

اخلاق رسانه؛

بایدها و نبایدهای اخلاقی در رسانه ملی

محمد فولادی*

چکیده

این پژوهش با رویکرد تحلیلی و اسنادی و با هدف بررسی بایدها و نبایدهای اخلاقی در رسانه ملی تدوین یافته است. سؤال اصلی این است که در اسلام چه ارزش‌های اخلاقی و بایدهایی برای عرصه رسانه، وجود دارد؟ «اخلاق رسانه»، معرفی چارچوب نظری است که اصحاب رسانه ملزم به رعایت آن هستند. «رسانه دینی»، رسانه‌ای هدایتگر، دین‌مدار و اخلاق محور است، به گونه‌ای که در همه برنامه‌های خود، ملاک را محوریت خدا، دین، آموزه‌های دینی، اخلاقی و معارف اهل‌بیت^{علیهم‌السلام} قرار می‌دهد. مهم‌ترین ارزش‌هایی که باید رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران بدان پایبند باشد، عبارت‌اند از: مسئولیت‌پذیری، شجاعت و شرافت حرفه‌ای، حق‌گرایی، بازنمایی واقعیات و عدم تحریف و دستکاری آن، صداقت و راست‌گویی، عینیت، اعتبار و روایی برنامه‌ها، اجتناب از غوغاسالاری رسانه‌ای، رعایت حرمت مخاطبان، رعایت مصالح نظام اسلامی، حفظ حریم خصوصی، حفظ رازداری و امانت‌داری، حق‌دستیابی به اطلاعات سازنده و مفید، ترویج محاسن و مکارم اخلاقی و حرمت سانسور و خودسانسوری.

کلیدواژه‌ها: اخلاق، رسانه، رسانه دینی، بایدها و نبایدهای اخلاقی، رسانه ملی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

تالی: جامع علوم انسانی

پیش درآمد

اسلام کامل‌ترین و جامع‌ترین دین الهی، روشن‌ترین و کامل‌ترین حق، حقوق، سعادت، خوشبختی و رستگاری انسان‌ها را در قرآن بیان کرده است. قرآن به تمام شئون انسان از مبدأ، معاد، خلق و ایجاد و فضایل اخلاقی انسان توجه دارد. در آیات قرآن و احادیث و یا سیره رسول اکرم ﷺ و ائمه اطهار^(ع) به قوانین و مقررات سعادت‌بخش، تأکید و تصریح شده و جملگی رهنمودهایی است که می‌توان از آنها ارزش‌های اخلاقی را به‌ویژه در عرصه رسانه به دست آورد.

انسان، جامعه و رسانه دینی در یک نظام اسلامی باید در مسیر ارزش‌های الهی، اخلاقی، نیل به کمال انسانی، قرب الهی و حرکت به سوی او گام نهد، زیرا فطرت بشر، فطرت خداجویانه است، از این رو، سعادت، کمال، نجات، خیر، صلاح و فلاح او در شناخت خدا، پرستش و پیمودن مسیر قرب الهی است. جای جای قرآن، بر اقامه عدل، قسط و نفی ظلم و تبعیض تأکید شده است. ارزش‌های اجتماعی، از قبیل عدالت، آزادی و مساوات و همچنین اخلاق اجتماعی، از قبیل جود، بخشش، محبت و احسان و ... هر چند از جمله ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی و بایسته‌های جامعه دینی تلقی می‌شوند، اما اینها جملگی ارزش‌غایی نداشته و بالذات کمالی برای بشر شمرده نمی‌شوند، بلکه همه ارزش اینها ارزش‌غیری، مقدمی و وسیله‌ای است به بیان دیگر، اینها مقدمات وصول انسان به کمال، یعنی فلاح و رستگاری است.

اما در نگاهی دیگر، هر چند غایت و کمال انسان، بلکه سعادت واقعی هر موجودی، در حرکت به سوی خدا خلاصه می‌شود و بس، و ارزش‌های اجتماعی و اخلاقی با اینکه مقدمه و وسیله وصول به ارزش اصیل و یگانه انسان، یعنی خداشناسی و خداپرستی است، اما فاقد ارزش نیستند. چنین نیست که اگر انسان به معرفت کامل و پرستش حق رسید، وجود و عدم راستی، درستی، عدل، کرم، احسان، خیرخواهی، جود و عفو علی‌السویه باشد، زیرا اخلاق عالی انسانی نوعی خداگونه بودن است و درجه و مرتبه‌ای از خداشناسی و خداپرستی است؛ یعنی علاقه انسان به این ارزش‌ها، نوعی علاقه فطری و صفات‌خدایی است و به همین علت، دارندگان اخلاق فاضله، اعمالشان در جهان دیگر بی اثر نیست. این گونه افراد اگر کفر و شرکشان از روی عنان نباشد، به نوعی در جهان دیگر مأجورند. در حقیقت، این گونه اشخاص بدون آنکه خود آگاه باشند، به درجه‌ای از خداپرستی رسیده‌اند.^۱

در یک جامعه دینی، باید همه نهادها، سازمان‌ها و همه ارکان حکومتی و ... همه همت، تلاش و کوشش خود را مصروف تحقق دین و ارزش‌های دینی و اخلاقی نمایند. در این میان، رسانه ملی در نظام اسلامی که عاملی تاثیرگذار و فرهنگ‌ساز است، وظیفه‌ای مهم دارد. و آن اینکه باید خود با عمل و پایبندی به دین و ارزش‌های اخلاقی و دینی، الگوی سایر رسانه‌های نظام اسلامی و جهان اسلام باشد. در واقع، رسانه ملی در نظام اسلامی، نه تنها باید همه فضایل و ارزش‌های اخلاقی را ترویج کند، بلکه باید به عنوان رسانه‌ای الگو، انسان‌ساز و تاثیرگذار، در برابر همه رذایل اخلاقی و ارزش‌های غیردینی، موضع منفی بگیرد. این مقاله به رسالت ملی در احکام اسلامی در ترویج بایدها و نبایدهای اخلاقی می‌پردازد.

بایدها و نبایدهای اخلاقی در رسانه ملی

ارزش‌های اخلاقی، اعم از فضایل و رذایل و یا بایدها و نبایدهای اخلاقی را می‌توان از منظر دین به دست آورد. از آنجا که بررسی همه ارزش‌ها، فضایل و رذایل اخلاقی در این پژوهش میسر نیست، به برخی از مهم‌ترین فضایل و ارزش‌های اخلاقی در قالب «بایدها و نبایدها» در عرصه رسانه اشاره می‌شود:

۱. مسئولیت‌پذیری

رسانه ملی که رسانه‌ای فرهنگ‌ساز و فراگیر در سطح ملی و فراملی است، باید در برابر عملکرد خویش پاسخ‌گو و مسئولیت‌پذیر باشد. این اصل، بر مفهوم امر به معروف و نهی از منکر مبتنی است. در جهان‌بینی و اندیشه دینی، مسئولیت‌پذیری رسانه ملی، به معنای احساس مسئولیت آن در برابر جامعه و مصالح و منافع نظام اسلامی است. جامعه اسلامی فرهنگ، هنجارها و ارزش‌های خاص خود را دارد. به طور کلی، رسانه‌های ارتباط جمعی، به ویژه رسانه ملی در نظام اسلامی مسئول و حافظ ارزش‌های دینی است و باید و شایسته است که با هوشیاری، اطلاعات لازم را در مورد ارزش‌های دینی و آنچه به اصطلاح «معروف» است و با معیارهای جامعه اسلامی سازگار است ارائه کرده و از آن حمایت کنند و «منکرات»، یعنی ناهنجاری‌ها و آنچه مغایر معیارهای جامعه اسلامی است، مشخص ساخته و با آن مخالفت ورزند. امام علی علیه السلام در باب مسئولیت افراد در برابر کلام خویش می‌فرماید: «تا زمانی که گفتاری را بر زبان نرانده‌ای، آن کلام و گفتار در اختیار توست، ولی زمانی که آن را اظهار داشتی از آن پس ضامن عواقب و پیامدهای آن خواهی بود.»^۲

از سوی دیگر، گر چه یکی از اصول مهم رسانه‌ها، اصل و شعار «دانستن حق مردم» است، اما در یک جامعه دینی، «حق» مردم علاوه بر دانستن، موارد دیگری را نیز در بر می‌گیرد که حفظ اساس نظام اسلامی، حفظ دین، تقویت اتحاد، وحدت و انسجام جامعه، هدایت افراد و ... از آن جمله است. بر این اساس، قطعاً رسانه ملی نمی‌تواند خود را بی‌مسئولیت فرض کرده، به بهانه حق دانستن مردم، اساس نظام اسلامی را زیر سؤال برد. پس، حفظ مصالح نظام اسلامی و پذیرش مسئولیت در برابر آن و نیز در قبال عملکرد خویش، از بایدها و رسالت و وظایف رسانه دینی و یک فرد مسلمان، به ویژه اصحاب رسانه‌هاست.

