

Entertainment Media from the Perspective of Imamiyyah Jurisprudence

Seyed Ali Ashegh

M. A. in Religion and Media; Department of Humanities, Al-Mustafa Open University, Qom, Iran.

Farhad Pourkivan¹

Department of Jurisprudence and Principles, Faculty of Family Jurisprudence Faculty, Al-Mustafa Open University, Qom, Iran.

Abstract:

Entertainment media ranks among the most influential cultural tools in the contemporary world, occupying a significant portion of the audience's mind and time. With the expansion of this type of media, a serious question arises in Imamiyyah jurisprudence: Is the production or consumption of these products religiously permissible? If not permissible, what criteria place them within the realm of forbidden 'Lahw wa La'ib' (diversion and play)? This article seeks to address this issue and provide a jurisprudential model for assessing the legitimacy of media entertainment. By utilizing reliable jurisprudential sources such as *Al-Makasib*, *Shara'i al-Islam*, and *Masalik al-Afham*, and analyzing narrations and contemporary fatwas, it concludes that entertainment media are legitimate if the remembrance of God, a rational objective, or moral benefit is considered within them; otherwise, and if they promote negligence or falsehood (Mufid, Muhammad bin Muhammad, 1365 Solar Hijri, Vol. 1: 204), they will be considered instances of forbidden 'Lahw wa La'ib' from the perspective of Imamiyyah jurisprudence.

Keywords: Imamiyyah Jurisprudence; Entertainment Media; Lahw wa La'ib (Diversion and Play); Negligence; Islamic Values; Media Ethics.

¹. farhad_porkyvan@miu.ac.ir

سرگرمی رسانه‌ای از منظر فقه امامیه

سید علی عاشق^۱

کارشناسی ارشد دین و رسانه؛ گروه علوم انسانی، دانشگاه مجازی المصطفی، قم، ایران.

فرهاد پورکیوان^۲

گروه فقه و اصول، دانشکده فقه خانواده، دانشگاه مجازی المصطفی، قم، ایران.

چکیده

رسانه‌های سرگرم‌کننده یکی از پرنفوذترین ابزارهای فرهنگی در دنیای معاصر به شمار می‌روند و بخش عظیمی از ذهن و زمان مخاطبان را به خود اختصاص داده‌اند. با گسترش این نوع رسانه‌ها، پرسشی جدی در فقه امامیه پدید می‌آید: آیا تولید یا مصرف این محصولات شرعاً مجاز است؟ در صورتی که مجاز نیست، چه شاخص‌هایی آن‌ها را در دایره لهُو و لعب حرام قرار می‌دهد؟ این مقاله می‌کوشد به این مسئله بپردازد و الگویی اجتهادی برای سنجش مشروعیت سرگرمی‌های رسانه‌ای ارائه دهد. با بهره‌گیری از منابع متقن فقهی چون المکاسب، شرایع الاسلام و مسالک الأفهام و تحلیل روایات و فتاوی معاصر، به این نتیجه می‌رسد که رسانه‌های سرگرم‌کننده در صورتی مشروع‌اند که یاد خدا، هدف عقلایی یا فایده اخلاقی در آن‌ها لحاظ شده باشد؛ در غیر این صورت و در صورت ترویج غفلت یا باطل (مفید، محمد بن محمد، ۱۳۶۴ ه. ش، ج ۱: ۲۰۴)، از نظر فقه امامیه مصداق لهُو و لعب حرام خواهند بود.

واژگان کلیدی: فقه امامیه؛ سرگرمی رسانه‌ای؛ لهُو و لعب؛ غفلت؛ ارزش‌های اسلامی؛ اخلاق

رسانه‌ای

مقدمه

سرگرمی از پرمخاطب‌ترین کارکردهای رسانه است و بخش عمده‌ای از اوقات فراغت جوامع را در بر می‌گیرد. این پژوهش به بررسی فقهی این نوع رسانه‌ها از منظر فقه امامیه می‌پردازد، با تمرکز بر حکم تکلیفی آن‌ها (حلیت، کراهت یا حرمت). با وجود رشد روزافزون محتوای سرگرم‌کننده، هنوز معیارهای یکپارچه‌ای برای تمایز بین تفریح مشروع و لهو محرم در فقه رسانه‌ای عرضه نشده است. این مقاله تلاش دارد با ارائه الگویی اجتهادی، چارچوبی منسجم برای ارزیابی رسانه‌های سرگرم‌کننده از منظر فقه امامیه فراهم آورد.

