برجسته‌سازی تقریب مذاهب اسلامی در رسانه‌های جهان اسلام، رهیافتی برای تقویت و پاسداری از اتحاد مسلمانان درعصر جهانی شدنِ رسانه‌ها

برجسته‌سازی تقریب مذاهب اسلامی در رسانه‌های جهان اسلام، رهیافتی برای تقویت

و پاسداری از اتحاد مسلمانان درعصر جهانی شدنِ رسانه‌ها

بهرام جبارلوی شبستری[1]

چکیده

وحدت و همزیستی دینی و مسالمت آمیز مسلمانان با یکدیگر و به عبارتی، احیا و استحکام اصل اخوت و همبستگی اجتماعی بین مسلمانان؛ یکی از دستورهای صریح قرآن کریم و همچنین یکی از دغدغه های اصلی و همیشگی اهل البیت (علیهم السلام) به شمار می رود. اما اقدامات و تبلیغات وسیع دشمنان درونی و بیرونی وحدت جهان اسلام، جهت برانگیختن تعصب های فرقه‌ای؛ دشمن‌تراشی های کاذب از شیعه برای سنی و از سنی برای شیعه؛ تفرقه افکنی میان دولت‌های مسلمان و کوشش برای تشدید اختلافات و تبدیل آن به دشمنی ها و معارضه های لاینحل؛ تکفیر و تفسیق های نابجای مسلمانان و صاحبان فرق اسلامی و ....؛ همه و همه، موجب شده اند که اساسی ترین راهبرد تقویت و پاسداری از اتحاد مسلمانان و دستیابی به وحدت اسلامی که "تقریب مذاهب اسلامی" نامیده می شود؛ در طول تاریخ، بویژه در عصر جهانی شدنِ رسانه ها با چالش های متنوع و متکثری روبرو گردد. لذا، تبیین و تقویت عوامل وحدت بخش از سوی رسانه های جهان اسلام از یک سو؛ و تضعیف اثربخشی عوامل بازدارنده و ضربه زننده به وحدت جهان اسلام از سوی دیگر؛ که از منظر فعالیت های ژورنالیستی، برجسته سازی عناصر تقریب مذاهب اسلامی در فرآیند مدیریت پیام نامیده می شود. رهیافتی موثر برای پاسداری از اتحاد مسلمانان در عصر جهانی شدنِ رسانه ها محسوب می شود که حتی، قابلیت و توانایی مقابله با دست های آلوده و زبان های مزدوری که می خواهند به وحدت اسلامی ضربه بزنند را دارد. همچنین در این راستا، به نظر می بایست با پی گیری مجمع جهانی

تقریب مذاهب اسلامی و با مشارکت سازمان کنفرانس اسلامی، علما و رهبران برجسته جهان اسلام و همچنین دست اندرکاران امور ارتباطاتی و رسانه ای کشورهای اسلامی، کنوانسیون ها و پروتکل‌هایي تهیه و عملیاتی شوند که ناظر بر عملکرد تقریب مذاهبی انواع رسانه ها، بویژه کانال های تلویزیونی باشند. چرا که اولاً، میزان دسترسی و حتی میزان علاقه مندی برای پیام گیری از کانال های تلویزیونی پخش مستقیم ماهواره ای نسبت به سایر رسانه ها رو به تزاید است؛ و همچنین در طی چند سال اخیر، مخالفان وحدت جهان اسلام و راهبرد تقریب مذاهب اسلامی، برای ایجاد، گسترش و تعمیق تعصب و اختلافات مذهبی میان امت اسلام، بیشترین استفاده را از این نوع کانال‌های ارتباطی به عمل آورده اند.

واژه های کلیدی: وحدت اسلامی، تقریب مذاهب اسلامی، رسانه ها، برجسته سازی، عصر جهانی شدنِ رسانه ها.

1- مقدمه

وحدت[2] و همبستگی از عناصری به شمار می روند که پایه های قوام هر جامعه ای را تشکیل می دهند. برای این که، اگر اجزای یک جامعه دچار چندگانگی و تفرقه شوند، اساسش به هم می ریزد و دچار هرج و مرج خواهد شد[3] و در این میان، بي گمان نخستین منادي وحدت اسلامی و امت واحده شدن[4]، قرآن کریم است. چنان چه در بیش از پنجاه آیه[5] به موضوع اختلاف، وحدت، روش هاي پیشگیري و راه هاي به دست آوردن اتحاد، اشاره شده است که همگي نشان مي دهد، این موضوع از نظر قرآن داراي چه اهمیتي است[6] (حیدری، 1388: ص ص 2-1).

از سوی دیگر، وحدت و همزیستی دینی و مسالمت آمیز مسلمانان با یکدیگر و به عبارتی، احیا و استحکام اصل اخوت و همبستگی اجتماعی بین مسلمانان؛ یکی از اولویت های دینی و از دغدغه های اصلی و همیشگی اهل البیت (علیهم السلام) بوده است. به طوری که، تاکید بر حضور و همگامی در عبادات، مراسم و مناسك اجتماعی مسلمانان (نماز جماعت، نمازهای جمعه و عیدین، فریضه حج)؛ معاشرت نیکو و مدارا با مخالفان (خوش خلقی و ملایمت، پرهیز از پرخاشگری و ناسزاگویی، توجه به عواطف مذهبی)؛ ملاحظه اختلاف افکار و توانایی های افراد (پرهیز از تحمیل عقیده، ترك مخاصمه و ستیزه جویی، پرهیز از تکفیر)؛ و برائت از انحرافات و بدعت های وحدت شکن؛ از جمله توصیه ها و راهکارهای به شمار می روند که برای تقویت و پاسداری از وحدت اسلامی در سیره نظری و عملی امامان (علیهم السلام)، متجلّی می باشند (آقانوری، 1389). و از این روست که، حضرت امام علی (علیه السلام)، بزرگترین عامل عزت و سرفرازی امت های پیشین را اتحاد و اتفاق؛ و بالاترین عامل شکست و ذلت و سقوط آنها را تفرقه و جدایی می داند[7]. همچنین ایشان وجود مبارک پیامبر اعظم حضرت محمد (صلی ا علیه و آله و سلم) را مایه وحدت مردم و خاموشی فتنه ها و اختلافات معرفی کرده است[8] و در خطبه 176 نهج البلاغه به امت اسلامی هشدار داده است که: «خداوند سبحان، به هیچ کس از پیشینیان و بازماندگان آنها، بر اثر تفرق و جدایی خیری عطا

نکرده است.»

اما، اساسی ترین راهبرد تقویت و پاسداری از اتحاد مسلمانان[9] و به عبارتی جامع تر، دستیابی به وحدت جهان اسلام که "تقریب مذاهب اسلامی[10]" نامیده می شود؛ در طول تاریخ، بویژه در عصر جهانی شدنِ رسانه ها[11] با دو گروه از عوامل بازدارنده مواجه می باشد که عبارتند از (پگاه حوزه، 1386 و عبدو، 1389 و پاک آیین، 1/1389: ص ص 66 و 69-68 و آقانوری، 1389):

- دسته نخست که ناشی از عملکرد خود مسلمانان است [افراطیون مذهبی ناآگاه و عمدتاً فریب خورده] و مهمترین محورهای آن عبارتند از: تعصب شدید؛ قوم‌گرایی؛ مذهب گرایی افراطی؛ جهل و ناآگاهی از مذاهب دیگر؛ پیروي از هواهاي نفساني؛ ادعاي تحريف قرآن از سوي شيعه؛ تکفیر و تفسیق های نابجای مسلمانان و صاحبان فرق اسلامی[12]؛ سیاست های حاکم بر دنیای اسلام در گذشته و حال؛ و پیدایش حکمرانان متعدد و سلسله های رقیب، طی سده های مختلف در جهان اسلام.

- دسته دوم که ناشی از عملکرد، کینه ها و بدخواهی های دشمنان بیرونی وحدت جهان اسلام، بویژه غربی ها است و مهمترین محورهای آن عبارتند از: فتنه انگیزي در جهت تشدید و تقویت اثر بخشی اقدامات و تبلیغات افراطیون مذهبی داخل جهان اسلام؛ دامن زدن به اختلافات قومی و مذهبی[13] (شکل شماره 1)؛ ایجاد اختلاف میان کشورهای مسلمان[14] و...

شکل شماره 1- هلال شیعی[15] در خاورمیانه.

ماخذ: دانشنامه اینترنتی ویکی پدیا (2010).

حال، با توجه به آن چه بیان شد؛ این نوشته به دنبال پاسخگویی به این سئوال می باشد که، "آیا در عصر جهانی شدنِ رسانه ها، برجسته سازی تقریب مذاهب اسلامی در رسانه های جهان اسلام، می تواند به عنوان یکی از رهیافت[16]های موثر برای تقویت و پاسداری از اتحاد مسلمانان و مقابله با دشمنان و ضربه رنندگان به وحدت اسلامی به شمار آید؟"

2- روش تحقیق

در این مطالعه از روش تحقیقِ اسنادی[17] استفاده شده است و برای پاسخگویی به سئوال مدنظر؛ اطلاعات مورد نیاز، پس از مراجعه به محتوای منابع و مآخذِ مرتبط با موضوع تحقیق که در قالبِ کتاب ها، مقالات علمی، اخبار و گزارش های خبری انتشار یافته و به نوعی در دسترس بوده اند؛ به شیوه فیش برداری گردآوری شده و سپس در چارچوب بحث و بررسی، مورد استفاده قرار گرفته اند.

3- نتایج و بحث

3- 1- در این جهان رسانه ای شده؛ چه بخواهیم و چه نخواهیم، همه چیز رسانه ای می شود!؟

جهاني شدن رسانه ها[18] شايد از آن روز آغاز شد كه صفحه روزنامه‌اي و يا صداي راديويي از جامعه‌اي به جامعه ديگر رسيد و مخاطباني در آن سوي مرزهاي سياسي كشورها پيدا كرد. اما واقعیت این است که، تحولات تکنولوژیکی و ظهور رسانه های جدید در طی دو دهه اخیر، موجبات تغییرات اساسی و بنیادی در ارتباطات جهانی[19] شده است. چنان چه امروزه گسترش سیستم های فیبر نوری[20]، پیوندهای ماهواره ای[21]، شبکه های ارتباطات اینترنتی[22] و همچنین آزاد سازی سیستم های مخابراتی[23]؛ موجب شده اند که حتی امکان دور زدن قدرت های نظارتی دولت ها که در داخل مرزهای کشورها بر رسانه ها اعمال می شود، ممکن گردد و از سوی دیگر، امکان دسترسی به اطلاعات و تبادل اطلاعات بین جوامع محلی با جوامع دوردست جغرافیایی به سهولت فراهم شود (گورمن و مک لین، 2009: ص ص 266-265 و عبدالرشيدي، 1389: ص 6).

لذا در جهانی رسانه ای شده امروز، که از مختصات آن می توان به فعالیت های ژورنالیستی[24] هزاران هزار کانال رادیوتلویزیونی پخش مستقیم ماهواره ای[25] و یا اینترنی[26] و همچنین میلیاردها وب سایت[27] اینترنتی به همراه میلیون ها وبلاگ[28] و همچنین ده ها هزار روزنامه[29] و مجله[30] با نسخه اینترنتی اشاره کرد؛ [حداقل ما می‌توانیم به این نتیجه برسیم که تا چه اندازه سرعت آگاه شدن و به دنبال آن وسعت آگاه شدن نیز رو به افزایش است (محسنیان راد، 1389: ص1).]

بنابراین با توجه به آن چه بیان شد، هر موضوعی از جمله، موارد اختلافی جزیی و تخصصی مرتبط به فرق اسلامی نیز، همانند دیگر موضوعات و مسائل، حتی اگر در نشست های علمی هم ارائه شود و متولیان آنها، تمایلی برای طرح مباحث مطرح شده در نشست ها را در رسانه ها نداشته باشند؛ باز هم، به شدت در معرض رسانه ای شدن قرار دارند؛ و در این میان، مهم این است که کدام رسانه، با توجه به بُرد پوشش جمعیتی و اعتبار منبعی که در میان مخاطبان خود دارد؛ آن موضوع را تحت پوش خبری[31] قرار دهد.

به طور مثال اگر یک پایگاه اینترنتی و یا یک وبلاگ کم مخاطب، موضوع تفرقه انگیزی را مطرح کند؛ شاید اتفاقی خاصی به همراه نداشته باشد (شکل شماره 2). اما اگر همان موضوع را یک کانال تلویزیونی ماهواره ای مانند "العربیه[32] (شکل شماره3)" صرفاً به عنوان یک خبر بیان کند و حتی پوشش خبری آن را هم انجام ندهد؛ داستان برانگیختی جامعه هدف، چیزی دیگری خواهد بود و موضوع برجسته سازی در این جا، معنا پیدا می کند.

شکل شماره 2- پوشش خبری اظهارت ضد شیعی امام جمعه مسجد الحرام در یک پایگاه اینترنتی.

شکل شماره 3- لوگوی کانال تلویزیونی پخش مستقیم ماهواره ای العربیه که در زمینه برجسته سازی مسائل تفرقه انگیز بین شیعیان و اهل سنت، پیشرو به شمار می رود.

3-2- در تمامی رسانه ها، فرآیند برجسته سازی انجام می یابد؛ البته عمدتاً با این رویکرد که: همیشه خوب ها با ما هستند و بدها با دیگران!؟
امروزه تصور دنیای بدون رسانه برای ما غیر ممکن است و حتی، بسیاری از ما فکر میکنیم که واقعیت که است این حقیقت اما .برسندمیبه ما ها رسانه طریق از که هستند چیزهایی همان اجتماعی های اخبار و رویدادها تا به گوش ما برسند از صافی هایی (عملکرد دروازه بانان[33] در فرآیند دروازه بانی[34] اخبار و اطلاعات در رسانه ها / شکل شماره 4) عبور میکنند که معلوم نیست با محتوای آنها چه میکنند. یعنی بر خلاف آن چه ما گمان میکنیم، رسانه ها با بی طرفی کامل، صرفاً برای آگاه ساختن مخاطب، در تلاش و تکاپو هستند؛ رسانه ها همیشه و امروزه، بیش از هر زمان دیگر، تحت تاثیر اغراض و اهداف سیاسی و اقتصادی و منافع خاص گروهی، جاه طلبی ها و قدر تطلبی ها قرار دارند. به طوری که: سانسور، خودسانسوری، گروه های فشار، گرایش های شخصی و سلیقه های فردی، منافع گروهی، محدودیت های مکانی و زمانی، فرصت تصمیم گیری، تکنیک های خاص ژونالیستی، شرایط جغرافیایی، سیاسی، اقتصادی و ...؛ همه و همه، از عواملی هستند که بر جریان گزارش دهی و خبر رسانی توسط رسانه ها تاثیر میگذارند (بروجردی علوی، 1372: ص ص 19-18).

شکل شماره 4- مدل دروازه بانی اخبار دیوید منینگ وایت[35]
ماخذ: بروجردی علوی، 1372: ص 20.

بنابراین، تاثیر برداشت های دروازه بانان[36] وسایل ارتباط جمعی[37] از واقعیت های اجتماعی بر روی مخاطبان، بدیهی ترین تاثیر دروازه بانی بر روی شناخت مخاطبان و شکل دهی جهان بینی آنان است؛ و در عمل، اطلاعاتی که از دروازه گذشت، جزیی از واقعیت های اجتماعی میشود و توانایی آن را دارد که نگرش های مخاطبان را تحت تاثیر قرار دهد تا آنان در مورد چه مسائلی و یا چه چیزهایی فکر کنند؛ و یا به هیجان آیند (بروجردی علوی، 1372: ص 23 و کوا ِنشه ادیو[38]، 2005: ص 38).
حال، با توجه به آن چه بیان شد؛ رسانه ها با به کارگیری برخی تاکتیک ها و روش ها موجب می شوند که یک رویدادی تحت الشعاع عوامل گوناگون خبری، زمانی، مکانی و...؛ بزرگتر از اندازه خود و با اهمیت

جلوه کند؛ یا کوچکتر از اندازه خود و بی اهمیت جلوه کند؛ یا به نوعی در میان خبرهای دیگر محو شود. به عبارتی رسانه ها در انتقال پیام، نوعی جریان سازی و اولویت گذاری می کنند که برجسته سازی[39] نامیده می شود (شکل شماره 5)؛ و در این میان، هنگامی که موضوعات از رسانه ها به اذهان مخاطبان منتقل می شوند؛ ارتباطات میان فردی می تواند جریان های خبری را تقویت و تشدید کند و یا بالعکس آنها را ضعیف و کُند نماید (سورین و تانکارد،1381: ص ص 345 و 348 و 355 و دیرینگ و راجرز، 1996: ص 6).

شکل شماره 5- سه مولفه سازنده و اساسی هر فرآیند برجسته سازی و روابط متقابل بین آنها و همچنین عوامل پیرامونی موثر بر آنها.
ماخذ: دیرینگ[40] و راجرز[41] (1996: ص 5).

به طور مثال، رسانه های جهان غرب و حتی برخی رسانه های متعلق به خود مسلمانان که رویکرد ضدیت با راهبرد تقریب مذاهب اسلامی دارند (خواسته و یا ناخواسته / به عمد و یا در اثر فریب دشمنان خارج از جهان اسلام)؛ تلاش می کنند که با طرح مسائل ضد تقریبی، شیعیان را در نزد سنی ها و یا سنی ها را نزد شیعیان بد به نظر در آوردند و به عبارتی دیگر، موارد اختلافی جزیی و تخصصی میان فرق گوناگون اسلامی، بویژه بین شعیه و سنی را، حتی اگر به نشست های علمی نیز ارجاع یافته باشد، با پوشش خبری گسترده و جریان سازی تخریبی در اذهان مخاطبان هدف خود برجسته کنند.
چنان چه، مقام معظم رهبری حضرت آیت ا خامنه ای (1389) در پیامی به حجاج بیت‌ا الحرام در اول ذی الحجه الحرام 1431؛ تاکید کرده اند: «.... از سه دهه پیش که با پیروزی انقلاب اسلامی و تشکیل نظام جمهوری اسلامی، این خیزش پر قدرت آغاز شد، امت بزرگ ما بی‌وقفه پیش رفته، موانعی را از سر راه برداشته و سنگرهایی را فتح کرده است. پیچیده‌تر شدن شیوه‌های دشمنی استکبار و تلاش پر هزینه‌ای که در مقابله با اسلام می‌کند نیز به دلیل همین پیشرفت‌ها است. تبلیغات وسیع دشمن در جهت اسلام‌هراسی، تلاش شتاب‌زده‌ای که برای ایجاد اختلاف میان فرقه‌های اسلامی و برانگیختن تعصب‌های فرقه‌ای می‌کند، دشمن‌تراشی‌های کاذب از شیعه برای سنی و از سنی برای شیعه، تفرقه‌افکنی میان دولت‌های مسلمان و کوشش برای تشدید اختلافات و تبدیل آن به دشمنی‌ها و معارضه‌های لاینحل، استفاده از سازمان‌های اطلاعاتی و جاسوسی برای تزریق فساد و فحشا میان جوانان، همه و همه، واکنش‌های سرآسیمه‌گون و آشفته در برابر حرکت متین و گام‌های استوار امت اسلامی به سوی بیداری و عزت و آزادگی است...»

بنابراین، مسلمانان و بویژه کارگزاران رسانه های دارای بُرد پوششی وسیع و موثر جهان اسلام؛ با توجه به فرمان خداوند متعال در قرآن کریم که: «این است امت شما، که امتی یگانه است...[42]»؛ بایستی تمام مذاهب اسلامی را در چارچوب "یک من واحد که امت اسلامی" نامیده می شود، بپذیرند؛ و در نتیجه به هنگام پوشش خبری رویدادها و جریان سازی های رسانه ای، به منظور تقویت و پاسداری از اتحاد مسلمانان و همچنین ناکام گذاشتن دشمنان درونی و غربی وحدت جهان اسلام؛ عناصر تقریب مذاهب اسلامی را در رسانه های خود برجسته سازی کنند که اهم این عناصر عبارتند از:

- پیروان مذاهب اسلامی، دارای دین واحدی هستند و در اصول اساسی اسلام (توحید، نبوت و معاد) اختلافی ندارند. به عبارتی اگر چه، در بحث های کلامی، اصولی، فقهی، حدیثی و تفسیری اختلاف دارند. اما اختلاف آنها در اصول اعتقادی نیست.

- توجه پیروان مذاهب به اشتراک آنان بر اعتبار منابع و مبانی اجتهادی کتاب و سنت که در زمان رسول خدا (صلی ا علیه و آله و سلم) وجود داشته و احکام شرعی حوادث واقعه از آنها استخراج می شده است.

- اعتقاد به این مسئله که تقریب مذاهب اسلامی در عصر کنونی امری ضروری است. چرا که دشمنان اسلام از هر سو مسلمانان را احاطه کرده اند.

- انتخاب شیوه های پسندیده پیشوایان مذاهب در بحث ها و مناظره ها از سوی پیروان مذاهب.

- اذعان به این مطلب که در شرع، بی دلیل قاطع و روشن، نمی توان پیروان دیگر مذاهب را تکفیر کرد؛ چرا که همه به اسلام اعتقاد دارند.

- تبیین و توضیح اختصاصات مذاهب برای دیگران، توسط علما و احتراز از شایعات و تهمت های رایج درمیان پیروان یک مذهب، نسبت به دیگر مذاهب و همچنین تکیه بر مشترکات و ترک اختلافات.

3-3- مصادیقی از عملکرد فتنه گران رسانه ای در جهت تضعیف وحدت جهان اسلام و ناکارآمد نشان دادنِ راهبرد تقریب مذاهب اسلامی!؟

حجت‌الاسلام والمسلمین سید حامد علم الهدي، معاون مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی در جریان گفت و گویی با خبرگزاری تقریب (1389) به نوعی، مصادیقی از عملکرد فتنه گران رسانه ای در جهت تضعیف وحدت جهان اسلام و ناکارآمد نشان دادنِ راهبرد تقریب مذاهب اسلامی را بیان کرده است که در بخشی از این گفت و گو آمده است: «امروزه رسانه‌هاي ماهواره‌اي بيش از فعاليت هاي اينترنتي و سايت ها و خبرگزاري ها مي‌توانند در جوامع بشري موثر باشند. ما شاهد هستيم كه در سال هاي اخير شبكه هاي تلويزيوني ماهواره اي متعددي مستقيماً با پول ايالات متحده [و يا افراطيون متعلق به برخی مذاهب اسلامی[43]] راه‌اندازي شده است. وقتي مي‌گوييم مستقيماً، يعني خبر دقيق داريم كه از بودجه دولت آمريكا و مصوب ايالات متحده، در اين مسير هزينه شده است. شبكه اي درست مي‌شود ذيل عنوان اهل سنت به نام شبكه نور كه، در عين حال كه سعي كرده يك شبكه مذهبي باشد؛ يعني مسائل مستهجن و غيراخلاقي

ندارد و گاهي هم حرف ‌هاي خوب داشته باشد و حتي مدعي تقريب هم باشد؛ ولي محصول نهايي آن، مقابله اين شبكه و شبكه ‌هاي هم ‌نوعش، با شبكه‌هايي مي باشد كه از ناحيه شيعيان طراحي و راه‌اندازي شده است.

دقيقاً در مقابل آن، شبكه‌اي به نام فدك در لندن تاسيس مي‌شود كه در واقع موسس آن همين آقاي ياسر‌الحبيب، روحاني ‌نماي شيعه كويتي است كه در چند هفته گذشته در وفات جناب عايشه، جشن برگزار كرد (شكل شماره 6). اين كار، كار شيعيان نيست. اين را يك گروه افراطي از ميان شيعيان انجام داده است. اما خوب هر قدر هم كه جماعت شيعيان با آن مخالف باشند؛ ولي كاركرد خود را دارد و تقابل را به وجود مي‌آورد. تقابلي كه نتيجه ‌اش اين است كه تمام تلاش‌هاي چندين و چند ساله مجمع تقريب به باد فنا مي‌رود كه البته با فتواي تاريخي رهبر معظم انقلاب، اين نقشه نقش بر آب شد.

ولي بدون شك تخريب و تحريك كار آساني است؛ ولي سازندگي و نزديك كردن دل‌ها كار سختي است. ما سالیان زيادي در اين مسير كار كرده ‌ايم و سمينارهاي بسياري برگزار كرده ‌ايم كه اتفاقاً تاثيرگذار هم بوده است. اما وقتي جرياناتي از اين دست، در فضاي رسانه‌هاي نوين، چنين تقابلات و برخوردهايي را ايجاد مي‌كنند؛ بدون شك اثرات كار ما را اگر از ميان هم نبرد، كمرنگ و تضعيف مي‌كند.»

حجت‌الاسلام والمسلمين سيد حامد علم ‌الهدي، همچنين در پايان گفت و گويش با خبرگزاری تقريب (1389) تاكيد می كند: «شبكه اهل بيت هم، يكي از همين شبكه ‌هاست. متاسفانه يك تصور[44] غلط اين است كه شما فرموديد. اهل سنت ايران به خود ما هم مراجعه مي‌كنند كه آقا چرا جلوي اين شبكه‌ها را نمي‌گيريد؟ وقتي هم مي‌گوييم اينها هيچ ارتباطي به نظام جمهوري اسلامي ندارد؛ اينها اساساً از ناحيه ما نيستند؛ اين شبكه‌ها عمدتاً از كويت و از خارج از ايران تغذيه مي‌شوند؛ مي‌گويند خوب شما حمايت مي‌كنيد. واقعيت اين است كه ما نه تنها حمايت نمي‌كنيم؛ بلكه مخالف جدي و ۱۰۰ درصدي هم هستيم و اساساً معتقديم پشتوانه اين شبكه ‌ها پول‌هاي غربي ‌هاست، اگر چه به ظاهر موسسين و گردانندگان آنها مسلمانان هستند و حتي اظهار اسلام و دلسوزي براي اسلام هم مي‌كنند.»

شكل شماره 6- اقدام افراطی و تفرقه انگيزی كه به سرعت از سوی فتنه گران رسانه ای تبديل به جريانی برای تضعيف وحدت جهان اسلام و ناكارآمد نشان دادنِ راهبرد تقريب مذاهب اسلامی شد.

3-4- مصداقی پيرامون كارآيی برجسته سازی تقريب مذاهب اسلامی در رسانه های جهان اسلام، در جهت تقويت وحدت جهان اسلام و ناكارآمدسازی فتنه گران رسانه ای !؟

در روزنامه اطلاعات، به نقل از شماره 109 پيك تقريب آمده است: «چندي پيش، پس از فتواي تاريخي مقام

معظم رهبري، [به دنبال] اوج گيري فتنه انگيزي هاي مذهبي در رسانه هاي مغرض و افراطي [(شكل شماره 7)]؛ دكتر احمدالطيب شيخ الازهر، در مصاحبه اي با يكي از مطبوعات لبناني به نام النهار[45]، اظهارات بسيار روشنگرانه و وحدت بخشي را در پاسخ به سئوالات احمدالزين خبرنگار اين رسانه مطرح كرد كه بازتاب وسيعي داشت. احمدالطيب در اين مصاحبه به تشريح ديدگاه هاي خويش در نفي قاطعانه تكفير شيعيان[46]، يكي بودن قرآن اهل سنت و شيعه، اقامه نماز به امامت شيعيان، واكاوي سوء استفاده هاي سياسي از اختلافات شيعه و سني، تلاش الازهر در تحقق وحدت امت اسلامي[47] و سفر به كشورهاي شيعي پرداخت كه با واكنش مثبت دلسوزان امت اسلامي همراه بود.

از سوي ديگر، يك روز پس از اظهارات شيخ الازهر كه بدون نام بردن از شبكه خاصي، از پخش برنامه هاي تكفيري از سوي شبكه هاي ماهواره اي وهابيت به شدت انتقاد كرده بود[48]؛ پخش برنامه اي هفت شبكه وهابي متوقف شد [(شكل شماره 8)]. چنان چه به گزارش ابنا، پس از قطع شبكه هاي الخليجيه، الحافظ و الناس، پخش برنامه شبكه هاي الصفا و الوصال كه برنامه هاي افراطي و اختلاف انگيز پخش مي كنند هم در نايل ست[49] متوقف شد. ماهواره اردني نور ست[50] نيز در راستاي جلوگيري از تبليغ افراطي گري، پخش دو شبكه افراطي وهابي الرحمه و الحكمه را متوقف كرد.»

شكل شماره 7- پوشش خبری فتوای تاریخی مقام معظم رهبری، حضرت آیت ا خامنه ای توسط کانال تلویزیونی الجزیره.

شکل شماره 8- واکنش افراطیون مصری به قطع پخش برخی کانال های تلویزیونی ضد تقریبی از سوی ماهواره نایل ست؛ به دنبال انتقاد شدید شیخ الازهر از پخش برنامه های تکفیری از سوی شبکه های ماهواره ای؛ و پس از فتوای تاریخی مقام معظم رهبری، حضرت آیت ا خامنه ای.

4- نتیجه گیری

وحدت و همزیستی دینی و مسالمت آمیز مسلمانان با یکدیگر و به عبارتی، احیا و استحکام اصل اخوت و همبستگی اجتماعی بین مسلمانان، یکی از دستورهای صریح قرآن کریم و همچنین یکی از دغدغه های اصلی و همیشگی اهل البیت (علیهم السلام) بوده است. اما اقدامات و تبلیغات وسیع دشمنان درونی و بیرونی وحدت جهان اسلام، جهت برانگیختن تعصب های فرقه ای؛ دشمن تراشی های کاذب از شیعه برای سنی و از سنی برای شیعه؛ تفرقه افکنی میان دولت های مسلمان و کوشش برای تشدید اختلافات و تبدیل آن به دشمنی ها و معارضه های لاینحل؛ تکفیر و تفسیق های نابجای مسلمانان و صاحبان فرق اسلامی و ...؛

همه و همه، موجب شده اند که اساسی ترین راهبرد تقویت و پاسداری از اتحاد مسلمانان و دستیابی به وحدت اسلامی که "تقریب مذاهب اسلامی" نامیده می شود؛ در طول تاریخ، بویژه در عصر جهانی شدنِ رسانه ها با چالش های متنوع و متکثری روبرو گردد.

حال با توجه به این که، بین رسانه و دین همیشه ارتباط وجود داشته (هوور[51] و لاند بای[52]، 1997: ص 284) و این موضوع در عصر رسانه ها[53] شدت و تنوع بیشتری پیدا کرده است (هوور، 2006: ص 59). لذا، همه مسلمانان، بویژه نخبگان جهان اسلام بایستی به این مهم، توجه لازم و کافی را داشته باشند که"تفرقه و اختلاف، پاشنه آشیل[54] جهان اسلام است و بالعکس، وحدت با راهبرد تقریب مذاهب اسلامی، پاشنه آشیل دشمنان درونی و بیرونی وحدت جهان اسلام".

از این رو، تبیین و تقویت عوامل وحدت بخش از سوی رسانه های جهان اسلام[55] از یک سو؛ و تضعیف اثربخشی عوامل بازدارنده و ضربه زننده به وحدت جهان اسلام از سوی دیگر؛ که از منظر فعالیت های ژورنالیستیِ؛ برجسته سازی عناصر تقریب مذاهب اسلامی در فرآیند مدیریت پیام[56] نامیده می شود. رهیافتی موثر برای پاسداری از اتحاد مسلمانان در عصر جهانی شدنِ رسانه ها محسوب می شود که حتی، قابلیت و توانایی مقابله با دست های آلوده و زبان های مزدوری که می خواهند به وحدت اسلامی ضربه بزنند را دارد.

همچنین در این راستا، به نظر می بایست با پی گیری مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی و با مشارکت سازمان کنفرانس اسلامی، علما و رهبران برجسته جهان اسلام و همچنین دست اندرکاران امور ارتباطاتی و رسانه ای کشورهای اسلامی، کنوانسیون ها و پروتکل‌هايي تهیه و عملیاتی شوند که ناظر بر عملکرد تقریب مذاهبی انواع رسانه ها، بویژه کانال های تلویزیونی باشند. چرا که، اولاً میزان دسترسی و حتی میزان علاقه مندی برای پیام گیری از کانال های تلویزیونی پخش مستقیم ماهواره ای نسبت به سایر رسانه ها رو به تزاید است؛ و همچنین در طی چند سال اخیر، مخالفان وحدت جهان اسلام و راهبرد تقریب مذاهب اسلامی، برای ایجاد، گسترش و تعمیق تعصب و اختلافات مذهبی میان امت اسلام، بیشترین استفاده را از این نوع کانال های ارتباطی به عمل آورده اند.

منابع :

- نهج‌البلاغه؛ ترجمه سيد جعفر شهيدي (1380) تهران: شركت انتشارات علمي و فرهنگي.
- آقانوری، علی (1389) "راه کارهای تحکیم وحدت اسلامی از نگاه امامان شیعه".
http://www.taghrib.ir/persian/index.php?option=com_content&view=article&id=595%3A1389-08-02<

>-06-17-02&catid=64%3A1389-05-16-08-02-27&Itemid=393&showall=1

- الزين، احمد (1389) "تلاش پيگير براي تقريب (گفت و گو با دكتر احمدالطيب، شيخ الازهر)"؛ روزنامه اطلاعات. شنبه 13 آذر 1389، شماره 24912، ص 6.

- بديعی، نعيم (1369) "معيارهای گزينش خبر: كدام خبر، چرا؟"؛ فصلنامه رسانه. سال1، شماره های 1 و 2، بهار و تابستان 1369، ص ص 45-40.

- بروجردی علوی، مهدخت (1372) "دروازه‌بانی خبر چيست؟ دروازه‌بانان كيستند؟"؛ فصلنامه رسانه. سال 4، ش 1، بهار 1372، ص ص 25-18.

- پاک آيين، محسن[57] (1/1389) "روش‌های جنگ نرم دشمن در مقابله با تقريب مذاهب اسلامی و راه‌های مقابله با آن"؛ فصلنامه سياسی علمی اخوت. سال 3، بهار 89، شماره 9، ص ص 72-66.

- پاك آيين، محسن (2/1389) " راهبردهاي رسانه‌اي براي مقابله با چالش‌هاي فراروي وحدت اسلامي".

> http://www.taghribnews.ir/vdcewn8w.jh8ofi9bbj.html<

- پگاه حوزه[58] (1386) "راهكارهای تقريب مذاهب اسلامی"؛ (دانشنامه حوزه).

http://www.hawzah.net/Hawzah/Magazine/MagArt.aspx?LanguageID=1&id=83594&SearchText<

11/3/2010>

- تامپسون، جان ب. (1380) رسانه و مدرنيته؛ ترجمه مسعود اوحدي. تهران: انتشارات سروش.

- حيدري، موسي الرضا (1388) "وحدت در قرآن (1)".

>http://nahadsbmu.ir/article.aspx?gidview=5244<

- خبرگزاری تقريب (1389) "گفت و گو با حجت‌الاسلام و المسلمين سيد حامد علم‌الهدي، معاون مجمع جهانی تقريب مذاهب اسلامی".

>http://www.taghribnews.ir/vdcjvhe8.uqeavzsffu.htm<

- خدابخش، بتول (1371) "هفت قانون مطبوعاتی"؛ فصلنامه رسانه. سال 3، ش 1، بهار 1371، ص ص 49-48.

- دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آيت‌ا‌ العظمی خامنه ای (1389) "پيام ولی‌امر مسلمين به حجاج بيت‌ا‌ الحرام". اول ذی‌الحجة‌الحرام 1431/ هفدهم آبان 1389.

>http://farsi.khamenei.ir/message-content?id=10590<

- سورين، ورنر جی. و جيمز دبليو. تانكارد (1381) نظريه های ارتباطات؛ ترجمه علی رضا دهقان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

- عبدالرشيدي، علي اكبر (1389) "رسانه در عصر جهان منديی[59]"؛ روزنامه اطلاعات. دوشنبه 17آبان 1389، شماره 24893، ص6.

- عبدو، محمد (1389) "چالش‌هاي وحدت و راهبرد رويارويي".

http://www.taghrib.ir/persian/index.php?option=com_content&view=article&id=552:1389-07-09-1<

>9-43-05&catid=64:1389-05-16-08-02-27&Itemid=393

- محسنیان راد، مهدی (1389) "ویکی لیکس و وسعت آگاه شدن"؛ دیپلماسی ایرانی. دوازدهم آذر ماه 1389.

http://www.irdiplomacy.ir/index.php?Lang=fa&Page=24&TypeId=&ArticleId=9520&BranchId=37&Acti<

>on=ArticleBodyView

- مدیریت مطالعات و تحقیقات حوزه نمایندگی ولی فقیه در وزارت جهاد کشاورزی (1389) درس های اخلاقی از نهج البلاغه. قم: شرکت ناجی نشر.

- موسسه لغت نامه دهخدا (2010) لغت نامه دهخدا. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

>http://www.loghatnaameh.com<

- وکیلی، شروین (1386)" خط قرمز!"؛ همشهری آنلاین. 29 آبان ماه 1386.

>http://www.hamshahrionline.ir/news-37105.aspx<

- ویکی پدیا (2010) "هلال شیعی".

>http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/20/Schiitischer_Halbmond.jpg<

- Cady, Linell Elizabeth and Sheldon W. Simon (2007) Religion and conflict in South and Southeast Asia: disrupting violence. New York: Routledge.

- Dearing, James W. and Everett M. Rogers (1996) Agenda-Setting (Communication Concepts). London: Sage Publications, Inc.

- Gorman, Lyn and David McLean (2009) Media and society into the 21st century: a historical introduction. West Sussex: Wiley-Blackwell.

- Hoover, Stewart M. (2006) Religion in the media age. New York: Routledge.

- Hoover, Stewart M. and Knut Lundby (1997) Rethinking media, religion and culture. London: Sage Publications Ltd.

- Kwansah-Aidoo, Kwamena (2005) Topical issues in communications and media research. New York: Nova Science Publishers, Inc.

- Rafiabadi, Hamid Naseem (2007) Challenges to religions and Islam: a study of Muslim movements: Volume1. New Delhi: Sarup & Sons.

- Straubhaar, Joseph and Robert LaRose and Lucinda Davenport (2008) Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology. Belmont: Wadsworth.

- wikipedia (2010) "Achilles' heel."

>http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Achilles%27_heel&oldid=376759703<

---

[1]ـ دانش آموخته کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی از دانشکده صدا و سیما - مدرس دانشگاه جامع علمی و کاربردی.

ای میل:b_shabestari@yahoo.com = نشانی: تهران - صندوق پستی 381/13145 = تلفن: 09121992624

[2]ـ وحدت: یگانه شدن. یکتایي. یگانگي (لغت نامه دهخدا).

[3]ـ برای مطالعه بیشتر ر.ک. درس های اخلاقی از نهج البلاغه.

[4]ـ «*إِنَّ هذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً واحِدَةً وَ أَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ (انبیاء/۹۲)»

[5]ـ «* وَاعْتَصِمُواْ بِحَبْلِ اللّهِ جَمِيعًا وَلاَ تَفَرَّقُواْ وَاذْكُرُواْ نِعْمَةَ اللّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنتُمْ أَعْدَاء فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُم بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِّنَ النَّارِ فَأَنقَذَكُم مِّنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ * وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَأُوْلَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ * وَلاَ تَكُونُواْ كَالَّذِينَ تَفَرَّقُواْ وَاخْتَلَفُواْ مِن بَعْدِ مَا جَاءهُمُ الْبَيِّنَاتُ وَأُوْلَئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ (سوره آل عمران / آیات 103ـ105).»

[6]ـ «هدف از پیدایش امت اسلامی، نجات بشر و خیر بشر است *كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّـه... (سوره آل عمران، آیه 110).»

[7]ـ برای مطالعه بیشتر ر.ک. درس های اخلاقی از نهج البلاغه.

[8]ـ خطبه 96 نهج البلاغه.

[9]ـ سابقه مباحث وحدت اسلامی، به آغاز دین اسلام باز می گردد که میان صحابه رسول خدا (صلی ا علیه و آله و سلم) اختلاف و منازعه پیدا می شد و قرآن، مسلمانان را از آن منع می کرد (پگاه حوزه، 1386). همچنین تاریخ اسلام پس از رسول اکرم (صلی ا علیه و آله و سلم) تا به امروز، شاهد اختلاف و تفرقه میان مذاهب اسلامی بوده است (عبدو، 1389).

[10]ـ تقریب: نزدیک کردن. نزدیک گردانیدن (لغت نامه دهخدا). اما مقصود از تقریب مذاهب اسلامی، این است که علمای هر مذهب، درباره مذاهب دیگر مطالعه کنند تا به این نتیجه برسند که همه آنها در اصلِ اعتقادات، یعنی اسلام، اشتراک نظر دارند. همه مسلمانان در اصلِ اسلام، یعنی اعتقاد به خدا و وحدانیت او، نبوت حضرت محمد (صلی ا علیه و آله و سلم) و اعتقاد به معاد با یکدیگر مشترک اند. بنابراین، تقریب بین مذاهب اسلامد؛ تقریب بین آنها از راه بحث های علمی، کلامی، تفسیری، حدیثی، اصولی، فقهی و... است. همچنین هدف از تقریب مذاهب اسلامی این است که مسلمانان خود را امت واحده بدانند: «إِنَّ هذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً واحِدَةً وَ أَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ (انبیاء/۹۲)» (پگاه حوزه، 1386).

[11] Age of Media Globalization

[12]ـ به طور مثال، رفیع آبادی [Naseem RafiabadiHamid] (2007: ص ص 997 و 1454) در بحث پیرامون چالش های مذهبی و اسلام؛ تاکید دارد که روابط میان شیعیان و سنی ها در طول تاریخ مسلمانان بسیار تیره و تار بوده است. همچنین شیعیان و سنی های زیادی [؟] یکدیگر را مرتد و حتی دشمن اسلام دانسته اند و در این میان، عوامل زیادی به مثابه سوخت موتور این درگیری ها عمل کرده اند که از مهمترین ها، می توان به عامل های سیاسی و اقتصادی اشاره کرد.

[13]ـ مانند ایجاد تنش بین اکثریت سنی و اقلیت شیعه جامعه مسلمانان ساکن در کشورهای جنوب آسیا، بویژه در کشورهای پاکستان و هند (کدی [Cady Elizabeth Linell] و سیمون [Simon .W Sheldon]، 2007: ص 6).

-[14]ـ به طور مثال، پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، با توجه به ماهیت ضد امپریالیستی (Anti imperialist) و ضد سلطنتی (Anti-monarchical) انقلاب اسلامی، برخی کشورهای عربی با تحریک غربی ها و تلاش های ضد شیعی (Anti-Shia) خود را شدت بخشیدند (رفیع آبادی، 2007: ص 1455).

[15] Shiite Arc

[16] Approach

[17] Documentary Research

[18]ـ استفاده از واژه جهانی شدن (Globalization)، که امروزه به اصطلاحی (Term) رایج تبدیل شده است؛ تنها از دهه 1990 میلادی و بعد از پایان جنگ سرد (War Cold) متداول شد. از سوی دیگر این اصطلاح، در ابتدا اشاره به تغییرات در روابط بین الملل و همچنین اقتصاد و تجارت جهانی داشت. اما مدت هاست که در چارچوب این اصطلاح، موضوعاتی مانند: تغییرات اجتماعی و تغییرات فرهنگی بوسیله رسانه ها و همچنین ارتباطات بین الملل هم مورد توجه قرار می گیرند (گورمن [Gorman Lyn] و مک لین [David McLean]، 2009: ص 264).

اما جهاني شدن رسانه ها (Globalization Media)، فرآيندي سازمان يافته و نابرابر است که بعضي را بيش از بقيه منتفع ساخته و بخش هايي از جهان را سريع تر به شبکه جهاني ارتباطات، کشانده است. يعنی با وجود آن که ارتباطات و اطلاعات به شکلي فزآينده در مقياس جهاني انتشار مي يابد؛ ولی اين مواد نمادين همواره توسط افرادي دريافت مي شود که در محل هاي خاص مکاني - زماني واقع شده اند. بنابراين "تملک محصولات رسانه اي هميشه يک پديده محلي است".

به عبارتی دیگر، از ویژگی های محوري جهاني شدن ارتباطات (Globalization Communications) این است که، برخي از مناطق جهان، براي تامين کالاهاي نمادين، به شدت وابسته به يکديگرند. به طور مثال، ماهواره هاي پخش مستقيم راديوتلويزيونی (DBS) ظاهراً "نظام هاي نوين توزيع محصولات رسانه ای" و یا "نظام های توزیع ذاتاً فرا مليتي" به شمار می روند. اما در حقيقت، از ديدگاه فني هيچ دليلي وجود ندارد که حتما "ناحيه دريافتِ يک ماهواره (جاي پا)" با مرزهاي زميني يک ملت يا کشور خاص مطابقت داشته باشد (برای مطالعه بیشتر ر.ک. رسانه و مدرنیتھ؛ تالیف: جان ب. تامپسون).

[19] Global communications

[20] Fiber-optic Cable Systems

[21] Satellite Links

[22] Internet Communications Networks

[23] Telecommunications Systems

[24] Journalism

[25] Satellite TV / Satellite Radio

[26] Internet TV/ Online TV / Internet Radio / Online Radio

[27] Website

[28] Weblog

[29] Newspaper

[30] Magazine

[31] News Coverage

[32]ـ این کانال تلویزیونی در بیان اخبار و پوشش خبری مسائل تفرقه انگیز و جریان سازی علیه شیعیان، کارنامه قابل ملاحظه ای دارد.

[33]ـ به کسانی که در تحریریه رسانه های خبری در فرآیند تهیه، گزینش و ارائه پیام های خبری

فعالیت دارند،"دروازه ‌بان (Gatekeeper)" می‌گویند. مفهوم دروازه ‌بانی که گزینش‌ گری، مرزبانی، سوزن بانی و خبربانی نیز ترجمه شده است؛ نخستین بار توسط کورت لوین (Lewin Kurt) در زمان جنگ جهانی دوم مطرح شد. بدین‌گونه که در فرآیند تولید و پخش خبر نیز، اِعمال نظرهای گوناگون توسط گزینش‌ گران مختلف صورت می‌گیرد و آن چه به نام "خبر" در رسانه ها به مخاطبان ارائه می‌شود؛ حاصل انتخاب ‌ها، تصمیم‌ گیری ها و اعمال نظرهای افراد گوناگون است. تحقیقات در زمینه رفتار ارتباطی گزینش‌ گران نیز نشان ‌دهنده این واقعیت است که انتخاب خبر با توجه به ضوابط و معیارهایی صورت می‌گیرد. یعنی اشخاص آگاهانه سرنوشت یک رویداد را از جنبه گزارش و یا عدم گزارش آن، میزان و نحوه ارائه آن در صفحه‌ های روزنامه و یا در برنامه‌ های خبری رادیو و تلویزیون [و یا فضای وب] تعیین می‌کنند (بدیعی، 1369: ص 40).

[34]ـ به گفته تیچر (Ticher) دروازه ‌بانی (Gatekeeping) باید این‌ طور تعریف شود:« فرآیند گسترده‌ای از کنترل اطلاعات، شامل تمام جنبه ‌های رمزگذاری پیام. نه فقط انتخاب، بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل ‌دهی، ارائه و عرضه، تکرار، زمان بندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده. به عبارتی دروازه ‌بانی شامل تمام جنبه‌ های انتخاب، نگه داشتن و کنترل پیام است. چه از طریق رسانه ‌ها و چه از طریق مجراهای میان ‌فردی» (بروجردی علوی، 1372: ص 21).

[35] David Manning White

[36]ـ باید همیشه به خاطر داشت که: "در تمامی سیستم ‌های ژورنالیستی، رسانه‌ های خبری عوامل و کارگزاران کسانی هستند که قدرت سیاسی و اقتصادی از آنِ آنهاست و سازمان های رسانه ای، بازیگران مستقلی نیستند، اگر چه از استعداد و توانایی بالقوه عملکردِ مستقل برخوردارند. از این رو مضامین و محتوای رسانه ‌های خبری، همیشه منعکس کننده منافع کسانی است که رسانه ها را تامین مالی می‌کنند" (خدابخش ، 1371: ص 48).

[37] Mass Media

[38] Kwamena Kwansah-Aidoo

[39]ـ برجسته سازی (Setting-Agenda) از اوایل دهه 1970 میلادی یکی از مفاهیم اصلی در نظریه های ارتباطات بوده است و حاکی از شیوه ای می باشد که رسانه ها می توانند بر جامعه و نگرش مردم نسبت به وقایع، رویدادها، افراد، گروه ها و ... اثر داشته باشند. زیرا شواهدی مبنی بر این که رسانه ها، دیدگاه های افراد را در خصوص مشکلات مهمی که جامعه با آنها مواجه است را شکل می دهند، وجود دارد. اما در این میان، ممکن است مسائل و مشکلاتی که در رسانه ها مورد تاکید قرار گرفته است؛ همان هایی نباشد که در واقعیت بارز است (سورین [Severin .J Werner] و تانکارد [W James. پورت ون ِد و (Robert LaRose] روز ِل ،[Joseph Straubhaar] استراوبهار و 358 ص :1381،[Tankard [Lucinda Davenpor]، 2008: ص 52).

همچنین هر فرآیند برجسته سازی نیز کنشی به شمار می رود که ترکیبی از سه مولفه اساسی: اولویت رسانه ها (Agenda Media)، اولویت عامه مردم (Agenda Public)و اولویت سیاسی (Agenda Policy) می باشد؛ که در این میان، نباید از روابط متقابل میان این عناصر غافل بود (دیرینگ و راجرز، 1996: ص ص 6-5).

[40] James W. Dearing

[41] Everett M. Rogers

[42]ـ «إِنَّ هذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً واحِدَةً ... (انبياء/٩٢).»

[43]ـ مانند: الخليجيه، الحافظ، الناس، الصفا، الوصال، الرحمه، الحكمه، الفجر، المجد، نور، فدك ...

[44]ـ برخي از برادران اهل سنت، تصورشان اين است كه كانال تلويزيونی اهل بيت، از مراكز اصلي شيعيان و صراحتاً از قم هدايت مي‌شود.

[45]ـ جريدة النهار.

[46]ـ دكتر احمد الطيب شيخ الازهر متعقد است كه «ما نيازمند وحدت امت اسلامي براي همه كشورهاي اسلامي هستيم؛ اين امر مهم و ضروري است و ما به آن نياز داريم و بدون آن نمي‌توانيم روزي و

روزگاري سرهاي خود را بر افراشته نگاه داريم. من به دنبال كساني هستم كه از اين وضع بهره‌ برداري مي‌كنند. وقتي ماهواره‌ هايي باشد كه حكم به تكفير شيعه مي‌دهند، ما اين را محكوم مي‌كنيم و نمي‌پذيريم چون نه در قرآن و نه در سنت و نه در اسلام توجيهي براي آن نمي‌يابيم. ما پشت سر شيعيان نماز مي‌گزاريم. شيعيان برخلاف شايعاتي كه هست، قرآن ديگري ندارند و گرنه خاورشناسان از آن نمي‌گذشتند. اين امر براي آنها صيد گرانبهايي است؛ من در اين زمينه تحقيقي انجام داده‌ام؛ همه مفسران اهل سنت از طبري گرفته تا به امروز هيچ ‌كدام قائل به آن نبوده‌اند كه شيعه داراي قرآن ديگري است...» (الزين، 1389: ص 6).

[47]ـ دكتر احمد‌الطيب شيخ ‌الازهر متعقد است كه «ميراث اسلامي، اختلاف را رحمت تلقي مي‌كند. اختلاف از زمان صحابه وجود داشت و همگان نيز بر صواب بودند، بنابراين ميراث كلاسيك ما به عنوان ميراث كلاسيك مسلمانان به لحاظ دروني [ميان مسلمانان] متنوع است و در آن، نظر اول و دوم و سوم و چهارم را مي‌بينيم؛ و گرنه مذاهب چهارگانه ‌اي كه در اسلام با هم اختلاف و در عين حال همزيستي دارند، به چه معناست؟ حتي فقهاي يك مذهب نيز با هم اختلاف دارند و با اين حال همزيستي مي‌كنند...» (الزين، 1389: ص 6).

همچنين دكتر احمد‌الطيب شيخ ‌الازهر در پاسخ به اين سئوال روزنامه نگار النهار كه "آيا از موضوع عصمت ائمه [عليهم السلام] به عنوان يك اختلاف عقيدتي ميان شيعه و سني، موضوع مهمتري وجود دارد؟" تاكيد كرده است كه : « ميان سني و شيعه اختلافي كه او را از اسلام خارج سازد، وجود ندارد. اين بهره ‌برداري سياسي از اختلاف است؛ در مورد مذاهب فقهي چهارگانه [اهل سنت] نيز چنين اتفاقي افتاد؛ همه اختلاف ميان ما و آنها در مسئله امامت است. از نظر ما [اهل سنت]، امامت به اختيار و انتخاب مسلمانان است و پيامبر خدا (صلي ‌ا‌ عليه و سلم) انتخاب رهبران و جانشينان آنها را به مسلمانان واگذار كرد. ولي آنها [شيعيان] مي‌گويند كه پيامبر اكرم (صلي ‌ا‌ عليه و سلم) امام علي كرّم ‌ا‌ وجهه را به امامت برگزيد. اگر شما بر اين باور باشي كه علي در جانشيني پيامبر سزاوارتر از ديگران است، مشكلي نيست و اگر معتقد باشي كه امت، ابوبكر را برگزيد، باز هم مشكلي نيست؛ مسئله در بهره‌ برداري‌ هاست. البته يك رشته مشكلاتي هم از سوي عوام به صورت دشنام مطرح است. ولي مسئله در بهره‌ برداري‌ هاي مغرضانه از اين اختلاف‌ ها در ضربه زدن به وحدت امت است...» (الزين، 1389: ص 6).

[48]ـ دكتر احمد‌الطيب شيخ ‌الازهر متعقد است: «... وقتي ماهواره‌ هايي باشد كه حكم به تكفير شيعه مي‌دهند، ما اين را محكوم مي‌كنيم و نمي‌پذيريم چون نه در قرآن و نه در سنت و نه در اسلام توجيهي

براي آن نمي‌يابيم...» (الزين، 1389: ص 6).

[49] Nilesat satellite

[50] Noursat satellite

[51] Stewart M. Hoover

[52] Knut Lundby

[53] Media Age

[54]ـ پاشنه آشیل (Achilles' heel / نقطه جراحت پذیر، نقطه زخم پذیر و نقطه ضعف)؛ دلالت بر ضعفی علی‌رغم سلامت و قدرت عمومی دارد که می‌تواند منجر به زوال گردد. اگر چه ریشه اساطیری آن، اشاره بر آسیب‌پذیری فیزیکی دارد؛ اما در استعارات کنونی بر هر خصلتی که منجر به شکست شود، تعمیم داده می‌شود (دانشنامه ویکی پدیا، 2010).

[55]ـ محسن پاك آیین (2/1389) در مقاله ای با عنوان راهبردهاي رسانه‌اي براي مقابله با چالش‌هاي فراروي وحدت اسلامي؛ طرحی با عنوان "راهبرد تقریب رسانه‌اي در جهان اسلام" را پیشنهاد داده و در توضیح آن آورده است: تحقق شعار "اتحاد اسلامي" در حوزه بهره گيري شايسته از عنصر رسانه، ضرورت بررسي چگونگي تقويت سياست "رسانه و تقريب" در ميان مسلمانان جهان را از ابعاد گوناگون ايجاب مي‌نمايد. در فرآيند تدابير تقريبي، سياست رسانه‌اي به مجموعه عواملي اطلاق مي‌شود كه دولت‌هاي اسلامي و علماي تقريبي از طريق آن در بلند مدت، الگوهاي رفتاري و شيوه تفكر و زندگي ملت‌هاي مسلمان را در جهتي كه تامين كننده منافع و خواست‌هاي همگرايانه باشد هدايت مي‌كنند.

[56]ـ مراحل فرآیند مدیریت پیام سازی و پیام رسانی در تمامی رسانه ها، عبارتند از: سیاست گذاری ارتباطی، برنامه ریزی ارتباطی، تولید پیام، اشاعه پیام و بازخوردگیری از مخاطبان هدف.

[57]ـ این مقاله در نوزدهمین کنفرانس بین المللی وحدت اسلامی که در اسفند ماه سال 1388 برگزار شده بود؛ ارائه شده است.

[58]ـ ویژه حوزه های دینی، فروردین ماه سال 1386، شماره 46.

[59]ـ این مقاله در چهارمین کنفرانس انجمن جهانی ارتباطات (2010) که در پنجم آبان ماه سال 1389 در دانشگاه ژان پل دوم لهستان برگزار شده بود؛ ارائه شده است.