریان‌سازی، همواره تخریبی نیست؛ بلکه سازندگی هم می‌تواند هدف جریان‌سازی تلقی شود، پس جریان‌سازی مانند شمشیر دولبه عمل می‌کند.

بیچرانلو (۱۳۹۴) پژوهشی با عنوان کلیشه‌سازی از ایران در تلویزیون‌های غرب؛ ده کلیشه رسانه‌ای در پانزده مستند برگزیده درباره ایران انجام داد. در دهه اخیر، در پی تشدید تعارض بین ایران و غرب، شاهد برجسته‌تر شدن تصویر ایران و ایرانیان در رسانه‌های غرب، بویژه تلویزیون‌های اروپا و آمریکا بوده‌ایم. در تصویر بازنمایی شده از ایران در این تلویزیون‌ها، ویژگی یا یک راهبرد بازنمایی بسیار بارزی مشاهده می‌شود که در اصطلاح از آن به کلیشه‌سازی یاد می‌شود. در مقاله حاضر، تلاش شده است تا به این سوال پاسخ داده شود که ایران در تلویزیون‌های غرب چگونه بازنمایی شده است برای پاسخ به این پرسش، ۱۵ مستند برگزیده پخش شده در این شبکه‌های تلویزیونی با روش تحلیل نشانه‌شناختی، تحلیل شده‌اند. تحلیل مستندهای برگزیده نشان می‌دهد که تلویزیون‌های اروپا و آمریکا از سال ۲۰۰۲ به این سو، ده کلیشه بارز از ایران را به طور پیوسته تکرار کرده‌اند و در بازنمایی از ایران، بر این کلیشه‌ها پافشاری داشته‌اند.

شمس‌الدین صادقی و رحیمی (۱۳۹۷) مقاله‌ای با عنوان پروژه ایران هراسی و منافع مالی مجتمع‌های نظامی - صنعتی غرب در منطقه خلیج فارس انجام دادند. در این راستا، دولتمردان سیاسی غربی در حرکتی همسو با مدیران مجتمع‌های نظامی - صنعتی بطور پیوسته ایران را تهدیدی علیه امنیت کشورهای عرب منطقه خلیج فارس مطرح ساخته و با تأکید بر خطر ایران هسته‌ای، این تهدید را بسیار هراسناک جلوه‌گر می‌سازند؛ امری که در پی خود سرمایه‌های ملی هنگفتی را به پیمانکاران دفاعی مجتمع‌های نظامی - صنعتی غرب سرازیر می‌نماید. با توجه به این مهم، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که چه رابطه‌ای بین پروژه ایران هراسی و منافع مالی مجتمع‌های نظامی - صنعتی غرب در منطقه

خلیج فارس وجود دارد؟ برای پاسخ به پرسش یادشده، این پژوهش فرضیه حاضر را به سنجش می‌گذارد: مجتمع‌های نظامی - صنعتی از خلق پروژه ایران هراسی، در پی بیشینه ساختن منافع تجاری خود از طریق گسترش صادرات اسلحه به کشورهای منطقه خلیج فارس و دامن زدن به رقابت‌های بی‌پایان تسلیحاتی در این منطقه هستند. روش تحقیق در این پژوهش تحلیلی - توصیفی است و ابزار گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای است.

ابراهیمی فر (۱۳۹۸) در مقاله خود به نقش رسانه در تصویرسازی منفی از مسلمانان و غرب در عرصه ارتباطات سیاسی پرداخت. هدف از این تحقیق، بررسی دو زمینه متفاوت است که نشان دهد غرب و کشورهای مسلمان منطقه تلاش می‌کنند تا با روش‌های متعددی به معرفی یکدیگر در رسانه‌های خود پردازند. این مقاله بر نحوه جلوه مسلمانان و غرب در رسانه‌های اسلامی و غربی تمرکز می‌کند. رسانه‌های اسلامی در این مقاله، بر کشورهای مسلمان خاورمیانه متمرکز است. روش: بر اساس مکتب فرانکفورت، رسانه‌ها با دست‌کاری و جهت‌دهی اذهان، تصویری از جهانی تحت کنترل را ترسیم می‌کنند. بر این اساس، این مقاله توضیح می‌دهد که رسانه‌ها با انتشار پیام‌هایی که کلیشه‌های منفی را ایجاد و تقویت می‌کنند و مفاهیم غلط را ارائه می‌دهند، در برابر درک متقابل عمل می‌کنند.

یافته‌ها

یافته‌های این تحقیق بر احساسات دوسویه خصومت میان غرب و مسلمانان خاورمیانه در قالب فعالیت‌های رسانه‌ای تأکید دارد. این یافته‌ها در پاسخ به پرسش اصلی این تحقیق بر این مسئله تأکید دارد که دو منبع مختلف نه تنها دو بینش متفاوت از شکست و موفقیت ارائه می‌دهند، بلکه به‌طور قابل توجهی بر این مسئله اشاره دارد که در مورد ایجاد یک معیار خاص، رسانه‌ها مفاهیم بسیار متفاوتی را در مورد منازعات بیان می‌کنند.

نتیجه‌گیری

نتیجه‌گیری این تحقیق بر ایند فرضیه این مقاله است مبنی بر اینکه رسانه‌های کشورهای مسلمان، غرب، خصوصاً آمریکا را اساساً دشمن و تلاش‌های آن‌ها در راستای منافع استراتژیک در منطقه خاورمیانه تفسیر می‌کنند. رسانه‌های غربی اسلام را تهدیدی برای غرب معرفی می‌کنند و با جاهلانه جلوه دادن ارزش‌های اسلامی، تلاش به سرنگونی جنبش‌های اسلامی دارد.

ضرغامی خسروی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهش خود به تأثیر پروژه ایران هراسی در راهبرد

منطقه‌ای جدید اسرائیل پرداختند. طبق سند امنیت ملی اسرائیل در سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ اسرائیل قصد دارد تا با مطرح کردن پروژه ایران‌هراسی، در راهبرد منطقه‌ای جدید خود علاوه بر بسیج کردن ظرفیت غرب و در رأس آن ایالات متحده، برای جلب حمایت بی‌دریغ از این رژیم خصوصاً اعراب خلیج فارس و مشخصاً عربستان سعودی ارتباط برقرار کرده و از این طریق علاوه بر تشدید فضای ضدایرانی در غرب آسیا، توافق و رضایت عملی اعراب را علیه جمهوری اسلامی ایران با خود همراه کند. در حقیقت، پرسش کلیدی در این مقاله این است که گسترش ایران‌هراسی در راهبرد منطقه‌ای جدید اسرائیل چه تأثیری داشته است؟ روش پژوهش در این مقاله توصیفی-تحلیلی است. نتایج حاصله از این پژوهش مویده آنست که هدف اسرائیل از گسترش ایران‌هراسی به دلیل بیم از نفوذ نظام جمهوری اسلامی ایران در منطقه خاورمیانه است و در واقع با استفاده از ابزارهای موجود مانند برخوردار بودن از حمایت آمریکا و آغاز طرح دوستی با کشورهای عربی قصد دارد تا بیش از پیش در پیشبرد مسئله ایران‌هراسی تلاش کند.

