

Research Article

Formulation of the Appropriate Media Components of the Islamic Revolution from the Point of View of the Leaders and Top Documents of the Islamic Republic of Iran

Hossein Mehrabanifar¹

Kazem Mo'azen²

Hossein Mahdipour³

Received: 04/11/2021

Accepted: 01/10/2022

Abstract

One of the important needs of all the active media in the Islamic Republic of Iran in the path of progress and excellence of the society is to know the performance requirements of the media in the discourse system of the Islamic Revolution, an important part of which is rooted in the top documents and the views of the high policymakers. Based on this, the present research has studied these documents and statements of the leaders of the Islamic system with the aim of discovering and formulating

1. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Razavi University of Islamic Sciences, Mashhad, Iran (corresponding author). Mehrabanifar@razavi.ac.ir.

2. PhD in Communication Sciences, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran.
kazem.moazen@gmail.com.

3. PhD in Culture and Communication, Imam Sadegh University, Tehran, Iran.
mahdipour2001@gmail.com.

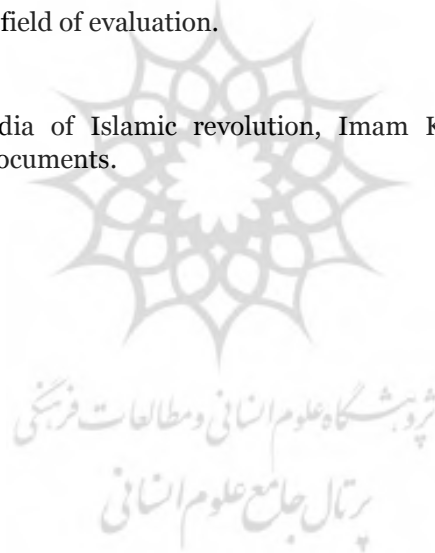
* Mehrabanifar, H., & Mo'azen, K., & Mahdipour, H. (1401 AP). Formulation of the Appropriate Media Components of the Islamic Revolution from the Point of View of the Leaders and Top Documents of the Islamic Republic of Iran. *Journal of Islam and Social Studies*, 10(38), pp. 118-160.
DOI: 10.22081/JISS.2022.62269.1865.

Copyright © 2021, Author (s). This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages, provided the original work is properly cited.

the appropriate media components of the revolution. The study and analysis of documents and statements related to media and culture was done based on Volcott's three-stage content analysis method, and the sampling was of the "theoretical sampling" type. The data was organized in the form of 13 central themes as the basis of normative propositions. Finally, a more profound examination of the themes taken showed that the view of the leaders of the revolution and the top documents of Iran in the field of media, at least in the four general axes of missions, dos and don'ts of content, dos and don'ts of form, and management structure and manpower are planned and have relationship with each other. Its following components are included in different levels and topics (in normative sources) which can not only be considered as a guide for the performance of organizations and media activists, but also have the ability to be used in the field of evaluation.

Keywords

Appropriate Media of Islamic revolution, Imam Khomeini, Ayatollah Khamenei, top documents.



مقاله پژوهشی

صورت‌بندی مؤلفه‌های رسانه تراز انقلاب اسلامی از نگاه رهبران و اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران

حسین مهربانی‌فر^۱ کاظم مؤذن^۲ حسین مهدی‌پور^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۸/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۹

چکیده

یکی از نیازهای محوری تمامی رسانه‌های فعال در جمهوری اسلامی ایران در مسیر پیشرفت و تعالی جامعه، شناخت بایسته‌های عملکرد رسانه‌ها در منظومه گفتمان انقلاب اسلامی است که بخش مهمی از آن ریشه در اسناد بالادستی و دیدگاه سیاست‌گذاران عالی دارد. بر همین اساس پژوهش حاضر با هدف کشف و صورت‌بندی مؤلفه‌های رسانه تراز انقلاب به مطالعه این اسناد و بیانات رهبران نظام اسلامی پرداخته است. مطالعه و تحلیل اسناد و بیانات مرتبط با موضوع رسانه و فرهنگ، براساس روش تحلیل مضمون سه مرحله‌ای و لکات صورت گرفته و نمونه‌گیری نیز از نوع «نمونه‌گیری نظری» بوده است. داده‌ها در قالب ۱۳ مضمون محوری به‌عنوان اصول مبنای گزاره‌های هنجاری سازماندهی شد. درنهایت بررسی عمیق‌تر مضامین استخراج‌شده نشان داد که نگاه رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور در زمینه

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه علوم اسلامی رضوی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول).

mehrabanifar@razavi.ac.ir

kazem.moazen@gmail.com

mahdipour2001@gmail.com

۲. دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۳. دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق، تهران، ایران.

* مهربانی‌فر، حسین؛ مؤذن، کاظم؛ مهدی‌پور، حسین. (۱۴۰۱). صورت‌بندی مؤلفه‌های رسانه تراز انقلاب اسلامی

از نگاه رهبران و اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه علمی - پژوهشی اسلام و مطالعات اجتماعی،

DOI: 10.22081/JISS.2022.62269.1865

صص ۱۱۸-۱۶۰.

رسانه، حداقل در چهار محور کلی رسالت‌ها و مأموریت‌ها، باید و نبایدهای محتوایی، باید و نبایدهای فرمی، و ساختار مدیریتی و نیروی انسانی طرح شده و بایکدیگر ارتباط برقرار کرده‌اند که مؤلفه‌های ذیل آن در سطوح و موضوعات مختلفی (در منابع هنجاری) لحاظ شده است که نه تنها می‌تواند به‌عنوان راهنمای عملکرد سازمان‌ها و فعالان رسانه‌ای به آن توجه شود، بلکه از قابلیت کاربست در حوزه ارزیابی برخوردار است.

کلیدواژه‌ها

رسانه تراز انقلاب اسلامی، امام خمینی علیه السلام، آیت‌الله خامنه‌ای، اسناد بالادستی.



مقدمه

رسانه به‌عنوان ابزار مدرن نقشی ویژه در میان جوامع بشری ایفا می‌کند و بخش مهمی از اطلاعات و آگاهی‌های عمومی به واسطه آن تولید شده و در جریان است. رسانه‌ها بخشی غیرقابل تفکیک و همواره حاضر در زندگی روزمره جامعه‌اند. آنها در شکل دادن به سبک زندگی، فرهنگ و جوامع ما نقشی اساسی ایفا می‌کنند (ویلیامز، ۱۳۹۰، ص ۹). آن‌چنان که «امروزه به‌طور گسترده‌ای اذعان می‌شود که رسانه‌ها تأثیرات قابل توجهی - هم مفید و هم زیان‌آور - بر افراد و جوامع داشته‌اند. این تأثیرگذاری در طول همه مراحل پیشرفت رسانه‌ها، با نقش آفرینی کلیدی در اجتماعی کردن (جامعه‌پذیر کردن) و آموزش و پرورش صورت پذیرفته است» (Darity, 2008, V. 5, p. 59). تأثیرگذاری بالای این ابزار ارتباطی سبب شده تا نقش‌های متنوع و مختلفی را به خود بگیرد. طبیعی است در نظام اسلامی که با هدف استقرار و نهادینه‌شدن ارزش‌های اسلامی بنیان نهاده شده است، رسانه‌ها باید به شیوه متفاوتی نسبت به نظام‌های غیراسلامی عمل کنند.

رسانه‌ها و سازمان‌های رسانه‌ای هر یک بر اساس مجموعه قواعد نوشته و نانوشته‌ای به فعالیت می‌پردازند و باید‌ها و نبایدهای عملکردی رسانه‌ها در هر کشوری برخاسته از نظام اجتماعی و فرهنگی آن جامعه است و جمهوری اسلامی ایران نیز نظامی برخاسته از دین مبین اسلام است که دیدگاه نظری جامعی در زمینه فعالیت رسانه‌ای دارد.

بر همین اساس یکی از نیازهای مهم و اساسی تمامی رسانه‌های فعال در جمهوری اسلامی ایران در مسیر پیشرفت و تعالی جامعه ایران، مطالعه و احصای مؤلفه‌های رسانه تراز انقلاب اسلامی و شناخت شاخص‌ها و مصادیق آن است؛ آن‌چنان که همواره یکی از پرسش‌های اساسی پس از انقلاب اسلامی در ایران این بوده است که چگونه رسانه‌های مدرن غربی را در خدمت اهداف دینی قرار داده و درعین حال بتوان در منظومه رسانه‌های جهانی و در مقابله با انحصار و امپریالیسم رسانه‌ای غرب نقشی پیشرو و متمایز داشت.

شناخت این باید‌ها و نبایدها در چارچوب گفتمان انقلاب اسلامی، علی‌رغم تأکید بر ضرورت وجود آنها، کماکان در جزئیات امر چندان شناخته شده نیست هرچند که

مسئله هنجارهای عملکرد رسانه به‌طور کلی مورد توجه پژوهش‌های معدودی در دو دهه گذشته با اهداف و گستره موضوعی متفاوتی بوده است؛ در همین راستا، غفاری (۱۳۸۵) در مقاله «رسانه ملی در افق هنجارگرایانه دینی» به مسئله سازوکار مطلوب پیام‌رسانی در رسانه ملی در مسیر تحقق مصداقی رسانه دینی پرداخته و در نهایت ضمن توجه به نظریات هنجاری رسانه‌ها، بر اصلاح و بهینه‌سازی ارزیابی مبتنی بر شاخص کلیدی رعایت ارزش‌ها و هنجارها منبعث از شریعت و اهداف عالی جمهوری اسلامی تأکید می‌کند. همچنین در پژوهشی جامع‌تر، باهنر و ترکشوند (۱۳۸۹) در اثر «الگوی هنجاری رسانه ملی (از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران)»، براساس مؤلفه‌های اصلی نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها، دیدگاه‌های امام خمینی و آیت‌الله خامنه‌ای را در این خصوص استخراج کرده و نهایتاً براساس نظرات هنجاری ایشان، هنجارهای مطلوب در حوزه ساختاری رسانه‌های جمعی، هنجارهای مطلوب در حوزه کارکردی رسانه‌های جمعی و مشخصه‌های الگوی اسلامی هنجاری رسانه‌های جمعی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران را تبیین کرده‌اند.

در کنار این موارد، تعدادی از پژوهش‌ها به مسئله اخلاق و هنجارهای آن در رسانه پرداخته‌اند. از آن جمله فولادی (۱۳۹۰) در پژوهش خود، با توجه به مسئله اخلاق رسانه، باید و نبایدهای اخلاقی در عرصه رسانه را براساس منابع دینی استخراج کرده است و شرف‌الدین (۱۳۹۲) با ارجاع به بنیادهای بینشی و ارزشی اسلام، الزامات و مرجحات عام هنجاری و باید و نبایدهای اخلاقی هدایتگر ارتباطات جمعی را با رویکردی دینی و با هدف تأمین یکی از ملزومات حرفه‌ای رسانه دینی یا دارای رسالت و کارکرد دینی، استنباط و ارائه کرده است. در حوزه اخلاق حرفه‌ای رسانه نیز امیری (۱۳۹۹)، به «اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌های خبری تراز انقلاب اسلامی» پرداخته و با تبیین ویژگی‌های رسانه اخلاق‌مدار، باید و نبایدهای رسانه‌های خبری و تأثیرگذاری آن در افزایش اعتماد مخاطب بررسی و تحلیل کرده است.

