

معرفت‌شناسی حقیقت و مجاز در فضای مجازی با رویکرد حکمت (نظری و عملی) اسلامی

نویسنده: دکتر حسن رضایی (ایران)^۱

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۱۴

دریافت: ۱۳۹۶/۰۵/۰۹

چکیده

ملازمت با حق در گرو ملازمت عقلی و عملی است؛ خدای حکیم فرایند پرورش انسان از قوه به فعل را در نظام احسن به‌خوبی طراحی نمود که تربیت انسان الهی و لازمه فعلیت یافتن انسان در پرتو حیات فردی و اجتماعی اوست، ضمانت اجرای این احکام و تکالیف شرعی نیز بر عهده حاکمان الهی است که با یکی از ابزارهای مهمی که در دست دارند- رسانه‌ها- به این مسئله مبادرت می‌ورزند. رهاوردهای حکمت، تبیین مسئله حق است چه این‌که بعضی از حکمای متأخر حکمت را به حق تعریف نمودند؛ آن‌گاه با بررسی ابعاد موضوع باید منظومه فکری که تمام اضلاع آن هماهنگ با حکمت باشد را تعریف نمود. بر این اساس، ابتدا باید در چارچوب هستی‌شناسی که شالوده و بنیان‌های نظری يك مسئله است حکمت را مشخص نمود، سپس در معرفت‌شناسی تبیین می‌شود که وجه و دلیل آن چه بوده و کتاب و سنت و عقل و اجماع هر کدام به ترتیب رتبه جایگاه حق را توصیف و اثبات می‌نمایند. مرحله سوم نیز جایگاه انسان در مقام خلیفه الهی و رابطه آن با حق است. اگر حکمت به حق تبیین و تفسیر شود و آن را به انسان و اجتماع سریان داد و اضلاع سه‌گانه بنیان‌های نظری آن را مشخص نمود، آن‌گاه جایگاه رسانه در این منظومه فکری مشخص می‌شود و پاسخگوی پرسش‌های زیر خواهد شد که در این پژوهش تلاش می‌شود به آن‌ها پاسخ داده شود:

- رابطه حق و شأنیت رسانه در هدایت جامعه و انسان در مقام خلیفه الهی چیست؟
- آیا رسانه در این منظومه فکری صاحب حق است و اگر صاحب حق است، آیا تکالیفی نیز بر عهده دارد؟

۱. دانش‌آموخته حوزه علمیه، مدرس دانشگاه و پژوهشگر رسانه، قم، ایران،

- تکالیف رسانه در تربیت انسان و جامعه محق چیست؟
- اقتضانات رسانه در این منظومه چیست؟
- تفاوت حق در رسانه حکمت محور با مباحث حقوق رسانه در غرب چیست؟

واژگان کلیدی: معرفت‌شناسی حقیقت، معرفت‌شناسی مجازی، حکمت نظری اسلام، حکمت عملی اسلام، فضای مجازی

نظام احسن الهی؛ زمینه خلقت احسن

خداوند حکیم است؛ یعنی علم او یقینی و فعلش محکم و اتقان دارد و نظام هستی که نظام احسن است محصول علم الهی است؛ چون حکمت علمی خداوند محصول حکمت عملی است و در این دو هیچ سستی و فطوری وجود ندارد و کمترین قصور و فتوری در مجموعه آفرینش نیست؛^۱ هم‌چنین شالوده نظام هستی را بر خلقت احسن بنا نهاد^۲ و چون هستی محض، جمال صرف و جمیل محض است، آیات و نشانه‌های آفرینش الهی نیز دارای نظام احسن است و در این بنای محکم الهی، انسان «احسن الخالقین» است.^۳

آن‌گاه برای خلقت انسان به خودش تبریک گفت^۴ که راز این تبریک برای آن است که انسان می‌تواند خلیفه الهی شود؛^۵ سپس انسان که شأنیت خلیفه الهی پیدا نمود، لازمه حکمت الهی است اقتضانات و الزامات تحقق این مقام را در انسان تعبیه نماید^۶ و آن‌گاه برای او رسولانی باطنی قرار داد^۷ که فطرت انسان آینه هدایت،

۱. ر. ک: ملک، ۳.

۲. ر. ک: سجده، ۷.

۳. ر. ک: تین، ۴-۵.

۴. ر. ک: مؤمنون، ۱۴.

۵. ر. ک: بقره، ۳۰.

۶. ر. ک: طه، ۵۰.

۷. ر. ک: نحل، ۶۸.

به سوی اوست و در هدایت تشریع رسولانی از جنس خود او که معلم حکمت بودند، فرستاد.^۱ از سوی دیگر، عقل را در انسان ودیعت نهاد تا سخن حکیمانه را فهم کند.^۲

نظام احسن؛ پرورش انسان خلیفه الله

خداوند حکیم با مقام خلیفه الهی به انسان کرامت بخشید و برای باریابی و راهیابی به این مقام طبق اصل حکمت، اسباب و التزامات آن را نیز برای انسان فراهم نمود؛ آن‌گاه او را در مقام خطاب به ملاقات قرار داد^۳ که این خطاب الهی يك اصل را بر طبق حکمت اکرام یادآور می‌شود که ابر و باد مه خورشید و فلک برای این است که خدا تو را محق قرارداد تا به مقام خلیفه الهی برسی^۴ و تو ای انسان باید کادح باشی تا به حق برسی که تو محق هستی برای رسیدن به حق و اگر غفلت کنی و سستی نمایی، به خود ظلم نمودی؛ هم‌چون روز قیامت که پرونده باز می‌شود و ظالم سرش را از خجالت و شرمندگی به زیر می‌اندازد.^۵

امیر حکمت و بیان علی علیه السلام در تعریف از حکمت می‌فرماید:

«رَأْسُ الْحِكْمَةِ لُزُومُ الْحَقِّ وَطَاعَةُ الْمُحَقِّ»؛ (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰: ح ۵۲۵۸)
ملازمت با حق و فرمانبری از محق، سرآمد حکمت است.

بر این اساس، ملازمت با حق در گرو ملازمت عقلی و عملی است؛ یعنی سالك الى الله هم باید غواص معارف الهیه باشد و هم باید ید بیضاء در تخلق به اخلاق الهی داشته باشد؛ چه این‌که علم و عمل دو بالی هستند که انسان را از ملک

۱. ر. ک: جمعه، ۲.

۲. ر. ک: بقره، ۲۴۲.

۳. ر. ک: انشقاق، ۶.

۴. ر. ک: اسراء، ۷۰.

۵. ر. ک: شوری، ۲۲.

پران تر می کند و در جایگاه خلیفه الهی می نشاند تا مسجود ملائک شود و این با سیر در حکمت نظری و عملی ممکن است؛ لذا بعضی از حکمای متأخر در تفسیر «إِلَيْهِ يَصْعَدُ الْكَلِمُ الطَّيِّبُ وَالْعَمَلُ الصَّالِحُ يَرْفَعُهُ»^۱ گفته اند مراد از عمل صالح، هر عملی است که بر طبق عقاید حق صادر شود و با آن سازگار باشد. عمل صالح تنها وقتی حاصل می شود که علم و عمل با هم باشند، در غیر این صورت علم بدون عمل و عمل بدون علم راهزن است.

ثمره حکمت نظری و عملی تخلق به اخلاق الهی در محدوده امر الهی است؛ چرا که برخی از کمالات هم چون مقام کبریایی از آن اوست؛^۲ پس باریابی به مقام خلیفه الهی در پرتو اصل «عبد بودن» معنا می یابد که نحو اتم آن در انسان کامل است؛ لذا برای رسیدن به مقام عبودیت باید خاشع بود و این خاشع بودن ثمره حکمت است که پیامبر اکرم فرمودند:

«رَأْسُ الْحِكْمَةِ مَخَافَةُ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ»؛ (صدوق، ۱۴۰۴، ج ۴: ۲۷۲) ترس از خداوند، سرآمد حکمت است.

حکمت الهی در تربیت انسان متخلق به اخلاق الهی بر این امر قرار گرفت که در نشئه دنیا استعدادهای بالقوه اش بالفعل شود؛ چه این که فرایند شکل گیری انسان را بیان فرمود تا دلیل باشد بر دانستن این که عطایی از جانب حق است؛^۳ و الا انسان هیچ گاه محق نخواهد بود. این سیر اثبات یکی دیگر از حکمت های الهی است.

هم چنین، آن حکیمی که به اکمال و اتمام انسان را خلق نمود، فرایند پرورش انسان از قوه به فعل را در نظام احسن به خوبی طراحی نمود و برای همه اتمام حجت نمود که

۱. فاطر، ۱۰: سخنان پاکیزه به سوی او [خداوند] صعود می کند و عمل صالح را بالا می برد.

۲. ر. ک: نهج البلاغه، خطبه ۱۹۲.

۳. ر. ک: انسان، ۱؛ مؤمنون، ۱۳-۱۲.

انسان خلیفه الهی عین حیات است^۱ و این سیر الی الله برای همگان میسور است، پس تربیت انسان الهی و لازمه فعلیت یافتن انسان در پرتو حیات فردی و اجتماعی اوست؛ چرا که بخش مهمی از استعداد های او برای تخلق به اخلاق الهی فقط در اجتماع است که به فعلیت می‌رسد؛ لذا حکمای مسلمان علت اهتمام اسلام به اجتماع را به دلیل اهمیتی می‌دانند که در تربیت انسان دارد و بر این باورند که تربیت و رشد اخلاق و غرایز در انسان که ریشه و مبدأ تشکیل اجتماع است، وقتی مؤثر واقع می‌شود که جو جامعه با آن تربیت معارضه نکند و گرنه قدرت نیروی جامعه، فرد را در خود مستهلک می‌کند. بنابراین، اگر اخلاق و غرایز جامعه با این تربیت ضدیت کند یا تربیت انجام شده مؤثر واقع نمی‌شود و یا آن قدر ناچیز است که قابل قیاس و اندازه‌گیری نیست.

حکمت تبلیغی حاکمان در تربیت انسان محق

اگر گفته شد اجتماع مؤثر در تربیت انسان است، حکمت الهی اقتضا دارد احکام و قوانین اجتماعی را وضع نماید تا جامعه در مسیر تربیت انسان قرار بگیرد. ضمانت اجرای این احکام و تکالیف شرعی نیز بر عهده حاکمان الهی است و سرّ تشکیل حکومت الهی که هم سیاست تدبیر امور و هم قدرت اجرا داشته باشد از این نکته مشخص می‌شود چرا که حکومت باید تسهیل کننده تربیت انسان به سوی باری تعالی باشد.

بر این اساس، برای باریابی به این هدف از حکمت باید در جامعه زمینه انذار فراهم شود که از این جا اهمیت تبلیغ دین مشخص می‌گردد.^۲

یکی از ابزارهای مهم برای حاکمان در حکومت اسلامی در قرن اخیر، رسانه‌ها هستند که در عصر معاصر نبض حیات فردی و اجتماعی را به دست گرفته‌اند و

۱. ر. ک: انفال، ۴۲.

۲. ر. ک: توبه، ۱۲۲.

موضوع تربیت انسان را سخت و پیچیده کرده‌اند تا جایی که گروهی از پژوهشگران بر این باورند که رسانه‌ها تربیت انسان را بر عهده گرفته‌اند. (پستمن^۱، ۱۳۸۴: ۲۰۸) با این توضیحات، مشخص می‌شود که جایگاه انسان در نظام احسن الهی رسیدن به خلیفه الهی است و انسان با تمام عطایای الهی که در جانش تعبیه شده محق است تا به این مقام باریابد؛ لذا اگر در صورت غفلت و گناه این حق را از خود سلب کند، به خویش ظلم نموده است. از طرف دیگر، جامعه نیز باید در خدمت تربیت انسان محق باشد؛ پس جامعه نیز صاحب حق می‌شود، لذا گناهایی که جامعه را به اضلال می‌کشد عقوبت بدتری دارند؛ چرا که مانع از تربیت انسان الهی می‌شوند.

در نهایت، از رسالت حاکمان الهی این است که بسترهای تربیت انسان محق را فراهم نمایند که یکی از بسترهای مهم ایجاد رسانه‌های اسلامی است. از این استدلال می‌توان این نکته را استخراج نمود که رسانه‌ها و عوامل تولید اثر رسانه‌ای نیز اگر در راستای تربیت انسان قرار گیرند، ثواب عمل اجتماعی دارند و در صورت اضلال و اخلال در تربیت انسان عقوبت چند برابر دارند. (فخار طوسی، ۱۳۸۱: ۱۴۲ و ۱۲۵)

تبیین گفتمان رسانه‌ای مبتنی بر دین

امروزه در مورد نقش اساسی رسانه‌ها در زندگی بشر و اثر روزافزون آن در تحولات آینده جوامع بشری تردیدی وجود ندارد. بشر در حالی وارد قرن ۲۱ شده که فناوری‌های رسانه او را محاصره کرده و جوامع بشری وابستگی شدیدی به رسانه پیدا کرده‌اند.

در طی دهه‌های گذشته اظهارنظرهای متفاوتی درباره ماهیت رسانه بیان شده؛ اما آنچه مسلم است این که بیان این گونه دیدگاه‌های متضاد، نشان‌دهنده تأثیر عظیم این مصنوع بشری بر زندگی نوع انسان است.

گسترده‌گی و عمق حوزه تأثیرات رسانه به حدی است که باعث شده عده‌ای از صاحب‌نظران مفتون آن شوند و منفعلانه در گوشه‌ای نظاره‌گر انحطاط فرهنگی و

اجتماعی جوامع در مقابل رسانه‌ها باشند و در مقابل عده‌ای دیگر از محققان با توجه به اثرات مخرب رسانه‌ها بر زندگی اجتماعی انسان و طبیعت پیرامون وی، عطایش را به لقایش بخشیده و یکسره به نفی آن پردازند.

در این هماورد، گاهی به غلبه جامعه دیندار انجامیده و ثمره آن استفاده از تحریم رسانه‌ها در سطح اجتماع بوده و گاهی نیز تن دادن مسالمت‌آمیز با فناوری‌های رسانه بوده است که دلیل اصلی در این مواجهه‌ها نیز ترس از استیلاي رسانه و کمرنگ شدن حضور دین در رفتارهای فردی و اجتماعی بود:

قدرت تلویزیون در این نهفته است که دریچه قلب ما - احساس - را بر روی شخصیت‌ها باز می‌کند و نه در دریچه مغز ما؛ زیرا خداوند در مغزها و اندیشه ماست. (پستمن، ۱۳۸۴: ۲۶۳)

به مرور زمان با تجربه دینداران در عرصه حضور در رسانه ترغیب برای استفاده از رسانه در تبلیغات دینی شکل گرفت؛ به طوری که واتیکان در جایگاه نهاد حاکمیت مسیحیت بیش از ۱۰۰ فرستنده رادیویی و تلویزیونی مختص به خود دارد که - مستقیماً - معارف مسیحیت را تبلیغ می‌کنند.

از طرف دیگر، پیروزی انقلاب اسلامی گفتمان‌های مختلفی را در جهان ایجاد نمود؛ البته این معجزه قرن در عرصه سیاسی به يك پدیده تبدیل شد که یکی از گفتمان‌های مهمی که با انقلاب شکل گرفت، ایجاد گفتمان رسانه‌ای مبتنی بر دین و دینداری بود؛ چه این‌که جامعه دینداران قبل از انقلاب نگاه تحریمی به رسانه تلویزیون و سینما داشتند و بعد از انقلاب این نگاه تحریمی تبدیل به سطحی از توقع نسبت به رسانه شد به این دلیل که:

ما با سینما مخالف نیستیم، ما با مرکز فحشا مخالفیم؛ ما با رادیو مخالف نیستیم، ما با فحشا مخالفیم؛ ما با تلویزیون مخالف نیستیم، ما با آن چیزی که

در خدمت اجانب برای عقب نگه داشتن جوانان ما و از دست دادن نیروی انسانی ماست، با آن مخالف هستیم. ما کی مخالفت کردیم با تجدد؟ با مراتب تجدد؟ سینما یکی از مظاهر تمدن است که باید در خدمت این مردم، در خدمت تربیت این مردم باشد و شما می‌دانید که جوان‌های ما را این‌ها به تباهی کشیده‌اند و همین‌طور سایر این [مراکز]. ما با این‌ها در این جهات مخالف هستیم. این‌ها به همه معنا خیانت کرده‌اند به مملکت ما. (امام خمینی، ج ۶: ۱۵)

انقلاب رسانه‌ای با انقلاب اسلامی

در چنین وضعیتی، مطالبات از رسانه انقلاب اسلامی در قالب منشورهای رسانه از نگاه امام و رهبری تدوین گردید؛ هم‌چنان که امام خمینی ره جایگاه رسانه را تربیت می‌داند و یادآور می‌شود که این دستگاه‌ها؛ دستگاه‌های تربیتی هستند که باید تمام اقدار ملت با این دستگاه‌ها تربیت بشوند، يك دانشگاه عمومی هستند؛ (همان، ج ۱۸: ۳۲۶)؛ مقام معظم رهبری نیز اصلی‌ترین وظیفه رسانه اسلامی را تربیت انسان‌ها برای رسیدن به رشد و کمال می‌داند و وجه تمایز آن را با رسانه غیر دینی که بیشترین هدف آن ایجاد سرگرمی و تفریح است، در تدین‌سازی جامعه می‌داند. (مقام معظم رهبری، ۱۷ بهمن ۱۳۷۰)

در عین حال، بسط تئوریک رسانه اسلامی در جامعه دانشگاهی و حوزه‌های علمیه تبلور نیافت که ضرورت نظریه‌پردازی در این حوزه می‌تواند ثمرات علمی و عملی فراوانی برای حکومت اسلامی داشته باشد.

یکی از مزایای نظریه‌پردازی در این حوزه، تبیین نوع مواجهه حکومت با رسانه است؛ این‌که:

- حاکمان نظام تا چه سطح می‌توانند از رسانه در جهت تعالی دین، جامعه و اسلام بهره بگیرند؟
- آیا رسانه می‌تواند انسان الهی تربیت کند؟

- رسانه‌ها تا چه میزان می‌توانند بر حاکمیت هنجارهای نظام اسلامی كمك کنند؟
- کدام‌یک از نظریه‌های ذات‌گرایانه یا ابزارگرایانه مورد تأیید حکمای اسلامی است؟ آیا رسانه‌ها که مولود فناوری غرب هستند، میراث فرهنگی آنان را نیز انتقال می‌دهند و در این صورت، چه سیاستی باید اتخاذ کرد؟
- آیا حکومت اسلامی در جامعه کنونی که هر روز فناوری‌های جدید ظهور پیدا می‌کند، می‌تواند نگاه تحریمی به رسانه‌ها داشته باشد؟

به نظر می‌رسد، اگر این مسئله مهم در حوزه تئوریک حل شود، قدرت برنامه‌ریزی دینی را به مدیران می‌دهد تا سطح توقع از رسانه‌ها را در تحولات دینی در زمینه فردی و اجتماعی بدانند.

از سوی دیگر، انقلاب اسلامی در جایگاه مدل حکومتی به عنوان الگو برای جهانیان و کشورهای استکبارستیز و مسلمانان مبارز مطرح است؛ لذا باید مدل اسلامی و اجرایی رسانه انقلابی و اسلامی نیز تعریف گردد و در نهایت نظریه‌پردازی در این زمینه تکلیف ما را با نظام‌های رسانه‌ای سکولار مشخص می‌کند و همه این ضرورت‌ها در حوزه تولید محصولات رسانه تبلور خواهد یافت و می‌تواند زوایای ناشناخته‌ای از برنامه‌سازی مبتنی بر سبک رسانه اسلامی به جهان ارائه دهد. آن‌چه در ارائه مدل رسانه دینی مهم به نظر می‌رسد این‌که باید روش طراحی آن مبتنی بر مبانی بنیادین اسلامی باشد.

حکمت اسلامی در تبیین رسانه اسلامی

بررسی رسانه و نظریه پردازی در غرب را رشته‌ای با عنوان «فلسفه رسانه»^۱ عهده‌دار شده است که در تقسیم‌بندی فلسفه در شاخه فلسفه مضاف بحث و بررسی می‌گردد؛ اما نکته مهم این است که رویکرد فلسفه رسانه غربی با بنیان‌های اندیشه‌ای و فکری آنان همسو و همراه است که به نظر می‌رسد در کنار نگاه تطبیقی و انتقادی باید ابتدا الگوی نظری رسانه اسلامی بر اساس بنیان‌های اندیشه‌ای و روش‌شناسی اسلامی تبیین شود؛ آن‌گاه به رویکرد تطبیقی روی آورد.

مزیت این روش ضمن تأکید بر بومی‌سازی علوم طبق نقشه علمی کشور، در این است که حوزه‌های معرفتی جدیدی استخراج می‌کند که می‌تواند در سطوح مختلف رسانه کاربرد داشته باشد.

بحث مهمی که در این جا مطرح می‌شود این‌که دانشمندان اسلامی نیز روش‌های متفاوتی نسبت به تحلیل و تبیین موضوعات دارند که يك روش و رویکرد در قالب حکمت نظری و عملی مطرح می‌گردد و دیگری رویکرد فلسفی و عقلی است که عقل نظری و عملی عهده‌دار تبیین و تحلیل مسائل است. در فلسفه اسلامی توجه به جنبه ادراکی انسان است که چگونه معارف حق را می‌یابد و می‌فهمد و آن‌چه انسان انجام می‌دهد و در مادون اثر می‌گذارد به واسطه عقل علمی و عملی است.

بنابراین عقل نظری یا عملی دو نیرو از نیروهای انسانی است، ولی حکمت نظری و عملی دو رشته از علوم و مسائل انسانی است؛ لذا حکمت در اوج معارف اسلامی قرار دارد، هم‌چنان که حکما گفته‌اند حکمت عبارت است از قضایای حقه‌ای که مطابق با واقع باشد و هیچ‌گونه سستی در آن نباشد و محکم و متقن باشد؛ لذا در حکمت مسائل آن‌گونه که هستند بیان می‌شوند، اما وقتی عقل و فهم و روش عقلی و طریق براهین مطرح می‌شود، این بر عهده فلسفه است. (جوادی آملی، ۱۳۹۳: ۱۵)

بیان این نکته لازم است که این دو رویکرد در تضاد با یکدیگر نیستند؛ بلکه تکمیل‌کننده هم هستند. در مباحث فلسفی نیز محورهای متعددی قابل طرح است از جمله تفاوت فلسفه اسلامی با غیر آن؛ این‌که:

- آیا موضوع علوم انسانی و علوم اجتماعی و بالطبع رسانه در فلسفه عام مطرح می‌شود یا در فلسفه خاص؟
- آیا درست است همانند فلسفه غرب، فلسفه رسانه را در بخش فلسفه مضاف بحث کرد؟

رهیافت بعدی در نظریه حکمت رسانه اسلامی این است که بینش حکمت‌محور، این محصول و ثمرات را دارد که در حیطه هستی‌شناسی، معرفت‌شناسی و انسان‌شناسی نظام می‌دهد؛ لذا هم‌چون منظومه‌ای تمام حیطه‌های مباحث تحلیل و تفسیر را شامل می‌گردد؛ پس اگر کسی بخواهد در موضوع رسانه و سایر مسائل مرتبط به آن اظهارنظر کند، باید همه مراتب و مسائل را در نظر بگیرد و حقوق و شئون همه ابزارهای معرفتی را حفظ کند به نحوی که با هیچ حلقه‌ای از معارف مباین نباشد.

تفسیر حکمت به حق

همان‌گونه که در مباحث علمی متداول است، ابتدا باید حکمت تعریف و تبیین گردد؛ اگر بیان شد که حکمت در لغت به معنای امری است که اتقان دارد، علمای علم منطق نیز قضایایی را که مطابق با واقع و موافق با نفس‌الأمر باشند را حق می‌نامند.

فلاسفه نیز واژه حق را گاهی به وجود عینی و خارجی تعبیر می‌کنند و گاهی موجود واجبی که قائم به ذات است؛ گروهی از حکما نیز - از جمله علامه طباطبایی - حکمت را از قضایای حقه‌ای که مطابق با واقع باشد تعریف می‌کنند؛ یعنی به نحوی مشتمل بر سعادت بشر باشد، همانند معارف حقه الهیه درباره مبدأ و معاد.

(طباطبایی، ۱۳۸۲، ج ۲: ۶۰۷)

علامه طباطبائی تعریف دقیق‌تری از حکمت می‌دهد و حکمت را به حق تعریف می‌نماید و اشار می‌کند که حکمت از علم و عمل حق سرچشمه می‌گیرد که دین اسلام بدان دعوت می‌کند و حق، عبارت است از رأی و اعتقادی که ملازم با رشد بدون غی و مطابق با واقع باشد و این همان حکمت است. (طباطبائی، ۱۳۸۲، ج ۲: ۶۰۸) تکرار قریب بر ۳۰۰ مرتبه واژه حق با شقوقات آن و ارائه مطالب در قالب اشکال منطقی و استدلال‌های عمیق عقلی در قرآن حکیم و روایات معصومین علیهم‌السلام نشان از مبانی قطعی ارائه این تعریف دارد.

به طور کلی، انسان برای رسیدن به سعادت نیاز به دو بال علم و عمل دارد؛ چون علم به تنهایی کافی نیست و برای عینی شدن محتاج عمل است، اما آنچه موجب بالفعل شدن این دو می‌گردد، حکمت است.

حکمت نه تنها به معرفی حقایق هستی کمک می‌نماید؛ بلکه قبل از هر چیز به قوای نفسانی انسان پرداخته و برای انسان دو نیروی علامه و عماله کشف کرده و معرفی می‌کند که از یکی اندیشه و از دیگری عمل ساخته است. (جوادی آملی، ۱۳۹۳: ۳۷)

حکما حکمت را به دو دسته نظری و عملی تقسیم می‌کنند؛

- حکمت نظری؛ بخشی که عقل درباره هست و نیست حقایق جهان تکوین بحث می‌کند، اموری که خارج از قدرت و انتخاب و اختیار بشر است مانند بحث پیرامون مسائل توحید، نبوت، معاد، ملائک، عالم ملکوت، ماده و سایر مسائل نظری که خواه انسان باشد یا نباشد وجود آن حقایق در جای خود محفوظ است. (همان: ۵۳)
- حکمت عملی؛ بخشی است که عقل درباره باید و نباید اخلاقی، فقهی و حقوقی بحث می‌کند و پیرامون مسائلی است که در قدرت و اختیار بشر قرار دارد، مانند بحث پیرامون تهذیب نفس، از بین بردن رذایل و ایجاد فضائل اخلاقی که این امر بر عهده علم اخلاق است و در بخش دیگر، تبیین تکالیف الهی انسان در حیطه عمل که علم فقه عهده‌دار آن است. (همان: ۱۰۵)

بر این اساس، اگر بیان شد که یکی از رهاورده‌های حکمت، تبیین مسئله حق است - هم‌چنان که حکمت را به حق تعریف نمودند - آن‌گاه با بررسی ابعاد موضوع باید منظومه فکری که تمام اضلاع آن هماهنگ باشد را تعریف نمود؛ این منظومه فکری از منابعی تغذیه می‌شود که گاهی مربوط به هستی‌شناسی است که در آن سخن از ایجاد و تکون يك پدیده است که:

- دین به عنوان منبع اصلی در تکون حق و تکلیف از کجا پدید آمده است؟
- تکون آن به دست چه کسی است؟
- چه منبعی باید تعالیم دینی را وضع کند؟

وقتی در بحث هستی‌شناسی روشن شد که چه چیز منبع پیدایش، حق و تکلیف است، سپس در معرفت‌شناسی تبیین می‌شود که: وجه و دلیل آن چه بوده که کتاب، سنت، عقل و اجماع هر کدام به ترتیب رتبه باید جایگاه حق را توصیف و اثبات نمایند؛ سپس مرحله سوم که جایگاه انسان در مقام خلیفه الهی و رابطه آن با حق است، طرح می‌شود. بنابراین، بحث انسان در موضوع حق در سه محور کلی مطرح می‌گردد:

- چه چیزی در نظام هستی حق است؟
- در ساختار انسان چه چیزی حق است؟
- در پیوند میان عالم و آدم چه چیزی حق است؟

ارتباط این مطالب با رسانه نیز در همین پیوندهای سه‌گانه تبیین می‌گردد که یکی از فواید نگاه منظومه‌وار این است که تکلیف ما با مکاتب نظری در رسانه‌های غربی مشخص می‌گردد. در مکتبی که بنیان‌های فکری‌اش بر اساس ماده است و هر چه مادی و محسوس نباشد خرافه و افیون است و باعقل‌ابزاری و نگرش سود و فایده، لذت و خوشی جهان تفسیر می‌گردد، رسانه آن نیز تفکر الحادی را در لفافه و ابهام و اغوا ارائه می‌دهد تا مخاطب را از فطرت الهی دور کند؛ در مقابل حکمت اسلامی اقناع می‌کند و دعوت به تفکر می‌کند که اگر شیطان تسویل می‌نماید، حکمت الهی تبیین می‌نماید.

انسان محق در رسانه اسلامی

اگر حکمت را به حق تبیین و تفسیر نمود و آن را به انسان و اجتماع سریان داد، حال باید مشخص کرد:

- حقوق فردی و اجتماعی در رسانه‌ها چگونه تبیین می‌گردد؟
 - اگر برای رسانه‌ها کارکردهایی تعریف شده، حقوق فردی و اجتماعی در کارکردهای رسانه چیست؟
 - حقوق اطلاع‌رسانی انسان محق چیست؟
- اگر اصلی‌ترین کارکرد رسانه‌ها را سرگرمی تعریف نمود، با توجه به مبانی سرگرمی که غفلت‌آور است، در حکمت رسانه‌ای:
- آیا باید توجیه کرد یا راه حل ارائه داد؟
 - اگر برای رسانه‌ها اثرگذاری قائل بود و از طریق تکنیک‌ها و روش‌ها بتوان بر فرد و جامعه تأثیر گذاشت، حق مخاطب و اجتماع در آن چیست؟
 - آیا می‌توان از هر تکنیکی برای اثرگذاری استفاده کرد؟
 - تعاریفی مثل آزادی رسانه‌ها، عدالت و مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها را با مدل حق چگونه می‌توان تعریف کرد؟
 - تفاوت حقوق رسانه‌ای اسلام و غرب در چیست؟

از رهاورد مباحث یاد شده چنین برداشت می‌شود که حکمت الهی بر این قرار گرفت تا شأن انسان را در ردای خلیفه الهی ببیند و اقتضانات باریابی به این شأن را برایش فراهم نماید؛ در چنین وضعیتی، رسانه اسلامی مکلف است بسترهای تربیتی را برای باریابی به مقام خلیفه الهی ایجاد نماید و این از حقوق اصلی انسان است تا با توجه به سعه وجودی‌اش - خود- را به این مقام که از آن به مقام ولایت یاد می‌شود، نزدیک کند و یا خود را صاحب حق بداند و از جامعه اسلامی و رسانه اسلامی این توقع را داشته باشد تا زمینه‌های احقاق این حق را فراهم نماید.

حکمت حیات انسانی در حیات رسانه اسلامی

از رهیافت‌های ارائه شده روشن می‌شود که خدای متعال، توحیدمحوری را در جان انسان به ودیعت نهاده است و به او که در مقام خلیفه الهی است می‌فرماید:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ يَحُولُ بَيْنَ الْمَرْءِ وَقَلْبِهِ وَأَنَّهُ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ»؛ (انفال، ۲۴) ای کسانی که ایمان آورده‌اید! اجابت کنید دعوت خدا و رسولش را هنگامی که شما را دعوت می‌کنند به سوی آن چه که به شما حیات می‌بخشد.

این نکته به بدهات عقل روشن و ثابت است که مراد از حیات در این آیه حیات ظاهری و جسمانی نیست؛ زیرا مخاطب آیه کسانی هستند که از این حیات برخوردارند؛ این مرحله از زندگی امری پوشیده نیست تا ادراک آن برای عده‌ای مبهم باشد؛ چون اگر مقصود از حیات همین معنای ظاهری و سطحی آن بود، نیازی به پیمان نداشت، سپس هر عقل سلیمی حکم می‌کند که مراد از آیه که فرمود معنای دقیق‌تر و ظریف‌تر از زندگی یعنی همان حیات حقیقی انسان که بر مبنای اندیشه و ایمان به خداست.

تحصیل این حقیقت نیز جز از راه علم، ایمان و عمل صالح مقدور نیست و این همان حیات طیبه‌ای است که خداوند به مؤمنان وعده داده است.^۱

غرض و غایت خلقت انسان، به انسان‌شناسی مربوط است نه به جامعه‌شناسی؛ اما برای تبیین بعد اجتماعی انسان در اسلام که روابط انسانی را شکل می‌دهد، آشنایی با حکمت حیات لازم است؛ لذا رسانه اسلامی نیز اگر بخواهد در مسیر هدفمندی انسان قرار بگیرد، باید بداند حیات انسانی و اجتماعی انسان به چیست و برای زمینه‌سازی در مسیر تحقق آن- خود- صاحب حیات طیبه باشد.

حیات انسانی در هدف خلقت معنا می‌یابد و برای هدف خلقت می‌توان هدف زیر را در نظر گرفت که رسانه اسلامی در هنجارهای رسانه‌ای باید خط‌مشی و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی خود را برای تأمین آن قرار دهد:

- عبادت خداوند؛^۱ انسان تنها برای عبادت آفریده نشده، بلکه نعمت حیات برای عبودیت به وی بخشیده شده است؛ یعنی حیات انسان باید بیشتر احیای روح بندگی و وصول به مقام عبودی در برابر خداوند سبحان باشد که عبادت زمینه عبودیت است؛ لذا: بایستی مفاهیم و معارف اسلامی پخش و منعکس بشود. علاوه بر این، صدا و سیما کوشش کند که مردم متدین بشوند. (مقام معظم رهبری، ۷ مرداد ۱۳۶۹) تدین‌سازی جامعه نیز همان حیات انسان و اجتماع انسانی است که در پرتو آن شالودگی بندگی معنا می‌یابد؛ شالوده بندگی، طبق تقسیم‌بندی اصولی زیر است که هر اصل در دل خود، ۷ رکن دارد:

○ معامله انسان با خداوند؛ ادای حقوق ربوبی، حفظ حدود الهی، شکر و نعم پروردگار، رضا به قضای الهی، صبر بر مصائب و بلایای طبیعی، تعظیم و تکریم محارم خداوندی، شوق به لقای ذات سرمدی.

○ تعامل با نفس خود؛ جهاد با نفس، خوف از رب، تحمل ریاضت، طلب صداقت، اخلاص در نیت، اخراج حب غیر از نفس، معرفت به رب و فقر خود.

○ معاشرت با مردم؛ حلم و صبر و بردباری، گذشت و بخشندگی، تواضع و فروتنی، سخا و کرم، بزرگواری و مهربانی، فصاحت و پند و خیرخواهی، قسط و انصاف و عدل‌محوری.

○ معامله با دنیا؛ راضی بودن به کمترین امکانات، اיתار به موجود، عدم علاقه به مال زیاد، انتخاب روش زهد، معرفت به آفات و بلایا، برانداختن شهوات، ترک مصاحبه ظاهری. هرگاه این شرایط در فردی جمع شد، او مقرب درگاه حضرت باری تعالی است. (جوادی آملی، ۱۳۹۱)

هماورد رسانه الهی و رسانه غیر الهی

رسانه‌ای که در جهت تأمین حیات الهی انسان نباشد، دچار سفاهت می‌شود؛ سفاهتی که با حکمت جمع نمی‌شود، چون حکمت به آن است که حق خود را شناخت؛ هم‌چنین سرمنشأ سفاهت نیرنگ دنیا و دل‌باختگی به آن است، هم‌چنان که پیامبر اکرم می‌فرمایند:

«حُبُّ الدُّنْيَا رَأْسُ كُلِّ خَطِيئَةٍ»؛ (نهج الفصاحه: ۲۸۳) حب به دنیا، سرمنشأ همه گناهان است.

در چنین وضعیتی است که رسانه نقش تسویل را بر عهده می‌گیرد و دنیا را زیبا جلوه می‌دهد و حیات انسانی را در این دنیای زودگذر خلاصه می‌کند و انسان را غره و شیفته به حیات دنیوی می‌نماید؛ لذا قرآن کریم سفارش به فریفته نشدن می‌کند؛^۱ چون تسویل، زشت را زیبا جلو می‌دهد؛ لذا اگر رسانه اسلامی به تسویل جامعه و انسان بپردازد مصداق این کریمه قرار می‌گیرد:

«بَلْ سَوَّلَتْ لَكُمْ أَنْفُسُكُمْ أَمْراً»؛ (یوسف، ۸۳) بلکه نفس شما کاری [بد] را برای شما آراسته است.

این نقش تسویل رسانه است که همانند برادران یوسف به چاه انداختن برادر را نیک پنداشتند؛ حال رسانه نیز خدعه به چاه انداختن انسان را در وادی سرگرمی و دنیا زیبا جلوه می‌دهد.

نتیجه آن‌که رسانه‌های تسویلی به انواع تکنیک‌ها و روش‌ها در مهندسی پیام، انسان را به سوی مصرف‌زدگی سوق می‌دهند و زندگی را برای انسان این‌گونه معنا می‌کنند که ماسوای این دنیا جهانی نیست، پس بر عیشت بیفزایند.

فضای مجازی در پرتو حکمت رسانه اسلامی

حضرت علی علیه السلام می‌فرمایند:

اگر انسان بیدار باشد زشت و زیبا را می‌شناسد و امتیاز می‌دهد و اجازه نمی‌دهد از درون، عواملی پیدا شود که با مقدمه‌چینی، زشتی‌ها را به صورت زیبا نشان دهد. نفس آگاه و بیدار اجازه نمی‌دهد چنین توطئه‌ای صورت بگیرد. (نهج البلاغه، خطبه ۴۲)

از طرف دیگر، قرآن کریم در آیات متعددی این خطر را گوش زد می‌کند که ای انسان مفتون دنیا نشو؛^۱ لذا حکمت الهی اقتضا می‌کند که انسان همیشه بیدار باشد تا فریفته نشود؛ پس انسان در این مسیر رشد و کمال و عبودیت تا باریابی به مقام خلیفه الهی باید پاسبان حرم دل باشد و کشیک نفس بکشد تا مظاهر دنیا او را از صراط حق منحرف نکند.

امیر مؤمنان علی علیه السلام برای این که ثابت کند دشمن هرگز به مرز انسان‌های بیدار راه ندارد، می‌فرماید:

«وَإِنَّ أَخَا الْحَرْبِ الْأَرْقُ وَمَنْ نَامَ لَمْ يُنَمَّ عَنْهُ»؛ (نهج البلاغه، نامه ۶۲)

مرد نبرد بیدار است و لازمه جنگ بیداری است، زیرا دشمن کسی را که خواب است غافل گیر می‌کند و شیطان از راهی می‌آید که تو نمی‌بینی.

بنابراین، اگر انسان راه نفوذ شیطان را بدانند و مسیرها را کنترل کنند، غافلگیر نمی‌شود. (جوادی آملی، ۱۳۹۳: ۱۳۷)

یکی از راه‌های اغوای شیطان، چشم‌دوزی به زندگی تجملی دیگران است؛ صفتی که در قرآن کریم نهی شده،^۱ هم‌چنان که حضرت علی علیه السلام می‌فرماید:

«إِنَّ الدُّنْيَا قَدْ اِزْتَحَلَتْ مُدِيرَةً وَالْآخِرَةُ مُقْبِلَةٌ وَلِكُلِّ وَاحِدَةٍ مِنْهُمَا بَدُونٌ فَكُونُوا مِنْ أَتْبَاءِ الْآخِرَةِ وَلَا تَكُونُوا مِنْ أَتْبَاءِ الدُّنْيَا الْيَوْمَ عَمَلٌ وَلَا حِسَابٌ وَغَدًا حِسَابٌ وَلَا عَمَلٌ»؛ (نهج البلاغه، خطبه ۴۲) هریک از

دنیا و آخرت فرزندان دارند، بر بعضی دنیا حکومت می‌کند و بر بعضی آخرت؛ شما فرزندان دنیا نباشید که در قیامت هر انسانی به مادرش ملحق می‌شود که تحت تربیت او رشد کرده است. دنیا همان ریشه جهنم است.

رسانه‌های غیر الهی و سایلی هستند که در عصر مدرن زندگی و تربیت انسان را پیچیده کرده‌اند؛ لذا باید به جنگ با رسانه‌ای رفت که انسان را دعوت به سفاهت می‌کند و در این راه اقتدا به سیره ائمه معصومین علیهم السلام کرد.

سواد رسانه؛ یگانه راه جنگ رسانه‌ای دشمن

رسانه اسلامی باید زمینه‌ساز حقوق انسانی، به ویژه حق رسیدن به کمال باشد و در هم‌آوردطلبی رسانه‌های مادی‌گرا انسان را دعوت به حق کند و در این جنگ نابرابر به خود خوف راه ندهد،^۲ حسن ظن به یاری خدا داشته باشد^۳ و از کثرت نیروها و امکانات دشمن نهراسد؛^۴ چرا که خداوند متعال راه پیروزی بر دشمنان کثیر را ایمان پایدار گروه اندک برمی‌شمارد که اگر پایداری در ایمان داشته باشید، خداوند با شماست و هرکه خدا با او باشد، پیروز است.

۱. ر. ک: طه، ۱۳۱.

۲. ر. ک: یونس، ۶۲.

۳. ر. ک: محمد، ۷.

۴. ر. ک: بقره، ۲۴۹؛ انفال، ۱۲.

ابزار کارزار دشمن در این جنگ تسویل و اغواگری است که در مظاهر رسانه‌ای غرب هم چون مصرف‌گرایی، شهوت‌رانی و سرگرمی تبلور یافته است و در این سو خداوند- در مقابل تسویل- دعوت به اقناع می‌کند؛^۱ در این میان، گروه اول در مسیر خود از شناخت صحیح و یقین و دلیل و برهان قطعی برخوردارند و راه و هدف خود را به روشنی می‌بینند و به سرعت پیش می‌روند؛ اما گروه دوم گرفتار سوء تشخیص و عدم درک واقعیت و تاریکی مسیر و هدف شده و در ظلمات اوهام سرگردانند که عامل این سرگردانی همان پیروی از هوی و هوس‌های سرکش است؛ چرا که هوا و هوس پرده بر روی عقل و فکر انسان می‌افکند و زشتی‌ها را زیبا و زیبایی‌ها را زشت نشان می‌دهد، آن‌چنان که گاهی به اعمال شرم‌آور و ننگین خود فخر و مباهات می‌کند. بنابراین، اگر خداوند متعال به جماعت مؤمنان دستور به تجهیز داد،^۲ استطاعت در نبرد رسانه‌ای، شناخت رسانه و سواد رسانه است؛ دانش و مهارتی که موجب می‌شود هنگام استفاده از رسانه درک بهتر و خطای کمتری داشت و یا بسط تفکر انتقادی نسبت به محصولات رسانه‌ای است.

از طرفی، مواجهه متفکرانه با محصولات رسانه نیازمند آموزش رسانه‌ای است که یکی از ضروریات آموزش رسانه تأکید و توصیه‌ای است که دانشمندان غربی نیز به آن تأکید دارند.

به طور کلی، خطوط و محورهای اصلی سواد رسانه را می‌توان در آیات زیر از قرآن کریم، این‌گونه تصور کرد:

- افزایش مقاومت در مقابل تبلیغات رسانه‌ای؛ (انفال، ۶۰ و ۱۲)
- تقویت رویکرد انتقادی به فرهنگ دشمن؛ (محمد، ۱۴)
- کشف پیام‌های نامحسوس و توجه به تأثیرات رسانه‌ها. (اعراف، ۲۷؛ یوسف، ۸۳)

۱. ر. ک: محمد، ۱۴.

۲. ر. ک: انفال، ۶۰.

هم‌چنین، حکمت الهی بر این اعتقاد است که انسان باید به آنچه می‌خورد، نگاه کند^۱ که برخی حکما گفته‌اند تفاوت انسان با حیوان در این است که حیوان سر در زمین دارد و انسان سر در آسمان؛ لذا غذای انسان مائده آسمانی است و این اندیشه اوست که باور او را می‌سازد و این باور است که به رفتار می‌انجامد؛ پس باید انسان به اندیشه‌اش که غذای روح اوست، نظر بیفکند که اگر پیام‌های رسانه‌ها اندیشه‌ساز است، باید در پیام‌های رسانه تفحص کرد تا رهن انسان از آن مقام الهی نشود.

نتیجه‌گیری

حکمت الهی انسان را در جایگاه خلیفه الهی قرار داده است و در نظام احسن الهی موجبات رسیدن به این مقام را فراهم نموده و آن‌گاه به انسان دستور سیر داده است.^۲ در این میان، رسانه نیز موظف است انسان را در مسیر حق همراهی کند و از سوی دیگر، در این مسیر با شدائد و گرفتاری‌های درونی و بیرونی مواجه است که دشمن درون همان هوای نفس و قوای شیطانی است که از راه تسویل وارد می‌شوند و دشمن بیرونی نیز انسان‌های شیطان‌صفتی هستند که از راه اغواگری و تسویل‌گری رسانه‌ها، انسان و جامعه الهی را منحرف می‌کنند.

۱. ر. ک: عبس، ۲۴.

۲. ر. ک: تغابن، ۳.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج الفصاحة.
۳. نهج البلاغة.
۴. امام خمینی، سید روح الله. صحیفه نور.
۵. تارنمای مقام معظم رهبری، <http://farsi.khamenei.ir/>
۶. پستمن، نیل (۱۳۸۴). زندگی در عیش و مردن در خوشی. ترجمه صادق طباطبایی. تهران: انتشارات اطلاعات.
۷. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد (۱۴۱۰). غرر الحکم ودرر الکلم. قم: دار الکتاب الإسلامی.
۸. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۳). جامعه در قرآن. قم: نشر اسراء.
۹. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۳). حکمت نظری و عملی در نهج البلاغه. قم: نشر اسراء.
۱۰. صدوق (ابن بابویه قمی)، ابی جعفر محمد بن علی (۱۴۰۴). من لا یحضره الفقیه. قم: منشورات جماعة المدرسین.
۱۱. طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۸۲). تفسیر المیزان. ترجمه سید محمدباقر موسوی همدانی. قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۱۲. فخار طوسی، جواد (۱۳۸۱). امام خمینی و رسانه‌های گروهی، مبانی فقهی و حقوقی. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه السلام.