

مؤلفه‌های هنجاری رسانه تمدن‌ساز بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب

روح‌الله عباس‌زاده^۱

اولین همایش بین‌المللی گام دوم انقلاب؛ الگوی نظام انقلابی تمدن‌ساز

International Conference on the Second Step of the Revolution

چکیده

بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی با هدف خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی تدوین شده است. برای تحقق تمدن اسلامی الزامات فراوانی لازم است. یکی از مقدمات اصلی تحقق این هدف، نقش‌آفرینی رسانه‌های جمعی در این راستاست. رسانه‌های جمعی در دنیای کنونی نقش بی‌بدیل و روزافزونی در زندگی و حیات اجتماعی انسان یافته‌اند و در شکل‌دهی به تصورات انسان و ساخت تصاویر آنها از واقعیت‌ها، فرهنگ‌سازی و هدایت کلی فرهنگ و تغییرات فرهنگی نقش‌آفرینی می‌کنند. جهت‌گیری رسانه‌های جمعی در ابعاد مختلف فعالیت‌های رسانه‌ای متأثر از نظام هنجاری حاکم بر آن است. از این رو برای تحقق تمدن نوین اسلامی، لازم است قواعدی بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب برای رسانه‌های جمعی ارائه شود تا با عمل رسانه‌های جمعی بر اساس آن، زمینه تحقق تمدن نوین اسلامی فراهم آید. مقاله پیش رو با روش مطالعه دلالت‌پژوهی انجام شد و مؤلفه‌های هنجاری رسانه تمدن‌ساز بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب استخراج گردید. این مؤلفه‌ها شامل توحیدمحوری و ایمان عمیق، ترویج عقلانیت، علم‌گرایی و پژوهش‌محوری، گفتمان‌سازی عدالت، تأکید بر استقلال و آزادی، تقویت عزت ملی و مرزبندی با دشمن، تقویت معنویت و اخلاق، نظارت‌گری و فسادستیزی، شکوفایی و پیشرفت اقتصادی، امیدبخشی، عبرت‌انگیزی از راه طی شده و ترویج سبک زندگی اسلامی است. برای تحقق این مؤلفه‌ها در رسانه‌ها به‌خصوص رسانه ملی، لازم است سند تحول رسانه ملی بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب تدوین شود و برنامه‌ریزی‌های لازم بر اساس آن صورت گیرد.

کلیدواژگان

نظریه هنجاری، رسانه‌های جمعی، تمدن اسلامی، گام دوم انقلاب، پیشرفت.



امام خامنه‌ای (مدظله) «ایجاد تمدن درخشان اسلامی» را چشم‌انداز پیش‌روی جهان اسلام معرفی می‌کنند و معتقدند: «مصدق عینی و خارجی برای پیشرفت با مفهوم اسلامی» که «هدف ملت ایران و هدف انقلاب اسلامی» است، ایجاد «تمدن نوین اسلامی» است (بیانات امام خامنه‌ای در تاریخ ۱۳۹۱/۷/۲۳). ایشان در بیانیه گام دوم انقلاب نیز به جوانان توصیه می‌کنند: «از انقلاب خود حراست کنید و آن را هرچه بیشتر به آرمان بزرگش که ایجاد تمدن نوین اسلامی و آمادگی برای طلوع خورشید ولایت عظمی ارواح‌فاده است نزدیک کنید.» از آنجاکه بیانیه گام دوم انقلاب، مانیفست انقلاب اسلامی و چراغ راه چهل‌ساله دوم انقلاب اسلامی است، لازم است برای بخش‌های مختلف نظام اسلامی معیارها و شاخص‌های جدیدی برای موفقیت در این گام و تحقق تمدن نوین اسلامی ترسیم شود. در عرصه فعالیت رسانه‌های جمعی به‌خصوص رسانه ملی نیز باید اصول و قواعد عمل رسانه بر اساس این بیانیه ترسیم شود تا با هم‌افزایی با بخش‌های دیگر نظام اسلامی، شاهد تحقق تمدن نوین اسلامی باشیم. تاکنون پژوهشی برای استخراج قواعد هنجاری رسانه‌های جمعی بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب ترسیم نشده است. این مقاله به روش مطالعه دلالت‌پژوهشی صورت گرفته و تلاش شده است بر اساس محورهای اصلی بیانیه گام دوم، مؤلفه‌های رسانه تمدن‌ساز مشخص شود. در مطالعه دلالت‌پژوهی دلالت‌های مکاتب، فلسفه‌ها، پارادایم‌ها، نظریه‌ها، مدل‌ها، فنون و ایده‌های خاص برای حوزه تخصصی استخراج می‌شود (دانایی‌فرد، ۱۳۹۵: ۴۵). در این مقاله پس از تعریف تمدن اسلامی، ادبیات نظری تحقیق، یعنی نظریه هنجاری رسانه‌های جمعی بیان شد و پس از مطالعه دلالت‌پژوهی بیانیه گام دوم انقلاب، مؤلفه‌های توحیدمحوری و ایمان عمیق، ترویج عقلانیت، علم‌گرایی و پژوهش‌محوری، گفتمان‌سازی عدالت، تأکید بر استقلال و آزادی، تقویت عزت ملی و مرزبندی با دشمن، تقویت معنویت و اخلاق، نظارت‌گری و فسادستیزی، شکوفایی و پیشرفت اقتصادی، امیدبخشی، عبرت‌انگیزی از راه طی شده و ترویج سبک زندگی اسلامی به‌دست آمد.



تعریف تمدن اسلامی

لغت‌نامه دهخدا تمدن را چنین تعریف می‌کند: «تخلق به اخلاق اهل شهر و انتقال از خشونت و جهل به حالت ظرافت و انس و معرفت» (دهخدا، ۱۳۳۴، ج ۱۵: ۱۴۲). اقامت کردن در شهر و شهرنشینی نیز در زبان فارسی با تمدن برابر است. می‌توان گفت واژه تمدن مبین مرحله‌ای از رشد و تربیت بشری است که در قالب مدنیت و اجتماعی خاص بروز می‌یابد و در تحقق آن خروج از جهل و خشونت و حصول ظرافت، ادب و معرفت اهمیت دارد (غفاری هاشجین و خاکی، ۱۳۹۵: ۱۲۶).

در تعریف اصطلاحی تمدن، تعاریف متعددی ارائه شده است که به دو تعریف اشاره می‌شود. به اعتقاد علامه جعفری، «تمدن عبارت است از برقراری نظم و هماهنگی در روابط انسان‌های یک جامعه که تضادها و تزاخم‌های ویرانگر را منتفی ساخته و مسابقه در مسیر رشد و کمال را قائم‌مقام آنها بنماید؛ به طوری که زندگی اجتماعی افراد و گروه‌های آن جامعه موجب بروز و به فعالیت رسیدن استعدادها سازنده آنها باشد» (جعفری، ۱۳۷۳، ج ۶: ۲۳۳). در تعریف دیگری تمدن را پیشرفت و توسعه همه‌جانبه ناشی از مجموعه دستاوردهای مادی و معنوی بشر که حاصل تعالی فرهنگی و پذیرش نظم اجتماعی است تعریف می‌کنند (ولایتی، ۱۳۸۶، ج ۱: ۲۲).

تمدن اسلامی نیز تمدنی دینی است که همه مؤلفه‌های آن بر محور اسلام است و بر اساس نگرش توحیدی و مجموعه‌ای از ساخته‌ها و اندوخته‌های معنوی و مادی، انسان را به سوی سعادت و کمال سوق می‌دهد (جان‌احمدی، ۱۳۹۱: ۵۱-۵۲). بنابراین تمدن اسلامی تمدنی است که پیشرفت مادی و معنوی آن در عرصه‌های مختلف بر اساس آموزه‌های اسلامی ساخت یافته است.

با بررسی ادبیات تمدن‌گرایان می‌توان گفت از منظر آنان، تمدن از دو مؤلفه اساسی تشکیل می‌شود که می‌توان آنها را «مؤلفه‌های ابزاری» و «مؤلفه‌های حقیقی» نامید. منظور تمدن‌گرایان از مؤلفه‌های حقیقی تمدن مؤلفه‌هایی هستند که به زندگی هویت و معنا می‌بخشند و به عبارتی، سبک زندگی و شبکه روابط اجتماعی انسان‌ها را شکل می‌دهند. این مؤلفه‌ها بر اساس نوع نگاه هستی‌شناسانه و معرفت‌شناسانه که رابطه انسان‌ها را با طبیعت و خالق مشخص می‌کنند شکل می‌گیرند و شکل‌دهنده بعد هویتی و نرم‌افزاری تمدن شمرده



می‌شوند. در منظر تمدن‌گرایان مؤلفه‌های ابزاری بخش مادی و مظاهر تمدن نوین اسلامی را شکل می‌دهند و سازنده و جوه سخت‌افزاری تمدن اسلامی هستند (غفاری هاشجین و خاکی، ۱۳۹۵: ۱۳۳-۱۳۷).

