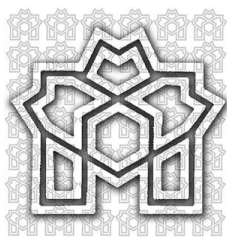


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات

گروه علوم ارتباطات اجتماعی

نظریه‌های هنجاری مطبوعات در کلام امام خمینی (ره) و مقام رهبری

(تحلیل محتوای گزاره‌های مربوط به الگوهای هنجاری مطبوعات در صحیفه نور و پیامها و سخنان مقام رهبری)

استاد راهنما: دکتر مهدخت بروجردی

استاد مشاور: دکتر هادی خانیکی

برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

محقق: زهره علی عسگری

۱۳۸۸ - ۸۹

تقدیم به

امام خمینی

که عشق را برایم معنا کرد

چکیده

موضوع این تحقیق، نظریه‌های هنجاری مطبوعات در کلام امام خمینی و مقام رهبری و تحلیل محتوای گزاره‌های مربوط به این موضوع در کلام رهبران (به عنوان متغیر مستقل) است. هدف این تحقیق، یافتن روش مطلوب اداره و کنترل مطبوعات از نگاه رهبران انقلاب و قدمی در جهت استقرار الگویی مناسب ایران است. همچنین در نهایت، مقایسه‌ای میان دو الگوی پیشنهادی صورت گرفت تا تفاوتها و تشابهات آنها مشخص شود.

اصول اساسی شش نظریه هنجاری مک کوئل شامل: «اقتدارگرا، آزادی‌گرا، مسئولیت اجتماعی، کمونیستی، کثرت‌گرا و توسعه‌بخش» از متن این نظریه‌ها استخراج شد. متغیرهای وابسته در این تحقیق عبارت بودند از: «تاریخ کلام، حجم مطلب، جهت‌گیری، رسالتهای مطبوعات، حق نوشتن در مطبوعات، چگونگی و ابزار کنترل، ممنوعیتها، مالکیت مطبوعات، پیگیری و تعقیب پس از انتشار، نصیحت، انتقاد و گلایه از مطبوعات، تهدید، کارکرد مطبوعات و فضای گفتمانی حاکم بر متن». بعد از تنظیم دستورالعمل کدگذاری و مطابقت بیانات رهبران انقلاب با مقولات تعیین شده، مشاهده شد که بخشی از بیانات با شاخصه‌های اساسی برخی الگوها مطابقت دارد.

در «حق نوشتن و چگونگی کنترل» رهبران در الگوی مسئولیت اجتماعی تشابه نظر دارند. در «رسالت اصلی، ممنوعیتها، مالکیت و نصیحت» الگوی تازه‌ای دارند منتها مقام رهبری در رسالت مطبوعاتی شاخصه‌های آزادی‌گرا را هم دارند. در مورد «پیگیری و تعقیب» نیز باید گفت مرجع مورد نظر امام خمینی «قانون» است، اما چون مقید به الفاظی چون «مطبوعات یا عادی» نشده نمی‌توان قضاوت کرد. مقام رهبری الگویی جدید در تعقیب و پیگیری دارند. «مالکیت» در کلام امام «عمومی» که نمی‌توان از آن تعریف دقیقی به دست داد و در کلام رهبری در دو الگوی مسئولیت اجتماعی و توسعه‌ای به طور مشترک است. «کارکرد مطبوعات» از نظر رهبران «راهنمایی و راهبری» است.

کلیدواژه: امام خمینی، مقام رهبری، هنجارهای مطبوعاتی، نظریه‌های هنجاری دنیس مک کوئل.

تقدیر و تشکر

تشکر و قدردانی می‌کنم از تمام اساتیدی که چشم مرا به دنیای اعجاب‌انگیز ارتباطات و پژوهش‌های ارتباطی گشودند.

در این میان تشکر مخصوص دارم از استاد دکتر مهدخت بروجردی که در طول تحقیق، سایه به سایه با من حرکت کرد و هرگاه به ایشان نیاز داشتم نزدیکم بود.

تشکر می‌کنم از استاد دکتر هادی خانیکی که منبعی سرشار از الهام افکار تازه برایم بود.

و در نهایت از استاد دکتر محمد تقی کرمی تشکر می‌کنم که نه در هیئت یک داور بلکه در چهره معلمی دلسوز، بسیار به من آموخت.

