

نقش رسانه و تاثیر فزاینده آن بر حیات اجتماعی



● احمد فراج
کارشناس ارتباطات و مشاور رئیس
مجلس خلق مصر در امور اعراب
ترجمه محمد اعتضادالسلطنه

- از دیرباز (با وسایل بسیار ساده و ابتدایی) تا امروزه (با استفاده از پیچیده‌ترین دستگاه‌های ارتباطی)، رسانه و ارتباط در جوامع وجود داشته و بدون هیچ اختلافی همگان بر نقش فزاینده رسانه در جهان امروز واقفند. رسانه توانسته است آموزش، تربیت و فرهنگ را از انحصار ارگان‌هایی که بدین منظور در جامعه طراحی شده‌اند خارج کند و خود شریکی در ساخت آنها و در افق‌های ملی و جهانی شود.

رسانه امروزه فقط نقش رساندن و انتقال پیام را ندارد، بلکه در ساخت فرهنگ‌های آموزشی، تربیتی و فرهنگی و به جریان انداختن افکار در این زمینه‌ها، شریک است و فراتر از آن در بازسازی زیرساخت‌های ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی نقش مهم و بسزا دارد.

مجدداً تأکید می‌شود که نقش رسانه تنها در انتقال سریع اخبار یا تفسیر آنها، هشدار دادن‌های ضروری یا ترغیب آراء عمومی در پس پرده بعضی جریان‌های اجتماعی و دلسرد کردن آنان نسبت به جریان مقابل خلاصه نمی‌شود، بلکه ارتباطات و رسانه‌ها امروزه نقش بسیار مهم و کلیدی در ساخت قوانین و مقررات حکومتی - که در اثر آن جریان‌ها به وجود می‌آیند - دارند؛ چه در جهت پشتیبانی جریانی خاص و چه در جهت خشکانیدن سرچشمه‌ها و آبشخورهای جریانی دیگر.

انقلاب های فناوری در جهان امروز، به کمک رسانه ها آمده، آنان را نوسازی کرده و تغییرات فراوانی در آنها به وجود آورده اند. تارسانه ها بتوانند تأثیر بیشتر و عمیق تری در جوامع بگذارند. امروزه تسلط بر رسانه و دریافت اطلاعات از شاخه های اصلی حکومت بر جوامع، چه در جهت ایجاد تفاهم بین ملت ها و چه در جهت تخریب چهره پاره ای جوامع و هدایت افکار عمومی، در جهت خواست ها و تمایلات و

خانه ها و نمایش های عمومی (سینما و تئاتر).

پیام و رساندن آن نتیجه ارتباط و ماده خام شناخت و معرفت است، لذا پیام رسانه ای، مهم ترین عنصر در بین عناصر سه گانه ارتباط به شمار می رود (فرستنده، دریافت کننده و پیام). همان طور که رسانه و پیام آن، ابزار شناخت، بیداری، فهم و راه یابی شده است، واقعیت های موجود در جهان نیز بر این مطلب دلالت دارد که

رسانه امروزه فقط نقش رساندن و انتقال پیام را ندارد، بلکه در ساخت فرهنگ های آموزشی، تربیتی و فرهنگی و به جریان انداختن افکار در این زمینه ها، شریک است و فراتر از آن در بازسازی زیرساخت های ارزش های فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی نقش مهم و بسزا دارد.

مصلح ویژه به حساب می آید.

در ابتدا، رسانه و ارتباط عبارت بود از: ابزار یا عمل انتقال و رساندن خبری از سویی به سوی دیگر، اما کم کم این مفهوم تغییر یافت و امروزه عبارت است از: ساخت خبر و طرح آن به اشکال قانع کننده به منظور رساندن دریافت کننده خبر به هدفی معین از طریق شنیدن، دیدن یا خواندن، لذا میدان تاخت و تاز رسانه ها جسم، عقل و روح انسان ها است. هدفی که اهالی رسانه در رسیدن به آن و حکومت بر آن هستند این است که مردم هیچ چیزی را غیر از آنچه آنها می گویند نشنوند و هیچ مفهوم و احساس دیگری را غیر از آنچه رسانه ها در اختیار آنها می گذارند، حس نکنند.