علی‌رغم توجه به احصای هنجارها و همچنین باید و نبایدهای اخلاقی رسانه‌ها در این پژوهش‌ها، همچنان خلأ مطالعه و تحلیلی نظام‌مند و جامع که جزئیات مسیر رویه‌ها

و عملکرد رسانه‌ها را در نظام اسلامی روشن کند و علاوه بر بیانات رهبران نظام جمهوری اسلامی، مطالعه و تحلیل اسناد فرادستی مرتبط را نیز مورد توجه قرار دهد، احساس می‌شود؛ از این رو پژوهش حاضر در نسبت با مطالعات پیشینی مذکور، نه تنها از حیث توجه به موضوع و مسئله رسانه به صورت عام (و نه صرفاً معطوف به صدا و سیما) در نسبت با گفتمان انقلاب اسلامی، بلکه در هدف و روش تحلیل متمایز از پژوهش‌های پیشینی است. به طور خاص نوآوری پژوهش حاضر در احصای مؤلفه‌های رسانه تراز انقلاب اسلامی و تلاش برای صورت‌بندی آن در قالب رسالت‌ها، مأموریت‌ها و باید و نبایدهای خاصی است که نه صرفاً در سطح الگوهای کلان عملکرد، بلکه در زمینه فرم، محتوا و ساختار مدیریتی و نیروی انسانی مصداق پیدا می‌کند و همچنین اولویت‌های محتوایی را پیش می‌کشد که لازم است رسانه انقلاب اسلامی در مسیر تحقق آنها عمل کند.

۱. ادبیات پژوهش

۱-۱. نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها

نظریات هنجاری^۱ یا دستوری به تبیین بایدها و نبایدهای حاکم بر وسایل ارتباط جمعی در شرایط مختلف می‌پردازند. این نظریات که دارای ماهیتی تعهدآور و الزام‌آورند، از وضعیت رسانه‌ها در جوامع و زمان‌های مختلف، نشئت گرفته‌اند. این نظریه‌ها به ترسیم رابطه دولت، رسانه و جامعه می‌پردازند و انتظارات دولت از رسانه‌ها، ضوابط و شرایط حاکم بر آنها و توقعات مربوط به نقش اجتماعی رسانه‌ها را در جوامع مختلف بررسی می‌کنند (مک کوئیل، ۱۳۸۲، ص ۱۶۲). تئوری هنجاری رسانه‌ها درباره این نیست که رسانه‌ها در واقع به چیزی می‌پردازند، بلکه درباره این است که رسانه‌ها باید در ارتباط با جامعه چه کارهایی انجام دهند (McQuail, 2010 A, p. 7).

نظریه‌های هنجاری که شاخه‌ای از فلسفه اجتماعی محسوب می‌شوند و به بایدها و

1. Normative theories

نباید‌های رسانه‌های جمعی می‌پردازند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند؛ زیرا در شکل‌گیری نهاد رسانه، نقشی اساسی ایفا می‌کنند (باهنر و ترکاشوند، ۱۳۸۸، ص ۱۰). «هنجار و نظام کنترل رسانه‌ها در برهه‌های زمانی و موقعیت‌های مکانی، تابعی از آرا و اندیشه‌های مربوط به فلسفه سیاسی، حقوق و تکالیف انسانی و نظام‌های اقتصادی است؛ به این معنا که ساختار قدرت سیاسی، نظام حقوقی مربوط به حقوق و تکالیف انسانی و مکانیزم فعالیت‌های اقتصادی و تنظیم بازار، بر چگونگی فعالیت رسانه‌ها و نظام کنترل و مدیریت آنها، تأثیر مستقیم می‌گذارد» (مهدی‌زاده، ۱۳۹۶، ص ۸۵)؛ از این رو تا حدود زیادی می‌توان گفت موارد مبنایی و اساسی در میان منابع انتظارات هنجاری به زمینه و بافت تاریخی شکل‌دهنده نهاد رسانه مرتبط‌اند (McQuail, 2010 B, p. 144) که در ارتباط با نظام‌های نظارتی و تنظیم‌گری در هر کشور است؛ نظام‌هایی که قواعد خاص خود را دارند و بسته به اهداف سیاست‌گذاری رسانه‌ها و تعریف عمومی از رسانه‌ها، از کشوری به کشور دیگر متفاوت‌اند (Jakubowicz, 1998, p. 1).

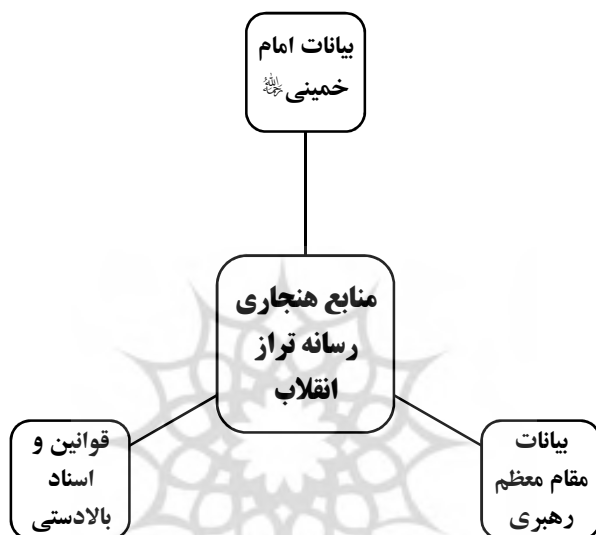
جدول زیر خلاصه‌ای از منابع انتظارات هنجاری رسانه را از نظر مک‌کوایل ارائه

می‌کند:

نظریه سیاسی و اجتماعی مطبوعات	منابع انتظارات هنجاری رسانه
نظریه تخصصی و حرفه‌ای روزنامه‌نگاری	
عموم به عنوان شهروندان و افکار عمومی	
عموم به عنوان مخاطبان	
بازار رسانه‌ای	
دولت و کارگزاران و عاملان آن	
احزاب علاقمند به حضور در جامعه متأثر از رسانه	

جدول ۱. منابع انتظارات هنجاری رسانه (McQuail, 2010 B, p. 144)

در پژوهش حاضر براساس زمینه و بافت جامعه اسلامی ایران، مجموعه داده‌های حاصل از تحلیل و پالایش سه منبع بیانات امام خمینی ره، بیانات آیت‌الله خامنه‌ای و اسناد فرادستی مرتبط با حوزه رسانه، در صورت‌بندی نظریه‌های هنجاری رسانه تراز انقلاب اسلامی مورد توجه قرار گرفته است.



نمودار شماره ۱: منابع هنجاری رسانه تراز انقلاب اسلامی در این پژوهش

۲. روش‌شناسی

تحلیل اسناد (بیانات آرشویی رهبران نظام اسلامی و اسناد فرادستی) در این پژوهش - به‌منظور دستیابی به مضامین کلیدی و محوری در چگونگی عمل رسانه‌ها در چارچوب گفتمان انقلاب اسلامی - با استفاده از روش تحلیل مضمون^۱ انجام می‌گیرد. این روش بر تعیین، بررسی و ضبط دقیق الگوها (یا تم‌ها) در داده‌ها و همچنین بر سازماندهی و

1. Thematic analysis.

شرح عمیق داده‌ها تأکید دارد. تحلیل مضمون از شمارش عبارات یا کلمات در یک متن فراتر می‌رود و به سمت شناسایی ایده‌های صریح و ضمنی در داده‌ها حرکت می‌کند (Guest, 2012, p. 11).

مضامین الگوهایی در سراسر مجموعه داده‌ها هستند که برای شرح یک پدیده ضروری هستند و با یکی از سؤالات خاص پژوهش مربوط‌اند. تم در واقع نشان‌دهنده سطحی از پاسخ یا معنای الگومند از داده‌ها است که با سؤالات پژوهش مرتبط است (Braun & Clarke, 2006, p. 102). تعیین «مضمون» به‌طور تلویحی تا حدود زیادی به «تکرار» به معنای ظهور در دو یا چند متن نیز بستگی دارد؛ بنابراین آنچه را صرفاً یک بار در داده‌ها ظاهر شده است، نمی‌توان مضمون محسوب کرد، مگر آنکه در تجزیه و تحلیل نهایی دارای نقش مهمی باشد (عابدی جعفری و دیگران، ۱۳۹۰، ص ۱۶۱).

اگرچه روش تحلیل مضمون به‌صورت گسترده به کار می‌رود، توافق واضح و روشن درباره اینکه تحلیل مضمون چیست و چگونه انجام می‌شود، وجود ندارد (Braun & Clarke, 2006, p. 79)؛ از این رو درباره شیوه انجام تحلیل تماتیک، نسخه‌های متعددی وجود دارد. یکی از روش‌های شناخته‌شده و مورد استفاده در پژوهش حاضر، شیوه سه مرحله‌ای ولکات است که دارای سه گام توصیف، تحلیل و تفسیر است. در مرحله توصیف، داده‌ها براساس یک نظم مشخص شده توسط پژوهشگر یا نظم زمانی قرار می‌گیرند. در مرحله تحلیل، داده‌ها تنظیم، سازماندهی و مقوله‌بندی می‌شوند. در مرحله تفسیر نیز تفسیرهای اصلی انجام می‌شود و این تفاسیر به‌طور عمده با رویکرد مقایسه‌ای صورت می‌گیرند (محمدپور، ۱۳۹۲، ج ۲، صص ۶۷-۶۹).

جامعه آماری محقق در این بخش تمامی بیانات و مکتوبات امام خمینی علیه السلام و مقام معظم رهبری و قوانین و اسناد بالادستی کشور تا سال ۱۴۰۰ شمسی است که در ارتباط مستقیم با موضوع رسانه و فرهنگ است. سیستم نمونه‌گیری نیز از نوع «نمونه‌گیری نظری» است. در این سیستم وقتی مقوله‌ها به اشباع نظری برسند و تکرار شوند، نمونه‌گیری به پایان می‌رسد. بر این اساس محقق، موارد تکراری و مشابه از میان بیانات رهبران و اسناد بالادستی را در دایره تحلیل خود وارد نکرده است.

۳. یافته‌های تحقیق

پس از انتخاب گزاره‌های محوری بیانات و اسناد بالادستی، مطالعه آنها در سه سطح توصیف، تحلیل و تفسیر صورت گرفت. برای رعایت اختصار سطح اول که استخراج مضامین اولیه از بیانات و اسناد بود، در اینجا به تفصیل ذکر نشده است. سازماندهی و مقوله‌بندی داده‌ها در نسبت با برجسب‌های توصیفی به‌دست آمده در قالب ۱۳ مضمون اصلی (مرحله دوم و سوم تحلیل مضمون) صورت گرفته است؛ مضامینی که می‌توان آنها را اصول مبنا و الهام‌بخش و روح اصلی حاکم بر گزاره‌های هنجاری در نظر گرفت.

۳-۱. ارتقای سطح آگاهی (بصیرت) و معرفت مردم

براساس بیانات رهبران انقلاب و اسناد بالادستی، رسانه‌ها باید در مسیر آگاهی‌بخشی، اطلاع‌رسانی و روشنگری حرکت کنند؛ به این معنا که رسانه در کنار فعالیت خبری و تحلیلی خود در نظر داشته باشد که معلومات، دانش و اطلاعات مردم را درباره مسائل روز و درباره موضوعات مهم ارتقا دهد و زمینه‌ساز تبادل آرا و افکار در جامعه شود. در این مسیر رسانه مطلوب باید براساس صداقت و شفافیت حرکت کند و ذهن مردم را به مسائل فرعی و بیهوده مشغول و سرگرم نکند. این موضوع را شاید بتوان اصلی‌ترین رسالت رسانه‌ها در جامعه دانست که مورد تأکید ویژه قرار گرفت. از نگاه کلی‌تر، رسانه مطلوب تراز انقلاب یک رسانه آگاهی‌بخش و روشنگرانه است. آگاهی و روشنگری که در خدمت اهداف تربیتی، همراستا با اهداف انقلاب، مبارزه با استکبار و ارزش‌های فرهنگی آن، تحقق نظارت اجتماعی، پیشبرد اهداف نظام و پیشرفت کشور قرار می‌گیرد.

۳-۲. هدایت و تربیت جامعه و نسل جدید

یکی از رسالت‌های اصلی پیش‌بینی شده برای رسانه‌ها در بیانات رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور، موضوع هدایت و تربیت است. در واقع رسانه به‌عنوان یکی از

نهادهای تربیتی در کنار نهادهای تربیتی و حتی در خدمت آنها است؛ بنابراین رسانه به‌عنوان «مدرسه سیار» دیده شده که مسئولیت جامعه‌پذیری، تربیت و تهذیب جامعه بخصوص نسل جدید را براساس ارزش‌های اسلامی بر عهده دارد. رسانه‌ها باید در جهت تربیت نیروی انسانی، جلوگیری از انحرافات اجتماعی و فحشا، اصلاح اخلاق عمومی و هدایت افکار عمومی هدف‌گذاری شوند. اسناد بالادستی پیش‌بینی کرده‌اند رسانه‌ها در تعامل با نهادهای تربیتی قرار گیرند و به‌صورت مشترک و متمرکز برای این نهادهای تربیتی برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری شود. این اهداف تربیتی برگرفته از اسلام، ارزش‌های انقلاب اسلامی، در راستای مقابله با ارزش‌های فرهنگی استعمار و همراهی با برنامه‌ها و سیاست‌های فرهنگی نظام است.

۳-۳. حرکت در مسیر خواست ملت انقلابی

حرکت رسانه‌ها همراه با ملت و در مسیر خواست آنها در بیانات امام خمینی علیه السلام مورد تأکید قرار گرفته است. منظور امام راحل از ملت، مردم انقلابی و طبقه مستضعف جامعه به‌عنوان صاحبان انقلاب است. بر این اساس رسانه‌ها باید آرمان‌های ملت را منعکس کنند و در مسیر خدمت به مستضعفان و آرمان‌های آنها عمل کنند. امام خمینی تأکید می‌کردند رسانه‌ها باید اقدامات و تلاش‌های ملت انقلابی را گزارش بدهند و مخاطبان خود را برای استقلال و آزادی مملکت بسیج کنند. انعکاس خواست ملت عمدتاً در چارچوب اهداف و آرمان‌های انقلاب اسلامی و ارزش‌های فرهنگی آن معنا پیدا می‌کند و چیزی جدای از آن نیست.

۳-۴. فعالیت در خدمت تبلیغ اسلام

رسانه‌ها فرصتی بی‌نظیر برای تبلیغ اسلام و ارزش‌های اسلامی است و باید از این ابزار برای گسترش دایره تأثیرگذاری تبلیغ دینی استفاده شود. در همین راستا پرداخت موضوعات دینی جزو وظایف رسانه مطلوب توصیف شده است که باید فارغ از احتمال ریزش مخاطب مورد توجه رسانه‌ها قرار گیرد. بر پاسخگویی به شبهات، افکار باطل و

تخریب‌ها علیه اسلام به‌طور خاص تأکید شده است. براساس بیانات رهبرانقلاب موضوعات دینی باید در قالب‌های جذاب و زیبا پیگیری شوند و از کارهای شعاری و تکراری پرهیز شود؛ پس نگاه و رویکرد سیاست‌گذاران و دست‌اندرکاران رسانه تراز انقلاب، باید نگاه و رویکردی فرصت‌محور در جهت تبلیغ و دفاع از اسلام باشد. طبیعتاً این رویکرد در خدمت تربیت جامعه، تحقق اهداف انقلاب اسلامی و خواست ملت انقلابی قرار می‌گیرد و می‌تواند به مقابله با ارزش‌های فرهنگی و برنامه‌های استعماری دشمنان بینجامد. رسانه تراز انقلاب باید از طرح تضاد میان زن و مرد، تبلیغ ضد اسلام و روحانیت، مطالب الحادی، اهانت به دین و مراجع تقلید پرهیزد.

۳-۵. مبارزه با استکبار جهانی و پرهیز از کمک به اهداف دشمن

یکی از اهداف و رسالت‌های پیش‌بینی‌شده برای رسانه‌ها، مبارزه سیاسی با استکبار جهانی و عدم پشتیبانی از آنان است. در واقع رسانه‌های فعال در نظام نیز همچون سایر ارکان کشور باید جهت‌گیری منفی در برابر جنایت‌کاران جبهه استکبار داشته باشند و ملت‌ها را علیه آنان بسیج کنند. بخش مهمی از این امر به واسطه آگاه‌سازی مردم درباره اقدامات استکبار جهانی علیه بشریت و یادآوری پیشینه چپاولگری‌های استعمار در رژیم پیشین صورت می‌گیرد. از نگاه کلی‌تر، رویکرد کلان رسانه‌های کشور باید هم‌راستا با سیاست خارجی نظام و مبتنی بر سیاست نه‌شرقی نه‌غربی باشد؛ پس رسانه‌ها از اخباری که به تحقق اهداف و خواست دشمن به‌خصوص در زمینه ارائه تصویر نامطلوب از نظام و انتشار مطالب گروه‌های محارب و تبلیغ آنان منجر می‌شود، پرهیزند.

۳-۶. مقابله با تهاجم فرهنگی و ارزش‌های غربی

رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور وظیفه مقابله با تهاجم فرهنگی غرب و ارزش‌های فرهنگی آن را به رسانه‌ها محول کرده‌اند. بر این اساس رسانه‌ها باید از خدمت به ارزش‌های فرهنگی استعماری مانند تبلیغ تجمل، تقلید از فرهنگ غربی، فحشا و مطالب الحادی پرهیزند و برای تغییر ذائقه مردم به سمت صحیح و ترویج فرهنگ

اصیل تلاش کنند. رسانه مطلوب تر از انقلاب باید به مقابله و مواجهه فرهنگی با ارزش‌هایی پردازد که با خواست ملت انقلابی و اهداف انقلاب اسلامی تعارض دارد. رویکرد پیشنهادشده در این زمینه، رویکرد تدافعی اما غیرانفعالی است؛ پس با ارائه و معرفی الگوهای جایگزین از فرهنگ اصیل اسلامی و ایرانی همراه است.

۳-۷. صدور انقلاب، جریان‌سازی و تبادل مفاهیم در عرصه بین‌المللی

بر اساس نگاه رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور، رسانه تر از انقلاب خود را محدود به مرزبندی‌های جغرافیایی و سیاسی نمی‌کند؛ بنابراین رسانه‌های کشور باید در عرصه بین‌المللی نیز به هدایت جریان‌ها و گفتمان‌سازی پردازند و در میان گروه‌ها و کشورهای اسلامی، ضد استکباری و عدالت‌خواه یک ائتلاف رسانه‌ای شکل دهند. در واقع رسانه تر از انقلاب اسلامی باید تلاش کند اولاً الگوی انقلاب اسلامی را به دیگر کشورها و گروه‌های اسلامی و ضد استکباری انتقال دهد؛ ثانیاً تلاش کند در فضای بین‌المللی و منطقه‌ای به جریان‌سازی و گفتمان‌سازی همسو با انقلاب اسلامی پردازد و ثالثاً نوعی از گفتگوی فرهنگی میان ملت‌ها شکل دهد تا به شکلی اخلاقی و استدلالی، پیام اصیل انقلاب اسلامی در عرصه بین‌الملل منتشر شود.

۳-۸. حفظ و تقویت نظام و امنیت کشور

رسانه‌ها در الگوی مطلوب، وظیفه دارند برای حفظ و تقویت نظام و امنیت کشور و رای شخصیت‌های سیاسی تلاش کنند و این مهم، از مسائل پرتکرار در اسناد بالادستی و سخنان رهبران انقلاب است. رسانه‌های فعال در داخل کشور، نباید به معارضات جناح‌های سیاسی دامن بزنند و در میان مسئولان کشور، فتنه و اختلاف ایجاد کنند. در همین راستا اهانت به مسئولان کشور به خصوص رهبری، اقدام علیه امنیت ملی و انتشار اطلاعات طبقه‌بندی‌شده از جمله مواردی است که به‌طور خاص در قوانین ممنوع شده است. فراتر از آن، رسانه‌ها باید در مسیر ارتقا و نهاده‌سازی رابطه امام و امت حرکت کنند. همچنین موضوع بدبین ساختن مردم به مسئولان، تهییج مردم و ایجاد تشنج سیاسی

مورد تقبیح رهبران انقلاب قرار گرفته است. رویکرد رسانه‌های کشور باید در جهت صرف نظر کردن از اختلافات جزئی و غیراصولی باشد و از درشت‌نمایی قضایای کوچک باید پرهیز شود. در مسیر حفظ نظام و وحدت، رسانه‌ها نه تنها باید از تهاجم به قانون اساسی کشور و تضعیف ارکان کشور و به‌طور خاص ساختار انتخاباتی کشور پرهیزند، بلکه باید از آن پاسداری و حراست کنند. براساس بیانات رهبر انقلاب، رویکرد کلی نظام، حمایت و طرفداری از دولت‌ها است و رسانه‌ها نیز باید این چارچوب کلی را در محتوای خود در مورد دولت لحاظ کنند.

۳-۹. پیگیری رویکرد اخلاق‌مدار در فعالیت رسانه‌ای و نقادی

به‌طور خاص در بیانات رهبران انقلاب، توصیه‌های فراوانی مبنی بر لزوم اخلاق‌مداری در فعالیت رسانه‌ای و فعالیت نقادانه در این عرصه مشاهده می‌شود؛ بر این اساس مدیران و دست‌اندرکاران رسانه‌ها باید در تمامی فعالیت‌های خود توجه داشته باشند در «محضر خدا» قرار دارند و «ورع مطبوعاتی» و حسن‌ظن را در دستور کار خود قرار دهند. در همین راستا انتقاد در رسانه‌ها نیز باید مبتنی بر مصلحت‌اندیشی، دلسوزی، هدایت و مسئولیت‌الهی و البته فارغ از غرض‌ورزی، انتقام، تخریب، تضعیف، پرده‌داری و هوچی‌گری صورت گیرد. طبیعی است بار اصلی تحقق این هدف، بر دوش نیروی انسانی فعال در رسانه‌ها است و بررسی میزان تحقق آن به‌صورت عینی دشوار است. همچنین چارچوب‌های مشخص و عینی برای انتقاد در رسانه ذکر شده است که یک رسانه مطلوب باید در فعالیت خود، آنها را در نظر داشته باشد. برخی از این چارچوب‌ها کاملاً عینی و قابل ارزیابی است؛ مواردی از قبیل بیان نقاط مثبت در کنار انتقاد، معطوف‌بودن انتقادات به برطرف‌شدن نواقص و... که همگی قابلیت ارزیابی در قالب روش‌های تحلیل متن با درصد خطای پایینی را دارد. در واقع رهبران انقلاب، هم معیارهای کیفی و کلان برای فعالیت اخلاق‌مدار در رسانه معرفی کرده‌اند و هم به‌صورت خاص معیارهای عینی و جزئی برای تحقق آن طرح کرده‌اند.

۳-۱۰. ترویج روحیات و رفتارهای صحیح در جامعه

عمدتاً در اسناد بالادستی کشور و به صورت جزئی در بیانات رهبران انقلاب، وظایف و مسئولیت‌هایی برای رسانه‌های کشور تعیین شده است که ناظر به ترویج روحیات و رفتارها صحیح در جامعه است. در واقع رسانه تراز انقلاب از آنجا که در خدمت تربیت جامعه و پیشبرد اهداف نظام و خواست ملت قرار دارد، باید به طور خاص در برخی از زمینه‌ها به فرهنگسازی رسانه‌ای پردازد؛ مواردی از قبیل خانواده، فرزندآوری، مصرف کالاهای داخلی، فرهنگ کارآفرینی، اصلاح الگوی مصرف، ایثار و مقاومت، امر به معروف و نهی از منکر و مشارکت اجتماعی و که از یک سو در ارزش‌های اسلامی ریشه دارد و از سوی دیگر در خدمت مقابله با تهاجم فرهنگی غرب و پیشبرد اهداف انقلاب و نظام می‌شود؛ به عبارت دیگر با توجه به تأثیرگذاری بالای رسانه بر فرهنگ عمومی، رسانه تراز انقلاب وظیفه دارد از این فرصت برای ترویج روحیات و رفتارهای صحیح در جامعه بهره‌گیری کند.

۳-۱۱. ساختار انسانی و نظارتی رسانه مبتنی بر مصلحت

رسانه مطلوب از نگاه رهبران انقلاب، یک رسانه اخلاق‌مدار و هم‌راستا با ارزش‌های اسلامی است و نقش نیروی انسانی در تحقق این آرمان‌ها بسیار پررنگ و انکارنشدنی است. بر این اساس نیروی انسانی و ساختار مدیریتی حاکم بر رسانه‌ها، باید با شرایط نابهنجار پیش از انقلاب اسلامی تفاوت ماهیتی و اساسی داشته باشد؛ بنابراین اقداماتی برای تغییر ساختار و نیروی انسانی فعال در رسانه‌های کشور صورت گیرد. مدیران و سیاست‌گذاران رسانه‌ها باید دست منحرفان، مغرضان و افراد غیرقابل اصلاح را از رسانه‌ها کوتاه کنند و از نفوذ آنها جلوگیری کنند. لازمه این امر آن است که در استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی در رسانه‌ها، پیشینه و طرز فکر افراد بررسی شود. همچنین در راستای ایجاد تغییرات ساختاری در رسانه‌ها، مدیران و سیاست‌گذاران باید ساختاری نظارتی در درون خود رسانه‌ها پیش‌بینی کنند تا محتواهای نوشتاری و تصویری پیش از انتشار براساس مصالح کشور بررسی دقیق شود.

۳-۱۲. امیدبخشی و قرارگرفتن در خدمت پیشرفت کشور

یکی از رسالت‌های پیش‌بینی‌شده برای رسانه‌ها، خدمت‌رسانی به پیشرفت کشور است. رسانه‌ها به واسطه توانایی فراوان در فرهنگ‌سازی، می‌توانند برای تحقق پیشرفت و توسعه کشور زمینه‌سازی کنند. این هدف به واسطه ایجاد روحیات مناسبی مانند فرهنگ کار و کارآفرینی و پوشش رسانه‌ای موضوعات مهم و مرتبط با پیشرفت کشور صورت می‌گیرد. در این چارچوب رسانه‌ها باید به انتشار محتواهای اثربخشی‌مانند تشویق تولیدکنندگان و افراد خدمت‌گزار طبقات پایین به کشور فارغ از شهرت آنان پردازند و صرفاً به پوشش اخبار شخصیت‌های سیاسی اکتفا نکنند. از سوی دیگر رسانه‌ها باید توجه جامعه را به موضوعات کم‌اهمیت جلب نکنند و مردم را از پیشرفت کشور و آینده‌ناامید نسازند. همچنین طرح موضوعات علمی و فناوری به زبان همه‌فهم، پیگیری مناظرات علمی در رسانه‌ها، کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه‌پردازی از جمله مواردی است که در این زمینه توصیه شده است.

۳-۱۳. فرم مبتنی بر چارچوب‌های هنجاری و قانونی

رسانه مطلوب تراز انقلاب، چارچوب‌های هنجاری اسلامی و عرفی موجود در جامعه و همین‌طور چارچوب‌های قانونی ذکرشده را درباره فرم رسانه‌ای خود رعایت می‌کند؛ بنابراین رسانه‌ها موظف‌اند متناسب با نظام جمهوری اسلامی و برخلاف روند غالب در رژیم پهلوی، از تهییج جنسی مخاطبان و انتشار تصاویر مهیج برای جلب آنان، اشاعه فحشا و مطالب خلاف عفت، استفاده ابزاری از زنان، هنرهای بدآموز و مبتذل، و همین‌طور از سرقت ادبی و نشر اطلاعات مرتبط با حریم خصوصی افراد پرهیزند. موارد ذکرشده در این زمینه عمدتاً در قوانین موجود در زمینه فعالیت رسانه‌ای موجود و ثبت‌شده است و رعایت این موارد، کف انتظارات از رسانه تراز انقلاب است.

۴. تحلیل یافته‌ها

بررسی عمیق‌تر ارتباطات میان یافته‌ها به منظور صورت‌بندی منظم آنها در قالب

شاخص‌های کاربردی و گزاره‌های منسجم هنجاری نشان می‌دهد مضامین مستخرج به لحاظ سطوح راهبردی و موضوع مورد اشاره متفاوت‌اند. بعضی دارای اشتراکاتی‌اند و ارتباطات جدی با یکدیگر دارند. در ادامه با تحلیل ارتباطات مفهومی میان این مضامین تلاش شده است در تدوین شاخص‌ها جایگاه هر کدام به شکل دقیق‌تری روشن و مشخص گردد.

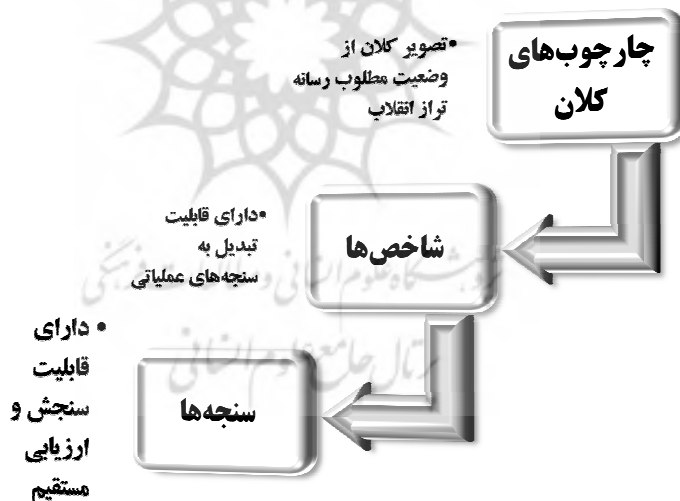
۴-۱. ارتباطات مضامین به لحاظ سطوح راهبردی

بررسی عمیق‌تر مضامین و کدهای استخراج‌شده نشان می‌دهد نگاه رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور در زمینه رسانه، حداقل در سه سطح کلی طرح شده و با یکدیگر ارتباط برقرار کرده‌اند:

- چارچوب‌های کلان: رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور نخست تصویری کلان از وضعیت مطلوب رسانه ارائه کرده‌اند که جهت‌گیری کلی و آرمان رسانه را به تصویر می‌کشد. غالب مضامین کلی احصاشده از قبیل ارتقای سطح آگاهی و معرفت مردم، پیگیری رویکرد اخلاق‌مدار، حرکت در مسیر خواست ملت، قرارگرفتن در خدمت پیشرفت کشور و همچنین برخی از زیرشاخه‌ها یا کدها در این سطح قرار می‌گیرند. طبیعتاً این موارد به واسطه آنکه در فضای کلان و کلی مطرح شده‌اند، به خودی خود قابلیت طرح به‌عنوان شاخص یا ابزار سنجش و ارزیابی نمی‌توانند داشته باشند.
- شاخص‌ها: برخی از زیرشاخه‌ها یا کدهای شناسایی‌شده در این بخش از تحقیق، نشان‌دهنده سطحی راهبردی‌تر، جزئی‌تر و عملیاتی‌تر از گزاره‌های هنجاری است. مواردی که به شکل نسبتاً روشن مشخص می‌کند مدیران و دست‌اندرکاران محتوایی یک رسانه چه سیاست‌هایی را باید در عرصه اجرایی پیگیری کنند. مواردی از قبیل فرهنگ‌سازی در زمینه فرزندآوری و مصرف کالاهای داخلی، پرهیز از تهییج جنسی مخاطبان و اشاعه فحشا و پیگیری حسن‌ظن و رفتار

دلسوزانه در انتقادات در این دسته قرار می‌گیرند. این موارد به‌عنوان شاخص‌های سلبی یا ایجابی رسانه قابل طرح هستند و پیش‌بینی سنجه‌های عملیاتی برای آنها قابل تحقق و قابل تصور است.

- **سنجه‌ها:** سطح سوم، عملیاتی‌ترین سطح در میان زیرشاخه‌های شناسایی شده در بیانات رهبران انقلاب و اسناد بالادستی است. در این سطح رهبران انقلاب و اسناد بالادستی مصادیقی عینی از ممنوعیت‌ها و الزامات محتوایی و مدیریتی در رسانه ذکر کرده‌اند که ذیل چارچوب‌های کلان و شاخص‌ها قابل طرح‌اند. مواردی از قبیل پرداخت به موضوعاتی مانند نماز، همخوانی تیتر با محتوا، پوشش اخبار تولیدکنندگان و افراد خدمت‌گزار طبقات پایین و معطوف‌بودن انتقادات به برطرف‌شدن نواقص در این دسته قرار می‌گیرند.



نمودار شماره ۲: سطوح راهبردی در مضامین و کدهای استخراج‌شده از بیانات رهبران انقلاب و اسناد بالادستی

۲-۴. ارتباطات مضامین به لحاظ موضوعی

بررسی عمیق‌تر مضامین و کدهای استخراج شده نشان می‌دهد نگاه رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور در زمینه رسانه، حداقل در ۴ محور کلی طرح شده و با یکدیگر ارتباط برقرار کرده‌اند:

- رسالت‌ها و مأموریت‌ها: مضامین مطرح شده در این محور همگی در سطح «چارچوب‌های کلان» و از جنس ایجابی‌اند. در واقع رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور، تصویری آرمانی از رسانه تراز انقلاب ارائه کرده‌اند که در قالب آن رسانه به‌عنوان یکی از نهادهای تأثیرگذار در جامعه وظایف، مأموریت‌ها و رسالت‌هایی را بر عهده دارد. هرکدام از این مأموریت‌ها و رسالت‌های کلان شامل اجزا و مؤلفه‌های خردتری نیز هستند که در قالب شاخص‌ها و سنجه‌های عملیاتی‌تر قابلیت ارزیابی و سنجش پیدا می‌کنند.

- بایدها و نبایدهای محتوایی: در بیانات رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور بیشترین تعداد و حجم مضامین، در زمینه باید و نبایدهای محتوایی مطرح شده است. توجه به این نکته ضروری است که در این محور، چند زیر شاخه اصلی وجود دارد:

الف) چارچوب‌های کلان محتوایی: باید و نبایدهای محتوایی رسانه در دو سطح خرد و کلان قابل تقسیم‌بندی و تحلیل است. در بیانات رهبران انقلاب و اسناد بالادستی توصیه‌ها و الزامات کلان و خرد مشاهده می‌شود که طبیعتاً محقق برای دستیابی به شاخص‌ها و سنجه‌های عملیاتی، به سراغ الزامات خرد و عینی‌تر خواهد رفت.

ب) اولویت‌های محتوایی: موضوعات مهم و ارزشمندی از جنس تبلیغ دین، ترویج روحیات صحیح، کمک به پیشرفت کشور و... که رسانه تراز

انقلاب موظف است آنها را در دستور کار خود قرار دهد.

ج) ممنوعیت‌های محتوایی: موضوعاتی که رسانه‌ها باید از پرداختن به آنها پرهیزند. مانند طرح تضاد میان زن و مرد، توهین به ادیان، دامن‌زدن به معارضه جناح‌های سیاسی و فتنه‌انگیزی در میان مسئولان و....

د) چارچوب‌های نقادی در رسانه: رهبران انقلاب و اسناد بالادستی برای انتقاد در رسانه ویژگی‌ها و مؤلفه‌هایی ذکر کرده‌اند، از قبیل لزوم بیان نقاط مثبت در کنار انتقاد، لزوم معطوف‌بودن انتقادات به برطرف‌شدن نواقص، لزوم نشان‌دادن انگیزه برای رفع مشکلات، و لزوم عیارسنجی و جمع‌بندی میان نقاط خوب و بد که برای سنجش و ارزیابی عملکرد رسانه‌ها بسیار راهگشا است.

- الزامات و ممنوعیت‌های فرمی: بخشی از مضامین و کدهای مستخرج از بیانات رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور به معرفی الزامات و ممنوعیت‌هایی در زمینه فرم و قالب ارائه محتوا اختصاص دارد. اگرچه این موارد به لحاظ تعداد در مقایسه با باید و نبایدهای محتوایی بسیار محدودتر است. مواردی از قبیل پرهیز از تهییج جنسی مخاطبان، عدم استفاده ابزاری از زن، پرهیز از سرقت ادبی، عدم نشر اطلاعات حریم خصوصی افراد، عدم تطابق تیتراژ محتوا، و پرهیز از اتکای صرف به اخبار شخصیت‌های سیاسی فراتر از عرف، که به صورت مستقیم در رابطه با محتوا معنا پیدا می‌کنند.

- ساختار مدیریتی و نیروی انسانی: در بیانات رهبران انقلاب و اسناد بالادستی کشور الزامات و ممنوعیت‌های محدودی نیز در زمینه ساختار مدیریتی و نیروی انسانی فعال در رسانه‌ها بیان شده است. مواردی از قبیل لزوم کنار گذاشتن نیروهای مغرض و غیرقابل اصلاح از رسانه‌ها، جلوگیری از نفوذ نیروهای

منحرف، لزوم توجه به پیشینه و طرز فکر نیروی انسانی فعال در رسانه‌ها، بررسی محتواهای رسانه پیش از انتشار براساس مصالح کشور، لزوم بررسی دقیق محتواهای نوشتاری و تصویری توسط یک شورای نظارتی که به لحاظ جنس موضوع با محورهای پیشین کاملاً متفاوت است و سیستم سنجش و ارزیابی خاص خود را می‌طلبد.



نمودار شماره ۳: مهم‌ترین محورهای موضوعی مطرح‌شده

در بیانات رهبران انقلاب و اسناد بالادستی

بر همین اساس و در نسبت‌یابی با مضامین و کدهای احصاشده، مؤلفه‌های رسانه‌های تراز انقلاب یا اولویت‌ها و مطلوبیت‌های هنجاری آن در قالب محورهای چهارگانه بالا، به‌اختصار در قالب جدول ذیل قابل ارائه است. این دسته‌بندی هنجاری می‌تواند به‌طور کلی به‌عنوان راهنمای عملکرد سازمان‌ها و فعالان رسانه‌ای در منظومه‌گفتمان انقلاب اسلامی مورد توجه قرار گیرد:

جدول شماره ۲: جمع‌بندی مؤلفه‌های رسانه‌های تراز انقلاب اسلامی

در قالب ۴ محور موضوعی اصلی

رسالت‌ها و مأموریت‌ها

- فعالیت در خدمت تبلیغ اسلام و ارزش‌های اسلامی (خامنه‌ای، ۱۳۸۵/۸/۱۷؛ خامنه‌ای، ۱۳۸۴/۲/۱۱)
- بالابردن سطح معلومات و دانش، روشنگری و آگاهی‌بخشی درباره مسائل روز (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۸، ص ۶۵؛ خامنه‌ای، ۱۳۷۵/۲/۱۳؛ حکم انتصاب نماینده ولی فقیه در مؤسسه کیهان، ۱۳۷۰/۷/۲؛ خامنه‌ای، ۱۲/۰۴/۱۳۹۵؛ ماده ۲ قانون مطبوعات)
- هدایت افکار عمومی، هدایت فرهنگی و تربیت جامعه و نسل جدید متناسب با ارزش‌های اسلامی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۷، ص ۱۸ و ج ۱۸، ص ۶۵ و ج ۱۵، صص ۳۷-۳۸ و ج ۱۳، ص ۴۱؛ خامنه‌ای، ۱۳۸۱/۰۳/۱۳؛ انتصاب آقای لاریجانی به ریاست صدا و سیما، ۱۳۷۸/۳/۵؛ انتصاب آقای سرفراز به ریاست صدا و سیما، ۱۳۹۳/۸/۱۷؛ انتصاب دکتر جبلی به ریاست صدا و سیما، ۱۴۰۰/۰۷/۰۷)
- جلوگیری از انحرافات اجتماعی و کمک به برچیده شدن فحشا از جامعه (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۸، ص ۶۵ و ج ۱۳، ص ۴۱)
- فراهم کردن امکان اطلاع‌یابی برای مردم بدون تصرف غیرمجاز (خامنه‌ای، ۱۳۷۹/۱۲/۹)
- حرکت در مسیر خواست ملت انقلابی و آرمان‌های آنان (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۷، ص ۱۸ و ج ۶، ص ۱۹۳) و حفظ و ارتقای استقلال فرهنگی و هویت انقلابی ایران اسلامی (انتصاب آقای سرفراز به ریاست صدا و سیما، ۱۳۹۳/۸/۱۷؛ انتصاب دکتر جبلی به ریاست صدا و سیما، ۱۴۰۰/۰۷/۰۷)

رسالت‌ها و مأموریت‌ها

- مبارزه با استکبار جهانی و پرهیز از کمک به اهداف دشمن (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۷، صص ۷۰-۷۱ و ج ۶، ص ۱۹۳) (خامنه‌ای، ۱۳۶۳/۱۰/۱۳؛ خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۹/۱۴؛ خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۱۲/۲۱؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۷/۲۷؛ خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۹/۱۴)
- مقابله با تهاجم فرهنگی و ارزش‌های ویرانگر غربی (خامنه‌ای، ۱۳۷۹/۱۱/۲۷؛ خامنه‌ای، ۱۳۷۸/۳/۵؛ خامنه‌ای، حکم انتصاب آقای سیدمحمد اصغری به نمایندگی ولی فقیه و سرپرستی مؤسسه‌ی کیهان، ۱۳۷۰/۰۷/۰۲؛ امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۸، صص ۲۴-۲۵ و ج ۱۴، ص ۲۴۸؛ ماده ۲ قانون مطبوعات)
- صدور انقلاب، جریان‌سازی و تبادل مفاهیم در عرصه بین‌المللی (امام خمینی، ج ۱۸، ص ۲۴۳؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲؛ خامنه‌ای، ۱۳۸۵/۲/۲۶)
- حفظ و تقویت نظام و امنیت کشور و پاسداری از حاکمیت اسلامی (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۲۰، ص ۳۷؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۶/۹؛ ماده ۶ قانون مطبوعات؛ ماده ۳ آیین‌نامه تأسیس و نحوه فعالیت خبرگزاری‌های غیردولتی)، حفظ امنیت همه‌جانبه فضای مجازی کشور، حریم خصوصی آحاد جامعه و مقابله مؤثر با نفوذ بیگانگان (خامنه‌ای، ۱۳۹۴/۰۶/۱۴)
- قرار گرفتن در مسیر خدمت به پیشرفت کشور (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۹، ص ۲۱۵؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲؛ خامنه‌ای، ۱۳۸۶/۱۰/۱۳؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
- ترویج روحیات و رفتارهای صحیح در جامعه (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲) (قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران) (سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف) (سیاست‌های کلی نظام در بخش مشارکت اجتماعی)
- افزایش وحدت و همبستگی ملی (خامنه‌ای، ۱۴۰۰/۰۷/۰۷)

باید و نبایدهای محتوایی

- پیگیری سیاست «نه شرقی نه غربی» در موضوعات سیاسی (ماده ۲ قانون مطبوعات؛ امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۴، ص ۲۴۸، وصیت‌نامه امام)
- حفظ آرامش سیاسی و پیگیری گرایش‌های اصولی نظام (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۲، صص ۲۰۹-۲۱۰)
- حفظ نظام و رأی شخصیت‌های سیاسی (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۲۰، ص ۳۷)
- پیگیری رویکرد اخلاق‌مدار در فعالیت رسانه‌ای و نقادی (خامنه‌ای، ۱۳۹۱/۱/۱؛ خامنه‌ای، ۱۳۸۹/۱۰/۷)
- پیگیری اصل حسن‌ظن درباره موضوعات، شخصیت‌ها و گروه‌های اجتماعی و سیاسی و لزوم احتیاط در صورت غالب‌بودن فساد و گناه (خامنه‌ای، ۱۳۸۹/۱۰/۷)
- ارتقاء و نهادینه‌سازی رابطه امام و امت (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
- تلاش برای تغییر ذائقه ذهنی مردم به سمت صحیح (خامنه‌ای، ۱۳۷۷/۰۷/۱۸)

باید و نبایدهای محتوایی

- پرهیز از تهییج مردم، ایجاد تشنج در کشور و تشویق به اقدامات ضدامنیتی (امام خمینی، ج ۱۲، صص ۲۰۹-۲۱۰؛ ماده ۶ قانون مطبوعات)
- پرهیز از دامن زدن به اختلافات جزئی و غیراصولی، معارضه جناح‌های سیاسی و فتنه‌انگیزی در میان مسئولان (خامنه‌ای، ۱۳۸۸/۹/۴؛ امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۲، ص ۲۷۵)
- پرهیز از تهاجم به قانون اساسی و تضعیف ارکان کشور بخصوص ساختار انتخابات (خامنه‌ای، ۱۳۷۹/۲/۱؛ ماده ۶ قانون مطبوعات؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۶/۹)
- پرهیز از اهانت به مسئولان به خصوص رهبری و بدبین ساختن مردم به آنان (خامنه‌ای، ۱۳۸۵/۸/۲؛ ماده ۶ قانون مطبوعات؛ ماده ۳ آیین نامه تأسیس و نحوه فعالیت خبرگزاری‌های غیردولتی)
- پرهیز از شایعه‌سازی، شایعه‌پراکنی و درج مطالب دروغ (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۹، ص ۲۵۵؛ خامنه‌ای، ۱۳۸۸/۹/۴)
- پرهیز از دلسر کردن مردم و ایجاد ناامیدی به آینده (خامنه‌ای، ۱۳۸۶/۱۰/۱۳؛ خامنه‌ای، ۱۳۶۸/۴/۲۳)
- تخریب اعتمادبه‌نفس ملی و ایجاد حس بدگمانی به فرهنگ خودی (خامنه‌ای، ۱۳۸۶/۱۰/۱۳؛ امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۴، ص ۲۴۸، وصیت‌نامه حضرت امام)
- پرهیز از انتشار اطلاعات طبقه‌بندی شده (ماده ۳ آیین نامه تأسیس و نحوه فعالیت خبرگزاری‌های غیردولتی؛ ماده ۶ قانون مطبوعات)
- پرهیز از کمک کردن به تحقق اهداف و منافع دشمن (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۶، ص ۱۹۳؛ خامنه‌ای، ۱۳۸۱/۵/۵؛ خامنه‌ای، ۱۳۶۹/۱۲/۲۱)
- پرهیز از ارائه تصویر نامطلوب از نظام (خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۷/۲۷)
- پرهیز از انتشار مطالب گروه‌های محارب و تبلیغ آنان (ماده ۳ آیین نامه تأسیس و نحوه فعالیت خبرگزاری‌های غیردولتی)
- پرهیز از پرداختن به مسائل فرعی، درشت‌نمایی قضایای کوچک و مشغول کردن ذهن مردم (خامنه‌ای، ۱۳۹۱/۱۰/۱۹؛ خامنه‌ای، ۱۳۷۹/۲/۱)
- پرهیز از طرح ایده تضاد میان زن و مرد (ماده ۶ قانون مطبوعات)
- پرهیز از تبلیغ ضد اسلام و روحانیت، مطالب الحادی، اهانت به دین و مراجع تقلید (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۴، ص ۲۴۸، وصیت‌نامه حضرت امام؛ ماده ۶ قانون مطبوعات؛ ماده ۳ آیین نامه تأسیس و نحوه فعالیت خبرگزاری‌های غیردولتی)
- پرهیز از خدمت به ارزش‌های فرهنگی استعماری از قبیل تجمل و تقلید از فرهنگ غربی در زمینه پوشش، خوردنی‌ها، آداب معاشرت و... (ماده ۲ قانون مطبوعات؛ امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۴، ص ۲۴۸؛ وصیت‌نامه حضرت امام)

باید و نبایدهای محتوایی

- معرفی خطر اقدامات استکبار جهانی و توجه دادن عموم به فعالیت‌های دشمن (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۷، صص ۷۰-۷۱)
- یادآوری پیشینه چپاولگری‌های استعمار در رژیم پیشین (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۶، ص ۱۹۱؛ خامنه‌ای، ۱۳۷۷/۰۲/۰۹)
- انعکاس آرمان‌های نیروهای انقلابی و گزارش‌دهی اقدامات و تلاش‌های آنان (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۷، ص ۱۱۷)
- امیدبخشی و نشاط‌آفرینی (خامنه‌ای، ۱۳۹۸/۰۷/۰۴؛ خامنه‌ای، ۱۴۰۰/۰۷/۰۷)
- بسیج مخاطبان داخلی و خارجی برای استقلال، آزادی مملکت، و علیه جنایتکاران و خیانتکاران (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۸، ص ۲۴ و ج ۱۸، ص ۲۳؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۳/۰۸/۱۷)
- تبلیغ ارزش‌ها و موضوعات دینی مانند نماز به شکل جذاب و غیرکلیشه‌ای و غیرشعاری (خامنه‌ای، ۱۳۷۷/۱۲/۴؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
- پاسخگویی به شبهات، تخریب‌ها و مقابله با افکار باطل منتشرشده (خامنه‌ای، ۱۳۸۳/۴/۱۵)
- انعکاس مشکلات مردم بخصوص طبقه مستضعف حتی در صورت عدم گره‌کشایی توسط مسئولان و افراد ذی‌ربط (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۰، ص ۱۲۸)
- محتواهای اثربخش برای پیشرفت کشور مانند تشویق تولیدکنندگان و افراد خدمت‌گزار به کشور (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۹، ص ۲۱۵)
- طرح موضوعات علمی و فناوری به زبان همه فهم (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
- پیگیری مناظرات علمی با موضوعات تخصصی علم و فناوری (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)

باید و نبایدهای محتوایی

- برگزاری کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه‌پردازی در رسانه (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
- مشارکت و تعامل مؤثر در هدایت جریان‌های بین‌المللی و گفت‌وگوهای در این عرصه (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
- معرفی دستاوردهای نظام به جهانیان، معرفی الگوهای موفق و اسلام اصیل به جهانیان (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۳، ص ۲۵۱؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲؛ خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۸، ص ۲۴۳)
- زمینه‌سازی برای گفتگوی آزاد و دوجانبه میان ملت‌ها، تبادل مفاهیم به صورت اخلاقی و استدلالی (خامنه‌ای، ۱۳۸۵/۲/۲۶)
- فرهنگ‌سازی رسانه‌ای در زمینه:
 - ❖ ازدواج و خانواده (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
 - ❖ کرامت سالمندان (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
 - ❖ فرزندآوری (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
 - ❖ مصرف کالای داخلی (سیاست‌های کلی اصلاح‌الگوی مصرف) (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
 - ❖ حجاب و عفاف (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
 - ❖ پیشگیری و مقابله با ناهنجاری‌های فرهنگی و اجتماعی (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
 - ❖ فرهنگ کار و کارآفرینی (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
 - ❖ فرهنگ نهادهای اقتصادی اسلام (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)

باید و نبایدهای محتوایی

- ❖ اصلاح فرهنگ مصرف و مقابله با اسراف و تجمل گرایی (خامنه‌ای، ۱۳۸۵/۸/۱۸؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲؛ سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف؛ ماده ۲ قانون مطبوعات)
- ❖ الگوهای ملی اسلامی سخت کوشی و ساده زیستی (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
- ❖ روحیه کار جمعی و ابتکار (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲؛ امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۹، ص ۲۱۵؛ خامنه‌ای، ۱۳۸۶/۱/۱)
- ❖ فرهنگ مقاومت، جهاد و ایثار (قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه؛ سیاست‌های کلی ابلاغی در امور ایثارگران) و ارزش‌های دفاع مقدس (خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۰۸/۲۵)
- ❖ گسترش خط و زبان فارسی (قانون برنامه پنجساله پنجم توسعه؛ خامنه‌ای، ۱۳۷۰/۹/۱۸)
- ❖ اقتصاد مقاومتی (سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی)
- ❖ تکریم ایثارگران و تبیین نقش آنان (سیاست‌های کلی ابلاغی در امور ایثارگران)
- ❖ توسعه نظارت اجتماعی و امر به معروف و نهی از منکر (سیاست‌های کلی نظام در بخش مشارکت اجتماعی؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲)
- ❖ اشاعه فرهنگ مشارکت اجتماعی (سیاست‌های کلی نظام در بخش مشارکت اجتماعی)
- ❖ سبک زندگی اسلامی - ایرانی (خامنه‌ای، ۱۳۷۰/۹/۱۸؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۳/۸/۱۷؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۴/۰۶/۱۴؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۷/۰۸/۲۵)
- ❖ دشمن شناسی (خامنه‌ای، ۱۳۸۶/۱/۱)

باید و نبایدهای محتوایی

پارچوب‌های نقادی در رسانه

- لزوم بیان نقاط مثبت در کنار انتقاد (خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۵/۱۶)
- لزوم معطوف بودن انتقادات به برطرف شدن نواقص (خامنه‌ای، ۱۳۸۹/۴/۱۲)
- لزوم نشان دادن انگیزه برای رفع مشکلات (خامنه‌ای، ۱۳۸۹/۴/۱۲)
- لزوم به کارگیری زبان ملایم در انتقاد (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۳، ص ۴۸۱)
- لزوم عیارسنجی و جمع‌بندی میان نقاط خوب و بد (خامنه‌ای، ۱۳۷۷/۱۲/۴)

الزامات و ممنوعیت‌های فرمی

- پرهیز از اتکای صرف به اخبار شخصیت‌های سیاسی فراتر از عرف (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۹، ص ۲۱۵)
- پرهیز از انتشار هرگونه محتوای تحریک‌آمیز، ضد اخلاقی و استفاده ابزاری از زنان (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۸، ص ۲۳؛ ماده ۳ آیین‌نامه تأسیس و نحوه فعالیت خیرگزاری‌های غیردولتی؛ خمینی، ۱۳۸۹، ج ۸، ص ۲۴؛ ماده ۶ قانون مطبوعات)
- پرهیز از به کارگیری تیرهای جذاب و فریبنده اما فاقد محتوا برای جلب مخاطبان بیشتر (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۳، ص ۴۸۱)
- لزوم توجه به اخبار طبقات پایین و پرهیز از اتکای صرف به اخبار حکومتی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۹، ص ۲۱۶)
- پرهیز از جمله‌بندی غلط، به کارگیری نادرست زبان، و ترکیب‌های غلط در ارائه اخبار و محتوای رسانه‌ای (خامنه‌ای، ۱۳۷۰/۹/۱۸)
- لزوم پاسداشت زبان فارسی و پرهیز از ترویج زبان بی‌هویت و پر از تعبیرات خارجی (خامنه‌ای، ۱۳۹۸/۰۲/۳۰)

ساختار مدیریتی و نیروی انسانی

- لزوم کنار گذاشتن نیروهای مغرض و غیرقابل اصلاح و جلوگیری از نفوذ این افراد به رسانه (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۶، صص ۱۹۳، ۱۳۵۸/۲/۲۶؛ خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۳، ص ۴۷۳)
- لزوم ایجاد ائتلاف رسانه‌ای اسلامی، ضداستکباری و عدالت‌خواه در عرصه بین‌المللی (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۴/۱۲؛ خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۰۴/۱۲)
- لزوم توجه به پیشینه و طرز فکر نیروی انسانی فعال (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۳، ص ۴۷۳)
- لزوم تعامل با نهادهای تربیتی و سیاستگذاری و برنامه‌ریزی مشترک و متمرکز تربیتی (سند تحول بنیادین آموزش و پرورش) و ارتقای سرمایه انسانی (خامنه‌ای، ۱۴۰۰/۰۷/۰۷)
- لزوم بررسی دقیق محتوای رسانه پیش از انتشار توسط یک شورای نظارتی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۴، ص ۵۱) و برخورداری از هیئت اندیشه ورز (خامنه‌ای، ۱۳۹۵/۰۹/۰۳)
- بهره‌گیری از ابتکار (خامنه‌ای، ۱۴۰۰/۰۷/۰۷)
- بهبود شرایط کسب و کار مرتبط با فناوری‌های مجازی (خامنه‌ای، ۱۳۹۴/۰۶/۱۴)

نتیجه‌گیری

یکی از نیازهای محوری عموم رسانه‌های فعال در جمهوری اسلامی ایران اعم از رسانه‌های دولتی و مردمی در مسیر پیشرفت و تعالی جامعه، شناخت بایسته‌های عملکرد رسانه‌ها در منظومه گفتمان انقلاب اسلامی است. بر همین اساس در این پژوهش تلاش شد به منظور دستیابی به مؤلفه‌های رسانه تراز انقلاب اسلامی و شناخت شاخص‌ها و مصادیق آن، بیانات رهبران انقلاب و اسناد و قوانین بالادستی کشور با استفاده روش تحلیل مضمون مطالعه و بررسی شود. مطالعه و تحلیل متون مذکور نهایتاً به برداشت ۱۳ مضمون اصلی به‌عنوان اصول مبنا و الهام‌بخش مؤلفه‌های هنجاری رسانه تراز انقلاب منجر شد.

در ادامه تحلیل نهایی ارتباطات میان این مضامین - که محورهای کلی و موضوعی

استخراج شده از منابع هنجاری را نشان می‌دهند - و زیرشاخه‌ها یا کدها - که نشان‌دهنده محتوا یا موارد عملیاتی است که می‌بایست در تدوین شاخص‌ها و سنج‌های رسانه تراز انقلاب نقش داشته باشند - به دسته‌بندی مؤلفه‌های رسانه تراز انقلاب در چهار محور اصلی (رسالت‌ها و مأموریت‌ها، باید و نبایدهای محتوایی، باید و نبایدهای فرمی، و ساختار مدیریتی و نیروی انسانی) منتهی شد که جزئیات نتایج آن در قالب جدولی کاربردی در انتهای تحلیل یافته‌ها ارائه شد. هر کدام از مؤلفه‌های مذکور در سطوح و موضوعات مختلفی (در منابع هنجاری) طرح شده‌اند و مورد توجه قرار گرفته‌اند؛ بنابراین در عرصه‌های مختلفی و متفاوتی قابلیت استفاده و البته قابلیت ارزیابی و سنجش را پیدا می‌کنند. برخی از این مؤلفه‌ها صرفاً از جنس رسالت و چارچوب‌های کلان هستند و به خودی خود قابلیت ارزیابی و سنجش را ندارند. برخی از این مؤلفه‌ها نیز از جنس شاخص و حتی سنج هستند.

