



In the name of Allah, the compassionate, the merciful  
به نام خداوند بخشنده مهربان

سرشناسه: منصورى، خليل، ۱۳۴۳ -  
عنوان و نام پديدآور: فقه رسانه در اسلام/ خليل منصورى.  
مشخصات نشر: قم: مركز بين المللى ترجمه و نشر المصطفى ﷺ، ۱۳۹۶.  
مشخصات ظاهرى: ۵۹۲ ص.  
شابك: ۹۷۸-۶۰۰-۴۲۹-۱۴۸-۴

وضعيت فهرست نويسى: فيبا  
يادداشت: چاپ دوم: ۱۴۰۱.  
يادداشت: كتابنامه

موضوع: رسانه هاى گروهى -- جنبه هاى مذهبى -- اسلام  
موضوع: Mass media -- Religious aspects -- Islam  
موضوع: رسانه هاى گروهى -- قوانين و مقررات (فقه)  
موضوع: Mass media -- Law and legislation (Islamic law)  
شناسه افزوده: جامعة المصطفى ﷺ العالمية. مركز بين المللى ترجمه و نشر المصطفى ﷺ  
شناسه افزوده: Almustafa International Translation and Publication center/Almustafa International University  
رده بندي كنگره: BP ۲۳۰/۱۴۵/م۷۶ف۷۱۳۹۱۳۹۶  
رده بندي ديويى: ۲۹۷/۴۸۳  
شماره كتابشناسى ملي: ۴۵۸۴۲۷۱  
مرجع توليد: معاونت پژوهش

BP0935

اين كتاب با كاغذ حمايتى منتشر شده است

فقه رساله در اسلام

مؤلف: خليل منصورى

ناشر: مركز بين المللى ترجمه و نشر المصطفى ﷺ

چاپ: چاپخانه ديگيتال المصطفى ﷺ

مراكز پخش

◀ ايران، قم، خيابان معلم غربى (حجتيه)، نبش كوچه ۱۸ تلفن: ۳۷۸۳۶۱۳۴ ۲۵ ۹۸+

تلفكس: (داخلى ۱۰۵)/۳۷۸۳۹۳۰۵ ۲۵ ۹۸+

◀ ايران، قم، بلوار محمد امين، سه راه سالاربه تلفن: ۳۲۱۳۳۱۰۶ ۲۵ ۹۸+

pub\_almustafa

pub-almustafa.ir

miup@pub.miu.ac.ir

باسپاس از دست اندركاراني كه ما را در توليد اين اثر بارى رساندند.

● مدير انتشارات: مصطفى نويخت ● مدير توليد: جعفر قاسمى ابهرى ● ناظر چاپ: ايوب جمالى

همه حقوق براى ناشر محفوظ است



مرکز بین‌المللی  
ترجمه و نشر الصلح

# فقه رسانه در اسلام

خلیل منصوری

## سخن ناشر

با پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی و در عصر جهانی شدن ارتباطات، پرسش‌ها و چالش‌های نوینی در حوزه علوم انسانی، فرآوری اندیشمندان مسلمان قرار گرفت که برخاسته از مسئولیت دشوار حکومت در این عصر است؛ دورانی که پایبندی به دین و سنت در مدیریت همه‌جانبه کشورها بسیار چالش‌برانگیز می‌نماید. از این رو، مطالعات و پژوهش‌های به‌روز، جامع، منسجم و کاربردی در حوزه دین، بر اساس معیارهای معتبر جهانی و اندیشه‌های ناب و ژرف، بایسته و ضروری است و جلوگیری از انحرافات فکری و تربیتی پژوهندگان حوزه دین، مهم و مورد عنایت بنیان‌گذاران این شجره طیبه، به‌ویژه معمار بزرگ انقلاب اسلامی، امام خمینی علیه السلام و مقام معظم رهبری علیه السلام می‌باشد.

جهانی‌شدن و گسترش سلطه فرهنگی غرب در سایه رسانه‌های فرهنگی و ارتباطی، اقتضا دارد که دانش پژوهان و علاقه‌مندان به این مباحث، با اندیشه‌های بلند و ارزش‌های متعالی آشنا شوند و این مهم، با ایجاد رشته‌های تخصصی، تولید متون جدید و غنی، گسترش دامنه آموزش و تربیت سازمان‌یافته دانشجویان به سرانجام خواهد رسید. این فرایند، گاه در پرداختن به مباحث بنیادین و تدوین متون تخصصی تعریف می‌شود و گاه در نگارش بحث‌های علمی، اما نه چندان پیچیده و تخصصی به ظهور می‌رسد.

بالندگی مراکز آموزشی و پژوهشی، در گرو نظام منسجم، قانونمند و پویاست. بازنگری در متن‌ها و شیوه‌های آموزشی و پژوهشی و به‌روزکردن آنها نیز این انسجام و پویایی و در نتیجه، نشاط علمی مراکز آموزشی و پژوهشی را در پی دارد.

«جامعة المصطفی علیه السلام العالمية» به‌عنوان بخشی از این مجموعه، که رسالت بزرگ تعلیم و تربیت طلاب غیرایرانی را بر عهده دارد، تألیف متون آموزشی و پژوهشی مناسب را سرلوحه تلاش خود قرار داده و تدوین و نشر متون در موضوعات گوناگون علوم دینی، حاصل این فرایند است.

مرکز بین‌المللی

ترجمه و نشر المصطفی علیه السلام

## فهرست

سخن نخست.....	۱۱
مقدمه.....	۱۳
درآمدی بر نقش رسانه و رسالت جهانی آن.....	۱۵
۱. اهداف و مقاصد.....	۱۹
بیان مسأله.....	۱۹
محدوده مسأله.....	۱۹
پرسش‌های اصلی و فرعی.....	۲۰
فرضیه تحقیق.....	۲۰
اهداف تحقیق.....	۲۰
پیشینه تحقیق و امتیاز این پژوهش.....	۲۰
ضرورت انجام تحقیق.....	۲۱
روش تحقیق.....	۲۱
روش گردآوری اطلاعات.....	۲۱
۲. کلیات و مفاهیم.....	۲۳
مقدمه.....	۲۳
ضرورت، اهمیت و چارچوب عمومی فقه رسانه.....	۲۴
ضرورت و اهمیت فقه رسانه و ارتباطات رسانه‌ای.....	۲۵
رسانه، ابزار اطلاع‌رسانی، آموزش و امر به معروف.....	۳۴
چیستی رسانه.....	۳۶
اهداف فعالیت‌های رسانه.....	۳۸

۳۹	چستی فقه
۳۹	۱. فقه در قرآن و روایات
۴۰	۲. فقه اکبر و فقه اصغر
۴۰	۳. منابع و مبانی فقه و اجتهاد
۴۱	۴. احکام تکلیفی و احکام وضعی
۴۴	۵. فقه فردی و فقه اجتماعی
۴۸	جایگاه رسانه در فقه اکبر و اصغر
۵۰	نمونه‌هایی از فقه رسانه
۵۴	نسبت فقه رسانه با اخلاق رسانه‌ای
۵۷	۳. بایدها و شایدهای فعالیت رسانه از منظر اسلام
۵۷	مشروعیت رسانه از منظر اسلام
۵۹	ابزارهای رسانه‌ای
۵۹	۱. رسانه‌های دیداری و شنیداری
۶۳	۲. رسانه‌های نوشتاری
۶۴	مهم‌ترین کارکردهای اثباتی رسانه‌ها
۶۵	وجوب کفایی فعالیت‌های رسانه‌ای
۷۷	کارکردهای تبلیغی و دفاعی از اسلام
۸۱	۱. انعکاس مشکلات مؤمنان
۸۳	۲. ابزارهای نوین رسانه در خدمت دین
۸۵	علل موفقیت رسانه در غرب
۹۰	راهکارهای اسلامی شدن رسانه
۹۲	ویژگی‌های رسانه اسلامی
۹۹	اهداف رسانه اسلامی
۱۰۶	اولویت‌های فعالیت‌های رسانه‌ای
۱۰۶	۱. مهم‌ترین اولویت‌های یک رسانه در حوزه مخاطبان
۱۱۲	۲. مصالح عمومی در فعالیت‌های رسانه‌ای
۱۱۴	۳. ضرورت حفظ مصالح اجتماعی در فقه رسانه
۱۱۹	کارکرد آموزشی و تفریحی رسانه: قصه و داستان
۱۱۹	۱. فرق قصه و داستان و افسانه
۱۲۵	۲. اقسام و انواع قصه و داستان
۱۴۳	کارکرد تفریحی و سرگرمی رسانه

