

گزارشی مرکز آوازه‌های

نقش رسانه‌های دیداری - شنیداری در تبیین اسلام

به کوشش: احمد اکبری

جایگاه و نقش رسانه

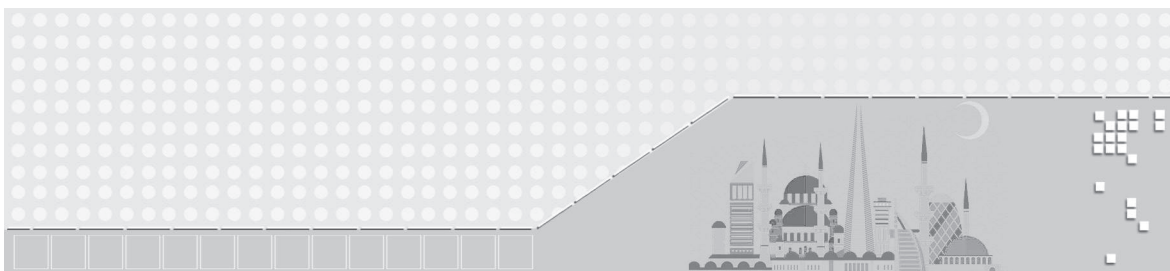
اندیشمندان برای هر دوره‌ای، نام یا نام‌هایی انتخاب کرده‌اند. از «عصر سنگ»، «دوران کشاورزی»، «دوره صنعتی»، «عصر اتم» تا امروز که از آن با عنوان «عصر ارتباطات»، «عصر سرعت و تبادل اطلاعات»، «عصر دیجیتال» و «عصر رسانه‌ها» یاد می‌شود.

در فرهنگ ما، انسان، فرزند زمان خویش است؛ هرچند ضرورت دارد به افق آینده نیز نظر داشته باشد. همین مسئله، ضرورت آگاهی از مفهوم رسانه را آشکار می‌سازد. امروزه، رسانه‌ها می‌تازند، جنگ می‌آفرینند، مدیریت می‌کنند و خود پایان‌دهنده امورند. رسانه‌ها به کار مهندسی افکار می‌پردازند، قلب‌ها و ذهن‌های مردم را به دست گرفته، مدیریت می‌کنند. از این رو، صاحب‌نظران بر این باورند که رسانه‌های دیداری و شنیداری، در شکل‌گیری افکار عمومی در سراسر تاریخ بشریت، نقش تعیین‌کننده داشته و دارند. رسانه می‌تواند نقش هدایتگر یا گمراه‌کننده را در جامعه ایفا کند.

از سوی دیگر، انسان امروز ناچار به استفاده از رسانه‌هاست. او اطلاعات را از رادیو و تلویزیون و اینترنت می‌گیرد، به وسیله شبکه‌های اجتماعی با مردم جهان ارتباط برقرار می‌کند و اوقات فراغتش را در سینما به عنوان «نقطه تلاقی همه هنرها و شبکه‌های اجتماعی» پُر می‌کند.

هر رسانه‌ای، سه عنصر دارد: فرستنده، گیرنده و پیام. همان طور که «چه گفتن» اهمیت دارد، «چگونه گفتن» و اینکه با «چه ابزاری» گفته شود نیز مهم است. بدون شک، برای رساندن پیام‌های حق به گوش جان و نمایاندن آن به چشمان بصیرت و قلب نورطلب مخاطبان در جهان معاصر، رسانه‌هایی نیاز است که انسان را در رسیدن به این مقصد متعالی یاری کند؛ به معنای دیگر، رسانه، ظرف است و پیام‌ها، مظروف آن، و مخاطب، تشنه‌ای است که از آن ظرف می‌نوشد. با توجه به این اهمیت رسانه، هر فردی که در حوزه علوم انسانی و اسلامی فعالیت می‌کند، در حرکت عظیم رسانه‌ای سهمی دارد.

معاونت پژوهشی جامعه المصطفی العالمیه، واحد گرگان، با همفکری گروه‌های علمی - تربیتی و با مشورت مدیران ارشد و همکاری نهادهای دغدغه‌مند، بر آن شد تا در این حرکت عظیم پیشرو باشد. نتیجه این همت و عزم، برگزاری همایشی به همین منظور شد که در این گزارش به معرفی آن می‌پردازیم.





