



پژوهش‌های علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پرتال جامع علوم انسانی

# انقلاب در رسانه

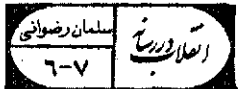
سلیمان رضوانی

یکی از ویژگی‌های بارز انقلاب اسلامی ایران این است که در ایجاد، بسط و گسترش خود هیچ‌گاه دچار تحجر و واپس‌گرایی نبوده است و در هر حال سعی نموده حتی از پدیده‌های نوظهور به نفع دین استفاده نماید.

رسانه که خود از جنس پدیده‌های عصر مدرن به شمار می‌آید از همان جرعه‌های اولیه انقلاب خود را در کنار انقلاب اسلامی یافت و انقلابیون نیز از این فرصت به دست آمده بهره لازم را برده و توانستند از ظرفیت‌های گسترده رسانه‌ها در پیش‌برد اهداف خود بهره‌مند گردند. تا آن‌جا که اهل رسانه، انقلاب اسلامی را انقلاب کاست می‌نامند و نقش رسانه را در کنار سایر عوامل در ایجاد و گسترش انقلاب اسلامی مهم می‌دانند و آن را به عنوان یک نمونه روشن و کامل از تأثیرات رسانه بر دیگر گونی یک جامعه قابل مطالعه می‌دانند. البته در این زمینه مقالات و پژوهش‌های فراوانی در داخل و خارج از کشور به رشته تحریر درآمده است.

پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز رسانه در کنار انقلاب به ایفای نقش فعال و تأثیرگذار خود ادامه داد و ثابت نمود که این پدیده مدرن - که به گمان بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران فقط در خدمت سرگرمی و تفریح بشر قرار دارد و یکی از مهم‌ترین کارکردهای آن گذراندن اوقات فراغت در کنار آن است - می‌تواند در خدمت آرمان‌های والای بشری نیز قرار گیرد و از آن نه تنها برای غفلت بشر استفاده ننمود، بلکه برای خدمت به انسان و تعالی و رشد او بهره برد. رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران در این گام، جلودار رسانه‌های انقلابی دیگر جوامع هستند؛ چرا که این انقلاب با رویکرد دینی صورت گرفته است، گرچه در ابتدای امر محال می‌نمود.

۱. انقلابی که بسیاری از نظریه‌پردازان حضور نسوا در رسانه‌های آن دوران را جزو شاخصه‌های اصلی آن می‌دانند



اکنون پس از گذشت سی سال پربرکت از عمر انقلاب اسلامی هم چنان که در بسیاری از حوزه‌ها شاهد تحول و انقلاب اساسی هستیم و ثابت شده است که می‌توان با نگرش اسلامی به بازتعریف مؤلفه‌های موجود که اغلب ره‌آورد فرهنگ سکولار غربی است، همت گماشته، در حوزه رسانه نیز این ضرورت (انقلاب) احساس می‌شود. تاکنون در حوزه رسانه تحولات مبارکی صورت گرفته و اهالی رسانه از همان ابتدای شکل‌گیری انقلاب سعی نموده‌اند تا رسانه‌ها را هم‌سو با انقلاب اسلامی و در خدمت آرمان‌های آن به کار گیرند و در این راه نیز به توفیقات ارزشمندی دست یافته‌اند تا آن‌جا که بر کسی پوشیده نیست امروز رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران از نجیب‌ترین، صادق‌ترین و هدایت‌گرترین رسانه‌های موجود در این دنیای پریشان رسانه‌ای هستند و به نحوی برای رشد و تعالی و هدایت بشر می‌کوشند و مدیران رسانه این موضوع را به عنوان یک اصل اساسی پذیرفته و بدان اعتقاد داشته و در آن راستا عمل می‌نمایند.