۱. ادخال سرور و ایجاد شادی: شوخی های گفتاری و رفتاری ..... ۱۴۳
۲. حکم شرعی گفتار و رفتار خنده آور و خنده ..... ۱۶۵
۳. خنده و لبخند در آیات قرآنی ..... ۱۶۶
۴. خنده، سّر الهی ..... ۱۶۸
۵. تعجب، عامل خنده های طبیعی ..... ۱۶۸
۶. خنده عاقلانه و خنده سفیهانه ..... ۱۶۹
۷. دل‌مردگی ناشی از خنده ..... ۱۷۲
۸. لبخند و تبسم شیوه پیامبران ..... ۱۷۴
۹. روایات درباره خندانیدن مردم ..... ۱۷۶
۱۰. حکم شرعی خنده ..... ۱۸۱
- نقش و کارکردهای رسانه های تصویری ..... ۱۸۹
- تصویر، ابزاری برای انتقال پیام ..... ۱۹۰
- اقسام تصاویر ..... ۱۹۴
- تصویر برجسته و غیر برجسته جانداران ..... ۱۹۵
۱. حرمت مجسمه سازی جانداران ..... ۱۹۸
۲. نقاشی و تصویر موجودات دارای روح ..... ۲۰۹
۳. حکم عکس و فیلم ..... ۲۱۵
- کارکرد آموزشی و پرورشی رسانه: اخبار و اطلاعات ..... ۲۱۸
- تولید، خرید و فروش اخبار و اطلاعات ..... ۲۱۸
- حقوق معنوی ..... ۲۱۸
- انواع و اقسام خبر ..... ۲۳۱
- سبک های نگارش و ارائه خبر ..... ۲۳۳
۱. سبک نویسندگی خبر: قالب نرم خبر ..... ۲۳۴
۲. خبر کلامی ..... ۲۳۵
۳. خبر سخت و نرم ..... ۲۳۶
- انبوه سازی خبر ..... ۲۴۱
- تعریف لغوی خبر و نبأ ..... ۲۴۲
- تعریف خبر در علم اصول ..... ۲۴۴
- تعریف خبر در اصطلاح رسانه ..... ۲۴۶
- ارزش های خبری ..... ۲۵۰
- تولید و نشر خبر از منظر فقه اسلامی ..... ۲۵۱

۲۵۲	..... مباحث عمده در فقه خبررسانه‌ای
۲۵۲	..... تقسیم رسانه‌های خبری به تجاری و فرهنگی
۲۵۳	..... لزوم تحقیق در مفاد و محتوای خبر
۲۶۱	..... جواز شرعی خرید و فروش خبر
۲۶۵	..... ۱. جواز خرید و فروش خبر به دلیل مالیت
۲۶۷	..... ۲. روش‌های تملک مال
۲۶۸	..... ۳. منشأ مالکیت خبر و نحوه خرید و فروش آن
۲۷۲	..... ۴. جواز و عدم جواز محدودیت در نشر خبر
۲۷۷	..... ۵. فروش معاطاتی خبر
۲۸۳	..... ۶. محدودیت‌های انتشار خبر
۲۸۵	..... ۷. شرایط فسخ قرارداد فروش خبر
۲۸۵	..... ۸. احکام فسخ قرارداد فروش خبر
۲۸۶	..... ۹. فسخ معامله فروش حق تالیف و نشر
۲۸۷	..... ۱۰. حکم سود حاصل از انتشار غیرقانونی کتاب و حقوق معنوی
۲۸۸	..... احکام مربوط به لوازم و ملازمات خبر
۲۸۹	..... ۱. نقل قول خبر کذب
۲۹۱	..... ۲. خبر از روی حس و صدق
۲۹۲	..... ۳. حقوق مخبرعنه
۲۹۵	..... ۴. محرمات رسانه‌ای از منظر فقه اسلامی
۲۹۵	..... مقدمه
۲۹۷	..... حرمت انتشار خبر ضرری
۳۰۰	..... انتشار خبر اضرائی و مشکوک الضرن: وجوب یا حرمت
۳۰۶	..... حرمت فروش اخبار گمراه کننده
۳۰۶	..... ۱. ادله حرمت انتشار خبر و رابطه آن با حفظ نظام
۳۱۲	..... ۲. بررسی حرمت نگهداری و نشر اخبار گمراه کننده
۳۱۵	..... ۳. استفاده از ادله حرمت نشر کتب ضاله برای اخبار گمراه کننده
۳۱۶	..... ضمانت‌های اجرایی در فقه اسلامی
۳۲۳	..... حرمت تشهیر و بدنامی
۳۲۴	..... ۱. تشهیر و اشهار زناکار و آبروی بستگان در اجرای حدود
۳۲۶	..... ۲. شهادت
۳۲۹	..... ۳. جواز معرفی زناکار از سوی رسانه‌ها



