

نقش رسانه در ترویج مفاهیم قرآن با تاکید بر اندیشه امام خامنه ای

فاطمه براتی محمودآبادی

چکیده

گسترده‌گی و نفوذ روزافزون رسانه های جمعی مدرن و محصولات آن به عنوان برجسته ترین دستاوردهای جهان صنعتی و فناوری‌های فرهنگی و ارتباطی پرنفوذ، همه پدیده ها و عناصر فرهنگی را به گونه های مختلف پوشش داده است. کم و کیف این ارتباط و آثار و نتایج حاصل از آن، پرسش‌ها و مباحث مهمی را به میان کشیده و رسانه پژوهان را به عرصه های مطالعاتی جدیدی سوق داده است. یکی از این مباحث نقش رسانه در ترویج مفاهیم قرآنی است که قصد داریم با تاکید بر اندیشه امام خامنه ای آن را بررسی کنیم. درنوشته به صورت اجمالی به اهمیت ضرورت ترویج مفاهیم قرآنی، رسانه ها و انواع آنها، اهمیت رسانه ها، فواید و آسیبها، فرصتها و تهدیدات آن در ترویج مفاهیم قرآنی میپردازیم.

کلید واژه: رسانه، مفاهیم، قرآنی، امام خامنه ای

در عصر حاضر، رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی مدرن یکی از مؤثرترین کانون ها، و بستری برای اطلاع رسانی، آموزش، تبلیغ، نشر و اشاعه ساختار، قالب ها و مفاهیم و ارزش های دینی و بازتاب تولید معانی دین و دینداری در عرصه اجتماع و هدایت و رهبری مؤمنان و اقشار مختلف مردم بویژه جوانان در پهنه ای به وسعت تمام جغرافیا و فرامرزی می باشد.

در ساختار فرهنگی نظام مقدس جمهوری اسلامی، بنیانگذار کبیر انقلاب اسلامی ایران، حضرت امام خمینی(ره) نقش تبلیغات دینی و رسانه را چنین ترسیم فرمودند: «بدانید که تبلیغات در رأس امور است. امروز جهان روی تبلیغات می چرخد.» و در جای دیگر می فرماید: «می دانید که سلاح تبلیغات، برنده تر از کاربرد سلاح در میدان های جنگ است، باید از اسلحه تبلیغات آنها بیشتر ترسید و متأسفانه ما در این زمینه ضعیف هستیم...»

امیدوارم با هماهنگی و نظم در تبلیغات، تمام دسیسه های دشمن خنثی شود.» (امام خمینی(ره)، ۱۳۶۱، ج ۱۶، ص ۱۱۳-۱۱۴)

در ادامه این مشی و رویکرد جامع نگری به جایگاه تبلیغات دینی در عرصه های نوین ارتباطی، رهبر حکیم و فرزانه انقلاب حضرت امام خامنه ای (مدظله العالی)، فضای مجازی را یکی از سنگرهای مهم نظام می داند و با نگاه راهبردی و دوراندیشی خویش، موضوع سبک زندگی و استفاده از فضای مجازی را به گفتمانی در جامعه بویژه محافل علمی و فرهنگی در راستای گسترش فرهنگ دینی و دینداری و مقابله با جنگ نرم نموده است

ارتباطات و ارتباط متقابل، همیشه یکی از دغدغه های بشر در همه عصرها بوده است. رسانه ها همواره در طول تاریخ حیات خود کوشیده اند با بهره گیری از انواع ابزارها و روش ها، به ارائه اطلاعات و اخبار اقدام کنند تا ضمن انجام وظایف اصلی خود، موجب جلب و جذب بیشتر مخاطبان را با هدف ادامه بقای خود فراهم کنند. در قرون اخیر رسانه ها و مطبوعات همیشه در صدد ارتباطی مفهومی و معنایی با مخاطب بوده اند و کوشیده اند تا با راه حلی ارتباط خود را با مخاطب در جای جای پهنای گیتی حفظ نموده و روز به روز محکم تر و وسیع تر نمایند.

تحقیق حاضر در نظر دارد تا جایگاه و نقش رسانه در ترویج مفاهیم قرانی باتاکید بر اندیشه امام خامنه ای به صورت تحلیلی-توصیفی را مورد بررسی قرار دهد. اهمیت موضوع پژوهش حاضر از

آنجا نشأت میگیرد که در جهان امروز، فضای مجازی به جزئی جدایی ناپذیر از زندگی انسانها تبدیل شده است.

بدون استفاده از وسایل ارتباط جمعی نمیتوان به توسعه و رشد پایدار در آموزش علوم اسلامی و حوزه دینداری رسید و از آن جهت که رسانه ها و مطبوعات و همه ساختار رسانه ای بر این تلاش اند تا اهداف خود را که همانا جذب سلیقه مخاطب، آموزش، تبلیغ و جهت دادن به فکر مخاطبان و حتی ساخت یک هنجار برای تعیین سبک زندگی مخاطب خود نیز می باشد را پیاده کنند، بستر فضای مجازی می تواند به عنوان یک وسیله و ظرفیت برای بهینه سازی، رشد و توسعه جامعه با رویکرد اسلامی و دینی همچنین نیل به اهداف بلند تمدن نهضت اسلامی و اشاعه اسلام ناب محمدی(ص) با شگردهای مختلف رسانه ای و گرافیکی به عرصه عمل برساند.

۱. مفاهیم

۱.۱ رسانه

رسانه‌ها در فرهنگ‌ها و منابع مختلف فارسی و انگلیسی تعاریف مختلفی دارد. رسانه در لغت، اسم ابزار از مصدر "رسانیدن" و به معنای وسیله رسانیدن و در اصطلاح، علوم ارتباطات اجتماعی می‌باشد.

مقصود از «رسانه»، وسیله رسانیدن پیام از پیام‌دهنده به پیام‌گیرنده است.

در فرهنگ عمید به عنوان حسرت، اندوه و افسوس است.

در فرهنگ اندیشه نو، رسانه به عنوان اصطلاحی کلی برای اشاره به سیستم‌ها، دستگاه‌های انتقال اطلاعات یا سرگرمی به کار برده می‌شود.

