

معرفت فرهنگ اجتماع

سال چهاردهم، شماره دوم، پیاپی ۵۴، بهار ۱۴۰۲



مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

به استناد ماده واحده مصوب ۱۳۸۷/۳/۲۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی و بر اساس نامه شماره ۳۱/۵۷۰۸ مورخ ۱۳۹۱/۷/۳۰ شورای اعطای مجوزها و امتیازهای علمی وابسته به شورای عالی حوزه‌های علمیه، از شماره ۳ حائز رتبه «علمی - پژوهشی» گردید.

مدیر مسئول

حمید پارسانیا

سر دبیر

سیدحسین شرف‌الدین

مدیر اجرایی

امیرحسین نیک‌پور

صفحه آرا

مهدی دهقان

ناظر چاپ

حمید خانی

چاپ

زمزم

سامانه ارسال و پیگیری مقالات:

Nashriyat.ir/SendArticle

شاپا الکترونیکی: ۰۸۳۰۸ - ۲۹۸۰

اعضای هیئت تحریریه

نصرالله آقاجانی

دانشیار دانشگاه باقرالعلوم

حمید پارسانیا

دانشیار دانشگاه تهران

غلامرضا جمشیدیها

استاد دانشگاه تهران

محمود رجبی

استاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

سیدحسین شرف‌الدین

استاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

حسین کجوییان

دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

اکبر میرسپاه

استادیار مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

شمس‌الله مریجی

استاد دانشگاه باقرالعلوم

نشانی: قم، بلوار امین، بلوار جمهوری اسلامی، مؤسسه آموزشی و پژوهشی

امام خمینی، طبقه چهارم، اداره کل نشریات تخصصی

تحریریه ۳۲۱۱۳۴۸۰ - ۳۲۱۱۳۴۸۲ - دورنگار ۳۲۹۳۴۴۸۳ (۰۲۵)

صندوق پستی ۱۸۶-۳۷۱۶۵

www.iki.ac.ir & www.nashriyat.ir

فروشگاه اینترنتی: <http://eshop.iki.ac.ir>

نمایه در:

sid.ir & isc.gov.ir & magiran.com & noormags.ir

اهداف و رویکرد نشریه معرفت فرهنگی اجتماعی

معرفت فرهنگی اجتماعی، نشریه‌ای علمی - پژوهشی در حوزه مطالعات فرهنگی اجتماعی است که به صورت فصل‌نامه و برای نیل به اهداف ذیل انتشار می‌یابد:

۱. بررسی و نقد نظریه‌ها و اندیشه‌های جامعه‌شناسی غربی؛
۲. معرفی بنیان‌های معرفتی جامعه‌شناسی اسلامی؛
۳. نظریه‌پردازی در تبیین واقعیت‌های اجتماعی تاریخی مبتنی بر مبانی معرفتی اسلام؛
۴. ارائه تبیین‌های جامعه‌شناختی از مسائل و آسیب‌های اجتماعی با رویکردهای اسلامی؛
۵. ارائه تفسیرها و تبیین‌های جامعه‌شناختی از آموزه‌های اجتماعی اسلام؛
۶. روش‌شناسی استنباط نظریه‌های جامعه‌شناختی از منابع اسلامی؛
۷. احیای میراث اجتماعی اندیشمندان مسلمان؛
۸. اصلاح و بازسازی نظریه‌های جامعه‌شناسی غربی با رویکرد تهذیبی.

ضمن استقبال از یافته‌ها و دستاوردهای علمی اندیشمندان در حوزه‌های مختلف جامعه‌شناسی، در قالب مقالات، پیشنهادهای و انتقادهای شما را در مسیر کمال و بالندگی نشریه پذیراییم. مقالات خود را از طریق تارنمای نشریه: <http://nashriyat.ir/SendArticle> ارسال فرمایید.

اشتراک: قیمت هر شماره مجله، ۵۴۰۰۰۰ ریال، و اشتراک چهار شماره آن در یک سال، ۲۱۶۰۰۰۰ ریال است. در صورت تمایل، وجه اشتراک را به حساب شبای IR910600520701102933448010 بانک مهر ایران، واریز، و اصل فیش بانکی یا تصویر آن را همراه با برگ اشتراک به دفتر مجله ارسال نمایید.

راهنمای تهیه و تنظیم مقالات

الف) شرایط عمومی

۱. مقالات ارسالی باید برخوردار از صبغه تحقیقی - تحلیلی، ساختار منطقی، انسجام محتوایی، و مستند و مستدل بوده و با قلمی روان و رسا به زبان فارسی نگارش یافته باشند.
۲. مقالات خود را در محیط WORD با پسوند Doc از طریق تارنمای نشریه به <http://nashriyat.ir/SendArticle> ارسال نمایید.
۳. حجم مقالات حداکثر در ۲۵ صفحه (۳۰۰ کلمه‌ای) تنظیم شود. از ارسال مقالات دنباله‌دار جدا خودداری شود.
۴. مشخصات کامل نویسنده شامل: نام و نام خانوادگی، مرتبه علمی / تحصیلات، نشانی کامل پستی، نشانی صندوق الکترونیکی، شماره تلفن تماس، شماره دورنگار، مؤسسه علمی وابسته، همراه مقاله ارسال شود.
۵. مقالات ارسالی نباید قبلاً در نشریات داخلی و یا خارجی و یا به‌عنوان بخشی از یک کتاب چاپ شده باشند. و نیز همزمان برای چاپ به سایر مجلات علمی ارسال نشده باشند.
۶. از ارسال مقالات ترجمه شده خوداری شود نقد مقالات علمی و یا آثار و کتاب‌های منتشر شده، که حاوی موضوعات بدیع یا نکات علمی ویژه، که با مقتضیات و نیاز جامعه علمی تناسب داشته باشد امکان چاپ دارند. البته، چاپ مقالات پژوهشی و تألیفی بر این‌گونه مقالات اولویت خواهد داشت.

ب) نحوه تنظیم مقالات

- مقالات ارسالی باید از ساختار علمی برخوردار باشند؛ یعنی دارای عنوان مشخصات نویسنده، چکیده، کلیدواژه‌ها، مقدمه، بدنه اصلی، نتیجه و فهرست منابع باشند.
۱. **چکیده:** چکیده فارسی مقاله (در صورت امکان به همراه چکیده انگلیسی) حداکثر ۱۵۰ کلمه تنظیم گردد و به اختصار شامل: بیان مسئله، هدف پژوهش، روش و چگونگی پژوهش و اجمالی از یافته‌های مهم پژوهش باشد. در چکیده از طرح فهرست مباحث یا مرور بر آنها، ذکر ادله، ارجاع به مأخذ و بیان شعاری خودداری گردد.
 ۲. **کلیدواژه‌ها:** شامل حداکثر ۷ واژه کلیدی مرتبط با محتوی که ایفاکننده نقش نمایه موضوعی مقاله باشد.
 ۳. **مقدمه:** در مقدمه مقاله، مسئله تعریف، به پیشینه پژوهش اشاره، ضرورت و اهمیت پژوهش طرح، جنبه نوآوری بحث، سؤالات اصلی و فرعی، تصویر اجمالی ساختار کلی مقاله بر اساس سؤالات اصلی و فرعی مطرح و مفاهیم و اصطلاحات اساسی مقاله تعریف گردد.
 ۴. **بدنه اصلی:** در سامان‌دهی بدنه اصلی مقاله، یکی از شرایط زیر لازم است:
 - الف - ارائه کننده نظریه و یافته جدید علمی؛
 - ب - ارائه کننده تقریر و تبیین جدید از یک نظریه؛
 - ج - ارائه کننده استدلال جدید برای یک نظریه؛
 - د - ارائه نقد جامع علمی یک نظریه.
 ۵. **نتیجه‌گیری:** نتیجه بیانگر یافته‌های تفصیلی تحقیق است که به‌صورت گزاره‌های خبری موجز بیان می‌گردد. از ذکر بیان مسئله، جمع‌بندی، مباحث مقدماتی، بیان ساختار مباحث، ادله، مستندات، ذکر مثال یا مطالب استطرادی در این قسمت خودداری شود.
 ۶. **فهرست منابع:** اطلاعات کتاب‌شناختی کامل منابع و مأخذ تحقیق (اعم از فارسی، عربی، و لاتین) در انتهای مقاله بر اساس شیوه زیر آورده می‌شود:

نام خانوادگی و نام نویسنده، (سال نشر) نام کتاب، (ترجمه یا تحقیق)، نوبت چاپ، محل نشر، ناشر.

نام خانوادگی و نام نویسنده، (سال و ماه یا فصل نشر) «عنوان مقاله»، نام نشریه، شماره نشریه، صفحات ابتدا و انتهای مقاله.
 ۷. آدرس‌دهی باید بین‌متنی باشد: (نام نویسنده، سال نشر، صفحه).

ج) یادآوری

۱. حق رد یا قبول و نیز ویرایش مقالات برای مجله محفوظ است.
۲. مجله حداکثر پس از شش ماه از دریافت مقاله، نتیجه پذیرش یا عدم پذیرش را به نویسنده اطلاع خواهد داد.
۳. حق چاپ مقاله پس از پذیرش برای مجله محفوظ و امکان نقل مطالب در جای دیگر با ذکر نشانی نشریه بلامانع است.
۴. مطالب مقالات مبین آراء نویسندگان آنهاست و مسئولیت آن نیز بر عهده آنهاست.
۵. مقالات دریافتی، نرم‌افزارها، و... در صورت تأیید یا عدم تأیید بازگردانده نمی‌شود.

فهرست مطالب

سخن نخست / آیت‌الله مصباح یزدی و نقش او در آشنایی حوزویان با علوم اجتماعی جدید / ۷

بازاندیشی جامعه‌شناختی هیأت به‌منابه حوزه عمومی قدسی (مطالعه موردی «هیأت ثارالله» زنجان) / ۱۵

که میثم بیگدلی / اصغر اسلامی تنها

تحلیل مضمون «سرمایه فرهنگی» به‌منابه امر متجسد و ذهنی در «نهج‌البلاغه» / ۳۹

مریم سلیمانی میمند / که حمید حمیدیان / احمد زارع زردینی / مهدی سلطانی

تبیین‌های اجتماعی - فرهنگی جمعیت در اندیشه علامه مصباح یزدی / ۶۱

اسماعیل چراغی کوتیانی

بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی / ۸۱

علیرضا خُدای / که مهدی راسخی رونیزی

ارزش‌های اسلامی حاکم بر شناسایی وضعیت مطلوب در سازمان‌های رسانه‌ای از منظر قرآن کریم / ۹۹

که سیدمحمدرضا میرصانع / محمدحسن جعفری / حسن خجسته

نقد انسان‌شناختی دلالت‌های سیاست‌گذارانه نظریه «کنش ارتباطی» هابرماس براساس الگوی دینی ... / ۱۱۹

مصطفی همدانی

نقش خانواده در توسعه فرهنگی براساس آموزه‌های اسلامی / ۱۳۹

که عبدالله زکی / حمید پارسانیا

۱۶۶ / Abstracts

سخن نخست

آیت الله مصباح یزدی و نقش او در آشنایی حوزویان با علوم اجتماعی جدید

sharaf@qabas.net

سیدحسین شرف الدین / استاد گروه جامعه‌شناسی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی^ع

در این نوشتار سعی خواهیم کرد به مهم‌ترین اقدامات استاد در تحقق این مهم و مواجهه انتقادی وی با علوم اجتماعی جدید بپردازیم. ابتدا لازم است به برخی از برجسته‌ترین ویژگی‌های شخصیتی آن حکیم دوراندیش و زمان‌شناس، اشاره‌ای داشته باشیم:

الف) ویژگی‌های شخصیتی استاد (با عطف توجه به جنبه‌های علمی)

- همت بلند، انگیزه تمام‌نشدنی و تلاش خستگی‌ناپذیر (که منجر به تحقق دست‌کم بخشی از آرمان‌ها و آرزوهای وی شد)؛

- زهد و پارسایی، خضوع و انعطاف در برابر احکام و فرامین الهی، پابندی وثیق به رعایت ارزش‌های اخلاقی به‌ویژه در تعاملات اجتماعی؛

- ذهن شکوفا، تیزبین، خلاق، جوال و نقاد؛

- برخورداری عمیق و سرشار از معارف الهی (اعم از عقلی و نقلی) و مواجهه اجتهادی و محققانه با این معارف (فلسفه، کلام، عرفان، فقه، تفسیر، اخلاق)؛

- آشنایی عمیق با اندیشه‌های اجتماعی سیاسی اسلام (فقه اجتماعی، فلسفه اجتماعی، کلام اجتماعی، تفسیر اجتماعی یا تفسیر با رویکرد اجتماعی، اخلاق اجتماعی و حقوق اجتماعی)؛

- آشنایی با برخی فلسفه‌های مضاف (اعم از فلسفه‌های مضاف به موضوعات مثل فلسفه دین، فلسفه اجتماع و فلسفه سیاست)، و فلسفه‌های مضاف به علوم مثل فلسفه اخلاق، فلسفه حقوق و فلسفه علوم انسانی؛

- داشتن انسجام اندیشه‌ای و وجود پیوستگی نظام‌وار در میان مؤلفه‌های چندگانه منظومه فکری ایشان؛
 - اهتمام نظری و عملی به اقامه دین در ساحت‌های مختلف حیات اجتماعی (و در همین ارتباط حمایت قاطع از نظام و حکومت اسلامی و مواضع امامین انقلاب)؛
 - درک وسیع از زمانه و نیازها و آسیب‌های معرفتی آن؛
 - توجه توأمان به ضرورت اسلامی‌سازی جامعه (نهادهای و ساختارهای اجتماعی)، فرهنگ عمومی و علوم انسانی؛
 - حساسیت جدی نسبت به مبانی و بنیادهای معرفتی و ارزشی علوم انسانی و علوم اجتماعی وارداتی و مورد اعتنای جامعه دانشگاهی؛
 - حساسیت نسبت به فضای فرهنگی جامعه و عملکرد جریان‌های فعال در آن؛
 - جسارت در رویارویی با آراء و اندیشه‌های انحرافی و التقاطی و رویه‌های عملی ناصواب (با معیارهای دینی)؛
 - کنش‌گری اجتماعی فعال در عرصه‌های فکری، فرهنگی و اجتماعی به هنگام لزوم؛
 - اهتمام به تربیت نیروی انسانی متخصص در حوزه علمی از دهه پنجاه به این طرف (ضرورتی که بسیاری از بزرگان حوزه تنها در یکی دو دهه اخیر و تحت تأثیر شرایط ناشی از انقلاب و حکومت دینی، بدان وقوف یافتند)؛
 - تأکید جدی بر ضرورت تخصصی شدن آموزش‌ها در حوزه و بازبینی رشته‌های مختلف الهیات با معیارهای آموزشی و پژوهشی جدید؛
 - اهتمام به جنبه‌های کاربرد علوم اسلامی و پاسخ‌گویی آنها به نیازهای متغیر زمانه؛
 - ایفای نقش پیشروانه و الگویی برای برخی از شخصیت‌های تحول‌خواه حوزوی و شکل‌گیری مراکز متعدد آموزشی و پژوهشی در حوزه با الهام و تحت تأثیر سیره نظری و عملی ایشان؛
 - موفقیت در تربیت مستقیم و غیرمستقیم شاگردانی برجسته در حوزه و دانشگاه؛
- این همه به یمن تلمذ طولانی مدت استاد در محضر فرزندانگانی همچون امام خمینی علیه السلام، علامه طباطبایی و آیت‌الله بهجت ره بوده است.
- در کل، آیت‌الله مصباح یزدی از محدود شخصیت‌هایی بودند که افکارشان به دلیل اتقان و مقبولیت توده‌ای، بالقوه می‌توانست موج بیافریند، و طبق تجربه در کار جریان‌ساز، نهادسازی (تأسیس نهادهای علمی در حوزه)، جامعه‌سازی، فرهنگ‌سازی و ختناسازی جریان‌های معاند و دگراندیش، فعالانه عمل کرده و موفقیت‌های درخوری داشتند. نیازی به ذکر نیست که اهتمام استاد به تعلیم و تربیت نیروهای انسانی و پرورش شاگردان فرهیخته اساس و پایه برخی اقدامات فوق بوده است.

ب) اقدامات استاد در خصوص علوم اجتماعی

ب / ۱) اقدامات علمی - اجرایی

- راه‌اندازی «مؤسسه در راه حق» (در سال ۱۳۵۴) با هدف برگزاری دوره‌های آموزش عمومی علوم انسانی جدید برای طلاب و فضایی حوزوی (که بخشی از این آموزش‌ها، مبانی علوم اجتماعی بود) فعالیت‌های این مرکز تا سال اواسط دهه هفتاد به طول انجامید؛

- مشارکت جدی در راه‌اندازی «دفتر همکاری حوزه و دانشگاه» (در سال ۱۳۶۱ متعاقب تعطیلی موقت دانشگاه‌ها و تشکیل ستاد انقلاب فرهنگی به دستور امام راحل)؛ به منظور ایجاد پیوند ارگانیک میان حوزه و دانشگاه، بازسازی علوم انسانی، بازمبانی و اصلاح سرفصل‌ها و برنامه‌های آموزشی دانشگاه‌ها، تهیه و تدوین متون آموزشی مناسب، آشناسازی استادان با کلیات معارف اسلامی). جالب اینکه دفتر همکاری، کار خود را با رشته‌های پنج‌گانه علوم اجتماعی آغاز کرد و ادامه داد: رشته جامعه‌شناسی، اقتصاد، حقوق و علوم سیاسی، علوم تربیتی و همچنین رشته روان‌شناسی (به‌عنوان یک علم انسانی پایه)؛ دفتر همکاری بعدها در قالب «پژوهشگاه حوزه و دانشگاه» با گستره کمی و جهت‌گیری تخصص‌تر، فعالیت‌های پژوهشی (و اخیراً آموزشی) خود را در رشته‌های مختلف علوم اجتماعی (و برخی رشته‌های علوم انسانی) ادامه داد و هم‌اینک یکی از مراکز مهم علمی کشور شمرده می‌شود؛

- راه‌اندازی «بنیاد فرهنگی باقرالعلوم» (در سال ۱۳۶۶) با هدف برگزاری آموزش‌های تخصصی به صورت ارشد پیوسته در برخی رشته‌ها از جمله رشته‌های مختلف علوم اجتماعی (برای فارغ‌التحصیلان ممتاز مؤسسه در راه حق)؛

- راه‌اندازی «مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی» (در سال ۱۳۷۴) و توسعه آموزش‌های تخصصی در قالب رشته‌های مختلف و در مقاطع سه‌گانه (کارشناسی، ارشد و دکترا) با رعایت ضوابط وزارت علوم (از جمله رشته‌های فعال در این مؤسسه، رشته‌های هفت‌گانه علوم اجتماعی: جامعه‌شناسی، اقتصاد، علوم سیاسی، مدیریت، تاریخ، حقوق و تعلیم و تربیت) است. همچنین در این مؤسسه، همه دانش‌پژوهان موظفند، رشته‌های مختلف علوم اجتماعی را در قالب مجموع دروس مبانی در دوره کارشناسی به صورت عمومی و با هدف آشنایی با کلیات علوم اجتماعی آموزش ببینند. گفتنی است که با تأسیس «مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی»، دو مرکز «مؤسسه در راه حق» و «بنیاد فرهنگی باقرالعلوم» در آن ادغام گردیدند.

هدف استاد از این مجموعه اقدامات پیوستاری و کاملاً نوآورانه، آشنایی طلاب با علوم اجتماعی جدید؛ نقد مبانی متافیزیکی این علوم (و تحقق ایده اسلامی‌سازی علوم اجتماعی)؛ ایجاد زمینه برای انجام تحقیقات بنیادین در این علوم با رویکرد اسلامی؛ ایجاد زمینه برای تبیین و ارائه نظام‌مند اندیشه‌های اجتماعی اسلام؛ توجه دادن به نقش زمینه‌ای این علوم در ساخت جامعه اسلامی، بوده است.

ب / ۲) اقدامات علمی - آموزشی

- شرکت فعال در جلسات گفت‌وگو با استادان مختلف علوم اجتماعی در دفتر همکاری حوزه و دانشگاه و نقد دیدگاه‌های طرح‌شده با رویکرد اسلامی (این جلسات که حدوداً ۱۵ ماه و روزی ۸ ساعت به طول انجامید، در قالب جزوات متعددی انعکاس یافته که هم‌اینک در مرکز اسناد پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و مؤسسه امام خمینی^ع بایگانی و مورد استفاده محققان قرار دارد. حدود سی جزوه از این مجموعه مربوط به رشته جامعه‌شناسی است)؛

- ورود عالمانه و محققانه به حوزه‌های مختلف علوم اجتماعی (به معنای عام) با رویکرد فلسفی و الهیاتی با تالیف آثاری همچون جامعه و تاریخ از دیدگاه قرآن، حقوق و سیاست در قرآن، اخلاق در قرآن (که جلد سوم آن، اخلاق اجتماعی است) و طرح موضوعاتی در قالب فلسفه‌الاجتماع (مثل چیستی و نحوه وجود جامعه، قانونمندی پدیده‌های اجتماعی و تاریخی، سنت‌های الهی و قوانین تکوینی)، فلسفه علوم اجتماعی (مثل بحث از مبانی متافیزیکی این علوم؛ مبانی هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی، ارزش‌شناختی، الهیاتی و انسان‌شناختی)؛ فرهنگ اسلامی، فقه اجتماعی، اخلاق اجتماعی، حقوق بشر، حقوق زنان، نهادهای اجتماعی (به‌ویژه تأکید بر نقش و تأثیر نهاد تعلیم و تربیت)، قشربندی اجتماعی، سنت‌های الهی در جامعه و تاریخ، آسیب‌ها و انحرافات اجتماعی، جامعه آرمانی از دید اسلام، حکومت دینی و رسالت‌های فرهنگی اجتماعی آن، ملاک‌های مشروعیت و مقبولیت حکومت دینی، تفاوت حکومت دینی و حکومت لائیک و سکولار، دموکراسی، آزادی، امر به معروف و نهی از منکر، و...؛

- تلاش همه‌جانبه در جهت تولید علوم اجتماعی اسلامی و بازبینی انتقادی علوم اجتماعی موجود با رویکرد اسلامی؛

- طرح موضوعات اجتماعی روز با رویکرد اسلامی در قالب سخنرانی‌های پیش از خطبه‌های نماز جمعه تهران (که حاصل آن در قالب دو جلد کتاب *نظریه سیاسی اسلام* و دو جلد *نظریه حقوقی اسلام*) منعکس شده است. برگزاری جلسات پرسش و پاسخ دانشجویی در ضمن دوره‌های طرح ولایت که نتیجه آن در قالب ۵ جلد کتاب تحت عنوان *پرسش‌ها و پاسخ‌ها* به چاپ رسیده است.

- راه‌اندازی دوره‌های آموزشی «طرح ولایت» (در ایام تابستان) با هدف آموزش معارف بنیادین اسلام به دانشجویان دانشگاه‌ها (با بیش از ۳۰ سال قدمت). این طرح هم‌اینک علاوه بر دانشجویان، در سطح دانش‌آموزان، طلاب، معلمان، پزشکان و گروه‌های دیگری نیز در حال اجراست.

گفتنی است که *آیت‌الله مصباح یزدی* در عین نقد جمع‌گرایی هستی‌شناختی، و نفی اصالت فلسفی جامعه، در آثار گفتاری و نوشتاری خود فراوان به نقش تمهیدی و اعدادی جامعه در رشد شخصیت و تربیت افراد، عاملیت مؤثر در شکل‌دهی به دانش‌ها، بینش‌ها، ارزش‌ها، خلیات، نگرش‌ها، نمادها، اعتبارات، سبک‌های زندگی و کنش‌های افراد؛ عاملیت مؤثر در سوق‌دهی افراد به انحرافات فکری، اعتقادی و عملی؛ ایجاد زمینه برای جریان‌یابی ارتباطات، تعاملات و رویدادهای اجتماعی؛ اهتمام دین به اصلاح جهان اجتماعی به موازات تلاش برای هدایت و سامان‌دهی

بینش‌ها، ارزش‌ها و گرایش‌های فردی و... توجه داده است. وی همچنین بر ضرورت علم جامعه‌شناسی به‌عنوان علم مطالعه کنش‌ها و ارتباطات فی‌مابین افراد و نهادها و سازمان‌های اجتماعی و نیز احوالات و شؤون اجتماعی انسان تأکید کرده است.

