

بایسته‌های فعالیت رسانه‌ای از منظر اسلام

روح‌الله عیانی زاده

مرکز بین‌المللی
ترجمه و نشر
المصطفی ﷺ

۱۳۲۳ پژوهشگاه بین‌المللی المصطفیٰ ﷺ

سرسناسه:	عباس زاده، روح‌الله، ۱۳۶۰ -
عنوان و نام پدیدآور:	بایسته‌های فعالیت رسانه‌ای از منظر اسلام / روح‌الله عباس زاده.
مشخصات نشر:	قم: مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر المصطفیٰ ﷺ، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری:	۲۲۴ ص.
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۴۲۹-۲۷۹-۵
وضعیت فهرست نویسی:	فیبا
یادداشت:	کتابنامه: ص. ۲۱۵.
موضوع:	رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام
موضوع:	Mass media -- Religious aspects -- Islam
موضوع:	اسلام در رسانه‌های گروهی؛ Islam in mass media
موضوع:	ارتباط -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام؛ Islam -- Religious aspects -- Communication
شناسه افزوده:	جامعة المصطفیٰ ﷺ العالمية. مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر المصطفیٰ ﷺ
شناسه:	Almustafa International University/Almustafa International Translation and Publication center
زده‌بندی‌کننده:	BP۲۳۰/۱۴۵/ع۲۲۰۱۳۹۶
زده‌بندی:	۲۹۷/۴۸۳
شماره کتبی‌ناسی:	۴۹۳۳۰۴

حق چاپ برای ناشر محفوظ است

بایسته‌های فعالیت رسانه‌ای از منظر اسلام

مؤلف: روح‌الله عباس زاده

چاپ اول: ۱۳۹۶ ش / ۱۴۳۹ ق

ناشر: مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر المصطفیٰ ﷺ.

● چاپ: نارنجستان ● قیمت: ۱۵۵۰۰۰ ریال ● شمارگان: ۳۰۰۰ نسخه

مراکز پخش

- ایران، قم، خیابان معلم غربی (حجتیه)، نبش کوچه ۱۸
- تلفن: ۳۷۸۳۶۱۳۴ ۲۵ ۹۸ +
- دورنگار: داخلی ۱۰۵ - ۷۸۳۹۳۰۹ ۹۸ +
- ایران، قم، بلوار محمدامین، سه‌راه سالاریه. تلفن: ۳۲۱۳۳۱۰۶ ۲۵ ۹۸ +
- ایران، قم، ساختمان ناشران، طبقه سوم، پلاک ۳۰۸. تلفن: ۳۷۸۴۲۴۰۲ ۲۵ ۹۸ +

📞 https://telegram.me/pub_almostafa
🌐 <http://www.buy-pub.miu.ac.ir/>

✉ miup@pub.miu.ac.ir
🌐 pub.miu.ac.ir

بایسته‌های از دست‌انگیزی که ما را در تولید این اثر یاری رسانده‌اند.

- مدیر انتشارات: مرتضی محمدعلی نژاد شانی
- مدیر تولید: جعفر قاسمی ابهری
- ناظر فنی: محمدباقر شکری
- ناظر گرافیک: مسعود مهدوی
- ناظر چاپ: نعمت‌الله یزدانی
- صفحه‌آرا: علی عبادی‌فرد

سخن ناشر

با پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی و در عصر جهانی شدن ارتباطات، پرسش‌ها و چالش‌های نوینی در حوزه علوم انسانی فرا روی اندیشمندان مسلمان قرار گرفت که همه به نوعی برخاسته از مسئولیت دشوار حکومت در این عصر است؛ دورانی که پای‌بندی به دین و سنت در مدیریت همه‌جانبه کشورها بسیار چالش‌برانگیز می‌نماید. از این‌رو مطالعات و پژوهش‌های به‌روز، جامع، منسجم و کاربردی در حوزه دین، بر اساس معیارهای معتبر جهانی و عمق و اصالت اندیشه‌های ناب، بایسته و ضروری است و جلوگیری از انحرافات فکری و تربیتی پژوهشگران و زه دین، مهم و مورد عنایت تمامی بنیان‌گذاران این شجره طیبه، از بزرگ‌مقامان بزرگ انقلاب اسلامی، امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (دامت برکاته) می‌باشد.