فهرست

فصل ۱: کلیات	۱۰-۲۵
مقدمه	۱۱
طرح موضوع تحقیق و تعریف آن	۱۴
بیان اهمیت و ضرورت موضوع	۱۹
ضرورت‌های نظری (علمی)	۱۹
ضرورت‌های کاربردی (عملی)	۲۰
بیان اهداف تحقیق	۲۲
بیان سوال‌های تحقیق	۲۴
فصل ۲: تدارک نظری تحقیق	۲۶-۹۱
بخش اول - تاریخچه هنجارهای مطبوعاتی در جهان	۲۷
بخش دوم - تاریخچه هنجارهای مطبوعاتی در ایران	۳۳
بخش سوم - پژوهش‌های پیشین	۴۲
بخش چهارم - مبانی و چارچوب نظری تحقیق	۴۷
۱- نظریه مطبوعات اقتدارگرا (آمرانه)	۵۲
۲- نظریه مطبوعات آزاد	۵۵
۳- نظریه مسئولیت اجتماعی	۵۹
۴- نظریه رسانه‌های کمونیستی (شوروی)	۶۵
بخش پنجم - نظام‌های دیگر مطبوعاتی	۷۱
۱- طبقه بندی ریموند ویلیامز	۷۲
۲- طبقه بندی فرناند ترو	۷۲

۷۳	۳- طبقه بندی رالف لوونشتاین
۷۴	۴- طبقه بندی جان مریل
۷۴	۵- طبقه بندی ویلیام هاگتن
۷۵	۶- طبقه بندی هربرت آلتشول
۷۶	۷- طبقه بندی رابرت پیکارد
۷۷	۸- طبقه بندی سیدنی هد
۷۷	۹- طبقه بندی دنیس مک کوئل
۷۹	بخش ششم - شرح برخی نظامهای مطبوعاتی
۷۹	۱- نظام پدر سالار
۸۰	۲- نظام انقلابی
۸۲	۳- نظام سوسیال دموکراتیک
۸۳	بخش هفتم - دو نظریه هنجاری از دنیس مک کوئل
۸۳	۱- نظریه هنجاری کثرت‌گرا
۸۶	۲- نظریه هنجاری توسعه‌ای
۹۰	جدول شماره ۱- خصوصیات نظریه‌های هنجاری (۱)
۹۱	جدول شماره ۲- خصوصیات نظریه‌های هنجاری (۲)
۹۲-۱۱۷	فصل ۳: روش شناسی
۹۳	مقدمه
۹۴	روش تحلیل محتوا
۹۸	مراحل روش تحلیل محتوا
۹۸	محاسن روش تحلیل محتوا

۱۰۰ معایب روش تحلیل محتوا
۱۰۱ تعاریف نظری متغیرها و مفاهیم به کار رفته در تحقیق
۱۰۲ تعاریف عملی متغیرها و مفاهیم به کار رفته در تحقیق
۱۱۳ روش تحقیق
۱۱۳ فنون و تکنیکهای گردآوری اطلاعات
۱۱۴ مجموعه مورد تحقیق (جامعه آماری)
۱۱۴ روش نمونه‌گیری
۱۱۵ تعیین واحد تحلیل
۱۱۵ نحوه جمع‌آوری اطلاعات
۱۱۶ سطح تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۱۶ فنون آماری مورد استفاده در توصیف و تحلیل داده‌ها
۱۱۶ شیوه سنجش ضریب قابلیت اعتماد
۱۱۷ روایی
۱۱۸ - ۱۱۰ فصل ۴ : بررسی یافته‌ها
۱۱۹ مقدمه
۱۲۰ ارائه نتایج تحقیق و توصیف جامعه آماری
۱۲۰ ۱- جداول یک بعدی
۱۵۰ ۲- جداول دوبعدی
۱۸۱ - ۲۱۳ فصل ۵ : جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهادات
۱۸۲ بخش اول - خلاصه و جمع‌بندی
۱۸۷ بخش دوم - نتیجه‌گیری

