

رسانه ملی در چهارچوب گفتمانی ولایت فقیه

ناصر پورصادق؛ سعید غفاری^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۵/۱۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۱/۱۹

چکیده

هدف تحقیق حاضر، بررسی مولفه‌های کلیدی رسانه ملی در چهارچوب "گفتمان ولایت فقیه" است. لذا با استفاده از روش تحلیل گفتمان برمبنای مدل لاکاو و موفه، منابع مرتبط با موضوع مطالعه، بررسی و تحلیل شده است. رسانه ملی در چهارچوب "گفتمان ولایت فقیه"، از الگویی مشخص و راهبردی پیروی می‌کند که دال مرکزی آن تقویت و تحکیم نظام اسلامی و عناصر اصلی ماخوذ از آن را می‌توان توجه به ارزش‌های اسلامی، آگاهی‌بخشی، امیدبخشی و مدیریت فکر و فرهنگ دانست. با وجود تفاوت در شرایط داخلی و بین‌المللی ایران در دوران رهبری امام خمینی (رحمت الله علیه) و مقام معظم رهبری حضرت امام خامنه‌ای (مدظله العالی) و روش‌های خاص ایشان در هدایت امور، تداوم گفتمانی در هر دو دوره بر اساس محکمت و اصول ثابت انقلاب اسلامی در رفتار رهبری کشور مشاهده می‌شود. با توجه به ضرورت روایی یافته‌ها، محقق با طراحی پرسشنامه‌ای با ۲۰ نفر از خبرگان موضوع را آزمون نموده است که تایید گردید. بر اساس نتایج تحقیق می‌توان بیان نمود که توجه به مأموریت‌محوری رسانه و اهداف ناشی از آن می‌تواند وضعیتی برتر را در نظام‌های رسانه‌ای برای رسانه ملی به‌وجود آورد.

کلیدواژه‌ها: گفتمان ولایت فقیه، رسانه ملی، نظام هنجاری رسانه، الگوی راهبردی.

^۱ دانشیار دانشگاه عالی دفاع ملی و نویسنده مسئول (رایانامه: dr.naser.poursadegh@gmail.com)

^۲ دانشجوی دکتری رشته آینده‌پژوهی دانشگاه عالی دفاع ملی

مقدمه

انقلاب اسلامی ایران با نفی هژمونی سلطه جهانی که مبتنی بر نظریات غرب و شرق عالم بود، بنیانگذار هویتی، معناساز و معنابخش شد که الگویی متفاوت را با محوریت "ولایت فقیه" به وجود آورد. الگویی که با ارائه درکی ریشه‌دار، ضمن نفی و کنار زدن دیگر نظام‌ها، نقش دین و اخلاق را مجدداً در متن زندگی و نهادهای مهم اجتماع زنده کرد.

رسانه‌های جمعی در جمهوری اسلامی ایران متأثر از الگوی فوق، نقش و وظیفه‌ای متفاوت را عهده‌دار شده‌اند که برای آن می‌توان چهارچوبی متمایز را نسبت به رسانه در دیگر کشورها قائل شد.

در جامعه جهانی امروز که امکان و ظرفیت تولید و توزیع پیام هم علت و دلیل قدرت و هم معلول آن است، توجه به رسانه‌های جمعی و رسانه ملی برای جمهوری اسلامی ایران در چهارچوب فوق و یافتن امتیازات و مولفه‌های هویت‌ساز برای آن بسیار مهم می‌باشد. محیط پرچالش و گاه متناقضی که انقلاب اسلامی ایران در آن بروز و ظهور یافته است، چنان است که رسانه ملی تنها با تکیه و تاکید بر گفتمان ولایت فقیه است که می‌تواند مزیت رقابتی خود را بیابد و سپهر رسانه‌ای خاص خود را تاسیس نماید.

در این میان، رهنمودهای امام خمینی (ره) و امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) به‌مثابه "گفتمانی راهبردی" الزاماتی اثربخش برای رسانه ملی محسوب می‌شود که می‌تواند ضمن ایجاد چهارچوبی برای طراحی و مدیریت پیام، بر کارکردهای ذاتی "رسانه" بیفزاید.

از این منظر، رسانه ملی در چشم‌انداز اندیشه و نظر "ولی فقیه" رویکردی متفاوت نسبت به دیگر نظام‌های رسانه‌ای^۱ دارا است. هر چند که می‌توان اشتراکاتی را با برخی از آن‌ها برای رسانه ملی

^۱ دریک تقسیم‌بندی می‌توان چهار نوع نظریه را در حوزه ارتباطات جمعی تشخیص داد:

الف: نظریه‌ای که به احکام کلی مربوط به ماهیت، عملکرد و آثار رسانه‌های جمعی می‌پردازد و از مشاهده منظم و عینی رسانه‌ها بدست می‌آید.

ب: نظریه‌های هنجاری که شاخه‌ای از فلسفه اجتماعی محسوب می‌شوند و بایدها و نبایدهای رسانه‌های جمعی را تبیین می‌کنند.

ج: نظریه‌های کاربردی که از آگاهی‌های ساخته و پرداخته و باورهای دست‌اندرکاران و عاملان حرفه‌ای وسایل ارتباط جمعی تشکیل شده‌اند.

د: نظریه فهم متعارف که منظور از آن شناختی است که عموم مردم دارند و از تجربه مستقیم مخاطبان بدست آمده است (مک‌کوئیل، ۱۳۸۲: ۲۴-۲۳).