سلاح ارتباط عبارت است از: واژه ها و هر چیزی که به آن مربوط است، از الوان تهیج کننده گرفته تا نقش های زنده و از تعبیرهای فریبنده تا هنرهای اثرگذار، که همگی همچون سلاح هایی در دست اصحاب رسانه برای رسیدن به اهداف خود به کار می روند.

وسایل ارتباط عبارتند از: روزنامه، مجله، کتاب، رادیو، شنیداری و تلویزیون

رسانه، ابزار مهمی برای یاری در امر غرس و کاشتن بذر زیربناهای دینی و مثبت اجتماعی است؛ ابزاری که به وسیله آن می توان ملت ها را برانگیخت و به حرکت درآورد و سپس از حرکت آنان پشتیبانی کرد تا بتوانند بر مبنای فهم و شعور و در جهت رشد و تعاملی بر خود حکومت کنند. پیام رسانه ای نقطه مرکزی در کار ارتباطات است و این گستره تنها شامل وسایل ارتباط جمعی نمی شود، بلکه تمامی کانال های ارتباطی بشری را شامل می شود؛ از انواع تقلیدی آن مثل کتاب، روزنامه، رادیو و تلویزیون گرفته تا پهنه های رسانه ای دیگر که انقلاب ارتباطات امروزی آنها را پدید آورده است.

وسایل ارتباط جمعی امروزه بر تمامی میدان های معرفتی بشری سیطره پیدا کرده و قدرت خود را از پیشرفت فناوری به دست آورده است و نقش فزاینده ای در ساختن افکار عمومی و فرهنگ های جهان بازی می کند؛ یعنی وسایل ارتباط جمعی - همان گونه که قبلا گفته شد - تنها نقش رساندن خبر را ایفا نمی کند، بلکه نقش فرهنگی مهمی دارند که منبعث از طبیعت ویژه فرهنگ عمومی است و با توجه به

گسترش بی سوادی در کشورهای عربی (حدود ۴۵ درصد از افراد بالای پانزده سال) محققا رادیو و تلویزیون و ویدئو گسترده ترین وسایل ارتباط جمعی اند که بین مردم منتشر شده اند و به ویژه در مناطق روستایی - که ۵۷ درصد از مردم را دربر گرفته و درصد بی سوادی در بین آنها به حدود ۶۰ درصد می رسد - این وسایل می توانند بهترین وسیله برای فرهنگ در بین آنها باشند. البته اعتراف به این موضوع که اولویت تأثیرگذاری با رادیو و تلویزیون است به معنای اعتراف یا تجاهل در نادیده گرفتن وسایل ارتباط جمعی دیگر نیست.

رسانه و ارتباطات بر فرهنگ، ارزش ها، موضع گیری ها، روش ها و راه های زیستی تأثیرگذار است و انقلاب فناوری در جهان ارتباطات و نوآوری های فراوان و پی در پی، باعث تأثیرگذاری هر چه بیشتر و ژرف تر آنها می شود. و هنگامی که پیام رسانه ای و آنچه در کنار آن به وجود می آید، از وسایل ارتباط جمعی استفاده کنند - که از نقطه نظر پیام گیرندگان قابل اعتماد نباشند - باعث می شود آنها برای دریافت اخبار و شناخت چیزهای دیگر، به منابع دیگری پناه ببرند و به جای بهره مند شدن از انواع برنامه های هدفمند و فرهنگی و حتی سرگرم کننده مفید، در مقابل برنامه های مخرب سر تعظیم فرود آورند.

محققا رسانه می تواند در ساخت یا نابودی انسان ها، در تحکیم یا تخریب ارزش ها و در پاکسازی یا انحطاط جوامع سهمیم باشد؛ همان طور که قادر است بین جوامع بشری تفاهم به وجود آورد یا باعث تضاد بین آنها شود و در جهت تأمین خواست ها و مصالح جامعه ای به تخریب و قلب واقعیت های جامعه دیگر بپردازد.

با توجه به پیشرفت علوم و فناوری، جهان به یک دهکده کوچکی تبدیل شده که علی رغم اختلافات بسیاری که در نقاط مختلف آن وجود دارد (چه از نظر فقر و غنا و چه از نظر موقفیت و جهالت و چه از نظر پیشرفت و عقب ماندگی)، بسیاری آن را اجتماع رسانه نامیده اند.

