

اخلاق رسانه ای در نگاه اهل بیت (علیهم السلام)

<?xml encoding="UTF-8">

طلیعه

ترویج جهان بینی الهی، فضائل اخلاقی و کرامات انسانی در هر اجتماع، از جمله نیازهای فطری است که هر کس آن را می پسندد و دنبال تحقق عمومی آن می باشد. این رسالت اساسی، همان هدف والایی است که همه انبیا و اوصیا آن را دنبال می کردند و در تحقق آن تلاش وصف ناپذیری از خود نشان می دادند. رسول گرامی اسلام (ص) فرمود:

«إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ؛ همانا مبعوث شدم تا اخلاق انسانی را کامل کنم». [1]

«إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَحَاسِنَ الْأَخْلَاقِ؛ به رسالت برانگیخته شدم تا زیباییهای اخلاقی را به اتمام برسانم». [2]

شاید بتوان ادعا کرد چنانچه انبیای عظام و اولیای الهی به رسانه های جمعی دسترسی پیدا می کردند، یک لحظه از آن غافل نمی شدند؛ حضور و مشارکت فراوان امامان معصوم (ع) در مراسم نماز جمعه به عنوان خطیب و نیز در جماعات و مراسم حج و اجرای خطابه های محرک و مورد نیاز، جهت آگاهی و هدایت مردم و براندازی حکومت های طاغوتی، گواه حرکت زیبای فرهنگی آنان در راستای حاکمیت اخلاق و ایمان بر رسانه های جمعی و تبلور آن بوده است.

پیامبر رحمت، خطاب به جانشین خود امیرمؤمنان (ع) فرمود:

«لأن يهدي الله بك رجلاً واحداً خيرٌ من أن يكون لك حُمْر النعم»؛ [3] چنانچه خداوند با دست تو انسانی را هدایت کند، بهتر است از این که مالک شتران سرخ موی شوی» کنایه از سرمایه ناب و فوق العاده است. از این رو، آنانی که می توانستند با خطابه های زیبا و شیوای خویش و یا اشعار و قصیده های تکان دهنده در میان مردم حرکت شایسته و بزرگی را به وجود آورند و یا تأیید کنند، مورد محبت اهل بیت (ع) بوده اند. تکریم شاعرانی همچون: کمیت بن زید اسدی، ابوفراس (فرزدق) و دعبل خزاعی از سوی معصومان (ع) گواه توجه به اخلاق رسانه ای و نقش رسانه گردانان جمعی آن روز است.

نقش رسانه ها در شناساندن شایستگی ها

تأسیس و اصلاح مراکز اطلاع رسانی، گماشتن انسانهای متعهد و دلسوز و طرح و اشاعه «محاسن اخلاقی» سبب می شود فرهنگ شایسته سالاری حاکم شود و حاکمان جامعه و مردم، خود را با آن تطبیق دهند و بالاترین الگوی عملی اجتماعی شوند؛ زیرا رسانه های حکومتی و جمعی، زبان گویای ملت و حکومت هستند و همان گونه که در احادیث وارد شده است: «النَّاسُ عَلَى دِينِ مُلُوكِهِمْ» مردم، دین و راه خود را بر اساس مشی حاکمان خویش انتخاب خواهند نمود و خود را با آن الگو تطبیق می نمایند.

القاء مسائل درست سیاسی و روشن نمودن جریان های انحرافی، می تواند به جامعه قدرت انتخاب بدهد؛ جامعه و آحاد آن با آگاهی همه توان خود را جهت مصالح عمومی به کار می گیرند و چنانچه هزینه ای دربر داشته باشد، آن را پذیرفته و در برابر دشمنان خویش ایستادگی و مقاومت می نمایند.

هدف گرائی

فعالیت رسانه های جمعی با توجه به مخاطبان گوناگون از جهت سنی، سطح دانش و بنیادهای اعتقادی و باور دینی، برنامه ریزی می شود و در هر مقطعی با معیارهای مربوطه، آنها را بررسی می کنند که آیا اهداف از پیش تعیین شده، تحقق پیدا کرده؟ در افکار و اعمال اجتماعی، اثری دیده می شود؟ و تغییر و تکاملی پیدا شده است یا نه؟

رسول خدا (ص) در تشکیل جامعه اسلامی در مکه مکرمه و مدینه منوره، اهداف الهی را دنبال می کرد. در مکه، توحید و یکتاپرستی را یک اصل قرار داد و همگان را به دور کعبه مشرفه طواف داد و دلها را در رسیدن به خداوند متعال، یک سو و یک جهت نمود. پیامبر (ص) اصول فطری و اخلاقی را ابتدا مطرح نمود و سپس به مرحله باور رساند. درضمن، اعتقاد به معاد (روز واپسین) و تجسم اعمال نیک و بد را مورد باور حتمی مردم قرار داد؛ آنگاه امامت و جانشینی و حرکت به سوی جامعه سعادت مند را در مدینه دنبال کرد؛ به طوری که طی 23 سال نبوت «اهداف الهی» خود را در جمع معینی از جامعه بشری، تحقق بخشید.

توجه به منافع عمومی

بهترین رسانه، آن است که منافع عمومی و ملی مردم را در نظر بگیرد؛ به طوری که آحاد مردم، خود را در بیانیه ها، برنامه ها و محصولات مختلف آن شریک بدانند و مردم، مشتری همه جانبه آن رسانه باشند و نظریات خود را در ادامه کار منعکس نمایند و به توصیه های به موقع آن گوش فرا دهند. رسانه باید در بحرانهای مختلف، مردم را دلگرمی دهد و به آنها راهکارهایی ارائه کند و در یک کلام، میان مردم و از مردم باشد گرچه افرادی خاص آن را اداره نمایند.

حق مداری و حقیقت گرایی

از ویژگی های برجسته رسانه، توجه به حقیقت و واقعیت هایی است که در زندگی جوامع و افراد می گذرد. رسانه ها باید در جهت بهبود و ساماندهی آن، حرکت مثبت انجام دهند و از دروغگویی، غلو، اغراق و دگرگونی حقایق بپرهیزند و جانب داری به ناحق از فرد و یا گروه خاص ننمایند. گرچه بسیار سخت است، لکن می توان در درازمدت حرکتی را دنبال کرد که سبب گرایش اساسی به حقایق و واقعیات عینی باشد.

مالکیت رسانه ها

در یک نگاه می توان گفت: رسانه ها (روزنامه، مجله، رادیو، تلویزیون، اینترنت، سایت های گوناگون و ...) اعم از اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اخلاقی، بر سه نوع تقسیم می گردد:

1. مالکیت دولتی؛ که در انحصار حکومت و قوای سه گانه بوده و به صورت دستورالعمل خاص خود اداره می گردد. این گونه رسانه ها را دولت ها اداره می کنند و تمام بودجه و مصارف و هزینه های آن را پرداخت می نمایند.

2. مالکیت عمومی و ملی؛ که ضمن دریافت کمک های حکومتی و دولتی، هزینه های خود را از محلّ اشتراک مردمی و پرداخت های عمومی، تأمین می کند و دولت در حدّ نظارت بر آن، ارتباط دارد.

3. مالکیت خصوصی؛ که همه هزینه ها را فرد و یا گروه خاص پرداخت می کند و آنان در برابر آنچه انجام می شود، پاسخ گو هستند. این رسانه ها کارهای تجاری و یا فرهنگی انجام می دهند که در برخی کشورها با اشتراک کابل ها و کارت ها و پخش آگهی های بازرگانی و حمایت های خاص اداره می شوند.