ادبیات نظری تحقیق

نظریه‌های هنجاری^۱ نظریه‌هایی هستند که بر اساس شرایط ارزشی و ایدئولوژیک بیان می‌کنند که ارتباط چگونه باید شکل گیرد و به انجام برسد (ویندال، سیگنایزر و اولسون، ۱۳۷۶: ۳۷۹) و چگونه سیستم رسانه برای تحقق بخشیدن به مجموعه‌ای از ارزش‌های اجتماعی ایده‌آل عمل کند (Baran and Davis, 2010: 14). بسیاری از نظریه‌های هنجاری ریشه‌های فلسفی، تاریخی و سیاسی دارند. آنها ناگزیر به نظریه‌پردازی و تجویز ماهیت روابط بین مطبوعات (ورسانه‌ها به‌طور کلی) و جامعه، فرهنگ، و حکومت سیاسی هستند (Littlejohn and Foss, 2009: 575). این نظریه‌ها به تبیین باید‌ها و نیاید‌های حاکم بر وسایل ارتباط جمعی در شرایط مختلف می‌پردازند و دارای ماهیتی تعهدآور و الزام‌آورند (ر. ک. رزاقی، ۱۳۸۱؛ اوسولیوان، ۱۳۸۵: ۲۲۷). به تعبیر استفان و همکارانش، نظریه‌های هنجاری به جای توصیف چیزهایی که هستند هنجارهایی را تجویز می‌کنند که آرمان‌های خاص، ارزش‌ها یا اصولی را تحقق می‌بخشند (Littlejohn and Foss, 2009: 575). بنابراین نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها مجموعه معیارهای کاملاً مشخصی هستند که راهنمای عمل یا مددکار ارزیابی این نکته هستند که رسانه‌ها عملاً چگونه کار خود را انجام می‌دهند (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۸۲) یا به عبارتی به نظام‌های کنترل و مدیریت رسانه‌ها می‌پردازد که بر محتوای آنها اثر می‌گذارد، و این امر به نوبه خود آثار رسانه‌ها را معین و مشخص می‌سازد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۸۵).

در سال ۱۹۵۶ میلادی، سه تن از استادان علوم ارتباطات و رسانه‌شناسی امریکا به نام فرد سیبرت، تئودور پیترسون و ویلبر شرام، نخستین دسته‌بندی منسجم از نظریه‌های هنجاری رسانه را در کتابی تحت عنوان چهار تئوری مطبوعات منتشر کردند و به چهار نظریه اقتدارگرا، مطبوعات آزاد، رسانه‌های شوروی و مسئولیت اجتماعی اشاره کردند که در مجموع در دو تئوری اساسی سلطه و آزاد تقسیم‌بندی کردند (Siebert & Peterson & Schramm, 1963).

1 . Normative Theories.



«برخی اندیشمندان دیگر نیز بر طبقه‌بندی دوگانه رسانه‌های اقتدارگرا و آزادی‌گرا تأکید کرده‌اند» (معمدنژاد و معتمدنژاد، ۱۳۸۶: ۲۹۶).

دنيس مك كوايل نيز به‌رغم اينكه اين تقسيم‌بندي چهارگانه را هنوز معتبر مي‌داند، به دليل اينكه رسانه‌ها ممكن است اصول فلسفي قابل جايگزين و حتي متناقضي را ارائه دهند، مناسب‌تر مي‌داند كه دو نظريه رسانه‌هاي توسعه‌بخش و مشاركت دمكراتيكي رسانه‌ها را به اين نظريه‌هاي چهارگانه بيفزايد (مك كوايل، ۱۳۸۸: ۱۶۲).

به‌رغم اينكه رابطه دولت و رسانه‌ها علت قريب ارائه نظريه هنجاري رسانه‌هاي جمعي است، بايد توجه داشت كه ريشه اصلي شكل‌گيري قواعد عمل رسانه‌هاي جمعي به مكتب فكري كه اين قواعد از آن استخراج شده است برمي‌گردد. بيانيه گام دوم انقلاب در حركت چهل‌ساله دوم كه براي خودسازي، جامعه‌پردازي و تمدن‌سازي تدوين شده و سندی پراهميت و همه‌جانبه‌نگر است اين ظرفيت را دارد كه بايدها و نبايدهاي تمدن‌سازي را براي رسانه‌هاي جمعي مشخص كند. لذا در اين مقاله مؤلفه‌هاي هنجاري رسانه تمدن‌ساز بر اساس بيانيه گام دوم انقلاب ترسيم شده است.

توحيدمحوري و ايمان عميق

در اندیشه رهبر معظم انقلاب اولين محوري كه در تمدن نوين اسلامي بايد مورد توجه قرار گيرد توحيدمحوري و ايمان است. ايشان معتقدند جدائي ديانت از سياست از مظاهر شرک است كه تا مسلمانان به همه ابعاد اسلام كه سياست نيز بعد مهم آن است ايمان نياورند، وارد اسلام واقعي نمي‌شوند. معظم‌له نقطه اصلي در تمدن اسلامي را ايمان به خداوند سبحان و به معنای عمیق توحيد ناب معرفي مي‌كند و معتقدند يك نقطه اصلي وجود دارد و آن، ايمان است و ما بايد به تعيين هدفی پردازيم كه به آن ايمان پيدا كنيم. ايشان معتقدند كه بدون ايمان، پيشرفت در اين بخش‌ها ميسر نيست و كار به نحو صحيحی انجام نمي‌شود. اکنون آن چیزی كه به آن ايمان داريم، می‌تواند ليبراليسم، كاپيتاليسم، كمونيسم، فاشيسم يا توحيد ناب باشد. سرانجام به يك چیزی بايد ايمان داشت، اعتقاد داشت، به دنبال اين ايمان و اعتقاد پيش رفت. مسئله ايمان مهم است؛ ايمان به يك اصل؛ ايمان به يك لنگرگاه اصلي اعتقاد. يك چنین ایمانی باید وجود داشته باشد (بيانات امام خامنه‌ای در تاريخ ۱۳۹۱/۷/۲۳).



بنابراین، مهم‌ترین شاخص جامعه و تمدن نوین اسلامی در اندیشه رهبر انقلاب، همان خدامحوری و ایمان به خالق انسان‌هاست که باید در همه سطوح جامعه اجرا شود و روابط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی بر اساس آن شکل می‌گیرد (اکبری و رضائی، ۱۳۹۴: ۹۲)؛ چنان‌که که در بیانیه گام دوم نگاهشده‌اند: «مهم‌ترین ظرفیت امیدبخش کشور نیروی انسانی مستعد و کارآمد با زیربنای عمیق و اصیل ایمانی و دینی است.»

امروزه رسانه‌های جمعی از عوامل مؤثری هستند که می‌توانند زمینه‌ساز گسترش اصل توحید در ساحت‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها باشند. بنابراین محور اصلی رسانه‌ها بر این محور، و برنامه‌سازی‌های آن بر محور موح‌پروری و تقویت توحید و نفی شرک استوار خواهد بود. در صورتی‌که همه تولیدات رسانه‌ای ذیل این اصل تولید شوند، مسیر تحقق جامعه دینی و شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی فراهم خواهد شد.

ترویج عقلانیت، علم‌گرایی و پژوهش‌محوری

مقام معظم رهبری عقلانیت را یکی از شاخصه‌های بارز و مهم تمدن اسلامی دانسته و آن را چنین تعریف کرده‌اند: «عقلانیت یعنی نیروی خرد انسان را استخراج کردن و آن را بر تفکرات و اعمال انسان حاکم قرار دادن. برای تشکیل مدینه فاضله و امت واحد اسلامی و تمدن بزرگ اسلام، باید عقل را معیار و ملاک قرار بدهیم. اولین کار در این راستا این است که تقویت نیروی عقل و خرد در جامعه انجام شود. عقلانیت به معنای محافظه‌کاری، مسامحه و تساهل نیست» (بیانات امام خامنه‌ای در تاریخ ۱۳۸۸/۴/۲۹). همچنین به اعتقاد ایشان یکی از مشکلات بزرگ مسلمانان، به کار نبستن عقل و خرد خدادادی است که سبب خسارت‌های مادی، معنوی، دنیوی و اخروی شده و تشکیل امت بزرگ واحد اسلامی را با اخلال مواجه کرده است (اکبری و رضائی، ۱۳۹۴: ۹۳).

علم‌گرایی یکی از بایسته‌های تحقق تمدن اسلامی است. اهتمام ویژه اسلام به دانش‌پروری و نیاز به درک صحیح آموزه‌های اسلامی باعث شد مسلمانان درصدد توسعه علم و دانش و گسترش فرهنگ و پیشرفت تمدن انسانی برآیند و به گسترش تعلیم و تربیت بپردازند (قربانی، ۱۳۷۰: ۶۵). در اندیشه تمدن‌گرایان نیز تولید علم یکی از بایسته‌های رفع عقب‌ماندگی‌های جهان اسلام و تحقق تمدن نوین اسلامی است (غفاری هاشجین و خاکی،



۱۳۹۵: ۱۳۹)؛ همچنانکه در اندیشه امام خامنه‌ای نیز کلید تمدن‌سازی، علم و فناوری است (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۸۹: ۱۵). ایشان در بیانیه گام دوم بر ضرورت توجه به علم تأکید کرده‌اند: «مؤکدأً به نیاز کشور به جوشاندن چشمه دانش در میان خود اصرار می‌ورزیم» و آن را وسیله عزت و قدرت کشور معرفی می‌کنند: «دانش آشکارترین وسیله عزت و قدرت یک کشور است، [و] روی دیگر دانایی، توانایی است.» ضمن تأیید شروع حرکت علمی کشور، فرموده‌اند: «ما اکنون حرکت (علم و فناوری) را آغاز کرده و با شتاب پیش می‌رویم، ولی این شتاب باید سال‌ها با شدت بالا ادامه یابد تا آن عقب‌افتادگی جبران شود.» برای جبران عقب‌افتادگی علمی نیز، از جوانان انتظار تلاش جهادی دارند: «مطالبه عمومی من از شما جوانان آن است که این راه (علم و فناوری) را با احساس مسئولیت بیشتر و همچون یک جهاد در پیش گیرید» (بیانیه گام دوم انقلاب). البته پیشرفت علمی زمانی ارزشمند است که با اخلاق و معنویت همراه باشد، و الا ضد ارزش خواهد بود.

در گام دوم انقلاب بر اساس تأکیدهای فراوان رهبر انقلاب، رسانه‌ها و وظیفه دارند با ارزش نهادن به جایگاه علم و دانشمندان در عرصه‌های مختلف، مردم و به‌ویژه جوانان را به فراگیری علم و ورود به عرصه‌های جدید علمی که برای پیشرفت در گام دوم ضروری‌تر است ترغیب کنند و با آموزش علوم مورد نیاز جامعه، همچون دانشگاه عمومی، علم را به سکه رایج کشور بدل سازند.

گفتمان‌سازی عدالت‌خواهی

یکی از شاخصه‌های اصلی تمدن اسلامی اجرای عدالت است. قرآن مؤمنان را به عدالت‌ورزی امر می‌کند: «یا ایها الذین آمنوا کونوا قَوَّامینَ بِالْقِسْطِ» (نساء: ۱۳۵)، و نتیجه ارسال پیامبران را اقامه عدالت معرفی می‌کند: «لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ» (حدید: ۲۵). همچنان‌که در متن بیانیه گام دوم آمده است: «عدالت در صدر هدف‌های اولیه همه بعثت‌های الهی است و در جمهوری اسلامی نیز دارای همان شأن و جایگاه است.» امیر مؤمنان علی(ع) اجرای عدل را مایه استحکام و قوام جامعه و دولت می‌دانند: «العدل قوام البریه» (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ح ۷۷۵۱) و «الظلم بوار الرعیه» (همان: ح ۷۹۷۲). حاکمان جور با زیر پا گذاشتن عدالت، نابودی خود را امضا می‌کنند: «من جارت ولایت زالت دولت» (همان: ح ۷۹۷۰).



رهبر معظم انقلاب درباره اهمیت عدالت اجتماعی می‌فرماید: «از همه این شاخص‌ها مهم‌تر، شاخص کلیدی و مهم عدالت اجتماعی است؛ یعنی ما رونق اقتصادی کشور را بدون تأمین عدالت اجتماعی به‌هیچ‌وجه قبول نداریم و معتقد به آن نیستیم» (بیانات امام خامنه‌ای در تاریخ ۱۳۷۹/۷/۱۴ و ۱۳۸۳/۳/۱۸ و ۱۳۹۲/۱۲/۲۰). ایشان در بیانیه گام دوم به لزوم توجه به عدالت و مبارزه با بی‌عدالتی تأکید می‌کنند: «در جمهوری اسلامی، دل‌های مسئولان به‌طور دائم باید برای رفع محرومیت‌ها بتپد و از شکاف‌های عمیق طبقاتی به‌شدت بیمناک باشد. در جمهوری اسلامی کسب ثروت، نه‌تنها جرم نیست، که مورد تشویق نیز هست، اما تبعیض در توزیع منابع عمومی و میدان دادن به ویژه‌خواری و مدارا با فریبگران اقتصادی که همه به بی‌عدالتی می‌انجامد، به‌شدت ممنوع است. همچنین غفلت از قشرهای نیازمند حمایت، به‌هیچ‌رو مورد قبول نیست.»

ایشان اقدامات شایسته صورت‌گرفته برای تحقق عدالت را کافی نمی‌دانند: «صریحاً می‌گویم آنچه تاکنون شده با آنچه باید می‌شده و بشود، دارای فاصله‌ای ژرف است.» بنابراین رسانه‌های جمعی باید چشم بیدار عدالت باشند و با مطالبه‌گری عدالت از مسئولان و دولتمردان در عرصه‌های مختلف، جامعه را به‌سوی رعایت هرچه بیشتر عدالت در بخش‌های مختلف پیش ببرند، با تخصیص برنامه‌های مختلف به محرومان و پابرهنگان، مسئولان را به رفع محرومیت‌ها ترغیب، و از فراموشی این قشر جلوگیری کنند.

رسانه در کنار پرداختن حداکثری به عدالت در عرصه‌های مختلف فعالیت رسانه‌ای، باید مخاطبان خود را توجیه کند که عدالت صددرصدی به‌راحتی قابل دسترسی نیست و ضروری و مهم است که همه سیاست‌ها و اقدامات در مسیر تحقق عدالت قرار داشته باشد و نمونه‌های اندک عدم تحقق عدالت نباید موجب تصور بی‌عدالتی مطلق شود: «این کلمه‌ای مقدس در همه زمان‌ها و سرزمین‌هاست و به‌صورت کامل، جز در حکومت حضرت ولی‌عصر ارواحنفاده میسر نخواهد شد، ولی به‌صورت نسبی، همه جا و همه وقت ممکن و فریضه‌ای بر عهده همه به‌ویژه حاکمان و قدرتمندان است» (بیانیه گام دوم انقلاب).



تأکید بر استقلال و آزادی

قرآن کریم در آیه پنجاه و دوم سوره فرقان با اشاره به جهاد بزرگ فرهنگی اسلام، وظایف رهبر اسلام در برابر کافران را بیان می‌فرماید: «فَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَ جَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا؛ پس، از کافران اطاعت مکن و به وسیله آن (قرآن) با جهاد بزرگی (فرهنگی) با آنان مبارزه کن.» در این آیات به اصل عدم سازش با کافران و پیروی نکردن از آنان اشاره شده است. سازش با کافران سرکش و پیروی از خرافات و هوس‌های آنان آفت دعوت به سوی خداست (رضایی، ۱۳۸۷، ج ۱۴: ۲۹۵). بدون شك منظور از جهاد در این‌باره جهاد فکری و فرهنگی و تبلیغاتی است، نه جهاد مسلحانه؛ چراکه این سوره مکی است و می‌دانیم دستور جهاد مسلحانه در مکه نازل نشده بود. به گفته مرحوم طبرسی در مجمع البیان این آیه دلیل روشنی بر این است که جهاد فکری و تبلیغاتی در برابر وسوسه‌های گمراهان و دشمنان حق از بزرگ‌ترین جهادهاست؛ و این تعبیر، عظمت مقام قرآن را نیز بازگو می‌کند؛ چراکه وسیله‌ای است برای این جهاد کبیر و سلاحی است برنده، که قدرت بیان و استدلال و تأثیر عمیق و جاذبه‌اش مافوق تصور و قدرت انسان‌هاست (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۱۵: ۱۲۲-۱۲۳). بنابراین استقلال و عدم اطاعت و تبعیت از کافران و قدرت‌های زورگو از آموزه‌های قرآنی است که در بیانیه گام دوم نیز مطرح شده و از عوامل شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی است. البته «استقلال نباید به معنای زندانی کردن سیاست و اقتصاد کشور در میان مرزهای خود» تلقی شود، بلکه باید در ارتباطات بین‌المللی از تبعیت از مستکبران پرهیز گردد.

رهبر معظم انقلاب نیز همواره در طول انقلاب با ارائه تبیین صحیح و اسلامی از شعارهای اصیل انقلاب، جهت‌گیری صحیح اسلامی را در تبیین این شعارها را مد نظر داشته‌اند. ایشان در بیانیه گام دوم درباره تبیین صحیح استقلال و آزادی آورده‌اند: «استقلال ملی به معنای آزادی ملت و حکومت از تحمیل و زورگویی قدرت‌های سلطه‌گر جهان است و آزادی اجتماعی به معنای حق تصمیم‌گیری و عمل کردن و اندیشیدن برای همه افراد جامعه است؛ و این هر دو از جمله ارزش‌های اسلامی‌اند و این هر دو عطیه الهی به انسان‌هاست و هیچ کدام تفضل حکومت‌ها به مردم نیستند. حکومت‌ها موظف به تأمین این دواند.» رسانه‌های جمعی اسلامی باید با ترویج و گفتمان‌سازی استقلال‌طلبی مخاطبان و سوق دادن مخاطبان به جهاد کبیر، زمینه استقلال همه‌جانبه را در کشور فراهم کنند.

همچنان که نظریه پردازان مکتب فرانکفورت معتقد هستند، نظام سرمایه‌داری کالاها را به صورت بت‌های اقتصادی و فرهنگی درمی‌آورد و از طریق استاندارد کردن آنها به تحمیل کالاها می‌پردازد (محسنی، ۱۳۹۶: ۶۴). رسانه‌های جمعی لیبرالی نیز با استاندارد کردن فرهنگ تولیدی، آزادی مخاطبان خود را سلب می‌کند و به آنها اجازه اندیشیدن در امری خارج از فضای ایجادشده را نمی‌دهد؛ اما در رسانه‌های جمعی اسلامی باید زمینه‌های انتخاب آزادانه و تصمیم‌گیری فراهم شود. با استناد به آیه هجدهم سوره زمر که به خردمندان پیرو سخن نیکو مژده می‌دهد: «الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَ أُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ؛ کسانی که به سخن [ها] گوش فرامی‌دهند و از نیکوترین آن پیروی می‌کنند، آنان کسانی هستند که خدا راهنمایی‌شان کرده و فقط آنان خردمندان‌اند»، می‌توان به این نتیجه رسید که جریان اطلاعات، باید آزاد و همگانی باشد و همگان باید بتوانند پیام‌های مختلف را بشنوند و با خردمندی بهترین را برگزینند. البته در جایی که مصلحت نظام اسلامی (و به طریق اولی امت اسلامی) و مصالح مردم مسلمان اقتضا کند که پیامی منتشر نشود، لازم خواهد بود از انتشار این اخبار ممانعت شود. همچنین «آزادی نباید در تقابل با اخلاق و قانون و ارزش‌های الهی و حقوق عمومی تعریف شود».

تقویت عزت ملی و مرزبندی با دشمن

خدای متعال عزیز است و این عزت را به پیامبر و مؤمنان عنایت کرده است: «وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ وَلَكِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَا يَعْلَمُونَ (منافقون: ۸)؛ درحالی که عزت و اقتدار مخصوص خدا و پیامبرش و مؤمنان است، ولی منافقان نمی‌دانند.» در عبارت «وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ»، چون «لِلَّهِ» مقدم بر «الْعِزَّةُ» شده است، انحصار استفاده می‌شود؛ یعنی عزت واقعی مخصوص خداست. عزت خداوند ذاتی اوست و عزت پیامبر (ص) به دلیل عنایات ویژه خداوند به او و عزت مؤمنان به دلیل وعده الهی بر نصرت و پیروزی نهایی آنان است. امام صادق (ع) فرمودند: خداوند امور مسلمانان را به خودشان واگذارده، ولی اجازه ذلیل کردن خود را به آنان نداده است. سپس آیه «وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ» را تلاوت فرمودند (قرآنی، ۱۳۸۸، ج ۱۰: ۶۰). بر اساس این آیه نورانی، در روایات اسلامی روی این مسئله تأکید شده است که مؤمن نباید وسایل ذلت خود را فراهم سازد. خدا خواسته او عزیز باشد. او هم برای حفظ این عزت باید بکوشد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۲۴: ۱۶۹).