علاوه بر این، اصحاب رسانه ملی در برابر آنچه به شکل خبر، فیلم، سریال، گزارش، مصاحبه، مستند، ورزش و... پخش می‌کنند، مسئول و پاسخ‌گو هستند. شایسته است از ترویج لهو و لعب و برنامه‌ها، سریال‌ها و نیز گزارش‌ها و ... اخبار بی‌فایده و باطل بپرهیزند. در پخش هر برنامه‌ای که روی آنتن می‌رود، یک رسانه دینی ملی مسئولیت‌پذیر بر اساس جهان‌بینی برگرفته از دین، نباید هر چیزی را منتشر کرده، بلکه در برابر آنچه منتشر می‌کند، مسئول و پاسخ‌گوست.

۲. شجاعت و شرافت حرفه‌ای

از آنجا که رسانه ملی، امین مردم و جامعه اسلامی در کسب، حفظ و انعکاس اطلاعات و اخبار است، «باید» در این راه با حفظ شرافت حرفه رسانه‌ای و شجاعت، نقش خود را ایفا کند. پیامبران این فرستادگان و حافظان پیام الهی به مردم، بزرگ‌ترین رسالت خود را «ابلاغ» و «تبلیغ» پیام پروردگار به مردم دانسته‌اند. آنها در این رسالت پیام‌رسانی خویش، با شرافت و شجاعت بوده و از هیچ کوششی دریغ نمی‌کردند. حضرت نوح علیه السلام خطاب به امت خود می‌فرماید: «ابلاغکم رسالات ربی وانصح لکم واعلم من الله مالاتعلمون (اعراف: ۶۲)؛ پیام‌های پروردگارم را به شما می‌رسانم و اندرزتان می‌دهم و چیزهایی از خدا می‌دانم که [شما] نمی‌دانید.»

اهمیت رساندن پیام‌رسانی تا جایی است که قرآن کریم خود را «بلاغ» دانسته، می‌فرماید: «هذا بلاغ للناس» (ابراهیم: ۵۲). جالب اینکه قرآن کریم نگاه که رسالت پیامبران را «پیام‌رسانی» و «ابلاغ» بیان می‌کند، بر «شجاعت» و «شهامت» «پیام‌رسانان» تأکید کرده،

می‌فرماید: «الذین یبلغون رسالات الله و یخشونه و لایخشون احداً الا الله و کفی بالله حسیبا» (احزاب: ۳۹)؛ همان کسانی که پیام‌های خدا را ابلاغ می‌کنند و از او می‌ترسند و از هیچ کس جز خدا بیم ندارند و خدا برای حسابرسی کفایت می‌کند.»

از این‌رو، در اسلام منصب والای پیام‌رسانی و تبلیغ آموزه‌های دینی و اخلاقی و امان‌تداری مردم ایجاب می‌کند که اصحاب رسانه ملی در نظام جمهوری اسلامی در عرصه انجام رسالت حرفه‌ای خویش، شجاعت و شرافت حرفه‌ای داشته و در راه ایفای این رسالت الهی خویش، از هیچ کوشش و تلاشی دریغ نوزند. بدیهی است عدم پایبندی به شرافت حرفه‌ای رسانه‌ای، رسانه ملی را از دینی بودن خارج می‌سازد، زیرا لازمه دینی بودن یک رسانه، پایبندی به شرافت حرفه‌ای و بایدهای اخلاقی است.

۳. حق‌گرایی

انسان به طور فطری، حق طلب است و باطل را نمی‌پسندد. البته کم نیستند کسانی که خواسته‌های نفسانی خویش را حق مطلق پنداشته و حق را وقتی به زیانشان باشد، باطل و نادرست می‌خوانند، چنان که قرآن کریم می‌فرماید: «أَكْثَرُهُمْ لِلْحَقِّ كَارِهُونَ» (مؤمنون: ۷۰). اما کسی که در صراط مستقیم گام برمی‌دارد، بیش از همه، به حق‌گرایی دارد. در مکتب انسان‌ساز اسلام و آموزه‌های نورانی اهل بیت علیهم‌السلام، حق‌محوری، حرکت در مسیر حق و تسلیم حق بودن، از ویژگی‌های انسان کامل و خردمند شمرده شده است. حمایت از حق، به ویژه وقتی به زیان خود شخص باشد، دشوار، ولی با شکوه و عزت آفرین است و نباید از آن روی گرداند. حضرت علی علیه‌السلام می‌فرمایند: «حق را بگو، هر چند تلخ باشد.»^۳

خداوند، حق مطلق است و جهان را نیز براساس حق آفریده است، بنابراین، انسان نیز که جزئی از جهان هستی است، نمی‌تواند برخلاف نظام هستی سیر کند و به راه باطل درآید که در این صورت، زیانکار خواهد بود. حضرت علی علیه‌السلام می‌فرمایند: «هرکس با حق درآویزد، حق به زمینش می‌زند.»^۴ بی‌شک، راه حق و باطل از هم جداست و نمی‌توان در یک زمان هر دو را اختیار کرد، چنان که امام علی علیه‌السلام می‌فرمایند: «حق و باطل با هم جمع نمی‌شوند.»^۵

انسان در طول زندگی، بارها در آزمون‌گزینه‌ش حق و باطل قرار می‌گیرد، از این‌رو شایسته است که به خاطر داشته باشد که «الحق احق ان یتبع؛ حق سزاوارترین چیزی است

که باید در پی آن رفت.^۶ مؤمن سر تسلیم در برابر حق فرو آورده و این رهنمود امام صادق علیه السلام را سرلوحه خود قرار می‌دهد که فرمود: «خردمند کسی است که در برابر حق، نرم و تسلیم باشد.»^۷

خداوند همواره مردم را به پیروی از حق فرمان داده است: «و حق را به باطل درنیامیزید و حقیقت را با آنکه خود می‌دانید کتمان نکنید» (بقره: ۴۲). ملاک، حق‌گرایی و حق‌محوری است، نه داشتن برچسب یا اسم آیینی خاص. قرآن کریم می‌فرماید: «و [اهل کتاب] گفتند یهودی یا مسیحی باشید تا هدایت یابید، بگو نه، بلکه [بر] آیین ابراهیم حق‌گرا [هستم] و وی از مشرکان نبود» (بقره: ۱۳۵). همین سخن را به بیانی دیگر در مورد یهودی یا نصرانی بودن حضرت ابراهیم بیان کرده و بر حق‌گرا بودن ایشان تأکید قرار می‌کند: «ابراهیم نه یهودی بود و نه نصرانی، بلکه حق‌گرایی فرمانبردار بود و از مشرکان نبود» (آل عمران: ۶۷). در جایی دیگر می‌فرماید که هرگز در پذیرش حق از جانب خدای متعال تردید به خود راه ندهید: «حق از جانب پروردگار توست، پس مبادا از تردیدکنندگان باشی» (بقره: ۱۴۷). پیامبر گرامی اسلام صلی الله علیه و آله در خصوص حق‌مداری می‌فرماید: «هر که مظلومی را همراهی کرده تا حق او را به او برساند، خداوند گام‌هایش را در روز جزا، روزی که گام‌ها همه لرزانند، استوار خواهد گردانید.»^۸

باید رسانه ملی بر اساس مبانی دینی پذیرفته شده، محوریت فعالیت خویش را حق و حق‌گرایی قرار دهد و بدیهی است که انحراف از این مسیر، رسانه دینی را به ورطه سقوط می‌کشاند.

۴. بازنمایی واقعیات و عدم تحریف و دستکاری آن

رسانه‌های ارتباط جمعی، به ویژه رسانه پرمخاطب و تاثیرگذار ملی، صرفاً وسیله سرگرمی مخاطبان خود نیستند، بلکه با نشر برنامه‌های متنوع خود، اطلاعات، افکار، ذهنیت و فرهنگ جامعه را شکل می‌دهند. در چنین شرایطی اصحاب رسانه ملی نقش بسیار مهمی در چگونگی شکل‌گیری این فرهنگ و تحولات آن دارند. اصحاب رسانه در هر جامعه‌ای نگرش خاصی را در مورد موضوع‌های گوناگون یک جامعه به مخاطبان خود القا می‌کنند. استوارت هال می‌گوید: «ما جهان را از طریق بازنمایی می‌سازیم و بازسازی می‌کنیم.»^۹ منظور از بازنمایی، بیان واقعیات اجتماعی و انعکاس واقعیت بیرونی است یا ارائه تصویری

واقعی از عینیت خارجی. اینکه رسانه تا چه میزان می‌تواند واقعیت را بیان کرده و چه امکاناتی برای بیان آن دارد، به میزان تلاش و همت و نیز صداقت اصحاب رسانه وابسته است. فرایند مداوم و مکرر بازنمایی رسانه‌ها از جهان واقع، به شدت بر ادراکات و کنش‌های مخاطبان تأثیر می‌گذارد، زیرا فرض بر این است که این بازنمایی‌ها، عین واقعیت است.^۱ معمولاً رسانه‌ها موضوعاتی را عرضه می‌کنند که توده مردم باید درباره آنها فکر کرده، بدانند و احساس کنند. امام خمینی^ع در خصوص انعکاس واقعیات می‌فرماید: «رادیو و تلویزیون موظف‌اند اخباری را نقل کنند که صددرصد صحت آن ثابت باشد... برای عدم اضطراب و تشویش اذهان، اخبار را از غیر منابع موثق، نقل ننمایید.»^{۱۱}

