

کتاب و سخن که دور بی میزاید

بیش از سلسله سخنرانی در باره
دین، رسانه و فرهنگ هستند که به جهت
تأملات روانی هنر و اندیشه شکل

گرفته و خواهند گرفت. هدف از این کتاب و سخنرانیها
های پژوهشگران و استادان حوزه رسانه و ارتباطات در موضوع واحد دین
و فرهنگ است... تلاش می که در سطح علمی و امکان همکاری جمعی ما
میان جوانان جهان اسلام و سخنرانیها می سازد. در این برنامه با دو
پیشوا مشاهیر کار را آغاز کردیم:

۱. آیت الله العظمی روحانی دینی دارم؟

۲. ترکیب دینی و رسانه‌های و رسانه‌های ما به از این اثر
جهت در هر روز خواهد بود.

در دوره این کتاب و سخنرانیها با آیت الله العظمی روحانی و استادان و
پژوهشگران حوزه ارتباطات، رسانه، دین و فرهنگ به همین
حال چشم خواننده شده و سخنرانیها در میان دینی این تلاش می
کم از آن دیگران را به جویا شعور.





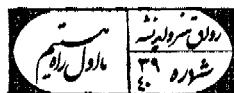
اشاره

مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما - به عنوان متولی برگزاری دو همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم و همچنین دو همایش دو سالانه هنر آسمانی (ویژه طلاب هنرمند) و اکنون برگزاری دومین همایش دین و رسانه - یکی از کانون‌های اصلی مطالعه دین و رسانه در کشور است که در سال‌های اخیر به تبعیت از اقبال عموم پژوهشگران به مباحث جدی حوزه دین و رسانه و فلسفه رسانه دست به اقداماتی در این راستا زده است: از جمله تمرکز بر موضوعات پژوهشی مرتبط با دین و رسانه و همچنین نقد برنامه‌های تلویزیون در همین راستا. بر آن شدیم تا در گفت‌وگویی با ریاست محترم مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما، به عنوان بانی برگزاری همایش دوم دین و رسانه، درباره نسبت دین و رسانه پرسش‌هایی را مطرح کنیم. نظر به طولانی بودن گفت‌وگو بخش اول آن در این شماره ویژه به چاپ خواهد رسید و باقی در شماره بعد.

و اما بعد...

با توجه به این‌که در ابتدا حوزه آموزه‌ها و فراورده‌های ذهنی بشری دانش تلقی نمی‌شوند، بایستی فرآیندی سپری شود تا تبدیل به حوزه دانشی شود. آیا در حوزه دین و رسانه می‌توان دانشی به نام دانش رسانه‌ای دینی داشته باشیم؟ در پاسخ به پرسش باید به چند مطلب مختلف اشاره کنم؛ یکی درباره دانش و این‌که چه چیزی مجموعه اطلاعاتی را تبدیل به دانش می‌کند؛ در وهله بعد باید در رابطه با دینی شدن دانش‌ها صحبت کنیم که با چه شرایطی دینی می‌شوند. در وهله سوم باید درباره دانش رسانه‌ای صحبت کنیم که دانش‌های رسانه‌ای چگونه دینی می‌شود؟

حجت‌الاسلام دکتر هادی صادقی، دانش‌آموخته حوزه علمیه قم (خارج فقه و اصول)، دکترای کلام جدید از دانشگاه قم، رئیس مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما (از سال ۱۳۸۱ تا کنون)، رئیس دانشکده صدا و سیما (قم) (از سال ۱۳۸۳ تا کنون)