از لحاظ حقوق اجتماعی، رابطه بین‌المللی با هرکس، در هر وضع و تا زمانی که ضد مسلمانان اقدامی نکرده‌اند، ضمن هوشیاری، باید حسنه، حق‌پسند، انسانی، مسالمت‌آمیز و بر اساس برّ و قسط باشد. البته چون کافران دارای عنوان دشمنی با خدا هستند، نه می‌توان ولایت و سرپرستی آنان را پذیرفت و نه می‌توان با آنان رابطه دوستی برقرار کرد (جوادی آملی، ۱۳۹۰، ج ۱۵: ۴۲۶):

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقْمَةً (آل عمران: ۲۸).

افراد باایمان نباید به جای مؤمنان، کافران را دوست و سرپرست خود انتخاب کنند؛ و هرکس چنین کند، هیچ رابطه‌ای با خدا ندارد [و پیوند او به کلی از خدا گسسته می‌شود]؛ مگر اینکه از آنها بپرهیزد [و به خاطر هدف‌های مهم‌تری تقیه کنید].

این آیه در واقع یک درس مهم سیاسی و اجتماعی به مسلمانان می‌دهد که هرگز بیگانگان را به‌عنوان دوست و حامی و یار و یاور نپذیرند و فریب سخنان جذاب و اظهار محبت‌های به‌ظاهر صمیمانه آنها را نخورند؛ زیرا ضربه‌های سنگینی که در طول تاریخ بر افراد باایمان و باهدف وارد شده در بسیاری از موارد از این رهگذر بوده است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۲: ۴۹۹). طبق این آیه، هرگونه دوستی، سرپرستی، قرارداد، روابط سیاسی و اقتصادی و نظامی و هر اقدامی که سبب سلطه کافران بر مؤمنان شود، حرام و ممنوع است. البته تعامل سالم و روابط اقتصادی و سیاسی برابر که موجب تسلط کافران نشود مانعی ندارد. لذا آیه فوق به مؤمنان خطاب می‌کند که پذیرش ولایت، سرپرستی و دوستی کفار، با ایمان سازگار نیست (رضایی، ۱۳۸۷، ج ۴: ۳۴۷).

قرآن کریم قانونی کلی را درباره روابط خارجی مسلمانان بیان می‌کند که هیچ مسلمانی نباید با دشمنان خدا و استکبار جهانی ارتباط و دوستی برقرار سازد؛ زیرا موجب گمراهی و ضربه زدن به جامعه می‌شود (همان، ج ۲۰: ۳۱۷). یکی از مقولاتی که انقلاب اسلامی در عصر کنونی روی آن تأکید کرد، استکبارستیزی است؛ چنان‌که در بیانیه گام دوم آمده است: «تقابل دوگانه جدید اسلام و استکبار پدیده برجسته جهان معاصر و کانون توجه جهانیان شد.» البته مستکبران عالم همواره در صدد ضربه زدن به انقلاب اسلامی بوده‌اند: «سردمداران نظام سلطه نگران‌اند. پیشنهادهای آنها عموماً شامل فریب و خدعه و دروغ است.» اما دولت



جمهوری اسلامی باید «از ارزش‌های انقلابی و ملی خود یک گام هم عقب‌نشینی نکند؛ از تهدیدهای پوچ آنان نهراسد؛ و در همه‌حال، عزت کشور و ملت خود را در نظر داشته باشد و حکیمانه و مصلحت‌جویانه و البته از موضع انقلابی، مشکلات قابل حل خود را با آنان حل کند... [و] مرزبندی خود را با آنها با دقت حفظ کند» (بیانیه گام دوم انقلاب).

بنابراین مسلمانان باید عزت خود را حفظ کنند و در برابر دیگران ذلت و حقارت را نپذیرند. به دلیل اهمیت این اصل، واژه عزت نُه بار در بیانیه گام دوم انقلاب تکرار شده است که نشان‌دهنده اهمیت این واژه در ادبیات رهبر معظم انقلاب است. بر اساس آموزه‌های اسلامی و بیانیه گام دوم انقلاب، رسانه‌های جمعی باید در ترویج عدم دوستی با دشمنان اسلام نقش آفرینی کنند و با تبیین ابعاد مختلف برقراری رابطه با دشمنان، و ضررهایی که در برقراری ارتباط دوستانه با مستکبران گریبان‌گیر جامعه اسلامی می‌شود، آنان را از ورود به ارتباط با کافران نهی کنند. در بیانیه گام دوم آمده است: «جمهوری اسلامی... به مرزبندی‌های خود با رقیبان و دشمنان به شدت حساس است.» همین مرزبندی با مستکبران و تقابل با استکبار جهانی و تلاش پیگیر برای ارائه الگوی نظام پیشرفته، زمینه‌ساز شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی خواهد بود.

در فعالیت‌های رسانه‌ای و تولید و پخش برنامه‌های رسانه‌ای، توجه به این امر اهمیت فراوانی دارد و از آنجاکه مسلمانان باید زمینه‌ای را فراهم کنند که زیر سلطه رسانه‌ای کفار و مستکبران قرار نگیرند، در ساخت وسایل رسانه‌ای و خبر و خبررسانی و وابستگی به خبرگزاری‌های استکبار، بهره‌مندی از تولیدات رسانه‌ای غربی و...، باید به این اصل توجه شود. از سوی دیگر رسانه‌های جمعی باید در تولید برنامه‌ها به این اصل توجه کنند تا مخاطبان خود را از پذیرش سلطه دشمنان در عرصه‌های فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و... برحذر دارند و با عزت‌بخشی به مخاطبان مسلمان خویش و القای توان و قدرت آنها در طی کردن مسیر پیشرفت بدون پذیرش سلطه دشمنان، زمینه این سلطه و تسلط را از بین ببرند؛ حال این سلطه چه در محصولات کشاورزی و ترویج محصولات تراریخته باشد چه در مصرف کالاهای غربی باشد که با تبلیغ سبک زندگی غربی، مسلمانان را به وابستگی همیشگی به کافران و مستکبران سوق دهد. وظیفه رسانه‌ها در این بخش بسیار سنگین خواهد بود.



تقویت معنویت و اخلاق

خدای متعال وظیفه پیامبر گرامی اسلام (ص) را در تلاوت آیات الهی بر انسان‌ها و تزکیه آنان و تعلیم کتاب و حکمت به آنان، یعنی در تعلیم و تربیت خلاصه می‌فرماید (ر. ک. بقره: ۱۲۹ و ۱۵۱؛ آل عمران: ۱۶۴؛ جمعه: ۲). تعلیم و تربیت انسان‌ها را به هدف اعلای زندگی فردی و اجتماعی آگاه می‌کند و آنان را چنان می‌پرورد که در مسیری که به آن هدف منتهی می‌شود گام نهند و شتاب گیرند. هدف اعلای زندگی اجتماعی، استکمال روحی و معنوی هرچه بیشتر یکایک افراد بشر است که از راه خداشناسی، خداپرستی، کسب رضای خدای متعال و تقرب به او به دست می‌آید (مصباح یزدی، ۱۳۸۰: ۳۵۱-۳۵۲). مهم‌ترین وظیفه انبیا اهتمام به تشکیل جامعه‌ای سالم بوده است که بر تربیت افراد استوار باشد و انسان‌ها در آن با سازش و صفا و صمیمیت زندگی کنند. همه انبیا برای تحکیم جامعه‌ای سالم و سعادت‌مند آمدند (جوادی آملی، ۱۳۹۱: ۷۳). جامعه سالم با تربیت صحیح افراد و خانواده‌ها محقق می‌شود. البته رشد و خودسازی باید در سایه مکتب انبیا و آیات الهی باشد: «يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ» ریاضت‌ها و رهبانیت‌هایی که سرچشمه‌اش آیات الهی و معلمش انبیا نباشند، انحراف است (قرآنی، ۱۳۸۸، ج ۱: ۶۴۳).

