

## واکاوی فقهی نقش امر به معروف و نهی از منکر در حوزه رسانه (رادیو، تلویزیون، سینما و امثال آنها)<sup>۱</sup>

ابراهیم خمر\*

دکتر اکبر فلاح\*\*

دکتر علی فقیهی\*\*\*

علمی - پژوهشی

### چکیده

به حکم عقل و شرع امر به معروف و نهی از منکر دو فریضه اند که از نقش بی بدیلی در پیشگیری از آسیب‌ها و همچنین اصلاح و بهبود جامعه در حوزه‌های مختلف از جمله اخلاق و رفتارهای رسانه‌ای برخوردارند. با توجه به اینکه رسانه در تمام عرصه‌های زندگی انسان اعم از دینی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، اخلاقی و امثال آن‌ها حضور گسترده و چشمگیری پیدا کرده و قادر است نقشی مثبت و سازنده یا منفی و مخرب ایفا کند ضروری است که در معرض آینه شریعت قرار داده شده با معیارها، ملاک‌ها و شاخص‌های آن ثقیل یافته و باید‌ها و نبایدهای فعالیت در این حوزه روشن گردد. یکی از وظایف رسانه کمک به حفظ جامعه بر مدار اعتدال، رفتار و اخلاق حسنه است که خود از مصادیق معروف بوده و تحقق آن تا حدود زیادی منوط به این است که خود رسانه متلبس بدان باشد لذا در صورت خروج یا انحراف از چنین وضعیتی، اطلاق ادله امر به معروف و نهی از منکر ساز و کارهایی را ایجاد می‌کند تا رسالت اصلاح و درمان را به عهده گرفته و به نحو شایسته و بایسته انجام وظیفه نماید که از جمله آن‌ها اقامه این فریضه به نحو مقتضی، مناسب و بهینه است چه اینکه از مهم‌ترین شاخص‌ها برای بهترین امت بودن جامعه اسلامی امر به معروف و نهی از منکر است که لاجرم به بهترین وجه نیز باید اقامه شود. در مقاله‌ی حاضر با روشی تحلیلی و استدلالی و به شیوه‌ی تطبیق بر مبانی فقهی، این مسأله کاوش شده است.

**واژگان کلیدی:** امر به معروف، نهی از منکر، اطلاق ادله، اخلاق و آثار رسانه

۱- تاریخ وصول: (۱۴۰۰/۰۷/۰۵) تاریخ پذیرش: (۱۴۰۱/۰۸/۰۷)

\* دانشجوی دکترای تخصصی فقه و مبانی حقوق اسلامی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد بابل - ایران - بابل  
ebrahimkhamarv@gmail.com

\*\* استادیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران (نویسنده مسئول)  
doctor\_fallah@yahoo.com

\*\*\* استادیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران  
Ali.faghihi ۳۳۶@gmail.com

## ۱- مقدمه

منظور از امر و نهی مطلق برانگیختن فرد بر انجام یا ترک چیزی است، خواه امر و نهی با گفتار باشد یا کردار، چه مخاطب یا عرف از آن امر و نهی را بفهمد یا نفهمد. (تبریزی، ۱۴۲۱ق، ص ۳۷۴). و مراد از معروف و منکر حکم عقل و شرع به پسندیده و ناپسندیدن هر فعل است اعم از اینکه فعل واجب، مستحب، حرام یا مکروه باشد (امام خمینی، ۱۴۰۴ ق، ص ۱۰۷). (حلی ۱۴۰۸ق، ج ۱، ص ۳۱۰). (شهیدثانی، ۱۴۱۳ ق، ج ۳ ص ۹۹ - ۱۰۰). (نجفی ۱۴۰۴ ق، ج ۲۱ ص ۳۶۳ - ۳۶۵). در اینکه امر به معروف و نهی از منکر واجب کفایی یا عینی است میان علما اختلاف نظر است (نجفی، ۱۴۰ ق، ج ۲۱، ص ۳۵۹). (سبزواری، ۱۴۲۳ق، ج ۱، ص ۴۰۴). (شهیداول، بی تا، ج ۲، ص ۲۰۱). (علامه حلی، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۳۵۲). (همو، بی تا، ج ۱، ص ۱۵۷، همو، ۱۴۱۴، ج ۹، ص ۱۴۲). و شیخ طوسی (ره) در بعضی از آثارش بر عینی بودن آن تصریح کرده است. (شیخ طوسی، ۱۴۰۰ ق، ص ۲۹۹) شرایط امر به معروف و نهی از منکر عبارت است از آگاهی و شناخت امر کننده و نهی کننده نسبت به معروف و منکری که مورد امر و نهی قرار می گیرد، احتمال تأثیر امر و نهی، اصرار فاعل بر تکرار ترک واجب یا انجام فعل حرام هرچند به صورت عزم بر ارتکاب مجدد آن باشد، آمر و ناهی در اقامه آن معذور نبوده و برای آمر و ناهی یا فرد مسلمانی مفسده و زیان نداشته باشد. (حلی، ۱۴۰۸ ق، ج ۱، ص ۳۱۳). (ابن ادریس، ۱۴۰۶ ق، ج ۲، ص ۲۳). (علامه حلی ۱۴۱۳ ق، ج ۱، ص ۵۲۴). (شهید اول، ۱۴۱۰ ق، ص ۸۴). (شهید ثانی، ۱۴۱۳ ق، ج ۳، ص ۱۰۳ - ۱۰۱). (میرزای قمی ۱۴۱۳ ق، ج ۱، ص ۴۲۱ - ۴۱۹). (نجفی ۱۴۰۴ ق، ج ۲۱، ص ۳۷۱ - ۳۶۶). در اصل هشتم قانون اساسی نیز آمده است: «این فریضه حق طرفینی است که میان مردم نسبت به یکدیگر، مردم نسبت به حکومت و حکومت نسبت به مردم وجود دارد». (دهقانی، روح اله، شهیدان آرائی، مهدی، میرخلیلی، سید محمود، دارابی، شهرداد، ۱۴۰۰). نقش امر به معروف و نهی از منکر در پیشگیری از جرائم مرتبط با شبکه های اجتماعی؛ مبانی، منابع، فرصتها و چالشها، مجله مطالعات فقه و حقوق اسلامی، دوره ۱۳، شماره ۲۴، ص ۹۹.

امر به معروف و نهی از منکر در حوزه رسانه برای اصلاح و ارتقای اخلاق رسانه ای کاری بنیادین و اساسی بوده و مطالعات دقیق و اتخاذ تدابیر مناسبی را می طلبد، زیرا به حسب دامنه شمول و گستردگی، می تواند همه افراد و اصناف جامعه را تحت تأثیر قرار داده و قابلیت تثبیت و یا

بالعکس دگرگون ساختن اخلاق، روش و منش زندگی آن‌ها را نیز دارد. بنابراین لازمه‌ی ایفای درست رسالت و نقش مثبت و سازنده، رعایت اصول و قواعد اخلاق رسانه‌ای در حوزه‌های مختلف است. مضافاً اینکه در صورت عدول از این اصول و چارچوب‌ها از باب امر به معروف و نهی از منکر واجب است ساز و کاری ایجاد شود که آن را به راه آورده و از انحرافش جلوگیری نماید. به عبارت دیگر رسانه اعم از دیداری و شنیداری با ارائه برنامه در قالب فیلم، سریال، گفت و گو، تصویر و نظایر آن می‌تواند تأثیرات غیر قابل انکاری بر فرد و جامعه گذاشته دیدگاه، فرهنگ و اخلاق آن‌ها را تثبیت و تحکیم یا متزلزل و سست نماید و از آنجا که به حکم شرع و عقل باید با شیوه‌های درست و بحق عوامل و زمینه‌های رشد و تکامل یک جامعه را تقویت نمود و زمینه‌ها و عوامل افول و نابودی آن‌را از میان برد، چنانکه در قانون اساسی نیز نسبت به وظیفه‌ی امر به معروف و نهی از منکر تأکید شده: «در جمهوری اسلامی ایران دعوت به خیر، امر به معروف و نهی از منکر وظیفه‌ای است همگانی و متقابل بر عهده مردم نسبت به یکدیگر، دولت نسبت به مردم و مردم نسبت به دولت. شرایط و حدود و کیفیت آن را قانون معین می‌کند. والمؤمنون المؤمنات بعضهم اولیاء بعض یأمرون بالمعروف و ینهون عن المنکر» (طالابکی، اکبر، اصلانی، فیروز، حیدر نژاد، ولی الله، ۱۳۹۳). جایگاه نصیحت امام مسلمین در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه دانش حقوق عمومی، دوره ۳، شماره ۱۰، ص ۳۸.

## ۲- وجوب امر به معروف و نهی از منکر در حوزه رسانه

امر به معروف و نهی از منکر در حوزه رسانه زمانی واجب خواهد بود که ثابت شود اولاً چنین چیزی در این حوزه ممکن است؛ ثانیاً مراتب چند گانه امر به معروف و نهی از منکر به چه صورتی اعمال خواهد شد. لذا ضمن واکاوی وجوب آن در این حوزه، بررسی چند مورد لازم و ضروری است.

الف) مشروعیت یا عدم مشروعیت رسانه

ب) امکان و چگونگی اقامه مراتب امر به معروف و نهی از منکر در حوزه رسانه

### ۲-۱- طرح اشکال و پاسخ به آن

قبل از اثبات وجوب امر به معروف و نهی از منکر در حوزه رسانه باید به این اشکال پاسخ داد که علی رغم کارکردهای مثبت رسانه در حوزه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی به لحاظ فرهنگی، اخلاقی، اعتقادی و امثال آنها پیامدهای مخرب و ویرانگری نیز داشته و باعث سوق داده شدن فرد و جامعه به بی بند و باری

اخلاقی، و فساد و فحشاء شده و این پیامدهای منفی و ویرانگر اقتضا می‌کند که از باب امر به معروف و نهی از منکر و تمسک به قاعده «حرمت اعانه بر گناه و حرام» استفاده از رسانه هم برای تولیدکنندگان محتوا و هم مخاطبان آنان منع شده و در اختیار آنان قرار نگیرد.

در پاسخ به اشکال مزبور باید گفت استفاده صحیح و منطبق بر اخلاق رسانه‌ای برای اغراض شرعی، عقلایی و علمی هیچ‌منعی نداشته و بلکه مطلوب بوده و اقتضای زمان استفاده از آن را ضروری می‌نماید زیرا:

۲-۱-۱- رسانه در عصر حاضر به عنوان نمادی از پیشرفت علم و فناوری اثر بخشی معجزه آسایی داشته و می‌تواند کارکردهای مثبت خود در حوزه‌های مختلف را به منصه ظهور رسانده و موجبات تکامل و پیشرفت جامعه را فراهم سازد. بنابراین باتوجه به مزایای بیشمار عقلایی رسانه می‌توان ادعا نمود که استفاده از آن در عرصه‌های مختلف تحت شمول اطلاق ادله آیات قرآن کریم مانند: «قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُوا الْأَلْبَابِ» (زمر آیه ۹). «أَوْ مَنْ كَانَ مِثْنًا فَأَخْبَيْنَاهُ وَجَعَلْنَا لَهُ نُورًا يَمْشِي بِهِ فِي النَّاسِ كَمَنْ مَثَلُهُ فِي الظُّلُمَاتِ لَيْسَ بِخَارِجٍ مِنْهَا كَذَلِكَ زُيِّنَ لِلْكَافِرِينَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ» (انعام آیه ۱۲۲). «جَاءَتْهُمْ رُسُلُهُم بِالْبَيِّنَاتِ وَ بِالزُّبُرِ وَ بِالْكِتَابِ الْمُنِيرِ» (فاطر آیه ۲۵) و «يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَ مَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا وَ مَا يَذَكَّرُ إِلَّا أُولُوا الْأَلْبَابِ» (بقره آیه ۲۶۹) و نظیر این احادیث مأثور از معصومین (ع) قرار گرفته: (ع) قَالَ أَبُو عَبْدِ اللَّهِ (ع) قَالَ رَسُولُ اللَّهِ (ص) طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ آلا وَ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ بُعَاةَ الْعِلْمِ. (کلینی، ۱۴۰۷ ه.ق، ج ۱، ص ۳۱). قَالَ أَمِيرَ الْمُؤْمِنِينَ (ع): أَيُّهَا النَّاسُ اعْلَمُوا أَنَّ كَمَالَ الدِّينِ طَلَبُ الْعِلْمِ وَ الْعَمَلُ بِهِ آلا وَ إِنَّ طَلَبَ الْعِلْمِ أَوْجَبُ عَلَيْكُمْ مِنْ طَلَبِ الْمَالِ إِنَّ الْمَالَ مَقْسُومٌ مَضْمُونٌ لَكُمْ قَدْ قَسَمَهُ عَادِلٌ بَيْنَكُمْ وَ ضَمِنَهُ وَ سَفَى لَكُمْ وَ الْعِلْمُ مَخْزُونٌ عِنْدَ أَهْلِهِ وَ قَدْ أَمَرْتُمْ بِطَلَبِهِ مِنْ أَهْلِهِ فَاطْلُبُوهُ. (همو ص ۳۰). که به علم و دانش ترغیب می‌کنند. رسانه به دلیل گستردگی دامنه شمول و حوزه‌های مختلف دانش افزایی خود یکی از بهترین مصادیق در این زمینه است. بعلاوه چون استفاده از رسانه ما را در احیاء و آبادانی، حفظ و نگهداری و بهره برداری درست از نعمت‌های الهی یاری می‌رساند باید اقدامات لازم جهت تولید و استفاده بهینه از آن صورت پذیرد.

۲-۱-۲- تمسک به "قاعده حرمت اعانت بر حرام و گناه"؛ جای تأمل داشته و باید با دقت نظر بیشتری در این حوزه مورد بررسی قرار گیرد زیرا با ملاحظه برخی از تفصیلات، اطلاق قاعده در

این حوزه مقید می‌شود.

برای اثبات قاعده حرمت اعانه بر گناه به آیه «...وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ» (مائده آیه ۲) و روایات معصومین (ع) استناد شده چنانکه از امام صادق (ع) نقل شده که فرمودند: «لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ (ص) فِي الْخَمْرِ عَشْرَةَ - غَارِسَهَا وَ حَارِسَهَا وَ عَاصِرَهَا - وَ شَارِبَهَا وَ سَاقِيَهَا وَ حَامِلَهَا - وَ الْمَحْمُولَةَ إِلَيْهِ وَ بَائِعَهَا - وَ مُشْتَرِيَهَا وَ أَكِلَ ثَمَنِهَا.» (حرعاملی، ۱۴۰۹، ج ۱، ص ۲۲۴). (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۶، ص ۴۲۹). رسول خدا (ص) در مورد خمر، ۱۰ کس را لعن کرد: ۱- غرس کننده، ۲- باغبان، ۳- سازنده شراب، ۴- نوشنده، ۵- نوشاننده، ۶- حمل کننده آن، ۷- کسی که شراب برای او حمل می‌شود، ۸- فروشنده، ۹- خریدار ۱۰- خورنده بهای آن. از این ده نفر یاد شده، تنها شارب خمر گناهکار است و بقیه می‌توانند مصادیقی از کسانی باشند که معاون بر آن‌ها صدق کند. نیز از پیامبر (ص) نقل شده است که: «مَنْ عَلَّقَ سَوْطاً بَيْنَ يَدَيِ سُلْطَانٍ جَائِرٍ جَعَلَهُ اللَّهُ حَيَّةً طَوِيلًا سِتُونَ أَلْفَ ذِرَاعٍ فَتَسَلَّطُ عَلَيْهِ فِي نَارِ جَهَنَّمَ خَالِدًا فِيهَا مُحَلَّدًا.» (شیخ صدوق، ۱۴۰۶، ج ۱، ص ۲۸۴). (حرعاملی، ۱۴۰۹، ج ۱، ص ۱۷۲). کسی که شلاق را در دست ظالم قرار دهد، خداوند آن شلاق را در روز قیامت تبدیل به ماری می‌کند که طول آن شصت هزار زرع است. خداوند این مار را بر آن شخص مسلط می‌کند و این فرد همیشه در جهنم خواهد بود. روایت دیگری نیز از پیامبر (ص) نقل شده که فرموده اند: «مَنْ أَعَانَ عَلَى قَتْلِ مُسْلِمٍ وَ لَوْ بِسَطْرِ كَلِمَةٍ جَاءَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مَكْتُوبًا بَيْنَ عَيْنَيْهِ آيِسٌ مِنْ رَحْمَةِ اللَّهِ» (احسائی، ۱۴۰۵، ج ۲، ص ۳۳۳). (محدث نوری، ۱۴۰۸، ج ۱، ص ۲۱۱). یعنی کسی که برای قتل مسلمانی همکاری و کمک کند و لو در حد یک کلمه، روز قیامت در حالی محشور می‌شود که بین دو چشمش نوشته شده است: «ناامید از رحمت خدا». بنابراین، از مجموع آیات و روایات مذکور و غیر مذکور می‌توان حرمت اعانه بر اثم را استنباط نمود.

دلیل دوم اثبات حرمت این قاعده استناد به ادله امر به معروف و نهی از منکر است چنان که طبق روایات باب چهارم کتاب امر به معروف و نهی از منکر وسائل الشیعه از جمله این روایت امام صادق (ع) که فرمود: «مَا أَقَرَّ قَوْمٌ بِالْمُنْكَرِ بَيْنَ أَظْهُرِهِمْ لَا يُعَيِّرُونَهُ - إِلَّا أَوْشَكَ أَنْ يُعَمَّهُمُ اللَّهُ بِعِقَابٍ مِنْ عِنْدِهِ» (حرعاملی، ۱۴۰۹، ج ۱، ص ۱۶). بر هر مسلمانی واجب است مظاهر گناه را معدوم کند و به نهی اکتفا نکند، می‌توان چنین استنباط کرد که وقتی خداوند متعال وقوع معصیت را نمی‌پسندد اعانه نسبت به آن را نیز خوش نمی‌دارد. همچنین است روایات باب پنجم آن از جمله این بیان امام

علی(ع): «إِنَّمَا يَجْمَعُ النَّاسَ الرِّضَا وَ السَّخَطُ - فَمَنْ رَضِيَ أَمْرًا فَقَدْ دَخَلَ فِيهِ - وَ مَنْ سَخِطَهُ فَقَدْ خَرَجَ مِنْهُ.» (همو، ص ۱۴۰). که فراتر رفته و حتی رضایت را نیز منع می کند بنا براین به طریق اولی از همکاری و اعانه بر آن منع می نماید. و همچنین از روایات باب هشتم آن نظیر این سخن امام باقر(ع): (أَوْحَى اللَّهُ إِلَى شُعَيْبِ النَّبِيِّ (ع) أَنِّي مُعَذِّبُ مَنْ قَوْمِكَ مِائَةَ أَلْفٍ - أَرْبَعِينَ أَلْفًا مِنْ شِرَارِهِمْ - وَ سِتِّينَ أَلْفًا مِنْ خِيَارِهِمْ - فَقَالَ (ع) يَا رَبِّ هَؤُلَاءِ الْأَشْرَارُ - فَمَا بَالُ الْأَخْيَارِ - فَأَوْحَى اللَّهُ عَزَّ وَ جَلَّ إِلَيْهِ - ذَاهِنُوا أَهْلَ الْمَعَاصِي - وَ لَمْ يَغْضَبُوا لِغَضَبِي.) (همو، ص ۱۴۶) استفاده می شود که علم پیدا کردن به خشم و غضب خداوند نسبت به چیزی باید خشم و غضب ما را نیز در پی داشته باشد لذا به دلالت مفهوم موافق و قاعده اولویت ثابت می شود وقتی پروردگار متعال ناراحت نشدن از گناه و معصیت را خوش نمی دارد به طریق اولی کمک کردن به وقوع آن را نیز نمی پسندد.

دلیل سوم برای قاعده‌ی مزبور حکم عقل است به قیح مساعدت بر انجام چیزی که مبنغوض مولا بوده یا در آن مفسده باشد، پس وقتی رضایت دهنده به فعل یک قوم از جمله آن‌ها باشد بطور قطع فراهم کننده مقدمات آن نیز این گونه خواهد بود. (بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۱، ص ۳۶۴).

دلیل چهارم حجیت این قاعده اجماع فقهای عظام است. (همو، ج ۱، ص ۳۶۵).

برای روشن شدن صحت استناد به قاعده حرمت اعانه بر اثم، ابتدا باید مراد و چرایی این استناد تبیین شود. گرچه اصل قاعده قطعی است، اما شمول آن نسبت به موضوع مورد بحث نیازمند بررسی دقیق و تفصیل است.

## ۲-۱-۲- مفاد قاعده «حرمت اعانه بر اثم»

قاعده «حرمت اعانه بر اثم» به عنوان یکی از قواعد فقهی در تحلیل فقهی استفاده از رسانه بررسی شده است. در این زمینه چهار صورت اصلی برای تحقق اعانه مطرح گردیده که شامل ترکیب‌های مختلفی از قصد و وقوع فعل حرام‌اند. تنها در صورتی که شخص با علم و اراده، مقدمه گناه را فراهم کرده و فعل حرام نیز تحقق یابد، اعانه صدق می کند. همچنین اگر مقدمه پس از اراده گناهکار فراهم شود، آن نیز مشمول قاعده است، حتی بدون قصد. اما اگر مقدمه چینی بدون اراده گناهکار باشد یا فعل حرامی رخ ندهد، اعانه محقق نمی شود. در نتیجه، نمی توان مطلقاً حکم به حرمت رسانه یا انهدام آن داد، زیرا رسانه‌ها دارای ظرفیت‌های گسترده برای ترویج معروف‌اند. همچنین بهره‌گیری مثبت از رسانه‌ها بر اساس قاعده «نفی سبیل» و با رعایت اخلاق رسانه‌ای، خود از مصادیق

اعانه بر برّ و تقوا شمرده می‌شود. بنابراین، لازم است به جای طرد رسانه، آن را در راستای اهداف دینی و اصلاحی هدایت و مدیریت نمود.

۲-۱-۳- امر به معروف و نهی از منکر به این معنا نیست که اگر عده‌ای از افراد نعمت‌ها، امکانات و ابزارها را برای مقاصد غیر اخلاقی و ایجاد فساد به کار بردند همگان از بهره‌مندی از آنها منع شوند چه اینکه چنین حکمی برخلاف عقل و موازین شرع بوده و باطل است لذا اشکال مطرح شده از این جهت موجّه نمی‌باشد اما از جهت ناظر بودن به مقابله و جلوگیری از کاربرد غیر اخلاقی و افزایش توانمندی و توسعه کاربردهای صحیح و اخلاقی نه تنهاموجّه بوده بلکه ضرورت موجود اعمال این فریضه را ایجاب می‌کند.

۲-۱-۴- علاوه بر دلایل فوق عرف و سیره عقلا نیز به عنوان یکی از دلایل جواز استفاده از رسانه قابل تمسک است زیرا بر اساس اهمیّت فوق‌العاده و ضرورت انکارناپذیر آن در دوره معاصر به لزوم استفاده از آن حکم می‌کند.

ممکن است مستشکل در اینجا نیز اشکال کند که یکی از شرایط لازم برای حجّیت عرف و سیره عقلا تقریر و تأیید شارع مقدّس و عدم ردع و منع از جانب اوست در حالی که موضوعات این مقام - یعنی رسانه‌هایی از قبیل رادیو و تلویزیون و سینما و غیره - در آن زمان وجود نداشته‌اند تا بتوان اثبات نمود که عرف و سیره عقلا مورد تأیید شارع قرار گرفته و منعی از سوی او صورت نگرفته است.

در پاسخ به اشکال فوق به استناد نظر مشهور فقهای عظام باید گفت، هرچند یکی از شرایط حجّیت بنای عقلا که هم عصر و هم زمان بودن آن با شارع مقدّس است لیکن در اثبات هم عصر و همزمان بودن این دو لازم است که منع شارع مقدّس از حجّیت بنای عقلا به دست ما رسیده باشد در حالیکه چنین ردعی در اختیار نداریم. بعلاوه امضاء و تأیید حاصل از سکوت معصوم (ع) نکته ثابت عقلایی است که بنای عقلا مبتنی بر آن بوده نه سکوت فعلی عقلاء در آن عصر. بنابراین دست آورد حال معصوم علیه السّلام امضای کبروی بنای عقلا بوده که به زمان خاصی اختصاص نیافته است. از اینرو نفس وجود طبع عقلا به شرط عدم منع از جانب معصوم علیه السّلام برای کشف امضای شارع نسبت به مقتضای آن طبع عقلایی کافی است. نتیجه اینکه اگر طبع و ارتکاز عقلایی که پایه یک رفتار بوده بتواند مبنای رفتارهای دیگری قرار گرفته که در زمان شارع مقدّس به دلیل نداشتن

موضوع یا هر دلیل دیگری وجود نداشته اند در این صورت آن رفتار های دیگر نیز از اعتبار برخوردار می شوند زیرا پایه و مبنای آنها که همان ارتکاز و طبع فراگیر عقلایی بوده در زمان شارع مقدس مورد تأیید و تقریر واقع شده است (صدر ۱۴۱۸ ق، ج ۱، ص ۲۶۴). (همو، ۱۴۱۷ ق، ج ۴ ص ۲۴۷). (حائری، ۱۴۲۳ ق، ج ۱، ص ۹۶ - ۹۵). بعلاوه اگر در عصر های بعد سیره عقلا در موردی بر خلاف رضایت، خواست و اوامر شارع مقدس باشد باید آنها را آگاه ساخته و از آن منع کند تا از گمراهی و سقوط رهایی یابند. (امام خمینی، ۱۴۲۶ ق، ص ۸۱).

بنابراین استفاده از رسانه‌هایی مانند رادیو، تلویزیون و سینما نه تنها مشروع بلکه در شرایط کنونی ضروری است. آنچه اهمیت دارد رعایت اخلاق رسانه‌ای و مشروعیت محتوای ارائه شده است. در صورت تخطی، اقامه فریضه امر به معروف و نهی از منکر با سازوکار مناسب می‌تواند راهگشا باشد.

### ۳- امکان و چگونگی اقامه مراتب امر به معروف و نهی از منکر

پس از اثبات مشروعیت اصل و ضرورت استفاده از رسانه و همچنین اهمیت اقامه امر به معروف و نهی از منکر در این حوزه امکان طرح این اشکال وجود دارد که اعمال مراتب این فریضه الهی در بسیاری از مواقع نتیجه مطلوب را در پی نداشته و در اکثر موارد نیز واجب نمی‌شود، زیرا احتمال تأثیر به عنوان یکی از شرایط وجوب این فریضه در بسیاری از موارد منتفی است چه اینکه برنامه سازان و کاربران رسانه‌ها در مناطق جغرافیایی دور دست به سر برده یا از حاشیه امنیتی حکومت‌هایی برخوردارند که برای آنان و در راستای اهداف و خواسته‌های آنان فعالیت می‌کنند. وانگهی در بسیاری از موارد نیز به دلیل یک سویه بودن رسانه‌های مورد استفاده‌ی آن‌ها امکان امر به معروف و نهی از منکر وجود ندارد چه رسد به احتمال تأثیر آن، مضافاً اینکه بسیاری از رسانه‌های فعال در این حوزه علی‌رغم امر و نهی آمران به معروف و ناهیان از منکر بر ترک معروف و انجام منکرات اصرار می‌ورزند. بنابراین با منتفی بودن احتمال تأثیر امر به معروف و نهی از منکر در این حوزه وجوب آن نیز منتفی می‌شود. در پاسخ به اشکال فوق و اثبات وجوب امر به معروف و نهی از منکر و مراتب آن در حوزه رسانه باید گفت در این که احتمال تأثیر یکی از شرایط وجوب امر به معروف و نهی از منکر باشد بین فقهای عظام اختلاف نظر وجود دارد چنانکه بسیاری از آنان همچون (شیخ مفید ۱۴۱۳ ق، ص ۸۱۳ و ۸۰۷). (سلار، ۱۴۰۴ ق، ص ۲۶۱ - ۲۶۰). (قاضی ابن براج، ۱۴۰۶ ق، ص ۲۴۳ - ۲۴۰). (ابن حمزه، ۱۴۰۸ ق، ص ۲۰۷). چنین شرطی را برای آن ذکر نکرده و برخی نیز مانند

ابوالصّلاح حلبی، ۱۴۰۳ ق، ص ۲۶۵) با استناد به اطلاقات ادله وجوب امر به معروف و نهی از منکر، اشتراط آن را به ظن به تأثیر منتفی دانسته اند. شیخ طوسی (ره) نیز پس از بر شمردن شروطی ششگانه برای نهی از منکر که از جمله آن ها احتمال تأثیر است می فرماید نهی از منکر سه حالت دارد.

۱. ظنّ تأثیر وجود داشته باشد ۲. ظنّ تأثیر وجود نداشته باشد ۳. احتمال تأثیر و عدم آن یکسان باشد.

در دو صورت اخیر بعضی وجوب آن را ساقط دانسته و بعضی دیگر ساقط نمی دانند و این دیدگاه سید مرتضی است و همین دیدگاه اقوی است زیرا عمومات آیات و اخباری که بر وجوب آن دلالت دارد به حالت خاصی اختصاص نیافته است. (طوسی، ۱۳۷۵ ق، ص ۱۴۹) گروه زیادی از فقها نیز از جمله (ابن ادریس، ۱۴۰۶ ق، ج ۲، ص ۶۳). (شهید اول، ۱۴۱۷ ق، ج ۲، ص ۴۷). (شهید ثانی، ۱۴۱۳ ق، ج ۳، ص ۱۰۴). (اردبیلی، ۱۴۳۰ ق، ج ۷، ص ۵۳۶). (نجفی، ۱۴۰۴ ق، ج ۲۱، ص ۳۷۱). (امام خمینی، بی تا، ج ۱، ص ۴۶۷). (خویی، ج ۱، ص ۳۵۱). احتمال تأثیر را از جمله این شرایط بر شمرده اند. یکی از دلایلی که احتمال تأثیر شرط وجوب امر به معروف و نهی از منکر دانسته شده اجماع است. (نجفی، ۱۴۰۴ ق، ج ۲۱، ص ۳۶۷). لیکن این اجماع هم از جهت صغروی و هم از جهت کبروی اشکال دارد. از جهت صغروی به جهت اختلاف نظر فقهای عظام بوده که عدم تحقق آن را محتمل ساخته است. چنانکه در کلام صاحب جواهر که در این مورد ادعای اجماع کرده نیز دیده می شود چرا که احتمال تأثیر را در مرحله اول امر به معروف و نهی از منکر، شرط وجوب آن ندانسته بلکه مطلقاً واجب می داند. (همو، همانجا). از جهت کبروی نیز اشکال دارد. زیرا مدرکی بودن این اجماع، محتمل است. چه اینکه روایاتی در این زمینه وارد شده که استناد اجماع به آنها ممکن است. چنانکه مرحوم صاحب جواهر پنج روایت را به عنوان دلیل بر شرط بودن احتمال تأثیر آورده است. (همو) باید توجه داشت علی رغم اینکه دلالت و سند برخی از روایات از جمله روایت مسعده ابن صدقه از امام صادق (ع) (حر عاملی، ۱۴۰۹ ق، ج ۱۶، ص ۱۲۷ - ۱۲۶). تمام است و به استناد آن ها وجوب امر به معروف و نهی از منکر منوط به احتمال تأثیر است. باید توجه داشت که در برخی از موارد یکبار امر و نهی دارای احتمال تأثیر نبوده لیکن صورت تکراری یا تدریجی بودن احتمال تأثیر داشته باشد، خواه این احتمال مربوط به کسی باشد که مورد امر و نهی قرار گرفته یا مربوط به شخص دیگری باشد که از فعل یا ترک فعل وی تأثیر می پذیرد که به استناد اطلاق ادله، امر و نهی دفعی یا تکراری نسبت به شخصی که باید مورد امر و نهی قرار گیرد یا دیگرانی که از فعل این شخص متأثر می شوند واجب خواهد شد.

با دقت در آراء و نظرات برخی از فقهای عظام ملاحظه می‌شود با این که از جمله شرایط وجوب امر به معروف و نهی از منکر احتمال تأثیر را می‌دانند لیکن در مقام بیان مسائل این باب کلیت و فوریت تأثیر را شرط ندانسته و فرموده‌اند اگر بدانند نهی از منکر نسبت به امری در حال حاضر بی تأثیر است ولی بدانند یا احتمال دهد که همین امر کنونی او در آینده تأثیر دارد، امر کردن واجب است و نیز اگر بدانند که نهی او از نوشیدن شراب نسبت به کاسه مشخصی بی اثر است لیکن نهی او از آن برای بعد به طور کلی یا تا حدودی در ترک شرب خمر مؤثر است، نهی کردن او واجب است. (امام خمینی (ره)، بی تا، ج ۱، ص ۴۶۸-۴۶۷). هم چنین است جایی که امر به معروف و نهی از منکر در شخص دوّمی مؤثر واقع شود، چنان که فرموده اند اگر بدانند که امر یا نهی او نسبت به ترک کننده یا فاعل کاری اثر ندارد لیکن نسبت به غیر او به شرط اینکه خطاب متوجه او نباشد اثر دارد، واجب است که به انگیزه تأثیر در شخص دوم خطابش را به شخص اول متوجه سازد (همو، ج ۱، ص ۴۶۸) و نیز می‌فرمایند اگر بدانند یا احتمال دهد که امر یا نهی در کم کردن معصیت مؤثر است نه در ریشه کن کردن آن، واجب است بلکه اگر در تبدیل کردن اهم به مهم تأثیر داشته باشد بعید نیست باز هم واجب باشد بلکه اگر اهم به منزله ای باشد که مولا در هر حال راضی به حصول آن نباشد اشکال در وجوب امر یا نهی نیست. (همو، ج ۱، ص ۴۶۹) از نگاه برخی از فقها وجوب امر به معروف و نهی از منکر به حکم عقل است زیرا عقل صدور گناه و معصیت را مبعوض دانسته و بر جلوگیری از آن حکم می‌کند لذا علی رغم اینکه ضرورت امر به معروف و نهی از منکر مورد تأیید و تأکید نصوص دینی اعم از آیات و احادیث معصومین علیهم السلام قرار گرفته فقهایی مانند (شیخ طوسی، ۱۳۷۵ ق، ص ۱۴۷-۱۴۶). (ابن ادریس، ۱۴۰۶ ق، ج ۲، ص ۲۲-۲۱). (علامه حلی، ۱۴۱۳ ق، ج ۴، ص ۴۵۶ و ۱۴۱۳، ج ۲، ص ۵۲۴). (فاضل مقداد، ۱۴۲۵ ق، ج ۱، ص ۴۰۳). وجوب آن را به حکم عقل دانسته و آنچه در نصوص دینی در این زمینه آمده ارشاد به حکم عقل است. امام خمینی (ره) نیز وجوب امر به معروف و نهی از منکر را به حکم عقل می‌داند زیرا عقل مستقلاً و صرف نظر از دلایل موجود در نصوص دینی، بر ضرورت جلوگیری از معصیت مولی تأکید دارد. بنابراین از آن جهت که عقل انسانی صدور معصیت را برنرفته و از آن بیزار است بر جلوگیری از تحقق آن در خارج حکم می‌کند. (امام خمینی (ره)، ۱۴۱۵ ق، ج ۱، ص ۲۰۴). بر حسب دیدگاه مزبور - که مختار نگارنده نیز است - وجوب امر به معروف و نهی از منکر مستند به دلیل عقل است چه اینکه عقل جلوگیری از

وقوع معصیت و گناه و امور مبعوض مولی را به طور مطلق واجب می داند. مقتضای اطلاق حکم عقل، گستردگی دایره شمول این فریضه است که هر نوع منکری را اعم از اینکه در خارج واقع شده یا وقوع آن مورد انتظار باشد دربرگرفته و باید از آن جلوگیری کرد. بعلاوه مقتضای قاعده «دفع منکر مانند رفع آن واجب است.» نیز همین است و فقهای عظام در موارد این چنینی بدان استناد نموده اند. (سبزواری، ۱۴۱۳ق، ج ۱، ص ۷۷). (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۱، ص ۱۴۱). (اردبیلی، ۱۴۰۳ق، ج ۸، ص ۵۱ - ۴۹). مثال برای موضوع بحث ما این که فرد یا گروهی با در اختیار داشتن ابزارهای مزبور اخلاق رسانه ای را زیر پا گذاشته برنامه، فیلم، سریال یا محتوایی را ساخته که مروج هرج مرج و فساد اخلاقی باشد و بخواهند در معرض دید جامعه قرار دهند یا اینکه هنوز چنین چیزی ساخته نشده است لکن مقدمات آن فراهم شده و ساخت آن مورد انتظار است که در هر دو مورد حکم عقل وجوب جلوگیری از چنین منکراتی بوده و قاعده «دفع منکر مانند رفع آن واجب است.» را جاری و ساری می داند. چنانکه برخی قایل اند به اینکه: «امر به معروف و نهی از منکر حتی اگر تأثیر نداشته باشد، باز هم بیهوده و لغو نیست. چرا که این فریضه‌ی الهی آثار و فواید زیادی دارد. مثلاً اگر با امر و نهی، احکام اسلامی احیاء شود و مرتکبان گناه رسوا شوند، بی‌شک امر به معروف و نهی از منکر واجب خواهد بود. همان گونه که در قیام امام حسین علیه السلام نیز این چنین بود.» (منتظری، صالح، ابراهیمی، سعید (۱۳۹۵)، نفی شرطیت احتمال تأثیر در امر به معروف و نهی از منکر، فصلنامه پژوهش‌های فقه و حقوق اسلامی، دوره دوازدهم، شماره چهل و پنج، ص ۱۴۲). اینک پس از روشن شدن وجوب انحاء امر به معروف و نهی از منکر در حوزه های مختلف باید مصادیق آمران به معروف و ناهیان از منکر و چگونگی اعمال مراتب سه گانه این فریضه از سوی آن ها در حوزه رسانه تبیین گردد.

### ۳-۱- حکومت و اعمال مراتب امر به معروف و نهی از منکر

رسانه‌ها در ارتباط باحوزه جغرافیایی یک حکومت دو گونه بوده که اعمال مراتب و چگونگی اقامه امر به معروف و نهی از منکر باید متناسب با هر یک از آن ها به شرح ذیل صورت پذیرد.

#### ۳-۱-۱- رسانه‌هایی که در حوزه جغرافیایی یک حکومت حضور داشته و به فعالیت

می‌پردازند.

حکومت به عنوان متولی امور جامعه نقش بسیار مهم و سازنده ای در حوزه های مختلف داشته که در صورت برخورداری از مشروعیت و مقبولیت مردمی قدرتمندانه تر و مؤثرتر خواهد بود. از جمله

حوزه‌هایی که باید نسبت به آنها به درستی ایفای نقش نماید نهادها، دستگاه‌ها و رسانه‌های فعال در حوزه جغرافیایی آن هستند. رسانه‌ها اعم از دیداری و شنیداری زمانی در حوزه‌های مختلف اعتقادی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و اخلاقی موجب پیشرفت و اعتلای جامعه خواهند شد که برای تعلیم و تبیین درست آن‌ها بسان دانشگاهی جامع عمل نموده و با رعایت اخلاق رسانه‌ای عالمانه و صادقانه جامعه را برای حرکت در این مسیر تحریض و ترغیب نمایند. آنچه در این مجال بیان شد رسالت رسانه‌ها به حکم عقل و شرع بوده که باید با تلاش و کوشش به بهترین وجه از عهده آن برآیند. اینک در پی پاسخ به این پرسشیم که جهت تحقق این رسالت و جلوگیری از انحراف و اعوجاج رسانه و آثار سوء آن، حکومت از باب امر به معروف و نهی از منکر در مورد رسانه‌هایی که در حوزه جغرافیایی آن حضور داشته و فعالند چگونه باید اعمال نظارت نماید؟ و آیا مراتب سه گانه این فریضه قابل اجراست؟ در پاسخ باید گفت در حوزه استحفاظی حکومت دو گونه رسانه متصور است:

۳-۱-۱- رسانه‌هایی که از صدر تا ذیل زیرمجموعه حکومت بوده و جزئی از آن به حساب آمده و ایجاد و بقای آن‌ها، مطالب و محتوایشان وابسته و مربوط به حکومت است؛ در این قسم همه مراتب امر به معروف و نهی از منکر قابل تحقق است زیرا اولاً نباید هیچ گونه رضایت قلبی نسبت به منکرات و شئونات و عملکردهای ضد اخلاق رسانه‌ای داشته باشد. ثانیاً باید نظارت همه جانبه و مستمر بر عملکرد آنها داشته، اشکالات و نقاط ضعف آنها را مجدداً رصد نموده و متذکر گردد. به تعبیر دیگر با ساز و کارهایی دقیق مرتبه دوم امر به معروف و نهی از منکر را که زبانی است نسبت به متولیان رسانه‌ها و برنامه‌های آنان اعمال نماید. ثالثاً در صورتی عدم تأثیر اجرای مرحله دوم امر به معروف و نهی از منکر، با اقدامات عملی بازدارنده از قبیل خارج کردن رسانه از دست آنان و گماشتن آنها به امور دیگر یا اخراج آنان از حوزه رسانه و اعمال جرایم نقدی و غیر نقدی و دیگر مجازات‌ها که از مصادیق مرتبه سوم امر به معروف و نهی از منکر بوده نسبت به کسانی که اخلاق رسانه‌ای را رعایت نکرده و موجب آشفتگی و انحراف و آسیب جامعه در حوزه‌های مختلف شده‌اند، اجرا نماید. البته تذکر این نکته لازم است که اقامه دقیق و مؤثر امر به معروف و نهی از منکر از جانب حکومت در حوزه رسانه برای رعایت اخلاق رسانه‌ای از طرف اهالی آن، مستلزم تشکیل سازمانی است که به عنوان نماینده حکومت و ملت عهده دار این مسئولیت خطیر بوده و توانایی اقامه درست

این فریضه را مستقلاً و با پشتیبانی و حمایت حکومت داشته باشد. تبیین این ضرورت مجالی بیش از این مقال را طلبیده تا به صورت مستوفای بدان پرداخته شود. نتیجه اینکه مراتب سه گانه امر به معروف و نهی از منکر در حوزه رسانه های فعال دیداری و شنیداری که در محدوده جغرافیایی حکومت حضور دارند قابل تحقق است.

۳-۱-۱-۲- رسانه هایی که تماماً وابسته به حکومت نبوده بلکه به طور مستقل یا نیمه مستقل در قالب رسانه های شنیداری و دیداری مانند شبکه های مختلف رادیو، تلویزیون، سینما و امثال آنها فعالیت داشته باشند که برخی از آنها با اخذ مجوز از حکومت ایجاد شده به فعالیت پرداخته و برخی نیز بدون توجه به قوانین جامعه و اخذ مجوز به فعالیت بپردازند.

در این قسم نیز مراتب سه گانه امر به معروف و نهی از منکر از ناحیه حکومت قابل اعمال بوده و باید نظارت نماید تا با اخذ مجوز و رعایت اخلاق رسانه ای به فعالیت بپردازند و همانگونه که قبلاً نیز ذکر شد برای اعمال درست و کارشناسانه امر به معروف و نهی از منکر وجود سازمانی که عهده دار اقامه این فریضه باشد ضروری می نماید تا در کنار نظارت مردمی به صورت عالمانه و دقیق ایفای نقش کند.

### ۳-۱-۲- رسانه های فعالی که مرکزیت آن ها خارج از حوزه جغرافیایی حکومت است.

این رسانه ها نیز از یک منظر دو گونه اند برخی از آنها پایبند به رعایت اخلاق رسانه ای بوده و فعالیت آن ها در راستای شناساندن معروف ها و منکرات، ترویج واجبات در جامعه و آموزش شیوه های درست مقابله با زشتی ها و محرّمات بوده که به حکم عقل و شرع این گونه فعالیت ها از بهترین مصادیق معروف بوده و بر همگان به ویژه حکومت ها لازم است چنین رسانه هایی را حمایت و تقویت نمایند. اما گونه دوم آن دسته از رسانه هایی است که به اخلاق رسانه ای پایبند نبوده و فعالیتشان در راستای اشاعه تفکرات الحادی، مادی گرایانه، ناامنی های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و اختلاف افکنی میان حکومت ها و مردم، اضمحلال و فروپاشی جوامع و بردگی آنها است. در چنین مواقعی از باب نهی از منکر نه تنها حکومت بلکه هر فرد یا گروه توانمندی باید تمام تلاش خویش را به کارگیرد تا اولاً به استناد قاعده «دفع منکر مانند رفع آن واجب است.» چنین چیزی واقع نشود. ثانیاً در صورت وقوع آن اگر این رسانه ها از حمایت حکومت هایی برخوردار بوده که در حوزه جغرافیایی

خویش امکانات رسانه‌ای را فراهم ساخته و در اختیار عاملان آن‌ها و اشاعه دهندگان چنین منکراتی قرار داده باشند دفع آن بسیار سخت یا غیر ممکن خواهد بود لیکن به استناد ادله وجوب امر به معروف و نهی از منکر نباید از هیچگونه تلاشی در این زمینه دریغ ورزید تا آثار سوء آن از جوامع رفع شود به عنوان مثال برای مقابله با این رسانه‌ها باید به تقویت رسانه‌هایی پرداخت که متعهدانه برای اعتلا و تکامل جوامع گام برمی دارند، این تقویت به صورت‌های مختلف اعم از مالی، محتوایی و ابزاری امکان پذیر است. بعلاوه با افزایش کمی رسانه‌ها در کنار بالابردن کیفیت آنها نیز می‌توان به خنثی سازی آثار سوء آن‌ها اقدام نمود. از دیگر اقدامات لازم در این زمینه تلاش برای همسو سازی حکومت‌ها برای مقابله با رسانه‌هایی است که متخلق به اخلاق سالم رسانه‌ای نبوده به طرق مختلف به تخریب جوامع می‌پردازند، البته لازمه این همسو سازی تشکیل سازمانی بین المللی برای مقابله با منکرات است. اینها نمونه‌هایی از مصادیق معروف و منکر در حوزه رسانه اند که به حکم عقل و شرع امر و نهی نسبت به آنها ضروری است.

#### ۴- مردم و امر به معروف و نهی از منکر کردن آنان نسبت به رسانه‌ها

امر به معروف و نهی از منکر فقط وظیفه حکومت نبوده بلکه وظیفه‌ای همگانی است که با تحقق شرایطی چند واجب می‌شود، چنانکه برخی از فقهای عظام نیز تصریح داشته که وجوب امر به معروف و نهی از منکر به صنف خاصی اختصاص ندارد بلکه با اجتماع شرایط آن بر عالم و غیر عالم، عادل و فاسق، سلطان و رعیت، غنی و فقیر واجب می‌شود که اگر یکی از آنها این فریضه را به جا آورد و منکر از بین رفته یا معروف به جا آورده شود وجوب ساقط می‌شود. اما اگر کسی آن را اقامه نکند و منکر باقی مانده یا معروف به جا آورده نشود همگان گناهکارند (خویی، ۱۴۱۰ ق، ج ۱، ص ۳۵۲). همچنین گفته شده: اگر شخص یا اشخاصی به وظیفه خود قیام کنند اما مؤثر واقع نشود لیکن دیگری یا دیگران احتمال دهند که امر و نهی آنان اثر دارد با اجتماع شرایط بر آنان واجب است که امر به معروف و نهی از منکر کنند (امام خمینی، بی تا، ج ۱، ص ۴۶۴). بنابراین امر به معروف و نهی از منکر در حوزه رسانه نیز با اجتماع شرایط بر همگان واجب بوده که در این قسم مسئولیت علمای دین سنگین تر است زیرا از یک سو در مواجهه با منکرات مانند بدآموزی‌های رسانه‌ای، بدعت گذاری‌ها، مفاسد اخلاقی، اقتصادی، فرهنگی و نظایر آنها از باب امر به معروف و نهی از منکر باید امر و نهی کنند و از سوی دیگر مردم و جامعه نیز برای انجام درست وظیفه خود در این زمینه به

رهنمودها، ارشادات، دستورات و عملکرد آنان چشم می‌دوزند زیرا نحوه برخورد با چنین منکراتی باید کارشناسانه، عالمانه، دقیق و کارگر باشد لذا از یک جهت بر مردم واجب است در جایی که شبهات و اشکالاتی برای آنان پیش می‌آید طبق دستور علما عمل نمایند و از جهت دیگر علما نیز موظفند تکلیف را برای آنان روشن سازند، زیرا این عمل علما مقدمه‌ای برای انجام درست تکلیف از سوی مردم بوده و سنگینی مسئولیت آنان در این حوزه را آشکار می‌سازد. پس از بیان این مطلب که وجوب امر به معروف و نهی از منکر به صنف خاصی اختصاص نداشته بلکه همگان در برابر ترک واجبات و ارتکاب محرمات تکلیف دارند این پرسش مطرح می‌شود که آیا مراتب سه گانه امر به معروف و نهی از منکر در حوزه رسانه قابل اجراست یا خیر؟ و اگر قابل اجراست چگونه باید اعمال شود؟

در پاسخ باید گفت مرتبه اول آن یعنی انکار قلبی، با پرهیز از گوش دادن، تماشا کردن برنامه‌ها و مطالب رسانه‌های اشاعه دهنده منکرات محقق می‌شود و این مرتبه همگان - یعنی افراد در معرض آسیب و دیگران - را شامل گشته و یک مبارزه منفی همگانی را متجلی می‌سازد. اما برای مرتبه دوم یعنی امر و نهی زبانی چند حالت متصور است: اول در صورت امکان رویارویی مردم با متولیان این رسانه‌ها و تحقق شرایط آن باید با حضور به موقع امر به معروف و نهی از منکر کنند. دوم اینکه امکان رویا رویی منتفی بوده اما به صورت غیر حضوری ممکن باشد، مثلاً این امکان فراهم باشد که متولیان، مجریان، فیلم و سریال و محتوا سازان مقصر و گناهکار را به صورت تلفنی، نوشتن نامه و امثال آن امر و نهی نمایند، واجب می‌شود. سوم اینکه در صورت عدم امکان اجرای دو صورت پیشین یا عدم تأثیر آنها و ضرورت عکس العمل جمعی، باید با هماهنگی حکومت در قالب تجمعات اعتراض‌آمیز و تنظیم بیانیه‌ها یا قطعنامه‌های اجتماعی امر به معروف و نهی از منکر نمود. چهارم اینکه با حضور در رسانه‌های متناظر ذیصلاح عالمانه و کارشناسانه به نقد و بررسی، امر به معروف و نهی از منکر نمودن رسانه‌هایی پرداخت که موازین انسانی - اخلاقی را در حوزه رسانه رعایت نمی‌کنند. پنجم اینکه از طریق رسانه‌های غیر متناظر مانند جراید و غیره به نقد و بررسی دقیق و امر به معروف و نهی از منکر رسانه‌های متخلف پرداخت. اینها شیوه‌هایی شایسته و بایسته است که به استناد اطلاق ادله امر به معروف و نهی از منکر مردم و جامعه باید در مواجهه با منکرات رسانه‌ای عکس العمل نشان دهند و بدین وسیله وظیفه امر به معروف و نهی از منکر خویش را اقامه

نمایند و موجب اصلاح اخلاق و رفتار رسانه ای در جامعه شوند. موارد مذکور ناظر به نقش و وظیفه مردم نسبت به متولیان و دست اندر کاران رسانه‌ها است که باید نسبت به آنها انجام دهند لکن برای خنثی سازی یا از بین بردن آثار سوء رسانه‌هایی که موازین اخلاقی را رعایت نمی‌کنند به ویژه آن دسته که مرکزیت آن‌ها خارج از حوزه زندگی مردم است ولی محصولات آنان در جامعه توزیع شده و در دسترس افراد قرار گرفته باید استفاده از چنین محصولاتی را نهی کرده و آسیب‌های آن را برای یکدیگر روشن سازند که نقش و مسئولیت علما و صاحب‌نظران جامعه در این مرتبه مهم‌تر و سنگین‌تر رخ می‌نماید.

#### ۵- رسانه‌ها و اقامه امر به معروف و نهی از منکر آنان نسبت به یکدیگر

علاوه بر حکومت و مردم رسانه‌ها نیز موظفند در مقابل رسانه‌هایی که موازین و اخلاق رسانه ای را رعایت نکرده، موجب اشاعه گناه و فساد و انحطاط جوامع می‌شوند ایستاده و تمام تلاش خود را به کار بسته تا آنها را اصلاح کرده یا تأثیرشان را به حداقل ممکن برسانند زیرا ادله وجوب امر به معروف و نهی از منکر اطلاق داشته و آن را به صنف خاصی مقید نکرده است. برخی از شیوه‌های قابل اجرا در این خصوص را می‌توان چنین اظهار داشت: ۱. شناسایی و معرفی رسانه‌هایی که به موازین و اخلاق رسانه ای پایبند نبوده و مرتکب اشاعه مفاسد در جامعه می‌شوند. ۲. نقد و بررسی دقیق و کارشناسانه مطالب و برنامه‌هایشان به گونه ای که منکر بودن آنها به خوبی روشن گردد. ۳. ارائه مطالب و متون جذاب، محتواهای سالم و سازنده، ساخت برنامه، فیلم و سریال‌های مفید و متنوع تا مردم را به خود جذب نموده و بدینوسیله عرصه برچنین رسانه‌ها بی‌تنگ شود. ۴. افزایش شبکه‌ها و کانال‌های متعدد تا زمینه پاسخگویی درست و منطقی به علایق و ذائقه‌های گوناگون را فراهم نمایند. ۵. در اجرای برنامه‌ها از افراد صلاحیت دار و کارشناسان خطیب و توانمند در زمینه‌های گوناگون بهره‌جویند.

با دقت در شیوه‌های مزبور ملاحظه می‌شود برخی از آنها از مصادیق اقامه معروف بوده که باید برای نجات از منکر انجام شود و برخی نیز مصداق اقامه نهی از منکرند به قصد سوق دادن به سوی معروف که عقل آن‌ها را ایجاب نموده و یقیناً تأیید شارع مقدس را نیز به همراه دارد، زیرا همانگونه که قبلاً بیان شد وجوب امر به معروف و نهی از منکر عقلی است و احادیث و روایات آمده در این زمینه ارشاد و تأییدی به حکم عقل است، مضافاً اینکه لزوم اقامه شیوه‌هایی که برای امر به معروف و

نهی از منکر بیان شد نیز به حکم عقل است که ردع و منعی از ناحیه شارع مقدس نسبت به آن نیامده بلکه قراین و شواهد موجود در کلام فقهای عظام به ویژه امام خمینی (ره) در برخی از مسائل مربوط به امر به معروف و نهی از منکر عقلایی بودن این شیوه‌ها را روشن می‌سازد. (امام خمینی، بی تا، ج ۱، ص ۴۸۲ - ۴۶۲).

نتایج به دست آمده از واکاوی فقهی مقاله حاضر را می‌توان به صورت خلاصه می‌توان چنین بیان نمود:

- الف) رسانه‌ها با وجود کارکردهای مثبت، گاه منجر به اشاعه منکرات می‌شوند و از این رو اقامه امر به معروف در این حوزه ضروری است.
- ب) شرط احتمال تأثیر برای وجوب امر به معروف وجهی ندارد و حتی در صورت تدریج نیز وجوب آن باقی است.
- ج) منع مطلق رسانه‌ها به استناد قواعد فقهی صحیح نیست، زیرا سیره عقلی و عدم ردع شرعی بر استفاده صحیح دلاله دارد.
- د) در شرایط کنونی، استفاده از رسانه‌ها برای مقابله با سیطره رسانه‌های معاند نه تنها جایز بلکه ضروری است.
- ه) بر حکومت، مردم و رسانه‌ها واجب است در برابر محتوای فاسد رسانه‌ای اقدامات اصلاحی و نظارتی داشته باشند.
- و) امر به معروف در حوزه رسانه می‌تواند به صورت‌های مختلف چون فیلم‌سازی، نقد و محتوای سازنده محقق گردد.
- ز) گاهی نهی از منکر موجب انجام معروف می‌شود و بالعکس، که در فضای رسانه کاربرد زیادی دارد.
- ح) بهترین امت‌بودن در گرو اقامه امر به معروف و نهی از منکر در همه عرصه‌ها از جمله رسانه است.
- ط) رسانه می‌تواند ابزار ترویج معروف باشد نه منکر، اگر به درستی هدایت و محتوای آن مدیریت شود.
- ی) فریضه امر به معروف و نهی از منکر باید با حکمت، درایت و مطابق با شرایط روز در رسانه پیاده شود.

## فهرست منابع و مآخذ

## الف) کتاب‌ها

۱. قرآن کریم
۲. احسائی، ابن ابی جمهور، محمد بن علی. (۱۴۰۵ق). *عوالی الثالی العزیزه*، ج ۲. چاپ اول. قم: دارسیدالشهداء للنشر
۳. اردبیلی، احمد بن محمد. (۱۴۰۳ق). *مجمع الفائدة و البرهان فی شرح إرشاد الأذهان*، ج ۷. (چاپ اول). قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیّه قم
۴. بجنوردی، سید حسن بن آقا بزرگ موسوی. (۱۴۱۹ق). *القواعد الفقهیّه*، ج ۱ (چاپ اول). قم: نشر الیهادی
۵. بغدادی، مفید، محمد بن محمد نعمان عکبری. (شیخ مفید). (۱۴۱۳ق). *المقنعه*، قم: کنگره جهانی شیخ مفید
۶. تبریزی، ابوطالب تجلیل. (۱۴۲۱ق). *التعلیقہ الاسـتدلالتیّه علی تحریر الوسیله*، (چاپ اول). تهران: مؤسسه نشر آثار امام خمینی (ره)
۷. حائری حسینی، سید کاظم. (۱۴۲۳ق). *فقه العقود*، ج ۱، (چاپ دوم). قم: مجمع اندیشه اسلامی
۸. حرّ عاملی، محمد بن حسن. (۱۴۰۹ق) *وسائل الشیعه*، ج ۱۲ و ۱۶ و ۱۹، قم: مؤسسه آل البيت علیهم السلام
۹. حلّی، حسن بن یوسف بن مطهر اسدی. (علامه حلّی). (۱۴۱۰ق). *إرشاد الأذهان إلی أحكام الإیمان*، ج ۱، (چاپ اول). قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیّه قم
۱۰. حلّی، حسن بن یوسف بن مطهر اسدی. (علامه حلّی). (بی تا). *تحریر الأحکام الشرعیّه علی مذهب الإمامیّه*، (ط. القدیمه)، ج ۱، (چاپ اول). مشهد: مؤسسه آل البيت علیهم السلام
۱۱. حلّی، حسن بن یوسف بن مطهر اسدی (علامه حلّی). (۱۴۱۴ق). *تذکره الفقهاء*، (ط. الحدیثه)، ج ۱، (چاپ اول). قم: مؤسسه آل البيت علیهم السلام
۱۲. حلّی، حسن بن یوسف بن مطهر اسدی (علامه حلّی). (۱۴۱۳ق). *قواعد الأحکام فی معرفه الحلال و الحرام*، ج ۲، (چاپ اول). قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیّه قم
۱۳. حلّی، حسن بن یوسف بن مطهر اسدی (علامه حلّی). (۱۴۱۳ق). *مختلف الشیعه فی احکام الشریعه*، ج ۴، (چاپ دوم). قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیّه قم
۱۴. حلّی، محمد بن منصور بن احمد (ابن ادريس). (۱۴۱۰ق). *السرائر الحاوی لتحریر الفتاوی*، قم: دفتر

- انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیّه قم
۱۵. حلی، نجم الدّین، جعفر بن حسن (محقق حلی). (۱۴۰۸ق). *شرائع الإسلام فی مسائل الحلال و الحرام*، ج ۲، (چاپ دوّم). قم: مؤسسه اسماعیلیان
۱۶. حلی، مقداد بن عبدالله سیوری (فاضل مقداد). (۱۴۲۵ق). *کنز العرفان فی فقه القرآن*، ج ۱، (چاپ اوّل). قم: انتشارات مرتضوی
۱۷. حلبی، ابوالصّلاح نقی الدّین بن نجم الدّین. (۱۴۰۳ق). *الکافی فی الفقه*، (چاپ اوّل)، اصفهان: کتابخانه عمومی امام امیرالمؤمنین علیه السّلام
۱۸. خمینی، سیّد روح الله موسوی (امام خمینی). (۱۴۲۶ق). *الاجتهاد و التّقلید*، (چاپ اوّل). تهران، بی نا
۱۹. خمینی، سیّد روح الله موسوی (امام خمینی). (بی تا). *تحریر الوسیله*، ج ۱، (چاپ اوّل). قم: مؤسسه مطبوعات دارالعلم
۲۰. خمینی، سیّد روح الله موسوی (امام خمینی). (۱۴۰۴ق). *زبده الأحکام*، (چاپ اوّل). تهران: سازمان تبلیغات اسلامی
۲۱. خمینی، سیّد روح الله موسوی (امام خمینی). (۱۴۱۵ق). *المکاسب المحرّمه*، ج ۱، (چاپ اوّل). قم: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمه الله علیه
۲۲. خوئی، سیّد ابوالقاسم موسوی. (۱۴۱۰ق). *منهاج الصّالحین*، ج ۱، قم: نشر مדיنه العلم
۲۳. دزفولی، مرتضی بن محمّد امین انصاری (شیخ انصاری). (۱۴۱۵ق). *کتاب المکاسب*، (ط. الحدیثه)، (چاپ اوّل). قم: کنگره جهانی بزرگداشت شیخ اعظم انصاری
۲۴. دیلمی، سلّار، حمزه بن عبدالعزیز. (۱۴۰۴ق). *المراسم العلویّه و الأحکام النّبویّه*، (چاپ اوّل). قم: منشورات الحرمین
۲۵. سبزواری، سیّد عبدالأعلى. (۱۴۱۳ق). *مهذب الأحکام*، (چاپ چهارم)، قم: مؤسسه المنار
۲۶. سبزواری، محمّدباقر بن محمّد مؤمن (محقق سبزواری). (۱۴۱۳ق). *کفایه الأحکام*، ج ۱، (چاپ اوّل). قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیّه قم
۲۷. صدر، محمّدباقر. (۱۴۱۷ق). *بحوث فی علم الاصول*، ج ۴، (چاپ سوّم). قم: بی نا
۲۸. صدر، محمّدباقر. (۱۴۱۸ق). *دروس فی علم الاصول*، ج ۱، (چاپ پنجم). قم: طبع انتشارات اسلامی

۲۹. طرابلسی، ابن برّاج، قاضی عبدالعزیز. (۱۴۰۶ق). *المهذب*، (چاپ اول). قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم
۳۰. طوسی، ابوجعفر محمد بن حسن (شیخ طوسی). (۱۳۷۵ق). *الإقتصاد الیهادی إلى طریق الرشاد*، (چاپ اول). تهران: انتشارات کتابخانه جامع چهل ستون
۳۱. طوسی، ابوجعفر محمد بن حسن (شیخ طوسی). (۱۴۰۰ق). *النهاية فی مجرد الفقه و الفتاوی*، (چاپ دوم). بیروت، دارالکتب العربی
۳۲. طوسی، محمد بن علی بن حمزه. (۱۴۰۸ق). *الوسیلة إلى نیل الفضیلة*، (چاپ اول). قم، انتشارات کتابخانه آیة الله مرعشی نجفی رحمه الله علیه
۳۳. عاملی، زین الدین بن علی (شهید ثانی). (۱۴۱۳ق)، *مسالك الأفهام إلى تنقیح شرائع الإسلام*، ج ۳، (چاپ اول). قم: مؤسسه المعارف الإسلامیه
۳۴. عاملی، محمد بن مکی، (شهید اول). (۱۴۱۷ق). *الدروس الشرعیة فی فقه الإمامیه*، ج ۲، (چاپ دوم). قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم
۳۵. عاملی، محمد بن مکی (شهید اول). (بی تا)، *التقواعد و الفوائد*، ج ۱، قم: کتابفروشی مفید
۳۶. عاملی، محمد بن مکی (شهید اول). (۱۴۱۰ق)، *اللمعة الذمشقیة فی فقه الإمامیه*، (چاپ اول). بیروت: دارالتراث، الدار الإسلامیه
۳۷. قمی، محمد بن علی بن بابویه. (شیخ صدوق). (۱۴۰۶ق)، *ثواب الأعمال و عقاب الأعمال*، (چاپ دوم)، قم: دارالشریف الرضی للنشر
۳۸. کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۴۰۷ق)، *الکافی*، ج ۱ و ۵، تهران: دارالکتب الإسلامیه
۳۹. گیلانی، ابوالقاسم بن محمد حسن (میرزای قمی). (۱۴۱۳ق)، *جامع الشتات فی أجوبة السؤالات*، ج ۱، تهران: مؤسسه کیهان
۴۰. نجفی، محمد بن حسن. (صاحب جواهر). (۱۴۰۴ق)، *جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام*، (چاپ هفتم)، بیروت: داراحیاء التراث العربی
۴۱. نوری، میرزا حسین. (محدث نوری). (۱۴۰۸ق)، *مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل*، ج ۱۸، (چاپ اول)، بیروت: مؤسسه آل البيت علیهم السلام

## ب) مقاله ها

۱. طلابکی، اکبر، اصلانی، فیروز، حیدر نژاد، ولی الله، (۱۳۹۳). جایگاه نصیحت امام مسلمین در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه دانش حقوق عمومی، دوره ۳، شماره ۱۰، ص ۲۱ \_ ۴۴.
۲. دهقانی، روح اله، شیدائیان آرانی، مهدی، میرخلیلی، سید محمود، دارابی، شهرداد، (۱۴۰۰). نقش امر به معروف و نهی از منکر در پیشگیری از جرائم مرتبط با شبکه های اجتماعی؛ مبانی، منابع، فرصتها و چالشها، مجله مطالعات فقه و حقوق اسلامی. دوره ۱۳، شماره ۲۴، ص ۹۱ - ۱۱۴.
۳. منتظری، صالح، ابراهیمی، سعید (۱۳۹۵). نفی شرطیت احتمال تأثیر در امر به معروف و نهی از منکر، فصلنامه پژوهش های فقه و حقوق اسلامی، دوره ۱۲، شماره ۴۵، ص ۱۶۰ - ۱۳۷.

