

زن، رسانه و مقاومت: سه گانه ای در جنگ نرم

لیلا جعفری دهکردی^۱

چکیده

این پژوهش با هدف تبیین ساختار رابطه میان زن، رسانه و مقاومت در چارچوب جنگ نرم انجام شد. نظریه مقاومت فرهنگی و رویکرد سازه‌گرایی نمادین به‌عنوان چارچوب نظری و روش تحلیل محتوای کیفی بر اساس روش گرنِددِ تئوری به‌کار گرفته شد. داده‌ها از طریق تحلیل ۴۲ متن رسانه‌ای (شامل مصاحبه‌ها، گزارش‌های خبری، محتوای شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های تلویزیونی) تولیدشده توسط یا درباره زنان فاعل در فضای عمومی در بازه زمانی ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۴ جمع‌آوری شدند. یافته‌ها نشان داد که زنان نه تنها قربانیان جنگ نرم نیستند، بلکه از طریق تولید و بازتولید گفتمان‌های مقاومتی در فضای رسانه‌ای، نقش فعالی در بازتعریف هویت فرهنگی و مذهبی ایفا می‌کنند. شکاف پژوهشی این مطالعه، غیبت نگاه سه‌جانبه «زن-رسانه-مقاومت» در ادبیات پیشین بود که اغلب این مؤلفه‌ها را به‌صورت جداگانه بررسی کرده‌اند. محدودیت اصلی پژوهش، متمرکزبودن بر فضای رسانه‌ای فارسی‌زبان و عدم تعمیم‌پذیری یافته‌ها به سایر زمینه‌های زبانی و فرهنگی است. نوآوری پژوهش، تبیین «سه‌گانه مقاومتی» به‌عنوان سازوکاری پویا در مقابل استراتژی‌های جنگ نرم است. این یافته‌ها کاربرد نظری در گسترش مطالعات رسانه‌ای جنسیت‌محور و کاربرد عملی در طراحی راهبردهای فرهنگی مقاومت‌محور دارند.

واژگان کلیدی: زن، رسانه، مقاومت، جنگ نرم، گفتمان، فاعلیت فرهنگی

مقدمه

در عصر حاضر، جنگ دیگر محدود به صحنه‌های نظامی نیست، بلکه در فضاهای فرهنگی، روانی و رسانه‌ای گسترش یافته و به‌عنوان یکی از چالش‌های بنیادین امنیت ملی و هویت‌های جمعی مطرح شده است. در این بستر، مفهوم «جنگ نرم» به‌عنوان مجموعه‌ای از استراتژی‌های غیرمستقیم که با هدف تضعیف باورهای دینی، دگرگونی الگوهای فرهنگی و تغییر ساختارهای ارزشی جوامع عمل می‌کنند، اهمیت ویژه‌ای یافته است. رسانه در این فرآیند، هم به‌عنوان ابزاری برای نفوذ فرهنگی و هم به‌عنوان فضایی برای پاسخ‌گویی و مقاومت، نقشی کلیدی ایفا می‌کند. در میان این تحولات، زنان—که سنتاً در چارچوب‌های روایی به‌عنوان دینفعان حاشیه‌ای یا قربانیان اجتماعی تصویر می‌شدند—در سال‌های اخیر، ظهوری فاعل‌گرایانه در فضای عمومی و رسانه‌ای داشته‌اند. این تحول، پرسشی اساسی را مطرح می‌سازد: چگونه زنان از طریق رسانه، در مقابل استراتژی‌های جنگ نرم، مقاومت را سازماندهی، بازتولید و تجسم می‌بخشند؟

ادبیات پژوهشی پیرامون جنگ نرم عمدتاً بر ابعاد ژئوپلیتیکی، امنیتی و ساختاری آن متمرکز بوده و کمتر به نقش جنسیت به‌ویژه زنان به‌عنوان فاعلان فرهنگی پرداخته است. مطالعاتی چون مهدوی (۱۳۹۵) و صادقی (۱۳۹۸) با وجود تحلیل‌های عمیق در

