

Jurisprudential Study of the Effects of Cyberspace on the Individual and Family

Reza Esfandiyari (Islami)*

(Received: 20/05/2021; Accepted: 28/08/2021)

Abstract

Cyberspace in the present era has a very wide and profound impact on human life and its use as one of the cultural consumptions is worth considering. In the jurisprudential study of this issue, one must first determine the effects of its application on the individual and society, and the effect of consumption on the personality of the consumers. Of course, any cultural consumption of cyberspace, especially the networks of foreign messengers, is, on the one hand, an influential factor and, on the other hand, a sign of being affected. In the current situation, where the general management of cyberspace is not in the hands of the Islamic ruler, the first step is to talk about the rule of necessity to determine how to use it, and in applying this rule, the incompatibility and the least harm should be considered. However, we go beyond the signification of the rule in two areas; the first is cultural consumptions that are not harmful and the second is consumptions that are in conflict with another task, but the consumption per se is not necessary. Nevertheless, the rule expressing the preliminary regulation is without considering the interference of the ruler, but if the Islamic government forbids access to part of cyberspace, the absoluteness of prohibition cannot be understood as an absolute prohibition, unless titles such as weakening or disrupting or depriving the system of security arise.

Keywords: Cultural Consumption, Cyberspace, Internet Jurisprudence, Consumption Jurisprudence.

* Associate Professor, Department of Jurisprudence-related Sciences, Research Institute for Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran, r.esfandiyari@isca.ac.ir.

بررسی فقهی آثار مصرف فضای مجازی بر فرد و خانواده

رضا اسفندیاری (اسلامی)*

[تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۲/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۰۶]

چکیده

فضای مجازی در دوره حاضر تأثیرات بسیار وسیع و عمیقی بر زندگی بشر دارد و استفاده از آن به عنوان یکی از مصارف فرهنگی در خور بررسی است. در بررسی فقهی این موضوع نخست باید آثار مصرف بر فرد و جامعه را تعیین، و اثر مصرف بر شخصیت مصرف‌کننده را بررسی کرد. البته هر گونه مصرف فرهنگی فضای مجازی به یک لحاظ عاملی تأثیرگذار و به لحاظ دیگر نشان‌دهنده اثرپذیری است، به‌ویژه شبکه‌های پیام‌رسان خارجی. در اوضاع و احوال کنونی، که مدیریت کلان فضای مجازی در اختیار حاکم اسلامی نیست، در گام نخست باید از قاعده تقدیر ضرورت برای تعیین نحوه مصرف سخن گفت و در تطبیق این قاعده باید عروض تزاحم و ارتکاب اخف‌الضررین را لحاظ کرد، ولی از حدود دلالت قاعده در دو زمینه خارج می‌شویم؛ اول مصارف فرهنگی که آسیبی ندارد و دوم مصارفی که در تزاحم با تکلیفی دیگر است ولی اصل مصرف واجب و ضروری نیست. در هر صورت، قاعده بیانگر حکم اولی بدون لحاظ دخالت حاکم است ولی اگر حکومت اسلامی دسترسی به بخشی از فضای مجازی را ممنوع کند از اطلاق منع نمی‌توان منع مطلق را فهمید، مگر عنوانی مثل تضعیف یا اختلال یا سلب امنیت نظام عارض شود.

کلیدواژه‌ها: مصرف فرهنگی، فضای مجازی، فقه اینترنت، فقه مصرف.

مقدمه

استفاده از اینترنت به عنوان رسانه‌ای که جامع سه گونه رسانه یعنی رادیو، تلویزیون و تلفن است، و ورود به فضای مجازی از لحاظ تأثیر رسانه بر فرد از جهات مختلف بررسی شده است. برخی از تأثیرات هدف‌گذاری شده از طرف مدیران رسانه‌ای است و برخی تأثیرات قهری است. از سوی دیگر، می‌توان از تأثیرات اولیه و ثانویه سخن گفت یا از تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم. در این باب دیدگاه‌های گوناگونی مطرح شده است (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۰: ۷۱؛ کرم‌اللهی، ۱۳۹۰: ۱۳۴؛ ربیعی و محمدزاده یزد، ۱۳۹۲: ۴۳).

بررسی موضوع شناسانه آثار مصرف

کشف حکم شرعی و تطبیق قواعد فقهی نیازمند موضوعات است. چون هر حکمی مترتب بر موضوع معینی است و بدون لحاظ قیود موضوع نمی‌توان از ترتب حکم سخن گفت.

اثر مصرف اولی بر مصرف ثانوی

دسترسی به فضای مجازی را می‌توان از زاویه وجود عاملی اثرگذار نگاه کرد، یعنی مصرف عامل اثرگذار به طور ایجابی یا سلبی بر دیگران، چه بر آحاد جامعه یا بر اجزا یا بر تمامیت آن مثل تأثیر مصرف فضای مجازی بر رواج امر مصرف‌شده، مثلاً تعداد بازدیدها از مطلب یا فیلم خاصی در فضای مجازی سبب می‌شود دیگران نیز به بازدید متمایل شوند. در نتیجه، مشارکت اولیه خود فرد بازدیدکننده در بالابردن آمار، سبب مشارکت ثانوی دیگران در بالابردن آمار می‌شود. چون مطلب را جنجالی یا مهم تلقی می‌کنند. در اینجا اگر آنچه از آن بازدید، و در آن مشارکت می‌شود امری مطلوب باشد، طبعاً از مشارکت اولیه به عنوان عاملی اثربخش بر مشارکت مطلوب ثانوی باید یاد کرد. به همین گونه درباره مشارکت در مصرف امور بد و قبیح، چه بازدیدکننده بخواهد یا نخواهد، می‌توان گفت تأثیرش بر دیگران قهری است. لذا از آثار قهری مصرف با صرف

نظر از قصد و انگیزه مصرف‌کننده فضای مجازی باید سخن گفت. تأثیرگذاری مصرف‌بدین‌گونه می‌تواند منجر به اعتباربخشی نیز شود، چون اقبال یا ادبار مردم به چیزی نشان‌دهنده اعتبار یا بی‌اعتباری آن چیز نزد مردم است. پس مصرف فرهنگی می‌تواند قهراً نشان‌دهنده نوعی مقبولیت عرفی قلمداد شود.

اثر مصرف از لحاظ معرفی شخصیت مصرف‌کننده

مصرف، کشف‌آئی از وجود علتی مثبت یا منفی در ورای خود می‌کند. این جنبه از مصرف نیز می‌تواند مطلوب یا نامطلوب تلقی شود. چون تأثیرپذیری می‌تواند مطلوب یا نامطلوب باشد، مثلاً مصرف فرهنگی در قالب بازدید از مقاله علمی، خبر، نمایش یا اشتغال به نوعی بازی اینترنتی می‌تواند ناشی از جوزدگی یا جبران حس عقب‌ماندگی یا همراهی کورکورانه یا القای دلدادگی به دیگران یا امور مثبتی مثل وجود تعلقات دینی و ملی اصیل یا حس دشمن‌ستیزی یا تعلق خاطر به جایگاه شغلی یا قومیتی و مانند آن باشد.

مطالعات علمی نشان می‌دهد میزان و نحوه مصرف اینترنتی کاربران متأثر از عواملی است که از فردی به فرد دیگر متغیر است. لذا چند گونه ارتباط را باید بررسی کرد، از قبیل:

۱. ارتباط میان مدت استفاده و هویت دینی کاربران
 ۲. ارتباط میان محتوای فضای مجازی و هویت دینی کاربران
 ۳. ارتباط میان سن کاربران و هویت دینی آنها
 ۴. ارتباط میان نحوه استفاده از فضای مجازی و هویت دینی
 ۵. ارتباط میان پایگاه اجتماعی کاربران و نحوه استفاده آنها
 ۶. ارتباط میان هویت دینی کاربران و نحوه تلقی آنها از مطالب در فضای مجازی
- (عبادی قادی، ۱۳۸۷: ۱۵).

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد استفاده‌های تفریحی (وبگردی، تماشای فیلم، تصاویر و ...)، و ارتباطی (چت کردن، ارسال و دریافت ایمیل و ...) بر وضعیت التزام دینی تأثیر منفی دارد و استفاده از مقاصد علمی و اطلاعاتی دارای تأثیر مثبت است. چنان‌که تأثیرات منفی بیشتر بر کسانی است که اطلاعات و اعتقادات دینی کمتری دارند یا در گروه‌های سنی منفعل مثل نوجوانان هستند (توسلی و جلالوند، ۱۳۹۴: ۱۲۲).

بنابراین، درباره استفاده کودکان و نوجوانان از فضای مجازی باید میان موارد استفاده، نحوه استفاده و مدت استفاده فرق گذاشت، چنان‌که باید میان نوع افراد و تعلقات خانوادگی شان و میزان نظارت‌پذیری و مدیریت‌پذیری افراد تفاوت قائل شد، مثلاً در نوجوانانی که رشته‌های عاطفی میان آنها و خانواده‌شان آسیب دیده است تأثیرپذیری از دیگران و پناه‌بردن به کسانی که بدانها اظهار عشق و عواطف می‌کنند فراوان است و این تأثیر مبنای دیدگاه فقهی درباره محدودیت استفاده از فضای مجازی برای افراد یا خانواده‌های خطرپذیر است. از گزارش‌هایی که درباره فریب دختران جوان در شبکه‌های اجتماعی هر از چند مدتی می‌رسد می‌توان جوانب منفی استفاده از فضای مجازی را فهمید.

نحوه تطبیق عناوین

برای ورود به هر بحث فقهی نخست باید به دقت موضوع را شناخت و در شناخت موضوع نگاهی همه‌جانبه‌نگر داشت. لذا وقتی از فضای مجازی و نحوه استفاده از آن، به‌ویژه در محیط خانواده، سخن می‌گوییم نباید ساده‌اندیشی کرد و فضای مجازی را رسانه‌ای خنثا دانست. واقعیات خارجی درباره تأثیر کوتاه‌مدت و بلندمدت فضای مجازی بر مردم نشان می‌دهد که فضای مجازی را باید ذیل عناوین خاصی بررسی کرد. چنان‌که پلیس آن را در برخی مواقع ابزاری برای باج‌خواهی و اعمال فشار بر دیگران تشخیص می‌دهد پس باید این عناوین را شناسایی کرد.

حیثیات دخیل در تطبیق

برخی عناوین، موضوع قواعد فقهی معینی است، مثل اسراف، ضرر و اضرار، اعانت، اختلال نظام و حفظ نظام، سبیل و سلطه کافر، اهانت، تعظیم؛ و برخی عناوین موضوع قاعده فقهی معین و مشهوری نیست، مثل سرقت، تجسس، افشای سرّ. اکنون پرسش این است که: با مصرف فرهنگی فضای مجازی، چگونه این گونه عناوین تحقق می‌یابد؟ آیا مجرد مصرف فرهنگی در صدق برخی عناوین کافی است یا صدق عنوان مربوط به طرّو حیثیت خارجی است؟ مثلاً مجرد ورود به سایت معینی مصداق اهانت به محترّات است یا اهانت وابسته به عروض حالت یا شرایط خاصی است که وابسته به مصرف‌کننده و نسبت او با تولیدکننده محتوا است؟ و آیا مشاهده برخی مطالب توهین‌آمیز یا جست‌وجوی مقالات علمی توهین‌آمیز یا برخی تولیدات هنری یا فیلم‌ها، که متضمن توهین به نظام یا شخصیت‌ها یا آموزه‌های دینی یا رفتارهای مسلمانان است، و مجرد بازدید از آنها مصداق اهانت یا مشارکت در اهانت یا ترویج باطل است یا نه؟

اگر ترک مصرف به خودی خود توهین نباشد، ولی دیگران از آن نوعی توهین و تضعیف برداشت کنند، راهیابی عنوان توهین در تعیین حکم باید مد نظر فقیه باشد. مثلاً بی‌رغبتی به شبکه‌های خبری داخلی یا صدا و سیمای جمهوری اسلامی یا اسباب‌بازی‌های تولیدی در داخل یا لباس‌هایی که نماد دینی دارد و مانند آن در صورتی که مصرف‌نکردن ملازم یا متعقب به تلقی خارجی و عمومی باشد، طوری که عنوان توهین و تضعیف صدق کند، البته نمی‌توان بدان بی‌توجه بود. اما اگر مجرد مصرف یا ملازمت و آثار بعدی مصرف با صدق عنوان خاصی از عناوین محترّات همراه باشد، استثنائات را نیز باید لحاظ کرد، مثل بازدید مأموران امنیتی از سایت‌ها. ولی دایره این استثنائات نباید طوری وسیع شود که هر کس خود را نوعی تحلیلگر و پاسخ‌گو حساب کند، بلکه مدیران فضای مجازی که مخاطب را به واکنش دعوت می‌کنند، در واقع با این کار او را به مصرف بیشتر دعوت می‌کنند و گاه نوعی

شخصیت کاذب به مخاطبان می دهند و مخاطب نیز از القائات نامحسوس فضای مجازی غافل می ماند.

ملاک در کشف وجود ضرر یا تحقق مشارکت مصرف کننده در باطل و فساد وی، در این گونه امور اولاً نظر حاکم اسلامی است که دست یابی کلی به بخشی از فضای مجازی را مباح دانسته است یا نه. به معنای آنکه با امکان منع از دسترسی و بدون وجود محذوری، اقدام به فیلترینگ نکرده است؛ ثانیاً با فرض جواز دسترسی، هر مکلف راجع به وضعیت خاص خود باید ببیند که دسترسی او شخصاً عنوانی از عناوین محرم را در پی دارد یا نه. مثلاً برخی مصارف فرهنگی می تواند مصداق ضرر به نفس و اضرار به غیر باشد؛ ضرر به نفس، به اعتبار هتک حیثیت یا آبرو یا موقعیت شغلی فرد یا دچار شدن به ضرر اقتصادی و مالی در جایی که اطلاعات و اخبار شخصی و محرمانه اش به مجرد ورود و ایجاد ارتباط هدف سوء استفاده قرار گیرد، یا سبب کلاهبرداری شود، یا برای فرد ایجاد اختلال روانی کند و چه بسا به خودکشی بینجامد، خواه از خطرها و عواقب منفی این گونه ارتباطات تفصیلاً آگاه باشد یا نباشد.

اما صدق عنوان «اضرار» می تواند به اعتبار بهره گیری مدیران شبکه های اجتماعی یا سایت ها برای تحلیل وضعیت جامعه اسلامی و نحوه ضرر زدن بدانها باشد، خصوصاً اگر اطلاعات کاربران به مراکز امنیتی و اطلاعاتی دشمن فروخته یا به نحوی معامله شود و البته شکی نیست که ارتباطات در فضای مجازی می تواند برای شناخت عقاید و افکار و تمایلات و مطالبات و به طور کلی مزاج عمومی جامعه یا قشر خاصی تحلیل و بررسی شود و به سیاستمداران در مهندسی فرهنگی جامعه کمک کند.

اما صدق اضرار یا اهانت در برخی مصادیق، مشکوک و همراه با تفصیلی در مسئله است. مثلاً اگر برخی سایت ها اطلاعات شخصی و محرمانه ای را منتشر کنند که معمولاً در دسترس عموم قرار نمی گیرد یا حریم خصوصی فرد یا افرادی را مکشوف دارند یا

تصاویر مستهجن از فردی ارائه دهند، آیا مجرد اطلاع بر این امور، مصداق اضرار به فرد یا هتک حرمت او یا اشاعه فحشا یا تعاون بر اثم است؟

پاسخ مسئله وابسته بدان است که:

۱. آیا خود فرد اقدام به انتشار چیزی کرده است، مثل پدیده کشف حجاب برخی زنان مسلمان و انتشار تصاویر آن در فضای مجازی، یا اینکه مخفیانه اطلاعاتی از زندگی خصوصی اش سرقت و منتشر شده است؟

۲. باید دید رعایت حریم خصوصی اشخاص به ملاک حفظ حرمت او است، مادام که برای خودش احترام قائل است یا به ملاک حفظ حرمت مسلمان یا هر فرد انسان است که ذاتاً محترم است و تکریم می شود؟ هرچند خودش این حرمت را نادیده بگیرد؛
۳. قصد و اراده و انگیزه بیننده چیست و آیا تصادفی و بدون قصد به خبری دست یافته یا ورود به حریم خصوصی را قصد کرده است؟

۴. اثر هر بازدید بر شخص بیننده چیست؟ مثلاً اگر کسی ورود به حریم خصوصی خودش را مباح کرد ولی برای شخص مکلف، دیدن و اطلاع از آن موجب خوض در فساد و تهییج شهوت می شود، در اینجا مکلف باید وضعیت شخصی خودش را ملاک قرار دهد و دیدن بر او قطعاً حرام است. ولی اگر اطلاعات شخصی اش درباره نحوه کسب و کار، گردش حساب بانکی، خاطرات سفرهایش یا وضعیت فرزندانش و گفت و گوی با آنها باشد، اثر بدی از لحاظ تهییج شهوت بر مخاطب ندارد و عمومی کردن فضای خصوصی برای دیگران طوری است که محذوری در مصرف برای مکلف ایجاد نمی کند.

بررسی دو نمونه از عناوین

غیر از عناوین شناخته شده که یاد کردیم، در اینجا می خواهیم از صدق دو گونه عنوان سخن بگوییم که در برخی مقالات (عندلیب، ۱۳۹۵: ۶۵) به آن توجه شده است:

۱. عنوان «اتباع غیر معلوم» یا «پیروی جاهلانه» که به نص آیه «لا تقف ما لیس لک به علم» (اسراء: ۳۶) نهی شده است. حال این نهی یا تحریم مولوی تکلیفی یا ارشاد به وقوع

در مفسده است و از لحاظ مصادیق پیروی، حکمش متفاوت است (طباطبایی، ۱۴۰۳: ۹۶/۱۳). از کلام اصولیان فهمیده می‌شود که مجرد فقدان ایمنی از وقوع در فساد، در حکم به قبح کافی است (حلی، ۱۴۰۳: ۱۹۸)، چنان‌که احتمال اصابت به جهالت در خبر فاسق است و همین در نهی از اتباع کافی است (خمینی، ۱۳۷۶: ۴۲۹/۶) و دست‌کم در جاهایی که به ضرر و فساد منتهی می‌شود، می‌توان گفت با فقدان ایمنی از وقوع در فساد یا به هنگام ظن به وقوع در فساد، اقدام نسنجیده حرام است. حال اگر آنچه به آن اقدام می‌شود از امور مهم باشد، مثل دماء یا اعراض یا اموال، که در آنها بنا بر احتیاط است، طبعاً هر گونه اقدام جاهلانه حرام است و فسادی که در اینجا محتمل است می‌تواند برخی اموری باشد که قواعد فقهی معینی مثل قاعده حرمت اسراف یا حرمت اختلال نظام یا قاعده اعانت بر حرام بدان اشاره دارد که بعداً بدان می‌پردازیم.

جدا از بحث درباره ماهیت نهی، بحث دیگر درباره تطبیق موضوع مصرح در آیه بر مصرف فرهنگی به عنوان مصداق اتباع جاهلانه است. پرسش این است که: آیا مجرد مصرف فرهنگی نوعی پیروی جاهلانه است یا آنکه مصرف، گاه منتهی بدین نتیجه می‌شود یا ملازم با آن می‌گردد؟ ممکن است بگوییم پیروی از هر چیز بر وصول و فهم آن چیز متوقف است و فضای مجازی در وهله نخست این امکان را فراهم می‌آورد. پس اگر دریافت چیزی از فضای مجازی همراه با پیام‌رسانی به دیگران و اقدام بر طبق آن باشد، آنگاه عنوان «اتباع غیرمعلوم» صدق می‌کند. چون اثر خاصی بر مصرف فرهنگی مترتب شده است، البته شایعه‌پراکنی و اتهام‌زنی که بر مصرف فرهنگی مترتب باشد، هرچند عناوین مستقل هستند ولی در عین حال این‌گونه امور نوعی «اتباع غیرمعلوم» نیز هستند و بدین جهت می‌توان گفت شایعه‌پراکنی بر اساس کسب اطلاعات و اخبار از فضای مجازی بدون بررسی صحت و سقم آن، مشمول دو گونه نهی است؛ یکی نهی از اتباع غیرمعلوم، و دیگری نهی از شایعه‌پراکنی که مستفاد از ادله متعدد، از جمله آیه «لئن لم ینته المنافقون والمرجفون فی المدینة» است (احزاب: ۶۰؛ طباطبایی، ۱۴۰۳: ۳۴۰/۱۶).

اما آیا مجرد مصرف فرهنگی می‌تواند مصداق اتباع غیر معلوم باشد؟ بعید نیست که بگوییم مجرد مصرف فرهنگی اخبار بی‌اساس در فضای مجازی، نوعی «اتباع» است؛ خصوصاً در جایی که دریافت‌کننده عادت و رویه و تعلق خاطر یا وابستگی برای خود ایجاد کرده باشد، طوری که از مخاطب قرار گرفتن او و امثالش چیزی عاید تولیدکننده محتوا شود، مثل موفقیت در جذب مخاطب. در این مواقع مجرد وابستگی و همراهی نوعی «اتباع» است، مگر آنکه عناوین خاص دیگری در کار بیاید که دیگر عنوان «اتباع» صدق نکند، مثلاً کسی که دائماً کارش تجزیه و تحلیل اخبار سایت‌های مختلف برای اهداف صحیح باشد، نوعی رابطه و مرزبانی فرهنگی دارد و از طرف حاکم اسلامی مأمور است که رصد تحرکات دشمن را داشته باشد.

۲. عنوان «خراصون» که در نص آیه «قُتِلَ الْخِرَاصُونَ * الَّذِينَ هُمْ فِي غَمْرَةٍ سَاهُونَ» (ذاریات: ۱۰-۱۱) شدیداً مذمت شده، به طوری که شکی در تحریم آن باقی نمی‌ماند. «خراصون» یعنی کسانی که به پُرگویی در گمانه‌زنی جاهلانه مبتلا هستند و کارشان ناشی از غور در ندانسته‌گویی و عادت بدان همراه با بی‌مبالاتی در گفته‌ها است که طبعاً به دروغ‌گویی کشیده می‌شود. ناقلان اخبار بی‌اساس می‌توانند در زمره خراصون باشند که اخبار دروغ بدانها نیز منتسب می‌شود. چون در زنجیره نقل و انتقال خبر قرار گرفته‌اند و گویا از ناحیه خود خبر می‌دهند.

آنچه درباره صدق عنوان «اتباع» بر مصرف فرهنگی گفتیم در اینجا نیز می‌آید. با این تفاوت که تطبیق عنوان «خراصون» بر مصرف‌کنندگان فرهنگی سایت‌های خبری روشن‌تر است، چون مجرد مصرف‌کننده بودن با وجود عادت و رویه به معنای غور در آن کار است و تحریم عمل نیز در اینجا روشن‌تر است. چون تهدید به مرگ، جز با تحریم تکلیفی عملی، سازگار نیست. البته از لحاظ موضوعی، بحث دیگری است که بازدیدکنندگان در فضای مجازی گاه بین محذوران قرار می‌گیرند. از سویی، هر بازدیدی به معنای افزایش آمار و کمک به داغ کردن مطلب و موفق دانستن تولیدکننده محتوا است

و از سوی دیگر مقابله با محتوای دروغ و ناسالم در فضای مجازی و حتی تقبیح خبر یا گزارشی بدون بازدید از آن امکان ندارد. در اینجا است که مصرف خبر حتی اگر به نیت پاسخ‌گویی بدان باشد، باید دید ارزش پاسخ‌گویی آیا آن‌قدر هست که به اصل خبر توجه شود. البته در این امور بر حاکم اسلامی لازم است زمینه دسترسی به خبر را محدود کند و از اساس مانع جنجالی‌شدن خبر شود. طبعاً این کار معنایش مدیریت فضای مجازی و فراهم کردن شبکه داخلی برای پردازش مطالب در داخل کشور اسلامی یا کشورهای اسلامی است و باید گفت بدون این کار همواره مسلمانان در معرکه اخبار و اطلاعات و موضوعاتی قرار می‌گیرند که چه در آن وارد شوند یا نشوند، بازنده‌اند. ولی اقدام عموم مردم در هک کردن سایت خاص و تخریب اموال مادی و معنوی دیگران منوط به اجازه حاکم است. چون معنایش اقدام عملی در نهی از منکر است، مگر آنکه اجازه عام از طرف حاکم شرع موجود باشد، مثل اجازه عام به قتل سلمان رشدی یا اقدام به هک کردن نوعی تدبیر دفاعی در مقابل تهاجم دشمن. از این رو در اوضاع و احوال کنونی که مدیریت کلان فضای مجازی در اختیار حاکم اسلامی نیست باید در گام نخست از قاعده تقدیر ضرورت برای تعیین نحوه مصرف فضای مجازی سخن گفت.

تطبیق عنوان ضرورت و کاربرد قاعده تقدیر ضرورت

مفاد قاعده: بر اساس این قاعده، به هنگام عروض ضرورت باید احکام مربوط به ضرورت را فقط در محدوده وجود ضرورت جاری کرد. زیرا انتفاء حکم به انتفاء موضوع، مسلم و بدیهی است و با برطرف شدن ضرورت، دیگر موضوعی باقی نمی‌ماند. لذا اگر مکلف در تزامم امتثالی قرار گرفت، یعنی دو کار هم‌زمان بر او واجب شد که قدرت بر هر دو ندارد، از باب ضرورت یکی از دو تکلیف ساقط می‌شود اما سقوط تکلیف دیگر دلیلی ندارد. در فقه شیعه و اهل سنت، امثله متعدد برای تطبیق این قاعده می‌توان یافت (زحیلی، ۱۳۸۸: ۱۰۵؛ موسوی، ۱۳۹۲: ۱۶۱) ولی مثال معروف آن در فقه همه

مذاهب اسلامی، مسئله جواز اکل و شرب ماده حرام برای نجات نفس است (المعینی، ۱۹۹۰: ۶۲-۸۰). درباره حالت ضرورت غذایی و تداوی به حرام در استعلاج، برخی فقهای اهل سنت، قاعده را مشروط به شروط سه گانه دانسته اند و این شروط را به تحقیق ضرورت رجوع داده اند. شرط اول آنکه، ضرورت بالفعل باشد نه آنکه محتمل یا مظنون باشد؛ و شرط دوم آنکه راهی برای فرار از حرام نباشد و به تعبیر شیعی مندوحه نباشد، مثلاً اگر با قرض گرفتن بتواند غذای حلال بخورد، نباید خود را مضطر به اکل حرام بداند؛ و شرط سوم آنکه، خودش را در حرام نینداخته باشد، یعنی تسبیب به حرام نکرده باشد (همان: ۳۷-۴۷). این شروط البته تحلیل معنای ضرورت است و پذیرفتنی است. ناگفته نماند فردی که خودش را مضطر به ارتکاب حرام کند، پس از وقوع در اضطرار دیگر برای حفظ نفس چاره ای از اکل حرام ندارد و باید وظیفه واجب بر مضطر را انجام دهد ولی عقاب برای تسبیب به حرام از او برداشته نمی شود، مگر در باب تسبیب به جنابت با فرض فقدان ماء که فقها گفته اند این مورد بالخصوص از قاعده وجوب حفظ قدرت بر واجب اختیاری خارج شده است (طباطبایی حکیم، ۱۴۱۵: ۳/۳۸۱).

ادله قاعده: آیات قرآن (بقره: ۱۷۳؛ مائده: ۱۴۵؛ انعام: ۱۱۵؛ نحل: ۱۱۹) و روایاتی از قبیل روایات باب تقیه با تعبیر «التقیه فی کل ضروره» (حر عاملی، ۱۴۰۲: ۱۱/۴۶۸)؛ روایات شکنجه عمار یاسر برای اظهار کفر (حر عاملی، ۱۴۱۲: ۱۶/۲۲۶)؛ روایات جواز اکل میتة (صدوق، ۱۴۱۳: ۳/۳۴۵)؛ روایات مربوط به رفع امور تسعه (حر عاملی، ۱۴۰۲: ۱۱/۲۹۵)؛ روایات صلاة مضطر و دیگر روایات که با تعبیر «الاولو قد احلّ» امکان جست وجو دارد؛ و از دیگر ادله باید اجماع را ذکر کرد، از قبیل اجماع به انتقاض تیمم به وجدان ماء (المعینی، ۱۹۹۰: ۴۰؛ زحیلی، ۱۳۸۸: ۱۱۰) و دلیل عقلا از قبیل حکم عقل به انتفای حکم شرع به انتفای موضوع آن (اراکی، ۱۴۱۵: ۱/۵۶۹)، شاهد بر صحت این قاعده است و می توان ادله تکمیلی دیگری را نیز افزود، از قبیل آثار الصحابه (المعینی، ۱۹۹۰: ۳۳). در میان آیات، آنچه از لسان آیه «فمن اضطر غیر باغ ولاعاد فلا اثم علیه» (بقره: ۱۷۲) استفاده است،

وجود دو شرط برای ترخیص مضطر است؛ اول باغی نبودن و دوم عادی نبودن. تفاوت این دو قید در آن است که باغی اشتهایی به عمل حرام دارد و لذا خود را به اضطرار می‌افکند تا مجوزی برای انجام‌دادنش بیابد و عادی کسی است که در وضعیت اضطراری، فراتر از حد ضرورت مرتکب عمل می‌شود (زحیلی، ۱۳۸۸: ۸۴).

