**رسانه دینی**

**آشنا، حسام الدین**

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