



فقه رسانه

پدیدآورنده (ها) : حیدری، محمدعلی

فقه و اصول :: نشریه پژوهش‌های فقهی تا اجتهاد :: پاییز ۱۳۹۳ - پیش شماره ۱۲

صفحات : از ۹۱ تا ۱۰۴

آدرس ثابت : <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1190495>

تاریخ داندلود : ۱۴۰۴/۰۷/۲۴

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.



- پیش‌درآمدی بر فقه رسانه (موضوع‌شناسی)
- از اخلاق رسانه تا فقه رسانه
- مصاحبه با پیشکسوتان (دیدار با علی اکبر درخشانی)
- نارسایی نظریه‌های موجود و بایسته‌های نظریه‌پردازی برای رسانه طراز انقلاب اسلامی
- فقه رسانه
- تکالیف خبرنگار در اسلام
- مفهوم صنعت و فناوری از دیدگاه متفکران مسلمان
- نقد و بررسی برهان معجزه بر اثبات وجود خدا از دیدگاه فیلسوفان دین مغرب زمین
- تدوین هنجارهای حکومت اسلامی
- ویژگی‌ها و اصول رسانه دینی و غیردینی مبتنی بر تربیت اسلامی و تعامل با رسانه
- خطابات قانونیه
- دروغ پردازان در حوزه حدیث شیعه

عناوین مشابه

- حرمت اعانه بر اثم و اعانه به ظالم در رسانه‌های خبری و مطبوعات از دیدگاه فقه اسلامی و با تأکید بر اندیشه‌ی فقهی امام خمینی (ره)
- از اخلاق رسانه تا فقه رسانه
- حوزه‌های علمیه و ضرورت اهتمام به فقه رسانه؛ بایدها و نبایدها
- نقش، جایگاه و ابعاد دیپلماسی رسانه‌ای در سیاست خارجی از منظر فقه اسلامی
- فقه نگاه به رسانه‌ی جمعی تصویری
- نقش رسانه تصویری در نقد و بررسی عملکرد مسئولان نظام اسلامی از دیدگاه فقه اسلامی
- تحلیل تکالیف رسانه‌های جمعی از منظر فقه و حقوق ایران در تبلیغات رسانه‌ای
- بایسته‌های خبررسانی در بستر فقه رسانه
- فقه رسانه و ارتباطات رسانه‌ای؛ عرصه‌ی نو در حوزه علوم انسانی و مطالعات فقهی
- بررسی مناسبات فقه و رسانه (گفتار اول. مناسبات فقه و رسانه)

تأهتاء

فصل نامه‌ی علمی- تخصصی

سال سوم، پیش شماره‌ی دوازدهم، پاییز ۹۳



فقه رسانه

گفتگو با حجة الاسلام والمسلمین محمدعلی حیدری

حجة الاسلام و المسلمین محمد علی حیدری در دوره‌ی خارج فقه و اصول در محضر اساتیدی چون حضرات آیات میرزا جواد تبریزی، سید موسی شبیری زنجانی، سید کاظم حائری، سید محمود هاشمی شاهرودی، سید احمد مددی و صادق لاریجانی کسب فیض کرده است. ایشان از سال ۱۳۸۰ به تدریس سطوح عالی اشتغال دارند و نزدیک به یک دهه سابقه‌ی پژوهش و تدریس در دو حوزه‌ی فقه سیاسی و فقه رسانه را در حوزه و دانشگاه دارا می‌باشند.

● **تألیفات:** لطفاً تعریف فقه رسانه و تفاوت آن با فقه ارتباطات را بیان فرمایید. همچنین رابطه‌ی فقه ارتباطات و فقه معاشرت و فقه تبلیغ را نیز توضیح دهید.

فقه علمی است که به احکام افعال مکلفین می‌پردازد و بیشتر بحث افعال جوارحی در آن مطرح است تا افعال جوانحی؛ یعنی احکام پندجگانه و جوب، حرمت، اباحه، استحباب و کراهت بیشتر در مورد افعال جوارحی مطرح می‌شود. اما ارتباطات را در ارتباط‌شناسی به چند قسم قابل تقسیم می‌دانند: ارتباط شخص با خود، ارتباط با خدا، ارتباط با انسان‌های دیگر و ارتباط با طبیعت که شامل طبیعت جاندار و طبیعت بی‌جان می‌شود؛ ولی علم ارتباطات (communication) در علوم انسانی تنها ارتباط انسان با انسان دیگر را مورد بررسی قرار می‌دهد. اینکه ارتباط اساساً چگونه ایجاد می‌شود؟ مدل‌های این ارتباط چیست؟ پارازیت این ارتباط چه چیزهایی هستند؟ در مباحث ارتباط‌شناسی (communicology) این بحث‌ها مورد دقت واقع می‌شود و نیز مباحث نظریات ارتباطات و ارتباطات انسانی به این بحث می‌پردازند؛ پس بحث ارتباطات در مورد ارتباط انسان با انسان‌های دیگر است؛ مقصود، ارتباط به وسیله پیام است. یعنی تفهیم و تفهم و پیام‌هایی که در این ارتباط صادر یا دریافت می‌شود، اعم از اینکه ارسال یا دریافت پیام به وسیله ارتباط چهره به چهره باشد یا وسایل ارتباط جمعی. اگر از سوی وسایل ارتباط جمعی باشد، «ارتباط از سوی رسانه» گفته می‌شود و اگر غیر از آن باشد، «ارتباطات چهره به چهره» نامیده می‌شود. پس فقه ارتباطات هم شامل فقه رسانه یعنی رابطه افراد با هم از طریق وسایل ارتباط جمعی و هم ارتباط چهره به چهره می‌شود؛ البته مباحث دیگری هم در فقه ارتباطات مطرح است که مستقیماً بر ارتباط به معنای پیام متمرکز نیستند؛ مثل مالکیت رسانه که در مباحث فقهی باید طرح شود همان‌طور که در حقوق هم مطرح است؛ مالکیت معنوی هم یکی از بحث‌هاست؛ موضوع صحبت ما در این جلسه مباحث ارتباطات از حیث پیام و ارسال و دریافت پیام است و حیطه‌های دیگر مثل مالکیت پیام، مالکیت رسانه و... را مطرح نمی‌کنیم.

