

فصل اول

کلیات پژوهش

۱ - طرح مسئله:

با پایان جنگ دوم جهانی وسایل ارتباط جمعی نقش فعال و گسترده ای در سیاست خارجی کشورها بر عهده گرفتند و به دلیل مشکلات ایدئولوژی و سیاسی دو جبهه شرق و غرب و تنگناهای کانال های ارتباطی و سیاسی در طول جنگ سرد ، وسایل ارتباط جمعی به عنوان یک ابزار ارتباطات سیاسی و انتقال پیام ، توانست پشتیبان ایدئولوژی و سیاست خارجی دو ابر قدرت آمریکا و شوروی در صحنه بین الملل باشد. از این زمان رسانه ها و به ویژه تلویزیون^۱ در سیاست خارجی نقش آفرینی کردند و با ایجاد ارتباط و حل و فصل اختلافات محیط بین الملل نقش مهمی را در تعاملات سیاسی و روابط بین بازیگران سیاسی و حل و فصل مخاصمات بین المللی برعهده گرفتند. (تیلر، ۱۹۹۷: ۸۳).

ماهیت مسائل سیاسی و هزینه های بالای جنگ و خشونت ، کشور های توسعه یافته را بر آن داشت که از رسانه ها در انتقال پیام های سیاسی در زمانی که در های دیپلماتیک بسته است استفاده کنند و ضمن انتقال سریع پیام های سیاسی و تأثیر گذاری بر افکار عمومی جامعه رقیب پشتیبان و هدایتگر سیاست خارجی باشند . شواهد تاریخی مؤید آن است که تلویزیون در ارتباطات سیاسی نقش مهمی داشته و به عنوان یک ابزار در سیاست خارجی نقش کاتالیزور و تسهیل کننده برنامه های سیاسی در محیط بین الملل را بر عهده گیرد که به آن «دیپلماسی تلویزیون^۲»، «تله دیپلماسی^۳»، «دیپلماسی رسانه ای^۴» نیز می گویند.

تلویزیون در عصر اطلاعات و ارتباطات به عنوان عامل میانجی گر و پشتیبان سیاست خارجی^۵ نقش آفرینی می کند و از طرف دیگر با بر جسته سازی برخی اخبار سیاسی و سخن پراکنی بین المللی؛ قدرت و توانایی سیاست مداران را در دستیابی به نتایج مطلوب در فرایند های سیاسی افزایش می دهد . با این وجود نقش تلویزیون در عرصه سیاست خارجی را باید از جنبه های مختلف مورد بررسی قرار داد.

1 :Television

2 :TV television

3 :Tele Diplomacy

4 :Medial Diplomacy

5 : foreign policy

الف) زمانی که بین دو کشور، روابط سیاسی وجود ندارد و تلویزیون می تواند به عنوان ابزاری در ارسال پیام های سیاسی نقش ایفاء کند.

ب) زمانی که سیاست خارجی در جهت اعمال فشار بر کشور رقیب سعی می کند که به گونه ای موثر ، از تلویزیون برای پوشش خبری و تحت تأثیر قرار دادن افکار عمومی بین المللی در جهت اعمال فشار بر جامعه رقیب استفاده کند.

موارد زیادی در صحنه جهانی وجود دارد و نشان می دهد که از تلویزیون در سیاست خ ارجی استفاده شده است که از جمله آن باید به قضیه انور سادات و بگین در راستای روابط سیاسی مصر و اسرائیل بین سال های ۱۹۷۷ تا ۱۹۷۸ اشاره کرد. انور سادات رییس جمهور وقت مصر و مناخین بگین نخست وزیر اسرائیل تلاش می کردند که به روابط سیاسی مصر و اسرائیل که بعد از مخاصمات دو کشور بعد از جنگ ۱۹۶۷ به وخامت رفته بود سرو سامان دهند ، لیکن هیچ گونه روابط سیاسی و دیپلماتیک فی مابین دو کشور وجود نداشته است. لذا ارسال پیام های سیاسی بین دو کشور از طریق تلویزیون در زمانی که هیچگونه روابطی با یکدیگر نداشته اند باعث گردید که افکار عمومی را برای ملاقات سران طرفین آماده سازد و به تدریج بستر و زمینه روابط سیاسی بین دو کشور افزایش یافت . به طور کلی مصداق های فراوانی را از این دست در صحنه بین المللی وجود دارد که نشان می دهد تلویزیون امروزه به عنوان یک ابزار سیاسی و حتی یک بازیگر فعال در روابط بین المللی در فرایند های سیاست جهانی نقش آفرینی می کند. تلویزیون جهانی با ایجاد تغییرات در مذاکرات سیاسی و برچیدن سیاست سکوت و پنهان کاری در مذاکرات و حضور خبرنگاران تلویزیونی در هر مسئله ای و در هر مرحله ای از فرایند مذاکرات سیاسی، ضمن تغییر روح و طبیعت دیپلماسی ، نقش کاتالیزور را در اجرای سیاست خارجی و اثر گذاری بر افکار عمومی بازی می کند.

تصویر سازی^۱ رسانه ها از یک واقعه اجتماعی و سیاسی می تواند افکار عمومی را به خود جلب نماید و آنان را به طراحان سیاست خارجی و از مجریان اصلی استراتژی های دیپلماسی هزاره سوم تبدیل کند و دست اندر کاران دیپلماسی را وادار می کند که برای جلوگیری از به چالش کشیده شدن دیپلماسی خود، با رسانه ها تعامل گسترده ای داشته باشند و اطلاعات سیاسی خود را شفاف نمایند.

1: Imaging

با توجه به اینکه امروزه افکار عمومی داخلی، خواستار آن هستند که سیاست مداران آنان را از نتایج مذاکرات سیاسی و دیپلماتیک مطلع ساخته و بر همین اساس خبر نگاران نیز خود را محقق شرکت در مذاکرات سیاسی می دانند، بنابراین رابطه رسانه و دولت و مردم یکی از الگوهای اصلی دیپلماسی رسانه ای و تله دیپلماسی است.

با این توصیف اگر دیپلماسی رسانه ای را هنر ایجاد ارتباط میان کشورها، حل و فصل اختلافات محیط بین الملل و اقناع جوامع دیگر از طریق رسانه های جهانی دانست که در این میان تلویزیون جهانی نقش مهمی را در تعاملات سیاسی و روابط بین بازیگران سیاسی و حل و فصل مشخصات بین المللی برعهده دارد. (تیلر، ۱۹۹۷: ۸۳)

اصطلاح دیپلماسی رسانه ای را از دو منظر می توان مورد بررسی قرار داد:

۱- کارکرد دیپلماتیک رسانه ها؛

۲ - تأثیر تلویزیون در سیاست خارجی؛

پوشش خبری تلویزیون از رویدادهای سیاسی و اجتماعی، سیاست مداران را بر آن می دارد که نسبت به آن رویداد عکس العمل نشان دهند. از طرف دیگر تعامل تلویزیون و سیاست مداران موجب گشته است که تلویزیون به عنوان یک بازیگر جدید در صحنه سیاست خارجی حضور داشته و در فرایند روان سازی سیاست خارجی و حمایت افکار عمومی از تصمیم های سیاست مداران در روابط بین الملل نقش ایفاء کند. بر این اساس تاکنون الگوهای متعددی از تأثیر تلویزیون در سیاست خارجی ارائه شده است که به آنها نظریه تأثیر تلویزیون در سیاست خارجی یا تأثیر CNN نیز گفته می شود.

گیلبوآ^۱ با بررسی پنج ویژگی پوشش خبری تلویزیون جهانی (CNN)، اخبار تلویزیون را عاملی در جهت رهبری مسائل بین المللی می داند. این پنج ویژگی عبارتند از:

۱. سخن پراکنی ۲۴ ساعته؛

۲. پخش لحظه به لحظه اخبار؛

۳. پوشش خبری در سراسر جهان؛

۴. سلطه خبری بالا؛

۵. زنده بودن اخبار جهانی. (گیلبوا، ۲۰۰۲: ۶)

استیون لوینگستون^۱ محقق برجسته ارتباطات سیاسی (لوینگستون، ۱۹۹۷: ۱-۲) تأثیر چند گانه CNN را در سیاست خارجی بر می شمارد. این تأثیر به لحاظ تحلیلی تحت سه مقوله متمایز و مستقل از یکدیگر مورد بحث قرار گرفته و معرف انواع تأثیر گذاری «سی ان ان» در سیاست خارجی است. لوینگستون تأثیر چند گانه CNN را در سیاست خارجی در سه عامل شتابزا، عامل بازدارنده و عامل بر جسته ساز دسته بندی می کند.

فرض عامل شتابزای^۲ «سی ان ان» این است که تلویزیون جهانی «سی ان ان» به سیاستمداران مجال برای تامل و مشاوره نمی دهد و این مهم تحت تاثیر ماهواره های فراملی هستند که اخبار جهانی را با سرعت به سراسر جهان مخابره کرده و «ژورنالیسم زنده» اصطلاحی است برای تعریف این موضوع که اعمال ژورنالیستی تابع اصل «سرعت» اند و تحلیل و واکنشی آنی را می طلبد.

منظور از عامل بازدارنده^۳ «سی ان ان» این است که تلویزیون جهانی سی ان ان بر افکار عمومی تأثیر عاطفی و نمایشی می گذارد. و همچنین منظور از در نظر گرفتن «سی ان ان» در مقام کارگزار یا عامل «بر جسته سازی»^۴ این است که تلویزیون جهانی «سی ان ان» بر اساس منافع ملی و جهانی دولت آمریکا، سهامداران و یا بینندگان جهانی، روی موضوع خاصی از جهان مانور تصویری می دهند. (همان، ص ۳)

در بسیاری از موارد، سرعت پوشش خبری سی ان ان از وقایع جهانی موجب جلب افکار عمومی جهان به یک موضوع ویژه بین المللی شده و آن موضوع کانون توجه همگان قرار می گیرد. ماری آن دوان^۵ چارچوبی را از نظریه تأثیر CNN مطرح می کند که در آن از اطلاعات، بحران و فاجعه بحث می کند. مجموع این سه عنصر معرف «سی ان ان» و زیبا شناسی خاص گونه بر نامه سازی «صرفاً

1 : Livingston
2 :Acceleration
3 :Impediment
4 :Agenda Setting
5:Mary Ann Doan

خبری» آن است. در این نظریه منظور از تأثیر «سی ان ان» عبارت است از نشان دادن این موضوع که منازعات (بین المللی) همواره وجود دارند و ویژگی بارز تلویزیون نمایش این منازعات و استفاده و سوء استفاده سیاست سازان از آن است. (سمتی، ۱۳۸۵: ۲۰۲-۲۰۵)

از نظر «ماری آن دوان»^۱ اطلاعات، توصیف پیوسته رویدادهایی را تشکیل می دهد که ارزش خبری دارند و تلویزیون همواره نهایت استفاده از اطلاعات را برای پر کردن وقت می کند. برخلاف اطلاعات که در پهنه زمانی بی انتها طرح می گردد، بحران یک رویدادی دنباله دار بلمدت زمان معلوم و معین که راه حلی را در چارچوب زمانی مشخص طلب می کند و فاجعه به عنوان سومین موضوع «سی ان ان» زمانی از نوع «آنی و فوری و لحظه ای و منقطع» را می طلبد. فاجعه کاملاً ناگهانی اتفاق می افتد و بسیار نگران کننده است.

به زعم «دوان»، «شبکه تلویزیونی سی ان ان» تلاش می کند که بحران و فاجعه را همچون اطلاعات جاری به معرض دید مردم قرار دهد و با نیاز آفرینی و در عین حال فشردگی زمان مردم را وادار کند که دائماً در فکر راه حلی برای خروج از بحران و یا فاجعه باشند. بنابر این اگر اخبار پیرامون بحران و فاجعه در زمینه های سیاسی و جنگ باشد، می توان در یافت که چقدر برای مردم می تواند مهم باشد. البته دوان اضافه می کند که سی ان ان تلاش می کند که بسیاری از اخبار و اطلاعات روزمره را با فشردگی زمانی همچون اخبار بحرانی و فاجعه آمیز در تصویر تلویزیونی به نمای ش گذارد و این مهم همان تأثیر «سی ان ان» تلقی می شود. و ماری دوان آن را عوام فریبی «سی ان ان» می نامد. (همان، ۲۰۴)

