

فقه و اجتهاد

دوفصلنامه علمی - پژوهشی
سال دوازدهم، شماره بیست و سوم (بهار و تابستان ۱۴۰۴)



صاحب امتیاز:

مرکز فقهی ائمه اطهار

مدیر مسئول:

آیت الله محمدجواد فاضل لنکرانی

سردبیر:

علی نهانندی

دبیر تحریریه:

محمدجواد نصر آزادانی

دبیر اجرایی:

مهدی مقدادی داودی

ویراستار:

محمد شیرینکار موحد

مترجم انگلیسی:

علی رشیدآبادی

مترجم عربی:

علی فراهانی

طراح:

حمیدرضا پورحسین

صفحه آرا:

محسن شریفی

هیئت تحریریه به ترتیب حروف الفبا

- جعفر بستان (نجفی) (استاد درس خارج حوزه علمیه قم)

- سید جواد حسینی گرگانی (استاد سطوح عالی حوزه علمیه قم و مدرس دانشگاه)

- محمدجعفر طبسی (مدرس دانشگاه و استاد حوزه علمیه قم)

- سید علی علوی قزوینی (دانشیار دانشگاه تهران، پردیس فارابی)

- محمدجواد فاضل لنکرانی (استاد درس خارج حوزه علمیه قم)

- محمدرضا فاضل کاشانی (استاد درس خارج حوزه علمیه قم)

- محمد قائینی (استاد درس خارج حوزه علمیه قم)

- سید محمد نجفی یزدی (استادیار جامعة المصطفی العالمیه)

- علی نهانندی (استاد خارج حوزه علمیه قم)

- سعید واعظی (استاد خارج حوزه علمیه قم)

دوفصلنامه فقه و اجتهاد بر اساس نامه شماره ۱۲۱۲۳
شورای اعطای مجوزها و امتیازهای شورای عالی حوزه‌های
علمیه در جلسه مورخ ۱۴۰۱/۶/۱ از شماره دهم به رتبه
علمی - پژوهشی ارتقا یافته است.

نشانی: قم، میدان معلم، مرکز فقهی ائمه اطهار

معاونت پژوهش، دفتر فصلنامه فقه و اجتهاد

تلفن: ۰۲۵ - ۳۷۷۴۹۴۹۴ / دورنگار: ۰۲۵ - ۳۷۷۳۰۵۸۸

سامانه فصلنامه: www.mags.markafeqhi.com

پست الکترونیکی: mags@markazfeqhi.com

چاپ: گله‌ها - قم / قیمت: ۲۰۰ هزار تومان

نمایه شده در پایگاه‌های:

Magiran (بانک اطلاعات نشریات کشور)

Noormags (پایگاه مجلات تخصصی نور)



مؤسسه استادی و بانی علم و فناوری
جهان اسلام (ISC)



A jurisprudential Analysis of the Act of Becoming an Influencer with an Emphasis on the Element of Fame-seeking

Mohammad Hassan Qasemi¹

Ali Mohaddes Ardebili²

Ali Hamidi³

Abstract

One of the important jurisprudential and social issues in the present era is the category of fame-seeking. This phenomenon, which in the past was considered in the form of more limited examples in the narrations of the Ahlul Bayt (a.s.), has now acquired broader dimensions with the expansion of media and cyberspace, and in line with the demands of the media and cyberspace era. The activities of some individuals in cyberspace, such as influencers, for various purposes such as economic, cultural, social, and political, are one of the clearest examples of this issue. Specifically, the act of becoming an influencer requires fame-seeking actions, the detailed jurisprudential examination of which requires a jurisprudential analysis of the ruling on fame-seeking. This research, with a descriptive-analytical approach and using library resources and cyberspace data, has examined the concept of fame, focusing on its emerging examples, namely fame-seeking in cyberspace, from the perspective of Islamic jurisprudence. The results of this study show that seeking fame, including in the form of wearing special clothing or engaging in attention-grabbing and fame-making behaviors, is not inherently forbidden unless it leads to the humiliation or denigration of a believer. Therefore, the act of becoming an influencer in the name of seeking fame is condemned as forbidden by Sharia law only if it involves the humiliation or denigration of the person or other believers.

Keywords: Fame, Celebrity Clothing, Cyberspace, Social Networks, Influencer

1. Assistant Professor, Department of Jurisprudence and Fundamentals of Law, Razavi University of Islamic Sciences, Mashhad, Iran; ghasemi.mh@razavi.ac.ir

2. PhD Student, Razavi University of Islamic Sciences, Mashhad, Iran; a.mohaddes@chmail.ir

3. Third-year student and professor at Khorasan Seminary, Mashhad, Iran; 78alihamidi231@gmail.com

فقه واجتهاد

دوفصلنامه علمی - پژوهشی
سال دوازدهم، شماره بیست و سوم (بهار و تابستان ۱۴۰۴)
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۲۹
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۸

واکاوی فقهی حکم شهرت طلبی با تاکید بر اقدام جهت اینفلوئنسر شدن

محمدحسن قاسمی^۱

علی محدث اردبیلی^۲

علی حمیدی^۳

چکیده

یکی از موضوعات مهم فقهی و اجتماعی در عصر حاضر، مقوله شهرت طلبی است. این پدیده که در گذشته در قالب مصادیق محدودتری در روایات اهل بیت علیهم السلام مورد توجه بوده است، اکنون با گسترش رسانه‌ها و فضای مجازی و به اقتضای عصر رسانه و فضای مجازی ابعاد گسترده‌تری یافته است. فعالیت‌های برخی افراد در فضای مجازی، مانند اینفلوئنسرها، به دلیل اهداف گوناگونی چون اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، یکی از مصادیق بارز این موضوع است. به طور مشخص، اقدام جهت اینفلوئنسر شدن، مستلزم اقدامات شهرت طلبانه است که بررسی فقهی دقیق آن، نیازمند واکاوی فقهی حکم شهرت طلبی است. این پژوهش با رویکرد توصیفی - تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و داده‌های فضای مجازی، مفهوم شهرت را با تمرکز بر مصادیق نوظهور آن یعنی شهرت طلبی در فضای مجازی از منظر فقه اسلامی بررسی کرده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که شهرت طلبی، از جمله در قالب پوشش لباس خاص یا انجام رفتارهای جلب توجه کننده و شهرت ساز، ذاتاً حرام نیست؛ مگر آنکه به هتک حرمت یا وهن شأن مؤمن منجر شود؛ بنابراین، اقدام جهت اینفلوئنسر شدن از جهت عنوان شهرت طلبی، تنها در صورتی محکوم به حرمت شرعی است که مستلزم خوار شدن یا وهن شأن شخص یا مؤمنان دیگر شود. واژگان کلیدی: شهرت طلبی، لباس شهرت، فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، اینفلوئنسر.

۱. استادیار گروه فقه و مبانی حقوق دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ایران، مشهد؛

ghasemi.mh@razavi.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ایران، مشهد؛ a.mohaddes@chmail.ir

۳. طلبه سطح سه و استاد حوزه علمیه خراسان، ایران، مشهد؛ 78alihamidi231@gmail.com

مقدمه

مقوله اشتها و شهرت طلبی از عناوینی است که در نگاه اولیه به نصوص حدیثی (رک: کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۵؛ شیخ حر عاملی، ۱۴۰۹، ج ۱، ص ۷۹) و فقهی (یزدی، ۱۴۲۱ق، ج ۲، ص ۳۵۱؛ نجفی، بی تا، ج ۲۲، ص ۱۱۵)، گمان می شود که از مبغوضات شریعت اسلامی است که فقه نگرش مثبتی نسبت به آن ندارد. این عنوان از اهمیت بالایی برخوردار است و در آثار فقهای بزرگی همچون فاضل نراقی (۱۴۱۵ق، ج ۴، ص ۳۸۵)، صاحب عروه (یزدی، ۱۴۲۱ق، ج ۲، ص ۳۵۱)، صاحب جواهر (نجفی، ۱۳۸۷ش، ج ۱، ص ۲۸۵) و آیت الله خویی (۱۴۱۸ق، ج ۱۲، ص ۳۸۸) در ذیل مباحثی از جمله لباس نمازگزار به آن پرداخته شده است. عمده فقها منحصرأ از لباس شهرت بحث نموده اند اما برخی به صورت ضمنی شهرت مطلق را نیز بررسی کرده و حکم شهرت در لباس را به مطلق شهرت تسری بخشیده اند. (تبریزی، ۱۴۳۱ق، ج ۲، ص ۱۶۴؛ کاشف الغطاء، ۱۴۲۲ق، ج ۶، ص ۶۳) همچنین در دروس خارج معاصر توسط اساتیدی همچون آیت الله محمدتقی شهیدی پور (شهیدی پور، ۱۳۹۸؛ <https://Bzn.ir/g.4047>) و آیت الله سید احمد مددی (مددی، ۱۳۸۹؛ <https://Bzn.ir/b49738>)، به آن پرداخته شده است.

