



جمهوری اسلامی ایران

مرکز مدیریت حوزه علمیه استان قم

رساله علمی سطح ۳

تولید خبر در رسانه های خبری و احکام فقهی آن

راهنما: استاد احمد مبلغی

مشاور: استاد هاشم نیازی

محقق: محمد جواد گلزار

۱۳۹۵

چکیده

دنیای امروز را دنیای ارتباطات و رسانه ها نامیده اند. اطلاع رسانی با استفاده از رسانه های نوین خبری از جمله مسائل نوپدید است که در عصر ما رخ داده است. پیدایش موضوعات جدید، مستلزم پژوهش های جدید فقهی است تا وظایف مکلفان را در مواجهه با آنها روشن ساخته و دیدگاه فقه اسلامی را در این حوزه ها معین سازد. در این میان تولید خبر در رسانه های خبری از جمله مباحثی است که به شدت محتاج به بررسی های دقیق فقهی است تا وظایف مکلفان شامل خبرنگاران، عکاسان، دبیران، سردبیران و همه دست اندرکاران عرصه خبر را روشن سازد.

در این رساله سعی شده ابتدا فرآیند تولید خبر در رسانه های خبری تا پیش از انتشار شامل انتخاب سوژه، گردآوری اطلاعات و نگارش خبر تشریح شده و سپس احکام ناظر به موضوعات اخبار به صورت عام، منابع خبر و همین طور هر یک از مراحل تولید خبر مورد بحث و بررسی قرار گیرد. علاوه بر این وظایف فقهی در خصوص تصحیح و اصلاح خبر منتشر شده نیز مورد مذاقه قرار گرفته است.

کلمات کلیدی: تولید خبر، رسانه خبری، احکام رسانه، فقه رسانه، فقه خبر.

فهرست

۱.....	مقدمه.....
	بخش اول: کلیات
۷.....	تعاریف.....
۷.....	تعریف خبر.....
۸.....	معنای اصطلاحی.....
۱۰.....	عناصر خبر.....
۱۱.....	سوژه.....
۱۲.....	تیتیر.....
۱۲.....	لید.....
۱۳.....	تعریف رسانه.....
۱۴.....	انواع رسانه.....
۱۴.....	رسانه خبری.....
۱۵.....	کارکردهای رسانه های خبری.....
۱۶.....	انواع رسانه خبری.....
۱۶.....	روزنامه.....
۱۷.....	رادیو.....
۱۷.....	تلویزیون.....
۱۷.....	ماهواره.....
۱۸.....	خبرگزاری.....
۱۹.....	اینترنت.....
۲۰.....	شبکه های اجتماعی.....

۲۰	تلفن همراه و ابزارهای آن
۲۱	تقسیمی دیگر در انواع رسانه خبری
۲۲	فصل دوم
۲۲	تاثیرگذاری رسانه
۲۲	نقش رسانه در زندگی اجتماعی و فردی انسان
۲۳	تاثیرگذاری سیاسی
۲۴	تاثیرگذاری اقتصادی
۲۵	تاثیرگذاری فرهنگی اجتماعی
۲۵	روبرت مرداک مرد شماره یک رسانه های جهان
۲۶	تاثیر رسانه بر سبک زندگی
۲۷	نقش رسانه در حیات دینی فرد و جامعه
۲۸	جمع بندی
	بخش دوم: تولید خبر در رسانه های خبری
۳۱	ارزش های خبری
۳۳	منابع خبر
۳۵	اعتبار منابع خبر
۳۶	تیترونیسی
۳۷	خصوصیات یک تیتر مناسب
۳۷	انواع تیتر
۳۸	روتیتر
۳۸	لیدنووسی
۳۹	سبک های خبری
۴۱	سبک هرم وارونه
۴۳	سبک تاریخی

.....	سبک تاریخی به همراه لید	۴۴
.....	سبک پایان شگفت انگیز	۴۵
.....	سبک الماس خبری	۴۶
.....	نرم خبر	۴۸
.....	بیان اطلاعات تکمیلی در نرم خبر	۴۸
.....	دروازه بانی خبر	۵۰
.....	عکس و فیلم خبری	۵۲
.....	عکس های خبری بدون شرح	۵۲
.....	عکس تزئینی و آرشیوی	۵۳
.....	بد اخلاقی در استفاده متعارض از عکس در خبر	۵۳
.....	جمع بندی	۵۴
بخش سوم: بررسی فقهی تولید خبر			
.....	گفتار اول: بررسی فقهی موضوع خبر و ارائه احکام آن	۵۷
.....	عناوین اولیه و ثانویه	۵۷
.....	عنوان اولی	۵۹
.....	صداقت و پرهیز از کذب	۵۹
.....	معنی کذب	۵۹
.....	حرمت کذب	۶۰
.....	قلمروی اتصاف به کذب	۶۱
.....	معیار کذب مطابقت با واقع و یا مطابقت با منظور گوینده	۶۱
.....	مبالغه	۶۲
.....	وجوب صدق	۶۳
.....	خبر مشکوک الصحه	۶۴
.....	ایجاد تفرقه	۶۵

۶۶	وجوب وحدت
۶۷	قاعده وحدت
۶۸	افشای اسرار
۶۹	تجسس
۷۰	اشاعه فحشا
۷۲	عنوان ثانوی:
۷۲	تضعیف نظام اسلامی
۷۳	اضرار
۷۶	مجوزات دروغ در تولید خبر
۷۷	حفظ جان و مال و عرض مسلمانان
۷۷	اصلاح ذات البین
۷۷	مسائل مربوط به جنگ
۷۸	تعارض اهم و مهم در نشر اخبار
۷۹	راست فتنه انگیز
۷۹	گفتار دوم: بررسی فقهی منابع خبر، و احکام آن:
۸۱	بررسی فقهی استیفای حقوق منبع اصلی در صورت نقل خبر از دیگر منابع
۸۲	حقوق مالکیت معنوی
۸۲	دلایل نقلی
۸۳	دلیل عقلی
۸۳	دیدگاه امام خمینی
۸۴	دیدگاه فقهای موافق
۸۵	نقد و بررسی
۸۶	جمع بندی
۸۶	شرایط خبرنگار به عنوان یک منبع در تولید خبر

۸۷ وثاقت
۸۷ بی طرفی
۸۹ گفتار سوم: احکام مربوط به نگارش و پردازش خبر و ارائه احکام آن
۹۰ اغراق در تیترونویسی
۹۰ تغییر مسیر خبر در نگارش نرم خبر
۹۱ عدم ارائه همه ابعاد یک خبر
۹۳ استفاده از عکس یا فیلم غیر مرتبط با خبر
۹۳ سبک پایان شگفت انگیز
۹۴ تیتراستنباطی
۹۴ وظایف سردبیر و دبیران خبر (دروازه بانی اخبار)
۹۵ جمع بندی
	بخش چهارم: تصحیح و اصلاح خبر منتشر شده
۹۷ تکذیب یا اصلاح «من علیه الخیر»
۹۸ اعاده حیثیت
۱۰۰ تکذیب منبع خبر
۱۰۱ خطای رسانه
۱۰۲ خطای رسانه در افشای اسرار
۱۰۳ خطای رسانه در اشاعه فحشا
۱۰۴ خطای منبع
۱۰۵ آگاهی رسانه خبری از کذب خبر منتشر شده
۱۰۵ بازتاب منفی
۱۰۶ استثنائات تصحیح خبر
۱۰۶ روزنامه نگاری بحران
۱۰۷ اختلاف میان منابع

۱۰۷.....	نقل ناقص و نادرست دیگر رسانه ها
۱۰۷.....	نحوه تصحیح.....
۱۰۸.....	تفاوت رسانه ها در تصحیح خبر
۱۰۹.....	تفاوت اخبار تصحیح کننده
۱۱۰.....	جمع بندی.....
۱۱۲.....	جمع بندی و نتیجه گیری.....
۱۱۶.....	فهرست منابع.....

مقدمه

بسم الله الرحمن الرحيم

دوره کنونی را عصر ارتباطات نامیده اند. برهه ای از زمان که کوچکترین واقعه ای از شرق عالم در کسری از ثانیه به غرب عالم می رسد و فراهم آمدن موج عظیمی از رسانه ها، انسان ها را در کورانی از اطلاعات خواسته و ناخواسته قرار می دهد. با گسترش روز افزون فناوری های ارتباطی، و در پی آن ارتباطات مبتنی بر این فناوری ها، در هر لحظه حجم بسیاری از داده ها بر بستر امواج نشسته و به میلیاردها انسان ساکن کره خاکی می رسد.

