

ارائه سیاست‌های محتوایی حاکم بر تولیدات رسانه ملی براساس چارچوب مکتب شهید سلیمانی

مجید محمدزمانی *


چکیده

هدف: هدف از پژوهش حاضر ارائه سیاست‌های محتوایی حاکم بر تولیدات رسانه ملی براساس چارچوب مکتب شهید سلیمانی است.

روش: جهت احصای سیاست‌های حاکم بر تولیدات برخاسته از مکتب شهید سلیمانی، ابتدا از روش تحلیل مضمون و سپس از روش دلالت‌پژوهی استفاده شد. در ابتدا با تحلیل مضمون بیانات مقام معظم رهبری، مولفه‌های مکتب شهید سلیمانی استخراج شد. همچنین الگوی اثرگذاری محتوای رسانه بر مخاطب معرفی گردید. سپس با روش دلالت‌پژوهی از تلاقی معنادار این دو حوزه مکتب شهید سلیمانی و اثرگذاری رسانه، سیاست‌ها و اهداف حاکم بر تولیدات رسانه ملی براساس چارچوب مکتب شهید سلیمانی ارائه گردید.

یافته‌ها: سیاست‌های حاکم بر تولیدات برخاسته از مکتب شهید سلیمانی شامل ۲۸ کلان سیاست است که در ۷ دسته در قالب یک بازینه (چک لیست) ارائه شده است تا با

* دانشجوی دکتری رشته سیاست‌گذاری فرهنگی دانشگاه خوارزمی و پژوهشگر مرکز رشد دانشگاه امام

صادق ، Mjzmania@gmail.com

استفاده از آن، برنامه‌سازان و مدیران رسانه ملی به طراحی و ارزیابی طرح‌ها جهت تصویب و اثرسنجی تولیدات اقدام نمایند. در انتهای مقاله نیز نحوه به‌کارگیری اثرسنجی با محوریت بازبینه تولید شده بیان گردید.

نتیجه‌گیری: این سیاست‌ها و اهداف می‌تواند راهنمای برنامه‌سازان برای طراحی و مدیران سازمانی جهت ارزیابی طرح‌ها و نظارت بر تولیدات باشد. بنابراین در چهار مرحله طراحی محتوا، تصویب طرح تولیدات، اجرا و تولید اثر و در آخر ارزیابی محتوا باید تحقق این سیاست‌ها مورد تأیید طراحان و مدیران سازمانی قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: قاسم سلیمانی، رسانه ملی، سیاست‌های محتوایی، دلالت‌پژوهی، تحلیل مضمون.

مقدمه

شهید سلیمانی در دهه گذشته مورد توجه مخاطبین ایرانی و خارجی بوده است. وی در ۱۳ دی‌ماه سال ۱۳۹۸ در حمله تروریستی دولت آمریکا در عراق شهید شد. رهبر معظم انقلاب پس از شهادت وی، از راه شهید سلیمانی به‌عنوان مکتب سلیمانی یاد کردند. ویژگی‌های بارز شهید سلیمانی موجب شده است که رهبر معظم انقلاب پژوهشگران را به بررسی مکتب شهید سلیمانی فراتر از شخصیت شهید سلیمانی ترغیب نمایند و ترویج و درس‌آموزی از این مکتب را شکر‌گذاری و قدردانی واقعی بدانند. ایشان در ۲۷ دی‌ماه سال ۱۳۹۸ در خطبه‌های نماز جمعه فرمودند:

«اما این‌که ما بیایم این حوادث را تقویم کنیم، قیمت‌گذاری کنیم، قدر آن‌ها را بدانیم و ببینیم که اندازه و قیمت این حوادث چقدر است؛ در صورتی تحقق پیدا می‌کند که ما به حاج قاسم سلیمانی - شهید عزیز - و به ابومهدی - شهید عزیز - به چشم یک فرد نگاه نکنیم؛ به آن‌ها به چشم یک مکتب نگاه کنیم. سردار شهید عزیز ما را با چشم یک مکتب، یک راه، یک مدرسه درس‌آموز، سپاه قدس را به‌عنوان یک مجموعه و سازمان اداری صرفاً نبینیم؛ بلکه به‌عنوان یک نهاد انسانی و دارای انگیزه‌های بزرگ و روشن انسانی مشاهده کنیم. اگر این‌جور

شد، آن وقت این اجتماع مردم، این تجلیل و تعظیم مردم، تکریم مردم معنای دیگری پیدا می‌کند».

یکی از رسانه‌های پرمخاطب و مؤثر اجتماعی کشور، رسانه ملی است که با توجه به تأکیدات رهبر معظم انقلاب، این رسانه وظیفه دارد نسبت به ترویج ابعاد مکتب شهید سلیمانی در تولیدات خود گام‌های مؤثر بردارد. زمانی مکتب شهید سلیمانی به معنای واقع ترویج می‌گردد که همه تولیدات رسانه ملی در چارچوب ابعاد این مکتب حرکت کنند و ابعاد این مکتب به مثابه روح، در تمامی تولیدات رسانه جاری و ساری باشد، از این رو نباید به صرف ویژه برنامه‌های خاص اکتفاء نمود. برای تحقق این هدف، سؤال اساسی این پژوهش آن است که سیاست‌های حاکم بر تولیدات رسانه ملی در چارچوب مکتب شهید سلیمانی دارای چه مؤلفه‌هایی است؟

از آن جا که عنوان مکتب شهید سلیمانی برای اولین بار توسط رهبر معظم انقلاب عنوان گردید در این مقاله پس از تحلیل بیانات ایشان، با استفاده از روش تحلیل مضمون به ارائه مؤلفه‌های مکتب شهید سلیمانی می‌پردازیم و در ادامه الگوی تأثیرات محتوای رسانه بر مخاطب را ارائه می‌کنیم. در ادامه با توجه به مؤلفه‌های مکتب حاج قاسم و چارچوب تحلیل اثر، با استفاده از روش دلالت‌پژوهی، دلالت‌ها (یا همان سیاست‌ها)ی حاکم بر محتوا استخراج و احصا شده و این سیاست‌ها در قالب بازبینه (چک لیست) ارائه می‌گردد. در انتهای مقاله نیز نحوه کاربست این سیاست‌ها در تصویر، تولید یا ارزیابی محتوا بیان می‌گردد.

این بازبینه می‌تواند ابزار سنجش و ارزیابی طرح‌های پیشنهادی برای مدیران و بخش‌های سازمانی باشد. همچنین برنامه‌سازان می‌توانند با در نظر گرفتن این بازبینه به طراحی محتوای خود اقدام نمایند.