ب / ۳) اقدامات علمی - اجتماعی

- حساسیت نسبت به اندیشه‌های مادی، التقاطی و انحرافی (در قبل و بعد از انقلاب)؛

- نقد مواضع فکری و اقدامات جریان سیاسی موسوم به اصلاح‌طلب؛

- طرح ایده اسلامی‌سازی علوم انسانی و علوم اجتماعی (تولید علم دینی یا دینی‌سازی علوم موجود)؛

- مواجهه انتقادی با علوم اجتماعی جدید (و تلاش در جهت تبیین ضعف‌های آنها به‌ویژه از حیث مبانی متافیزیکی و مفروضات زمینه‌ای آنها)؛ گفتنی است که استاد مصباح یزدی، در عین اعتقاد قاطع به ضعف و کاستی علوم انسانی و علوم اجتماعی غرب‌محور، آنها را طرد نمی‌کند و تلاش‌های به‌عمل‌آمده در فرایند تولید و توسعه آنها را سزاوار تحسین و قدردانی می‌داند. نکته دیگر، نقدهای استاد بیشتر از علوم اجتماعی توصیفی مثل جامعه‌شناسی و علوم سیاسی متوجه علوم اجتماعی توصیه‌ای و تجویزی غرب است یا به این جنبه‌های به دلیل ارتباط و اتصال وثیق آن با دین و سرنوشت انسان اهتمام بیشتری داشته است. طرح مباحثی در خصوص حقوق بشر، دموکراسی، آزادی، عدالت اجتماعی، سعادت این جهانی، سکولاریسم، اومانیزم، سوسیالیسم و... در این ارتباط بوده است.

- تأکید توأمان بر علوم اجتماعی مولد، مثل اقتصاد و جامعه‌شناسی (البته در کنار روان‌شناسی، به‌عنوان علمی که همه علوم انسانی و علوم اجتماعی، تحلیلاً بدان ارجاع دارند) و علوم اجتماعی مصرف‌کننده (مثل مدیریت و تعلیم و تربیت).

ج) اندیشه‌های اجتماعی استاد مصباح یزدی

آیت‌الله مصباح یزدی، اهتمام ویژه‌ای به اندیشه‌ورزی، و بازخوانی اجتهادی اندیشه‌های اجتماعی اسلام متناسب با ضرورت‌ها و اقتضائات عصری، پاسخ‌دهی به سؤالات و شبهات مطرح، و موضع‌گیری نظری و عملی قاطع در برخورد با جریان‌های فکری فرهنگی دگراندیشی و سزاوار نقد و اصلاح در کشور و در جهان اسلام داشتند. استاد اگرچه در اصل روی‌آوری به حوزه اجتماعیات به پیشگامان این سیره مرضیه همچون ابونصر فارابی، خواجه نصیرالدین طوسی، علامه طباطبائی، شهید مطهری و شهید صدر اقتدا کرده بودند؛ اما از حیث روزآمدی و عطف توجه به نیازهای زمانه، تنوع مباحث، تنوع رویکردها، دارا بودن موضع انتقادی، بعضاً عرضه این اندیشه‌ها در تریبون‌های مختلف و بازخوردگیری؛ ویژگی‌های منحصربه‌فردی دارند که در ادامه و بعد از ذکر مقدماتی بدانها اشاره خواهد شد.

مراد از اندیشه اجتماعی، آن بخش از اندیشه‌های تولیدی استاد است که به بررسی امور و پدیده‌های اجتماعی و همه آنچه در بستر تعاملات اجتماعی و در فرایند سیورورت انسان‌ها در بستر جامعه و تاریخ به ظهور رسیده است، اختصاص یافته است.

به بیان جامعه‌شناختی، بخش قابل‌توجهی از اندیشه‌های استاد مستقیم و غیرمستقیم به بررسی کنش‌های معنادار اجتماعی (کنش‌های متقابل انسان‌ها) و مبادی، آثار و پیامدهای با واسطه و بی‌واسطه آن معطوف است. اگر به استناد یک تلقی الهیاتی، کنش‌های انسانی معطوف به عوامل ماورایی (مثل خدا، فرشتگان) را نیز در زمره کنش‌های اجتماعی به‌شمار آوریم، قاعدتاً اندیشه‌های اجتماعی استاد (به‌تبع اندیشه‌های اجتماعی اسلام) گستره، تنوع و تکرر بیشتری خواهد یافت. به بیان دیگر، در این فرض کمتر اندیشه‌ای را در منظومه فکری استاد و اندیشمندان قائل به این نظریه می‌توان یافت که صبغه اجتماعی نداشته باشد. در این صورت، حتی خطورات قلبی، نیات، گرایش‌ها، انفعالات و احساسات فردی نیز به‌عنوان گونه‌های مختلف رفتارباطنی معنادار به اعتبار تأثیر بالقوه‌ای که در قرب و بعد انسان به کانون کمال یعنی خداوند دارند، رفتارهای اجتماعی شمرده می‌شوند.

موضوع علوم اجتماعی (نه فقط جامعه‌شناسی) از دید اهالی علوم اجتماعی، کنش اجتماعی و عناصر مرتبط با آن (مثل منشأ، معنا، هدف، آثار و پیامدها) است. بحث اختصاصی از کنش و احوالات آن، موضوع مطالعه جامعه‌شناسی خرد است که اتفاقاً با اندیشه‌های استاد نیز تناسب بیشتری دارد؛ از طرفی، موضوع مورد وفاق علوم انسانی نیز کنش انسانی و عناصر مرتبط با آن است. گفتنی است که همه آنچه تحت عنوان فرهنگ، روابط، فرایندها، نهادها، ساختارها، تکنولوژی‌ها، سبک‌های زندگی و تمدن مطرح است از نتایج و ثمرات کنش‌های متقابل جمعی و شبکه‌های تعامل انسانی در گستره تاریخ است.

طبق این تلقی، علوم اجتماعی زیرمجموعه علوم انسانی است و رابطه آنها عام و خاص مطلق است (البته تلقی‌های دیگری نیز وجود دارد).

نکته دیگر، کنش اجتماعی، از دید علوم اجتماعی، رفتاری است: (۱) آگاهانه؛ (۲) ارادی؛ (۳) قصدمند؛ (۴) هنجارمند؛ (۵) موقعیت‌مندی به لحاظ زمانی و مکانی (به اعتبار همین ویژگی‌هاست که جامعه‌شناسان، کنش را رفتاری معنادار و فیلسوفان آن را محصول عقل عملی شمرده‌اند).

استاد مصباح یزدی، در مواضعی بر ویژگی ارزشی و هنجاری کنش انسانی، تأکید ویژه دارند. دلیل آن هم این است که کنش‌های انسانی آثار سرنوشت‌سازی را در دنیا و آخرت برای فرد و جامعه رقم می‌زنند. به همین اعتبار، دین موضعی قاطع در هدایت کنش‌های انسانی و تعیین جهت ارزشی آنها اتخاذ کرده است.

این ویژگی ارزشی - هنجاری در فقه در قالب احکام تکلیفی معین به‌ویژه واجبات و محرمات و در اخلاق در قالب بایدها و نبایدها یا حسن و قبح و عناوین مشابه مثل فجور و تقوا تشریح شده است.

کنش‌های انسانی همچنین به اعتبار پیامدها و آثار و نتایج خواسته و ناخواسته در حوزه سنت‌های الهی مورد توجه قرار می‌گیرند: آیاتی مثل «وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالأَرْضِ» (اعراف: ۹۶) یا «لَوْ لَا دَفَعُ اللَّهُ النَّاسَ بَعْضَهُمْ بِبَعْضٍ لَّهَدَمْتُ صَوَامِعَ وَبِيعَ...» (حج: ۴۰) ناظر به سنت خداوند در برخورد با جوامع انسانی حسب عملکرد جمعی و روح غالب بر حیات اجتماعی آنهاست.

ج / ۱) ویژگی‌های اندیشه اجتماعی استاد مصباح یزدی

اندیشه اجتماعی / استاد مصباح یزدی، علاوه بر برخی ویژگی‌های مشترک با سایر اندیشه‌های اجتماعی طرح‌شده از سوی فیلسوفان و متألهان و به‌ویژه اندیشمندان مسلمان، از برخی ویژگی‌های اختصاصی نیز برخوردار است. اهم ویژگی‌های این اندیشه عبارتند از:

۱. صبغه غالب الهیاتی و نظری - فلسفی (بیشتر جامعه‌شناسی عقلی)؛ ۲. بهره‌گیری از رویکردهای چندگانه [توصیفی، تبیینی، تفسیری (دلیل‌گرایانه و معناکاوانه)، انتقادی (به‌ویژه در تقابل با اندیشه‌ها و جریان‌های فکری ناهمسو)، تجویزی و هنجاری، یوتوپینیستی (آرمانی)، توجیهی (و مدافعانه)]؛ ۳. پذیرش توأمان فرد و جامعه (یا عاملیت و ساختار و به بیان فردگرایانه، اقلیت در مقابل اکثریت) به صورت تعاملی، (البته استاد توجه قاطع‌تری به جنبه‌های عاملی و انسانی و التفات کمتری به جنبه‌های ساختاری و عوامل فرافردی دارد)؛ ۴. اعتقاد به هستومندی جامعه (اعتباری به‌مثابه نوعی معقول ثانی فلسفی که به‌رغم فقدان عینیت متحصل خارجی (داشتن مابازاء)، منشأ انتزاع عینی دارد. منشأ انتزاع آن روابط و مناسبات متراکم جاری در میان انسان‌ها در زندگی روزمره و گستره حیات اجتماعی است)؛ ۵. تقلیل جامعه به مناسبات، ارتباطات و کنش‌های متقابل انسانی و پیامدهای قهری ناشی از این تعاملات (از دید استاد، موضوع جامعه‌شناسی چیزی جز روابط و تعاملات انسانی و آثار و پیامدهای آن در گستره حیات اجتماعی - تاریخی نیست)؛ ۶. اعتقاد به قانونمندی پدیده‌های اجتماعی و تاریخی (حاکمیت قوانین تکوینی بر پدیده‌ها، رویدادها، تعاملات و کنش‌های اجتماعی)؛ ۷. اعتقاد به پوییش و سیورورت مستمر جهان زندگی (به‌تبع گرایش فطری انسان به کمال‌خواهی و تعالی‌جویی نامتناهی)؛ ۸. تلقی جامعه به‌مثابه نظامی باز و دارای تعاملات متنوع و مستمر با محیط (اعم از محیط طبیعی و محیط‌های فرهنگی - اجتماعی داخلی و خارجی)؛ ۹. اعتقاد به تحویل‌گرایی روان‌شناختی و ارجاع همه امور و پدیده‌های اجتماعی به انسان و ویژگی‌های فطری و غریزی او؛ ۱۰. بهره‌گیری از روش‌شناسی ترکیبی در مطالعات و پژوهش‌های اجتماعی (تاریخی، مقایسه‌ای، تفسیری، اجتهادی، عقلی - نقلی، عقلی - شهودی و عقلی - انتزاعی)؛ ۱۱. دارا بودن موضع واقع‌گرایانه و هستی‌شناسانه توأم با موضع هنجاری - تجویزی (یا موضع توصیفی و توصیه‌ای) در مواجهه با واقعیت‌ها و رویدادهای اجتماعی (بدیهی است که علم اجتماعی دینی در مقام انتقاد از وضع موجود و توصیه وضعیت جایگزین و مطلوب، موضع ارزشی خود را براساس ارزش‌های دینی ابراز خواهد کرد. از دید استاد، ارزش‌های ذاتی به دلیل پشتوانه حقیقی، اموری مطلق بوده


و دخالت آنها در علم موجب نسبیّت آن نمی‌شود؛ ۱۲. توجه توأمان به وضعیت‌های تعادلی و تضادی جامعه (هرچند با ترجیح جنبه‌های تعادلی و کارکردی)؛ ۱۳. دارا بودن موضع متعهدانه، خیرخواهانه و التزام اخلاقی به آرمان‌ها و مصالح جمعی (در مقابل، ادعای واهی لزوم بی‌طرفی ارزشی)؛ ۱۴. تنوع موضوعی و محتوایی مباحث (طرح انبوه مباحث مرتبط با قلمروهای موضوعی و رشته‌گرایی‌های تخصصی متعدد علوم اجتماعی: جامعه‌شناسی، اقتصاد، مدیریت، سیاست، حقوق، روان‌شناسی اجتماعی، تعلیم و تربیت، غالباً به صورت درهم آمیخته و تفکیک‌نشده)؛ ۱۵. کلان‌نگری (به اقتضای مواجهه نظری با مسائل به جای تمرکز بر مسائل و موضوعات معین دارای قیودات زمانی و مکانی) در عین اهتمام به مسائل جامعه ملی (کشور ایران)؛ ۱۶. اصالت دادن به فرهنگ دینی و سنتی (به جای فرهنگ مدرن و پسامدرن غالب در جهان معاصر)؛ ۱۷. اعتقاد به نقش کانونی دین / اسلام در شکل‌دهی و هویت‌بخشی به نظام شخصیت، فرهنگ، ارکان جامعه اسلامی و راهبری آنها؛ ۱۸. دارا بودن ماهیت غیرانباشتی (اندیشه‌هایی فاقد ارتباط ارگانیک با پیشینه‌های مسانخ خود، و به بیان دیگر، اندیشه‌هایی خلاق و فاقد پیوستگی به یک سنت فکری پرسابقه در نظام اندیشه‌ورزی متفکران مسلمان؛ اصالت این اندیشه عمدتاً به دلیل اتصال به معارف وحیانی و تبیین‌های استدلالی آن است)؛ ۱۹. مستندگویی و مدلل‌گویی (ارجاع مستقیم به منابع دست اول اسلام؛ یعنی آیات و روایات و استنباطات اجتهادی و برهانی).

گفتنی است که نظم و انسجام اندیشه‌های استاد به‌رغم تعدد آثار، تنوع مفاهیم و موضوعات با اقتضائات معرفت‌شناختی و روش‌شناختی متفاوت، حقیقتاً شگفت‌انگیز است.

بازاندیشی جامعه‌شناختی هیأت به‌مثابه حوزه عمومی قدسی (مطالعه موردی «هیأت تارالله» زنجان)

کوشش همیشه بیگدلی / دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

meisambigdeli@rihu.ac.ir
islamitanha12@gmail.com

 orcid.org/0000-0001-6658-8212

اصغر اسلامی تنها / استادیار گروه مطالعات فرهنگی و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم

 <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۲ - پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۱۷

چکیده

آیین سوگواری امام حسین^ع همواره در تاریخ تحولات اجتماعی و سیاسی جامعه اسلامی نقش بسزایی در جبهه مردمی ایفا کرده و این ناشی از ظرفیت عظیم نهفته در نهضت عاشورا است. بر این اساس این فرضیه به ذهن متبادر می‌شود که هیأت به‌عنوان الگوی رایج امروزی آیین سوگواری امام حسین^ع می‌تواند به‌مثابه حوزه عمومی قدسی عمل نماید. از این رو پژوهش حاضر به چرایی، چیستی و چگونگی هیأت به‌مثابه حوزه عمومی قدسی می‌پردازد. این پژوهش از مفهوم «حوزه عمومی» یورگن هابرماس بهره گرفته است. با استفاده از روش «تحلیل مضمون» و ابزار مصاحبه، «هیأت تارالله» زنجان برای نمونه مطالعه و بررسی انتخاب شده است. براساس نتایج تحقیق، در نقطه مقابل «حوزه عمومی غربی»، «حوزه عمومی قدسی» قرار دارد که مبتنی بر عقلانیت و حیانی و ارزش‌های الهی است. مؤمنان براساس کنش ولایی همراه با مودت و محبت، یکدیگر را به ارزش‌های الهی فرامی‌خوانند. کنش ولایی نه‌تنها عقلانیت، بلکه عاطفه و احساس را نیز دربر می‌گیرد و صرفاً به کنش زبانی اختصاص ندارد، بلکه کنش غیرزبانی را نیز شامل می‌شود. هیأت از طریق «کنش زبانی» (یعنی استفاده از ظرفیت مداحی و سخنرانی) و همچنین «کنش غیرزبانی» همچون فعالیت‌های اجتماعی در جهت عدالتخواهی، مطالبه‌گری و محرومیت‌زدایی می‌تواند در شکل‌گیری افکار عمومی و تأثیرگذاری بر ساختار اجتماعی نقش بسزایی ایفا کند.

کلیدواژه‌ها: حوزه عمومی، هابرماس، عقلانیت ارتباطی، کنش ارتباطی، افکار عمومی، کنش ولایی.

در فرهنگ شیعی ایرانی، کلیدی‌ترین و محوری‌ترین جایی که می‌توان روح این فرهنگ را دید، ماه محرم و عزاداری تاسوعا و عاشورا است. این تجلیگاه روح شیعی، نه تنها بنیان‌های اعتقادی و ارزشی، که حتی بنیان‌های عاطفی و روحی فرهنگ شیعی را نیز به نمایش می‌گذارد (رحمانی، ۱۳۹۲، ص ۱۱).

با بررسی تاریخ اجتماعی شیعه، می‌توان دریافت که آیین عزاداری و سوگواری امام حسین علیه السلام نقش پررنگی در تاریخ تحولات اجتماعی و سیاسی جوامع شیعی ایفا نموده و همواره منشأ و بستر رخدادهای بزرگی بوده و توانسته است به‌مثابه یک اصلاحگر اجتماعی عمل نماید؛ زیرا عاشورا، نه یک رویداد تاریخی صرف، بلکه یک گفتمان و نظام فرهنگی است. نهضت عاشورا از یک سو ارائه‌دهنده ارزش‌های الهی و از دیگر سو دارای رویکردی «انقلابی و حماسی» و دربرگیرنده مضامین اجتماعی و سیاسی است که جامعه شیعی را به انقلاب علیه ظلم و استبداد و برپایی ارزش‌های الهی در مقابل ارزش‌های مادی و شیطانی فرامی‌خواند.

فرهنگ عاشورا فرهنگ متعلق به حکومت نیست، فرهنگ مردم شیعه است. به همین دلیل همیشه بخش اعظم این فرهنگ بیرون از اراده و قدرت حکومت‌ها بوده و هست. همین بخش مردمی است که حیات اصلی و جریان خلاق فرهنگ را تضمین می‌کند (همان، ص ۱۴).

مجموع این ویژگی‌ها (یعنی «تأثیرگذاری بر ارزش‌های جامعه و افکار عمومی»، «رویکرد اصلاحی و انقلابی نسبت به نظام اجتماعی و سیاسی» و از همه مهم‌تر «مردمی بودن» و «خارج از حکومت بودن») این فرضیه را به ذهن متبادر می‌کند که «آیین عزاداری» به اصطلاح جامعه‌شناختی، می‌تواند به‌مثابه «حوزه عمومی» عمل کند.

«حوزه عمومی» نظریه‌ای است که از جانب یورگن هابرماس فیلسوف اجتماعی آلمانی مطرح شده و به دنبال بر ساخت جامعه آلمانی غربی است که براساس مبانی اندیشه غربی شکل گرفته است. این پژوهش می‌کوشد تا به بازاندیشی جامعه‌شناختی این مفهوم در فضای شیعی ایرانی بپردازد.

نهضت عاشورا و آیین سوگواری امام حسین علیه السلام در قالب‌ها و شکل‌های گوناگونی تجلی پیدا می‌کند؛ همچون تعزیه‌خوانی، پرده‌خوانی، روضه‌خوانی، منقبت‌خوانی و مانند آن. لیکن امروزه «هیأت» بارزترین شکل آیین سوگواری امام حسین علیه السلام شناخته می‌شود. از این رو برای بازاندیشی مفهوم «حوزه عمومی» در بستر فرهنگی شیعی، «هیأت» را کانون مطالعه و بررسی جامعه‌شناختی قرار داده‌ایم.

مسئله اصلی این پژوهش بررسی چرایی، چیستی و چگونگی هیأت به‌مثابه «حوزه عمومی قدسی» است تا در نهایت، با پاسخ به این مسئله با رویکردی جامعه‌شناختی، به بازاندیشی مفهوم «حوزه عمومی» در فرهنگ شیعی و متناسب با مبانی اندیشه اسلامی بپردازد.

سؤالات فرعی این پژوهش عبارتند از:

۱. فلسفه وجودی (چرایی) هیأت به‌مثابه حوزه عمومی قدسی چیست؟

۲. ماهیت و ویژگی‌های هیأت به‌مثابه حوزه عمومی قدسی چیست؟

۳. چگونه هیأت به‌مثابه حوزه عمومی قدسی عمل می‌نماید؟

۱. بررسی مفاهیم

واژه «هیئت» در لغت به معنای «شکل، حالت هر چیز، حال چیزی و چگونگی آن و شکل و صورت آن، گونه، طرز و...» (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۱۴، ص ۲۰۸۶۸) آمده است. اما واژه هیئت در فرهنگ دینی معنای اصطلاحی دیگری دارد.

استفاده از واژه «هیأت» برای نامیدن مجالس سوگواری پندان قدمتی ندارد و سابقه‌ای کمتر از یک قرن دارد. طبق تعریف، «هیأت» یک گروه اجتماعی، با سابقه تاریخی مشخص و تجمعی از افرادی است که با زنده نگاه داشتن یاد و خاطره یک مناسبت مذهبی (اعیاد، ایام ولادت و شهادت ائمه علیهم‌السلام) با محوریت واقعه عاشورا و قیام امام حسین علیه‌السلام و براساس ساختار دوگانه واعظ (سخنران، منبری) - ذاکر (مداح، روضه‌خوان) تشکیل می‌شود و اعضا از طریق روش‌های معمول و آدابی مشخص (سینه‌زنی، زنجیرزنی، دست زدن و...) سوگواری یا شادمانی می‌کنند. شرکت در آن نیز اختیاری و بر اساس یک اعتقاد و باور درونی است (مظاهری، ۱۳۸۹، ص ۲۷۵).

این پژوهش مطالعه‌ای صرفاً نظری نیست. از این رو «هیأت ثارالله؛ رهروان امام و شهدا» زنجان را به‌عنوان نمونه مطالعه انتخاب کرده‌ایم تا به طور عینی و میدانی به مطالعه هیأت بپردازیم.

۲. پیشینه بحث

پیش از این پژوهش، آثار و مطالعاتی جامعه‌شناختی و انسان‌شناسی فرهنگی درباره مسئله «هیأت» انجام شده که برخی از مهم‌ترین آنها عبارتند از:

مقاله «اصلاح و سازماندهی محافل و مجامع دینی» (کچوئیان، ۱۳۷۵):

کتاب *رسانه تسبیح* (مظاهری، ۱۳۸۷):

کتاب *تغییرات مناسک عزاداری محرم* (رحمانی، ۱۳۹۳):

کتاب *اصلاح ساختاری و غنی‌سازی محتوایی مراسم دینی* (قبادی، ۱۳۹۵):

کتاب *هیأت‌های عزاداری در جامعه ایرانی* (رحمانی، ۱۳۹۲):

کتاب *تراژدی جهان اسلام؛ عزاداری شیعیان ایران به روایت سفرنامه‌نویسان، مستشرقان و ایران‌شناسان*

از صفویه تا جمهوری اسلامی (مظاهری، ۱۳۹۷):

کتاب *عاطفه‌گرایی و عقل‌گرایی در مراسم مذهبی* (قبادی، ۱۳۹۷).

