

اصول هنجاری رسانه‌های جمعی در گام دوم انقلاب

روح‌الله عباس‌زاده

استادیار مجتمع آموزش عالی شهید محلاتی

سرشناسه	:	عباس‌زاده، روح‌الله، ۱۳۶۰ -
عنوان و نام پدیدآور	:	اصول هنجاری رسانه‌های جمعی در گام دوم انقلاب / روح‌الله عباس‌زاده.
مشخصات نشر	:	قم: مصباح اندیشه، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	:	۳۱۴ ص.
شابک	:	۹۷۸ - ۶۲۲ - ۹۶۶۸۱۹ - ۱
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتاب حاضر برای همایش تخصصی میانی و راهبردهای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب تهیه شده است.
موضوع	:	خامنهای، سید علی، رهبر جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۱۸ - -- دیدگاه درباره رسانه های گروهی
موضوع	:	خامنهای، سید علی، رهبر جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۱۸ - -- دیدگاه درباره انقلاب اسلامی
موضوع	:	قرآن، برگزیده ها -- ترجمه ها
موضوع	:	رسانه های گروهی -- ایران -- سیاست دولت
موضوع	:	رسانه های گروهی -- جنبه های مذهبی -- اسلام
شناسه افزوده	:	همایش تخصصی میانی و راهبردهای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی (۱۳۹۸: تهران)
رده بندی کنگره	:	P ۹۲
رده بندی دیویی	:	۲۳۰۹۵۵/۳۰۲
شماره کتابشناسی ملی	:	۶۲۱۱۶۱۱



شناسنامه کتاب

اصول هنجاری رسانه‌های جمعی در گام دوم انقلاب

مؤلف: روح‌الله عباس‌زاده / ناشر: مصباح اندیشه / چاپ: احسان

ناظر چاپ: محمدجواد شکارچی / صفحه‌آرا: حسن محسنی

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه / قطع: رقعی / نوبت چاپ: اول - بهار ۱۳۹۹

قیمت: ۳۸۰۰۰ ریال / شابک: ۹۷۸ - ۶۲۲ - ۹۶۶۸۱۹ - ۱

آدرس و تلفن مرکز پخش:

قم، بلوار غدیر، بعد از دانشگاه قم، مجتمع آموزش عالی شهید محلاتی (رده)

۰۹۱۲۶۵۲۸۰۲۸

دیباچه

مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از دانشجویان، ۴ نقطه مورد تاکید در بیانیه گام دوم را این گونه بر می شمارند: ۱. «عظمت حادثه‌ی انقلاب»، ۲. «عظمت راه طی شده و کارکرد انقلاب تا امروز» ۳. «عظمت چشم‌اندازی که باید به آن برسیم»؛ ۴. «عظمت نقش نیروی جوان متعهد». معظم‌له در ادامه می فرمایند: «این چهار نقطه‌ای است که ما اینجا خواستیم [بیان کنیم]. البته من عرض کردم به اجمال؛ در یک بیانیّه نمی‌شود خیلی این چیزها را تفصیل داد - یک کتاب یا دو کتاب باید نوشت - لکن، جا برای تفصیل و فکر و مطالعه و تعمیق این حرف‌ها وجود دارد».^۱

مجتمع آموزش عالی شهید محلاتی (ره) در راستای تحقق منویات فرماندهی معظم کل قوا و همچنین عمل به رسالت اسلامی - انقلابی خطیر خویش پیرامون تربیت مربیان متعهد، انقلابی و کاوشگر، پس از

^۱. بیانات در دیدار جمعی از دانشجویان ، ۱۳۹۸/۳/۱

دستور فرمانده محترم کل سپاه و تأکید نماینده محترم ولی فقیه در این نهاد مقدس مبنی بر واکاوی و تشریح و تفصیل بیانیه گام دوم انقلاب، در نخستین قدم، با همکاری دانشگاه جامع امام حسین (ع)، همایش تخصصی مبانی و راهبردهای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب را در دهم دیماه یک‌هزار و سیصد و نود و هشت با حضور پرشور دانشجویان جوان یعنی مصادیق افسران جنگ نرم و استادان فرهیخته یعنی فرماندهان این جبهه راهبردی به‌عنوان مقدمه همایش بین‌المللی گام دوم انقلاب؛ الگوی نظام انقلابی تمدن‌ساز، برگزار نمود.