مدیریت ثروت رسانه یک جامعه

کم‌ارزش‌تر و کم‌اهمیت‌تر از اداره و مدیریت ثروت‌های مادی آن جامعه نیست، زیرا شرکت این رسانه در مدیریت و رهبری مقدرات و سیاست‌های یک کشور - که به لطف انقلاب فناوری در جهان ارتباطات، بسیار عمیق است - باعث نیرو و قدرت یافتن بر پیشرفت آن جوامع خواهد بود.

پیام‌ها، همخوانی‌ها و ناهمخوانی‌ها

ماهواره‌ها در هر لحظه از شبانه‌روز هزاران پیام رسانه‌ای و فرهنگی را از طریق تلویزیون به اتاق‌های خواب منتقل می‌کنند و همچنین است رادیو.

مسئله افزایش کمی پیام‌های وسایل ارتباطی باعث به وجود آمدن درجه‌ای از همخوانی بین جوامع مختلف می‌شود و در عین حال ممکن است مردم تا حدی خود را نسبت به جامعه خودشان غریب و ناهمخوان احساس کنند و این ناشی از کثرت وسایل ارتباط جمعی در زندگی روزمره آنها است.

انقلاب ارتباطات متکفل به سعادت رساندن انسان‌ها با استفاده از وسایل پیشرفته و کانال‌های متعدد است. اما پیشرفتی که به آن اشاره شد - از دیدگاه دیگر - باعث به وجود آمدن بن‌بست‌های فراوانی در ده‌ها فرهنگ

دولت‌های عربی ۵۰ درصد از برنامه‌های تلویزیونی خود را وارد می‌کنند و واردات فیلم‌ها و سریال‌ها در برخی شبکه‌ها به ۱۰۰ درصد می‌رسد. ۷۵ درصد از برنامه‌های وارداتی از ایالات متحده صادر شده و اخبار روزنامه‌های عربی اساساً با یاری بنگاه‌های خبرگزاری جهانی به وجود می‌آید.

اگر زمان‌های طولانی پخش برنامه‌های از پیش طراحی شده و هدفمند برای فرهنگسازی و نشر فرهنگ خبری و زشت‌نشان دادن چهره جهان مسلمان و عرب نبود، این ارسال‌های یک‌سویه و جهت‌دار نمی‌توانست ضرورتی داشته باشد.

برخی قدرت‌های صنعتی پیشرفته، پیام‌های رسانه‌ای خود را به شکل دیگر به کار می‌برند؛ آنها به منظور ازدیاد هیبت خود در دید دیگران و تحمیل پیروی بی‌قید و شرط دیگران از خود، از سلاح رسانه استفاده می‌کنند و به روح، روان، فرهنگ و فکر ملت‌ها مسلط می‌شوند و آنها را شستشوی مغزی می‌دهند که این کار باعث غارت هویت تمدنی یک ملت می‌شود.

خوردگی و پوسیدگی که در پاره‌ای از فرهنگ‌ها از جمله فرهنگ عربی در جریان

وسایل ارتباط جمعی در کشورهای پیشرفته در اختیار سرمایه‌داران خصوصی است، در حالی که اکثر مؤسسات رسانه‌ای در کشورهای در حال توسعه زیر نظر دولت اداره می‌شوند.

اصیل و باسند شده. زیرا نیروهای به کاررفته در وسایل ارتباط جمعی، عادلانه بین بشریت تقسیم نشده‌اند، نیروها و شکوفایی آنها و تنوع آن در استخدام کسانی است که از رمز و راز رسانه باخبرند و فناوری مرتبط با آن را در اختیار دارند و همه این امکانات را در جهت خاصی به کار می‌گیرند تا پیام‌های فرهنگی خود را به سوی دیگران پرتاب کنند.

است، به این دلیل پدید آمده که ما فرهنگ دیگری را ارج می‌نهیم و نسبت به فرهنگ خودمان بهای کمی می‌دهیم و آنها را بی‌ارزش می‌شماریم و لذا، بر مدیران و دست‌اندرکاران وسایل ارتباط جمعی واجب است که به ماده فرهنگی به عنوان ماده اساسی و مهمی که در کارکرد رسانه‌ای اثر دارد، بنگرند و فلسفه تجاری مخرب تفکر فرهنگی غربی را طرد کنند و رسانه را

از چنگال پیروی کورکورانه از فرهنگ و هنر برنامه‌سازان اجنبی آزاد سازند. همچنین بر آنان فرض و لازم است که نسبت برنامه‌های فرهنگی و دینی را کمی و کیفی در پخش برنامه‌های صوتی و تصویری افزایش دهند.