اریک لاو^۲ نظریه تأثیر سی ان ان را حول دو محور نفوذ رسانه در قدرت و ساختار سیاسی جامعه و نفوذ در افکار عمومی طبقه بندی می کند. (لاو، ۲۰۰۵: ۲۵۳) او با برشماری برخی از ویژگی های رسانه در سیاست خارجی نقش آن را در قدرت هدایت توده ها در حمایت و یا مخالفت با سیاست خارجی، مجرای دیپلماسی برای گرفتن اجازه از مردم در اجرای یک تصمیم سیاسی می داند. (همان، ۲۵۵-۲۵۷)

رابینسون نیز بر خلاف نظریه های فوق، مدل بسیار خوبی را برای تعامل رسانه و سیاست خارجی طراحی کرده است. به زعم او تأثیر رسانه ها در سیاست خارجی هنگامی به وجود می آید که سیاست

1 : Mary Ann Doan
2 -p.Eric Louw

خارجی در درک اوضاع بین الملل و حل بحران های سیاسی متزلزل گشته و پوشش خبری رسانه ها این مشکل را برطرف کند. (گیلوا، ۲۰۰۵: ۳۴)

با توجه به مباحث فوق الذکر و نقش تلویزیون در سیاست خارجی، این تحقیق بر آن است تا مشخص سازد که:

اولاً: آیا تلویزیون ایران نقشی در پشتیبانی و هدایت سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران دارد؟

ثانیاً: در صورت نقش آفرینی تلویزیون در سیاست خارجی، الگو و مبانی نظری این نقش آفرینی چیست؟

ثالثاً: با توجه به اینکه در این تحقیق موضوع انرژی هسته ای به عنوان محور بحث سیاست خارجی در نظر گرفته شده است، این سؤال نیز مطرح می شود که تلویزیون ایران چه نقشی در پشتیبانی دیپلماسی هسته ای دولت دکتر احمدی نژاد داشته و به طور اساسی الگوی نظری این نقش آفرینی بر چه متغیرها و مؤلفه های رسانه ای و سیاسی استوار است؟

۱-۲- اهداف تحقیق:

الف) هدف اصلی:

۱-۲-۱- شناخت نقش تلویزیون ایران در هدایت و پشتیبانی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران با موضوع انرژی هسته ای.

ب) اهداف فرعی:

۱-۲-۲- شناخت مدت زمان اختصاص یافته به اخبار هسته ای در تلویزیون ایران.

۱-۲-۳- شناخت نقش تلویزیون در ارسال پیام های سیاسی برای سایر کشورها.

۱-۲-۴- شناخت نقش تلویزیون ایران در آگاه سازی و نفوذ بر سیاست مداران و هدایت آنها در تصمیم گیری های سیاسی با موضوع هسته ای.

۱-۲-۵- شناخت نقش تلویزیون در پوشش اخبار سیاسی در دو حوزه پخش لحظه به لحظه و پخش زنده اخبار اخبار سیاسی .

۱-۲-۶- شناخت نقش تلویزیون در تسریع انتقال اخبار هسته ای در سطوح ملی و بین المللی .

۱-۲-۷- شناخت نقش تلویزیون در جلب افکار عمومی به سیاست هسته ای ایران.

۱-۲-۸- شناخت نقش تلویزیون در مدیریت اخبار هسته ای و هدایت و پشتیبانی سیاست هسته ای ایران.

۱-۲-۹- شناخت نقش تلویزیون در تصویر مثبت از فعالیت های هسته ای ایران .

۱-۳- ضرورت تحقیق:

یکی از رویدادهای مهمی که طی دو قرن گذشته در جامعه بشری به وقوع پیوسته ، فرامرزی شدن چالش ها و فرصت ها است. در تحولات جهانی امروز هیچ کشوری به تنهایی قادر به حل مشکلات خود نبوده و همواره نیاز به نوعی همکاری و هماهنگی با جوامع مختلف می باشد به گونه ای که در بسیاری از موارد، اقدامات دو کشور کافی نبوده و لازم است که از پشتیبانی افکار عمومی نیز برخوردار باشد . امروزه تأثیر افکار عمومی بر سیاستمداران آنچنان است که برنامه ریزان را وادار می کند که قبل از هر عمل سیاسی، به جلب افکار عمومی بپردازند. این مهم نه تنها در سیاست داخلی یک کشور ، بلکه در صحنه بین المللی نیز کاربردهای فراوان دارد. تلویزیون، ابزاری است که سیاستمداران از آن در جهت حل و فصل مسالمت آمیز اختلافات بین المللی برای حصول حداکثر توافق و تفاهم، حفظ منافع ملی و اجرای سیاست خارجی به کار می گیرند.

به دلیل هزینه های بالای جنگ و درگیری های منطقه ای و کاربرد مخرب ترین سلاح ها، اعم از سلاح های معارف با ابعاد وسیع غیرانسانی مانند بمب های آتش زا، یا سلاح های کشتار جمعی ، به ویژه بمب های شیمیایی و اتمی، که نظام بین المللی را تهدید می کند، کارایی دیپلماسی رسانه ای را در کنترل تسلیحات و منازعات دو جانبه و چند جانبه را افزایش داده است و بسیاری از کشورها را وادار ساخته است که برای گسترش فضای تعاملی و دیپلماتیک و افزایش ضریب نفوذ در مردم سایر کشورها

و متقاعد کردن شهروندان جهانی از درست بودن سیاست خارجه و حل و فصل اختلاف میان دولت ها ، از ابزار تلویزیون استفاده کنند.

با توجه به راهبرد اخیر ایران در فعال سازی فعالیت های دیپلماتیک و پویایی سیاست خارجی ، تلویزیون به عنوان یک ابزار راهبردی باید در کانون هدایت و گسترش سیاست خارجی قرار گیرد . زیرا تلویزیون با بهره گیری از تکنولوژی های نوین ارتباطات و اطلاعات و ماهواره و به عنوان یک سلاح ایدئولوژیک در پیشبرد سیاست خارجی بسیار مؤثر بوده و ضروری است که دستگاه سیاست خارجی به درستی از این ابزار بهره جویند. برتری تلویزیون نسبت به سایر رسانه ها از جهت ، تأثیر گذاری همزمان بر دو حس بینایی و شنوایی، سرعت انتقال اطلاعات و اخبار، تحت پوشش قرار دادن تعداد کثیری از جامعه جهانی، ارتباط مستقیم و گاهاً تعاملی با بینندگان داخلی و بین المللی این امکان را به وجود آورده که بر موفقیت دیپلماس کشورها مؤثر باشد. تلویزیون ایران به عنوان یک بازیگر جدید در عرصه سیاست خارجی، با پوشش خبری مناسب نقش مهمی در بازتاب اخبار داشته و با به کارگیری تدابیر و تکنیک های دیپلماسی یعنی اقناع، استدلال و تشویق افکار عمومی جهانی، می تواند راهی برای پایان مخاصمات و منزوی کردن کشورها و یا ارتقاء سطح روابط سیاسی و تفاهم را بیابد.

لذا ظهور یک بازیگر جدید و مهم در عرصه ارتباطات و روابط بین الملل ایران، اقتضاء می کند که فعالیت های تئوریک و تجربی مناسبی، برای تعیین جایگاه و تأثیرات تلویزیون ایران در هدایت سیاست خارجی صورت گیرد.

۱-۴- سوالات تحقیق:

الف) سؤال اصلی:

۱-۴-۱- آیا تلویزیون نقشی در هدایت و پشتیبانی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران با محوریت موضوع هسته ای دارد؟

ب) سوالات فرعی:

۱-۴-۲- آیا ارسال پیام های سیاسی تلویزیون نقشی در هدایت و پشتیبانی چرخه سیاست هسته ای ایران دارد؟

۱-۴-۳- آیا محتوای پیام های سیاسی تلویزیون نقشی در هدایت و پشتیبانی سیاست هسته ای ایران دارد؟

۱-۴-۴- آیا حمایت تلویزیون از ورود بازیگران جدید به صحنه مذاکرات هسته ای نقشی در هدایت و

پشتیبانی سیاست هسته ای ایران دارد؟

۱-۴-۵- آیا نفوذ تلویزیون بر افکار عمومی و همسو نمودن و حمایت آنها از برنامه های هسته ای نقشی

در هدایت و پشتیبانی سیاست هسته ای ایران دارد؟

۱-۴-۶- آیا انعکاس نظرات هسته ای رهبران ایران در تلویزیون نقشی در هدایت و پشتیبانی سیاست

هسته ای ایران دارد؟

۱-۴-۷- آیا نوع تصویر سازی تلویزیونی با موضوع هسته ای نقشی در هدایت و پشتیبانی سیاست

هسته ای ایران دارد؟

۱-۴-۸- آیا تلویزیون با نفوذ بر سیاست مداران هسته ای نقشی را در هدایت و پشتیبانی چرخه سیاست

هسته ای ایفاء می کند؟

۱-۴-۹- آیا بین پوشش زنده اخبار هسته ای تلویزیون و هدایت و پشتیبانی سیاست هسته ای ایران

رابطه وجود دارد؟

۱-۴-۱۰- آیا بین سرعت انتقال اخبار هسته ای تلویزیون و هدایت و پشتیبانی سیاست هسته ای ایران

رابطه وجود دارد؟

۱-۴-۱۱- آیا بین مدیریت اخبار هسته ای و تعامل تلویزیون با سیاست مداران و هدایت و پشتیبانی

سیاست هسته ای ایران رابطه وجود دارد؟

۱-۴-۱۲- آیا بین موضوع اخبار هسته ای در تلویزیون و هدایت و پشتیبانی سیاست هسته ای تفاوت

معنی داری وجود دارد؟

فصل دوم

ادبیات تحقیق

بخش اول: مروری بر تاریخچه تلویزیون:

۲-۱-۱- تاریخچه تلویزیون:

اختراع تلویزیون نه حادثه ای منفرد بود و نه رشته ای از حوادث به هم پیوسته . (ویلیامز ، ۱۳۸۵: ۲۰). اختراع تلویزیون را نمی توان به شخص واحدی نسبت داد (شرایبر، ۱۳۷۱ : ۲۴۸). مطبوعات از همان سال ۱۸۸۰ گمان می کردند که تحقیقات «بل»^۱ به نتیجه ی مطلوب رسیده و به همین جهت صفحات آنها سراسر وصف «تلفن بصری» شد. اما این گمان به منزله آغازی نا فرجام بود ، چنانچه امثال آن در تاریخ اختراعات فراوان بوده است. فرانسه در این زمینه جزء برای ابداع واژه ی «تلویزیون» حقی بر گردن این فن ندارد. (همان، ۲۴۸) تلویزیون وابسته به مجموعه ای از اختراعات و پیشرفت های در الکتریسیته، علامت رسانی، عکاسی، تصاویر متحرک و رادیو بود. (ویلیامز: ۲۱) تلویزیون وام دار توسعه بنگاه های سخن پراکنی رادیویی و تصاویر متحرکی بود که بعد از جنگ جهانی دوم شالوده اطلاع رسانی در جوامع را بر عهده داشته و در صدد حضور مؤثرتری در جامعه و در بین خانواده ها داشت . اگرچه استفاده از گیرنده های تلویزیونی در دهه ۴۰ و ۵۰ میلادی هنوز برای خانواده ها بسیار گران بود، ولی استفاده تجاری و تبلیغاتی شرکت ها از تلویزیون ، آنها را بر آن داشت تا با تولید انبوه انواع گیرنده های تلویزیونی، ضمن پایین آوردن قیمت آن، خانواده ها را تشویق به خرید و استفاده از آن کنند. (همان: ۴۰)

تلویزیون از همان آغاز پیدایی، در طالع خود صورت یکی از بزرگ ترین نیروهای فعال قرن بیستم را نقش زده بود، و اکنون پرنفوذ ترین پدیده فرهنگی زمان حاضر به شمار می رود. (اسمیت و ریچارد، ۱۳۸۱: ۱) تلویزیون با ترکیب صدا و تصویر در واقع تابلویی از تصاویر ترکیبی و تکوینی روزنامه ، کلاس های آموزشی، تئاتر، سینما و تبلیغات را به وجود آورده و بیننده را چنان میخکوب می نماید که می تواند اخبار و اطلاعات خود را به صورت توالی و با اولویت پخش به او ارائه دهد.

تلویزیون به عنوان یک سلاح ایدئولوژیک دارای خصوصیتی است که آن را از سایر رسانه ها متمایز می سازد که عبارتند از:

۱. تلویزیون هم زمان دو حس بینایی و شنوایی را ملئثر می کند و همین ویژگی آن را در جایگاهی برتر از رادیو و مطبوعات می نشاند.

1 :A.Bell

۲. تلویزیون قادر است که اخبار داغ را با سرعت نور به اطلاع بینندگان برساند.
۳. یک بر نامه تلویزیونی برای رسیدن به نظر مخاطب خود نیازی به «واسطه» ندارد.
۴. تلویزیون تعداد کثیری از مردم را پوشش می دهد.
۵. تلویزیون به علت ارتباط مستقیم و فوری با بیننده و نشان دادن رویدادهای به هنگام وقوع ، رسانه ای است که نمی توان برای آن رقیبی بر شمرد. (بیریوکف، ۱۳۷۲: ۱۳)

از این رو ارزشمندی جایگاه تلویزیون در افکار عمومی محلی و بومی ، این ایده را مطرح کرد که آیا می توان از این ابزار در صحنه بین المللی نیز استفاده کرد . رشد تجارت بین المللی و ساختارهای پیچیده روابط بین الملل در عرصه های سیاسی و اقتصادی و فرهنگی موجب گشت که تلویزیون از یک وسیله خدمات عمومی محلی پا را فراتر نهاده و در عرصه بین المللی نقش ایفاء کند.

بحث در خصوص این که چه کسی تلویزیون را اختراع کرد یک موضوع بی پایان است . تلویزیون به عنوان یک ایده با بسیاری از رویدادهای مربوط به تلگراف ، عکاسی و تصاویر متحرک مرتبط بود و جدا شمردن آن، در مراحل اولیه از عکس - علامت رسانی دشوار است. (ویلیامز: ۲۲؛ هولند، ۱۹۹۷: ۱۵۰) با این وجود قبل از بررسی اهمیت و جایگاه تلویزیون در ارتباطات بین الملل ابتدا باید سیر تکاملی این غول خجالتی (مک لوهان ، ۱۳۷۷: ۳۶۳) مورد بررسی قرار گیرد . به طور کلی «کلمه تلویزیون» یک لغت ترکیبی است که از زبان های لاتین و یونانی گرفته شده است. لغت Tele در زبان یونان به معنی «دور» و کلمه vision در لاتین به معنای «دید» است این لغت اغلب به طور مختصر به شکل TV نوشته می شود .

تاریخچه فناوری تلویزیون به دو بخش تقسیم می شود: پیشرفت هایی که به اصول و قواعد الکترونیکی و مکانیکی وابسته هستند. و پیشرفت هایی که صرفاً وابسته به اصول الکترونیکی هستند. در دومین مورد که در تمامی تلویزیون های مدرن به کار رفته شده، نیز نمی توان دیدگاه های مربوط به سیستم های مکانیکی و اختراعات آن را نادیده گرفت. نهاد تلویزیون رابطه تنگاتنگی با موضوعات فنی تلفن و تصاویر متحرک دارد. زیرا موضوع فنی زمانی به واقعیت می رسد که در زندگی واقعی کارآمد و قابل استفاده و تولید باشد. قبل از این که تلویزیون به کار گرفته شود، اطلاعات اولیه ارتباط میان صدا و الکترومغناطیس مورد نیاز است. در سال ۱۸۳۷ یک فیزیکدان آمریکایی به نام چارلز پیچ کشف کرد که

اگر یک میله مغناطیسی شود و سپس در نوبت های مکرر دوباره مغناطیسی شود می تواند صدا را منتشر کند و این خود نقطه ی شروعی برای انجام این اختراعات شد . کار پیچ به وسیله ی راج و و رتیم در جنوا و پاریس ادامه یافت و سپس به گوش رایس ، بل وگری رسید . بنابراین آن ها معلوماتی در خصوص امکان انتقال صدا با ارتعاشات الکترومغناطیسی داشته اند . سپس آنها صدا را با سیم های الکتریکی انتقال دادند و دوباره آن ها را فرستادند تا به صورت صداهای قاب ل شنیدن شد . متصدیان تلگراف که الکساندر بل مخترع آن بود ، دریافتند که تلفن فقط وسیله ای است که کار آن ها را راحت می کند. آنان مطمئن بودند که اپراتورها به زودی صدای خود را به وسیله سیم انتقال خواهند داد و به جای استفاده از تلگراف بزودی با هم صحبت خواهند کرد. در پی پیشرفت هایی که در عرصه تلگراف و تلفن حاصل گشت، شرکت های بزرگ را بر آن داشت که با احداث خط کابلی در اقیانوس اطلس، بین اروپا و آمریکا این دو قاره را به هم متصل نمایند ، اما هزینه های نگهداشت این کابل طولانی و دانشمندان را بر آن داشت که به فکر انتقال امواج رادیویی بدون سیم رابط باشند. مارکونی جوانی بود که توانست گیرنده رادیویی را کشف و به دنیا معرفی کند . اگر چه کاربرد های اولیه این اختراع بیشتر در صنعت کشتیرانی ایتالیا بوده است ، لیکن با اختراع اولین گیرنده رادیویی ، اولین تجربه انتقال صدا بدون سیم کابلی حاصل گشت. (دانشنامه ویکی پدیا)

با گسترش کاربرد های رادیو در عرصه های اجتماعی ، سیاسی، فرهنگی، آموزشی و امور جنگ ، دانشمندان را بر آن داشت که در کنار انتقال صدا از طریق امواج، تصویر را هم منتقل کنند.

با این وجود نهاد (یا ماهیت) اصلی سیستم تلویزیونی کنونی، از کشف قابلیت نوررسانی سلینوم به وسیله « ویلجی بای اسمیت » در سال ۱۸۷۳ و اختراع یک دیسک آستن به وسیله «پاول گاتلیب نیپکو^۱ در سال ۱۸۸۴ میلادی شکل گرفت. نیپکو یک دانش آموز آلمانی در سال ۱۸۸۴ نخستین سیستم تلویزیونی الکترومکانیکی را اختراع کرد. طرح چهارچوب شکل نیپکو ، به عنوان نخستین تلویزیون مطرح شد. « کنستانتین پرسکی» لغت تلویزیون را در مقاله ای در «کنگره بین المللی الکتریسته » در نمایشگاه بین المللی جهان در پارس در ۲۵ آگوست ۱۹۰۰ مطرح کرد. مقاله پرسکی فناوری های موجود در بخش الکترومکانیکی را مورد بررسی قرار داد. استفاده از نورسلینوم و دیسک اسکن نیپکو، نخستین

1 : Paul Gottlieb Nopkow

استفاده عملی از ترکیب تصاویر و عکس ها است که کمک کرد تا در اولین دهه قرن ۲۰ تصاویر ترام دار به وسیله کپی برداری از خطوط تلفن و تلگراف به عنوان یکی از خدمات مطبوعاتی پخش شود. با این وجود این یافته ها در زمینه فناوری لامپ تقویت صوتی تا سال ۱۹۰۷ عملی نشد. نخستین نمایش از پخش آنی تصاویر دو صوتی^۱ به وسیله «جورجزدیگنوکس» و «ای فورینر» با استفاده از یک غلتک چرخان به عنوان اسکنر و یک ماتریکس با لامپ های سلنیوم ۶۴ به عنوان رسیور در سال ۱۹۰۹ در پاریس صورت گرفت .