از جمله مواردی که در حاشیه همایش و در قالب فراخوان از استادان و مدرسان و دانشجویان، مطالبه شد تدوین کتاب و مقاله با محوریت مبانی بیانیه گام دوم بود که خوشبختانه این مهم با استقبال اندیشمندان و پژوهشگران روبرو شد. کتاب حاضر، اثری است که با تلاش محقق ارجمند جناب آقای دکتر روح‌الله عباس‌زاده در همین زمینه تدوین شده است.

مراحل پایانی گردآوری کتاب مصادف شد با ایام شهادت سپهبد شهید حاج قاسم سلیمانی، سردار بی‌همتایی که حیات پربرکتش نفس‌های دشمنان را به‌شماره انداخت و ان‌شاءالله شهادت سرشار از سعادتش نیز مقدمه اضمحلال کاخ‌های پوشالی ظلم و استبداد را رقم خواهد زد. بر روح پرفتوح او و هم رزمانش درود می‌فرستیم و مجموعه آثار این همایش را خاکسارانه به محضر عظیم شأن پیشکش می‌نماییم.

بی‌تردید این آغاز راه است و امیدواریم به فضل و یاری خداوند در



عرصهٔ عمل و اجرایی نمودن منویات فرماندهی کل قوا نیز توفیق رفیق
یارمان باشد که: «و ما توفیقی الا بالله علیه توکلت و الیه انیب».

معاونت پژوهش

مجمع آموزش عالی شهید محلاتی (ره)

www.Ketab.ir

فهرست مطالب

مقدمه ۱۳

فصل اول: تعریف مفاهیم

۱-۱. رسانه‌های جمعی ۲۳

۱-۲. هنجار ۲۶

۱-۳. نظریه هنجاری رسانه ۳۱

۱-۴. تمدن اسلامی ۳۵

فصل دوم: چهارچوب مفهومی و ادبیات نظری

۱-۲. چهارچوب مفهومی ۴۱

۲-۲. ادبیات نظری تحقیق ۴۵

۲-۲-۱. نظریه رسانه اقتدارگرا ۵۰

◀ اصول هنجاری رسانه‌های جمعی در گام دوم انقلاب ▶

- ۵۷..... ۲-۲-۲. نظریه رسانه‌های آزاد
- ۷۵..... ۲-۲-۳. نظریه رسانه شوروی سابق
- ۹۵..... ۲-۲-۴. نظریه مسئولیت اجتماعی
- ۱۰۳..... ۲-۲-۵. نظریه رسانه‌های توسعه بخش
- ۱۰۸..... ۲-۲-۶. نظریه مشارکت دموکراتیک
- ۱۱۱..... جمع‌بندی

فصل سوم: مبانی قرآنی نظریه هنجاری رسانه‌های جمعی

- ۱۱۷..... ۳-۱. مبانی هستی‌شناسی
- ۱۱۸..... ۳-۱-۱. خداشناسی
- ۱۲۶..... ۳-۱-۲. جهان‌شناسی
- ۱۲۷..... ۳-۱-۲-۱. نظام آفرینش، منظم، هماهنگ و هدف‌دار
- ۱۳۷..... ۳-۱-۲-۲. آفرینش تابع سنت‌های الهی
- ۱۴۸..... ۳-۱-۳. فرجام‌شناسی
- ۱۵۸..... ۳-۲. مبانی معرفت‌شناختی
- ۱۶۲..... ۳-۲-۱. پذیرش معرفت حسی و عقلی
- ۱۶۸..... ۳-۲-۲. وحيانی بودن
- ۱۷۲..... ۳-۳. مبانی انسان‌شناختی



◀ فهرست مطالب ▶

- ۱۷۳..... ۳-۳-۱. نیاز مطلق انسان به خداوند عالم
- ۱۷۶..... ۳-۳-۲. خلیفه خدا بودن
- ۱۷۹..... ۳-۳-۳. کرامت ذاتی و اکتسابی
- ۱۸۲..... ۳-۳-۴. فطرت الهی
- ۱۸۵..... ۳-۳-۵. تکامل‌پذیری انسان
- ۱۸۷..... ۳-۳-۶. ساخت مادی و روحانی انسان
- ۱۸۹..... ۳-۳-۷. اختیار و مسئول بودن انسان
- ۱۹۲..... ۳-۳-۸. اجتماعی بودن انسان
- ۱۹۶..... ۳-۳-۹. دین‌مداری انسان
- ۲۰۸..... ۳-۳-۱۰. هدف‌مندی انسان
- ۲۱۱..... ۳-۳-۱۱. سعادت‌مندی انسان و زمینه‌های آن
- ۲۲۱..... ۳-۳-۱۲. شاخص برتری انسان
- ۲۲۲..... جمع‌بندی

فصل چهارم: مؤلفه‌های نظریه هنجاری رسانه‌های جمعی در گام دوم انقلاب

- ۲۲۷..... ۴-۱. توحیدمحوری و تعمیق ایمان
- ۲۴۱..... ۴-۲. ترویج عقلانیت، علم‌گرایی و پژوهش‌محوری

- ۳-۴. گفتمان‌سازی عدالت‌خواهی ۲۴۴
- ۵-۴. تأکید بر استقلال و آزادی ۲۵۱
- ۶-۴. تقویت عزت ملی و مرزبندی با دشمن ۲۵۴
- ۷-۴. تقویت معنویت و اخلاق ۲۶۰
- ۸-۴. نظارت‌گری و فسادستیزی ۲۶۷
- ۹-۴. شکوفایی و پیشرفت اقتصادی ۲۷۲
- ۱۰-۴. ترویج مجاهدت در همه عرصه‌ها ۲۸۱
- ۱۱-۴. امید بخشی ۲۸۶
- ۱۲-۴. عبرت‌انگیزی از راه طی شده ۲۹۲
- ۱۳-۴. ترویج سبک زندگی اسلامی ۲۹۴
- نتیجه‌گیری ۲۹۷
- کتابنامه ۳۰۱



مقدمه

از آنجاییکه بیانیه گام دوم انقلاب، مانifest انقلاب اسلامی و چراغ راه
چهل ساله دوم انقلاب اسلامی است لازم است برای بخش‌های مختلف
نظام اسلامی معیارها و شاخص‌های جدیدی برای موفقیت در این گام
ترسیم گردد. در عرصه فعالیت رسانه‌های جمعی به خصوص رسانه ملی نیز
باید اصول و قواعد عمل رسانه بر اساس این بیانیه ترسیم گردد تا با
هم‌افزایی با بخش‌های دیگر نظام اسلامی شاهد تحقق خودسازی،
جامعه‌پردازی و شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی باشیم. در دنیای کنونی
شاهد نقش روزافزون رسانه‌های جمعی در زندگی انسان‌ها هستیم، رسانه‌ها
در تعیین جایگاه واقعیت‌های موجود جهان، مؤثر هستند و در ابعاد مختلف
وجودی انسان نفوذ کرده و آن‌ها را تحت تأثیر خود قرار داده‌اند. رسانه‌های
جمعی در شکل‌دهی به تصور و شناخت انسان‌ها از جهان اجتماعی نقش
بسزایی داشته و مهم‌ترین مجاری فرهنگ‌سازی و عهده‌دار هدایت کلی
فرهنگ جامعه بوده و از عوامل تأثیرگذار در ایجاد دگرگونی‌های فرهنگی

❖ اصول هنجاری رسانه‌های جمعی در گام دوم انقلاب ❖

می‌باشند. کارکردها و سمت‌وسوی حرکت رسانه‌های جمعی تحت تأثیر نظام هنجاری حاکم بر آن‌ها هست، رسانه‌ها در هر جامعه‌ای بر اساس هنجارهای خاصی عمل می‌کنند و معمولاً در عمل هیچ رسانه‌ای بدون نظریه هنجاری فعالیت نکرده و همیشه با داوری‌های ارزشی مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. درواقع اصلی‌ترین نیاز یک رسانه، بهره‌گیری از نظریه و چهارچوب هنجاری برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و عملکرد بهتر و مؤثرتر است و این چهارچوب درواقع مبانی فکری و ایدئولوژیکی است که رسانه برای تولید و پخش، آن را مبنای خود قرار می‌دهد.^۱

نظریه رسانه اقتدارگرا، نظریه مطبوعات آزاد، نظریه مسئولیت اجتماعی، نظریه رسانه شوروی سابق، نظریه رسانه‌های توسعه بخش و نظریه مشارکت دموکراتیک رسانه‌ها، شش نظریه رسانه‌ای رایجی هستند که مشخص‌کننده بایدها و نبایدهای رسانه‌های جمعی می‌باشند.^۲ هرکدام از این نظریه‌ها در بستر فرهنگی اجتماعی خاصی شکل گرفته‌اند و از همین رو جوامع مختلف به جهت تفاوت‌های فرهنگی و ارزشی، الگوهای هنجاری رسانه‌ای متفاوتی داشته‌اند و نمی‌توان سیستم رسانه‌ای مبتنی بر یک نظریه هنجاری را با هنجارها و آرمان‌های یک نظریه هنجاری دیگر مورد ارزیابی قرارداد.^۳ دلیل بسیار اساسی‌تر و مهم‌تر برای توجیه تفاوت‌های رسانه‌ها، ساختارهای اجتماعی و سیاسی حاکم بر آن‌هاست؛ و روشن است که

۱. ترکا شوند، الگوی هنجاری رسانه ملی از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران، صص ۱۴-۱۵.

۲. مک کوایل، درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، صص ۱۶۲-۱۸۰.

3. Stanley J. Baran and Dennis K. Davis, MASS COMMUNICATION THEORY (Foundations, Ferment, and Future).

نظام‌های سیاسی و اجتماعی در خلأ شکل نگرفته‌اند و برای درک نظام‌های حاکم بر هر جامعه، ریشه‌یابی عمیق و گسترده در مبانی فکری، اعتقادی، ارزشی و اجتماعی و فرهنگی آن اجتناب‌ناپذیر خواهد بود، عنایت به باورها و مفروضات اساسی و بنیانی جامعه، برای مشاهده رابطه واقعی نظام‌های اجتماعی و مطبوعات ضروری است.^۱ بنابراین مبانی هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی و انسان‌شناختی نقشی تعیین‌کننده در شکل‌گیری قواعد حاکم بر رسانه‌ها خواهند داشت.

مجموعه مبانی و ارزش‌های حاکم بر نظام اسلامی، اصول و ارزش‌هایی را طلب می‌کند که در مبادی و بسیاری از اصول حاکم، با نظریه‌های هنجاری رایج متفاوت خواهد بود؛ به خصوص در گام دوم انقلاب به توجه به افق‌های پیش‌رو نیاز به قواعد هنجاری متناسب با آن وجود دارد که بیانیه گام دوم این ظرفیت را دارد که اصول هنجاری مورد نظر را ترسیم نماید. بنابراین سؤال اصلی پژوهش حاضر این است که اصول هنجاری رسانه‌های جمعی در گام دوم انقلاب کدامند؟

همچنان که اشاره شد نظریه هنجاری همواره از مبانی هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی و انسان‌شناختی نشئت می‌گیرد بنابراین استخراج مبانی قرآنی برای ارائه این اصول ضروری خواهد بود. در این کتاب پس از بررسی مبانی و مؤلفه‌های نظریه‌های هنجاری رایج، به مبانی قرآنی نظریه هنجاری اسلامی خواهیم پرداخت و در پایان نیز اصول هنجاری رسانه‌های

۱. جبلی، از هنجار شناسی تا نظریه‌های هنجاری رسانه‌های جمعی، صص ۴۱-۴۲.

جمعی را برای تحقق اهداف پیش‌روی انقلاب اسلامی بر اساس بیانیه گام دوم استخراج خواهیم کرد.

سؤالات فرعی تحقیق نیز عبارتند از:

مبانی هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی و انسان‌شناختی نظریه‌های هنجاری رایج رسانه‌های جمعی چیست؟

مبانی نظریه هنجاری رسانه‌های جمعی در قرآن کریم چه می‌باشد؟
مؤلفه‌های هنجاری رسانه‌های جمعی بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب کدام‌اند؟

درباره پیشینه تحقیق لازم به ذکر است که دو پژوهش به تحلیل و بررسی نظریات رهبران جمهوری اسلامی درباره نظریه هنجاری رسانه‌های پرداخته‌اند.

پایان‌نامه «نظریه هنجاری مطبوعات در کلام امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (تحلیل محتوای گزاره‌های مربوط به الگوهای هنجاری مطبوعات در صحیفه نور و پیام‌ها و سخنان مقام معظم رهبری)» هست که توسط خانم زهره علی‌عسگری در دانشگاه علامه طباطبائی تدوین شده است. این پژوهش باهدف یافتن روش مطلوب اداره و کنترل مطبوعات از نگاه رهبران انقلاب و قدیمی در جهت استقرار الگویی مناسب ایران، تدوین شده است. درنهایت نیز مقایسه‌ای میان دو الگوی پیشنهادی صورت گرفته تا تفاوت‌ها و تشابهات را مشخص نماید. ازاین‌جهت که رساله فوق‌شاخص‌ها و اصول اساسی شش نظریه هنجاری مک‌کوایل را استخراج نموده است برای این پژوهش مفید خواهد بود. در این پژوهش به مباحثی چون جهت‌گیری، رسالت‌های



مطبوعات، حق نوشتن در مطبوعات، چگونگی و ابزار کنترل، ممنوعیت‌ها، مالکیت مطبوعات، پیگیری و تعقیب پس از انتشار، نصیحت، انتقاد و گلایه از مطبوعات، کارکرد مطبوعات، فضای حاکم بر متن و ... پرداخته شده است. این تحقیق با اینکه درباره مطبوعات نوشته شده است اما از آنجایی که تمامی نظریه‌های هنجاری در بستر مطبوعات شکل گرفته و به رسانه‌های جمعی جدید نیز تسری پیدا کرده‌اند تفاوت چندانی با موضوع پیشرو پیدا نمی‌کند.

کتاب «الگوی هنجاری رسانه ملی از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران» دومین اثر در این زمینه است که توسط علی اصغر ترکشوند با همکاری ناصر باهنر تدوین شده است. این کتاب مجموعه‌ای از سه مقاله هست که در مقاله اول توضیحاتی درباره نظریه هنجاری رسانه‌های جمعی ارائه شده است؛ در مقاله دوم که نوشته حسام‌الدین آشنا هست به «الگوی هنجاری مطلوب برای رسانه‌های جدید اسلامی» پرداخته شده است؛ و مقاله سوم نیز به «هنجارهای رسانه‌ای مطلوب از دیدگاه رهبری» پرداخته است. در مقاله دوم، به مباحثی درباره نهاد رسانه‌ای، سازمان رسانه و ارتباط گران پرداخته است که نمی‌توان به آن الگوی هنجاری نام نهاد زیرا از بسیاری از مباحث مطرح در این حوزه غفلت شده است. در مقاله سوم نیز به مباحث هنجارهای ساختاری رسانه ملی (۲۶ هنجار)، مدل تبیینی هنجاری رسانه ملی از دیدگاه رهبری (۱۴ هنجار) و به هنجارهای کارکردی رسانه، اشاره شده است. مستند این مقاله نیز بیانات امام راحل و مقام معظم رهبری است که در طول سال‌های ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۵ هست.

اما اکنون که انقلاب اسلامی چهل سال از عمر خود را طی کرده و با

فراز و نشیب‌ها و تجربه‌های فراوانی چله دوم خود را آغاز کرده است برای رسیدن به اهداف والای خویش باید اولویت‌های خود را مشخص کرده بر اساس آن به حرکت خویش ادامه دهد. بهترین سند برای استخراج این اصول و قواعد برای رسانه‌های جمعی بیانیه گام دوم انقلاب می‌باشد و از آنجایی که در پژوهش‌های سابق مورد بررسی قرار نگرفته است کار جدیدی خواهد بود.

در این تحقیق ابتدا با روش «مطالعه تحلیلی»، نظریه‌های رسانه را مورد بررسی قرار خواهیم داد تا محتوای نظریه‌های موجود را تحلیل کرده و مبانی و مؤلفه‌های آن‌ها را استخراج نماییم. لذا باخرد کردن نظریه‌های هنجاری به اجزای آن‌ها، به دنبال شناخت آن‌ها و کارکردشان در تکوین نظریه هستیم. پس از استخراج مبانی معرفتی و مؤلفه‌های نظریه‌های هنجاری موجود، به روش تفسیر موضوعی به قرآن کریم رجوع کرده و مبانی نظریه هنجاری رسانه‌های جمعی از قرآن کریم را به دست خواهیم آورد. برای استخراج مؤلفه‌ها و اصول هنجاری حاکم بر رسانه‌های جمعی، به روش مطالعه دلالت‌پژوهی به بررسی محورهای اصلی بیانیه گام دوم خواهیم پرداخت تا مؤلفه‌های هنجاری رسانه‌های جمعی مشخص گردد. «در مطالعه دلالت‌پژوهی، دلالت‌های مکاتب، فلسفه‌ها، پارادایم‌ها، نظریه‌ها، مدل‌ها، فنون و ایده‌های خاص برای یک حوزه تخصصی استخراج می‌گردد»^۱. در این پژوهش پس از تعریف رسانه‌های جمعی، هنجار، نظریه هنجاری

۱. دانایی‌فرد، «روش‌شناسی مطالعات دلالت‌پژوهی در علوم اجتماعی و انسانی: بنیان‌ها، تعاریف، اهمیت، رویکردها و مراحل اجرا»، ص ۴۵.

و تمدن اسلامی، ادبیات نظری تحقیق بیان خواهد شد، در ادامه مبانی قرآنی نظریه هنجاری رسانه‌های جمعی بیان شده در فصل چهارم نیز مؤلفه‌های هنجاری رسانه‌های جمعی بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب ارائه شده است. که پس از مطالعه دلالت‌پژوهی بیانیه گام دوم انقلاب، مؤلفه‌های توحیدمحوری و تعمیق ایمان، ترویج عقلانیت، علم‌گرایی و پژوهش‌محوری، گفتمان‌سازی عدالت، تأکید بر استقلال و آزادی، تقویت عزت ملی و مرزبندی با دشمن، تقویت معنویت و اخلاق، نظارت‌گری و فسادستیزی، شکوفایی و پیشرفت اقتصادی، امیدبخشی، عبرت‌انگیزی از راه طی شده و ترویج سبک زندگی اسلامی به دست آمد.