

## مهندسی فرهنگ در سطح روزنامه‌های دولتی ایران

دکتر علی‌اکبر فرهنگی

استاد و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

سیدعبداله سجادی جاغرق

دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی

واحد علوم و تحقیقات (نویسنده و مسئول مکاتبات)

### چکیده

با مهندسی فرهنگ، آن فرهنگی که مطلوب است و باید مبنای شکل‌گیری محیط زیست فرهنگی قرار گیرد، مشخص می‌شود. فرهنگ، یک سیستم است دارای اجزایی است که این اجزاء در تعامل با هم می‌باشند. مهندسی فرهنگ، مهندسی سیستم فرهنگ است. سیستم‌ها را از ساده به پیچیده طبقه‌بندی می‌کنند. سیستم فرهنگ، سیستم پیچیده‌ای است که سیستم‌های انسان و سازمان‌های اجتماعی و نا شناخته‌ها را در بر می‌گیرد. هر اندازه سیستم‌ها، پیچیده تر شوند مهندسی آنها یعنی طراحی، نوسازی و بازسازی آنها نیز پیچیده تر می‌شود.

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی (همبستگی) می‌باشد. جامعه مورد بررسی شامل کلیه کارشناسان، اساتید و متخصصان حوزه رسانه و فرهنگ می‌باشند که از جامعه مورد مذکور ۸۶ نفر از خبرگان انتخاب و میزان تاثیرگذاری هر یک از مؤلفه‌های مورد بررسی در مهندسی فرهنگ با تاکید بر نقش روزنامه‌های دولتی مورد ارزیابی قرار گرفت. در ضمن این پژوهش از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه ۴۵ گویه‌ای) استفاده شده است.

با توجه به آزمون فرضیات پژوهش مطابق نظرات کارشناسان و خبرگان عرصه رسانه و فرهنگ، بین نقش روزنامه‌های دولتی و ارزشهای حمایت شده، مصنوعات و دست ساخته‌ها و مفروضات اساسی و زیربنایی از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معنا داری وجود دارد. همچنین بر اساس نظرات خبرگان نمونه مورد پژوهش، در میان مؤلفه‌های ۱۵ گانه مورد بررسی مؤلفه خطر پذیری در جایگاه نخست اهمیت و مؤلفه الگوهای ذهنی و پارادایم‌های زبان شناختی در جایگاه انتهایی اهمیت در تدوین الگوی مهندسی فرهنگ در سطح روزنامه‌های دولتی ایران قرار دارد.

### واژگان کلیدی

مهندسی فرهنگ، ارزشهای، رسانه، روزنامه‌های دولتی

## مقدمه

نشان دهیم، گاهی اوقات که به این علت افراد و گروه‌ها در سازمان‌ها به روش‌های ظاهراً غیر موثر رفتار می‌کنند و اغلب بقای واقعی سازمان را مورد تهدید قرار می‌دهند، متحیر می‌شویم زمانی که سعی می‌کنیم دیگر گروه‌ها بیشتر درگیر شوند و مشارکت داشته باشند اغلب در می‌یابیم که آن گروه‌ها با یکدیگر ارتباط برقرار نمی‌کنند و سطح تضاد بین گروه‌ها در سازمان‌ها و اجتماع به طور حیرت‌انگیزی بالاست. (شاین، ۱۳۸۳: ۱۸)

## بیان مساله

مفهوم فرهنگ به شرح همه پدیده‌ها کمک کرده و آن‌ها را عادی ساخته است. اگر پویایی فرهنگ را درک کنیم، احتمال کمتری وجود دارد که در رویارویی با رفتار ناآشنا و ظاهراً غیر عقلانی افراد در سازمان‌ها، متحیر، عصبانی و هیجان زده شویم و نه تنها درک عمیق‌تری از این که چرا گروه‌های مختلف مردم یا سازمان‌ها تا این حد می‌توانند متفاوت باشند داریم، بلکه می‌فهمیم که چرا تغییر آن‌ها این قدر سخت است. درک عمیق‌تری از موضوعات و عناصر فرهنگی در گروه‌ها و سازمان‌ها برای یافتن اینکه چه چیز در آنها جریان دارد و حتی مهمتر از آن برای تعیین و شناسایی اینکه چه چیز ممکن است برای رهبران و مدیران اولویت داشته باشد ضروری است.

از سوی دیگر فرهنگ سازمانی وسیله‌ای است که برخورد ما با مسائل سازمانی را تسهیل کرده و نحوه تعبیر و تفسیر از رویدادهای اطراف‌مان را شکل می‌دهد. فرهنگ آنچنان با روح و اندیشه ما عجین می‌گردد که هر رفتار و گفتاری از آن رنگ و جهت می‌پذیرد. (الوانی، ۱۳۷۸: ۴۸)

شکی نیست که با توجه به شرایط خاص هر سازمانی و با توجه به تاثیری که فرهنگ سازمان بر رفتار افراد دارد، می‌تواند از عوامل مهم موفقیت با

فرهنگ به منزله یک مفهوم، تاریخی مشخص و طولانی دارد افراد عادی این مفهوم را به مثابه کلمه‌ای برای نشان دادن فرهیختگی مورد استفاده قرار داده‌اند. در دهه گذشته و قبل از آن این کلمه از سوی برخی از پژوهشگران و مدیران سازمانی برای نشان دادن فضای سازمانی و اعمالی که سازمان‌ها در خصوص اداره افرادشان انجام می‌دهند یا برای اشاره به ارزش‌های حمایتی و مجموعه‌ای از باورهای سازمانی به کار رفته است. (شاین، ۱۳۸۳: ۱۷)

اندیشمندان علم مدیریت، ریشه موفقیت‌ها و شکست‌های هر سازمان را در فرهنگ آن جستجو می‌کنند و معتقدند همان طور که انسان‌ها دارای شخصیت منحصر به فرد و متمایز از یکدیگر می‌باشند، سازمان‌ها نیز به واسطه فرهنگ‌شان دارای شخصیتی منحصر به فرد و جداگانه هستند.

قطعاً متغیرهای موجود در فرهنگ سازمان‌ها نقش تعیین کننده و جهت دهنده‌ای در رفتار کارکنان آن سازمان خواهند داشت و توجه و شناخت این عوامل سازنده رفتار، می‌تواند موجب پیشرفت و ارتقاء سطح عملکرد کارکنان گردد و عدم توجه به آن شکست سازمان را در بر خواهد داشت.

اگر ما مدیرانی باشیم که سعی در تغییر رفتار زیردستان داشته باشیم، اغلب در سطحی که به نظر غیر معقول می‌آید در مقابل انجام تغییر با میزانی از مقاومت مواجه خواهیم شد در سازمان‌های خود بخش‌هایی را می‌بینیم که به نظر می‌رسد بیشتر مایل به مبارزه و مخالفت با یکدیگرند تا انجام کار با یکدیگر. ما مشکلات ارتباطی و بدفهمی‌هایی را بین اعضای گروه مشاهده می‌کنیم که نباید بین افراد عاقل و منطقی اتفاق بیافتد.

اگر ما رهبرانی هستیم که سعی داریم سازمان مان را در مواجهه با فشارهای سخت محیطی، موثرتر و کارآتر

شناسایی فرهنگ مطلوب اهتمام نموده و به منظور تغییر فرهنگ موجود و توسعه و پرورش ارزش‌ها و الگوهای مطلوب شامل شناسایی فرهنگ موجود، تعیین فرهنگ مطلوب، مقایسه وضع موجود با وضع مطلوب، تغییر و بهینه سازی فرهنگ موجود، ارزیابی برنامه‌های تغییر و در نهایت حفظ و نگهداری و حمایت از فرهنگ می‌باشد.

از سوی دیگر اهداف فرهنگی، یکی از اساسی ترین موضوع‌های مورد توجه انقلاب اسلامی ایران بوده است و تبلور این فرهنگ از میان مجموعه شعارها و آرمان‌های انقلاب اسلامی و قانون‌های کلان فرهنگی کشور به طور مشهودی نمایان می‌باشد. با این وجود برای دستیابی به اهداف فرهنگی مورد نظر نیاز به مجموعه اقدام‌هایی است که با ایجاد تحول در رده‌های فعلیتی و ماموریتی هر یک از سازمان‌ها اعم از دولتی و غیر دولتی آغاز می‌شود. از این رو شناسایی آسیب‌ها، چالش‌ها و نقاط ضعف و قوت در حوزه ماموریتی و فعالیت سازمان‌ها، شرایط را برای مقابله با آنها و برای برنامه ریزی اصولی جهت دستیابی به الگوی مناسب در این سازمان‌ها فراهم می‌آورد.