به طور کلی، آثاری که در پیشینه تحقیق مدنظر قرار گرفته به موضوعات «بررسی ماهیت و ساختار هیأت به مثابه یک سازمان مذهبی و گونه‌شناسی آن»، «هیأت و آیین سوگواری از منظر مستشرقان و سفرنامه‌نویسان»، «رابطه هیأت با قشربندی اجتماعی» و همچنین «آسیب‌شناسی هیأت‌ها و مسئله عزاداری» می‌پردازند. اما پژوهش حاضر به بررسی این موضوع می‌پردازد که آیا هیأت عزاداری می‌تواند به مثابه حوزه عمومی قدسی عمل نماید؟ در صورت مثبت بودن پاسخ، هیأت عزاداری چگونه به مثابه حوزه عمومی عمل می‌کند؟

بنابراین موضوعات و مسائل مطرح‌شده در آثار دیگران، مسئله اصلی این پژوهش را دربر نمی‌گیرند، هرچند در بخش‌های گوناگون این پژوهش از این آثار بهره برده‌ایم. در نتیجه این پژوهش درصدد است تا هیأت‌های عزاداری را از زاویه‌ای دیگر و نگاهی نو بررسی کند.

در انجام این پژوهش از روش کیفی «تحلیل مضمون» استفاده شده است. روش «تحلیل مضمون» به پژوهشگر کمک می‌کند به شناسایی مضامین مختلف پردازد تا در پی شناخت این مضامین، به شناخت چرایی و چپستی دست یابد. همچنین با ترسیم شبکه مضامین، «چگونگی» را نیز می‌توان تحلیل کرد.

برای گردآوری داده‌ها از روش «مصاحبه» و پرسش‌های نیمه‌ساختمند استفاده شده است. پس از انجام مصاحبه‌ها و تبدیل آن به متن، با استفاده از روش «تحلیل مضمون»، مضامین اصلی سازمان‌دهنده و فراگیر را استخراج و سپس به ترسیم شبکه مضامین اقدام گردیده است. روش استخراج و تحلیل مضامین به صورت «دستی» بوده است.

جامعه آماری برای مصاحبه نیز به صورت هدفمند تعیین و سعی شده است تا با اعضای اصلی و تأثیرگذار هیأت و همچنین با اعضای عادی شرکت‌کننده در مراسم مصاحبه عمل آید و ۲۰ مصاحبه در همین زمینه انجام گرفته است.

۳. ادبیات نظری

مفهوم «حوزه عمومی» کلیدواژه اصلی ادبیات نظری این پژوهش است. هرچند بسیاری از اندیشمندان درباره این مفهوم سخن گفته‌اند، اما مفهوم «حوزه عمومی» بیشتر با نام یورگن هابرماس فیلسوف آلمانی گره خورده است. تعریف هابرماس از این مفهوم چنین است:

«حوزه عمومی بورژوازی» در وهله اول، قلمروی بود که در آن افراد خصوصی گرد هم می‌آمدند و «عموم» را شکل می‌دادند. این افراد به تدریج توانستند «حوزه عمومی تحت کنترل دولت» را زیر سیطره خود درآورند و اقتدار دولت را به چالش کشند... ابزار اصلی آنها در این منازعه سیاسی، ابزاری جدید و بدون سابقه تاریخی بود: استفاده عمومی از خرد جمعی (هابرماس، ۱۳۹۲، ص ۵۳).

«حوزه عمومی» بورژوازی در برهه‌ای از تاریخ جامعه غربی تحت شرایط تاریخی و اجتماعی خاصی به وقوع پیوست و سپس در پی عللی دچار افول گردید و هابرماس دغدغه تجدید و احیای آن را در دوران معاصر در سر دارد.

هابرماس تجدد (مدرنیته) را نه یک دوره تاریخی، بلکه یک طرح و برنامه می‌داند که هنوز دچار نقصان و کاستی است و باید آن را تکمیل کرد. از این رو وی درصدد است تا با برساخت «حوزه عمومی غربی»، تجدد را تکمیل و جامعه مطلوب غربی را ترسیم کند.

افراد در نهادهای «حوزه عمومی» (یعنی قهوه‌خانه‌ها و تالارها) گرد هم می‌آمدند و فارغ از هرگونه تفاوت منزلت و جایگاه، در شرایطی برابر و صرفاً مبتنی بر استدلال، به گفت‌وگو و مباحثه انتقادی می‌پرداختند. هدف اصلی «حوزه عمومی» آشنا کردن دولت با نیازها و خواست‌های جامعه مدنی و وضع قوانینی در جهت «خیر همگانی» بود.

هدف اصلی افکار عمومی، نه کسب قدرت، نه کنترل قدرت و حتی نه تولید قدرت بود، بلکه تغییر سلطه از طریق بحث عمومی انتقادی بود (همان، ص ۱۳۵).

از دیدگاه هابرماس قوانینی که از دل «حوزه عمومی» بیرون می‌آیند سلطه محسوب نمی‌شوند؛ زیرا این قوانین حقیقی هستند، او معیار حقیقت را «عموم مردم» می‌داندست و چون سلطه پادشاه شخصی بوده و از جانب مردم نیست، نمی‌تواند حقیقی باشد و سلطه محسوب می‌شود. پس باید این سلطه شکسته شود.

اما این افراد جدای از هم و مستقل چگونه با بحث‌های انتقادی می‌توانستند اقتدار دولت را به چالش بکشند و شرایط اجتماعی و سیاسی را به نفع خیر همگانی رقم بزنند؟ پاسخ این پرسش را باید در مفهوم «افکار عمومی» جست‌وجو کرد.

«افکار عمومی» به پدیده‌ای اطلاق می‌شود که در نیمه دوم قرن هیجدهم شکل گرفت و به معنای «تأملات انتقادی عموم» بود؛ افراد یا جماعتی که در طرح قضاوت‌های خود مستقل و آزاد بودند (همان، ص ۱۴۸).

افراد در فرایند مباحثه‌های آزاد و پذیرش استدلال برتر، به نقطه اشتراکی به نام «افکار عمومی» می‌رسیدند و همین امر آنان را به یک جماعت یا جمهور تبدیل می‌کرد.

همزمان با افزایش اقتدار و نفوذ افکار عمومی، «افکار عمومی» به تدریج به‌عنوان دشمن مشروعیت قدرت‌های مبتنی بر حکومت غیردموکراتیک و بسته مطرح شد (گوردون، ۱۳۹۷، ص ۳۲).

ویژگی بارز «افکار عمومی» عبارت بود از: ماهیتی انتقادی که ماحصل یک مباحثه عقلانی بود. افکار عمومی از پایین به بالا بود؛ یعنی از جانب جامعه مدنی و عموم مردم علیه دولت و سلطه حکومتی بود.

هابرماس نظام اجتماعی و سیاسی مطلوب خود را در یک دولت مردم‌سالار (دموکراتیک) مبتنی بر جامعه مدنی جست‌وجو می‌کند. او دو حوزه بنیادی را برای سیاست ترسیم می‌کند: «حوزه سیاسی رسمی» و «حوزه سیاسی غیررسمی».

«حوزه سیاسی غیررسمی» که همان «جامعه مدنی» است، به کنشگران، انجمن‌ها و احزابی سیاسی اطلاق می‌شود که خارج از حوزه قدرت رسمی هستند و هدف آن نیز تصمیم‌گیری نیست. در مقابل، «حوزه سیاسی رسمی» قرار دارد که به عرصه‌های نهادینه شده گفتمان و ارتباط مربوط می‌شود که به‌ویژه برای تصمیم‌گیری ایجاد گردیده‌اند. برای نمونه می‌توان از مجلس، هیأت دولت، انجمن‌های منتخب و احزاب سیاسی نام برد (همان، ص ۱۵۱).

یک نظام سیاسی هنگامی می‌تواند نقش خود را به بهترین وجه ایفا کند و کارکرد مناسبی را از خود به نمایش بگذارد که تحت تأثیر جامعه مدنی و افکار عمومی به وضع قوانین پردازد و جامعه را متناسب با افکار عمومی مدیریت کند؛ یعنی «حوزه سیاسی رسمی» تحت نفوذ «حوزه سیاسی غیررسمی» باشد.

۱-۳. دین در حوزه عمومی

هابرماس در آثار اولیه خود، به‌ویژه در کتاب *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی و کنش ارتباطی* جامعه امروزی را کاملاً غیردینی (سکولار) ترسیم می‌کند و هیچ جایگاهی برای دین در عرصه عمومی قائل نمی‌گردد. اما وی با گذشت زمان و روی دادن اتفاقاتی، نظریه خود درباره «دنیاگرایی» (سکولاریزاسیون) را اصلاح کرد و از «سکولاریسم» به «پست‌سکولاریسم» عبور کرد. او به این باور رسید که دین را نمی‌توان از عرصه حیات عمومی جوامع محو کرد و اکنون نیز دین در بسیاری از جوامع نقش پر قدرتی ایفا می‌کند. از همین رو نظریه جدید خود را با عنوان «لیبرالیسم توجیهی» یا «پست سکولاریسم» معرفی می‌نماید (ر.ک: زارعی، ۱۳۹۴).

همچنان که گذشت، آیین سوگواری امام حسین علیه السلام از برخی ویژگی‌ها (همچون «تأثیرگذاری بر ارزش‌های جامعه و افکار عمومی»، «رویکرد اصلاحی و انقلابی نسبت به نظام اجتماعی و سیاسی» و از همه مهم‌تر «مردمی بودن» و «خارج از حکومت بودن») برخوردار است و در طول تاریخ از دوران امامان معصوم علیهم السلام تا انقلاب اسلامی ایران، همواره توانسته ظهور اجتماعی داشته باشد و در برخی برهه‌ها به‌مثابه «حوزه عمومی قدسی» عمل نماید. از جمله این برهه‌ها، دوران انقلاب اسلامی ایران است که بسیاری از فعالیت‌های سیاسی کنشگران مذهبی در بستر آیین سوگواری امام حسین علیه السلام و هیأت‌های عزاداری رخ داد و از این طریق افکار عمومی علیه حکومت شکل گرفت و در نهایت، بر ساختار اجتماعی و سیاسی تأثیری شگرف بر جای نهاد (برای مطالعه بیشتر، ر.ک: مظاهری، ۱۳۸۹؛ حسینیان، ۱۳۸۲).

۴. یافته‌های تحقیق: مطالعه «هیأت ثارالله» زنجان

بعد از انقلاب اسلامی ایران که «دین» و «حکومت دینی» هدف اصلی آن بود، زمینه مناسبی برای گسترش هیأت‌های عزاداری فراهم شد. در دوران پس از انقلاب، بنا بر رویدادها و تغییرات اجتماعی و سیاسی و حتی پیشرفت‌هایی که در عرصه فناوری رخ داد، هیأت‌های عزاداری نیز تحولاتی را پشت سر گذاشته و انواع گوناگونی را دربر گرفته‌اند.

«هیأت ثارالله؛ پیروان امام و شهدا» زنجان یکی از هیأت‌های شناخته‌شده کشوری است که با مداحی حاج مهدی رسولی، از هیأت‌های برجسته و نمونه کشوری محسوب می‌گردد. مراسم عزاداری محرم این هیأت هرساله با حضور چشمگیر هزاران تن، به‌ویژه جوانان برگزار می‌گردد. مراسم این هیأت از رسانه ملی نیز پخش می‌شود. این هیأت نمونه‌ای از هیأت‌هایی شناخته می‌شود که گفتمان اسلام سیاسی بر آن حاکم بوده و از رویکرد اجتماعی برخوردار است و فعالیت‌های گوناگون فرهنگی، اقتصادی و سیاسی را در زمینه ایجاد جامعه آرمانی انجام می‌دهد.

با در نظر گرفتن مجموع ویژگی‌های مزبور، این هیأت را به‌عنوان نمونه برگزیده شد تا با مطالعه آن به این سؤال پاسخ دهیم که هیأت چرا، با چه ویژگی‌هایی (چیستی) و چگونه می‌تواند به‌منابه «حوزه عمومی قدسی» عمل نماید؟

برای پاسخ به این سؤال باید حالت آرمانی و واقعیت‌های عینی را هم‌زمان بررسی کنیم. از این‌رو هم از نظرات مصاحبه‌شوندگان و هم از تجربه‌های آنها سؤال می‌گردد.

۴-۱. سوالات مصاحبه

۱. هدف و انگیزه شما از حضور در هیأت عزاداری چیست؟
۲. تفاوت هیأت با سایر گروه‌هایی‌ها، همچون حضور در قهوه‌خانه در چیست؟
۳. چرا باید هیأت عزاداری برگزار نماییم و هزینه‌های مادی و معنوی فراوانی را صرف برگزاری هیأت کنیم؟
۴. هیأت چه وظایفی بر عهده دارد؟
۵. بعد از شرکت در مراسم، چه احساس و تغییری در روحیه، اخلاق و رفتار شما به وجود می‌آید؟
۶. از سایر عزادارانی که در هیأت شما شرکت می‌کنند، چه بازخوردهایی دریافت نموده‌اید؟
۷. آیا هیأت می‌تواند اصلاحگر و تأثیرگذار در جامعه باشد (در زمینه‌های فرهنگی، سیاسی، اقتصادی؟) به عبارت دیگر، هیأت در زمینه مسائل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی چه وظیفه‌ای دارد؟
۸. هیأتی که رویکرد اجتماعی دارد، از چه ویژگی‌هایی برخوردار است؟

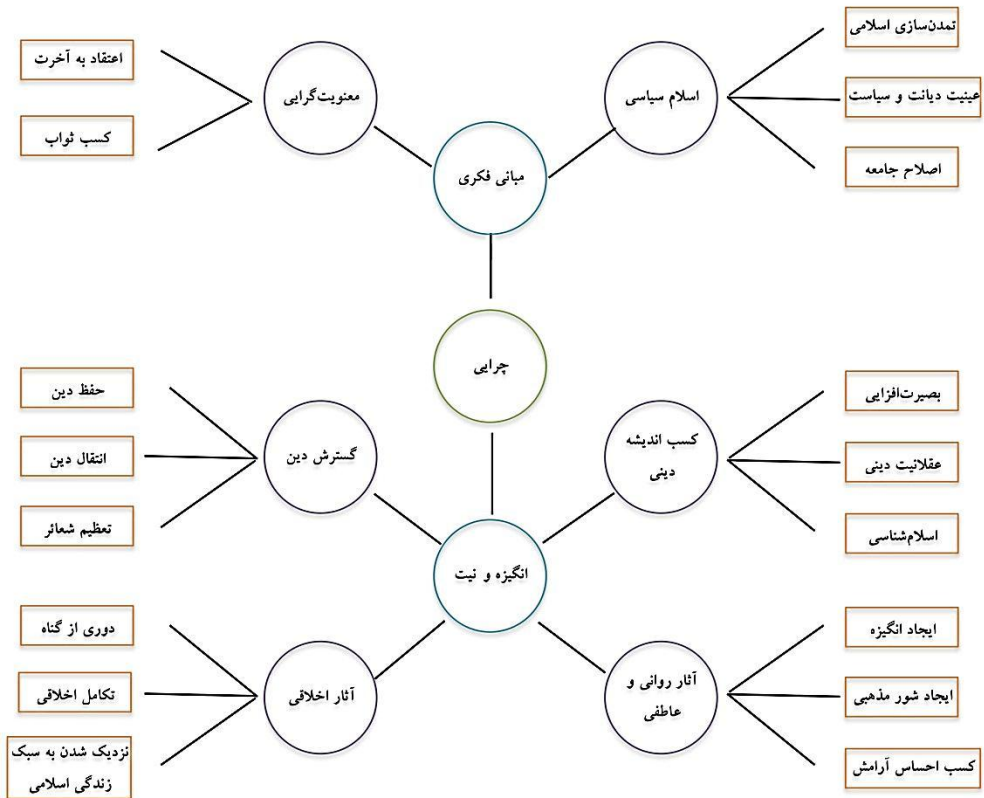
۹. مدیران این هیأت‌ها، اعم از سخنران، مداح، مدیران برگزاری و اجرایی چه کسانی باید باشند؟ (به عبارت دیگر، از نظر تحصیلات، توانایی‌های فردی، درجه ایمان، سن و مانند آن چه ویژگی‌هایی باید داشته باشند؟)

۱۰. چگونه هیأت در مسائل گوناگون اجتماعی - اعم از سیاسی، فرهنگی، اقتصادی - می‌تواند وارد شود و مشکلات را حل کند؟

۱۱. لطفاً تجربه‌های هیأت خود را بازگو کنید؟ چه آثار و بازخوردهایی پس از انجام این فعالیت‌ها دریافت کرده‌اید؟

۲-۴. چرایی هیأت

در فرایند گردآوری داده‌ها ابتدا سؤالاتی درباره «چرایی» هیأت مطرح شده است؛ اینکه هدف از حضور در هیأت‌های عزاداری چیست؟ و اساساً با چه هدفی هیأت‌های عزاداری را برگزار می‌کنیم؟ از میان پاسخ‌ها، مضامین متعددی استخراج گردیده‌اند. تمامی مضامین به‌دست‌آمده از این تحلیل در شبکه مضامین ذیل ارائه می‌گردند:



نمودار ۱: چرایی هیأت

مبانی فکری	اسلام سیاسی	عینیت دیانت و سیاست تمدن‌سازی اسلامی اصلاح جامعه	قیام امام حسین (ع) یک قیام سیاسی - اجتماعی بود. دین کل ابعاد زندگی در عرصه‌های فردی و اجتماعی را شامل می‌شود. یکی از تأثیرهای مهم هیأت انقلاب اسلامی است. اکنون هم اگر بخواهد پابرجا بماند باید با روضه و جریان سیدالشهدا (ع) بماند.
	معنویت‌گرایی	اعتقاد به آخرت کسب ثواب	به نظر من جایگاه مداحان کم نیست. حضرت آقا فرمودند: من از این آقایان تمدن نوین اسلامی را می‌خواهم. بچه‌هایی غیر از ساختاری که باید شکل بگیرد تا خود انسان ساخته شود، ساختاری باید شکل بگیرد که جامعه هم ساخته شود. هدف از قیام سیدالشهدا (ع) اصلاح جامعه و ساختن جامعه اسلامی بود.
چرایی	کسب اندیشه سیاسی	بصیرت‌افزایی	هیأت موجب رشد روحی و معنوی فرد و جامعه می‌شود. التزام معنویت‌گرایی با آخرت‌گرایی، استفاده معنوی از محیط و جو هیأت
		عقلانیت دینی	گریه کردن علاوه بر ثواب شخصی، پایه‌های دین اسلام را محکم می‌کند.
		اسلام‌شناسی	هیأت می‌خواهد نیرو تربیت کند، می‌خواهد افرادی که حسین‌شناس هستند و در گرد و غبار فتنه‌ای که اتفاق می‌افتد، خوب و بد را از هم تشخیص دهند؛ راه را از بیراهه تشخیص دهند.
انگیزه و نیت	آثار روانی و عاطفی	ایجاد انگیزه ایجاد شور مذهبی کسب احساس آرامش	اگر ما می‌خواهیم هیأت مذهبی تشکیل شود شما اگر براساس عقلانیت حرکت نکنید خروجی نفرت هیچ تفاوتی با مردم عادی بالا بردن اطلاعات و معرفت درون‌دینی اعضای هیأت بهره‌مندی از معارف اهل بیت (ع)
		حفظ دین	ایجاد حالت نشاط و ایجاد انگیزه برای انجام کارهای خوب کمک گرفتن از عواطف مردم و ایجاد انگیزه
		تعمیر شعائر	وظیفه اول هیأت ایجاد شعور حسینی در شرکت‌کنندگان و بعد زنده نگه داشتن شور حسینی در افراد است. فرار گرفتن در حال و هوای شور مذهبی
گسترش دین		انتقال دین	با حضور در هیأت احساس خوب بودن دارم. هدف از حضور در هیأت ایجاد حس خوب و حالت نشاط است. احساس سبکی و نشاط در روحیه‌ام دارم.

			<p>دوری از گناه تکامل اخلاقی</p>	<p>گریه کردن علاوه بر ثواب شخصی، پایه‌های دین اسلام را محکم می‌کند. در غدیر هیاهو به راه نینداختیم، آن را از دست دادیم. هدف قیام امام حسین <small>علیه السلام</small> جلوگیری از حذف و نابودی دین اسلام بود.</p>
			<p>نزدیک شدن به سبک زندگی اسلامی</p>	<p>دین اسلام به سبب این هیأت‌ها به ما رسیده و این احکام و معارف به واسطه این هیأت‌ها به منتقل شده است. هیأت‌گردهایی صورت گرفته برای تفریح و مانند آن نیست، بلکه حول یک محور معنوی و برای تعظیم شعائر اسلامی، دین نیاز به اعلام حضور دارد.</p>
		<p>آثار اخلاقی</p>		<p>«حسینی» واقعی کسی است که از گناه فرار کند؛ زمینه گناه را دید دوری کند. وجود آثار تربیتی در خود و خانواده؛ در راستای تکامل روحی و معنوی است و انسان می‌تواند خود را انسان کامل نزدیک کند. انسان کامل مدنظر ما یعنی: اهل بیت عصمت و طهارت است. برای اینکه بفهمیم اینان چگونه زندگی کرده‌اند، یکی از جاهایی که می‌توانیم بفهمیم هیأت است. تطبیق هرچه بیشتر سبک زندگی خود با معیارهای ارائه شده در حرکت عاشورا.</p>

جدول ۱: چرایی هیأت

نخستین مسئله‌ای که حائز اهمیت است کشف این موضوع است که اساساً هدف از برگزاری عزاداری چیست؟ نوع نگاه و رویکردی که نسبت به این موضوع داریم در شناخت ماهیت و نحوه عملکرد هیأت بسیار تعیین کننده است و رابطه مستقیمی با «چیستی» و «چگونگی» هیأت دارد.

اولین گام ضروری و بنیادین برای شکل‌گیری «حوزه عمومی» اتخاذ رویکردی اجتماعی و سیاسی با هدف تأثیرگذاری بر ساختار اجتماعی و اصلاح آن است. هیأت عزاداری نیز بدون اتخاذ چنین رویکردی نمی‌تواند به‌مثابه «حوزه عمومی» عمل کند. بنابراین باید ابتدا به تبیین نگرش و رویکردی که بر هیأت عزاداری حاکم است، پرداخت. در همین زمینه در مصاحبه‌های انجام گرفته سؤالاتی مطرح شد تا رویکرد حاکم بر «هیأت تارالله» زنجان کشف شود.

«مبانی فکری» و «انگیزه و نیت» دو مضمون فراگیری هستند که در سؤال از «چرایی» از مصاحبه‌های انجام گرفته، استخراج گردیده‌اند.

مطابق مضامین استخراج شده، مضمون «مبانی فکری» خود دارای دو مضمون سازمان‌دهنده «اسلام سیاسی» و «معنویت‌گرایی» است.

گفتمان «اسلام سیاسی» مبنای بنیادینی است که در شکل‌گیری این هیأت نقش بسزایی ایفا کرده است. مضامین «تمدن‌سازی»، «عینیت دیانت و سیاست»، و «اصلاح جامعه» نیز در ذیل مضمون سازمان‌دهنده «اسلام سیاسی» مضامین اصلی به‌شمار می‌آیند. همچنین قابل ذکر است که این مضامین اصلی از مضامین پرتکرار بوده و مصاحبه‌کنندگان توجه ویژه‌ای بدان مبذول داشته‌اند.

مطابق این دیدگاه، اسلام دینی است که برای تمام ابعاد و ساحت‌های زندگی فردی و اجتماعی برنامه دارد و باید دین در عرصه کلان اجتماعی و سیاسی ایفای نقش کند. در این رویکرد، «دین» با «سیاست» یکی پنداشته می‌شود و اصلاح ساختار سیاسی و اجتماعی بر مبنای ارزش‌ها و هنجارهای توحیدی و الهی از مهم‌ترین اهداف دین است. «امام»، نه به‌عنوان یک استاد اخلاق، بلکه به‌عنوان یک زمامدار و رهبر جامعه مطرح است.

این رویکرد تفسیری سیاسی اجتماعی از قیام عاشورا ارائه می‌دهد که هدف سیدالشهداء^ع برپایی جامعه آرمانی مبتنی بر اسلام نبوی بوده است. «هیأت» نیز در امتداد این جریان تعریف می‌شود؛ یعنی هیأت نیز باید در مسیر جامعه‌سازی و تمدن‌سازی گام بردارد.

در نقطه مقابل «اسلام سیاسی»، «اسلام فردی و عرفانی» قرار دارد که از آن با نام «اسلام سنتی» نیز یاد می‌شود. در «اسلام سنتی» بر منفک بودن مقوله دین از حکومت و سیاست تأکید می‌شود و تمرکز بیشتر بر حوزه عبادی و فردی دین است. «اسلام سنتی» اسلامی است که داعیه آبادانی دنیا را ندارد و برای رستگاری اخروی اصالت قایل است (مظاهری، ۱۳۸۹، ص ۳۲۵).

بنابراین هدف از شرکت در مراسم عزاداری مطابق این گفتمان، کسب اجر معنوی و تصفیه روح و روان از آلودگی گناهان است؛ زیرا جاری کردن اشک بر امام حسین^ع موجب آموزش تمامی گناهان فرد می‌گردد و در نهایت، بهشت برین را به ارمغان خواهد آورد.

بنابراین در صورتی که «اسلام سنتی» بر هیأت‌های عزاداری حاکم باشد، هیأت ظرفیت و استعداد تبدیل شدن به «حوزه عمومی» را نخواهد داشت. در مقابل، «اسلام سیاسی» و همچنین قرائت انقلابی از واقعه عاشورا همواره در پی تأثیرگذاری بر ساختار اجتماعی و اصلاح جامعه است و - همچنان که بیان گشت - در برخی برهه‌های تاریخی این دسته از هیأت‌ها تحولات اجتماعی و سیاسی عمیقی را از خود برجای گذاشته‌اند.

مضمون دیگری که در کنار «اسلام سیاسی» مطرح شده مضمون «معنویت‌گرایی» است. مضمون «معنویت‌گرایی» شارح تمایزاتی است که بین «نگاه ملکی» و «نگاه ملکوتی» حاکم بر حوزه عمومی غربی و حوزه عمومی قدسی قرار دارد.

«حوزه عمومی» هابرماس مبتنی بر مفهوم «جامعه» است، اما «حوزه عمومی قدسی» مبتنی بر مفهوم «امت» است.

طه عبدالرحمن دو نوع کنش «تعاونی» و «تعارفی» را از هم متمایز می‌کند. وی «کنش تعاونی» را مخصوص «جامعه» و «کنش تعارفی» را مخصوص «امت» می‌داند.

از منظر طه عبدالرحمن «جامعه» مجموعه‌ای است از افرادی که برای دستیابی به نیازها و بهره‌مند شدن از خدمات، در کنار هم به فعالیت می‌پردازند. محور حیاتی در جامعه، همکاری و تعاون با هدف غایی حفظ اجتماع و برآورده شدن نیازهاست و نوع همکاری اهمیتی ندارد که تعاون بر خیر باشد یا شر، معروف باشد یا منکر. به علت وجود دو نوع تعاون، آیه شریفه به یکی امر و از دیگری منع می‌کند: «تَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَ التَّقْوَىٰ وَ لَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْاِثْمِ وَ الْعُدْوَانِ» (مائده: ۲).

در مقابل، طه عبدالرحمن «امت» را اجتماعی معرفی می‌کند که با نصب‌العین قرار دادن ارزش‌های اخلاقی با واسطه «کنش تعارفی» در مسیر کمال حرکت می‌کند. حقیقت «کنش تعارفی» همان همکاری در عمل به معروف و ترک منکر است، و همه منافعی که می‌تواند به ارتقای شأن انسان کمک کند، در دایره امور نیک و شایسته (معروف)، و همه کارهایی اموری که می‌تواند این انسانیت را به انحطاط بکشد، در دایره کارهای زشت (منکر) قرار می‌گیرد (خانم‌محمدی و دیگران، ۱۳۹۹).

از نظر طه عبدالرحمن، چون محور مهم در جامعه، تعاون با هدف غایی حفظ اجتماع و برآورده شدن نیازهاست و نوع همکاری اهمیتی ندارد، این امر می‌تواند به پدید آمدن روابط سرکوبگر و شکل‌گیری وقاحت در تعامل با دیگران بینجامد (همان). حل مشکل از نظر وی، تنها با پناه بردن به اصلی اسلامی میسر است که تعامل میان جوامع را به رتبه «کنش تعارفی» ارتقا می‌دهد (همان).

بنابراین بر «حوزه عمومی» هابرماس نگاه مِلکی حاکم است و تنها به تأمین نیازهای دنیوی بشر اهتمام دارد، اما «حوزه عمومی قدسی» با نگاهی ملکوتی در پی ارزش‌های الهی است. البته این بدان معنا نیست که حوزه عمومی قدسی نسبت به دنیا و نیازهای مادی و دنیوی انسان‌ها التفاتی ندارد، بلکه تأمین این نیازها براساس ارزش‌های الهی شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر دنیایی را در مسیر آخرت ترسیم می‌کند.

این تفاوت در جهاندانی، یعنی نگاه ملکی یا ملکوتی، نشئت گرفته از نوع عقلانیتی است که بر هریک از این حوزه‌های عمومی حاکم است. هابرماس در پی تحقق عقلانیت ارتباطی است که - درواقع - همان «عقلانیت مدرن سکولار» است و در مقابلش «عقلانیت وحیانی یا قدسی» قرار می‌گیرد. هریک از این دو نوع عقلانیت حوزه عمومی مختص خود را رقم می‌زند؛ زیرا نوع نگاه آنها به هستی (جهاندانی) و نحوه مدیریت جامعه (جهانداری) و تزیین جهان با برخی ویژگی‌ها از سوی آنها با یکدیگر متفاوت است. پس روشن است که «حوزه عمومی قدسی» با «حوزه عمومی غربی» تمایز بنیادین دارد.

«عقلانیت ارتباطی» هابرماس هیچ معنا و حقیقتی برای هستی قائل نیست تا به دنبال کشف آن باشد، بلکه حقیقت را صرفاً توافقات انسانی می‌داند و ماورای توافق بین انسان‌ها معنا و حقیقتی در بین نیست. پس خدا، آخرت و دین هیچ جایگاهی در اندیشه هابرماس ندارند و چیزی جز دنیا و نیازهای دنیوی برای بشر قابل تصور نیست. اما «عقلانیت قدسی» قائل به معنادار بودن جهان و هستی است.

در منظومه «عقلانیت و حیانی» جهان یکپارچه است و انسان جزئی از کلیت جهان به شمار می‌آید. از این رو وقتی از «ارتباط» انسان بحث می‌شود، همواره ارتباط انسان با خدا، ارتباط انسان با خلق خدا (یعنی طبیعت و...)، ارتباط انسان با انسان‌های دیگر و سرانجام ارتباط انسان با خویشتن به‌منابه انسان، مطرح است. مطالعه ارتباط انسان با انسان، بدون در نظر گرفتن سایر ابعاد کامل نیست (خانمحمدی، ۱۳۹۱).

به عقیده علامه طباطبائی، معناداری عالم مستلزم «قیامت» و حساب و کتاب است و اگر «عقبا» نباشد، نمی‌توان از معنادار بودن عالم سخن گفت (همان). «دین» یکی از مهم‌ترین چیزهایی است که تمام این معانی را برای ما تشریح و تفسیر می‌کند و مهم‌ترین منبع جهاندانی ما به شمار می‌رود. پس «حوزه عمومی قدسی» مبتنی بر دین و ارزش‌های الهی شکل می‌گیرد.

با این توضیحات، مبرهن است که این دو نوع عقلانیت، دو نوع حوزه عمومی مختص خود را ایجاد خواهند کرد.

طبق داده‌های گردآوری شده، «انگیزه و نیت» دیگر مضمون فراگیری است که در پاسخ به «چرایی» هیأت به‌دست آمده و «کسب معرفت و اندیشه دینی» و «عاطفه و احساس» دو مضمون سازمان‌دهنده مهمی هستند که در ذیل مضمون «انگیزه و نیت» بیان گشته‌اند.

یکی از مهم‌ترین انتقاداتی که به نظریه «حوزه عمومی» هابرماس وارد است، بی‌توجهی به «کنش عاطفی» است. او و دیگر اندیشمندان تجددگرایی تنها برای «عقلانیت» ارزش قائل بودند و دیگر کنش‌ها را ارزشمند قلمداد نمی‌کردند. هابرماس تنها راه نجات جامعه و بر ساخت حوزه عمومی مدنظر خود را در «عقلانیت ارتباطی» می‌داند و عاطفه و احساس در اندیشه او اهمیتی ندارند و مذموم شاخته می‌شوند.

اما مطابق مصاحبه‌های انجام‌گرفته در هیأت‌های عذاراری «کنش عاطفی» در کنار «عقلانیت دینی» بسیار مدنظر قرار گرفته است. مطابق این دیدگاه، انسان از دو بعد «عاطفه» و «عقلانیت» برخوردار است که هر یک نقش و کارکرد ویژه‌ای ایفا می‌کند. انسان‌ها برای انجام بسیاری از کارهای خود نیازمند عاطفه و احساس هستند. این عاطفه منشأ بسیاری از کنش‌های انسانی است و بدون آن انسان توانایی انجام بسیاری از امور سخت را ندارد. عاطفه به‌منزله موتور محرکی است که عقلانیت را پیش می‌برد و به آن یاری می‌رساند. در اندیشه اسلامی، عاطفه به هیچ وجه مذموم نیست، بلکه نعمت ویژه‌ای از سوی خداوند است. متنها این عاطفه باید بر مبنای عقلانیت شکل

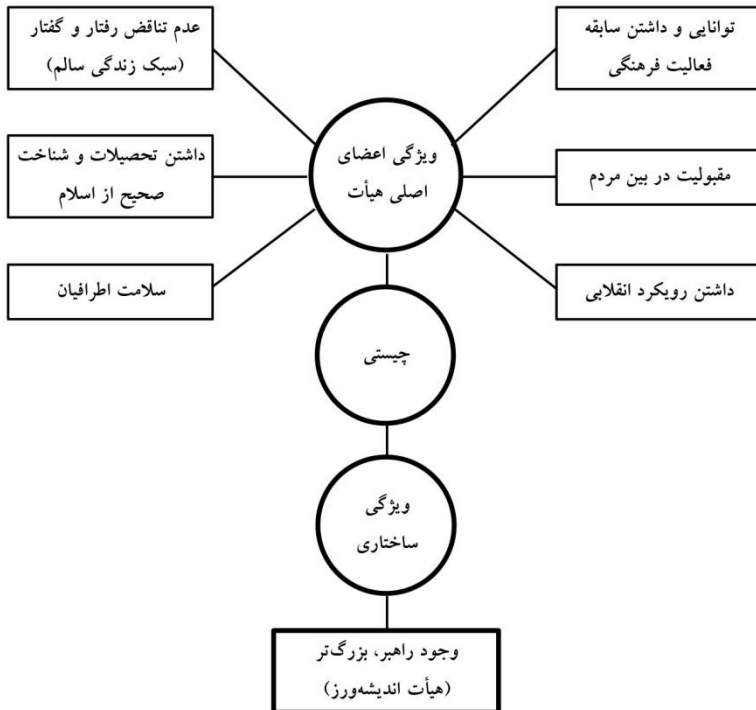
بگیرد و تا زمانی که کنش عاطفی بر مبنای عقلانیت باشد، نه تنها مذموم نیست، بلکه بسیار مطلوب بوده و موجب سعادت انسان است.

بنابراین در «حوزه عمومی قدسی»، «عقلانیت» و «عاطفه» هر دو با هم حضور دارند و موجب هم‌افزایی یکدیگر می‌شوند. به عبارت دیگر «حوزه عمومی قدسی» از دو «حوزه عمومی عقلانی» و «حوزه عمومی عاطفی» تشکیل شده است.

آخرین مضمون که در حیطة فراگیر «انگیزه و نیت» مندرج است، «احیا و گسترش دین» است. بسیاری از افراد برای بزرگداشت شعائر اسلامی و تبلیغ دین، به برگزاری و یا شرکت در هیأت‌های عزاداری اقدام می‌نمایند. هرچند این مضمون در ذیل مضمون «انگیزه و تحلیل» ذکر شده است، لیکن تحلیل جامعه‌شناختی مناسک و شعائر در خصوص «چگونگی» است. از این‌رو تحلیل این مضمون در آن بخش ارائه می‌گردد:

۳-۴. چِستی هیأت

در این بخش به تحلیل داده‌هایی می‌پردازیم که راجع به «چِستی» (یعنی ویژگی‌های هیأت به‌مثابه حوزه عمومی قدسی) است. شبکه مضامین ذیل مضمون‌های استخراج‌شده این بخش را به نمایش می‌گذارند.



نمودار ۲: چِستی هیأت

چیستی	ویژگی اعضای اصلی هیأت (مداح، سخنران، اعضای مدیریتی)	عدم تناقض رفتار و گفتار	شخص مداح باید تمام و کمال همان باشد که می‌گوید. قطعاً سبک زندگی این افراد در رصد اعضای هیأت هست. اگر چیزی بگویند که مخالف عملکردشان باشد موجب ریزش در هیأت خواهد شد و در ذهن مخاطب سؤال ایجاد خواهد کرد. برای تأثیرگذاری، افراد باید خودشان عامل باشند.
		توانایی داشتن سابقه فرهنگی	اعضا باید صاحب تجربه باشند، که البته به تدریج به تجربه می‌رسند.
		مقبولیت بین مردم	مداح را مردم باید قبول داشته باشند.
		داشتن رویکرد انقلابی	شما می‌گویید: «مداح سیاسی» و «مداح انقلابی»؛ من می‌گویم: اصلاً این را نمی‌توانید از ساحت حضرت سیدالشهدا <small>علیه السلام</small> جدا بکنید اصل انقلابیگری مال ابی‌عبدالله است، اصلاً ماجرای انقلابیگری را او به راه انداخته است.
		داشتن تحصیلات و شناخت صحیح از اسلام	مداح زمانی می‌تواند موفق باشد که با سواد باشد. اعضای هیأت باید صاحب اندیشه باشند. مداح باید اهل مطالعه باشد تا بتواند شعری که می‌خواند و نکته‌ای که می‌گوید تأثیرگذار باشد. سخنران و مداح باید شناخت درستی از اسلام و اقتضائات زمان داشته باشند.
		سلامت اطرافیان	اطرافیان سالم باشد.
	ویژگی ساختاری هیأت	وجود راهبر و بزرگ‌تر در هیأت	تا زمانی که یک اندیشه‌ورز بالای سر هیأت نباشد این مجموعه فقط یک هیأت سینه‌زنی است. خیلی از مشکلات «هیأت‌نارثه» به علت نبود راهبر و بزرگ‌تر است. عمدتاً هیأت‌هایی موفق بوده‌اند که بزرگ‌تر داشته‌اند و به لحاظ نظری و عملی کاربرد بوده‌اند. این بزرگ‌تر نقش خیلی مهمی می‌تواند در هیأت ایفا کند، متأسفانه از آن غفلت می‌شود.

جدول ۲: چیستی هیأت

مطابق مصاحبه‌های انجام‌گرفته و مضامین استخراج‌شده، مداح، سخنران و اعضای مدیریتی هیأت نقش بسزایی در مدیریت و راهبرد هیأت ایفا می‌کنند و برای اینکه هیأت بتواند به‌منابه «حوزه عمومی» عمل کند این افراد باید از ویژگی‌هایی برخوردار باشند.

ویژگی‌هایی که برای اعضای اصلی هیأت، اعم از مداح، سخنران و حلقه مدیریتی ذکر شده عبارتند از: داشتن تحصیلات، سبک زندگی سالم، عدم تناقض رفتار با گفتار، سلامت اطرافیان، داشتن رویکرد انقلابی، سابقه فعالیت فرهنگی، توانایی، مقبولیت بین مردم، شناخت صحیح اسلام.

همچنین یک ویژگی نیز برای ساختار هیأت در نظر گرفته شده و آن عبارت است از: وجود یک راهبر یا هیأت اندیشه‌ورز (وجود بزرگ‌تر) در رأس هیأت.

وجه اهمیت مداح، سخنران و اعضای مدیریتی هیأت به سبب جایگاهی است که به‌عنوان «پیام‌فرست» در فرایند ارتباطات بر عهده دارند. زمانی هیأت می‌تواند به‌مثابه «حوزه عمومی قدسی» عمل کند که ارتباطات درون این «حوزه عمومی» به نحو صحیح شکل بگیرد تا هدف از ارتباطات حاصل گردد. از این رو هریک از عناصر و ارکان ارتباطات باید دارای ویژگی‌هایی باشند. در همین زمینه مسئله «اعتبار منبع» مطرح می‌شود.

یکی از موضوعات محوری در مباحث ارتباطات، اعتبار منبع و ویژگی‌های مبدأ پیام است. ارسطو، نخستین روانشناس اجتماعی، بیش از سیصد سال قبل از میلاد حضرت مسیح ﷺ به اهمیت اعتبار منبع اذعان داشته و معتقد بوده است: «گفتار نیک‌مردان را کامل‌تر و آسان‌تر از دیگران باور می‌کنیم» (خانم‌محمدی، ۱۳۸۶).

۱-۳-۴. ویژگی‌های پیام‌فرست

ویژگی‌هایی که برای «پیام‌فرست» ذکر شده عبارتند از:

۱-۳-۴-۱. داشتن تحصیلات و شناخت صحیح از اسلام

هیأت زمانی می‌تواند به‌مثابه «حوزه عمومی» عمل کند که «پیام‌فرست» بتواند پیام‌هایی را متناسب با «حوزه عمومی قدسی» ارسال کند، و این زمانی اتفاق می‌افتد که پیام‌فرست خود دانش کافی و شناختی صحیح از آموزه‌ها و معارف دینی داشته باشد. در غیر این صورت ارزش‌های غیرالهی ارسال شده، ارتباطات قدسی را مختل کرده، در نهایت، «حوزه عمومی قدسی» را به انحراف می‌برند. در حدیثی از رسول اکرم ﷺ آمده است: «دین خداوند متعال را هرگز یاری نخواهد کرد، مگر کسی که به تمامی جوانب آن آگاهی داشته باشد» (همان).

۱-۳-۴-۲. عدم تناقض رفتار و گفتار

باید میان رفتار و گفتار (پیام) پیام‌فرست تناقضی نباشد؛ زیرا این تناقض حاصل عدم صداقت در گفتار است. پیام زمانی می‌تواند بر مخاطبان تأثیرگذار باشد که مخاطبان (گیرندگان پیام) به صداقت پیام‌فرست ایمان داشته باشند تا پیام وی را بپذیرند و از آن تأثیر بگیرند.

۱-۳-۴-۳. سلامت اطرافیان

دیگر ویژگی مطرح‌شده در مصاحبه‌ها «سالم بودن اطرافیان پیام‌فرست» است؛ زیرا گیرندگان پیام اطرافیان پیام‌فرست را نیز جزئی از سبک زندگی او به حساب می‌آورند، و در صورتی که وی از اطرافیان سالم و ارتباطات سالمی برخوردار نباشد، سبک زندگی وی را معیوب لحاظ کرده و در نهایت، حکم به تناقض رفتار و کردار می‌نمایند،

که در سطور پیشین بدان پرداخته شد. همچنین هر شخصی متأثر از اطرافیان خویش است و به انحای گوناگون می‌تواند از آنان تأثیر بپذیرد.

۴-۱-۳. داشتن رویکرد انقلابی

چون «حوزه عمومی» رویکرد اصلاحی و انقلابی نسبت به شرایط اجتماعی سیاسی دارد، پیام‌فرست نیز باید از رویکردی انقلابی برخوردار و از محافظه‌کاری بدور باشد.

۴-۱-۵. مقبولیت بین مردم

پیام‌فرست آنگاه می‌تواند در مخاطبان تأثیرگذار باشد و پیام خود را به آنان انتقال دهد که گیرندگان پیام نسبت به پیام‌فرست از دیدگاه مثبت و مطلوبی برخوردار باشند. در صورت نگاه منفی به پیام‌فرست، مانعی بزرگ در فرایند برقراری ارتباطات وجود دارد که آن را دچار اختلال خواهد کرد و گیرندگان پیام از دریافت پیام خودداری خواهند نمود. اما اینکه چگونه پیام‌فرست باید مقبولیت کسب کند، بحث جداگانه‌ای است که در بخش «چگونگی» به برخی از جوانب آن اشاره خواهد شد.

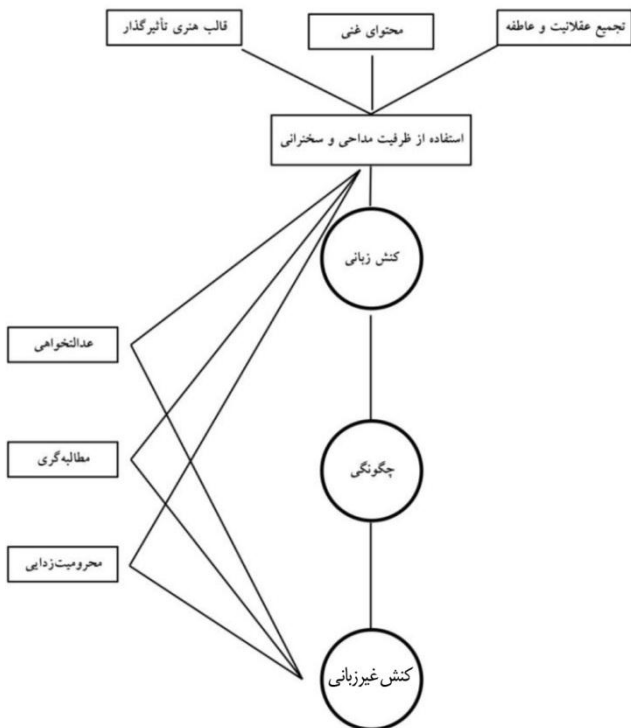
۴-۱-۶. توانمندی و داشتن سابقه فعالیت فرهنگی

برقراری ارتباطات در برخی موارد، از جمله در فعالیت‌های فرهنگی از فرایندهای پیچیده‌ای برخوردار است. از این‌رو نیازمند توانایی‌های ویژه‌ای است. از جمله این توانایی‌ها می‌توان به مخاطب‌شناسی، شناخت مسائل و چالش‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی روز، و آشنایی با نحوه تربیت اشاره کرد.

از مهم‌ترین ویژگی‌هایی که برای ساختار هیأت مدنظر بوده، وجود یک بزرگ‌تر و یا یک راهبر است. مجموعه هیأت‌زاداری برای یک کار تشکیلاتی دینی و فرهنگی نیازمند راهبری است که خود از توانایی‌های لازم و تجربه کافی برخوردار باشد و بتواند مجموعه را مدیریت کند. بنابر اذعان برخی صاحب‌شوندگان، مجموعه‌هایی در کار فرهنگی و دینی موفق بوده‌اند که از وجود یک بزرگ‌تر و یا یک راهبر برخوردار بوده‌اند. این «بزرگ‌تر» یا «راهبر» معمولاً از سن و سال بیشتر و از تجربه لازم برخوردار است. همچنین وی دارای معلومات دینی و فرهنگی بالایی است.