هم گام با توسعه پرشتاب ارتباطات و رسانه ها یکی از مهمترین و چه بسا مهم ترین محتوایی که بر این بستر سوار شده و شاید بتوان گفت بیشترین حجم از داده را در مقایسه با دیگر عناوین به خود اختصاص داده، خبر است. خبر که تاریخ پیدایش اش را باید همراه با حضور انسان بر زمین دانست با هر توسعه ای در سخت افزار ارتباطی همگام شده و در هر رسانه ای رخ نموده است.

ارسال اخبار با استفاده از پیک ها برای دربار سلاطین و امرا، شکل گیری صنعت چاپ و انتشار روزنامه و مجلات، اختراع تلگراف و تلفن، راه اندازی ایستگاه های رادیویی، تولید و انتقال تصاویر متحرک که منجر به

اختراع تلویزیون شد، ارسال ماهواره ها به فضا، فراگیر شدن شبکه جهانی اینترنت و حرکت به سمت ابزارهای هوشمندی همچون تلفن همراه و تبلت ها گوشه ای از مسیری است که خبر یکی از رکن های مهم آن بوده است.

در جهان امروز مدیریت خبر و مالکیت بنگاه های خبرپراکنی یکی از مهم ترین مولفه های حفظ و تغییر قدرت سیاسی، فرهنگی و اقتصادی به حساب می آید. همین مساله سبب شده تا علاوه بر تاثیرگذاری بالای مقوله خبر بر مخاطبان، گردش مالی عظیمی نیز در عرصه خبررسانی شکل گیرد. گردشگری که در آن از خبرنگار، عکاس، فیلم بردار، دبیر و سردبیر گرفته تا مالکان رسانه های کلان، مدیران عرصه های تبلیغاتی و فعالان سیاسی و اقتصادی حضور دارند و هر یک در صددند تا آورده خود را از این «صنعت رسانه» افزایش دهند.

در جهان غرب که به نوعی سردمدار حرکت به سمت توسعه خبر و و خبررسانی و مدیریت آن و همین طور ابداع عرصه های نوین خبررسانی است، نظام حقوقی و اخلاقی خاصی متناسب با ارزش های حاکم بر آن جوامع در عرصه رسانه و به خصوص خبر وجود دارد که فعالان این عرصه موظف به حرکت بر مدار آن و عدم تخلف از آن هستند.

اما نکته ای که شاید کمتر بدان توجه شده، توجه به ابعاد حقوقی و اخلاقی عرصه رسانه و خبر از منظر شریعت اسلام است. اسلام به عنوان آخرین پیام الهی و مدعی کامل ترین مکتب خدا برای بشر خاکی در همه عرصه های حیات انسانی روش و سیره خاص خود را داراست. در این میان فقه شیعی به عنوان یک مدرسه فقهی پویا سردمدار پیروی از اجتهاد در عرصه هایی است که نیاز به کنکاش و غوص در آیات و روایات دارد تا از دل آن بتوان به گهرهای ناب احکام دست یافت. بر عهده محققان و اندیشوران فقه شیعه است تا با بررسی های مجدانه نسبت به همه عرصه های نوظهور پاسخ های مناسب و در خور یابند و تفوق مکتب اهل بیت (ع) را در تبیین دستورالعمل های الهی در حیات بشری به رخ کشانند.

عرصه ارتباطات و رسانه و خبر نیز از عرصه های نوظهوری است که سرعت تحولات آن روز به روز افزایش یافته و از همین رو ضرورت دارد تا نسبت به فعالیت فقهی جدی در آن برنامه ریزی و دقت نظر ویژه داشت.

در این میان موضوع خبر به تنهایی می تواند چالش های بسیاری را فراروی اهل دقت و نظر قرار داده و به عنوان یکی از مسائل نوپدید (از منظر قالب های متنوع جدید و ساختارهای نوین) موضوع پژوهش های فقهی واقع شود.

