



بررسی نشر اکاذیب در حوزه رسانه ها و مطبوعات از منظر فقهی

پدیدآورنده (ها) : سعدی، حسین علی؛ بیژنی، مهدی

فقه و اصول :: نشریه فقه و حقوق ارتباطات :: پاییز و زمستان ۱۳۹۱ - شماره ۳

صفحات : از ۳۳ تا ۴۸

آدرس ثابت : <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/973633>

تاریخ دائلود : ۱۴۰۲/۰۹/۰۶

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل و بر گرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [قوانین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.



- بحثی پیرامون افترا و نشر اکاذیب و قذف در قوانین جاری
- همپوشی در رفتار بزه (بررسی موردی نشر اکاذیب رایانه‌ای و افترا از طریق یارانه)
- جرم انگاری رسانه ای: رمزگذاری و رمزگشایی مستند شوک
- جستاری در نظریه و روش تحلیل گفتمان فرکلاف
- مقایسه تطبیقی محدودیت های حاکم بر آزادی مطبوعات در نظام حقوقی ایران و انگلستان
- عملیات روانی رسانه ای برای کنترل اذهان
- واکاوی گونه های دخالت ذهنیت راویان در فهم حدیث
- مروری بر نظریه های جرم شناختی و جامعه شناختی پیشگیری از جرم براساس تقسیم بندی «ون ویک» و «دوارد»
- تحقیق در معنای کنایی (رکوب بر اعجاز ابل) در حکمت ۲۲ نهج البلاغه: (لنا حق فین اعطیناه و الارکبنا اعجاز الابل و ان طال السری)
- راویان مکتب: کاربرد داده های رجالی برای شناسایی جریانی فرهنگی
- تحلیل شیوه های بازنمایی گزینش خبر بر مبنای رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی
- جرم انتقال مال غیر در حقوق کیفری ایران

عناوین مشابه

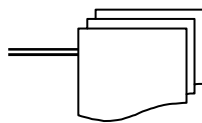
- بررسی نقش رسانه ها در حفاظت از محیط زیست و تأثیر آنها در رفتار مردم و مدیران از منظر شکل گیری فرهنگ مصرف
- علم سنجی و تحلیل محتوی پژوهش ها در حوزه کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی در سازمان
- بررسی ارتباط بین هویت ملی و استفاده از رسانه ها در بین دانشجویان
- جایگاه شنود در نقض حریم خصوصی از منظر فقه و حقوق؛ تأملی بر کتاب «بررسی احکام فقهی و حقوقی استراق سمع»
- بررسی تاثیر پیش فرض ها در فهم و راه های کنترل آن ها از منظر هرمنوتیک فلسفی و علوم اسلامی
- نگاه: در گفت و گوی رئیس مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها تشریح شد: تأثیر سیاست های حوزه مطبوعات بر آینده فعالیت های مطبوعاتی
- بررسی امکان به‌کارگیری قراردادهای مشتقه در بازارهای مالی از منظر فقهی و حقوقی
- بررسی و تحلیل ابعاد مسئولیت دولت ها در رابطه با جبران خسارت ناشی از آلودگی نفتی دریایی از منظر حقوق، اسناد و آرای دادگاه های بین المللی
- آسیب شناسی مخاطب پنداری در حوزه ی رسانه ها جهانی شدن و عصر پس از دهکده ی جهانی
- بررسی فرصت ها و چالش های گذار به دموکراسی در ترکیه، از دهه ۱۹۸۰ تا کنون ، از منظر نظریه سازه انگاری



بررسی نشر اکاذیب در حوزه رسانه‌ها و مطبوعات از منظر

فقهی

دکتر حسینعلی سعدی * مهدی بیژنی **



چکیده: تمامی نيات و اعمال مسلمان بایستی در راستای دستورات خداوند و در جهت کسب رضایت پروردگار و منطبق با خواست خداوند متعال باشد. از جمله این اعمال، فرایند خبررسانی در رسانه‌های جامعه اسلامی می‌باشد که آن هم در ذیل یک اصل کلی، به نام اصل انطباق با اوامر الهی قرار می‌گیرد. امروزه با توجه به گسترش مطبوعات و رسانه‌ها و میزان تأثیر گذاری این عناصر خبری بر اقشار مختلف جامعه، بررسی احکام خبر و خبررسانی، در عصر ارتباطات و لزوم پاسخگویی فقهی به این مسائل در جامعه اسلامی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. در مقاله حاضر سعی شده است که به یکی از این عناوین فقهی با عنوان "نشر اکاذیب" که یکی از مسائل مبتلا به در حوزه خبر و خبررسانی می‌باشد، پرداخته شود. و به این سوال اساسی و مهم اصحاب رسانه و مطبوعات جواب داده شود که آیا این عمل بر اساس آموزه‌های فقهی، در حوزه خبر نیز محکوم به حرمت می‌شود یا خیر؟

کلید واژگان: خبر، مطبوعات، رسانه، نشر اکاذیب



*. استادیار و مدیر گروه فقه و مبانی حقوق دانشگاه امام صادق (ع).

** دانشجوی دکتری فقه جزا دانشگاه یزد (واحد میبد) ایمیل : Mahdi.bijani@gmail.com

مقدمه:

ارتباطات و خبررسانی قدمتی به طول حیات بشر دارد، که به دلیل گرایش‌های فطری انسان به برقراری رابطه با دیگران و پیدایش زندگی اجتماعی همواره جزء جدایی‌ناپذیر زندگی بشر بوده است. اما امروزه با پیدایش وسایل ارتباطی جدید و توسعه شبکه‌های ارتباطی شکل و کارکرد ارتباط، دگرگونی‌های اساسی پیدا کرده به طوری که در دهه‌های اخیر «انقلاب ارتباطی» رخ داده است. در نتیجه این دگرگونی، وسایل ارتباطی بر زندگی ما سایه افکنده و نادیده گرفتن آنها ممکن نیست و مطالعه پیامدهای مختلف این پدیده و تلاش برای استفاده مطلوب از آن ضرورت دارد. اطلاع‌رسانی و انتشار سریع اخبار و نیز کاهش یا حذف فاصله زمانی و مکانی، یکی از پیامدها و کارکردهای وسایل ارتباطی جدید است. با توجه به جایگاه و اهمیت موضوع خبر و خبررسانی، مقاله حاضر در صدد سازمان دهی به بحث «نشر اکاذیب در حوزه خبر و خبررسانی» از منظر فقه امامیه می‌باشد و با توجه به اینکه، در یک حکومت اسلامی که داعیه جهانی شدن و برنامه ریزی در سطحی جهانی برای مردمان دنیا دارد. می‌توان گفت که، علم فقه مسئول و پیگیر تحقق سلامت معنوی و مادی، هدایت و عدالت در جامعه بشری است و این سه، ابتناء تامی بر آگاهی‌های اجتماعی دارند. این علم نمی‌تواند در قبال خبر و رسانه‌های جمعی که حامل و ناقل بخش مهمی از آگاهی‌های اجتماعی هستند، برخوردی خنثی و یا غیر ناظر به ماهیت و کارکرد آنها داشته باشد. این مدعا با شواهدی از نقل و نیز عقل قابل تأیید می‌باشد.

تعریف خبر:

دکتر کاظم معتمد نژاد در کتاب روزنامه نگاری تعریف‌های گوناگونی درباره خبر ذکر کرده اند، که عیناً به نقل آنها می‌پردازیم:
نیل اسپنسر آمریکایی خبر را شامل هر عمل و اندیشه واقعی که برای عده کثیری از خوانندگان جالب توجه باشد معرفی می‌کند.
و.ج. بلایر: خبر را هر موضوع جاری که به علت جالب بودن و طرف توجه قرار گرفتن در مطبوعات منتشر می‌شود، می‌شناسد.

اس. مولبی: خبر را نقل واقعی و عینی حوادث جاری مهمی که در روزنامه چاپ می شود و مورد توجه خوانندگان قرار می گیرد، می شناسد. میچل. وی. چارنلی آمریکایی، خبر را گزارش مناسب، خلاصه و دقیق یک رویداد می داند و نه خود رویداد. (معتمد نژاد، ۱۳۶۸: ۱۸-۱۷)

وی در نتیجه گیری از سخنان دانشمندان حوزه خبر و رسانه می گوید: به طور کلی با توجه به تعریف های گوناگون بالا می توان تعریف جامع خبرهای مطبوعاتی را به طریق زیر ذکر کرد:

«خبر، اعلام و بیان وقایع جالب زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی است» البته مشخص می باشد که اعلام خبر به طرق گوناگون می تواند صورت بگیرد و فرق ندارد اعم از کتبی، شفاهی، تصویری و... باشد. (معتمد نژاد، ۱۳۶۸: ۱۸)

باید و نبایدهای فقهی خبر:

در اینجا بهتر است برای تقریب به ذهن مخاطب، تعریف مختصری از علم فقه داشته باشیم.

فقه در لغت: به معنای فهم عمیق است و همین واژه در اصطلاح فقها، به معنای آشنایی با احکام فرعی شرعی است که، از راه ادله تفصیلی آن یعنی قرآن، سنت، اجماع و عقل بدست می آید و ققیه، امروزه به فردی اطلاق می شود که دارای قدرت استنباط احکام فرعی شرعی از راه ادله تفصیلی آن باشد. (جناتی، ۱۳۷۴: ۳)

اهمیت خبررسانی و نقش آن در ایجاد بستر مناسب برای رشد و تعالی افکار و اخلاق عمومی و نقش آن در الگوسازی برای جامعه باعث شده که، دین برای جایگاه خبررسانی باید و نبایدها و تکالیف مهمی را پیش بینی کند. که در واقع، از تلفیق باید و نبایدهای اخلاقی، حقوقی و فقهی خبر است که بدین وسیله جایگاه رفیع آن تحقق می یابد.

در مکتب اسلام علم فقه عهده دار تبیین بایدها و نبایدهای فردی و اجتماعی است. اگرچه، در اصطلاح قرآن و سنت "فقه" به معنای علم وسیع و عمیق به معارف و دستورهای اسلامی می باشد، اما در تاریخ علوم اسلامی این اصطلاح به تدریج به "فقه الاحکام" اختصاص یافت. در علم فقه احکام اموری مورد بحث

قرار می گیرد که انسان در واقعیت زندگی انجام می دهد یا باید انجام دهد. (آشنا، ۱۳۸۲: ۱۲)

باید و نبایدهای فقهی خبر با توجه به عصر ارتباطات و لزوم پاسخگویی فقه به مسائل جامعه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و به تکالیف و وظایف خبرنگار و رسانه‌های خبری می پردازد.