- ۱- آرای امام خمینی در زمینه مطبوعات ۱۹۰
- جدول شماره ۴۶: نظریه‌های هنجاری در کلام امام خمینی ۱۹۷
- ۲- آرای مقام رهبری در زمینه مطبوعات ۱۹۸
- جدول شماره ۴۷: نظریه‌های هنجاری در کلام مقام رهبری ۲۰۵
- «الگوی ارزش‌گر»: شاخصه‌های الگوی مطلوب مطبوعاتی در کلام امام خمینی و مقام رهبری ۲۰۶
- بخش سوم - پیشنهادات ۲۱۲
- بخش چهارم - محدودیتها ۲۱۳
- منابع فارسی ۲۱۴
- منابع لاتین ۲۱۸
- ضمائم ۲۱۹-۲۳۰
- دستورالعمل کد گذاری ۲۲۰
- چکیده انگلیسی ۲۳۱

لِكُلِّ نَبِيٍّ مُّسْتَقَرٌّ وَسَوْفَ تَعْلَمُونَ

انعام - ۶۷

برای هر خبری وقت معینی است و به زودی خواهید دانست

فصل ۱

کلیات

« ای بی خبر بکوش که صاحب خبر شوی »

ادبیات کلاسیک و مردمی ایران پر است از متن‌ها و اشعاری که به نوعی به اهمیت «خبر» اشاره می‌کنند. علاوه بر این ادبیات، مردم کوچه و بازار، بارها در برخورد با دیگران این عبارات را یا می‌شنوند و یا به کار می‌برند: «تازه چه خبر؟»، «دیگه چه خبر؟»، «خبردار شدی که...؟» و «علامت سوال» در این عبارتها نشان می‌دهد که اشتیاق به دانستن رخدادهای نو و تازه نیاز فطری افراد بشر است که با آن زاده می‌شوند.

«به راستی «خبر» چیست و چرا اهمیت دارد؟ چرا با پیشرفت تمدن به صورتی روزافزون بر اهمیت آن افزوده می‌شود؟ پاسخ به این سوالها چندان دشوار نیست، به سادگی می‌توان گفت که خبر، قسمتی مهم از مسلح شدن انسان برای شرکت موثرتر در تنازع بقا را تشکیل می‌دهد. بشر مانند هر جاندار دیگری به صورت غریزی، از یک سو می‌خواهد خود را در برابر خطرات، مشکلات و دشواریهای محیط زیست حفظ کند و از سوی دیگر به بهترین امکانات زندگی دست یابد. از همان ابتدای پیدایش موجودات زنده در سیاره ما، آنان با غریزه و یا از راه کسب تجربه دریافتند که یکی از وسایل مهم موفقیت در تنازع بقا، آگاهی است که بخش عظیمی از آن را کسب خبر تشکیل می‌دهد (مهران سهراب زاده، ۱: ۱۳۷۱).

بدون شک انسانها میان «خبر» که در حقیقت رویدادی واقعی را منتقل می‌کند با قصه و افسانه تفاوت‌های اساسی قایل هستند، یعنی مخاطب خبر هر قدر هم که مشتاق دانستن اخبار جدید باشد، نسبت به اخبار صحیح از خود عکس‌العمل بهتری نشان می‌دهد.

قرآن مجید در سوره حجرات آیه ۶، مومنین را خطاب قرار می‌دهد و می‌فرماید:

«يا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُم فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ لَهُ فِتْنَةٌ فَأَنصِبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ

نَادِمِينَ»

معنی: ای مومنان هرگاه فاسقی خبری برای شما آورد (تصدیق نکنید) تا تحقیق کنید، مبادا از روی نادانی، به قومی رنجشی رسانید و سخت پشیمان شوید.

