



# رادیو و راهبردهای ملی توسعه اقتصادی

دکتر محمد اسماعیل زاده

پژوهشگر و کارشناس ارشد اقتصاد و معارف اسلامی

## چکیده

یکی از مباحث مهم در کشورهای در حال توسعه، تبیین چگونگی و نحوه تحقق توسعه اقتصادی است. صاحب نظران از دیرزمان، به ویژه در دهه های اخیر، ابعاد گوناگون این موضوع را بررسی کرده اند. این مقاله قصد آن دارد تا ضمن بررسی مفهوم «توسعه» و «توسعه اقتصادی» در غرب به بررسی مفهوم توسعه اقتصادی با هدف بیان راهبردهای ویژه برای تحقق مبانی اقتصادی مطلوب اسلام و نقش رادیو در تحقق آن بپردازد.

## دیباچه

با نگاهی به تحولات جامعه می‌توان دریافت که جامعه ما در حال گذار از حساس‌ترین تحول تاریخی خود، یعنی گذر از در حال توسعه بودن به توسعه یافتگی است. این حساسیت زمانی شکلی عینی‌تر و ملموس‌تر به خود می‌گیرد که در نظر داشته باشیم که تاکنون در دنیای کنونی پیش نیامده که یک کشور با گرایش اسلامی به رشد و توسعه همه‌جانبه اقتصادی و اجتماعی نائل شده باشد. ضمن اینکه گروهی بر این عقیده هستند که دین مانع توسعه است و جمع این دو ممکن نیست. اما امروزه در پرتو نظام ما این امر تحقق یافته است و در این میان آنچه از اهمیت و ارزش بیشتری برخوردار می‌شود، مسئله توسعه اقتصادی و بررسی ابعاد آن از دیدگاه اسلام است.

بی‌تردید ادیان الهی به خصوص اسلام، نه تنها بر توسعه از جمله توسعه اقتصادی تأکید کرده‌اند، بلکه با درنگ و کنکاشی در تاریخ و تعالیم انبیا می‌توانیم به عینیت دریابیم که منشأ پیدایش بحث نظری توسعه در علوم انسانی و حکمت عملی و علم اداره حکومت، پیامبران الهی در طول تاریخ و به خصوص رسول اکرم (صلی الله علیه و آله و سلم) و معصومین (علیهم‌السلام) بوده‌اند. توسعه در عمل نیز در تمامی ابعاد مانند فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و... ناشی از تلاش و کوشش یا توصیه و سفارش رسولان الهی و اصحاب صادق آنها بوده است. آنچه باعث تأسف و تأثر است، مفقود شدن حلقه‌های واسطه میان سرچشمه توسعه در تعالیم و عملکرد پیامبران و مباحث نظری توسعه در عصر حاضر و توسعه یافتگی برخی از جوامع امروزی در زنجیره تاریخی مغایر با آن است.

مفقود شدن و ندیدن آن حلقه‌های واسطه‌ای در طول تاریخ، ناشی از ضربه زدن دشمنان به پیامبران و ادیان الهی، به خصوص دین اسلام بوده است و هنوز هم به شیوه جدید ادامه دارد. البته در این میان نیز اندیشمندان و

صاحب‌نظران کشورهای مسلمان مقصردند؛ چرا که اینها بر اثر آشنایی نداشتن با تعالیم اصیل ادیان الهی به‌ویژه آموزه‌های ناب اسلامی نتوانسته‌اند حلقه‌های واسطه توسعه امروزی با سرچشمه توسعه در تعالیم و عمل را دریابند و در عین حال نیز نخواسته و یا نتوانسته‌اند الگویی برای پیشرفت و توسعه بر مبنای این مبانی طراحی و برنامه‌ریزی کنند. علاوه بر آن، عقب‌ماندگی جوامع اسلامی از تعالیم اسلامی و عملکرد غیراسلامی حکومت‌های ملل اسلامی، این پندار را به وجود آورده که توسعه یک امر عقلانی صرف است. از همین رو، عده‌ای توسعه را امری جدا از دین تلقی کرده‌اند؛ حتی برخی دین را ضد آن قلمداد نموده‌اند. نظر «دین افیون توده‌هاست»، تز جدایی حکومت از دین یا جدایی دین از سیاست، همه ریشه در همین حلقه‌های مفقوده و دو امر یادشده دارد. از این رو امروزه باید با تکیه به تعالیم حیات‌بخش اسلام به طراحی الگویی برای تبیین مبانی توسعه اقتصادی مطلوب از دیدگاه اسلام دست زد، که نه تنها در جغرافیای ایران بلکه در سایر ممالک برای انسان‌های خسته از اقتصاد کاپیتالیستی و سوسیالیستی دارای جاذبه باشد.

### پیشینه تاریخی مباحث توسعه

مباحث مربوط به توسعه از جمله مباحثی است که سال‌ها توجه اندیشمندان را به خود مشغول کرده است. امروزه یافتن طریقی مناسب برای دستیابی به توسعه همه‌جانبه در بحث‌های توسعه از مسائل مطرح و در عین حال پیچیده است. نگاهی به تحولات اخیر بیانگر این معناست که با اینکه مفهوم توسعه، پس از جنگ جهانی دوم رایج شد، به‌زودی جایگاهی خاص میان اندیشمندان و متفکران مباحث اقتصادی، اجتماعی و سیاسی یافت و از آن تاریخ تاکنون همواره به‌عنوان یکی از مسائل مهم و سرنوشت‌ساز کشورهای جهان و به‌ویژه ممالک جهان سوم شناخته می‌شود؛<sup>۱</sup> گرچه در همان زمان نیز توسعه به مثابه کوششی برای تقلید از

مدل توسعه غربی تلقی شده و می‌شود،<sup>۲</sup> تا جایی که از آن در پاره‌ای از منابع با نام نوسازی (Modernization) یا غربی شدن نیز یاد می‌شود.

دانشمندان و نظریه‌پردازان توسعه در کل با هدف حل مشکلات و مسائل کشورهای جهان سوم یا توسعه نیافته به ارائه دیدگاه‌ها و نظریه‌هایی پرداختند که از عمده‌ترین آنها می‌توان به نظریه رشد، نظریه مارکسیستی، نظریه وابستگی، نظریه روان‌شناختی توسعه، دیدگاه نوسازی، و نظریه‌های مهم از عوامل سیاسی، فرهنگی و... یاد کرد. ولی در عمل می‌بینیم که پاسخگونی الگوی نوسازی توسعه منجر به بروز چالش‌هایی برای این کشورها شده است، تا جایی که نتیجه‌ای مطلوب از این الگوهای توسعه عاید کشورهای جهان سوم نشده و معضلات و مشکلاتی را در مقابل برای این گروه از کشورها به وجود آورده است. چنانکه امروزه توسعه یافتگی به منزله سربازی دست‌نیافتنی برای بسیاری از آنهاست. این مسئله تا آنجا پیش رفته است که امروزه شکست نظری و عملی نظریه توسعه هم مورد پذیرش بسیاری از صاحب‌نظران توسعه است.<sup>۳</sup> می‌توان در یک نگاه کلی گفت که شکست‌های پی‌درپی نظریه‌های توسعه در کشورهای جهان سوم حاصل یک الگوی نامناسب است؛ الگویی که در آن، توسعه به‌منزله جایگزینی برای یک نظام مدرن غربی به‌جای نظام سنتی تلقی می‌شد و از این حیث بهایی‌گراف از حیث فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای آن کشورها در برداشته است.<sup>۴</sup> در کشور ما نیز به دلیل انطباق نداشتن وضعیت درونی جامعه با الگوهای توسعه غربی و نبود شناخت صحیح از ویژگی‌ها و شرایط داخلی جامعه، منجر به بروز زیان‌هایی در عرصه‌های مختلف شده است. گرچه در کشور ما برخی صاحب‌نظران که به‌طور عمده گرایش‌های غربی دارند، دستیابی به توسعه را مستلزم پیمودن راهی می‌دانند که غرب در جریان توسعه خود پیموده است و در این راه زمینه‌های

لازم برای رسیدن به توسعه را همان عواملی ارائه می‌کنند که در فرایند و پیدایش توسعه در غرب وجود داشته و آن را شکل داده است؛ ولی باید متوجه بود که اندیشمندان دلسوزی نیز هستند که اصولاً در ضرورت پیمودن راه توسعه‌ای که غرب به آن دست یافته است، تشکیک کرده و مسئولان و صاحب‌نظران جامعه را به اندیشیدن و برنامه‌ریزی برای رسیدن و دستیابی به شیوه و طریقی نو منطبق با شرایط بومی فرا می‌خوانند.<sup>۵</sup> در این اوضاع که نظریه‌ها و دیدگاه‌های مختلف و متفاوتی وجود دارد، آگاهی از نظریه‌های امام خمینی (ره) سبب می‌شود تا به

**امروزه باید با تکیه  
به تعالیم حیات‌بخش  
اسلام به طراحی  
الگویی برای تبیین  
مبانی توسعه اقتصادی  
مطلوب از دیدگاه اسلام  
دست زد، که نه تنها در  
جغرافیای ایران بلکه  
در سایر ممالک برای  
انسان‌های خسته از  
اقتصاد کاپیتالیستی و  
سوسیالیستی دارای  
جاذبه باشد.**

اهمیت تلاش برای تحقق الگوی بومی توسعه بیشتر واقف و نائل شویم. اهمیت آگاهی از نظریه‌های امام خمینی (ره) از آنجا ناشی می‌شود که ایشان با احاطه بی‌نظیر به مبانی و مقاصد عرفان اسلامی و همچنین داشتن ورزیدگی و تبحر در فلسفه صدرایی در کنار زبده‌گی اصولی و فقهی یکی از نادر اندیشمندان اسلامی در روزگار معاصر و از وارثان علوم اسلامی محسوب می‌شود.<sup>۶</sup> از این‌رو بررسی نظریه‌های امام (ره) - که از آن با نام تفکر اجتماعی امام خمینی (ره) می‌توان یاد کرد- در زمینه‌هایی مختلف و از جمله در مباحث توسعه، با توجه به اینکه در

یکی از بزرگ‌ترین انقلاب‌های اجتماعی-سیاسی در تاریخ معاصر جهان و در تاریخ اسلام متبلور است، دارای اهمیت و ویژگی والایی می‌شود.

**مفهوم توسعه**

با نگاهی به تعاریف پیرامونی «توسعه» می‌توان دریافت که تعاریف مربوط به توسعه، متنوع و گوناگون است و مبانی آن دربرگیرنده چارچوب‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و انسانی ارائه‌دهندگان آن است. در واقع می‌توان گفت که توسعه، مجرای واقعی تحقق آرمان‌ها، امیال و خواست‌های جوامع بشری است و در این میان بی‌تردید توسعه مطلوب جوامع در گرو تحقق همزمان توسعه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی است.

توسعه را می‌توان، بهینه‌سازی در استفاده از نیروهای بالقوه مادی و انسانی یک اجتماع بیان کرد<sup>۷</sup> و یا می‌توان آن را به فراگردی تعبیر کرد که در چارچوب آن، جامعه از وضعیتی نامطلوب به سوی وضعی مطلوب متحول می‌شود. این فراگرد به نحوی است که تمامی نهادهای جامعه را دربرمی‌گیرد و ماهیت آن بدین ترتیب است که توان و ظرفیت بالقوه جامعه به صورت بالفعل درمی‌آید. به عبارت دیگر می‌توان گفت که در فرایند توسعه، استعدادهای سازمان‌دهی جامعه از هر جهت بارور و شکوفا می‌شود؛ چه از نظر اقتصادی و چه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی.<sup>۸</sup> توسعه را می‌توان به تعبیر دیگر سیری برای تحکیم روابط اجتماعی و پروراندن استعدادها، استفاده بهینه از مواهب طبیعی و امکان رشد همه اقدار جامعه بیان کرد که در غایت، به زمان و مکانی خاص تعلق ندارد، و میدان آزمایشی است برای هر جامعه‌ای که خواهان این پدیده است. در یک قالب کلی‌تر می‌توان آن را نیل به خودبسی (Self - Fulfilment) و به‌دست‌آوردن مشارکت خلاقانه مردم، در بهره‌برداری کامل از نیروهای مولد ملی و ظرفیت‌های انسانی یک جامعه بیان کرد. در کل می‌شود گفت که توسعه مجموعه‌ای از فعالیت‌ها برای هدایت در جهت ایجاد شرایط مطلوب

زندگی براساس نظام ارزشی مورد پذیرش جامعه است. از این‌رو در توسعه با طیفی از تغییرات به‌هم‌پیوسته، در جهت تأمین نیازهای رو به گسترش جامعه مواجه هستیم. برخی نیز توسعه را در مفهوم عام، گذار از سنت به تجدد بیان کرده‌اند، که این امر ناظر بر کشورهای است که هم‌اکنون توسعه یافته‌اند.<sup>۹</sup> در این دیدگاه توسعه واقعیتی مادی و ذهنی است که در ابعاد مختلف زندگی اعم از اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی اثرات مشخصی برجای می‌گذارد.<sup>۱۰</sup> به طور کلی توسعه جریانی است که در خود، تجدید سازمان و سمت‌گیری متفاوت کل نظام اقتصادی اجتماعی را به همراه دارد.

بی‌تردید تعاریف مرتبط با توسعه تحت تأثیر نظام فکری و ارزشی حاکم بر ذهنیت افراد نظریه‌پرداز است که هر یک بر مبنای چارچوب فکری خود تعریفی را پیرامون توسعه بیان می‌دارند. با وجود تعاریف متعدد از توسعه، همه آنها، در این محور که جوامع، جهت رسیدن به زندگی «مطلوب» اجتماعی نیاز به ایجاد شرایط و امکانات مناسب در ابعاد اقتصادی، سیاسی و فرهنگی دارند، مشترک و متفق‌القولند. بر این اساس است که توسعه افزون بر بهبود در میزان تولید و درآمد شامل دگرگونی اساسی در ساخت‌های نهادی، اجتماعی، اداری و همچنین نگرش‌های عمومی مردم است. این امر تا آنجا پیش می‌رود که حتی توسعه در بسیاری موارد عادات و رسوم و عقاید مردم را نیز دربرمی‌گیرد.<sup>۱۱</sup>

هابرماس از اندیشمندانی است که بعد فرهنگی توسعه را بسیار پراهمیت توصیف می‌کند. او با بیان عقلانیت فرهنگی در برابر عقلانیت ابزارری معتقد است که کشورهای غربی، توسعه کامل نیافته و یا اینکه تنها در بعد اقتصادی توسعه پیدا کرده‌اند؛ یعنی تنها توانایی فناوری آنها دگرگون شده است. براساس این دیدگاه است که گفته می‌شود تاکنون در هیچ جامعه‌ای پیدایی عقلانیت فرهنگی به معنای کامل و واقعی اتفاق نیفتاده است. این دیدگاه بعد معنوی توسعه را تشکیل

می‌دهد.<sup>۱۲</sup>

بنابراین در امر توسعه، تحول فرهنگی ضرورتی اساسی است؛ یعنی فرهنگ جامعه باید متحول شود. این یک قانون کلی است. از سویی شاهد آن هستیم که توسعه عواملی مختلف دارد که باید از سوی نیروهای خاص سیاسی و اجتماعی مورد حمایت قرار گیرد و از سوی دیگر نیز با طرح چارچوبی ایدئولوژیکی و عقیدتی به توسعه مادی و معنوی جامعه، عینیت بخشیده شود.

### مبانی توسعه از دیدگاه غرب

توسعه را می‌توان فرایندی اجتماعی دانست که مبتنی بر عقلانیت عمل است که در آن جامعه از وضعیت غیرعقلانی نامطلوب به سوی وضعیت عقلانی مطلوب گذر می‌کند.<sup>۱۳</sup> توسعه از بدو پیدایش و تبیین تاکنون مفاهیم متعددی را داشته است تا جایی که تعریف و مفهوم توسعه از جنگ جهانی دوم تا امروز کاملاً تغییر کرده است. برداشتها و مفاهیم اولیه از توسعه، مبتنی بر مفاهیم اقتصادی بود و شاخص‌های اقتصادی، مانند: میزان تولید ناخالص ملی، درآمد سرانه، مصرف انرژی، مصرف فولاد و... معرف سطح توسعه‌یافتگی یا عقب‌ماندگی معرفی می‌کردند.<sup>۱۴</sup> این امر پابرجا بود تا اینکه از دهه هفتاد میلادی به بعد، شاخص‌های اجتماعی نیز از قبیل رشد جمعیت، رشد شهرنشینی، دموکراسی، عدالت اجتماعی یا توزیع عادلانه ثروت، دسترسی به وسایل ارتباط جمعی، ثبات سیاسی و بودجه آموزش و پژوهش نیز به شاخص‌های توسعه افزوده شد. در این برهه بود که گروهی از اندیشمندان، رفع وابستگی و مسئله ضرورت ایجاد نظم نوین بین‌المللی را عامل اساسی توسعه و نظام سرمایه‌داری سلطه‌گر را مانع تحقق آن دانسته و از جنبه داخلی روابط استثمار را محکوم و نظام مالکیت جمعی را پیشنهاد کرده‌اند. از سوی دیگر، بعد از شکست مکتب نوسازی که نظریه غالب توسعه بود به خاطر عواملی چون بروز نابسامانی‌های اجتماعی و آسیب‌های فرهنگی و محیط زیستی و رشد قارچ‌گونه حلی‌آبادها

و زاغه‌ها، عده‌ای از صاحب‌نظران، رفع فقر مطلق را هدف بنیادین توسعه تلقی و برای تحقق آن راهبرد نیازهای اساسی را پیشنهاد کرده‌اند.<sup>۱۵</sup> در سال ۱۹۷۴ در اعلامیه توکیو تصریح شد که هر فرایند رشدی که نیازهای اساسی را ارضا نکند یا -حتی بدتر- ارضای آنها را مختل سازد، صرفاً کاریکاتوری از توسعه است.<sup>۱۶</sup> تا اینکه در دهه هشتاد میلادی، توسعه بیشتر معطوف به مسائل فرهنگی شد. از جمله مسائلی که در این زمینه تأثیرگذار بودند می‌توان به عواملی چون بروز بحران‌های اجتماعی، انفجار جمعیت، تضادهای قومی، پیروزی انقلاب اسلامی ایران، گسترش فعالیت‌های مذهبی و گرایش‌های دینی در غرب و فروپاشی شوروی سابق، اشاره کرد که متفکران مسائل توسعه را بیشتر متوجه اهمیت و نقش فرهنگ، در فرایند توسعه و تغییرات اجتماعی ساخت.

این مسئله تا آنجا پیش رفت که اگر زمانی عنصر اصلی توسعه «رشد اقتصادی» بود، امروزه چهار موضوع «رشد اقتصادی»، «عدالت در توزیع»، «مشارکت سیاسی» و «ارزش‌های متعالی» به‌عنوان عناصر اصلی توسعه انتخاب شده‌اند. بی‌تردید فرایند توسعه در غرب بدون برنامه‌ریزی خاصی که ناظر به کل جامعه باشد و بدون لحاظ کوشش‌های سنجیده خاصی انجام گرفت که همراه با تغییر و تحول در ساختار فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی بود که هدف آن رفاه مادی و افزایش مداوم درآمد سرانه بود. این افزایش مرهون به‌کارگیری روش‌های تولید مبتنی بر دانش و منشأ عقلانیت عمل اقتصادی و اجتماعی بود.

