

الگوی مطبوعات و رسانه‌های اسلامی

• عادل عندلیبی

دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات

دانشگاه امام صادق (ع)

همگراست که به بررسی نسبت انقلاب اسلامی با سیستم مطبوعاتی و رسانه‌ای متناظر با مبانی تئوریک آن می‌پردازد و کوشیده است چارچوب نظری فراهم بیاورد تا از طریق آن پرسش‌هایی در باب موارد ذکر شده زیرامکان پاسخ بیابند:

۱. مفهوم اطلاعات و ارتباطات در جامعه اسلامی، ۲. تلفیق ارتباطات سنتی و مدرن، ۳. تئوری مطبوعات و رسانه‌ها در جامعه اسلامی ایران، ۴. حقوق رسانه‌ها، ۵. آموزش‌های رسانه‌ها، ۶. رابطه مطبوعات و رسانه‌ها با امنیت ملی و آسایش مردم مسلمان از آنجا که حجم ادبیات موجود در موضوع کتاب و نیز پژوهشگرانی که الگوی اسلامی رسانه‌ها را مورد توجه قرار داده‌اند، چندان زیاد نیست؛ تقریباً تمام منابع کتاب به مقالات و آثار پیشین مؤلف راجع است.

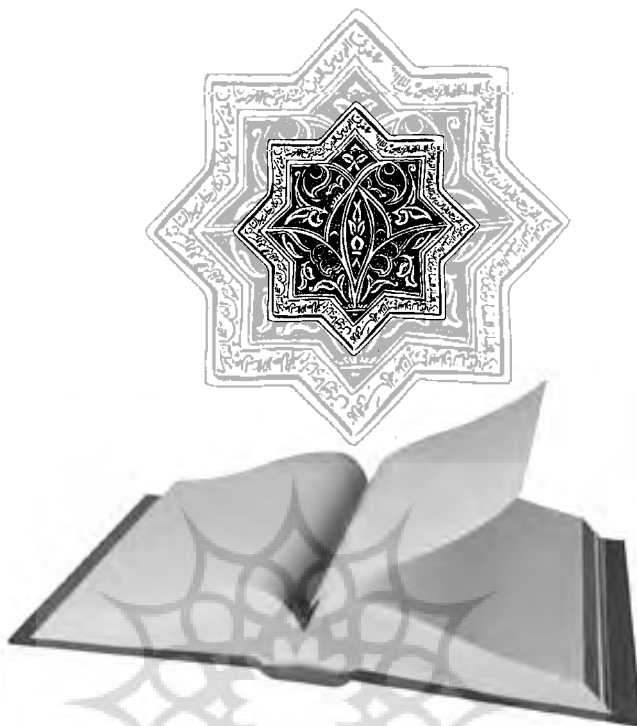
سبک گردآوری و نگارش کتاب کاملاً ژورنالیستی است و به نظر نمی‌آید با اهداف آکادمیک نگارش یافته باشد.

دکتر حمید مولانا که رئیس پیشین مؤسسه بین‌المللی تحقیقات رسانه‌ای و ارتباطاتی (IAMCR/AIERI/AIICS) بوده است، مانند استاد برجسته دیگر ارتباطات، مجید تهرانیان با بورس مؤسسه کیهان به آمریکا رفت. او تاکنون نظارت و مشاوره پروژه‌های بسیاری را در دانشگاه‌های اروپا، خاورمیانه، آمریکای لاتین و آفریقا به عهده داشته است. آثار او عمدتاً در حوزه‌های ارتباطات



■ مولانا، حمید: الگوی مطبوعات و رسانه‌های اسلامی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و مطالعات اجتماعی، چاپ اول، ۱۳۸۲، ۱۷۱ صفحه، فارسی، جلد مقوایی.

الگوی مطبوعات و رسانه‌های اسلامی که به سفارش پژوهشکده فرهنگ و مطالعات اجتماعی تهیه شده است، مجموعه ۱۶ مقاله



دلیلی برای اینکه آنها نماینده‌ی خواسته‌ها و اطلاعات مورد نیاز مردم باشند، نیست.... به طور خلاصه آزادی مطبوعات، آزادی و حق انتشار روزنامه و مجله نیست، بلکه حق مردم در سودمند بودن محتویات آنها در جامعه می‌باشد. حق انتشار، با حق دریافت اطلاعات صحیح و مفید، با حق دانستن و دسترسی به منابع قدرت، دو موضوع کاملاً جدا هستند.» (ص ۳۱ - ۳۳)

فصل چهارم با عنوان «تئوری‌ها و الگوهای مطبوعات و رسانه‌ها» به دسته‌بندی‌های موجود تئوری‌های رسانه‌های جمعی و پایه‌های فلسفی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و تکنولوژیکی آنها می‌پردازد و ضمن اشاره به نواقص و سستی‌های چنین ردیف‌بندی تئوری‌های مطبوعات، این سؤال اساسی را به پیش می‌کشد که دغدغه‌های مطبوعات ایران چه بوده است و پاسخ اسلامی به چالش‌های پیش روی این الگوها چیست؟

در فصل پنجم با عنوان «فرهنگ مبتذل و رسانه‌های غرب» مؤلف می‌کوشد تا نشان دهد عامل توسعه و ترویج «فرهنگ مبتذل» و «رسانه‌های شرم‌آور» الگوی لیبرالیسم است و تئوری نئولیبرالیسم نتوانسته است پاسخی درخور برای این معضل بیابد در نتیجه ممالک اسلامی باید در جست‌وجوی یک تئوری و الگوی اسلامی که با سنت و فرهنگ جامعه مطابقت دارد، باشند.

در فصل ششم که به «تناقضات در مطبوعات و رسانه‌های

بین‌المللی، ابعاد فرهنگی و روانشناختی روابط بین‌المللی و توسعه اقتصادی - اجتماعی در ابعاد جهانی است.

حجم قریب ۱۷۰ صفحه‌ای کتاب به ۱۷ بخش تقسیم شده که هر یک کمابیش ۱۰ صفحه‌اند. فصل اول عنوان مقدمه را به پیشانی دارد.

مقاله اول که فصل دوم کتاب را تشکیل می‌دهد به مرور اجمالی نظریه‌های مربوط به فرهنگ و جامعه و نسبت این دو با رسانه‌ها می‌پردازد. مؤلف با اشاره به سه مکتب عمده فکری در مغرب زمین، بدون اشاره به عناوین نوشته‌ها، شخصیت‌های مهم هر مکتب به علاوه توابع و نتایج تئوریک هر مکتب را معرفی می‌کند، اما در هر مورد به میزان و چگونگی نفوذ مکتب مورد نظر در میان متفکران ایرانی نمی‌پردازد.

فصل سوم به آزادی مطبوعات و رسانه‌ها اختصاص یافته است، نویسنده ضمن اشاره به نسبی بودن مفهوم آزادی، در تاریخچه‌ای اجمالی به موضوع انحصار مطبوعات در دست صاحبان قدرت و ثروت می‌پردازد و زمینه را برای بازنگری در مفهوم آزادی مطبوعات در انتهای مقاله فراهم می‌آورد:

«در نیم قرن اخیر آثار این رشته در غرب توسعه یافته، اسناد و پژوهش‌های وسیعی از معنای جدید «آزادی مطبوعات» انباشته شده است.... از دیار مطبوعات به عنوان رسانه‌های همگانی، هیچ

آزادی مطبوعات، آزادی و حق انتشار روزنامه و مجله نیست،
بلکه حق مردم در سودمند بودن محتویات آنها در جامعه می باشد.
حق انتشار، با حق دریافت اطلاعات صحیح و مفید،
با حق دانستن و دسترسی به منابع قدرت، دو موضوع کاملاً جدا هستند

فصل نهم به «کالبدشناسی مطبوعات و رسانه‌ها» با استفاده از نظریه همگرا می پردازد و بر این اساس او فهم همه جانبه یک نظام رسانه‌ای را در گروه فهم هشت عامل یا متغیر گسترده می داند (ص ۸۶) و چارچوب گزیده خویش را در مطالعه رسانه‌ها معرفی می کند.

«مالکیت مطبوعات و رسانه‌ها» در نظام‌های مختلف (لیبرالیستی و سوسیالیستی) موضوع فصل دهم است. مؤلف بر آن است که قانون مطبوعات ایران در موضوع مالکیت رسانه‌ها ناقص و بی طرف است و علاوه بر فصول و تبصره‌های سلبی، بایستی شامل عباراتی ایجابی نیز باشد.

در فصل «کنترل مطبوعات و رسانه‌ها» با این مقدمه که «آزادی» را با سنجش مقدار و نوع «کنترل» در یک سیستم ارتباطی اندازه می گیرند، چهار نوع کنترل را برای هر نظام ارتباطی برمی شمارد و در هر مورد نمونه‌های مختلفی را ذکر می کند.

«ریشه‌های بحران مطبوعات در ایران» عنوان فصل دوازدهم است که در آن به مشکلات مطبوعات و رسانه‌های جمعی در ایران، در چارچوب پنج بحران مختلف و در شش دوره تاریخی اشاراتی اجمالی شده است. با این مقدمه مؤلف تحلیل می کند که سیر اطلاعات و درک سیاسی - اجتماعی در جامعه ایران، بیشتر از طریق نهادهای سنتی و زیرساخت‌های غیر مطبوعاتی بوده است و تصویر مطبوعات در ذهن ایرانی، یک تصویر کاملاً غیر مذهبی و اسلامی است و نتیجه می گیرد که نظام اسلامی ایران به یک منشور مستقل مطبوعاتی و فلسفه اصیل احتیاج دارد.

در فصل سیزدهم که به «ارتباطات و رسانه‌ها در اسلام» اختصاص یافته، مؤلف اصول حاکم بر جریان اطلاعاتی و ارتباطی دنیای اسلام را تا چهارصد سال قبل در پنج اصل توحید، امت، تقوی، امر به معروف و نهی از منکر و امانت خلاصه می کند و با انتقاد از وارداتی بودن تئوری‌های ارتباطات در ممالک اسلامی به بررسی امکان دستیابی به یک زیرساخت اسلامی برای رسانه‌ها در

لیبرالیسم» می پردازد، مؤلف بر آن است که «در یک قرن اخیر الگوی مطبوعات و رسانه‌های لیبرالیسم گرفتار یک سلسله تناقضات بزرگ و بحرانی شده است؛ سرگرم کردن مردم و سوداگری و طیفه اصلی مطبوعات و رسانه‌ها شده است و نه اطلاع رسانی و نظارت بر امور و رفاه عمومی.» (ص ۵۱) او در ادامه ضمن تبیین ارتباط الگوی مطبوعات در غرب با آرای اندیشمندان کلاسیک و نهادهای مدنی غرب، بر این نکته تأکید می گذارد که جهان بینی اسلامی، سنت، نهج البلاغه و آثار فیلسوفان و متفکران اسلامی باید منبع و بنیاد تئوری و نظام رسانه‌ای برای ما باشند.

فصل هفتم به مدلولات تئوریک انقلاب اسلامی می پردازد و بر آن است که تأسیس وزارتخانه‌ای به نام «وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» به منزله بطلان ایدئولوژیک و مکتب غرب در نظر قشرهای مختلف مردم ایران بوده است. بنابراین در چنین سازمان و وزارتخانه‌ای، فرهنگ و ارشاد اسلامی باید حاکم بر همه الگوها باشد، نه اینکه به صورت یک پروژه به موازات الگوهای دیگر به پیش رود. وی با تأکید بر اینکه امروز در جوامع اسلامی شاهد مقاومت در برابر نفوذ فرهنگ خارجی و حیات مجدد دین، جامعه و فرهنگ بومی هستیم، نگاهی اجمالی به جریان‌های فرهنگی غیر بومی در ایران و ریشه‌های تئوریک آنها در جهان غرب می پردازد و اعلام می کند که «به عقیده من تنها دانش پر بها و عمیق اسلامی است که بر این الگوهای فرهنگ و اندیشه برتری دارد.»^۱ (ص ۷۰)

فصل هشتم به توضیح کلیات «نظریه همگرا در فرهنگ و ارتباطات» می پردازد تا بتوان برای این سؤال که چرا جوامع اسلامی در برابر سلطه‌گرایی فرهنگی غرب واکنش‌های مختلف نشان می دهند، توضیحی یافت. او ضمن تأکید بر فرآیند «توزیع پیام» در مطالعات ارتباطی، رویکردی کل نگرانه را برای درک بخش‌های مختلف نظام فرهنگ و ارتباطات معرفی می کند.

قانون مطبوعات ایران در موضوع مالکیت رسانه‌ها ناقص و بی‌طرف است و علاوه بر فصول و تبصره‌های سلبی، بایستی شامل عباراتی ایجابی نیز باشد

ارتباط‌گران را در دستیابی به الگوی بومی رسانه‌ها، در اختیار خواننده قرار می‌دهد.

۱. در طول مطالعه کتاب خواننده درمی‌یابد که آنچه حمید مولانا «اسلامی» می‌نامد گستره بسیار وسیعی را شامل می‌شود که علاوه بر قرآن و روایات، تمام آثار متفکران فرهنگ اسلامی از فارابی و ابن سینا و غزالی گرفته تا رازی و طوسی و ابن خلدون را دربر می‌گیرد. بدین ترتیب به نظر می‌آید می‌توان «اسلامی» را از در اندیشه حمید مولانا به «بومی» یا «غیروارداتی» نیز ترجمه کرد.

۲. در دسته‌بندی‌های مختصر و سودمندی که از تئوری‌ها و الگوهای ارتباطی ارائه شده است، نام متفکران به عنوان شاخص جریان‌های فکری ذکر شده‌اند و جز در یک مورد (صفحه ۳۷) ذکری از آثار، مقالات یا کتاب‌های شاخص به میان نیامده است. فهرست این آثار می‌توانست راهنمای مطالعاتی خوبی برای دانشجویان و پژوهشگران حوزه ارتباطات و فرهنگ باشد.

۳. اغلاط املائی و تایپی کتاب اندک‌شمارند، اما نگارش فارسی کتاب گاه از یکدستی خارج می‌شود، به طوری که نمی‌توان کتاب را با آهنگ نسبتاً ثابتی مطالعه کرد. در کنار متن عمدتاً ساده و روان کتاب، گاه به جملاتی بیش از حد متعارف فارسی زبانان طولانی برخورد می‌کنیم که گاه دشوار فهم و گاه فاقد فضای روشن، دست‌کم برای خواننده‌اند.

۴. این مجموعه مقالات عمدتاً در چند سال گذشته به صورت پاورقی، در صفحه آخر روزنامه کیهان انتشار یافته بود که با تغییرات و اصلاحات جزئی در این مجموعه کنار هم آمده است؛ با این وجود در شناسنامه پژوهشی که توسط ناشر در صفحه عنوان چاپ اول کتاب الصاق شده است مدت انجام تحقیق دو سال ذکر شده است. در مقدمه کتاب نیز هیچ اشاره‌ای از سوی ناشر و مؤلف به این موضوع نشده است.

کشورهای اسلامی می‌پردازد و در این میان شانس ایران را بیش از دیگر کشورها می‌داند.

در زمینه «اخلاق مطبوعاتی و رسانه‌ای» که موضوع فصل چهاردهم کتاب است، نویسنده ضمن اشاره به بحران اخلاقی در رسانه‌های غرب به دسته‌بندی نظریه‌های اخلاقی رسانه‌ها در غرب می‌پردازد و تبیین دقیق فلسفه و اصول اخلاقی مطبوعات را وظیفه فوری ممالک اسلامی و روزنامه‌نگاران مسلمان می‌داند. در فصل پانزدهم بر ضرورت تشکیل «بسیج روزنامه‌نگاران مسلمان» و افزایش مشارکت بین‌المللی روزنامه‌نگاران مسلمان تأکید شده است.

فصل شانزدهم با عنوان «پایه‌های اسلامی اخلاق مطبوعاتی و رسانه‌ای» به نمونه‌های تاریخی اخلاق حرفه‌ای در سنت اسلامی پرداخته و اهمیت بهره‌گیری از این میراث اخلاقی را با ذکر نمونه‌هایی گوشزد می‌کند.

فصل انتهایی کتاب «مدلولات و الگوی مطبوعات و رسانه‌های اسلامی» عنوان گرفته است و با معرفی چند مفهوم اسلامی که باید پایه یک مطبوعات اسلامی باشد و چگونگی به وجود آوردن تشکیلات نهادی را مورد پرسش قرار می‌دهد که متناسب با اخلاق و مبانی اسلامی باشد.

تفاوت عمده کتاب حاضر با آثار مشابهی که در باب الگوهای اسلامی موضوعی و یا مقوله‌ای با پسوند اسلامی، داد سخن داده‌اند آن است که به وضوح سؤالاتی را که باید پاسخ داده شوند تا الگوی اسلامی رسانه‌ها و مطبوعات شکل بگیرد، روشن کرده است. همین تفاوت به علاوه دانش گسترده مؤلف از مطالعات ارتباطی در جهان، مضاف بر شناخت قابل توجه او از تاریخ فرهنگ و ارتباطات اسلامی، باعث بوده است تا طرح مسئله‌ها در این مجموعه به حد پسندیده‌ای از پختگی و در عین حال سادگی و اختصار برسند. ویژگی دیگر این مجموعه آن است که تصویر چالش‌های پیش روی