آنچه در عناوین پیش مطرح گردید، همه آنها باید در هر سه نوع رسانه ها مراعات شود تا «اخلاق رسانه ای» تحقق یابد و رسانه ای که مورد خوشنودی خداوند و خلق باشد، به وجود آید و از آنچه در کشورهای غربی تحقق پیدا می کند که سبب انحراف خانواده ها، افراد و جامعه می گردد و منافع احزاب و امیال افراد، حاکم بر معنویات مردم می شود جلوگیری به عمل آید.

مالکان رسانه ها، حق ندارند به دلیل مالکیت خویش عامل اشاعه گناه و منکر باشند؛ چون نقش منفی رسانه ها به حدی است که حیات اجتماعی را تهدید می کند، چنان که در صورت سلامت، سلامتی جامعه را تضمین می کند.

رسول خدا (ص) در تشبیهی فرمود:

«گروهی بر یک کشتی سوار شدند و هر کس در جای خویش قرار گرفت. به ناگاه فردی از میان اثاثیه خود تیشه ای را بیرون آورد و گفت: می خواهم جایی را که اجاره کرده ام و از آن خود من است، سوراخ کنم».

پیامبر (ص) در ادامه فرمود:

«اگر افراد سوار شده بر کشتی، این ابزار خطرناک را از او بگیرند، او و اهل کشتی را نجات داده اند و چنانچه سهل انگاری کنند و او به تخریب خویش ادامه دهد، هم خود و هم اهل کشتی را به هلاکت رسانده است».[4]

بهره گیری از رسانه در سیره عترت

رسول خدا (ص) جهت اجتماع و گردهمایی کوچک و بزرگ مردم، به صورت شبانه روزی، هفتگی، ماهانه و سالانه، سنت هایی را به راه انداخت. تشکیل نماز جماعت و جمعه، مراسم زیبای عید فطر و قربان و یا مراسم حج و اجتماع جهان اسلام در سرزمین وحی، در راستای رساندن حقایق به مردم و تصمیم گیری های اساسی آن می باشد.

رسول خدا (ص) خود از منبر و خطبه ها و خطابه های مناسب استفاده می کرد، که همین سیره در میان مسلمانان و مدیران اجتماعی و سیاسی جوامع اسلامی ادامه پیدا کرده است. منبر رسول خدا (ص) در «مسجد النبی» گواه این حقیقت است. رسول خدا (ص) فرمود:

«قَوَائِمُ مِنْبَرِي رَوَاتِبُ فِي الْجَنَّةِ؛ پایه های ثابت و استوار منبر من در بهشت الهی استوار است».[5]

«منبری علی ثُرْعَةٍ مِنْ ثُرْعِ الْجَنَّةِ؛ منبر من بر کانال و رودخانه ای که شعبه ای از رحمت الهی در بهشت است، استوار می باشد».[6]

پیامبر (ص) در بالای منبر، مطالب مورد نیاز زندگی مردم اعم از عبادی، سیاسی، اقتصادی و اخلاقی را به آنان گوشزد می کرد. و بعدها که منبر به عنوان «رسانه ای عام» مطرح شد و در مکه، مدینه و مساجد شهرها مورد بهره برداری قرار گرفت، سعی می شد افرادی که دارای اخلاق و ادب شایسته ای هستند، در آن جا قرار گیرند و مسلمانان چنانچه فرد نالایق و بداخلاقی را بالای منبر می دیدند، با او برخورد می کردند و تلاش می نمودند تا او را

از آن جایگاه رفیع پایین کشند. آنها در حقیقت اخلاق ویژه ای را برای «سخنران» قائل بودند و اعتقاد داشتند این «رسانه عمومی» را به هر کس نباید بدهند؛ همانند برخورد زیبای امام حسین (ع) در خردسالی، آنگاه که به خطیب نا اهل فرمود:

«انزل أیُّها الکذاب عن منبر أبی رسول الله (ص)؛ فرود آی از منبر جدّم پیامبر خدا (ص) ای دروغ گویا!» [7]