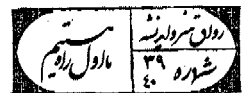
دانش شدن دانش‌ها یک فرآیند چندمرتب‌های و چندلایه‌ای است که اولین لایه در هر دانشی، اطلاعات سطحی اولیه‌ای است که خام است که اگر حسی باشد به آن‌ها اطلاعات حسی گفته می‌شود و اگر غیر حسی باشد، اطلاعات خام است. انسان ابتدا اطلاعاتی از محیط اطراف خود به دست می‌آورد، در مرحله دوم سعی می‌کند این اطلاعات را منسجم کند؛ یعنی تعارض‌های میان آن‌ها را برطرف کند. در مرحله سوم سعی می‌کند پس از رفع تعارض، اطلاعات را به یاری هم بیاورد تا یکدیگر را تقویت کنند. مثل تارهای یک ریسمان که به هم پیچیده شده تا یک طناب محکم را درست کنند. مرتبه چهارم این هست که انسجام نظام‌یافته‌ای بین این‌ها ایجاد کند؛ یعنی بین این‌ها ترتیب منطقی برقرار شود. برخی تبدیل به معنا می‌شوند و برخی تبدیل به روینا و این‌جا، جایی است که اطلاعات نظام‌یافته است. برای نظام‌یافتگی احتیاج به دیدگاه و چهارچوبی ذهنی است. این‌جاست که به مرتبه بعدی می‌رسیم؛ مرتبه پنجم به دست آوردن مبانی نظری و دیدگاه‌های اساسی برای نظم دادن به آن مجموعه اطلاعات برای نظام‌سازی است. مرتبه ششم منطقی است که بر این مجموعه حاکم است. یک نگاه معرفت‌شناختی عمیق می‌خواهد که منطق بدهد، روش نظام‌سازی بدهد، روش دادن مبانی و مانند این‌ها را بدهد. این شش مرحله در کار ساخت دانش وجود دارد. مجموعه اطلاعات خام اولین سطح هر دانشی را تشکیل می‌دهد ولی سطح اصلی آن دانش‌ها نیست؛ سطح اصلی‌اش می‌رسد به آن‌جایی که می‌خواهد نظام‌سازی کند و احتیاج به چهارچوب‌های ذهنی دارد که نظریه‌پردازی پدید می‌آید؛ آن‌جاست که جوهره دانش شکل می‌گیرد. این فرآیند تولید شدن یک دانش است.

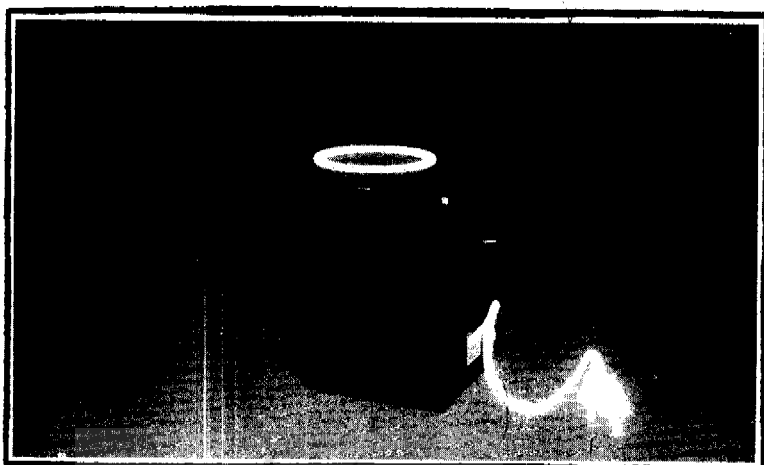
حال مرتبه بعدی پرسش این است که دانش، چگونه دینی می‌شود؟ مجموعه‌ای از مکاتب وجود دارند: برخی بشری و برخی الهی. هر کدام از این مجموعه مکاتب می‌توانند رنگ و نگاه خودشان را به دانش ببخشند. بنابراین باید ببینیم این نگاه‌ها از کجا وارد می‌شوند. علی‌القاعده این نگاه‌ها باید در مرحله پنجم که چهارچوب ذهنی انسان به آن مجموعه نظام می‌دهد، وارد شوند. جایی که محل نظریه‌پردازی است. این چهارچوب‌ها مهم‌ترین مدخل ورود مجموعه‌ای از این قبیل مطالب است که به یک مکتب وابسته هستند. این مجموعه شامل جهان‌بینی و نگاه‌های ارزشی یا ایدئولوژیک هستند. اگر بخواهیم دقیق‌تر و قوی‌تر نگاه کنیم، می‌توانیم این مسئله را به همه مراتب شش‌گانه تولید دانش سرایت بدهیم؛ یعنی مرتبه‌ای نیست که خالی از نگاه فلسفی و ایدئولوژیک باشد ولی در یک مراتبی خیلی به چشم نمی‌آید و در یک مرتبه‌ای خیلی ظهور پیدا می‌کند. بحث این‌که چگونه علوم از ارزش‌های هر مکتبی جهت می‌گیرند، بحثی طولانی است که نمی‌خواهم واردش بشوم. در مباحث علوم انسانی این بحث خیلی جا دارد و مورد علاقه و دقت اهل فن و فضل است. الان بسیاری از علمای اسلامی، مسیحی، سکولار و... این را قبول دارند که در علوم انسانی حتماً نگاه‌های فلسفی بشر در نوع تولید علمش در نوع توسعه علمش

دخیل است. میان نگاه دینی و غیر دینی تفاوت است. بین فلسفه‌های ظاهرگرا و فلسفه‌های درون‌گرا، بین فلسفه‌های مادی و فلسفه‌های غیر مادی تفاوت وجود دارد. در فلسفه‌های مختلف نگاه به انسان و افعال وی متفاوت است. حال با همین نگاه متفاوت می‌خواهند در علوم انسانی - که ذاتش بر مبنای مطالعهٔ احوال انسان است - بشر را مطالعه کنند. پس نتایج با هم فرق خواهد کرد. بنابراین اگر کسی نگاه سکولار داشته باشد، یک جور این انسان را تعریف می‌کند و رفتار او را یک جور تحلیل می‌کند و اگر غیر این باشد به گونه‌های دیگری تحلیل و بررسی می‌کند. بنابراین در این تحلیل‌ها و بررسی‌ها، دانش‌های متفاوتی تولید می‌شوند. این خیلی بدیهی است که این اتفاق می‌افتد چه در دانش‌های درونی ناظر به درون انسان مانند روان‌شناسی، روان‌کاوی و چه در دانش‌های مربوط به رفتار بیرونی انسان مانند جامعه‌شناسی، اقتصاد، علوم سیاسی و از جمله علوم ارتباطات و بحث‌های رسانه.

شاید با این تحلیل به ورطهٔ نسبیت بیفتیم. بهتر نیست کمی مرزبندی‌ها را مشخص کنیم.

ما داریم واقعیت دانش‌هایی که به دست بشر بدید می‌آیند را بیان می‌کنیم. این‌ها واقعاً نسبی هستند. نمی‌توانید این را انکار کنید. دانش بشر یک نسبیتی با حقیقت پیدا می‌کند. معنای‌اش این است که دانش بشر نسبی است ولی ما حقایق ثابت هم داریم. باید سعی کنیم خودمان را به آن‌ها نزدیک‌تر کنیم. باید سعی کنیم به مبدا نزدیک شویم که بیشتر دسترسی به آن حقایق ثابت پیدا شود. این‌که باید چنین بشود، نتیجه نمی‌دهد که الان هم این گونه است! ما داریم از وضع فعلی‌مان بحث می‌کنیم. می‌گوییم وضع فعلی دانش بشری، کاملاً جهت‌یافته است. جهت‌گرفته از خواسته‌های‌اش، آمال و آرزوهای‌اش، از احساسات و عواطفش، از نوع ارزش‌گذاری، پسند و ناپسند‌های‌اش. نمی‌توانیم این‌ها را نادیده بگیریم و انکار کنیم. بگوییم چون یک حقایق ثابتی وجود دارند، دانش هم باید این جور باشد! نه نمی‌شود این گونه برخورد کرد. این‌که دانش را باید به سمت حقیقت‌یابی بکشانیم، حرف درستی است و ما باید به این سمت حرکت کنیم؛ یعنی این‌که به آن حقیقت مطلق روزه‌روز بیشتر نزدیک شویم. این باید غایت دانش ما باشد ولی این‌که بالفعل هم آیا چنین هست؟ خیر! بالفعل هیچ وقت دانش ما آن حقیقت مطلق را به تمامی نمی‌یابد، دسترسی پیدا نمی‌کند؛ چون قطعاً دانش ما ناقص است، رو به کمال می‌تواند باشد ولی بالفعل کمال‌یافته نیست. بنابراین از این‌که عنوانی مثل نسبیت پیش می‌آید، نهراسیم. هر نسبیتی را ما قبول نداریم و هر نسبیتی هم بد نیست. نسبیت در دانش به آن معنایی که هیچ مبنای ثابت و ناظر به حقیقتی وجود نداشته باشد، حرف غلطی است و باید رد کنیم ولی از سخنانی که داشتیم این بر نمی‌آید. ما تا حالا داشتیم توصیف می‌کردیم چگونه دانش در ذهن بشر تولید می‌شود. این





فعلاً در حالت فردی است، بعد که می‌خواهد دانشش را اجتماعی کند: باز آن نگاه خاص و آن فلسفه و جهان‌بینی می‌آید وسط و خود را حاکم می‌کند یا دست‌کم رنگی از خود را به آن دانش می‌بخشد. در دانش رسانه هم همین وضعیت حاکم است. آن هم یک نوع دانش انسانی است، از مقوله علوم ارتباطاتی. آن‌جا هم پای انسان در میان است. نگاه به انسان، خواسته‌ها، آرزوها و آمال‌اش. پس جهت‌یافته می‌شوند. دانش رسانه دینی حتماً غیر از دانش رسانه‌های غیردینی می‌شود.

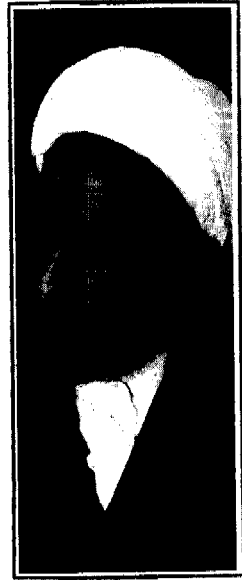
این بحث تا این‌جا در مرحله فردی بود. زمانی که این دانش فردی به خرد جمعی سپرده می‌شود، به جامعه عرضه می‌شود، تا دیگران با او همراه شوند، قانع شوند، زمانی که نظریه‌اش را در جمعی از علمای یک رشته بیان می‌کند و پذیرفته می‌شود، این تبدیل به دانش و شاخه‌ای از دانش می‌شود و جا می‌افتد. این‌جاست که می‌گویند یک شاخه دانش تولید شد. تا به خرد جمعی نرسد، علم به معنای مصطلح امروزی‌اش تولید نمی‌شود. علم به معنای یک رشته علمی، شاخه‌ای از علوم متداول زمانی تولید می‌شود که به خرد جمعی برسد. حالا علوم رسانه‌ای هم باید همه این فرآیند را طی کنند. پس ما باید ارزش‌ها، انگاره‌ها، افکار و اندیشه‌های بنیادی دینی خودمان را در این حوزه‌ها تدوین کنیم، تبیین کنیم و رسماً و مشخصاً اعلام کنیم. بعد بر اساس این‌ها سعی کنیم به علوم رسانه‌ای نزدیک شویم و علومی را در حوزه رسانه‌هایی که بخواهند دینی باشند و دینی عمل کنند، تولید کنیم. در وهله سوم این یافته‌های فردی را به جمعی اهل تدین، اهل

دین یک خواست بشری است که در طول تاریخ وجود داشته؛ گرچه در برهه‌هایی کم‌رنگ شده ولی امروزه دوباره رویکرد جهانی به دین پدید آمده است. حالا چرایی این رویکرد و درستی یا نادرستی آن، بحث دیگری است. جدای از انقلاب ما که می‌خواهد همه مبانی خود را از دین وام بگیرد و حکومتی متفاوت با دیگر حکومت‌های دنیا داشته باشد، گرایش به دین در بسیاری از شاخه‌ها و در همه جا وجود دارد. الان در دنیا ساخت فیلم یا موسیقی با پی‌رنگ دینی رونق دارد. کلاً توجه به نزاع‌ها و مباحث دینی در رسانه‌ها داغ است. با توجه به وضعیت موجود و این‌که در بخش‌های آکادمیک دنیا، یکی از موضوعات و مسائلی که مورد توجه است، همین دانش رسانه دینی است، وضعیت فعلی‌مان را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ چه موانعی در تکوین و رشد این رشته وجود دارد؟

ببینید این‌که آن‌ها - دنیای غرب - در موضوعات دینی کار کنند و فیلم بسازند و بحث کنند یک حرف است، این‌که به جد دنبال تولید دانش دینی باشند بحث دیگری است.

به هر حال آن تولید دانش هم بر مبنای همین اتفاق‌ها می‌افتد دیگر!

همان‌طور که گفتید رویکرد دنیای رسانه‌ای به مسائل دینی در بعد علمی‌اش جدید است. در بعد غیرعلمی - یعنی در عمل - از ابتدا رسانه‌ها به دین توجه داشتند و به موضوعات دینی می‌پرداختند. به دلیل این‌که مشتری داشته است. این خیلی واضح است. فیلم‌های دینی هم همیشه در تاریخ سینما تولید می‌شدند و هیچ وقت هم تعطیل نشده است. سینمای دینی همواره داشته‌ایم. تلویزیون هم از ابتدایی که آمده و شروع کرده، به مسائل دینی توجه داشته است ولی مطالعات دینی رسانه امر جدید و مربوط به یکی دو دهه اخیر است؛ البته مسیحیان خیلی بیشتر و زودتر به رسانه و دین پرداخته‌اند. الان مشاهده می‌کنیم که مطالعات فرهنگی و دینی رسانه زیاد





شده و کتاب‌هایی تولید می‌شوند، سمینارهایی برگزار می‌کنند، دوره‌های دانشگاهی برگزار می‌کنند و... در جهان اسلام هم این کار خیلی نوپا است. البته ما در آغاز راه هستیم به ویژه در ایران. اولاً افراد زیادی در این مقوله مشغول به کار نیستند. طبیعی است که نخبگان فعال در این زمینه هم کم خواهند بود. پس کمتر فرصت تولید فکر و اندیشه در این عرصه پیش می‌آید. در نتیجه شرایط تولید دانش را تقریباً نداشتیم. الان زمینه تولید دانش خیلی بکر است و احتیاج به آن هم زیاد است و برای متفکرانی که می‌خواهند در این زمینه کار کنند، جا برای کار فراوان است. این حالا اجمال کار است؛ ما در ابتدا باید بفهمیم دانش رسانه دینی نداریم، پس باید تولید شود. وقتی الزام و توجهش را دریافتیم، آن وقت همت و نیروها را جمع کنیم و برای آینده برنامه‌ریزی کنیم.

برخی در رابطه ترکیب رسانه دینی یک جور ناهمسانی و ناهماهنگی می‌بینند. اساساً تعبیر رسانه دینی، تعبیر درستی هست؟

کسانی که معتقدند تعبیر رسانه دینی، تعبیری پارادوکسیکال است، تصور درستی از موضوع ندارند. ما در همایش اول سکولاریسم و رسانه تلویزیون این بحث‌ها را پشت سر گذاشتیم و ابعاد مسئله تا حدودی روشن شد. تلقی مانع‌الجمع بودن این دو - دین و رسانه - برمی‌گردد به نوعی جبرانگاری در حوزه رسانه که به دلیل زاییده شدن رسانه‌ها در فرهنگ سکولار غربی نمی‌توان انتظار داشت که کارکرد دینی پیدا کنند؛ چرا که آن جبر سکولاریسم بر ذات رسانه حاکم است. پس هم ذات‌انگار هستند و هم جبرانگار و هم این‌که قائل به سکولار بودن این ذات و جبر هستند. ما این را قبول نداریم. اولاً درست است که رسانه‌ها زادگاه سکولاری دارند ولی در همان فرهنگ سکولار، همه چیز سکولار نیست؛ یعنی خواسته‌های دینی وجود دارد، ارتباطات دینی وجود دارد و رسانه‌ها ناچار بوده و هستند به ارتباطات دینی مردم پاسخ بدهند. از طرفی ذات‌گرایی را هم قبول نداریم، به این معنا که رسانه‌ها ذات ثابتی ندارند. چرا که رسانه‌ها بر اساس کارکردهای‌شان تعریف می‌شوند. بنابراین ما باید در رسانه‌ها به کارکردگرایی برگردیم؛ مصنوعات



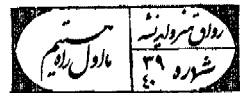


بشر کلا با کارکردهای شان تعریف می‌شوند و فلسفه و هستی‌ای ندارند که گمان کنیم غیرقابل تغییر است. جبرگرایی را هم قبول نداریم؛ جبرگرایی به این معنا که چون رسانه در آن‌جا زاده شد و با آن هدف ساخته شد، پس همه اقتضائات غیر دینی بودن اندیشه، فکر، میل و... بر آن حاکم شده است و نمی‌توان آن را تغییر داد. نه! قابل تغییر است ولی چطور؟ بهترین دلیل بر امکان وقوع یک چیز، وقوع آن است. پس تغییر امکان دارد، چون تغییر واقع شده است. ما آن تغییرات را می‌بینیم. با کارکردهای دینی‌ای که از رسانه به دست آمده است. وقتی شما کارکردی دینی به رسانه دادید، معلوم می‌شود می‌توان از رسانه تعریف دینی هم داشت.

دینی‌شدن رسانه به وجوه مختلف است؛ یکی‌اش این‌که رسانه‌ها با همین شرایط فعلی در خدمت پیام دینی قرار بگیرند؛ یعنی محملی بشوند برای استفاده دین و نهادهای دینی. شخصیت‌های دینی بیایند و از رسانه با همین وضع فعلی‌اش، با همین تکنیک‌ها و تکنولوژی‌های موجود بدون هیچ گونه تغییری استفاده دینی کنند. الان مشاهده می‌کنیم که شبکه‌های مختلفی هستند، دینی هم نیستند ولی درونشان کارکردهای دینی وجود دارد، برنامه‌های دینی پخش می‌کنند و واقعاً تأثیر مثبت هم می‌گذارند.

دومین شکل دینی‌شدن رسانه این است که شبکه‌های خاص دینی درست شوند. باز از همین تکنیک‌ها استفاده کنند ولی کارکردشان دینی باشد. به چه معنا کارکرد دینی است؟ (۱) آموزش و اطلاع‌رسانی دینی صورت پذیرد. (۲) شعائر دینی را درون خود آورند و تعلیم دین دهند. (۳) احساس دینی تولید کنند؛ یعنی فیلم سینمایی بسازند یا برنامه‌های نمایشی‌ای اجرا کنند یا گفت‌وگوهای خاص تلویزیونی برقرار کنند که موجب شود عواطف مخاطبان برانگیخته شده و بُعد دینی و معنوی پیدا کنند. حتی افزایش ایمان هم به دنبال داشته باشد. حتی به جایی برسد که رفتارهای دینی مردم را هم عوض کند. خب شما این مجموعه را کنار هم بگذارید! از دینی‌شدن چه انتظاری دارید؟ یعنی وقتی می‌گوییم دینی بشود، یعنی کارکردهای دینی‌شدن در آن هست. روی فکر و قلب آدم‌ها و روی رفتار آدم‌ها تأثیر می‌گذارد و آن‌ها را به سمت دینی‌شدن و الهی‌شدن حرکت می‌دهد. وقتی این کارکردها را داشت، این رسانه، دینی شده است. این یک معنا از دینی‌شدن و در یک سطح ساده.