توسعه در غرب که با پیشستازی طبقه متوسط و حرکت‌های اجتماعی سازمان‌یافته از سوی آنها و نخبگان فکری عصر روشنگری به ثمر رسید، از آنجایی که درک ناقصی از خداوند داشت و بهشت مادی را هدف قرار داده بود، میوه‌های تلخی به بار آورد که از همه مهم‌تر فقدان محتوای زندگی است که ثمره آن بحران بی‌هویتی است که غرب در آن دست و

پا می‌زند. فرایند توسعه در کشورهای درحال توسعه، بعد از جنگ جهانی دوم روندی متفاوت داشت. توسعه در این کشورها با هدف رسیدن به پیشرفت‌ها و خط‌مشی صنعتی شدن و با تأکید بر انتقال فناوری و انباشت سرمایه برای رسیدن به هدف فوق آغاز شد، و گرچه در ابتدا روندی تند و سریع داشت که با کوشش‌های برنامه‌ریزی شده از طرف سازمان‌ها، حرکت‌های اجتماعی و به‌ویژه از طرف دولت‌ها همراه بود؛ ولی از آنجا که ساختارهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی این کشورها با این تحول سازگاری و همخوانی نداشت و اغلب این کشورها

### آنچه باعث تأسف و

### تأثر است، مفقودشدن

### حلقه‌های واسطه میان

### سرچشمه توسعه

### در تعالیم و عملکرد

### پیامبران و مباحث نظری

### توسعه در عصر حاضر

### و توسعه‌یافتگی برخی

### از جوامع امروزی در

### زنجیره تاریخی مغایر با

### آن است.

هدف اصلی را رشد اقتصادی دانسته و توسعه اقتصادی را به منزله مهم‌ترین جزء توسعه تلقی می‌کردند، از عدالت، انسانیت، ارزش‌های متعالی، مشارکت سیاسی و محیط زیست و از همه مهم‌تر معنویت غفلت کرد؛ بدین ترتیب، این کشورها دچار بحران فکری همگانی و شایعی در حوزه‌های نظری مرتبط با مسائل توسعه شدند که بیشتر ناشی از ناتوانی در ارائه تعریفی قابل قبول از مفهوم توسعه است. به هر حال، ناکامی اکثر کشورهای کمتر توسعه‌یافته در دستیابی به توسعه از یک‌سو، و میوه‌های تلخ توسعه غرب از قبیل افزایش شکاف‌های طبقاتی، از خودبیگانگی انسان در اثر

بت‌وارگی و شیء‌شدن روابط انسانی، قدرت بی‌مه‌ار شرکت‌های بزرگ و احزاب و دستگاه‌های دولتی، عقلانیت ابزاری و تسلط افسانه‌های فناوری بر انسان، افزایش هزینه‌های اجتماعی ناشی از خودمحموری و نفع‌طلبی، و مهم‌تر از همه، تخلیه نظام محتوایی جوامع غربی از فلسفه زندگی و مرگ، از سوی دیگر، موجب شد که در دو دهه اخیر مباحث توسعه پایدار، توسعه انسانی و توسعه حکیمانه به نحو گسترده‌ای در ادبیات توسعه طرح و رایج شود و از همه مهم‌تر دین و معنویت در کانون توجه قرار گیرد.

اگر در ابتدای دهه شصت میلادی بیشتر بعد اقتصادی توسعه مورد توجه بود، امروزه به‌ویژه بعد از انقلاب اسلامی ایران<sup>۱۷</sup> و ابطال نظریه افیون بودن دین برای توده‌ها و بعد از چالش جدی دین با سکولاریسم، ابعاد دیگر توسعه نیز مورد اقبال قرار گرفت؛ به نحوی که امروزه صاحب‌نظران معتقدند که در روند تبیین توسعه، باید موضوع‌های ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، الگوی زندگی کامل و زیست‌محیطی را مدنظر قرار داد.<sup>۱۸</sup>

**چالش‌های فراروی توسعه در غرب**  
«توسعه» با همه دستاوردهایی که برای غرب از حیث مادی داشته، سبب شده است که آنها دچار مشکلات و معضلاتی شوند که این دستاوردهای مثبت به مرور زمان در برابر آنها رنگ ببازد. اهم این مسائل را می‌توان در دو مورد زیر بیان و خلاصه کرد:

#### محور قرار گرفتن مادیات

نظام سرمایه‌داری همواره از سوی غربیان به‌عنوان عالی‌ترین شکل نظام اقتصادی - سیاسی، معرفی شده است. این در حالی است که این نظام در درون خود با تضادهایی مواجه است. این نظام بر مبنای اصولی است که ثروت حد و مرز نمی‌شناسد. از این رو، این نظام کمال مطلوب انسان را دارا نیست تا بتواند آینده‌ای روشن برای وی نوید دهد. علاقه به رفاه مادی در این نظام به گونه‌ای رسوخ نموده است که هر چیزی بر مبنای

پول قابل معامله است؛ حتی تا آنجا پیش می‌رود که ارزش شخصیت‌های سیاسی و علمی، همه بر مبنای آن محاسبه می‌شود. پول محوری و کنار نهادن همه ارزش‌های والای انسانی<sup>۱۹</sup> امروزه سبب بروز مشکلات زیادی در این نظام‌ها شده است؛ تا جایی که در منظر اکثریت افراد مغرب‌زمین پوچ و بی‌هوده جلوه کردن زندگی، حاکمیت اقتصاد بر مغزا و اندیشه‌ها، و کنار زدن همه ارزش‌های والای انسانی سبب بروز مسائل و مشکلاتی بسیار شده است.

گرچه این کشورها سعی داشته‌اند تا با ایجاد اتحادهای صوری مانع از عیان شدن مشکلات داخلی خود شوند، ولی شواهد تاریخی ثابت کرده‌اند که اتحاد جهان سرمایه‌داری نیز دارای استحکام کافی و ضمانت اجرایی لازم نیست و تنها می‌تواند جنبه ظاهری داشته باشد.<sup>۲۰</sup>

امروزه در تمدن کنونی غرب، شاهد عرضه جهان غیرواقعی و دروغین مرکب از گل‌های پلاستیکی، قلمرو فضایی، تهویه مطبوع ... سالن‌های تفریحات و خوش‌گذرانی ... و قلب‌های بی‌احساس و تخدیرشده از کافئین قهوه و نشئه از مشروبات الکلی، مواد مخدر و خیالات اغفال‌کننده هستیم<sup>۲۱</sup>؛ تا جایی که اندیشمندی چون چارلز بی. هندی به صراحت بیان می‌دارد ما هرگز این منظور را نداشتیم که بی‌ارتباط با دیگران و تنها باشیم ... ما به واژه‌هایی مثل «وفاداری، وظیفه و تعهد» با شک و تردید می‌نگریم.<sup>۲۲</sup> اوج روند اضمحلال ارزش‌ها را در غرب می‌توان در بی‌ثباتی کانون خانواده یافت و جست‌وجو کرد. متأسفانه خانواده در این جوامع به حدی سقوط کرده است که در صورت ادامه چنین روندی، دیری نخواهد پایید که دیگر چیزی به‌عنوان خانواده در این جوامع یافت نخواهد شد. در یک نظرخواهی انجام‌شده از افراد میان ۱۶ تا ۲۴ سال، که مرکز ثقل ایجاد خانواده را شکل می‌دهند، سه چهارم آنها معتقدند: زن به تنهایی می‌تواند فرزند را به گونه‌ای موفقیت‌آمیز که پدر و مادر زندگی می‌کنند، تربیت کند.<sup>۲۳</sup> این روند خانواده‌گریزی در غرب سبب افزایش جنایت‌ها و

تجاوزهای متعدد شده است؛ تا جایی که به اعتقاد اندیشمندان، جنایات و اعمال وحشیانه در این جوامع به حدی است که حتی بچه‌های کوچک و زنان مسن از هرزه‌گری‌ها و تجاوز در امان نیستند. تجاوز و بی‌عفتی در این جوامع، به گونه‌ای است که هر ساله در آمریکا قریب ۳۰۰ هزار و در آلمان ۱۶۰ هزار زن مورد تجاوز قرار می‌گیرند.<sup>۲۴</sup> بر پایه آمارها، در هر شش دقیقه در آمریکا یک زن مورد تجاوز قرار می‌گیرد. هر روزه بر شمار زنان اروپایی دارای فرزند بدون شوهر افزوده می‌شود.<sup>۲۵</sup> اوج این بی‌اخلاقی‌ها را می‌توان در سوئد دید، که بیش از نیمی از اطفال خردسال از زنان و مردانی به‌وجود آمده‌اند که هرگز پیوند زناشویی در بین آنها برقرار نشده است.<sup>۲۶</sup>

#### مسخ هویت انسانی

مسخ هویت انسانی و ازسکه‌افتادن ارزش و جایگاه انسان در نظام هستی از دیگر چالش‌های توسعه در غرب است؛ تا جایی که خود اندیشمندان غربی به صراحت اذعان می‌دارند که هدف از آفرینش انسان این نبوده است که موجودی درون‌تهی باشد تا در نتیجه، به صورت ارقامی بی‌معنا و بی‌هدف، در فهرست حقوق قرار بگیرد و هر روز در رنگی و نقشی ظاهر شده، مواد اولیه اقتصاد را تشکیل دهد. اگر قرار باشد انسان این‌گونه باشد، توسعه اقتصادی و عده‌ای پوچ و بی‌محتواست. به نظر این دسته از اندیشمندان منصف غربی، مشکل اصلی در این است که ما در انتخاب عناصر اصلی توسعه دچار اشتباه شده‌ایم و چنین می‌پنداریم که افزایش بهره‌وری و رشد اقتصادی از لوازم توسعه و پیشرفت هستند. از این رو، برای رسیدن به این اهداف، خود را فدا کرده، فراموش می‌کنیم که ما خود باید معیار و شاخص همه چیز باشیم.<sup>۲۷</sup>

اوج این بی‌هویتی را می‌توان در برخورد غربیان با فقرا دید. امروزه غربی‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که فقرا مسئول فقر خویش هستند و باوجود این، بار سنگینی برای توسعه اقتصادی به‌شمار می‌آیند. پس می‌توان بدون تأسف، خویش‌تن را از

تحول فرهنگی در امر  
توسعه، ضرورتی  
اساسی است؛ یعنی  
فرهنگ جامعه باید  
متحول شود. این یک  
قانون کلی است. از  
سوئی شاهد آن هستیم  
که توسعه عواملی  
مختلف دارد که باید از  
سوی نیروهای خاص  
سیاسی و اجتماعی مورد  
حمایت قرار گیرد و از  
سوی دیگر نیز با طرح  
چارچوبی ایدئولوژیکی  
و عقیدتی به توسعه  
مادی و معنوی جامعه،  
عینیت بخشیده شود.

جهان‌بینی آنها و عقاید اسلامی منطبق بر فطرت سازگار باشد. انسان به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین عوامل تولید دارای ظرفیت علمی بالایی است که خلیفه و جانشین خداوند بر زمین معرفی شده است.<sup>۳۱</sup> اسلام نه تنها مانع توسعه نبوده، بلکه سرشار از عناصری است که به‌عنوان عامل توسعه عمل می‌کنند. در جهان‌بینی توحیدی که اسلام ارائه می‌کند، جهان از یک مشیت حکیمانه الهی پیروی می‌کند. در این جهان‌بینی، جهان از نظام متقن علی برخوردار است و فیض مستمر پروردگار و تقدیر او تنها از مسیر علل و اسباب خاص به جریان می‌افتد. از جمله سنت‌های الهی، که قرآن بارها متذکر آن شده، این است که سرنوشت هیچ قومی به دست خداوند تغییر نمی‌کند، مگر آنکه در ابتدا مردم آن قوم به تغییر سرنوشت خود اهتمام ورزند.<sup>۳۲</sup>

استاد شهید مرتضی مطهری در مینابودن دین برای توسعه به بداهت نیاز انسان در رشد و توسعه اجتماعی به دین و ایدئولوژی استناد جسته است؛ آنجا که خاطر نشان می‌سازد: «انسان از بدو پیدایش، لاقلاً از دوره‌ای که رشد و توسعه زندگی اجتماعی منجر به سلسله اختلافات شده است، نیازمند ایدئولوژی و به اصطلاح قرآن و شریعت بوده است... آنچه بشر امروز و به طریق اولی بشر فردا را وحدت و جهت می‌بخشد و آرمان مشترک می‌دهد و ملاک خیر و شر، باید و نباید می‌گردد، یک فلسفه زندگی انتخابی آگاهانه، آرمان خیز، مجهز به منطق و به عبارت دیگر، یک ایدئولوژی جامع و کامل است.»<sup>۳۳</sup>

توسعه از دیدگاه اسلام فرایند اجتماعی و مبتنی بر عقلانیت عمل است. در این فرایند شعور و اندیشه و اراده انسان‌های تعالی‌جو نقش اساسی دارد. اسلام در اجتماع از طریق وضع و اجرای قوانین (جهاد اصغر) و در فرد از طریق ایجاد احساس مسئولیت جدی (جهاد اکبر) - نوسازی معنوی - به بهترین وجه ممکن در پی نهادینه کردن توسعه و الزامات پیش روی آن است.

دست آنها رها ساخت.<sup>۳۴</sup> در کل می‌توان گفت که توسعه در غرب، تنها یک بُعد از کمال را در بر داشته، آن هم بعد مادی و تکامل و پیشرفت در ابزار بوده است. آنچه در کشورهای غربی اتفاق افتاده، صرفاً رشد و توسعه اقتصادی بوده است، نه توسعه انسانی همه‌جانبه و پایدار؛ زیرا در ابعاد انسانی، نه تنها توسعه‌ای صورت نگرفته، بلکه به نوعی، انهدام ارزش‌های انسانی را به همراه داشته است که از جمله آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- گسترش و افزایش شکاف‌های طبقاتی و فقر فزاینده طبقات پایین؛  
 - بت‌وارگی کالاها و شیئی شدن روابط انسانی که به از خودبیگانگی انسان انجامیده‌اند؛

- دستگاه‌های دولتی، شرکت‌های بزرگ و احزاب توده‌ای قفس‌های آهنینی به‌شمار می‌روند که آرمان‌های آزادی و برابری را محدود می‌کنند؛

- تنوع‌گرایی و لذت‌طلبی و نسبی‌گرایی اخلاقی موجب شیوع بسیاری از بیماری‌ها، استعمال مواد مخدر، تحلیل روابط عاطفی و سست شدن بنیان خانواده در این‌گونه جوامع شده است؛

- عقلانیت ابزاری، عقلانیتی است که به عدم عقلانیت در مقیاسی بزرگ می‌انجامد. جهان دچار افسوس‌زدایی و اسطوره‌زدایی می‌شود، ولی ابزارها و فناوری به جای افسانه‌ها، بر انسان تسلط می‌یابند؛

- افزایش هزینه‌های اجتماعی ناشی از خردگرایی ذره‌ای و اخلاقی که موجب افزایش آلودگی محیط زیست، و اسراف و تبذیر در مصرف شده و آثار مثبت رشد اقتصادی را در معرض خطر قرار داده است؛

- تهی شدن جامعه از نظام‌های عمیق معنایی.<sup>۳۵</sup>

#### مبانی توسعه از دیدگاه اسلام

اسلام به‌عنوان دین خاتم و کامل، جهان‌بینی پویا و متحوّلی به پیروان خویش عرضه می‌دارد. بنابراین آنها دارای عقایدی می‌شوند که چشم‌انداز زندگی فردی و اجتماعی مسلمانان را از رشد و توسعه‌ای بهره‌مند می‌کند تا با



## مفهوم توسعه اقتصادی از دیدگاه غرب

توسعه اقتصادی به صورت شاخه‌ای از علم اقتصاد، از اواسط قرن بیستم، یعنی پس از آنکه موضوع پیشرفت در کشورهای در حال توسعه با شدت بیشتری مورد توجه قرار گرفت، میان پژوهشگران علوم اجتماعی و اقتصادی مطرح شد؛ اما با وجود اینکه بیش از سه دهه از عمر آن نمی‌گذرد، به واسطه علاقه و اشتیاق اکثر فرهیختگان در جهت دستیابی به توسعه و ترقی کشورشان، بیش از سایر رشته‌های مرتبط با علم اقتصاد، به چالش کشیده و آثار متعددی نیز درباره آن نوشته شده است. در واقع اصطلاح «توسعه اقتصادی» به طور نسبی اصطلاحی تازه است.

باید توجه داشت که تا دهه ۱۹۵۰ اغلب اقتصاددانان، توسعه اقتصادی را به عنوان رشد مشخص درآمد سرانه واقعی در کشورهای توسعه نیافته تعبیر می‌کردند. تقریباً در کلیه پژوهش‌های معاصر درباره توسعه، این فرض مستتر است که رشد مداوم و اقتصادی درازمدت، توسعه را

شد که هر چند رشد، شرط ضروری توسعه است، اما نباید آن را توسعه تلقی کرد؛ زیرا شاخص توسعه نمی‌تواند تولید برای معاش که غیرقابل فروش در بازار است، و جنبه‌های غیراقتصادی شکوفایی فردی و اجتماعی، رفاه و ملاحظات مربوط به توزیع درآمد را دربرگیرد.

باید توجه داشت که گرچه افزایش محصول ناخالص ملی، می‌تواند بر نارسایی‌های درونی پیشرفت اقتصادی سرپوش بگذارد، اما می‌تواند نابرابری را تشدید کند؛ زیرا چنین پیشرفتی فقط گروه کوچکی را دربرمی‌گیرد؛ بنابراین، تحلیل‌گران اقتصادی به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه را نباید به رشد اقتصادی که خود بر اساس الگوی انباشتگی سرمایه‌گذاری رشد تفسیر می‌شود، محدود ساخت.

کوزنتس معتقد است که توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته اروپای غربی، آمریکا، کانادا، استرالیا و ژاپن «رشد نوین اقتصادی» است، از این رو آن را اینگونه تعریف کرد: «افزایش بلندمدت ظرفیت

توسعه از دیدگاه اسلام فرایند اجتماعی و مبتنی بر عقلانیت عمل است. در این فرایند شعور و اندیشه و اراده انسان‌های تعالی‌جو نقش اساسی دارد. اسلام در اجتماع از طریق وضع و اجرای قوانین (جهاد اصغر) و در فرد از طریق ایجاد احساس مسئولیت جدی (جهاد اکبر) - نوسازی معنوی) به بهترین وجه ممکن در پی نهادینه کردن توسعه و الزامات پیش روی آن است.

تسهیل می‌کند. ولی باید توجه داشت که آنچه واضح و روشن است، این است که توسعه اقتصادی واری رشد اقتصادی است. تا اوایل دهه ۶۰ میلادی، توسعه، فرایندی اقتصادی و بیشتر مبتنی بر فناوری به شمار می‌آمد که در افزایش سرانه محصول ناخالص ملی و به صورت ایجاد فرصت‌های شغلی و دیگر امکانات اقتصادی ضروری برای توزیع گسترده‌تر منافع اقتصادی و اجتماعی حاصل، تبلور می‌یافت؛ اما در اواخر دهه به تدریج آشکار

تولید به منظور افزایش عرضه کل تا بتوان نیازهای جمعیت را تأمین کرد. افزایش ظرفیت بلندمدت تولید بستگی به ترقیات نوین فنی و تطبیق آن با شرایط نهادی و ایدئولوژیک مورد تقاضای آن دارد.<sup>۳۴</sup> وی در توضیح «تطبیق ترقیات نوین فنی با شرایط نهادی و ایدئولوژیک» در کتاب رشد نوین اقتصادی می‌آورد: «استفاده علمی از دانش مستلزم وجود جو مناسب فکری و انسانی است که در این جو نه تنها مطالعه بلکه استفاده از علوم نیز بتواند توسعه و تکامل یابد.