روزنامه، رادیو، تلویزیون، فیلم، کتاب، نوار و ... مثال‌هایی از نمود رسانه از نظر این فرهنگ لغت هستند.

در فرهنگ بزرگ سخن، رسانه به وسیله‌ای که اخبار و اطلاعات را به مردم می‌رساند، تعریف شده است.

رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجله و شبکه‌های کامپیوتری مثال‌هایی از نمود رسانه از نگاه این فرهنگ لغت است. ۱

رسانه، اسم آلت و از مصدر رسانیدن است و به معنی وسیله رسانیدن به کار می‌رود و در اصطلاح علوم ارتباطات اجتماعی، مقصود از رسانه، وسیله رساندن پیام از پیام‌دهنده به پیام‌گیرنده است. امروز این وسایل جزء جدانشدنی زندگی ما شده‌اند و برای شناخت بهتر و بیشتر، می‌توان آنها را به رسانه‌های سنتی، مدرن و نوین تفکیک کرد.^۲

۱. شیخ رضایی، مقاله رسانه چیست و چه ویژگی‌هایی دارد

۲. حسینی، اهداف فرهنگی در جنگ نرم رسانه ای، ص ۶۵

ویژگی اصلی رسانه‌ها، همه جایی بودن آن‌هاست. برخلاف مدرسه و دیگر ارکان حیات انسانی، رسانه‌ها امری فراگیرند.

رسانه‌ها امروزه تعریف گسترده‌تری پیدا کرده‌اند.

رسانه‌ها مانند گذشته فقط به تلویزیون، رادیو، روزنامه، مجله و کتاب محدود نیستند.

امروزه رسانه‌های گروهی یا رسانه‌های جمعی به سبب فراوان بودنشان به رسانه‌های فردی تبدیل شده‌اند و از طرفی به صورت یک جبهه عظیم فرهنگی درآمده‌اند.

۲.۱ مفاهیم قرآنی

قرآن کریم از صدر اسلام تاکنون، محور تمامی علوم و معارف اسلامی بوده است. در طول تاریخ اسلام، هر نوع تعلیم و تربیت از قرآن آغاز شده و در کنار آن ادامه یافته است و خداوند خود اولین معلم قرآن است.

آموزش قرآن در طول تاریخ، در کشور ما و سایر سرزمین‌های اسلامی از فراز و نشیب‌های بسیاری برخوردار بوده است. در دوره معاصر به دلایل مختلفی، آن آموزش از جامعیت، بالندگی و طراوتی

که در گذشته داشته، فاصله گرفته و به تعلیم مهارت‌های خاصی محدود شده است. اما خوشبختانه در سال‌های منتهی به پیروزی انقلاب اسلامی و به ویژه پس از آن، انتظارات از آموزش قرآن به تدریج به جایگاه واقعی و شایسته آن نزدیک‌تر شده است.

منظور از فهم یا مفاهیم، همان معنای اولیه عبارات و آیات قرآن کریم است. هر عبارت قرآن کریم از یک معنای اولیه برخوردار است. این معنا برای اهل زبان قرآن – عرب زبانان – مفهوم و روشن است. در حوزه آموزش عمومی قرآن کریم، معنای اولیه عبارات و آیات به «مفاهیم» مصطلح شده است. از این رو به بیان روشن، منظور از فهم یا مفاهیم قرآن، درک معنای عبارات و آیات قرآن کریم است.^۱

.....
quranexpo.farhangog.gov^۱.

۱.۳ امام خامنه‌ای

سید علی حسینی خامنه (زاده ۲۹ فروردین ۱۳۱۸) معروف به سید علی خامنه‌ای، سیاستمدار و دومین رهبر جمهوری اسلامی ایران است که از ۱۳۶۸ فعالیت می‌کند. او پیش‌تر در فاصله سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۸ سومین رئیس‌جمهور ایران بود. خامنه‌ای طبق قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، عالی‌ترین مقام کشور و فرمانده کل نیروهای مسلح محسوب می‌شود. او امام جمعه تهران و یکی از مراجع تقلید شیعه در ایران است.^۱

۱.....wikipedia

اهمیت ترویج مفاهیم قرانی

«قرآن سرشار از معرفت های الهی است و هرکس که با آن همنشین شود، هدایت در دل او تثبیت می گردد و او را از گمراهی نجات می دهد که این امر جز با توجه و تدبر در قرآن کریم به دست نمی آید.» مقام معظم رهبری، انس با قرآن را نیاز امروزه جامعه اسلامی می دانند و از نظر

ایشان، برای تحول در جامعه قرائت قرآن به تنهایی کافی نیست و بایستی در کنار قرائت آن، به معانی و مفاهیم قرآنی توجه کرد و آنها را در جامعه اسلامی پیاده نمود.

به عقیده مقام معظم رهبری، تدبر در قرآن و شناخت مفاهیم و پیام های قرآنی، پشتوانه ای برای کمک به حرکت کلان جامعه است و افراد را در مواضع و تصمیم گیری های کلان که جامعه را هدایت می کند، یاری می دهد. این پشتوانه معنوی، روان کننده حرکت موتور وجود انسان است؛ چرا که تدبر در قرآن، ارتباط بین خدا و انسان را تقویت می کند و رغبت درونی افراد را برای تصمیم گیری های کلان و امور بزرگ در جامعه افزایش می دهد.

ایشان با اشاره به اینکه دشمنان همواره بی ایمانی و دوری از معارف دینی را ترویج می دهند، بیان می کنند: دشمنان اسلام همواره از دوری جوامع اسلامی از قرآن استفاده می کنند و وابستگی به خود را تزریق می نمایند. وضعیت کنونی برخی از دولت های اسلامی در مقابل آمریکا، صهیونیسم و دشمنان، به دلیل دوری از قرآن است. ما اگر به قرآن نزدیک بشویم، همه ی این نقص ها برطرف خواهد شد و هویت اسلامی خودش را در مقابل هویت کفر نشان خواهد داد.^۱

هرچه ما به قرآن نزدیکتر شویم، دو اتفاق می افتد: یک اتفاق اینکه ما قوی تر می شویم؛ اتفاق دوم اینکه دشمنان بین المللی ما، علیه ما بیشتر بسیج می شوند؛ خوب، بشوند.

.....
۱. afkarnews

هرچه به سمت قرآن برویم، هرچه به قرآن نزدیکتر شویم، دشمنان بشریت بیشتر خشمگین می شوند؛ تهمت می زنند، دروغ می گویند، شایعه درست می کنند، فشار اقتصادی می آورند، فشار

سیاسی می آورند، انواع و اقسام خباثتها و ملعنتها را با ملت ما می کنند - کمااینکه می بینید دارند می کنند - اما در مقابل، توان ما، قدرت تحمل ما، قدرت تأثیرگذاری ما روزبه روز بیشتر خواهد شد، مضاعف خواهد شد؛ کمااینکه می بینید شده. ۱

مقام معظم رهبری، تبدیل معارف قرآن به گفتمان های عمومی در بین مردم را مطالبه می کنند و به عقیده ایشان، این امر دور از دسترس نیست و گمان نکنیم که تحقق این اتفاق به چند دهه زمان نیاز داشته باشد؛ چرا که اگر اهل ایمان تمام تلاش خود را به کار گیرند، در مدت کوتاهی قرآن جزو واضحات جامعه اسلامی می شود.

انواع رسانه ها

با توجه به گسترش روزافزون فناوری در دنیا، تعدد رسانه ها مداوماً رو به گسترش است که در دسته بندی و گروههای گوناگونی قرار می گیرند که از جمله می توان به گروههای زیر اشاره کرد:

۱- رسانه های نوشتاری مانند مطبوعات، کتاب و مجلات.

۲- رسانه های شنیداری مانند مانند رادیو.

۳- رسانه های دیداری مانند تلویزیون، سینما، اینترنت.

۴- رسانه های ابزاری مانند مانند اعلامیه، بروشور، تابلوی اعلانات، کاتالوگ، پوستر، تراکت، پلاکارد، آرم، لوگو، فیلم های تبلیغی، فیلم کوتاه و بلند، سخنرانی، همایش و تئاتر.

۱.بیانات رهبری در دیدار قاریان قران، ۸۹/۰۴/۲۴

۵- رسانه های نهادی یا گروهی همچون روابط عمومی ها، شرکت های انتشاراتی، بنیادهای سینمایی.

۶- رسانه های فرانهادی همچون خبرگزاری ها، دفاتر روابط بین الملل، کارتل ها، بنگاه های سخن پراکنی و تراست های خبری، شرکت های چند ملیتی سازه، فیلم های سینمایی، شبکه های ماهواره ای. ۱.

اهمیت فضای مجازی

رهبر معظم انقلاب به صورت گسترده در مقاطع زمانی مختلف، بر لزوم تمرکز بر فضای مجازی تأکید داشته اند. این مطلب، دلیل آشکاری بر اهمیت فراوان این عرصه و لزوم توجه به آن می باشد. ایشان اهمیت پرداختن به فضای مجازی را به مثابه اهمیت انقلاب اسلامی دانسته، این فضا را به رودخانه ای پُر از آب و خروشان تشبیه می کنند که پیوسته بر آب آن افزوده می شود و در صورت استفاده صحیح، می توان آن را به یک فرصت تبدیل کرد؛ وگرنه به تهدیدی ویرانگر منجر می شود. حضرت آیت الله خامنه ای با ارائه تعبیری جالب در ارتباط با اینترنت، در دیدار با اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی در ۲۶ آذر ۱۳۸۱ می فرماید: «اینترنت، یکی از نعم بزرگ الهی است؛ اما در عین حال، یک نعمت بزرگ هم هست؛ یعنی یک چاقوی دو دم و خطرناک... اینترنت، الآن مثل یک جریان افسارگسیخته است... این، مثل آن است که کسی یک سگ وحشی را بیاورد، بگویند قلاده اش کو؟ بگویند سفارش کرده ایم آهنگر قلاده را بسازد!» ۲

رهبر معظم انقلاب، پدیده نوین فضای مجازی را از بزرگ ترین نمادهای تحول جهانی در چند دهه اخیر و از امتیازات برجسته عصر حاضر معرفی می کنند و در دیدار طلاب حوزه های علمیه استان تهران در تاریخ ۶ شهریور ۱۳۹۶، بر لزوم بهره گیری صحیح از این ابزار کارآمد تأکید می کنند:

resaneha۹۵.۱

۲. خبرگزاری فارس، ۱۳۹۱

«یکی از خصوصیات ممتاز دیگر امروز، آماده بودن وسایل رساندن پیام است؛ همین فضای مجازی که این برادرمان به تفصیل و خیلی خوب بیان کردند و تعبیر خوبی است که ایشان کرد و به ذهن بنده هم اتفاقاً همین تعبیر قبلاً رسیده بود که "اسمش فضای مجازی است؛ درحالی که واقعاً فضای حقیقی است"؛ یعنی این فضا درون زندگی بسیاری از مردم حضور دارد. خب، همین فضای مجازی، یک ابزار است؛ یک ابزار بسیار کارآمد؛ برای اینکه شما بتوانید پیامتان را به اقصی نقاط دنیا برسانید، به گوش همه برسانید. این [امکان،] دیروز نبود، امروز هست. یکی از امتیازات، این است.» ۱

مزایا و معایب رسانه ها

رسانه ها مزایا و معایب بسیاری دارند که هریک از آنها برای خودش شرح و تفسیر مفصل دارد که از حوصله بحث ما خارج است؛ اما به طور خلاصه می توان گفت:

مزایای رسانه ها:

۱.ارتباط جهانی

۲.اشتراک علایق

۳.اشتراک لحظه ای اطلاعات

۴.تبلیغات رایگان

۵.سرعت بالای انتشار اخبار

.....
۱.پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ ونشر آثار حضرت آیت الله العظمی سیدعلی خامنه ای، ۱۳۹۶

۶.صرفه جویی در زمان

معایب رسانه ها:

۱.کم شدن و در معرض خطر قرار گرفتن روابط چهره به چهره

۲.جعل هویت و کلاهبرداری

۳. اتلاف کننده زمان

۴. به خطر افتادن حریم شخصی ۱

تأثیر رسانه های اجتماعی

رسانه ها یکی از مهم ترین منابع تغییر اجتماعی به شمار میروند و بنا بر تأثیر و نفوذی که دارد میتواند تأثیر مثبت و منفی خود را در افکار، ارزش ها، عقاید فرهنگی و مذهبی مردم یک جامعه داشته باشد.

در گذشته مردم اطلاعات خود را بیشتر از طریق ارتباطات شخصی و فرد به فرد بدست می آوردند ولی امروز رسانه ها اطلاعات را با سرعت چشم گیر به جمعیت کثیری از مردم میرسانند.

همینطور که میفهمید رسانه ها درباره همه چیز به مخاطبان خود اطلاعات میدهد. بطور مثال: از واقعیات روز مره در سراسر جهان، وضعیت آب و هوا، پیشرفت های علمی و تکنولوژی، حوادث تاریخی، و درباره فرهنگ و شیوه زندگی مردم مختلف دنیا گزارش میدهد. و مردم از آن استفاده های گونا گونی میکنند. با توجه به استفاده وسیعی که از رسانه ها بعمل می آید.

۱۰. blogfaresaneferdows۱.....۱.

میتوان گفت که آنها چقدر تأثیر وسیع و عمیقی بر افکار، احساسات، عقاید و رفتارهای مردم بر جای میگذرانند. اگر از رسانه های اجتماعی به گونه یه مثبت استفاده شود میتواند موثر ترین توجیه و تشکیل عقل و شخصیت انسان بشمار رود که این میتواند برای آبادی و شکوفایی یک ملت بسیار خوب باشد.

اگر بدست افراد نادان و دشمنان قرار گیرد یکی از تباهی ترین وسایلی خواهد بود که حال و آینده ملتی را در معرض نابودی قرار خواهد داد.^۱

تأثیر سریع، عمومی و وسیع رسانه

رسانه‌های جمعی در همه جای دنیا، یکی از حساسترین مراکز است؛ مخصوص ایران نیست. دلیل آن هم واضح است؛ زیرا همه چیز یک دستگاه تبلیغاتی و یک وسیله عمومی مثل صدا و سیما - خوبی و بدی آن، کاری که در آن انجام گرفته باشد و تلاشی که شما انجام می‌دهید - هر لحظه جلوی چشم مردم است. این طور نیست که شما امروز کاری را در صدا و سیما انجام بدهید و اثرش مشهود نباشد. نه، هر کاری که در صدا و سیما انجام بگیرد، آثارش خیلی زود مشاهده می‌شود. البته برنامه‌های بلندمدت هم هست؛ مثل همین تربیت عناصر کارآمد که نتایج آن را بعدها انسان می‌بیند؛ لیکن آن خارج از اداره روزمره این تشکیلات است. طبیعت اداره روزمره این تشکیلات آن است که انعکاسش و تلقی و فهم مردم از آن، تقریباً بلافاصله است. شما امروز برنامه می‌سازید و این برنامه را حداکثر یک هفته، دو هفته، یا یک ماه دیگر اجرا خواهید کرد؛ یعنی خیلی زود دیده می‌شود. دستگاهی که اثرش این طور سریع و عمومی است، انتظارات مختلفی در قبال آن هست. اینجا انصافاً جای خیلی حساسی است؛ گیرم که نظامی پشت سر این رسانه نباشد که مکتب و خط مشی و راهی دارد. اگر این گونه باشد - که هست - طبعاً حساسیت این تشکیلات خیلی بیشتر خواهد شد. لذا در زندگی مردم، این تشکیلات، تشکیلات فوق‌العاده حساس، مهم و تعیین‌کننده‌ای است. کار خوب و بد و خدمت و خدای نکرده سوءعمل در این تشکیلات، با جاهای دیگر فرق می‌کند؛ چون تأثیرش عمومی و سریع است و سطح کارش خیلی وسیع و محسوس و مشهود می‌باشد.^۲

تبلیغ مفاهیم و معارف اسلامی در فضای مجازی

هیچ کس در عالم روحانیت، اگر انصاف و خرد را میزان قرار بدهد، نمیتواند خودش را از نظام اسلامی جدا بگیرد. نظام اسلامی یک امکان عظیمی را در اختیار داعیان الی الله و مبلّغان اسلام قرار داده. کی چنین چیزی در اختیار شما بود؟ امروز یک طلبه‌ی فاضل در تلویزیون می‌نشیند نیم ساعت حرف می‌زند، ده میلیون، بیست میلیون مستمع از روی شوق به حرف او گوش میدهند... امروز این جوانهای دانشجو و غیر دانشجو را که مشاهده میکنید - حالا من دانشجوها را میگویم - همه‌شان تقریباً و تغلیباً مشتاقند از مفاهیم اسلامی و معارف اسلامی چیزهایی را بشناسند و چیزهایی را بفهمند و سر در بیاورند. من و شما باید زمینه فراهم کنیم که بتوانیم به آنها جواب دهیم. این فرصت تا امروز کی برای روحانیت وجود داشته؟ علاوه بر این، ابزارهای تسهیل‌کننده، مثل رایانه‌ها و ارتباطات اینترنتی و فضای مجازی و سایبری هم که الان در اختیار شماست. اگر بتوانید اینها را یاد بگیرید، میتوانید یک کلمه حرف درست خودتان را به هزاران مستمعی که شما آنها را نمیشناسید، برسانید؛ این فرصت فوق‌العاده‌ای است.^۱

فرصت‌ها و تهدیدهای فناوری اطلاعات جهت ترویج مفاهیم قرآنی

می‌دانیم که در زمانی قرار داریم که از پدیده فناوری اطلاعات گریزی نداریم. این پدیده حضور خود را در تمام شئون زندگی فردی و اجتماعی ما نشان داده است مقابله با آن نه مقدور است نه مقبول و نه معقول.

عقل سلیم حکم می‌کند که از تجربه‌هایی که در مسیر مواجهه دین با فناوری اطلاعات پیش آمده، بخوبی بهره بگیریم. برای این کار باید ابتدا ماهیت فناوری اطلاعات و نحوه بهره‌گیری بهینه از آن را بخوبی بشناسیم، آن‌گاه با شناخت عمیق از فرهنگ قرآنی نحوه ارتباط این دو را

با هم پیدا کنیم. به همین دلیل در این بخش، ابتدا فرصت های فناوری اطلاعات در جهت ترویج فرهنگ قرآنی، پس از آن تهدیدهای مربوط و آن گاه راهکارهایی برای استفاده از فرصت ها و تبدیل تهدید به فرصت بیان می شود.