ولی یک سطح عمیق‌تر هم برای دینی‌شدن رسانه وجود دارد. آیا می‌توان به آن سطوح عمیق‌تر دست یافت؟ آن سطوح عمیق‌تر این است که بتوانیم در تکنیک‌ها، اقتضائات و در فن‌آوری رسانه‌ها تغییراتی ایجاد کنیم تا رسانه‌ها را دینی‌تر کند یا اصلاً دینی کنیم. بعضی دینی نیستند، حتی ضد دینی‌اند. این مرحله بعدی و عمیق‌تر دینی‌شدن رسانه‌ها است که اتفاقاً هم شدنی است و هم در محدوده‌های خیلی اندکی انجام شده است؛ برای نمونه ما در رسانه نیاز به هنر جذب مخاطب داریم. مخاطب باید به برنامه جذب شود؛ چون رقابت هم وجود دارد و گرنه



مخاطب به سراغ منابع جذابیت دیگر سوق داده می‌شود. فنون جذابیت هم فنون مشخصی هستند. در تفکر سکولار و حتی ضد دینی، فوننی وجود دارد که بعضی از این‌ها شیطانی هستند ولی جاذبه دارند. آیا در برابر این فنون، می‌توانیم یک فن جذب مخاطب رحمانی بگذاریم؟ بله! و گذاشته‌اند. معمولاً عشق، عنصر خیلی پرجاذبه‌ای است و خیلی هم استفاده می‌شود. حالا ما عنصری در برابر این داریم یا نه؟ بله! عشق دو گونه است: یکی عشق اروتیک است - عشقی هوس‌آلود و خودخواهانه که در آن یکی می‌خواهد از دیگری نفعی ببرد - و یکی عشقی که عاشق می‌خواهد بدهد، می‌خواهد به معشوق خود لطفی برساند، ایثار کند و دوست دارد او در راحتی باشد؛ به اصطلاح عشق دهنده در برابر عشق گیرنده. عشق خودخواهانه، عشق ایثارگرانه یا دیگرخواهانه. اگر بخواهیم خیلی فلسفی‌اش کنیم، اسم اولی را هوس و اسم دومی را عشق می‌گذاریم. این دو گونه عشق است. این‌ها قابلیت این کار را دارند که در فیلم‌های ما متجلی شوند و جاذبه هم ایجاد کنند. در فیلم *باران* به عشق پرداخته شده است. این فیلم را برای یک عده از اساتید و دانشجویان آمریکایی نمایش دادیم. همه تیبپ آدمی بودند. ترکیب ویژه‌ای بود. فیلم را که دیدند، مقداری تعجب کردند که چرا این‌ها به هم نمی‌رسند. اگر این عشق است چرا از هم استفاده‌ای نمی‌کنند. این چه جور عشقی است؟ تصورات آن‌ها از عشق، کاملاً اروتیک بود. پس ما توانسته‌ایم در برابر این عشق، عشقی دیگرگونه را علم کنیم که جاذبه هم داشته باشد. ما در عرفانمان این گونه مضامین را داریم که عاشق گاهی به مرحله فناء می‌رسد. پس می‌توان در آن فنون هم تصرف کرد.

پس معتقدید رسانه دینی تعبیر درستی است، هر چند در آینده محقق شود؟

تحقق رسانه دینی مراتب مختلفی دارد. بعضی مراتبش تحقق یافته است؛ در ایران رسانه با کارکرد دینی داریم ولی رسانه‌ای که عمق دینی پیدا کرده باشد و فنونش هم دینی باشد، فعلاً اول راه هستیم.

پرتال جامع علوم انسانی