این آیه برخلاف اغلب تحقیقات امروزی پیرامون خبررسانی که حول محور رسانه و یا مخاطب می‌گردند، مرکز توجه خود را به شرایط اشخاصی اختصاص داده که مسئولیت خبررسانی را بر عهده گرفته‌اند. در همین راستا باید اشاره کرد که امروزه دیگر افراد به تنهایی منتقل کننده اخبار و شرح و تفسیر و یا تحلیل آنها نیستند. اطلاع رسانی از بعد ارتباطات انسانی و چهره به چهره فراتر رفته و به نهادهایی به نام «رسانه» واگذار شده است و در این میان مطبوعات از تمام رسانه‌های دیگر فراگیری بیشتری از خود به ظهور رسانده است. به دیگر سخن، در زمینه نقش آگاهی بخشی رسانه‌ها، مطبوعات از مهم‌ترین آنها محسوب می‌شود. شرح وقایع در مطبوعات با وسایلی چون رادیو و تلویزیون و کتاب تفاوت دارد. مطبوعات نه سرعت رادیو و تلویزیون را دارند که سطح دقت در آن پایین آید و نه مانند کتاب فرصت زیادی برای ارزیابی در مورد یک یا چند موضوع را. بنابراین در اینجا نوعی تناقض مشاهده می‌شود که در مطبوعات در کنار همنند: «سرعت و دقت». از مطبوعات انتظار می‌رود که هیچ کدام از این دو خصوصیت را فدای دیگری نکنند، نه به خاطر رساندن سریع اخبار، بی‌دقتی را بر کار خود حاکم کنند و نه به خاطر دقت، به عطش کسب خبر مخاطبان بی‌توجهی کنند. عملکرد اصحاب مطبوعات باید علاوه بر این دو نکته، یعنی «سرعت و دقت»، چارچوب کلی‌تری را نیز برتابد و آن چارچوبی به نام «هنجارهای مطبوعاتی» است که متناسب با شرایط اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشورها شکل می‌گیرند و مطبوعات باید مطالب خود را بر اساس آنها، در قالب روزنامه یا مجله، صورتبندی کنند. هنجارهای مطبوعاتی و بایدها و نبایدهای آن شامل قوانین نانوشته‌ای است که اصحاب مطبوعات به عنوان جزئی از جامعه، خواه‌ناخواه در حوزه رعایت آن قرار می‌گیرند. بنابراین در چشم‌اندازی وسیع، اهمیت هنجارهای مطبوعاتی به عنوان نقشه راه، غیر قابل انکار است. این اهمیت در کنار ضرورت وجودی مطبوعات و قابلیت بهره‌برداری مداوم از حضور

کاربردی آنها در طول تاریخ یک کشور (حال: کسب خبر، آینده: منبع مطالعات تاریخی و پژوهشی) عامل محرک بسیاری از پژوهشهای مطبوعاتی است.

در آغاز تحقیق لازم است ذکر کنم در مواردی که ارجاع مستقیم به منبعی انجام شده به ویراستاری متن وفادار بوده و از لحاظ ویرایشی در آنها دخل و تصرفی انجام نداده‌ام.

طرح موضوع تحقیق و تعریف آن

نقش مطبوعات در جوامع امروز به عنوان یکی از ارکان اصلی فعال سازی جامعه مدنی بر کسی پوشیده نیست. شاید نقش مطبوعات در برخی جوامع در حال گذار هنوز به عنوان یک رکن قابل اعتماد در این زمینه محسوب نشود، اما آنچه نقش مطبوعات را در هر جامعه‌ای مخصوصاً جوامع در حال توسعه جلوه‌گر می‌سازد توانایی مطبوعات در ایجاد نقش مشارکتی در پیکره اصلی اجتماع یعنی مردم است. مطبوعات مردمی که از بدنه اصلی جامعه برخاسته، هم انعکاس دهنده افکار گردانندگان مطبوعات است و هم در روند بازخورد، انعکاس دهنده نظرهای مخاطبان. در ادامه، پس فرست هم به عنوان نوعی وسیله برای تصحیح پیام، به طور قطع در ترفیع نقش مشارکتی مخاطبان از مهمترین ملاحظات مطبوعات است که به عنوان یکی از مظاهر جوامع مدرن و از نشانه‌های تجدد طلبی در جوامع در حال توسعه به شمار می‌رود. مطبوعات، همچنین در هیئتی چالش برانگیز در این جوامع ظهور یافته و کارکردها و نقشهای گاه متضاد را ایفا کرده‌اند. بنابر این در طول ظهور این پدیده در چنین جوامعی، هم از جانب اندیشمندان غربی و هم اندیشمندان بومی، شاهد «اما و اگر» هایی بوده‌ایم.

