

شاخصه های برنامه رسانه ای تراز جهت

هویت بخشی دینی در جامعه

نویسندگان^۱

۱. طلبه سطح ۲، پایه دوم مدرسه علمیه الزهرا(س)، دالاهو، نگار حیدری، نیکتا خدیری، راحیل قربانی،

چکیده

از رسانه‌ها و محصولات رسانه‌ای، می‌توان به عنوان یکی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر هویت افراد در یک جامعه نام برد از آن جایی که امروزه رسانه‌ها جزء لاینفک زندگی بشر شده و در سبک و فرهنگ جوامع تأثیر بسزایی دارند باید در هر جامعه‌ای رسانه‌ها هماهنگ با فرهنگ‌های آن جامعه باشند، رسانه تراز و مطلوب رسانه‌ای است که در چارچوب و قوانین آن جامعه باشد و با توجه به ارزش‌های دینی و فرهنگ دینی و انقلابی که در جامعه ما حاکم است قطعاً رسانه‌ها باید همسو با ارزش‌های دینی فعالیت کنند و در این میان می‌توان به ویژگی‌ها و شاخصه‌هایی مانند پایبند بودن به ارزش‌های دینی، توجه به نیاز مخاطب، عدالت محوری و اخلاق محوری و... در ابعاد محتوایی و صوری اشاره کرد که اگر رسانه‌های ما مقید به آن باشند آثار مثبت فراوانی در هویت بخشی دینی در افراد جامعه خواهند داشت. در این مقاله به روش توصیفی-تحلیلی به تبیین شاخصه‌های برنامه رسانه‌ای تراز جهت هویت بخشی دینی در جامعه پرداخته شده که می‌تواند در سرنوشت افراد و هویت بخشی دینی تأثیر به سزایی داشته باشد.

کلیدواژه

آموزه‌های دینی، رسانه، رسانه تراز، شاخصه، هویت، هویت دینی

مقدمه

رسانه‌ها و محصولات رسانه‌ای، از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر هویت بخشی افراد یک جامعه است به ویژه آن که رسانه‌ها در جهان امروز، مرزها را در نورددیده و به دوردست‌ترین و دست نیافتنی‌ترین نقاط زمین رخنه کرده است. افزون بر شبکه‌های ماهواره‌ای و سایت‌های اینترنتی، بسیاری از فیلم‌های سینمایی، تله فیلم‌ها، پیام‌های بازرگانی و برنامه‌های تلویزیونی رسانه ملی در جهت‌دهی به افکار عمومی و ایجاد تغییر در سبک زندگی و هویت بخشی افراد نقش به سزایی دارد. امروزه با نشستن در خانه و استفاده از اینترنت و شبکه‌های تلویزیونی و بدون حضور فیزیکی می‌توان الگوهای رفتاری بسیاری را مشاهده و بررسی کرد و از میان آن‌ها الگویی متناسب با سلیقه و ترجیح خود برگزید. رسانه‌ها امروزه منشأ شکل‌گیری و هویت بخشی بسیاری از افراد جامعه شده است. در جامعه ایرانی نیز رسانه‌ها، خواسته یا ناخواسته در الگوسازی برای تک‌تک افراد جامعه نقش پر رنگی دارند و بستری هستند برای تجلی آرزوها، و این که آرزوهای جدیدی نیز می‌آفرینند.

نقش رسانه در الگوسازی و و هویت بخشی و نهادینه کردن باورها و هنجارها امری پوشیده و قابل کتمان نیست، همه می‌دانند و باور دارند که رسانه‌ها نقش فعالی در این زمینه دارند و برعکس آن هم، امکان دارد که رسانه‌ها اگر شناخت درستی از اهداف و سیاستگزاری‌های فرهنگی جامعه و حکومت نداشته باشند یا در نسبت خود با دین و اهداف دینی دچار خطا شوند، بحران فرهنگی و عقیدتی غیرقابل جبرانی را

خواهند ساخت که این بحران تا زمانی که از سوی صاحب نظران و مسوولان چاره اندیشی شود، اثرات خود را بر اندیشه و رفتار و هویت اعضای جامعه خواهد گذاشت.