در جدول ۱ رابطه پیشینه پژوهش با موضوع تحقیق حاضر مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۱. رابطه پیشینه با موضوع تحقیق حاضر

عنوان پژوهش	نتایج بدست آمده	ارتباط با موضوع پژوهش
بازنمایی ایران در مطبوعات غرب: تحلیل انتقادی گفتمان «نیویورک تایمز»، «گاردین»، «لوموند» و «دی‌ولت»	«تروریسم» و «بنیادگرایی اسلامی» کلیشه‌های شمایل‌انگارانه اصلی هستند که توسط مطبوعات غرب مورد استفاده قرار می‌گیرند.	این دو کلیشه در واقع اسلام و ایران را در رسانه‌های غربی، به عنوان تهدید علیه صلح، دموکراسی و مدرنیزاسیون بازنمایی می‌کنند.
جریان‌سازی خبری به مثابه شکل جدید جریان یکسویه اطلاعات	در دنیای امروز، خبریه عنوان مهمترین محصول رسانه‌های جمعی؛ از جایگاه ویژه‌ای در تعیین خط مشی‌ها و اشاعه آنها برخوردار است. جوامع پیشرفته غربی با دراختیار داشتن ابررسانه‌ها و مهمترین مراکز خبری دنیا، در جریان‌سازی‌های خود بهره فراوانی می‌برند.	این کشورها با وجود ادعای عینی‌گرایی، با ایجاد فضا و جوسازی علیه کشورهای که سیاست و خط مشی‌هایشان متباین با سیاست‌های آنهاست، تصویر غیرواقعی، گمراه‌کننده و مخدوش از وقایع و رخداد‌های این جوامع در معرض دید مخاطب قرار می‌دهند.
جریان رسانه‌ای از نظر تا عمل.	به این نتیجه رسیده است که جریان‌سازی رسانه‌ای، تدبیری است که وسایل ارتباط جمعی به کار می‌برند تا مخاطب را با خود همراه کنند.	رسانه‌های غربی می‌توانند با جریان‌سازی منفی خبری مخاطب را با نگرش‌های خود همراه کنند.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های کیفی. همانطور که گفته شد، تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی بر اساس تحلیل مصاحبه‌ها به روش داده بنیاد انجام شد. تحلیل داده‌ها بعد از شروع اولین گام‌های جمع‌آوری داده‌ها آغاز گردید و سپس عقاید و اندیشه‌های استخراج شده، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها را هدایت کردند. این فرایند تا انتهای پژوهش ادامه یافت. زیرا عقاید، مفاهیم و سؤالات جدید به طور مرتب تولید گردیدند که محقق را به مفاهیم و منابع جدید داده هدایت کردند. برای شکل‌گیری مفهوم از ابتدای جمع‌آوری داده‌ها به کدگذاری و تحلیل آنها پرداخته شد. سه مرحله کدگذاری که برای تکوین منسجم و مشروح نظریه به کار رفته بودند. محقق در کدگذاری باز خط به خط داده‌ها را بازنگری نمود و فرایندهای آن را تشخیص داد و با استفاده از کلمات و عبارات آن‌ها را کدگذاری نمود. سپس با مقایسه مداوم کدها از نظر تشابه و تفاوت در مفاهیم، طبقات شکل گرفته و ویژگی‌ها و ابعاد هر یک از آن‌ها تعیین گردید. در مرحله دوم طبقات با یکدیگر متصل گشته و مجموعه‌ای از قضایا را ساختند. در نهایت در طی ارتباط انتخابی امتزاجی تحلیلی بر روی تمام مراحل صورت گرفت، طبقات با یکدیگر تلفیق شدند. حاصل این مرحله طبقه اصلی بود و در حقیقت نتیجه پالایش شده کدهای اولیه بود. پس از انجام مصاحبه‌ها در جدول ۴ نتایج کدگذاری باز و مقولات استخراج شده در مرحله اول ملاحظه می‌شود.

جدول ۴. نتایج کدگذاری باز

مقوله‌ها	کدهای باز
تفاوت نیروهای مسلح	نیروهای نظامی ایرانی فکری و اعتقادی هستند - تفاوت نیروهای مسلح ج.ا.ا با سایر کشورها.
حمایت از محور مقاومت	حمایت از نیروهای حزب اله، حشدالشعبی و نیروهای انقلابی یمن - حمایت مادی و نظامی ج.ا.ا. از محورمقاومت - حمایت از محور مقاومت - حمایت تسلیحاتی ج.ا.ا. از محور مقاومت - نفوذ و کمک نظامی ج.ا.ا. در منطقه و برخی کشورهای آمریکای لاتین - حمایت نظامی از حزب اله لبنان - حمایت مستشاری از محورمقاومت - کمک مستشاری ج.ا.ا. به کشورهای همسو - فروش تسلیحات به کشورهای منطقه - ترس از نفوذ ایران در آفریقا و آمریکای لاتین.
پیشرفت‌های نظامی و موشکی	ترس از پیشرفت‌های نظامی ج.ا.ا. - توانمندی موشکی ج.ا.ا. - دستاوردهای نوین نظامی ج.ا.ا. - توانمندی‌های نظامی و توسعه ظرفیت‌های تسلیحاتی به ویژه موشکی - توان موشکی و ماهواره‌ای ج.ا.ا. - دستاوردهای جدید ج.ا.ا. در حوزه دفاعی.
توان دفاعی	توان دفاعی ج.ا.ا. - قدرت بازدارندگی ج.ا.ا. - دکترین سیاسی ج.ا.ا. دفاعی است - ج.ا.ا. قادر به تأمین امنیت خود می‌باشد - حفظ تمامیت ارضی و حفظ موجودیت ج.ا.ا.

