

## Responsibility of Liking Others' Obscene Message in Cyberspace, Based on Principle of Abetting Sin

Aliakbar izadifard<sup>1</sup>, Mohsen naderi<sup>2\*</sup>,  
Mohammadmahdi zarei<sup>3</sup>

1- professor of islamic jurisprudence and law, Faculty Of  
Theology and Islamic Studies, university of mazandaran  
,Babolsar,iran.

2- Master islamic jurisprudence and law, Faculty Of  
Theology and Islamic Studies, university of mazandaran  
,Babolsar,iran.

3-Assistant professor, islamic jurisprudence and law,  
Faculty Of Theology and Islamic Studies, university of  
mazandaran ,Babolsar,iran .

Received Date: 2023/10/27

Accepted Date: 2024/01/18

### Abstract

Virtual space has provided multi-way interactions, exchange and data sharing. A specific aspect of the virtual space is to "like" messages of others. As publishing of messages in social networks has specific goals and different reasons, liking messages may also be done for different reasons and purposes; rather, in many cases, people like images and messages without knowing their content. Is liking obscene messages of others, which are against morals, Shari'a and law, a violation of law, making the person responsible for their liking? If the responsibility is proven, will the punishment be only in the Hereafter or both in this world and the next world? Does the intention of the liker have an effect on creating responsibility? Using the descriptive-analytical method, along with explanation, analysis and conclusion, this research shows that if a criminal or obscene message that is published in a virtual public space by a user is liked by other users, the worldly and Hereafter responsibility of the liker is proven based on the law on prohibition of aiding and abetting sin. Also, the condition of intention is not valid, because some jurists do not consider the intention to be a condition for abetting sin. However, in cases where the distribution and liking a message is via a private page that does not conflict with the security and public order of the society, according to the divine order in terms of not spying people's personal affairs and respecting the privacy of others, the principle of acquittance (*barā'at*) is implicated and so the liker has no (worldly) responsibility.

**Keywords:** abetting sin, acquittance, like, cyberspace, responsibility, jurisprudential presuppositions, jurisprudential theory .

## مسئولیت پسند (لایک) پیام قبیح دیگران در فضای مجازی مبتنی بر قاعده اعانت بر اثم

علی اکبر ایزدی فرد<sup>۱</sup>، محسن نادری<sup>۲\*</sup>، محمد مهدی  
زارعی<sup>۳</sup>

۱- استاد، گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشکده الهیات و معارف  
اسلامی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۲- کارشناسی ارشد، گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشکده الهیات  
و معارف اسلامی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۳- استادیار، گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشکده الهیات و  
معارف اسلامی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۸/۰۵

پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۲۸

### چکیده

فضای مجازی امکان تعاملات چندسویه، تبادل و اشتراک‌گذاری داده‌ها را فراهم کرده است. یکی از مواردی که مختص فضای مجازی است پسند و لایک پیام‌های دیگران است. همان‌گونه که انتشار پیام در پیام‌رسان‌های اجتماعی دارای اهداف مشخص و دلایل مختلفی است؛ پسند پیام‌ها ممکن است به دلایل و اغراض مختلفی صورت گیرد؛ بلکه در بسیاری از موارد افراد بدون اطلاع از محتوای تصاویر و پیام‌ها آن‌ها را لایک می‌کنند. آیا تأیید و پسند پیام‌های دیگران که حاوی تصاویر و مطالب خلاف اخلاق، شرع و قانون است؛ اشکال شرعی داشته و فرد در قبال تأیید کردن (like) خود، مسئولیت دارد؟ در صورت اثبات مسئولیت، مجازات منحصر در مواخذه اخروی خواهد بود یا اعم از مجازات دنیوی و اخروی است؟ قصد لایک‌کننده در ایجاد مسئولیت مدخلیت دارد؟ روش تحقیق در این پژوهش به شیوه توصیفی-تحلیلی همراه با تبیین، تحلیل و استنتاج می‌باشد. خلاصه پژوهش آن‌که چنانچه پیام مجرمانه یا قبیح در محیطی عمومی در فضای مجازی توسط کاربر منتشر و توسط کاربران دیگر لایک شود؛ از طریق قاعده حرمت اعانت بر اثم مسئولیت دنیوی و اخروی لایک‌کننده ثابت می‌شود و شرط قصد معتبر نیست چه آن‌که برخی از فقها در صدق عنوان اعانت بر اثم، قصد را شرط نمی‌دانند؛ لکن در مواردی که انتشار و لایک پیام در صفحه‌ای خصوصی بوده و در تعارض با امنیت و نظم عمومی جامعه قرار نگیرد، با توجه به دستور الهی مبنی بر عدم تجسس در امور شخصی افراد و رعایت حریم شخصی دیگران، مجرای اصل براءت بوده و فرد مسئولیت (دنیوی) نخواهد داشت.

**واژگان کلیدی:** اعانت بر اثم، براءت، پسند (like)، فضای مجازی، مسئولیت.

#### ۱. بیان مسئله

از قابلیت‌های موجود در فضای مجازی، اشتراک‌گذاری و تبادل ایده و داده‌های شخصی، افکار، عقیده و نظرات با دیگران است. برخی از پیام‌رسان‌ها اعم از داخلی و خارجی امکان این تعاملات دو سویه را فراهم کرده‌اند. زمانی که شخص، محتوایی را به صورت عمومی به اشتراک می‌گذارد؛ میلیون‌ها نفر با ملیت‌های مختلف، اعتقادات و نظرات گوناگون، ممکن است آن را مشاهده کنند و با فشردن انگشتان خود بر روی ابزاری که جهت تأیید و پسند پیام‌ها تعبیه شده؛ رفتار او را تأیید کنند (که اصطلاحاً به این عمل لایک (like) می‌گویند).

حضور در فضای مجازی و زیست در آن ممکن است به دلایل مختلفی صورت پذیرد. تفریح مجازی به جذاب‌ترین پدیده‌ها برای نسل جوان مبدل شده است به گونه‌ای که ساعت‌های زیادی از روز را با انواع و اقسام سرگرمی‌ها و تفریحات موجود در فضای مجازی سپری می‌کنند (چیت‌سازیان، ۱۳۹۹، ۹۸). یکی از موارد مبتلابه، لایک و پسند پیام‌های منتشر شده در پیام‌رسان‌های ارتباطی است که ممکن است حاصل همین تفریح و گذران وقت در فضای مجازی باشد.

متأسفانه، پسندیدن محتوای دیگران در بسیاری از موارد بدون مطالعه و مشاهده محتوای منتشر شده، صورت می‌پذیرد و شخص بدون قصد، محتوای خلاف اخلاق، شرع و یا قانون را می‌پسندد و لایک می‌کند. پنجره‌ای که شخص در آن به اشتراک‌گذاری داده می‌پردازد؛ ممکن است در محیطی خصوصی با تعداد افراد معینی به عنوان مخاطب انجام گیرد و یا این‌که در پنجره‌ای عمومی که برای همه کاربران در فضای مجازی مشاهده محتوا امکان‌پذیر است، تحقق یابد.

برای این‌که بتوان نسبت به چنین کنشی (یعنی لایک پیام‌های قبیح دیگران) عقاب و مجازات متناسب در نظر گرفت؛ باید در قوانین جرم‌انگاری صورت گرفته باشد یا این‌که مطابق قواعد فقهی و براساس شرع، حرمت آن اثبات گردد. از آن جایی‌که این موضوع در قوانین صراحتاً ذکر نشده است؛ رجوع به قواعد فقهی می‌تواند راهگشا باشد. از جمله قواعدی که می‌تواند حرمت لایک کردن پیام‌های قبیح دیگران در فضای مجازی را اثبات نماید؛ قاعده فقهی «اعانت بر اثم» است. پژوهش حاضر در صدد آن

است که با بررسی ویژگی‌های قاعده مذکور در فضای مجازی و برقراری پیوند میان قاعده اعانت بر اثم و پسند پیام‌های زشت دیگران، مسئولیت (دنیوی) لایک‌کننده در برخی از موارد را تشریح نماید. قاعده اعانت بر اثم از جمله قواعد فقهی کاربردی است و در ابعاد مختلف زندگی انسان تأثیر به‌سزایی دارد. در دنیای امروز اعم از فضای حقیقی و فضای مجازی مصادیق و موارد ابتلای فراوانی را می‌توان مشاهده نمود که تحت شمول این قاعده قرار گرفته و حکم حرمت بر آن‌ها بار می‌شود. مانند این‌که فرد یا افرادی اقدام به تولید فیلم‌های مستهجن نمایند و آن‌را در فضای مجازی جهت بازدید افراد منتشرکنند و یا تارنما (website) برای قمار و شرط‌بندی تأسیس نموده و موجب گمراهی شوند و ابزار قمار را برای دیگران فراهم و تسهیل کنند.

برای تحقق قاعده مذکور، اوصاف و ویژگی‌های مختلفی توسط برخی از فقها عنوان شده و در مقابل، لزوم وجود بعضی از این اوصاف مورد تردید برخی دیگر از فقها قرار گرفته است. از جمله ویژگی‌هایی که محل اختلاف بوده و در صدق عنوان اعانت بر اثم مؤثر است؛ دخالت قصد در صدق عنوان اعانت می‌باشد؛ به‌گونه‌ای که برخی از فقها آن‌را شرط تحقق اعانت بر اثم دانسته و در صورت فقدان قصد؛ مورد را از مصادیق اعانت بر اثم نمی‌دانند (شیخ انصاری، ۱۴۱۱ ق، ۱/ ۶۸). در مقابل، برخی از فقها چنین شرطی را معتبر ندانسته و ملاک را صدق عرفی عنوان اعانت می‌دانند (محقق اردبیلی، بی‌تا، ۱/ ۲۹۷). به‌طور کلی اعانت بر اثم یعنی کمک کردن به دیگری برای انجام محرمات؛ مانند این‌که فروشنده‌ای انگور را به قصد تهیه شراب به دیگری بفروشد (مکارم شیرازی، ۱۴۲۷ ق، ۱/ ۴۸۱)، و آوردن قید «دیگری» و یا «فعل غیر» موجب تفاوت اعانت بر اثم نسبت به مقدمه حرام می‌شود؛ زیرا مقدمه حرام متوجه عمل خود شخص انجام دهنده‌ی آن فعل است و اعانت بر اثم ناظر بر انجام فعل توسط دیگری و مربوط به عمل شخص دیگری غیر از مباشر است که او را در رسیدن به مقصدش یاری می‌کند (مکارم شیرازی، ۱۴۲۷ ق، ۱/ ۴۸۱).

