

ویژگی‌ها و اصول رسانه دینی و غیردینی مبتنی بر تربیت اسلامی و تعامل با رسانه

سید حسین واعظی^۱ *حمدالله کریمی^۲

چکیده:

هدف مقاله حاضر تحلیل دیدگاه‌ها و آموزه‌های اسلامی و دینی به منظور آشنایی با ویژگی‌های رسانه مؤثر و الزامات اسلامی در تعامل با رسانه است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات، ابتدا مبانی نظری از طریق مطالعه منابع علمی و فیش برداری آنها بررسی و سپس با روش تحلیل محتوا مفاهیم و مضامین اساسی با توجه به ابعاد الزامات اسلامی و حول محور رسانه استخراج و دسته‌بندی شد. برای افزایش اعتبار از تحلیل افراد بیرون از محدوده استفاده و پس از بررسی و بازبینی، اصلاح مجدد شد. نتایج و یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که با نگاه عمیق و ژرف‌نگر به آموزه‌های دینی و اسلامی می‌توان انسان و جامعه‌ای را معرفی کرد که او را در شناخت و تعامل با ابزارهای ساخته خودش از جمله رسانه یاری نماید و از این ابزار ارتباطی قوی در دنیای معاصر در مسیر تشکیل امت واحد اسلامی به نحو احسن استفاده کند. در این میان توجه خاص به رویکرد تعاملی و رقابت، با توجه به توسعه پیش‌بینی ناپذیر فناوری‌های نوظهور در مقابل رویکردهای مجذوبیت، پرهیزگرایی یا بی‌تفاوتی نمود پیدا می‌کند. بررسی و استنتاج این مقاله از نوع کیفی و به شیوه تحلیل محتوای کیفی و جامعه آماری آن کلیه متون و منابع اسلامی مرتبط با رسانه است. به علت کثرت و تنوع منابع برای نمونه‌گیری از کلیه مکتوبات چاپی و دیجیتال در دسترس استفاده شد. روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای بود و بر همین اساس از منابع چاپی و دیجیتال موجود در کتابخانه‌ها، بانک‌های اطلاعاتی و مجلات الکترونیکی استفاده شد و ابزار گردآوری اطلاعات فیش و فرم طراحی شده توسط محققان بود.

واژگان کلیدی: رسانه دینی، رسانه غیردینی، تربیت دینی، رسانه تأثیرگذار اسلامی.

۱. دکتری عرفان و فلسفه اسلامی استادیار دانشگاه آزاد خوراسگان اصفهان

۲. دانشجوی دکتری فلسفه تعلیم و تربیت دانشگاه آزاد خوراسگان اصفهان (نویسنده مسئول)

مقدمه

گستره و عمق نفوذ رسانه‌ها در تمامی جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، دینی، تربیتی و... زندگی انسان امروزی را درمی‌نوردد و در جسم و روح او جولان می‌دهد. امروزه یکی از رویدادهای مهم و انکارناپذیر دهه اخیر، گسترش فوق‌العاده رسانه‌ها و فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و فضای مجازی در عرصه‌های فرهنگی و تربیتی است که به رقیب جدی تعلیم و تربیت واقعی تبدیل شده و با گذر از مرز زمان و مکان، فرصت‌ها و تهدیدهای فراوانی پیش روی کاربران و تصمیم‌گیرندگان عرصه رسانه و تعلیم و تربیت قرار داده است.

دین اسلام و قرآن معجزه جاوید آخرین پیامبر خداوند حضرت محمد(ص) که این دین را آخرین و تکمیل‌کننده ادیان الهی معرفی می‌کند (المائده، ۳)، به دنبال معرفی انسان کامل در تمامی ابعاد وجودی اوست؛ زیرا او را خلیفه خود بر روی زمین معرفی کرده است (البقره، ۳۰). وجه تمایز انسان با موجودات دیگر در قدرت تعقل و فهم او نهفته است که روح الهی در آن دمیده شده است (آل عمران، ۵۹). این انسان زمینه آن را دارد که از مقام فرشتگی فراتر یا از حیوان فروتر رود (الاعراف، ۱۷۹). تمام انبیا موضوع بحث، تربیت و علمشان انسان است و آمده‌اند انسان را تربیت کنند و این موجود طبیعی را از مرتبه طبیعت به مرتبه عالی و مافوق طبیعت و مافوق الجبروت برسانند (امام خمینی(ره)، ۱۳۸۹).

تربیت مد نظر اسلام، تنها تربیت بدنی نیست، بلکه همه ابعاد وجودی انسان را دربرمی‌گیرد. تربیت اسلامی از رابطه انسان با خدا با محوریت عبودیت آغاز می‌شود و تا رابطه با خود، مردم، دنیا، زندگی و آخرت را دربرمی‌گیرد و در اعمال و رفتارش ظهور می‌یابد. در این میان با شناخت عمیق رسانه مبتنی بر آموزه‌های دینی و توجه به الزامات فردی و جمعی آن می‌توان در معرفی انسان کامل و جامعه اسلامی متحد و یکپارچه اقداماتی اساسی انجام داد و نقشه‌ها و توطئه‌های معاندان رسانه دینی و انسان مسلمان را با ابزارهای مورد استفاده خودشان به حداقل رساند و خنثی کرد. بررسی تربیت و تحولات مبتنی بر توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در دوران معاصر زمینه نگاه ویژه و دوراندیشی وسیعی را موجب می‌شود و وجود انسان‌های متخصص و همه‌جانبه‌نگری را می‌طلبد که با درک مقتضیات زمان، جعبه ابزار خود را کامل کنند تا از گردنه‌های مهم تصمیم‌گیری و حرکت به سلامت عبور کنند.

اهمیت و ضرورت تربیت دینی

تربیت دینی برای انسان همانند دیگر نیازهای اساسی او از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ زیرا در چنین تربیتی، به همه ابعاد وجودی انسان توجه شده است، اما در تربیتی که در آن، دین جایگاهی نداشته باشد، بسیاری از فضایل که سبب کمال واقعی انسان است، نادیده گرفته می‌شود؛ زیرا

اساس تربیت‌های دینی توجه دادن به فضایل روحی و معنویات، توسعه دادن نظریه‌های محدود مردم از این چهار دیواری کوچک جهان مادی، به یک فضای غیرمتمناهی و جهان نورانی غیبی است. بیشتر تحقیقات امروزی در پرتو دستورات دینی انجام نشده و به پرورش ابعاد واقعی انسان توجهی نکرده و این در حالی است که «انسان عصاره هستی و دارای قوا و استعداد‌های مختلف است، مهم‌ترین ویژگی انسان، جنبه الهی و ملکوتی اوست که او را در کل نظام هستی ممتاز نموده است و محور نظام خلقت قرار داده است. از آنجاکه انسان موضوع تربیت است و موجودی است اثرگذار و اثرپذیر و دارای قدرت اختیار، انتخاب و اراده است؛ برای شکوفایی و به فعلیت رساندن قوا و استعداد‌های فطری‌اش نیاز به تربیت دارد و تنها تربیت دینی است که می‌تواند نیازهای مختلف او را تأمین و زمینه تکامل همه‌جانبه او را به‌ویژه در بُعد معنوی و الهی فراهم نماید» (حسینی، ۱۳۷۷).

براساس آموزه‌های اسلامی، انسان ابعاد ارتباطی دارد که بارزترین بعد آن رابطه میان انسان با آفریدگار و طبیعت و انسان‌های دیگر و نیز با زندگی و آخرت و رابطه با خود است. مسلم است که مبانی فلسفی تعلیم و تربیت اسلامی از عقیده توحید اسلامی سرچشمه می‌گیرد و برای رسیدن به دو هدف پی‌نهادی و اساسی تلاش می‌کند که یکی بقای انسان، و دیگری تعالی او به پایه‌ای است که درخور جایگاه‌اش در هستی باشد (کیلانی، ۱۳۸۹).

براساس نگرش اسلام درباره عالم آفرینش و مبدأ آن و مقصدی که برای حرکت عمومی جهان قائل است و عناصر الهی که برای انسان مشخص می‌کند و آغاز و انجامی که برای حیات او می‌شناسد، والاترین هدف و مقصود از تربیت «ساختن و خالص کردن انسان برای خداست که رمز سعادت و فوز و فلاح و جاودانگی او در این نکته نهفته است» (رهبر و همکاران، ۱۳۷۹).

معیارهای تشخیص فاصله از اتحاد و یکپارچگی دینی

۱. کاهش ارتباط کلامی؛ ۲. اختلال در فرآیند الگوسازی؛ ۳. کاهش فصل مشترک‌های عاطفی؛ ۴. تعهد نداشتن به فرهنگ خودی؛ «هرگاه دلبستگی نسل جوان یک جامعه به فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی نسل بالغش کاهش یابد و با دیده تردید به فرهنگ و ارزش‌های فرهنگی خود بنگرد گسست‌ها را شکل خواهد داد» (سمتی، ۱۳۸۵، ۶۷). ۵. کاهش صبر و بردباری؛ ۶. شرکت نکردن نسل جوان در مشارکت‌های اجتماعی؛ ۷. اختلاف در نوع تعلیم و تربیت؛ جوانان که بیشترین مخاطبان رسانه هستند، روحیه‌ای نوحوا و تنوع‌طلب دارند و در جست‌وجوی تجربه‌های نوین هستند و در این راه از تجربه‌ها و دیدگاه‌های افراد با تجربه استفاده نمی‌کنند و گاه با آنها درگیر هم می‌شوند (علی محمدی، ۱۳۸۳، ۱۹). ۸. به‌کارگیری ناآگاهانه فناوری پیشرفته ارتباطات؛ «توسعه ارتباطات پیامدهایی دارد که یکی از آنها ساخت‌زدایی است؛ مثلاً ظهور اینترنت با وجود جنبه‌های مثبت و منفی فراوانی که دارد همانند شمشیر دو لبه است و باعث شده است که ساختار ممنوع و مجاز

که قبلاً مورد تأکید بود، را درهم بشکنند» (پیرز، تراورز، ۱۳۸۵، ۱۲۹). ۹. از خود بیگانگی؛ ۱۰. اشتغال روزافزون والدین؛ ۱۱. فقر فرهنگی و نفوذ فرهنگ بیگانه؛ ۱۲. فقدان هویت اجتماعی؛ منظور از هویت اجتماعی؛ «احساس پیوند با دیگران، درک جایگاه و منزلت فرد در جامعه و درک انتظارات متقابل فرد و جامعه است که در نسل جدید به عنوان یک نیاز و ضرورت مطرح می‌شود» (گیدنز، ۱۳۷۷، ۳۵۱)؛ ۱۳. فقدان الزام معنوی؛ نسل جدید توانسته است به پیشرفت‌های چشمگیر و رشد روزافزونی دست یابد، اما هم سطح با آن نتوانسته است از رشد معنوی بهره‌مند شود.

رابطه تسخیر و جایگاه رسانه در تربیت معاصر

بر اساس تعالیم دین اسلام، آدمی باید با دنیا رابطه‌ای از جنس تسخیر و به خدمت گرفتن آن برای رسیدن به کمال را برقرار کند؛ زیرا انسان اشرف مخلوقات است. بشر امروزی، اگرچه در بسیاری از اکتشافات علمی و فناوری پیشرفت کرده و نوآور بوده است، نه تنها به هدف والایی رابطه انسان در تسخیر، یعنی سپاس خداوند که حقیقت آن سرپیچی نکردن از قوانین الهی در استفاده از نعمت‌های اوست، دست نیافته، بلکه از آن فاصله گرفته است. امروزه با نگاه ژرف به مصادیق تمدن معاصر، کوتاهی نسبت به رابطه تسخیر با کاربردهای ناروا در حوزه علوم و فناوری هسته‌ای و هیدروژنی و هوا-فضا و فناوری اطلاعات و ارتباطات و رسانه آشکارا مشاهده می‌شود.

به گفته رنه دبس (۱۹۶۸)، تلاش انسان برای سیطره بر طبیعت و ایجاد رشد نامحدود مست‌کننده است و تازمانی که اخلاق اجتماعی تازه و دین اجتماعی بنا نگذاریم، نمی‌توان بین انسان و طبیعت رابطه هماهنگ و سازواری برقرار کرد (کیلانی، ۱۳۸۹). از عوامل دیگر گسست در رابطه تسخیر بین انسان و دنیای طبیعی در تربیت جدید، نبود رابطه صحیح عبادت و آموزه‌های دینی در فلسفه‌های تربیتی معاصر و تعاملات انسانی با ابزارآلات بشری است. این کمبود تلاش بسیاری از مخترعان و مکتشفان امروزی را با وجود رنج‌ها و مرارت‌های فراوانشان، به نقد می‌کشاند؛ زیرا باعث شده است آنها در دام نقشه‌ها و اهداف پید و پنهان ثروتمندان و سیاستمداران افتند.

تربیت غیردینی به جمع‌آوری و مصرف ثروت‌های دنیوی توجه ویژه دارد، در حالی که انسان تربیت یافته اسلامی به ثروت‌های اعتقادی و فکری بیشتر احساس نیاز می‌کند. تبدیل رابطه اسلام به دشمنی با غیرمسلمانان از جمله اهداف مغرضانه ثروتمندان و سیاستمداران است که ویژگی و رسالت جهانی اسلام و سیره پیامبر اسلام حضرت محمد(ص) را درک نکرده‌اند. آنها اسلام را دینی قومی و خاص عرب، یا دینی آسیایی یا آفریقایی و در زمره ادیان شرقی معرفی می‌کنند و با این کار، نخست به خود و مردمشان و سپس در حق اسلام ستم می‌کنند. این گونه دیدگاه‌ها در حالی مطرح می‌شود که در قرآن، چنین نگرش و تفکری با توجه به مژده پیروزی رومیان در سوره روم که به شادی مسلمانان می‌انجامد، مورد توجه نیست (الروم، ۴-۲).

ارتباط میان دین و علم

عبادت از مهم‌ترین آموزه‌های دینی است که از راه نفوذ در معرفتی که به عمل کردن به مصداق‌های آن می‌انجامد، به کامل‌ترین شکل خود می‌رسد. نتیجه معرفت علمی و کمال عبادت موجب می‌شود از راه علم به نعمت‌های الهی، محبت خداوند در دل فراگیرنده ایجاد شود، به واسطه علم به قدرت خداوند، امید و توکل کامل به او پدید آید و با علم به قدرت جبروت و اقتدار خداوند، تقوا و ترس از خالق عالم وجود آدمی را فراگیرد. قرآن می‌فرماید: «إِنَّمَا يُخَشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ؛ از بندگان خدا تنها دانایان اند که از او می‌ترسند» (فاطر، ۲۸). جایگاه رفیع عبادت و اهمیت آن در رسالت رسولان الهی به این دلیل است که مجموعه‌ای از نیازهای اصلی و فرعی انسان از جمله نیاز به جاودانگی، نیاز به انس و الفت، و نیاز به عشق و احترام را پاسخ می‌گوید. تربیت گسسته از عبادت با حوزه‌های محدودی چون رابطه‌های قومی، نژادی، طبقاتی، جغرافیایی، مذهبی و... مرتبط است. این حوزه‌های پیوندی عوامل ناسازگاری و ستیزه‌ای ویرانگری را در درون و بیرون از این حوزه‌ها فراهم می‌کند که سطحی و متناقض است و انسان را در تنهایی نگاه می‌دارد و او را قربانی از خودبیگانگی (alienation) و احساس ناتوانی (powerlessness) و هراس و اضطراب می‌کنند. رابطه عبودیت تنها موجب پیوند با خدا می‌شود و از این رهگذر، محورهای دوستی را بر یک محور متحد می‌سازد و همه حوزه‌ها را یکجا با عنوان وفاق و مسالمت در زندگی انسان پیوند می‌زند. جدایی و نبود مفهوم عبادت در تربیت جدید موجب آشفتگی و کاستی و واکنش‌های ضد و نقیض می‌شود و تربیت بر محور پرستش ثروت به گردش درمی‌آید (اریک فروم، ۱۹۵۵). فرانسس بیکن علت انحطاط و عقب‌ماندگی انسان‌ها را مشغول شدن به اندیشه‌ها و مسائل نادرست دانسته و هدف معرفت را سودگرایی معرفی کرده است. همچنین مازلو گفته است: بی‌دینان قرن نوزدهم به جای بازسازی خانه، آن را به آتش کشیدند (همان، ۱۳۸). امروزه ضعف‌ها و ناکارآمدی‌های تربیت رهاشده از عبادت و دین، در تعلیم و تربیت‌های غیردینی مشهود است.

تربیت غیردینی و رسانه

در بحث پیشین، به اختصار به تربیت غیردینی و خالی از عبادت اشاره و پیامدهای آن به‌طور کلی و از نگاه متفکران مختلف بیان شد، اما برای آشنایی بیشتر با پیامدهای منفی تربیت غیردینی مرتبط با گسترش فناوری‌ها در دوران معاصر، موارد زیر به تفصیل توضیح داده شده است:

الف) محدود شدن اخلاق و مزایای روابط اجتماعی نیکی و فرمانبرداری، به محل کار و فقدان آنها در خانواده و جامعه:

انسان تمدن جدید از اخلاق حسنه‌ای برخوردار می‌شود که با مقتضیات کار در کارخانه و مغازه و

اداره‌ها سازگار است. درستی کار، سرعت تولید، تکریم ارباب رجوع، راه انداختن کار مراجعه‌کننده، داشتن ظاهر برآزنده، وقت‌شناسی، اطاعت از مافوق، ادب و احترام نسبت به همکاران و... نمونه‌ای از این اخلاق حسنه است که در انسان تمدن جدید دیده می‌شود، اما همین انسان هنگامی که به خانه بازمی‌گردد یا به مکانی عمومی می‌رود، از این ویژگی‌ها تهی می‌شود. چنین ناهماهنگی در زنان این دوره آشکارتر است.

ب) اضطراب روحی در انسان معاصر:

تربیت معاصر از توجه به حوزه مبدأ و معاد غفلت کرده و به جای آن به گفت‌وگو در حوزه جهان مادی تمرکز کرده است. بررسی‌های انجام‌شده در میان جوانان جوامع پیشرفته تکنولوژیکی نشان می‌دهد که با وجود توجه شدید به تربیت، این قشر به دو گروه تقسیم می‌شوند: گروهی که از زندگی کنونی روی برتافته‌اند و در پی خدایی هستند که او را بپرستند و دینی که به آن اعتقاد بیابند؛ گروهی دیگر بر عکس گروه نخست، از زندگی روی برتافته‌اند و سعادت را در عالم هپروتی می‌جویند که زندگی با مواد مخدر، رخوت و نعشگی به او عرضه داشته است. گروه نخست در پی هر نخله دینی می‌روند تا برای پرسش‌های خود پاسخ‌هایی بیابند. رابرت بلانیز اذعان کرده است که امروزه برخلاف منفعت‌گرایی فردی در تربیت غیردینی، آگاهی بزرگی در حال دادن است و آن توجه به معنویت آسیایی است؛ زیرا بر تحول نفس از درون بیش از آداب و مناسک بیرونی، بر سازگاری با طبیعت بیش از بهره‌کشی از آن و بر روابط شخصی بیش از روابط صوری تأکید می‌کند و زیاده‌روی در مال‌اندوزی و کسب قدرت را به باد انتقاد می‌گیرند (کیلانی، ۱۳۸۹). مصداق این مسئله، گفته ابراهام مازلو در کتاب انقلاب نامرئی است که می‌گوید: «نسل جوان به حقایق که ادیان و سنت‌های کهن آورده‌اند چشم امید دوخته است».

