

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

برجسته‌سازی تقریب مذاهب اسلامی در رسانه‌های جهان اسلام، رهیافتی برای تقویت و پاسداری از اتحاد مسلمانان در عصر جهانی شدن 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 دستوره‌های صریح قرآن کریم و همچنین یکی از دغدغه‌های اصلی و همیشگی اهل البیت (علیهم السلام) به شمار می‌رود. اما اقدامات و تبلیغات وسیع دشمنان درونی و بیرونی وحدت جهان اسلام، جهت برانگیختن تعصب‌های فرقه‌ای؛ دشمن‌تراشی‌های کاذب از شیعه برای سنی و از سنی برای شیعه؛ تفرقه افکنی میان دولت‌های مسلمان و کوشش برای تشدید اختلافات و تبدیل آن به دشمنی‌ها و معارضة‌های لاینحل؛ تکفیر و تفسیق‌های نابجای مسلمانان و صاحبان فرق اسلامی و...؛ همه و همه، موجب شده‌اند که اساسی‌ترین راهبرد تقویت و پاسداری از اتحاد مسلمانان و دستیابی به وحدت اسلامی که "تقریب مذاهب اسلامی" نامیده می‌شود؛ در طول تاریخ، بویژه در عصر جهانی شدن رسانه‌ها با چالش‌های متنوع و متکثری روبرو گردد. لذا، تبیین و تقویت عوامل وحدت بخش از سوی رسانه‌های جهان اسلام از یک سو؛ و تضعیف اثربخشی عوامل بازدارنده و ضربه زننده به وحدت جهان اسلام از سوی دیگر؛ که از منظر فعالیت‌های ژورنالیستی، برجسته‌سازی عناصر تقریب مذاهب اسلامی در فرآیند مدیریت پیام نامیده می‌شود. رهیافتی موثر برای پاسداری از اتحاد مسلمانان در عصر جهانی شدن رسانه‌ها محسوب می‌شود که حتی، قابلیت و توانایی مقابله با دست‌های آلوده و زبان‌های مزدوری که می‌خواهند به وحدت اسلامی ضربه بزنند را دارد. همچنین در این راستا، به نظر می‌بایست با پی‌گیری 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 پروتکل های 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.

واژه های کلیدی: وحدت اسلامی، تقریب مذاهب اسلامی، رسانه ها، برجسته سازی، عصر جهانی شدن، 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، بی گمان نخستین منادی وحدت اسلامی و امت واحده شدن [4]، قرآن کریم است. چنان چه در بیش از پنجاه آیه [5] به موضوع اختلاف، وحدت، روش های پیشگیری و راه های به دست آوردن اتحاد، اشاره شده است که همگی نشان می دهد، این موضوع از نظر قرآن دارای چه اهمیتی است [6] (حیدری، 1388: 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 مناسک 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 مذهب)؛ 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)، متجلی می باشند (آقا نوری، 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 الله 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، اساسی‌ترین راهبرد تقویت و پاسداری از اتحاد مسلمانان [9] و به عبارتی جامع‌تر، دستیابی به وحدت جهان اسلام که "تقریب مذاهب اسلامی [10]" نامیده می‌شود؛ در طول تاریخ، بویژه در عصر جهانی شدن رسانه‌ها [11] با دو گروه از عوامل بازدارنده مواجه می‌باشد که عبارتند از (پگاه حوزه، 1386 و عبدو، 1389 و پای آیین، 1/1389: ص 66 و 68-69 و آقانوری، 1389):

- دسته نخست که ناشی از عملکرد خود مسلمانان است [افراطیون مذهبی ناآگاه و عمدتاً فریب‌خورده] و مهمترین محورهای آن عبارتند از: تعصب شدید؛ قوم‌گرایی؛ مذهب‌گرایی افراطی؛ جهل و ناآگاهی از مذاهب دیگر؛ پیروی از هواهای نفسانی؛ ادعای تحریف قرآن از سوی شیعه؛ تکفیر و تفسیق‌های ناجای مسلمانان و صاحبان فرق اسلام [12]؛ سیاست‌های حاکم بر دنیای اسلام در گذشته و حال؛ و پیدایش حکمرانان متعدد و سلسله‌های رقیب، طی سده‌های مختلف در جهان اسلام.