در سال ۱۹۱۱ میلادی «بورس رونسیگ» و دانشجویش «ولادمیرکوسها وریکین» با استفاده از یک اسکنر مکانیکی غلتکی شکل، یک سیستم تلویزیونی را ایجاد کرد که به عقیده خود ورسکین، تصاویر بسیار ساده را از طریق سیم ها به بخش های الکترونیکی رسیور منتقل می کرد. ولی تا این سیستم جابجایی تصاویر امکان پذیر نبود؛ چرا که حساسیت اسکنر کافی نبوده و لامپ سلنیوم بسیار عایق بندی بود . در ۲۵ مارس ۱۹۲۵ یک مخترع اسکاتلندی با نام «جان لاگی پلیدد» در مغازه سلفدیج در لندن تصاویری متحرک به صورت سایه نما در تلویزیون را به نمایش گذارد. اما در صورتی که تلویزیون به معنای پخش تصاویر زنده، متحرک و تدام دار و نه تصاویر سایه نما و دو صوتی تعریف شود، بگیرد نخستین بار به این فناوری در دوم اکتبر ۱۹۲۵ دست یافت. وی سپس نخستین نمایش عمومی از یک سیستم تلویزیونی فعال را به اعضای مؤسسه سلطنتی و یک گزارشگر روزنامه در ۲۶ ژانویه ۱۹۲۶ در آزمایشگاه خود در لندن ارائه کرد .(معتمد نژاد، ۱۳۷۳)

برخلاف سیستم های الکترونیکی با چندین هزار خطوط قابل تجزیه، در مورد قبل، تصاویر اسکن شده به طور عمودی با استفاده از یک دیسک اسکنر با لنزهای دوتایی مارپیچی، شکل اختراعی «بایرد» تنها ۳۰ خط قابل تجزیه برای ایجاد یک تصویر قابل درک از چهره انسان داشت .

« بایرد» در سال ۱۹۲۷ سیگنالی را برای خطوط تلفن در فاصله ۴۳۸ مایلی بین لندن و گلاسکو فرستاد. در سال ۱۹۲۸ شرکت بایرد (شرکت توسعه سینما و تلویزیون بایرد) نخستین سیگنال تلویزیونی بین اروپا و آمریکا را بین لندن و نیویورک پخش کرد. وی همچنین یک تلویزیون با رنگ الکترو مکانیکی، مادون قرمز و سه بعدی را با استفاده از لنزها، دیسک ها و فیلترهای اضافی به نمایش گذارد

1 : du,tone

و همچنین در کنار این تلویزیون یک سیستم ضبط ویدئویی را در سال ۱۹۲۷ ارائه کرد. که هنوز هم وجود دارد. وی در سال ۱۹۲۹ در نخستین «دفتر خدمات تجربی تلویزیون های الکترو مکانیکی» در آلمان حضور یافت و در سال ۱۹۳۱ نخستین برنامه پخش زنده «اسپوم در بای» را ساخت. در سال ۱۹۳۲ دی تلویزیون با امواج مافوق کوتاه را ابداع کرد. سیستم الکترو مکانیکی با میرد در سال ۱۹۳۶ به بیشترین جد خود شامل ۲۴۰ خط در شبکه تلویزیونی BBC رسید. و سپس «مارکونی رامی» سیستم تلویزیونی با ۴۰۵ خط تجزیه الکترونیکی را ابداع کرد. (برچ، ۱۳۸۷)

«چارلز فرانسیس جنکنیز» در ۱۳ ژوئن ۱۹۲۵ توانست در آمریکا با استفاده از یک اسکنر با دیسک لنزی شامل ۴۰۸ خط تجزیه برای هر تصویر، در هر ثانیه ۱۶ تصویر از آسیاب بادی عروسکی را از یک ایستگاه رادیویی و ردیابی به آزمایشگاه خود در واشنگتن منتقل کند. آزمایشگاه های تلفنی بل در می ۱۹۲۵ تصاویر ترام دار از اسلایدها را تولید کرد. با این وجود دراماتیک ترین نمایش تلویزیونی در هفت آوریل ۱۹۲۷ به وسیله «هربرت ای آیوس» ارائه شد. وی با استفاده از تصاویر در مقیاس کوچک (۵/۲ × ۱۲ اینچ) و در مقیاس بزرگ (۳۰ × ۲۴ اینچ) در مسیری بین واشنگتن و نیویورک و از وپانی تا نیوجرسی، سیستم های تلویزیونی را آزمایش کرد اشیاء به وسیله نوریک اسکنر حاوی یک دیسک با ظرفیت ۵۰ روشن می شدند که این دستگاه در هر ثانیه ۱۶ عکس برمی داشت. (مک کارتی، ۲۰۰۳: ۸۵)

۲-۱-۲- تلویزیون های الکترونیکی و رنگی :

در سال ۱۹۱۱ یک مهندس با نام «آلن ارشيبا لد کمپل سؤنیتون» در خصوص جزئیات چگونگی شکل گیری یک تصویر الکترونیکی دور با استفاده از لامپ های اشعه کاتود مقاله ای در لندن ارائه کرد که در روزنامه تا غیر ارائه شد. این مقاله که بعدها در مقاله ای در سال ۱۹۰۸ در نشریه طبیعت^۱ منتشر شد، نخستین مقاله این نشریه در رابطه با توصیف سیستم های تلویزیون های الکترونیکی است که اکنون هم مورد استفاده قرار می گیرد. سایر سیستم ها با استفاده از لامپ اشعه کاتود به عنوان ریسور (گیرنده) مورد آزمایش قرار گرفتند. ولی ارائه مفهوم استفاده از آنها به عنوان یک فرستنده بسیار طولانی است و در این متن نمی گنجد. در اواخر دهه ۲۰ زمانی که هنوز تازه تلویزیون های الکترومکانیکی

1: "Nature"

معرفی شده بودند، فیلوفانس ورشاو و لادمیرووی گین همچنان به طور جداگانه بر روی گونه های مختلف لامپ های فرستنده الکتریکی کار می کردند.

تلویزیونی که بر پایه انتشار الکترون با تجمع الکترون های ثانویه در طول دوره اسکن کار می کنند نخستین بار به وسیله یک مخترع مجاری به عنوان «کالمان یتھانی» در سال ۱۹۲۶ ارائه شد. که بعدها در سال ۱۹۲۸ اصلاحاتی نیز روی آن صورت گرفت. در ۷ سپتامبر ۱۹۲۷ «فیلوفانس ورشا» با دوربین خود نخستین عکس را در آزمایشگاه خود در خیابان شماره ۲۰۲ برداشت که این عکس خط مستقیم ساده ای بود. در سال ۱۹۲۸ فرانس در شاسیتمی را راه اندازی کرد که برای ارائه یک فیلم متحرک برای تلویزیون و مطبوعات کافی بود. در سال ۱۹۲۹ این سیستم به وسیله حذف یک مو تورژنراتور اصلاح شد به گونه ای که این سیستم تلویزیونی اکنون هیچ بخش مکانیکی متحرکی ندارد. در آن سال فرانس ورشا نخستین تصاویر زنده از انسان از جمله یک تصویر (۵/۰/۱۳) اینچی از همسرش با چشم های بسته را پخش کرد. در مقابل نخستین سیستم تلویزیونی رنگی مکانیکی در سال ۱۸۸۹ در روسیه به اهمیت رنگ در این سیستم پی بردند «جان لاگی بایرد» نخستین سیستم پخش رنگی برنامه های تلویزیون را با استفاده از دیسک های اسکن، در سوم جولای ۱۹۲۸ ارائه کرد. این سیستم شامل سه منبع نور در انتهای گیرنده و یک تغییر دهنده جریان برای تغییر نوردهی در آنها بود. در سال ۱۹۳۸ فناوری پوشش سایه^۱ برای تلویزیون های رنگی به وسیله «ورنر فلچسیگ» در آلمان اختراع شد. تلویزیون رنگی در سال ۱۹۳۹ «در نمایشگاه بین المللی رادیوئی» در برلین به نمایش گذارده شد در ۱۶ آگوست ۱۹۴۴ بایرد یک نمایش تلویزیونی تمام رنگی الکترونیکی را در معرض نمایش گذارد که در این سیستم با ۶۰۰ خط رنگی بافت سه تایی با استفاده از شش اشکن برای ساخت هر تصویر به کار گرفته شده بود.

تلویزیون رنگی با توجه به رقابت شدید سیستم های فنی برای اعطای مجوز بدین وسیله کمیسیون فدرال ارتباطات برای مصرف تجاری، تاریخچه طولانی در آمریکا دارد. تمامی این برنامه ها با استفاده از دوربین رنگی متعلق به شرکت CBS پخش می شد. زیرا گزارشات که در سپتامبر ۱۹۴۹ ارائه شد، نشان می داد که سیستم های FCC و RCA, CTI با مشکلات فنی مربوط به تولید رنگ نامناسب و

1 : shadow mask

تجهیزات گران همراه است، بنابراین سیستم CBS به عنوان استاندارد بخش برنامه های رنگی آمریکا در ۱۱ اکتبر ۱۹۵۰ انتخاب شد.

با این وجود توسعه سیستم های رنگی تلویزیون روز به روز در حال پیشرفت و رشد بود و بر این اساس نخستین برنامه تلویزیونی با استفاده از سیستم رنگی NTSC، پخش آزمایشی یک اپیسود از NBC در ۳۰ آگوست ۱۹۵۳ بود. دستگاه رنگی RCA از سال ۱۹۵۴ NBC: نخستین برنامه رنگی را در اول ژانویه ۱۹۵۴ با نمایشی آغاز کرد که در سراسر آمریکا بر روی گیرنده های رنگی RCA، جنرال الکتریک، فیلکو، رتیون، هاضمن، سیفیک مرکوری و... قابل دریافت بود. در ۲۸ فوریه تنها یک مدل رنگی «وستینگ هاوس» به قیمت ۲۹۵/۱ دلار معادل ۴۰۰/۹ دلار در سال ۲۰۰۶، در نیویورک وجود داشت که به طور کلی به عنوان نخستین گیرنده با NTSC رنگی، برای استفاده عموم تعیین شد. در آوریل مدل رنگی ارزان قیمت سری ساخت RCA به دلالتان عرضه شد. نخستین سریال رنگی تلویزیون «سریال ازدواج» به عنوان یک سریال کمدی زنده در تابستان ۱۹۵۴ به وسیله NBC ارائه شد. سریال ادبی «تئاتر فورد» نخستین برنامه رنگی فیلمی شکلی بود که در اکتبر به وسیله NBC ساخته شد. NBC که شرکت RCA را نیز تحت مدیریت داشت، پیشتاز در برنامه سازی رنگی بود، چرا که شرکت RCA در دهه ۵۰ موفق ترین خطوط دستگاه های رنگی را ارائه کرد و تا سال ۱۹۵۹ نیز تنها تولید کننده دستگاه های رنگی بود. (www.aftab.ir)

۲-۱-۳ - تاریخچه تلویزیون در ایران:

نخستین فرستنده تلویزیونی ایران با یک وقفه ۲۲ ساله از زمان تأسیس آن در دنیا در ساعت پنج بعداز ظهر جمعه یازدهم مهرماه سال ۱۳۳۷ آغاز به کار کرد. در دهه ۳۰ هجری شمسی، وقتی دولت وقت سرگرم تدارک زمینه و طرح ریزی برای ایجاد تلویزیون بود «حبیب الله ثابت پاسال» از بخش خصوصی پیشدستی کرد و پیشنهاد تأسیس یک ایستگاه فرستنده تلویزیونی را ارائه داد. بنابراین با توجه به حمایت های درباری وی، پیشنهاد او موافقت شد و مجلس شورای ملی در تیرماه سال ۱۳۳۷ ماده ای با چهار تبصره مصوب کرد که به موجب آن اجازه داده می شد یک فرستنده تلویزیونی زیر پوشش وزارت پست و تلگراف و تلفن در تهران ایجاد شود. (معتمد نژاد، ۱۳۷۳: ۸؛ قائم مقامی، ۷۸)

فعالیت اولیه تلویزیون در تهیه و پخش یک سلسله برنامه های سرگرم کننده خلاصه می شد . تلویزیون برای جبران هزینه ها و جلب بینندگان ناچار به پخش آگهی های تجاری و تولید برنامه های سبک و عامه پسند بود. به همین لحاظ اکثریت مردم ایران نگرش مثبتی به تلویزیون نداشتند و سال ها به طول انجامید که تلویزیون یکی از وسایل ضروری منازل شمرده شود.

تلویزیون ایران به صورت خصوصی اداره می شد و وابسته به درآمد خود از آگهی های تجاری و تبلیغاتی بود. این سازمان پس از یک سال فعالیت برنامه های روزانه خود را در تهران به پنج ساعت افزایش داد و در سال ۱۳۴۰ فرستنده دیگری در آبادان و یک فرستنده تقویتی در اهوار تأسیس کرد.

در پی درخواست های عمومی و اهمیت تلویزیون در سرگرمی خانواده ها ، دولت را بر آن داشت که یک نهاد رسمی نظام تصویری ایران را مدیریت و کنترل کند و بر این اساس ، سازمان برنامه و بودجه در سال ۱۳۳۷ یک گروه فرانسوی را مأمور بررسی و طراحی یک مرکز تلویزیونی کرد . سرانجام پس از تصویب طرح ایجاد تلویزیون ملی ایران ، یک نهاد کوچک و با امکاناتی ساده در تهران تأسیس و پخش برنامه های آزمایشی را در سال ۱۳۴۵ آغاز کرد. امکانات فنی تلویزیون محدود به یک استودیو ، سه دوربین و دو دستگاه ضبط مغناطیسی و ساختمان کوچک بود که در مدت سه ماه آماده شده بود. از آنجا که فرستنده تلویزیون ایران با سیستم ۵۲۵ خطی آمریکایی کار می کرد و تلویزیون ملی ایران ۶۲۵ خطی اروپایی بود، تلویزیون ملی با نصب فرستنده دو کیلوواتی با سیستم ۵۲۵ خطی بر بالای ساختمان هتل هیلتون، امکان استفاده از این شبکه را برای هم ه امکان پذیر کرد. پس از مدتی کمتر از دو سال ، در هفده مرداد ماه ۱۳۴۷، نخستین مرکز شهرستانی تلویزیون در ارومیه گشایش یافت و چند ماه بعد مرکز تلویزیون بندر عباس شروع به کار کرد. فعالیت مراکز تلویزیونی به تدریج یکی پس از دیگری آغاز گشت که از میان آنها می توان به مراکز شیراز ، کرمانشاه، تبریز، زاهدان، خراسان، کرمان، سنندج و اصفهان اشاره کرد. به دنبال گسترش امکانات فنی ، نصب و راه اندازی مرکز مخابرات ماهواره ای اسد آباد همدان در سال ۱۳۴۸، تبادل برنامه های تلویزیونی را با ایستگاه های خارجی میسر ساخت. (معمدنژاد، ۱۳۷۳)

انقلاب شکوهمند ایران در بهمن ۱۳۵۷، با تغییر ساختار و ارزش های حاکم بر صدا و سیما، دوره جدیدی را برای تلویزیون پایه گذاری کرد و با تغییر نام تلویزیون به سیما جمهوری اسلامی ایران در

قالب دو شبکه برنامه‌های خود را پی گرفت. در سال‌های آغازین پس از انقلاب بیشترین زمان برنامه‌های سیما به مستندهای سیاسی تبلیغاتی و اخبار سراسری اختصاص داشت. به تدریج با راه اندازی سایر شبکه‌های تلویزیونی و استانی، پخش برنامه‌های صدا و سیما گسترش یافت و شبکه‌ها وظایف خاصی را برای اقشار اجتماعی بر عهده گرفتند. شبکه یک به عنوان شبکه رسانه ملی، شبکه دو به عنوان شبکه کودکان، شبکه سوم به عنوان شبکه ورزش و جوانان، شبکه چهار به عنوان شبکه علمی و فناوری، شبکه پنج به عنوان شبکه تهران و در نهایت شبکه شش به عنوان شبکه خبرگذاری نامیده شدند. البته شبکه‌های دیگری در ایران به عنوان شبکه‌های استانی و شبکه‌های فرهنگی، آموزشی و شبکه قرآن در حال فعالیت هستند.

بخش دوم: نقش‌های تلویزیون در جامعه:

در خصوص نقش‌های تلویزیون در جامعه باید به برداشت‌ها و گفتمان‌های عامه و تخصصی مختلفی اشاره کرد. (دالگرن، ۱۳۸۵: ۴۵) چنانچه کاربرد‌های تلویزیون را به دو دسته کاربردهای خوش بینانه و کاربرد‌های بدبینانه طبقه بندی کنیم (معمدنژاد، ۱۳۷۳: ۳)، برخی از اندیشمندان با برشماری آثار منفی تلویزیون آن را ابزاری برای سلطه و کنترل و هدایت افکار عمومی می‌دانند. (چامسکی، ۱۳۸۵: ۱۴).

به طور کلی نظریه پردازان مکتب فرانکفورد بر این نظرند که در دنیای مدرن امروزین، سلطه از حوزه اقتصاد به حوزه فرهنگ و ایدئولوژی منتقل شده و وسایل ارتباطات جمعی، به عنوان ابزار تکنولوژی مدرن، گرایش به رفتار و فکر کرده در شیوه‌های مقبول اجتماعی را در مردم به وجود آوردند. به زعم هورکهایمر، رسانه‌های جمعی که تلویزیون در مرکزیت آن قرار دارد، به تقویت واکنش‌های ارتجاعی و تفریح و سرگرمی برای توده‌ها پرداخته و از طریق تولید هویت‌ها و کالاهای فرهنگی الگومند و از پیش طراحی شده، به اهداف خود مبنی بر تسلیم ساختن توده‌ها دست می‌یابد. (نوذری، ۱۳۸۶، ۲۲۹) گرامشی نیز نقش تلویزیون را در نظام سرمایه داری ابزاری برای سلطه فرهنگی و رهبری فکری و ایدئولوژی طبقات اجتماعی می‌داند (پدرام و محمدزاده، ۱۳۸۳، ص ۸۱)