مبانی نظری

۱. تبیین مفاهیم پایه

• سرگرمی

در لغت: واژه «سرگرمی» به معنای اشتغال ذهن و وقت انسان به کاری است که معمولاً با هدف تفریح، تنوع یا گذران وقت انجام می‌گیرد. در فارسی، این واژه بار معنایی مثبتی دارد و عموماً با نشاط، بازی، و لذت همراه است. در اصطلاح فقهی (از نگاه فقه امامیه): واژه‌ای معادل برای «سرگرمی» به صورت اصطلاحی در فقه سنتی نیامده است؛ اما مفاهیمی مانند لهو، لعب، مزاح، لذت و مانند آن در منابع فقهی نقش جایگزین دارند. سرگرمی در فقه امامیه تنها در صورتی پذیرفتنی است که موجب غفلت از واجبات، تضعیف ایمان، یا ترویج منکر نشود. بنابراین، سرگرمی از دیدگاه فقهی واجد ارزشی خنثی است که با توجه به قصد، محتوا، و اثر آن بر عقل و دین، می‌تواند مجاز، مکروه یا حرام باشد.

• رسانه

در لغت: رسانه از ریشه «رَس» به معنای رساندن گرفته شده و در فارسی به ابزار انتقال پیام گفته می‌شود. در اصطلاح فقهی: اصطلاح «رسانه» به صورت مستقیم در متون فقهی قدیم نیامده است؛ ولی تطبیق آن با ابزارهای «ابلاغ، تعلیم، و تفهیم» مثل منبر، کتاب، شعر، و خطابه در فقه وجود دارد. در فقه امامیه، هر وسیله‌ای که نقش اطلاع‌رسانی یا تأثیرگذاری بر ذهن و قلب مردم داشته باشد، حکم آن از باب ابزار تحقق فعل حرام یا واجب بررسی می‌شود؛ لذا رسانه به عنوان ابزار، دارای حکم تابع هدف است: اگر در خدمت ترویج باطل یا غفلت باشد، حرام و اگر در خدمت نشر حق و آگاهی باشد، مطلوب است.

• فقه امامیه

فقه امامیه شاخه‌ای از فقه اسلامی است که بر مبنای آموزه‌های امامان شیعه (علیهم‌السلام) استوار است. مبانی این فقه مبتنی بر قرآن، سنت، اجماع و عقل است و از اصولی مانند قاعده ملازمه، حرمت اعانه بر اثم،

قاعده لاضرر و قاعده تقیه بهره می برد. در تحلیل رسانه های سرگرم کننده، فقه امامیه با تکیه بر قاعده حرمت لهو، ملاک نیت در افعال مکلف، و سنجش مفاسد اجتماعی و اخلاقی به ارزیابی مشروعیت می پردازد.

۲. مفاهیم کلیدی محوری

• لهو

در لغت: لهو به معنای چیز است که انسان را از کار مهم و اساسی بازدارد. در اصطلاح فقه امامیه: هر آنچه باعث غفلت از یاد خدا، تأخیر در واجبات، یا تضعیف روحیه عبادی و معنوی شود، در دایره لهو قرار می گیرد. فقهاء امامیه مانند شیخ انصاری و شهید ثانی، لهو را شامل ابزارها، اقوال و افعالی می دانند که یا ذاتاً حرام اند یا مقصدی حرام دارند. در مورد رسانه، اگر برنامه ای صرفاً برای سرگرمی بی هدف تولید شود و در آن ذکری از حق و هدایت نباشد، مصداق لهو (شهید ثانی، زین الدین بن علی، ۱۳۷۷ ه ش، ج: ۱، ۲۴۸) فقهی خواهد بود.

• لعب

در لغت: لعب به معنای بازی کردن و انجام کارهایی است که هدف جدی ندارند. در اصطلاح فقهی: لعب در فقه معمولاً با قمار، اسباب بازی لهوی، و تفریحات بی فایده همراه است. فقه امامیه بین لعب مشروع (مثلاً بازی کودکان بی ضرر یا تفریح سالم) و لعب لهوی تفکیک قائل است. در رسانه ها، بازی های دیجیتال یا برنامه های طنز اگر منتهی به لغو، انحراف، یا مفاسد اجتماعی شوند، لعب محرم محسوب می شوند.

• تقیه

در لغت: تقیه به معنای حفظ و نگهداری است. در اصطلاح فقه امامیه: تقیه عبارت است از اظهار خلاف عقیده یا انجام عملی ظاهراً غیرشرعی در برابر تهدید واقعی برای حفظ جان، مال، یا کیان دین. شرط جواز آن، این است که مفسده تقیه کمتر از مصلحت آن باشد. در زمینه رسانه، اگر فردی به ناچار از رسانه ای استفاده کند که در آن محتوای غیردینی نیز وجود دارد، اما منجر به حفظ دین یا دفع خطر جدی شود، ممکن است مشمول تقیه شود؛ ولی اگر منجر به فساد در دین گردد، جایز نخواهد بود.

• غفلت

در لغت: به معنای بی خبری و بی توجهی نسبت به امر مهم است.

در اصطلاح فقهی: هر عملی که موجب سستی در عبادات، فراموشی یاد خدا، یا کاهش ینش دینی شود، مصداق غفلت است. بسیاری از سرگرمی‌های رسانه‌ای به دلیل اشتغال کامل ذهنی و زمانی افراد، به‌خصوص جوانان، باعث غفلت از واجبات می‌شوند. فقه امامیه، غفلت را اگر ناشی از ابزارهای تکرارشونده و فراگیر باشد، سبب حرمت ابزار می‌داند.

۳. یافته‌های تحقیق

زاویه نگاه این پژوهش به مفاهیم یادشده، صرفاً فقهی و فقه‌الاجتماعی است و نه روان‌شناختی، جامعه‌شناختی یا فلسفی. در این مقاله، هر اصطلاح در نسبت با احکام تکلیفی (وجوب، حرمت، کراهت، اباحه، استحباب) تحلیل می‌شود و هدف، استخراج ضوابط شرعی برای تشخیص حلیت یا حرمت استفاده از رسانه‌های سرگرم‌کننده است.

۱- سرگرمی‌های رسانه‌ای چگونه می‌توانند از منظر فقه امامیه مصداق لهو و لعب حرام تلقی شوند؟ در فقه امامیه، لهو و لعب مفاهیمی منفی و مرتبط با بیهودگی، غفلت از یاد خدا (کلینی، محمد بن یعقوب، ۱۳۶۴ ه. ش، ج: ۱، ۲۰۰)، و دوری از اهداف معنوی هستند. اما تشخیص مصداق لهو در عصر رسانه‌ای، به‌ویژه در سرگرمی‌هایی که ظاهراً بی‌ضرر به نظر می‌رسند، آسان نیست. این پرسش از این جهت اهمیت دارد که با گسترش رسانه‌های سرگرم‌کننده در زندگی و سبک زندگی (قمی، محمدطاهر بن محمدحسین، ۱۳۷۳ ه. ش، ج: ۱، ۲۳۱) روزمره، مرز بین سرگرمی مشروع و لهو حرام مبهم شده است. از چه زمانی یک تفریح ساده به "لهو" تبدیل می‌شود؟ چه ویژگی‌هایی باعث می‌شود یک رسانه مصداق لهو و لعب حرام باشد؟ این پرسش ناظر به تحلیل ماهیت محتوای رسانه‌ای از منظر فقهی و تطبیق آن با آموزه‌های دینی است.

دلیل روایی:

در فرمایش امیرالمؤمنین علی (ع): "هر گفتاری که یاد خدا در آن نباشد بیهوده است، هر سکوتی که همراه اندیشه نباشد سهو است، و هر نگاهی که عبرت‌آموز نباشد لهو است." (علامه حلی، حسن بن یوسف، ۱۳۷۴ ه. ش، ج: ۱، ۲۱۵) این روایت ملاک‌های روشنی برای تشخیص لهو و لعب ارائه می‌دهد: حذف یاد خدا، بی‌هدف بودن، و عدم فایده معنوی. اگر یک رسانه سرگرم‌کننده محتوایی ارائه دهد که نه یاد خدا در آن هست، نه اندیشه‌برانگیز است، و نه موجب عبرت می‌شود، چنین رسانه‌ای از نظر فقه امامیه مصداق لهو است و در صورت استمرار یا افراط، حرام خواهد بود.

دلیل فقهی - بیانات علما:

شیخ انصاری در مکاسب حرام، ساخت، فروش و حتی نگهداری ابزارهایی را که "فقط در جهت گناه کاربرد دارند" حرام می‌داند؛ مانند آلات قمار، بت، یا دستگاه‌های خوشگذرانی صرف. اگر یک

رسانه صرفاً به ترویج ابتدال، لذت های دنیوی یا بیهودگی پردازد، مشمول همین حکم خواهد بود. (انصاری، مرتضی بن محمدامین، ۱۴۱۰ ه ق، ج ۲: ۹)

دلیل قرآنی:

در قرآن کریم آمده است: «و من الناس من یشتري لهو الحديث لیضل عن سبیل الله بغیر علم...» (لقمان: ۶) برخی مردم لهو را می خرند تا مردم را از راه خدا گمراه کنند. بنابر تفاسیر شیعه، «لهو الحديث» شامل محتوای گمراه کننده و بیهوده است که ذهن انسان را از حقیقت بازمی دارد. مصداق آن در دوران ما می تواند محتوای رسانه ای باشد که صرفاً برای لذت و غفلت تولید شده است.

نتیجه:

براساس آنچه در استدلال به آن پرداخته شد، به این نتیجه می رسیم که سرگرمی های رسانه ای ای که فاقد یاد خدا، هدف اخلاقی، اندیشه برانگیزی یا عبرت باشند، و صرفاً موجب غفلت، بیهودگی یا ترویج فساد (علامه حلی، حسن بن یوسف، ۱۳۷۷ ه ش ۱۴۱۹ ه ق، ج ۱: ۲۳۱) شوند، از نظر فقه امامیه مصداق لهو و لعب هستند و حکم به حرمت آن ها داده می شود.

۲- نقش نیت و هدف در تعیین مشروعیت یا حرمت سرگرمی های رسانه ای در فقه امامیه چیست؟
در فقه امامیه، نیت یکی از عناصر تعیین کننده در صدور احکام شرعی است. این اصل نه تنها در عبادات بلکه در معاملات و فعالیت های اجتماعی نیز جریان دارد. در مورد رسانه های سرگرم کننده، پرسش اساسی آن است که آیا نیت تولیدکننده یا مصرف کننده می تواند موجب تغییر حکم فقهی شود؟ به بیان دیگر، اگر محتوای یک سرگرمی به ظاهر مباح باشد، اما نیت استفاده از آن صرفاً برای لهو یا گناه باشد، حکم آن چیست؟ و برعکس، آیا نیت خوب می تواند محتوای مشکوک را مشروع جلوه دهد؟ این پرسش ناظر به یکی از پیچیده ترین مسائل تطبیقی فقه رسانه ای است.

دلیل فقهی - مورد شکار و بازی در سفر:

در متون فقهی، حکم نماز و روزه برای کسی که به قصد شکار یا بازی سفر می کند، متفاوت از کسی است که برای تأمین معاش یا عبادت سفر می کند. در «نهایه» آمده است که اگر شکار برای خوراک باشد، نماز شکسته و روزه افطار می شود، ولی اگر برای سرگرمی یا تجارت باشد، نماز تمام است. (طوسی، محمد بن حسن، ۱۳۴۷ ه ش، ج ۱: ۳۰۸) این تفاوت صرفاً به نیت وابسته است. بنابراین، نیت استفاده از یک ابزار، مانند رسانه، تأثیر مستقیمی بر مشروعیت یا حرمت آن دارد.