مهم‌ترین اهداف همایش

همایش ملی «نقش رسانه‌های دیداری - شنیداری در تبیین اسلام» به همت جامعة المصطفی العالمیة در واحد گرگان برگزار شد. مهم‌ترین اهداف برگزاری این همایش را می‌توان چنین برشمرد:

۱. استفاده از ظرفیت رسانه‌های دیداری - شنیداری برای انتقال مفاهیم دینی، اخلاقی و معنوی؛
۲. فراهم‌شدن زمینه بحث و گفت‌وگو و نظریه‌های علمی برای مقابله با تهاجم پروژه اسلام‌هراسی؛
۳. تبیین رسالت و نقش پژوهشگران دینی در قبال انحراف و کج‌روی‌ها در عرصه رسانه؛
۴. تبیین نقش رسانه‌های دیداری - شنیداری در دشمن‌شناسی و مقابله با اسلام‌هراسی.

محورهای مقالات همایش

محورهای همایش و موضوعات فراخوان مقالات همایش، به شرح ذیل است:

□ ارتباطات و رسانه‌های دیداری - شنیداری

- نقش پژوهش در تقویت رسانه‌های دینی؛
- نقش رسانه‌ها در پژوهش‌های اسلامی؛
- نقش رسانه‌های دیداری - شنیداری در شکوفایی دینی و فرهنگی ملت‌ها؛
- نقش رسانه‌های نوین در تبیین اسلام؛
- رسانه‌های نوین (تهدیدها و فرصت‌ها) برای جهان اسلام؛
- ارتباطات رسانه‌ای جهان اسلام (اهداف، ضرورت‌ها و چالش‌ها)؛
- گفتمان تقریبی رسانه‌های جهان اسلام؛
- سواد رسانه‌ای در تبیین اسلام.



هر رسانه‌ای، سه عنصر دارد: فرستنده، گیرنده و پیام. همان طور که «په
گفتن» اهمیت دارد، «مگونه گفتن» و اینکه با «په ابزاری» گفته شود نیز
مهم است

□ رسانه‌های دیداری - شنیداری و تقریب مذاهب اسلامی

- نقش رسانه‌ها در تبیین وحدت اسلامی؛
- نقش رسانه‌ها در تخریب و تضعیف وحدت اسلامی؛
- تفرقه‌افکنی رسانه‌ای در جهان اسلام؛
- راهبردهای رسانه‌ای برای مقابله با چالش‌های فراروی وحدت اسلامی؛
- نقش رسانه‌ها در ترویج و تقویت تقریب مذاهب با تأکید بر ظرفیت‌های نهادهای تقریبی؛
- دیپلماسی وحدت اسلامی و چالش‌های رسانه‌ای؛
- رسانه‌های تقریبی (اهداف، ضرورت و راهبردها).

□ رسانه‌ها و تمدن اسلامی

- نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری تمدن بزرگ اسلامی؛
- رسالت رسانه‌ها در تمدن بزرگ اسلامی؛
- نقش رسانه‌ها در تقویت تمدن بزرگ اسلامی؛
- نقش رسانه‌ها در تخریب و تضعیف تمدن بزرگ اسلامی؛

□ رسانه‌های دیداری - شنیداری و حقوق بین‌الملل

- توهین به مقدسات دینی در حقوق بین‌الملل با نگاه به عملکرد رسانه‌ها؛
- جنگ رسانه‌ای از منظر حقوقی؛
- رسانه‌های دیداری - شنیداری و چالش‌های حقوقی.

□ دین و رسانه‌های دیداری - شنیداری

- نسبت دین و رسانه؛
- رسانه‌های دینی - اخلاقی (ضرورت‌ها، اهداف و چالش‌ها)؛



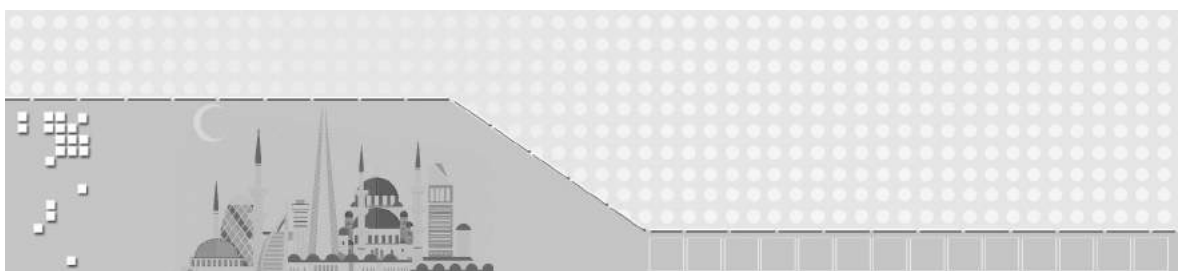
- جهانی شدن رسانه و تحقق امت واحده اسلامی؛
- نقش رسانه‌های دیداری - شنیداری دینی در نشان دادن چهره حقیقی اسلام؛
- شیوه‌های نوین تبلیغ در جهان معاصر (با تأکید بر ظرفیت رسانه‌ها)؛
- نقش رسانه‌ها در تخریب و تقویت چهره اسلام؛
- دین رسانه‌ای / رسانه دینی.

□ رسانه‌ها و بیداری اسلامی

- نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری اسلام‌هراسی؛
- رسالت رسانه‌های دیداری - شنیداری در بیداری اسلامی؛
- بیداری اسلامی و چالش‌های رسانه‌ای پیش رو؛
- نقش رسانه‌ها در تقویت بیداری اسلامی؛
- نقش رسانه‌ها در تخریب و تضعیف جریان بیداری اسلامی؛
- ظرفیت رسانه‌ها در بیداری اسلامی؛
- نقش رسانه‌ها در افق پیش روی بیداری اسلامی.

□ علوم انسانی - اسلامی و رسانه‌های دیداری - شنیداری

- نقش علوم قرآنی در تبیین اسلام (با تأکید بر ظرفیت رسانه)؛
- مبانی فلسفی رسانه‌های دینی؛
- چالش‌های فقهی رسانه‌های دیداری - شنیداری؛
- بایدها و نبایدهای اخلاقی رسانه‌های دیداری - شنیداری؛
- کمک‌های ادبیات به رسانه‌های دیداری - شنیداری (با تأکید بر مسئله تبیین اسلام).





مقالات ارسال شده به دبیرخانه

برای این همایش، تعداد ۸۵ مقاله علمی در سه مقطع: کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری به دبیرخانه همایش ارسال شده بود که از این تعداد، ۲۸ مقاله در مقطع دکتری، ۴۵ مقاله در مقطع کارشناسی ارشد و ۱۲ مقاله در مقطع کارشناسی بود که پس از ارزیابی، تعداد ۶۱ مقاله با امتیاز بالای ۷۰ پذیرفته شدند و در هر مقطع، سه مقاله، رتبه‌های اول تا سوم را کسب نمودند.

در اینجا به عنوان نمونه، به عنوان و مشخصات برخی از مقالات اشاره می‌گردد:

۱. «زبان فطرت، زبان رسانه‌های دینی (با تأکید بر آرای علامه جوادی آملی)»؛ نوشته مجتبی طالبی.

در این مقاله، با نگاه به آیات قرآن کریم و آرای علامه جوادی آملی، این مسئله بیان می‌شود که زبان تبلیغی قرآن، زبان فطرت است. بنابراین، زبان رسانه‌های دینی نیز باید زبان فطرت باشد؛ با شاخصه‌هایی چون: ارشاد، تربیت، عقلانیت، فراگیر و همگانی بودن و غیرقابل تغییر بودن.

۲. «بررسی نقش صدا و سیما در گسترش فرهنگ اسلامی و پیشبرد آن»؛ نوشته سید ابوالفضل موسوی زاده و حسن امیرتبار. در این مقاله، پس از تبیین جایگاه صدا و سیما در بین مردم جامعه‌های مختلف، به بررسی راه‌هایی پرداخته می‌شود که صدا و سیما قادر است به وسیله آن روح و تعالیم اسلامی را در جامعه زنده و پویا نگه دارد. همچنین، تأثیراتی را که صدا و سیما می‌تواند در پیشرفت فرهنگ اسلامی و نفوذ آن در جوامع مختلف داشته باشد، به همراه ارائه راهکارهای مختلف و نوین رسانه‌ای، در این مقاله مطرح می‌گردد.

۳. «نقش باید و نبایدهای اخلاقی در رسانه‌های دیداری - شنیداری از منظر قرآن و حدیث»؛ نوشته سید محمد ضیاء عرفانی. در این پژوهش، تلاش شده با تدبر و تعمق در قرآن و روایت، بایدها و نبایدهای اخلاقی در رسانه‌های دیداری - شنیداری استخراج شود؛ تا الگویی مناسب برای مسئولان و دست‌اندرکاران این گونه از رسانه‌ها باشد.

۴. «ارزیابی تأثیر شبکه‌های اجتماعی و ماهواره بر هویت فرهنگی و اجتماعی بانوان جوان»؛ نوشته جعفر کریمی. این پژوهش، به بررسی برنامه‌های ارائه‌شده از ماهواره و شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر هویت فرهنگی پرداخته و نتیجه گرفته است که بین برنامه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی در میان جوانان و هویت فرهنگی آنان، رابطه معناداری وجود



فلسفه رسانه علم، به موجودیت و هستی رسانه - از آن جهت که وجود خاص دارد؛ نه از آن جهت که موجودیت می‌یابد - تعریف می‌شود. رسانه، بازتولید اندیشه و باورهای ماست و معنایی را که در زندگی ما دارد، نشان داده و منعکس کرده است

دارد و هرچه میزان مدت زمان، شیوه، مشارکت و واقعی تلقی کردن برنامه‌ها از سوی جوانان افزایش یابد، هویت فرهنگی بانوان جوان کاهش می‌یابد.

۵. «مبانی فلسفی رسانه‌های دینی»؛ نوشته ام‌کلثوم دهقان.

فلسفه رسانه علم، به موجودیت و هستی رسانه - از آن جهت که وجود خاص دارد؛ نه از آن جهت که موجودیت می‌یابد - تعریف می‌شود. رسانه، بازتولید اندیشه و باورهای ماست و معنایی را که در زندگی ما دارد، نشان داده و منعکس کرده است. این نوشتار، در صدد است که به‌اجمال، بخشی از نقطه تلاقی حوزه دین و رسانه را مورد بررسی قرار دهد.

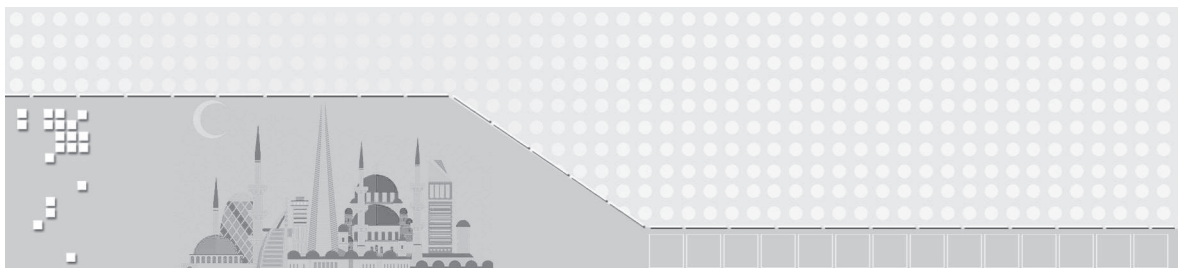
برنامه‌های همایش

همایش «نقش رسانه‌های دیداری و شنیداری در تبیین اسلام» با حضور اندیشمندان و پژوهشگران این حوزه در تاریخ ۳۰ فروردین ۱۳۹۷ در گرگان برگزار شد.

در این همایش، مطابق آنچه مرسوم است، شخصیت‌های فرهیخته به ارائه سخن پرداختند؛ از جمله آنان، جناب حجت‌الاسلام تقوی، رئیس واحد گرگان بود که در این همایش، ضمن خیرمقدم به حضار و میهمانان، اظهار داشت: «بی‌تردید، ساختار و محتوای جهان معاصر، بازتاب و انعکاسی از داده‌های رسانه‌ای است. رسانه، شاخص‌ترین نماد دنیای جدید است و از این رو، جهان امروزی به عصر رسانه و انفجار اطلاعات شهرت یافته است و دلالت روشن آن، چیزی نیست، جز اینکه فاصله‌های مکانی بی‌معنا گردیده و جهان تبدیل به یک دهکده کوچک شده است. دهکده جهانی، عمدتاً حاکی از این است که رسانه‌ها آنچنان سلطه بر جهان پیدا نموده‌اند که به‌راحتی مدیریت یک دهکده، افکار و عواطف عمومی را جهت داده و هدایت می‌نمایند.»

حجت‌الاسلام علی‌اکبر عطاران طوسی، سخنران دیگر این همایش بود که با تأکید بر «الگوی رسانه شنو، بینا و اندیشه‌مدار در حیات مؤمنانه»، به ماهیت رسانه اشاره کرد و رسانه را جزیی از پازل دین برشمرد.

جناب حجت‌الاسلام سید رمضان موسوی مقدم، قائم مقام سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران هم سخنران پایانی این مراسم بود که با تأکید بر اینکه عدم رعایت مبانی دینی در رسانه، موجب ضرر به دین می‌شود، گفت: «رسانه باید ابزاری





برای خدمت به دین باشد، رسانه باید دینی شود تا بتواند دین را تبلیغ کند. متأسفانه، در حوزه تبلیغات رسانه‌ای، خلأ بزرگی داریم که باید کار مطالعاتی در این زمینه صورت گیرد.»

وی با بیان اینکه باید ارتباط میان دین و رسانه بررسی شود، تصریح کرد: «در حوزه تجربی، عملکردی و عینی، با مؤلفه‌هایی مواجه می‌شویم. یکی از آنها، این است که رسانه، امکانات و فرصت‌هایی برای تبیین، ترویج و تشریح دین و دین‌دار کردن جامعه است که خطرات و آسیب‌هایی از طریق رسانه به آن وارد می‌شود.»

ایشان همچنین در تبیین نسبت دین با رسانه، چنین گفت: «سه نظریه در نسبت دین و رسانه به عنوان نظرات قالب مطرح است؛ عده‌ای بر این باور هستند که رابطه مستقیم و ضروری میان دین و رسانه وجود ندارد؛ به دلیل آنکه اساس و ذات رسانه، سکولار است. گروهی دیگر بر این مطلب اعتقاد ندارند و معتقدند دو حوزه دین و رسانه، از یکدیگر مستقل‌اند؛ ولی ذات رسانه، غیردینی نیست و می‌تواند به عنوان ابزار در اختیار دین قرار گیرد. دسته سوم، معتقدند تمام اضلاع را در رسانه می‌توان مؤثر دانست. می‌توان رسانه را در خدمت دین قرار داد و نخستین رسانه دینی، با همین اصطلاح، توسط مسیحیت به وجود آمد.»

وی از رسانه به عنوان یک دانشگاه عمومی یاد کرد و گفت: «اگر بپذیریم دانشگاه در ذات خود پیام دارد و چنانچه در خدمت دین قرار بگیرد، دارای اثرگذاری است، ما قریب به چهل سال است که رسانه را در اختیار گرفتیم و از آن به عنوان ابزاری در اختیار دین استفاده کردیم.»

همچنین، در این همایش علمی، دکتر نصیب الله عمراف، به عنوان معاون پژوهش واحد گرگان و دبیر اجرایی همایش، و دکتر زهیر المسیلینی دبیر علمی همایش، گزارشی از روند اجرایی و علمی همایش، تعداد مقالات رسیده، پیش‌نشست‌های برگزار شده، نهادهای علمی همکار و دیگر مطالب مورد نیاز را ارائه نمودند.

جهت اطلاع‌رسانی درباره این همایش، پایگاهی با نشانی ذیل در اینترنت در نظر گرفته شده که علاقه‌مندان می‌توانند به آن مراجعه نمایند: <http://hamayesh.miu.ac.ir/auditory/fa>