آنچه که در پژوهشهای مطبوعاتی در جوامع در حال گذار بیشتر به چشم می‌خورد پژوهشهایی با جهت‌گیری مخاطب و پیام است و چیزی که شاید کمتر به آن پرداخته شده، پژوهشهایی با جهت‌گیری فرستنده است. مخصوصاً مخاطب، آن‌چنان اهمیتی پیدا کرده است که مفهوم آن «در حال حاضر کلید بسیاری از اسرار مربوط به شیوه کار رسانه‌های جمعی و حتی راز ماندگاری ارتباطات اجتماعی را در خود دارد» (دنيس مک کوئل، ۱۳۸۷:۱)

اما با توجه به محوریت بحث این پایان‌نامه، به راستی ضوابط و چارچوب کارکرد فرستنده مطبوعاتی در جوامع در حال توسعه چیست؟ به دیگر سخن؛ حیطة باید‌ها و نبایدهای فعالیت مطبوعاتی و حدود و مرزهای آن کجاست؟

از مسائل بسیار مهم در بررسی نقش و جایگاه مطبوعات، توجه به ساختمان شدن این نقش در چارچوبی معین و مشخص است تا مبادا از قضا سرکنگبین صرفا بیفزاید. مطبوعاتی که از یک طرف فواید غیر قابل شمارش دارد، از طرف دیگر می‌تواند به تنهایی علیه همه آن فواید وارد عمل شود و در ایفای نقشهای کارکردی و هنجاری خود، به جای فعالیت در جهت ایجاد روابط و کنش متقابل و وفاق و سازگاری، در حیطه انفصال و انزوا و تضاد و کژکارکردها فعالیت کند.

آنچه که می‌تواند مطبوعات را از کارکردهای منفی برای جامعه، به کارکردهای مثبت رهنمون باشد ساختمان شدن چارچوب هنجارهای مطبوعاتی، متناسب با قوانین و فرهنگ اجتماعی است. اگر بخواهیم به این موضوع به طور دقیق و مرتبط با ایران نگاه کنیم می‌توانیم فعالیت خود را برای ایجاد یک چارچوب هنجاری، شامل بایدها و نبایدهای متناسب جامعه ایران متمرکز کنیم. با در نظر گرفتن حیطه زمانی و مکانی، باید بگوییم ما به دنبال چارچوب هنجاری برای ایران بعد از انقلاب اسلامی هستیم زیرا بررسی چارچوبهای قبل از انقلاب در واقع پژوهشی تاریخی را دربرمی‌گیرد که از اهداف این تحقیق خارج است. از طرفی در سالهای اخیر، جامعه مطبوعاتی ایران به طور مکرر با تعطیلیهای پی‌درپی نشریاتی چند مواجه بوده است که با توسعه مطبوعات سازگاری ندارد. به راستی خصوصیات یک نشریه متناسب با جامعه‌ای با پیشینه یک انقلاب بزرگ و اسلامی چیست؟

برای ایجاد چنین چارچوبی در فراروی ما دو راه وجود دارد، یا به الگوهای هنجاری پیش‌ساخته در گذشته رو آوریم و یکی از آنها را به عنوان الگوی مناسب جامعه خود برگزینیم یا اینکه خود در جهت یافتن الگویی مناسب اقدام کنیم. تجربه الگوگیری در ایران و در دیگر کشورها نشان داده است که اقتباس یک چارچوب پیش‌ساخته نمی‌تواند الگویی کاملا مناسب باشد، بنابراین پیشنهاد می‌شود راه دوم برگزیده شود؛ یعنی برای شناختن الگویی، شامل بایدها و نبایدهای مناسب شرایط خودمان اقدام کنیم. اما سوال بعدی این است که این بایدها و نبایدها را از کجا می‌توان استخراج کرد؟

