**روزنامه مستقل!**

**یاسینی، سید محمد تقی**

ما با یک فاصله یکصد و اندی ساله از آغازکنندگان روزنامه،تجربه روزنامه‏نگاری را آغاز کردیم.این از بعد زمانی و تجربی آن.اما از بعد کیفی و شاید علمی آن،بر این باورم که بابی‏ از این بنای عظیم گشوده نشده است.به عبارت‏ دیگر،ما هنوز درحال تجربه‏ایم و روزنامه‏نگاری‏ ما روزنامه‏نگاری تجربی است و نه علمی؛ چیزی مثل دندانپزشک تجربی در مقایسه با دندانپزشک دانشگاه دیده و عضو جامعه علمی و خدماتی بهداشتی کشور.

اساس روزنامه‏نگاری-چه از بعد کمی و تجربی و چه سایر ابعاد کیفی آن-نحوه و روش به کارگیری سیستماتیک وسایل ارتباط جمعی است،با هدف هدایت جریان‏های‏ سیال اطلاعات و با رویکرد حفظ نظم در درون‏ ساختار کلان و جلوگیری از انتقال بی‏نظمی‏ (entropy) از بیرون ساختار.منظورم از حفظ نظم در درون ساختار و مقابله با بی‏نظمی‏های‏ تهدیدکننده خارج از ساختار،نگرش مبتنی‏ بر بستر تحلیلی نظریه سیستمی اطلاعات یا Information theory system با تأکید بر نظریه تعادل یا Balance theory است.

اگر روزنامه‏نگاری را با رویکرد سیستمی‏ بررسی کنیم،اجزای سیستم (Sub system) باید هماهنگ باهم عمل کنند،یا حد اقل یک‏ نوع رابطه شبکه‏ای منظم باهم داشته باشند (Social Networking) ؛چیزی شبیه‏ چرخ‏دنده‏های یک ساختار مکانیکی مانند ساعت؛ اگرچه مقدار و جهت حرکت یک چرخ در ساختار فوق ممکن است یا سایر اجزا همسو نباشد ولی‏ هماهنگ است و در مجموع بین دو عضو یا مجموع اعضا و اجزا،تزاحم و تخریبی صورت‏ نمی‏گیرد.ساختار رسانه‏ای حاکم بر ژورنالیسم‏ کشورهای توسعه‏یافته و برخی کشورهای درحال‏ توسعه نظیر هند این‏چنین است.

در آمریکای شمالی-به عنوان بزرگ‏ترین‏ کشور تولیدکننده و توزیع‏کننده اطلاعات‏ که از ساختاری هماهنگ و یکپارچه بهره‏ می‏برد-شاهدیم که بازار نقدهای کنترل شده و مخالف‏خوانی‏های روشنفکرپسندانه رواج دارد.

ستون‏نویسان،مدیران رسانه‏ها و صاحبان‏ رسانه به خوبی از نیاز مخاطبان و گرایش و تمایلات سیاسی آنها باخبرند و بر واقعیت‏ جاری سیاسی و اجتماعی کشور آگاهی دارند. زنجیره‏های توزیع اطلاعات کاملا شفاف و روشن است و به قول معروف هر سخن برای‏ خودش جایی و مکانی دارد.این‏طور نیست که‏ یک موضوع خطیر و حیاتی و هشداردهنده‏ در نشریات عامه‏پسند یا روزنامه‏های زرد چاپ شود و تنش‏آفرینی کند.کار گروه یا (Team Work) وجود دارد.بنابراین به هیمن‏ دلیل است که تندترین انتقادها هیچ‏گاه جنبه‏ تخریبی پیدا نمی‏کند و از سوی مسئولان،مهر براندازی نمی‏خورد.با توجه به اینکه ساختار سرمایه‏داری بسیار خشک و بی‏رحم عمل‏ می‏کند و به جای انعطاف و گذشت،پول حرف‏ اول و آخر را می‏زند،می‏بینیم که درگیری‏های‏ منجر به شکایت و تنش‏های مطبوعاتی، کمتر مجال بروز و ظهور پیدا می‏کند.دلیل‏ این همکاری مسالمت‏آمیز در عرصه ساختار سرمایه‏داری،وجود نظارت سازمان‏های بالغ‏ (Mature organzation) بر حیطه‏ مطبوعات است.

