

## انعکاس ارزش‌های انقلاب ۵۷ در رادیو انقلاب:

(مطالعه نحوه ارزش‌گذاری به انقلاب اسلامی ایران در برنامه صبحگاهی طلوع فجر)

محمد رضا مانی فر<sup>۱</sup>، زینب حاجی علی محمدی<sup>۲</sup>

### چکیده:

این تحقیق، ترسیم سیمای واقع‌بینانه از ارزش‌های انقلاب اسلامی ایران را در برنامه‌های رادیو انقلاب تعقیب می‌کند و بر مطالعه و تحلیل برنامه صبحگاهی طلوع فجر در این ایستگاه مناسبتی صدای جمهوری اسلامی تمرکز دارد و از دیدگاه محققان، مسأله اصلی را آن می‌داند که برنامه مورد مطالعه در مقطع زمانی ۱۲ تا ۲۲ بهمن ۱۳۹۹ - موسوم به دهه فجر ۹۹ - به‌عنوان نمونه هدفمند تحقیق چه ارزش‌های مشخص را مبتنی بر آنچه در قانون اساسی آمده، منعکس کرده و نوع و شدت ارزش‌های منعکس شده چگونه است؟ استفاده از روش تحلیل محتوا و تحلیل یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که مجموعه پیام‌آفرینان در ارزش‌گذاری‌های خود، بیشتر به این سؤال که چه چیز تا چه حد خوب و مطلوب است، جواب داده و از «ملیت آمیخته به اسلام» گفته و ارزش‌های مثبت انقلاب اسلامی را با استوار ساختن بر محور آن منعکس کرده‌اند و در چهل و دومین سالگرد پیروزی انقلاب، برداشت خاص خود از اسلام را طوری اشاعه داده و خواسته یا ناخواسته از ارزش‌های مثبت انقلاب ۵۷ یاد کرده‌اند که گویی بین اسلام، استقلال و پیشرفت از یک طرف و جمهور، آزادی و عدالت از طرف دیگر، تضاد و خوش‌بینانه، تفاوت چشمگیر وجود دارد؛ حال آنکه با مطالعه قانون اساسی و حتی مرور برخی موضع‌گیری‌های رهبران انقلاب اسلامی درمی‌یابیم که نه تنها تضاد و حتی تفاوت وجود ندارد که اینها همه از یکدیگر تفکیک‌ناپذیرند.

### واژگان کلیدی:

ارزش‌ها، انقلاب اسلامی، قانون اساسی، رادیو انقلاب، برنامه صبحگاهی.

## ❖ مقدمه

این پژوهش، حاصل کوشش محققان در ترسیم سیمای تا حد امکان واقع‌بینانه از ارزش‌های انقلاب اسلامی ایران در برنامه‌های رادیو انقلاب است و بر مطالعه برنامه صبحگاهی طلوع فجر این ایستگاه یا به بیان پیام‌آفرینان<sup>۱</sup>، این شبکه مناسبتی در صدای جمهوری اسلامی متمرکز دارد. جامعه ایران، ۷۲ سال پس از «نهضت ضد استبدادی مشروطه»<sup>۲</sup> (۱۲۸۵) و ۲۷ سال پس از «نهضت ضد استعماری ملی شدن نفت» (۳۰-۱۳۲۹)، این بار در شرایط یک «انقلاب عظیم اسلامی» (۱۳۵۷) قرار گرفت که به باور همگان، مسیر تاریخ کشور تغییر داد. اگر رهبران فکری در «دیگر نهضت‌های ایران در سده اخیر» و به‌طور مشخص در نهضت مشروطه، این ایده را با استفاده از ابزارهای رسانه‌ای تا آن زمان در دسترس - از منبر تا مطبوعات - اشاعه و بر این مبنا به افکار عمومی شکل می‌دادند که «هدف و وسیله، کم و بیش از یکدیگر منفک هستند و نیکبختی و رفاه، هدف و تجدد<sup>۳</sup>، وسیله است»؛ حال در انقلاب اسلامی، «شاید به

۱. «پیام‌آفرینان (Message Creators)، تمامی کسانی هستند که در تولید محتوای یک برنامه نقش اصلی را دارند»؛ از مدیر ایستگاه و مدیر گروه برنامه‌ساز تا تهیه‌کننده، سردبیر، صدابردار و گوینده و مجری برنامه (محسنیان‌راد، ۱۳۹۹: ۴۷).

۲. مطالب داخل گیومه عیناً برگرفته از مقدمه قانون اساسی است.

۳. سال‌ها همگی به هجری شمسی هستند و تنها در مورد سال‌های میلادی، حرف اختصاری «م» در کنار عدد آن سال قرار می‌گیرد.

۴. «تجددزدگی با روی آوردن به مدرنیته (Modernity) متفاوت است؛ برای توضیح درباره این تفاوت، ابتدا لازم است مدرنیته و تمایز آن را با سنت به یاد آوریم: چنانچه جامعه برای حل مسایل و رفع مشکلات زیست جهان اجتماعی معاصر خود به انبان راه‌حل‌های گذشته چنگ بزند و شیوه‌های معمول گذشته را مبنا قرار دهد، در وضعیت سنت و چنانچه مرجع پاسخگویی، خرد، دانش و تخصص باشد بر مدار مدرنیته قرار گرفته است. جامعه ایران که به قولی بیش از ۱۰۰ سال است درد زایمان مدرنیته را دارد، شاید به دلیل یک عقب‌ماندگی ریشه‌دار- مانند تأخیر نزدیک به ۴۰۰ ساله چاپ کتاب و ۲۳۲ ساله نشر روزنامه- و بعدها به دلیل دست‌سری کافی ندا شتن به انبان دانش مورد نیاز مدرنیته به وادی سرگردانی در ملغهای از پا سخ‌ها و انتخاب‌های بی‌برنامه و گاه تصادفی، گرایش به دانش کم‌عمق و عمومی نشده، همراه با پاسخ‌های متعصبانه برآمده از سنت، غلتیده و بیش از یک قرن است دوران سرگردانی خود را در وادی سنت به مدرنیته طی می‌کند که گاه حاکمان با نفی سنت به حجاب تجدد دست می‌یابند... یا بعدها نیز با نفی دانش غربی، کارزار تعهد یا تخصص به راه می‌اندازند و در سکوت، جشن پیروزی تعهد را می‌گیرند.» (محسنیان‌راد، ۱۳۹۹: ۲۳۷ و ۱۳۰).

خاطر تجربه تلخ تجددزدگی غربی و دست نیافتن به هدف‌های نهضت‌های پیشین»، رهبران فکری این ایده را اشاعه و بر مبنای آن به افکار عمومی شکل می‌دادند که «هم هدف اسلام و هم وسیله اسلام است» و «مکتبی و اسلامی بودن»، «ویژگی بنیادی انقلاب» به شمار می‌آید (محسنیان‌راد، ۱۳۸۷ الف: ۲۲۰).

مطالعه سطر سطر قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و به‌ویژه «مقدمه» آن که «بیانگر نهادها و مناسبات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جامعه»، «راهگشای تحکیم پایه‌های حکومت اسلامی» و «ارایه‌دهنده طرح نوین نظام حکومتی بر ویرانه‌های نظام طاغوتی قبلی» است؛ خود نه تنها این ایده را تأیید که بر آن تأکید می‌کند.

تدوین‌کنندگان قانون اساسی که «رسالت» آن را «عینیت بخشیدن به زمینه‌های اعتقادی» انقلاب و «به وجود آوردن شرایط برای پرورش انسان با ارزش‌های والا و جهان‌شمول اسلامی» می‌دانستند؛ به صراحت بر این عبارات‌های کلیدی تأکید می‌کردند که هدف از حکومت، «رشد دادن انسان در حرکت به سوی نظام الهی» و «فراهم آوردن زمینه بروز و شکوفایی استعدادها به منظور تجلی ابعاد خداگونگی انسان» است و «جمهوری اسلامی» به‌عنوان یک نظام حکومتی باید «آزادی و کرامت ابناء بشر» را «سرلوحه اهداف» خود بداند و «راه رشد و تکامل انسان را بگشاید».

وسایل ارتباط جمعی و به‌طور خاص، رادیو و تلویزیون نیز بر پایه این «تلقی مکتبی»، «بایستی در جهت روند تکاملی انقلاب اسلامی در خدمت اشاعه فرهنگ اسلامی قرار گیرند و در این زمینه از برخورد سالم اندیشه‌های متفاوت بهره‌جویند و از اشاعه و ترویج خصلت‌های تخریبی و ضد اسلامی جداً پرهیز کنند» و حکومت مؤظف است به‌ویژه «در صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، آزادی بیان و نشر افکار را با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور تأمین کند» (اصل یکصد و هفتاد و پنجم) و با به وجود آوردن شرایط لازم برای ایفای مؤثر نقش‌های «آگاه‌کننده، آموزش‌دهنده و رهبری‌کننده» این وسایل ارتباطی که همه مکمل یکدیگرند (معتدزاد، ۱۳۹۴: ۷)؛ ارزش‌های انقلاب را مبتنی بر آنچه در مقدمه و اصول ۱۷۷ گانه قانون اساسی آمده است، اشاعه و تعداد وابستگان به این ارزش‌ها را افزایش دهد.

بی تردید مطالعه مستمر روند حرکت صداوسیما به منظور افزایش شناخت، ارزیابی عملکرد و کمک به ارتقای کیفی پیام‌های آن- چه در صدا (رادیوی داخلی) و سیما (تلویزیون داخلی)- در جهت اشاعه ارزش‌های انقلاب اسلامی و افزایش تعداد وابستگان به این ارزش‌ها، نه تنها از جنبه حرفه برنامه‌سازی و تحقیقات ارتباطی اهمیت دارد که بیشتر از جنبه‌های سیاسی و فرهنگی نیز در جامعه ایران قابل ملاحظه است.

این اهمیت و ملاحظه، به‌ویژه در سالگرد پیروزی انقلاب- از ۱۲ تا ۲۲ بهمن‌ماه هر سال که موسوم به دهه فجر است- به اوج خود می‌رسد و توجه همزمان حکومت‌مردان و نخبگان<sup>۱</sup>، مجموعه پیام‌آفرینان در صداوسیما و حتی رادیو- تلویزیون‌های بیگانه فارسی‌زبان و مردم به‌عنوان پیام‌گیران را به خود جلب می‌کند.