قدرت نظامی	قدرت نظامی ج.ا.ا - توان بالای تسلیحاتی - قدرت موشکی ج.ا.ا - ترس از ابرقدرت شدن ج.ا.ا در حوزه نظامی - ج.ا.ا قدرت بلامنازع نظامی در منطقه و خاورمیانه است - خطر نظامی ج.ا.ا برای متحدان غرب به ویژه اسرائیل - همکاری نظامی با چین و روسیه.
موقعیت ژئوپلیتیکی	موقعیت خاص ژئوپلیتیکی ج.ا.ا - ایران قطب هوانوردی منطقه است - موقعیت ج.ا.ا. شاه‌رگ حیاتی غرب است - عدم دسترسی غرب به اطلاعات کشورهای شمالی - ج.ا.ا. در کمربند امنیتی شرق قرار گرفته است. ج.ا.ا سرپل آسیا و اروپاست.
ایران هراسی	ایران هراسی و فروش تسلیحات - ایران هراسی و فروش سلاح به کشورهای عربی منطقه - ایران هراسی و فروش تسلیحات به کشورهای همسایه.
چالش جدید	ج.ا.ا هژمونی غرب را به چالش کشیده است - جنگ تمدن غرب و اسلامی.
پیروی از سیاست	دلایل نظامی در ذیل مسائل سیاسی قرار می‌گیرد.

پس از انجام کدگذاری محوری و انتخابی، از مجموع ۳۲ نظر در خصوص دلایل نظامی - امنیتی مرتبط با مقولات استخراج شده از گزاره‌های مصاحبه‌شوندگان، حمایت از محور مقاومت و پیشرفت‌های نظامی و موشکی جمهوری اسلامی ایران هر کدام با ۲۱,۸۷٪ مهمترین عوامل دلایل نظامی - امنیتی بوده و قدرت نظامی و توان دفاعی با ۱۲,۵٪ در رتبه دوم قرار گرفته‌اند، مقوله‌های موقعیت ژئوپلیتیکی و ایران هراسی با ۹,۳۷٪ در میانه قرار گرفته و مقوله چالش جدید و پیروی از سیاست به ترتیب با ۶,۲۵٪ و ۰,۰۳٪ از کمترین اهمیت برخوردار می‌باشند. نتایج در جدول ۵ آورده شده است.

جدول ۵. فراوانی مقولات استخراج شده

علامت اختصاری	مقولات	تعداد نظرات مصاحبه‌شوندگان	درصد مقولات
R1	تفاوت نیروهای مسلح	۱	۳,۱۲٪
R2	حمایت از محور مقاومت	۷	۲۱,۸۷٪
R3	پیشرفت‌های نظامی و موشکی	۷	۲۱,۸۷٪
R4	توان دفاعی	۴	۱۲,۵٪
R5	قدرت نظامی	۴	۱۲,۵٪
R6	موقعیت ژئوپلیتیکی	۳	۹,۳۷٪
R7	ایران هراسی	۳	۹,۳۷٪
R8	چالش جدید	۲	۶,۲۵٪
R9	پیروی از سیاست	۱	۰,۰۳٪
-	جمع نظرات	۳۲	۱۰۰٪

در ادامه تعریف هر یک از مقولات امنیتی و نظامی استخراج شده تشریح شدند.

نیروهای مسلح

جوامع انسانی برای حفظ حکومت، استقلال و تمامیت ارضی و تأمین امنیت خود ناگزیر از فراهم نمودن نیروی نظامی هستند. استقلال و امنیت هر کشور و دولت اعم از داخلی و خارجی نیز در پرتو قدرت و توان نظامی تأمین می‌گردد. از این رو کشورهای مختلف بدین منظور تشکیل و سازماندهی نیروهای مسلح خود را در راستای دفع خطرهای خارجی و داخلی طراحی می‌کنند و با تشکیل سازمان‌ها و نهادهای نظامی خاص، افراد کارآمد و توانا را به استخدام در می‌آورند (نظریور، ۱۳۸۶:۱۳۷).

محور مقاومت

محور مقاومت یک ائتلاف ژئوپلیتیک منطقه‌ای، مرکب از مجموعه بازیگران دولتی (ایران و سوریه) و غیردولتی (حزب الله لبنان و حماس) است که منافع مشترک ملی و ایدئولوژیک دارند و تلاش می‌کنند با سیاست‌های مستقلانه و مقاومت محور خود، نظام سلطه با محوریت ایالات متحده آمریکا را نقد کنند (رضاخواه، ۱۳۹۲:۱).

پیشرفت‌های تسلیحاتی (نظامی و موشکی)

تسلیحات نظامی و موشکی، سلاح‌هایی هستند که از آنها برای انهدام انواع وسایل نقلیه زرهی، انواع شناور، وسایل پروازی، پناهگاه‌ها و استحکامات دشمن استفاده می‌گردد و یکی از حیاتی‌ترین و پر کاربردترین تسلیحات مورد نیاز هر نیروی مسلحی بشمار می‌روند (احمدی معین، ۱۳۸۶:۸۶).

توان دفاعی

درفر هنگ دفاعی - امنیتی، علم و هنر بکارگیری همه قدرت کشور در جهت مقابله با تهدید یا تهدیدات علیه امنیت ملی است (نوروزی، ۱۳۸۵:۹۶).

قدرت نظامی

قدرت نظامی عبارت است از قدرت نیروهای مسلح یک کشور توأم با سایر توانایی‌های ملی و توان زمامداران آن کشور در به کارگیری این نیروها جهت تحقق اهداف امنیت ملی (چگینی، ۱۳۸۴:۱۹۲).

موقعیت ژئوپلیتیکی

ژئوپلیتیک مفهومی است ترکیبی که در آن سه عنصر اصلی جغرافیا، قدرت و سیاست خصلتی ذاتی دارند. در واقع مسائل، موضوعات و پدیده‌های مورد توجه ژئوپلیتیک به گونه‌ای با این سه عنصر ارتباط پیدا می‌نمایند، از این رو موضوع ژئوپلیتیک را روابط متقابل بین آن‌ها تشکیل می‌دهد بنابراین، تعریف ژئوپلیتیک عبارت است از مطالعه روابط متقابل جغرافیا، قدرت و سیاست (حافظ‌نیا، ۱۳۷۹: ۸۶).