از آن جا که رسانه های جدید در غرب با همان دیدگاهی که به انسان دارد وجود دارند و نیاز است که رسانه های تراز انقلاب اسلامی در راستای مبانی دینی و انقلابی حرکت کند و فعالیت داشته باشند و این ضرورت را می رساند بحث شاخصه های رسانه ها تراز و رابطه آن با دینداری مطرح گردد. با توجه به اهمیت موضوع اگر رسانه بر مبنای دینداری باشند قطعا تاثیر بسزایی در جامعه و هویت افراد خواهد داشت.

در جامعه ای اسلامی با احکام و قوانین خاصی که دارد قطعا باید رسانه ها در چارچوب دین فعالیت داشته باشند و دارای شاخصه های ویژه ای باشد تا بتوانند در هویت دینی افراد تاثیر گذار باشد. در این مقاله سعی شده است که به شاخصه های برنامه رسانه ای تراز جهت هویت بخشی دینی در جامعه پرداخته شود که امید است مسئولین و افرادی که با مشغول فعالیت در رسانه ها هستند با آگاهی تمام و پیروی از آموزه ها دینی مسیر درستی برای برنامه های فرهنگی و آموزش های رسانه ای انتخاب کنند و با تصحیح بینش خود در سایه ی اهل بیت جامعه ای سالم و پر از آرامش داشته باشند.

مفاهیم

۱. آموزه دینی

۱,۱. معنای آموزه

آموزه در لغت به معنای یادگیری است.^۱

۲,۱. معنای دین

واژه دین در فرهنگ لغات، مترادف با کلماتی چون: حکم و قضا، رسم و عادت، شریعت و مذهب، همبستگی و غیر آن آمده است.^۲ در کاربردهای قرآنی نیز به معنای زیادی از جمله: جزا، حساب، قانون، شریعت، طاعت و بندگی، تسلیم و انقیاد، اسلام، روش و رویه، توحید و خداپرستی آمده است.^۳ اندیشمندان اسلام گاهی دین را به معنای مکتب و گاهی نیز به معنای دین داری تعریف کرده‌اند. برخی از این تعاریف‌ها عبارت‌اند از: "دین، مجموعه‌ای از برنامه‌های عملی هماهنگ با نوعی جهان بینی است که انسان برای رسیدن به سعادت خود، آن را وضع می‌کند و یا از دیگران می‌پذیرد".^۴ و همچنین گفته‌اند: "دین، عبارت است از مجموع عقاید، اخلاق، قوانین و مقرراتی که برای اداره امور جامعه انسانی و پرورش انسانها می‌باشد، گاهی همه این مجموعه حق و گاهی همه آن باطل و زمانی مخلوطی از حق و باطل است".^۵ بنابراین تعاریف آموزه های

۱. معین، فرهنگ معین، ج ۱، ص ۶۳.

۲. دهخدا، لغت نامه دهخدا، ص ۵۷۴-۵۷۲.

۳. قرشی، قاموس قرآن ج ۲، ص ۳۸۱-۳۸۰.

۴. طباطبایی، شیعه در اسلام ص ۳-۲.

۵. جوادی آملی، شریعت در آیین معرفت، ص ۹۳.

علمی یا مهارتی" نیز بوده اند. حال باید اندیشید که چگونه می توان همین فرهنگ تاریخی را به فضای رسانه وارد نمود و در قالب برنامه ای تلویزیونی آن را به مخاطبان عرضه نمود^۱.

۱. <https://rasekhoon.net/article/show/1545166>

نتیجه گیری

با توجه به مطالبی که درباره شاخصه های رسانه تراز در جهت هویت بخشی دینی در جامعه بیان شد می توان گفت رسانه ها بخش جدایی ناپذیر از زندگی مردم شده اند که نه صرفاً عاملی است زندگی طبیعی انسان ها را به خطر اندازد و نه وسیله ای است مطلقاً برای پیشبرد اهداف بشر. رسانه ها قادرند اطلاعات مفیدی از مکان ها، شرایط و قوانین گوناگون در اختیار کاربران قرار دهند علاوه بر این رسانه ها در هر نهاد و حکومتی باید تابع ارزش های آن حکومت باشند رسانه تراز و مطلوب در جامعه ما نیز باید دارای مولفه هایی در ابعاد محتوایی و صوری باشد تا بتوان علاوه بر یافتن مسیر درست از مرزهای انسانی و اخلاقی نیز قدم فراتر نگذارد.

منابع و مأخذ

- قرآن کریم ترجمه ابوالفضل بهرام پور.
- نهج البلاغه ترجمه محمد دشتی.

منابع عربی

۱. ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب، ج ۴، واژه بصر، بیروت، دار صادر، ۱۴۱۴ هـ.ق.
۲. قرشی، علی اکبر، قاموس قرآن، ج ۲، دارالکتب الاسلامیه، تهران، ۱۳۶۴ هـ.ش.

منابع فارسی

۱. پاینده، ابوالقاسم، نهج الفصاحه، تهران، دنیای دانش، ۱۳۲۴ هـ.ش.
۲. جوادی آملی، شریعت در آیینه معرفت، قم، نشر اسراء، چاپ هفتم، ۱۳۷۸ هـ.ش.
۳. دهخدا، علی اکبر، لغتنامه دهخدا، تهران، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۷ هـ.ش.
۴. طباطبایی، محمد حسین، شیعه در اسلام، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، چاپ پنجم، ۱۳۸۸ هـ.ش.
۵. سالاری فر، محمد رضا، در آمدی بر نظام خانواده در اسلام، چاپ ۱۱، قم، نشر هاجر، ۱۳۹۳ هـ.ش.

۶. شرفی، محمد رضا، جوان و بحران هویت، چاپ اول، تهران، نشر سروش، ۱۳۷۹

هـ.ش.

۷. معین، محمد، فرهنگ فارسی معین، ج ۱، تهران، پارس نوین، چاپ چهارم، ۱۳۸۶

هـ.ش.

۸. هاشمی رفسنجانی، اکبر، فرهنگ قرآن، ج ۶، قم، مرکز فرهنگ و معارف قرآن،

بی تا.

مجلات، روزنامه ها و فصلنامه ها

۱. صلواتیان، سیاوش و میثم یعقوبی، مفهوم پردازی "عدالت رسانه ای" از

دیدگاه کارشناسان رسانه فصلنامه علمی مطالعات میان رشته ای ارتباطات و

رسانه / سال سوم / شماره ۳ (پیاپی ۹) / پاییز ۱۳۹۹ هـ.ش.

۲. فتحی، سروش و مهدی مختارپور، "بررسی نقش و تاثیر رسانه های نوین

تصویری در تغییر سبک زندگی"، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال

ششم، شماره دوم، بهار ۱۳۹۳ هـ.ش.

۳. مهربانی فر، حسین و دیگران، "صورت بندی مولفه های رسانه تراز از نگاه رهبران"

فصلنامه علمی پژوهشی، شماره ۲، ۱۴۰۱ هـ.ش.

سایت ها

<http://wikifeqh.ir/%D8%B1%D8%B3%D8%A7%D9%86%D9%87>

<https://rasekhoon.net/article/show/1545166>

سخنرانی

۱. بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در جمع کارکنان سازمان

صداوسیما ۱۳۸۳/۰۲/۲۸

۲. بیانات مقام معظم رهبری، ایسنا، ۱۳۹۱/۰۷/۲۳

۳. بیانات مقام معظم رهبری ۱۳۶۸ / ۹ / ۲۲