

نظریه کلامی رسانه

احمد مبلغی^۱

چکیده:

امروزه داشتن رسانه‌ای در چهارچوب دین یکی از دغدغه‌های مهم متفکران حوزه رسانه است. از سوی دیگر رسانه امری پیچیده است؛ زیرا ابعاد و لایه‌های کاملاً مستحدثه در رسانه وجود دارد که با داشتن یک ذهنیت سطحی و هنجاری صرف از دین نمی‌توان به نظریه‌ای دینی مطلوب شارع در این عرصه دست یافت و از جهتی نداشتن نظریه کلامی نسبت به رسانه باعث می‌شود پرداختن به فقه رسانه، به امری سطحی و سلیقه‌ای تبدیل شود؛ بنابراین برای داشتن یک نظام فقه رسانه مطلوب، ضروری است ابتدا مبانی دینی رسانه بررسی شود.

با توجه به اینکه نظریه کلامی رسانه از مباحث ضروری فقه رسانه شناخته شد، پژوهش حاضر با پاسخ به این پرسش که «آیا رسانه یکی از ابعاد انسانی است؟» می‌کوشد نظریه کلامی رسانه را تدوین و آن را در سه گفتار چستی نظریه کلامی رسانه، روش‌شناسی نظریه کلامی رسانه و طرح نظریه کلامی رسانه بیان کند.

واژگان کلیدی: نظریه دینی، نظریه فقهی، نظریه کلامی، انسان‌شناسی رسانه، استماع، نفی اکراه

مطالعات رسانه‌وا

سال اول، شماره اول
پاییز و زمستان ۱۳۹۳

۵

۱. دانشیار دانشگاه مذاهب اسلامی
* این مقاله، درس گفتاری از دکتر احمد مبلغی بوده است که توسط آقای مسلم ملکی باز تدوین شده است

مقدمه

تاریخ از نخستین جوامع بشری تا امروز، از وجود قدیم‌ترین رسانه‌ها یا ابزارهای ارتباطی همچون ایما و اشاره، صدای انسان، داستان‌های شفاهی و نقاشی تا رسانه‌های پیشرفته و جامع در عصر حاضر روایت می‌کند. اگرچه رسانه‌های مکتوب، قرن‌ها وظیفه انتقال پیام تاریخی را برعهده داشتند، با ورود به قرن بیستم میلادی و با اختراع رادیو، انقلابی بزرگ در عرصه انتقال پیام به وجود آمد و در دهه پایانی آن قرن، سیستم‌های ارتباطی از طریق اطلاعات الکتریکی و سپس دیجیتال، امکان غلبه بر فضا و مکان را فراهم کردند (پاسترف، بی تا، ۱۳).

انقلاب در عرصه دیجیتال توانست زمینه شکل‌گیری ابزارهای رسانه‌ای جدید مانند ماهواره، تلویزیون کابلی، ضبط ویدیوی دیجیتال، دوربین‌های کامپیوتری، اینترنت و... را محقق سازد (اورت، ۱۳۸۸، ۳۷۹)؛ بنابراین از دهه ۱۹۸۰ به این سو، با رشد عظیم و باورنکردنی رسانه‌ها در سطح جهان روبه‌رو بوده‌ایم (ویلیامز، ۱۳۹۰، ۲۳۳).

بدین سان رسانه یکی از پدیده‌های اجتماع انسانی است و به بیان دیگر جامعه انسانی به صورت اجتناب‌ناپذیری واجد رسانه است. این ویژگی از این حقیقت پرده برمی‌دارد که رسانه، از درون انسان سرچشمه می‌گیرد و بالطبع بوی حالات و صفات انسانی از آن می‌وزد. به بیان دیگر واقعیت آن است که بگوئیم هنگامی که رسانه در جامعه جایگاه می‌یابد، صفات فطری انسانی قرارگرفته در ورای آن فعال می‌شوند و بدین ترتیب پدیده اجتماعی به وجود می‌آید. زمانی که پذیرفته شد رسانه یکی از ابعاد جامعه انسانی است (معنا و مفهوم آن این است که انسان دارای بعد رسانه‌ای است)، نوعی انسان‌شناسی کلامی شکل می‌گیرد؛ زیرا تکوین ابعاد انسانی از نوع فعل خداوند است. خداوند انسان را موجودی ارتباط‌گر که دارای سمع، بصر و تکلم (یعنی رسانه‌ای) است، خلق کرده است؛ پس انسان با این ابعاد، فعل خداوند به شمار می‌آید.

براین اساس نخست باید از نگاه کلام و دین، به رسانه نگریست و به این پرسش پاسخ داد که «دیدگاه دین درباره رسانه به عنوان بُعدی از ابعاد انسان، چگونه است؟». پاسخ ما به این پرسش هرچه باشد، نظریه کلامی درباره رسانه را شکل می‌دهد. اگر نگاه دین به انسان روشن شود، خیلی از مسائل مشخص می‌گردد؛ زیرا رسانه بیش و پیش از هر چیز، مربوط به انسان است.

1. چیستی نظریه کلامی

در این گفتار درصدد بررسی این مسئله هستیم که آیا رسانه‌ای بودن جزء ذاتی انسان به شمار می‌آید یا اینکه از ابعاد اجتماعی انسانی است؟ پس از اثبات این ادعا که رسانه‌ای بودن جزء ذاتی انسان به شمار می‌آید، مبانی دینی این بعد از رفتار انسانی را در علم کلام بررسی خواهیم کرد.

۱.۱. تعریف نظریه کلامی:

منظور از نظریه کلامی، نوعی نظریه دینی است. این اصطلاح (: نظریه کلامی) در نگاه کلاسیک در مواردی مانند بحث امامت و صفات خداوند و... به کار می‌رفت، اما اخیراً در مباحث انسان‌شناختی نیز کاربرد یافته است. به باور ما، باید موضوعات کلامی را توسعه داد؛ اگر این مبنا را بپذیریم و نیز بپذیریم که رسانه بعدی از انسان است باید بررسی دین نسبت به رسانه را جزء مباحث کلامی به شمار آوریم و در نتیجه نظریه‌پردازی درباره رسانه، به نظریه کلامی برسیم. البته می‌توان به جای نظریه کلامی تعبیر «نظریه دینی» را نیز به کار برد؛ زیرا نظریه کلامی، توصیف دیدگاه دین درباره موضوعی انسانی چون رسانه است.

۲.۱. تفاوت نظریه کلامی با نظریه فقهی:

نظریه فقهی، منعکس‌کننده اعتبارات شارع است (رک: مبلغی، ۱۳۹۰)، ولی نظریه کلامی، بیان دیدگاه درباره امری است که فعل خداوند به شمار می‌آید و با اعتبارات شارع سروکار ندارد. اینکه انسان چگونه آفریده شده و چه ابعادی دارد مربوط به کلام است و ارتباطی با فقه ندارد. تفاوت نظریه فقهی با احکام فقهی نیز در این است که در احکام فقهی، معتبر چیزی که اعتبارشده یا همان حکمی که وضع شده است) بیان می‌شود، ولی در نظریه فقهی، پیوندها و خط و ربط‌های موجود بین معتبرات قبل از تشریح شارع است.

۳.۱. ضرورت نظریه کلامی:

در دنیای امروز، رسانه‌ها و تحولات فناورانه آنها در تبادل افکار و اطلاعات و نیز در زندگی مردم بسیار تأثیرگذارند. رسانه‌ها به دلیل تأثیر سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، آموزشی و دینی خود در جامعه، امروزه اهمیت بسیاری در جامعه بشری یافته‌اند. تأثیرگذاری رسانه‌ها به قدری است که می‌توان با بهره‌گیری از آنها جامعه انسانی را بنا نمود (باهنر، ۱۳۸۷، ۱۸۸). رسانه بر رفتار و آگاهی انسان تأثیر می‌گذارد و مواد خامی را فراهم می‌سازد که ذهن انسان با استفاده از آن کار می‌کند. به عبارت دیگر، رسانه‌ها تجلی «فرهنگ» انسان هستند و فرهنگ انسان به طور عمده، از طریق موادی کار می‌کند که رسانه‌ها فراهم کرده‌اند (کاستلز، ۱۳۸۰، ۳۹۲).

نداشتن نظریه کلامی باعث خواهد شد ما در بحث فقه رسانه، بسیار دور از آبادی عمل کنیم و ذهنیت‌های برآمده از نگاه‌های سلیقه‌ای را به فقه تحمیل نماییم. فقه به سرعت از ذهنیت‌های انسان‌ها تأثیر می‌پذیرد. به عبارت دیگر، یکی از مسائل فقه این است که انسان در آن، به سرعت روی ریل‌های تشکیل شده از سلايق، تجربه‌ها، دیدگاه‌ها و تأثرات ذهنی و... حرکت می‌کند.

