

# مطبوعات دینی؛ پاره‌ای تذکارهای نظری

محمد مهدی فقیهی  
سر دبیر روزنامه انتخاب

## چکیده

در کشور ما با وقوع یک انقلاب دینی که قصد سامان دادن امور گوناگون جامعه را بر اساس دین در سر داشت، پرسش‌هایی جدی در زمینه توانایی دین در برآوردن نیازهای گوناگون از جمله آزادی و عدالت مطرح شد که دیدگاه‌های متفاوتی را در عرصه‌های گوناگون پدید آورد. یکی از این عرصه‌ها ورود دین به حوزه وسایل ارتباط جمعی بود.

نکته‌ای که در بحث از رسانه دینی اهمیت فراوان دارد تفکیک حوزه بحث و تعیین این نکته است که ورود دین به حوزه رسانه‌ها در کدام یک از سطوح روش، محتوا یا هدف مطرح می‌شود یعنی:

۱. آیا منظور ترویج مضامین دینی از طریق رسانه‌هاست؟

۲. آیا قرار است روش‌های تبلیغ ادیان به روش‌های تبلیغی موجود در رسانه‌ها

اضافه شود؟

۳. یا تنظیم اهداف رسانه بر اساس اهداف دین مورد نظر است؟

نویسنده در این مقاله قصد دارد با بحث در خصوص سؤال سوم نشان دهد که چگونه آرمان‌ها، ارزش‌ها و اهداف دینی می‌توانند مقدمه تنظیم اهداف رسانه را فراهم آورند. وی در این بررسی نظر خاصی به مطبوعات و رسانه‌های نوشتاری دارد.

نگارنده در نهایت به این نتیجه می‌رسد که: بزرگ‌ترین کارکرد عصر پست مدرن کاهش عقل‌گرایی در جوامع انسانی است. بنابراین با توجه به عقل‌گرایی بودن دین اسلام و قائل شدن شعور و قدرت تفکر برای توده‌های انسانی، مطبوعات در جامعه اسلامی باید مطالب خود را در جهت تعمیق تفکر بشر و ارائه داده‌های صحیح به وی برای باروری اندیشه تنظیم کنند.

## مقدمه

در روند پرشتاب توسعه جهانی، فناوری ارتباطات با پیشرفتی غیرقابل تصور چهره جهان را دگرگون کرده است. گستره و ژرفای این دگرگونی به حدی است که جامعه نوین دیگر در حال شکل‌گیری نیست، بلکه تحقق یافته و ما در زیست جهان مدرن زندگی می‌کنیم. رهاورد این توسعه در کشورهای جهان سوم و سنتی چندان ملموس نیست اما سایه‌ای از تجلیات آن بر شمول زندگی روزمره تأثیر گذاشته است. عنصر شاخص و تأثیرگذار بر روند این تحول و دگرگونی، فناوری است که در عرصه رسانه‌ها، هر روز جلوه‌ای تازه و بدیع‌تر پیدا می‌کند. رسانه‌ها وسیله انتقال پیام و اطلاعاتند و به کمک فناوری، تمام سطوح اجتماعی، فرهنگی و آئینی را در همه سرزمین‌ها، به سیطره خود در می‌آورند. فناوری اطلاعات حتی در زندگی روزمره معمولی، در زمره نیازهای اساسی درآمده است و برخلاف گذشته صرفاً در اختیار متخصصان نیست.

اما آیا به راستی، فناوری اطلاعات و رسانه‌ها همچنان از قدرت جادویی برخوردارند؟ آیا رسانه‌ها، عقلانیت دنیای مدرن را در دست گرفته‌اند و تبدیل به یک سلاح مؤثر فرهنگی شده‌اند؟ آیا می‌توان رسانه را تهاجمی به باورها و اعتقادات آئینی برشمرد؟ اینها سؤالاتی هستند که قصد داریم در جهت گشودن باب گفتگو درباره کاربرد واقعی ابزارهای دنیای مدرن پاسخ دهیم. همچنین، سعی داریم تعامل یا تقابل رسانه را در عرصه دین و معنویت با گذار از وادی ناشناخته‌ها و فراروایت‌های معنوی بررسی کنیم.

## رسانه‌های مدرن

کارکرد نشانه، انتقال به وسیله پیام است. این امر مستلزم وجود عناصری است: موضوع یا چیزی که درباره آن سخن گفته می‌شود یا مرجع، نشانه‌ها و یا رمزگان و وسیله انتقال (فرستنده و گیرنده). در نشانه‌شناسی انگلیسی و امریکایی، اصطلاح رسانه برای اشاره به وسایل گوناگون ارتباطی نظیر کتاب، رادیو، سینما و... به کار می‌رود. بنابراین، هر رسانه مستلزم وجود یک جوهر نشانه‌ای و نیز یک تکیه‌گاه و میانجی برای آن جوهر است. روشن است که ماهیت، ساختار و کارکرد رمزگان به نحو تنگاتنگی وابسته به رسانه است.

