

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه باقر العلوم (علیه السلام)

دانشکده: معارف، فلسفه و کلام اسلامی

رساله جهت اخذ درجه دکتری

رشته: مدرّسی معارف، گرایش اخلاق اسلامی

عنوان:

# مبانی و اصول اسلامی اخلاق رسانه

استاد راهنما:

حجّت الإسلام دکتر محمد علی شمالی

استاد مشاور ۱:

حجّت الإسلام دکتر محمد تقی سبحانی

استاد مشاور ۲:

حجّت الإسلام دکتر کریم خان محمدی

نگارش:

آفرین قائمی

بهار ۹۳

## «تقدیر و سپاس»

«الحمد لله الذي لم يشهد أحداً حين فطر السموات والأرض و  
لا تأخذ معيناً حين برء النسمات؛ لم يشارك في الإلهية و لم يظاهر  
في الوجدانية»

كَلَّتِ الْأَلْسُنُ عَنْ غَايَةِ صِفَتِهِ وَ الْعُقُولُ عَنْ كُنْهِ مَعْرِفَتِهِ وَ تَوَاضَعَتْ  
الْجَبَابِرَةُ لِهَيْبَتِهِ وَ عَنَتِ الْوُجُوهُ لِخَشْيَتِهِ وَ انْقَادَ كُلُّ عَظِيمٍ لِعَظَمَتِهِ ؛  
فَلِكِ الْحَمْدِ مَتَوَاتِرًا مُتَّسِقًا وَ مَتَوَالِيًا مُسْتَوْسِقًا وَ صَلَوَاتِهِ عَلَيَّ رَسُولِهِ  
أَبَدًا وَ سَلَامِهِ دَائِمًا سَرْمَدًا» (قمی، شیخ عباس، مفاتیح الجنان، دعای روز دوشنبه، به نقل از امام سجّاد (علیه

السّلام)

«ما عاجزیم از این که شکر این نعمت را بجا بیاوریم که ما اهل  
یک مذهبی هستیم که از این دو منبع استفاده می کنیم: از منبع  
وحی و از منبع ولایت

و سایر فرقی این منبع دوّم را کم دارند و ما شکر این نعمت را  
نمی توانیم بجا بیاوریم و از خدای تبارک و تعالی می خواهیم که  
به ما توفیق بدهد که بتوانیم شکر این نعمت را بجای بیاوریم.»

(امام خمینی (ره)، صحیفه نور، ج ۱، سخنرانی در جمع مسؤولین نظام، زمان: ۱۹/۸/۶۶؛ ۱۷ ربیع الاول ۱۴۰۸،

## «اهدائیّه»

تقدیم به محضر تنها رسانه‌ای که:

تبیاناً لكل شیءٍ و هدی و رحمه و بشری للمسلمین (نحل (۱۶)، آیه ۸۹)

می‌باشد؛ در حالی که:

لایاتیه الباطل من بین یدیه و لا من خلفه تنزیل من حکیم

حمید (فصلت (۴۱)، آیه ۴۲) هست.

نیز تقدیم به مجریان این رسانه

حضرت محمد (صلی الله علیه و آله)؛ حضرت علی ابن ابی طالب؛ فاطمه

زهرا و یازده اولاد معصوم ایشان (علیهم السّلام)

هم‌چنین تقدیم به جان‌نثاران این رسانه الهی از شهداء صدر

اسلام تا شاهدان دفاع مقدّس؛ به خصوص شهید سید مرتضی

آوینی و هم‌زمانش (رحمه الله علیهم)

آنان که با خون خود امضاء نمودند که عقل و دین و اخلاق و

رسانه در هم تنیده‌اند.

## «چکیده مطالب»

اخلاق و منش و روش هر انسانی، در هر عرصه‌ای که به فعالیت پردازد، جلوه‌های مبانی عقیدتی و گرایش‌های قلبی و درونی او است. بدین ترتیب شعار جدایی رسانه و عرصه هنر و تخیل از اخلاق و عقل و دین، جز حربه‌ای برای سکولاریزاسیون نمودن نهاد رسانه نبوده و نیست. طبق آموزه‌های اسلامی یک مسلمان متعهد در همه جا و در هر حال خود را در محضر ربوبی دیده و همه هم و غم خود را مصروف جلب رضای الهی و کسب توشه برای آخرت خود با تبلیغ و دفاع از حریم دین و انسانیت می‌نماید. حال چه در فضای رسانه ایفای نقش بنماید یا هر عرصه دیگر فردی، خانوادگی یا اجتماعی.

«رسانه» به معنی پیامی است که از طریق وسائل ارتباط جمعی به جهت اطلاع رسانی و القاء فرهنگ و معارف و اخلاق، در قالب‌های خبری، فیلم و سریال سینمایی یا مستند، مسابقات و موسیقی و مانند این‌ها، با محتواهای متنوع و آمیخته با نوعی زیبایی و هنر و جذابیت، به مخاطبان در گستره جهانی، ارائه می‌گردد. لکن به جهت تغلب استعمال امروزه به خود وسائل ارتباطی و پیام‌رسانی اعم از الکترونیکی مثل: سینما، رادیو و تلویزیون، ماهواره؛ یا مطبوعاتی مثل: روزنامه‌ها، مجلات، گاه‌نامه‌ها اطلاق می‌گردد.

نقش رسانه‌ها در تبلیغات، الگوسازی رفتاری، سبک‌زندگی، اخلاقیات، فرهنگی و حتی تأثیرات سیاسی در عرصه داخلی و بین‌المللی بسی برجسته شده است. سرمایه‌داران سودجوی غربی عمده رسانه‌های غربی را تحت سیطره داشته و صهیونیسم بین‌الملل در پی جهانی‌سازی، بلکه آمریکایی‌سازی دنیا، یعنی سیطره

فرهنگ لیبرال محافظه‌کار آمریکایی بر سراسر جهان از طریق همین رسانه‌ها می‌باشند. از این سو جهانی‌شدن، یعنی بهره‌وری از صنایع و فنون جدید دنیا و در تعامل قرار گرفتن بین‌المللی، برای جهانیان یک ضرورت شده است.

رسانه‌های فعال در ایران اسلامی، به جهت نبود متون و کارگاه‌های آموزشی متناسب با فرهنگ اسلامی، در اغلب موارد با آموزه‌های غربی دمساز شده، نظریه‌های ارتباطی آنان را أخذ و عملکرد رسانه‌ای غرب را الگوی خود قرار داده؛ با همان سبک به آموزش مخاطبین می‌پردازند. ثمره این روند، تعارض و تضاد داده‌ها و عملکرد رسانه‌ها با آموزه‌ها و داده‌های شیعی و فرهنگ ملی ایرانی در بسیاری از موارد است. استفاده مدام و بی‌رویه و الگوگیری شدید مخاطبان از رسانه‌ها، سبب خودباختگی یا دوگانگی هویت در مخاطبان و بخصوص نسل نو، چه در حیطه بینش‌ها و گرایش‌ها و چه در حیطه عملکردها و رفتارها و حالات شده است.

بدین جهت، از آن‌جا که فرهنگ حاکم بر نوع رسانه‌های جهان، حتی ایران اسلامی، لیبرالیسم غربی می‌باشد، در این رساله بطور فشرده به بررسی مبانی و اصول اخلاق از منظر لیبرالیسم پرداخته شده تا با شناسایی دشمن، شاخصه‌های آن اخلاق منحط مثل: فردگرایی، آزادی حیوانی، اقتدار و خشونت‌گرایی، نژادپرستی و طبقه‌گرایی، انسان‌محوری، تجمل‌گرایی و مصرف‌زدگی و بالاخره سکولاریسم از عرصه رسانه اسلامی زدوده شوند.

سپس با شناسایی مبانی اسلامی اخلاق رسانه مانند خدامحوری، آخرت‌گرایی، اصالت روح و معنویت، تمسک به آموزه‌های وحیانی و الگوهای برین انسانیت برای وصول به قلّه رفیع خلافت الهی؛ نیز با بکارگیری اصول و قواعد اخلاق

اسلامی، مثل: زهد و قناعت، رعایت حریم خصوصی افراد و مصالح امت اسلامی و جامعه ایرانی، رعایت امانت و صداقت و مانند این‌ها، اخلاق کریمانه جایگزین اخلاق غربی گردد.

کلید واژه‌ها: اخلاق، اسلام، رسانه، مبانی اخلاق، اصول اخلاق، اخلاق رسانه و لیبرالیزم .

## «فهرست مطالب»

۱	مقدمه: کلیات تحقیق
۵	بیان مسأله
۷	مفهوم‌شناسی
۸	اسلام
۸	اخلاق
۱۲	مبانی اسلامی اخلاق
۱۵	اصول
۱۷	رسانه
۲۰	اخلاق رسانه
۲۳	اهمیت و اهداف تحقیق
۳۰	سابقه تحقیق و پیشینه موضوع
۳۵	سؤال اصلی و فرعی
۳۶	پیش فرض‌های تحقیق
۳۸	فرضیه‌های تحقیق
۴۰	جنبه نوآوری
۴۱	روش انجام تحقیق
۴۲	فصل اول: مکاتب اخلاقی رائج و اخلاق رسانه



۴۴	۱-۱: غایت‌گرایی (سودمحوری) و اخلاق رسانه
۵۵	۲-۱: فضیلت‌گرایی و اخلاق رسانه
۵۸	۳-۱: وظیفه‌گرایی و اخلاق رسانه
۶۰	۴-۱: موضع نظام اخلاقی اسلام در مقایسه با سایر مکاتب اخلاقی
۷۰	<b>فصل دوّم: مبانی و اصول اخلاق حاکم بر رسانه‌ها (لیبرالیسم)</b>
۷۳	۱-۲: بررسی ماهیت و لوازم لیبرالیسم
۷۷	۲-۲: مبانی لیبرالیسم و اخلاق رسانه
۷۸	۱-۲-۲: فرد‌گرایی
۸۱	۲-۲-۲: نژادپرستی و شرافتی‌گری
۸۲	۳-۲-۲: اومانیسیم (انسان‌محوری)
۸۳	۴-۲-۲: علم‌گرایی تجربی
۸۴	۵-۲-۲: راسیونالیسم (انحصار عقلانیت در عقل‌ابزاری و تجربی)
۸۷	۶-۲-۲: پلورالیسم
۸۷	۷-۲-۲: سکولاریزاسیون
۸۹	۳-۲: اصول اخلاق لیبرالیسم و رسانه
۸۹	۱-۳-۲: حاکمیت اصل آزادی بر ارزش‌های اخلاقی و دینی
۹۲	۲-۳-۲: قدرت‌طلبی و خشونت‌گرایی