در ادامه این مقاله در بخش دوم با استفاده از روش تحلیل مضمون به ارائه مؤلفه‌های مکتب حاج قاسم می‌پردازیم. سپس چارچوب مختار الگوی تأثیرات رسانه ارائه می‌گردد. در بخش سوم، روش دلالت‌پژوهی به کارگرفته شده در این پژوهش معرفی و نحوه به‌کارگیری آن توضیح داده می‌شود. در بخش چهارم، یافته‌های این پژوهش که همان سیاست‌های رسانه‌ای

برخاسته از چارچوب مکتب شهید سلیمانی است تشریح می‌گردد. در بخش پنجم نیز نحوه ارزیابی محتوا با استفاده از آن سیاست‌ها در رسانه ملی ارائه می‌گردد.

ابعاد مکتب شهید سلیمانی

انتخاب مکتب و استفاده از آن از جمله ضروریات حیات انسانی است. مکتب تئوری کلی و یک طرح جامع و هماهنگ و منسجم است که هدف اصلی آن، کمال انسان و تأمین سعادت همگانی است و در آن، خطوط اصلی، روش‌ها، بایدها و نبایدها، خوب‌ها و بدها، هدف‌ها و وسیله‌ها، نیازها و دردها و درمان‌ها، مسئولیت‌ها و تکلیف‌ها مشخص است و منبع الهام تکالیف و مسئولیت‌ها برای همه افراد می‌باشد (مطهری، ۱۳۸۶، ۴۶-۵۴). با توجه به این تعریف می‌توان برای مکتب ویژگی‌های ذیل را تعریف کرد:

۱. جهان‌بینی تأمین‌کننده نیازهای انسانی: هر مکتبی یک پیش خاصی، یک دیدگاه خاصی، یک برداشت خاصی، یک دریافت خاصی از جهان دارد که به آن جهان‌بینی گفته می‌شود. این جهان‌بینی می‌تواند مادی یا الهی باشد (خامنه‌ای، ۱۳۹۹، ۲۲۴). در سایه این پیش، مکتب می‌تواند تأمین‌کننده نیازهای عمیق انسان‌ها و پیروان خویش برای کمال‌شان باشد. از جمله نیازها و گرایش‌های عمیق فطری در انسان‌ها، نیاز به حق‌طلبی و دوری از باطل است. از این‌رو هر مکتبی باید نسبت خود با حق و باطل از منظر هستی‌شناختی و معرفت‌شناختی مشخص نماید.

۲. مسئولیت‌های اجتماعی: مکتب منبع الهام تکالیف و مسئولیت‌هاست که از این‌رو دارای نمود بیرونی و کنش اجتماعی است (خامنه‌ای، ۱۳۹۹، ۳۵۸). مکتب تنها به شناخت‌های ذهنی و فلسفی محدود نمی‌شود بلکه در لایه‌های ظاهری تمدن‌سازی، باید کنشگری اجتماعی داشته باشد و در سطح نظریه باقی نماند. از این‌رو یک نظریه یا پارادایم زمانی که دارای پیروان اجتماعی و ظهور بیرونی گردد، مکتب نامیده می‌شود. مکتب برای پیروانش خود مسئولیت‌ها و تکالیف اجتماعی تعیین می‌کند. بنابراین در شناخت مکتب باید به مسئولیت‌های اجتماعی آن توجه نمود.

۳. انسجام درونی و تمایز بیرونی: انسجام یک مکتب نشان از قوت نظری و موجب قوت عملی آن در جامعه می‌گردد. در سطح اجتماع نیز، مردم به مکتبی گرایش پیدا می‌کنند که دارای قوت نظری باشد. اصول یک مکتب باید هماهنگ با یکدیگر باشند و هر اصلی در تأیید و تکمیل اصل دیگر قرارگیرد (خامنه‌ای، ۱۳۹۹، ۷۴۱). هر مکتب باید تقابل و تمایز خود از سایر مکاتب رقیب را نشان دهد (خامنه‌ای، ۱۳۹۹، ۳۹۱). بنابراین در شناخت ابعاد یک مکتب باید اولاً و ابوط اصول آن مکتب با یکدیگر مورد توجه قرار گیرد، ثانیاً نحوه تعامل آن مکتب با عرصه‌های مختلف اجتماع مورد توجه قرار گیرد.

موضوع پژوهش حاضر با شناخت مؤلفه‌های مکتب شهید سلیمانی آغاز می‌شود. به منظور فهم ابعاد مکتب شهید سلیمانی، پژوهش حاضر به بررسی سخنرانی‌های مکتوب رهبر معظم انقلاب در مورد شهید سلیمانی -چه در زمان حیات و چه پس از شهادت وی- در مناسبات مختلف پرداخته است.

به منظور یافتن سخنرانی‌های مرتبط با شهید سلیمانی در بخش جستجوی سایت khamenei.ir، کلیدواژه «سلیمانی» جستجو گردید و ۱۳ سخنرانی رهبر معظم انقلاب یافت شد که حداقل یک بار نام شهید سلیمانی در آن برده شده است. جدول ذیل عناوین و تاریخ سخنرانی یا احکام رهبر انقلاب به سردار را که در این پژوهش انتخاب شده است نشان می‌دهد:

جدول ۱. بیانات مورد استفاده در تحلیل مکتب شهید سلیمانی

تاریخ	بیانات
۱۳۹۹/۰۹/۲۶	بیانات در دیدار دست‌اندرکاران مراسم سالگرد شهادت حاج قاسم سلیمانی و خانواده شهید سلیمانی
۱۳۹۸/۱۰/۱۸	بیانات در دیدار مردم قم
۱۳۹۸/۱۰/۲۷	بیانات خطبه‌های نماز جمعه تهران
۱۳۹۸/۱۱/۲۹	بیانات در دیدار مردم آذربایجان شرقی

۱۳۹۸/۱۱/۱۶	بیانات در دیدار اقشار مختلف مردم
۱۳۹۹/۰۴/۲۲	بیانات در ارتباط تصویری با نمایندگان یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی
۱۳۹۸/۱۰/۱۳	پیام تسلیت رهبر انقلاب در پی شهادت سردار شهید سپهبد قاسم سلیمانی و شهدای همراه او
۱۳۹۹/۰۱/۰۱	پیام نوروزی به مناسبت آغاز سال ۱۳۹۹
۱۳۹۹/۰۵/۱۰	بیانات در سخنرانی تلویزیونی به مناسبت عید قربان
۱۳۹۸/۱۱/۲۶	بیانات در دیدار مداحان اهل بیت (علیهم‌السلام)
۱۳۹۸/۱۰/۱۳	بیانات در منزل سپهبد شهید حاج قاسم سلیمانی
۱۳۸۴/۰۲/۱۲	بیانات در دیدار جمعی از ایشارگران و خانواده‌های شهدای استان کرمان
۱۳۹۶/۰۸/۳۰	پاسخ رهبر انقلاب به نامه سرلشکر قاسم سلیمانی درباره پایان سیطره داعش

پس از جمع‌آوری منابع، با استفاده از روش تحلیل مضمون و مرور چندباره متن با توجه به ویژگی‌های گفته شده در مورد مکتب، ۸۰ کد از متن بیانات مرتبط با موضوع مکتب مستخرج گردید. سپس با دسته‌بندی این کدها، ۲۰ مضمون اصلی شکل گرفت. در ادامه با دسته‌بندی مضامین اصلی، به ۷ مضمون سازمان‌دهنده و در پایان به ۳ مضمون فراگیر رسیدیم. در این بخش به معرفی شبکه مضامین مرتبط با مؤلفه‌های مکتب شهید سلیمانی از منظر رهبر انقلاب خواهیم پرداخت. جدول ذیل به صورت مختصر مضامین فراگیر و سازمان‌دهنده و اصلی را نشان می‌دهد.

جدول ۲. جدول تحلیل مضمون مکتب شهید سلیمانی

مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین اصلی	کدها
ارتباط با جبهه	تعهد به ارزش‌های	اخلاص در عمل	۳
حق	دینی	آخرت‌گرایی	۲

۴	معنویت‌گرایی		
۵	ایمان‌گرایی		
۲	پایبندی به تشیع		
۱	ولایت‌مداری	تعهد به ارزش‌های انقلابی	
۱	متعهد به ارزش‌های انقلاب		
۴	زندگی معمولی در کنار مردم	ایثار و تعاون نسبت مردم در جبهه حق	
۷	نوع‌دوستی بدون مرز در جبهه حق		
۴	همراه‌سازی جبهه حق	بسیج گسترده جبهه حق برای مقاومت	
۵	انسجام جبهه مقاومت		
۷	همیاری به مردم برای مقاومت		
۷	بیداری و هدایت ملت نسبت به ارزش‌های انقلابی	هدایت فرهنگی جریان حق	
۱۱	الگوسازی بدون مرز		
۳	جریان‌سازی در تاریخ		
۱	تلاش در عرصه‌های مختلف تحرکات دشمن	شناخت نقشه‌های باطل	تعامل با جبهه باطل
۲	شناخت و پیش‌بینی نقشه‌های دشمن		
۳	تلاش بی‌وقفه در جهاد	جهاد همه‌جانبه علیه باطل	
۲	حضور در صحنه جهاد		
۶	تدبیر شجاعانه		

در ادامه جهت اختصار، ۷ مضمون سازمان‌دهنده جدول بالا به تفکیک شرح داده

خواهد شد.

۱. تعهد به ارزش‌های دینی: شهید سلیمانی مسلمانانی بود که در مکتب اسلام و در



دوران جنگ و در نظام ایمانی رشد کرده بود و در طول زندگی به خودسازی و معنویت‌گرایی می‌پرداخت. وی حتی در میدان جنگ نیز حدود شرعی را رعایت می‌کرد و از ظلم و تعدی پرهیز می‌نمود. وی به آخرت ایمان قلبی داشت و تلاش می‌کرد که اعمال خود را مخلصانه انجام دهد و این عمل مخلصانه موجب برکت به عمر و شهادت وی گردید.

۲. تعهد به ارزش‌های انقلابی: شهید سلیمانی تربیت شده مکتب امام خمینی بوده است و به‌شدت به ارزش‌های انقلابی همچون اطاعت از ولی فقیه ایمان داشته است. از این رو تمام تلاش خود را جهت کسب رضایت و تحسین ولایت انجام می‌داد. ایشان با این‌که در خطوط و احزاب سیاسی شرکت نداشت اما به‌شدت به ارزش‌ها انقلابی پایبند بود. وی با هر فرد و جریانی که در چارچوب انقلاب حرکت می‌کرد، تعامل داشت.

۳. ایثار و فداکاری نسبت به جنس مردم: شهید سلیمانی در عین حالی که زندگی ساده و بی‌تکلف داشت و بدون تظاهر در میان مردم حضور پیدا می‌کرد، اما تلاش می‌کرد تا به حل مشکلات مردم در بحران‌هایی نظیر سیل اقدام کند. وی عمر خود را برای ایجاد امنیت و مراقبت از جان انسان‌ها خرج نموده و انسان صرف‌نظر از ملیت و نژاد قابل احترام برای وی بود. از این رو فعالیت‌های فرامرزی وی از روی اعتقاد جهت مبارزه با ظلم بود.

۴. بسیج و همکاری با جبهه حق: شهید سلیمانی فردی فراجناحی بود و تلاش می‌نمود تا با قدرت اقتناع‌کنندگی افراد و گروه‌های جبهه حق را برای مقاومت در برابر باطل همراه سازد. نزدیکان و همکاران وی انسان‌های مؤمن و شجاع بودند. شهید سلیمانی عامل وحدت بین کشورهای جبهه مقاومت بوده و شهادت وی انسجام و پیوند این جبهه را مستحکم‌تر کرد. وی عامل برانگیختگی مقاومت اسلامی است و در زمان حیات او جبهه مقاومت تجهیز شد و الگوی مبارزه را از وی آموخت.

۵. هدایت فرهنگی جریان جبهه حق: هر مکتبی به حسب قوت و قدرت نظری و عملی خود در تاریخ اثرگذار است. ارائه یک الگو عامل ایجاد‌گریش عمومی و تغییر در جریان تاریخی می‌گردد. شهید سلیمانی با متبلورسازی ارزش‌های ملی و اسلامی به‌عنوان الگو و قهرمان ایران و جهان اسلام شناخته شد و شهادت وی موجب هدایت و گرایش

عمومی به ارزش های انقلابی و اسلامی و ایجاد اتحاد و بصیرت در میان آحاد جهان اسلام و حتی میان آزادی خواهان جهان گردید.

۶. شناخت و تدبیر نسبت به نقشه های دشمن: هر مکتبی باید مرز خود را از مکاتب رقیب و منحرف جدا می سازد. مکتب شهید سلیمانی مکتب حق گرا و حق جو است و از این رو به دفع و رفع جبهه باطل اقدام می کند. برای این منظور باید عرصه های مختلف حضور باطل و نقشه های آتی وی پیش بینی شود و برای شکست دشمن در عرصه سخت و نرم طراحی و برنامه ریزی نمود.

۷. چگونگی جهاد علیه باطل: در مکتب شهید سلیمانی، پس از شناخت نقشه ها و عرصه های جبهه باطل، باید به جهاد همه جانبه علیه باطل اقدام نمود. این جهاد همه جانبه نیازمند درایت و تیز هوشی در به کارگیری امکانات برای خنثی سازی نقشه های دشمن است تا آنچه به ظاهر ناممکن است، محقق شود. در خط مقدم جهاد و میدان عمل و مجاهدت بی وقفه و خستگی ناپذیر از جمله الزامات حضور در عرصه جهاد علیه باطل است.

الگوی ابعاد تأثیرگذاری محتوای رسانه

تولیدات رسانه ملی به منظور اثرگذاری بر مخاطب است. آنچه محتوای رسانه عرضه می کند، نفوذ و اثر است و آنچه از اثر محتوای رسانه بر مخاطب اعمال می شود، تأثیر رسانه ای است. از این رو، «تأثیرات ناشی از نفوذ رسانه، عبارت است از همان چیزهایی که به عنوان نتایج - حال چه به صورت جزئی و چه به صورت کلی - از نفوذ رسانه ای ناشی می شوند». (پاتر، ۲۰۱۲، ۳۶-۳۸)

تأثیرات محتوای رسانه را می توان به سه دسته خروجی، ره آورد و پیامد تقسیم کرد. منظور از خروجی،^۲ نتایج بلاواسطه و فوری حاصل از محتوای رسانه است. ره آورد،^۳ تأثیرات کوتاه مدت و میان مدت حاصل از محتواست که نوعاً افراد با هدف تحقق ره آوردها اقدام به

1. Potter.

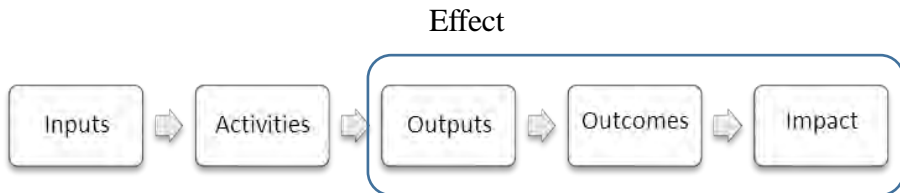
2. Outputs.

3. Outcomes.



تولید محتوا می‌کنند. پیامد^۱ نیز از اثرات بلندمدت خواسته یا ناخواسته (عمدتاً ناخواسته) حاصل از محتوای رسانه بر مخاطبان شکل می‌گیرد. در این جا به مجموع خروجی، ره‌آورد و پیامد، تأثیر گفته می‌شود. (استافل بیم^۲ و کورین^۳، ۲۰۱۴، ۱۵۲-۱۵۸)

شکل ۱. روابط انواع تأثیرات



تأثیرات رسانه‌ای را می‌توان براساس ارزش تأثیرات (تأثیرات مثبت در مقابل تأثیرات منفی)، زمان‌بندی تأثیرات (تأثیرات فوری در مقابل تأثیرات بلندمدت)، دوام تأثیرات (تأثیرات موقت در مقابل تأثیرات دائم)، میزان تغییر (تغییر در مقابل تقویت)، قصد تأثیر (عمدی در مقابل غیرعمدی)، میزان ارتباط (تأثیرات مستقیم یا غیرمستقیم) و قابلیت وضوح (تأثیرات قابل مشاهده یا پنهان) طبقه‌بندی کرد. این پژوهش به بررسی تأثیرات رسانه بر مخاطب از لحاظ روان‌شناختی می‌پردازد که دارای انواع ذیل می‌باشد:

۱. تأثیرات شناختی: تأثیرات محتوای رسانه بر پردازش ذهنی، ساخت و ذخیره‌سازی اطلاعات.
۲. تأثیرات باوری: تأثیرات محتوای رسانه بر باورهای فرد و جامعه.
۳. تأثیرات نگرشی: تأثیرات محتوای رسانه بر قضاوت‌های نگرشی افراد.
۴. تأثیرات احساسی: تأثیرات محتوای رسانه بر بروز یا تغییر احساساتی همچون خشم، خنده و ترس.
۵. تأثیرات رفتاری: تأثیرات محتوای رسانه برکنش‌های آشکار رفتاری فرد. (پاتر، ۲۰۱۲،

(۴۲-۳۵)



1. Impact.
2. Stufflebeam.
3. Coryn.

تولیدات رسانه ملی باید موجب ایجاد تأثیرات مثبت شناختی، باوری، نگرشی، احساسی و رفتاری بر مخاطب گردد. به طور مثال دانش مخاطب را به موضوعات جهان اسلام افزایش دهد، باور مخاطب به کمک خداوند را تقویت نماید. از طرف دیگر تولیدات رسانه باید از ایجاد تأثیرات منفی شناختی، باوری، احساسی و رفتاری در مخاطب پرهیز نمایند. به طور مثال از ایجاد حس ترس نسبت به دشمن بر مخاطب پرهیز نماید.

روش پژوهش: دلالت‌پژوهی

از روش دلالت‌پژوهی در چه زمان استفاده می‌شود؟ گاهی اوقات پژوهشگری می‌خواهد از سایر رشته‌ها، از فلسفه‌های مختلف، از رشته‌های پایه‌ای، از یک مکتب، از یک چارچوب، از یک نظریه یا مدل، و یا حتی از یک ایده ابتدایی مطرح در سایر رشته‌ها رهنمودهایی قرض کرده و در رشته تخصصی خود به کار گیرد، به این عمل «دلالت‌پژوهی» اطلاق می‌شود. به طور مثال دلالت‌های رئالیسم انتقادی در پژوهش‌های سیستم‌های اطلاعاتی یا دلالت‌های پست مدرنیسم در مدیریت دولتی (دانایی‌فرد، ۱۳۹۵). از روش دلالت‌پژوهی می‌توان جهت استخراج سیاست‌های مرتبط با یک حوزه براساس یک مکتب یا چارچوب استفاده کرد. به طور مثال امینی و زارع (۱۳۹۷) به دلالت‌های آموزه‌های نهج‌البلاغه در حوزه ارزشیابی خط‌مشی اقدام نمودند (امینی و زارع، ۱۳۹۷) و یا محمدی و همکارانش (۱۳۹۷) به استخراج دلالت‌های واقع‌گرایی انتقادی در ارزشیابی خط‌مشی علم، فناوری و نوآوری پرداختند (محمدی و دیگران، ۱۳۹۷).

از آن‌جا که سیاست‌های حاکم بر محتوای رسانه باید از جنس سیاست‌های رسانه‌ای (و نه صرفاً فرهنگی) بوده و در حوزه کارکرد رسانه در تأثیرگذاری بر مخاطب قرار گیرد، نمی‌توان در تدوین سیاست‌ها صرفاً به مؤلفه‌های مکتب شهید سلیمانی اکتفاء نمود، بلکه باید از تلاقی مؤلفه‌های مکتب شهید سلیمانی با ابعاد تأثیرگذاری محتوا با استفاده از روش دلالت‌پژوهی، به استخراج سیاست‌های رسانه‌ای برخاسته از مکتب شهید سلیمانی اقدام

نمود. از این رو در پژوهش حاضر از روش دلالت پژوهی برای استخراج سیاست‌های رسانه‌ای حاکم بر تولیدات رسانه ملی استفاده شده است.

بر اساس نظر دانایی فرد (۱۳۹۵) در مقاله «روش‌شناسی مطالعات دلالت پژوهی در علوم اجتماعی و انسانی»، به طور کلی دو گونه متمایز دلالت پژوهی نظامند و دلالت پژوهی برایشی وجود دارد. در دلالت پژوهی نظامند، در ابتدا چارچوب مفهومی که به دنبال دلالت‌هایی از رشته، فلسفه، چارچوب، نظریه و مدل مطرح شده در مجامع علمی برای آن هستیم، به تفصیل مطرح می‌شود و سپس در مآخذ استقراض دلالت‌ها به دنبال یافتن دلالت‌هایی برای تک تک عناصر تشکیل دهنده آن چارچوب مفهومی می‌گردیم (دانایی فرد، ۱۳۹۵). در پژوهش حاضر، در فصول قبلی مؤلفه‌های مکتب شهید سلیمانی و الگوی تأثیرگذاری محتوای رسانه ملی تشریح گردید.

دانایی فرد در مقاله «روش‌شناسی مطالعات دلالت پژوهی در علوم انسانی و اجتماعی» به ۱۱ مرحله کاربست اجرای دلالت پژوهی اشاره کرده است که البته این مراحل خطی نیستند و بین مراحل بده بستان وجود دارد. در ادامه به کاربست این مراحل در پژوهش حاضر اشاره می‌گردد:

۱. تعیین مناسب بودن پژوهش دلالت پژوهی: دلالت پژوهی برای پژوهشگر آشنا به حوزه‌های مختلف به منظور کسب دانش عاریه ای مناسب است. موضوع این پژوهش، دلالت‌های ابعاد مکتب شهید سلیمانی بر کارکرد تأثیرگذاری محتوای رسانه بر مخاطب است. با توجه به این که نگارنده این پژوهش، در دو حوزه اثرسنجی رسانه و مکتب شهید سلیمانی مطالعات هدف‌مندی داشته، توانایی دلالت پژوهی در این حوزه را دارد.

۲. تعیین مآخذ احصا دلالت‌ها برای پرداختن به مسئله پژوهشی: در روش‌شناسی دلالت پژوهی معمولاً یک مآخذ صادرکننده ایده و یک مآخذ واردکننده ایده وجود دارد. به طور مثال خط‌مشی‌گذاری علم و فناوری (واردکننده) در پی کسب رهنمودهایی از رئالیسم انتقادی (صادرکننده) برای ارتقای کیفیت و ظرفیت است. در پژوهش حاضر، ابعاد تأثیرگذاری محتوای رسانه (واردکننده) در پی کسب رهنمودهایی از مکتب شهید سلیمانی

(صادرکننده) برای استخراج سیاست‌های محتوایی حوزه رسانه در چارچوب آن مکتب است. ۳. تعیین فرآیندی برای واکاوی ابژه: فرآیند اولیه پژوهش، یافتن ایده‌های کلیدی از مکتب شهید سلیمانی در چارچوب تأثیرگذاری محتوای رسانه بر مخاطب و سپس اعتبارسنجی آن دلالت‌ها است.

۴. تعیین چارچوب مفهومی موضوع دلالت‌پژوهی: سؤال اساسی این مرحله آن است که دلالت‌های ایده‌های کلیدی ناظر بر چه موضوعاتی است؟ این یعنی دلالت‌ها برای چه عناصری از موضوع می‌باشد. موضوع دلالت‌پژوهی در این پژوهش، ابعاد تأثیرگذاری محتوایی رسانه است که شامل تأثیرات شناختی، باوری، نگرشی، احساسی و رفتاری به شرح گفته شده در بخش ادبیات است.

۵. نمونه‌گیری نظری ابژه دلالت‌پژوهی: بسیاری از پژوهشگران برای استخراج دلالت‌ها به بهترین وجه به متون مراجعه می‌کنند. در این پژوهش بیانات رهبر معظم انقلاب در مورد شهید سلیمانی به‌عنوان منبع اخذ سهم‌یاری‌های مکتب شهید سلیمانی انتخاب شده است.

۶. احصای سهم‌یاری‌های ابژه دلالت‌پژوهی: در این مرحله تلاش شد سهم‌یاری‌های یا همان ابعاد مکتب شهید سلیمانی با استفاده از روش تحلیل مضمون از بیانات رهبر معظم انقلاب استخراج گردد. (مطابق آنچه در بخش ادبیات و جدول شماره ۱ گفته شده است)

۷. اعتبارسنجی سهم‌یاری‌های ابژه دلالت‌پژوهی: اعتبار سهم‌یاری‌ها مستند به عقبه روش مورد استفاده در استخراج هر سهم‌یاری است. این سهم‌یاری‌ها با روش تحلیل مضمون به دست آمده‌اند.

۸. متناسب‌سازی سهم‌یاری‌ها با چارچوب مفهومی موضوع دلالت‌پژوهی: در این مرحله باید بین چارچوب و مکتب استقراض شده (ابعاد مکتب شهید سلیمانی) و عناصر چارچوب مفهومی موضوع دلالت‌پژوهی (تأثیرگذاری محتوای رسانه) نوعی انطباق صورت گیرد تا دلالت‌های معنادار این انطباق معلوم گردد. برای این انطباق از جدول ذیل استفاده شده و دلالت‌های معنادار مشخص شده‌اند.

جدول ۳. نمایش دلالت‌های معنادار تأثیرات رسانه و ابعاد مکتب شهید سلیمانی

ابعاد مکتب شهید سلیمانی							
جهاد همه‌جانبه علیه باطل	شناخت نقشه‌های باطل	هدایت فرهنگی جریان حق	بسیج جبهه حق برای مقاومت	ایثار و فداکاری برای مردم در جبهه حق	تعهد به ارزش‌های انقلابی	تعهد به ارزش‌های دینی	تأثیرات رسانه
							شناختی
							باوری
							نگرشی
							رفتاری
							احساسی

ارائه سیاست‌های محتوایی حاکم بر تولیدات رسانه ملی بر اساس چارچوب مکتب شهید سلیمانی

۹. احصاء دلالت‌های مورد نظر: پس از انطباق چارچوب‌ها، نوبت به تحریر دلالت‌ها توسط پژوهشگر می‌گردد. این دلالت‌ها گاهی به صورت نوآورانه و گاهی با بررسی سایر منابع مورد اصلاح و توسعه قرار می‌گیرند. در بخش چهارم به تشریح دلالت‌ها پرداخته می‌شود.

۱۰. اعتبارسنجی دلالت‌های احصایی: منطق دلالت‌ها از یک طرف و استحکام استنادی دلالت‌ها می‌تواند به اعتبار دلالت‌ها کمک کند. همچنین خبرگان می‌توانند در مورد سهم‌یاری‌ها و دلالت‌های احصاء شده اظهار نظر نمایند. در پژوهش حاضر نظر خبرگان حوزه رسانه موجب اصلاح و ویرایش نسخه اولیه دلالت‌ها گردید.

۱۱. تدوین گزارش پژوهش: دلالت‌های مکتب شهید سلیمانی بر اثرگذاری محتوای رسانه با ادبیات سیاسی در قالب بازبینه در بخش پنجم ارائه گردید (دانایی فرد، ۱۳۹۵).

یافته‌ها

در این بخش به دلالت‌های مکتب شهید سلیمانی بر ابعاد تأثیرگذاری محتوای رسانه ملی اشاره می‌گردد. این دلالت‌ها همان سیاست‌های حاکم بر تولیدات رسانه ملی برخاسته از مکتب شهید سلیمانی است.

تأثیر تولیدات رسانه ملی بر ارزش‌ها و باورهای دینی

ارزش‌ها و باورهایی نظیر آخرت‌گرایی، اخلاص در عمل، خودسازی و ایمان غالباً براساس شناخت نسبت به مبدأ و معاد شکل می‌گیرند. از این رو مخاطب باید در ابتدا نسبت به این باورها شناخت حاصل نماید تا باور به آن‌ها در نفس وی مستقر گردد. به طور مثال ابتدا باید شناخت نسبت به وجود آخرت و منازل سفر اخروی به دست آید تا باور به آخرت و توحید در نفس فرد ایجاد یا تقویت گردد.

رسانه وظیفه دارد در ابتدا مخاطبین را نسبت به آخرت، معنویت، ایمان و ضرورت اخلاص آگاه نماید. سپس محتوای رسانه می‌تواند با ابزارهای چون تکرار به ایجاد یا تقویت باورهای دینی اقدام نماید. از این رو سیاست‌های رسانه در این حوزه می‌تواند به شرح ذیل باشد:

- ≠ ایجاد و تقویت شناخت مخاطب نسبت به خداوند و آخرت؛
- ≠ معرفی اخلاص در عمل به عنوان یک ارزش دینی؛
- ≠ ایجاد و تقویت باور به اخلاص به عنوان عامل برکت؛
- ≠ ایجاد و تقویت باور به معنویت و ایمان به عنوان عامل سعادت.

تأثیر تولیدات رسانه ملی بر تعهد به ارزش‌های انقلابی

ارزش‌های انقلابی، ارزش‌هایی است که در نظام جمهوری اسلامی مورد تأیید انقلابیون قرار گرفته‌اند. ارزش‌هایی همچون مبارزه با ظلم و اطاعت از ولی فقیه که در مکتب شهید

سلیمانی جز اصول می‌باشند. تعهد به این ارزش‌ها زمانی است که شناخت و باور قلبی و رفتار عملی از این ارزش‌ها برخاسته شود. از این‌رو تولیدات رسانه باید با معرفی عمیق ارزش‌های نظام جمهوری اسلامی نظیر ولایت فقیه و مبارزه با ظلم موجب افزایش دانش مخاطبین و نسل‌ها نسبت به این ارزش‌ها گردد. همچنین این تکرار و عمق‌بخشی به این شناخت می‌تواند به ایجاد و تقویت باور قلبی در مخاطب گردد. از این‌رو دو سیاست محتوایی ذیل باید مورد نظر در تولیدات قرار گیرد:

- ≠ افزایش دانش مخاطبین نسبت به ارزش‌های انقلاب و نظام اسلامی؛
- ≠ تقویت باور مخاطبین نسبت به ارزش‌های انقلاب و نظام اسلامی.

تأثیر تولیدات رسانه ملی بر نوع‌دوستی و فداکاری

شهید سلیمانی در عین حال که بسیار مردمی و بدون تظاهر در اجتماعی ظاهر می‌شد، اما تمام تلاش خود را برای خدمت به مردم و رفع مشکلات آن‌ها به کار می‌گرفت و انسان صرف نظر از ملیت و نژاد و مذهب برایش موضوعیت داشت. رسانه وظیفه دارد داشتن یک زندگی متعارف و معمولی بدور از تجمل و رفاه‌زدگی را به‌عنوان یک ارزش معرفی نماید. همچنین نوع‌دوستی و خدمت به بشر صرف نظر از ملیت و نژاد باید به‌عنوان یک ارزش مطلوب در رسانه معرفی گردد. از این‌رو سیاست‌های ذیل در این حوزه پیشنهاد می‌شود:

- ≠ ایجاد نگرش منفی نسبت به خودنمایی و تجمل؛
- ≠ آموزش یا تقویت رفتارهای ساده‌زیستی در سبک زندگی؛
- ≠ ایجاد یا تقویت حس همدری و کمک به مردم محروم و مستضعف؛
- ≠ ایجاد و تقویت ارزشمندسازی نوع‌دوستی و خدمت به بشر.

تأثیر تولیدات رسانه ملی بر بسیج جبهه حق برای مقاومت

شهید سلیمانی تلاش می‌کرد به‌واسطه فراجناحی بودن و قدرت اقناع‌کنندگی، افراد شجاع و مؤمن را برای ساخت و تقویت جبهه حق به کار گیرد. وی تلاش می‌کرد با آموزش

الگوی مبارزه به مردم، به تحریک ایشان جهت مقاومت علیه ظلم پردازد؛ چراکه مهم آن است که مردم خود انگیزه و قدرت مبارزه با ظلم پیدا کنند.

رسانه ملی باید تلاش کند تولیدات فرا جناجی را داشته باشد و با استدلال و اقناع به تحریک قیام مردم مؤمن و شجاع علیه باطل پردازد. محتوا رسانه باید عامل وحدت باشد و از طرح مسائل اختلاف انگیز پرهیز نماید. محتوای رسانه باید به تعلیم الگوی های مبارزه علیه ظلم متناسب با اقتضائات کشورهای جهان اقدام نماید. از این رو سیاست های حاکم بر محتوای رسانه در این حوزه عبارت اند از:

- ≠ تولیدات رسانه ملی باید فرا جناجی و در چارچوب ارزش های انقلابی باشد؛
- ≠ تولیدات رسانه ملی باید موجب ایجاد یا تقویت شناخت نسبت به ضرورت مبارزه با ظلم گردد؛
- ≠ محتوای رسانه نباید به طرح مسائل وحدت شکن در جبهه مقاومت پردازد؛
- ≠ محتوای رسانه باید موجب برانگیختگی کشورها علیه ظلم شود؛
- ≠ محتوای رسانه باید به آموزش الگوهای مبارزه در عرصه های مختلف جهاد پردازد.

تأثیرات تولیدات رسانه ملی جهت هدایت فرهنگی جبهه حق

محتوای رسانه با الگوسازی و قهرمان سازی می تواند به تبلور ارزش های فرهنگی پردازد. این جریان الگوسازی باید به صورت دائمی و نه مقطعی ادامه یابد تا تأثیرات دائمی و تاریخ ساز در جبهه حق داشته باشد. محتوای رسانه می تواند به معرفی قهرمانان مقاومت پردازد. برای این منظور سیاست های ذیل باید در تولیدات رسانه ملی پیگیری شود:

- ≠ محتوای رسانه باید به معرفی قهرمانان مقاومت پردازد؛
- ≠ محتوی باید کسانی را که ارزش های ملی و اسلامی در آنها متبلور شده، به عنوان قهرمان اجتماع معرفی نماید؛
- ≠ محتوای رسانه باید موجب برانگیختگی احساسات نسبت به ارزش های مقاومت گردد؛

≠ محتوای رسانه باید موجب ایجاد یا تقویت نگرش مثبت نسبت به قهرمانان مقاومت گردد.

تأثیر تولیدات رسانه ملی بر شناسایی دشمن و نقشه‌های آن

دشمن یا جبهه باطل داری نقشه‌های مختلف در عرصه‌های مختلف نظامی، امنیتی، سیاسی و ... است. محتوای رسانه باید موجب آگاهی مخاطب نسبت به ابعاد و انواع نقشه‌های دشمن گردد. محتوای رسانه باید نقشه‌ها و توطئه‌های دیروز دشمن را یادآوری کرده و اذهان عمومی را نسبت به نقشه‌های امروز و آتی دشمن آگاه سازد تا افراد با راه‌حل‌های خلاقانه به خنثی‌سازی توطئه دشمن اقدام نمایند. برای تحقق موضوعات، باید اهداف و سیاست‌های ذیل در رسانه ملی پیگیری گردد:

≠ محتوای رسانه باید به یادآوری راه‌حل‌های خلاقانه جبهه مقاومت در جهت خنثی‌سازی توطئه دشمن اقدام کند؛

≠ محتوای رسانه باید نقشه‌ها و توطئه‌های گذشته دشمن نسبت به کشور را یادآوری نماید؛

≠ تولیدات رسانه باید به آگاه‌سازی جامعه نسبت به نقشه‌های آتی دشمن اقدام کند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
مرکز ملی علوم انسانی

تأثیر رسانه بر آموزش جهاد

جهاد در تقابل با دشمن در عرصه‌های فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، علمی، نظامی صورت می‌گیرد. رسانه برای مقابله با نقشه‌های دشمن در این عرصه‌ها باید به معرفی و آموزش ابعاد و لوازم جهاد صحیح بپردازد. جهاد در هر عرصه‌ای دارای مختصات و الزاماتی خاص است. محتوای رسانه باید به معرفی این الزامات بپردازد. محتوای رسانه باید عرصه تقابل حق و باطل را نمایش دهد و جهاد را تنها راه‌حل مسائل بداند، جهادی بدون وقفه و حضور دائمی در میدان. برای تحقق این اهداف باید سیاست‌های ذیل مورد نظر گیرد:

- ≠ آشناسازی مخاطب با عرصه‌های تقابل جبهه حق و باطل در عرصه‌های مختلف زندگی؛
- ≠ آموزش جهاد در عرصه‌های مختلف؛
- ≠ معرفی الگوها فردی و جمعی جهاد کامل و اثربخش؛
- ≠ پرهیز از ایجاد حس ترس نسبت به دشمن؛
- ≠ تقویت حس شجاعت در تقابل با دشمن.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از نگارش این مقاله ارائه سیاست‌های حاکم بر تولیدات رسانه ملی براساس چارچوب مکتب شهید سلیمانی است. برای این منظور در ابتدا با تحلیل مضمون بیانات رهبر معظم انقلاب ناظر به مکتب شهید سلیمانی، به ارائه ابعاد مکتب شهید سلیمانی پرداختیم. همچنین الگوی اثرگذاری محتوای رسانه ارائه گردید. در ادامه از طریق روش دلالت‌پژوهی، به استخراج سیاست‌ها و اهداف حاکم بر تولیدات رسانه ملی برخاسته از چارچوب مکتب شهید سلیمانی مطابق آنچه در فصل چهار ذکر شد، پرداختیم.

در جدول ذیل این سیاست‌ها و اهداف مستخرج در قالب بازبینه (چک لیست) ای ارائه شده است. این بازبینه به مدیران سازمانی کمک می‌کند تا در هنگام ارزیابی طرح‌ها نسبت به اهداف و سیاست‌های مورد نظر در این حوزه التفات بیشتری داشته باشند. همچنین برنامه‌سازان در هنگام طراحی برنامه‌ها به تحقق این اهداف و سیاست التفات داشته باشند. همچنین در پایان، ارزیابان و ناظران سازمان باید تولیدات را با توجه به این سیاست‌ها ارزشیابی نمایند. بنابراین در چهار مرحله طراحی محتوا، تصویب طرح تولیدات، اجرا و تولید اثر و در آخر ارزیابی محتوا باید تحقق این سیاست‌ها مورد تأیید طراحان و مدیران سازمانی قرار گیرد. به طور مثال نویسنده یک سریال باید مشخص کنند که فیلمنامه وی در راستای تحقق کدام اهداف و سیاست‌ها قرار گرفته است. سپس کمیته سیما فیلم باید تأیید کنند که طرح ارسال شده می‌تواند آن سیاست‌ها و اهداف را محقق نماید یا نه؟ همچنین ناظران تولید

باید در طول تولید بر اجرای آن سیاست نظارت نمایند. پس از تولید نیز دفاتر ارزیابی سازمان باید محتوای تولیدشده را براساس آن اهداف مذکور، مورد ارزیابی قرار داده و میزان تحقق اهداف در قالب درصد بیان نمایند.

جدول ذیل سیاست‌ها و اهداف را به صورت بازیننه (چک لیست) نمایش می‌دهد و ستون‌های سمت چپ، محل تأیید و میزان تحقق این سیاست‌ها و اهداف است.

جدول ۴. بازیننه اهداف و سیاست‌های تولیدات رسانه ملی در چارچوب مکتب شهید سلیمانی

ارزیابی	تولید	بازیننه	هدف	بازیننه اهداف و سیاست‌های تولیدات رسانه ملی در چارچوب مکتب شهید سلیمانی
				۱. تأثیرات محتوای رسانه بر تعهد به ارزش و باورهای دینی
				≠ ایجاد و تقویت شناخت مخاطب نسبت به خداوند و آخرت ≠ معرفی اخلاص در عمل به عنوان یک ارزش دینی ≠ ایجاد و تقویت باور به اخلاص به عنوان عامل برکت ≠ ایجاد و تقویت باور به معنویت و ایمان به عنوان عامل سعادت
				۲. تأثیر محتوای رسانه بر تعهد به ارزش‌های انقلابی
				≠ افزایش دانش مخاطبین نسبت به ارزش‌های انقلاب و نظام اسلامی ≠ تقویت باور مخاطبین نسبت به ارزش‌های انقلاب و نظام اسلامی
				۳. تأثیر محتوای رسانه بر نوع دوستی و فداکاری

			<p>ایجاد نگرش منفی نسبت به خودنمایی و تجمل</p> <p>آموزش یا تقویت رفتارهای ساده‌زیستی در سبک زندگی</p> <p>ایجاد یا تقویت حس همدری و کمک به مردم محروم و مستضعف</p> <p>ایجاد و تقویت ارزشمندی‌سازی نوع دوستی و خدمت به بشر</p>
			<p>۴. تأثیر محتوای رسانه بر بسیج جبهه حق برای مقاومت</p>
			<p>تولیدات رسانه ملی باید فراجانجی و در چارچوب ارزش‌های انقلابی باشد</p> <p>ایجاد یا تقویت شناخت مخاطبین نسبت به ضرورت مبارزه با ظلم</p> <p>پرهیز از طرح مسائل وحدت‌شکن در جبهه مقاومت</p> <p>تحریک مردم کشورها به قیام علیه ظلم</p> <p>آموزش الگوی مبارزه در عرصه‌های مختلف جهاد به مستضعفین</p>
			<p>۵. تأثیر محتوای رسانه بر جریان‌سازی در تاریخ</p>
			<p>محتوای رسانه باید به معرفی قهرمانان مقاومت بپردازد</p> <p>معرفی کسانی که ارزش‌های ملی و اسلامی در آن‌ها متبلور شده، به‌عنوان قهرمان جامعه برانگیختگی احساسات جمعی نسبت به</p>

			ارزش‌های مقاومت ≠ ایجاد یا تقویت نگرش مثبت نسبت به قهرمانان مقاومت
			۶. تأثیر رسانه بر شناخت نقشه‌های دشمن
			≠ محتوای رسانه باید به یادآوری راه‌حل‌های خلاقانه جبهه مقاومت در جهت خنثی‌سازی توطئه دشمن اقدام کند ≠ محتوای رسانه باید نقشه‌ها و توطئه‌های گذشته دشمن نسبت به کشور را یادآوری نماید ≠ تولیدات رسانه باید به آگاه‌سازی جامعه نسبت به نقشه‌های آتی دشمن اقدام کند
			۷. تأثیر رسانه بر معرفی چگونگی جهاد
			≠ آشناسازی مخاطب با عرصه‌های تقابل جبهه حق و باطل در عرصه‌های مختلف زندگی ≠ آموزش جهاد در عرصه‌های مختلف ≠ معرفی الگوهای فردی و جمعی جهاد کامل و اثربخش ≠ پرهیز از ایجاد حس ترس نسبت به دشمن ≠ تقویت حس شجاعت در تقابل با دشمن

منابع

۱. امینی، سید جواد؛ زارع، علی (۱۳۹۷). دلالت پژوهی الگوی ارزشیابی خط‌مشی براساس آموزه‌های نهج‌البلاغه. دوفصلنامه اسلام و مدیریت، ۷(۱۴)، ۲۵-۴۹.
۲. دانایی‌فرد، حسن (۱۳۹۵). روش‌شناسی مطالعات دلالت‌پژوهی در علوم اجتماعی و انسانی: بنیان‌ها،

- تعاریف، اهمیت، رویکردها و مراحل اجرا. روش‌شناسی علوم انسانی، ۲۲ (۸۶)، ۳۹-۷۱.
۳. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۹، ۲۲ تیر). بیانات در ارتباط تصویری با نمایندگان یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۲۶ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=46045>
۴. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۹، ۲۶ آذر). بیانات در دیدار دست‌اندرکاران مراسم سالگرد شهادت حاج قاسم سلیمانی و خانواده شهید سلیمانی. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۲۶ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=46944>
۵. خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۹، ۱۰ مرداد). بیانات در سخنرانی تلویزیونی به مناسبت عید قربان. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۱۸ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=46146>
۶. خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۹، یک فروردین). پیام نوروزی به مناسبت آغاز سال ۱۳۹۹. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۱۲ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=45205>
۷. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۸، ۲۷ دی). بیانات خطبه‌های نماز جمعه تهران. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۲۳ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=44695>
۸. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۸، ۱۶ بهمن). بیانات در دیدار اقدار مختلف مردم. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۲۳ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=44827>
۹. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۸، ۲۶ بهمن). بیانات در دیدار مداحان اهل بیت (علیهم‌السلام). دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۲۸ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=44919>
۱۰. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۸، ۲۹ بهمن). بیانات در دیدار مردم آذربایجان شرقی. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۱۹ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=44955>
۱۱. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۸، ۱۸ دی). بیانات در دیدار مردم قم. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۲۷ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=44628>
۱۲. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۸، ۱۳ دی). بیانات در منزل سپهبد شهید حاج قاسم سلیمانی. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۱۵ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=44574>
۱۳. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۸، ۱۳ دی). پیام تسلیت رهبر انقلاب در پی شهادت سردار شهید سپهبد قاسم سلیمانی و شهدای همراه او. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۲۴ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=44554>
۱۴. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۶، ۳۰ آبان). پاسخ رهبر انقلاب به نامه سرلشکر قاسم سلیمانی درباره پایان سیطره داعش. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۲۵ از وبسایت:
<https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=38249>
۱۵. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۶). طرح کلی اندیشه اسلامی در قرآن: سلسله جلسات استاد سیدعلی حسینی خامنه‌ای مشهد مقدس، مسجد امام حسن مجتبی رمضان المبارک ۱۳۵۳ شمسی. تهران: صهبای

۱۶. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۴، ۱۲ اردیبهشت). بیانات در دیدار جمعی از ایشارگران و خانواده‌های شهدای استان کرمان. دسترسی در ۱۳۹۹/۱۰/۲۰ از وبسایت:

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=3280>

۱۷. محمدی، پیمان؛ دانایی‌فرد، حسن؛ ذوالفقارزاده، محمدمهدی (۱۳۹۷). بررسی دلالت‌های واقع‌گرایی انتقادی در ارزشیابی خط‌مشی علم، فناوری و نوآوری. فصلنامه مدیریت دولتی، ۱۰(۳)، ۳۵۷-۳۸۶.

۱۸. مطهری، مرتضی (۱۳۸۶). مقدمه‌ای بر جهان‌بینی اسلامی: جهان‌بینی توحیدی. تهران: صدرا.

19. Stufflebeam, Daniel L; Coryn, Chris, L.S.(2014). *Evaluation theory, models, and application*. Second edition. San Francisco: Jossey-Bass & Pfeiffer Imprints Wiley

20. Potter, W. James .(2012). *Media Effects*, Thousand Oaks: SAGE Publications



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی