

معیارهای اخلاقی دروازه‌بانی انتشار خبر از دیدگاه اسلام

محمد حاجی اسماعیلی*
سید حسن اسلامی**

چکیده

آنچه تحت عنوان خبر از رسانه‌ها منتشر می‌شود در اصل حاصل انتخاب‌ها و تصمیم‌گیری‌های صاحبان رسانه است. این‌گزینه‌ها یا همان دروازه‌بانی در فرایند تبدیل رویداد به خبر اتفاق می‌افتد و این دبیران و سردبیران رسانه‌ها هستند که تصمیم می‌گیرند خبر پنهان بماند و یا منتشر شود و نحوه انتشار چگونه باشد. در این مقاله سعی شده بعضی از اصول و معیارهای اخلاقی این‌گزینه‌ها و انتخاب از متون دینی (قرآن و حدیث) مصداقیابی و تدوین شود تا با رعایت آن توسط متصدیان، اخبار بر طبق موازین صحیح اخلاقی باشد. در این نوشته سعی شده مشخصا به این سؤال پاسخ داده شود که چه کسی و با چه ویژگی‌های اخلاقی می‌تواند عهده‌دار مسئولیت دروازه‌بانی و تصمیم در مورد انتشار یا عدم انتشار خبر در رسانه‌های اسلامی باشد و بعد از تصدی چه اصول اخلاقی را باید رعایت کند؟

واژگان کلیدی

اخلاق رسانه، اخلاق خبر، دروازه‌بانی اخبار، معیارهای اخلاقی رسانه، خبر در اسلام، انتشار اخبار.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

hajiesmaili@chmail.ir
eslami@urd.ac.ir
تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۲۵

*. دانشجوی دکتری اخلاق اسلامی دانشگاه معارف اسلامی.
**. دانشیار دانشگاه ادیان و مذاهب.
تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۴/۱۰

طرح مسئله

امروزه آگاهی از اخبار به یکی از نیازهای ضروری بشر تبدیل شده که گریزی از آن ندارد. اخباری که از طریق رسانه‌ها به ما می‌رسد و یا حتی نمی‌رسد، تصویر ذهنی و آگاهی‌های ما را از جهان پیرامون شکل می‌دهد. اخبار و رویدادها تا به ما برسند از صافی‌هایی عبور می‌کنند. مسکوت گذاشتن بعضی اخبار، گفتن بخشی از واقعیت‌ها یا تحریف آن، بزرگ و کوچک کردن رویدادها، انتخاب زمان و نحوه تنظیم، آرایش مطالب و یا حتی شیوه ارائه آن پیام، موجب فعل و انفعالات گوناگونی در خبر می‌شود. حتی اگر فرض را بر حسن نیت و بی‌طرفی کامل رسانه بگذاریم، تردیدی نیست که بین خبر افتاد و خبر گزارش‌شده تفاوت و فاصله هرچند کم وجود دارد. که البته بخشی از آن می‌تواند ناشی از عناصری باشد که طبیعت کار خبررسانی است.

مواردی چون سانسور، خودسانسوری، منافع ملی و اقتضائات امنیتی و نیز محدودیت‌های زمان، محدودیت‌های فرصت تصمیم‌گیری تکنیک‌های خاص خبری، عوامل سیاسی، اقتصادی و... همه‌وهمه از عواملی هستند که بر خبررسانی رسانه تأثیر می‌گذارد. (علوی بروجردی، ۱۳۷۲: ۱۹)

یکی از مراحل مهم در فاصله بین رویداد تا تبدیل شدن به خبر مرحله دروازه‌بانی خبر است. مرحله‌ای که در آن صاحبان رسانه‌ها یا همان دروازه‌بانان^۱ خبر، از بین هزاران رویداد دست به انتخاب می‌زنند که کدام رویداد و چگونه تحت‌عنوان خبر انتشار یابد. واقعیت انکارناپذیر این است که عملکرد این افراد و تصمیم‌های آنها در فرایند انتقال خبر از منبع به مقصد، اطلاعات و آگاهی هزاران و حتی میلیون‌ها نفر را در هر روز و هر ساعت شکل می‌دهد. از آنجایی که هر کجا گزینش و انتخاب است نوعی داوری صورت می‌گیرد، و مسلماً در هر داوری وجود معیار ضروری است، بنابراین معیارهای اخلاقی اسلامی در اخباری که از رسانه انتشار می‌گردد باید کاملاً رعایت شود. برای رسیدن به این هدف دو جهت کلی در مرحله دروازه‌بانی خبر باید رعایت شود: جهت اول نسبت به صاحبان رسانه و تصمیم‌گیران است که داشتن چه ویژگی‌های اخلاقی برای آنها ضروری است تا شایستگی اخلاقی این حرفه و قرار گرفتن در این جایگاه را داشته باشند و جهت دوم اصول اخلاقی است که باید مدنظر و معیار عمل آنها قرار گیرد. تبیین اصول اخلاق رسانه‌ای مرتبط با این فرایند و مصداق‌یابی و تدوین این معیارها از متون ارزشمند دینی و اخلاقی هدفی است که در این پژوهش به دنبال آن هستیم.

دروازه‌بانی خبر

دروازه^۲ در وسایل ارتباط جمعی، محل عبور جریان اطلاعات و اخبار است. و دروازه‌بانی، فراگرد کنترل جریان و گردش اطلاعات در سیستم‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است. (عباسی، ۱۳۸۸: ۱۲۳)

انسان از هنگامی که نخستین شکل‌های ارتباطی ناقص را در قرن‌ها پیش ایجاد کرد، بلافاصله به کنترل آن همت گماشت. بنابراین به‌نظر می‌رسد که مفهوم دروازه‌بانی^۳ مفهومی کاملاً تاریخی و کهن است و قرار گرفتن آن در کانون توجهات ارتباطی امروز، بیشتر از جنبه نظری شدن آن است. (شکرخواه، ۱۳۸۰: ۳۱)

اولین فردی که این مقوله را تدوین کرد و وجه علمی به آن داد کورت لوین روان‌شناس بود. مناطق دروازه ابتدا توسط او شناسایی شدند. او در مقاله‌ای تحت‌عنوان «مجاری زندگی گروهی» به بررسی تصمیم‌های خانم‌های خانه‌دار در مورد خرید مواد غذایی پرداخت و آن را با جریان خبر در وسایل ارتباط جمعی مقایسه کرد. (همو، ۱۳۸۱: ۶۰)

به‌هرصورت مفهوم دروازه‌بانی در همه رسانه‌های ارتباط جمعی، همه شکل‌های کنترل اطلاعات را دربرمی‌گیرند و شامل همه مواردی می‌شوند که به‌نحوی از انحاء به تصمیم‌گیری ویژه در مورد خبر بازمی‌گردد که بخشی از آن در مرحله جمع‌آوری اطلاعات و تبدیل آن توسط خبرنگار صورت می‌گیرد. به این شکل که او تصمیم می‌گیرد کدام رویداد را چگونه گزارش کند و یا نکند. این مرحله دروازه‌بانی در مرحله تولید خبر است که تحت‌عنوان اخلاق خبرنگاری مورد بحث

1. Gate Keeper.
2. Gate.
3. Gatekeeping.

قرار می‌گیرد.^۱ در مرحله انتشار، اینکه آیا خبر تولیدشده انتشار یابد یا نه و در صورت تصمیم به انتشار به چه صورتی انجام شود وظیفه صاحبان و سردبیران رسانه‌هاست که در این مقاله به معیارهای اخلاقی آن پرداخته شده است.

خبر در اسلام

موضوع خبر از جمله موضوعاتی است که در دین اسلام و منابع اسلامی مطرح شده است. خبر، خبردهنده، نحوه خبردهی و بایدونبایدهای خبررسانی موضوعاتی هستند که در قرآن و روایات وجود دارد.

در قرآن واژه خبر به صورت مستقیم به کار نرفته است اما واژه «نبأ» ۱۴ بار و واژه «حدیث» به معنای خبر نیز ۲۴ بار در قرآن به کار رفته است. به گفته راغب نبأ به معنای خبری است که فایده و سود بزرگی دارد و از آن خبر، علم و دانش حاصل می‌شود. (راغب، ۱۴۱۲: ۷۸۸) نظیر آیه شریفه «قل هو نبأ عظیم» (ص / ۶۸) نبی هم از نبأ گرفته شده و پیامبران الهی را از آن جهت نبی گفته‌اند چون برای مردم از جانب خداوند خبرهایی را آورده‌اند. (حسینی زبیدی، ۱۲۰۵: ۱ / ۲۵۵)

در روایات ائمه علیهم‌السلام هم موضوع خبر به صورت گسترده مطرح شده، اگرچه قرابت معنای لغوی و اصطلاحی حدیث و خبر، هم جای دقت دارد و همان‌طور که حدیث به معنای جدید (تازه) است (فراهیدی، ۱۴۰۹: ۳ / ۱۷۷) خبر (news) هم همان معنای تازگی و نوئی را دارد. از طرفی علما و محدثان اسلامی گزارشی را خبر می‌دانند که حسی باشد و نه حدسی یعنی مخبر پس از دیدن و یا شنیدن حادثه یا حدیث آن را به همان‌نحو نقل کند و استنباط‌های شخصی را دخالت ندهد. (فتحعلی، ۱۳۷۵: ۹)

ارائه اطلاعات و اخبار جامعه یکی از وظایف مهم امام جمعه است که در روایت امام رضا علیه‌السلام با عبارت «یخبرهم» به آن اشاره شده است. حضرت می‌فرماید: «و یخبرهم بما یرد علیهم من الآفاق من الأحوال التي فيها المصرة و المنفعة». (حرعاملی، ۱۴۰۹: ۷ / ۳۴۴)

از آنچه گفته شد می‌توان نتیجه گرفت همان‌طور که پیامبران الهی اخبار واقعی را با هدف هدایت بشر به سمت سعادت به اطلاع مردم می‌رسانند و می‌توان ادعا کرد اولین خبرنگاران، پیامبران الهی هستند و این افتخار بسیار بزرگی برای خبرنگاران و متصدیان خبر است که دنباله‌رو شغل انبیا هستند (سلطانی، ۱۳۹۱: ۱۱۸) هدف اصلی رسانه‌ها در جامعه اسلامی باید ایفای نقش هدایت‌گری باشد به گونه‌ای که با انتشار اخباری که منفعت و ضرر جامعه در آن است این هدف ارزشمند را دنبال کنند.

ضرورت دروازه‌بانی خبر در اسلام

دقت و نظارت بر خبر، قبل از پخش و انتشار آن، در آیات و روایات اسلامی بسیار تأکید شده است:

خداوند متعال در قرآن کریم در آیه معروف نبأ که درباره پذیرش خبر است، صریحاً دستور به تحقیق و تفحص در مورد اخبار داده و می‌فرماید: «إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا». (حجرات / ۶)

امیرالمؤمنین علیه‌السلام هم در روایتی، صریحاً به بررسی و دقت در خبر قبل از پخش آن سفارش می‌کند و می‌فرماید:

اعْلَمُوا الْخَبْرَ إِذَا سَمِعْتُمُوهُ عَقْلَ رِعَايَةٍ لَّا عَقْلَ رِوَايَةٍ. (شریف الرضی، ۱۴۱۴: ۴۸۵)

هنگامی که خبری را می‌شنوید، به دقت و تحقیق در آن تعقل کنید و نه تعقلی که صرفاً انتقال و روایت آن خبر را دنبال می‌کند.

ویژگی‌های اخلاقی دروازه‌بانان خبر

همان‌طور که روشن است تشخیص اینکه چه خبری باید پخش شود و چه خبری نباید پخش شود، بسیار حساس و گاه پیچیده است. اینکه چه افرادی با چه معیارهایی می‌توانند اخباری را اجازه پخش دهند یا ندهند - به طوری که هم اعمال نظرهای شخصی و سلیقه‌ای پیش نیاید و هم تبعات منفی پخش اخبار مضر را نداشته باشد - برای همین لازم است ویژگی‌های اخلاقی و معیارهای آنان از منابع اسلامی به دست آید.

۱. رک: محمد حاجی اسماعیلی، «مقاله معیارهای اخلاق اسلامی در خبرنگاری»، معرفت اخلاقی، شماره ۱۶، ص ۵۹.

خداوند متعال در یکی از آیات قرآن شرایط و نحوه تشخیص اخبار را بیان فرموده:

وَ إِذَا جَاءَهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الْأَمْنِ أَوْ الْخَوْفِ أَذَاعُوا بِهِ وَ لَوْ رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ لَعَلِمَهُ الَّذِينَ يَسْتَنْبِطُونَهُ مِنْهُمْ وَ لَوْ لَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكُمْ وَ رَحْمَتُهُ لَاتَّبِعْتُمُ الشَّيْطَانَ إِلَّا قَلِيلًا. (نساء / ۸۳)

زمانی که خبری حاکی از ایمنی و یا ترس خطر حمله دشمنان می‌رسد آن را منتشر می‌کنند. درحالی‌که اگر پیش از انتشار، آن را به اطلاع رسول و کارداران خویش برسانند، آنان که قدرت استنباط دارند، حقیقت مطلب را فهمیده، به ایشان می‌گویند و اگر فضل و رحمت خدا بر شما نبود، جز مواردی انگشت‌شمار، هر لحظه شیطان را پیروی می‌کردید. (طباطبایی، ۱۳۷۴: ۵ / ۲۵)

از این آیه شریفه چند نکته بسیار مهم برداشت می‌شود که کاملاً بر نحوه انتشار خبر تطبیق می‌کند: اولاً؛ خداوند از اینکه خبر بدون کارشناسی پخش شود نهی فرموده و نوعی مذمت و سرزنشی از آنان که این اشاعه را می‌دهند، شده است. (همان: ۲۸) از این قسمت ضرورت دروازه‌بانی خبر برداشت می‌شود که هر خبری نباید بلافاصله به صرف شنیدن یا دریافت و اطلاع پخش گردد.

ثانیاً؛ خداوند می‌فرماید خبرها را باید قبل از انتشار به اطلاع پیامبر و صاحبان امر برسانند و در ادامه بعد از اینکه فرمود: «رَدُّوهُ إِلَى الرَّسُولِ وَإِلَى أُولِي الْأَمْرِ مِنْهُمْ» چرایی دستور ارجاع خبر به ایشان را با کلمه «يَسْتَنْبِطُونَهُ» بیان می‌کند، چراکه آنان قدرت استنباط دارند. بنابراین می‌توان برداشت کرد که پیامبر و صاحبان امر، به‌علت ویژگی والای خود و اینکه دائماً عملشان بر طبق فرامین و دستورات الهی است اخبار را بررسی می‌کنند و حقیقت آن را درک نموده و به مردم می‌گویند. این کار باعث حفظ جامعه از خطر گمراهی است زیرا خداوند در ذیل آیه شریفه فرمود: «وَ لَوْ لَا فَضْلُ اللَّهِ عَلَيَّ لَاتَّبَعْتُ لِقَا إِيضًا مِّنْهُمْ» مؤمنین از ناحیه این اشاعه - بدون ارجاع به پیامبر و اولی الامر - در خطر گمراهی قرار داشته‌اند.

جالب اینجاست که مفسر بزرگ علامه طباطبایی اخباری که در اینجا خداوند متعال از انتشار آنها نهی فرمود را این‌طور تفسیر می‌کند:

روشن می‌شود که منظور از امر - چیزی که راجع به خوف و امن به آنان می‌رسد و آن خبر را اشاعه می‌دهند - اراجیفی است که به‌وسیله کفار و ایادی آنها برای ایجاد نفاق و خلاف در بین مؤمنین ساخته‌وپرداخته می‌شد و مؤمنین ضعیف‌الایمان آن را منتشر می‌کردند و فکر نمی‌کردند که انتشار این خبر باعث سستی عزیمت مسلمانان می‌شود، چیزی که هست خدای تعالی آنان را از این عمل که پیروی شیطان‌هایی است که آورنده این اخبار هستند، حفظ فرمود و نگذاشت آن صحنه‌سازان، مؤمنین را به خواری و ذلت بکشانند. (همان: ۲۹)

پس معلوم می‌شود که خداوند اراده فرموده برای حفظ و سلامت جامعه و نیز عدم پیروی از شیطان، اخبار ابتدا به پیامبر و اولی الامر برای نظارت صحیح، ارائه شود تا اخبار مخرب پخش نشود و از انتشار آنها جلوگیری شود.

طبق این آیه شریفه و از آنجایی که هر خبری ممکن است از جهاتی نافع و از جهاتی مضر باشد. در رسانه‌های جمعی باید افرادی امر دروازه‌بانی خبر را به‌عهده بگیرند که اولاً متعهد و مومن و از صفت عدالت برخوردار باشند و ثانیاً دارای تخصص قدرت استنباط باشند تا با بصیرت و تیزبینی و سنجش دقیق بتوانند با استفاده از اصول و معیارهای دینی و اخلاقی، اخباری را از رسانه منتشر کنند که مفید باشد و تبعات منفی انتشار اخبار مضر را نداشته باشد. در نتیجه رسانه‌ها نقش هدایتگری و جلوگیری از گمراهی و تبعیت از شیطان را به‌خوبی ایفا خواهند.

اصول اخلاقی دروازه‌بانی خبر

دروازه‌بان خبر با داشتن ویژگی تعهد و تخصص زمینه رعایت اخلاق حرفه‌ای را داراست ولی داشتن ویژگی بدون شناخت و عمل به اصول و معیارهای اخلاقی دروازه‌بانی خبر کافی نیست.

این اصول اخلاقی بر مبنای هدایت‌گری به‌عنوان رسالت اساسی رسانه اسلامی مدنظر قرار گرفته و قواعد و دستورالعمل کلی خواهد بود که زیربنای رفتار اخلاقی در انتشار اخبار است و هر کدام از این اصول مجموعه‌ای از صفات

اخلاقی را به‌همراه خواهد دارد که هم می‌تواند شیوه عملکرد اخلاقی رسانه‌های خبری در انتشار اخبار را روشن سازد و هم در مواجهه با تعارضات اخلاقی دروازه‌بانی خبر راه‌گشای آنان باشد. در اینجا به شش اصل از اصول اخلاق اسلامی اشاره می‌کنیم:

۱. اصل توحید و جهان بینی الهی

اصل توحید در نظام ارتباطی و اطلاع‌رسانی اسلام، اساسی‌ترین پایه‌های رسانه‌ها را تشکیل می‌دهد. از طرفی چگونگی نگاه هر انسان به عالم هستی و به‌عبارت دیگر جهان‌بینی‌اش، تأثیر بسزایی در زندگی افراد دارد. انسان مسلمان با جهان‌بینی توحیدی، عالم هستی را از آن خداوند دانسته و جایگاه خود را در نظام خلقت الهی خواهد شناخت، این مهم‌ترین عامل برای رعایت اخلاق در همه شئون زندگی فردی و اجتماعی اوست. متصدی خبر در رسانه، اگر جایگاه خویش را به‌طور صحیح بشناسد: اولاً از این جهت که آفریده و مخلوق خداوند است، خود را عبد خدا دانسته و حاکمیت و قیومیت را از آن او بداند. ثانیاً در جایگاه اجتماعی که به‌عنوان گزینشگر خبر قرار گرفت ارزش و حساسیت حرفه خویش را درک می‌کند و این درک صحیح در رعایت تعهدات اخلاقی، بالاترین ضمانت اجرایی را برای شخص فراهم می‌سازد. چراکه اسلام زمینه اصلی آراستگی به اخلاق الهی را در احترام به فطرت پاک انسانی و احساس عزت و کرامت نفس می‌داند. به تعبیر استاد مطهری: «در اخلاق اسلامی، محور و آن چیزی که حجم اخلاقی به دور آن می‌گردد، آن نقطه از روح انسانی که اسلام روی آن دست گذاشته، کرامت و عزت نفس است.» (مطهری، ۱۳۸۷: ۲۲ / ۵۶۰) در واقع، همین احساس ارزشمندی و والایی است که انسان را از غلتیدن به وادی شهوت‌ها و پستی‌ها بازمی‌دارد و او را به کسب نیکی‌ها و پاکی‌ها تشویق می‌کند. (مکتبی، ۱۳۸۴: ۶۴) به تعبیر حضرت علی علیه السلام که می‌فرماید: «مَنْ كَرُمَتْ عَلَيْهِ نَفْسُهُ هَانَتْ عَلَيْهِ شَهْوَتُهُ؛ کسی که نفسش در نظرش کریم و عزیز باشد، آن‌را با ناپاکی‌ها و آلودگی‌ها خوار و حقیر نمی‌کند.» (شریف رضی، ۱۴۱۴: ۵۵۵)

از اینجاست که تفاوت بین دست‌اندرکاران رسانه مسلمان با دیگران روشن می‌گردد. مسلمان هیچ‌گاه مانند یک ارتباطگر سکولار غربی خود را فارغ از همه‌چیز به‌جز خبر نمی‌بیند. بلکه او خبر و خبررسانی را نیز در سایه تلاش برای کسب رضایت و تحقق خواست خداوند پی می‌گیرد. (جلی، ۱۳۸۳: ۱۱۰)

از طرف دیگر متصدیان انتشار اخبار و صاحبان رسانه‌ها، با شناخت جایگاه خود در نظام هستی، متوجه مسئولیت خویش خواهند شد چراکه خداوند متعال در مقابل موقعیت‌ها و قابلیت‌هایی که به انسان می‌دهد او را نسبت به نعمت‌ها و استعدادها پیش‌مسئول می‌داند. البته این مسئولیت، برای همه افراد، به نسبت نعمت‌ها و استعدادهاشان وجود دارد. همان‌طور که پیامبر اسلام می‌فرماید: «كُلُّكُمْ رَاعٍ وَ كَلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ.» (مجلسی، ۱۴۰۳: ۷۲ / ۳۸) ولی مسئولیت رسانه‌ها و انتشار اخبار، اقتضائات ویژه خود را دارد، پذیرش مسئولیت اجتماعی اصلی مهم، در اخلاق رسانه و خبرنگاری است و در اخلاق اسلامی هم به‌عنوان یک تکلیف و مسئولیتی دینی متوجه دست‌اندرکاران اطلاع‌رسانی است، چراکه امام کاظم علیه السلام ارائه مطالب سودمند برای دنیا و آخرت به مؤمنین را از مهم‌ترین حقوق آنان دانسته و می‌فرماید: «أَنْ مِنْ أَوْجَبِ حَقِّ أَحَدِكُمْ أَنْ لَا تَكْتُمَهُ شَيْئاً يَنْفَعُهُ لَا مِنْ دُنْيَاهُ وَ لَا مِنْ آخِرَتِهِ.» (همان: ۷۵ / ۲) و در نتیجه ادای این تکلیف به‌نوعی از اعمال صالح و موجب تقرب به خداوند است.

۲. اصل تقوا

در نظام ارتباطی اسلامی، اصل تقوا ملاک اصلی و ارزش حاکم بر روابط انسانی بوده و بیانگر یک نظام‌های ارتباطی است. در معنای تقوا گفته شده از ماده «وَقِيَ» و به‌معنای حفظ و صیانت و نگهداری است (راغب، ۱۴۱۲: ۸۱) تقوا در فرهنگ قرآنی، همان توانایی فردی، معنوی و اخلاقی برای رسیدن به سعادت است و شخص را از گناه مصون می‌دارد. بدین‌معنا که فرد مواظب است عملی که انجام می‌دهد منطبق بر معیاری باشد که خداوند متعال برای او در نظر گرفته و مراقب است از آن خارج نشود.

در مسئله خبررسانی هم متصدیان خبررسانی باید بکوشند از مدار تقوا خارج نشوند چراکه تقوا انسان را از گرفتاری و لغزش در فعالیت‌های ارتباطی و خبری حفظ می‌کند و تنها در سایه تقوا است که همه‌گونه خیر از طریق رسانه‌ها در جامعه منتشر می‌شود و می‌توان به خداوند نزدیک شد. به بیان دیگر تقوا در امر اطلاع‌رسانی به‌مثابه توشه‌ای برای آخرت اهل رسانه و

خبررسانان است و آنها را از آلودگی‌های مختلف نجات می‌دهد آلودگی‌هایی که بیشتر رسانه‌های رقیب به آنها مبتلا شده‌اند. ذیل عنوان تقوا در مسئله خبررسانی و گزینش اخبار معیارهای اخلاقی وجود دارد که لازمه رعایت تقوا شناخت و عمل به آنهاست که به صورت مختصر به آنها اشاره می‌کنیم:

الف) صداقت و پرهیز از دروغ: یکی از بارزترین و روشن‌ترین وظیفه رسانه‌های خبری این است که با اطلاعات دقیق و جامعی که گزارش می‌کند، تصویر درستی از واقعیت را برای مردم فراهم سازند. (شکرخواه، ۱۳۸۱: ۸۱) برای همین وظیفه دروازه‌بانان خبر و صاحبان رسانه این است که همانند یک صافی و فیلتر، دروغ‌ها را نگه داشته و حقایق را انتقال دهند. (قانع، ۱۳۸۳: ۱۴۵) چنانچه امیرمؤمنان علیه السلام می‌فرماید: «هرچه شنیدی برای مردم نگو و إلا دروغ‌گو خواهی بود و هرچه مردم به تو گفتند، رد نکن و إلا نادان خواهی بود». (شریف رضی، ۱۴۱۴: ۴۵۹)

ب) امانت‌داری: رسانه به‌عنوان واسطه بین مردم و واقعیت‌ها و رویدادها بایستی آینه وفادار رخدادهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و... باشد. دست‌اندرکاران رسانه، درحقیقت امانت‌دار مردم در دستیابی به اطلاعات هستند و باید با - حفظ و صیانت از خبر - این امانت را به‌خوبی ادا کنند. (جبلی، ۱۳۸۳: ۱۱۸)

حفظ و صیانت خبر، یکی از امیاریهای اخلاقی خبررسانی است صیانت خبر یعنی اولاً هیچ‌گونه دخل و تصرفی در آن صورت نگیرد؛ ثانیاً این امانتی که در دستان خبرنگار است به اهلهش سپرده شود قرآن کریم صریحاً به این امر دستور می‌دهد: «إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا» (نساء / ۵۸) و در آیه‌ای دیگر از خیانت در امانت نهی می‌نماید. (انفال / ۲۷)

از دیدگاه اسلام، امانت به اشیاء خاصی که شخص نزد دیگری به امانت می‌گذارد، اختصاص ندارد؛ بلکه هرچیزی که در اختیار انسان قرار می‌گیرد امانت است و انسان وظیفه دارد از آن مراقبت کند. خبر و اطلاعات هم نوعی علم و آگاهی است که نزد خبرنگار و رسانه امانت می‌باشد و باید از آن مراقبت کرد. در روایات معصومین علیهم السلام خیانت در علم بالاتر از خیانت در اموال معرفی شده پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «فَإِنَّ خِيَانَةَ أَحَدِكُمْ فِي عِلْمِهِ أَسَدُّ مِنْ خِيَانَتِهِ فِي مَالِهِ». (مجلسی، ۱۴۰۳: ۲ / ۶۸)

از آنجاکه یکی از لوازم اصلی پیام‌رسانی صحیح، امانت‌دار بودن پیام‌رسان است. جبرائیل، ملک مقرب خدا که واسطه وحی و پیام الهی است، متصف به صفت امین است. پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله همچنین، حتی قبل از اینکه به پیامبری مبعوث شوند به محمد امین شهرت داشتند.

ج: عدم افشای اسرار: یکی از لوازم تقوا رعایت حریم خصوصی است. تقوای رسانه‌ای به‌هیچ‌عنوان اجازه تجسس و تجاوز به حریم خصوصی را نمی‌دهد و اخباری که به این واسطه به‌دست آمده باشد اگر تحت‌عنوان سر قرار گیرد و حاوی اسرار باشد انتشار آنها نادرست است. چه اسرار شخصی افراد باشد و چه اسرار نظام اسلامی است که افشاء آن سبب سوءاستفاده دشمنان، و به خطر افتادن امنیت ملی شود.

سرّ در لغت به‌معنای امر پوشیده و نهان و چیزی است که انسان مخفی و کتمان می‌کند. به این بیان هم در اشیا به‌کار می‌رود و هم در مفاهیم و مطالب. (قرشی بنایی، ۱۴۱۲: ۳ / ۲۵۳) واژه افشاء نیز به‌معنای انتشار و پخش کردن و اظهار است. (فیومی، ۱۴۱۴: ۲ / ۴۷۳) افشای اسرار درآموزه‌های دینی جز گناهان بزرگ ذکر شده است. از جمله عبدالله ابن سنان می‌گوید از حضرت صادق علیه السلام پرسیدم: «عورت مؤمن بر مؤمن حرام است؟ فرمودند: بلی، گفتم منظور دو عضو جنسی او است؟ فرمودند: نه این چنین نیست که تو گمان کردی، بلکه منظور این است که بر او عیب‌جویی کنی و یا آنچه را می‌دانی به جهت نقص او بر ملا سازی». (کلینی، ۱۴۲۹: ۲ / ۳۵۹)

در روایتی امام رضا علیه السلام قاتل و افشاکننده اسرار را یکی دانسته و می‌فرمایند: «... أَنَّ الْمُنْزِعَ وَالْقَاتِلَ شَرِيكَانَ»، (علی بن موسی الرضا، ۱۴۰۶: ۳۳۸) در روایت دیگر امام صادق علیه السلام افشاء سرّ را سقوط به ورطه هلاکت و منجر به پیامدها و عواقب خطرناک برای جامعه دانسته و می‌فرمایند: «افشاء السرّ سقوط». (حرانی، ۱۳۶۳: ۳۱۵)

د: عدم اشاعه فحشا: خبرهایی که به جزئیات عملکردهای غیراخلاقی انسان‌ها می‌پردازند و در بردارنده رویدادی ضداخلاقی باشد، چنین خبرهایی که جنبه منفی ماهیت انسانی را تحریک می‌کند و به‌نحوی فرهنگ و اخلاق جامعه را از نظر اخلاقی دچار آسیب می‌سازد و به‌طورکلی مواردی که مصداق اشاعه فحشا قرار گیرند پخش آنها از نظر اخلاقی ممنوع و در اسلام به شدت از آن نهی شده است.

