



دانشگاه قم

دانشکده الهیات

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد فقه و مبانی حقوق اسلامی

عنوان:

بررسی فقهی - حقوقی خبر و خبررسانی

استاد راهنما:

سرکار خانم دکتر حمیده عبداللہی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر سید محمد جواد وزیری فرد

نگارنده:

زهرا نجفی

تابستان ۱۳۹۲

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه قم

دانشکده الهیات

پایان نامه دوره کارشناسی ارشد فقه و مبانی حقوق اسلامی

عنوان:

بررسی فقهی - حقوقی خبر و خبررسانی

استاد راهنما:

سرکار خانم دکتر حمیده عبداللہی

استاد مشاور:

جناب آقای دکتر سید محمد جواد وزیری فرد

نگارنده:

زہرا نجفی

تابستان ۱۳۹۲

صدای ناب اذان

تا بطن روح

فراگیر می شود

و چهره مؤذن اگرچه ناپیدا

پیداست

در محضر نماز

ذهن از تطابق صوت و صورت سرشار می شود

دل بر صدا

بر ارتباط و صوت

شیدایی می کند

و روح که ناظر اعمال است

حرفی نمی زند

اما همواره

با الهام

با اشاره تدبیر

تدبیر حکمتی که از مبدأ

به او عطا شده

وجود را یاری می بخشد

زبان روح را

تنها خدا می داند

«قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي»^۱

تقدیم به او که هر چه دارم از محبت اوست ...

و تقدیم به دردانه عزیزش، منجی عالم، مهدی موعود عج.

^۱. اسرا/ ۸۵؛ احمد آکوچکیان، آوازه‌های سبز، چاپ اول، (قم، مرکز تحقیقات استراتژیک توسعه (رشد)، ۱۳۹۲)، ۱۳.

الاساقی حکایت نور

بگذار تا در این تقدیر سبز به سرشاری صدر سجاده نشسته، جز تو از همه دل گسسته، به سلامتی عزیزترین هایت محمد و آل محمد علیهم السلام سرکشم نوش نیایش صلواتشان را.
پر کن پیاله را! کاین داغ آتشین، نشان سپاسگزاری توست بر سینۀ من.
ای همه من از تو! می خواهم مرا در خواستنی هایت ببینی. می خواهم به شکرانۀ نعمت هایت از تمام آفریدگانت که مرا در رسیدن به خواسته هایم همراه بوده اند سپاسگزارم.

اینک قدردانم:

از پدر و مادر مهربانم که عزت هر دو جهان ارزانشان باد؛

و سپاس می‌گذارم برادران بهتر از جانم را که سعادت هر دو جهانشان آرزوی من است؛

و دوستانم را نیز که زلال‌تر از آب روان‌اند؛

و دلسوزانی که مراشان سوختن است و روشنایی راه دیگران؛

پس به شوق شفق قدردانم از دوستانم، خانم‌ها زهرا صفری، زینب درویشی، رضوانه دستجانی، صدیقه مدملی، زهره زمانی و مرضیه علیرضایی، همچنین استادان بزرگوارم سرکار خانم دکتر حمیده عبداللهی و جناب آقای دکتر سید محمد جواد وزیری فرد و بسیار بسیار قدردانم از جناب آقای حجت الاسلام و المسلمین دکتر احمد آکوچکیان که با راهنمایی‌های بی‌دریغ و دلسوزانه‌شان، به بزرگواری، مرا صبورانه یاری نمودند.

چکیده:

خبر، اطلاعات در فرایند تولید، توزیع و مصرف است و مدیریت اطلاعات یعنی مدیریت این فرایند. دانش فقه به عنوان مجموعه دانشی بیان کننده بایدها و نبایدها، ارائه دهنده الگوی مدیریت اطلاعات است. مدیریت فقه بنیان فرایند خبر و خبررسانی یا همان مدیریت اطلاعات از جایگاه کاربردی بسیار تأثیرگذاری در اقتدار ملی و دینی برخوردار است زیرا امروزه عرصه‌های مختلف زیست انسان پیوند ناگسستنی‌ای با اطلاعات دارد. همچنین مدیریت راهبردی فرهنگی در دوره معاصر اسلامی - ایرانی همواره نیازمند تولید دانش در این حوزه است. این پژوهش با عنوان «بررسی فقهی - حقوقی خبر و خبررسانی» در پی آن است که با رویکردی معرفت‌شناختی، دانش این حوزه را بررسی کند. بنابراین پژوهش تلاش می‌کند به پاسخ سوالات مربوط به ساختار دانشی این حوزه با اصطلاح معادل «دانش فقه رسانه» دست یابد و مجموعه حقوق و احکام فقهی نظام مدیریت اطلاعات از جمله احکام فقهی محتوا، منبع، مخاطب و ویژگی‌های شاغلان خبر را در حد توان ارائه دهد. این فرایند مبتنی بر مبانی نظری این حوزه از جمله فلسفه دینی، هستی‌شناسی و انسان‌شناسی و برخی از اصول اخلاقی حوزه خبر و خبررسانی صورت گرفته است. علاوه بر این برای دست‌یابی به اصول مدیریت فقه بنیان این حوزه که مبتنی بر احکام مستنبطه صورت می‌گیرد اجمالاً به بررسی معیارهای ارزش خبر، شگردهای خبری و مدیریت رسانه پرداخته و مواد قانونی متناسب با موضوعات مطرح را مشخص نموده. این پژوهش با روش کتابخانه‌ای - توصیفی انجام گرفته است. نتایج عبارتند از اینکه مبانی نظری - ارزشی، الگوی بنیادین استنباط فقهی هستند که استنباط، مستقل از این مبانی رخ نمی‌دهد. سامانه احکام رسانه مجموعه بایدها و نبایدهای فقهی - حقوقی مدیریت اطلاعات است. احکام فقهی مرسوم متناسب موضوع، در این سامانه قرار می‌گیرد. سطوح کاربردی و مدیریتی احکام فقهی - حقوقی رسانه به مثابه عرصه جریان احکام فقهی - حقوقی در متن وضعیت‌های عینی، فردی و اجتماعی است.

کلمات کلیدی:

فقه رسانه، معرفت‌شناسی فقه، مدیریت اطلاعات، خبر، رسانه، تفقه در دین، مکتب فقهی.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱.....	پیش‌گفتار.....
۴.....	مقدمه.....
۴.....	۱- بیان مسأله.....
۵.....	۲- نوع پژوهش.....
۶.....	۳- ضرورت و اهمیت.....
۶.....	۴- اهداف.....
۷.....	۴-۱. هدف اصلی.....
۷.....	۴-۲. اهداف فرعی.....
۷.....	۵- سؤال‌های پژوهش.....
۷.....	۵-۱. سؤال اصلی.....
۷.....	۵-۲. سؤال‌های فرعی.....
۸.....	۶- فرضیه‌های پژوهش.....
۸.....	۶-۱. فرضیه اصلی.....
۸.....	۶-۲. فرضیه‌های فرعی.....
۹.....	۷- پیشینه پژوهش.....
۱۶.....	بخش اول: کلیات و مبانی.....
۱۸.....	فصل اول: ادبیات.....
۱۹.....	۱- رسانه و دانش رسانه در ادبیات علمی امروز.....
۱۹.....	۱-۱. واژگان دانشی امروز رسانه.....

۱۹	۱-۱-۱. اطلاعات
20	۲-۱-۱. اطلاع‌رسانی
21	۳-۱-۱. مدیریت اطلاعات
۲۲	۲- فقه رسانه در ادبیات فقهی
25	۱-۲. ادبیات فقهی رسانه
25	۱-۱-۲. ماهیت فقه احکام در چارچوبه تفقه در دین
28	۲-۱-۲. ماهیت خبر و رسانه
۲۸	۱-۲-۱-۲. خبر
30	۲-۲-۱-۲. رسانه
31	۳-۱-۲. چیستی فقه رسانه
32	۴-۱-۲. مکتب فقهی
۳۵	فصل دوم: روش پژوهش
42	فصل سوم: مبانی نظری - ارزشی نظام دانش فقه رسانه
۴۳	۱- مبانی نظری استنباط فقهی حوزه رسانه
44	۱-۱. بنیان فلسفه دینی رسانه
۴۵	۱-۱-۱. حوزه پیام
۴۵	۲-۱-۱. حوزه ارتباطی
۴۶	۳-۱-۱. حوزه هنر
46	۴-۱-۱. بعد سازمانی
46	۲-۱. بنیان هستی‌شناختی فقه رسانه
۴۶	۱-۲-۱. هستی‌شناسی در جهان‌بینی فقیه

- ۲-۲-۱. هستی‌شناسی درون فقهی ۵۱
- ۱-۲-۲-۱. حکم فقهی ۵۱
- ۲-۲-۲-۱. عدالت ۵۵
- ۳-۲-۲-۱. آزادی ۵۹
- ۱-۳-۲-۲-۱. آزادی عقیده ۶۲
- ۲-۳-۲-۲-۱. آزادی بیان ۶۴
- ۱-۲-۳-۲-۲-۱. اصول رسالت رسانه از چشم‌انداز اصل آزادی بیان ۶۵
- ۱-۱-۲-۳-۲-۲-۱. دعوت به تفکر، تعقل، تدبیر ۶۵
- ۲-۱-۲-۳-۲-۲-۱. امر به معروف و نهی از منکر ۶۶
- ۳-۱-۲-۳-۲-۲-۱. مشورت ۶۷
- ۴-۱-۲-۳-۲-۲-۱. حق خیرخواهی و انتقاد از حاکمان مسلمان ۶۸
- ۵-۱-۲-۳-۲-۲-۱. نهی از کتمان حق ۶۸
- ۶-۱-۲-۳-۲-۲-۱. جدال احسن ۶۹
- ۷-۱-۲-۳-۲-۲-۱. گزینش بهترین ۶۹
- ۸-۱-۲-۳-۲-۲-۱. برهان طلبی ۷۰
- ۹-۱-۲-۳-۲-۲-۱. نقل آراء و نظرات مخالفین ۷۰
- ۱۰-۱-۲-۳-۲-۲-۱. اصل اباحه ۷۲
- ۴-۲-۲-۱. امنیت ۷۳
- ۵-۲-۲-۱. وحدت ۷۷
- ۶-۲-۲-۱. حفظ نظام ۸۰

- ۱-۲-۲-۶-۱. دلایل لزوم جریان حاکمیت نظام اسلامی در عرصه مدیریت ملی و ضرورت انعکاس آن در نظام رسانه‌ای ۸۵
- ۳-۱. بنیان انسان‌شناختی فقه رسانه ۸۸
- ۱-۳-۱. انسان با دو بعد مادی و معنوی ۸۹
- ۱-۱-۳-۱. طبیعت انسان ۸۹
- ۲-۱-۳-۱. فطرت انسان ۹۰
- ۲-۳-۱. حرکت در مسیر تکامل (در بعد فردی و جمعی) ۹۰
- ۱-۲-۳-۱. نیاز به رعایت تقوا ۹۰
- ۲-۲-۳-۱. نیاز به دانستن ۹۱
- ۳-۳-۱. لزوم حرکت در متن جامعه ۹۱
- ۴-۳-۱. مبنای ارتباطی او در مواجهه با خلق ۹۱
- ۱-۴-۳-۱. تعاون با خلق ۹۱
- ۲-۴-۳-۱. به کارگیری کلام حسن و نیکو در ارتباط با خلق ۹۲
- ۲- مبانی و اصول ارزشی خیر و خیررسانی ۹۳
- ۱-۲. استهزاء ۹۵
- ۲-۲. تجسس ۹۸
- ۳-۲. تملق ۱۰۱
- ۴-۲. تهمت ۱۰۳
- ۵-۲. سخن چینی ۱۰۶
- ۶-۲. شایعه ۱۰۹
- ۷-۲. غیبت ۱۱۱

۱۱۴.....	۲-۸. دروغ.....
۱۱۶.....	بخش دوم: سامانه کلان‌نگر احکام فقه رسانه.....
۱۱۸.....	فصل اول: سامانه کلان‌نگر احکام فقهی محتوای خبر.....
۱۱۹.....	۱- بایدهای کلی عمومی حاکم بر هر گونه خبر.....
۱۱۹.....	۱- ۱. حقیقت‌نمایی خبر.....
۱۲۰.....	۱- ۲. نافع بودن خبر.....
۱۲۲.....	۱- ۳. خودیادآور بودن خبر.....
۱۲۳.....	۱- ۴. آگاهی‌بخشی خبر و در بردارندگی علوم و یافته‌های دینی.....
۱۲۵.....	۱- ۵. استقامت‌بخش بودن خبر بر امر ایمان و در برابر مشکلات.....
۱۲۶.....	۱- ۶. نگرش جهان‌بینی الهی در محتوای خبر.....
۱۲۷.....	۱- ۷. عبرت‌آموز بودن مضامین خبر.....
۱۲۷.....	۱- ۸. منجر شدن خبر به الفت، دوستی، برادری و وحدت.....
۱۲۸.....	۱- ۹. منجر شدن خبر به تحکیم روحیه استقامت در برابر دشمنان.....
۱۲۹.....	۱- ۱۰. رعایت سطح استعدادهای ذهنی و فهم مردم در خبر.....
۱۳۰.....	۱- ۱۱. مبارزهٔ خبر با بدعت‌ها.....
۱۳۲.....	۱- ۱۲. منجر شدن خبر به ایجاد روحیه امید در بین مردم.....
۱۳۲.....	۱- ۱۳. مبرا بودن خبر از موانع شناخت و لزوم منجر شدن آن به بیداری اجتماعی.....
۱۳۳.....	۱- ۱۴. مبرا بودن خبر از هر گونه اشاعه فحشا.....
۱۳۶.....	۱- ۱۵. مبرا بودن خبر از افشای اسرار.....
۱۳۸.....	۲- بایدهای فقه‌ای متناسب با هر حوزه خبررسانی.....
۱۳۸.....	۲- ۱. بایدهای جهت‌بخش اخبار اقتصادی.....

- ۲-۲. بایدهای جهت بخش اخبار فرهنگی..... ۱۳۹
- ۳-۲. بایدهای جهت بخش اخبار سیاسی..... ۱۴۰
- فصل دوم: سامانه کلان‌نگر احکام فقهی منبع خبر..... ۱۴۱
- ۱- بایدهای دریافت خبر؛ صحت، حجیت و بلاغت..... ۱۴۱
- ۱-۱. صحت خبر..... ۱۴۱
- ۱-۱-۱. وثوق..... ۱۴۲
- ۱-۱-۱-۱. عدالت..... ۱۴۲
- ۱-۱-۱-۲. ضبط..... ۱۴۳
- ۱-۱-۲. تخصص منبع (ناقل) خبر..... ۱۴۴
- ۲-۱. حجیت خبر..... ۱۴۴
- ۱-۲-۱. خبر متواتر..... ۱۴۴
- ۲-۲-۱. خبر واحد..... ۱۴۵
- ۳-۱. بلاغت خبر..... ۱۴۶
- ۱-۳-۱. رعایت فصاحت کلام..... ۱۴۶
- ۲-۳-۱. رعایت شرایط و حال مخاطب..... ۱۴۸
- ۲- بایدهای انتشار خبر..... ۱۴۹
- ۱-۲. گسترش آگاهی در جامعه..... ۱۴۹
- ۲-۲. رعایت کرامت انسانی مردم..... ۱۵۰
- ۳-۲. رعایت عدالت در انتشار خبر..... ۱۵۱
- ۴-۲. رعایت امنیت اجتماعی..... ۱۵۲
- ۵-۲. توجه به اصل زمان و مکان..... ۱۵۲

- ۱۵۳.....۱-۵-۲. زمان مناسب.....
- ۱۵۳.....۲-۵-۲. مکان مناسب.....
- ۱۵۴.....۶-۲. رعایت آداب سیاسی در برخورد با دشمنان سیاسی.....
- ۱۵۴.....۷-۲. عدم گسترش بدعت‌های ویرانگر.....
- ۱۵۵.....۸-۲. عدم کتمان حق.....
- ۱۵۶.....۹-۲. عدم زمینه‌سازی برای تسلط دشمنان و ایجاد امیدواری برای آنان.....
- ۱۵۷.....۱۰-۲. عدم ایجاد بی‌اعتمادی در مخاطب با عدم پوشش صحیح.....
- ۱۵۸..... فصل سوم: سامانه کلان‌نگر احکام فقهی مخاطبان خبر.....
- ۱۵۹..... ۱- احکام ناظر به برخورد مخاطب با کالبد، صدق یا کذب خبر.....
- ۱۵۹..... ۱-۱. رد غیبت و گوش ندادن به آن.....
- ۱۶۱..... ۲-۱. نهی چاپلوس از بیان سخنان تملق‌آمیز.....
- ۱۶۲..... ۳-۱. تکذیب سخنان سخن‌چین.....
- ۱۶۲..... ۴-۱. منع استهزاکننده از تمسخر دیگران.....
- ۱۶۳..... ۵-۱. تکذیب شایعه.....
- ۱۶۴..... ۲- احکام مربوط به تفسیر خبر.....
- ۱۶۴..... ۱-۲. کسب علم و آگاهی لازم برای تفسیر خبر.....
- ۱۶۵..... ۲-۲. برداشت مبتنی بر حسن ظن.....
- ۱۶۵..... ۳-۲. رعایت حق‌مداری.....
- ۱۶۶..... ۴-۲. احترام به سلايق شخصی افراد موضوع خبر.....
- ۱۶۶..... ۵-۲. عدم واکنش سریع در تفسیر خبر.....
- ۱۶۶..... ۶-۲. به دور بودن تفسیر خبر از هرگونه توهین.....

- ۳- احکام مربوط به توزیع خبر از سوی مخاطب..... ۱۶۶
- فصل چهارم: سامانه کلان‌نگر ویژگی‌های شاغلان خبر..... ۱۶۸
- ۱- بایدهای عمومی شاغلان، ناظر به حوزه‌های دریافت، تحلیل و توزیع خبر..... ۱۶۹
- ۱-۱. رازداری..... ۱۶۹
- ۱-۲. صبر..... ۱۷۰
- ۱-۳. نظم..... ۱۷۱
- ۱-۴. امانتداری..... ۱۷۱
- ۲- بایدهای مربوط به دریافت و تحلیل خبر..... ۱۷۲
- ۱-۲. دانش و تخصص کافی..... ۱۷۲
- ۲-۲. ظرفیت بینشی و تحلیلی..... ۱۷۲
- ۲-۳. مهربان و دلسوز نسبت به مردم..... ۱۷۳
- ۲-۴. اعتماد و احترام به فهم مخاطب..... ۱۷۳
- ۳- بایدهای مربوط به توزیع اصل خبر و اصول مربوط به آن..... ۱۷۴
- ۱-۳. صداقت..... ۱۷۴
- ۲-۳. قدرت تشخیص اهم و مهم..... ۱۷۵
- ۳-۳. حیا برای پرهیز از اشاعه فحشا..... ۱۷۵
- ۳-۴. شجاعت..... ۱۷۶
- بخش سوم: اصول مدیریت فقه‌بنیان رسانه..... ۱۷۸
- فصل اول: معیارهای عینیت‌یابی ارزش خبر..... ۱۸۱
- ۱- دربرگیری..... ۱۸۲
- ۲- شهرت..... ۱۸۳

- ۳- برخوردها..... ۱۸۵
- ۴- استثناها و شگفتی‌ها..... ۱۸۶
- ۵- بزرگی و فراوانی..... ۱۸۶
- ۶- مجاورت..... ۱۸۷
- ۷- زمان و تازگی رویداد..... ۱۸۸
- فصل دوم: جهت‌گیری مثبت شگردهای خبرنویسی..... ۱۸۹
- عنوان‌دهی یا هویت‌دهی گرایش..... ۱۸۹
- ۲- ابهام‌گذاری منبع خبر..... ۱۹۰
- ۳- برجسته‌سازی خبر با هدف اشراف بر استنباط مخاطب..... ۱۹۱
- ۴- لزوم تفکیک موضع نقد و خشونت‌ورزی..... ۱۹۱
- ۵- تحلیل در متن خبر..... ۱۹۲
- ۶- استفاده از خبر دیگران..... ۱۹۳
- ۷- تنویر افکار به مدد انتشار تکذیبیه‌ها..... ۱۹۴
- ۸- شکستن دیواره‌های یقین کاذب..... ۱۹۴
- ۹- یادآوری و بازآفرینی مستمر اندیشه‌ها و ایده‌های بایسته‌تر..... ۱۹۵
- ۱۰- جهت‌دهی مثبت عواطف مخاطب..... ۱۹۶
- ۱۱- توجه به منزلت‌های عنوانی و موقعیتی افراد..... ۱۹۶
- ۱۲- تکرار و تأکید..... ۱۹۶
- ۱۳- سکوت و فرصت‌دهی به رسانه و به مخاطب برای بازتأمل در اخبار شایع..... ۱۹۷
- ۱۴- استناد به منابع موثق..... ۱۹۷
- ۱۵- کاربرد ترفندهای نگارشی و بلاغی..... ۱۹۸

- ۱۶- کنایه در خبر..... ۱۹۸
- ۱۷- ایجاد موج..... ۱۹۹
- ۱۸- نمونه‌سازی‌های نمایشی..... ۱۹۹
- ۱۹- زمینه‌سازی‌های آغازین ارتباطی..... ۲۰۰
- ۲۰- خبرهای مناسبتی..... ۲۰۱
- ۲۱- پرهیز از نمونه‌های کاربردی ناشایست خبررسانی..... ۲۰۲
- ۲۱-۱. جاسازی خبر ساختگی میان اخبار درست..... ۲۰۲
- ۲۱-۲. تحریف خبر..... ۲۰۲
- ۲۱-۳. کلی بافی..... ۲۰۳
- ۲۱-۴. دروغ بزرگ..... ۲۰۴
- ۲۱-۵. حذف بخشی از خبر برای ایجاد شایعه..... ۲۰۴
- فصل سوم: دولت و مدیریت رسانه..... ۲۰۶
- ۱- نمونه زمینه‌های تصدی‌گری حاکمیت در جریان بخشی احکام فقه رسانه..... ۲۰۸
- ۱-۱. حقوق و حدود نشریات فرهنگی..... ۲۰۸
- ۲-۱. آیین‌نامه مجازات اشخاص که در امور سمعی - بصری فعالیت غیر مجاز می‌نمایند
- ۲۰۹.....
- ۳-۱. جرائم علیه محرمانگی داده‌ها و سیستم‌های رایانه‌ای و مخابراتی..... ۲۰۹
- ۴-۱. تدوین سند راهبردی نظام ملی رسانه در نمونه فصلی مانند..... ۲۱۰
- ۴-۱-۱. رسالت مطبوعات..... ۲۱۰
- ۴-۱-۲. حقوق مطبوعات..... ۲۱۰
- ۴-۱-۳. حدود مطبوعات..... ۲۱۰

- ۱-۵. وظایف نویسندگان خبر..... ۲۱۱
- ۲- نمونه اصول و سیاست‌های راهبردی فقه‌بنیان مدیریت رسانه ۲۱۱
- بخش پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهاد..... ۲۱۴
- ۳- خلاصه‌ای از بخش‌های پژوهش..... ۲۱۵
- ۳- نتیجه‌گیری از یافته‌های پژوهش..... ۲۱۶
- ۳- پیشنهادهای پژوهش..... ۲۱۸

فهرست شکل‌ها

صفحه	عنوان
۲۶.....	شکل ۱-۱. فقه رسانه در ادبیات فقهی.....
۳۶.....	شکل ۱-۲. مکتب فقهی.....

فهرست منابع و مآخذ

صفحه	عنوان
۲۲۱.....	الف. متون مقدس.....
۲۲۱.....	ب. منابع فارسی.....
۲۲۷.....	پ. منابع عربی.....
۲۳۱.....	ت. مقالات.....
۲۳۲.....	ث. سایت.....

پیش‌گفتار

انسان موجودی مدنی‌الطبع، که به واسطه نوع خلقتش ناگزیر از برقراری ارتباط با معبود هستی - بخش خود و سایر مخلوقات است. ارتباطی که مرحله به مرحله چه در عرصه گفتگوی با خالق و چه تعامل با سایر مخلوقات، بنابر افزایش ظرفیت و توانایی، رو به تغییر و تکامل بوده است. چنانچه این تکامل و تغییر را، هم می‌توان در ارسال رسولان مختلف، به عنوان اولین پیام‌بران و خبررسانان، در عصرهای مختلف و تعالیم ایشان برای بهبود رابطه با معبود مشاهده کرد و هم در ابزاری که بشر برای ارتباط با دیگر انسان‌ها برای خود فراهم کرده است. اگرچه آثار بهبود ارتباط مخلوق با خالق نه با چشم بصر که با چشم دل قابل مشاهده است و در مقابل، آثار بهبود ارتباط انسان با سایر انسان‌ها بیشتر قابل رؤیت است اما تکامل او در بعد معنوی بی‌تأثیر بر ارتباط او با عالم خارج و نحوه به کارگیری ابزارهای ارتباطی نیست. بنابراین بشر در هر عصری در مسیر تکاملش و متناسب با نیازهایش، روند ارتباطی خاصی را برگزید و تا زمانی که نیازش صرفاً با تعامل با افرادی که فاصله بسیار نزدیکی با او داشتند برطرف می‌شد، سعی می‌کرد با بیان نواها و صداهایی که به مرور به کلمات و عبارات تبدیل شدند، مقصودش را به آن‌ها منتقل کند. پس از آن با افزایش حوزه ارتباطیش ناچار به استفاده از ابزاری شد تا بتواند با نقاط دورتری تعامل داشته باشد. بنابراین به مرور و با روندی رو به پیشرفت از شیوه‌هایی چون دود، پرنده، چاپار، تلگراف، تلفن، رادیو، تلویزیون، اینترنت و ... استفاده کرد. این روند تا جایی ادامه پیدا کرده است که امروزه شیوه برقراری ارتباط با دنیای پیرامون از جمله مؤلفه‌های مهم زندگی بشر است. ارتباطی که امروزه جدای از دستاوردهای بشر برای تسهیل برقراری این ارتباط نیست. ارتباطی که نه در یک بعد از زندگی او بلکه در تمام ابعاد زندگی او تأثیرگذار است چرا که اطلاعاتی که به واسطه ارتباطات به او می‌رسد منبع اصلی او برای برنامه‌ریزی در عرصه‌های مختلفی چون سیاست، اقتصاد، فرهنگ و ... است. در این جاست که لزوم وجود برنامه‌ای مشخص و مدون برای او در عرصه‌های ارتباطی‌اش، ضروری و زمینه‌ساز بهبود روند تکاملی او در جریان خلقت است. برنامه‌ای که بتواند به طور کامل و جامع حوزه‌های رفتاری او را در این زمینه مدیریت کند. خبر یا اطلاعات از جمله محرک‌های اصلی ارتباطات در جهان امروز است. حوزه‌ای که چنانچه مبتنی بر اصول و قواعد دین‌شناختی نباشد موجب توسعه فساد و درگیری‌های اجتماعی خواهد شد. از این‌رو لازم می‌آید که توجهی در خور، نسبت به این حوزه انجام

پذیرد. مسلماً آن‌هایی که خواهان مدیریت اطلاعات هستند منابع مختلفی را از جمله دین معرفی می‌کنند که شایسته است بگوییم دین یگانه منبعی است که می‌تواند برنامه‌ای کامل و جامع ارائه دهد. دین که مجموعه‌ای از ترکیب متعادل فقه و اخلاق و به بیانی باید‌ها و نباید‌ها و نشاید‌هاست؛ ارائه دهنده الگویی مشخص در حوزه اطلاعات و به بیانی خبر و خبررسانی است. در این جا باید اشاره کرد از آن جا که واژه «رسانه» در دانش امروز بهتر می‌تواند وسعت مورد نظر فرایند خبر و خبررسانی مدنظر ادبیات دینی را بیان کند؛ به همین خاطر در روند این پژوهش، «فقه رسانه» اصطلاح معادل «فقه خبر و خبررسانی» قرار می‌گیرد. این امر از آن جهت است که امروزه وقتی واژه خبر به کار می‌رود، آن چه در مرحله اول به ذهن منتقل می‌شود خبرهای پخش شده در ساعت‌های مشخص است، در حالی که یک فیلم نیز در واقع یک خبر را ارائه می‌دهد.

این پژوهش بر آن است تا بتواند در حد توان و ظرفیت، به تبیین اولیه و اجمالی ساختار دانشی فقه خبر و خبررسانی یا همان فقه رسانه بپردازد. از طرفی حوزه حقوقی ناظر بر این جریان را مورد بررسی اجمالی قرار دهد و مواد قانونی مرتبط با آن را در این مجموعه به فراخور سرفصل‌ها و موضوعات جمع-بندی کند تا به اجمال، حوزه‌های نیازمند به تدوین قانون در این راستا نمایان شود. با توجه به این نکته که عنوان پژوهش، دارای دو سطح معنایی به قرار زیر است:

۱- چیستی فقه رسانه و حقوق رسانه؛

۲- سامانه یا مجموعه احکام فقه رسانه و حقوق رسانه.

بنابراین، این پژوهش به منظور تأمین هدف مذکور در چهار بخش با عناوین کلیات و مبانی، سامانه کلان‌نگر احکام فقه رسانه، اصول مدیریت فقه‌بنیان رسانه و در بخش آخر نتیجه‌گیری و پیشنهادات تدوین شده است. که بخش اول با سرفصل‌های ادبیات، روش پژوهش و مبانی نظری - ارزشی نظام دانشی فقه رسانه؛ بخش دوم با سرفصل‌های سامانه کلان‌نگر احکام فقهی محتوای خبر، سامانه کلان‌نگر احکام فقهی منبع خبر، سامانه کلان‌نگر احکام فقهی مخاطب خبر و سامانه کلان‌نگر ویژگی‌های شاغلان خبر؛ بخش سوم با سرفصل‌های معیارهای عینیت‌یابی ارزش خبر، جهت‌گیری مثبت شگردهای خبرنگاری و دولت و مدیریت رسانه و بخش چهارم با سرفصل‌های نتیجه‌گیری و پیشنهادات تدوین شده است. البته این پژوهش به دلیل تازه بودن، داعیه‌دار کمال مباحث نیست؛ داعیه‌دار جامع مباحث نیز نیست. با این حال قابل ذکر است که بررسی و تبیین دقیق‌تر این ایده در پژوهش گسترده‌تر و