۴. تشهیر از طریق رسانه‌ها ..... ۳۲۹
۵. جرم‌ها و مجرمان تشهیری ..... ۳۳۲
۶. تشهیر و اشهار مُفَلَس و ورشکسته اقتصادی ..... ۳۳۸
۷. جواز ریختن آبروی مؤمن در برخی جرائم اقتصادی به دلیل اثربازدارندگی ..... ۳۴۲
۸. تعارض تشهیر با حرمت عرض و آبرو ..... ۳۴۳
۹. تعارض انتشار اخبار مجرمین و تزاحم آن با حفظ آبروی منسوبین ..... ۳۴۷
- حرمت سب و دشنام ..... ۳۵۳
۱. حکم انتشار خبر حاوی دشنام و نسبت‌های ناروا ..... ۳۵۶
۲. حکم لعن و نفرین و مرده باد! ..... ۳۵۷
۳. ناروایی توهین به مقدسات با سب فرد ..... ۳۵۸
۴. مصالح سب و دشنام کافر ..... ۳۶۱
۵. دلایل حرام بودن انتشار خبر حاوی سب ..... ۳۶۷
- حرمت ایذاء و غیبت مؤمن ..... ۳۶۹
۱. احکام اخبار حاوی معصیت پنهان و آشکار ..... ۳۶۹
۲. انتشار خبر ایذایی مؤمن؛ از وجوب تا حرمت ..... ۳۷۰
- حرمت بیان معصیت پنهان از باب غیبت ..... ۳۷۶
۱. دلایل حرام بودن توسعه حیطة اطلاع از معصیت ..... ۳۸۰
۲. امکان یا عدم امکان تخصیص حرمت غیبت برای افراد ..... ۳۸۱
- حرمت هجو و استهزاء و تمسخر ..... ۳۸۵
۱. هجورسانه‌ای؛ کاریکاتور، طنزگفتاری و نوشتاری ..... ۴۰۲
۲. تعزیر هجوکننده مومن ..... ۴۰۸
۳. حرمت هجورسانه‌ای مؤمن و مخالف ..... ۴۰۸
۴. هجو مخالفان اهل بیت علیهم‌السلام و ناصبی‌های دشمن ..... ۴۱۶
۵. جواز انتشار خبر هجو کفار حربی به عنوان اولیه ..... ۴۲۴
۶. خبر هجوی معصیت مسلمان؛ پنهانی و آشکار ..... ۴۲۶
۷. هجو و غیب اقوام و اقشار و طوائف ..... ۴۲۹
۸. طنز دوربین مخفی ..... ۴۳۲
۹. طنز مثبت ..... ۴۳۵
- حرمت بدعت و نسبت‌های ناروا ..... ۴۳۷
۱. معنا و مفهوم بدعت ..... ۴۳۷
۲. ویژگی‌های بدعت و تفاوت آن با تشریح ..... ۴۴۱
۳. حرمت بدعت شرعی ..... ۴۴۹