بی‌شک مسئولیت رسانه‌ای اگر از نظر اهمیت، مهم‌تر نباشد، دست‌کم هم‌تراز مسئولیت تربیتی و آموزشی است. زیرا رسانه تمامی افراد جامعه را از لحاظ فرهنگی تحت الشعاع زندگی کریمانه و سعادت حقیقی در تمدنی که انسانها در آن جان می‌بازند و مادیات در آن جان می‌گیرد تضمین نمی‌کند، هدف واقعی هر تمدن انسانی، تکامل بخشیدن انسان‌ها و رشد استعدادها ذاتی و موهبت‌های عقلی و فکری آنهاست تمدن انسانی سعی دارد سطح روانی انسانها را افزایش دهد و افکار و مشاعر آنها را نیکو گرداند.

به منظور تحقق این هدف گرانقدر و ارزشمند در جهان اسلام و تمدن عظیم آن و همچنین برای مقابله با پدیده سیل آسای رسانه‌ای مهاجم، بر ما واجب است چند کار مهم را انجام دهیم:

- شناخت حقیقت تمدن اسلامی؛
بی‌تردید این تمدن در ظاهر و جوهره و اهداف خود با تمامی تمدن‌های دیگر متفاوت است.

- مرزبندی روشن و جداکننده، بین اسلامی که صدها میلیون انسان آن را می‌فهمند و به آن عمل می‌کنند و موج عظیم و خروشان تمدن اسلامی را به وجود آورده‌اند و اسلامی که غریبان آن را «بنیادگرایی» می‌نامند.

- بازگرداندن ارزش‌های شریعت اسلام و مبانی آن درباره آزادی و شورا به جایگاه صحیحشان در اندیشه اسلامی.

- فهم و درک خطر هجوم جهانی سازی که چون طوفانی به جوامع اسلامی حمله ور شده و هیچ راهی برای جلوگیری از آن نیست مگر ساخت سدی قوی که پایه‌های آن توتمند و قوی آن بر عقاید و شریعت اسلامی استوار بوده و از اراده و امکانات تمدن اسلامی نشئت گرفته باشد.

- به کارگیری جنبه‌های مثبت جهانی سازی و استفاده مطلوب از آنها در حدی که ما را در کسب مهارت‌های فرهنگی یاری دهد و بتوانیم به وسیله آن از عوامل قدرت و ابزار آن آگاه شویم.

- در برابر پذیرش جهانی نسبت به جهانی سازی و قدرتش در استیلای به جهان، سر تعظیم فرود نیاوریم.

شبکه‌های خبری جهانی سعی دارند تمامی جهان را زیر چتر خود بگیرند؛ به گونه‌ای که کوچک‌ترین اخبار و اطلاعات خبری را که در اقصا نقاط عالم رخ می‌دهد، در سریع‌ترین وقت ممکن به اطلاع همگان برسانند

- دسیسه‌های فراوانی برای از بین بردن نظام اسلامی و تخریب پایه‌های آن وجود دارد که امروزه مخرب‌ترین سلاح آنها استفاده از وسایل ارتباط جمعی اعم از شنیداری، دیداری و مکتوب است.

لذا لازم و ضروری است که برای بزرگداشت و اعتلای هویت اسلامی کاری کرد که به نظر ما از طریق‌ها زیر انجام پذیر است:

- رشد شعور ملی به منظور تصاحب ادوات و ابزار تمدن.

- کوشش در جهت تصاحب مهارت‌های متمدنانه اعم از فناوری‌ها و فرهنگ‌ها.

- ارتباط دادن هویت ملی به تاریخ و زمین و وطن.

در اینجا لازم است بر دو مطلب تأکید کرد:

اول این که اگر جهان اسلام هدف قرار گرفته تا تکه تکه و متلاشی شود، تنها راه

مقابله با آن، اتحاد، نظم، همبستگی و وحدت نظر است.

دوم این که اگر ابزار این تفرقه و تکه تکه کردن جوامع اسلامی، قومیت‌ها و مذاهب مختلف است، باید دانست که تنها اسلام و تعالیم ارزشمند آن است که موجب وحدت امت‌های مسلمان می‌شود هر چند با ملیت‌های متفاوت باشند، پس باید آن را شناخت و به دستوراتش عمل کرد.