با توجه به این توضیحات، آیا پسندیدن پیام‌های دیگران، به معنای تأیید مطلب آن‌ها می‌باشد؟ آیا تأیید و پسند پیام دیگران می‌تواند مشمول قاعده اعانت بر اثم شود؟ آیا قصد و یا عدم قصد در اثبات

برائت یا مسئولیت شخص مؤثر است؟ در صورت اثبات مسئولیت، آیا در همه موارد شخص دارای مسئولیت خواهد بود؟

با توجه به این‌که، مسئله مذکور (پسند پیام دیگران) در فضای مجازی مبتلابه بوده و پژوهشی دقیق نسبت به آن صورت نگرفته؛ پرداختن به آن، لازم، ضروری و نوآورانه است. پژوهش حاضر در صدد پاسخ به سؤالات مذکور برآمده و با توجه به قاعده فقهی کاربردی به نام «قاعده حرمت اعانت بر اثم»، پسندیدن و تأیید پیام‌های دیگران را در برخی از موارد مستوجب مسئولیت می‌داند. نویسندگان و پژوهشگران در مقالات خود به موضوع اعانت بر اثم در فضای مجازی پرداخته‌اند. از جمله؛ شکوهیار، موتمنی و شعبانیان در پژوهش خود تحت عنوان «ارزیابی عوامل موثر بر محبوبیت صفحات طرفداران برند در شبکه‌های اجتماعی» نشریه چشم انداز مدیریت بازرگانی، سال ۱۳۹۶، صفحات ۵۱-۶۷؛ معتقدند بازخورد مثبت پیام از سوی کاربران از طریق پسند (لایک) و نظر (کامنت) مثبت، اثرگذاری مثبت بر فعالیت صفحات دارد. همچنین تعداد پسندها و نظرات در ذیل پیام‌ها رابطه مستقیمی با محبوبیت صفحات و بازدهی مطلوب آن‌ها خواهد داشت. فاطمه زنداقطاعی در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی فقهی و حقوقی اعانه بر اثم در فضای سایبر با راهبرد پیشگیری»، نشریه دو فصلنامه تخصصی «مطالعات فقهی»، سال ۱۳۹۸، صفحات ۳۹-۶۱؛ تحقق نتیجه خارجی را شرط صدق عنوان اعانت دانسته و معتقد است صرف مساعدت کفایت نمی‌کند. دلیل بر این مدعا، ظاهر آیه تعاون و معنای لغوی اعانت می‌باشد؛ چراکه در صورت عدم تحقق فعل مساعدت معنا ندارد. سید محمدرضا پیرمردان در پژوهشی تحت عنوان «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<sup>(ره)</sup>»، نشریه سپهر سیاست، سال ۱۳۹۴، صفحات ۶۱-۷۵؛ بیان می‌کند اگر مخاطبان رسانه‌های جمعی، رفتاری را در رادیو و تلویزیون بشنوند و یا مشاهده کنند و مطلبی را در روزنامه‌ها بخوانند که احتمال تقلید از رفتارهای نابهنجار و مجرمانه را در آن‌ها تقویت کند، در این صورت رسانه خبری معین بر اثم بوده و مرتکب حرام شده است.

مسئولیت یا عدم مسئولیت لایک و پسند پیام قبیح دیگران در پنجره‌ها و صفحات اجتماعی مجازی

که امروزه از موارد مبتلابه است؛ در مقالات موجود یافت نشده و به آن پرداخته نشده است؛ از این رو، این که اساساً چنین واکنشی می تواند برای انجام دهنده این عمل، ایجاد مسئولیت نماید یا مجرای اصل برائت خواهد بود؛ محل بحث است و از این نظر پژوهش حاضر کاملاً خلاقانه و نوآورانه می باشد که با تحلیل، استدلال و استنتاج همراه با استفتای نسبت به مسائل مستحدثه سعی شده؛ به طور دقیق مسئولیت لایک پیام های قبیح در فضای مجازی با توجه به قاعده حرمت اعانت بر اثم، مورد نقد و بررسی قرار گیرد. به گونه ای که با توجه به محیط نشر و باز نشر پیام، در برخی از موارد مجرای اصل برائت بوده و فرد مسئولیتی نخواهد داشت و آن جایی است که صفحه خصوصی و شخصی بوده و در تعارض با امنیت و نظم اجتماعی قرار نگیرد. لکن زمانی که در صفحه و پنجره ای عمومی مطلبی منتشر شود؛ لایک کننده حسب موارد و مصادیق مختلف و پیامدهای آن، دارای مسئولیت دنیوی و یا اخروی خواهد بود.

## ۲. مفهوم شناسی واژگان

در ادامه به بیان مفهوم شناسی واژگانی که در مقاله از آن ها استفاده شده، پرداخته خواهد شد.

### ۲-۱. مفهوم شناسی فضای مجازی

تعاریف گوناگونی از فضای مجازی ارائه شده است. از جمله این تعاریف آن است که « فضای مجازی، مفهومی برای توصیف فناوری دیجیتال به هم پیوسته گسترده است و به عبارت دیگر مفهومی است که برای فضایی به کار می رود که رابط میان انسان با داده ها و منابع اطلاعاتی از طریق فناوری های دیجیتال و ارتباطی می باشد». نمی توان فضای مجازی را مترادف با اینترنت دانست؛ اما اینترنت ابزار ورود به فضای مجازی است (سیاح طاهری و دیگران، ۱۳۹۶/۳۴).

فضای مجازی نقطه مقابل فضای حقیقی است. این فضا دارای چهار لایه است. اولین لایه تجهیزات و ابزار فیزیکی است. در دومین لایه سامانه ها و سکوها ی فناورانه که تشکیل، ذخیره و تبادل، تغییر داده ها و اطلاعات را ممکن می سازند؛ وجود دارند. لایه سوم مربوط به اطلاعات و محتوای و در نهایت لایه چهارم عامل انسانی، به عنوان کاربران و بهره وران از این فضا حضور دارند و این لایه ها با یکدیگر دارای تأثیر و تأثر متقابل هستند (نجف پورآقابیلگو و دیگران، ۱۴۰۰، ۳۱۱).

فضای مجازی، قلمرویی وسیع و بدون مرز است که با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد برای کاربران خود امکانات، آزادی‌ها، فرصت‌ها و آسیب‌هایی را به همراه دارد؛ همین امر از جمله دلایلی است که هرکشوری نسبت به کاهش آسیب‌ها و مشکلاتی که ممکن است فضای مجازی با خود به دنبال داشته باشد در عین توجه به مزایای آن، اقدام به وضع قوانین و مقرراتی کند تا امنیت کاربران و حکومت خود را حفظ کند.

#### ۲-۲. پسندیدن (like)

برخی از شبکه‌های اجتماعی مجازی (اینستاگرام، روبیکا، بله و...) قابلیت ویژه برای تعامل میان کاربر با مخاطبانش تعبیه نموده‌اند که بازخورد پیام کاربر توسط دیگران با آن صورت پذیرد. فرد با فشردن انگشت خود در محل تعبیه شده، به کاربر اعلان می‌نماید که پیام او مورد رضایت و پسند وی واقع شده است.

#### ۲-۳. اعانت بر اثم

معنایی که برای اعانت در لغت وضع کرده‌اند؛ عبارت از یاری کردن غیر و مساعدت کردن است (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ۱/۲۹۸). به یاری دهنده «معین»، به یاری شونده «معان» و امری که بر آن یاری می‌شود؛ «معان علیه» می‌گویند (هاشمی شاهرودی و دیگران، ۱/۱۳۸۵، ۵۹۰). در فقه اسلامی، در تعریف معاونت و اعانت تعاریف متفاوتی وجود دارد. از جمله شیخ انصاری، اعتبار قصد را در تحقق عنوان اعانت شرط می‌داند و معتقد است که اعانت در صورت وجود قصد مترتب بر انجام دادن و اعمال برخی از مقدمات کار شخص دیگر است خواه نتیجه در عالم خارج توسط معان تحقق یابد یا بنا بر دلایلی، نتیجه واقع نشود (شیخ انصاری، ۱۴۱۱ق، ۱/۶۸). مانند این‌که، شخصی به دیگری میوه انگور را بفروشد؛ تا از طریق آن نوشیدنی نامشروع (شراب انگور) تولید کند (در فرض علم و آگاهی). در این فرض؛ اگر بنا به هر دلیلی خریدار نتواند از انگور، شراب تهیه کند؛ به این دلیل که به لحاظ عقلی، شرعی و عرفی لزوم منع چنین بیعی وجود دارد، اعانت بر اثم تحقق پیدا می‌کند (شیخ انصاری، ۱۴۱۱ق، ۱/۷۲). در مقابل، برخی دیگر از فقها نظیر ابوالقاسم خوبی، اعانت بر اثم را تهیه مقدمات و اسباب فعل حرام شخص دیگر می‌دانند. خواه معین قاصد بوده باشد و خواه قصدی در کار نبوده باشد (خوئی، ۱۳۷۴ق، ۱/۱۷۸).

در هر صورت؛ عقل حکم می‌کند به قبیح و حرمت اعانت غیر بر آنچه مبعوض شارع مقدس بوده و آنچه معصیت و عصیان نسبت به دستورات شارع حکیم باشد. از این رو، زمانی که عمل مباشر معصیت و گناه (اثم) باشد و مبادرت به فعل حرام در عالم خارج نماید؛ کمک و مساعدت به وی اعانت بر اثم بوده؛ مستوجب عقوبت برای شخص اعانت کننده است (موسوی خمینی، ۱۳۶۸، ۱ / ۱۲۹).

### ۳. پسند پیام‌های قبیح و قانون جرایم رایانه‌ای

ارسال پیام و پسند آن پدیده‌ای است که منحصرأ به فضای مجازی تعلق دارد. از این رو، بررسی و تحلیل آن از منظر جرم و مجازات باید در قانون جرایم رایانه‌ای مورد بررسی قرار گیرد. موضوع پسند و لایک پیام‌های قبیح در فضای مجازی در مواد قانونی قانون مذکور نیامده است؛ لکن عطف به بند «ب» ماده ۱۵ قانون جرایم رایانه‌ای و مشخصاً وجود عبارت «ترغیب» در بند مزبور می‌توان آن را به پسند پیام‌های قبیح و مجرمانه که در بستری عمومی و با نیت و قصد تشویش اذهان، ارائه مطالب کذب و سایر اهداف شوم سیاسی، فرهنگی، اعتقادی و سیاسی صورت می‌پذیرد تسری داد. مقنن در ماده ۱۵ از قانون جرایم رایانه‌ای بند «ب» اشعار می‌دارد؛ چنانچه شخصی دیگری را به ارتکاب اعمال منافی عفت یا خشونت‌آمیز و انحرافات جنسی ترغیب کند حسب مورد تعزیر یا جریمه نقدی مشخصی برای آن در نظر گرفته شده است.

مطابق قانون مجازات اسلامی «ترغیب» از موارد و مصادیق معاونت در جرم تلقی شده و شخص در صورت ترغیب دیگری عنوان معاون در جرم خواهد داشت. ترغیب در اصطلاح، ایجاد علاقه و سبب متمایل ساختن غیر برای انجام عملیات مجرمانه است (موسوی بجنوردی، ۲، ۱۳۷۹ / ۲۴۸).

بنابراین می‌توان گفت؛ بدیهی است که برانگیختن انگیزه انتشار دهنده پیام برای تکرار و ادامه آن رابطه مستقیمی با بازخوردی که از سمت دیگران دریافت می‌کند؛ دارد و عاملی که موجب ترغیب دیگری به جرم را فراهم آورد؛ می‌تواند از مصادیق معاونت در جرم محسوب شود؛ لکن در ما نحن فیه اقتران زمانی بین عمل مباشر و معاون وجود ندارد؛ حال آنکه مطابق قانون مجازات اسلامی واژه «تقدم» در عبارت «تقدم یا اقتران زمانی بین رفتار معاون و مرتکب جرم شرط است» این اشکال را برطرف می‌کند؛ چراکه، کنش لایک‌کننده تقدم نسبت به برانگیخته شدن دیگری برای انجام مجدد آن عمل (قبیح و مجرمانه) دارد.

البته توجه به این نکته ضروری است؛ زمانی می‌توان بین انتشار پیام مجرمانه و لایک و پسند آن توسط دیگران ارتباط و سببیت برقرار نمود که آن عمل یا مشابه آن توسط صاحب صفحه مجازی تکرار شود. این مسئله کاملاً روشن و بدیهی است؛ زیرا اولاً در مرتبه اول پسند پیام بعد از عمل مباشر در انتشار پیام است و عطف به تبصره ماده ۱۲۶ از قانون مجازات اسلامی تقارن یا تقدم کنش معاون شرط تحقق معاونت در جرم است و ثانیاً وقوع معاونت در جرم منوط به تحقق معان علیه در خارج است؛ بنابراین این با توجه به این‌که در اولین مرتبه رابطه سببیت بین پیام مجرمانه و لایک و پسند پیام برقرار نیست؛ چنانچه آن رفتار و یا رفتار مشابه آن توسط انتشار دهنده صورت پذیرد، می‌تواند از مصادیق معاونت قلمداد شود.

علاوه بر شرط تقدم یا اقتران زمانی، شرط دیگری که قانون‌گذار برای صدق عنوان معاونت، لازم شمرده است؛ وحدت قصد بین معاون و مباشر جرم است. بنابراین، تنها در صورتی که شخص با قصد به لایک پیام مجرمانه پردازد؛ معاون محسوب می‌شود؛ حال آن‌که در اغلب موارد افراد بدون قصد اقدام به پسند پیام دیگران می‌نمایند و به نظر می‌رسد بنا بر اصله العدم، اصل بر عدم قصد لایک‌کننده بر تأیید پیام دیگری و ترغیب وی به تکرار آن عمل مجرمانه و قبیح باشد.

با توجه به نکات مطروحه، اگرچه پسند پیام دیگران می‌تواند عاملی جهت ترغیب و تشویق دیگری باشد و در نتیجه معاونت تحقق یابد؛ لکن با التفات و توجه به شروط تحقق معاونت، به نظر می‌رسد برقراری سببیت و احراز شروط معاونت مقدور نباشد و در نتیجه لایک پیام‌های قبیح و یا مجرمانه تحت شمول معاونت در جرم قرار نگیرد و نتوان از این طریق، کنش مزبور را جرم‌انگاری کرده و مجازات متناسب را در نظر گرفت.

#### ۴. بررسی روایت مرتبط با پسند اعمال زشت دیگران

فضای مجازی با رشد فزاینده استفاده و بهره‌گیری توسط انسان‌ها در همه ابعاد زیست آن‌ها تأثیرگذار بوده؛ سبب افزایش تعاملات و ارتباطات مجازی بین انسان‌ها شده است. یکی از موارد مبتلابه در فضای مجازی پسند و تأیید پیام‌های دیگران است.



امام جواد<sup>(ع)</sup> در حدیثی که از ایشان نقل و روایت شده؛ می‌فرماید: «مَنْ اسْتَحْسَنَ قَبِيحًا كَانَ شَرِيكًا فِيهِ»، «هر کس عمل زشتی را تحسین و تأیید کند؛ (در عقوبت و مواخذه) نسبت به آن شریک خواهد بود» (مجلسی، ۱۴۰۳، ق، ۷۸/۸۲).

شبهه‌ای که ممکن است برخی نظریه پردازان نسبت به داشتن مسئولیت کاربران لایک‌کننده صفحات هنجارشکن و متخلف وارد کنند؛ آن است که هنجارشکنی و قبح‌زدایی از گناه توسط کاربری که آن را منتشر کرده؛ صورت گرفته است و تشویق مخاطبان و لایک پیام کاربر تخلف نیست. به عبارت دیگر، ممکن است این شبهه در ذهن اشخاص ایجاد شود؛ که مطابق آیات و روایات، هرکس مسئول اعمال و رفتاری است که از خود بروز می‌دهد و دعوت، تشویق، پسند و رضایت نسبت به گناه، نباید جرم و گناه باشد. چون مباشر گناه با سوء اختیار خود، مرتکب اثم می‌شود (غیر از موارد اکراه و اجبار).

در جواب باید گفت؛ مطابق آیات و روایات اعانت و یاری رساندن دیگران بر امور نامشروع حرام است و حرمت اعانت غیر اطلاق داشته؛ شامل همه افراد در طول تاریخ و ادوار مختلف، اعم از فضای حقیقی و فضای مجازی می‌باشد. در واقع، این‌جا دو گناه از سوی دو شخص متفاوت محقق می‌شود. نخست، کسی که محتوایی خلاف شرع را منتشر می‌کند که به‌عنوان مباشر آن گناه شناخته شده، عقوبت خاص خود را خواهد داشت و دیگری لایک‌کننده و تأییدکننده آن محتوا که گناه و وزر عمل خویش را حمل می‌کند. این مسئله کاملاً منطقی و عقلانی است و در شرع هم مورد تأیید قرار گرفته است. چنان‌که در روایتی که در برخی از کتب، نظیر بحارالانوار مجلسی به نقل از عیون الرضا و در علل الشرائع شیخ صدوق آمده؛ معصوم<sup>(ع)</sup> فرمود؛ «راضی به گناه شریک در آن گناه خواهد بود» (شیخ صدوق، ۱۴۰۴، ۲/۲۴۷). هروی اذعان می‌کند؛ از امام رضا<sup>(ع)</sup> درباره روایتی که از امام جعفر صادق<sup>(ع)</sup> روایت شده؛ سؤال کردم که آن حضرت فرمود؛ وقتی آخرین امام از ائمه ظهور نماید نسل خبیثان عاشورا و قاتلین امام حسین را به‌خاطر عمل مسمئزکننده پدران آن‌ها در ریختن خون بی‌گناه حسین<sup>(ع)</sup> و اصحابشان می‌کشد، چیست؟ در حالی‌که خدا فرموده است هیچ‌کس ثقل و سنگینی اعمال و کردار گناه آلود دیگران را بر دوش نمی‌کشد. حضرت پاسخ دادند: خداوند درست می‌گوید و صادق است، لکن چون این افراد از کار پدرانشان خرسند و راضی‌اند و به آن افتخار می‌کنند و هر کس به کاری راضی باشد همانند کسی است

که آن را انجام داده است. قائم آل محمد (عج) وقتی ظهور می‌کند؛ تنها به دلیل رضایت ذریه قاتلان کربلا به کار آبا و اجدادشان، آن‌ها را به قتل می‌رساند (شیخ صدوق، ۱۴۰۴، ق ۲/۲۴۷).

از این روایت چنین برداشت می‌شود که راضی هم در کنار مباشر استحقاق عذاب دارد؛ چون گناه مرتکب شده است. بنابر این؛ عذاب الهی اعم از مباشر به جرم و گناه و راضی‌شونده به آن است و علاوه بر این‌که فاعل به دلیل مباشرت در عمل گناه مجازات دنیوی و اخروی مناسب با عمل ارتكابی را خواهد داشت. راضی‌شونده با توجه به عمل خود شامل عذاب الهی می‌شود و عذاب الهی مخصوص مباشر نیست و راضی را نیز در بر می‌گیرد.

همچنین در آیات قرآن در برخی از موارد کسانی که سکوت نموده یا دوست دارند تا فحشا در جامعه فراگیر شود مورد سرزنش و مواخذه شدید خداوند متعال قرار گرفته‌اند. چنان‌که در آیه ۱۹ از سوره مبارکه نور می‌فرماید «إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ» «آنان که دوست می‌دارند کارهای بسیار زشت در باره مؤمنان شایع شود، آن‌ها را در دنیا و آخرت عذابی دردناک خواهد بود». خداوند سبحان در این آیه شریفه، مواخذه و مجازات را اعم از مواخذه دنیوی و اخروی دانسته است. کسانی که پیام‌های زشت و حاوی الفاظ یا تصاویر مستهجن دیگران را لایک می‌کنند، به نوعی با چنین کنشی اعلان می‌نمایند که انتشار چنین رفتارهایی را دوست داشته و دیگران را ترغیب به این عمل می‌کنند.

فقها در پاسخ به این سؤال که آیا روایات مذکور، با آیه «ولا تزر وازرةٌ وزرٌ اخرى» منافات دارد یا نه؛ معتقدند روایات منافاتی با آیه نداشته؛ هرکس به اقتضای عمل خویش مستوجب عقاب خواهد بود و وزر عمل خویش را بر دوش می‌کشد. نوری همدانی معتقد است «افرادی که رضایت به گناهان و معاصی دارند و قلباً نسبت به آن تبری ندارند، تدریجاً آن عمل در رفتارشان نمود پیدا می‌کند و از همین جهت خداوند متعال در قرآن در ماجرای پی کردن ناقه نمود می‌فرماید: (ففقروها) حال آنکه عاقر آن یک نفر بیشتر نبوده و سایرین به فعل او رضایت داشته‌اند و لکن عذاب خداوند شامل همه افرادی که رضایت داشتند نیز شد» (نوری همدانی، ۱۴۰۲/۴/۱۷).

به نظر مکارم شیرازی و دوزدوزانی تبریزی؛ «روایات با آیه مذکور منافات ندارد. بلکه خود رضایت، وزر و حرام است. شخصی که راضی است، گناه رضایت خود را به دوش می‌کشد نه گناه شخص گناهکار را؛ لذا حدیث منافاتی با آیه مذکور ندارد» (مکارم شیرازی، ۱۴۰۲/۴/۱۷؛ دوزدوزانی تبریزی، ۱۴۰۲/۵/۱۹). به عقیده صافی گلپایگانی؛ «در مورد سؤال، در صورتی گناه کسی را بر دیگری نمی‌نویسند که هیچ دخالتی در آن نداشته باشد؛ اما اگر از طریق معاونت، کمک یا تشویق و ترغیب و یا رضایت و سکوت سهمی در ایجاد آن عمل داشته باشد؛ مسلماً، عمل او محسوب می‌شود و در آن شریک و سهیم است» (صافی گلپایگانی، ۱۴۰۲/۵/۲۱).

#### ۵. پسند پیام‌های قبیح و قاعده اعانت بر اثم

با توجه به بندهای قبل، پسند پیام‌های قبیح دیگران صراحتاً جرم‌انگاری نشده و بنا بر ادله‌ای که ذکر گردید؛ تحت شمول معاونت در جرم قرار نمی‌گیرد؛ لکن با توجه به آیات و روایاتی که بیان شد؛ حرمت پسند، تأیید و رضایت به پیام‌های حاوی مضامین خلاف شرع و قانون قابلیت اثبات دارد؛ اما آیا تأیید و پسند پیام دیگران می‌تواند مشمول قاعده اعانت بر اثم شود و حرمت آن اثبات گردد؟ آیا در چنین حالتی شخص مطلقاً دارای مسئولیت است؟

اعانت بر اثم در دایره مصادیق و شروط تحقق دارای اشتراکات فراوانی با معاونت در جرم است؛ لکن تفاوت‌هایی میان آن‌ها وجود دارد. اشکالی که ممکن است در فرض مسئله در اذهان ایجاد شود؛ آن است که تأیید و پسندیدن پس از عمل مباشر ایجاد شده، نمی‌تواند به‌عنوان مقدمه فعل حرام آن کاربر باشد. به عبارت دیگر؛ مورد از مصادیق اعانت بر اثم نیست؛ بلکه در فرض مسئولیت، از باب ترک فریضه نهی از منکر است. از این رو، اگر مسئولیتی هم باشد؛ منحصر در مواخذه اخروی خواهد بود.

در جواب باید گفت؛ اولاً؛ پسند پیام، انگیزه تکرار آن را برای دفعات بعد به مرتکب می‌دهد. ثانیاً؛ ممکن است لایک کردن پیام، صرفه‌ای اقتصادی و یا سیاسی برای آن کاربر داشته و از این طریق عمل مخاطب تسهیل‌کننده برای رسیدن به مقصود کاربر متخلف باشد و چنانچه قصد شرط تحقق اعانت نباشد؛ فرد مرتکب اعانت بر اثم می‌شود. همچنین، در تعریف لغوی واژه اعانت، اعانت را به معنای مطلق مساعدت می‌دانند و برای آن قیدی در نظر نگرفته‌اند. به همین خاطر، جمادات و موجودات بی‌جان

چون عصا هم می‌تواند یاری‌گر انسان در راه رفتن باشند و شخص اذعان می‌کند به کمک عصا راه می‌روم (موسوی بجنوردی، ۲/۱۳۷۹/۲۳۱).

بنا بر این، رضایت نسبت به گناه و پسند پیام دیگران می‌تواند از مصادیق اعانت بر اثم باشد؛ چراکه کاربری که اقدام به قرار دادن پیام خلاف اخلاق، شرع و قانون نموده؛ مخاطبانی دارد که در صورت نبود آن‌ها اصلاً گناهی واقع نمی‌شد. با توجه به این‌که آن مخاطبین نه تنها آن محتوا را تماشا کردند؛ بلکه آن‌را لایک و تأیید نیز نمودند؛ در نتیجه مرتکب فعلی شده‌اند که باید یکی از احکام تکلیفی (مباح، مستحب، مکروه، واجب، حرام) بر آن بارشود. با توجه به آنچه گفته شد؛ این عمل حرام بوده و با توجه به حرمت اعانت بر اثم، در مورد اعمال حرام و یا واجبی که برای انجام یا عدم انجام آن‌ها در نظام تشریحی اسلام، مجازات مشخصی تعیین نشده؛ تعیین مجازات تعزیری به رأی محکمه و شخص قاضی واگذار شده است. بنا بر رویکرد غالب و دیدگاه فقهی مشهور فقها، حاکم شرع می‌تواند به صلاح‌دید خود، فردی را که عمل حرامی مرتکب شده؛ تعزیر کند ولی باید ما دون الحد و کمتر از مقدار حد باشد (مسجدسرای، ۱۳۹۲، ۸۷).

در استفتائات صورت گرفته نسبت به این‌که رضایت بر گناه از مصادیق ترک نهی از منکر است یا اعانت بر اثم؛ فقها

اختلاف نظر دارند. نوری همدانی فرض سؤال را از مصادیق ترک امر به معروف و نهی از منکر دانسته و معتقد است: «کسانی که به گناه رضایت دارند؛ به وظیفه امر به معروف و نهی از منکر عمل نمی‌کنند که این خودش گناه و وزر اخروی محسوب می‌شود (نوری همدانی، ۱۷/۴/۱۴۰۲). شایان ذکر است؛ صافی گلپایگانی در برخی از موارد؛ سکوت و رضایت بر گناه را از مصادیق اعانت بر اثم می‌داند و معتقد است: «در بعضی از موارد رضایت به گناه، عرفاً همراهی با گناه و اعانت بر اثم است» (صافی گلپایگانی، ۱۸/۳/۱۴۰۲).

به نظر می‌رسد؛ باید در این موارد ضابطه‌ای برقرار شود تا ملاک عمل قرار گیرد. بدین صورت‌که چنانچه یکی از شروط ذیل اگر موجود باشد؛ مورد از مصادیق قاعده اعانت بر اثم خواهد بود.

۱) وظیفه مستقیم شخص در جلوگیری از اثم؛ نه وظیفه همگانی

۲) سببیت و رابطه مستقیم مقدمه (اعانت) و وقوع اثم در عالم خارج

در ما نحن فیه، باید بین عدم تذکر مخاطبان به کاربر و پسندیدن محتوا توسط آن‌ها تفاوت قایل شد. در مورد اول، عدم تذکر آن‌ها از مصادیق ترک امر به معروف و نهی از منکر می‌باشد که در صورت احراز شرایط امر به معروف شخص با ترک آن دارای مسئولیت اخروی خواهد بود. لکن در مورد دوم، با توجه به رفتار مخاطبین و تسهیل‌کنندگی آن‌ها، مورد از مصادیق اعانت بر اثم است.

با این وجود با دقت نظر به وجوب حفظ آبرو دیگران و رعایت حریم خصوصی اشخاص به نظر می‌رسد؛ برای ایجاد تعهد و وجود مسئولیت دنیوی اشخاص در فضای مجازی و پیام‌رسان‌ها اعم از انتشار مطلب و تأیید و لایک نمودن آن با توجه به جنبه عمومی یا خصوصی محیطی که گناه واقع می‌شود؛ باید قایل به تفصیل شد.

توضیح مطلب آن‌که خداوند دستور به عدم تجسس داده؛ فرموده است «وَلَا تَجَسَّسُوا» (حجرات/۱۲). «تجسس نکنید» نهی به کار رفته در آیه مذکور، به صورت مطلق بوده؛ هیچ‌گونه قیود و مشخصه‌ای برای آن ذکر نشده است. از این رو، به طور کلی حکم حرمت بر تجسس و جستجو برای عیب یابی از دیگران بار می‌شود. مگر آن‌که در تراحم با مسائل مهم تری استثنا بر جواز تجسس باشد (مکارم شیرازی، ۳/۱۳۷۷/۳۴۸). بر این اساس، چنانچه شخص در محیطی خصوصی در فضای مجازی نظری را ابراز کند و دیگری آن را تأیید و لایک نماید چنانچه با امنیت عمومی جامعه در تعارض قرار نگیرد؛ نباید به تجسس پرداخت. شایان ذکر است؛ تجسس در اموری که استثنا شده؛ باید تحت شرایط و با دقت نظر خاصی صورت پذیرد. نظیر حفظ موجودیت جامعه اسلامی و نظام حکومت و امنیت و آرامش که با عنایت به اهمیتشان حکم اولیه عدم تجسس (حرمت) را کنار می‌زنند (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶، ۳۶۶/۱۰).

بنابراین، با توجه به دستور به عدم تجسس و رعایت حریم خصوصی افراد، مسئولیت اشخاص به طور مطلق نبوده و باید قایل به تفصیل شد بین این‌که پیام در فضایی عمومی که در معرض دید همه کاربران قرار دارد منتشر و توسط مخاطبان لایک شود با جایی که محیط خصوصی بوده و محتوایی منتشر و

توسط عده‌ای معدود تأیید گردد. در غالب موارد اشخاصی که در صدد رسیدن به مقاصد مالی یا سیاسی غیر مشروع هستند صفحه شخصی خود را در حالت عمومی قرار داده؛ تا دنبال‌کننده بیشتری داشته باشند. با این حال اگر چنانچه تجسس از صفحه‌ای خصوصی ضرورتی اجتناب ناپذیر باشد؛ به دلیل وجوب حفظ نظام و امنیت جامعه استثنا خواهد بود.

اشکال دیگری که ممکن است وارد شود آن است که اعانت بر اثم مشمول ترک فعل نمی‌شود و در این جا دو چیز مختلف وجود دارد یکی نظرات (کامنت) که فرد نظرش را ابراز و عقیده اش را بیان می‌کند و دیگری لایک که در واقع از طریق آن بیانی صورت نمی‌گیرد؛ بنابراین فعلی از جانب لایک‌کننده سرزده تا مشمول اعانت بر اثم شود.

در جواب باید گفت؛ اگرچه بسیاری از فقها اعانت بر اثم را فقط مختص افعال مثبت (انجام عمل) توسط معین می‌دانند. لکن با توجه به تعریف لغوی عنوان اعانت که به طور مطلق شامل هرگونه مساعدت، یاری و پشتیبانی می‌شود و عرضه این تعاریف به آیات و روایات، به نظر می‌رسد؛ تعاریف فقها جامع نبوده و اعانت بر اثم اعم از فعل و ترک فعل می‌باشد. نظیر مسئله غیبت کردن که در تعاریف آمده است غیبت یعنی آنچه که از برادرت نزد دیگری یاد و ذکر کنی؛ به طوری که اگر آن را بشنود ناخشنود و ناراحت گردد» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ۹۱/۷۷). با وجود این تعریف غیبت اختصاص به «ذکر» ندارد. امام خمینی معتقد است؛ بنابر روایات در باب غیبت، اختصاص غیبت به لفظ به صورت مطلق نیست و استعمال آن در معنای ذکر از جهت غلبه این معنا است. شاهد مثال ایشان روایتی است که زنی به محضر پیامبر و یکی از همسران ایشان وارد شد و قد کوتاهی داشت؛ وقتی پشتش به آن‌ها بود؛ همسر پیامبر با اشاره دست، کوتاهی قد او را متذکر شد. حضرت محمد (ص) در این هنگام فرمودند؛ مرتکب غیبت شده‌ای (موسوی خمینی، ۱، ۱۳۸۰ / ۳۰۲).

همان‌طور که گفته شد آیات و روایاتی نیز وجود دارد که مؤید وقوع اعانت به صورت ترک فعل است و این که مساعدت، یاری و پشتیبانی، محصور و منحصر در فعل مثبت باشد؛ با آیات و روایات موافق نخواهد بود؛ به طور مثال، خداوند متعال در آیه ۷ از سوره مبارکه محمد می‌فرماید «ان تَتَّصِرُوا لِلَّهِ

يَنْصُرْكُمْ»، «اگر شما نصرت کردید خدا را، خدا شما را یاری می‌کند».

تعبیر به «یاری کردن خدا»، به معنی یاری کردن آئین او است، یاری کردن پیامبر خدا، و شریعت و تعلیمات اوست و یکی از بارزترین مظاهر تجلی آن جهاد در راه خدا است (طبرسی، ۱۴۱۵، ق. ۱۶۴/۹؛ مکارم شیرازی، ۱۳۵۳، ۴۴۴/۲۱). آیا نصرت و یاری دین خدا و تحقق احکام و شریعت اسلامی فقط با فعل مثبت واقع می‌شود؟ مسلماً، جواب منفی است؛ چراکه تکلیف یا به صورت واجب بوده؛ باید انجام شود و یا حکم عملی حرمت بوده؛ باید ترک شود. پس این که مساعدت و اعانت صرفاً در زمان ارتکاب عمل توسط شخص لحاظ شود؛ محل تأمل است.

مرحوم میرزا حسن بجنوردی مساعدت را اعم از مساعدت فکری و عملی می‌داند (موسوی بجنوردی، ۲۲۷/۱۳۷۹، ۲). از این رو، فرد می‌تواند علاوه بر ایجاد مقدمات فعل دیگری، تسهیل‌کننده، ترغیب‌کننده و تشویق‌کننده دیگری برای رسیدن به مقصود که اثم است؛ باشد. آیا تسهیل کردن کار برای شخص دیگر، فقط به صورت فعل مثبت واقع می‌شود؟ جواب در این مورد هم منفی است؛ به طور مثال افرادی که وظیفه کسب اطلاعات از موقعیت راهبردی و جغرافیایی دشمن را دارند و یا نگرهبانی که وظیفه حراست از منزل مسکونی را برعهده دارد؛ در صورت کم کاری و ترک فعل، کمک کننده و یاری دهنده به دشمن و سارق هستند و کوتاهی آنان موجب تسهیل در وقوع حرام، توسط معان می‌گردد. بنابر این، می‌توان نتیجه گرفت؛ همان گونه که اثم به صورت ترک فعل امکان وقوع دارد؛ اعانت بر اثم هم ممکن است به صورت ترک فعل واقع شود و شخص با ترک فعل خود، مقدمات را جهت گناه دیگری فراهم آورد. مثل سازنده برنامه یا بازی که با وجود این که امکان حذف پیام‌های قبیح را داشته؛ این کار را نمی‌کند و ترک فعل او موجب ترویج گناه و فحشاء توسط برخی از کاربران در فضای تحت مدیریت وی می‌گردد، و یا مثلاً اگر مردی پیراهن نپوشد و در انتظار عموم ظاهر شود و نامحرمی به او نگاه کند؛ نگاه نامحرم حرام بوده و عدم پوشیدن لباس و ترک فعل آن مرد، اعانت بر فعل حرام است (مکارم شیرازی، ۱۴۲۴، ق. ۵۸/۱).

البته شایان توجه است هر ترک فعلی نمی‌تواند مشمول قاعده اعانت بر اثم شود. اولاً: باید وظیفه و یا سببیت مستقیم برای اعانت‌کننده نسبت به عمل معان در خارج برقرار باشد و ثانیاً: ترک فعل معین منجر

به انجام عمل (فعل مثبت) گردد. بنابر این، چنانچه وظیفه‌ای عام و همگانی وجود داشته باشد و ترک فعل بر ترک فعل واقع شود به دلیل مفقود بودن عنصر استناد، اعانت بر اثم محقق نمی‌شود و تحت ابواب دیگری نظیر ترک نهی از منکر قابل بررسی است.

در استفتائات صورت گرفته از فقها نیز برخی از آن‌ها ترک فعل را مشمول اعانت بر اثم دانسته‌اند. در پاسخ به این سؤال که اساساً ترک فعل مشمول اعانت بر اثم می‌شود؟ برخی از فقها معتقدند؛ هر نوع کوتاهی و ترک فعل اشخاص؛ اعانت بر اثم محسوب می‌شود (مکارم شیرازی، ۱۴۰۲/۳/۱۸؛ علوی بروجردی، ۱۴۰۲/۳/۳). دسته‌ای دیگر از فقها در صورتی که سازنده با علم و التفات و در صورت امکان قابلیت حذف پیام‌های قبیحه را تعبیه نکرده باشد؛ این ترک فعل را از مصادیق اعانت بر اثم می‌دانند (جوادی آملی، ۱۴۰۲/۳/۳؛ صافی گلپایگانی، ۱۴۰۲/۵/۲۱). به عقیده مقام معظم رهبری «موارد دارای اختلاف است» (خامنه‌ای، ۱۴۰۲/۳/۲۰)؛ اما از نظر طباطبایی حکیم؛ در هر صورت اگر بتواند مانع اثر منفی اثم شود، از بابت نهی از منکر لازم می‌شود (طباطبایی حکیم، ۱۴۰۲/۳/۳).

بر اساس آنچه بیان شد؛ پسند پیام قبیح دیگران چنانچه در زمره ترک فعل قرار گرفته؛ انجام عمل تلقی نشود نیز مشمول قاعده اعانت بر اثم است. به عنوان مثال سازنده برنامه یا بازی علی‌رغم امکان تعبیه حذف پیام‌های قبیح از انجام این کار خود داری کند و ترک فعل او منجر به وقوع اثم، گناه و هنجارشکنی در آن بستر تولید شده گردد؛ ترک فعل او مشمول قاعده اعانت بر اثم است.

#### ۶. بررسی قصد در اعانت بر اثم

با توجه به آنچه بیان گردید؛ پسند و تأیید پیام دیگران، در صورتی که در محیطی عمومی در فضای مجازی صورت پذیرد، می‌تواند از موارد اعانت بر اثم باشد. حال سؤال دیگری که به لاهن‌خور می‌کنی؛ آن است که آیا در اعانت بر اثم قصد شرط است؟ در بسیاری از موارد افراد بدون این که قصد اعانت و هرگونه عمل خلافی را داشته باشند بدون دلیل و بدون مطالعه محتوا دست به چنین کاری می‌زنند بنابر این عنصر روانی مفقود بوده و با توجه به کثرت فقدان قصد، ممکن است این اشکال وارد شود که مجرای برای اجرا قاعده اعانت بر اثم نمی‌ماند.



در جواب باید گفت؛ در بحث اعانت بر اثم، اعانت امری عرفی است و در مشروط بودن صدق اعانت بر قصد میان فقها اختلاف است و این طور نیست که بر وجوب وجود قصد اجماع داشته باشند. برخی از فقهای معاصر نظیر مکارم شیرازی معتقدند؛ اعانت، امری عرفی است. بنابراین، امکان صدق اعانت بر اثم، بدون قصد وجود دارد (مکارم شیرازی، ۱۴۲۴ق، ۵۸/۱). برخی از فقها نظیر محقق اردبیلی ذیل آیه تعاون بر این امر صحه گذاشته‌اند (محقق اردبیلی، بی تا، ۲۹۷/۱). از این رو، اگر شخصی وظیفه کسب اطلاع از موقعیت راهبردی دشمن و به دست آوردن اطلاعات از آن‌ها را دارد؛ در مسئولیت خود کوتاهی کند؛ به دشمنان اسلام و مسلمین یاری و اعانت رسانده؛ در نتیجه، در این جا عرف بر قصد غلبه داشته؛ قصد معتبر نخواهد بود (مکارم شیرازی، ۱۴۲۴ق، ۵۸/۱). مطابق این دیدگاه، شخصی که بدون بررسی و اطلاع از صحت و سقم خیر، مطلب منتشر شده در فضای مجازی را باز نشر دهد و موجب تضعیف حکومت اسلامی یا افترا و انتشار اکاذیب شود معین بر اثم خواهد بود؛ اگرچه که قصد تضعیف حکومت اسلامی را نداشته باشد، و یا این که چه بسا شخصی هدف و قصد اشاعه فحشا، ترویج گناه، اعانت و تقویت اثم را نداشته باشد؛ اما کاری که انجام می‌دهد؛ تقویت و کمک به فرد خاطی و گناهکار باشد. مثل این که برخی از کانال‌ها و گروه‌ها برای اعتراض به هنجارشکنی عده قلیلی از افراد در جامعه اسلامی و عدم رعایت مرّ قانون و احکام شرعی در زمینه حجاب، تصاویر و فیلم‌هایی از خانم‌های بی حجاب را منعکس کنند؛ این کار از مصادیق اشاعه فحشا و تبلیغ و تقویت این عده قلیل بوده و در حالی که ممکن بود عده معدودی قبیح شکنی آن‌ها را مشاهده کرده باشند که با انتشار آن میلیون‌ها نفر تصویر بدون حجاب آن خانم را ملاحظه می‌کنند. به عقیده برخی از فقها انعکاس و قرار دادن این تصاویر و فیلم‌ها جایز نیست و باید ترک شود (مکارم شیرازی، ۱۴۰۲/۵/۱۹؛ علوی بروجردی، ۱۴۰۲/۵/۲۰). دوزدوزانی تبریزی معتقد است «موارد فرق می‌کند ولی نوعاً اشاعه فحشا بوده؛ اشکال دارد» (دوزدوزانی تبریزی، ۱۴۰۲/۵/۲۲). این در حالی است که اگر صرفاً به قصد اشخاص حقیقی و حقوقی توجه می‌شد؛ باتوجه به این که قصد اشاعه فحشا نسبت به فرض مذکور در کار نبود؛ نباید اشکالی بر این عمل مترتب شده و اعانت بر اثم نسبت به عمل مذکور، تحقق پیدا نمی‌کرد.

در مقابل، برخی نظیر شیخ انصاری، قایل به اعتبار قصد در صدق عنوان اعانت شده‌اند (شیخ انصاری،

۱۴۱۱ ق، ۱ / ۶۸). از این رو، مطابق نظر این گروه اگر شخصی برنامه‌ای در فضای مجازی تولید کرده که دارای مجوز قانونی و شرعی بوده؛ اشکالی بر آن مترتب نیست؛ حتی اگر احتمال گناه اشخاص در آن بستر را بدهد و اثم در آن فضا واقع شود؛ به دلیل فقدان قصد گناهی بر وی نخواهد بود.

البته دسته‌ای دیگر از فقها عقیده دارند؛ چنانچه معین قصد اعانت داشته باشد؛ لزوماً به معنای تحقق اعانت بر اثم نیست. بلکه در صدق عنوان اعانت، علاوه بر قصد معین، وقوع عمل از سوی معانله دخالت دارد و در واقع تحقق عمل از سوی هر کدام نباشد؛ اعانت نیست (موسوی خمینی، ۱۳۶۸، ۱ / ۱۴۱). مطابق این دیدگاه اگر شخصی دیگری را به ایجاد درگاهی در فضای مجازی جهت کلاهبرداری تشویق؛ پیوندی را نیز برای مبادرت به آن در اختیارش قرار دهد؛ اما شخص معان از ارتکاب آن منصرف شود؛ اعانت نخواهد بود.

با توجه به نقد و بررسی آرای فقها نسبت به منوط بودن صدق اعانت بر قصد و تطبیق آن با فضای مجازی می‌توان گفت:

۱) اگر شخصی به ذهنش خطور کند که دیگری را تشویق به تأسیس تارنمایی جهت قمار و شرط بندی نماید؛ اما در مرحله خطور ذهنی است؛ علی‌الظاهر برای او گناهی نیست؛ زیرا خداوند انسان را به واسطه آن چه از گناه که بر قلب خطور کرده و میل به شهوت تنبیه و مجازات نمی‌کند، و چون امری غیر ارادی بوده؛ از تحت اختیار انسان خارج است (فیض کاشانی، ۱۳۷۲ / ۱۰۷، ۵).

۲) اگر فردی قصد اعانت دیگری جهت انجام عمل حرامی را داشته باشد ولی مرتکب فعل یا ترک فعلی که عرفاً اعانت غیر قلمداد شود، نشده باشد، محل بحث نبوده و اعانت بر اثم شکل نمی‌گیرد؛ زیرا صرف قصد گناه بنا بر روایات و قول فقها گناه نیست و این حقیقتی روشن و عقلی است که صرف قصد می‌خواری، می‌خواری نیست و صرف قصد زنا، زنا نخواهد بود. از این رو، اگر عقوبتی بر شراب خواری و زنا باشد بر صرف قصد آن‌ها بدون انجام آن اعمال بار نمی‌شود (کلینی رازی، ۱۳۷۵، ۵ / ۷۶۲).

۳) اگر فردی با رفتار و عمل خود (اعم از فعل یا ترک فعل) مقدمات فعل حرام دیگری را تسهیل نماید و معان فعل حرام را در فضای مجازی انجام دهد. مورد فرض از موارد اعانت بر اثم خواهد بود؛ زیرا

نتیجه تحقق یافته و گناه انجام شده است؛ مثل این که سازنده بازی یا برنامه با توجه به محتمل بودن انجام گناه در بستر آن بازی و امکان تعبیه شرایطی برای حذف نمودن پیام‌های قبیحه این کار را نکند. با توجه به این که ملاک صدق عرفی عنوان اعانت بوده و سازنده وظیفه مستقیم نظارت بر محیط تولید شده خود را دارد ترک فعل او مشمول قاعده حرمت اعانت بر اثم می‌شود (قصد حین و پس از ارتکاب گناه مدخلیتی در صدق و یا عدم صدق عنوان اعانت ندارد).

به نظر می‌رسد؛ لایک پیام دیگران از مصادیق فرض سوم است؛ چراکه تأیید و پسند رفتار آثم این انگیزه را به او می‌دهد که مجدداً آن کار را تکرار نماید و البته در برخی از موارد باعث می‌شود هدفی که از پیام اشتراک‌گذاری شده دنبال می‌شود با سهولت و آسانی به مقصد برسد؛ مثل پیامی که شخصی جهت برهم زدن نظم عمومی جامعه با نشر اکاذیب در صفحه شخصی خود ارائه می‌دهد و دیگران با لایک کردن و دادن نظرات موافق و یا باز نشر آن سبب تقویت معان می‌شوند.

نکته مهم دیگر آن که، حکم حرمت اعانت بر اثم بر همه مکلفین اعم از جاهل و عالم بار می‌شود و ادعای جهل زمانی پذیرفته است که جهل قصوری باشد. این که افراد بدون توجه به محتوا یک پیام آن را لایک کنند کوتاهی و قصور آن‌ها در حکم جاهل مقصر است. مثل کسی که بدون ملاحظه مفاد قراردادی در عالم خارج اقدام به امضای آن کند. اثبات عدم علم به مفاد آن قرارداد به این سادگی امکان‌پذیر نخواهد بود. لایک‌کننده موظف است به محتوا پیام آگاهی کامل پیدا کند و پس از مطالعه محتوای منتشر شده، چنانچه آن را خلاف شرع و قانون تشخیص نداد به پسند آن مبادرت نماید. از این رو، ما نحن فیه مجرای اصل برائت و اصل عدم (مسئولیت) نیست؛ بلکه محل اجرای اصل احتیاط (اشتغال) است و مسئولیت لایک پیام بر ذمه شخص باقی است مگر آن که جهل با قراین و شواهد متقن و محکمه پسند به اثبات برسد. مانند این که شخص «الف» از شخص «ب» بخواهد دقایقی تلفن همراهش را در اختیار او بگذارد و پس از دریافت تلفن همراه با سوءاستفاده از اعتماد شخص «ب» وارد حساب کاربری او در پیام‌رسان‌های اجتماعی نظیر روبیکا شود و پیامی قبیح را که در محیطی عمومی انتشار یافته؛ لایک نماید. در این جا امکان شناسایی دستگاه شخص «الف» از طریق آدرس (آی بی آی) وجود داشته و قطعاً مسئولیت بر عهده شخصی است که از اعتماد دیگری سوءاستفاده کرده است؛ نظیر کسی که با جعل امضای

دیگری از امضای او سوءاستفاده کرده و اقدام به کلاهبرداری یا جعل اسناد مالی و... نماید که در صورت اثبات این مسئله جاعل دارای مسئولیت خواهد بود (نه صاحب اصلی امضاء جعل شده).

#### ۷. نظر برگزیده

در عصر حاضر و با ورود فضای مجازی بسیاری از فعالیت‌ها و کنش‌های بشر و انسان امروزی در عالم مجازی به وقوع می‌پیوندد و می‌توان ادعا کرد که فضای مجازی بیش از فضای حقیقی انسان‌ها را به خود مشغول کرده است و وظیفه فقه پویای امامیه آن است که با ظرفیت خود، براساس وجود قواعد فقهی نظیر لاضرر، حرمت اعانت بر اثم، نفی سبیل و... بتواند با ارائه احکامی که در عصر و زمان حاضر پاسخگوی نیازها و تبدیل‌کننده چالش‌ها به فرصت‌ها باشد؛ و فضای بدون چارچوب مجازی را به فضایی امن و قانون مدار، برگرفته از تعالیم شریعت مبدل کند.

جامعه برای قوام و بقای خود نیازمند وجود عناصری است که استمرار آن‌را تضمین نمایند. یکی از بنیادی‌ترین نیازهای جامعه انسانی آرامش روانی و مقوله امنیت اجتماعی است. برخورد با کسانی که با اغراض شوم سیاسی، اعتقادی و فرهنگی به ترویج باطل و انتشار اخبار کذب جهت تشویش اذهان و سلب آسایش و آرامش جامعه اقدام می‌کنند؛ امری عقلانی و منطقی بوده و همه عقلا با هر نژاد قوم و ملیتی آن‌را تصدیق می‌نمایند. هر عمل و واکنشی از انسان که زمینه ساز یا تقویت‌کننده دیگران جهت انجام گناه باشد حسب مورد می‌تواند دارای مجازات و مواخذه دنیوی و یا اخروی قرار بگیرد.

پسند و تأیید پیام (قبیح) دیگران نیز با توجه به این‌که موجبات جسارت بیشتر مرتکبین را فراهم کرده و آن‌ها را در رسیدن به مقصد یاری می‌نماید، اساساً جایز نبوده و ادعای عدم قصد و جهل پذیرفته نیست مگر آن‌که توسط شخص به اثبات برسد. از این‌رو لایک کردن پیام دیگران به‌عنوان یک کنش و واکنش می‌تواند حسب موارد مختلف دارای عقوبت دنیوی و یا اخروی باشد و باید دقت لازم و کافی در این زمینه توسط کاربر صورت بگیرد. در نهایت می‌توان گفت با تفکیک بین محیط عمومی و خصوصی مسئولیت دنیوی برای منتشرکنندگان پیام‌های قبیح، خلاف شرع و لایک‌کنندگان زمانی است که در بستری عمومی اتفاق افتد. مگر آن‌که در تعارض و تضاد با امنیت، آرامش جامعه و نظم عمومی آن و

بردن آبروی دیگران و سایر مسائل مهم قرار بگیرد که در آن صورت در حریم خصوصی نیز می‌توان نسبت به مجازات افراد با توجه به سهم آن‌ها در وقوع جرم و گناه اقدام نمود.

اشخاص همان‌طور که در فضای حقیقی از کنش‌های خود مراقبت می‌کنند و در مواردی که لازم است موردی را امضا نمایند، جوانب احتیاط را رعایت می‌کنند باید در فضای مجازی دو چندان جانب احتیاط را مراعات کنند نه این‌که بدون تفکر و تعقل هرچیزی را تأیید و تحسین کنند و اثر گذاری منفی داشته باشند و اگر اثر گذاری منفی داشتند بایستی آن‌را جبران نمایند.

بنابراین چنانچه در محیطی عمومی امری مخالف نظم عمومی، خلاف حقیقت و کذب، مخالف اخلاق حسنه و قوانین عرفی و شرعی منتشر شود و مخاطبین آن‌را پسند (like) نمایند. دارای مسئولیت دنیوی و یا اخروی خواهند بود. مانند لایک کردن تصویر بی‌حجاب در فضای مجازی. پوشش زن، مطابق موازین شرعی برگرفته از آیات و روایات، در هنگام مواجهه با مرد بیگانه که از محارم نسبی و یا سببی او محسوب نمی‌شود؛ در صورتی که مرد با قصد لذت به او خیره نشود؛ پوشاندن تمام بدن غیر از صورت و دست‌ها تا مچ است و از لباس‌هایی که توجه نامحرم را جلب کند؛ باید اجتناب شود (موسوی خمینی، ۱۳۹۲، ۸ / ۵۴۲). حال در انطباق بحث با فضای مجازی چنین فرض شود که دختر یا زن جوان، تصاویری از خود را بدون حجاب، در بستری از فضای مجازی و پیام‌رسان‌های اجتماعی برای دنبال‌کنندگان خود به اشتراک بگذارد؛ عمل وی در عدم رعایت حد متعارف حجاب و انتشار آن حرام است. در همین فرض دنبال‌کنندگان او اگر با فشردن انگشتان خود بر روی ابزارهای که جهت تأیید و پسند پیام‌ها تعبیه شده؛ رفتار او را تأیید کنند (که اصطلاحاً به این عمل لایک (like) می‌گویند)؛ مرتکب اعانت بر اثم می‌شوند.

در فرض مسئله با توجه به استفتائاتی که از فقهای عظام به عمل آمده؛ این عمل را اعانت بر اثم قلمداد کرده؛ آن‌را حرام دانسته‌اند (سیستانی، ۱۴۰۲/۳/۱۸؛ مکارم شیرازی، ۱۴۰۲/۳/۱۸؛ دوزدوستانی تبریزی، ۱۴۰۲/۵/۱۷؛ علوی بروجردی، ۱۴۰۲/۴/۱۲). به نظر نوری همدانی عمل مزبور؛ تأیید گناه و فحشاء بوده؛ جایز نیست (نوری همدانی، ۱۴۰۲/۳/۱۸). مقام معظم رهبری معتقدند؛ «اگر لایک تصویر

مذکور، تأیید یا ترویج گناه محسوب شود، حرام است و چنانچه امکان دارد گناه بودن آن را به اطلاع رسانده و او را به هر روشی که مفید یا مؤثر می‌دانند نهی از منکر نمایند» (خامنه‌ای، ۱۴۰۲/۳/۱۹).

از این رو، عمل مزبور از مصادیق اعانت بر اثم است؛ چراکه در روایات فراوانی سکوت در مقابل یک عمل و رضایت به آن موجب می‌شود؛ فرد شریک در آن جرم لقب گیرد (حرعاملی، ۱۴۰۳، ق، ۸/۱۳۹). بنا بر این، به طریق اولی تحسین و پسند یک فعل حرام، همان‌طور که در حدیث امام محمد تقی (ع) ذکر گردید (مجلسی، ۱۴۰۳، ق، ۸/۸۲) باعث می‌شود؛ فرد دارای عقاب باشد و این مهم یکی از تفاوت‌های بحث اعانت بر اثم در شرع و معاونت در جرم در حقوق عرفی می‌باشد؛ زیرا در قوانین عرفی معمولاً سکوت و راضی بودن نسبت به عمل افراد دیگر، جرم محسوب نمی‌شود؛ اما مطابق ادله به لحاظ شرعی هر که به کار دیگری رضایت دهد؛ در زمره گنهکاران قرار خواهد گرفت. هر چند از نظر شدت گناه و عقاب، خفیف‌تر از مباشر است (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶، ۱/۲۷۶). در ما نحن فیه؛ چون دنبال‌کنندگان صفحه مجازی آن زن، مخاطب پیام وی بودند؛ از این رو مدخلیت و رابطه مستقیمی که از شروط تحقق اعانت بر اثم و صدق آن است برقرار بوده؛ سبب تقویت انگیزه او در تکرار این کار می‌شوند. نتیجتاً این مسئله از مصادیق بارز اعانت بر اثم قلمداد می‌شود.

نکته مهم دیگر این‌که در ارتباط با پسند پیام‌های قبیح دیگران در قالب تصاویر غیر مجاز و مستهجن، فتوشاپ، کاریکاتورهای خلاف اخلاق، نظرات (کامنت) حاوی مطالب توهین‌آمیز و غیره، فقط قصد مدخلیت تامه ندارد بلکه نوع عمل به‌گونه‌ای است که عرف آن را به منزله قصد دانسته؛ مشمول حرمت قرار می‌گیرد، مانند این‌که فردی در صفحه شخصی خود به صورت عمومی مطلبی توهین‌آمیز خطاب به مقام رهبری منتشر کند که عطف به ماده ۵۱۴ از قانون مجازات اسلامی (تعزیرات) جرم‌انگاری شده است و کاربران به‌صرف توجه به تصویر رهبری، بدون مشاهده متن پیام، آن را لایک نمایند. در این جا ادعای جهل به متن قابل قبول نبوده و مجرا اصل برائت نیست. بلکه با توجه به تقصیر لایک‌کننده چنانچه موجب تضعیف حکومت و نظام اسلامی و تقویت دشمنان و معاندین گردد؛ دارای مسئولیت خواهد بود. و یا این‌که کاریکاتوری موهن و اهانت‌آمیز علیه مقدسات و مقام رهبری منتشر شود و کاربران آن را پسند و

لایک کنند؛ این کنش از سوی آن‌ها رضایت به این اعمال خلاف قانون و شرع بوده و دارای مسئولیت دنیوی و اخروی خواهند بود.

#### ۸. نتیجه‌گیری

بنابر آنچه گفته شد می‌توان نتیجه گرفت:

اعانت بر اثم از جمله قواعد فقهی کاربردی است که در اعمال و ایجاد محدودیت‌های لازم در فضای مجازی کمک حال فقه و قانون می‌باشد.

با توجه به حرمت اعانت بر اثم چنانچه مصداقی تحت شمول این قاعده قرار بگیرد به‌ویژه اگر با اخلاق حسنه و نظم عمومی جامعه و پدیده‌های اجتماعی در ارتباط باشد، محاکم قضایی می‌توانند حسب موارد مختلف مجازات (تعزیر) مناسب را برای معین در نظر بگیرند.

تأیید و پسند پیام خلاف شرع و قانون که توسط دیگران منتشر شده است یک کنش و نوعی عمل محسوب می‌شود و از آنجایی که موجب تقویت معان می‌گردد از مصادیق اعانت بر اثم خواهد بود. حتی اگر پسند و لایک پیام عمل محسوب نشود شخص وزر و سنگینی گناه خود که رضایت به فعل قبیحه است، را بر دوش می‌کشد.

چنانچه تأیید کننده و لایک‌کننده پیام ادعای عدم قصد و جهل داشته باشد پذیرفته نیست؛ چراکه کوتاهی او ناشی از جهل تقصیری بوده و او مقصر است و ملاک در تحقق اعانت بر اثم صدق عرفی عنوان اعانت است.

بنابر این به‌طور کلی مسئولیت (دنیوی) تحسین پیام دیگران از طریق قاعده حرمت اعانت بر اثم ثابت می‌شود.

در نهایت پیشنهاد می‌شود نهادهای متولی قانون‌گذاری و سازماندهی فضای مجازی از جمله قوه مقننه و شورا عالی فضای مجازی با تصویب قوانین و نظارت بر فضای مجازی به ساماندهی این فضای رها شده بپردازند و با توجه به قواعدی نظیر اعانت بر اثم آیین‌نامه‌ای اجرایی جهت جرم‌انگاری کنش‌هایی نظیر لایک کردن پیام‌های دیگران با عنایت به پژوهش حاضر تدوین نمایند.

## منابع و مأخذ

### قرآن کریم

ابن بابویه قمی (شیخ صدوق)، محمد بن علی. (۱۴۰۴ق). *عیون اخبار الرضا(ع)*. ج ۱. بیروت: موسسه الاعلمی للمطبوعات.

ابن منظور، محمد بن مکرم. (۱۴۱۴ق). *لسان العرب*. ج ۳. بیروت: دار صادر.  
اردبیلی (محقق اردبیلی)، احمد بن محمد. (بی تا). *زبدہ البیان فی احکام القرآن*. ج ۱. تهران: المکتبه المرتضویه لاحیاء الآثار الجعفریه.

انصاری، شیخ مرتضی. (۱۴۱۱ق). *المکاسب*. ج ۱. قم: انتشارات دارالذخائر.  
پیرمردیان، سیدمحمد رضا. (۱۳۹۴). «حرمت اعانه بر اثم و اعانه به ظالم در رسانه های خبری و مطبوعات از دیدگاه فقه اسلامی و با تأکید بر اندیشه ی فقهی امام خمینی (ره)». *سپهرسیاست*. دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم. ش ۵، صص ۶۱-۷۵.

جوادی آملی، عبدالله. (استفتاء [javadidaftar@gmail.com](mailto:javadidaftar@gmail.com)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۳/۳.  
چیت ساریان، مرتضی. (۱۳۹۹). «تفریح مجازی و احکام آن در فقه اسلامی». *مطالعات تطبیقی فقه و اصول مذاهب*. دانشگاه کردستان. ش اول، صص ۹۶-۱۲۱.

حرعاملی، محمد بن حسن. (۱۴۰۳ق). *وسائل الشیعه*. بیروت: دار احیاء التراث العربی.  
خامنه ای، سید علی حسینی. (استفتاء [leader.ir](http://leader.ir)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۳/۱۹. تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۳/۱۹.  
خامنه ای، سید علی حسینی. (استفتاء [leader.ir](http://leader.ir)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۳/۲۰. تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۳/۲۰.

خوئی، سید ابوالقاسم. (۱۳۷۴ق). *کتاب المساقاه*. ج ۲. قم: نشر سید الشهداء(ع).  
دوزدوزانی تبریزی، یدالله. (استفتاء [duzduzani@yahoo.com](mailto:duzduzani@yahoo.com)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۵/۱۷. تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۵/۲۶.

دوزدوزانی تبریزی، یدالله. (استفتاء [duzduzani@yahoo.com](mailto:duzduzani@yahoo.com)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۵/۲۲. تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۵/۲۶.



زند اقطاعی، فاطمه. (۱۳۹۸). «بررسی فقهی و حقوقی اعانه بر ائمه در فضای سایبر با راهبرد پیشگیری».

دو فصلنامه تخصصی «مطالعات فقهی». جامعه المصطفی العالمیه. ش دوم. ۳۹ - ۶۱.

سیاح طاهری، محمد حسین و دیگران. (۱۳۹۶). حقیقت مجازی (درباره فضای مجازی چه بدانیم و چه

بگوییم؟). تهران: مرکز ملی فضای مجازی.

سیستانی، سید علی حسینی. (استفتاء [farsi@alsistani.org](mailto:farsi@alsistani.org)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۳/۱۸. تاریخ

افتاء ۱۴۰۲/۳/۲۷.

شکوهیار، سجاد. علیرضا مومنی و سمیه شعبانیان. (۱۳۹۶). «ارزیابی عوامل موثر بر محبوبیت صفحات

طرفداران برند در شبکه های اجتماعی». چشم انداز مدیریت بازرگانی. دانشکده مدیریت و

حسابداری دانشگاه شهید بهشتی. زمستان. ش ۳۲. ص ۵۱-۶۷

صافی گلپایگانی، لطف الله. (saafi@saafi.net)، تاریخ استفتاء از دفتر مرحوم صافی گلپایگانی

۱۴۰۲/۳/۲۱، تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۴/۱۷.

صافی گلپایگانی، لطف الله. (saafi@saafi.net)، تاریخ استفتاء از دفتر مرحوم صافی گلپایگانی

۱۴۰۲/۵/۲۱، تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۶/۲۴.

طباطبایی حکیم، سید محمد سعید. (istefta@alhakeem.com)، تاریخ استفتاء از دفتر مرحوم

طباطبایی حکیم ۱۴۰۲/۳/۳، تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۷/۱۷.

طبرسی، ابوعلی فضل بن حسن. (۱۴۱۵ق). مجمع البیان فی تفسیر القرآن. ج ۱. بیروت: موسسه اعلمی

للمطبوعات.

علوی بروجردی، سیدمحمدجواد. (استفتاء [info@alaviboroujerdi.ir](mailto:info@alaviboroujerdi.ir))، تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۳/۳،

تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۴/۱۲.

علوی بروجردی، سیدمحمدجواد. (استفتاء [info@alaviboroujerdi.ir](mailto:info@alaviboroujerdi.ir))، تاریخ

استفتاء ۱۴۰۲/۴/۱۲، تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۶/۱.

علوی بروجردی، سیدمحمدجواد. (استفتاء [info@alaviboroujerdi.ir](mailto:info@alaviboroujerdi.ir))، تاریخ

استفتاء ۱۴۰۲/۵/۲۰، تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۶/۲.

فیض کاشانی، محمدبن شاه مرتضی. (۱۳۷۲). راه روشن (ترجمه المحجه البيضاء). ج ۱. مشهد: مؤسسه

چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی.

کلینی رازی، ثقه الاسلام ابی جعفر محمد بن یعقوب. (۱۳۷۵). *اصول کافی*. مترجم: شیخ محمد باقر کمره‌ای. ج ۳، قم: نشر اسوه.

مجلسی، محمد باقر بن محمد تقی. (۱۴۰۳ق). *بحار الانوار*. بیروت: دار الاحیاء التراث. مسجدرسانی، حمید. (۱۳۹۲). «واکاوی در ادله شمول تعزیر». *مطالعات اسلامی: فقه و اصول*. دانشگاه فردوسی مشهد. شماره پیاپی ۹۵. ص ۸۷-۱۰۳.

مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۵۳). *تفسیر نمونه*. ج ۳۲. تهران: دار الکتب الاسلامیه.

مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۷۷). *اخلاق در قرآن*. ج ۱. قم: مدرسه امام علی بن ابی طالب (ع).

مکارم شیرازی، ناصر. (۱۴۲۴ ق.). *کتاب النکاح*. ج ۱. قم: مدرسه امام علی بن ابی طالب (ع).

مکارم شیرازی، ناصر. (۱۴۲۷ ق.). *دائرة المعارف فقه مقارن*. ج ۱. قم: مدرسه الامام علی بن ابی طالب (ع).

مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۸۶). *پیام قرآن*. ج ۹. تهران: دار الکتب الاسلامیه.

مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۸۶). *پیام امیر المومنین (ع)*. ج ۱. تهران: دار الکتب الاسلامیه.

مکارم شیرازی، ناصر. (استفتاء [pasokh@makarem.ir](mailto:pasokh@makarem.ir)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۳/۱۸، تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۳/۱۸.

مکارم شیرازی، ناصر. (استفتاء [pasokh@makarem.ir](mailto:pasokh@makarem.ir)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۴/۱۷، تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۴/۱۸.

مکارم شیرازی، ناصر. (استفتاء [pasokh@makarem.ir](mailto:pasokh@makarem.ir)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۵/۱۹، تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۵/۱۹.

موسوی بجنوردی، سید محمد. (۱۳۷۹). *قواعد فقهیه*. ج ۳. تهران: موسسه عروج.

موسوی خمینی (امام)، سیدروح الله. (۱۳۶۸). *المکاسب المحرمه*. ج ۳. قم: موسسه اسماعیلیان.

موسوی خمینی (امام)، سید روح الله. (۱۳۸۰). *شرح چهل حدیث (اربعین حدیث)*. ج ۲۴. قم: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).

موسوی خمینی (امام)، سید روح الله. (۱۳۹۲). *استفتائات امام خمینی (موسوعه الامام الخمینی)*. ج ۱. تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.

نجف پور آقاییگلو، عزیز؛ اسلامی تنها، علی اصغر؛ پارسانیا، حمید. (۱۴۰۰). «مدینه فاضله مجازی چارچوب نظری حکمرانی فضای مجازی جمهوری اسلامی»، دوفصلنامه علمی دین و ارتباطات. دانشگاه امام صادق(ع). ش ۱. ص ۳۰۵-۳۳۰.

نوری همدانی، حسین. (استفتاء [istifta@noorihamedani.com](mailto:istifta@noorihamedani.com)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۳/۱۸، تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۳/۱۸.

نوری همدانی، حسین. (استفتاء [istifta@noorihamedani.com](mailto:istifta@noorihamedani.com)). تاریخ استفتاء ۱۴۰۲/۴/۱۷، تاریخ افتاء ۱۴۰۲/۴/۱۷.

هاشمی شاهرودی، سید محمود و دیگران. (۱۳۸۵). فرهنگ فقه فارسی. ج ۲. قم. موسسه دائرة المعارف فقه اسلامی.