«جامعه المصطفی» (ع) برای تحقق این رسالت خطیر و در مسیر نشر معارف ناب معتمدی (ره) «مرکز بین‌المللی ترجمه و نشر المصطفی» را تأسیس کرده است.

در پایان لازم می‌دانیم تلاش همه عزیزانی را که در نشر این کتاب سهمی داشته‌اند، سپاس گزارده، ارباب فضل و عارفان را به یاری بخوانیم تا ما را از دیدگاه‌های سازنده خویش بهره‌مند سازند.

مرکز بین‌المللی
ترجمه و نشر المصطفی (ع)

فهرست

۹	مقدمه پژوهشگاه
۱۱	کلیات
۱۷	۱. مفهوم شناسی و چهار چوب مفهومی
۱۷	ارتباط و رسانه
۲۰	دین
۲۲	هنجار
۲۲	علم فقه
۲۵	اخلاق رسانه
۲۹	چهار چوب نظری تحقیق
۳۷	۲. رسانه شناسی
۳۷	مشخصات وسایل ارتباط جمعی
۴۲	وظایف اجتماعی وسایل ارتباط جمعی
۴۲	۱. وظایف خبری و آموزشی
۴۳	۲. وظایف راهنمایی و رهبری
۴۴	۳. وظایف تفریحی و تبلیغی
۴۶	تأثیرات رسانه ها و سواد رسانه ای
۵۰	وسایل نوشتاری
۵۲	۱. کتاب
۵۴	۲. مطبوعات
۵۹	وسایل شنیداری و دیداری

۶۰	۱. رادیو.....
۶۴	۲. سینما و تلویزیون.....
۷۰	رسانه‌های نو.....
۷۷	شبکه‌های اجتماعی.....
۸۴	جمع‌بندی.....
۸۷	۳. بایسته‌های پیام.....
۹۱	اصول عام حاکم بر پیام.....
۹۱	۱. خالص‌حوری و توحید.....
۹۲	۲. همه‌سونگری در تولید و ارسال پیام.....
۹۵	۳. هدایت انسان.....
۹۶	۴. توجه به فعالیت از.....
۹۹	۵. مستدل، حکیمانه، شکرانگیز بودن پیام.....
۱۰۴	۶. هم‌زمانی و تناسب با نیاز مخاطب.....
۱۰۶	۷. وضوح پیام.....
۱۰۶	بایسته‌های اخلاقی پیام.....
۱۱۰	۱. حق‌محوری.....
۱۱۲	۲. اشاعه فرهنگ و ارزش‌های دینی.....
۱۱۵	۳. معتبر بودن منبع.....
۱۱۹	۴. نیکو بودن محتوای پیام.....
۱۲۰	بایسته‌های فقهی پیام.....
۱۲۰	۱. بایسته‌های فقهی ایجابی پیام.....
۱۲۰	الف) حفظ مصالح مخاطبان.....
۱۲۵	ب) بازنمایی واقعیت و دوری از دستکاری و بزرگ‌نمایی.....
۱۲۶	ج) عقیقانه بودن پیام.....
۱۲۷	۲. بایسته‌های فقهی سلبی پیام.....
۱۲۷	الف) حرمت استفاده از پیام گمراه‌کننده و اغراء به جهل.....
۱۲۹	ب) غیبت.....
۱۳۰	ج) عدم ایجاد رعب و وحشت.....
۱۳۱	د) حرمت اشاعه زشتی‌ها و پلیدی‌ها.....
۱۳۳	ه) حرمت تشبه به کفار.....

۱۳۵	۴. بایسته های اسلامی پیام رسانی
۱۳۷	اصول حاکم بر پیام رسانی در اسلام
۱۳۷	۱. تعهد به اخلاق و ارزش های دینی
۱۳۸	۲. بهره مندی از حکمت
۱۳۹	الف) ورود عالمانه به فعالیت رسانه ای
۱۴۰	ب) زمان شناسی و مکان شناسی
۱۴۱	ج) دشمن شناسی در عرصه رسانه ای
۱۴۱	د) آشنایی با هنر تولید در پیام اثرگذار
۱۴۴	۳. توجه به اصل دعوت اسلامی
۱۴۵	۴. ایجاد اسب و غنظ وحدت با هدف تشکیل امت اسلامی
۱۵۰	۵. مخاطب شناسی
۱۵۵	الف) توجه به متن و متن مخاطب
۱۵۷	ب) شناخت تمایلات و گرایش های مخاطب
۱۵۹	ج) آشنایی با فرهنگ و حساسیت های پیام گیران
۱۶۲	۶. اصل عدالت در فعالیتهای رسانه ای در عرصه بین الملل
۱۶۴	۷. ایجاد هماهنگی بین انداز و شیوه
۱۶۵	۸. ارائه تدریجی پیام
۱۶۵	۹. امر به معروف بودن پیام رسان
۱۶۷	۱۰. اصل مواجهه با دین ستیزان و کفرپیشگان
۱۶۸	۱۱. توجه به جهانی بودن و جاودانگی اسلام
۱۶۹	۱۲. اصل روابط مسالمت آمیز با غیرمسلمانان و تأکید بر مشترکات فرهنگی
۱۷۳	۱۳. اصل حفظ عزت و سیادت اسلامی و سلطه ناپذیری در روابط بین المللی
۱۷۴	۱۴. حفظ شأن و کرامت انسانی مخاطب
۱۷۶	بایسته های اخلاقی
۱۷۶	۱. رعایت اصول حرفه ای در پیام رسانی
۱۷۶	الف) حق گرایی و پرهیز از کتمان حقیقت
۱۸۰	ب) شجاعت و شرافت حرفه ای
۱۸۱	۲. ایمان، رعایت تقوای الهی و داشتن اخلاص
۱۸۳	۳. شاهد بودن خبرنگار رسانه ای
۱۸۴	۴. عامل بودن به محتوای تبلیغ

۵. امانت‌داری، صداقت و اعتبار پیام‌رسان ۱۸۴
۶. پرهیز از منفعت‌طلبی و نگاه تجاری داشتن به رسانه دینی ۱۹۱
۷. احترام به حریم خصوصی ۱۹۲
۸. دوری از ظلم ۱۹۴
۹. رعایت ادب و ترک سب و لعن ۱۹۵
۱۰. ترک افترا ۱۹۸
۱۱. دفاع از مظلوم در عرصه رسانه‌ها ۱۹۹
۱۲. شریح صدر ۱۹۹
۱۳. حسن خلق و نرم‌خوئی با مخاطب ۲۰۰
۱۴. احتیاط به فرهنگ‌های مختلف ۲۰۴
- بایسته‌های فقهی حاکم بر رفتار پیام‌رسان ۲۰۵
۱. جهاد و دفاع در عرصه فعالیت رسانه‌ای ۲۰۵
۲. بهره‌گیری از منافع مسلمانی ۲۰۶
۳. جلوگیری از اضرار به دیگران در رسانه‌ای کردن امور، و قاعده اتلاف و نفی غرر ۲۰۷
۴. بادگویی و تمسخر نکردن ۲۰۸
۵. اقدام به فعالیت رسانه‌ای برای اطلاع مردم الهی به هر اندازه ممکن ۲۱۱
۶. وجوب تعظیم شعائر الهی و حرمت اهانت به آن‌ها ۲۱۲
۷. جلوگیری از تسلط کفار بر مسلمانان در رسانه ۲۱۲
۸. توجه به فریضه امر به معروف و نهی از منکر ۲۱۳
۹. جلوگیری از مشهور شدن افراد ناشایست ۲۱۴
- کتابنامه ۲۱۵