توانایی و قدرت اسلام در جمع‌آوری ملیت‌ها و اقوام مختلف و دعوت آنان به احترام نسبت به حقوق پیروان ادیان آسمانی، آنرا برای بردوش گرفتن یک رسالت جهانی شایسته گردانیده است و به دلیل آن که این نقش اسلام نادیده و فراموش شده، مورد هجوم تهمت‌ها قرار گرفته و چهره آن زشت گردیده است، لذا بر مسلمانان لازم و ضروری است که بین اسلام به عنوان عقیده‌ای الهی و نجاتبخش و بین جامعه عقب مانده‌ای که برای نجات از غرقاب هلاکت هیچ راهی جز تمسک به شریعت اسلام ندارند، فرق بگذارند تا نقش خود را در تصحیح چهره اسلام به خوبی انجام داده باشند و دسیسه‌های ناپودی آن و پوساندن مبانی اسلام و تحریف اسلام با شکست رویه‌رو شود.

- اگر بپذیریم که جلودار نهضت اصلاح جوامع، آموزش و فرهنگ است، باید اذعان داشت که ارتباطات و رسانه‌ها از آن کم‌اهمیت‌ترین نیستند.

رسانه در سایه جهانی سازی

وجوه اختلاف موجود رسانه‌ها بین کشورهای پیشرفته و کشورهای در حال رشد زیاد است.

وسایل ارتباط جمعی در کشورهای پیشرفته در اختیار سرمایه‌داران خصوصی است، در حالی که اکثر مؤسسات رسانه‌ای در کشورهای در حال رشد زیر نظر دولت اداره می‌شوند. در جامعه سرمایه‌داری اهداف برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و محتویات مطبوعات متأثر از قضایای اجتماعی و حقایق موجود در آن نیست، اما دولتهای در حال رشد رسانه را در خدمت نظام حاکم و به منظور توجیه

سیاست‌های خود به کار می‌گیرند و این بدان سبب است که کلیه اهرم‌های مالی و اداری در دست دولت یا احزاب حاکم است و رسانه نیز جزئی از این مایملک به حساب می‌آید.

در واقع امروزه، رسانه جزئی از پدیده جهانی سازی است که نشانه و علامت زندگی امروزی است، بلکه از آن به عنوان مهم‌ترین عامل یاد می‌شود و مبنای آن سر تعظیم فرود آوردن ضعیف‌تر در مقابل قوی‌تر است و تعظیم آن که از همه ضعیف‌تر است در مقابل آن که ضعفش کمتر است و این زنجیره تعظیم‌ها در تمامی ارکان اجتماعی جاری است؛ از تعظیم سیاسی گرفته تا اقتصادی و فرهنگی و در نهایت نظامی در مقابل قوی‌ترها ادامه دارد.

جهانی سازی به واقع در رسانه مجسم شده و تسلط مطلق کشورهای پیشرفته بر مهم‌ترین مؤسسات رسانه‌ای و بر وسایل ارتباط جمعی و حتی بر آنچه که از غرب به سمت دیگر کشورها در فضا رها می‌شود، واضح و روشن است. ۷۵ درصد از مواد و خمیرمایه‌های ساخت برنامه‌های رسانه‌ای از کشورهای غربی صادر می‌شود. حتی فناوری ساخت تجهیزات و لوازم و مایحتاج اساسی رسانه‌ای در غرب ساخته می‌شود که اعم از تجهیزات و دستگاه‌های چاپ، رادیو، تلویزیون، سخت‌افزار و نرم‌افزار رایانه‌ای و... را شامل می‌شود.

نظام جهانی رسانه و وسایل ارتباط جمعی را در جهان به دو بخش تقسیم کرده‌اند:

اول، رسانه در کشورهای پیشرفته که در آن ارتباط و اطلاعات، جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده است.

دوم، رسانه در کشورهای در حال رشد. رسانه نوع اول، ویژگی‌هایی دارد که در رأس آن آگاهی برای کالا و خدماتی است - که در جهان در حال رشد وجود ندارد - رسانه نوع دوم را از دخالت در موضوع‌های مهمی چون وقایع اجتماعی و فرهنگی و سیاسی بازداشته است.