نشر اکاذیب (نشر مطالب غیر واقع):

کذب در لغت:

در بعضی از کتاب‌های لغت کذب به معنای خلاف صدق معنا شده است. (ابی حسین، ۱۴۰۴ق: ۱۶۷)

در جایی دیگر، کذب در مقابل صدق بوده و به معنای خلاف واقع و حق می باشد. (مصطفوی، ۱۳۷۲: ۳۳)

همچنین، کذب به معنای خلاف اعتقاد شخص نیز معنا شده است. (راغب اصفهانی، ۱۴۰۴ق: ۷۰۴)



مفهوم کذب:

در تفسیر کذب (دروغ)؛ «موسوم در گذشته و در کتب پیشینیان چنین بوده است که، کلام راست را کلام مطابق با واقع و در نقطه مقابل، دروغ را به معنی عدم مطابقت کلام با واقع تفسیر می کردند و منظور از واقع را هم چیزی می دانستند که در خارج نسبت کلام خبری با آن سنجیده می شود. در برابر این تفسیر مشهور، تفاسیر دیگری نیز رایج بوده است، از جمله تفسیری که، صدق و کذب خبر را براساس مطابقت و عدم مطابقت آن با اعتقاد مخبر می شناسد، اگر چه اعتقاد وی خطا و اشتباه باشد. (فخار طوسی، ۱۳۸۵: ۲۱۸)

نتیجه آن چه گفته شد این است که، خبر کذب، خبری است که در نظر کسانی که آن را منتشر می سازند یا در نظر مخاطبان با واقعیت مطابقت نداشته باشد.

شیخ انصاری (ره) در این باره می گوید: "ملاک در صدق و کذب گفتار، معنایی است که توسط گوینده قصد می شود." (انصاری، ۱۴۱۵ق: ۳۵)

در ذیل بحث از تعریف کذب، شایسته است برخی از مصادیق مشکوک را که

احتمال انطباق عنوان کذب در مورد آنها وجود دارد را بررسی کنیم، مصادیقی که امروزه در رسانه‌های خبری و در نشر اخبار و اطلاعات به عنوان روش‌هایی رایج در اطلاع‌رسانی استفاده می‌شود:

الف- مبالغه و بزرگ‌نمایی:

در فعالیت‌های رسانه‌های عمومی از جمله رایج‌ترین شگردها و ابزار، مبالغه و بزرگ‌نمایی است. دیده می‌شود که گاه روزنامه‌ای تیترو را برای عنوان خبری بر می‌گزیند که در مقایسه تیترو و خبر، نابرابری فاحشی مشاهده می‌شود، و یا پدید آورنده یک اثر نمایشی و هنری ناچار می‌گردد که در روایت یک واقعه تاریخی دخل و تصرف کرده، آن را با پردازش بسیار پررنگتر و بزرگتر از آنچه که روی داده، نمایش دهد. که این عنصر در شمار جذابترین عناصر کار رسانه و خبررسانی قرار دارد. سنت فقهی پیشینیان بر این بوده است که مبالغه و بزرگ‌نمایی را هر اندازه که باشد، دروغ به شمار نمی‌آورند، شیخ انصاری (ره) در این باره می‌گوید: «مبالغه در ادعا به هر مرتبه‌ای که برسد، دروغ نیست و شایسته اشکال نمی‌باشد.» (انصاری، ۱۴۱۵ق: ۵۰) علت این ادعا را چنین ذکر کرده‌اند: «در مبالغه و بزرگ‌نمایی، گوینده، خبر دادن از واقع را در نظر داشته، اگر چه در نحوه اعلام و رساندن خبر به مبالغه متوسل گردیده است، لذا باید آن را موضوعاً از کذب خارج دانست.» (خویی، ۱۴۰۳ق: ۳۹۷) آنچه در این حکم مد نظر فقها بوده است، نفس مبالغه می‌باشد.

با این وجود، فقهای گذشته یک مورد را استثنا کرده و مبالغه را مصداق دروغ دانسته‌اند و آن، جایی است که مبالغه بی تناسب و نابجا باشد، همانند آنکه صورت زشتی، به ماه شب چهارده مانند گردد. (انصاری، ۱۴۱۵ق: ۵۰)

علت آنکه عنوان کذب بر این مورد منطبق می‌باشد، آن است که در حقیقت گوینده بر واقع افزوده است، در حالی که ملاک مبالغه یعنی تناسب و به جا بودن نیز منتفی است، در نتیجه مبالغه متضمن نوعی خلاف واقع است. (امام خمینی، ۱۴۱۰ق: ۵۹)

تحلیل این گفته‌ها ما را به آنجا می‌رساند که در مبالغه، کلامی القاء می‌شود که دارای دو معنا است:

الف) معنایی که بدواً به ذهن شنونده می‌رسد.

ب) معنایی که ممکن است به واسطه قراین برداشت گردد.

اگر چه معنای اول مخالف با واقع باشد، اما همینکه معنای دوم با واقعیت مطابقت داشته و توسط گوینده قصد گردیده باشد، عنوان دروغ را دور خواهد ساخت. تشبیهات، استعاره‌ها و کنایات همگی از این قبیل هستند و مبالغه‌های بی تناسب و نابجا نیز درست به همین دلیل دروغ شمرده می‌شوند که فقدان وجه شبه و تناسب بین مثلاً صورت زشت و جمال گل می‌باشند و معنای دوم را بازگو نمی‌کنند تا به وسیله گوینده اراده شده باشد و یا اگر وجود دارد و اراده شده، مطابقتی با واقع ندارند. (فخار طوسی، ۱۳۸۵: ۲۲۳-۲۲۴)

دروغ گفتن به قصد مزاح و شوخی نیز همین طور است. اگر شوخی یا مزاح بودن آن را با قرینه ای اعلام نکنند مخاطب به اشتباه می‌افتد و احتمال صدق آن را می‌دهد، مگر مواردی که گوینده یا نویسنده یا کتاب او خود قرینه‌ای بر شوخی بودن مطلب باشد، مانند مجلات فکاهی، البته در مورد جواز یا عدم جواز دروغ شوخی هم میان فقها اختلاف نظر وجود دارد. (زیبایی نژاد، بی تا: ۱۲۹)

ب- تحریف:

اصل حرمت تحریف کلام غیر، به حرمت کذب بازگشت دارد و ما در اینجا، پس از مفروض گرفتن حرمت آن می‌گوییم: هر خبری که به گونه ای سخن دیگران را تحریف کند به گونه ای که معنای آن سخن را آن طور که القاء شده، انتقال ندهد، خبر ممنوع و حرام است. حال درجه حرمت آن به درجه و میزان تحریف و نیز به ارزش و اهمیت کلام و نیز شخصیت و شأن صاحب کلام بستگی دارد.

نقل ناقص کلام دیگران، انتخاب کردن قسمت هایی از آن، بزرگ کردن قسمتی و بی اهمیت جلوه دادن قسمتهای دیگر و ... از دیگر موارد تحریف خبر تلقی می‌شود. (قانع، ۱۳۸۹: ۱۶۱-۱۶۰)

امام خمینی (ره) در همین زمینه اهل مطبوعات را توصیه به رعایت این نکته و دوری از غش و تقلب در کار خبر رسانی می‌کنند: «باید توجه کنید که روزنامه ای تیتراش چیزی باشد که محتوایش آنطور نباشد؛ نه به آن تندمی که در تیتراش است و نه



به آن عظمت، این غش است. درست مثل کاسبی که روی متاعش چیز خوب می ریزد و آخرش فاسد است و این حرام است و اگر تیترا با محتوا نخواند، غش است که شما با قلمهایتان می کنید». (امام خمینی، ۱۳۶۱: ۴۴۴)

ج- اخبار مشکوک:

خبرهایی که صحت آنها محرز نیست گاه به دلیل مضمون حساس و هیجان انگیزش رسانه‌های خبری را وا می‌دارد که برای جذب مخاطب و ایجاد تمایل و رغبت در ایشان، مورد توجه مبادی خبر و فرستنده‌ها قرار گیرد.

دیدگاه فقهی برخی فقها بر ممنوعیت نشر اخبار مشکوک استوار است و آنان بر این اساس معتقدند، اخباری را می‌توان منتشر نمود که به مطابقت آن با واقع علم وجود داشته باشد. (امام خمینی، ۱۴۱۰ق: ۷۸) هرچند قبح انتشار اخبار مشکوک در برخی موارد انکار پذیر نیست، اما نمی‌توان در همه جا چنین حکمی داد.

درباره عدم انتشار اخبار مشکوک این توضیح ضروری است که گاهی خبر به واسطه منبع و نحوه انتشار خبر مشکوک است و گاهی به واسطه محتوای آن. به این ترتیب، اگر شک درباره منبع و نوع انتشار خبر باشد، قابل انتشار نیست. اما اگر شک درباره محتوای خبر باشد قابل انتشار است. مانند اینکه، منبع موثق و شناخته شده‌ای خبری را اعلام کند که در ضمن مفاد خبر نسبت به مسئله‌ای تردید شده است. در این صورت خبر قابل انتشار است و مفاد تردیدآمیز خبر مانع از انتشار آن نیست. (پویا، ۱۳۸۴: ۱۱۳)

ادله حرمت دروغ و نشر اکاذیب:

قرآن:

آیاتی از قرآن کریم که در این راستا ذکر شده است. همگی مربوط به دروغ بستن به خدا، پیامبر (ص) و اولیای دین و یا تکذیب ایشان توسط کفار و ناآگاهان می‌باشد و آیه‌ای که دلالت بر حرمت و ممنوعیت دروغ به طور مطلق نماید، در دست نیست. نمونه‌ای از این آیات، این آیه شریفه می‌باشد: "و من اظلم ممن افتری علی... کذباً او کذباً بآیاته انه لایفلح الظالمون"

چه کسی ستمکارتر است از آن کس که بر خدا دروغ بسته (همتایی برای او

قائل شده) و یا آیات او را تکذیب کرده است؟ مسلماً ظالمان، رستگار نخواهند شد. (انعام/۲۱)

برخی از آیات نیز به حسب ظاهر بر ممنوعیت هر گونه دروغ دلالت می کنند و مورد استدلال تنی چند از فقها قرار گرفته اند، مانند این آیه شریفه «انما یفتی الیکذب الذین لایؤمنون بایات... و اولئک هم الیکاذبون» تنها کسانی دروغ می بندند که به آیات خدا ایمان ندارند (آری) دروغگویان واقعی آنها هستند. (نحل/ ۱۰۵)

ولی در واقع، آیه فاقد چنین دلالتی می باشد چرا که تدبیر در مضامین آیات قبلی مقصود بودن دروغ بر خدا و اولیای دین را اثبات می نماید.