اما در مورد تفاوت فقه ارتباطات و فقه رسانه باید گفت که اگر ارسال و دریافت پیام در قالب وسایل ارتباط جمعی موضوع بررسی فقهی باشد، به آن فقه رسانه می‌گویند. توجه داشته باشید که ارسال و دریافت پیام از طریق وسایل ارتباط جمعی، مسائل فقهی مختص به خود را دارد. ارتباط چهره به چهره هم داخل در بحث فقه ارتباطات است؛ ولی داخل در فقه رسانه نیست. در پرسش‌های شما از فقه معاشرت و فقه تبلیغ سخن به میان آمده بود فقه معاشرت با فقه ارتباطات به معنای عامش هیچ تفاوتی ندارد. در فقه معاشرت

ارتباط کلامی و غیر کلامی مورد بحث قرار می‌گیرد، در ارتباطات نیز، هم ارتباطات کلامی و هم غیر کلامی مورد بحث قرار می‌گیرد؛ پس فقه ارتباطات و فقه معاشرت هر دو همان مقوله پیام را مورد بررسی قرار می‌دهند، چون آنچه در معاشرت مورد توجه قرار می‌گیرد، پیام‌هایی است که رد و بدل می‌شود؛ اعم از کلامی و غیر کلامی و این همان ارتباطات است. حال اگر جنبه‌های غیر پیامی را بتوان در معاشرت فرض کرد، آن‌گاه فقه ارتباطات از فقه معاشرت تمایز پیدا می‌کند. رابطه فقه رسانه و فقه تبلیغ، عموم و خصوص من وجه است؛ زیرا در تبلیغ همان طور که از ارتباط چهره به چهره استفاده می‌شود، از وسایل ارتباط جمعی هم استفاده می‌شود؛ ولی فقط برای پیام‌رسانی تأثیرگذار. اما در فقه ارتباطات فقط پیام‌رسانی مؤثر بررسی نمی‌شود بلکه هر نوع پیامی اعم از مؤثر و غیر مؤثر مورد بحث است. آنچه توسط وسایل ارتباط جمعی توزیع می‌شود گاهی برای تبلیغ است و گاهی برای تبلیغ نیست؛ پس رابطه این دو عموم و خصوص من وجه است.

• نتیجه: بین فقه رسانه و اخلاق رسانه چه نسبتی وجود دارد؟

در سنت پژوهش مغرب زمین، در امور اجتماعی چیزی به نام فقه وجود ندارد؛ به همین دلیل اعتقاد دارند که علاوه بر بحث حقوق در عرصه‌های مختلف باید یک نیروی کنترل از درون را هم تقویت کنند، برای همین بحث اخلاق کاربردی را در کنار حقوق، به طور جدی مطرح کرده‌اند. پس در عرصه رسانه، بحث اخلاق رسانه را مطرح کرده‌اند؛ همان‌طور که در عرصه تجارت، اخلاق تجارت و در عرصه پزشکی، اخلاق پزشکی را مطرح کرده‌اند. جالب است که این بحث‌ها با گرایش‌های مختلف در سطح دکتری دنبال می‌شوند؛ مثلاً در دانشکده‌هایشان اخلاق بورس را در سطح دکتری دنبال می‌کنند یا شاخه‌های مختلف در اخلاق تجارت و اخلاق پزشکی دارند؛ برای مثال یکی از مسئله‌های اخلاق پزشکی آنها این است که اگر جنینی به دنیا بیاید و ناقص‌الخلقه باشد، از لحاظ اخلاق پزشکی سقط او اخلاقی است یا غیر اخلاقی؟ سقط نکردنش اخلاقی است یا غیر اخلاقی؟ بیماری که مشرف به مرگ است و درد و زجر می‌کشد، آیا تسریع در مرگ او فعل اخلاقی است یا نه؟ آیا سرعت ندادن در مرگ او کار اخلاقی است یا غیر اخلاقی؟ اینها در حیطه اخلاق کاربردی در علم اخلاق از منظر آنها مورد بحث قرار می‌گیرد. یک اخلاق هنجاری هم دارند که اخلاق کلی است و آن چیزی که در علم اخلاق ما وجود دارد، همین اخلاق هنجاری است؛ یعنی کلیات خوب‌ها و بد‌ها کدام‌اند؟ اما اخلاق کاربردی آنها مسائل اخلاقی است که در تزامن مطرح می‌شوند که آیا در تزامن هم این فعل اخلاقی است یا غیر اخلاقی؟ در

واقع‌گیاتی هستند که در یک مورد به تراحم رسیده‌اند؛ مثل بحث اجتماع امر و نهی و تمام موارد تراحم مطرح در فقه و اصول ما که به صورت مسئله‌محور در اخلاق کاربردی‌شان مطرح می‌کنند.