رسانه در کشورهای در حال رشد جایگاه ویژه‌ای دارد و به گونه‌ای است که

فهم و درک خطر هجوم جهانی سازی که چون طوفانی به جوامع اسلامی حمله ور شده و هیچ راهی برای جلوگیری از آن نیست مگر ساخت سدی قوی که پایه های تنومند و قوی آن بر عقاید و شریعت اسلامی استوار بوده و از اراده و امکانات تمدن اسلامی نشئت گرفته باشد.

در صورت وجود اراده ای قوی می توان از آن در جهت ساخت و بهبود موضوع های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی بهره گرفت و به وسیله آن به هنرهای بومی پرداخت و وضعیت آن را بهبود بخشید.

شبکه های خبری جهانی سعی دارند تمامی جهان را زیر چتر خود بگیرند؛ به گونه ای که کوچک ترین اخبار و اطلاعات خبری را که در اقصا نقاط عالم رخ می دهد، در سریع ترین وقت ممکن به اطلاع همگان برسانند و در صورت پی گیری مستمر این شبکه ها باعث می شود که ملت ها و جوامع مختلف به هم نزدیک تر شوند. انتشار سریع اخبار و وقایع اتفاق افتاده در تمامی جهان و احاطه ساکنین کره خاک به آن اخبار، باعث متحقق شدن اندیشه جهانی سازی و گسترش جهانی آن خواهد شد.

هم اکنون ما به جهانی بدون حد و مرز می نگریم که از ما می خواهد در برابر قانون انسانی یگانه ای (ظاهره فیه الرحمه) که همان اعلامیه حقوق بشر (و باطنه من قبله العذاب) است، سر تعظیم فرود آوریم؛ اعلامیه ای که با معیارهای واحدی به وجود نیامده و در ساخت آن مصالح عده ای خاص در نظر گرفته شده و از اصول و مبانی صحیحی سرچشمه نگرفته است. این جهان از ما می خواهد در برابر آزادی بازرگانی و وسایل بازاریابی و تکنولوژی صنعتی یگانه و بازارهای بی حد و مرز، بدون هیچ گونه گمرک و مالیاتی در برابر تولیدات کشورهای پیشرفته کرنش کنیم که نتیجه این اختلاف در ترازوی اقتصادی و تولیدی چیزی نیست جز تسلط و حکومت قوی ترهای پیشرفته و برضعفایی که قدرت ندارند.

او ما را از در اختیار گرفتن بازده ثروت ها و قدرت های خود باز می دارد. خیرهایی که باعث بروز گره هایی کوربر سر راه احتکار نظام رسانه ای نزد دولت های بزرگ و شرکت های وابسته به آنها و شرکت های چند ملیتی می شود و در معادله های آنها برای ارسال اطلاعات و حجم و نوع پیام های رسانه ای اختلاف ایجاد می کند.

برای مثال توجه کنید که دو شرکت امریکایی «آمریکن آن لاین» و «تایم وارنر» جدیداً با هم ادغام شدند که هزینه این ادغام یکصد و شصت میلیارد دلار برآورد شد. این ادغام به منظور زمینه سازی برای ایجاد بزرگ ترین امپراطوری رسانه ای در امریکا و جهان است؛ امپراطوری که طبق پیش بینی های اولیه در سال اول، چهل میلیارد دلار درآمد خواهد داشت و انتظار می رود هر ساله به نسبت سودی برابر با ۱۲ درصد الی ۱۵ درصد به درآمدهایش افزوده شود.

تسلط بر اهرم فناوری جدید در جهان ارتباطات، باعث تقویت روزافزون قدرتمندان می شود و پیروی هر چه بیشتر دولت های ضعیف را از آنان در پی دارد. دولت های قوی مجدداً دست به ساخت فرهنگ های کلیشه ای می زنند که بدون هیچ شک و تردیدی به ضرر دولت های ضعیف می انجامد و از سوی دیگر به اسم مضمون کردن جوامع، به ایجاد تفرقه گروه گرایی بر مبنای طرز تفکرها و قومیت های مختلف در این جوامع دست می زند.

بی تردید ارسال پیام های رسانه ای یک سویه و هم جهت از کشورهای شمال به سوی کشورهای جنوب بدین منظور

صورت گرفته که فرهنگ و تمدن غرب را بر دیگر فرهنگ ها مستولی سازد و آن را مقبول جلوه دهد و در عین حال چهره هر تمدنی را در مقابل تمدن غرب، زشت و تخریب کند.

