

## بررسی فقهی و حقوق اسلامی تأثیر فضای مجازی بر حجاب و زیست عقیفانه بانوان

### با تأکید بر مبانی فقه امامیه

هرمز اسدی کوه‌باد<sup>۱</sup>

نصراله زرین کلاه<sup>۲</sup>

#### چکیده

گسترش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی ساختارهای ارتباطی و الگوهای پوشش را در جوامع اسلامی دگرگون کرده است. این پژوهش با روش توصیفی-تحلیلی و با اتکا به منابع قرآنی، روایی، فتاوی فقهی امامیه و اسناد حقوقی، رابطه میان انتشار محتوای مرتبط با پوشش بانوان در فضای مجازی و وضعیت زیست عقیفانه را بررسی می‌کند. پژوهش ابتدا مفاهیم کلیدی را عملیاتی می‌سازد و سپس با تکیه بر قواعد فقهی از جمله حرمت تبرّج، قاعده اعانه بر اثم، سدّ ذرایع، قاعده لاضرر و قاعده حفظ نظام، مصادیق مجازی تبرّج و حدود مسئولیت کاربران و تولیدکنندگان محتوا را تحلیل می‌نماید. یافته‌ها نشان می‌دهد انتشار یا ترویج تصاویر و محتوایی که به تحریک شهوت، ابراز زینت یا جلب توجه نامحرم می‌انجامد - even در بستر مجازی- از منظر فقه امامیه مشمول نهی شرعی است و می‌تواند پیامدهای مدنی و کیفری داشته باشد. مقاله در پایان راهکارهای فقهی، حقوقی و فرهنگی قابل اجرا را پیشنهاد می‌دهد که شامل تعیین معیارهای عملی برای تشخیص مصادیق، تکلیف نهادهای قانون‌گذار و سازوکارهای نظارتی و آموزشی است.

**واژگان کلیدی:** عفاف؛ حجاب؛ تبرّج؛ اعانه بر اثم؛ لاضرر؛ حقوق اسلامی.

<sup>۱</sup> دانشیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، واحد رامهرمز، دانشگاه آزاد اسلامی، رامهرمز، ایران: asadi.koohbad@gmail.com

<sup>۲</sup> دانشجوی دکتری گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رامهرمز، رامهرمز، ایران، nasrallahzryn@gmail.com



## ۱. مقدمه

تحولات فناورانه و گسترش شبکه‌های ارتباطی در دهه‌های اخیر، ساختارهای سنتی زیست اجتماعی را دگرگون ساخته و «فضای مجازی» را به یکی از عرصه‌های محوری تولید هویت، بازنمایی فرهنگی و تنظیم رفتارهای روزمره تبدیل کرده است. این تحول، به‌ویژه در جوامع اسلامی، پرسش‌های تازه‌ای درباره نسبت میان آموزه‌های دینی، به‌ویژه مفاهیم عفاف و حجاب، و شیوه‌های حضور و نمایش در بستر دیجیتال پدید آورده است (طباطبایی، ۱۳۷۲؛ تحریرالوسیله، امام خمینی، ۱۳۶۰). از منظر فقه امامیه، عفاف نه تنها یک فضیلت فردی، بلکه رکن بنیادین نظم اخلاقی و اجتماعی است که تحقق آن مستلزم پیوند میان سلوک درونی و نمودهای بیرونی، همچون پوشش، گفتار و رفتار اجتماعی است (محقق حلی، بی‌تا؛ شهید ثانی، بی‌تا).

آیات نور و احزاب در قرآن کریم، کنترل نگاه و حفظ پوشش را به‌عنوان مؤلفه‌های اساسی عفاف معرفی کرده و چارچوبی کلی برای تحلیل مصادیق عینی ارائه می‌دهند؛ اما ظهور رسانه‌های تصویری و شبکه‌های اجتماعی، مصادیق جدیدی از «حضور» و «نمایش» را خلق کرده که نیازمند اجتهاد فقهی و بازخوانی حقوقی است (قرآن کریم، نور: ۳۰-۳۱؛ احزاب: ۳۳). ویژگی‌های فضای مجازی، از جمله فراگیری، سرعت انتشار، قابلیت بازتولید تصویر و امکان ناشناسی، این امکان را فراهم آورده که الگوهای پوشش و رفتار، به‌سرعت در سطح گسترده‌ای ترویج یابند و در نتیجه مرزهای سنتی حیا و تبرج دچار بازتعریف شوند؛ پدیده‌ای که از منظر فقهی می‌تواند مصداق «اعانه بر اثم» یا «سد ذرایع» تلقی شود و مستلزم واکنش حقوقی و فرهنگی باشد (آیت‌الله مکارم شیرازی، ۱۳۸۵؛ آیت‌الله خامنه‌ای، ۱۳۷۵).

مسئله اصلی این پژوهش، تبیین نسبت میان فضای مجازی و زیست عیفانه بانوان از منظر فقه امامیه و حقوق اسلامی است. این پرسش کلی به چند پرسش فرعی تقسیم می‌شود: آیا انتشار تصویر یا محتوای نمایشی زنان در فضای مجازی از حیث حکم شرعی با حضور فیزیکی در اجتماع تفاوت ماهوی دارد یا حکم واحد بر آن مترتب است؟ نگاه به تصاویر نامحرم در بستر دیجیتال چه حدود و احکامی دارد؟ و نهایتاً، چه سازوکارهای فقهی و حقوقی می‌تواند برای صیانت از عفت عمومی در فضای مجازی پیشنهاد شود؟ پاسخ به این پرسش‌ها نیازمند ترکیب روش‌شناسی توصیفی-تحلیلی با استناد به منابع قرآنی، روایی و فقهی امامیه و نیز بررسی اسناد و مقررات حقوقی معاصر است (تحریرالوسیله، امام خمینی، ۱۳۶۰؛ طباطبایی، ۱۳۷۲).

در چارچوب فقه امامیه، چند قاعده کلی برای تحلیل مصادیق نوپدید، قابل اتکا است: قاعده «لاضرر»، «اعانه بر اثم»، «سد ذرایع» و «حفظ نظام». این قواعد، گرچه در متون کلاسیک به‌صورت صریح درباره فضای مجازی سخن نگفته‌اند، اما قابلیت تطبیق بر مصادیق رسانه‌ای را دارند و می‌توانند ملاک‌های ارزیابی اثرات رفتاری و اجتماعی محتوای دیجیتال را فراهم سازند (امام خمینی، ۱۳۶۰؛ شهید ثانی، بی‌تا). به‌عنوان مثال، انتشار مکرر تصاویر تحریک‌آمیز یا تبرج‌آمیز که به تضعیف حیا



و تغییر ذائقه‌های زیبایی‌شناختی منجر شود، از منظر قاعده لاضرر و اعانه بر اثم، قابل نقد و در مواردی قابل تحریم است. ضرورت این پژوهش از دو جهت قابل تأکید است: نخست، خلأ نظری و فقهی در مواجهه با مصادیق نوین رسانه‌ای که نیازمند اجتهاد موضوعی و ارائه معیارهای روشن است. دوم، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی گسترده‌ای که تغییر الگوهای پوشش و رفتار در فضای مجازی می‌تواند بر کرامت زن، انسجام خانواده و سلامت اخلاقی جامعه داشته باشد (مکارم شیرازی، ۱۳۸۵؛ خامنه‌ای، ۱۳۷۵). بنابراین، بازخوانی مفاهیم عفاف و حجاب در پرتو ویژگی‌های فضای مجازی و ارائه چارچوب‌های فقهی-حقوقی برای تنظیم رفتارهای رسانه‌ای، ضرورتی هم‌زمان علمی و عملی است.

ساختار مقاله به‌گونه‌ای تنظیم شده است که پس از تشریح مبانی نظری عفاف و حجاب در فقه امامیه، مصادیق رفتاری و رسانه‌ای فضای مجازی تحلیل شده و سپس احکام فقهی مرتبط (نظیر حکم تبرج، نگاه به تصویر، اعانه بر اثم و سد ذرایع) با ارجاع به منابع فقهی و حقوقی بررسی می‌شوند. در پایان، راهکارهای فقهی، حقوقی و فرهنگی برای بازسازی زیست عقیفانه در بستر فضای مجازی پیشنهاد خواهد شد. این رویکرد ترکیبی تلاش دارد هم معیارهای نظری قوی ارائه دهد و هم پیشنهادهایی عملیاتی قابل اجرا برای سیاست‌گذاران فرهنگی و حقوقی عرضه کند (طباطبایی، ۱۳۷۲؛ تحریرالوسیله، امام خمینی، ۱۳۶۰).

## ۲. مبانی نظری و مفهومی عفاف، حجاب و فضای مجازی از دیدگاه فقه امامیه

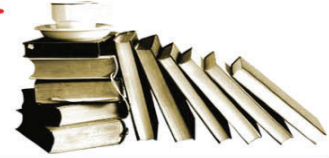
در این بخش مبانی نظری و مفهومی پژوهش به‌صورت منسجم، عملیاتی و مستند ارائه می‌شود تا پایه‌ای محکم برای تحلیل‌های فقهی و حقوقی فراهم آید. ابتدا مفاهیم کلیدی تعریف و مرزگذاری می‌شوند، سپس قواعد فقهی مرتبط تشریح و معیارهای عملیاتی برای سنجش «زیست عقیفانه» در بستر فضای مجازی پیشنهاد می‌گردد.

### ۲.۱ تعریف و مرزبندی مفاهیم کلیدی

عفاف (تعریف عملیاتی): عفاف در این پژوهش به‌عنوان «حالت درونی خویش‌داری و پرهیز از ارتکاب یا تسهیل امور نامشروع» تعریف می‌شود که در رفتار، گفتار، نگاه و انتخاب‌های رسانه‌ای نمود می‌یابد؛ یعنی عفاف هم شامل انگیزه و نیت درونی است و هم شامل رفتارهای قابل مشاهده (طباطبایی، ۱۳۷۲؛ امام خمینی، ۱۳۶۰).

حجاب (تعریف عملیاتی): حجاب به‌معنای «پوشش و رفتار اجتماعی زن که مانع از جلب توجه نامحرم و ابزار زینت به‌منظور تحریک یا ایجاد فتنه شود» تعریف می‌گردد. در این تعریف، هم بعد پوششی (لباس) و هم بعد رفتاری (سلوک، گفتار، نمایش) لحاظ شده است (محقق حلی، بی‌تا؛ شهید ثانی، بی‌تا).

تبرج (تعریف عملیاتی): تبرج عبارت است از «ابراز زینت یا خودنمایی که با قصد یا اثر جلب توجه نامحرم همراه باشد»؛ معیار تشخیص تبرج در این پژوهش، نیت یا اثر جلب توجه و ایجاد فتنه است (تفاسیر و فتاوی فقهی).



فضای مجازی (تعریف عملیاتی): فضای مجازی در این پژوهش به «سامانه‌ها و پلتفرم‌های دیجیتال که امکان تولید، انتشار و بازتولید محتواهای متنی، تصویری و ویدیویی را فراهم می‌کنند و دارای ویژگی‌های فراگیری، سرعت انتشار، قابلیت بازتولید و ناشناسی نسبی کاربران هستند» اطلاق می‌شود. این تعریف بر ویژگی‌های ساختاری رسانه‌ای تأکید دارد که در تحلیل فقهی اهمیت دارند.

زیست عقیفانه (تعریف عملیاتی و شاخص‌ها): زیست عقیفانه به «سبک زندگی‌ای» گفته می‌شود که در آن معیارهای عفاف در تمام عرصه‌های فردی و اجتماعی رعایت می‌شود؛ شاخص‌های قابل سنجش آن در بستر مجازی عبارت‌اند از: (۱) میزان خودداری از انتشار تصاویر یا محتوای تبرج‌آمیز؛ (۲) نحوه تعامل با نامحرمان (حدود گفتگو و تبادل محتوا)؛ (۳) انتخاب الگوها و محتوای مصرفی؛ (۴) استفاده از تنظیمات حریم خصوصی و کنترل انتشار؛ (۵) مشارکت در محتوایی که به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم اعانه بر اثم محسوب می‌شود.

### ۲.۲ پیوند عفاف و حجاب در فقه امامیه: مبانی دلالتی و اصولی

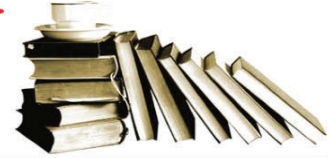
فقه امامیه عفاف را به‌عنوان ریشه و حجاب را به‌عنوان نمود بیرونی آن می‌داند؛ این پیوند در متون تفسیری و فقهی کلاسیک و معاصر تکرار شده است. آیات مربوط به کنترل نگاه و نهی از بروز زینت (نور: ۳۰-۳۱؛ احزاب: ۳۳) و روایات مرتبط، دلالت بر ضرورت پیوند میان حالت درونی و رفتار بیرونی دارند. از منظر اصول فقهی، قواعدی مانند «حرمت تبرج»، «اعانه بر اثم»، «سد ذرایع»، «لاضرر» و «حفظ نظام» به‌عنوان مبانی استنباطی برای مواجهه با مصادیق نوپدید قابل اتکا هستند؛ این قواعد نقش معیارهای ارزشی و پیشگیرانه را ایفا می‌کنند و امکان تطبیق احکام سنتی بر مصادیق رسانه‌ای را فراهم می‌سازند (امام خمینی، ۱۳۶۰؛ شهید ثانی، بی‌تا).

### ۲.۳ قواعد فقهی محوری و قلمرو کاربرد آنها در فضای مجازی

- حرمت تبرج: هرگونه نمایش زینت که موجب جلب توجه نامحرم شود، در فقه امامیه مذموم و در مواردی حرام شناخته شده است. در فضای مجازی، انتشار تصاویر یا ویدئوهایی که با هدف جلب توجه یا تبلیغ مبتنی بر نمایش بدن تولید می‌شوند، از مصادیق قابل بررسی این قاعده‌اند.

- قاعده اعانه بر اثم: همکاری یا تسهیل در ارتکاب گناه - even به‌صورت غیرمستقیم، حرام است. الگوریتم‌های رسانه‌ای که با لایک، اشتراک‌گذاری و ترویج محتوا، موجب گسترش محتوای غیراخلاقی می‌شوند، از منظر این قاعده قابل نقدند؛ همچنین مشارکت فعال کاربران در تولید یا ترویج چنین محتواهایی می‌تواند مشمول این قاعده باشد.

- قاعده سد ذرایع: پیشگیری از مقدمات گناه؛ اگر رفتاری ظاهراً مباح، احتمال قوی منتهی به منکر داشته باشد، انجام آن



مکروه یا حرام است. حضور در محیط‌های مجازی با محتوای تحریک‌آمیز یا شرکت در چالش‌هایی که زمینه‌ساز تبرج می‌شوند، از مصادیق ذریعه محسوب می‌شوند.

- قاعده لاضرر: هر فعل یا انتشار محتوا که موجب ضرر فردی یا اجتماعی (از جمله ضررهای فرهنگی و روانی) شود، از منظر فقهی قابل منع است. انتشار گسترده محتوای مبتذل می‌تواند به کاهش حیا و آسیب‌های اجتماعی منجر شود و بنابراین مشمول این قاعده است.

- قاعده حفظ نظام: حفظ سلامت و نظم اجتماعی از اهداف شریعت است؛ اگر رفتارهای رسانه‌ای به تضعیف نظم اخلاقی و خانوادگی بینجامد، حاکمیت و نهادهای اجتماعی وظیفه دارند با ابزارهای مشروع از آن جلوگیری کنند. این قواعد در کنار هم چارچوبی برای تحلیل مصادیق رسانه‌ای فراهم می‌آورند و ملاک‌های تشخیص حکم شرعی را مشخص می‌کنند.

#### ۲.۴ چارچوب تحلیلی پیشنهادی برای تطبیق احکام فقهی بر مصادیق مجازی

برای اجتناب از تعمیم‌های شتاب‌زده و ایجاد معیارهای قابل اجرا، پیشنهاد می‌شود تحلیل فقهی مصادیق مجازی بر اساس سه محور انجام شود:

۱. نیت و قصد تولیدکننده محتوا: آیا هدف از انتشار جلب توجه نامحرم یا تبلیغ مبتنی بر نمایش است؟ (نیت محوری)
  ۲. اثر محتوای منتشرشده بر مخاطب و جامعه: آیا محتوا احتمالاً موجب تحریک شهوت، تضعیف حیا یا تغییر ذائقه‌های فرهنگی می‌شود؟ (اثر محوری)
  ۳. زمینه و بستر انتشار: آیا انتشار در محیطی عمومی و در دسترس نامحرم صورت گرفته یا در چارچوب‌های محدود و با کنترل حریم خصوصی؟ (بستر محوری)
- ترکیب این سه محور امکان می‌دهد حکم شرعی بر اساس ملاک‌های روشن و قابل اثبات تعیین شود و از احکام کلی گویی پرهیز گردد.

#### ۲.۵ معیارهای عملیاتی برای سنجش «زیست عفیفانه» در فضای مجازی

- برای اینکه بحث از سطح نظری به سطح قابل ارزیابی و سیاست‌پذیر منتقل شود، شاخص‌های زیر پیشنهاد می‌گردد:
- شاخص انتشار محتوا: نسبت محتوای منتشرشده توسط فرد که دارای عناصر تبرج یا نمایش زینت است.
  - تعامل: میزان لایک، اشتراک‌گذاری یا کامنت‌هایی که به صورت مستقیم محتوای غیراخلاقی را ترویج می‌کنند.
  - شاخص تنظیمات حریم خصوصی: درصد استفاده از ابزارهای کنترل انتشار (حساب خصوصی، فیلترها، محدودیت دسترسی).



- شاخص انتخاب الگو: میزان پیروی از صفحات یا چهره‌هایی که سبک پوشش و رفتار آنها با معیارهای عفاف ناسازگار است.

- شاخص آموزشی- فرهنگی: دسترسی و مشارکت در محتوای آموزشی درباره عفاف و حجاب.

این شاخص‌ها هم برای پژوهش‌های میدانی و هم برای طراحی سیاست‌های نظارتی و آموزشی قابل استفاده‌اند.

#### ۲.۶ خلاصه‌های پژوهشی و ضرورت اجتهاد موضوعی

با وجود رشد مطالعات در حوزه رسانه و اخلاق، در ادبیات فقهی امامیه خلأهای مشخصی وجود دارد:

(۱) فقدان معیارهای عملیاتی برای تشخیص مصادیق مجازی تبرّج؛

(۲) نبود اجتهاد موضوعی منسجم که ویژگی‌های رسانه‌های (الگوریتم، باز تولید، اقتصاد توجه) را در استنباط احکام لحاظ کند؛

(۳) کمبود مطالعات میان‌رشته‌ای که داده‌های تجربی درباره اثرات محتوای رسانه‌ای بر رفتار و نگرش را با استدلال فقهی

تلفیق نماید. این پژوهش در پی پر کردن بخشی از این خلأها با ارائه چارچوب تحلیلی و شاخص‌های سنجش است.

#### ۲.۷ جمع‌بندی مبانی نظری و انتقال به فصل‌های بعدی

خلاصه آنکه:

(۱) عفاف و حجاب در فقه امامیه پیوندی درونی-بیرونی دارند؛

(۲) قواعد فقهی سنتی قابلیت تطبیق بر مصادیق فضای مجازی را دارند اما نیازمند اجتهاد موضوعی و معیارهای عملیاتی‌اند؛

(۳) تحلیل مصادیق مجازی باید بر مبنای نیت، اثر و بستر انجام شود؛ و

(۴) برای تبدیل مبانی نظری به سیاست‌گذاری عملی، شاخص‌های قابل سنجش ضروری‌اند.

در فصل‌های بعدی، این چارچوب به کار گرفته شده و مصادیق رفتاری و حقوقی فضای مجازی تحلیل و سپس راهکارهای

فقهی-حقوقی و فرهنگی پیشنهاد خواهد شد.

### ۳. تحلیل فقهی تأثیر فضای مجازی بر حجاب و زیست عقیفانه بانوان از منظر فقه امامیه

#### ۳.۱ قلمرو فقه در عرصه رفتارهای مجازی

فقه امامیه به‌عنوان نظامی استنباطی و زمان‌مند، قواعد کلی و اصولی دارد که قابلیت تطبیق بر مصادیق نوپدید را فراهم می‌سازند.

اگرچه مصادیق فضای مجازی در متون کلاسیک وجود نداشته‌اند، اما قواعدی همچون «حرمت تبرّج»، «اعانه بر اثم»، «سدّ ذرایع»،

«قاعده لاضرر» و «حفظ نظام» ابزارهای نظری لازم برای تحلیل این عرصه را فراهم می‌آورند (امام خمینی، ۱۳۶۰؛ طباطبایی، ۱۳۷۲).

از منظر فقهی، معیار تشخیص حکم در مصادیق جدید نه ابزار (مجازی یا حضوری) بلکه اثر و مقصود است؛ بنابراین هر رفتاری در

فضای مجازی که به تضعیف عفت عمومی، تحریک شهوت یا تسهیل منکرات بینجامد، از شمول نهی شرعی خارج نیست.



### ۳.۲ حکم فقهی «تبرج» و نمایش بدن در فضای مجازی

مفهوم تبرج در فقه امامیه به عنوان خودنمایی و ابراز زینت تعریف شده است که موجب جلب توجه نامحرم می‌گردد (تفاسیر و فتاوی فقهی). با توجه به این معنا، انتشار تصاویر یا ویدئوهایی که با قصد یا اثر جلب توجه نامحرم تولید و منتشر می‌شوند، حتی اگر در بستر دیجیتال صورت گیرد، از مصادیق تبرج قابل بررسی است و مشمول نهی شرعی خواهد بود (مکارم شیرازی، ۱۳۸۵). فقهای معاصر نیز بر این نکته تأکید کرده‌اند که ابزار جدید، ماهیت حکم را تغییر نمی‌دهد؛ ملاک، تأثیر رفتاری و اجتماعی است نه رسانه مورد استفاده (خامنه‌ای، ۱۳۷۵). بنابراین، انتشار تصاویر نیمه‌عریان یا محتوایی که به منظور جلب توجه طراحی شده است، از منظر فقه امامیه واجد حرمت یا دست‌کم مکروه است، مشروط بر آنکه نیت یا اثر جلب توجه محقق گردد.

### ۳.۳ حکم نگاه به تصاویر زنان در فضای مجازی

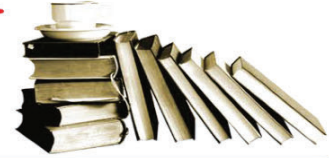
فقهای امامیه میان نگاه مستقیم به بدن زن و نگاه به تصویر، تفاوت‌گذاری کرده‌اند، اما در مواردی که نگاه به تصویر موجب فتنه یا تحریک شهوت شود، آن را معادل نگاه به خود شخص دانسته‌اند (شهید ثانی، بی‌تا). بر این اساس، تماشای تصاویر غیراخلاقی یا تبرج‌آمیز در فضای مجازی، حتی در غیاب حضور فیزیکی صاحب تصویر، در صورتی که زمینه تحریک یا عادی‌سازی گناه را فراهم آورد، مشمول نهی شرعی است. علاوه بر حکم فردی، تکرار و بازتولید چنین تصاویر توسط الگوریتم‌های رسانه‌ای می‌تواند نقش «اعانه بر اثم» را ایفا کند و مسئولیت تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و حتی مصرف‌کنندگان محتوا را از منظر فقهی افزایش دهد.

### ۳.۴ قاعده «اعانه بر اثم» و مسئولیت کاربران و پلتفرم‌ها

قاعده «وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ» مبنای فقهی منع همکاری در گناه است؛ فقهای امامیه این قاعده را به صورت عام در تحلیل رفتارهای اجتماعی به کار گرفته‌اند (امام خمینی، ۱۳۶۰). در فضای مجازی، اقداماتی مانند لایک، اشتراک‌گذاری، تبلیغ یا تولید محتوای تبرج‌آمیز می‌تواند به عنوان اعانه بر اثم تفسیر شود؛ زیرا این اقدامات به گسترش و تقویت محتوای غیراخلاقی می‌انجامند. از منظر فقهی، بنابراین، مسئولیت اخلاقی و شرعی بر دوش کاربران فردی و نیز نهادهای فنی (پلتفرم‌ها) قرار می‌گیرد که با طراحی الگوریتم‌ها و سیاست‌های انتشار، در تسهیل یا مهار انتشار محتوا نقش دارند. این تحلیل زمینه‌ساز پیشنهاد تکالیف حقوقی و نظارتی برای پلتفرم‌ها و تعیین حدود مسئولیت مدنی و کیفری آنان در قوانین داخلی است.

### ۳.۵ قاعده «سدّ ذرایع» و پیشگیری از منکرات رسانه‌ای

قاعده سدّ ذرایع بر جلوگیری از مقدمات گناه تأکید دارد؛ در فقه امامیه این قاعده به عنوان اصل پیشگیرانه در مواجهه با امور مستعد منکر مورد توجه قرار گرفته است (شهید ثانی، بی‌تا). بسیاری از رفتارهای مجازی که در ظاهر مباح‌اند، مانند انتشار تصاویر نیمه‌پوشیده، شرکت در چالش‌های تحریک‌آمیز یا تعامل صمیمی و نامحدود با نامحرم، می‌توانند ذریعه‌ای برای تضعیف



حیا و گسترش تبرج باشند. از این رو، فقه امامیه مجوز می‌دهد که در مواردی انجام این امور مکروه یا حتی حرام شناخته شود تا از تحقق منکر جلوگیری شود؛ این رویکرد پیشگیرانه می‌تواند مبنای سیاست‌گذاری فرهنگی و حقوقی برای محدودسازی مصادیق ذریعه در فضای مجازی قرار گیرد.

#### ۳.۶ قاعده «لاضرر» و صیانت از سلامت روانی و فرهنگی جامعه

قاعده لاضرر و لاضرار در اسلام، نفی هرگونه ضرر فردی و اجتماعی را مورد تأکید قرار می‌دهد. انتشار گسترده محتوای مبتذل و تبرج‌آمیز می‌تواند به آسیب‌های روانی، کاهش عزت‌نفس، اضطراب اجتماعی و تضعیف بنیان خانواده منجر شود؛ از منظر فقهی، این آثار زیان‌بار مشمول قاعده لاضرر بوده و مستلزم ممانعت و مداخله است. بنابراین، فقه امامیه نه تنها به احکام فردی نگاه می‌کند بلکه به پیامدهای اجتماعی و سلامت عمومی توجه دارد و این توجه می‌تواند توجیه‌گر اقدامات تنظیمی و آموزشی از سوی نهادهای حکومتی و مدنی باشد.

#### ۳.۷ جمع‌بندی تحلیلی و پیامدهای فقهی-حقوقی

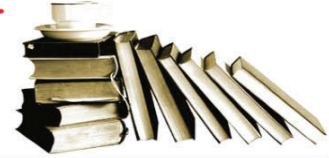
تحلیل فقهی نشان می‌دهد که فضای مجازی از منظر فقه امامیه نه یک حوزه خارج از شریعت بلکه عرصه‌ای است که احکام کلی فقهی بر آن قابل تطبیق است؛ ملاک تعیین حکم، نیت، اثر و بستر است. مصادیقی مانند انتشار تصاویر تبرج‌آمیز، تماشای محتوای تحریک‌آمیز و مشارکت در ترویج چنین محتواهایی می‌توانند مشمول احکام تبرج، اعانه بر اثم، سدّ ذرایع و لاضرر شوند و در نتیجه پیامدهای مدنی و کیفری برای فاعلان و تسهیل‌کنندگان داشته باشند. از منظر حقوقی، این تحلیل ضرورت تدوین معیارهای عملیاتی برای تشخیص مصادیق، تعیین حدود مسئولیت پلتفرم‌ها و کاربران، و طراحی سازوکارهای نظارتی و آموزشی را برجسته می‌سازد؛ بدین ترتیب، فقه و حقوق اسلامی می‌توانند در تعامل با یکدیگر چارچوبی منسجم برای صیانت از زیست عقیفانه در عصر رسانه ارائه دهند (قرآن کریم، سوره نور؛ امام خمینی، ۱۳۶۰؛ مکارم شیرازی، ۱۳۸۵).

#### ۴. راهکارها و پیشنهادها فقهی، حقوقی و فرهنگی برای صیانت از زیست عقیفانه در بستر فضای مجازی

در پرتو تحلیل‌های فقهی و حقوقی پیشین، ارائه راهکارهای عملیاتی و قابل اجرا ضروری است. راهکارها در پنج حوزه مکمل تنظیم شده‌اند: (الف) اجتهاد و استنباط فقهی، (ب) تنظیم حقوقی و نهادسازی، (ج) سیاست‌گذاری فنی و مسئولیت پلتفرم‌ها، (د) برنامه‌های فرهنگی و آموزشی، و (ه) پژوهش و پایش. هر بخش شامل هدف، اقدامات پیشنهادی، نهادها، مسئول و شاخص‌های ارزیابی است تا قابلیت اجرا و سنجش‌پذیری فراهم آید.

#### ۴.۱ اجتهاد و استنباط فقهی (تکالیف فقهی-اجتهادی)

هدف: تولید معیارهای فقهی روشن و قابل استناد برای تشخیص مصادیق مجازی تبرج، اعانه بر اثم و ذریعه‌ها، و تعیین



حدود تکالیف فردی و حکومتی در فضای مجازی.

اقدامات پیشنهادی:

- تشکیل کمیته تخصصی «اجتهاد موضوعی در فقه رسانه» متشکل از فقیهان امامیه، حقوق دانان اسلامی، و کارشناسان رسانه برای استخراج معیارهای دلالتی و مناط‌محور (امام خمینی، ۱۳۶۰؛ طباطبایی، ۱۳۷۲).

- تدوین مجموعه فتاوی موضوعی درباره مصادیق مشخص (انتشار تصویر نیمه‌پوشیده، تبلیغات مبتنی بر نمایش بدن، چالش‌های ویدیویی) با ذکر ملاک‌های نیت، اثر و بستر.

- ارائه راهنمای فقهی-اخلاقی برای کاربران و نهادهای فرهنگی که ملاک‌های تشخیص تبرّج و اعانه بر اثم را به زبان عملیاتی توضیح دهد.

نهادهای مسئول: حوزه‌های علمیه، مجمع فقهی، دانشگاه‌های معارف اسلامی.

شاخص‌های ارزیابی: تعداد فتاوی موضوعی منتشرشده؛ وجود راهنمای عملیاتی رسمی؛ میزان پذیرش فتاوی در نهادهای فرهنگی.

#### ۴.۲ تنظیم حقوقی و نهادسازی (تکالیف حقوقی-قانونی)

هدف: ایجاد چارچوب حقوقی شفاف برای تعیین مسئولیت مدنی و کیفری تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و پلتفرم‌ها و تدوین مقررات حمایتی از کرامت و عفاف عمومی.

اقدامات پیشنهادی:

- بازنگری و تکمیل قوانین مرتبط با جرایم فضای مجازی به‌منظور شمول مصادیق تبرّج و اعانه بر اثم، با معیارهای فقهی و حقوقی مشخص؛ تعیین مصادیق و عناصر مادی و معنوی جرم در قالب قوانین کیفری و مقررات مدنی.

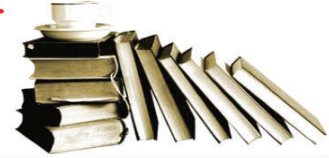
- تدوین آیین‌نامه‌های اجرایی برای پلتفرم‌ها درباره مدیریت محتوای تبرّج‌آمیز، شفاف‌سازی الگوریتم‌های توصیه‌گر و مکانیسم‌های گزارش و حذف محتوا.

- پیش‌بینی سازوکارهای جبران خسارت مدنی برای آسیب‌دیدگان (مثلاً در موارد نشر غیرمجاز تصاویر) و تعیین مجازات‌های متناسب برای تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان محتوای مخل عفاف.

نهادهای مسئول: مجلس شورای اسلامی، قوه قضائیه، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان تنظیم مقررات و نهادهای حقوقی. شاخص‌های ارزیابی: تصویب مقررات جدید یا اصلاحی؛ تعداد پرونده‌های قضایی مرتبط با مصادیق تعیین‌شده؛ میزان اجرای آیین‌نامه‌های پلتفرمی.

#### ۴.۳ سیاست‌گذاری فنی و مسئولیت پلتفرم‌ها

هدف: کاهش دسترسی و گسترش محتوای تبرّج‌آمیز از طریق ابزارهای فنی و سیاست‌های انتشار مسئولانه.



اقدامات پیشنهادی:

- الزام پلتفرم‌ها به پیاده‌سازی ابزارهای کنترل محتوا (فیلترهای محتوایی مبتنی بر معیارهای تعریف‌شده، تنظیمات حریم خصوصی پیش فرض محافظه‌کارانه، امکان گزارش سریع و شفاف).

- شفاف‌سازی عملکرد الگوریتم‌ها و ارائه گزارش‌های دوره‌ای درباره نحوه توصیه و توزیع محتوا، به‌ویژه محتوای مرتبط با پوشش و نمایش بدن.

- ایجاد مکانیسم‌های همکاری میان پلتفرم‌ها و نهادهای فرهنگی-فقهی برای تطبیق معیارها و تسهیل حذف یا محدودسازی محتوای مخل عفاف.

نهادهای مسئول: وزارت ارتباطات، سازمان تنظیم مقررات، شرکت‌های پلتفرمی، نهادهای ناظر فرهنگی.

شاخص‌های ارزیابی: درصد محتوای حذف‌شده پس از گزارش؛ میزان شفافیت الگوریتمی؛ تعداد همکاری‌های رسمی میان پلتفرم و نهادهای فرهنگی.

#### ۴.۴ برنامه‌های فرهنگی و آموزشی

هدف: تقویت زیست عقیفانه از طریق آموزش، ارتقای سواد رسانه‌ای و تغییر ذائقه‌های فرهنگی به‌صورت درازمدت.

اقدامات پیشنهادی:

- طراحی و اجرای برنامه‌های آموزشی در سطوح مدرسه، دانشگاه و جامعه، درباره عفاف دیجیتال، سواد رسانه‌ای و مدیریت هویت دیجیتال.

- تولید محتوای جایگزین و جذاب فرهنگی - هنری که الگوهای پوشش و رفتار مبتنی بر کرامت و وقار را ترویج کند؛ حمایت از تولیدکنندگان محتوای دینی - فرهنگی.

- راه‌اندازی کمپین‌های اطلاع‌رسانی و کارگاه‌های خانواده‌محور برای آگاه‌سازی والدین و جوانان درباره پیامدهای انتشار و مصرف محتوای تبرج‌آمیز.

نهادهای مسئول: وزارت آموزش و پرورش، وزارت علوم، سازمان‌های فرهنگی و رسانه‌ای، نهادهای مردمی و NGOها.

شاخص‌های ارزیابی: پوشش آموزشی (درصد مدارس/دانشگاه‌ها دارای برنامه)، تغییر نگرش در پیمایش‌های دوره‌ای، میزان مشارکت در محتوای جایگزین.

#### ۴.۵ پژوهش، پایش و ارزیابی مستمر

هدف: تأمین داده‌های تجربی برای تصمیم‌سازی فقهی و حقوقی و ارزیابی اثربخشی سیاست‌ها.

اقدامات پیشنهادی:



- راهاندازی مرکز ملی پژوهش در حوزه «فقه و فضای مجازی» برای انجام مطالعات میان‌رشته‌ای (فقه، حقوق، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی رسانه).

- انجام پیمایش‌های ملی و مطالعات میدانی برای سنجش رابطه مصرف محتوای رسانه‌ای و تغییرات در رفتار پوشش و نگرش نسبت به عفاف.

- تدوین شاخص‌های ملی برای پایش «زیست عقیفانه» در فضای مجازی و گزارش‌دهی سالانه به نهادهای تصمیم‌گیر. نهادهای مسئول: وزارت علوم، مراکز پژوهشی دانشگاهی، پژوهشگاه‌ها، نهادهای آماری. شاخص‌های ارزیابی: انتشار گزارش‌های پژوهشی دوره‌ای، وجود پایگاه داده ملی، استفاده از نتایج پژوهش در تدوین سیاست‌ها.

#### ۴.۶ سازوکار اجرایی و هماهنگی بین‌بخشی

اقدامات پیشنهادی:

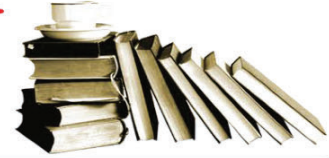
- تشکیل «ستاد ملی صیانت از عفاف در فضای مجازی» با نمایندگان قوه مقننه، قضائیه، مجمع تشخیص مصلحت، وزارتخانه‌های مرتبط، حوزه‌های علمیه و نهادهای مدنی برای هماهنگی سیاست‌ها و نظارت بر اجرا. - تدوین برنامه عملیاتی پنج‌ساله با اهداف کمی و کیفی مشخص، منابع مالی معین و جدول زمانی اجرا. - پیش‌بینی سازوکارهای بازخورد و اصلاح سیاست‌ها بر اساس نتایج پایش و پژوهش.

#### ۴.۷ معیارهای اخلاقی و حقوقی برای اجرای راهکارها

- رعایت آزادی‌های مشروع و حقوق اساسی افراد در چارچوب موازین اسلامی و حقوقی؛ جلوگیری از اقدامات سلبی یا سرکوب‌گرایانه که خود موجب نقض کرامت یا حقوق شهروندی شود. - تضمین شفافیت در فرایندهای نظارتی و امکان دسترسی به سازوکارهای شکایت و تجدیدنظر برای کاربران. - توجه به اصل تناسب در اقدامات حقوقی و فنی؛ مداخله باید کمترین محدودیت لازم را اعمال کند و با هدف حفظ مصالح عمومی و کرامت انسانی توجیه‌پذیر باشد.

#### ۴.۸ جمع‌بندی و انتقال به فصل‌های اجرایی

ترکیب راهکارهای فقهی، حقوقی، فنی و فرهنگی می‌تواند چارچوبی جامع برای صیانت از زیست عقیفانه در فضای مجازی فراهم آورد. اجرای موفق این راهکارها مستلزم اجتهاد موضوعی، قانون‌گذاری دقیق، مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها، برنامه‌های آموزشی گسترده و پژوهش مستمر است. در فصل‌های بعدی، پیشنهادهای عملیاتی تفصیلی، نمونه آیین‌نامه‌ها و الگوهای



سنجش و پایش ارائه خواهد شد تا امکان پیاده‌سازی و ارزیابی فراهم گردد.

## ۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهشی و سیاستی

### ۵.۱ جمع‌بندی نتایج پژوهش

این پژوهش با رویکرد توصیفی-تحلیلی و تکیه بر منابع قرآنی، روایی، متون فقهی امامیه و اسناد حقوقی، رابطه میان فضای مجازی و زیست عقیفانه بانوان را بررسی کرد. نتایج نشان می‌دهد: (۱) مفاهیم عفاف و حجاب در فقه امامیه پیوندی درونی-بیرونی دارند و حجاب تنها پوشش ظاهری نیست بلکه رفتار و گفتار را نیز دربرمی‌گیرد (طباطبایی، ۱۳۷۲؛ امام خمینی، ۱۳۶۰)؛ (۲) قواعد فقهی مانند حرمت تبرج، اعانه بر اثم، سد ذرایع، لاضرر و حفظ نظام، مبنای استدلالی قابل اتکایی برای تحلیل مصادیق فضای مجازی فراهم می‌آورند؛ (۳) ملاک تعیین حکم در مصادیق مجازی نیت، اثر و بستر است؛ یعنی ابزار (مجازی یا حضوری) حکم را تغییر نمی‌دهد مگر آنکه ویژگی‌های بستر موجب تغییر مناسبات یا اثر گردد؛ (۴) انتشار، بازتولید و ترویج محتوای تبرج‌آمیز می‌تواند هم از منظر فقهی مشمول نهی و حرمت باشد و هم پیامدهای مدنی و کیفری در پی داشته باشد؛ و (۵) برای مواجهه مؤثر با این پدیده، لازم است اجتهاد موضوعی، تنظیم حقوقی، سیاست‌گذاری فنی، برنامه‌های فرهنگی و پژوهش‌های میان‌رشته‌ای به‌صورت هماهنگ به‌کار گرفته شوند (مکارم شیرازی، ۱۳۸۵؛ خامنه‌ای، ۱۳۷۵).

### ۵.۲ پیامدهای حقوقی و نهادی

تحلیل فقهی-حقوقی حاضر، اقتضا می‌کند که نهادهای قانون‌گذار و قضایی، معیارهای عملیاتی مبتنی بر مبانی فقهی را در تدوین مقررات فضای مجازی لحاظ کنند. تعیین عناصر مادی و معنوی مصادیق اعانه بر اثم و تبرج در متن قوانین کیفری و مدنی، پیش‌بینی سازوکارهای جبران خسارت برای قربانیان نشر غیرمجاز تصاویر، و تعیین حدود مسئولیت پلتفرم‌ها از جمله پیامدهای حقوقی ضروری است. همچنین، نهادسازی میان‌بخشی (ستاد ملی یا کمیته تخصصی) برای هماهنگی سیاست‌ها و نظارت بر اجرا ضروری به‌نظر می‌رسد (قواعد فقهی و اصول حقوقی مورد اشاره).

### ۵.۳ پیشنهادهای سیاستی و اجرایی (خلاصه و اولویت‌بندی شده)

۱. اولویت نخست = اجتهاد موضوعی: تشکیل کمیته تخصصی اجتهاد در فقه رسانه برای استخراج معیارهای مناط‌محور و تدوین فتاوی موضوعی درباره مصادیق مشخص.
۲. اولویت دوم = تنظیم حقوقی: بازنگری قوانین مرتبط با جرایم فضای مجازی و تدوین آیین‌نامه‌های اجرایی برای مسئولیت پلتفرم‌ها و سازوکارهای حذف و جبران خسارت.
۳. اولویت سوم = سیاست‌گذاری فنی: الزام پلتفرم‌ها به شفاف‌سازی الگوریتمی، پیاده‌سازی تنظیمات حریم خصوصی



محافظه کارانه و مکانیزم‌های گزارش و حذف محتوا.

۴. اولویت چهارم = آموزش و فرهنگ‌سازی: گسترش برنامه‌های سواد رسانه‌ای و عفاف دیجیتال در مدارس، دانشگاه‌ها و خانواده‌ها و حمایت از تولید محتوای جایگزین.

۵. اولویت پنجم = پژوهش و پایش: ایجاد مرکز ملی پژوهش در حوزه فقه و فضای مجازی و تدوین شاخص‌های ملی برای پایش زیست عقیفانه.

#### ۵.۴ پیشنهادی پژوهشی برای مطالعات آتی

- مطالعات تجربی میان‌رشته‌ای: انجام پیمایش‌های ملی و مطالعات میدانی برای سنجش رابطه مصرف محتوای رسانه‌ای و تغییرات رفتاری و نگرشی نسبت به عفاف و حجاب.

- تحلیل الگوریتمی و اقتصاد توجه: پژوهش‌هایی که نحوه عملکرد الگوریتم‌های توصیه‌گر و تأثیر آن‌ها بر بازتولید محتوای تبرج‌آمیز را تحلیل کنند و معیارهای فقهی برای ارزیابی این عملکردها پیشنهاد دهند.

- مطالعات تطبیقی حقوقی: بررسی تجربه‌های حقوقی و سیاست‌گذاری کشورهای اسلامی و غیر اسلامی در مواجهه با محتوای جنسی/تبرج‌آمیز در فضای مجازی و استخراج درس‌آموخته‌ها.

- پژوهش‌های اخلاقی- فقهی کاربردی: کاربردی روش‌های اصولی فقه (تنقیح مناط، سد ذرایع، مصلحت) برای تدوین معیارهای عملیاتی و سنجش‌های حقوقی قابل استناد در دادگاه‌ها و نهادهای نظارتی.

#### ۵.۵ محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش دارای محدودیت‌هایی است که باید در مطالعات آتی مورد توجه قرار گیرد: (۱) محدودیت در دسترسی به داده‌های کمی و میدانی درباره رفتار کاربران در پلتفرم‌های مختلف؛ (۲) چالش‌های روش‌شناختی در سنجش «اثر» محتوای رسانه‌ای بر نگرش‌ها و رفتارها که نیازمند طراحی مطالعات طولی و کنترل شده است؛ (۳) تنوع فرهنگی و تفاوت‌های منطقه‌ای که ممکن است قابلیت تعمیم برخی نتایج را محدود سازد؛ و (۴) ضرورت تکمیل اسنادها و فتاوی موضوعی با ارجاعات دقیق به نسخه‌ها و صفحات متون فقهی در کارهای بعدی.

#### ۵.۶ ملاحظات اخلاقی و حقوق بشری در اجرا

اجرای سیاست‌ها و مقررات پیشنهادی باید با رعایت اصول حقوق بشری و آزادی‌های مشروع همراه باشد. هرگونه اقدام نظارتی یا حقوقی باید مبتنی بر اصل تناسب، شفافیت، امکان شکایت و تجدیدنظر و احترام به کرامت انسانی باشد تا از خطر سرکوب آزادی‌های مشروع یا سوءاستفاده از ابزارهای نظارتی جلوگیری شود.



## ۵.۷ سخن پایانی

فضای مجازی به عنوان عرصه‌ای تعیین کننده در شکل‌گیری هویت و رفتار اجتماعی معاصر، چالشی جدی برای مفاهیم عفاف و حجاب در جوامع اسلامی پدید آورده است. فقه امامیه با برخورداری از قواعد کلی و اصول استنباطی، ظرفیت لازم برای پاسخ‌گویی به این چالش را دارد؛ اما این پاسخ‌گویی مستلزم اجتهاد موضوعی، تعامل میان‌رشته‌ای، و طراحی سازوکارهای حقوقی و نهادی است. ترکیب راهکارهای فقهی، حقوقی، فنی و فرهنگی می‌تواند زمینه‌بازسازی زیست عقیفانه در بستر فضای مجازی را فراهم سازد، به شرط آنکه این اقدامات با دقت علمی، رعایت حقوق اساسی و مشارکت گسترده نهادهای اجتماعی و تخصصی اجرا شوند (قرآن کریم، سوره نور؛ امام خمینی، ۱۳۶۰؛ مکارم شیرازی، ۱۳۸۵).

## ۶. روش‌شناسی پیشنهادی برای مطالعات تجربی و ارزیابی سیاست‌ها

### ۶.۱ هدف و رویکرد کلی

این بخش روش‌شناسی، پیشنهادی را برای پژوهش‌های تجربی میان‌رشته‌ای ارائه می‌دهد که هدف آن سنجش رابطه مصرف محتوای فضای مجازی با تغییرات در رفتار، پوشش و زیست عقیفانه و ارزیابی اثربخشی راهکارهای پیشنهادی است. رویکرد کلی ترکیبی (Mixed Methods) است تا هم داده‌های کمی قابل تعمیم فراهم شود و هم تحلیل‌های کیفی عمق‌نگرانه برای تبیین سازوکارها و معانی اجتماعی حاصل گردد.

### ۶.۲ طراحی پژوهش

- نوع پژوهش: ترکیبی هم‌زمان (convergent parallel mixed methods)؛ یعنی جمع‌آوری داده‌های کمی و کیفی به‌طور هم‌زمان و تلفیق نتایج در مرحله تفسیر.

- مراحل: (۱) طراحی ابزارها و پایلوت؛ (۲) نمونه‌گیری و جمع‌آوری داده‌های کمی؛ (۳) مصاحبه‌های عمیق و گروه‌های متمرکز برای داده‌های کیفی؛ (۴) تحلیل جداگانه و سپس تلفیق نتایج؛ (۵) گزارش و بازخورد به ذی‌نفعان.

### ۶.۳ جامعه آماری و نمونه‌گیری

- جامعه هدف: کاربران فضای مجازی در گروه‌های سنی جوان و میانسال (مثلاً ۱۵-۴۵ سال) در قلمرو جغرافیایی مورد مطالعه (قابل تعیین: ملی یا منطقه‌ای).

- روش نمونه‌گیری کمی: نمونه‌گیری چندمرحله‌ای ترکیبی؛ در سطح اول خوشه‌ای یا طبقه‌بندی منطقه‌ای، در سطح دوم نمونه‌گیری تصادفی ساده یا سهمیه‌ای بر اساس جنسیت، سن و تحصیلات.

- حجم نمونه کمی: برای تحلیل‌های چندمتغیره و مدل‌یابی ساختاری (SEM) حداقل ۳۰۰-۵۰۰ پاسخ معتبر توصیه



می‌شود؛ برای تحلیل‌های رگرسیونی با چند متغیر کنترل، حداقل ۲۰۰-۳۰۰ مورد کفایت می‌کند.

- نمونه‌گیری کیفی: ۲۰-۳۰ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با تنوع جنسیتی، سنی و حرفه‌ای؛ ۳-۵ گروه متمرکز (هر گروه

۶-۸ نفر) برای بررسی نگرش‌ها و معانی فرهنگی.

#### ۶.۴ ابزارهای اندازه‌گیری و سنجشها

- پرسشنامه کمی (ساختار پیشنهادی):

۱. پرسش‌های دموگرافیک: سن، جنسیت، تحصیلات، وضعیت تأهل، محل سکونت، میزان دسترسی به اینترنت.

۲. مصرف رسانه‌ای: زمان روزانه در پلتفرم‌ها، نوع محتواهای مصرفی (تصویری، ویدیویی، متنی)، میزان دنبال کردن

صفحات مرتبط با مد و زیبایی.

۳. شاخص زیست عقیفانه: مقیاس ترکیبی مبتنی بر شاخص‌های عملیاتی فصل ۲ (انتشار محتوا، تعامل، تنظیمات حریم

خصوصی، انتخاب الگو، مشارکت در محتوای آموزشی). هر شاخص با چند گویه ۵ درجه‌ای لیکرت اندازه‌گیری شود.

۴. نگرش نسبت به حجاب و عفاف: مقیاس نگرش چندبخشی (اعتقادی، رفتاری، اجتماعی).

۵. رفتارهای مرتبط با تبرج: خوداظهاری درباره انتشار تصاویر، شرکت در چالش‌ها، استفاده از فیلترها و افکت‌های آرایشی.

۶. پیامدهای روانی-اجتماعی: مقیاس‌های استاندارد عزت‌نفس، اضطراب اجتماعی یا فشار همسالان (در صورت نیاز از

پرسشنامه‌های معتبر ترجمه‌شده استفاده شود).

- پرسشنامه پایایی و روایی: محتوایی توسط هیئت داوری فقهی، حقوقی و رسانه‌ای بازبینی شود؛ پایلوت با ۳۰-۵۰ نفر

برای محاسبه آلفای کرونباخ و اصلاح گویه‌ها انجام گیرد.

- راهنمای مصاحبه کیفی: سؤالات نیمه‌ساختاریافته پیرامون تجربه حضور در فضای مجازی، برداشت از عفاف و حجاب

در بستر دیجیتال، نمونه‌های عینی از مواجهه با محتوای تبرج‌آمیز، و دیدگاه درباره راهکارهای پیشنهادی.

#### ۶.۵ روش‌های تحلیل داده‌ها

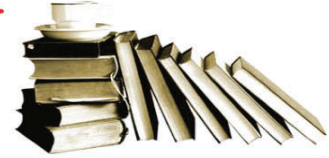
- تحلیل کمی:

- آمار توصیفی برای توصیف نمونه و الگوهای مصرف.

- آزمون‌های همبستگی (Pearson/Spearman) برای بررسی رابطه متغیرها.

- رگرسیون چندمتغیره برای کنترل متغیرهای زمینه‌ای و تعیین پیش‌بینی‌کننده‌های رفتار تبرج‌آمیز.

- مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM) برای آزمون مدل مفهومی نیت → اثر → رفتار و نقش میانجی/معدّل (مثلاً



سواد رسانه‌ای به‌عنوان متغیر میانجی یا تعدیل‌گر).

- تحلیل خوشه‌ای یا تحلیل عاملی برای استخراج ابعاد شاخص زیست عقیفانه.  
- تحلیل کیفی:

- رمزگذاری باز و محوری (thematic analysis) برای استخراج تم‌ها و الگوهای معنایی.

- تحلیل گفتمان برای بررسی نحوه‌ی بازنمایی حجاب و عفاف در روایت‌های کاربران.

- ترکیب نتایج کیفی و کمی در مرحله‌ی تفسیر برای تبیین علّیت و سازوکارها.

#### ۶.۶ ملاحظات اخلاقی و حقوقی در پژوهش

- اخذ مجوز اخلاقی از کمیته‌ی اخلاق پژوهشی مؤسسه‌ی میزبان.

- کسب رضایت آگاهانه‌ی شرکت‌کنندگان؛ توضیح درباره‌ی هدف پژوهش، نحوه‌ی استفاده از داده‌ها، و حق انصراف در هر زمان.

- تضمین محرمانگی و ناشناس‌سازی داده‌ها؛ ذخیره‌ی امن اطلاعات و دسترسی محدود به تیم پژوهشی.

- در مطالعات میدانی و مصاحبه‌ها، حساسیت‌های فرهنگی و دینی رعایت شود و از پرسش‌های تهاجمی یا تحقیرآمیز پرهیز گردد.

- در صورت جمع‌آوری یا تحلیل محتوای واقعی کاربران (مثلاً پست‌ها)، رعایت قوانین حریم خصوصی و کسب مجوزهای

لازم یا استفاده از داده‌های عمومی با دقت حقوقی.

#### ۶.۷ محدودیت‌های روش‌شناختی و راهکارهای کاهش آنها

- خوداظهاری و سوگیری پاسخ‌دهی: استفاده از مقیاس‌های معتبر، تضمین ناشناس‌بودن و ترکیب با داده‌های رفتاری

(در صورت امکان) برای کاهش سوگیری.

- قابلیت تعمیم: طراحی نمونه‌گیری نماینده و افزایش حجم نمونه برای تعمیم‌پذیری بهتر؛ در مطالعات منطقه‌ای، صراحت

در محدودیت تعمیم.

- پیچیدگی علّیت: استفاده از طراحی‌های طولی (panel) در مطالعات بعدی برای تقویت استدلال علّیتی.

- دسترسی به داده‌های پلتفرمی: در صورت امکان، همکاری با پلتفرم‌ها برای دسترسی به داده‌های تراکنشی و الگوریتمی؛

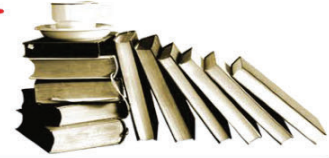
در غیر این صورت، استفاده از روش‌های جایگزین مانند تحلیل محتوای نمونه‌ای.

#### ۶.۸ خروجی‌های مورد انتظار و کاربردپذیری نتایج

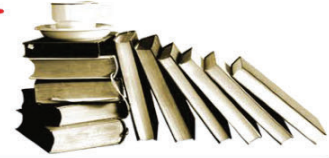
- شاخص‌های سنجش‌پذیر زیست عقیفانه و پرسشنامه استاندارد شده برای مطالعات بعدی.

- شواهد تجربی درباره‌ی رابطه‌ی مصرف محتوای تبرج‌آمیز و تغییرات رفتاری/نگرشی که می‌تواند مبنای سیاست‌گذاری قرار گیرد.

- گزارش‌های سیاستی مبتنی بر داده برای نهادهای قانون‌گذار، پلتفرم‌ها و نهادهای فرهنگی.

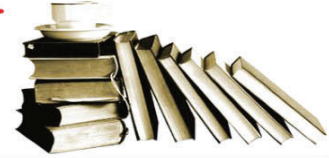


- مجموعه توصیه‌های فنی برای پلتفرم‌ها و چارچوب‌های حقوقی پیشنهادی مبتنی بر شواهد.
- ۶.۹ جدول زمانی و منابع مورد نیاز (نمونه پیشنهادی)
- ماه‌های ۱-۳: طراحی ابزارها، بازبینی فقهی و فرهنگی، پایلوت.
- ماه‌های ۴-۷: جمع‌آوری داده‌های کمی و کیفی.
- ماه‌های ۸-۱۰: تحلیل داده‌ها و تلفیق نتایج.
- ماه‌های ۱۱-۱۲: نگارش گزارش نهایی و انتشار نتایج.
- منابع مورد نیاز: تیم میان‌رشته‌ای (فقه، حقوق، جامعه‌شناسی، آمار)، بودجه برای پیمایش ملی، هزینه‌های مصاحبه و تحلیل، دسترسی به نرم‌افزارهای آماری و کیفی.
- ۶.۱۰ نتیجه‌گیری روش‌شناختی
- روش‌شناسی پیشنهادی با ترکیب داده‌های کمی و کیفی و با رعایت ملاحظات اخلاقی و فرهنگی، امکان تولید شواهد معتبر و کاربردی را برای تصمیم‌گیری فقهی، حقوقی و سیاست‌گذاری فراهم می‌آورد. اجرای دقیق این طرح می‌تواند خلأهای پژوهشی شناسایی شده را پر کند و مبنای علمی برای تدوین فتاوی موضوعی، مقررات و برنامه‌های آموزشی فراهم سازد.



## منابع و مأخذ:

- قرآن کریم. (بدون تاریخ). قرآن کریم (ترجمه و تفاسیر مورد استفاده: طباطبایی، سید محمدحسین، المیزان). تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- طباطبایی، سید محمدحسین. (۱۳۷۲). المیزان فی تفسیر القرآن (ترجمه فارسی). تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- امام خمینی، سید روح‌الله. (۱۳۶۰). تحریر الوسیله. قم: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- محقق حلی، محمدبن حسن. (۱۳۷۰). شرایع الاسلام (تحقیق و تصحیح). قم: دارالکتب الاسلامیه.
- شهید ثانی، محمدحسین. (۱۳۶۹). مسالک الافهام فی شرح شرایع الاسلام (تحقیق و تصحیح). قم: انتشارات مدرسه حقانی.
- مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۸۵). الاستفتاءات الجدیده. قم: مؤسسه نشر آثار مکارم شیرازی.
- خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۷۵). مجموعه فتاوی و پاسخ‌ها به استفتاءات. تهران: مؤسسه نشر آثار مرتبط.
- جوادی آملی، سید محمدتقی. (۱۳۷۸). فقه و اخلاق: مبانی و مصادیق. قم: انتشارات اسراء.
- امامی کاشانی، سید محمد. (۱۳۷۶). فقه اجتماعی امامیه. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- شریعتی، مرتضی. (۱۳۷۴). زن، زندگی، جامعه (مقالات و سخنرانی‌ها). تهران: نشر نی.
- حسینی، محمدرضا. (۱۳۹۵). «فقه رسانه: مبانی و چارچوب نظری». فصلنامه مطالعات فقهی رسانه، ۳(۱)، ۲۳-۴۸. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- رضایی، علی. (۱۳۹۸). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر الگوهای پوشش جوانان». پژوهش‌های جامعه‌شناسی ایران، ۱۲(۲)، ۱۰۱-۱۲۶. تهران: دانشگاه تهران.
- کریمی، زهرا. (۱۳۹۷). سواد رسانه‌ای و خانواده: راهکارها و سیاست‌ها. تهران: انتشارات سمت.
- موسوی، حسین. (۱۳۹۶). «حریم خصوصی و حقوق شهروندی در فضای مجازی». مجله حقوق و سیاست، ۸(۳)، ۴۵-۷۲. تهران: مرکز پژوهش‌های حقوقی.
- نیک‌روش، مهدی. (۱۳۹۹). فقه فضای مجازی: چالش‌ها و راهکارها. قم: انتشارات حوزه.
- کاظمی، سارا. (۱۳۹۸). «تبرج و مصادیق آن در عصر رسانه». پژوهش‌های فقهی معاصر، ۵(۱)، ۷۷-۱۰۲. قم: مؤسسه فقهی پژوهشی.
- احمدی، محمد. (۱۳۹۴). حقوق فضای مجازی در ایران: مبانی و مقررات. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
- ملکی، رضا. (۱۳۹۵). «قاعده اعانه بر اثم در فقه امامیه و کاربرد آن در فضای مجازی». فصلنامه فقه و حقوق اسلامی، ۱۰(۴)، ۳۶-۹. قم: پژوهشگاه فقهی.
- حسینیان، مهدی. (۱۳۹۳). سد ذرایع در فقه شیعه: نظریه و مصادیق. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- بهرامی، ناصر. (۱۳۹۶). «لاضرر و سیاست‌گذاری فرهنگی: مبانی فقهی مداخله در رسانه». مجله مطالعات دینی و اجتماعی، ۷(۲)، ۵۵-۸۴. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.



- طباطبایی، سید محمدحسین. (۱۳۷۵). اخلاق اسلامی (مجموعه مقالات). تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- موسویان، علی. (۱۳۹۷). کرامت انسانی در حقوق اسلامی و مدنی. تهران: نشر نی.
- شفیعی، فاطمه. (۱۳۹۸). «الگوریتم‌ها و اقتصاد توجه: پیامدهای فرهنگی و اخلاقی». فصلنامه رسانه و جامعه، ۲(۱)، ۴۰-۱۳. تهران: مرکز مطالعات رسانه.
- صادقی، حسین. (۱۳۹۹). پلتفرم‌ها و مسئولیت اجتماعی: چارچوب‌های حقوقی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- کاظمی‌نژاد، مریم. (۱۴۰۰). «سواد رسانه‌ای دینی: طراحی برنامه‌های آموزشی برای مدارس». مجله آموزش و پرورش اسلامی، ۶(۱)، ۸۹-۱۱۲. تهران: وزارت آموزش و پرورش.
- رضوانی، احمد. (۱۳۹۵). فقه و سیاست‌گذاری فرهنگی. قم: انتشارات حوزه.
- نادری، سمیه. (۱۳۹۶). «مصادیق نشر غیرمجاز تصاویر و مسئولیت مدنی در حقوق ایران». فصلنامه حقوق خصوصی، ۴(۲)، ۶۰-۳۳. تهران: مرکز پژوهش‌های حقوقی.
- موسوی، فرهاد. (۱۳۹۴). مطالعات جامعه‌شناسی پوشش در ایران معاصر. تهران: انتشارات سمت.
- کاظمی، حسین. (۱۳۹۸). پژوهش‌های میان‌رشته‌ای در فضای مجازی: روش‌ها و کاربردها. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- یوسفی، مهدی. (۱۳۹۷). «تحلیل فقهی-حقوقی جرایم فضای مجازی». مجله حقوق و فناوری، ۱۱(۱)، ۵-۳۰. تهران: پژوهشکده حقوق فناوری.
- سلیمانی، زهرا. (۱۳۹۹). تربیت رسانه‌ای خانواده: راهنمای عملی. تهران: انتشارات رشد.
- کاظم‌زاده، علی. (۱۳۹۶). «حفظ نظام و سیاست‌های فرهنگی در فقه امامیه». پژوهش‌های فقهی، ۱۱(۳)، ۱۲۱-۱۴۸. قم: مؤسسه فقهی پژوهشی.
- احمدی‌نژاد، مریم. (۱۳۹۸). «پویایی‌های هویت دیجیتال و تأثیر آن بر رفتارهای پوششی». فصلنامه مطالعات فرهنگی، ۹(۲)، ۹۵-۶۷. تهران: مرکز مطالعات فرهنگی.
- پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی. (۱۳۹۷). گزارش ملی: فضای مجازی و خانواده ایرانی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی. (۱۳۹۹). راهنمای مدیریت محتوا در پلتفرم‌های دیجیتال (گزارش و دستورالعمل). تهران: سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی.



**A jurisprudential and Islamic legal study of the impact of cyberspace on women's hijab and chaste lifestyle, with an emphasis on the foundations of Imami jurisprudence.**

**Abstract**

The expansion of cyberspace and social networking platforms has profoundly reshaped communicative structures and patterns of dress within Islamic societies. Adopting a descriptive–analytical approach and drawing upon Qur’anic sources, Prophetic and Imamic narrations (ḥadīth), Imāmī (Twelver Shi‘i) jurisprudential fatwas, and relevant legal instruments, this study investigates the relationship between the dissemination of content related to women’s dress in virtual spaces and the condition of chaste living (‘*iffah*). The research initially operationalizes its key concepts and subsequently analyzes virtual manifestations of *tabarruj* (ostentatious self-display) and the scope of responsibility borne by users and content producers, with reference to established jurisprudential principles, including the prohibition of *tabarruj*, the rule of assistance in sin (*i‘ānah ‘alā al-ithm*), the principle of blocking the means (*sadd al-dharā‘i*), the rule of no harm (*lā ḍarar*), and the principle of preserving social order (*ḥifẓ al-nizām*). The findings demonstrate that the publication or promotion of images and content that provoke sexual arousal, involve the display of adornment, or attract the attention of non-*maḥram* individuals—even within virtual environments—falls under religious prohibition from the perspective of Imāmī jurisprudence and may give rise to civil and criminal liability. The article concludes by proposing practical jurisprudential, legal, and cultural strategies, including the formulation of operational criteria for identifying relevant instances, clarification of the obligations of legislative and regulatory bodies, and the establishment of effective supervisory and educational mechanisms.

**Keywords:** Chastity; Hijab; Tabraj; Aid for sin; Harmlessness; Islamic law.