حالا که صحبت از سازمان‏های بالغ به میان‏ آمد،بد نیست که قدری دراین‏باره توضیح‏ بدهم.سازمان‏ها را از نظر میزان انعطاف و بهره‏وری در 7 لایه متفاوت تعریف می‏کنند؛ لایه اول(پایین‏ترین لایه)اختیار اعضا در حد اقل ممکن و تبعیت از مافوق در بالاترین حد. به تعبیری نوعی رابطه پادگانی از بالا به پایین، حاکمیت دارد.انسان و عقل در این ساختار، نقشی مکانیکی دارد؛اراده انسانی در مقابل‏ «بفرموده»ها عاجز و ناتوان است.هدف اصلی‏ در این ساختار،نه بهره‏وری بلکه آمادگی برای‏ لحظه‏ای احتمالی آینده است؛مثل تفنگی پر و آماده شلیک که فقط به صاحب آن قوت قلب‏ می‏دهد اما این تشفی‏خاطر لزوما با توفیق در عرصه واقعی رویارویی،قرین نخواهد بود؛ چرا که نه پشتوانه عقل جمعی دارد و نه مردانه و مردم‏دوست است.به قول مولوی:

چون‏که مردی نیست خنجرها چه سود چون نداری دل ندارد سود خود

کافی است که هدف،استراتژی و روش به‏ اندازه کافی برای اعضا روشن شود تا سازمان‏ هماهنگ و یکپارچه به سوی اهداف از پیش‏ تعیین شده گام بردارد.ساختارهای مؤثر و کلان‏ نظیر آی بی‏ام از این جمله‏اند.

یکی از معدود دستاوردهای این شرکت که‏ به صورت کامپیوترهای شخصی عرضه شده، چنین تحول شگرفی را در زندگی مردم و تجارت جهانی باعث شده است.

از نظر ارزش‏گذاری،شاید به لایه اول کمترین‏ و به لایه هفتم بالاترین امتیاز را بدهید اما بنا به‏ تحقیقات انجام شده،لایه موسوم به«لایه دوم» مخرب‏ترین لایه است؛این لایه از نظر میزان‏ بهره‏وری از لایه اول که دیکتاتوری محض است، بدتر عمل می‏کند.

در لایه دوم،مقامات مافوق پس از کسب و جلب‏نظر و مشاوره با اعضای سازمان،در نهایت بدون اعمال‏نظر مشورت‏دهندگان،رأی‏ متضاد صادر می‏کنند.به عبارت دیگر،برخلاف‏ لایه اول که فقط به«به فساد کشاندن جسم و فیزیک اعضای سازمان»بسنده می‏کرد،لایه‏ دوم اندیشه و شخصیت افراد را نیز به تباهی‏ می‏کشاند.

شاهد مثال آوردن از غرب و آمریکا،نه به قصد تقدیس و تکریم این ساختار درحال افول است‏ بلکه غرض،نقل و ذکر تجربیات بشری در عرصه‏ روزنامه‏نگاری است که در غرب زودتر از ما به‏ وقوع پیوسته و اگر درست تحلیل و بررسی شود، می‏تواند پس از اصلاحات لازم،به کارمان آید. جهان غرب هم روزگاری درگیر ساختارهای‏ لایه اولیه و پادگانی و همچنین لایه دوم بود اما توقف آنها در این لایه دوم در سال‏های‏ 60-1740 به پایان رسید.

زمانی نویسندگان و منتقدان بزرگی همچون‏ دانیل دفو به جرم انتقاد از شاهزادگان به زندان‏ می‏رفتند اما خیلی زود،نگاه تیز و قدرت قلم‏ آنان از سوی عقلای حاکمیت آن زمان کشف و به خوبی به کار گرفته شد.نتیجه این اقدام بجا، 2 دهه فعالیت بسیار ارزشمند دانیل دفو در قالب تولید و عرضه نشریه دولتی spectator شد.با این توصیف،روزنامه‏نگاری را اگر معادل‏ ژورنالیسم غربی بگیریم،به تعریف خاص این‏ حوزه در غرب می‏رسیم و اگر به حرفه‏ای که‏ در حوزه یومیه‏های خبری و سایر ادواری‏های‏ کاغذی در کشور خودمان در جریان است اشاره‏ کنیم،به تعریف دیگر خواهیم رسید.

روزنامه‏نگاری غربی شامل اکثر عرصه‏های‏ اطلاع‏رسانی اعم از خبرنامه‏ها (New Papers) ، ادواری‏های چاپی و همچنین غیرچاپی نظیر رادیو و تلویزیون داخلی و ماورای بحار News) (Breaking channel نظیر بی‏بی‏سی و سی‏ان‏ان می‏شود.

امروزه،گردآوری،تحلیل و تولید اطلاعات در محیطهای شکبه‏ای بین المللی نیز در ردیف‏ مشاغل روزنامه‏نگاری قرار می‏گیرند.اما در کشور ما،این شغل و حرفه،فناوری اطلاعات‏ (خبری)در حیطه ادواری‏ها تقلیل یافته است.

به عبارت دیگر،از بعد لغت‏شناسی،اگر واژه‏ ژورنالیسم را از فارسی به انگلیسی برگردانیم، بردارهای معنایی آن فزونی می‏گیرد (Gain) و در برگردان انگلیسی به فارسی،تقلیل می‏یابد (Loss) .

یکی از بردارهای معنایی مهم ژورنالیسم که‏ ردپایی از آن در تاریخ مطبوعات ایران دیده‏ نشده،تولید،عرضه و فعال کردن شبکه‏های‏ اجتماعی (social Networking) است.

به‏طور نمونه،شبکه اجتماعی‏ای نظیر washington Post corporation ،علاوه‏ بر گره‏های اصلی اقتصادی (Captal Node) ، ارتباط شبکه‏ای (tie) با سایر گره‏های سیاسی‏ اجتماعی و فرهنگی دارد.این گره‏ها در قالب‏ انواع شبکه‏های پخش مرکزی تلویزیونی، FM رادیویی و هفته‏نامه‏های پرتیراژ و روزنامه خبری‏ واشنگتن پست،اهداف از پیش تعیین شده‏ صاحبان رسانه (Media Owners) را پی‏ می‏گیرند.

شبکه‏های اجتماعی بزرگ نظیر واشنگتن پست و نظایر آن،در 4 گروه عمده‏ شامل گردآوری،تحلیل،تولید و توزیع‏ اطلاعات،به صورت درهم‏تنیده و منسجم عمل‏ می‏کنند (integrated Networking) . از 4 حوزه عملیاتی فوق،فقط نقطه تماس‏ اطلاعاتی با جامعه(توزیع اطلاعات)آشکارا عمل می‏کند و ما بقی این ساختار ترجیح‏ می‏دهند پنهان باقی بمانند؛به خصوص در گره‏های تحلیل‏گر و مرتبط با محافل دانشگاهی‏ و نهادهای بین المللی که تظاهر به بی‏طرفی‏ سیاسی و علمی،شرط ایجاد ارتباط است. گروه‏های تحلیل‏گر در 2 گروه متفاوت قرار می‏گیرند؛گروهی که در سازمان رسانه‏ها و زیر نظر مدیران رسانه به کار مشغولند.حاصل کار این گروه،در کار گروهی مشخص،تولید شده‏ و در نشریات تخصصی عرضه می‏شود.محصول‏ دیگر این گروه،مطالب به ظاهر تخصصی و منتقدانه است که طیف عوام و رادیکال را تغذیه‏ می‏کند.

متاسفانه این محصول آخر در بین بخشی از جامعه روشنفکری ما،شیرین به مذاق می‏نشیند. گروه دیگر موسوم به خودی‏ها (Insiders) ، در اتاق‏های فکر (think tanks) و در خدمت صاحبان رسانه به کار گمارده شده‏اند. ژورنالیست‏های برجسته‏ای نظیر الوین تافلر، ساموئل هانتینگتون و فوکویاما و حتی نوام‏ چامسکی از جمله تحلیل‏گران گروه دوم‏ محسوب می‏شوند.