خداوند در قرآن به کسانی که فحشا را در جامعه گسترش می‌دهند و از آن ابراز رضایت می‌کنند وعده عذاب دنیایی و آخرتی داده و می‌فرماید: «إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ». (نور / ۱۹)

بنابراین رسانه‌هایی که از اصول اخلاقی و معیارهای اعتبارآور پیروی می‌کنند هرگز در پوشش خبری مقولاتی همچون طلاق و جنایت به ذکر جزئیات آن هم با شیوه‌ای پرجاذبه نمی‌پردازند و به‌طور کلی پرداختن به خبرهای خشونت‌آمیز و جنسی، رسوایی‌ها و انتشار اسرار افراد را در دستور کار خود قرار نمی‌دهند. (شکرخواه، ۱۳۸۱: ۵۳) البته نکته بسیار مهمی که نباید مغفول بماند بُعد عبرت‌آموزی این وقایع و رویدادها برای بقیه افراد جامعه است و به‌نظر آنچه صورت این خبرها را نمایان می‌سازد بیش حاکم در عرضه خبر است اگر بینش صحیح و اصل تقوا در رسانه حاکم باشد مرز بین اشاعه فحشا و بیان وقایع ناشایست و خشونت‌بار افراد به جهت عبرت‌آموزی روشن می‌شود برای حل این مسئله الگوی قرآنی بسیار راه‌گشاست.

قرآن کریم در موارد بسیاری از حوادث و رویدادهای مختلف و احوال امت‌های گوناگون خبر می‌دهد. ولیکن در بازگویی اخبار و گزارش‌های قرآنی از کارهای ناشایست افراد و امت‌های گذشته، انسان هیچ‌گاه دچار برخی وسوسه‌ها نمی‌شود. آیات فراوانی در قرآن کریم در مورد کفر، عصیان، دزدی و ربا، تجاوز، و نظیر آنها و سرنوشت کسانی که به چنین کارهایی دست‌زده یا دست می‌زنند وجود دارد. اما نکته بسیار مهم این است که شیوه قرآن هیچ‌گاه باز کردن مسئله و تشریح جزئیات آن نیست چراکه بیان جزئیات، قبح آن را کم می‌کند و زمینه وسوسه و اشاعه آن را افزایش می‌دهد. هیچ‌گاه قرآن در برخورد با کار نادرستی مثل عمل زشت قوم لوط، وارد جزئیات و ذکر مصادیق نمی‌شود و حتی غیرمستقیم هم دل‌های پاک و مصفا را به تشویش نمی‌کشانند و فقط آن مقدار که لازم است تا قبح و زشتی یک عمل را گوشزد کند از آن یاد می‌کند. اما در مورد عاقبت کسانی که دست به چنین کاری می‌زنند بسیار هشدار می‌دهد و نمونه‌هایی را ذکر می‌کند و شدت گرفتاری و رنج آنها را کاملاً به تصویر می‌کشد با این شیوه به هدف خود، که هدایت و ارشاد و عبرت‌آموزی از سرگذشت دیگران است، به بهترین شکل دست می‌یابد.

متأسفانه برخی از رسانه‌های خبری با پیروی از دستورالعمل «خبر بد خبر خوب است» اولاً در پی خبرهای بد بوده و خواسته یا ناخواسته اشاعه‌گر فحشا هستند؛ ثانیاً روش آنها در گزارش خبر هم ضداخلاق و دینی است، بارها دیده شده که مجاری قتل، تجاوز، اعتیاد، دزدی، و... موبه‌مو ذکر می‌شود، به‌گونه‌ای که خواننده و یا شنونده می‌تواند، کاملاً صحنه ماجرا را تصور کند، اما در مورد مرتکبین این کارها یا اصلاً توضیحی داده نمی‌شود یا بسیار کوتاه و سطحی از آن عبور می‌شود. (فتحعلی، ۱۳۷۵: ۲۷ - ۲۹)

۳. اصل عدالت

مفهوم مقابل ظلم، عدالت است که در حوزه روابط اجتماعی به‌معنای فضیلتی میان دو رذیلت ظلم و انظام به‌کار می‌رود. (علیزاده، ۱۳۹۰: ۲۲۲) عدل، میزان خداوند در میان مردم است که آن را قرار داده تا حق برپا داشته شود. (آمدی، ۱۴۱۰: ۲۳۴)

مفهوم عدالت، تعیین حدود و حقوق است. استاد مطهری در زمینه عدالت معتقد است:

عدالت مقدس‌ترین مقدسات بشر است. لاقلاً در مقدسات اجتماعی از قبیل آزادی، دموکراسی، مساوات از همه مقدس‌تر است زیرا تأمین‌کننده همه آنهاست. بشر همیشه عدالت را آرزو کرده و نسبت به ستمگری، ابراز تنفر کرده است، انبیا همواره به‌دنبال این بوده‌اند که انسان را چنان سازند که عدالت را ایده و آرمان خود قرار دهد و مؤمن به عدالت شود. (مطهری، ۱۳۸۷: ۱ / ۵۴)

آیات قرآن کریم هم هدف انبیا را دعوت به خدا و حاکمیت او و دیگری برقرار ساختن عدالت در میان مردم دانسته چنانچه می‌فرماید: «لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ». (حدید / ۲۵) طبق این آیه شریفه و آیات مشابه خداوند عدالت را از طریق قانون‌گذاری و ارسال پیامبران برای مردم ایجاد می‌کند. قوانینی که برای افراد جامعه هم ایجاد حق می‌کند و هم مسئولیت، طبق آموزه‌های اسلامی، اصل عدالت و مساوات اقتضا می‌کند فرصت‌ها و امکانات به‌صورت برابر برای همه افراد جامعه ایجاد و تأمین شود که این مسئله یکی از اصول بنیادی و معیار و مقیاسی اصلی و کارآمد در نظام سیاسی اسلام است.

تعهدات و تکالیفی که در قالب قوانین بر دوش افراد و نهادهای مختلف گذاشته می‌شود موجب پیدایش حقی نسبت به کسانی می‌شود که از این تکالیف و مسئولیت‌ها بهره‌مند می‌شوند. از آنجاکه در متن قانون، اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی جامعه از اخبار و اطلاعات به عهده رسانه‌های گروهی نهاده شده است و حکومت موظف به خودداری از ایجاد ممانعت در گردش آزادانه اطلاعات گردیده، برای شهروندان حقی تولید می‌شود که برپایه آن نمی‌توان ایشان را از دستیابی به اطلاعات محروم کرد. (فخارطوسی، ۱۳۸۵: ۷۱)

از آنجاکه در قانون، آگاهی یافتن از اخبار حق شهروندان شمرده شده از این‌رو اصل اخلاقی عدالت اقتضا می‌کند کسانی که متصدی و متکفل اطلاع‌رسانی هستند و با پذیرش این تعهد، تکلیف عرضه اخبار و اطلاعات را پذیرفته‌اند به شایستگی در اختیار مردم قرار داده و اخبار و اطلاعات مورد نیاز آنان را منتشر نمایند. امام موسی کاظم علیه السلام در رهنمودی، حقی را که مردم، بر گردن رسانه‌ها دارند را این‌گونه بیان می‌فرماید: «انَّ مِنْ وَاجِبِ حَقِّ أَحَدِكُمْ أَنْ لَا تَكْتُمَهُ شَيْئًا تَنْفَعُهُ بِهِ لِأَمْرِ دُنْيَاهُ وَ آخِرَتِهِ» (کلینی، ۱۴۰۷: ۸ / ۱۲۶) از جمله حقوق برادر مؤمن تو این است که او را از آنچه به مصلحت امر دنیا و آخرتش است آماده کنی و - اخبار و اطلاعات مفید را - از او نپوشانی.

۴. اصل آزادی

در اندیشه اسلامی، آزادی یک اصل اساسی دینی و یک ضرورت حقیقی برای انسان و نیز یک لزوم در ارتباطات و فعالیت‌های اجتماعی است. بدیهی است آزادی در نظام‌های سکولار یا نظام‌هایی که کمال مطلوب انسان را در سعادت این جهان دنبال می‌کنند با اسلام متفاوت است. (سلطانی، ۱۳۹۱: ۱۲۶) در اسلام، آزادی جزء جدانشدنی از رویکرد دینی به کرامت انسان محسوب می‌شود. خداوند به انسان کرامت بخشیده و این کرامت اقتضای آزادی برای انسان دارد و این انسان است که سعادت و شقاوت را بر می‌گزیند. «إِنَّا هَدَيْنَاهُ السَّبِيلَ إِمَّا شَاكِرًا وَإِمَّا كَفُورًا». (انسان / ۳)

رسولان الهی هم به‌عنوان هدایتگران بشر به‌سوی سعادت هیچ‌گاه مردم را مجبور به پذیرش حق نمی‌کنند و خداوند هم اجازه چنین کاری را به آنان نداده است. چنانچه می‌فرماید: «فَذَكَرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ لَسِتَ عَلَيْهِمْ بِمُصِطِرٍ» (غاشیه / ۲۲ - ۲۱) و یا می‌فرماید: «إِنْ نَشَأْ نُزِّلْ عَلَيْهِمْ مِنَ السَّمَاءِ آيَةٌ فَظَلَّتْ أَعْنَاقُهُمْ لَهَا خَاضِعِينَ»؛ اگر قرار باشد کسی به انتخاب مجبور شود خود خداوند می‌تواند گردن‌های همه را در مقابل حق خاضع کند. (شعرا / ۴)

بلکه کاری که پیامبران الهی وظیفه دارند زمینه‌سازی برای انتخاب شایسته آنان است اینکه با اطلاعات و اخبار در اختیار آنان قرار گیرد و خود آنها با آزادی کامل راه مناسب را انتخاب کنند. رسالتی که رسانه‌ها و خبرگزاری‌ها به دوش دارند همین مسئله است.

لازمه اصل آزادی شناخت و به‌کارگیری دو معیار اصلی است که عبارت است از: ۱. عدم پوشاندن و کتمان حق؛ ۲. فراهم نمودن زمینه انتخاب شایسته برای مخاطبین با اطلاع‌رسانی جامع، صحیح و دقیق.

در چندین آیه قرآن کریم خداوند متعال از کتمان حق نهی می‌کند، از جمله می‌فرماید: «وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَ تَكْتُمُوا الْحَقَّ وَ أَنْتُمْ تَعْلَمُونَ» (بقره / ۴۲) این آیه در مورد نهی از کتمان یک خبر خاص - به پیامبری رسیدن رسول اسلام صلی الله علیه و آله وارد شده است - (طبرسی، ۱۳۷۲: ۱ / ۲۱۱) اما جمله «وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ» وجه ممنوعیت را معلل می‌سازد. یعنی این‌طور استفاده می‌شود که پوشاندن و کتمان آگاهانه حق به‌طور کلی ممنوع است و تعلیق حکم به وصف، اشعار به علیت دارد و یا حداقل حیثیت از آن قابل استفاده است. (فخارطوسی، ۱۳۸۵: ۶۶)

علامه فضل الله با توجه به یکی دیگر از آیات قرآن در مورد نهی از پوشاندن حق، می‌گوید: انسان صاحب معرفت در اسلام وظیفه دارد محتوای معرفت خود را به اطلاع مردم که در باورها، مسائل، و کارهای عمومی خود به آن نیاز دارند، برساند. نمی‌تواند این امور را از مردم بپوشاند زیرا در این صورت آنان از هدایت که همه هدف انبیاست، دور می‌شوند خداوند می‌فرماید: «إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَ يَلْعَنُهُمُ اللَّاعِنُونَ». (بقره / ۱۵۹)

مفهوم در این آیه به باور و تشریح اشاره دارد، اما موضوع تنها به آن منحصر نمی‌شود بلکه همه حق را در اجزای گوناگون آن، مانند مسائل مختلف مربوط به عقیده و شریعت در زندگی انسان دربرمی‌گیرد. و این همان چیزی است که در

حدیث مشهور ملاحظه می‌کنیم که فرمود: هرگاه بدعت‌ها سربرآورند، دانشمند باید دانش خود را آشکار کند و اگر چنین نکرد لعنت خدا بر او باد. (ابن بابویه، ۱۳۷۸: ۱ / ۱۱۳)

آنچه از واژه بدع (بدعت‌ها) درمی‌یابیم این است که انسان، در تکاپوی اندیشه و عمل خود از حق دور شود، چنان‌که با مفهوم حق در اسلام و زندگی سازگاری نداشته باشد. ستمگران به ستمی جامه عدل ببوشانند، بدی، خوبی قلمداد شود، باطل حق پنداشته شود و در نتیجه اوصاف واقعی مسائل واژگون شود. دعوت‌کننده ناچار می‌شود تکاپوی دعوت خود را در میان مردم آغاز کند. در چنین شرایطی اطلاع‌رسانی باید با استفاده از مؤلفه‌های سیاسی، اجتماعی، امنیتی زندگی مردم صورت گیرد تا همه از گمراهی دور شوند، مفاهیم و تصوراتشان تصحیح شود، و به عرصه‌های هدایت و درستی رهنمون شوند. (فضل الله، ۱۳۸۲: ۶۳)

نکته قابل توجه این است که حق به معنای کلام مطابق با واقع که از کتمان آن نهی شده، مفهومی است که بر اخبار صادق منطبق است و ملاک مطابقت نیز واقعیت خارجی است. بنابراین اخبار صادق و مطابق با واقع مشمول عنوان حق شمرده می‌شود و کتمان آنها نهی شده است. بنابراین هرگاه انسان بر اطلاعات و اخباری آگاه باشد کتمان آن ممنوع است. ممکن است این اشکال مطرح شود که بر این اساس گفتن و نشر همه اخبار و اطلاعات بر همه اشخاص لازم است! در پاسخ می‌گوییم خطاب نهی متوجه کسانی است که کتمان آنها دارای تأثیر می‌باشد و چنان‌که از شأن نزول آیات مذکور هم چنین قیدی برمی‌آید. بنابراین افراد یا نهادهای متکفل اطلاع‌رسانی عمومی، مشمول این تکلیف هستند. (فخارطوسی، ۱۳۸۵: ۶۶)

یکی از دلایل دیگر بر لزوم اطلاع‌رسانی و حق مردم در دستیابی به اطلاعات این است که انسان برای دستیابی به زندگی بهتر، انتخاب راه مناسب‌تر فعالیت در صحنه اجتماع و پرداختن آگاهانه‌تر به مسئولیت‌های فردی و اجتماعی باید همواره در جریان حوادث و واقعیاتی که در دنیای اطراف او روی می‌دهد قرار داشته باشد. (انارکی، ۱۳۸۰: ۱۹۸)

ارائه اطلاعات و اخبار درست، مردم را با واقعیت‌های جامعه و محیط پیرامون خویش آشنا می‌سازد و این اطلاعات گوناگون سبب می‌شود که مردم با کنار هم گذاشتن اطلاعات مختلف به قضاوت درست بپردازند، و راه صحیح را در زندگی برگزینند. خداوند در قرآن می‌فرماید: «قَبِّرْ عِبَادَ الَّذِينَ يَسْمَعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمُ أُولُوا الْآلِيبِ». (زمر / ۱۸)