در مورد رسانه نیز همین‌طور است؛ یک اخلاق کاربردی دارند که آن را در عرصه رسانه مطرح می‌کنند که آیا افعال مختلف در عرصه رسانه اخلاقی است یا غیر اخلاقی؟ انواع دروغ‌هایی که در موارد تراحم، رسانه مجبور است بگوید؛ همچنین انواع افشای حریم خصوصی و ورود به حریم خصوصی که رسانه مجبور است وارد شود که اگر وارد آن نشود، چه بسا فساد مالی، توسعه پیدا کند، فساد اقتصادی، توسعه پیدا کند؛ اینجا اگر رسانه بخواهد وارد شود، به حریم خصوصی وارد شده است و اگر وارد نشود، به توسعه فساد کمک کرده است. امثال این بحث‌ها را در اخلاق رسانه مطرح می‌کنند. تمام بحث‌های اخلاق رسانه در غرب، در سنت پژوهشی ما همان بحث‌های فقهی است؛ مسائل اخلاق تجارت، مسائل اخلاق پزشکی و مثل آن، همه در حیطه مسائل فقهی هستند، حتی یک مورد بحث غیر فقهی پیدا نمی‌کنید.

حال این بحث اخلاق رسانه وقتی وارد کشور ما می‌شود از کسانی که از حیطه فقه اطلاعی ندارند، توقع نمی‌رود که به ماهیت فقهی بحث پی ببرند و بگویند درباره فقه رسانه بحث می‌کنیم و نه اخلاق رسانه، این افراد می‌گویند ما داریم مسائل اخلاق رسانه را مطرح می‌کنیم. ولی عجیب اینجاست که در برخی مراکز مربوط و مرتبط با حوزه علمیه این بحث به عنوان اخلاق پیگیری می‌شود در حالی که در حوزه باید برای همگان مشخص باشد که این بحث‌ها فقهی هستند؛ حیطه اخلاق و فقه را در این مسائل باید بتوانند تمیز بدهند، چون اینها بحث‌هایی است که فقط باید با روش فقهی حل شود و از نظر موضوع هم فقهی‌اند.

پس آنچه تاکنون به عنوان اخلاق رسانه مطرح شده در حقیقت، «فقه رسانه» است؛ چون موضوعات مسائل و روش تحقیق همه آنها فقهی است. اما آیا در سنت پژوهشی حوزوی نیز علاوه بر فقه رسانه می‌توان اخلاق رسانه‌ای تعریف کرد که موضوعات مسائلی متفاوت از فقه رسانه باشد؟ پاسخ مثبت است. البته تا آنجا که من اطلاع دارم، اخلاق رسانه‌ای با این مشخصات تاکنون ارائه نشده است و جای خالی پژوهش‌های آن احساس می‌شود و ابزار دقیق پژوهش آن نیز بیش از همه جا در اختیار حوزه‌های علمیه است. ما باید طبق سنت پژوهشی‌مان در حوزه، علم چنین اخلاق رسانه‌ای را تولید کنیم که ان شاء الله می‌تواند در

آینده از بدایع علمی این حوزه باشد. این اخلاق رسانه‌ای که عرض می‌کنم چیست؟ در سنت علمی و پژوهشی حوزه‌های علمیه آنچه مربوط به صفات و خلق و خو می‌شود (اعم از صفات رذیله و صفات حمیده) در علم اخلاق بحث می‌شود؛ یعنی بحث می‌شود چه صفاتی صفات رذیله و چه صفاتی صفات حمیده‌اند؛ همچنین در علم اخلاق بحث می‌شود که چه افعالی برای ایجاد صفات رذیله علت می‌شوند و چه افعالی برای ایجاد صفات حمیده؟ اینها در علم اخلاق از حیث علیت افعال برای ایجاد صفات بحث می‌شود؛ همچنین بحث می‌شود چه افعالی باعث می‌شوند صفات رذیله از میان بروند؛ اما اینکه حرام است یا حرام نیست، جایز است یا جایز نیست، واجب است یا واجب نیست، در حیطه علم فقه است. مثال برای بحث‌های علم اخلاق در بعد علیت افعال نسبت به صفات این است که چه افعالی موجب دنیا دوستی می‌شود؟ چه افعالی موجب ایجاد صفت حسادت می‌شود؟ چه افعالی موجب برطرف شدن صفت حسادت می‌شود؟ چه افعالی موجب ایجاد صفت بخل می‌شود و چه افعالی موجب برطرف شدن آن می‌شود؟

حال آیا رسانه می‌تواند یک صفت رذیله در انسان ایجاد کند؟ (منظورم پیام‌های رسانه است) بله! پیام‌های رسانه صددرصد می‌تواند انسان را دنیا دوست کند همان‌طور که می‌تواند نفرت به دنیا را در انسان ایجاد کند. این که چه پیامی موجب ایجاد چه صفات حمیده یا رذیله‌ای می‌شود، باید در اخلاق رسانه به معنای درست کلمه مورد بحث قرار گیرد. این اخلاق رسانه‌ای که عرض می‌کنم تا آنجا که من مطالعه کرده‌ام در اخلاق رسانه‌ای غرب نیست. آنها از حیث افعال بحث می‌کنند و اصلاً کاری به خصوصیات و صفات ندارند. پس آن چیزی که اکنون به عنوان اخلاق رسانه مطرح است، در واقع فقه رسانه است چون مسائلیش فقهی است؛ اما طبق سنت پژوهشی حوزه‌های علمیه اسلامی - بخصوص شیعی - ما حتماً نیازمند اخلاق رسانه‌ی اسلامی هستیم که مسائل و قضایایش تاکنون تولید نشده است.

نتیجه

• نتیجه: ضرورت و اهمیت فقه رسانه را بیان فرمایید.