ساخت و هدایت افکار عمومی به سمت‏ شرایط مطلوب،هدف اصلی شبکه‏های متحد اجتماعی است؛به‏گونه‏ای که مزاحمی بین‏ شبکه‏های اجتماعی مردمی(توده ساخت‏دار) و شبکه سازمان‏یافته و تعریف شده توسط صاحبان سرمایه-که اکنون صاحب انحصاری‏ رسانه شده‏اند-شکل نگیرد.

روزنامه‏نگاری مدرن جایی برای بروز و ظهور توانایی‏های توده ساخت‏دار در عرصه‏ تشکل‏های سیاسی،اجتماعی،فرهنگی، طبیعی و علمی باقی نگذاشته است.از توده‏ ساخت‏دار در جوامع غربی و متاسفانه در جوامع‏ غربزده،«سوپ الفبا»یی به جای مانده که‏ هرروز و هر ساعت توسط مستخدمین یقه‏آبی‏ یا یقه سفیدان شبکه‏ساز به‏هم‏زده می‏شود تا پیوندی،شکلی و انگاره‏ای به صورت طبیعی و انسانی منعقد نشود.

B.F.Skinner این وضعیت را در کتاب‏ «روان‏شناسان درباره روان‏شناسی»چنین‏ شرح می‏دهد:

«دوستی از چین برگشته بود و به من گفت‏ تو آنجا را دوست خواهی داشت زیرا در چین‏ همه تحت کنترل هستند.به او گفتم،به نظر تو در اینجا(آمریکا)جریان از چه قرار است؟مردم‏ آمریکا دقیقا به اندازه مردم چین زیر کنترل‏ هستند اما کنترل در آمریکا به اندازه کنترل در چین آشکار نیست.»

نکته همین است.ما در آمریکا 100 درصد زیر کنترل هستیم.

اسکینر،مبلغ و تئوریسین«کنترل مثبت» و هدایت توده ساخت‏دار به سمت جامعه‏ مطلوب،ترجیح می‏دهد تقویت‏کنندها (Reimforcements) ی مثبت را بر «برده‏های آگاه»بفهماند که آرمان‏های‏ موهوم و مزاحم فردی یا گروهی در قبال منافع‏ کلان نظام،قابل‏چشم‏پوشی است.(والدن 2)

در آرمانشهر اسیکنر(آمریکا)،آگاهی‏ (knowledge) فردی و گروهی در برابر آگاهی‏ سازمان‏یافته و کلان (Imtelligentsia) رنگ می‏بازد و زمانی که ضرورت ایجاب کند، بزرگانی چون فوکویاما و هانتینگتون و 58 تن دیگر از اعضای برجسته شکبه اجتماعی‏ ژورنالیسم آمریکایی،حاضرند آگاهی و اشتهار خود را در مسلخ منافع احتمالی حمله آمریکا به افغانستان،عراق و ایران قربانی کنند و جنگ‏ صلیبی رئیس جمهور بوش را مهر تأیید بزنند.

پشتگرمی مقامات آمریکایی به ژورنالیسم‏ مقتدر این کشور به حدی است که اخیرا جورج‏بوش،در اقدامی عجولانه،علت‏ آتش‏سوزی کالیفرنیا را به احمدی‏نژاد -رئیس جمهور ایران-نسبت داد و امیدوار بود تا این موضع‏گیری همچون یازدهم سپتامبر توسط نیروهای ژورنالیسم پشتیبانی و تقویت‏ شود اما به واسطه تقلیل بی‏سابقه محبوبیت‏ رئیس جمهور آمریکا،موضوع پس از پوشش‏ مختصر از جریان اخبار خارج شد.آنچه امروز به عنوان ژورنالیسم در آمریکا در جریان است، کنش سازمان‏یافته عقل محوری است با هدف‏ رشد و شکوفایی«انسان عقلانی اقتصادی» و نه انسان«خودیاب»و از درون هدایت شده. در چنین ساختاری،تمام احزاب و گروه‏ها و به‏ دنبال آنها تمام مردم،در بعد رشد و شکوفایی‏ اقتصادی (our Intrests) متحد و متفق‏اند. نظام رسمی و دولتی-هرچند مقدس و درخور احترام-حضوری بسیار کمرنگ دارد.

اطلاع‏رسانی دولتی در درون مرزهای‏ آمریکای شمالی محدود به تنها شبکه رادیویی‏ (National Public Raidio)NPR می‏شود و خدمات تلویزیونی دولتی-که‏ زیرمجموعه‏ای از وزارت خارجه آمریکاست- اجازه پخش درون‏مرزی ندارد و هیچ‏یک از شهروندان نیز مجاز به دریافت مستقیم و ماهواره‏ای شبکه‏های تلویزیونی دولتی نیستند؛ مگر در مواردی خاص و محدود و مشروط به‏ کسب مجوز از اداره جریان آزاد اطلاعات‏ (Free Flow of information) .

شبکه‏های دولتی برون‏مرزی عبارتند از: (Voice of America)VOA که پروژه‏ جریان آزاد اطلاعات در سطح بین المللی را پوشش می‏دهد و شبکه C-Span که جلسات‏ کمیسیون‏های مجلسین آمریکا را جهت اطلاع‏ دفاتر آمریکا در خارج از کشور پخش می‏کند. برنامه‏های شبکه خبری جهانی سی‏ان‏ان و اروپایی‏ بی‏بی‏سی نیز در آمریکا قابل‏دریافت نیست.

محدودیت‏های حاکم بر اطلاع‏رسانی دولتی‏ در آمریکا و قدرت بلامنازع رسانه غیردولتی‏ از نظر تاثیرگذاری بر تصمیمات دولتی و مواضع رئیس جمهور (CNN etect) نشان‏ می‏دهد که مستقل بودن رسانه و روزنامه‏ همیشه مترادف با نقد ساختار رسمی و دولتی‏ (در کشورهای درحال توسعه)یا نقد ساختار غیررسمی قدرت(آمریکا)نیست بلکه استقلال‏ و پرهیز از شرکت در سیاست‏های عوام‏فریبانه‏ است؛خواه عوام‏فریبی با روش گسل اطلاعات‏ غیرضروری (Disinformation) سبک‏ آمریکایی باشد یا تبلیغات دولتی به سبک‏ تزریق اطلاعات غلط (Mis information) در بستر انحصار دولتی؛چرا که در هردو حال‏ مردم وجه المصالحه منافع دولتی یا جزیی‏ و ساختاری قرار می‏گیرند.بشر،در عصر اطلاعات و در آستانه مسمومیت اطلاعاتی‏ (Information overdose) نه به انواع‏ اطلاعات سیاسی،اجتماعی،اقتصادی و طبیعی‏ متلون و متبلور بلکه بیش از هرچیز و پیش‏ از هرچیز به آگاهی و توان تحلیل اطلاعات‏ نیازمند است و این فهم میسر نمی‏شود مگر در بستر صبر و بردباری و خویشتن‏داری و پرهیز از منافع آنی گروهی روزنامه‏نگاران و صاحبان‏ رسانه

رسانه دینی

دکتر حسام الدین آشنا

تمامی رسانه‏های موجود در یک جامعه اسلامی،رسانه دینی نیستند؛رسانه دینی علاوه‏ بر رعایت هنجارهای حاکم بر جامعه اسلامی و عمل به کارکردهای تعریف شده برای تمامی‏ رسانه‏ها،خود را در مقابل خداوند مسئول دانسته و رساندن پیام‏های او را وظیفه اصلی خود می‏داند.باید بین رسانه دینی و رسانه‏ای که در جامعه اسلامی حضور دارد،تفکیک قائل شد. رسانه‏ای که هنجارها،قوانین و مناسبت‏های یک جامعه اسلامی را رعایت می‏کند،یک رسانه‏ مجاز برای این جامعه شناخته می‏شود؛هرچند اسلامی و دینی نباشد؛ضمن اینکه هیچ دلیلی‏ وجود ندارد که تمام رسانه‏های یک جامعه اسلامی،رسانه‏های دینی و اسلامی باشند.

