

عنوان مقاله:

نظریه هنجاری رسانه ها از دیدگاه رهبران انقلاب اسلامی: از ۱۳۵۷ تا سی امین سال انقلاب

محل انتشار:

فصلنامه پژوهشهای ارتباطی، دوره 16، شماره 58 (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

ناصر باهنر - دکترای فرهنگ و ارتباطات، استادیار دانشگاه امام صادق (ع)

علی اصغر ترکاشوند - کارشناس ارشد فلسفه و کلام اسلامی

خلاصه مقاله:

نظریه های هنجاری، مشخص کننده بایدها و نبایدها در عملکرد رسانه ها هستند. در این رابطه سبیرت (۱۹۶۳) چهار نظریه اقتدارگرا، لیبرالی، مسئولیت اجتماعی و کمونیسم روسی را معرفی کرد. پس از او مریل با ارائه دسته بندی دوگانه (اقتدارگرا، لیبرالی)، هاچتن با تقسیم بندی پنج گانه (اقتدارگرا، کمونیسم روسی، توسعه بخش، انقلابی و غربی)، آلتشول با سه نظریه (بازار، مارکسیسم و پیشرو) و سرانجام مک کوئیل با افزودن دو نظریه توسعه بخش و مشارکت دموکراتیک به تقسیمات چهارگانه این نظریه، آن را به عنوان نظریه هنجاری رسانه ها معرفی کردند. در این مقاله تلاش شده است بر اساس مولفه های اصلی نظریه های هنجاری رسانه ها، دیدگاه های رهبران انقلاب اسلامی؛ امام خمینی و آیت الله خامنه ای، از میان سخنان ایشان استخراج شود. گزاره های به دست آمده نشان می دهد، نظام هنجاری مطلوب آنان، با وجود برخی شباهت ها به شش نظریه دیگر، دارای ویژگی هایی است که شاید بتوان به عنوان الگوی هفتم از آن سخن گفت.

کلمات کلیدی:

امام خمینی، انقلاب اسلامی، آیت الله خامنه ای، رسانه، نظریه هنجاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1387876>

