فریبکاری رسانه‌ای

فقه رسانه؛ بایدها و نبایدها - (بخش ششم و پایانی)

خلیل منصوری

در بخشهای پیشین از مقاله حاضر، موضوعاتی چون فقه و اخلاق رسانه‌ای، وجوب کفائی فعالیت‌های رسانه‌ای، ویژگی‌ها و اهداف رسانه اسلامی، حقوق رسانه‌ها در فقه و نظام اسلامی، جرایم و گناهان رسانه‌ای، شایعه‌سازی و شایعه‌پراکنی و کیفر سنگین آن، تهمت و افترا در رسانه‌ها مورد بررسی قرار گرفت. اینک آخرین بخش این سلسله مطالب از نظر خوانندگان عزیز می‌گذرد.

***

افشاگری از رازها

از جمله جرم‌های رسانه‌ای می‌توان به افشاگری اشاره کرد. افشاء به معنای آشکار کردن، فاش نمودن، پدیده ساختن است و افشاگر به معنای آشکارکننده است. (نگاه کنید: فرهنگ‌های فارسی دهخدا و معین) مقصود از افشاگری آشکار کردن اسرار و رازها است. در آیات قرآن برای بیان این معنا جملاتی مانند «اظهره الله علیه»، «اذا جاءهم امر من الأمن او الخوف أذاعوا به»، «لایحب الله الجهر بالسوء من القول الا من ظلم» و مانند آنها به کار رفته است.

افشاگری می‌تواند حرام، واجب و جایز باشد.

از موارد حرمت افشاگری می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. افشای معایب غیر ستمگران (نساء آیه ۱۴۸)؛ زیرا تنها مجاز است درباره ستمگر افشا کند نه دیگران، برخی از مصادیق افشاگری می‌تواند به عنوان هتک حرمت تلقی شود هرچند که شخص آن عیب را دارا باشد. (نساء، آیه ۱۴۸)

۲. بازگویی رازهای مسلمانان به بیگانگان(آل‌عمران، آیه ۱۱۸؛ توبه، آیه ۱۶)؛

۳. فاش ساختن اطلاعات نظامی مسلمین (ممتحنه، آیه ۱)

از نظر قرآن افشای اسرار مسلمانان و نظام اسلامی، نه تنها گناه بلکه جرم است. شخص افشاکننده جزو گمراهان (ممتحنه، آیه ۱)، از مصادیق عمل کننده به کارهای شیطانی (نساء، آیه ۸۳۶)، از مصادیق خیانت (انفال، آیه ۲۷، تحریم، آیه ۱۰) و مانند آن است.

از موارد جواز افشاگری موارد زیر است:

۱. افشای گناه دیگری برای دفع اتهام از خود (یوسف، آیه ۲۶)؛

۲. افشای ستم ستمگر از سوی مظلوم (نساء، آیه ۱۴۸)

تبلیغ کفر و الحاد و منکرات از نگاه قرآن

از نظر اسلام، تبلیغ کفر و الحاد و منکرات، حرام و جرم است. یک رسانه نمی‌تواند به تبلیغ چیزهایی بپردازد که از مصادیق کفر و الحاد و اشاعه منکرات و نابهنجاری‌ها و فحشاء است. از نظر قرآن، کسانی به این امر گرایش پیدا می‌کنند که تحت تاثیر فریبکاری شیطان و تبلیغات فریبنده او قرار گرفته باشند؛ زیرا اصولا تبلیغات فریبنده شیاطین، دارای نقش موثر در گناهکاری مردم بی‌ایمان است یوحی بعضهم الی بعض زخرف القول غروراً، انعام، آیات ۱۱۲ و ۱۱۳) و کسی که در مسیر نشر و تبلیغ آن در رسانه‌ها بر می‌آید تحت تاثیر شیطان و رفتار شیطانی قرار گرفته است. از نظر قرآن کسانی که بیمار دل و منکر رستاخیز هستند به سادگی در دام این تبلیغات قرار می‌گیرند و همین تبلیغات رسانه‌ای، خود کمک می‌کند تا مردم گمراه‌تر شوند و به مسیر درست باز نگردند.

گفتنی است که واژه «زخرف» (در آیه ۱۱۲ انعام) به معنای زینت آراسته است و «زخرف القول» به معنای گفتار زیبا و دلپسند است. (مفردات، ص ۳۷۹ «زخرف») این معنا بر اساس آن است که «غرورا» در آیه مفعول‌له گرفته شود. (مجمع‌البیان، ج ۳-۴، ص ۵۴۴؛ اعراب‌القرآن، درویش، ج ۳، ص ۲۰۱)

همچنین از نظر قرآن، تبلیغات مستمر مستکبران از طرق مختلف از جمله رسانه‌ها، در انحراف عقیدتی و کفر مستضعفان موثر است (سباء، آیه ۳۳) و اصحاب کفر و شیطنت و استکبار با استفاده ابزارهای فریبنده و ظواهر آراسته درصدد بر می‌آیند تا مردم را فریب دهند (انعام، آیات ۱۱۲ و ۱۱۳)

در همین ارتباط استفاده از رمان و فیلم و داستانهای خرافی و سرگرمیهای واهی و باطل، ابزار کافران برای تبلیغ سوء در مقابل قرآن و وحی الهی است. (لقمان، آیه ۶) بر اساس یکی از شأن نزولها، نضربن حرث با استفاده از قصه‌های پارسیان به مبارزه با داستان‌های قرآن می‌پرداخت تا این‌گونه مردم را از شنیدن حقایق قرآنی و معارف آن دور داشته و به امور باطل و بیهوده سرگرم کند. (مجمع‌البیان)، ج ۷-۸ ص ۴۹۰) امروز نیز نقش بسیاری از رسانه‌ها سرگرمی و تفریحاتی است تا مردم از شنیدن حقایق و تجسس در امور اجتماعی و سیاسی جامعه غافل شوند.

از نظر قرآن، تبلیغات گمراه‌کننده با استفاده از ابزارهای آراسته و ظاهری دنیوی یکی از مهم‌ترین عوامل گمراهی مردم از خداشناسی و توحید و گرایش به فلسفه و سبک زندگی اسلامی است که پیامبران در طول تاریخ به آن دعوت کرده‌اند. تبلیغ سوء سامری در گرایش دادن قوم موسی به شرک، با ساختن گوساله‌ای از زیور آلات آنان، خود یک نمونه از تبلیغات سوء است که باید از آن پرهیز کرد. (طه، آیات ۸۵ تا ۸۸) یک رسانه اسلامی به جای آنکه به سرگرم کردن و دور کردن مردم از حقایق و فلسفه زندگی و آفرینش بپردازد به تذکر و آموزش و پرورش درست مردم توجه کند.

یکی از روش‌های تبلیغات سوء، بهره‌گیری از روش تبادل سخنان باطل میان خودشان است به طوری که به ظاهر، دیگران مخاطب پیام نیستند، اما غیرمستقیم پیام به دیگران منتقل می‌شود.

خداوند در آیه ۱۱۲ سوره انعام می‌فرماید از روش‌های دشمن و شیاطین، تبلیغ سوء با تبادل سخنان به ظاهر آراسته و منطقی در بین یکدیگر است تا این گونه مردم را فریب داده و گمراه سازند.

همچنین از فعالیتهای شیاطین و دشمنان دین، تبلیغ سوء علیه احکام

در فریبکاری رسانه‌ای، رسانه می‌کوشد تا با تبلیغ سیاه و سیاه‌نمایی، ترویج شایعات بی‌اساس و اخبار نادرست ناروا، جنگ نرم و جنگ روانی، بزرگ‌نمایی و کوچک نمایی، قلب حقایق دگرگونی در آن و روش‌های دیگر، امری را برخلاف حقیقت و واقعیت به مخاطب رسانه القا کند.

الهی و القای شبهه در آن است (انعام، آیه ۱۲۱) به طوری که امروز بخش اصلی و اساسی فعالیت‌های رسانه‌ای مستکبران و دشمنان اسلام و انسان، تبلیغات سوء و القای شبهات نسبت به آموزه‌های وحیانی اسلام است.

از نظر قرآن، هرکسی در چنین فعالیت‌هایی مشارکت کند، در حقیقت بخشی از طرح شیطانی را اجرا می‌کند بنابراین، رسانه‌هایی که به چنین فعالیت‌هایی می‌پردازند، یک رسانه منفی و ضد اسلامی هستند همچنین تاثیرپذیری از تبلیغ سوء شیاطین و اولیای آنها و اطلاعات از آنان و نیز پذیرش افکار ضدآموزه‌های الهی از جمله انکار قیامت، باعث می‌شود تا شخص در زمره مشرکان قرار گیرد و این‌گونه آثار شرک بر او بار شود. (انعام، آیه ۱۲۱) از همین آیه به دست می‌آید که مجادله مشرکان با مومنان، از اهداف تبلیغات سوء شیاطین و فعالیت‌های متنوع آنان از جمله فعالیت‌های رسانه‌ای است.

از آثار تبلیغات سوء از راه ابزارهای تبلیغی از جمله رسانه، تحمیق مردم است. خداوند در تبیین اهداف تبلیغی فرعون بیان می‌کند که تبلیغات گمراه‌کننده و فریبنده فرعون در راستای تحمیق مردم بوده است تا این‌گونه مردم گرفتار حماقت شده و از تحلیل حق و حقیقت و گرایش بدان دور شوند. (زخرف، آیات ۵۱ و ۵۴)

در این میان قدرت و ثروت نقش اساسی ایفا می‌کند. از نظر قرآن، این قدرت فرعونی و ثروت اشرافیت افراد جامعه است که طرح‌ها و برنامه‌ها و سیاست‌های گمراه‌کننده تبلیغات رسانه‌ای را شکل می‌دهد و آنان از آن برای سلطه و افزایش قدرت و ثروت خود سود می‌برند و با تحمیق مردم بر گرده‌شان سوار می‌شوند. (اعراف، آیات ۸۸ و ۹۰؛ هود، آیات ۲۵ و ۲۷)

یکی از روش‌های کافران در تبلیغات سوء و انحرافی، تاکید بر به عهده گرفتن همه مسئولیت‌های خطا و گناهان است. به این معنا که می‌گویند شما گناه و کفر و شرک ورزید ما اگر قیامتی باشد عهده‌دار گناهان و کفر و شرک شما خواهیم بود. آنان با چنین ادعایی درصدد این هستند تا مردم را تحمیق کرده و از مسیر حق دور سازند. در حالی که هیچ‌کس بار مسئولیت دیگری را در هنگام خطر بر دوش نمی‌گیرد. این مطلبی است که بارها در جامعه تجربه شده است. (عنکبوت، آیه ۱۲) بنابراین نباید به این تبلیغات و وعده‌های دروغین توجهی کرد.

روش‌هایی که دشمنان برای رسیدن به اهداف خود بهره می‌گیرند، محدود به یک یا چند شیوه و روش نیست؛ بلکه همه شیوه‌های موجود

از مجموعه آموزه‌های اسلامی این معنا به دست می‌آید که تبلیغ کفر و الحاد و منکرات یک رفتار شیطانی و گناه بزرگ است. رسانه‌هایی که به این امور می‌پردازند به عنوان مجرم تلقی شده و رسانه و اصحاب رسانه مجازات می‌شوند.

آشنا و غیرآشنا و ابداعی و ابتکاری را به کار می‌گیرند آنان هر روز طرحی نو در می‌اندازند و شیوه‌ای نو ابداع می‌کنند. از مهمترین شیوه‌های رسانه‌ای می‌توان به تهمت زدن و شایعه‌سازی (نور، آیه ۱۱) تشکیل گروه‌های محفلی در قالب‌های فرهنگی و اجتماعی و ادبی و مانند آن (مجادله، آیه ۸)، جوسازی و معرفی رهبران ایمانی مردم به مردمانی ساده و خوش‌باور (توبه، آیه ۶۱) و مانند آن اشاره کرد.

از مجموعه آموزه‌های اسلامی این معنا به دست می‌آید که تبلیغ کفر و الحاد و منکرات یک رفتار شیطانی و گناه بزرگ است. رسانه‌هایی که به این امور می‌پردازند به عنوان مجرم تلقی شده و رسانه و اصحاب رسانه مجازات می‌شوند.

فریبکاری رسانه‌ای

یک رسانه باید پایبند اصول اخلاقی و شرعی باشد. اهالی رسانه باید افرادی عالم، فرهنگی، قوی، امین، شجاع، توانا بر فعالیت‌رسانی و آشنا به آن باشند. از هر کاری که می‌کنند اطلاع عالمانه و آگاهانه داشته و به اطلاعات خود یقین داشته باشند و در دقت و پاکی و نزاهت آن بکوشند و اطلاعات را از منابع خبری مورد وثوق به دست آورند بی‌آنکه گرفتار فعل حرامی چون تجسس و استراق سمع شوند. (حجرات، آیه ۱۲) نسبت به اطلاعاتی که دارند حساس باشند و اگر ببینند به مصالح عمومی ضرر وارد می‌کند از انتشار آن خودداری کنند. حریم خصوصی افراد را مراعات نمایند و از تعرض به آن خودداری کنند باید بدانند که مسئول هر کار و فعلی هستند که انجام می‌دهند و بدون علم و تنها به صرف ظن و گمان وارد اطلاع‌رسانی نشوند و اطلاعات ظنی را منتشر نکنند. (اسراء، آیه ۳۶)

همچنین باید از آثار و تبعات اطلاع‌رسانی و فعل رسانه‌ای خود آگاه باشند و با شعور و آگاهی نسبت به تبعات مثبت و منفی آن اقدام کنند. صلاح کار خود و فعالین در این عرصه و نیز صلاح جامعه را در نظر بگیرند و دنبال خیر باشند و از شر و شرارت پرهیز کنند عقل و عاطفه را در نظر گیرند و به عواطف و احساسات مردم بی‌توجه نباشند از اموری که موجب فتنه انگیزی می‌شود اجتناب نمایند و از انتشار هر چیزی که اهانت به مقدسات افراد و جوامع می‌شود خودداری کنند و همواره مصالح عمومی را بر مصالح شخصی مقدم کنند و حفظ امنیت و آرامش و آسایش عمومی مردم را مدنظر قرار دهند.

تحقیقات و پژوهش‌هایی که درباره جرائم رسانه‌ای با همه اهمیت آن در سطح حرفه‌ها و افکار عمومی و نظام سیاسی، انجام شده، بسیار اندک است. از مهم‌ترین جرایم رسانه‌ای می‌توان به اموری چون تجاوز و تعدی به اعتقادات، عقاید، مقدسات مردم، آراء، نظریات و افکار و حریم خصوصی، انتشار اخبار کذب، ارتکاب جرائمی چون قذف، سب و اهانت، اتهام و تهمت و مانند آنها اشاره کرد.

باید توجه داشت که جرائم رسانه‌ای، از جهت وسیله، خطر و زیان، ماهیت و عقوبت با دیگر جرائم می‌تواند مشترک یا متمایز باشد.

یکی از اقسام جرائم رسانه‌ای جرم فریبکاری رسانه‌ای است که موجب گمراهی عمومی می‌شود و مردم را به سمت و سویی هدایت می‌کند که می‌تواند برای کلیت جامعه مخاطره‌آفرین باشد. بازی با افکار عمومی و افکار سازی یکی از اقسام این نوع فریبکاری رسانه‌ای است. تواترسازی نیز در همین حوزه قابل تحلیل است، به این معنا که یک خبر ظنی و حتی غیرمفید را به عنوان خبر قطعی، تکرار و متواترسازی رسانه‌ای کردن، از اشکال فریبکاری رسانه‌ای است.

هر جامعه‌ای نسبت به امور اعتقادی، موضع‌گیری‌ها و نگرش‌هایی دارد که بیانگر آراء و نظریات و افکار آن جامعه است. این افکار عمومی در حقیقت گفتمان آن جامعه را شکل می‌دهد.

برخی از رسانه‌ها با استفاده از ابزار رسانه به افکار سازی می‌پردازند و گفتمانی را به عنوان گفتمان حاکم بر یک جامعه جا زده و معرفی می‌کنند.

هر فرد و جامعه‌ای باید آزاد باشد تا افکار و عقاید و نگرش‌های خود را بیان کند و قدرت بر بیان آزاد آن را داشته باشد بی‌آنکه تحت‌تاثیر قدرت یا کسی، از آن دست بردارد یا ناچار به تقیه و کتمان عقیده خویش شود. برخی از رسانه‌ها با قدرت رسانه‌ای خویش اجازه نمی‌دهند تا مردم آزادانه افکار و عقاید خویش را بیان کنند یا تحت فشار روحی و روانی ناچار می‌شوند گفتمان دیگری را بپذیرند. این رویه باطل و غلطی است که در بیشتر رسانه‌های امروزی به شکل یک بیماری شیوع یافته است.

التباس حق با باطل و کتمان حق از کارکردهای فریبکاری رسانه‌ای است که خداوند به شدت از آن نهی کرده است. (بقره، آیه ۴۲)

در فریبکاری رسانه‌ای، رسانه می‌کوشد تا با تبلیغ سیاه و سیاه‌نمایی، ترویج شایعات بی‌اساس و اخبار نادرست ناروا، جنگ نرم و جنگ روانی، بزرگ‌نمایی و کوچک نمایی، قلب حقایق دگرگونی در آن و روش‌های دیگر، امری را برخلاف حقیقت و واقعیت به مخاطب رسانه القا کند.

در فریبکاری رسانه‌ای با نهان‌سازی برخی از حقایق و یا حقیقت‌نمایی برخی از خلاف‌ها، تلاش می‌شود تا افکار مخاطب بر خلاف حق و واقع مطلبی را دریافت، فهم و یا موضع‌گیری نماید. در چنین روشی رسانه تلاش می‌کند تا با شیوه‌های نادرست و باطل و آرایه‌های دروغین، بر افکار و رفتار شخص یا جامعه‌ای تاثیرگذارد و در مسیر مشخصی هدایت کند.

روش‌هایی که برای این مقصد به کار گرفته می‌شود با توجه به نوع رسانه متنوع است، ولی تکرار، تواترسازی، و کوچک‌نمایی، تحریف حقیقت،

از نظر قرآن افشای اسرار مسلمانان و نظام اسلامی، نه تنها گناه بلکه جرم است. شخص افشاکننده جزو گمراهان (ممتحنه، آیه ۱)، از مصادیق عمل کننده به کارهای شیطانی (نساء، آیه ۸۳۶)، از مصادیق خیانت (انفال، آیه ۲۷، تحریم، آیه ۱۰) و مانند آن است.

شعارگرایی، بهره‌گیری از جلوه‌های دیداری و شنیداری، آرایه‌های گوناگون ادبی و مانند آن‌ها از مهم‌ترین ابزارهای فریبکاری رسانه‌ای است.

پس می‌توان فریبکاری را با توجه به انواع روش‌هایی که در آن به کار گرفته می‌شود، از مصادیق مجرمانه دانست؛ زیرا در آن اموری چون کتمان حق، اشاعه دروغ و منکر و فحشاء، تهمت و افتراء، تشهیر و بدنام کردن مردم و مانند آن به کار گرفته می‌شود.

در فریبکاری رسانه از انواع شایعات بهره گرفته می‌شود که از جمله آن‌ها می‌تواند اراجیف خبری باشد که جامعه را دچار بحران می‌کند و لرزه‌بر آرامش و آسایش فردی و جمعی مردم می‌افکند و روان آنان را در مخاطره قرار می‌دهد. این شایعات می‌تواند: ۱. خوف‌انگیز؛ ۲. امید انگیز واهی و دروغین؛ ۳. زشت و ناروا؛ ۴. بحران آفرین باشد. شایعه پراکن می‌تواند از همه روش‌ها از جمله تشویش اذهان عمومی، دروغ، وعده و نیز وعید استفاده کند تا به مقاصد خودش برسد. در جنگ روانی بیش‌ترین کارکرد را همین شایعات، بازی می‌کند.

جعل اخبار دروغین، ایجاد رعب و ترس در جامعه، شستشوی مغزی، نفوذ در عواطف و قلوب مردم، تحریف حقایق از مهم‌ترین کارهایی است که در فریبکاری رسانه‌ای در یک جنگ نرم و روانی انجام می‌شود.

اکاذیب رسانه‌ای

«اکاذیب» جمع «کذب»، به معنای گزارش خلاف واقع است، اعم از اینکه آن گزارش، افترای شرعی باشد یا نباشد، انتشار عمومی داده شود یا نشود، اما نشر اکاذیب، انتشار عمومی آن گزارش خلاف واقع است، چه اینکه فرد خودش آن نسبت را داده باشد، یا دیگری آن نسبت را داده و او فقط نقل‌قول کرده باشد.

پس اکاذیب «اعمالی است که برخلاف حقیقت، شخص راسا یا به عنوان نقل‌قول به شخص حقیقی یا حقوقی یا مقامات رسمی تصریحاً یا تلویحاً نسبت دهد.» از نظر قرآن بر اساس آیه ۱۵ تا ۱۹ سوره نور گناه و حرام و اگر این نسبت متعرض هتک حرمت شود جرم تلقی می‌شود.

از این رو هرگونه نسبت خلاف واقع با شرایطی که مصداق افترا، تهمت و هتک حرمت باشد چون نسبت زنا و لواط و مانند آن که موجب حد است یا نسبت‌های دیگری که دارای حد شرعی نیستند کذب تلقی شود.

در اکاذیب می‌توان مصادیق دیگری چون تهمت، توهین، افترا و مانند آن را به عنوان نشر اکاذیب دانست. از آن رو حتی انتشار کاریکاتور و هر نوع مطلب مشتمل بر تهمت و نسبت‌های توهین‌آمیز از مصادیق آن اکاذیب شمرده می‌شود.

البته باید توجه داشت بین افترا در قانون و افترا در شرع، عموم و خصوص مطلق برقرار است؛ یعنی هر افترای شرعی افترای قانونی محسوب می‌شود، ولی هر افترای قانونی افترای شرعی محسوب نمی‌شود.

بازی با افکار عمومی و افکار سازی یکی از اقسام این نوع فریبکاری رسانه‌ای است. تواترسازی نیز در همین حوزه قابل تحلیل است، به این معنا که یک خبر ظنی و حتی غیرمفید را به عنوان خبر قطعی، تکرار و متواترسازی رسانه‌ای کردن، از اشکال فریبکاری رسانه‌ای است.

اما بین نشر اکاذیب و افترای قانونی از جهت صدق بر افراد و مصادیق، تساوی برقرار است، ولی از جهت دیگر با یکدیگر فرق دارند و آن اینکه اگر در موردی شخص به دیگری نسبت ناروایی بدهد و صحت آن را نیز در دادگاه ثابت نماید بر آن، عنوان افترا و کذب صدق نمی‌کند و از این جهت مجازات نمی‌شود ولی در صورتی که نشر آن اشاعه فحشا محسوب شود هرچندصحت آن را به اثبات برساند به تعزیر و ضربه شلاق محکوم خواهد شد.

شرایط تحقق جرم نشر اکاذیب

جرم نشر اکاذیب از جهت عنصر مادی و برخی از عناصر معنوی، («مانند قصد فعل که از آن به سوء نیت عام تعبیر می‌شود») مقید به ۴ شرط زیر است:

۱. به قصد اضرار باشد؛

۲. قصدش تشویش اذهان عمومی یا مقامات رسمی باشد؛

۳. به وسیله نامه یا شکوائیه یا مراسلات یا عرایض یا گزارش یا توزیع هرگونه اوراق چاپی یا خطی و تصویری از طریق رسانه صورت بگیرد؛

۴. نتواند صحت آن اسناد را ثابت کند.

ولی از جهت برخی از عناصر معنوی مانند قصد نتیجه (که از آن به سوء نیت خاص تعبیر می‌شود)، مطلق است؛ یعنی تحقق آن موکول به وقوع نتیجه ضرر یا تشویش نیست. از این رو قانون‌گذار برای تامین این مقصود تصریح کرده: «اعم از اینکه از طریق مزبور به نحوی از انحا ضرر مادی یا معنوی به غیر وارد شود یا نه علاوه بر اعاده حیثیت در صورت امکان، بایدتعزیر شود.» (ر.ک: قانون مجازات اسلامی و قانون مطبوعات)

نشر و اشاعه کاذیب

انتشار و اشاعه اخبار دروغ و وقایع خلاف واقع به قصد اضرار به غیر یا تشویش اذهان عمومی یا مقامات رسمی را نشر اکاذیب گویند. مقصود از اشاعه اکاذیب آن است که مرتکب، مطالب و کارهایی را که می‌داند حقیقت ندارد، عملا و عامدا علیه شخص حقیقی یا حقوقی یا مقامات رسمی شایع و اظهار کند و بدون اینکه اعمال معینی را به افراد معینی نسبت دهد، اخبار یا مطالب بی‌اساس و دروغ را بیان کند.

نشر اکاذیب با هتک حرمت و حیثیت تفاوت دارد، چرا که در نشر اکاذیب حتما مطالب کذب انتشار می‌یابد و واقعیت ندارد، اما در هتک حیثیت، هم واقعیت و اسرار خصوصی فرد فاش می‌شود و هم ممکن است با اشاعه کذب حیثیت شخص خدشه‌دار گردد.

هتک حرمت و نشر اکاذیب نیز مانند تمامی جرایم دیگر از سه رکن تشکیل شده است تا عنوان جرم بر آن صدق کند. رکن اول رکن قانونی جرم است. رکن دوم رکن مادی جرم است و رکن سوم نیز رکن معنوی جرم است.

رکن قانونی و مادی جرم هتک حرمت و اشاعه اکاذیب: هرکس به وسیله سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی، فیلم یا صوت یا تصویر دیگری را تغییر دهد یا تحریف کند و آن را منتشر یا با علم به تغییر یا تحریف منتشر کند، به نحوی که عرفا موجب هتک حیثیت او شود، تعزیر می‌شود.

هرکس به قصد اضرار به غیر یا تشویش اذهان عمومی یا مقامات رسمی به وسیله سامانه رایانه‌ای یا مخابراتی اکاذیبی را منتشر کند، یا در دسترس دیگران قرار دهد یا با همان مقاصد، اعمالی را برخلاف حقیقت، راسا یا به عنوان نقل قول، به شخص حقیقی یا حقوقی به طور صریح یا تلویحی نسبت دهد، اعم از اینکه از طریق یاد شده به نحوی از انحا ضرر مادی یا معنوی به دیگری وارد شود یا نشود، افزون بر اعاده حیثیت (در صورت امکان) تعزیر می‌شود.

منتشر شدن اکاذیب به هر شکل ممکن جرم است و نوع وسیله چندان در جرم دخیل نیست. عنصر مادی این جرم، اظهار و نشر اکاذیب یا نسبت دادن عمل خلاف حقیقت به شخص حقیقی یا حقوقی یا مقامات رسمی است که به یکی از راه‌ها محقق می‌شود. در حقیقت دو جرم در این مواد بیان شده است. یکی اظهار اکاذیب و دیگری نسبت دادن مطلب غیرواقعی به شخص یا اشخاص حقوقی یا مقامات رسمی.

رکن معنوی جرم هتک حرمت و نشر اکاذیب: سوء نیت عام در این جرم آن است که مرتکب باید بداند امری را که از طریق رایانه اظهار یا شایع می‌کند یا به دیگری نسبت می‌دهد، دروغ و بی‌اساس است و سوء نیت خاص در این جرم قصد اضرار به غیر و تشویش اذهان عمومی یا مقامات رسمی است. بنابراین اگر مرتکب قصد مذکور را نداشته باشد و یا ثابت کند که گمان بر حقیقت داشتن موضوع انتساب داشته است، مشمول حکم نخواهد بود.

بنابراین علم و آگاهی مرتکب به کذب بودن اظهارات، لازمه عمدی بودن جرم نشر اکاذیب است و فقدان یا تردید در آن علی‌الاصول مانع تحقق وصف عمدی بودن خواهد بود. همچنین قصد مرتکب نیز جزء دوم رکن معنوی این جرم است. به عبارتی عمد در ارتکاب فعل خلاف قانونی که اصطلاحا سوءنیت عام می‌گوییم.

از نظر اسلام حیثیت و شرافت اشخاص دارای اهمیت خاصی است. خداوند در قرآن‌کریم، ضربه و ضرر به حیثیت و شرافت انسان را منع کرده و ائمه معصومین(ع) نیز به عنوان قرآن ناطق، ارزش و اهمیت خاصی برای

از فعالیتهای شیاطین و دشمنان دین، تبلیغ سوء علیه احکام الهی و القای شبهه در آن است از نظر قرآن، هرکسی در چنین فعالیت‌هایی مشارکت کند، در حقیقت بخشی از طرح شیطانی را اجرا می‌کند بنابراین، رسانه‌هایی که به چنین فعالیت‌هایی می‌پردازند، یک رسانه منفی و ضد اسلامی هستند.

حیثیت و شرافت افراد قائل شده‌اند.

مضافا بر آن اجماع فقهای ما نیز چنین اعمالی را مذمت کرده و با تاسی از قرآن و احادیث و روایات جمعا به بحث پیرامون آن پرداخته و با ذکر مجازات‌های مقرره در کتب خود، به طور مفصل هر یک را بررسی کرده‌اند. علاوه بر این، عقل حکم می‌کند که شخصیت معنوی افراد جامعه انسانی و حیثیت و شرافت آنها محترم و تعرض به آن مذموم و قابل مجازات باشد.

آنچه در طی ۶ شماره از نظر خوانندگان عزیز گذشت بخش مختصری از کتاب «فقه رسانه؛ بایدها و نبایدها» نوشته خلیل منصوری، استاد درس خارج حوزه علمیه قم بود که در ۷۰۸ صفحه از سوی انتشارات همای غدیر قم در سال ۹۵ منتشر شده است. این کتاب دارای ۵ فصل شامل: اهداف و مقاصد؛ کلیات و مفاهیم؛ بایدها و شایدهای فعالیت رسانه از منظر اسلام؛ محرمات رسانه‌ای از منظر فقه اسلامی و جرایم رسانه از دیدگاه فقه اسلامی تدوین شده است.

ایثارگر و ایثارخواه

انسانها دو دسته هستند:

۱. ایثارگر(مُؤْثِرُ) که از خود و حقوق خویش می‌گذرد و با آنکه بدان نیاز دارد به دیگری می‌دهد. خداوند درباره این افراد می‌فرماید: یُؤْثِرُونَ عَلَی أَنفُسِهِمْ وَ لَوْ کَانَ بِهِمْ خَصَاصَةٌ؛ دیگران را بر خودشان مقدم می‌دارند با آنکه خودشان به آن نیاز دارند.(حشر، آیه ۹) اهل بیت(ع) نیز این گونه بودند.چنانکه قرآن می‌فرماید: وَ یُطْعِمُونَ الطَّعَامَ عَلَی حُبِّهِ مِسْکِینًا وَیَتِیمًا وَ أَسِیرًا؛ با آنکه خود به آن نیازمند بودند وآن را دوست می‌داشتند، ولی همان خوراکی را به مسکین و یتیم و اسیر خوراندند.(انسان، آیه ۸)

۲. ایثارخواه(مُستأثِر): کسانی که خواهان تقدم خود بر دیگران هستند و می‌خواهند دیگران همه چیز را برای آنان رها کنند. در زبان عربی از این رفتار به عنوان استیثاربه معنی انحصارطلبی یاد می‌شود؛ یعنی تقدم خود بر دیگران. امیرمومنان علی(ع)درباره حکومت طاغوتی می‌فرماید: من ملک استأثر؛ هر کس به ملک و حکومت رسد استئثار و انحصارطلبی پیشه کند. (نهج البلاغه، حکمت ۱۵۲) حضرت(ع) به مالک اشتر می‌نویسد:«ثُمّ اِنّ لِلْوالی خاصّةً وَ بِطانَةً، فیهِمُ اسْتِئْثارٌ وَ تَطاوُلٌ، وَ قِلّةُ اِنْصافٍ فی مُعامَلَةٍ، فَاحْسِمْ مادّةَ اُولئِکَ بِقَطْعِ اَسْبابِ تِلْکَ الْاَحْوالِ؛ بدانکه همیشه برای حاکم و فرمانروا نزدیکان و خواصّ و محرم کارها وجود دارد. در میان آنها درازدستی به مال مردم و امتیازخواهی و بی‌انصافی فراوان است. پس این قبیل کارها را قطع کن.»(نهج البلاغه، نامه ۵۳)

خِبره واقعی

واژه خبره در عربی به معنای آگاهی ژرف نسبت به چیزی است. انسان گاه از چیزی خَبری به دست می‌آورد و گاه نسبت به آن خبره می‌شود. خَبر آگاهی نسبت به ظاهر چیزی است و گاه باطن چیزی؛ زیرا اصل این کلمه در زبان عربی، به معنای شخم زدن است تا از این راه به عمق چیزی شناخت پیدا کند و ببیند در درون خاک چه خبری است. اگر این شخم زدن سطحی باشد یک شناخت سطحی نسبت به زمین به دست می‌آید و اگر عمیق باشد، شناخت عمیق به دست می‌آید. از همین رو شناخت نسبت به چیزی را خبر می‌گویند، یعنی کسی با شخم زدن در احوالات شخص یا حادثه‌ای نسبت به آن اطلاع به دست می‌آورد.

عرب می‌گوید: خَبَرَ خُبراً الأرضَ : زمین را برای کشت شخم زد ؛ - خَبَرَ خَبْراً و خِبْرَةً الشیءَ : آن چیز را آزمایش کرد و شناخت ؛ - خَبَر خُبْراً و خِبراً و خُبْرَةً و خِبرة و مَخْبُرَة و مَخْبَرَة الشیءَ و بهِ : آن چیز را کاملاً شناخت و حقیقت آن چیز را به خوبی دانست(قاموس المعانی).

به نظر می‌رسد که واژه خُبر بیشتر برای شناخت عمیقی به کار می‌رود که با شخم عمیق و تحقیقات ژرف به دست می‌آید. انسان خبیر، انسانی است که با شخم زدن در احوال و اوضاع و امور، به عمق آن چیز می‌رسد و کارشناس آن موضوع و مطلب می‌شود. بنابراین، هرگز به ظواهر امور بسنده نمی‌کند.

حضرت موسی(ع) می‌خواست همراهی خضر(ع) در کسب علم لدنی داشته باشد، اما خضر(ع) می‌فرماید چگونه بر چیزی که کارشناس و خبیر نیستی می‌خواهی صبر کنی؟ وَکَیْفَ تَصْبِرُ عَلَی مَا لَمْ تُحِطْ بِهِ خُبْرًا ؛ و چگونه می توانی بر چیزی که به شناخت آن احاطه کامل نداری صبر کنی؟(کهف، آیه ۶۸)

از همین رو حضرت موسی(ع) مدام اعتراض می‌کند؛ زیرا قضاوت او بر اساس خبر ظاهری است نه خبیر بودن و باطن نگری.

البته خضر(ع) به ایشان وعده می‌دهد که در آینده پس از پایان کار نسبت به هر عملش ذکر و یادآوری خواهد داشت، ولی هرگز او را به عمق مطلب نخواهد رساند؛ زیرا رسیدن به این عمق نیازمند علم لدنی با تعلیم الهی است که از راه دیگری به دست می‌آید. (کهف، آیه ۷۰)

خداوند درباره رفتار ذوالقرنین می‌فرماید که ما نسبت به امور و حقایق رفتار ایشان خبیر و کارشناس بودیم: کَذَلِکَ وَقَدْ أَحَطْنَا بِمَا لَدَیْهِ خُبْرًا؛ این چنین [می رفت] و قطعا به خبری که پیش او بود آگاهی کامل داشتیم .(کهف، آیه ۹۱)

پس خبیرو خبره و کارشناس واقعی کسی که به هر چیزی چنان با شخم زدن احوالات ورود پیدا می‌کند که نسبت به آن احاطه کامل داشته و از ظاهر و باطن هر چیزی آگاه است.

چراغ راه

لزوم عبرت‌گیری از عوامل سقوط و انقراض امت‌ها

قال‌الامام علی(ع): «اعتبروا بما قد رأیتم من مصارع القرون قبلکم»

امام علی(ع) فرمود: از آنچه در میدان‌های نابودی امتهای پیشین دیده‌اید، عبرت بگیرید. (به عوامل سقوط و انقراض آنها توجه کنید!)[1]

۱- نهج‌البلاغه، خطبه ۱۶۱

حکایت خوبان

تفاوت ماهوی یدخلون و یخرجون

دیوانه‌نمای عاقلی را نزد معاویه بردند، معاویه گفت: «آیا از قرآن چیزی می‌دانی؟» گفت: «می‌دانم و بسیار نیکو هم می‌دانم.» معاویه گفت: بخوان! او چنین خواند: بسم‌الله الرحمن الرحیم، اذا جاء نصرالله والفتح و رایت الناس یخرجون من دین الله افواجا» معاویه به قصد مچ‌گیری فریاد زد: صبر کن، صبر کن، غلط خواندی، یخرجون غلط است و یدخلون صحیح است. آن مرد بلافاصله پاسخ داد: اینکه می‌گویی مربوط به زمان پیامبر بود نه زمان تو. تا تو حاکم مسلمانان باشی مردم گروه گروه از دین خارج می‌شوند.[1]

۱- پایگاه اطلاع‌رسانی تبیان، بخش لطایف قرآنی، ۹۴/۳/۲۰

پرسش و پاسخ

علل انحطاط و سقوط حکومت‌ها

پرسش: از منظر قرآن کریم چه علل و اسبابی موجبات انحطاط و سقوط تمدن‌ها و حکومت‌ها را فراهم می‌آورد؟

پاسخ:

در بخش نخست پاسخ به این سؤال ضمن تاکید بر سنت هلاکت در قرآن کریم به دو عامل انحطاط و سقوط تمدن‌ها و حکومت‌ها شامل: ۱- ناسپاسی و کفران نعمت ۲- ظلم، استکبار، کفر ورزیدن و تکذیب آیات الهی اشاره کردیم