

الگوی «آرمان‌گرایی واقع‌بینانه» به مثابه ایدئولوژی اسلامی در «مدیریت انقلابی» رسانه

■ محسن سلگی

دانشجوی دکتری علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی
soroushenoo@yahoo.com

■ قاسم صفایی‌نژاد

دانشجوی دکتری مدیریت رسانه دانشگاه تهران
safaeinejad@ut.ac.ir

چکیده

این نوشتار در ابتدا به تعریف ایدئولوژی پرداخته و بر آن شده که ایدئولوژی بیش از هر سپهر انسانی، در عرصه رسانه کارکرد می‌یابد. پس از نقد نقش ایدئولوژی در رسانه پست‌مدرن و نیز نقد تعاریفی که ایدئولوژی را لزوماً در خدمت منافع طبقات حاکم و تحریف واقعیت می‌دانند، سپس با معرفی ایدئولوژی به مثابه امری گریزناپذیر در علوم انسانی به طور کلی و در علم رسانه به طور خاص، سعی بر الگوسازی مدل اسلامی مدیریت رسانه داشته است. در نهایت از «رسانه اسلامی» در معنای آبرواقعی یا فراواقعیت تعبیر نموده که فراسوی واقعیت، در عین حال در پیوند و تطابق با واقعیت و معطوف به آرمان و حقیقت است. مکتوب پیش‌رو الگوی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه را به مثابه ایدئولوژی اسلامی و با خصوصیت نفی سکولاریزم - که نگاهی دوگانه‌انگار به آرمان و واقعیت دارد - و حقیقت‌گرایی بیان کرده است. هم‌چنین این مقاله با مقایسه هستی‌شناسی در گفتمان احیایگر - که مبدع آن اقبال لاهوری است - و گفتمان پست‌مدرنیسم که پدر آن فردریش نیچه است، تفاوت مبنایی و هستی‌شناسانه رسانه پست‌مدرن و رسانه اسلامی که باید در پی احیای دین باشد را نشان داده است. در این جستار آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به مثابه هستی‌شناسی و مدیریت انقلابی به منزله روش‌شناسی، دو اساس شکل‌گیری رسانه اسلامی معرفی شده‌اند. آرمان‌گرایی واقع‌بینانه با هم‌سازی، هم‌وندی و هم‌ورزی آرمان و واقعیت، مدیریت و انقلاب، دنیا و آخرت، جسم و روح، دین و دنیا و دین و سیاست معرفی گشته است. این مقاله به عنوان یک «مدل» و نه «نظریه»، تنها به چیستی و چگونگی موضوع می‌پردازد، چرا که وظیفه هر مدلی همین است و هم‌چون نظریه به چرایی و تعلیل نمی‌پردازد. کل مقاله به آبیایی امکان موضوع خویش پرداخته و مدعا (Thesis) را بر امکان آرمان‌گرایی واقع‌بینانه در مدیریت رسانه نهاده است.

واژگان کلیدی:

ایدئولوژی، رسانه اسلامی، مدیریت انقلابی، آرمان‌گرایی واقع‌بینانه

مقدمه

در ایران معاصر و علی‌الخصوص در بحبوح شکل‌گیری انقلاب اسلامی و نیز پس از آن سخن از آرمان‌گرایی - که شامل جامعه و انسان آرمانی می‌شود - و اندیشیدن به آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌شود. این اهمیت بی‌تردید متأثر از شرایط انقلابی نیز بوده است؛ چراکه بستر انقلاب، بستری آرمان‌گرایانه و آرمان‌وار است و انقلابیون علی‌القاعده در پی ساختن جامعه‌ای موعود هستند. در چنین وضعیتی انسان آرمانی نیز زمینه مساعدی برای مطرح و مهم شدن می‌یابد. انقلاب اسلامی در طی تصویری از اسطوره جامعه پاک و حاکمیتی شکل گرفت که در رأس آن کسی قرار گرفت که به عقیده اکثریت مردم شبیه انسان کامل معصوم بود و از همان عنوان امام نیز بهره گرفت، امامی که با اتکای به ایدئولوژی ولایت مطلقه فقیه، جانشین امام معصوم یا امام زمان (ع) - به منزله آرمانی‌ترین و والاترین انسان کامل زمان - تصور می‌شد. اندیشه آرمان‌گرایانه در قالب آخرالزمان و پایان تاریخ در قرن بیستم و علی‌الخصوص در قرن بیست و یکم توجه بسیاری را به خود جلب کرده است. پیش از قرن بیستم نیز اندیشه آرمان‌گرایانه و موعودی در نزد اندیشمندان برجسته‌ای مطرح گشته است و در قرن بیستم نیز اهمیت این مباحث نه تنها از دست نرفت، که افزون نیز گشت. کارل مارکس، کمونیسم و کمون ثانویه را به‌عنوان جامعه‌ای موعود برای انسان‌هایی آرمانی که در عدالت می‌زیند، به مثابه آخرین مرحله تاریخ وعده می‌داد. در قرن بیستم نیز فوکویاما با تصریح به پایان تاریخ توجه می‌کند (مددپور، ۱۳۸۱: ۳۲). اما در این میان انقلاب اسلامی تنها انقلاب و اندیشه‌ای است که تحقق آرمان‌گرایی غیرمادی‌گرایانه و معطوف به حقیقت را دنبال کرده است. سایر اندیشه‌ها مانند آن‌چه درباره مارکس و فوکویاما گفته شد، اندیشه‌هایی مادی‌گرایانه هستند و در واقع از گونه‌ای آرمان مادی تهی از قدسیت و حقیقت سخن می‌گویند.

رسانه اسلامی و انقلاب اسلامی همان‌طور که از نام آن انتظار می‌رود باید رسانه و پیام‌آور ارزش‌های انقلاب اسلامی باشد؛ ارزش‌هایی که با تمام گستردگی خویش اما از یکپارچگی برخوردار بوده و در ذیل و ظل آرمان‌گرایی واقع‌بینانه معطوف به حقیقت تعریف می‌شوند.

کسانی مانند دانیل هیدریک به خوبی توانسته‌اند نقش سلطه‌آمیز رسانه‌ها را در امپریالیسم غرب نشان دهند (معمد نژاد، ۱۳۸۹، ج: ۱، ۷۷). در جهانی که رسانه و جنگ رسانه‌ای مهم‌ترین و حساس‌ترین عرصه را به خود اختصاص داده است و نیز جنگ رسانه‌ای به مهم‌ترین ابزار جنگ نرم تبدیل شده است، اهمیت و ضرورت الگوسازی پیرامون رسانه مبرهن است. مهم‌ترین اصابتگاه و نشانگاه امپریالیسم غرب و به‌ویژه آمریکا، جهان اسلام و در رأس آن ایران است و در این راستا نقش رسانه غربی، نقشی است حساس و غیرقابل انکار و در دیگر سو نقش رسانه اسلامی نیز به منزله رسانه مقاومت، بس خطیر و سرنوشت‌ساز است^۱.

پرسش اصلی این است که آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به مثابه یک ایدئولوژی اسلامی در مدیریت رسانه آیا ممکن است؟ یعنی علاوه بر مطلوب بودن از وجوه عینی و واقعی نیز برخوردار است؟ فرضیه اصلی این پرسش مبتنی است بر امکان آرمان‌گرایی واقع‌بینانه در مدیریت رسانه.

۱. از جمله ویژگی‌های مهم سرمایه‌داری متأخر، فرهنگ توده‌ای است. و تقریباً همه نظریه‌های فرهنگ توده‌ای بر نقش رسانه‌ها در تولید و تکثیر الگوهای فرهنگی تأکید دارند (سمتی، ۵۸۳: ۷). به قول فرانک وینسترهم اکنون در جهانی انباشته از رسانه زندگی می‌کنیم (وینستر، ۳۸۳: ۸۳).

۱. چارچوب مفهومی

۱.۱. پست مدرنیسم؛ وصف کنونی جهان غرب و رسانه غربی

«آرنولد توئین بی» در تقسیم‌بندی «تاریخ تمدن» خود، مرحله بسط تمدن غربی پس از سال ۱۸۷۵ میلادی را «پسامدرن» یا «پست مدرن» می‌نامد. فلسفه «نیچه» را که نمایانگر نهیلیسم دامان‌گیر غرب است، باید چکیده‌ای از عصر بحران تمدن غربی خواند؛ دورانی که به «پست مدرنیسم» یا پسامدرنیته موسوم گردیده است. «دیوید رابینسون»، «فردریش نیچه» را «اولین پست مدرن بزرگ» می‌نامد، (رابینسون، ۱۳۸۰: ۲). نیچه با وجود آن که خود هرگز اصطلاح پست مدرن را به کار نبرده است، ولی افکارش وی را در موقعیتی نهاده که در شرح اندیشه‌های پست مدرن به هیچ روی نمی‌توان از وی صرف نظر نمود. اولین بار ردلف پان ویتز (Pann Wits) با استفاده از وضع نهیلیسم که نیچه شرح داده بود، در توصیف موقعیت جدید فرهنگی غرب، از اصطلاح پست مدرن سود جست. یورگن هابرماس (Habermas) نیز از نیچه به منزله نقطه عطفی در مقوله پست مدرنیسم یاد می‌کند (قادری، ۱۳۸۶: ۱۵۶). از این رو مبنا قرار دادن نیچه در این مقاله از حیث اندیشگی و هستی‌شناسانه آن و مقایسه وی به‌عنوان پدر گفتمان پست مدرنیسم با اقبال لاهوری - به منزله پدر گفتمان احیاگری اسلامی - کاملاً از روی برنامه‌ای منطقی بوده است.

دهه‌های پایانی قرن نوزدهم و با تعبیری نمادین سال آخر آن یعنی سال ۱۹۰۰ م (سال مرگ نیچه و آغاز قرن بیستم) را می‌توان دوره آغاز پسامدرنیسم دانست. پسامدرنیسم، مرحله‌ای از تاریخ بسط مدرنیته است. منتها مرحله‌ای که به جای خوش بینی و امیدواری عصر روشنگری و یقین اومانستی دکارتی‌کانتی، تردید در اصول و مبادی تمدن غربی و نیز مبانی نظری مدرنیته، و گونه‌ای یأس و شک‌اندیشی اضطراب‌آلود و بی‌اعتقادی نسبت به سوپژکتیویسم و راسیونالیزم، حاکم گردیده است. به زبان ساده، پسامدرنیسم مرحله انحطاط فراگیر غرب مدرن و خودآگاهی نسبت به این بحران انحطاط است.

پسامدرنیسم، تداوم همان روح نیست‌انگاری اومانستی است، که به انکار خویش برخاسته است. اندیشه پسامدرن، آینه تمام‌نمای بحران و انحطاط ساختاری و فراگیر تمدن غرب مدرن است. «کریگ اوئتر»، در توصیف پسامدرنیسم، چنین می‌نویسد: «پسامدرنیسم اتفاقی است که دقیقاً در دوران سقوط و انحطاط سیطره مدرنیته رخ داده است.» (Anderson, ۱۹۹۸: p۸)

«ژان بودریار»، یکی از تئوریسین‌های اصلی پست مدرنیسم، می‌گوید: «بشر، امروز قطعاً در وضعیت پسامدرن به سر می‌برد». «فرانسوا لیوتار»، بی‌اعتقادی و فقدان ایمان به هر نوع حقیقت یا به تعبیر او هرگونه «روایت کلان» و «فرا روایت» و شکاکیت ملازم آن را، از ویژگی‌های پسامدرنیسم می‌داند. «فردریک جیمسون»، در بیانی متأثر از نگرش مارکسیستی، پسامدرنیته را محصول وضعیت اجتناب‌ناپذیر واپسین دوره سرمایه‌سالاری می‌داند.

«بودریار»، مشخصه دوران پسامدرنیته را گسستگی میان تصویری که رسانه‌ها و علوم از جهان ارائه می‌دهند با واقعیت عینی، و سلطه «وآموده‌های وهم‌آلود بی‌ارتباط با واقعیت» می‌داند.

شکاف میان رسانه پست مدرن و واقعیت آن چیزی است که در اندیشه «بودریار» ناظر به رسانه‌های غربی بیان داشته شده است. چنان‌که می‌بینیم «بودریار» ویژگی جهان پست مدرن را با شکاف میان رسانه و واقعیت - و نیز علوم و واقعیت - معرفی می‌کند. از این رو رسانه غربی با ماهیت پست مدرنی خود در جهت وانمایی و جعل واقعیت پیش می‌رود؛ تا جایی که متفکر مهمی مانند بودریار در اثر وضع نابسامان اخلاقی رسانه‌ها، کل جهان جدید را پست مدرن می‌انگارد.