بنابراین، زمانی که ما می‌گوییم عصر نوین از طریق استفاده عملی از علوم و فنون با توجه به معضل تولید اقتصادی و رفاه انسانی متمایز می‌شود، در واقع هدف آن است که نشان دهیم این عصر نوین از طریق کنترل برخی دیدگاه‌ها در مورد رابطه انسان با جهان مادی متمایز می‌شود که کاربرد و استفاده از علوم و فنون را ترغیب می‌کند. استفاده کاربردی و عملی از علوم به کمک فناوری بدون تغییر در نهادها و سازماندهی اجتماعی امکان‌پذیر نبود و به دیدگاه‌ها و افکار نوین و جدیدی برای قبول و تشویق بهره‌وری از علوم نیاز بود تا بدین وسیله از طریق این اصلاحات امکان استفاده از علوم و فنون در نهادهای اجتماعی ایجاد شود.<sup>۳۵</sup>

باید توجه داشت که در تعریف رشد اقتصادی معمولاً چنین اظهار نظر می‌کنند که رشد اقتصادی عبارت از افزایش سالانه و مستمر درآمد سرانه کل جمعیت کشوری معین در دوره‌ای طولانی است؛ در حالی که توسعه اقتصادی با دگرگون کردن اقتصاد از مرحله سنتی، معیشتی، روستایی و منطقه‌ای به مرحله اقتصاد عقلانی، تجاری، شهری و ملی، همراه با ایجاد نهادهای مناسب برای ممکن کردن تحرک کارآمد عوامل تولید ارتباط پیدا می‌کند. این دگرگونی اغلب شامل تغییر ساختار اقتصاد از ساختاری به‌طور عمده کشاورزی به ساختاری به‌طور عمده صنعتی است.<sup>۳۶</sup> بنابراین توسعه اقتصادی با رشد اقتصادی، که فقط بر افزایش مادی کل درآمد ملی یا تولید ناخالص ملی یک جامعه در یک دوره معین تأکید دارد، متفاوت است. توسعه اقتصادی پدیده «عام‌تر» از رشد اقتصادی است و جنبه‌های کمی و کیفی جامعه را در بر می‌گیرد. به‌طور خلاصه می‌توان گفت که توسعه اقتصادی عبارت است از رشد مداوم اقتصادی یک جامعه و بهبود وضعیت رفاهی افراد جامعه، که ناشی از دگرگونی و تحول در بنیان‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، علمی و فرهنگی جامعه است و از دستیابی به غایات مطلوب نوسازی اقتصادی فراهم

می‌آید.<sup>۳۷</sup> باید توجه داشت که بسیاری از اقتصاددانان تأکید می‌کنند که توسعه اقتصادی به معنای رشد به اضافه تغییر، به‌ویژه تغییر ارزش‌ها و نهادهاست. حال که با تفاوت رشد اقتصادی و توسعه اقتصادی آشنا شدیم، به بررسی مفهوم توسعه اقتصادی می‌پردازیم: در باب توسعه اقتصادی تعاریفی متعدد وجود دارد: گروهی آن را به معنای توانایی اقتصاد ملی برای ایجاد و تداوم رشد سالیانه تولید ناخالص ملی با نرخ‌های پنج تا هفت درصد و بیشتر تعریف می‌کنند؛<sup>۳۸</sup> برخی دیگر آن را فرایندی می‌دانند که به موجب آن، درآمد واقعی سرانه در یک کشور و در درازمدت افزایش می‌یابد.<sup>۳۹</sup> و تعدادی از صاحب‌نظران توسعه اقتصادی را دستیابی به تعدادی از هدف‌ها و غایات مطلوب نوسازی از قبیل افزایش بازده تولید، ایجاد برابری‌های اقتصادی و اجتماعی، کسب دانش، فن و مهارت جدید، بهبود در وضع نهادها و وجهه نظرها و یا به‌طور منطقی دستیابی به یک سیستم موزون و هماهنگ از سیستم‌های مختلف می‌پندارند که می‌توانند انبوه شرایط نامطلوب یک نظام اجتماعی را برطرف سازند.<sup>۴۰</sup>

برخی دیگر معتقد هستند که توسعه اقتصادی فرایندی است که طی آن ظرفیت‌های تولیدی یک جامعه با تکیه بر گسترش به‌کارگیری و درون‌زاندن دستاوردهای مدرن علمی- فنی افزایش می‌یابد. از این رو مشخص است که توسعه اقتصادی پدیده‌ای است که در اساس متکی بر تفاوت‌های اساسی میان جوامع، در توسعه و به‌کارگیری علوم و فنون مدرن در فرایندهای اقتصادی است. در کل می‌توان بیان داشت که، توسعه اقتصادی مفهومی است که در اساس بیان‌کننده سطح علم و فن در یک جامعه است. در عین حال در اصطلاح توسعه اقتصادی، تکیه بر وجوه اقتصادی است و آثار اقتصادی عمده به‌کارگیری علم و فن در یک جامعه که همانا گسترش ظرفیت‌های تولیدی است، در تبیین و تعریف این مفهوم مورد توجه و عنایت

قرار می‌گیرد.<sup>۴۱</sup>

بدین ترتیب مفهوم توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام معادل توسعه غربی بر مبنای سود (Utility) و لذت قرار گرفت که این نحوه جهت‌گیری در توسعه، متأثر از دیدگاه غرب درباره خود انسان است. گرچه خود غربیان اذعان داشتند که توسعه فرایندی اجتماعی و مبتنی بر عقلانیت و عمل است که در این زمینه، جامعه از وضعیت غیرعقلانی نامطلوب به سوی وضعیت عقلانی مطلوب گذر می‌کند، ولی این فرایند در غرب، بدون برنامه‌ریزی خاص ناظر به کل جامعه و بدون کوشش‌های سنجیده، به‌طور تدریجی و با تغییر و تحوّل در ساختار فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی به وقوع پیوست و هدف آن، رفاه مادی و افزایش مداوم درآمد سرانه بود.

این افزایش مرهون به‌کارگیری روش‌های تولید مبتنی بر دانش و عقلانیت عمل اقتصادی و اجتماعی است. بدون شک توسعه با تعریف خاصی که از انسان در غرب ارائه شد، در هر وجهی که تحقق

و با تأکید بر انتقال فناوری و انباشت سرمایه برای رسیدن به هدف مزبور آغاز شده بود، روندی تند و سریع داشت و با کوشش‌های برنامه‌ریزی شده سازمان‌ها و حرکت‌های اجتماعی و به‌ویژه با هدایت دولت همراه بود. به دلیل آنکه ساختارهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی این کشورها با مبنای غربی هماهنگی نداشت و بیشتر این کشورها هدف اصلی را رشد اقتصادی دانسته، از این رو توسعه اقتصادی را مهم‌ترین جزء توسعه تلقی می‌کردند، از عدالت، انسانیت، ارزش‌های متعالی، مشارکت سیاسی و محیط‌زیست غفلت کردند و بدین‌سان، از اواخر دهه هفتاد تاکنون، بحران فکری همگن و شایعی در حوزه‌های نظری مرتبط با مسائل توسعه اتفاق افتاده که بیشتر ناشی از ناتوانی در ارائه تعریفی قابل قبول از مفهوم توسعه است. این معضل تا آنجا به پیش رفته است که گروهی از اندیشمندان، رفع وابستگی و مسئله ضرورت ایجاد نظم نوین بین‌المللی را عامل اساسی توسعه، و نظام سرمایه‌داری سلبه‌گر را مانع تحقق آن دانسته‌اند و از

در یک نگاه کلی می‌توان گفت که شکست‌های پی‌درپی نظریه‌های توسعه در کشورهای جهان سوم حاصل یک الگوی نامناسب است؛ الگویی که در آن، توسعه به منزله جایگزینی برای یک نظام مدرن غربی به‌جای نظام سنتی تلقی می‌شد و از این حیث بهایی‌گراف از حیث فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای آن کشورها دربرداشت.

یابد، تجلّی خواست و اراده انسان است. در وجه اقتصادی، خواست انسان فراهم‌بودن امکانات بیشتر برای تمتّع افزون‌تر است. بنابراین، توسعه غربی در سیر طبیعی خودش، در وجه اقتصادی به سرمایه‌داری، و در وجه سیاسی به لیبرال-دموکراسی می‌انجامد.

از طرف دیگر، فرایند توسعه در کشورهای درحال توسعه، پس از جنگ جهانی دوم روندی غرب‌گرایانه داشت. توسعه این کشورها، که با هدف رسیدن به پیشرفت‌ها و خط‌مشی صنعتی شدن

جنبه داخلی روابط استثماری را محکوم و نظام مالکیت جمعی را پیشنهاد کرده‌اند. از سوی دیگر، پس از شکست مکتب «نوسازی»- نظریه غالب توسعه- به خاطر بروز نابسامانی‌های اجتماعی و آسیب‌های فرهنگی و زیست‌محیطی و رشد قارچ‌گونه حلبی‌آبادها و زاغه‌ها، عده‌ای از اقتصاددانان، رفع فقر مطلق را هدف بنیادین توسعه تلقی کردند و برای تحقق آن راهبرد «نیاز اساسی» را پیشنهاد کردند. در سال ۱۹۷۴ در اعلامیه «کرکویوک» تصریح شد هر فرایند رشدی



که نیازهای اساسی را ارضا نکند یا- حتی برتر- ارضای آنها را مختل سازد، صرفاً کاریکاتوری از توسعه است.<sup>۴۲</sup> در هر صورت، ناکامی بیشتر کشورهای کمتر توسعه یافته در دستیابی به توسعه از یک سو، موجب شد که در دو دهه اخیر، مباحث توسعه پایدار، توسعه انسانی و توسعه حکیمانه به نحوی گسترده در آثار توسعه طرح و رایج شود. اگر زمانی عنصر اصلی توسعه «رشد اقتصادی» بود، امروزه چهار موضوع رشد اقتصادی، عدالت در توزیع، مشارکت سیاسی و ارزش‌های متعالی عناصر اصلی توسعه به شمار می‌آیند.

در این میان می‌توان توسعه‌های دیگر را نیز تصور کرد که آغاز و انجامش متفاوت با توسعه غربی است. این توسعه در مفهوم دینی و مترادف با معنای «تکامل» است. مبنای توسعه اسلامی همراه بودن توجه به ماده و معنا و به تعبیر دیگر، دنیا و آخرت است. توسعه اسلامی بر مدار مفهوم تکامل معنا می‌یابد. در این زمینه، برای تقریب به ذهن، انسان کامل را در نظر بگیرید. او مجموعه‌ای است از نیازهای مادی و معنوی مؤثر در یکدیگر و متأثر از یکدیگر، اما به صورتی متعادل. او هرگز در مسیر تأمین نیازهای مادی خویش، افراط نمی‌کند؛ چرا که افراط در تأمین نیازهای مادی، خود نیازهایی کاذب به وجود می‌آورد و همین‌طور ادامه می‌یابد؛ تا جایی که مفهوم اسراف در زندگی او به یک ضرورت تبدیل می‌شود. در دایره توسعه اسلامی، توزیع امکانات مادی نه تنها بر مدار حقوق (علم حقوق و قضاوت)، بلکه در بسیاری موارد، براساس ایثار و از خودگذشتگی است. از این رو، در توسعه اقتصادی دینی، مفاهیم «مالیات» و «انفاق» در یک مسیر، برای توزیع عادلانه امکانات مادی، سازمان‌دهی می‌شوند.

باید توجه داشت که توسعه به مفهوم غربی، هیچ نسبتی با معنای توسعه در اندیشه اسلامی ندارد. از این رو، ممکن است در غرب، توژم امکانات مادی و رفاه به وجود بیاید، اما عدالت وجود نداشته باشد. نکته قابل تأمل دیگر اینجاست که مبنای توسعه غربی بر مبنای تفکیک ماده از معنا

و دنیا از آخرت است. به عنوان مثال، در توسعه سیاسی اسلام، قدرت هرچه بیشتر شود، باید با تزکیه‌ای عمیق‌تر همراه باشد. ولی در توسعه سیاسی غربی، قدرت و تلاش در به دست گرفتن قدرت هیچ ارتباطی با تهذیب و تزکیه نفس نداشته و ندارد. در مثال دیگر می‌توان از توسعه اقتصادی مثال به میان آورد. در توسعه اقتصادی اسلامی افزایش ثروت را در غیر وجه لیاقت معنوی و در صرف کردن آن در غیر راه‌هایی که آرمان دینی بر آن صحنه می‌گذارد، وبال و موجب شقاوت و بدبختی می‌داند و البته تلاش برای فراهم ساختن امکانات مادی در مسیر آرمان‌های دینی را در حکم جهاد در راه خدا می‌شمارد؛ اما در توسعه اقتصادی به مفهوم غربی، افزایش سرمایه به هر طریق ممکن، ممدوح است و در هر جهت و مسیری که مورد استفاده قرار گیرد، سعادت تلقی می‌شود.

در توسعه غربی، همواره ثروت و قدرت دو طرف یک معادله را تشکیل می‌دهند؛ اما در توسعه اسلامی، معادله توسعه غربی وجود ندارد و در حقیقت، یک نامعادله است. در توسعه به مفهوم غربی، توسعه سیاسی و اقتصادی هر یک دیگری را هدف قرار می‌دهد؛ یعنی گاهی هدف از توسعه سیاسی، توسعه اقتصادی و ثروت‌اندوزی است و گاهی نیز هدف از آن توسعه سیاسی و قدرت‌طلبی. اما در اندیشه دینی، توسعه اقتصادی و سیاسی هر دو، یک چیز را نشانه می‌روند و آن سعادت جامعه دینی است؛ چه در بعد مادی و چه در بعد معنوی.

معیار اصلی در توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام رسیدن جامعه اسلامی به رشد و توسعه متوازن، و فراهم شدن بستری مناسب برای کسب عزت و سربلندی آن است؛ در اینجا، حرکت برای نیل به خودکفایی، همراه با اقتدار اقتصادی و کسب استقلال، تلاش برای کسب عزت و کرامت جامعه محسوب می‌شود و از عناصر لازم تقرب به سوی حق تعالی و جلب رضایت اوست و این امر جز با رشد و توسعه اسلامی قابل تحقق نیست. از پیامدهای این امر می‌توان به استقلال

اقتصادی اشاره کرد. باید توجه داشت که استقلال یا نبود وابستگی - به طور کلی - آن است که فرد یا جامعه‌ای روی پای خود بایستد و به دیگران اتکا نداشته باشد. در این صورت معنای استقلال غیر خودکفایی است. خودکفایی به این معناست که یک جامعه همه نیازمندی‌های خود را تأمین کند و نیازی به وارد کردن کالا از خارج نداشته باشد، اما استقلال اعم از این است. یک جامعه مستقل اقتصادی ممکن است احتیاج به وارد کردن برخی کالاها داشته باشد، اما در تأمین این نیاز، بر سایر جوامع تکیه ندارد و ناگزیر به باج دادن نیست، بلکه در روابط سالم، برخی از محصولات خود را می‌دهد و تولیدات دیگران را می‌ستاند. همچنین معنای «استقلال» غیر از قطع روابط اقتصادی با خارج است. ممکن است کشوری با سایر جوامع دادوستد بازرگانی داشته باشد، بدون اینکه استقلال خود را از دست بدهد.<sup>۴۳</sup>

از اطلاق برخی آیات<sup>۴۴</sup> و به عنوان لازمه برخی دیگر، لزوم استقلال اقتصادی فهمیده می‌شود. همچنین از جمله راه‌های سلطه کفار بر مؤمنان، سلطه اقتصادی است، از این رو، قرآن وظیفه مؤمنان می‌داند که تلاش کنند خود را از وابستگی‌ها و از جمله وابستگی اقتصادی برهانند.<sup>۴۵</sup> از این روست که در برخی آیات و روایات، انسان را به آباد کردن زمین<sup>۴۶</sup> و تمکن بخشیدن به امت اسلام در زمین و به دست آوردن ابزار و اسباب معاش امر کرده است.<sup>۴۷</sup> بالاتر اینکه قسمتی از فلسفه ارسال پیامبران را آبادسازی زمین و تمکن یافتن و به دست آوردن معاش و ابزار و وسایل لازم زندگی سعادت‌مندانه در زمین معرفی کرده است.

توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام، اصلاح و ازدیاد اموال و پرهیز از تزییع سرمایه‌هاست. از این رو از یک طرف قرآن به کسانی که به تزییع اموال و تباه کردن آنها می‌پردازند عناوینی چون مسرف، مبدّر و خائن داده و همگی را ظالم و مستحق عقوبت دانسته است و از طرف دیگر به سه امر: پرورش و ازدیاد زمین، بازدهی اموال و اصلاح دارایی و سرمایه

تصریح کرده و آن را عین مروت دانسته و اعلام داشته که هر کس مروت ندارد، دین ندارد.<sup>۴۸</sup> به بیان دیگر، پرورش زمین و بازده و اصلاح سرمایه‌ها را عین دینداری تلقی کرده است. بدون شک این سه امر از ابعاد توسعه اقتصادی است. از این روست که در وصف دین اسلام آمده است: «فیه مراتب النعم».<sup>۴۹</sup>

دین اسلام بستر رویش و ازدیاد نعمت‌ها و سرمایه‌هاست و راه‌های صحیح و مؤثر آبادی و عمران سرمایه‌ها و زمین در اسلام نهفته است. از دیگر آثار و نتایج توسعه در اسلام، مسئله فقرزدایی است. اسلام معتقد است که وقتی در جامعه توسعه اسلامی محقق شود، از پیدایش عوامل فقر جلوگیری خواهد کرد؛ زیرا بر اساس نصوص دینی، منابع اولیه مورد نیاز همه انسان‌ها در طبیعت وجود دارند؛ چنانکه خداوند بر این امر تأکید می‌کند.<sup>۵۰</sup> از این رو، اسلام برای مبارزه با این واقعیت تلخ، مالیات‌هایی همچون خمس و زکات را مقرر کرده است. برنامه‌های فقرستیز و نیز نصوصی که در نکوهش فقر آمده، نشان می‌دهند که این پدیده در نظر اسلام، مطلوب نیست.<sup>۵۱</sup>

باید توجه داشت که توسعه اقتصادی از منظر اسلام درختی است که میوه‌های متنوعی دارد، اما توسعه غربی تک‌محصولی است و تنها ثمره آن رفاه مادی. پس نظام سرمایه‌داری، که تحقق عینی اندیشه لیبرال است، تمام قوامش به سرمایه‌داری و سرمایه‌داران است. از این رو، هر توسعه‌ای که در غرب اتفاق افتد، بر مسئله توسعه اقتصادی سرمایه‌داران مبتنی است، حتی توسعه علمی نیز در غرب چنین است. بنابراین، در توسعه غربی، فقط چیزهایی رشد می‌کنند که بتوانند به نوعی در خدمت توسعه اقتصادی قرار گیرند، اما در توسعه اقتصادی از منظر اسلام، اصل اصول عدالت و حقیقت است و رشد هر موضوع، خواه اقتصادی یا سیاسی و یا هر چیزی دیگر، مبتنی بر این مفاهیم است.

**اهداف توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام**

گرچه برای توسعه اقتصادی در اسلام می‌توان اهداف و کارکردهایی گوناگون بیان داشت، ولی به نظر می‌رسد سه مقوله در این میان دارای ارزش و اهمیت بیشتری هستند که در ادامه به بررسی آنها می‌پردازیم:

- تحقق رشد اقتصادی مطلوب: «رشد» یکی از مفاهیم فرهنگ اسلامی<sup>۵۲</sup> و دارای محتوای بسیار وسیع و پر دامنه است.<sup>۵۳</sup> این موضوع آنچنان در مفاهیم اقتصادی دارای اهمیت و اعتبار است که همان طوری که اشاره کردیم برخی توسعه اقتصادی را معادل رشد اقتصادی و به معنای افزایش تولید تلقی کرده‌اند. در مباحث اقتصادی، رشد متوجه پیشرفت و تحول در برخی جنبه‌های اقتصادی است که ابعاد مختلف مفهوم عام توسعه اقتصادی را تشکیل می‌دهد. اما رشد در فرهنگ اسلامی، مفهومی بسیار عام‌تر از توسعه اقتصادی دارد؛ بلکه فرهنگ و سنتی است که توجه جدی به آن، جایگاه توسعه اقتصادی در اسلام را نشان می‌دهد. بررسی آیات، روایات و مطالبی که در فقه، اخلاق و تعالیم اجتماعی اسلام درباره رشد وارد شده است، بیانگر این اصل است که اسلام منشأ تئوری توسعه در تمامی ابعاد از جمله توسعه اقتصادی بوده و هست.