شهرت طلبی را می توان به عنوان نیروی محرکه ای اساسی در مسیر اینفلوئنسر شدن در فضای مجازی تلقی کرد، زیرا تأثیرگذاری گسترده که جوهره مفهوم اینفلوئنسری است، بدون تحقق عنصر شهرت، ناممکن خواهد بود. فردی که در پی اینفلوئنسر شدن است، لاجرم باید به سطحی از شناخته شدگی و مقبولیت عمومی دست یابد که توان ایجاد موج رسانه ای و جلب توجه مخاطبان را داشته باشد. این مهم، عموماً از طریق اقدامات شهرت طلبانه ای همچون تولید محتوای جنجالی، به کارگیری رفتارهای اغراق آمیز، نمایش سبک زندگی یا متفاوت، ایجاد چالش های پرمخاطب، ورود به حوزه های بحث برانگیز و حتی استفاده از حواشی و منازعات اجتماعی رقم می خورد. این اقدامات، ولو در مواردی با نیت خیرخواهانه انجام شوند، در ذات خود به دنبال جلب انظار عمومی و ساخت چهره ای شاخص از فرد در فضای مجازی هستند. از این رو، شهرت طلبی و اقدام برای اینفلوئنسر شدن، رابطه ای مستقیم و غیرقابل انکار دارند، به گونه ای که می توان گفت اینفلوئنسر

شدن چیزی جز تحقق موفقیت‌آمیز فرایند شهرت‌طلبی نیست.

به‌رغم اهمیت روزافزون کنش‌های شهرت‌طلبانه در جامعه معاصر، به‌ویژه با ظهور موضوعاتی همچون فضای سایبری و اینترنتی، این موضوع با کم‌توجهی مواجه بوده است. از جمله محدود پژوهش‌های مرتبط، می‌توان به مقاله «حکم اخلاقی شهرت‌طلبی از دیدگاه اخلاق اسلامی» اشاره کرد که این موضوع را از منظر اخلاقی بررسی کرده، اما جنبه‌های فقهی آن را مورد بحث قرار نداده است. با توجه به گسترش پدیده‌هایی مانند فعالیت‌های رسانه‌ای افراد در فضای مجازی (اینفلوئنسرها) و مسائل فقهی مرتبط با آن، بررسی جامع این موضوع ضرورتی انکارناپذیر دارد. این پژوهش تلاش می‌کند تا با رویکردی فقهی، به تحلیل و ارائه حکم درباره یکی از پرکاربردترین و چالش‌برانگیزترین مصادیق شهرت‌طلبی در عصر حاضر بپردازد.

در این مقاله ابتدا سخن از حکم اولی شهرت‌طلبی می‌شود؛ در فرض قول به حرمت شهرت‌طلبی، اختصاص آن به لباس، مورد بررسی قرار می‌گیرد. سپس اشتراط آن به هتک و وهن مؤمن بررسی خواهد شد. در نهایت، و با تعیین حکم شهرت‌طلبی، اقدامات شهرت‌طلبانه به جهت اینفلوئنسر شدن مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱. مفهوم‌شناسی

۱-۱. اینفلوئنسر

اینفلوئنسر^۱ بر اساس واژه نامه‌های انگلیسی به شخصی اطلاق می‌شود که از طریق استفاده از اینترنت و رسانه‌های اجتماعی مشهور شده است و از افراد مشهور برای تأیید، تبلیغ یا ایجاد علاقه به محصولات، برندها و غیره — اغلب در ازای دریافت وجه — استفاده می‌کند. (Oxford English Dictionary, ۱۴۰۴, <https://Bn.ir/xw۲۱۶۳>) همچنین این کلمه در ادبیات امروز جامعه ایرانی به فردی گفته می‌شود که به دلیل محبوبیت، تخصص، یا ویژگی‌های شخصیتی خاص، بر افکار، باورها و رفتارهای گروهی از افراد تأثیرگذار است. (نخعی، ۱۳۹۹، ص ۱۱) این افراد معمولاً در شبکه‌های اجتماعی فعال هستند و با تولید محتوا، ایجاد ارتباط با مخاطبان و برقراری تعامل، به شکل‌گیری افکار عمومی کمک می‌کنند.

واژه اینفلوئنسر از فعل انگلیسی «to influence» به معنی «تأثیر گذاشتن» گرفته شده است. این اصطلاح در دهه‌های اخیر با گسترش شبکه‌های اجتماعی و افزایش اهمیت رسانه‌های اجتماعی در زندگی روزمره مردم، به طور گسترده‌ای مورد استفاده قرار گرفته است.

اینفلوئنسر صرفاً به معنای فردی با دنبال‌کننده زیاد نیست. بلکه این اشخاص علاوه بر شهرت، از تأثیرگذاری زیادی بر یک یا چند قشر برخوردارند و توانایی ارتباط مؤثر با آنان را دارند. (نخعی، ۱۳۹۹، ص ۱۲)

سه نمونه از مهم‌ترین کارکردهای این گروه از افراد عبارت است از: نخست: تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان؛ ۶۰ درصد از افرادی که حضوری خرید می‌کنند اذعان دارند که محصولی که خریدند براساس توصیه یک اینفلوئنسر محبوب بوده است. (کاپریلا، ۱۴۰۳). مجموع تراکنش‌های واریزی تبلیغاتی برای ۱۲۳ اینفلوئنسر ایرانی در سال ۱۴۰۰ بیش از ۲,۳ هزار میلیارد تومان (بیش از ۱۸ میلیارد تومان به ازاء هر نفر) بوده است. (آستانه، ۱۴۰۳؛ Bn.ir/k۰۰۷)

دوم: ایجاد عرفیات و عادت‌ها. ظهور پدیده اینفلوئنسری و تأثیرگذاری افراد مشهور در شبکه‌های اجتماعی، الگوهای جدیدی از رفتار و ارزش‌ها را در جامعه رواج داده است.

سوم: تأثیرگذاری بر امور سیاسی. اینفلوئنسرها، با نفوذی که در میان مخاطبان خود دارند، به ابزار قدرتمندی در عرصه سیاست تبدیل شده‌اند. جنبش‌های اجتماعی مؤثر غرب مانند جنبش «MeToo» و جنبش «Black Lives Matter» توسط این‌گونه از افراد جان گرفته است. پایگاه خبری اینسایدر فاش کرده است که «عربستان سعودی از اینفلوئنسرهای مسافرتی اینستاگرام برای کمک به ترمیم شهرت لکه‌دار خود استفاده می‌کند.» (businessinsider.Boston.b؛ ۱۴۰۳؛ B۲https://۷۶۶۶۳n.ir/d)

۱-۲. شهرت

واژه شهرت در اصل معنای لغوی به معنای آشکار نمودن است؛ «شَهْرَ سَيَفَهُ» در تاج العروس و لسان العرب و دیگر کتب لغوی به بیرون کشیدن شمشیر از غلاف و آشکار نمودن آن معنا شده است. (زبیدی، ۱۴۱۴، ج ۷، ص ۲۷؛ ابن منظور، بی تا، ج ۴، ص ۴۳۳). این

واژه در معنای مطلق وضوح و ظهور و شناخته شده بودن نیز استفاده می‌گردد. معنای دیگری که در کتب لغوی برای این واژه ذکر شده است، «ظهور الشيء فی شئ» (ظهور و بروز چیزی در قبح و زشتی) است. (ازهری، ۱۴۲۱ق، ج ۶، ص ۵۲) به نظر می‌رسد. معنای وضوح و شیاع که جوهری برای این واژه ذکر نموده است، نزدیک‌ترین معنا به حقیقت این لفظ است. (جوهری، ج ۲، ص ۷۰۵)

۲. بررسی حکم شهرت طلبی

در ابتدا ضروری است که توجه شود که نفس «شهرت» به معنای لغوی خود (وضوح و بروز) از رفتارهای اختیاری مکلف محسوب نمی‌شود. چرا که وصفی است که بر مکلف، عوارض یا رفتارهای او منطبق می‌گردد. به همین جهت، قابلیت تعلق حکم شرعی تکلیفی نیز بر آن وجود ندارد. آنچه فعلی از افعال اختیاری مکلفین محسوب می‌شود، و قابل تعلق حکم تکلیفی است، شهرت طلبی است؛ گرچه شهرت طلبی نیز به یک معنا امری قلبی و جوانحی است؛ اما آنچه در این پژوهش مقصود نظر است رفتار شهرت طلبانه و یا به عبارتی دیگر، شهرت طلبی فعلی و رفتاری است.

با این توضیح، قصدی بودن این عنوان نیز مشخص می‌شود. چه آن که رفتارها صرفاً با لحاظ قصد مرتکبان آنها به شهرت طلبانه و غیر شهرت طلبانه تقسیم می‌شوند و قصد در تحقق مصداق رفتار شهرت طلبانه رکن اساسی است. (موسوی سبزواری، ج ۵، ص ۳۳۱) اما این مطلب به این معنا نیست که قصد آگاهانه شرط تحقق رفتار شهرت طلبانه است. بلکه قصد قهری - تبعی نیز محقق‌کننده این عنوان است که اگر شخصی متوجه باشد که رفتاری خاص، موجب مشهور شدن او می‌گردد، تبعاً و قهراً، این قصد محقق می‌شود. شبیه آنچه در ضابطه تحقق قتل عمد گفته شده است که اگر کسی با آلت قتاله (ابزار کشنده) به دیگری ضربه‌ای وارد نماید، و به کشنده بودن آن ابزار آگاهی و التفات داشته باشد، حتی اگر مستقلاً قصد کشتن او را نداشته باشد، مرتکب قتل عمد شده است. (نجفی، بی تا، ج ۴، ص ۱۲)

طبق نظر مشهور اصولیان اصل اولیه در احکام در صورت شک، برائت و عدم حرمت است که از آن به اصل اباحه اولیه تعبیر می‌کنند (طوسی، ۱۴۱۷ق، ج ۲، ص ۷۴۷؛ ۱۰۷

اصفهانی، ۱۴۲۹ق، ج ۴، ص ۴۹۶؛ جوادی، ۱۴۰۱، ص ۳۳) و حرمت، آن چیزی است که نیازمند به دلیل واصل است.

۲-۱. اقوال در مسئله

در این مسئله میان فقها اختلاف نظر وجود دارد. در مجموع سه قول (حرمت، کراهت، اباحه) در میان انظار به چشم می خورد که در ادامه به بررسی و نقد آنها پرداخته می شود.

۲-۱-۱. قول اول: حرمت شهرت طلبی

برخی از عالمان علم فقه همچون شیخ جعفر کاشف الغطاء (کاشف الغطاء، ۱۴۲۰ق، ج ۱، ص ۲۱۳)، سید محمدجواد عاملی (حسینی عاملی، ۱۴۱۹ق، ج ۱۲، ص ۱۹۸)، سید علی طباطبایی (طباطبایی کربلایی، ۱۴۱۸ق، ج ۸، ص ۱۷۳)، صاحب عروه (یزدی، ۱۴۲۱ق، ج ۲، ص ۳۵۱)، صاحب جواهر (نجفی، بی تا، ج ۲۲، ص ۱۱۵) و محقق نجفی (نجفی، ۱۳۸۷ش، ج ۱، ص ۲۸۵)، حکم فقهی لباس شهرت را به وسیله برخی از روایات، از ذیل اصل اولی اباحه خارج دانسته و قائل به حرمت آن شده اند. دلیل آنان روایاتی است که ظهور در حرمت لباس شهرت دارند. (نجفی، ۱۳۸۷ش، ج ۱، ص ۲۸۶ - ۲۸۸) علاوه بر آن، شهرت عملی حرمت لباس شهرت میان فقها نیز به عنوان جابر ضعف های احتمالی اسناد روایات دانسته شده است. مقرون بودن غالبی اشتها در پوشش با عنوان محرم اذلال مؤمن نیز قرینه دیگری بر حکم حرمت آن است. (طباطبایی کربلایی، ۱۴۱۸ق، ج ۸، ص ۱۷۳) گرچه صاحبان این نظریه عمدتاً خصوص شهرت طلبی با مصداق لباس را مورد توجه قرار داده اند؛ اما در میان ادله آنان می توان مطلقات یا عموماتی را یافت که حکم مسئله را به جمیع اقسام شهرت طلبی تعمیم داده است. در نتیجه لازم است این ادله مورد بررسی قرار گیرد.

برای اثبات حرمت شهرت طلبی، عمدتاً به دو دلیل تمسک شده است که در ادامه به بیان آن دو پرداخته می شود.

۲-۱-۱-۲. دلیل اول: روایات

اولین و مهم ترین دلیل حرمت شهرت طلبی، روایاتی است که در کلام فقها مورد

استناد قرار گرفته است. (خویی، ۱۴۱۸ق، ج ۱۲، ص ۳۹۰؛ نجفی، ۱۳۸۷ش، ج ۱، ص ۲۸۶-۲۸۸) در ادامه به صورت مجزا به بررسی روایات و وجه استدلال و تقریب آن پرداخته می شود.

روایت اول: صحیحہ ابن قداح

امیرالمؤمنین علیه السلام می فرمایند: «رسول خدا صلی الله علیه و آله من را از پوشیدن لباس شهرت نهی کردند.» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۷)

این روایت توسط محمد بن یعقوب کلینی امامی ثقه جلیل (نجاشی، ۱۳۶۵ش، ج ۱، ص ۳۷۷) از علی بن محمد علان کلینی ثقه امامی (علامه حلی، ۱۴۰۲ق، ص ۱۰۰) از سهل بن زیاد آدمی ثقه (طوسی، ۱۴۲۷ق، ص ۳۸۷) و جعفر بن محمد بن عبیدالله الاشعری ثقه امامی (مامقانی، ۱۴۲۳ق، ج ۱، ص ۲۲۵) و عبدالله بن میمون القداح ثقه (علامه حلی، ۱۴۰۲ق، ص ۱۰۸) نقل شده و صحیحہ است.

ظهور ماده نهی در حرمت است همان طور که اصولیان زیادی به آن اشاره کرده اند. (صدر، ۱۴۱۸ق، ج ۱، ص ۹۵؛ مظفر، ۱۳۸۷ش، ص ۱۱۵) در نتیجه پوشیدن لباس شهرت طبق مفاد این روایت، منہی عنه و حرام است.

روایت دوم: مرسله ابن مسکان

امام صادق علیه السلام می فرمایند: «برای خواری و زبونی یک شخص همین بس که لباسی بپوشد یا مرکبی سوار شود که موجب شهرت وی بشود.» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۵) در سند این روایت، عبدالله بن عثمان السراج مجهول و مهمل (علامه حلی، ۱۴۰۲ق، ص ۱۰۶) و رجل که این تعبیر نیز مجهول است وجود دارد و به همین خاطر، روایت مرسله و ضعیف تلقی می گردد.

بنابراین، روایت ضعیف و مهمل است به دلیل وجود ابوسراج و رجل که مهمل اند.

واژه «خزی» که در این روایت مورد استفاده قرار گرفته است، در لغت به معنای خواری و آن چیزی است که موجب شرمساری می شود، (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۲۸۱) و اعم از خزی دنیوی و اخروی است و اگر حرام نبود استحقاق عقاب نداشت و موجب خزی نمی شد. با این توضیح، پوشیدن لباس یا سوار شدن مرکبی که متصف به شهرت طلبی باشد، موجب خزی اخروی و حرام است.

روایت سوم: مرسله عثمان بن عیسی

امام صادق علیه السلام می‌فرمایند: «شهرت چه در خیرات باشد و چه در شرور، در آتش است.» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۵)

راوی اخیر این روایت ذکر نشده است (عمن ذکره) و به همین جهت، مرسله تلقی می‌شود. تعبیر به «در آتش بودن» به معنای این است که موجب ایقاع در جهنم می‌شود و عملی صاحب خود را به جهنم می‌کشاند که حرام است. پس در نتیجه، شهرت چه در خیرات و چه در شرور به دلیل تهدید به عذاب اخروی، حرام می‌شود.

روایت چهارم: روایت ابی سعید

امام حسین علیه السلام می‌فرماید: «کسی که لباسی بپوشد که آن لباس موجب اشتها او می‌شود، روز قیامت، خداوند متعال بر تن او لباسی از آتش می‌پوشاند» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۵)

این روایت به دلیل وجود ابی الجارود و ابوسعید در سند آن که هر دو مجهول‌اند (کشی، ۱۴۰۴ق، ج ۲، ص ۴۹۵)، ضعیف است.

در این روایت وعید به عذاب داده شده است؛ زیرا پوشاندن لباس آتشین از مصادیق عذاب است و استحقاق عذاب لازمه عمل به حرام است؛ بنابراین پوشیدن لباس شهرت‌آور بنا بر مفاد این روایت حرام است و موجب عذاب می‌شود.

روایت پنجم: صحیحه ابی ایوب خزاز

امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «همانا خداوند متعال شهرت‌طلبی در لباس و پوشش را مبعوض می‌دارد.» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۴)

این روایت توسط محمد بن یعقوب کلینی امامی ثقه جلیل (نجاشی، ۱۳۶۵ش، ج ۱، ص ۳۷۷) از علی بن ابراهیم بن هاشم امامی ثقه (علامه حلی، ۱۴۰۲ق، ص ۱۰۰) از محمد بن ابی عمیر امامی ثقه (کشی، ۱۴۰۴ق، ج ۲، ص ۸۵۴) از ابراهیم ابویوب خزاز امامی ثقه (نجاشی، ۱۳۶۵ش، ج ۱، ص ۲۰) نقل شده است؛ بنابراین، صحیحه است.

برای استدلال به این روایت که از لحاظ سندی به دلیل قلت واسطه و راویان مشهور، قوی‌ترین در بین روایات است برای اثبات حرمت لباس شهرت، نیاز به

اثبات ظهور عرفی واژه «یبغض» در حرمت وجود دارد. این امر به سه طریق ممکن است: نخست اینکه ادعای عرفی شود این واژه جزو الفاظ دال بر حرمت است (خویی، ۱۴۱۸ق، ج ۱۲، ص ۳۹۰) و دو اینکه بگوییم دال بر مطلق مبغوضیت است و مطلق، انصراف به فرد اکمل دارد که اکمل مبغوضیت همان حرمت است (عراقی، ۱۴۱۷ق، ج ۱، ص ۱۶۱-۱۶۲) و سه اینکه وقتی مبغوضیتی از سمت مولا در بین هست، عقل حکم می‌کند به خاطر مقام و شأنیت مولا نباید اتیان بشود. (نائینی، بی‌تا، ج ۱، ص ۹۵-۹۶)

روایت ششم: روایت حسن بن علی بن فضال

امام رضا علیه السلام می‌فرماید: «شخصی که خود را به عبادت در میان مردم مشهور سازد، آن را متهم کنید بر دینش. همانا خداوند متعال شهرت در عبادت و شهرت در لباس را مکروه می‌دارد.» (شیخ حر عاملی، ۱۴۰۹، ج ۱، ص ۱۷۹)

این روایت به دلیل وجود علی بن محمد علوی و محمد بن احمد السنانی در سند آن که هر دو راوی، مجهول و مهمل هستند (علامه حلی، ۱۴۰۲ق، ص ۱۶) نامعتبر است.

در ذیل روایت، شهرت عبادت و شهرت لباس پوشیدن از مکروهات الهی شمرده شده است. لفظ کراحت نیز از الفاظ ظاهر در معنای حرمت برشمرده می‌شود طبق همان تقریبی که در لفظ مبغوضیت گذشت. (شهیدی پور، ۱۳۹۸؛ <https://Bzn.ir/g+۰۰۴۷>)
جمع‌بندی روایات به این بیان است که ظهور اولیه این روایات و نیز روایات دیگری که با همین مضمون هستند (به عنوان نمونه رک: شیخ حر عاملی، ۱۴۰۹، ج ۵، ص ۲۴؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۴) در حرمت شهرت‌طلبی به عنوان اولی آن است.

در میان روایات مذکور، روایت اول و پنجم از صحت سندی برخوردارند. بر اساس نظر صاحب ریاض، ضعف سند سایر روایات نیز با توجه به عمل مشهور به آنها قابل جبران است. (طباطبایی کربلایی، ۱۴۱۸ق، ج ۸، ص ۱۷۴) علاوه بر اینکه به خاطر کثرت این روایات، حتی در صورت ضعف سندی تک‌تک آنها، نوعی استفاضه یا حتی تواتر معنوی حاصل، و اطمینان به صدور بیان حرمت (مطلق مبغوضیت) از جانب شارع پیدا می‌شود؛ چه آن که در حصول تواتر، نیازی به صحت آحاد روایات نیست؛ بلکه از انضمام مجموع آنها، و عدم امکان تبانی روات، قطع به صدور

مضمون حاصل می‌شود. (سیفی، ۱۳۷۵ش، ص ۲۰۶)

۲-۱-۱-۲. دلیل دوم: مقرونیت شهرت با عنوان اذلال مؤمن

یکی از محرمات مسلم شرعی عبارت است از این که مؤمن خودش را هتک و اذلال کند. مانند اینکه شخص در جمع اعتراف به گناهی بکند که شخصیت او را ذلیل نماید یا اینکه رفتاری از او صادر شود که موجب پایین آمدن شأنیت وی باشد. ادله معتبری بر حرمت اذلال نفس اقامه شده است که در این مقاله مجالی برای ذکر آن نیست. صاحب ریاض ادعا می‌کند که شهرت‌طلبی ملازمت با اذلال نفس دارد و آن شخصی که انگشت نما می‌شود، مورد تمسخر و تشنیع واقع می‌شود. (طباطبایی کربلایی، ۱۴۱۸ق، ج ۸، ص ۱۷۴)

۲-۱-۲. قول دوم: کراهت شهرت‌طلبی

برخی از فقها بر عنوان شهرت‌طلبی فی حد نفسه حکم حرمت را جاری و منطبق نمی‌دانند؛ بلکه آن را به خودی خود مشمول کراهت می‌دانند. برای مثال محدث کلینی، (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۴) شیخ حر عاملی، (شیخ حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۵، ص ۲۴) محدث نوری، (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۳، ص ۲۳۹) فاضل نراقی (نراقی، ۱۴۱۵ق، ج ۴، ص ۳۸۵) و آیت‌الله خویی (خویی، ۱۴۱۸ق، ج ۱۲، ص ۳۸۸) شهرت را حرام ندانسته و مکروه می‌دانند. البته آیت‌الله خویی در تعلیقه خود بر عروه، حکم به حرمت بنابر احتیاط واجب نموده‌اند. (یزدی، ۱۴۲۱ق، ج ۲، ص ۳۵۱) قائلان به کراهت شهرت‌طلبی، عمدتاً به سه دلیل برای اثبات مدعای خود تمسک نموده و یا می‌توانند تمسک کنند که دو دلیل، به نحوی نقد ادله حرمت شهرت‌طلبی محسوب می‌شوند. چرا که هدف آن دو، ابطال حرمت و اثبات کراهت به عنوان درجه‌ای خفیف‌تر از نامطلوب بودن عنوان شهرت‌طلبی در نزد شارع است. نخستین دلیل، تبیین ملازمه میان تحریم شهرت و نقض اغراض شریعت است. دلیل دوم استدلال به قاعده «لو کان لبان» است. دلیل سوم نیز روایات مورد استدلال قول نخست با برداشتی دیگر است. بدین شکل که ابتدا دلالت آنها بر حرمت مورد خدشه و اشکال قرار می‌گیرد و در مرحله دوم، کراهت (به‌عنوان اقل مراتب مبعوضیت شرعی) از آنها برداشت می‌گردد. در ادامه به شرح این سه دلیل پرداخته می‌گردد.

۲-۱-۲-۱. دلیل اول: نقض غرض شریعت

اگر شهرت طلبی حرام باشد، لازم می آید بخش زیادی از خیرات و حتی واجبات مهمی همچون امر به معروف و نهی از منکر یا ارشاد جاهل، حرام باشد. چرا که مصادیق زیادی از این امور، سبب اشتها رند و در نتیجه از مجموع این احکام که در هیچ یک، تقیید به شهرت مشاهده نمی شود، عدم حرمت شهرت طلبی به عنوان اولی آن فهمیده می شود. در این صورت باید حرمت شهرت را کنار گذاشت و الا موجب ترک موارد زیادی از واجبات و مستحبات شریعت می شود که نقض غرض و خلف فرض است و از آن طرف چون ادله ای در بین داریم که نمی توان آنها را کنار گذاشت، روی به کراهت می آوریم. (نراقی، ۱۴۱۵ق، ج ۴، ص ۳۸۵)

در مقام نقد این کلام می توان پاسخ داد که برای عدم رخداد این محذور، تنها راه موجود، حمل ادله حرمت شهرت طلبی، بر کراهت نیست. به عنوان نمونه، می توان رویکرد کلی شریعت و احکام آن را (که هیچ یک را به عدم منجر شدن به شهرت، تقیید نزده است) قرینه بر تخصیص ادله حرمت شهرت طلبی بر شهرت طلبی خاص همچون شهرت طلبی ملازم با هتک نفس، یا شهرت طلبی در امور عبادی (ریا و سمعه) یا شهرت طلبی بدون اغراض نیکو دانست.

در نتیجه، در عین آن که ظهور اولیه ادله در حرمت شهرت طلبی حفظ شده است، از ظهور آنها در کلیت و عمومیت صرف نظر می گردد و این جمع میان ادله، عرفی تر و بی تکلف تر به نظر می رسد.

۲-۲-۱-۲. دلیل دوم: قاعده لو کان لبان

دلیل دوم استدلال به قاعده لو کان لبان است. حرمت شهرت طلبی به صورت مطلق با آن که از احکامی است که «لو کان لبان» (اگر بود قطعاً شناخته می شد و مخفی نمی ماند) ولی در عین حال برای فقها و متشرعه واضح نیست. اگر پوشیدن لباس شهرت به طور مطلق حرام بود، انتظار می رفت که این حکم برای مؤمنان و متشرعین واضح باشد. اما در حالی که این حکم در مواردی که موجب هتک حرمت می شود واضح است، اما در مواردی که هتک حرمتی رخ نمی دهد، برای متشرعین چندان روشن نیست؛ چون:

اولاً: مشهور فقها به طور صریح حرمت مطلق شهرت طلبی را بیان نکرده‌اند. ثانیاً: برخی از فقها با وجود اینکه پوشیدن لباس شهرت را حرام می‌دانند، اما در مواردی که هتک حرمتی رخ نمی‌دهد، قائل به حرمت مطلق نیستند. (یزدی، ۱۴۲۱ق، ج ۲، ص ۳۵۱؛ سیفی، ۱۳۷۵ش، ص ۲۰۴؛ منتظری، ۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۵۱۴) ثالثاً: اطلاق کلام فقها در حرمت شهرت طلبی، شامل مواردی می‌شود که هتک حرمتی رخ نمی‌دهد، اما این تطبیق، خلاف ارتکاز ذهنی متشرعین است. (فیاض، بی‌تا، ج ۳، ص ۸۸)

مثال‌هایی مانند پوشیدن لباس نظامی برای دفاع از ارگان‌های نظامی، پوشیدن لباس روحانیت برای دفاع از روحانیت، و پوشیدن لباس کرباس توسط مرحوم مدرس برای حمایت از تولید ملی، نشان می‌دهد که در برخی موارد، شهرت طلبی از طریق لباس، با هدف نیکو و بدون هتک حرمت انجام شده است و هیچ‌گونه شبهه حرمتی نیز در اذهان متشرعه وجود نداشته است.

نتیجه آنکه ارتکاز ذهنی متشرعین و عدم تصریح فقها به حرمت مطلق شهرت طلبی، قرینه‌ای بر عدم حرمت لباس شهرت در مواردی است که هتک حرمتی رخ نمی‌دهد. چرا که این حکم از احکامی است که بسیار مورد ابتلای مسلمانان بوده است و در صورتی که وجود می‌داشت، قطعاً واضح و آشکار می‌بود و مورد شبهه و اختلاف، آن هم به این حد واقع نمی‌گشت.

۲-۱-۲-۳. دلیل سوم: ضعف ادله حرمت

با توجه به اینکه حرمت، خلاف اصل است، قائلین به عدم حرمت برای اثبات مدعای خود، در ابتدا به نقد و رد ادله حرمت احتیاج می‌پردازند تا اثبات گردد که این ادله توانایی اثبات حرمت شرعی را ندارند. سپس و در مرحله دوم، کفایت آنها برای اثبات مطلق مبغوضیت که درجه خفیف آن، کراهت است، اثبات می‌گردد؛ بنابراین، در ادامه نقدهایی که به ادله حرمت وارد شده است بیان و بررسی می‌شود.

۲-۱-۲-۱. نقد دلیل اول حرمت: روایات

اکنون به نقد هر یک از روایات مورد استدلال در قول اول پرداخته می‌شود.

نقد روایت اول: دلالت این روایت قابل خدشه نیست و ظهور در حرمت در آن مسلّم است؛ تنها ضعف دلالتی این روایت، اختصاص آن به شهرت لباس است که موجب می‌شود دلیلی بر حرمت مطلق شهرت طلبی تلقی نگردد.

اما از جهت سندی، این روایت به دلیل وجود سهل بن زیاد آدمی قابل خدشه و اشکال است. وی طبق نظر رجالی‌ها همچون نجاشی (نجاشی، ۱۳۶۵ ش، ص ۱۸۵) و ابن غضائری (ابن غضائری، ۱۳۸۰ ش، ص ۶۶) و نیز فقیهی همچون آیت‌الله خویی (خویی، ۱۴۱۸ ق، ج ۱۲، ص ۳۸۹)، شخص ضعیف و غیر مقبولی است. اما این ادعا قابل خدشه است؛ زیرا علت اصلی خدشه‌های وارد به سهل بن زیاد به خاطر تعریف مضیق متقدمین از غلو است؛ لکن با دیدگاه موسع رجالیان متأخر از غلو، وی از غالیان شمرده نمی‌شود و قدح‌ها به او وارد نمی‌باشد. (کربلائی پاژکی، ۱۴۰۲ ش) و نیز روایات سهل بن زیاد تلقی به قبول شده است و مورد عمل فقها قرار می‌گیرد تا آنجا که این جمله بین آنها مشهور شده است که «الامر فی السهل سهل». (طوسی، ۱۴۲۷ ق، ص ۳۸۶) در نهایت این روایت از جهت دلالت (بر حرمت لباس شهرت) و سند قابل خدشه نیست. اما عمومیتی نسبت به شهرت طلبی در مصادیقی غیر از لباس پوشیدن ندارد.

نقد روایت دوم: این روایت از جهت سندی و دلالتی مخدوش است. در سند روایت ارسال عبدالله بن عثمان السراج مجهول و مهمل است (علامه حلی، ۱۴۰۲ ق، ص ۱۰۶) و «رجل» در سند آن، مجهول و نامشخص است و به همین خاطر، روایت مرسله و ضعیف تلقی می‌گردد؛ همین مسئله موجب اعراض فقها از آن شده است. (خویی، ۱۴۱۸ ق، ج ۱۲، ص ۳۸۹؛ منتظری، ۱۴۱۵ ق، ج ۲، ص ۲۱۵)

اما از نظر دلالتی نخستین اشکال روایت، آن است که منظور از اینکه لباس شهرت موجب خزی می‌شود، اخبار تکوینی معصوم علیه السلام از آثار دنیوی شهرت طلبی است که نشان می‌دهد پوشیدن لباس شهرت موجب انگشت‌نماد شدن و هتک شأن مؤمن است؛ و این مفاد دلالتی بر حرمت و جعل تشریعی برای خذلان اخروی ندارد.

ثانیاً حتی اگر گفته شود شامل خزی اخروی هم می‌شود، لزوماً به معنای عذاب نیست. زیرا خزی به معنای خفت است و به درجات بالا نرسیدن هم نوعی خفت به حساب می‌آید و می‌تواند مقصود از این تعبیر باشد.

در نهایت، این روایت از حیث سند و دلالت مخدوش است و حرمت شهرت‌طلبی را اثبات نمی‌کند.

نقد روایت سوم

اشکال سندی: این روایت به دلیل عدم ذکرشدن مشخص راوی‌اش در طبقه آخر، مرسله (مهمله) به حساب می‌آید که در نتیجه حتی در صورتی که دلالت آن از خدشه و انصراف عرفی و متشرعی در امان باشد، نمی‌تواند حجت بر حکم شرعی قرار گیرد.

علاوه بر اشکال سندی، مفاد روایت نیز دلیل بر حرمت شهرت‌طلبی شمرده نمی‌شود. ظهور روایت در این است که شهرت حتی اگر برآمده از منشأهای خیر باشد؛ ولی در هر صورت، صاحب خود را در معرض هلاکت قرار می‌دهد. بدین نحو که هرکس سراغ شهرت‌طلبی برود و در پی ریاست باشد، حتی اگر غرض و منشأ خیر و نیکویی هم داشته باشد، باز هم در معرض خطر و هلاکت است. در نتیجه این روایت دلالتی بر تشریع حرمت تکلیفی نخواهد داشت و حداکثر اخبار از واقعیت تکوینی عاقبت شهرت‌طلبی به حساب می‌آید. (شهیدی پور، ۱۳۹۸؛ <https://Bzn.ir/g.04047>)

نقد روایت چهارم: دلالت روایت بر حرمت واضح است؛ ولی سند آن به دلیل وجود ابی الجارود که غیر امامی و ضعیف است، متروک واقع می‌شود و به آن عمل نمی‌شود. (ابن غضائری، ۱۳۸۰ش، ص ۶۰؛ علامه حلی، ۱۴۰۲ق، ص ۲۲۲)

نقد روایت پنجم: سند این روایت به هیچ‌عنوان قابل‌خدشه نیست و مورد قبول و تأیید است. اما دلالت آن محل اشکال و تأمل است. ناگفته نماند که این روایت نیز حتی در صورت سالم ماندن از اشکالات آتی، صرفاً دلیل بر حرمت لباس شهرت است و عموم و اطلاقی در آن به چشم نمی‌خورد. دلیل اصلی تأمل در دلالت این روایت، استفاده از واژه «بیغض» در آن است چرا که ظهور لفظ «بیغض» در حرمت قابل قبول نیست (منتظری، ۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۵۱۳؛ فیاض، بی تا، ج ۲، ص ۸۸) و نیز بر این ادعا قرائن و شواهد زیادی از روایات موجود است که لفظ «بیغض» به کار رفته است؛ ولی مراد از آن قطعاً حرمت نمی‌باشد: (شهیدی پور، ۱۳۹۸؛ <https://Bzn.ir/g.04047>) به عنوان نمونه در روایات، پرخوابی و بیکاری (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۸۴) قیل و قال، هدر دادن

اموال و زیاد سؤال پرسیدن (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۳۰۱)، و طلاق (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۵۴) مبعوض الهی دانسته شده است در حالی که یقیناً این موارد ذاتاً حرام نیست. در نتیجه در این روایت هم «یبغض» نمی تواند دال بر حرمت باشد.

علاوه بر این که این روایت خلاف اجماع است و هیچ فقیهی به آن عمل نکرده است. در نتیجه، حداکثر می تواند کراهت شهرت را اثبات نماید.

نقد روایت ششم: استدلال به این روایت، مبتلا به دو اشکال عمده و اساسی در دلالت و سه اشکال در سند است:

نخستین اشکال سندی در این روایت آن است که احمد بن محمد کوفی مشترک بین دو شخص است که یکی از آنها امامی و توثیق شده است در حالی که دیگری چنین نیست؛ دوم آن که علی بن حسن بن علی بن فضال در کودکی پدر خویش را درک کرده است در نتیجه نقل کردن از او محل اشکال و تأمل است. سومین اشکال نیز وقوع علی بن محمد علوی در سند است که توثیقی برای او نقل نشده است. (شهیدی پور، ۱۳۹۸؛ <https://Bzn.ir/g.4047>)

اما از نظر دلالتی، علاوه بر این که موضوع نهی در این روایت، شهرت طلبی در عبادت و لباس است و اطلاق و عمومی در آن وجود ندارد، اشکال نخست آن است که در صدر این روایت شهرت عبادت مورد نهی قرار گرفته است. واضح و مبرهن است در عبادات، شهرت طلبی قطعاً موجب بطلان عبادت می گردد و از مصادیق ریا و عدم قصد تقرب است که منجر به اخلال در شرط صحت عبادت است. در نتیجه قسمت اول این روایت نمی تواند دلیل بر حرمت یا کراهت نفسی شهرت طلبی قرار گیرد و منصرف به مانعیت شهرت طلبی برای صحت عبادات است.

دومین و مهم ترین اشکال از حیث دلالت در استدلال به این روایت این است که تعبیر این روایت، یکره است و یکره دلیل بر حرمت محسوب نمی گردد. کراهت گرچه مشخص است که به معنای کراهت اصطلاحی در مقابل حرمت و سایر احکام تکلیفیه نیست، اما قطعاً ظهوری در حرمت ندارد. (شهیدی پور، ۱۳۹۸؛ <https://Bzn.ir/g.4047>)

در این ارتباط، مرحوم خوئی معتقد است از آنجا که یکره ظهور در مبعوضیت شرعی دارد و مبعوضیت منشأ حرمت است، پس دلیل بر منشأ حرمت، دلیل بر ۱۱۷

حرمت خواهد بود. (خویی، ۱۴۱۸ق، ج ۴، ص ۲۷۹)

اما در نقد کلام مرحوم خویی، می‌توان گفت یکره ظهور در حرمت ندارد. چرا که کراهت میان حرمت و کراهت اصطلاحی مشترک است و منشأ برای هر دو حکم است. قدر متیقن از کراهت، مکروه بودن اصطلاحی است و در نتیجه، حتی در صورت اجمال، لفظ یکره بر قدر متیقن خود حمل می‌شود و نمی‌تواند مثبت حرمت باشد.

۲-۱-۲-۳. نقد دلیل دوم حرمت: مقرونیت به عنوان اذلال نفس

حرمت اذلال نفس و هتک حرمت مؤمن از مقبولات فقهی است که دلیل بر حرمت آن در ادله اثبات حرمت گذشت. اما سخن اینجاست که ملازمت یک عنوان با عنوان محرم دیگر، موجب حرمت خود آن عنوان نمی‌شود؛ بلکه آنچه که محرم است آن عنوان حرام است و این حرمت باعث نمی‌شود که عنوان ملازم او نیز حرام بشود.

علاوه بر اینکه مقرون بودن بین شهرت‌طلبی و اذلال نفس به صورت همیشگی نیست؛ بلکه رابطه بین آنها عموم و خصوص من وجه است. زیرا مواردی هست که اذلال نفس است؛ ولی ذیل شهرت‌طلبی قرار نمی‌گیرد؛ مانند اینکه شخصی اعتراف به گناه بکند که موجب ذلیل شدن شخصیتش می‌شود؛ ولی با آن مشهر نشده است؛ از آن طرف موارد شهرت‌طلبی موجود هست که موجب وهن و هتک مؤمن نمی‌شود؛ مانند شخصی که لباس زیبایی می‌پوشد که او را معروف می‌کند؛ ولی شخصیت او محبوب‌تر و مرفقی‌تر می‌شود؛ برخی موارد نیز مورد اجتماع هستند؛ مانند اینکه شخصی لباس کهنه‌ای بپوشد که هم موجب شهرت وی می‌شود و هم شخصیت او را هتک و ذلیل می‌کند.

در نتیجه این توانایی اثبات حرمت مطلق شهرت را ندارد.

۲-۱-۳. قول سوم: اباحه شهرت‌طلبی

برخی از معاصرین خودِ شهرت را فی حد نفسه حرام ندانسته و آنچه را که حرام می‌دانند، بعضی از لوازمی است که گاهی با شهرت همراه هستند و رابطه آنها با شهرت‌طلبی عموم و خصوص من وجه است؛ مانند وهن مؤمن یا ازبین‌رفتن کرامت نفس که توضیح آن گذشت. طبق نظر ایشان حرمت موجود در آن فعل خارجی فقط به خاطر

هتک و وهن است و هیچ حکمی بر شهرت بار نمی‌شود. (فیاض، بی‌تا، ج ۳ ص ۸۸)

دلیل نظریه اباحه، عدم اتقان و کفایت روایات باب شهرت برای اثبات حرمت شهرت طلبی است. (فیاض، بی‌تا، ج ۳ ص ۸۸) در این روایات مناسبت حکم و موضوع دال بر این است که شهرت هیچ قبیحی ندارد و هر قبیحی در این بین موجود است، به دلیل بعضی از لوازم آن مانند از بین رفتن کرامت انسانی یا هتک حرمت مؤمن است. در نتیجه ادله موجود، حرمت شهرت را اثبات نمی‌کنند؛ بلکه صرفاً دال بر حرمت هتک و وهن مؤمن هستند.

۲-۲. جمع بندی بخش اول

در نهایت با توجه به وجود اشکالات متعدد سندی و دلالتی در ادله حرمت شهرت طلبی، در غیر مصداق لباس شهرت، دلیل معتبری بر حرمت آن وجود ندارد. در نتیجه، و با توجه به وجود روایات صحیحیه در خصوص شهرت لباس، در غیر این مصداق حداکثر می‌توان با تمسک به قاعده تسامح در ادله سنن، به کراهت شهرت طلبی به صورت فی الجمله ملتزم شد.

اما نسبت به شهرت در لباس نیز، ادله امکان و قوت اثبات حرمت مطلق را ندارند که در مباحث آتی به آن پرداخته می‌شود.

۳. بررسی اطلاق و اشتراط حکم شهرت طلبی

پس از بررسی حکم شهرت طلبی، بر آن اساس که حرمت یا کراهت شرعی شهرت طلبی از روایات استنباط گردد، سخن از این به میان می‌آید که آیا این حکم، اعم از آن که حرمت یا کراهت باشد، به صورت مطلق و بدون هیچ قیدی است یا این که مشروط به شرایط قیودی است که در صورت نبود آنها، حکم نیز منتفی و به تطبیق عناوین دارای حکم دیگر و اصل برائت مراجعه می‌گردد؟ گروهی از فقهاء، بدون مقید ساختن حکم لباس شهرت، مطلقاً آن را حرام تلقی نموده‌اند. در این زمینه می‌توان به سید محمدجواد عاملی (حسینی عاملی، ۱۴۱۹ق، ج ۱۲، ص ۱۹۸)، سید علی طباطبایی (طباطبایی کربلایی، ۱۴۱۸ق، ج ۸، ص ۱۷۳)، صاحب عروه (یزدی، ۱۴۲۱ق، ج ۲، ص ۳۵۱)، صاحب جواهر (نجفی، بی‌تا، ج ۲۲، ص ۱۱۵) و محقق نجفی (نجفی، ۱۱۹

۱۳۸۷ش، ج ۱، ص ۲۸۵) اشاره نمود.

نظریه این گروه از فقها، مطابق با اصل اولی است؛ زیرا مشروط بودن نیاز به قید جداگانه دارد و در جایی که قید وجود نداشته باشد، به اطلاق عمل می‌شود. اما در مقابل نظریه اطلاق، نظرانی دیگر نیز ارائه شده یا قابل ارائه است که در مجموع از دو زاویه به حکم شهرت‌طلبی نگریسته‌اند. زاویه اول خصوصیت یا عدم خصوصیت لباس در متعلق شهرت است. زاویه دوم، عروض عناوین ثانوی بر شهرت‌طلبی است. در ادامه عمومیت حکم شهرت‌طلبی از دو جهت فوق مورد بررسی قرار می‌گیرد.

۳-۱. جهت اول: خصوصیت یا عدم خصوصیت «لباس» در متعلق شهرت

عموم فقها بحث از عنوان شهرت را ذیل باب الصلاه و در مبحث لباس نمازگزار مطرح کرده‌اند کما اینکه شیخ حر عاملی هم روایات مربوط به آن را در باب لباس نمازگزار ذکر کرده است؛ (شیخ حر عاملی، ۱۴۰۹، ج ۵، ص ۲۴) به همین جهت، بحث و بررسی اکثر فقها از عنوان شهرت نیز مختص به لباس شهرت است و نظرات بیشتر فقها اعم از حرمت یا کراهت و...، جملگی ناظر به اشتها در پوشش لباس است و عموماً سخنی از اشتها در غیر پوشش مطرح نیست. پس در نتیجه فقها عمدتاً نسبت به اشتها در مطلق افعال، سکوت نموده‌اند.

همچنان که در هر فعلی که نسبت به حرمت آن شبهه وجود داشته باشد براءت جاری می‌شود، مسئله شهرت‌طلبی نیز از این قاعده مستثنی نیست و اصل عملی اولیه آن براءت است (طوسی، ۱۴۱۷ق، ج ۲، ص ۷۴۷) که مستلزم عدم تسری حکم حرمت به غیر لباس است. اما تا زمانی که اصل لفظی وجود داشته باشد، نوبت به اصل عملی نمی‌رسد. در ابتدا و با نظر بدوی با توجه به آنکه موضوع حرمت در برخی روایات، شهرت در خصوص لباس یا دابه است و در برخی شهرت به صورت مطلق ذکر شده است^۱، می‌توان به اطلاق روایات تمسک نمود و مطلق شهرت را حرام یا مکروه دانست. چرا که عام و خاص یا مطلق و مقید، در صورتی

۱. روایت سوم و ششم.

که مثبتین باشند، و ظهور در وحدت حکم نداشته باشند متنافی محسوب نمی‌شوند و خاص و مقید، عام و مطلق را تخصیص نمی‌زند. اما با دقت و تأمل بیشتر مشخص می‌شود که روایاتی که در آنها حکم از لباس شهرت فراتر رفته است سند قابل قبولی ندارند و مرسله یا ضعیف هستند. در نتیجه، با فقدان دلیل لفظی و اصل لفظی اطلاق در ادله، به اصل عملی براءت در مورد اشتها به غیر لباس شهرت رجوع می‌شود.

لکن عده‌ای از فقها ادعا نموده‌اند که حرمت از لباس به غیر آن تسری پیدا می‌کند و هر فعلی اعم از پوشیدن لباس یا سوارشدن بر مرکب و یا داشتن مال خاص یا رفتار متفاوت، حرام است. مستند این نظریه، علاوه بر روایات مطلق (نراقی، ۱۴۱۵ق، ج ۴، ص ۳۸۵)، آن است که آنچه در ادله حرمت لباس شهرت نیز مورد نهی قرار گرفته است اشتها و «انگشت‌نما شدن» است که مصداق بارز آن در آن زمانه، البسه و یا مرکب بوده است. خصوصیت خاصی در لباس و مرکب و امثال آن وجود ندارد و وجه تحریم آنها چیزی جز اشتها نیست. در نتیجه با الغاء خصوصیت از ادله خاص لباس شهرت و تنقیح مناط (تبریزی، ۱۴۳۱ق، ج ۲، ص ۱۶۴؛ کاشف الغطاء، ۱۴۲۲ق، ج ۶، ص ۶۳)، حکم لباس شهرت سایر مصادیق اشتها و شهرت طلبی را نیز شامل می‌شود.

در پاسخ از این ادعا، باید گفت روایات مطلق از سند صحیحی برخوردار نیستند (حدیث دوم و سوم و ششم). روایات صحیح السند نیز اطلاقی ندارند (حدیث اول و پنجم) و کشف مناط آنها و الغاء خصوصیت از مورد آنها نیز نیازمند دلیل قطعی است که در مقام وجود ندارد. علاوه بر آن که در خود لباس شهرت نیز، اقوال و نظرات و برداشت‌های مختلفی از ادله شده است که مهم‌ترین آن اختصاص حکم به لباس شهرت ملازم با عنوان شناعة و هتک و وهن مؤمن است و حرمت مطلق آن محل اشکال است.

۲-۳. جهت دوم: عروض عناوین ثانوی

برخی از فقها معاصر همچون آیت‌الله خویی (۱۴۲۱ق، ج ۲، ص ۳۵۱)، آیت‌الله تبریزی (۱۴۳۱ق، ج ۲، ص ۱۶۴)، آیت‌الله سیستانی (شهیدی‌پور، ۱۳۹۸؛ <https://Bzn.ir/g-4047>)، آیت‌الله

سیفی مازندرانی (۱۳۷۵ش، ص ۲۰۴)، آیت‌الله منتظری (۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۵۱۴) و استاد شهیدی‌پور (شهیدی‌پور، ۱۳۹۸؛ <https://Bn.ir/g.4047>) معتقدند صرفاً شهرتی عصیان است که همراه با ایجاد خفت و اهانت و ترک شأنیت مؤمن باشد؛ به نحوی که عمل شهرت‌طلبانه اعم از پوشیدن لباس خاص یا رفتارهای متمایز موجب وهن و شناعة شخصیت آن مؤمن باشد. این نظریه مبتنی بر آن است که ادعای حرمت در مطلق رفتارهای شهرت‌طلبانه امر گزافی است و نمی‌توان همه شهرت‌طلبی‌ها را حرام دانست بلکه تنها حصه خاصی از آنها که موجب هتک و وهن و شناعة می‌شوند، حرام هستند.

این گروه از فقها برای اثبات نظریه خود عمدتاً به دو دلیل تمسک کرده‌اند. دلیل اول استظهار از ادله حرمت شهرت‌طلبی است که به مناسبت حکم و موضوع، صرفاً شامل شهرت مستلزم هتک مؤمن‌اند. قول لغویان نیز شاهد بر این ادعا است چرا که معنا یا یکی از معانی شهرت را «ظهور الشیء فی شئ» (ظهور و بروز چیزی در قبح و زشتی) دانسته‌اند است. (ازهری، ۱۴۲۱ق، ج ۶، ص ۵۲)

دلیل دومی که بر این نظریه ارائه شده است، سیره عقلا مطابق با ارتکاز متشرعه است. عرف عقلا اشخاصی که به لباس خاص یا رفتارهای خاصی که قبیح و شنیع نیست شناخته می‌شوند را استقباح و استنکار نمی‌کنند و رفتار آنان را نیز مستحق مذمت و مجازات نمی‌شمارند. در میان متشرعه نیز، این ارتکاز وجود دارد که به مجرد تحقق رفتار مستلزم شهرت، شخص مرتکب را خاطی و عاصی نمی‌شمارند؛ به نحوی که حتی در رفتار و پوشش حضرات معصومین هم اشتها راتی یافت می‌شود. نمونه‌های فراوانی برای این ادعا قابل استقراء است از جمله آن که گاه اشخاصی برای دفاع از یک قشر یا گروه، لباس آن گروه را به تن می‌کنند با آن که از اعضاء آن نیستند. همچون کسی که طلبه نیست؛ اما برای دفاع از روحانیت لباس روحانیت به تن می‌کند یا کاسبی برای دفاع از نظامیان کشورش، لباس نظامی می‌پوشد و به این کار مشتهر می‌گردد. عرف عقلا و متشرعه، این رفتار را که مستقیماً موجب اشتها ر و انگشت‌نمашدن شخص مرتکب می‌شود، قبیح نمی‌شمارند. واضح‌تر از مثال سابق، لباس‌هایی است که در عرف جامعه نشان‌دهنده یک

صنف خاص است و موجب شهرت اشخاص می شود. مانند لباس مخصوص روحانیت یا لباس سربازان؛ در حالی که ما یقین داریم پوشیدن آن لباس ها حرام نیست؛ زیرا موجب هتک و وهن آن اشخاص نیست (تبریزی، ۱۴۳۱ق، ج ۲، ص ۱۶۴) همچنین اشخاص مشهور (سلبریتی) نیز که در جامعه رفتارهایی خاص انجام می دهند و لباس هایی خاص می پوشند و به آن رفتار و پوشش مشهور می شوند و سر زبان ها می افتند در حالی که ارتکاز ثابت و قطعی عقلا بر عدم استقباح این امور است و متشرعه نیز این امور را به خودی خود منکر نمی پندارند. در نتیجه یقین می کنیم که صرف شهرت طلبی و اشتها به لباس و رفتار، تا زمانی که موجب هتک و وهن شخص نشود حرام نیست. (منتظری، ۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۵۱۵)

۴. تطبیق حکم شهرت طلبی بر اقدامات شهرت طلبانه به قصد اینفلوئنسر شدن

با توجه به این که رفتارهای اینفلوئنسرها در فضای مجازی به خودی خود و از جهت شهرت طلبی حرام نیست، مگر آنکه عناوین ثانوی محرم بر آن عارض شود، لازم است این اصل فقهی در رفتارهای رایج شهرت طلبانه ای که با هدف اینفلوئنسر شدن انجام می شود، تطبیق داده شود. در این راستا، ده رفتار متداول شهرت طلبانه در مسیر اینفلوئنسر شدن بررسی می گردد و حکم فقهی هر یک با توجه به این مبنا ارائه می شود:

۱. انتشار محتوای چالشی و جنجالی: اگر چالش ها و محتوای جنجالی موجب اشاعه فحشا، افساد جامعه، یا ایجاد فتنه یا اعانه بر هر یک از این عناوین شود، مشمول حرمت خواهد شد. اما اگر تنها به جهت افزایش تعامل و جذب مخاطب باشد، فی نفسه اشکالی ندارد.

۲. نمایش سبک زندگی تجملاتی: در صورتی که منجر به ترویج فرهنگ اشرافی گری و اسراف در جامعه شود و موجب وهن مؤمنان گردد، حرام خواهد بود. اما در غیر این صورت، از این جهت اشکالی ندارد.

۳. نشر اخبار و اطلاعات زرد: انتشار اخبار نادرست، غیبت، یا اشاعه اکاذیب، مصداق اعانه بر اثم و حرام است. اما انتشار اخبار بدون مفسده و صرفاً برای جذب مخاطب، فاقد اشکال ذاتی است.

۴. ایجاد درگیری‌های ساختگی و حواشی: چنانچه این اقدامات منجر به اضرار به غیر، هتک حرمت افراد، یا نشر اکاذیب شود، قطعاً حرام است.
۵. فعالیت در حوزه غذا و موبانگ: در صورتی که این محتوا مشمول اسراف و تبذیر، تحقیر فقرا، یا ضرر بدنی (برای خود فرد یا دیگران) باشد، حکم حرمت خواهد داشت. در غیر این صورت، ذات این فعالیت اشکالی ندارد. همچنین ممکن است نمایش غذا خوردن از نظر فقهی محکوم به حرمت و یا کراهت باشد که در این صورت، این کار از جهت ارتکاب حرام یا ترویج و اصرار بر امر مکروه، قابلیت اتصاف به حرمت را خواهد داشت.
۶. ترویج سبک‌های خاص پوشش و مد: اگر این سبک‌ها مخالف ارزش‌های شرعی باشند و منجر به اشاعه منکر شوند، حرام است. اما در غیر این صورت، مجاز خواهد بود.
۷. انتشار محتوای اغراق‌آمیز و نمایشی: چنانچه دروغ، فریب، یا فریب‌کاری در آن باشد، حرام است. اما اگر تنها به عنوان شیوه‌ای از سرگرمی و جذب مخاطب استفاده شود، ذاتاً اشکالی ندارد.
۸. استفاده از کودکان برای جذب مخاطب: در صورتی که موجب سوءاستفاده از کودک (اضرار یا وهن او) گردد، حرام است. اما اگر بدون مفسده باشد، اشکالی ندارد.
۹. ترویج مصرف‌گرایی: اگر باعث وابستگی بی‌مورد جامعه به مصرف بی‌رویه و بی‌توجهی به قناعت و ساده‌زیستی شود، حکم به حرمت می‌شود.
۱۰. انتشار محتوای طنز و سرگرمی: اگر مشتمل بر تحقیر افراد، تمسخر مؤمنان، یا اشاعه فحشا باشد، حرام خواهد بود. اما محتوای طنز سالم، اشکالی ندارد.

نتیجه‌گیری

با بررسی صورت گرفته در تمامی ادله عقلی، نقلی موجود در مسئله، نتیجه بحث بدین صورت است: با نگاه اولیه به ادله نقلی و کلمات فقها در باب شهرت، شهرت‌طلبی به وسیله پوشیدن لباس‌های خاص حرام به نظر می‌آید؛ ولی دیگر افعال شهرت‌طلبانه توانایی اثبات حرمت در آنها موجود نیست.

ولی با دخیل کردن سیره و ارتکازات و متفاهمات عرفی و بررسی تحلیلی مصادیق مورد نظر در روایات و کلمات فقها این چنین به دست می آید که شهرت طلبی فی حد نفسه اعم از اینکه در لباس و یا غیر لباس باشد حرام نیست و حرمت آن در صورتی است که مقرون با وهن و خزی شأن مؤمن باشد؛ بنابراین، رفتارهای اینفلوئنسرها در فضای مجازی که هدف اولی از آن کسب شهرت و محبوبیت است، ذاتاً حرام نیست و مانعی برای انجام آنها از حیث شهرت وجود ندارد، مگر اینکه عناوین ثانویه محرم دیگری همچون وهن مؤمن، اعانه بر اثم، اشاعة فحشا، اضرار به غیر و غیره به رفتار آنها اضافه شود که در این صورت به خاطر آن عناوین حرام می شوند. چنان که بسیاری از فعالیت های شهرت طلبانه به غرض اینفلوئنسر شدن، مصادیقی از این موارد شمرده شود.



فهرست منابع

- قرآن کریم.

۱. ابن غضائری، احمد (۱۳۸۰ش). الرجال لابن الغضائری. قم: انتشارات موسسه علمی فرهنگی دارالحديث.
۲. ازهری، محمد (۱۴۲۱ق). تهذيب اللغة. بيروت: انتشارات دار احیاء التراث العربی.
۳. اصفهانی، محمدحسین (۱۴۲۹ق). نهاية الدرايه فی شرح الکفایه. بيروت: انتشارات موسسه آل البيت عليه السلام.
۴. تبریزی، جواد (۱۴۳۱ق). تنقيح مباني العروة (الصلاة). قم: انتشارات دار الصديقة الشهيدة.
۵. جوهری، اسماعیل (۱۴۰۳ق). الصحاح تاج اللغة و صحاح العربيه. بيروت: انتشارات دار العلم للملايين.
۶. حسینی عاملی، محمدجواد (۱۴۱۹ق). مفتاح الكرامة فی شرح قواعد العلامة. قم: انتشارات موسسه النشر الاسلامی.
۷. خویی، ابوالقاسم موسوی (۱۳۷۲ش). معجم رجال الحديث و تفصيل طبقات الرواة. بی جا: بی نا.
۸. خویی، ابوالقاسم موسوی (۱۴۱۸ق). موسوعة الامام الخويي. قم: انتشارات موسسه احیاء الامام الخويي.
۹. راغب اصفهانی، حسین (۱۴۱۲ق). مفردات الفاظ القرآن. بيروت: انتشارات دار الشامیة.
۱۰. سیفی مازندرانی، علی اکبر (۱۳۷۵ش). دليل التحرير الوسیله (الستر و النظر). تهران: انتشارات موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۱۱. شیخ حر عاملی، محمد (۱۴۰۹ق). تفصيل وسائل الشریعه الی تحصیل مسائل الشریعه. قم: انتشارات موسسه آل البيت عليه السلام.
۱۲. نجفی، محمدحسن (بی تا). جواهر الکلام فی شرح شرایع الاسلام. بيروت: دار احیاء التراث العربی.
۱۳. صدر، محمدباقر (۱۴۱۸). دروس فی علم الاصول. قم: انتشارات موسسه النشر الاسلامی.
۱۴. طباطبایی کربلایی، علی (۱۴۱۸ق). ریاض المسائل فی تحقیق الاحکام بالدلائل. قم: انتشارات موسسه آل البيت عليه السلام.
۱۵. طوسی، محمد (۱۴۱۷ق). العده فی اصول الفقه. قم: بی نا.
۱۶. طوسی، محمد (۱۴۲۷ق). رجال الطوسی. قم: انتشارات موسسه النشر الاسلامی.
۱۷. عراقی، ضیاءالدین (۱۴۱۷ق). نهاية الافکار. قم: انتشارات موسسه النشر الاسلامی.
۱۸. علامه حلی، حسن (۱۴۰۲ق). رجال العلامة الحلی. قم: انتشارات الشریف الرضی.
۱۹. فیاض، محمد اسحاق (بی تا). تعالیق مبسوطه علی العروة الوثقی. قم: انتشارات محلاتی.

۲۰. کاشف الغطاء، جعفر (۱۴۲۰ق). شرح القواعد. نجف اشرف: انتشارات موسسه کاشف الغطاء الذخاير.
 ۲۱. کاشف الغطاء، حسن (۱۴۲۲ق). انوار الفقاهة. نجف اشرف: انتشارات موسسه کاشف الغطاء العامة.
 ۲۲. کلینی، محمد (۱۴۰۷ق). الکافی. تهران: انتشارات دار الکتب الاسلاميه.
 ۲۳. مرتضی زبیدی، محمد (۱۴۱۴ق)، تاج العروس من جواهر القاموس، بیروت: انتشارات دار الفكر.
 ۲۴. مظفر، محمدرضا (۱۳۸۷ش). اصول الفقه. قم: انتشارات بوستان کتاب قم.
 ۲۵. منتظری، حسینعلی (۱۴۱۵ق). دراسات فی مکاسب المحرمة. قم: نشر تفکر.
 ۲۶. موسوی سبزواری، عبدالاعلی (۱۴۱۳ق). مذهب الاحکام فی بیان الحلال و الحرام. قم: انتشارات السيد عبدالاعلی السبزواری.
 ۲۷. نائینی، محمدحسین (بی تا). اجود التقريرات. قم: انتشارات کتاب فروشی مصطفوی.
 ۲۸. نجاشی، احمد (۱۳۶۵ش). رجال النجاشی. قم: انتشارات موسسه النشر الاسلامی.
 ۲۹. نجفی، هادی (۱۳۸۷ش). الآراء الفقهية. اصفهان: انتشارات مهر قائم.
 ۳۰. نخعی، سارا، مهدی پور، مهدیه، کشاورز، عباس (۱۳۹۹ش) / اینفلوئنسری در اینستا و رسانه های اجتماعی، تهران: دیباگران تهران.
 ۳۱. نراقی، احمد (۱۴۱۵ق). مستند الشیعه فی احکام الشریعة. قم: انتشارات موسسه آل البيت علیه السلام.
 ۳۲. نوری، حسین (۱۴۰۸ق) خاتمة مستدرک الوسائل. بیروت: موسسه آل البيت علیه السلام.
 ۳۳. هاشمی شاهرودی و همکاران (۱۴۲۳ق). موسوعة الفقه الاسلامی طبقا لمذهب اهل البيت علیه السلام. قم: انتشارات موسسه دائرة المعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت علیه السلام.
 ۳۴. یزدی، محمدکاظم (۱۴۲۱ق). العروة الوثقی. قم: انتشارات موسسه النشر الاسلامی.
- مقالات:
۱. کربلائی پازکی، علی، نجفی پازوکی، فاطمه، حسن زاده، صالح (پاییز و زمستان ۱۴۰۲). تضعیفات و توثیقات سهل بن زیاد در ترازوی داوری. حدیث پژوهی، ۱۵ (۳۰)، ۲۷۱ - ۳۰۲.
- پایان نامه:
۱. جوادی، احسان (۱۴۰۰ش). مقایسه اصاله البرائه و احتیاط با اصل اباحه و حظر. (استاد راهنما: محمدرضا کاظمی گلرودی)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، دانشکده الهیات، گروه فقه.

منابع اینترنتی:

۱. آستانه، مجتبی، سازمان امور مالیاتی...، سایت دیجیاتو، تاریخ دستیابی: ۱۴۰۳/۶/۷؛

۲. شهیدی پور، محمدتقی، (۱۳۹۸ش)، حکم فقهی شهرت [جزوه درس خارج فقه]، قم: مدرسه حضرت آیت الله تبریزی، تاریخ دستیابی: ۱۴۰۳/۶/۱۳؛ <https://Bzn.ir/g۰۴۰۴۷>.
۳. وبگاه مدرسه فقهی امام باقر (ع)، (۱۳۹۵ش)، الامر فی توثیق سهل، سهل [ذکری ۴۸]؛ تاریخ دستیابی: ۱۴۰۳/۶/۱۵؛ <https://mfef.ir/home/zkrrejal>؛ ۴۸.
۴. مددی، سید احمد، (۱۳۸۹ش)، تقریرات درس خارج فقه (تدوین کاظم دلیری)، تاریخ دستیابی: ۱۴۰۳/۶/۱۵؛ لینک دسترسی: <https://Bzn.ir/b۹۷۶۳۸>.
۵. مجله کاپریلا، اینفلوئنسر چیست؟؛ تاریخ دستیابی: ۱۴۰۳/۶/۷؛ <https://Bzn.ir/n۳۳۳۵۹>.
۶. Oxford English Dictionary ,Influencer ؛ ۱۴۰۴/۶/۳؛ <https://Bzn.ir/xw۲۱۶۳>.
۷. BOSTOCK.B,USINESSINSIDER ,SAUDI ARABIA IS ENLISTING INSTAGRAM TRAVEL INFLUENCERS TO HELP REPAIR ITS TATTERED REPUTATION ؛ تاریخ دستیابی: ۱۴۰۳/۶/۷؛ <https://Bzn.ir/d۷۶۶۶۳>.

