



#### عنوان مقاله

رسانه و ارتباطات از منظر قرآن و روایات اهل بیت

#### نویسندگان

ابراهیم ماسوری \*

آزاده اسمعیلی

تهران - میدان انقلاب - خیابان انقلاب - خیابان ۱۶ آذر - سازمان مرکزی دانشگاه تهران.

#### مقدمه

رشد روز افزون رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی علاوه بر توجه ویژه محققان به فضایل و ردایب اخلاقی مرتبط با رسانه موجب به وجود آمدن مسأله های اخلاقی کاربردی جدیدی در این خصوص شده است . روزگاری وسیله های ارتباط تنها به ارتباط کلامی و شفاهی مانند وعظ و خطابه و جدلهای کلامی و نهایتاً نگاشتن و خواندن نامه و کتاب منحصر بود ، و تعداد مردمانی که توانایی خواندن و نوشتن داشتند بسیار معدود و محدود بود اما امروزه به مدد رشد فناوری و بالا رفتن سطح سواد عمومی ، روز به روز بر شیوه های ارتباط عمومی افزوده می شود . روزنامه ها و مجلات متنوع و پرتیراژ ، کتابهای متنی و الکترونیکی و صوتی ، شبکه های فراوان رادیو و تلویزیونی و ماهواره ای، فیلم های سینمایی، اینترنت و شبکه های اجتماعی و ... ارتباط و اطلاع رسانی در دنیای امروز را بسیار آسان و سریع نموده است به گونه ای که خبرهای حوادث به سرعت برق و باد سوار بر امواج الکترو مغناطیسی و با زبانهای مختلف در کسری از ثانیه به چشم و گوش میلیارد ها نفر انسان مخاطب این وسایل ارتباطی می رسد . در کنار آثار مثبت این ابزار اطلاع رسانی، ضرر ها و آسیب های فراوانی از طریق این رسانه ها دامنگیر مخاطبان یا افراد ی که از آنها خبر نقل می شود، می گردد. که این آثار مثبت و منفی گاه صبغه حقوقی و گاه رنگ اخلاقی به خود می گیرد .

بر این اساس فیلسوفان اخلاق ، جامعه شناسان ، حقوقدانان، متخصصان علوم ارتباطات و نظریه پردازان علوم دینی هر کدام به نوعی سعی در تبیین اصول و قانونمند نمودن فعالیتهای رسانه های گفتاری، شنیداری، دیجیتالی و مکتوب نموده اند . این رسانه ها به رسانه های سنتی و مدرن تقسیم می شوند. ما در مقاله ، ضمن روشن نمودن مرز حقوق و اخلاق رسانه ها، به طور اختصاصی به تبیین ابعاد اخلاقی رسانه ای می پردازیم . طبیعی است که اصول اخلاق رسانه ای در هر کشوری مبتنی بر پایه های فکری، فلسفی، فرهنگی و کلامی آن مشور مبتنی می باشد. و اصول اخلاق رسانه ای اسلامی که بر گرفته از فرهنگ اصیل اسلام است ریشه در اخلاقیات غنی اسلامی دارد و ضمن اشتراک در بعضی اصول با اصول اخلاق رسانه ای بین المللی و بویژه ژورنالیسم غربی ، در بعضی مصادیق و حوزه ها کاملا متفاوت و بلکه دارای خلاقیت ها و ظرافت های منحصر به فردی می باشد.

#### یافته ها و نتایج

در این مقاله ، تعریف لغوی و اصطلاحی رسانه ، اقسام رسانه و سپس سابقه تاریخی اخلاق رسانه مورد بررسی قرار گرفته است. رابطه اخلاق و حقوق رسانه ، تفاوت معیار های اخلاق ، رویکردهای اخلاق رسانه ای از دیگر موارد مهم مورد اشاره در این مقاله اند . از جمله این رویکردها، موقعیت گرای یا اباحی گری ، غایت گرایی ، عمومیت گرایی ، خودگرایی و خود محوری ، لذت گرایی و حق مداری و حقیقت گرایی می باشد. رویکرد اسلامی اخلاق رسانه ذیل رویکرد حقیقت گرایی تعریف می شود و مورد بحث قرار می گیرد.

جایگاه و ارزش رسانه در اسلام و اصول و ارزشهای اخلاق رسانه در اسلام از دیگر مباحث مهم این مقاله می باشد و مقررات اخلاقی و حقوقی رسانه مورد بحث قرار می گیرد.

#### اصول اخلاقی رسانه اسلامی

پس از بیان کلیات اخلاق رسانه اینک نوبت آن است که به بررسی اصول اخلاق رسانه ای اسلامی بپردازیم . اگر چه بررسی و تبیین این اصول نیاز به تحقیقی ژرف و مجالی فراخ تر از این مقاله دارد، لیکن به فراخور این پژوهش به ذکر توضیح مختصر بعضی از این اصول مهم می پردازیم:

- هدایتگری: «رسانه های اسلامی» انوار الهی را در عالم رله می کنند و بازتاب می دهند. رسانه های رحمانی، پژواک صدای آسمان در زمین اند.
- خردورزی: تأسیس و پیدایش رسانه ها برای رشد خردورزی است. رسانه ها برای تقویت عقل و اندیشه جوامع بشری و افزایش دانش و بینش انسان ها، پدید آمده اند.
- مسئولیت پذیری: اصحاب رسانه در برابر آنچه به شکل خبر، فیلم، سریال، گزارش، مصاحبه، مستند، ورزش و... پخش می کنند، مسئول و پاسخ گو هستند.
- شجاعت و شهامت: قرآن کریم آنگاه که رسالت پیامبران را «پیام رسانی» و «بلاغ» بیان می کند، بر «شجاعت» و شهامت «پیام رسانان» تأکید کرده است.
- بیان حقیقت: نکته بسیار مهم و قابل توجه در اخلاق خبررسانی این است که نقطه مقابل صدق و حق گرایی، تنها جعل خبر کاملاً غیرواقعی نیست؛ زیرا کمتر پیش می آید خبری جعل شود که هیچ نشانه ای از واقعیت در آن نباشد.
- رعایت حرمت و کرامت مخاطبان: در نظام اخلاقی اسلام مردم و جامعه مورد احترام اند. رعایت حرمت مخاطبان، ارزش و فضیلتی اخلاقی است و آبرو و حیثیت آنان نباید وجه المصلحه قرار گیرد.
- رعایت مصالح نظام اسلامی: در اخلاق حرفه ای رسانه های در اسلام، صرف آگاهی از یک خبر مجوزی برای انتشار آن نیست، بلکه باید پیش از اقدام به انتشار هرگونه برنامه ای از رسانه ملی، مصالح و منافع جامعه و نظام اسلامی توجه شود.
- ضابطه مندی آزادی بیان
- قطعی و یقینی بودن پیام
- اصل سودمندی پیام
- ترویج محاسن و مکارم اخلاقی
- ممنوعیت تجسس، و تحسس
- ممنوعیت سبّ و هجو و قذف و اشاعه فحشا و هتک ستر
- حفظ اسرار، رازداری و امانت در نقل اخبار

#### بحث و نتیجه گیری

نگارنده پس از اشاره به رویکرد های مختلف رسانه ای و اختلافات و ابهامات موجود در آنها به این نتیجه گیری دست می یازد که جامعیت منابع غنی مبتنی بر معنویت دین اسلام می تواند به بسیاری از تفاوت ها و ابهام ها در زمینه اخلاق رسانه ای کشورهای مختلف جهان پاسخ داده و زمینه ساز طراحی نظام جامع اخلاق رسانه ای جهانی باشد اخلاق رسانه ای در اسلام از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است . ولی آنچنان که شایسته است ، تحقیقات و پژوهشها در خصوص آن همپای تبیین مقررات و اصل اخلاق رسانه ای مبتنی بر نظام های ارزشی غیر الهی و سکولاریستی ، انجام نشده است . منابع غنی مبتنی برقرآن و روایات اهل بیت علیهم السلام می تواند به بسیاری از تفاوت ها و ابهام ها در زمینه اخلاق رسانه ای کشورهای مختلف جهان پاسخ داده و زمینه ساز طراحی نظام جامع اخلاق رسانه ای جهانی باشد . که البته این امر به معنی نادیده انگاشتن مولفه های اخلاقی رسانه ای فرهنگ ها ، سنت ها و ادیان جهان نیست ، چرا که بسیاری از اصول اخلاقی اسلامی دارای استدلال های عقلی و اشتراکات فراوان با اخلاق رسانه ای سایر کشورها وفرهنگ ها می باشد و در صورت تبیین درست و کنار زدن نگاه های سیاسی جهت دار ، مورد پذیرش همگان قرار خواهد گرفت . اصول اخلاقی مانند : هدایت ، آموزش و تعلیم ، چهل زدایی ، آزاد اندیشی ، امید آفرینی ، نشاط زایی ، اصلاحگری ، امر به معروف،نهی از منکر ، وحدت بخشی ، روشنگری ، مخاطب شناسی ، حمایت از مظلوم ، حیا گستری ، حکمت در مقابل رداییلی چون : شایعه پراکنی ، تحریف حقایق ، تفرقه زایی ، گمراه سازی ،لغو و باطل نگاری ، پرده دری ، جاسوسی ، فحشا گستری ، برتری جویی از نمونه های اصول اخلاقی رسانه ای اسلامی است که از قرآن و روایات استفاده می شود .

#### روش

با توجه به موضوع و مطالب موجود، روش بنیادی و نظری است و روش بیان مطالب، توصیفی- تحلیلی می باشد؛ روش جمع آوری و نگارش این مقاله به صورت کتابخانه ای و علاوه بر کتابخانه، اینترنت و سایت ها، مقالات و کتب روایی و مباحث اخلاقی به موضوع رسانه و ارتباطات مرتبط با موضوع می باشد.

#### منابع

۱. قرآن کریم
۲. آمدی ، عبدالواحد. غررالحکم و دررالکلم
۳. اکبری، رضا ، محمد رضا، روحانی. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال سوم، شماره های ۳ و ۴.
۴. اکبری، رضا. حل تعارضات اخلاقی بر پایه اخلاق فضیلت. فصلنامه علمی-پژوهشی فلسفی-کلامی. اسلامی
۵. اسماعیلی،محسن. تعامل حقوق و اخلاق در رسانه ها. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.۱۳۸۰.
۶. ارسطو، لطفی محمد حسن. اخلاق نیکوما خوس. انتشارات طرح نو. ۱۳۷۸.
۷. جوادی آملی، عبدالله. تفسیر موضوعی قرآن کریم. مبادی اخلاق در قرآن. قم: اسراء. ۱۳۷۴.
۸. ماسوری ، ابراهیم ، احکام فقهی حفظ ونشر کتب ضاله ، پایان نامه کارشناسی ارشد ، مدرسه عالی شهید مطهری تهران، ۱۳۷۳.
۹. محسنیان، سیدعلی، مسئله ورود رسانه ها به حریم خصوصی افراد، ۱۳۸۳.
۱۰. معین،محمد. فرهنگ فارسی. تهران: امیر کبیر، ۱۳۶۴.
۱۱. مهدی پور، محمود. رسانه های رحمانی و رسانه های شیطانی ، فرهنگ کوثر (۷۶): ۱۳۸۷.