ایران کشوری است که تجربیات یک انقلاب ۳۰ ساله را با خود دارد و با توجه به شرایط حاضر می‌بینیم که هنوز بسیاری از شرایط انقلاب را برای خود حفظ کرده، به گونه‌ای که یکی از تاثیرگذارترین اندیشه‌ها که هنوز هم نفوذ خود را بر مردم و مسئولان حفظ کرده اندیشه‌های «امام خمینی» است. در اینکه رهنمودهای امام خمینی در دوره ۱۰ ساله اول انقلاب در سیاست‌گذاریها و عملکرد مسئولان و مردم دخالت مستقیم داشته و هنوز هم پس از گذشت سالها از رحلت امام، فصل‌الخطاب بسیاری از موضع‌گیریها و سیاست‌گذاریهای آنها است، شکی نیست. بعد از رحلت امام و با توجه به وصایای ایشان درباره حمایت از ولی فقیه و التزام عملی مردم بر انجام چنین وصیتی و با توجه به جایگاه رهبری در قانون اساسی و گستردگی وظایف و اختیارات رهبر، می‌توان همین نقش را در دوران ۲۰ ساله بعد از رحلت امام مشاهده کرد. در اصل ۱۱۰ قانون اساسی جمهوری اسلامی، تعیین سیاستهای کلی نظام از وظایف رهبری برشمرده شده است. هرچند در این اصل به طور مستقیم به انتخاب و ارائه الگوی هنجاری مطبوعات اشاره‌ای نشده، اما با توجه به نقش اساسی مطبوعات در جوامع معاصر، باید به نقش رهبری در جهت‌دهی به اعمال مسئولان و برنامه‌ریزان و همچنین شکل‌دهی به اذهان عمومی در جهت استفاده بهینه از این پتانسیل در بازسازی جامعه و نقش آن در توسعه ملی اعتراف کرد. رخدادهای گوناگون جامعه ایران نیز شاهد موضع‌گیریهای «مقام رهبری» و ارائه رهنمودها و بایدها و نبایدهایی در سیاستهای کلی است. هم‌اکنون، بسیاری از موضع‌گیریهای رسمی و غیر رسمی، دولتی و غیر دولتی پس از اعلام نظر مقام رهبری سمت و سوی خود را در جامعه می‌یابد و موضع‌گیری مقامات و اشخاص در راستای آن شکل می‌گیرد.

با این توضیحات، مهم است بدانیم چه خط‌مشی‌ها و بایدها و نبایدهای مطبوعاتی مد نظر امام خمینی بوده و کدام الگوی هنجاری مطبوعاتی به عنوان الگوی مناسب جمهوری اسلامی از حیث هنجارهای اداره و کنترل از جانب مقام رهبری معرفی شده است. نکته دیگر اینکه آیا موضع‌گیری رهبران ایران اولاً نسبت به هم و ثانیاً در مقاطع زمانی گوناگون، با هم یکسان است یا می‌توان در این

زمینه تفاوت‌هایی را مشاهده کرد؟ اگر ایده رهبران با هم متفاوت است در چه حیطه‌هایی؟ یعنی اینکه آیا هردو، یک الگوی اداره و کنترل مطبوعاتی را مناسب جامعه ایران می‌دانند یا خیر؟

بنابراین اگر کلام امام و مقام رهبری مورد وثوق آحاد مردم است و هردو در قبال مسائل مربوط به تمام ارکان جامعه از جمله مطبوعات، موضع‌گیری کرده و همه، در صحیفه نور، پیامها و سخنرانیها باقی مانده است، می‌شود با مراجعه به آنها از اندیشه ۳۰ ساله رهبران انقلاب اسلامی درباره نحوه عملکرد مطبوعات، متناسب با جامعه انقلابی ایران مطلع شد.

با پیروزی انقلاب اسلامی و ایجاد فضای باز سیاسی- اجتماعی شاهد ظهور و بروز بسیاری از نشریات در عرصه حیات سیاسی و اجتماعی ایران بوده‌ایم. مطبوعاتی که در پیوستاری «کاملاً موافق تا کاملاً مخالف» انقلاب، قابل دسته‌بندی هستند. در همین راستا نیز شاهد موضع‌گیریهای امام خمینی و مقام رهبری در برابر آنها بوده‌ایم که منبعی غنی از داده‌ها را درباره موضوع مورد مطالعه فراهم آورده است.

موضوع این تحقیق، تطبیق الگوی هنجاری مطبوعات مناسب جامعه ایران مبتنی بر سخنرانیها و پیامهای کتبی امام خمینی و مقام رهبری است که در دوره ۱۰ ساله بعد از پیروزی انقلاب اسلامی (مربوط به موضع‌گیریهای امام) و دوره ۲۰ ساله رهبری آیت‌الله خامنه‌ای در زمانهای مختلف، ظهور و بروز یافته، با شاخصه‌های اساسی شش الگوی هنجاری است. امام خمینی به عنوان رهبر انقلاب تقریباً هیچ موضوعی را بدون موضع‌گیری و ارائه روشی که نشان دهنده روش انقلاب اسلامی در موضوعات گوناگون باشد نکرده‌اند. بنابراین در موارد مختلف با ارائه راهکارهای پیشنهادی، موضع خود را در قبال مسائل مهم از جمله مطبوعات روشن کرده‌اند. هم‌چنین جامعه بارها شاهد اظهارنظرهای مقام رهبری پیرامون مسائل مطبوعاتی بوده است. موضوع این تحقیق، کشف، توصیف و تحلیل بایدها و نبایدهایی است که امام خمینی و مقام رهبری گاه و بیگاه و به مناسبت‌های گوناگون درباره روش مطلوب مطبوعاتی مطرح کرده‌اند و بررسی چگونگی تطابق آنها با نظریه‌های هنجاری