۱.بیانات مقام معظم رهبری، ۹۱/۷/۱۹

فرصت های فناوری اطلاعات جهت ترویج مفاهیم قرآنی

دسترسی گسترده و سریع به منابع اطلاعات فراوان قرآنی- همانطور که از پیشینه پژوهش بر می آید- از طریق فناوری اطلاعات، محدودیت گسترش توزیع منابع قرآنی را از چهار دیواری سنتی کتابخانه به یک سیستم غیر متمرکز تبدیل کرده است. امروزه فناوری اطلاعات، نقش سازمانها، کتابخانه ها و نهاد های قرآنی را که در قدیم مبادرت به انبار کردن منابع علمی داشتند و در کنار آن راهنمایی های لازم علمی را ارائه می کردند، تغییر داده است این مراکز در نقش جدید باید به مراجعه کنندگان بالقوه و بالفعل مفاهیم قرآنی در دستیابی به اطلاعات نامحدود و منابع اطلاعاتی موجود، در کل جهان بدون محدودیت های زمانی و مکانی از طریق شبکه های اینترنت کمک کنند.

در صورتی که زیر ساخت های لازم جهت ذخیره سازی منابع قرآنی به شکل رایانه ای فراهم شود، می توان به هزاران سند، کتاب،مقاله و غیره، از طریق امکانات جستجو و شبکه های اینترنتی قرآنی دسترسی پیدا کرد و این منابع اطلاعاتی را با حداکثر توانایی و به صورت یکسان در اختیار علاقه مندان قرار داد. فناوری اطلاعات در کنار جستجوی منابع اطلاعاتی و تسهیل دسترسی منابع، امکانات دیگری نظیر پست الکترونیکی، فعالیتهای گروهی و تبادل اطلاعات را فراهم آورده است.۱

به طور خلاصه می توان به فرصت های IT در پژوهش های علوم قرآنی به این صورت اشاره کرد:

- افزایش دسترسی به مواد و منابع پژوهشی علوم قرآنی
- وجود بیش از ۱۰۰ سایت ویژه و تخصصی علوم قرآنی
- وجود بیش از ۱۰۰ نرم افزار علوم قرآنی
- تسهیل در امکان همفکری آنی و فوری صاحبان اندیشه قرآنی با همدیگر

.....
mehad.org

- جمع آوری سریع اطلاعات علوم قرآنی
 - ارزیابی دقیق داده ها از طریق نرم افزار های مربوطه ۱
- تهدیدهای فناوری اطلاعات و جهت ترویج مفاهیم قرآنی

۱- شکسته شدن مرزها به ویژه مرزهای اخلاقی و فرهنگی و دینی

۲- سرگرم شدن افراد و دور شدن آنها از تفکر عمیق در نتیجه انفجار اطلاعات

۳- گسترش اطلاعات بی کیفیت و سست (آلودگی اطلاعاتی).

۴- منفعت محوری در دنیای اطلاعات و تبدیل علم به کالای اقتصادی

۵- سنجش حقایق آسمانی با معیارهای زمینی و غلبه جنبه تجربی دانش بر جنبه های دیگر آن.

۶- بت شدن علم جدید پس از تلاشهای کانت و بیکن.

۷- رواج بی رویه شبهات در نتیجه جریان آزاد اطلاعات

۸- دشواری انتقال پیام قرآن به جوامع غیر مسلمان بدلیل ویژگیهای خاص فرهنگ قرآنی (معنویتی که برخی از جوامع چندان با آن آشنا نیستند). ۲

.....
۱. وحدت، اولیاء، فناوری اطلاعات و نقش آن در تجدید ساختار آموزش عالی، ص ۳۰۰

۲. mehad.org

راهکارهای استفاده از فرصت های فناوری اطلاعات جهت ترویج مفاهیم قرآنی

۱- در مواجهه با نسل جدید باید حرکت های درون زا، خود انگیخته و ارادی را در آنها تقویت کرد، نه جهش های بیرونی و القایی، چنان که قرآن خود در بیان هدف از بعثت پیامبران می فرماید "لیقوم الناس بالقسط" ۱ بر اساس این آیه، اینکه مردم خود باید به قسط و عدل اقدام کنند نه اینکه پیامبران آنان را به این کار وادارند.

۲- بینش امروزی نگاه بلند مدت را بر می تابد نه نگاه فوری و کوتاه مدت را. لذا در برنامه ریزی باید به افق های دور چشم بدوزیم.

۳- شیوه فرهنگی معنوی و معرفتی کارساز تر است تا بخشنامه ای رسمی و دولتی. علت رواج و گسترش فرهنگ سازمان های مردم نهاد(سمن) (N.G.O) در دنیای امروز همین نکته است.

۴- باید گفتمان تعارض علم ودین را که از قرن ۱۷ تا ۲۰ میلادی گفتمان غالب دنیای پیشرفته امروز بود، به گفتمان تعامل علم ودین تبدیل کنیم. وجود مرکز الهیات و علوم طبیعی در جوار دانشگاه کالیفرنیا از سال ۱۹۸۱، تدریس درس ایمان و پزشکی در نیمه از دانشگاههای پزشکی امریکا از سال ۱۹۸۷، جامعه علم ودین انگلستان (تاسیس ۱۹۷۲). انجمن اروپایی مطالعات علم و الهیات در سوئد تاسیس (۱۹۹۰) نشانه هایی از رواج تعامل علم ودین در دنیای فعلی است. ۲. پتانسیل موجود در فرهنگ اسلامی بخوبی به این هدف کمک می کند. البته به شرطی که آشنایی با ساز و کارهای علم جدید و پذیرش آنها در عین پایبندی به فرهنگ و هویت دینی خودمان را مد نظر قرار دهیم.

