



جمهوری اسلامی ایران
مرکز مدیریت حوزه های علمیه
رساله علمی سطح ۳

آسیب شناسی رسانه های تصویری از منظر اسلام

استاد راهنما: حجت الاسلام والمسلمین دکتر عبدالله متقی زاده
استاد مشاور: حجت الاسلام والمسلمین دکتر نوراله عقیلی

محقق: جمشید غفوری

چکیده

نقش رسانه های ارتباط جمعی در سرنوشت جامعه و تاریخ آن چنان مهم است که می تواند افراد یک جامعه را به سوی تعالی و یا سقوط سوق دهد.

امروزه حضور گسترده رسانه های جمعی در جهت دهی به افکار عمومی جهان، از واقعیات انکارناپذیر می باشد که دنیای معاصر را از جهات متعدد تحت تأثیر قرار داده است. این معنا تا بدانجا پیش رفته که عصر حاضر را «عصر رسانه ها» نامیده اند.

افراط در بزرگ نمایی یک امر و یا تفریط در کوچک نمایی امر دیگر توسط رسانه های عمومی در طول تاریخ، موجب رخدادهای شگفت انگیزی گردیده است .

رسانه ها اعم از مکتوب، شنیداری، دیداری، گفتاری و دیجیتالی در دنیای امروز یکی از فراگیر ترین و کارآمدترین سلاح هایی هستند که می توانند در موارد مثبت و یا منفی به کار گرفته شوند. در نظام جمهوری اسلامی نیز برای تعمیق فرهنگ اسلامی و همچنین شفاف کردن وضعیت موجود و افق پیش رو و نقد عملکرد گذشته، رسانه ها نقش بی نظیری دارند.

از طرفی آمار ها نشان می دهد در سال های اخیر ، جرایم ، انحرافات و آسیب های اجتماعی افزایش یافته است و آسیب شناسان اجتماعی هر روزه در رسانه های جمعی هشدار می دهند که سن مجرمان در حال کاهش است و در بُردار گروه سنی ، به سمت گروه های سنی جوان و حتی نوجوان در حال پیشروی است . نگرانی از چنین وضعیتی باعث شده است تا سازمان های مختلف در جهت کاهش ، کنترل و پیشگیری از آسیب های اجتماعی بر فعالیت های تدبیری و تحقیقی خود بیفزایند.

تاکنون هیچ حوزه فکری و نظریه پردازی ، نقش و سائل ارتباط جمعی خاصه رسانه های تصویری را بر آسیب ها و انحراف های اجتماعی نفی نکرده است . پژوهش های گوناگون در جوامع مختلف به تأثیر و سائل ارتباط جمعی بر بروز، کنترل و پیشگیری از آسیب های اجتماعی اشاره دارند.

در این پژوهش که به صورت توصیفی تحلیلی صورت میگیرد، به بررسی آسیب شناسی رسانه های تصویری از منظر اسلام و حسب مورد ارایه راهکارهای مفید در این زمینه میپردازیم.

کلید واژه ها: آسیب - رسانه - رسانه تصویری - فرهنگ - دین

فهرست مطالب

مقدمه	۱
۱- بیان مساله :	۱
۲- ضرورت انجام تحقیق :	۲
۳- سوالات تحقیق :	۳
۴- اهداف تحقیق :	۳
۵- کاربرد انجام تحقیق:	۴
۶- فرضیات تحقیق:	۴
۷- پیشینه تحقیق:	۴
۸- کارکردهای رسانه های تصویری:	۴
۹- روش تحقیق	۶
۱۰- قلمرو تحقیق	۶
۱- فصل اول: کلیات	۷
۱-۱- مفهوم شناسی:	۸
۱-۱-۱- آسیب شناسی:	۸
۱-۱-۱- رسانه های تصویری	۸
۱-۱-۴- آسیب شناسی رسانه:	۹
۲-۱- چهارچوب نظری تحقیق :	۹
۱-۲-۱- تئوری های مرتبط با حوزه ی تحقیق:	۹
۲-۲-۱- مبانی نظری تحقیق یا چارچوب نظری تحقیق :	۱۴
۲- فصل دوم: آسیب های فرهنگی	۲۱

- ۲-۱ آسیب های اجتماعی ۲۵
- ۲-۱-۱ منظر اول: ۲۶
- ۲-۱-۱-۱ نقش رسانه های ارتباط جمعی در سرنوشت جامعه: ۳۰
- ۲-۱-۱-۲ آسیب های رسانه های الکترونیکی جدید بر ایران ۳۱
- ۲-۱-۱-۳ اطلاع رسانی غیرقابل کنترل ۳۳
- ۲-۱-۱-۴ ظهور انسان هایی با تابعیت بین المللی ۳۳
- ۲-۱-۱-۵ رواج فرهنگ جهانی و غربی در ایران ۳۴
- ۲-۱-۱-۶ از بین بردن هویت در جوانان ۳۵
- ۲-۱-۱-۷ افزایش نابرابری ها و بوجود آمدن فاصله ی طبقاتی ۳۵
- ۲-۱-۱-۸ تضعیف بنیان های زبان ملی: ۳۶
- ۲-۱-۱-۹ فقدان سانسور ۳۶
- ۲-۱-۱-۱۰ رواج فرد گرایی و انزواطلبی ۳۷
- ۲-۱-۱-۱۱ ضعف دید ارتباطی: ۳۷
- ۲-۱-۱-۱۲ از بین بردن قدرت انسجام فکری و اندیشه منطقی: ۳۸
- ۲-۱-۲ منظر دوم: ۴۰
- ۲-۱-۲-۱ از بین بردن اعتقادات ۴۳
- ۲-۱-۲-۲ ترویج و تبلیغ از دین خاص ۴۳
- ۲-۱-۲-۳ استحاله ی فرهنگی ۴۴
- ۲-۱-۲-۴ هژمونی فرهنگی: ۴۶
- ۲-۱-۲-۵ نقش شبکه های فارسی زبان بیگانه: ۵۰
- ۲-۲ آسیب های اخلاقی: ۵۲

- ۵۳..... ۱-۲-۲ استفاده ابزاری از زن.....
- ۵۴..... ۲-۲-۲ تصاویر مستهجن.....
- ۵۵..... ۳-۲-۲ هرزه نگاری:.....
- ۵۵..... ۱-۳-۲-۲ تاثیر هرزه نگاری در رسانه ها بر انحرافات جنسی.....
- ۵۷..... ۴-۲-۲ تضعیف ارزش های اخلاقی:.....
- ۵۷..... ۱-۴-۲-۲ تمسخر و تحقیر برخی اقوام.....
- ۵۸..... ۲-۴-۲-۲ دروغ پراکنی.....
- ۵۹..... ۳-۴-۲-۲ چاپلوسی و تملق.....
- ۵۹..... ۴-۴-۲-۲ شکستن حریم خصوصی افراد.....
- ۶۰..... ۵-۲-۲ دیگر آسیب های اخلاقی رسانه ها:.....
- ۶۰..... ۱-۵-۲-۲ ایجاد امواج جرم.....
- ۶۰..... ۲-۵-۲-۲ عادی سازی هنجارشکنی.....
- ۶۱..... ۳-۵-۲-۲ گسترش خشونت و پرخاشگری.....
- ۶۲..... ۴-۵-۲-۲ تضعیف اعتماد اجتماعی.....
- ۶۴..... ۵-۵-۲-۲ آسیب های رفتاری ناشی از همانند سازی:.....
- ۶۵..... ۶-۵-۲-۲ ایجاد روحیه ی انزواگرایانه.....
- ۶۵..... ۷-۵-۲-۲ معرفی الگوهای ناسالم.....
- ۶۶..... ۸-۵-۲-۲ ایجاد زمینه ی رفتارهای خشونت آمیز.....
- ۶۷..... ۹-۵-۲-۲ افزایش رفتارهای گناه آلود بخاطر پرداختن به موضوع رجاء.....
- ۶۷..... ۱۰-۵-۲-۲ آسیب های رفتاری رسانه ها بر کودکان:.....
- ۶۸..... ۱-۱۰-۵-۲-۲ کودکان و اینترنت.....