^۱ LeiLA.JAFaRi8088@gmail.com طلبه سطح ۳ رشته تفسیر و علوم قرآن حوزه علمیه الزهرا (س). -

خصوص ماهیت جنگ نرم، از چشماندازی جنسیتی به مسئله نگاه نکرده‌اند. از سوی دیگر، پژوهش‌های جنسیت‌محور در ایران و جهان —همانند نوری (۱۳۹۹) اگرچه به نقش زنان در فضاهای سیاسی، اجتماعی و اعتراضی پرداخته‌اند، اما کمتر به فاعلیت آن‌ها در مواجهه با جنگ نرم از طریق رسانه توجه کرده‌اند. همچنین، برخی پژوهش‌ها مانند کاظمی (۱۴۰۰) به مفهوم «مقاومت رسانه‌ای» پرداخته‌اند، اما این مقاومت را در چارچوب کلی جامعه یا نخبگان رسانه‌ای بررسی کرده‌اند، نه از دیدگاه خاص و پویای زنان به‌عنوان تولیدکنندگان نمادین فرهنگ.

این شکاف پژوهشی، هسته مسئله این تحقیق را تشکیل می‌دهد: فقدان یک چارچوب تحلیلی که به‌صورت همزمان و تعاملی، سه مؤلفه «زن»، «رسانه» و «مقاومت» را در چارچوب «جنگ نرم» مطالعه کند. پژوهش‌های گذشته یا یکی از این مؤلفه‌ها را نادیده گرفته‌اند یا آن‌ها را به‌صورت جداگانه و بدون توجه به رابطه پویای بین‌شان تحلیل کرده‌اند. بسیاری از این مطالعات همچنین رویکردی قربانی‌گرایانه یا ذات‌گرایانه نسبت به زنان اتخاذ کرده‌اند و از درک فاعل‌گرایی فرهنگی آن‌ها غافل مانده‌اند.

در این راستا، نوآوری پژوهش حاضر در معرفی «سه‌گانه مقاومتی» نهفته است؛ یعنی درک زن نه به‌مثابه هدف یا قربانی جنگ نرم، بلکه به‌عنوان فاعلی فرهنگی که از طریق تولید گفتمان‌های رسانه‌ای، در مقابل جنگ نرم مقاومت می‌کند. این پژوهش با تلفیق نظریه مقاومت فرهنگی استوارت هال و رویکرد سازه‌گرایی نمادین کلیفورد گیرتز، چارچوبی تحلیلی نو برای فهم این تعامل پیچیده ارائه می‌دهد.

مسئله اصلی این پژوهش این است که چگونه زنان در فضای رسانه‌ای، با بهره‌گیری از سرمایه‌های فرهنگی و نمادین خود، در مقابل استراتژی‌های جنگ نرم، مقاومت را سازماندهی و تجسم می‌بخشند؟ این مسئله از آن رو ضروری است که شناخت صحیح از فاعلیت زنان می‌تواند به طراحی راهبردهای فرهنگی مؤثرتر در مقابل جنگ نرم کمک کند و همزمان، تصویری فراتر از قربانی‌بودن از زنان در رسانه‌ها ارائه دهد.

هدف کلی این پژوهش، تبیین رابطه ساختاریافته میان زن، رسانه و مقاومت در شرایط جنگ نرم است. اهداف فرعی شامل تحلیل گفتمان‌های رسانه‌ای تولیدشده توسط زنان در راستای مقاومت فرهنگی، شناسایی سازوکارهای نمادین که زنان برای بازتولید هویت ملی-مذهبی به‌کار می‌گیرند، و بررسی چگونگی تعامل زنان با فضای رسانه‌ای به‌عنوان میدانی برای مقاومت در مقابل جنگ نرم است.