#### تعریف رسانه

رسانه عبارتست از هر وسیله‌ای که بتواند اطلاعات، کالا، انرژی، پیام یا هر شیئی معینی را انتقال دهد. رسانه به معنای عام انرژی را انتقال می‌دهد از این جهت همه مواد ممکن است رسانه باشد. رسانه به معنای خاص اطلاعات را انتقال می‌دهد. در بحث ارتباطات منظور از رسانه، هر وسیله‌ای است که بتواند اطلاعات را منتقل کند. (میر عابدینی، ۱۳۷۵، ۴)

رسانه‌های ارتباطی با توجه به تعداد افرادی که در جریان ارتباط با آن درگیر می‌شوند و از آن بهره می‌گیرند به سه گروه تقسیم می‌شوند:

شکست هر سازمان باشد. فرهنگ سازمان از طریق تأثیری که بر متغیرهای مختلف دارد، می‌تواند نقش به‌سزا بر سرنوشت سازمان داشته باشد.

بنابراین فرهنگ اشاره به آن عناصری از گروه و سازمان دارد که بیشترین ثبات و کمترین انعطاف پذیری و تغییر را دارد. فرهنگ نتیجه یک فرآیند پیچیده یادگیری گروه‌ها است که تنها تا حدی تحت تأثیر رفتار رهبر قرار می‌گیرد. اما اگر بقای گروه به علت عدم سازگاری عنصر فرهنگی مورد تهدید قرار گیرد، سرانجام این وظیفه رهبری است که تشخیص موقعیت دهد و اقدام مناسب انجام دهد در این معناست که رهبری و فرهنگ عموماً از نظر مفهومی پیوستگی درونی دارند. (شاین، ۱۳۸۳: ۲۰)

بنابراین از آنجا که در رسانه‌های کشور ما الگوی متناسب فرهنگ سازمانی، که با درک و فهم عمیق ارزش‌های فرهنگی جامعه به وجود آمده باشد موجود نیست. این پژوهش در پی آن است که با توجه به مدل‌های گوناگون ارائه شده در خصوص تبیین و شناخت فرهنگ‌های سازمانی، شرایط فعلی فرهنگ روزنامه‌ها دولتی (در سطح جامعه آماری) را بررسی نموده و پس از تعیین مولفه‌های فرهنگ سازمانی مطلوب (از دیدگاه نخبگان) ضمن مشخص نمودن فاصله‌ها، الگویی مناسب با ارزش‌های فرهنگی حاکم بر جامعه که سازگار با مقتضیات زمانی بوده و در آن به کلیه عوامل موثر بر فرهنگ از جمله اوضاع اقلیمی، موقعیت جغرافیایی، مذهب، نظام حاکم بر جامعه، عوامل تاریخی و ... توجه گردیده باشد ارائه نماید.

#### اهمیت و ضرورت تحقیق

یکی از مهم ترین وظایف سازمان‌ها در تمامی کشورها مدیریت فرهنگ می‌باشد که عبارت است از فرآیندی که به طور مداوم به شناسایی فرهنگ موجود پرداخته و در قالب مهندسی فرهنگ سازمان به

نحیسان راد نیز در کتاب ارتباط شناسی در توضیح وجه تمایز وسایل ارتباط جمعی با سایر رسانه‌های ارتباطی به تعداد نسبتاً زیاد گیرندگان اشاره می‌کند. وی می‌گوید: از ارتباط جمعی تعاریف متعددی ارائه شده است اما اشتراک همه این تعاریف در افزودن واژه توده به ارتباط است. یعنی در تعریف ارتباط جمعی به جای گیرنده پیام به گیرندگان پیام اشاره می‌شود. (نحیسان راد، ۱۳۶۹، ۱۶)

در کتاب وسایل ارتباط جمعی دکتر کاظم معتمد نژاد، سرعت انتشار، مداومت انتشار، وسعت انتشار و همچنین تنوع در انتشار از جمله ویژگی‌هایی عنوان شده است که وسایل ارتباط جمعی را از سایر رسانه‌ها متمایز می‌کند. (معتمد نژاد، ۱۳۷۱، ۲۵)

رسانه‌های جمعی شامل مطبوعات، رادیو و تلویزیون است. در میان مطبوعات باید کتاب و سایر نشریه‌ها مثل سالنامه، فصلنامه، ماهنامه، دوهفته نامه و هفته نامه را که گاهی اصطلاحاً "گاهنامه" نامیده میشود از روزنامه‌ها جدا کرد. (میر عابدینی، ۱۳۷۵، ۲۵)

در برخی تعاریف جدید از رسانه‌های جمعی، شبکه‌های رایانه‌ای نیز در چهار چوب این تعریف قرار گرفته‌اند. بنابراین رسانه‌های جمعی در معنای وسیع کلمه شامل کلیه وسایل ارتباطی است که در سطحی گسترده به انتشار اطلاعات، اخبار، عقاید و نظرات می‌پردازد. این وسایل دارای تنوع فراوانی است و طیف گسترده‌ای از ابزارهای کنترل اجتماعی از جمله روزنامه‌ها، کتاب، رادیو، تلویزیون و شبکه‌های رایانه‌ای و ... را در بر می‌گیرد. (ره پیک، ۱۳۷۹، ۲۵۴)

ظهور و گسترش وسایل ارتباط جمعی سبب شده است فرایندهای ارتباطی از پیچیدگی خاصی بر خوردار شوند. به عبارت دیگر فرایند ساده ارتباط که در ابتدا از سه عنصر فرستنده، پیام و گیرنده تشکیل شده بود به تدریج در سیر تحول فرآیند "ارتباط تا ارتباط جمعی" جای خود را به الگوهای ارتباطی پیچیده تر واگذارد.

۱) **وسایل ارتباط فردی:** وسایلی که برای ایجاد ارتباط بدون واسطه بین شخص پیام دهنده (فرستنده) و شخص پیام گیرنده (گیرنده) مورد استفاده قرار می‌گیرد. مثل زبان، خط و ...

۲) **وسایل ارتباط گروهی:** وسایلی که هنگام ارتباط با واسطه و از راه دور مورد استفاده قرار می‌گیرد. این وسایل می‌تواند گفتاری یا نوشتاری باشند به عبارت دیگر صوتی و تصویری باشند مثل تلفن، تلکس و ...

۳) **وسایل ارتباط جمعی:** رسانه‌هایی هستند که برای تمامی گروه‌های جامعه مورد استفاده قرار می‌گیرند. منظور از وسایل ارتباط جمعی بیشتر مطبوعات، رادیو و تلویزیون است. (معتمد نژاد، ۱۳۷۱، ۶۱)

### وسایل ارتباط جمعی

منظور از وسایل ارتباط جمعی آن دسته از وسایل ارتباطی است که بر اثر پیشرفت تکنولوژی‌های ارتباطی و تمدن بشر در طول سال‌های اخیر به وجود آمده و ویژگی اصلی آنان قدرت و توانایی زیاد و شعاع عمل وسیع است.

بر اساس تعریف دیگری، مقصود از وسایل ارتباط جمعی، مجموعه‌ای از عوامل مادی، فنی، سازمانی و آفرینش (تولید) است که به نحوی از انحاء - نشر کتاب و مطبوعات، رادیو و تلویزیون، توزیع فیلم، تئاتر، برنامه و موسیقی، سخنرانی‌ها و ... ارتباط با مردم را ممکن می‌سازد. به عبارت دیگر در حالی که "ارتباط" عبارتست از فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده مشروط به آن که در گیرنده پیام مشابهت معنی یا معنی مورد نظر فرستنده پیام ایجاد شود، اصطلاح "ارتباط جمعی" مشخص کننده آن نوع ارتباطی است که هدف برقراری رابطه با جمع را در نظر دارد. (علوی، ۱۳۷۵، ۳۱)

در جوامع سوسیالیستی با تکیه بر نظریه‌های لنین سه نقش "تهییج، تبلیغ و سازماندهی" برای وسایل ارتباط جمعی عنوان شده است.

در جوامع موسوم به کمتر توسعه یافته که کشورهای آسیا، آفریقا و آمریکای لاتین را در بر می‌گیرد سه برداشت مشاهده می‌شود. در بیشتر این ممالک همان نظریه‌های غربی مورد توجه قرار گرفته اند و در برخی نیز دیدگاه‌های مشابه جوامع سوسیالیستی و در عین حال برخی دیگر نیز نظریه‌های مستقلی ارائه کرده اند.

عملکرد رسانه‌ها بر اساس یک تقسیم بندی دیگر در شش گزینه زیر طبقه بندی می‌شود:

**دیده بانی:** رسانه‌ها در جایگاهی قرار دارند که رویدادهای جامعه را دریافت و منعکس می‌کنند و از این طریق بر جامعه نظارت می‌کنند.

**دستور گزاری:** رسانه‌ها از طریق بر جسته کردن مسائل مختلف بر ارزش‌ها و معیارهای ذهنی مخاطبان تاثیر می‌گذارند.

**ایجاد پیوند گروهی:** رسانه‌ها با معرفی گروه‌های مختلف اجتماعی بر گسترش، تقویت و تحکیم ارتباطات در جامعه کمک می‌کنند.

**جامعه پذیری:** رسانه‌ها در القای نگرش‌ها و رفتارهای سیاسی و اجتماعی نقش بسیار مهمی دارند.

**نقش تبلیغی:** رسانه‌ها با تبلیغ کالاها، خدمات و اندیشه‌های معین هزینه‌های خود را تأمین می‌کنند.

**نقش تفریحی و سرگرمی:** رسانه‌ها با توجه به نیاز جوامع جدید برای رفع تنش، نقش تفریحی مهمی دارند. (میر عابدینی، ۱۳۷۵، ۳۲)

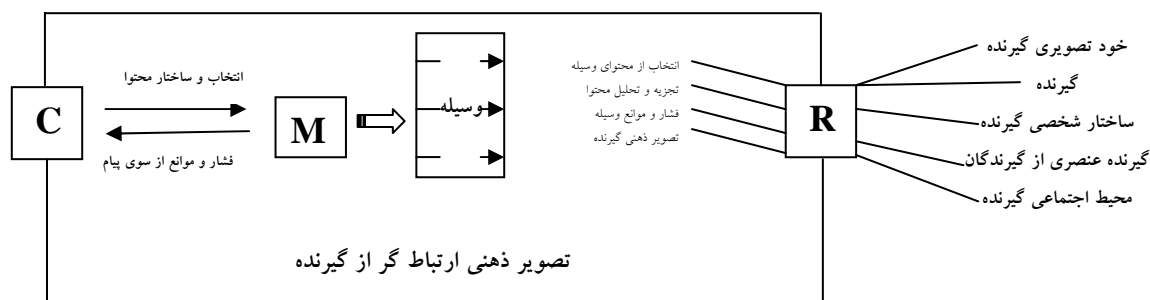
به طور کلی نخستین مدل‌های ارتباطی از اواخر دهه ۱۹۴۰ میلادی مطرح شد. اگرچه مدل‌های ارتباط جمعی نیز یک دهه بعد یعنی از سال‌های پایانی دهه پنجاه به تدریج جایگزین مدل‌های ارتباطی شد اما اوج شکوفایی تحقیقات و پژوهش‌های مربوط به فهم فرایند ارتباط جمعی مربوط به دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ است. در طی این سال‌ها موضوعات و مسائل خاصی همچون: آثار دراز مدت اجتماعی، فرهنگی و ایدئولوژیکی رسانه‌ها و روابط آنها با جامعه و مخاطب، ریشه‌های اجتماعی و روانشناختی پاسخ‌ها و واکنش‌های مخاطبان، پی ریزی قالب‌های الگویی محتوا، اشکال محتوا، به ویژه اطلاعات مربوط به اخبار و واقعیت در عرصه پژوهش‌های ارتباطی مطرح شد. (پاکدهی، ۱۳۷۶، ۲۷)

مالتزکه در سال ۱۹۸۶ با بهره گیری از ایده‌های دیگر، به ویژه آنهایی که به تفاوت‌های بین رسانه‌های مختلف، انواع محتوا و ادراکات ارتباط گران و مخاطبان جمعی پرداخته بودند مدل پیچیده و گسترده‌ای از فرایند ارتباط جمعی را ترسیم کرد. این فرایند در شکل زیر نشان داده شده است.

### نقش و کارکرد رسانه‌های جمعی

دکتر معتمد نژاد می‌گوید با توجه به شرایط خاص سیاسی، اجتماعی و اقتصادی جهان امروز، برای مطالعه درباره نقش‌ها و وظایف وسایل ارتباط جمعی باید سه نوع جامعه را از هم تفکیک کرد:

در جوامع سرمایه داری وظایفی همچون آگاه کردن، راهنمایی افکار عمومی، آموزش و انتقال میراث فرهنگی و سرگرمی در نظر گرفته شده است.



### نمودار (۱): ارتباط جمعی در مدل مالتزاکه (۱۹۸۶)

و کمک به گسترش نظام سرمایه داری جهانی توسط دانشمندانی همچون ویلبرم شرام، لوسین پای، اتیل دوسولاپول و... مورد انتقاد قرار گرفت.

۲. نگرش‌های سوداگر- هزینه- فایده به ارتباطات و توسعه: تلاش می‌کنند تا رابطه هزینه سرمایه گذاری در تکنولوژی برای توسعه را با سودی که از این سرمایه گذاری حاصل می‌شود بررسی کنند. این نگرش حاوی مضمون‌های متفاوتی است که الگوی اشاعه یکی از مهمترین آنها در زمینه ارتباطات و توسعه است. فرضیه‌های پنهانی این الگو از این قرار است:

- ارتباطات فی نفسه می‌تواند صرف نظر از شرایط اجتماعی، اقتصادی به توسعه بیانجامد.
- تولید و مصرف بیشتر کالاها و خدمات بیانگر جوهره توسعه است.
- و این فرض که نوآوری تکنولوژیک صرف نظر از آن که چه کسی از آن سود می‌برد کلید افزایش قدرت تولید است.
- بر اساس نتایج پژوهش‌های ارتباطی مبتنی بر اشاعه، مجاری وسایل ارتباط جمعی در نقش اطلاع دهی و مجاری بین فردی در نقش اجتماعی روند تصمیم گیری‌ها از اهمیت بیشتری برخوردارند.

پرویز علوی در کتاب ارتباطات سیاسی می‌نویسد: ارتباطات همگانی، در شیوه کسب اطلاعات درباره جهان، انقلابی ایجاد کرده است و در القای نگرش‌ها و رفتارهای سیاسی نقش بسیار مهمی دارد. البته وسایل ارتباط جمعی همانند مدارس، نباید پیامی مغایر با تعالیم خانوادگی و مذهبی داشته باشند. در این صورت با شکست روبرو می‌شوند.

ژان کازنو به نقش همگن سازی رسانه‌های جمعی اشاره می‌کند و می‌گوید: ارتباطات افراد جامعه را از حالت جدا و منزوی خارج ساخته و به توده تبدیل می‌کند. (علوی، ۱۳۷۵، ص ۴۷)

شیلر در کتاب "مدیران مغزها" درباره روند ارتباط جمعی در ادبیات جامعه شناسانه غرب می‌نویسد: گردانندگان رسانه‌های جمعی ماهرانه پیامهایی را خلق می‌کنند که با واقعیت‌های زندگی اجتماعی مطابقت ندارد.

با توجه به وجود نظریه‌های متفاوت درباره کارکرد رسانه‌های جمعی، حمید مولانا در کتاب گذر از نوگرایی به سه نگرش در این زمینه اشاره می‌کند.

۱. نگرش علیتی به مساله ارتباطات و توسعه: اولین نگرش که در دهه ۱۹۵۰ تا ۱۹۶۰ حاکم بود نگرش علیتی به مساله ارتباطات و توسعه است که به روابط علت و معلول و تقدم و تأخر وجودی این دو پدیده می‌پردازد. این دیدگاه به دلیل نگرش قوم مداری

۳. نگرش ساختارگرا به ارتباطات توسعه: نقل اصلی این نظریه را پژوهشگران جهان سوم و اروپا تشکیل دادند. به عنوان مثال گزارش کمیسیون بین المللی پژوهش درباره مشکلات ارتباطات (کمیسیون مک براید). این نگرش، ارتباطات را زیر ساخت و پیش شرط رشد اقتصادی و بنابراین توسعه می‌داند. (مولانا، ۱۳۷۱، ۳۸)

### سازمان رسانه‌های خبری

تشکیلات و سازمان وسایل ارتباط جمعی در هر کشور با توجه به نیازهای سیاسی اقتصادی، فرهنگی- اجتماعی آن به وجود آمده است هر چند که تفاوت‌هایی در ساختار سازمان‌های خبری کشورهای جهان وجود دارد؛ با این حال شباهت‌های آن نیز کم نیستند. سازمان خبری<sup>۱</sup> هر چه گسترده تر و عظیم تر باشد؛ بی شک تعداد خبرنگاران و شعبه یا سرویس‌های مختلف آن نیز بیشتر خواهد بود. دکتر نعیم بدیعی و حسین قندی در کتاب روزنامه نگاری نویسن ساختار و سازمان کلی "تحریریه" یک مؤسسه خبری را به صورت ذیل طبقه بندی کرده اند؛ البته باید خاطر نشان کرد این ساختار اگر چه در تحریریه تمامی روزنامه‌ها، مجله‌ها، خبرگزاری‌ها و رادیو تلویزیون کمابیش مشترک و مشابه است اما طبعاً هر تحریریه‌ای به ویژه در رسانه‌های مکتوب (روزنامه و مجلات) و رسانه‌های شفاهی دیداری، شنیداری (رادیو و تلویزیون) اندکی با هم متفاوت است:

۱) سردبیر: وظیفه سردبیر<sup>۲</sup> که در رأس سازمان خبری یا تحریریه قرار می‌گیرد هماهنگ کردن عوامل اجرایی و فعالیت‌های آنان با خط مشی رسانه، ایجاد ارتباط و هماهنگی بین گروه‌ها، شعب یا سرویس‌های گوناگون و اعمال مدیریت در کلیه بخش‌های خبری و نظارت بر امور خبری است.

۲) معاون سردبیر: معاون سردبیر<sup>۳</sup> در حکم جانشین و قائم مقام سردبیر فعالیت می‌کند و در واقع همراه و همگام سردبیر ناظر بر حسن اجرای کار است. به عبارت دیگر وظیفه معاون سردبیر در حضور یا حتی غیاب سردبیر اجرای امور تحریریه و نظارت و مدیریت بر مراحل فنی است.

۳) دبیر سرویس: سازمان‌های خبری از سرویس‌های گوناگونی تشکیل یافته اند؛ در برخی رسانه‌ها این سرویس‌ها به ویژه در رسانه‌های مکتوب مرکب از خبرنگاران، گزارشگران، مصاحبه گران و نویسندگان است که در رأس آنان دبیر سرویس در محدوده‌ای کوچک تر وظایف سردبیر را در حوزه سرویس خود بر عهده دارد و اعمال مدیریت می‌کند. این سرویس‌ها شامل سرویس سیاسی، اقتصادی، خارجی، اجتماعی، شهرستانها، گزارش و بالاخره سرویس مقالات و نامه‌هاست. تعداد این سرویس‌ها بسته به نیاز و گستردگی سازمان خبری کم و زیاد می‌شود.

۴) دبیر فنی: مسؤولیت امور فنی اعم از صفحه آرایی، نظارت بر چاپ و ... را بر عهده دارد.

۵) ویراستاری یا هیأت ویراستاری: ویراستاران جایگاهی شاخص در تحریریه‌ها دارند، آنان هستند که وظیفه تطبیق فعالیت خبرنگاران روزنامه نگاران را با مشی روزنامه ارزیابی و به عنوان کانال پالایش اخبار ایفای نقش می‌کنند.

۶) سرویس عکس: در برخی از سازمان‌های خبری این سرویس، تأمین قسمت‌های تصویری را بر عهده می‌گیرد. عکاس خبری<sup>۴</sup> نیازمند آشنایی به زمینه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، هنری و ... است.

- (۷) **آرشیو عکس و خبر:** مخزن و گنجینه اطلاعاتی و یادآورنده آگاهی‌ها و رویدادهای گذشته در هر سازمان خبری است.
- (۸) **اتاق خبر:** به مرکز دریافت و ارسال اخبار توسط دستگاه‌های تلکس و نمابر (فاکس) گفته می‌شود.
- (۹) **کتابخانه:** در کنار تحریریه‌ها به عنوان مرکز مطالعات آزاد و تخصصی وجود کتابخانه‌ها، نه تنها لازم بلکه حیاتی است.

### مفهوم شناسی مهندسی فرهنگ

در مهندسی فرهنگ اگر در نظر باشد که مفهوم شناسی صورت پذیرفته و دقیقاً منظور از مهندسی فرهنگ بیان گردد، قدم اول مشخص نمودن ماهیت و چیستی فرهنگ است. درباره فرهنگ تعاریف بسیاری ارائه شده و حتی کتاب‌های مستقل متعددی در فهرست کردن و شرح تعاریف در داخل و خارج کشور، نوشته شده است. بعضی از کتب 200 تعریف از فرهنگ ارائه کرده اند. فرهنگ مبلغ انسان و حیات جمعی انسان است. در یک تعریف ساختار و ریخت بینش و منش تنیده در بستر زمانی مشخص و معین که بدل به طبیعت ثانوی و هویت محقق و مجسم جمعی طیفی از آدمیان شده باشد را فرهنگ می‌گوییم. این تعریفی است پیچیده و مفصل، لذا می‌توان فرهنگ و مطالعه فرهنگ را به انسان شناسی انضمامی تعبیر کرد. یعنی انسان و متعلقاتش اگر مورد مطالعه قرار بگیرد در واقع فرهنگ مطالعه می‌گردد. البته انسان و متعلقاتش موقعی وجود دارد که میان او و جامعه پیوند باشد. فرهنگ و جهان زیست آدمیان به همان اندازه پیچیده، کثیرالاجزاء و اعضاء است که انسان شناسی و یا جهان شناسی فیزیکی می‌تواند باشد. فرهنگ بازتاب همه وجود انسان است، همچون جسم پیچیده است و درون آدمی از لحاظ طبی و علوم راجع به انسان مطالعه می‌شود. فیزیک بشر به همان اندازه پیچیده و دقیق و

سرسام آور است و بشر بعد از قرن‌ها متحیر است در مقابل وجود فیزیکی خودش که چه دقائق و ظرافتی را خدا در وجود او دمیده، وجود غیرفیزیکی بشر همینطور است و فرهنگ به عنوان تجلی، تبلور، بازتاب و بازخورد وجود آدمی پیچیده است. لذا فرهنگ یک مقوله بسیار پیچیده، چند بعدی، پرجزء و به شدت درهم تنیده و تحت تأثیر هزاران متغیر شناخته و ناشناخته است. اگر فرهنگ این باشد که توضیح داده شد مهندسی فرهنگ عبارت خواهد بود از سامان بخشی، اصلاح، جهت دهی و ارتقاء بخشی به این مقوله به صورت آگاهانه و بر اساس تلقی مشخص از فرهنگ و براساس شناختی که از آن داریم.

به منظور مهندسی فرهنگ جامعه می‌بایست نکات در پی آمده مورد توجه قرار گیرد:

- (۱) در بررسی فرهنگ، لازم است به تمامی لایه‌های آن از باورها و ارزشهای بنیادی، آداب، سنن، رسوم، عادات، هنجارها، تا محصولات و مصنوعات فرهنگی توجه شود.
  - (۲) مؤلفه‌های فرهنگ (جامعه، تکنیک، سلامت، بهداشت، تغذیه، زبان، گردش و گردشگری، اقتصاد، ...) با یکدیگر در تعامل بوده و در جهت سازگاری، یکدیگر را تعدیل نمایند.
- بنابراین در ارزیابی برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت، و بلندمدت امور و دستگاه‌های مختلف، نه تنها می‌بایست به تغییرات کمی و کیفی مؤلفه‌های فرهنگی و تناسب و شتاب تغییرات مقتضی چشم‌انداز توجه شود، بلکه مهم‌تر از آن بایستی به تست سازگاری تغییرات میان مؤلفه‌ها (که کمیت و شتاب را تحت تأثیر قرار می‌دهد)، مبادرت کرد. این شیوه ارزیابی با آنچه در وضعیت کنونی در نظام برنامه‌ریزی کشور متداول و صرفاً بر پیشرفت اهداف بخشی، آن هم جدا از یکدیگر متمرکز بوده و بدون توجه به آثار و ثمرات فرهنگی آنها صورت می‌پذیرد، متفاوت است (گیسون، ۲۰۰۱، ۹).



۳) تغییرات فرهنگی در سه عرصه جریان دارد: عرصه رسمی، عرصه غیر رسمی و عرصه فنی و تکنولوژیک. عرصه رسمی را آموزه‌های دینی- اخلاقی، آموزش و پرورش، و خانواده تشکیل می‌دهد. در حالی که عرصه غیررسمی همان محیط تعاملات اجتماعی و عرصه فنی محیط تعاملات کاری- حرفه‌ای و تکنولوژی است.

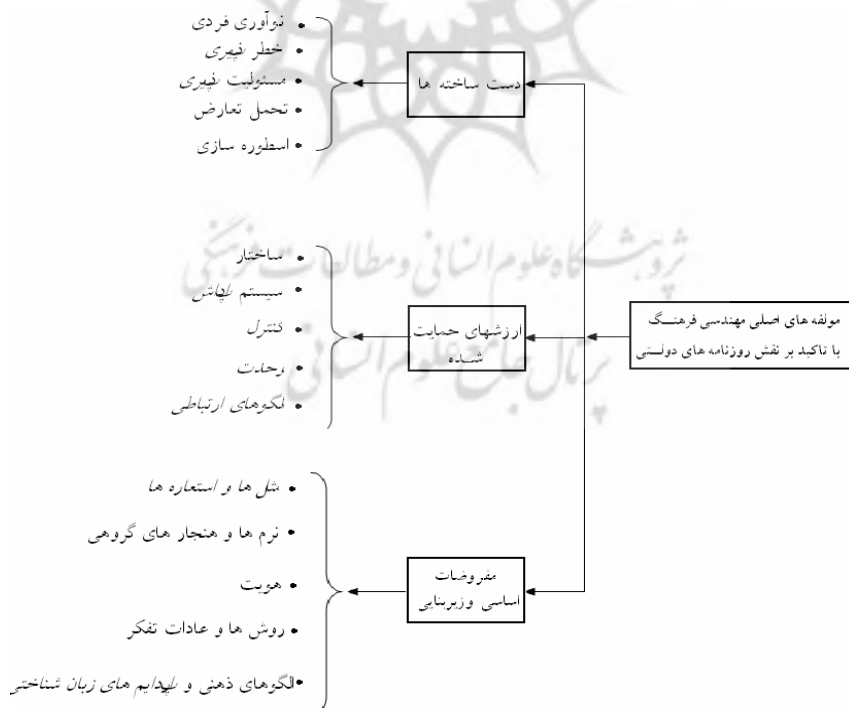
۴) در فرایند این عمل خطیر می‌بایست از یک نوع ابتلای ضد ارزش که آقای "کریس آرچیریس" استاد دانشگاه‌ها روارد از آن به عنوان بی‌لیاقتی ماهرانه نام می‌برد پرهیز و مراقبت کرد. این آفت مهلک را نادیده گرفتن و سرپوش گذاردن بر شکاف میان ارزشهای واقعی و رایج و ارزشهای معهود است که همچون ویروس، ارزشهای معهود را مضمحل و نابود می‌کند.

۵) به کارگیری عنوان مهندسی در ارتباط با فرهنگ جامعه یک بدعت و ابراز سلیقه نیست، بلکه همان گونه که از مطالب فوق برمی‌آید به لحاظ فراگیر بودن مفهوم

فرهنگ و برخورداری آن از ارتباطات پیچیده سیستمی در درون و برون، مدیریت و هدایت فرهنگی جامعه مستلزم تبعیت از اصول و ضوابط مهندسی سیستم‌هاست (جوادیان، ۲۰۰۳، ۱۱).

### مدل مفهومی پژوهش

چارچوب نظری یک الگوی مفهومی است مبتنی بر روابط تئوریک میان شماری از عواملی که در مورد مسأله مورد پژوهش با اهمیت تشخیص داده شده اند. این نظریه با بررسی سوابق پژوهشی در قلمرو مسأله به گونه‌ای منطقی جریان پیدا می‌کند. با توجه به موارد فوق در این پژوهش به منظور سنجش میزان نقش روزنامه‌های دولتی در مهندسی فرهنگ کشور از مدل ترکیبی زیر (برگرفته از نظریه فرهنگ ادگار شاین و دیگر محققین) بهره‌گیری شده است.



### نمودار (۲) مدل ترکیبی مهندسی فرهنگ

(برگرفته از نظریه فرهنگ ادگار شاین و دیگران)

### اهداف پژوهش

هدف اصلی طرح حاضر بررسی و اندازه‌گیری میزان نقش روزنامه‌های دولتی در مهندسی فرهنگ کشور می‌باشد که این کار با استفاده از الگوهای مطلوب صورت می‌پذیرد. در این راستا اهداف فرعی زیر مورد مطالعه و مذاقه قرار خواهند گرفت:

- سنجش میزان نقش دست ساخته‌های فرهنگی در مهندسی فرهنگ
- سنجش میزان نقش ارزشهای حمایت شده در مهندسی فرهنگ
- سنجش میزان نقش مفروضات اساسی و زیر بنایی در مهندسی فرهنگ

### سوالات فرعی:ب)

- ۶) بین نقش روزنامه‌های دولتی و ساختار چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۷) بین نقش روزنامه‌های دولتی و سیستم پاداش چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۸) بین نقش روزنامه‌های دولتی و کنترل چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۹) بین نقش روزنامه‌های دولتی و وحدتچه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۱۰) بین نقش روزنامه‌های دولتی و الگوهای ارتباطی چه رابطه‌ای وجود دارد؟

### سوالات پژوهش

- سوال اصلی: ج) بین نقش روزنامه‌های دولتی و مفروضات اساسی و زیربنایی از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- سوال اصلی: الف) بین نقش روزنامه‌های دولتی و مصنوعات و دست ساخته‌ها از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ چه رابطه‌ای وجود دارد؟

### سوالات فرعی:ج)

- ۱۱) بین نقش روزنامه‌های دولتی و مثل‌ها و استعاره‌ها چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۱۲) بین نقش روزنامه‌های دولتی و نرم‌ها و هنجارهای گروهی چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۱۳) بین نقش روزنامه‌های دولتی و هویت چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۱۴) بین نقش روزنامه‌های دولتی و روش‌ها و عادات تفکر چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۱۵) بین نقش روزنامه‌های دولتی و الگوهای ذهنی و پارادایم‌های زبان شناختی چه رابطه‌ای وجود دارد؟

### سوالات فرعی:الف)

- ۱) بین نقش روزنامه‌های دولتی و نوآوری فردی چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۲) بین نقش روزنامه‌های دولتی و خطر پذیری چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۳) بین نقش روزنامه‌های دولتی و مسئولیت پذیری چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۴) بین نقش روزنامه‌های دولتی و تحمل تعارض چه رابطه‌ای وجود دارد؟
- ۵) بین نقش روزنامه‌های دولتی و اسطوره سازی چه رابطه‌ای وجود دارد؟

### فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی: الف) بین نقش روزنامه‌های دولتی و مصنوعات و دست ساخته‌ها از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معناداری وجود دارد.

سوال اصلی: ب) بین نقش روزنامه‌های دولتی و ارزشهای حمایت شده از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ چه رابطه‌ای وجود دارد؟

**فرضیات فرعی: الف**

- (۱۲) بین نقش روزنامه‌های دولتی و نرم‌ها و هنجارهای گروهبی رابطه معنا داری وجود دارد.
- (۱۳) بین نقش روزنامه‌های دولتی و هویت رابطه معنا داری وجود دارد.
- (۱۴) بین نقش روزنامه‌های دولتی و روش‌ها و عادات تفکر رابطه معنا داری وجود دارد.
- (۱۵) بین نقش روزنامه‌های دولتی و الگوهای ذهنی و پارادایم‌های زبان شناختی رابطه معنا داری وجود دارد.

- (۱) بین نقش روزنامه‌های دولتی و نوآوری فردی رابطه معنا داری وجود دارد.
- (۲) بین نقش روزنامه‌های دولتی و خطر پذیری رابطه معنا داری وجود دارد.
- (۳) بین نقش روزنامه‌های دولتی و مسئولیت پذیریرابطه معنا داری وجود دارد.
- (۴) بین نقش روزنامه‌های دولتی و تحمل تعارض رابطه معنا داری وجود دارد.
- (۵) بین نقش روزنامه‌های دولتی و اسطوره سازیرابطه معنا داری وجود دارد.

**روش پژوهش**

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی (همبستگی) می‌باشد.

**جامعه و نمونه آماری**

جامعه مورد تحقیق شامل کلیه کارشناسان، اساتید و متخصصان حوزه رسانه و فرهنگ می‌باشند که از جامعه مذکور ۸۶ نفر از خبرگان انتخاب و میزان تاثیر گذاری هر یک از مؤلفه‌های مورد تحقیق در مهندسی فرهنگ با تاکید بر نقش روزنامه‌های دولتی از نظر آنها مورد ارزیابی قرار گرفت.

**فرضیه اصلی: ب)** بین نقش روزنامه‌های دولتی و ارزشهای حمایت شده از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معنا داری وجود دارد.

**فرضیات فرعی: ب)**

- (۶) بین نقش روزنامه‌های دولتی و ساختار رابطه معنا داری وجود دارد.
- (۷) بین نقش روزنامه‌های دولتی و سیستم پیدایش رابطه معنا داری وجود دارد.
- (۸) بین نقش روزنامه‌های دولتی و کنترل رابطه معنا داری وجود دارد.

**روش گرد آوری و تجزیه تحلیل اطلاعات**

برای جمع آوری اطلاعات در این پژوهش از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه ۴۵ گویه‌ای) استفاده شده است.

(۹) بین نقش روزنامه‌های دولتی و وحدت رابطه معنا داری وجود دارد.

(۱۰) بین نقش روزنامه‌های دولتی و الگوهای ارتباطی رابطه معنا داری وجود دارد.

**فرضیه اصلی: ج)** بین نقش روزنامه‌های دولتی و مفروضات اساسی و زیر بنایی از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معنا داری وجود دارد.

**آزمون فرضیات**

جدول شماره (۱): جنس

	فرآوانی	درصد	درصد اعتباری	درصد تجمعی
مرد	48	55.8	55.8	55.8
زن	38	44.2	44.2	100.0
جمع کل	86	100.0	100.0	

**فرضیه فرعی: ج)**

(۱۱) بین نقش روزنامه‌های دولتی و مثل‌ها و استعاره‌ها رابطه معنا داری وجود دارد.

همانگونه که از جدول بالا مشاهده می شود از مجموع ۸۶ نفر نمونه مورد پژوهش ۱۱ نفر معادل ۱۲٫۸ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۵۴ نفر معادل ۶۲٫۸ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۲۱ نفر معادل ۲۴٫۴ درصد دارای مدرک دکتری می باشند.

### فرضیات اصلی:

**فرضیه الف):** بین نقش روزنامه های دولتی و مصنوعات و دست ساخته ها از مؤلفه های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معناداری وجود دارد.

Std. Error Mean	Std. Deviation	Mean	N
.44149	4.09424	31.1163	86
جدول شماره (۵)			
Test Value = 45			
Mean Difference	Sig. (2-tailed)	df	t
-13.88372	.000	85	-31.447
Farzi			

تفسیر:

با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (۳۱/۴۴۷) با درجه آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می توان قضاوت کرد که بین نقش روزنامه های دولتی و مصنوعات و نمادهای فرهنگی از مؤلفه های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معناداری وجود دارد.

همانگونه که از جدول بالا مشاهده می شود از مجموع ۸۶ نفر نمونه مورد پژوهش ۴۸ نفر معادل ۵۵٫۸ درصد مرد و ۳۸ نفر معادل ۴۴٫۲ درصد زن می باشند.

### جدول شماره (۲) سن

درصد	درصد اعتباری	درصد	فراوانی
29.1	29.1	29.1	25
69.8	40.7	40.7	35
95.3	25.6	25.6	22
100.0	4.7	4.7	۵۱ سال به بالا
	100.0	100.0	جمع کل

همانگونه که از جدول بالا مشاهده می شود از مجموع ۸۶ نفر نمونه مورد پژوهش ۲۵ نفر معادل ۲۹٫۱ درصد در گروه سنی ۲۰-۳۰، ۳۵ نفر معادل ۴۰٫۷ درصد در گروه سنی ۳۱-۴۰ سال، ۲۲ نفر معادل ۲۵٫۶ درصد در گروه سنی ۴۱-۵۰ سال و ۴ نفر معادل ۴٫۷ درصد در گروه سنی بالاتر از ۵۱ سال می باشند.

### جدول شماره (۳) تاهل

درصد	درصد اعتباری	درصد	فراوانی
32.6	32.6	32.6	مجرد
100.0	67.4	67.4	متاهل
	100.0	100.0	جمع کل

همانگونه که از جدول بالا مشاهده می شود از مجموع ۸۶ نفر نمونه مورد پژوهش ۲۸ نفر معادل ۳۲٫۶ درصد مجرد و ۵۸ نفر معادل ۶۷٫۴ درصد متاهل می باشند.

### جدول شماره (۴) تحصیلات

درصد	درصد اعتباری	درصد	فراوانی
12.8	12.8	12.8	کارشناسی
75.6	62.8	62.8	کارشناسی ارشد
100.0	24.4	24.4	دکتری
	100.0	100.0	جمع کل

فرضیه ب) بین نقش روزنامه‌های دولتی و فرهنگ رابطه معناداری وجود دارد. ارزشهای حمایت شده از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی

جدول شماره (۶)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
farz2	86	30.4767	6.71211	.72379		
Test Value = 45						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
farz2	-20.066	85	.000	-14.52326	-15.9623	-13.0842

تفسیر: مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معناداری

با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (۲۰/۰۶۶) با درجه آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که بین نقش روزنامه‌های دولتی و ارزشها از

جدول شماره (۷)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
farz3	86	31.7209	13.11456	1.41418		
Test Value = 45						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
farz3	-9.390	85	.000	-13.27907	-16.0908	-10.4673

تفسیر: می‌شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت

با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-۹/۳۹۰) با درجه آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که بین نقش روزنامه‌های دولتی و مفروضات اساسی و زیر بنایی از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (۸) آزمون فریدمن جهت تعیین رتبه مؤلفه‌های اصلی تحقیق

عنوان مؤلفه	میانگین رتبه‌ها
فرض الف	2.10
فرض ب	2.03
فرض ج	1.86

همانطور که از جدول بالا مشاهده می‌شود بر اساس نظرات ارائه شده از سوی خبرگان از میان سه مؤلفه اصلی: مؤلفه مصنوعات و نمادهای فرهنگی با میانگین ۲/۱۰ در رتبه نخست، مؤلفه ارزشها با میانگین ۲/۰۳ در رتبه دوم و مؤلفه مفروضات اساسی با میانگین ۱/۸۶ در رتبه سوم اهمیت تاثیرگذاری نقش رسانه‌ها در مهندسی فرهنگ قرار دارد. آزمون فرضیات فرعی:

۱) بین نقش روزنامه‌های دولتی و نوآوری فردی رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (۹)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۱	86	5.8721	1.34424	.14495		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۱	-21.579	85	.000	-3.12791	-3.4161	-2.8397

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و نوآوری فردی رابطه

با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که رابطه معناداری وجود دارد. (۲) بین نقش روزنامه‌های دولتی و خطر پذیری

جدول شماره (۱۰)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض	86	6.6047	1.39139	.15004		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۲	-15.965	85	.000	-2.39535	-2.6937	-2.0970

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و خطرپذیری رابطه

معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که رابطه معناداری وجود دارد. (۳) بین نقش روزنامه‌های دولتی و مسئولیت پذیری

جدول شماره (۱۱)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۳	86	6.3721	1.62370	.17509		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۳	-15.009	85	.000	-2.62791	-2.9760	-2.2798

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و مسئولیت پذیری رابطه

معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t) بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که رابطه معناداری وجود دارد. (۴) بین نقش روزنامه‌های دولتی و تحمل تعارض

جدول شماره (۱۲)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۴	86	6.1977	1.30897	.14115		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۴	-19.854	85	.000	-2.80233	-3.0830	-2.5217

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و تحمل تعارض رابطه

معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)

(۵) بین نقش روزنامه‌های دولتی و اسطوره سازی بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که

جدول شماره (۱۳)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۵	86	6.0698	1.51689	.16357		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۵	-17.914	85	.000	-2.93023	-3.2555	-2.6050

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و اسطوره سازی رابطه

معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)

(۶) بین نقش روزنامه‌های دولتی و ساختار رابطه بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

معناداری وجود دارد. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که

جدول شماره (۱۴)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۶	86	6.0349	2.02599	.21847		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۶	-13.572	85	.000	-2.96512	-3.3995	-2.5307

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و ساختار رابطه معناداری

وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)

بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که

(۷) بین نقش روزنامه‌های دولتی و سیستم پاداش

رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (۱۵)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۷	86	5.7907	1.30263	.14047		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۷	-22.847	85	.000	-3.20930	-3.4886	-2.9300

تفسیر:

بین نقش روزنامه‌های دولتی و سیستم پاداش رابطه

معناداری وجود دارد.

با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)

(۸) بین نقش روزنامه‌های دولتی و کنترل رابطه

معناداری وجود دارد.

بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که

جدول شماره (۱۶)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۸	86	6.1977	1.74099	.18774		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۸	-14.927	85	.000	-2.80233	-3.1756	-2.4291

تفسیر:

بین نقش روزنامه‌های دولتی و کنترل رابطه معناداری

وجود دارد.

با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)

(۹) بین نقش روزنامه‌های دولتی و وحدت رابطه

معناداری وجود دارد.

بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که

جدول شماره (۱۷)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۹	86	6.2209	2.00823	.21655		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۹	-12.833	85	.000	-2.77907	-3.2096	-2.3485

تفسیر:

بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که

بین نقش روزنامه‌های دولتی و وحدت رابطه معناداری

وجود دارد.

با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)



۱۰) بین نقش روزنامه‌های دولتی و الگوهای ارتباطی رابطه معناداری وجود دارد.

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	جدول شماره (۱۸)	
فرض ۱۰		86	6.2326	1.71275	.18469		
Test Value = 9							
						95% Confidence Interval of the Difference	
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
فرض ۱۰		-14.984	85	.000	-2.76744	-3.1347	-2.4002

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و الگوهای ارتباطی رابطه

معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)

بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود. (۱۱) بین نقش روزنامه‌های دولتی و مثل‌ها و

استعاره‌ها رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	جدول شماره (۱۹)	
فرض ۱۱		86	6.3372	2.68596	.28963		
Test Value = 9							
						95% Confidence Interval of the Difference	
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
فرض ۱۱		-9.194	85	.000	-2.66279	-3.2387	-2.0869

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و مثل‌ها و استعاره‌ها رابطه

معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)

بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود. (۱۲) بین نقش روزنامه‌های دولتی و نرم‌ها و

هنجارهای گروهی رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	جدول شماره (۲۰)	
فرض ۱۲		86	6.5116	2.60201	.28058		
Test Value = 9							
						95% Confidence Interval of the Difference	
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
فرض ۱۲		-8.869	85	.000	-2.48837	-3.0462	-1.9305

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و نرم‌ها و هنجارهای

گروهی رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)

بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود. (۱۳) بین نقش روزنامه‌های دولتی و هویت رابطه

معناداری وجود دارد. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که

جدول شماره (۲۱)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۱۳	86	6.4302	2.81818	.30389		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۱۳	-8.456	85	.000	-2.56977	-3.1740	-1.9655

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و هویت رابطه معناداری

وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)

(۱۴) بین نقش روزنامه‌های دولتی و روش‌ها و بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که عادات تفکر رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره (۲۲)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۱۴	86	6.3140	2.61786	.28229		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۱۴	-9.515	85	.000	-2.68605	-3.2473	-2.1248

تفسیر: بین نقش روزنامه‌های دولتی و روش‌ها و عادات تفکر

رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با درجه

آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از مقدار (t)

(۱۵) بین نقش روزنامه‌های دولتی و الگوهای ذهنی بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد می‌شود.

بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان قضاوت کرد که و پارادایم‌های زبان شناختی رابطه معنا داری وجود دارد.

جدول شماره (۲۳)						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
فرض ۱۵	86	6.1279	2.92975	.31592		
Test Value = 9						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرض ۱۵	-9.091	85	.000	-2.87209	-3.5002	-2.2440

تفسیر:

قضاوت کرد که بین نقش روزنامه‌های دولتی و

الگوهای ذهنی و پارادایم‌های زبان شناختی رابطه

معناداری وجود دارد.

با توجه به اینکه مقدار (t) محاسبه شده (-) با

درجه آزادی (۸۵) و سطح معنی داری (۰/۰۰۰) از

مقدار (t) بحرانی جدول بزرگتر است فرض صفر رد

می‌شود. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان

جدول شماره (۲۴): خلاصه آزمون فرضها

					95% Confidence Interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower	Upper
فرض ۱	19.814	85	.000	2.87209	2.5839	3.1603
فرض ۲	24.025	85	.000	3.60465	3.3063	3.9030
فرض ۳	19.259	85	.000	3.37209	3.0240	3.7202
فرض ۴	22.654	85	.000	3.19767	2.9170	3.4783
فرض ۵	18.767	85	.000	3.06977	2.7445	3.3950
فرض ۶	13.892	85	.000	3.03488	2.6005	3.4693
فرض ۷	19.867	85	.000	2.79070	2.5114	3.0700
فرض ۸	17.033	85	.000	3.19767	2.8244	3.5709
فرض ۹	14.874	85	.000	3.22093	2.7904	3.6515
فرض ۱۰	17.503	85	.000	3.23256	2.8653	3.5998
فرض ۱۱	11.522	85	.000	3.33721	2.7613	3.9131
فرض ۱۲	12.516	85	.000	3.51163	2.9538	4.0695
فرض ۱۳	11.288	85	.000	3.43023	2.8260	4.0345
فرض ۱۴	11.739	85	.000	3.31395	2.7527	3.8752
فرض ۱۵	9.901	85	.000	3.12791	2.4998	3.7560

جدول شماره (۲۵): آزمون کندال جهت تعیین رتبه مؤلفه‌ها

میانگین رتبه‌ها	عنوان مؤلفه
7.31	نوآوری فردی
9.38	خطر پذیری
8.78	مسئولیت پذیری
8.46	تحمل تعارض
7.78	اسطوره سازی
7.76	ساختار
7.31	سیستم پاداش
8.03	کنترل
7.85	وحدت
8.10	الگوهای ارتباطی
7.71	مثلها و استعاره‌ها
8.49	نرم‌ها و هنجارهای گروهی
7.94	هویت
7.81	روش‌ها و عادات تفکر
7.27	الگوهای ذهنی و پارادایم‌های زبان شناختی

### خلاصه و نتیجه گیری:

- از مجموع ۸۶ نفر نمونه مورد پژوهش ۲۸ نفر معادل ۳۲/۶ درصد مجرد و ۵۸ نفر معادل ۶۷/۴ درصد متأهل می‌باشند.

- از مجموع ۸۶ نفر نمونه مورد پژوهش ۱۱ نفر معادل ۱۲/۸ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۵۴ نفر معادل ۶۲/۸ درصد دارای مدرک کارشناسی ارشد و ۲۱ نفر معادل ۲۴/۴ درصد دارای مدرک دکتری می‌باشند.

- با توجه به آزمون فرضیات پژوهش مطابق نظرات کارشناسان و خبرگان عرصه رسانه و فرهنگ، بین نقش روزنامه‌های دولتی و مصنوعات و دست ساخته‌ها از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معناداری وجود دارد.

- با توجه به آزمون فرضیات پژوهش مطابق نظرات کارشناسان و خبرگان عرصه رسانه و فرهنگ، بین نقش روزنامه‌های دولتی و ارزشهای حمایت شده از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معناداری وجود دارد.

- با توجه به آزمون فرضیات پژوهش مطابق نظرات کارشناسان و خبرگان عرصه رسانه و فرهنگ، بین نقش روزنامه‌های دولتی و مفروضات اساسی و زیر بنایی از مؤلفه‌های اصلی در مهندسی فرهنگ رابطه معناداری وجود دارد.

- نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش نشان می‌دهد، مؤلفه مصنوعات و دست ساخته‌ها در جایگاه نخست اهمیت در فرآیند مهندسی فرهنگ در سطح روزنامه‌های دولتی ایران قرار دارد.

- نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش نشان می‌دهد، مؤلفه ارزشهای حمایت شده در جایگاه دوم اهمیت در فرآیند مهندسی فرهنگ در سطح روزنامه‌های دولتی ایران قرار دارد.

- نتایج حاصل از آزمون فرضیات پژوهش نشان می‌دهد، مؤلفه مفروضات اساسی و زیر بنایی در

در این پژوهش با توجه به اهمیت مهندسی فرهنگ در هزاره سوم و با توجه به نقش و جایگاه رسانه‌ها در جامعه به عنوان یکی از مهمترین جزء تشکیل دهنده نظام اجتماعی کشور، به تبیین مهمترین مؤلفه‌های مهندسی فرهنگ پرداخته و میزان تاثیر هر یک از مؤلفه‌ها در ارتباط با نقش رسانه‌ها مورد ارزیابی قرار گرفته است. بر این اساس از میان ۱۵ مؤلفه شناسایی شده که به طور خلاصه مهمترین یافته‌های پژوهش به شرح زیر می‌باشند:

- چارچوب نظری این پژوهش براساس تلفیقی از نظریات ادگار شاین، هافستده، تحقیقات محسنی و الگوی چلبی براساس دیدگاه پارسونز می‌باشد. به هر حال مطالعات اکتشافی محقق را بر آن داشت که با تلفیقی از نظریات ذکر شده و بررسی ارزشها و نگرشها در زمینه فرهنگ خصوصا تحقیقات ادگار شاین الگوی مهندسی فرهنگ را ارائه نماید.

- مدل تحلیلی پژوهش پس از استخراج ابعاد و مولفه‌های مورد نظر از نظریات اندیشمندان فوق الذکر در سه سطح مصنوعات و دست ساخته‌ها، ارزشهای حمایت شده و مفروضات اساسی و زیر بنایی مطرح و از مولفه‌های ۱۵ گانه، ۵ مولفه برای سطح مصنوعات و دست ساخته‌ها، ۵ مولفه برای سطح ارزشهای حمایت شده و ۵ مولفه نیز برای سطح مصنوعات و دست ساخته‌ها تدوین گردید.

- از مجموع ۸۶ نفر نمونه مورد پژوهش ۴۸ نفر معادل ۵۵/۸ درصد مرد و ۳۸ نفر معادل ۴۴/۲ درصد زن می‌باشند.

- از مجموع ۸۶ نفر نمونه مورد پژوهش ۲۵ نفر معادل ۲۹/۱ درصد در گروه سنی ۲۰-۳۰، ۳۵ نفر معادل ۴۰/۷ درصد در گروه سنی ۳۱-۴۰ سال، ۲۲ نفر معادل ۲۵/۶ درصد در گروه سنی ۴۱-۵۰ سال و ۴ نفر معادل ۴/۷ درصد در گروه سنی بالاتر از ۵۱ سال می‌باشند.

- جایگاه سوم اهمیت در فرآیند مهندسی فرهنگ در سطح روزنامه‌های دولتی ایران قرار دارد.
- ۷) علوی، پرویز (۱۳۷۵) ارتباطات سیاسی. تهران: انتشارات علوم نوین، تهران.
- ۸) فرهی‌بوزنجانی، برزو (۱۳۸۶)، درآمدی بر تفکر مهندسی، تفکر فرهنگی، مهندسی فرهنگ و مهندسی فرهنگی کشور؛ منقول در: شورای عالی انقلاب فرهنگی (دبیرخانه).
- ۹) مخبر محمدرضا (۱۳۸۵) "نقش مهندسی فرهنگی در کاهش آسیب‌های اجتماعی"، دو هفته‌نامه مهندسی فرهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی، ش 5، ص 3.

۱۰) مرتضوی، محمودرضا (۱۳۷۷) اطلاع رسانی روزنامه و تلویزیون در ایران، پایان نامه تحصیلی دوره کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی.

۱۱) معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱) وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات علامه طباطبائی.

۱۲) معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۷) ارکان حقوقی مطبوعات. فصلنامه رسانه، تابستان.

۱۳) مولانا، حمید (۱۳۷۱) گذر از نوگرایی. ترجمه یونس شکرخواه، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

۱۴) میرعابدینی، احمد (۱۳۷۵) مبانی ارتباط جمعی. جزوه درسی مرکز آموزش مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

۱۵) ناظمی اردکانی، مهدی. (۱۳۸۵). مهندسی فرهنگی کشور: تحلیلی بر فرمایشات مقام معظم رهبری در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۸۱ (جزوه چاپ نشده) تهران. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.

- 16) Gibson C. B. and Zellmer-Bruhn M.E. (2001). *Metaphors and Meaning: An Intercultural Analysis of the Concept of Teamwork*, *Administrative Science Quarterly*.
- 17) Javidan, M. & Dastmalchian, A. (2003). *Culture and leadership in*

#### منابع و ماخذ

- ۱) آشتیانی، منوچهر (۱۳۸۰) سوء تفاهم‌هایی در مقوله فرهنگ و تحقیقات فرهنگی - نشریه پگاه حوزه، تهران.
- ۲) ایران نژاد، علیرضا (۱۳۸۵) تدوین مبانی و مفروض‌های فرهنگ کشور، تهران دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- ۳) بنیانیان حسن (۱۳۸۵) مهندسی فرهنگی از نظر تا عمل در جامعه ایران، (خلاصه مقالات نخستین همایش ملی مهندسی فرهنگی، 20-21 دی‌ماه.
- ۴) حسینی پاکدهی، علیرضا (۱۳۷۳) بررسی ساختار اخبار شبکه اول سیمای جمهوری اسلامی. مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما.
- ۵) ره پیک، حسن (۱۳۷۹) حقوق امنیتی، کنترل اجتماعی و رسانه‌ها. مجموعه مقالات همایش رسانه‌ها و ثبات سیاسی، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ۶) ژیرار آگوستین (۱۳۷۲) توسعه فرهنگی (تجارب و خط مشی‌ها)، - ناشر: مرکز پژوهش‌های بنیادی مرکز آمار و برنامه ریزی پژوهش‌های فرهنگی، چاپ اول.

Iran: The land of individual achievers, strong family ties, and powerful elite, Academy of Management Executive.

- 18) Markus, H., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation, *Psychological Review*.
- 19) Paszkowaska, Gabriela. (1996). *Does the Degree of Uncertainty Avoidance and Social Masculinity Influence Organizational Structure?* Wroclaw University of Technology, Poland.
- 20) Schein, e. (1992). *Organizational culture and leadership*. (2 ed). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- 21) -Bernard and burnes(1999)*Managing change – a strategic approach to organizational dynamics –pitman publishing*.
- 22) Barney .J,W ,Griffin(1992) ”The management of organization ” N .J:Houghton Mifflin co.

یادداشت‌ها

- 1 News Organization
- 2 Editor
- 3 Deputy Editor
- 4 Technical Secretary
- 5 Editerial Board
- 6 News Photographer