در این آیه، هدایت الهی ویژه کسانی شمرده شده که سخنان مختلف را می‌شنوند و بهترین را انتخاب می‌کنند. خداوند ایشان را بر این امر می‌ستاید. بنابراین کسانی که زمینه این امر پسندیده و مقدمات ضروری آن را به قصد تحقق این امر مطلوب فراهم می‌کنند نیز مورد تحسین و ستایش خداوند خواهند بود. بر همین اساس نهادهای مسئول که اخبار و اطلاعات مختلف را که در انتخاب و رأی مخاطبان مؤثر است به ایشان منتقل می‌کنند، و این اطلاعات را در معرض دید و شنید آنان قرار می‌دهند از سوی خداوند تحسین شده‌اند. شاهد برداشت پیش‌گفته این است یک تفسیر عامی وجود دارد که بر پایه آن کلمه قول در آیه شریفه اختصاص به مطالب عقیدتی و براهین اثبات‌کننده مذهب ندارد. بلکه مقصود هر سخن و مطلبی است که از سوی گویندگان به‌منظور پیروی دیگران صادر می‌شود. (فخارطوسی، ۱۳۸۵: ۶۷) مرحوم طبرسی در تفسیر این آیه می‌نویسد: «منظور از «يَسْمَعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ» سزاوارترین این سخنان در قبول و عمل است». (طبرسی، ۱۳۷۲: ۸ / ۷۷۰)

از طرف دیگر اگر مردم نسبت به پدیده‌ها و موضوعات آگاهی و اطلاع نداشته باشند نسبت به آن قدرت انتخاب نخواهند داشت و بلکه در برابر آن موضع خواهند گرفت. حضرت علی علیه السلام می‌فرماید: «الْأَسُّ أَعْدَاءُ مَا جَهَلُوا» (شریف الرضی، ۱۴۱۴: ۵۰۱) مردم دشمنان آنچه هستند که نمی‌دانند. به همین سبب است که خداوند ایمان و اعتقاد از روی کراهت را مفید نمی‌داند و از آن نهی می‌کند. (یونس / ۹۹)

۵. اصل امر به معروف و نهی از منکر

پنجمین اصل هدایت‌کننده فعالیت‌های رسانه‌ای در نظام ارتباطی اسلام اصل امر به معروف و نهی از منکر است این اصل به صورت یک دکترین و منشور مسئولیت فردی و اجتماعی مطرح است در این اصل اعتقاد به مسئولیت فردی و اجتماعی در آماده ساختن افراد جامعه در پذیرفتن احکام اسلامی و عمل به آنها و در نتیجه نشر معروف و و عدم شیوع منکر وجود دارد. این اصل مسئولیت هدایت‌گری را مسلمانان گوشزد می‌کند ضمن اینکه افراد مسئول و صاحبان قدرت و رسانه مسئولیت ویژه‌ای دارند. (سلطانی، ۱۳۹۱: ۱۳۱)

امر به معروف و نهی از منکر یکی از واجبات بسیار مؤکد در اسلام است و برخی روایات همه نیکی‌ها را در مقابل امر به معروف و نهی از منکر مثل قطره‌ای در مقابل دریا دانسته‌اند. (شریف الرضی، ۱۴۰۶: ۷۲۱)

رسانه یکی از وسایل بزرگ امر به معروف و نهی از منکر در جامعه اسلامی است. طبق این اصل رسانه‌ها در جامعه اسلامی باید مسئولیت نگرهبانی جامعه را بردوش بگیرند و با هوشیاری، اطلاعات لازم درمورد معروف - یعنی آنچه با معیارهای جامعه اسلامی سازگار است - را ارائه کرده و از آن حمایت کند و منکر را - یعنی آنچه را که مغایر معیارهای جامعه اسلامی است - مشخص سازد و با آن مخالفت ورزند. (شیخ، ۱۳۷۵: ۲۷) لازمه رعایت این اصل شناخت صحیح متصدیان خبر و رسانه از معروف‌ها، چگونگی معرفی و نشر آنها و نیز شناخت و رصد منکرات و آسیب‌های اخلاقی و چگونگی اطلاع‌رسانی (بدون تبعات نشر و ارتکاب به اشاعه فحشا) برای جلوگیری از آنهاست. مسئله‌ای که متأسفانه یا دچار سانسور شده و یا به‌حد افراطی و آسیب‌زا به آن پرداخته می‌شود.

باید گفت هر فرد به‌عنوان جزئی از جامعه باید بداند که جامعه با چه معضلات فرهنگی و اخلاقی روبروست، تا در حدتوان در جهت رفع این آسیب‌ها اقدام کند. مثلاً این که آمار مصرف مواد مخدر چقدر است؟ آمار طلاق به چه اندازه‌ای است؟ و ... چراکه اگر اینها از مردم مخفی بماند نه‌تنها به حفظ امنیت کمکی نمی‌شود بلکه امنیت ملی و فرهنگی به خطر خواهد افتاد. وقتی والدین از آسیب‌های اجتماعی مطلع نباشند برنامه‌ای هم برای حفظ و جلوگیری از تأثیر آن بر فرزندان خود نخواهند گرفت. مسئله‌ای که متأسفانه در بسیاری از موارد آسیب‌های اجتماعی به ویژه از طرف رسانه‌های حاکمیتی بنا به توجیهاتی به مردم گفته نمی‌شود.

۶. اصل جهاد و استکبارستیزی

مفهوم جهاد و مبارزه با استکبار اصلی اساسی در مضامین دینی است که در کنار توحید ذکر شده و همه رسولان الهی در هر قومی مأمور به این توحید و مبارزه با طاغوت و استکبار بودند خداوند می‌فرماید: «وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا مِنْهُمْ أَنْ أَتْبِعُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ» (نحل / ۳۶) و باید گفت توحید بدون مبارزه با طاغوت که مصداق عینی شرک هستند به‌هیچ‌وجه کامل نخواهد بود و مقتضای توحید عملی نفی طاغوت است.

از آن‌رو که یکی از اهداف اساسی پیامبران الهی زمینه‌سازی برای تعالی و سعادت انسان بوده وجود روحیه استکباری به‌ویژه در افراد اثرگذار مانع رشد و تعالی دیگران است قرآن کریم در موارد بسیاری از مفسدان یاد کرده و آنها را با روحیه استکباری توصیف نموده است. چنانچه درباره فرعون می‌فرماید: «وَاسْتَكْبَرَ هُوَ وَجُنُودُهُ فِي الْأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَظَنُوا أَنَّهُمْ إِلَٰهًا لَا يُرْجَعُونَ». (قصص / ۳۹)

رسانه خبری برای ایفای نقش هدایت‌گری باید این اصل اساسی را رعایت کنند و مقابل مستکبرین و طاغوت‌هایی که سد راه هدایت مردم شده‌اند مجاهدانه بایستد. چراکه قلمرو جهاد و مبارزه در بینش اسلامی تنها به میدان جنگ با مستکبرین و دشمنان خدا در مرزهای جغرافیایی محدود نمی‌شود بلکه حوزه‌های فرهنگی، رسانه‌ای و خبری را نیز دربرمی‌گیرد که امروزه از آن تعبیر به جنگ رایانه‌ای می‌شود. (سلطانی، ۱۳۹۱: ۱۲۲)

مقام معظم رهبری در این رابطه می‌فرماید:

امروز مهم‌ترین ابزار جنگ بین قدرت‌ها در دنیا رسانه است و امروز حتی قدرت‌های بزرگ هم با رسانه‌ها دارند کار می‌کنند. امروز تأثیر رسانه‌ها و تلویزیون‌ها و هنرها و این شبکه‌های عظیم اطلاع‌رسانی از سلاح و از موشک و از بمب اتم بیشتر است. امروز دنیا، یک چنین دنیایی است. روزبه‌روز هم دارند این میدان را گسترش می‌دهند. امروز آرایش رسانه‌ای و فرهنگی که در مقابل جمهوری اسلامی قرار دارد، بسیار آرایش پیچیده، متنوع، متکثر، کارآمد، فنی و پیشرفته است. (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۳: ۲۵)

نتیجه

از مباحث ارائه‌شده این‌طور نتیجه گرفته می‌شود که از نظر اخلاق اسلامی رسالت اصلی و حاکم بر رسانه‌های خبری هدایت‌گری است از این‌رو اخبار قبل از انتشار باید توسط افراد شایسته و متقی و دارای قدرت فهم و استنباط با استفاده از

اصول اخلاقی حاکم بر خبررسانی دروازه‌بانی شود و طبق این اصول، تصمیم بر انتشار اخبار و چگونگی آن و یا عدم آن اتخاذ شود. تعارضات اخلاقی نیز به واسطه این اصول حل شود تا اخباری که از رسانه‌ها منتشر می‌شود اخباری مطابق با اصول و موازین اخلاقی باشد.

منابع و مأخذ

۱. قرآن کریم.
۲. ابن بابویه، محمد بن علی، ۱۳۷۸ ق، *عیون اخبار الرضا*، تهران، جهان.
۳. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، ۱۳۶۳، *تحف العقول*، مصحح علی اکبر غفاری، قم، جامعه مدرسین.
۴. اسلامی اردکانی، سید حسن، ۱۳۸۷، *دروغ مصلحت‌آمیز*، قم، دفتر تبلیغات حوزه علمیه.
۵. امام خمینی، سید روح‌الله، ۱۳۷۰، *صحیفه نور*، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۶. انارکی، داوود، ۱۳۸۰، «نقش رسانه‌های گروهی در اطلاع رسانی و عوامل بی‌اعتمادی مخاطب نسبت به خبر»، پژوهش و سنجش، ش ۲۷، تهران، مرکز تحقیقات صداوسیما.
۷. برقی، احمد بن محمد بن خالد، ۱۳۷۱ ق، *المحاسن*، قم، بی‌نا، چاپ دوم.
۸. پویا، علیرضا، ۱۳۸۴، *خبر و خبررسانی در قرآن کریم*، تهران، دانشکده صداوسیما.
۹. تقدیری، محمد، ۱۳۷۵، «آسیب‌شناسی ارتباطات»، *مجموعه مقالات رویکرد اخلاقی در رسانه‌ها*، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۰. تمیمی آمدی، عبدالواحد، ۱۴۱۰ ق، *غررالحکم و دررالحکم*، ترجمه سید مهدی رجایی، قم، دارالکتب اسلامی.
۱۱. جلی پیمان، ۱۳۸۳، «اخلاق حرفه‌ای خبر در اسلام»، *فصلنامه پژوهشی دانشگاه امام صادق*، ش ۲۱، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق.
۱۲. حر عاملی، محمد بن حسن، ۱۴۰۹ ق، *وسائل الشیعه*، قم، موسسه آل‌البیت.
۱۳. حسینی زبیدی، ۱۴۱۴ ق، *تاج العروس من جواهر القاموس*، محمد مرتضی و علی هلالی، بیروت، دارالفکر.
۱۴. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، ۱۴۱۲ ق، *مفردات ألفاظ القرآن*، صفوان عدنان داوودی، بیروت، دار القلم.
۱۵. سعیدی‌مهر، محمد، ۱۳۷۵، «حق‌مداری در عرصه مطبوعات از دیدگاه امام علی»، *مجموعه مقالات رویکرد اخلاقی در رسانه‌ها*، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۶. سلطانی، مجتبی، ۱۳۹۱، *بررسی انتقادی ارزش‌های خبری براساس مبانی معرفتی اسلام*، پایان‌نامه دانشگاه باقر العلوم.
۱۷. شریف الرضی، محمد بن حسین، ۱۴۰۶ ق، *ترجمه نهج البلاغه*، محمد دشتی، قم، مشهور.
۱۸. شریف الرضی، محمد بن حسین، ۱۴۱۴ ق، *نهج البلاغه*، صبحی صالح، قم، هجرت.
۱۹. شکرخواه، یونس، ۱۳۸۰، «خبر، رسانه‌های خبری و کنترل دروازه‌ها»، *پژوهش و سنجش*، ش ۲۷، تهران، مرکز تحقیقات صداوسیما.
۲۰. شکرخواه، یونس، ۱۳۸۱، *خبر*، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ج ۷.
۲۱. شیخ، مغیث‌الدین، ۱۳۷۵، «چارچوب اسلامی اخلاق رسانه‌ای، مسائل و چالش‌ها»، *رسانه*، ش ۲۷، تهران، مرکز گسترش آموزش رسانه‌ها.
۲۲. طباطبایی، محمدحسین، ۱۳۷۴، *ترجمه تفسیر المیزان*، سید محمدباقر موسوی همدانی، قم، جامعه مدرسین حوزه علمیه.
۲۳. طبرسی، فضل بن حسن، ۱۳۷۲، *مجمع البیان فی تفسیر القرآن*، تهران، ناصرخسرو.
۲۴. عباسی، حجت‌الله، ۱۳۸۸، *خبر تلویزیونی*، تهران، دانشکده صداوسیما.
۲۵. علوی بروجردی، مهدخت، ۱۳۷۲، «نگاهی به نقش دروازه‌بانی در شکل‌گیری و انتقال خبر»، *رسانه*، ش ۱۳، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۶. عزیززاده، مهدی و جمعی از نویسندگان، ۱۳۹۰، *اخلاق اسلامی مبانی و مفاهیم*، قم، دفتر نشر معارف.

۲۷. فتحعلی، محمود، ۱۳۷۵، «اخلاق خبررسانی قرآن»، مجموعه مقالات رویکرد اخلاقی در رسانه‌ها، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲۸. فخارطوسی، جواد، ۱۳۸۵، پژوهشی فقهی در خبر و خبرگزاری، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۲۹. فراهیدی، خلیل بن احمد، ۱۴۰۹ ق، کتاب العین، قم، هجرت.
۳۰. فضل‌الله، محمدحسین، ۱۳۸۲، «جستاری در ویژگی‌های عمومی اطلاع‌رسانی»، ترجمه احسان قرنی، پژوهش و سنجش، ش ۳۵، تهران، مرکز تحقیقات صداوسیما.
۳۱. فیومی، احمد ابن محمد، ۱۴۱۴ ق، المصباح المنیر، قم، دارالهجره.
۳۲. قانع، احمدعلی، ۱۳۸۲، «بررسی دیدگاه فقهی در مورد پیام‌های گمراه‌کننده»، پژوهش و سنجش، ش ۳۵، تهران، مرکز تحقیقات صداوسیما.
۳۳. کلینی محمد بن یعقوب، ۱۴۰۷ ق، الکافی، علی‌اکبر غفاری و محمد آخوندی، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۳۴. مطهری، مرتضی، ۱۳۸۴، مجموعه آثار، (فلسفه اخلاق)، تهران، صدرا.
۳۵. مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰، نرم‌افزار حدیث ولایت، مجموعه رهنمودهای مقام معظم رهبری از شهریور ۱۳۶۶ تا آذر ۱۳۹۰، قم، مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی.
۳۶. مکتبی سید محمد، ۱۳۸۴، خیر و اخلاق خبرنگاری، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
۳۷. مولانا، حمید، ۱۳۸۲، «رسانه‌های ارتباطی در جهان اسلام»، پژوهش و سنجش، ش ۳۵، تهران، مرکز تحقیقات صداوسیما.