مطبوعات است. بنابراین موضوع این تحقیق، تحلیل محتوای کلام امام خمینی به عنوان رهبر انقلاب اسلامی در دوران ۱۰ ساله اول انقلاب و کلام آیت‌الله خامنه‌ای در ۲۰ سال پس از رحلت امام با تمرکز بر مفاهیم مستتر در هنجارهای مطبوعاتی است تا هم نظر امام خمینی و مقام رهبری درباره الگوی هنجاری مطبوعاتی مشخص شود و هم با توجه به نقش و جایگاه رهبر در حیات سیاسی-اجتماعی جامعه ایران و تاثیر این اندیشه‌ها و بیانات در ایجاد وفاق اجتماعی نسبت به چگونگی موضع‌گیری جمهوری اسلامی، درباره مطبوعات شناخت بیشتری حاصل شود.

انگیزه انجام این تحقیق در دو بخش قابل تفکیک است. یک بخش به مسائل داخلی ایران و بخش دیگر به مسائل بیرون از نظام مرتبط است. با صراحت می‌توان اذعان کرد که جامعه ما هنوز به یک الگوی هنجاری مورد وفاق عموم با مرزبندیهای مشخص مبتنی بر استدلال و قانون، دست نیافته و هنوز توافق جمعی بر سر روشی واحد برای فعالیتهای مطبوعاتی وجود ندارد، بنابراین توضیح، مشاهده می‌شود با حضور افراد، با سلیقه‌های مختلف بر مسند مسئولیت، شاهد عملکردهایی گاه متناقض در حوزه مطبوعات هستیم. به راستی چارچوب هنجاری مطبوعاتی ما چیست که بر پایه آن وفاقی حاصل شود که هم اصحاب رسانه تکلیف خود را بدانند و هم از سلیقه‌ای عمل کردن مسئولان جلوگیری شود؟

از طرف دیگر تاثیر جهانی این انقلاب بر کسی پوشیده نیست. ظهور این انقلاب در اواخر قرن بیستم و ادامه آن به شکل یک حکومت در قرن حاضر به عنوان الگوی حرکت‌های انقلابی مطرح است. بنابراین نباید در ارائه این الگو هیچ نقطه ابهامی باقی بماند و هیچ سوالی بی‌پاسخ. به علاوه، اهمیت مطبوعات نیز در مناسبات فعلی جهان واضح و روشن است، در نتیجه برای ارائه الگویی کامل و روشن، باید به این بخش از موضع انقلاب اسلامی درباره روش مطلوب اداره مطبوعات پرداخت.

اهمیت و ضرورت موضوع تحقیق

در بیان ضرورت و اهمیت هر نوع تحقیقی پیرامون مطبوعات، باید به این نکته معترف بود که هر قدمی که بتواند موانع نشر آزادانه افکار و عقاید و در نتیجه بالا رفتن سطح مشارکتهای مردمی را در جوامع از میان بردارد ضرورت و اهمیت دارد. بالا بودن سطح مشارکت مردم در مسائل گوناگون اجتماعی منجر به سهیم شدن آنان در اداره حرکت رو به جلوی جوامع می‌شود و نتیجه چنین سهمی، جز ثبات بیشتر برای جامعه نخواهد بود.

در شناسایی ضرورت این تحقیق، دو بحث مستقل لازم است. اولین بحث مربوط به ضرورت‌های نظری یا علمی و دومین بحث مربوط به ضرورت‌های کاربردی یا عملی است.

ضرورت‌های نظری (علمی)

بحث ضرورت‌های علمی یک تحقیق در قدم نخست آشکار ساختن ابعاد ناشناخته مسئله مورد توجه است که از فواید تحقیقات بنیادی محسوب می‌شود. تحقیق بنیادی با هدف توسعه و گسترش دانش نو پیرامون پدیده‌ها و از طریق کشف ویژگیهای یک پدیده انجام می‌شود و موجب غنای سرمایه علمی در حوزه پدیده مورد تحقیق است.

عده‌ای اعتقاد دارند برای شناسایی یک پدیده، نه باید خیلی از آن دور شد که نتوان آن را شناخت و نه آن قدر به آن نزدیک شد که نتوان آن را دید. این ادعا به نظر، ادعای درستی می‌رسد. برای شناخت انقلاب بزرگی چون انقلاب اسلامی ایران که شور و شیدایی آن سالها به درازا کشیده، نمی‌توان انتظار شناخت آن را در دوره‌ای داشت که هنوز میانه میدان پر از هیاهوی انقلابیون بود و همچنین نمی‌توان شناخت انقلاب و بررسی کلام رهبران آن را از زوایای گوناگون، به آینده‌های دور موکول کرد، زیرا ممکن است اگر فاصله‌ها زیاد شوند، فرصتهای راهبردی از دست بروند.

بنابراین همان‌طور که انقلابهای بزرگی چون انقلاب فرانسه (۱۷۸۹) سالیان زیادی است که مورد کالبد شکافی جامعه‌شناسان فرانسوی و غیر آن قرار گرفته اند و هنوز روند پژوهش و سوال و جواب

پیرامون آن همچنان ادامه دارد، می‌توان انتظار داشت که بعد از گذشت سه دهه، جای آن باشد که اسناد و مدارک مربوط به انقلاب اسلامی ایران بازخوانی شوند تا زمینه‌ی ایجاد محدوده‌ای از دانش نظری را پیرامون این انقلاب ایجاد کنند و این دستمایه‌ای باشد، هم برای معاصران علاقمند و هم آیندگانی که سالیانی بعد از راه خواهند رسید و آنها هم به قصد شناختن زوایای این انقلاب به پله‌های اولیه‌ای نیاز خواهند داشت تا با پا گذاشتن بر آنها به افقهای تازه‌ای در شناخت این انقلاب دست یابند. شناخت رخدادهای بزرگ و جهانی، کمک به غنای تاریخ در قدم اول و سپس دستمایه‌ای برای علوم انسانی دیگر است. بنابراین، این تحقیق منجر به غنای تاریخ ایران و جهان نیز خواهد شد. به علاوه این تحقیق با جهت‌گیری مطبوعاتی، منجر به گسترش دانش علوم ارتباطی و راهگشایی برای دیگر محققان اجتماعی خواهد شد و چه بسا منجر به ایجاد الگوی نظری مناسبی برای دیگر انقلابیون جهان و جوامع اسلامی شود. به علاوه، شناخت آرای رهبران قطعاً به شناخت انقلاب اسلامی ایران کمک خواهد کرد. بنابراین مخاطبان این پژوهش علاوه بر محققان مسائل اجتماعی، استادان و دانشجویان ارتباطات، روزنامه‌نگاران و اصحاب مطبوعات، علاقمندان به انقلاب اسلامی نیز خواهند بود.

ضرورت‌های کاربردی (عملی)

اما این تحقیق از بعد دیگر؛ یعنی اهمیت و ضرورت‌های کاربردی، دامنه‌ی گسترده‌تری دارد. بنابراین دومین بحث متمرکز است بر به کارگیری یافته‌ها و بهره‌برداری از آنها در جهت اصلاح یک وضع و موقعیت در جامعه. اگر در وضعیت فعلی، مطبوعات با تنگناهایی مواجه باشند با مشخص شدن دیدگاه امام خمینی و مقام رهبری، با توجه به وفاقی که در جامعه نسبت به این آرا وجود دارد، عملاً امکان بهره‌وری مطبوعات و مردم از آن فراهم خواهد شد. شناخت بهتر این آرا می‌تواند مبنای وضع قوانین مطبوعاتی متناسب با جامعه ایران شده و مسئولان را در قانونگذاری و تصمیم‌گیری درباره مطبوعات یاری رساند. بنابراین می‌توان از این تحقیق انتظار داشت که به یکدست و منسجم کردن