مقدمه پژوهشگاه

در عصر ارتباطات، شاهد گسترش روزافزون نقش رسانه‌های جمعی در زندگی انسان‌هایی که به رونق گرفتن استفاده از این رسانه‌ها، کارکردهای آن‌ها نیز فزونی یافته است. به گونه‌ای که رسانه‌ها در شکل‌دهی به تصوّر و شناخت انسان‌ها از جهان اجتماعی نقش بسزایی دارند. رسانه‌های جمعی مهم‌ترین مجاری فرهنگ‌سازی و عهده‌دار هدایت کلی فرهنگ جامعه، و از عوامل تأثیرگذار در ایجاد دگرگونی‌های فرهنگی‌اند. رسانه‌ها می‌توانند ارتباطات میان فرهنگی را آسان‌تر کنند و موجب گسترش روزافزون مفاهیم والای انسانی در بین فرهنگ‌های مختلف باشند. در عصر حاضر نیز همچنان که مسلمانان در گذشته از رسانه‌های سنتی برای گسترش باورها و ارزش‌های اسلامی بهره می‌گرفتند، ناگزیر به ورود در عرصه فعالیت‌های رسانه‌ای جدیدی تا بتوانند زمینه حفظ و تقویت باورها و ارزش‌های اسلامی در بین متدینان و گرایش به اسلام را برای غیرمسلمانان فراهم کنند. مسلمانان در فعالیت‌های رسانه‌ای، کنش‌های ارتباطی آگاهی‌بخشی، استکمالی، فراخوانی و تدافعی خواهند داشت. کنش ارتباطی رسانه‌ای در درون جوامع اسلامی، امر و نهی (امر به معروف و نهی از منکر)، و بیرون از جوامع اسلامی و در عرصه بین‌الملل دعوت است. با تعریف پذیرفته‌شده‌ای از فرهنگ که نظام معنایی مشترکی است که می‌تواند وارد عرصه رفتار و زندگی جمعی افراد شود، در صورتی که افراد از جوامع مختلف، از نظام معنایی مشترکی برخوردار باشند، خواهند توانست

امت واحد را شکل دهند. لذا می‌توانیم در عرصه بین‌المللی با وجود مسلمانانی در کشورهای مختلف، به امت واحد اشاره کنیم. رسانه‌ها در ایجاد این نظام معنایی مشترک که می‌تواند امت واحد را بیافریند و زمینه‌های رفتار اسلامی را نیز آماده کند، نقش چشم‌گیری دارند.

ضرورت ورود مسلمانان به عرصه فعالیت‌های رسانه‌ای بر کسی پوشیده نیست، اما برای ورود به این عرصه، لازم است بایسته‌های فعالیت رسانه‌ای در عرصه‌های مختلف محتوا و پیام‌رسانی مشخص گردد. اثر حاضر گامی، هرچند کوچک، در مسیریافته رسانه، و زمینه‌ساز ارائه نظریه‌های هنجاری اسلامی برای رسانه‌های جمعی است.

در این کتاب پس از بررسی مباحث رسانه‌شناسی، ویژگی‌های رسانه‌های مختلف در دنیای کنونی و ظرفیت‌های هر کدام از رسانه‌ها برای فعالیت‌های تبلیغی، به بایسته‌های اخلاقی، فقهی محتوا و پیام‌رسانی پرداخته شده است. این پژوهش به همت جناب حجت الاسلام والمسلمین روح‌الله عباس‌زاده، دانش‌آموخته حوزه علمیه قم انجام گرفته است که دانشجوی دوره دکترای رشته فرهنگ و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم (ع) هستند.

در پایان از ناظر علمی طرح جناب حجة الاسلام المسلمین دکتر حسن یوسف‌زاده، استادیار المصطفی (ص) و مدیر گروه مطالعات اجتماعی پژوهشکده علوم انسانی سپاس‌گزاریم که با نظرات علمی خود، بر غنای اثر افزوده‌اند.

پژوهشکده علوم انسانی

پژوهشگاه بین‌المللی المصطفی

۱۳۹۵