از سوی دیگر، از منظر اسلام، رسانه دینی با پخش برنامه‌های متنوع، در پی اطلاع رسانی و آگاهی بخشی به مخاطبان و جامعه اسلامی است. اقتضای انجام چنین رسالتی، ارائه، پخش، نشر یا حفظ و نگهداری اطلاعات مربوط به مردم و امانت‌داری است، از این‌رو، رسانه ملی باید بدون کم و کاست، برنامه‌هایی که منتشر می‌کند، با هدف انجام رسالت دینی و آگاهی‌بخشی و خدمت به جامعه دینی و مردم مسلمان در جهت ارتقای دانش و معرفت آنان باشد. ارائه برنامه‌های غیرمفید یا غیراخلاقی و مضر و همچنین دستکاری یا تحریف اخبار و اطلاعات، تغییر محتوا و ماهیت آنها، به نوعی خیانت در امانت شمرده می‌شود که در اسلام به شدت از آن نهی شده است: «ای کسانی که ایمان آورده‌اید به خدا و پیامبر او خیانت مکنید و [نیز] در امانت‌های خود خیانت نورزید و خود می‌دانید [که نباید خیانت کرد].» (انفال: ۲۷)

برنامه‌ای که از رسانه ملی منتشر می‌شود، «باید» بی‌انگیز واقعیت‌اجتماعی بوده، از تحریف و دستکاری مصون باشد. البته رسانه ملی گاهی ممکن است که پس از بیان واقعیتی، آن را همراه با تجزیه، تحلیل، نقد، توضیح و تفسیر منتشر کند، همچنان که گاهی هم ممکن است اصل موضوع به دلایلی منتشر نشود. اما در صورت وجود شرایط لازم برای انتشار، «باید» اصل واقعیت را منتشر نماید، «نباید» دست به تحریف و یا دست‌کاری آن بزند.

اما رسانه‌های سکولار در بسیاری اوقات و مطالب مهمی را با شگردهای گوناگون اهداف خاصی نادیده گرفته، منتشر نکرده یا با هدف پنهان کردن واقعیت، به بزرگ‌نمایی

مسائل کوچک و ساده اقدام می‌کنند. انکار یا حذف بخشی از یک واقعیت برای تحریف اصل آن، بیان بخشی از یک واقعیت و ترکیب آن با اکاذیب دیگر برای محو آثار آن، انتخاب واژه‌های منفی برای بیان یک موضوع خاص، تلخیص و یا حذف برخی از فرازهای یک خبر که مفهوم کلی خبر را مخدوش می‌سازد و صحنه‌سازی غیرواقعی از مواردی است که در اخلاق اسلامی، عملی ناپسند و مذموم شمرده شده و از نیایدهای اخلاقی است. قرآن کریم می‌فرماید: «و حق را به باطل درنیاమیزید و حقیقت را با آنکه خود می‌دانید کتمان نکنید» (بقره: ۴۲).

۵. صداقت و راست‌گویی

اصحاب رسانه‌ها، به ویژه رسانه ملی که چشم‌بیدار و هوشیار جامعه در دستیابی به حقایق و واقعیت‌ها هستند، رسالتی خطیر بر عهده دارند. در اندیشه دینی، صداقت و راست‌گویی، از جمله بایدها و ارزش‌های اخلاقی است. اهمیت کار رسانه ملی در این است که جامعه او را حلقه واسط خود با واقعیت‌های عینی می‌داند، زیرا افراد جامعه اغلب بر اساس اطلاعات و اخبار دریافتی از رسانه‌ها، تحلیل و برنامه‌ریزی می‌کنند. اگر رسانه به عمد اطلاعات و اخبار غیرواقعی در اختیار جامعه قرار دهد، علاوه بر اینکه به اعتماد جامعه به خود خیانت کرده، اعتبار خود را نیز از دست خواهد داد. پیامبر اکرم ﷺ به خوبی به همین نکته ظریف اشاره می‌فرماید: «بزرگترین خیانت آن است که به کسی که تو را راست‌گو فرض کرده، دروغ بگویی.»^{۱۲} قرآن کریم نیز در بسیاری از آیات، انسان‌ها را به راست‌گویی و صداقت دعوت کرده است، از آن جمله است: - «ای ایمان‌آوردگان، تقوای خدا را پیشه خود سازید و همواره با راست‌گویان باشید» (توبه: ۱۱).

- «و آن کس که راستی آورد و آن را باور نمود، آنانند که خود پرهیزگاراند» (زمر: ۳۳). پیامبر اکرم ﷺ در خصوص راست‌گویی می‌فرماید: «هرکس از من حدیثی را روایت کند، درحالی که می‌داند حدیث از من نیست، او از جمله دروغ‌گویان است.»^{۱۳} همچنین آن حضرت می‌فرماید: «به نماز خواندن‌ها و روزه گرفتن‌های متوالی مردم و نیز به زیادی حج و کارهای خوب و شب زنده داریشان نگاه نکنید، بلکه ببینید آنان چقدر راست‌گو و وفادار به امانت‌هایشان هستند.»^{۱۴} امام علی ﷺ نیز می‌فرماید: «هرچه شنیدی برای مردم نگو و گرنه دروغ‌گو خواهی بود، و هرچه مردم به تو گفتند رد نکن و گرنه نادان خواهی بود.»^{۱۵}

یکی دیگر از آیاتی که به راستی و صداقت خبر تأکید دارد، این است که خداوند به پیامبر اکرم ﷺ امر می‌کند که داستان و اخبار فرزندان آدم ﷺ را به حق بازگو کند. این شیوه برای صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران ضروری است: «و اتل علیهم نبا بنی آدم بالحق» (مائده: ۲۷) و این همان شیوه‌ای است که خود قرآن در بیان داستان و اخبار بدان عمل می‌کند. خداوند در قرآن می‌فرماید: ما اخبار و داستان‌های آنان را برای شما به حق بازگو می‌کنیم. (کهف: ۱۳)

با اینکه راست‌گویی و صدق خبری از جمله «بایدها» و فضایل و ارزش‌های اخلاقی شمرده می‌شود، اما، بسیاری راه دورویی را پیشه خود ساخته، آن را دلیل زیرکی و زرنگی خود می‌پندارند، غافل از اینکه با این رویه، اعتماد دیگران را از دست داده، هیچ‌گاه نمی‌توانند در روابط اجتماعی و فردی توفیق یابند. آرامش و امنیت اجتماعی در سایه اعتماد به یکدیگر به دست می‌آید و اگر این اعتماد از بین برود، ناامنی، پریشانی‌های روحی، دلهره و آشفتگی در روابط اجتماعی بر جامعه حاکم خواهد شد. در صورت حاکمیت دروغ و فریب و فراگیر شدن حيله و نیرنگ در جامعه، صداقت و یک‌رنگی، رخت بسته، نمی‌توان انتظار روابطی سالم و جامعه‌ای پویا را به انتظار نشست. اگر مردم داد و ستد و ازدواج می‌کنند، ضمانت می‌کنند، قول می‌دهند، به همیاری و همکاری هم می‌شتابند، در حق یکدیگر دعا می‌کنند و ... ، به سبب اعتماد به یکدیگر است. بنابراین، در هر جا که صداقت باشد، آرامش نیز هست و هر جا که راست‌گویی و صداقت نباشد، بی‌اعتمادی بر روابط اجتماعی سایه می‌افکند.

امام صادق ﷺ در رهنمودی گهربار خویش، همگان را به صداقت و یک‌رنگی فراخوانده، می‌فرماید: «سزاوار است که خردمند در سخن گفتن صداقت داشته باشد تا به گفته‌هایش اعتماد کنند.»^{۱۶} انسان با صداقت، در محیط خانواده و اجتماع، امنیت روانی برای دیگران و عزت و احترام برای خویش فراهم می‌آورد و خردمندی خود را نشان می‌دهد. رعایت «صداقت»، از «بایدها» و اصول مسلم دینی است.

بنابراین، در اندیشه دینی و بر اساس اصول مسلم پذیرفته شده دین مبین اسلام، از یک سو، صداقت و راست‌گویی برای رسانه ملی فضیلت و ارزش اخلاقی شمرده می‌شود و باید این رسانه، به این اصل اخلاقی پایبند باشد. همچنین از سوی دیگر، عدم صداقت و دروغ‌گویی توسط این رسانه، افزون بر آنکه به لحاظ اخلاقی نادرست است، موجب

می‌شود اعتماد مخاطبان خود را از دست داده و موجب روی‌آوری آنها به رسانه‌های رقیب و بیگانه شود. این امر پیامدهای بسیار ناگوار فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی در پی دارد.

۶. اجتناب از مکر، خدعه و غوغاسالاری رسانه‌ای

قدرت تاثیرگذاری رسانه ملی بر افکار عمومی، بسیار مهم و وسوسه‌انگیز است. بسیاری از صاحبان قدرت رسانه‌ای، برای کسب رضایت صاحبان قدرت سیاسی یا اقتصادی و نیز دستیابی به اهداف خاص خود، از روش‌های معمول غیراخلاقی در رسانه‌ها، همچون فریب افکار عمومی، برجسته‌سازی اغراق‌آمیز، غوغاسالاری، فضا سازی و... بهره می‌برند. نتیجه این اقدامات به ظاهر زیرکانه و بر خلاف اخلاق اسلامی، دینی، عرفی و حرفه‌ای، تأثیرگذاری ماندگار و جهت‌دهی به افکار عمومی و فضای اجتماعی و سیاسی مخاطبان است و دست کم نتیجه آن، سلب اعتماد افکار عمومی از رسانه ملی است. حضرت علی علیه السلام این حقیقت را این چنین بیان می‌دارند:

برخی همچون رعد و برق می‌غرند و می‌خورشند (و دست به تبلیغات میان تهی می‌زنند)، در حالی که این تحرکات همواره با فشل و شکست روبه‌رو است. ولی ما تا زمانی که واقع نشویم، نمی‌غریم و تا زمانی که جاری نشویم، باران راه نمی‌اندازیم.^{۱۷}

همچنین آن حضرت در بیان سیاست‌های تبلیغی معاویه، می‌فرماید:

به خداوند سوگند معاویه زیرک‌تر از من نیست، اما شیوه او پیمان‌شکنی (و نیرنگ و خیانت) و گناهکاری است. اگر پیمان شکنی ناخوشایند نبود، زیرک‌تر از من کس نبود. اما هر پیمان‌شکنی به گناه برانگیزد، هر چه به گناه برانگیزد، دل را تاریک گرداند. روز رستاخیز پیمان‌شکنی را درفش است افروخته و او بدان درفش شناخته شود. به خدا مرا با فریب غافل گیر نتوان کرد و با سخت‌گیری ناتوانم نتواند شمرد.^{۱۸}

قرآن کریم در زمینه خدعه و نیرنگ می‌فرماید:

و برخی از مردم می‌گویند ما به خدا و روز بازپسین ایمان آورده‌ایم، ولی گروندگان [راستین] نیستند، با خدا و مؤمنان نیرنگ می‌بازند، ولی جز بر خویشتن نیرنگ نمی‌زنند و نمی‌فهمند. (بقره: ۸۷)؛ «و کسانی که با حيله و مکر کارهای بد می‌کنند، عذابی سخت خواهند داشت و نیرنگشان خود تباہ می‌گردد.» (فاطر: ۱۰)

در این اصل اخلاقی، بر این نکته تأکید شده است که تفاوت رسانه اسلامی با رسانه غیراسلامی در نوع جهان‌بینی مورد پذیرش آنان است. این اعتقاد، سبب می‌شود تا رسانه دینی از روش‌های غیرشرعی، غیرعرفی و غیراخلاقی برای دستیابی به اهداف خود استفاده نکند، هر چند این اهداف مخاطب‌پسند باشد.

بنابراین، از جمله فضایل و بایدهای اخلاقی، اجتناب از مکر و حيله و غوغاسالاری رسانه‌ای است. باید رسانه ملی از زدائل اخلاقی در جامعه دینی، به ویژه در عرصه رسانه و از نیرنگ زدن و فریب دادن دیگران اجتناب کند. فریب دادن و ارائه اطلاعات و اخبار نادرست و غیرواقعی، معرفی غیرواقعی یک شخصیت سیاسیو نیز ارائه اطلاعات نادرست از فرهنگ، قوم، سرزمین یا مردمی، همچنین استفاده از نیرنگ در دوستی و ازدواج و ... امری غیراخلاقی و از رذایل شمرده می‌شود. البته در منظر قرآن بدترین نوع فریب، فریب‌کاری در برابر خداوند است؛ یعنی بنده‌ای بخواهد به گمان باطل خود، با عمل ریاکارانه‌اش با خداوند معامله کند. در این صورت، خداوند با شدت با او برخورد خواهد کرد: «مکر کردند و خدا هم مکر کرد که او بهترین مکر کنندگان است» (آل عمران: ۵۳). طبیعی است افرادی که بخواهند با بندگان خدای متعال از در فریب و نیرنگ درآیند، خداوند با آنان مکر می‌کند. اساساً فریب و نیرنگ در شأن هیچ انسان عاقل و با وجدانی نیست. امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «سه چیز است که اگر در کسی باشد به زیان اوست: نیرنگ، پیمان‌شکنی و ستم. خداوند می‌فرماید: «فریب زشتکار جز به صاحبش آسیب نمی‌رساند، به فرجام کسانی بنگر که مکر کردند و ما آنها و پیروانشان را سرنگون کردیم.»^{۱۹} در رسانه‌های سکولار که به فضایل و ارزش‌های اخلاقی کمتر پایبندند، غوغاسالاری، نیرنگ و فریب، چاشنی اصلی حرفه رسانه‌ای است، چرا که جلب رضایت مخاطب، ارائه برنامه‌های جاذب و بیان حوادث شگفت‌انگیز برای تأثیرگذاری بر مخاطب، سکه رایج در این رسانه‌هاست، اگرچه رسیدن به این اهداف، به بهای از بین بردن فضایل اخلاقی، فریب، نیرنگ یا دادن نشانی نادرست به مخاطب و یا شکستن هنجارهای اخلاقی تمام شود. از منظر دینی، کسانی که طبعی سرکش و پست دارند، برای به دست آوردن ثروت، مقام، ریاست و ... به فریب و حيله روی می‌آورند، ولی انسان‌های شریف و پاک فطرت، هیچ‌گاه از این گونه روش‌ها برای رسیدن به اهداف خود استفاده نمی‌کنند. پیامبر گرامی اسلام فرمود: «مسلمان، نه مکر می‌کند و نه نیرنگ می‌زند. من از جبرئیل شنیدم که فرمود: حيله‌گر و نیرنگ‌باز در آتش هستند.»^{۲۰}

رسانه ملی که باید امین مردم در ارائه اطلاعات و اخبار درست به مخاطبان باشد، شایسته است از این موقعیت خود در نظام اسلامی به خوبی بهره‌برده، به مقابله با

نیرنگ‌ها، دو رویی‌ها و فریب‌ها و شایعات رایج در جامعه پردازد، زیرا از لوازم یک رسانه دینی، پایبندی به اصول اخلاقی و فضایل و اجتناب از رذایل اخلاقی است. بنابراین، باید رسانه ملی در نظام اسلامی در جهان پرفریب قدرت رسانه‌ای و عصر حاکمیت رقابت‌های ناسالم و زدوبندهای آشکار و پنهان، در ایجاد و حفظ فضای انسانی و اخلاقی و به دور از نیرنگ‌ها و فریبکاری‌ها تلاش کند.^{۲۱} بسیار ناپسند است که در نظام اسلامی، رسانه ملی همچون رسانه‌های جوامع سکولار و غیردینی، برای نیل به مقصود و اهداف خویش، از مکر، حيله، شایعه و خدعه و نیرنگ بهره گیرد.

۷. رعایت حرمت مخاطبان و تأکید بر کرامت انسان‌ها

در اسلام انسان‌ها با یکدیگر برادرند و ملاک برتری آنان بر یکدیگر، تقوا الهی است. در نظام اخلاقی اسلام مردم و جامعه مورد احترام‌اند. رعایت حرمت مخاطبان، ارزش و فضیلتی اخلاقی است و آبرو و حیثیت آنان نباید وجه المصلحه قرار گیرد. در قرآن کریم توصیه شده است که باید با مردم به گونه‌ای رفتار شود که حرمت افراد نگه داشته شود:

- با مردم خوش سخن بگویند (بقره: ۸۳)؛

- و به بندگانم بگو با نیکوترین روش سخن گویند. (اسراء: ۵۳).

- ای کسانی که ایمان آورده‌اید مبدا عده‌ای از شما عده‌ای دیگر را استهزاء نمایند، چه بسا آنان بهتر از شما باشند، و نیز مبدا که گروهی از زنان شما گروهی دیگر را مسخره کنند، چه بسا آنان بهتر باشند، و به یکدیگر زخم زبان نزنید و یکدیگر را با القاب زشت صدا نکنید. (حجرات: ۱۱).

- قرآن کریم حتی در برخورد با غیرمسلمانان نیز توصیه اکید می‌کند که ادب، احترام، عدالت و احسان رعایت شود: «خداوند شما را نهی نکرده است که به آنان که با شما نجنگیده‌اند و شما را از دیارتان آواره نساخته‌اند، به عدالت و احسان رفتار کنید. حتی شیوه برخورد با دشمنان و خصم نیز مطابق اخلاق قرآن برخورد مؤدبانه و غیرتوهین آمیز است» (ممتحنه: ۸).

- «به کسانی که غیرخدا را می‌خوانند، ناسزا نگویند؛ چرا که اگر این چنین کنید، آنان نیز از سردشمنی و جهالت به خداوند ناسزا خواهند گفت» (ممتحنه: ۸).