ساخت تصاویر ثابت و مکرر زشت ساختن چهره عرب و اسلام و مسلمین و به وجود آوردن تصاویر ذهنی از آنها که القاء کننده نقایص آنهاست در برابر ارزشمند جلوه دادن فرهنگ غرب و اصرار بر پست تر بودن دیگر تمدن ها نسبت به آن کاری است که با اهداف خاصی و در جهت دنباله رو ساختن دولت های ضعیف صورت می گیرد و این گذشته از ایجاد وحشت و اعمال خشونت آمیز غربی ها است، در حالی که فرهنگ و تمدن اعراب قبل از تمدن غرب، جنبه جهانی پیدا کرده بود و پس از آن غربی ها به جمع آوری میوه های آن تمدن اقدام کردند.

رسانه و ارتباطات و وسایل ارتباط جمعی تأثیر گذار از قبیل فیلم های سینمایی و مانند آن می تواند سهم بسزایی در تقویت گفتگوی تمدن ها داشته باشد، اما به شرطی که به تخریب چهره ملت ها، زندگی و فرهنگ آنها اقدام نکند که این کار باعث دور شدن تمدن ها از یکدیگر می شود و باعث بروز جدال ها و جنگ ها و کینه ها می گردد.

برای نمونه می توان از مقاله ای که «جاک شاهین» مشاور شبکه C.B.S در امور خاورمیانه و مؤلف کتاب «عرب آن گونه که در تلویزیون نشان داده شده» اشاره کرد؛ مقاله ای که دکتر ناصرالدین الأسد در کتابش به نام «با دیگران جنگ یا گفتگو» به آن پرداخته و عبارت است از ارائه مختصری از فیلم های سینمایی و سریال های تلویزیونی که از سال ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۶ توسط هالیوود تولید شده و نقد آنها.

از جمله فیلم «قرار تنفیزی» (حکم حکومتی) که در تمامی آن، اعراب و مسلمانان به صورت افرادی مضحک و زشت، افرادی خشن و تروریست نشان داده شده اند. اگرچه بعضی از این شرکت ها به ظاهر عذرخواهی هایی کرده اند اما هیچ

حرکت جدی در جهت مثبت نشان دادن چهره اعراب که بیننده با آن رابطه عاطفی برقرار کند انجام نشده است.

بهترین استفاده از وسایل ارتباط جمعی و مؤسسات آموزشی، تکریم و بزرگداشت معرفت درست نسبت به تمدن‌ها، زبان‌ها و آداب و رسوم ملت‌ها است و در این راه می‌توان از آنچه که اینترنت در اختیار جهان گذاشته در جهت گرمی‌داشت گفتگو بین کشورها بهره جست و این کار در آینده می‌تواند خدمات فراوانی را برای رسیدن به اهداف بزرگ انجام دهد و طرز تفکر القاشده از سوی رسانه‌های دیگر را نسبت به اسلام تصحیح کند؛ طرز تفکری که معتقد است اسلام تنها دشمن غرب و تمدنش پس از سقوط کمونیسم جهانی است.

در سایه ارتباطات صحیح می‌توان گفت، روان‌نیت نسبت به تمدن اسلامی - که اعراب اشعه‌هایی از خورشید آن‌را دریافت کرده‌اند - به دید منفی نگاه کرد و نسبت دشمن غرب را به آن داد، زیرا تمامی محققان از جمله «کیستو فردوش» در کتابش به نام (پیدایش اروپا)، اذعان می‌کنند که:

«از اوایل شروع قرون وسطی، نه تنها در شرق بلکه حتی در غرب و اروپا، همواره تمدن اسلامی نقطه مرکزی تمدن‌ها و رشد آنها بوده و تمدن غرب در سایه تمدن اسلامی به وجود آمده است.»

با وجود رشد سریع و تقسیمات وحشتناکی که برای رسانه وجود دارد می‌توان گفت، رسانه دو جنبه دارد: یکی آن که گفته شد و جنبه تخریبی آن بود و دیگری این که رسانه می‌تواند چهره دیگران را تخریب نکند، بلکه می‌تواند تخریب‌هایی که صورت گرفته را در اذهان عمومی، تصحیح و از گفتگوی بین تمدن‌ها پشتیبانی کند.