ایران هراسی

پروژه راهبردی است که براساس آن، ایران به عنوان تهدیدی بزرگ در منطقه و همچنین تهدیدی برای صلح و امنیت جهانی مطرح و به عنوان یک متغیر مزاحم و بازیگر اخلاقی آفرین در نظام بین‌الملل به تصویر کشیده می‌شود. این رویکرد از سوی ایالات متحده آمریکا و صهیونیسم بین‌الملل با هدف به حاشی راندن جمهوری اسلامی ایران دنبال می‌شود (کیاکجوری، ۱۳۹۰: ۵۱).

چالش جدید

چالش به معنای تعارض، اختلاف، تنش و به طور ضمنی به معنای مبارزه طلبی به کار گرفته می‌شود. بعد از انقلاب و به وجود آمدن کشوری بنام جمهوری اسلامی ایران غرب با موضوعات جدیدی روبرو شد، جمهوری اسلامی ایران هژمونی غرب را به چالش کشیده و چالش جدیدی برای غرب به وجود آورده است (معادی، ۱۳۸۱: ۱۹۰).

پیروی از سیاست

سیاست عبارت است از هرامری که مربوط به دولت، مدیریت، تعیین شکل، مقاصد و چگونگی فعالیت‌ها باشد اطلاق می‌گردد (آشوری، ۱۳۸۹: ۲۱۲). لذا عکس‌العمل کشورها مبتنی بر برنامه و سیاست‌های از پیش تعیین شده است، به این معنا اگر اتفاقی در حوزه نظامی - امنیتی هم رخ دهد منطبق بر سیاست‌های از پیش تعیین شده است.

یافته‌های کمی. در این مرحله با استفاده از تکنیک دیمتال فازی شهودی با مقادیر بازه‌ای به اولویت‌بندی دلایل انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب در حوزه امنیتی و نظامی جمهوری اسلامی ایران پرداخته شد. با توجه به تعداد خبرگان و بر اساس عبارات کلامی، خبرگان تأثیر هر شاخص بر دیگری را مشخص نمودند. در گام بعد وزن هر خبره با استفاده از ترجیحات یاد شده در روش دیمتال - فازی

طبقه‌بندی دلایل انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب در حوزه امنیتی و نظامی جمهوری اسلامی ایران

شهودی با مقادیر بازه‌ای، محاسبه شد که نتایج در جدول ۶ آورده شده است.

جدول ۶. میزان اهمیت و وزن نظر هر خبره

مقدار قطعی	معیار ترجیح زبانی IVIF مطابق با اهمیت هر خبره						میزان اهمیت هر خبره	ردیف
	μ_L	μ_U	ν_L	ν_U	π_L	π_U		
۰,۰۸۳۳	۰,۴۵۰	۰,۵۵۰	۰,۳۵۰	۰,۴۵۰	۰,۰۰۰	۰,۲۰۰	۲	۱
۰,۰۵۳۳	۰,۱۷۵	۰,۳۲۵	۰,۵۲۵	۰,۶۷۵	۰,۰۰۰	۰,۳۰۰	۱	۲
۰,۰۳۱۳	۰,۷۲۵	۰,۷۷۵	۰,۱۷۵	۰,۲۲۵	۰,۰۰۰	۰,۱۰۰	۳	۳
۰,۰۸۳۳	۰,۴۵۰	۰,۵۵۰	۰,۳۵۰	۰,۴۵۰	۰,۰۰۰	۰,۲۰۰	۲	۴
۰,۰۳۱۳	۰,۷۲۵	۰,۷۷۵	۰,۱۷۵	۰,۲۲۵	۰,۰۰۰	۰,۱۰۰	۳	۵
۰,۰۳۱۳	۰,۷۲۵	۰,۷۷۵	۰,۱۷۵	۰,۲۲۵	۰,۰۰۰	۰,۱۰۰	۳	۶
۰,۰۳۱۳	۰,۷۲۵	۰,۷۷۵	۰,۱۷۵	۰,۲۲۵	۰,۰۰۰	۰,۱۰۰	۳	۷
۰,۰۵۳۳	۰,۱۷۵	۰,۳۲۵	۰,۵۲۵	۰,۶۷۵	۰,۰۰۰	۰,۳۰۰	۱	۸
۰,۰۱۰۵	۰,۸۷۵	۰,۹۲۵	۰,۰۲۵	۰,۰۷۵	۰,۰۰۰	۰,۱۰۰	۴	۹
۰,۰۸۳۳	۰,۴۵۰	۰,۵۵۰	۰,۳۵۰	۰,۴۵۰	۰,۰۰۰	۰,۲۰۰	۲	۱۰

در گام بعد ترجیحات تصمیم‌گیرندگان با یکدیگر جمع شده و به صورت یک عبارت IVIF نهایی بدست آمد. در گام بعدی مقدار قطعی هر خانه از ماتریس روابط مستقیم اولیه، با استفاده از محاسبه گر آنتروپی IVIF محاسبه شد که در جدول ۷ مشاهده می‌شود.

جدول ۷. ماتریس ارتباطات مستقیم اولیه در روش IVIF-DEMATEL

دلایل انگاره‌سازی	R_1	R_2	R_3	R_4	R_5	R_6	R_7	R_8	R_9
R_1	۰,۰۰۰	۰,۰۸۲	۰,۰۲۹	۰,۰۵۲	۰,۰۲۳	۰,۰۱۱	۰,۰۵۲	۰,۰۵۲	۰,۰۷۷
R_2	۰,۰۳۸	۰,۰۰۰	۰,۰۶۹۱	۰,۰۹۲	۰,۰۶۹۸	۰,۰۱۱	۰,۰۴۸	۰,۰۹۲	۰,۰۹۰
R_3	۰,۰۱۱	۰,۰۹۰	۰,۰۰۰	۰,۰۹۲	۰,۰۱۱	۰,۰۱۱	۰,۰۲۹۶	۰,۰۵۱	۰,۰۵۲
R_4	۰,۰۳۹	۰,۰۷۱	۰,۰۳۵	۰,۰۰۰	۰,۰۹۲	۰,۰۱۱	۰,۰۱۷	۰,۰۵۱	۰,۰۵۲
R_5	۰,۰۲۱	۰,۰۹۲	۰,۰۱۶۶	۰,۰۹۲	۰,۰۰۰	۰,۰۱۱	۰,۰۲۴	۰,۰۹۲	۰,۰۹۲

نشریه علمی مدیریت و پژوهش‌های دفاعی، سال بیستم، شماره ۹۲، تابستان ۱۴۰۰

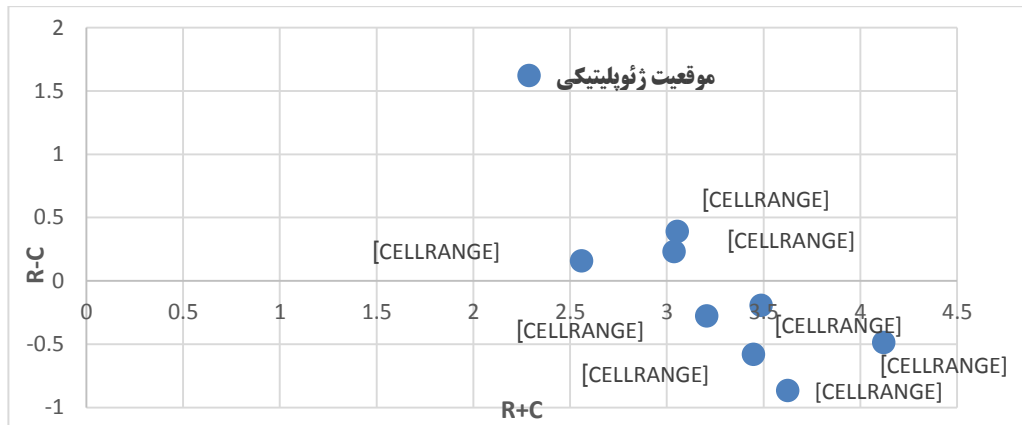
۰,۰۶۹۱	۰,۰۷۰ ۴	۰,۰۹۲ ۱	۰,۰۰۰ ۰	۰,۰۷۴ ۷	۰,۰۵۹ ۰	۰,۰۵۹ ۰	۰,۰۵۹ ۰	۰,۰۵۱ ۸	R ₆
۰,۰۹۲ ۱	۰,۰۷۱ ۰	۰,۰۰۰ ۰	۰,۰۱۱ ۰	۰,۰۲۹۶	۰,۰۵۲ ۳	۰,۰۹۲ ۱	۰,۰۹۰ ۱	۰,۰۵۱ ۳	R ₇
۰,۰۴۱ ۰	۰,۰۰۰ ۰	۰,۰۵۱ ۳	۰,۰۱۱ ۰	۰,۰۲۲ ۰	۰,۰۹۲ ۱	۰,۰۶۹۸	۰,۰۹۲ ۱	۰,۰۷۱ ۰	R ₈
۰,۰۰۰ ۰	۰,۰۴۱ ۰	۰,۰۵۲ ۳	۰,۰۱۱ ۰	۰,۰۱۱ ۳	۰,۰۹۲ ۱	۰,۰۹۲ ۱	۰,۰۹۲ ۱	۰,۰۵۰ ۳	R ₉

پس از نرمال کردن ماتریس ارتباط مستقیم اولیه، ماتریس روابط کل (T) محاسبه شد. این ماتریس نشان‌دهنده تأثیرات مستقیم و غیرمستقیمی است که عناصر ماتریس روی هم دارند که در جدول ۸ مشاهده می‌شود.

جدول ۸. ماتریس روابط کل در روش IVIF-DEMATEL

R ₉	R ₈	R ₇	R ₆	R ₅	R ₄	R ₃	R ₂	R ₁	دلایل انگاره‌ساز ی
۰,۲۱۴ ۳	۰,۱۷۵۶	۰,۱۴۳۶	۰,۰۳۴ ۱	۰,۱۲۱ ۸	۰,۲۰۴ ۴	۰,۱۵۰ ۹	۰,۲۳۶۵	۰,۰۷۷ ۹	R ₁
۰,۲۷۰ ۴	۰,۲۵۷ ۵	۰,۱۶۹۱	۰,۰۴۱۶	۰,۲۰۳ ۱	۰,۲۹۶۰	۰,۲۲۸۶	۰,۲۰۲ ۱	۰,۱۴۷ ۹	R ₂
۰,۲۰۶۳	۰,۱۹۲ ۷	۰,۱۳۳۶	۰,۰۳۷ ۱	۰,۱۳۰ ۲	۰,۲۶۵۱	۰,۱۳۳ ۵	۰,۲۶۲۲	۰,۱۰۳ ۱	R ₃
۰,۱۹۴ ۵	۰,۱۸۰ ۲	۰,۱۰۸ ۰	۰,۰۳۴ ۸	۰,۱۹۸ ۵	۰,۱۵۴ ۹	۰,۱۵۶۴	۰,۲۳۰ ۵	۰,۱۲۱ ۰	R ₄
۰,۲۵۶۹	۰,۲۴۲ ۸	۰,۱۳۳ ۵	۰,۰۳۸ ۹	۰,۱۲۰ ۹	۰,۲۷۸ ۹	۰,۱۶۲۹	۰,۲۷۸ ۸	۰,۱۲۰ ۳	R ₅
۰,۲۶۶۷	۰,۲۵۰ ۷	۰,۲۲۷ ۴	۰,۰۳۱ ۸	۰,۲۱۸۶	۰,۲۷۵ ۸	۰,۲۳۲ ۱	۰,۲۸۰ ۳	۰,۱۷۲ ۲	R ₆
۰,۲۶۲۸	۰,۲۲۷ ۱	۰,۱۱۱ ۹	۰,۰۳۹ ۹	۰,۱۵۱ ۷	۰,۲۴۴ ۵	۰,۲۴۵ ۳	۰,۲۸۳ ۸	۰,۱۵۵ ۲	R ₇
۰,۲۰۸ ۱	۰,۱۴۷ ۳	۰,۱۶۱۸	۰,۰۳۹ ۱	۰,۱۴۶۶	۰,۲۷۷ ۵	۰,۲۱۶۶	۰,۲۸۰ ۰	۰,۱۷۰ ۱	R ₈
۰,۱۳۴ ۰	۰,۱۶۶۲	۰,۱۴۲ ۸	۰,۰۳۴۶	۰,۱۱۱ ۷	۰,۲۴۷ ۴	۰,۲۱۵ ۳	۰,۲۴۹ ۵	۰,۱۳۲ ۲	R ₉

پس از محاسبه ماتریس روابط کل، برای هر یک از روش‌ها، میزان اهمیت و تأثیر گذاری / پذیری هر یک از معیارها مشخص شد که در نمودار ۱ ملاحظه می‌شود.



