



دانشکده صدا و سیماى جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ژورناليسم

بررسی اولویت مصلحت گرایی یا حقیقت محوری در ارائه پیام بر اساس آموزه های قرآن

صادق یزدانی

استاد راهنما:

دکتر محسن اسماعیلی

استاد مشاور:

دکتر علیرضا کاویانی

تابستان ۱۳۸۸

چکیده تحقیق:

بررسی درس‌ها و فرامین قرآن در حوزه ارتباطات انسانی به ویژه در زمینه فعالیت‌های رسانه‌ای و تعامل رسانه‌ها با مخاطبان، از جمله مواردی است که کمتر به آن پرداخته شده است و نسخه دقیقی درباره شیوه‌های رفتاری رسانه وجود ندارد.

تحقیق حاضر با روش تحلیل محتوای کیفی بر پایه هرمنوتیک و شیوه اجرای اسنادی یا کتابخانه‌ای تلاش می‌کند به بیان راهکار قرآن در یک تصمیم‌گیری دشوار رسانه‌ای بپردازد. تقابل میان حقیقت و مصلحت و انتخاب هریک از این شیوه‌ها برای ارائه پیام در مواقع گوناگون، از جمله دشواری‌هایی است که صاحبان رسانه با آن مواجه‌اند. از یک طرف «مخاطب» برای رسانه‌ها اهمیت فراوانی دارد و رسانه تلاش می‌کند خواست و رضایت او را کسب کند چون موجودیت رسانه با مخاطبانش معنا می‌یابد؛ از سوی دیگر پایبندی به «حقیقت» یک ارزش بزرگ و عامل اعتماد مخاطبان به رسانه است اما بعضی اوقات ضررهای ظاهری یا حقیقی برای جامعه، مخاطبان یا خود رسانه دارد و از جهت دیگر گاهی رسانه باید در انتخاب میان دو امر مهم، دست به «مصلحت‌گرایی» بزند. انتخاب زمان مصلحت‌سنجی‌ها و حد و مرز آن، امری است که به راحتی قابل تشخیص و تصمیم‌گیری نیست.

در این تحقیق، پس از مرور آیات قرآن در حوزه‌های ذکر شده، مشخص می‌شود که قرآن به مخاطب اهمیت فراوانی می‌دهد و از شیوه‌های گوناگون برای جذب او استفاده می‌کند. قرآن معتقد است که مخاطب، منفعل نیست و تاثیرگذاری پیام از سوی رسان تنها با رعایت شرایطی خاص اتفاق می‌افتد. از طرف دیگر قرآن همه پیام‌آورانش را به حق‌گویی و دوری از خیانت در امانت (پیام) توصیه کرده است و مصلحت‌اندیشی‌های بی‌مورد را درست نمی‌داند. کلام خدا و همه رسولانش بر حق استوار است و از این آموزه حتی برای رضایت عده‌ای و همراه شدن آنها با دین خدا، کوتاه نمی‌آیند.

درعین حال اگرچه اولویت اساسی قرآن بر حق و حقیقت استوار است اما جاهایی مصلحت‌سنجی نیاز است و مصلحت، درست‌عین حقیقت می‌شود. یعنی در چنین مقاطعی قرآن، حقیقت را در مصلحت‌گرایی می‌داند و به این امر دستور می‌دهد.

نکته‌ای که از مجموع بررسی‌ها به دست می‌آید آنکه باید میان مصلحت و منفعت، تفاوت اساسی قائل شد. چیزی که عین حقیقت است، «مصلحت» است و نه «منفعت». به همین دلیل نگاه مصلحت‌گرایی قرآن، هیچ شباهتی با منفعت‌گرایی غربی در ارائه پیام ندارد.

کلیدواژه‌ها: حقیقت‌گرایی، مصلحت‌سنجی، مخاطب‌محوری، پیام، منفعت‌طلبی، دروغ‌مصلحتی.