۴۵۱.....	۵. جرائم رسانه‌ای از منظر فقه اسلامی.....
۴۵۱.....	مخاطرات فعالیت‌های رسانه.....
۴۵۵.....	جرائم و گناهان رسانه‌ای.....
۴۵۶.....	حدود آزادی رسانه‌ها.....
۴۵۸.....	حقوق رسانه‌ها در فقه و نظام اسلامی.....
۴۵۸.....	محدودیت‌های رسانه‌ها در فقه و نظام اسلامی.....
۴۶۰.....	محرمات و مکروهات در حوزه رسانه.....
۴۷۱.....	جرائم ارتكابی در رسانه‌ها.....
۴۷۲.....	مسئولیت کیفری در جرائم رسانه‌ای.....
۴۷۳.....	جرائم رسانه‌ای در فقه اسلامی.....
۴۷۴.....	۱. جرم اراجیف و شایعه‌سازی.....
۴۷۴.....	۲. جرم اراجیف خبری و شایعات رسانه‌ای.....
۴۷۷.....	۳. اراجیف خبری لرزه افکن.....
۴۷۹.....	۴. تهدید به قتل اراجیف‌سازان خبری.....
۴۸۱.....	۵. ممنوعیت شایعه‌پراکنی و کیفر آن.....
۴۸۲.....	۶. جنگ روانی با اکاذیب خبری.....
۴۸۴.....	۷. جرم افتراء.....
۴۸۴.....	۸. افتراء به رهبران و مردم عادی.....
۴۸۷.....	۹. افتراء در رسانه‌ها.....
۴۹۰.....	۱۰. جرم افشاگری از رازها.....
۴۹۲.....	۱۱. تبلیغ کفر و الحاد و منکرات.....
۴۹۶.....	۱۲. جرم فریبکاری رسانه‌ای.....
۴۹۹.....	۱۳. اکاذیب رسانه‌ای.....
۵۰۲.....	۱۴. جرم نشر و اشاعه اکاذیب.....
۵۰۷.....	۱۵. جرم اهانت و توهین.....
۵۰۹.....	۱۶. حرمت اهانت و توهین در فقه اسلامی.....
۵۱۲.....	تکریم والدین، یتیم و فقیر.....
۵۲۳.....	۱۷. جرم هتک حرمت.....
۵۲۸.....	۱۸. جرم تجسس و جاسوسی.....
۵۵۱.....	۱۹. جرم اشاعه فحشاء در رسانه.....
۵۷۴.....	جرائم رسانه‌ای از نظر قانون.....
۵۷۷.....	کتابنامه.....

## سخن نخست

فقه اسلامی بر اساس فلسفه اسلامی که بر مدار و محور توحید است، سبک زندگی اسلامی را تبیین می‌کند. در طول تاریخ اندیشمندان اسلامی این ذخائر گرانبهای الهی که تالو و وجودشان زمین سرد و خشک را گرمی و طراوت می‌بخشد، با بهره‌گیری از آب‌شخور اصیل کتاب و عترت، هم چون رودخانه‌هایی خروشان هستند که عطش تشنگان را سیراب و اشتیاق مشتاقان را به نهایت می‌رسانند و با استنباط و تفحص در آیات و روایات در قالب نظریه و احکام، سبک درست زندگی را به مردمان می‌آموزند تا در دنیا و آخرت سعادت‌مند گردند.

اجتهاد در فرهنگ اسلامی به معنای فروع به اصول، مهم بستری است که متغییرات را به ثابتهای پیوند می‌زند و امروز را با گذشته و آینده ارتباط می‌دهد و شرایع و مناهج را به مردمان می‌نمایاند. این‌گونه است که در سایه سار اجتهاد و استنباط همواره زندگی در جلوه‌های تطور و تحول در فقه اسلامی خود را در اوج نشان می‌دهد و مرگ و زوال از فقه اسلامی دور می‌ماند. اجتهاد پویا چیزی جز شناخت مسائل روزمره زندگی و مقتضیات آن نیست که در قالب نظریه‌ها و احکام در چارچوب مبانی و اصول استنباط ارائه می‌شود و چراغ راهی برای مردمانی است که می‌خواهند بر اساس فلسفه اسلامی، سبک زندگی خود را سامان دهند.

امروز مسائل بسیاری خود را بر جامعه تحمیل کرده است که از جمله آنها مسائل رسانه‌های دیداری و شنیداری و فناوری‌های روز است. نویسنده در این برآن است تا براساس شاخص‌های اسلامی استنباط و اجتهاد در چارچوب نظریه و احکام اسلامی بایدها و نبایدهای فقه رسانه را تبیین نماید.

امید می‌رود آنچه در ترویج «فقه رسانه در اسلام» و «الاعلام فی الفقه الاسلامی و الشریعه الاسلامیه» انجام شده است، ذخیره‌ای ماندگار در ترویج فلسفه و سبک زندگی اسلامی و در راستای معرفت و حکمت الهی بماند.