

## **A Pathological Approach to the Press Policy Making in Iran Based on the Revolution's Leadership Discourse**

**Mostafa Entezari Heravi<sup>۱</sup>  
Mojtaba Maghsoodi<sup>۲</sup>**

**Received: ۱۸/۰۴/۲۰۲۰  
Accepted: ۱۸/۱۲/۲۰۲۰**

### **Abstract**

Press policy in Iran is subjected to many variables, From executive system in charge of media management to the public space of society and other beneficiary groups and existing entities of the Islamic Republic political systems that have effective role in policy processes. However, in the ۴۰-year history of the Islamic Republic, the structural and discourse role of revolutionary leaders in determination of the processes of press policy cannot be ignored. This article with analyzing the discourse of Imam Khomeini's and Ayatollah Khamenei's views on the press and media tries to redesign the desired model of media policy according to the ideas of these two people. Using an integrated method, this article uses systemic theory in policy and applies the discourse analysis data of revolutionary leaders based on Norman Fairclough model as system inputs and recognizes the problems of system output based on these inputs. Nearly two decades of researcher journalism experience and using a new way to analyze the discourse of revolutionary leaders' statements in the field of media have provided an opportunity to obtain a desirable model for defining revolutionary media in the discourse of revolutionary leaders, and after that to get the desired policy model in this area..

**Keywords:** Revolutionary Leaders Thought, Discourse Analysis, Press Policy, Media.

---

۱. PhD student in Political Science, Azad University. mstfentezari<sup>۱۲</sup>@gmail.com

۲. Associate Professor, Department of Political Science, Azad University.

maghsoodi<sup>۴۲</sup>@yahoo.com

## آسیب‌شناسی سیاستگذاری مطبوعاتی در ایران بر اساس گفتمان رهبران انقلاب (تحلیل گفتمان بیانات امام خمینی (ره) و حضرت آیت‌الله خامنه‌ای درباره مطبوعات)

مصطفی انتظاری هروی\*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۳۰

مجتبی مقصودی\*\*

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۲۸

### چکیده

سیاستگذاری مطبوعاتی در ایران تابع بسیاری از متغیرهاست. از دستگاه‌های اجرایی متولی مدیریت و نظارت بر رسانه‌ها گرفته تا فضای عمومی جامعه و سایر گروه‌های ذی‌نفع و نهادهای موجود در نظام سیاسی جمهوری اسلامی که به‌عنوان بازیگرانی فعال بر فرایندهای سیاستگذاری اثرگذار هستند. با این‌همه در تاریخ ۴۰ ساله جمهوری اسلامی نمی‌توان نقش ساختاری و گفتمانی رهبران انقلاب در تبیین فرایندهای سیاستگذاری مطبوعاتی را نادیده گرفت. این مقاله با تحلیل گفتمان دیدگاه‌های امام خمینی (ره) و حضرت آیت‌الله خامنه‌ای درباره مطبوعات و رسانه‌ها تلاش کرده تا الگوی مطلوب سیاستگذاری رسانه‌ای را در پرتو اندیشه‌های این دو شخصیت بازطراحی کند. این مقاله با استفاده از روش تلفیقی، از نظریه سیستمی در سیاستگذاری بهره گرفته و از داده‌های تحلیل گفتمان رهبران انقلاب بر اساس مدل نورمن فرکلاف، به‌عنوان ورودی‌های سیستم استفاده کرده و خروجی سیستم را بر اساس این ورودی‌ها آسیب‌شناسی کرده است. سابقه قریب به دو دهه روزنامه‌نگاری پژوهشگر از یک‌سو و استفاده از روشی تازه برای تحلیل گفتمان بیانات رهبران انقلاب در حوزه رسانه، فرصتی فراهم کرده تا در این پژوهش، مدلی مطلوب برای تعریف رسانه انقلابی در سپهر گفتمانی رهبران انقلاب ارائه شود و پس از آن، مدل مطلوب سیاستگذاری در این حوزه به دست آید.

**واژگان کلیدی:** اندیشه رهبران انقلاب، تحلیل گفتمان، سیاستگذاری مطبوعاتی، رسانه

---

\* دانشجوی دکتری علوم سیاسی؛ واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران  
mstfentezari۶۲@gmail.com

\*\* دانشیار گروه علوم سیاسی؛ واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)  
maghsoodi۴۶@yahoo.com

## مقدمه

سابقه فعالیت رسانه‌ها در ایران به قریب به ۱۸۰ سال قبل بازمی‌گردد. با این حال در چهار دهه اخیر به سبب محبوبیت گفتمان انقلابی، سیاستگذاری در این حوزه تحت تأثیر کلان گفتمان انقلاب اسلامی بوده است؛ هرچند این اثرگذاری، الزاماً به تحول ساختاری لازم منتهی نشده است.

برای شناخت این کلان گفتمان و نسبت رسانه مطلوب با آن، باید به اندیشه رهبران انقلاب به مثابه طراحان اصلی این گفتمان انقلابی پرداخت. در همین راستا در این پژوهش با انتخاب برخی از فرازهای گفتاری امام خمینی (ره) و حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، تلاش شده است تا مدلی به‌سوی شناخت مطبوعات انقلابی و چگونگی کنترل رسانه‌های چاپی برای رسیدن به این نوع رسانه ارائه شود.

آنچه مبنای کار در این پژوهش به شمار می‌آید، مدل تحلیل انتقادی گفتمان است. روش نورمن فرکلاف<sup>۱</sup> مدلی کیفی برای برقراری نسبت میان متن و ایدئولوژی حاکم و قدرت غالب است. این مقاله تلاش دارد تا این قدرت نهفته در متن سخنان دو رهبر جمهوری اسلامی را به تصویر کشیده و مدلی در ارتباط با دیدگاه‌های رهبران انقلاب در زمینه رسانه ارائه دهد.

با عنایت به اختلال‌هایی که در سال‌های اخیر در مسیر سیاستگذاری رسانه‌ای رخ داده و واکنش‌هایی را نسبت به موضوع قطع اینترنت در ماجرای اعتراضات آبان، دوگانه‌گویی در موضوع سقوط هواپیمای اوکراینی، حرف و حدیث‌ها درباره آمارهای کرونایی و... در پی داشته، این مقاله می‌کوشد تا ضمن بازگشت به اندیشه‌های رهبران انقلاب، از گفتمان انقلابی برای اصلاح نظام سیاستگذاری موجود در حوزه مطبوعات بهره گیرد.

## ۱. مرور پیشینه پژوهش

در ارتباط با تحلیل و بررسی اندیشه‌های رهبران انقلاب در سال‌های گذشته آثار بسیاری منتشر شده است. این آثار از یک‌سو، به توصیف بیانات رهبران انقلاب پرداخته و از سوی دیگر، سعی داشته است تا تأثیر این اندیشه‌ها بر وقایع بیرونی را به بحث بنشیند. با این حال، کمتر فرصتی دست داده تا این بررسی و تحلیل‌ها به شیوه تحلیل گفتمان، متمرکز بر تعریف رسانه و روش‌های سیاستگذاری رسانه‌ای باشد. در واقع آنچه این پژوهش تلاش دارد تا در پس تحلیل انتقادی گفتمان رهبران انقلاب به آن برسد، همان خلأی است که در پژوهش‌های پیش‌ازین به چشم می‌خورد.

مثلاً دکتر ابوالفضل مروی هرچند از روش نورمن فرکلاف برای تحلیل گفتمان امام خمینی استفاده کرده است، ولی تحلیل او، متمرکز بر موضوع رسانه نیست و کل سپهر اندیشه‌ای ایشان را در برمی‌گیرد. حسینعلی قجری نیز به همین موضوع نزدیک شده اما بازهم در سطح کلی گفتمان سیاسی معظم‌له متوقف مانده است. یکی دیگر از آثاری که در این زمینه به موضوع این پژوهش نزدیک شده، مقاله علی اصغر سلطانی و سبحان یحیایی با عنوان تحلیلی بر باز نمود گفتمان مشروعیت وبری در متن رسانه‌ای مطالعه موردی مستند «سفر انقلابی» است. هرچند این پژوهش تا اندازه‌ای به موضوع گفتمان رهبران انقلاب پرداخته اما نوعی مطالعه موردی بر اساس مستند سی.ان.ان در این رابطه است.

در رابطه با تحلیل گفتمان حضرت آیت‌الله خامنه‌ای نیز همین خلأ تحلیلی وجود دارد که با وجود بیانات صریح ایشان در ارتباط با رسانه‌ها، کمتر به مدل‌سازی و دریافت الگوهای سیاستگذاری رسانه‌ای بر اساس این بیانات پرداخته شده است.

