



شورای سیاستگذاری حوزه‌های علمیه خواهران

مرکز مدیریت حوزه علمیه خواهران

معاونت پژوهش

استان سمنان شهر دامغان مؤسسه آموزش عالی حوزوی فاطمیه دامغان

عنوان

فقه رسانه با رویکرد کاربرد هنر در اطلاع‌رسانی و تبلیغات در رسانه ملی

استاد راهنما

حجت الاسلام و المسلمین آقای رضا کهساری

نگارنده

عالیه سعیدی

سال تدوین

۱۳۹۷



صور تجلسه دفاعیه پایان نامه سطح سه

مؤسسه آموزش عالی حوزوی فاطمیه سطح سه

با تأییدات خداوند متعال و با استعانت از حضرت ولی عصر عجل الله تعالی فرجه الشریف جلسه دفاع از پایان نامه سطح سه سرکار خانم عالییه سعیدی فرزند غلامرضا دارای کد ملی ۴۵۷۹۸۶۹۹۰۷ شماره طلبگی ۸۹۱۳۱۳۰۱۰۸ با عنوان فقه رسانه با رویکرد کاربرد هنر در اطلاع رسانی و تبلیغات در رسانه ملی روز شنبه مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۱۵ و در ساعت ۱۰:۰۰ در محل مدیریت استان سمنان با حضور اعضای محترم هیأت داوران برگزار شد.

پایان نامه نیازمند اصلاح بوده و امتیاز آن در صورت انجام اصلاحات به شرح زیر است:

امتیاز	به حروف	به عدد	عناوین امتیازات
عالی	هجده و پنجاه صدم	۱۸.۵۰	میانگین امتیازات هیأت داوران از ۲۰

امضای هیأت داوران:

عناوین	نام و نام خانوادگی	امضاء	توضیحات
راهنما	رضا کهساری		گرچه پایان نامه ایراداتی دارد و آماده دفاع نیست ولی با توجه به ضیق وقت و اتمام زمان تدوین پایان نامه و قول مساعد طلبه و مسئولین محترم مربوطه مبنی بر اصلاح بعد از دفاع، برگزاری جلسه دفاع بلا مانع می باشد.
مشاور	
داور	علیرضا صابریان		موفق باشید
دبیر جلسه	مدیریت استان سمنان		

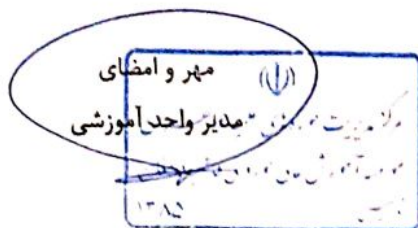
اظهار نظر استاد داور پس از رفع اشکالات:

اصلاحات خواسته شده در جلسه دفاع، اعمال گردیده است و به نسبت انجام آنها، امتیاز نهایی محقق به شرح زیر است:

نمره پایان نامه از ۲۰	امتیاز	امضای استاد داور	امضای معاون پژوهش واحد آموزشی
به عدد: ۱۸	عالی		
به حروف: هجده			

مهر و امضای

مدیر استان



چکیده

رسانه، یکی از بزرگترین و مهمترین موضوعات اجتماعی در فقه است؛ زیرا چتر آن بر همه موضوعات اجتماعی گسترده است و از دین، فرهنگ، هنر تا مسائل اقتصادی، رفاهی، سیاسی و محیط زیست را فرا می‌گیرد و تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. هنرنیز، به معنای خلاقیت و ابتکار، یک پدیده جهانی و بشری است که در همه ابعاد زندگی انسان در طول اعصار و در میان همه ملت‌ها و امت‌ها بوده و خواهد بود انسان برای انتقال یافته‌ها و آزمایش‌ها و ذهنیات خویش به هموعان خود، ناچار است که از وسایل و ابزارهایی استفاده کند تا بیشترین میزان تأثیر را داشته باشد و یکی از این ابزارهای مهم برای تحقق بخشیدن به این امر، هنر می‌باشد. رساله حاضر با عنوان «فقه رسانه با رویکرد کاربرد هنر در اطلاع رسانی و تبلیغات در رسانه ملی» با هدف آشنایی با میزان تأثیر رسانه بر جامعه اسلامی و نیز آگاهی از میزان تعامل فقه و رسانه و شناخت میزان تأثیر آن بر فعالیت های رسانه ای و نیز میزان تأثیر رسانه بر روی فقه و نیز آگاهی از میزان تأثیر و یاری هنر و مصادیق آن بر رسانه و فقه رسانه و در نهایت آگاهی از رویکرد فقه شیعه به مسأله رسانه و کاربرد هنر در رسانه به شیوه توصیفی - تحلیلی تدوین شده است. توضیح این نکته ضروری است که در این رساله تنها به دو مصداق از مصادیق بی شمار هنر پرداخته شده است (اطلاع رسانی و تبلیغات) و بررسی سایر مصادیق هنر به دلیل گستردگی به پژوهش های دیگر واگذار می‌شود.

کلید واژه‌ها: فقه رسانه، هنر، اطلاع رسانی، تبلیغات.

فهرست مطالب

۱	مقدمه
۵	۱-۱-۱. بیان مسئله
۶	۲-۱-۱. ضرورت انجام پژوهش
۷	۳-۱-۱. سئوالات پژوهش
۷	۴-۱-۱. اهداف پژوهش
۷	۵-۱-۱. پیشینه
۹	۲-۱. مفهوم شناسی
۹	۱-۲-۱. فقه
۱۱	۲-۲-۱. فقه در اصطلاح فقها
۱۱	۳-۲-۱. رسانه
۱۵	۴-۲-۱. رسانه های اجتماعی
۱۵	۵-۲-۱. ویژگی های رسانه های اجتماعی
۱۶	۶-۲-۱. انواع رسانه های اجتماعی
۱۶	۷-۲-۱. کاربرد رسانه ها
۱۹	فصل دوم: فقه رسانه
۲۰	۱-۲. فقه و موضوعات اجتماعی
۲۰	۱-۱-۲. موضوع اجتماعی از حیث ذات
۲۳	۲-۲. محورهای تأثیرات رسانه بر جامعه
۲۶	۳-۲. رسانه از نگاه دین
۲۸	۴-۲. تعاملات فقه و رسانه
۳۱	۵-۲. لزوم تعامل فقه و رسانه
۳۲	۶-۲. بشری بودن رسانه
۳۳	۷-۲. مشروعیت رسانه از منظر اسلام
۳۶	۸-۲. رویکرد فقهی به موضوع رسانه
۳۷	۹-۲. هنر و زیبایی از دیدگاه فقه اجتهادی
۴۱	فصل سوم: کاربرد هنر در اطلاع رسانی و تبلیغات
۴۲	۱-۳. هنر و اطلاع رسانی

۴۹	۲-۳. اهمیت بحث در باره اطلاع رسانی
۵۰	۳-۳. کارکردهای اطلاع رسانی
۵۹	۴-۳. نقش هنر در تبلیغ
۱۰۴	فصل چهارم: تطبیق فقه با هنر اطلاع رسانی و تبلیغات: تطبیق فقه با هنر اطلاع رسانی و تبلیغات
۱۰۵	۱-۴. لزوم رعایت حدود اسلامی در بکارگیری هنر و مصادیق آن
۱۰۷	۴-۲. فقه اطلاع رسانی
۱۲۳	۳-۴. حرمت توهین به مقدسات ادیان
۱۲۴	۴-۴. فقه تبلیغات
۱۳۳	۴-۵. رسانه در کلام مراجع تقلید
۱۳۷	۶-۴. موسیقی و رسانه
۱۴۰	۷-۴. بانوان و تماشای فیلم های ورزشی
۱۴۰	۸-۷. رد و بدل کردن سخنان محرک
۱۴۱	۴-۹. خرید و فروش تصاویر محرک
۱۴۲	۴-۱۱. تماشای فیلمهایی که حجاب را رعایت نمی کنند
۱۴۲	۴-۱۲. ساختن عروسکهای تلویزیونی
۱۴۲	۴-۱۳. دیدگاه اسلام در مورد تولید انواع فیلم ها
۱۴۳	۴-۱۴. پیش بینی مسابقات ورزشی از طریق پیامک
۱۴۳	۴-۱۵. دیدن صحنه های زجر دادن انسان در فیلم
۱۴۳	۴-۱۶. نظر مراجع تقلید درباره آزار و اذیت حیوانات
۱۴۶	نتیجه گیری
۱۴۸	پیشنهادهای پژوهشی
۱۴۹	منابع و ماخذ