ج) گسترش انحطاط و سقوط اخلاقی در میان فراگیران:

به گزارش خبرنگاران، رسانه‌های گروهی، استادان دانشگاه‌ها و بسیاری از پژوهندگان درباره کاهش هنجارها و ارزش‌های اخلاقی در میان جوانان تربیت‌یافته در کشورهایی که تربیت غیردینی دارند و پیامدهای این تنزل فراوان هشدار می‌دهند و لزوم توجه خاص به امور اخلاقی و معنویت را توصیه می‌کنند.

محدود کردن تربیت جدید به حوزه تولید و مصرف که با کمک رسانه‌ها به اشکال مختلف پشتیبانی می‌شود، موجب پیدایش تناقض‌هایی در زندگی انسان می‌گردد که از جمله آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. تناقض میان طبیعت انسان و اهداف والا و الگوی حیاتی او که همان سعادت دنیا و عقبی است؛

۲. مطرح کردن ارزش‌های که با تحول جسمی، روحی و عقلی انسان هماهنگی ندارد؛

۳. ناهماهنگی میان کار نهادهایی که مستقیماً به آموزش و پرورش مشغول‌اند؛ مانند مدرسه و دانشگاه، با کار نهادهایی که غیرمستقیم بر آموزش و پرورش تأثیر می‌گذارند؛ مانند صداوسیما و جراید؛ یعنی درحالی‌که نهادهای نخست برای افزایش قدرت تولید فرد تلاش می‌کنند، نهادهای دوم، برای افزایش میل به مصرف در او می‌کوشند. علاوه بر آگهی‌های تجاری که با هدف مصرف‌گرایی و درآمدزایی پخش می‌شوند، فیلم‌ها و مجموعه‌های تلویزیونی و فعالیت‌های رسانه‌ای خواسته یا ناخواسته مصرف بیشتر را تبلیغ می‌کنند. هدف بیشترین برنامه‌ها افزایش روزافزون میل به استفاده با تنوع بخشیدن به شیوه‌های مصرف به ویژه در میان جوانان دختر و پسر است؛ بنابراین آقا و خانم هنرپیشه و مجری و... ابزارهای گسترش ارزش‌های مصرفی به شمار می‌آیند.

اگر باقی اهداف پیدا و پنهان رسانه‌ها را نیز اضافه کنیم، مشخص می‌شود تربیت معاصر در تضاد با نهادهای تعلیم و تربیت مستقیم، حرکت می‌کند و این تربیت به دلایل مختلف از جمله جذابیت و...، گوی سبقت را از نهادهای تعلیم و تربیت مستقیم ربوده و به تناقضی آشکار تبدیل شده است.

مجموعه این گونه تناقض‌ها، پیامدهای منفی خود را در زندگی جوانان و قشرهای دیگر جامعه برجای گذاشته است. از جمله این پیامدها می‌توان به فروپاشی اخلاقی و تزلزل دینی و سقوط ارزش‌هایی اشاره کرد که فقط در دامان دین و پناه بردن به منبع زلال وحی رفع می‌شود و وجودشان باعث خواهد شد فرد و جامعه با فراغ‌بال در مسیر بقا و تعالی انسان و تشکیل امت واحده به پیش روند (همان، ۱۴۸).

کاهش توجه به عبادت به معنای عمیق اطاعت کامل از سر محبت کامل در جوامع اسلامی به اشکال زیر خود را نشان می‌دهد:

* پراکندگی گروه‌ها و تعدد محورهای علائق فرقه‌ای، حزبی و قومی بدون علاقه به امت واحده.

* بی‌توجهی به روش‌شناسی فعالیت‌ها و مطالعات (فاصله و تعارض بین آنچه به صورت نظری آموخته‌اند و می‌خواهند به صورت عملی در جامعه انجام دهند) که پیامد آن به صورت سخت‌گیری، تندروی یا انحراف بروز پیدا می‌کند.

* وارونه شدن معنای اصلی اصطلاحات اجتماعی عبادت، برای مثال معنای زهد، از چشم‌پوشی ثروتمندان و توانمندان از اموال و پایگاه خود در راه حق و عدالت، تغییر یافته و تبدیل شده است به زهد و چشم‌پوشی تهیدستان و بیچارگان نسبت به قوت لایموت خود و کرامتشان یا مثلاً صبر که معنایش از صبر مقتضیات جهاد و جانفشانی و سختی‌های پایداری است دگرگون شده و به صبر پیرزنان و مستضعفان و افتادگان تبدیل گردیده است.

* فاصله افتادن بین نمدهای آیینی، اجتماعی و آفاقی عبادت که موجب عقب‌افتادگی اجتماعی، علمی و فنی در جوامع اسلامی و خدشه‌دار شدن سیمای اسلام در نگاه غیرمسلمانان می‌شود.

* تقلید از مراکز تعلیم و تربیت غربی؛ آنچه در محصول تربیت غیردینی امروزی نمود پیدا می‌کند این

است که به ثروت عشق ورزیده می‌شود و از کسی اطاعت می‌گردد که ثروت در اختیار دارد، چه از آن بخشش کند و چه نکند (همان، ۱۵۵).

رابطه انسان با دیگران در آینه دین

رابطه‌ای که تربیت اسلامی میان انسان‌ها برقرار می‌کند رابطه عدل و احسان است. عدل به معنای دادگری، و احسان به معنای لطف و فزونی در رفتار نیک است (النحل، ۹۰). دادورزی، حداقل رابطه مورد نیاز در روابط انسان‌ها با هم است. هنگامی که دشمنی‌ها شعله می‌کشد، افراد قربانی خشم و برآشفته‌گی می‌شوند و این وضعیت به بی‌بازی، ستم و تجاوز می‌انجامد؛ از همین رو ماندن بر این حد (دادورزی) و رعایت آن، فرصتی طلایی و پسندیده است. حوزه‌های عدالت، متناسب با گسترش حوزه‌های تعلقات بشری، رفته رفته گسترده می‌شوند. این حوزه‌ها ابتدا از خویش‌تن آغاز می‌گردند (النساء، ۳)، سپس حوزه خانواده است، مانند روابط زن و شوهر یا روابط میان والدین و فرزندان؛ پس از آن حوزه خویشاوندان است (الانعام، ۱۵۳)، سپس حوزه امت اسلامی است که فرد یا گروه به آن مرتبط و وابسته است (الحجرات، ۹). در ادامه حوزه انسانیت است که خداوند در قرآن به آن اشاره می‌کند (النساء، ۵۸). عدالت در همه حوزه‌های یادشده و در همه اوضاع و احوال، مطلوب است و روانیست چیزی مانع این رابطه شود، حتی اگر روابط و رفتار بد از طرف مقابل به حد ناامیدکننده‌ای برسد؛ چنان‌که خداوند سبحان به این مطلب اشاره کرده است (الشوری، ۱۵). شرایط جامعه پیشرفته‌ای که عدالت را در روابط داخلی و خارجی رعایت کند، یکی از خواسته‌های تربیت اسلامی و یکی از ویژگی‌های امت برگزیده‌ای است که خداوند خواسته است تمدن انسانی به‌دست آن رهبری شود (الاعراف، ۱۸۱). هنگامی که عدالت حاکم گردد، آرامش و امنیت فراگیر می‌شود و رابطه همبستگی میان بنی‌آدم محقق می‌گردد و اثری از روابط مبتنی بر تعصبات قومی و قبیله‌ای، نژادی، دینی، فرقه‌ای و ملی برجای نمی‌ماند. در آموزه‌های اسلامی و به‌ویژه در سیره پیامبر اکرم (ص)، پیام‌آور رحمت و مهربانی و عدل، سفید و سیاه، فقیر و غنی و درکل همه انسان‌ها برابرند و تنها عاملی که باعث برتری فرد می‌شود تقوا و عمل صالح است. جوامع اسلامی نیازمند تقویت این رابطه و توجه به عقیده مهم وحدت امت واحده مسلمانان به عنوان پل ارتباطی همه انسان‌ها هستند و باید با هوشیاری در چرخه زمان، معاندان و تفرقه‌انگیزان امت واحده را شناسایی و اهداف آنان را تبیین کنند.

حکمت دینی والهی ناهمسانی و نابرابری

ناهمسانی در استعدادها و توانایی‌ها، و تفاوت در مراتب، یکی از هدف‌های آفرینش است. خداوند به این ناهمسانی در توانایی‌ها اشاره کرده و فرموده است که اگر می‌خواست، قطعاً همه مردم را امت

واحدی قرار می‌داد، درحالی‌که مختلف هستند (هود، ۱۱۸). پس مردم را به گونه‌ای آفرید تا در توانایی‌های عقلانی، جسمانی و استعداد‌های شغلی و نیز رنگ، زبان و نژاد ناهمسان باشند، در این ناهمسانی عوامل تکامل و ایجاد راه‌های همکاری و داد و ستد وجود دارد تا مردم نیازهای یکدیگر را رفع کنند و برای یاری دادن هم بکوشند. در این مسیر روابط آنها مستحکم می‌شود و دوستی میانشان گسترش می‌یابد. از آموزه‌های دینی دیگر احساس مسئولیت است که مراتب آن شامل، مسئولیت پیامبران در به جا آوردن رسالت‌هایشان و مؤاخذه آنان در مورد به جا آوردن مسئولیت آن رسالت است (المائده، ۱۱۶-۱۰۹). مرتبه دیگر رهبری‌های دینی، فکری، سیاسی، اقتصادی، تربیتی و حتی مسئولیت زن و مرد در خانواده را دربرمی‌گیرد. در مرتبه بعد مسئولیت امت‌ها نسبت به رسالت‌هایی است که به آنها رسیده است (الزخرف، ۵۴). مرتبه دیگر نیز شامل مسئولیت فرد نسبت به خودش و پرسش از عمر، جوانی، مال و علمش می‌شود. قرآن کریم آشکارا بیان می‌کند که انسان درباره چگونگی به‌کارگیری قوای شنیداری، دیداری و عقلانی خود مواخذه و پرسش می‌شود (الاسراء، ۳۶). مسئولیت اجتماعی در دنیا پیامد ضروری مسئولیت اخروی است. این مسئولیت حوزه‌های کوچک و بزرگی دارد و از فرد آغاز می‌شود و به انسانیت می‌انجامد تا آنها را متناسب با دستورات الهی از آنچه برای او آفریده شده‌اند به کار گیرد. همه این مسئولیت‌های انسان به اعتبار جانشینی خداوند بر روی زمین است.

پیامدهای کم‌توجهی به مسئولیت در تربیت معاصر موجب شده است مدیران رده‌های مختلف بدون نظارت درونی، کارهای خود را انجام دهند؛ مثلاً بسیاری از متخصصان در حوزه پزشکی و رسانه و فناوری، وظایف خود را به دور از معیارهای اخلاقی انجام می‌دهند. در نهایت نوع جدیدی از تربیت به دلیل نبود این رابطه مسئولیت شکل می‌گیرد که انسان نسبت به محیط انسانی، اجتماعی و فرهنگی خود بی‌تفاوت می‌گردد و در بهترین حالت بی‌طرف می‌شود که نه از هواداران اخلاق و نه از دشمنان و مخالفان آن می‌گردد؛ در واقع این افراد آدم مصنوعی هستند که نمونه حساس و باشعور عصر فناوری علمی را تجسم می‌بخشند (کیلانی، ۱۳۸۹).

ساختارشناسی رسانه غیردینی

بسیاری از رسانه‌های برتر امروزی وابسته یا متعلق به شرکت‌های بزرگ تجاری هستند و مهم‌ترین هدف آنها کنترل جریان اطلاع‌رسانی است. با بررسی بیشتر رسانه‌ها و برون داد محصولات آنها نیز اهداف آشکار و نهان طراحان، گردانندگان و بازیگران آنها نمایان می‌شود. رسانه‌ها نه تنها در طرح و افق برنامه‌های کاری خود چگونه رفتار کردن مردم را جهت می‌دهند، بلکه چگونه فکر کردن آنها را در سراسر جهان را نیز رقم می‌زنند. در بحث تبلیغات رسانه‌ای هنر جدیدی مطرح است که آن را هنر «تولید رضایت» می‌نامند. با استفاده از این هنر می‌توان بر این حقیقت غلبه کرد که بسیاری از

مردم حق انتخاب دارند. نوعی نگاه در رسانه‌های با تفکر سلطه‌گری وجود دارد که دیگران را جاهل می‌داند و معتقد است باید آنها را سرگرم کرد. براساس این نگاه، مخاطبان فقط تماشاگر برنامه‌های آنها هستند و مشارکتی در تولید آنها ندارند.

امروزه ارتباط به اطلاع‌رسانی تبدیل شده است و زنده به نظر نمی‌رسد؛ زیرا با ورود به عرصه اطلاعات، ارتباطات قابلیت دفاعی خود را از دست می‌دهد. بسیاری از رسانه‌ها از جمله تلویزیون، رادیو، مجله‌ها و بسیاری از مقاله‌ها و... به مسیری یک‌طرفه برای توزیع ایده‌های متفاوت تبدیل شده‌اند و ارتباط با آنها اگرچه حیاتی و مهم شده است، تأثیر متقابل بر فرستادگان پیام ندارد. این مسئله ارتباط زنده و پویا را خدشه‌دار می‌کند و تنها به کاربران امکان تجربه انتخاب‌هایی را می‌دهد که بسیاری از آنها واقعی نیستند؛ برای مثال بازیگری رایانه‌ای سلسله حرکاتی را انجام می‌دهد که هرگز در دنیای واقعی اتفاق نیفتاده است یا مخاطب تارنا در مسیر داستانی تعاملی حرکت می‌کند که کسی به آن سمت نرفته است. بسیاری از رسانه‌ها چون یک‌طرفه هستند، نقش برنامه‌ریز دارند و فضایی مؤثر برای ارتباط با برنامه‌ریز وجود ندارد.

از میان رسانه‌های با طیف وسیع امروزی می‌توان به دنیای اینترنت اشاره کرد. این ابزار اولین رسانه جمعی بود که برای منتشرکننده تبعیض قائل نمی‌شد. ابتدا یک رسانه ارتباطی واقعی بود که در آن، میان ارسال و دریافت اطلاعات، تعادل برقرار بود. تکنولوژی اینترنت در ابتدا فقط به متن اختصاص داشت و افراد در آن می‌توانستند فقط به فرستادن نامه الکترونیکی، گفت‌وگو (چت) و شرکت در بحث‌های گروهی اقدام کنند. افراد در تجربه این ارتباط احساس آزادی بیشتری را درک می‌کردند. اینترنت، یک تجربه واقعی و زنده بود؛ زیرا بیشتر ارتباط بود تا اطلاع‌رسانی. برای برخی افراد این گونه نمود پیدا می‌کرد که گویا جامعه بشری اعضایش را به وسیله اینترنت به یک مغز جهانی پیوند داده است. اما ناگهان جریان اینترنت از سمت فضای ارتباطی به سمت فضای اطلاع‌رسانی رفت و احتمال شرکت برابر همه افراد انسانی در خرد جمعی دچار تزلزل شد. هجوم گسترده مردم و دولت‌ها به سمت فعالیت‌های اینترنتی، گردانندگان سلطه‌جوی رسانه‌ای را نیز به این سمت کشاند. آنها با استفاده از ترفند اطلاع‌رسانی، ارتباط فعال و تعاملی را به حاشیه کشاندند و عصر ارتباطات را به عصر اطلاعات تبدیل کردند و توسعه تبلیغات را به تمام خانه‌ها و دست‌های مخاطبان رساندند. اینترنت به ناگاه به رسانه‌ای که استفاده از اطلاعات آن، بسیار فزاینده‌تر از روش‌های دیگر است تبدیل شد و این تصور نیز شکل گرفت که اینترنت سرزمینی است پیچیده و باشکوه که تازه‌واردان در آن بدون راهنمایی گم خواهند شد.

افزایش سرعت تبادل اطلاعات، مسئله شبیه‌سازی اینترنت و فضای مجازی به رسانه‌های وسیع گذشته مانند تلویزیون را مطرح کرده است. برای این منظور، بالابردن کیفیت صدا و تصویر و متن‌های تلویزیونی در رایانه و تلفن‌های همراه در دستور کار قرار گرفته است. نتیجه چنین تلاش‌هایی رقابت بر سر نوعی دستیابی به سلاح اطلاعات را در مناسبات انسانی هویدا می‌سازد که لزوم حضور

آگاهانه و معرفت به الزامات اسلامی را هشدار می‌دهد. فریب‌دهندگان رسانه‌ای با نفوذ در هر خانه و در تمام ساعات بیداری، ساختار ذهنی هر شهروندی را از پیرو جوان، فقیر یا ثروتمند، ساده یا با تجربه را شکل می‌دهند و بازسازی می‌کنند. رسانه‌های جمعی ابتدا تصویری از جهان را برای ما هویدا می‌سازند و سپس به ما می‌گویند که درباره این تصویر چگونه فکر کنیم. در واقع بیشتر آنچه ما درباره وقایع بیرونی یا چرخه اطلاعات می‌دانیم یا فکر می‌کنیم که می‌دانیم، از طریق رسانه‌های جمعی امروزه با انواع شگردها و روش‌های روان‌شناسانه و بر مبنای مخاطب‌شناسی قوی و واژه‌شناسی دقیق یک مطلب رسانه‌ای متناسب با هدف ارسال‌کننده و گرداننده تهیه و فراگیر می‌شود. در نتیجه قدرت همه‌گیر رسانه‌ای، افراد به سختی می‌توانند موقعیت‌های غیر واقعی را از هم تفکیک کنند. حتی زمانی که آگاهانه می‌فهمیم این برنامه، نوشته یا فیلم به طور کامل جانبدارانه است، دچار این نوع تنش جسمی و روحی در خود و کنترل از سوی رسانه‌ها و گردانندگان آن هستیم. نگاه رسانه‌ای در بیشتر اوقات و موقعیت‌ها به این مطلب اشاره می‌کند که در حال «من برنده‌ام»؛ چون جایی که مخالف هم داشته باشم صدا، فکر، نوشته و اندیشه‌اش ره به جایی نمی‌برد. از همه مهم‌ترین است که رسانه‌ها در انواع کارکردهایشان همدیگر را حمایت و تقویت می‌کنند و سپس با هجوم سیل‌آسای خود عرصه را بر آنچه مانعشان شود تنگ می‌سازند و افراد انسانی را به پذیرش اختیاری یا اجباری مجبور می‌کنند و نوعی نگرش واحد و متحدالشکلی را رواج می‌دهند. در این وضعیت، مقاومت‌ها فقط شکل عوض می‌کنند و به بیراهه می‌روند (پیشوایی و رضایی، ۱۳۹۲).

الزامات اسلامی رسانه

شهید مطهری در مسئله هماهنگی اسلام و مقتضیات زمان - که یکی ثابت است و دیگری متغیر - به اشکالی اشاره کرده و در پاسخ گفته است که ثابت بودن اسلام به مفهوم مطلق نیست؛ یعنی این گونه نیست که هیچ تغییری در قوانینش به وجود نیاید و نیز شرایط و مقتضیات زمان به گونه‌ای نیست که همه چیز آن در حال تغییر و دگرگونی باشد؛ یعنی در اسلام عناصری ثابت و عناصری متغیر نیز وجود دارد همان طور که در زمان نیز عناصری ثابت و عناصری متغیر وجود دارد؛ پس عناصر تغییر پذیر باید در کادر عناصر ثابت رخ دهد تا باعث توسعه، پیشروی و تکامل شود.

ارتباط انسان‌ها با هم در تاریخ مرتب در حال دگرگونی بوده است؛ برای مثال زمانی برای دیدن یا شنیدن صدای کسی باید روزها و ماه‌ها و شاید سال‌ها سفر می‌کردند، اما امروزه طی چند ثانیه ارتباط دیداری و شنیداری برقرار می‌شود. اسلام به طور کلی حقوق و وظایف انسان‌ها را نسبت به هم بیان و مشخص می‌کند؛ برای مثال با تغییر ارتباط اجتماعی انسان‌ها حقوق والدین و فرزندان نسبت به هم تغییر نمی‌کند، شاید شکل زندگی خانوادگی دچار تحول و دگرگونی شود، اما اصل وظایف و الزامات خانواده تغییر نمی‌کند؛ با این حال با توجه به تغییر شرایط در برخی قوانین مرتبط با آن تغییراتی

رخ می‌دهد. پس اسلام به طور کلی الزامات را روشن می‌کند، اما در شرایط خاص قابلیت انعطاف دارد. در سیستم قانون‌گذاری اسلامی، برای نیازهای ثابت، قانون ثابت وضع شده است و برای نیازهای متغیر، قانون متغیر، ولی قانون متغیر قانونی است که اسلام آن را به یک قانون ثابت و وابسته کرده و قانون ثابت را به منزله روح قانون متغیر قرار داده است. در این سیستم، خود آن قانون ثابت عامل تغییر قانون متغیر است؛ یعنی اسلام خود زمینه تغییر قوانین متغیر را فراهم می‌کند (مطهری، ۱۳۸۱، ۵۳).

در اسلام، این سیستم قانون‌گذاری در دست مجتهد آگاه به قوانین اسلامی است. او در شرایط مختلف تصمیم می‌گیرد چه فتوایی را صادر کند. این فتواها بسته به شرایط زمان تغییر می‌کنند، بدون آنکه در آن دستوری که روح اسلام است کوچک‌ترین تغییری به وجود آید. شرط اصلی برای این کار، اجتهاد و استنباط صحیح، یعنی دخالت صحیح عقل، است. علمای ائمت اسلامی باید با دقت تمام خصوصیات زمان خودشان را تشخیص دهند و بعد بگویند واجب کفایی در چیست و در این زمان با چه وسایلی باید انجام شود؛ پس حتی تشخیص اهم و مهم نیز برعهده مجتهدان است. هرچند خطر اجتهاد سوء در اینجا وجود دارد، اما در اسلام یک دسته قوانین کنترل‌کننده (قاعده لاضرر و قاعده لاجرح) وجود دارد که کارشان کنترل قوانین دیگر و در موارد مختلف تغییر آنهاست. نظارت این قاعده بر تمام قواعد و قوانین اسلام در عبادات، معاملات و... از انعطاف‌پذیری قوانین اسلامی حکایت می‌کند (همان، ۶۱).

تجاوز به حریم خصوصی اشخاص یکی از مسائل بسیار بارزی است که در بحث اصول اخلاق رسانه و نیز حقوق رسانه مطرح می‌شود. از جمله مسائلی که رابطه اخلاقی رسانه‌ها را با افراد، گروه‌ها و جامعه شکل می‌دهد عبارت‌اند از: تجاوز به زندگی خصوصی افراد، حقیقت‌گویی و تخلف از آن، بهره‌برداری نامشروع و سوء استفاده، خشونت و جنایت، و مشارکت مردم یا فقدان آن در ارتباطات رسانه‌ای؛ به این ترتیب، تجاوز به زندگی خصوصی افراد در رأس مسائل اخلاقی در فعالیت‌های رسانه‌ای قرار می‌گیرد (مولانا، ۱۳۸۲).

از آنجا که بخشی از دغدغه‌های مخاطبان رسانه‌ها به مسائل و مناسک دینی مربوط می‌شود طبیعی به نظر می‌رسد که رسانه‌ها هم به عنوان بخش مهمی از زندگی اجتماعی به سراغ موضوعات دینی بروند و حتی متولیان امر دین هم برای رسیدن به نقطه مطلوب آرمانی روی رسانه‌های جمعی حساب ویژه‌ای باز کنند. رسانه‌های جمعی وسیله مناسبی برای پرورش اندیشه‌ها و بارور کردن امور معنوی جامعه به شمار می‌آیند. «نباید ارزش‌ها و ملاک‌های اخلاقی و اصیل را - که جاودانه و مطلق هستند - با آداب و رسوم و شیوه‌های زندگی که دستخوش تحول و تغییر می‌گردند، یکی دانست» (ادواردف، ۱۳۷۳، ۸۷).

دین به رسانه از دو زاویه می‌نگرد: یکی ابزاری برای انتقال و گسترش پیام آن و دیگری به عنوان واقعیتی از زندگی بشر که باید‌ها و نبایدهایی را باید رعایت کند؛ یعنی دین با احکام خود بر کارکرد

و محتوای رسانه‌ها اثر می‌گذارد. غفلت و کوتاهی از سازندگی شخصیت آدمیان به وسیله دین، که گواراترین آب حیات است، باعث شده است مردم و نهادها به مقدار یک چشیدن از آن قناعت کنند؛ پس کسی که داروی تربیتی درست را تجویز کند، در حقیقت طبیب واقعی انسان‌هاست (برکت، ۱۳۸۴).

دین با هر تعریفی، از جنس پیام است. ریشه دین، بینش‌هاست و نتیجه آن در گرایش‌ها و عملکردها آشکار می‌شود و از این رو، گسترش طلبی، خصیصه ذاتی آن است. دین می‌خواهد بگوید که انسان‌ها چگونه بندیشند و چگونه عمل کنند و این جز با یافتن مخاطب معنا ندارد. ماهیت و حیات فکر، اندیشه و اعتقاد با نشرو گسترش آن رابطه‌ای تنگاتنگ دارد. اندیشه‌ای که به دنبال یافتن مخاطب و گسترش پیام خویش نباشد، یا به درستی خویش بی‌اعتماد است یا به تداوم خود بی‌علاقه. به همین دلیل است که مفهوم دین (به طور کلی) با مفهوم پیامبری و تبلیغ گره خورده است. دین اسلام نیز خود را پیامی می‌داند که بردل‌های آماده مخاطبان مستعد، ارسال می‌شود. این دل‌های آماده و مخاطبان مستعد نیز باید نبی و پیامبری برای همه آدمیان باشند و همه را به شنیدن این پیام، پذیرش و در نهایت بسط بیشتر آن دعوت کنند؛ بنابراین دین به رسانه به عنوان ابزاری برای ادامه حیات و گسترش پیام خویش نگاه می‌کند، اما در سوی دیگر، رسانه نیز مانند بلندگویی است، که صدای دین را به دیگران می‌رساند و از این باب است که دین برای آن احترام قائل است. شهید مطهری نه تنها استفاده از رسانه‌های جدید را ممکن، بلکه ضروری می‌داند و معتقد است: «وسایل هدایت، هر زمانی مخصوص خود آن زمان است».

امام خمینی (ره) نیز درباره استفاده از رادیو، تلویزیون و دیگر وسایل ارتباط جمعی جدید فرموده‌اند: «این وسایل نوپیدا، هم کارکرد حلال عقلایی و هم کارکرد حرام غیر مشروع دارند. هر کدام از این کارکردها حکم خاص خود را دارد؛ بنابراین انتفاعاتی نظیر اطلاع‌رسانی، ارشاد و مانند آن از رادیو و نشان دادن تصویرهای مجاز برای آموزش حرفه‌های حلال یا نمایش کالاهای حلال یا نشان دادن شگفتی‌های آفرینش در خشکی‌ها و دریاها، مانعی ندارد، اما انتفاعاتی نظیر شنیدن غنا و پخش آن یا چیزهای دیگری که مغایر شریعت مطهره است، جایز نیست؛ مثل آنکه احکام صادره از منابع بی‌صلاحیت که مغایر احکام دین است از آنها پخش شود، یا چیزهای دیگری که مخالف دین و موجب فساد عقیده و اخلاق مردم گردد».

اشاعه ارزش‌های تأییدشده در دین، یکی از ضرورت‌های ورود دین به فعالیت‌های رسانه در جامعه اسلامی است. دین، نه تنها از رسانه برای اشاعه ارزش‌های مورد تأیید خود بهره می‌برد، بلکه بر کارکردهای دیگر رسانه و شیوه رفتار آن هم تأثیر می‌گذارد. میزان این تأثیر به قلمرو نفوذ دین و حوزه‌ای بستگی دارد که دین برای مداخله و صدور حکم، خود را صالح می‌داند؛ بنابراین اسلام به عنوان دینی که خود را مسئول تنظیم همه بخش‌های زندگی فردی و اجتماعی بشر می‌داند، به خود حق می‌دهد (یا برای خود وظیفه قائل است) که در همه عرصه‌های کار رسانه‌ای دارای قواعد

ارشادی یا الزامی باشد. تقسیم‌بندی برنامه‌های رسانه‌ای به سالم و ناسالم یا به تعبیر علمای اخلاق، ممدوح و مذموم نتیجه همان بینش دینی است که می‌گوید انسان موجودی است هدفمند، همان گونه که جامعه نیز از نظر قرآن باید به سوی هدف خاصی حرکت نماید. از جمله مزایای ورود دین به دنیای رسانه، اعطای جهان‌بینی و نظام ارزشی به سیاست‌گذاران، مالکان، مدیران، گردانندگان و برنامه‌سازان رسانه، کمک به ارتقا و رشد فضایل انسانی و اخلاقیات در جامعه، اصلاح زیرساخت‌ها و استراتژی‌های فعالیت رسانه، غنی‌سازی و ارتقای کیفی محصولات رسانه‌ای است.

اصول رسانه دینی

این اصول، که بسیاری از مشکلات و آسیب‌ها را در جامعه اسلامی کاهش می‌دهد، به دو صورت مطرح است:

حاکمیت قانون خداوند

در چگونگی استفاده از رسانه، آنچه به عنوان سند بالادستی عمل می‌کند و بر تمام اصول دیگر ارجحیت دارد، آموزه‌های دینی و برنامه‌های الهی است؛ بنابراین آموزه‌های دینی به عنوان برنامه الهی که از جانب خداوند متعال در قرآن، و معصومین (ع) در روایات آمده، تعیین‌کننده نهایی شیوه بهره‌گیری از رسانه‌های مختلف است. به عبارت دیگر زندگی باید رنگ و بوی خدایی داشته باشد؛ همچنان که قرآن کریم می‌فرماید: «صِبْغَةَ اللَّهِ وَ مَنْ أَحْسَنُ مِنَ اللَّهِ صِبْغَهُ وَ نُحْنُ لَهُ عَابِدُونَ» این است نگارگری الهی و کیست خوش‌نگارتر از خدا و ما او را پرستندگانیم» (البقره، ۱۳۸)... و اگر یاد خدا نباشد و زندگی رنگ و بوی خدایی نداشته باشد، انسان به حال خودش رها می‌شود: «وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ نَسُوا اللَّهَ فَأَنْسَاهُمْ أَنْفُسَهُمْ أُولَئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ»؛ و چون کسانی مباشید که خدا را فراموش کردند و او [نیز] آنان را دچار خود فراموشی کرد آنان همان نافرمانان اند» (الحشر، ۱۹) و اگر خدا انسان را فراموش کند انسان سقوط می‌کند.

حاکمیت قوانین استفاده از رسانه:

نمی‌توان بدون قانون مشخص و مدون کاری کرد که از آسیب‌های رسانه در امان بود. برای داشتن نظام مشخص استفاده از رسانه در جامعه و خانواده، باید قرارداد رسانه‌ای موجود باشد که در دو موضع به کار می‌آید: اولین موضع به زمانی مربوط است که تصمیم به تهیه ابزارهای ارتباطی گرفته می‌شود که نوع استفاده از رسانه‌ها را مشخص می‌کنند. موضع دوم زمانی است که رسانه‌های مورد نظر در اختیار انسان قرار دارند و شرط استمرار استفاده از این ابزارها مشخص می‌شود. استفاده از رسانه باید تابع قوانین مترقی دینی باشد؛ زیرا خداوند متعال در قرآن می‌فرماید: «وَلَا تُلْفُوا بِأَيْدِيكُمْ

إِلَى التَّهْلُكَةِ؛ خویشتن را به دست خود به هلاکت نینفکنید» (البقره، ۱۹۵). استفاده بدون ضابطه از ابزارهای نوین ارتباطی می‌تواند انسان را به پرتگاه‌های سقوط بکشاند.

از اصول مهم دیگر در بحث رسانه اسلامی، اصل مسئولیت‌پذیری، اصل آموزش و آگاه‌سازی (که مهم‌تر از همه آشنایی با آداب، رسوم و فرهنگ اصیل اسلامی و آشنایی با روش‌های تربیتی صحیح در اسلام و روش‌های معارض با آن است)، اصل الگوسازی (: استفاده از الگوها از بهترین راهکارهای اصلاح رفتار نادرست به سوی رفتارهای مطلوب دینی است؛ از جمله الگو قرار دادن آموزه‌های قرآن کریم، زندگی پیامبر گرامی اسلام (ص) و ائمه اطهار (ع)، دانشمندان مسلمان و شهداست)، اصل مدیریت، اصل جایگزین‌سازی (از جمله جایگزینی آموزه‌های اسلامی چون گفت‌وگو و تعاملات خانوادگی؛ صلح با همسایگان و نزدیکان، فرزندآوری، بازی‌ها و تفریحات سالم و داستان‌گویی)، اصل همراهی، اصل ایمن‌سازی، برقراری پیوند عاطفی با نماز است؛ «إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ؛ نماز از فحشاء و منکرات جلوگیری می‌کند» (العنکبوت، ۴۵)؛ برقراری پیوند عاطفی با مراکز دینی، تقویت حیا، تقویت بینش و بصیرت، کرامت‌بخشی و شخصیت‌دهی، کرامت نفس و داشتن شخصیت محکم یکی از راهکارهای مصون‌سازی انسان‌ها در مواجهه با آسیب‌های فضای رسانه‌ای و مجازی است. امام علی (ع) می‌فرماید: «مَنْ كَرُمَتْ عَلَيْهِ نَفْسُهُ هَانَتْ عَلَيْهِ [شَهْوَتُهُ] شَهْوَاتُهُ؛ هر که خود را بزرگوار دید شهوت‌هایش در دیده وی خوار گردید» (دستی، ۱۳۹۱)؛ عینی‌سازی عاقبت‌گناهان؛ اگر انسان‌ها آثار گناه را بدانند کمتر گناه می‌کنند؛ «قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ؛ بگو: در روی زمین سیر کنید و ببینید عاقبت کار مجرمان به کجا رسید» (النمل، ۶۹). تدریج، استمرار و سعه صدر در مسائل مربوط به فضای رسانه‌ای و مجازی، اصل اقتدار همراه با اعتماد، صمیمیت و مهربانی نیز اهمیت دارند.

ویژگی‌های رسانه دینی

ویژگی اصلی رسانه اسلامی در همه زمان‌ها، همه جا بودن آن است؛ زیرا رسانه‌ها امری فراگیرند و می‌توانند يك کلاس بی‌دیوار با میلیاردها مستمع تشکیل دهند. آنها وظیفه حراست از محیط و همبستگی کلی بین اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی و همچنین انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر را برعهده دارند (فیاض، ۱۳۸۱، ۴).

ویژگی نظارتی: یکی از کارکردهای مهم رسانه خبری، نظارت بر محیط است. کارکرد نظارت و حراست از محیط، شامل رساندن اخبار توسط رسانه‌ها می‌شود که برای اقتصاد و جامعه ضروری است.

ویژگی آموزشی یا انتقال فرهنگ: در این میان رسانه‌های ارتباطی خواه برای این کار برنامه‌ریزی شده و خواه نشده باشند، آموزش دهنده‌اند. اهمیت وظیفه آموزشی وسایل ارتباطی در جوامع معاصر به قدری است که بعضی از جامعه‌شناسان برای مطبوعات، رادیو و تلویزیون و سینما نقش آموزش

موازی یا آموزش دائمی قائل هستند. جامعه‌شناسان معتقدند که وسایل ارتباطی با پخش اطلاعات و معلومات جدید، به موازات کوشش معلمان و استادان، کارکرد آموزشی دارند و دانستنی‌های عملی، فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموزان و دانشجویان را تکمیل می‌کنند (معتمد نژاد، ۱۳۷۵، ۳۵).
ویژگی سرگرمی: وسایل ارتباط جمعی مهم‌ترین ابزار تفریحی و سرگرمی افراد به‌شمار می‌آیند. این وسایل با پخش و انتشار برنامه‌های سرگرم‌کننده بر الگوی رفتار اوقات فراغت انسانی اثراتی تعیین‌کننده دارند. از این طریق است که فرد از تنهایی و زندگی سخت روزمره‌اش رهایی می‌یابد و با محیط بیرونی تماس برقرار می‌کند (دادگران، ۱۳۸۴).

ویژگی همگن‌سازی: وسایل ارتباط جمعی، موجب نزدیکی سلیقه‌ها، خواست‌ها و انتظارات تمامی ساکنان جامعه می‌شوند و جوامع را از عصر محدودده‌ها خارج می‌گردانند. رسانه نوعی تشابه را میان تمامی ساکنان جامعه به‌وجود می‌آورد و مردم آن جامعه، از سبک زندگی و علایق و خواسته‌هایی که رسانه‌ها ارائه می‌دهند پیروی می‌کنند (ساروخانی، ۱۳۷۵، ۸۷).

ویژگی راهنمایی و رهبری: نقش رهبری‌کننده وسایل ارتباطی و اثر آنها در بیداری و ارشاد افکار عمومی، امری واضح است که روز به روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود. رسانه آینه تمام‌نمای افکار عمومی در جلب همکاری مردم و شرکت دادن آن‌ها در امور اجتماعی است (کریمی، ۱۳۸۲، ۱۲۲).
ویژگی بحران‌زدایی: رسانه‌ها می‌توانند در عرصه مقابله با بحران‌های اجتماعی، تأثیرگذار باشند و در کاهش بحران‌های مختلفی مانند بحران هویت یا حوادث تهدیدکننده ثبات اجتماعی، کارکرد مؤثری داشته باشند (همان، ۱۷۰).

ویژگی آگاه‌سازی: رسانه‌ها علاوه بر انتقال اخبار و اطلاعات، به تحلیل درست اخبار و تشریح آنان نیز دست می‌زنند. تحلیل علی پدیده‌های خبری و آگاه‌سازی انسان‌ها از این علل، موجب تغییر در جهان بینی انسان‌ها می‌شود.

ویژگی اعطای پایگاه اجتماعی: این وسایل با دادن معروفیت و محبوبیت به اشخاص و گروه‌ها، پایگاه‌های آنان را آشکار می‌کنند یا ارتقا می‌بخشند. از کارکردهای دیگر رسانه‌ها، حمایت از هنجارهای اجتماعی، انتقال میراث‌های فرهنگی و اجتماعی از نسلی به نسل دیگر، بیان عقاید، ایجاد همبستگی میان اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی و تبلیغ است.

ایجاد زمینه برای احساسات و تجربه دینی: با ایجاد نوعی احساس و دریافت شهودی که تحت تأثیر ارتباط و جذب مستمر پیام‌های قدسی، تجربه حضور در مکان‌ها و زمان‌های خاص و مشارکت فعال در انجام اعمال عبادی و معنوی برای مؤمنان حاصل می‌شود. در این زمینه فعالیت‌های معنوی رسانه‌ها در ایجاد و تشدید هنوایی مخاطب جایگاه محوری دارند. همچنین پخش رسانه‌ای یک برنامه آیینی به دلیل کنترل موانع محیطی و افزایش آرایه‌های زیباشناختی در مقایسه با واقعیت، تأثیر عمیق‌تری بر روح مخاطب بر جای می‌گذارد و امکان بیشتری برای برقراری ارتباط

صمیمی با صحنه فراهم می‌سازد.

تقویت روح جمعی: رسانه‌ها وجدان جمعی و احساس تعلق مشترک مؤمنان سراسر جهان را تقویت و به بازیابی هویت دینی آنها فراسوی هویت‌های متنوع دیگر کمک می‌کنند؛ همچنین وحدت و پیوستگی آنها بر پایه اصول مذهبی مشترک را به رغم فاصله‌های مرئی و نامرئی تشدید و امکان تأثیرگذاری آنها بر فرایندهای موجود جامعه جهانی را افزایش می‌دهند.

بازیابی و توجه به نمادهای مقدس؛ از اقدامات دیگر رسانه دینی، جلب توجه مخاطبان به نمادهای مقدس و بسط مفهومی آیات و نشانه‌های الهی است. بارزترین نمود تلقی قدسی از یک امر الهی، پذیرش ربابانه، هیبت و شکوه، حرمت‌انگیزی، اصالت و ارزش و اعتبار معنوی آن است.

بسترسازی برای ایجاد تحول روحی: رسانه‌ها با بهره‌گیری از جاذبه‌های معنوی و عرفانی، پردازش‌های رسانه‌ای مناسب و پخش در اوقات ویژه، قدرت زیادی برای ایجاد تکانه‌های روانی مثبت و زمینه‌سازی برای تحول روحی در افراد دارند.

رسانه دینی دارای مضمون و محتوای برگرفته از منابع دینی، رسانه‌ای دارای شکل، محتوا و هدف دینی، دارای نقش ایدئولوژیک در تبلیغ و ترویج دین، جهت‌گیری دینی، همسوبا اهداف و آرمان‌های دینی و انعکاس‌دهنده فرهنگ و رسوم پذیرفته‌شده جامعه یا گروه مؤمنان است. این رسانه به طور مشخص و تخصصی به مسائل دینی توجه می‌کند و گردانندگان این رسانه خودشان را در مقابل خداوند مسئول می‌بینند و رساندن پیام‌های الهی را (به عنوان یک پیامبر و پیام‌آور) وظیفه خود می‌دانند. در این معنا، پیامبر نیز خود یک رسانه الهی-انسانی است که وظیفه آن، دریافت پیام‌های الهی و تبدیل، ترجمه و بیان آنها به زبان فهم‌پذیر برای مردم است. در زمینه امر به معروف و نهی از منکر نیز رسانه کاراست؛ این وسیله می‌تواند با استفاده از قابلیت‌های خود، معروف را بسازد، به تصویر بکشد، معروف کند و حتی امر به آن را نیز انجام دهد؛ یعنی هر دو وظیفه ساخته شدن و مشهور شدن و همچنین اعمال کنترل غیررسمی را در کنار هم انجام دهد.

رسانه‌های دینی در مقایسه با سایر رسانه‌ها، کارکردهایی مشابه اما با مبنایی متفاوت دارند؛ بدین معنا که در رسانه‌های دینی، مبنای تمامی کارکردها دینی است. در این نگاه، وظیفه رسانه دینی، دیندار کردن افراد بی‌دین نیست، بلکه وظیفه اصلی او تأمین برنامه‌های آموزشی، تفریحی، اطلاع‌رسانی و بسیج اجتماعی برای مؤمنان است. رسانه دینی وظیفه ترویج دین و استحکام و تثبیت عقیده مؤمنان را برعهده دارد.

بزرگ‌نمایی عناصر مشترک امت واحد اسلامی: توجه ویژه به بافت سنتی و فرهنگی ملل مسلمان و احترام در فعالیت‌های رسانه‌ای، توسعه و بسط معانی و کالاهای نمادین برگرفته از دین به قلمروهای گوناگون، بزرگ‌نمایی آموزه‌ها و ارزش‌های دینی و معنویت ناشی از دین به عنوان مبنایی برای سامان دادن به برنامه‌ها و اقدامات مهم اجتماعی، کشاندن دین و آموزه‌های آن به قلمرو امور اجتماعی

و ترغیب مؤمنان به اتخاذ مواضع مناسب در برخورد با موضوعات مختلف، مشارکت در توسعه و تعمیق فرایند جامعه‌پذیری دینی افراد از طریق تلاش مستقیم و غیرمستقیم در درونی ساختن باورها، ارزش‌ها، هنجارها، نگرش‌ها، احساسات، آداب دینی و همراه ساختن آنها با مؤلفه‌های گوناگون زندگی فردی و اجتماعی، امکان‌دهی به رشد و تقویت روابط درونی میان نهادهای دینی با یکدیگر و این نهادها با سایر نهادهای اجتماعی، معرفی الگوها و سبک‌های زندگی اقتباس‌شده از دین و دارای مرجحات دینی، آگاه ساختن مؤمنان از سایر فرهنگ‌ها و الگوهای زیستی و فراهم ساختن زمینه انجام دادن مقایسه میان فرهنگی، تقویت تأثیر و تأثرات متقابل ادیان و فرهنگ‌های دینی، ایجاد پیوند میان معنویت دینی با مادّیت آمیخته به زندگی روزمره، ایجاد حساسیت نسبت به ابعاد فرهنگی و اجتماعی و مقولات و مؤلفه‌های جامعه سکولار و ترغیب مؤمنان به هوشیاری و مقابله با آنها، اطلاع‌رسانی از جریان‌های دین‌گریز و دین‌ستیز در جهان معاصر، توجه دادن به پیامدهای سکولار شدن جامعه، مشروعیت بخشی، اعتباردهی و ترویج اخلاق دینی در جامعه، بسیج مؤمنان به دفاع از دین، ارزش‌ها و گروه‌های دینی، تقویت مواضع مؤمنان در جامعه و ارتقای موقعیت آنان در قیاس با گروه‌های رقیب، مشارکت در بازسازی جهان روزمره متناسب با آرمان‌ها و ارزش‌های دینی، منطقی و مقبول‌سازی اعتقادات مؤمنان از طریق پیوند دادن آنها با سیره پیامبر اکرم و آئمه در فضایی از صداقت و حقیقت، معرفی عملی جهان‌بینی دینی به عنوان راهبردی منطقی و عقلانی برای تبیین جهان، به چالش کشاندن تنگ‌نظری‌ها و ویژگی متحجرانه برخی باورهای سنتی و الگوها و شیوه‌های انحرافی منسوب به دین، و تلاش برای ایجاد وفاق جمعی، نظم اجتماعی، انسجام و همبستگی، امنیت روانی و اجتماعی از ارزش‌های کلان توصیه‌شده در دین اسلام است.

نتیجه:

همراهی اثرتعلیم، یعنی علم با جلوه‌های تربیت برهیچ کس پوشیده نیست. این امر از رابطه وثیق بین تعلیم و تربیت با آموزه‌های دینی و ابزارهای تولیدی بشر، از جمله همراهی علم و هدایت، علم و زهد، علم و عمل، علم و ایمان و نیز تأثیر علم در تزکیه و تأثیر آن در قلب به عنوان کانون تربیت و سلوک معنوی حکایت دارد. تربیت صحیح با کمک ابزارهای مختلف، به ویژه رسانه، یکی از راه‌های کلیدی در مسیر توسعه و ترویج فعالیت‌های رسانه‌ای است؛ زیرا تربیت خشت اول ساختمان زندگی فردی و اجتماعی در هر جامعه است. باید به همه افراد از هنگام بسته شدن نطفه تا لحظات واپسین مرگ تربیت و فرایند تربیت را آموخت. تربیت نه یک مهارت فنی و نه یک دانش، بلکه قدرت اداره خویشتن، توانایی مقاومت در مقابل عوارض مختلفی چون تندخویی و نیز پایداری در مقابل القائات آرمندانه دسیسه‌گران و متنفذانی است که در شکل‌های مختلف از جمله با ابزارهای رسانه‌ای محیط زندگی آدمی را احاطه کرده است. در ارتباط انسان با تمامی ابعاد آن، یعنی رابطه با خدا، خود، دنیا، زندگی،

دیگران و جهان آخرت، توجه به همه ارکان شخصیت انسان (جسمانی، عقلانی، عاطفی، اجتماعی، اخلاقی و معنوی) ضرورت دارد؛ زیرا در وجود انسان گوهری نهفته است که هرچه بیشتر در همه ابعاد رشد یابد، خود را کوچک تر و خداوند و آفریدگارش را بزرگ تر درمی یابد. با توجه به یافته های تحقیق و براساس آموزه های دینی ورود به سرزمین رسانه ای، توجه به توصیه ها و الزاماتی را قبل از سفرو در حین سفر به محیط رسانه ای ضروری می سازد؛ زیرا امروزه تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات بر همه مؤلفه ها و ساختارها اثر مستقیم یا غیرمستقیم دارد و روابط انسانی و سازمانی جدیدی را طلب می کند. روابط مرئی و نامرئی، سازمان های نامرئی همه و همه موجبات شکل گیری روابط جدیدی را در عرصه واقعیت و مجازی در هزاره سوم به وجود آورده است و آماده کردن همه اعضای جامعه برای آن با حفظ ارزش های الهی و روابط متقابل انسان با حفظ هویت های فردی، مذهبی، اجتماعی، ملی و اتحاد اسلامی می تواند جامعه را واکسینه و مصون سازد و در آنها زمینه پذیرش منطقی نژادهای جدید رفتارهای انسانی و سازمانی را فراهم کند. البته نباید تهدیدهای مربوط به هویت، خودپسندی، کنترل وابستگی متقابل در ساختارهای رسانه ای و مجازی را نادیده گرفت، بلکه باید متوجه بود که مقابله با این تهدیدها سازوکارهای بومی گزینی را در این زمینه طلب می کند.

با توجه به نتایج به دست آمده از پژوهش در حوزه دانش و معرفت رسانه ای، راه حل اساسی، تحقیقات عمیق و نظریه پردازی های ارتباطی، اجتماعی، فرهنگی براساس معارف اسلام و قرآن و سنت است. در حوزه سیاست عملی نیز باید بر نگرش جهانی و جهان شمولی اسلامی تکیه کرد. نواندیشی در عرصه مدیریت رسانه ای جامعه با توجه به سرعت تغییرات چالش برانگیز و جذاب و جوان پسند و اهداف پنهانی کارکردهای متنوع و دل انگیز آن، جز با به کارگیری تحصیل کرده های متعهد و متخصص و آشنا با ویژگی های رسانه دینی و الزامات آن و جدیدترین اندیشه های نوین، به ویژه در عرصه رسانه، چون اندیشه خودگردانی و مدیریت کیفیت فراگیر ممکن نیست. با این اقدامات می توان موجبات تمرکززدایی و خودمدیریتی و مقاوم سازی افراد و سازمان ها را فراهم کرد. همچنین باید برای مخاطبان بین آداب و ارزش ها و تفاوت های عمیق این دو مقوله و ضرورت وفاداری و حفظ ارزش ها و اصول، در عین تغییر و تفاوت آداب و سبک های زندگی برنامه داشت.

براساس آموزه های دینی و اسلامی، ارزش های الهی ارزش هایی هستند که در فطرت سالم انسان ریشه دارند و از مبانی عمیق عقلانی برخوردارند؛ بنابراین اگر زبان تعصب و تحکم را به زبان منطق و همدلی تبدیل کنیم و از بسترهای فرهنگی و آموزشی موجود برای آموزش قوانین و مقررات تخصصی و انتقال صحیح و درست ارزش های الهی استفاده نماییم، جامعه پذیرا و مشتاق خواهند شد و تمایل آنها برای وفاداری به ارزش ها افزایش خواهد یافت. با توجه به یافته های تحقیق ورود به هرکاری تخصص های لازم همان کار را طلب می کند. در

بدیهی‌ترین حالت‌ها و شرایط پذیرفتنی نیست که دامدار کار پزشکی یا معلم، کشاورزی را به بهترین حالت به سرمنزل مقصود برساند. مخلوط شدن امور مختلف چه در نظر و چه در عمل، موجبات سردرگمی و دست نیافتن به نتیجه مطلوب را فراهم می‌کند؛ از این رو برای مجری و ناخدای فرهنگی در زمانه‌ای متفاوت که سرعت، تنوع و... فراوان به چشم می‌خورد، تخصص محوری‌ترین امر است.

در نهایت رسانه‌ها باید به جامعه اسلامی یادآور شوند که تمام اعمال ما توسط خدا و فرشتگان مقربش دیده می‌شود. بهتر است این نکته را به شیوه‌های گوناگون و با بیانی شیوا و جذاب در ذهن مخاطبان نهادینه کنند که اعمال آنان هر لحظه ثبت خواهد شد. در جامعه مطلوب اسلامی، از رسانه همگانی انتظار می‌رود برنامه‌ریزی فرهنگی و دینی را در صدر فعالیت‌ها قرار دهد و برخلاف وضعیت افسارگسیخته فعالیت رسانه‌ای موجود در جوامع غیردینی، به گونه‌ای عمل کند که دانشگاهی انسان‌ساز گردد و به اندیشه انسان‌ها ژرفا بخشد، نه آنکه نتیجه فعالیت آن، سطحی شدن افکار عمومی باشد. برانگیختن پیامبران و فرو فرستادن کتاب‌های آسمانی، همگی با هدف فعال نگه داشتن یا فعال ساختن فطرت آدمی بوده است. رسانه دینی در جامعه مطلوب اسلامی نیز می‌تواند این نقش روشنگر را برعهده گیرد. این رسانه باید براساس الگوهای معرفی شده مربوط به شیوه گذران اوقات فراغت، آرام‌بخشی را تأمین و خلاقیت‌ها را شکوفا کند. راهبرد مهم رسانه دینی بعد از هدف اتحاد اسلامی، نخست باید نقد رسانه‌های غیردینی و دوم کار اثباتی برای خلأهای موجود در خصوص فضای رسانه اسلامی باشد.

منابع

الف) منابع فارسی:

- قرآن کریم.
- اسپاک، بنجامین (۱۳۶۴). پرورش فرزندان در عصر دشوار ما، ترجمه هوشنگ ابرامی، تهران: نشر صفی علیشاه.
- احمدیان، ابراهیم (۱۳۸۲). رهگشای انسانیت (ترجمه نهج الفصاحه)، قم: پارسایان.
- ادواردف، برمن (۱۳۷۳). کنترل فرهنگ، ترجمه دکتر حمید الیاسی، نشر نی.
- العلوانی، طه جابر (۱۳۷۷). اصلاح تفکر اسلامی، ترجمه محمود شمس، تهران: قطره.
- الوین، تافلر (۱۳۹۱). موج سوم، ترجمه شهیندخت خوارزمی، تهران: نشر نی.
- باخزری، یحیی (۱۳۶۲). اورداد الاحباب و خصوص الاراب، تصحیح ایرج انتشار، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، مرکز مطالعات تربیت اسلامی.
- باقری، خسرو (۱۳۷۹). «تربیت دینی در برابر چالش قرن بیست و یکم»، مجموعه مقالات تربیت اسلامی.
- برکت، غلامحسین (۱۳۸۴). فرایند تربیت و نقش آن در زندگی، شهرکرد: آهنجیده.
- پیشوایی، فریده و مریم رضایی (۱۳۹۲). رسانه سلطه و سلطه رسانه، تهران: نشر کتاب نشر.
- پیرز، استوارت، تراورز جفری (۱۳۸۵). روان شناسی و تغییرات اجتماعی، ترجمه سعید مدنی، نشر دانژه.
- پناهی، محمدحسین (۱۳۸۳). «شکاف نسلی موجود در ایران و اثر تحصیلات بر آن»، فصلنامه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، ش ۱۷ (پاییز).
- چائوب اس. پی (۱۳۸۶). «دین و تعلیم و تربیت»، مجموعه مقالات تعلیم و تربیت دینی، ترجمه شهاب الدین مشایخی راد، نشر افرا.
- حسینی، سید علی اکبر (۱۳۷۷). مباحثی پیرامون مبانی تعلیم و تربیت اسلامی، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- دادگران، سید محمد (۱۳۸۴). مبانی ارتباط جمعی، چ هشتم، تهران: نشر مروارید و فیروزه.
- رهبر، محمدتقی و همکاران (۱۳۷۹). اخلاق اسلامی، تهران: سمت.
- ساروخانی، باقر (۱۳۹۲). «بازنمایی اقتصاد خانواده در برنامه‌های صداوسیما»، فصلنامه تخصصی رسانه و خانواده، ش ۶، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات اطلاعات.
- علی محمدی، محمد (۱۳۸۳). جوانان و مناسبات نسلی، ناشر پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- فاضل قانع، حمید (۱۳۹۲). سبک زندگی بر اساس آموزه‌های اسلامی (با رویکرد رسانه‌ای)، قم: انتشارات صداوسیما.
- فیاض، ابراهیم (۱۳۸۱). «فقه و سکولاریسم»، مجله پگاه حوزه، ش ۸۱.
- قنادان، منصور و همکاران (۱۳۷۵). جامعه‌شناسی مفاهیم کلیدی، تهران: نشر آوای نور.

کریمی، عبدالعظیم (۱۳۸۹). آموزش به مثابه پرورش، تهران: وزارت آموزش و پرورش، پژوهشکده تعلیم و تربیت.
کریمی، سعید (۱۳۸۲). رسانه‌ها و راه‌های تقویت مشارکت مردم در صحنه‌های سیاسی و اجتماعی، قم: بوستان کتاب.

کیلانی، ماجد عرسان (۱۳۸۹). فلسفه تربیت اسلامی، ترجمه بهروز رفیعی، تهران: سمت.
گیدنز، آنتونی (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
مجلسی، محمدتقی (۱۴۰۳ق). بحارالانوار، بیروت: انتشارات مؤسسه الوفا.
مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۶۸). جامعه و تاریخ از دیدگاه قرآن، تهران: انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی.
مددپور، محمد (۱۳۷۹). سیرت‌فکر معاصر در ایران زمینه‌های تجدد و دین‌زدایی، تهران: منادی تربیت.
مطهری، مرتضی (۱۳۷۵). انسان کامل، قم: انتشارات صدرا.
مطهری، مرتضی (۱۳۸۱). اسلام و نیازهای زمان، قم: انتشارات صدرا.
معاونت پژوهشی (۱۳۸۹). تعلیم و تربیت از دیدگاه امام خمینی، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
معمدمنژاد، کاظم (۱۳۸۵). وسایل ارتباط جمعی، چ پنجم، ج ۱، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
مولانا، حمید (۱۳۸۲). جریان بین‌المللی اطلاعات، ترجمه یونس شکرخواه، تهران: وزارت ارشاد.
مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
نیازآذری، کیومرث (۱۳۸۱). رفتار و روابط سازمانی در هزاره سوم، تهران: فراشناختی اندیشه.
وصیت‌نامه الهی و سیاسی حضرت امام خمینی (ره) (۱۳۸۸). تهران: مهربان نشر.
ونس، پاکارد (۱۳۷۰). آدم‌سازان، ترجمه حسن افشار، تهران: نشر بهمنی.

ب) منابع لاتین:

Abraham H. Maslow (1972). "The Unnoticed Revolution" in *Education in A Dynamic Society*, ed. By Dorothy wesby, Gibson
.Eric From (1955). *The Sane Society*, New York: Fawcett premier, 1955
.Marrin Harris (1982). *America New*, New York, Siman and Chuster Inc
Robert Bela (1979). "New Religious Consciousness and the Crisis in Modernity", in *The New Religious Consciousness*, ed. By Robert Bella and Charles Glock, Berkeley university of colifornia press