برای مثال، علیرضا نجاتی منفرد، محمدرضا کمالی و سید محمد کاظم دلخوش در پژوهشی با عنوان «بررسی راهبردهای رسانه‌ای و فرهنگی دشمن در نبرد نرم علیه انقلاب اسلامی از منظر حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی)» تا اندازه‌ای به موضوع بحث این پژوهش نزدیک شده‌اند اما اولاً این پژوهش آن‌ها بدون

در نظر گرفتن دیدگاه‌های امام خمینی است و ثانیاً فاقد ارائه یک مدل مطلوب سیاستگذاری رسانه‌ای است. محمدحسن‌خانی و روح‌الامین سعیدی نیز در «رسانه و نقش آن در استحکام ساخت درونی انقلاب اسلامی: رویکردی گفتمانی»، به طور موردی تأثیر رسانه بر استحکام ساخت درونی انقلاب اسلامی را بررسی کرده اما به دغدغه‌های سیاستگذاری رسانه‌ای اشاره‌ای نکرده‌اند.

در چنین شرایطی، این پژوهش می‌کوشد تا با استفاده از روش تحلیل انتقادی گفتمان که نورمن فرکلاف ارائه کرده است، نگرش رهبران انقلاب اسلامی به رسانه‌ها را برجسته کرده و از دل آن با استفاده از روش تحلیل سیستمی در سیاستگذاری، مدلی برای سیاستگذاری رسانه‌ای در جمهوری اسلامی ارائه دهد.

## ۲. مواد و روش‌ها

### ۲-۱. روش‌شناسی پژوهش

مدعای اصلی این مقاله آن است که برای سیاستگذاری مطلوب مطبوعاتی در ایران، باید فرایند سیاستگذاری را در دل گفتمان انقلابی که در چهار دهه گذشته در فضای سیاسی ایران غالب بوده است، بررسی کرد. در واقع آنچه می‌تواند مفاهیم سیاستگذاری مطبوعاتی در ادوار مختلف انقلاب را معنا بخشد، گفتمانی است که در دل بیانات رهبران انقلاب نهفته است.

روش پژوهش در این مقاله، روش تلفیقی است که از دل تحلیل سیستمی و مدل تحلیل انتقادی گفتمان به شیوه نورمن فرکلاف برآمده است. این شیوه هم‌زمان می‌تواند چارچوب نظری و نیز روشی برای پژوهش باشد. انتخاب مدل فرکلاف برای استخراج داده‌های گفتمانی ورودی سیستم، با تأکید بر تحلیل انتقادی به‌عنوان چارچوب نظری از آن حیث مورد توجه است که می‌توان از گفتمان به‌مثابه یک شیوه مطلوب برای درک سیاستگذاری عمومی بهره برد.

پژوهشگران پیش‌ازاین در مقاله‌ای نشان داده‌اند که چگونه می‌توان از تحلیل گفتمان برای درک روندهای سیاستی استفاده کرد<sup>۱</sup>. اصطلاح ترکیبی تحلیل گفتمان<sup>۲</sup> یک گرایش مطالعاتی بین‌رشته‌ای<sup>۳</sup> است که از اواسط دهه ۱۹۶۰ تا اواسط ۱۹۷۰ در پی تغییرات گسترده علمی معرفتی ظهور کرده است (ون‌دایک، ۱۳۷۴: ۲۷-۳۳). براین اساس تحلیلگر گفتمان به بررسی این مهم می‌پردازد که در متن ساختارهای معانی، نحوه خاصی از عمل را چگونه ممکن می‌سازد. این امر در مدل‌های انتقادی برجسته‌تر است. یکی از وظایف بسیار مهم گفتمان‌کاوی انتقادی<sup>۴</sup> که اعتراضی است نسبت به تحلیل گفتمان توصیفی و تحت تأثیر مکتب فرانکفورت و باتکیه بر نظریات اندیشمندانی چون دریدا و فوکو رشد کرد (گودرزی، ۱۳۸۸: ۷۷-۸۱)، تبیین روابط میان گفتمان و قدرت اجتماعی است. به بیان دقیق‌تر، تحلیل گفتمان تنها محدود به تحلیل متن نیست، بلکه از یک طرف روابط بین متنی نوشتار و گفتار و از طرف دیگر بافت تاریخی، فرهنگی، ادراکی و اجتماعی را در برمی‌گیرد (ون‌دایک، ۱۳۷۴: ۲۷-۳۳). زبان‌شناسان نقاد که فرکلاف چهره بارز آن‌هاست، با اتکا به مبانی بحث‌های فوکو و نیز با استفاده از زیربنای نظریات زبان‌شناسی (یورگنس و فیلیپس، ۱۳۹۰: ۱۵۸)، گفتمان را صرفاً بازتاب‌دهنده رابطه قدرت بیرون از آن نمی‌دانند، بلکه برای گفتمان وجهی تأسیس‌کننده قائل هستند. از این نگاه، گفتمان چنان‌که گفته شد عرصه ظهور و بازتولید قدرت و درعین‌حال، نقد و مقاومت در مقابل آن است. به‌علاوه، به نظر فرکلاف، گفتمان چنان نیست که مستقلاً و از طریق تحلیل ساختارهای یک متن قابل پژوهش باشد؛ بنابراین، اهمیت فرکلاف در مطالعات

---

۱. مقاله‌ای با عنوان «A New Approach to Public Policy Studies Relying on the Theory of Critical Discourse Analysis Studies the State as a Discourse International» که در نشریه «Journal of Political Science» منتشر شد.

۲. Discourse Analysis

۳. Interdisciplinary

۴. Critical Discourse Analysis

گفتمانی فراتر بردن متن از سطح صرف زبان‌شناختی و برقراری نسبی روشمند میان متن و زمینه اجتماعی و سیاسی است. در مدل فرکلاف، تلاش می‌شود رابطه دیالکتیکی کردار گفتمانی و کردار اجتماعی نمایش داده شود. از آنجاکه گفتمان هم برساخته است و هم سازنده، کردار گفتمانی نیز هم برساخته کردار اجتماعی است و هم سازنده آن. فرکلاف به دنبال کشف ماتریس اجتماعی گفتمان<sup>۱</sup> است (فرکلاف، ۱۹۹۲: ۲۳۷).

برطبق این مدل، معنا و تجربه دو لحظه متفاوت از یک زنجیره کنش را در برمی‌گیرند (جسوپ، ۱۹۹۰: ۲۹۹). نکته مهم اینجاست که به عقیده فرکلاف، تحلیل گفتمان به‌تنهایی نمی‌تواند یک کردار اجتماعی را تحلیل کند چرا که کردار اجتماعی به طور هم‌زمان هم دارای عناصر گفتمانی است و هم غیرگفتمانی (یورگنس و فیلیپس، ۱۳۹۰: ۱۲۳)؛ بنابراین، این مدل به پژوهشگر امکان می‌دهد که از روش‌های تلفیقی برای پژوهش خود استفاده کند. امکانی که در این پژوهش نیز با دخیل کردن روش‌های سیاست‌گذاری، از آن استفاده شده است.

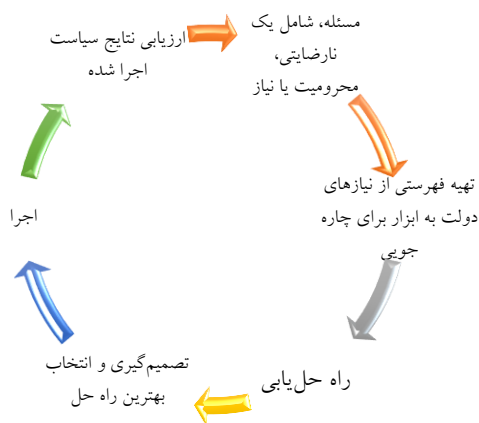
الگوی تحلیل گفتمانی فرکلاف از نحوه تبیین او درباره رابطه میان زبان و قدرت متأثر است. فرکلاف به دو بعد از رابطه میان قدرت و زبان اشاره می‌کند: «قدرت در زبان» و «قدرت پشت زبان» (غلامرضا کاشی، ۱۳۸۷: ۱۸۸ و ۱۸۹). در همین راستا، سیاست‌گذاری‌های حاکمیتی به‌عنوان یک کنش گفتمانی قابل‌درک بوده و سیاست‌گذاران، بازیگرانی در چارچوب گفتمان‌ها تعریف می‌شوند که با فراخوانی از سوی هر گفتمان، در موقعیت‌های متفاوت قرار گرفته و از طریق مفصل‌بند یا مکان سیاسی خاصی به هر واژه سیاست‌گذارانه بر اساس پیش‌فرض‌های خود می‌دهند (مارش و استوکر، ۱۳۹۲: ۲۰۲). اگر بپذیریم که گفتمان تثبیت معنا درون یک قلمرو خاص است و مفصل‌بندی نیز عملی است که رابطه میان مؤلفه‌هایی را تثبیت می‌کند که به طور طبیعی رابطه‌ای با هم ندارند (لالکو و موف، ۱۹۸۵)، آنگاه باید اذعان کرد که سیاست‌گذاری در هر دوره سیاسی

---

۱. The Social Matrix of Discourse

در ساختار نظام سیاسی، راهی به فهم گفتمان حاکم بر این دوره است؛ بنابراین، چنانکه لاکلو و موف در کتاب هژمونی و استراتژی سوسیالیستی توضیح داده‌اند، بافهم امر اجتماعی به‌مثابه برساختی اجتماعی، می‌توان به هدف نظریه گفتمان رسید (لالکو و موف، ۱۹۸۵).

در این پژوهش تلاش شده تا از این ویژگی تحلیل گفتمان که میان متن و واقعیت‌های بیرونی ارتباط برقرار می‌کند، برای تکمیل چرخه سیاستگذاری استفاده شود.

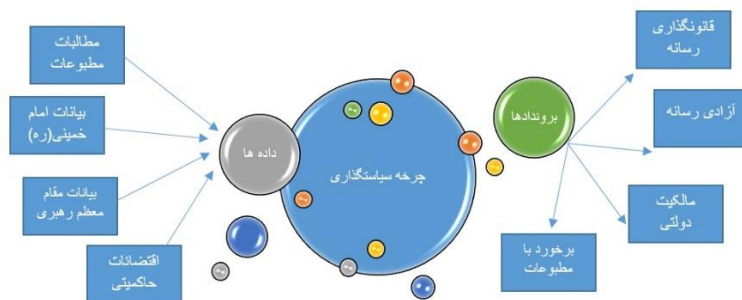


شکل ۱: چرخه سیاستگذاری عمومی

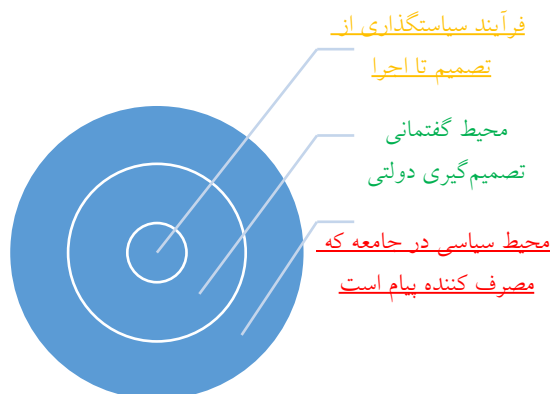
Source: James, Anderson, "Public Policy and Politics in America" (Monterey: book/cole, ۱۹۸۴), p.۵

چرخه سیاستگذاری و داده‌ها و برون‌دادها در درون شبکه‌ای از دال‌های شناور گفتمانی قرار دارد که در شکل ۲ به شکل توپ‌های رنگی به‌نمایش درآمده است. این دال‌های شناور در هر دستگاه گفتمانی معنای خاص خود را می‌یابد و بنابراین فرایندهای مسئله‌یابی، تصمیم‌گیری و سیاستگذاری هیچ‌یک نمی‌تواند بی‌توجه به معنای این دال‌های شناور باشد. همین معنادگی گفتمانی، نه فقط معنای داده‌ها، بلکه مکانیسم‌های تصمیم‌گیری را نیز متأثر از خود خواهد کرد.





شکل ۲: چارچوب نظری پژوهش بر اساس فرضیه ماهیت گفتمانی چرخه سیاستگذاری  
 بنابراین، چنانکه در شکل ۲ آمده، از دل اثرگذاری گفتمان غالب در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی بر سیاستگذاری مطبوعاتی، نتایجی حاصل شده که الزاماً همان داده‌های ورودی به چرخه نیست، اما گفتمان غالب، معنابخش این سیاست‌هاست؛ بنابراین با تطبیق روش تحلیل گفتمان و رهیافت سیستمی سیاستگذاری، محصولی انتقادی و آسیب شناسانه به دست آمده که می‌تواند الهام‌بخش سیاستگذاران برای بازگشت سیاستگذاری به اهداف گفتمان انقلاب بر اساس توصیه‌های رهبران باشد.  
 برای درک بهتر لایه‌بندی‌های گفتمانی در چرخه سیاستگذاری می‌توان به شکل ۳ نظر انداخت.



شکل ۳: فضای سیاستگذاری درون لایه‌های گفتمانی

به این ترتیب در این پژوهش با سطح‌بندی هر یک از اجزای چرخه سیاستگذاری رسانه‌ای و تأثیر گفتمان انقلابی رهبران بر آن، کوشش می‌شود تا مدلی کارآمد برای سیاستگذاری ارائه شود. مدلی که در آن با استفاده از رهیافت سیستمی در سیاستگذاری، واقعیت‌های سیاسی و مدیریتی در ایران و نیز تجارب جهانی در نظر گرفته شود.

باتکیه بر این روش، در این پژوهش، سیاست‌گذاری‌های حاکمیتی در حوزه تولید و کنترل پیام مطبوعاتی به عنوان یک کنش گفتمانی در نظر گرفته شده و سیاستگذاران، بازیگرانی در چارچوب گفتمان‌ها تعریف می‌شوند که با فراخوانی<sup>۱</sup> از سوی گفتمان رهبران انقلاب، در موقعیت‌های متفاوت قرار گرفته و از طریق مفصل‌بندی<sup>۲</sup> امکان سیاسی خاصی به هر واژه سیاست‌گذارانه بر اساس پیش‌فرضهای خود می‌دهند (مارش و استوکر، ۱۳۹۲: ۲۰۲). اگر بپذیریم که گفتمان تثبیت معنا درون یک قلمرو خاص است و مفصل‌بندی نیز عملی است که رابطه میان مؤلفه‌هایی را تثبیت می‌کند که به طور طبیعی رابطه‌ای با هم ندارند (لالکو و موف، ۱۹۸۵). آنگاه باید اذعان کرد که سیاستگذاری مطبوعاتی در هر دوره سیاسی در ساختار نظام جمهوری اسلامی، راهی به فهم گفتمان حاکم بر این دوره است که بدون درک گفتمان رهبران انقلاب قابل درک نیست.

برای دستیابی به هدف پژوهش، در اینجا نمونه‌هایی از بیانات رهبران انقلاب مورد استفاده قرار گرفته شده است که هر یک در ارتباط با یک واقعه مهم برای مطبوعات مطرح شده است.

جهت انتخاب سخنرانی‌ها نمونه‌گیری کیفی انجام شد. گرچه این پژوهش درباره نظرات رهبران انقلاب پیرامون مطبوعات است اما بدیهی است که گفتمان شکل‌دهنده به عرصه کنشگری مطبوعات در جامعه فراتر از این نظرات است؛ بنابراین، مهم‌تر از حجم و تنوع نمونه‌ای که استخراج می‌شود تحلیل عمیق

---

۱. فراخواندن، به فرآیندی اشاره دارد که طی آن زبانی که موضع اجتماعی برای فرد ایجاد می‌کند و به این طریق او را به سوژه ایدئولوژیک بدل می‌کند (بورگنس و فیلیپس، ۱۳۹۰: ۳۹).

استعاره‌ها و ارزش‌های تجربی است که معمولاً در سخنرانی‌های مختلف به آن مضامین اشاره شده است؛ لذا در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند باتکیه بر معیارهایی مانند رویدادهای زمان سخنرانی و تأکید بر مطبوعات در موضوع سخنرانی استفاده شده است. معیار سوم انتخاب نمونه، انتخاب سخنرانی‌ها مبتنی بر مطالعه اولیه مفاهیمی از قبیل نظارت یا فعالیت حرفه‌ای مطبوعات بود که در خود اشاراتی به مدل مطلوب سیاستگذاری در این حوزه داشت.

در همین راستا، برای استفاده بهینه از مدل فرکلاف، از رهبر کبیر انقلاب و نیز مقام معظم رهبری، هر یک، یکی از سخنرانی‌ها انتخاب شد تا امکان توصیف، تبیین و تفسیر فراهم آید. این سخنرانی‌ها از این ویژگی برخوردار بودند که پس از هر یک، رویداد متناظر مهمی در عرصه رسانه‌ها رخ داد.

در واقع از آنجاکه یکی از سه سطح توصیف، تفسیر و تبیین فرکلاف، برقراری پیوند متن و کردار اجتماعی است، در این مقاله متنی توصیف شده که در ارتباط با واقعه سیاسی - اجتماعی بوده است. فهرستی از این وقایع در جدول ۱ آمده است.