دلیل روایی:

در حدیث امام صادق (ع) درباره کسی که به دیگران غذا می دهد آمده:

“به کسی که نه دوست حق است نه دشمن، کمک کن، ولی به کسی که با حق دشمنی دارد، کمک نکن.” (الأنصاري، مرتضی، ۱۳۸۹ هـ ش، الجزء التاسع، أَبْوَابُ الصَّدَقَةِ)

یعنی حتی اعمال خیر هم اگر در خدمت باطل باشند، مردود هستند. در تطبیق با رسانه‌ها: اگر هدف از تولید یا استفاده از سرگرمی رسانه‌ای، تقویت باطل یا ترویج بی‌دینی باشد، نیت فاسد موجب فساد حکم خواهد شد.

دلیل عقلی:

نیت، غایت و مقصد عمل را تعیین می‌کند. اگر هدف از استفاده از رسانه‌ها آموزش، تقویت اخلاق یا تفریح سالم باشد، عقل مشروعیت آن را می‌پذیرد. اما اگر نیت آن فساد، غفلت یا سودجویی از باطل باشد، عقل نیز آن را مذموم می‌داند.

نتیجه:

براساس آنچه در استدلال به آن پرداخته شد، به این نتیجه می‌رسیم که در فقه امامیه، نیت و هدف فرد در استفاده از سرگرمی‌های رسانه‌ای نقش محوری دارد و می‌تواند یک فعالیت را از حالت مشروع به مکروه یا حرام منتقل کند؛ به‌ویژه زمانی که نیت به‌سوی لهو، فساد یا ترویج باطل جهت‌گیری یافته باشد.

۳- در چه شرایطی می‌توان استفاده از رسانه‌های سرگرم‌کننده را در قالب “تقیه” مجاز دانست و چه معیارهایی برای سنجش فساد دینی در این زمینه وجود دارد؟

مسئله تقیه یکی از مفاهیم بنیادین در فقه امامیه است که به مؤمنان اجازه می‌دهد در شرایط خاص، برای حفظ جان، مال یا عزت دینی خود، رفتاری برخلاف ظاهر شریعت انجام دهند. اما پرسش اصلی این است که آیا می‌توان مصرف یا تولید رسانه‌های سرگرم‌کننده را نیز ذیل این قاعده فقهی توجیه کرد؟ و اگر چنین است، معیار تشخیص مشروعیت یا حرمت آن چیست؟ به‌ویژه زمانی که این رسانه‌ها ممکن است از نظر ظاهر فاقد محتوای دینی باشند، اما از منظر فقهی، احتمال فساد در دین یا تضعیف اخلاق در آن‌ها مطرح باشد. این سؤال ناظر به مرز ظریف میان ضرورت و انحراف، و میان مصلحت و مفسده در زمینه مصرف رسانه‌های نوین است.

دلیل روایی:

در روایت معروفی از امام صادق (علیه‌السلام) آمده است: “فكل شيء يعمل المؤمن بينهم لمكان التقية مما لا يؤدي إلى الفساد في الدين فانه جائز” (محسنی، محمد آصف، ۱۳۸۲ هـ ش، ج ۱: ۲۶۵) یعنی هر کاری که مؤمن به‌خاطر تقیه انجام دهد، مادامی که به فساد در دین منجر نشود، جایز است. این روایت به‌روشنی محدوده مجاز بودن تقیه را مشخص می‌کند: انجام عمل در شرایط تهدید، به شرطی که به فساد در دین نیانجامد. رسانه‌های سرگرم‌کننده نیز اگر در شرایط اضطراری یا تقیه، مورد استفاده قرار گیرند و با ملاحظات

همچون حفظ ظاهر، عدم ترویج باطل و حفظ حدود اخلاقی همراه باشند، ممکن است جایز تلقی شوند. اما اگر محتوا مستقیماً باعث انحراف فکری یا سستی ایمان شود، حتی در قالب تقیه نیز جایز نیست.

دلیل فقهی - اجتهادی:

بر اساس بیانات فقهایی، کسب و کارهایی که "مقصود از آن‌ها، فعل حرام باشد" جایز نیست؛ (محقق حلی، جعفر بن حسن، ۱۳۷۴ ه. ش، ج ۱: ۱۴۰) حتی اگر ذات عمل مباح باشد. مثلاً ساختن وسیله‌ای که به‌طور مستقیم به فعل حرام منتهی شود (مانند آلات قمار) حرام است. رسانه‌هایی که محتوای آن‌ها به ترویج گناه یا غفلت بیانجامد، در صورتی که مقصد از آن صرفاً سرگرمی یا تقیه باشد، باز هم باید از جهت نتیجه و پیامد سنجیده شوند. اگر نتیجه آن "افساد در دین" باشد، قاعده تقیه برداشته نمی‌شود.

دلیل عقلی:

از دیدگاه عقل عملی، تقیه دارای فلسفه حفظ نفس و مصالح دین است. اگر استفاده از رسانه‌ای باعث شود که فرد از خطر جدی نجات یابد، اما در عین حال محتوای آن باعث ترویج بی‌دینی یا فساد اخلاقی شود، عقل حکم می‌کند که باید راه‌حل جایگزینی جست‌وجو کرد که هم فرد را حفظ کند و هم به دین آسیب نزنند. تقیه نمی‌تواند مجوزی برای تخریب تدریجی ایمان عمومی یا ترویج نفاق رسانه‌ای باشد.

نتیجه:

بر اساس آنچه در استدلال به آن پرداخته شد، به این نتیجه می‌رسیم که استفاده از رسانه‌های سرگرم‌کننده در قالب تقیه تنها زمانی جایز است که به فساد در دین، تضعیف ایمان، یا ترویج انحراف اخلاقی منجر نشود؛ در غیر این صورت، حتی در شرایط اضطراری یا تقیه نیز حکم به حرمت یا بطلان آن داده می‌شود.

۴- رسانه‌های سرگرم‌کننده چگونه می‌توانند بر اساس فقه امامیه به ابزاری در خدمت ترویج علم، تقویت ایمان و مبارزه با خرافه و بدعت تبدیل شوند؟

رسانه‌های سرگرم‌کننده به‌طور سنتی با لهو، وقت‌گذرانی و لذت گره خورده‌اند؛ اما در عصر حاضر، ظرفیت بالایی برای آموزش، تربیت، و انتقال پیام‌های فرهنگی و دینی نیز دارند. این پرسش در پی آن است که آیا در فقه امامیه می‌توان برای رسانه‌های سرگرم‌کننده، کارکردی ایجابی و حتی دینی قائل شد؟ و اگر چنین است، چه منابعی از قرآن، روایات یا فقه‌الاجتماع، می‌توانند این نقش را تأیید یا تشریح کنند؟ و آیا ترویج علم، تقویت دینداری و مقابله با خرافه می‌تواند رسانه‌ها را از لهو بودن خارج کند؟

دلیل قرآنی:

در آیه ۱۹ سوره توبه، خداوند کسانی را که تنها به ظاهر دین مشغول‌اند، با کسانی که در راه خدا جهاد می‌کنند مقایسه کرده و می‌فرماید: "لا یستوی عندالله..." این آیه نشان می‌دهد که ظاهرگرایی دینی

بدون محتوا مردود است. رسانه‌ای که در خدمت معرفت، ایمان، و جهاد فکری باشد، از ابزارهای مقبول و حتی مؤثر برای ترویج دین خواهد بود.

دلیل روایی:

روایت امام صادق (ع): "عالم‌ترین مردم کسی است که علم مردم را با علم خود جمع کند." این روایت نقش رسانه‌های دانش‌افزا و آموزنده را تأیید می‌کند؛ رسانه‌هایی که می‌توانند با زبان سرگرمی، علم را به جامعه (شهید ثانی، زین‌الدین بن علی، ۱۴۱۳ ه. ق، ج ۳: ۵۶) منتقل کنند، مشمول تشویق دینی خواهند بود.

