

اخلاق خبر رسانی از دیدگاه آیات و روایات

تاریخ دریافت: ۹۴/۱۰/۲۵ تاریخ تأیید: ۹۵/۲/۱۵

حمیده سادات خاتمی*

چکیده

ارائه دیدگاه قرآن کریم و روایات ائمه معصومین علیهم السلام درباره اخلاق خبر رسانی و ارائه اصول و معیارهایی اساسی برای بالنده شدن این حوزه است. محقق با شیوه تحلیلی و با طرح این سؤال که از منظر قرآن و ائمه علیهم السلام اخلاق خبر رسانی چگونه است و چه ویژگی دارد؟ به بررسی دیدگاه قرآن و احادیث در رابطه با این موضوع پرداخته است. وی ابتدا تعریفی از اخلاق و خبر در لغت و اصطلاح، ارائه می‌دهد و سپس اصول و ارزش‌های اخلاق خبر رسانی با شواهدی از منظر آیات و روایات در سه محور بررسی می‌نماید که عبارتند از: (۱) اخلاق مربوط به مخبر (۲) اخلاق شیوه خبر رسانی (۳) اخلاق محتوای خبر. پژوهشگر در ادامه ملاک‌های قرآن و روایات را برای خبر رسانی در ذیل هر محور بیان می‌دارد.

مهم‌ترین نتایج حاصل از این پژوهش آن است که چنانچه رسانه در خبر رسانی به اصول و قواعد اخلاقی به دست آمده از قرآن و روایات پایبند باشد. اولاً خبر آن از پایایی و پویایی فرازمانی و فرامکان برخوردار می‌شود به گونه‌ای که بعد از آن «خبر» به تنهایی می‌تواند رسانه خودش باشد و ثانیاً اعتماد مخاطب که بزرگ‌ترین سرمایه رسانه است به این ترتیب به حداکثر خواهد رسید، این غایت در گرو آن است که مجموعه اصول اخلاق خبر رسانی قرآنی و روایی به طور سیستماتیک و در کنار هم، مورد توجه و کاربرد قرار گیرد تا خبر رسانی را به خبر رسانی برخواسته از دین تبدیل کند.

واژه‌های کلیدی: اخلاق، خبر، خبر رسانی.

مقدمه

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا» (احزاب: ۷۰)

«ای مؤمنان تقوای الهی پیشه کنید و همیشه با اطمینان از درستی کلام سخن بگویید»

داشتن دانش و برخورداری از اطلاعات، یکی از نیازهای همیشه بشر برای اداره و برنامه‌ریزی زندگی بوده است. اما انسان امروزی در عصری زندگی می‌کند که منفعت طلبی فریبنده ارتباطات دم از «نظم نوین جهانی اطلاعات» می‌زند؛ مفهومی که از جانب ایالات متحده و تعدادی کشورهای اروپایی مطرح می‌شود که ثمره‌اش اقتصاد باز کاملاً نامحدود به نفع آنها به اسم «جهانی شدن اطلاعات» است و نقش کشورهای در حال توسعه جز تماشاچی بودن معاملات اطلاعات و اخبار چیزی نیست. «خبر» نیز یک منبع با ارزش «غرب محور» به عنوان کالایی در دست چند بنگاه خبری - آمریکایی، انگلیسی و فرانسوی - تولید می‌شود، اما توزیع عادلانه و منصفانه به طور کامل تحقق نمی‌پذیرد. تولید اطلاعات با این متد می‌رود به جایگاهی برسد که دانش‌های مفید و غیر مفید آن چنان برق آسا و با حجم زیاد به هم آمیخته می‌شود که انفکاک آن مشکل می‌نماید. در این میان «خبر رسانی» نیز به عنوان یکی از مواد اصلی تأمین کننده اطلاعات رسانه‌ها، به این آفت دچار شده است.

بررسی جریان خبر رسانی در عصر حاضر ما را به این نکته می‌رساند که خلاً معرفت شناختی و ارزشی از یک سو و عدم تثوریزه شدن آن بر طبق معارف دینی از سوی دیگر مهم‌ترین آسیب‌ها بر پیکره اطلاع رسانی است. در این راستا، ارزش‌های اخلاقی، می‌تواند

درمان بحران خلأ ارزشی در خبر رسانی محسوب شده و به واسطه آن تا حد زیادی بر مشکلات ناشی از انفجار اطلاعات فائق خواهیم آمد.

در زمینه «اخلاق رسانه‌ای» پژوهش‌هایی در داخل و خارج انجام شده، از میان پژوهش‌های داخلی می‌توان به اثر «اخلاق رسانه‌ای در خبر» از خانم احدزاده و مقاله «اخلاق حرفه‌ای خبر در اسلام» از آقای پیمان جبلی اشاره کرد و چند پژوهش خارجی از: العوینی «الاعلام الاسلامی الدولی بین النظریة و التطبيق» و پژوهش نیک راسل با عنوان «اخلاق رسانه» وجود دارد. در میان مطالعات، به پژوهشی که از منظر اخلاق به خبر رسانی پرداخته باشد و روایات را در ضمن آیات مورد بحث قرار دهد، دست نیافتیم. لذا این خلأ انگیزه‌ای شد که خبر رسانی را با دیدگاه اخلاقی از نظرگاه قرآن به همراه روایات مورد کاوش و بررسی قرار دهیم. ضرورت پرداختن به موضوع «اخلاق خبر رسانی» براساس آنکه خبر رسانی، هم عمل «دیگر خواهانه» و هم «ارزش گرایانه» است از دو وجه اهمیت دارد:

اول، برای صاحبان رسانه که، حفظ اعتماد و جذب مخاطب، سرمایه‌ی اصلی‌شان محسوب می‌شود و دوم، رعایت ضوابط اخلاقی برای عموم مردم که مخاطبان اصلی رسانه هستند ضروری است زیرا مواضع فردی و اجتماعی افراد و برنامه‌ریزی آنها و جهت‌گیری‌شان تابعی از شناخت و اطلاعات و اخباری است که رسانه در اختیار آنها می‌گذارد.

بنابراین ارزش‌های اخلاقی الگو و معیاری است که می‌تواند جریان خبر رسانی را کنترل و هدایت کنند. ما این الگوی صحیح را در معارف منطبق با فطرت انسانی اسلام به ویژه آیات و روایات یافتیم و هدف نهایی خود را رسیدن به نظریه «اخلاق خبر رسانی از دیدگاه آیات و روایات» قرار دادیم. ساختار مقاله حاضر ابتدا به معرفی مفاهیم اصلی اخلاق و خبر و چارچوب منطقی بحث می‌پردازد آنگاه رابطه اخلاق با خبر رسانی توضیح داده شده است. سپس معیارهای اخلاق خبر رسانی از منظر آیات و روایات را بررسی نموده و در پایان هم نتایج

حاصل از پژوهش را بیان گردید. به امید آنکه بتواند در مسیر خبر رسانی مطابق با معیارهای اخلاق اسلامی برای صاحبان رسانه و برای همه انسان‌های حقیقت جو، جهت یافتن بصیرت لازم در شناخت خبرهای صحیح و سالم از غیر آن مؤثر و مفید واقع شود.

۱- تعریف اخلاق

کلمه «اخلاق» در لغت نامه‌ها، چند صورت دارد:

«الخلق بضم اللام و سکونها و هُوَ الدین و الطبع و السجیه و حقیقه إِنَّه لصورة الإنسان الباطنة و هی نفسه و اوصافها المختصة بها به منزله الخلق لصورة الظاهرة و اوصافها و معانیها و لها اوصاف الحسنه و قبیحه». (ابن منظور، ۱۴۰۵ق، ج ۱۰، ص ۸۶)

خلق، چه لام ضمه داشته باشد چه سکون، به معنای دین و منش و طبیعت است و در حقیقت مربوط به صورت باطنی انسانی است که همان نفس انسان و اوصاف مختص به آن است همانند خلق که مربوط به صورت ظاهری انسان است و اوصاف ظاهری و معانی مختص به آن است، و برای این صورت اوصاف خوب و زشت وجود دارد.

از این تعریف مشخص می‌شود کلمه «خلق» و «خلق» در لغت عرب از یک ماده هستند اما از نظر معنا با یکدیگر تفاوت دارند.

«اخلاق» جمع خلق که شکل درونی و باطنی در انسان است، همان حالات نفسانی که انسان را به انجام کارهایی دعوت می‌کند بی‌آنکه نیاز به تفکر و اندیشه داشته باشد، بنابراین خلیات ناشی از این اعمال نیز «اخلاق» نامیده می‌شود. در تهذیب الاخلاق «مشابه این معنا را می‌بینیم:

«إِنَّ الْخُلُقَ هُوَ حَالُ النَّفْسِ، بِمَا يَفْعَلُ الْإِنْسَانُ أَعْمَالَهُ بِبَلَاءِ رُوبِيَّةٍ وَ لَا اخْتِيَارٍ»؛ «خلق از حالات نفسانی است که به وسیله آن، آدمی بدون تأمل و بدون اختیار کاری را انجام می‌دهد».
(رازی، ۱۳۶۲، ص ۵۱)

از این تعاریف معنایی اعم از فضیلت و ردیلت که به عنوان حالات ذاتی انسانی قرار می‌گیرد، به دست می‌آید. اما آنچه از این واژه متعارف است و مقصود ما نیز می‌باشد، اخلاق حسنه و نیکو است.