در منابع روایی نیز بر حفظ حرمت مؤمنان سفارش و تأکید بسیار شده است. حضرت

صادق علیه السلام فرمود:

هر کس بر ضرر مؤمن داستانی بگوید و قصدش عیب او و ریختن آبرویش باشد که از چشم مردم بیفتد، خداوند او را از دوستی خود به دوستی شیطان براند و شیطان هم او را نپذیرد.^{۲۲}

پیامبر اکرم ﷺ نیز می‌فرماید:

هر کس به مرد یا زن مؤمنی بهتان زند یا چیزی را که در او نیست بدو نسبت دهد، خداوند او را در روز قیامت بر تلی از آتش خواهد ایستاند تا زمانی که از آنچه او درباره آن فرد گفته بود، خارج شود.^{۲۳}

بر این اساس، یکی از مهم‌ترین بایدها و ارزش‌های اخلاقی، اعتبار و ارزش قائل شدن برای کرامت انسانی و احترام گذاشتن به افراد و رعایت حقوق و تکریم جایگاه آنان به عنوان یک شخصیت انسانی است. اصل «کرامت» از جمله اموری است که اسلام به آن توجه خاصی کرده است. قرآن کریم می‌فرماید: «و لَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ؛ ما فرزندان آدم را کرامت و ارزش بخشیدیم» (اسراء: ۷۰). امام علی علیه السلام نیز در این باره می‌فرماید: «هر کس برای ادای حقوق بندگان خدا به پاخواست، این کار او را به سوی قیام برای ادای حقوق خداوند می‌کشاند.»^{۲۴} از این حدیث، احترام به حقوق دیگران فهمیده می‌شود که در حد رعایت حقوق الهی مهم شمرده شده است. همچنین آن حضرت می‌فرماید: «بنده غیرنباش در حالی که خدا تو را آزاد آفرید.»^{۲۵} آزادی انسان و بنده غیر نبودن، ناظر به کرامت انسان است و ارزشی است که خدای متعال برای انسان قائل بوده و به او برتری و آزادی بخشیده است. در اسلام، ارزش نهادن به دیگران، هم‌پایه گرامی‌داشتن و ارزش گذاشتن به مقام الهی است. پیامبر اکرم ﷺ می‌فرماید: «کسی که برادر [مؤمن] خود را گرامی دارد، در حقیقت خدا را گرامی داشته است.»^{۲۶}

توجه به کرامت انسانی و احترام به شأن و منزلت افراد از فضایل و ارزش‌های والای اخلاقی است و نباید به دلیل اشتباهات، دیگران را تحقیر یا سرزنش کرد. امام صادق علیه السلام در نکوهش سرزنش و تحقیر دیگران می‌فرماید: «هر کس مؤمنی را سرزنش کند، خدا او را در دنیا و آخرت سرزنش کند.»^{۲۷} در اسلام، به خوش رفتاری و دوستی سفارش فراوان شده و از جمله خوش رفاقتی، بدرقه رفیق است.

از مجموعه آموزه‌های اخلاقی و تربیتی در اسلام، این اصل به دست می‌آید که اصحاب رسانه‌ها، به ویژه خبرنگاران در برخورد با مردم و مخاطبان باید ادب، حرمت، کرامت و

احترام مخاطبان را رعایت کرده، هیچ‌گاه زبان به کلام سبک و زشت نگشایند. شکستن حریم‌ها و حرمت مخاطبان، به ویژه در نظام اسلامی توسط رسانه ملی بسیار زشت، مذموم، بد و به دور از اخلاق اسلامی و اخلاق حرفه‌ای رسانه‌ای است.

۸. رعایت مصالح نظام اسلامی

رسانه ملی در نظام اسلامی یکی از مهم‌ترین رسانه‌های ترویج فرهنگ ناب دینی است. این رسانه، رسانه‌ای فرهنگ‌ساز است. وظیفه اصلی و اولیه آن، حفظ ارزش‌های دینی و اسلامی و مصالح نظام اسلامی است. در واقع، رسانه ملی در نظام اسلامی در فرایند خبررسانی و اطلاع‌رسانی، باید همواره حافظ مصالح اساسی نظام اسلامی باشد. بسیاری اوقات ممکن است پخش یک خبر یا انتشار یک مصاحبه، فیلم، سریال و گزارش، با بسیاری از اصول اساس و مبانی دینی و یا مصالح عالی‌تر نظام اسلامی در تعارض باشد. در این صورت، رسانه ملی مجاز به انتشار آن نخواهد بود.

نمونه‌های فراوانی از این دست در تاریخ اسلام می‌توان شاهد بود. پس از درگذشت پیامبر گرامی اسلام ﷺ، عباس بن عبدالمطلب و ابوسفیان بن حرب، پیشنهاد بیعت به امام علی علیه السلام دادند. امام که به خوبی بر اغراض ابوسفیان و اوضاع و شرایط سیاسی آن زمان آگاه بود، از این عمل سرباز زد. در پاسخ به آنان به خطبه‌ای اکتفا کرد که در بخشی از آن به این واقعیت اشاره می‌کند که از اخباری آگاه است که اظهار آن به آشوب و اختلاف می‌انجامد:

اگر [از حقوق از دست رفته و مقام و منزلتم] بگویم، می‌گویند: علی بر حکومت حرص ورزیده، و اگر خاموش باشم، می‌گویند: علی از مرگ ترسیده، هرگز! پس از آن همه جهاد و پیکار در میدان‌های جنگ! به خدا سوگند پسر ابوطالب به مرگ علاقمندتر از کودک به پستان مادر است. اما من چیزی می‌دانم که بر شما پوشیده است. اگر بگویم و بشنوید، به لرزه در می‌آید و مضطرب می‌شوید و دیگر به جای نمی‌آید، مانند لرزیدن ریسمان در چاهی که ته آن ناپدید است.^{۲۸}

همچنین در یکی از خطبه‌های خویش می‌فرماید: سینه‌اش مالا مال از اخبار و اسراری است که برای پیش‌گیری از انحراف آرای مردم، از نقل عمومی آن پرهیز دارد:

به خدا اگر خواهم هریک از شما را خبر دهم که از کجا آمده و به کجا می‌رود و سرانجام کارهای او چه بود، توانم، لیکن ترسم که درباره من به غلو روید و مرا بر رسول خدا صلی الله علیه و آله تفضیل نهید.^{۲۹}

در اخلاق حرفه‌ای رسانه‌ای در اسلام، صرف آگاهی از یک خبر مجوزی برای انتشار آن نیست، بلکه باید پیش از اقدام به انتشار هرگونه برنامه‌ای از رسانه ملی، مصالح و منافع جامعه و نظام اسلامی توجه شود. امام علی علیه السلام با تاکید بر این نکته که انتشار اخبار و اعلام مطالب باید با در نظر داشتن مصلحت زمانی و مکانی باشد، می‌فرمایند: «اگر برای کلام خود موقعیت مناسبی نیافتی، آن را ابراز مدار.»^{۳۰} ابراز نداشتن مطلب، یعنی پوشیده نگاه داشتن آن تا زمانی که مصلحت عدم انتشار باقی باشد، چراکه در چنین شرایطی بیان و ابراز آن، خیانت و خطاست، از این رو، امام صادق علیه السلام می‌فرمایند: «افشای اسرار موجب سقوط به ورطه هلاکت خواهد بود.»^{۳۱}

قرآن کریم نیز مردم را از بیان هر آنچه می‌دانند، برحذر داشته، می‌فرماید: «اینان هرگاه امر (و مطلبی و خبری) اعم از آنکه به صلاح (امنیت) جامعه باشد یا موجب رعب و ترس جامعه، آن را (بلافاصله) ابراز می‌دارند.» (نساء: ۸۳).

جالب اینکه امام علی علیه السلام در یکی از نامه‌های خویش به این واقعیت اشاره می‌کند که برخی مطالب و اخبار و اسرار حتی برای رازدارترین افراد جامعه نیز نباید بازگو شود: «بدانید حق شماسست بر من که چیزی را از شما نپوشانم (و خبری را از شما پنهان نکنم)، جز راز جنگ که از پوشاندن آن ناچارم.»^{۳۲}

اصل اخلاقی دیگری که در این زمینه باید رسانه ملی در آگاهی بخشی به مخاطبان به آن توجه کند و بر رعایت ظرفیت‌ها و وضعیت مخاطبان مبتنی است، اصل عدم اشاعه فحشا و عدم ابراز آن است، زیرا در نظام اسلامی و جامعه دینی حفظ ارزش‌ها و هنجارهای دینی امری بایسته است و اشاعه فحشا و ناهنجاری‌های اجتماعی، خلاف مصلحت نظام اسلامی است. قرآن کریم کسانی را که از گسترش فحشا در جامعه ابراز رضایت می‌کنند، مستحق عذاب دردناک در دنیا و آخرت می‌داند: کسانی که دوست دارند که زشتکاری در میان آنان که ایمان آورده‌اند، شیوع پیدا کند، برای آنان در دنیا و آخرت عذابی پر درد خواهد بود و خدا [است که] می‌داند و شما نمی‌دانید» (نور: ۱۹).

بنابراین، رسانه ملی در نظام اسلامی باید در نقل و قول و محتوای اخبار، برنامه‌ها یا اطلاعاتی که منتشر می‌کند، نهایت دقت را مبذول کرده تا چیزی بر خلاف مصالح جامعه دینی و ارزش‌های مقبول مردم مسلمان منتشر نکند، زیرا عدم رعایت مصالح نظام اسلامی در رسانه ملی، به دور از اخلاق اسلامی و نیز مخالف مبانی و اصول پذیرفته شده دینی است.

۹. حق حریم خصوصی

حق «حریم خصوصی» همواره از موضوعات مناقشه‌برانگیز در رسانه‌ها بوده است، زیرا از مصادیق مهم حقوق بشر شمرده می‌شود. مسئله ورود رسانه‌ها به حریم خصوصی افراد نیز از مسائل بارز اخلاق رسانه‌ای است. تقابل «آزادی بیان» و اطلاع‌رسانی شفاف و رعایت «حق حریم خصوصی»، همواره اصحاب رسانه‌ها و دست‌اندرکاران حوزه وسایل نوین ارتباط جمعی را در موقعیت‌های دوگانه‌ای قرار داده است، از این رو، توجه به حریم اندرونی و خصوصی افراد در جامعه اسلامی، به ویژه توسط رسانه‌ها و به خصوص رسانه ملی، امری ضروری است.