من در ابتدا باید به این نکته اشاره کنم که فقه رسانه تا حدود زیادی در فقه ما بوده؛ اما باید بدانیم فقه موجود در کجای فقه رسانه ایستاده است تا بتوانیم ضرورت تولید فقه جامع رسانه را بیشتر مورد بحث قرار بدهیم. بسیاری از مباحث ابواب مکاسب محرمه بحث‌های فقه ارتباطات و فقه رسانه هستند. بحث‌هایی مثل غیبت، بهتان، سب، کذب، افشای اسرار، تجسس و مثل آن، موضوعات فقه رسانه و فقه ارتباطات هستند که تاکنون در فقه موجود

ما مورد بحث قرار گرفته است. بسیاری از مسائل فقه رسانه در این فقه موجود مورد بحث قرار می‌گیرد؛ چون اینها از حیث حرمت، وجوب، اباحه و... نیازمند کشف احکام هستند؛ اما وسایل ارتباط جمعی مسائل جدیدی را ایجاد کرده‌اند؛ مسائل مستحدثه‌ای که فقه رسانه جدید باید به حل و بررسی اینها پردازد. من اینها را در سه حیطه بیان می‌کنم که هم ضرورت فقه رسانه، یعنی ضرورت تولید مسائل جدید فقه رسانه و حل مسائل جدید را پوشش می‌دهد که چه ضرورتی دارد و هم مجبور می‌شوم تا حدودی وارد قلمرو مسائل فقه رسانه شوم؛ چون اگر این مسائل باز نشود، اصل ضرورتش هم آشکار نمی‌شود. فقه رسانه جدید در سه حیطه باید وارد عرصه شود و مسائل را حل کند:

فقه رسانه باید مصادیق فقهی عناوینی که در مکاسب محرمة مورد بحث قرار می‌گیرد (مثل غیبت، کذب، بهتان و...) را در وادی رسانه کشف کند و تشخیص بدهد؛ یعنی اگر شما به طور متمرکز به عنوان فقه رسانه فعالیت علمی نداشته باشید، با توجه به سرعت تصاعدی تکثیر رسانه‌های جدید، بسیاری از مصادیق این عنوان‌های فقهی کشف نمی‌شوند و مردم مؤمن و متدین ما به مسائل شرعی و حلال و حرام خود در باب رسانه آگاه نمی‌شوند و متوجه نمی‌شوند که این کاری که در رسانه در حال انجام است، حرمت دارد. مثال‌های روشن - که از موارد قدیمی کارهای رسانه‌ای می‌باشد- دوربین مخفی است که در بسیاری از موارد، مصداق تجسس است و پخش فیلمی که با دوربین مخفی ضبط شده است، مصداق غیبت است؛ پس کشف مصادیق ساده عناوین فقهی در رسانه یکی از کارها در این بحث است؛ مثلاً وارد شدن با دوربین روشن در حیطه‌های حریم خصوصی به اسم خبرنگاری آزاد یا خبرنگاری غافلگیرانه یا خبرنگاری شکار لحظات، در بسیاری موارد، مصداق تجسس است و پخش چنین فیلمی، در بسیاری از موارد، مصداق غیبت است، همچنان که اصل کار گذاشتن دوربین مخفی، مصداق تجسس و پخش تصاویرش در بسیاری از موارد، مصداق غیبت است. بسیاری از موارد اعانه بر اثم است؛ بسیاری از ترکیب فیلم‌ها، بهتان است؛ برخی از این ترکیب‌ها که به عنوان مستند ارائه می‌شوند مصداق کذب‌اند. باید این مصادیق بازگو و مطرح شود تا بسیاری از حرام‌هایی که اکنون اتفاق می‌افتد، ان شاء الله اتفاق نیفتد. این کار اول و ساده فقه رسانه است.

دومین کاری که باید فقه رسانه انجام دهد، تحلیل برخی از عناوین جدید رسانه‌ای و باز گرداندن آن‌ها به عناوین فقهی است؛ مثلاً کاریکاتور موضوعاً چیست؟ کاریکاتور یک عنوان رسانه‌ای و هنری است وقتی شما آن را به صورت فقهی بررسی می‌کنید، می‌بینید چند عنوان

فقهی شاملش می‌شود. مثلاً کاریکاتور در برخی از موارد مصداق تمسخر است، در برخی از موارد صرفاً مصداق طنز انتقادی است که می‌تواند نوعی نهی از منکر تلقی شود. اصلاً اینکه طنز انتقادی ماهیتاً چیست؟ و مرز ظریف و دقیقش با تمسخر کجاست؟ طنز انتقادی تا کجا پیش رود، تمسخر نیست؟ و از کجا به بعد تمسخر خواهد بود؟ سابقاً شکل‌های تمسخر، ساده‌تر بودند؛ یعنی اگر افراد می‌خواستند به این کار اقدام کنند، زبان شعر و هجو بوده و این هجو را به صورت شعر یا نثر و در یک قالب معلوم و مشخصی انجام می‌دادند؛ ولی الآن تمام قالب‌های هنری به خدمت طنز انتقادی درآمده‌اند و به طور روز افزون در حال افزایش اند. قالب‌های جدیدی که در شبکه‌های اجتماعی ایجاد شده گواه این مدعا است. امروزه بسیاری از نقدهای اجتماعی و به تعبیر ما نهی از منکرها، در قالب طنز صورت می‌گیرد؛ لذا یک صورت جدید از انتقاد به وجود آمده است که در آن انواع تمسخر وجود دارد. چه بسا در فرهنگ مغرب زمین آنقدر برای آبروی افراد اعتبار قائل نباشند یا حداقل در موارد تزاحم آنقدر اعتبار قائل نباشند که تعیین دقیق این مرزها برایشان مهم باشد؛ اما در فرهنگ اسلامی - به خصوص مکتب اهل بیت علیهم السلام که آبروی انسان ارزش ویژه‌ای دارد - این تبیین باید به طور دقیق صورت گیرد. این کار دومی است که باید فقه رسانه انجام دهد؛ یعنی تحلیل عناوین جدید رسانه‌ای به عنوان‌های فقهی.

الآن وسایل ارتباط جمعی همان موضوعات فقهی سابق را - که احکام سابق را داشت - به گونه دیگری جلوه می‌دهد یا پیاده می‌کند که هیچ فقهی صددرصد نمی‌تواند حکم کند که این موضوع، همان موضوع سابق است و همان حکم سابق را خواهد داشت. پس موضوع تغییر نکرده و این مصداق جدید، همان مصداق سابق است؛ ولی با این حال به دلیل طرحش در وسایل ارتباط جمعی ابداً نمی‌تواند حکم سابق را داشته باشد؛ مثلاً خواستگاری اینترنتی، موضوعش دقیقاً همان موضوع خواستگاری است یعنی موضوعش مردی است که خواستگار زن مشخصی است؛ اما چون در محیط مجازی صورت می‌گیرد، مسئله جدید ایجاد می‌کند. برای توضیح، در روایات ما هست و تمام فقها هم به اختلاف مرتبه در اصلش این فتوا را داده‌اند که هنگام خواستگاری، مردی که اراده می‌کند با زنی ازدواج کند، می‌تواند به موی آن زن و محاسنش نگاه کند. حتی در برخی از روایات آمده است: «تَرَقُّقُ لَهُ الثِّيَابُ»^۱ که با تعبیر برخی از فقها به معنای لباس بدن نماست هر چند به تعبیر برخی دیگر، به معنای کم کردن لباس است؛ چون مرسوم بوده که لباس‌های متعدد

بر روی هم می‌پوشیده‌اند. برخی از فقها مثل صاحب جواهر و بسیاری از فقهای دیگر به اطلاق بعضی از روایات تمسک کرده‌اند؛ مثلاً از روایتی که راوی در آن از امام معصوم علیه السلام سؤال می‌کند: «أینظر إلیها؟» و امام علیه السلام پاسخ می‌دهد: «نعم»^۱ از لفظ «الیها» استفاده اطلاق کرده‌اند که می‌تواند تمام بدن جز عورت او را ببیند. البته در زمان سابق امکان اجرای این حکم حتی به ندرت هم نبوده؛ یعنی شاید از بین هزاران خواستگاری حتی یک مورد این امکان نبود که زنی حاضر باشد خود را این چنین کشف کند؛ حتی امکان نگاه کردن به مو (حداقل در تاریخ معاصر تا آنجا که ما از مباحث تاریخ اجتماعی معاصر اطلاع داریم) نبوده است تا چه رسد به نظر به محاسن بیش از مو یا نظر به کل بدن؛ اما وسایل ارتباط جمعی جدید (مثل اینترنت) این امکان را ایجاد کرده است که زنان و دختران بسیاری که در معرض خواستگاری شخص مشخصی هستند، کشف حجاب کنند البته این مسئله در جای خود بررسی روان‌شناختی شده که چه می‌شود شخص حاضر است در اینترنت کشف حجاب کند، ولی در عرصه خارج از فضای مجازی این کار را انجام نمی‌دهد! در فضای مجازی پرده‌های حیا به علت‌های معلوم و مشخصی کنار می‌رود و افرادی حاضرند این کشف حجاب را صورت بدهند، خیلی بیش از آنچه در فضای حقیقی اتفاق می‌افتد. البته نه اینکه برای تمام افراد و یا اکثر افراد اتفاق بیفتد ولی برای تعداد زیادی این اتفاق می‌افتد. حال بیایید آن عموماً را بر این مورد تطبیق دهیم: فرض کنید - این فرض هم اصلاً فرض دور از ذهنی نیست؛ الآن در حد بسیار زیادی است و همین طور رو به زیاد شدن است - مردی می‌خواهد با زنی با مشخصاتی خاص ازدواج کند. اول پروفایل و مشخصات خانم‌ها را در صفحه‌ای می‌بیند، آن‌گاه از بین هزار زن - که پروفایل آنها را می‌بیند - مشخصات چند نفر را با ملاک‌های خود مناسب می‌یابد. پس از دیدن پروفایل، سراغ زن شماره یک می‌آید تا چهره و خصوصیات ظاهری او را ببیند و فرض کنید آن زن بتواند به صورت آنلاین خودش را به نمایش بگذارد. اگر فتوای رؤیت آنلاین مثل فتوای رؤیت مستقیم باشد - که بسیاری از فقها هم این فتوا را دارند - این شخص می‌تواند یک به یک تمام آن خانم‌ها را ببیند؛ زیرا وقتی نفر اول را دید می‌گوید شاید نفر دوم خصوصیات بهتری داشته باشد و شرعاً می‌تواند ببیند. زن دوم را دید بگوید: این را پسندیدم؛ ولی ممکن است سومی را بهتر پسندم و اگر پسندم واقعاً می‌خواهد با او ازدواج کند. این آقا می‌تواند در یک روز به طور کاملاً مشروع، افراد بسیاری را عریان ببیند. از سوی دیگر آن خانم هم

۱. کافی، ج ۵، ص ۳۶۵، ح ۱.

چه بسا از میان خواستگارهای بسیاری که او را پسندیده‌اند، با دیدن پروفایل‌ها، چندین نفر را انتخاب کرده باشد که شرایطشان به هم می‌خورد؛ لذا می‌تواند برای همه آنها کشف حجاب کند. حالا تعداد اینها را در هم ضرب کنید و ببینید چه آمار عجیبی به دست می‌آید. این را هم می‌دانید که این موضوع در روایات ما هم هست که باید به قصد ریه نگاه نکند، قصدش باید ازدواج باشد؛ اما حتی اگر بداند به ریه می‌افتد، اشکالی ندارد نگاه کند. به فتوای همه فقها و صریح روایات حتی می‌تواند نظر مطالعه‌ای داشته باشد نه یک نگاه آنی. فرق جواز نظر در خواستگاری با جواز نظر در فتوای فقهایی که حکم به جواز نظر به وجه و کفین داده‌اند، همین است که در خواستگاری نظر مطالعه‌ای حکم جواز دارد؛ اما در نظری که بعضی از فقها حکم به جواز آن در روزمره داده‌اند، نظر عادی است و گر نه فقها فتوا به جواز نظر مطالعه‌ای در شرایط عادی نمی‌دهند.