برشمرده، اما نمی‌توان آن‌را در چهارچوب نظریات فوق محدود و تحلیل کرد (ساروخانی، ۱۳۹۰: ۷۸). در چهارچوب نظریات مربوط به وسایل ارتباط جمعی، گفتمان ولایت فقیه را می‌توان یکی از اقسام نظریات هنجاری تعریف کرد.^۱ نظریه‌های هنجاری مشخص‌کننده بایدها و نبایدها در عملکرد رسانه‌ها هستند (باهر، ۱۳۸۸: ۳).

فرمایشات امام خمینی (ره) و امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) در جمهوری اسلامی ایران، راهنمای اصلی، اساسی و کلیدی برای رسانه ملی می‌باشد که بایدها و نبایدهای رسانه را به‌طور کلی و نیز درحوزه‌های خاص، تعیین می‌کند. آنچه ضرورت توجه به گفتمان ولایت فقیه را برای رسانه ملی اجتناب‌ناپذیر می‌سازد، کارکردها و نقش‌های مهمی است که رسانه‌ها در حوزه اطلاع‌رسانی، آموزش، جامعه‌پذیری، نظارت و کنترل و تامین سرگرمی متناوب با انتظارات جمعی عهده‌دار می‌باشند.

این ضرورت برای رسانه ملی که به اقتضای الزامات و آرمان‌های فرهنگی ناشی از انقلاب اسلامی، دانشگاه عمومی لقب گرفته است، مضاعف خواهد بود.

همچنین باید به این نکته مهم اشاره داشت که تحولات ساختاری عمیق و گسترده جامعه ایرانی، متاثر از انقلاب اسلامی و ضرورت‌ها و الزامات ناشی از استقرار حکومت دینی، نیاز به تدوین الگویی راهبردی مبتنی بر آموزه‌ها و اندیشه‌های "ولی فقیه" را ضروری می‌سازد. به‌همین خاطر، تحقیق حاضر با هدف بررسی مولفه‌های اصلی مربوط به "رسانه ملی" در فرمایشات امام خمینی (ره) و امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) به رشته تحریر درآمده است و سعی در پاسخ به سوالات ذیل را دارد:

- گفتمان ولایت فقیه چه رویکرد و چه نوع رسانه‌ای را تبیین و توصیف می‌کند؟
- رسانه ملی بر این مبنا در طراحی و مدیریت پیام از چه اصولی باید پیروی کند؟

مبانی نظری و پیشینه‌شناسی تحقیق

تحلیل گفتمان

زبان و ایده‌های طرح شده از طریق تحلیل گفتمان، گویای انگیزه‌ها، اندیشه‌ها، منافع و اهدافی است که گوینده به دنبال دستیابی به آن‌ها از طریق اثرگذاری بر مخاطب و همراه کردن وی با خود است. بنابراین از طریق واکاوی زبان می‌توان به دنیای پنهان در پس این گفته‌ها دست یافت. از طرف دیگر این

^۱ نظریه‌های هنجاری به دسته‌بندی‌های مختلفی تقسیم می‌شوند. در یک تقسیم‌بندی جامع می‌توان آن‌را به ۶ نظریه اقتدارگرا، نظریه لیبرالی رسانه‌ها، نظریه مسئولیت اجتماعی، نظریه رسانه‌های شوروی، نظریه رسانه‌های توسعه‌گرا و نظریه مشارکت دموکراتیک رسانه‌ها تقسیم کرد (مک کوئین، ۱۳۸۲: ۱۸۰-۱۶۴).

گفته‌ها آگاهانه یا ناآگاهانه، بیانگر زمینه اجتماعی‌ای است که فرد در آن پرورش یافته است. برپایه‌ی این نظریه گفتمان و تحلیل گفتمان در فضای تحقیق و پژوهش‌های اجتماعی ظهور کرده است.

گفتمان^۱ در تعریف ساده عبارتست از «مجموعه‌ای از گزاره‌ها، احکام و نشانه‌ها که یک نظام معنایی را شکل می‌دهند که از دیگر گفتمان‌ها متمایز است. در واقع گفتمان منظومه‌ای از معانی است که در آن نشانه‌ها^۲ با توجه به تمایزی که از یکدیگر دارند، هویت و معنا می‌یابند و فهم و برداشت ما از واقعیت و جهان را شکل می‌دهند. گفتمان اگرچه مولود گزاره‌ها است اما همان‌گونه که بیان شد در یک بستر^۳ اجتماعی معنا می‌یابد و از این رو نمی‌توان یک گفتمان را فارغ از جامعه و بسترهای اجتماعی آن مورد تحلیل قرار داد. از نظر لاکلاو و موفه^۴ گفتمان‌ها تنها دریچه شناخت انسان به جهانند. هرگفتمان به همه چیز، در چارچوبی از نظام معانی، مفهوم خاص می‌دهد، مفهومی که مختص همان نظام معنایی است. از این رو ممکن است یک فعل، سخن، نماد یا ... در دو گفتمان متفاوت، معنایی متفاوت و حتی متضاد با یکدیگر داشته باشند (مثال کاربرد چاقو در پزشکی یا یک خلاف). به همین دلیل از منظر لاکلاو و موفه هر عمل و پدیده برای معنادار شدن باید گفتمانی باشد، اعمال، گفتار و پدیده‌ها زمانی معنادار و قابل فهم می‌شوند که در چارچوب گفتمانی خاص قرار بگیرند.

اهداف تحلیل گفتمان

مهم‌ترین اهداف تحلیل گفتمان نیز براساس پیش‌فرض‌های بالا عبارتست از: (۱) نشان‌دادن رابطه بین نویسنده، متن و خواننده؛ (۲) روشن ساختن ساختار عمیق و پیچیده تولید متن یعنی «جریان تولید گفتمان»؛ (۳) نشان دادن تاثیر بافت متن (واحد‌های زبانی، محیط بلافصل مربوطه و کل نظام زبانی) و بافت موقعیتی (عوامل اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، تاریخی و شناختی) بر روی گفتمان؛ (۴) نشان دادن موقعیت و شرایط خاص تولیدکننده گفتمان (شرایط تولید گفتمان)؛ (۵) نشان دادن بی‌ثباتی معنا؛ (۶) آشکار ساختن رابطه بین متن و ایدئولوژی؛ (۷) ارائه تکنیک و روش جدید در مطالعه متون، رسانه‌ها، فرهنگ‌ها، علوم، سیاست، اجتماع و... بدست دهد (بهرام‌پور، ۱۳۷۸: ۶).

¹. Discourse

². Signs

³. Context

⁴. Laclau & Mofe

اجزا و ساختار گفتمان

برای توصیف گفتمان و اجزای تشکیل دهنده آن، نظریه لاکلاو^۱ و موفه ابزار مناسبی به حساب می‌رود. در نظریه گفتمانی ایشان، گفتمان کلیتی است که با کنار هم قرار گرفتن و ایجاد رابطه (مفصل‌بندی) بین وضعیت‌های افتراقی (عنصر) ساختار یافته است. «لاکلاو و موفه برای توصیف هر گفتمان از مفاهیم زیر استفاده می‌کنند. نقاط کانونی^۲، انجماد^۳، دقیقه^۴، مفصل‌بندی^۵، دال شناور^۶، شناور^۷، دال تهی^۸، دال برتر^۹، موقعیت سوژه‌ای^۹ و هویت که در زیر به اختصار بیان می‌شوند (لاکلاو و موفه به نقل از قجری و نظری، ۱۳۷۹: ۵۹-۵۲).

در مفصل‌بندی گفتمانی عنصر اساسی را دال مرکزی یا دال برتر تشکیل می‌دهد. منظور از دال برتر همان نشانگان مرکزی گفتمان است که به مثابه میدان مغناطیسی، دیگر مفاهیم و نشانگان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و نشانه‌های دیگر اطراف آن مرتب شده‌اند و معنایشان را از ارتباط با آن بدست می‌آورند. دال مرکزی به مثابه عمود خیمه است که اگر برداشته شود خیمه فرو می‌ریزد به بیان بهتر نقطه کانونی یا دال مرکزی یا دال برتر در منظومه گفتمانی، نشانه‌ای است که نیروی جاذبه آن، دیگر نشانه‌های داخل گفتمان را به خود جذب می‌کند و به آن‌ها معنا و هویت می‌بخشد. در گفتمان لیبرال، «آزادی» دال مرکزی است و دیگر نشانه‌ها و مفاهیم چون دولت، فرد، برابری و ... با توجه به این دال مرکزی معنا و مفهوم پیدا می‌کنند. «بدن» نیز یک نقطه کانونی یا دال مرکزی است که حول آن معانی دیگر متبلور می‌شوند و نشانه‌هایی از قبیل بیماری، بافت و جراحی معنای خود را در رابطه با بدن کسب می‌کنند. «عناصر» نشانه‌هایی هستند که معنایشان هنوز تثبیت نشده است. به بیان بهتر نشانه‌هایی هستند که معانی چندگانه دارند. «دقایق» یا «وقته» نیز عناصری هستند که معنایشان در درون گفتمان و توسط مفصل‌بندی گفتمان تثبیت شده است در واقع هنگامی که یک عنصر در ساختار یک گفتمان وارد و مفصل‌بندی شود وقته نامیده می‌شود. منظور از «مفصل‌بندی» نیز عملی است که میان عناصر پراکنده در درون یک گفتمان ارتباط برقرار می‌کند به گونه‌ای که هویت این عناصر اصلاح و تعدیل شده و از ترکیب آن‌ها هویتی نو