۲.۱. ایدئولوژی

«لوچیانا فلوریدی» بر آن می‌شود که داده‌فی‌نفسه نداریم و اطلاعات همواره وابسته به یک سطح انتزاع خاص است. در مقابل، «رافائل کاپورو» می‌کوشد در چارچوب هرمنوتیک اگزیستانسیال «مارتین هایدگر» به پرسش از چیستی اطلاعات پاسخ دهد. در نظر او، اطلاع وجهی از اگزیستانس دازاین است که به وجود در عالم با دیگران (در دنیا و با دیگران بودن) راجع است. لذا است که کاپورو بر جنبه هرمنوتیکی بلاغی دانش اطلاع‌شناسی یا انجلیتیک تأکید می‌کند. با وجود نقد کاپورو به دیدگاه افراطی فلوریدی مبنی بر فی‌نفسه نبودن داده‌ها، ایده اساسی مشترک در آرای فلوریدی و کاپورو وجود دارد و آن این است که اطلاعات (حتی قبل از اطلاع‌رسانی) دارای تعهدات و جهت‌گیری‌های ایدئولوژیک و ایدئولوژیک بوده و مشروط به یک افق معانی خاص است (خندان، ۱۳۸۸: ۱۴۹). ون دایک نیز ایدئولوژی را باورهای بنیادین هر گروه می‌داند و نیز آن‌چه گروه لاجرم و لابد از آن است (غیاثیان، ۱۳۸۶: ۲۰۶).

اساساً رهایی از ایدئولوژی نه ممکن است و نه مطلوب. در واقع این مسئله در رسانه‌ها بیشتر عیان است و رسانه‌ها برخلاف ادعاهای جسته و گریخته خویش ناگزیر از ایدئولوژی و حتی جانبداری هستند و اساساً بی‌طرفی برای رسانه‌ها ناممکن است و هر رسانه‌ای هر چند بی‌طرف، اما بعد از مدتی ناچار است که طرفی را برای خود برگزیند (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۶۷). اساساً ادعای غیرایدئولوژیک بودن که به طور عمده، از ادعاهای اصلی لیبرالیسم است، ادعایی مخدوش و غیرواقع‌بینانه است که در الگوی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه نمی‌تواند محلی از اعراب و اعتنا داشته باشد.

به طور کلی سخن از دو دسته علوم با عنوان علوم انسانی و آفاقی (طبیعی) در میان است (چالمرز، ۱۳۸۷: ۱۴۴-۱۳۴). برخی اعتقاد دارند که می‌توان تصور کرد که برای مثال فردی زیست‌شناس بدون پیش‌داوری و تعلقات ارزشی و دینی به تحقیق در طبیعت (مثلاً زندگی جانوران در یک برکه) مبادرت کند، اما به طور نمونه در علم جامعه‌شناسی نمی‌توان فرد جامعه‌شناسی را یافت که بدون پیش‌داوری و اتکای اولیه به ارزش‌های فرهنگی، محیطی و ایدئولوژیکی-نیزایمانی-قلبی خویش بتواند در مورد یک اجتماع انسانی و افراد آن به پژوهش بپردازد. فردریش هگل و فردریش نیچه سعی نموده‌اند تا نشان دهند که هیچ نوع شناخت و معرفت‌شناسی نمی‌تواند فارغ از سوبیه‌های ذهنی، فردی، ذوقی، دلخواهانه، ایدئولوژیک و... باشد (نیچه، ۱۳۸۹: ۱۸). اخیراً نیز یورگن هابرماس در بحث از «میل به استیلا» یا «عقلانیت ابزاری» نشان می‌دهد که حتی علمی مانند آمار و ریاضیات نمی‌توانند فارغ از پیش‌فرض‌های ایدئولوژیکی و ارزشی باشند. هابرماس برای مثال علم آمار را حاصل میل انسان به استیلا بر دیگران می‌داند. ژیل دلوز نیز به عنوان متفکری پست‌مدرن در بحث از «میل زایا» بی‌طرفی و فارغ بودن علوم طبیعی از پیش‌داوری و ایدئولوژی را به چالش می‌کشد (ایگلتون، ۱۳۸۱: ۷۶). علم رسانه نیز به منزله شاخه‌ای از علوم انسانی، قادر نیست فارغ از یک ایدئولوژی مشخص باشد.

برای این‌که ایدئولوژی به شکلی مؤثر چنین کارکردهایی داشته باشد، باید محتوای شناختی، ساختار و راهبردهای آن‌ها به نحوی متناسب با این کارکردهای اجتماعی باشند (ون دایک، ۱۳۸۶: ۸۸). همین مسئله نقش ایدئولوژی را در رسانه‌ها پررنگ‌تر می‌کند، چرا که رسانه بیش از هر نهاد دیگری برای مورد اقبال گرفتن و مطابق خواست مخاطب و نیز ساختارها بودن تلاش می‌کند.

ایدئولوژی لزوماً در جهت منافع گروهی و بر علیه منافع گروهی دیگر است. و این اجتناب‌ناپذیر و طبیعی است و اما آن چیزی که غیرطبیعی و مصنوعی است، این است که ایدئولوگ‌ها و مصرف‌کنندگان ایدئولوژی به قصد سود مادی خویش - قدرت و ثروت - و زیان دیگران از ایدئولوژی استفاده کنند. این امر علیه ایدئولوژی دینی حقیقت‌محور است و سبب تحریف واقعیت خواهد شد.

۲. نقش ایدئولوژی (انتزاعی و انضمامی)

نقش ایدئولوژی بیش از سپهر انسانی در رسانه محرز و مبرز است. ایدئولوژی نظر به تغییر واقعیت و نیز دست‌کم تأثیر در واقعیت دارد. ایدئولوژی‌های مادی - آن‌چنان که دیدیم محصول صرف همین واقعیت هستند - انعکاس واقعیت مادی جهان بودند. نقش محرزتر ایدئولوژی در دو دسته انتزاعی و انضمامی قابل بررسی است. در مرحله انتزاعی باید از هرم داده - اطلاعات - دانش و خرد سخن به میان آورد و در مرتبه انضمامی از شرایط اداری در محیط رسانه‌ای سخن گفت که بیش از محیط‌های صنعتی، تجاری و حتی اداری و سیاسی دیگر، هماهنگی ایدئولوژیک و کاربرد ایدئولوژی را طلب می‌کند.

۱.۲. در مرتبه انتزاعی

در مرتبه انتزاعی باید ادعان داشت که در هرم دانش مرحله خرد بیش از همه ایدئولوژیک است. پس از آن مرحله دانش، مرحله اطلاعات، مرحله داده قرار می‌گیرد که به ترتیب از درجه ایدئولوژیک بودن آن‌ها کاسته می‌شود. اطلاعات بنابر ایدئولوژی تعیین می‌شود و داده‌ها را به گونه‌ای جهت‌دار و از پیش تعیین شده هدایت می‌کند. اطلاعات اما به طور عینی نمی‌خواهد واقعیت را تغییر دهد و در مرحله دانش است که کاربرد ایدئولوژی برای تغییر واقعیت به غایت جدی می‌شود. دانش اولین مرتبه‌ای در هرم دانش است که به صراحت نظر به تغییر واقعیت اجتماعی دارد (گرچه اطلاعات نیز حتی قبل از انتشار ایدئولوژیک است)، بنابراین ایدئولوژی که طبق تعریف رایج به اندیشه‌ای اطلاق می‌شود که نظر به تغییر و حتی قلب واقعیت و حرکت از شرایط موجود به شرایط موعود را دارد، در این مرحله به عنوان لازمه و روح حاکم تبلور می‌یابد. پله‌های دانش از سه عنصر داده، اطلاعات و دانش تشکیل شده‌اند. داده، مجموعه‌ای از حقایق و امور مسلم در باره یک پدیده است. اطلاعات شامل سازماندهی، گروه‌بندی و مقوله‌بندی داده‌ها در الگوهای معنادار است؛ و دانش، اطلاعاتی است که با تجربه، زمینه، تعبیر و تأمل ترکیب شده و اقدام صحیح را ممکن می‌سازد (Davenport, ۱۹۹۸).

داده: سازمان‌های نوین، معمولاً داده‌ها را در یک سامانه فناوری ذخیره می‌کنند. شرکت‌ها، مدیریت داده‌ها را از نظر کمی برحسب ظرفیت، سرعت و هزینه و طرح سؤالاتی از قبیل پرسش‌های زیرارزشیابی می‌کنند: آیا وقتی به داده‌های نیاز داریم در اختیارمان قرار می‌گیرند؟ آیا نیازهای ما را تأمین می‌کنند؟ آیا می‌توان از آن‌ها سر در آورد؟ از این رو می‌توان گفت که: داده‌ها مواد خام و عناصر مورد نیاز برای تصمیم‌گیری هستند (افرازه، ۱۳۸۲).

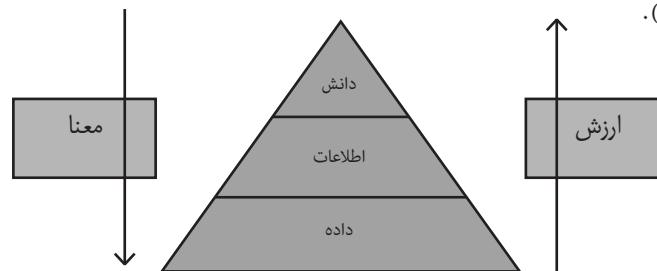
اطلاعات: یعنی «داده‌های مربوط و هدف‌دار» به بیانی دیگر داده‌ها به تنهایی «مربوط» و «هدف‌دار» نیستند؛ بلکه نوعی «پیام» به شمار می‌آیند. پیام مورد نظر ما معمولاً به شکل مدرکی مکتوب یا به صورت ارتباطی شنیداری یا دیداری نمود می‌یابد. داشتن ارتباط و هدف، ویژگی اطلاعات است. چند معیار مهم برای تبدیل داده‌ها به اطلاعات عبارتند از:

- مربوط به متنی مشخص: هدف از گردآوری داده را می‌دانیم.
 - تقسیم‌بندی شده: بخش‌های کلیدی و تعیین‌کننده داده‌ها را می‌شناسیم.
 - محاسبه شده: داده‌ها ممکن است با محاسبات ریاضی و آماری تجزیه و تحلیل شوند.
 - اصلاح شده: داده‌ها غلط‌گیری می‌شوند.
 - خلاصه شده: داده‌ها ممکن است در حجم کمتری خلاصه شوند.
- باید توجه داشته که معمولاً محاسبات، خلاصه‌سازی و طبقه‌بندی اطلاعات توسط «انسان» صورت می‌گیرد و نباید اطلاعات یا دانش را با فناوری انتقال آن‌ها اشتباه گرفت (افرازه، ۱۳۸۲).
- دانش: مخلوط سیالی از تجربیات، ارزش‌ها و اطلاعات جدید است. دانش، در ذهن دانشور به وجود آمده و به کار می‌رود. دانش در سازمان‌ها نه تنها در مدارک و ذخایر دانش، بلکه در رویه‌های کاری، فرایندهای سازمانی، اعمال و

هنجارها مجسم می‌شود. دانش، به شکل‌های پویا و نیز انباشته و ایستا قابل تصور است. دانش از اطلاعات و اطلاعات از داده‌ها ریشه می‌گیرند. تبدیل اطلاعات به دانش در عمل بر عهده خود بشر است. دانش، ساده و روشن نیست، مخلوطی از چند عامل متفاوت است. سیالی است که در عین حال ساخت‌های مشخصی دارد و نهایت این‌که مجازی و شهودی است.

بدین ترتیب می‌توان موضوعات فوق را به صورت زیر نیز تعریف نمود (بیک زاده مرزبانی، ۱۳۸۶) و در شکل شماره ۱ به صورت نمادین آن را نمایش داد:

- داده‌ها: سمبل‌هایی (نشانه‌هایی) از چگونگی و کمیت واقعیت هستند.
- اطلاعات: اطلاعات زمانی ایجاد می‌شوند که انسان به داده‌ها معنی می‌بخشد. اکثراً به صورت نمایش ساختارمند و مرتب داده‌ها بروز می‌کنند.
- دانش: توانایی فردی، سازمانی و گروهی است که فرد از طریق آن می‌تواند یک وظیفه (کاری) را انجام دهد (اکبرپور شیرازی، ۱۳۸۴).



شکل ۱: سلسله مراتب اطلاعات و دانش (داونپورت، ۱۹۹۸)

مراحل فوق منجر به تغییراتی در فرایند دانایی می‌شود، این تغییرات توأم با پردازش در هر مرحله هستند. جدول شماره ۱ این پردازش‌ها را نشان می‌دهد.