احادیث و روایات، نشانگر آن است که اهل بیت (ع) در بهره برداری از «رسانه های عمومی» اموری را مراعات و سفارش می نمودند که به صورت فهرست وار ذکر می شود :

الف) بایدهای رسانه ای

1. توجه به تطهیر نفس و طهارت روح مخاطبان.
2. بیان حقایق و واقعیت ها در حدّ مقدور.
3. تواضع و خشوع در گفتار و کردار.
4. تشویق و بیان نوآوری های نسل جوان و یا مجربان خردمند.
5. ایجاد امید و نوید.
6. ایجاد و تقویت شهامت و شجاعت.
7. رعایت عفت عمومی.
8. تربیت و رشد مخاطبان.
9. افشای توطئه های دشمنان داخلی و خارجی.
10. رعایت بیت المال و حق الناس.
11. ایجاد آرامش و اطمینان.
12. احیای امور فطری.
13. مداوای امراض روحی و روانی فرد و جامعه.
14. کم گویی، مفید بودن و زیبا بیان داشتن.
15. معرفی الگوها و اسوه های اخلاقی ، اجتماعی و سیاسی.

ب) نبایدهای رسانه ای

رسانه ها در کنار وظایف اثباتی، وظایف سلبی دیگری هم بر دوش دارند که به چند مورد اشاره می شود:

1. دوری از دروغ و تحریف حقایق.
2. پرهیز از افشای اسرار مردم و حاکمیت، که گاه مصالح ملی را به خطر می اندازد.
3. دوری از اشاعه و پخش منکرات.
4. جلوگیری از ترویج باطل به هر شکل.
5. دوری از استهزا و تمسخر افراد و یا گروه ها، که حیثیت فردی و جمعی را به خطر می اندازد.
6. اجتناب از جنگ های روانی داخلی، که سبب دلهره و ترس مردم گردد.
7. پرهیز از تفرقه و جدایی بین افراد و گروه ها.

8. خودداری از طرح مسائل نژادی و ملی گرایی.
9. پرهیز از تعرض به آبروی مسلمانان.
10. پرهیز از تبلیغ و چهره سازی اشخاص و گروه های منحرف.
11. دوری از تخریب اسوه های ایمانی، اخلاقی و علمی.
12. پرهیز از آموزش قصه ها و داستان های زیان بخش.
13. دوری از ترویج لغو و مسابقات غفلت آفرین.
14. اجتناب از تشویق و تحریک غرائز جنسی و حیوانی.

نتیجه گیری

هم اکنون رسانه ها بیشتر از میلیون ها مخاطب را در اختیار دارند، که گاه یک حرکت غیراخلاقی آنها سبب می شود میلیون ها نفر، گرفتار مسائل روانی و روحی شوند. تألیف، ترجمه و تدوین جزوه، کتاب و نمایشنامه های گوناگون نیز رسانه ای دیگر هست که افراد و مخاطب ویژه خود را دارد. پخش دروغ، تهمت و اشاعه فحشا و زشتی ها، گناهی نابخشودنی است که ممکن است نسل های مختلف گرفتار آن شود. امروزه ابزارهای رسانه ای، در دست حکومت ها، گروه ها و افراد می باشد؛ اگر نکات اخلاقی مراعات نشود، هم خود آسیب می بینند و هم اجتماع را به انحراف می کشند.

پی نوشت ها :

1. مستدرک الوسائل، علامه نوری، ج 11، ص 187، باب 6.
2. مجموعه ورام، ج 1، ص 89.
3. بحارالأنوار، ج 1، ص 184، ح 98.
4. مجموعه ورام، ج 2، ص 294.
5. مدینه شناسی، سیدمحمد نجفی، ص 89 92؛ الطبقات الکبری، ج 1، ص 249.
6. موطأ، ابن مالک، کتاب 14، ح 10.
7. الإحتجاج، طبرسی، ج 2، ص 292.