رادیو انقلاب، تجربه تا به امروز پنج ساله (۹۹-۱۳۹۴) «صدا» در زمینه تخصصی اشاعه ارزش‌های انقلاب اسلامی است که «برنامه‌های آن را می‌توان ۲۴ ساعته، از اول تا سی‌ام بهمن هر سال، به سه شیوه مختلف دریافت کرد:

یا بر روی موج اف.ام.<sup>۲</sup> ردیف ۹۵/۵ مگاهرتز<sup>۳</sup> یا در وبگاه اختصاصی رادیو انقلاب<sup>۴</sup> بر بستر اینترنت یا در اپلیکیشن<sup>۵</sup> ایران‌صدا بر بستر تلفن همراه» (روابط عمومی معاونت صدا، ۱۳۹۹).

«ترویج و تبیین گفتمان انقلاب اسلامی با تمرکز بر هدف مرکزی و متعالی این گفتمان، یعنی شعار ما می‌توانیم» (کوچک‌زاده، ۱۳۹۴) و نیز «بازخوانی و بازنمایی عملکرد دیروز و امروز جمهوری اسلامی به‌عنوان نظام حکومتی از منظر کارآمدی، تقویت عزت ملی و تحقق شعارهای اساسی استقلال، آزادی، نظام‌سازی اسلامی، عدالت توزیعی و... برای نسل امروز که

۱. «منظور از نخبگان (Elites) کسانی هستند که به علت آموزش‌های فکری سخت خویش [و نه الزاماً آموزش‌های

مدرسه‌ای و دانشگاهی] دارای عناصر مساعد برای اصالت منش، افق‌های وسیع فکری و توانایی‌های گسترده مانند:

شجاعت، بی‌پروایی، پایدردی و روحیه فدا کردن منافع خصوصی برای منافع عمومی هستند.» (باتامور، ۱۳۹۲: ۷۹)

2. FM: Frequency Modulation

3. MHz

4. Radioenghlab.ir

5. Application

درک درست از ایران پیش از انقلاب اسلامی ندارند و مقابله با روند تطهیر رژیم طاغوتی پهلوی و خشتی‌سازی جنگ نرم دشمن در حد بضاعت [یا داشته‌ها]» (کوچک‌زاده، ۱۳۹۹)، کم و بیش از هدف‌های اصلی تأسیس رادیو انقلاب در پنج سال گذشته به شمار می‌آیند.

این مقاله با تمرکز بر مطالعه برنامه صبحگاهی طلوع فجر انجام می‌گیرد: برنامه‌ای با ساختار مجله‌ای<sup>۱</sup> که بهمن‌ماه ۹۹، روزهای شنبه تا چهارشنبه، در ۸۰ دقیقه از ساعت ۷ صبح به روی آنتن رادیو انقلاب رفته است (وبگاه ایران‌صدا<sup>۲</sup>، ۱۳۹۹).

می‌دانیم برنامه‌های صبحگاهی - از جمله برنامه طلوع فجر - «از مهم‌ترین برنامه‌ها یا بخش‌های برنامه‌ای در روز کاری هر ایستگاه» هستند؛ چراکه «در صبح، اغلب مردم - چه در خانه و بیشتر در مسیر خانه به محل تحصیل و کار به رادیو گوش می‌دهند و به این خاطر، برنامه صبحگاهی را برنامه شاخص و پیشانی برنامه‌های هر ایستگاه می‌دانند.

ایستگاه‌ها نیز از بخش برنامه‌های صبحگاهی اهداف مختلف را دنبال می‌کنند که مهم‌ترین آنها، جلب توجه شنوندگان به سایر برنامه‌هاست. هر برنامه صبحگاهی - فارغ از انتخاب نوع محتوا و ساختار پیام‌های ارتباطی - هویت و نشانه خاص یک ایستگاه است و سبک برنامه‌سازی آن را تثبیت می‌کند.» (فلمینگ، ۱۳۸۷: ۷۲) و به شرط برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل دقیق، واقع‌بینانه و منظم روند برنامه‌سازی‌ها، بر «نظام‌های معنایی مستقر در نئوکورتکس مغز انسان‌های مرتبط»<sup>۳</sup> به‌عنوان شنونده تأثیر می‌گذارد و ساده‌تر اینکه زمینه را برای صید مفهوم<sup>۴</sup> از محتوا<sup>۵</sup>، فراهم و

---

۱. این ساختار برنامه‌سازی به تدریج «از دهه ۱۹۶۰م در برنامه‌های مختلف رادیو، ابتدا در آمریکا و سپس در اروپا رواج یافت و گام‌به‌گام مسیر موفقیت را طی کرد. البته آنچه در این بین دست‌نخورده باقی ماند، اصل ترکیب موسیقی سرگرم‌کننده و گفتارهای کوتاه بود که گویندگان و مجریان برنامه به‌طور معمول آن را بیان می‌کردند. هر مجله، محصول موفق تلفیق اطلاعات روزآمد و موسیقی مورد علاقه مردم است که چیزی جز ترکیب اطلاع‌رسانی، روشنگری و سرگرمی نیست.» (فونلاروخ و بوخ‌هلس، ۲۰۱۳: ۲۵۰)

## 2. Radio.Iranseda.ir

۳. دستاوردهای سال‌های اخیر عصب‌شناسان و تأثیر آن بر مطالعات در حوزه ارتباط‌شناسی، ارتباط‌شناسان و به‌ویژه رسانه‌شناسان را بر آن داشته است تا در مباحث مربوط به «معنی»، به جای واژه ذهن (MIND) از واژه مغز (BRAIN) استفاده کنند (محسنیان‌راد، ۲۰۱۳: ۶۰).

## 4. Concept

## 5. Content

معنی‌های مطلوب را درباره نام و عملکرد ایستگاه در مغز پیام‌گیران، تقویت و حتی در شرایط مناسب، ایجاد می‌کند (محسنیان‌راد، ۱۳۹۹: ۳).

حکومت مردان و نخبگان جامعه ایران در این شرایط که بیش از ۴۰ سال از پیروزی انقلاب اسلامی می‌گذرد و کماکان با آشفتگی‌ها و سردرگمی‌های ناشی از «درد زایمان مدرنیته» (محسنیان‌راد، ۱۳۹۹) دست به گریبان هستند و تجربه‌های متفاوت از تلاش برای «رسیدن به تعادل در ایران پس از انقلاب» (نراقی، ۱۳۹۸) و رهایی از چنبره «مشکلات در مسیر رشد و پیشرفت» (فرهنگی، ۱۳۹۹) را در انبان حافظه جمعی خود دارند؛ با یک سؤال مهم روبه‌رو هستند که «در عصر گسترش ناگهانی و شدید ارتباطات جمعی در زمینه آگاهی‌ها و فرهنگ انسانی» (معمدنزاد، ۱۳۹۴: ۱۱۳)، جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی صداوسیما و به‌طور خاص، صدای جمهوری اسلامی چه باید باشد؟

باقر ساروخانی در جواب ضمنی به این نکته اشاره می‌کند که وسایل ارتباط جمعی و به‌طور خاص، رادیو در کشورهای جهان سوم مانند ایران «باید شخصیت انتقالی به بیان لرنر<sup>۱</sup> و رهبران فکری به بیان راجرز<sup>۲</sup> تولید کنند. اینها عقیده‌سازان جهان و روزگار ما هستند و بنابراین انتقال جامعه به عصر جدید، باز ساخت ارزش‌ها و حرکت در بستر سنت‌های اجتماعی، مهم‌ترین رسالت وسایل ارتباط جمعی برای جهان سوم است»؛ از دیدگاه این محقق حوزه جامعه‌شناسی، «انسان، مدار و محور توسعه [به مفهوم رشد و پیشرفت] در هر جامعه به شمار می‌آید و در این حوزه، هم ابژه<sup>۳</sup> و هم سوژه<sup>۴</sup> است و رادیو به‌عنوان یک وسیله ارتباطی باید تولید ذهنیت معطوف به توسعه را در عرصه‌های زیر به عهده بگیرد:

۱. تهییج توده‌ها، ۲. ورود به اعماق توده‌ها و ۳. توسعه از درون و از اعماق توده‌ها؛ به عبارت دیگر، «تولید خودآگاهی و تبدیل آن به عزم ملی برای شکستن یخ‌های فقر، جهل و بیماری. رادیو از این دیدگاه، مبشر آزادی است: آزادی از بند خرافه‌ها، عقاید

1. Daniel Lerner

2. Everett Rogers

3. Sujet: به فرانسوی

4. Objet: به فرانسوی

قالبی و هر آنچه مانع حرکت توده‌ها در مسیر تولید، آفرینش، کار و خلق دنیای جدید است؛ در این حوزه، کار عبادت است و بیکاری و بیکارگی، ضد ارزش و رسالت انسان، بازساخت جهان هستی و تأثیر بر آن است» (ساروخانی، ۱۳۹۵: ۴۵-۴۴).

البته اشاره به لزوم «بازساخت ارزش‌ها»، «الزاماً به مفهوم نشستن یک ارزش به جای ارزش دیگر نیست، مانند نشستن ارزش مستضعف به جای ارزش طاغوتی در سال‌های آغازین انقلاب؛ بلکه گاه مقصود، جابه‌جایی رتبه ارزش‌هاست. ارزش‌ها از نظر مردم، رتبه‌های گوناگون دارند: یک ارزش در رتبه پایین‌تر و ارزش دیگر در رتبه بالاتر نشست است. این بالا و پایین بودن ارزش‌ها تابع مجموعه عوامل مختلف است؛ مانند: دوام و بقا و اینکه تا چه حد در قبول یا رد آن، ترویج و تبلیغ به عمل آمده باشد؛ افزون بر این، هنگامی که استحکام اجتماعی<sup>۱</sup> از بین برود یا تغییر بنیادین در جامعه به وجود آید؛ شرایط به نحوی خواهد بود که به آن، رتبه‌بندی مجدد ارزش‌ها<sup>۲</sup> می‌گویند؛ درواقع، مهم‌تر از حضور یک ارزش در جامعه، رتبه و جایگاه آن ارزش در جامعه اهمیت دارد» (محسنیان‌راد، ۱۳۸۷ الف: ۱۹۸-۱۹۷).

رادیو انقلاب، یک ایستگاه یا شبکه مناسبی است که به بهانه سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی، از ارزش‌های انقلاب می‌گوید و اشاعه آنها را تعقیب می‌کند؛ بنابراین از پیام‌آفرینان این ایستگاه مناسبی انتظار می‌رود متناسب با ادراک<sup>۳</sup> زمینه‌ها و الزامات «روند تکاملی انقلاب اسلامی» در ایران امروز، به دنبال انعکاس مؤثر ارزش‌ها در برنامه‌های مختلف با ساختارهای متفاوت باشند.

مسئله اصلی پژوهش پیش‌رو این است که طلوع فجر به‌عنوان برنامه صبحگاهی رادیو انقلاب، چه ارزش‌های خاص را منعکس می‌کند و نوع و شدت ارزش‌های منعکس شده چگونه است؟

## 1. Social Stability

## 2. Value Rescaling

۳. «ادراک (PERCEPTION)، ارزیابی مستقیم یا غیرمستقیم، آگاهانه یا ناخودآگاه، از اشیاء یا پدیده‌ها یا اشخاص بر مبنای آن دسته از علائم و قرائن است که از خود شیء به دست می‌آید.» (محسنیان‌راد، ۲۷۱۳۸۴)

## پیشینه پژوهش

## کارکرد پیام‌های ارتباطی

پیام‌آفرینان وسایل ارتباط جمعی و به‌طور خاص، رادیو و تلویزیون به تجربه می‌دانند که هیچگاه در کار آنها، «امکانات و زمینه نمی‌توانند جای یکدیگر را بگیرند»؛ بلکه باید هر دو را فراهم کرد تا بتوانند موفق باشند.

«تفاوت زمینه و امکانات را می‌توان در کشاورزی بهتر فهمید: زمینه همان خاک است و امکانات مشابه نیروی انسانی متخصص و توانا و وسایل و مواد کشاورزی؛ چنانچه یک کشاورز سخت‌کوش و متخصص بخواهد در خاک آهکی با اسیدیته بالا، بهترین بذر را بیفشانند و در کاشت آن به‌طور مثال از بهترین بیلچه استفاده کند، به محصول درخور دست نمی‌یابد؛ همان‌طور که اگر در بهترین خاک، بذر ضعیف و بیمار بیفشانیم، باز هم نتیجه به دست نخواهیم آورد» (محسنیان‌راد، ۱۳۹۹: ۱۹۹-۱۹۸). شاید به همین دلیل باشد که در حال حاضر، «نهادهای ارتباطات جمعی هر کشور به موازات گسترش وسایل ارتباطی جدید، تفاوت بیشتر نسبت به کشورهای دیگر می‌یابند.» توسعه مؤسسات انتشاراتی و مطبوعاتی، شرکت‌های فیلمسازی و فرستنده‌های رادیویی و تلویزیونی در سراسر جهان، «به جای اینکه وسایل ارتباط جمعی را به سوی هم‌شکلی برساند و وضع اطلاعات و فرهنگ انسانی را به طرف یکنواختی سوق دهد؛ تفاوت را بیشتر می‌سازد و آنها را در مسیر تعدد و تنوع قرار می‌دهد» و در نتیجه، «روزبه‌روز جنبه‌های تفاوت‌آمیز وسایل ارتباطی کشورهای مختلف بر جنبه‌های شباهت‌آمیز آنها برتری می‌یابند» (معمدنژاد، ۱۳۹۴: ۱۵۸).

تجربه تاریخی ایرانیان در نزدیک به ۲۰۰ سال گذشته، به‌ویژه از زمان انتشار نخستین روزنامه در ایران (۱۸۳۷م) نشان می‌دهد که زمینه کاری پیام‌آفرینان وسایل ارتباط جمعی در این کشور از یک طرف، «در گنش تا حد بسیار یکسویه و کمتر متعامل با نهاد دولت<sup>۱</sup>» و از

۱. مقصود از «دولت» (GOVERNMENT)، «مجموعه‌ای از نهادهاست که قوای اجرایی، قانون‌گذاری، اداره امور مرکزی و محلی، دادگستری، پلیس و نیروهای مسلح را دربرمی‌گیرند و حق انحصاری به کار بردن مشروع زور را در اختیار دارند.» (آبرکرامی و همکاران، ۱۳۷۰: ۳۴۷)



طرف دیگر، «در کنش مشابه و معکوس با مخاطبان [دیروز و پیام‌گیران امروز] و به عبارتی ملت هستند؛ در واقع، «این همان است که دنیس مک‌کوایل<sup>۱</sup> (۲۰۱۷-۱۹۳۵م) در کتاب نظریه‌های ارتباط جمعی خود می‌گوید» و از این وسایل ارتباطی به‌عنوان «میانجی روابط اجتماعی» یاد می‌کند (محسنیان‌راد، ۱۳۸۴: ۲۳۹).

پیام‌آفرینان در این زمینه کاری، «بر مبنای نظریه نقش‌ها<sup>۲</sup> و مشابه صحنه تئاتر، عمل و ایفای نقش می‌کنند» و این هنجارهای<sup>۳</sup> نوشته و نانوشته هستند که «سناریوی<sup>۴</sup> ایفای نقش» آنها را تعیین می‌کنند» (محسنیان‌راد، ۱۳۷۱: ۹)؛ در نگاه جامعه‌شناختی، «رابطه تنگاتنگ بین ارزش‌ها و هنجارها وجود دارد. ارزش‌ها نماینده خوب و بد و هنجارها نماینده باید و نباید هستند؛ پس مشابه دو روی سکه‌اند: هنجار می‌گوید رفتار چگونه باشد و ارزش مبنای قضاوت درباره آن رفتار است. البته برخی نیز ارزش‌ها را زیربنای هنجارها می‌دانند و مثال می‌آورند که اگر یک شیء را به مثابه ارزش بدانیم، تصویر آن شیء در آینه مشابه هنجار خواهد بود. نظام هنجاری هر جامعه حاصل تجمیع ارزش‌ها و هنجارهای آن جامعه در هر مقطع از زمان است؛ بنابراین از دیدگاه جامعه‌شناسان، این طبیعی است که نظام هنجاری جامعه ایران، نه تنها پیش

## 1. Denis Mcquail

## 2. Roles Theory

۳. «هنجار (NORM) از نظر لغوی، معادل واژه گونیا و به‌عنوان قانون یا قاعده‌ای است که باید به آن مراجعه کنند؛ در نتیجه، می‌توان هنجار را سرمشق، ملاک، ضابطه و ابزار سنجش و نظم دانست. هنجارها از نگاه جامعه‌شناختی، سلسله قضایای انشایی، دستوری و قاعده‌ای هستند که انسان اجتماعی را در شناخت اعمال شایسته و هماهنگ با جامعه یاری می‌دهند؛ از نظر فلسفی، هنجار را فرمول مجرد آنچه باید باشد و آنچه نباید باشد، می‌دانند. هنجار در یک جامعه، پدیده‌ای است که میانگین اعضای جامعه بر اساس آن عمل می‌کنند. این آن را می‌توان نوعی‌ترین در جامعه یا ضوابط مشترک عمل اجتماعی دانست که حاصل پایداری به انتظارات مشترک است. جامعه‌شناسان، سازوکار دستیابی به نوعی‌ترین را همگرایی تدریجی می‌دانند که طی آن، گروه‌هایی از مردم به اتفاق خود را با ادراک مبهم مواجه می‌بینند؛ در وهله اول، به تعبیر واگرایی می‌رسند که نمی‌توان آن نوعی‌ترین را در میان آنها مشاهده کرد و سپس به تدریج به دلیل فرایند همگرایی، این اتفاق روی می‌دهد و سرانجام هنجار پدید می‌آید.» (محسنیان‌راد، ۱۳۹۳ الف: ۱۸)

## 4. Scenario: به فرانسوی

و پس از انقلاب ۵۷ که حتی کم و بیش در دهه‌های پس از پیروزی انقلاب و استقرار نظام جمهوری اسلامی نیز با یکدیگر متفاوت باشد (محسنیان‌راد، ۱۳۹۳ الف: ۱۹).

بی‌تردید تبیین کارکرد پیام‌های ارتباطی در گرو تبیین کارکرد وسایل ارتباط جمعی و تبیین کارکرد وسایل ارتباط جمعی نیز در گرو آگاهی از نظریه کارکردگرایی در حوزه جامعه‌شناسی است:

کارکرد<sup>۱</sup> «در لغت مترادف با کار ویژه، نقش و وظیفه است» و کارکردگرایی<sup>۲</sup>، «نتایج حاصل و آثار عینی پدیده‌های اجتماعی را در برمی‌گیرد.» (آقابخششی و افشاری‌راد، ۱۳۷۴: ۱۳۲) کارکردگرایان، جامعه را نه «جمع پریشان» انسان‌ها، که «واحد کمابیش متجانس و زاده روابط استوار» می‌دانند؛ از دیدگاه آنها، «عناصر جامعه مانند عناصر سایر مظاهر طبیعت، در عین تکاپو و پراکندگی، نوعی یگانگی یا همبستگی<sup>۳</sup> دارند؛ چراکه «همزیستی اعضای جامعه، همسازی<sup>۴</sup> و صورت کامل آن، سازگاری<sup>۵</sup> را ایجاد می‌کند و بر اثر همسازی، نوعی تعادل که آن را هماهنگی اجتماعی<sup>۶</sup> و دیگران، توازن اجتماعی<sup>۷</sup>، تعادل اجتماعی<sup>۸</sup> و رابطه هماهنگ<sup>۹</sup> نامیده‌اند، پدید می‌آید» (اگبرن و نیم‌کف، ۱۳۵۰: ۲۶۳).