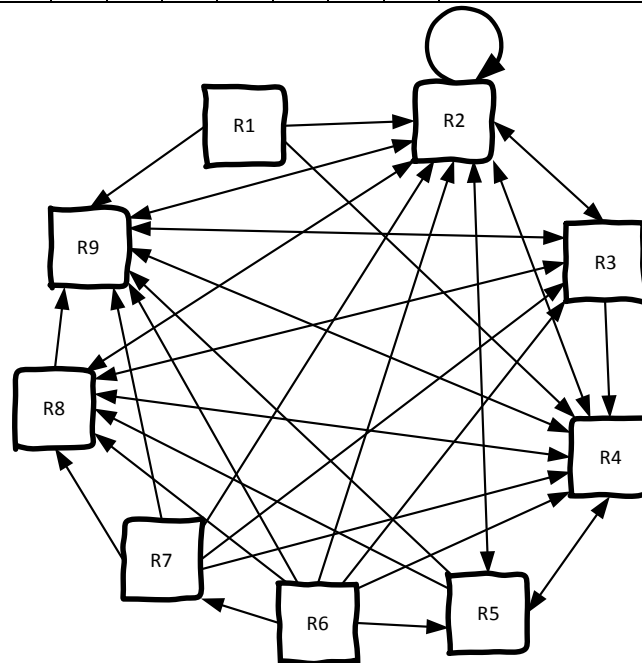
نمودار ۱. نمودار علی دلایل انگاره‌سازی منفی در حوزه امنیتی و نظامی با روش IVIF-DEMATEL

جهت تعیین نقشه روابط شبکه باید حد آستانه محاسبه شود. در این پژوهش و در روش IVIF-DEMATEL برای محاسبه مقدار آستانه روابط، میانگین مقادیر ماتریس T محاسبه شده است. مقدار حد آستانه محاسبه شده برابر ۰,۱۷۷۹ است. با این روش می‌توان از روابط جزئی صرف نظر کرده و شبکه روابط قابل اعتنا را ترسیم کرد. مطابق با جدول ۹ و نمودار ۲ تنها روابطی که مقادیر آنها در ماتریس T از مقدار آستانه بزرگتر و یا مساوی با آن باشد، در نقشه روابط شبکه‌ای نمایش داده شده است. تمامی مقادیر ماتریس T که کوچکتر از آستانه باشد صفر شده یعنی در روابط علی در نظر گرفته نشده است.

جدول ۹. ماتریس تأثیرات در روش IVIF-DEMATEL

R ₉	R ₈	R ₇	R ₆	R ₅	R ₄	R ₃	R ₂	R ₁	دلایل انگاره‌سازی
۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	R ₁ تفاوت نیروهای مسلح
۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	R ₂ حمایت از محور مقاومت
۱	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	R ₃ پیشرفت‌های نظامی و موشکی
۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	R ₄ توان دفاعی
۱	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	R ₅ قدرت نظامی
۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	R ₆ موقعیت ژئوپلیتیکی
۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	R ₇ ایران هراسی
۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	R ₈ چالش جدید

R ₉	پیروی از سیاست	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰
----------------	----------------	---	---	---	---	---	---	---	---



نمودار ۲. نقشه روابط شبکه‌ای در روش IVIF-DEMATEL

همانطور که ملاحظه می‌شود، تأثیرگذارترین دلیل انگاره‌سازی منفی غرب در حوزه امنیتی و نظامی، موقعیت ژئوپلیتیکی ایران می‌باشد. ایران هراسی نیز از تأثیرگذاری در رتبه دوم قرار دارد. قدرت نظامی و تفاوت نیروهای مسلح در رتبه سوم و چهارم از نظر تأثیرگذاری قرار دارند. تأثیرپذیرترین دلیل انگاره‌سازی منفی غرب در حوزه امنیتی و نظامی جمهوری اسلامی ایران، توان دفاعی ایران می‌باشد.

نتیجه‌گیری

تأثیرگذارترین دلیل در انگاره‌سازی رسانه‌ای غرب موقعیت ژئوپلیتیکی ایران است، کشور ایران در یکی از حساس‌ترین موقعیت‌های ژئوپلیتیکی جهان قرار گرفته، به گونه‌ای که مناطق ژئوپلیتیکی فعالی با کارکردهای گسترده و متعدد گرداگرد آن رافرا گرفته است. این موقعیت باعث تأثیرگذاری ایران در روند تحولات جهانی و منطقه‌ای می‌شود. لذا وجود چنین موقعیتی کشورهای غربی برای مقابله با آن برانگیخته است از طرفی جمهوری اسلامی ایران از قدرتی برخوردار است که مقابله با آن به لحاظ نظامی مشکل به نظر می‌رسد از این رو غرب از جنگ سخت به سمت جنگ نرم برای مقابله با جمهوری

اسلامی ایران روی آورده است. همچنین با توجه به بستر تاریخی طبق نظرات ادوارد سعید غرب به شرق همیشه نگاه استعماری دارد. با پیروزی انقلاب اسلامی کشورهای غربی از منابع سرشار ایران که در رژیم گذشته تحت سیطره آنها بود محروم شده‌اند، اقدام به انگاره‌سازی منفی علیه جمهوری اسلامی ایران می‌نمایند. ایران هراسی دومین عامل تأثیرگذار در انگاره‌سازی منفی غرب علیه ایران است، آنچه که امروز در گفتمان رسانه‌ای غرب علیه جمهوری اسلامی ایران برجسته است القای مفاهیمی نادرست از چهره ایران، مردم ایران، دین اسلام و انقلاب اسلامی است که با عناوینی چون افراطی‌گری، بنیادگرایی، حامی تروریسم، پایمال‌کننده حقوق زنان و اقلیت‌های قومی و مذهبی، رژیم ارتجاعی و هزاران مفهوم دیگر انجام می‌پذیرد. براساس یافته‌های ادوارد سعید رسانه‌های غربی اسلام رسانه‌ای شده را ارائه می‌دهند به عبارت دیگر غرب با توجه به سیاست‌ها و منافع خود اسلام را آنطور که می‌خواهد به مخاطبان عرضه می‌کند، لذا کشورهای غربی در جهت منافع خود اقدام به ایران‌هراسی می‌نمایند، غرب تلاش دارد تا در سه سطح با سود بردن از ایران‌هراسی به اهداف خود در قبال جمهوری اسلامی دست یابد. سطح اول؛ تهدید نشان دادن ایران برای کشورهای منطقه و همچنین کشورهای غربی، سطح دوم؛ تغییر نظام و یا حداقل تغییر رفتار نظام جمهوری اسلامی ایران و سطح سوم؛ ایجاد فاصله و اختلاف بین مردم و حاکمیت جمهوری اسلامی ایران است. رسانه‌های غربی از مقولات قدرت نظامی و تفاوت نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران با سایر کشورها در جهت ایران‌هراسی نیز استفاده می‌نمایند.