به‏طور مثال،یک نشریه طراحی دکوراسیون داخلی را نمی‏توان نشریه دینی خواند؛هرچند این نشریه موظف است به دلیل انتشار در یک جامعه اسلامی،فرهنگ دینی را نیز رعایت کند یا یک نشریه آشپزی را نمی‏توان نشریه دینی به حساب آورد؛هرچند این نشریه نیز به دلیل انتشار در یک جامعه اسلامی نباید گوشت خوک را تبلیغ کند.

رسانه‏های اسلامی،علاوه بر کارکردهای عمومی-که تمامی رسانه‏ها دارند-از کارکردهای‏ ویژه‏ای نیز برخوردارند.در یک جامعه اسلامی،رسانه می‏تواند بهترین ابزار برای امر به معروف‏ و نهی از منکر باشد زیرا با استفاده از قابلیت‏های خود می‏تواند معروف را بسازد،به تصویر بکشد، معروف کند و حتی امر به آن را نیز انجام دهد؛یعنی هردو نقش ساخته شدن و مشهور شدن‏ و همچنین نقش اعمال کنترل غیررسمی را در کنار هم ایفا کند.با این نگاه،فعالیت در رسانه‏ یک جامعه اسلامی،یک واجب‏کفایی محسوب می‏شود.رسانه اسلامی در آگاهی بخشی و علم‏آموزی باید تمامی ضوابط دینی و اخلاقی بین معلم و متعلم را رعایت کند.بدین ترتیب، در چنین رسانه‏ای علاوه بر برخورداری از آموزش برخی مسائل باید به مواردی که در جامعه‏ اسلامی بر آموزش آنها تاکید شده است-مانند دانستن احکام شرعی مورد نیاز-بیش از پیش‏ پرداخته شود.با توجه به مباحث ارائه شده،می‏توان گفت که رسانه‏های اسلامی در مقایسه با سایر رسانه‏ها،کارکردهایی مشابه با مبنایی متفاوت دارند؛بدین معنی که در رسانه‏های اسلامی، مبنای تمامی کارکردها دینی است.اگر دین را به معنای راه و رسم زندگی بدانیم،هیچ امری‏ خارج از دین معنا ندارد.در این معنای اعم اگر علوم اسلامی را به معنای تمامی علوم مورد نیاز جامعه اسلامی بدانیم،آنگاه نشریه طراحی داخلی،استخوان‏شناسی،گل و گیاه و غیره را نیز می‏توانیم در معنای عام علوم دینی جای دهیم و بگوییم که در یک کشور اسلامی،تمام اهداف و برنامه‏ها باید حول محور دین-به معنای عام آن-شکل بگیرد.از طرفی،دین معنای خاصی نیز دارد؛مانند مناسک،احکام،معارف و اخلاق دینی.در این بخش هم رسانه می‏تواند با تحقیقات، اولویت‏بندی‏ها و سیاستگذاری‏های مناسب،پاسخگوی نیازها و سلایق مختلف مخاطبان خود باشد.مثلا اگر در جامعه‏ای تقاضای آشنایی عمیق‏تر با معارف دینی وجود داشته باشد،رسانه هم‏ باید به آن بپردازد؛چه در قالب یک شبکه اختصاصی دینی،چه در قالب برنامه‏های متفاوت در شکبه‏های عمومی.

بدین صورت،هم نیازهای تخصصی مخاطبان و هم نیازهای عمومی آنها در قالب شادی،غم، داستان،سریال و غیره پاسخ داده می‏شود؛ضمن اینکه نباید فراموش کرد که به دلیل فطری‏ بودن اصل دین،هیچ مفهوم والای انسانی خارج از دایره دین قرار نمی‏گیرد.بنابراین تمامی آنچه‏ حول ارزش‏های انسانی از رسانه پخش می‏شود،همگی دینی است و با این نگاه،تفکیک برنامه‏ دینی و غیردینی معنی ندارد.