پردازش داده‌ها	پردازش اطلاعات	پردازش دانش
سازماندهی	اصلاح مجدد	کشف
ذخیره	سنجش (آمارها)	استنباط
محاسبه	ارتباط، دسته‌بندی، مقایسه	ارزش‌ها
بازنمایی	گروه‌بندی، مقایسه	قضاوت
گزارش، ارائه	کاربرد، پیوند	شهود و بصیرت
	یادگیری (کامپیوتری)	خلاقیت

پردازش داده‌ها	پردازش اطلاعات	پردازش دانش
	ارتباط	انتزاع
	اشاعه	

جدول ۱: تبدیلات اسپیسگر در پردازش داده، اطلاعات و دانش (عدلی، ۱۳۸۴)

۲.۲. در مرتبه انضمامی

انسان محوری در محیط کاری رسانه: انسان محوری رسانه بدین معنا است که کاربرد ماشین در آن نسبت به سایر محیط‌های اداری و صنعتی کم‌تر است. در محیط‌های صنعتی و اداری که روبات می‌تواند عملکرد و کارایی جدی داشته باشد، اما در محیط رسانه‌ای رباط کارکردی نمی‌تواند داشته باشد. قبلاً گفته شد که علی‌القاعده محاسبات، خلاصه‌سازی و طبقه‌بندی اطلاعات به وسیله «انسان» انجام می‌شود و نباید اطلاعات یا دانش را با فناوری انتقال آن‌ها اشتباه گرفت (افرازه، ۱۳۸۲).

همین انسان محوری رسانه به بعد نرم و فرهنگ محور رسانه باز می‌گردد و نشان از آن دارد که رسانه با زبان و قدرت و اجتماع بیش از سایر سپهرها و عرصه‌های انسانی ارتباط دارد و بنابراین ایدئولوژیک‌تر است.

اما ایدئولوژی از طریق دو فرایند ضمنی‌سازی و صریح‌سازی نیز خود را نشان می‌دهد. دو فرایندی که تبدیل دانش در درون کارکنان رسانه و نیز مخاطبان آن را شامل می‌شود (ون دایک، ۱۳۸۶: ۱۱۴ و ۱۰۲).

۱.۲۲. تبدیل دانش در درون کارکنان و مخاطبان (knowledge convert):

دانش «ضمنی» در درون فرد است و دانش «صریح» در مرحله‌ای اتفاق می‌افتد که دانش تبدیل به سند شود. آن چه که واضح و مبرهن است کسی که در مرحله ضمنی، ایدئولوژی مورد نظر را نپذیرفته باشد، در مرحله صریح نیز نمی‌تواند از کارایی مناسب و نیز متناسب با ایدئولوژی مورد نظر سازمان برخوردار باشد. به طریق اولی رسانه اسلامی باید کسانی را به خدمت بگیرد که علاوه بر اکتساب ایدئولوژی اسلامی در مرحله ضمنی و نیتی و بنابراین برخورداری از حسن فاعلی، از حسن فعلی نیز برخوردار باشند؛ یعنی توانایی ارائه و مدیریت یک محتوای اسلامی در رسانه را دارا باشند؛ معادل آن چیزی که امروزه از آن به تعهد و تخصص نام برده می‌شود. ایدئولوژی ضمنی اسلامی در درون کارکنان رسانه، از طریق صریح‌سازی و سند شدن (مانند نشر مکتوب و یا مجازی و...) در مخاطبین خود روند ضمنی‌سازی یا درونی کردن ایدئولوژی اسلامی را در پیش می‌گیرد. آن وقت پس از تحقق این فرایند و ضمنی‌سازی موفق، مخاطب خود تبدیل به یک رسانه اسلامی می‌شود.

۳. آرمان‌گرایی واقع‌بینانه

آرمانی که فرد برای خود برمی‌گزیند، او را می‌سازد و فداکاری برای یک آرمان از سرچشمه‌های مهم معنا‌سازی برای زندگی افراد است. از این رو زندگی افراد در عرصه عمل و «واقعیت»، بدون «آرمان» تبدیل به یک زندگی تهی از معنا و امید می‌شود و تمامی استعدادهای آن‌ها را تحت تأثیر منفی قرار می‌دهد (یالوم، ۱۳۹۰: ۶۰۱).

آرمان، مفتاح نیست، بلکه میزان و مصباح است. مفتاح بودن چیزی به آن معنا است که آن چیز فقط از «بیرون» کارایی دارد، و از «درون» ضرورتی برای آن وجود ندارد (جوادی، ۱۳۸۰: ۸۴). اما مصباح بودن این معنی را می‌دهد که چیزی از اول تا پایان امر کاربرد داشته باشد. مصباح در معنایی ساده‌تر به این معنا است که آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به مثابه یک چراغ باید در تمام مسیر رسانه اسلامی حضور داشته باشد. و نیز میزان بودن نظریه آرمان‌گرایی واقع‌بینانه، به

منزله سنگ محک و میزانی برای حق و باطل گزاره‌ها (نه صدق و کذب) در دامان رسانه اسلامی است. آرمان‌گرایی در اسلام با مشخصه‌های تملیق حقیقت یا آرمان و واقعیت، رد و طرد دوگانه‌انگاری دکارتی و سکولاریسم دوگانه‌انگار مشخص می‌شود. بدین معنا در اسلام دین و دنیا یا دنیا و آخرت، روح و جسم، عقل و دین، علم و دین و هم‌چنین آرمان و واقعیت یا ارزش و واقعیت نه‌تنها در برابر هم، که با هم انطباق و همراهی و هماهنگی دارند. در نگاه ژاک دریدا، اندیشه غربی همواره زندانی تقابلهای دوتایی بوده است. دو قطبی‌های برابر نهادی نظیر دنیا-آخرت، جسم-روح، سوژه-ابژه و زن-مرد. ریشه این تفکر، دوتایی و دوآلیسمی است که دکارت پایه‌گذاری می‌کند (احمدی، ۱۳۷۰: ۳۸۴).

اسلام، دوگانگی میان عقل و عشق، دنیا و آخرت و... را نمی‌پذیرد و بنابراین مقابل غرب از زمان دکارت است (قیصر: ۷۶). در غرب کسانی مانند نیچه - که به شدت ضد عقل دکارتی است - نافی دوآلیسم (ثنویت) بوده‌اند، اما باید توجه داشت آن‌جا که کسی مانند نیچه دوگانگی میان فیزیک و متافیزیک و یا آخرت و دنیا را نفی می‌کند، متافیزیک و آخرت را هم نفی می‌کند و برآن است که نباید در برابر این جهان، جهانی را آفرید که مانع از توجه به زندگی این جهانی شود (شاهنده: ۴۲؛ سوفرن: ۳۸ - ۳۷). بنابراین در غرب اگر کسی دوگانگی میان عقل و دین، جسم و روح و دنیا و آخرت را نفی می‌کند، معمولاً این به سبب نفی وجه معنوی جهان و هستی که شامل دین و روح و آخرت می‌شود، بوده است و نه به دلیل آشتی دادن میان آن ابعاد از هستی. به‌طور کلی اندیشه روحانی و آرمان‌گرایانه در غرب جایگاه قابل توجهی ندارد. از آن سو آرمان‌گرایی در اروپا و به‌طور کلی غرب، خالی از وجوه عینی و شناخت دقیق انسان و علی‌الخصوص فطرت وی بوده است. آرمان‌گرایی اروپایی هرگز منشأ تحول و عامل زنده در اروپا نشد، بلکه نتیجه آن، «من»‌های سرگردانی شد که در میان دموکراسی‌های مغایر با هم در جست‌وجوی هویت خویش‌اند و وظیفه‌ای جز استثمار دیگران ندارند. اروپا بزرگ‌ترین مانع در راه پیشرفت اخلاق است، در حالی که اندیشه آرمان‌گرایانه یا ایدئالیسم اسلام دارای اندیشه‌هایی مبتنی بر وحی است که به عیان‌ترین ظواهر زندگی عمق می‌بخشد. هر مسلمان راستینی زندگی خویش را به آسانی فدای اعتقاد و آرمان خویش می‌کند (لاهوری، ۱۳۷۹: ۲۸۱-۲۸۰).

در مورد آرمان‌گرایی اسلامی باید از آرمان‌گرایی واقع‌بینانه سخن گفت، که در ذیل عملگر بودن اسلام قابل بیان و توجیه است. با مقایسه اسلام و مسیحیت، درمی‌یابیم که اسلام با جاذبه متقابل دو نیروی دین و تمدن شکل گرفت و در منظر اسلام معنویت یا آرمان و واقعیت دو نیروی متضاد و رویاروی نیستند، بلکه حیات معنویت در سازگاری با واقعیت و جهان ماده است و در صورت برهم خوردن این سازگاری، بنیادهای اساسی زندگی که مبتنی بر واقعیت‌ها است، نابود می‌شود (همان: ۴۳).

۴. ریشه‌های سکولاریستی رسانه کنونی در غرب: دوگانه‌های سکولاریسم

سکولاریزاسیون یک فرایندی است که به قداست‌زدایی یا غیردینی‌سازی نظام اجتماعی می‌پردازد (نصری: ۳۵۱). سکولاریزاسیون به مثابه یک فرایند در شاخصه‌های متعددی متبلور می‌شود که از جمله این شاخصه‌ها را می‌توان این‌گونه ذکر نمود که از نقاط منفی سکولاریسم نیز محسوب می‌شود:

زمان دین: یعنی آموزه‌های دینی حیثیت خود را از دست می‌دهند و راه را برای برنامه‌ریزی غیردینی باز می‌کنند (هوبر و لاتبای، ۱۳۸۹: ۲۸ و ۲۹).

سازگاری جهان: یعنی توجه افراد از نیروهای فراطبیعی جدا می‌شود و فقط به زندگی دنیوی معطوف می‌شود. سلب تقدس از جهان: در جهان، دیگر نیروهای غیرمادی نقش ندارند.

حرکت از جامعه مقدس به جامعه دنیوی: بدین معنا که عملکردهای سنتی کنار می‌رود و عملکرد عقلانی و فایده‌گرایانه جای آن را می‌گیرد. در سکولاریسم پیش فرض‌های دینی و تفاسیر الهی از انسان کنار زده می‌شود. (نصری: ۳۵۳ و ۳۵۲).

به عقیده سروش اگر بنا است سیاست بر مبنای علم باشد، دیگر نمی‌تواند همراه دین باشد و نیز اگر دین بخواند همراه سیاست باشد، دیگر آن سیاستی که در دین وجود دارد بر مبنای علم نخواهد بود (همان: ۳۶۲). سروش می‌گوید: «اگر دید علمی در عرصه طبیعت با اندیشه‌های دینی و الهی منافات دارد، دید علمی در عرصه سیاست هم با خداگرایی ناسازگار است، ولی حق این است که انسان می‌تواند خداشناس و دیندار باشد و در عین حال از مدیریت علمی هم بهره‌مند گردد». (همان: ۳۶۳).

و باز او می‌گوید:

«علمی اندیشیدن و به شیوه علمی مدیریت کردن، مقتضی آن است که هیچ چیز فوق چون و چرا و نقد و نظارت را در برابر علم نشانیم و از مدیران و میدان، عمل کورکورانه و غیرعقلانی را طلب نکنیم. بدین سبب است که حکومت سکولار فقط تعریف سلبی «غیردینی» را ندارد، بلکه وصف ایجابی نقد و نظارت را هم واجد است. لذا سکولاریسم را به این معنا هم بگیریم که دیگر در عرصه سیاست هیچ ارزشی و دستور سنجش ناپذیری وجود ندارد، یعنی ادبی و مقامی و منصبی و قاعده‌ای نداریم که فوق نظارت عامه باشد. از شخص حاکم گرفته تا نحوه حکومت و سیاستگذاری». (همان: ۳۶۳) (کیان، ش ۲۶: ۷).

این نگاه ارزش-آرمان‌ستیز سروش ریشه در جداانگاری علم و دین دارد. از این رو جداانگاری علم و دین می‌تواند به سکولاریسم سیاسی منجر گردد.

سروش می‌گوید:

«حق این است که دینی شدن سیاست فقط وقتی ممکن است که فهمی غیرمقدس از دین را با شیوه علمی همنشین کنیم، و الا دین مقدس را با سیاست غیرمقدس در آمیختن آب در هاون کوبیدن است» (همان: ۳۶۵).

آن‌چنان که دیده می‌شود از نظر سروش فهم‌های موعودی، آرمانی و ارزش‌گرایانه از دین - که تحت عنوان فهم‌های ایدئولوژیک به مهمیز انتقاد می‌کشاند - با سیاست غیرمقدس نمی‌تواند سازگار باشد؛ بنابراین در نگاه وی دین و سیاست تنها در صورت غیرمقدس بودن هر دو، با هم امتزاج می‌یابند. حال باید این سؤال را در افکند که آیا نمی‌توان فهمی مقدس از سیاست را با دین مقدس ممزوج کرد؟ و آیا اگر می‌توان از دین مقدس، فهمی غیرمقدس داشت، نمی‌توان از سیاست غیرمقدس، فهمی مقدس ارائه داد؟

به اعتقاد سروش اگر دین را با عقل تفسیر کنیم و عقلانی کنیم، سر از سکولاریسم در خواهیم آورد و تنها راه خروج از سکولاریسم پرهیز از عقلانی کردن دین است (همان: ۳۷۵). این نگاه سروش و به طور کلی نگاه دوگانه دیدن عقل و دین، به نگاه ثنویت‌گرایانه مسیح-دکارتی بازمی‌گردد. حال آن‌که در اسلام عقل به عنوان یکی از منابع معرفت دینی شناخته می‌شود و نیز جایگاه و مقام ویژه‌ای در میان منابع چهارگانه دارد (جوادی، ۱۳۸۰: ۶۷).

آیا علمی کردن دین به سکولاریزم منجر می‌شود؟ شاید پاسخ به این پرسش مثبت باشد، اما نمی‌توان تردید کرد که دینی کردن علم، عکس این فرایند خواهد بود.

دینی کردن علم به آن معنا که دین و علم در ذات خود - و نه در کشفیات بشری - پیوند ابدی دارند، چراکه اصول ذاتی دین و علم هر دو ابدی‌اند. شاید تفسیر فلان مفسر دینی از دین و فلان عالم از علم مطابق با ذات و واقعیت اصلی دین و علم نباشد، اما دین و علم در ذات خود جاودانه‌اند. دین در ذات خویش و قوانین طبیعت در ذات خویش ابدی

و سرمدی‌اند.

آن چنان که مشاهده می‌شود در تفکر سروش به‌عنوان سردمدار سکولاریسم در ایران - دوگانه‌انگاری‌های سکولاریستی به غایت چشم‌گیر است: میان عقل و دین، علم و دین، دنیا و آخرت، دین و سیاست و... . دوگانه‌انگاری میان مدرن شدن و دینی شدن نیز به وضوح در اندیشه اندیشمندان سکولار وطنی و هم‌چنین آنان که به سروشیسم دل‌بستگی دارند، مبرز است. این نگاه در حالی است که امروزه در غرب نیز نظریه تلازم سکولاریزاسیون و مدرنیزاسیون چندان محل اعتنا نیست و دچار تزلزل بنیادی گشته است. متفکران سابقاً سکولاری مانند یورگن هابرماس و پیتر برگر ابتدا از سکولاریسم و نیز تلازم سکولاریزاسیون و مدرنیزاسیون سخن می‌گفتند، اما بعدها در نظریه مزبور تجدیدنظر کرده و به پاسا سکولاریسم و هم‌چنین عدم تلازم سکولار شدن جامعه با نوسازی آن قائل شدند. در این راستا نقش برگر مهم‌تر از هابرماس بوده است. دیدگاه منحصر به فرد برگر - دیدگاهی که برگر امروزه به‌عنوان دیدگاه اولیه‌اش از آن تعبیر می‌کند - آن بود که پلورالیسم، باورهای باثبات را به تحلیل می‌برد و تحت فشار عوامل متکثرکننده مدرنیته، «سایبان مقدس» به «بینش متزلزل» تبدیل می‌شود. نتیجه محوری آن بود که پلورالیسم به‌طور اجتناب‌ناپذیری به عرفی شدن منجر می‌شود. نسخه برگر از نظریه عرفی شدن این دیدگاه را تأیید می‌کرد که میان نوسازی و عرفی شدن ارتباط ذاتی وجود دارد.

گسترش دایره مطالعات برگر، وی را با شواهد جدیدی مواجه ساخت و استقبال از این شواهد تجربی وی را به تجدیدنظر در نظریه عرفی شدن دین وادار ساخت که در کتاب افول سکولاریسم (۱۹۹۹) به صراحت آن را بیان کرده است.

برگر یکی از پیش‌قراولان بسط نظریه عرفی شدن و سکولاریسم بوده است و مرکز ثقل تحول اندیشه وی در این دو نقطه نهفته است:

۱. مدرنیته ضرورتاً به عرفی شدن نمی‌انجامد. در دنیای مدرن آنچه تغییر می‌کند عبارت است از، شیوه دینداری، یعنی این‌که باورهای دینی بر قطعیت و جزم سابق استوار نیستند. اما به هر حال، دینداری از میان مردم برچیده نمی‌شود.
۲. پدیده عرفی شدن، پدیده‌ای جهان‌شمول نیست. عرفی شدن، بیشتر یک پدیده غربی است و سرنوشت دین در غرب را نمی‌توان به کل جهان تعمیم داد.

برگر می‌گوید آنچه وی و بیشتر جامعه‌شناسان امور مذهبی در دهه ۱۹۶۰ در مورد عرفی شدن نوشته‌اند، تنها یک اشتباه بود. بحث اساسی و اصلی آن‌ها این بود که عرفی شدن و مدرنیته یا به پای هم پیش می‌روند. مدرنیته بیشتر، عرفی شدن بیشتر را به دنبال دارد.

مهم‌ترین عاملی که سبب شده است برگر در «نظریه عرفی شدن» تجدیدنظر کند، عبارت است از مطالعات او از جهان سوم (Berger, ۲۰۱۲, pp: ۱۳۳-۱۳۵) و خصوصاً ایران:

«در سال ۱۹۷۹ من در رم بودم؛ درست در بحبوحه انقلاب ایران. به دلیل این‌که قرار بود از طریق تهران به هند پرواز کنم، با نگرانی رویدادهای ایران را از تلویزیون ایتالیا دنبال می‌کردم. توده عظیمی از پیروان آیت‌الله خمینی با پوسترها و پلاکاردهایشان که به نظر می‌رسید تا انتهای افق گسترده شده‌اند، مدام شعار «الله اکبر» سر می‌دادند. به یاد اظهارنظری که یک دهه پیش درباره سکولاریزاسیون شنیده بودم افتادم و فهمیدم که اصلاً هم خنده‌دار نبوده است. در واقع، مقابله شورمند و هیجانی با عرفی شدن، دقیقاً چیزی بود که آیت‌الله خمینی در ذهن داشت و پیامد انقلاب ایران هرچه باشد، باید پذیرفت که فعلاً تا حدودی در این کار موفق بوده است.» (ibid: p ۱۳۳)

برگر بعدها انقلاب اسلامی ایران را یکی از نمونه‌هایی می‌شمارد برای این‌که مدرنیته الزاماً به کاهش دین نمی‌انجامد،

چراکه در دهه پنجاه، ایران و حکومت پهلوی با سرعت در حال مدرن شدن بود و پس از شوک نفتی و جهش خیره‌کننده نفت در آن دهه، شاه توانسته بود به سرعت ایران را در مسیر نوسازی جلو ببرد (Berger, ۱۹۹۴, P: ۹۷).

۱.۴. رسانه و سکولاریزاسیون

تقید به عینیت‌گرایی ژورنالیستی به غلبه و اشاعه این فکر منجر شده که احساسات مذهبی اگرچه در زندگی شخصی می‌تواند امری مطلوب و مقبول باشد، اما باید در عرصه زندگی جمعی و رسانه‌ای، به‌ویژه عرصه روزنامه‌نگاری، کنار گذاشته شود (هوور و لاندبای، ۱۳۸۹: ۲۹). با وجود آن‌که این تفکر در غرب نیز با مخالفانی جدی روبرو شده است، تردیدی نیست که رسانه اسلامی در عین تقید به صداقت و نه واقعیت، سعی می‌کند با نقشی هادیانه - مبشرانه و مبدراانه - واقعیت را با حفظ صداقت به سمت حقیقت و آرمان سوق دهد. رسانه اسلامی در این فرایند، واقعیت را می‌بیند، اما نظر به آرمان‌ها دارد و برای آن‌ها واقعیت را دیده و با صداقت تفسیر کرده و یا بازتاب می‌دهد. اما در این میان گاه ممکن است تقید به عین و گزارش مطابق با واقع خلاف اصول اخلاق و معارض با حقیقت باشد، برای مثال امکان آن وجود دارد که خبری موجب بر باد رفتن حیثیت کسی بشود و... از این رو با عطف به حقیقت و آرمان‌های اخلاقی و دینی، می‌توان از گفتن حقایق پرهیز کرد و حتی مطابق اصل ورع رسانه‌ای، این امر نه تنها پس‌نیده، که می‌تواند واجب شرعی باشد. اگرچه رسانه‌های غربی عمدتاً در همین شعار تقید به عینیت و پرهیز از برجسته‌سازی، خود به دور از عینیت شعار داده‌اند، اما تقید به عینیت در مقام نظر نیز لزوماً مطلوب نیست. در اسلام حریم خصوصی با احاله به حقوق و آزادی‌هایی نظیر منع تجسس، تحسس و تفتیش، استراق بصر و سمع و... تعریف می‌شود (انصاری، ۱۳۸۶: ۶۵). انعکاس تمامی موارد مزبور و برای مثال احوالات یک شخص در زندگی و محیط خصوصی خانواده خود می‌تواند مطابق با عینیت باشد، اما بی‌تردید مطابق با اصول اخلاقی و دین نیست. از این رو مطابقت با عینیت نمی‌تواند هدف غایی رسانه اصیل باشد، بلکه مهم‌تر از امری دینی و اخلاقی بودن رسانه باید مورد توجه قرار گیرد و این دینی و مطابق اصول اخلاقی بودن به بهترین شکل در ایدئولوژی انقلاب اسلامی که آرمان‌گرایی واقع‌بینانه با روش مدیریت انقلابی است، خود را به اثبات می‌رساند.

۵. از ایدئولوژی واقع‌مادی‌گرایانه تا ایدئولوژی آرمان‌معناگرایانه

مارکس، نگاه تحقیرآمیزی به ایدئولوژی دارد و آن را نوعی آگاهی کاذب معرفی می‌کند که متناسب با نظام مادی تولید مثلاً برده‌داری، فئودالیتته و بورژوازی پدید می‌آید. از آن جایی که این شرایط به شیء‌گشتگی انسان منجر می‌شود و الیناسیون را به وجود می‌آورد و استثماری‌اند، لاجرم ایدئولوژی برخاسته از آن‌ها نیز منفی و غفلت‌آفرین است. مارکس در این تلقی خود متأثر از هگل بود که اعتقاد داشت «ایده» به «آرمان‌ها» برخاسته از واقعیت‌های عادی و اجتماعی است (اشکوری، ۱۳۷۹: ۶۲).

در ایدئولوژی اسلامی، باید کوشید تا این ایدئولوژی را متناسب با قرآن طراحی و تداعی نمود؛ در این صورت دیگر ایدئولوژی اسلامی، انتقاد مارکس را نمی‌پذیرد. از سویی دیگر ایدئولوژی اسلامی برخلاف ایدئولوژی‌های مادی شیء‌گرایانه، به شیء‌گشتگی و از خودبیگانگی انسان منتهی نمی‌شود، بلکه سبب رهایی انسان از این دو پدیده می‌شود. مهم‌تر از همه آن‌که ایدئولوژی اسلامی، برخلاف ایدئولوژی‌های مادی و آرمان‌های مادی که انعکاس واقعیت‌های اجتماعی‌اند، باید بازتاب بنیان‌های پیشینی و نزولی قرآنی باشند، تا واقعیت و حقیقت در اتصال و هماهنگی با یکدیگر قرار گیرند.

رسانه اسلامی با اتکال و الهام به این‌گونه ایدئولوژی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه یا همان قرآن بنیان بودن، پیوند و آشتی و در عین حال تعالی آرمان و واقعیت خواهند شد. ایدئولوژی قرآن بنیان اسلامی، نه انعکاس صرف واقعیت، که عمدتاً

سازنده آن و در نهایت در پیوندی دیالکتیکی با واقعیت است.

در مرحله اطلاعات نیز تأثیرگذاری ایدئولوژی واضح است. این تأثیرگذاری را در طی مربع ایدئولوژیک مشخص می‌شود: اطلاعاتی که برای ما خوب است و برای دیگران بد، به طور صریح بیان می‌شود و برعکس (ون دایک، ۱۳۸۶: ۱۰۲).

سایت‌های علمی اینترنتی که در حوزه علوم تجربی فعالیت دارند نیز ایدئولوژیک‌اند، چراکه اساساً علم هم وجوه ایدئولوژیک و ارزشی دارد. تعریف ما از علم چه تعاریف دانشمندان مدرنیته و یا تعریف دانشمندان پست مدرن که تعریف نسبی‌گرایانه است، باشد؛ این پیش فرض را دارد که علم، دارای مبانی است. وجود مبانی غیرعلمی در علم، امروز از مسلمات فیلسوفان علم است، که این مبانی همواره مفروض دانشمندان بوده و از آن مبانی برای تأسیس یک نظریه و توجیه آن بهره می‌جویند و چه بسا که خود دانشمند علوم تجربی ملتفت آن مبانی نباشد. به طور مثال اصل علیت یکی از مبانی متافیزیکی در علوم جدید است که خود علوم این مبنا را از فلسفه اخذ کرده‌اند، در حالی که خود علم درباره اصل علیت هیچ‌گونه داوری ندارد. هم‌چنین می‌توانیم به این مبنا اشاره کنیم که در خصوص امور مادی باید به وسیله تجربه درباره آن‌ها تحقیق کنیم، در حالی که خود این اصل، اصلی تجربی نیست. وجود مبانی ارزشی و متافیزیکی در علم بسیار ظریف است که تنها با دقت می‌توان بخشی از آن‌ها را نشان داد (رشاد، ۱۳۸۹: ۲۵۳).

بی‌طرفی به معنای بی‌جهتی و نیز این‌که رسانه‌ای گرایش قوی‌تری نداشته باشد، غیرممکن است. رسانه در مقام باید و نبایدها، باید به طرف حق و حقیقت حرکت کند و نشانگاه (goal) خویش را رسیدن به آرمان یا حقیقت و به عبارتی خلاصه‌تر و ترکیبی «آرمان حقیقت» بداند. برای تحقق این هدف لازم است تا رسانه از یک‌طرفه بودن بپرهیزد، نه از طرفداری. مقام معظم رهبری به درستی در نقد رسانه‌های غربی انگشت تأکید بر روی یک‌طرفه بودن رسانه‌های غربی می‌نهد. رسانه آرمانی در منظومه فکری رهبری، رسانه‌ای است دوطرفه و حتی چندطرفه، که بی‌تردید نظر به آرمان‌ها دارد و در عین تفسیر و بازتاب صادقانه واقعیت رو به سوی آرمان دارد. رسانه‌ای که عزیمت خود را نه افشاگری، که کشف حقیقت می‌داند و نیز نیل به آن؛ این نیل ممکن است نه با گفتن واقعیت، که با کتمان آن حاصل آید.

۶. سازوکار رسانه غربی و اسلامی

در عملکرد و سازوکار رسانه‌ای سه دستورالعمل و مکانیزم کارکردی وجود دارد:

۱. اثر عاطفی-واکنش عاطفی^۱: قضاوت عاطفی و شخصی یک فرد درباره امور مختلف.
 ۲. داوری (که هنجاری و ارزشی است): ارزیابی هنجاری رفتارهای بشری.
 ۳. دریافت: ارزش‌گذاری اشیاء، مصنوعات، متون، وضعیت‌ها و به طور کلی آن‌چه خراج از پیکر انسان، اما حاصل کار و خلاقیت او است. هر سه مقوله، حاوی نوعی قضاوت و ارزیابی توسط انسان هستند. برای مثال در مقوله عاطفه، انسان عاطفه دیگری را با توجه به ایدئولوژی و نوع قضاوت خود تحت تأثیر قرار می‌دهد (وایت، ۱۳۸۶: ۵۷).
- اسلام نیز به اثر عاطفی گذاشتن بر مخاطبان تأکید دارد و از سویی دیگر اثر عقلانی را نیز مورد توجه خاص قرار می‌دهد. با رجوع به قرآن این امر به وضوح قابل رؤیت است. باید توجه داشت که برخلاف آن‌چه در غرب به صورت پارادایم غالب پذیرفته شده است، در اسلام عقل و عاطفه نه تنها روبه‌روی یکدیگر، که مکمل و همراه هم هستند. قضاوت در رسانه اسلامی متکی بر ایدئولوژی قرآن بنیان یا اسلامی است و عدالت، رکن رکن این ایدئولوژی است (یوسف مصطفی، ۱۳۸۶:

1. affect

۲۷۹-۲۷۸). به عنوان نمونه در مکانیزم داوری، برای مثال در مواجهه با متون مختلف، رویکرد تأویلی نسبت به متون که همان به اول و اصل برگردانیدن متن است، رویکردی حقیقت‌گرا است که به درستی از قرآن استخراج می‌شود.
۱.۶. از مربع ایدئولوژیک واقع‌گرایانه تا مربع ایدئولوژیک در آرمان‌گرایی واقع‌بینانه

مربع ایدئولوژیک ون دایک آن چیزی است که در واقعیت وجود دارد، اما واقعیتی که بی‌توجه و التزام واقعی و عملی به حقیقت و با آرمان برساخته شده است (غیاثیان، ۱۳۸۶: ۲۰۶). اما در الگوی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه مربع ایدئولوژیک به‌گونه‌ای دیگر است، چراکه اساساً برخلاف الگوی رئالیستی یا واقع‌بینانه ون دایک، اصالت در آن با واقعیت نیست، بلکه حقیقت و آرمان حائز اصالت‌مندی^۱ راستین است و عنوان آرمان‌گرایی در آرمان‌گرایی واقع‌بینانه حاکی از گرایشات آرمانی در این الگو است، که برای حصول آرمان‌ها یا رسیدن بدان‌ها، واقعیت را نیز در نظر می‌گیرد و به‌گونه‌ای انقلابی در صدد تغییر آن برمی‌آید. البته این تغییر انقلابی، دفعی و آنی و از نوع شهودی صرف نیست، بلکه توأمان با عقلانیت، منطق استدراج را به جای ایده پوپری-لیبرالی «مهندسی تدریجی» لحاظ می‌دارد.
در الگوی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه و مربع ایدئولوژیکی که با عطف نظر به آن طراحی می‌شود، کماکان هم‌چون الگوی واقع‌گرایی، گروه خودی و غیرخودی وجود دارد.

در نهایت در مربع ایدئولوژیکی که در نظرگاه آرمان‌گرایی واقع‌بینانه تداعی می‌شود، مؤلفه‌های چهارگانه مربع ایدئولوژیکی رئالیستی، چهار مؤلفه متضاد قرار می‌گیرد که به شرح ذیل است:

۱. تأکید بر نکات مثبت ما

۲. تأکید بر نکات منفی آن‌ها

۳. رفع تأکید از نکات منفی ما

۴. رفع تأکید از نکات مثبت آن‌ها

و در مقابل در الگوی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه: ابتدا بایستی به جای واژه «تأکید» که معادل «برجسته‌سازی» است - و همواره برجسته‌سازی در رسانه امری به معنای غلوکردن و زیرپا گذاشتن اصول اخلاق است - از واژه «توجه» که خالی از سوگیری پیش‌داورانه است، بهره برد:

۱. توجه بر نکات مثبت ما

۲. عدم توجه بر نکات منفی آن‌ها

۳. توجه بر نکات منفی ما

۴. توجه بر نکات مثبت آن‌ها

یکی از مهم‌ترین و پرکاربردترین کارکردهای ایدئولوژیک زبان، بهره‌گیری از راهکار مثبت‌نمایی خود و منفی‌نمایی دیگری است و اساس آن بر پایه همان مربع ایدئولوژیکی است که قبلاً به آن اشاره شد (غیاثیان، ۲۰۷: ۱۳۸۶). مثبت‌نمایی بار منفی دارد، به حسب قید «نمایی» در این دو واژه، این دو فاکتور در رسانه اسلامی نباید وجود داشته باشد. مثبت‌سازی و منفی‌سازی باید هدف رسانه اسلامی باشد. از این دو هدف می‌توان تحت عنوان مرسوم و دینی امر به معروف ایجاب یا مثبت‌سازی و نهی از منکر سلب یا منفی‌سازی نام برد. رسانه اسلامی، نه مثبت‌نما و نه منفی‌نمای صرف، که هم‌نمای مثبت و هم‌نمای منفی امور را به تصویر می‌کشد تا این‌گونه التزام به عدالت محقق شده باشد و نیز بدین‌سان مربع ایدئولوژیکی در رسانه اسلامی تبدیل به «مربع عدالت» می‌گردد.

۷. اخلاق و سیاست

در سیاست دینی برخلاف سیاست غیردینی، اخلاق نه تنها متعارض با سیاست نیست، که لازمه و اصل قوام بخش آن است.

سروش در مقاله «ارزیابی معنا و مبنای سکولاریسم» می‌گوید: اگر دین در سیاست دخالت کند قداست خود را از دست خواهد داد (همان: ۳۶۱). سروش می‌گوید:

«وقتی سیاست غیرمقدس، یعنی علمی، و دین مقدس می‌ماند، آن دو از هم جدا می‌شوند و جدایی دین از سیاست در سکولاریسم به این معنا است.» (نصری: ۳۶۲)

در حقیقت جداانگاری اخلاق و سیاست، همانند جداانگاری دین و سیاست ریشه در سکولاریسم دارد که خصلت ذاتی آن دوگانه‌انگاری دکارتی است. دوگانه‌انگاری دکارتی و مدرن که میان دین و دنیا، دنیا و آخرت، سوژه و ابژه و... تقابل می‌نهد. البته در مسیحیت نیز زمینه‌های دوگانه‌انگاری وجود دارد و اگر دکارت راه را اشتباه می‌رود، این مسئله ناشی از مسیحیت تحریف شده نیز هست؛ مسیحیتی که روی آوردن به دنیا را سبب از دست دادن آخرت و نیز شعار کار مسیح را به مسیح واگذار کن و کار قیصر را به قیصر سر می‌دهد. جالب این‌جا است که تمایز و تقابل نهادن میان ارزش‌ها و واقعیت‌ها و به طبع اخلاق و سیاست نه تنها در مسیحیت کاتولیک، که در مسیحیت پروتستانی و مدعی اصلاح نیز وجود دارد و جالب‌تر آن‌که پروتستان‌تیزم خود یکی از ریشه‌های سرمایه‌داری و نیز لیبرال-دموکراسی می‌شود. کاپیتالیسم یا سرمایه‌داری و لیبرال دموکراسی نیز در برابر اسلام قرار می‌گیرد (آربلاستر، ۱۳۷۷: ۱۶۰-۱۶۴). دلایل اصلی مخالفت اسلام با دموکراسی غرب، فقدان بنیان‌های اخلاقی در آن است، چراکه اخلاق و سیاست در نزد اسلام پیوند والایی دارند (لاهوری، ۱۳۶۸: ۱۴۳-۱۴۲). با رویکردی آسیب‌شناسانه نسبت به سیاست جهانی در قرن بیستم از سیاست نبوی به جای سیاست فرعون‌ی باید سخن گفت که برخلاف سیات فرعون‌ی که مبتنی است بر تخریب جان و جهان و کشاندن انسان‌ها به زنجیر، بر آزاد کردن انسان‌ها و جایگزینی ردایل با فضایل تأکید دارد (فضلی، ۱۳۸۵: ۲۶۹). سیاست فرعون‌ی همان تعبیر دیگر سیاست ماکیاولیستی تهی از اخلاق عمومی است:

«ماکیاولی بر اساس استنباطی که از سیاست دارد، برای فراهم آوردن شرایط تحکیم دولت هر کاری را مجاز می‌داند و به همین سبب سیاست را از هرگونه جنبه تقدس عاری می‌شمارد... از زمان ماکیاولی ما شاهد جدایی سیاست از تقدس هستیم.» (جهانگللو: ۱۷، ۲۱، ۲۲) (زرشناس: ۴۰)

در واقع سکولاریسم با جدا کردن راه سیاست از امر مقدس و تقدس، راه را برای ماکیاولیسم و اخلاقیات مادی‌گرایانه هموار می‌سازد. از آن سو اسلام پیوند عمیقی میان امر قدسی یا دینی و امر دنیوی می‌بیند. دولت و حکومت در اسلام تلاشی است تا آن‌چه را که روحانی و قدسی است در قالب ساختارها و سازمان‌های بشری جنبه عینی، عملی و دنیوی بگیرد (لاهوری، ۱۳۶۸: ۱۷۷). اسلام جدایی دین و دولت را نمی‌پذیرد و در اسلام یک حقیقت وجود دارد، که از یک زاویه، دستگاه دینی و از زاویه دیگر، دستگاه حکومتی دیده می‌شود؛ ولی هر دو یکی است و حتی دو روی یک سکه نیست (همان: ۱۷۶).

۸. مدیریت انقلابی

تقابل نهادن میان مدیریت، همانند تقابل نهادن میان روح و جسم در نزد دکارت و اندیشه مدرنیته، به علاوه در دوگانه‌انگاری آرمان و واقعیت نیز ریشه دارد. چنان‌که می‌دانیم هم‌اکنون لیبرالیسم پارادایم حاکم بر جهان است. در

واقع یکی از ویژگی‌های لیبرالیسم تمایز نهادن میان انقلابی‌گری و مدیریت و نیز آرمان و واقعیت است: «این جدایی قلمرو دینی و معنوی از قلمرو دنیوی و مادی (مطروحه پروتستان‌تیسیم) را می‌توان یکی از ویژگی‌های لیبرالیسم، یعنی تمایز میان ارزش‌ها [آرمان‌ها] و واقعیت‌ها دانست». (آربلاستر: ۱۶۴-۱۶۰)

در عرصه بین‌الملل نظریات ایدئالیستی که در دامان لیبرالیسم مطرح گشته‌اند، چندان محلی از اعراب نداشته و کماکان گفتمان غالب، رئالیسم و واقع‌گرایی است. رسانه‌های بین‌المللی نیز به مثابه بازتاب‌دهنده این وضعیت، در عین حال خود محصول بازنمایی این پارادایم غالب و چیره هستند.

در شرایطی که واقع‌گرایی مادی‌گرایانه، پارادایم غالب بر روابط بین‌الملل است، مشی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران که مبتنی بر آرمان‌گرایی واقع‌بینانه - تز بخردانه مقام معظم رهبری - است توانسته ساختارهای متصلب ماهیت روابط بین‌الملل را شکسته و در آن انعطاف بی‌سابقه‌ای ایجاد کند. آرمان‌گرایی واقع‌بینانه آن چیزی است که واقعیت و نیز واقعیت حاکم بر جهان که واقع‌گرایی و رئالیسم خشن است می‌بیند و آن‌گاه نظر به آرمان‌ها به مثابه مصباح و میزان رفتار در صحنه بین‌الملل، واقعیت را در جهت نیل به آرمان‌ها تغییر می‌دهد و مدیریت می‌کند. این مدیریت، از آن‌جایی که هم با انتظام‌بخشی و هم با انقلابی‌گری یا آرمان‌گرایی توأمان است، همان چیزی است که در سفر خراسان شمالی، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای تحت عنوان «مدیریت انقلابی» مطرح فرمودند.

با اتکای به «آرمان‌گرایی واقع‌بینانه» به مثابه نوعی «هستی‌شناسی» و «مدیریت انقلابی» به منزله گونه‌ای «روش‌شناسی»، امروزه اسلام به‌عنوان یک مکتب غنی و پرتوان و دارالاسلام به‌عنوان واحد سیاسی آن، می‌تواند تأثیرگذارترین واحد سیاسی در صحنه بین‌الملل باشد.

رسانه اسلامی نیز بر مبنای اندیشه‌ای انقلاب اسلامی که همانا مدیریت انقلابی و آرمان‌گرایی واقع‌بینانه است، رسالت ساختارشنکی گفتمان غالب بر شرایط بین‌الملل - گفتمان رئالیستی مادی - را عهده‌دار است.

۹. ایراد نظریه‌پردازان؛ نقش آن‌ها در آرمان‌گرایی غیرواقع‌بینانه

رسانه‌های زیادی در عرصه نظریه‌پردازی حضور دارند؛ که غالباً زبان آکادمیک یا به تعبیر دقیق‌تر نخبه‌گرایانه را برای بیان برمی‌گزینند. بسیاری از این رسانه‌ها (که شامل سایت‌های تحلیلی-تبیینی، نشریات و... می‌شود) خود دارای مدیران مسئول و یا سردیرانی اهل نظر و نظریه‌پردازی هستند. نظر به موارد مزبور نیاز است تا آسیب‌شناسی حوزه نظریه‌پردازی که در رسانه‌ها اصلی‌ترین انعکاس و محل خویش را می‌جوید، مورد توجه و مذاقه قرار گیرد. این‌جا چون روی سخن ما با نظریه‌پردازان است و این گروه والاترین گروه در عرصه فکری هستند ناچار باید به شیوه خود آنان، نظری سخن گفت.

نظریه‌پرداز باید اطمینان حاصل کند که مشاهده و اعتقادات او و نیز کسی که درباره او پژوهش می‌کند صرفاً محصول فرافکنی یا انتقال و یا جابه‌جایی روانی او و فرد مورد پژوهش نیست. تصویر آرمانی انسان‌ها از آرمان‌شهر و نیز انسان آرمانی می‌تواند محصول فرافکنی و نیز از خودبیگانگی باشد. رابرت تاکرا از خودبیگانگی را مشکلی روحی و روانی و نتیجه خواسته‌های مفرط نفس می‌داند؛ خواسته‌های مفرط نفس که ناظر به آرمان‌گرایی زیاده‌خواهانه و غیر واقع‌بینانه است (اسپرینگز، ۱۳۷۷: ۸۷-۸۵). نظریه‌پرداز می‌بایستی فرافکنی‌های فردی خویش و آرمان‌گرایی‌های افراطی که انتقادات رادیکال از اوضاع سیاست و اجتماع را در پی خواهد داشت، کنترل و تعدیل کند تا توانسته باشد نظری راهگشا و اصلاحی ارائه دهد.

ذکر این نکته ضروری است که آرمانی بودن یک تفکر یا امری، هرگز آن را از وجوه واقعی تهی نمی‌سازد. آرمان‌شهر

هرگز در برابر واقعیت یا امری غیرواقعی نیست، بلکه تنیده شده با واقعیت است. همان‌گونه که اسپریگنز می‌گوید: «مفهوم آرمان‌شهر به زبان پل تیلیش «امکاناتی را ارائه می‌دهد که اگر آرمان‌شهر پیش‌بینی نمی‌کرد، از دست می‌رفتند. آرمان‌شهر پیش‌بینی‌کننده دستاوردهای بشر است و ثابت شده است که بیشتر چیزهایی که آرمان‌شهر پیش‌بینی کرده است، تحقق یافته‌اند». (اسپریگنز: ۱۲۲) و باز تیلیش می‌گوید:

«... بدون پیش‌بینی‌های آرمان‌شهر زندگی بشر را کد می‌ماند؛ انسان خود را در وضعی می‌بیند که نه فقط رشد فرد، بلکه تحقق فرهنگی امکان‌ات بشری نیز متوقف می‌شود...». (همان: ۱۲۶)

به‌راستی هم چنان که مقام معظم رهبری تأکید کرده‌اند، نباید آرمان‌گرایی را با پرخاشگری یکسان دانست و نیز نباید مصلحت را امری منفور پنداشت. آن‌چه از نگاه رهبری مستفاد می‌شود، این است که میان مصلحت‌گرایی و آرمان‌گرایی تقابلی وجود ندارد. ایشان فرمودند:

«هیچ منافاتی وجود ندارد بین وظایفی که جوانی و آرمان‌گرایی به انسان دیکته می‌کند و بین ملاحظه مسائل مدیریتی کشور، ملاحظه تدبیر و درایت مدیریتی در کشور».

اما آرمان‌شهر در عین حالی که هادی واقعیت است، اگر فارغ از تفکرات جمعی و دینی باشد به بیراهه خواهد رفت. آرمان‌شهر مهدوی به مثابه چراغ فانوس راهنمایی در دریای تلاطم واقعیت‌ها است و کمک می‌کند تا هرگز نه خویش را غرق سازیم و نه همراهان را.

آرمان‌شهر که شامل انسان و جامعه آرمانی می‌شود به مثابه سنجه و مقیاس داوری عمل کرده و انتقاد افراد از جامعه و انسان زمانه‌شان، تا حدی حاصل آن است:

«معیارهایی که نظریه‌پرداز برای جامعه بازسازی شده خیالی خود در نظر می‌گیرد، «هنجارهایی» برای زندگی سیاسی نیز هست. هنجار؛ شکل، طرح و یا مفهومی است که به عنوان محک و معیار به کار می‌رود. نظریه‌پرداز از بینش خود از جامعه خوب و انسان خوب- به صورت معیار استفاده می‌کند و با آن شکل‌گرفتنی جامعه را می‌سنجد». (همان: ۱۲۶)

برخی نیز آرمان‌شهر را برابر نهاد اوضاع نابهنجار کنونی و سنجه‌ای برای داوری درباره جامعه‌های ناساز و نامطلوب می‌دانند (اصیل، ۱۳۸۱: ۱۷).

۱۰. هستی‌شناسی؛ به مثابه بنیان فاعل و فعل (ذهن و عمل) در رسانه

در این بخش تفکرات اقبال لاهوری به عنوان مؤسس گفتمان مجدد و احیاگر در اسلام - در دوران جدید- (رشاد: ۱۲۳) و نیچه به منزله پیچ عبور از مدرنیسم به پست مدرنیسم و پدر پست مدرنیسم- را مورد مذاقه و تحلیل قرار می‌دهیم تا از این رهگذر تفاوت بنیادی رسانه اسلامی که باید در عصر جدید در پی احیای دین باشد و گفتمان پست مدرنیستی که جهان و ماهیتی نیچه‌ای دارد را دریابیم.

میان هستی‌شناسی و اندیشه سیاسی-اجتماعی رابطه‌ای ناگسستنی وجود دارد که بیش از شرایط بیرونی زندگی انسان بر رفتار اجتماعی او مؤثر است؛ به حدی که می‌توان گفت نظام سیاسی اجتماعی زاینده طرز جهان‌بینی جامعه و فرع بر نوع نگاه آنان است. هستی‌شناسی اولین مبنای هر اندیشه سیاسی و اجتماعی است و برای شناخت ماهیت اندیشه سیاسی و اجتماعی هر رسانه‌ای و نیز اصحاب رسانه شامل مؤلفین و مترجمین و... نخست باید هستی‌شناسی نهفته در پشت تجلیات و تفکرات رسانه‌ای را دریافت (طلباطبایی فر، ۱۳۸۴: ۲۹۲). بنابراین پرداختن به هستی‌شناسی به عنوان مبنایی برای هرگونه اندیشه سیاسی و اجتماعی که در رسانه بیش از هر جایی مطرح می‌شود، ضروری می‌نماید.

در ادامه می‌آید ملاحظه خواهیم نمود که هستی‌شناسی اقبال و گفتمان احیاگری، مبتنی بر هماهنگی میان آرمان و واقعیت و ارزش نهادن به تجربه در عین تقدس اصول، و از سویی هستی‌شناسی نیچه‌ای یا پست‌مدرنی بر تعارض میان آرمان و واقعیت تأکید دارد. ضمن آن‌که اساساً پست‌مدرنیسم و اندیشه نیچه‌ای، به آرمان و حقیقت نظر خوشی نمی‌افکند. این سنخ اندیشه‌ها با حقیقت و امور ذاتی یا ذاتی بودن امور مخالفت می‌کنند و در برابر از نسبی‌گرایی یا چشم‌اندازگرایی دفاع می‌کنند. این نسبییت و هرهری مسلکی آن چیزی است که به وضوح، امروز در رسانه غربی مشاهده می‌شود. فقدان اصول ثابت و نیز فارغ بودن رسانه غربی از التزام به حقیقت و تحقق آرمان‌ها از سویی و از سویی دیگر تسلیم شدن محض به واقعیات روزمره از مشخصه‌هایی است که هم در پست‌مدرنیسم و هم در اندیشه نیچه بارز است. نیچه امکان شناخت «سرشت جهان به طور فی‌نفسه» را ناممکن می‌داند، می‌گوید که ما انسان‌ها در قلمرو ایده‌ها هستیم و هیچ شهودین می‌تواند به آگاهی ما بیفزاید. و در بحث چشم‌اندازگرایی خویش به نسبی‌گرایی و عدم شناخت یقینی قائل است (نیچه، ۱۳۸۹: ۹۱).

اما اکنون باید هستی‌شناسی را تعریف کرد تا سپس بتوان آن را به مثابه بنیان فاعل و فعل (ذهن و عمل) در رسانه دریافت. مقصود از هستی، جهان خارج از ذهن، چون طبیعت و کیهان است که انسان به طریق ذهن بدان آگاهی می‌یابد (ابن‌رشد: ۷۹)، بنابراین هستی‌شناسی شامل کیهان‌شناسی نیز می‌شود. از لحاظ ریشه‌شناسی، اصطلاح Ontology همان علم وجود یا هستی‌شناسی است. از این اصطلاح دو تعبیر و معنا استنباط می‌شود:

۱. برخی از فیلسوفان با قرار دادن هستی‌شناسی در مقابل پدیدارشناسی، از هستی‌شناسی علم به ذوات معقول یا به اصطلاح کانت به Nomen یا شیء فی‌نفسه مراد می‌کنند نه شناخت ظواهر یا پدیدارها (فولکیه، ۱۳۷۸: ۳).

۲. معنی متعارف و کلاسیک هستی‌شناسی، شناخت و علم موجودهای جزئی نیست، بلکه علم به وجود به نحو کلی و عام است؛ یعنی وجودی که در تمام موجودات یافت می‌شود. از این‌جا است که اصطلاح مابعدالطبیعه عمومی یا علم وجود از آن جهت که وجود است و دارای صفات ذاتی است به میان می‌آید. ارسطو نیز در تعریف فلسفه اولی یا هستی‌شناسی آن را دانش مطالعه وجود از آن جهت که وجود است (من حیث هو هو) و فهم صفات ذاتی آن می‌داند (همان: ۳۴).

نیچه نه معنای کلاسیک هستی‌شناسی را قبول دارد و نه معنای جدید آن را. چراکه او در برابر تعریف جدید با شیء فی‌نفسه کانتی مخالف است و در مقابل معنای کلاسیک با امر عام، کلی و نیز اولی دشمنی می‌کند. بنابراین باید گفت که نیچه با هستی‌شناسی و امکان شناخت هستی مخالف بوده است. او نیز مانند هگل علاوه بر این‌که با «شیء در خود» و هر مفهوم متافیزیکی که حاکی از «واقعیتی» مستقل از تجربه و ادراک انسانی، یا ذات نهفته در پس ظواهر محسوس و ملموس باشد و نیز با هر نوع اندیشه جوهرگرا مخالف است (نیچه، ۱۳۸۹: ۱۲). در نگاه نیچه، خود فی‌نفسه یک «دغل‌کاری برتر» و «آرمانی» است (کوفمان: ۱۲۴). نیچه کارکرد معرفت و ذهن را تنها برای مهار زندگی مفید دانسته و انسان را قادر به شناخت هستی و شدن نمی‌داند (گادامر، ۱۳۸۷: ۱۲). بنابراین او به دانش شناخت هستی یا هستی‌شناسی باور ندارد. از آن سو اقبال هر دو معنای هستی‌شناسی را مورد توشیح و مطمح نظر خویش قرار می‌دهد.

اقبال در هستی‌شناسی خویش و برای تبیین آرمان‌گرایی واقع‌بینانه بر آن است که روش صوفیانه در جهان اسلام که بر اساس «وحدت وجود» پایه‌گذاری شده است، حقیقت خودی یا فردیت را مورد انکار قرار داده است و انسان را به خودانکاری می‌کشاند. در برابر این خودانکاری، او آرمان دینی و اخلاقی بشر را در خوداثباتی می‌بیند که مبتنی است بر هر چه فردتر شدن انسان (صابر: ۱۸۳). از نظر او وحدت وجود، عده زیادی از مسلمین را به طرف نفرت و انزجار از فعالیت و زندگی سوق داده است (سعیدی، ۱۳۷۰: ۹۹-۹۸). وی با مکتب وحدت وجود از ریشه مخالف بود، چراکه این مکتب نه

مرکز محدود تجربه را قبول دارد و نه جهان را واقعیتی عینی به حساب می‌آورد (صابر: ۱۸۱). اقبال تأکید می‌کند که اندیشه اسلامی نگاه خویش را بر امور ذاتی و ملموس، یعنی آن‌چه محدود به حدود است، دوخته است. لذا هر تحقیقی باید از ذاتیات آغاز شود و این بدان معنی است که وجود مقدم بر اندیشه یا ماهیت است (کافی: ۶۲). در برابر اقبال که به ذاتیات برای امور قائل است، نیچه امور را از ذات تهی می‌کند تا جایی که به همین سبب از سرچشمه‌های اصلی تحلیل گفتمان به عنوان فلسفه‌ای ذات‌زدا می‌شود؛ چراکه تحلیل گفتمان نیز ذات‌زدا است. نیچه به شدت با آرمان‌گرایی و مفهوم آرمان سرستیز دارد و از نگاه او هیچ هم‌زیستی میان آرمان و واقعیت نمی‌تواند وجود داشته باشد و آرمان‌ها را حاصل بزدلی و ترس انسان‌ها از مواجهه با واقعیت می‌انگارد. در حالی که اقبال بر این باور است که اگر زندگی بدون آرمان و مجاهده باشد، بقایی ندارد (لاهوری، ۱۳۷۹: ۱۴۶)، از آن سو نیچه، به نحوی رادیکال علیه آرمان و آرمان‌گرایی داد سخن سر داده و ضعیفان را از آن‌رو مایل به وضع آرمانی می‌داند که به سبب ضعف و زبونی از آری‌گویی به واقعیت گریزانند و با ساختن وضعی آرمانی و دروغین خود را از واقعیت و ترس عبور دهند (کوفمان: ۱۹۰). نیچه حتی از جست‌وجوی متافیزیکی خاستگاه اجتناب می‌ورزد و در هستی‌شناسی خویش مخالف متافیزیک است (کپهون: ۳۷۳).

او در بحث چشم‌اندازگرایی خویش با کل‌گرایی و وحدت معرفتی مخالفت می‌کند و در دشمنی خود با توحید و مفهوم خدا از تصادفی بودن همه امور و بی‌برنامه بودن هستی دفاع می‌کند (زیباکلام: ۱۹۳). در مقابل نیچه و تفکر پست‌مدرنی، رسانه اسلامی به مانند آن‌چه در تفکر پدر گفتمان احیاگری و سپس اعتلای آن یعنی امام خمینی (ره) مطرح می‌شود باید کل‌گرا، قائل به حقیقت فی‌نفسه و ذاتی، شناخت مطلق و اصالت متافیزیک به عنوان مفروضات خود باشد؛ تا آن‌گاه بر مبنای این مبانی و مفروضات بتواند به سوی اسلامی شدن برود.

۱۱. از ابرواقعی ضد حقیقت تا ابرواقعی معطوف به حقیقت

ژان بودریار به عنوان متفکری پست‌مدرن و ضد حقیقت - در بحث از جهان مجازی مدعی می‌شود که به جای مجازی و غبرواقعی بودن، از رسانه باید به منزله ابرواقعی تعبیر نمود، چراکه رسانه اهمیتی مضاعف نسبت به واقعیت یافته و در واقع دیگر نمی‌توان به واقعیت دست یافت، بلکه مواجهه ما تنها با چیزهایی است که رسانه‌ها به ما می‌دهند. پیش از این نیز فرانسوا لیوتار اولین فیلسوف پست‌مدرن - نشان داده بود که تصویر واقعیت از خود واقعیت مهم‌تر است. این غلبه تصاویر بر واقعیت در روان‌شناسی سیاسی نیز امروزه مورد تأکید قرار می‌گیرد (مشیرزاده، ۱۳۸۹: ۱۴۲-۱۳۹). آن‌چه بودریار در مفهوم ابرواقعی بودن مورد نظر دارد، در واقع از یک امر فروواقعی و دون واقعیت بودن رسانه خبر می‌دهد، چراکه رسانه غربی با تحریف واقعیت و یک‌طرفه بودن، ذوواقعیت را به ابتذال کشانده و خود نیز دون آن قرار می‌گیرد. بنابراین اجازه می‌خواهم تا به جای ابرواقعی از مفهوم «فروواقعی» یا به جای زبرواقعی از «زبرواقعی» بهره ببرم. در مقابل باید گفت در رسانه اسلامی ابرواقعی یا فراواقعیت معطوف به حقیقت خواهد بود؛ حقیقتی که در حکم منشأ و نیز علت غایی و هدف عالی است.

رسانه اسلامی، ابرواقعی حقیقی است؛ چراکه با لحاظ داشتن ورع و صداقت به عنوان روش‌هایی دینی، حقیقت را که فراسو و فرادست واقعیت است - و نیز آن‌چه که واقعیت در جهت آن باید تغییر و هدایت داده شود هدف و غایت نهایی خویش قرار می‌دهد. این‌گونه است که رسانه اسلامی در ذیل و ظل آرمان‌گرایی واقع‌بینانه معطوف به حقیقت، و مدیریت انقلابی با سه ضلع ورع، صداقت و تخصص شکل می‌گیرد. در حقیقت می‌توان گفت که آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به مثابه هستی‌شناسی که باید دین‌محور و قرآن‌بنیان باشد و مدیریت انقلابی به مثابه روش‌شناسی متحقق خواهد شد.

برخلاف رسانه غربی که به قول یورگن هابرماس، محصول دما دم در تغییر و نسبی زیست جهان است و نقش نامه‌رسانی را دارد که صرفاً بازتاب و مقهور زیست جهان است (ام هوور، ۱۳۸۶: ۹۵)، رسانه اسلامی با اتکای به اصل آزادی و اختیار در اسلام، به تغییر واقعیت و مفهوم خلیفه الهی که همانا برتری و سروری انسان در گیتی است، می‌اندیشد. ضمن آن‌که نگاه هابرماس به رسانه نگاهی خوش‌بینانه است، چراکه نقش آن‌ها را به نامه‌رسان تقلیل می‌دهد. در حالی‌که رسانه نه تنها در شاکله نامه‌رسان، که در محتوای نامه نیز متجلی است و خواه و ناخواه واقعیت را تغییر می‌دهد. این تغییر واقعیت در رسانه غربی عمدتاً با تحریف واقعیت متناظر است و اما در رسانه اسلامی با حاکم بودن آرمان‌گرایی واقع‌بینانه معطوف به حقیقت و روش مدیریت انقلابی، در پی قلب واقعیت و متحول کردن آن است؛ تا بدین طریق حرکت از وضع موجود به وضع موعود محقق گردد.

نتیجه‌گیری

با اتکای به «آرمان‌گرایی واقع‌بینانه» به مثابه نوعی «هستی‌شناسی» و «مدیریت انقلابی» به منزله گونه‌ای «روش‌شناسی»، امروزه اسلام از رهگذر رسانه اسلامی، می‌تواند وجود داشته باشد.

به‌راستی هم‌چنان که مقام معظم رهبری تأکید کرده‌اند، نباید آرمان‌گرایی را با پرخاشگری یکسان دانست و نیز نباید مصلحت را امری منفور پنداشت. آن‌چه از نگاه رهبری مستفاد می‌شود این است که میان مصلحت‌گرایی و آرمان‌گرایی تقابلی وجود ندارد. ایشان فرمودند:

«هیچ منافاتی وجود ندارد بین وظایفی که جوانی و آرمان‌گرایی به انسان دیکته می‌کند و بین ملاحظه مسائل مدیریتی کشور، ملاحظه تدبیر و درایت مدیریتی در کشور».

در بیان مزبور علاوه بر تأکید رهبری بر آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به مثابه سیستم و پارادایم حاکم بر انقلاب اسلامی، به صراحت می‌توان لزوم مدیریت انقلابی را که روش انقلاب اسلامی است، مشاهده نمود. و نیز نباید از این نکته غافل بود که مقام معظم رهبری در نهایت اصالت را در میان آرمان‌گرایی و واقع‌بینی به آرمان‌گرایی می‌دهند و می‌فرمایند: «در تصمیم و عمل رهبری باید عقلانیت در خدمت اصول قرار بگیرد، واقع‌بینی در خدمت آرمان‌گرایی‌ها قرار بگیرد». رهبری فرزانه، آرمان‌ها را غیرقابل تغییر، ولی سازوکارهای رسیدن به آرمان‌ها را در کنار واقع‌بینی، قابل نوسازی معرفی می‌کنند.^۱

به‌طور کلی در فرهنگ غربی و تبع آن رسانه غربی، عقل و عشق، عقل و دین، منفعت و مصلحت، تکلیف و نتیجه، دنیا و آخرت، روح و جسم و آرمان و واقعیت در برابر هم گذارده شده‌اند، گویی برابر نهاد یکدیگرند. اما در الگوی اسلام که همانا آرمان‌گرایی واقع‌بینانه است، تمامی موارد مزبور نه تنها «تقابل» و «تعارض»، که حتی تمایز ندارند، بلکه رابطه «تطابق» میان آن‌ها حاکم است. در رسانه اسلامی امتزاج و همگرایی عقل و دین، علم و دین، دنیا و آخرت، جسم و روح و در نهایت آرمان و واقعیت رخ می‌دهد و این امتزاج و ممزوج شدن مستلزم مدیریتی انقلابی در رسانه است. آرمان‌گرایی واقع‌بینانه معطوف به حقیقت و مدیریت انقلابی نیز در تلازمی تنگاتنگ بوده و وجود هر کدام مستلزم وجود دیگری است. با مترتب شدن مدیریت انقلابی به مثابه روش‌شناسی و آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به منزله هستی‌شناسی و میزان و مصباح، نه تنها رسانه اسلامی، که اسلامی شدن هر نهاد و مجموعه دیگری را نیز می‌توان انتظار کشید. آن‌چه که مقتضی رسانه اسلامی است، آرمان‌گرایی واقع‌بینانه بوده که در عرصه داخلی و خارجی با استکبارستیزی، استثمارستیزی

و استقلال‌خواهی دین‌ورزانه - و نه ناسیونالیستی - مشخص می‌شود. رسانه اسلامی با ملحوظ قرار دادن دارالاسلام به مثابه جایگاه خود و نیز این نکته مهم که دارالاسلام مفهومی غیرجغرافیایی بوده و همه افراد در همه نقاط جهان که به اسلام معتقدند را شامل می‌شود، شکستن ساختارهای متصلب بین‌الملل و دمیدن روح حقیقت‌گرایی در این ساختارها را با الگوی انقلاب اسلامی، مطمح نظر خویش قرار می‌دهد. رسانه اسلامی به مثابه یک رژیم رسانه‌ای نوین باید الگودارزی و مدل‌سازی نموده و ایده‌های خود را با رسانه‌های دیگر در اقصی نقاط گیتی به اشتراک بگذارد؛ یعنی همان رسالتی که انقلاب اسلامی ایران از آغاز بر آن بوده است. رسانه اسلامی در نهایت باید امتزاج عقل و دین، علم و دین، عقل و عاطفه، دین و سیاست، اخلاق و سیاست، روح و جسم، دنیا و آخرت و به‌طور کلی آرمان و واقعیت را به رخ بکشد و به اثبات عملی برساند. در واقع رسانه اسلامی - به مثابه پیش‌قراول مبارزه با سکولاریسم - تمام دوگانه‌های سکولاریسم را در هم شکسته و خود مصداق پیوند دوگانه‌های مورد ادعای سکولاریسم می‌شود.

منابع

۱. احمدی، بابک (۱۳۷۴)، مدرنیته و اندیشه انتقادی، تهران، نشر مرکز
۲. اسپریگنز، توماس (۱۳۷۷)، فهم نظریه‌های سیاسی، ترجمه فرهنگ رجایی، تهران، نشر آگه
۳. استیس، واتر ترنس (۱۳۹۰)، دین و نگرش‌های نوین، ترجمه احمد رضا جلیلی، تهران، انتشارات حکمت
۴. اصیل، حجت‌اله (۱۳۸۱)، آرمان‌شهر در اندیشه ایرانی، تهران، نشر نی
۵. ام. هور، استوارت و لاندبای، نات (۱۳۸۹)، بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ، ترجمه مسعود آریایی نیا، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های
۶. انصاری، باقر (۱۳۸۶)، حقوق حریم خصوصی، تهران، انتشارات سمت
۷. ایگلتن، تری (۱۳۸۱)، درآمدی بر ایدئولوژی، ترجمه اکبر معصوم بیگی، تهران، نشر آگه
۸. آبلستر، آنتونی (۱۳۷۷)، ظهور و سقوط لیبرالیسم غرب، ترجمه عباس مخبر، تهران، نشر مرکز
۹. قادری، حاتم (۱۳۸۶)، اندیشه‌های سیاسی در قرن بیستم، تهران، انتشارات سمت
۱۰. حری، عباس، (۱۳۷۸)، اطلاع‌شناسی، در اطلاع‌رسانی: نگرش‌ها و پژوهش‌ها، تهران، کتابدار
۱۱. جمشیدی، محمدحسین (۱۳۸۹)، مبانی و روش‌شناسی تبیین (با تأکید بر اندیشه سیاسی) تهران، دانشگاه امام صادق (ع)
۱۲. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۰)، انتظار بشر از دین: سلسله مباحث پیرامون دین‌شناسی، قم، مرکز نشر اسراء
۱۳. جهاننگلو، رامین (۱۳۷۲)، ماکیاولی و اندیشه رنسانس، نشر مرکز
۱۴. چالمرز، آلن. اف (۱۳۸۷)، چیستی علم «درآمدی بر مکاتب علم‌شناسی»، ترجمه سعید زیباکلام، تهران، انتشارات سمت
۱۵. رابینسون، دیوید (۱۳۸۰)، نیچه و مکتب پست‌مدرن، ترجمه ابوتراب سهراب و فروزان نیکوکار، تهران، نشر پژوهش فروزان‌فر
۱۶. رشاد، علی‌اکبر (۱۳۸۹)، درنگی در گفتمان‌های سه‌گانه منجمد، منجمد و مجدد، قم، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی
۱۷. زرشناس، شهریاری (۱۳۸۰)، اشاراتی درباره لیبرالیسم در ایران، تهران، انتشارات تهران
۱۸. زیباکلام، فاطمه (۱۳۷۸)، سیر اندیشه فلسفی در غرب، تهران، سمت
۱۹. سعیدی، غلامرضا (۱۳۷۰)، اندیشه‌های اقبال لاهوری، به کوشش و مقدمه، سید هادی خسروشاهی، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی
۲۰. سلطانی، سید علی‌اصغر (۱۳۸۴)، قدرت، گفتمان و زبان: سازوکارهای جریان قدرت در جمهوری اسلامی ایران، تهران، نشر نی
۲۱. سمتی، محمد مهدی (۱۳۸۵)، عصر سی‌ان‌ان و هالیوود، ترجمه نرجس خاتون براهوئی، تهران، نشر نی
۲۲. سوفرن، پیرابیر (۱۳۸۸)، زرتشت نیچه، ترجمه بهروز صفدری، تهران، نشر بازتاب نگار
۲۳. شاهنده، نیکو (۱۳۸۶)، زن در تفکر نیچه، تهران، نشر قصیده‌سرا
۲۴. صابر، غلام (۱۳۸۸)، کی بر کگار و اقبال، ترجمه محمد بقایی، تهران، نشر یادآوران
۲۵. عالم، عبدالرحمن (۱۳۸۸)، تاریخ فلسفه سیاسی غرب، ج ۱، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی
۲۶. فولکیه، پیل (۱۳۷۸)، هستی‌شناسی (بحث وجود)، ترجمه دکتر یحیی مهدوی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی
۲۷. کاپلستون، فردریک (۱۳۸۲)، تاریخ فلسفه، ج ۵، ترجمه امیر جلال‌الدین اعلم، تهران، علمی و فرهنگی
۲۸. کوفمان، والتر (۱۳۸۸)، نیچه، هایدگر و بوبر، ج ۲، ترجمه فخرالدین رادمهر، تهران، نشر چشمه
۲۹. کپون، لارنس (۱۳۹۰)، از مدرنیسم تا پست‌مدرنیسم، ترجمه عبدالکریم رشیدیان، تهران، نشر نی
۳۰. گادامر، هانس گئورگ (۱۳۸۷)، مکتب فرانکفورت و نیچه، ترجمه حامد فولادوند، تهران، مهر نیوشا
۳۱. لاهوری، محمد اقبال (۱۳۷۹)، بازسازی اندیشه دینی در اسلام، ترجمه محمد بقایی ماکان، تهران، انتشارات فردوس
۳۲. مددپور، محمد (۱۳۸۱)، انقلاب اسلامی و نظریه پایان تاریخ، قم، نشر بضعه‌الرسول

۳۳. مدرسی، فاطمه (بی‌تا)، «اقبال لاهوری، نغمه‌سرای بیداری»، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران، شماره ۱۵۳
۳۴. مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۹)، تحول در نظریه‌های روابط بین‌الملل، تهران، انتشارات سمت
۳۵. مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، انسان کامل، تهران، انتشارات صدرا
۳۶. نامه‌ها و نگاشته‌های اقبال لاهوری (۱۳۶۸)، به کوشش: بشیراحمددار، ترجمه عبدالله ظهیری، مشهد، انتشارات جاوید
۳۷. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۹)، ارتباطات بین‌المللی، ج ۱، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها
۳۸. نصر، سید حسین (۱۳۸۴)، آرمان‌ها و واقعیت‌های اسلام، ترجمه انشاءالله رحمتی، تهران، جامی
۳۹. نصری، عبدالله (۱۳۸۳)، انتظار بشر از دین، بررسی دیدگاه‌ها در دین‌شناسی معاصر، تهران، مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر
۴۰. نقوی، علی محمد (۱۳۵۸)، ایدئولوژی انقلابی اقبال، م. م. بحری، تهران، اسلامی
۴۱. نیچه، فردریش (۱۳۸۹)، فلسفه، معرفت و حقیقت، ترجمه مراد فرهادپور، تهران، هرمس
۴۲. وبستر، فرانک (۱۳۸۳)، نظریه‌های جامعه‌اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران، انتشارات قصیده‌سرا
۴۳. یالوم، اروین (۱۳۹۰)، روان‌شناسی اگزیستانسیالی، ترجمه سپیده نجیب، تهران، نشر نی
۴۴. یوسفی اشکوری، حسن (۱۳۸۰)، خرد در ضیافت دین، تهران، انتشارات قصیده‌سرا
۴۵. اقبال، جاوید، اقبال، اتحاد عالم اسلام و جهان اسلام، از شناخت اقبال، به کوشش: غلامرضا ستوده، تهران: دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران، ۱۳۶۵ش
۴۶. ام‌هور، استوارت، از رسانه تا معنا، ترجمه اسماعیل بشری، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، شماره ۱، شماره پیاپی ۶۹، بهار ۱۳۸۶ش
۴۷. انصاری، نورالحسن، «اقبال و جهان بینی او»، در: شناخت اقبال، به کوشش: غلامرضا ستوده، تهران: دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران، ۱۳۶۵ش
۴۸. خندان، محمد، نگاهی تطبیقی به آرای اطلاع‌شناسی لوچونیا فلوریدی و رافائل کاپورو، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، بهار ۱۳۸۸ش
۴۹. شاه‌علی، احمدرضا، اخلاق رسانه‌ای و حریم خصوصی، رویکردی اسلامی، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال بیستم، شماره ۴، شماره پیاپی ۸۰، بهار ۱۳۸۸ش
۵۰. غیائیان، مریم‌السادات، بازنمایی «ما» و «آن‌ها» (تصویر سفیدپوستان و مسلمانان در نشریات غرب پس از یازده سپتامبر ۲۰۰۱)، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، شماره ۱، شماره پیاپی ۶۹، بهار ۱۳۸۶ش
۵۱. فضل‌ی، قادر، «سیاست و دیانت در دیوان اقبال»، فصلنامه تخصصی دانشگاه باقرالعلوم، شماره سی و ششم، زمستان ۱۳۸۵ش
۵۲. کافی، مجید، «اقبال لاهوری و جامعه‌شناسی معرفت»، حوزه و دانشگاه، شماره ۲۱، بی‌تا
۵۳. وایت، آر. آر، معنی‌شناسی ارزشی و موضع‌گیری ایدئولوژیک در گفتمان روزنامه‌نگاری، ترجمه پیروز ایزدی، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، شماره ۴، شماره پیاپی ۷۲، زمستان ۱۳۸۶ش
۵۴. ون دایک، تئون، ای، نظرات و ایدئولوژی‌ها در مطبوعات، ترجمه زهرا حداد و کوثر شهینی، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، شماره ۴، شماره پیاپی ۷۲، زمستان ۱۳۸۶ش
۵۵. یوسف مصطفی، محمود، نگاهی به روابط عمومی در ارتباطات اسلامی: مطالعه‌ای در سیره تبلیغی پیامبر اکرم (ص)، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، شماره ۱، شماره پیاپی ۶۹، بهار ۱۳۸۶ش
۵۶. افزاه، عباس (۱۳۸۲)، مدیریت کیفیت اطلاعات جامع در مدیریت دانش. چهارمین کنفرانس مدیران کیفیت
۵۷. بیک‌زاده مرزبانی، ناصر؛ سوری، حسن (۱۳۸۶) رهبری سازمانی و توانمندسازی منابع انسانی در مدل راهبردی مدیریت دانش. چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت
۵۸. اکبریپور شیرازی، محسن سوری، حسن (۱۳۸۴)، بهبود فرایندهای کسب و کار با استفاده از مدیریت دانش، دومین کنفرانس مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات

59. Berger Peter.L,A, Rumor of Angels:Modern Society and theRediscovery of the Supernatural,2011.

60. "The Gross National Product and the Gods". The McKinseyQuarterly.Issue, 1994.

61.The Postmodern Culture ed; Anderson, charls; Fontana press; 1998

62.Davenport, T.H. and L. Prusak, Working Knowledge; How Organizations Manage What They Know. Boston: Harvard Business School Press, (1998).

63.<http://www.jahannews.com/vdcezp8wzjh8xei.b9bj.html> تاریخ رجوع: ۱۳۹۱/۷/۲۸