با توجه به اینکه رسانه از منظر موضوع‌شناسی، امری به شدت مستحدث و دارای ابعاد بی‌سابقه است، باید از شتاب‌زدگی در بحث از آن پرهیز کرد. فقهی که براساس برداشت‌های ابتدایی از دین و نداشته‌ها شناخت صحیح از رسانه شکل بگیرد، راه به جایی نخواهد برد. پس هم باید رسانه را بشناسیم و و هم نگاه دینی خود را منقح کنیم.

نگاه دینی، امر جدیدی در فضای روش‌شناسی فقه است؛ به این معنا که در بسیاری از موضوعات باید نخست به نظریه کلامی برسیم؛ زیرا اگر نظریه کلامی نداشته باشیم، نظریه فقهی هم به درستی شکل نمی‌گیرد و به تبع آن، احکام فقهی منقحی هم نخواهیم داشت؛ بنابراین نداشته نظریه و همت نکردن برای دستیابی به آن باعث می‌شود رابطه بین دین و رسانه یا فقه و رسانه شکل نگیرد و در نتیجه، رسانه دینی ما هم به نفع دین کار نکند.

۴.۱. انسان‌شناسی رسانه:

در همه علوم انسانی از جمله ارتباطات، موضوع بحث و تحقیق چیزی نیست جز کنش‌های انسانی و امور مرتبط با آنها. از سوی دیگر، راه شناخت درست کنش‌های انسانی، درک و فهم خود انسان به مثابه کنشگر است. بررسی چیستی انسان، ابعاد وجودی او و چگونگی رفتارهایش، گام اساسی در بررسی کنش‌های انسان به شمار می‌آید. نقش انسان‌شناسی اسلامی در حوزه ارتباطات با همین نگاه توجیه می‌شود. ارتباطات انسانی در شمار کنش‌هایی است که شناخت بهتر آن از رهگذر درک خود انسان فراهم می‌آید (زکی، ۱۳۹۰).

نقش رسانه در شکل‌دهی و تکامل تمدن و فرهنگ بشری چنان ژرف است که می‌توان ادعا کرد مرز تفکیک انسان‌ها از حیوانات همان قابلیت رسانه‌ای انسان است. انسان برخلاف حیوانات می‌تواند اطلاعات و تجربه‌های خود را از طریق ابزارهای رسانه‌ای در اختیار نسل‌های دیگر قرار دهد و آنان را از آموختن راه‌های رفته بی‌نیاز گرداند (هوشنگی، ۱۳۹۱، ۱۷۵).

تمامی رفتارهای انسانی برای رسیدن به هدف‌های خاص و مبتنی بر انگیزه‌هایی درونی شکل می‌گیرد. انگیزه‌ها و علاقه‌ها نیز اغلب از بینش‌های اعتقادی سمت و سومی پذیرند؛ از این رو، پیام‌رسانی نیز به عنوان یک رفتار آگاهانه و انسانی، از این قاعده کلی جدا نیست و انتخاب پیام‌ها، کیفیت تنظیم و ارسال آنها با بینش‌ها همسو و هماهنگ می‌شود (آذری، ۱۳۹۱، ۱۱۴).

هایدگر معتقد بود که تکنولوژی بالذات، وجهی از وجود بشری است و نمی‌توان آن را به راحتی از

زیست انسانی کنارزد، به طوری که امروز رسانه‌های ارتباطی، جزئی از سبک زندگی و جان درونی انسان شده است (هایم، ۱۳۸۸، ۶۹-۸۰). توجه دقیق به چگونگی کارکرد سیستم‌های انسانی نشان می‌دهد که ارتباط از عناصر اساسی آنهاست. ارتباط سبب می‌شود انسان اطلاعات لازم را درباره نیازها و شرایط محیط زندگی خویش به دست آورد. کنش‌های متقابل و هماهنگی با محیط نیز با تبادل اطلاعات ساده می‌شوند. ارتباط از طریق پیام‌های خود، مجرای نفوذ بر محیط را نیز آماده می‌کند و متقابلاً از طریق بازخورد پیام‌ها، اطلاعات مربوط به عکس‌العمل‌های محیط و نیازهای متغیر آن را به سیستم می‌رساند (معمتمدنژاد، ۱۳۸۸، ۹۱).

۵۱. ارتباط رسانه با علم کلام:

ممکن است این پرسش برای برخی پیش آید که آیا اساساً می‌توان نسبت به رسانه هم نظریه‌پردازی کلامی کرد و آیا رسانه در موضوع علم کلام جای می‌گیرد؟ در پاسخ می‌گوییم: اگر این اندیشه را بپذیریم که «رسانه یکی از ابعاد انسان است»، آن‌گاه انسان رسانه‌ای، بخشی از انسان‌شناسی خواهد بود و در این صورت، سخن گفتن از نظریه کلامی رسانه، امری معقول به شمار خواهد آمد؛ زیرا بر این اساس، به بررسی فعل خداوند (ابعاد فطری منتهی به رسانه) دست زده‌ایم. با پذیرش دو مقدمه ثابت می‌شود که انسان دارای بُعد رسانه‌ای است؛ اولاً رسانه یکی از پدیده‌های اجتماع انسان است؛ یعنی انسان و جامعه انسانی است که رسانه دارد؛ ثانیاً رسانه از درون انسان سرچشمه می‌گیرد. میل‌ها، مجموعه‌ای از صفات‌های فطری، توان‌ها و امکانات جسمی انسان است که پدیده اجتماعی رسانه را در جامعه انسانی تشکیل می‌دهد. به تعبیر دیگر، از آنجاکه انسان دارای مبادی منتهی به ایجاد رسانه است، پس بُعد رسانه‌ای دارد. مقصود از مبادی منتهی به آن، یعنی همین سمع و بصر و میل درونی انسان به جست‌وجو و ارتباط و... که از مظاهر ابتدایی اش نجوا کردن، خبر دادن، اطلاع‌رسانی‌های ساده و اولیه، تلاش برای تحت‌تأثیر قرار دادن دیگران و... است. از این عوامل، منشأ و ریشه‌هایی که در انسان وجود دارد و او و جامعه او را رسانه‌ای کرده است مشخص می‌شود.

وقتی با دو مقدمه یادشده پذیرفتیم که انسان، بُعد رسانه‌ای دارد، می‌توانیم به نظریه‌پردازی درباره رسانه در حدود جنبه‌های فطری آن و اقتضانات تکوینی و لوازم اجتماعی گریزناپذیر آن دست زنییم تا به نظریه‌ای کلامی دست یابیم. به سخن دیگر، رسانه یکی از ابعاد جامعه انسان است و جامعه هم از انسان‌ها تشکیل می‌شود. اگر رسانه این گونه فرض شود و ریشه‌های شکل‌گیری و فعال شدن آن، در ذات انسان جست‌وجو شود، پس یک بُعد تکوینی پیدا می‌کند. وقتی سخن از تکوینات به میان آمد که انسان‌شناسی تکوینی است، وارد حوزه علم کلام می‌شویم. موضوع گزاره کلامی فعلی از افعال خالق است. خلقت بشر نیز یکی از افعال خداوند است و به همین

دلیل، اگر نگوییم همه مطالعات انسان‌شناختی، دست کم بخش‌هایی از آن، بحث کلامی به‌شمار می‌آید. پس مطالعات کلامی درباره رسانه، به معنای این است که مبادی و خاستگاه‌های رسانه را خداوند به صورت گریزناپذیری در نهاد آدمی به ودیعت گذاشته شده و انسان را چنین آفریده است که بُعد رسانه‌ای هم داشته باشد. اقتضانات رسانه‌ای پدیدآمده در روزگار ما نیز برخاسته از خاستگاه‌های فطری و امکانات به ودیعت نهاده شده در انسان است. به عبارت دیگر امکانات وجودی انسان طبیعت رسانه‌ای دارد یا طبیعت فعل او، طبیعت فعلی که در شرایط ویژه اجتماعی ایجاد می‌کند، در حقیقت رسانه‌ای است و چون این امر اقتضانات گریزناپذیر طبیعی و تکوینی انسان و امری خدادادی است، بحثی کلامی به‌شمار می‌آید.

۶.۱. تکوینی بودن بُعد رسانه:

گفتیم که نظریه‌پردازی کلامی عبارت است از طرح نظریه درباره جنبه‌های فطری رسانه و اقتضانات تکوینی و لوازم اجتماعی گریزناپذیر آن. وقتی چیزی را «تکوینی» می‌خوانیم، به دو معناست: گاهی به این معناست که فلان خصلت یا توانایی در انسان موجود است؛ مثلاً می‌گوییم: «انسان چشم دارد» یا «درون انسان، ویژگی خداجویی نهفته است»؛ پس چشم داشتن و خداجو بودن، تکوینی‌اند، اما گاه به نتایج دست اول یا دوم تکوینیات نظر داریم (یعنی نتایج دور یا نزدیک یکی از همان توانایی‌ها و خصلت‌ها)، اما به این شرط که آن نتایج، ناگزیر باشند؛ بنابراین، وقتی گفتیم: «انسان دارای امکانات ارتباطی است و قدرت امتداد بخشی به آن را نیز دارد»، لاجرم باید بپذیریم که «انسان، رسانه‌ای است» و این ویژگی هم یک امر تکوینی شمرده می‌شود.

ممکن است کسی اشکال کند که اگر انسان رسانه‌ای است، پس چرا چهار قرن پیش این گونه نبوده است؟ پاسخ این است که در آن زمان، قدرت تسخیر انسان هنوز افزایش نیافته بود. وقتی می‌گوییم فلان ویژگی «تکوینی است»، لازم نیست که در هر شرایطی به شکل برابر وجود داشته باشد، بلکه بازتاب‌های گریزناپذیر آن را در نظر داریم، هر چند به صورت بالقوه باشد، چنان‌که هنوز خیلی از ابعاد انسانی، بالقوه‌اند و ممکن است قرن‌ها بعد ظهور و بروز پیدا کنند، ولی همه از آن همین انسان است که دارد ظهور می‌کند و در حیوانات وجود ندارد.

2. روش‌شناسی نظریه کلامی

۱۲. جست‌وجو در متون دینی:

حال با پذیرش این پیش‌فرض که «انسان تکویناً رسانه‌ای است»، باید به این پرسش پاسخ دهیم که دین چه نگاهی به انسان از حیث بُعد رسانه‌ای دارد؟ پس باید ببینیم خداوند که خالق انسان است، چه فرموده است؟ آیا خداوند بر اساس آنچه در آموزه‌های دینی منعکس است، از

بُعد رسانه‌ای انسان سخن گفته است یا نه؟ این را می‌شود جست‌وجو کرد. ادبیات قرآن و دین، ادبیات ویژه‌ای است و آنچه ما داریم، ادبیات معاصر است. مقایسه این دو ادبیات و استفاده کردن از آنها نیازمند کوشش بسیار است. مگر می‌شود خداوند که خالق انسان است، از این بُعد سخن نگفته باشد؟ با جست‌وجو در ادبیات قرآن، باید بفهمیم که خداوند در کجا و با چه ادبیاتی، از بُعد رسانه‌ای انسان سخن گفته است تا در نتیجه، با تحلیل آیات، به نظریه‌سازی دست‌زنیم؛ زیرا شارع نظریه‌سازی نمی‌کند، بلکه ما هستیم که نظریه می‌سازیم، منتها باید ببینیم خداوند چه چیزی را توضیح داده و تبیین کرده است. ما باید توضیح‌ها و تبیین‌های دین و قرآن را بگیریم و کنار هم بگذاریم تا به نظریه‌ای درباره نگاه دین به انسان از حیث رسانه‌ای دست یابیم.

۲.۲. مشکلات نظریه‌پردازی کلامی رسانه:

طرح نظریه کلامی درباره رسانه، به دو دلیل امر پیچیده‌ای است: اول اینکه اصولاً بحث کلامی و طرح نظریه کلامی در حوزه‌های جدیدی که بناست روی میز فقه گذاشته شود، بحثی جدید و بدون ادبیات پیشین است؛ دوم اینکه بحث کلام و رسانه، بسیار پیچیده است. رسانه یک مقوله جدید است که مباحث مربوط به آن، هنوز خود به کمال نرسیده است. در چنین وضعیتی، طرح بحث بُعد رسانه‌ای انسان، پیچیده خواهد بود؛ به همین دلیل، براساس شیوه انتخاب شده در این پژوهش، آیاتی مطرح می‌شوند که در معرض و مظان این هستند که بتوان از محتوای آنها دیدگاه کلامی درباره رسانه استخراج کرد. این گونه بحث رفته رفته نظم لازم خود را پیدا خواهد کرد. باید اذعان کرد که در واقع، این یک پژوهش تدریجی است نه یک پژوهش از پیش آماده‌شده؛ بنابراین آنچه بیان خواهد شد طرح برخی آیات و تدقیق در آنهاست تا بتوان از آنها مباحث و مطالبی را که ماهیت کلامی دارند و ناظر به رسانه‌اند استخراج کرد، سپس آمادگی‌ای برای جمع‌بندی به وجود خواهد آمد. شایان توجه است که بررسی هر یک از این مراحل، نیازمند مطالعات تخصصی و مستقل است. به علاوه، محتوا و ادبیاتی که در اینجا عرضه می‌شود، درخور نقد و بررسی است.

۳.۲. کارآمدی نظریه کلامی رسانه:

نظریه کلامی، خطاهای نهفته در زیرساخت‌ها و چهارچوب‌های فکری مطالعات فقهی را کنار می‌زند و فقه را هوشمند و دقیق می‌سازد. آنچه نظریه‌پردازی کلامی را در خصوص انسان رسانه‌ای ضرورت بیشتری می‌بخشد این است که رسانه به دلیل داشتن ابعاد و لایه‌های کاملاً مستحدث، نباید براساس «ذهنیت‌ها و برداشت‌های ابتدایی از دین در خصوص مقوله ارتباطات انسانی» شکل گیرد؛ زیرا این ذهنیت‌ها و برداشت‌ها در فضاهایی تحقق یافته‌اند که هیچ ارتباطی با ابعاد پیچیده رسانه نداشته‌اند.

ما با دو وضعیت جاهلانه روبه‌رو هستیم که اگر فقه رسانه براساس آنها شکل بگیرد، به پرتگاه‌ها فرو می‌لغزد: یکی ذهنیت‌های اولیه، عمومی و غیرمنقح کلامی (که در شرایط فقدان نظریه کلامی فعال می‌شود) و دیگری نگاه ساده‌انگار به رسانه (که به دلیل فقدان موضوع‌شناسی رسانه فعال می‌گردد).

برای ارائه نظریه کلامی انسان رسانه‌ای، ناگزیر باید به دو بحث پیشینی توجه کرد که عبارت‌اند از مراحل کنش و واکنش بین رسانه و جامعه، و عوامل بیرونی مؤثر بر روند چرخه کنش و واکنش میان رسانه و جامعه.^۲ این دو بحث، از آن رو اهمیت دارند که باید بدانیم نصوص دینی درباره هریک از این دو (مراحل کنش و واکنش و عوامل تأثیرگذار بر کنش و واکنش) چه می‌گویند؟

3. ارائه نظریه کلامی رسانه

ما معتقدیم که قرآن کریم می‌تواند منبعی برای نظرافکندن از خاستگاه دین به رسانه باشد و با مراجعه به آیات قرآن می‌توان به دیدگاهی دینی درباره رسانه دست یافت؛ به شرط آنکه با تفسیری سطحی و نگاهی شتاب‌آلود و زودگذر به سراغ آیات نرویم و با تأمل و نیک‌اندیشی در آن بنگریم.

دلیل این سخن آن است که قرآن برای همیشه است و ایجادکننده آن، که خداوند و عالم مطلق است، همه واقعیت‌های زندگی بشر را می‌داند و از گذشته و حال تا آینده، برای او به صورت کامل معلوم است و اگر خداوند حکم یا برنامه‌ای برای جامعه بدهد که از پس واقعیت‌های آینده و تاریخ برنیاید، به معنای آن است که - نعوذ بالله - خداوند کار لغومی کند و کار او فاقد حکمت است! این یک مبنای کلامی است و کسی که دین را قبول ندارد، تبعاً چنین مبنایی هم ندارد. ولی اگر کسی دین را قبول داشته باشد و قبول داشته باشد که قرآن از سوی خداوند است و تحریف نشده و برای همیشه است، با اطمینان خاطر می‌تواند سراغ قرآن برود.

از نظر واقعی هم قرآن «کلی‌گو»ترین نص دینی است؛ یعنی تنها نصی است که این مقدار مرزهای دور را با قدرتی عجیب و بیانی فهم‌شدنی می‌گشاید. قرآن کریم از این قالب و از این چهارچوب‌های کلان و کلی استفاده می‌کند تا شرایط متفاوت را پوشش دهد؛ بنابراین با آرامش و اطمینان و قدرت می‌توان به سراغ قرآن رفت و برنامه‌ریزی کرد.

در حدیث هم آمده است که اگر شبهات مانند پاره‌های شب تاریک بر شما وارد شد، به قرآن مراجعه کنید.^۳ این نشان می‌دهد که چون شبهات همیشه از شرایط نوشونده و پیچیدگی حوادث

۲. رک: مبلغی، ۱۳۹۳. مراحل چهارگانه کنش و واکنش میان جامعه و رسانه عبارت است از: «انتقال کالای رسانه به جامعه»، «فرآوری شدن سریع کالای انتقال یافته توسط جامعه»، «بازگشت وضعیت فرآوری شده، از جامعه به رسانه» و «ترکمی شدن نتایج تکرار این چرخه».

۳. این مضمون، بخشی از سخن معروف رسول خدا (ص) در فضل قرآن است که فرمود: «...فَإِذَا التَّبَسَّتْ عَلَيْكُمْ الْفِتْنَةُ كَقَطْعِ اللَّيْلِ الْمُنْظِلِمِ فَعَلَيْكُمْ بِالْقُرْآنِ فَإِنَّهُ شَافِعٌ مُشَفِّعٌ وَمَا لِحَلِّ مُصَدِّقٌ، وَمَنْ جَعَلَهُ أَمَامَهُ قَادَهُ إِلَى الْجَنَّةِ وَمَنْ جَعَلَهُ خَلْفَهُ سَاقَهُ إِلَى النَّارِ وَهُوَ الدَّلِيلُ يَدُلُّ عَلَى

برمی‌خیزند، اگر به نصّی غیر از قرآن مراجعه کنید، شاید نتوانید از پس این شبهات برآید، ولی در قرآن آن قدر اندیشه‌های ناب دینی به ظرافت، ذخیره و تعبیه شده است که با تمسک به آن می‌توان به واقعیت مورد نظر دین دست یافت و آن شبهات و اشتباهات را برطرف کرد. البته رابطه سنت با قرآن و دین، در جای خود بحث شده، ولی این بدان معنا نیست که رجوع به قرآن کریم را به‌ویژه در مسائل کلان اجتماعی مهمل بگذاریم. متأسفانه این بزرگ‌ترین و مطمئن‌ترین کتاب و نصّ دینی مهمل گذاشته شده است. کافی است نگاهی به تفاسیر بیندازید. تفاسیر سده‌های اخیر با قرن‌های اولیه، از نظر محتوا تقریباً در یک سطح است و تغییر چشمگیری در آنها دیده نمی‌شود. این نشان می‌دهد که در عرصه تفسیر پیشرفتی نداشته‌ایم.

با این مقدمه، روشن شد که چرا در بحث رسانه، باید به قرآن و روایات رجوع کنیم. خلاصه اینکه رسانه موضوع پیچیده و مدرنی است و با توجه به شبهاتی که در این عرصه وجود دارد، مطمئن‌ترین جایی که می‌توان برای نظریه‌پردازی به سراغ آن رفت آیات قرآن است.

۱۳. آیه استماع و اتباع:

«فَبَشِّرْ عِبَادِ * الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ وَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ. أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ؛ پس بندگانم را بشارت ده؛ همان کسانی که به سخن گوش فرا می‌دهند و بهترین آن را پیروی می‌کنند. اینان‌اند که خدایشان راه نموده و اینان‌اند همان خردمندان» (زمر، ۱۷ و ۱۸).

در این آیه، توصیه به استماع شده و باید ببینیم استماع برای چیست؟ مطمئناً برای سرگرمی فرد نیست، بلکه برای این است که بفهمد چه قوی درست است. پس آیه ناظر به اقوالی است که قرار است وارد عرصه عمل شود؛ چنان‌که در ادامه نیز نتیجه «یستمعون»، «یتبعون» دانسته شده است. بر این اساس، شنیدن و تبعیت، برای این است که شما سخنان دیگران را بشنوید و هر کدام محتوای بهتری داشت، در عرصه عمل به کار بگیرید. ادعای ما این است که این آیه با مدلول مطابق یا مدلول التزامی‌اش، ناظر به بُعد رسانه‌های در انسان است. این مدعا را با ضمیمه کردن سه مقدمه می‌توان اثبات کرد:

مقدمه اول:

آیه ناظر به فضای اجتماعی است، نه فردی؛ زیرا در آیه سخن از شنیدن قول است، و ظرف استماع قول، اجتماع است. به عبارتی، فعل شنیدن، ابعاد اجتماعی دارد.

مقدمه دوم:

آیه ارائه‌دهنده فعل «جامعه» است؛ توضیح اینکه «اجتماع» با «جامعه» فرق می‌کند؛ اجتماع، ظرفی است که تک تک افراد یا همه آنها با هم در آن حضور دارند و فعالیت می‌کنند، ولی جامعه، به معنای مجموعه افراد یا «افراد کنار هم قرارگرفته» است. فعل و انفعالات فرد در فضای اجتماعی نیز غیراز فعل جامعه است و به عبارت دیگر، فعل جامعه، غیراز ظرف بودن اجتماع برای مجموعه‌ای از رفتارهاست؛ برای مثال، اگر کسی در جامعه مرتکب بی‌حجابی شد، فعل او فعلی فردی است که در ظرف اجتماع رخ داده و دارای بازتابهای اجتماعی است، اما فعل او فعل جامعه نیست؛ البته ممکن است نوعی بی‌حجابی را در نظر گرفت که فعل جامعه باشد؛ یعنی فعلی که جامعه به عنوان جامعه به آن دست می‌زند که اگرکian جامعه برهم زده شود، آن فعل محقق نمی‌شود. روشن است که این بدان معنا نیست که افراد در آن فعل نقشی ندارند، بلکه افراد با قید «ضمیمه شدن به یکدیگر» آن فعل را شکل می‌دهند.

اثبات مقدمه دوم (یعنی اینکه آیه یادشده درصدد بیان فعل جامعه است) قدری مؤونه می‌طلبد؛ توضیح اینکه در آیه دو فعل مطرح شده است: یکی شنیدن سخن (يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ) و دیگری پیروی از سخن بهتر (يَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ). این دو فعل به افراد نسبت داده شده، اما مدعا این است که در آیه، افراد با قید «ضمیمه شدن» مورد نظر هستند. به بیان دیگر، آیه نمی‌خواهد بحث یک فرد را به میان آورد، بلکه درصدد بیان سیری است که در جامعه در حال رخ دادن است. با چند قرینه می‌توان این مدعا را اثبات یا لاقول ذهن را به آن نزدیک کرد:

یک قرینه این است که در آیه، سخن از «عباد» به میان آمده که بحث جامعه است و تا آخر آیه هم به صورت جمع‌های متوالی و مکرر پیش می‌رود: یستمعون، يتبعون، اولئك.

قرینه دوم این است که «ال» در «القول» لام جنس است؛ یعنی هر سخنی. گویی حد و حصری در کار نیست و این در حقیقت، در فضاهای اجتماعی و به عنوان کارکرد افراد با قید «ضمیمه شدن با یکدیگر» معنا پیدا می‌کند. گاه ممکن است فرد بکوشد همه اقوال را جمع کند، اما اگر فعل جامعه ابراز اقوال نباشد، «استماع القول» نیز محقق نمی‌شود؛ زیرا فرض استماع اقوال، مبتنی بر ابراز همه اقوال است و فضا دادن به ابراز اقوال، نه کار افراد بلکه کار جامعه است. از اینجا معلوم می‌شود که استماع سخن‌ها نیز در فضای جامعه است. باز کردن فضا برای ابراز همه اقوال، فعل جامعه است.

اشکال به مقدمه دوم:

ممکن است اشکالاتی بر این استدلال مطرح شود؛ نخست اینکه جمع‌های متوالی نمی‌تواند قرینه باشد؛ همچنان‌که در سوره مؤمنون جمع‌های متعددی به دنبال هم آمده‌اند: «قَدْ أَفْلَحَ الْمُؤْمِنُونَ. الَّذِينَ هُمْ فِي صَلَاتِهِمْ خَاشِعُونَ. وَالَّذِينَ هُمْ عَنِ اللَّغْوِ مُعْرِضُونَ. وَالَّذِينَ هُمْ لِلزَّكَاةِ فَاعِلُونَ.

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَعْوَابِهِمْ حَافِظُونَ...» و با این حال، این مطالب ناظر به فعل فردی است؛ یعنی اگر مؤمنی نصف شب در خانه خود برخاست و خشوع در نماز داشت، مصداق سوره است؛ بنابراین، صرف جمع بودن، دلالت بر فعل جامعه ندارد.

اشکال دوم این است که «عباد» اضافه به یاء شده و این، برامری اختصاصی دلالت می‌کند؛ به این معنا که رابطه خاصی بین تک تک افراد با خدا برقرار می‌شود؛ مانند آیه «ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ» (غافر، ۶۰) که گویی مفاد آیه، نگاه به جوانب فردی دارد. براین اساس، آیه مورد بحث نیز از مقوله فعل جامعه نیست.

در پاسخ به هر دو اشکال میتوان گفت: بعضی از افعال، الزاماً اجتماعی هستند (مانند امر به معروف و نهی از منکر) و گاه یک فعل ذاتاً فردی است؛ مانند رجوع به خدا در آیه «يا أَيُّهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ ارْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَّرْضِيَّةً» (فجر، ۲۷ و ۲۸)؛ یعنی یک روح در حال قبض است. روشن است که در اینجا، فعل جامعه بودن معنا ندارد؛ زیرا جامعه قبض روح ندارد تا بتواند به این معنا رجوع به «رب» کند. همین طور است دعا کردن در آیه «ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ» که ذاتاً امری فردی است. البته دعا، به صورت جمعی هم خوانده می‌شود، ولی در چنین جمعی هر فرد نوعی ارتباط فردی پیدا می‌کند و نمی‌توان گفت دعا جمعی است. اما برخی دیگر از افعال، دو لایه‌اند؛ یعنی می‌توانند هم فردی باشند و هم اجتماعی؛ مانند مفاد آیه «أَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ» (انبیاء، ۹۲) که درباره امت است و روشن است که عبادت در این آیه فردی نیست.

بنابراین، از اضافه شدن «عباد» به یاء، نباید چنین برداشت کرد که این آیه ناظر به ارتباط فردی با خداوند است؛ زیرا ممکن است با در نظر گرفتن قرائن یادشده، خداوند جامعه را لحاظ کرده باشد؛ یعنی «عباد از جهت جامعه بندگان». مفاد آیه قبل (زمر، ۱۷) نیز می‌رساند که مطلب درباره جامعه است و بنابراین، سیاق آیات نیز مؤید همین معناست.

در اینجا، توجه به این نکته نیز خالی از لطف نیست که دو مفهوم برای «عباد» می‌توان در نظر گرفت: یک مفهوم تکوینی به معنای هرانسانی که بنده خداست، و یک مفهوم تشریحی به معنای کسانی که اطاعت و بندگی می‌کنند. اگر در اینجا مفهوم دوم (تشریحی) در نظر باشد، آیه درصدد معرفی جامعه ویژه است. از افعالی هم که به اینها نسبت می‌دهد معلوم می‌شود که آیه در مقام نگاه تشریحی است، نه تکوینی. چیزی که هست، می‌توان از دلالت‌های التزامی آیه، برخی وضعیت‌های تکوینی را به دست آورد. به بیان دیگر، آیه به صراحت در مقام بیان وضعیت مطلوب است؛ زیرا در مقابل گزینه «استماع القول» گزینه دیگری هم هست. بعد می‌فرماید: «وَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ» که نشان می‌دهد در مقابل این صفت، «عدم اتباع» یا «اتباع از غیر احسن» قرار دارد و آیه در مقام بیان وضعیت مطلوب رفتاری و ناظر به تشریح است؛ بنابراین، عنوان «عباد» نیز به دلیل پایبندی جامعه به این خصلت‌ها به کار رفته است. البته ممکن است عباد براساس این شکل نگرفته باشد، بلکه براساس التزام به دین شکل گرفته باشد و اینها ارزش افزوده باشند؛ یعنی علاوه بر التزام به دین،

بندگان اطاعتها و عبودیت‌های دیگری هم دارند.

مقدمه سوم:

مقدمه سوم این است که این آیه به دلالت التزامی، ناظر به جامعه‌ای رسانه‌ای است؛ جامعه‌ای مطلوب و کامل. برای این دلالت چند قرینه وجود دارد:

قرینه اول، تعبیر «احسن» است. چرا تعبیری مانند «يَتَّبِعُونَ الْحَقَّ» و «يَتَّكِرُونَ الْبَاطِلَ» نیامده است؟ پیش‌تر مطرح شد که یکی از کارکردهای رسانه‌ها - که به تدریج بر اهمیت آن افزوده می‌شود - این است که نیازهای اندیشه‌ای و انگیزه‌ای و زیبایی‌شناختی و رفتاری بشر، همه در یک بسته از سوی رسانه پاسخ داده می‌شود و جامعه پاسخ خود را به شکل بسته‌ای، از رسانه دریافت می‌کند. اگر به ادبیات نسل امروز نگاه کنید، کلمه «زیبا» فراتر از مفهوم محدودی است که پیش از این به کار می‌بردیم؛ برای نمونه، امروزه اندیشه را هم زیبا می‌خوانند. در این صورت، مناسب به نظر می‌رسد که وقتی آیه برای یک اندیشه وصف «حَسَن» را به کار می‌برد، به آن جامعه نهایی شده انسانی نظر دارد که مرزهای بین اندیشه و زیبایی، در حال برداشته شدن است. این را می‌توان به عنوان یک قرینه مطرح کرد.

در توضیح باید گفت که ادبیات دینی درباره گفته‌ها و سخن، براساس «حق» و «باطل» و این مسئله شکل گرفته است که سخن، یا حق است یا باطل. باین حال، خداوند در اینجا تعبیر «احسن» و زیباتر را به کار برده است. دو قرن پیش ممکن بود فهم درستی از این آیه به عمل نیامده باشد. اتفاقاً یکی از آیات به شدت مهجور و متروک و نادیده انگاشته شده، همین آیه است که خیلی‌ها معنای آن را در نمی‌یافتند؛ با اینکه آیه مهمی است. در این آیه، بحث بشارت و بحث عباد من (بندگان خدا) مطرح است، ولی چون با تجربه‌های جوامع گذشته ناسازگار و نامأنوس بوده و برای آنها معنا نداشته، محترمانه و ناخواسته کنار گذاشته شده است.

البته می‌توان گفت که آنچه به عمل درمی‌آید، الزاماً اندیشه‌های دو مقوله‌ای حق یا باطل نیست، بلکه الگوها هم برای عمل است و چنین نیست که گفته شود: «الگو یا حق است یا باطل»، بلکه باید گفت: این الگو مناسب‌تر و زیباتر است، مثل «أُسُوَّةٌ حَسَنَةٌ» (احزاب، ۲۱؛ ممتحنه، ۴ و ۶) که زیبایی و نیکویی، به الگو نسبت داده می‌شود. الگوها در فضاهای رسانه‌ای، بیشتر ارائه می‌شود، منتها نمی‌توان انکار کرد که بخشی از قول، اندیشه‌هایی است که یا حق‌اند یا باطل.

قرینه دوم این است که «زیبا» و «غیرزیبا»، اموری تکوینی هستند که در نهاد هر بشری نهفته‌اند و خداوند از راه تشریح، در زیبایی تصرّف نمی‌کند؛ برای مثال هر انسانی از دیدن گل یا از مواجهه با اخلاق زیبا لذت می‌برد. تمرکز آیه بر زیبایی به عنوان یک خصلت بشری که ابعاد اجتماعی پیدا کرده و در جامعه عباد مطرح شده است، جز در فضای رسانه معنا پیدا نمی‌کند. به تعبیر دیگر، در جامعه

همه افراد باید با هم در تولید این فرآورده زیبایی شناختی در زمینه سخن، نقش داشته باشند، اما آنچه به بحث حاضر ارتباط دارد نقش رسانه در این عرصه است.

دو برداشت از آیه استماع:

با توجه به مقدمات یادشده، دو برداشت از آیه محتمل است:

برداشت نخست: نگاه توصیفی

برداشت نخست این است که این آیه در حقیقت، درصدد ارائه وضعیت گریزناپذیر یک جامعه نهایی شده انسانی است؛ جامعه‌ای که در آن به ناچار، سخن در دامنه‌ای بسیار گسترده و پرشمار، پخش و نشر پیدا می‌کند و همه افراد نیز در وضعیت استماع و شنیدن قرار دارند. این برداشت، مبتنی بر نگاهی توصیفی و ناظر به وضع نهایی بشر و جامعه کاملاً رسانه‌ای است؛ جامعه‌ای که عباد در آن زندگی می‌کنند، سخنان را می‌شنوند و همگی از قول احسن تبعیت می‌کنند. به نظر می‌رسد که چنین جامعه‌ای تنها در زمان حکومت امام عصر (عج) تحقق خواهد یافت؛ یعنی محال است چیزی غیر از جامعه امام عصر باشد.

براین اساس، موضوع نهایی و کامل این آیه - مانند آیه‌ای که می‌فرماید: زمین را به صالحان می‌دهیم (انبیاء) - هنوز تحقق پیدا نکرده و ناظر به دورترین مراحل حیات اجتماعی بشری است. اگر مراد آیه این مسئله باشد، باید آن را فعلاً از دستور کار کنار نهاد؛ زیرا متضمن هیچ حکم تشریحی یا توصیه‌ای برای ما نیست و فقط توصیف‌کننده جامعه واحدی است که تنها امام عصر (عج) می‌تواند آن را برپا نماید.

برداشت دوم: تشریح محض

در نگاهی دیگر، می‌توان گفت که مفاد این آیه، توصیه‌ای است و نه توصیفی. یعنی سفارش می‌کند که شما یک جامعه رسانه‌ای بسازید که دو قید (دو تشریح) داشته باشد: یکی اینکه باید زیرساخت آن جامعه عبودیت باشد و دیگری اینکه اقول را غربال کند و دنبال احسن برود. در این صورت، آیه در واقع، دستور عملی را برای جامعه عباد و جامعه مطلوب بیان می‌کند. به عبارت دیگر، آیه به صورت مطلق، توصیه‌ای و تشریحی است و می‌خواهد بگوید: شما جامعه‌ای را بسازید که زیرساختش عبودیت باشد و جامعه عباد بشود. در چنین جامعه‌ای، به طور طبیعی و به قرینه عبادی بودن جامعه، همه اقوال مقید به گفته‌های ویژه‌ای (حسن و احسن بودن) می‌شود و این جامعه، تولیدکننده همه نوع قولی نخواهد بود. در این جامعه باید همه این اقوال شنیده و آن‌گاه، از بهترین و زیباترین آنها پیروی شود. اگر عده‌ای می‌توانند این جامعه را در یک روستا یا یک شهر یا یک کشور برپا کنند، باید این کار را انجام دهند تا برسد به جامعه جهانی در عصر ظهور امام

عصر(عج). این برداشت، از نگاه توصیه‌ای و تشریحی محض برمی‌خیزد.

برداشت سوم: رویکرد میانه

تفسیر دیگری که می‌توان مطرح کرد این است که مفاد آیه را یک توصیف به علاوه یک تشریح در نظر بگیریم و بگوییم: موضوع این آیه، جامعه رسانه‌ای است؛ یعنی جامعه کنونی و جوامع به‌شدت رسانه‌ای شده‌اند، منتها باید در هر بخشی که امکانش هست، جامعه عباد را تشکیل بدهید. در این جامعه چون جامعه رسانه‌ای است، شما خود به خود، اقوال را می‌شنوید و اقوال بد نیز ناگزیر در این جامعه مطرح می‌شود (توصیف)، اما شما باید احسن و زیباترین آنها را انتخاب کنید (تشریح). این بیان در واقع، راه میانه‌ای است که وضعیت حال را هم در نظر دارد، اما نگاهی به جامعه رسانه‌ای است و توصیه‌ای برای هر دو دارد.

برداشتی دیگر

افزون بر سه برداشت نخست، ممکن است کسی برداشت دیگری نیز از آیه داشته باشد و مفاد آیه را سفارش به نشر اقوال گوناگون در جامعه بداند و بگوید: آیه درصدد توصیه به این است که همه سخن‌ها را بشنوید و از زیباترین و بهترین آنها تبعیت کنید. لازمه عمل به این توصیه، این است که همه سخن‌ها را منتشر کنید. این تفسیر را نمی‌توان پذیرفت؛ زیرا در اسلام به نشر همه اقوال و دیدگاه‌ها توصیه نشده است. حتی روایاتی داریم که به طور خاص، نشر کتاب‌های ضالّه را نهی میکنند. البته ممکن است بگوییم در دوران حاضر، اخفای کتاب‌های ضالّه معنا ندارد؛ زیرا جامعه و همه چیز به‌شدت رسانه‌ای شده است و در چنین فضایی همه اقوال گفته می‌شود و دیگر پنهان کردن آن شدنی نیست. در جامعه‌ای که به شکل نیم‌بند رسانه‌ای شده و امر در اراده و اختیار انسان است، اگر از اشاعه کتاب‌های ضالّه و اندیشه‌های باطل جلوگیری نشود، مردم سراز گمراهی درمی‌آورد و جامعه به سوی فساد می‌رود، ولی در جامعه‌ای که همه مرزها و منع‌ها به وسیله رسانه‌ها برداشته شده، مسئله اخفای کتاب‌های ضالّه، سالبه به انتفاء موضوع است.

نیز ممکن است بین ارسال و دریافت پیام تفاوت گذاشته و گفته شود: این مطلب درباره ارسال پیام صدق می‌کند و پیام در جامعه رسانه‌ای شده، بدون امکان ایجاد حد و مرز ارسال می‌شود، اما در همان جامعه می‌توان از حد و مرز دریافت پیام سخن گفت. در پاسخ به این دیدگاه باید گفت که این امر درباره دریافت پیام هم صدق می‌کند؛ زیرا در جایی که ارسال بدون منع و محدودیت باشد، دریافت نیز بدون محدودیت خواهد بود و بحث در همین است. پیش از این گفته شد که هر چه رسانه جلوتر می‌رود، تأثیر آن بر جامعه استیلا و رسوخ بیشتری پیدا می‌کند و مقاومت‌های فردی در برابر رسانه، مقاومت‌های ذره‌ای و نقطه‌ای در برابر حرکت جامعه است و تأثیری ندارد. به هر حال (چه حکم کتاب‌های ضالّه را در روزگار کنونی جاری بدانیم و چه بگوییم این منع اثری ندارد و منتفی

است)، توصیه به نشر همه اقوال، پذیرفتنی نیست و این برداشت را باید کنار نهاد.

۲.۳. آیه نفی اکراه:

«لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنِ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لَا انْفِصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ؛ در دین، هیچ اجباری نیست. راه از بیراهه، به خوبی آشکار شده است. پس هر کس به طاغوت کفر ورزد و به خدا ایمان آورد، به یقین، به دستاویزی استوار، که آن را هیچ گسستی نیست، چنگ زده است. و خداوند شنوای دانا است» (بقره، ۲۵۶). این آیه نیز می‌تواند منبعی برای نظرافکندن به رسانه از خاستگاه دین باشد و تأمل در آن، ما را در رسیدن به دیدگاه دینی در این عرصه کمک می‌کند. درباره این آیه نیز چند مطلب به عنوان مقدمه باید لحاظ شود:

مقدمه اول:

این آیه دین را «رشد» به شمار می‌آورد و هر چیزی را که در قبال دین باشد، «غی» یعنی گمراهی و ضلالت می‌داند و آن دورا مقابل هم قرار می‌دهد؛ پس آشکارا ارزشمند بودن هر آنچه را در قبال دین است نفی می‌کند؛ البته نفی آنچه «در مقابل دین» است، نه هر آنچه «غیردینی» است. هر آنچه دینی نیست، فاقد ارزش مطلق نیست؛ چون بخشی از دین، با وضعیت‌های فطری و انسانی مشترک است. دین پذیرفته است که بخشی از حقایق او در ادیان دیگر هم وجود دارد و بنابراین، آنچه را نزد غیر دین است نفی نمی‌کند، ما از خود دین آموخته‌ایم که بخشی از آنچه در غیر دین و ادیان دیگر آمده مشترکات است که قرآن از آنها به «کَلِمَةٍ سَوَاءٍ» (آل عمران، ۶۴) تعبیر می‌کند. به علاوه، بسیاری از امور، فطری هستند و خود دین هم آنها را پذیرفته است. پس نمی‌توان گفت هر آنچه غیر از دین باشد «غی» است.

اما اینکه آیه دین را با غیردین در تقابل قرار داده است شاید مربوط به جایی باشد که کسی علم دارد که دین یک مجموعه کامل است یا می‌بیند که به واسطه دین، جامعه رشد کرده است و می‌فهمد که این دین، دین خداوند است و باین حال، در برابر آن قرار می‌گیرد و دین را نمی‌پذیرد. دین به عنوان یک مرام باید پذیرفته شود و اگر کسی این مجموعه کامل را نپذیرد و در قبال آن رفتار انکارآمیزی داشته باشد، به رفتار چنین کسی، غی اطلاق می‌شود.

تفسیر دیگری که برای معنای غی می‌توان بیان کرد این است که بگویم: دین از دو بخش تشکیل شده است: یک بخش آن اساسیات دین است؛ یعنی بخش‌های فطری و نهادی بشر که دین آمده و به آنها قوت و عمق بخشیده، مانند قبول خداوند که امری بشری است و نادرستی شرک که بر اساس آیات قرآنی، وقتی در جامعه‌ای شرک پذیرفته می‌شود، این یک پذیرش تقلیدی و نتیجه پیروی از آبا

و اجداد است و نه از سرعقلانیت. آنچه در قبال این بخش قرار بگیرد، غی است و غی بودنش نیز به تعبیر آیه شریف، روشن و آشکار است.

مسلم است که ما نوعی تقابل را بین دین و غیردین می بینیم؛ دین متّصف به رشد و رشدآوری است و آنچه در مقابل دین قرار دارد غی و گمراهی و ضلالت است. این موضوع که گمراهی چیست و مقصود آیه چه چیزی است که در مقابل دین قرار دارد و متّصف به غی شده است ارتباطی با بحث ما ندارد و ما نیز از این مقوله می گذریم.

مقدمه دوم:

در مقدمه اول بیان شد که این آیه به نفی ارزشمندی چیزی می پردازد که در قبال دین باشد و آن را غی و گمراهی می شمارد، اما وجود آن را نفی نمی کند و تلویحاً وجود غی را در جامعه می پذیرد. باید رشد و غی هر دو وجود داشته باشند تا اکراه معنا پیدا کند، و اگر غی نباشد، معنا ندارد که سخن از نبودن اکراه به میان آید. دو چیز وجود دارد که وضعیت هر دو روشن شده است و باید به سمت آنها نرفت و به سمت این رفت. پس آیه متضمّن پذیرش وجود غی در جامعه است. البته اگر آیه هم نگوید، این، امر روشنی است که غی در جامعه وجود دارد، اما شاید بتوان این نکته را اصطیاد کرد که غی - هرچند با شدّت و ضعف - همیشه در جامعه وجود دارد. ممکن است زمانی جامعه به جایی برسد که غی در آن کم باشد، ولی از میان نمی رود. در جامعه مهدوی هم شاید بتوان گفت که رویکرد و حرکت های جامعه به غی تمایل ندارد، ولی این به معنای فقدان مطلق غی نیست. براساس این احتمال می گوئیم: در هر جا که انسانی هست، غی هم وجود دارد. دست کم تا مقطعی از تاریخ که کمال یافتگی برای جهان و دنیا تحقّق نیافته است، همیشه غی خواهد بود.

این مطلب را می توان از آیات دیگر قرآن نیز به دست آورد که در وجود انسان، معجونی از فجور و تقوا قرار دارد ((وَنَفْسٍ وَّ مَا سَوَّاهَا. فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَ تَقْوَاهَا؛ سوگند به نفس و آن کس که آن را درست کرد؛ سپس پلیدکاری و پرهیزگاری اش را بدو الهام کرد...)). شمس، ۷ و ۸)، منتها چیزی که انبیا به دنبال آن بودند این است که حکومت عادل شود و قسط در ساختار جامعه استقرار یابد. این تصوّر که انسان مسلوب الاختیار است و با این ویژگی به موجودی سراسر تقوا تبدیل می شود بعید است و خدا هم نخواست است که انسان را چنین بیافریند.

بنابراین وجود رشد ولو در کامل ترین سطح آن، به معنای نفی مطلق فجور نیست و این دو جمع شدنی اند، اما در مقام نظریه پردازی نمی توان یک یا دو آیه یا روایت را به تنهایی مبنا قرار داد؛ پس این نکته را باید در کنار آیات و روایات دیگر، در یک چهارچوب قرار دهیم تا بتوانیم به نظریه پردازی دینی برسیم.^۴

۴. خداوند در آیه ۶۳ سوره عنکبوت می فرماید: «بَلْ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ». برخی، از این آیه استفاده کرده اند که در اسلام دموکراسی نداریم. حالا این آیه را در کنار جمله امام علی (ع) قرار دهید که وقتی مالک اشتر را به سوی مردم تازه مسلمان مصر فرستاد، در همان

مقدمه سوم:

اسلام ساختار اجتماعی را براساس امر ملموس بیرونی که اندازه‌گیری آن ممکن است بنا می‌کند، نه براساس امری درونی که فقط خداوند از آن آگاه است و مقول به تشکیک است؛ ازاین‌رو، ایمان نباید در مناسبات اجتماعی مداخله کند. اگر ایمان در مناسبات اجتماعی مداخله کند، جامعه به هم می‌ریزد و خود ایمان اولین قربانی آن خواهد بود. مناسبات اجتماعی باید براساس حقوق باشد. حقوق هم براساس شهادتین است و نه بیشتر.^۵ یکی از آیاتی که این مطلب را به روشنی می‌رساند، این است که می‌فرماید: «قَالَتِ الْأَعْرَابُ آمَنَّا قُلْ لَمْ تُؤْمِنُوا وَلَكِنْ قُولُوا أَسْلَمْنَا وَمَا يُدْخِلُ الْإِيمَانَ فِي قُلُوبِكُمْ؛ [برخی از] بادیه‌نشینان گفتند: «ایمان آوردیم» بگو: «ایمان نیاورده‌اید، لیکن بگویید: اسلام آوردیم» و هنوز در دل‌های شما ایمان داخل نشده است» (حجرات، ۱۴).

از ظاهر آیه پیدا است مردمی که در جامعه عصر نبوی می‌زیستند مسلمان بودند، ولی بسیاری از آنان مؤمن نبودند و پیامبر(ص) معطل نماند تا همگی مؤمن شوند و بعد جامعه را بسازد. آن حضرت اول جامعه را ساخت به امید اینکه ایمان در قلب‌های آنها جای گیرد. جامعه اسلامی، براساس یک چهارچوب با هدف تقویت و ایجاد ایمان درست می‌شود و اساساً حکومت و نظام خلقت را برای تقویت ایمان قبول داریم، اما اینکه چه کسی قلباً ایمان آورده و چه کسی ایمان نیاورده است، دخالتی در مناسبات اجتماعی ندارد و فقط ظاهر افراد ملاک است. شهید مطهری در وصف شیخ اعظم انصاری می‌گوید: «ما نمی‌دانیم بین او و خدا چه می‌گذشت. ما ظاهر او را می‌بینیم».

بنابراین، خدمات جامعه اسلامی افراد غیرمؤمن را هم شامل می‌شود. از دستوره‌های اسلام این است که نه تنها به خلق، بلکه به حیوانات هم کمک کنید. گویی برای خداوند مطلوبیت دارد که بندگانش سیر شوند و البته راه ایمان نیز از همین جهت می‌گذرد. انسان باید سیر شود تا با آرامش فکر

مطالعات رساله

سال اول، شماره اول
پاییز و زمستان ۱۳۹۳



آغاز عهدنامه، سخن از وزرای قبلی و افکار عمومی به میان آورد و فرمود: «إِنَّمَا يُسْتَدَلُّ عَلَى الصَّالِحِينَ بِمَا يُجْرِي اللَّهُ هُمَ عَلَى النَّسَنِ عِبَادِهِ». (نهج البلاغه، نامه ۵۳) یعنی اگر بر سر زبان بندگان (عموم مردم) مدح و ستایش و صفت و نگاه مثبت نسبت به وزیران قبلی وجود داشت، دلیل بر خوبی آن فرد است. پس گاهی وجدان و افکار عمومی، معیاری برای تمییز افراد و این مسئله است که چه کسی پذیرفته شود و چه کسی پذیرفته نشود؛ چون خداوند این مدح را بر زبان مردم جاری کرده است. پس آن آیه باید در کنار این جمله امیرالمؤمنین(ع) در یک چهارچوب قرار گیرد و سپس نظریه‌پردازی کنیم که آیا افکار عمومی به صورت مطلق بی‌ارزش است یا گاهی می‌توان آن را ملاک قرار داد. افزون بر اینکه آیه «بَلْ أَكْثَرُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ» درباره مشرکان است و باید معلوم شود که آیا مفاد آن در جامعه اسلامی هم صدق می‌کند یا نه.

۵. ذکر این مطلب خالی از لطف نیست که زمان بعث پیامبر اکرم(ص)، روی سخن ایشان با مشرکان بود و نه با اهل کتاب. به اهل کتاب نمی‌گفت: بیایید و مسلمان شوید، بلکه به مشرکان می‌فرمود: «یا ایها الناس! قولوا لا اله الا الله تفلحوا» (ابن عبدالبر، بی‌تا، ۲/ ۴۹۲؛ ۴/ ۱۴۸۶؛ طبری، بی‌تا، ۱۱/ ۵۸۵ و ۵۸۶). آن حضرت با شرک مبارزه می‌کرد و البته به اهل کتاب هم می‌گفت: «تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكَمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلا نُشْرِكُ بِهِ شَيْئاً وَلا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضاً أَرْبَاباً مِنْ دُونِ اللَّهِ» (آل عمران، ۶۴). گویی خود را در صف اهل کتاب می‌دید، ولی با یک کتاب قوی‌تر و مطمئن‌تر و پیام والا‌تر؛ ازاین‌رو، آن حضرت هیچ‌گاه جبهه‌ای علیه اهل کتاب نگشود و تنها زمانی با اهل کتاب وارد جنگ می‌شد که خودشان به توطئه‌چینی و مبارزه با مسلمانان دست می‌زدند؛ مانند جنگ‌هایی که خود یهودی‌ها برپا کردند.

کند و بعد ایمان آورد. در شرایط غم و اندوه نمی‌توان به او گفت: ایمان بیاور! این گونه خدمات، برای همه است و همه - مؤمن و غیرمؤمن - از آن استفاده می‌کنند.

مقدمه چهارم:

آیه خواهان ازاله غمی به قهر و غلبه نیست و از ما نمی‌خواهد که با زور آن را از بین ببریم، بلکه راه برقراری و استقرار دین را تصریح می‌کند و به ما می‌آموزد که باید بر تبیین و آگاه شدن و آشکار شدن تکیه کرد. راه استقرار دین، آگاه کردن مردم است. علت آن راهم این گونه بیان می‌کند که دین یک نهاد صوری و ظاهری نیست، یک نهاد دارای رشد است و رشد با زور اتفاق نمی‌افتد، بلکه باید از راه عقل و تبیین به وجود آید.

در آیه سخن از اکراه به میان آمده و در هر اکراهی، یک «مُکْرَه» و یک «مُکْرَه علیهِ» در کار است. در اینجا، «مُکْرَه علیهِ» دین است و «مُکْرَه» بندگانند؛ چون خداوند اکراه نمی‌کند و اکراه کاربندگان است و خداوند از بندگان می‌خواهد که دیگران را اکراه نکنند. پس، از این آیه به خوبی استفاده می‌شود که دین را نباید با اکراه ایجاد کرد. نکته شایان توجه این است که قرآن کریم واژه «اجبار» را به کار نگرفته است. اجبار، بالاتر از اکراه است. اجبار این است که بخواهید به زور کسی را متدین کنید، ولی اکراه مطلق است و هر نوع فعالیتی را در برمی‌گیرد که شرایط را به سمت پذیرش از سرناچاری می‌برد؛ مانند اینکه کسی در رو در بایستی قرار گیرد و بگوید: دین را پذیرفتم. البته اکراه، شامل اجبار و بیشتر از اجبار هم می‌شود؛ بنابراین، از آیه نفی اکراه این مطلب استفاده می‌شود که خداوند از بندگان متدین خود می‌خواهد که برای توسعه دین در جامعه، نه تنها دست به زور نبرند، بلکه دست به اکراه هم نبرند.

نتیجه:

در پایان می‌توان گفت که نظریه کلامی رسانه، اقتضائاتی را در بحث روش برجای می‌گذارد که آن اقتضائات، گاهی عناصری از روش می‌شود، گاهی تأثیراتی بر مسائل استنباطی رایج می‌گذارد و گاهی نیز جهت استنباط را تغییر می‌دهد. نگاه دینی، امری جدید در فضای روش‌شناسی فقه است؛ به این معنا که ما در بسیاری از موضوعات باید به نظریه کلامی برسیم و اگر نظریه کلامی نداشته باشیم، نظریه فقهی هم شکل نمی‌گیرد و به تبع آن، احکام فقهی هم نخواهیم داشت؛ بنابراین نداشتن نظریه و اجتناب از تلاش برای دستیابی به آن باعث می‌شود رابطه بین دین و رسانه یا فقه و رسانه شکل‌نگیرد و در نتیجه، رسانه کلامی ما هم به نفع دین کار نکند.

برای به دست آوردن این نظریه، پس از اثبات انسانی بودن رسانه، باید به منابع قرآن و حدیث و مبانی کلامی مراجعه کرد. چنان‌که در آیه استماع بیان شد، شنیدن و تبعیت، برای این است که

شما سخنان دیگران را بشنوید و هر کدام محتوای بهتری داشت، در عرصه عمل به کار بگیرید؛ پس می‌توان گفت که این آیه با مدلول مطابق یا مدلول التزامی‌اش، ناظر به بُعد رسانه‌ای در انسان است..

آیه «لا إكراه في الدين»، نیز دو جبهه را مطرح می‌کند: یکی جبهه دین و ارزش - که واژه «رشد» را برایش به کار برده - و دیگری جبهه مقابل دین که همان غی است؛ یعنی آنچه برخلاف فطریات بشر باشد. غی به معنای گمراهی است و گمراهی منشأ بی‌ارزشی است. آیه تلویحاً پذیرفته است که غی در جامعه وجود دارد؛ زیرا اگر فرض دین بر این بود که غی در جامعه نیست، پس چرا نباید اکراه کرد؟ نفس ایجاد تقابل میان این دو جبهه، به معنای پذیرش وجود هر دو است. اگر هم روزی بیاید که غی در جامعه وجود نداشته باشد، دست کم در وضع فعلی، غی فراوان در همه جای جهان وجود دارد. آیه از ما نمی‌خواهد که غی را با زور از بین ببریم، بلکه از ما می‌خواهد که دیگران را اکراه نکنیم و تنها بکوشم فطرت دینی انسان‌ها شکوفا شود. اگر هم شما با اجبار و اکراه کسی را به دین کشانید، فایده‌ای ندارد. این مطلب را باید نکته‌ای مبنایی در بحث رسانه به شمار آورد که راه اشاعه دین داری، تبیین و دعوت به تعقل است و رسانه می‌تواند و باید فعالانه در این مسیر قدم گذارد.

منابع

الف) منابع فارسی:

اورت، آنا (۱۳۸۸). «رسانه‌ها در عصر دیجیتال»، ترجمه رحیم قاسمیان، مجموعه مقالات زیباشناسی و فلسفه رسانه، انتشارات دانشکده صدا و سیما.

آذری، غلامرضا (۱۳۹۱). «دین و رسانه: رویکردی معرفتی فلسفی»، مجموعه مطالعات رسانه، ج ۲، چ ۲، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

باهنر، ناصر (۱۳۸۷). رسانه‌ها و دین، چ دوم، تهران: مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.

پاسترف، مارک (بی‌تا). عصر دوم رسانه، ترجمه غلامحسین صالحیار، تهران: مؤسسه ایران.

زکی، محمدباقر (۱۳۹۰). «پارادایم اسلامی در ارتباطات»، مجموعه مقالات دومین همایش بین‌المللی دین و رسانه، ج ۱، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ج ۱، ترجمه احد علیقیان و افشین خاکباز.

مبلغی، احمد (۱۳۹۰). «النظریته الفقهیه؛ امکاناتها و مکنوناتها»، پژوهش‌های اصولی، سال سوم، ش ۱۱.

مبلغی، احمد (۱۳۹۳). «پیش‌درآمدی بر فقه رسانه (موضوع‌شناسی)»، مطالعات رسانه و امت، ش ۱.

معمد نژاد، کاظم (۱۳۸۸). ارتباطات در جهان معاصر، چ ۱، تهران: مؤسسه نشر شهر.

ویلیامز، کوین (۱۳۹۰). درک تئوری رسانه، ترجمه رحیم قاسمیان، تهران: نشر ساقی.

هایم، مایکل (۱۳۸۸). «هایدگر و مک لوهان و ماهیت حقیقت مجازی»، ترجمه صدار ساده، مجموعه زیباشناسی فلسفه رسانه، دانشکده صداوسیما.

هوشنگی، حسین (۱۳۹۱). «رسانه، اخلاق و دین»، مجموعه مطالعات رسانه، ج ۲، چ ۱، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

ب) منابع عربی:

ابن عبدالبر، یوسف بن عبدالله (؟؟؟). الاستیعاب فی معرفه الاصحاب، تحقیق علی محمد بجاوی، مکتبه نهضة مصر.

طبری، محمد بن جریر (بی‌تا). تاریخ طبری: تاریخ الأمم والملوک، تحقیق محمد ابوالفضل ابراهیم، بیروت.

کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۸). الاصول من الکافی، تصحیح علی اکبر غفاری، چ ۳، تهران: دارالکتب الاسلامیه.