در واقع، حریم خصوصی رعایت حق افراد و حمایت از آنها در برابر مداخله بی‌اجازه دیگران در امور و زندگی خود و خانواده شان است؛ خواه این عمل با ابزار مستقیم فیزیکی صورت پذیرد یا به وسیله نشر اطلاعات. حریم خصوصی ارزش کلیدی و زیربنایی دارد و توجه به شأن و منزلت انسانی و سایر ارزش‌ها، نظیر آزادی اجتماعات و آزادی بیان است. حریم خصوصی حق اساسی بشر و خواسته منطقی فردی است.^{۳۳} حریم خصوصی شهروندان محدوده زندگی شخصی هر فرد است که مایل نیست دیگران بدون اجازه او به آن دسترسی داشته باشند. مهم‌ترین قلمرو و محدوده حریم خصوصی عبارت است از: منازل، اماکن خصوصی، جسم افراد، اطلاعات، ارتباطات و مانند آن. حریم خصوصی شهروندان، یکی از حقوق اساسی بشر است که از او در مقابل تعرضات دیگران به زندگی خصوصی‌اش و نیز مداخله ناروای دولت‌ها، حمایت می‌کند.

البته در نظام حقوقی ایران نیز اصطلاح «حریم خصوصی» به کار نرفته است، ولی مفهوم آن در اصطلاحات و عناوین دیگر آمده و بر آن تأکید شده است. اصول ۲۲، ۲۳، ۲۵ و ۳۹ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و مواد ۵۸۰ و ۵۸۲ قانون مجازات اسلامی، مجازاتی درباره ورود غیرقانونی مستخدمان و مأموران قضایی و غیرقضایی دولت به منزل اشخاص، و برای توقیف، معدوم، بازرسی، ضبط، بازکردن مراسلات، استراق سمع مخابرات و مکالمات تلفنی اشخاص تعیین کرده است. بنابراین، حریم خصوصی «حق افراد برای حمایت شدن در مقابل وارد شدن بدون اجازه به امور و زندگی افراد و خانواده‌هایشان، با ابزار مستقیم فیزیکی یا به وسیله نشر اطلاعات است».^{۳۴}

برخی شاخص‌ها و مصادیق حق حریم خصوصی عبارت‌اند از:

۱. ممنوعیت ورود به زندگی شخصی، خانوادگی یا منزل؛
۲. ممنوعیت ورود به آزادی جسمی، عقلی و فرهنگی؛
۳. ممنوعیت شنود و استراق سمع؛
۴. ممنوعیت افشای اسرار زندگی شخصی؛
۵. ممنوعیت سوء استفاده اسم، شخصیت و شکل افراد؛
۶. ممنوعیت تجسس، پاییدن و مراقبت؛
۷. ممنوعیت افشای نامه‌ها و مراسلات.^{۳۵}

نمونه‌های زیر را می‌توان از جمله موارد حمایت از حریم خصوصی افراد در منزل و مکان خصوصی در قوانین بین‌المللی و داخلی دانست:

۱. هیچ کس نباید در زندگی خصوصی و خانواده و اقامتگاه یا مکاتبه‌ها، مورد مداخله‌های خودسرانه «بدون مجوز» یا خلاف قانون قرارگیرد. همچنین نباید به شرافت و حیثیت افراد، تعرض غیرقانونی شود.

۲. هر کس حق دارد که در برابر این‌گونه مداخله‌ها یا تعرض‌ها به وسیله قانون حمایت شود.^{۳۶}

۳. مسکن در هر حالی حرمت دارد و نباید بدون اجازه ساکنان آن یا به صورت نامشروع وارد آن شد و نباید آن را خراب یا مصادره کرد و یا ساکنان آن را آواره کرد.^{۳۷}

۴. حیثیت، جان و مال، حقوق، مسکن و شغل اشخاص از تعرض مصون است، مگر در مواردی که قانون اجازه دهد.^{۳۸}

۵. تفتیش و بازرسی منازل، اماکن و اشیا در مواردی به عمل می‌آید که حسب دلایل، ظن قوی به کشف متهم یا اسباب و آلات و دلایل جرم در آن محل وجود داشته باشد.^{۳۹}

اما در اسلام چند نکته درباره حریم خصوصی قابل طرح است:

۱. ممنوعیت استراق سمع: استراق سمع در اسلام ممنوع است، چنان‌که پیامبر اکرم ﷺ فرموده‌اند: هر کس که به مکالمات دیگران در حالی که راضی نیستند، گوش دهد، روز قیامت در گوش وی سرب گداخته ریخته می‌شود.

۲. ممنوعیت تفتیش و تجسس در زندگی مردم: تجسس عبارت است از: دنبال کردن چیزی که از انسان کتمان شده است یا به معنای در جست‌وجوی خبر از دیگران و جاسوس دیگران بودن است. قرآن کریم می‌فرماید: «ای کسانی که ایمان آورده‌اید... جاسوسی

مکنید» (حجرات: ۱۲). پیامبر اکرم ﷺ نیز فرموده است: «از گمان بد بپرهیزید، چون گمان، سخن را در گرداب دروغ می افکند، از کنجکاوی و پاییدن یکدیگر بپرهیزید، از حال کسی تفتیش مکنید...»^{۴۰} همچنین آن حضرت فرموده است:

ای گروهی که به زبان اسلام آورده‌اید و ایمان در قلب شما جای نگرفته! از مسلمانان بدگویی مکنید و در جستجوی عیب‌های آنان مباشید؛ چرا که هر کس در پی کاستی‌های آنان بر آید، خداوند در جستجوی عیوب او خواهد بود و آنکه خدا با او چنین کند، رسوایش خواهد ساخت هر چند درون خانه اش باشد.^{۴۱}

نیز آن حضرت فرموده است: «من مأمور نگشتم‌ام دل‌های مردم را بشکافم و از افکار درونی آنها با خبر شوم.»^{۴۲} علاوه بر این، آن حضرت بر عیب پوشی تأکید کرده و فرموده‌اند: «هر کس عیب دیگری را بیوشاند، همانند کسی است که زنده به گوری را نجات داده باشد.»^{۴۳}

۳. ممنوعیت ورود به منازل مردم مگر با اجازه: در آیات قرآن کریم و سنت اسلامی، ورود به منازل اشخاص به استیناس و استیذان منوط شده است. استیناس، یعنی هنگام ورود به منزل دیگران باید خود را معرفی کرد و آشنایی لازم به صاحب منزل داد تا وی در صورت تمایل، در را بگشاید. استیذان، یعنی کسب رضایت صاحب منزل پیش از ورود به آن. امروزه استیناس و استیذان دو شرط بسیار مهم در تفتیش و بازرسی از منازل اشخاص است. قرآن کریم می‌فرماید: «لاتدخلوا بیوتاً غیر بیوتکم حتی تستأنسوا و تأسلموا علی آهلها؛ داخل خانه‌ای غیر از خانه‌تان نشوید، مگر آشنایی بدهید و بر اهل خانه سلام کنید.» (نور: ۲۷)

از آنچه گذشت می‌توان گفت که حفظ حریم خصوصی، از بایدهای اخلاقی است و نقض آن جز در موارد خاص که قانون تعیین می‌کند، شایسته نیست و از رذایل و نیایدهای اخلاقی شمرده می‌شود. رسانه ملی باید حریم خصوصی مخاطبان را رعایت کند.

۱۰. حفظ اسرار، رازداری و امانت داری

رسانه ملی در نظام اسلامی، در فرایند انجام رسالت خویش، یعنی خبررسانی، اطلاع‌رسانی، آگاهی بخشی و دانش‌افزایی، باید با امانت‌داری، رازداری و حفظ اسرار مخاطبان، اعم از افراد حقیقی و حقوقی، همواره در حفظ مصالح اساسی نظام اسلامی و حرمت مخاطبان تلاش کند. امام علی علیه السلام با تأکید بر این نکته که انتشار اخبار و اعلام مطالب باید با در نظر داشتن مصلحت زمانی و مکانی باشد، می‌فرماید: «اگر برای خود موقعیت مناسبی نیافتی

آن را ابراز مدار.^{۴۴} امام صادق علیه السلام نیز افشای سرّ را سقوط به ورطه هلاکت و منجر به پیامدها و عواقب خطرناک برای جامعه می‌دانند.^{۴۵} قرآن در سرزنش عدم رازداری یکی از همسران پیامبر صلی الله علیه و آله می‌فرماید:

و چون پیامبر با یکی از همسرانش سخنی نهانی گفت و همین که وی آن را [به زن دیگر] گزارش داد و خدا [پیامبر] را بر آن مطلع گردانید [پیامبر] بخشی از آن را اظهار کرد و از بخشی [دیگر] اعراض نمود... (تحریم: ۳)

قرآن در جایی دیگر در باب ضرورت حفظ اسرار بر این نکته تأکید دارد که بیان «راز» در صورتی ممکن است که حکمتی داشته باشد: «در بسیاری از رازگویی‌های ایشان خیری نیست، مگر کسی که [بدین وسیله] به صدقه یا کار پسندیده یا سازشی میان مردم فرمان دهد...» (نساء: ۱۱۴).