کارکردگرایان با «بنیادی انگاشتن ارزش‌ها و هنجارهای مشترک برای جامعه، بر نظم اجتماعی مبتنی بر توافق‌های ضمنی تأکید می‌کنند» (مهدی‌زاده، ۱۳۹۹: ۴۱) و «اقتضای هماهنگی، توازن یا تعادل اجتماعی» را این می‌دانند که «در جامعه، روابط کمابیش استوار که مفهوم انتظام<sup>۱۰</sup> را به ما می‌دهند، برقرار باشد» تا «به اعتبار این انتظام ذاتی یا روابط استوار

1. Function
2. Functionalism
3. Correlation
4. Accomodation
5. Adjustment
6. Social Harmony
7. Social Equilibrium
8. Social Balance
9. Social Relationship
10. Orderlines

درونی، سازمان اجتماعی<sup>۱</sup> شکل بگیرد؛ «در این سازمان که به مثابه یک ارگانیزم زنده عمل می‌کند»، سازمان‌های فرعی<sup>۲</sup> یا پاره‌سازمان‌ها<sup>۳</sup> «در ثبات کلی جامعه، نقش حیاتی و تکمیل‌کننده دارند و به‌طور معمول تا زمانی که کارکرد آنها مورد حاجت جامعه باشد، دوام می‌آورند» و در صورت بی‌توجهی یا حتی کم‌توجهی، رفته‌رفته در چالش نازایی و در مسیر متلاشی شدن قرار می‌گیرند و اگر دیرگاهی نیز پس از نازا شدن باقی بمانند، انسان [و جامعه] را به رنج و تباهی نیرو می‌کشانند.» (آقابخشی و افشاری‌راد، ۱۳۷۴: ۱۳۲؛ اگ‌برن و نیم‌کف، ۱۳۵۰: ۲۶۷).

نکات زیر، خلاصه و فهرست‌وار، خصوصیات کارکردگرایی را از جنبه تمایز با سایر نظریه‌ها، بیان و به کاربرد آنها در حوزه ارتباطات اشاره می‌کنند:

۱. کارکردگرایی، جامعه را یک نظام<sup>۴</sup> از عناصر و بخش‌های به هم پیوسته با فعالیت‌های مرتبط به هم، مداوم و از پیش تعریف‌شده می‌داند؛ ۲. جامعه به سوی تعادل پویا تمایل دارد و اگر ناهماهنگی در آن رخ دهد، نیروهای درون جامعه برای استقرار دوباره نظم دخالت می‌کنند؛ ۳. تمامی فعالیت‌های مرتبط به هم، مداوم و از پیش تعریف‌شده جامعه در حفظ تعادل آن سهیم هستند؛ ۴. برخی فعالیت‌های مداوم و از پیش تعریف‌شده جامعه برای بقای آن ضرورت دارند؛ ۵. وسایل ارتباط جمعی، یکی از این فعالیت‌های مداوم و از پیش تعیین‌شده هستند و در حفظ ثبات و تعادل جامعه نقش دارند؛ ۶. ارتباطات از عناصر ضروری در ساختار جامعه است و جامعه بدون آن نمی‌تواند به حیات خود ادامه دهد و ۷. خلق بی‌نظمی و ناهماهنگی، وسایل ارتباطی را به چالش کژکارکردی<sup>۵</sup> دچار می‌کند» (ویلیامز، ۱۳۸۶: ۶۲).

«نیازهای روزافزون گروه‌های وسیع انسانی به استفاده از وسایل ارتباط جمعی، وظایف اجتماعی متعدد برای آنها پدید آورده است: وظایف خبری و آموزشی، وظایف راهنمایی و رهبری و وظایف تفریحی و تبلیغی» (معمدنژاد، ۱۳۹۴: ۷-۳)؛ اما این وسایل ارتباطی و

- 
1. Social Organization
  2. Sub-organizations
  3. Part-organizations
  4. System
  5. Dysfunction

به‌طور خاص، رادیو و تلویزیون گاه خود را در انجام وظایف، گرفتار در چالش کژکاری می‌یابند که تبعات زیر را برای توده پیام‌گیران در جامعه به دنبال می‌آورد:

۱. اگر پیام‌های ارتباطی در انجام وظیفه خبری و آموزشی و به بهانه «نظارت بر محیط»، «بیش از حد بر خطرها و تهدیدهای احتمالی در درون و بیرون جامعه تأکید کنند؛ تنها ترس و وحشت پیام‌گیران را افزایش می‌دهند» و اگر «بیش از حد به دنبال پیام‌پراکنی و آرایه اخبار و اطلاعات و جذب آنها از سوی پیام‌گیران باشند؛ تخدیر ذهنی، رخوت و بی‌اعتنایی» همان پیام‌گیران را به دنبال می‌آورند.

۲. اگر پیام‌های ارتباطی در انجام وظیفه راهنمایی و رهبری و به بهانه «ایجاد ثبات و انسجام اجتماعی»، به «آزادی‌های فردی و دگرگونی‌های اجتماعی بی‌اعتنا باشند»؛ تبعات مختلف را مانند: «پدیده سازگاری توده‌ها، شکل‌گیری افکار قالبی<sup>۱</sup>، جلوگیری از نوآوری و تغییر اجتماعی، گسترش سانسور و خودسانسوری و کاهش انتقاد» به دنبال می‌آورند.

۳. اگر پیام‌های ارتباطی در انجام وظیفه تفریحی و تبلیغی و به بهانه «پر کردن اوقات فراغت و انتقال میراث فرهنگی»، «غفلت از واقعیت، تَنَزُل سلیقه عمومی، تخریب هنر متعالی و عادت به تن‌آسایی و نیز تقویت جامعه توده‌وار<sup>۲</sup> و تضعیف خرده‌فرهنگ‌ها، گرایش به

## 1. Stereotype

۲. گرچه حجم قابل توجه از مطالعات و تحقیقات اولیه در زمینه وسایل ارتباط جمعی از نظریه جامعه توده‌وار (MASS SOCIETY THEORY) و به‌ویژه آرای مکتب فرانکفورت (به آلمانی: FRANKFURTER SCHULE) تأثیر پذیرفته‌اند که نشان می‌دهند «مخاطبان این وسایل ارتباطی به نسبت بی‌تفاوت هستند و اغوای آنها به راحتی امکان‌پذیر است»؛ اما «امروزه این نظریه، نفوذ چندان در حوزه جامعه‌شناسی ندارد و حتی قائلان به آن عنوان می‌کنند که ۱. جوامع معاصر کمتر به صورت توده‌های همگن و نامتفاوت خودنمایی می‌کنند و به نظر می‌رسد تعداد بی‌شمار نیروهای رقابت‌کننده به آنها شکل می‌دهند؛ ۲. طبقات پایین و تحت سلطه، آن‌طور که مورد ادعا بوده است، آلت دست برگزیدگان [یا نخبگان] نیستند و کاملاً می‌توانند ناراضی‌تی خود را اظهار کنند و ۳. پیوندهای خانوادگی و آلف‌های اجتماعی به آن شکل که جامعه توده‌وار به آن باور دارد، دچار گسیختگی نیستند» (آبرکرامبی و همکاران، ۲۳۵۱۳۷۰: ۲۳۲) البته نظریه جامعه توده‌وار، «بیشتر در دوران جنگ و رکود اقتصادی که شرایط و فرصت‌ها ایجاد می‌کند که وسایل ارتباط جمعی، قدرتمند باشند»، امکان طرح و پذیرش می‌یابد؛ چراکه «نامنی و نبود توازن در زندگی روزمره مردم و نیاز به بازیابی امنیت و توازن از دست

همسان‌سازی و جلوگیری از توسعه و پیشرفت فرهنگی» را به دنبال آورند؛ خواسته یا ناخواسته، بر نظام‌های معنایی مستقر در توده پیام‌گیران تأثیر می‌گذارند و معنی‌های نامطلوب را تقویت و حتی ایجاد می‌کنند.<sup>۱</sup> (مهدی‌زاده، ۱۳۹۹: ۴۵-۴۵)

پیام‌آفرینان صداوسیما با آگاهی از کارکردها و کژکارکردهای مورد اشاره که کم و بیش در عملکرد عمده سازمان‌های ارتباطی در جهان و ایران به چشم می‌خورد و قابل مطالعه و تحلیل است؛ باید متوجه این نکته مهم نیز باشند که «اشاعه ارزش‌های انقلاب اسلامی و افزایش تعداد وابستگان به این ارزش‌ها» اگر نگوئیم تنها کارکرد، که از کارکردهای خاص پیام‌های ارتباطی صداوسیما، مبتنی بر قانون اساسی و دیدگاه رهبران انقلاب - امام خمینی و آیت‌الله خامنه‌ای - است که در تبیین جایگاه این سازمان ارتباطی، اصطلاحات «دانشگاه عمومی» (بیانات امام خمینی در دیدار نخست‌وزیر و هیأت دولت موقت، ۱۳۵۷/۱۲/۲۹)، «رسانه ملی و عمومی و اثرگذارترین مجموعه فرهنگی در کشور» (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار از سازمان صداوسیما، ۱۳۸۹/۴/۱۲) و مانند آن را به کار برده‌اند.

رفته، زمینه را پذیرش بی‌چون و چرای پیام‌های ارتباطی فراهم» و به اصطلاح، «اغوی مخاطبان را به راحتی امکان‌پذیر می‌سازد.» (تن، ۱۳۸۸: ۲۲)

۱. پس از دوران به نسبت طولانی که سه کارکرد عمده رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی را «سرگرم کردن، آموزش دادن و آگاهی دادن» می‌دانستند و همگام با بروز تحولات تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی و گسترش آنها، رسانه‌شناسان در مطالعه و تحلیل نحوه تأثیرگذاری این تحولات، دسته‌بندی متفاوت از کارکرد رسانه‌ها ارائه داده‌اند؛ «در این دسته‌بندی، همچنان سرگرم‌کنندگی را به‌عنوان یکی از کارکردها (کارکرد الف) در کنار سه دسته دیگر می‌شناسند که آن سه دسته عبارتند از: کارکرد ب) ایجاد تجربه زندگی مشترک با فرهنگ‌های دیگر که خود به سه شاخه قابل تقسیم است: ۱. شناخت رفتارهای پذیرفتنی، ۲. آگاهی از آنکه چه چیزی مهم است و ۳. آگاهی از آنکه ما درباره دیگران چه فکر می‌کنیم و دیگران درباره ما چه فکر می‌کنند؛ کارکرد ج) ایفای نقش در اجرای دموکراسی، که قابل تقسیم به پنج شاخه است: ۱. ایفای نقش نخبه‌بانی، ۲. تحلیل اطلاعات آگاهی‌بخش، ۳. اجرای ترکیب خاص از ارتباط عمودی و افقی که در تلاش برای ایجاد تنوع کمی و کیفی در ساختاری خاص است، ۴. گفتمان‌یابی برای توسعه حوزه عمومی (PUBLIC SPHERE) و ۵. فراهم کردن سه دسته پیش‌شرط برای ایفای نقش در دموکراسی که مربوط به کیفیت آزادی رسانه‌ها، کیفیت نظارت بر رسانه‌ها و نوع مالکیت رسانه‌هاست؛ و آخرین کارکرد، کارکرد د) ایجاد معنی‌های جدید در مخاطبان است.» (محسنیان‌راد، ۱۳۹۹: ۶۹۲-۶۹۲)