۹۶	۲-۳-۳: لذت‌گرایی و سودمحوری
۹۹	۲-۳-۴: تساهل و تسامح اخلاقی
۱۰۱	۲-۳-۵: نسبت‌گرایی اخلاقی
۱۰۶	<b>فصل سوم: مبانی اسلامی اخلاق رسانه</b>
۱۰۸	۳-۱: هدف نهایی خلقت انسان: تعالی و جودی انسان تا بی‌نهایت
۱۱۲	۳-۲: انسان مختار در گرو مکتسبات خویش
۱۱۳	۳-۳: توجّه به علم‌الهی به سرّ و علن انسان
۱۲۰	۳-۴: پذیرش ولایت‌الهی و طرد ولایت طاغوت
۱۲۴	۳-۵: کسب یقین با بهره‌گیری از عقل و فطرت
۱۳۰	۳-۶: تمسّک به وحی و الهامات قلبی
۱۴۳	۳-۷: مساوات و اخوت اسلامی
۱۴۴	۳-۸: وظیفه هدایت هم‌نوعان به صراط مستقیم
۱۴۶	۳-۹: کرامت ذاتی انسان
۱۵۱	۳-۱۰: زهد و معنویت نه رهبانیت
۱۵۹	<b>فصل چهارم: اصول اسلامی اخلاق رسانه</b>
۱۶۱	۴-۱: رعایت حریم و حقوق خصوصی افراد
۱۶۳	۴-۲: رعایت اصول امنیتی و سیاسی اسلام و ملت

- ۱۶۶ ۳-۴: عدم تساهل و تسامح اخلاقی
- ۱۶۹ ۴-۴: رعایت عفاف، حیا و نزاکت در تمامی ابعاد
- ۱۷۸ ۵-۵: شجاعت مثبت، نه اقتدارطلبی منفی
- ۱۸۲ ۶-۴: آزادی بیان و سؤال و قلم
- ۱۸۹ ۷-۴: حقیقت‌یابی و اطلاع‌رسانی بجا
- ۱۹۶ فصل پنجم: قواعد و کاربردهای اصول اسلامی اخلاق رسانه
- ۱۹۸ ۱-۵: رعایت تقوی و احساس تعهد و مسؤولیت
- ۲۰۱ ۲-۵: اصلاح روند آموزش اصحاب رسانه
- ۲۰۲ ۳-۵: دقت در ارائه گزارشات و اخبار
- ۲۰۶ ۴-۵: رعایت امانت و صداقت
- ۲۰۹ ۵-۵: ارائه الگوی مناسب (حذف الگوهای نامطلوب)
- ۲۱۶ ۶-۵: پرهیز از اسراف و تبذیر
- ۲۲۱ ۷-۵: رعایت انصاف در مصاحبه‌ها و مناظرات
- ۲۲۵ ۸-۵: مشاوره، انتقادپذیری و اصلاح
- ۲۲۷ ۹-۵: پرهیز از ابتذال و هرزگی
- ۲۳۳ ۱۰-۵: پرهیز از تضاد داده‌ها

ره‌آورد تحقیق

۲۳۹	راهکارها و پیشنهادات کاربردی
۲۴۲	جمع‌بندی نهایی
۲۴۵	حسن ختام
۲۴۹	فهرست منابع و مآخذ

## فصل اوّل:

### مکاتب اخلاقی رائج و اخلاق رسانه

۱-۱: غایت‌گرایی (سودمحوری) و اخلاق رسانه

۲-۱: فضیلت‌گرایی و اخلاق رسانه

۳-۱: وظیفه‌گرایی و اخلاق رسانه

۴-۱: موضع نظام اخلاقی اسلام در مقایسه با سایر مکاتب اخلاقی

## فصل دوّم:

### مبانی و اصول اخلاق حاکم بر رسانه‌ها (لیبرالیسم)

۱-۲: بررسی ماهیت و لوازم لیبرالیسم

۲-۲: مبانی لیبرالیسم و اخلاق رسانه

۳-۲: اصول اخلاق لیبرالیسم و رسانه

## فصل سوم:

### مبانی اسلامی اخلاق رسانه

۱-۳: هدف نهایی خلقت انسان: تعالی وجودی انسان تا بی‌نهایت

۲-۳: انسان مختار در گرو مکتسبات خویش

۳-۳: توجه به علم الهی به سرّ و علن انسان

۴-۳: پذیرش ولایت الهی و طرد ولایت طاغوت

۵-۳: کسب یقین با بهره‌گیری از عقل و فطرت

۶-۳: تمسک به وحی و الهامات قلبی

۷-۳: مساوات و اخوت اسلامی

۸-۳: وظیفه هدایت هم‌نوعان به صراط مستقیم

۹-۳: کرامت ذاتی انسان

۱۰-۳: زهد و معنویت نه رهبانیت

## فصل چهارم:

### اصول اسلامی اخلاق رسانه

۱-۴: رعایت حریم و حقوق خصوصی افراد

۲-۴: رعایت اصول امنیتی و سیاسی اسلام و ملت

۳-۴: عدم تساهل و تسامح اخلاقی

۴-۴: رعایت عفاف، حیا و نزاکت در تمامی ابعاد

۵-۴: شجاعت مثبت، نه اقتدارطلبی منفی

۶-۴: آزادی بیان و سؤال و قلم

۷-۴: حقیقت‌یابی و اطلاع‌رسانی بجا



### قواعد و کاربست‌های اصول اسلامی اخلاق رسانه

۱-۵: رعایت تقوی و احساس تعهد و مسؤولیت

۲-۵: اصلاح روند آموزش اصحاب رسانه

۳-۵: دقت در ارائه گزارشات و اخبار

۴-۵: رعایت امانت و صداقت

۵-۵: ارائه الگوی مناسب (حذف الگوهای نامطلوب)

۶-۵: پرهیز از اسراف و تبذیر

۷-۵: رعایت انصاف در مصاحبه‌ها و مناظرات

۸-۵: مشاوره، انتقادپذیری و اصلاح

۹-۵: پرهیز از ابتدال و هرزگی

۱۰-۵: پرهیز از تضاد داده‌ها

**مقدمه : کلیات تحقیق**

**(طرح تفصیلی تحقیق)**

مقدمه  
(کلیات تحقیق)

## «مقدمه»

### «کلیات تحقیق»

بی‌شک رسانه‌های گروهی همانند دیگر اختراعات بشری برای بهره‌برداری انسان برای دست-یابی به اهداف مطلوب ساخته و پردازش شده‌اند. گسترش جمعیت از یک‌سو و گسترش نیازهای بشری به اطلاع‌رسانی، آموزش، تفریح و مانند آن از سوی دیگر و تنوع شاخه‌های مطالعاتی بشر از سوی سوّم سبب شده تا روزه‌روز کمیّت و کیفیت رسانه‌ها- چه در باب چاپ و نشر و چه در باب سمعی و بصری- افزایش یابند.

از یک زاویه ارتباطات جمعی را بتوان زیرمجموعه پدیده کلی تر ارتباطات انسانی دانست؛ در عین حال از زاویه‌ای دیگر چندین رشته دانشگاهی، از جمله جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، روان‌شناسی اجتماعی و حتی رشته‌های علوم انسانی، هر یک عهده‌دار پرداختن به این موضوع بعنوان یکی از حوزه‌های مورد اهتمام خویش هستند. در عصر حاضر صنعت و برآیند تولیدات ارتباطات جمعی از جمله عناصر مهم و کلیدی توسعه تمدن و ترویج و تعمیق فرهنگی مولد محسوب می‌شوند.<sup>۱</sup>

امروزه ره‌آورد رسانه‌های جمعی از منظر علوم اجتماعی و علوم انسانی وضعیت ابهام‌آمیزی دارد. در علوم مختلف، به أنحاء گوناگون اثبات شده که وسائل ارتباط جمعی در شکل‌دهی روش و منش فرد و جامعه تأثیر بسزایی دارند. نکته اساسی این است که اصولاً صرف کسب اطلاعات یا ایجاد سرگرمی از طریق دیدن و شنیدن و خواندن مهم نیست، مهم این است که چه دیده، چه شنیده و چه خوانده شود.

---

<sup>۱</sup> دنیس مک‌کوایل، نظریه ارتباط جمعی، ت: پرویز اجلائی، چ ۳، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۸۸ صص ۲۴-۲۳.