### ۳. یافته‌ها: تحلیل گفتمان رهبران انقلاب

#### ۳-۱. تحلیل گفتمان امام خمینی (ره) به روش فرکلاف

##### ۳-۱-۱. توصیف نمونه

در دوران حیات امام خمینی (ره)، مصاحبه‌ها، سخنرانی‌ها و بیانات و دست‌نوشته‌های بسیاری درباره مطبوعات و رسانه‌ها از سوی بنیان‌گذار کبیر انقلاب اسلامی بیان شد که هر یک به‌جای خود، دارای محورهای کلیدی در توصیف نگاه ایشان نسبت به سیاستگذاری رسانه‌ای است. با این وجود یکی از این سخنرانی‌ها که در اولین سال پیروزی انقلاب صورت گرفت - در دوره‌ای که آزادی مطبوعات رواج یافته بود و اما پس از مدتی، به توقیف جمعی از مطبوعات

منتهی شد - نسبت به دیگر سخنرانی‌ها از اهمیت و جامعیت بیشتری برخوردار است.

این سخنرانی به‌عنوان نمونه، برای تحلیل گفتمان امام خمینی (ره) مورد توجه قرار می‌گیرد چرا که در نسبت با حوادث بیرونی و نیز اهداف سیاستگذاری از جامعیت برخوردار است:

«نقش مطبوعات در کشورها منعکس کردن آرمان‌های ملت است. مطبوعات باید مثل معلمینی باشند که مملکت را و جوانان را تربیت می‌کنند، و آرمان ملت را منعکس می‌کنند. در مملکتی که آن‌همه خونریزی شد و آن‌همه ملت ما خون دادند تا آنکه یک جمهوری اسلامی موافق آرای اکثریت قریب به اتفاق محقق شد و دست خائنین کوتاه گردید و دست چپاولگران قطع شد، اگر مطبوعات ... بخواهند باز به پشتیبانی از جنایتکاران و خیانتکاران چیزی بنویسند، این مطبوعات ما نیست؛ این خیانت است. باید مطبوعات آنچه که ملت می‌خواهند بنویسند؛ نه آنچه برخلاف مسیر ملت است. مع‌الأسف در بعض از مطبوعات [مطالبی] که برخلاف مسیر ملت است و برخلاف آمال جامعه ملت است منعکس می‌شود؛ و ما تاکنون به مسامحه رفتار کرده ایم. من امیدوارم که مطبوعات را خود صاحبان مطبوعات اصلاح کنند. من از شما کارمندان و کارگران روزنامه کیهان تشکر می‌کنم که با اراده صمیمانه و با عزم مصمم جلوی اشخاصی که برخلاف مسیر ملت می‌خواهند بروند گرفتید. گفتید که شاید کیهان امروز موافق میل ملت نباشد؛ کیهان امروز موافق میل ملت است. ملت روزنامه ای را می‌خواهد که مطابق آرای خودش، مطابق آرای ملت، مطابق خواسته‌های ملت، رفتار کند. مقاله نویسی نمی‌خواهد؛ قصه نویسی نمی‌خواهد؛ [مطالبی] را می‌خواهد که مطابق مسیر ملت باشد. باید جدیت کنید مسائلی را بنویسید که موافق مسیر ملت باشد. خون‌های ملت ما را هدر ندهند. ملت ما زحمت کشیده‌اند، ملت ما خون داده‌اند، بخواهند باز این با این اباطیل برگردانند به حال اول، این قابل تحمل نیست. ما تا آنجا صبر می‌کنیم که توطئه نباشد؛ و اگر خدای نخواست توطئه باشد، صبر نخواهیم کرد، تحمل نخواهیم کرد. باید خودشان را اصلاح کنند. همه رسانه‌های تبلیغاتی باید خودشان را اصلاح کنند که خدای نخواست برخلاف مسیر ملت نروند. گمان نکنند که باز می‌شود آن دستگاه سابق را برگرداند. دیگر گذشت آن مسائل و آنها دفن شده‌اند.

خداوند شماها را توفیق عنایت کند. و من از شما متشکرم که در اینجا آمده‌اید و از نزدیک، من شما را ملاقات کردم و امیدوارم که روزنامه را خودتان اداره کنید و آن طور که دلخواه ملت است درج کنید در آن (امام خمینی، در جمع عده‌ای از کارکنان روزنامه کیهان، ۲۶ اردیبهشت ۱۳۵۸).

بر اساس نمونه انتخاب شده که در شهر قم صورت گرفته و پیش از اولین دسته توقیف مطبوعات در جمهوری اسلامی ایران بوده است، می‌توان در سطح توصیف، به این موارد اشاره کرد:

**جدول ۱: سطح توصیف بیانات امام خمینی (ره)**

واژگان	سطح توصیف
خیانت، چپاولگران، پشتیبانی جنایتکاران، برخلاف مسیر ملت، باطل، توطئه	بار معنایی منفی
آرمان‌های ملت، موافق مسیر ملت، معلم، تربیت جوانان، مسامحه، اصلاح	بار معنایی مثبت
گروه اول: توطئه، بازگشت به قبل، پشتیبانی از خائنین، نگارش باطل گروه دوم: موافق مسیر ملت، توجه به آرمان‌های ملت، وظیفه معلمی مطبوعات، تربیت جوانان گروه سوم: مسامحه، اصلاح درونی	هم‌معنایی
موافق مسیر ملت / خلاف مسیر ملت اصلاح / توطئه تربیت مملکت / پشتیبانی از جنایتکاران معلمی / باطل	تقابل واژگانی

با نگاهی به اولین بیانات رهبر کبیر انقلاب درباره مطبوعات که پیش از استقرار در تهران و در شهر قم و در جمع اصحاب رسانه صورت گرفته است، تأکید بر مسامحه و دعوت به همراهی با مسیر ملت که همان جریان انقلاب است صورت گرفته اما هشدار داده شده است که نگارش باطل، پشتیبانی از رژیم قبل و توطئه علیه انقلاب تحمل نخواهد شد.

**۲-۱-۳. تفسیر و تبیین**

مخاطب حاضر در سخنرانی‌های امام خمینی (ره) در فرمایشاتی که برگزیده شده، اصحاب مطبوعات هستند. به بیان دیگر، رهبر انقلاب در جمع کارکنان روزنامه‌ها درباره روزنامه سخن می‌گویند که خود، اهمیت به رسانه را به نمایش می‌گذارد.

نکته کلیدی در تفسیر این بیانات این است که این سخنرانی در شهر قم صورت گرفته و این در شرایطی است که دولت موقت در تهران سیاست‌هایی را دنبال می‌کند که گاه مورد انتقاد رهبر انقلاب است؛ بنابراین در این سخنرانی، امام راحل انتظار دنبال کردن سیاست‌ها از دولت را ندارند و توصیه‌ها مستقیماً به اهالی صنف رسانه است که خودشان، مراقب توطئه‌گری‌ها و اباطیل نویسی باشند.

چنانکه از محتوای جدول ۱ پیداست، در تفسیر و تبیین متن نمونه‌ها امام خمینی (ره) به موضوع «رسانه» توجهی ویژه دارند. در جمله «مطبوعات باید مثل معلمینی باشند که مملکت را و جوانان را تربیت می‌کنند، و آرمان ملت را منعکس می‌کنند» روشن است که رهبر کبیر انقلاب رسانه را عنصری ناهل و زاید نمی‌دانند و بر اهمیت آن به سان یک معلم تأکید دارند. باین حال در فرازی دیگر، با انتقاد از آنچه «خیانت» نامیده می‌شود، هشدار می‌دهند که «ملت ما زحمت کشیده‌اند، ملت ما خون داده‌اند، بخواهند باز این با این اباطیل برگردانند به حال اول، این قابل تحمل نیست». این همان هشدار است که بی‌توجهی به آن در مرداد ۱۳۵۸ منتهی به توقیف تعدادی از مطبوعات در ایران شد.

با وجود این، امام خمینی (ره) اولویت را به برخوردهای حاکمیتی با رسانه‌ها نداده و در فرازی دیگر تصریح می‌کنند که «همه رسانه‌های تبلیغاتی باید خودشان را اصلاح کنند که خدای نخواستہ برخلاف مسیر ملت نروند»؛ بنابراین هرچند ایشان به صراحت می‌فرمایند که «ما تا آنجا صبر می‌کنیم که توطئه نباشد؛ و اگر خدای نخواستہ توطئه باشد، صبر نخواهیم کرد، تحمل نخواهیم کرد»، اما فاعل مبهم در این عدم صبوری، نه دولت و دستگاه‌های اجرایی، بلکه به نظر می‌رسد که مردم است و برای این هشدار، از خود رسانه‌ها می‌خواهند که مسیر را اصلاح کنند.