به اعتقاد مک‌لوهان، رسانه‌ها امتداد حواس و کارکردهای ما هستند؛ به باور وی، ما در حال گذار از یک فرهنگ گرم به یک فرهنگ سرد هستیم و دلیل آن جهشی است که در رسانه‌ها رخ داده است، جهشی که به ویژه از رهگذر جایگزینی تلویزیون به جای کتاب، خودکار شدن به جای ماشین‌نویس شدن، هنر غیر

◀ **تردیدی نیست که رسانه‌ها کلیه عرصه‌های گوناگون زندگی انسان معاصر را تصاحب کرده‌اند. اکنون دیگر سخن از کمیت و گستردگی رسانه‌ها در میان نیست، بلکه کیفیت، کاربرد و نحوه تأثیرگذاری است که مورد بحث و مذاقه اهل نظر و حتی بزرگان رسانه‌ها قرار می‌گیرد.**

بیکر نما به جای هنر بیکر نما و غیره تحقق یافته است. نتیجه قهری این امر، مشارکت فرد و ظهور جامعه جدیدی است که از برخی جهات به زندگی قبیله‌ای و فرهنگ‌های سرد شباهت دارد. تقابلی که مک‌لوهان میان فرهنگ غربی مدرن که فرهنگی گرم است و فرهنگ‌های سرد باستانی قائل شده است، با چالش روبه‌رو است. از دیدگاه نشانه‌شناختی، ما دارای دو نوع تجربه هستیم: یکی تجربه

عقلی و دیگری تجربه احساسی. این دو تجربه قابلیت تبدیل به یکدیگر را ندارند، بلکه نسبت آنها با یکدیگر معکوس است. رمزگان‌ها هرگاه مفید باشند، وضعیت واقعی جامعه و ارزش‌ها و سلسله مراتب آن را بازتاب می‌دهند اما هرگاه از واقعیت اجتماعی به دور باشند بازتاب‌دهنده یک اراده معطوف به قدرت و یک صورت ظاهر هستند.

تردیدی نیست که رسانه‌ها کلیه عرصه‌های گوناگون زندگی انسان معاصر را تصاحب کرده‌اند. اکنون دیگر سخن از کمیت و گستردگی آنها در میان نیست، بلکه کیفیت، کاربرد و نحوه تأثیرگذاری است که مورد بحث و مذاقه اهل نظر و حتی بزرگان رسانه‌ها قرار می‌گیرد. گستره تأثیر رسانه‌ها به میزان زمان‌های استفاده از آنها بستگی ندارد. چه بسیار اتفاق می‌افتد که تماشای یک فیلم مخاطبی را مدت‌ها به تسخیر خود در می‌آورد.

رسانه‌ها توانسته‌اند انسان‌ها را برای شکل‌گیری اتوپیای اقتصادی و فرهنگی جهانی تربیت کنند. پیش از پیدایش رسانه‌ها، به خصوص از دوران رنسانس، انسان در صدد بود تا آنچه را گذشتگان در آسمان‌ها و عالم متافیزیک جستجو می‌کردند، اینک بدون حضور خدا بر گستره زمین بسازد و به همه تخیلات تاریخی خود در موارد مختلف عینیت ببخشد، اما از آنجا که چنین مقصودی به طور کامل تحقق نیافت، رسانه‌ها برای التیام بخشیدن به روح انسان‌های خسته و وامانده وارد عمل شدند و با هدف بالا بردن مقاومتشان کوشیدند آنان را در حالتی خلسه‌مانند فرو برند. در این میان دین و معنویت نیز به عنوان جزئی از اجزای جامعه بشری مستثنی نشدند. البته سخن گفتن از این موارد تسلیم شدن به جبری ماتریالیستی و تکاملی از نوع تاریخی آن نیست بلکه ارائه تصویری واقع‌گرایانه از بخشی از وضعیت و چگونگی جامعه جهانی است. جهانی که به یاری رسانه‌ها انسان را در فضایی از هراس و اضطراب قرار داده است و او را واداشته است که برای رهایی از این دغدغه‌ها به معنویت‌گرایی آئینی، معنویت‌های الحادی و هنرهای معنوی روی آورد. باید پذیرفت که اگر چه فناوری، رسانه‌ها و سرعت، فضا را برای





روح بشری تنگ ساخته‌اند، در کشاکشی حقیقی، اندیشمندان و متفکران جهان معاصر کوشیدند تا ضمن ارائه الگویی از حقیقت معنویت و هنر، پرده از گوهر شفاف آن بردارند اما هر چه در کنه واقعی آن غور می‌کنند، هنر معنوی و تجلیات آن بیشتر در هاله‌ای از ابهام فرو می‌رود.

روروتی، فیلسوف معاصر، هدف طرح پست مدرنیسم را این گونه بیان می‌کند: از الوهیت ساقط کردن جهان.

وی می‌افزاید: بهترین راه برای وارد کردن درد و رنج به یک فرد این است که تمام آنچه را برای او ارزشمند است، بی‌معنا و عاری از قدرت نشان دهی. غرب تا حد زیادی دین باوری خود را از دست داده است؛ بنابراین تنها این شوق است که طعمه واقعی پست مدرنیسم است. حال این سؤال مطرح می‌شود که آیا رسانه‌ها در ساقط کردن الوهیت نقشی نداشته‌اند؟ اخراج تقدس و مبانی استعلایی از زندگی بشر چیزی جز درد و رنج برای عصر مدرنیته به ارمغان نیاورده است و تصاویر پورنوگرافیکی اینترنت و ماهواره‌ها جز به چالش کشیدن اخلاق و روح انسان آموزه‌ای دیگر نداشته‌اند. اگر به همان تعریف خود از رسانه بازگردیم خواهیم دید که مهم‌ترین وظیفه رسانه انتقال پیام و اطلاعات است. پیامی که حاوی آموزه‌های قبیح و گسست از عالم متعالی باشد به طور حتم بر تمام شئون زندگی تأثیر خواهد گذاشت و انسان را فارغ از زمان و مکان به صورتی منفرد رها خواهد کرد.

کانت می‌گوید هیچ فضای جهانی خارجی و اصیلی ورای همان بازنمایی و تصویری که از سوی ذهن درون بین متحقق می‌شود وجود ندارد. فضای جهانی فقط از منظر انسان هستی می‌یابد یا موجود انگاشته می‌شود. هایدگر نیز بر همین مبنا روزگار مدرن را به مثابه عصری که جهان و فضای آن در نهایت به منزله باز نمود و تصویر مسخر شده است برمی‌شمرد.

هایدگر بر این باور بود که در دوران فناوری مدرن، آثار هنری چه به صورت شخصی گردآوری شوند و در معرض تماشای همگان قرار گیرند و چه در جایگاه اصلی خود نظاره شوند، در مرتبه نمایشی خود آواره شده‌اند. به اعتقاد هایدگر، انحطاط جهانی هرگز مرتفع نمی‌شود. از طرفی او بر این باور بود که اگر قرار است هنر نجات‌دهنده باشد باید به نیروی منجی تبدیل شود. هنر در گام اول با تذکر و نمایاندن ماهیت فناوری مدرن و خطر آن یعنی بی‌خانمانی به گونه‌ای مثالی و سپس با ارائه نظریه‌ای کاملاً دگرگون شده از مکان به مثابه مسکن و مأوا به یک نیروی مافوق و نجات‌بخش تبدیل می‌شود. همچنین، هایدگر تأکید می‌کرد که فناوری، ما را بر آن می‌دارد تا آنچه را معمولاً از واژه ماهیت مفهوم می‌شود به گونه‌ای دیگر تصور کنیم. هنر در بسترهای فرهنگی، اجتماعی و ایدئولوژیکی هر جامعه‌ای شکل می‌گیرد و اگر این مسئله به طور کامل جوهره آن را تعیین نکند در سمت و سوی و نوع نگاه به هنر به شدت تأثیرگذار

است. جهان معاصر، دنیای سرعت و کم شدن فاصله‌ها، به خصوص با کارکرد رسانه‌ها است. انسان در کوتاه‌ترین زمان مسافت‌های طولانی را طی می‌کند. اما کوتاه‌ترین زمان فاصله‌ها، قرابت واقعی را به دنبال نداشته است، زیرا نزدیکی با کوتاهی فاصله ایجاد نمی‌شود. آوارگی‌ای که هایدگر از آن نام می‌برد، فقدان احساس انسانی بودن در جهان است. او بر این باور بود که فناوری مدرن در همه جا بودن و به هیچ جا تعلق نداشتن را ممکن می‌سازد. اما برخی متفکران مانند آدورنو و هابرماس بر این باورند که مدرنیته و به خصوص وجه خردباوری آن، از هنر مدرن دفاع نمی‌کند، بلکه برعکس به عنوان یک نقاد سازش‌ناپذیر با آن سرستیز دارد. البته باید اعتراف کرد که هنر مدرن متأثر از جوامعی که در آنها شکل گرفته است کاملاً توجیه‌کننده بی‌عدالتی‌های اجتماعی و روابط و مناسبات کاپیتالیستی نیست، بلکه در روند خود، سیر حرکت این سرمایه‌داری را تأیید می‌کند، هر چند هنرمندان به صورت منفرد این مطلب را نپذیرند.

## نسبت دین و رسانه

۱. قرن‌ها است که نسبت دین با عرصه‌ها و معارف گوناگون، ذهن و زبان بسیاری از متفکران و پژوهشگران جوامع بشری را به خود مشغول کرده است. به همین جهت است که بحث از نسبت دین با علم، تاریخ، فناوری، جامعه، اقتصاد، سیاست، زبان، هنر و... واجد گفتمان‌هایی بس طولانی و غنی در تفکر و تفلسف بشری است. یعنی چه در بحث نسبت دین با معارفی چون اقتصاد، زبان، هنر و علم طبیعی و چه در نسبت سنجی میان دین با ساحت‌ها و گستره‌هایی چون اجتماع، سیاست، تاریخ و فرد با تاریخی بس طولانی و گران‌بار روبه‌رو هستیم. سرآین توجهات نیز از نیاز جدی آدمی به دین سرچشمه می‌گیرد؛ به یقین هیچ یک از انواع متاع و کالاهایی که انسان در تاریخ پرفراز و نشیب خود کسب و تجربه کرده است، نتوانسته‌اند جای خالی دین را برای او پر کنند؛ حال خواه این دین یکی از سه دین ابراهیمی باشد که مترقی‌ترین و متکامل‌ترین ادیان به شمار می‌روند و خواه تعالیم دیگری که معنویت و روح ادیان ابراهیمی را با خود همراه دارند<sup>۱</sup>.

۲. بحث در باب نسبت دین با عرصه‌ها و معارف گوناگون با دغدغه‌ها و توقعاتی همراه است: گاه هنگامی که پاره‌ای از افراد برای مثال از نسبت علم و دین سخن می‌گویند و ترکیب علم دینی را به کار می‌برند خواهان آن هستند که آموزه‌ها و نکات علمی موجود در دین را دریابند. آنان به طور خاص می‌خواهند مشخص و تصریح کنند که فلان اصلی که در متن مقدسی چون قرآن وجود دارد نظریه‌ای علمی به حساب می‌آید و علم نیز بر آن صحه گذاشته است یعنی نظریه‌های علمی پیشاپیش در متون



مقدس وجود داشته‌اند.

پاره‌ای اوقات هم پژوهشگرانی قصد دارند اثبات کنند که علم و دین یکی هستند و علم دنباله روی نکاتی است که در ادیان وجود داشته است؛ یعنی برخلاف دسته اول که به دنبال علم دینی هستند اینان خواهان دین علمی هستند و به تعبیری بر مبنای علم به استقبال هر آموزه و آیین دینی می‌روند. به نظر این دسته، هیچ تعارضی میان آموزه‌های علم و دین وجود ندارد.<sup>۲</sup>

به این دو گروه می‌توان گروه‌های بسیار دیگری را اضافه کرد که با دغدغه‌های گوناگون از جمله رفع تعارض میان علم و دین به این گونه مباحث پرداخته‌اند، هر چند ذکر نظرهای آنان از حوصله این مقال خارج است.

در بحث نسبت دین با عرصه‌هایی چون سیاست، اجتماع و تاریخ نیز رویکردها و آرای گوناگونی به چشم می‌خورد. برای مثال، پاره‌ای افراد خواهان آنند که دریابند آیا دین می‌تواند چنان بر جامعه‌ای حاکمیت داشته باشد که ضمن برآوردن نیازهای گوناگون افراد آن، آزادی و دیگر حقوق بنیادین آنان چون عدالت و حرمت را نیز برآورده سازد یا خیر. افراد دیگری در پی آنند که درک کنند مفهوم حکومت دینی یا مفاهیمی چون جامعه دینی، سیاست دینی یا دانشگاه دینی چه معنا یا معانی‌ای دارند. البته به این دو گروه می‌توان گروه‌های بسیار دیگری را نیز اضافه کرد.

در جامعه ما با وقوع یک انقلاب دینی که قصد سامان امور گوناگون جامعه را بر اساس دین در سر داشت این پرسش‌ها به جد مطرح شدند و دیدگاه‌های متفاوتی را در عرصه‌های گوناگون به وجود آوردند. این مناقشات البته تا حدودی طبیعی بود؛ چرا که ما با نسبت‌سنجی‌های گوناگونی روبه‌رو بودیم و هستیم که تأثیرات مستقیم و به سزایی بر همه گستره‌های تصمیم‌گیری و رفتاری دارند.<sup>۳</sup>

۳. بحث ما تحلیل مفهومی ترکیب رسانه دینی و در نتیجه ارائه نظریه‌ای در باب این مفهوم است. پیش از هر چیز مشخص خواهیم کرد که از این ترکیب مفهومی چه برداشتی داریم و آنگاه سعی خواهیم کرد ضمن تعیین دیدگاه دین‌شناسانه خود به ارائه نظریه‌ای در این باب مبادرت ورزیم.

۳الف. ترکیب "رسانه دینی" بیش و پیش از هر چیز محتاج چندین تقسیم‌بندی ضروری است. نخست باید روشن شود که مقصود از دین کدام دین، با چه مبانی و ویژگی‌هایی است. واضح است هر آنچه در این نوشتار در باب دین گفته می‌شود به دین اسلام منتسب است مگر آن که به صراحت به آن اشاره شود. از سوی دیگر هنگامی که از رسانه دینی یا رسانه اسلامی سخن می‌رود باید مشخص شود که آیا ما خواهان بحث در ساحت روش، محتوا یا غایات دینی دخیل در رسانه‌ها هستیم؛ یعنی می‌خواهیم که محتویات و مضامین دینی را از طریق رسانه‌های گوناگون ارائه و ترویج کنیم یا خواهان آنیم که روش‌های تبلیغی

◀ **هنگامی که از رسانه دینی یا رسانه اسلامی سخن می‌رود باید مشخص شود که آیا ما خواهان بحث در ساحت روش، محتوا یا غایات دینی دخیل در رسانه‌ها هستیم؛ یعنی می‌خواهیم که محتویات و مضامین دینی را از طریق رسانه‌های گوناگون ارائه و ترویج کنیم یا خواهان آنیم که روش‌های تبلیغی موجود در ادیان را به روش‌های تبلیغی موجود در رسانه‌ها اضافه کنیم. به این دو شق قسمی دیگر را نیز می‌توان اضافه کرد و آن دخیل کردن غایات دینی در اهداف و برنامه‌های رسانه‌ای است.**

موجود در ادیان را به روش‌های تبلیغی موجود در رسانه‌ها اضافه کنیم. به این دو شق قسمی دیگر را نیز می‌توان اضافه کرد و آن دخیل کردن غایات دینی در اهداف و برنامه‌های رسانه‌ای است.<sup>۴</sup> واضح است که اتخاذ هر یک از رویکردهای یاد شده در بحث رسانه دینی، سخن متمایز و مجزایی را خواهد گشود یعنی اگر قصد داشته باشیم با توجه به مضامین دینی ماهیتی مستقل برای رسانه‌ها به وجود آوریم

وارد گفتمانی شده‌ایم که با تعریف رسانه دینی به عنوان رسانه‌ای که مضامین دینی از طریق آن منتقل می‌شوند متفاوت است. از سوی دیگر این دو گفتمان مستقل از گفتمانی هستند که در آن با توسل به روش‌های تبلیغی و کنش ارتباطی دین خواهان بسط آنها به روش‌های متفاوت انتقال پیام رسانه‌ها هستیم. بحث از جمع غایات رسانه‌ای و غایات موجود در ادیان نیز بحث مبسوط و مستقل دیگری است که هم با سخن موضوع و هم با بحث روش متفاوت است. واضح است هر سخن نظری که در باب رسانه دینی می‌رود نمی‌تواند این گونه تقسیم‌بندی‌ها را نادیده بگیرد.

از سوی دیگر رسانه نیز مفهوم کلی و کلانی است که جز با تقسیم آن به انواع مصادیق مشخص نمی‌توان به ماهیتش نزدیک شد. در اینجا نیز شعار معروف دکارت "تقسیم کن تا پیروز شوی" صادق است. در نخستین گام باید رسانه‌های مدرن را از رسانه‌های پیشامدرن جدا کرد، چرا که هر یک از این دو نوع کلان رسانه، ماهیت و هویت خاص خود را دارند. پیامی که از طریق یک رابطه دوگانه انسانی منتقل می‌شود کجا و پیامی که از طریق رسانه‌ای جمعی چون تلویزیون انتقال می‌یابد کجا؟ هر یک از این دو نوع ارتباط، ماهیت خاص خود را دارند و از این رو اگر با یک نام یعنی تعبیر کلی رسانه و پیام عنوان شوند بسیاری از مؤلفه‌های متمایز و تخصصی فدا می‌شوند.<sup>۵</sup>

رسانه‌های مدرن نیز طیف وسیعی را در بر می‌گیرند که هر یک ماهیت و کارکرد خاص خود را دارند. تلگراف، تلفن، مطبوعات، رادیو، تلویزیون و اینترنت هر یک به گونه‌ای پیام را منتقل می‌کنند و به تولید معنا می‌پردازند. بدین جهت هنگامی که سخن از ماهیت رسانه دینی می‌رود باید مشخص باشد که از مطبوعات دینی، تلویزیون دینی یا تلگراف دینی کدام مد نظر است.

۳. ب. در باب تک تک موارد بند ۳. الف باید موضع خود را مشخص کنیم و تنها پس از طی این مرحله

است که می‌توان پا به وادی نظریه پردازی گذاشت. ضمن احترام به همه کسانی که خواهان بسط رسانه دینی با روش یا موضوع دینی هستند، در این نوشتار قصد داریم در خصوص غایات دینی دخیل در رسانه بحث کنیم، یعنی مشخص کنیم که آرمان‌ها، غایات و ارزش‌های دینی چگونه می‌توانند در مقام گردآوری (The context of discovery)، مقدمه لازم برای ارائه یک نظریه ارتباطاتی را فراهم آورند و تجلی این امر بر بحث رسانه‌ها چگونه است؟ همچنین هنگامی که از رسانه‌ها سخن می‌گوییم با توجه به تخصص خود نگاهمان را معطوف به رسانه مطبوعات و نشریات می‌کنیم و هر چند معتقدیم بسیاری از نکات یاد شده در این باب را می‌توان به رسانه‌های مدرن دیگر هم بسط داد بهتر آن می‌دانیم که قائل به تمییز و تمایز این رسانه‌ها باشیم و بررسی تطبیقی در این مورد را به افراد دیگری واگذاریم.

۴. فیلسوفان دین در این باب که دین واجد چه تعاریفی است، ماهیت زبان دین کدام است و حکم و گزاره دینی چگونه توجیه می‌شود کمتر اتفاق نظر دارند. از این رو در این باب نیز مانند دیگر عرصه‌های پژوهشی با تنوع عقاید و باورها که گاه به تشکیک می‌انجامد مواجه هستیم.<sup>۶</sup> در این میان بحث زبان دین از جمله مهم‌ترین بحث‌ها به شمار می‌رود؛ هر دیدگاهی را در این وادی اتخاذ کنیم تأثیر آن به وضوح و به وفور بر عرصه‌های دیگر مشخص خواهد بود. در این میان سه دیدگاه برجسته مطرح است. پاره‌ای از متفکران به تبع از سیالیتی که برای همه زبان‌های دیگر مانند زبان علم، زبان فلسفه، زبان هنر و زبان اساطیر قائل هستند، به سیالیت زبان دینی تن می‌دهند و آن را به تمامی در برابر انتظارات و توقعات آدمیان مسکوت می‌گذارند. در اینجا آنچه از اولویت برخوردار است کاربرد است و این آدمیان هستند که سعی دارند کاربرد زبان را به گونه‌ای خاص رقم زنند. مهم‌ترین اثر در فلسفه معاصر غرب که مبلغ این رویکرد نسبت به زبان و به تبع زبان دین است کتاب معروف و اثرگذار لورودیک ویتگنشتاین "پژوهش‌های فلسفی" است. ویتگنشتاین در این اثر هر زبان را مانند یک بازی و واجد شباهت‌های خانوادگی با دیگر زبان‌ها می‌داند که این مشی راه را بر هر گونه مقایسه زبان‌ها می‌بندد. به طور خلاصه دیدگاهی زبان دین را چنان صامت در نظر می‌گیرد که مسیر ما را برای هر گونه برداشتی از متون دینی هموار می‌سازد.<sup>۷</sup> به همین جهت است که طرفداران این دیدگاه بیش و پیش از هر چیز بر توقعات و انتظارات آدمیان در مواجهه با دین و نقش معارف دیگر در برداشت‌های دینی ما دست می‌گذارند.

از سوی دیگر افرادی هستند که زبان دین را به تمامی آشکار و عیان می‌دانند و نقش انسان را تنها در فهم و درک آن واضح‌ات ارزیابی می‌کنند.<sup>۸</sup> ما البته معتقدیم که هر دو این نظریات به گونه‌ای به افراط و تفریط مبتلا هستند. هنگامی که از زبان دین سخن به میان می‌آید از یک سو نمی‌توان پاره‌ای از واضح‌ات دینی را منکر شد و بنابراین، در این مقام قائل شدن به صامت بودن زبان دین کاری اشتباه است و از سوی



دیگر زبان دین مانند هر زبان دیگر از ابهاماتی تشکیل شده است که به هیچ عنوان قابل تردید نیستند. تفاسیر و برداشت‌های گوناگون از متون اصلی دینی چون اسلام این نکته را اثبات می‌کند. به همین جهت است که ما به تبع برخی متفکران زبان دین را گزیده گوی می‌دانیم.<sup>۹</sup>

پاره‌ای از اصول این زبان و متن مشخص است

اما برای فهم کل مطلب به کاوش و اندیشه ژرف نیاز داریم. تعدادی از مهم‌ترین اصولی که می‌توان از دینی چون دین اسلام استنباط کرد عبارتند از:

۱. دین اسلام جهان را هدفمند می‌داند.

۲. جهان را نسبت به خوب و بد بی‌اعتنا نمی‌داند.

۳. بر عقل و عقلانیت به عنوان مهم‌ترین رکن وجودی انسان صحنه می‌گذارد.

به این اصول البته می‌توان چندین اصل دیگر را نیز اضافه کرد اما به طور حتم اصول دیگر نیز اشتراکاتی با اصول یاد شده دارند. ما در اینجا پیش از هر چیز بر اصل سوم دینی کنش عقلانی تأکید می‌کنیم زیرا معتقدیم تأثیرات آن بر ارتباط‌شناسی و رسانه آشکارتر و صریح‌تر است.

۵. ما با رسانه‌ای به نام مطبوعات و آرمانی به نام تعامل عقلانی مواجه هستیم و معتقدیم جمع میان این دو، تأثیرات به‌سزایی در به وجود آوردن یک رسانه دینی و نظریه ارتباطاتی دینی ایفا می‌کند. گفتیم که منظور از دینی بودن رسانه دخیل بودن غایت و ارزش دینی در رسانه (به صورت خاص در اینجا مطبوعات) است.

بر کسی پوشیده نیست که دین اسلام و وضعیت تکاملی دو دین ابراهیمی دیگر یعنی یهودیت و مسیحیت است و این حالت تکاملی ناشی از غلبه عقلانیت و تفکر بر احساسات بوده است یعنی در حالی که ادیان دیگر بیشتر با معجزات فیزیکی که آدمی را به فضایی ورای طبیعت و تفکر می‌برند طرف هستند. در دین اسلام با تفوق کلام و نوشتار و منطق بر شعار و شور و احساسات روبه‌رو هستیم و همین نکته به علاوه پیش فرض فلسفی ما در باب زبان دین که آن را گزیده‌گوی نام نهادیم باعث می‌شود به اصل مهم مورد نظر خود یعنی اولویت تعامل و ارتباط عقلانی در اسلام برسیم.

از سوی دیگر ما با یک رسانه جمعی یا توده‌ای (mass media) به نام مطبوعات روبه‌رو هستیم که به هر حال یک رسانه توده‌ای به حساب می‌آید یعنی اول آن که مانند همه رسانه‌های دیگر پیام را به نقاط



دوری ارسال می‌کند و دوم آن که با توده سر و کار دارد و مهم‌ترین ویژگی توده البته نامتجانس بودن اجزای میان آن است.<sup>۱۰</sup> به عبارت دیگر کارکرد رسانه‌ای مانند مطبوعات به گونه‌ای است که با یک گفتگوی من و تویی کاملاً تفاوت دارد. در یک گفتگوی من و تویی در حالت ایده‌آل دو طرف یکدیگر را به عنوان انسان‌هایی با دیدگاه‌های متفاوت در نظر می‌گیرند که قصد دارند با محوریت عقلانیت و با تکیه بر پیش فرض‌های مشترک مسیر گفتگو را به پیش برند<sup>۱۱</sup> اما در کنش ارتباطی که با رسانه‌ای چون مطبوعات برقرار است عقلانیت اگر هم مطرح باشد در محوریت قرار ندارد، زیرا در اینجا یک رسانه با یک توده سر و کار دارد و مهم‌ترین وجه یک توده تمرکز نداشتن، نامتجانس بودن و بنابراین متفاوت بودن است. یعنی اگر این رسانه بخواهد به آن هدف جامه عمل ببوشد در عمل قادر به انجام تام و کامل آن نیست.

حال پرسش این است که چگونه می‌توان کارکرد رسانه‌ای را که با مخاطب آن یعنی توده شناخته می‌شود چنان تغییر داد که با آرمان دینی، تعامل و کنش عقلانی سازگار باشد؟ در اینجا سئوالاتی که باید چندین پیش فرض دینی را به میان آورد که یکی از آنها متوسط دیدن انسان و بهبود گام به گام او در مسیر پیشرفت است اما اصل دیگر قائل شدن هویت عقلانی برای جمع و اذعان به عقل جمعی است. آری وضعیت کنونی رسانه مطبوعات چنان است که با توده سر و کار دارد و توده بیش و پیش از آن که عقل محور و شعور محور باشد، احساس محور و شور محور است. اما این نیز مرحله‌ای برای پیشرفت هویت جمعی انسان‌ها به شمار می‌آید که تجربه ادیانی چون یهودیت و مسیحیت را با خود داشته‌اند، آن‌گاه متکامل‌تر شده‌اند و دینی چون اسلام برای آنان نازل شده است و با توسل به این دین و آموزه‌های معنوی ادیان دیگر به پیشرفت خود ادامه داده و با رسانه‌های نوینی آشنا شده‌اند.

انسان‌ها که موجودات متوسطی به شمار می‌آیند و گام به گام به جلو رفته‌اند برای اتخاذ و استفاده از رسانه نوینی چون مطبوعات نیز قدم به قدم پیشرفت کرده‌اند تا بدین مکان رسیده‌اند. هر چند این مکان هم چندان ایده‌آل نیست، با همه پیشرفت‌های صورت گرفته تا رسیدن به جایگاهی که در آن رابطه و کنش عقل محور حاکم شود راهی طولانی در پیش است. به نظر ما این رویکرد و نگاه دینی به تاریخ بسط و توسعه رسانه‌ای چون مطبوعات که به تبع از نظریات ارتباطی در این زمینه به وجود آمده است می‌تواند قلمداد شود اما این رویکرد دینی نسبت به آینده این رسانه نیز موضعی خنثی ندارد بلکه معتقد است آرمان بزرگ بشری و دینی "عقل محوری" باید بر رسانه‌ای چون مطبوعات حاکم شود و این گونه هم خواهد شد. برای تسهیل فرایند عقل محوری البته می‌توان مضامینی را از متون اصلی دین بیرون کشید. تأکید بر این که آنان که سخنان را می‌شنوند و بهترین را انتخاب می‌کنند از هدایت شونده‌گان هستند، تأکید

بر واقع بینی و قائل شدن به حرکت تدریجی و بطئی در این زمینه و سرانجام آموزه های فراوانی که در باب اخلاق گفتگو و تعامل عقلانی در قرآن اشارت شده همه برای ما که در مسیر پدید آوردن یک رسانه عقلانی، دینی و اسلامی حرکت می کنیم رهگشا خواهد بود.

ما در دین اسلام دارای مساجدی بوده ایم که در نقش یک

رسانه کارکردهای گوناگونی داشته اند و سه شیوه بیان قاص، خطبه و وعظ در آنها به وضوح و به وفور به چشم می آمده است. در این میان اسلام و پیامبر آن حضرت محمد (ص) وجود توده را به رسمیت می شناسند اما برای جمع هویت قائلند و آن را گونه ای توده فارغ از عقلانیت و تفکر به حساب نمی آورند. این در پیش فرض نشان از آن دارد که بدون تغییر ماهیت رسانه ها می توان کارکرد آنها را چنان بهبود بخشید که به وضعیت ایده آل "تعامل عقلانی" نزدیک شوند و این همان چشم اندازی است که پیامبر اسلام قصد داشته است با سه ابزار قاص، خطبه و وعظ به انجام رساند.

عما در دوره معرفتی خاصی زندگی می کنیم که پاره ای افراد با عنوان پست مدرن از آن یاد کرده اند. در این دوره آنچه پررنگ است کم کردن نقش عقل و عقلانیت در همه معارف و ساحت ها از جمله رسانه ها است. بدین جهت است که بودریار از مجازی بودن همه چیز از جمله رسانه ها سخن می گوید و برای مثال وقوع جنگی چون جنگ خلیج فارس را نیز زاینده رسانه های جمعی غربی قلمداد می کند.<sup>۱۲</sup> در این جهان به نظر ما مهم ترین کارکرد مدافعان دینی دفاع از نقش و اثر عقل و محوریت آن در همه جوه و نشئون زندگی انسانی است. گفتیم که عقل یکی از بزرگ ترین و مهم ترین ارزش های دینی به شمار می آید و بدین جهت است که نقش دین در دنیای جدید بیش و پیش از هر چیز خود را در دفاع از عقلانیت نشان می دهد. کارکرد دین در عرصه رسانه ها و نظریه های ارتباطی نیز با محوریت این آرمان صورت می گیرد به خصوص آن که ما در جهان جدید از لحاظ فرهنگی و معرفتی در وضعیت خاصی قرار داریم.

نگاه و رویکرد دینی به نظریه های پسامدرن در عرصه ارتباطات و مطبوعات می تواند این باشد که هر چند این نظریه ها نقدهایی جدی و گاه سازنده به انحرافات رسانه های مدرن وارد کرده اند و از این لحاظ بهبود و پیشرفت آنها را بیشتر مقدور و میسور ساخته اند<sup>۱۳</sup> اما نمی توان حرکت آن رسانه ها را روبه پیشرفت دانست. همان گونه که جریان پست مدرن و تصحیح پاره ای کژروی ها حرکتی روبه جلوست نقش و اثر رسانه های مدرن و از جمله مطبوعات نیز رو به جلو و انکارناپذیر است. بدین جهت دین در این زمینه هم

◀ بدون تغییر ماهیت رسانه ها می توان کارکرد آنها را چنان بهبود بخشید که به وضعیت ایده آل "تعامل عقلانی" نزدیک شوند و این همان چشم اندازی است که پیامبر اسلام قصد داشته است با سه ابزار قاص، خطبه و وعظ به انجام رساند.

مانند همه عرصه‌های دیگر که رویکرد اصلاحی دارد بر این مشی دست می‌گذارد به خصوص آن که دین قائل به وجوه و مراتب گوناگون برای عقل است که در هر دوره مرتبه عمیق‌تری از آن نسبت به مرحله قبل هویدا می‌شود و این فرض البته بر فلسفه تاریخ موجود در دین اسلام متکی است. امید آن که فرهنگ و کشور ما نیز شاهد رسیدن به این مرحله درخور برای مطبوعات باشد و بتواند میان عقلانیت، رسانه مطبوعات و دین تعادل و توازن برقرار سازد. این نوشتار که می‌تواند در حکم مقدمه‌ای برای ارائه نظریه در باب مطبوعات دینی قلمداد شود هم نیازمند بسط بیشتر نگارنده و هم نیازمند نقد صاحب‌نظران است.

### پی‌نوشت‌ها:

۱. برای بحثی در باب ضرورت توجه به دین برای مثال نگاه کنید به: سروش، عبدالکریم. مدارا و مدیریت، صفحات ۱۱۹ تا ۱۴۵، انتشارات صراط، ۱۳۷۶.
۲. برای دیدن بحث مبسوط‌تری در باب نسبت‌های علم و دین بنگرید به باقری، خسرو، هویت علم دینی، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۲؛ همچنین نشریه نامه فرهنگ. ویژه‌نامه علم و دین و نشریه فرهنگ ویژه‌نامه علم و دین.
۳. در این باب پس از انقلاب گفتمان‌های بسیاری در جامعه فکری ما به وجود آمد که هر چند از لحاظ کمی قابل توجه بودند متأسفانه از جهت کیفی مشکلات فراوانی داشتند.
۴. برای مشاهده بحثی در باب این سه شق یعنی روش، موضوع و نمایات دینی دخیل در دیگر حوزه‌ها بنگرید به: ملکیان، مصطفی. راهی به راهی، فصول مربوط به اسلامی کردن دانشگاه‌ها و علم دینی، انتشارات نگاه معاصر، ۱۳۸۱.
۵. برای دیدن بحثی مفصل در این باب نگاه کنید به: محسنیان‌راد، مهدی. ارتباط‌شناسی، صفحات ۳۱۳ به بعد، ۱۳۷۸، انتشارات سروش.
۶. برای مشاهده پاره‌ای از این مناقشات نگاه کنید به کتاب عقل و اعتقاد دینی، نوشته چند نویسنده و با ترجمه آقایان احمد نراقی و ابراهیم سلطانی، طرح نو، ۱۳۷۸.
۷. در دیار ما نظریه قبض و بسط که از سوی دکتر عبدالکریم سروش ابراز شده مروج و مبلغ این رویکرد است.
۸. طرفداران مکتب تفکیک و بسیاری از فقیهان بر این رأی تأکید می‌کنند.
۹. این نظریه از آن دکتر خسرو باقری در کتاب هویت علم دینی است.

۱۰. برای مشاهده بحث مبسوط در این زمینه نگاه کنید به گفتگوی دکتر محسنیان راد با روزنامه انتخاب، شماره‌های ۱۳۳۳۲ و ۱۳۳۳۳.
۱۱. هم گابریل مارسل و هم مارتین بوبر در باب رابطه من و تو کتابی با همین عنوان دارند که خواندنی هستند. دکتر محسنیان راد هم در فصل آخر کتاب ارتباط‌شناسی خود به این بحث پرداخته است.
۱۲. برای دیدن بحثی در باب نظرهای بودریار نگاه کنید به کتاب: جهان بگلو، رامین. نقد عقل مدرن و همچنین شایگان، داریوش. افسون زدگی جدید.
۱۳. برای مشاهده بحثی جامع در این زمینه نگاه کنید به وستر، فرانک. نظریه‌های جامعه اطلاعاتی. ترجمه اسماعیل قدیمی، فصل اطلاعات و پست مدرنیسم، انتشارات قصیده سرا، ۱۳۸۰.

#### منابع:

۱. نشانه‌شناسی، پل ریوگیو، ترجمه محمد نبوی، انتشارات آگاه، ۱۳۷۹.
۲. رسانه‌ها و فرهنگ، مجموعه مقالات، انتشارات سروش، ۱۳۷۵.
۳. هایدگر و پرسش بنیادین، بابک احمدی، نشر مرکز، ۱۳۸۰.
۴. بازخوانی هابرماس، حسین علی نوزری، نشر چشمه، ۱۳۸۰.
۵. تجلیات حکمت معنوی در هنر اسلامی، محمد مددپور، انتشارات امیرکبیر، ۱۳۷۴.
- ع‌معرفت و معنویت، سیدحسین نصر، انتشارات سهروردی، ۱۳۸۱.