اگر همان موضوع سابق در اینجا همان حکم سابق را داشته باشد، «نظر کردن به نامحرم» در این حد از کشف با این تعداد بسیار زیاد و عجیب تجویز می‌شود و از سوی دیگر «کشف حجاب» در این حد آن هم با تعداد بسیار زیاد، تجویز می‌شود. ممکن است بپرسید مگر چه اشکالی دارد؟ بالأخره مقام خواستگاری است. اشکالش این است که این حکم منافات دارد با آن همه ادله‌ای که بر اهمیت حجاب و پوشش حداکثری تأکید می‌کنند. این دو حکم صددرصد با همدیگر همخوانی ندارند؛ وسایل ارتباط جمعی فضایی را ایجاد کرده که کشف حجاب این چینی در خواستگاری در حد وسیع قابل تحقق است. در زمان سابق فضای اجرای این حکم در این حد وسیع نبود؛ ولی اکنون فضای مجازی پرده‌های حیا را که برای بسیاری مانع بود، از میان برده است. پس موضوع همان موضوع سابق است ولی نمی‌تواند حکم سابق را داشته باشد.

از این دست مسائل زیاد است؛ مثلاً در باب غیبت، یکی از موارد مستثنیات غیبت که از موارد تخصیص غیبت است نه از موارد تراحم، عبارت است از: غیبت توسط شخصی که مورد ظلم واقع شده است. «لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ»؛ شخصی که مظلوم واقع شده است، می‌تواند غیبت کند و بگوید فلانی به من ظلم کرده است. حال در محیط رسانه مثلاً در صفحه اول روزنامه علیه شما دروغی گفته است؛ بگویند شما در شرایط برابر بیا در صفحه اول روزنامه، پاسخ بده یا مثلاً ایشان در شبکه یک، بعد از خبر ساعت ۲۱ علیه شما چیزی گفته است، شما حق دارید در همان ساعت و همان خبر با همان شرایط

۱. سوره نساء، آیه ۱۴۸.

از خودتان دفاع کنید و بگویید که این آقا دروغ گفته است. این اقدام به غیبت می‌شود؛ اما جایز است. حال اگر شخص مظلوم یک شخصیت رسانه‌ای باشد و ظالم شخصیت رسانه‌ای نباشد اگر غیبت شخص مظلوم ظلم مضاعف ایجاد کند تکلیفش چیست؟ شاید بگویید همه شرایط رسانه‌ای برابر بوده است؛ اما خود این دو شخصیت، برابری رسانه‌ای ندارند. آیا می‌گویید در این موارد اصلاً غیبت توسط شخص مظلوم جایز نیست؟

• تاجتاج: آیا بین عامه هم این بحث‌ها مطرح شده است؟

بله! آنها هم این بحث‌ها را دارند بخصوص در فقه عناوین هنری؛ مثلاً مسائل مختلف فقهی در ارتباط با سینما را مطرح کرده‌اند. البته خیلی محدود است؛ زیرا آنها ادله خاصه ندارند. آنها چون فقه حکومتی‌شان خیلی زودتر از ما شروع شده است، زودتر از ما به این مسائل پرداخته‌اند؛ ولی نکته مهم این است که چقدر روشمند بحث کردند؟ چقدر این بحث‌ها را به ادله و روایاتشان مستند کرده‌اند؟ خیلی وقت‌ها در بحث‌هایشان با استحسانات و مصالح این بحث‌ها را پیش برده و حل کرده‌اند.

• تاجتاج: روش فقهی در فقه رسانه چیست؟

روش‌شناسی فقه رسانه دقیقاً همان روش فقهی است که در همه ابواب فقهی است. البته اثبات مصادیق موضوعات روش‌های خاص خود را دارد ولی آنها دیگر ماهیت فقهی ندارند.

• تاجتاج: آیا فقه رسانه به اصول فقه جدید نیاز دارد؟

من نمی‌دانم اصول فقه جدید یعنی چه؟ و با اینکه ساعات بسیاری برای مطالعه فرمایشات این بزرگان صرف کرده‌ام؛ اما هنوز متوجه نشدم که منظورشان از اصول فقه جدید چیست؟

• تاجتاج: آیا مقصود این نیست که مسائل جدید اصولی به علم اصول اضافه شود؟

نه! اصول فقه جدید به این نمی‌گویند. موضوعات مختلف اصولی با همان روش بررسی می‌شود. شکی نیست که در اصول فقه مباحث مختلفی از علوم مختلف مانند فلسفه زبان، فلسفه تحلیلی و... مطرح می‌شود؛ اما روش تحقیق در هر کدام مشخص است. اضافه کردن مسائل یا موضوعات جدید همواره در اصول و همه علوم مطرح بوده؛ اما روش تغییر نکرده است. شما ممکن است ابواب جدیدی اضافه بکنید که مسائل پراکنده سابق را یک جا جمع‌آوری کنید. با همان روش تحقیق سابق، یا مسائل جدیدی را مطرح کنید؛ ولی اینکه

بگویند روش دیگری هم باید بیاوریم این حرف جدیدی است. برخی ادعا می‌کنند که روش جدید باید بیاوریم؛ البته یک چیز دیگری نیاز داریم: نگاه اجتماعی به مسائل با نگاه فردی خیلی فرق می‌کند. در فقه رسانه در بسیاری موارد، با مسائل اجتماعی روبه‌رو هستیم که اینها سنخشان با مسائل فردی متفاوت است. یعنی موضوعات مسائل، امور اجتماعی‌اند. از این موارد روشن، مشخص و جزئی زیاد داریم که می‌توانم برای شما مثال‌های زیادی بزنم. در همین بحث‌هایی که خیلی مطرح شده که اصول فقه جدید می‌خواهیم، تا جایی که من بررسی کردم یک مورد مشخص و ملموس نیافتم که به عنوان مثال بگویم.