البته «در فهرست کارکردهای مندرج در مباحث نظریه‌های ارتباط جمعی، کسب تأیید برای ارزش‌های شخصی و نیز به‌کارگیری وسایل ارتباطی در تحکیم و حفظ ارزش‌های مشترک، جایگاه ویژه دارد؛ ضمن آنکه مقوله ارزش‌ها در گفت‌وگو و تعامل اجتماعی از طریق وسایل ارتباط جمعی نیز جایگاه مهم دارد. این نکته هم روشن است که ارزش‌های منعکس شده در پیام‌های ارتباطی لزوماً ارزش‌های مطلوب و نامطلوب جامعه نیستند.» (محسنیان‌راد، ۱۳۸۷ الف: ۲۰۴)

### ارزش‌ها

واژه «ارزش»<sup>۱</sup> در نگاه اول، تعریف به‌ظاهر ساده دارد: کافی است به لغتنامه دهخدا و فرهنگ‌های فارسی معین و عمید مراجعه کنیم تا بدانیم این واژه، اسم مصدر «ارزیدن» و مترادف با «ارح، ارز، اهمیت، برازندگی، زیندگی، شایستگی، قابلیت استحقاق، قیمت و مرتبه» است؛ اما به‌کارگیری این تعریف به‌ظاهر ساده در عمل، چندان ساده نیست و به بیان محققان، «عملیاتی شدن» آن پیچیده است. جامعه‌شناسان، «مسئله ارزش‌ها» را یکی از مهم‌ترین سؤالات و شاید مهم‌ترین سؤال عصر ما و «یکی از پیچیده‌ترین مسایل که با آن مواجه هستیم»، می‌دانند که با وجود «تلاش‌های متعدد و متنوع برای دستیابی به تعریف جامع و مانع»، هنوز «توافق عمومی» در پاسخ این سؤال به دست نیامده است که «ارزش چیست؟ و ارزش‌ها چگونه معلوم و ثابت می‌شوند؟» (محسنیان‌راد، ۱۳۸۷ الف: ۱۹۴-۱۹۳)

آلن بیرو<sup>۲</sup> در این زمینه می‌نویسد: «مراد از ارزش، هر موضوع است که مورد نیاز، نگرش یا آرزو باشد. ارزش‌ها در علوم اجتماعی در مواردی به کار می‌روند که بتوان یک رابطه علی متقابل بین نیازها، نگرش‌ها و آرزوها از یک طرف با موضوع‌ها از طرف دیگر برقرار کرد؛ از این رو «از نظر مشاهده‌گر علمی، آن هدف‌ها که با نیازها، نگرش‌ها و آرزوهای مردم مربوط هستند، در صورتی ارزش به شمار می‌آیند که بتوان آنها را به رابطه قابل مشاهده بین اندیشه‌ها و گنش‌های مردم با موضوع‌های مورد مشاهده برگرداند. منظور از ارزش در جامعه‌شناسی، معیارهای مشترک فرهنگی است که بر اساس آن، ربط اخلاقی و زیبایی‌شناختی موضوع‌ها با نیازها، نگرش‌ها و آرزوها را می‌توان باهم مقایسه و درباره آنها داوری کرد. ارزش، میزان

---

1. Value  
2. Alain Birou

توانایی یک شیء در ارضای یک میل، یک نیاز و تمّناى انسان است؛ پس اساس ارزش را باید در اندیشه‌های انسانی جست‌وجو کرد که نفع یک شیء خارجی را ارزیابی می‌کند.»

گاهی «از ارزش‌های اجتماعی با عنوان ارزش‌های اخلاقی، فرهنگی و دینی سخن می‌رود که یکپارچگی اجتماعی را قوام می‌بخشند و به گسترش پیوندهای مبتنی بر همبستگی می‌انجامند؛ بدین‌سان عدالت، نوع‌دوستی و... جزء ارزش‌های اجتماعی به شمار می‌آیند.» (بیرو، ۱۳۸۰: ۳۸۶)

فرامرز رفیع‌پور نیز در این زمینه می‌نویسد: «ارزش در اصطلاح، عقیده یا باور به نسبت پایدار است که فرد با تکیه بر آن، یک شیوه رفتاری یا حالت غایی را که فردی یا اجتماعی است، به یک شیوه رفتاری یا حالت غایی دیگر که در نقطه مقابل حالت برگزیده قرار دارد، ترجیح می‌دهد. مدل‌های کلی رفتار، احکام جمعی و هنجارهای کرداری، در مجموع ارزش‌های کرداری را تشکیل می‌دهند که با پذیرش عمومی همراه هستند.

ارزش‌ها، عقاید یا باورهای به نسبت ریشه‌دار هستند که یک فرد یا گروه درباره رفتار، اعمال و اندیشه‌ها دارد؛ به نحوی که پسندیده را از ناپسند، جدا و داوری درباره خوب و بد را امکان‌پذیر می‌سازد. ارزش‌ها نمایان‌گر آن دسته از عقاید و باورها هستند که از نظر فردی یا اجتماعی، رفتار مطلوب و برتر به شمار می‌آیند و افراد یا گروه‌ها هنگام سؤال درباره خوبی‌ها، برتری‌ها و کمال‌مطلوب‌ها به آنها مراجعه می‌کنند.» (رفیع‌پور، ۱۳۷۸: ۱۱۱)

مهدی محسنیان‌راد نیز با استخراج تعریف «ارزش» از مجموعه منابع انتشار یافته در سال‌های ۱۹۴۶ تا ۲۰۰۸م و مطالعه نقاط اشتراک و اختلاف مفهومی آنها (جدول شماره ۱)، نقطه اصلی اختلاف ۱۹ تعریف استخراج‌شده را در جواب این سؤال مهم می‌داند که «آیا ارزش‌ها ناشی از معیارهای ذهنی فاعل جهت‌گیری هستند یا خصیصه ذاتی نشانگاه جهت‌گیری یا به عبارت دیگر، آیا بین ارزش و ارزش‌گذاری تفاوت وجود دارد یا ندارد؟» (محسنیان‌راد، ۱۳۹۳: ۳۴۴)

جدول ۱. نقاط اشتراک و اختلاف مفهومی ۱۹ تعریف استخراج شده از ارزش (منابع: ۱۹۴۶ تا ۲۰۰۸م)

ردیف	نویسنده	سال	مطلوب	مطلوب + نامطلوب	تمایل و جهت گیری	با تعیین فاعل جهت گیری	با تعیین نشانه جهت گیری
۱	Lapier	۱۹۴۶		*			*
۲	Hiller	۱۹۴۷		*			*
۳	Lundberg	۱۹۴۷		*		*	*
۴	Young	۱۹۴۹		*			*
۵	Roucek	۱۹۵۱			*	*	
۶	Parsons	۱۹۵۱			*		
۷	Perry	۱۹۵۴			*	*	*
۸	Williams	۱۹۵۶		*		*	*
۹	Parker	۱۹۵۷			*		*
۱۰	Pepper	۱۹۵۸		*			*
۱۱	Goode	۱۹۶۶		*		*	*
۱۲	Willems	۱۹۷۰			*		
۱۳	Gillin	۱۹۷۸	*				*
۱۴	Schaefer	۱۹۸۳		*		*	*
۱۵	Horton	۱۹۸۴		*			
۱۶	Myers	۱۹۸۵		*		*	
۱۷	Burton	۱۹۹۰			*	*	*
۱۸	Sulivan	۱۹۹۴			*		
۱۹	Ferrante	۲۰۰۸				*	*

❖ دوره سوم، شماره ۱، (پیاپی ۵)، بهار و تابستان ۱۴۰۱



محسنیان‌راد، «یکی از جواب‌های قابل تعمق» در این زمینه را «سخنان امیل دورکیم<sup>۱</sup> در نشست ۱۹۱۱م کنگره بین‌المللی فلسفه در بولونی فرانسه» می‌داند و می‌نویسد: «دورکیم داوری‌های ارزشی را به سه دسته تقسیم کرده است: ۱. داوری‌های ارزشی که درون هستی داور است، مانند شیرینی را دوست دارم؛ ۲. داوری‌های ارزشی که بیرون از هستی داور است، مانند این انگشتر این مقدار می‌ارزد و ۳. داوری‌های واقعی، مانند اجسام وزن دارند. وی با تکیه به چند مثال نشان داده که الزامی به وجود ربط منطقی میان داوری‌های ارزشی بیرون از هستی داور و درون هستی داور وجود ندارد و می‌گوید: یک بُت که غالباً توده‌ای سنگ یا تکه‌ای چوب بوده و به خودی خود از هر گونه ارزش بی‌بهره است، یک شیء مقدّس است یا یک پرچم که جز تکه‌ای پارچه نیست؛ با این حال سربازان بسیار برای رهاندن آن، خود را به چنگال مرگ سپرده‌اند. وی نتیجه می‌گیرد: هیچ شیء پیش پا افتاده نبوده که در زمان ویژه از تاریخ، الهام‌بخش احساسات ستایش‌آمیز نشده باشد. آن رابطه که دورکیم میان زمان و ارزش‌ها مطرح می‌کند، بخشی از خصلت نسبت در ارزش‌هاست. ریچارد شفر<sup>۲</sup> در این مورد می‌گوید: گرچه اکثراً ارزش‌ها، به‌طور نسبی، به صورت ثابت در طول زندگی یک فرد باقی می‌مانند؛ اما ممکن است عواملی چند [از جمله انقلاب] ارزش‌های یک فرهنگ را دچار تغییر کنند.» (محسنیان‌راد، ۱۳۸۷ الف: ۱۹۷)

«قرار گرفتن فرد در یکی از دو وضعیت کسب و ترک ارزش<sup>۳</sup>»، «پدیده توزیع و پراکندگی مجدد ارزش<sup>۴</sup>» و «از بین بردن استحکام اجتماعی<sup>۵</sup> و به تغییر اساسی دچار شدن جامعه و به وجود آمدن شرایط برای رتبه‌بندی مجدد ارزش‌ها<sup>۶</sup>»، از جمله سازوکارهای بروز این «تغییر» به شمار می‌آیند.