روایات:

اختلاف روایات و مضمون روایات موجود در ارتباط با مسئله کذب و نشر اکاذیب، موجب آن گردیده است که علمای ما دچار اختلاف شده، جمعی این عمل را به طور کلی گناه کبیره بدانند، ولی دسته دیگر، کبیره بودن گناه را در همه موارد انکار کرده و آن را با معیار آثار و پیامدهای دروغ می سنجند.

در نظر دسته دوم، اگر نشر اکاذیب پیامدهای سنگینی مثل ایجاد اختلاف بین مسلمانان یا وارد آوردن ضرر و آسیب به ایشان را در پی داشته و یا متضمن دروغ بستن بر خدا، رسول و پیشوایان دین باشد، گناه کبیره به شمار می آید و در غیر این صورت چنین عنوانی ندارد. (نجفی، ۱۳۹۲ق: ۳۱۱) از این رو به روایاتی از این قبیل متوسل می شوند:

از امام صادق(ع) نقل شده است: دروغ بستن بر خدا و پیامبر (ص) از گناهان کبیره است. (حر عاملی، ۱۴۰۳ق: ۵۷۵)

همچنین نقل شده است که، پیامبر (ص) خطاب به امام علی (ع) فرمودند: "ای علی (ع) هر کس عمداً بر من دروغ ببندد جایگاهش در جهنم خواهد بود." (حر عاملی، ۱۴۰۳ق: ۵۷۶)

از امام باقر(ع) در بیان زشتی دروغ، ضمن مقایسه آن با دیگر پلیدی ها نقل شده است: "خداوند عزوجل برای بدی ها قفل هایی قرار داد، که کلید بازگشایی این

قفل‌ها همانا شراب است، و دروغ از شراب بدتر است." (کلینی، ۱۳۸۸ق : ۳۳۸، ح ۳)

در هر حال دروغ در همه صور، گناهی کبیره است و روایات فوق و روایات دیگر نیز نمی‌تواند تفصیل بین موارد دروغ را اثبات نماید: زیرا آن دسته از روایات که همانند سخن از کذب بر خدا و رسول به میان آورده، دلالت بر انحصار کبیره بودن کذب در موارد یاد شده ندارد، مگر آنکه، مفهوم "لقب" را حجت بدانیم که البته محققین آن را نپذیرفته‌اند. (ر.ک : مظفر، اصول مظفر، ص ۶۵)

عقل:

در ممنوعیت و ناروایی عقلی نشر اکاذیب، برخی از بزرگان و حتی امام راحل (ره) مناقشه کرده‌اند. دلیل ایشان این است که، در نظر عقل دروغگویی به خودی خود مذموم نیست، بلکه عقل با در نظر گرفتن مفاسدی که بر آن مترتب می‌شود دروغ را ممنوع می‌بیند، به همین جهت عقل دروغهایی را که پیامد منفی به دنبال نداشته باشد، هرگز مورد مذمت و ملامت قرار نمی‌دهد. (خویی، ۱۴۰۳ق : ۳۸۵)

ترویج بدعت در دین:

مفهوم بدعت:

بدعت از مصادیق کذب بر خدا و رسول است که ادله فراوان (از کتاب و سنت) بر حرمت آن دلالت دارد. به طور خلاصه می‌توان گفت بدعت عملی است، که دارای دو ویژگی باشد:

اول آنکه، اصل و اساسی در شریعت نداشته باشد و دوم آنکه، به عنوان طریق شرعی وانمود گردد. (قانع، ۱۳۸۵ : ۱۰۶)

مرحوم علامه مجلسی (ره) ضمن نقل حدیثی از رسول اکرم (ص) در خصوص ضلالت بودن هر نوع بدعت و این که هر ضلالتی رو به آتش دارد (... الا و کل بدعه ضلاله و کل ضلاله ففی النار) می‌گوید: «بدعت، هر رای یا حکم یا عبادتی است که شارع آن را نفرموده، نه به صورت خاص و نه در ضمن حکم عام، بنابراین، می‌توان سخن کسانی را که به تبعیت از عامه (اهل تسنن) بدعت را همانند احکام خمس، پنج قسمت کرده، دارای پنج حکم می‌دانند، سخن باطل

دانست». (مجلسی، ۱۴۰۳ق: ۲۶۴)

راه مقابله با بدعت گذاری رسانه‌های خبری و مطبوعات:

روایتی از امام صادق(ع) نقل شده است، که در آن راهکار مقابله با بدعت گذاران را بیان فرموده اند: "هرگاه پس از من گمراهان و بدعت گذاران را دیدید بیزاری خود را از ایشان آشکار سازید و بسیار مبهوتشان کنید و عیوبشان را بسیار یاد کنید تا دندان طمع خویش را در ایجاد تباهی در اسلام برکنند و مردم از ایشان گریزان شوند و از بدعت هایشان چیزی فراموش نکنند و جذب آنان نشوند، که خداوند به این عمل برای شما ثواب بسیار می نویسد و درجات شما را در آخرت بالا می برد." (کلینی، ۱۳۸۸ق: ۲۷۵)

باهتوهم از ریشه لغوی بهته بهتاً می باشد و بهت به معنای دهش و تحیر می باشد و بهتان به معنای دروغی است که شنونده دروغ را به تحیر و می دارد. (راغب اصفهانی، ۱۴۰۴ق: ۶۳)

این کلمه به دو معنا مورد استعمال واقع شده است:

۱- به معنای جدال و اسکات خصم

۲- به معنای بهتان و افتراء

که علامه مجلسی دوم، ملا محسن فیض کاشانی و محمد صالح مازندرانی معنای اول را بکار برده‌اند. (ر.ک: مجلسی، مرآة العقول، ج ۱۱، ص ۸۱، فیض کاشانی، ج ۱، ص ۲۴۵، مازندرانی، شرح الکافی، ج ۱۰، ص ۳۲) و از فقیهان معاصر آیت الله خویی، آیت الله گلپایگانی معنای دوم را استعمال کرده اند. (ر.ک: خویی، مصباح الفقاهه، ج ۱، ص ۴۵۸ و گلپایگانی، الدر المنصود فی احکام الحدود، ج ۲، ص ۱۴۸)

مواردی که نشر اکاذیب و اخبار دروغ مجاز است:

۱) نشر اکاذیب در موارد اضطراری :

چون احکام شرعی مقید به عدم اضطرار هستند. در شرایط اضطراری حکم الزامی از میان برداشته می شود و این مسأله در مورد حرمت کذب هم وجود دارد. یکی از دلایلی که بر جواز اظهار کفر (به دروغ) در صورت اضطرار دلالت

می‌کند، این آیه شریفه است:

«الا من اکره و قلبه مطمئن بالايمان» (نحل/ ۱۰۷) که براساس آن، مسلمان می‌تواند به دروغ، عدم اعتقاد خویش را به باورهای اسلامی بیان دارد و تجویز دروغ در باب اعتقادات دینی به طریق اولی مجاز بودن دروغ در سایر موارد اضطراری را نتیجه می‌دهد.

مرحوم شیخ انصاری (ره) می‌فرماید: جواز دروغ در مقام ضرورت، امری است اجماعی. (انصاری، ۱۴۱۵ ق: ۲۱) و اخبار و روایاتی که دلالت بر جواز دروغ در مقام اضطرار می‌کند، بیشتر از حد شمارش است و ذکر این نکته ما را بس، که قسم دروغ برای دفع ضرر بدنی یا مالی از گوینده یا از برادر دینی وی، به حسب روایات، امری جایز قلمداد شده و روایات دال بر این مطلب به سر حد استفاضه یا تواتر رسیده است. (انصاری، ۱۴۱۵ ق: ۲۱)

روایات دارای این مضمون که خداوند همه محرمات را برای شخص مضطر تجویز نموده است و روایاتی که قسم دروغ را برای دفع ضرر بدنی یا مالی مجاز می‌شمارند، ادله جواز دروغ در مقام ضرورت را تشکیل می‌دهند.

۲) نشر اکاذیب در موارد تیزاجم:

قاعده تقدم اهم بر مهم اقتضا می‌کند که، براساس درجه اهمیت و ارزش مصلحتی که در اهم وجود دارد نیرو و امکانات به سمت اجرای آن متمرکز گردد و بر مصالحی که بدان پایه از اهمیت نمی‌رسند، مقدم شود. بر همین اساس، اگر نجات جان انسانی بسته به ورود در ملک دیگران و تصرف در اموال آنان باشد، حفظ جان انسان به دلیل حساسیتش لازم می‌گردد. و نه تنها شرع، که عقل نیز برتری یافتن اهم را ایجاب می‌کند. توجه به این امر باعث شده است، که مواردی از دایره ممنوعیت نشر اکاذیب استثناء شوند که به طور مختصر به آنها پرداخته می‌شود.

الف) دروغ به منظور ایجاد همزیستی مسالمت آمیز بین اشخاص و گروه‌ها: برخی متون فقهی نشر اکاذیب برای اصلاح و ایجاد تفاهم بین فرد یا گروه مسلمانان را نه تنها تجویز بلکه توصیه می‌کنند. (انصاری، ۱۴۱۵ ق: ۳۱)

نکته مهمی که در این بحث وجود دارد آن است که، استثنای دروغ به منظور

ایجاد صلح و آشتی و وفاق و همدلی، قابل تسری به فعالیت‌های خبری و نیز عرصه اطلاع رسانی می‌باشد که بررسی شرایط و حدود آن در این نوشتار نمی‌گنجد.

ب) نشر اکاذیب در قالب اخبار و اطلاعات به انگیزه تأمین مصالح مسلمانان: عنوان مصلحت از سایر عناوین که در گذشته مجوز نشر اکاذیب شمرده شده، عام‌تر می‌باشد و بدیهی است که اگر وجود مصلحت به معنای وسیع آن مجوز نشر کذب باشد، حجم وسیعی از اکاذیب و مجعولات در رسانه‌های خبری قابل انتشار خواهد بود. همان‌طور که برخی از فقها نیز به این نکته تصریح کرده‌اند که پذیرش جواز کذب به بهانه وجود مصلحت، مردود است، زیرا این اعتقاد موجب آن خواهد بود که بیشتر اکاذیب و سخنان نادرست تجویز گردد. (امام خمینی، ۱۴۱۰ق: ۱۴۰)

اما به طور کلی، در مورد برخی از دروغ‌ها که مصلحت گفتن آنها نسبت به مفسده دروغ اهم باشد، در آن موارد حرمت دروغ برداشته می‌شود اما چنان‌که گذشت، تشخیص این موارد محتاج دقت و بررسی بیشتری می‌باشد که از عهده مختصان این حوزه بر می‌آید.

۳) نشر اخبار و اطلاعات نادرست برای فریفتن دشمن:

گاهی حکومت اسلامی و یا افراد ناگزیر می‌شوند که به منظور فریب دادن دشمنانی که چشم طمع به تمامیت ارضی یا استقلال و امنیت کشور اسلامی دوخته‌اند، اخبار و اطلاعات نادرست و مخالف واقع را منتشر سازند تا مقامات و مراکز تصمیم‌گیر دشمن با دستیابی به این اطلاعات ناصحیح، دچار اشتباه شوند و نتوانند به اهداف خود دست یابند.

روایاتی به این مضمون وجود دارد که نشر اکاذیب به انگیزه فریفتن دشمن جایز است.

از جمله در روایت معروف وصیت پیامبر اکرم (ص) به امیر مومنان آمده است: در سه جا دروغ نیکوست: نخست در مقام فریب دشمن (در حال جنگ) (شیخ صدوق، ۱۳۹۵ق: ۳۳۴) و همین متن در روایتی که امام صادق (ع) از پدرانش از پیامبر (ص) نقل فرموده است، مشاهده می‌شود. (شیخ صدوق، ۱۴۰۳ق: ۴۳) و همچنین در روایت عیسی بن حسان از امام صادق (ع) که قبلاً هم نقل شد، مشخص

گردید که هر دروغی مورد بازخواست خواهد بود، جز در سه مورد و یکی از آن سه، مردی است که در جنگ برای فریب دشمن به نشر اکاذیب متوسل می شود. (کلینی، ۱۳۸۸ق: ۴۶۷)

نشر اکاذیب و روزنامه نگاری زرد:

روزنامه نگاری زرد به آن نوع روزنامه نگاری گفته می شود، که با استفاده از روش های مبتذل، برای جذب مخاطبان هر چه بیشتر، اقدام می کند. روزنامه نگاری زرد معمولاً از معیارهای روزنامه نگاری روشنفکرانه و علمی تبعیت نمی کند و مقیاس آن به هیچ عنوان ویژگی نخبگی را متبادر نمی کند. این نوع روزنامه نگاری به " SENSATIONAL JOURNALISM " معروف است، یعنی روزنامه نگاری که متکی بر احساسات و عواطف مخاطبان می باشد.

نشریات زرد به دنبال تیراژ بالا و در نتیجه، جلب هر چه بیشتر توده مردم هستند. آنها با غلو و بزرگ نمایی و در عین حال به زبانی ساده و سطحی، پیام های ارتباطی را طراحی و ارسال می نمایند تا مخاطبان بیشتری را به خود جذب نمایند. همین اقدام آنها منجر شده است تا به آنها لقب " POPULAR JOURNALS " به معنای مجلات محبوب داده شود.

به طور کلی، روزنامه نگاری زرد از تاکتیک هایی نظیر درشت نمایی پیام، دست چین کردن پیام، جنجال آفرینی خبری، فوریت بخشیدن ساختگی به خبر و همسو سازی پیام با مخاطبان، استفاده از عاطفه گیرندگان پیام، به میزان بسیار زیادی بهره می گیرد.

باید توجه داشت که، زردنویسی در هر رسانه ای حتی در رسانه های جهانی نیز صورت می گیرد و صرفاً مختص نشریات و رسانه های زرد نیست.

از سوی دیگر زردنویسی در همه انواع رسانه ها صورت می گیرد و طیف آن از رسانه ها جمعی تا به رسانه های تعاملی سایر، از انواع رسانه نوشتاری تا رسانه دیداری - شنیداری گسترده است.

در مورد وبلاگ های زرد نیز می توان از وبلاگ هایی که به زندگی خصوصی افراد می پردازند و یا به وبلاگ هایی که به انتشار داستان زندگی هنرپیشگان و خواننده های مورد علاقه خود می پردازند، اشاره کرد. (ر.ک: دکتر محمد سلطانی فر با اندکی تلخیص رضا ساعی شاهی منبع فصلنامه رسانه ؛ ص ۱۵۶)

نتیجه گیری :

اهمیت کار رسانه‌ها و مطبوعات و حوزه‌های خبری از جمله خبرنگاران در این است که، جامعه آنها را حلقه واسط خود با حقایق می‌داند و بر پایه اطلاعات و اخبار دریافتی از آنها، تحلیل و برنامه ریزی می‌نماید. اگر آنها به عمد، اطلاعات و اخبار غیر واقعی را در اختیار جامعه قرار دهند، علاوه بر اینکه، به اعتماد جامعه به خود خیانت کرده اند، اعتبار خود را نیز در پیش آنها از دست می‌دهند. (جبلی ، ۱۳۸۹: ۱۹۸)

امروزه نشر اکاذیب در رسانه‌های خبری از حالت ساده گذشته فراتر رفته و شکل نشر اکاذیب نیز دچار تغییرات فراوانی شده است. رسانه‌های خبری ناسالم ترجیح می‌دهند که به جای نشر دروغ به صورت مستقیم و آشکار که حساسیت مخاطبان را بر می‌انگیزد، در قالب‌های متنوع و در لایه‌های تحلیل‌ها و گزارش‌ها یا با بزرگ نمایی یا کوچک سازی‌های رایج حوادث و با استفاده از شگردهای مختلف هنری و غیره به مخاطبین دروغ بگویند. و در واقع، شاید به نظر برسد که نشر اکاذیب به طور رسمی و علنی در بنگاه‌های خبر پراکنی در سرتاسر دنیا و در مطبوعات و رسانه‌های جهانی وجود ندارد ولی باید به این نکته اذعان کرد که این بنگاه‌های خبر پراکنی با جهت دادن و ریز و درشت کردن عناوین خبری و تحریف اخبار درست به صورت بسیار ماهرانه و با استفاده از شگردهای پیچیده روانی و حرفه‌ای گفتن اخبار برای مخاطب، به نتایج مورد مطلوب خود دست یابند.

از جمله این تاکتیک‌ها و شگرد‌ها: درشت نمایی پیام، دست چین کردن پیام ، جنجال آفرینی خبری و فوریت بخشیدن ساختگی به خبر است، که به میزان بسیار زیادی مورد استفاده این بنگاه‌های خبر پراکنی قرار می‌گیرد. با توجه به مطالب بالا و منابع فقهی که شامل قرآن ، روایات ، عقل و فرمایشات فقیهان امامیه و.. می‌باشد. در مورد نشر اکاذیب از سوی رسانه‌ها و مطبوعات و هر بنگاه خبر پراکنی دیگری می‌توان به این نتیجه رسید که ، نشر اکاذیب از سوی رسانه‌های جمعی به هر نحو ممکن چه به صورت مستقیم یا به صورت غیر مستقیم از منظر فقه امامیه ، حرام می‌باشد .

منابع:

- (۱) قرآن
- (۲) ابن بابویه، محمد بن علی (۱۴۰۳ق)، الخصال، قم: موسسه النشر الاسلامی.
- (۳) ابن بابویه، محمد بن علی (شیخ صدوق) (۱۳۹۵ق)، من لا یحضره الفقیه، تهران: دار الکتب الاسلامیه.
- (۴) ابی حسین، احمد بن فارس بن ذکریا (۱۴۰۴ق)، معجم مقاییس اللغه، جلد ۵، بیروت: عالم الکتب.
- (۵) انصاری، مرتضی (۱۴۱۵ق)، المکاسب لجنه تحقیق تراثنا الشیخ الاعظم، جلد ۱ و ۲، بیروت: مجمع الفکر الاسلامی.
- (۶) آشنا، حسام الدین (۱۳۸۲ش)، به سوی الگوی هنجاری مطلوب برای رسانه‌های جدید اسلامی، تهران: مجموعه مقالات کنفرانس وحدت اسلامی.
- (۷) پویا، علیرضا (۱۳۸۴ش)، خبر و خبررسانی در قرآن کریم، تهران: انتشارات دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
- (۸) جبلی، پیمان (۱۳۸۹ش)، اخلاق حرفه‌ای خبر در اسلام؛ خبر تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان؛ تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- (۹) جناتی، محمد ابراهیم (۱۳۷۴ش)، ادوار فقه و کیفیت بیان آن، تهران: انتشارات کیهان.
- (۱۰) حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۳ق)، وسایل الشیعه، جلد ۸، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- (۱۱) خمینی، روح الله (۱۴۱۰ق)، المکاسب المحرمه، جلد ۲، قم: موسسه اسماعیلیان.
- (۱۲) خمینی، روح الله (۱۳۶۱ش)؛ صحیفه نور، بی‌جا، جلد ۸، چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- (۱۳) خویی، ابو القاسم (۱۴۰۳ق)، مصباح الفقاهه، جلد ۱، قم: اسماعیلیان.
- (۱۴) راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۰۴ق)، المفردات فی غریب القرآن، جلد ۱، قم: دفتر نشر کتاب.
- (۱۵) زیبایی نژاد، محمدرضا، فقه اطلاع رسانی، بی‌جا، بی‌تا.

- ۱۶) فخار طوسی، جواد (۱۳۸۵ ش)، پژوهشی فقهی در خبر و خبرگزاری، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- ۱۷) قانع، احمد علی (۱۳۸۵ ش)، محدودیت‌های پیام رسانی در قوانین دینی و بشری، قم: مؤسسه بوستان کتاب.
- ۱۸) قانع، احمد علی (۱۳۸۹ ش)، محورهای کلی ممنوعیت رسانش پیام؛ خبر: تحلیل شبکه ای و تحلیل گفتمان؛ قم: مؤسسه بوستان کتاب.
- ۱۹) کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۸ ق)، الکافی، جلد ۱ و ۲، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- ۲۰) گلپایگانی، سید محمد رضا موسوی (۱۴۱۲ ق)، الدر المنضود فی احکام الحدود، قم: دارالقرآن الکریم.
- ۲۱) مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۳ ق)، بحار الانوار، جلد ۲، بیروت: موسسه الوفاء.
- ۲۲) مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۴ ق)، مرآة العقول فی شرح اخبار آل رسول، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
- ۲۳) مصطفوی، حسن (۱۳۷۲ ش)، التحقیق فی کلمات القرآن الکریم، جلد ۱۰، تهران: انتشارات مصطفوی.
- ۲۴) مظفر، محمد رضا (۱۳۸۲ ش)، اصول مظفر، تصحیح علی شیروانی، قم: موسسه انتشارات دارالعلم.
- ۲۵) معتمد نژاد، کاظم (۱۳۶۸ ش)، روزنامه نگاری، تهران: سپهر.
- ۲۶) نجفی، محمد حسن (۱۳۹۲ ق)، جواهر الکلام، جلد ۱۳، تهران: دارالکتب الاسلامیه.