- ۲-۲-۵-۱۰-۲ بازیه‌های رایانه‌ای و رفتارهای خشن با اخلاق جنسی ۷۱
- ۲-۲-۵-۱۰-۳ تاثیر تلویزیون بر کودکان : ۷۳
- ۲-۲-۵-۱۰-۳-۱ خشونت و پرخاشگری ۷۶
- نمونه‌ی رفتار خشونت‌آمیز ۷۶
- ۲-۲-۵-۱۰-۳-۲ عدم تشخیص واقعی و تخیلی بودن تصاویر ۷۷
- ۲-۲-۵-۱۰-۳-۳ نارسایی در تعامل با خانواده ۷۸
- ۲-۳-۲ آسیب‌های تربیتی ۷۸
- ۲-۳-۱ رشدی سواد و متلاشی شدن اخلاق و عقاید ۷۸
- ۲-۳-۲ قطع ارتباط با کتاب ۸۰
- ۲-۳-۳ رسانه، خانواده و تربیت فرزندان: ۸۱
- ۲-۳-۴ آسیب‌های تربیتی رسانه‌های تصویری بر کودکان: ۸۵
- ۲-۳-۵ آسیب‌های تربیتی تلویزیون: ۸۶
- ۲-۳-۶ ضعف سینمای کودک ۸۸
- ۲-۳-۷ آسیب‌های تربیتی ماهواره ۸۹
- ۲-۳-۷-۱ ایجاد خانواده‌های بی‌قید در برابر خانواده‌های سنتی ۹۰
- ۲-۳-۷-۲ فروپاشی جایگاه ویژه‌ی پدر و مادر ۹۱
- ۲-۳-۷-۳ ترویج و عادی جلوه دادن خیانت زن و شوهر به یکدیگر ۹۲
- ۲-۳-۷-۴ عادی جلوه دادن ارتباط دختر و پسر پیش از ازدواج تا حد باردار شدن ۹۳
- ۲-۳-۷-۵ هویت‌زدایی از مفهوم خانواده ۹۴
- ۳- فصل سوم: آسیب‌های اقتصادی ۹۵
- ۳-۱ اثرات سوء تبلیغات: ۹۶

۹۹.....	۲-۳ اسراف و تبذیر.....
۹۹.....	۱-۲-۳ هدر رفتن اوقات مردم به پای بازیهای رایانه ای.....
۹۹.....	۲-۲-۳ هدر دادن نیروهای انسانی وامکانات.....
۱۰۰.....	۳-۳-۳ استفاده نکردن از توان دیگران.....
۱۰۱.....	۴-۳ جشنواره های ویتربینی.....
۱۰۱.....	۵-۳ به انحصاردرآوردن بازار کالا.....
۱۰۲.....	۶-۳ ایجادنیاز کاذب و میل به کالاهای موردتبلیغ.....
۱۰۳.....	۷-۳ سود گرایی.....
۱۰۳.....	۸-۳ ایجادروحیه ی تجمل گرایی.....
۱۰۵.....	۴-۴ فصل چهارم: آسیب های سیاسی.....
۱۰۹.....	۱-۴ کارکردهای مداخله گرایانه ی رسانه ها:.....
۱۰۹.....	۲-۴ کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای در عملیات روانی:.....
۱۱۳.....	۳-۴ فضا سازی های منفی منطقه ای و بین المللی.....
۱۱۶.....	۴-۴ تغییرافکار عمومی ازطریق تبلیغات.....
۱۲۰.....	۵-۴ تاثیر رسانه در جنگ ویتنام.....
۱۲۱.....	۶-۴ ایجاد بی ثباتی و ناامنی.....
۱۲۳.....	۷-۴ تحریف سیاسی وقایع و اخبار:.....
۱۲۳.....	۱-۷-۴ کارکرد برجسته‌سازی رسانه‌ها در دیپلماسی رسانه‌ای.....
۱۲۵.....	۲-۷-۴ کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای در خلق رویدادهای رسانه‌ای.....
۱۲۹.....	۸-۴ ایجاد دشمن فرضی:.....
۱۳۰.....	۹-۴ ایجاد جنگ نرم رسانه‌ای:.....

- ۱۰-۴ رسانه ابزاری در دست دشمن ۱۳۴
- ۱۱-۴ ایجاد زمینه برای جهانی شدن یا جهانی سازی ۱۳۷
- ۱۲-۴ امپریالیسم فرهنگی : ۱۳۸
- ۱۳-۴ امپریالیسم فرهنگی رسانه‌ای و آسیب‌های آن: ۱۴۰
- ۱۴-۴ بازیهای رایانه‌ای و القای منجی بشریت بودن آمریکا ۱۴۳
- ۱۵-۴ از بین رفتن سنت‌های کهن باسلطه‌ی فرهنگ غربی : ۱۴۵
- ۱۶-۴ تبلیغ آراء و عقاید خاص ۱۴۶
- ۱۷-۴ زوال ارزش‌های والای انسانی ۱۴۶
- ۱۸-۴ از بین رفتن امنیت فرهنگی و فکری ۱۴۷
- ۱۹-۴ ایجاد تفرقه بین ملتها ۱۴۸
- ۲۰-۴ سلطه جویی آمریکا از طریق صنعت سینما ۱۵۰
- ۲۱-۴ تسلط بر جشنواره‌ی فیلم ۱۵۰
- ۲۲-۴ سلطه‌ی فرهنگی صهیونیسم (سلطه بر فرهنگ‌ها و سلطه بر مراکز تاثیرگذار فرهنگی) ۱۵۱
- ۲۳-۴ آسیب‌پذیری ساختار رسانه‌ای در ایران ۱۵۵
- ۵- فصل پنجم : راهکارها ۱۵۷
- ۱-۵- راهکارهای آسیب‌های سیاسی ۱۵۸
- ۱-۱-۵- لزوم تدوین استراتژی ۱۵۸
- ۲-۱-۵- طراحی سیستم ۱۵۸
- ۳-۱-۵- ایجاد مرکز دیپلماسی رسانه‌ای در شورای عالی امنیت ملی ۱۵۹
- ۴-۱-۵- ایجاد و تقویت بلوک‌های رسانه‌ای ۱۶۰
- ۵-۱-۵- لزوم انسجام و هماهنگی سازمان‌ها در خارج از کشور ۱۶۰

- ۱۶۲..... ۵-۱-۶- لزوم استفاده از تاکتیک‌های جدید
- ۱۶۳..... ۵-۱-۷- توجه به کیفیت بسته‌بندی پیام
- ۱۶۴..... ۵-۱-۸- سایر راهکارهای مقابله با آسیب‌های سیاسی:
- ۱۶۵..... ۵-۲- راهکارهای آسیب‌های فرهنگی:
- ۱۶۸..... ۵-۲-۱- آشنایی بامتولیان شبکه‌های ماهواره‌ای
- ۱۷۰..... ۵-۲-۲- بالا بردن سواد رسانه‌ای
- ۱۷۰..... ۵-۲-۳- تأمین برنامه برای کودکان
- ۱۷۱..... ۵-۲-۳-۱- ساخت برنامه برای کودکان سنین ۱ تا ۷ سال
- ۱۷۲..... ۵-۲-۳-۲- ساخت برنامه برای گروه سنی ۷ تا ۱۴
- ۱۷۳..... ۵-۲-۳-۳- ساخت برنامه برای گروه سنی ۱۴ تا ۲۱ سال
- ۱۷۳..... ۵-۲-۴- استقلال رسانه‌ای
- ۱۷۴..... ۵-۲-۵- تخصص‌گرایی
- ۱۷۴..... ۵-۲-۶- در دسترس بودن
- ۱۷۵..... ۵-۲-۷- آموزش رسانه‌ای
- ۱۷۵..... ۵-۲-۸- رفع چالش‌ها و محدودیت‌های مالی و قانونی
- ۱۷۵..... ۵-۲-۹- تجهیز رسانه‌ای در حقوق ایران
- ۱۷۶..... ۵-۲-۱۰- پرکردن خلأ فرهنگی
- ۱۷۷..... ۵-۲-۱۱- گزینش افراد متعهد
- ۱۷۸..... ۵-۲-۱۲- نظارت بر پخش برنامه‌ها
- ۱۷۹..... ۵-۲-۱۳- شناسایی و معرفی اسوه‌ها
- ۱۷۹..... ۵-۲-۱۴- معرفی الگو

- ۱۷۹..... ۱۵-۲-۵ - تبلیغ و ترویج دین و تفهیم آن از طریق رسانه
- ۱۸۰..... ۱۶-۲-۵ - پای بندی به اصول ارزشی مشترک
- ۱۸۰..... ۱۷-۲-۵ - تهیه ی فیلم های متناسب با باورهای ملی - مذهبی
- ۱۸۱..... ۱۸-۲-۵ - نهادینه سازی تعهد در برابر فرهنگ دینی
- ۱۸۱..... ۱۹-۲-۵ - استفاده از هنرمندان خوش فکر
- ۱۸۱..... ۲۰-۲-۵ - تاسیس سایت عمومی و مشارکت دادن استعداد های جامعه
- ۱۸۲..... ۲۱-۲-۵ - تعیین متولی خاص برای سینمای کودک
- ۱۸۲..... ۲۲-۲-۵ - ایجاد شورای حمایت از سینمای کودک و نوجوان
- ۱۸۲..... ۲۳-۲-۵ - حمایت و پشتیبانی از فیلم نامه نویسی
- ۱۸۳..... ۳-۵ - راهکار مقابله با آسیب های اقتصادی رسانه:
- ۱۸۳..... ۱-۳-۵ - واقع نمایی
- ۱۸۳..... ۲-۳-۵ - ترویج روحیه ی خوداتکایی ملی
- ۱۸۴..... ۳-۳-۵ - تبلیغ کالاهای ضروری و متناسب با وضعیت اقتصادی جامعه
- ۱۸۵..... ۴-۳-۵ - تبلیغ و معرفی الگوهای مصرف
- ۱۸۶..... منابع و ماخذ:

مقدمه

۱- بیان مساله :

انسان به عنوان موجودی اجتماعی در تعامل با جامعه به سرمایه بردوهمواره از محیط خود متاثر می گردد.

اجتماعی بودن انسان چه از روی فطرت، و چه از روی جبر یا عامل دیگری باشد، به هر حال امری غیرقابل انکار است. آنچه بیشترین سهم را در تاثیرگذاری بر رفتار و کردار انسان ایفا می کند اسوه ها و الگوهای هستند که انسان آنها را به عنوان سرمشق خویش انتخاب کرده است و آگاهانه یا ناخودآگاه به آنها تاسی میکند.