- دسته دوم که ناشی از عملکرد، کینه‌ها و بدخواهی‌های دشمنان بیرونی وحدت جهان اسلام، بویژه غربی‌ها است و مهمترین محورهای آن عبارتند از: فتنه‌انگیزی 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 ویکی‌پدیا (2010).

حال، با توجه به آن چه بیان شد؛ این نوشته به دنبال پاسخگویی به این سؤال می‌باشد که، "آیا در عصر جهانی شدن رسانه‌ها، برجسته‌سازی تقریب مذاهب اسلامی در رسانه‌های جهان اسلام، می‌تواند به عنوان یکی از رهیافت [16]‌های موثر برای تقویت و پاسداری از اتحاد مسلمانان و مقابله با دشمنان و ضربه‌رندگان به وحدت اسلامی به شمار آید؟"

2- روش تحقیق

در این مطالعه از روش تحقیق اسنادی [17] استفاده شده است و برای پاسخگویی به سؤال مدنظر؛ اطلاعات مورد نیاز، پس از مراجعه به محتوای منابع و مآخذ مرتبط با موضوع تحقیق که در قالب کتاب‌ها، مقالات علمی، اخبار و گزارش‌های خبری انتشار یافته و به نوعی در دسترس بوده‌اند؛ به شیوه فیش‌برداری گردآوری شده و سپس در چارچوب بحث و بررسی، مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

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

جهانی شدن رسانه ها [18] شاید از آن روز آغاز شد که صفحه روزنامه ای و یا صدای رادیویی از جامعه ای به جامعه دیگر رسید و مخاطبانی در آن سوی مرزهای سیاسی کشورها پیدا کرد. 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. چنانچه 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 265-266 و عبدالرشیدی، 1389؛ ص 6).

لذا در جهانی رسانه ای شده امروز، که از مختصات آن می توان به فعالیت های ژورنالیستی [24] هزاران هزار کانال رادیو تلویزیونی بخش مستقیم ماهواره ای [25] و یا اینترنتی [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 می توانیم 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؛ ص 1).

بنابراین با توجه به آن چه بیان شد، هر موضوعی از جمله، موارد اختلافی جزئی 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 پوشش خبری [31] قرار دهد. به طور مثال اگر یک پایگاه اینترنتی و یا یک وبلاگ کم مخاطب، موضوع تفرقه انگیزی را مطرح کند؛ شاید اتفافی خاصی به همراه نداشته باشد (شکل شماره 2). اما اگر همان موضوع را یک کانال تلویزیونی ماهواره ای مانند "العربیة" [32] (شکل شماره 3) صرفاً به عنوان یک خبر بیان کند و حتی پوشش خبری آن را هم انجام ندهد؛ داستان برانگیختنی 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.

2-3- 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، رسند می ما به ها رسانه طریق از که هستند چیزهایی همان اجتماعی های اخبار و رویدادها تا به گوش ما برسند از صافی های (عملکرد دروازه بانان [33] در فرآیند دروازه بانان [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 طلبی 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 19-18).

شکل شماره 4- مدل دروازه بان اخبار دیوید مینینگ 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 بانان 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 کوانشه 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 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 آورند و به عبارتی دیگر، موارد اختلافی جزئی و تخصصی میان فرق گوناگون اسلامی، بویژه بین شیعه 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 الله خامنه ای (1389) در پیامی به حجاج بیت الله 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 بی وقفه پیش رفته، موانعی را از سر راه برداشته و سنگرهایی را فتح کرده است. پیچیده تر شدن شیوه های دشمنی استکبار و تلاش پر هزینه ای که در مقابله با اسلام می کند نیز به دلیل همین پیشرفت ها است. تبلیغات وسیع دشمن در جهت اسلام هراسی، تلاش شتاب زده ای که برای ایجاد اختلاف میان فرقه های اسلامی و برانگیختن تعصب های فرقه ای می کند، 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 معارضة های لاینحل، استفاده از سازمان های اطلاعاتی و جاسوسی برای تزریق فساد و فحشا میان جوانان، همه و همه، واکنش های سرآسیمه گون و آشفته در برابر حرکت متین و گام های 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 الله 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 در میان 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 دادن راهبرد تقریب مذاهب اسلامی!؟

