

اشراف‌گری مانور

راهکارهای رسانه‌ای
مقابله با فرهنگ اشرافی‌گری
در میان مسئولان

دکتر مهدی مبینی

سرشناسه: مبینی، مهدی، ۱۳۶۲-
عنوان و نام پدیدآور: مانور اشرافی‌گری: راهکارهای رسانه‌ای مقابله با فرهنگ اشرافی‌گری در میان مسئولان/ پژوهشگر مهدی مبینی؛
به اهتمام دفتر پژوهش‌های بنیادی دین و رسانه؛ گروه مدیریت، سیاست و اقتصاد اسلامی و رسانه.
مشخصات نشر: قم: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه، نشر دین و رسانه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری: ۹۲ ص؛ ۵/۱۴×۲۱/۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۵۱۳-۴۴۷-۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کتابنامه، ص ۸۹-۹۲

موضوع: تجمل -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام

موضوع: Luxury -- Religious aspects -- Islam

موضوع: تجمل -- جنبه‌های قرآنی

موضوع: Luxury -- Qur'anic teaching

موضوع: مدیران دولتی -- ایران -- اخلاق حرفه‌ای

موضوع: Government executives -- Iran -- Professional ethics

موضوع: ارزش‌های اجتماعی در رسانه‌های گروهی -- ایران

موضوع: Social values in mass media -- Iran

موضوع: تلویزیون -- ایران -- برنامه‌ها -- جنبه‌های اجتماعی

موضوع: Television programs -- Social aspects -- Iran

شناسه افزوده: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه.

دفتر پژوهش‌های بنیادی دین و رسانه، گروه مدیریت، سیاست و اقتصاد اسلامی و رسانه

شناسه افزوده: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران. اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه، نشر دین و رسانه

رده بندی کنگره: BP۲۵۰/۳۵

رده بندی دیویی: ۲۹۷/۶۳۲

شماره کتابشناسی ملی: ۶-۸۳۷۴۸

مانور اشرافی‌گری: راهکارهای رسانه‌ای مقابله با فرهنگ اشرافی‌گری در میان مسئولان (کد: ۲۸۶۲)

پژوهشگر: دکتر مهدی مبینی

ناشر: دین و رسانه وابسته به اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران
به اهتمام: دفتر پژوهش‌های بنیادی دین و رسانه؛ گروه مدیریت، سیاست و اقتصاد اسلامی و رسانه.

طرح جلد: زینب صفاکوشکی

صفحه آرا: سمیه مرادی

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۹

شمارگان: ۶۰۰

چاپ: زلال کوثر

پها: ۱۵۰۰۰ ریال

همه حقوق، محفوظ و متعلق به ناشر است.

نشر الکترونیکی اثر بدون کسب اجازه کتبی از ناشر ممنوع است.

نشانی: قم، بلوارامین، مجموعه صداوسیما، اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه، تلفن: ۰۲۵-۳۲۹۱۵۵۱۰

تهران: جام جم، ساختمان شهید رهبر، طبقه زیرین، تلفن: ۰۲۱-۲۲۰۱۴۷۳۸ نمابر: ۰۲۱-۲۲۱۶۴۹۹۷

مشهد: خیابان امام خمینی (ع)، جنب باغ ملی، ساختمان صبا، طبقه سوم، تلفن: ۰۵۱-۳۲۲۱۵۱۰۸ نمابر: ۰۵۱-۳۲۲۱۵۱۰۶

سامانه مخاطبان: ۱۱-۰۲۵-۳۲۹۱۵۵۱۰ سامانه پیام کوتاه: ۳۰۰۰۰۲۵۵

www.irc.ir

info@irc.ir

sapp.ir/irc.ir

@irc_ir

فهرست مطالب

سخن نخست.....	۷
مقدمه.....	۱۰
روش پژوهش.....	۱۲
مراحل تحلیل مضمون.....	۱۲
فصل اول: مروری بر اشرافی گری مسئولان.....	۱۷
۱. مفهوم شناسی اشرافی گری.....	۱۷
۲. اشرافی گری، تجمل گرایی و مصرف گرایی.....	۱۹
۳. اشرافی گری در قرآن کریم.....	۲۱
۴. مقابله با اشرافی گری از منظر امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری.....	۲۵
۵. علل به وجود آمدن اشرافی گری.....	۳۵
۶. پیامدهای اشرافی گری.....	۴۰
فصل دوم: مشاهده برنامه ها.....	۵۲
۱. سریال ها.....	۵۲
۲. برنامه های روزانه.....	۶۰
۳. پیام های بازرگانی.....	۶۶
فصل سوم: ارائه مدل پژوهش.....	۷۰
۱. راهکارهای مقابله با اشرافی گری.....	۷۷
۲. جمع بندی.....	۸۷
منابع.....	۸۹