1. David Emile Durkheim: به فرانسوی

2. Richard Schaefer

3. Value Acquisition and Abandonment

4. Value Redistribution

5. Social Stability

6. Value Rescaling

«به نظر می‌رسد مهم‌تر از حضور یک ارزش در جامعه، رتبه و جایگاه آن ارزش در جامعه اهمیت دارد؛ به‌عنوان مثال، گرچه فردگرایی به‌عنوان یک ارزش در هر دو جامعه آمریکا و کره جنوبی قابل مشاهده است، ولی بالاتر بودن رتبه این ارزش در جامعه آمریکا، تفاوت در حوزه‌های بسیار از زندگی این دو جامعه را به دنبال آورده است.»

البته این را نیز می‌دانیم که «همانندسازی ارزش‌ها الزاماً همانندی هنجارها را به دنبال نمی‌آورد؛ به‌عنوان مثال، آزادی را در هر دو جامعه آمریکا و شوروی سابق، ارزش می‌دانستند؛ اما آزادی در شوروی سابق دربرگیرنده استخدام، مراقبت‌های پزشکی و آموزش بود و در آمریکا دربرگیرنده حق آزادی بیان، حق آزادی اجتماعات، حق به‌کارگیری سرمایه در بخش خصوصی و حق انتخاب دولت» (محسنیان‌راد، ۱۳۹۳: ۳۴۶-۳۴۵).

محققان در جمع‌بندی این مباحث، به پیروی از دیدگاه مهدی محسنیان‌راد (۱۳۸۷الف) و ۱. بدون نگاه متفاوت به مفهوم ارزش و ارزش‌گذاری و بدون آنکه به دنبال جواب این سؤال باشند که «آیا جهت‌گیری انتخابی، ناشی از معیار ذهنی فاعل جهت‌گیری یا خصیصه ذاتی نشانگاه جهت‌گیری است» و ۲. با تلاش برای دست یافتن به رتبه هر ارزش و ۳. با پذیرش این نکته که «بیان یک ارزش مشابه مانند واژه آزادی الزاماً مفهوم و معنی مشابه» در دهه‌های پس از پیروزی انقلاب و استقرار نظام جمهوری اسلامی نداشته؛ مقصود از «ارزش» را در این تحقیق، «هر نوع جهت‌گیری انتخابی مثبت یا منفی از سوی فرد یا جمع درباره هر چیز» می‌دانند. (محسنیان‌راد، ۱۳۸۷الف؛ محسنیان‌راد، ۱۳۹۳ب).

### روش پژوهش

محققان برای آگاهی از ارزش‌های منعکس‌شده در برنامه طلوع فجر، از روش تحلیل محتوا<sup>۱</sup> استفاده کردند.

«تحلیل محتوا، یک روش متداول برای مطالعه و تحلیل ارتباطات به شیوه نظام‌مند، عینی و کمی با هدف اندازه‌گیری متغیرهاست که در توصیف محتوا، آزمون فرضیه‌های مربوط به

خصوصیات پیام‌های ارتباطی، مقایسه محتوا با واقعیت‌های موجود، ارزیابی تصویر گروه‌های خاص در جامعه و تعیین نقطه شروع در مطالعات مربوط به تأثیر وسایل ارتباط جمعی به کار می‌رود.» (ویمر و دومینیک، ۱۳۸۴: ۲۲۵ و ۲۲۰)

«مزیت این روش تحقیق، خصوصاً در سه چیز است: اولاً با تحلیل محتوا می‌توان برداشت به نسبت واقع‌بینانه از متن یک پیام ارتباطی یا حتی خصوصیات یک شخص به دست آورد؛ ثانیاً می‌توان متن‌های مختلف را مانند: یک مقاله، سخنرانی یا یک برنامه رادیویی و تلویزیونی در زمان گذشته مطالعه کرد و به خصوصیات اجتماعی و فرهنگی آن زمان پی برد و ثالثاً در شرایطی که افراد به دلایل مختلف در دسترس نیستند و مانند سیاستمداران مهم دسترسی به آنها دشوار است، می‌توان خصوصیات شخصیتی آنها را به‌طور دقیق مطالعه کرد.» (رفیع‌پور، ۱۳۸۵: ۱۴۳). البته «با وجود این، تفسیر تحلیل محتوا مستلزم احتیاط بیشتر است؛ چراکه «بدون مطالعه پیام‌گیران نمی‌توان هیچ ادعایی را در خصوص تأثیر محتوای خاص، صرفاً بر مبنای تحلیل پیام‌های ارتباطی موجود در متن به عمل آورد» (ویمر و دومینیک، ۱۳۸۴: ۲۵۸). محققان همچنین از نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب نمونه آماری استفاده کردند.

«نمونه‌گیری هدفمند نوعی روش نمونه‌گیری غیراحتمالی است که محقق در آن، داوری خود را در انتخاب نمونه دخالت می‌دهد. نمونه‌گیری قضاوتی، نام دیگر این روش است.» (بی، ۱۳۸۱: ۴۷۲)؛ «در نمونه‌گیری هدفمند، محقق با داشتن اطلاعات قبلی از جامعه آماری و با توجه به هدف یا هدف‌های تحقیق، داوری شخصی خود را برای انتخاب نمونه به کار می‌گیرد. انتخاب نمونه در این روش به خاطر سهولت آن نیست؛ بلکه این داوری محقق بر مبنای اطلاعات قبلی است که به انتخاب نمونه منجر می‌شود.» (مهدی‌زاده، ۱۳۹۵: ۷۳)

«برنامه»<sup>۱</sup> پخش شده در مقطع زمانی ۱۲ تا ۲۲ بهمن ۱۳۹۹- موسوم به دهه فجر ۹۹- واحد پیام<sup>۲</sup>، «آیتم»<sup>۳</sup> برنامه مورد مطالعه در این مقطع زمانی، واحد زمینه<sup>۴</sup> و «واژه» یا واژگانی که در هر آیتم به گوش می‌رسند و نماینده یک ارزش به شمار می‌آیند، واحد کدگذاری<sup>۵</sup> در این تحقیق است.

اولین گام در سنجش «روایی»<sup>۶</sup> عملیات تحلیل، یکسان ساختن تشخیص کدگذاران درباره مفهوم واژه «ارزش» و «نوع» جهت‌گیری آن و در نهایت، دست یافتن به ضریب روایی قابل پذیرش در این مورد است؛ گام دوم نیز برای تعیین «شدت»<sup>۷</sup> ارزش، اتکا به این دستورالعمل است که می‌گوید: «شدت تعیین می‌کند آیا محتوا یا شخصیت خاص، به‌طور ملایم با چیزی یا کسی موافق یا مخالف است یا به‌طور شدید؟ به عبارت دیگر، قوت یا قدرت زبانی است که ما با آن فرد چیزی را تأیید یا تکذیب می‌کنیم.» (محسنیان‌راد، ۱۳۸۷ الف: ۲۰۳)

شدت بالا را با نمره ۳، شدت متوسط را با نمره ۲ و شدت پایین را با نمره ۱ (یک) مشخص می‌کنند. سنجش نتیجه عملکرد سه کدگذار با استفاده از فرمول ضریب آلفا نشان می‌دهد که ۱. ضریب آلفا برای یافتن ارزش در آیتم‌های برنامه برابر ۰/۸۲ و کاملاً قابل پذیرش است؛ ضریب آلفا در مورد تشخیص جهت مثبت یا منفی ارزش‌های مشترک، با کمترین اختلاف، برابر ۰/۹۱ و به‌طور مطلق قابل پذیرش است؛ ضریب آلفا برای تعیین شدت، با چند بار کدگذاری همراه با بحث و گفت‌وگو در حدود ۰/۷۰ و به نسبت قابل پذیرش است.

۱. برنامه (PROGRAM)، «مجموعه هدفمند و شکل‌یافته از فرم‌ها و آیتم‌های مختلف است که پیام خاص را به پیام‌گیران ارائه می‌دهد. قالب حامل پیام را نیز در برخی وسایل ارتباط جمعی مانند: رادیو و تلویزیون، برنامه می‌گویند و آن مجموعه پیام‌ها با موضوع و نگرش واحد یا درون‌نمایه‌های منطبق، مکمل، هم‌پیوند (متصل) و گاه محمل برخورد آرا و اندیشه‌ها در خدمت بیان، انتقال و القای هدف یگانه در محدوده زمانی خاص است.» (میرزایی، ۱۳۹۰: ۲۲)

## 2. Message unit

۳. آیتم (ITEM)، «هریک از بخش‌های مختلف تشکیل‌دهنده ساختار یک برنامه است؛ مانند: گفتار، گزارش، مصاحبه، میزگرد، آرم، موسیقی و...» (میرزایی، ۱۳۹۰: ۵)

4. Context unit
5. Coding unit
6. Reliability
7. Intensity

### یافته‌های پژوهش

جدول‌های زیر، حاصل کوشش محققان در مطالعه نحوه ارزش‌گذاری به انقلاب اسلامی در برنامه صبحگاهی طلوع فجر است:

جدول ۲. ارزش‌های با جهت مثبت در برنامه طلوع فجر

مقوله	شدت بالا X= +۳	شدت متوسط X= +۲	شدت پایین X= +۱	جمع	
				%	Σf
۱ ایران، وطن، ملیت، گذشته تاریخی ایرانیان	۲۴	۱۳	۴۱	۷۸	۱۵
۲ استقلال، خوداتکایی، اعتماد به نفس، غرور ملی	۲۵	۱۸	۱۷	۶۰	۱۱
۳ پیشرفت، چشم‌انداز، تمدن نوین اسلامی	۱۸	۱۵	۱۴	۴۷	۹
۴ بازسازی سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشور	۱۷	۱۸	۹	۴۴	۸
۵ دین، اسلام، امامت، ولایت فقیه، رهبری، روحانیت	۱۸	۱۱	۱۳	۴۲	۸
۶ جنبش، قیام، نهضت، انقلابی‌گری، گام دوم انقلاب	۱۴	۱۰	۱۷	۴۱	۸
۷ شهادت، ایثار، جانبازی، از خودگذشتگی	۱۸	۱۰	۱۲	۴۰	۷
۸ تحقیقات، فناوری، محققان، فناوران	۱۹	۹	۷	۳۵	۶
۹ پیروزی، کارآمدی، تحقق آرمان‌ها	۱۰	۹	۷	۲۶	۵
۱۰ مردم، جوانان، زنان، کارگران، معلمان	۹	۵	۱۲	۲۶	۵
۱۱ امام، مقام رهبری، مراجع تقلید، علما و روحانیون	۱۳	۴	۶	۲۳	۴
۱۲ وحدت، انسجام، همدلی و همبستگی	۱۱	۷	۱	۱۹	۴
۱۳ آزادی اندیشه، روشنگری، بحث آزاد، برخورد سالم اندیشه‌ها	۶	۴	۵	۱۵	۳
۱۴ انصاف، واقع‌بینی، انتقاد سازنده	۵	۳	۱	۹	۲
۱۵ جمهور، حق تعیین سرنوشت، مردم‌سالاری، انتخابات	۲	۲	۳	۷	۱
۱۶ دولت‌ها (موقت، دفاع مقدس، سازندگی، اصطلاحات، عدالت و مهرورزی و اعتدال)	۰	۱	۳	۴	۱
۱۷ احزاب، جمعیت‌ها، انجمن‌های سیاسی و صنفی	۳	۰	۰	۳	۱
۱۸ اقوام و اقلیت‌های دینی و مذهبی کشور	۱	۱	۱	۳	۱
۱۹ عدالت، قسط، قانون‌گرایی، تساوی همگان در برابر قانون	۰	۱	۱	۲	۲
۲۰ بقیه ارزش‌های مثبت	۲	۱	۴	۷	۱
جمع	۲۱۵	۱۴۲	۱۷۴	۵۳۱	۱۰۰

جدول ۳. ارزش‌های با جهت منفی در برنامه صبحگاهی طلوع فجر

مقوله	شدت			جمع
	بالا	متوسط	پایین	
	X= +۳	X= +۲	X= +۱	% / $\Sigma f$
۱	۲۰	۱۶	۱۴	۵۰ / ۱۵
۲	۱۹	۱۴	۱۱	۴۴ / ۱۳
۳	۱۹	۱۴	۹	۴۲ / ۱۳
۴	۱۳	۱۴	۸	۳۵ / ۱۱
۵	۱۵	۹	۷	۳۱ / ۹
۶	۱۱	۱۱	۸	۳۰ / ۹
۷	۱۱	۷	۱	۱۹ / ۶
۸	۶	۴	۲	۱۲ / ۴
۹	۴	۴	۰	۸ / ۲
۱۰	۳	۵	۰	۸ / ۲
۱۱	۳	۴	۱	۸ / ۲
۱۲	۳	۲	۲	۷ / ۲
۱۳	۳	۰	۱	۴ / ۱
۱۴	۲	۰	۱	۳ / ۱
۱۵	۰	۱	۱	۲ / ۱
۱۶	۱	۰	۰	۱ / ۰.۵
۱۷	۱۰	۸	۱۰	۲۸ / ۹
جمع	۱۴۳	۱۱۳	۷۶	۳۳۲ / ۱۰۰

مفهوم «ایران» به‌عنوان یک ارزش، بیش از هر ارزش دیگر در انعکاس ارزش‌های انقلاب به گوش می‌رسد؛ به طوری که ۱۵ درصد ارزش‌های با جهت مثبت یا به اختصار، ارزش‌های مثبت برنامه در مقطع زمانی مورد مطالعه، حول محور «ایران، وطن، ملیت و گذشته تاریخی ایرانیان» می‌چرخد.

ارایهٔ ۵ درصد ارزش‌ها با شدت سه یا بالا، ۲ درصد با شدت دو یا متوسط و ۸ درصد با شدت یک یا پایین است.

مطالعهٔ جدول‌های شمارهٔ ۲ و ۳ نشان می‌دهد که از دیدگاه پیام‌آفرینان، انقلاب اسلامی در چهل و دومین سالگرد پیروزی خود، از یک طرف بر وطن‌دوستی و ملیت با عبرت گرفتن از گذشتهٔ تاریخی ایرانیان و از طرف دیگر بر دینداری و اسلام مبتنی بر امامت، ولایت فقیه و رهبری روحانیت مبارز و در صف مقدم نهضت‌های مردمی، تکیه دارد و با اعتقاد به آرمان استقلال و پیشرفت، بازسازی سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشور را بر مبنای «بیانیهٔ گام دوم انقلاب اسلامی»<sup>۱</sup> و رویکرد به افق شکل‌گیری «تمدن نوین اسلامی» برای رسیدن به این آرمان‌ها، ارزش می‌داند.

همچنین، دستیابی به آرمان‌های انقلاب در گرو فضای برخوردار از ایثار، تحقیق و کارآمدی حکومت و نیز توجه به مردم و به‌ویژه جوانان است و دستیابی به این همه با حرکت در خط امام و رهبری و جامه عمل پوشاندن به رهنمودهای آیت‌الله خامنه‌ای و از طریق اتحاد و ایجاد «وحدت کلمه» به تعبیر امام خمینی، امکان‌پذیر است.

اسلام، استقلال و پیشرفت بیش از جمهور، آزادی و عدالت در انعکاس ارزش‌های انقلاب اسلامی، پس از چهل و دو سال، مورد توجه است و در تبیین شکل‌گیری انقلاب، این جامعهٔ ایران است که با نفرت از فساد اقتصادی و انحطاط اخلاقی شاه و درباریان و بیزار از وابستگی آشکار و پنهان آنها به بیگانگان و در رأس آنها، دولت ایالات متحدهٔ آمریکا و با درک درونمایهٔ استبدادی و دین‌ستیز رژیم شاهنشاهی و در آرزوی پایان نسبی بی‌عدالتی‌ها و نابرابری‌ها، به

۱. رهبر انقلاب اسلامی، آیت‌الله سیدعلی خامنه‌ای، با صدور «بیانیهٔ گام دوم انقلاب» (۱۳۹۷/۱۱/۲۲) در «نقطه عطف» قدم نهادن انقلاب ۵۷ به دههٔ پنجم حیات خود، «دستاوردهای شگرف چهار دههٔ گذشته را برای ادامهٔ راه روشن»، تبیین و توصیه‌های اساسی به منظور «جهاد بزرگ برای ساختن ایران اسلامی بزرگ» ارایه کردند. «بیانیهٔ گام دوم انقلاب» از دیدگاه مقام رهبری، یک تجدید مطلع خطاب به ملت ایران و به‌ویژه جوانان و به مثابه منشور برای «دومین مرحلهٔ خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی» است و «فصل جدید زندگی جمهوری اسلامی» را رقم می‌زند؛ برای آگاهی

سوی اسلام رهایی‌بخش از بند استبداد و استعمار و در یک کلام، «اسلام خمینی» پناه می‌برد و به صورت یک آرمان برای عقب‌ماندگی‌های تاریخی خود به آن تکیه می‌کند.

چنین به نظر می‌رسد که در روایت انقلاب ۵۷ از دیدگاه پیام‌آفرینان در دهه فجر ۹۹، اینکه چه چیزی جهت مثبت دارد، روشن‌تر است تا اینکه چه چیزی جهت منفی دارد؛ به طوری که ارزش‌های با جهت مثبت بیش از یک و نیم برابر ارزش‌های با جهت منفی هستند و در مقایسه از نظر شدت نیز می‌توان گفت:

ارزش‌های مثبت با شدت بالا، بیش از ۱/۵ برابر و با شدت متوسط، نزدیک به ۱/۳ برابر ارزش‌های منفی با شدت مشابه هستند.

### بحث و نتیجه‌گیری

می‌دانیم این تحقیق، ترسیم سیمای واقع‌بینانه از ارزش‌های انقلاب اسلامی ایران را در برنامه‌های رادیو انقلاب تعقیب می‌کرد و نیز می‌دانیم محققان بر مطالعه برنامه صبحگاهی طلوع فجر در این ایستگاه مناسبتی صدای جمهوری اسلامی تمرکز داشتند و مسأله اصلی را آن می‌دانستند که برنامه مورد مطالعه در روزهای ۱۲ تا ۲۲ بهمن ۱۳۹۹- موسوم به دهه فجر ۹۹- چه ارزش‌های خاص را مبتنی بر آنچه در مقدمه و اصول ۱۷۷گانه قانون اساسی آمده، منعکس کرده و نوع و شدت ارزش‌های منعکس شده چگونه است؟

آنها برای حل مسأله و آگاهی از ارزش‌های منعکس شده از روش تحلیل محتوا استفاده کردند:

برنامه را واحد پیام، آیتم را واحد زمینه و واژه یا واژگان به گوش رسیده در هر آیتم را که نماینده یک ارزش به شمار می‌آمدند، واحد کدگذاری در نظر گرفتند.

تحلیل یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که پیام‌آفرینان در ارزش‌گذاری‌های خود، بیشتر به این سؤال که «چه چیزی تا چه حد خوب و مطلوب است»؛ پاسخ داده و از «ملیت آمیخته با اسلام» یا به عبارت دیگر، «آمیخته بودن فرهنگ ما، دانش ما، رفتار ما و سنت‌های ما و حتی سرچشمه گرفتن بسیاری از آنها از دین» (بیانات آیت الله خامنه‌ای پس از بازدید از سازمان



صدادوسیمما، ۱۳۸۳/۲/۲۸) گفته و ارزش‌های مثبت انقلاب اسلامی را بیشتر با اُستوار ساختن بر محور آن منعکس کرده‌اند.