حجت الاسلام والمسلمین سید حامد علم الهدی، 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 دادن راهبرد تقریب مذاهب اسلامی را بیان کرده است که در بخشی از این گفت و گو آمده است: «امروزه رسانه های ماهواره ای بیش از فعالیت های اینترنتی و سایت ها و خبرگزاری ها می توانند در جوامع بشری موثر باشند. ما شاهد هستیم که در سال های اخیر شبکه های تلویزیونی ماهواره ای متعددی مستقیماً با پول ایالات متحده [و یا افراتیون متعلق به برخی مذاهب اسلامی] [43] راه اندازی شده است. وقتی می گوئیم مستقیماً، یعنی خبر دقیق داریم که از بودجه دولت آمریکا و مصوب ایالات متحده، در این مسیر هزینه شده است. شبکه ای درست می شود ذیل عنوان اهل سنت به نام شبکه نور که، در عین حال که سعی کرده يك شبکه مذهبی باشد؛ یعنی مسائل مستهجن و غیراخلاقی

ندارد و گاهی هم حرف‌های خوب داشته باشد و حتی مدعی تقریب هم باشد؛ ولی محصول نهایی آن، مقابله این شبکه و شبکه‌های هم‌نوعش، با شبکه‌هایی می‌باشد که از ناحیه شیعیان طراحی و راه‌اندازی شده است.

دقیقاً در مقابل آن، شبکه‌ای به نام فدک در لندن تاسیس می‌شود که در واقع موسس آن همین آقای یاسر الحبیب، روحانی شیعه کویتی است که در چند هفته گذشته در وفات جناب عایشه، جشن برگزار کرد (شکل شماره 6). این کار، کار شیعیان نیست. این را یک گروه افراطی از میان شیعیان انجام داده است. اما خوب هر قدر هم که جماعت شیعیان با آن مخالف باشند؛ ولی کارکرد خود را دارد و تقابل را به وجود می‌آورد. تقابلی که نتیجه‌اش این است که تمام تلاش‌های چندین و چند ساله مجمع تقریب به باد فنا می‌رود که البته با فتوای تاریخی رهبر معظم انقلاب، این نقشه نقش بر آب شد.

ولی بدون شک تخریب و تحریک کار آسانی است؛ ولی سازندگی و نزدیک کردن دل‌ها کار سختی است. ما سالیان زیادی در این مسیر کار کرده‌ایم و سمینارهای بسیاری برگزار کرده‌ایم که اتفاقاً تاثیرگذار هم بوده است. اما وقتی جریان‌اتی از این دست، در فضای رسانه‌های نوین، چنین تقابلات و برخوردهایی را ایجاد می‌کنند؛ بدون شک اثرات کار ما را اگر از میان هم نبرد، کمرنگ و تضعیف می‌کند.»

حجت‌الاسلام والمسلمین سید حامد علم‌الهدی، همچنین در پایان گفت و گویش با خبرگزاری تقریب (1389) تاکید می‌کند: «شبهه اهل بیت هم، یکی از همین شبکه‌هاست. متأسفانه یک تصور [44] غلط این است که شما فرمودید. اهل سنت ایران به خود ما هم مراجعه می‌کنند که آقا چرا جلوی این شبکه‌ها را نمی‌گیرید؟ وقتی هم می‌گوییم اینها هیچ ارتباطی به نظام جمهوری اسلامی ندارد؛ اینها اساساً از ناحیه ما نیستند؛ این شبکه‌ها عمدتاً از کویت و از خارج از ایران تغذیه می‌شوند؛ می‌گویند خوب شما حمایت می‌کنید. واقعیت این است که ما نه تنها حمایت نمی‌کنیم؛ بلکه مخالف جدی و ۱۰۰ درصدی هم هستیم و اساساً معتقدیم پشتوانه این شبکه‌ها پول‌های غربی‌هاست، اگر چه به ظاهر موسسین و گردانندگان آنها مسلمانان هستند و حتی اطهار اسلام و دلسوزی برای اسلام هم می‌کنند.»

شکل شماره 6- اقدام افراطی و تفرقه‌انگیزی که به سرعت از سوی فتنه‌گران رسانه‌ای تبدیل به جریان‌ی برای تضعیف وحدت جهان اسلام و ناکارآمد نشان دادن راهبرد تقریب مذاهب اسلامی شد.

3-4- مصداقی پیرامون کارآیی برجسته سازی تقریب مذاهب اسلامی در رسانه‌های جهان اسلام، در جهت تقویت وحدت جهان اسلام و ناکارآمدسازی فتنه‌گران رسانه‌ای؟!

در روزنامه اطلاعات، به نقل از شماره 109 پیک تقریب آمده است: «چندی پیش، پس از فتوای تاریخی مقام

معظم رهبري، [به دنبال] اوج [گيري فتنه] انگيزي [هاي مذهبي در رسانه] هاي مغرض و افراطي [شکل شماره 7]؛ دکتر احمد الطيب شيخ [الزهر، در مصاحبه] اي با يکي از مطبوعات لبناني به نام النهار [45]، اظهارات بسيار روشنگرانه و وحدت [بخشي را در پاسخ به سئوالات احمدالزين خيرنگار اين رسانه مطرح کرد که بازتاب وسيعي داشت. احمدالطيب در اين مصاحبه به تشریح دیدگاه] هاي خویش در نفي قاطعانه تکفير شيعيان [46]، يکي بودن قرآن اهل سنت و شيعه، اقامه نماز به امامت شيعيان، واکاوي سوء استفاده] هاي سياسي از اختلافات شيعه و سني، تلاش الازهر در تحقق وحدت امت اسلامي [47] و سفر به کشورهای شيعي پرداخت که با واکنش مثبت دلسوزان امت اسلامي همراه بود.

از سوي ديگر، يك روز پس از اظهارات شيخ [الازهر که بدون نام بردن از شبکه خاصي، از پخش برنامه] هاي تکفيري از سوي شبکه] هاي ماهواره] اي وها بيت به شدت انتقاد کرده بود [48]؛ پخش برنامه] اي هفت شبکه وهاي متوقف شد [شکل شماره 8]، چنان چه به گزارش ابنا، پس از قطع شبکه] هاي الخليجيه، الحافظ و الناس، پخش برنامه] هاي الصفا و الوصال که برنامه] هاي افراطي و اختلاف] انگيز پخش مي] کنند هم در نايل [ست [49] متوقف شد. ماهواره اردني نور ست [50] نیز در راستاي جلوگیری از تبليغ افراطي] گري، پخش دو شبکه افراطي وهاي الرحمه و الحکمه را متوقف کرد.»

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

شکل شماره 8- واکنش افراطيون مصري به قطع پخش برخی کانال های تلویزیونی ضد تقریبی از سوی ماهواره نايل ست؛ به دنبال انتقاد شديد شيخ الازهر از پخش برنامه] هاي تکفيري از سوي شبکه] هاي ماهواره] اي؛ 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 دستوره‌های صریح قرآن کریم و همچنین یکی از دغدغه‌های اصلی و همیشگی اهل البيت (عليهم السلام) بوده است. اما اقدامات و تبلیغات وسیع دشمنان درونی و بیرونی وحدت جهان اسلام، جهت برانگیختن تعصب] های فرقه] اي؛ دشمن] تراشی] های کاذب از شيعه برای سنی و از سنی برای شيعه؛ تفرقه] افکنی میان دولت] های مسلمان و کوشش برای تشدید اختلافات و تبدیل آن به دشمنی] ها و معارضه] های لاینحل؛ تکفير 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 شدن 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 ژورنالیستی؛ برجسته سازی عناصر تقریب مذاهب اسلامی در فرآیند مدیریت پیام [56] نامیده می شود. رهیافتی موثر برای پاسداری از اتحاد مسلمانان در عصر جهانی شدن 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 ارتباطی و رسانه ای کشورهای اسلامی، کنوانسیون ها و پروتکل های 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 :

- نهج البلاغه؛ ترجمه سید جعفر شهیدی (1380) تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.

- 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<

- الزین، احمد (1389) "تلاش پیگیر برای تقریب (گفت و گو با دکتر احمدالطیب، شیخ الازهر)"; روزنامه اطلاعات. شنبه 13 آذر 1389، شماره 24912، ص 6.
- بدیعی، نعیم (1369) "معیارهای گزینش خبر: کدام خبر، چرا؟"; فصلنامه رسانه. سال 1، شماره های 1 و 2، بهار و تابستان 1369، ص ص 40-45.
- بروجردی علوی، مهدخت (1372) "دروازه‌بانی خبر چیست؟ دروازه‌بانان کیستند؟"; فصلنامه رسانه. سال 4، ش 1، بهار 1372، ص ص 18-25.
- پاک آیین، محسن [57] (1/1389) "روش‌های جنگ نرم دشمن در مقابله با تقریب مذاهب اسلامی و راه‌های مقابله با آن"; فصلنامه سیاسی علمی اخوت. سال 3، بهار 89، شماره 9، ص ص 66-72.
- پاک آیین، محسن (2/1389) "راهبردهای رسانه‌ای برای مقابله با چالش‌های فراروی وحدت اسلامی". > <http://www.taghribnews.ir/vdcewn8w.jh8ofi9bbj.html>
- پگاه حوزه [58] (1386) "راهکارهای تقریب مذاهب اسلام"; (دانشنامه حوزه). <
<http://www.hawzah.net/Hawzah/Magazine/MagArt.aspx?LanguageID=1&id=83594&SearchText>
> 11/3/2010
- تامپسون، جان ب. (1380) رسانه و مدرنیته؛ ترجمه مسعود اوحدی. تهران: انتشارات سروش.
- حیدری، موسی الرضا (1388) "وحدت در قرآن (1)". <
<http://nahadsbmu.ir/article.aspx?gidview=5244>
- خبرگزاری تقریب (1389) "گفت و گو با جت‌الاسلام و المسلمین سید حامد علم‌الهدی، معاون مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی". <
<http://www.taghribnews.ir/vdcjyhe8.uqeavzsfu.htm>
- خدابخش، بتول (1371) "هفت قانون مطبوعاتی"; فصلنامه رسانه. سال 3، ش 1، بهار 1371، ص ص 48-49.
- دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای (1389) "پیام ولی‌الامر مسلمین به حجاج بیت‌الله الحرام". اول ذی‌الحجه‌الحرام 1431 / هفدهم آبان 1389. <
<http://farsi.khamenei.ir/message-content?id=10590>
- سورین، ورنر جی. و جیمز دبلیو. تانکارد (1381) نظریه‌های ارتباطات؛ ترجمه علی رضا دهقان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- عبدالرشیدی، علی اکبر (1389) "رسانه در عصر جهان مندی [59]"; روزنامه اطلاعات. دوشنبه 17 آبان 1389، شماره 24893، ص 6.
- عبدو، محمد (1389) "چالش‌های وحدت و راهبرد رویارویی".

- 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&Action=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."

[1] - 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] - وحدت: یگانه شدن. یکتایی. یگانگی (لغت نامه دهخدا).

[3] - برای مطالعه بیشتر رک. درس های اخلاقی از نهج البلاغه.

[4] - «*إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَعْتَقُونَ» (انبیاء/92)

[5] - «* وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا وَاذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ كُنْتُمْ أَعْدَاءً فَأَلَّفَ بَيْنَ قُلُوبِكُمْ فَأَصْبَحْتُمْ بِنِعْمَتِهِ إِخْوَانًا وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَهْتَدُونَ * وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ * وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُوا وَاخْتَلَفُوا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ وَأُولَئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ (سوره آل عمران / آیات 103-105).»

[6] - «هدف از پیدایش امت اسلامی، نجات بشر و خیر بشر است *كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُوْمِنُونَ بِاللَّهِ... (سوره آل عمران، آیه 110).»

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

[8] - خطبه 96 نهج البلاغه.

[9] - سابقه مباحث وحدت اسلامی، به آغاز دین اسلام باز می گردد که میان صحابه رسول خدا (صلی الله 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 الله علیه و آله و سلم) تا به امروز، شاهد اختلاف و تفرقه میان مذاهب اسلامی بوده است (عبدو، 1389).

[10] - 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 اصل اعتقادات، یعنی اسلام، اشتراک نظر دارند. همه مسلمانان در اصل اسلام، یعنی اعتقاد به خدا و وحدانیت او، نبوت حضرت محمد (صلی الله علیه و آله و سلم) و اعتقاد به معاد با یکدیگر مشترک اند. بنابراین، تقریب بین مذاهب اسلام؛ 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 هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَتَأْتُوا بِنُورٍ» (انبیاء/92) (پگاه حوزه، 1386).

[11] Age of Media Globalization

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

[15] Shiite Arc

[16] Approach

[17] Documentary Research

[18] - 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 جهانی شدن رسانه ها (Globalization Media)، فرآیندی سازمان یافته و نابرابر است که بعضی را بیش از بقیه منتفع ساخته و بخش هایی از جهان را سریع تر به شبکه جهانی ارتباطات، کشانده است. یعنی با وجود آن که ارتباطات و اطلاعات به شکلی فزآینده در مقیاس جهانی انتشار می یابد؛ ولی این مواد نمادین همواره توسط افرادی دریافت می شود که در محل های خاص مکانی - زمانی واقع شده اند. بنابراین "تمک محصولات رسانه ای همیشه یک پدیده محلی است".

به عبارتی دیگر، از ویژگی های محوری جهانی شدن ارتباطات (Globalization Communications) این است که، برخی از مناطق جهان، برای تامین کالاهای نمادین، به شدت وابسته به یکدیگرند. به طور مثال، ماهواره های پخش مستقیم رادیوتلوویزیونی (DBS) ظاهراً "نظام های نوین توزیع محصولات رسانه ای" و یا "نظام های توزیع ذاتاً فرا ملیتی" به شمار می روند. اما در حقیقت، از دیدگاه فنی هیچ دلیلی وجود ندارد که حتماً "ناحیه دریافت یک ماهواره (جای پا)" با مرزهای زمینی یک ملت یا کشور خاص مطابقت داشته باشد (برای مطالعه بیشتر ر.ک. رسانه و مدرنیته؛ 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]– این کانال تلویزیونی در بیان اخبار و پوشش خبری مسائل تفرقه انگیز و جریان سازی علیه شیعیان، کارنامه قابل ملاحظه ای دارد.

[33]– 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 گزینش‌گری، 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، اعمال نظرهای گوناگون توسط گزینش‌گران مختلف صورت می‌گیرد و آن چه به نام "خبر" در رسانه‌ها به مخاطبان ارائه می‌شود؛ حاصل انتخاب‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و اعمال نظرهای افراد گوناگون است. تحقیقات در زمینه رفتار ارتباطی گزینش‌گران نیز نشان‌دهنده 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 صفحه‌های روزنامه و یا در برنامه‌های خبری رادیو و تلویزیون [و یا فضای وب] تعیین می‌کنند (بدیعی، 1369: ص 40).

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

[35] David Manning White

[36] - باید همیشه به خاطر داشت که: "در تمامی سیستم‌های ژورنالیستی، رسانه‌های خبری عوامل و کارگزاران کسانی هستند که قدرت سیاسی و اقتصادی از آن‌هاست و سازمان‌های رسانه‌ای، بازیگران مستقلی نیستند، اگر چه از استعداد و توانایی بالقوه عملکرد مستقل برخوردارند. از این رو مضامین و محتوای رسانه‌های خبری، همیشه منعکس‌کننده منافع کسانی است که رسانه‌ها را تامین مالی می‌کنند" (خدا بخش، 1371: ص 48).

[37] Mass Media

[38] Kwamena Kwansah-Aidoo

[39] - 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 وون-د و [Robert LaRose] روز-ل، [Joseph Straubhaar]، استراوبهار و 358 ص: 1381، Tankard, [Lucinda Davenport]، 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 5-6).

[40] James W. Dearing

[41] Everett M. Rogers

[42] - «إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً ... (انبیاء/92).»

[43] - مانند: الخلیجیه، الحافظ، الناس، الصفا، الوصال، الرحمه، الحکمه، الفجر، المجد، نور، فدک ...

[44] - برخی از برادران اهل سنت، تصورشان این است که کانال تلویزیونی اهل بیت، از مراکز اصلی شیعیان و صراحتاً از قم هدایت می شود.

[45] - جریده النهار.

[46] - دکتر احمد الطیب شیخ [الازهر متعقد است که «ما نیازمند وحدت امت اسلامی برای همه کشورهای اسلامی هستیم؛ این امر مهم و ضروری است و ما به آن نیاز داریم و بدون آن نمی توانیم روزی و

روزگاري سرهاي خود را بر افراشته نگاه داريم. من به دنبال كساني هستم كه از اين وضع بهره‌برداري مي‌كنند. وقتي ماهواره‌هايي 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 گرانبهائي است؛ من در اين زمينه تحقيقي انجام داده‌ام؛ همه مفسران اهل سنت از طبري گرفته تا به امروز هيچ كدام فائل به آن نبوده‌اند كه شيعه داراي قرآن ديگري است...» (الزين، 1389: ص 6).

[47] - دكتور احمد الطيب شيخ الازهر متعقد است كه «ميراث اسلامي، اختلاف را رحمت تلقي مي‌كند. اختلاف از زمان صحابه وجود داشت و همگان نيز بر صواب بودند، بنا بر اين 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 دكتور احمد الطيب شيخ الازهر در پاسخ به اين سؤال 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 کرده است كه: «ميان سني و شيعه اختلافي كه او را از اسلام خارج سازد، وجود ندارد. اين بهره‌برداري 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 الله عليه و سلم) انتخاب رهبران و جانشينان آنها را به مسلمانان واگذار كرد. ولي آنها [شيعيان] مي‌گويند كه پيامبر اكرم (صلي الله عليه و سلم) امام علي كرّم الله 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 بهره‌برداري هاست. البته يك رشته مشكلاتي هم از سوي عوام به صورت دشنام مطرح است. ولي مسئله در بهره‌برداري هاي مغرضانه از اين اختلاف ها در ضربه زدن به وحدت امت است...» (الزين، 1389: ص 6).

[48] - دكتور احمد الطيب شيخ الازهر متعقد است: «... وقتي ماهواره‌هايي 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

برای آن نمی‌بایم...» (الزین، 1389: ص 6).

[49] Nilesat satellite

[50] Noursat satellite

[51] Stewart M. Hoover

[52] Knut Lundby

[53] Media Age

[54] - پاشنه آشیل (heel 'Achilles / 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 ویکی‌پدیا، 2010).

[55] - محسن پاک‌آیین (2/1389) در مقاله‌ای با عنوان راهبردهای رسانه‌ای برای مقابله با چالش‌های فراروی وحدت اسلامی؛ طرحی با عنوان "راهبرد تقریب رسانه‌ای در جهان اسلام" را پیشنهاد داده و در توضیح آن آورده است: تحقق شعار "اتحاد اسلامی" در حوزه بهره‌گیری شایسته از عنصر رسانه، ضرورت بررسی چگونگی تقویت سیاست "رسانه و تقریب" در میان مسلمانان جهان را از ابعاد گوناگون ایجاب می‌نماید. در فرآیند تدابیر تقریبی، سیاست رسانه‌ای به مجموعه عواملی اطلاق می‌شود که دولت‌های اسلامی و علمای تقریبی از طریق آن در بلندمدت، الگوهای رفتاری و شیوه تفکر و زندگی ملت‌های مسلمان را در جهت‌هایی که تامین‌کننده منافع و خواست‌های همگرایانه باشد هدایت می‌کنند.

[56] - مراحل فرآیند مدیریت پیام‌سازی و پیام‌رسانی در تمامی رسانه‌ها، عبارتند از: سیاست‌گذاری ارتباطی، برنامه‌ریزی ارتباطی، تولید پیام، اشاعه پیام و بازخوردگیری از مخاطبان هدف.

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

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

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