در این میان می توان چنین ادعا کرد که رسانه های تصویری بیشترین سهم در تاثیرگذاری در زمینه الگودهی را به خود اختصاص داده اند و لذا رسانه به عنوان معرفی الگو نقش عمده ای در عملکرد و رفتار مخاطبان دارد. و همین امر باعث مشکلات فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی در جامعه شده به دلیل اینکه الگودهی رسانه تصویری بر موازین اسلام نمی باشد. علی رغم این مهم، با پیدایش و گسترش رسانه های جدید، ذهن بسیاری از پژوهشگران و متخصصان علوم دینی و شماری از متفکران حوزه ی علوم اجتماعی و ارتباطات، به این نکته معطوف شده است که نسبت میان دین و رسانه چیست؟ نحوه ی تعامل و پیوند این دو با هم چگونه است؟ آیا میان دو نهاد دینی و رسانه، وفاق و هم گرایی وجود دارد؟ یا هریک به نوعی در تقابل و تضاد با دیگری است؟ و در صورت همگرایی چگونه می توان این همگرایی را تقویت کرد؟ باید گفت امروزه نفوذ رسانه در حدی است که تاثیر آن در فرهنگ، با تاثیر دین در فرهنگ دارد به موازات یکدیگر می باشد. در این راستا، بسیاری از دست اندرکاران رسانه های گروهی، از جمله رسانه ی ملی، مایلند که بدانند چگونه می توان در عرصه ی رسانه، اخلاق و ارزش های دینی را رعایت کرد و صادقانه به نشر و تبلیغ دین پرداخت. به اعتقاد برخی، استفاده از رسانه در گرایش و میل به هستی شناختی انسان ریشه دارد و از همین رو رسانه ها در زندگی روزمره آدمیان نقشی شبه دینی ایفا می کنند لذا این افراد لزوما مدعی

این نیستند که رسانه ها به وجود آورنده ی دین هستند بلکه معتقدند که برخی از جنبه های اجتماعی و فرهنگی نوین رسانه همانند نمادها، تمثیل ها و ارزش ها میتواند کارکرد های رسانه را آکنده از مضامین دینی کند. از سوی دیگر رسانه ها می توانند هم در فرآیند خلق و آفرینش نمادها (یعنی نماد هایی که در متون رسانه ای تولید می شوند) و هم در جریان تفسیر و کاربرد این نمادها به دین خدمت کنند. دین به عنوان برنامه ای است که از جانب خداوند برای سعادت زندگی دنیوی و اخروی انسان تشریح شده که ارزش های نمایی را در خود جای داده است و رسانه ها بعنوان واسطه ی انتقال این نمادها به وجود آورنده ی ابعاد ریشه ای و بنیادین فرهنگ به شمار می آیند^۱.

در عین حال، رسانه های تصویری با بکارگیری بسیاری از فنون توانسته در هر زمان و در هر نقطه ای از جهان، مرزها و حدود را گسترش دهد. از این رو در پژوهش حاضر برآنیم ضمن مروری بر نقش و جایگاه رسانه های تصویری، به بررسی و تحلیل آسیب شناسانه ی اثرات این رسانه از منظر موازین اسلامی پرداخته و از این منظر ابعاد و گونه های آسیب های احتمالی ناشی از فعالیت این رسانه ها را تبیین کنیم که البته منظور ما صرفاً آسیب هایی نیست که مخصوص رسانه های تصویری است بلکه منظور کلیه ی آسیب هایی است که این رسانه ی تصویری دارد لذا چه بسا همین آسیب هایی که در رسانه ی تصویری است در سایر رسانه های دیگر هم باشد. و از این رهگذر، گامی در جهت اصلاح یا ارتقای سطح سودمندی فعالیت این رسانه ها در پرتو موازین اسلامی برداریم.

۲- ضرورت انجام تحقیق :

باتوجه به گستردگی رسانه تصویری و کارکردهای گوناگون آن و به لحاظ دارا بودن مخاطبین فراوان و اهمیتی که در جامعه ی کنونی پیدا کرده و همچنین پیامدهای زیادی که در فکر، اندیشه، اخلاق، اعتقاد و رفتار جامعه ایجاد می نماید، مسلماً باچنین گستره ای از تاثیرگذاری، از آسیب درامان

۱- صفا تاج، مجید، ۱۳۸۷ سینمای سلطه، انتشارات. سفیر ارداهال، تهران ص ۷

نخواهد بود. و متناسب با میزان پیامدها و اهمیتی که این رسانه دارد، آسیب‌هایی هم خواهد داشت که با توجه به لزوم پاس داشت از فرهنگ اسلامی در سطح جامعه و وجود مخاطرات فراوانی که از ناحیه‌ی رسانه‌های تصویری نسبت به فرهنگ اسلامی و جامعه وجود دارد، باید این رسانه بصورت جدی آسیب‌شناسی شود و راهکارهای جلوگیری از آسیب‌های آنرا با مطالعه به دست آورد.

۳- سوالات تحقیق :

۱) سؤال اصلی: مهمترین آسیب‌های رسانه‌های تصویری از منظر اسلام چیست؟

۲) سؤالات فرعی:

۱- تعریف و انواع رسانه‌های تصویری چیست؟

۲- آسیب‌های فرهنگی رسانه‌های تصویری کدام است؟

۳- آسیب‌های اقتصادی رسانه‌های تصویری کدام است؟

۴- آسیب‌های سیاسی رسانه‌های تصویری کدام است؟

۵- چه راهکارهایی در برابر آسیب‌های رسانه‌های تصویری وجود دارد؟

۴- اهداف تحقیق :

۱- ارائه‌ی الگوی رسانه‌ای در تراز دینی که بتوان از آن در جهت تربیت جامعه اسلامی و جلوگیری از تهاجم رسانه‌ای دشمن استفاده نمود.

۲- شناخت نقش منفی و آسیب‌های رسانه‌های تصویری در جامعه با رویکرد اسلامی

۳- ارائه‌ی الگو و متد مشخص اسلامی و علمی در جهت مقابله با آسیب‌های رسانه‌های تصویری

۵- کاربرد انجام تحقیق:

۱- صدا و سیما ۲- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۳- مراکز سیاست گذاری همچون شورای عالی انقلاب فرهنگی ۴- مراکز و موسسه های تهیه، تولید و توزیع محصولات رسانه ی تصویری ۵- حوزه ی هنری سازمان تبلیغات اسلامی

۶- فرضیات تحقیق:

باعنایت به اهمیت و اثرگذاری رسانه های تصویری در جوامع امروزی و گستردگی آن به لحاظ مخاطب و محتوا و پیام رسانی و ناگزیر بودن استفاده از آن حتی در جامعه اسلامی، به نظر میرسد بین گسترده شدن رسانه های تصویری و دور شدن جامعه از ارزشهای اسلامی، رابطه ی مستقیم وجود دارد.

۷- پیشینه تحقیق:

با توجه به نقش رسانه های تصویری و تاثیر فزاینده ی آن در جامعه و حساسیت موضوع تعلیم و تربیت از منظر موازین اسلامی، و با توجه به بعد اجتماعی فعالیت های انسان از منظر دین مبین اسلام و وجود ابواب گسترده ی احکام اجتماعی در فقه، تا کنون مطالعه ی جامعی در خصوص آسیب شناسی فعالیت رسانه های تصویری از منظر موازین اسلامی به طور اختصاصی صورت نگرفته است. در این راستا، پژوهش حاضر با توجه به رویکرد ویژه ی آن به مسئله فعالیت رسانه های تصویری، و بررسی ابعاد فعالیتی آنها از منظر موازین اسلامی موضوعی نوین به شمار می رود.

۸- کارکردهای رسانه های تصویری:

رسانه های تصویری کارکرد ها و نقش های متعددی در جامعه برعهده دارند. در این راستا، رسانه ها از چند لحاظ نقش میانجی گرانه ای را ایفا می کنند:

اول: غالباً میان ما به عنوان دریافت کننده و آن بخش از تجربه هایی که از خارج ادراک می شوند یا تجربه ی مستقیم ماست، قرار می گیرند؛

دوم: میان ما و سایر نهادهایی که با آن سروکار داریم (قانون، صنعت، دولت و غیره) قرار می گیرند؛ سوم: میان نهاد های گوناگون پیوند ایجاد می کند؛

چهارم: رسانه ها، مجراهایی هستند که توسط آنها دیگران با ما و ما با دیگران ارتباط برقرار می کنیم.

پنجم: غالباً رسانه ها با فراهم آوردن اسباب و لوازم، به ادراک ما از سایر گروهها، سازمانها و رویدادها شکل می دهند. نهاد رسانه به کار تولید، بازتولید و توزیع معرفت به معنای وسیع آن (یعنی نمادها و مرجع هایی معنا دار و قابل تجربه در جهان اجتماعی) اشتغال دارد. این معرفت، به ما توانایی می دهد تا به تجربه ی خود معنا بخشیم. رسانه به دریافت های ما از این تجربه نظم می دهد و یاریمان می کند تا معرفت های گذشته را محفوظ نگهداریم و به درک امروزی خود استمرار بخشیم." رسانه ها وظیفه ی انتشار انواع معرفت را برعهده دارند، پس نقش دیگر نهادهای معرفتی (آموزش و پرورش و دانشگاه و...) را هم ایفا میکنند.

آستروک می نویسد: «زبان فیلم آن قدر پیشرفت خواهد کرد که مؤلف خواهد توانست عقاید و فلسفه های زندگی معاصر را با فیلم بیان کند. امروزه اگر دکارت زنده بود باید خودش را با یک دوربین شانزده میلیمتری و مقداری فیلم در اتاقش حبس می کرد و فلسفه اش را روی فیلم می نوشت.»^۱

تونی فرای می گوید: «قدرت تلویزیون به انحای مختلف از تلفیق فن آوری و فرهنگ نشأت می گیرد و پس از آن، فضا و جایگاهی را اشغال می کند و شرایطی را فراهم می آورد که در فرآیند تماشا، موضوع به شکلی یک جانبه در قالب درک بیننده جای میگیرد. او درآمد می نویسد: رسانه های گروهی که قطعاً رسانه تصویری در رأس آن است به جهت گستردگی آن و مخاطبین فراوانی

۱- صفا تاج، مجید، ۱۳۸۷، سینمای سلطه، انتشارات. سفیر ارداهال، تهران ص ۷

که دارد. صرفاً ابزارهای فریبکاری تجاری یا ایدرولوژیک نیستند، بلکه پدیده‌ای فرهنگی اند که به واسطه‌ی آن انسان‌شناسی و سایر علوم فرهنگی قابل فهم می‌شود. رسانه‌های گروهی ابزاری هستند که بسیاری از مردم بوسیله‌ی آن به زندگی خویش معنا می‌دهند. رسانه‌ها به مردم مجال و امکان تجمع به قصد شناختن مسائل اساسی و اصلی زندگی خود را می‌دهند. رسانه می‌خواهد که در تمام حوزه‌ها و گروه‌های فرهنگی در چهارچوب فرازبانی، حضور پیدا کند.^۱

۹- روش تحقیق

روشی که در این تحقیق بکار رفته، توصیفی تحلیلی است و بیشتر از سامانه‌های رایانه‌ای، و کتابخانه‌ای استفاده شده است، البته در لابلای بحثها از گفتمانهای میدانی، سمینارها و گزارشهای شفاهی، بهره گرفته شده است که امید آن می‌رود به خوانندگان عزیز بهره‌افز برساند.

۱۰- قلمرو تحقیق

چون عنوان رسانه‌های تصویری یک عنوان کلی است و طبیعتاً بحث از تمامی رسانه‌های تصویری و در تمامی دوره‌ها و تمامی نقاط جهان یک امر مشکل است لذا در این تحقیق به برخی از رسانه‌های تصویری مانند تلویزیون، ماهواره، اینترنت، بازی‌های رایانه‌ای اشاره می‌شود و به آسیب‌هایی که برای کشور جمهوری اسلامی ایران در زمان کنونی دارد پرداخته می‌شود.

۱- هوور استوارت، ۱۳۸۸، دین در عصر رسانه، ترجمه علی عامری مهابادی و فتاح محمدی، انتشارات دفتر عقل، تهران، ص ۹۹