بنابراین اخلاق، امری است که در ابتدا باید از درون فرد بجوشد و آنگاه در همه اعمال او چه فردی و چه اجتماعی نمود پیدا کند.

۲- خبر رسانی

خبر ماده اولیه ارتباطات اجتماعی را تشکیل می‌دهد. در عصر کنونی خبر، مهم‌ترین کارکرد رسانه‌های نوین است.

خبر، در لغت به معنای «آگاهی و اطلاع رسانی» تعریف شده است. (دهخدا، ۱۳۳۴، ج ۲، ص ۲۴۶)

انوری، خبر را اطلاعاتی می‌داند درباره رخدادهای زمان‌های اخیر، به ویژه آنچه روزنامه‌ها، نشریات ادواری، رادیو و تلویزیون آن را گزارش می‌کنند. (انوری، ۱۳۸۱، ج ۴، ص ۲۶۷۷) این تعریف اشاره به همان «ماده اولیه ارتباطات اجتماعی» دارد. خبر رسانی، به فرستادن خبر اطلاق می‌شود. (همان)

خبر در اصطلاح نیز توسط ژورنالیسم‌ها و صاحبان رسانه به گونه‌های مختلف تعریف شده «والتر لیپمن» درباره خبر چنین می‌گوید: «اخبار انعکاس موقعیت‌های اجتماعی نیستند، بلکه گزارش جنبه‌های مطرح شده در جامعه‌اند. اخبار به مسائلی می‌پردازند که فوری و الزاماً پیچیده

و مهم باشند» و در ادامه اضافه می‌کند: «خبر و حقیقت یکی نیستند، وظیفه خبر این است که حادثه‌ای را مطرح کرده و سر زبان‌ها بیندازد و حال آنکه وظیفه حقیقت این است که واقعیات نهان و نامعلوم را روشن کرده، آنها را به هم ربط داده و تصویری از واقعیت به دست دهد که بشر براساس آن عمل می‌کند». (نگرین، ۱۳۷۹، ص ۳۲)

دکتر معتمدنژاد، تعریفی دیگر درباره خبر ارائه می‌دهد: «خبر، اعلام و بیان وقایع جالب زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی است.» (معتمدنژاد، ۱۳۶۸، ص ۱۷)

دکتر یونس شکرخواه، ضمن تأکید بر اینکه خبر یک حق اجتماعی است نه یک کالای تجاری، خبر را اینگونه معرفی می‌کند:

«اگر خبر را گزارشی بیطرفانه، دقیق و در عین حال صحیح و عینی از یک رویداد مفروض بدانیم، وجود برخی از شاخص‌ها و معیارها به انتخاب آن «رویداد» - از میان هزاران رویداد دیگر - به عنوان «خبر» کمک می‌کند. این عناصر موجود در رویداد را که به گزینش رویداد و تبدیل شدن آن به خبر می‌انجامند، ارزش‌های خبری^۱، می‌نامیم.» (شکرخواه، ۱۳۷۹، ص ۷)

در تعاریف ارائه شده، عنصر مشترک، شناساندن خبر با نوع محتوا و کارکردش و آثار آن، صورت گرفته است؛ بنابراین «خبر رسانی» در اصطلاح به فرایند انتقال گزارش رخدادهای مهم از منبع فرستنده به وسیله رسانه به مخاطب (گیرنده) می‌گوییم. خبر رسانی، شامل کوشش‌هایی برای کسب، جمع‌آوری، تدوین و انتشار به موقع اطلاعات می‌شود که در نهایت به «ارائه خبر» منتهی می‌گردد. در این پژوهش به روند خبر رسانی به عنوان تلاش‌هایی برای ارائه خبر خواهیم پرداخت.

۳- جایگاه اخلاق در خبر رسانی

شاید در هیچ دوره‌ای از تاریخ پرفراز و نشیب تمدن بشری مانند عصر پرهیاها و پر حادثه‌ای که ما در آن زندگی می‌کنیم، بحث اخلاق و ضرورت پرداختن به ارزش‌ها و فضائل انسانی تا به این حد احساس نشده باشد، اخلاق مجموعه ارزش‌ها و هنجارهایی است که بر زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها سایه گسترده و امروزه بُعد اجتماعی آن به خاطر پیشرفت گسترده و ارتباطات انسانی و ارتباطات رسانه‌ای دارای آثار و پیامدهای بیشتری است. بایسته‌ها و نبایسته‌ها منحصر به حوزه محدود فردی نیست؛ عملکرد برخی از حرفه‌ها در حوزه عمومی، تأثیر زیاد و پر دامنه‌ای به همراه دارد. حرفه خبر رسانی از آن دست مشاغلی است که زبان گویای سیاست و رخدادهای مهم جامعه داخلی و خارجی‌اند، این مسأله در کنار اوضاع عصر پر شتاب اطلاعات ما را مطمئن می‌سازد که دیگر در کهکشان دنج مک لوه‌ای نیستیم، بلکه جهان ما به گونه‌ای که هرگز سابقه نداشته است به صورت الکتریکی شبکه‌ای از ارتباطات برخوردار شده با این اوصاف خبر رسان‌ها هم باید صاحب یک «ذهنیت جهانی» شوند؛ ذهنیت جهانی که ناظر به تفکر و روشی است که دیدگاه‌های مختلف آن را بپذیرند و بر آن اعتماد کنند. لزوم پرداختن به اصولی که در چارچوب هیچ قانون و حقوقی نگنجیده و از طرفی مورد پذیرش جهانی باشد، مسأله‌ای است که مدتی قبل مورد توجه اندیشمندان این عرصه واقع شده است. ضرورت تدوین و تصویب اصول و مقررات اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاران از اواخر قرن ۱۹ و اوایل قرن ۲۰ به تناسب رشد مطبوعات خبری و تجاری، به وجود آمد. کمیون مک براید به طور رسمی در راستای تدوین هنجارهای اخلاق حرفه‌ای برای نخستین بار، اصول اخلاق پرسنل اطلاعاتی را تهیه کرد.

با مسأله شدن اخلاق حرفه‌ای در سراسر جهان، تلاش‌هایی در جهت همگن سازی قوانین و اصول ارزشی در حد نظام نامه‌ها و در حد توصیه باقی ماندن، نگاشته شدند. در ایران

نیز تعهدنامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری توسط «دکتر معتمدنژاد» در قالب چند اصل تدوین شده است.

اما سؤالی که ورای این تشریفات معمول و نظام نامه‌ها، به نام اخلاق حرفه‌ای به نظر می‌رسد آن است که «ذهنیت جهانی» که باید صاحبان رسانه دارا باشند، چگونه به دست می‌آید؟ آیا در این تعهدنامه‌ها و قوانین نگاشته شده، حضور دارد؟

ما معتقدیم این دیدگاه اسلام است که «ذهنیت جهانی» به انسان می‌بخشد، زیرا اسلام دین تک بُعدی و تک نگر نیست، بلکه به خاطر اتصالش به منبع لایزال الهی، به حدی بی‌نهایت است که «جاودانگی» و مطابق با فطرت بودن فرامین الهی آن، اعتماد لازم برای حیات رسانه در عرصه خبر رسانی را تأمین می‌کند. ویژگی بارز یک دین جهانی، انطباق آموزه‌های اخلاقی آن بر عموم انسان‌ها است، از این منظر دین جهانی اسلام آموزه‌های فرامنطقه‌ای دارد. ما اصول اخلاقی را به عنوان یکی از حوزه‌های مرتبط با دین، که مدیریت رفتار وجدانی و اختیاری انسان‌ها در همه افعال از جمله عمل خبر رسانی را به عهده دارد، اخذ می‌کنیم.

خبر رسانی در تعامل با کنش و رفتار انسانی است با اخلاق می‌تواند بالنده شود و تأثیرگذاری فرازمانی و مکانی را دارا شود. زیرا اخلاق به عنوان مجموعه‌ای فراتر از قوانین و حقوق، در عرصه خبر رسانی بهترین گزینه‌ای است که می‌تواند این تکنولوژی نسبتاً جدید و مهم سرنوشت ساز در سیاست داخلی و خارجی و روابط رسانه‌ای و فردی را مدیریت کرده و به خاطر ابعاد درونی بودن و کنترل باطنی‌اش بر وجدان‌ها، از بقاء مورد نظر ما که خصوصیت مقطعی نداشته و بتواند پیام خبری، رسانه خودش شود، را دارا می‌گردد.

پس برای تحقق کامل اخلاق خبر رسانی، باید رابطه متقابل این دو در بُعد علمی و رفتاری برقرار گردد یعنی اخلاق خبری و خبر اخلاقی باید باشد، چرا که هر گزینه‌ای مربوط به

اخلاق است در خبر کاربرد دارد. یعنی اخلاق خبری را تأمین می‌کند و هر خبر از آنجا که دارای بار ارزشی و هنجاری است یک نوع اخلاق را پشتیبانی می‌کند و به این ترتیب، خبر اخلاقی محقق می‌شود در پاسخ به این پرسش که چرا باید در خبر رسانی به اخلاق عمل کرد. باید گفت که:

نخست: انگیزه رفتار اخلاق مدارانه در خبر به نفع خود رسانه است، زیرا اگر رسانه به صداقت و امانت‌داری معروف شود چهره‌ای محترم و مورد اعتماد در جامعه مخاطب می‌یابد.