1. Ernesto Laclau

2. Nodal point

3. Closure

4. Moment

5. Articulation

6. Flouting signifier

7. Empty signifier

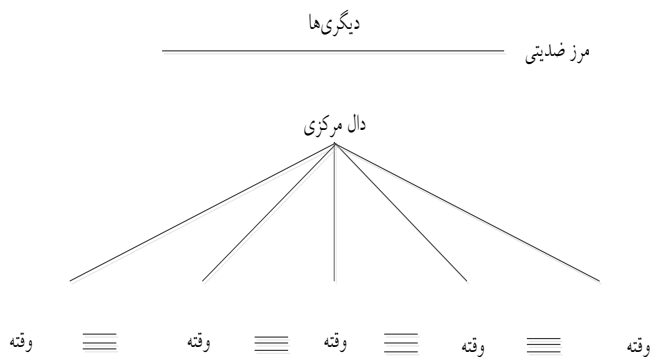
8. Master signifier

9. Subject position

شکل می‌گیرد. غرض از «انجماد» نیز توقف موقت سیالیت معنای نشانه‌ها است. «دال شناور» هم به عناصری گفته می‌شود که پذیرای توصیف‌های مختلف هستند براین اساس دال‌های شناور نشانه‌هایی هستند که گفتمان‌های مختلف برای معنا دادن به آن‌ها به شیوه خودشان با همدیگر مبارزه می‌کنند (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۵۶). «دال تهی» نیز بیانگر یک خلاء یا کمبود در فضای اجتماعی است. به عبارت دیگر نشانگر امری غایب است و بازنمایی از وضع مطلوب و آرمانی است. معمولاً گفتمان‌ها در رقابت با همدیگر هدف خود را دستیابی به آن یا جبران آن کمبود معرفی می‌کنند. از این رو مفصل‌بندی یگ گفتمان حتی می‌تواند حول یک دال تهی که به عنوان نقطه کانونی عمل می‌کند اتفاق بیفتد. منظور از موقعیت سوژه‌ای نیز موقعیت‌هایی است گفتمان‌ها طراحی می‌کنند و مردم آن را اشغال می‌کنند مانند موقعیت پزشک و بیمار که در نتیجه گفتمان مشاوره‌ی پزشکی به آن‌ها اختصاص داده شده است.

در شکل دادن به نظام معنایی یا گفتمان، چگونگی مفصل‌بندی نشانه‌ها اهمیت دارد. از این رو معانی واژگان و نشانه‌های به کار رفته در یک مفصل‌بندی گفتمانی، متناسب با نظام معنایی کلان آن گفتمان بوده و از دیگر گفتمان‌ها متفاوت است. در نظریه لاکلاو و موفه قلمرویی که گفتمان‌ها عناصر خود را از آن برمی‌گیرند و تبدیل به وقته‌هایی در ساختار خود می‌کنند، قلمرو گفتمانی نامیده می‌شود.

در کنار اجزاء یادشده در تحلیل یک گفتمان موضوع ضدیت^۱ و غیریت^۲ هم مطرح است. در واقع واقع فهم نظریه گفتمان بدون مفاهیم ضدیت و غیریت ناممکن است. منظور از ضدیت آن است که یک گفتمان خود را با دیگری تعریف می‌کند و هویت‌یابی یک گفتمان صرفاً در تعارض با گفتمان‌های دیگر امکان‌پذیر است، به این امر منطق تفاوت می‌گویند. ایجاد این رابطه‌ی ضدیت باعث می‌شود تا دیگری یا به وجود آید. وجود این دیگری برای روشن شدن و تثبیت مرزهای سیاسی لازم است.



شکل ۱. چگونگی ترسیم مرزهای ضدیتی در مدل لاکلاو و موفه

1. Antagonism

2. Others

شکل شماره ۱ چگونگی ترسیم مرزهای ضدیتی در مدل تحلیل لاکلاو و موفه را نشان می‌دهد. لاکلاو این الگو را برای توضیح اینکه چگونه مفصل‌بندی هژمونیک و به گفتمان غالب تبدیل می‌شود پیشنهاد می‌کند. در این الگو، عناصر یا وقته‌ها هریک براساس منطق تفاوت در کنار یکدیگر قرار گرفته و خواست یا مطالبه‌ای را بازنمایی می‌کنند. علامت ≡ در میان عناصر بیان‌کننده وجود رابطه هم‌ارزی میان آن‌هاست، دالی که در بالای زنجیره هم‌ارزی قرار می‌گیرد دال برتر است. مرز ضدیتی، به مثابه امری ضروری برای تأسیس هژمونی، مرز میان قلمرو گفتمانی یا عناصر شناور و وقته‌های خاصی را که در گفتمان مفصل‌بندی شده‌اند، ترسیم می‌کند. این مرز بر پایه تولید "دیگری" تأسیس شده و تا زمانی که این دیگری‌ها پابرجا باشند و این مرز بتواند گفتمان را از قلمرو گفتمانی متمایز کند، هژمونی گفتمان استمرار پیدا می‌کند، اما به محض شکسته شدن این مرز هژمونی نیز از هم متلاشی می‌شود.

گفتمان ولایت فقیه

انقلاب اسلامی ایران با محوریت نظام سیاسی ولایت فقیه توانسته است با ایجاد هویتی معناساز و معنابخش الگوی زیستی متفاوت را به وجود آورد. الگویی که با ارائه درکی نو اما ریشه‌دار از مذهب شیعه و با بهره‌گیری از نظام معنایی و اندیشه‌ای بدیع توانست بر بحران هویت بیش از انقلاب غلبه کند و طی یک فرآیند تاریخی به صورت الگوی غالب فعالیت سیاسی جلوه نموده و هویتی نوین و متمایز را برپایه ارزش‌ها و آموزه‌های دینی شکل دهد (لک، ۱۳۹۲: ۴).

از منظر گفتمانی، گفتمان اسلام شیعی با ایجاد شبکه‌ای از معنا، توانسته است به تعریف، تبیین و مرکزیت‌یابی هویت دینی در فرآیند انقلاب نائل شود و ضمن تجدید حصرهای گفتمانی، ایدئولوژی هویت‌ساز رقیب را به حاشیه براند (همان: ۶). اگر فلسفه اصلی و کارکرد مطلوب ولایت فقیه را تلاش علمی، تربیتی و اجتماعی برای دینی کردن جان و جهان بشری بدانیم، حضور ولایت فقیه در قدرت سیاسی نیز باید در همین راستا تبیین و تعیین گردد (حسنی، ۱۳۹۰: ۱۰۷).

براین اساس، یکی از دلایل کار آمدن نظام جمهوری اسلامی، نقش‌آفرینی ولایت فقیه در عرصه‌های گوناگون حاکمیت جمهوری اسلامی به‌خصوص رسانه در سه دهه گذشته بوده است. به یک اعتبار، هنر گفتمان "ولایت فقیه" فرا رفتن از سیطره و هژمونی غرب است. به تعبیر سامی زبیده، امام خمینی (ره) چنان سخن می‌گوید که گویی غرب وجود ندارد (لک، ۱۳۹۲: ۳).

از این منظر هنگامی می‌توان امام راحل و مقام معظم رهبری را به‌عنوان مصداق اسلام‌گرایی معاصر درک کرد که از غرب مرکزیت‌زدایی شده باشد و غرب نیز همانند مرکزی بین دیگر مراکز

باشد. تاکید بر "جمهوری اسلامی" نه یک کلمه کم و نه یک کلمه بیش، کانون نظریه سیاسی امام خمینی را شکل می‌دهد. از این جهت دال مرکزی مفصل‌بندی گفتمان سیاسی امام خمینی را می‌توان همان "جمهوری اسلامی" بدانیم که اسلامیت محتوای آن و جمهوریت شکل آن است (همان: ۵).

الگوی هنجاری رسانه

منظور از الگوی هنجاری رسانه، نظریاتی است که متضمن باید‌ها و نیاید‌ها می‌باشد. نظریات فوق غالباً برگرفته از اقتضانات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، مذهبی، نظام‌های هنجاری کلان، عرف و شیوه‌های قومی رایج در جامعه و الزامات و انتظارات معطوف به نحوه عمل رسانه جمع‌ی‌اند و ارتباط رسانه به‌عنوان یک نهاد اجتماعی را با نهاد سیاست، اقتصاد، دین، تعلیم و تربیت و به‌طور کلی جامعه و فرهنگ در شبکه‌ای از تعاملات به‌هم پیوسته تعیین می‌کنند (شرف‌الدین، ۱۳۹۱: ۶). نظریات هنجاری معمولاً در قوانین، قواعد و مقررات هر جامعه عرضه می‌شوند (باهر و ترکاشوند، ۱۳۸۸: ۱۲).

منابع هنجاری تحقیق

طبق بررسی‌های به‌عمل آمده تا پایان مهرماه ۱۳۹۲، در حدود ۹۳۰ رهنمود و راهبرد در حوزه‌های هنجاری رسانه از جانب امامین انقلاب (امام خمینی (ره) و امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)) ایراد شده است که توزیع فراوانی این بیانات به صورت زیر است (البته ممکن است بعضی از دیدگاه‌ها بین چند حوزه مشترک باشد که در مجموع، یک بار محاسبه شده است).

۱- حوزه کارکردی رسانه: برحسب فراوانی، ۶۸/۲ درصد نسبت به کل بدین شرح: بسیج و تبلیغ ۲۴/۷ درصد، تفریح و سرگرمی ۱۸/۱ درصد، آموزشی ۱۹/۷ درصد، رهبران نظام و راهنمایی ۱۷/۹ درصد، همبستگی اجتماعی ۱۰/۲ درصد، اطلاع رسانی ۸/۹ درصد.

۲- حوزه ساختاری رسانه: ۱۴/۱ درصد پیام‌آفرینان ۱۷/۸ درصد، البته در این حوزه ۴/۷ درصد مربوط به ویژگی و شرایط پیام‌آفرینان و ۱۲/۹ درصد مربوط به راهکارها است.

از مجموع بیانات و دیدگاه‌های هنجاری، ۱۵/۵ درصد مربوط به امام خمینی (ره) و ۸۳/۴ درصد مربوط به امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) می‌باشد.

با توجه به هدف تحقیق حاضر، اطلاعات فوق مجدد دسته‌بندی و مورد بررسی واقع شده است، که به جهت اختصار در بیان، به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

- ماموریت محوری صدا و سیما

ماموریت محوری صدا و سیما عبارت است از مدیریت و هدایت فکر، فرهنگ، روحیه، اخلاق، رفتار، جامعه، جهت‌دهی به فکر عمومی و فرهنگ عمومی، آسیب‌زدایی از فکر و فرهنگ و اخلاق جامعه (مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۸۶، ج ۷، بیانات ۱۳۵۸/۳/۸، ص ۲۰).

- ارزش‌های اسلامی - انقلابی در برابر اهداف استکبار جهانی

امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی): «امروز یک شبکه در عالم و فرهنگ و هنر، شبکه نامربی در سایه‌ای در داخل کشور فعال است... این شبکه در همه‌جا هم نفوذ دارد. یک جاهایی بیشتر، یک جاهایی کمتر و تصمیمش به این است که به ارزش‌های اسلام و انقلاب هجوم بیاورد... شما این‌ها را پیدا کنید و مطرحشان نمایید... (شورای ایثارگران صداوسیما، ۱۳۸۶، بیانات ۷۰/۱۱/۷، ص ۲۴۳).

"شما باید واقعاً در مقابل این حرکت موزیانه رسانه‌های خارجی سینه سپر کنید و هر جا رسانه‌ها روی نقطه‌ای تکیه می‌کنند، شما پادزهرش را اگر قبلاً نداده‌اید، بعداً بدهید. رسانه‌های ما باید خیلی قوی در مقابل تبلیغات دروغین این‌ها بایستند" (اداره کل پژوهش‌های سیاسی سازمان صدا و سیما، بیانات، ۱۳۶۹/۰۵/۰۷، ص ۱۸۱).

"بسیاری از اهداف استکباری جهانی در زمینه‌های تبلیغی و فرهنگی رسانه‌ای متوجه ملت ماست. باید در مقابل آن‌ها خود را مجهز کنیم" (بیانات رهبری، ۱۳۸۳/۰۹/۱۱).

- امیدبخشی در برابر امیدزدایی

امام خمینی (ره): "مایوس نکنند ملت را، بگویند توانا هستیم... اگر این نویسنده‌ها، این گوینده‌ها به جای اینکه به هم اشکال تراشی بکنند به جای اینکه به جان هم بریزند با هم امید در ملت ایجاد کنند، اطمینان در ملت ایجاد کنند، استقلال روحی در ملت ایجاد بکنند (بدانند) ما تا آخر پیروز هستیم" (مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۸۶ ج ۱۳، ص ۲۸۷-۲۸۶).

امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی): ".... پس حرکت و روند زندگی مردم را به سمت تاریکی و بن‌بست و یاس نشان دادن، خطاست. بایستی عکس این تحقق پیدا کند... جهت‌گیری اساسی صدا و سیما باید درست نقطه مقابل همان جهت‌گیری باشد که آن‌ها (رسانه‌های بیگانه) دارند... آن‌ها می‌خواهند افق مقابل چشم جوانان را تیره و وهم‌آلود جلوه دهند. درست نقطه مقابل آن‌ها حرکت کنید" (بیانات امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)، ۱۳۸۳/۰۲/۲۸).

- آموزندگی در برابر انحراف

امام خمینی (ره): "رادیو و تلویزیون از تمام رسانه‌هایی که هست، حساس‌تر است. رادیو و تلویزیون می‌تواند یک مملکت را اصلاح کند و می‌تواند به فساد بکشد" (مرکز مدارک فرهنگی

انقلاب اسلامی، ۱۳۸۶، ج ۸، ص ۱۷۵).

"اگر این دستگاه آموزنده باشد برای همه ملت آموزندگی دارد و اگر انحراف داشته باشد همه ملت را به انحراف می‌کشد" (مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۸۶، ج ۹، ص ۱۷۵).

- انسان‌سازی و تحقق سیاست‌ها و مصالح نظام جمهوری اسلامی

امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی): "آن هدفی که ما از کل صدا و سیما در نظر داریم یعنی تاثیرگذاری بر روی مخاطبان خودمان، مردمان، زنان، ایرانیان حتی غیرایرانیان و کشاندن آن‌ها به سمت انسان مطلوب و ایده‌آل است" (شورای ایثارگران صدا و سیما، ۱۳۸۰، بیانات ۱۳۷۰/۱۲/۷، ص ۳۳۵-۳۳۴).

امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی): مسئله حفظ هویت دینی و ملی و انقلابی یکی دیگر از ارزش‌هایی است که حتماً بایستی به مردم منتقل شود (بیانات رهبری، ۱۳۸۱/۱۱/۱۵، ص ۸).

پیشینه تحقیق

جبلی در رساله نامه دکتری خود در دانشگاه امام صادق (ع) با عنوان "به سوی الگوی هنجاری تلویزیون بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران"، مولفه‌های اصلی الگوی هنجاری تلویزیون در کشور را استخراج و گرد هم آورده است.

باهنر و ترکاشوند در تحقیقی با عنوان "نظریه هنجاری رسانه‌ها از دیدگاه رهبران انقلاب اسلامی از ۱۳۵۷ تا سی‌امین سال انقلاب با مبنا قرار دادن جدولی با ۲۵ مولفه که از تحقیق جبلی "به دست آمده است، "رسانه آرمان‌مدار" در نظر رهبران نظام را تبیین و توصیف نموده‌اند.

روش تحقیق

روش تحقیق به کار رفته، روش تحلیل گفتمان بر اساس رویکرد لاکا و و موفه می‌باشد که مبتنی بر بررسی منابع، اسناد و تحقیقات انجام شده و تحلیل محتوای فرمایشات امامین انقلاب تحصیل شده است. بر این اساس با بررسی ادبیات موضوع و پیشینه تحقیقات صورت گرفته درباره دیدگاه‌ها و فرمایشات امام خمینی (ره) و امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) پیرامون رسانه و رسانه ملی، مولفه‌های کلیدی لازم استخراج و دسته‌بندی شده است.

یافته‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها

به منظور شناسایی مولفه‌های رسانه‌ای آرمانی از تحلیل محتوای دیدگاه‌های حضرت امام خمینی (ره) و امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) بهره گرفته شده که در جدول زیر (جدول شماره ۱) ارائه می‌گردد:

جدول ۱. تحلیل محتوای فرمایشات امامین انقلاب

ردیف	رویکرد معیار	آرمانی (از دیدگاه رهبری)
۱	جهت ارتباط	عمودی - افقی
۲	نقش اجتماعی	دانشگاه، مدرسه
۳	محتوا	وحدت در عین کثرت
۴	استقلال حرفه ای	در حدود قانون و مصلحت نظام
۵	تقابل	الف: ارزش های اسلامی - انقلابی در برابر اهداف استکبار جهانی ب: امید بخشی در برابر امید زدایی ج: آموزندگی در برابر انحراف
۶	میزان کنترل	کامل
۷	نظارت	پیش، حین و پس از انتشار
۸	هزینه	دولتی
۹	مالکیت	متعلق به نظام جمهوری اسلامی
۱۰	سیاست حاکم	ولایت فقیه
۱۱	تصور رسانه از نقش خود	ابزار آموزشی و انسان سازی
۱۲	دسترسی به رسانه	همه اشخاص فهیم و متعهد به اسلام و نظام
۱۳	فرهنگ حاکم	اسلامی - ایرانی
۱۴	خطوط قرمز	ضدیت با اهداف نظام اسلامی
۱۵	اقتصاد حاکم	بیت المال
۱۶	وجه تفاوت اصلی	دارای مسئولیتی بزرگ برای خدمتگذاری در جهت اصلاح جامعه
۱۷	اهداف	انسان سازی و تحقق سیاست ها و مصالح نظام جمهوری اسلامی
۱۸	انسان شناسی	فرزانه، انقلابی، متدین
۱۹	ریشه شکل گیری	پس از انقلاب اسلامی در ۱۳۵۷ و تشکیل جمهوری اسلامی در ایران
۲۰	میزان تعهد به منابع	کامل
۲۱	نحوه دسترسی جامعه	از صافی گذشته و اصلاح شده
۲۲	سود برندگان	کل جامعه و جهان اسلام
۲۳	ارزش های خبری	هدفمند، لازم، مفید و به هنگام در راستای اسلام و انقلاب
۲۴	نحوه کنترل	از طریق قانون
۲۵	رابطه با جامعه	آموزش اصلاح هدایت

پس از تعیین مولفه‌های کلیدی به وسیله تحلیل محتوا، با دسته‌بندی آن‌ها در راستای رسیدن به دال‌های اصلی و فرعی مدل گفتمانی لاکاو و موفه جدول زیر (جدول شماره ۲) بدست آمد.

جدول ۲. جمع‌بندی مولفه‌های کلیدی رسانه مطلوب

ردیف	مولفه	زیرمولفه
۱	مدیریت و هدایت فکر	جهت دهی به فکروفرهنگ عمومی آسیب‌زایی از فکروفرهنگ عمومی انسان‌سازی عدم ضدیت با اهداف انقلاب
۲	امیدبخشی	توجه به فرهنگ اسلامی - ایرانی خدمتگذار جامعه تحقق سیاست‌ها و مصالح کشور
۳	آگاهی‌بخشی	اطلاع‌رسانی شفاف توجه به مستضعفین نقد و نظارت
۴	ارزش‌های اسلامی و انقلابی	توجه به اصول انقلاب انسان‌متدین/فرزانه/انقلابی تحت حاکمیت نظام اسلامی اسلام‌مدار

از آنجا که نتایج جدول فوق نیاز به تایید خبرگی داشت، پرسشنامه‌ای محقق‌ساخته تهیه و در اختیار خبرگان مطلع و آشنا با موضوع قرار گرفت. نتیجه حاصل نشان داد که همه مولفه‌ها و زیرمولفه‌ها با مبانی مورد نظر سازگاری دارند.

جدول ۳. تائید خبرگی مولفه‌ها و زیرمولفه‌ها

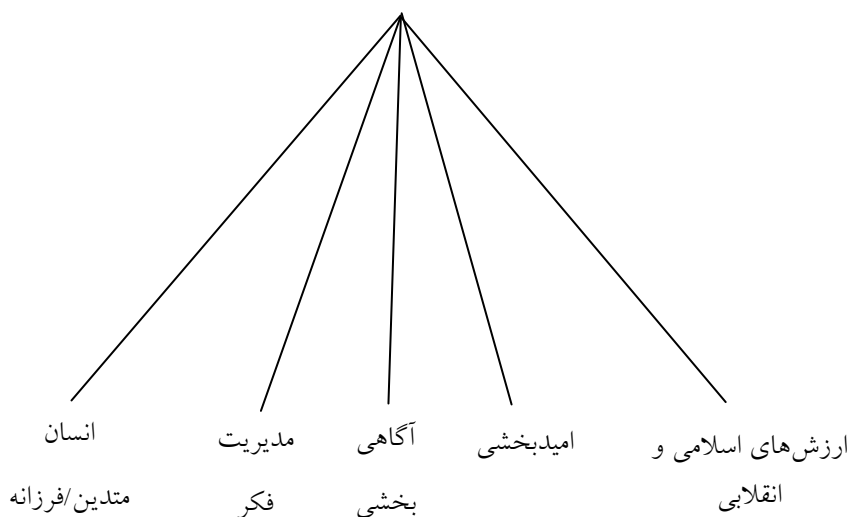
ردیف	مفاهیم	آیا این مؤلفه‌ها گویا هستند؟		شدت							میانگین درصد وزنی
		بله	خیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	
۱	مدیریت و هدایت فکر	۲۰							۲	۱۸	۶/۹۰
۲	جهت‌دهی به فکر و فرهنگ	۲۰							۲	۱۸	۶/۹۰
۳	آسیب‌زایی از فکر و فرهنگ	۲۰								۲۰	۷/۰۰
۴	انسان‌سازی	۱۹	۱						۱	۱۸	۶/۹۵
۵	عدم‌صدیت با اهداف نظام	۲۰							۱	۱۹	۶/۹۵
۶	امیدبخشی	۲۰							۱	۱۹	۶/۹۵
۷	توجه به فرهنگ اسلامی - ایرانی	۲۰							۲	۱۸	۶/۹۰
۸	خدمتگذار جامعه	۲۰							۲	۱۸	۶/۹۰
۹	تحقق سیاست‌ها و مصالح کشور	۱۹	۱					۱	۱	۱۷	۶/۸۴
۱۰	آگاهی‌بخشی	۲۰							۱	۱۹	۶/۷۰
۱۱	اطلاع‌رسانی شفاف	۲۰								۲۰	۷/۰۰
۱۲	توجه به مستضعفین	۲۰							۱	۱۹	۶/۷۰
۱۳	نقد و نظارت	۱۹	۱						۱	۱۸	۶/۹۵
۱۴	ارزش‌های اسلامی و انقلابی	۲۰							۱	۱۹	۶/۷۰
۱۵	توجه به اصول انقلاب	۲۰								۲۰	۷/۰۰
۱۶	انسان متدین/فرزانه/انقلابی	۲۰							۱	۱۹	۶/۷۰
۱۷	تحت حاکمیت اسلام	۱۹	۱						۱	۱۸	۶/۹۵
۱۸	اسلام‌مدار	۲۰								۲۰	۷/۰۰