**قرآن کریم** رشد را به عنوان یک راه و شیوه در زندگی اجتماعی معرفی می‌کند: سَأُضْرِفُ عَنْ آيَاتِي الَّذِينَ يَتَكَبَّرُونَ فِي الْأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَإِنْ يَرَوْا كُلَّ آيَةٍ لَا يُؤْمِنُوا بِهَا وَإِنْ يَرَوْا سَبِيلَ الرُّشْدِ لَا يَتَّخِذُوهُ سَبِيلًا وَإِنْ يَرَوْا سَبِيلَ الْغَيِّ يَتَّخِذُوهُ سَبِيلًا ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَذَّبُوا بِآيَاتِنَا وَكَانُوا عَنْهَا غَافِلِينَ<sup>۵۴</sup>: آن کسانی را که به ناحق در زمین سرکشی می‌کنند، زودا که از آیات خویش رویگردان سازم؛ چنان که هر آیتی را که ببینند ایمان نیاورند و اگر طریق هدایت ببینند از آن نروند و اگر طریق گمراهی ببینند از آن بروند. زیرا اینان آیات را دروغ انگاشتند و از آن غفلت ورزیدند.

و یا در جای دیگری آمده است: يَهْدِي إِلَى الرُّشْدِ فَامْتَسِكُوا بِهِ وَلَا تَشْرِكُوا بِهِ أَحَدًا<sup>۵۵</sup>: به راه راست هدایت می‌کند. پس

ما بدان ایمان آوردیم و هرگز کسی را شریک پروردگارمان نمی‌سازیم.

در مقابل «رشد» در قرآن واژه دیگری آمده است که «غی» است که به مفهوم خسران و باختن است و در آیه ۱۴۶ سوره اعراف به آن اشاره شده است. واژه «رشد» در اسلام واجد آنچنان ارزش و اهمیتی است که در روایات آمده است که سنت پیامبر رشد بود<sup>۵۶</sup> و اساساً پیامبر (صلی الله علیه و آله و سلم) به سوی رشد هدایت می‌کرد (هدی الی الرشد: همه را به رستگاری هدایت کرد).<sup>۵۷</sup> رشد در نظام اقتصادی اسلام نیز دارای جایگاهی بسیار بااهمیت است و یکی از شرایط اساسی صحت معاملات اقتصادی و عقود مانند بیع، اجاره، رهن و... به حساب می‌آید.<sup>۵۸</sup> رشد در اصطلاح فقهی کیفیت نفسانی است که شخص را از فساد مال و خرج کردن در اموری که شایسته عقلاً نیست باز می‌دارد.<sup>۵۹</sup> آنچنان که محقق حلی در تعریف شخص دارای رشد می‌گوید: هو ان یکون مصلحا لما له: شخص، قدرت اداره درست اموالش را داشته باشد؛<sup>۶۰</sup> یعنی آن است که صاحب جواهر درباره رشد معتقد است که «انه العقل و اصلاح المال: رشد، همان عقل و قدرت اداره درست مال است».<sup>۶۱</sup> اسلام با طرح موضوع رشد، علاوه بر تبیین اهمیت توسعه در تمامی ابعاد، با تأکید بیشتر به دنبال توسعه اقتصادی بوده و هست. بدون تردید اگر تمامی زوایای مسئله رشد در خصوص سرمایه‌های اقتصادی بررسی شود، تمامی ابعاد موضوع توسعه اقتصادی در فرهنگ اسلام تا حدودی روشن می‌شود.

- **تحقق رفاه اجتماعی مطلوب:** از دیگر مواردی که در نظام توسعه اقتصادی اسلامی باید مورد توجه قرار گیرد، توجه به نظام رفاه و تأمین اجتماعی است. دیدگاه اسلام بر آن است که آنچه در جهان خلقت وجود دارد همگی در راستای تأمین رفاه و آرامش انسان‌هاست: الله الذي خَلَقَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ وَأَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجَ بِهِ مِنَ الثَّمَرَاتِ رِزْقًا لَكُمْ وَ سَخَّرَ لَكُمْ الْفَلَکَ لِتَجْرِيَ فِي الْبَحْرِ بِأَمْرِهِ وَ سَخَّرَ لَكُمْ الْأَنْهَارَ وَ سَخَّرَ لَكُمْ الشَّمْسَ وَالْقَمَرَ

دَائِبِينَ وَ سَخَّرَ لَكُمْ الَّيْلَ وَالنَّهَارَ وَ مَا تَنْتَكُم مِّنْ كُلِّ مَا سَأَلْتُمُوهُ وَ إِن تَعْدُوا نِعْمَتَ اللَّهِ لَا تَحْصُوهَا إِنَّ الْإِنْسَانَ لَظَلُومٌ كَفَّارٌ<sup>۶۲</sup>؛ خداست که آسمان‌ها و زمین را آفرید و از آسمان باران نازل کرد و بدان باران برای روزی شما میوه‌ها رویانید و کشتی‌ها را رام شما کرد تا به فرمان او در دریا روان شوند و رودها را مسخر شما ساخت. و آفتاب و ماه را که همواره در حرکتند رام شما کرد و شب و روز را مسخر شما گردانید. و هر چه از او خواسته‌اید به شما ارزانی داشته است و اگر خواهید که نعمت‌هایش را شمار کنید، نتوانید، که آدمی ستمکار و کافر نعمت است.

مطابق این آیه، خداوند نعمت‌های فراوان و مناسب نیاز انسان‌ها را آفرید و آنها را مسخر انسان کرد تا بتواند زندگی مناسب‌شان و کرامت خود به پا دارد. بر این اساس، یکی از اهداف توسعه اقتصادی در نظام اسلامی، تحقق بخشیدن غایات اسلامی و رساندن جامعه به رفاه مطلوب اسلامی است. همچنین یکی از مسئولیت‌هایی که اسلام بر عهده تمامی مسلمانان به‌ویژه دولت گذاشته، تأمین نیازهای ضروری افراد است که به علل گوناگون یا درآمدی ندارند و یا درآمدشان برای تأمین زندگی کافی نیست. در حدیثی از پیامبر اکرم (صلی‌الله علیه و آله و سلم) نقل شده است که کسی که خداوند، او را مسئول امور مسلمانان کرده، اما به نیازها و فقر آنها بی‌توجهی می‌کند، خداوند نیز به نیازها و فقر او بی‌توجهی خواهد کرد.<sup>۶۳</sup> امام علی (علیه‌السلام) در نامه خود به مالک اشتر پس از سفارش اصناف چهارگانه کشاورزان، صنعتگران، بازرگانان و کارمندان که نیروهای فعال و مولد جامعه‌اند، متوجه طبقه دیگری متشکل از یتیمان، مسکینان، ناتوانان و معلولان شده، می‌فرماید: سپس خدا را، خدا را در نظر بگیر، در مورد طبقه پایین مردم، آنها که راه چاره‌ای ندارند، از درماندگان، نیازمندان، بیماران و زمین‌گیران، به‌درستی که در این طبقه، افرادی قانع وجود دارند که نیازشان را به روی خود نمی‌آورند. برای خدا، حقی را

که خداوند نگهبانی آن را برای آنها به تو سپرده، حفظ کن و بخشی از بیت‌المال و بخشی از غله‌های زمین‌های خالصه را در هر شهر به آنان واگذار.<sup>۶۴</sup>

- **تحقق عدالت اجتماعی مطلوب:** در تعریف لغوی عدل آمده است: العدل، الانصاف و هو اعطاء المرء ماله و اخذ ما علیه<sup>۶۵</sup>؛ عدل یعنی انصاف و اینکه به هر فرد آنچه اختصاص به او دارد، بدهی و از او هر آنچه باید گرفت، بگیری. امام علی (علیه‌السلام) در این زمینه می‌فرماید: العدل وضع کل شیء موضعه؛ عدالت، آن است که هر چیزی در جای خودش قرار گیرد و یا العدل اعطاء کل ذی حق حقه؛ عدالت، آن است که حق هر صاحب حقی، داده شود.

علامه طباطبایی (ره) معنای اصلی عدالت را اقامه مساوات میان امور می‌داند. از این رو در تعریف آن می‌گویند: به هر امری آنچه سزاوار است بدهی، تا همه امور مساوی شود و هر یک در جای خود که مستحق آن است، قرار گیرد.<sup>۶۶</sup> شهید مطهری نیز عدالت را رعایت حقوق افراد و عطا کردن حق هر ذی حق به اوست.<sup>۶۷</sup> فلاسفه غربی نیز بسته به دیدگاهی که دارند، برای عدالت تعاریف متفاوت و تا حدی متضاد ارائه کرده‌اند. به‌عنوان مثال، برتراند راسل معتقد است که عدالت عبارت از هر چیزی است که اکثریت مردم آن را عادل بدانند.<sup>۶۸</sup> افلاطون نیز عدالت را در همه فضایل اخلاقی می‌دانست.<sup>۶۹</sup> در اسلام نیز عدالت همواره یکی از موارد قابل بحث و جدی بوده است؛ تا جایی که به‌عنوان یکی از اصول دین در مکتب تشیع ارائه شده است. در فلسفه نیز عدل و عدالت به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین مفاهیم در باب عقل عملی است؛ چرا که حکیمان با تقسیم عقل - به اعتبار مدرکاتش - به دو قسم عقل نظری و عقل عملی بر این باورند که دامنه عقل عملی محدود به چند مفهوم کلی همچون: تحسین عدالت و علم و شجاعت و ناپسندش مردن ظلم است.<sup>۷۰</sup>

البته حق مطلب نیز این است؛ چرا که علم و شجاعت نیز وقتی پسندیده‌اند که

مطابق عدالت باشند، و گرنه علم ویرانگر و شجاعت ظالمانه نیز کم نبوده و نیست و حتی مفهوم شریفی چون راستگویی وقتی قابل تحسین است که بر طبق عدالت باشد، و گرنه صداقتی که به ظلم و تباهی بینجامد، ظلمی آشکار است که هیچ ستایش عاقلانه‌ای را درخور نخواهد بود. با این بیان می‌توان گفت که عدالت مفهومی در عرض سایر مفاهیم اخلاقی نیست، بلکه عدالت روشی است که می‌تواند سنگ محک تمامی ارزش‌های دیگر و سنگ بنای تمامی ابعاد زندگانی انسانی باشد. از این رو در یک برآیند کلی می‌توان گفت که عدالت تنها یک مشترک لفظی در جوامع مختلف و فرهنگ‌های متفاوت با معنایی جداگانه نیست، بلکه واژه‌ای جهان‌شمول و جهانگیر است که در هر مکتب و مرامی تعریفی جداگانه دارد.

شاید بتوان در یک بحث کلی و پیرامونی عدالت را نبود تبعیض و رعایت مساوات در اعطای حقوق به دارندگان اختصاصات متساوی به حساب آورد که اگر این تعریف جهان‌شمول نباشد و به‌عنوان تعریف واحد عدالت پذیرفته نشود، لاقلاً به‌عنوان یکی از لوازم اصلی عدالت مطرح است. نکته‌ای که همراه با عدالت قابل بحث است، واژه «قسط» است که در دیدگاه اسلام این کلمه نیز همان معنای کلمه عدل را داراست و فرق خاص و چندانی میان این دو وجود ندارد. مع الوصف در نگاه برخی دین‌پژوهان عدل رعایت استحقاق قانونی هر فرد، در مقابل نقشی است که در اجتماع داراست؛ به عبارتی اعطای حقوق به اندازه قراردادهای بسته شده.

حال آنکه قسط، اعطا و رعایت حقوق واقعی فرد است که ممکن است از میزان قراردادی بیشتر و یا کمتر باشد.<sup>۷۱</sup> اهمیت عدالت در اسلام تا به آنجاست که هیچ قانونی در نظام اسلام نیست، مگر اینکه از عدل سرچشمه گرفته است. از این رو عدالت در اسلام از اصولی است که تخصیص‌بردار نیست.<sup>۷۲</sup> در یک محتوای کلی می‌توان گفت که نیاز به عدالت از دید اسلام دو جهت است:

- اول اینکه زندگی اجتماعی در بشر تکامل یافته نیست و این عدالت است که هم راه تکامل را هموار می‌سازد و هم در نهایت، مقصود این تکامل است.

- دوم به این دلیل که رفتار بشر تحت تأثیر خواسته‌های درونی اوست و این خواسته‌ها با رعایت حقوق دیگران تطبیق ندارد، بلکه غالباً در خلاف جهت آن است. بر این اساس است که در اسلام کنترل فردی و کنترل اجتماعی را در راستای تحقق عدالت، از اهداف اساسی دین برشمرده‌اند. عدل به مفهوم اجتماعی آن در قرآن، هدف نبوت معرفی شده است؛ لقد ارسلنا رسلنا بالبینات و انزلنا معهم الکتاب و المیزان ليقوم الناس بالقسط<sup>۷۳</sup>: ما رسولان خود را با دلایل روشن فرستادیم، و با آنها کتاب (آسمانی) و میزان (شناسایی حق از باطل) نازل کردیم تا مردم قیام به عدالت کنند و همچنین به مفهوم فردی آن، مبنای معاد است؛ و نضع الموازين القسط لیوم القیامه: <sup>۷۴</sup>. ما ترازوی عدل را در روز قیامت برپا می‌کنیم.

اقامه قسط و عدل در میان مردم طبق بیان قرآن کریم هدف بعثت انبیا بوده است و این هدف بزرگ، تنها با قدرت و حکومت به دست آمدنی است. <sup>۷۵</sup> اصولاً در اسلام عدالت مبتنی بر ایمان است؛ چنانچه شهید مطهری درباره رابطه میان ایمان و عدالت معتقد است که ایمان به خداوند زیربنای اندیشه عدالت و حقوق ذاتی مردم است و بهترین ضامن اجرای عدالت ایمان است. <sup>۷۶</sup> اهمیت عدالت در

اسلام تا به آن حد است که بعضی عالمان دینی معتقدند هیچ امری در اسلام نیست؛ مگر اینکه هدف آن تحقق عدالت در حیات اجتماعی بشر است <sup>۷۷</sup>. از این رو شهید مطهری در باب اهمیت عدالت در اسلام می‌گوید: «کلام اسلامی بیش از هر چیزی به مسئله عدل پرداخت، فقه اسلامی قبل از هر چیزی مسئله عدل برایش مطرح شد و در جهان سیاست اسلامی بیش از هر کلمه‌ای، کلمه عدل به گوش می‌خورد.» <sup>۷۸</sup>

رادیو و توسعه و ترویج مبنای توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام امواج خیره‌کننده رسانه همانند انفجار بمبی برای ملت‌ها بود که موجب شد تا ترکش‌های آن که همان تلقینات حاصل‌شده از تصاویر ماهواره‌ای، تلویزیونی و... بود، نگرش ملت‌ها را به همه چیز دگرگون سازد و سبب به‌راه‌انداختن موج‌های عظیم فرهنگی بر پهنه ادراک و رفتار آنها، چه در زندگی خصوصی و چه در زندگی اجتماعی آنها شود. همین امر منجر به تغییرات بنیادین و در نتیجه سست شدن پایه‌های ادراک مؤثر در رفتار اجتماعی و خصوصی آنها شد. بر اساس آنچه گفته شد، وسایل ارتباط جمعی دارای چنان قدرتی هستند که می‌توانند نسلی تازه را برای اولین بار در تاریخ انسان پدید آورند و جامعه از این وسایل چنان تأثیر شگرف برمی‌گیرد که ماهیتش تابعی از آن می‌شود. این امر اگرچه بیانگر نوعی «فن‌سالاری»

دین می‌خواهد بگوید

که انسان‌ها چگونه

ببندیشند و چگونه عمل

کنند و این جز با یافتن

مخاطب معنا ندارد.

بنابراین دین به رسانه

به عنوان ابزاری برای

ادامه حیات و گسترش

پیام خویش می‌نگرد.

بنابراین استفاده از

رسانه به مثابه ابزاری

برای انتقال پیام از

سوی دین، طبیعی

است و به این دلیل منع

اصولی وجود ندارد؛

چرا که رسانه‌ها، در

مادی‌گرایانه‌ترین تفسیر،

خود را ابزار بی‌طرفی

برای انتقال هر پیامی

می‌دانند که دین هم از

جمله آنهاست.



است که بر اساس آن ابزار ساخته شده توسط انسان، تعیین کننده ارزش‌های هستی اجتماعی می‌شود، ولی از طرف دیگر موجب پیدایش قشری جدید از انسان‌ها می‌شود که با شناختی خاص که از این وسایل دارند، به صورت قدرت‌های تازه تجلی می‌کنند و تعادل موجود در هرم قدرت را برهم می‌زنند که نتیجه آن نوعی از خودبستگی و تهی شدن انسان است.<sup>۷۹</sup>

بشر با انتقال از دوره‌ای به دوره دیگر همواره در پی تکامل بوده است؛ در دوره‌ای از توسعه کشاورزی به توسعه صنعتی و در این دوران از توسعه صنعتی، به توسعه رسانه‌های جمعی با پیشرفته‌ترین شکل رسیده و همین امر سبب شده است که روح و روان انسان دگرگون و متغیر شود. بدون تردید کارکرد و نقش رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو در دنیای امروز موضوعی ناشناخته نیست. گرچه دانشمندان علوم ارتباطات، وظایف رسانه‌ها در ابعاد گوناگون زندگی اجتماعی را مورد بحث قرار داده و برشمرده‌اند، اما بررسی رسالت رسانه‌ها این بار از منظر دینی می‌تواند به‌عنوان موضوعی جذاب مورد توجه قرار گیرد.

در دنیای غرب به دلیل وجود تنش‌زایی دائمی سیستم، که ناشی از اجبار طبقات پایین و متوسط است، کار دائم رسانه‌ها نقش تخدیر روانی و سرگرم‌سازی توده جامعه است. این در حالی است که نظام اسلامی با نگاه تربیتی خود سرگرمی صرف را به‌عنوان رسالت رسانه اسلامی تأیید نمی‌کند. از این منظر رسانه را به‌عنوان یک امر ارزشمند، پراهمیت می‌داند که هدفش تهذیب آحاد جامعه و تسهیل زمینه‌های فرهنگی و تعالی روحی آنهاست. بر این اساس نقطه اوجی که دین برای رسانه‌ها متصور است، انطباق کامل آن با رسالت ارزش‌گستری و نیز رسوخ و نفوذ دادن اسلام ناب و همه ملحقانش در زندگی مخاطبان است.<sup>۸۰</sup> از منظر دین، رسانه‌ها همانند بلندگویی هستند که صدای دین را به دیگران می‌رسانند و از این باب است که دین برای آنها احترام

قائل است.

بی‌شک اهتمام همه ادیان بشری و الهی به تشریح آیین‌ها و عبادت‌های جمعی، گفتن و شنیدن پندها و درس‌های موردنظر، ترویج ساخت، توسعه و آبادانی مکان‌های مذهبی، تشویق به قرائت کتاب مقدس و آموزش آن، نمونه‌هایی از علاقه دین به بهره‌مندی از توانایی رسانه‌های سنتی‌اند که می‌توانند در رسانه‌های جدید نیز مصداق یابند.

استاد شهید مرتضی مطهری، نه تنها استفاده از رسانه‌های جدید را ممکن، بلکه ضروری می‌داند و معتقد است که وسایل هدایت هر زمانی مخصوص خود آن زمان است. بنابراین برای ایجاد ارتباط با نسل نو چاره‌ای جز بهره‌مندی از وسایل و شیوه‌های نو وجود ندارد. از این منظر است که می‌توان گفت دین، با هر تعریفی که از آن داشته باشیم، از جنس پیام است. ریشه دین بینش‌هاست و نتیجه آن در گرایش‌ها و عملکردها آشکار می‌شود و از این رو، گسترش طلبی خاصیت ذاتی آن است.

دین می‌خواهد بگوید که انسان‌ها چگونه بیندیشند و چگونه عمل کنند و این جز با یافتن مخاطب معنا ندارد. بنابراین دین به رسانه به‌عنوان ابزاری برای ادامه حیات و گسترش پیام خویش نگاه می‌کند. بنابراین استفاده از رسانه به مثابه ابزاری برای انتقال پیام از سوی دین، طبیعی است و از این جهت منع اصولی وجود ندارد؛ چرا که رسانه‌ها، در مادی‌گرایانه‌ترین تفسیر، خود را ابزار بی‌طرفی برای انتقال هر پیامی می‌دانند که دین هم از جمله آنهاست. گرچه ممکن است دین در پاره‌ای موارد برای رسانه محدودیت‌زا باشد، ولی نباید تأثیر آموزه‌های دینی را صرفاً محدودیت‌زدایی دانست. هرچند پایبندی به ارزش‌ها و احکام دینی به هر حال ضوابط و محدودیت‌هایی را بر تصمیم‌گیری‌ها، گفتارها و کردارها تحمیل می‌کند، اما بی‌شک التزام واقعی به شمار فراوانی از آموزه‌های اخلاقی و دینی، مسئولیت‌زا و موجب تعهداتی است که به تحرک بیشتر رسانه‌ها می‌انجامد.<sup>۸۱</sup> از

آنجایی که نظام جمهوری اسلامی مبتنی بر دین است، زیرمجموعه‌های آن نیز باید مبتنی بر دین باشد. بنابراین، محتوایی که رسانه‌ها به جامعه ارائه می‌دهند، باید محتوایی دینی داشته باشد.

از این‌روست که مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلامی می‌تواند از طریق رسانه‌ای که از جنس دین است به بهترین نحو ممکن توسعه و گسترش یابد. در اینجا نقش رسانه ترویج و توسعه این اصل مسلم اسلامی است. در این بین رادیو به‌عنوان یک رسانه تأثیرگذار دارای ارزش و اهمیتی راهبردی در این زمینه است. رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو باید در کارکرد دینی خود علاوه بر حفظ و حراست از هویت فرهنگ ملی، ارزش‌ها و الگوها و نمادهای دینی را اشاعه دهند و در مسیر معرفت دینی به‌عنوان یک رهبر پر قدرت گام بردارند و از سست شدن پایه‌های بنیادین ادراکی و رفتاری در اجتماع جلوگیری کنند.

این امر باید توسط رهبران دینی و نظریه‌پردازان اسلامی و صاحب‌نظران در امر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی انجام پذیرد تا از به‌یغمارفتن فرهنگ اصیل اسلامی جلوگیری شود. بدون تردید توسعه و تعمق مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام یکی از همین ارزش‌ها و الگوهای اسلامی است که باید در بستر رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو توسعه و گسترش پیدا کند و این رسالت رادیو در قبال این ارزش دینی است.

البته باید توجه داشت که مقصود از رسالت در این عرصه، چیزی متفاوت از کارکرد و وظیفه است. در واقع رسالت به احساس تعهدی گفته می‌شود که رسانه‌ها و گردانندگان آنها در قبال ارائه کردن یا ارائه‌نکردن اطلاعات و اخبار احساس می‌کنند. برای تشبیه می‌توان رسالت را روح حاکم بر فعالیت‌های حرفه‌ای و التزام درونی و عملی به دنبال کردن هدف یا اهداف خاصی در ضمن انجام وظایف ذاتی دانست. تعهد رسانه در برابر دین و یا دینی کردن رسانه‌ها نیز از همین مقوله شمرده می‌شود.

## رادیو، توسعه و تعمیق مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام

آن چیزی که امروزه در جامعه ما اهمیت دارد، این است که رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو چگونه و از چه طریقی می‌توانند در تبیین این سنت حسنه نقش داشته باشند. رسانه‌ها دارای قابلیت و توانایی فوق‌العاده در انتقال مفاهیم و به‌خصوص مفاهیم دینی هستند. از این رو آنها می‌توانند در توسعه و تعمیق مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام نقشی مفید و مؤثر داشته باشند که در زیر به پاره‌ای از این موارد اشاره می‌کنیم:

### تعریف رادیو به عنوان یک رسانه

ارتباط نه تنها یکی از عناصر مهم و اساسی زندگی گروهی انسان است، بلکه می‌توان آن را سنگ‌بنای جامعه و هسته اصلی تشکیل ساختمان اجتماعی دانست؛ چرا که بدون ارتباط، هرگز فرهنگ پدیدار نمی‌شود و بدون فرهنگ جامعه لباس وجود بر تن نمی‌کند. از این رو، در نظام‌های اجتماعی کوچک و بزرگ همانند خانواده، اجتماعات روستایی، شهری، کشوری و بین‌المللی، ارتباط در انتقال دانش‌ها و مهارت‌ها و نگرش و باورها و ارزش‌ها، نقش برجسته داشته است و می‌تواند به شکل‌گیری و تغییر شناخت‌ها، عقاید، ارزش‌ها و رفتار انسان منجر شود. به همین دلیل، ارتباط به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی تغییرات اجتماعی و سیاسی مطرح است.<sup>۸۲</sup>

آگاهی‌های اجتماعی در یک جامعه زمانی به صورت یک فرهنگ عمومی درمی‌آید که به‌طور مستمر از طریق وسایل ارتباط جمعی، صورت گیرد. این وسایل ارتباط جمعی با داشتن سطح پوشش وسیع در جامعه می‌توانند بیشترین میزان آگاهی‌های اجتماعی را به مخاطبان خود انتقال دهند؛ چنان‌که ژان استوتزل در کتاب روان‌شناسی اجتماعی بیان می‌دارد که ارتباط جمعی همان ارتباطات در میان توده‌هاست. از این رو از دیدگاه او ارتباط جمعی عبارت است از انتقال اندیشه‌ها به تعداد فراوانی از افراد در آن واحد. ژوزف

تی. کلابر معتقد است که ارتباط جمعی عبارت است از رساندن اطلاعات، ایده‌ها، برداشت‌ها، از طریق وسایل ارتباطی و دریافت این اطلاعات به وسیله عده زیادی از انسان‌ها در یک زمان.<sup>۸۳</sup>

باید توجه داشت که اصطلاح «ارتباطات» به تأسیسات و وسایلی اختصاص داده شده است که وظیفه انتقال افکار و اخبار و رفتارهای انسان را به‌عهده دارند. از این رو اصطلاح «ارتباط» برای معرفی جریان انتقال و دریافت پیام‌ها به کار می‌رود.<sup>۸۴</sup>

از این رو در کل به مجموعه وسایل غیرشخصی که برای انتقال پیام‌های سمعی و بصری و مکتوب به مردم در مناطق دور و نزدیک گفته می‌شود، خواه در سلطه دولت باشند یا نباشند. شاخص این رسانه‌ها ارتباطاتشان با جمع است.<sup>۸۵</sup> باید توجه داشت که اصطلاح «ارتباط جمعی» مشخص‌کننده نوع وسایل ارتباطی است که هدف آن برقراری رابطه با یک مخاطب یا گروه کوچک نیست، بلکه یک جمع را در نظر دارد.<sup>۸۶</sup> از این رو وسایل ارتباط جمعی از نظر نوع بسیارند. در واقع، هرچه سبب تسهیل امر ارتباطات میان انسان‌ها شود و جمع زیادی را مخاطب پیام خود قرار دهد، در این تعریف جای دارد. رادیو، تلویزیون، خبرگزاری‌ها، مطبوعات، مساجد، و نماز جمعه همگی به نوعی، در زمره وسایل ارتباط جمعی قرار دارند.

روشن است که ارتباط خود به خود صورت نمی‌گیرد؛ بلکه نیاز به ابزار است. رسانه را ابزار ارتباط دانسته‌اند. ارتباط جمعی در واقع نوعی ارتباط است که در آن افراد زیادی ناآشنا، غیرمشخص و نامتجانس، که به‌آسانی قابل شمارش نیستند، مشارکت دارند. از این رو سخنرانی در مجامع عمومی و یا ارسال پیام از طریق برنامه‌های رادیویی، تلویزیونی و نشریات از این جمله است.<sup>۸۷</sup>

این ارتباطات جمعی که پیرامون آن توضیح دادیم، برای انتقال به ابزاری به نام رسانه نیازمند هستند. در واقع رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن معنا و مفهوم موردنظر خود (پیام) را به

گیرنده منتقل می‌کند. به عبارت دیگر، رسانه، وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است. کتاب، روزنامه، مجله، عکس، فیلم، نوار صوتی و تصویری، رادیو، تلویزیون، ماهواره و ... نمونه‌هایی از رسانه هستند.<sup>۸۸</sup> با توجه به اینکه اطلاعات جدید باعث تغییر در نگرش‌ها و در نتیجه ایجاد انگیزش برای عمل می‌شود؛ بنابراین یکی از اهداف اصلی کاربرد رسانه‌های جمعی برای ارسال اطلاعات، عرضه شواهد انضمامی درباره دنیای عینی، به ذهن آگاه گیرنده پیام است.

رسانه‌های جمعی علاوه بر ویژگی‌های مشترک، هر یک دارای مزیت‌ها و محدودیت‌های خاص خود هستند. درباره ویژگی‌های مشترک وسایل ارتباط جمعی، سادنی مید معتقد است که ویژگی‌های زیر وسایل ارتباط جمعی را به ابزاری منحصر به فرد تبدیل کرده‌اند:

- تعداد گیرندگان وسایل ارتباط جمعی نسبتاً زیاد است.
- ترکیب گیرندگان بسیار متنوع است.
- با ارسال پیام از طریق وسایل ارتباط جمعی، نوعی تکثیر پیام به وجود می‌آید.
- توزیع پیام سریع است.
- هزینه برای مصرف‌کننده کم است.

از این رو می‌توان رادیو را واجد تمامی خصوصیات و ویژگی‌هایی دانست که برای رسانه متصور است، با این قید که میزان تأثیرگذاری و جریان ارزش‌گذاری آن نسبت به رسانه‌های دیگر دارای قابلیت و توانایی ویژه است.

### تعریف مخاطب

واژه «مخاطب» معنای متعددی دارد. از این رو توافق کمی بر سر تعریف آن وجود دارد. آنچه در بررسی مخاطب مهم است، توجه به نوع مخاطبان است؛ یعنی در اینجا باید به ارزیابی تأثیر رسانه بر گروه اجتماعی خاص که پیام برای آنها تهیه شده است، تأکید کرد. معمولاً مخاطبان با ویژگی‌های وابستگی رسانه‌ای و وابستگی گروهی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و روان‌شناختی مشخص می‌شوند. در کل، مخاطب کسی است که داوطلبانه به محتوای رسانه معینی روی

می‌آورد<sup>۸۹</sup>. مخاطب را می‌توان در سه مدل زیر طبقه‌بندی کرد:

- **مخاطب به‌مثابه توده:** در این الگو مخاطب به‌مثابه توده، مجموعه‌ای وسیع از مردم که به لحاظ زمان و مکان از هم جدا بوده و به‌طور خودکار عمل می‌کنند و فاقد شناخت یا شناخت اندکی از یکدیگر هستند، در نظر گرفته می‌شوند. تنها نقطه اشتراک آنها در معرض رسانه بودن است. پرسش محوری در الگوی یادشده این است که مردم چه رسانه‌ای مصرف می‌کنند؟

- **مخاطب به‌مثابه محصول:** در این الگو مخاطب به‌مثابه محصول است؛ یعنی مردم به‌عنوان موجوداتی ملاحظه می‌شوند که بر پایه و به وسیله رسانه عمل می‌کنند. این الگو قدرت رسانه را برای تولید تأثیرات مضر روی افراد منعکس می‌کند. پرسش اصلی در این الگو آن است که رسانه با مردم چه می‌کند؟

- **مخاطب به‌مثابه عامل:** در این الگو مخاطب به‌عنوان عامل است؛ یعنی مردم به‌عنوان عوامل گزینش‌گر و آزاد، انتخاب می‌کنند چه رسانه‌ای را مصرف کنند. پرسش اصلی این است که مردم با رسانه چه می‌کنند؟ البته نه به این معنا که مردم آزاد از تأثیر عوامل بیرونی هستند. طرفداران این الگو قائل به آن هستند که کنش مخاطب تا حدودی توسط حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی تعیین شده است.<sup>۹۰</sup>

#### اهمیت رادیو به‌عنوان یک رسانه

در یک نگاه کلی می‌توان گفت که رسانه‌ها زندگی شخصی و فعالیت‌های عمومی را به یکدیگر پیوند می‌زنند و آگاهی ما را شکل می‌دهند. رسانه‌ها دربرگیرنده شیوه زندگی و نوع کنش و تعامل با جامعه هستند. با وجود مزایایی که برای رسانه‌ها ذکر می‌کنند، باید توجه داشت که رسانه‌های جمعی از یک سو محصول سازمان تولید پیشرفته سرمایه‌داری هستند و به‌صورت یک کالا به بازار عرضه می‌شوند، و از سوی دیگر به‌عنوان یک کالا، خود قادر به ارائه افکار، ارزش‌ها، هنجارها، نگرش‌ها و تمایلات‌اند؛ زیرا هر کالا و محصول فکری همراه خود

فرهنگ خاصی را ارائه می‌دهد. فرانتس دروگه در کتاب خود به نام **معرفت بدون آگاهی** به‌خوبی رابطه میان جامعه سرمایه‌داری و رسانه‌ها را مشخص و تأکید می‌کند که رسانه‌ها از یک طرف تمامی مفروضات روش تولید سرمایه‌داری را دارا هستند، از این‌رو نوعی خاص از تولیدات سرمایه‌داری به حساب می‌آیند و از سوی دیگر در همان حال، مانند تمامی تولیدات دیگر، به اجبار تحت تأثیر تکامل نیروهای تولید قرار دارند.<sup>۹۱</sup>

رادیو نیز واجد همین ارزش‌ها و خصوصیات بوده، پیونددهنده آلام آدمیان در چارچوب پرده نقره‌ای است. از این‌رو در کل می‌توان گفت که رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو در زندگی روزمره ما نفوذ می‌کنند و محیطی را به‌وجود می‌آورند که در آن هویت‌ها شکل می‌گیرند. بر این اساس است که شاهدیم در رادیو تجربه شخصی با تجربه رسانه‌ای و هنری ترکیب می‌شود و زندگی فردی ما را تحت نفوذ هدایت‌کننده آن قرار می‌دهد.

رادیو به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر آحاد جامعه تأثیر می‌گذارد. خانواده، دوستان و سرانجام، کارگران، رهبران سیاسی و اجتماعی، به نوعی تحت نفوذ رادیو قرار دارند. رادیو در واقع شکل‌دهنده محیط واقعی زندگی پیرامونی ماست. از این‌رو، معمولاً در به‌وجودآوردن الگوهای رفتاری بسیار مؤثر است. می‌توان در یک قالب کلی گفت که هویت گروهی همچنین با تأیید رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو شکل می‌گیرد و یا ناپدید می‌شود.

همان‌طور که اشاره کردیم، با توجه به اینکه رادیو و به‌طور کلی هر فناوری، فرهنگ خاص خود را دارند، چنانچه برای اهداف مثبت و انسانی به کار روند، می‌توانند در تغییر رفتارها و ناهنجاری‌های اجتماعی مؤثر باشند و به‌عنوان مکمل نهادهای تربیتی و آموزشی جامعه عمل کنند و اگر در جنبه‌های غیرانسانی و شیطنانی به کار روند، دارای آثاری ویران‌کننده هستند؛ چنانکه صاحبان جوامع امپریالیستی که خوی استعماری و استثمارگری را در سر می‌پروراند، از

همین قدرت پرنفوذ وسایل ارتباط جمعی بهره گرفته، آن را به‌صورت یک سازمان نظام‌یافته درآورده‌اند. از این‌رو، رادیو می‌تواند در توسعه و گسترش مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام نقشی مؤثر و تعیین‌کننده داشته باشد.

#### رادیو و قدرت آن در توسعه و ترویج مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام

در نگاهی به دوران گذشته، هر چند بیشتر به عقب باز گردیم، محیط فکری انسان را بسته‌تر می‌بینیم. این به آن علت بوده است که عوامل شکل‌دهنده افکار نسبت به امروز بسیار محدود بوده و انسان بیشتر تحت تأثیر نهادهایی سنتی قرار داشته است؛ اما در حال حاضر، آنقدر عوامل تأثیرگذار دارای طیف‌های وسیع و حتی متضاد هستند که به‌سختی می‌توان عواملی مشخص را در شکل‌گیری افکار انسان‌ها تعیین و تنها بدان تکیه کرد، بلکه باید گفت در محیط امروزی عوامل مؤثر متعدد هستند و شدت و ضعف آنها بستگی به شرایط زمانی و مکانی دارد.

بدون تردید، رفتار، کردار و همچنین افکار و احساسات بشر از اجتماعی که در آن زندگی می‌کند، شکل می‌گیرند و کاملاً وابسته به مسائل اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و همچنین نهادهای آن هستند. یکی از این عوامل تأثیرگذار که شاید مهم‌ترین آنها به‌شمار می‌آیند رسانه‌ها هستند.

مفهوم «قدرت رسانه» در توانایی شکل‌دهی به افکار عمومی چنانکه مورد خواست و در جهت منافع صاحبان قدرت سیاسی و اقتصادی جامعه است، بیان می‌شود؛ چنانکه امروز شاهد هستیم که تمرکز صاحبان اصلی قدرت بر روی رادیو و سرمایه‌گذاری گسترده در آن در مقایسه با سایر رسانه‌ها به این دلیل است. بدون تردید امروزه رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو به تنهایی جزء عوامل دگرگونی در زمینه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و امثال اینها شده‌اند. در عصر جدید مردم به رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو به چشم یک الگو می‌نگرند؛ به طوری که فرهنگ خود را از آن اخذ



می‌کنند و اندک‌اندک به فرهنگ‌های کوچک و خرده‌فرهنگ‌ها تجزیه می‌شوند. هرچه تنوع در رسانه‌های ارتباطی بیشتر شود، تنوع در فرهنگ‌ها نیز بیشتر می‌شود و همین تنوع فرهنگی سبب خرده‌فرهنگ‌ها و تنوع در نظام‌ها و نهادهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی خواهد شد. از این‌رو امروزه به وسایل ارتباط جمعی به چشم یک نهاد نگریسته می‌شود. این امر تا آنجا پیش رفته است که امروزه رسانه‌های جدید، انحصارهای گذشته را با برقراری انحصارهای تازه و جدید پایمال و سرچشمه‌های قدرت و نفوذ را از یک گروه اجتماعی به گروه دیگر منتقل کرده‌اند. به علاوه اینکه رسانه‌های جدید نه فقط مراکز قدرت تازه‌ای ایجاد می‌کنند، بلکه شیوه‌های فکری و ارتباطی نوینی را به وجود می‌آورند که آفریننده درک و برداشت‌های نو و ویژه‌ای در تمامی زمینه‌های زندگی و مظاهر آن، از جمله سیاست، اقتصاد، فرهنگ و امثال اینها هستند. مثال بارز این امر را می‌توان در هالیوود و شیوه‌های استعماری و استکباری آن دید. گرچه پیدایش این انگاره فکری در رابطه با وابستگی و خطی بودن رسانه و به‌ویژه رادیو، گامی بزرگ در جهت شناخت واقعیت‌ها بوده است، اما این تحول نه تنها در زمینه ارتباطی بلکه تقریباً در همه سطوح زندگی و نظایر آن، پیامدهای بزرگ و خطرناکی داشته است.

ذکر مثالی در این زمینه می‌تواند به تقریب ذهنی بهتر کمک کند. هر یک از ما در وجود خود یک انگاره ذهنی از واقعیات پیرامون خود داریم. این واقعیات منطبق بر اطلاعات و تصاویری هستند که برخی به‌صورت دیداری، برخی به‌صورت شنیداری، برخی دیگر به‌صورت ملموس و برخی هم فقط ادراکاتی هستند که بر اساس اطلاعاتی که از اطرافمان پیدا کرده‌ایم، در ذهن به‌وجود می‌آیند.

حال اگر این اطلاعات از یک نظام ارتباطی قوی به‌وجود آید، به طوری که وقتی محیط ما در اثر برخورد اینگونه اطلاعات و ارائه فرهنگ جدید دستخوش

را با واقعیات خارج از محیط خود آشنا سازد؛ حتی اکثر مردم، محیطی غیر از محل سکونت خود ندیده بودند. بنابراین افراد و چیزهایی که می‌توانست برای آن مردم الگو قرار گیرد، بسیار کم بود و در برخی موارد وجود نداشت، در نتیجه قبل از توسعه رسانه‌های جمعی تصاویری که در ذهن کودک خلق می‌شد بسیار محدود بود و فرهنگ وی کمتر دچار تزلزل و تغییر می‌شد. پیام‌هایی را که این کودک از اطراف خود دریافت می‌کرد، اصولاً یا به‌صورت گفتار عامیانه بود که به‌طور مکرر دارای یکنواختی بود و یا اینکه تأیید مطالب دیگران به‌شمار می‌رفت؛ به‌عنوان مثال اگر کودک درباره موضوعی از خانواده، پدر و مادر خود پیامی دریافت می‌کرد، در مدرسه و محیط خارج از آن نیز تأیید همان پیام‌ها بود و آنها را تقویت می‌کرد.

این هم‌رأیی در جامعه موجب می‌شد که کودک از ابتدای تولد در جهت همشکلی با جامعه قرار گیرد و همین امر باعث می‌شد که افراد جامعه به‌صورت هماهنگ با یکدیگر قرار بگیرند و تصورات خود را از محیط اطراف خود محدودتر سازند. اما امروزه با هجوم رسانه‌های جدید که تعداد آنها بسیار است، این انگاره را به‌وجود آورده که مخاطبان آنها به‌صورت ناهماهنگ درآمده‌اند؛ یعنی رسانه‌های جمعی جدید از حالت هماهنگ خارج شده و ذهن مخاطبان را هم متفرق کرده‌اند. امروزه به جای اینکه مردم پیام‌های یکسان و

دگرگونی و تغییر شود، و یا واقعیتهای محیط اطرافمان، مانند: خانه، مدرسه، نظام سیاسی و آموزشی و... تغییر کند، تمامی اطلاعات و دانش ما را دچار تزلزل و دگرگونی می‌سازد؛ همان کاری که هالیوود و در یک گستره وسیع مشغول به انجام آن است.

باید توجه داشت که به‌طور مثال، انگاره ذهنی یک کودک از واقعیات و محیط اطراف خود در دوران قبل از هجوم رسانه‌های جمعی بسیار محدود بود. او انگاره‌ها و واقعیات را از میان تصاویر حسی توسط منابع محدود مانند: معلم، خانواده، روحانی محل و امثال اینها به دست می‌آورد. بنابراین وی از امکانات و واقعیاتی محدود الگوسازی می‌کرد. کودک آن دوره رادیو و تلویزیون در اختیار نداشت تا او

**رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو  
در زندگی روزمره ما  
نفوذ می‌کنند و محیطی  
را به‌وجود می‌آورند  
که در آن هویت‌ها شکل  
می‌گیرند. بر این اساس  
است که شاهدیم در  
رادیو تجربه شخصی  
با تجربه رسانه‌ای و  
هنری ترکیب می‌شود و  
زندگی فردی ما را تحت  
نفوذ هدایت‌کننده آن قرار  
می‌دهد.**



**رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو می‌توانند در فرایند انتقال ارزش‌ها و هنجارهای دینی از جامعه به فرد مانند توسعه و تعمیق مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام نقشی مؤثر ایفا کنند. اما سؤال این است که رسانه‌ها تا چه حد می‌توانند ارزش‌ها و هنجارهای دینی را به فرد منتقل کنند.**



مشابهی دریافت دارند، گروه‌های کوچک و ناهماهنگ به میزان وسیع تصاویر ذهنی خود را برای یکدیگر ارسال می‌دارند. پس هرچه جامعه پیچیدگی بیشتری داشته باشد، فرهنگ آنها نیز متنوع‌تر و وسیع‌تر می‌شود و با انتقال کلی جامعه به فرهنگ پرتنوع عصر جدید ارتباطات، رسانه‌های ارتباطی جدید این فرایند را منعکس و تسریع می‌کنند.<sup>۹۲</sup> از این رو یکی از نظریات رایج در این زمینه «نظریه جامعه انبوه» است. از نظر میلز، جامعه انبوه در مقابل مفهوم همگان (Public) دارای چهار ویژگی زیر است:

- تعداد عقیده‌گیران نسبت به عقیده‌دهندگان بسیار زیاد است.
- امکان واکنش آزادانه به پیام‌های دریافتی اندک است. ارتباط یک‌سویه و به طرز سازمان‌یافته است که امکان واکنش فوری و مؤثر وجود ندارد.
- تحقق عقیده یا عمل تحت کنترل قدرت‌هایی است که بر مجاری این نوع اعمال نظارت دارند.
- توده نسبت به نهادهای سیاسی، اقتصادی و نظامی استقلال ندارد و این نهادها یا نمایندگان آنها هر نوع استقلال را که ممکن است از راه شکل‌گیری عقیده به دست آید، کاهش می‌دهند.

با عنایت به این ویژگی‌ها نتیجه‌گیری میلز این است که در اجتماعی از همگان بحث و گفت‌وگو ابزار برتر ارتباط است و رسانه‌ها صرفاً بحث را گسترده و به آن جان بیشتری می‌دهند. در نقطه مقابل، در جامعه انبوه رسانه‌ها ابزار اصلی و مسلط برقراری ارتباط به حساب می‌آیند و همگان یا گروه‌های مختلف مخاطب بیشتر حکم بازاری برای رسانه‌ها را دارند و همگی در معرض محتواهای رسانه‌های جمعی قرار دارند.<sup>۹۳</sup> در جامعه انبوه، مخاطب توده‌ای کلی و فاقد انسجام است و فرستنده را نمی‌شناسد. در چنین وضعی مبنای برقراری ارتباط و اثربخشی آن ویژگی‌های روان‌شناختی افراد است «نه» خصلت‌ها و وابستگی‌های اجتماعی. نتیجه این وضع، بی‌قدرتی مطلق مخاطبان و قدرت رسانه‌های جمعی یا

کسانی است که رسانه‌ها را تحت اختیار و نفوذ خود دارند. برداشت جدیدتری از نظریه جامعه انبوه را می‌توان در قالب و نظریه برجسته‌سازی مشاهده کرد. این دقیقاً همان شگردی است که سیاستگذاران هالیوود در آن به توانایی فوق‌العاده‌ای رسیده‌اند. به نظر محققانی که در این زمینه کار کرده‌اند، رسانه‌ها دارای قدرت اثرگذاری قوی هستند؛ اگر چه این قدرت تأثیر مطلق و منحصربه‌فرد نباشد.

مکسول و مک‌کامبز (Maxwell and McCombs) و دونالد شاو (Donald Shaw) بر این اعتقادند که حداقل در حوزه سیاسی، موضوع‌هایی که ما می‌شناسیم، واقعیت‌های دست دوم به حساب می‌آیند. آگاهی ما از این واقعیت‌ها در وهله اول از رسانه‌های جمعی نشئت می‌گیرد و ما به‌عنوان افراد عادی جامعه تنها آن جنبه‌هایی از سیاست ملی را می‌شناسیم که از طریق رسانه‌های جمعی ارزش خبری شناخته و به ما انتقال داده شده است. بدیهی است که این موضوع به‌طور مستقیم با گستردگی استفاده از رسانه‌ها در یک جامعه مربوط می‌شود. هرچه این گستردگی بیشتر باشد، رسانه‌ها در شکل‌گیری واقعیت و نشان دادن میزان اهمیت آن، نقشی بیشتر برعهده می‌گیرند. آمریکا نمونه بارز چنین جامعه‌ای است. از نظر مک‌کامبز و شاو، قدرت مطبوعات در آمریکا زیاد است. مطبوعات اولویت بحث عمومی را تعیین می‌کنند و این قدرت سیاسی را هیچ قانونی محدود نمی‌کند. مطبوعات تعیین می‌کنند که مردم درباره چیزی حرف بزنند و فکر کنند. این اقتدار در جوامع دیگر ممکن است خاص کشیشان و احزاب باشد.<sup>۹۴</sup> گرچه مطالعاتی پیش از تحقیق مک‌کامبز و شاو صورت گرفته است که می‌توان آنها را تحت عنوان «برجسته‌سازی رسانه‌ها» آورد،<sup>۹۵</sup> اما به‌طور مشخص نخستین پژوهش تجربی در تأیید کارکرد برجسته‌سازی رسانه‌ها مربوط به این دو پژوهش می‌شود که در ۱۹۶۸ در چپل‌هیل (Chapel Hill) کالیفرنیا

جنوبی انجام گرفته است. مک کامبز و شاو برجسته‌سازی را در مبارزه تبلیغاتی ریاست جمهوری سال ۱۹۶۸ در آمریکا مورد مطالعه قرار دادند. در این مطالعه این فرض مطرح شد که رسانه‌های جمعی اولویت‌های هر مبارزه سیاسی را تعیین می‌کنند و بر بزرگ‌نمایی نگرش‌ها نسبت به موضوعات سیاسی اثر می‌گذارند.

این مطالعه با مصاحبه با نمونه‌ای ۱۰۰ نفره از میان اهالی چپل هیل، که هنوز تصمیم نگرفته بودند به چه کسی رأی بدهند، انجام گرفت. انتخاب این افراد برای این منظور صورت گرفت که تصور می‌شد تصمیم‌نگرفته‌ها بیشتر از هر دسته افراد دیگر ممکن است تحت تأثیر اثر برجسته‌سازی قرار گیرند.

همزمان با این مصاحبه تحلیل محتوای پنج رسانه جمعی، که این رأی‌دهندگان را پوشش می‌دادند (پنج روزنامه، دو مجله خبری و دو کانال تلویزیونی که اخبار شامگاهی پخش می‌کردند)، صورت گرفت. از افراد نمونه پرسیده شد پنج مشکل اصلی کشور را ذکر کنند. پاسخ‌های افراد به پانزده مقوله که نشان‌دهنده موضوع‌های اصلی و سایر اخبار مربوط به مبارزه سیاسی بود، تقسیم شد. محتوای رسانه‌های خبری مرتبط با انتخابات نیز به این پانزده مقوله تقسیم و درصد هر مقوله مشخص شد. همچنین، محتوای رسانه‌های خبری به مقولات اصلی و فرعی تقسیم شد. یافته‌های این مطالعه اثر برجسته‌سازی را نشان داد. ضریب همبستگی میان تأکید رسانه‌ها به یک موضوع و تلقی رأی‌دهنده از آن موضوع به‌عنوان یک موضوع مهم ۰/۹۶۷ بود. براساس نظر پژوهشگران این یافته‌ها حاکی از رابطه‌ای قوی میان تأکید رسانه‌ها به موضوع‌های مختلف مبارزه سیاسی و قضاوت رأی‌دهندگان در خصوص برجستگی و اهمیت موضوع‌های مختلف پیکارهای انتخاباتی است.<sup>۹۶</sup>

به این ترتیب، در حالی که در نظریه‌های جامعه‌انبوه و برجسته‌سازی و مخاطب به‌عنوان گیرنده پیام در نظر گرفته می‌شود و موجود منفعلی است که پیام را دریافت

می‌کند و نسبت به آن واکنشی نشان نمی‌دهد یا واکنش وی با تأخیر و فاقد اثر است؛ در دیدگاه استفاده و خشنودی مخاطب در حکم آفریننده و سهیم در معنابخشی و معناسازی به حساب می‌آید. معناسازی با ویژگی‌های زیر همراه است:

- معناسازی با پیام‌گیر شروع می‌شود و بر حسب اینکه پیام تا چه حد با گذشته، حال و آینده او پیوند می‌خورد، از آن استفاده می‌کند.

- معناسازی در مورد تأثیر پیام پیش‌داوری نمی‌کند، بلکه به پیام‌گیر اجازه می‌دهد تا بگوید پیام چه اثری بر او داشته است.

- معناسازی زمینه اجتماعی را نه به‌عنوان مانع یا واسطه پیام، بلکه به‌عنوان عاملی در نظر می‌گیرد که پیام‌گیر در آن زمینه از پیام استفاده می‌کند تا به جهان معنا دهد.

- اطلاعات چیزی است که از نظر پیام‌گیر آگاهی بخش باشد. اطلاعات معنایی است که پیام‌گیر می‌سازد تا شکاف‌های دنیای خویش را پر کند.

- معناسازی بستگی به موقعیت دارد و با توجه به شرایط موقعیت پیش‌بینی می‌شود.<sup>۹۷</sup> رادیو با درهم‌نوردیدن مرز خیال و واقعیت و به‌کارگیری تکنیک و هنر می‌تواند تصویری تأثیرگذار از مبنای توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام به‌عنوان یک خواسته دینی و نیاز امروزی جامعه ارائه دهد.

### **رادیو، جامعه‌پذیری و رهیافت آن در توسعه و ترویج مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام**

امروزه جهان پهناور در اثر پیشرفت‌های شگرف وسایل ارتباطی، بسیار کوچک به‌نظر می‌رسد؛ به‌گونه‌ای که به آن برخی لقب «دهکده جهانی» داده و برخی دیگر برای توصیف نقش تعیین‌کننده ارتباطات در زندگی اجتماعی انسان، این برهه را «عصر ارتباطات» نام نهاده‌اند. تمامی این عوامل سبب شده‌اند تا انسان امروز به لحاظ شرایط حاکم بر زندگی اجتماعی هرگز نتواند خود را از وسایل ارتباط جمعی که او را دربر گرفته است، مستغنی

بداند.

پیوند تنگاتنگ میان رسانه و جامعه سبب به‌وجودآمدن بحث رسانه‌ها و جامعه‌پذیری شده است. پیش از بازکردن بحث لازم است که قدری با واژه «جامعه‌پذیری» آشنا شویم:

جامعه‌پذیری (Socialization) در کل روندی است که فرد برای زندگی گروهی آماده می‌شود. از این رو، نقشی اساسی در شکل‌گیری رفتارهای فرد دارد. در تبیین آن گفته می‌شود که افراد چگونه آموزش می‌بینند تا انتظاراتهای هنجاری و نقش گروهی متعلق به خود را بپذیرند.<sup>۹۸</sup>

این واژه در اوایل دهه ۱۹۴۰ مورد استفاده جامعه‌شناسان و روان‌شناسان قرار گرفت. گرچه واژه «تریبیت» (Edu-cation) از نظر معنا، به واژه جدید، جامعه‌پذیری، شبیه بود و هر دو به نوعی بر دخالت فعال در عرصه زندگی فرد به منظور شکل‌بخشیدن بدان دلالت داشتند، اما به قول کورت دانزیگر (Kort Danziger) تبدیل واژه «تریبیت» به واژه «جامعه‌پذیری» صرفاً تفسیری لغوی نیست و به معنای بازشدن افقی جدید در علم سیاست است. به عبارت دیگر، ما از حیطة فلسفه اخلاق، وارد قلمرو علوم اجتماعی شده‌ایم. از این رو، دانزیگر برای انفکاک میان این دو و جلوگیری از خلط میحث بیان می‌دارد که، واژه «تریبیت» اساساً به ارزش هدف‌ها و فنون توجه دارد؛ در حالی که واژه «جامعه‌پذیری» به مسئله چگونگی و اثربخشی اشاره می‌کند. در چارچوب مطالعات مربوط به جامعه‌پذیری، مسئله روابط فرد با نظام‌های اخلاقی به‌طور انتزاعی در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه با توجه به هنجارهای اجتماعی و ارزش‌های فرهنگی، مورد بررسی قرار می‌گیرد.<sup>۹۹</sup>

به هر حال، تلقی برخی جامعه‌شناسان از مفهوم جامعه‌پذیری نوعی تعلیم و تربیت است. برخی دیگر جامعه‌پذیری را فرایند انتقال فرهنگ و الگوهای فرهنگی معرفی کرده‌اند؛ یعنی جوامع انسانی برای ایجاد وحدت و همبستگی در جامعه خود، بر سلسله‌ای از ارزش‌ها، هنجارها و نمادها

توافق و این فرهنگ را به شکل الگوهای فرهنگی به نسل جدید منتقل می‌کنند. تعدادی دیگر، جامعه‌پذیری را به‌عنوان کارکرد جامعه در حفظ خویش معرفی کرده‌اند که نظام حاکم از طریق انتقال فرهنگ به نسل جدید، به وظیفه حفظ و تداوم خویش اقدام می‌کند. از طرف دیگر این اصطلاح از سوی انسان‌شناسان نیز مورد توجه بوده است؛ تا جایی که انسان‌شناسان جامعه‌پذیری را به معنای فرهنگ‌پذیری می‌دانند. اما جامعه‌شناسان جامعه‌پذیری را روندی می‌دانند که ضمن شکل‌دادن رفتارهای فرد، وی را برای زندگی بهتر در اجتماع آماده می‌سازد. تأکید این دسته از جامعه‌شناسان بر واقعیت اجتماعی جامعه‌پذیری است که افراد به وسیله آن، خود را با ساختارهای هنجاری جامعه انطباق می‌دهند. با توجه به این تعاریف، می‌توان چنین نتیجه گرفت که با عنایت به اینکه جامعه‌پذیری امری مبنایی است - یعنی فرایند جامعه‌پذیری در یک جامعه و فرهنگ خاص آن است - جامعه‌پذیری عاملی برای انتقال فرهنگ از نسلی به نسل جدید است و همین حرکت به ثبات و دوام جوامع و نظام حاکم کمک می‌کند. در یک کلام آنکه جامعه‌پذیری فرایند انتقال هنجارها و ارزش‌های جامعه به فرد است.<sup>۱۰۰</sup>

از این رو می‌بینیم باز در اینجا نیز رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو دخیل هستند؛ چرا که یکی از مهم‌ترین ابزارهای انتقال ارزش‌ها و هنجارها در جامعه امروزی رسانه‌ها هستند. در بحث رسانه و جامعه باز به دو مؤلفه برمی‌خوریم که بیانگر ارتباط تنگاتنگ میان رسانه و جامعه است: اولی بحث قشربندی اجتماعی است که پیدایش وسایل ارتباط جمعی موجب دگرگونی وسیعی را در قشربندی اجتماعی و هم شرایط ارتقا و احراز موقعیت‌های برتر اجتماعی فراهم ساخت. این امر را به‌ویژه در صعود ستاره‌های هنری به اوج قله هرم اجتماعی می‌توان مشاهده نمود.<sup>۱۰۱</sup> در رادیو نیز شاهد این امر به شکل دیگری هستیم و از سوی دیگر، رسانه‌ها با فراهم آوردن اطلاعات