تفاوت اصلی رسانه دینی با سایر رسانه‏ها،در این است که رسانه دینی،در اساس،با هدف‏گذاری و هنجاری‏های حاکم بر رسانه تعریف می‏شود.رسانه دینی-رسانه‏ای که به‏طور مشخص و تخصصی به مسائل دینی می‏پردازد-خودش را در مقابل خداوند مسئول می‏داند، نه در مقابل آگهی‏دهندگان،مشتریان یا دولت.چنین رسانه‏ای حتی برای جذب مخاطب هم‏ در جهت رضایت خداوند عمل می‏کند؛بنابراین مهم‏ترین ویژگی یک رسانه دینی این است که‏ گردانندگان این رسانه بالذات خودشان را در مقابل خداوند مسئول می‏بینند و رساندن پیام‏های‏ او را-به عنوان یک پیامبر و پیام‏آور-وظیفه خود می‏دانند.

در این معنا،پیامبر خود یک رسانه الهی-انسانی است که دریافت پیام‏های الهی و تبدیل، ترجمه و بیان آنها به زبان قابل‏فهم برای مردم،وظیفه این رسانه منحصربه‏فرد است. ادامه‏دهندگان راه پیامبر نیز باید محتوای رسانه‏ای خود را از وحی بگیرند؛ضمن اینکه این‏ افراد به رسانه،به عنوان یک بنگاه تجاری نگاه نکرده و هزینه‏های خود را از طریق مشترکان‏ یا آگهی‏دهندگان تامین نمی‏کنند.رسانه دینی برمبنای اقتصاد بازار آزاد یا رسانه تجاری عمل‏ نمی‏کند.در فرهنگ دینی همان‏طور که کار تجاری در مسجد معنا ندارد،رسانه را هم نمی‏توان‏ به حوزه رقابت‏های تجاری وارد کرد.رسانه دینی می‏بایست با وقف و حمایت‏های مالی مؤمنان‏ اداره شود.شکل دادن به روابط میان مؤمنان،به آن دین هستند و کارکردهای این رسانه هم باید در راستای‏ نیازهای این افراد شکل بگیرد.وظیفه رسانه دینی،دیندار کردن افراد بی‏دین نیست بلکه وظیفه‏ اصلی‏اش تامین برنامه‏های آموزشی،تفریحی،اطلاع‏رسانی و بسیج اجتماعی برای مؤمنان است. رسانه دینی وظیفه ترویج دین و استحکام و تثبیت عقیده مؤمنان را بر عهده دارد و مطالعات نشان‏ داده رسانه‏هایی که برای تبلیغ،به میدان رسانه‏ای وارد شده‏اند،ضریب موفقیت پایینی داشته‏اند زیرا مخاطبان معمولا آن چیزی را انتخاب می‏کنند که دوست دارند.بنابراین دعوت و تبلیغی که‏ به تغییر دین بینجامد،کار مبلغان رودرویی است که وارد زندگی افراد می‏شوند نه رسانه‏ها.

توانایی مدیریت،شناخت رسانه و اقتصادهای آن و همچنین شناخت کافی از دین،3 عنصر لازم‏ برای مدیریت درست و موفق یک رسانه دینی است.رسانه‏های دینی مانند رادیو معارف،نشریات‏ مختلف مذهبی و غیره در کشور وجود دارد.هرچند در این میان شبکه قرآن سیما نتوانسته است‏ به دلایل مختلف به یک شبکه مطلوب،در حوزه رسانه‏های تصویری تبدیل شود اما به‏طور کلی‏ می‏توان گفت رادیو و تلویزیون کشور ما به دلیل التزام به اصول شرعی و هدف‏گذاری‏های مبتنی‏ بر عقاید دینی،پاک‏ترین،دینی‏ترین و سالم‏ترین رسانه‏های عمومی جهان است؛هرچند تا رسیدن به شبکه‏های دینی مطلوب،فاصله قابل‏توجهی دارد