مهم تر از ارائه یک خبر در رسانه ها، نحوه تولید و فرآیند یک خبر در مرحله شکل گرفتن آن است. این که خبرنگار چه موضوعی را به عنوان خبر برگزیند و کدام موضوع را رها کند، چگونه خبر را به نگارش درآورد، چه تیرتی انتخاب کند، سردبیر در قبال اخبار رسیده چه کند و عملا در حوزه دروازه بانی اخبار چه وظایفی دارد، همه از مباحثی است که پیش از انتشار خبر و در مرحله تولید خبر باید بدان ها پاسخ گفت.

بر این اساس در این رساله درصددیم به اندازه توان محدود خویش، بخشی از موضوعات حوزه تولید خبر را بررسی کرده و نسبت به برخی از احکام متناظر با این موضوعات اشاراتی بیان شود. قطعا بررسی همه جانبه فقهی موضوع تولید خبر مجال مفصل تر و تعمق و اجتهاد فراوانی می طلبد که امید است این پژوهش راهگشای فعالیت هایی این چنین باشد و مسیر فقه خبر و رسانه با تعمق و پژوهش اساتید و محققان به کمال و غنای لازم برسد.

بیان مساله و تعیین قلمرو آن: بررسی فقهیفرآیند تولید خبر در رسانه های خبری در حوزه های مختلف سوژه و موضوع خبر، منابع اخبار و پردازش خبر تولیدی تا مرحله پیش از انتشار و همچنین وظایف تولید کننده خبر در صورت عدم تطابق خبر با واقع در تصحیح خبر از جمله مباحث مورد بحث در این مقاله است.

سوال اصلی تحقیق: چه احکامی بر روند تولید خبر در رسانه های خبری حاکم است؟

سوالات فرعی:

- ۱- آیا خبرنگار مجاز به تجسس در فرآیند تولید خبر است؟
- ۲- آیا یک منبع خبری بدون ذکر منبع اصلی خبر اجازه نشر خبر اختصاصی را داراست؟
- ۳- در پردازش خبر چه عناصری باید مورد دقت و توجه قرار گیرد؟
- ۴- تصحیح خبر تکذیب شده وظیفه چه کسی است؟

سوالات فرعی تر:

- ۱- چه اسراری را می توان در فضای عمومی رسانه ها در قالب خبر منتشر کرد؟
- ۲- آیا نحوه ارائه اطلاعات تکمیلی در نرم خبر می تواند تابع حکمی فقهی باشد؟
- ۳- از چه تیترهایی در خبر نمی توان سود برد؟
- ۴- بازتاب منفی تا چه حد می تواند باعث روند تصحیح خبر شود؟

فرضیه تحقیق: روند تولید خبر در رسانه های خبری تابع احکام فقهی معینی است که در جزء به جزء این فرآیند باید مورد بررسی قرار گیرد. در مسیر تولید خبر باید از برخی محرمانه مانند تجسس، افشای اسرار و... اجتناب کرد. منابع خبری موظف به صداقت و امانت داری در تولید خبر هستند. نحوه تیتر زنی و پردازش خبر نباید تداعی کننده مفهوم دیگری مخالف با حادثه رویداده باشد. رسانه های خبری در صورت کشف خلاف در اخبار موظف به تصحیح اخبار خود هستند.

اهداف و فوائد تحقیق: دست یابی به برخی احکام فقهی در راستای تولید اخبار در رسانه ها و روشن ساختن موضوعات مختلف در حیطه فعالیت خبری. همچنین ارائه دستورالعملی به مراکز و افرادی که در حال فعالیت در عرصه خبر هستند می تواند از اهداف این مقاله باشد.

بر خود فرض می دانم که از زحمات و راهنمایی های استاد فرزانه و دانشمند **استاد احمد مبلغی** کمال تشکر را داشته باشم که شکل گیری این فعالیت جز با مدد الهی و راهنمایی های دلسوزانه و عالمانه ایشان فراهم نبود و هر آن چه از نکات بدیع در این اثر است متعلق به ایشان و ضعف ها و کمبود ها از نگارنده است. همچنین مشاوره های استاد محترم و معزز **استاد هاشم نیازی** بر غنای علمی این اثر افزوده که از ایشان نیز کمال تشکر را دارم.

و آخر دعوانا ان الحمد لله رب العالمین

محمد جواد گلزار