رهبر معظم انقلاب رشد معنویت و اخلاق در جامعه اسلامی را از الزامات تحقق تمدن اسلامی می‌داند: «داعیه ما ایجاد تمدنی است متکی به معنویت، متکی به خدا، متکی به وحی الهی، متکی به تعلیم الهی، متکی به هدایت الهی. امروز اگر یک چنین تمدنی را ملت‌های اسلامی که بحمدالله بسیاری از ملت‌های اسلامی بیدار شده‌اند و به پا خاسته‌اند، بتوانند پایه‌گذاری کنند، بشر سعادت‌مند خواهد شد» (بیانات امام خامنه‌ای در تاریخ ۱۳۹۱/۴/۳۱). ایشان به‌عنوان مبانی کارگشای تمدن نوین اسلامی، اسلام و خردورزی و اخلاق و حقوق را مایه اصلی فرهنگ صحیح می‌دانند. ما نیز باید به‌طور جدی به این مقولات پردازیم، وگرنه پیشرفت اسلام و تمدن نوین اسلامی شکل نخواهد گرفت (بیانات امام خامنه‌ای در تاریخ ۱۳۹۱/۷/۲۳). معظم‌له در زمینه اینکه اخلاق چیست و وجود یا نبود آن در جامعه چه نقشی دارد و چه ارتباطی با عقلانیت و دیانت و علم دارد، می‌فرماید: «اخلاق آن هوای لطیفی است که در جامعه بشری اگر وجود داشت، انسان‌ها می‌توانند با تنفس او زندگی سالمی داشته باشند.» اخلاق که از دیدگاه ایشان مهندسی و مدیریت



لایه دوم وجود آدمی را بر عهده دارد، عبارت است از هوای لطیف؛ یعنی انسان‌ها به همان مقدار به اخلاق نیاز دارند که به هوا، نه به آب و نه به غذا (بیانات امام خامنه‌ای در تاریخ ۱۳۸۸/۴/۲۹). بنابراین در سایه محیط سالم است که تمدن شکل می‌گیرد (اکبری و رضائی، ۱۳۹۴: ۹۶). رهبر معظم انقلاب در بیانیه گام نیز بر این موضوع تأکید می‌کنند: «مدیران جوان، کارگزاران جوان، اندیشمندان جوان، فعالان جوان، در همه میدان‌های سیاسی و اقتصادی و فرهنگی و بین‌المللی و نیز در عرصه‌های دین و اخلاق و معنویت و عدالت، باید شانه‌های خود را به زیر بار مسئولیت دهند.» ایشان در تعریف معنویت و اخلاق چنین بیان می‌دارند: «معنویت به معنای برجسته کردن ارزش‌های معنوی از قبیل اخلاص، ایثار، توکل، ایمان در خود و در جامعه است، و اخلاق به معنای رعایت فضیلت‌هایی چون خیرخواهی، گذشت، کمک به نیازمند، راست‌گویی، شجاعت، تواضع، اعتمادبه‌نفس و دیگر خلقیات نیکو است. معنویت و اخلاق جهت‌دهنده همه حرکت‌ها و فعالیت‌های فردی و اجتماعی و نیاز اصلی جامعه است» (بیانیه گام دوم انقلاب).

رسانه‌های جمعی نیز باید تلاش و جهادی وافر برای تحقق معنویت و اخلاق در جامعه را شروع کنند: «شعور معنوی و وجدان اخلاقی در جامعه هرچه بیشتر رشد کند، برکات بیشتری به بار می‌آورد. این، بی‌گمان محتاج جهاد و تلاش است.» این نشان می‌دهد که ما با سطح مطلوب فاصله داریم. لذا لازم است با برنامه‌ریزی دقیق و منسجم، زمینه رشد معنویت و اخلاق در جامعه اسلامی پیگیری شود. البته «حکومت‌ها نمی‌توانند آن را با قدرت قاهره ایجاد کنند، اما اولاً خود باید منش و رفتار اخلاقی و معنوی داشته باشند، و ثانیاً زمینه را برای رواج آن در جامعه فراهم کنند». یکی از زمینه‌سازی‌ها نیز فراهم آوردن شرایط ورود رسانه ملی در این عرصه است: اولاً پیام‌رسانان رسانه ملی خود باید افراد معنوی و اخلاق‌مدار باشند؛ ثانیاً لازم است ترویج معنویت و اخلاق را به‌عنوان یکی از برنامه‌های محوری خود مد نظر قرار دهند، که لزوم توجه به این امر در عرصه‌های مختلف تولید محتوا، برنامه‌سازی و... را طلب می‌کند.

از آنجاکه رسانه‌های دشمنان انقلاب اسلامی در پی جدا کردن مردم انقلابی از معنویت و اخلاق اسلامی هستند، یکی از فعالیت‌های محوری رسانه ملی این است که باید «با کانون‌های ضد معنویت و اخلاق به شیوه معقول بستیزند و خلاصه اجازه ندهند که جهنمی‌ها



مردم را با زور و فریب جهنمی کنند.» همچنین برای مبارزه هوشمندانه و مسئولانه، «در دوره پیش رو باید در این باره برنامه‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت جامعی تنظیم و اجرا شود» (همان).

نظارت‌گری و فسادستیزی

رسیدن به کمال و تعالی انسانی، از اهداف اصلی جامعه اسلامی است و یکی از سازکارهایی که برای رسیدن به آن در نظر گرفته شده، آموزه امر به معروف و نهی از منکر است که سازکار نظارتی دین اسلام است و اسلام آن را به عنوان وظیفه همگانی مطرح می‌کند. زندگی اجتماعی که برای بشر فواید و برکات فراوانی دارد، محدودیت‌هایی را نیز برای انسان به بار می‌آورد و افراد اجتماع در سرنوشت همدیگر تأثیر دارند. یکی از این موارد همان حق طبیعی نظارت عمومی است که وظیفه‌ای عقلی نیز به شمار می‌آید و قرآن آن را امر به معروف و نهی از منکر می‌خواند (رضایی، ۱۳۸۷، ج ۳: ۲۱۱). امر به معروف و نهی از منکر تأثیری عمیق و گسترده بر حوزه زندگی اجتماعی دارد. این موضوع در جامعه اسلامی، از صدر اسلام در زمان پیامبر (ص) مورد توجه یاران و اصحاب ایشان و نیز پیشوایان معصوم، جهت پاسداری از اصول مکتب به مثابه مؤثرترین ابزار و نیز تکلیف الهی بوده است (کامرانی، ۱۳۸۰: ۶۵). در صورت اجرای صحیح آن، دین و ارزش‌های انسانی در جامعه زنده خواهد شد و جامعه اسلامی خواهد توانست در مسیر عدالت و پیشرفت قرار گیرد و عدم اجرای آن زمینه‌ساز مرگ تدریجی دین‌داری و امت اسلامی خواهد بود؛ زیرا «فساد اقتصادی و اخلاقی و سیاسی، توده چرکین کشورها و نظام‌ها، و اگر در بدنه حکومت‌ها عارض شود، زلزله ویرانگر و ضربه‌زننده به مشروعیت آنهاست». در صورت عدم نظارت صحیح ممکن است فساد گریبان‌گیر بخش‌های مختلف جامعه اسلامی شود.

امر به معروف و نهی از منکر در چهار سطح می‌تواند مطرح شود: نظارت مردم بر مردم؛ نظارت حکومت بر مردم؛ نظارت مردم بر حکومت؛ نظارت حکومت بر حکومت. در بیانیه گام دوم یکی از ابزارهای نظارتی مطرح شده، نظارت حکومت بر حکومت است: «دستگاهی کارآمد با نگاهی تیزبین و رفتاری قاطع در قوای سه‌گانه حضور دائم داشته باشد و به معنای واقعی با فساد مبارزه کند، به‌ویژه در درون دستگاه‌های حکومتی.» یکی از ظرفیت‌های رسانه‌های جمعی به‌ویژه رسانه ملی این است که می‌تواند در ترویج امر به معروف



و نهی از منکر و به‌ویژه در نظارت بر حاکمان و نظارت بر مردم و ترویج نظارت مردم بر حاکمان نقش‌آفرینی کند. لذا رسانه‌های جمعی باید در پیگیری مبارزه با فساد به‌ویژه فساد در دستگاه‌های دولتی در حفظ سلامت مسئولان نظام اسلامی اثرگذار باشد؛ زیرا از الزامات گام دوم حفظ سلامت مسئولان است: «(وسوسه مال و مقام و ریاست، حتی در علوی‌ترین حکومت تاریخ یعنی حکومت خود حضرت امیرالمؤمنین (ع) کسانی را لغزاند. پس خطر بروز این تهدید در جمهوری اسلامی هم که روزی مدیران و مسئولانش مسابقه زهد انقلابی و ساده‌زیستی می‌دادند هرگز بعید نبوده و نیست.» همه مسئولان در نظام اسلامی باید مراقب باشند تا در دام فساد نغلتنند و «همه باید بدانند که طهارت اقتصادی شرط مشروعیت همه مقامات حکومت جمهوری اسلامی است. همه باید از شیطان حرص بر حذر باشند و از لقمه حرام بگریزند و از خداوند در این باره کمک بخواهند» (بیانیه گام دوم انقلاب).

همچنین در عرصه‌های مختلف مثل جلوگیری از فراموشی طبقات محروم جامعه، ممانعت از تبعیض در توزیع منابع و امکانات و میدان ندادن به ویژه‌خواران نقش‌آفرینی کنند. رسانه ملی با آگاه‌سازی جامعه از محرومیت‌های موجود در بخش‌های مختلف جامعه، باید برای رفع محرومیت‌های موجود از مسئولان مطالبه‌گری داشته باشد. همچنین نظارت رسانه‌ها را می‌توان در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی بررسی کرد؛ اما آنچه از ضرورت بیشتری برخوردار است نظارت بر عرصه فرهنگی و تلاش برای انتقال ارزش‌های دینی به نسل‌های بعدی، نهادینه‌سازی فرهنگ مطلوب و زدودن آسیب‌های فرهنگی موجود است.

شکوفایی و پیشرفت اقتصادی

مأموریت جامعه بشری به عمران دنیا را می‌توان از ادله فراوان عقلی و نقلی به‌دست آورد و بارزترین آنها آیه شصت و یک سوره هود است: «هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا؛ خداوند شما را از زمین آفرید و از شما خواست که آن را آباد کنید.» این آیه نمی‌فرماید که خدا زمین را آباد کرد و در اختیار شما گذاشت، بلکه می‌فرماید عمران و سازندگی زمین را به شما واگذاشت. این مطلب درباره همه نسل‌های بشر صادق است. خدا زمین مساعد و آب و نیرو و عمر طولانی در اختیار انسان گذاشته است تا به سازندگی زمین بپردازد (رضایی، ۱۳۷۸، ج ۹: ۲۵۶). در حدود نهصد آیه از قرآن، مباحث و مسائل اقتصادی به‌صورت



مستقیم یا غیرمستقیم مطرح شده است. در قرآن، اهداف اقتصادی (مانند عدالت اقتصادی و فقرزدایی) مبانی اقتصاد (پایان‌ناپذیری منابع)، محوریت انسان در منافع جهان، مالکیت حقیقی خداوند، تضمین روزی همگان، و اصالت آخرت، اصول اقتصادی (میان‌روی تعاون، همراهی اقتصاد با ارزش‌های الهی و اخلاقی و نفی ربا و...) و نیز نظریه‌پردازی اقتصادی (تأثیر امور معنوی در رشد اقتصادی و غیره) مطرح شده است (رضایی، ۱۳۹۰: ۱۱). در نقشه مهندسی فرهنگی کشور نیز یکی از اولویت‌های فرهنگی، ترویج «فرهنگ پیشرفت، اخلاق و فرهنگ کار و کارآفرینی، وجدان کار و اتقان در عمل، فرهنگ مصرف صحیح و پرهیز از اسراف، تجمل‌گرایی و اشرافیگری و رعایت حلال و حرام به‌ویژه [در مسئله] رباخواری» (نقشه مهندسی فرهنگی کشور، ۱۳۹۴) است.

یکی از توصیه‌های مهم رهبر معظم انقلاب در بیانیه گام دوم، تلاش برای شکوفایی اقتصادی است: «اقتصاد یک نقطه کلیدی تعیین‌کننده است. اقتصاد قوی، نقطه قوت و عامل مهم سلطه‌ناپذیری و نفوذناپذیری کشور است و اقتصاد ضعیف، نقطه ضعف و زمینه‌ساز نفوذ و سلطه و دخالت دشمنان است. فقر و غنا در مادیات و معنویات بشر اثر می‌گذارد.» همچنین تأکید کرده‌اند: «در سال‌های اخیر از سوی این‌جانب بارها تکرار و بر آن تأکید شده، به‌خاطر همین تأثیر شگرفی است که اقتصاد می‌تواند بر زندگی امروز و فردای جامعه بگذارد، تأکید بر تقویت اقتصاد مستقل کشور که مبتنی بر تولید انبوه و باکیفیت و توزیع عدالت‌محور، و مصرف به‌اندازه و بی‌اسراف، و مناسبات مدیریتی خردمندانه است.»

در این بیانیه مقام معظم رهبری با اشاره به فرصت‌های مادی فراوان، به فعال کردن این ظرفیت‌ها توصیه می‌کنند: «فرصت‌های مادی کشور نیز فهرستی طولانی را تشکیل می‌دهد که مدیران کارآمد و پُرانگیزه و خردمند می‌توانند با فعال کردن و بهره‌گیری از آن، درآمدهای ملی را با جهشی نمایان افزایش داده و کشور را ثروتمند و بی‌نیاز و به معنای واقعی دارای اعتمادبه‌نفس کنند و مشکلات کنونی را برطرف نمایند. ... دهه دوم چشم‌انداز باید زمان تمرکز بر بهره‌برداری از دستاوردهای گذشته و نیز ظرفیت‌های استفاده‌نشده باشد و پیشرفت کشور از جمله در بخش تولید و اقتصاد ملی ارتقا یابد.»



در ادامه بیانیه، رهبر معظم انقلاب به آسیب‌ها و چالش‌های اقتصادی کشور اشاره می‌کند: «چالش درونی عبارت از عیوب ساختاری و ضعف‌های مدیریتی است؛ مهم‌ترین عیوب، وابستگی اقتصاد به نفت، دولتی بودن بخش‌هایی از اقتصاد که در حیطه وظایف دولت نیست، نگاه به خارج و نه به توان و ظرفیت داخلی، استفاده اندک از ظرفیت نیروی انسانی کشور، بودجه‌بندی معیوب و نامتوازن، و سرانجام عدم ثبات سیاست‌های اجرایی اقتصاد و عدم رعایت اولویت‌ها و وجود هزینه‌های زاید و حتی مسرفانه در بخش‌هایی از دستگاه‌های حکومتی است. نتیجه اینها مشکلات زندگی مردم از قبیل بیکاری جوان‌ها، فقر درآمدی در طبقه ضعیف و امثال آن است.»

ایشان راه حل مشکلات اقتصادی را اقتصاد مقاومتی می‌دانند: «راه‌حل این مشکلات، سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است که باید برنامه‌های اجرایی برای همه بخش‌های آن تهیه و با قدرت و نشاط کاری و احساس مسئولیت، در دولت‌ها پیگیری و اقدام شود. درون‌زایی اقتصاد کشور، مولد شدن و دانش‌بنیان شدن آن، مردمی کردن اقتصاد و تصدیگری نکردن دولت، برون‌گرایی با استفاده از ظرفیت‌هایی که قبلاً به آن اشاره شد، بخش‌های مهم این راه‌حل‌هاست.»

تز اقتصاد مقاومتی از سوی رهبر انقلاب و همراهی مردم ایران با آن، یکی از پارامترهای گسترش تمدن نوین اسلامی است (اکبری و رضائی، ۱۳۹۴: ۱۰۱).

رسانه‌های جمعی نیز در موضوع رشد اقتصادی باید بر اساس شاخص‌های مطرح‌شده در بیانیه گام دوم و بر اساس نظریه اقتصاد مقاومتی، سیاست‌ها و برنامه‌های خود را سامان دهند و با ترویج اقتصاد مردمی، درون‌زا، مستقل و تولید انبوه باکیفیت و دانش‌بنیان، تأکید بر مصرف بهینه و پرهیز از اسراف و تمرکز بر فعال کردن ظرفیت‌های استفاده‌نشده، در این عرصه نقش آفرینی کنند.

ترویج مجاهدت در همه عرصه‌ها

بدون تردید پایه‌گذاری، تکوین و گسترش تمدن‌ها فقط در پرتو تلاش مستمر انسان‌ها میسر است و یکی از شاخصه‌های بارز تمدن‌ها، تلاش و کوشش مستمر افراد آن است. در آموزه‌های اسلامی به این تلاش مستمر توجه تام، و از آن با عنوان مجاهدت یاد شده است



که تأثیری بس عظیم در رشد و دوام تمدن اسلامی دارد. این مجاهدت مختصات مربوط به خود را دارد که در هیچ تمدنی مسبوق به سابقه نیست. در بیان مقام معظم رهبری، واژه مجاهدت واژه‌ای استراتژیک است که با توجه به آثار عمیق آن در رشد و دوام تمدن نوین اسلامی، در مناسبت‌های مختلف همه را به مجاهدت در همه امور دعوت کرده‌اند (اکبری و رضائی، ۱۳۹۴: ۹۶). ایشان با استناد به آیه «وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ» (عنکبوت: ۶۹)؛ و کسانی که در [راه] ما تلاش کنند، قطعاً به راه‌های خود رهنمونشان خواهیم کرد؛ و مسلماً خدا با نیکوکاران است»، معتقدند که در صورت مجاهدت، حصول موفقیت و دریافت تأییدات الهی قطعی است. مجاهدت فوق با تلاش معمولی بسیار تفاوت دارد. اصلی‌ترین تفاوت آن با تلاش معمولی با استناد به آیه فوق، موضوع مهم اخلاص است (بیانات امام خامنه‌ای در تاریخ ۱۳۸۳/۳/۲۲ و ۱۳۹۱/۱۲/۱۴). «جهاد» به معنای کوشش است و شامل هر نوع تلاش در راه خدا می‌شود: جهاد نظامی و مبارزه با دشمنان اسلام؛ جهاد فرهنگی و تلاش در راه اعتلای علمی و فرهنگی مسلمانان؛ جهاد با نفس و مبارزه با هوس‌های سرکش درون؛ جهاد سازندگی و تلاش در راه پیشرفت‌های فنی و ساختن زندگی بهتر برای مسلمانان و امداد مادی به آنان (رضایی، ۱۳۸۷، ج ۱۶: ۱۱۳).

در مکتب اسلامی عموم مسلمانان به تلاش دسته‌جمعی برای دفع مخاطرات اجتماعی از جامعه اسلامی مکلف شده‌اند. قرآن کریم به مسلمانان می‌آموزد که هرکس باید به اندازه توان خود به تولید قدرت جمعی بپردازد؛ تا جایی که دشمنان از تجاوز و هجوم به مسلمانان منصرف گردند (بیات، ۱۳۹۰: ۴۹۰)؛ زیرا جهاد «بذل جان و مال برای اعتلای کلمه اسلام و اقامه شعائر دین است» (مکی العاملی، ۱۴۱۰ق، ج ۲: ۳۷۹). جهاد به کار گرفتن نهایت تلاش و توان در مقابله با دشمن است و موضوع جهاد در اسلام امری همیشگی است، برخلاف قتال که در شرایط خاصی لازم است. بنابراین جهادگری آمادگی همیشگی با به‌کارگیری تمام توان برای مقابله با دشمن و ساخت درونی نظام در مقابل دشمن خواهد بود. جهادگری یکی از مفاهیم محوری بیانیه گام دوم است و در بخش‌های مختلف بیانیه بر آن تأکید، و از تعبیر «جهاد بزرگ برای ساختن ایران اسلامی بزرگ» استفاده شده است. رهبر معظم انقلاب به جوانان توصیه می‌کنند: «نگاه انقلابی و روحیه انقلابی و عمل جهادی را به‌کار بندند و ایران عزیز را الگوی کامل نظام پیشرفته اسلامی بسازند.» به نظر ایشان «همه



راه‌حل‌ها در داخل کشور است» و ما ظرفیت‌های استفاده‌نشده فراوانی داریم که «همت‌های بلند و انگیزه‌های جوان و انقلابی خواهند توانست آنها را فعال و در پیشرفت مادی و معنوی کشور به معنای واقعی جهش ایجاد کنند.»، اما شرط موفقیت این است که جوانان «باید با همت و هشیاری و سرعت عمل و ابتکار» این راه را طی کنند.

بنابراین رسانه‌های جمعی در گام دوم انقلاب، هم باید تلاش مجاهدانه‌ای برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم داشته باشند هم برای ایجاد روحیه تلاش و مجاهدت در بین اقشار مختلف مردم بکوشند. رسانه باید عرصه‌های مختلفی را که نیاز به مجاهدت در آنها بیشتر است به مخاطبان خود ارائه کند تا زمینه حرکت جوانان در آن عرصه‌ها را فراهم سازد، با ساخت برنامه‌های مختلف علل کم‌کاری در بعضی حوزه‌ها را با حضور کارشناسان مختلف بررسی کند و راهکارهای ایجاد شور و نشاط و کار و تلاش گسترده را در بخش‌های مختلف فراهم آورد.

امیدبخشی

قرآن کریم با امیدآفرینی برای مستضعفان، پایان نهایی این جهان را با ولایت آنها معرفی می‌کند، و به قانون پیروزی مستضعفان در زمین و سرکوبی مستکبران اشاره می‌فرماید:

وَ تَرِيدُ أَنْ نَمُنَّ عَلَى الَّذِينَ اسْتُضْعِفُوا فِي الْأَرْضِ وَ نَجْعَلَهُمْ أَئِمَّةً وَ نَجْعَلَهُمُ الْوَارِثِينَ* وَ نُمْكِّنْ لَهُمْ فِي الْأَرْضِ وَ نُرِي فِرْعَوْنَ وَ هَامَانَ وَ جُنُودَهُمَا مِنْهُم مَّا كَانُوا يَحْذَرُونَ (قصص: ۵-۶).

و می‌خواهیم که بر کسانی که در زمین مستضعف شده بودند، منت نهیم و آنان را پیشوایان [زمین] گردانیم و آنان را وارثان [آن] قرار دهیم و در زمین به آنان امکانات دهیم و به فرعون و هامان و لشکریانشان آنچه را همواره از آن (بنی اسرائیلی) بیم داشتند بنمایانیم.

مراد از مستضعفان در این آیه، باتوجه به مجهول بودن فعل «اسْتُضْعِفُوا»، کسانی هستند که خود در این امر نقش نداشتند و استکبار آنها را به استضعاف کشیده است (قرآنی، ۱۳۸۸، ج ۷: ۱۷-۱۸). امیدواری موجب حرکت با انگیزه انسان در مسیر هدف انتخاب شده است. لذا در آیات متعدد قرآن کریم خدای متعال با گشودن راه توبه، انسان‌های گناهکار را نیز به بخشش و رحمت خود امیدوار می‌سازد؛ زیرا در صورت ناامیدی، حرکتی رخ نخواهد داد.



یکی از محورهای کانونی بیانیه گام دوم انقلاب امیدبخشی است. امام خامنه‌ای (مدظله) در بخش‌های مختلف بیانیه با اشاره به ظرفیت‌های امیدبخش کشور و فهرست طولانی فرصت‌های مادی کشور، تلاش در امیدبخشی به بخش‌های مختلف جامعه برای حرکت امیدوارانه و مقتدرانه در گام دوم دارند: «نخستین توصیه من امید و نگاه خوش‌بینانه به آینده است. بدون این کلید اساسی همه قفل‌ها، هیچ گامی نمی‌توان برداشت.» در بخش‌های دیگر بیانیه اشاره می‌کند: «بحمدالله استعداد علم و تحقیق در ملت ما از متوسط جهان بالاتر است.» همچنین به ظرفیت بالای توانمندی علمی برای امیدبخشی در ادامه حرکت انقلاب اشاره می‌کند: «ما با وجود شنا در جهت مخالف جریان دشمن‌ساز، [در علم و تحقیق] به رکوردهای بزرگ دست یافته‌ایم و این نعمت بزرگی است که به خاطر آن باید روز و شب خدا را سپاس گفت.» ایشان امیدبخش بودن وضعیت کشور را به‌رغم وجود برخی مشکلات مد نظر دارند: «رویش‌های انقلاب بسی فراتر از ریزش‌هاست و دست‌و‌دل‌های امین و خدمتگزار، به‌مراتب بیشتر از مفسدان و خائنان و کیسه‌دوختگان است.» البته این امیدبخشی باید واقع‌بینانه باشد: «آنچه می‌گویم یک امید صادق و متکی به واقعیت‌های عینی است. این جانب همواره از امید کاذب و فریبنده دوری جسته‌ام، اما خود و همه را از نومییدی بیجا و ترس کاذب نیز برحذر داشته‌ام و برحذر می‌دارم.»

رسانه‌های جمعی نیز همواره باید امید را در بین مخاطبان خویش زنده نگه دارند و با به تصویر کشیدن ظرفیت‌ها و داشته‌های بزرگ کشور و توانمندی‌های نیروهای مختلف، امید به پیروزی را به مخاطبان منتقل کنند. البته «در طول این چهل سال و اکنون مانند همیشه سیاست تبلیغی و رسانه‌ای دشمن و فعال‌ترین برنامه‌های آن، مایوس‌سازی مردم و حتی مسئولان و مدیران ما از آینده است. خبرهای دروغ، تحلیل‌های مغرضانه، وارونه نشان دادن واقعیت‌ها، پنهان کردن جلوه‌های امیدبخش، بزرگ کردن عیوب کوچک و کوچک نشان دادن یا انکار محسنات بزرگ، برنامه همیشگی هزاران رسانه صوتی و تصویری و اینترنتی دشمنان ملت ایران است، و البته دنباله‌های آنان در داخل کشور نیز قابل مشاهده‌اند که با استفاده از آزادی‌ها در خدمت دشمن حرکت می‌کنند» (بیانیه گام دوم انقلاب). البته رهبر معظم انقلاب از جوانان انتظار دارند که با جهاد، در این عرصه وارد شوند: «شما جوانان باید پیش‌گام در شکستن این محاصره تبلیغاتی باشید. در خود و دیگران نهال امید به آینده



را پرورش دهید، ترس و نومیدی را از خود و دیگران برانید. این نخستین و ریشه‌ای‌ترین جهاد شماسست» (همان). رسانه‌های جمعی به‌ویژه رسانه ملی در مواجهه با تبلیغات گسترده دشمنان برای تزریق یأس و ناامیدی، وظایف سنگینی بر عهده دارند؛ که نیازمند اقدامات جهادی در این عرصه هستیم. امیدآفرینی برای پیروزی نهایی جبهه حق، از وظایف ذاتی رسانه‌های جمعی اسلامی خواهد بود تا با زنده نگه داشتن روح امید، زمینه‌های تحقق تمدن نوین اسلامی فراهم شود.

عبرت‌انگیزی از راه طی شده

یکی از زمینه‌های انگیزش تفکر در قرآن، بررسی سرگذشت انسان‌هاست تا زمینه تفکر و عبرت‌گیری را برای مخاطبان خود فراهم کند. قرآن کریم در آخرین آیه سوره یوسف به عبرت‌آموزی از سرگذشت پیامبران [و اقوام آنان] اشاره می‌کند:

لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةً لِأُولِي الْأَلْبَابِ مَا كَانَ حَدِيثًا يُفْتَرَىٰ وَ لَكِن تَصْدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَ تَفْصِيلَ كُلِّ شَيْءٍ وَ هُدًى وَ رَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ.

به‌یقین در حکایت‌های آنان برای خردمندان عبرتی بود. [اینها] سخنی نبود که به‌دروغ نسبت داده شود؛ ولیکن مؤید آنچه [از کتاب‌های الهی] است که پیش از آن است، و شرح هر چیزی است [که مایه سعادت] است و رهنمود و رحمتی برای گروهی است که ایمان می‌آورند.

راغب در مفردات می‌گوید: اصل کلمه «عبر» به معنای تجاوز از حالی به حالی است و اما عبور تنها، مختص به تجاوز از آب است... و «اعتبار» و «عبرة» مخصوص به حالتی است که انسان به‌وسیله آن از شناختن چیزی که قابل مشاهده است به چیزی که قابل مشاهده نیست می‌رسد؛ چنان‌که خدای تعالی فرمود: «إِنَّ فِي ذَلِكَ لَعِبْرَةً؛ در این آیات عبرت است» (راغب، ماده «عبر»).

در ادامه مسیر چهل‌ساله انقلاب اسلامی و برای تحقق تمدن نوین اسلامی نیز «مدیران جوان، کارگزاران جوان، اندیشمندان جوان، فعالان جوان... باید شانه‌های خود را به زیر بار مسئولیت دهند، از تجربه‌ها و عبرت‌های گذشته بهره‌گیرند، ... و ایران عزیز را الگوی کامل نظام پیشرفته اسلامی بسازند». در بخش دیگری از بیانیه آمده است: «برای برداشتن گام‌های



استوار در آینده، باید گذشته را درست شناخت و از تجربه‌ها درس گرفت. اگر از این راهبرد غفلت شود، دروغ‌ها به جای حقیقت خواهند نشست و آینده مورد تهدیدهای ناشناخته قرار خواهد گرفت.» رسانه‌های جمعی به دلیل برخورداری از آرشیو اسناد صوتی و تصویری، این فرصت و ظرفیت را دارند که با پرداختن به گام‌های برداشته‌شده در گام اول و تجارب گران‌قدری که در این مسیر به دست آمده است، زمینه تحلیل‌ها و بررسی‌های بیشتر را برای مردم و مسئولان فراهم آورند و جامعه را برای برداشتن گام‌های درست و محکم یاری رسانند. بنابراین رسانه‌ها و وظیفه دارند که غبار فراموشی را از تجربه‌ها بزدایند و زمینه عبرت گرفتن از تجربه‌های گذشته را برای تحقق تمدن اسلامی فراهم سازند.

ترویج سبک زندگی اسلامی

در سند نقشه مهندسی فرهنگی کشور یکی از اولویت‌های فرهنگی کشور اصلاح سبک زندگی است: «معماری و شهرسازی اسلامی-ایرانی، عفاف، پوشش و آرایش بر اساس فرهنگ اسلامی-ایرانی، صله رحم و الگوهای تعاملات اجتماعی، خانوادگی و فردی با اولویت کودکان، نوجوانان و زنان» (نقشه مهندسی فرهنگی کشور، ۱۳۹۴). مقام معظم رهبری سبک زندگی را محور اصلی تمدن نوین اسلامی می‌دانند: «بخش حقیقی، آن چیزهایی است که متن زندگی ما را تشکیل می‌دهد؛ که همان سبک زندگی است. ... این، بخش حقیقی و اصلی تمدن است؛ مثل مسئله خانواده، سبک ازدواج، نوع مسکن، نوع لباس، الگوی مصرف، نوع خوراک، نوع آشپزی، تفریحات، مسئله خط، مسئله زبان، مسئله کسب‌وکار، رفتار ما در محل کار، رفتار ما در دانشگاه، رفتار ما در مدرسه، رفتار ما در فعالیت سیاسی، رفتار ما در ورزش، رفتار ما در رسانه‌ای که در اختیار ماست، رفتار ما با پدر و مادر، رفتار ما با همسر، رفتار ما با فرزند، رفتار ما با رئیس، رفتار ما با مرنوس، رفتار ما با پلیس، رفتار ما با مأمور دولت، سفرهای ما، نظافت و طهارت ما، رفتار ما با دوست، رفتار ما با دشمن، رفتار ما با بیگانه. اینها آن بخش‌های اصلی تمدن است که متن زندگی انسان است» (بیانات امام خامنه‌ای در تاریخ ۱۳۹۱/۷/۲۳).



از سوی دیگر، «سیاست‌مداران غربی... به دنبال سلیقه‌سازی و ترویج سبک زندگی غربی در سایر جوامع هستند» (بیانات امام خامنه‌ای در تاریخ ۱۳۸۳/۳/۲۲) و «تلاش غرب در ترویج سبک زندگی غربی در ایران، زیان‌های بی‌جبران اخلاقی و اقتصادی و دینی و سیاسی به کشور و ملت ما زده است. مقابله با آن، جهادی همه‌جانبه و هوشمندانه می‌طلبد که باز چشم امید در آن به شما جوان‌هاست» (بیانیه گام دوم انقلاب).

یکی از بایدهای اصلی رسانه‌های جمعی توجه به سبک زندگی اسلامی در بخش‌های مختلف فعالیت‌های رسانه‌ای است. از آنجاکه کارکرد اصلی رسانه سرگرمی است، در برنامه‌های ساخته‌شده خواسته یا ناخواسته تأثیرات غیرمستقیم بر سبک زندگی مخاطبان دارد. بنابراین ضروری است که با توجه جدی به این مسئله، با برنامه‌ریزی دقیق برای ترویج سبک زندگی اسلامی در عرصه‌های مختلف و مبارزه با سبک زندگی غربی، در این زمینه نقش‌آفرینی کنند.

نتیجه‌گیری

پس از مطالعه دلالت‌پژوهی بیانیه گام دوم انقلاب و استخراج محورهای اصلی آن، مؤلفه‌هایی که مشخص‌کننده بایدها و نبایدهای فعالیت رسانه‌های جمعی برای تمدن‌سازی در گام دوم انقلاب هستند استخراج شدند. این مؤلفه‌ها عبارت‌اند از: توحیدمحوری و ایمان عمیق، ترویج عقلانیت، علم‌گرایی و پژوهش‌محوری، گفتمان‌سازی عدالت، تأکید بر استقلال و آزادی، تقویت عزت ملی و مرزبندی با دشمن، تقویت معنویت و اخلاق، نظارت‌گری و فسادستیزی، شکوفایی و پیشرفت اقتصادی، امیدبخشی، عبرت‌انگیزی از راه طی‌شده و ترویج سبک زندگی اسلامی. برای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب و زمینه‌سازی برای تمدن نوین اسلامی، لازم است این بایدها و نبایدها مورد توجه رسانه‌های جمعی به‌خصوص رسانه ملی باشند و برای نیل به این مقصود باید سند تحول رسانه ملی بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب تدوین شود و راهبردهای کلان و برنامه‌های عملیاتی برای تحقق آن ترسیم شود و با مشخص کردن شاخص‌ها و سنجه‌های لازم بر اساس قواعد هنجاری مشخص‌شده، فعالیت‌های رسانه ملی بررسی و میزان حرکت آن به سمت وضعیت مطلوب مشخص شود تا



با این ارزیابی‌های سالیانه و اصلاح و ارتقای فعالیت‌ها بر اساس شاخص‌های مشخص شده شاهد نقش‌آفرینی هرچه بیشتر رسانه ملی در گام دوم انقلاب باشیم. ترسیم این مؤلفه‌ها و شاخص‌ها برای گام دوم در رسانه ملی موجب خواهد شد با هم‌افزایی با حرکت بخش‌های دیگر نظام اسلامی بر اساس بیانیه گام دوم، زمینه‌های تحقق تمدن اسلامی فراهم شود. البته رسانه‌های جمعی ظرفیت‌هایی نیز برای نهادینه‌سازی بیانیه گام دوم در بین نخبگان و عموم مردم از قبیل فرهنگ‌سازی بیانیه گام دوم، ایجاد حس مسئولیت در افراد و سازمان‌های مختلف برای تحقق آن دارند و با توجه دادن مخاطبان به این بیانیه می‌توانند مطالبه‌گری را در بین نخبگان و عموم جامعه ایجاد کنند. مطالبه‌گری اجتماعی درباره بخش‌های مختلف بیانیه می‌تواند زمینه‌ساز توجه مسئولان و تحقق مؤلفه‌های گوناگون آن در جامعه اسلامی شود.

منابع فارسی و عربی

- قرآن کریم.

- اوسولیوان، تام و دیگران (۱۳۸۵). مفاهیم کلیدی ارتباطات، ترجمه میرحسن رئیس‌زاده، تهران، فصل نو.
- بیات، حجت‌الله (۱۳۹۰). «بانی ضرورت تبلیغ دین از رسانه‌های نوین»، در: جمعی از نویسندگان، مجموعه مقالات دومین همایش بین‌المللی دین و رسانه (رسانه دینی؛ دین رسانه‌ای)، قم، اداره کل پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد (۱۳۶۶). غرر الحکم و درر الکلم، قم، دفتر تبلیغات.
- جان‌احمدی، فاطمه (۱۳۹۱). تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی، قم، دفتر نشر معارف.
- جعفری، محمدمتقی (۱۳۷۳). فرهنگ پیرو؛ فرهنگ پیشرو، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی، ج ۶.
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۹). منشور فرهنگی انقلاب اسلامی، تهران، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- دانایی‌فرد، حسن (بهار ۱۳۹۵). «روش‌شناسی مطالعات دلالت‌پژوهی در علوم اجتماعی و انسانی: بنیان‌ها، تعاریف، اهمیت، رویکردها و مراحل اجرا»، روش‌شناسی علوم انسانی، س ۲۲، ش ۸۶، ص ۳۹-۷۱.



- الراغب الاصفهانی، ابوالقاسم الحسین بن محمد (۱۴۱۲ق). *المفردات فی غریب القرآن*، تحقیق صفوان عدنان الداودی، دمشق و بیروت، دار القلم الدار الشامیه.
- رزاقی، افشین (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباطات اجتماعی*، تهران، پیکان.
- رضایی اصفهانی، محمدهلی (۱۳۸۷). *تفسیر قرآن مهر (بیست و چهار جلدی)*، قم، پژوهش‌های تفسیر و علوم قرآن.
- _____ (تابستان ۱۳۹۰). «بررسی اعجاز اقتصادی قرآن»، پژوهشنامه معارف قرآن کریم، ش ۱۱.
- غفاری هنجین، زاهد و حسن ناصر خاکی (پاییز ۱۳۹۵). «زمینه‌ها و بایسته‌های تحقق تمدن نوین اسلامی از منظر تمدن‌گرایان»، *علوم سیاسی*، س ۱۹، ش ۷۵، ص ۱۲۳-۱۵۰.
- قربانی، زین‌العابدین (۱۳۷۰). *تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی*، تهران، انتشارات دفتر فرهنگ اسلامی.
- کامرانی، علیرضا (۱۳۸۰). *نظارت عمومی و رابطه آن با آزادی‌های عمومی*، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده تحصیلات تکمیلی.
- محسنی، منوچهر (۱۳۹۶). *بررسی در جامعه‌شناسی فرهنگی ایران*، تهران، شرکت انتشارات علمی فرهنگی.
- مرتضی اکبری و فریدون رضایی (بهار و تابستان ۱۳۹۵). «واکاوی شاخصه‌های تمدن نوین اسلامی در اندیشه مقام معظم رهبری مدظله»، *الگوی پیشرفت اسلامی-ایرانی*، دوره سوم، ش ۵، ص ۸۵-۱۰۸.
- معتمدنژاد، کاظم و رؤیا معتمدنژاد (۱۳۸۶). *حقوق ارتباطات*، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۱). *تفسیر نمونه (بیست و هشت جلدی)*، تهران، دار الکتب الإسلامیه.
- مکی‌العاملی، محمد بن جمال‌الدین (۱۴۱۰ق). *الروضه البهیه فی شرح اللمعة الدمشقیه*، قم، انتشارات داوری.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸). *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه پرویز اجلالی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- مهدی‌زاده، سیدمهدی (۱۳۹۱). *نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران، همشهری.



- ولایتی، علی اکبر (۱۳۸۶). پویایی فرهنگ و تمدن اسلام و ایران، تهران، وزارت امور خارجه.
- ویندال، سون و بنو سیگنایزر و جین اولسون (۱۳۷۶). کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

منابع لاتین

- Baran Stanley J. and Dennis K. Davis (2012). MASS COMMUNICATION THEORY (Foundations, Ferment, and Future), SIXTH EDITION, Wadsworth, Boston.
- Littlejohn Stephen W. and Karen A. Foss (2009). Encyclopedia of Communication Theory, Copyright © by SAGE Publications, Inc.
- Siebert, Fred Seaton, Theodore Peterson, Wilbur Schramm (1963). Four Theories of the press, Urbana: University of Illinois press.



