

۱۴۶۹

دفتر انتشارات



تألیف و تدوین در

نهادینه‌سازی اخلاق سیاسی

نویسنده: سیده صدیقه حسینی

بهمن ۱۳۹۲

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار
۱۳	دبیاجه
۱۷	فصل اول: کلیات
۱۷	مقدمه
۱۸	۱. مفاهیم
۲۰	۲. کاربرد پژوهش فلسفی و سما
۲۰	۳. پیشینه پژوهش
۲۲	۴. پرسش اصلی و فرعی پژوهش
۲۲	۵. هدف پژوهش
۲۳	۶. فرضیه پژوهش
۲۳	۷. روش پژوهش و شیوه‌های تجزیه و تحلیل اطلاعات
۲۳	۸. سازماندهی پژوهش
۲۵	فصل دوم: اخلاق و اخلاق سیاسی در اسلام
۲۵	مقدمه
۲۶	۱. مفاهیم
۲۶	الف) مفهوم اخلاق
۲۷	ب) اهمیت اخلاق
۲۸	ج) تعریف علم اخلاق
۲۹	د) ضرورت فراگیری علم اخلاق
۳۰	ه) مفهوم سیاست

۲. ارتباط میان اخلاق و سیاست ۳۲
- الف) جدایی کامل اخلاق از سیاست ۳۲
- ب) پیروی اخلاق از سیاست ۳۲
- ج) یگانگی و همراهی اخلاق و سیاست ۳۳
۳. اخلاق و سیاست در اسلام ۳۴
- الف) اهمیت اخلاق از دیدگاه قرآن ۳۴
- ب) اصول اخلاقی در سیره سیاسی پیامبر ۳۵
- یک - صداقت و امانت‌داری ۳۵
- دو - پای‌بندی به پیمان ۳۷
- سه - رأفت و مهربانی ۳۷
- چهار - قاطعیت در اجرای عدالت و اقامه حدود الهی ۳۸
- پنج - صبر و استقامت ۳۸
- ج) اخلاق و سیاست در سیره علوی ۳۹
- یک - حق‌مداری ۳۹
- دو - آخرت‌گرایی؛ مبنای اخلاق به سیاست ۴۰
- سه - اخلاق فردی و اخلاق سیاسی ۴۰
- چهار - غایت سیاست از دیدگاه امام علی (ع) ۴۱
- پنج - روش زمامداری اخلاقی از دیدگاه امام علی (ع) ۴۱
- شش - عدالت؛ مبنای سیاست اخلاقی ۴۱
- هفت - اخلاق کارگزاران ۴۲
- اول - نفی قدرت‌طلبی ۴۲
- دوم - وفای به عهد و لزوم پرهیز از پیمان‌شکنی، فریب‌کاری و خیانت در سیاست ۴۳
- سوم - لزوم پرهیز از دروغ و وعده‌های پوچ ۴۴
- چهارم - توجه به کرامت انسانی و عدالت اجتماعی ۴۴
- پنجم - مردم‌گرایی و حقوق مردم ۴۵

ششم - مصلحت‌سنجی و مصلحت‌گرایی	۴۶
هفتم - ساده زیستی	۴۶
هشتم - انتقادپذیری	۴۷
نهم - صلح‌مداری	۴۸
هشت - لزوم صلاحیت‌های اخلاقی در مسائل سیاسی، از دیدگاه امام علی (علیه السلام)	۴۸
اول - ویژگی‌های استاندار	۴۹
دوم - اوصاف مشاوران	۴۹
سوم - اخلاق فرماندهان نظامی	۴۹
چهارم - فضیلت و پرهیزکاری مسئولان	۴۹
پنجم - زرگی‌های قاضی	۵۰
۴. ارتباط اخلاق و سیاست از دیدگاه اندیشمندان اسلامی	۵۰
الف) ارتباط اخلاق و سیاست از دیدگاه امام خمینی (ره)	۵۰
ب) اخلاق و سیاست در اندیشه فارابی	۵۰
یک - انواع فضایل اخلاقی از دیدگاه فارابی	۵۱
دو - سیاست از دیدگاه فارابی	۵۱
ج) اخلاق و سیاست از دیدگاه ابن سینا	۵۱
اندیشه‌های سیاسی ابن سینا	۵۱
یک - اجتماع بشری و چگونگی تأسیس مدینه	۵۲
دو - قانون و قانون‌گذار در جامعه	۵۲
فصل سوم: نقش فرهنگ در تثبیت هنجارهای سیاسی و اجتماعی	۵۵
مقدمه	۵۵
۱. مفاهیم	۵۶
الف) تعریف فرهنگ	۵۶
ب) رسانه‌ها	۵۷
ج) هنجارها	۵۷

