



دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه کارشناسی ارشد

مدیریت رسانه

دین و رسانه

**شناسایی و تحلیل ناهمگونی‌های بر نامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران
با مبانی فرهنگ اسلامی در حوزه اعتقادات و اخلاق
از منظر صاحب نظران حوزه دین و رسانه**

استاد راهنما:

دکتر سید مجتبی رضوی طوسی

استاد مشاور:

دکتر محمد علی هرمزی زاده

دانش پژوه:

ابودرآذری بروجنی

سال تدوین

پاییز ۱۳۸۹

الحمد لله
للرحمن الرحيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا

کسانی که پیام‌های خدا را می‌رسانند و از هیچ کس جز او نمی‌ترسند خدا برای حساب کردن اعمالشان کافی است.

سوره مبارکه احزاب آیه ۳۹

تقدیم

تقدیم به ولی الله الاعظم، مسجود ملائک، واسطه جریان ولایت الهی و موعود انبیاء

حضرت مهدی عجل الله فرجه الشریف

که آمدنش در گرو خواست و احساس نیاز ماست.

و

تقدیم به روان پاک روح خدا، خمینی عزیز قدس سره

که ما را با دنیای جدیدی از دین داری و دین خواهی آشنا ساخت و گامی بلند در احساس نیاز به

دین و ظهور منجی انسان و مجری احکام الهی در بشریت ایجاد نمود.

و

تقدیم به رهبر اندیشمند انقلاب اسلامی حضرت آیت الله خامنه‌ای

که با نگاهی ژرف، تولید علم بر اساس تعالیم و معارف الهی را شرط لازم

تحقق اهداف و آرمانهای نهضت اسلامی بیان فرمودند

و انجام آن را بر حوزه و دانشگاه فرضیه‌ای واجب دانستند.

تشکر و قدردانی:

سپاس و حمد خدای یکتا و بی همتا را سزاست که مخلوقات را قبل از آنکه گمان پیدایش در ایشان به وجود آید به رحمت و لطف خود از بدیمنی عدم به عرصه وجود در آورد و مقتضای هر مخلوقی او را راهنمایی کرد و پرورش داد. و انسان را به لطف و کرم خویش اشرف مخلوقات قرار داد و امانت بزرگ الهی که همان اختیار باشد را به ایشان عرضه داشت تا با اراده و انتخاب خود پای در مسیر بندگی او گذارد و از این طریق به وصال او نایل و در او فانی و همانند او گردد. و چه محبت و عظمتی را فراتر از این میتوان تصور داشت اگر بنده به آن نایل شود.

و تشکر و سپاس نثار ولی الله الاعظم، انسان کامل و مجرای جریان ولایت الهی، حضرت مهدی موعود عجل الله تعالی فرجه الشریف که حکمت خلقت آسمانها و زمین با وجود و حضور او تحقق می یابد و زمین به یمن وجود او مستقر است، هم او که محبت و اطاعتش بر تمامی موجودات واجب و تنها راه رسیدن به کمال انسانی و مسیر وصول به رضایت و اطاعت الهی است. او که در راه تکامل و سعادت بشریت پرورش و ترتیب انسان بر او واگذار شده است. همان که مسجود ملائک و عصاره و ثمره انبیاء و اولیاء الهی از ابتدا تا کنون است. هرنیت و اراده پاک و وفای به عهد الهی و حول و قوه انجام خیری با نظر و عنایت او ممکن است و غیر از مسیر او مسیری برای کمال انسان و وصال الهی ممکن نیست.

و تشکر از پدر و مادر عزیزم که واسطه وجود و تربیتم در عالم وجود گشته و چه مقامی از این بالاتر که ایشان در وجود و پرورش مخلوقی دیگر مورد توجه و کارگزار خداوند متعال واقع شوند و در مرتبه شکرگزاری در مرتبه بعد از او قرار گیرند. همانان که در پرورش و تربیتم دلسوزی ها و محبت ها روا داشتند و سختی ها و رنج ها تحمل نمودند که حقیقتاً عمری سپاس گذاری و خدمت ایشان را نمودن یارای جبران لحظه ای از محبت ها و زحمات آنان را نخواهد داشت.

و با تشکر از اساتید بزرگوارم جناب آقای دکتر سیدمجتبی رضوی طوسی و دکتر محمدعلی هرمزی-زاده که با تشویق ها، حمایت ها و راهنمایی های خود مرا در انجام شایسته این تحقیق یاری رساندند.

و سپاس ویژه از همسر فداکار و مهربانم که با صبر، محبت و همکاری خود مرا در انجام هر چه بهتر این مهم یاری نمود.

چکیده:

دین، روش ویژه‌ای در زندگی است که سعادت و صلاح دنیوی انسان را هماهنگ و همراه با کمال اخروی و حیات حقیقی و جاودانی او تامین می‌کند. معارف اسلام شامل اعتقادات، اخلاق و احکام عملی در سطوح مختلف فردی و اجتماعی می‌باشد و جامعیت خود را به همه این حوزه‌ها گسترش داده و برای هرکدام دارای برنامه‌ها و فرامین ویژه است. انقلاب اسلامی با هدف تحقق جامعیت دین شکل گرفت و جمهوری اسلامی ایران به عنوان یکی از ثمرات آن، پایه‌های خود را بر این نگاه استوار نمود.

با توجه به مبانی و معارف اسلامی و نیز بیانات حضرت امام خمینی(ره)، رهنمودهای مقام معظم رهبری و قوانین و مقررات مرتبط با سازمان صداوسیما، لزوم هماهنگی و انطباق برنامه‌های این رسانه تاثیرگذار و فراگیر با اندیشه و ارزش‌های اسلامی برکسی پوشیده نیست. زیرا از این نگاه، نسبت دین و رسانه نه تنها اشتراک و تلاقی در نقش و کارکردها نیست بلکه دارای نسبت همپوشانی بوده و به گونه ایست که دین سرپرستی رسانه را عهده دار است. بنابراین انطباق و هماهنگی عملکرد و برنامه‌های این رسانه تاثیرگذار با مبانی و ارزش‌های اسلامی در نهادی که بزرگترین دستگاه تبلیغی انقلاب اسلامی در بیان آرمانها و تحقق اهداف آن به شمار می‌رود بیش از پیش مشخص می‌گردد.

اما اکنون دین‌شناسان از جمله مقام معظم رهبری و مراجع معظم تقلید، انتقادهای گوناگونی را به برنامه‌های صداوسیما وارد می‌دانند و در مواردی آن را ناهمگون با مبانی و ارزشهای اسلامی قلمداد می‌کنند.

این تحقیق به عنوان اقدامی اولیه و ضروری، به دنبال شناسایی و تحلیل ناهمگونی‌های برنامه‌های سیما با مبانی فرهنگ اسلامی در دو حوزه اخلاق و عقاید از منظر صاحب نظران حوزه دین و رسانه است.

دراهداف تحقیق علاوه بر شناسایی این ناهمگونی‌ها و عامل اصلی آن، یافتن راهکارهای اصلاحی و توجه دادن به متولیان سازمان صداوسیما در اصلاح کج کارکردهای موجود مورد توجه قرار گرفته است.

در چارچوب نظری این تحقیق از نظریه‌هایی در دو حوزه دین و رسانه، بهره‌گرفته شده و روش مورد استفاده، از فنون روش کیفی و از نوع مصاحبه عمیق می‌باشد. در این شیوه با ۱۲ نفر از صاحب نظران حوزه دین و رسانه مصاحبه‌هایی صورت گرفته است که از نگاه ایشان، مجموعه‌ای از ناهمگونی‌ها و راهکارهای اصلاحی، در ۴ محور اصلی از کارکردهای رسانه یعنی، ۱-آموزش، ۲-خبر و اطلاع رسانی، ۳-تفریح و سرگرمی و ۴-ارشاد و تبلیغ استخراج گردیده و علاوه بر آن، در مسیر تحقیق، در دو حوزه از علوم انسانی مرتبط با رسانه و مدیریت این عرصه، نتایجی به دست آمد، که بصورت جداگانه ارایه شده است.

کلمات کلیدی: دین، رسانه، عقاید، اخلاق، ناهمگونی، راه‌کارها و برنامه‌های سیما.

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات تحقیق:.....	۱
۱-۱- طرح مساله:.....	۲
۱-۲- ضرورت و اهمیت تحقیق:.....	۷
۱-۳- اهداف تحقیق:.....	۷
۱-۴- سوالات تحقیق:.....	۸
۱-۵- فرضیات تحقیق :.....	۸
۱-۶- تعریف مفاهیم:.....	۸
فصل دوم: مبانی نظری تحقیق.....	۱۳
۲-۱- بررسی تحقیقات پیشین:.....	۱۴
۲-۱-۱- پایان نامه ها و تحقیقات دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران:.....	۱۴
۲-۱-۲- پایان نامه ها، تحقیقات و انتشارات مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما قم:.....	۱۵
۲-۱-۳- پژوهش های مرکز ، مطالعات و سنجش برنامه ای صدا و سیما:.....	۱۸
۲-۱-۴- تحقیقات دفتر پژوهش های سیما:.....	۱۹
۲-۱-۵- پایان نامه های دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران:.....	۱۹
۱-۱-۷- کتابها:.....	۲۰
۱-۱-۸- چکیده تحقیقات منتخب:.....	۲۰
۲-۲- مبانی نظری تحقیق:.....	۲۳
۲-۲-۱- تعریف دین و تبیین ساختارها، نقش آن در حوزه های فردی و اجتماعی:.....	۲۴
۲-۲-۱-۱- ماهیت و تعریف دین:.....	۲۵
۲-۲-۱-۱-۱- مشکلات ارایه تعریف جامع از دین و ماهیت دین به روش غربی:.....	۲۵
۲-۲-۱-۱-۲- تعریف دین از نظر پژوهشگران غربی:.....	۲۶
۲-۲-۱-۱-۳- تعریف دین از حیث عاطفی و روان شناختی:.....	۲۶
۲-۲-۱-۱-۴- تعریف دین از حیث جامعه شناختی:.....	۲۶
۲-۲-۱-۱-۵- تعریف دین از حیث کلامی و فلسفی:.....	۲۷
۲-۲-۱-۲- ماهیت و تعریف دین از منظر اندیشمندان اسلامی:.....	۲۷

- ۲۸ ۲-۲-۱-۲-۱-۲- ضرورت وجود دین از نگاه علامه طباطبایی (ره):
- ۲۹ ۲-۲-۱-۲-۲- تعریف دین از منظر علامه طباطبایی (ره):
- ۳۰ ۲-۲-۱-۲-۳- تعریف دین از نگاه آیت الله جوادی آملی:
- ۳۰ ۲-۲-۱-۳- تعریف اسلام از منظر اندیشمندان اسلامی:
- ۳۱ ۲-۲-۱-۳-۱- تعریف اسلام از منظر علامه طباطبایی (ره):
- ۳۱ ۲-۲-۱-۴- ساختار دین اسلام از منظر اندیشمندان اسلامی:
- ۳۱ ۲-۲-۱-۴-۱- ساختار دین اسلام از نگاه آیت الله جوادی آملی:
- ۳۲ ۲-۲-۱-۴-۲- ساختار دین اسلام از نگاه شهید مطهری (ره):
- ۳۴ ۲-۲-۱-۵- حدود و قلمرو دین اسلام:
- ۳۵ ۲-۲-۱-۵-۱- قلمرو اسلام از منظر آیات و روایات:
- ۳۵ ۲-۲-۱-۵-۱-۱- قلمرو اسلام از منظر جامعیت آن در آیات و روایات:
- ۳۸ ۲-۲-۱-۵-۱-۲- قلمرو اسلام از منظر کمال آن در آیات و روایات:
- ۳۸ ۲-۲-۱-۵-۱-۳- قلمرو اسلام از منظر جاودانگی آن در آیات و روایات:
- ۴۰ ۲-۲-۱-۶- ویژگی های دین جامع و جاودان:
- ۴۴ ۲-۲-۱-۷- قلمرو دین از نگاه اندیشمندان اسلامی:
- ۴۴ ۲-۲-۱-۷-۱- قلمرو دین از نگاه امام خمینی (ره):
- ۴۸ ۲-۲-۱-۷-۲- قلمرو دین از نگاه علامه طباطبایی (ره):
- ۵۰ ۲-۲-۱-۷-۳- قلمرو دین از نگاه شهید مطهری (ره):
- ۵۲ ۲-۲-۱-۷-۴- قلمرو دین از دیدگاه آیت الله شهید صدر (ره):
- ۵۴ ۲-۲-۱-۸- نتیجه بخش اول:
- ۵۵ ۲-۲-۲- وظایف و اهداف صداوسیما از منظر حضرت امام (ره)، مقام معظم رهبری
- ۵۶ ۲-۲-۲-۱- صداوسیما در کلام امام خمینی (ره):
- ۵۹ ۲-۲-۲-۲- صداوسیما در کلام رهبر معظم انقلاب اسلامی:
- ۶۲ ۲-۲-۲-۳- صداوسیما در آینه قوانین مرتبط با این رسانه:
- ۶۲ ۲-۲-۲-۳-۲- وظایف صداوسیما در بیانیه مأموریت سازمان:
- ۶۲ ۲-۲-۲-۳-۳- وظایف صداوسیما در چشم انداز ده ساله سازمان:

- ۶۲-۴-۳-۲-۲-۲-وظایف صداوسیما در استراتژی پنج ساله افقرسائه:.....
- ۶۳-۵-۳-۲-۲-۲-وظایف صداوسیما در قانون خطی مشی کلی و اصول برنامه های سازمان:.....
- ۶۳-۶-۳-۲-۲-۲-وظایف صداوسیما در کتاب سیاستهای اجرایی افق رسانه:.....
- ۶۷-۴-۲-۲-۲-نتیجه بخش دوم:.....
- ۶۷-۳-۲-۲-بررسی تاثیرات وسایل ارتباط جمعی از منظر اندیشمندان عرصه رسانه:.....
- ۶۷-مقدمه:.....
- ۶۸-۱-۳-۲-۲-سیر تاریخی نظریه‌های مرتبط با میزان تاثیر رسانهها:.....
- ۶۹-۲-۳-۲-۲-نظرات اندیشمندان درباره اثرات وسایل ارتباط جمعی:.....
- ۶۹-۱-۲-۳-۲-۲-سطوح و تاثیرات وسایل ارتباط جمعی از نگاه دنیس مک کوئیل :.....
- ۷۰-۲-۳-۲-۲-۲-سطوح و مراحل تاثیر وسایل ارتباط جمعی از نگاه هیبرت :.....
- ۷۰-۳-۲-۳-۲-۲-۲-اثر وسایل ارتباط جمعی از نگاه برلسون و جانوویتس:.....
- ۷۱-۴-۲-۳-۲-۲-۲-اثر وسایل ارتباط جمعی از نگاه هانمن :.....
- ۷۱-۵-۲-۳-۲-۲-۲-اثر وسایل ارتباط جمعی از نگاه ازکمپ :.....
- ۷۱-۶-۲-۳-۲-۲-۲-نوع و تاثیر وسایل ارتباط جمعی از نظر کلاپر :.....
- ۷۱-۷-۲-۳-۲-۲-۲-تاثیر تلویزیون از نگاه کازنو :.....
- ۷۲-۸-۲-۳-۲-۲-۲-تاثیر تلویزیون از نگاه کامستاک :.....
- ۷۲-۳-۳-۲-۲-۲-روشهای تأثیرگذاری تلویزیون بر مخاطبان :.....
- ۷۴-۴-۳-۲-۲-۲-تأثیر رسانه ها در اجتماعی کردن هنجارهای مورد نظر:.....
- ۷۵-۵-۳-۲-۲-۲-تاثیر وسایل ارتباط جمعی بر تقویت یا تغییر ارزش های اجتماعی:.....
- ۷۸-۶-۳-۲-۲-۲-وظایف و نقشهای اجتماعی تلویزیون:.....
- ۷۸-۱-تلویزیون به عنوان گروه مرجع :.....
- ۷۹-۲-تلویزیون به عنوان عامل همگن سازی جامعه:.....
- ۸۰-۳-تلویزیون به عنوان عامل جامعه پذیری:.....
- ۸۰-۴-تلویزیون به عنوان عامل هم‌رنگی فرد با جامعه:.....
- ۸۱-۵-تلویزیون به عنوان عامل ایجاد و جلب اعتماد اجتماعی:.....
- ۸۲-۶-تلویزیون به عنوان عامل تقویت روابط اجتماعی:.....

- ۷- تلویزیون به عنوان عامل احساس تعلق اجتماعی: ۸۲
- ۷-۳-۲-۲-انواع کارکردهای تلویزیون به عنوان مهمترین وسیله ارتباط جمعی: ۸۳
- ۱-۷-۳-۲-انواع کارکردهای تلویزیون از نگاه کاتز: ۸۳
- ۲-۷-۳-۲-انواع کارکردهای تلویزیون از نگاه مک ویتال: ۸۳
- ۳-۷-۳-۲-انواع کارکردهای تلویزیون از نگاه هارولد لاسول: ۸۴
- ۴-۷-۳-۲-انواع کارکردهای تلویزیون از نگاه رایت: ۸۴
- ۵-۷-۳-۲-انواع کارکردهای تلویزیون از نگاه تئوری کارکردگرایی ساختی: ۸۴
- ۸-۳-۲-۲-ضرورت تاثیر پذیری رسانه ها از ارزشهای فرهنگی جوامع: ۸۷
- ۹-۳-۲-۲-طرح و نقد مختصر برخی دیدگاههای منفی در مورد تلویزیون: ۸۸
- ۱۰-۳-۲-۲-چارچوب نظری مورد استفاده در تحقیق: ۹۲
- فصل سوم: روش تحقیق ۹۴
- ۱-۳-۳-آزمون اولیه در استفاده از روش مطالعه اسنادی و تحلیل محتوا: ۹۵
- ۱-۱-۳-جست و جوی یافته های تحقیق در سایت های اطلاع رسانی و خبری: ۹۵
- ۲-۱-۳-جست و جوی یافته های تحقیق در بیانات محرمانه و آرشیو های خاص: ۹۵
- ۲-۳-استفاده از روش مصاحبه عمیق: ۹۶
- ۱-۲-۳-تفاوت های سه گانه روش کیفی و روش کمی: ۹۶
- ۲-۲-۳-تفاوت های پژوهش کمی و کیفی در ۵ حوزه پژوهش: ۹۷
- ۳-۲-۳-مزایا و معایب مصاحبه های عمیق: ۹۸
- ۳-۳-جامعه مورد بررسی: ۹۹
- ۴-۳-تعداد مصاحبشوندگان: ۹۹
- ۵-۳-روش انتخاب افراد مصاحبشونده: ۱۰۲
- ب-اسامی، عناوین و نتایج پی گیری ها: ۱۰۵
- ۶-۳-اعتبار و پایایی تحقیق: ۱۰۸
- ۷-۳-روش و ابزار گرد آوری اطلاعات: ۱۰۹
- ۸-۳-سؤالات مصاحبه: ۱۰۹
- ۹-۳-روش تجزیه و تحلیل اطلاعات: ۱۱۰

فصل چهارم: یافته‌های تحقیق.....	۱۱۱
۱- یافته‌های تحقیق:	۱۱۲
۱-۴- مصاحبه اول:	۱۱۲
۲-۴- مصاحبه دوم:	۱۲۹
۳-۴- مصاحبه سوم:	۱۳۵
۴-۴- مصاحبه چهارم:	۱۴۴
۵-۴- مصاحبه پنجم:	۱۵۵
۶-۴- مصاحبه ششم:	۱۶۵
۷-۴- مصاحبه هفتم:	۱۸۳
۸-۴- مصاحبه هشتم:	۱۹۷
۹-۴- مصاحبه نهم:	۲۱۰
۱۰-۴- مصاحبه دهم:	۲۱۶
۱۱-۴- مصاحبه یازدهم:	۲۲۲
۱۲-۴- مصاحبه دوازدهم:	۲۴۲
فصل پنجم: نتیجه گیری و پیشنهادها.....	۲۵۱
مقدمه :	۲۵۲
۱-۵- نتایج تحقیق،	۲۵۲
۲-۵- ارزیابی فرضیات	۲۵۲
۳-۵- پیشنهادهای محقق	۲۵۲
۴-۵- محدودیت‌های تحقیق	۲۵۲
۱-۵- نتایج تحقیق:	۲۵۳
۱-۱-۵- ناهمگونی‌های برنامه‌های سیما با عقاید و اخلاق اسلامی:	۲۵۳
۱-۱-۱-۵- ناهمگونی‌های کارکرد خبر و اطلاع رسانی با عقاید و اخلاق اسلامی:	۲۵۳
خلاصه و جمع‌بندی مطالب:	۲۵۷
نتایج استخراج شده از متن مصاحبه‌ها:	۲۵۷
۲-۱-۱-۵- ناهمگونی‌های کارکرد تفریح و سرگرمی با عقاید و اخلاق اسلامی:	۲۶۱

- ۲۷۳.....: ۵-۱-۱-۳- ناهمگونیهای کارکرد ارشاد و تبلیغ با عقاید و اخلاق اسلامی:
- ۲۸۳.....: ۵-۱-۱-۵- ناهمگونیها ناشی از علوم انسانی مرتبط با رسانه:
- ۲۸۶.....: ۵-۱-۱-۶- ناهمگونیهای ناشی از مدیریت رسانه:
- ۲۹۳.....: ۵-۱-۲- راهکارها یا اصلاحات ناهمگونیهای برنامههای سیما با اخلاق و عقاید اسلامی:
- ۲۹۳.....: ۵-۱-۲-۱- راه کارها در کارکرد خبر و اطلاع رسانی:
- ۲۹۶.....: ۵-۱-۲-۲- راه کارها در کارکرد تفریح و سرگرمی:
- ۳۰۰.....: ۵-۱-۲-۳- راه کارها در کارکرد ارشاد و تبلیغ:
- ۳۰۳.....: ۵-۱-۲-۴- راه کارها در کارکرد آموزش:
- ۳۰۴.....: ۵-۱-۲-۵- راه کارها در زمینه تولید علوم انسانی مرتبط با رسانه:
- ۳۱۰.....: ۵-۱-۲-۶- راه کارها در زمینه مدیریت رسانه:
- ۳۱۴.....: ۵-۱-۳- پاسخ به سوال عامل اصلی ناهمگونیها:
- ۳۱۷.....: ۵-۲- ارزیابی فرضیات:
- ۳۱۷.....: ۵-۳- پیشنهادهای محقق:
- ۳۱۷.....: ۵-۳-۲- پیشنهادهای ویژه مدیران صداوسیما .
- ۳۱۸.....: ۵-۳-۱- پیشنهادهای ویژه دانشجویان، محققان و پژوهشگران حوزه و دانشگاه:
- ۳۱۸.....: ۵-۳-۲- پیشنهادهای ویژه مدیران صداوسیما :
- ۳۱۹.....: ۵-۴- محدودیتهای تحقیق:
- ۳۲۱.....: فهرست منابع و مأخذ:

ش

فصل اول

کلیات تحقیق

۱-۱- طرح مسأله:

سفارش اساسی اینجانب نزدیک کردن و رساندن این رسانه فرهنگ ساز به تراز رسانه‌های است که دین، اخلاق و امید و آگاهی بارزترین نمود آن باشد و رفتار اجتماعی مخاطبان و نیز نهاد حساس و مهمی همچون خانواده بر اساس آن شکل گیرد و هنر و شیوه‌های گوناگون حرفه‌ای و آزموده شده یا نو پدید، یکسره در خدمت این شاخص‌ها درآیند (آیت الله خامنه‌ای، ۱۳۸۸).

این بخشی از پیام رهبر معظم انقلاب اسلامی حضرت آیت الله خامنه‌ای در حکم انتصاب مجدد ریاست سازمان صداوسیما در تاریخ ۱۶ آبان ماه ۱۳۸۸ است که ایشان در آن سرفصل‌های اساسی فعالیت رسانه ملی را برای آینده متذکر شده‌اند.

اهمیت دین و جایگاه آن در تنظیم امور فردی و اجتماعی و رساندن انسان و جامعه به سعادت دنیوی و اخروی بر کسی پوشیده نیست. همانگونه که در تعریف اسلام شناسان آمده است: "دین روش ویژه‌ای در زندگی دنیوی است که سعادت و صلاح دنیوی انسان را هماهنگ و همراه با کمال اخروی و حیات حقیقی و جاودانی او تامین می‌کند" (علامه طباطبایی، ۱۳۷۲، ج ۲ ص ۱۳۰).

علامه طباطبایی (ره) معتقد است: "انسان در هیچ حالی از دین بی نیاز نیست زیرا دین به انسانیت انسان بستگی دارد" (علامه طباطبایی، ۱۳۶۱، ص ۲۵). از نظر ایشان قوانین و مقررات اسلامی هماهنگ با نظام آفرینش انسان می‌باشد و از این رو قوانین و مقرراتی را که در رفع نیازمندی‌های اجتماعی افراد و تامین سعادت آنها نقشی نداشته باشد را قوانین و مقررات واقعی نمی‌داند. از نگاه اسلام شناسان معارف اسلام صرفاً نگاه تک بعدی و آن هم منحصر به برخی از زوایای فردی نیست بلکه شامل عقاید یعنی همان زیربنای فکری و اندیشه‌ای انسان، اخلاق، احکام و فرامین عملی در سطوح مختلف فردی و اجتماعی می‌باشد چنانچه این تقسیم بندی بر اساس پاسخگویی به نیازهای اساسی انسان در سه بعد فکر، روح و رفتار شکل گرفته و به همین جهت معارف اسلام نیز جامعیت خود را به همه این حوزه‌ها گسترش داده‌اند. از این جهت است که شهید

مطهری (ره) دین اسلام را خاتم ادیان معرفی می کند و رمز آن را کامل و جامع بودن آن می داند چنانچه می فرمایند: "اسلام به واسطه کمال، کلیت، تمامیت و جامعیتش به نبوت تشریحی پایان داده است" (شهید مطهری، ۱۳۷۵ ج ۳، ص ۱۷۳).

علامه محمد تقی جعفری (ره) نیز در تبیین قلمرو و گستره دین و شمول آن بر رهاورد علمی و فرهنگی بشر پس از بیان انواع چهارگانه ارتباطات انسان (ارتباط با خودش، با خدا، با جهان هستی و هم‌نوع خودش) می نویسد:

هر حقیقت و پدیده ای که قابل بهره برداری برای تنظیم و اصلاح حیات انسانی در ارتباطات چهارگانه مزبور باشد از دیدگاه اسلام جزء دین محسوب می گردد... در نتیجه علم، جهان بینی، سیاست، اقتصاد، حقوق، اخلاق، فرهنگ به معنای پیش رو آن، صنعت و همه آنچه به نحوی در تنظیم و اصلاح مزبور تاثیر داشته باشد، جزئی از دین اسلام است. این حقیقتی است که هر کسی که اطلاعی از دین داشته باشد آن را می داند (نصری، ۱۳۷۹، صص ۲۵۳-۲۵۲).

حضرت آیت الله جوادی آملی نیز می فرمایند: "دین عبارتست از مجموعه عقاید، اخلاق و قوانین و مقرراتی که برای اداره امور جامعه انسانی و پرورش انسانها باشد" (آیت الله جوادی-آملی، ۱۳۸۰ ص ۹۳).

امام خمینی (ره) را می توان به حق از بزرگترین و برجسته ترین اندیشمندان معتقد به جامعیت و کمال دین دانست ایشان می فرمایند:

اسلام مکتبی است که برخلاف مکتب های غیر توحیدی، در تمام شئون فردی و اجتماعی و مادی و معنوی و فرهنگی و سیاسی و نظامی و اقتصادی دخالت و نظارت دارد و از هیچ نکته، ولو بسیار ناچیز که در تربیت انسان و جامعه و پیشرفت مادی و معنوی نقش دارد فروگذار ننموده است و موانع و مشکلات سر راه تکامل را در اجتماع و فرد گوشزد نموده و به رفع آنها کوشیده است (امام خمینی، ۱۳۶۹ ج ۲۱ ص ۳۰۳).

ایشان معتقدند بسیاری از احکام عبادی اسلام منشاء خدمات اجتماعی و سیاسی است لذا می فرمایند: "عبادتهای اسلامی اصولاً توأم با سیاست و تدبیر جامعه است" (امام خمینی، ۱۳۷۳ ص ۱۳۱).

و نیز در جای دیگر می فرمایند:

در اسلام آن قدر آیه و روایت که در سیاست وارد شده است، در عبادات وارد نشده است. شما پنجاه و چند کتاب فقه را ملاحظه می کنید، هفت، هشت تا کتابی است که مربوط به عبادات است، باقی اش مربوط به سیاسات و اجتماعیات و معاشرت و این طور چیزهاست، ما همه آنها را گذاشتیم کنار و یک بُعد را، یک بُعد ضعیفش را گرفتیم (امام خمینی، ۱۳۶۹ ج ۶ ص ۴۲).

انقلاب اسلامی ایران نیز بر اساس این مبنا و با هدف جامه عمل پوشاندن به این ادعا شکل گرفت و جمهوری اسلامی به عنوان یکی از ثمرات آن به وجود آمد و مطابق با این نوع نگاه پایه ها و قواعد خود را استوار نمود. چنانچه قوانین و مقررات نهادهای اساسی آن نیز حول همین محور تعریف و برنامه ریزی گردیده است. از جمله مهمترین این نهادها صدا و سیماست چرا که رادیو و تلویزیون یکی از مهمترین و موثرترین پدیده های ارتباطاتی این دوران است که تاثیرات مهمی را در فرد، جامعه و حکومت و در عرصه ملی و جهانی دارد.

از این رو حضرت امام خمینی (ره) می فرمایند:

"رادیو و تلویزیون باید در خدمت خدا و اسلام باشد و کوشش کند تا برنامه های اصولی و اخلاقی، منطبق با موازین اسلام تهیه نمایند و حیثیت ملت و مذهب را حفظ کند. برنامه ها باید بر اساس بینش و فرهنگ اسلامی تهیه شود." (امام خمینی ۱۳۶۹، ج ۱۰ ص ۲۱۴).

ایشان خطر انحراف صدا و سیما از مبانی اسلامی را برای جمهوری اسلامی اینگونه بیان می فرمایند: جمهوری اسلامی یک لفظ نیست که محتوا نداشته باشد. یک لفظی است که باید محتوا داشته باشد و محتوایش هم این است که تمام دستگاه های دولتی و ملی و تمام قشرهای کشور، اسلامی بشود. اگر بنا باشد مثلاً دادگستری اسلامی نباشد، مالیه اش اسلامی نباشد، هر جا دست بگذارید اسلامی نباشد، این شکست نهضت است. و بدتر از اول است برای اینکه [حکومت] اول با رژیم شاهنشاهی و طاغوتی خلاف اسلام بود، حالا با جمهوری اسلامی خلاف اسلام است، و این دو تا خیلی فرق دارد، اگر مثلاً دستگاه تلویزیون، رادیو و تلویزیون، اینها یک نقصی داشته باشد این را دیگر نمی گویند رژیم طاغوتی کذا؛ این را می گویند جمهوری اسلامی کذا، و آن وقت هم قضیه رادیو و تلویزیون فرق دارد با قضایای دیگر، ممکن است در یک وزارتخانه یک مطلب خلافی بشود بعد از ده سال دیگر هم مردم نفهمند، اما در رادیو تلویزیون، اگر یک خلافی بشود و بخواید یک چیزی باشد که بر خلاف شرع، برخلاف مسیر ملت یک چیزی نمایش داده بشود یا گفته بشود، همان روز اول و ساعت اول همه کشور... یکدفعه متلفت می شوند که یک همچو مسأله ای است. از این جهت این دستگاه حساس ترین دستگاهی است که در مملکت موجود است... اگر خدای نخواست این دستگاه یک وقتی نقیصه داشته باشد، یعنی بر مسیر ملت نباشد، بر مسیر اسلام نباشد، این خطرش بیشتر از این است... بنابراین الان حیثیت اسلام: حیثیت جمهوری اسلامی بسته به این دستگاه هاست (امام خمینی ۱۳۶۹، ج ۱۰ صص ۲۱۳-۲۱۲).

از سوی دیگر دانشمندان علوم ارتباطات و رسانه معتقدند:

"تلویزیون وسیله ای است که استفاده از آن به هیچ تخصص و دانش ویژه ای نیاز ندارد بطوری که کلیه گروه های سنی و جنسی در اجتماع به آسانی به آن دسترسی دارند و متناسب دانش، تجربه،

نیازها و علایق خود از آن بهره مند می شوند، شاید بتوان از تلویزیون به عنوان همدم همیشگی انسان امروزی نام برد که از دوران کودکی تا کهن سالی او را رها نمی کند" (پویا، ۱۳۸۰ ص ۱۶).

یا می گویند: "امروز در اقصی نقاط عالم کمتر جایی را می توان یافت که مردم از چشم دوختن به صفحه شیشه ای تلویزیون لذت نبرند و ساعاتی از زندگی خود را با دیدن برنامه های آن سپری نکنند" (بیروکف ۱۳۷۲ ص ۷).

به هر حال شکی نیست که تلویزیون می تواند نقش هایی مثبت و منفی داشته باشد که فرهنگ پذیری و صدور ارزش ها قسمتی از آنها است. به همین دلیل دانشمندان علوم اجتماعی نیز توجه خاصی به ارتباطات به طور اعم و ارتباطات اجتماعی به طور اخص کرده اند. بی گمان دلیل توجه دانشمندان به نظام ارتباطات اجتماعی ناشی از این واقعیت است که ارتباطات اجتماعی و به تبع آن وسایل ارتباط جمعی عاملی در جهت ساخت و انتقال ارزشها و به تعبیر دیگر دارای یک نقش افزایش دهنده با ثبات در شکل دادن به محیط نمادین است (Gerbner, 1976, p197).

کامستاک^۱ می گوید:

تلویزیون علاوه بر اینکه بر ارزش ها و ادراک عمومی تاثیر می گذارد بر همگن سازی و شبیه سازی هم تاثیر دارد وی معتقد است تاثیر تلویزیون را می توان چنین دسته بندی کرد: ۱- تاثیر بر زندگی خانوادگی و جامعه پذیر ساختن اطفال ۲- تاثیر بر روی دین ۳- تاثیر بر تقویت قوانین، ارزش ها و هنجارها ۴- تاثیر بر نحوه گذران اوقات فراغت ۵- تاثیر بر نوع و میزان امنیت عمومی ۶- تاثیر بر سیاست. وی معتقد است این مهم که تلویزیون عقاید، ارزشها و انتظارات افراد را تحت تاثیر قرار می دهد امری بدیهی و واضح است اما آنچه مبهم است میزان این تاثیرات و این مهم که آیا این تاثیر در جهت مثبت است یا منفی (comstock. j. 1987 p.121).

گرنبر^۲ نیز معتقد است:

تلویزیون با گسترش عظیم خود طی دو دهه گذشته حیات توده مردم را دگرگون کرده است. عادات روزانه آنها را تغییر داده، شیوه زندگی نسل های جدید را متحول ساخته، هر حادثه یا اتفاقی را به یک پدیده جهانی تبدیل ساخته و سیل اطلاعات و ارزشها را پخش و به منازل تمام مردم منتقل ساخته است به عبارت روشن تر بر مراحل اجتماعی شدن مردم اثر گذاشته است (Gerbner 1976, p174).

در نهایت و با جمع بندی دیدگاه های صاحب نظران این حوزه می توان چنین نتیجه گرفت که رسانه و ارتباطات بر فرهنگ، ارزشها، موضع گیری ها، روش ها و راههای زیستی تاثیر گذارند و

1 - Comstock

2 - Gerbner

انقلاب فناوری در جهان ارتباطات و نوآوری های فراوان و پی در پی باعث تاثیرگذاری هر چه بیشتر و ژرف تر آنها می شود. رسانه می تواند در ساخت یا نابودی انسانها، در تحکیم یا تخریب ارزشها و در پاکسازی یا انحطاط جوامع سهیم باشد، همانطور که قادر است که بین جوامع بشری تفاهم به وجود آورد یا باعث تضاد بین آنها شود و در جهت تامین خواست ها و مصالح جامعه ای به تخریب و قلب واقعیت های جامعه دیگر بپردازد (فراج ۱۳۸۰ ص ۱۴).

بنابراین بررسی تاثیرات مختلف ارزشی وسایل ارتباط جمعی از جمله مسایل مورد بررسی در علوم اجتماعی بوده به ویژه با توجه به این واقعیت که تغییر در یک ارزش تغییر در مجموعه ای از عقاید، نظرات و رفتارها را به وجود می آورد. و موفقیت در ایجاد آن عامل باعث ایجاد یک تغییر دایمی در مردم می شود.

با توجه به آنچه آمد اهمیت تلویزیون در تثبیت یا تغییر ارزش ها و فرهنگ جوامع غیر قابل انکار است بنابراین انطباق رسالت ها، اهداف، برنامه ریزی ها و عملکرد برنامه های این رسانه تاثیرگذار با مبانی و ارزش های اسلامی خصوصاً در رسانه ای که بزرگترین دستگاه تبلیغی انقلاب اسلامی ایران به شمار می رود بیش از پیش مشخص می گردد. اما متأسفانه، با سپری شدن سه دهه از عمر پر برکت انقلاب اسلامی دین شناسان و اندیشمندان این عرصه انتقادات گوناگونی را به عملکرد این رسانه وارد می دانند و در حوزه هایی آن را نه تنها منطبق بلکه ناهمگون و در تعارض با مبانی و ارزش های اسلامی قلمداد می کنند تا جایی که این دغدغه در رهنمودها و بیانات حضرت امام خمینی (ره)، مقام معظم رهبری و مراجع معظم تقلید به مناسبت های گوناگون و در جلسات مختلفی که با مسئولین صدا و سیما داشته اند مطرح گردیده و انتقادات و نگرانی هایی را در پی داشته است. شناسایی و تحلیل عالمانه این ناهمگونی ها به دور از فضاهای سیاسی و تخریبی و در محیطی علمی اولین گام در جهت رفع این مشکل به شمار می رود. این تحقیق نیز به دنبال کشف و بررسی این ناهمگونی ها در عملکرد رسانه صداوسیما با مبانی فرهنگ اسلامی در دو حوزه اخلاق و عقاید، از منظر صاحب نظران حوزه دین و رسانه است.

پر واضح است که تشخیص انطباق یا تعارض یک اندیشه و یا عملکرد با دین خود دارای ضوابط و قواعد مشخص است که رعایت نکردن آن قواعد توسط افراد، آنان را خواسته یا ناخواسته، به ورطه افراط و تفریط می کشاند و دچار تاویل و تفسیرهای شخصی از دین می نماید امری که در پایان این راه به جز قرائت های متعدد شخصی و متضاد از کلیتی موهوم، سیال و دست نیافتنی به اسم دین چیزی بر جای نمی گذارد.