دوم: اخلاق و پایبندی به ارزش‌ها، منجر به تقوا می‌شود. وقتی انسان خدا را در رأس امور ببیند و به اصول مورد تأیید دین پایبند باشد چنان آرامش وجدان می‌یابد که حتی اگر ارائه خبری به ضررش تمام شود، آن آرامش درون خود را با هیچ یک از منافع مادی دنیا از بین نمی‌برد. ارسطو در کتاب «اخلاق نیکوماخوسی» می‌گوید:

دروغ به خودی خود کار پست و مجرمانه است و درستی کار شریف و در خور ستایش. (پینکین، ۱۳۸۸، ش ۱۴-۱۳) بسیاری از مردم اطلاع رسانی را امری مسئولانه و در نتیجه تعهد سالم می‌دانند. بنابراین «حقیقت‌گویی» و «خبر‌پردازی» هر دو اجزای بهم پیوسته و مکمل عمل خبر رسانی است.

در مجموع کارکرد مهم و اصلی اخلاق در خبر رسانی به جلب اعتماد مخاطبین که از مهم‌ترین دغدغه‌های رسانه است می‌انجامد.

۴- اخلاق خبر رسانی از دیدگاه آیات و روایات

از نگاه معرفت شناسانه، تمام ذرات عالم نشانه‌ای از خدای متعال هستند و از او خبر می‌دهند. آنگاه که خدا اراده کرد بشر را شامل حال الطاف هدایت خود بگرداند پیامبران را برگزید که این رسالت رساندن پیام و خبر الهی، به بندگان را جامه عمل بپوشانند.

خداوند اخبار الهی در قرآن را که به ظاهر به زبان بشر بود اما معجزه‌ای بی بدیل، بر انسان خاکی تفضل کرد؛ خبرنگاران شایسته از مبدأ وحی که پیامبر عظیم شأن اسلام ﷺ تا ذریه‌ی پاکش ائمه معصومین علیهم‌السلام، کلامها و پیام الهی را برای انسان‌هایی که در ظلال و گمراهی بودند، گزارش و تفسیر نمودند. به عبارت دیگر می‌توان گفت: اولین شغل آدم «خبر رسانی» بوده است.

در این قسمت با بهره‌گیری از آیات و روایات در سه محور به اخلاق خبر رسانی می‌پردازیم:

محور اول: اخلاق مربوط به خبررسان؛ محور دوم: اخلاق شیوه خبر رسانی؛ محور سوم: اخلاق محتوای خبر.

محور ۱- اخلاق مربوط به خبررسان

با بررسی آیات و روایات مربوط به ویژگی‌های سیر ارائه خبر، نکات با ارزشی وجود داشت که خود شیوه صحیح پیام رسانی را به طور عام و تطبیق بر خبر رسانی به طور خاص را بر ما روشن می‌سازد.

برخی از آنچه که ارائه دهنده خبر به عنوان «مخبر» یعنی متصدیان امر خبرنگاری تا مجریان و نویسندگان راوی خبر، از اصول اخلاق دینی باید در نحوه خبر رسانی در نظر بگیرند را شرح خواهیم داد:

۱-۱ حفظ حیا و جلوگیری از اشاعه فحشاء

قرآن کریم، در بخش‌های مختلف آیات در بیان احوال امت‌های گوناگون در نهایت آزر و حیا توصیف می‌نماید. اما شیوه آیات قرآن بر تشریح مسائل زشت و ضد ارزشی نیست؛ حتی در به کارگیری الفاظ نیز بهترین و در لفافه‌ترین لفظ را برمی‌گزیند. در نحوه ارائه پیام یک نکته تربیتی دقیق نهفته است و آن اینکه: بیان جزئیات قبح عمل را از بین می‌برد و زمینه وسوسه و اشاعه آن را فراهم می‌کند. اما در کنار آن گزارش‌ها، هشدار تخطی از حدود الهی را نیز بیان می‌کند که به غایت ارشاد و عبرت آموزی بندگان بیانجامد. درقرآن، سخن پیرامون حیا هم بعد رفتاری دارد و هم گفتاری:

در «بُعد رفتاری» ماجرای دختران شعیب و حضرت موسی علیه السلام را بیان می‌دارد که یکی از دختران، به عنوان رساندن پیام پدر با نهایت حیا، گام برمی‌داشت.

«فَجَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَى اسْتِحْيَاءٍ قَالَتْ إِنَّ أَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ أَجْرَ مَا سَقَيْتَ لَنَا...» (قصص: ۲۵)

«یکی از دو دختر که با حیا راه می‌رفت نزد او آمد و گفت: پدرم تو را دعوت کرده است تا مزد آن آبی که به ما دادی به تو بپردازد».

در بُعد گفتاری، نیز نمونه‌های بسیاری در قرآن وجود دارد که خداوند در لفافه حیا و شرم پیام را می‌رساند. برای نمونه، در داستان حضرت یوسف علیه السلام ماجرای خیانت، را با کلماتی سرشار از آزر، به تصویر می‌کشد، آنجا که می‌فرماید:

«وَرَاوَدَتْهُ الْاِثْمَىٰ هُوَ فِي بَيْتِهَا عَن نَّفْسِهِ وَغَلَّقَتِ الْاَبْوَابَ وَقَالَتْ هَيْتَ لَكَ قَالَ مَعَاذَ اللّٰهِ اِنَّهُ رَبِّيْ اَحْسَنُ مَثْوَاىَ اِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظّٰلِمُوْنَ» (یوسف: ۲۳)

«آن زن قصد او کرد و او نیز اگر برهان پروردگار را نمی‌دید قصد وی می‌نمود (قفل‌ها را باز نمودیم) تا بدی و فحشا را از او دور سازیم؛ چرا که او از بندگان مخلص ما بود».

در ادامه همین آیه خداوند به کسانی که راه تقوا و حیا را پیشه کند مژده یاری فرموده است. در خبر رسانی هم از لحاظ رفتاری، که عمل‌گزینش خبر، برجسته‌سازی یک خبر، ترتیب پخش و نگارش آن باید این اصل مهم را در نظر داشت. و هم‌چنین لازم است در بُعد بیان و گفتاری نیز با کمال دقت در انتخاب واژگان و آگاهی به معانی و پیامدهای آنها به خبر رسانی پرداخته شود. اگر چنین دقتی مورد توجه قرار گیرد، خروجی آن خبری عبرت‌آموز و پند دهنده خواهد بود.

در روایات و احادیث، هم بر بُعد گفتار و هم رفتار بسیار تأکید شده ضمن آنکه حد و حدود آن مشخص شده است.

رسول خدا ﷺ حیا را به دو قسم تقسیم نمودند: (۱) حیا عاقلانه؛ (۲) حیا احمقانه.

و فرمودند: حیا عاقلانه موجب علم و دانش است و حیا احمقانه موجب جهل و نادانی است. (کلینی، ۱۳۹۰، ج ۲، ص ۲۴۱) حیای عاقلانه در حدی است که بدانیم بیان امری موجب اشاعه فحشا و از بین رفتن عفت عمومی نشود. اما حیا جاهلانه، حیا در بیان حق است: «وَاللَّهُ لَأَيَسَّتْخَبِي مِنَ الْحَقِّ» (احزاب: ۵۳)

فرآیند خبر رسانی نیز با آگاهی به این ملاک و معیار می‌بایست انجام پذیرد، که بیان حقیقت با در نظر گرفتن عفت عمومی و جلوگیری از فحشاء، انجام پذیرد و همچون شیوه قرآن، به هدف پنددهی و عبرت‌آموزی بیانجامد.

۲-۱ موثق بودن

موثق بودن خبر، همچون ستون فقرات در علم رجال برای اطمینان به خبر رسیده است.

توثیق را به دو معنا بررسی می‌کنیم؛ اول: مطمئن بودن خبر از لحاظ استنادش به منبع شناخته شده با نقلی صحیح و درست و دریافت بی‌واسطه یا با واسطه‌های مورد اطمینان؛ دوم: به معنای یقینی بودن، در مقابل پیام‌های غیر یقینی و غیر قطعی.

۱-۲-۱) مستند بودن خبر

خبر اگر از منبع مجهول الهویة یا غیر معتبر بیان شود، استنادش مخدوش است و نباید نقل شود. در اطمینان به خبر دو نکته ضروری است: اول، آنکه خود خبرنگار باید مورد اعتماد باشد، یعنی بدانیم که اهل مسامحه کاری و تخلف نیست؛ دوم، آنکه قواعد کافی برای درک صحیح خبر و گزارش همه ابعاد ظریف آن را داشته باشد؛ در قرآن «آیه نباء» برجسته‌ترین ویژگی اخلاقی خبر «موثق بودن» را بیان می‌فرماید:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَيَّ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ» (حجرات: ۶)

«ای مؤمنان اگر فاسقی خبری آورد درباره آن تحقیق کنید، مبادا به گروهی از روی نادانی آسیب برسانید و از کرده خود پشیمان شوید».

به عبارت دیگر، در مرحله نخست «خبر رسان» به عنوان منبع، باید صلاحیت اخلاقی داشته باشد، اگر منبع غیرمعتبر است جای تحقیق دارد. پس نه تنها باید خود خبر مستند باشد بلکه ناقل آن هم باید شناخته شده باشد و از لحاظ عدالت داشتن در بیان خبر بررسی شود و اگر اطمینان حاصل نشد، قبل از انتشار خبر و قضاوت کردن و تصمیم‌گیری براساس آن، باید صحت یا عدم صحت خبر تبیین شود.