سؤال اصلی این است که زمینه‌ها و شیوه‌های مقاومت رسانه‌ای زنان در مواجهه با جنگ نرم چیست؟ سؤالات فرعی نیز به این موضوعات می‌پردازند که چه گفتمان‌هایی در محتوای رسانه‌ای زنان حاکم است، چگونه این گفتمان‌ها با استراتژی‌های جنگ نرم در تقابل قرار می‌گیرند، و چه نقشی رسانه در فاعل‌سازی زنان در این فرآیند ایفا می‌کند. فرضیه اصلی این پژوهش این است که زنان از طریق تولید محتوای رسانه‌ای، نقش فعالی در شکل‌دهی به مقاومت فرهنگی در برابر جنگ نرم ایفا می‌کنند.

متغیر مستقل این تحقیق، محتوای رسانه‌ای تولیدشده توسط یا درباره زنان فاعل است؛ متغیر وابسته، شکل‌گیری گفتمان‌های مقاومتی علیه جنگ نرم است. متغیرهای کنترل نیز شامل زمینه فرهنگی، دینی و رسانه‌ای فضای ایران در بازه زمانی مورد مطالعه است.

در ادامه، این مقاله در پنج بخش تنظیم شده است: پس از مقدمه، بخش دوم به مرور ادبیات نظری و تجربی پرداخته؛ بخش سوم روش‌شناسی پژوهش را تبیین می‌کند؛ بخش چهارم یافته‌های تحلیل محتوا را ارائه می‌دهد؛ و بخش پایانی به بحث و نتیجه‌گیری، همراه با پیشنهادهای نظری و عملی، اختصاص یافته است.

پیشینه تحقیق

پیشینه این پژوهش بر اساس چارچوبی سه‌بعدی طراحی شد: اول، مطالعات مربوط به جنگ نرم و امنیت فرهنگی؛ دوم، پژوهش‌های پیرامون نقش زنان در فضای عمومی و رسانه‌ای؛ و سوم، ادبیات نظری و تجربی در زمینه مقاومت فرهنگی و گفتمان‌های رسانه‌ای. هدف از این طراحی، شناسایی نقاط تقاطع و شکاف میان این سه حوزه مفهومی بود، تا بتوان «سه‌گانه مقاومتی» را به‌عنوان یک واحد تحلیلی نو معرفی کرد.

منابع مرتبط از پایگاه‌های معتبر فارسی و لاتین — از جمله JSTOR، Google Scholar، Magiran، SID، NoorMags و ScienceDirect در بازه زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۴ (ه.ش.) جستجو شدند. کلیدواژه‌های ترکیبی مانند «جنگ نرم + زن»، «مقاومت رسانه‌ای + جنسیت»، «زن + گفتمان + فاعلیت فرهنگی» و معادل‌های انگلیسی آن‌ها به کار گرفته شدند. از میان ۱۲۸ منبع اولیه، ۱۲ منبع (۷ فارسی و ۵ لاتین) بر اساس معیارهای ارتباط مستقیم، اعتبار علمی و جدید بودن انتخاب نهایی شدند. منابع انتخابی به‌صورت سلسله‌مراتبی و مفهومی سازماندهی شدند. تحلیل منابع نشان داد که ادبیات جنگ نرم عمدتاً مردسالار و غیرجنسیتی است؛ یعنی زنان یا به‌عنوان هدف‌های آسیب‌پذیر جنگ نرم تصویر می‌شوند یا کاملاً غایب‌اند. از سوی دیگر، پژوهش‌های جنسیت‌محور رسانه‌ای، هرچند به فاعلیت زنان اشاره دارند، اما از بافت سیاسی-فرهنگی جنگ نرم جدا شده‌اند. حتی مطالعاتی که به «مقاومت رسانه‌ای» پرداخته‌اند (مانند کاظمی، ۱۴۰۰)، زنان را در نقشی فرعی یا تبعی‌نما نشان داده‌اند. این دو حوزه پژوهشی، علیرغم همپوشانی موضوعی، تاکنون به‌صورت جزیره‌ای و غیرتعاملی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. این پژوهش، با تلفیق نظریه مقاومت فرهنگی (Hall, 1980)، سازه‌گرایی نمادین (Geertz, 1973)، و نظریه فاعلیت جنسیتی (Butler, 1990; Abu-Lughod, 2013)، چارچوبی تحلیلی جدید ارائه می‌دهد. در این چارچوب، زن نه قربانی، بلکه تولیدکننده نمادین است که از طریق رسانه، گفتمان‌های مقاومت را بازسازی می‌کند.

شکاف پژوهشی اصلی، فقدان یکپارچه‌سازی سه مؤلفه «زن»، «رسانه» و «مقاومت» در چارچوب «جنگ نرم» است. پژوهش‌های گذشته یا یکی از این مؤلفه‌ها را نادیده گرفته‌اند یا آن‌ها را به‌صورت خطی و بدون توجه به تعامل پویای متقابل‌شان بررسی کرده‌اند. نوآوری این تحقیق در معرفی «سه‌گانه مقاومتی» به‌عنوان یک واحد تحلیلی است که نه تنها نقش فاعل‌گرای زنان را در جنگ رسانه‌ای آشکار می‌سازد، بلکه مکانیسم‌های فرهنگی-گفتمانی مقاومت را در مقابل جنگ نرم تبیین می‌کند.

یافته‌های پیشینه مستقیماً به سؤال اصلی پژوهش در مقدمه پاسخ می‌دهد. همچنین، چارچوب نظری شکل گرفته در این بخش، پایه روش‌شناسی تحلیل محتوای کیفی و طبقه‌بندی کدهای گفتمانی در بخش یافته‌ها خواهد بود.

روش تحقیق

این پژوهش با رویکردی کیفی و بر اساس طرح نظریه زمینه‌ای (Grounded Theory) انجام شد. جامعه آماری شامل تمامی متون رسانه‌ای تولیدشده توسط یا درباره زنان فاعل فرهنگی-رسانه‌ای در فضای عمومی ایران در بازه آبان ۱۴۰۰ تا آبان ۱۴۰۴ بود. نمونه‌گیری به روش هدفمند نظری انجام شد و در نهایت ۴۲ متن (شامل مصاحبه، گزارش خبری، پست اینستاگرامی و برنامه رادیویی) مورد تحلیل قرار گرفتند.

ابزار اصلی جمع‌آوری داده، تحلیل محتوای کیفی بود. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار NVivo 14 ثبت و سازماندهی شدند. برای اطمینان از اعتبار، از روش‌های هم‌پژوهی، بازبینی توسط شرکت‌کنندگان و ثبت روند تحلیل استفاده شد. تحلیل داده‌ها در سه مرحله انجام شد: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی. این فرآیند منجر به شناسایی ۱۲۶ کد اولیه، ۱۸ زیردسته و ۶ دسته مفهومی اصلی شد که در نهایت تحت هسته نظری «سه‌گانه مقاومتی» سازماندهی شدند. تمامی متون از فضای عمومی جمع‌آوری شدند و ملاحظات اخلاقی (مانند پنهان کردن هویت در موارد لازم) رعایت گردید.

یافته‌های تحقیق

در این بخش، یافته‌های حاصل از تحلیل سیستماتیک ۴۲ متن رسانه‌ای ارائه می‌شود. تحلیل داده‌ها بر اساس روش نظریه زمینه‌ای و با استفاده از نرم‌افزار NVivo 14 انجام شد. فرآیند کدگذاری منجر به شناسایی ۱۲۶ کد اولیه، ۱۸ زیردسته و ۶ دسته مفهومی اصلی گردید که در نهایت تحت یک هسته نظری «سه‌گانه مقاومتی» سازماندهی شدند.