● **تاجت:** شاید مراد این است که برخی از مباحث اصول فقه قدیم بر پایه‌ی رابطه بین عبد و مولا بنا شده است و در اصول فقه جدید این تغییر می‌کند.

نه! این مطلب در حق الطاعه مطرح شده است. طبق مسلک حق الطاعه مثلاً این حرف را می‌زنند اما حق الطاعه نتیجه عملی‌اش چیست؟ در کل فقه ما تنها احتیاط عقلی را اثبات می‌کند و برائت شرعی به قوت خود باقی است. بین اصولیین هم خیلی‌ها هستند که اعتقاد دارند چون قاعده‌ی «قبح عقاب بلا بیان» یک قاعده نتیجه‌بخش نیست و توتولوژیکال است یعنی قبح عقاب بلا بیان به معنای قبح عقاب بدون حجت است یعنی قبح عقاب، آنجا که استحقاق عقوبت نیست. حال در کجا استحقاق عقوبت ثابت است و در کجا ثابت نیست؟ این قاعده بیانی برای اثبات آن ندارد. لذا از نظر عقل باید به دفع ضرر محتمل تمسک کرد و احتیاط نمود؛ هر چند برائت شرعی به قوت خود باقی است. این بحث نتیجه‌ای ندارد.

تاجت:

اما موضوعی که باید مورد توجه قرار گیرد، توجه به تفاوت نگاه فردی با نگاه اجتماعی است. به عنوان مثال، در تعریف «اعانه» در موضوع «اعانه بر اثم»، آن مقداری که متفق علیه است و تمام فقها قبول دارند، این است که وقوع معان علیه، شرط صدق اعانه است؛ یعنی اگر کسی در قتل کمک کرد، اگر قتل (معان علیه) اتفاق افتاد، می‌شود بحث کرد که اعانه اتفاق افتاده است یا نه؟ در حالی که اگر معان علیه اتفاق نیفتاد، اعانه حتماً منتفی است. این چیزی است که متفق علیه است.

در مسائل فردی بالأخره مشخص است که معان علیه اتفاق افتاده یا نه؛ ولی در مسائل اجتماعی نمی‌توان اثبات کرد که آیا معان علیه اتفاق افتاده یا نه. مثلاً صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در توسعه بدحجابی، اعانه بر اثم داشته است یا نه؟ باید به عنوان مقدمه، اثبات شود که آیا اساساً معان علیه اتفاق افتاده است یا نه؟ آیا می‌توان آن را اثبات کرد؟ با روش اثبات امور جزئی و صفر و یکی، اثباتش ممکن نیست. با روش‌های خاص خودش نیز

معمولاً به صورت قطعی اثبات نمی‌شود.

شما می‌توانید بگویید مثلاً درصد دین‌داری کم شده است یا نه؟ این چیزی نیست که شما به صورت صفر و یکی، بتوانید اظهار نظر کنید. آیا می‌توانید بگویید سریال‌های صدا و سیما درصد حیا را در جامعه ما پایین آورده‌اند یا نه؟ چون نمی‌شود به صورت جزمی اظهار نظر کرد که آیا معان علیه اتفاق افتاده است یا نه. لذا اعانه بر اثم در مسائل اجتماعی اصلاً مصداق پیدا نخواهد کرد؛ یعنی هرکسی در عرصه جامعه هر کاری می‌تواند بکند و شما هم می‌گویید اصل بر این است که اعانه اتفاق نیفتاده است. شما هیچ‌وقت به نتیجه نخواهید رسید که معان علیه اتفاق افتاده است یا نه. ما برای بررسی تحقق معان علیه بحثی نیست. راهکارهای دیگری هستیم؛ در اینکه اعانه بر تحقق معان علیه متوقف است بحثی نیست. حتماً متوقف است؛ اما محاسبه وقوع معان علیه باید معنای دیگری پیدا کند؛ چون مسئله به صورت فردی نیست و به طور قطعی نمی‌توان تحقق آن را اثبات کرد. بسیاری از مسائل اجتماعی این چنین‌اند.

یک نکته دیگری هم هست که فقط مربوط به فقه رسانه نیست؛ بلکه در بسیاری از مسائل فقه اجتماعی و فقه سیاسی این مسئله وجود دارد، این نگاه اجتماعی درست است که برخی روایات را توجیه‌پذیر و معنادار می‌کند؛ برای مثال درباره دلالت مقبوله عمر بن حنظله بر نصب حاکمیت فقیه، یکی از اشکالاتی که مطرح شده این است که: اگر بگویید امام صادق علیه السلام در مقام تعیین حاکم است، اصلاً تعیین حاکم از سوی امام صادق علیه السلام لغو است. چون کسی که خودش قدرت ندارد اعمال قدرت و حاکمیت کند، اگر بگوید «من فقیه را به حاکمیت منصوب می‌کنم» لغو است؛ لذا حتماً باید بگویید مراد نصب حاکمیت نیست بلکه نصب برای قضاوت است؛ پس به دلیل لغویت، اصلاً دلالت مقبوله بر نصب حاکمیت را نمی‌پذیرند.

در مقابل، بحث ولایت فقیه امام خمینی را در بحث بیع ببینید؛ ایشان می‌فرماید اصلاً نصب حاکمیت در زمانی که هنوز قدرت به دست نیامده از عوامل به دست آوردن قدرت و حاکمیت است. می‌فرماید مردان بزرگ هیچ‌گاه مأیوس نگردیده و به وضع فعلی خود که در زندان و اسارت بسر می‌برند و معلوم نیست آزاد می‌شوند یا نه، نمی‌اندیشند و برای پیشبرد هدف خویش در هر شرایطی که باشند، نقشه می‌کشند تا بعداً اگر توانستند، شخصاً آن طرح را به مرحله اجرا درآورند؛ و اگر خودشان فرصت نیافتند، دیگران هر چند بعد از دویست یا سیصد سال - دنبال این طرح بروند و اجرا نمایند. اساس بسیاری از نهضت‌های

تأیید

سال سوم - پیش‌شماره‌ی دوازدهم - پاییز ۹۳

بزرگ به همین صورت بوده است. در واقع الآن اگر بخواهند یک دولت را سرنگون کنند، یک «دولت در سایه» تشکیل می‌دهند. خود امام خمینی هم همین کار را کرد. شورای انقلاب یعنی یک شورای حکومتی در زمانی که هنوز دولت بختیار هست و یکی از عوامل سرنگونی بختیار همین تشکیل حکومت در سایه و حکومت موازی بود. امام خمینی همان‌جا اسم «سوکارنو» را می‌برند. اصلاً طراحی حکومت توسط مبارزان خیلی وقت‌ها در زندان‌ها صورت گرفته است. شخص در زندان است و حکومت آینده را طراحی می‌کند؛ چه بسا از همان‌جا تعیین بکند که چه کسی حاکم باشد، چه کسی معاون باشد و.... همین‌ها شرایط سقوط حکومت فعلی و موجود را ایجاد می‌کند. پس آن اشکال ناشی از ندیدن واقعیت‌های اجتماعی بود. اگر واقعیت اجتماعی به درستی دیده شود، بسیاری از روایات معانی‌شان، معانی کامل معقولی می‌شود؛ اصلاً لغو نمی‌شود.

• **تاجتاج:** بنابراین نیازی به اصول فقه جدید نیست؟

همین‌طور است. نیازی به اصول فقه جدید نیست.

• **تاجتاج:** این در واقع نگاه اجتماعی به موضوعات فقهی است؟

بله! البته موضوعاتش را عرض می‌کنم.

• **تاجتاج:** چه علومی غیر از فقه و اصول مورد نیاز است؟

اطلاع و تخصص نسبت به فلسفه علوم اجتماعی، نظریه‌های جامعه‌شناسی و نظریه‌های ارتباطات بسیار ضرورت دارد. در بحث نظری، عالم دینی باید درباره‌ی این سه حوزه، صاحب نظر باشد. اکثر مباحث در این سه حوزه یا مباحث فقهی است یا مباحثی است که به اخلاق در سنت پژوهشی حوزه ارتباط پیدا می‌کند یا بعضاً بحث‌های معارفی است؛ یعنی معارف اسلامی باید درباره آنها اظهار نظر کند. شما نمی‌توانید اینها را از مکاتب فکری دیگر بگیرید. اموری نیستند که با قواعد تکوینی پیش برود و اسلامی و غیر اسلامی نداشته باشند؛ بلکه قضایای ارزشی هستند و تماماً نظریه‌پردازی انسانی است.

• **تاجتاج:** چه موضوعاتی را برای پژوهش پیشنهاد می‌کنید؟

تمام ابواب فقهی در مکاسب محرمه که به بحث تبادل پیام می‌پردازد، محتاج بازخوانی است. حرف‌ها، واقعاً حرف‌های دقیقی است؛ مثلاً در بحث کتب ضاله در بسیاری از کتاب‌های فقهی اصلاً عنوان نکرده‌اند که باید «کتاب» باشد، بلکه گفته‌اند آنچه موجب

ضلالت است یعنی اعم از کتاب و غیر کتاب. آن زمان به جز کتاب چه چیزی را می‌شد تصور کرد؟ با این حال دقت نظر داشتند و موضوع را عام بیان کرده‌اند. ولی امروز می‌بینید کتاب جزء ناچیزی است در اموری که پیام صادر می‌کنند. آن مباحث، حرف‌های خوب و دقیقی است؛ ولی با توجه به ورود وسایل ارتباط جمعی، مطالعه و بررسی مجدد و پژوهش عمیق در این موارد، بسیار لازم است. در حیطه‌ی اخلاق و فقه نیز چنین است. موضوعات، موضوعات اخلاقی هستند؛ یعنی شما در نهایت به وجوب و حرمت و... نمی‌رسید؛ به اینجا می‌رسید که این پیام رسانه‌ای موجب چه صفات حمیده یا رذیله‌ای می‌شود؛ ولی در این بحث اخلاقی نیز با روش فقهی بحث می‌کنید. من فکر می‌کنم همه این ابواب را در هر دو حیطه اخلاق و فقه مورد بررسی و پژوهش قرار دادن زمینه بسیار خوبی برای بحث‌های فقه رسانه است.

● **تاجتھا:** لطفا منابع آن را بیان کنید؟

بحث‌های مکاسب محرمه.

● **تاجتھا:** در واقع همان مسائلی است که در مکاسب محرمه بحث شده و امروزه گسترده‌تر

شده است؟

مخصوصاً با نگاه اجتماعی و رسانه‌ای به موضوعات یعنی خصوصیتی که وسایل ارتباط جمعی ایجاد می‌کند.

● **تاجتھا:** با تشکر از اینکه وقت گرانقدر خود را در اختیار ما قرار دادید.

تاجتھا