

بازخوانی الگوی حضرت زهرا^(س) برای زن معاصر

زیست عفیفانه در عصر دیجیتال



ما در دوره‌ای بی‌سابقه از تاریخ بشر زندگی می‌کنیم؛ عصری که مرزهای فیزیکی و مجازی درهم تنیده شده‌اند. فضای دیجیتال که روزی ابزاری فرعی محسوب می‌شد، اکنون به بستری جدایی‌ناپذیر برای زیست اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تبدیل شده است. در این میان، یکی از دغدغه‌های اساسی برای افراد معتقد، چگونگی حفظ و ترویج ارزش‌های اصیل اخلاقی از جمله عفاف و حجاب در این فضای نوپدید است. عفاف در عصر دیجیتال تنها به پوشش ظاهری محدود نمی‌شود، بلکه مفهومی چندبعدی است که رفتار، گفتار، ارتباطات و حتی حضور مجازی را در بر می‌گیرد. برای درک عمیق‌تر این مفهوم، چه الگویی والاتر از حضرت فاطمه زهرا(س) که تجسم عینی عفاف در همه ابعاد زندگی بود؟

فهم عفاف در دنیای پیچیده امروز

براساس یافته‌های روان‌شناسی شناختی، مفاهیم اخلاقی هنگامی به خوبی درک و درونی می‌شوند که به صورت عینی و الگومحور ارائه شوند. عفاف به عنوان «ملکه‌ای که رفتارها و افکار انسان را کنترل و هدایت می‌کند» نیاز به تجسم عینی دارد. اینجاست که سیره حضرت زهرا(س) به عنوان الگویی زنده و قابل اقتدا مطرح می‌شود.

عفاف در عصر دیجیتال سه بعد اصلی دارد:

۱) عفاف در پوشش و ظاهر

۲) عفاف در رفتار و تعاملات

۳) عفاف در کلام و محتوا

حضرت زهرا(س) در هر سه بعد، سرمشق بی‌نظیر ارائه می‌دهد.

«حجاب دیجیتال»

باز تعریف پوشش در فضای مجازی

در روان‌شناسی اجتماعی، پوشش تنها یک لایه پارچه نیست، بلکه زبان نمادین هویت و باورهای فرد است. در فضای مجازی حجاب دیجیتال به معنای مدیریت هوشمندانه تصاویر، ویدئوها و اطلاعاتی است که از خود به نمایش می‌گذاریم. حضرت زهرا(س) با وجود زندگی در جامعه‌ای ساده، نهایت دقت را در پوشش خود داشتند. نقل شده است که ایشان حتی در مقابل فرد نابینا نیز حجاب خود را رعایت می‌کردند و در پاسخ به تعجب پیامبر(ص) می‌فرمودند: «اگر او مرا نمی‌بیند، من که او را می‌بینم.» این نگاه عمیق، اساس «حجاب درونی» است که باید مبنای رفتارهای مجازی ما قرار گیرد.

در فضای دیجیتال، حجاب تنها به پوشش سر محدود نمی‌شود، بلکه شامل موارد زیر است:

–مدیریت تصاویر پروفایل و انتشار عکس‌ها

–انتخاب محتوای مناسب برای اشتراک‌گذاری

–حفظ حریم خصوصی در تنظیمات حساب‌های کاربری

–پرهیز از خودنمایی و جلوه‌گری دیجیتال

«عفاف رفتاری» هنر تعامل مجازی

فضای مجازی با ویژگی‌های منحصر به فردش – ناشناسی نسبی، حذف فاصله‌های فیزیکی و

سهولت ارتباط– بستری برای شکل‌گیری رفتارهای جدید فراهم کرده است. از دیدگاه روان‌شناسی، ناشناسی دیجیتال می‌تواند موجب کاهش مهارهای اخلاقی شود؛ پدیده‌ای که به «تأثیر ناشناسی» معروف است. سیره حضرت زهرا(س) در تعاملات اجتماعی، چه در فضای حقیقی و چه در تعاملاتی که می‌توان آن را به فضای مجازی تعمیم داد، سرشار از درس‌های عمیق است. ایشان با وجود حضور فعال در اجتماع، همواره حریم عفاف را حفظ می‌کردند. این الگو به ما می‌آموزد که چگونه می‌توان در عین فعال بودن در فضای مجازی، حدود اخلاقی و شرعی را رعایت کرد. ابعاد عفاف رفتاری در فضای مجازی شامل موارد زیر است:

–مدیریت ارتباطات با جنس مخالف

– کنترل نگاه و توجه در محیط‌های مجازی

–تنظیم زمان و نحوه حضور در فضای دیجیتال

–انتخاب دوستان و گروه‌های مجازی

عفاف کلامی: هنر گفتار در دنیای دیجیتال

علوم شناختی نشان می‌دهند کلمات نه تنها ابزار

انتقال اطلاعات، بلکه شکل‌دهنده افکار و باورهای ما هستند. عفاف در کلام به معنای انتخاب هوشمندانه کلمات، محتوا و شیوه بیان است.

خطبه‌های حضرت زهرا(س) نمونه‌ای بی‌نظیر از

کلام عفیفانه است؛ گفتاری استوار، محکم و مستدل که در عین حال، از هر گونه لغو و بیهوده‌گویی به دور است. ایشان حتی در سخت‌ترین شرایط، مانند خطبه فدک با امتانت و وقار سخن گفتند و از زبان طعنه‌آمیز و توهین‌آمیز پرهیز کردند.

در فضای مجازی، عفاف کلامی شامل این موارد است:

–پرهیز از انتشار شایعات و مطالب غیرمستند

–خودداری از گفتار توهین‌آمیز و تحقیرکننده

–دوری از مطالب لغو و بیهوده

–توجه به تأثیر اجتماعی کلمات و محتوا

چالش‌های دیجیتال و راهکارهای عفیفانه

چالش اول: حباب‌های فیلتر و اتاق‌های پژواک
الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی ما را در محفظه‌ای از محتوای همسو با دیدگاه‌های‌مان قرار می‌دهند. این پدیده که به «حباب فیلتر» معروف است، می‌تواند موجب تقویت پیش‌داوری‌ها و کاهش تحمل در برابر دیدگاه‌های مخالف شود.

راهکار براساس سیره حضرت زهرا(س)

ایمان با وجود پابندی به اصول، همواره به گفت‌وگو و استدلال متوسل می‌شوند. ما نیز باید با حفظ اصول، فضایی برای شنیدن دیدگاه‌های مختلف ایجاد کنیم

و از تقابل‌های بی‌ثمر پرهیزیم.

راهکار دوم: فرهنگ تأییدطلبی

روان‌شناسی اجتماعی نشان می‌دهد که در یافت «لایک» و «تأیید» در شبکه‌های اجتماعی، مراکز پاداش مغز را فعال می‌کنند و می‌تواند به اعتیاد دیجیتالی منجر شود. این پدیده ممکن است افراد را به سمت تولید محتواهای غیر عفیفانه برای جلب توجه سوق دهد.

راهکار بر اساس سیره حضرت زهرا(س)

حضرت زهرا(س) همواره رضایت‌الهی را ملاک

عمل خود قرار می‌دادند، نه تأیید دیگران. ایشان در سخت‌ترین شرایط، مانند ایام فقر و تنگدستی، هرگز حاضر نشدند کرامت انسانی خود را فدای مادیات کنند. این الگو به ما می‌آموزد که معیار اصلی رفتارمان در فضای مجازی باید رضایت خداوند باشد، نه تعداد لایک‌ها و فالوورها.

چالش سوم: عرفی‌سازی بی‌عفتی

تکرار محتواهای غیر عفیفانه در فضای مجازی می‌تواند به تدریج این رفتارها را عادی و عرفی جلوه دهد. روان‌شناسی رسانه این پدیده را «نظریه کشت» می‌نامد.

راهکار براساس سیره حضرت زهرا(س)

ایشان در شرایطی زندگی می‌کردند که فرهنگ جاهلی در اوج خود بود، اما هرگز حاضر نشدند با فرهنگ غالب همراهی کنند. این استواری در برابر جریان‌های انحرافی، درس بزرگی برای ما در مواجهه با جریان‌های ضدعفاف در فضای مجازی است.

راهکارهای عملی برای زیست عفیفانه

در عصر دیجیتال

۱. طراحی پروفایل عفیفانه

–انتخاب عکس پروفایل محجبه و محترمانه

–نوشتن بیوگرافی که بیانگر ارزش‌های اخلاقی باشد

–استفاده از نام واقعی یا مستعار مناسب

۲.مدیریت ارتباطات

–تنظیم حریم خصوصی حساب‌های کاربری

–پذیرش درخواست دوستی تنها از افراد مورد اطمینان

–ایجاد مرزهای مشخص در چت‌ها و گفت‌وگوهای مجازی

۳. تولید و مصرف محتوای عفیفانه

–اشتراک‌گذاری مطالب مفید و سازنده

–پرهیز از انتشار مطالب خصوصی و خانوادگی

–توجه به اثر اجتماعی محتواقبل از انتشار

۴. تنظیم زمان استفاده

– تعیین زمان‌های مشخص برای استفاده از فضای مجازی

–اختصاص زمان بیشتر برای فعالیت‌های حقیقی

–پرهیز از استفاده افراطی که به غفلت می‌انجامد

نقش نهادهای اجتماعی در ترویج عفاف دیجیتال

بر اساس سیره حضرت زهرا(س) که همواره بر نقش اجتماعی زنان تأکید داشتند، نهادهای مختلف می‌توانند در ترویج عفاف دیجیتال نقش داشته باشند:

خانواده:

–آموزش سواد رسانه‌ای به فرزندان

–ایجاد فضای گفت‌وگو در سراه چالش‌های فضای مجازی

–الگویی عملی در استفاده صحیح از فناوری نظام آموزشی:

–گنجاندن مفاهیم عفاف دیجیتال در اثر پرورش برنامه‌های درسی

–برگزاری کارگاه‌های مهارت‌افزایی

–تولید محتوای آموزشی جذاب و متناسب با نسل دیجیتال

نهادهای فرهنگی:

–تولید محتوای جذاب و عفیفانه در قالب‌های مختلف

–شناسایی و معرفی الگوهای موفق عفاف دیجیتال

–ایجاد پلتفرم‌های جایگزین برای ارائه محتوای سالم

چالش‌سوم: عرفی‌سازی بی‌سوی الگویی دیجیتال

از عفاف فاطمی

زیست عفیفانه در عصر دیجیتال نه تنها ممکن است، بلکه با الگوبرداری از سیره حضرت زهرا(س) می‌تواند به فرصتی برای تعالی اخلاقی تبدیل شود. ایشان به ما می‌آموزند که عفاف نه محدودیت، بلکه چارچوبی برای رشد و تعالی است.

در دنیای امروز، ما نیازمند بازخوانی مفهوم عفاف در بستر دیجیتال هستیم؛ عفاقی که نه منفعلانه و انزواگرایانه، بلکه فعال و تأثیرگذار است. همان‌گونه که حضرت زهرا(س) در عین حفظ عفاف، در صحنه‌های اجتماعی و سیاسی زمان خود فعال بودند، ما نیز می‌توانیم در عین رعایت عفاف، در فضای مجازی نقش آفرینی کنیم. نکته پایانی اینکه براساس یافته‌های علوم شناختی، تغییر رفتار نیاز به زمان، تمرین و الگودهی مناسب دارد، بنابراین باید با صبر و حوصله و با بهره‌گیری از الگوهای والایی مانند حضرت فاطمه زهرا(س)، گام‌به‌گام به سوی زیست عفیفانه در عصر دیجیتال حرکت کنیم. امید است برند ورساچه است که عکس‌های قبل و بعد از انجام عمل‌ها و جراحی‌های زیبایی وی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از نمونه‌های ناموفق جراحی‌های زیبایی در دنیا دست به دست می‌شود تا شاید به پیروان استانداردهای تحمیلی زیبایی تلنگر ی‌زنند!