با توجه به یافته‌های پژوهش مصاحبه‌شوندگان توان دفاعی جمهوری اسلامی ایران را به عنوان تأثیرپذیرترین دلیل انگاره‌سازی منفی غرب در حوزه امنیتی و نظامی جمهوری اسلامی ایران معرفی نموده‌اند. در جهان امروز که کشورهای غربی با اقتصاد برتر و قدرت نظامی فوق‌العاده پیشرفته در صدر آن قرار دارند، هیچگونه حدودمرزی را برای اهداف نظم‌نویین جهانی و نظام تک قطبی خود متصور نیستند در همین راستا امنیت ملی و منافع ملی ایران پیوسته در حال تهدید می‌باشد. از سوی دیگر با توجه به انگاره‌های منفی که رسانه‌های غربی درباره جمهوری اسلامی ایران طبیعی به نظر می‌رسد که بیشترین تأثیرپذیری از این انگاره‌سازی را توان دفاعی داشته باشد به عبارت دیگر با توجه به نوع و حجم انگاره‌های منفی که ایجاد می‌گردد راهبرد دفاعی جمهوری اسلامی ایران در جهت مقابله با تهدید علیه امنیت ملی تعیین می‌شود. با عنایت به یافته‌های پژوهش و مباحث مطرح شده می‌توان چنین عنوان نمود؛ از آنجایی که مهمترین عامل تعیین‌کننده در سیاست کشورها منافع آنها می‌باشد، کشورهای غربی در جهت دستیابی مجدد به منافع خود اقدام به انگاره‌سازی در قبال جمهوری اسلامی ایران

می‌نمایند و هر زمانی که این منافع مورد تهدید قرار گیرد بر حجم انگاره‌سازیه‌های خودمی‌افزایند. با توجه به یافته‌های پژوهش دلایل انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب دربارهٔ جمهوری اسلامی ایران در حوزه امنیتی - نظامی عبارتند از: تفاوت نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران با سایر کشورها، حمایت ایران از جبهه مقاومت، پیشرفت‌های نظامی و موشکی، توان دفاعی، قدرت نظامی، موقعیت ژئوپلیتیکی، ایران هراسی، ایران چالش جدیدی برای غرب و در نهایت پیروی از سیاست‌های غرب در برخورد با مسائل امنیتی - نظامی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد، در بین دلایل ذکر شده توسط مصاحبه‌شوندگان به ترتیب حمایت از محور مقاومت و پیشرفت‌های نظامی و موشکی، قدرت نظامی و توان دفاعی در رتبه، ایران هراسی و موقعیت ژئوپلیتیکی ایران، ایران چالش جدیدی برای غرب و پیروی از سیاست از دلایلی قرار گرفته‌اند، نتایج تکنیک دیمتل فازی شهودی جهت طبقه‌بندی دلایل استخراج شده نشان می‌دهد تأثیرگذارترین دلیل انگاره‌سازی منفی غرب در حوزه امنیتی و نظامی، موقعیت ژئوپلیتیکی ایران می‌باشد. ایران هراسی نیز از تأثیرگذاری در رتبه دوم قرار دارد. قدرت نظامی و تفاوت نیروهای مسلح در رتبه سوم و چهارم از نظر تأثیرگذاری قرار دارند. تأثیرپذیرترین دلیل انگاره‌سازی منفی غرب در حوزه امنیتی و نظامی جمهوری اسلامی ایران، توان دفاعی ایران می‌باشد.

پیشنهادات

- ۱- از آنجایی که تأثیرگذارترین مقوله در انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب دربارهٔ جمهوری اسلامی ایران موقعیت ژئوپلیتیکی ایران می‌باشد، پیشنهاد می‌شود پژوهش مستقلی در خصوص نقش موقعیت ژئوپلیتیکی جمهوری اسلامی ایران در انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب انجام پذیرد.
- ۲- با توجه به اینکه تأثیرپذیرترین مقوله از انگاره‌سازی منفی رسانه‌ای غرب توان دفاعی جمهوری اسلامی ایران می‌باشد پیشنهاد می‌شود مطالعه‌ای در خصوص راهکارهای تقویت توان دفاعی در مقابل انگاره‌سازی رسانه‌ای غرب انجام گیرد.

منابع فارسی و لاتین

۱. ابراهیمی فر، طاهره (۱۳۹۸)، نقش رسانه در تصویرسازی منفی از مسلمانان و غرب در عرصه ارتباطات سیاسی، فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، دوره ۸، شماره ۱.
۲. احمدی معین، محمد مهدی (۱۳۸۶)، واژه‌شناسی تسلیحات نظامی، فصلنامه ره‌آورد سیاسی، انجمن علمی دانشکده علوم سیاسی دانشگاه امام صادق (ع)، شماره ۱۵.

طبقه‌بندی دلایل انکاره‌سازی منفی رسانه‌های غرب در حوزه امنیتی و نظامی جمهوری اسلامی ایران

۳. استراوس، انسلم و جولیت کوربین، (۱۳۹۵). مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه‌زمینه‌ای. ترجمه ابراهیم افشار. تهران: نشرنی.
۴. آشوری، داریوش (۱۳۸۹)، دانشنامه سیاسی، تهران: نشر مروارید.
۵. افقهی، اسماعیل (۱۳۹۴)، جریان‌سازی رسانه‌ای از نظر تا عمل، نقدی بر «درآمدی بر نقش رسانه‌ها در جریان‌سازی»، فصلنامه نقد کتاب (اطلاع‌رسانی و ارتباطات)، سال دوم شماره ۵.
۶. امیریور، مهناز و بهرامیان، شفیق (۱۳۹۲)، مبانی کلی نظریه‌های ارتباط جمعی، تهران: نشر جامعه شناسان، چاپ اول.
۷. بیچرانلو، عبدالله، (۱۳۹۴)، کلیشه‌سازی از ایران در تلویزیون‌های غرب؛ ده کلیشه رسانه‌ای در پانزده مستند برگزیده درباره ایران، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۲۲، شماره ۸۱.
۸. پاکزاد، احمد (۱۳۸۷)، جریان‌سازی خبری به مثابه شکل جدید جریان یکسویه اطلاعات، فصلنامه پژوهش و سنجش شماره ۵۳.
۹. چگینی، حسن (۱۳۸۴)، نظام مدیریت استراتژیک دفاعی، تهران: نشر آجا.
۱۰. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۷۹)، تعریفی نو از ژئوپلیتیک، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، دوره ۱۵، شماره ۳-۴.
۱۱. حافظ‌نیا، محمدرضا، (۱۳۸۵)، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، انتشارات سمت.
۱۲. دبیرینگ، جیمز و اورت راجرز (۱۳۸۵)، مبانی برجسته‌سازی رسانه‌ها. ترجمه علی اصغرکیا و مهدی رشکیانی. شرکت تعاونی سازمان معین ادارات.
۱۳. رضاخواه، علیرضا (۱۳۹۲)، «بیداری اسلامی و آینده محور مقاومت» مجله زمان، شماره ۳۲.
۱۴. سعید، ادوارد، (۱۳۷۱)، شرق شناسی. ترجمه دکتر عبدالرحیم گواهی. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۱۵. سعید، ادوارد، (۱۳۷۹)، اسلام رسانه‌ها. ترجمه اکبرافسری. تهران: انتشارات توس.
۱۶. سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۴) نظریه‌های ارتباط جمعی، دکتر علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۷. شکرخواه، یونس، (۱۳۸۲)، جنگ روانی صورت شدید انگاره‌سازی، نشریه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۳۴.
۱۸. صادقی، سیدشمس‌الدین و رحیمی، احمد، (۱۳۹۷)، پروژه ایران هراسی و منافع مالی مجتمع‌های نظامی - صنعتی غرب در منطقه خلیج فارس، فصلنامه روابط خارجی، دوره ۱۰، شماره ۳۷.
۱۹. ضرغامی خسروی، سمیرا و ذاکریان، مهدی و برزگر، کیهان و کاظمی زند، سیدعلی اصغر، (۱۳۹۹)، تأثیر پروژه ایران هراسی در راهبرد منطقه‌ای جدید اسرائیل، فصلنامه مطالعات بین‌المللی، دوره ۱۶، شماره ۴.
۲۰. کمالی پور، یحیی، شیخ عطار، مریم (۱۳۷۶)، افکار عمومی کنترل شده، فصلنامه رسانه، شماره ۳۰.
۲۱. کیاکجوری، کیانوش، ۱۳۹۰، «چرا ایران هراسی»، پیام انقلاب، شماره ۴۷.
۲۲. معادی، حمید (۱۳۸۱)، چالش‌های ایران و آمریکا بعد از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
۲۳. معتمدنژاد، کاظم. مهدی زاده طالبی، سیدمحمد (۱۳۸۴)، بازنمایی ایران در مطبوعات غرب: تحلیل انتقادی گفتمان «نیویورک تایمز»، «گاردین»، «لوموند»، «دی ولت»، فصلنامه علوم اجتماعی شماره ۳۶.

۲۴. مهدی زاده، سید محمد، (۱۳۸۷)، رسانه هاوبازنمایی، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها.
۲۵. مهدی زاده، سیدمحمد، هوشیار، مهدی(۱۳۹۹)، چهارچوب‌سازی وگفتمان‌سازی رسانه‌ها درپوشش اخبار، مجله مطالعات میان رشته‌ای ارتباطات و رسانه، شماره ۷.
۲۶. مولانا، حمید، (۱۳۸۴)، اطلاعات و ارتباطات جهانی، ترجمه‌اسدالله آزاد، محمدحسن زاده و مریم اخلاقی. تهران: کتابدار.
۲۷. نظریور، مهدی(۱۳۸۶)، جایگاه نیروهای مسلح در نظام جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه حصون، پژوهشکده تحقیقات اسلامی نمایندگی ولی فقیه در سپاه، شماره ۱۱.
۲۸. نوروزی، محمدتقی(۱۳۸۵)، فرهنگ دفاعی-امنیتی، تهران: انتشارات سنا.
1. Abdullah, L. , Zulkifli, N. , Liao, H. , Herrera-Viedma, E. , & Al-Barakati, A. (2019). An interval-valued intuitionistic fuzzy DEMATEL method combined with Choquet integral for sustainable solid waste management. *Engineering Applications of Artificial Intelligence*, 82, 207-215.
 2. Hall, Stuart. (1997), *Cultural Representation and Signifying Practice*, London: Sage Publications.

Classification the Reasons for the Negative Image Making of the Western Media in Security and Military Field of the Islamic Republic of Iran

*Ahmad Afshari*¹

*Seyyed Vahid Aghili*²

*Seyyed Mahmoud Nezhati Hosseini*³

ABSTRACT

For the past three decades, one of the current political issues in the field of media, parties, and public opinion has been the issue of hostilities between Western powers and the Islamic Republic of Iran. Therefore, there are reasons for this hostility and negative perception of the Western media about the Islamic Republic of Iran which we sought to find based on the present study to achieve these reasons. The purpose of this study was to investigate this ideation in the field of security and military and classify its reasons into two categories of effective and influential. The statistical population for this study were experts in the fields of communication sciences and political science. Theoretical saturation in this study was obtained through structured team interviews with 10 people. Sampling method in this study was purposive sampling. Data analysis was performed based on the grounded theory and intuitive fuzzy Dematel technique. The results of the grounded theory show that military-security categories (differences in the armed forces, support for the resistance axis, military and missile advances, defense capability, military power, geopolitical position, Iranophobia, a new challenge, and policy) were based on negative media perceptions. The West was influential. The results of intuitive fuzzy Dematel technique to classify the extracted reasons showed that Iran's geopolitical position was the most effective reason for the Western media's negative image making of Iran's security and military. Iranophobia was also recognized as the second most influential reason. The most influential reason for the negative image making of the West in the security and military field was Iran's defense capability. At the end, after comparing the results with the existing theories, the conclusion were summarized and presented.

Keywords: Negative Image Making, Iranophobia, Labeling, Military Position, Intuitive Fuzzy Dematel.

1. PH.D in Social Communication Sciences, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Ahm.afshari@gmail.com

2. Assistant Professor, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
Seyyed_vahid_aqili@yahoo.com

3. Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran
Nejati.hosseini@gmail.com