۱.سوره حدید،آیه ۲۵

۲.گلشنی،علم ودین و معنویت درآستانه قرن بیست و یکم،ص ۴۲-۴۹

۵- خلاقیت و ابتکار و نوآوری از مهم ترین عوامل برای حضور فعالانه در عرصه جهانی است. خوشبختانه عمق و پویایی مفاهیم فرهنگ قرآنی، راه را برای هرگونه خلاقیت صحیح و سالم و مبتنی بر نصوص و متون - به نوعی که منتهی به بدعت نشود- باز می کتد.

۶- همکاری جدی و صحیح حوزه با دانشگاه، به گونه ای که ظرفیت های هر دو نهاد را بخوبی بشناسیم و از آنها استفاده کنیم.

۷- دنیای امروز دنیای گفتگوست و خشونت و برخوردهای تند در آن جایی ندارد. از سوی دیگر قرآن ما را به حکمت و اندرز نیکو و جدال احسن امر می کند.^۱ مناظرات امام صادق(ع) با دانشمندان ملحد معاصر خود در درون مسجدالحرام و در کنار خانه کعبه، همچنین احتجاجات فراوان امیر المومنین و امام رضا(ع) با سران مذاهب مختلف که در کتابهای معتبر شیعی مانند عیون اخبار الرضا و احتجاج طبرسی آمده، راهنمای حرکت امروز ماست. تعالیمی همچون "اطلبوا العلم ولو بالصین و خذوا الحکمه و لو من المشرکین"^۲ سفرهای علمی متعدد دانشمندان مسلمان به اقصی نقاط جهان و ملاقات با انواع دانشمندان گواه این مطلب است.

۸- "شایسته است بیش از ظواهر به سراغ غایات و جوهریات دینی برویم، مانند معنویت، اخلاق، امانت علمی، صداقت حرفه ای، کوشش صمیمانه در محتوا و کیفیت فعالیت آموزشی و پژوهشی و تولیدات علمی، انجام دادن کامل وظایف، مسولیت پذیری و مشارکت جویی و اهتمام به مسائل و مشکلات جامعه با تولید دانش فنی و پاسخ گویی در حد توان به نیازها.^۳ اهداف یاد شده بخشی از اهداف مورد نظر برای یک جامعه نمونه قرآنی است.

۱.سوره نحل، آیه ۱۲۵

۲.حرعاملی، وسائل الشیعه، ج ۲۷، ص ۲۷

۳.سازمان ملی جوانان، اولویت های اقدامات اجرایی دستگاه ها و سازمانهای دولتی براساس منشور تربیتی نسل جوان

۹- حوزه و دانشگاه باید- به اقتضای پدیده دانشگاه مجازی که از طریق آن می توان به بزرگراهها و بانکهای اطلاعاتی و سایت های جامعه شبکه ای دسترسی یافت و مشارکت و فعالیت و تعامل در آن حرف اول را می زند- به جای کتابهای محدود و مشخص به بسته های نوشتاری یا الکترونیک بیندیشند که سلیقه های مختلف را در " جریان شناور اطلاعات فرامرزی" (T.B.D.F). پاسخگو باشند.

۱۰- حضور باورداران و دلسوزان به ترویج فرهنگ قرآنی در شبکه های اجتماعی مثل , you tube, facebook و غیره. بدلیل تنوع و روز آمدی، جاذبه زیادی بویژه برای نسل جوان دارد. ضمن این که فضایی برای حضور فرهنگ قرآنی نیز دارد

فرصت های موجود رسانه ای انس با قران

۱.گفتمان دینی

از دیدگاه پست مدرنها گفتمان محور شناخت و حتی وسیله ای برای تولید دانش است ۱. رسانه و فناوری های نوین با توجه به خصیصه گفتمان و در اختیار داشتن فرا رسانه هایی چون کامپیوتر، اینترنت، ماهوارهها و سایر رسانه هایی دیجیتالی نوین در فرایند تربیت دینی، منجر به نهادینه کردن فرهنگ قرآنی میشود.

مفهوم «گفتمان دینی» در طول زمان برای فرهنگ قرآنی ارمغانهایی داشته از جمله: افزایش شکیبایی در برابر دیدگاه ادیان دیگر، بالندگی فرهنگ قرآنی و پیدایش و رشد راه های نو برای حل چالش های قرآنی و ارتقای گرایش به همکاری و صمیمیت روابط بین فردی و بین گروهی با توجه به مفاهیم قرآنی را به همراه خواهد داشت .

۲. الگوآفرینی دینی

از ویژگی های رسانه اسلامی، آفرینش الگو و نماد دینی قرآنی بر مبنای محبت و

.....
۱. آهنگیان، آموزش و پرورش در شرایط پست مدرن، ص ۸۰

مهرورزی است. این در حالی است که در رسانه های غربی افرادی چون آرنولد

شوارتزنگر، سیلوستر استالونه و افرادی دیگر نماد خشونت و ایثارگری در فیلم های هالیوودی هستند و یا سامورایی ها در فیلم های ژاپنی و... که از طریق خشونت طلبی، مصرف گرایی، سکس و... به ارائه تصویری از انسان ایده آل غربی که خود را فدای دیگران میکنند میپردازد. رسانه اسلامی با توجه به رسالت دینی و اسلامی خود نه تنها از ارائه خشونت طلبی، مصرف گرایی و ... جلوگیری میکند بلکه آن را نفی میکند. ۱

۳. تمثیل و کنایه

با توجه به اقدامات و سرمایه گذاری های رسانه های غربی که دیگر نه از راه مستقیم، بلکه از طریق غیر مستقیم جوانان و جامعه اسلامی را تهدید میکنند و وانمود میکنند که برنامه ارائه شده، برنامه های مناسب است ولی در لفافه و پنهانی در جهت پیاده سازی برنامه خود میپردازند. رسانه اسلامی نیز با ارائه تمثیل گونه اهداف خود، منظور خود را به بیننده منتقل می کند چرا که گفته می شود بیننده به ارائه مطالبی که مستقیماً به او گفته میشود واکنش نشان داده و مقاومت کند، ولی در روش تمثیل وار، رسانه پیام های تربیتی و دینی خود را، در لفافه و غیر صریح بیان میشود و از این طریق به «آموزش پنهان» از طریق رسانه میپردازد. رسانه اسلامی منظور خود با استفاده از فرامین دینی و معنوی سازی رسانه های، علم روانشناسی، علم ارتباطات، ترفندهای رسانه های و... طوری به فراگیر القاء میکند که بی آن که منظور و هدف خود را به صورت مستقیم بازگو کند، بیننده را به آن سمت میکشاند. ۲

۴. سرگرمی و تفریح

مهم ترین کارکرد رسانه هایی چون تلویزیون، تفریح و سرگرمی است. به همین دلیل برای استفاده از این وسیله باید به کارکرد اصلی آن توجه داشت.

۱. محمدزاده، ایزدی، جانی پور، مطالعات قرآن وحدیث ۵، ص ۴۴-۴۵

۲. همان

این از آن روست که برنامه هایی در این عرصه به موفقیت بیشتری خواهند رسید که به این کارکرد توجه کنند. پیام دینی و قرآنی را باید در قالب فیلم یا دیگر برنامه هایی گنجانند که در ضمن کارکرد های تلویزیون قرار می گیرد تا به صورت شایسته از آن استفاده شود. ۱.

علم آموزی و تربیت با ابزار سرگرمی، از شگردهای رسانه ها است. از این رو رسانه اسلامی با ارائه داستانها، پخش فیلم، سخنرانی و... از داستانهای قرآنی و زندگانی ائمه اطهار در ارتباط با عمل به آموزه های دینی و قرآنی و انس با قرآن به روشی که کودک و یا نوجوان دوست دارد، استفاده کرده و بی هیچ مقاومتی به ارائه پیام خود میپردازد. برعکس رسانه های غربی که با ارائه برنامه های ضد ارزشی و تبلیغ مصرف گرایی قصد بی هویت کردن بیننده را دارند رسانه اسلامی با ارائه برنامه های مفید و مفرح که بیننده هم در صورت خستگی از مطالعه یا کار روزانه، میتواند از امکانات تفریحی قابل دسترس در رسانه استفاده کند و هم فراگیر را سرگرم کرده و نیز به «آموزش پنهان» او میپردازد. ۲.

۵. افزایش کمی و بهبود کیفی

افزایش کمی و بهبود کیفی برنامه ها از طریق:

الف. آموزش کارشناس در حوزه ی تولید:

آموزش کارشناس در حوزه های مختلف رادیو، تلویزیون، تقویت دانشکده های تخصصی، استفاده از نیروهای کاردان و افزایش ارتباط اصحاب رسانه با دانشگاه ها که قدرت هدایت فکری جامعه را دارند، بسیار ضروری است. برای افزایش کارایی رسانه، تربیت گوینده، نویسنده، تهیه کننده و حتی کارشناسان سیاسی، نظامی و علوم اجتماعی در حوزه های مختلف رسانه ای نیازی جدی است.

۱. مریجی، عباس زاده، رسانه مدرن، فرصتها و چالش های پیش روی تبلیغ سنتی ۴۳

۲. پورطهماسبی، نقش و عملکرد تربیتی رسانه در عصر پست مدرن، ص ۱۳۷-۱۴۴

ب. ضرورت مخاطب شناسی:

امروزه مقوله ی شناخت کنش ها و واکنش های مخاطبان در قبال رسانه ها اهمیت شایانی یافته است. هرچه بتوانیم تناسب و رابطه ی بیشتری میان خواست و نیاز حقیقی برقرار کنیم، موفق تر خواهیم بود. انتقال پیام ها به ویژه پیام هایی که بار ارزشی، سیاسی، عقیدتی و... دارد اگر بدون استفاده از نمادها و نشانه ها صورت گیرد مخاطب به راحتی آن را رمزگشایی و تحلیل می کند. چنین پیامی به مرور تأثیر خود را از دست داده و منجر به ایستادگی مخاطب می شود.

ج. تکرارگری در تولید محصولات فرهنگی - رسانه ای:

اگر تکثرگرایی در حوزه ی تولید رسانه ای با قیده‌های خاصی همراه باشد که اهداف اصلی قانون گذار از ایجاد انحصار را تأمین کند به رونق تولید آثار فرهنگی اسلامی کمک خواهد شد. (۱۰ رک. ایلخانی پور و عبداللہی، ۱۳۸۶، صص ۹۹-۹۸).

۶. ارتقا و گسترش معرفت و ایمان روشن بینانه

رهبر معظم انقلاب اسلامی (حفظه الله) در بیان نقش و مسئولیت صداوسیما در حوزه ی دین، «ارتقای معرفت دینی» و «ایمان دینی» مردم را مورد توجه قرار داده و می فرماید: «معرفت دینی باید ارتقا و گسترش پیدا کند؛ اما یک معرفت روشن بینانه و آگاهانه... طبیعتاً از وظایف صداوسیما، ارتقای معرفت دینی و ایمان دینی است؛ هر دو. معرفت و ایمان با هم تفاوت دارد. هم ایمان مردم باید تقویت شود، هم معرفت و شناخت مردم. شناخت دینی مردم باید ارتقا پیدا کند. در زمینه ی معرفت دینی باید توجه داشت که این ایمانی که مردم پیدا می کنند سست، عوامانه، سطحی و قشری نباشد؛ به شدت از این پرهیز بشود. اکتفا نشود به تغلیط احساسات مردم و تشریفات افراطی. تأکید بر این چیزها به طور افراطی، هیچ مفید نیست؛ هیچ تبلیغ محسوب نمی شود»^۲ (سخنرانی در دیدار رئیس و مدیران سازمان صداوسیما، ۱۳۸۳/۹/۱۱).

۱. ایلخانی پور، عبداللہی، درآمدی بر جنگ رسانه ۹۸-۹۹

۲. بیانات رهبری در دیدار رئیس و مدیران سازمان صداوسیما، ۸۳/۹/۱۱

بر اساس این سخن مقام معظم رهبری (حفظه الله) در برنامه های دینی صداوسیما، باید به موضوع ارتقا و گسترش معرفت و ایمان مخاطبان رسانه توجه کرده و تلاش نمود که این گونه برنامه ها، هم شناخت مردم را از دین قرآن افزایش دهد و هم ایمان و باور آن ها را نسبت به این موضوع ارتقا بخشد. بنابراین باید در برنامه های دینی رسانه ی ملی از طرح مطالب سست، عوامانه،

سطحی و قشری و همچنین مطالب صرفاً احساسی و عاطفی که جنبه ی معرفت افزایی ندارند خودداری شود.

۷. نوآوری در قالب و محتوا

بی تردید برای احیا و گسترش فرهنگ اسلام در سطح جهانی نیازمند بهره گیری از همه ی ابزارهای رسانه ای به ویژه صداوسیما هستیم. تا زمانی که صداوسیما نتواند معارف اسلامی را با استفاده از قالب های جذاب برنامه سازی به جامعه عرضه کند نمی توان انتظار داشت این معارف چنان که باید و شاید در میان همه ی اقشار به ویژه نسل جوان نهادینه شود.^۱

۸. بهره گیری از نمادها و جلوه های تصویری بدیع

تأثیر نمادها و جلوه های تصویری در ماندگار ساختن اندیشه ها و آرمان های متعالی در ذهن و دل مخاطبان رسانه بر هیچ کس پوشیده نیست. انتخاب و به کارگیری هوشمندانه یک نماد برای نشان دادن مفهومی والا و ارزشمند می تواند آن مفهوم را با همه ی ویژگی هایش، برای مخاطب تداعی کند و برای همیشه در خاطر او ماندگار سازد. بی تردید برنامه سازان رسانه های مختلف می توانند با بهره گیری از ظرفیت های موجود و به کارگیری همه ی استعدادها و قابلیت های هنری موجود در رسانه و رایزنی مستمر با صاحب نظران حوزه ی دین، نمادها و جلوه های تصویری ویژه ای را طراحی کنند تا از قابلیت ها و ظرفیت های رسانه برای انتقال مفاهیم ارزشمند دینی و قرآنی بیش از پیش استفاده شود.^۲

۱. میرزایی مقدم، مبلغان دینی و مخاطب شناسی، ص ۲۹-۳۰

۲. پناهی، فصلنامه نقش رسانه در گسترش فرهنگ اسلام، شماره ۴۴

نتیجه گیری

باتوجه به اهمیت رسانه ها و میزان سرعت و وسعت حضور آنها در زندگی امروزه انسانها، ضروری است به خوبی رسانه ها و کارکردهای آنها را بشناسیم.

از رسانه ها و پیامدهای مثبت و منفی آن گریزی نیست. از سوی دیگر وظیفه ما در قبال قرآن و عترت اقتضا می کند که این دو یادگار ماندگار پیامبر رحمت را باز شناسیم و هم خود و هم دیگران را با این حقایق آشنا سازیم. این هدف اقتضای آن دارد که فرصت ها و تهدیدهای ناشی از فناوری اطلاعات را بدقت بازشناسیم، از فرصت ها استفاده بهینه کنیم و تهدیدها را نیز به فرصت تبدیل کنیم.

رسانه ها فرصت های موجود بسیاری برای به وجود آوردن فضای قرآنی در جامعه دارند، که با توجه به آنها، برنامه ریزی و به کار گیری آنها میتواند تغییر قابل توجه ای در فضای قرآنی جامعه ایجاد کنیم و در ارتباط افراد با قرآن ارتقا بخشید.

مقام معظم رهبری از رسانه ها به عنوان مهمترین وسیله برای انتقال پیام خود در این عصر یاد میکند و خواستار تلاش جوانان در این عرصه در زمینه مسائل دینی و قرآنی و شبهه زدایی هستند.

انشالله که بتوانیم در این راه موثر و مفید باشیم.

منابع

قران کریم

۱. حر عاملی، محمد بن حسن بن علی، وسائل الشیعه، نشر آل البیت، ۱۴۱۴ق

۲. گلشنی، مهدی. (۱۳۷۹) "علم و دین و معنویت در آستانه قرن بیست و یکم" تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

۳. وحدت، محمد علی، اولیاء، محمد صالح.. "فناوری اطلاعات و نقش آن در تجدید ساختار آموزش عالی" کتاب سیاست ها و راهبرد های علم، فناوری و فرهنگ، تهران قصیده سرا. ۱۳۸۱

۴. حسینی، صدیقه، اهداف فرهنگی در جنگ نرم رسانه ای، نشر مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۲

۵. ایلخانی پور، عبداللہی، علی، امید، درآمدی بر جنگ رسانه ای، قم، مرکز پژوهش های اسلامی صداوسیما، دفتر عقل، ۱۳۸۶

۶. میرزایی مقدم، داوود؛ مبلغان دینی و مخاطب شناسی، قم، دارالمعارف، چاپ دوم، ۱۳۸۷.

۷. آهنجیان، محمدرضا، آموزش و پرورش در شرایط پست مدرن، تهران، نشر طهور، ۱۳۸۲

۸. پورطهماسبی، سیاوش، نقش و عملکرد تربیتی رسانه در عصر پست مدرن، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه شاهد، ۱۳۸۷

۹. محمدزاده، ایزدی، جانی پور، رضا، مهدی، محمد، مطالعات قرآن و حدیث ۵، شماره اول، پاییز و زمستان ۱۳۸۸

۱۰. مریجی، عباس زاده، شمس الله، روح الله، مقاله رسانه مدرن، فرصتها و چالشهای پیش روی تبلیغ سنتی دین، گاهنامه مطالعات اجتماعی و رسانه، تهران، شماره اول، ۱۳۹۱.

۱۱. پناهی، اسماء، نقش رسانه در گسترش فرهنگ اسلام، فصلنامه مجله شمیم نرجس، شماره ۴۴

۱۲. شیخ رضایی، محمدعلی، مقاله اینترنتی رسانه چیست و چه ویژگی های دارد

۱۳. سازمان ملی جوانان. (۱۳۷۶) " اولویت های اقدامات اجرایی دستگاه ها و سازمان های دولتی بر اساس منشور تربیتی نسل جوان " تهران : سازمان ملی جوانان،

Mehad.org

Resadresaneh.ir

Ertebatati.com

Resaneha^{۹۵}.blogfa.com

Caltureparsi.blogfa.com

www.hamyaar.ir

Wikipedia.org

Afkarnews.com