قواعد مرتبط

قاعده ضرورت یا اضطرار با چند قاعده فقهی مرتبط است. نحوه این ارتباط محل بحث فقهی است. برخی قاعده ضرورت را اعم از قاعده نفی حرج و قاعده اکراه دانسته‌اند و گاه در مصادیقی که برای ضرورت شمرده‌اند دومی را اکراه و الجاء، و پنجمی را نفی حرج عمومی دانسته‌اند (زرقاء، ۱۹۶۷: ۶۰۳/۱). برخی هم ضرورت را در قالب چند قاعده دیده‌اند، قواعدی همچون: ۱. «المشقة تجلب التیسیر»؛ ۲. «اذا ضاق الأمر»؛ ۳. «الضرورات تبيح المحظورات»؛ ۴. «ما جاز لعذر يبطل بزواله»؛ ۵. «المیسور لا يسقط بالمعسور»؛ ۶. «الاضطرار لا يبطل حق الغير»؛ ۷. «الحاجة العامة او الخاصة تنزل منزلة الضرورة» (زحیلی، ۱۳۸۸: ۲۵۱، ۲۸۷، ۲۸۲، ۳۱۸، ۳۲۴)، که از مجموع آنها به عنوان «قواعد ضرورت» یاد شده است. برخی دیگر قاعده «المشقة تجلب التیسیر» را قاعده مادر دانسته و ذیل آن از قاعده ضرورت و قاعده میسور و چند قاعده دیگر سخن گفته‌اند (ارشوم، ۱۴۳۴: ۴۵۳).

در کتب قواعد فقهی شیعی و سنی، تفکیک این قواعد به جهت تفاوت‌هایی است که عنوان قاعده نشان می‌دهد، مثل اباحه محظور در حین وقوع در ضرورت و اعاده محظور حین خروج از ضرورت و لحاظ مقدار ضرورت و شناخت محدوده میسور نسبت به معسور و قبول ضمان نسبت به تصرف ضروری در مال غیر و مانند آن. از این‌رو، برخی فقها گفته‌اند قاعده «ما جاز لعذر يبطل بزواله» و قاعده «اذا زال المانع عاد الممنوع»، همان قاعده «الضرورات تقدر بقدرها» هستند و رابطه حکم و موضوع را می‌گویند و بس (آل کاشف‌الغطاء، ۱۴۳۲: ۱/۱۴۴ و ۱۴۵)، چنان‌که اگر حصول ضرر را به معنای پیداشدن وضعیت اضطراری بدانیم، می‌توان گفت قاعده ضرورت در قالب قاعده

«الضرورات تبيح المحظورات» یا «الضرورات تقدر بقدرها» و قواعد مشابه دیگر خود رجوع به نفی ضرر می‌کند و فرعی از فروع آن است (حکیم، ۱۴۲۹: ۱۱۳). لذا بعد از مطرح کردن قاعده نفی ضرر و شرح آن گفته‌اند «لعل اليها يرجع ايضاً الضرورات تبيح المحظورات»، یا گفته‌اند «اليها يرجع ايضاً الضرورة تقدر بقدرها» (آل کاشف الغطاء، ۱۴۳۲: ۱۴۲/۱)، ولی ما در اینجا قاعده ضرورت را جدای از قاعده نفی ضرر و قاعده نفی و قاعده اکراه و قاعده میسور، مد نظر داریم. چون مصب بحث در اینجا، لزوم رعایت حدود ضرورت و تجاوز نکردن از آن است. البته این معنا در قالبی دیگر و با عنوان قاعده «إذا زال المانع عاد الممنوع» نیز یاد شده است (همان: ۱۴۵/۱؛ ندوی، ۱۴۱۴: ۳۹۰).

تطبيق قاعدة بر مصرف

اگر مکلف بخواهد هم، مرتکب حرامی نشود، مثلاً تصاویر مستهجن و تحریک‌کننده شهوت را نبیند و هم، وظیفه شرعی‌اش در کسب خبر و نهی از منکر را انجام دهد، قطعاً تزاممی در امتثال رخ می‌دهد. زیرا فرض آن است که قدرت بر انجام دادن هر دو ندارد، ناچار یکی از دو تکلیف ساقط می‌شود و به اقتضای قاعده اهم و مهم، تکلیف اهم باقی می‌ماند و تکلیف به مهم ساقط می‌شود. ولی سقوط مهم محدود به صورت تزامم و در حدود عروض تزامم است، چنان‌که ورود به منازل و حریم شخصی افراد برای پلیس در حدی که مثلاً رعایت مصلحت نظام متوقف بر آن است و مأمور حکومت ناچار از ورود بدان است، جایز است و مأمور به هنگام ضرورت حق ندارد از امکانات رفاهی منازل شخصی بدون اجازه صاحبانش بهره بگیرد. به همین گونه باید تزامم امتثالی در فضای مجازی را بررسی کرد. اگر بگوئیم استفاده از فضای مجازی گریزناپذیر و نیز آسیب‌های ورود به آن نیز در وضعیت فعلی گریزناپذیر است آنگاه مصرف‌کننده باید ببیند در مواقعی که برای سامان زندگی اجتماعی و ایجاد ارتباط و تعاملات یا روابط تجاری، راهی جز استفاده از فضای مجازی ندارد، به طوری که بدون آن در نظام معیشت و شغلش اختلال ایجاد می‌شود و از سوی دیگر در مسیر مصرف

ناچار تحت تأثیر تبلیغات و القاءات ضد فرهنگی واقع می‌شود که در کوتاه‌مدت یا درازمدت او را در اعتقادات و ایمانش متزلزل می‌کند، آنگاه باید در مصرف مسیری را انتخاب کند که دچار چنین تزاخمی نشود، مثلاً اخبار و اطلاعات لازم برای شغلش را از طریق سایت‌های داخلی بگیرد که افراد خوب مدیریت کرده‌اند و در اموری که مصرف به مسیر پرخطری می‌انجامد، اگر مصرفش تفریحی و غیرضروری است که اساساً باید آن را ترک کند و اگر مصرف لازم و ضروری است، مسیر کم‌خطرتر را انتخاب کند و در مواقعی که با خطری مواجه می‌شود، باید خود را حفظ و نیاز به مصرف را برآورده کند. فقها در فروع بحث از قاعده «لا ضرر»، از تزاخم ضررین سخن گفته‌اند و در آنجا از لزوم ارتکاب ضرر اخف برای پرهیز از ضرر اشد بحث کرده‌اند. از فروع بحث تزاخم ضررین، بحث قاعده اضطرار است که بر اساس آن گفته‌اند مکلف باید در شرایط اضطرار به وقوع حرام حتماً فرد اخف را برگزیند و اضطرار به فرد اشد توجیهی ندارد (سیستانی، ۱۴۱۴: ۳۱۳).

در این میان، برخی گروه‌های سنی، مثل کودکان و نوجوانان یا گروه‌های اجتماعی دیگر مثل افراد کم‌سواد، از سویی نظام آموزشی و زندگی و معیشت‌شان به فضای مجازی و اتصال به اینترنت وابسته است و از سوی دیگر اعتقادات و فرهنگشان در معرض آسیب و تزلزل است. قهراً اصلاح امور دنیایی‌شان موجب آسیب به فکر و اخلاقشان می‌شود و حفظ فکر و اخلاقشان بدون آسیب به امور دنیایی‌شان نیست. در این صورت باید اهم را از مهم تشخیص داد و در قربانی کردن مهم به پای اهم مقدار وجود ضرورت را شناخت و به همان مقدار بسنده کرد. مثلاً مکلف می‌تواند در برخی امور خاص، خود را در تنگنای بسته بودن ارتباطات و پیدانکردن اجناس ارزان‌تر یا رجوع به دلالتان به جای ارتباط مستقیم با تولیدکننده قرار دهد تا از عوارض و لوازم ورود به فضای مجازی و کانال خاصی در امان بماند. یا اگر مجبور به مصرف فرهنگی است و مندوحه‌ای ندارد، یعنی برای برطرف کردن نیاز خود، مسیر سالم و بی‌خطر

دیگری به عنوان جایگزین ندارد، باید راهی برای در امان بودن از خطرها بیابد، مثلاً سواد رسانه‌ای‌اش را افزایش دهد و از حيله‌ها و ترفندهای تبلیغاتی و القائات شیطانی مستقیم و غیرمستقیم اطلاع یابد یا مشاوران خوبی برای این کار بگیرد. البته دولت اسلامی در زمینه ایجاد مندوحه برای مردم و خروج آنها از وضعیت اضطرار مسئولیت دارد و این معنایش فراهم‌بودن فضای مجازی پاک و بی‌خطر یا کم‌خطر است؛ چنان‌که خود فرد نیز مسئولیت دارد در حد مقدور از وقوع در اضطرار جلوگیری کند، به معنای آنکه برای تأمین نیازهای ضروری‌اش راه حلال بیابد و بستر وقوع در اضطرار را فراهم نیاورد. مطالعات علمی نیز درباره تأثیر سواد رسانه‌ای در پیش‌گیری از مفاسد فضای مجازی مؤید این مطلب است (منتظر قائم، ۱۳۸۷: ۲۰۹).

بنابراین، از حدود دلالت قاعده «الضرورات تقدر بقدرها»، دو چیز خارج می‌شود: اول، مصارف فرهنگی فاقد آسیب، مثلاً تماشای فیلم یا مستند یا بازی کامپیوتری یا استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای کسب اطلاعات و اخبار که ملازم با فساد نیست، فی حد نفسه مشکلی ندارد مگر آنکه مشمول قاعده حرمت اسراف یا قاعده دیگری شود؛ دوم، مصرف فرهنگی که در تزامم با تکلیفی دیگر است ولی اصل مصرف، واجب و ضروری نیست. در اینجا تکلیف به ترک حرام فعلیت می‌یابد و مصرف فرهنگی که ضرورتی ندارد، تعطیل می‌شود. بنابراین، بازی‌های کامپیوتری که احراز فساد و ضرری از آنها شده است، چه آنکه مکلف شخصاً احراز کند یا کارشناسان احراز کنند، به طوری که از گفته‌شان برای مکلف یقین حاصل شود یا احراز فساد به جهت منع حکومت اسلامی باشد، تا زمانی که ضرورتی در استفاده از آنها نباشد، استفاده حرام است. البته بحثی به لحاظ تشخیص ضرورت در اینجا وجود دارد که ملاک تشخیص نوعی است یا شخصی؛ و نیز تشخیص فساد آیا شخصی است یا نوعی و به همین منوال استفاده از کانال‌های خبری غیرملی.

به هر صورت، تفکیک میان مصارف ضروری و غیرضروری در تطبیق قاعده به عهده مکلف است، خواه بر اساس ملاک شخصی یا ملاک نوعی؛ و اگر دولت دسترسی

به خدمات یا بخشی از تعاملات اجتماعی را فقط از طریق فضای مجازی ممکن کند، به طوری که بهره‌گیری از خدمات یا انجام دادن تعاملات بدون آن ممکن نباشد، باید میان خدمات و تعاملات واجب و ضروری و غیر آن تفکیک قائل شد. مثلاً اطلاعات راه‌ها و اماکن گردشگری یا فهرست منابع کتاب‌خانه خاصی یا پیگیری ثبت نام در سایت‌های خدمات دولتی برای فردی ضروری، و برای دیگری غیر ضروری یا در حالتی و زمانی ضروری و در اوضاع و احوال دیگری غیر ضروری است. حتی چه بسا فردی به نیاز خود اهمیت ندهد و نخواهد برای فرزندش، مثلاً، در سایت اداره ثبت احوال ثبت نام کند ولی عرفاً این نیاز ضروری تشخیص داده می‌شود.

اگر فرض کنیم از باب تغلیب (یعنی غلبه یافتن جانب مفسد فضای مجازی بر جانب مصالحش، با لحاظ غلبه کیفی یا کمی)، حکم به حرمت مصرف دادیم یا از باب سد ذرائع (یعنی از باب مقدمیت مصارف عادی برای مصارف حرام و مفسده‌برانگیز با فرض اطمینان یا یقین به برقرار شدن چنین ارتباطی و موصله بودن مقدمه)، حکم به حرمت مصرف دادیم یا حاکم اسلامی مصرف کانال یا سایت خاصی را به طور مطلق ممنوع، و دسترسی به آن را قطع کرد، مقتضای قاعده آن است که این حرمت از باب حکم اولی است و در صورت اضطرار برداشته می‌شود. در اینجا باز فرعی از بحث باقی می‌ماند و آن اینکه با وجود منع حکومت از مصرف و فیلتر شدن بخشی از فضای مجازی، آیا مکلف می‌تواند به بهانه تشخیص ضرورت اقدام به شکستن فیلتر کند؟ یا آنکه منع حکومت، منع مطلق است و نافی وجود ضرورتی بلکه کاشف از فقدان ضرورت برای آحاد مکلفان است؟ البته با فرض آنکه حاکم در تشخیص مصلحت اشتباه نکرده باشد؛ و آیا از اطلاق منع می‌توان منع مطلق را فهمید یا اطلاق منع مصرف به مصارف عادی است؟ بعید نیست که احتمال اخیر درست باشد، چون منع مطلق دلیل خاصی می‌طلبد. پس اگر حکومت دسترسی به بخشی از فضای مجازی را قطع کرد، ظاهراً این اقدام معنایش وجود فساد در مصرف و تحریم آن است و ناظر به مصارف

خاص و ضروری برای افراد خاص یا امور خاص نیست، مگر آنکه دلیلی بر منع مطلق پیدا شود.

ولی از سوی دیگر، می‌توان گفت حکم حکومتی گاه فراتر از حکم تعلق‌گیرنده به طبیعت موضوع است و ناظر به عروض عنوانی مثل «تضعیف نظام یا اختلال نظام یا سلب امنیت» است. پس اگر حاکم اسلامی سایت گروه‌های معاند را فیلتر کرده باشد، مکلف نمی‌تواند برخلاف حاکم، تشخیص ضرورت دهد و مصرف را بر خود مباح کند. خلاصه آنکه، در اینجا دو مسئله را می‌توان جدای از هم مطرح کرد؛ اول اختیارات حاکم در منع دسترسی و فیلترینگ بخشی از فضای مجازی به طور موقت یا دائم که همواره بر اساس تشخیص مصلحت است؛ و دوم اختیارات حاکم در هک کردن سایت‌های معاند یا مخرب که در واقع نوعی عمل تهاجمی و اقدام خصمانه در مقابل دیگران است. پس از این دو مسئله، باید دو مسئله دیگر، یعنی اقدام مکلف در رفع مانع با فرض مانع‌گذاری حاکم یا ایجاد مانع با فرض عدم مانع‌گذاری حاکم را طرح کرد. گفتیم که در مسئله سوم باید دید منع حاکم مطلق است یا مقید و در مسئله چهارم باید دید مکلف اجازه عام یا خاص در اقدام عملی برای نهی از منکر دارد یا نه.

نتایج بحث و ضوابط مصرف

۱. هر گونه مصرف فرهنگی فضای مجازی به هر گونه که مشمول عنوان «حرام» شود، در صورتی که راهی برای اجتناب از آن باشد و جایگزینی از مصارف حلال داشته باشد که برآورنده نیاز شخص مکلف باشد، تحت قاعده ضرورت قرار نمی‌گیرد. چنان‌که در خود فضای مجازی اگر بتواند مسیر بی‌خطر یا کم‌خطری بیابد، مثلاً از شبکه‌های اجتماعی داخلی استفاده کند و نیازش برطرف شود این کار از اجرای قاعده ضرورت برای استفاده از شبکه‌های خارجی پُرخطر مانع می‌شود.

۲. مصارف تفریحی و غیرضروری مشمول قاعده ضرورت نیست. لذا استفاده از فضای مجازی برای بازی یا کسب خبر یا ایجاد ارتباطات یا کسب و تجارت، در

صورتی که تأمین‌کننده نیازهای ضروری نباشد و از ترک آن خللی به زندگی فردی یا اجتماعی وارد نشود، تا زمانی جایز است که یکی از عناوین محرم مثل «تجسس»، «سرقت» یا «اختلال نظام» بر فعل مکلف منطبق نشود.

۳. حرمت یا حلیت برخی مصارف مطلق نیست. بدین معنا که راجع به فرد یا گروهی حرام، و راجع به فرد یا گروهی حلال است، چنان‌که از لحاظ وضعیت زمانی و مکانی و موقعیت خاص فرد، گاه حرام و گاه حلال است. لذا افرادی همچون کودکان یا نوجوانان که بیشتر در معرض آسیب از فضای مجازی هستند، نمی‌توانند به بهانه جواز مصرف برای بزرگسالان یا دانشمندان یا جواز مصرف برای کسانی که در وضعیت خاص ضروری هستند، مثل مأموران نظارت یا ناقدان فضای مجازی، مصرف را برای خود حلال بدانند. بنابراین، حکم شرعی برخی مصارف برای همه یکسان نیست و هر فرد باید وضعیت خاص خود را لحاظ کند.

۴. اگر افراد یا گروه‌های اجتماعی خاص، ناچار به استفاده از بخشی از فضای مجازی شدند، مانند دانش‌آموزان یا دانشجویان برای اقتضایات کاری و شغلی خود، و از سوی دیگر نمی‌توانند از مفاسد همراه یا ملازم با آن احتراز کنند، باید در جهت کسب مصلحت مصرف و به منظور ابتلا به مفسده همراه یا ملازم آن، رعایت قانون اهم و مهم را بکنند، یعنی فقط در صورتی که مصلحت مصرف اهم باشد، تجویزی برای ارتکاب حرام و تحمل مفسده وجود دارد و بس.

۵. اگر مکلف بتواند وضعیتش را به گونه‌ای تغییر دهد که مصرف بر او حرام نباشد، مثلاً اطلاعات کافی از شگردهای دشمن و القائاتش بیابد تا در دام آنها نیفتد و به آسانی اطلاعات شخصی‌اش را از دست ندهد، دیگر نوبت به اجرای قاعده ضرورت نمی‌رسد، چون وجود راهی برای تخلص از حرام معنایش وجود بالفعل نیست، بلکه معنایش امکان ایجاد راه دیگر است. لذا مکلف برای تأمین نیازهای ضروری‌اش در درجه اول باید راه حلالی را پیدا کند و اگر نتوانست نوبت به قاعده ضرورت می‌رسد. از این‌رو

یادگیری نحوه استفاده صحیح از فضای مجازی و افزایش سواد رسانه‌ای بر عموم مردم واجب، و آگاهی بخشی به کودکان از طریق خانواده و محیط مدرسه لازم است.

۶. ملاک وجود فساد و ملاک وقوع در ضرورت می‌تواند شخصی یا نوعی باشد.

۷. اگر فردی خود را به اضطرار بیندازد و ناچار به استفاده غیرمشروع از فضای مجازی شود، چون تسبیب به حرام داشته است، حرمت تکلیفی از او برداشته نمی‌شود و در این حال باید به حداقل مصرف اکتفا کند، چنان‌که اگر قاعده ضرورت نیز جاری می‌شد، باید به حداقل مصرف اکتفا می‌کرد، با این تفاوت که فرد عامد بر ارتکاب حداقل معاقب است.

۸. خروج از اضطرار به ارتکاب حرام در حد مقدور لازم است و چنان‌که فرد در این جهت مسئولیت دارد، دولت اسلامی و مدیران فضای مجازی نیز مسئولیت دارند. لذا باید زمینه مصارف بی‌خطر و کم‌خطر را فراهم، و از مصارف خطرناک، جلوگیری، و در عین حال راهی برای تأمین هر گونه نیاز حلال به مصرف را فراهم کرد.

۹. فیلترکردن فضای مجازی از طرف حکومت، معنایش منع مطلق مصرف است، ولی این منع در حالت ضرورت برای افراد یا گروه‌های خاص می‌تواند نادیده گرفته شود و معنایش تقیید منع حکومتی است. ولی اگر حاکم اسلامی مصارف ضروری را نیز ممنوع بداند و اساساً اضطرار به مصرف را نپذیرد، آنگاه منع حکومت معنایش مطلق منع است، چه در حالت اختیار و چه در حالت اضطرار و در این صورت هیچ فردی نمی‌تواند به استناد قاعده ضرورت، فیلتر را بشکند.

۱۰. هک کردن فضای مجازی بد برای جلوگیری از مصرف دیگران، وظیفه دولت یا مأمور خاص او است، ولی بر عموم مردم جلوگیری از منکر در مرتبه اقدام عملی و تخریب تجهیزات و اموال مادی و معنوی دیگران منوط به اجازه عام یا خاص از حاکم شرع است، خصوصاً که این کار توابع خاص اجتماعی و سیاسی دارد و موجب تقابل و تنازع میان مردم می‌شود.

منابع

قرآن کریم.

آل کاشف الغطاء، محمد حسین (۱۴۳۲). *تحریر البحله، تحقیق: شیخ محمد ساعدی، تهران: مجمع التقریب.*

ابن بابویه قمی (صدوق)، محمد بن علی (۱۴۱۳). *من لایحضره الفقیه، قم: دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.*

اراکي، محمد علی (۱۴۱۵). *اصول الفقه، قم: مؤسسه در راه حق.*

ارشوم، مصطفی بن حمو (۱۴۳۴). *القواعد الفقهية عند الاباضية، عمان: وزارة الاوقاف.*

توسلی، افسانه؛ جلالوند، انسیه (۱۳۹۴). «استفاده از اینترنت و تمایل به خوداظهاری»، در: *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، دوره ۱۳، ش ۴، ص ۹۵-۱۲۲.*

حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۲). *وسائل الشیعة، قم: اسلامیه.*

حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۱۲). *وسائل الشیعة، قم: اسلامیه.*

حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۱۲). *وسائل الشیعة، قم: آل البيت (ع).*

حکیم، محمد تقی (۱۴۲۹). *القواعد العامة للفقه المقارن، تهران: مجمع جهانی تقریب، چاپ اول.*

حلی، نجم الدین جعفر بن حسن (۱۴۰۳). *معارض الاصول، قم: نشر آل البيت (ع).*

خانیکي، هادی؛ بابایی، محمود (۱۳۹۰). «فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی و مفهوم و کارکردها»، در: *جامعه اطلاعاتی، دوره اول، ش ۱، ص ۷۱-۹۴.*

خمینی، سید مصطفی (۱۳۷۶). *تحریرات فی الاصول، قم: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.*

ریعی، علی؛ محمدزاده یزد، فرشته (۱۳۹۲). «آسیب‌شناسی فضای مجازی: بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی دانشجویان»، در: *راهبرد اجتماعی فرهنگی، س ۲، ش ۶، ص ۴۳-۶۰.*

زحیلی، وهبه (۱۳۸۸). *نظریه ضرورت در فقه اسلامی، ترجمه: حسین صابری، قم: بوستان کتاب.*

زرقاء، مصطفی احمد (۱۹۶۷). *المدخل الفقهي العام، دمشق: بی‌نا.*

سیستانی، سید علی (۱۴۱۴). *قاعده لا ضرر ولا ضرار، قم: چاپ مهر.*

طباطبایی حکیم، سید محمد سعید (۱۴۱۵). *مصباح المنهاج، بی‌جا: نشر مکتب آیت الله حکیم.*

طباطبایی، محمد حسین (۱۴۰۳). *المیزان فی تفسیر القرآن، قم: جامعه مدرسین، ج ۱۳.*

عبادی قادی، مجتبی (۱۳۸۷). «بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران»، در:

<https://rasaneh.farhang.gov.ir>

عندلیب، حسین (۱۳۹۵). «بایسته‌های فقهی حقوقی و اخلاقی زیست در فضای مجازی»، در: *حیات*

طیبه، س ۳، ش ۵، ص ۲۸-۵۱.

ندوی، علی احمد (۱۴۱۴). *القواعد الفقهية*، دمشق: دار القلم، الطبعة الثالثة.

کرم‌اللهی، نعمت‌الله (۱۳۹۰). *اینترنت و دینداری*، قم: بوستان کتاب.

معینی، محمود سعود (۱۹۹۰). *النظرية العامة للضرورة في الفقه الاسلامي*، بغداد: جامعة بغداد.

منتظر قائم، مهدی (۱۳۷۸). «تأثير اینترنت بر افزایش سرمایه انسانی و سرمایه ارتباطی اعضای هیئت

علمی و دانشجویان مقطع ارشد و دکتری در دانشگاه‌های برگزیده»، در: *تحقیقات فرهنگی*، س ۱،

ش ۴، ص ۱۸۵-۲۱۴.

موسوی، محمد علی (۱۳۹۲). *القواعد الفقهية في كتاب تفصيل الشريعة*، قم: نشر مرکز فقهی ائمه اطهار

(ع).

References

The Holy Quran

Al Kashef al-Gheta, Mohammad Hoseyn. 2002. *Tahrir al-Bahlah*, Researched by Sheikh Mohammad Saedi, Tehran: Approximation Assembly. [in Arabic]

Andalib, Hoseyn. 2017. "Bayesteh-hay Feghhi Hoghughi wa Akhlaghi Zist dar Fazay Majazi (Jurisprudential, Legal and Moral Requirements of Living in Cyberspace)", in: *Pure Life*, yr. 3, no. 5, pp. 28-51. [in Farsi]

Araki, Mohammad Ali. 1995. *Osul al-Feghh (Principles of Jurisprudence)*, Qom: In the Right Way Institute. [in Arabic]

Arshum, Mostafa ibn Hamu. 2013. *Al-Ghawaed al-Feghhiyah end al-Abaziyah (Jurisprudence Rules of Ibadism)*, Oman: Ministry of Endowments. [in Arabic]

Ebadi Ghadi, Mojtaba. 2009. "Barresi Rabeteh Estefadeh az Internet wa Howiyat Dini Karbaran (Investigating the Relationship between Internet Use and Users' Religious Identity)", in: <https://rasaneh.farhang.gov.ir>.

Hakim, Mohammad Taghi. 2008. *Al-Ghawaed al-Ammah le al-Feghh al-Mogharen (General Rules of Comparative Jurisprudence)*, Tehran: World Assembly of Approximation, First Edition. [in Arabic]

Helli, Najm al-Din Jafar ibn Hasan. 1983. *Maarej al-Osul*, Qom: Al a-Bayt (AS) Publication. [in Arabic]

Horr Aameli, Mohammad ibn al-Hasan. 1982. *Wasaal al-Shiah (The Means of the Shiites)*, Qom: Islamiyah. [in Arabic]

Horr Aameli, Mohammad ibn al-Hasan. 1992. *Wasaal al-Shiah (The Means of the Shiites)*, Qom: Islamiyah. [in Arabic]

Horr Aameli, Mohammad ibn al-Hasan. 1992. *Wasaal al-Shiah (The Means of the Shiites)*, Qom: Al al-Bayt (AS). [in Arabic]

Ibn Babewayh (Sadugh), Mohammad ibn Ali. 1993. *Man la Yahzoroh al-Faghih (The One Who Doesn't Have Access to a Jurist)*, Qom: Office of Islamic Publications affiliated with the Society of Teachers of the Seminary of Qom. [in Arabic]

Karamollahi, Nematollah. 2012. *Internet wa Dindari (Internet and Religiosity)*, Qom: Book Garden. [in Farsi]

Khaniki, Hadi; Babayi, Mahmud. 2012. "Fazay Sayber wa Shabakeh-hay Ejtemai wa Mafhum wa Karkard-ha (Cyberspace and Social Networks and the Concept and Functions)", in: *Information Society*, yr. 1, no. 1, pp. 71-94. [in Farsi]

- Khomeyni, Seyyed Mostafa. 1998. *Tahrirat fi al-Osul*, Qom: Institute for Compilation and Publication of Imam Khomeini's Works. [in Arabic]
- Moini, Mahmud Soud. 1990. *Al-Nazariyah al-Ammah le al-Zarurah fi al-Feghh al-Islami (The General Theory of Necessity of Islamic Jurisprudence)*, Baghdad: Baghdad University. [in Arabic]
- Montazar Ghaem, Mahdi. 2000. "Tathir Internet bar Afzayesh Sarmayeh Ensani wa Sarmayeh Ertebati Azay Heyat Elmi wa Daneshjuyan Maghta Arshad wa Doktori dar Daneshgah-hay Bargozideh (The Effect of Internet on Increasing Human Capital and Communication Capital of Faculty Members and Postgraduate and Doctoral Students in Selected Universities)", in: *Cultural Research*, yr. 1, no. 4, pp. 185-214. [in Farsi]
- Musawi, Mohammad Ali. 2014. *Al-Ghawaed al-Feghhiyah fi Ketab Tafsil al-Shariah (Jurisprudential Rules in the Book Details of Sharia)*, Qom: Publication of the Jurisprudential Center of the Infallibles (AS).
- Nadwi, Ali Ahmad. 1994. *Al-Ghawaed al-Feghhiyah (Jurisprudential Rules)*, Damascus: Pen House, Third Edition. [in Arabic]
- Rabi'i, Ali; Mohammad-zadeh Yazd, Fereshteh. 2014. "Asibshenasi Fazay Majazi: Barresi Tathir Estefadeh az Internet bar Enzeway Ejtemai Daneshjuyan (Pathology of Cyberspace: A Study of the Impact of Internet Use on Students' Social Isolation)", in: *Social-cultural Strategy*, yr. 2, no. 6, pp. 43-60. [in Farsi]
- Sistani, Seyyed Ali. 1994. *Ghaedeh La Zarar wa La Zerar*, Qom: Mehr Printing House. [in Arabic]
- Tabatabai Hakim, Seyyed Mohammad Said. 1995. *Mesbah al-Menhaj*, n.p: Publication of Ayatollah Hakim School. [in Arabic]
- Tabatabai, Mohammad Hoseyn. 1983. *Al-Mizan fi Tafsir al-Quran (The Yardstick of the Interpretation of the Quran)*, Qom: Islamic Teachers Association, 13th Edition. [in Arabic]
- Tawassoli, Afsaneh; Jalalwand, Ensiyeh. 2016. "Estefadeh az Internet wa Tamayol be Khod Ezhari (Internet Use and Desire for Self-expression)", in: *Socio-psychological Studies of Women*, yr. 13, no. 4, pp. 95-122. [in Farsi]
- Zargha, Mostafa Ahmad. 1967. *Al-Madkhal al-Feghhi al-Am (General Jurisprudence Introduction)*, Damascus: n.p. [in Arabic]
- Zohayli, Wahbah. 2010. *Nazariyeh Zarurat dar Feghh Islami (Theory of Necessity in Islamic Jurisprudence)*, Translated by Hoseyn Saberi, Qom: Book Garden. [in Farsi]