این تأکید مورد سفارش قرآن به مخبرین از آیه ۶ سوره حجرات، دریافت می‌شود:

اولاً: قرآن از کسانی که هر خبری را که می‌شنوند و نسنجیده آن را نشر می‌دهند، به شدت انتقاد می‌کند. «می‌فرماید: خبر را به اهل استنباط عرضه کنید و اگر حقانیت آن ثابت شد، آنگاه پخش کنید»^۳ (قرائتی، ۱۳۸۸، ج ۹، ص ۱۷۰)

ثانیاً: قرآن برای کسانی که با پخش اخبار دروغ، در جامعه دغدغه ایجاد می‌کنند، کیفری سخت، معین فرموده است.^۴ (همان)

ثالثاً: چند روایت^۵ از ائمه اطهار علیهم‌السلام وجود دارد که با وجود علم غیبی که آنها داشتند می‌دانستند که جعل حدیث در آینده از طرق مختلف زیاد خواهد شد. لذا یک ملاک به ما نشان می‌دهند و آن عرضه روایات به «قرآن و سنت» است که سند سخنان حق‌اند؛ بدین منظور احتیاج به علمی که بتواند از طریق تحقیق و ارزیابی پیرامون صحت و سقم روایات از راه شناخت راویان آنها دست یافت، احساس شد و آن را «علم رجال» نام نهادند این مطلب را می‌توان یکی از مصادیق مطمئن **تبیینوا** در آیه مورد بحث دانست. این راهکار در مورد «خبر رسانی» نیز بسیار کارایی دارد، خبری که با اصول اخلاقی قرآن و سنت تضاد نداشته باشد، قابل قبول است.

۲-۲-۱ یقینی بودن خبر

اطمینان صد در صدی نسبت به صحت و دانستن تمام جزئیات واقعی خبر، مجوز نقل و انتشار دارد. این اصل یکی از ویژگی‌های اخبار قرآنی است.

«وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا»

(اسراء: ۳۶) «از آنچه به آن علم نداری، پیروی نکن به راستی که گوش و چشم و قلب در برابر آن مسئولند»

این سخن به این معناست که تا به صحت و درستی خبر، یقین پیدا نکردیم، حق ارائه آن را نداریم نه تنها خود شخص بلکه تمام اجزاء بدن انسان در برابر آنچه که عمل می‌کند،

مسئول است. برای تأکید بیشتر به این ویژگی در خبر رسانی‌ها، سخنی از وصایای علی علیه السلام به فرزند بزرگوارشان امام حسن علیه السلام که می‌فرماید:

«لَا تَقُلْ مَا لَا تَعْلَمُ وَ إِنْ قَلَّ مَا تَعْلَمُ» (نهج البلاغه، نامه ۳۱)

«مگو آنچه را نمی‌دانی، اگر چه آنچه می‌دانی اندک است».

گاه با نقل و انتشار یک خبر غیر یقینی، التهابی جبران ناپذیر در قسمت یا بخش‌هایی از جامعه ایجاد می‌شود و جایگاه آن رسانه در بین آحاد مردم، به خطر می‌افتد زیرا جلب اعتماد مخاطب از کارکردهای مراعات اصول اخلاقی در رسانه است. سؤالی که اینجا مطرح است این است که: اطمینان و یقین باید چگونه به دست آورد؟

روش قرآن در بیان پیام‌ها و آموزه‌های خود، روش برهان و منطق است؛ هم خودِ خدای متعال برای سخنانش برهان اقامه می‌کند و هم دیگران و حتی مخالفان را به این راه فرامی‌خواند: «قَدْ جَاءَكُمْ بُرْهَانٌ مِّن رَّبِّكُمْ» (نساء: ۱۷۴) «برای شما از جانب پروردگارتان برهانی آمده است». «قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ» (بقره: ۱۱۱) «بگو اگر راست می‌گویید دلیل خود را بیاورید».

توصیه آیات و روایات در رابطه با خبر رسانی به «قول سدید» است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَ قُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا» (احزاب: ۷۹) قول سدید به معنای سخن صحیح و دور از خطا و اشتباه است. (طریحی، ۱۴۱۹ق، ج ۳، ص ۶۵) بنابراین اخبار و اطلاعات که از روی حدس و گمان یا شایعه باشد اصولاً ارزشی ندارد.

۳-۱ استفاده از الفاظ محترمانه

الفاظ، وسیله انتقال مفاهیم و مقاصد پیام‌ها هستند؛ نوع به کارگیری آنها بر محتوا و کیفیت پیام رسانی اثر می‌گذارد. در اطلاع رسانی اسلامی، ریزبینی حتی در انتخاب واژه‌ها،

بسیار هوشمندانه انجام گرفته است؛ زیرا هر عقل سلیم و روح زیبا پسندی مجذوب ادب و احترام شده و خوبی آن را درک می‌کند. دستورات قرآن در ارائه خبر مؤدبانه را در چند دسته می‌توان تقسیم نمود:

۱-۳-۱- دقت در واژگان

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَقُولُوا رَاعِنَا وَ قُولُوا انظُرْنَا وَ اسْمَعُوا وَ لِلْكَافِرِينَ عَذَابٌ أَلِيمٌ»

(بقره: ۱۰۴) «ای کسانی که ایمان آورده‌اید نگویید «راعنا» و بگویید «انظرنا» و این دستور را گوش دهید و برای کافران عذابی دردناک است». «راعنا» یک واژه این کلمه در نزد یهودیان یک قسم نفرین و فحش بوده و معنایش (بشنو خدا تورا کر کند) بوده است لذا متضمن نوعی بی‌احترامی بود در حالی که مسلمانان وقتی کلام رسول خدا را درست متوجه نمی‌شدند از پیامر خواهش میکردند شمرده‌تر صحبت بفرمایند این خواهش خود را با کلمه "راعنا" (مراعات حال مارا بکن) بیان می‌کردند؛ یهودیان از این فرصت سوءاستفاده نموده و هر وقت به رسول خدا ﷺ می‌رسیدند می‌گفتند "راعنا" (طبا طبایی، ۱۳۸۴، ج ۱، ص ۲۴۸) و خداوند برای دفع این اسائه ادب آنها، به مومنان سفارش می‌کند در خطابات خود نیز مشابه بیگانگان، سخن نگویند، چرا که زمینه سوء استفاده دشمن فراهم نشود.

۲-۳-۱- سخن نیکو با یکدیگر

«قُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا» (بقره: ۸۳) «به مردم بگو با زبان خوش سخن بگویید». پیام قرآن

آن است که نه تنها با مسلمانان، با همه لازم است برخورد مناسب داشته باشید و از سخنان کنایه آمیز و آزار دهنده بپرهیزید.

۳-۳-۱- ادب حتی در مقابل دشمنان

«وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ وَ قُولُوا آمَنَّا بِالَّذِي

أُنزِلَ إِلَيْنَا وَ أَنْزَلَ إِلَيْكُمْ وَ إِلَهُنَا وَ إِلَهُكُمْ وَاحِدٌ وَ نَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ» (عنکبوت: ۴۶) «با اهل

کتاب جز به روشی که از همه نیکوتر است مجادله نکنید. مگر کسانی از آنان که ستم کرده‌اند و به آنها بگویید ما به تمام آنچه از سوی خدا بر ما و شما نازل شده ایمان آورده‌ایم و معبود ما و شما یکی است و ما در برابر او تسلیم هستیم».

قرآن کریم سفارش می‌کند که حتی با دشمنان نیز از مرز ادب خارج نشوید: تأکید این آیه بر مشترکات به نوعی هم زیستی و مدارا با اهل کتاب، بر «جذب حداکثری و دفع حداقلی» است، چون هدف سرکوب آنها نیست. بلکه «جدال احسن» است که تأثیر کلام در اعماق روح و جان را تضمین می‌کند.

۴-۳-۱- احترام، نیروی بازدارنده در مقابل توهین

«وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِن دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ» (انعام: ۱۰۸) «به معبود کسانی که غیر خدا را می‌خوانند دشنام ندهید؛ مبادا آنها نیز از روی ظلم و جهل، خدا را دشنام دهند».

از آثار و برکات سخن و برخورد مؤدبانه، جلوگیری از مقابل به مثل نمودن دشمنان و مخالفان در صورت عدم رعایت ادب است. این نکته کلیدی در ارائه خبر به مخبرین توصیه شده که در مقابل تحلیل‌های مخالف، با زبان منطق و در حوزه ادب برخورد نمایند.

رسول خدا ﷺ در این رابطه می‌فرماید: «مَنْ لَا أَدَبَ لَهُ لِمَا عَقَلَ لَهُ». (شیخ الاسلامی،

۱۳۸۷، ج ۲، ص ۱۵۶۶)

ایشان، بی ادبی را محصول بی خردی و عدم تعقل می‌دانند. زیرا اولین سوء ادب، به خود متکلم و مخبر برمی‌گردد و بعد هم معرف فرهنگ جامعه اوست.

حاصل این چند دسته آن است که، آنچه از لوازمات ضروری پایایی و پویایی خبر رسانی است «ادب و برخورد مؤدبانه» است.

۴-۱- اجتناب از متهم نمودن دیگران

اسلام ما را از تجسس و بدگویی، نسبت به شخصی که فعلی مرتکب شده، اما دوست ندارد نقل شود، منع نموده، مطمئناً وقتی از بازگویی کار انجام شده تحذیر داشته، از گفتن و نسبت دادن کار یا سخنی، به کسی که اصولاً آن را مرتکب نشده، از منع شدیدترین برخوردار است زیرا این عمل، مصداق افتراء یا تهمت، مورد نهی قرآن و روایات است: «لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعاً عَلِيماً» (نساء: ۱۴۸) «خداوند دوست ندارد کسی با سخنان خود، بدی‌های دیگران را بیان کند، مگر آنکه کسی مورد ستم واقع شده و خداوند شنوای داناست».

این سفارش مؤکد در حوزه ارتباط بین فردی است؛ اما «عنوان اجتناب از متهم نمودن دیگران» در رسانه‌ها، ابعاد وسیع‌تری می‌یابد، چرا که ظلم تهمت، چنانچه وقوع یابد بخش قابل توجهی از جمعیت را پوشش می‌دهد، لذا روشن است که تشخیص این امر که چه خبری علنی شود و کدام مربوط به حوزه عمومی است را باید به مراجع ذی صلاح عرضه نمود تا آسیب‌های اجتماعی دامنگیر رسانه جمعی نشود. در روایات معصومین علیهم‌السلام در مذمت تهمت دو نکته اساسی وجود دارد:

اول: نه خود اهل بهتان باشید. رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم قال: «مَنْ ذَكَرَ امْرَأً بِمَا لَيْسَ فِيهِ لِيَعِيبَهُ حَبَسَهُ اللَّهُ فِي نَارِ جَهَنَّمَ حَقَّ يَأْتِي بِنِغَازٍ مَا قَالَ»؛ «هر کسی درباره شخصی چیزی که در او نیست بگوید تا معیوبش نماید خداوند او را در آتش جهنم محبوس دارد تا اینکه گفته‌اش را ثابت کند». این مطلب، پیامی برای صاحبان رسانه و تربیون و خبررسان‌ها دارد که بر مسند قدرت انتشار وسیع اخبار قرار گرفته‌اند، کار قضاوت عملکرد افراد را به نهادهای مربوطه واگذار کنند. چون واضح است در غیر این صورت، در برابر تهمت به فردی که بدون سند و مدرک زیر

سؤال می‌رود، دیگر هیچ بیانیه و اصلاحیه‌ای نمی‌تواند تمام مخاطبین سابق را تحت پوشش قرار داده و تصحیح کند.

دوم: نه خود را در معرض تهمت قرار دهید. امام علی علیه السلام در مورد کسی که خود را در معرض سوژه خبری شدن و دهان به دهان گشتن، قرار می‌دهد می‌فرماید: «مَنْ عَرَّضَ نَفْسَهُ لِلتُّهْمَةِ فَلَا يَلُومَنَّ مَنْ أَسَاءَ الظَّنَّ بِهِ». (شیخ الاسلامی، پیشین، ص ۱۵۷۶)؛ «هر کسی که خودش را در معرض تهمت درآورد پس البته نباید سرزنش کند کسی را که نسبت به او بدگمان می‌شود. رسانه نیز اگر برخوردی عادلانه نسبت به گروه‌های مختلف داشته باشید، رویکردی متعادل در پیش گیرند؛ متهم به وابستگی به جناح خاصی و ریزش تیراژ و مخاطب نمی‌شوند.

۵-۱- پرهیز از تمسخر و تحقیر دیگران

تحقیر و توهین، پیش از آنکه طرف مورد خطاب را نشانه رود، معرف شخصیت گوینده است. قرآن به منظور حریم قائل شدن مردم نسبت به یکدیگر و جلوگیری از پیامدهای دیگر در جامعه اسلامی، می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرُوا قَوْمًا مِّن قَوْمٍ عَسَىٰ أَن يَكُونُوا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاءً مِّن نِّسَاءٍ عَسَىٰ أَن يَكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللُّقَابِ». (حجرات: ۱۱) «ای کسانی که ایمان آورده‌اید نباید گروهی از مردان شما گروه دیگر را مسخره کنند. شاید آنها، از اینها بهتر باشند و نه زنان، زنان دیگر را مسخره کنند، شاید آنان بهتر از ایشان باشند و یکدیگر را مورد عیب جویی قرار ندهید و با القاب زشت و ناپسند یکدیگر را یاد نکنید».

علامه طباطبایی، در مورد این آیه به یک نکته اشاره می‌کند که: قرآن فرموده القاب زشت خود را آشکار نکنید، به جای اینکه بگوید: القاب زشت یکدیگر را آشکار نکنید. (طباطبایی، ۱۳۸۴، ج ۱۸، ص ۴۸۱) این مطلب به این معناست که امت اسلام، امت واحده

هستند، هر کدام از این آحاد دچار ضرر و خسارت شود، تمام پیکره را متوجه خسارت می‌کند. این سخن گویای مسئولیت اجتماعی مسلمانان در مقابل یکدیگر است. آنچه در رابطه با مسئولیت اجتماعی مطرح است در رابطه با رسانه‌های جمعی حساسیت این امر در انتشار اخبار مربوط به اشخاص مسلماً از اهمیت بیشتری برخوردار می‌گردد.

حدیثی از پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ در شأن نزول این آیه در تفسیر در المنثور آمده است که: مردی آمد نزد رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ گفت من کسی را از میان القاب و اسامی‌اش به آن اسمی که خوشش نمی‌آید صدا می‌کنم، لذا این آیه در این رابطه نازل شد. (سیوطی، ۱۴۱۶ق، ج ۷، ص ۵۶۳)

بنابراین رسانه دینی نیز با الهام از مکتب قرآن و ائمه، حفظ شخصیت افراد جامعه را همچون صیانت از آبروی خانواده خود و خویشن تلقی نموده و نمی‌گوید آنچه را که دوست ندارد در حق خویشن بگوید.

محور ۲: اخلاق شیوه خبر رسانی

اخبار، واقعیات خام و گردآوری شده از محیط و اجتماع است که مخبر آنها را گزینش و گزارش می‌کند. در بخش قبل به اخلاق مربوط به مخبر که چگونه دست به گزینش‌گری و گزارش‌گری بزند، پرداختیم؛ در این قسمت به راهکارهای اخلاقی نحوه رساندن خبر منتخب به مخاطبان از دیدگاه وحی الهی و توصیه‌های معصومین عَلَيْهِمُ السَّلَام خواهیم پرداخت:

۱-۲ خوش گمانی نسبت به خودی و بدگمانی نسبت به بیگانه

یکی دیگر از تعالیم اخلاقی دین آن است که باید نسبت به برادران مؤمن خود خوش گمان بود زیرا اصل اولیه در عمل مسلمان، صحت است مگر خلافش ثابت شود: «لَوْ لَأِ إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنْفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ» (نور: ۱۲) «چرا

هنگامی که آن بهتان را شنیدید، مردان و زنان مؤمن گمان نیک به خود نبردند و نگفتند (این بهتانی آشکاراست)».

مبنای قرآن، برقراری انس و الفت بین انسان‌هاست. تعبیر قرآن این است که مؤمنان باهم برادرند، برای همین گاهی به جای کلمه دیگران «شما» را به کار برده، اینجا نیز می‌فرماید: «ظن.. بانفسهم خيراً» (قرائتی، ۱۳۸۸، ج ۶، ص ۱۵۳) یعنی به خودی‌هایتان حُسن ظن داشته باشید، این ویژگی در حفظ وحدت و یکپارچگی و امنیت روانی جامعه و کاهش بحران‌ها بسیار مهم و حیاتی است. اهمیت این موضوع در عصر حاضر موسوم به «عصر ارتباطات و اطلاعات» بیشتر از گذشته است. زیرا خبر رسانی در عصر کنونی باید هشدار دهنده بوده و مردم را نسبت به دشمن خارجی غافل نکند جامعه‌ای که از بیگانه غافل و به جامعه خود بدگمان است، طبق فرموده مولا علی علیه السلام همواره بیمار است: «المُریبُ ابداً علیلٌ» (ری شهری، ۱۳۸۳، ج ۷، ص ۳۳۹۸) تنها در مواردی سوء ظن، جایز شمرده شده و آن هم نسبت به شرایط زمانه و در برابر با دشمن است، از منشورهای سیاست‌مداری امیرالمؤمنین علی علیه السلام به مالک اشتر استاندار مصر همین مطلب بود:

«بعد از صلح با دشمن از او سخت بر حذر باش، زیرا گاه دشمن خود را به تو نزدیک می‌کند تا غافلگیرت سازد. پس دور اندیش و محتاط باش و به دشمن، خوش بین نباش.» (همان، ص ۳۴۰۱)

۲-۲ حفظ وحدت جامعه

از مهم‌ترین ویژگی‌های اخبار قرآن، ایجاد اتحاد بین مردم است. بی‌تردید بقای هر جامعه‌ای در گرو هماهنگی همگان خواهد بود. قرآن کریم، در هنگام اختلاف‌ها، معیاری برای وحدت و همدلی آحاد ارائه می‌دهد: «وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعاً وَلَا تَفَرَّقُوا». (آل عمران: ۱۳) «همگی به ریسمان الهی چنگ بزنید و پراکنده نشوید». این تأکید از آن جهت است که

تفرقه و جدایی به مصلحت هیچ کس نیست و در آن تمام سرمایه‌ها از دست می‌رود. با مشترکات پیوستن و بر اختلافات صبر کردن، از سفارشات قرآن و ائمه معصومین علیهم‌السلام است. امام علی علیه‌السلام در رابطه با اهمیت حفظ وحدت فرمودند: «مَنْ كَمَالَ السَّعَادَةِ الشَّيْءُ فِي صَلَاحِ الْجُمْهُورِ». (ری شهری، پیشین، ص ۳۰۸۶) «کوشش در راه صلح و آشتی میان توده مردم و یا اصلاح بهبود وضع آنان، از کمال نیکبختی است».

پس برای اینکه جامعه با سرعت به سمت اهداف و آرمان‌ها پیش رود، باید از اختلاف‌ها کاست، خبر رسان‌ها، نهادهای مؤثر بر مصالح عمومی جامعه به ویژه مسأله وحدت و همدلی، هستند.

۳-۲- خبر رسانی مسئولانه

از منظر اسلام، تمامی انسان‌ها نسبت به جامعه خود مسئولینند. در جای جای قرآن، انسان به واسطه اختیار و آزادی که در دست دارد مسئول اعمال خویش است و گفته می‌شود: «وَقِفُّهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ». (صافات: ۲۴) «نگهداریدشان که بازخواست می‌شوند». و در حدیثی معروف از رسول اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم می‌خوانیم: «أَلَا كَلِّكُمْ رَاعٍ وَ كَلِّكُمْ مَسْئُولٌ عَنِ رَعِيْتِهِ». (مجیدی، ۱۳۸۳، ص ۶۱۴)

همانطور که امکان دارد، خبرنگارهای متفاوت از یک واقعه واحد، گزارش‌های مختلف ارائه دهند، یک خبر، که از طریق رسانه جامعه عرضه می‌شود، در افکار عمومی، برداشت‌های متفاوتی خواهد داشت. برداشت‌هایی که هر کس براساس پیش فرض‌های ذهنی و سطح آگاهی و علایق خود از یک خبر مشخص بهره‌برداری خواهد نمود. امیرالمؤمنین علیه‌السلام در خصوص مسئولیت در برابر فهم مردم می‌فرمایند: «سخن در اختیار توست تا آن هنگام که زبان نگشادی، بعد از گفتن سخن، خود در گرو آن قرار خواهی گرفت». (عزیزی، ۱۳۸۹، حکمت ۳۸۱، ص ۶۵۷)

توصیه دین نسبت به شیوه خبر رسانی آن است که با توجه به تمامی معیارهای لازم اخلاقی، پیامدهای احتمالی سخن را در نظر بگیرند و مسئولانه، عهده‌دار آنچه را که منتقل می‌کنند باشند. از آیه و روایات ذکر شده، بُعد دیگری از خبر رسانی مسئولانه را می‌توان دریافت و آن این است که نه تنها آنچه را که منتقل می‌کنید باید به عهده بگیرید، بلکه به عنوان رسانه همگانی که پوشش حداکثری دارند، باید جمعیت را راهنمایی کنند و به گفتن خبر و سرگردان نمودن مردم اکتفا ننمایند، زیرا یک نوع از رهبری افکار عمومی را، اطلاع رسانی برعهده دارد.

۴-۲- خبر رسانی برای همه

یکی از اصول مهم در خبر رسانی اصل «خبر برای همه» است. به عبارت دیگر باید توجه داشت خبر رسانی یک خدمت ارزشمند اجتماعی است و نقش بسزایی در شکل‌گیری دیدگاه‌ها و قضاوت‌های مردم و حتی برخی از تصمیم‌گیری‌ها دارد.

در قرآن تأکید فراوان بر کتمان نکردن حقیقت است. امروزه رسانه‌ها مصداق این آیاتند به این معنا که آنها موظفند پیام و خبر حقیقی که به آنها رسیده است به رسم امانت به مردم برسانند بدون کمترین کاستی: «إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ مَا أَنْزَلْنَا مِنَ الْبَيِّنَاتِ وَالْهُدَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا بَيَّنَّاهُ لِلنَّاسِ فِي الْكِتَابِ أُولَٰئِكَ يَلْعَنُهُمُ اللَّهُ وَيَلْعَنُهُمُ اللَّاعِنُونَ». (بقره: ۱۵۹) «کسانی که دلایل روشن، وسیله هدایت را که نازل کرده‌ایم، بعد از آنکه در کتاب برای مردم بیان نمودیم، کتمان کنند، خدا آنها را لعنت می‌کند و همه لعن کنندگان نیز، آنها را لعن می‌کنند». از سخنان پیشوایان دین هم این معنا فهمیده می‌شود که اگر کسی اطلاعات مفیدی دارد، حق کتمان آن را ندارد. حضرت محمد صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ می‌فرماید: «کسی که علم سودمندی را کتمان کند در روز قیامت خدای تبارک و تعالی، لجامی از آتش بر صورت و دهان او خواهد زد». (ری‌شهری، ۱۳۸۷، ج ۶، ص ۴۷۲)

شبه‌ای که شاید پیرامون این روایت به نظر برسد این است که این توصیه فردی است و ارتباطی با خبررسانی برای همه ندارد؛ بلکه اصل خبررسانی قابل استنباط است.

از دوجهت می‌توان جواب به این شبهه داد: اولاً: از باب تنقیح مناط والغاء خصوصیت از فرد و سرایت به جمع

ثانیاً: خبر گاهی در دست یک نفر گزارشگر یا مدیر است که سایرین از آن بی اطلاعند و برای دیگران سودمند است.

چند نکته مهم از حدیث و آیه مذکور به دست می‌آید:

اول: کتمان حق می‌تواند صورت‌های مختلفی داشته باشد گاه با سکوت گاه با توجیه یا مشغول کردن مردم به امور فرعی و جزئی و غافل نمودن آنها از امور حیاتی است مثل کاری که امروزه رسانه‌های غربی انجام می‌دهند تا می‌توانند مردم خود را از امور مهم سیاسی دور نگه می‌دارند و حتی اخبار آنها جنبه سرگرمی‌اش بیشتر از بحث اطلاع رسانی است.

دوم: ظلم فرهنگی و نرسانیدن اخبار مهم، بدترین ظلم‌هاست که لعنت خدا و تمامی بندگان الی الابد را به همراه دارد. چه خیانتی بالاتر از اینکه عالمان به حق به خاطر منافع شخصی خویش «امانت خدا» که مربوط به سرنوشت انسان‌هاست را بیان نکنند.

سوم: کتمان حقیقت گران بها به قیمت کسب مقام و رضایت صاحبان قدرت و ثروت، اگر نهایت دوامش مربوط به این دنیاست ولی در حقیقت اثر وضعی‌اش آتش سوزاننده‌ای است که در آن دنیا بر دهانشان زده می‌شود که قدرت سخت از آنها گرفته می‌شود و خدا هم از سر تقصیرشان نمی‌گذرد.

۵-۲-حق مداری

یکی دیگر از خصائص ارزشمند اخلاقی، «حق مداری» است «حق» در لغت به معنای امر ثابت و زائل نشدنی است و در مقابل «باطل» قرار دارد. حق با صدق و کذب متفاوت است.

یعنی جنبه واقعی بودن خبر ممکن است راست باشد یا دروغ اما حق، دروغ و راست ندارد. «یا أَهْلَ الْكِتَابِ لِمَ تَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَ أَنْتُمْ تَشْهَدُونَ». (آل عمران: ۷۱) «ای اهل کتاب، چرا حق را با باطل مشتبه می‌کنید و حقیقت را پوشیده می‌دارید در حالی که می‌دانید؟».

امروزه تشبیه باطل به حق را رسانه‌های غربی با انواع تکنیک‌ها، رموز به عنوان واقع به دنیا عرضه می‌کنند، در چنین اوضاعی تشخیص حق از باطل نیاز به بصیرتی دارد که از اسلام ناب حاصل می‌شود. مولا علی علیه السلام در سراسر سخنانشان هشدار می‌دهند که حضور حق و باطل در صحنه جهان همیشه بوده و هست و حق مدار کسی است که حق را می‌جوید و پس از یافتن آن ثبات قدم می‌یابد و با آن همراه می‌شود.

«حق‌گرایی» در تمام مراحل خبر رسانی اهمیت دارد، چه بسا اطلاعاتی که براساس گزارش‌های شفاهی و منابع غیرموثق تهیه شده، زیرا مرز بین حق و باطل بسیار باریک است. امیرالمؤمنین علی علیه السلام معیاری را ارائه فرمودند: «بدانید میان حق و باطل جز چهار انگشت نیست». از حضرت پرسیدند معنای این تعبیر چیست؟ امام انگشتان خود میان گوش و دیده خود قرار داده و فرمودند: «باطل آن است که بگویی شنیدم و حق آن است که بگویی دیدم». بر این اساس اخبار را تنها با نقل قول بیان کردن و انتشار خبرگزاری‌های غیر معتبر بدون درک واقع، نمی‌تواند مرجع مطمئنی برای نشر و توسعه آن باشد.

خلاصه آنکه اگر خبر بر مبنای تفسیر حق‌گرا باشد از ویژگی پویایی و پایایی نیز برخوردار خواهد بود و اگر بر بنیان باطل بود با گذشت زمان زوال پذیر می‌گردد. چرا که دست تقدیر بر آن رفته که بی‌پایگی آشکار شود، زیرا «حق‌مداری» رمز پایداری و ماندگاری پیام‌های قرآن است.