دلیل فقهی:

در احادیثی که با بدعت (کلینی، محمد بن یعقوب، ۱۳۸۷ ه. ش، ج ۱: ۱۳۵) مبارزه می‌کنند، آمده است که اگر کسی بدعت‌گذار را بزرگ بدارد، در خرابی اسلام شریک است. بنابراین، رسانه‌هایی که به مقابله با خرافه پردازند، مأجور و مشروع هستند، چون مانع تحریف دین می‌شوند.

نتیجه:

براساس آنچه در استدلال به آن پرداخته شد، به این نتیجه می‌رسیم که رسانه‌های سرگرم‌کننده اگر در خدمت ترویج علم، مبارزه با خرافه و تقویت دینداری باشند، نه تنها مشروع هستند، بلکه بر اساس آموزه‌های فقه امامیه، می‌توانند به ابزارهای مؤثر در تحقق اهداف شرعی تبدیل شوند.

نتیجه نهایی

۱- سرگرمی‌های رسانه‌ای در صورتی که فاقد یاد خدا، بی‌هدف، غافل‌کننده، و تهی از اندیشه و عبرت باشند، در فقه امامیه از مصادیق لهو و لعب به شمار می‌روند و حکم به حرمت آن‌ها داده می‌شود.

۲- نیت و هدف مصرف‌کننده یا تولیدکننده در فقه امامیه نقشی تعیین‌کننده دارد و می‌تواند حکم سرگرمی را از حالت حلیت به کراهت یا حرمت منتقل کند؛ به‌ویژه اگر نیت، ترویج باطل یا تفریح بی‌محتوا باشد.

۳- استفاده از رسانه‌های سرگرم‌کننده در قالب تقيه تنها زمانی مجاز است که به فساد در دین یا انحراف اخلاقی نینجامد؛ در غیر این صورت، حتی در وضعیت اضطرار نیز حرمت آن باقی است.

۴- رسانه‌های سرگرم‌کننده در صورتی که در راستای ترویج علم، تقویت ایمان، افزایش آگاهی و مقابله با خرافات و بدعت‌ها به‌کار روند، از نظر فقه امامیه نه تنها مشروع‌اند، بلکه به عنوان ابزارهای

دینی و ارزشی قابل استفاده خواهند بود

فهرست منابع

- الأنصاری، مرتضی. (۱۳۸۹). کتاب الزکاة. قم: مجمع الفكر الاسلامی.
- انصاری، مرتضی بن محمد امین. (۱۴۱۰). المكاسب. قم: دار الکتاب.
- حلی، حسن بن یوسف. (۱۳۷۴). آینه یقین (سید مجتبی علوی تراکمه ای، مترجم). قم: ایران.
- حلی، حسن بن یوسف. (۱۳۷۷). تبصرة المتعلمین فی أحكام الدین. تهران: کتابفروشی اسلامیة.
- حلی، جعفر بن حسن. (۱۳۷۴). ترجمه فارسی شرائع الاسلام. تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- شهید الثانی، زین الدین بن علی. (۱۳۷۷). مصباح الشریعة و مفتاح الحقیقة (عبدالرزاق بن محمد هاشم گیلانی، شارح). تهران: پیام حق.
- شهید الثانی، زین الدین بن علی. (۱۴۱۳). مسالک الأفهام إلى تنقیح شرائع الإسلام. قم: بنیاد معارف اسلامی.
- طوسی، محمد بن حسن. (۱۳۴۷). الجمل و العقود. مشهد: دانشگاه مشهد.
- قمی، محمد طاهر بن محمد حسین. (۱۳۷۳). سفینه النجاة. تهران: نیک معارف.
- کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۳۶۴). الروضة من الکافی (هاشم رسولی، مترجم). تهران: علمیه اسلامیة.
- کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۳۸۷). اصول کافی (مهدی آیت اللهی، مترجم). تهران: جهان آرا.
- محسنی، محمد آصف. (۱۳۸۲). القواعد الأصولية و الفقهية. قم: پیام مهر.
- مفید، محمد بن محمد. (۱۳۶۴). ترجمه و متن أمالی شیخ مفید (حسین استادولی، مترجم). مشهد: بنیاد پژوهش های اسلامی آستان قدس رضوی.