سخن نخست

در منطق اسلام وسعت بخشیدن به زندگی مادی مستحب است؛ ولی به اندازه‌ای که نیاز طبیعی انسان تأمین شود و محتاج کسی نباشد؛ نه آنکه روزه‌روز زندگی مادی و دنیوی خویش را توسعه و آن را شأن کاذب خود قرار دهد؛ زیرا در این صورت، جامعه اسلامی با پدیده شومی چون اشرافی‌گری و تجمل‌گرایی روبه‌رو خواهد شد. اشرافی‌گری و تجمل‌گرایی از هر مسلمانی ناپسند و از مدیران جامعه اسلامی، ناپسندتر است و از جمله فسادهای اخلاقی حاکمان به‌شمار می‌آید.

اگر بهره‌مندی انسان از امکانات، فخر و فضل و کمال بود، باید پیامبران الهی که مقرب‌ترین افراد به خداوند هستند، ثروتمندترین انسان‌ها باشند، حال آنکه به فرموده امیرمؤمنان، حضرت علی علیه السلام، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله گرسنگی را بیش از دیگران، بر خود روا می‌داشت و وقتی دنیا به وی عرضه شد، از پذیرفتن آن امتناع ورزید. امیرمؤمنان علیه السلام می‌افزاید: از نظر تاریخی مسلم است که انبیا، خصوصاً پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله، ساده زندگی می‌کردند. بنابراین اگر ثروتمندبودن کمال باشد، باید پذیرفت که - معاذ الله - حق تعالی کامل‌ترین انسان‌ها را از این کمال

محروم کرده است.^۱ بنابراین تجمل‌گرایی برای مسئولان نظام اسلامی، مسئله‌ای ناروا و نکوهیده است و در روایات از این گرایش نکوهش شده است.

امروزه که مردم با رسانه‌ها، زندگی و الگوهای سبک زندگی خود را از آنان تقلید می‌کنند، نقش رسانه‌ها در موضوع تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری از اهمیت بسزایی برخوردار است؛ زیرا رسانه‌ها به‌گونه‌ای بر الگوهای زندگی مردم اثر می‌گذارند که مخاطبان، بسیاری از فعالیت‌های دیگر خود را با برنامه‌های آنان تنظیم می‌کنند و به همین دلیل تلویزیون به‌صورت یک گروه مرجع قوی درآمد است (گیدنز، ۱۳۷۳، ص ۴۷۶). براساس این قاعده هر چه تلویزیون بتواند به‌صورت یک گروه مرجع مثبت دربیاورد، تأثیر و نفوذ بیشتری بر بینندگان خود می‌گذارد. این نفوذ از طریق تغییر نگرش‌ها، گرایش‌ها، باورها، ارزش‌ها یا رفتار اشخاص دیگر صورت می‌گیرد که منجر به تغییر رفتار بر اثر تقلید می‌شود و دانشمندان از آن به برانگیختن مخاطبان به عمل یاد کرده‌اند. (فرهنگی، ۱۳۷۳، ص ۴۶)

از این‌رو لازم است مهم‌ترین راهبرد رسانه ملی که یک منبع ارسال پیام در معرفی و بازنمایی الگوهای مورد علاقه مخاطبان خود است، پرهیز از گرایش به روحیه اشرافی‌گری و تجمل‌گرایی باشد؛ زیرا انسان‌ها، به‌عنوان تماشاچیان فیلم‌ها در شرایط بسیار حساسی، خود را جای هنرپیشه‌ها گذاشته، رفتار آنان را تقلید کرده، ارزش‌های ناخودآگاهانه تزریق‌شده را درونی می‌کنند. (رفیع‌پور، ۱۳۷۰، ص ۳۶)

بر این اساس، اثر حاضر برای دستیابی به هدف فوق و پشتیبانی پژوهشی از برنامه‌سازان، با مطالعه و بررسی علمی برنامه‌های رسانه ملی به رشته تحریر درآمده است. به دلیل کمبود ادبیات نظری در این زمینه، به نظر می‌رسد این پژوهش بتواند خلأ موجود را تا حدودی پر کند و بستر لازم را برای انجام‌دادن پژوهش‌های جدید فراهم سازد.

در پایان از زحمات پژوهشگر ارجمند، جناب آقای دکتر مهدی مبینی در پدیدآوری این اثر سپاسگزاری می‌کنیم و امیدواریم پژوهش پیش رو مورد استفاده مدیران، برنامه‌سازان و پژوهشگران رسانه ملی قرار گیرد.

اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه