

## شاخص‌های اخلاق اسلامی در اخبار صداوسیما جهت افزایش اعتماد سیاسی مخاطبان به حکومت (مطالعه موردی: خبر ۲۱ شبکه اول سیما)

مرتضی شمس \*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۲۴

اردشیر زابلی زاده \*\*

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۰۶

### چکیده

اعتماد سیاسی یکی از انواع اعتماد است که به رابطه دولت و مردم می‌پردازد. افزایش اعتماد سیاسی موجب تعامل بیشتر مردم و دولت و افزایش مشارکت سیاسی می‌شود. به دلیل اهمیت رسانه ملی در هدایت افکار عمومی، پژوهش حاضر با روش تحلیل محتوای کیفی و با رویکرد قیاسی به مطالعه چگونگی پوشش خبری مهم‌ترین شاخص‌های اخلاقی توصیه‌شده در دین اسلام به حاکمان اسلامی به‌منظور افزایش اعتماد سیاسی مخاطبان به حکومت سیاسی، در اخبار تلویزیونی صداوسیما پرداخته است. برای تحلیل دقیق‌تر و عینی‌تر نمونه‌های مورد مطالعه، از داده‌های کمی نیز استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، بخش‌های خبر تلویزیونی ساعت ۲۱ شبکه اول سیما جمهوری اسلامی ایران است که هر یک از اخبار در این بخش خبری، به‌عنوان واحد مشاهده و واحد تحلیل در نظر گرفته شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، ۲۵/۹۲ درصد از کل اخبار ساعت ۲۱ شبکه اول سیما، به شاخص‌های افزایش اعتماد سیاسی به حکومت بر اساس معیارهای اخلاق اسلامی پرداخته است و از این میزان، ۳۸/۰۹ درصد مقوله‌ها، به ویژگی‌های فردی مسئولان حکومت اسلامی در جهت اعتمادافزایی مخاطبان به حکومت سیاسی در جامعه اشاره داشته‌اند و مابقی یعنی ۶۱/۹۰ درصد، رفتار مسئولین حکومت با مردم را مورد توجه قرار داده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد در همه تولیدات خبر تلویزیونی ۲۱ شبکه اول سیما، به زیر مقوله‌های «داشتم تقوای الهی»، «پرهیز از رفاه‌زدگی و دنیاپرستی مسئولین حکومت»، «مدارا کردن و رفیق با مردم» و «قرارگیری هر شخص یا نهاد در جای خود» هیچ توجه و اشاره‌ای نشده است.

**واژگان کلیدی:** رسانه، اخلاق اسلامی، اعتماد سیاسی، خبر، صداوسیما.

\* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه تهران، پژوهشگر سازمان صداوسیما، تهران، ایران، (نویسنده مسئول،

رایانامه: [morteza\\_w\\_shams@yahoo.com](mailto:morteza_w_shams@yahoo.com))

\*\* استادیار دانشگاه صداوسیما و مدیر شبکه تلویزیونی ایران کالا، تهران، ایران. [azmmf9432@gmail.com](mailto:azmmf9432@gmail.com)

## مقدمه

در یک دهه اخیر مسئله اعتماد سیاسی جایگاه مهمی در اندیشه‌های جامعه‌شناسی و جامعه‌شناسی سیاسی کسب کرده است. یکی از عرصه‌های سیاسی که مسئله اعتماد در آن مطرح است، عرصه روابط بین مردم و حکومت سیاسی حاکم بر مردم است که در این روابط، مردم به چه میزان به حکومت سیاسی کشور خود اعتماد دارند. اعتماد مردم به نهاد حکومت، دوام و بقای حکومت بدون توسل به زور و خشونت و همچنین رضایت مردم را به دنبال دارد؛ بدین صورت که اعتماد، رضایت را جایگزین سرکوب و زور می‌کند. پانتام<sup>۱</sup> اعتماد را یکی از اجزای اصلی سرمایه اجتماعی می‌داند و معتقد است که بخش زیادی از عقب ماندگی اقتصادی جهان، ناشی از نبود اعتماد متقابل می‌باشد. او معتقد است اعتماد، همکاری را تسهیل می‌کند و هرچه سطح اعتماد در جامعه‌ای بالاتر باشد، احتمال همکاری بیشتر خواهد بود و همکاری نیز اعتماد ایجاد می‌کند. اعتماد یک عنصر بی‌اختیار و ناآگاهانه نیست؛ بلکه مستلزم پیش‌بینی رفتار بازیگر مستقل است. پانتام منبع اعتماد اجتماعی را در جوامع مدرن، هنجارهای معامله متقابل و شبکه‌های مشارکت مدنی می‌داند (پانتام، ۱۹۹۳، ص ۳۰۳). حکومتی که اعتماد مردم را جلب کرده باشد، در معادلات جهانی در طرف برتر قرار می‌گیرد، ژست بین‌المللی حکومتی معتمد و بسیار مقتدرانه‌ای را به خود می‌گیرد و در نتیجه در تعاملات بین‌المللی می‌تواند مقتدرانه برخورد کند. از طرف دیگر در کشورهای در حال توسعه که هنوز نهادهای سیاسی مستقر و کارآمدی ندارند، اعتماد سیاسی یکی از مهم‌ترین پیش‌شرط‌های دولت‌سازی و کارآمدشدن نهادهای دولتی محسوب می‌شود. همچنین کاهش اعتماد سیاسی همواره به‌عنوان یکی از موانع کارآمدی اداره کشور و پیشبرد سیاست‌های تنظیمی دولت‌ها معرفی شده است. صاحب‌نظران معتقدند بی‌اعتمادی به نهادهای دولتی عوارض گوناگونی برای هر کشور دارد که از جمله می‌توان به کاهش مشارکت سیاسی، نادیده‌گرفتن قوانین کشور، فرار از

---

<sup>۱</sup>Putnam, Robert D

مالیات و عدم پشتیبانی از حکومت در شرایط بحرانی و اضطراری اشاره کرد (پروازدوانی، ۱۳۹۶، ص ۹).

لازارسفلد<sup>۱</sup> و مرتون<sup>۲</sup> در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر رسانه‌ها بر اعتماد سیاسی»، ریشه اطمینان را از اعتقاد جمعی دانسته و آنها را برای اعتماد به مسئولان سیاسی به کار برده‌اند. آنها معتقدند که رسانه‌ها تأثیر شدیدی بر اعتماد سیاسی مردم دارند (پاپاداکیس<sup>۳</sup>، ۱۹۹۹، ص ۷۵). رسانه‌های جمعی یکی از واسطه‌های اصلی ارتباط بین مردم و حاکمیت سیاسی در جوامع هستند. این نقش به‌ویژه در کارکرد اطلاع-رسانی و انتشار اخبار سیاسی در خصوص حکومت در سطح جامعه و بین مخاطبان، اهمیت و نمود بیشتری پیدا می‌کند. این نقش در جوامع اسلامی و رسانه‌های اسلامی فعال در آنها نیز نقش قابل توجه است. رسانه‌های اسلامی با توجه به رویکرد اخلاقی می‌بایست در تولید، گردآوری و انتشار اخبار در جامعه اسلامی، اخباری را مورد توجه قرار دهند که به برقراری امنیت و حفظ ثبات و آرامش در جامعه اسلامی کمک کند که یکی از عوامل حفظ آرامش در جامعه، افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت اسلامی و حاکمان آن در جامعه است. داشتن این حس آرامش به برقراری و برخورداری از امنیت، نظم، منافع مستقیم یا غیرمستقیم اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی منجر می‌شود و سبب ثبات و دوام بیشتر حکومت اسلامی در جامعه و رشد و تعالی بهتر آن جامعه در پس این آرامش است. از نظر رسانه‌های اسلامی، اخبار یعنی صلح، ثبات و تداوم؛ نه برخورد، اختلاف نظر و بی‌نظمی و در این رسانه‌های اسلامی مسئولیت‌پذیری و سازگاری اخلاقی، مبنای اخلاق است؛ نه فوران رسوایی‌ها و آبروریزی‌ها» (شیخ، ۱۳۷۵، ص ۲۳).

---

<sup>۱</sup> Lazarsfeld, Paul Felix

<sup>۲</sup> Merton, Robert K

<sup>۳</sup> Papadakis, Elim

سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان تنها سازمان رسانه‌ای که بخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در کشور را برعهده دارد، را می‌توان مهم‌ترین و شاخص‌ترین نهاد رسانه‌ای کشور در بخش هدایت و کنترل افکار عمومی در جامعه دانست. «این سازمان به‌عنوان دانشگاه عمومی و بر اساس ماده ۲۱۱ قانون برنامه پنجم توسعه، وظیفه افزایش اعتماد و اطمینان مخاطبان به اخبار و اطلاعات را برعهده دارد و وظیفه هدایت افکار عمومی جامعه از جمله مأموریت‌های آن به شمار می‌رود» (پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، ۱۳۹۱). از دیگر سو با توجه به اینکه مخاطبِ حال حاضر، مخاطبِ فعال است و در استفاده از رسانه‌ها دست به‌گزینش می‌زند (نجاتی، ۱۳۹۵، ص ۳)، لازم است رسانه ملی با کنشگری رسانه‌ای مناسب، زمینه‌های جذب بیش‌ازپیش مخاطبان به خود و هدایت افکار عمومی جامعه در مسیر رشد و ارتقای جامعه را فراهم نماید که در این راستا کمک به افزایش روزافزون اعتماد مخاطبان به حکومت و ایجاد یک فضای امن سیاسی در افکار عمومی جامعه در این خصوص، یکی از مهم‌ترین شاخص‌های این امر است.

بنابراین توجه رسانه ملی به اهمیت اخبار در افزایش آگاهی‌های سیاسی مردم و همچنین ظرفیت بالقوه آن برای برقراری پیوند نزدیک‌تر و اعتمادسازی متقابل میان حکومت سیاسی و عامه مردم، مسئله مهم و قابل توجهی است. از دیگر سو با توجه به برقراری حکومت اسلامی در کشور و منابع مهم و قابل توجه دین اسلام و شاخص‌های اخلاق اسلامی در خصوص نحوه رفتار حاکمان و مسئولین جامعه اسلامی با مردم در راستای افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت اسلامی، شناخت این شاخص‌ها و مفاهیم به‌عنوان راهنمایی و غنی‌تر بخش به‌منظور اعتمادافزایی هرچه بیشتر مخاطبان به حکومت و نظام سیاسی در کشور و بکارگیری آنها از سوی سازمان صداوسیما در تولیدات رسانه‌ای خویش مسئله‌ای مهم و قابل توجه است؛ لذا در این پژوهش، میزان توجه و به‌کارگیری مهم‌ترین شاخص‌های اخلاق اسلامی در اخبار صداوسیما برای افزایش اعتماد سیاسی

مخاطبان به حکومت سیاسی در جامعه، به‌مثابه مسئله اصلی پژوهش، انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفته است.

## ۱. اهداف پژوهش

هدف اصلی پژوهش حاضر، مطالعه چگونگی پوشش خبری مهم‌ترین شاخص‌های اخلاقی توصیه‌شده در دین اسلام به حاکمان اسلامی به‌منظور افزایش اعتماد سیاسی مخاطبان به حکومت سیاسی، در اخبار صداوسیما است.

اهداف فرعی پژوهش عبارت‌اند از:

- شناسایی مهم‌ترین شاخص‌های اخلاق اسلامی در راستای افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت اسلامی در جامعه؛
- شناسایی مهم‌ترین مصادیق خبری مورد اشاره در تولیدات خبری صداوسیما برای افزایش اعتماد سیاسی مخاطبان به حکومت سیاسی کشور؛
- شناخت فراوانی و میزان تولیدات خبری صداوسیما به‌منظور اعتمادافزایی هرچه بیشتر مخاطبان به حکومت اسلامی بر اساس شاخص‌های اخلاق اسلامی.

## پیشینه پژوهش

کتاب «نظریه اعتماد سیاسی با تأکید بر گفتمان اسلامی»، کتابی به نگارش محسن ردادی (۱۳۹۰) انتشار یافته از سوی دانشگاه امام صادق است که در آن به تبیین مفهوم بنیادی اعتماد در مباحث جامعه‌شناختی و روان‌شناختی و تحلیل آن در مقوله سیاست پرداخته است. نویسنده در کتاب بر اساس ابزارهای دولتی، مذهبی، حکومتی و اجتماعی با اتکا به اندیشه‌های امام خمینی (ره) و علامه طباطبایی (ره) به تحلیل اعتماد سیاسی با رویکرد اسلامی می‌پردازد. در کتاب نخست مفهوم اعتماد بررسی می‌شود و سپس مبانی اعتماد سیاسی و کارکردهای آن مورد توجه قرار می‌گیرد. نویسنده در کتاب با طراحی و معرفی «مدل چهاروجهی اعتماد»،

«مدل صافی‌های اعتماد» و «درخت‌واره تقوای سیاسی»، مفهومی دقیق از اعتماد سیاسی را مطرح می‌کند.

سالار مرادی و همکارانش (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «فراتحلیل مطالعات اعتماد سیاسی در ایران پس از انقلاب اسلامی»، با روش فراتحلیل به چگونگی مطالعات اعتماد سیاسی در ایران پس از انقلاب اسلامی پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد مطالعات اعتماد سیاسی به طور عمده در دهه سوم و چهارم انقلاب اسلامی انجام شده است. نویسندگان مقاله معتقدند که اعتماد سیاسی بیشتر جنبه تبیینی دارد و با «رویکرد نهادی» و تحت تأثیر متغیرهایی در سه سطح خرد، میانی و کلان بررسی شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد اعتماد سیاسی همه شهروندان در حد متوسط می‌باشد. همچنین عوامل اقتصادی و عملکرد دولت در سطح کلان، رسانه‌های جمعی و اعتماد عمومی در سطح میانی و میزان ادراک و دین‌داری افراد در سطح خرد بر اعتماد سیاسی تأثیرگذار بوده‌اند.

فربیا شایگان (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «شاخص‌های اعتماد سیاسی از دیدگاه امام علی (علیه‌السلام)» پس از مرور شاخص‌های اعتماد سیاسی در ادبیات علمی با هدف بومی‌سازی علوم انسانی، به استخراج شاخص‌های اعتماد سیاسی از دیدگاه آن حضرت پرداخته است. بر اساس نتایج این پژوهش، شاخص‌های اعتماد سیاسی را می‌توان در دو بخش اصلی «ویژگی‌های فردی حاکمان» و «رفتار حاکمان با مردم» در نظر گرفت که «ویژگی‌های فردی حاکمان» شامل داشتن «تقوای الهی»، «توجه آنها به اخلاق و معنویت»، «صداقت»، «حسن تدبیر» و «حسن ظن نسبت به مردم» است و «رفتار حاکمان با مردم» را نیز «خدمت به آنها»، «رعایت عدالت و انصاف»، «رفق و مدارا و عدم تبعیض» و «توجه به عمران و آبادانی کشور» تشکیل می‌دهد.

نجف لک‌زایی و رضا لک‌زایی (۱۳۹۲) در پژوهشی با نام «نظام اخلاق سیاسی امام خمینی (ره)»، تلاش کرده‌اند تا مباحث اخلاقی امام خمینی (ره) را روش توصیفی - تحلیلی و با استفاده چارچوب نظری متخذ از آثار ایشان تبیین کند و

راهکارهایی را برای حل معضلات و مشکلات فردی، خانوادگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی در سطوح ملی، منطقه‌ای و جهانی ارائه دهد. سید علیرضا حسینی بهشتی و حسین هادوی (۱۳۸۵) در مقاله‌ای با عنوان «نقش اعتمادسازی در افزایش مشارکت عمومی از دیدگاه امام خمینی (رحمت‌الله)»، با روش اسنادی ایده اساسی امام خمینی (رحمت‌الله) در رابطه با لزوم ارتقای سطح اعتماد اجتماعی و مشارکت‌جویی را به‌مثابه رویکردی در سیاست‌ورزی در ایران مورد تأمل قرار داده‌اند. از دید ایشان در صورت گسترش مشارکت آگاهانه و توأم با اعتماد به نفس مردم، حقوق و تعهدات برابر و متقابل میان آحاد مردم و دستگاه حکومتی برقرار شده و روابط قدرت از شکل عمومی و یک‌سویه به روابط متقابل جامعه و نهاد سیاسی تبدیل می‌شود.

«تأثیر حکمرانی خوب و سرمایه اجتماعی بر اعتماد سیاسی»، عنوان مقاله‌ای است که خلیل‌الله سردارنیا و همکارانش (۱۳۸۸) به نگارش درآورده‌اند. این پژوهش به مطالعه تأثیر حکمرانی خوب و سرمایه اجتماعی بر اعتماد سیاسی پرداخته است و تأثیر متغیرهای احساس امنیت اجتماعی، نبود فساد و تبعیض و متغیرهای اعتماد عمومی را بر اعتماد سیاسی مورد توجه قرار داده است. بر اساس نتایج پژوهش یکی از عوامل مهم در پیشبرد و افزایش عاملیت سیاسی، اعتماد سیاسی شهروندان به حکومت است که این اعتماد حاصل و پیامد کارآمدی نهادهای حاکمیتی است و رابطه معناداری میان متغیرهای فساد، امنیت، تبعیض و اعتماد عمومی و مشارکت انجمن با متغیرهای وابسته اعتماد سیاسی وجود دارد. فاطمه پروازدوانی (۱۳۹۶) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «اعتماد سیاسی از منظر حضرت علی (علیه‌السلام)»، به مطالعه اعتماد سیاسی در سیره سیاسی ایشان پرداخته است. بر اساس نتایج این پژوهش که با روش توصیفی انجام شده، سبک زندگی حضرت علی (علیه‌السلام) یکی از شاخصه‌های بسیار مهم نظری و عملی بر صراط عدالت بوده که رویه زندگی ایشان را در بُعد فردی در زمینه شکل‌گیری اعتماد سیاسی نشان داده است؛ همچنین عدالت اجتماعی از منظر آن حضرت ناموس بزرگ اسلام تلقی شده که در کلام ایشان در مفهوم

«وضع الشئ فی موضعه» تعادل اجتماعی را در میان اقشار جامعه و طبقات آن حفظ کرده و سبب رضایت همگان و سلامت پیکره اجتماع و روح آن گردیده و این رضایت اعتماد سیاسی را به دنبال آورده است. در این پژوهش به منظور تقویت اعتماد سیاسی در جمهوری اسلامی ایران راهکارهایی چون تلاش برای جلوگیری از گسست مردم - حکومت، تغییر فرهنگ غلط انتظار، رفع همه مشکلات جامعه از سوی دولت، آگاهی بخشی، پرهیز از انتشار اخبار و اطلاع رسانی به صورت یکسویه از جانب رسانه ملی، تبدیل شدن این رسانه به مرجع رسانه‌ای، ایجاد بسترهای لازم برای مشارکت مردم در عرصه‌های مشروع قدرت و مشارکت در فرایند تصمیم‌سازی‌ها بیان شده است.

مجید احسانیان عربی (۱۳۹۲) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام) با عنوان «عوامل مؤثر در اعتماد سیاسی در جمهوری اسلامی ایران»، با روش جمع‌آوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و مراجعه به پایگاه‌های اینترنتی، در پی پاسخ به این سؤال بوده است که عوامل مؤثر بر اعتماد سیاسی در جمهوری اسلامی ایران چیست؟ بر اساس نتایج این پژوهش، در هر یک از عوامل سیاسی، اقتصادی و فرهنگی - اجتماعی، سه مؤلفه تأثیرگذار بر اعتماد سیاسی وجود دارد که عبارت‌اند از: سیستم یا نظام، کارگزاران و نخبگان و نوع مناسبات مردم، نظام و نخبگان.

اکبر ملکی‌زاده (۱۳۷۴) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام) با عنوان «بررسی نقش اعتماد متقابل مردم و حکومت در توسعه سیاسی»، به چگونگی دخالت اعتماد متقابل مردم و حکومت و اثرات این اعتماد و بی‌اعتمادی در روند توسعه سیاسی کشور پرداخته است. بر اساس نتایج این پژوهش، اعتماد را می‌توان به عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌ها و عناصر وجودی توسعه سیاسی به شمار آورد. اهمیت موضوع اعتماد به اندازه‌ای است که در بیشتر تئوری‌ها جای خود را یافته و به صورت یکی از پایه‌ای‌ترین مفاهیم محسوب می‌شود. اعتماد در ورودی نظام، تصمیم‌گیری‌ها، الگوسازی‌ها، برنامه‌ریزی‌ها، عملکردها و خروجی نظام و به‌ویژه بر بازخورد سیستم، نقش فعال و مؤثری دارد



و به صورت یک عامل و عنصر نامرئی اثر خود را بر نظام باقی می‌گذارد و نبود آن در جامعه موجب بروز بحرانی در سطح دیگر بحران‌ها و حتی بالاتر از آن می‌شود.

پیرامون اهمیت اعتماد سیاسی مردم در جامعه و شاخص‌های آن از منظر مبانی اخلاق اسلامی، تاکنون پژوهش‌های گوناگونی صورت گرفته، اما نقش و جایگاه رسانه‌ها در این خصوص، مورد توجه قرار نگرفته است. تحقیق پیشرو، بر آن است با در نظر گرفتن مفاهیم نظری موجود در خصوص اخلاق اسلامی در امر اعتماد سیاسی مردم به حکومت، از منظر ارتباطاتی، نقش رسانه‌ها به عنوان یک عامل میانجی و اثرگذار در این خصوص را مورد توجه قرار دهد. در این خصوص، تولیدات خبری رسانه ملی، به عنوان مهم‌ترین مرجع اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی در جامعه مورد مطالعه قرار می‌گیرد تا چگونگی عملکرد تولیدات خبری این سازمان در خصوص افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت با توجه به شاخص‌های موجود اخلاق اسلامی و در این حوزه، مورد مطالعه و تحلیل قرار دهد و از این حیث، پژوهش پیشرو رو در نوع خود بدلیل و نوآورانه است.

مفهوم‌شناسی

### ۱. اخلاق اسلامی

اخلاق در نظام ارزشی اسلام دارای جایگاه بسیار والایی است و پیامبر اسلام (صلی‌الله‌علیه‌و سلم) هدف اصلی رسالت خویش را تمام کردن مکارم اخلاق دانسته‌اند (مجلسی، ۱۳۶۰، ج ۶۸، ص ۳۸۲). آیت‌الله مصباح یزدی درباره رابطه دین و اخلاق می‌گوید: دین به مثابه درختی است که ریشه آن عقاید، تنه‌اش اخلاق و شاخ و برگش احکام هستند (خسروپناه، ۱۳۸۳، ص ۲۲)؛ ایشان در باب اخلاق می‌گویند: «اصولاً اخلاق خواه به صرف ملکات نفسانی باشد و خواه به معنای وسیع‌تر و اعم از ملکات نفسانی، تا شامل افعال اختیاری انسان نیز بشود، یعنی جایگاه تبیین افعال خوب و بد هم در علم اخلاق باشد؛ در هر حال بستگی شدیدی با نفس دارد چرا که ملکات و افعال اختیاری هر دو از پدیده‌های نفسانی هستند» (آیت‌الله مصباح یزدی، ۱۳۷۷، ص ۲۳). همچنین مقصود از اخلاق از منظر عملی

و رفتاری، از منظر آیت‌الله مهدوی‌کنی «آداب و دستورهای خاص است که در مسیر تزکیه و تهذیب، التزام به آنها ضرورت دارد و از طریق عمل، فرد را به اهداف نزدیک می‌کند» (مهدوی‌کنی، ۱۳۹۵، ص ۱۵).

## ۲. اعتماد سیاسی

اعتماد سیاسی از منظر وارن<sup>۱</sup> به معنی تمایل مردم به پیروی از رهبران سیاسی در جامعه است (وارن، ۲۰۰۴، ص ۳۳۹). فوکویاما<sup>۲</sup> نیز به درک مشترک جامعه اخلاقی، اجتماعی و سیاسی با توافق بر ارزش‌های اجتماعی اشاره نموده و معنای اعتماد سیاسی را در این مفهوم تبیین کرده است (فوکویاما، ۱۹۹۵، ص ۱). اعتماد سیاسی یعنی احتمال کسب نتایج مطلوب برای مردم بی‌آنکه یک گروه از مردم جهت وقوع آن از سوی دولت، کاری صورت دهند. به عبارت دیگر احتمال انجام امور مطلوب مردم به وسیله دولت بدون نیاز مبرم به دخالت مستقیم مردم مدنظر است (هترینگتون<sup>۳</sup>، ۱۹۹۸، صص ۷۹۱-۸۰۸). از منظر امام خمینی (رحمت‌الله) که سیاست‌مداری کارآزموده و مجتهدی آگاه به مقتضیات زمان و مکان بود، اعتماد سیاسی یک جریان دوسویه میان شهروندان و نظام سیاسی است که در این زبان مشترک، ادراک شهروندان از عملکرد دولت بر مبنای خدمتگزاری شکل می‌گیرد و در مقابل افراد، اعتماد خود را در قالب پشتیبانی و حمایت از سیستم و کارگزارانش ابراز می‌کنند (امام‌جمعه‌زاده و مهربانی، ۱۳۹۲، ص ۹۰). ایشان در باب اهمیت اعتماد مردم به مسئولان می‌گویند: «کاری بکنید که دل مردم را به دست آورید. پایگاه پیدا کنید در بین مردم. وقتی پایگاه پیدا کردید، خدا از شما راضی است؛ قدرت در دست شما باقی می‌ماند و مردم هم پشتیبان شمایند» (امام خمینی، ۱۳۸۶، ص ۵۱۲). امام معتقد بود جذب اعتماد جامعه و شهروندان از باور و اعتقاد درونی متصدیان امور به قدرت تعیین‌کننده مردم می‌جوشد ... از نشر امام خمینی

---

۱ Warren, Buffett

۲ Fukuyama, Francis

۳ Hetherington, M.J

(ره)، قدم اول در ایجاد زبان مفاهمه و اعتماد ساز می‌بایست از جانب دولت برداشته شود و ملت نیز در جهت تداوم رابطه مسالمت‌آمیز و سازنده می‌بایست از سیاست‌ها و برنامه‌های دولت پشتیبانی کند (امام‌جمعه‌زاده و مهربانی، ۱۳۹۲، ص ۸۷).

مبانی نظری پژوهش

اهمیت و ارزش اعتماد سیاسی را می‌توان از دو جنبه مورد توجه قرار داد: نخست از منظر فوایدی که اعتماد برای نظام سیاسی به بار می‌آورد؛ به‌عنوان مثال اطاعت و حمایت مردم از سیاست‌گذاری‌ها و قوانین جامعه بدون توسل نظام سیاسی به‌زور و خشونت و همچنین پایداری نظام سیاسی و دیگری از منظر نتایجی است که برای مردم به بار می‌آورد، مانند برخورداری مردم از امنیت، آسایش، توجه به مطالبات و نیازهای مردم در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی (جهانگیری و ابوترابی، ۱۳۹۱، ص ۶). از نظر هترینگتون، اعتماد سیاسی عبارت است از درجه‌ای از باور شهروندان در مورد توانایی و موفقیت حاکمان سیاسی در برآورده ساختن انتظارات آنها (هترینگتون، ۱۹۹۸، صص ۷۹۱-۸۰۸). نوریس<sup>۱</sup> نیز در تعریف اعتماد سیاسی به پنج شاخص اشاره کرده که عبارت‌اند از: ۱. حمایت از اجتماع سیاسی مانند ملت، کشور؛ ۲. حمایت از قانون اساسی کشور؛ ۳. حمایت از امور اجرایی رژیم دموکراسی؛ ۴. حمایت از نهادهای رژیم مثل پارلمان، حکومت؛ ۵. حمایت از کنشگران سیاسی و رؤسای سیاسی و اجرایی (بریتزر، ۲۰۰۲، ص ۶). اینگلهارت،<sup>۳</sup> رضایت از زندگی و اعتماد متقابل را عامل مهمی در اعتماد سیاسی مردم می‌داند (اینگلهارت، ۱۹۹۰، ص ۴۹). در نظریه گیدنز، اعتماد سیاسی از گونه‌های اعتماد انتزاعی است و معتقد است حکومت کردن باید با شرایط عصر جدید جهان سازگار باشد (گیدنز، ۱۹۹۲، ص ۵۲).

---

<sup>۱</sup>Norris, Pippa

<sup>۲</sup>Bretzer, Noreen

<sup>۳</sup>Engelhart, Steve

همچنین به نظر اوسالتر، اعتمادِ تعمیم‌یافته، نمودار این اعتقاد است که دیگران به ضرر ما عمل نمی‌کنند و ما مجبور نیستیم منابع را برای نظارت بر رفتار آنها هزینه کنیم. اعتماد مانند یک ارزش اخلاقی، دال بر این است که دیگران ارزش‌هایی شبیه به ارزش‌های ما دارند و حتی هنگامی که با ما اشتراک منافع ندارند، بر ضد منافع ما عمل نمی‌کنند. او بر این باور است که [ارزش‌های دینی] رفتار ما را شکل می‌دهند و افرادی که اعمال دینی را به‌جای می‌آورند، ارزش بیشتری برای صداقت و کمک به دیگران قائل هستند. ارزش‌های دینی و مشارکت در نهادهای دینی، موجب مشارکت بیشتر در سایر حوزه‌ها می‌شود. بدین سان اوسالتر بر نقش ارزش‌های دینی در ایجاد اعتماد تأکید می‌کند (اوسالتر، ۱۹۹۹، صص ۵۵-۲۹).

در جامعه اسلامی، ارتباطات یک فعالیت بنیادی و محوری است که هستی بشر را توصیف و تعریف می‌کند و شکل و جهت می‌دهد. همچنین ارتباطات یک جزء متشکله و ملازم کلیدی قدرت به شمار می‌رود (شیخ، ۱۳۷۵، ص ۲۴). قواعد اخلاقی چیزی است که روزنامه‌نگار یا یک نهاد رسانه‌ای خاص یا یک جامعه مفروض، آن را برای تحقق منافع اساسی خود با مطبوعات یا جامعه به‌طور کلی مناسب می‌یابد؛ بدین ترتیب معنی و ارزش‌های منسوب به مفاهیمی مانند اخبار، حقیقت، عینیت، آزادی و حق دانستن واقعیات می‌تواند با توجه به شرایط خاص یا با توجه به نیازها و اولویت‌های یک جامعه مفروض در یک برهه مفروض زمانی تغییر کند (شیخ، ۱۳۷۵، ص ۲۲). برخی از پژوهشگران با تفکیک واژه اخلاق و اصول اخلاقی که در اغلب مطالعات و تحقیقات مربوط به رفتار رسانه‌ای و حرفه روزنامه‌نگاری به‌طور مترادف یا به‌جای یکدیگر به‌کار رفته‌اند، واژه اصول اخلاقی را برای اشاره به مباحث نو در اخلاق رسانه‌ای مناسب‌تر دانسته‌اند؛ زیرا این واژه برای معرفی یک رویکرد خردگرا و حتی علمی و توجیه قواعد رفتاری به‌کار گرفته می‌شود و از این رو انتساب آن به مباحث چالشی و انتقادی امروزی مناسب‌تر از واژه اخلاق است که تنها برای مشخص کردن معیارهای رفتار نیک کاربرد دارد

و به جنبه تجویزی و هنجاری رفتارهای اخلاقی برمی‌گردد (معمدنزاد، ۱۳۷۵، ص ۳۵). در این دیدگاه، مسئله اعتماد سیاسی مردم به حاکمان اسلامی و تلاش رسانه‌ها در راستای افزایش این اعتماد به حاکمان اسلامی، از هنجارهای اخلاقی رسانه‌ها محسوب می‌گردد. در دین اسلام نیز به شیوه‌های اخلاق عملی حاکمان در جامعه برای افزایش اعتماد مردم به آنها تأکید شده است و رسانه‌های خبری در چهارچوب رفتار اخلاقی خود به منظور افزایش این اعتماد می‌توانند این رفتارهای اعتمادافزا از سوی حاکمان حکومت اسلامی را تحت پوشش خبری خود قرار داده و در جامعه برجسته نمایند.

عوامل متعددی بر افزایش یا کاهش اعتماد سیاسی تأثیر دارند. از دیدگاه بیشتر جامعه‌شناسان عوامل تأثیرگذار بر میزان اعتماد سیاسی، در جوامع مدرن و سنتی متفاوت است. آنها تأثیر دین و میزان دین‌داری مردم در جوامع سنتی و میزان رفاه مردم یا رضایت از عملکرد دولت و نهادهای سیاسی در جوامع مدرن را تأثیرگذارتر دانسته‌اند. در جوامع مذهبی عواملی چون وفای به عهد، گذشت، همکاری و تعاون، صداقت و راست‌گویی، امانت‌داری، احساس مسئولیت، وجدان کاری، انضباط، پاسخگویی، نظارت و کنترل، احترام به شأن افراد در هر طبقه، احترام به تخصص، احترام به قانون و... را می‌توان از شاخص‌های اعتماد سیاسی مورد توجه قرار داد (احسانیان، ۱۳۹۲ به نقل از توتونچیان ۱۳۸۸). گرچه بر مبنای نظریات جامعه‌شناسی، ایران کشوری سنتی نیست و شواهد و تحقیقات حاکی از در حال گذار بودن ایران از سنتی به مدرن است، اما به دلیل اینکه مردم ایران مسلمان هستند و اسلام هم دین و سیاست را جدا از هم نمی‌داند و نیز با پیروزی انقلاب اسلامی ایران و در نتیجه استقرار حکومت دینی در کشور یکی از ملاک‌های گزینش مسئولان سیاسی، تعهدات دینی آنهاست، از این رو اصول حاکم بر نهادهای سیاسی هم دینی است؛ بنابراین به نظر می‌رسد میزان تأثیر دین بر اعتماد سیاسی مردم بالا باشد (شایگان، ۱۳۸۷، ص ۱۵۵).

از منظر اندیشمندان اسلامی، سخنان و دیدگاه‌های امام علی (علیه‌السلام) و رفتارهای ایشان را می‌توان از مهم‌ترین محورهای عینی و شاخص‌های اخلاق

اسلامی دانست؛ شخصیتی اندیشمند و نخبه در حوزه دین که ارزشمندترین و معتبرترین ویژگی‌های حاکم در یک حکومت دینی را می‌توان در اندیشه‌ها و رفتارهای آن حضرت جستجو کرد؛ لذا در این پژوهش برای شناسایی و مطالعه مهم‌ترین شاخص‌های اخلاق اسلامی در افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت، بر سخنان و اندیشه‌های امیرمؤمنان (ع) تمرکز و توجه شده است. شاخص‌های اعتماد سیاسی از دیدگاه حضرت علی (علیه‌السلام) در نهج‌البلاغه شامل دو بخش می‌باشد که عبارت است از: الف) ویژگی‌های فردی حاکمان از جمله داشتن تقوای الهی، توجه آنها به اخلاق و معنویت، صداقت، حسن تدبیر و حسن ظن نسبت به مردم؛ ب) رفتار حاکمان با مردم مانند خدمت به آنها، رعایت عدالت و انصاف، رفق و مدارا و عدم تبعیض و نیز توجه به عمران و آبادی کشور (شایگان، ۱۳۹۴، ص ۱۳۵). مطالعه شیوه زندگی حضرت علی (علیه‌السلام) در شکل‌گیری اعتماد سیاسی نشان می‌دهد که مواردی مانند پشتیبانی حق و نفی سازش‌ناپذیری، پرهیز از رفاه‌زدگی و دنیاپرستی، صداقت با مردم، عدالت در درون اعضای خانواده و مبارزه با روحیه تملق و چاپلوسی، حاکی از مبارزه ایشان با بی‌عدالتی در زندگی شخصی و اخلاق‌مدارشان به‌منظور رسیدن به یک اعتماد عمیق بین حاکم اسلامی و مردم است که به ما در شکل‌گیری زمینه‌های اعتماد سیاسی کمک می‌کند (پروازدوانی، ۱۳۹۶، ص ۱۱۷).

حضرت علی (علیه‌السلام) اعمال عدالت را بهترین روش برای جلب اعتماد مردم و حفظ صیانت از حمایت‌های مردمی دانسته و می‌فرماید: «عدالت، کارها را بر موضع خود می‌نشانند و بخشش، کارها را از جهتش خارج می‌سازد» (دشتی، ۱۳۷۹، ص ۴۰۶). حضرت علی (علیه‌السلام) در مورد اجرای عدالت به‌منظور جذب اعتماد حکومت‌شوندگان توسط حکومت‌کنندگان، به‌تناوب توصیه‌هایی می‌فرماید: «همانا برترین نور چشم و روشنایی بصر برای حاکمان، پایدارشدن عدالت در سرزمین‌ها و بروز عشق و شیفتگی مردم است و این عشق ظاهر نمی‌شود، مگر به آرامش سینه‌هایشان» (فیض‌السلام، ۱۳۷۵، نامه ۵۳، ص ۱۰۰۶). در جایی دیگر می‌فرماید: «عدالت موجب پایداری ملت و آبروی حاکمان است»

(خوانساری، ۱۳۶۰، ص ۹۰). از منظر حضرت علی (علیه‌السلام) در نظام سیاسی سالم، هر کار یا شخص و یا نهادی باید درست در جای خود قرار گرفته و انجام وظیفه کند. از دیدگاه آن حضرت، تداخل وظایف، عدالت را در حاکمیت مخدوش ساخته و زمینه‌ساز بروز ظلم می‌شود؛ چنین ظلمی، پایداری مردم را در حمایت از نظام سیاسی شکننده کرده و مودت و عشق آنان را به حکومت سست می‌سازد و در نهایت اعتماد آنها را به حکومت سلب خواهد کرد؛ زیرا ظلم، آبروی حاکمان را می‌برد و سینه‌های مردم را از بغض آکنده می‌سازد (پروازدوانی، ۱۳۹۶، ص ۴۳). امام علی (علیه‌السلام)، ملاک اعتماد به شخص حاکم را عملکرد، اخلاق و دین‌داری ایشان و انجام وظایف در قبال مردم می‌داند (البته عملکرد سایر کارگزاران و کنشگران سیاسی نیز در اعتماد سیاسی مردم تأثیرگذار است)؛ از این رو توصیه‌های امام علی (علیه‌السلام) به والی شامل ویژگی‌های اعتقادی و رفتاری آنها مانند تقوای الهی، رعایت عدالت و انصاف هم می‌شود (شایگان، ۱۹۹۴، ص ۱۲۵). از نظر امام علی (علیه‌السلام) رابطه مردم و حکومت بسیار عمیق تر و پرمعنی‌تر از یک رابطه حسابگرانه و خشک است. در رابطه‌ای که آن حضرت میان مردم و حکومت ترسیم می‌کنند، مصالح و منافع هر دو مدنظر است و شامل مصالح و منافع دنیوی و اخروی یا مادی و معنوی می‌شود. از همین رو به مالک‌اشتر فرمان می‌دهد که به امور مربوط به مردم، آن نگاهی را داشته باشد که پدر و مادر به امور فرزندانشان دارند: «پس به کارهای آنها رسیدگی کن، چون پدر و مادری که به فرزندشان رسیدگی می‌کنند» (نهج‌البلاغه، نامه ۵۳)؛ بنابراین نهاد حاکمیت اگر بخواهد مصالح و منافع مردم را در نظر داشته باشد و فقط نگاه ابزاری و سودجویانه به مردم نداشته باشد، باید روابط خود را با مردم به سطح روابط والدین با فرزندان که مبتنی بر محبت است، ارتقا دهد. شاید به همین علت است که حضرت (علیه‌السلام) به مالک‌اشتر می‌فرماید: «مهربانی به رعیت و دوست داشتن آنها و لطف در حق ایشان را شعار دل خودساز. چونان حیوانی درنده مباش که

۱. «ثُمَّ تَفَقَّدُوا مِنْ أُمُورِهِمْ مَا يَتَفَقَّدُ الْوَالِدَانُ مِنْ وُلْدِهِمَا».

خوردنشان را غنیمت شماری؛ زیرا آنان دو گروه‌اند؛ یا هم‌کیشان تو هستند یا همانندان تو در آفرینش» (نهج‌البلاغه، نامه ۵۳). حضرت (علیه‌السلام) در نامه به محمد بن ابی‌بکر به یکی دیگر از زمینه‌هایی که موجب جلب اعتماد مردم و جذب قلوب شهروندان به حاکمیت و حاکمان می‌شود، اشاره می‌کند و از محمد بن ابی‌بکر می‌خواهد که علاوه بر مهربانی، محبت و رفتار متواضعانه با شهروندان، مواضع و رفتار خویش را با میزان عدالت توزین کند تا نور امید به عدالت حاکمیت، در دل قشر ضعیف جامعه روشن شود و زمینه‌ساز قطع طمع زورگویان از فرصت ستم‌کردن به ضعیفان گردد: «با مردم فروتن باش و با نرمی با ایشان برخورد کن و هنگام تلافی، چهره‌ات را بازکن و گشاده‌رو باش و همه را با یک چشم بنگر تا اینکه بزرگان به دلیل ظلم به دیگران در تو طمع نکنند و انسان‌های ضعیف از عدالت تو مأیوس نگردند» (نهج‌البلاغه، نامه ۲۷).

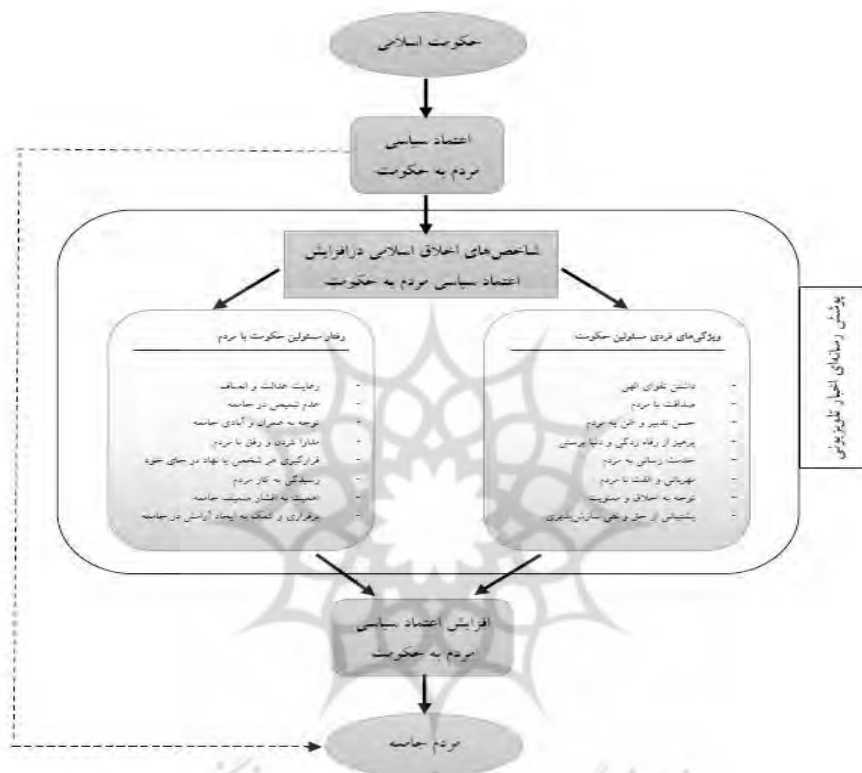
بر مبنای مفاهیم نظری بیان‌شده، اهمیت اعتماد در جامعه به‌ویژه اعتماد سیاسی مردم به حکومت در ابعاد مختلفی چون برقراری امنیت و آسایش، پیشرفت، کمک به برقراری عدالت، پیشرفت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و دیگر مصادیق جامعه رفاه و روبه‌رشد و موفق مورد توجه اندیشمندان غربی قرار گرفته است. از منظر دین اسلام و اندیشمندان اسلامی نیز، اهمیت اعتماد مردم در حکومت و زمامداری اسلامی مورد توجه ویژه‌ای قرار گرفته است. می‌توان مهم‌ترین و پربارترین این نظریات را در بیانات و دیدگاه‌های حضرت علی (ع) برشمرد به با نگاه دقیق و اندیشمندانه، ابعاد این اعتماد و اهمیت آن را مورد توجه قرار داده‌اند. می‌توان با تمرکز بر دیدگاه‌های حضرت علی (ع) مهم‌ترین شاخص‌های اخلاق اسلامی به‌منظور افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت اسلامی زمامداران آن را که مسئله

۱. «وَ أَسْعِرْ قَلْبَكَ الرَّحْمَةَ لِلرَّعِيَّةِ وَ الْمَحَبَّةَ لَهُمْ وَ اللَّطْفَ بِهِمْ وَ لَا تَكُونَنَّ عَلَيْهِمْ سَبْعًا ضَارِبًا تَعْتَمِدُ أَكْلَهُمْ فَإِنَّهُمْ صِنْفَانِ إِمَّا أَحْ لَكَ فِي الدِّينِ وَ إِمَّا نَظِيرٌ لَكَ فِي الْخَلْقِ».

۲. «فَأَخْفِضْ لَهُمْ جَنَاحَكَ وَ أَلِنْ لَهُمْ جَانِبَكَ وَ ابْسُطْ لَهُمْ وَجْهَكَ وَ آسِ بَيْنَهُمْ فِي اللَّحْظَةِ وَ النَّظَرَةِ حَتَّىٰ لَا يَطْمَعُ الْعَظَمَاءُ فِي حَيْفِكَ لَهُمْ وَ لَا يَتَّأَسَّ الضُّعَفَاءُ مِنْ عَدْلِكَ عَلَيْهِمْ».



اصلی مورد توجه در انجام این پژوهش هست را در مدل مفهومی زیر شکل ترسیم کرد:



نمودار ۱: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

در انجام این پژوهش، از روش تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار (قیاسی) استفاده شده است. تمام روش‌های تحقیق کیفی، بر بنیان‌های فکری مشترکی بنا شده و این‌گونه روش‌ها با نگاه از درون، بر فهم شیوه‌ای که انسان‌ها جهان اطرافشان را درک می‌کنند، متمرکز شده‌اند و به دنبال فهم واقعیت اجتماعی، احساسات،

رفتارها و تجارب از نگاه کنشگران، فرهنگ‌ها و گروه‌ها هستند (هالوی<sup>۱</sup> و ولر<sup>۲</sup>، ۱۹۹۶، ص ۲). بُرنز<sup>۳</sup> و گراو<sup>۴</sup> تحلیل محتوا را از جمله روش‌های تحلیل کیفی می‌دانند که به منظور طبقه‌بندی کلمات و واژه‌های موجود در متن انجام می‌شود. این طبقات به دلیل اهمیت کلمات در ایجاد نظریه شکل می‌گیرند (برز و گراو، ۲۰۰۷، ص ۵۹۷)، این روش که به طور کلی برای فهم پیام‌های رسانه‌ها به کار می‌رود، تحلیل نظام‌مند داده‌های متنی رسانه‌های جمعی نظیر رادیو و روزنامه‌ها را مدنظر داشت (فلیک<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۰۴، ص ۱۶۶).

تحلیل محتوا اغلب به دو روش تحلیل محتوای کمی و کیفی تقسیم می‌شود. روش تحلیل محتوای کمی که برلسون بیان کرده است، فن پژوهشی برای توصیف عینی، نظام‌مند و کمی محتوای مطلب است و تحلیل محتوای [کیفی] را می‌توان روش تحقیقی برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌های متنی از طریق فرایندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی و تم‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته‌شده دانست (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰، ص ۲۰). مایرینگ<sup>۶</sup>، این روش را فرایند تحلیل کنترل‌شده، روشمند و کنترل‌شده متون در بافت خاص خودشان می‌داند که قدم‌به‌قدم به شکل گیری یک مدل نظری نزدیک می‌شود (مایرینگ<sup>۶</sup>، ۲۰۰۴، ص ۲) بر اساس نظریه «شی‌یه»<sup>۷</sup> و «شانون»<sup>۸</sup> می‌توان رهیافت‌های موجود در زمینه تحلیل محتوای کیفی را به سه دسته تقسیم کرد: ۱. «تحلیل محتوای عرفی و قراردادی»<sup>۹</sup>؛ ۲. «تحلیل

<sup>۱</sup>Hollowey, Immy

<sup>۲</sup>Wheeler, Stephanie

<sup>۳</sup>Burns, N.

<sup>۴</sup>Grove, sk

<sup>۵</sup>Flick, U

<sup>۶</sup>Mayring, Philip

<sup>۷</sup>Hsieh, Hsieh- Fang

<sup>۸</sup>Shanon, Sara E

<sup>۹</sup>Conventionat Content Analysis

محتوای جهت‌دار»<sup>۱</sup> ۳. «تحلیل محتوای تلخیصی یا تجمعی»<sup>۲</sup> (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰، ص ۳۶). در این پژوهش از روش تحلیل محتوای جهت‌دار یا هدایت‌شده استفاده شده است که بر روش قیاسی توجه دارد. استفاده از این رویکرد زمانی ضرورت می‌یابد که در مورد موضوع تحقیق، دیدگاه‌های نظری گوناگونی وجود دارد و هدف از انجام تحقیق، آزمون نظریه‌های پیشین و یا بسط آنها در یک زمینه متفاوت است (تبریزی، ۱۳۹۳، ص ۱۲۸).

مقوله‌های اصلی که معرف موضوع مورد مطالعه هستند، از تعریف عملیاتی استخراج شده و در یک جدول قرار می‌گیرند. استفاده از تعریف عملیاتی و ایجاد فهرستی از مقولات، به معنای پذیرش همه‌جانبه رهیافت قیاسی نیست. در اینجا می‌توان با توجه به هدف تحقیق، یک ماتریس مقوله‌بندی ساخت یافته و یا ساخت نیافته را ترسیم کرد (الو<sup>۳</sup> و کینگاز<sup>۴</sup>، ۲۰۰۸، ص ۱۱۲). به منظور سازماندهی اطلاعات می‌توان از هر دو ماتریس ساخت یافته و ساخت نیافته بهره برد. با استفاده از یک ماتریس مقوله‌بندی ساخت یافته، همه داده‌ها مرور و در زیر مقولات مرتبط گنجانده می‌شوند (تبریزی، ۱۳۹۳، ص ۱۲۹). جامعه آماری پژوهش، بخش‌های خبری ساعت ۲۱ شبکه اول سیمای جمهوری اسلامی است که هریک از اخبار در این بخش خبری، به عنوان واحد مشاهده و واحد تحلیل در نظر گرفته شده است. خبر مشروح ساعت ۲۱ شبکه اول سیما را می‌توان مهم‌ترین بخش خبری سیمای جمهوری اسلامی ایران دانست و بدین سبب به عنوان مطالعه موردی این پژوهش در نظر گرفته می‌شود. در پژوهش حاضر خبرهای ساعت ۲۱ شبکه اول سیما در فصل بهار و تابستان سال ۱۳۹۷، به عنوان چهارچوب نمونه‌گیری در نظر گرفته شده است. با نمونه‌گیری هدفمند و تصادفی بدون جایگزینی و با توجه به اینکه چهارچوب نمونه‌گیری از ۶ ماه تشکیل شده است و هر ماه متشکل از ۵

---

<sup>۱</sup>Directed Content Analysis

<sup>۲</sup>Summative Content Analysis

<sup>۳</sup>Elo, Satu

<sup>۴</sup>Kyngas, Helvi

هفته می‌باشد، برای انتخاب یک هفته آماری، هفته‌های آماری به ترتیب هر ماه و روز هر هفته انتخاب گردید. به این ترتیب که از ماه اول، هفته اول و روز شنبه، از ماه دوم هفته دوم و روز یکشنبه، از ماه سوم هفته سوم و روز دوشنبه، از ماه چهارم هفته چهارم و روز سه‌شنبه، از ماه پنجم هفته پنجم و روز چهارشنبه و از ماه ششم، هفته اول و روز پنج‌شنبه انتخاب گردید. از میان مجموع روزهای جمعه در ماه‌ها نیز، یک روز جمعه به طور تصادفی ساده انتخاب شد تا یک هفته آماری انتخاب و تکمیل گردد.

جدول (۱): روزهای انتخاب شده از چارچوب نمونه‌گیری

روز	شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه‌شنبه	چهارشنبه	پنج‌شنبه	جمعه
ماه	فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	تیر
شماره هفته	هفته اول	هفته دوم	هفته سوم	هفته چهارم	هفته پنجم	هفته اول	هفته چهارم
تاریخ	۱۳۹۷/۰۱/۰۴	۱۳۹۷/۰۲/۰۹	۱۳۹۷/۰۳/۲۱	۱۳۹۷/۰۴/۲۶	۱۳۹۷/۰۵/۳۱	۱۳۹۷/۰۶/۰۱	۱۳۹۷/۰۴/۲۹

## تحلیل یافته‌ها

شاخص‌های افزایش اعتماد سیاسی به حکومت در جامعه از منظر اخلاق اسلامی را می‌توان در دو مقوله اصلی ویژگی‌های فردی مسئولین حکومت و رفتار مسئولین حکومت با مردم در نظر گرفت. هریک از مقوله‌های پژوهش، با توجه به

روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد قیاسی، در ۸ زیر مقوله تعریف می‌گردد که مطابق جدول شماره ۱ بدین شرح است:

**جدول ۲: تم، مقوله‌ها و زیر مقوله‌های اصلی پژوهش**

تم	مقوله	زیر مقوله
شاخص‌های افزایش اعتماد سیاسی حکومت در جامعه از منظر اخلاق اسلامی	ویژگی‌های فردی مسئولین حکومت	داشتن تقوای الهی
		صداقت با مردم
		حسن تدبیر و ظن به مردم
		پرهیز از رفاه‌زدگی و دنیاپرستی
		خدمت‌رسانی به مردم
		مهربانی و الفت با مردم
		توجه به اخلاق و معنویت
		پشتیبانی از حق و نفي سازش- پذیری
	رفتار مسئولین حکومت با مردم	رعایت عدالت و انصاف
		عدم تبعیض در جامعه
		توجه به عمران و آبادی جامعه
		مداراکردن و رفق با مردم
		قرارگیری هر شخص یا نهاد در جای خود
		رسیدگی به کار مردم
		اهمیت به اقشار ضعیف جامعه
		برقراری و کمک به ایجاد آرامش در جامعه

در گام بعدی با توجه به روش تحلیل محتوای کیفی، نمونه‌های انتخاب شده پژوهش مورد تحلیل قرار گرفت و با توجه به رویکرد قیاسی، مصادیق و رمزهای هر یک از زیر مقوله‌های نمونه انتخابی پژوهش مورد مطالعه قرار گرفت و سپس شناسایی و کدبندی شد. در جدول شماره ۲ و ۳ به ترتیب نمونه‌هایی از مصادیق و رمزهای زیر مقوله‌های ویژگی‌های فردی مسئولین حکومت و همچنین رفتار مسئولین حکومت با مردم حاصل از نمونه ارائه شده است:

جدول ۳: زیر مقوله ویژگی‌های فردی مسئولین حکومت در اخبار ساعت ۲۱ شبکه اول

سیما

مقوله	زیر مقوله	نمونه‌هایی از مصادیق و رمزا
	صداقت با مردم	<p>- انتقاد از بازارگرمی تولیدکنندگان محصولات فولادی؛ رئیس اتحادیه فروشندگان آهن و فولاد گفت: «برخی تولیدکنندگان آهن و فولاد با ممانعت از عرضه آهن‌آلات به بورس، محصولات خود را گران‌تر و جلوی درب کارخانه به فروش می‌رسانند».</p> <p>(تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۱/۰۶)</p> <p>- فرمانده نیروی انتظامی اعلام کرد میزان کشف کالای قاچاق در کشور از ابتدای امسال در مقایسه با مدت مشابه پارسال ۵۰ درصد افزایش یافته است.</p> <p>(تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۱/۰۶)</p> <p>-</p>
ویژگی‌های فردی مسئولین حکومت	حسن تدبیر و ظن به مردم	<p>- رهبر معظم انقلاب در دیدار با دانشگاهیان، پژوهشگران و اعضای هیئت‌های علمی دانشگاه‌های کشور تأکید کردند مسائل و مشکلات کشور باید عالمانه حل شود و استفاده از توانایی‌ها و ظرفیت دانشگاه‌ها و استادان و دستان توانا و مستعد جوانان پر تلاش و پرانگیزه در این مسیر بسیار اساسی و مهم است. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۳/۲۱)</p>
	خدمت‌رسانی به مردم	<p>- افزایش ۱۲ درصدی سفرهای نوروزی؛ پلیس‌راه کشور امروز با یک‌طرفه کردن جاده چالوس و اعلام محدودیت برای تردد انواع خودروهای سنگین، پیش‌بینی کرد ترافیک در بسیاری از محورها از جمله «مشهد - تهران» بیشتر شود. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۱/۰۴)</p> <p>- تفحص شهدای هشت سال دفاع مقدس در منطقه فاو بعد از شش سال پایان یافت و ۸۱۰ شهید در طول این مدت در این منطقه تفحص گردید. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۲/۰۹)</p>

<p>- رئیس‌جمهور از اعطای مسکن رایگان به صاحبان بافت‌های فرسوده ارائه خانه جدید به آنها خبر داد. (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۴/۲۶)</p>		
<p>- تقدیر از کارگران واحدهای نمونه کشور توسط رئیس‌جمهور؛ رئیس‌جمهور بر افزایش حقوق کارکنان بیش از تورم سالانه تأکید کرد و گفت: «کارگر و کارمند باید حقوق سالانه‌اش از تورم سالانه بیشتر باشد». (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۲/۰۹)</p>	<p>مهربانی و الفت با مردم</p>	
<p>- دیدار نوروزی فرمانده ناجا با شماری از مراجع عظام تقلید؛ آقایان: آیت‌الله مکارم شیرازی، آیت‌الله صافی گلپایگانی، آیت‌الله جعفر سبحانی و آیت‌الله جوادی آملی در شهر قم. (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۱/۰۴)</p>	<p>توجه به اخلاق و معنویت</p>	
<p>- واکنش معاون اول رئیس‌جمهور در بم به سخنان ضدایرانی ترامپ: «ترامپ نمی‌تواند تهدیدی برای ما باشد و آنها باید بدانند با ملت ایران با ادب، منطق و استدلال صحبت کنند». (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۱/۰۴)</p> <p>- سخنگوی وزارت امور خارجه با تأکید بر مهلت محدود طرف اروپایی در مذاکرات برجام گفت: «اتحادیه اروپا باید بداند که جمهوری اسلامی ایران هرچه سریع‌تر تصمیم مقتضی را در ماندن یا خروج از برجام اتخاذ کند». (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۳/۲۱)</p> <p>- رئیس‌جمهور در صحبت تلفنی با رئیس‌جمهور فرانسه پیرامون نقض برجام توسط امریکا گفت: «ایران هیچ محدودیتی را فرای تعهداتش نمی‌پذیرد، برجام یا هر موضع دیگری به بهانه آن، قابل مذاکره نیست». (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۲/۰۹)</p> <p>- جلسه رسیدگی به اتهامات هشت متهم تروریستی سال ۱۳۹۶ در مجلس شورای اسلامی؛ متهم تلاش داشت از پذیرفتن شانه خالی کند که مدارک و مستندات دادگاه، راه را بر او بست. (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۲/۰۹)</p>	<p>پشتیبانی از حق و نفی سازش‌پذیری</p>	

جدول ۴: زیر مقوله رفتار مسئولین حکومت با مردم در اخبار ساعت ۲۱ شبکه اول سیما

مقوله	زیر مقوله	نمونه‌هایی از مصادیق و رمزها
رفتار مسئولین حکومت با مردم	رعایت عدالت و انصاف	<p>- وزارت صنعت، معدن و تجارت به صاحبان انبارها اعلام کرد از امروز ملاک تشخیص احتکار و محتکر، اطلاعات موجود در سامانه جامع انبارهاست ... بر اساس قانون، کالایی که به‌عنوان احتکار ضبط شود، صاحبانشان تا پنج برابر قیمت، جریمه می‌شوند. (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۱/۰۶)</p> <p>- معاون اول قوه قضائیه گفت: «دستگاه قضا بر حفظ حریم خصوصی کاربران در پیام‌رسان‌های داخلی تأکید دارد و ورود به حریم خصوصی افراد از دیدگاه شرع، حرام، بر اساس قانون، جرم و از نظر اخلاقی، زشت است». (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۲/۰۹)</p>
	عدم تبعیض در جامعه	<p>- بر اساس آمار وزارت نیرو، ۳۳۴ شهر درگیر تنش آب شرب هستند و به حدود شش هزار روستایی کشور با تانکر آب‌رسانی می‌شود، این درحالی‌است که ۲۰ درصد از مشترکان پرمصرف خانگی، ۴۳ درصد از آب شرب کشور را مصرف می‌کنند. (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۵/۳۱)</p> <p>- وزیر کار و رفاه امور اجتماعی گفت: «هر دستگاهی که قانون حمایت از معلولان را انجام ندهد، معرفی می‌شود». (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۴/۲۶)</p>
	توجه به عمران و آبادی جامعه	<p>- رئیس قرارگاه خاتم‌الانبیا گفت: «بزرگ‌ترین طرح آبی کشور با نام «روان‌آب‌های غربی» تا پایان امسال به بهره‌برداری می‌رسد و امسال ۴۰ طرح در حوزه‌های مختلف نفت، آب، گاز و زیرساخت‌های ریلی، جاده‌ای و بندرگاه‌ها در حال اجراست». (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۳/۲۱)</p> <p>- با حضور وزیر جهاد کشاورزی، طرح آبیاری تحت فشار قطره‌ای نخیلات شهرستان اهواز به بهره‌برداری رسید. (تاریخ خبر -۱۳۹۷/۰۱/۰۶)</p> <p>- ۱۴۱ طرح عمرانی و اشتغال‌زا با حضور سرپرست</p>



<p>وزارت کار و تعاون و رفاه اجتماعی در گرگان افتتاح و کلنگ‌زنی شد. در این طرح‌ها با اشتغال‌زایی ۲۲۰ نفر و ۹۰ میلیارد ریال اعتبار، هزینه شده است. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۱/۰۶)</p> <p>- وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی کشور در سفر به خوزستان، بیمارستان شهدای نفت دشت آزادگان و کلینیک تخصصی و فوق تخصصی شادگان را افتتاح نمود. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۲/۰۹)</p>		
<p>- معاون وزیر رفاه گفت بودجه صندوق فولاد با کمک وزیر رفاه، از طریق سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور تأمین شده و ان‌شاءالله تا هفته آینده جاری می‌شود و سر وقت حقوق این کارگران پرداخت می‌شود. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۱/۰۶)</p> <p>- در آتش‌سوزی یک واحد صنعتی تولید مواد شیمیایی در شهر خمین ۲ تن جان باختند و یک نفر مصدوم شد. نیروهای امدادی آتش‌نشان بلافاصله از شهرهای خمین، اراک و شازند به محل حادثه اعزام شدند و آتش را مهار کردند. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۴/۲۹)</p> <p>- جهانگیری، معاون اول رئیس‌جمهور، در «نشست ستاد اقتصادی سامان‌دهی امور ارزی» به منظور تأمین ارز دانشجویان خارج از کشور گفت: بانک مرکزی، وزارت علوم و وزارت بهداشت، مکلف به پرداخت ارز طبق ضوابط به دانشجویان خارج از کشور هستند. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۲/۰۹)</p>	<p>رسیدگی به کار مردم</p>	
<p>- هم‌زمان با عید سعید قربان، دفاتر کمیته امداد در سراسر کشور، گوشت قربانی و نذورات و کمک‌های مردمی افراد نیکوکار را جمع‌آوری و در بین افراد تحت پوشش و نیازمندان توزیع کردند. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۵/۳۱)</p> <p>- وزیر تعاون گفت: «۱۲ هزار میلیارد ریال اعتبار در نیمه اول سال ۱۳۹۷، برای ایجاد شغل در روستاهای کشور اختصاص یافت». (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۱/۰۴)</p> <p>- رئیس کمیته امام خمینی (رحمت‌الله) گفت: با</p>	<p>اهمیت به اقشار ضعیف جامعه</p>	

<p>همکاری وزارت راه و شهرسازی و سپاه پاسداران، تا پایان امسال ۶۰ هزار خانه به مددجویان تحویل داده می‌شود. وی همچنین گفت با اختصاص ۲۱ هزار میلیارد ریال، زمینه اشتغال ۲۰۰ هزار مددجو فراهم شده است. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۱/۰۶)</p>		
<p>- ادامه آتش‌سوزی در حورالعظیم عراق و تلاش ایران برای خاموش کردن آن برای جلوگیری از نفوذ آتش به مرزهای داخلی کشور. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۵/۳۱)</p> <p>- ضربه مهلک مأموران امام زمان (عج الله تعالی فرجه الشریف) به تروریست‌ها؛ سربازان گمنام امام زمان (عج الله تعالی فرجه الشریف)، ۲۷ نفر از اعضای یک شبکه تروریستی را که قصد ایجاد ناامنی و اجرای رشته عملیات تروریستی در تهران و چند شهر مهم را در ماه مبارک رمضان به‌ویژه در شب‌های قدر و روز قدس داشتند، شناسایی و دستگیر کردند. (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۳/۲۱)</p> <p>- دفاع بدون خستگی از خاک ایران؛ حکایت مرزدارانی که این روزها با زبان روزه و کار سخت و شبانه‌روزی، امنیت را در رگ ۸ هزار ۸۰۰ کیلومتر مرز آبی و خاکی ایران جاری کرده‌اند (گزارشی از اقتدار مرزداران کشور). (تاریخ خبر - ۱۳۹۷/۰۳/۲۱)</p>	<p>برقراری و کمک به ایجاد آرامش در جامعه</p>	

برای درک و تحلیل بهتر شاخص‌های افزایش اعتماد سیاسی به حکومت در جامعه از منظر اخلاق اسلامی در اخبار تلویزیونی ساعت ۲۱ شبکه اول سیما، اطلاعات کمی و آماری زیر از طریق تحلیل هریک از اخبار نمونه بر اساس مقوله‌ها و زیر مقوله‌های نظری پژوهش، خلاصه‌سازی و ارائه می‌گردد:

**جدول ۵: فراوانی شاخص‌های افزایش اعتماد سیاسی به حکومت از منظر اخلاق اسلامی**

در اخبار ساعت ۲۱ شبکه اول سیما

ردیف	عنوان	فراوانی	درصد فراوانی
۱	تعداد کل اخبار با شاخص‌های ویژگی‌های فردی مسئولین حکومت	۱۶	٪۹/۸۷

۱۶/۰۴٪	۲۶	تعداد کل اخبار با شاخص‌های رفتار مسئولین حکومت با مردم
۲۵/۹۲٪	۴۲	تعداد کل اخبار با شاخص‌های افزایش اعتماد سیاسی حکومت در جامعه از منظر اخلاق اسلامی
۷۴/۰۷٪	۱۲۰	تعداد کل اخبار بدون شاخص‌های افزایش اعتماد سیاسی به حکومت در جامعه از منظر اخلاق اسلامی
۱۰۰٪	۱۶۲	تعداد کل اخبار

\* بخش خبر ورزشی و خبر آب‌وهوا در پژوهش در نظر گرفته نشده است.

بر اساس یافته‌های پژوهش، تنها ۲۵/۹۲ درصد از کل اخبار شبکه اول سیما، به شاخص‌های افزایش اعتماد سیاسی به حکومت بر اساس معیارهای اخلاق اسلامی پرداخته است و حدود ۷۵ درصد از دیگر تولیدات خبری این بخش خبری، به این شاخص‌ها در محتوای خبری خویش توجه نکرده‌اند. از میزان ۲۵ درصد اخبار با مصادیق و رمزهای اثرگذار در افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت بر اساس معیارهای اخلاق اسلامی، ۳۸/۰۹ درصد، به ویژگی‌های فردی مسئولان حکومت اسلامی در راستای اعتمادافزایی مخاطبان به حکومت سیاسی جامعه پرداخته و مابقی یعنی ۶۱/۹۰ درصد، رفتار مسئولین حکومت با مردم را مورد توجه قرار داده‌اند و می‌توان نتیجه گرفت که این بخش خبری، به بیان ویژگی‌های فردی مسئولین حکومت به اندازه لازم توجه نکرده است.

**جدول ۶: فراوانی زیر مقوله ویژگی‌های فردی مسئولین حکومت در اخبار شبکه اول سیما**

زیر مقوله ویژگی‌های فردی مسئولین حکومت	فراوانی	درصد فراوانی در مقوله	درصد فراوانی در میان کل اخبار
داشتن تقوای الهی	۰	۰	۰
صداقت با مردم	۲	۱۲/۵٪	۱/۲۳٪
حسن تدبیر و حسن‌ظن به مردم	۱	۶/۲۵٪	۰/۶۱٪
پرهیز از رفاه‌زدگی و دنیاپرستی	۰	۰	۰
خدمت‌رسانی به مردم	۷	۴۳/۷۵٪	۴/۳۲٪
مهربانی و الفت با مردم	۱	۶/۲۵٪	۰/۶۱٪

توجه به اخلاق و معنویت	۱	۶/۲۵٪	۰/۶۱٪
پشتیبانی از حق و نفی سازش- پذیری	۴	۲۵٪	۲/۴۶٪
مجموع	۱۶	۱۰۰٪	۹/۸۷٪

بر اساس داده‌های حاصل از جدول شماره ۶، در بیان ویژگی‌های فردی مسئولین حکومت در راستای اعتمادافزایی سیاسی مردم به حکومت، به ویژگی‌های اخلاقی «داشتن تقوای الهی» و «پرهیز از رفاه‌زدگی و دنیاپرستی» مسئولین حکومت در تولیدات خبری خبر ۲۱ شبکه اول سیما، اشاره نشده است. «حسن تدبیر و حسن ظن مسئولین حکومت به مردم» و «همچنین مهربانی و الفت با مردم از سوی مسئولین» نیز با ۶/۲۵ درصد کمترین میزان توجه را داشته است. خبر ۲۱ شبکه اول سیما، ویژگی اخلاقی «خدمت‌رسانی به مردم» از سوی مسئولین را با ۴/۳۲ درصد، بیش از دیگر شاخص‌ها مورد توجه قرار داده است.

**جدول ۷: فراوانی زیر مقوله رفتار مسئولین حکومت با مردم در اخبار شبکه اول سیما**

زیر مقوله رفتار مسئولین حکومت با مردم	فراوانی	درصد فراوانی در مقوله	درصد فراوانی در میان کل اخبار
رعایت عدالت و انصاف	۲	۷/۶۹٪	۱/۲۳٪
عدم تبعیض در جامعه	۲	۷/۶۹٪	۱/۲۳٪
توجه به عمران و آبادی جامعه	۶	۲۳/۰۷٪	۳/۷۰٪
مدارا کردن و رفق با مردم	۰	۰	۰
قرارگیری هر شخص یا نهاد در جای خود	۰	۰	۰
رسیدگی به کار مردم	۵	۱۹/۲۳٪	۳/۰۸٪
اهمیت به اقبال ضعیف جامعه	۸	۳۰/۷۶٪	۴/۹۳٪
برقراری و کمک به ایجاد آرامش در جامعه	۳	۱۱/۵۳٪	۱/۸۵٪
مجموع	۲۶	۱۰۰٪	۱۶/۰۴٪

جدول شماره ۷ نشان می‌دهد در زیر مقوله رفتار مسئولین حکومت با مردم، به شاخص‌های «مداراکردن و رفق با مردم» و «قرارگیری هر شخص یا نهاد در جای خود»، در تولیدات خبری ساعت ۲۱ شبکه اول سیما هیچ توجهی نشده است و همچنین به شاخص «عدم تبعیض در جامعه» نیز با میزان ۱/۲۳ درصد، کمترین میزان توجه شده است. به شاخص‌های «اهمیت به اقشار ضعیف جامعه» و رسیدگی به کار مردم به ترتیب با میزان ۴/۹۳ درصد و ۳/۰۸ درصد بیش از شاخص‌های دیگر اشاره شده و مورد توجه قرار گرفته است.

### بحث و نتیجه‌گیری

همان‌گونه که بیان شد، اعتماد سیاسی مردم به حکومت که به روابط بین مردم و حکومت نظر دارد، از شاخص‌های مهم ثبات سیاسی در جامعه و افزایش فعالیت‌های دموکراسی در بستر یک جامعه مدنی و از عوامل ضروری رشد و توسعه جوامع و تأمین نیازهای مردم است. دین اسلام و معیارهای اخلاق اسلامی، از معیارها و الگوهای اصلی در جوامع اسلامی به منظور برقراری و افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت است و باتوجه به نقش رسانه‌های جمعی به‌عنوان پل و مسیری برای ارتباط نزدیک و بیشتر بین مردم و حکومت، عملکرد رسانه‌ها در ایجاد، حفظ و افزایش اعتماد مردم به حکومت اهمیت ویژه‌ای دارد. براین اساس رسانه ملی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نهاد اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی در کشور، می‌تواند باتوجه به اصول و موازین توصیه شده اخلاق اسلامی در خصوص افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت و حاکمان اسلامی، این شاخص‌ها را در تولیدات رسانه‌ای خبری خویش، مورد توجه و دقت نظر قرار دهد و با شناسایی ویژگی‌های اخلاقی توصیه شده به حاکمان اسلامی و پوشش خبری و برجسته‌سازی مناسب آن در تولیدات خبری خویش، این اعتماد را نزد مخاطبان و افکار عمومی جامعه افزایش دهد.

همان‌گونه که در مبانی نظری پژوهش نشان داده شد، از منظر دین اسلام و مضامین اخلاق اسلامی، مقوله اعتماد در جامعه به‌ویژه اعتماد سیاسی مردم به

حاکمان و زمامداران حکومت، مورد توجه، اهمیت و دقت نظر ویژه‌ای قرار گرفته است و در خصوص جایگاه مهم این اعتماد سیاسی در حفظ، دوام و ارتقای جامعه اسلامی، روایات و توصیه‌های جامع و فراگیری از سوی اندیشمندان اسلامی مطرح شده است. این مفاهیم می‌تواند منابع و راهنمای غنی و ارزشمندی در ارائه مفاهیم مشخص در اصول اخلاقی حاکمان و مسئولین حکومت اسلامی و همچنین و شاخص‌های مورد توجه نهادهای رسانه‌ای به‌عنوان واسط و پل ارتباطی میان مردم و مسئولین سیاسی کشور در جامعه اسلامی مورد توجه قرار گیرد. این حیث پژوهش حاضر با هدف بررسی مهم‌ترین شاخص‌های اخلاق اسلامی مورد توجه در اخبار صداوسیما در راستای افزایش اعتماد سیاسی مخاطبان به حکومت سیاسی در جامعه، اخبار تلویزیونی ساعت ۲۱ شبکه اول سیما را مورد مطالعه قرار داد.

بر اساس یافته‌های پژوهش، ۲۵/۹۲ درصد از کل این تولیدات خبری، به شاخص‌های افزایش اعتماد سیاسی به حکومت بر اساس معیارهای اخلاق اسلامی پرداخته است و از این میزان، ۳۸/۰۹ درصد مقوله‌ها به ویژگی‌های فردی مسئولان حکومت اسلامی به‌منظور اعتمادافزایی مخاطبان به حکومت سیاسی در جامعه اشاره داشته‌اند و مابقی یعنی ۶۱/۹۰ درصد، رفتار مسئولین حکومت با مردم را مورد توجه قرار داده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد بیشترین زیر مقوله مورد توجه در خبر تلویزیونی ساعت ۲۱ شبکه اول سیما در بیان ویژگی‌های فردی مسئولین به‌منظور اعتمادافزایی مردم به حکومت اسلامی، «خدمت‌رسانی به مردم» بوده است و در مقوله رفتار مسئولین حکومت با مردم نیز زیر مقوله «اهمیت به اقشار ضعیف جامعه» بیشترین میزان توجه را در این تولیدات خبری به خود اختصاص داده است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد در همه تولیدات این اخبار تلویزیونی، به زیر مقوله‌های «داشتن تقوای الهی»، «پرهیز از رفاه‌زدگی و دنیاپرستی مسئولین حکومت»، «مداراکردن و رفق با مردم» و «قرارگیری هر شخص یا نهاد در جای خود» هیچ توجه و اشاره‌ای نشده است.

به‌منظور بهره‌گیری بیشتر و مؤثرتر از مضامین و شاخص‌های اخلاق اسلامی در تولیدات خبری رسانه ملی با هدف افزایش اعتماد سیاسی مخاطبان به حکومت اسلامی و حاکمان آن، رسانه ملی می‌تواند موارد ذیل را مورد توجه قرار دهد:

- با توجه به اینکه در دین اسلام به مسئله اعتماد مردم به حکومت اسلامی و رفتارهای حاکمان اسلامی به‌منظور افزایش این اعتماد توجه ویژه‌ای شده و مفاهیم و نکات نظری و عملی متعدد، ارزشمند و قابل توجهی در احکام و احادیث دینی پیرامون این موضوع بیان شده، توصیه می‌گردد رسانه ملی با پژوهش‌های مناسب کاربردی، این مفاهیم و نکات را شناسایی کرده و در تولیدات خبری خویش در مورد رفتار و فعالیت‌های مسئولین و حاکمان جامعه اسلامی، پوشش خبری و بازنمایی این مفاهیم را در اولویت تولیدات خبری قرار دهد.

- رسانه ملی در چهارچوب اخلاق رسانه‌ای، حرفه‌ای و اسلامی خویش و با حفظ صداقت و عدالت خبری تلاش کند اخباری که با بیان ویژگی‌های رفتاری و غیراخلاقی حاکمان، زمینه‌ساز کاهش اعتماد سیاسی مردم به حاکمان اسلامی می‌شود را با محتواها و پوشش خبری دقیق، اصولی و مناسب به آن فرد مسئول نسبت دهد و مانع از تعمیم‌پذیری این اخلاق‌های غیراسلامی و نادرست به دیگر مسئولین و حاکمان جامعه شود. از طرفی انعکاس رفتارهای غیراخلاقی حاکمان از سوی رسانه ملی، اهمیت و توجه رسانه ملی و در نتیجه حکومت را به این مضامین اخلاقی نشان می‌دهد و می‌تواند اعتماد مردم به حکومت اسلامی را افزایش دهد.

- از میان همه تولیدات خبری در نمونه مورد مطالعه پژوهش، تنها ۲۵ درصد از اخبار، به انعکاس و پوشش خبری مضامین و مقوله‌های اخلاق اسلامی با هدف اعتمادافزایی مخاطبان به حکومت سیاسی کشور می‌پردازند. با توجه به اهمیت و جایگاه خبر ۲۱ شبکه اول سیما، این مسئله را می‌توان به دیگر تولیدات رسانه ملی تعمیم داد. با توجه به ظرفیت و امکانات انحصاری رسانه ملی مانند در اختیار داشتن شبکه‌های مختلف رادیویی و تلویزیونی و نیروهای

انسانی و همچنین تجهیزات فنی، رسانه ملی می‌تواند حجم بیشتری از تولیدات خویش را به بازنمایی این مفاهیم اخلاقی اختصاص دهد.

-در زمینه توجه به بیان ویژگی‌های اخلاقی مسئولین جامعه در راستای افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت، تنها حدود ۳۸ درصد از این مفاهیم، به بیان ویژگی‌های فردی و اخلاقی مسئولین اشاره داشته و لازم است رسانه ملی توجه بیشتری به بیان و معرفی این ویژگی‌های اخلاقی و فردی مسئولین حکومت با توجه به معیارهای اخلاق اسلامی و دینی در جامعه داشته باشد و میزان بیشتری از تولیدات خبری خویش را به انعکاس این موضوعات و مفاهیم به مخاطبین خود در قالب انواع برنامه‌ها و گزارش‌های خبری اختصاص دهد.

-از میان ویژگی‌های اخلاق اسلامی مسئولین در افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت، به زیر مقوله‌های رفتاری «تقوای الهی» و «پرهیز از رفاه زدگی و دنیاپرستی» مسئولین حکومت توجه و اشاره کافی نشده است. با توجه به فضای سیاسی و مشکلات اقتصادی کشور در سال جاری و رویدادهایی مانند اخبار فساد مالی بعضی از مسئولین کشور لازم است رسانه ملی در تولیدات خبری خویش، توجه ویژه‌ای به این دو ویژگی اخلاقی داشته باشد و انعکاس و پوشش خبری این ویژگی‌های اخلاقی مسئولین حکومت را در اولویت تولیدات خبری خویش قرار دهد.

-در زمینه شناسایی و چگونگی برخورد مسئولین حکومت با مردم از منظر اخلاق اسلامی به منظور افزایش اعتماد سیاسی مردم به حکومت، دو ویژگی اخلاقی «مدارا کردن و رفق با مردم» و «قرارگیری هر شخص یا نهاد در جای خود» در تولیدات خبری رسانه ملی مورد توجه کافی قرار نگرفته و لازم است رسانه ملی پوشش خبری رویدادهایی که چنین مضامین و مفاهیمی را دربر می‌گیرند و به مخاطب انتقال می‌دهند را مورد توجه بیشتری قرار دهد.



## کتابنامه

### کتاب‌ها

- امام خمینی، روح‌الله (۱۳۸۶). *صحیفه امام*، جلد هفتم، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- خوانساری، سیدجمال‌الدین محمد (۱۳۶۰). *شرح غررالحکم و دررالكلم*. تصحیح: سید جلال‌الدین ارموی. تهران: دانشگاه تهران.
- دشتی، محمد (۱۳۷۹). *ترجمه نهج البلاغه*. قم: مشرقین.
- ردادی، محسن (۱۳۹۰). *نظریه اعتماد سیاسی با تأکید بر گفتمان اسلامی*، تهران: دانشگاه امام صادق
- فیض‌الاسلام، سید علی نقی (۱۳۷۵). *ترجمه و شرح نهج البلاغه*. تهران: سپهر.
- مجلسی، محمدباقر (۱۳۶۰). *بحارالانوار: الجامعه لدرر أخبار الائمة الأطهار*. بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۷۷). *اخلاق در قرآن*، جلد دوم، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- مهدوی‌کنی، محمدرضا (۱۳۹۵). *نقطه‌های آغاز در اخلاق عملی*، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- نهج البلاغه* (۱۳۷۸). ترجمه: عبدالمحمد آیتی. تهران: دفتر فرهنگ اسلامی.

### مقاله‌ها

- امام‌جمعه‌زاده، سید جواد و مهربابی کوشکی، راضیه (۱۳۹۲). «بازنمایی معنای اعتماد سیاسی در زندگی سیاسی امام خمینی (رحمت‌الله)». فصلنامه پژوهش‌نامه انقلاب اسلامی. شماره هشتم، سال سوم، صص ۷۳-۹۲.

ایمان، محمدتقی و نوشادی، محمودرضا (۱۳۹۰). «تحلیل محتوای کیفی». فصلنامه پژوهش. شماره دوم، سال سوم، صص ۱۵-۴۴.

تبریزی، منصوره (۱۳۹۳). «تحلیل محتوای کیفی از منظر رویکردهای قیاسی و استقرایی». فصلنامه *علوم اجتماعی*. شماره شصت و چهارم، سال بیست و یکم، صص ۱۰۵-۱۳۸.

جهانگیری، جهانگیر و ابوترابی زارچی، فاطمه (۱۳۹۱). «تحلیل عوامل مرتبط با اعتماد سیاسی دانشجویان، پیمایش در میان دانشجویان دانشگاه شیراز»، دوفصلنامه *دانش سیاسی*. شماره دوم، سال هشتم، صص ۵-۲۶.

حسینی بهشتی، سید علیرضا و هادوی، حسین (۱۳۸۵). «نقش اعتمادسازی در افزایش مشارکت عمومی از دیدگاه امام خمینی (رحمت‌الله)»، فصلنامه *نامه علوم اجتماعی*. شماره بیست و نهم، سال هجدهم، صص ۱۱۳-۱۳۲.

خسروپناه، عبدالحسین (۱۳۸۳). «ترابط دین و اخلاق از دیدگاه استاد مصباح». *کتاب نقد*. شماره سی، صص ۲۲-۴۰.

سردارنیا، خلیل‌الله؛ قدرتی، حسین و اسلام، علیرضا (۱۳۸۸). «تأثیر حکمرانی خوب و سرمایه اجتماعی بر اعتماد سیاسی: مطالعه موردی؛ شهرهای مشهد و سبزوار»، *پژوهش‌نامه علوم سیاسی*، شماره هفدهم، دوره پنجم، صص ۱۶۵-۱۳۵.

شایگان، فریبا (۱۳۸۷). «بررسی عوامل تأثیرگذار بر اعتماد سیاسی». فصلنامه *دانش سیاسی*. شماره یک، سال چهارم، صص ۱۵۳-۱۷۹.

----- (۱۳۹۴). «شاخص‌های اعتماد سیاسی از دیدگاه حضرت علی (علیه‌السلام)»، دوفصلنامه *اسلام و علوم اجتماعی*. شماره چهاردهم، سال هفتم، صص ۱۱۵-۱۳۸.

شیخ، مغیث‌الدین (۱۳۷۵). «چارچوب اسلامی اخلاق رسانه‌ای؛ مسائل و چالش‌ها». *مجله رسانه*. شماره بیست و هفتم، سال هفتم، صص ۲۰-۲۹.

لک‌زایی، نجف و لک‌زایی، رضا (۱۳۹۲). «نظام اخلاق سیاسی امام خمینی (ره)»، پژوهش‌نامه انقلاب اسلامی، سال دوم، شماره ششم، صص ۴۹-۷۲.

مرادی، سالار؛ کواکبیان، مصطفی و فلاحت‌پیشه، حشمت‌الله (۱۳۹۶). «فراتحلیل مطالعات اعتماد سیاسی در ایران پس از انقلاب اسلامی». فصلنامه پژوهش‌نامه انقلاب اسلامی. شماره بیست و چهارم، سال هفتم، صص ۱۰۵-۱۳۳.

معتدنی‌زاد، کاظم (۱۳۸۵). «اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری». فصلنامه رسانه. شماره شصت و ششم، سال هفدهم، صص ۳۱-۷۶.

پایگاه اطلاع‌رسانی دولت: <http://dolat.ir/>

## پایان‌نامه‌ها

احسانیان عربی، مجید (۱۳۹۲). *عوامل مؤثر در اعتماد سیاسی در جمهوری اسلامی ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)، دانشکده معارف اسلامی و علوم سیاسی.

احمدی، قاسم (۱۳۸۱). *اعتماد مردم به حکومت‌ها در سه دوره تاریخی مغول، صفویه و قاجاریه*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.

پروازدوانی، فاطمه (۱۳۹۶). *اعتماد سیاسی از منظر حضرت علی (علیه‌السلام)*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.

ملکی‌زاده، اکبر (۱۳۷۴). «بررسی نقش اعتماد متقابل مردم و حکومت در توسعه سیاسی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق، دانشکده معارف اسلامی و علوم سیاسی.

نجاتی، میثم. (۱۳۹۵)، «راهکارهای افزایش اعتماد مخاطب به اخبار سیمای جمهوری اسلامی ایران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه صداوسیما، جمهوری اسلامی ایران، دانشکده ارتباطات و رسانه.

## Books

- Bretzer, Noreen (2002).» How Can Institutions Better Explain Political Trust Than Catitals Do?» , PHD These. University of Gothenburg, Sweden.
- Burns, N. Grove, sk (2007). *The Practice of Nursing research*. PA: WB Saunders company.
- Flick, U., von Kardoff, E., & Steinke, I. (Eds.). (2004). *A companion to qualitative research*. Sage.
- Fukuyama, F. (1995). Trust: *The social virtues and the creation of prosperity*. (Vol. 99). New York, NY: Free press.
- Hetherington, MJ (1998). *The political revelence of political trust*. American political Review.
- Holloway, Immy & Wheeler, Stephanie (1996). *Qualitative research in nursing*. London: Blackwell.
- Giddens, Anthony (1992). *The consequences of modernity*. Cambridge, polity press.
- Inglehart, R. (2018). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton University Press.
- Putnam, R (1993).» Making Democracy work, Civic Tradition In Modern Italy». *Princeton University Press*.

## Articles

- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of advanced nursing*, 62(1), 107-115.
- E. Warren, M. (2004). What does corruption mean in a democracy? *American journal of political science*, 48(2), 328-343.
- Mayring, Philip. (2004). Qualitative content analysis. *A companion to qualitative research*, 1, 159-176.
- Papadakis, E. (1999). Constituents of confidence and mistrust in Australian institutions. *Australian Journal of Political Science*, 34(1), 75-93.
- Uslaner, E. M. (1999). Trust but verify: Social capital and moral behavior. *Social Science Information*, 38(1), 29-55.