



اصول محتوایی رسانه از نگاه قرآن

محمد عابدی میانجی

قرآن، رسانه‌ای الهی است که پیام خدا را بر بشر ابلاغ می‌کند. از این رو خود قرآن بزرگ‌ترین الگوی رسانه‌های مکتبی و ارزشی است. اما چه اصولی بر این رسانه حاکم است؟ این مقاله در پی معرفی ۶ اصل مهم برای رسانه‌های ارزشی است. پاسخ به همین سؤال است.

۱. حق محوری

رسانه از نگاه دینی و قرآنی باید در محتوا و هدف، حق محور و عدالت‌مدار باشد. عظیم‌ترین رسانه دینی ما (قرآن کریم)، خود دارای این ویژگی است:

﴿لَا يَأْتِيهِ الْبَاطِلُ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَلَا مِنْ خَلْفِهِ تَنْزِيلٌ مِنْ حَكِيمٍ حَمِيدٍ﴾^۱

«باطل از پیش رویش و از پشتش در آن راه ندارد و فروفرستاده شده‌ای از سوی حکیم ستوده است».

﴿ذَلِكَ تَتْلُوهُ عَلَيْكَ مِنَ الْآيَاتِ وَالدُّرِّ الْوَحِيمِ﴾^۲

«اینهاست که ما آن را از آیات و قرآن حکمت آمیز بر تو می‌خوانیم».

در ده‌ها آیه دیگر نیز خداوند با عباراتی چون: ﴿أَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّهِمْ﴾^۳؛ ﴿تَنْزَلُ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ﴾^۴؛ ﴿إِنَّ هَذَا لَهُوَ الْقَصَصُ الْحَقُّ﴾^۵؛ ﴿تَتْلُوها عَلَيْكَ بِالْحَقِّ﴾^۶ از این ویژگی قرآن کریم یاد کرده است.

هدف قرآن نیز حق است و بر اساس آن به طراحی، تبلیغ، موعظه، ابلاغ، انداز، تبشیر و ... می‌پردازد و از همه ابزارهای رسانه‌ای و شیوه‌های بلاغ در مسیر آن هدف بهره می‌گیرد:

﴿وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ﴾^۷

«و با آنها کتاب و میزان فرستادیم تا مردم، قسط و عدل را به پا دارند».

اگر رسانه دینی در هدف و محتوا «حق محور» باشد، نوبت به آن می‌رسد که در شیوه‌ها و ابزارها هم حق را مقدم بدارد و با استحکام، اتقان و استدلال در عرصه خبررسانی، خبرسازی

و... گام بردارد. در این صورت، رسانه توان هدایتگری خود را بدون آسیب، به ظهور خواهد رساند: ﴿ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ﴾^۸

«آن کتاب هیچ تردیدی در آن نیست، راهنمای پارسایان است».

قرآن کریم از این جهت که دارای استحکام، برحق بودن و اتقان است، فاقد هر نوع نقطه ضعف در امر هدایتگری است: ﴿الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَى عَبْدِهِ الْكِتَابَ وَلَمْ يَجْعَلْ لَهُ عِوَجًا قَلِيمًا لِيُنذِرَ بَأْسًا شَدِيدًا مِمَّنْ لَدُنْهُ وَيُبَشِّرَ الْمُؤْمِنِينَ﴾^۹

«ستایش مخصوص خدایی است که کتاب را بر بنده‌اش فرستاد و هیچ انحرافی در آن قرار

نداد، در حالی که استوار است، تا از جانب او، از سختی شدیدی بترساند و به مؤمنان مژده دهد...».

اگر محتوای رسانه‌ها بر مدار حق باشد، هیچ منطقی در برابر آن تاب مقاومت نخواهد داشت و بلکه سر تسلیم فرود خواهد آورد.^{۱۰}

اگر استواری و سدید بودن قرآن، به دلیل «بر حق بودن» آن باشد، پس رسانه‌های دینی نیز در هر عصری که تداوم بخش مسیر قرآنی‌اند، باید واجد این ویژگی باشند: ﴿وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا﴾^{۱۱}

«سخن استوار بگویید».

بر حق بودن و استدلالی بودن محتوای رسانه دینی، باعث می‌شود تا بتواند رسانه‌های رقیب و انحراف گستر را به مبارزه بطلبد و مخاطبان هم می‌توانند با آگاهی یافتن از محتوای همه رسانه‌ها، به «رسانه دینی»، یقین و اعتماد کنند: ﴿قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ هَذَا ذِكْرٌ مِّنْ مَّعِيَ﴾^{۱۲}

«بگو برهانتان را بیاورید. این سخن کسانی است که با من هستند»، ﴿قُلْ إِنِّي عَلَىٰ بَيِّنَةٍ مِّنْ رَبِّي﴾^{۱۳}

«بگو من از جانب پروردگارم دلیل آشکاری دارم».

به این ترتیب، رسانه دین‌مدار نیازی به استفاده از ابزارها و شیوه‌های غیر متقن و غیر

حق ندارد. و استفاده از شیوه‌های تبلیغی نادرستی چون: انواع مغالطات، شارلاتانیسم مطبوعاتی و هیاهو و غوغا سالاری مطبوعاتی، ایجاد فضاهای روانی مجازی، قلب واقعیت‌ها و واژگون‌نمایی حوادث، تحلیل‌های غلط و غرض‌آلود و ده‌ها حقه مطبوعاتی و رسانه‌ای، از نشانه‌های رسانه‌هایی است که بر محور دین نیستند.

مشکل اصلی زمانی پیش می‌آید که اهدافی مخالف حق و عدالت طراحی می‌گردد و آن گاه رسانه به عنوان ابزار رسیدن به آن یا تسهیل‌کننده وصول به این اهداف، مورد توجه قرار می‌گیرد؛ مانند آنچه امروز به نام «جنگ نرم» مطرح می‌شود و رسانه‌ها قبل از تهاجم نظامی، با هجوم خبری، فرهنگی و... عقبه‌های کشورهای دیگر را سست و ناپایدار می‌سازند. اما اگر رسانه‌ای محوریت دین را بپذیرد، از این آسیب در امان خواهد ماند. استفاده ابزاری گاه با کتمان اخبار و وقایع، زمانی با «جهت‌دهی به آن» یا مبالغه، کم اهمیت جلوه دادن، پنهان کردن واقعیت در لایه‌های خبری و... صورت می‌گیرد. قرآن کریم در آیات متعددی استفاده ابزاری از رسانه را در جهت اهداف غیر حق، منع کرده و به عنوان نمونه، درباره کتمان خبر از سوی اهل کتاب برای رسیدن به اهداف پست و کم ارزش چنین یاد فرموده است:

﴿وَ إِذْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ لَتُبَيِّنُنَّهُ لِلنَّاسِ وَلَا تَكْتُمُونَهُ فَنَبَذُوهُ وَرَاءَ ظُهُورِهِمْ وَ اشْتَرَوْا بِهِ ثَمَنًا قَلِيلًا فَبِئْسَ مَا يَشْتَرُونَ﴾^{۱۶}

«و به یادآور زمانی را که خداوند از کسانی که به آنان کتاب داده شد، پیمان گرفت که حتماً باید آن را برای مردم بیان کنید و کتمانش نکنید. پس آنها آن را پشت سر خود انداختند و به بهای کمی مبادله کردند. پس چه معامله بدی کردند!»

امام باقر علیه السلام درباره آیه فوق فرمود: خدا از اهل کتاب پیمان گرفت که آنچه را درباره حضرت محمد در تورات و انجیل آمده است، برای مردم بگویند و کتمان نکنند.^{۱۶}

در آیات دیگر، وَ صَدَّ سَبِيلَ اللَّهِ وَ اضلال عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ هدف پنهان از به کارگیری این شیوه بیان شده است:

﴿اشْتَرَوْا بِآيَاتِ اللَّهِ ثَمَنًا قَلِيلًا فَصَدَّوْا عَنْ سَبِيلِهِ﴾^{۱۷}

«آیات خدا را به بهای اندکی فروختند و از راه خدا بازداشتند.»

﴿وَ مِنَ النَّاسِ مَن يَشْتَرِي لَهْرَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَ يَتَّخِذَهَا هُزُوًا﴾^{۱۷}

«و برخی از مردم سخنان بیهوده و سرگرم‌کننده را می‌خرند تا بی‌هیچ علمی، از راه خدا گمراه کنند و آن را به سخره گیرند.»

در عصر رسول خدا صلی الله علیه و آله شخصی به نام نضر بن حارث، از حجاز به ایران سفر می‌کرد و افسانه‌های ایرانی را فرا می‌گرفت و در بازگشت برای مردم عرب می‌گفت و اظهار می‌داشت که: «اگر محمد برای شما داستان عاد و ثمود را می‌گوید، من نیز قصه‌ها و اخبار عجم را می‌گویم». این آیه نازل شد و کار او را شیوه‌ای انحرافی معرفی کرد.

۲. رحمت‌گستری

هدف قرآن کریم به عنوان بلاغ مبین و رسانه روشنگر، چیزی جز نمایاندن جلوه رحمانی خدا و رحمت‌گستری در عرصه هستی و کشاندن مخاطبان به سوی رحمت الهی نیست و البته کتب آسمانی دیگر نیز این ویژگی را دارند:

﴿ثُمَّ آتَيْنَا مُوسَى الْكِتَابَ تَمَامًا عَلَى الَّذِي أَحْسَنَ وَ تَفْصِيلًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَ هُدًى وَ رَحْمَةً لِّعَلَّهِمْ يَلْقَاءُ رَبَّهُمْ يُؤْمِنُونَ. وَ هَذَا كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ مُبَارَكٌ فَاتَّبِعُوهُ وَ اتَّقُوا لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ. ... فَقَدْ جَاءَكُمْ بَيِّنَةٌ مِنْ رَبِّكُمْ وَ هُدًى وَ رَحْمَةٌ...﴾^{۱۸}

«سپس به موسی کتاب (تورات) دادیم تا بر کسی که نیکی کرده، (نعمت خود را) تمام کنیم و بیانگر همه مسائل و وسیله هدایت و رحمت باشد. شاید مردم به دیدار پروردگارش ایمان بیاورند. و این (قرآن) کتابی است مبارک که آن را نازل کردیم. پس آن را پیروی کنید و تقوا

پیشه سازید، باشد که مورد رحمت قرار گیرید ... بی‌شک از سوی پروردگارتان دلیلی روشن و هدایت و رحمت آمد...»

﴿هَذَا بَصَائِرُ مِنْ رَبِّكُمْ وَ هُدًى وَ رَحْمَةٌ لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ﴾^{۱۹}

«این (قرآن)، بصیرت‌هایی از پروردگارتان است و برای کسانی که ایمان آوردند، مایه هدایت و رحمت است.»

به این ترتیب، ویژگی این رسانه الهی این است که پیروی از آن (تلاوت)، رحمت الهی را در پی دارد و رسانه‌های دینی نیز می‌توانند همین شیوه را الگوی خود قرار دهند.

بخشایش، احسان و نیکی، مهر و شفقت و دلسوزی و نرم‌دلی که در لسان قرآن از آنها به «رحمت» یاد می‌شود، اصل مهم در این کتاب الهی است. امام خمینی علیه السلام دلسوزی، خیرخواهی و کارکرد مهرورزانه قرآن کریم را چنین یاد آور می‌شود:

«این کتاب بزرگ الهی که از عالم غیب الهی و قرب ربوبی نازل شده و برای استفاده ما مهجوران و خلاصی ما زندانیان سجن طبیعت و مغلولان زنجیرهای پیچ در پیچ هوای نفس و آمال، به صورت لفظ و کلام درآمده، از بزرگ‌ترین مظاهر رحمت مطلقه الهیه است.»^{۲۰}

ایشان لزوم توجه رسانه‌ها به همین اصل مهم جاری در قرآن را در عرصه‌های فرهنگی،

سیاسی، اجتماعی و دینی یادآور می‌شود که ما نمونه‌هایی از سخن ایشان را ذکر می‌کنیم:

«مطبوعات، سینما، تلویزیون، رادیو، مجله‌ها، همه اینها برای خدمت به یک کشور است. اینها باید در خدمت باشند، نه اینکه هر کس پا شود یک مجله‌ای درست کند، هر چه دلش بخواهد در آن باشد و هر عکسی بهتر مشتری داشته باشد، توی آن بیندازد، عکسهای مهیج، عکسهای مهوع در آن بیندازد که مشتری‌هایش زیاد بشود. آن وقت اسمش مطبوعات است.»^{۲۱}

«مطبوعات که حامل پیام ملت و حامل پیام اسلام باید باشد و مبلغ احکام اسلام و مجری احکام اسلام و مذهب جامعه باید باشد و اخلاق را در جامعه باید پخش بدهد، اخلاق الهی را.»^{۲۲}

«مجله مسئولیتی بزرگ دارد، هم پیش خدای تبارک و تعالی، هم پیش مردم. ممکن است اینها مملکتی را به تاهی بکشاند، اگر کوشش نکنند در اینکه اصلاح کنند، و اگر آن که می‌نویسد از روی صلاحدید و مبانی غیرنفسانی و رسوا نکردن مسلمانان و این طور مسائل باشد، مجله مفید خواهد بود.»^{۲۳}

«هر کس مجله می‌خواهد بنویسد، باید مجهز باشد که این نسل آینده را تربیت کند. برای نسل آینده فکری بکنید. اسلام همه نسل‌ها را مکلف می‌داند. پیغمبر اسلام مکلف بودند برای همه نسل‌ها. همچنین مکلفیم که برای نسل‌های آینده کار کنیم.»^{۲۴}

۳. طاغوت ستیزی

از اصول حاکم بر محتوای رسانه دین محور، طاغوت ستیزی آن است. از این رو، وقتی قرآن کریم وظیفه طاغوت‌ستیزی پیامبران را یادآوری می‌کند، از واژه «رسول» (فرستاده) استفاده می‌کند:

﴿وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَّسُولًا أَنْ اٰغْبُدُوا لِلّٰهِ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ﴾^{۲۵}

«و در هر امتی همانا رسولی برانگیختیم که [بگوید] خدا را عبادت کنید و از طاغوت دوری کنید.»

در آیات دیگر نیز طاغوت‌ستیزی، وظیفه رسولان الهی معرفی شده است.^{۲۶}

رسالت رسانه‌ها در مبارزه دائمی با طاغوت‌ها و طغیانگران علیه دین و قرآن، در کلام امام و رهبری جلوه بارزتری دارد. امام خمینی علیه السلام به رویکرد طاغوت‌ستایی و هم‌نوایی رسانه‌ها با طاغوتیان، اشاره می‌کند و می‌فرماید:

«آن که از همه خدمت‌ها بالاتر است، این است که نیروی انسانی ما را رشد بدهد و این به عهده مطبوعات است، مجله‌هاست، رادیو تلویزیون است، سینماهاست، تئاترهاست. اینها می‌توانند نیروی انسانی ما را تقویت کنند و تربیت صحیح بکنند و خدمتشان ارزشمند باشد، و می‌توانند مثل رژیم سابق باشند که همه چیز به هم ریخته بود. همه چیز در خدمت استعمار

بود. آنها خودشان هم نمی‌دانستند. خیلی‌ها خودشان نمی‌دانستند. نمی‌دانست که این عکسی که از این زن لخت می‌اندازد، چند تا جوان را آشفته می‌کند، از بین می‌برد.»^{۲۷}