محور ۳: اخلاق محتوای خبر

مضمون خبری که می‌خواهد ارسال شود نیز باید متضمن یک سری اصول اخلاقی باشد که مهمترین آن امور عبارتند از:

۱-۳ حفظ حدود الهی

کلمه «حد» به معنای مانع و فصل و پرده میان دو چیز است که اجازه اختلاط یکی با دیگری را نمی‌دهد. (دهخدا، ۱۳۷۷، ج ۱۸، ص ۳۷۷) حدود الهی همان خط قرمزهایی است که خداوند به وسیله تعیین قوانین برای بشر تعیین فرموده است. تمام احکام فقهی و حقوقی از حرام و واجب و ارزش‌هایی مثل تقوای الهی، عدالت و انصاف و ارزش‌های اخلاقی همچون پرهیز از غیبت و دروغ و... شامل حدود الهی می‌شوند. قرآن با لحنی قاطعانه پس از مشخص نمودن حدود الهی هشدار به رعایت خط قرمزهای الهی داده است: «تِلْكَ حُدُودُ اللَّهِ فَلَا تَعْتَدُوهَا وَمَنْ يَتَعَدَّ حُدُودَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ». (بقره: ۲۲۹) «اینها حدود الهی است از آنها تجاوز نکنید. کسانی که به حدود خدا تجاوز کننده ستمکارانند». در این آیه و آیات فراوان دیگر از قرآن مجید، معصیت و مخالفت با قوانین خداوند، تجاوز از حد و مرز محسوب می‌گردد. خداوند در آیه ۱۱۲ سوره توبه، مرزداران حدود الهی را این چنین معرفی می‌نماید: «توبه کنندگان، عبادت کاران، سپاس گویان، سیاحت کنندگان، رکوع کنندگان سجده آوران، آمران به معروف و نهی از منکر و حافظان حدود و مرزهای الهی، مؤمنان حقیقی‌اند و بشارت ده به چنین مؤمنانی».

نه صفت بارز مؤمنان در این آیه ذکر شده که دو صفت آخر در رابطه با مسئولیت همگانی برای تشکیل حکومت صالح و شرکت فعالانه در مسائل مثبت سیاسی است. فرآیند خبر رسانی نیز به خاطر ابعاد وسیع عملکرد آن از مسئولیت‌های مهم و حساس است. بنابراین خبر رسانان

هر جامعه مبتنی بر دین باید همواره پاسدار و مرزبانان دقیق حدود الهی باشند. و حفظ نظام دینی بر اساس حدود الهی از واجبات و ضروریات است.

در حقیقت در میان اعمال، یک سلسله مناطق ممنوعه وجود دارد که ورود در آنها فوق العاده خطرناک است. قوانین و احکام الهی این مناطق را مشخص می‌کند و بسان علائمی است که در این گونه مناطق قرار دارد: روایتی از رسول خدا ﷺ در وسائل الشیعه بیانگر آن است که نه تنها نباید مرزهای الهی را زیر پا گذاشت، بلکه از موارد شبهه‌ناک نیز باید پرهیز کرد:

«حَمَىَ اللَّهُ مَحَارِمَهُ فَمَنْ رَتَعَ حَوْلَ الْحِمَى، أَوْشَكَ أَنْ يَقَعَ فِيهِ». (شیخ حرعاملی، ۱۴۱۳ق،

ج ۲۷، ص ۱۶۷) محرمات، قرقگاه‌های خداست. پس اگر کسی اطراف این قرقگاه‌ها (خطوط قرمز) گشت، چه بسا در آن - منطقه ممنوعه - واقع شده - و گرفتار هلاکت گردد. محتوای خبر، باید با توجه به خطوط قرمز دین، نگاشته و ارائه شده محتوایی که آبروی نظام دینی باشد و هر لفظ آن حساب شده و با الگوی مورد پذیرش قرآن و روایات تهیه شده باشد.

۲-۳- صداقت و پرهیز از کذب

صداقت گرچه ملازم با حق‌مداری است اما در واقع یکی از آثار حق‌مداری محسوب می‌شود. اما به خاطر اهمیت آن در خبر رسانی یکی از لوازم تعهدی آن رساندن خبر با امانت‌داری کامل و محتوایی با صحت و صداقت کامل را شامل می‌شود. در آیه ۱۱۱ سوره یوسف، خداوند بر اصل صداقت در رساندن اخبار، به صورت ضمنی تأکید می‌فرماید:

«لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةً لِّأُولِي الْأَلْبَابِ مَا كَانَ حَدِيثًا يُفْتَرَىٰ وَلَكِن تَصْدِيقَ الَّذِي بَيْنَ

يَدَيْهِ» «در سرگذشت آنان درس عبرتی برای صاحبان اندیشه است. اینها اخبار دروغ بلکه در

انطباق با مفاد کتاب‌های پیشین است».

خداوند، یکی از معیارهای مهم اخبار، را واقعی بودن خبر و صحت و صداقت آن معرفی می‌کند. خبر رسانی که سابقه راستی آزمای مثبتی داشته، مخاطبان به اخبارش اعتماد می‌کنند. چرا که آفت صدق، کذب است آنجایی که در بازگو کردن خبر، زوایایی از خبر واقعی پنهان بماند یا برعکس جلوه داده شود یا به فراموشی سپرده شود، امانت‌داری به خوبی تحقق نیافته؛ در این رابطه رسول خدا ﷺ فرمودند: «کسی که به عهد خود وفادار نیست، دین ندارد». (دشتی، ۱۳۸۸، ص ۱۳۳) گویی امانت‌داری مانند عهد و پیمانی است که محتوای خبر باید به آن آراسته شود.

۳-۴ مفید بودن

در هر روز رخدادها و اتفاقات زیادی که در بردارنده ارزش خبری هستند، رخ می‌دهد، ولی همیشه آگاهی یافتن از همه آنها سودمند نیست، یا از باب خنثی بودن خبر و بی‌فایده بودن آن و یا به معنای ضرر و زیان ناشی از انتشار خبر.

یکی از اهداف مهم «خبر رسانی» کارکرد آموزش آن از مجرای اطلاع رسانی است، زیرا مردمی که دسترسی به منبع خبر ندارند، بسیاری از آموخته‌ها و اطلاعات خود را از اخبار تلویزیون و رادیو دریافت نموده و مورد استناد و تصمیم‌گیری قرار می‌دهند. قرآن، آموزش فراگیر در شیوه خبر رسانی خود لحاظ فرموده و از نقل جرئیاتی که فایده‌ای به حال مخاطب ندارد بلکه ممکن است به گمراهی بکشد را ضروری نمی‌داند و از بیان آن خودداری نموده زیرا هدف، بصیرت افزایی و آموزش است: «لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةً لِّأُولِي الْأَلْبَابِ». (یوسف: ۱۱۱)؛ «همانا در وقایعی که نقل می‌کنیم، عبرت‌هایی برای صاحبان اندیشه وجود دارد». فلسفه این سیاست قرآن، حفظ سلامت اخلاقی انسان و رسیدن به کمال روحی و فکری اوست.

۵-۳- حفظ حریم خصوصی افراد

در فرهنگ دینی، ریختن آبروی اشخاص هم برابر با ریختن خون آنهاست، پس حفظ حریم خصوصی افراد برای همگان واجب است. حال تصور کنید حریم شکنی در سطح وسیع به وسیله رسانه‌ها، عموم مردم را مطلع کنند، به طور حتم، فرد از آن جامعه به کلی طرد خواهد شد. به دلیل آسیب‌های اجتماعی که این پدیده در پی دارد قرآن کریم سفارش اکید می‌فرماید: «...وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَب بَّعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ». (حجرات: ۱۲) «تجسس نکنید و کسی از شما غیبت دیگری را نکند. آیا کسی از شما دوست دارد گوشت برادر مرده‌اش را بخورد». تفسیر المیزان، «لَا تَجَسَّسُوا» را به معنای پیگیری و تفحص از امور مردم تعریف کرده، اموری که آنان مایلند پنهان بماند و تو آنها را پیگیری می‌کنی تا خبردار شوی. (طباطبایی، ۱۳۸۴، ج ۱۸، ص ۴۸۴)

اسلام اجازه نمی‌دهد حتی برای جستجو جهت امر به معروف و نهی از منکر از راه غیر مشروع و ناصواب دست به تجسس بزنیم. در اصول کافی روایتی از امام صادق علیه السلام بیان شده که اهمیت حفظ حریم مؤمن بیان می‌نماید: «کسی که علیه مؤمنی سخن سرایی کند که هدفش عیب بر او و شکستن شخصیت او باشد تا از چشم مردم بیافتد خداوند او را از ولایت خود خارج کرده و به ولایت شیطان داخل می‌کند، شیطان هم او را نمی‌پذیرد. (کلینی، ۱۳۷۸، ج ۴: ۸۵) این سخن بدین معنی است که خداوند چنین فردی را از محبت و لطفش دور می‌کند و چون آنقدر آلوده است و غیرقابل اطمینان که حتی شیطان هم او را در حریم خود راه نمی‌دهد.

در جمع بین آیه و روایت، پیرامون خبر رسانی به این نتیجه می‌رسیم که: اولاً: حق تجسس در حریم خصوصی افراد به اسم خبر رسانی عمومی نداریم؛ ثانیاً: در صورت دانستن اسرار مردم، حق افشای آن را نداریم.

۶-۳- برجسته نمودن ابعاد مثبت خبر

امروزه در علم روان‌شناسی به اثبات رسیده که نگرش مثبت به زندگی، سبب آرامش و امید می‌شود، یکی از راه‌های به دست آوردن نگرش مثبت، برشمردن مواهب و امکانات مادی و معنوی است؛ این روش مطابق با الگوی قرآن است، آیات بسیاری که انسان را متوجه نعمت‌های بی‌شمار خداوند می‌کند: «فَاذْكُرُوا آلَاءَ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ». (اعراف: ۶۹) «نعمت‌های خدا را به یاد آورید، باشد که رستگار شوید».

خداوند براساس لطف بی‌کران خود -نه استحقاق بندگان- همه انسان‌ها را از نعمت‌های خود بهره‌مند گردانیده و رحمت ویژه او شامل حال کسانی است که حدود الهی را رعایت می‌کنند، نعمت‌های خداوند را می‌بینند و یادآوری به دیگران نیز می‌کنند. سیره ائمه ما نیز بر یادآوری نعمات و داشته‌ها بوده است؛ نسبت به پیام ناگوار و فجایع تلخ امیرالمؤمنین علی علیه السلام می‌فرمایند: به سوی مردم نسبت به آنچه ناخوشی آینده‌شان شتاب مکن (و خبرهای بد را به آنها نرسان) پس در مورد تو آنچه را نمی‌دانند می‌گویند. (شیخ الاسلامی، ۱۳۷۸، ج ۱، ص ۳۹۵)

نتیجه‌گیری

یکی از ویژگی‌های برجسته اخبار قرآن و روایات، دارا بودن ارزش‌های والای اخلاقی و خبری به صورت توأمان است که ثمره‌اش پویایی و پایایی اخبار الهی و در یک کلام جاودانگی آن است. این رویکردهای اخلاقی در ارائه خبر از نگاه قرآن و اهل بیت: حاکی از نگاه جامع درباره این کارکرد مهم و حیاتی رسانه است در درون همه این اصول نگاه اخلاق مدارانه اسلام به انسان و توجه به مسیر کمال و سعادت جامعه انسانی است و از این رو تأثیر اخبار و پیامدهای آن با اهمیت تلقی شده است؛ در اسلام، خبررسان تنها وظیفه‌اش رسانیدن خبر به مخاطبان و تأمین حس کنجکاوی و اقناع مخاطبان نیست، بلکه در ازای حرف و عمل خود

مسئولیت دارد رضایت مخاطبین در نظر مسئولان رسانه و علم ارتباطات به عنوان عاملی حیاتی مطرح است و از نظر قرآن و روایات جزئی از هدف خبررسانی است.

رویکرد اخلاقی قرآن و ائمه: ضمن توجه به جلب توجه مخاطبان و اعتمادرسانی، رعایت مصالح جامعه و حفظ وحدت و امنیت را به عنوان یکی از اصول کلیدی در گزینش اخبار می‌داند اخبار اسلامی باید سازنده و اخلاقی باشد نه فقط سرگرم‌کننده و هیجان‌انگیز، خبررسانی که رگ حیاتی جامعه است نباید تأمین‌کننده مصالح قدرتمندان و سرمایه‌داران باشد آنچه از مجموع محورهای مورد بررسی در منابع دینی بدست می‌آید آن است که:

۱- خبرنگار مسلمان و ارزشی نباید دست و دل بازی در انتشار اخبار داشته باشد چرا که جریان آزاد اطلاعات به معنای آن نیست که تمام مرزهای دین و مصالح مملکت را زیر پا بگذاریم تا خبری جنجالی بیافرینیم.

۲- جامعه دینی باید «خبررسان» باشد نه اینکه خبر بسازد، تا هویت حقیقی رسانه‌ای خود را حفظ کرده باشد.

۳- رابطه دوسویه اخلاق و خبر برای حیات رسانه لازم و ضروری است هم باید خبر ما آموزنده و اشاعه‌دهنده اخلاق در جامعه باشد «خبر اخلاقی» و هم باید اخلاق در تمام مراحل خبررسانی دیده شود و مورد مراعات قرار گیرد «اخلاق خبری».

با به دست آوردن دیدگاه آیات و روایات به مقوله «اخلاق خبر رسانی» به چند هدف مورد توجه رسانه‌ها می‌توان دست یافت: ۱- تحقق آرمان خبر فرازمانی و فرامکانی؛ ۲- رسانه شدن خودِ خبر؛ ۳- برخورداری از عنصر اعتماد و جذب مخاطب.

تأمین شدن این اهداف در گرو آن است که بدانیم اصول اخلاق خبر رسانی قرآن و روایات معصومین علیهم‌السلام جزیره‌های جدا از هم نیستند بلکه اصولی مکمل‌اند که مجموعه‌ی منسجم آنهاست که بر تحقق رسانه دینی مؤثر واقع خواهد بود.

یادداشت‌ها

1- News Values

۲- «بَلْ تَقْدِفُ بِالْحَقِّ عَلَى الْبَاطِلِ فَيَدْمَغُهُ فَإِذَا هُوَ زَاهِقٌ». (انبیاء / ۱۸)

۳- نساء / ۸۳

۴- احزاب / ۶۰

۵- برای آگاهی مراجعه شود به بحار الانوار، ج ۲، صص ۲۵۰-۲۲۵.

فهرست منابع

۱. فلاح‌زاده، محمدحسین (۱۳۸۳)، گوهرهای تقوی، قم: نشر معروف، چ ۱.
۲. احدزاده، اشرف‌السادات (۱۳۹۰)، اخلاق رسانه‌ای در خبر، تهران: نشر آرون، چ ۲.
۳. بشیر، حسن، جلی، پیمان وعده‌ای (۱۳۸۹)، خبر تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان، تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام، چ ۱.
۴. پویا، علیرضا (۱۳۸۹)، خبر و خبر رسانی در قرآن کریم، تهران: انتشارات صدا و سیما، چ ۲.
۵. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۳۴)، لغت‌نامه، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چ ۱، ج ۲، ج ۱۸.
۶. انوری، حسن (۱۳۸۱)، فرهنگ سخن، تهران: انتشارات سخن، چ ۳، ج ۴.
۷. نگرین، رالف (۱۳۷۰)، «خبر و تهیه خبر»، ترجمه فرانک پیروزفر، فصل‌نامه رسانه، س ۲، ش ۴.
۸. شکرخواه، یوسف (۱۳۷۹)، خبر، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد، چ ۵.
۹. معتمدنژاد، کاظم، منصفی، ابوالقاسم (۱۳۶۸)، روزنامه‌نگاری، تهران: مرکز نشر سپهر، چ ۱.
۱۰. پینکین، کالوین (۱۳۸۸)، «اخلاق نیکوماخوسی ارسطو»، ترجمه علی حقی، تهران: مجله پژوهش‌های فلسفی و کلامی، ش ۱۴-۱۳.
۱۱. کلینی رازی، محمد بن یعقوب (۱۳۹۰)، اصول کافی، ترجمه سید علی مرتضوی، قم: انتشارات سرور، چ ۲، ج ۲.
۱۲. قرائتی، محسن (۱۳۸۸)، تفسیر نور، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، چ ۳، ج ۹ و ج ۶.
۱۳. سید رضی، ابوالحسن محمد بن حسین (۱۳۷۹)، نهج البلاغه، ترجمه سید کاظم ارفع، تهران: انتشارات فیض کاشانی، چ ۱.
۱۴. تمیمی، عبدالواحد (۱۳۷۸)، غرر الحکم و دُرر الکلم، ترجمه سید حسین شیخ الاسلامی، قم: دار الحدیث، چ ۱، ج ۲.
۱۵. طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۸۴)، تفسیر المیزان، ترجمه محمدباقر موسوی همدانی، قم: انتشارات اسلامی، چ ۲۰، ج ۱۸.
۱۶. محمدی ری‌شهری، محمد (۱۳۸۳)، میزان الحکمه، ترجمه حمیدرضا شیخی، قم: دار الحدیث، چ ۴، ج ۷ و ج ۶.
۱۷. فرزانه، حافظ (۱۳۸۳)، نهج الفصاحه، ترجمه غلامحسین مجیدی خوانساری، قم: انتشارات انصاریان، چ ۱.
۱۸. عزیزی، عباس (۱۳۸۹)، نهج البلاغه موضوعی، قم: انتشارات صلاه، چ ۱۲.
۱۹. ابن منظور، جمال‌الدین محمد بن مکرم (۱۴۰۵ق)، لسان العرب، قم: نشر الحوزه، [بی‌جا]، ج ۱۰.
۲۰. حرعاملی، محمد بن حسن (۱۴۱۳ق)، وسائل الشیعه، بیروت: مؤسسه آل‌البتی علیهم السلام، چ ۱، ج ۲۷.
۲۱. رازی، محمد بن یعقوب (مسکویه) (۱۳۹۸ق)، تهذیب الاخلاق و تطهیر الاعراق، اصفهان: مهدوی، [بی‌جا].
۲۲. العونینی، محمدعلی (۱۴۰۷ق)، الاعلام الاسلامی الدولی بین النظریة و التطبيق، قاهره: عالم‌الکتب، چ ۲.
۲۳. طریحی، فخرالدین (۱۴۲۹ق)، تفسیر مجمع‌البحرین، تحقیق احمد بن حسینی، بیروت: مؤسسه التاریخ العربی، چ ۲، ج ۳.

۲۴. سیوطی، عبدالرحمن بن ابی بکر (۱۴۱۶ق)، تفسیر دور المنثور، بیروت: دار ابن کثیر، ج ۳، ص ۷.

25.- Nick Russell (2006), "merals and the media", van couver UBC.

26. www. hawzah. net