رازداری و حفظ اسرار بندگان در دنیا، و بیان اسرار آنان در آخرت، از جمله اوصاف خدای متعال است: «و شما را به آنچه می‌کردید خبر خواهد داد که او به راز دل‌ها داناست» (زمر: ۷).

امام علی علیه السلام در یکی از نامه‌های خود به این واقعیت اشاره می‌کند که برخی مطالب، اخبار و اسرار حتی برای رازدارترین افراد نیز نباید بازگو شود: «بدانید حق شماست بر من که چیزی را از شما نپوشانم (و خبری را از شما پنهان نکنم)، جز راز جنگ که از پوشاندن آن ناچارم.»^{۴۶}

امام رضا علیه السلام رازداری را سنت خداوند شمرده، رازدار نبودن را علامت بی‌ایمانی می‌داند: شخص، مؤمن نیست مگر اینکه در او سه سنت نیک باشد؛ یکی را از خدا فراگیرد و یکی را از پیامبر و سومی را از امام، اما، سنت پسندیده‌ای را که از خدا می‌آموزد این است که سرنگهدار باشد.^{۴۷}

با توجه به این حدیث شریف، مؤمن باید در کتمان سرّ خود و مردم به صفت خداوند تمسک جوید و همچون خداوند تعالی که به تمام عالم علم داشته، اما کتمان می‌کند، مؤمن نیز باید آن‌قدر در خود سعه صدر را تمرین کند که بر آشکارسازی سرّ خود و دیگران اقدام ننموده و امانت‌داری را در این زمینه رعایت کند.

علاوه بر رازداری و عدم انتشار اسرار افراد حقیقی و حقوقی، رعایت امانت در نقل آنچه از رسانه ملی منتشر می‌شود، امری پسندیده و اخلاقی و جزء فضایل اخلاقی شمرده

می‌شود. به عبارت دیگر، رسانه ملی باید امانت‌دار و امین مردم باشد، زیرا بر اساس تعالیم دینی، انسانی که امانت‌دار نباشد، خیانتکار و فریبکار است. در منابع روایی، ثمره و نتیجه دین، امانت‌داری معرفی شده است: «ثمره الدین الامانه؛ میوه دین، امانت است.»^{۴۸} همچنین خیانت و فریب از زشت‌ترین صفات‌ها شمرده شده است: خیانت، فریب است.^{۴۹} و فرموده‌اند: زشت‌ترین صفات‌ها خیانت است.^{۵۰} در منابع دینی به این نکته اشاره شده است که خیانت و برادری با یکدیگر قابل جمع نیستند: «لا تجتمع الخيانة و الاحوة»؛ خیانت و برادری با هم جمع نشود.^{۵۱} این خیانت می‌تواند در گفتار یا کردار و رفتار فرد باشد، چرا که دروغ‌گویی، تبلیغات سوء و نادرست اصحاب رسانه‌ها و عدم امانت‌داری در انتقال و پخش اخبار می‌تواند نوعی خیانت شمرده شود.

بنابراین، خیانت در کار خبررسانی، به خصوص نوع کارهایی که با عموم مردم سرو کار دارد، پیامدهای ناگواری در پی دارد. امام علی علیه السلام در این باره می‌فرماید: «خیانت کسی که مردم کارشان را به او وامی‌گذارند و از او نظرخواهی می‌کنند، از شنیع‌ترین کارها و بزرگ‌ترین شرها و پدید آورنده عذاب آتش سوزان است.»^{۵۲}

بنابراین، اصحاب رسانه‌های ارتباط جمعی، به ویژه رسانه ملی به دلیل نوع کار خود که ارتباط با عموم مردم است، باید در نقل اخبار و اطلاعات صحیح، امین مردم بوده و اخبار و اطلاعات محرمانه را منتشر نکنند، علاوه بر این، اطلاعات قابل انتشار را باید به عنوان امانت، عیناً و بدون دخل و تصرف یا سانسور منتشر کنند. در واقع، یکی از شرایط امانت‌داری این است که خبرنگاران، هر خبر یا گزارشی را به صرف شنیدن منتشر نکنند، زیرا وظیفه خبررسانی حکم می‌کند که پس از تحقیق و تفحص و حصول اطمینان و یقین یا ظن قوی، اخبار را منتشر کنند. قرآن بر ضرورت تحقیق و تفحص در نقل اخبار این چنین تأکید می‌کند:

ای کسانی که ایمان آورده‌اید در مورد خبری که فاسقی برای شما آورده تحقیق کنید، مبادا که بر اساس اعتماد به آن خبر به دسته‌ای از مردم آسیب وارد آورید و سپس از این کرده خود پشیمان شوید. (حجرات: ۶)

بنابراین، یکی از فضایل و بایدهای اخلاقی در عرصه رسانه، حفظ اسرار، رازداری و امانت‌داری در حفظ اطلاعات یا اخبار است و بر این نکته تأکید دارد که آنچه در باب اطلاع‌رسانی و انتقال اخبار یا اطلاعات به عنوان سرّ و راز شمرده می‌شود و غیرقابل

انتشار است، باید حفظ شود و از انتشار آن جلوگیری گردد و همواره به عنوان راز، نگهداری شود.

۱۱. ترویج محاسن و مکارم اخلاقی

ترویج محاسن و مکارم اخلاقی، یکی دیگر از ارزش‌های اخلاقی و بایدها در رسانه ملی است. بایدها و فضایل اخلاقی را به دو دسته تقسیم می‌کنند:^{۹۳} محاسن اخلاق، مکارم اخلاق. محاسن اخلاقی، آن دسته از بایدهای اخلاقی است که مربوط به روابط اجتماعی و جلب منافع مادی و چگونگی معاشرت با دیگران است و موجب بهبود زندگی مادی و رفاه اجتماعی می‌شود. از سوی دیگر، پایبندی به اخلاق، که معیار انسانیت انسان است و از طبع بالا، تعالی روحی و معنوی انسان حکایت دارد، به بزرگ‌منشی او مربوط می‌شود و در زمره مکارم اخلاق قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، مکارم اخلاق، مرحله تکامل یافته محاسن اخلاقی است. درآموزه‌های دینی، از اخلاق حسن و نیکو سخن بسیار به میان آمده است و ما را بر ملکات حمیده و سجایای اخلاقی پسندیده تشویق و ترغیب نموده و از صفات ناپسند باز می‌دارد. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «اخلاق نیکو موجب سعادت فرد و بد اخلاقی موجب شقاوت فرد می‌شود.»^{۹۴} حضرت علی علیه السلام نیز به همین دو موضوع اشاره فرموده و تفاوت میان آن دو را بیان می‌کنند: «اخلاق خود را در آغاز با صفت‌های حمیده و محاسن اخلاق، رام کرده، آنگاه آن را به سوی مکارم اخلاق و سجایای عالی و ملکه‌های نفسانی انسانی سوق دهید.»^{۹۵}

ارزش‌ها و هنجارهای دینی در جامعه دینی و نظام اسلامی، بر گرفته از معارف ناب قرآنی و اهل بیت علیهم السلام است. رسانه دینی در نظام اسلامی باید مدافع معارف اهل بیت علیهم السلام، آموزه‌های اخلاقی، محاسن و مکارم اخلاقی و ارزش‌های دینی باشد. رسانه ملی که رسانه‌ای عمومی و در ارتباط مستقیم با مردم است، همچون دست‌اندرکاران سایر رسانه‌های جمعی، مسئولان نظام سیاسی، متولیان نهادهای مدنی که جملگی واسط میان حکومت و مردم هستند، باید عملاً به آموزه‌های ناب دینی، اخلاقی و معارف ناب اهل بیت علیهم السلام پایبند بوده و مروج ارزش‌های اخلاقی و دینی در نظام اسلامی باشد. طبیعی است که ترویج رذایل اخلاقی و عدم تعهد و پایبندی به فضایل و مکارم اخلاقی از سوی رسانه ملی، از نبایدهای اخلاقی است.