شورش علیه استانداردهای زیبایی

با تمام اینها صنعت مد و زیبایی با گردش مالی چندین میلیارد دلاری همچنان در حال برنامه‌ریزی و فعالیت است! صنعتی که با کمک شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و بهره‌گیری از ظرفیت سلبریتی‌ها و اینفلوئنسرهای اینستاگرامی هر روز بیشتر از دیروز می‌کوشد کاری کند که وقتی شما در برابر آینهه می‌ایستید، «حسن ناکافی بودن» در وجودتان رخنه کند و برای برطرف کردن این حس ناخوشایند چهره زیبایی و سلامت‌تان را با ریسک جراحی‌ها و کارهای تهاجمی زیبایی مواجه کنید.

با تمام اینها ترند بینی قوزدار در سال ۲۰۲۶ نشان می‌دهد شاید لازم است در برابر استانداردهای تحمیلی زیبایی که سلامت روان و آرامش و آسایش زنان و دختران بسیاری را در سراسر جهان مورد هجوم قرار داده است، شورا؛ شورش؛ از جنس باور به خود؛ اینکه ما حتی با وجود منافذ پوستی، موهای مجعد، صورت‌هایی که لزوماً زایه‌دار نیست و اندام‌هایی که می‌تواند کمی جاق‌تر یا لاغرتر باشد، مانکن‌های تبلیغاتی باشد، باز هم زیبا و مقبول هستیم؛ زیرا فراتر از زیبایی‌های ظاهری می‌کوشیم زیبا بیندیشم و این تفکری است که دنیای امروز ما بیش از هر زمان دیگری تشنه آن است.

شورش علیه «حسن ناکافی بودن»

در دنیایی که هر روز تعداد بیشتری از افراد به دنبال استانداردهای تحمیلی زیبایی و مد گاه حتی به خودشان آسیب می‌زنند

حالا انگار خود این جریان هم از این همه فشار روانی و استرس‌های تحمیلی برای زیبا و مقبول به نظر رسیدن خسته شده و به دنبال نمایش جلوه‌های زیبایی طبیعی است

نبوده‌اند و تشنگان رسیدن به استانداردهای تحمیلی زیبایی را

فرم‌های طبیعی، همراه با قوزهای طریف، محبوب‌ترین مدل بینی در سال ۲۰۲۶ هستند. این روند نشان می‌دهد جامعه بیش از هر زمان دیگری به سمت پذیرش فردیت و زیبایی غیرقابلی حرکت می‌کند. شبکه‌های اجتماعی هم این جریان را تقویت می‌کنند، و باز یگران بوده‌اند هم از آسیب جراحی‌ها و روش‌های زیبایی در امان نبوده‌اند! یکی از بارزترین نمونه‌های ناموفق جراحی‌های زیبایی در میان اهالی مد و فشن «دوتار ورساچه» صاحب زیبایی در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی است که عکس‌های قبل و بعد از انجام عمل‌ها و جراحی‌های زیبایی وی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از نمونه‌های ناموفق جراحی‌های زیبایی در دنیا دست به دست می‌شود تا شاید به پیروان استانداردهای تحمیلی زیبایی تلنگر ی‌زنند!

این «حسن ناکافی بودن» موجب شده است زنان و دختران بسیاری در تمام دنیا، زیبایی و سلامت‌شان را به تیغ جراحی یا روش‌های تهاجمی دیگر بسپارند! آن هم در شرایطی که جراحی‌های زیبایی و سایر روش‌های آن خیلی وقت‌ها موفق پذیرفته شدن، شکل بینی خود را تغییر دهند. هم‌راه با قوزهای طریف، محبوب‌ترین مدل بینی در سال ۲۰۲۶ هستند. این روند نشان می‌دهد جامعه بیش از هر زمان دیگری به سمت پذیرش فردیت و زیبایی غیرقابلی حرکت می‌کند. شبکه‌های اجتماعی هم این جریان را تقویت می‌کنند، و باز یگران بوده‌اند هم از آسیب جراحی‌ها و روش‌های زیبایی در امان نبوده‌اند! یکی از بارزترین نمونه‌های ناموفق جراحی‌های زیبایی در میان اهالی مد و فشن «دوتار ورساچه» صاحب زیبایی در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی است که عکس‌های قبل و بعد از انجام عمل‌ها و جراحی‌های زیبایی وی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از نمونه‌های ناموفق جراحی‌های زیبایی در دنیا دست به دست می‌شود تا شاید به پیروان استانداردهای تحمیلی زیبایی تلنگر ی‌زنند!



«جذابیت» کلید رقابت با فضای مجازی در تربیت فرهنگی کودکان

تربیت فرزند و توجه به نیازهای او یکی از اصلی‌ترین دغدغه‌های مادران است. کودک و نوجوان امروز در میان توفانی از پیام‌ها، تصاویر، الگوها و محرک‌های رسانه‌ای رشد می‌کند؛ توفانی که اگر چه فرصت‌هایی تازه برای یادگیری و تجربه رقم می‌زند، اما در غیاب یک زیست‌بوم فرهنگی سالم و هوشمندانه طراحی‌شده می‌تواند به بحران هویت، سردرگمی فکری و فاصله‌گیری نسلی از ارزش‌ها و ریشه‌های فرهنگی بینجامد. اهمیت شکل‌گیری چنین زیست‌بومی زمانی بیشتر آشکار می‌شود که می‌بینیم فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، در غفلت یا ناتوانی نهادهای تربیتی، عملاً به «مریی اول» بخش بزرگی از کودکان و نوجوانان تبدیل شده‌اند، مریی‌ای که نه شناخت دقیقی از نیازهای روحی و رشدی آنان دارد و نه مسئولیت‌پذیری و دغدغه‌ای برای سلامت فرهنگی و فکری نسل آینده. در چنین شرایطی، ایجاد مجموعه‌هایی نظیر کارستان بهارستان در واقع فضاهای مبتنی بر الگوی ایرانی–اسلامی، دیگر یک اقدام تزئینی یا محدود به فعالیت‌های هنری نیست، بلکه ضرورتی حیاتی برای عفاف، تقویت و بازآفرینی هویت نسل جدید به شمار می‌آید.

زیست‌بوم فرهنگی کودک و نوجوان پروژهای صرفاً هنری یا آموزشی نیست، پروژه آینده‌سازی یک ملت است. هر جامعه‌ای که بتواند تیم‌های طراح و فعال کودکان و نوجوانان خود را در فضایی سالم، جذاب، هوش‌پاست و متفکرانه تقویت و پشتیبانی کند، نه تنها نسل آینده‌اش را می‌سازد، بلکه مسیر تمدنی خود را نیز تضمین می‌کند. چنین زیست‌بومی، نه یک انتخاب، بلکه ضرورتی استراتژیک برای بقای فرهنگی کشور است.

زیست‌بوم‌هایی برای کودک و نوجوان

به گفته بسیاری از کارشناسان زیست‌بومی که به‌درستی طراحی شده باشد، نه تنها کودک و نوجوان را از آسیب‌های فضای مجازی مصون می‌کند، بلکه می‌تواند او را از مصرف‌کننده منفعل محتوا، به کاربر فعال، خلاق، کنجکاو و دارای هویت فرهنگی تثبیت‌شده تبدیل کند. چنین زیست‌بوم‌هایی هم برای تولیدکنندگان و هم برای خانواده‌ها نیز تبدیل به نقطه اطمینان می‌شود، اما تحقق این هدف تنها زمانی ممکن است که برنامه‌ها، فضاها و محصولات فرهنگی نتوان رقابت واقعی با دنیای پرزرق و برق دیجیتال را داشته باشند، جذاب، عمیق، خلاقانه و مبتنی بر فهم دقیق از روان و نیاز نسل امروز. این زیست‌بوم باید برسد: کودک امروز چه می‌خواهد؟ چه چیز ذهنش را درگیر می‌کند؟ چه چالش‌هایی روح او را تحت فشار قرار می‌دهد؟ چه الگوهایی او را جذب می‌کند و چه نوع محتوایی می‌تواند او را از جذابیت‌های گمراه‌کننده فضای مجازی به سمت تجربه‌های عمیق‌تر و سازنده‌تر بکشاند؟ پاسخ به این پرسش‌ها بدون یک سازوکار مستحیج و مبتنی بر مطالعه ممکن نیست.

برنامه‌های نظارتی کمیسورن فرهنگی

بر تولیدات حوزه کودک و نوجوان

احمد راستینیه، نماینده مردم شهر کرد توضیح می‌دهد که برنامه‌های نظارتی کمیسورن فرهنگی به منظور بررسی میزان تحقق احکام برنامه هفتم توسعه، پروژه در حوزه تولید پویانمایی، زنجیره ارزش آن و محصولات مرتبط با کودک و نوجوان از جمله اسباب‌بازی، نوشت‌افزار، عروسک‌سازی، خلق شخصیت و تولید کتاب دنبال می‌شود.

شنگونی کمیسورن فرهنگی با تأکید بر اهمیت معرفی ظرفیت‌های داخلی تولید اسباب‌بازی اظهار می‌کند: «تمرکز حوزه هنری انقلاب اسلامی بر ایجاد زیست‌بومی جامع برای کودک و نوجوان اقدامی مهم و تحول‌آفرین شکل گرفته است، به دلیل اهمیت این موضوع، کمیسورن فرهنگی مجلس از این مرکز بازدید کرد و در پایان نیز درباره راهکارهای حمایت فنی و اعتباری از بخش خصوصی فعال در این مجموعه بحث و تبادل نظر شد.»

به گفته وی کمیسورن فرهنگی پیشنهاد ایجاد حداقل پنج قطب بزرگ زیست‌بوم کودک و نوجوان، تولید اسباب‌بازی تا پویانمایی و نوشت‌افزار قرار بگيرند، یعنی ببینند آنان چه نیازهایی، چه چالش‌هایی و چه خواسته‌هایی دارند و سپس همین نیازها را در قالبی صحیح، متناسب با سبک زندگی ایرانی–اسلامی و ارزش‌های قرآنی، برآرداش و هدایت کنند.» او در ادامه می‌افزاید: «اگر چنین مجموعه‌هایی بتوانند فکری را

که کودک و نوجوان به دنبال آن است در قالبی جذاب، سالم و متناسب با نیازهای حقیقی ارائه کنند، قطعاً در شکل‌دهی به هویت فرهنگی و اعتقادی آنان بسیار مؤثر خواهند بود. از همین رو پیشنهاد دادم شورای سیاست‌گذاری یا شورای راهبردی برای این مجموعه‌ها تشکیل شود؛ شورایی که بتواند نیازها، چالش‌ها و مطالبات فکری و روحی کودک و نوجوان را به‌صورت دقیق بررسی کند، فاصله میان «وضع موجود» و «وضع مطلوب» را شناسایی کند و بر اساس این فاصله، برنامه‌ریزی، طراحی مسیر و تعیین سیاست‌های کلان را بر عهده بگیرد.»

همراهی مردم با مجموعه‌های اثرگذار

سیاوشی بر این باور است که اگر مردم احساس کنند چنین مجموعه‌هایی می‌تواند شخصیت فرزندان‌شان را درست تربیت و هدایت کند، قطعاً از آنها استقبال خواهند کرد و حضور و مشارکت‌شان نیز افزایش می‌یابد. در این صورت، مجموعه نه‌تنها موفق خواهد شد، بلکه می‌تواند اثرگذاری فرهنگی گسترده‌تری داشته باشد. او ادامه می‌دهد: «توجه به اینکه فضای مجازی در سال‌های اخیر بخش بزرگی از وقت و ذهن کودکان و نوجوانان را درگیر کرده است، اهمیت این مراکز دوچندان می‌شود، اما تأکید می‌کنم که مجموعه‌های فرهنگی مختص کودکان تنها زمانی می‌توانند رقیب جدی فضای مجازی باشند که برنامه‌ها و تولیدات‌شان جذابیت کافی داشته باشد؛ جذابیتی که بتواند بر کشش و هیجان فضای مجازی غلبه کند. در غیر این صورت، حضور بچه‌ها در این مراکز صرفاً فیزیکی خواهد بود و تأثیر عمیق فکری و تربیتی نخواهد داشت.» بنابراین جذابیت، کیفیت محتوا، شناخت دقیق مخاطب و برنامه‌ریزی مبتنی بر نیازهای واقعی کودک و نوجوان شرط اصلی موفقیت چنین مجموعه‌هایی است.