

عنوان مقاله:

رسانه مطلوب دینی از دیدگاه فقه مقارن

محل انتشار:

دوفصلنامه فقه مقارن، دوره 9، شماره 18 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

مرتضی چیت ساریان - استادیار گروه فقه و حقوق دانشگاه شهید مطهری

عابدین مومنی - دانشیار دانشگاه تهران

مهسا مولائی پناه - کارشناس ارشد فقه مقارن و حقوق عمومی اسلامی دانشگاه مذاهب اسلامی

خلاصه مقاله:

بررسی عملکرد رسانه‌هایی که در حال حاضر با عنوان دینی شناخته می‌شود، نشان دهنده گونه‌ای پراکندگی و هرج و مرج در شیوه ارائه معارف اسلامی بوده و مشاهده نتایج اقدامات انجام گرفته در راستای بهبود وضعیت کنونی، حاکی از آن است که عملاً هیچ یک از این اقدامات در ارائه تعریفی واحد و شاخص از رسانه مطلوب دینی، شناخت دقیق ماهیت آن و بالاخره صدور احکام عملی مناسب فقهی و تدوین فقه رسانه متناسب با آن موثر نبوده و در بهترین حالت، تنها به ایجاد الزامی در پذیرش و پیروی از فتوایی واحد در عرصه‌های گوناگون فقه مقارن از جمله مسائل رسانه‌ای انجامیده است. علت اصلی بروز چنین مشکلاتی، خلط در شناخت ماهیت و مفهوم رسانه و عدم توجه به رابطه میان دو واژه مهم «اعلام» و «دعوه» بوده است. هدف از تحقیق پیش رو که به روش توصیفی-تحلیلی انجام شده، یافتن پاسخهای مناسب برای سوالات «شاخص مطلوبیت رسانه دینی چیست و به چه روشی می‌آید؟»، «دست‌آورد فقهای مذاهب اسلامی در باب این مسئله چه بوده؟» و «آیا عملاً دست‌آوردی حاصل شده یا خیر؟» است. این پژوهش برای پرسشهای بالا به پاسخهای ذیل دست یافت: ۱. تبیین رابطه میان دو واژه «اعلام» و «دعوه» و انواع دیدگاههای مرتبط با آن جهت شناخت ماهیت رسانه دینی و سپس بیان مطلوبیت آن، ضروری است؛ ۲. قضایای صادره در زمینه رسانه دینی توسط محققان و فقها، مبتنی بر یکی از همین دیدگاههای موجود است؛ ۳. لازم است پیش از صدور احکام و فتاوی فقهی، تعریفی مشخص و واحد از رسانه دینی استخراج گردد.

کلمات کلیدی:

رسانه، رسانه دینی، فقه مقارن، مذاهب اسلامی، دعوه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1609195>