«مأموریت داشتند که کشور ما را با آن تبلیغات دامنه‌دار این رسانه‌های طاغوتی، تمام مسائل اسلامی و تمام مسائل کشوری را به طرف منافع طاغوتی سوق دهند. صدمه‌ای که اسلام از مطبوعات و رسانه‌های طاغوتی خورد، از کمتر دستگاه‌هایی خورد. آن قدر که جوان‌های ما را این مطبوعات فاسد و آن مجله‌های فاسدتر و آن رادیو و تلویزیون‌های فاسدتر به فساد کشیدند، معلوم نیست که مراکز فساد آن قدر به فساد کشیده باشند. این مجلات بود و این مطبوعات بود و این رادیو و تلویزیون و تمام این رسانه‌های گروهی بود که جوان‌های ما را به جای اینکه به طرف دانشگاه بکشد، به طرف علم و ادب بکشد، به طرف فساد کشاند.»^{۲۸}

۴. دفاع از ارزش‌ها

رسانه دینی، بهترین ابزار دفاع علمی و تبلیغی از ساحت ارزش‌هاست. تعهدهای دین محورانه رسانه دینی، اقتضاً می‌کند که دفاع از دین را اصل قرار دهد و در این مسیر از غیر خداوند و اهمه‌ای به خود راه ندهد. این سخن به معنای بی‌تدبیری نیست، بلکه منظور، حفظ

هویت دفاعی رسانه‌های دینی در هر شرایط است:

﴿الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللّٰهِ وَ يَخْشَوْنَهُ وَا لَا يَخْشَوْنَ اَحَدًا اِلَّا اللّٰهَ﴾^{۲۹}

«کسانی که پیام‌های خدا را می‌رسانند و از او می‌هراسند و از هیچ کس جز خدا نمی‌هراسند.»

منشأ و سرآغاز ترک سنگربانی از دین را باید همین «ترس از غیر خدا» و «ملاحظات غیر الهی» دانست که صاحبان رسانه‌ها را به گزینش راه‌هایی غیر الهی و می‌دارد تا منافع زودگذر را از دست ندهند یا تهدیدهای واهی را پشت سر گذارند. از این رو، در برابر شبهات و هجوم‌ها علیه دین، نهایت لطفی که می‌کنند، «سکوت» است! حال آن که این رویکرد، غضب الهی را در پی دارد؛ چنان که پیامبر صلی الله علیه و آله می‌فرماید:

«اذا ظهرت البدع في امتي فليظهر العالم علمه فمن لم يفعل فعليه لعنة الله؛^{۳۰} هنگامی که بدعت‌ها در امت من ظاهر شود، عالم باید علمش را آشکار کند و اگر چنین نکرد، لعنت خدا بر اوست.»

دفاع رسانه‌ای از دین، می‌تواند به افشای روش کار مفسدان منجر شود: ﴿وَلْتَسْتَبِينَ سَبِيلُ الْمُجْرِمِينَ﴾^{۳۱} حال آنکه سکوت و محافظه‌کاری، راه‌های ضلالت را پنهان می‌دارد و جامعه را در ضلالت و گمراهی وا می‌نهد.

دفاع از ارزش‌ها به عنوان رسالت محتوایی رسانه‌ها، برخاسته از همان ولایتی است که بر اساس آن، مؤمنان همدیگر را به ارزش‌ها فرمان می‌دهند و از ضد ارزش‌ها باز می‌دارند و امروزه مطبوعات و رسانه‌ها از مهم‌ترین ابزارهای اعمال این ولایت هستند: ﴿وَالْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بَعْضُهُمْ أَوْلِيَاءُ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ﴾.^{۳۳} جبهه باطل نیز رسانه‌های ضد دینی دقیقاً همین پیوستگی را دارند و زنجیروار محتوای باطل خود را با هماهنگی و حمایت یکدیگر تبلیغ و ترویج می‌کنند: ﴿الْمُنَافِقُونَ وَالْمُنَافِقَاتُ بَعْضُهُمْ مِنْ بَعْضٍ يَأْمُرُونَ بِالْمُنْكَرِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمَعْرُوفِ﴾.^{۳۴} حاصل اینکه رسانه دینی از حق نظارت الهی خود در مسیر دفاع از ارزش‌ها نباید غافل شود و مسلم است که هر حقی، وظیفه‌ای هم به دنبال دارد.

نکته دیگر اینکه گستره ارزش‌ها به عبادات خاصی منحصر نیست، بلکه تمام ابعاد اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی را شامل می‌شود و «رسانه دین محور» بر اساس عمومیت و جوب امر به معروف و نهی از منکر، حق نظارت و دفاع از همه این ابعاد را دارد. به این ترتیب، حتی رسانه‌های تخصصی که در حوزه‌هایی چون: ورزش، اقتصاد، سیاست و ... فعالیت می‌کنند، نمی‌توانند خود را فارغ از این وظیفه

بدانند و در حوزه‌های تخصص خود، به شیوه سکولاری با ارزش‌های اسلامی برخورد کنند، بلکه هر کس در حوزه خود، مأمور به ﴿دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ﴾^{۳۵} است.

این عرصه را باید عرصه پیکار مجاهدان رسانه‌ای دانست: ﴿يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ﴾^{۳۶}

«در راه خدا تلاش می‌کنند و از سرزنش هیچ ملامتگری نمی‌ترسند».

از این رو، پیامبر وقتی معاذ را برای تبلیغ دین به یمن می‌فرستاد، فرمود: «ولا تخف في الله لومة لائم».^{۳۷}

رسانه دینی در مسیر دفاع از دین، به سبب اتهام‌ها و غوغاسالاری‌های رسانه‌ای، عرصه را خالی نمی‌کند و مقاوم و پایدار و هوشمندانه و با شیوه‌ای حرفه‌ای، خواسته خود را به کرسی می‌نشانند. آیات متعددی از قرآن نشان می‌دهد

که رسولان الهی در برابر غوغاهای مخالفان و سیل تهمت‌ها و افتراهای آنان، مقاومت می‌کردند و بدون هراس، مسیر حق را ادامه می‌دادند. از این رو، وقتی که کافران به نوح علیه السلام می‌گفتند: ﴿إِنَّا لَنَرَاكَ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ﴾^{۳۸}، به آنان پاسخ می‌داد: ﴿يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي ضَلَالَةٌ وَ لَكِنِّي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ﴾^{۳۹}، و چون به هود علیه السلام می‌گفتند: ﴿إِنَّا لَنَرَاكَ فِي سَفَاهَةٍ وَ إِنَّا لَنَنظُنُّكَ مِنَ الْكَاذِبِينَ﴾^{۴۰}، او می‌گفت: ﴿يَا

قَوْمِ لَيْسَ بِي سَفَاهَةٌ وَ لَكِنِّي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ﴾.^{۴۱} به رسول اکرم صلی الله علیه و آله هم فرمان داده شد که: ﴿فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أَوْلُوا الْقَرْمِ مِنَ الرَّسْلِ﴾^{۴۲}، و ﴿فَإِذْغُ وَ اسْتَقِمْ كَمَا أَمَرْتُ﴾^{۴۳}.

روشن است که رسانه‌های مخالف در برابر خطرات ایجاد شده برای منافعشان، سکوت نخواهند کرد و با تمام توان خواهند کوشید آن رسانه‌های متعهد را به خطر اندازند. از همین رو است که قرآن کریم بارها از تهدید شدن رسولان الهی به تبعید، اخراج و ... سخن می‌گوید:

- ﴿وَ مَا كَانَ جَوَابَ قَوْمِهِ إِلَّا أَنْ قَالُوا

أَخْرِجُوهُمْ مِنْ قَرْيَتِكُمْ﴾^{۴۴}.

- ﴿لَنُخْرِجَنَّكَ يَا شُعَيْبُ وَ الَّذِينَ آمَنُوا

مَعَكَ مِنْ قَرْيَتِنَا﴾^{۴۵}.

- ﴿وَ قَالُوا يَا أَيُّهَا الَّذِي نُزِّلَ عَلَيْهِ الذِّكْرُ

إِنَّكَ لَمَجْنُونٌ﴾^{۴۶}.

بنابراین، رسانه دینی با حفظ میدان و سنگر با ابزارهای گوناگون، به تکرار مواضع اصولی خود در قالب‌های متنوع می‌پردازد و تا عملی کردن آنها از پای نمی‌نشیند: ﴿وَ لَقَدْ وَصَّلْنَا لَهُمُ الْقَوْلَ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾^{۴۷}. از اینجاست که یکی از اسرار برخی تکاورها در قرآن کریم به دست می‌آید. از باب نمونه، غفلت از خدا، حدود صد بار در قرآن کریم با عناوینی متنوع تکرار شده است.^{۴۸}

یکی از شیوه‌های مخالفان که امروزه نیز مرسوم است، دعوت مردم به بایکوت کردن رسانه‌ها و رسولان دینی است:

﴿وَ قَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَ الْغَوَا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَعْلَمُونَ﴾^{۴۹}؛

«و کسانی که کافر شدند، گفتند: به این قرآن گوش ندهید و لغو و باطل را در آن داخل کنید؛ شاید بر آن غلبه کنید».

۵. واقعیت‌گرایی

از جمله آفات کار رسانه‌ای، نادیده گرفتن حقایق و واقعیت‌هایی است که مخاطب در گذشته با آن آشنا بوده است. مخالفت با آن واقعیت‌ها به ناکارآمدی رسانه و دوری از حقیقت می‌انجامد. بدین جهت، قرآن کریم پی در پی تمام واقعیت‌ها و حقایق گذشته را تصدیق می‌کند. البته به پالایش و تصفیه حق از باطل نیز می‌پردازد و حقایق را زلال‌تر از سابق در اختیار مخاطب می‌گذارد و آن گاه مخاطب را به پذیرش آموزه‌های خود فرامی‌خواند:

﴿آمَنُوا بِمَا أُزِّلَتْ مُصَدِّقًا لِمَا مَعَكُمْ وَ لَا تَكُونُوا أَوَّلَ كَافِرٍ بِهِ﴾^{۵۰}؛

«و به آنچه فرستادیم (قرآن)، ایمان آورید؛ در حالی که (قرآن) تصدیق کننده چیزی است که با شماست و نخستین کافر به آن نباشید».

۶ مدیریت ارزشی رسانه

مدیریت رسانه‌ای باید در دست اشخاصی باشد که بالاترین شایستگی‌ها را دارند و نباید «آزادی» را چنان معنا کرد که هر شخصی بتواند ناشایستگی‌ها را در عرصه جامعه پراکنده سازد. از این رو، خداوند برای رسالت و رسانه دینی دست به گزینش و اجتناب و اصطفا می‌زند و یادآور می‌شود که خود، گروهی را برای رسالت فرستاده است:

﴿أَرْسَلْنَاكَ لِلنَّاسِ رَسُولًا ۖ

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَالْكِتَابِ الَّذِي نَزَّلَ عَلَيَّ رَسُولُهُ وَالْكِتَابِ الَّذِي أَنْزَلَ مِنْ قَبْلِهِ...﴾^۱
 ﴿يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ الرَّسُولُ بِالْحَقِّ مِنْ رَبِّكُمْ﴾^۲

این واقعیت برای اصحاب رسانه‌ها امروزه کاملاً ملموس است که سیطره مدیریت رسانه‌ای فاسد بر جهان، چه فجایی در عرصه‌های مختلف به بار آورده و چگونه پیشاهنگ سلطه نظامی و اقتصادی بر ملل مختلف شده است. در عرصه‌های داخلی نیز همین وضعیت وجود دارد و سلطه مدیریت فاسد بر رسانه‌ها، به محو ارزش‌ها و سلطه فاسدان بر صالحان می‌انجامد. بنابراین، تمام راهکارها در نظام اسلامی باید به

سویی حرکت کنند که سلطه ناصالحان بر مدیریت‌های رسانه‌ای، خنثی و ناکارآمد شود.

تلاش ناشایستگان برای تسلط بر مدیریت رسانه‌ای، به دلیل طمع‌ورزی‌شان به منافع مادی متعددی است که رسانه‌ها توان زمینه‌سازی برای وصول به آن را دارند؛ حال آنکه از معیارهای مهم در مدیریت سالم رسانه‌ای، اخلاص است و هدف، فقط اصلاح وضعیت و حرکت دادن جامعه در مسیر تکامل و خواست الهی است.

بدین رو، مدیران شایسته هرگز خواهان سهم و سهام از نظام سیاسی و اقتصادی نیستند و این است راز تکرار این آیه از زبان تمام انبیای الهی:

﴿وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾^۳
 ﴿لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرِي لِلْعَالَمِينَ﴾^۴

مدیریت رسانه‌ای، اصل کار رسانه‌ای را وظیفه خود می‌داند: ﴿أَتَمَّا عَلَى رَسُولِنَا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ﴾^۵ و از این رو، طمع و چشمداشتی هم به حاصل کار خود ندارد و این، بر عکس چیزی است که امروزه در عرصه مطبوعات و رسانه‌ها می‌بینیم که گروهی در پی سهم خواهی از دولت‌ها و نظام‌ها بر می‌آیند و این سهم را به دلیل تلاش خود در رسیدن افرادی خاص به حاکمیت‌ها، حق خود می‌شمارند!

پی‌نوشت‌ها

۱. فصلت / ۴۲.
۲. آل عمران / ۵۸.
۳. بقره / ۳۷.
۴. همان / ۱۷۶.
۵. آل عمران / ۶۲.
۶. همان / ۱۰۸؛ بقره/۲۵۲؛ نساء / ۱۰۵.
۷. حدید / ۲۵.
۸. بقره/۲ و ۳؛ نساء/۸۲.
۹. کهف/۲۱ و زمر/۲۸.
۱۰. حشر/۲۱.
۱۱. احزاب / ۷۰.
۱۲. انبیاء/۲۴؛ بقره/۱۱۱؛ قصص / ۷۵.
۱۳. انعام / ۵۷.
۱۴. آل عمران / ۱۸۷؛ رکذ بقره/۴۱؛ مائده/۴۴.
۱۵. تفسیر نور، ج ۲، ص ۲۱۸، به نقل از تفسیر قمی، ج ۱، ص ۱۲۸.
۱۶. توبه / ۹.
۱۷. لقمان / ۶.
۱۸. انعام/۱۵۴-۱۵۷.
۱۹. اعراف / ۲۰۳.
۲۰. آداب الصلاة، امام خمینی، ص ۶۶.
۲۱. صحیفه امام، ج ۸، ص ۴۹۶.
۲۲. همان، ج ۱۳، ص ۱۵۶.
۲۳. همان، ج ۱۴، ص ۳۸۴.
۲۴. همان، ص ۵۰۰.
۲۵. نحل / ۳۶.
۲۶. طه/۲۴؛ حجر/۹۴.
۲۷. صحیفه امام، ج ۸، ص ۴۹۸.
۲۸. همان، ج ۱۳، ص ۱۵۶.
۲۹. احزاب / ۳۹.
۳۰. اصول کافی، ج ۱، ص ۵۴.
۳۱. انعام / ۵۵.
۳۲. توبه / ۷۱.
۳۳. همان / ۶۷.
۳۴. انفال / ۲۴.
۳۵. مائده/۵۴.
۳۶. ترجمه تحف العقول، ص ۲۶.
۳۷. اعراف / ۶۰.
۳۸. همان / ۶۱.
۳۹. همان / ۶۶.
۴۰. همان / ۶۷.
۴۱. احقاف / ۳۵.
۴۲. شوری / ۱۵.
۴۳. اعراف / ۸۲.
۴۴. همان / ۸۸.
۴۵. حجر / ۶۷.
۴۶. قصص / ۵۱؛ زمر / ۲۳.
۴۷. قرآن و تبلیغ، ص ۹۶.
۴۸. فصلت / ۲۶.
۴۹. بقره/۴۱ و ۹۷؛ آل عمران / ۲۱؛ نساء / ۴۷؛ انعام / ۹۲.
۵۰. نساء / ۷۹.
۵۱. همان / ۱۳۶.
۵۲. همان / ۱۷۰.
۵۳. شعراء / ۱۰۹.
۵۴. انعام / ۹۰.
۵۵. مائده / ۶۷ و ۹۲؛ آل عمران / ۲۰.