انتظار امام خمینی از رسانه‌ها، همراهی با انقلاب اسلامی است. ایشان اساساً مطبوعاتی را که بیرون از گفتمان انقلابی‌گری باشند را در بیرون از دایره «مطبوعات ما» توصیف می‌کنند و می‌فرمایند:

«در مملکتی که آن همه خونریزی شد و آن همه ملت ما خون دادند تا آنکه یک جمهوری اسلامی موافق آرای اکثریت قریب به اتفاق محقق شد و دست خائنین کوتاه گردید و دست چپاولگران قطع شد، اگر مطبوعات ... بخوانند باز به پشتیبانی از جنایتکاران و خیانتکاران چیزی بنویسند، این مطبوعات ما نیست؛ این خیانت است.»

براین اساس روشن است که ایشان آزادی رسانه و فعالیت‌های متداول مطبوعاتی را برای رسانه‌هایی در نظر می‌گیرند که به یک آرمان کلیدی توجه کنند:

«باید مطبوعات آنچه که ملت می‌خواهند بنویسند؛ نه آنچه برخلاف مسیر ملت است.»

همچنین امام خمینی در این نمونه از سخنرانی‌ها، نسبت به نفوذ افرادی که در مطبوعات خط گذشته را دنبال می‌کنند هشدار می‌دهند. اما وظیفه پاک‌سازی در رسانه‌ها را بر دوش اهالی رسانه قرار می‌دهند و با اشاره به نمونه کیهان که حضار این جلسه را تشکیل می‌دهند، می‌فرمایند: «من از شما کارمندان و کارگران روزنامه کیهان تشکر می‌کنم که با اراده صمیمانه و با عزم مصمم جلوی اشخاصی که برخلاف مسیر ملت می‌خواهند بروند گرفتید.» و یا در جایی دیگر تأکید می‌فرمایند: «امیدوارم روزنامه را خودتان اداره کنید» که اشاره‌ای به عدم نفوذ چهره‌های قدرتمند سابق و حتی دخالت‌های حاکمیتی است.

براین اساس در شکل (۴) زیر روند سیاست‌گذاری مطبوعاتی در گفتمان امام

خمینی مورد بررسی قرار می‌گیرد:

مطبوعات	
انقلابی	طاغوتی
نظارت	
درون مطبوعات	نهادهای حاکمیتی
خط قرمزهای رسانه	
مطالب مخالف با رسالت تربیت انسان‌ها	محتوای ضربه‌زننده به جمهوری اسلامی

شکل ۴: دال‌های اصلی گفتمان رسانه‌ای امام خمینی (ره)

نکته حائز اهمیت از حیث سیاستگذاری رسانه‌ای اینجاست که در مجموعه بیانات رهبر انقلاب اسلامی، نوعی تعهد رسانه‌ها به کشور و مردم ضروری شمرده شده و حوزه نظارت بر مطبوعات و رسانه‌ها تنها جایی ضرورت می‌یابد که این تعهد به کشور خدشه‌دار شده باشد.

با وجود تأکید رهبر کبیر انقلاب بر آزادی رسانه و توجه به فرصت‌های آن و حفظ استقلال رسانه‌ای در کشور، در زمان حیات ایشان، غلبه گفتمان دولتی‌سازی اقتصادی باعث شد تا در عمل بسیاری از رسانه‌ها به زیرمجموعه دستگاه‌های دولتی تبدیل شده و از کارایی لازم برای تولید محتوای انقلابی برخوردار نباشند. هم‌زمان، توقیف مطبوعات و یا ممنوعیت ویدئو، باعث شد تا در عمل، بسترهای ارتباطی در این دوره تهدید شود، حال‌آنکه رهبر انقلاب بر استفاده از رسانه‌ها برای انتشار محتوای سالم تأکید داشتند.

### ۲-۳. تحلیل گفتمان حضرت آیت‌الله خامنه‌ای به روش فرکلاف

به دنبال رحلت امام خمینی و انتخاب آیت‌الله خامنه‌ای به‌عنوان رهبر جمهوری اسلامی، همان دکترین «رسانه متعهد» بر مطبوعات ادامه یافت و گفتمان رهبر دوم جمهوری اسلامی با رهبر نخست تفاوت‌های زیادی نداشت. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای نیز مانند امام خمینی بر اهمیت نقش رسانه‌ها تأکید دارند اما می‌خواهند که این نقش تنها در راستای حمایت از نظام جمهوری اسلامی مورد توجه قرار گیرد.

در این پژوهش، با در نظر گرفتن مهم‌ترین واقعه مطبوعاتی در طول دوره رهبری معظم‌له که مرتبط با توقیف تعدادی از مطبوعات در سال ۷۹ است، سخنرانی ایشان که منتهی به اجرای حکم توقیف شد، تحلیل می‌شود.

#### ۱-۲-۳. توصیف نمونه

ابتدا در سطح توصیف، فرازهایی از بیانات رهبر معظم انقلاب در جمع هزاران نفر از مردم در اول اردیبهشت‌ماه ۱۳۷۹ که مرتبط با موضوع مطبوعات است، مورد اشاره قرار می‌گیرد:



«برخی از مطبوعات به پایگاه‌های دشمن تبدیل شده‌اند. من با آزادی و تنوع مطبوعات مخالف نیستم و اگر به جای ۲۰ روزنامه، ۲۰۰ روزنامه نیز در ایران منتشر شود، خوشحال‌تر خواهم بود و از این‌که مطبوعات و روزنامه‌ها در این کشور زیاد باشند هیچ احساس بدی ندارم. اگر مطبوعات همان‌گونه که در قانون اساسی مشخص شده است مایه روشننگری باشند، مصالح کشور را رعایت کنند و به نفع مردم و دین قلم بزنند، این مطبوعات هر چه بیشتر باشند بهتر است ... گویا ۱۰ تا ۱۵ روزنامه، از یک مرکز هدایت می‌شوند، از تیتراهای شبیه به هم در قضایای مختلف استفاده می‌کنند، قضایای کوچک را بزرگ جلوه می‌دهند و تیتراهایی استفاده می‌کنند که هر کس به آنها نگاه کند، تصور خواهد کرد که در این کشور همه چیز از دست‌رفته است. آنها روح امید را در جوانان می‌میرانند، روح اعتماد به مسئولین را در آحاد مردم تضعیف می‌کنند و نهادهای اصلی کشور را مورد اهانت قرار می‌دهند. روش برخی از مطبوعات «شارلاتانیزم مطبوعاتی» است ... در دنیایی که روزنامه‌نگاری آنها، مدل برخی از روزنامه‌های ما محسوب می‌شود، به قانون اساسی و مجلس قانون‌گذاری حمله نمی‌کنند و در قبال یک قانون، هوچیگری نمی‌شود اما این دسته از مطبوعات ما از صاحبان اصلی این روش‌ها هم‌قدم جلوتر گذاشته‌اند، قانون اساسی و سیاست‌های اصلی کشور را مورد اهانت قرار می‌دهند، قضایای کوچکی را درشت‌نمایی می‌کنند و در هر حادثه‌ای که واقع می‌شود، فضای کشور را از تهمت و افترا پر می‌سازند. من می‌دانم که در بسیاری از مطبوعات، عناصر خوب و مؤمنی در میان قلم‌به‌دستان و اداره‌کنندگان آنها وجود دارند اما در لابه‌لای همین‌ها اثر انگشت عبدالله بن ابی‌ها را می‌بینم که کارشان تفرقه‌افکنی، ایجاد اختلاف، تشنج‌آفرینی، تشویش افکار عمومی و یأس‌پراکنی است. آنها، عناصر وابسته به دشمن و مرید دشمن را چهره‌سازی می‌کنند و می‌کوشند عناصر مؤمن، دلسوز و مفید را از نظرها بیندازند هرچند که این کارها به‌جایی نخواهد رسید و خدای متعال آنها را رسوا می‌کند (فریاد حاضرین: منافق حیا کن، مطبوعات را رها کن). به مسئولان دولتی بارها تذکر داده‌ام و به‌طور جدی از آنها خواسته‌ام که جلوی این وضعیت را بگیرند. این کار، محدودکردن مطبوعات و جلوگیری از انتقال آزاد اطلاعات نیست، انتقال سالم اطلاعات مورد تأیید ما است و معنای این کار جلوگیری از نفوذ دشمن و به ثمر رسیدن توطئه تبلیغاتی اوست. این دسته از مطبوعات پیوسته درصدد قداست‌شکنی از مسائل اساسی اسلام هستند، مباحث

اسلامی را زیر سؤال می‌برند و نه با بیان منطقی بلکه با روش‌های بسیار غلط، انقلاب را مورد حمله قرار می‌دهند. من قویاً توصیه می‌کنم که مبادا برخلاف قانون و به‌خاطر طرف‌داری از رهبری، هیچ اقدامی انجام بگیرد. من به‌هیچ‌وجه اجازه چنین کاری را نمی‌دهم و شما باید مراقب نفوذی‌های دشمن برای ایجاد اغتشاش و درگیری باشید (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، ۱۳۷۹/۲/۱).

برای تحلیل این بیانات که مرتبط با اشاره مستقیم رهبر انقلاب به مطبوعات بر اساس یکی از مهم‌ترین مقاطع تاریخ فعالیت مطبوعات است، ابتدا به سراغ سطح توصیف می‌رویم.

همان‌طور که گفته شد، این سخنان در دیدار هزاران نفر از مردم و تنها دو ماه پس از پیروزی جریان اصلاحات در انتخابات مجلس ششم است. در این دوره، دولت سید محمد خاتمی با شعار فضای باز سیاسی و مطبوعاتی، دکترین تساهل و مدارا را در قبال مطبوعات منتقد به اجرا گذاشته بود. با این حال رهبر انقلاب در این سخنرانی در تداوم با گفتمان امام خمینی، مطبوعات را از هرگونه توطئه منع کردند.

#### جدول ۲: سطح توصیف فرازهای بیانات حضرت آیت‌الله خامنه‌ای

واژگان	بار معنایی
پایگاه دشمن، درشت‌نمایی مشکلات، تضعیف اعتماد به مسئولان، تضعیف روح امید، اهانت، شارلاتانیزم مطبوعاتی، هوجبگری، تهمت و افترا، اغتشاش، تفرقه‌افکنی، نفوذی، توطئه تبلیغاتی، قداست‌شکنی، بیان غلط	بار معنایی منفی
آزادی مطبوعات، تنوع مطبوعات، مصالح کشور، عمل در چارچوب قانون اساسی، عناصر خوب و مؤمن، بیان منطقی	بار معنایی مثبت
گروه اول: آزادی مطبوعات، تنوع مطبوعات، رفتار قانونی، قلم به‌دستان مؤمن گروه دوم: پایگاه دشمن، توطئه تبلیغاتی، شارلاتانیزم مطبوعاتی، تفرقه‌افکنی، قداست‌شکنی	هم‌معنایی
آزادی مطبوعات / توطئه تبلیغاتی بیان منطقی / بیان غلط تضعیف روح امید و اعتماد / حرکت جهت مصالح کشور تنوع مطبوعات / تهمت و افترای هماهنگ	تقابل واژگانی

با نگاهی به فرازهایی از سخنان حضرت آیت‌الله خامنه‌ای می‌توان دریافت که چارچوب فکری ایشان درباره سیاستگذاری مطبوعاتی منطبق با چارچوب فکری امام خمینی است، چرا که ایشان نیز بر اهمیت مطبوعات و اثرگذاری رسانه‌ها تأکید کرده و درحالی‌که از آزادی مطبوعات دفاع می‌کنند، به نقد رفتارهای مطبوعاتی که می‌پردازند که موجب تفرقه و یا همراهی با دشمن در جبهه داخلی شود.

در همین راستا در همین سخنرانی نمونه، رهبر انقلاب بارها از عناصر خوب و مؤمن در بدنه رسانه‌ها قدردانی کرده و از آزادی و تنوع مطبوعاتی دفاع می‌کنند اما آنجا هشدار می‌دهند که رفتار حرفه‌ای مطبوعاتی به تعبیر ایشان، درگیر نوعی شارلاتانیزم می‌شود.

### ۲-۲-۳. تفسیر و تبیین

در سطح توصیف، مرزبندی‌های واژگانی در متن برای مشخص کردن خطوط قرمز فعالیت‌های مطبوعاتی روشن است. در سطح تفسیر و تبیین نیز این بیانات در جمع‌های غیر مطبوعاتی بیان شده و به‌روشنی معلوم است که رهبر معظم انقلاب می‌کوشند تا در سطح مخاطبان و فعالان غیر مطبوعاتی، موضع خود در قبال مطبوعات را روشن و به‌نوعی هشدارها را بیان کنند.

باین‌همه نباید از نظر دور داشت که هم در کلام امام خمینی و هم حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، آزادی مطبوعات به رسمیت شناخته شده اما مرز آزادی با اختلاف‌افکنی و شایعه‌سازی و توهین و تخریب نیز بیان شده است و با بیانی کلی، «برخی مطبوعات» به‌عنوان معاند و یا پایگاه دشمن، سرزنش شده‌اند. بار منفی حاکم بر بیاناتی که به‌طور نمونه از حضرت آیت‌الله خامنه‌ای مورد اشاره قرار گرفت، نشان می‌دهد که ایشان در این مقطع زمانی از عملکرد مطبوعات راضی نیستند و آن‌طور که صراحتاً می‌فرمایند، به مقامات دولتی نیز در این زمینه «تذکر» داده‌اند.

نکته حائز اهمیت در فرمایشات معظم‌له این است که ایشان نیز مانند امام راحل، نه مطبوعات، بلکه سوءاستفاده دشمن از مطبوعات را نهی کرده و ضمن

تأکید بر اینکه نباید عده‌ای به بهانه این فرمایشات، به برخورد خودسرانه با رسانه‌ها روی آورند، این انتظار را که دستگاه‌های دولتی در این زمینه وارد عمل شوند را مطرح کرده‌اند.

در واقع ایشان در بیانات خود سطحی از نظارت را فراتر از نظارت درون صنفی مطبوعات مورد توجه قرار داده‌اند که بر اساس آن به رسانه‌ها اجازه داده نشود تا به جای «حرکت در چارچوب قانون اساسی و مصالح کشور»، به عنوان «پایگاه دشمن»، به «هوچیگری، درشت‌نمایی مشکلات، توطئه تبلیغاتی، تهمت و افترا، اهانت، تضعیف امید و اعتماد و قداست‌شکنی» روی بیاورند.

در اینجا رهبر انقلاب از اینکه به رسانه‌ها اجازه داده شود وارد این خطوط قرمز شوند، انتقاد کرده و این انتقاد را متوجه مدیران دولتی می‌کند که در این زمینه کم‌کاری کرده‌اند: «به مسئولان دولتی بارها تذکر داده‌ام و به‌طور جدی از آنها خواسته‌ام که جلوی این وضعیت را بگیرند. این کار، محدود کردن مطبوعات و جلوگیری از انتقال آزاد اطلاعات نیست، انتقال سالم اطلاعات مورد تأیید ما است و معنای این کار جلوگیری از نفوذ دشمن و به ثمر رسیدن توطئه تبلیغاتی اوست». معظّم‌له در همین جمله، بدون نام بردن از توضیحات مدیران دولتی، به طور تلویحی اشاره کرده‌اند که برخی مقامات دولت اصلاحات، عمل به بیانات رهبر انقلاب را نوعی نقض آزادی مطبوعات بیان کرده‌اند که رهبر انقلاب این دیدگاه را نمی‌پذیرند.

بنابراین اگر بخواهیم مدلی فکری برای نگاه رهبر جمهوری اسلامی به موضوع مطبوعات طراحی کنیم، می‌توان به شکل (۵) رسید.

مطبوعات		
معاند	بی تفاوت	موافق نظام
نظارت		
نهادهای حاکمیتی در چارچوب قانون		
خط قرمزهای رسانه		

هم‌صدایی با دشمن	ایجاد تفرقه	تقابل با ارزش‌ها
------------------	-------------	------------------

#### شکل ۵: دال‌های اصلی گفتمان رسانه‌ای حضرت آیت‌الله خامنه‌ای

نه فقط در سطح گفتمانی، بلکه در حوزه اجرا نیز سیاست‌گذاری‌های مطبوعاتی در دوره آیت‌الله خامنه‌ای شبیه دوره رهبری امام خمینی است. با این تفاوت که در این دوره، نقش قوانین و نظارت‌های ساختاری پررنگ‌تر است. با این‌همه، به نظر می‌رسد که در این دوره نیز از لحاظ اعمال دغدغه‌های رسانه‌ای رهبر انقلاب در ساختارهای سیاست‌گذاری، کمبودهایی به چشم می‌خورد و همین امر باعث می‌شود تا رهبر انقلاب در مسائل مختلف این حوزه مستقیم ورود داشته باشند و به طور مشخص از دستگاه‌های دولتی بخواهند تا نسبت به توطئه‌های تبلیغاتی دشمن مراقبت بیشتری داشته باشند.