لازم در مورد محیط و جامعه و قراردادن آن در دسترس و اختیار افراد، زمینه‌های نظارت بر امور جامعه و اظهارنظر در مورد آن را فراهم می‌آورند و با توجه به امکان ارتقای اجتماعی در جوامع جدید، افراد بدین وسیله می‌توانند در جهت احراز مسئولیت‌ها و موقعیت‌های بالاتر و برتر تلاش کنند. از سوی دیگر نظام کنترل‌شده رسانه‌ها به‌ویژه رادیو نقشی مؤثر در جامعه‌پذیری ایفا می‌کند. در واقع رسانه‌های جمعی نقشی مهم در ایجاد یکپارچگی و هماهنگی افراد در قبال نظام سیاسی دارند. به نظر لوسینی پای (Lu-cini Pay) رسانه‌های جمعی مناسب‌ترین روش موجود برای جامعه‌پذیری هستند و عامل قاطع نوسازی به‌شمار می‌روند. به گفته هوستن رانی (Hosten rany) رسانه‌ها در شکل‌دادن به سمت‌گیری‌های اصلی و نیز افکار مردم، نقشی مستقیم و بی‌واسطه دارند.<sup>۱۰۲</sup>

اما بحث دیگر، بحث گروه‌های اجتماعی است. در واقع در زمانی که وسایل ارتباط جمعی از تنوعی کمتر برخوردار بودند و هر یک برنامه‌های گوناگون نداشتند، جمع‌ساز بودند؛ بدین معنی که یکسانی را بین توده‌ها موجب می‌شدند و هویت گروه‌های خاص را مضمحل می‌ساختند. اما با تخصصی شدن این وسایل، هر جمع و یا هر گروه خاص، روزنامه یا وسیله ارتباطی خاص خود را داراست. در این مرحله است که وسایل ارتباط جمعی موجبات احراز هویت گروهی را فراهم می‌کنند.<sup>۱۰۳</sup> از سویی مطالعات برخی دانشمندان نظیر پل لازارسفلد به خوبی نشان می‌دهد که گروه‌های اجتماعی مثل: خانواده، اداره، کارخانه، انجمن یا حزب در انتقال پیام‌های ارتباطی به افراد، نقش واسطه را به‌عهده دارند. به همین سبب اغلب در زمینه پرورش و گسترش افکار عمومی و جهت‌گیری‌های سیاسی و انتخاباتی، از نفوذ رهبران عقاید بر افراد معمولی سخن به میان می‌آید. با توجه به نقش گروه‌های اجتماعی در چگونگی انتقال پیام‌های ارتباطی، برخی دانشمندان معاصر علوم ارتباطات مانند

دنیس مک کوایل عقیده دارند که وجود توده، تمامی اثرگذاری‌های گروه‌های اجتماعی را بر افراد خنثی می‌کند؛ چون گروه‌های اجتماعی در واقع جزء نظام ارتباطات توده‌ای هستند.<sup>۱۰۴</sup>

از این رو رادیو به‌عنوان یک رسانه قوی و تأثیرگذار قابلیت ایجاد جامعه‌پذیری را درباره موارد مختلف دارد که یکی از موارد ارزشی آن همین توسعه و تعمیق مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام است. بدون تردید تبیین مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام یکی از مواردی است که در بحث جامعه‌پذیری رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو می‌تواند مورد عنایت قرار گیرد.

#### رادیو، انتقال هنجارها و رهیافت آن در توسعه و ترویج مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام

«هنجار» (Norm) در لاتین معنای گونیا می‌دهد و از این رو از آن قانون، قاعده و یا مثالی برمی‌آید که بدان رجوع می‌شود؛<sup>۱۰۵</sup> یعنی هنجارها به‌عنوان یک ملاک و ضابطه و ابزار سنجش و سرمشق نظم در موارد گوناگون به کار رفته و از آن استفاده می‌شده است. برای هنجار تعاریفی متعدد ارائه شده است: گروهی آن را با دید اجتماعی می‌نگرند که انسان اجتماعی را در شناخت کارها و اعمال شایسته و هماهنگ با جامعه یاری می‌دهد.<sup>۱۰۶</sup> برخی با نگاهی بیشتر فلسفی به آن می‌نگرند و هنجار را نوع ملموس و یا فرمول مجرد آنچه باید باشد - در هر زمینه که قضاوت ارزشی در آن راه یابد - می‌دانند؛ از این رو از دیدگاه او هنجار باید دربرگیرنده معناهای آرمان، قاعده، هدف و مدل باشد.<sup>۱۰۷</sup> برخی دیگر هنجار را یک قانون، فرمول یا بیانی مجرد در مورد آنچه باید باشد، به کار می‌برند؛ که در آن صورت معنای دستوری می‌یابد و با تکیه بر قضاوت‌های ارزشی، آنچه از نظر اندیشه و اخلاق باید باشد، تجویز می‌کنند.<sup>۱۰۸</sup> پاره‌ای دیگر از صاحب‌نظران معتقدند که هنجارها به معنای امر متوسط یا میانه نزدیک‌تر است و معنایی معادل یک وضع درست و منطبق با اکثر موارد را می‌یابد.<sup>۱۰۹</sup> البته باید توجه داشت که این امر به‌طور

کامل نمی‌تواند درست باشد و لزوماً دارای این معنا نیست؛ زیرا اصطلاح هنجار با توقعات اجتماعی در باب رفتار درست یا بایسته ارتباط پیدا می‌کند، پس هنجارها چنان معنا می‌دهند که مشروعیت، رضایت و فتوایی در کار است.<sup>۱۱۰</sup> در دایرةالمعارف علوم اجتماعی نیز آمده است: هنجارها مدل‌های فکری یا خطوط راهنمایی هستند که به‌وسیله آن، ما اعمال خود و دیگران را از لحاظ فکری، کنترل و ارزشیابی می‌کنیم.<sup>۱۱۱</sup> با عنایت به آنچه گفته شد، می‌توان بیان داشت که در تعاریف مذکور، به نظر می‌رسد نوعی رفتارگرایی حاکم شده و بر نگرش نویسندگان آن تأثیر داشته است؛ در حالی که هنجار را تنها نمی‌توان در اعمال و رفتاری که از انسان سر می‌زند جست‌وجو کرد و یا تنها عمل انسانی را با آن سنجید. به عبارت دیگر، باید گفت هنجارهای اجتماعی عبارت است از شیوه‌های رفتار، عمل یا اندیشه که در جامعه‌ای پذیرفته شده و انطباق با آن در فرایند اجتماعی شدن فرد تحقق می‌پذیرد.<sup>۱۱۲</sup> در اینجا است که مفهوم هماهنگی با جامعه، و به عبارت دیگر جامعه‌پذیری، اجتماعی شدن و عمل اجتماعی در تعریف هنجار به کار گرفته می‌شود و رابطه میان آن دو مشخص می‌شود.

از این رو می‌توان گفت که هنجارها عبارت از احکامی هستند که به‌عنوان ضوابط مشترک عمل اجتماعی به خدمت گرفته می‌شوند. در واقع رفتار انسانی قاعده‌مندی‌هایی معین از خود بروز می‌دهد که حاصل پایبندی به انتظارات یا هنجارهای مشترک است. به این معنا، عمل آدمیان تابع قواعد است.<sup>۱۱۳</sup> از این رو می‌توان هنجار را در شیوه‌های اندیشه و احساس نیز جست‌وجو و بررسی کرد و تنها به عمل و رفتار بسنده نکرد.

نحوه تعامل هنجار و رسانه در غرب دارای پیشینه تاریخی طولانی است؛ به‌طوری که در سنت مسیحی، اعمال کنترل دینی بر نشر عقاید و آرا در قرون وسطی زبازند

است. در سال ۱۲۲۹ میلادی شوروی روحانی تولوزا امر کرد که هیچ کس -به‌جز اصحاب کلیسا- نمی‌تواند هیچ نوع کتاب مذهبی و مقدس را در تملک داشته باشد و مقرر کرد که کتاب مقدس فقط باید به زبان لاتینی خوانده شود.<sup>۱۱۴</sup>

شاید بتوان گفت که نخستین و پابرجاترین تلاش برای بررسی مقایسه‌ای نظریه‌های هنجاری حاکم بر رسانه‌ها در سال ۱۹۵۶ میلادی توسط سیرت، پترسون و شرام در چارچوب یک طرح مطالعاتی مربوط به شوروی ملی کلیساها در آمریکا انجام شد. این سه نفر، چهار نظریه اصلی استبدادی، لیبرالی، مسئولیت اجتماعی و کمونیسم روسی را به‌عنوان معیارهای ساخت و عملکرد رسانه‌ها بازشناسی کردند.<sup>۱۱۵</sup> کتاب سیرت تا حدودی در مقام دفاع از مدل اصلاح‌شده لیبرالی یعنی مسئولیت اجتماعی نوشته شده است و به نوعی مراحل تاریخی تحول رسانه‌ها از استبدادی تا لیبرالی را نشان می‌دهد و با ترفندی خاص برتری مدل‌های آزادی‌گرایانه غربی را بر مدل‌های استبدادی و روسی می‌نمایاند.<sup>۱۱۶</sup> در کل می‌توان گفت که هنجارها از دو راه جذب ذهنی و جامعه‌پذیری، اخذ و جذب می‌شوند و ضمانت‌های اجرایی گوناگونی دارند که گاهی به‌صورت رسمی و زمانی به‌صورت غیررسمی جلوه می‌کنند و این نظارت‌ها نقش کنترلی خود را بر اجرا و رعایت هنجارها اعمال می‌کنند. هنجارها را می‌توان به چند دسته تقسیم کرد:

- هنجارهای قانونی یا قوانین موضوعه و مدون که از سوی قانونگذاران وضع و به‌طور رسمی اجرا می‌شود و ضمانت اجرای آنها، معمولاً از خارج از فرد یعنی جامعه و نظامات مربوط به آن است.

- هنجارهای اخلاقی که در طی زمان در جامعه نشو و نما و تکوین می‌یابند و الزام آنها در درون آدمی به‌عنوان عضو جامعه شکل و کارکرد دارند و اثر می‌نهند یا منشأ دینی و مذهبی دارند، که از سوی مراجع مذهبی پیگیری و نظارت می‌شوند

و زمانی نیز در هنجارهای قانونی و قوانین موضوعه جای می‌گیرند.

- حد میانی این دو، آداب و رسوم است که الزام و اجبار در رعایت آنها، هم مربوط به خارج از فرد (جامعه) و هم متضمن پذیرش درونی (خلق و خو و تربیت‌های مربوط) است.<sup>۱۱۷</sup>

از این رو برای بیان و تحلیل هنجارهای حاکم بر رسانه‌ها، نظریه‌پردازی‌هایی تحت عنوان نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها طرح شده است. این نظریه‌ها می‌کوشند بایدها و نبایدهای عملکرد رسانه‌ها را بر

### تأثیر رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو بر نظریه‌های هنجاری فارغ از شدت و ضعف یا سرعت و کندی امری پذیرفته‌شده و مقبول است و آنچه محور گفت‌وگوها قرار گرفته، تنها قواعد حاکم بر این تأثیرگذاری است.

اساس نظام سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی حاکم بر جامعه تبیین‌کنند. این نظریه‌ها به ترسیم رابطه دولت، رسانه و جامعه می‌پردازند و انتظارات دولت از رسانه‌ها، ضوابط و شرایط حاکم بر آنها و توقعات مربوط به نقش اجتماعی رسانه‌ها را در جوامع گوناگون مورد بررسی قرار می‌دهند. این نظریه‌ها در کنار نظریه‌های علمی-اجتماعی، عملکردی و شعور عامه چهار حوزه اصلی نظریه‌پردازی در ارتباطات جمعی را تشکیل می‌دهند.<sup>۱۱۸</sup> باید توجه داشت که برخی هنجارها، از

سوی فرمانروایان جامعه نهاده می‌شوند و پاره‌ای در طول زمان و به تدریج ضرورت وجودی می‌یابند و برخی نیز از جانب ادیان و ایدئولوژی‌های معمول در جامعه، رایج می‌شوند و موافق بسترهای فرهنگی جامعه شکل و عمل پیدا می‌کنند. آنچه غیرقابل انکار است اینکه هنجارها با آداب، رسوم، سنت‌ها، عرف معمول و ارزش‌های اجتماعی مناسبت دارند.<sup>۱۱۹</sup> از این رو می‌توان گفت که نهادها و سازمان‌های اجتماعی گوناگون، در به وجود آمدن هنجارها در جوامع، که با حیات آن جوامع در ارتباط است، نقش غیرقابل انکار دارند و هر یک در شکل‌گیری آن، به نوعی سهمیم هستند.

با اینکه «ارزش» با «هنجار» در ارتباطی نزدیک قرار دارند و در بسیاری موارد به همراه هم و گاهی نیز به جای یکدیگر به کار برده می‌شوند، اما می‌توان وجه تمایز این دو را اینگونه بیان کرد که ارزش، دارای مفهومی فلسفی‌تر بوده و در مرحله نظر قرار دارد؛ در حالی که هنجار مفهومی کاربردی‌تر داشته و در مرحله عمل قرار دارد.

ارزش را از بنیادی‌ترین عوامل در تبیین اندیشه، عمل یا اعمال فرد و همچنین شکل‌گیری حیات اجتماعی دانسته‌اند.<sup>۱۲۰</sup> از سوی دیگر، ارزش میزان توانایی یک شیء (چیز، اندیشه یا شخص) در ارضای یک میل، یک نیاز و یک تمنای انسان است. پس اساس ارزش را باید در اندیشه‌های انسانی جست‌وجو کرد که نفع (ارزش) یک شیء خارجی را مورد ارزیابی قرار می‌دهد.<sup>۱۲۱</sup>

از این رو ارزش‌ها را تمایل گسترده به ترجیح برخی از امور نسبت به برخی دیگر تعریف می‌کنند و عقیده دارند که از مجموع ارزش‌های انسان که با همدیگر ارتباط دارند، نظام‌های ارزشی به وجود می‌آیند.<sup>۱۲۲</sup> بدین ترتیب، ارزش مفهومی ذهنی می‌یابد که در اندیشه‌ها بوده و عامل و ملاکی در تبیین اندیشه و عمل و شکل‌گیری حیات اجتماعی است. از این رو این مفهوم با مفهوم نظم اجتماعی ارتباط

### اگر زمانی عنصر اصلی توسعه «رشد اقتصادی» بود، امروزه چهار موضوع رشد اقتصادی، عدالت در توزیع، مشارکت سیاسی و ارزش‌های متعالی عناصر اصلی توسعه به‌شمار می‌آیند.

گوناگونی که نقش اجتماعی کردن را در جامعه برعهده دارند، از عوامل اساسی در این مورد به‌شمار می‌روند؛ زیرا از طریق درونی کردن این هنجارها و ارزش‌ها، فرد را به طور نامحسوس و ناخودآگاه به رعایت هنجارها و ارزش‌های جامعه وادار می‌سازند.

از این رو به نظر می‌رسد که تأثیر رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو بر نظریه‌های هنجاری فارغ از شدت و ضعف یا سرعت و کندی امری پذیرفته‌شده و مقبول است و آنچه محور گفت‌وگوها قرار گرفته، تنها قواعد حاکم بر این تأثیرگذاری است.<sup>۱۲۵</sup>

رسانه‌ها و به‌خصوص رادیو با توجه به نقش اطلاعاتی خود که برخلاف نقش تبلیغاتی آنها در کشورهای صنعتی محدود نیست، می‌توانند در شکل‌گیری جو سیاسی جامعه سهمی عمده داشته باشند. لانگ و لانگ (۱۹۵۶) معتقد هستند که رسانه‌ها دیدگاه‌ها را ترسیم می‌کنند؛ سیاستمداران و احزاب را به جامعه معرفی می‌کنند، مسائل جاری را مطرح می‌کنند - که بر اساس آن بحث و جدل‌ها شکل می‌گیرد- و جوی خاص را به وجود می‌آورند. به نظر این دو نفر، شیوه اطلاعاتی که از این رسانه‌ها پخش می‌شود، در اکثر مواقع تلاش‌های قبلی را تقویت و متبلور می‌کند، ولی در عین حال به نحوی که بیان آن آسان نیست، تغییراتی هم در نگرش‌ها به وجود می‌آورد.<sup>۱۲۶</sup>

البته باید توجه داشت که رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو در زمانی می‌توانند در انتقال هنجارها به جامعه نقش داشته باشند که هنجارها در تطابق با ارزش‌های موجود باشند. در کل پیام زمانی بیشتر اثر دارد که با الگوها و چارچوب‌های ادراکی، نگرش‌ها، ارزش‌ها و آرمان‌های گیرنده پیام تناسب داشته باشد، یا حداقل در آغاز با این الگوها تناسب داشته باشد و بعداً در جهت شکل‌گیری مجدد آن آرام‌آرام پیش رود. از این رو گفته‌اند که پیام‌رسان باید از جایی آغاز کند که مخاطب قرار گرفته است. علت آن است که شخصیت‌ها،

پیدا می‌کند. در جامعه‌شناسی پارسونزی، نظم اجتماعی بستگی به وجود ارزش‌های عام و مابه‌الاشتراکی دارد که مشروع و ملتزم‌کننده به حساب می‌آیند و به‌منزله معیارهایی عمل می‌کنند که غایات اعمال به‌وسیله آنها گزیده می‌شود.<sup>۱۲۳</sup> بنابراین، هنجارها و ارزش‌ها در هر جامعه ملاک اندیشه و تفکر، احساس و تعقل، عمل و رفتار افراد آن جامعه می‌باشد که همه افراد ملزم به رعایت آن هستند و این رعایت و الزام به آن، از طرق مختلف بر افراد جامعه تحمیل می‌شود. باید توجه داشت که نهادهای

الگوهای رفتاری، طرز تلقی‌ها، عادات، ارزش‌ها و انگیزه‌ها بسیار آهسته ولی به‌طور دائم تغییر پیدا می‌کنند. بهترین شیوه برای تغییر نگرش‌ها و طرز تلقی‌ها این است که الگوهای رفتاری موجود در افراد را در نظر بگیریم تا پیام ما مورد پذیرش قرار گیرد، تا بعد به تدریج بتوانیم آن را در جهت مناسب دگرگون کنیم.<sup>۱۲۷</sup> این اصول و هنجارها عبارتند از: ارزش‌هایی که مبنای ماهیت، کارویژه‌ها و نیازهای جامعه‌اند و رفتار نظام ارتباطی را رهبری می‌کنند یا باید بکنند. از این رو نظام‌های ارتباطی را می‌توان به دو طریق موجد گرایش‌های ارزشی دانست:

- گروهی از ارزش‌ها به ساخت نظام ارتباطی متعلق هستند و لاجرم در کارویژه‌های اجتماعی و محتوای پیام آن منعکس می‌شوند.

- دومین گروه ارزش‌ها به جریان پیام در داخل نظام ارتباطی مربوط می‌شوند؛ یعنی معیارهای هنجاری که انتخاب و تنظیم پیام‌ها براساس آن استوار است.

از یک سو اعتقاد بر این است که رسانه‌ها منعکس‌کننده ارزش‌ها و هنجارهای جامعه‌اند و از سوی دیگر، آنها را وسیله اعمال ارزش‌ها می‌دانند.<sup>۱۲۸</sup> کارکرد کلی و مهم رسانه را در این خصوص می‌توان در درونی کردن هنجارها دید. درونی کردن هنجارها موجبات آشتی انسان را با خواست جامعه - که قوانین مظهر آن است - فراهم می‌آورد و به کارگیری نیروی وسیع انسانی را جهت تضمین آن غیر ضروری می‌سازد و در نهایت، با پذیرش قبلی عناصر کنترل (هنجارها)، انسان‌ها خود به‌عنوان عاملی در راه حراست از مواریت، هنجارها و قوانین جامعه تجلی می‌کنند و وسایل ارتباط جمعی ابزاری سریع، قدرتمند و مؤثر در راه تأمین این منظور هستند.<sup>۱۲۹</sup> به‌عنوان نمونه، وقتی بحث از نقش رادیو توسعه و تعمیق مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام می‌شود باید توجه داشت که این در مورد کشورهای اسلامی است و در مورد سایر کشورها باید با توجه به سازوکارهای ویژه آن اقدام کرد.