تحلیل گفتمان ولایت فقیه در حوزه رسانه آرمانی

با وجود تفاوت در شرایط داخلی و بین‌المللی ایران در دوران رهبری امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (مدظله العالی) و روش‌های خاص ایشان در هدایت امور، تداوم گفتمانی در هر دو دوره بر اساس محکمت و اصول ثابت انقلاب اسلامی در رفتار رهبری کشور مشاهده می‌شود. اگرچه بسته به نیازهای متفاوت و مقتضیات خاص هر دوره برخی عناصر بیشتر یا کمتر مورد توجه و تأکید قرار گرفته است. به عبارت دیگر در منظومه فکری گفتمان انقلاب اسلامی با وجود تغییر در رهبری نظام اسلامی و تحول در شرایط داخلی و خارجی کشور تداوم گفتمان در زمینه رسانه آرمانی و اهمیت آن مشاهده می‌شود، هرچند در دوران امام خمینی (ره) به علت شرایط بحرانی کشور پس از پیروزی انقلاب و عمق تاثیر برجای مانده از رژیم سابق، بر اقدامات فوری و عاجل در زمینه "رعایت احکام و اخلاق اسلامی" بیشتر تأکید شده است.

دال مرکزی و عناصر گفتمان ولایت فقیه در زمینه رسانه آرمانی

دال مرکزی و عناصر گفتمان ولایت فقیه در زمینه رسانه آرمانی در نمودار شماره ۲ ارائه می‌گردد:



نمودار ۲. دال مرکزی تقویت و تحکیم نظام اسلامی

نتیجه‌گیری

منطق اسلام‌گرایی در گفتمان ولایت فقیه، مرکزیت‌زدایی از غرب است. در این راستا تصور یک شکل‌بندی فرهنگی از غرب که فرهنگ‌های دیگر لزوماً درصدد تقلید از آن باشند، وجود ندارد. این نگرش هسته اصلی گفتمان ولایت فقیه است. لذا رسانه و به‌طور مشخص رسانه ملی در چشم‌انداز رهبران نظام، جایگاهی پویا داشته، دارای رویکردی تعلیمی و تربیتی است که عامل تقویت و تحکیم نظام جمهوری اسلامی ایران، تعمیق ارزش‌های دینی و اخلاق در راستای زمینه‌سازی برای انسان متدین، انقلابی و فرزانه و نیز امیدبخش برای آینده می‌باشد. این همه، رسانه ملی را در مقام یک نهاد و وسیله ارتباط جمعی تبدیل می‌کند و برای آن نقشی بی‌بدیل رقم می‌زند.

منابع و مأخذ

- آشنا، حسام‌الدین؛ رضی، حسین (۱۳۷۶). «بازنگری نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها و ارائه دیدگاهی اسلامی»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق (ع)، دوره ۴.
- باهنر، ناصر؛ ترکاشوند، علی‌اصغر (۱۳۸۸). «نظریه هنجاری رسانه‌ها از دیدگاه رهبران انقلاب اسلامی از ۱۳۵۷ تا سی‌امین سال انقلاب»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۱۶.
- بهرام‌پور، شعبانعلی (۱۳۷۹). درآمدی بر تحلیل گفتمان، مجموعه مقالات گفتمان و تحلیل گفتمانی، تهران: فرهنگ گفتمان.
- بهروزی لک، غلامرضا (۱۳۹۲). جریان گفتمانی در اندیشه ولایت فقیه و انقلاب اسلامی، بازیابی در سایت Khamenei.ir
- جبلی، پیمان (۱۳۸۳). به سوی الگوی هنجاری تلویزیون بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، رساله دکترا، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- حسنی، ابوالحسن (۱۳۹۱). «کارویژه‌های سیاسی ولایت فقیه»، کتاب نقد، سال ۱۴.
- ذوعلم، علی (۱۳۹۰). «کارکردهای ولایت فقیه در عرصه بنیان‌ها و نهادهای دینی»، کتاب نقد، سال ۱۳.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۹). توسعه و تضاد: کوشش در جهت تحلیل انقلاب اسلامی و مسائل اجتماعی ایران، چاپ چهارم، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ساروخانی، باقر (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی ارتباطات، چاپ دهم، تهران: دانشگاه تهران.
- شرف‌الدین محمد (۱۳۹۰). نگاه گفتمانی در چهارچوب اوامر ولایت فقیه، بازیابی در سایت Islamiceslami.ir علوم انسانی اسلامی
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان، شایسته و دیگران، ویراستاران: محمد نبوی و مهران مهاجر، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و پژوهش‌های رسانه‌ها.
- قجری، حسینعلی؛ نظری، جواد (۱۳۹۲). کاربرد تحلیل گفتمان در تحقیقات اجتماعی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- مک‌کوئین، دینس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی، ترجمه پرویز اجالالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.