اما باید گفت خلط مبحثی به عمد در اینجا به وجود آمده و آن بین فرهنگ، آموزش و پرورش، افکار، آداب و رسانه است و در نتیجه این خلط و به هم ریختگی، جوانان مسلمان هویت متشتت و

به هم ریخته‌ای پیدا کرده‌اند؛ اهدافشان معلوم نیست و بسیار گنگ و بسته فکر می‌کنند، زیرا فرهنگ آنها را دستگاه‌های رسانه‌ای تأمین می‌کند و جوانان ما هر آنچه را دشمن بخواهد، می‌بینند یا می‌شوند یا می‌خوانند؛ آن چیزهایی که اصولاً هیچ ربطی به فرهنگ و آداب و رسوم آنها ندارد. آنان که در ارتباط با دعوت اسلامی جرم بزرگی را مرتکب شده‌اند، طبق نظر «یوسف العظیم» دو گروهند:

اول، فردروان رسانه‌ها که در غفلت

امروزه، رسانه جزئی از پدیده جهانی سازی است که نشانه و علامت زندگی امروزی است، بلکه از آن به عنوان مهم‌ترین عامل یاد می‌شود و مبنای آن سر تعظیم فرود آوردن ضعیف‌تر در مقابل قوی‌تر است.

مسلمانان، تحت نظر دشمن تربیت شده‌اند و دانسته یا ندانسته در جهت نابودی کبان فرهنگ خود قدم برمی‌دارند و درباره‌ای موارد منافقانه ثناگویان این رهبر و رئیس می‌شوند.

دوم، برخی از رهبران مذهبی که به سبب تنگ‌نظری و عقب‌افتادگی، با همه انواع و اشکال وسایل ارتباط جمعی به شدت مخالفت کرده و به جنگ با آنان برخاسته‌اند. آنها متوجه این امر نیستند که روش‌های جدید پیشرفته است که می‌تواند ندای آنان را منتشر کند یا آنان را نابود سازد.

وظیفه این رهبران آن است که از راه صحیح با آن نبرد کنند، نه آن که به باوه‌سرای بی‌دانشانند. آنها باید خود را برای تسلط بر این ابزار آماده سازند و روش‌های استفاده درست از قلم و ابزار و آلات را

بیاورند و آنها را در اختیار خود درآورند، نه آن که میدان را خالی کرده و این سلاح‌ها را در اختیار مزدوران و وعاظ السلاطین قرار دهند، خود به گوشه‌ای بخرزند.

از نظر یوسف العظیم، حل این مشکل از طرق زیر ممکن است:

- مرزبندی هویت امت: نباید هویت رسانه عربی بدون برنامه‌ریزی و مرزبندی شخصی‌رها شود تا از راه‌رسیده‌های فرصت طلب، اداره آن را به دست گیرند. همچنین نباید اهداف آن بر مبنای خواهش‌های نفسانی شخص یا رهبری خاص تعریف شود.

عده‌ای از متفکران و علمای روشنفکر و مطلع امت برای تنظیم باید‌ها و نباید‌های رسانه‌ای قیام کنند و شروع کار باید بر مبنای عقیده ملت و قانون اساسی یعنی قرآن، باشد.

- تنظیم درست و کاملی که بر مبنای تلاشی فراوان از سوی وزارتخانه‌ها آموزش و پرورش، فرهنگ و ارتباطات، اوقاف و شئون اسلامی، دادگستری و... باشد تا کاری منظم، منسجم و پیوسته به وجود آید.

- برپایی هیئت‌ها یا افرادی مطلع و روشنفکر برای نظارت بر وسایل ارتباط جمعی در سراسر کشورهای اسلامی و یک نوع نظارت ویژه هدفمند و در خلال آن اقدام به تنظیم دستورالعمل مفصل و کاملی از باید‌ها و نباید‌ها.

- لازم است برنامه‌های روزانه و سالیانه و یا سریال‌های آموزشی منظم و مؤثر برای تلویزیون و رادیوی اسلامی تهیه شود.

- اقدام به ایجاد یک خبرگزاری بزرگ اسلامی عربی

- انتشار یک مجله علمی وزین

- انتشار یک روزنامه بزرگ و فراگیر همچنین یوسف العظیم برای این کار از عقل‌های منظم و اذهان باز و متخصصان بلندمرتبه مسلمانی که در غرب و امریکا هستند دعوت به همکاری کرده است.