نتیجه گیری

در جامعه دینی باید همت و تلاش همه نهادها و متولیان فرهنگ و ارکان حکومتی در جهت تحقق دین و ارزش‌های دینی و اخلاقی باشد. رسانه ملی در نظام اسلامی نیز که رسانه‌ای تأثیرگذار و فرهنگ‌ساز است، وظیفه‌ای دوجندان در این زمینه دارد و نه تنها باید همه فضایل و ارزش‌های اخلاقی را ترویج کند، بلکه به عنوان رسانه‌ای الگوساز و انسان‌ساز باید در برابر رذایل اخلاقی و ارزش‌های غیردینی موضع منفی بگیرد. این پژوهش، بایدها و نبایدهای اخلاقی در عرصه رسانه را استخراج کرده است. بر اساس یافته‌های این پژوهش، مهم‌ترین بایدها و نبایدهای اخلاقی در عرصه رسانه عبارت‌اند از: مسئولیت‌پذیری، حفظ شرافت حرفه‌ای، حق‌گرایی، بازنمایی واقعیات، صداقت و راست‌گویی، اجتناب از مکر و حيله و خدعه، رعایت حرمت مخاطبان، رعایت مصالح نظام اسلامی، حق‌حریم خصوصی و ترویج محاسن و مکارم اخلاقی.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

پی‌نوشت‌ها

۱. مرتضی مطهری، علل گرایش به مادیگری، ص ۳۱
۲. عبدالحمید آیتی، نهج البلاغه، حدیث ۳۷۳
۳. عبدالواحد آمدی، غررالحکم و دررالکلم، ص ۷۰
۳. همان.
۴. همان، ص ۶۹
۵. همان
۶. همان
۷. محمدباقر مجلسی، بحار الانوار، ج ۱، ص ۱۳۰
۸. علی‌بن حسام‌الدین متقی، کنز العمال فی سنن الاقوال و الافعال، خ ۵۶۰۴
۹. سیدمحمد مهدی‌زاده، رسانه‌ها و بازتابی، ص ۱۴
۱۰. همو، «بررسی محتوایی و حرفه‌ای مطالب هفت خبرگزاری غیردولتی»، فصل‌نامه رسانه، ش ۶۳، ص ۱۲۶
۱۱. امام خمینی (ره)، صحیفه نور، ج ۱۳، ص ۲۲۸، تاریخ ۱۳۵۹/۷/۱
۱۲. ورام‌بن ابی‌فراس اشتری، مجموعه ورام (تنبيه الخواطر و نزهة النواظر)، ص ۹۲
۱۳. محمدباقر مجلسی، بحار الانوار، ج ۷۱، ص ۱۵۸
۱۴. همان، ص ۹
۱۵. همان، ص ۲۶۰
۱۶. همان، ج ۷۸، ص ۲۴۷
۱۷. نهج البلاغه، کلمات قصار ۹
۱۸. همان، خطبه ۱۹۱
۱۹. بن‌شعبه الحرائی، تحف العقول، ص ۳۱۷
۲۰. مجتبی موسوی، زمزمه‌های زندگی، ص ۹۱
۲۱. محمد سعیدی‌مهر، «حق‌مداری در عرصه مطبوعات از دیدگاه امام علی (ع)»، رویکرد اخلاقی در رسانه‌ها، ص ۶۵
۲۲. محمد ابن یعقوب کلینی، اصول کافی، ترجمه حاج سید جواد مصطفوی، ج ۴، ص ۶۲
۲۳. محمدباقر مجلسی، بحار الانوار، ج ۷۵، ص ۱۹۴
۲۴. عبدالواحد آمدی، غررالحکم و دررالکلم، ج ۱، ص ۲۸۴
۲۵. نهج البلاغه، نامه ۳۱، ص ۱۶۱
۲۶. محمدی ری‌شهری، میزان‌الحکمه، ص ۵۱۵۸
۲۷. محمد ابن یعقوب کلینی، اصول کافی، ص ۵۹
۲۸. نهج البلاغه، خطبه ۵
۲۹. همان، خطبه ۱۷۴

۳۰. عبدالواحد آمدی، *غررالحکم و دررالکلم*، ۲۸۶/۶
۳۱. محمدباقر مجلسی، *بحارالانوار*، ج ۷۸، ص ۲۲۹
۳۲. *نهج البلاغه*، نامه ۵۰
۳۳. همان، ص ۲۰۱
۳۴. مهدخت بروجردی، «حریم خصوصی در جامعه اطلاعاتی»، *ابزار اقتصادی*، ش ۱۰
۳۵. عبداللطیف الهمیم، *احترام الحیاة الخاصة*، ص ۱۶
۳۶. ماده ۱۱ میثاق بین‌المللی حقوق مدنی و سیاسی
۳۷. ماده ۱۸ اعلامیه اسلامی حقوق بشر در بیانیه‌ی قاهره
۳۸. اصل بیست و دوم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
۳۹. ماده ۹۶ قانون آیین دادرسی کیفری
۴۰. حر عاملی، *وسائل الشیعه*، ج ۲۷، ص ۵۹؛ حسین ابن محمدتقی نوری، *مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل*، ج ۹، ص ۱۴۷
۴۱. محمد علی حائری قمی، *جامع الاحادیث و نوادر الاثر*، ج ۱۶، ص ۳۱۵
۴۲. همان
۴۳. ابی داود سجستانی، *سنن ابی داود*، ج ۲، ص ۴۵۴
۴۴. عبدالواحد آمدی، *غررالحکم و دررالکلم*، ۲۸۶/۶
۴۵. محمدباقر مجلسی، *بحارالانوار*، ج ۷۸، ص ۲۲۹
۴۶. *نهج البلاغه*، نامه ۵۰
۴۷. محمد باقر مجلسی، *بحارالانوار*، ج ۷۵، ص ۲۹۱
۴۸. عبدالواحد آمدی، *غررالحکم و دررالکلم*، ج ۱، ص ۴۱۸
۴۹. همان، ص ۳۴۸
۵۰. همان
۵۱. همان، ص ۳۴۹
۵۲. همان، ص ۳۴۸
۵۳. محمدرضا احمدی، «محاسن و مکارم اخلاقی از منظر بهداشت روانی»، *معرفت* ۶۴، ص ۴۶
۵۴. محدث نوری، *مستدرک الوسائل*، ج ۲، ص ۸۳
۵۵. همان، ص ۱۲۲

منابع

- نهج البلاغه، ترجمه سیدجعفر شهیدی، تهران، انتشارات و آموزش انقلاب، ۱۳۶۹
- نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی، قم، مشهور، ۱۳۷۹
- نهج البلاغه، عبدالحمید آیتی، تهران، بنیاد نهج البلاغه، ۱۳۷۶
- احمدی، محمدرضا، «محاسن و مکارم اخلاقی از منظر بهداشت روانی»، معرفت، سال دوازدهم، شماره اول، بهار ۱۳۸۲، پایی ۶۴
- اشتری، بن ابی فراس، مجموعه (تنبيه الخواطر و نزهة النواظر)، ج ۱، تهران، دارالکتب الاسلامیه، بی تا، ج ۱
- آشنا، حسام الدین، روزنامه جام جم، شماره ۲۱۱۶
- آمدی، عبدالواحد، غررالحکم و دررالکلم، ترجمه محمد علی انصاری، تهران، ۱۳۳۵
- بروجردی، مهدخت، «حریم خصوصی در جامعه اطلاعاتی»، ابرار اقتصادی، ش ۱۰، یکشنبه ۱۰ اسفند ۱۳۸۲.ش.
- بنادر البحار، ترجمه و شرح خلاصه دو جلد بحار الانوار، نرم افزار گنجینه روایات نور، مرکز کامپیوتر علوم اسلامی، ص ۲۷۱
- جمعی از نویسندگان «اخلاق خبررسانی قرآنی»، رویکرد اخلاقی در رسانه‌ها، مجموعه مقالات، ج اول، تهران، مرکز مطالعات رسانه‌ها، ۱۳۷۵
- حائری قمی، محمد علی، جامع الاحادیث و نوادر الاثر، ج ۱۶، تهران، کتابفروشی اسلامی، ۱۳۶۹
- حر عاملی، محمدبن حسن، تفصیل وسائل الشیعه إلى تحصیل مسائل الشریعه، قم، آل‌البیت، ۱۴۰۹ ق باب ۱۹
- الحرانی، ابن شعبه، تحف العقول، ترجمه بهزاد جعفری، تهران، اسلامی، ۱۳۸۰
- خمینی (ره)، روح الله (امام)، صحیفه نور، ۲۲ جلدی، ج ۸، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره)، ۱۳۷۲
- سجستانی، ابی داود، سنن ابی داود، بیروت، دارالفکر، ۱۴۱۰ق، ج ۲
- صدوق، محمدبن علی، الخصال، تحقیق علی اکبر غفاری، مؤسسه النشر الاسلامی، قم ۱۴۰۳ق
- فرید ادیب هاشمی، «اعتبار منبع»، رسانه ۴، ص ۳۷
- کلینی، محمدبن یعقوب، اصول الکافی، ج ۲، بیروت، انتشارات دارالاضواء، ۱۴۱۳
- مجلسی، محمد باقر، بحار الانوار، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۶۲، ج ۷۱، ۷۵، ۷۸
- محمدی ری شهری، محمد، میزان الحکمة، قم، دار الحدیث، ۱۳۸۸
- مهدی‌زاده، سیدمحمد، رسانه‌ها و بازتابی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۸۷
- موسوی، مجتبی، زمزمه‌های زندگی، تهران، میثم تمار، ۱۳۷۷
- مطهری، مرتضی، علل گرایش به مادیگری، قم، صدرا، ۱۳۷۲
- نوری، میرزا حسین، مستدرک الوسائل، ج ۲، قم، مؤسسه آل‌البیت لاحیاء التراث، ۱۴۰۹ق.
- الهمیم، عبداللطیف، احترام الحیاه الخاصه، مؤسسه الوراق للنشر و التوزیع، ۲۰۰۴ق
- هندی، متقی، کنز العمال فی سنن الاقوال و الافعال، بیروت، دارالکتب الاسلامیه، ۱۴۲۴

<http://hamshahronline.ir/news-۳۷۱۲۳.aspx>

<Http://Mohsenesmaeili.ir/nsite>



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی