

عنوان مقاله:

تاملی نظری بر عملکرد رسانه ملی در جنگ تحمیلی د ر حوزه سیاسی و خبری

محل انتشار:

فصلنامه جامع دفاع مقدس، دوره 2، شماره 2 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 36

نویسنده:

حسن مجیدی - امام صادق

خلاصه مقاله:

امروزه مناسبات جنگ و رسانه از موضوعات نوپدید و قابل مطالعه در دو عرصه دانش و ادبیات علمی مربوط به جنگ و نیز حوزه دانش ارتباطات است، به نحوی که می توان گفت جنگ های امروزه به شدت رسانه ای شده است. انقلاب اسلامی ایران به موازات ایجاد تحولی نو در عرصه انقلاب، دولت سازی و نظام سازی، در عرصه نقش و جایگاه رسانه ها نیز تحولاتی قابل توجه ایجاد کرده است. این امر بخصوص در دوران هشت ساله دفاع مقدس نمود و جلوه خاصی یافت به نحوی که می توان گفت متاثر از فضای انقلاب و جنگ، رسانه نیز معنا و جایگاهی خاص یافت و متقابلا نقش آفرینی رسانه در عرصه بسیج سیاسی، بررسی، مدیریت افکار و احساسات و روحیه عمومی، خنثی کردن تبلیغات و جنگ روانی دشمنان انقلاب اسلامی و بخصوص ایفاگری نقش ضلع رسانه ای دفاع مقدس سهمی ویژه داشته است. بخش عمده این نقش متوجه رسانه صدا و سیما بخصوص حوزه خبر و برنامه های سیاسی بوده است این مقاله به این پرسش اساسی پاسخ می دهد که با رویکرد نظری عملکرد حوزه خبری و سیاسی رسانه صدا و سیما در دوران دفاع مقدس چگونه قابل تحلیل است ؟ از آنجا که تاکنون پژوهش درخوری درباره مبانی نظری عملکرد رسانه در دوران دفاع مقدس بخصوص در بعد سیاسی و اعتقادی صورت نگرفته است؛ هدف مقاله حاضر ترسیم نقطه آغاز برای تدوین مبانی نظری عملکرد حوزه اطلاع رسانی صدا و سیما در دوران دفاع مقدس است. یافته های این تحقیق که به روش توصیفی و تحلیلی تدوین شده نشان می دهد، نظام اطلاع رسانی صدا و سیما در دوران دفاع مقدس بخصوص در مرحله آغاز آن از اضلاع مختلفی تشکیل شده بود که از ترکیب واژه هایی چون آرمان مداری در عین مصلحت گرایی، اخلاق محوری در عین فراوظیفه گرایی، ولایت مداری در عین مردمگرایی، جهادگرا و انقلابی در عین توجه به وضعیت روزمره جامعه ونفی سکولاریزم بدست می آید.

کلمات کلیدی:

دفاع مقدس- رسانه- صدا و سیما- خبر- اطلاع رسانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1384527>

