



حرمت «تشبیب مدرن»: بازخوانی حکم تشبیب در فضای شبکه‌های اجتماعی از منظر فقه امامیه

فائزه عظیم زاده اردبیلی^۱، مریم شریعتی^۲

چکیده

ارتباطات در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی یکی از بسترهای تعامل اجتماعی است. گسترش روزافزون این پلتفرم‌ها در میان اقشار مختلف جامعه و انتشار تصاویر و محتوای شخصی و خانوادگی، سبب شده است، حریم خصوصی افراد در معرض دید نامحرمان قرار گیرد. در این میان، اشکال نوینی از رفتارها، مانند: انتشار عکس‌های شخصی آراسته با فیلترهای دیجیتال، نمایش برجسته‌ی زیبایی محارم در تصاویر خانوادگی، و انتشار شعر و نثر عاشقانه خطاب به محرم و نامحرم در قالب استوری و ریلز، به مسائلی رایج بدل شده است. این گونه اقدامات، ذیل عنوان فقهی تشبیب قابل بررسی بوده که آیا با احراز شرایطی خاص، دارای حکم حرمت خواهد بود؟ این پژوهش با روش کتابخانه‌ای و تحلیل اجتهادی-تحلیلی و با تکیه بر منابع فقه امامیه، به واکاوی ماهیت و شرایط تحقق «تشبیب مدرن» در فضای مجازی و تبیین مبانی استدلالی حرمت آن می‌پردازد. پرسش اصلی آن است که مصادیق نوین تشبیب در شبکه‌های اجتماعی بر چه مبانی فقهی می‌توانند مشمول حکم حرمت قرار گیرند؟ یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد اگرچه در آرای فقهای امامیه درباره حرمت تشبیب، پراکندگی دیدگاه وجود دارد و گروهی قائل به حرمت مطلق و برخی معتقد به حلیت اولیه و حرمت با تحقق عناوین ثانوی (مانند توجه نامحرم و التذاذ جنسی) هستند، اما با تحلیل این آراء می‌توان به رویکردی یکسان در تطبیق دست یافت. بر این اساس، تشبیب در فضای مجازی با احراز دو شرط اساسی «معروف بودن مخاطب» و «قصد یا علم به تأثیر تحریک‌آمیز عمل»، مشمول حکم حرمت می‌گردد. این استنباط با بهره‌گیری از ادله و قواعد فقه پویا، شامل قیاس اولویت، تنقیح مناط؛ و اهتمام شارع بر استتار زنان، صورت می‌پذیرد. از منظر فقه فرهنگ نیز که عهده‌دار اصلاح نظام پسندها و ناپسندهاست، این گونه محتواها به دلیل تأثیر مخرب بر عفت عمومی و کرامت فردی، در زمره رفتارهای ناپسند و غیرقابل قبول فرهنگی قرار می‌گیرند. در نتیجه تشبیب مدرن در شبکه‌های اجتماعی، با حفظ علت اصلی حرمت، حرام خواهد بود.

واژگان کلیدی: تشبیب، شبکه‌های اجتماعی، تنقیح مناط، استتار زنان، فقه فرهنگ

۱. نویسنده مسئول، دانشیار دانشگاه امام صادق (ع) faezehazimzadeh@yahoo.com

۲. دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی دانشگاه امام صادق (ع) ایمیل:

maryamsh70@gmail.com

با گسترش شبکه‌های اجتماعی، اشکال سنتی ارتباطات دگرگون شده است. «تشبیب» به عنوان یکی از این مفاهیم، از قالب سنتی شعر و نثر خارج شده و در قالب‌های متنوع دیجیتالی ظهور یافته است. امروزه گسترش فناوری به گونه‌ای است که در هر کجای زندگی انسان، جلوه‌های حضور فناوری اطلاعات و ارتباطات به چشم می‌خورد. اینترنت و سرویس‌های ارایه شده در قالب آن، در عین حال که ابزار مفیدی برای کسب و تبادل اطلاعات است، می‌تواند مخرب نیز باشد. شبکه‌های مجازی ابزار جنگ نرم دشمن هستند که یکی از اهداف آن‌ها سست کردن حیا و اضمحلال خانواده‌هاست. استفاده نادرست از فضای مجازی و امکانات ارتباطاتی باعث از بین رفتن بسیاری از حریم‌های شرعی محرم و نامحرم در جامعه شده است. فعالیت در این فضا همانند هر پدیده دیگر موضوعی برای احکام فقهی است. از همین رو پرداختن به احکام فقهی مصادیق گوناگون فعالیت‌ها در فضای مجازی می‌تواند گامی مهم برای فعالان در این حوزه باشد و از این رهگذر انطباق و اصلاح اعمال مکلفین در این فضا با آموزه‌های اسلامی میسر گردد. فعالیت‌های در فضای مجازی به عنوان یک پدیده و یک فعل از افعال مکلفین دارای احکام و عناوین فقهی است. برخی از فعالیت‌ها در فضای مجازی نیز به خاطر اندارج تحت یکی از عناوین محرمه، حرام و ممنوع می‌باشند. امروزه یکی از مصادیق رایج در فضای مجازی استفاده از اینستاگرام، پیام رسان‌های مختلف و قرار دادن وضعیت‌ها در این شبکه‌های اجتماعی است، به گونه‌ای که حتی افراد مذهبی و متدین هم غالباً از خود و خانواده‌شان در فضای مجازی عکس‌ها و متن‌هایی منتشر می‌کنند، یکی از این اقدامات رایج، انتشار عکس زنان اعم از محارم و نامحرم به ویژه همسران و مدح کردن آنان است به گونه‌ای که حتی برخی از افراد معتقد و مذهبی اقدام به انتشار شعر و عکس و کتاب در وصف زوجه خود می‌نمایند و در حالی که معمولاً از احکام فقهی آن غفلت می‌ورزند. اشعار و مدح‌هایی که در مورد زیبایی‌ها و خوبی‌های زنان صورت می‌گیرد در لغت عرب و کتب فقهی «تشبیب» گفته می‌شود، اگرچه یکی از گرایش‌های فطری انسان، علاقه به زیبایی در گفتار در سطوح مختلف و در قالب‌های شعر و نثر است و انسان‌ها دوست دارند که محبوبشان را مدح کنند اما ممکن



است در مواردی مخالف با اهداف شارع از جمله استتار و حفظ حرمت زنان باشد. یادآوری محاسن زنان و اظهار علاقه عملی یا گفتاری به ایشان در فضای مجازی دارای احکام شرعی است که باید مورد بررسی فقهی قرار گیرد. در پاسخ به این سوال اساسی که مصادیق تشبیب در فضای مجازی چیست و چرا مشمول حرمت می‌گردد شایسته بررسی است. این نوشتار با روش اجتهادی-تحلیلی و با استفاده از منابع فقهی و مطالعات رسانه‌ای، به شناسایی و تحلیل مهم‌ترین مصادیق تشبیب مدرن در شبکه‌های اجتماعی می‌پردازد این پژوهش با تشخیص خلأ تطبیق نظام مند احکام سنتی تشبیب با ویژگی‌های نوین فضای مجازی، به بررسی مصادیق نوین آن می‌پردازد. نوآوری آن در ارائه چارچوبی اجتهادی مبتنی بر «تنقیح مناط» و «قیاس اولویت» برای استنباط حکم حرمت «تشبیب مدرن» در شبکه‌های اجتماعی است.

۱. تشبیب مدرن

تشبیب در لغت به معنای وصف جمال زن و حال خود با وی در شعر گفتن است، تشبیب در شعر، آراستن و نیکو کردن ابتدای آن به ذکر زن و اشتیاق به وی و این از تشبیب آتش و افروختن آن است و مجازاً ابتدای قصاید را بطور مطلق تشبیب می‌نامند حتی اگر در آن ذکر شباب هم نشده باشد. (دهخدا، ۱۳۷۵، ج ۲، ص ۳۲۱) ابن منظور افریقی تشبیب را به تحسین جلوه دادن و برافروختن تفسیر می‌کند. (ابن منظور، ۱۳۹۸، ج ۳، ص ۳۱) از نظر اصطلاحی نیز به ذکر زیبایی‌های زن و پسر پریچه و اظهار عشق به آنان در شعر تشبیب گفته می‌شود. یعنی این که فرد در شعر سرایی و یا نثر، جمال و محاسن زنی را ترسیم نماید و این کار خود معمولاً موجب تحریک و تهییج شهوت دیگران می‌شود برخی گفته اند ماده تشبیت بعید نیست که از شباب گرفته شده باشد چرا که تشبیب پیوسته ملازمه با شباب دارد و معمولاً در جوانان صاحب قوای جوانی محقق می‌شود براین اساس تشبیب اختصاص به ذکر محاسن زن ندارد بلکه نسبت به پسرهای زیبا نیز انجام می‌گیرد. (فرهنگ فقه مطابق فقه اهل بیت علیهم السلام، ج ۲، ص ۲۶۲) شیخ طوسی در مبسوط اولین کسی است که به مناسبت بحث شهادت، حرمت تشبیب را مطرح نموده است. (طوسی، ۱۴۱۲، ج ۸، ص ۲۲۸) آنچه در این پژوهش مورد بررسی است

تشبیب زنان می باشد. زیرا تشبیب غلام (پسر نابالغ) در هر صورت چه معین و چه نامعین حرام است. (ذهنی تهرانی، ۱۴۱۶، ج ۲، ص ۳۸۴) در دوران معاصرو با گسترش فناوری‌های ارتباطی، مصداق نوینی تحت عنوان «تشبیب مدرن» شکل گرفته است که به اقداماتی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد که با استفاده از قالب‌های چندرسانه‌ای (مانند عکس، ویدیو، متن و نمادهای دیجیتال)، به توصیف، نمایش یا اشاره به زیبایی‌ها و جاذبه‌های زنان، برای مخاطبان نامحرم می‌پردازد. این پدیده با حفظ ماهیت تحریک‌آمیز و توجه‌آفرین تشبیب سنتی، در بستری جدید و با گستره‌ای بسیار وسیع‌تر ظهور یافته است. تشبیب مدرن دارای چند ویژگی متمایز است: نخست، بسترو وقوع آن فضای عمومی مجازی است که دسترسی نامحرمان را به طور ذاتی تسهیل می‌کند. دوم، در قالب‌هایی فراتر از شعر کلاسیک، مانند انتشار عکس‌های شخصی آراسته با فیلترها، برجسته‌نمایی عمدی زیبایی محارم در محتوای خانوادگی، یا انتشار جملات و اشعار عاشقانه خطاب به نامحرم متجلی می‌شود. سوم، مخاطب آن اغلب طیف گسترده و نامشخصی از نامحرمان است. چهارم، رکن اصلی آن قصد یا علم به تأثیر تحریک‌آمیز و ایجاد التذاذ جنسی در مخاطب نامحرم است، که این شرط، محور تمایز آن از اشتراک‌گذاری‌های عادی به شمار می‌رود.

۱-۲. فقه فرهنگ: فقه در لغت، به معنای دانستن و فهمیدن است. (ابن فارس، بی تا، ج ۴، ص ۲۴۴) به معنای درک کردن چیزهای مخفی نیز آمده است. راغب در مفردات، آن را پی بردن از معلومات حاضر به معلومات غایب معنا کرده است. (راغب اصفهانی، ۱۴۱۱، ص ۶۴۲) فقه به معنای مطلق فهم و ادراک و دانش، علم به چیزی، درک و فهم آن چیز، دانستن، فهمیدن؛ فهم دقیق چیزی؛ درک اشیاء مخفی، فهم اشیاء دقیق؛ درک منظور و هدف گوینده؛ فهم دقیق مسائل نظری؛ جودت ذهن و سرعت انتقال؛ پی بردن از معلومات حاضر به معلومات غایب به کار رفته است. (گرچی، ۱۳۷۷، ص ۷) فقه فرهنگ از اقسام فقه مضاف می باشد، در فقه فرهنگ، استخراج احکام متناسب با فرهنگ برای اصلاح نظام پسندها و ناپسندها صورت می گیرد. (اراکي، ۱۳۹۵، درس خارج فقه) همان گونه که در تعاریف فقها آمده است، فقه مجموعه احکامی است که از سوی شارع مقدس وضع شده و به افعال مکلفان تعلق گرفته



است (مشکینی، بی تا، ص ۴۰۳) و از آنجا که بخش عظیمی از رفتارهای مکلفین رفتارهای فرهنگی است، بنابراین فقه مربوط به این رفتارها، فقهی است که احکام رفتارهای فرهنگی را تبیین و اثبات می‌کند. فرهنگ سه نظام وابسته به یکدیگر است که از آن‌ها به اجزای متشکله فرهنگ یاد می‌شود. این سه نظام عبارتند از: نظام شناخت‌ها و باورها (تصورات و باورها)، نظام ارزش‌ها و گرایش‌ها (اخلاق و حقوق)، نظام رفتارها و کردارها (آموزه‌های عملی و رفتاری) (صاحبی، ۱۳۸۴، ص ۱۷۷)

۲. تحلیل محتوا

۲-۱. حکم تشبیه از دیدگاه فقهای امامیه

احراز تشبیه مرد برای زن دارای شرایطی است که در کتب فقهی مورد بحث قرار گرفته است از جمله اولین شرط تشبیه آن است که زن مومنه باشد؛ تشبیهی که در آن زن یا زنان مسلمان مورد هتک و آزار میگیرند، محکوم به حرمت است، لکن تشبیه زنان کافر گرچه محتوای باطلی هم داشته باشد، بلاشکال است اما برای زنان اهل ذمه حرام است. شیخ انصاری، حرمت تشبیه را در مورد زن معروف و مومن و محترم حرام می‌داند، چنین زنی از نظرایشان زنی است که مسلمان است و محترم به معنای عدم اظهار به فسق است. (انصاری، ج ۲، ص ۱۹۹) شرط دیگری که برخی فقها به آن اشاره کرده اند، مبنی بر آن است که زن شوهردار باشد شهید ثانی معتقد است سرودن تشبیه برای زن شوهردار گرچه در علقه نکاح منقطع هم باشد حرام است. (جبعی عاملی، ۱۴۱۳، ج ۱، ص ۱۴، ۱۸۳) علاوه بر اینها باید شناسایی زن امکانپذیر باشد، از دیدگاه شماری از فقها اگر شاعر برای زنی نامعلوم و خیالی که برای عموم قابل شناسایی نیست و در مجموع معروف نیست تشبیه بسراید بلاشکال است (عاملی، ۱۴۱۹، ج ۱۲، ص ۲۲۵، انصاری، بی تا، ج ۵، ص ۳۴) بنابراین تشبیه یا غزلسرایی برای زن شوهردار و زن مومنه که همگان او را می‌شناسند حرام است، خواه آن زن از محارم شاعر باشد و خواه از محارم او نباشد، اما این بدان معنا نیست که شعرسرایی برای زن مطلقاً حرام باشد، بلکه شعرسرایی در وصف مقام زن و تکریم شان او حرام نیست، بلکه اشعاری چون تشبیه که مقام زن را لکه دار می‌نماید و بذر

شهوت در جامعه می‌افشاند حرام است (صدر، ۴۲۱ق، ج ۱۰، ص ۱۱۵) بنابر تصریح برخی فقها، حرمت تشبیب اختصاص به شعر ندارد، در غیر شعر نیز حرام است. (محقق کرکی، ۱۴۰۸، ج ۴، ص ۲۴) استماع تشبیب نیز در فرض حرمت آن حرام است؛ لیکن در صورت شک در حصول تشبیب، استماع جایز است. (جلی‌العاملی، ج ۱۴، ص ۱۸۲)

آرای فقهای امامیه در این باره بسیار پراکنده و محل بحث می‌باشد اما به طور کلی می‌توان گفت در باره حکم تشبیب دو دیدگاه وجود دارد:

۱-۲. دیدگاه حرمت تشبیب

در بررسی دیدگاه‌های فقه امامیه درباره حکم «تشبیب» لازم توجه است که غالب فقها قائل به حرمت مطلق، تشبیب می‌باشند. تشبیب عملی مذموم و به طور کلی حرام شمرده می‌شود، چرا که به باور طرفداران این نظر، ذات چنین توصیفاتی به تحریک قوای شهوانی، ترویج بی‌بندوباری و هتک حرمت زنان مؤمنه می‌انجامد. از فقهای شیعه میتوان شیخ انصاری را موید این دیدگاه دانست. از جمله فقهای نامداری که معتقد به حرمت مطلق تشبیب هستند شیخ انصاری (انصاری، ۱۴۱۲ق، ج ۲، ص ۲۰۱)، و محقق کرکی را می‌توان نام برد. محقق کرکی در این باره بیان می‌دارد: «تشبیب نسبت به زنی که معروف و معین است (حتی اگر شنونده او را نشناسد) و زنی که مومنه و اجنبیه است حرام است، زیرا موجب هتک حرمت او می‌شود» (کرکی، ۱۴۰۸، ج ۴، ص ۲۸). همچنین علامه نجفی با استدلالی مشابه تأکید می‌کند: «تشبیب حرام است، زیرا باعث ایذاء مومنین و تحریک فساق نسبت به زن و هتک حرمت وی می‌شود» (نجفی، ۱۳۶۷ق، ج ۴۱، ص ۱۹۵) از فحوای کلام شیخ انصاری که به عمومات حرمت لهو و فحشا تمسک می‌جوید، اینگونه برداشت می‌شود که تشبیب حقی برای خداوند است و گذشت افراد ساقط‌کننده آن نیست. در مقابل، استدلال فقهای متقدمی که بر هتک حرمت و ایذاء شخص تأکید داشتند. (حسینی عاملی، ۱۴۰۸ق، ج ۱، ص ۲۳۹-۲۴۳)، به حق الناس بودن آن گرایش دارد. جمع‌بندی نهایی این است که تشبیب می‌تواند هر دو وجه را داشته باشد؛ هم به دلیل نقض حدود الهی (حق الله) و هم به دلیل تضییع حقوق اشخاص واجد جنبه حق

الناسی نیز باشد.

۲-۲. نقش فقه فرهنگ در حکم فقهی تشبیب

در تمدن اسلامی، فقه و قوانین فقهی به عنوان عاملی بنیادین، هویت مستقل و پویایی را برای فرهنگ دینی شکل داده‌اند. این امر از آن روست که فقه اسلامی، با گستره‌ای وسیع از مسائل عبادی تا معاملاتی، در حقیقت بیان‌گر شیوه‌ای کامل از زندگی است. احکام مستنبط از متون دینی، جامعه اسلامی را به سبک زندگی متمایزی مجهز کرده که نمونه‌های آن را می‌توان در توجه عمیق به نهاد خانواده مشاهده نمود؛ مواردی چون نکوهش تجرد، استحباب تشکیل خانواده، توصیف صفات نیکوی همسر، تأکید بر ازدواج، مراسم عقد و عروسی و مستحبات آن، و نیز حرمت ارتباط با نامحرم، همگی گواهی بر این مدعاست (نجفی، بی‌تا، ج ۳۱، ص ۲۶۷؛ فاضل اصفهانی، ج ۲۴، ص ۲۲؛ حلی، ۱۴۱۱، ق، ج ۲۲، ص ۳۳).

این نهادسازی فرهنگی، ذیل مفهوم «فقه فرهنگ» قابل تحلیل است. فرهنگ، به عنوان بخشی از معرفت عام که شامل احساسات، عواطف، گرایش‌ها، اعتقادات، عادات و آداب می‌شود، در ذهنیت مشترک جامعه رسوخ می‌کند و بر رفتارهای اجتماعی تأثیر می‌گذارد. (پارسا، ۱۳۸۷، ص ۴۱-۴۲) فرهنگ دارای جنبه‌های گوناگونی است، جنبه شناختی؛ تعریف خاص از واقعیت، جنبه هنجاری (شامل ارزش‌ها و قواعد رفتاری) و جنبه مادی (شامل تولیدات و ابزارهای فیزیکی) (صانعی، ۱۳۷۲، ص ۵۰۶-۵۰۸). امروزه رفتارهای اجتماعی در فضای مجازی، به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های تجلی فرهنگ تبدیل شده‌اند. برای نمونه، انتشار تصاویر زنان و توصیف ویژگی‌های ایشان در فضای مجازی، پدیده‌ای فرهنگی است که هم بر نظام هنجاری جامعه تأثیر می‌گذارد و هم خود، بخشی از فرهنگ غیرمادی به شمار می‌آید.

از منظر فقهی، مواجهه با چنین پدیده‌های نوظهوری دو صورت دارد: اگر امری از «امور عرفیه» باشد یا در «منطقه الفراغ» شارع قرار گیرد، تنظیم آن با رعایت ضوابط کلی شرع به عهده عرف و عقلانیت اجتماعی گذاشته شده است. (صدر، ۱۴۰۳، ق، ص ۱۱) اما اگر موضوع، از این مقولات نباشد، باید مستقیماً به احکام شرعی مراجعه کرد. موضوع «تشبیب» در شبکه‌های



اجتماعی، به دلیل ارتباط ذاتی با محرمات شرعی مصرح (مانند حرمت هتک حرمت مؤمن و تحریک شهوت)، از جمله اموری نیست که بتوان آن را صرفاً به عرف واگذار کرد؛ لذا اکتفا به قدر متیقن ادله شرعی در این باب ضروری است.

مبنای این ضرورت، لزوم انحصار یقین به مسبب از طریق سبب است. (ابراهیمی دینانی، ۱۳۹۳، ج ۱، ص ۲۰۲) به بیان دیگر، هرگونه وضع قانون، تکلیف یا مجازات در جامعه اسلامی نیازمند مشروعیت الهی است. از آنجا که فقه توان راهیابی به عرصه فرهنگ را دارد و پدیده‌هایی مانند ارتباطات مجازی و انتشار محتوا درباره زنان، به طور مستقیم بر فرهنگ جامعه (سبب) و متأثر از آن هستند، تنظیم قواعد حاکم بر این عرصه باید از مجرای یقین به احکام شرعی (مسبب) صورت پذیرد. بنابراین، شناخت و وضع هرگونه حقوق موضوعه در حوزه فرهنگ ارتباطات مجازی، که می‌تواند بر گسترش یا کنترل مفاسد اخلاقی اثر بگذارد، مبتنی بر شناخت دقیق موازین فقهی حاکم بر آن فرهنگ است. این رویکرد، ضامن حفظ مشروعیت و التزام به چارچوب ولایت الهی در قانونگذاری برای عرصه‌های نوین فرهنگی مانند فضای مجازی خواهد بود.

۲-۳. نحوه استنباط فقهی فقه فرهنگ بر تشبیه در شبکه‌های اجتماعی

در عصر ارتباطات دیجیتال، فضای مجازی با ویژگی‌هایی مانند عمومیت دسترسی، ناشناس بودن نسبی، و ادغام رسانه‌ها، بستری بی‌سابقه برای تعاملات اجتماعی فراهم کرده است. در این بستر، یکی از پدیده‌های نوظهور، تحول مفهوم سنتی «تشبیه» به شکلی مدرن است. تشبیه مدرن به هرگونه اقدام آگاهانه در شبکه‌های اجتماعی اطلاق می‌شود که با استفاده از قالب‌های متنوع دیجیتال (اعم از عکس، ویدیو، متن، پخش زنده و استوری) به وصف، نمایش یا اشاره صریح و ضمنی به جمال، محاسن و جاذبه‌های زن مؤمنه و محترمه برای مخاطبان نامحرم بپردازد.

مطابق با تحلیل آرای فقهای امامیه، برای آنکه یک اقدام در فضای مجازی مشمول حکم حرمت تشبیه گردد، احراز چند شرط اساسی ضروری است

۱. **معروف و محترم بودن موضوع تشبیب:** زن مورد نظر باید مؤمنه و دارای حرمت شرعی باشد. شرط «معروفیت» منحصر به شناسایی فردی توسط مخاطب مستقیم نیست؛ بلکه اگر محتوا در فضایی منتشر شود که برای جمعی از کاربران حتی اگر تعداد محدودی باشند، قابل شناسایی باشد، این شرط محقق شده است. به عبارت دیگر، «معروفیت مجازی» یا شناسایی در یک حلقه ارتباطی مشخص نیز کفایت می‌کند (الکرکی، ۱۴۰۸، ج ۴، ص ۲۸؛ النجفی، ۱۴۰۴، ج ۴۱، ص ۱۹۵).

۲. قصد یا علم به تأثیر تحریک‌آمیز: رکن اصلی در تحقق عنوان حرام، قصد فاعل در تهییج شهوت دیگران یا علم وی به تأثیر ذاتی و متعارف عمل در ایجاد التذاذ یا توجه جنسی نامشروع است. این شرط، خط فارغ میان تشبیب حرام و اشتراک‌گذاری عادی یا بیان محبت در چارچوب‌های مشروع (مانند ارتباط بین زوجین در حریم خصوصی) را مشخص می‌کند (الأنصاری، ۱۴۱۶، ج ۲، ص ۲۰۱).

۳. عمومیت یا شمول نسبی مخاطبان: ذات فضای مجازی، دسترسی نامحرم را ممکن می‌سازد. بنابراین، انتشار محتوا در صفحات عمومی یا حتی نیمه خصوصی که احتمال دسترسی نامحرم در آن منتفی نیست، به عنوان بستر وقوع عمل، در تحقق موضوع دخیل است.

دلایل و مبانی فقهی دال بر حرمت «تشبیب مدرن»

استنباط حرمت برای مصادیق فوق، با اتکا به مجموعه‌ای از ادله نقلی، قواعد اصولی و اهداف کلان شریعت صورت می‌پذیرد که مهم‌ترین آنها عبارتند از:

۱-۳-۲. قیاس اولویت

قیاس اولویت عبارت از آن است که فرع در مقایسه با اصل اولی به حکم باشد چون علت حکم در فرع قویتر از اصل است که به علت حکم «جامع» گفته می‌شود. (جمعی از نویسندگان، ۱۴۰۰، ص ۲۳۰، قمی، ج ۱، ص ۴۷) جمیع فقهای امامیه با عباراتی که در آنها کلمات و



عبارات شهوت انگیز رد و بدل گردد

مخالفت دارند. (نجفی، ۱۳۶۹، ج ۳۰، ص ۳۴) گاهی این کلمات و عبارات مبدل به عکس و تصاویر زنان می گردد که نظر و توجه نامحرمان را به آن ها جلب می کند، در حقیقت «جامع» در این مسئله، بیان محاسن زن و جلب نظر اجنبی به اوست، آنچه در زمینه تشبیب در شبکه های اجتماعی رخ می دهد، انتشار تصویر زن یا بیان محاسن او است در صورتی که شروط تشبیب محقق باشد در این صورت، می توان به قیاس اولویت تشبیب در شبکه های مجازی را حرام بدانیم، زیرا زمانی که تشبیب و یا به عبارت دیگر بیان محاسن و زیباییهای زنان مؤمن حرام باشد، به طریق اولی نمایش تصاویر آنها و بیان محاسن آنان در فضای عمومی شبکه های اجتماعی چون اینستاگرام که موجب هدایت فاسقان به سوی صاحبان تصاویر و هتک حرمت آنان می شود، دارای حرمت و منع شرعی خواهد بود. از آنجا که فقه فرهنگ عهده دار اصلاح نظام پسندها و ناپسندهاست به قیاس اولویت در می یابد که چنان که بیان محاسن زنان و جلب توجه نامحرمان به آنها حرام هست و زمینه انحراف فرهنگی و اخلاقی و اعتقادی جامعه را فراهم خواهد کرد و موجب تغییر در نظام ارزش ها و گرایش ها و رفتارهای اعضای جامعه حتی اعضای متدین جامعه می گردد، بیان محاسن زنان که سبب توجه نامحرمان به آنان شود در شبکه های اجتماعی در قالب شعر و تصویر و نوشته نیز حرام است.

۲-۳-۲. کشف مناط «محفوظ ماندن زن» در فقه فرهنگ:

یکی از مسائل مهم در روابط زوجین، حفظ خود از نامحرمان و پایبندی به تعهدات ازدواج است، تا جایی که امروزه خیانت زوجین به یکدیگر و گرایش به غیر همسر خود بر اثر بی توجهی به حریم محرم و نامحرم از عوامل مهم تزلزل خانواده است. (راجرز، ۱۳۹۸، ص ۶۵) قرآن کریم در آیه ۳۰ و ۳۱ سوره مبارک نور، تکلیف مهمی را برعهده مومنین قرار می دهد مبنی بر آن که «غض بصر» و «حفظ فروج» داشته باشند.^۱

۱. «قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ وَ قُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَطْرِفْنَ بِحُجُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ...

علامه طبرسی چنین فرموده است اصل غض به معنی نقصان است (طبرسی، ۱۳۹۸، ج ۶، ص ۳۱)، پس منظور از «یغضا» بستن چشم نیست بلکه پائین آوردن نگاه و نگاه نکردن است (قرشی، ۱۴۱۰، ق ۱، ج ۱، ص ۳۹) در این آیات شریفه خدای متعال، احکام نگاه کردن و چشم چرانی و حجاب را بیان می‌دارد. نخست می‌گوید: «به مؤمنان بگو: چشمهای خود را (از نگاه به نامحرم) فرو گیرند، و عفاف خود را حفظ کنند» و از آنجا که گاه به نظر می‌رسد که چرا اسلام از این کار که با شهوت و خواست دل بسیاری هماهنگ است نهی کرده، در دنباله آیه می‌فرماید: «این برای آنها پاکیزه‌تر است، سپس به عنوان اخطار برای کسانی که نگاه هوس‌آلود و آگاهانه به زنان نامحرم می‌افکنند و گاه آن را غیر اختیاری قلمداد می‌کنند، می‌گوید، خداوند از آنچه انجام می‌دهید آگاه است (مکارم شیرازی، ۱۳۹۵، ج ۳، ص ۳۳) و جواب به هم گذاشتن چشم از اجنبیه امر مقدمی است، زیرا چشم پوشی مقدمه ترك حرام که نظر به اجنبیه باشد، و امر به مقدمه واجب واجب است. (صدر، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۳، مظفر، ۱۳۸۸، ج ۲، ص ۱۲۱)؛ در امر، ابتدا وجوب به مقدمه واجب تعلق می‌گیرد که در اینجا عفت نگاه و حفظ پاکدامنی است که معادل قرآنی آن غض بصرو حفظ فروج است، پس نتیجه امر به غض بصر برای تحفظ از وقوع امر محرم است که نظر اجنبیه می‌باشد. (طباطبایی، ۱۳۶۳، ج ۴، ص ۳۱) حرمت زن و حیثیت زن به عنوان حق الله مطرح است زن به عنوان امین حق الله از نظر قرآن مطرح است یعنی این مقام را و این حرمت و حیثیت را خدای سبحان که حق خود اوست سرپرستی می‌کند. (جوادی آملی، ۱۳۹۲، ج ۴، ص ۲۱۰) آنچه از ظاهر این آیه برمی‌آید اینکه نحوه ارتباط بین زن و مرد نباید به گونه ای باشد که زمینه ساز برانگیخته شدن شهوت شود و اگر ملاک نهی در این آیه، تهییج شهوت است، فرقی نمی‌کند که این امر از طرف مرد آغاز شود یا زن، بنابراین تشبیهی که موجب برانگیختن شهوت خصوصا در مورد زن شوهردار شود، حرام است، زیرا خداوند خواستگاری چنین زنی را به صورت کنایه و تعریض نیز نمی‌پذیرد تا چه رسد به بیان سخنان عاشقانه در مورد وی (جبعی العاملی، ۱۴۱۱، ق ۱، ج ۷، ص ۲۳۲) لذا از طریق تنقیح مناط می‌توان این آیه شریفه را مورد بررسی قرار داد؛ می‌توان مناط این آیه شریفه را «ضرورت استتار و محفوظ ماندن زنان» یا «جلوگیری از تهییج مردان نسبت به

نامحرمان» دانست، چون مناط در حجاب برای ندیدن روی نامحرم است که موجب زنا و مسبب بدبختی‌هاست و خداوند پیرزنان را در آیه ۶۰ سوره نور^۱، رخصت و اجازت داده است که با روی گشاده می‌تواند بیرون بیاید؛ اگرچه، باز هم در این صورت که عجوزه [است] و کسی رغبت به او نمی‌کند، عفاف را برای او بهتر دانسته؛ پس اولی و مسلم است که زن جوان آن هم با روی چون ماه به طریق اولی نباید در جامعه بی حجاب بخرامد تا تولید مفاسد نماید (جعفریان، ۱۴۲۸ق، ج ۱، ص ۳۹۱) فقه فرهنگ در مقام استنباط فقهی رفتارهای شکل دنده نظام باورها و ارزش‌ها و رفتارهای جامعه در می‌یابد، این ملاک در تشبیب در شبکه‌های اجتماعی نیز موجود است و به همین دلیل می‌توان گفت انتشار عکس و مدح محارم و غیرمحارم با حصول شرایط تشبیب در شبکه‌های اجتماعی فاقد ملاک شارع براستتار زن است و همچنین موجب توجه جنس مخالف با توجه به ویژگی‌های مردان در علاقه به ظرافت و زیبایی‌هاست و عنوان حرمت را دارا می‌شود.

۳-۲-۳. اجرای قاعده «دفع منکر» در تشبیب حرام:

مقصود از دفع منکر این است که با قول یا عمل خود قبل از این که شخصی مشغول به آن یا مشغول انجام مقدمات آن شود ممانعت گردد، همانطور که مقصود از دفع منکر آن است که بعد از اشتغال دیگران به انجام منکر، از ادامه انجام آن جلوگیری شود. (جمعی از نویسندگان، ۱۴۰۰، ص ۲۰) بر همین اساس گفته شده که دفع منکر مانند رفع آن واجب است. (انصاری، ۱۳۴۵، ج ۱، ص ۱۴۱) قاعده وجوب دفع منکر متضمن حرمت اقدام به زمینه‌سازی ارتکاب منکر از سوی دیگران و وجوب اقدام به پیشگیری از ارتکاب منکر به وسیله آنها می‌باشد و از جهات گوناگونی با قواعد حرمت اعانت برائثم و امر به معروف و نهی از منکر تمایز دارد. این قاعده در عداد قواعدی قرار می‌گیرد که می‌تواند چهارچوب سیاست جنایی اسلام در مقابله با بزه و انحراف را روشن سازد. اندیشمندان اسلامی نسبت به قاعده مزبور و حدود و ثغور آن،

۱. «وَالْقَوَاعِدُ مِنَ النِّسَاءِ اللَّاتِي لَا يَرْجُونَ نِكَاحًا فَلَيْسَ عَلَيْهِنَّ جُنَاحٌ أَنْ يَضَعْنَ ثِيَابَهُنَّ غَيْرَ مُتَبَرِّجَاتٍ بِزِينَةٍ وَأَنْ يَسْتَعْفِفْنَ خَيْرٌ لَهُنَّ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ»

موضع یکسانی ندارند، ولی بسیاری از ایشان مستند به آیه وقایه، بر اعتبار جریان قاعده در قلمرو خانواده تأکید ورزیده‌اند. (حاجی ده آبادی، اکرمی، ۱۳۹۶، ص ۲۶) یقیناً اقدام به ذکر محاسن زنان و نشر تصاویر آنان در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، یکی از مواردی است زمینه ساز توجه نامحرمان و برانگیختن شهوات به سوی آنان می‌شود، چنان که متاسفانه امروزه شمار بسیار زیادی از افراد با انتشار تصاویر زنان خانواده یا غیرآن‌ها و یا انتشار شعر و نثر در باره آنان چنین اقدامی انجام می‌دهند روایات بسیاری دال بر حرمت برانگیختن شهوت نسبت به زنان نامحرم وجود دارد از جمله آنکه امام صادق (ع) میفرماید: «النظر سهم من سهام ابلیس و کم من نظره اورثت حسره الطویل» (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۵، ص ۵۵۵) روایاتی که خلوت زن و مرد بیگانه را در یک مکان جایز ندانسته و فرد سوم آن‌ها را شیطان میدانند (محدث نوری، ۴۱۵، ج ۱۴: ۲۶۵) و روایاتی که نشستن مرد در مکانی را که زن نشسته بوده تا قبل از آنکه آن مکان گرمای بدن زن را از دست بدهد و سرد شود، مکروه و نامطلوب می‌دانند (صدوق، ۱۳۴۱، ج ۲، ص ۴۶۷) همه به طور غیرمستقیم دال بر این است که هر آنچه موجب تحریک قوای شهوانی نسبت به زنان بیگانه شود نزد شارع، قبیح و نامشروع است و میتوان تشبیبی را که محرک شهوت نسبت به غیرهمسراست را ممنوع و ناروا دانست. لذا بر مبنای قاعده دفع منکر می‌بایست از این نحوه عملکرد حرام در فضای مجازی که زمینه ساز انحرافات بسیار و اضمحلال فرهنگ اسلامی و اخلاقی خانواده و حفظ حرمت و استتار زنان است خودداری نمود.

۴-۳-۲. سیره عقلا

سیره عقلا عبارت است از میل و گرایشی عام در نزد عقلاء - متدینین و غیر متدینین - به سوی سلوک و رفتاری معین، بدون اینکه نقشی برای شرع در تکوین آنها باشد (صدر، ۱۴۲۱، ج ۲، ص ۱۴۲) به تعبیر دیگر عقلاء در اعمالشان برجیزی اتفاق داشته و به آن ایمان داشته باشند ولو ارتکاز به نکته ای که در ذوق و قریحه تمام عقلاء موجود است، به طوری که اگر کسی با این شیوه مخالفت کند از سوی عقلاء مورد ملامت و مذمت واقع می‌شود مثل تملک به واسطه حیا زت. بنابراین سیره اعم از رفتار و سلوک خارجی است برخی آن را شامل

مرتکبات عقلایی هم می‌دانند اگرچه هنوز آن به جهت عدم تحقق موضوعش بالفعل در رفتار خارجی ظاهر نشده باشد (صدر، ۱۴۱۲ق، ج ۴، ص ۲۳۴) و برخی نیز تنها سلوک خارجی بر فعلی یا ترک فعلی را سیره عقلا می‌دانند و بر ارتکازات عقلا سیره نمی‌گویند. دیدگاه مشهور در علم اصول سیره عقلا را به تنهایی حجت و دلیل حکم شرعی نمی‌داند، بلکه باید تأیید و موافقت شارع با مفاد آن احراز شود. (جمعی از نویسندگان، ۱۴۰۰، ص ۹) یقیناً همه عقلا و غیرتمندان راضی نمی‌شوند که مردی نسبت به دختر یا خواهر یا حتی زنی از خویشاوندانشان در غیر حالت خواستگاری و اراده ازدواج، سخنان عاشقانه بیان کند و این امر را تقبیح می‌کنند و یا از توجه نامحرم به محارم آنان مکدر و آزرده می‌گردند این سیره عقلا یقیناً مورد ردع شارع نبوده است و در فرهنگ اسلامی امری پسندیده محسوب می‌گردد و چه بسیار روایات که در باب غیرت و رزی مردان به محارم خود ذکر شده است. در حقیقت غیرت و رزی مردان یکی از اصول فرهنگی اسلام است. از جمله روایتی از امام صادق (ع) که مفرمایند: «إِذَا لَمْ يَغْرِ الرَّجُلُ فَهُوَ مَنَكُوشُ الْقَلْبِ» (کلینی، ۱۴۰۵ق، ج ۵، ص ۵۳۵) همچنین در روایتی دیگر می‌فرمایند: «إِنَّ اللَّهَ غَيُورٌ يَحِبُّ كُلَّ غَيُورٍ وَلَغَيْرَتِهِ حَرَمُ الْفَوَاحِشِ ظَاهِرُهَا وَبَاطِنُهَا» (همان) پس از تشبیب بر زن و اهلش نقص وارد می‌گردد، لذا افرادی که صاحب غیرت و حمیت هستند هرگز راضی نبوده که دیگری متذکر عشق برخی از دختران یا خواهر بلکه مخدراتی که نسبت بعید و دوری با او دارند، شود. لذا به نوعی این سیره عقلا تأیید معصوم را هم دربردارد بنابراین تشبیب زن در شبکه های اجتماعی از آنجا که توجه مردان نامحرم را به وی متوجه می‌نماید از نظر سیره عقلا نیز عملی قبیح است و آنچه نزد عقلا قبیح است نزد شارع نیز قبیح و حرام است.

۲-۳-۴. اهداف فقه فرهنگ و صیانت از ارزش‌های اجتماعی:

فقه فرهنگ که عهده دار تنظیم و ارزیابی رفتارهای فرهنگی و حفظ نظام «پسندها و ناپسندها»ی الهی است، با توجه به آثار مخرب این پدیده بر عفت عمومی، کرامت فردی زنان، استحکام نهاد خانواده و سلامت اخلاق جامعه، آن را در زمره الگوهای رفتاری ممنوع و مطرود قرار می‌دهد (الصدر، ۱۴۱۴ق، ص ۱۱) فقه فرهنگ، به عنوان یکی از شاخه‌های فقه مضاف و

نظام‌ساز، رویکردی اجتهادی است که مأموریت شناخت، تنظیم، ارزیابی و هدایت رفتارها، نهادها و تولیدات فرهنگی جامعه را براساس موازین اسلامی برعهده دارد. این شعبه از فقه، صرفاً به استخراج احکام تکلیفی فردی محدود نمی‌شود، بلکه با نگاهی کلان‌نگر، پیشگیرانه و تمدنی، در پی تأسیس و حفظ نظام مطلوب فرهنگی اسلام است. این نظام، متشکل از شبکه‌ای به هم پیوسته از باورها، ارزش‌ها، هنجارها و نمادها است که غایت آن، تربیت انسان متعهد به ارزش‌های الهی و تشکیل جامعه‌ای عقیف، متعادل و مصون از انحراف است (الصدر، ۱۴۱۴ ق، ص ۱۱؛ پارسانیا، ۱۳۸۷، ص ۴۱-۴۵) در این رویکرد پسندها و ناپسندها تنها سلیقه‌ای شخصی یا عرفی متغیر نیستند، بلکه تابعی از اهداف ثابت شریعت (مصالح خمسّه: حفظ دین، نفس، عقل، نسل و مال) (صدر، ۱۳۷۸، ص ۳۴) و منبعث از وحی هستند. بنابراین، فقه فرهنگ در دفاعی ارزش‌ها و نظام مهندسی فرهنگی جامعه به شمار می‌آید. در مواجهه با پدیده‌های نوینی مانند «تشبیب مدرن» فقه فرهنگ با یک فرآیند چندمرحله‌ای عمل می‌کند:

۱. شناسایی و تحلیل پدیده: نخست، به تحلیل ماهیت، بستر (فضای مجازی)، ابزار (شبکه‌های اجتماعی)، انگیزه‌های تولید و مصرف، و پیامدهای تجربی آن می‌پردازد. این تحلیل، از مطالعات رسانه‌ای، روانشناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی فرهنگی بهره می‌گیرد. برای مثال، ثابت می‌کند تشبیب مدرن با ویژگی‌های گسترده‌ی، ناشناسی نسبی و تعاملی بودن، اثری به مراتب قوی‌تر از تشبیب سنتی دارد.

۲. کشف نسبت با ارزش‌های کلان: از منظر فقه فرهنگ، پدیده «تشبیب مدرن» در شبکه‌های اجتماعی، صرفاً یک خطای اخلاقی فردی محسوب نمی‌شود، بلکه به مثابه یک **عملیات فرهنگی تخریبی** است که بنیان‌های ارزشی جامعه اسلامی را هدف قرار می‌دهد. این پدیده با بهره‌گیری از قابلیت‌های ذاتی فضای مجازی (عمومیت، ماندگاری و تعاملی بودن)، تأثیری عمیق‌تر و گسترده‌تر از شکل سنتی خود بر جای می‌گذارد. تأثیرات مخرب آن را می‌توان در چند عرصه کلان تحلیل کرد: **نخست، تضعیف عفت عمومی به مثابه سرمایه اجتماعی**. در نگاه اسلامی، عفت تنها یک فضیلت شخصی نیست، بلکه یک **کالای عمومی و سرمایه اجتماعی** حیاتی برای سلامت جامعه است. تشبیب مدرن، با عادی‌سازی نمایش بدن و



جاذبه‌های جنسی در ملأ عام مجازی، به تدریج حس شرم و حیا را که ضامن اصلی حریم‌های اخلاقی است، تحلیل می‌برد. این فرآیند، مرزهای اخلاقی را مخدوش ساخته و زمینه را برای افزایش فحشا در گستره جامعه فراهم می‌آورد. هنگامی که نمایش جذابیت‌های جنسی به یک هنجار ارتباطی تبدیل شود، جامعه به سوی **فروکاهی اخلاقی** و کاهش تابوهای حفظ‌کننده حریم خصوصی سوق داده می‌شود. در منظومه معرفتی اسلام، **کرامت انسانی زن** ریشه در **تقوا** و **انسانیت** او دارد، نه در به نمایش گذاشتن جمال فیزیکی. تشبیب مدرن، با تبدیل زن به **ابژه نگاه** و **موضوع لذت جنسی**، موجب شیء‌وارگی او می‌گردد. در این فرآیند، زن از **سوژه‌ای** دارای اراده، شخصیت و هویت مستقل، به **ابزاری برای جلب توجه**، و **کسب مقبولیت مجازی** تقلیل می‌یابد. این رویکرد در **تضاد بنیادین** با فلسفه **حجاب و ستر** در اسلام قرار دارد که غایت آن، **محفوظ ماندن زن از نگاه تخریبی و مصرف‌گرایانه** و تضمین **کرامت** او در عرصه عمومی است. (جوادی آملی، ۱۳۹۴، ج ۱۷، ص ۳۰۰) از منظر فقه فرهنگ، «تشبیب مدرن» تلاشی برای **بازتعریف نظام «پسندها و ناپسندهای الهی»** در ذهنیت جامعه، به ویژه نسل جوان، است. این پدیده با زیر پا گذاشتن **حیا**، **مضحکه کردن عفت**، معامله کردن **کرامت** و تهدید **کانون خانواده**، صلاحیت فرهنگی خود را به عنوان یک الگوی رفتاری مطرود اثبات می‌کند. بنابراین، فقه فرهنگ با اتکا به **ادله نقلی**، **قواعد اصولی** (مانند قاعده نفی سبیل و دفع افسد به فاسد) و **درک عمیق مصالح و مفاسد واقعی اجتماعی**، حکم به **حرمت و طرد این الگو** می‌دهد.

۳- مصادیق تشبیب مدرن در شبکه‌های اجتماعی

۳-۱. انتشار عکس‌های شخصی با ظاهر آراسته

یکی از شایع‌ترین مصادیق تشبیب مدرن، انتشار عکس‌های شخصی (سلفی) با آرایش و پوشش جذاب است که عمدتاً با هدف جلب توجه انجام می‌شود. بر اساس تعریف فقهی تشبیب به «ذکر زیبایی‌های زن و پسرچه و اظهار عشق به آنان» (فرهنگ فقه مطابق فقه اهل بیت، ۱۴۲۳ق، ج ۲، ص ۲۶۲)، زمانی که این تصاویر به قصد «تهییج شهوت دیگران» (انصاری،

۱۴۱۶ق، ج ۲، ص ۲۰۱) منتشر شوند، مصداق تشبیب حرام خواهند بود. ر تحلیل فقهی انتشار عکس‌های شخصی آراسته به عنوان مصداق «تشبیب مدرن»، کلید حکم در قصد و علم به آثار عمل است. اگر این انتشار با قصد تهییج شهوت نامحرمان یا با علم به تأثیر تحریک‌آمیز آن همراه باشد، به دلیل تحقق عناوینی چون اظهار عشق و ذکر زیبایی (جمعی از نویسندگان، ۱۳۹۶، ج ۲، ص ۲۶۲) و تحریک شهوت (انصاری، ۱۳۷۸، ج ۲، ص ۲۰۱)، مشمول ادله حرمت تشبیب خواهد شد. حتی اگر قصد اصلی غیر از این باشد، مانند جذب فالوور، اما شخص آگاه به احتمال ایجاد تهییج باشد، مطابق تنقیح مناهج و الغای خصوصیت، مسئول شناخته می‌شود علاوه بر آن عقلاء و شارع، فرد عاقل را نسبت به پیامدهای قابل پیش‌بینی اعمالش مسئول می‌دانند. بنابراین، فارغ از ابزار مدرن (عکس دیجیتال)، محقق شدن ملاک و علت حکم (تهییج شهوت و هتک حرمت) برای اثبات حرمت کافی است. در استفتائی از حضرت آیت الله شبیری چنین سوال پرسیده شده انتشار عکس‌های خصوصی خود یا دیگران که با حجاب کامل نیست، در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی چه حکمی دارد؟

پاسخ:

انتشار چنین عکس‌هایی اگر نوعاً محرک شهوانی باشد یا موجب تضعیف روحیه دین‌داری شود یا دیگری صاحب عکس را بشناسد یا مفسده دیگر اجتماعی داشته باشد حرام است. وظیفه همگان، انجام فریضه امر به معروف و نهی از منکر با لحاظ همه شرایط و جوانب است. (شبیری زنجانی، ۱۳۹۶، ص ۸۹)

۳-۲. استفاده از فیلترها و ابزارهای زیباسازی دیجیتال

استفاده از فیلترها و ابزارهای زیباسازی دیجیتال، به عنوان یکی از مصادیق برجسته «تشبیب مدرن»، پیچیدگی‌های جدیدی را به مفهوم سنتی تشبیب می‌افزاید. این ابزارها، با استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی و واقعیت افزوده، امکان تغییر و ارتقای ظاهر چهره را فراتر از حد طبیعی فراهم می‌کنند و به کاربران قدرت ایجاد تصویری ایده‌آل و غالباً غیرواقعی از خود را می‌دهند. نرم‌افزارهایی مانند Fotor، Perfect365 و Remini، یا قابلیت‌های Neural



Filters در فتوشاپ، نمونه‌هایی هستند که امکاناتی مانند صاف کردن و یکدست‌سازی پوست، سفید کردن دندان‌ها، تغییر شکل و اندازه چشم یا بینی، و اعمال آرایش مجازی را به کاربران ارائه می‌دهند. از منظر فقهی و در تحلیل این پدیده، چند نکته اساسی مطرح می‌شود. نخست، تشدید اثر تحریک‌آمیز است. آنچه این ابزارها تولید می‌کنند، نه یک تصویر ساده، بلکه یک چهره آرمانی شده و مهندسی شده است که به طور بالقوه می‌تواند تأثیر تحریک‌آمیز بیشتری بر مخاطب نامحرم داشته باشد. این امر مصداق «تهییج شهوت» را که در ادله حرمت تشبیب بر آن تأکید شده است (انصاری، ۱۳۷۸ق، ج ۲، ص ۲۰۱)، به شکل قوی‌تری محقق می‌کند.

دوم، مسئله فریب و خروج از صورت طبیعی است. انتشار تصاویر به شدت ویرایش شده می‌تواند مصداق نوعی تزویر و فریب در نمایش هویت فرد باشد. زمانی که این نمایش فریب‌آمیز، به قصد جلب توجه نامحرم و ایجاد هیجان باشد، می‌تواند از مصادیق اضرار به نفس و دیگران (از طریق گمراه کردن و تحریک) محسوب شود. سوم، نقش فقه فرهنگ در این زمینه پررنگ است. این ابزارها به طور گسترده در فرهنگ ارتباطی شبکه‌های اجتماعی نهادینه شده‌اند و نظام پسندها و ناپسندها را دگرگون کرده‌اند. فقه فرهنگ با در نظر گرفتن این بستر، بر حفظ حرمت و کرامت انسانی تأکید دارد. اگر این ابزارها به گونه‌ای استفاده شوند که هتک حرمت زن (نجفی، جواهرالکلام، ج ۴۱، ص ۱۹۵) را در پی داشته، فرهنگ بی‌حرمتی را عادی‌سازی کنند یا به عنوان ابزاری برای تجارت مبتنی بر جذابیت‌های کاذب جنسی درآیند، فقه فرهنگ با استناد به اهداف کلی شریعت و مصالح فرد و جامعه، نسبت به آن موضع منفی خواهد گرفت. بنابراین، حکم این مصداق از تشبیب، در گرو بررسی قصد کاربر، میزان تحریف واقعیت و تأثیر اجتماعی و فرهنگی عمل است، اما در صورت وجود قصد یا علم به تأثیر تحریک‌آمیز، به دلیل تشدید علت حکم شدیدتری را می‌توان برای آن در نظر گرفت.

۳-۳. تولید محتوای عاطفه‌برانگیز

۳-۳-۱. انتشار شعر و نثر عاشقانه

انتشار شعر و نثر عاشقانه در شبکه‌های اجتماعی، یکی از واضح‌ترین مصادیق «تشبیب

مدرن» است که عینیت بخش تعریف فقهی سنتی این مفهوم در بستر دیجیتال است. تشبیه در اصطلاح فقهی به «ذکر زیبایی‌های زن و اظهار عشق به او» تعریف شده است (فرهنگ فقه مطابق فقه اهل بیت، ج ۲، ص ۲۶۲) این تعریف دقیقاً در محتوای متنی عاشقانه‌ای که خطاب به فردی مشخص منتشر می‌شود، متجلی می‌گردد.

این عمل در فضای مجازی تنها به سرودن شعر کلاسیک محدود نمی‌شود. طیف وسیعی از تولید محتوا را شامل می‌شود:

۱. **منشورات متنی کلاسیک:** انتشار اشعار غنایی یا متون نثری عاشقانه که توسط خود کاربر یا با اقتباس از دیگران نگاشته شده است.
۲. **کپشن‌ها و استیتوس‌های کوتاه:** نوشتن جملات یا پاراگراف‌های کوتاه احساسی و عاشقانه در بخش «بیو» یا توضیحات پست‌ها.
۳. **محتوای تولیدشده با هوش مصنوعی:** استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی تولید متن (مانند ChatGPT، Gemini و Claude برای خلق، بازنویسی یا بهبود متون عاشقانه، امری است که امروزه به سادگی میسر شده است. این ابزارها می‌توانند با دریافت یک «پرامپت» ساده (مانند «یک شعر عاشقانه خطاب به معشوقی با چشمانی سبز بنویس»)، محتوای متناسب تولید کنند.
۴. **تعامل در بخش نظرات:** درج اظهارات عاشقانه و اشعار در بخش نظرات پست‌های فرد مورد نظر.

تحلیل فقهی و استفتائات مرتبط

حکم شرعی این عمل، با لحاظ شرایط تحقق تشبیه سنجیده می‌شود. دو شرط اصلی «معروف بودن مخاطب» و «قصد یا علم به اثر تحریک‌آمیز» در این فضا نیز محوری هستند:

شرط معروفیت: اگر متن منتشرشده به گونه‌ای باشد که مخاطب آن برای دیگر کاربران قابل شناسایی باشد (حتی با کنایه یا اشاره)، این شرط محقق است. انتشار عمومی یک شعر با



ذکر نام یا مشخصه‌ای واضح از فرد، یا ارسال آن در فضایی که مخاطب در آن شناخته شده است، مصداق بارز است. از نظر برخی فقها، تشبیب نسبت به زن مبهم و ناشناخته جایز است، اما اگر زن نزد گوینده معروف باشد، هرچند برای شنونده مبهم باشد، حرام است (خوئی، مصباح الفقاهه، ج ۱، ص ۲۲۰).

نیت شاعر یا منتشرکننده نقشی تعیین‌کننده دارد. اگر قصد، **اظهار عشق و تهییج احساسات** باشد، به اجماع فقها عمل حرام است. مسئله پیچیده‌تر، مواردی است که قصد اصلی، **هنرنمایی، کسب لایک یا جذب فالوور** است، اما شخص به طور متعارف می‌داند که چنین متنی ذاتاً دارای **اثر تحریکی** است. در استفتائات از مراجع تقلید درباره انتشار مطالب عاشقانه در فضای مجازی، عموماً بر رعایت حریم محرم و نامحرم و پرهیز از هرگونه مقدمه‌ای که موجب ترغیب به گناه یا هتک حرمت مؤمن شود، تأکید شده است. (مکارم شیرازی، ۱۳۹۵، ص ۸۷، سیستانی، ۱۳۹۸، ص ۵۶) به طور مشخص، اگر انتشار شعری یا نشر عاشقانه خطاب به **نامحرم**، منجر به **جلب توجه نامحرمان دیگر** به آن فرد یا ایجاد **هتک حرمت** برای وی شود، حرام است. این دیدگاه مبتنی بر قاعده **دفع مقدمات حرام** و نیز **حفظ عفت عمومی** است که از اهداف مهم شریعت محسوب می‌شود. برخی فقها نیز تصریح کرده‌اند که حرمت تشبیب اختصاص به شعر ندارد و شامل هرگونه **مکتوب عاشقانه** نیز می‌شود (انصاری، المکاسب، ج ۲، ص ۲۱۳). به عنوان مثال، حرمت تشبیب به دلیل **هتک حرمت مومن** و **تحریک فاسقان** مورد تأکید قرار گرفته است (نجفی، جواهرالکلام، ج ۴۱، ص ۱۹۵).

۲-۳-۳. استفاده از قابلیت‌های پویای شبکه‌های اجتماعی

الف. استوری (Story) و حالت‌های گذرا

در برنامه‌هایی مانند اینستاگرام، تلگرام و اسنپ‌چت، قابلیت با عنوان کلی «استوری» (Story) شناخته می‌شوند که در آن محتوا پس از دوره‌ای مشخص (عمدتاً ۲۴ ساعت) به صورت خودکار حذف می‌گردد. از منظر نظریه‌های ارتباطی، این ویژگی با ایجاد حس فوریت و انحصار، رفتار کاربران را تغییر داده و آنان را ترغیب به انتشار محتوای خودمانی‌تر، بی‌پروا و با سانسور



کمتر می‌کند. (ویلسون و همکاران، ۲۰۱۹، ص ۲۵) این کاهش سانسور ذهنی، بستری بالقوه برای بروز رفتارها و محتوای هنجارشکن، از جمله تحریک جنسی و عدم استتار زنان، فراهم می‌آورد. از نگاه فقهی، ملاک اصلی در حرمت تشیب و نشر محتوای شهوت‌انگیز، تحقق عنوان حرام، یعنی «تهییج شهوت» و «إثارة الشهوة» (انصاری، ۱۴۱۶ق، ج ۲، ص ۲۰۱) در جامعه است. بر این اساس، موقت بودن نمایش محتوا به هیچ وجه از حرمت آن نمی‌کاهد، زیرا در طول مدت نمایش (هرچند کوتاه)، اثر حرام خود را بر جامعه و مخاطب می‌گذارد. مشروط بر آنکه شرایط تحقق حرام (از قصد تحریک، امکان مشاهده توسط نامحرم و فقدان عناوین ثانویه جوازبخش) فراهم باشد. (مکارم شیرازی، ۱۴۲۹ق، ج ۱، ص ۴۸۳) علاوه بر این، پژوهش‌های روانشناسی اجتماعی نشان می‌دهد محتوای گذرا به دلیل غیردائمی دانسته شدن، می‌تواند احساس مسئولیت‌پذیری کمتری در تولیدکننده ایجاد کرده و کنترل اجتماعی بر چنین محتوایی را نیز کاهش دهد. (اسمیت و همکاران، ۲۰۲۱، ص ۳۳) این کاهش درک مسئولیت و نظارت، احتمال مشارکت در رفتارهای مجرمانه یا هنجارشکن دیجیتال، از جمله اشتراک‌گذاری محتوای تحریک‌آمیز، را افزایش می‌دهد.

ب. ریلز (Reels) و محتوای ویدئویی کوتاه:

قابلیت «ریلز» و محتوای ویدئویی کوتاه، با تکیه بر جذابیت ذاتی تصویر متحرک، صدا و موسیقی، قدرتمندترین شکل ارتباطی در عصر شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. از منظر رسانه‌شناسی، ترکیب این عناصر، تأثیری به مراتب فراتر از متن یا عکس ایستا دارد، زیرا با بهره‌گیری از حس‌های متعدد بیننده، درگیرسازی (Engagement) عاطفی و حسی او را به حداکثر می‌رساند. (منتقد، ۱۴۰۰، ص ۱۱۵) وقتی این قالب در خدمت نمایش جاذبه‌های جنسیتی، رقص‌های اغواگرانه یا حرکات مهیج قرار گیرد، به ابزاری کارآمد برای تشیب تبدیل می‌شود. در تعریف فقهی، تشیب غالباً در شعر و نثر (مدح زیبایی‌های زن برای نامحرم به قصد تهییج) متجلی می‌شد (حلی، ۱۴۱۴ق، ج ۲، ص ۴۵۶). اما ملاک اصلی، تحقق غرض حرام، یعنی جلب توجه و ثوران شهوت می‌شود. (نجفی، ۱۴۰۴ق، ج ۲۹، ص ۱۰۳) تصویر متحرک و نمایش

بدن در قالب ویدئو، به طریق اولی این دو غرض را محقق می‌سازد، زیرا:

۱. نقش جایگزین و تشدیدکننده: ویدئو، نقش شعرگفتن را ایفا می‌کند، با این تفاوت که به جای وصف زیبایی، خود زیبایی و حرکت آن را مستقیماً به نمایش می‌گذارد. ۲. اثرگذاری قوی‌تر: از منظر فقهی، هرگاه علت حرام (تهییج شهوت) در فعلی با شدت بیشتری موجود باشد، حرمت آن نیز مؤکدتر است. (جمعی از محققان، ۱۴۴۴ق، ص ۲۳۰) جذابیت پویای تصویر و صدا نسبت به متن، سبب شدت سبب در تهییج می‌گردد. علاوه بر این انتشار عمومی چنین محتوایی از سوی زن، هم عدم استتار را در پی دارد و هم عامدانه توجه نامحرمان را جلب می‌کند که جوهره حکم تشبیب است.

ج. پخش زنده (Live)

پخش زنده، با حذف فاصله ویرایش و ارائه محتوای خام، لحظه‌ای و تعاملی، گونه‌ای از «حضور مجازی بی‌واسطه» را خلق می‌کند. این فناوری امکان مرادده مستقیم و بی‌پرده بین پخش‌کننده و هزاران بیننده ناشناس را فراهم می‌سازد. اگر در این پخش زنده، گفتارهای عاشقانه، شوخی‌های جنسیتی، نمایش حالات عاطفی خاص یا پاسخ‌های تحریک‌آمیز به نظرات بینندگان صورت گیرد، پخش زنده، این مرادده مذموم را از حیطة خصوصی به ملاءعام و در معرض دید هزاران نفر می‌آورد.

همچنین نمایش لحظات خودمانی، حالات صورت و بدن، و گفت‌وگوی خصوصی‌گونه در برابر عموم، نه تنها مخالف ستر و حجاب شرعی است، بلکه بر اساس سیره عقلا نیز رفتاری قبیح و ناپسند محسوب می‌شود. عقلای جامعه، حتی در عرف‌های غیردینی، نمایش صمیمی‌ترین لحظات زندگی فردی را در جمعی نامحدود و ناشناس، خلاف شئون اخلاقی و نوعی ابتذال می‌دانند (صدر، ۱۴۱۲ق، ج ۴، ص ۲۳۴). این سیره عقلایی، می‌تواند مؤیدی برای قبح ذاتی چنین رفتاری باشد.

علاوه بر این امکان ارسال نظر و دریافت پاسخ لحظه‌ای، تأثیر تهییج‌کنندگی را دوچندان می‌کند. این تعامل، احساس ارتباط ویژه کاذبی در مخاطب ایجاد کرده و در پخش‌کننده نیز



احساس مورد توجه بودن افراطی را تقویت می‌نماید که هر دو، عوامل تشدیدکننده رفتارهای تحریک‌آمیز هستند.

نتیجه‌گیری

با توجه به مباحث مطرح‌شده، می‌توان نتایج زیر را به عنوان جمع‌بندی نهایی این پژوهش ارائه نمود:

۱. مبتنی بر نظریه حرمت مطلق تشبیب، تشبیب شعر و نثری منفی تلقی شده است که موجب بی‌بندوباری و تحریک قوای شهوانی می‌شود. ماهیت اصلی تشبیب به عنوان «ذکر محاسن و زیبایی‌های زن برای نامحرم به قصد تهییج شهوت» در فضای شبکه‌های اجتماعی نیز محقق می‌شود. تنها قالب آن از شعر و نثر کلاسیک، به محتوای چندرسانه‌ای دیجیتال (عکس، ویدیو، متن دیجیتال، پخش زنده) تغییر یافته است. بنابراین، نفس پدیده «تشبیب مدرن» از منظر موضوعی، داخل در موضوع حکم شرعی تشبیب است.

۲. در دوران معاصر و با گسترش فناوری‌های ارتباطی، مصداق نوینی تحت عنوان «تشبیب مدرن» شکل گرفته است که به اقداماتی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد که با استفاده از قالب‌های چندرسانه‌ای (مانند عکس، ویدیو، متن و نمادهای دیجیتال)، به توصیف، نمایش یا اشاره به زیبایی‌ها و جاذبه‌های زنان، برای مخاطبان نامحرم می‌پردازد. این پدیده با حفظ ماهیت تحریک‌آمیز و توجه‌آفرین تشبیب سنتی، در بستری جدید و با گستره‌ای بسیار وسیع تر ظهور یافته است. تشبیب مدرن دارای چند ویژگی متمایز است: نخست، بستر وقوع آن فضای عمومی مجازی است که دسترسی نامحرمان را به طور ذاتی تسهیل می‌کند. دوم، در قالب‌هایی فراتر از شعر و نثر کلاسیک، مانند انتشار عکس‌های شخصی آراسته با فیلترها، برجسته‌نمایی عمدی زیبایی محارم در محتوای خانوادگی، یا انتشار جملات و اشعار عاشقانه خطاب به نامحرم متجلی می‌شود. سوم، مخاطب آن اغلب طیف گسترده و نامشخصی از نامحرمان است. چهارم، رکن اصلی آن قصد یا علم به تأثیر تحریک‌آمیز و جلب توجه نامحرم است، که این شرط، محور تمایز آن از اشتراک‌گذاری‌های عادی به شمار می‌رود.

۳. تحقق ملاک اصلی حرمت تشبیب، یعنی «اظهار عشق و ذکر زیبایی» و به دنبال آن، تهییج شهوت نامحرمان یا هتک حرمت مؤمن است. ابزارهای مدرن، تنها شکل تحقق این ملاک را تغییر داده‌اند. تأکید بر دو شرط محوری؛ حکم‌گذاری در هر مورد، منوط به بررسی دو رکن اساسی است: شرط معروفیت، مخاطب یا موضوع محتوا باید برای دیگران قابل شناسایی باشد، اعم از معروفیت حقیقی یا «معروفیت مجازی». زن موضوع تشبیب باید مؤمنه و دارای حرمت شرعی باشد و انتشار محتوا به گونه‌ای باشد که برای طیفی از مخاطبان (حتی اگر نه همه) قابل شناسایی باشد. نقش تقویت‌کننده فناوری، ابزارهای نوین مانند هوش مصنوعی (برای تولید متن یا ویرایش تصویر) و فیلترهای پیشرفته، نه تنها حکم را تغییر نمی‌دهند، بلکه به دلیل افزایش توانایی در ایجاد «چهره ایده‌آل» یا «متن تأثیرگذار»، می‌توانند مصداق شدیدتر همان علت حرمت باشند و از باب قیاس اولویت دلالت بر حرمت دارند. بنابراین، با استناد به ادله سنتی حرمت تشبیب، نظیر نصوص دال بر حرمت هتک مؤمن و حرمت مقدمات فحشا، قواعد فقهی و ملاحظات فرهنگی و عقلایی، می‌توان نتیجه گرفت که هرگونه تولید و انتشار محتوایی در شبکه‌های اجتماعی که ذاتاً یا با قصد و علم کاربر، متضمن اظهار عشق و توصیف جمال نامحرم بوده و موجب جلب توجه نامحرم یا هتک حرمت گردد، مشمول حکم حرمت تشبیب بوده و از مصادیق حرام شرعی به شمار می‌رود. این حکم، صرف نظر از قالب فناورانه محتوا (اعم از عکس، ویدئو، متن یا صوت) جاری است.

۴. از منظر فقه فرهنگ، تشبیب مدرن تنها یک گناه شخصی نیست، بلکه یک «عملیات فرهنگی تخریبی» است که می‌کوشد نظام «پسندها و ناپسندهای الهی» را در ذهنیت جامعه، به ویژه نسل جوان، بازتعریف کند. این پدیده، حیا را پس می‌زند، عفت را مضحکه می‌کند، کرامت را معامله می‌نماید و کانون خانواده را تهدید می‌کند. بنابراین، فقه فرهنگ با تکیه بر درک مصالح واقعی جامعه، حکم به حرمت و طرد این الگوی رفتاری می‌دهد.

۵. فضای مجازی به مثابه یک «فضای عمومی نوین» است و احکام ناظر بر رفتار در ملاء عام، بر آن حاکم است. از این رو، التزام به حفظ حریم خصوصی، رعایت عفاف در نگاه و بیان، و پاسداری از حرمت افراد و استتار زنان که از اهداف قطعی شریعت اسلام است، در این فضا نیز

الزامی شرعی بوده و هرگونه رفتاری که نقض کننده این اصول باشد، حتی در پوشش نوین و با ابزارهای مدرن، مشمول حرمت شرعی می گردد.



منابع و مآخذ

۱. *القرآن الکریم*، ترجمه ابوالفضل بهرام پور.
۲. ابن منظور، جمال الدین محمد بن مکرم، ۱۴۰۵ق، بیروت، نجم.
۳. ابراهیمی دینانی، غلامحسین، ۱۳۹۳، قواعد کلی فلسفه در فلسفه اسلامی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی.
۴. انصاری، مرتضی، ۱۴۱۶ق، مکاسب، بیروت، دارالاحیاء التراث.
۵. تقریردروس حوزوی خارج فقه آیت الله اراکی، ۱۳۹۵، سایت مدرسه فقاہت. Eshia.ir
۶. حلی، جمال الدین حسن بن یوسف، ۱۴۰۶ق، *مبادئ الوصول الى علم الاصول*، بیروت، دارالاضواء، چاپ نخست.
۷. حسینی عاملی، عبدالمحسن، ۴۰۸ق، بلغة الطالب فی شرح مکاسب، بیروت، الوفا.
۸. الجبعی العاملي، زين الدين بن علي، ۱۴۲۰ق، *مسالك الأفهام في شرح شرايع الاسلام*، بی‌جا، نشرچاپ سنگي، چاپ نخست.
۹. _____، ۱۳۹۱، *الرعاية في شرح بداية الداراية*، قم، کتابخانه آیت الله العظمی مرعشی، چاپ دوم.
۱۰. _____، ۱۴۱۳ق، *مسالك الأفهام الى تنقيح شرائع الإسلام*، قم، مؤسسه المعارف الإسلاميه، چاپ اول.
۱۱. _____، بی‌تا، *شرح لمعه*، بیروت، دارالعالم الاسلامی، چاپ نخست.
۱۲. جعفری، محمدتقی، ۱۳۸۷، جامعه و فرهنگ، تهران، فرهنگ.
۱۳. جعفریان، رسول، ۱۴۲۸ق، رساله حجابیه، قم، معارف اسلامی.
۱۴. جمعی از نویسندگان لجنه الفقه المعاصر، ۱۴۴۴ق، الفائق فی الاصول، قم، موبیه نشر للحوزات العلمیه.
۱۵. جمعی از نویسندگان، ۱۴۲۳ق، فرهنگ فقه مطابق فقه اهل بیت علیهم السلام، قم؛ دائره المعارف فقه اهل بیت (ع).



۱۶. جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۹۸ق، تفسیرتسنیم. قم: انتشارات اسراه.
۱۷. دهخدا، علی اکبر، ۱۳۷۵، *لغت نامه دهخدا*، تهران، مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران، چاپ نخست.
۱۸. راغب اصفهانی، ابوالقاسم حسین محمد، ۱۳۶۲، المفردات لالفاظ قرآن کریم، تهران، العربی.
۱۹. راجرز، کارل، ۱۳۹۲، *روانشناسی خانواده*، مترجم: زهرا حسینی، تهران، اندیشمند، چاپ نخست.
۲۰. شیپانی، محمد، کلوخی، محسن، حسینی، علی اصغر، ۱۳۹۵، درآمدی بر مبانی فقهی استفاده از شبکه های مجازی، تهران، جستارها فقهی اصولی.
۲۱. صاحبی، محمدجواد، ۱۳۸۴، مناسبات دین و فرهنگ در جامعه ایران، تهران: فرهنگ، چاپ دوم.
۲۲. صدر، محمد باقر، ۱۴۱۴ق، *ماوراء فقه*، بیروت، دارالتعارف للمطبوعات، چاپ دوم.
۲۳. طباطبائی، سید محمد حسین، ۱۴۰۱ق، *المیزان فی تفسیر القرآن*، قم، دفتر انتشارات اسلامی، چاپ ششم.
۲۴. طوسی، محمدبن حسن، ۱۴۰۷ق، *الخلاف*، قم: دفتر انتشارات وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، چاپ اول.
۲۵. _____، ۱۳۷۸ق، *المبسوط فی فقه الإمامیه*، تهران، المكتبة المرتضوية لإحياء التراث الجعفریه، چاپ نخست.
۲۶. عاملی، محمدبن مکی، ۱۴۱۷ق، *الدروس الشرعیه فی فقه الإمامیه*، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، چاپ دوم.
۲۷. قرشی، علی اکبر، ۱۴۱۰ق، قاموس قرآن کریم، قم، دارالکتب الاسلامیه.
۲۸. کرکی، علیبن حسین، ۱۴۰۷ق، جامع المقاصد، قم: موسسه آل البيت.
۲۹. کلینی، محمدبن یعقوب بن اسحاق، ۱۴۰۷ق، *الکافی*، تهران، دارالکتب



الإسلامية، چاپ نخست.

۳۰. گرجی، ابوالقاسم، ۱۳۷۷، **تاریخ فقه و فقهها**، تهران، دانشگاه تهران.
۳۱. مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۸، **تفسیر نمونه**، تهران، دارالکتب الإسلامية، چاپ ششم.
۳۲. مشکینی، میرزا علی، بی تا، **الفقه الماثور**، قم: نشرهادی
۳۳. مصباح یزدی محمدتقی، ۱۳۹۴، **تهاجم فرهنگی**، قم، معارف اهل بیت (ع).
۳۴. مظفر، محمد رضا، ۱۴۱۱ق، **اصول فقه**، قم، اسماعیلیان، چاپ سوم.
۳۵. موسوی الخوئی، سید ابوالقاسم، ۱۴۱۲ق، **مصباح الفقاهه فی المعاملات**، بیروت، دارالهادی.
۳۶. نجفی، محمد حسن، ۱۴۰۴ق، **جواهر الکلام فی شرح شرایع الإسلام**، بیروت، دار احیاء التراث العربی، چاپ هفتم.