اما اگر رسانه بخواهد به حیات انقلابی خود ادامه دهد و هم‌چنان در خدمت‌رسانی به انقلاب دینی ایران صادق بماند، نیاز است که در خود رسانه نیز انقلابی صورت پذیرد. گرچه انقلاب و ساختارشکنی همیشه امری دشوار و طاقت‌فرسا و پرهزینه بوده ولی برای ادامه راه امری حیاتی است. به عبارتی اگر اعتقاد، همت و توکل را دلیل راه قرار دهیم، امری امکان‌پذیر و در عین حال اساسی و پربرکت است که ذات باری تعالی

فرمود:

وَأَنْ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى<sup>۱</sup>

و در جای دیگر می‌فرماید:

فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ<sup>۲</sup>

ولی این تحول و انقلاب در رسانه، لوازم و شرایطی می‌طلبد که تحقق آن‌ها ضروری است:

مرحله اول: درک ضرورت ایجاد انقلاب در رسانه؛ البته این عزم در مدیران سازمان وجود دارد و اکنون بر همه آشکار شده است که برای تداوم انقلاب باید بسیاری از ساختارهایی را که هنوز به نوعی پس از انقلاب نیز حفظ شده‌اند یا کمتر تغییر یافته‌اند، متحول نمود و اساسی نو در انداخت که البته شاید تشخیص این ضرورت اولاً و بالذات ممکن نبوده ولی رفته‌رفته و پس از پرداختن رسانه به حوزه‌های جدیدی از مفاهیم بلند دینی و احساس خلاءهای موجود، این ضرورت‌ها بیشتر حس شده است و خواهد شد.

مرحله دوم: به نظر می‌رسد از لوازم تحقق چنین انقلابی در رسانه پرداختن به مباحث بنیادی در حوزه مطالعات ارتباطی و رسانه‌ای و بررسی نسبت آن‌ها با دین و... بوده

۲. تجم: ۳۹.

۳. آل عمران: ۱۵۹.

لازم است بسیاری از مباحثی را که در حوزه رسانه و ارتباطات وجود دارد مورد بازنگری و کنکاش مجدد قرار داد و با نگاهی انقلابی که برگرفته از گزاره‌های دینی است به دنبال تولید نظریه‌های نوین دینی در حوزه ارتباطات و رسانه بود. اگر تا به حال و بر اساس همین مبانی موجود که نوعاً و امدار نظام فلسفی غرب است، توانسته‌ایم در رسانه تا حدودی تحول ایجاد کنیم و سطوحی از مفاهیم دینی و انقلابی را مطرح نماییم، قطعاً با تحقق رسانه‌ای بر اساس مبانی اسلام ناب محمدی (ص) تأثیرات بسیار عمیق‌تر و موفق‌تری بر مخاطبین مشتاق این معارف در سراسر جهان خواهیم گذاشت و ثمرات آن، ره‌آوردی حیات‌بخش برای بشر سرگشته و حیران امروز خواهد بود.

مرحله سوم: در کنار انجام پژوهش‌های بنیادین و زیربنایی، در حوزه برنامه‌سازی نیز باید عوامل و دست‌اندرکاران متدین و متخصص رسانه دست به خلاقیت‌هایی با نگاه دینی بزنند و از سر اخلاص و بدون هر گونه ناخالصی سعی در پیاده نمودن معارف اصیل و انسان‌ساز دینی با روش‌های هنرمندانه و خلاق نمایند. هم‌چنان که در مقاطعی ما شاهد این نوع خلاقیت‌ها هستیم و هر روز پیش از پیش توسعه رسانه در بسط و گسترش معارف دینی را نظاره‌گریم ولی قطعاً این حرکت پرتوان‌تر، با سرعت بیشتر باید دنبال شود. در نهایت این مراحل زمانی محقق خواهد شد که پرورش سرمایه‌های متدین و متخصص انسانی و استفاده از آنها در همه حوزه‌های مورد نظر مدیران سازمان به درستی طی شود.

در پناه حق