.....	۵۷	(د) ارزش‌ها
.....	۵۷	(ه) لایه‌های فرهنگ
.....	۵۹	(و) فرهنگ اسلامی
.....	۶۰	۲. رسانه ملی و فرهنگ‌سازی
.....	۶۳	۳. برجسته‌سازی گروه‌های مرجع به وسیله رسانه ملی
.....	۶۵	۴. نقش فرهنگ در تثبیت هنجارهای جامعه
.....	۶۷	نتیجه
.....	۶۹	فصل چهارم: نقش رسانه‌ها در تثبیت هنجارهای نظام سیاسی
.....	۶۹	مقدمه
.....	۶۹	۱. وسایل ارتباط جمعی
.....	۷۳	۲. رسانه و آگاهی بخشی به مردم
.....	۷۵	۳. رسانه، ارتباطات سیاسی و هنجارسازی
.....	۷۶	(الف) عناصر ارتباط سیاسی
.....	۷۷	(ب) سازمان‌های خبر در ارتباطات سیاسی
.....	۷۸	(ج) ارتباطات سیاسی و سنجش افکار عمومی
.....	۷۹	۴. نقش رسانه‌ها در افزایش مشارکت سیاسی
.....	۷۹	(الف) تعاریف مربوط به مشارکت
.....	۸۱	(ب) رسانه‌ها و جلب مشارکت عمومی
.....	۸۳	(ج) تبلیغات و مشارکت عمومی
.....	۸۴	۵. رسانه‌ها و تثبیت هنجارهای نظام سیاسی
.....	۸۷	نتیجه
.....	۸۹	فصل پنجم: الگوهای رسانه‌ای در ارتباط با اخلاق سیاسی
.....	۸۹	مقدمه
.....	۸۹	۱. موقعیت رسانه‌ای تلویزیون و تئوری‌های الگوبرداری
.....	۹۱	۲. رسانه‌ها؛ ساده‌سازی ادراک، پیچیده‌سازی پاسخ
.....	۹۲	۳. نقش رسانه در همبستگی اجتماعی و سیاسی

۴. سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ارتباط با اخلاق سیاسی ۹۴
- الف) مراحل سیاست‌گذاری در رسانه‌های خبری ۹۵
- یک - اهداف و خط‌مشی‌ها ۹۶
- دو - راهبرد ۹۶
- سه - اجرای سیاست‌ها ۹۷
- ب) سیاست‌گذاران رسانه‌ای ۹۸
- ج) عوامل مؤثر بر سیاست‌گذاری رسانه‌های خبری و تصویری ۹۸
- د) اصول برنامه‌ریزی رسانه‌ای ۹۹
۵. الگوهای رسانه‌ای در ارتباط با اخلاق سیاسی ۱۰۰
- الف) منابع اخلاق سیاسی ۱۰۳
- یک - منابع ۱۰۳
- دو - شیعیان ۱۰۴
- سه - سیره پیغمبر ﷺ و امام علی علیه السلام ۱۰۵
- چهار - قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران ۱۰۵
- ب) رسانه‌ها و اخلاق سیاسی ۱۰۶
- ج) مخاطبان ۱۰۸
۶. الگوهای تثبیت اخلاق سیاسی ۱۰۹
- الف) الگوی پروسایستیک ۱۰۹
- ب) الگوی جامعه مدنی ۱۱۰
۷. سازوکارهای رسانه‌ها در نهادینه‌سازی اخلاق سیاسی ۱۱۲
- الف) تصویرسازی ۱۱۲
- ب) الگوسازی ۱۱۴
- ج) هدفمند کردن فعالیت‌های فرهنگی ۱۱۴
- د) قالب‌بندی افکار ۱۱۵
- ه) هویت بخشی ۱۱۶
- نتیجه‌گیری ۱۱۹

۱. نقش دولت و سازمان‌های دولتی در نهادینه سازی اخلاق سیاسی. ۱۲۰
۲. موانع تحقق سیاست اخلاقی..... ۱۲۱
۳. راهبردهای تحقق سیاست مبتنی بر اخلاق..... ۱۲۲
- کتاب‌نامه..... ۱۲۷
- الف) کتاب..... ۱۲۷
- ب) مقاله..... ۱۳۵
- ج) پایگاه اینترنتی..... ۱۳۶

www.ketab.ir

پیشگفتار

ارتباط میان اخلاق سیاسی و رسانه و نحوه تعامل آنها از جمله موضوعات محوری است که در چند دهه اخیر ذهن محققان بسیاری را به خود معطوف داشته است. امروزه تعامل میان این دو عنصر، دست‌مایه بررسی‌های علمی و تأملات محققان واقع شده و نقطه تلاقی این دو، از منظرهای گوناگون، جامعه‌شناسی، سیاست، ارتباطات، اخلاق، فرهنگ و... مورد بحث قرار گرفته است. در باب تعامل اخلاق، اخلاق سیاسی و رسانه، کمتر آثار معتبر و یا متعددی می‌توان یافت. در واقع، فقر منابع در این زمینه موجب شده است که نتوان قواعد اخلاقی و معیارهایی در باب اخلاق سیاسی ارائه نمود که زمینه‌ای ارتباط جمعی بدان پایبند باشند. مراد از معیارهای اخلاق سیاسی، اصول اخلاقی و ضرورت اجرای آن، رعایت موازین اخلاقی، اعتمادسازی بین حکومت، شهروندان و مخاطبان رسانه‌ها و انجام بهتر فعالیت‌های حرفه‌ای، و پایبندی شهروندان به اخلاق سیاسی، عمومی و اجتماعی از یک سو، و پایبندی ارباب رسانه‌ها به اخلاق و نهادینه شدن اخلاق سیاسی در رسانه‌ها از سوی دیگر است. تبیین اخلاق سیاسی رسانه و جایگاه شایسته اخلاق در رسانه، گامی اساسی است که از یک سو، وظیفه رسانه‌ها و از سوی دیگر، وظیفه نظام سیاسی را در اشاعه اخلاق در رسانه‌ها و پایبندی آنان به اخلاق اجتماعی و سیاسی می‌باشد. همانگونه که می‌دانیم رسانه‌های عمومی تنها اطلاعات لازم برای زندگی در جامعه متمدن را

به ما نمی دهند بلکه تعیین می کنند جامعه چه آگاهی هایی را لازم است داشته باشند و چه چیزهایی ارزش است. بنابراین در راستای رسالت آگاهی رسانی رسانه ها، وظیفه آموزش دهی از اهداف اصلی آنان می باشد.

رسانه ها کارکردهای متفاوتی همانند انتقال ارزش ها و میراث فرهنگی را برعهده دارند، از سوی رسانه آنها با وابسته کردن افراد از نظر اطلاعات و دانش و سرگرمی، می توانند ارزش ها و هنجارهای مورد نظر خود را بر ذهن افراد تحمیل نمایند و از این رو از نقش اساسی در نهادینه کردن موضوعات مختلف از جمله اخلاق سیاسی در جامعه و در بین نخبگان سیاسی و غیر سیاسی برخوردار می باشند. از این رو نباید کارکردهای اساسی رسانه ها را در عرصه آموزش و اطلاع رسانی و ترویج دانش های نوین و نقش آنها را در توسعه جوامع نادیده گرفت. باید با شناخت جایگاه رسانه ها در جامعه پذیری و ارائه و انتقال محتوای فرهنگی به جامعه، به تدوین و سیاست گذاری مناسب در جهت استفاده مناسب از آنها پرداخت؛ و در جهت تقویت فرهنگ و پالایش عناصر فرهنگی برای ارتقای فرهنگی جامعه و انتقال میراث فرهنگی به نسل آیندگان گام برداشته و از این طریق بتوان اخلاق و فرهنگ را در جامعه نهادینه سازی کرد.

از سوی دیگر یکی از معماهای پیچیده در جهان سیاست، رابطه اخلاق و سیاست در صحنه عمل سیاسی بوده است. جایگاه اخلاق در نظام اجتماعی و رابطه اخلاق نظری و سیاست عملی در تاریخ فلسفه سیاسی در جهان دارای قدمت زیادی است. یکی از دغدغه های مهم اندیشه پردازان سیاست در عصر مدرن تبیین رابطه و حدود نفوذ اصول اخلاقی در صحنه عمل سیاسی و اقتناع حکمرانان به رعایت اصول مزبور در تصمیم گیری های سیاسی است. از سوی دیگر لازم است همچنین به تفاوت اخلاق سیاسی و سیاست اخلاقی نیز توجه

شود چراکه در برخی نوشته‌ها اصطلاح اخلاق سیاسی دارای بار منفی است. در این برداشت، اصالت و ترجیح با حفظ قدرت سیاسی است هر چند به بهای زیر پا نهادن اصول اخلاقی و بی‌اعتنایی به اصول مزبور باشد. در این نگرش اخلاق در صحنه عمل کمرنگ و گاه حذف می‌شود و آنچه قدرت و سیاست اقتضا می‌کند مورد استفاده قرار می‌گیرد.

به این ترتیب، همان گونه که عنوان شد رسانه‌ها وظیفه انتقال ارزش‌ها و هنجارها در جامعه و از نسلی به نسل دیگر دارند؛ بنابراین این کتاب در صدد بررسی نقش رسانه‌ها در نهادینه سازی اخلاق سیاسی می‌باشد.

این کتاب با این سوال اصلی آغاز می‌شود که رسانه‌ها چگونه می‌توانند اخلاق سیاسی را در جامعه نهادینه سازند؟ در پاسخ به این سوال می‌توان گفت، رسانه‌ها می‌توانند زمینه لازم برای شیفت زهنگ مسلط را از طریق ساده سازی ادراک فراهم آورند. در این ارتباط مهم ترین کار ویژه رسانه آن است که از قالب‌های ادراکی و تحلیلی استفاده کند که منجر به شکل‌گیری رفتاری یکسان در جامعه شود. به عبارت دیگر رسانه‌ها می‌توانند از طریق ساده سازی مطالب اخلاقی و سیاسی باعث نهادینه شدن آنها در جامعه و بین مردم گردند.