نتیجه آنکه به طور کلی رسانه تراز انقلاب را می‌توان رسانه‌ای دانست که در چهار محور رسالت‌ها و مأموریت‌ها، باید و نبایدهای محتوایی (که شامل چارچوب‌های کلان محتوایی، اولویت‌های محتوایی، ممنوعیت‌های محتوایی و چارچوب‌های نقادی در رسانه می‌شود)، الزامات و ممنوعیت‌های فرمی و ساختار مدیریتی و نیروی انسانی، از اصول مبنا و جهت بخش مذکور - که جزئیات کدهای آن متناظر با هر محور ارائه شد - پیروی کنند؛ اصولی که عبارت‌اند از: «ارتقای سطح آگاهی و معرفت مردم»، «هدایت و تربیت جامعه و نسل جدید»، «حرکت در مسیر خواست ملت انقلابی»، «فعالیت در خدمت تبلیغ اسلام»، «مبارزه با استکبار جهانی و پرهیز از کمک به اهداف دشمن»، «مقابله با تهاجم فرهنگی و ارزش‌های غربی»، «صدور انقلاب، جریان‌سازی و تبادل مفاهیم در عرصه بین‌المللی»، «حفظ و تقویت نظام و امنیت کشور»، «پیگیری رویکرد اخلاق‌مدار در فعالیت رسانه‌ای و نقادی»، «ترویج روحیات و رفتارهای صحیح در جامعه»، «ساختار انسانی و نظارتی رسانه مبتنی بر مصلحت»، «امیدبخشی و قرار گرفتن در خدمت پیشرفت کشور» و «فرم مبتنی بر چارچوب‌های هنجاری و قانونی».

بدیهی است این اصول مکمل هم هستند و نیز به نوعی یکدیگر را قید می‌زنند؛

از این رو همواره در هر نوع سیاستگذاری و کنشگری در حوزه رسانه، در نظر گرفتن یک اصل یا برخی اصول بدون توجه به سایر موارد نمی‌تواند جامعیت و اثربخشی لازم را در تحقق هنجارهای مطلوب رسانه تراز انقلاب اسلامی به همراه داشته باشد. ضمن آنکه جدول ترسیم‌شده و هنجارهای مذکور نه تنها می‌تواند به‌عنوان راهنمای عملکرد سازمان‌ها و فعالان رسانه‌ای مد نظر قرار گیرد، بلکه از امکان کاربست در ارزیابی عملکرد رسانه‌های فعال در کشور به‌ویژه صدا و سیما جمهوری اسلامی و نیز مجموعه‌های رسانه‌ای مردم‌نهاد ذیل گفتمان انقلاب اسلامی برخوردار است و حتی می‌تواند به‌عنوان مقدمه و زمینه‌ساز دستیابی به استانداردها و شاخص‌های بومی دقیق‌تر در تحلیل و ارزیابی متون و رویه‌های رسانه‌ای لحاظ شود.



فهرست منابع

۱. آیین‌نامه تاسیس و نحوه فعالیت خبرگزاری‌های غیر دولتی. (۱۳۸۴/۰۲/۲۵). مصوب هیأت وزیران. <https://b2n.ir/y08214>
۲. امیری، پیام. (۱۳۹۹). اخلاق حرفه‌ای در رسانه‌های خبری تراز انقلاب اسلامی، فصلنامه اخلاق، ۱۰ (۳۹)، صص ۱۱۷-۱۴۴.
۳. باهنر، ناصر؛ ترکاشوند، علی‌اصغر. (۱۳۸۸). نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها از دیدگاه رهبران انقلاب اسلامی از ۱۳۵۷ تا سی‌امین سال انقلاب. پژوهش‌های ارتباطی، ۱۶ (۲)، صص ۹-۳۷.
۴. باهنر، ناصر؛ ترکاشوند، علی‌اصغر. (۱۳۸۹). الگوی هنجاری رسانه ملی (از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران). تهران: دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
۵. قانون مطبوعات ایران. (۱۳۶۴/۱۲/۲۲). مصوب مجلس شورای اسلامی. <https://b2n.ir/d47994>
۶. قانون برنامه پنج ساله پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۸۹/۱۰/۱۵). مصوب مجلس شورای اسلامی. <https://b2n.ir/u65898>
۷. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۶۸/۰۴/۲۲). پیام رهبری به ملت ایران، در پایان چهلمین روز ارتحال امام خمینی علیه‌السلام. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/r74038>
۸. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۶۹/۰۹/۱۴). بیانات رهبری در دیدار با کارگزاران نظام و رؤسای سه قوه. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/h75912>
۹. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۶۹/۱۲/۲۱). بیانات رهبری در دیدار مسئولان بخش‌های خبری صدا و سیما. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/r96549>

۱۰. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۷۰/۰۷/۰۲). حکم انتصاب نمایندگی ولی فقیه در مؤسسه کیهان. برگرفته از: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/e44330>
۱۱. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۷۰/۰۹/۱۸). بیانات در دیدار اعضای شورای عالی ویرایش زبان فارسی در صدا و سیما. برگرفته از: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/n54750>
۱۲. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۷۵/۰۲/۱۳). بیانات در دیدار مدیران و مسئولان مطبوعات کشور. برگرفته از: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/x92708>
۱۳. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۷۷/۰۲/۰۹). بیانات رهبری در دیدار کارگران و معلمان در آستانه روز کارگر و روز معلم. برگرفته از: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/s41526>
۱۴. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۷۷/۰۷/۱۸). گفت‌و شنود رهبر انقلاب با اهالی فرهنگ به مناسبت میلاد حضرت زهرا علیها السلام. برگرفته از: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/j61360>
۱۵. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۷۷/۱۲/۴). بیانات در جلسه مدیران مسئول و سردبیران نشریات دانشجویی. برگرفته از: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/b51544>
۱۶. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۷۸/۳/۵). حکم انتصاب آقای لاریجانی به ریاست صدا و سیما، برگرفته از: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/d74304>
۱۷. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۷۹/۰۲/۰۱). بیانات در دیدار با جوانان در مصلاهی تهران. برگرفته از: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/h44699>
۱۸. خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۷۹/۱۱/۲۷). بیانات در دیدار اعضای مجلس خبرگان رهبری. برگرفته از: پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/h99297>

۱۹. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۷۹/۱۲/۰۹). بیانات رهبری در جمع دانشجویان و اساتید دانشگاه امیرکبیر. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/k52465>
۲۰. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۱/۰۳). مصاحبه مقام معظم رهبری با مجله فکه، شماره ۲۹. برگرفته از آدرس اینترنتی: <https://b2n.ir/p91369>
۲۱. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۱/۰۵/۰۵). بیانات در دیدار اعضای ستادهای نماز جمعه سراسر کشور. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/z96579>
۲۲. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۳/۰۴/۱۵). بیانات رهبری در دیدار علما و روحانیون استان همدان. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/b84945>
۲۳. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۴/۰۲/۱۱). دیدار علما و روحانیون کرمان. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/q57189>
۲۴. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۵/۰۲/۲۶). بیانات در دیدار مدیران و برنامه‌سازان رسانه‌ای کشورهای مختلف. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/e61570>
۲۵. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۵/۰۸/۰۲). بیانات در خطبه‌های نماز عید سعید فطر. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/k35119>
۲۶. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۵/۰۸/۱۸). بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار اساتید و دانشجویان دانشگاه‌های استان سمنان. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/j80867>
۲۷. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۶/۰۱/۰۱). بیانات در اجتماع حرم مطهر رضوی. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/j35688>
۲۸. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۶/۱۰/۱۳). بیانات در دیدار دانشجویان دانشگاه‌های استان یزد. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/w61793>

۲۹. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۸/۰۹/۰۴). بیانات در دیدار جمع کثیری از بسیجیان کشور. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/d25716>

۳۰. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۹/۰۴/۱۲). بیانات در دیدار هنرمندان و دست‌اندرکاران صدا و سیما. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/f42510>

۳۱. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۸۹/۱۰/۰۷). بیانات رهبری در جلسه درس خارج فقه. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/z56136>

۳۲. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۰/۰۵/۱۶). بیانات در دیدار مسئولان جمهوری اسلامی ایران. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/t81075>

۳۳. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۰/۰۶/۰۹). بیانات در خطبه‌های نماز عید فطر. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/j53509>

۳۴. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۰/۰۷/۲۷). بیانات در اجتماع مردم کنگاور. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/n65876>

۳۵. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۱/۰۱/۰۱). بیانات رهبری در حرم مطهر رضوی در آغاز سال. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/y95339>

۳۶. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۱/۱۰/۱۹). بیانات در دیدار با مردم قم. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/p17169>

۳۷. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۳/۸/۱۷). حکم انتصاب آقای سرافراز به ریاست صدا و سیما، برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/w85836>

۳۸. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۴/۰۶/۱۴). حکم انتصاب اعضای شورای عالی فضای مجازی، برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای
<https://b2n.ir/p36553>

۳۹. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۵/۰۹/۰۳). بیانات رهبری در دیدار با بسیجیان. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/w65149>
۴۰. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۷/۰۸/۲۴). یادداشت رهبر انقلاب پس از دیدار با جمعی از برنامه‌سازان صدا و سیما. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/s40070>
۴۱. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۸/۰۲/۳۰). بیانات در دیدار شاعران. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/q99113>
۴۲. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۳۹۸/۰۷/۰۴). گزیده‌ای از بیانات در دیدار اعضای مجلس خبرگان رهبری. برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/w73615>
۴۳. خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۴۰۰/۰۷/۰۷). حکم انتصاب دکتر جلیلی به ریاست صدا و سیما، برگرفته از: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله خامنه‌ای <https://b2n.ir/s35487>
۴۴. خمینی، روح‌الله. (۱۳۸۹). صحیفه نور (ج ۶، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۷، ۱۸، ۱۹ و ۲۰) تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه‌السلام.
۴۵. شرف‌الدین، سیدحسین. (۱۳۹۲). رویکردی دینی به اخلاق رسانه (با محوریت رسانه ملی). اخلاق و حیاتی، ۲ (۱)، صص ۱۰۵-۱۵۱.
۴۶. عابدی جعفری، حسن؛ تسلیمی، محمدسعید؛ فقیهی، ابوالحسن؛ و شیخزاده، محمد. (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی. اندیشه مدیریت راهبردی، ۵ (۱۰)، صص ۱۵۱-۱۹۸.
۴۷. غفاری، جلال. (۱۳۸۵). رسانه ملی در افق هنجارگرایانه دینی. اندیشه صادق، شماره ۲۴، صص ۱-۲۳.
۴۸. فولادی، محمد. (۱۳۹۰). اخلاق رسانه، باید و نبایدهای اخلاقی در رسانه ملی. معرفت اخلاقی، ۳ (۱)، صص ۱۱۱-۱۳۵.

۴۹. محمدپور، احمد. (۱۳۹۲). ضد روش: مراحل و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی (ج ۲). تهران: جامعه‌شناسان.
۵۰. مک کوئیل، دنیس. (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی (مترجم: پرویز اجلالی). تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
۵۱. مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۹۶). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: انتشارات همشهری.
۵۲. نقشه مهندسی فرهنگی کشور. (۱۳۹۱/۱۲/۱۵). شورای عالی انقلاب فرهنگی. <https://b2n.ir/k09490>
۵۳. نقشه جامع علمی کشور. (۱۳۸۹/۱۰/۱۴). شورای عالی انقلاب فرهنگی. <https://b2n.ir/s62332>
۵۴. ویلیامز، کوین. (۱۳۹۰). درک تئوری رسانه (مترجم: رحیم قاسمیان). تهران: نشر ساقی.
55. Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2). pp. 77-101.
56. Darity, Jr. William (2008). *International Encyclopedia of the Social Sciences* (Vol. 5). USA: Macmillan Social Science library.
57. Guest, Gregg (2012). *Applied thematic analysis*, Thousand Oaks. California: Sage.
58. Jakubowicz, K. (1998). Normative models of media and journalism and broadcasting regulation in central and Eastern Europe. *International Journal of Communications Law and Policy*, 2, pp. 1-31.
59. McQuail, D. (2010 A). *Module 2: Unit 11: Media Regulation*. Department of Media and Communication Attenborough Building, University of Leicester-University Road, Leicester.
60. McQuail, D. (2010 B). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.

References

1. AbediJafari, H., &Taslimi, M. S., &Faqihi, A., &Sheikhzadeh, M. (1390 AP). Thematic analysis and the network of themes: a simple and efficient way to explain patterns in qualitative data. *Strategic Management Thought*, 5(10), pp. 151-198. [In Persian]
2. Amiri, P. (1399 AP). Professional ethics in news media during the Islamic Revolution, *Journal of Ethics*, 10(39), pp. 117-144. [In Persian]
3. Bahonar, N., &Torkashvand, A. A. (1388 AP). The normative theory of the media from the perspective of the leaders of the Islamic revolution from 1357 to the 30th year of the revolution, *Journal of Communication Research*, 16(2), pp. 9-37.
4. Bahonar, N., &Torkashvand, A. A. (1389 AP). *The normative model of the national media (from the perspective of the leaders of the Islamic Republic of Iran)*. Tehran: Imam Sadegh University. [In Persian]
5. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2). pp. 77-101.
6. *Comprehensive scientific map of Iran*. (14/10/1389 AP). Supreme Council for Cultural Revolution. <https://b2n.ir/s62332>. [In Persian]
7. *Cultural engineering map of Iran*. (15/12/1391 AP). Supreme Council for Cultural Revolution. <https://b2n.ir/k09490>. [In Persian]
8. Darity, Jr. W. (2008). *International Encyclopedia of the Social Sciences* (Vol. 5). USA: Macmillan Social Science library.
9. Fuladi, M. (1390 AP). Media ethics, moral dos and don'ts in national media. *Moral Knowledge*, 3(1), pp. 111-135. [In Persian]
10. Ghafari, J. (1385 AP). National media in the normative religious horizon. *AndishehSadegh*, 24, pp. 1-23. [In Persian]
11. Guest, G. (2012). *Applied thematic analysis*, Thousand Oaks. California: Sage.
12. Jakubowicz, K. (1998). Normative models of media and journalism and broadcasting regulation in Central and Eastern Europe. *International Journal of Communications Law and Policy*, 2, pp. 1-31.
13. Khamenei, S. A. (01/01/1386 AP). Statements in the congregation of Motahar Razavi Shrine. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/j35688>. [In Persian]

14. Khamenei, S. A. (01/01/1391 AP). Leader's statements at Holy Shrine of Imam Reza at the beginning of the year. From: Ayatollah Khamenei's Works Preservation and Publication Information Website <https://b2n.ir/y95339>. [In Persian]
15. Khamenei, S. A. (01/02/1379 AP). Statements in a meeting with young people in the mosque of Tehran. From: the information website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/h44699>. [In Persian]
16. Khamenei, S. A. (02/08/1385 AP). Statements in Eid al-Fitr prayer sermons. From: the information Website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/k35119>. [In Persian]
17. Khamenei, S. A. (02/30/1398 AP). Statements in the meeting of poets. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/q99113>. [In Persian]
18. Khamenei, S. A. (03/1381 AP). The Supreme Leader's interview with Fakeh Magazine, 29. From: <https://b2n.ir/p91369>. [In Persian]
19. Khamenei, S. A. (05/05/1381 AP). Statements in the meeting of the members of the Friday prayer Imams all over Iran. From: the information website of the Office for Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/z96579>. [In Persian]
20. Khamenei, S. A. (06/14/1394 AP). The decree appointing the members of the Supreme Council of Cyberspace. From: the Information Website of the Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Khamenei <https://b2n.ir/p36553>. [In Persian]
21. Khamenei, S. A. (07/02/1370 AP). The ruling on the appointment of the representative of the jurist at the Keihan Institute, From: the information website of the Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Khamenei <https://b2n.ir/e44330>. [In Persian]
22. Khamenei, S. A. (07/04/1398 AP). A selection of statements in the meeting of the members of the Council of Leadership Experts. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/w73615>. [In Persian]

23. Khamenei, S. A. (07/07/1400 AP). The decree appointing Dr. Jebeli as the head of Broadcasting. From: the Information Website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/s35487>. [In Persian]
24. Khamenei, S. A. (07/10/2019 AP). Leader's statements in the meeting of KharijFiqh Course. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/z56136>. [In Persian]
25. Khamenei, S. A. (09/02/1377 AP). Leader's statements in the meeting of workers and teachers on the eve of Workers' Day and Teacher's Day. From: Information website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/s41526>. [In Persian]
26. Khamenei, S. A. (09/04/1388 AP). Statements in the meeting of a large number of Basij members of the country. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/d25716>. [In Persian]
27. Khamenei, S. A. (09/06/1390 AP). Statements in Eid al-Fitr prayer sermons. From: the information Website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/j53509>. [In Persian]
28. Khamenei, S. A. (09/12/1379 AP). The leader of Iran's statements among students and professors of Amirkabir University. From: Information website of Ayatollah Khamenei's Works Preservation and Publication Office <https://b2n.ir/k52465>. [In Persian]
29. Khamenei, S. A. (10/19/1391 AP). Statements in the meeting with the people of Qom. From: Ayatollah Khamenei's Works Preservation and Publishing Office's Information Webstie <https://b2n.ir/p17169>. [In Persian]
30. Khamenei, S. A. (11/02/1384 AP). Meeting of scholars and clerics of Kerman. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/q57189>. [In Persian]
31. Khamenei, S. A. (11/27/1379 AP). Statements in the meeting of the members of the Council of Leadership Experts. From: the information website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/h99297>. [In Persian]

32. Khamenei, S. A. (12/04/1389 AP). Statements in the meeting of artists and people involved in radio and television. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works, <https://b2n.ir/f42510>. [In Persian]
33. Khamenei, S. A. (13/02/1375 AP). Statements in the meeting of managers and officials of the country's press. From: the information website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/x92708>. [In Persian]
34. Khamenei, S. A. (13/10/1386 AP). Statements in the meeting of students of universities in Yazd. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/w61793>. [In Persian]
35. Khamenei, S. A. (14/09/1369 AP). Statements of the leader of Iran in the meeting with the officials of the system and the heads of the three branches. From: the information website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/h75912>. [In Persian]
36. Khamenei, S. A. (15/04/1383 AP). Statements of the leader in the meeting of scholars and clerics of Hamadan province. From: the information website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/b84945>. [In Persian]
37. Khamenei, S. A. (16/05/1390 AP). Statements in the meeting with the officials of the Islamic Republic of Iran. From: the information Website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/t81075>. [In Persian]
38. Khamenei, S. A. (17/8/1393 AP). The decree appointing Mr. Sarafaraz as the head of Broadcasting. From: the Information Website of the Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Khamenei <https://b2n.ir/w85836>. [In Persian]
39. Khamenei, S. A. (18/07/1377 AP). Conversation between the leader of the revolution and the people of Farhangon the occasion of Hazrat Zahra's birthday. From: Information website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/j61360>. [In Persian]
40. Khamenei, S. A. (18/08/1385 AP). Statements of the supreme leader of the

- revolution in the meeting with the professors and students of the universities of Semnan province. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/j80867>. [In Persian]
41. Khamenei, S. A. (18/09/1370 AP). Statements in the meeting of the members of the Supreme Council of Farsi Language Editing in Radio and Television. From: Ayatollah Khamenei's Works Preservation and Publishing Office's information website <https://b2n.ir/n54750>. [In Persian]
 42. Khamenei, S. A. (21/12/1369 AP). Statements of the leader in the meeting with the officials of the radio and television news departments. From: the information website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/r96549>. [In Persian]
 43. Khamenei, S. A. (22/04/1368 AP). Leader's message to the people of Iran at the end of the 40th day of Imam Khomeini's death. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/r74038>. [In Persian]
 44. Khamenei, S. A. (24/08/1397 AP). The note of the leader of the revolution after meeting with a group of broadcasters. From: Information Website of Ayatollah Khamenei's Works Preservation and Publication Office <https://b2n.ir/s40070>. [In Persian]
 45. Khamenei, S. A. (26/02/1385 AP). Statements in the meeting of managers and media programmers of different countries. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/e615703>. [In Persian]
 46. Khamenei, S. A. (27/07/1390 AP). Statements in the presence of Kangavar people. From: Information Website of the Office of Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/n65876>. [In Persian]
 47. Khamenei, S. A. (4/12/1377 AP). Statements in the meeting of responsible managers and editors of student publications. From: the information website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works <https://b2n.ir/b51544>. [In Persian]
 48. Khamenei, S. A. (5/3/1378 AP). The decree appointing Mr. Larijani as the head of Iranian Broadcasting. From: the information website of the office of

- preserving and publishing the works of Ayatollah Khamenei
<https://b2n.ir/d74304>. [In Persian]
49. Khamenei, Seyed Ali. (03/09/1395 AP). Statements of the leader in the meeting with the Basijians. From: the Information Website of the Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works
<https://b2n.ir/w65149>. [In Persian]
 50. Khomeini, R. (1389 AP). *Sahifa Noor* (Vols. 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19 & 20) Tehran: Institute for editing and publishing the works of Imam Khomeini. [In Persian]
 51. Law of the fifth five-year development plan of the Islamic Republic of Iran. (15/10/1389 AP). Approved by the Islamic Parliament. <https://b2n.ir/u65898>. [In Persian]
 52. Mahdizadeh, S. M. (1396 AP). *Media Theories: Popular Thoughts and Critical Perspectives*. Tehran: Hamshahri Publications. [In Persian]
 53. McQuail, D. (1382 AP). *An introduction to mass communication theories* (Ejlali, P, Trans.). Tehran: Office of Media Studies and Planning. [In Persian]
 54. McQuail, D. (2010 A). *Module 2: Unit 11: Media Regulation*. Department of Media and Communication Attenborough Building, University of Leicester-University Road, Leicester.
 55. McQuail, D. (2010B). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications.
 56. Mohammadpour, A. (1392 AP). *Anti-methodology: steps and practical procedures in qualitative methodology* (vol. 2). Tehran: Sociologists. [In Persian]
 57. *Press Law of Iran*. (12/22/1364 AP). Approved by the Islamic Republic of Iran Parliament. <https://b2n.ir/d47994>. [In Persian]
 58. Regulations on the establishment and operation of non-governmental news agencies. (25/02/1384 AP). Approved by the Cabinet. <https://b2n.ir/y08214>. [In Persian]
 59. Sharafuddin, S. H. (1392 AP). A religious approach to media ethics (Focusing on national media). *Akhlaq Vahayani*, 2(1), pp. 105-151. [In Persian]
 60. Williams, K. (1390 AP). *Understanding media theory* (Ghasemian, R, Trans.). Tehran: Saghi Publications. [In Persian]