آنها در چهل و دومین سالگرد پیروزی انقلاب، با اشاعه برداشت خاص خود از «اسلام»- اسلام مبتنی بر امامت، ولایت فقیه و رهبری روحانیت مبارز و در صف مقدم نهضت‌های مردمی- خواسته یا ناخواسته از ارزش‌های مثبت انقلاب ۵۷ به نحوی یاد کرده‌اند که گویی بین اسلام، استقلال و پیشرفت از یک طرف با جمهور، آزادی و عدالت از طرف دیگر، اگر نگوییم تضاد که تفاوت چشمگیر وجود دارد؛ حال آنکه با مطالعه اصول قانون اساسی و حتی مرور برخی موضع‌گیری‌های رهبران انقلاب اسلامی، به‌ویژه آیت الله خامنه‌ای درمی‌یابیم که بین اسلامی بودن (اسلامیت) با جمهوری بودن (جمهوریت) حکومت، استقلال سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و همبستگی ملی با آزادی‌های مشروع ملت، و پیشرفت با عدالت به معنای واقعی کلمه در کشور، نه تنها تضاد و حتی تفاوت وجود ندارد که اینها همه از یکدیگر تفکیک‌ناپذیرند:

«حکومت ایران، جمهوری اسلامی است که ملت ایران، بر اساس اعتقاد دیرینه‌اش به حکومت حق و عدل و قرآن، در پی انقلاب اسلامی پیروزمند خود به رهبری مرجع عالی‌قدر تقلید آیت الله العظمی امام خمینی، در همه‌پرسی... با اکثریت ۹۸/۲ درصد کلیه کسانی که حق رأی داشتند، به آن رأی مثبت داد.» (اصل اول)

«جمهوری اسلامی، نظامی است بر پایه ایمان به: ۶... کرامت و ارزش والای انسان و آزادی توأم با مسئولیت او در برابر خدا که از راه: الف) اجتهاد مستمر فقهای جامع‌الشرایط بر اساس کتاب و سنت معصومین (سلام الله علیهم اجمعین)، ب) استفاده از علوم و فنون و تجارب پیشرفته بشری و تلاش در پیشبرد آنها، ج) نفی هر گونه ستمگری و ستم‌کشی و سلطه‌گری و سلطه‌پذیری، قسط و عدل و استقلال سیاسی و اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و همبستگی ملی را تأمین می‌کند.» (اصل دوم)

«دولت جمهوری اسلامی ایران - حکومت به‌طور عام و نه دولت یا قوه مجریه به‌طور خاص - مؤظف است برای نیل به اهداف مذکور...، همه امکانات خود را برای امور زیر به کار برد: ... ۴. تقویت روح بررسی و تنبّع و ابتکار در تمام زمینه‌های علمی، فنی، فرهنگی و اسلامی

از طریق تأسیس مراکز تحقیق و تشویق محققان. ۵. طرد کامل استعمار و جلوگیری از نفوذ اجانب. ۶. محور هر گونه استبداد و خودکامگی و انحصارطلبی. ۷. تأمین آزادی‌های سیاسی و اجتماعی در حدود قانون. ۸. مشارکت عامه مردم در تعیین سرنوشت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خویش. ۹. رفع تبعیضات ناروا و ایجاد امکانات عادلانه برای همه، در تمام زمینه‌های مادی و معنوی...» (اصل سوم)؛

«در جمهوری اسلامی ایران، آزادی و استقلال و وحدت و تمامیت ارضی کشور از یکدیگر تفکیک‌ناپذیرند [و] حفظ آنها وظیفه دولت و آحاد ملت است. هیچ فرد یا گروه یا مقامی حق ندارد به نام استفاده از آزادی، به استقلال سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، نظامی و تمامیت ارضی ایران، کمترین خدشه‌ای وارد کند و هیچ مقامی حق ندارد به نام حفظ استقلال و تمامیت ارضی کشور، آزادی‌های مشروع را، هر چند با وضع قوانین و مقررات، سلب کند.» (اصل نهم) «بدون عدالت، پیشرفت مفهومی ندارد و بدون پیشرفت هم عدالت مفهوم درست پیدا نمی‌کند؛ باید هم پیشرفت باشد و هم عدالت.» (بیانات آیت الله خامنه‌ای در دیدار رییس‌جمهوری و اعضای هیأت دولت، ۱۳۸۷/۶/۲) «مقصود از پیشرفت [نیز] پیشرفت همه‌جانبه است؛ از همه ابعاد در کشور. این ملت، شایسته و سزاوار پیشرفت است... پیشرفت اگر با عدالت همراه نباشد، پیشرفت مورد نظر اسلام نیست. این که ما تولید ناخالص ملی [و] درآمد عمومی کشور را به یک رقم بالا برسانیم، اما در داخل کشور تبعیض باشد، نابرابری باشد، عده‌ای آلف و آلو ف برای خودشان داشته باشند و عده‌ای در فقر و محرومیت زندگی کنند؛ این آن چیزی نیست که اسلام می‌خواهد... [و] آن پیشرفتی نیست که مورد نظر اسلام باشد. باید عدالت تأمین بشود» (بیانات در دیدار زائران و مجاوران بارگاه حضرت علی بن موسی الرضا، ۱۳۸۸/۱/۱)؛ «از نظر اسلام، صرف ثروتمند شدن کشور، مطلوب نیست؛ بلکه هدف پیشرفت اقتصادی، تأمین عدالت اجتماعی و ریشه‌کن کردن فقر است. ما نباید شبیه کشورهای پیشرفته مانند آمریکا باشیم که طبقات ضعیف در آنها همچنان مشکلات عمیق دارند.» (بیانات در دیدار رییس‌جمهوری و اعضای هیأت دولت، ۱۳۹۸/۵/۳۰)

## منابع و مأخذ

- آقابخشی، علی و مینو افشاری‌راد (۱۳۷۴). فرهنگ علوم سیاسی. تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.
- برکرامبی، نیکولاس؛ هیل، استفن؛ ترنر، برایان (۱۳۷۰). فرهنگ جامعه‌شناسی، ترجمه حسن پویان. تهران: نشر چاپخش.
- اگ‌برن، ویلیام؛ نیم‌کف، میر (۱۳۵۰). زمینه جامعه‌شناسی، اقتباس: ا. ح. آریان‌پور. تهران: مؤسسه انتشارات فرانکلین.
- باتامور، تی. بی (۱۳۹۲). نخبگان و جامعه: به انضمام درآمدی بر روش‌های تحقیق تجربی درباره نخبگان، ترجمه علیرضا طیب. تهران: انتشارات پردیس دانش.
- بی، ارل (۱۳۸۱). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، ترجمه رضا فاضل. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- بدیعی، نعیم (۱۳۷۰). «جایگاه، رسالت و مسئولیت اجتماعی روزنامه از دیدگاه خوانندگان». فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۱(۱ و ۲): ۲۳۴-۲۰۵.
- بیرو، آلن (۱۳۸۰). فرهنگ علوم اجتماعی (انگلیسی-فرانسو-فارسی)، ترجمه باقر ساروخانی. تهران: انتشارات کیهان.
- تن، الکسیس (۱۳۸۸). نظریه‌ها و پژوهش‌های ارتباط جمعی، ترجمه نعیم بدیعی. تهران: انتشارات همشهری.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۸). وسایل ارتباط جمعی و تغییر ارزش‌های اجتماعی. تهران: انتشارات کتاب فوا.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۵). تکنیک‌های خاص تحقیق در علوم اجتماعی. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- روابط عمومی معاونت صدا. (۱۳۹۹). «رادیو انقلاب راه‌اندازی شد». خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) ([irna.ir](http://irna.ir)). کد خبر: ۸۴۱۹۲۴۲۴. تاریخ مشاهده: ۱۴۰۰/۳/۳۰.
- ساروخانی، باقر (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی نوین ارتباطات: رسانه‌ها در جهان امروز. تهران: انتشارات اطلاعات.
- فرهنگی، علی‌اکبر (۱۳۹۹). تاریخ تحلیلی جامعه‌شناسی دیوان‌سالاری در ایران. تهران: نشر صاد.
- فلمنینگ، کارول (۱۳۸۴). دستینه رادیو، ترجمه ناصر بلیغ. تهران: تحقیق و توسعه رادیو.
- فون‌لاروخ، والتر؛ بوخ‌هلس، اکسل (۱۳۸۷). ژورنال‌یسم رادیویی، ترجمه محمد اخگری. تهران: انتشارات دانشکده صداوسیما.
- کوچک‌زاده، رضا (۱۳۹۴). «رادیو انقلاب ۲۴ساعته شد». خبرگزاری صدا و سیما ([iribnews.ir](http://iribnews.ir)). کد خبر: ۱۰۰۲۴۴۸. تاریخ مشاهده: ۱۴۰۰/۴/۲۰.

کوچک‌زاده، رضا (۱۳۹۹). «پایان کار رادیو انقلاب». خبرگزاری فارس (farsnews.ir). کد خبر: f2kc۱۵. تاریخ مشاهده: ۱۴۰۰/۳/۳۰.

گیدنز، آنتونی (۱۳۹۷). *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر نی.

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۷۱). «سانسور و خودسانسوری در ایران». *فصلنامه رسانه*، ۳(۲): ۱۱-۴.

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۴). *روش‌های مصاحبه خبری*. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۷الف). «ارزش‌های مندرج در مطبوعات: مقایسه انقلاب مشروطیت و انقلاب اسلامی». *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۱۵(۳و۴): ۲۲۲-۱۸۹.

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۸۷ب). «آسیب‌شناسی مخاطب‌پنداری در حوزه رسانه‌ها، جهانی‌شدن و عصر پس از دهکده جهانی». *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۱(۳): ۱۱۳-۷۹.

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۹۳الف). *هنجارها در سه کتاب مقدس: تورات، انجیل و قرآن (تحلیل محتوای عمقی)*. قم: انتشارات دانشگاه ادیان و مذاهب با حمایت پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۹۳ب). *در حسرت فهم درست (روایت ۴۲ سال پژوهش ارتباطی در ایران)*. تهران: انتشارات سیمای شرق و دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۹۹). *رسانه‌شناسی*. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت) و پژوهشکده تحقیق و توسعه علوم انسانی.

معتمدنژاد، کاظم (۱۳۹۴). *وسایل ارتباط جمعی*. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۵). *تحلیل کیفی و گفتمانی برنامه «پرگار»*. تهران: مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۹). *نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: انتشارات همشهری.

میرزایی، احمد (۱۳۹۰). *واژه‌نامه برنامه‌سازی رادیو*. تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.

نراقی، احسان (۱۳۹۸). *از کاخ شاه تا زندان اوین*، ترجمه سعید آذری. تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.

ویلیامز، کوین (۱۳۸۶). *درک تئوری رسانه*، ترجمه رحیم قاسمیان. تهران: نشر ساقی.

ویمر، راجر. دی، دومینیک، جوزف. آر (۱۳۸۴). *تحقیق در رسانه‌های جمعی*، ترجمه کاووس سیدامامی. تهران: انتشارات سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.