از میان ۴۲ متن مورد تحلیل، ۸۵.۷٪ مربوط به زنان به‌عنوان تولیدکننده مستقیم محتوا بود. شش دسته مفهومی عبارت بودند از: (۱) بازتعریف هویت فرهنگی (در ۳۲ متن)، (۲) مقاومت از طریق مادری (در ۲۱ متن)، (۳) تولید نمادهای مقاومتی (در ۱۹ متن)، (۴) نقدهای درونی به گفتمان‌های سنتی (در ۱۴ متن)، (۵) استفاده از فضای مجازی به‌عنوان میدان مقاومت (در ۸ متن)، و (۶) هم‌افزایی زن-رسانه-مقاومت (در ۳۶ متن).

فرضیه اصلی پژوهش «زنان از طریق تولید محتوای رسانه‌ای، نقش فعالی در شکل‌دهی به مقاومت فرهنگی در برابر جنگ نرم ایفا می‌کنند» با یافته‌ها تأیید شد. عوامل زمینه‌ای مانند سرمایه دینی و نوع فضای رسانه‌ای، شیوه‌های مقاومت را تعدیل می‌کردند.

یک نقل‌قول نمونه از یک مصاحبه تلویزیونی (نمونه T-17 نشان می‌دهد: «من هر روز از طریق اینستاگرام نشان می‌دهم که می‌توان با حجاب، پیشرفت کرد... این همان مقاومت واقعی است»).

بحث و تحلیل یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش نشان داد که زنان در فضای رسانه‌ای ایران، نه تنها قربانیان جنگ نرم نیستند، بلکه به‌عنوان فاعلان فرهنگی، از طریق تولید گفتمان‌های مقاومتی، در برابر استراتژی‌های جنگ نرم واکنش فعالانه‌ای از خود نشان می‌دهند. تحلیل ۴۲ متن رسانه‌ای منجر به شناسایی شش دسته مفهومی کلیدی شد: (۱) بازتعریف هویت فرهنگی، (۲) مقاومت از طریق مادری، (۳) تولید نمادهای مقاومتی، (۴) نقدهای درونی به گفتمان‌های سنتی، (۵) استفاده از فضای مجازی به‌عنوان میدان مقاومت، و (۶) هم‌افزایی پویای «زن-رسانه-مقاومت» که در ۳۶ متن (۸۵.۷٪) مشاهده شد. این یافته‌ها تأیید کردند که زنان از طریق سرمایه‌های فرهنگی

و نمادین خود، فضای رسانه‌ای را به‌میدانی برای بازسازی هویت ملی-مذهبی تبدیل می‌کنند. به‌ویژه، مفهوم «سه‌گانه مقاومتی» به‌عنوان هسته نظری پژوهش، نشان داد که این سه مؤلفه در تعامل پویا و غیرخطی، سازوکاری یکپارچه برای مقابله با جنگ نرم ایجاد می‌کنند.

یافته‌های این پژوهش در برخی موارد با ادبیات پیشین هم‌راستا و در برخی دیگر مکمل یا حتی چالش‌برانگیز است. مطالعاتی مانند مهدوی (۱۳۹۵) و صادقی (۱۳۹۸) جنگ نرم را عمدتاً به‌عنوان تهدیدی خارجی و یک‌سویه تحلیل کرده‌اند و نقش زنان را در این فرآیند یا نادیده گرفته‌اند یا به‌صورت قربانی‌گرایانه معرفی کرده‌اند. در مقابل، این پژوهش نشان داد که زنان نه تنها در برابر این تهدید واکنش نشان می‌دهند، بلکه از طریق رسانه، تولیدکننده گفتمان‌های مقاومتی هستند. این یافته با رویکرد-Abu (2013) در مورد «فاعلیت زنان در بازتولید فرهنگ از درون» هم‌خوانی دارد، اما آن را در بستر خاص جنگ نرم و فضای رسانه‌ای ایران گسترش می‌دهد.

همچنین، کاظمی (۱۴۰۰) در پژوهش خود به «مقاومت رسانه‌ای» اشاره کرده، اما این مقاومت را از دیدگاه نخبگان رسانه‌ای و بدون تمرکز جنسیتی تحلیل کرده است. در حالی که یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که زنان معمولی—نه لزوماً نخبه—از طریق فضاهایی مانند اینستاگرام، نقش فعالی در تولید نمادهای مقاومت دارند. این امر، مرزهای «فاعلیت فرهنگی» را فراتر از حلقه‌های رسمی گسترش می‌دهد. علاوه بر این، پژوهش‌هایی که به نقش مادری در جامعه‌شناسی ایران پرداخته‌اند (مانند نوری، ۱۳۹۹)، آن را عمدتاً در چارچوب نقش‌های سنتی بررسی کرده‌اند، در حالی که این مطالعه نشان داد که «مادری» در گفتمان زنان، به‌عنوان استراتژی فرهنگی مقاومت بازتعریف شده است—نه به‌عنوان تسلیم‌شدگی به ساختارهای سنتی، بلکه به‌عنوان سلاحی نمادین در برابر «فرهنگ مصرف‌گرای غربی».

یافته‌ها را می‌توان از دو منظر نظری تفسیر کرد. اول، از دیدگاه نظریه مقاومت فرهنگی استوارت هال، که بر این ایده تأکید دارد که مقاومت لزوماً در قالب اعتراض سیاسی نیست، بلکه می‌تواند از طریق بازتولید معانی در فضاهای روزمره و رسانه‌ای شکل گیرد. زنان در این پژوهش، با بازتعریف مفاهیمی مانند حجاب یا مادری، در حال نبرد بر سر معنا هستند—نبردی که هسته جنگ نرم است.

دوم، از منظر رویکرد سازه‌گرای نمادین کلیفورد گیرتز، که فرهنگ را مجموعه‌ای از شبکه‌های معنایی می‌داند که انسان‌ها در آن‌ها زندگی می‌کنند. در این چارچوب، فعالیت رسانه‌ای زنان نه تنها انتقال پیام، بلکه بافت دوباره شبکه‌های معنایی است تا در برابر «شبکه‌های رقیب» جنگ نرم مقاومت کند. به‌عنوان مثال، استفاده از پوشش مدرن همراه با حجاب در تصاویر اینستاگرامی، یک گُد نمادین است که «اسلام‌گرایی» و «مدرنیته» را در تقابل نمی‌گذارد، بلکه آن‌ها را در یک گفتمان واحد ادغام می‌کند.

این تفسیرها نشان می‌دهد که فاعلیت زنان در جنگ رسانه‌ای، ناخودآگاه یا غریزی نیست، بلکه فرآیندی آگاهانه و استراتژیک است که بر پایه سرمایه‌های فرهنگی و دینی شکل گرفته است. همین امر، تفاوت بنیادین این مقاومت با آنچه در ادبیات غربی به‌عنوان «زنان به‌عنوان مصرف‌کننده فرهنگ غربی» تصویر می‌شود، را مشخص می‌سازد.

سؤال اصلی این پژوهش—«زمینه‌ها و شیوه‌های مقاومت رسانه‌ای زنان در مواجهه با جنگ نرم چیست؟»—با یافته‌ها به‌طور کامل پاسخ داده شد. زمینه‌ها شامل فضای فرهنگی-دینی ایران و دسترسی به ابزارهای رسانه‌ای بوده است. شیوه‌های مقاومت نیز عمدتاً از طریق بازتعریف مفاهیم هویتی، تولید نمادهای فرهنگی و استفاده از فضای مجازی به‌عنوان میدان فرایندی شکل گرفته است. سؤالات فرعی نیز پاسخ داده شدند: گفتمان‌های حاکم در محتوای زنان، عمدتاً بر «هویت آگاهانه»، «مادری فرهنگی» و «مقاومت از طریق زیبایی‌شناسی اسلامی» متمرکز بود.

-این گفتمان‌ها با استراتژی‌های جنگ نرم—مانند ترویج فردگرایی، شک‌گرایی دینی و بی‌هویتی—در تقابل مستقیم قرار می‌گیرند.

-رسانه، نه تنها ابزار انتقال، بلکه فضایی برای فاعل‌سازی است که زنان را از موقعیت «هدف» به موقعیت «فاعل» تبدیل می‌کند.

فرضیه اصلی—«زنان از طریق تولید محتوای رسانه‌ای، نقش فعالی در شکل‌دهی به مقاومت فرهنگی در برابر جنگ نرم ایفا می‌کنند»—با شواهد مستند و فراوان تأیید شد.

این پژوهش با چند محدودیت روبه‌رو بود که باید در تفسیر یافته‌ها مدنظر قرار گیرد. اول، تمرکز بر فضای رسانه‌ای فارسی‌زبان تعمیم‌پذیری یافته‌ها را به سایر زمینه‌های زبانی و فرهنگی محدود می‌کند. دوم، عدم دسترسی به قصد و هدف واقعی تولیدکنندگان محتوا؛ زیرا داده‌ها از فضای عمومی جمع‌آوری شدند و مصاحبه مستقیم با تولیدکنندگان انجام نشد. سوم، تحیز احتمالی در انتخاب متون؛ هرچند از نمونه‌گیری نظری استفاده شد، اما احتمال غفلت از برخی گفتمان‌های حاشیه‌ای وجود دارد. چهارم، تغییرپذیری سریع فضای مجازی که ممکن است برخی از محتواها پس از جمع‌آوری داده‌ها حذف یا تغییر داده شوند. با این حال، این محدودیت‌ها ذاتاً بخشی از پژوهش‌های کیفی در فضای رسانه‌ای هستند و با روش‌هایی مانند اشباع نظری و مستندسازی کامل، تا حد ممکن مدیریت شدند.

از دیدگاه نظری، این پژوهش سه معیار اصلی دارد:

اول، معرفی «سه‌گانه مقاومتی» به‌عنوان یک واحد تحلیلی جدید که تعامل پویای زن، رسانه و مقاومت را در برابر جنگ نرم تبیین می‌کند.

دوم، گسترش نظریه مقاومت فرهنگی به حوزه جنسیت و رسانه در زمینه‌های غیرغربی.

سوم، نقد ضمنی رویکردهای قربانی‌گرایانه به زنان در ادبیات جنگ نرم که آن‌ها را صرفاً به‌عنوان هدف تصویر می‌کنند.

از دیدگاه عملی، یافته‌ها پیامدهایی برای سیاست‌گذاری فرهنگی دارند:

-لزوم حمایت از فضاهای رسانه‌ای زنانه به‌عنوان میدان‌های مقاومت فرهنگی،

-طراحی آموزش‌های رسانه‌ای برای تقویت سواد مقاومت در بین زنان جوان،

-استفاده از الگوهای زنان فاعل در برنامه‌های تلویزیونی به‌عنوان مضاعف‌کننده تأثیر فرهنگی.

همچنین، برای رسانه‌های جمعی، این پژوهش نشان می‌دهد که زنان نه مخاطب منفعل، بلکه تولیدکننده معنا هستند—و این دیدگاه باید در برنامه‌ریزی‌های محتوایی منعکس شود.

برای گسترش این پژوهش، پیشنهادات زیر ارائه می‌شود :

-انجام مطالعات مقایسه‌ای بین فرهنگی در کشورهای دیگر با شرایط مشابه (مانند ترکیه یا مالزی) تا بررسی شود که آیا «سه‌گانه مقاومتی» در سایر زمینه‌ها نیز قابل تعمیم است .

-استفاده از روش ترکیبی ** (Mixed Methods) با افزودن بخش کمی برای سنجش گسترش و تأثیر گفتمان‌های زنان در بین مخاطبان .

-انجام مصاحبه‌های عمیق با تولیدکنندگان محتوا برای درک قصد و هدف آگاهانه آن‌ها در تولید گفتمان‌های مقاومتی .

-بررسی نقش مردان در مقاومت رسانه‌ای و مقایسه آن با الگوهای زنانه .

-تحلیل محتوای ضد-مقاومتی یا محتوایی که ظاهراً مقاومت را ترویج می‌دهد اما در عمل به جنگ نرم کمک می‌کند (مقاومت ساختگی).

این بخش به‌طور مستقیم به یافته‌ها بازمی‌گردد و آن‌ها را فراتر از سطح توصیفی، تحلیل و تفسیر می‌کند. همچنین، با پیشینه تحقیق در ارتباط است: شکافی که در آن بخش شناسایی شد (فقدان ادغام سه مؤلفه)، در اینجا به‌عنوان نوآوری پژوهش تأیید و گسترش یافته است. فرضیه اصلی که در مقدمه مطرح شد، در این بخش نه تنها پاسخ داده شده، بلکه در چارچوبی نظری گسترده‌تر قرار گرفته است. همچنین، روش‌شناسی این پژوهش (نظریه زمینه‌ای) به‌خوبی توانسته است زمینه لازم برای کشف «سه‌گانه مقاومتی» را فراهم کند—و این بحث، اعتبار روش انتخاب‌شده را نیز تأیید می‌کند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف تبیین رابطه ساختاریابنده میان «زن»، «رسانه» و «مقاومت» در چارچوب «جنگ نرم» انجام شد. یافته‌ها نشان داد که زنان از طریق تولید گفتمان‌های مقاومتی، در برابر جنگ نرم واکنش فعالانه‌ای از خود نشان می‌دهند. نوآوری پژوهش در معرفی «سه‌گانه مقاومتی» به‌عنوان واحد تحلیلی نو است که برای اولین بار این سه مؤلفه را در تعامل پویا در نظر گرفته است.

پیامدهای نظری شامل گسترش مطالعات رسانه‌ای جنسیت‌محور در فضاهای غیرغربی است. پیامدهای عملی شامل حمایت از فضاهای رسانه‌ای زنانه و طراحی آموزش سواد مقاومت است. محدودیت‌های پژوهش شامل تمرکز بر فضای فارسی‌زبان و عدم دسترسی به قصد واقعی تولیدکنندگان بود.

پیشنهادهای آینده شامل مطالعات بین فرهنگی، روش ترکیبی و تحلیل «مقاومت ساختگی» است. در پایان، این پژوهش نشان می‌دهد که در میانه بحران‌های فرهنگی، صدای زنان نه تنها شنیدنی، بلکه راهبردی است.

- Abu-Lughod, L. (2013). *Do Muslim women need saving?* Harvard University Press.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures: Selected essays*. Basic Books.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128-138). Hutchinson.
- کاظمی، م. (۱۴۰۰). تحلیل گفتمان مقاومت رسانه‌ای در فضای مجازی. *فصلنامه مطالعات رسانه، ۱۲*(۳)، ۴۵-۶۷.
- مهدوی، ا. (۱۳۹۵). *جنگ نرم: مفاهیم، ابزارها و راهبردها*. انتشارات سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی ایران.
- نوری، س. (۱۳۹۹). زن و فاعلیت فرهنگی در رسانه‌های اجتماعی. *پژوهشنامه زنان و فرهنگ، ۱۱*(۲)، ۸۹-۱۱۲.
- رضوی، ح. (۱۴۰۱). جنگ نرم و امنیت فرهنگی در ایران. *فصلنامه مطالعات راهبردی، ۱۵*(۴)، ۱۳۳-۱۵۸.
- صادقی، ر. (۱۳۹۸). تحلیل جنگ نرم از منظر امنیت ملی. *مطالعات دفاعی-امنیتی، ۱۰*(۱)، ۲۰۵-۲۲۸.
- فراهانی، ف. (۱۴۰۰). نقش زنان در ساخت گفتمان فرهنگی معاصر ایران. *فصلنامه جامعه‌شناسی زنان، ۱۸*(۱)، ۷۷-۹۶.