## رادیو با درهم‌نوردیدن مرز خیال و واقعیت و به‌کارگیری تکنیک و هنر می‌تواند تصویری تأثیرگذار از مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام به‌عنوان یک خواسته دینی و نیاز امروزی جامعه ارائه دهد.

توسعه و تعمق مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام نقشی مؤثر ایفا کنند. اما پرسش این است که رسانه‌ها تا چه حد می‌توانند ارزش‌ها و هنجارهای دینی را به فرد منتقل کنند؟

### نتیجه‌گیری

با پیدایش رنسانس و تحولات فکری و رشد و شکوفایی فناوری و صنعت، عصر مدرن در تاریخ مغرب‌زمین رقم خورد و جهان به دو بخش کاملاً متمایز کشورهای پیشرفته و عقب‌مانده تقسیم شد. هم‌زمان با به‌بارنشستن شکوفه‌های مدرنیته، اندیشمندانی از هر دو دسته کشورها، ضمن واکاوی علت رشد فکری، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در مغرب‌زمین، مسئله عقب‌ماندگی را از زوایایی مختلف بررسی کردند. در این میان، عده‌ای موضوع فوق را از منظر فکری - فرهنگی نگریستند و خواستار قطع رابطه کامل با باورهای گذشته شدند. مطابق دیدگاه این افراد، جوامع سنتی نمی‌توانند مدرن و متحول شوند، مگر اینکه نهادها، باورها و ارزش‌های سنتی خود را متناسب با نیازهای توسعه تغییر دهند. در این تفکر، هیچ پیوند واقعی بین عناصر سنتی و جدید وجود ندارد و اصلاً نمی‌تواند وجود داشته باشد.

بنابراین کنارزدن نهادهای سنتی، پیش شرط توسعه محسوب می‌شد؛ توسعه در واقع نتیجه تحول در فکر و اندیشه و دست‌یافتن به خرد دموکراتیک و فناورانه است؛ به طوری که تحول در اندیشه، توسعه تکنیکی، اقتصادی و سیاسی مورد نیاز خود را به همراه می‌آورد.

معتقدان به چنین تفکری با بیان علل و عوامل توسعه غرب مدعی هستند عامل اصلی عقب‌ماندگی و توسعه‌نیافتگی کشورهای اسلامی از جمله ایران، حاکمیت یک سری آموزه‌های دینی - فرهنگی است که با توسعه اقتصادی در تضاد و تنافی هستند. حال اینکه گذشت زمان ثابت کرد که نه تنها این دیدگاه، دیدگاهی انحرافی و پوچ است بلکه مسبب خرابی‌ها و ویرانی‌های بسیاری در جوامع

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات  
رتال جامع علوم انسانی  
با توجه به مباحثی که ارائه شد، می‌توان  
گفت که اصولاً رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو  
می‌توانند ابزاری مناسب برای انتقال  
محتوای دینی مانند همین مقوله مبانی  
توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام به  
مخاطبان باشند. رسانه‌ها می‌توانند در  
جامعه‌پذیری افراد نقشی مثبت داشته  
و همچون ابزاری مؤثر و کارآمد، در  
خدمت اعتلای ارزش‌های والای انسانی  
و پروراندن فضایل اخلاقی قرار گیرند.  
بنابراین می‌توان گفت: رسانه‌ها و به‌ویژه  
رادیو می‌توانند در فرایند انتقال ارزش‌ها  
و هنجارهای دینی از جامعه به فرد مانند

در حال توسعه شده است که تا سالیان سال این جوامع باید تاوان آن را پس دهند. در واقع نظام توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام نه تنها نسبت به نمونه غربی خود دارای مزیت و ارزشی ویژه است، بلکه طوری طراحی شده که جوابگوی نیازهای انسان معاصر دل زده از مکاتب اقتصادی غرب است. تکیه بر وجه معنوی و اصل ندانستن سود به هر طریقی از جوه ممتاز و متعالی توسعه اقتصادی اسلامی است که حافظ کرامت انسانی است.

تکیه بر سه اصل رشد، رفاه اجتماعی و عدالت اجتماعی در عین حالی که ممکن است با نمونه غربی خود دارای اشتراکاتی باشد، ولی فراتر و گسترده تر از آن به ابعاد انسانی «انسان» نظر دارد.

رادیو در این بین به عنوان رسانه‌ای پرمخاطب و دردسترس می‌تواند نقشی مهم و مؤثر در این زمینه ایفا کند. رادیو در واقع می‌تواند با به کارگیری رهیافت‌های رسانه‌ای از قبیل جامعه‌پذیری، قدرت تأثیرگذاری و انتقال ارزش‌ها که از اصول اولیه و کارکرد تقریباً عام هر رسانه‌ای است، استفاده کند و در جهت توسعه و تعمیق مبانی توسعه اقتصادی از دیدگاه اسلام گام بردارد.

#### پی‌نوشت‌ها:

۱. برمن، ادوارد (۱۳۶۶). کنترل فرهنگ: نقش بنیادهای کارنگی، فورد و راکفلر در سیاست خارجی آمریکا. ترجمه حمید الیاسی. تهران: نی.
۲. بنک، لوئیس، «دگرگونی در مفاهیم و هدف‌های توسعه»، ترجمه: حسین قاضیان، نامه فرهنگ، سال دوم، شماره‌های ۱ و ۲، ص ۷۱.
۳. همان منبع، ص ۷۸.
۴. همان منبع، ص ۸۱.
۵. رفیع پور، فرامرز (۱۳۷۹). توسعه و تضاد، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۶. صدیق اورعی، غلامرضا (۱۳۷۳). تغییر اجتماعی از دیدگاه امام خمینی (ره)، تهران: پدیده.
۷. اسدی، علی (۱۳۶۹). «توسعه بر جاده تکنولوژی می‌تازد»، ماهنامه تدبیر، شماره ۲، ص ۲۵.
۸. قاضیان، حسین (۱۳۷۱). «درباره تعریف توسعه»، ماهنامه اطلاعات سیاسی -

اقتصادی، سال هفتم، شماره‌های ۳ و ۴، ص ۱۲۱.

۹. همان منبع، ص ۱۲۱.
۱۰. منصور، جواد (۱۳۷۴). فرهنگ، استقلال و توسعه، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه. ۱۱. از کیا، مصطفی (۱۳۶۹). جامعه‌شناسی توسعه و توسعه‌یافتگی روستایی ایران، تهران: اطلاعات.
۱۲. وافگانگ، زاکس، ص ۵۱.
۱۳. جهانیان، ناصر، «تحول مفهوم توسعه و ارتباط آن با دین»، قیسات، شماره ۷، ص ۷۸.
۱۴. همان منبع، ص ۳۸.
۱۵. وافگانگ، زاکس (۱۳۷۷). نگاهی نو به مفاهیم توسعه، ترجمه دکتر فریده فرهی، تهران: مرکز.
۱۶. همان منبع، ص ۲۸.
۱۷. بنک، لوئیس، «دگرگونی در مفاهیم و هدف‌های توسعه»، ترجمه حسین قاضیان، نامه فرهنگ، سال دوم، شماره‌های ۱ و ۲، ص ۷۲.
۱۸. گولت، دنیس، «توسعه آفریننده و مخرب ارزش‌ها»، برنامه و توسعه، شماره ۱۰، صص ۷۰-۷۱.
۱۹. جمعی از نویسندگان (۱۳۸۰). «پدیده‌شناسی فقر و توسعه»، دفتر تبلیغات اسلامی شعبه خراسان قم، بوستان کتاب، ص ۱۱۰.
۲۰. همان منبع، ص ۱۱۰.
۲۱. هندی، چارلز بی (۱۳۷۵). عصر تضاد و تناقض، ترجمه محمود طلوعی، تهران: رسا.
۲۲. همان منبع، ص ۳۶۲.
۲۳. اخترشهر، علی (۱۳۸۶). اسلام و توسعه، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۲۴. همان منبع، ص ۲۳.
۲۵. همان منبع، ص ۲۳.
۲۶. همان منبع، ص ۵۲.
۲۷. هندی، چارلز بی، عصر تضاد و تناقض، ص ۳۶۲.
۲۸. اخترشهر، علی، اسلام و توسعه، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۲۹. جیروند، عبدالله (۱۳۶۸). توسعه اقتصادی، تهران: مولوی.
۳۰. بشیریه، حسین (۱۳۷۴). «بحران و تحول در تجدد»، نقد و نظر، ص ۴۳۵-۴۳۹.
۳۱. بقره: ۳۰.
۳۲. رعد: ۱۱.
۳۳. مقدمه‌ای بر جهان‌بینی توحیدی، ص ۴۶.
۳۴. قره‌باغیان، مرتضی (۱۳۷۰). اقتصاد رشد و توسعه، تهران: نی.
۳۵. کوزنتس، سیمون (۱۳۷۲). رشد نوین اقتصادی، ترجمه: مرتضی قره‌باغیان، تهران: مؤسسه خدمات فرهنگی رسا.

۳۶. جوزف، اینیکوری (۱۳۶۶). «تجارت برده و توسعه اقتصادی غرب»، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۷، ص ۲۱.
۳۷. ورجاوند، پرویز (۱۳۶۸). پیشرفت و توسعه بر بنیاد هویت فرهنگی، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۳۸. تودارو، مایکل (۱۳۶۹). توسعه اقتصادی در جهان سوم، ترجمه غلامعلی فرجادی، تهران: سازمان برنامه و بودجه، صص ۱۳۲ و ۱۳۳.
۳۹. جیروند، عبدالله (۱۳۶۶). توسعه اقتصادی، تهران: مولوی.
۴۰. همان منبع، ص ۸۴.
۴۱. عظیمی، حسین (۱۳۶۸). «توسعه اقتصادی و سیاست اقتصاد کشاورزی»، ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۲۷، ص ۵۰.
۴۲. اخترشهر، علی، اسلام و توسعه، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۴۳. مصباحی، غلامرضا و عربی، هادی (۱۳۸۲). مبانی اقتصاد اسلامی، تهران: سمت.
۴۴. نسا: ۱۴۱.
۴۵. همان منبع، ص ۲۰۲.
۴۶. هود: ۶۱.
۴۷. اعراف: ۱۰.
۴۸. ری‌شهری، محمد (۱۳۶۲). میزان الحکمه، مکتبه‌ای‌ل‌اعلام‌الاسلامی، جلد نهم، ص ۱۱۶.
۴۹. نهج‌البلاغه، خطبه ۱۵۲.
۵۰. ابراهیم: ۳۴.
۵۱. اخترشهر، علی، اسلام و توسعه، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۵۲. مطهری، مرتضی (۱۳۶۸). اسلام و مقتضیات زمان، تهران: صدرا.
۵۳. طباطبایی، محمدحسین، المیزان، ج ۱۳، ص ۲۶۴ و ج ۲، ص ۲۶۰.
۵۴. اعراف: ۱۴۶.
۵۵. جن: ۲.
۵۶. نهج‌البلاغه، خطبه ۹۴.
۵۷. نهج‌البلاغه، خطبه ۱۹۵.
۵۸. شهید ثانی، شرح لمعه، بیروت: دارالعلم الاسلامی، ج ۳ و ۴.
۵۹. علامه حلی، الالفین، نجف: منشورات المکتبه‌الحیدریه، ص ۱۲۳.
۶۰. همان منبع، ص ۸۱.
۶۱. نجفی، محمدحسن (۱۳۶۵). جواهرالکلام، تهران: دارالمکتب‌الاسلامیه، ص ۱۲۱.
۶۲. ابراهیم: ۳۴-۳۹.
۶۳. سنن ابی داوود، ج ۲، ص ۱۲۲.
۶۴. نهج‌البلاغه، نامه امام علی (علیه‌السلام) به مالک اشتر.
۶۵. مصطفی، ابراهیم، ج ۲، ص ۵۹۴.
۶۶. طباطبایی (ره)، سید محمد حسین (۱۳۶۳). المیزان، ترجمه: سید محمد باقر

تهران: انتشارات انقلاب اسلامی.  
 115. F (1963). peterson and W. Sibert Urbana: University of Illinois press.  
 116. Mcquail, Denis (1999). *Mass communication and the publice Interest: Towards Social for structure and performance* in David Crawley and David Mitchell. *communication Theory Today*. London: polity press.  
 ۱۱۷. آراسته خو، محمد، نقد و نگرش بر فرهنگ اصطلاحات علمی اجتماعی، ص ۵۵۳.  
 118. Mcquail Denis (1994). *Mass communication and the publice Interest: Towards Social for structure and performance* in David Crawley and David Mitchell. *communication Theory Today*. London: polity press.  
 ۱۱۹. آراسته خو، محمد، نقد و نگرش بر فرهنگ اصطلاحات علمی و اجتماعی، ص ۵۵۴.  
 ۱۲۰. ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). در آمدی بر دایرةالمعارف علوم اجتماعی، تهران: کیهان.  
 ۱۲۱. بیرو، آلن (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی، تهران: کیهان.  
 ۱۲۲. مرتضوی، شهرناز (۱۳۷۰). آشنایی با روان شناسی بین فرهنگی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.  
 ۱۲۳. آبرکرامی، نیکلاس، استفان هیل و برابان. اس. ترنر (۱۳۶۷). فرهنگ جامعه‌شناسی، تهران: چاپخش.  
 ۱۲۴. آشنا، حسام‌الدین به همراه حسین رضی (۱۳۷۶). «بازنگری نظریه‌های هنجاری و ارائه دیدگاه‌های اسلامی»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، شماره ۴، ص ۲۰۸.  
 ۱۲۵. اسدی، علی (۱۳۷۱). افکار عمومی و ارتباطات، تهران: سروش.  
 ۱۲۶. همان منبع، ص ۱۱۰.  
 ۱۲۷. لی، جان، آی، آر (۱۳۵۶). به سوی سیاست‌های ارتباطی واقع بینانه، تهران: سروش.  
 ۱۲۸. ساروخانی، باقر (۱۳۶۷). جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: اطلاعات.

(۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.  
 ۹۰. ویستر، ۱۹۹۸: ۱۹۴.  
 ۹۱. اعزازی، شهلا (۱۳۷۳). خانواده و تلویزیون، تهران: مردیوز.  
 ۹۲. تافلر، ملوین، موج سوم، ص ۲۲۹.  
 ۹۳. میلز، ۱۹۵۶، صص ۳۰۳-۳۰۴.  
 ۹۴. مک کامبز و شاول، ص ۳۲۷.  
 95. W. Severin and J. Tankard, 1992, P209.  
 ۹۶. سورین و تانکارد، ۱۹۹۲، ص ۲۰۸.  
 ۹۷. ویندال، سون، بنوسیگناریتزر و جین اولسون، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ص ۲۹۷.  
 ۹۸. ملوین ال. دفلور و دیگران (۱۳۷۱). مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه حمید خضرنجات، شیراز: دانشگاه شیراز.  
 99. Danziger, Kurt (1973). *Socialization*, London, Penguin, 1973.  
 ۱۰۰. اخترشهر، علی (۱۳۸۶). جامعه‌پذیری سیاسی در حکومت دینی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.  
 ۱۰۱. کازنو، ژان (۱۳۶۷). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، تهران: اطلاعات.  
 ۱۰۲. عبدالرحمن، عالم (۱۳۷۵). بنیادهای علم سیاست، تهران: نی.  
 ۱۰۳. کازنو، ژان (۱۳۶۷). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، صص ۶۶-۶۷.  
 ۱۰۴. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۷۱). وسایل ارتباط جمعی، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.  
 ۱۰۵. بیرو، آلن (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی، تهران: کیهان.  
 ۱۰۶. آراسته خو، محمد (۱۳۷۰). نقد و نگرش بر فرهنگ اصطلاحات علمی و اجتماعی، تهران: گستره.  
 ۱۰۷. بیرو، آلن، فرهنگ علوم اجتماعی، تهران: کیهان.  
 ۱۰۸. همان منبع، ص ۲۴۹.  
 ۱۰۹. همان منبع، ص ۲۴۹.  
 ۱۱۰. آبرکرامی، نیکلاس، استفان هیل و برابان. اس. ترنر (۱۳۶۷). فرهنگ جامعه‌شناسی، تهران: چاپخش.  
 111. Adam and Jessica (1985). *the Social Science*, London: Encyclopedia Routledge.  
 ۱۱۲. ساروخانی، باقر (۱۳۶۷). جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران: اطلاعات.  
 ۱۱۳. آبرکرامی، نیکلاس، استفان هیل و برابان. اس. ترنر (۱۳۶۷). فرهنگ جامعه‌شناسی، تهران: چاپخش.  
 ۱۱۴. ویل، دورانت، واریل (۱۳۷۶). تاریخ تمدن،

موسوی‌همدانی، تهران: بنیاد علمی و فرهنگی علامه طباطبایی (ره)، ج ۱۲، ص ۲۷۶.  
 ۶۷. مطهری، صص ۵۹-۶۲.  
 ۶۸. راسل، برتراند (۱۳۴۱). اخلاق و سیاست در جامعه، ترجمه محمود حیدریان.  
 ۶۹. مطهری، مرتضی (۱۳۷۲). عدل الهی، تهران: صدرا.  
 ۷۰. مظفر، محمدرضا (۱۳۷۲). اصول الفقه، قم: مؤسسه مطبوعاتی اسماعیلیان.  
 ۷۱. شریعتی، علی، (بی تا) جامعه‌شناسی ادیان، بی جا.  
 ۷۲. سبحانی، جعفر، معالم الحکومة الاسلامیه، قم: مکتبه الامام امیرالمؤمنین (علیه السلام).  
 ۷۳. حدید: ۲۵.  
 ۷۴. انبیا: ۴۷.  
 ۷۵. حکیمی، محمدرضا (۱۳۵۴). الحیات، تهران: دایره الطباعة والنشر، الطبعة الثالثة، ج ۲، ص ۴۱۳.  
 ۷۶. مطهری، مرتضی (۱۳۵۴). سیری در نهج البلاغه، قم: مرکز مطبوعاتی دارالتبلیغ اسلامی.  
 ۷۷. سبحانی، ص ۴۰۹.  
 ۷۸. مطهری، مرتضی (۱۳۷۲). عدل الهی، تهران: صدرا.  
 ۷۹. آشنا، حسام‌الدین به همراه حسین رضی (۱۳۷۶). «بازنگری نظریه‌های هنجاری و ارائه دیدگاه‌های اسلامی»، فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، شماره ۴، ص ۲۱۷.  
 ۸۰. مؤسسه تحقیقاتی و فرهنگی مفید (۱۳۸۳). مبارزه با فقر و فساد و تبعیض، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.  
 ۸۱. اسماعیلی، محسن (۱۳۸۳). تعامل دین و رسانه از دیدگاه حقوق، تهران: فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، شماره ۲۱، ص ۲۹.  
 ۸۲. امیرتیموری، محمدحسن (۱۳۷۷). رسانه‌های آموزشی، شیراز: ساسان.  
 ۸۳. محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۷۴). ارتباط‌شناسی، تهران: سروش.  
 ۸۴. همان منبع، ص ۴۹.  
 ۸۵. آقابخشی، علی و دیگران (۱۳۷۵). فرهنگ علوم سیاسی، تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران.  
 ۸۶. کازنو، ژان، جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، ترجمه باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: اطلاعات.  
 ۸۷. امیرتیموری، محمدحسن، رسانه‌های آموزشی، ص ۱۴.  
 ۸۸. همان منبع، ص ۱۶.  
 ۸۹. ویندال، سون، بنو، سیگنایزر و جین اولسون