## ۴. بحث و نتیجه‌گیری

### ۴-۱. سیاست‌گذاری رسانه بر اساس گفتمان رهبران انقلاب

با استفاده از روش تحلیل انتقادی گفتمان رهبران انقلاب اسلامی در حوزه سیاست‌گذاری رسانه، می‌توان دریافت که نه امام راحل و نه مقام معظم رهبری، هیچ‌یک قائل به سانسور مستقیم رسانه‌ها و حذف رسانه‌ها از عرصه عمومی ایران نبوده و تنها خط قرمزهایی محتوایی را برای رسانه‌ها در نظر داشته و دارند. این خطوط قرمز، همان است که در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران نیز در رابطه با عدم توهین به اسلام و نیز به خطر انداختن کیان جمهوری اسلامی تصریح شده است.

با این‌همه، مجریان دولتی و دستگاه‌های حاکمیتی بعضاً درکی از این دیدگاه‌ها نداشته‌اند که به سانسور مستقیم و اعمال محدودیت بی‌واسطه رسانه‌ها منتهی شده و این امر در مسیر سیاست‌گذاری مطلوب در حوزه رسانه خلل ایجاد کرده است. این امر شاید به آن دلیل بوده که مطبوعات، گاه فراتر از نقش رسانه‌ای، به‌عنوان یک بازیگر وارد تنش‌های سیاسی شده‌اند و این امر چاره‌ای برای سیاست‌گذاران

نگذاشته مگر آنکه مطبوعات را نه در ذیل سیاستگذاری فرهنگی که به‌عنوان شاخه‌ای از سیاستگذاری امنیتی مورد توجه قرار دهند. با وجود آنکه امام خمینی و مقام معظم رهبری، رسانه‌ها را یک ابزار مهم برای ترویج گفتمان اسلام انقلابی می‌دانند، اما عملاً رسانه‌ها تحت تأثیر تنش‌های سیاسی در سال‌های مختلف، آسیب‌پذیر بوده و ابزارهای حمایتی مؤثری برای دفاع از رسانه‌های انقلابی که در چارچوب گفتمان رهبران انقلاب حرکت می‌کنند تعریف نشده است.

### جدول ۳: برخورد با مطبوعات پس از تنش‌های سیاسی

تحولات سیاسی	برخورد با مطبوعات
درگیری‌های سیاسی پس از پیروزی انقلاب ۵۷	توقیف بیش از ۲۰ نشریه در مرداد ۵۸
خلع رئیس‌جمهور و درگیری مسلحانه در خرداد ۱۳۶۰	توقیف مطبوعات و رسانه‌های نزدیک به دولت وقت
دوره هشت‌ساله جنگ تحمیلی	محدودیت‌های رسانه‌ای در جبهه‌ها
تنش‌های سیاسی پس از ارتحال امام خمینی	بازداشت اهالی مطبوعات و توقیف برخی مطبوعات منتقد
درگیری‌های موسوم به کوی دانشگاه در سال ۷۸	توقیف بیش از ۲۰ نشریه در سال ۷۹
تنش‌های پس از انتخابات ۸۸	فیلتر شبکه‌های اجتماعی، توقیف برخی مطبوعات و بازداشت اهالی رسانه
درگیری‌های زمستان ۹۶	فیلتر تلگرام و بازداشت برخی فعالان فضای مجازی
اعتراضات بنزینی آبان ۹۸	قطع اینترنت

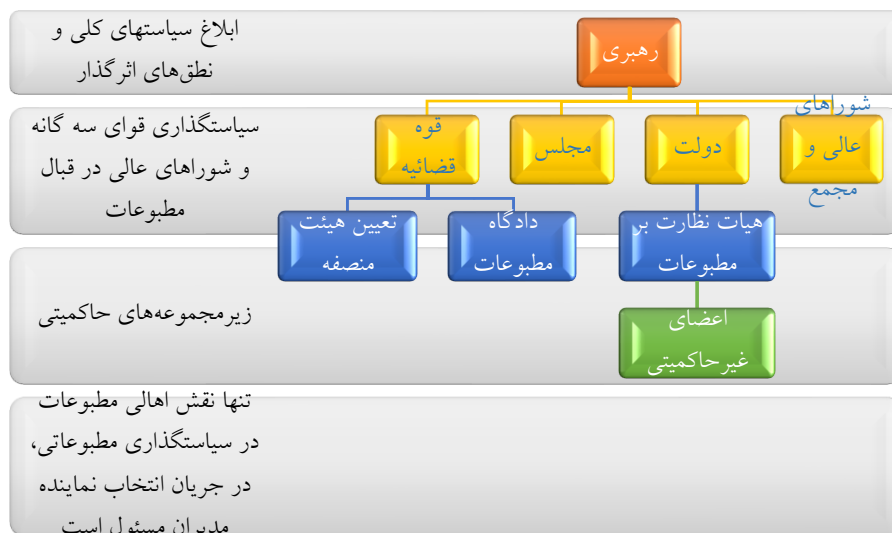
همچنین برخلاف آنکه رهبران انقلاب بر استقلال و مردمی بودن مطبوعات تأکید ویژه دارند، در سال‌های پس از انقلاب، گرایش دستگاه‌های حاکمیتی به انتشار مطبوعات هر روز بیشتر شده، به طوری که روزبه‌روز بر تعداد مطبوعات حاکمیتی افزوده شده است.

### جدول ۴: برخی رسانه‌های حاکمیتی

ردیف	نام رسانه	ارکان حامی
۱	روزنامه فرهیختگان	دانشگاه آزاد اسلامی

۲	روزنامه قانون (توقیف شده)	سازمان بازرسی کل کشور
۳	صداوسیما و روزنامه اطلاعات و کیهان	حاکمیتی
۴	خبرگزاری رسا	مدیریت حوزه علمیه
۵	روزنامه ایران و خبرگزاری جمهوری اسلامی	دولت جمهوری اسلامی
۶	روزنامه همشهری	شهرداری تهران
۷	روزنامه جام جم و باشگاه خبرنگاران	صداوسیما
۸	روزنامه شهروند	هلال احمر
۹	روزنامه خورشید (تعطیل شده)	سازمان تأمین اجتماعی
۱۰	روزنامه قدس	آستان قدس رضوی
۱۱	خبرگزاری مهر	سازمان تبلیغات
۱۲	خبرگزاری فارس و تسنیم و نشریه پاسدار	سپاه پاسداران
۱۳	خبرگزاری ایسنا	جهاد دانشگاهی
۱۴	خبرگزاری شبستان	کانون‌های فرهنگی مساجد
۱۵	خبرگزاری میزان و روزنامه حمایت	قوه قضاییه
۱۶	روزنامه شهرآرا	شهرداری مشهد
۱۷	خبرگزاری خانه ملت	مجلس شورای اسلامی

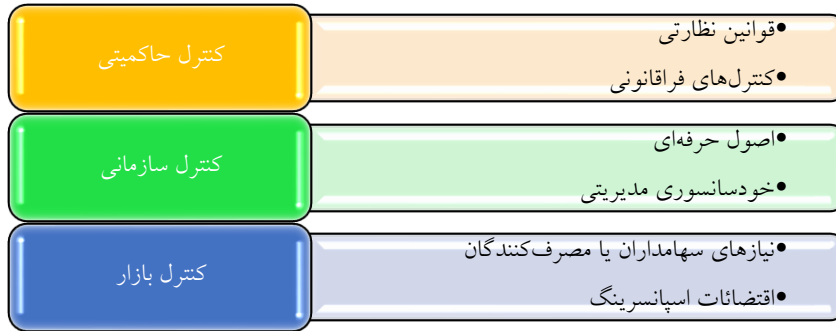
یکی از دلایل مهم این آسیب‌پذیری در قبال بحران‌های سیاسی، رویارویی مستقیم رسانه‌ها با تنش‌های سیاسی و عدم وجود واسطه‌هایی برای دفاع از استقلال رسانه‌هاست.



شکل ۶: مدل کنونی سیاستگذاری مطبوعاتی در ایران

این مدل سیاستگذاری به‌خوبی نشان می‌دهد که در حال حاضر نهادهای حاکمیتی به‌طور مستقیم در حوزه رسانه به برنامه‌ریزی مشغول شده و ضرورت‌های حرفه‌ای رسانه‌ای را در تصمیمات خود گاه در نظر نمی‌گیرند. این در حالی است که اگر تجربه جهانی سیاستگذاری رسانه‌ای را در نظر بگیریم، آنگاه روشن است که به‌جای اعمال مستقیم نظارت‌ها می‌شود از روش‌های سندیکالیستی استفاده کرد و یا اصول بازار را در جریان سیاستگذاری در نظر گرفت (روشندل اربطانی، ۱۳۹۵: ۱۴۴ و ۱۴۵). همان اصولی که در سال ۱۳۵۸ رهبر فقید انقلاب نیز بر آن تصریح داشتند.

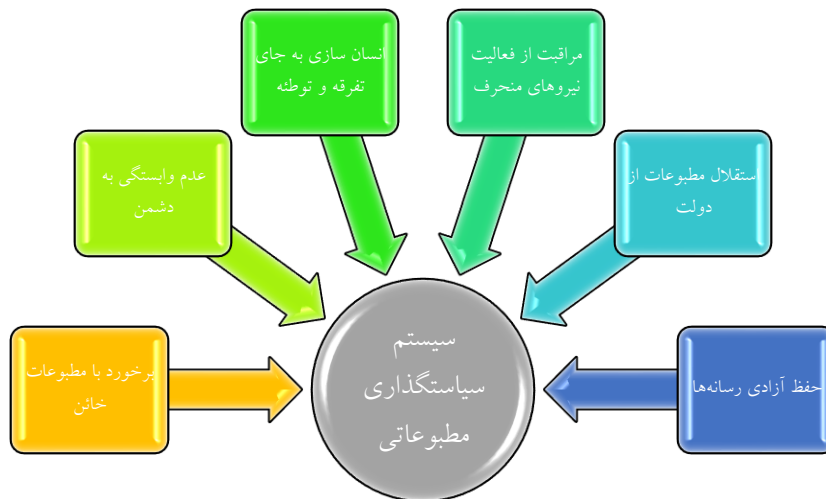




شکل ۷: انواع کنترل‌های محتوایی

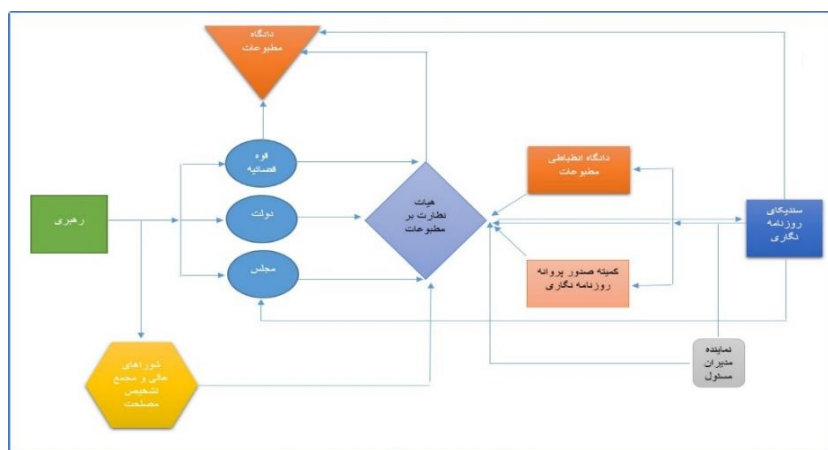
برای رسیدن به یک الگوی مطلوب برای سیاستگذاری مطبوعاتی، باید به تحلیل سیستمی سیاستگذاری مطبوعاتی بازگشت و از روش تحلیل سیستمی استفاده کرد.

از داده‌های کیفی استخراج شده از تحلیل گفتمان بیانات رهبران انقلاب درباره مطبوعات می‌توان برای طراحی دروندا‌های سیستم سیاستگذاری استفاده کرد و در مقابل، خروجی موردنظر را در قالب یک الگوی ترکیبی ارائه داد.



شکل ۸: ورودی‌های سیستم سیاستگذاری مطبوعاتی بر اساس اندیشه‌های رهبران انقلاب

براین اساس، پژوهش حاضر باتکیه بر فرمایشات رهبر کبیر انقلاب و نیز مقام معظم رهبری، مدلی میانی برای سیاستگذاری مطبوعات و رسانه‌ها ارائه می‌دهد که نه فقط تبیین‌کننده مدل گفتمانی رهبران انقلاب و دربرگیرنده ملاحظات یاد شده در خصوص محتوای پیام است، بلکه فراتر از آن، می‌تواند بار سیاسی ناشی از اعمال نظارت بر رسانه‌ها را از دوش نظام سیاسی برداشته و به خنثی‌سازی تلاش‌ها برای تخریب چهره جمهوری اسلامی در ارتباط با سیاستگذاری رسانه‌ای کمک کند.



شکل ۹: مدل پیشنهادی سیاستگذاری رسانه‌ای

بر اساس این مدل، روند سیاستگذاری تولید و کنترل پیام به دو بخش حاکمیتی و سندیکایی تقسیم می‌شود؛ موضوعی که در دو سطح در بیانات امام راحل و رهبر انقلاب به خوبی به چشم می‌خورد. امام خمینی در نمونه‌ای که در این پژوهش تحلیل گفتمان بر مبنای آن صورت گرفت، به صراحت، از روزنامه نگاران می‌خواهند تا کنترل مطبوعات را خود به دست گرفته و عناصر نفوذی را حذف و جهت‌گیری مطالب را به سمت انسان‌سازی تغییر دهند. همین تأکید، با اشاراتی پررنگ‌تر بر وظایف دولت، در کلام رهبر معظم انقلاب نیز وجود دارد؛ بنابراین از نگاه رهبران انقلاب، سیاستگذاری رسانه، باید متناسب با نوعی تلفیق از نظارت‌های صنفی، حرفه‌ای و درونی مطبوعات و نیز نظارت حاکمیتی باشد.

موضوعی که در مدل فعلی سیاستگذاری ناقص است، اما مدل طراحی شده در شکل (۹) به احیای آن روی آورده است.

در اینجا مراد از سندیکا، یک یا چند انجمن صنفی قانونی، مورد اعتماد اکثریت روزنامه‌نگاران و نیز به رسمیت شناخته شده از سوی دولت و نهادهای حاکمیتی و پایبند به گفتمان انقلابی رهبران انقلاب است که به‌مرور نقش یک نهاد مدنی مستقل برای ورود به حوزه‌های سیاستگذاری را بازی می‌کند. این همان نهادی است که در بیانات رهبر کبیر انقلاب به‌عنوان «نظارت درونی» مورد توجه قرار گرفته بود. با این حال این دو بخش مجزا در حوزه سیاستگذاری، الزاماً به دوگانگی در سیاستگذاری منتهی نمی‌شود چرا که هیئت نظارت بر مطبوعات با اصلاح ساختار فعلی، نقشی واسط را بازی کرده و با ترکیبی از نمایندگان قوای سه‌گانه، نمایندگان سندیکا و نماینده مدیران مسئول، منافع هر دو بخش درگیر با موضوع مطبوعات یعنی حاکمیت و رسانه‌ها را پیگیری می‌کند و میان منافع بعضاً متضاد، آشتی برقرار می‌کند.

به نظر می‌رسد که استفاده مؤثر از نهادهای مدنی معتقد به آرمان‌های انقلاب، نه فقط نگاه‌های ناکارآمد دولتی در کنترل مالکیت رسانه‌ها و از بین بردن مرجعیت رسانه‌ای را اصلاح می‌کند، بلکه در مواقع بحران می‌تواند به گونه‌ای مؤثرتر مقابل نفوذ فرهنگی ایستادگی کرده و کمک‌کننده به کشور و نظام جمهوری اسلامی باشد.

## ۵. کتابنامه

### ۵-۱. فارسی

استوکر، جری و دیوید مارش (۱۳۹۲) روش و نظریه در علوم سیاسی، ترجمه امیرمحمد حاجی یوسفی، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.

خمینی، روح‌الله (۱۳۷۸)، صحیفه نور (بیانات، پیام‌ها، مصاحبه‌ها، احکام، اجازات شرعی و نامه‌ها)، تهران، انتشارات مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).

روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۵) سیاستگذاری رسانه‌ای، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

غلام‌رضا کاشی، محمدجواد (بهار ۱۳۸۷) تحلیل گفتمان: بیرون از هزارتوی تئوری‌ها، رسانه، شماره ۷۳.

فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹) تحلیل انتقادی گفتمان، گروه مترجمان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

گودرزی، محسن (۱۳۸۸) «تحلیل گفتمان انتقادی»، کتاب ماه علوم اجتماعی، دوره جدید، شماره ۲۲.

ون‌دایک، تئون ای (۱۳۷۴) تحلیل گفتمان خبر، ترجمه حسن نورایی بیدخت، رسانه، شماره ۲۳.

یورگنسن، ماریان و فیلیپس، لوئیز (۱۳۹۰) نظریه و روش در تحلیل گفتمان، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

## ۵-۲. مجلات خبری و خبرگزاری‌ها

پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری

## ۵-۳. منابع انگلیسی

- Anderson, E.james (۱۹۸۴) Public policy-making  
Fairclough, Norman (۱۹۹۲) Discourse and Text: Linguistic and Intertextual Analysis within Discourse Analysis  
Laclau Ernesto and Mouffe Chantal (۱۹۸۵) Hegemony and Socialist Strategy.