۴-۴. چگونگی هیأت

در بخش چگونگی هیأت به بیان این موضوع می‌پردازیم که هیأت چگونه به‌مثابه «حوزه عمومی قدسی» عمل می‌کند؟ برای نیل به این منظور ابتدا داده‌های گردآوری‌شده در قالب شبکه مضامین ارائه می‌گردند و سپس به تحلیل و تفسیر آنها می‌پردازیم:



نمودار ۳: چگونگی هیأت

<p>کنش زبانی (استفاده از ظرفیت مداحی و سخنرانی)</p>	تجمیع عقلانیت و عاطفه	حضرت آقا (مقام معظم رهبری) گفتند: «عاطفه»، «عقل» و «حماسه»؛ این سه عنصر باید با هم باشند.
	محتوای غنی	عقلانیت در مداحی بازتاب داشته باشد. محتوا هم خیلی مهم است؛ نباید فرم‌زده شد. از همان سال‌های ابتدایی دغدغه محتوا داشته باشیم. مردم را صاحب تحلیل بکنید.
	قالب هنری تأثیرگذار	استفاده از شعر و کلام برای تبلیغ محرومیت‌زدایی و دستگیری از ایتم و مستضعفان؛ باید هنرمندانه کار کرد. فضای هیأت و نوع تبلیغات هیأت بسیار مهم است... از ابزارهای ارتباطی و تبلیغی مقبول متناسب با روز استفاده شود.
	عدالت‌خواهی	دین می‌خواهد همه را با هم بالا ببرد و رشد نباید کاریکاتوری باشد؛ مثل کمک و هموعی در زلزله، خیریه آموزش و مانند آن. اگر این دسته از فعالیت‌ها را داشته باشیم می‌توانیم جریان‌سازی کنیم. درد جامعه را بگوییم. یقه مسئول را بگیریم.

چگونگی	کنش غیرزبانی	مطالبه‌گری	هیأت باید مطالبه‌گری کند، در عرصه عدالت اقتصادی و عدالت اجتماعی. ما به جای اینکه حرف بزنی، اگر درد مردم را بگوئیم مردم استقبال می‌کنند.
		محرومیت‌زدایی	حضور عملی اعضای هیأت در بستر اجتماع موثرترین راهکار برای تعامل است. دین می‌خواهد همه را با هم بالا ببرد و رشد نباید کاریکاتوری باشد؛ مثل کمک و هموعی در زلزله، خیریه آموزش و مانند آن. اگر این دسته از فعالیت‌ها را داشته باشیم می‌توانیم جریان‌سازی کنیم.
		عدالت‌خواهی مطالبه‌گری محرومیت‌زدایی	در تجمع و راهپیمایی اعتراضی (مربوط به حوادث امنیتی دی‌ماه ۱۳۹۶) گفتیم: درد مردم را بگوئید، مشکلات مردم را مطالبه کنید. هیأت فقط گریه نمی‌کند، سینه نمی‌زند، بلکه به داد مردم هم می‌رسد. ایجاد قرارگاه خیریه پناه برای محرومیت‌زدایی و اشتغال.

جدول ۳: چگونگی هیأت

از مهم‌ترین کارکردهای «حوزه عمومی»، تأثیرگذاری بر افکار عمومی است. به‌عبارت دقیق‌تر، زمانی می‌توان از «حوزه عمومی» سخن گفت که افکار عمومی انتقادی شکل گرفته باشد. هابرماس زوال «حوزه عمومی» را زمانی می‌داند که افکار عمومی انتقادی جای خود را به افکار عمومی منفعلانه داده، و افراد منتقد فرهنگی به افراد منفعل و مصرف‌کننده فرهنگی تبدیل شده باشند و این ناشی از نفوذ اصحاب قدرت و ثروت است که از طریق رسانه‌های جمعی و مطبوعات، افراد جامعه را به سمت آگهی و تبلیغات تجاری در جهت تأمین منافع خود سوق می‌دهند.

پس از شکل‌گیری افکار عمومی، «حوزه عمومی» به‌منابه «حوزه سیاسی غیررسمی» می‌تواند بر حکومت و ساختار اجتماعی تأثیرگذار باشد و به عنوان مصلح اجتماعی عمل کند. بنابراین در این بخش از نوشتار این مسئله را بررسی می‌کنیم که هیأت چگونه می‌تواند بر شکل‌گیری افکار عمومی و بر ساختار اجتماعی اثرگذار باشد؟

همچنان‌که اشاره شد، «حوزه عمومی قدسی» تفاوت‌های بنیادینی با حوزه عمومی غربی دارد. هابرماس تنها قوانینی را مشروع می‌داند که از «حوزه عمومی» و از طریق کنش ارتباطی برخاسته باشد، و حال آنکه «حوزه عمومی قدسی» بر محور ارزش‌های الهی و اسلامی و تحقق آنها شکل می‌گیرد. با توجه به این نکته، مسئله این بخش را می‌توان این‌گونه بیان کرد که هیأت به‌منابه حوزه عمومی چگونه افکار عمومی را منطبق با ارزش‌های الهی شکل می‌دهد؟ و چگونه می‌تواند ساختار اجتماعی و حکومت را مطابق ارزش‌های الهی تحت تأثیر قرار دهد؟

هیأت به‌منابه «حوزه عمومی قدسی» تنها بر «کنش زبانی» تکیه ندارد و بر «کنش غیرزبانی» نیز تأکید دارد که در ادامه به تشریح هریک می‌پردازیم:

۵. استفاده از ظرفیت مداحی و سخنرانی

«مداحی» و «سخنرانی» دو رکن اساسی هیأت‌های عزاداری هستند که در انتقال ارزش‌های عاشورایی و شکل‌گیری افکار عمومی نقش بسزایی ایفا می‌کنند. مطابق نظریه «کارکردگرایانه گفتار»، کارکرد مداح و سخنران در هیأت‌های عزاداری عبارت است از: ایجاد درک مشترک میان مخاطبان و ایجاد نوعی اجماع ذهنی براساس آموزه‌های عاشورایی و ارزش‌های الهی.

مداح و سخنران از طریق «کنش زبانی» سعی بر این دارند تا با انتقال مفاهیم و ارزش‌های الهی بر مخاطبان تأثیر بگذارند. اما این تأثیرگذاری صرفاً بر ساحت اندیشه نیست، بلکه «عقلانیت» و «عاطفه» هر دو با هم مد نظرند؛ یعنی سعی می‌شود افراد، هم در ساحت اندیشه به یک افکار عمومی مشترک دست یابند و هم در ساحت عاطفه و احساس به یک احساس جمعی مشترک برسند. به عبارت دیگر «حوزه عمومی عقلانی» و «حوزه عمومی عاطفی» هر دو با هم شکل می‌گیرند.

پیام‌هایی که از جانب مداح و سخنران ارسال می‌گردند باید از محتوایی غنی برخوردار باشند، به گونه‌ای که بتوانند اندیشه مخاطبان را رشد دهند و معرفت آنان را نسبت به معارف الهی و ارزش‌های عاشورایی افزایش دهند. اگر هدف «حوزه عمومی قدسی» تأثیرگذاری بر ساختار اجتماعی و سیاسی جامعه است تا آن را به سمت ارزش‌های الهی سوق دهد، لازمه‌اش شناختی دقیق از دین الهی است.

شرط دیگری که حائز اهمیت است استفاده از قالب هنری تأثیرگذار است. برای تبلیغ دین و انتقال ارزش‌های الهی، به منظور تأثیرگذاری بر اندیشه مخاطبان، باید از قالب‌هایی استفاده نمود که برای مخاطبان جذاب باشد تا زمینه تسهیل دریافت و فهم پیام را فراهم سازد.

«حوزه عمومی» بر جماعت منتقد و تحلیلگر فرهنگی استوار است، نه بر جماعت منفعل و مصرف‌کننده فرهنگی. بر این اساس محتوای مداحی و سخنرانی باید از رویکردی انقلابی، مطالبه‌گرانه و عدالتخواهانه برخوردار باشد تا افراد را به عموم منتقد و فعال تبدیل کند و از حالت تخدیری و منفعلانه خارج سازد.

تا اینجا مطالبی که ارائه گشت، مبتنی بر عنصر «زبان»، «کنش زبانی» یا «ارتباط کلامی» بود. ارتباطات و کنش‌های اجتماعی که در درون «حوزه عمومی قدسی» انجام می‌شود براساس «الگوی تلفیقی» است؛ یعنی هم «کنش زبانی» است و هم «کنش غیرزبانی». الگوی هابرماس صرفاً مبتنی بر «کنش زبانی» بود و او سعی کرد با چرخش از «فلسفه آگاهی» به «فلسفه زبان» با استفاده از عنصر «زبان» به «کنش ارتباطی» دست یابد؛ اما در «حوزه عمومی قدسی» علاوه بر «کنش زبانی» از «کنش غیرزبانی» نیز بهره گرفته می‌شود.

اندیشه و احساسات افراد صرفاً از طریق ارتباط کلامی تأثیر نمی‌پذیرد، بلکه ارتباطات غیرکلامی نیز بسیار حائز اهمیت‌اند؛ یعنی بدین‌گونه نیست که برای تأثیرگذاری بر افکار و شکل‌گیری افکار عمومی، تنها عنصر «زبان» کارگشا باشد، بلکه در بسیاری از موارد، اندیشه و افکار متأثر از ارتباطات غیرکلامی است.

حدیث «كُونُوا دُعَاةً لِلنَّاسِ بِغَيْرِ اَلْسِنَتِكُمْ لِيَرَوْا مِنْكُمْ اَلْوَرَعَ وَ اَلْاِحْتِهَادَ وَ اَلصَّلَاةَ وَ اَلْخَيْرَ فَاِنَّ ذَلِكَ دَاعِيَةٌ» (کلینی، ۱۳۹۷، ج ۲، ص ۷۸) ناظر به همین نکته است. در این حدیث که از امام صادق علیه السلام نقل شده است، دعوت به دین و ارزش‌های الهی را از طریق «کنش غیرزبانی» توصیه می‌کند. در بسیاری از ساحت‌های فردی و اجتماعی شدت تأثیرگذاری از طریق «کنش غیرزبانی» بیشتر است. از این رو برای شکل‌گیری «حوزه عمومی قدسی» نباید به «ارتباط کلامی» و «کنش زبانی» اکتفا کرد. در نمونه در دست مطالعه این پژوهش (یعنی «هیأت ثارالله» زنجان) این امر مشهود بوده و در مصاحبه‌های انجام‌گرفته بدان اشاره شده است.

«عدالتخواهی»، «مطالبه‌گری» و «محرومیت‌زدایی» مضامین مهمی هستند که در کنش غیرزبانی نیز مطمح‌نظر قرار گرفته‌اند.

در بحث «عدالتخواهی» و «مطالبه‌گری» نباید صرفاً به «کنش زبانی» اکتفا نمود. هرچند «عدالتخواهی» و «مطالبه‌گری» در کنش زبانی (مداحی / سخنرانی) نیز دارای اهمیت بوده و تأثیرگذار است، لیکن اقامه عدالت و مطالبه‌گری در «کنش غیرزبانی» نیز از اهمیت شایانی برخوردار است و تأثیر آن به مراتب بیش از «کنش زبانی» است. «کنش غیرزبانی» نیز هر دو ساحت «عقلانیت» و «عاطفه و احساس» را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.

آبراهام مازلو به پنج دسته نیازهای فطری اشاره می‌کند:

۱. نیازهای جسمی؛ ۲. نیاز به ایمنی؛ ۳. نیاز به روابط اجتماعی و محبت؛ ۴. نیاز به تأیید و احترام؛ ۵. نیاز به خویشتن‌یابی (رفیع‌پور، ۱۳۸۷، ص ۴۱).

یکی از مهم‌ترین منابع تولید ارزش در جامعه، نیازهای انسانی است. همچنان‌که اشاره شد، انسان دارای برخی نیازهای فطری است و این نیازها برای انسان‌ها ارزش محسوب می‌شود. وسایل و واسطه‌هایی که به تأمین این نیازها کمک کنند نیز با ارزش تلقی می‌شوند.

هیأت‌های عزاداری در صورتی که مرجع پاسخ‌گویی به این نیازها و تأمین آنها شناخته شوند به یک «ارزش» تبدیل خواهند شد. زمانی که هیأت عزاداری به‌منابه یک گروه مرجع تلقی شود، افراد ارزش‌ها و اندیشه‌های خود را تابع هیأت عزاداری قرار می‌دهند و ارزش‌های الهی و عاشورایی هیأت به افکار عمومی تبدیل خواهد شد. در این صورت، لایه دیگر فرهنگ، یعنی هنجارها نیز مطابق ارزش‌های الهی شکل خواهد گرفت.

تبدیل شدن به الگوی مرجع و تأثیرگذاری بر افکار، صرفاً بعد عقلانی ندارد، بلکه عاطفه و احساس نیز نقش دارد. حتی می‌توان ادعا نمود که در چنین مواردی نقش عاطفه و احساس بیش از عقلانیت است.

در صورتی که ارزش‌های الهی در قالب اسلام سیاسی به افکار عمومی جامعه تبدیل شوند، نیازها، خواسته‌ها و قوانین و الگوی مطلوب اجتماعی جامعه نیز مطابق این ارزش‌ها شکل خواهند گرفت.

«اقتصاد» و «امنیت» علاوه بر «فرهنگ» از جمله عرصه‌هایی هستند که هیأت عزاداری می‌تواند به‌عنوان کنشگر اجتماعی عمل نماید و از طریق «کنش غیرزبانی» در این زمینه‌ها بر افراد جامعه تأثیر بگذارد.

نیازهای اقتصادی بیشتر مدنظر افراد جامعه قرار می‌گیرند و نیاز اساسی تلقی می‌شوند و در بسیاری از بحران‌های اجتماعی، اقتصاد نیز دچار مشکل می‌شود.

«جماعت جوانمردان» یا «اهل فتوت» افرادی بودند که در بحران‌های امنیتی و اقتصادی به یاری مردم و قشر مستضعف می‌پرداختند و این عمل کارکردهای فراوانی در پی داشت. هیأت نیز در بسیاری از برهه‌های تاریخی در همین جایگاه ایفای نقش کرده است (برای مطالعه بیشتر، ر.ک: رحمانی، ۱۳۹۲).

جامعه ایران همواره در طول تاریخ آماج تهاجم دشمنان واقع شده و بحران‌های امنیتی فراوانی را تجربه کرده است. در دوران پس از انقلاب اسلامی نیز تجربه چنین بحران‌هایی وجود داشته است که برای نمونه می‌توان به دوران جنگ تحمیلی رژیم بعث عراق علیه ایران اشاره کرد.

در این دوران، گونه‌ای از هیأت‌های عزاداری شکل گرفتند که «هیأت‌های انقلابی دوران جنگ» نامیده می‌شوند. این گونه هیأت‌های مذهبی چندی پس از آغاز جنگ تحمیلی و برای تطبیق الگوی دفاع مقدس و واقعه عاشورا، براساس ایدئولوژی و آرمان‌های انقلاب اسلامی و با گفتمان «تشیع انقلابی و مبارزاتی»، در جبهه‌های جنگ و نیز در شهرها شکل گرفتند. این هیأت‌های عزاداری تأثیری چشمگیر در تقویت روحیه رزمندگان و معنابخشی به جنگ تحمیلی و تبدیل آن به دفاع مقدس ایفا کردند (مظاهری، ۱۳۸۹، ص ۳۶۸).

یکی از مضامینی که در بخش «چرایی» هیأت مطرح شد، مضمون «تعظیم شعائر» بود. اما چون این مفهوم با این بخش نیز تناسب داشت و تحلیل کارکرد تعظیم شعائر به فهم ما از «چگونگی» هیأت کمک می‌کند، از این رو این مضمون را در این بخش ارائه کردیم.

یکی از راه‌های ترویج ارزش‌های الهی و نهادینه شدن آنها در اذهان افراد، تجربه ایمانی و دینی است. زمانی که انسان ارزش‌هایی را در مقام عمل تجربه می‌کند آن ارزش‌ها را درونی می‌کند.

دین از دو رکن «باورها» و «اعمال» تشکیل شده است و باید این دو را در ارتباط با هم تحلیل کرد. نکته اساسی این است که باورها اعمال و مناسک را رقم می‌زنند و مناسک و اعمالی دینی نیز متقابلاً بر باورها تأثیرگذارند و موجب تعمیق باورهای دینی می‌شوند.

بنابراین برای حاکمیت ارزش‌های الهی نباید به ساحت نظر اکتفا کرد، بلکه باید این ارزش‌ها را در مقام عمل نیز تجربه نمود. کلام امام خمینی^ع دقیقاً ناظر به همین مسئله است که فرمود: «این محرم و صفر است که اسلام را زنده نگه داشته است» (موسوی خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۵، ص ۳۳۰)؛ زیرا اسلام نه فقط از مباحثات کلامی، بلکه از طریق تجربه ایمانی و از خلال شعائر نیز بقا یافته است. بنابراین برای ایجاد «حوزه عمومی قدسی» به بستری نیاز است تا مؤمنان ارزش‌های الهی را در آنجا تجربه کنند و هیأت عزاداری از مهم‌ترین مکان‌هایی است که این تجربه در آن روی می‌دهد.

یکی دیگر از مهم‌ترین کارکردهای شعائر، انتقال ارزش‌ها و هنجارهاست. بسیاری از افراد ارزش‌ها و هنجارهای دینی خود را در خلال مناسک دینی فرامی‌گیرند. بنابراین هیأت وظیفه تربیت افراد جدید را نیز برعهده دارد و آنان را مهیای ورود به «حوزه عمومی قدسی» می‌کند.

نتیجه‌گیری

با نگاهی به تاریخ اجتماعی جهان اسلام و تشیع، می‌توان دریافت که آیین سوگواری امام حسین^ع نقش بسزایی در تحولات اجتماعی و سیاسی ایفا کرده و همواره بر افکار عمومی جامعه تأثیرگذار بوده است. این به سبب ظرفیت عظیمی است که در نهضت عاشورا نهفته است. بنابراین فرضیه‌ای که به ذهن متبادر می‌شود این است که آیین سوگواری امام حسین^ع - که امروزه «هیأت» قالب رایج آن است - می‌تواند به‌مثابه «حوزه عمومی قدسی» عمل نماید و در برخی برهه‌های تاریخی، نمونه‌هایی از این «حوزه عمومی قدسی» را شاهد بوده‌ایم.

در بخش «چرایی»، مضامینی همچون «اسلام سیاسی» و «معنویت‌گرایی» ذیل مضمون فراگیر «مبانی فکری» قرار گرفت. مضمون «اسلام سیاسی» یکی از مهم‌ترین شرط‌های تبدیل هیأت به «حوزه عمومی» است که در کنار آن، مضمون «معنویت‌گرایی» قرار دارد که «حوزه عمومی» را به سوی «قدسی بودن» هدایت می‌کند و بیانگر یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های بنیادین بین «حوزه عمومی غربی» و «حوزه عمومی قدسی» است.

«کسب اندیشه دینی»، «گسترش دین»، «آثار روانی و عاطفی»، و «آثار اخلاقی» دیگر مضامینی هستند که در ذیل مضمون فراگیر «انگیزه و نیت» در بخش چرایی قرار دارند.

«حوزه عمومی قدسی» نه تنها عقلانیت، بلکه عاطفه و احساس را نیز دربر می‌گیرد.

در بخش «چستی» ویژگی‌هایی برای اعضای اصلی هیأت ذکر شده که عبارتند از: عدم تناقض رفتار با کردار، توانایی و داشتن سابقه فعالیت فرهنگی، داشتن تحصیلات و شناخت صحیح از اسلام، مقبولیت بین مردم، سلامت طرفیان، داشتن رویکرد انقلابی. همچنین ویژگی ضروری برای ساختار هیأت عبارت است از: دارا بودن یک رهبر و یا یک بزرگ‌تر که از تجربه و توانایی لازم برخوردار باشد تا هدایت مجموعه را برعهده گیرد. براساس تحلیل مضامین، هیأت در صورتی می‌تواند به‌مثابه «حوزه عمومی» عمل نماید که از ویژگی‌های مزبور برخوردار باشد و در غیر این صورت، با اختلال مواجه خواهد شد.

در بخش «چگونگی» نیز هیأت به‌مثابه «حوزه عمومی قدسی» که در پی ایجاد دنیایی در مسیر آخرت است و بر آن است تا سعادت دنیوی و اخروی را باهم تأمین کند، و در این مسیر، هم از «کنش زبانی» و هم از «کنش غیرزبانی» بهره می‌گیرد.

«مداحی» و «سخنرانی» دو رکن اصلی هیأت‌های عزاداری‌اند و مطابق نظریه «کارکردگرایانه زبان»، کارکرد مداح و سخنران در هیأت‌های عزاداری عبارت است از: ایجاد درک مشترک میان مخاطبان و ایجاد نوعی اجماع ذهنی براساس آموزه‌های عاشورایی و ارزش‌های الهی.

همچنین هیأت از طریق «کنش غیرزبانی» نیز می‌تواند بر تشکیل «حوزه عمومی قدسی» تأثیر بگذارد و آن زمانی است که هیأت از طریق «کنش غیرزبانی» بر تحقق ارزش‌های الهی در جامعه اهتمام داشته باشد و حکومت را نسبت به تحقق ارزش‌های الهی امر به معروف کرده و مطالبه‌گری و عدالتخواهی کند و خود نیز در جهت رفع نیازهای عامه مردم کنشگری نماید و از این طریق، علاوه بر حل مشکلات، افکار عمومی را نیز تحت تأثیر خود قرار دهد.

منابع

- حسینیان، روح‌الله، ۱۳۸۲، سه سال ستیز مرجعیت، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
- خانمحمدی، کریم و دیگران، ۱۳۹۹، «کنش‌رهای بخش در اندیشه طه عبدالرحمن»، معرفت فرهنگی/اجتماعی، ش ۴۳، ص ۶۸-۵۱
- خانمحمدی، کریم، ۱۳۹۱، «مقایسه عقلانیت ارتباطی با عقلانیت وحیانی (براساس دیدگاه‌های هابرماس و علامه طباطبائی)»، علوم سیاسی، ش ۵۷، ص ۳۱-۷۴.
- دهخدا، علی‌اکبر، ۱۳۷۳، لغت‌نامه، تهران، دانشگاه تهران.
- رحمانی، جبار، ۱۳۹۲، هیأت‌های عزاداری در جامعه ایرانی، اصفهان، آرما.
- _____، ۱۳۹۳، تغییرات مناسک عزاداری محرم، تهران، تیسرا.
- رفیع‌پور، فرامرز، ۱۳۸۷، آنا‌تومی جامعه، چ پنجم، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- زارعی، آرمان، ۱۳۹۴، «پست سکولاریسم؛ مذهب و حوزه عمومی در اندیشه یورگن هابرماس»، پژوهشنامه علوم سیاسی، ش ۲، ص ۷۰-۱۱۱.
- قبادی، علیرضا، ۱۳۹۵، اصلاح ساختاری و غنی‌سازی محتوایی مراسم دینی، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- _____، ۱۳۹۷، عاطفه‌گرایی و عقل‌گرایی در مراسم مذهبی، اصفهان، آرما.
- کلینی، محمدبن یعقوب، ۱۳۹۷، الکافی، چ چهارم، قم، دارالحدیث.
- کچوئیان، حسین، ۱۳۷۵، «اصلاح و سازماندهی محافل و مجامع دینی»، در: مجموعه مقالات بر سستی از حماسه و حضور، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی.
- گوردون، جیمز، ۱۳۹۷، درآمدی بر هابرماس، ترجمه هاشم آقابیگی‌پور و جلیل سحابی، تهران، جامعه‌شناسان.
- مظاهری، محسن حسام، ۱۳۸۹، رسانه‌تبیعه، چ سوم، تهران، شرکت چاپ و نشر بین‌الملل.
- _____، ۱۳۹۷، تراژدی جهان اسلام؛ عزاداری شیعیان ایران به روایت سفرنامه‌نویسان، مستشرقان و ایران‌شناسان از صفویه تا جمهوری اسلامی، اصفهان، آرما.
- موسوی خمینی، سیدروح‌الله، ۱۳۸۹، صحیفه امام، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ع).
- هابرماس، یورگن، ۱۳۹۲، دگرگونی ساختاری حوزه عمومی، ترجمه جمال محمدی، تهران، افکار.


تحلیل مضمون «سرمایه فرهنگی» به‌منابه امر متجسد و ذهنی در «نهج البلاغه»

msmeymand@yahoo.com

مریم سلیمانی میمند / دانشجوی دکتری علوم و معارف نهج البلاغه دانشگاه میبد

حمید حمیدیان / استادیار گروه علوم قرآن و حدیث دانشگاه میبد

hamidian.1392@yahoo.com

 orcid.org/0009-0007-2097-176X

zarezardini@meybod.ac.ir

احمد زارع زردینی / دانشیار گروه علوم قرآن و حدیث دانشگاه میبد

m.soltani@bou.ac.ir

مهدی سلطانی / استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم (ع)

 <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

دریافت: ۱۴۰۱/۰۸/۱۱ - پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۳

چکیده

«سرمایه فرهنگی» متجسد یکی از انواع سرمایه‌های فرهنگی است که در روش‌شناسی تحلیل اجتماعی جامعه‌شناس فرانسوی پیر بوردیو نقشی تعیین‌کننده دارد. این پژوهش در نظر دارد تا عناصر سرمایه فرهنگی متجسد و ذهنی را در «نهج‌البلاغه» بررسی و عرضه کند. به عبارت دیگر چطور می‌توان مصادیق سرمایه فرهنگی اسلامی را بر مبنای نظریه سرمایه فرهنگی را پویش نمود؟ مقاله حاضر با استفاده از روش «تحلیل تماتیک» سرمایه فرهنگی متجسد و ذهنی را در «نهج‌البلاغه» بررسی کرده است. نتایج حاصل شده بر این اساس است که ۲۰ مضمون اصلی مقایسه‌ای به صورت ۱۰ مضمون از نظریه بوردیو در مقابل ۱۰ مضمون دیگر از «نهج‌البلاغه» با یکدیگر مقایسه شده‌اند. همچنین ۲۴ مضمون فرعی از خوانش «نهج‌البلاغه» برای قوام بخشیدن به دامنه و ابعاد مضامین به دست آمده و در نهایت از شبکه مضامین به ۴ مضمون کلی رسیده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد در رویکرد غربی استنباط از «سرمایه فرهنگی» با رویکرد اسلامی دارای تفاوت‌های ماهوی است؛ بدین‌صورت که در دیدگاه بوردیو سرمایه فرهنگی با مقاصد دنیوی متناظر است، در حالی که نزد امیرمؤمنان علی (ع) با تعالی انسان و مقاصد انسانی و اخروی در تناظر است. همچنین سرمایه فرهنگی مدنظر بوردیو جنبه متجسد و عینی دارد و سرمایه فرهنگی از منظر امام جنبه ذهنی و انتزاعی دارد.

کلیدواژه‌ها: سرمایه، تحلیل تماتیک، سرمایه فرهنگی، نهج‌البلاغه، امیرمؤمنان علی (ع)، پیر بوردیو.

مقدمه

کتاب *نهج‌البلاغه* که برآمده از تفکرات، سویه‌های نظری و رویکردهای امیرمؤمنان علیؑ در طول زندگی گوهربارشان بوده، غنی از موضوعات و مفاهیم تربیتی، اخلاقی، سیاسی و اجتماعی است. در این بین مسئله «فرهنگ» در نظرات ایشان چندان محل بحث نبوده است. این موضوع به دو علت بوده است:

۱. تمرکز بر روی مراتب اخلاقی و اعتقادی گزاره‌های *نهج‌البلاغه*؛

۲. تمرکز بر نحوه زیست و زمامداری ایشان.

اما اگر واضح و روشن *نهج‌البلاغه* را بکاوییم مسئله «فرهنگ» در آن به خوبی مشخص و قابل ردیابی است. «سرمایه فرهنگی» یکی از مفاهیمی است که در جامعه‌شناسی متأخر مطرح شده است. پیروریو جامعه‌شناس و مردم‌شناس فرانسوی این مفهوم را در کنار تحلیل انواع دیگر سرمایه به‌مثابه روشی نوین برای فهم و درک جامعه مطرح کرده است.

۱. بررسی مفاهیم

۱-۱. سرمایه فرهنگی

«سرمایه فرهنگی» یکی از انواع سرمایه است که در روش‌شناسی تحلیل اجتماعی بوردیو جامعه‌شناس و مردم‌شناس فرانسوی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. وی به اجمال «سرمایه فرهنگی» را شامل ذائقه، منش، تمایز و سبک زندگی می‌داند؛ اما صرفاً به واسطه چنین گزاره‌ای خلاصه‌وار نمی‌توان به جنبه‌های دیگر سرمایه فرهنگی دست یافت. در نتیجه نیاز است به‌طور عمیق و موشکافانه «سرمایه فرهنگی» مدنظر بوردیو را بررسی نماییم:

۱-۲. انواع سرمایه فرهنگی

از نظر بوردیو «سرمایه فرهنگی» به سه صورت می‌تواند باشد:

۱-۲-۱. بعد ذهنی

این بعد شامل تمایلات و گرایش‌های روانی فرد نسبت به استفاده از کالاهای فرهنگی است. این حالت از سرمایه فرهنگی که نوعی ثروت بیرونی و بخش جدایی‌ناپذیر از فرد است و بوردیو آن را «سرمایه فرهنگی همراه با تولد» می‌نامد، نوعی آمادگی مداوم ذهنی بوده و قابل انتقال و یا اکتساب از طریق خرید و فروش یا مبادله نیست. این سرمایه بیشتر جنبه انتزاعی دارد و چندان قابل مشاهده نیست و به عینیت نمی‌رسد.

۱-۲-۲. بعد عینی

بعد عینی درست مقابل بعد ذهنی است و به عینیت می‌رسد و رؤیت‌پذیر بوده و قابل اندازه‌گیری است. این بعد میزان مصرف کالاهای فرهنگی فرد را شامل می‌شود و به مصرف محصولات فرهنگی بازمی‌گردد. این سرمایه در

اشیای مادی (مثل نوشتار، نقاشی، و ابزار) قابل انتقال است. از این‌رو، هم می‌توان بعد مادی برای آن قائل شد (سرمایه اقتصادی) و هم بعد نمادی (سرمایه فرهنگی).

۳-۲-۱. بعد نهادی

بعد مزبور مدارک و مدارج تحصیلی، علمی و فرهنگی فرد را شامل می‌شود و حالت نهادی شده نوعی رسمیت بخشیدن نهادی به سرمایه فرهنگی فرد است. این مدارک نوعی نرخ تبدیل بین سرمایه فرهنگی و اقتصادی برقرار می‌سازد و این کار را از طریق تضمین ارزش مادی برای یک سرمایه تحصیلی معین انجام می‌دهند (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱).

۲. هدف پژوهش

هدف پژوهش حاضر به صورت کلی مقایسه میان «سرمایه فرهنگی» مدنظر بوردیو است که جنبه متجسد و عینی دارد و «سرمایه» فرهنگی در اسلام که ویژگی ذهنی و انتزاعی دارد. برای دستیابی به عناصر / مضامین سرمایه فرهنگی اسلامی به کتاب گرانقدر *نهج‌البلاغه* مراجعه کردیم و سعی نمودیم از خوانش و تأمل در محتوای این کتاب، مضامین سرمایه فرهنگی اسلامی و ذهنی را استخراج و با مضامین سرمایه فرهنگی در نظریات بوردیو مقایسه نماییم تا بتوانیم برای شاخص‌های سرمایه فرهنگی بدیل‌هایی اسلامی و متناظر با فرهنگ اسلام شناسایی نماییم.

همچنین به نظر می‌رسد تعریف موجود از «سرمایه فرهنگی» به‌طور تام و کامل نمی‌تواند پاسخگوی عناصر متفاوت سرمایه فرهنگی در کشورهای دیگر و به تبع آن فرهنگ‌های دیگر باشد. از این‌رو نظریه بوردیو نمی‌تواند مبنایی برای بازشناسی عناصر سرمایه فرهنگی در دیگر فرهنگ و کشورها باشد.

یافتن بدیل‌هایی برای بازیابی سرمایه فرهنگی در فرهنگ اسلام که تا به امروز گرچه جسته و گریخته بدان پرداخته شده است، اما به نظر می‌رسد بحث‌هایی جدی حول آن می‌تواند صورت گیرد و مصادیق سرمایه فرهنگی اسلامی بر مبنای نظریه سرمایه فرهنگی پیگیری و پویش شوند.

پژوهش حاضر سعی دارد به این سؤالات پاسخ دهد که عناصر سرمایه فرهنگی در نظریه بوردیو که جنبه متجسد و عینی دارند، با کدام مفاهیم ذهنی به‌منابه سرمایه فرهنگی در *نهج‌البلاغه* قابل جایگزینی است؟ از این‌رو این پژوهش مقایسه‌ای میان عناصر متجسد سرمایه فرهنگی در نظریه بوردیو و عناصر برگزیده سرمایه فرهنگی و ذهنی در *نهج‌البلاغه* است. همچنین ارزیابی عناصر و مبنای سرمایه فرهنگی ذهنی از دیدگاه *نهج‌البلاغه* چه نتایجی در بردارند؟

در بررسی سرمایه فرهنگی متجسد و ذهنی، کاربردی‌سازی این نظریه و تطبیق آن در سطوح کلان فرهنگی براساس آموزه‌های *نهج‌البلاغه* جنبه نوآورانه این پژوهش است. وجه نوآوری بارز دیگر این پژوهش رویکرد انتقادی آن به سرمایه فرهنگی مدنظر نظریه‌پردازان (بوردیو) و به‌طور کلی غرب است که با مصنوعات فرهنگی سنجیده

می‌شود. همچنین دستاورد پژوهش می‌تواند روند سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌یات کلان نهادهای فرهنگی مبتنی بر نگاه امیرمؤمنان علیؑ به فرهنگ و سرمایه فرهنگی را تسهیل نماید.

۳. پیشینه بحث

در بررسی مفهوم «سرمایه فرهنگی» و ارتباط آن با نهج‌البلاغه پژوهش‌هایی هرچند کم، اما معنادار انجام شده است که بررسی آنها نشان‌دهنده اهمیت مسئله است. مرور پیشینه این پژوهش بر مبنای بیشترین نزدیکی با مفهوم «فرهنگ» و «سرمایه فرهنگی» انجام پذیرفته؛ زیرا گستره کارهای انجام‌شده بیشتر با مفاهیم مزبور صورت گرفته است.

کتاب *اسلام و سرمایه اجتماعی: با رویکرد فرهنگی* (فضیحی، ۱۳۸۹)، سرمایه اجتماعی و سرمایه فرهنگی را در قالب سرمایه اجتماعی بررسی کرده است. در این کتاب «سرمایه فرهنگی» در قالب سرمایه اجتماعی بررسی شده است؛ اما در پژوهش پیش‌رو خود سرمایه فرهنگی در تمام ابعادش بررسی خواهد شد. بحث دیگر تفاوت میان عناصر سرمایه فرهنگی و اجتماعی است. نویسنده با رویکرد کمی عناصر سرمایه اجتماعی مانند ارتباط با روش «پیمایشی» را بررسی کرده است.

مقاله «تعامل فرهنگ با سایر مؤلفه‌های قدرت ملی از دیدگاه امام علیؑ» (بابایی، ۱۳۸۴)، رفتار انسان را در ارتباط با مفهوم «فرهنگ» مطالعه کرده است.

مقاله «مبانی آموزش از دیدگاه امام علیؑ» (علوی، ۱۳۸۵)، موضوع «آموزش» را هدف قرار داده است. نکته اساسی در پژوهش مبحث «فرهنگ» در آموزش است که در هریک از بخش‌های مستتر در قالب گزاره‌های آموزشی بدان پرداخته شده است.

مقاله «تأثیر روابط میان فرهنگی بر شیوه زمامداری از دیدگاه حضرت علیؑ» (ولیخانی و رحمتی، ۱۳۹۱)، نظام فکری و فرهنگی امام علیؑ را بازخوانی کرده است. نتایج نشان می‌دهد که حضرت علیؑ فرهنگ‌های نادرست را با دلیل و منطقی روشن، رد و فرهنگ و آداب و رسوم صحیح را تأیید و مطابق با آن رفتار می‌کرده است.

مقاله «بررسی تطبیقی تربیت عقلانی از دیدگاه حضرت علیؑ و جان دیویی» (انصافی مهربانی و مدور، ۱۳۹۳)، نقاط اشتراک و افتراق رویکرد دو شخصیت را می‌کاود. مقاله با روش اسنادی «تربیت عقلانی» در گفتارهای حضرت و جان دیویی را مقایسه می‌کند. با توجه به گفتارهای امیرمؤمنانؑ در این نوشتار، می‌توان تربیت عقلانی را رشد و پرورش عقل را تعریف کرد.

مقاله «روش‌شناسی مواجهه امام علیؑ با فرهنگ اخلاقی جاهلیت در نهج‌البلاغه» (قاسم‌پور و شناسوند، ۱۳۹۶)، موضوع مرکزی حول «فرهنگ جاهلیت» قبل و بعد از برآمدن اسلام را بررسی می‌کند. این پژوهش نشان می‌دهد امام علیؑ در نهج‌البلاغه به انکار کامل اخلاق جاهلی پرداخته است.

مقاله «روابط اجتماعی و اخلاق از دیدگاه حضرت علیؑ در نهج‌البلاغه» (محقق و صحابت انور، ۱۳۹۶)، به مسئله روابط اجتماعی انسان‌ها در جامعه پرداخته است. نویسندگان از درون همین امر به مفهوم «فرهنگ» هم نیم‌نگاهی انداخته‌اند.

۴. روش پژوهش

روش برگزیده این پژوهش «تحلیل تماتیک محتوایی» است. «تحلیل تماتیک» یکی از روش‌های مرسوم در تحلیل داده‌های کیفی است. این تحلیل به فرایند شناسایی الگوها و داده‌ها در متن می‌پردازد. براساس آراء کلارک و براون (۲۰۰۶) «تحلیل تماتیک» بیشتر یک روش مستقل است تا یک روش پژوهشی. این روش برای بسیاری از پژوهش‌ها قابل استفاده است؛ زیرا به رویکرد و یا معرفت خاصی وابسته نیست (کلارک و براون، ۲۰۰۶).

این پژوهش پژوهشگر مضامین برآمده را از دو منبع گوناگون به صورت مضامین مقابل هم استفاده کرده است؛ بدین صورت که یک طرف مضامین از نظریه «سرمایه فرهنگی» بوردیو استخراج شده، و طرف دیگر آن از کتاب *نهج البلاغه*. در ادامه هر یک از مضامین برآمده از نظریه «سرمایه فرهنگی» بوردیو با مضمونی از کتاب شریف *نهج البلاغه* بازیابی شده است. در کنار مضامین اصلی مضامین فرعی هم قابل بازشناسی بوده که پژوهشگر کوشیده است آنها را تشخیص دهد و بدان‌ها اشاره نماید.

بنا بر نظر کلارک و براون آغاز هر پژوهشی که بر مدار «تحلیل تماتیک» باشد با گزاره‌ها آغاز می‌گردد و سپس از درون گزاره‌ها مفاهیم ساخته می‌شوند (همان، ص ۸۳). در پژوهش پیش رو، مضامین از گزاره‌ها در دو سطح مجزا ساخته شده‌اند؛ ابتدا مضامین اصلی در مقابل هم و سپس در سطحی خردتر مضامین فرعی.

۵. تحلیل و بررسی مضمون‌ها

در تحلیل و بررسی مضامین یافت شده در نظریه «سرمایه فرهنگی» به مثابه امر متجسد و ذهنی ۲۰ مضمون اصلی مقایسه‌ای به صورت ۱۰ مضمون از نظریه بوردیو در مقابل ۱۰ مضمون دیگر از *نهج البلاغه* با یکدیگر مقایسه شده‌اند. مضامین برآمده از *نهج البلاغه* و متناظر با فرهنگ اسلامی شامل «تأمل و اندیشه»، «تفکر ایجابی»، «بصیرت»، «توکل»، «خلافت»، «رشد»، «زهد»، «قناعت»، «منافع جمعی» و «یادگیری» هستند. در ادامه، در کنار مضامین اصلی، مضامین فرعی برای قوام بخشیدن به دامنه و ابعاد این مضامین برای جایگزینی انتخاب شده‌اند. مضامین مؤلفه‌های «سرمایه فرهنگی» و خود «سرمایه فرهنگی» به لحاظ مضمونی و معنایی در مقابل مضامینی با درون‌مایه فرهنگی از *نهج البلاغه* مقایسه شده‌اند.

۱-۵. بازشناسی انتقادی - فرهنگی مضمون «مطالعه» در نظریه بوردیو بر پایه آموزه «تأمل و اندیشه» در «نهج البلاغه»

نزد بوردیو یکی از شاخصه‌های سنجش سرمایه فرهنگی «میزان مطالعه» است. در واقع میزان کمی مطالعه رابطه مستقیمی با سرمایه فرهنگی دارد. بوردیو چنین مطرح می‌کند که به نظر می‌رسد میزان (کمی) مطالعه در میان افرادی که سرمایه فرهنگی بالاتری دارند بیش از دیگران است (شویره و فوتن، ۱۳۸۵، ص ۵۹۴).

همچنین وی معتقد بود: مطالعه در بین چنین افرادی جنبه سرگرمی ندارد و بیشتر یک عمل و کنش جدی است. این کنش جدی در قالب عملکرد، نقش واسطه را بین عادت‌واره و جهان اجتماعی ایفا می‌کند. از یک سو

عادت‌واره از طریق عملکرد ساخته می‌شود، و از سوی دیگر در نتیجه عملکرد است که جهان اجتماعی خلق می‌شود (همان، ص ۵۹۴).

افراد دارای موقعیت ساختاری یا طبقاتی مشترک، تجربه‌های مشابه و تکرارشونده‌ای دارند که عادت‌واره مشترکی ایجاد می‌کنند، که این عادت‌واره به نوبه خود، به اعمال اجتماعی آنان ساختار می‌بخشد و دستورالعمل‌هایی را تنظیم و اعمال کنشگران را محدود می‌سازند؛ اما در عین حال اجازه نوآوری فردی را هم می‌دهد (سیدمن، ۱۳۸۶، ص ۱۹۶).

در سوی دیگر امیرمؤمنان علی^{علیه السلام} هر عملی را که مبتنی بر تأمل و تعقل از پیش انجام شده باشد، پاس می‌دارند. نزد ایشان انسان از هر طبقه و جایگاهی با تعقل و تأمل در کارها می‌تواند نه تنها خود را به لحاظ زیستی - انسانی ارتقا بخشد، بلکه می‌تواند امور خود را در هر مرتبه‌ای اصلاح کند؛ بدین معنا که آدمی از ظواهر امور عبور نماید و در فرجام آن بیندیشد. ایشان همواره ارزش و اهمیت خاصی برای عقل قائلند.

در خطبه ۱۰۶ به این موضوع اشاره می‌کنند که برای رسیدن به یک حقیقت، سه مرحله وجود دارد: نخست پیدا کردن جایگاه آن، سپس، فهمیدن، و بعد تحلیل دقیق (مکارم شیرازی، ۱۳۹۰، ج ۴، ص ۴۶۶-۴۷۹).

ایشان در سه جمله کوتاه مراحل سه‌گانه رسیدن به حقیقت را بیان فرموده‌اند: اول. اسلام نور درخشانی است که افراد را به سوی خود فرامی‌خواند تا به آن برسند. دوم. اسلام برای کسانی که آن را تعقل کنند قابل درک است. سوم. کسانی که در آن تدبر کنند به مغز و حقیقت آن می‌رسند (همان).

درواقع، میزان کمیّت مطالعه نیست، بلکه کیفیتی درآمیخته با تأمل بر گزاره‌های خوانده شده است تا بتوان آن را از روی منطق و فهم خود عبور داد.

«تأمل و اندیشه» مضمون جایگزین از **نهج‌البلاغه** به جای مضمون «مطالعه» در رویکرد بوردیو است؛ زیرا صرف میزان کمی مطالعه مدنظر نیست، بلکه تأمل و اندیشه برآمده از مطالعات مدنظر است. بوردیو با مبنا قرار دادن میزان کمی مطالعه، سرمایه فرهنگی را به اعداد و وجه کمی گرایانه تقلیل می‌دهد، اما در سوی دیگر، امام با مبنا قرار دادن تأمل و اندیشه به بعد کیفی و ذهنی نظر دارند.

۲-۵. بازشناسی انتقادی - فرهنگی مضمون «تحصیلات دانشگاهی» در نظریه بوردیو بر پایه آموزه «تفکر ایجابی» در «نهج‌البلاغه»

از دیدگاه بوردیو «تحصیلات» یکی از عناصر مهم سنجش سرمایه فرهنگی به شمار می‌آید. براساس مفهوم «سرمایه» در میدان آموزش، سرمایه‌های گوناگونی (مانند سرمایه فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و نمادین) وجود دارند و هر کدام از معلمان به‌مثابه اعضای این میدان، حجم و ترکیب خاصی از این اشکال سرمایه را در تملک دارند (محمدی فردین و دیگران، ۱۳۹۹).

به عبارت دیگر، در میدان آموزش، سرمایه اقتصادی (درآمد)، سرمایه فرهنگی تجسم یافته (دانش و مهارت) سرمایه فرهنگی نهادی (مدرك تحصیلی، مدارک ضمن خدمت) و سرمایه نمادین (شهرت و سرمایه اجتماعی) شبکه

روابط اجتماعی موجود هستند و برای دستیابی به آنها معیارهایی نیز مشخص شده است. با وجود اشکال گوناگون سرمایه، در میدان آموزش، سرمایه محوری سرمایه فرهنگی - به‌ویژه سرمایه فرهنگی تجسم یافته - است (همان).
بورديو معتقد بود: رقابت در میدان تحصیل، اجتناب‌ناپذیر است. افراد در این میدان در تکاپوی اخذ موقعیت‌های بالا هستند تا بدین‌وسیله بتوانند سلطه دانشگاهی و مشروع بر دیگران - که همان دانشجویان سطوح پایین‌تر هستند - داشته باشند. این موضع‌گیری‌ها در میدان دانش، گرچه اجتناب‌ناپذیرند، اما دانش و تحصیل را از رسالت و سوبه ایجابی خویش دور می‌سازند.

اما در سوی دیگر، از نگاه امام^ع این اندیشه و تفکر ایجابی اسلامی است که مبنای سرمایه فرهنگی به شمار می‌آید. از این رو می‌توان گفت: تحصیلات و طی مدارج بالا به‌طور قطع منتج به خود سرمایه فرهنگی نمی‌شود، بلکه نحوه تفکر و معرفت است که می‌تواند به سرمایه فرهنگی فاخر و فائق بینجامد. در نتیجه، تحصیلات در این توصیف، تصحیح می‌شود و به‌دنبال مفاهیم «معرفت و اندیشه» می‌آید. درواقع، معرفت و اندیشه فارغ از تحصیلات و متقدم بر آنهاست.

امیرمؤمنان علی^ع در باب «علم و معرفت» در حکمت ۴۷ در مقام مقایسه، برتری علم را بر مال دنیا ثابت می‌کند: اولین امتیاز علم بر مال این است که موجب پاسداری انسان می‌شود، در حالی که مال بعکس آن است. دوم. علم با انفاق زیاد می‌شود. سوم. امتیاز علم پایداری آن است. چهارم. امام^ع در ادامه اشاره می‌کند که علم موجب نیکنامی است. پنجم. علم حاکم است. ششم و آخرین برتری علم بر مال به زنده بودن علم و عالمان است (ابن ابی‌الحدید، ۱۴۰۴ق، ج ۷، ص ۳۶۳).

در حکمت فوق، امام علم و تحصیل را متناظر با معرفت و حکمت می‌دانند. درواقع هدف علم‌آموزی تنها به افزودن دانش منتهی نمی‌شود، بلکه باید به بخشش معنوی منتهی گردد. همان‌گونه که امام افرادی را مثال می‌زند که از نور دانش روشنی نطلبیده‌اند - درواقع - کسب علم صرف هم نمی‌تواند به رستگاری منتج شود. در نتیجه، سرمایه فرهنگی مبتنی بر علم و تحصیل از دیدگاه امام همراه با معرفت علمی و عملی قرار می‌گیرد.

نقص نتیجه‌گیری بورديو در این است که تنها بر اخذ مدارک دانشگاهی نظر دارد و آن را مبنای سنجه سرمایه فرهنگی قرار می‌دهد، در حالی که از نظر امام^ع علم‌اندوزی با این روش به معرفت نمی‌رسد؛ زیرا انسان باید علم را با اندیشه و تعقل و پیروی از خداوند در زندگی‌اش جاری سازد.

۳-۵. بازشناسی انتقادی - فرهنگی مضمون «سبک زندگی» در نظریه بورديو بر پایه آموزه «مضمون بصیرت» در «نهج البلاغه»

مفهوم «سبک زندگی» در نظریه «سرمایه فرهنگی» بورديو جایگاه مهمی دارد؛ زیرا وی تمام کنش‌های انسانی را از منظر سبک زندگی نهادینه شده پی می‌گیرد. «عادت‌واره» هم مفهومی برگرفته از سبک زندگی است و در عین حال می‌تواند علت سبک زندگی متفاوت در افراد باشد. نقطه تعیین‌کننده برای بورديو آنجا شکل می‌گیرد که سبک‌های زندگی تأثیر بسزایی در کسب انواع سرمایه دارند.

در نظریه بوردیو «سبک زندگی» که شامل اعمال طبقه‌بندی‌شده و طبقه‌بندی‌کننده فرد در عرصه‌هایی همچون تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، اثاثیه خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است، در واقع عینیت‌یافته و تجسم‌یافته ترجیحات افراد است. از یک سو، سبک‌های زندگی شیوه‌های مصرف عاملان اجتماعی است که دارای رتبه‌بندی‌های گوناگونی از لحاظ شأن و مشروعیت اجتماعی‌اند. این شیوه‌های مصرفی بازتاب نظام اجتماعی سلسله‌مراتبی‌اند. اما چنان‌که بوردیو در کتاب *تمایز بر حسب منطق دیالکتیکی* نشان می‌دهد، مصرف صرفاً راهی برای نشان دادن تمایزات نیست، بلکه خود راهی برای ایجاد تمایزات نیز هست (ده‌چشمه و داداشی آرائی، ۱۳۹۵، ص ۹۸، به نقل از: باکاک، ۱۳۸۱).

مسئله‌ای که می‌توانیم آن را با توجه به گزاره‌های امام علیه السلام در *نهج‌البلاغه* دنبال نماییم، مفهوم «بصیرت» است که فارغ از سبک زندگی و در عین حال وابسته به سبک زندگی است. در خطبه ۱۵۳ اشاره می‌کنند که «بینا کسی است که (با گوش خود) بشنود و بیندیشد و (با چشم خود) ببیند و عبرت گیرد» (مکارم شیرازی، ۱۳۹۰، ج ۶ ص ۶۹). نزد ایشان بصیرت افراد می‌تواند پایه‌ای برای سبک زندگی آنها باشد. به عبارت ساده‌تر، بصیرت هر کس سبک زندگی وی را تعیین می‌کند. به واقع، تمایز در بصیرت به بینش‌های متفاوتی در سبک زندگی می‌رسد.

در سوی دیگر، در نظریه فرهنگی بوردیو سبک زندگی افراد رابطه تنگاتنگی با بینش آنها پیدا می‌کند. در این نگاه سبک زندگی مینا قرار می‌گیرد. در نتیجه هرچه سبک زندگی یک فرد با مصرف کالاهای فرهنگی بیشتر عجین شده باشد، بالتبع آن فرد از سرمایه فرهنگی بالاتری برخوردار است و بدین‌روی با سبک زندگی خاصش بین خود و دیگران تمایز برقرار می‌کند.

اما از نظر امام علیه السلام تمایز در بصیرت افراد به سبک زندگی‌های متفاوتی منجر می‌شود. بنابراین تفاوت در بصیرت بودن انسان‌ها مبناست. در نتیجه با میل به چنین تمایزی «بصیرت» جنبه یک سرمایه فرهنگی پیدا می‌کند. بنابراین چنین مفروضی صحیح به نظر می‌رسد. هرچه فرد از نظر بصیرت‌ورزی در مراتب والاتری باشد، به همان میزان هم سبک زندگی‌اش با نحوه بینش وی همسان و متناظر می‌شود.

۴-۵. بازشناسی انتقادی - فرهنگی مضمون «پایش / کسب سرمایه فرهنگی» در نظریه بوردیو بر پایه آموزه «توکل» در «نهج‌البلاغه»

از دیدگاه بوردیو مفهوم «کسب» و یا دستاورد فرهنگی از تلاش نیروهای اجتماعی - که همان مردم باشند - برای کسب و تملک انواع سرمایه حکایت دارد، در حالی که تلاش در میدان برای کسب سرمایه‌ای خاص، گاه به جست‌وجوی آن می‌رسد. کسب سرمایه موضوع اصلی منازعه در هر میدانی است. «کشمکش» خصوصیت دائمی همه میدان‌هاست که در هر میدان به صورت خاصی بروز می‌یابد (پیربابایی و سلطان‌زاده، ۱۳۹۴). بنابراین قواعد میدان با کشمکش و کسب همسو می‌باشد.

در جامعه امروزی افراد همواره می‌کوشند تا به نحوی سرمایه‌ای - هرچند ناچیز - کسب کنند تا بدین‌وسیله بتوانند موقعیتی در جهت آمال و اهداف خود فراهم نمایند؛ اما چنین رویکردی به موضوعات

افراد) اجتماع، آنها را نظر جنگاوری در نظر می‌گیرد که پیوسته در زندگی در حال جنگ برای به دست آوردن سرمایه‌ای هستند. در واقع با چنین چشم‌اندازی می‌توان استنباط کرد پیش از آنکه سرمایه در میدان مهم باشد، جنگ و کشمکش افراد با یکدیگر مهم می‌نماید و بالتبع در این میان عده‌ای در بالا و دیگران در ذیل قرار می‌گیرند. از این رو در یک میدان، همواره بین کنشگران منازعه‌ای وجود دارد که در دو جهت صورت می‌گیرد: کسب سرمایه، تغییر قواعد حاکم بر میدان.

از یک سو کنشگر می‌کوشد تا به طریقی به کسب سرمایه‌های حاضر در میدان بپردازد و از سوی دیگر تلاش می‌کند تا قواعد و اصولی را که بوردیو آنها را «قواعد بازی» می‌نامد، به نفع خود و در جهت امکان کسب سرمایه بیشتر تغییر دهد (پیربابایی و سلطان‌زاده، ۱۳۹۴).

از نظر امام علیه السلام جامعه میدان جنگ نیست، بلکه می‌توان آن را نظیر موقعیتی برای شناخت بیشتر خود و شیوه‌هایی برای بازسازی خویش در نظر گرفت. برای نمونه، در *نهج البلاغه* مضمون «توکل» به مثابه راهبردی اخلاقی و فرهنگی در جهت نیل به اهداف توصیه شده است. اینکه تا چه میزان توکل می‌تواند مفید واقع شود، تبیین و توصیفاتی از سوی امام علیه السلام ارائه شده است.

در سطحی دیگر توکل به لحاظ راهبردی، تنافری با کسب و به دست آوردن ندارد، بلکه صورت نهایی تلاش‌های انسان با توکل به خداوند انجام می‌پذیرد. در نگاه بوردیو انسان‌ها در طول زندگی خویش همزمان در پی کسب انواع سرمایه به شیوه‌های گوناگون می‌کوشند، لیکن در نگاه امام علیه السلام «کوشش» مفهومی لازم، اما غیر کافی است؛ زیرا به ثمر نشستن تلاش‌های انسان در تحصیل توکل، به نتیجه می‌رسد.

حکمت ۳۱۰ *نهج البلاغه* مبتنی بر این موضوع است که از نشانه‌های کمال یقین، خوش‌بینی به خدا و توکل بر اوست. «توکل» در گزاره مزبور، پیامد اعتقاد کافی به خداست. اما نکته مهم در حکمت مثالی اشاره به نقش فرهنگی مضمون «توکل» است. به عبارت دیگر «توکل» فارغ از مفهوم اعتقادی، به نحوی با فرهنگ زیستی افراد ارتباط دارد.

مفهوم دیگری که بوردیو در تحلیل کسب سرمایه فرهنگی و به‌طور کلی انواع سرمایه از آن غفلت کرده اعتقاد به مضمون «سرنوشت» است. «سرنوشت» گرچه مفهومی اعتقادی و حتی عمیق‌تر است که با فلسفه زیستن سروکار دارد، اما در تحلیل سرمایه می‌تواند مهم جلوه کند. امام علیه السلام در بخشی از خطبه ۲۱۳ اشاره می‌کنند که خداوند همه امور را بی‌آنکه نیاز به تفکر و یا رجوع به ضمیر و وجدان داشته باشد، اندازه‌گیری کرده است.

در گزاره مزبور، امام علیه السلام با رویکردی کلان، فارغ از مباحث پیشین در باب کسب کردن، مفهوم «سرنوشت» را توصیف می‌کنند. در واقع مفهوم دیگری که به توکل ارتباط دارد «سرنوشت» است. سرنوشت به لحاظ کارکرد، تنافری با مضمون‌های «تلاش» و «توکل» ندارد، بلکه می‌تواند نتیجه‌غایی آنها باشد.

حکمت ۲۷۳ مبین این موضوع است، آنجا که امام علیه السلام پس از استدلال بر اینکه آنچه علم خداوند بدان تعلق گیرد، حتماً اتفاق می‌افتد، و آنچه علم الهی به آن تعلق نگیرد اتفاق نمی‌افتد. در حکمت فوق امام نقش سرنوشت را

بیش از تلاش و توکل می‌داند، اما اگر به حکمت فوق‌دقیق‌تر بنگریم نقش تلاش و توکل در کنار سرنوشت به‌گونه‌ای مستتر بیان شده است.

بنابراین سرنوشت در درون تلاش و توکل قرار دارد و پیوسته از آنها تأثیر می‌پذیرد و بر آنها تأثیر می‌گذارد. عنصر «کسب کردن» یک مفهوم مهم و عملی نزد بوردیو است؛ زیرا افراد برای تمایز میان خود و دیگری، در کل زندگی مدام در حال کسب کردن سرمایه‌های متفاوت هستند. در مقایسه، این نظر وی صحیح است و هیچ نقدی نمی‌توان به آن وارد دانست. اما در فرهنگ اسلامی در کنار «کسب کردن» از عنصری استفاده کردیم که به نحوی بار سرمایه فرهنگی ذهنی را داراست و آن مضمون «توکل» و «سرنوشت» است.

به‌طور خلاصه انسان گرچه باید در زندگی کوشش داشته باشد، اما بدون توکل به سرنوشت خود، نمی‌تواند به مراتب بالای معرفت و فرهنگ برسد. بنابراین «توکل» و «سرنوشت» می‌توانند یک سنجه فرهنگی باشد برای کسانی که مدام در حال کسب کردن هستند و کسانی که در حین کسب انواع سرمایه، از توکل و تأمل در سرنوشت غافل نمی‌شوند. بنابراین نزد بوردیو جست‌وجو و کسب سرمایه فرهنگی مبتنی بر این عمل است که انسان تنها به خویشتن وابسته است و خود یار و یاور خود در زندگی است؛ اما نزد امام انسان تنها نیست و مدام باید علاوه بر تلاش خود به نیروی لایزال توکل کند. چنین به نظر می‌رسد که در این رویکرد، افزایش و کاهش در امر توکل، رابطه مستقیمی با کسب و نیل به سرمایه فرهنگی افراد دارد.

۵-۵. بازشناسی انتقادی - فرهنگی مضمون «طبقه فرهنگی» در نظریه بوردیو بر پایه آموزه «خلاقیت» در «نهج‌البلاغه»

بوردیو در تحلیل فضای اجتماعی، جایگاه طبقاتی را براساس نقش سرمایه‌های گوناگون در ساخت‌یابی فضای اجتماعی به سه طبقه تقسیم می‌کند:

- طبقه مسلط که با برتری سرمایه مشخص می‌شود.
- طبقه «خرده‌بورژوازی» که جایگاه متوسطی در فضای اجتماعی دارد.
- توده‌های مردم که ویژگی اصلی آنها فقدان مالکیت است و در انتهای فضای اجتماعی قرار می‌گیرند و سلطه‌پذیرند.

بدین‌رو می‌توان مدعی شد مجموعه متحدی از ترجیحات تمایزبخش در هر فضا و میدان اجتماعی خاص وجود دارد که نشانگر سبک زندگی افراد به شمار می‌رود (عزیزی‌مهر و پیری، ۱۳۹۷، ص ۱۳۹-۱۴۰).

در **نهج‌البلاغه** مضمون «خلاقیت» را می‌توان در گزاره‌های متفاوتی در قالب نامه‌ها، خطبه‌ها و حکمت‌ها مشاهده نمود. برای نمونه در بخش چهارم، نامه ۴۵ **نهج‌البلاغه** به مضمون مذکور پرداخته است. امام علیه السلام اشاره می‌کند که هدف از خلقت انسان چیزی جز قرب به خدا و تکامل فضایل انسانی نیست و به یقین، اگر آفرینش این عالم و این همه نعمت و موهبت الهی هدفی جز این داشته باشد لغو و برخلاف حکمت است.

گفتار امام^ع به نحوی از خلاقیت پرشگری ایشان نشئت گرفته و در قالب یک گزاره مفهومی تنظیم شده است: «من آفریده نشده‌ام که غذاهای پاکیزه مرا به خود مشغول دارد؛ همچون حیوان پرواری که تمام همّش علف اوست و یا چون حیوان رها شده که کارش جست‌وجو کردن علف و پر کردن شکم آن است و از سرنوشتی که در انتظار اوست بی‌خبر است» (نهج البلاغه، ۱۳۸۲، نامه ۴۵). سرمایه فرهنگی در این دیدگاه به «خلاقیت پرشگری» اشاره دارد.

در سوی دیگر بوردیو معتقد بود: طبقات بالا در جامعه نوعی فرهنگ را براساس مطلوبات خویش اشاعه می‌دهند. از چنین منظری دیگر به مضمون «خلاقیت» به مثابه یک سنجه فرهنگی نگاه نمی‌شود، بلکه سلطه فرهنگی طبقات بالای جامعه تعیین‌کننده سرمایه فرهنگی است، فارغ از اینکه عملی دارای خلاقیت باشد یا خیر.

نزد امام^ع خلاقیت فکری و عملی جنبه طبقاتی ندارد، بلکه به نحوی با روحیات فرد و سطح دانش وی مرتبط است. بنابراین از دیدگاه امام^ع معاویه فردی است که کج می‌اندیشد؛ زیرا وی به لحاظ قرار گرفتن در طبقه‌ای برتر و برخورداری از اهرم سلطه، عنان حکومت را در دست گرفته و به همین علت میان خود و امت تمایز قائل بود.

نظیر چنین رویکردی در خطبه ۱۷۶ از سوی امام^ع تکرار شده است. در این خطبه، ذیل «حفظ زبان در پرتو اندیشیدن» این نکته بیان شده است. به عبارت ساده‌تر، خلاقیت به مثابه یک سرمایه فرهنگی بیش از هر چیز نمود خویش را در گفتار نشان خواهد داد. این بخش از خطبه بازگوکننده نقش خلاقیت در سخنوری، اخلاق و نحوه ابراز آن است (مکارم شیرازی، ۱۳۹۰، ج ۶ ص ۵۷۴).

«تفکر خلاق» و «تفکر نقاد» بخشی از روند تفکر اسلامی است. خلاقیت می‌تواند در قالب خلق ایده‌ها، راهبردها و سخن شکل گیرد. تفکر خلاق در درازمدت می‌تواند به تفکر نقاد تبدیل شود؛ جایی که نقد از پس تفکر عمیق سر برمی‌آورد.

گاه خلاقیت برخاسته از تفکر به نتایجی می‌رسد که مسائل پیچیده را با کمترین هزینه حل می‌کند. اندیشیدن در آنچه انسان می‌داند، مولد راه‌های جدید است. حضرت این حقیقت را چنین بیان می‌فرمایند: «هر که در آنچه آموخته بسیار اندیشه کند، دانش خود را استوار گرداند و آنچه را نمی‌فهمیده است، می‌فهمد» (علوی، ۱۳۸۵).

در بحث بوردیو مضمون «خلاقیت» به تنهایی به کناری نهاده می‌شود؛ زیرا خلاقیت و هر چه می‌تواند سنجه‌ای برای سرمایه فرهنگی باشد با بحث طبقاتی همراه است. طبقات بالا به علت سلطه فرهنگی به طور طبیعی خلاقیت را هم دارا هستند، و اگر کسی در طبقات پایین قرار داشته باشد خلاقیتش به سبب آنکه در طبقات پایین جامعه است نادیده گرفته می‌شود.

۶-۵. بازشناسی انتقادی - فرهنگی مضمون «سرمایه فرهنگی» در نظریه بوردیو بر پایه آموزه «رشد» در «نهج البلاغه»

در نظریه بوردیو سرمایه فرهنگی به سه دسته «ذهنیت»، «متجسد» و «نهادی» تفکیک می‌شود. بوردیو بر این باور است که سرمایه اقتصادی می‌تواند برای صاحبش سرمایه فرهنگی و اجتماعی به وجود بیاورد. متقابلاً سرمایه

فرهنگی نیز با کارکرد خود می‌تواند سرمایه اقتصادی به وجود آورد. در این رویکرد، سرمایه فرهنگی به تمایز میان درک افراد از سازوکار فرهنگی و کسب مهارتی برای دریافت درک متفاوت از میدان فرهنگی اشاره دارد که به نوبه خود به رشد فردی می‌انجامد.

به مفهوم «رشد» در نهج‌البلاغه و در بیانات امام علی علیه السلام به‌مثابه مفهومی فرهنگی نگاه شده است. سویه فرهنگی مفهوم مزبور از آنجا نشئت می‌گیرد که درک «رشد» به فهم عملکرد متضاد عمل درست بستگی دارد. به عبارت دیگر برای رشد و اعتلای خویشتن باید عملکرد متضاد کارکرد آن را بفهمیم.

امام علیه السلام در خطبه ۱۴۷ اشاره می‌کنند که «بدانید! شما رشد را نخواهید شناخت، مگر کسی را که این عمل را ترک کرده است، بشناسید». در این خطبه رشد انسان در پرتو شناخت متضاد عمل درست است و رشد فرهنگی انسان هم از این گزاره پیروی می‌کند.

این در حالی است که در نظریه بوردیو رشد انسان منوط به کسب سرمایه‌های متفاوت در میدان اجتماعی است. موضع امام برای رشد فردی تنها کسب سرمایه نیست، بلکه شناخت و درک عمل خلافِ امر درست است. تنها در این صورت است که فرد در وجود خویشتن می‌تواند به لحاظ فردی و اجتماعی رشد کند.

در کلامی دیگر، امام علیه السلام در بخشی از خطبه ۱۹۲ به مفهومی مهم اشاره می‌کنند و آن مفهوم «آزمایش الهی» است. خداوند مخلوقات خود را با اموری که آگاهی ندارند آزمایش می‌کند تا بد و خوب تمیز داده شوند. هر چه افراد از نظر سرمایه فرهنگی در مراتب بهتری قرار داشته باشند، به واسطه همان سرمایه بیشتر مورد آزمایش الهی قرار می‌گیرند.

این در حالی است که در نظر بوردیو افراد با گرایش‌های شناخته‌شده خود، وارد میدان اجتماعی می‌شوند و با آگاهی نسبت به این گرایش‌ها و تمایلات در میدان اجتماعی دست به کنش می‌زنند.

در خطبه مزبور، مسئله مهمی که از دیدگاه امام علیه السلام مطرح می‌شود ناآگاهی نسبت به اموری است که با آن آزمایش می‌شوند. این ناآگاهی فرد را در یک انتخاب کاملاً آزادانه قرار می‌دهد تا با انتخاب‌های خویش و دیدن پیامدهای آن وی به رشد برسد. چنین راهبردی بالاتر از کسب سرمایه فرهنگی است که فرد به شیوه‌های گوناگون و با آگاهی بدان می‌رسد.

می‌توان نقطه افتراق نظر امام علی علیه السلام و بوردیو را در چنین نظری جست‌وجو نمود. رویکردی که کسب رشد و سرمایه فرهنگی متعاقب آن را در پرتو گذر کردن از آزمایش الهی می‌بیند. آزمایش الهی فارغ از تعینات عادت‌واره در نزد بوردیو عمل می‌کند. به عبارت دیگر، در «عادت‌واره» روان و تمایلات فردی از پیش مفروض پنداشته شده فرد که به واسطه محیط و خانواده در خودآگاه فرد انباشته شده تعیین‌کننده تصمیمات اجتماعی است، اما در «آزمایش الهی» یک فرد با توجه به فطرت، فرهنگ و انباشت معنوی که داشته است مورد آزمایش الهی قرار می‌گیرد.

این مقایسه میان مفهوم «سرمایه فرهنگی» از یک سو و مضمون «رشد» از سوی دگر است. سرمایه فرهنگی آن‌گونه که مدنظر بوردیو است، مبتنی بر به دست آوردن است، فارغ از آنکه این به دست آوردن موجب اعتلا و رشد

افراد شود یا خیر. برای مثال، گرفتن مدرک دانشگاهی و عرضه آن برای فرد، نوعی «سرمایه فرهنگی» است، فارغ از آنکه او رشد علمی داشته باشد یا خیر. اما نزد امام^ع «رشد» اهمیت بسزایی دارد.

امام^ع در جای دیگر (خطبه ۱۴۷) به صراحت به مضمون «رشد» اشاره دارند. براساس مضمون این خطبه، رشد افراد فارغ از آن است که سرمایه فرهنگی را که مدنظر بوردیو بوده اخذ کرده‌اند، یا خیر، بلکه ایشان بیشتر برای شناخت و تأمل در مسائل اهمیت قائلند تا بدین‌وسیله افراد به رشد و شکوفایی برسند. به عبارت ساده‌تر، سرمایه فرهنگی افراد اگر به رشد آنها کمکی نکند باری از فرهنگ ندارد.

۷-۵. بازشناسی انتقادی - فرهنگی مضمون «فاخر و نازل بودن فرهنگی» در نظریه بوردیو بر پایه آموزه «زهد فرهنگی» در «نهج‌البلاغه»

ورود به عنصر «فاخر بودن» فرهنگی نیازمند آن است که دو مفهوم مهم در نظریه بوردیو را از پیش توصیف نماییم: پترسون و مک‌کارن (۱۹۹۶) مفاهیم «همه چیزخوار» (Omnivore) و «تک‌خوار» (Univore) را با بهره از نظر بوردیو مطرح می‌کنند، گرچه مفاهیم مزبور پیش از این هم نزد بوردیو و با مفهوم «دوکسا» (Doxa) مطرح شده بود. بر این اساس عنصر «فاخر» و کسب کردنش سرمایه فرهنگی فرد را در جامعه ارتقا می‌دهد و در سوی دیگر، «نازل بودن» فرهنگی و پیشبرد آن سرمایه فرهنگی را دچار افت می‌کند.

در **نهج‌البلاغه** امام علی^ع دیدگاه متفاوتی به مفهوم «فاخر بودن» دارند. ایشان به جای مضمون «فاخر» از «زهد» سخن به میان می‌آورند. زاهدان فارغ از قشربندی اجتماعی سلیقه‌های افراد جامعه را مبتنی بر پرهیزگاری در نظر می‌گیرند. امام^ع در بخشی از خطبه ۲۳۰ در وصف زاهدان می‌فرماید: «گروهی از مردم دنیا هستند که دنیاپرست نیستند. آنان در دنیا زندگی می‌کنند، اما آلودگی دنیاپرستان را ندارند. در دنیا با آگاهی و بصیرت عمل می‌کنند و در ترک زشتی‌ها از همه پیشی می‌گیرند. بدن‌هایشان به‌گونه‌ای در حرکت است که گویا میان مردم آخرتند. اهل دنیا را می‌نگرند که مرگ بدن‌ها را بزرگ می‌شمارند، اما آنها مرگ دل‌های زندگان را بزرگ‌تر می‌دانند» (مکارم شیرازی، ۱۳۹۰، ج ۸، ص ۵۰۵).

از منظر امام^ع، معنای «زهد» حقیقی آن نیست که انسان زندگی اجتماعی را رها کند و در کنج گوشه عزلت بگیرد، بلکه مفهوم واقعی «زهد» آن است که در همه‌چیز و همه‌جا اولویت را برای حیات آخرت قائل شود و اسیر دنیا نباشد. در خطبه مذکور، امام^ع در وصف زاهدان، آنها را به واسطه نگاه و رویکرد خاصشان به دنیا و زندگی «زاهد» می‌نامند. زاهدان نه در قشر خاصی هستند و نه در دوگانه «همه چیزخوار» و «تک‌خوار» قرار می‌گیرند، بلکه نحوه رویکردشان به اطراف آنها را متمایز می‌سازد.

اگر بخواهیم همین توصیف را در باب «زهد فرهنگی» انجام دهیم، می‌توان چنین گفت که زهد فرهنگی به انتخاب و گزینش برخی عناصر فرهنگی اشاره دارد که به واسطه آن افراد به سطح معرفت و خودشناسی فرهنگی

بالاتری دست می‌یابند. زهد فرهنگی در این چشم‌انداز وسیع به مثابه سرمایه فرهنگی است. چنانچه انسان از «همه‌چیز خواری» - در معنایی که بوردیو در نظر داشت - احتراز می‌نماید و در سوی دیگر، به فرهنگ خاصی هم رجعت ندارد - آن‌گونه که بوردیو آن را «تک‌خوار» می‌نامد - بلکه در هر عملی به دنبال اعتلای خویش و ورای تفکر این دنیایی است، آن‌گونه است که مدنظر امام^ع بوده است.

در نظر امام^ع زهد فرهنگی به‌مثابه یک سرمایه فرهنگی قابل پذیرش است؛ زیرا سرمایه فرهنگی از رویکرد غربی خویش در نظر بوردیو خارج شده و به رویکردی متناظر با آموزه‌های اسلامی رسیده است. زهد فرهنگی همچنین خط بطلانی است بر دوگانه مذکور که تلاش دارد افراد را براساس ظواهر مصرف فرهنگی طبقه‌بندی نماید.

۸-۵. بازشناسی انتقادی - فرهنگی مضمون «مصرف فرهنگی» در نظریه بوردیو بر پایه آموزه «قناعت» در «نهج‌البلاغه»

در نظر بوردیو «مصرف فرهنگی» (یعنی گرفتن کالاهای فرهنگی در سبب خانوارها) نشان‌دهنده سطح سرمایه فرهنگی آنان است. این دیدگاه نیز به سرمایه فرهنگی دیدگاهی حال متجسد دارد. به عبارت دیگر «مصرف» مفهومی کلیدی است. «مصرف» مفهومی است که به زندگی وابسته شده و بدون آن زندگی ناممکن است. تحلیل بوردیو مبتنی بر این موضوع بود که چگونه گروه‌های خاص، به‌ویژه طبقات اجتماعی - اقتصادی، با به‌کارگیری انواع کالاهای مصرفی روش‌های ارائه خوراک و غذا خوردن و مبلمان و تزئین داخلی منزل، برآنند که روش زندگی مجزای خویش را مشخص و خود را از دیگران متمایز سازند (کاظمیان و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۱۳۸، به نقل از: باکاک، ۱۳۸۱).

در سوی دیگر، امام^ع برخلاف ایده «مصرف»، مضمون «قناعت» در زندگی پیش می‌کشند. اینکه چرا «قناعت» با مضمون «مصرف» در تضاد است رویه‌ای است که باید آن را در جامعه امروزی و زیست امروزی در نظر گرفت؛ زیرا قناعت مبتنی بر درک صحیح از نیازهای فردی است که لزوماً با مصرف‌گرایی صرف همخوانی ندارد. برای مثال، در حکمت ۳۹۵ می‌فرمایند: «هر مقدار که قناعت کنی کافی است» (نهج‌البلاغه، ۱۳۸۲، حکمت ۳۹۵).

در این جمله امام^ع مضمون فرعی «کفایت» حائز اهمیت است. به عبارت دیگر، «قناعت» همسو با «کفایت» است. بنابراین می‌توان چنین مفروضی را تصدیق کرد که از نظر امام^ع هرچه میزان سرمایه فرهنگی نزد افراد در مرتبه بالاتری قرار داشته باشد، به همان میزان قناعت در زندگی آن افراد بیشتر جریان دارد.

البته در نظر بوردیو چنین مضمونی مستتر است، آنجا که وی از «سرمایه فرهنگی» سخن به میان می‌آورد و آن را در مقابل «سرمایه اقتصادی» قرار می‌دهد. درواقع در میدان اجتماعی، افرادی که سرمایه اقتصادی چندانی ندارند از طریق تحصیلات و مانند آن رو به کسب سرمایه فرهنگی می‌آورند تا از این طریق خلأ سرمایه اقتصادی و دیگر سرمایه‌های موجود را جبران کنند.

در نظر امام علیه السلام شرایط و چشم‌انداز چنین موضوعی قدری متفاوت است. ایشان فارغ از اینکه فرد در کدام طبقه اجتماعی زیست کند، «قناعت» را مفهومی فراطبقه‌ای در نظر می‌گیرند که می‌تواند بعد فرهنگی به خود بگیرد. از نظر اسلامی، مضمون «قناعت» می‌تواند بدیلی برای مصرف فرهنگی و همچنین شاخصی برای سنجش سرمایه فرهنگی در عصر مصرف‌زدگی باشد. در واقع قناعت فرد را در مراتب بالای درک و تفهم نسبت به افراد دیگر جامعه قرار می‌دهد که با درایت می‌تواند در هر لحظه نیاز خود را تنها بدان بخشی معطوف گرداند که مورد نیاز اوست.

۹-۵. بازشناسی انتقادی - فرهنگی مضمون «فردگرایی» (نظری) در نظریه بوردیو بر پایه آموزه «منافع جمعی» در «نهج البلاغه»

با آغاز جریان تجدد (مدرنیته) در غرب تأکید بر فردگرایی روزبه‌روز فزونی گرفت و در مقابل آن، کارکردهایی (مثل خیر جمعی و منافع جمعی) از میان جوامع رخت برپست. بوردیو در تحلیل خود، بر سطوح متفاوت جامعه فردگرایی تأکید کرده است. تحلیل بوردیو رنگ و بویی ایجابی دارد و فردگرایی را متناظر با تلاش در جهت کسب انواع سرمایه‌ها می‌داند (بابایی‌فرد و بارانی، ۱۳۹۸).

نزد امام علیه السلام خیر عمومی و منافع جمعی جایگزین منافع فردی می‌شود. به عبارت دیگر نزد امام علیه السلام انسان‌ها هرچه به لحاظ فرهنگی و اجتماعی در درجات والاتری قرار داشته باشند به همان میزان، تفکر و خیر جمعی باید در آنها فزون‌تر باشد. برای نمونه در نامه ۵۳ ایشان در بخشی از نامه به مالک / اشتر در باب «خیر جمعی» و اهمیت سرمایه فرهنگی، اشاره می‌کنند که «محبوب‌ترین کارها نزد تو کارهایی باشد که با میانه‌روی سازگارتر بوده، با عدالت دمسازتر و خشنودی رعیت را در پی داشته باشد؛ زیرا خشم توده‌های مردم خشنودی نزدیکان را زیر پای بسپرد، و حال آنکه اگر توده‌های مردم از تو خشنود باشند، خشم نزدیکان ناچیز گردد. در کلام امام علیه السلام منافع جمعی از نظر امام بر منافع فردی اولویت دارد و بدین‌روی ایشان از مفاهیم بنیادی برای پیشبرد گزاره خود بهره می‌جویند. بر این اساس سه مفهوم «حق»، «عدل» و «خشنودی» مردم شناسایی شده‌اند. این سه مفهوم در سطحی دیگر به صورت پنهان، اشاره به میزان سرمایه فرهنگی در بین حاکمان دارند.

برای مثال، امام علیه السلام هنگامی که از خواص جامعه سخن به میان می‌آورند، به نوعی احتراز از منافع فردی را گوشزد می‌کنند و در سوی مقابل، زمانی که به عموم مردم اشاره می‌کنند به منافع جمعی اشاره دارند. از نظر ایشان سطح فرهنگی افراد نشان می‌دهد که تا چه میزان می‌توانند منافع جمعی را بر منافع فردی اولویت دهند. به عبارت ساده‌تر میزان والایی سرمایه فرهنگی رابطه مستقیمی با درک و میل به منافع جمعی در افراد دارد.

به‌طور کلی در رویکرد اسلامی لزوماً به دست آوردن سرمایه امری فردی نیست، بلکه می‌تواند جنبه جمعی به خود بگیرد. از همین‌روست که بر بحث «آموزش» و «عدالت» در آموزش علم به مثابه یک سرمایه فرهنگی در اسلام تأکید شده است؛ زیرا سرمایه فرهنگی می‌تواند کاملاً از یک کنش فردی به یک کنش جمعی برسد.

در نظریه «سرمایه فرهنگی» آنچنان که مدنظر بوردیو است، افراد در میدان می‌کوشند تا هرکس بنا بر توانایی، امکانات و قدرت خویش سرمایه به دست آورد تا از این طریق میان خود و دیگری تمایز منطقی برقرار کند. گرچه به این رویکرد بوردیو در عصر حاضر بیشتر نگاه شده، منافع فردی در به دست آوردن هر سرمایه‌ای ارجح از منافع جمعی است؛ زیرا به دست آوردن «سرمایه» با مفهوم «فردیت» گره خورده است؛ اما از نظر امام (به‌طور کل تعالیم اسلامی) باید به مشی جمعی و ارتقای سطح جمعی بینجامد؛ زیرا هدف از به دست آوردن سرمایه تشریک آن با دیگران است، فارغ از تمایز و جایگاه‌های متفاوتی که افراد با به دست آوردن آن اختیار می‌کنند.

۱۰-۵. بازشناسی انتقادی - فرهنگی مضمون «مدرک» در نظریه بوردیو بر پایه آموزه «یادگیری» در «نهج‌البلاغه»

مدرک (تحصیلی) یکی از عناصر مهم سنج «سرمایه فرهنگی» در پویش‌ها و تحقیقات بوردیو بوده است. وی معتقد بود: افرادی که سهم چندانی از سرمایه اقتصادی ندارند به دنبال اخذ مدارک بالای دانشگاهی می‌روند تا از این طریق خلأ نبود قدرت اقتصادی خود را پر کنند. تحصیلات فرایند دستیابی و انباشت منابع و سرمایه فرهنگی را تسهیل می‌کند و موجب می‌شود تا دسترسی به منابع و سرمایه فرهنگی صورت گیرد. مصرف فرهنگی هم، به‌ویژه فرهنگ سطح بالا نیاز به منابع و سرمایه‌های فرهنگی دارد. علاوه بر این، در نوع و شیوه مصرف فرهنگی، افراد و ذائقه‌های گوناگون، مصارف فرهنگی متفاوتی دارند (کلانتری و دیگران، ۱۳۹۲).

در سوی دیگر در کلام امام^ع نیل به دانش به خودی خود اهمیت چندانی ندارد و از قبیل آن نمی‌توان به ژرفای دانش و فرهنگ پی برد. در واقع پیش‌نیاز رسیدن به دانش، نه از مراتب علمی، بلکه فهم و یادگیری آن و به‌کار بستن آن می‌گذرد. امام^ع اشاره می‌کنند که «زیاد اندیشیدن و فهمیدن، سودمندتر از زیاد تکرار کردن و خواندن است» (تمیمی آمدی، ۱۳۸۱، ص ۴۸۳).

در همین گزاره کوتاه از امام^ع به صراحت به موضوع «یادگیری» اشاره شده است. در اینجا دو واژه «اندیشیدن» و «فهمیدن» به یادگیری، و در سوی دیگر «تکرار کردن» و «خواندن» به نیل به مدارج بالای دانشگاهی اشاره دارند.

بحثی که در این میانه مطرح می‌شود تفاوت میان «یادگیری» و «تلاش برای رسیدن به مدارج بالای علمی» است. از گزاره بالا چنین به دست می‌آید که سرمایه فرهنگی نزد امام^ع رابطه تنگاتنگی با یادگیری علم دارد، نه صرفاً خوانش و تکرار و چه بسا حفظ کردن آن. در سوی دیگر، در نظام فرهنگی بوردیو «مدرک تحصیلی دانشگاهی» یک متغیر مهم و تأثیرگذار برای ارائه سرمایه فرهنگی افراد به شمار می‌آید.

به عبارت ساده‌تر هر قدر افراد مدارک تحصیلی بالاتری داشته باشند سرمایه فرهنگی آنها و به موازات آن، مصرف کالاهای فرهنگی آنها با افراد دیگر متفاوت‌تر است. بنابراین هرچه مدرک تحصیلی بالاتر باشد، افراد از سرمایه فرهنگی والاتری برخوردارند.

در نظر امام علیه السلام شیوه‌های تحصیلی افراد تأثیر چندانی بر سرمایه فرهنگی آنها ندارد، بلکه اصل یادگیری و به‌کار بستن آن و از همه مهم‌تر انتقال و اندیشیدن در آن مهم می‌نماید. نگاهی به حکمت ۴۷ (که در مضمون دوم گذشت) نیز این موضوع را با تبیین بهتری نشان می‌دهد. در حکمت مزبور، ابتدا ایشان علم راستین را در «انفاق علم» جست‌وجو می‌کنند: «همان‌گونه که یاد می‌گیری یاد بده».

این شیوه به‌طور کلی به نوعی گفت‌وگوی فرهنگی میان یاددهنده و یادگیرنده اشاره دارد که از آن معرفت به دست می‌آید، برخلاف تحصیل دانشگاهی که نتیجه آن نیل به مدرک تحصیلی است. در واقع سرمایه فرهنگی مدنظر بورديو با تحصیلات و مدرک تحصیلی ارتباطی مستقیم دارد؛ اما نزد امام علیه السلام سرمایه فرهنگی با یادگیری و یاد دادن مرتبط است و در واقع دیدگاهی است که هدف آن نیل به مراتب خاص یا مدرک خاصی نیست که دال بر مفهومی فرهنگی و اجتماعی باشد، بلکه هدف غایی آن رسیدن به شناخت بهتر خویش و خدا از طریق علم و یادگیری است.

۶. تحلیل و واکاوی مضامین

برای تحلیل و واکاوی داده‌های به‌دست‌آمده، ابتدا عناصر فرهنگی شناسایی می‌شوند، سپس به متن *نهج‌البلاغه* مراجعه می‌کنیم. در مرحله بعد مفهوم هم‌پایه‌ای را می‌یابیم و سپس مبتنی بر مفهوم «سرمایه فرهنگی» مفهوم جدید را بازیابی و تحلیل می‌نماییم. بنابراین کشف، تفسیر و ارتباط الگوهای معنادار در داده‌ها به ما کمک می‌کند که به فهم تازه‌ای از مفاهیم نائل آییم.

۱. مضمون «مطالعه» و «تأمل و اندیشه» به لحاظ ماهوی با یکدیگر تناظر مفهومی دارند؛ اما در این پژوهش در دو سوی متضاد قرار دارند؛ زیرا «مطالعه» به‌منابه یک سنجه سرمایه فرهنگی دارای بار کمی است. در سوی دیگر «تأمل و اندیشه» یک سنجه کیفی است. در رویکرد اسلامی «مطالعه» و «تأمل و اندیشه» به موازات یکدیگر حاصل می‌شوند.

۲. میدان «دانشگاه» به نحوی مبتنی بر «سرمایه فرهنگی» است و ارتباطی غیرمستقیم با تفکر ایجابی دارد. این دو مضمون در سطح اولیه معناشناسی با یکدیگر ارتباطی نزدیک دارند. بر این اساس در میدان دانشگاه، تفکرات ایجابی جریان دارد که این امر به ارتقای دانش افراد می‌انجامد؛ اما اگر این میدان با قدرت و سلطه دانشگاهی همراه باشد به تفکر سلبی و علیه منش دانشگاهی می‌رسد.

۳. «سبک زندگی» و «بصیرت» دو مضمون متناظر و در عین حال متضاد هستند. اگر سبک زندگی به بصیرت منجر شود به ارتباطی سازنده می‌رسد. از سوی دیگر اگر سبک زندگی در سرمایه فرهنگی به‌مثابه امری متجسد تلقی شود و به ظواهر منتهی گردد از بصیرت دور می‌شود و در این صورت این دو مضمون در تضاد با یکدیگر قرار می‌گیرند.

۴. «کسب کردن» یا به دست آوردن مضمونی آمیخته با زندگی امروزی است. از سوی دیگر، «توکل» و «سرنوشت» ریشه در تاریخ و متون دینی دارند. ارتباط این دو مضمون با یکدیگر در رویکرد اسلامی می‌تواند در راستای هم قرار گیرد و مکمل یکدیگر باشند؛ اما در رویکرد غربی که هدف تنها کسب کردن صرف است، «توکل» و «سرنوشت» جایگاهی ندارند.

۵. «خلاقیت» یک مفهوم فراطبقه‌ای در رویکرد اسلامی است، اما ارتباط آن در سنجیدن سرمایه فرهنگی مبتنی بر «طبقه» در رویکرد غربی شکل گرفته است. بنابراین ارتباط این دو مضمون بنا بر نحوه نگرش ناظر می‌تواند نسبت‌های متفاوت به خود گیرد.

۶ نتیجه کسب سرمایه فرهنگی باید رشد افراد باشد. در غیر این صورت سرمایه فرهنگی شکل نگرفته است. این دو مضمون به موازات هم حاصل می‌شوند. در رویکرد غربی لزوماً سرمایه فرهنگی به رشد منتهی نمی‌شود، اما در رویکرد اسلامی باید به رشد منتهی گردد.

۷. ارتباط میان مضمون «زهد فرهنگی» و «فاخر و نازل بودن فرهنگی» براساس چشم‌اندازهای زندگی در جامعه اسلامی و غربی به دست آمده است. نتیجه این است که زهد فرهنگی به‌مثابه یک سرمایه به پرهیزگاری، و فاخر و نازل بودن فرهنگی به تمایز فرهنگی می‌انجامد. بنابراین ارتباط میان این دو مضمون با رمزهای جامعه اسلامی و غربی بازشناسی می‌شود.

۸ «قناعت» و «مصرف فرهنگی» مضامین دیگری هستند که می‌توانند با یکدیگر ارتباطی سازنده داشته باشند. به عبارت دیگر افراد با سرمایه فرهنگی والا به مفهوم «قناعت» پی برده‌اند. اگر این دو مضمون را در رویکردهای غربی و اسلامی در نظر بگیریم در تغایر با یکدیگرند؛ زیرا مصرف فرهنگی با ازدیاد مصرف همراه است و در نتیجه چنین ازدیادی بار ایجابی دارد.

۹. منافع فردی و جمعی از خودخواهی و دگرخواهی نشئت می‌گیرد. در سوی دیگر، «منافع فردی» می‌تواند همان «خیر جمعی» باشد. در رویکرد اسلامی چنین ارتباطی در توالی با یکدیگر دیده می‌شود. در رویکرد غربی «منافع فردی» در تناظر با «کسب سرمایه» است و منافع جمعی علیه نظریه‌های میدان و سرمایه است.

۱۰. مضامین «یادگیری» و «مدرک تحصیلی» در رویکرد اسلامی با یکدیگر در تناظرند؛ اما در رویکرد غربی «مدرک تحصیلی» یک سنجه اساسی برای اندازه‌گیری سرمایه فرهنگی است. در نتیجه یادگیری در اولویت ثانویه قرار می‌گیرد.

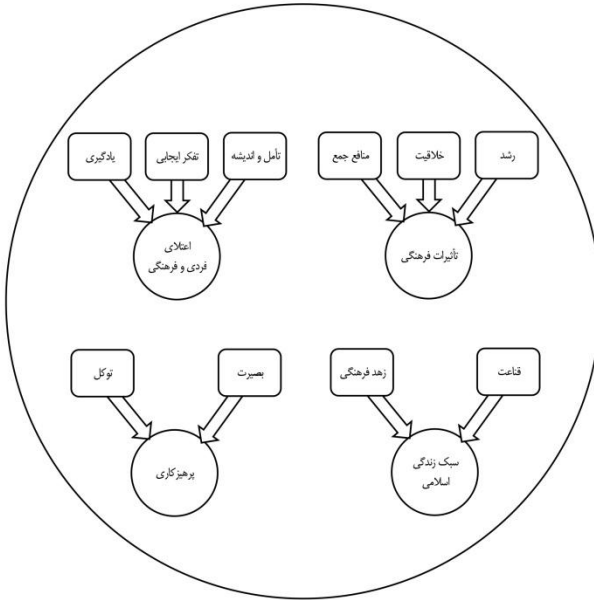
جدول ۱: مضمون‌های اصلی و فرعی

ردیف	مضمون اصلی برآمده از نظریه بورديو	مضمون اصلی برآمده از «نهج‌البلاغه»	مضمون‌های فرعی
۱	مطالعه	تأمل و اندیشه	عملکرد
۲	میدان دانشگاهی	تفکر ایجابی	معرفت علمی معرفت عملی
۳	سبک زندگی	بصیرت	بینش عبرت پند دریافت
۴	کسب کردن	توکل سرنوشت	اهداف تلاش جدیت
۵	طبقه فرهنگی	خلاقیت	خلاقیت گفتمانی تفکر خلاق
۶	سرمایه فرهنگی	رشد	فرهنگ فطرت
۷	فاخر و نازل بودن	زهد فرهنگی	اعتلا معرفت خودشناسی
۸	مصرف فرهنگی	قناعت	کفایت ضرورت
۹	فردگرایی	منافع جمعی	حقوق مردم خیر عمومی
۱۰	مدرک‌گرایی	ادگیری	ادراک ژرفاندیشی درونی کردن

۷. شبکه مضامین

شبکه مضامین برآمده از مضمون‌های **نهج‌البلاغه** است که هرچند مضمون به یک مضمون کلی‌تر رسیده‌اند. در انتخاب مضامین کلی سعی شده است تا مضامین دارای ارتباط مفهومی با یکدیگر به مفهومی اسلامی و فرهنگی برسند که دربرگیرنده مضامین باشند.

تصویر ۱: شبکه مضامین



نتیجه گیری

هدف پژوهش حاضر تحلیل مفاهیمی بوده است تا بتوان از آن به توسعه سرمایه فرهنگی در رویکرد اسلامی رسید. بنا بر مطالعات گذشته در متون اسلامی و به‌ویژه **نهج البلاغه** بیشتر تمرکز بر بنیان‌های اخلاقی، سیاسی و عبادی بوده است. این پژوهش کوشید با تحلیل و به‌کارگیری نظریه «سرمایه فرهنگی» با استناد به کتاب **نهج البلاغه** به مضامینی دست یابد که بتواند در دو سطح نظری و راهبردی آنها را به‌کار ببرد.

مضامین مستخرج از **نهج البلاغه** عبارتند از: «تأمل و اندیشه»، «تفکر ایجابی»، «بصیرت»، «توکل»، «اخلاقیت»، «رشد»، «زهد»، «قناعت»، «منافع جمعی» و «یادگیری». در منظومه فکری امام علیؑ برخلاف دیدگاه غربی، «سرمایه فرهنگی» با مضامین اخلاقی و معرفتی آمیخته است. چنین رویکردی به سرمایه فرهنگی سبب می‌شود نه تنها سرمایه فرهنگی بتواند از انعطاف بیشتری برخوردار شود، بلکه می‌توان آن را با دیگر مفاهیم اسلامی بررسی نمود.

در آموزه‌های امام علیؑ سرمایه فرهنگی یک مسئله کیفی و چندوجهی است که باید برای به دست آوردن آن تمام وجه‌ها با هم و در کنار هم حاصل شوند. برای نمونه، نمی‌توان به دانش دست یافت، اما از یادگیری، تعلیم، خیر عمومی، قناعت، زهد غافل شد؛ اگر یکی از مفاهیم مزبور حاصل نشود مفهوم اولیه و اصلی که همان «دانش» باشد از معنا تهی خواهد شد. علاوه بر این، سرمایه فرهنگی نزد امامؑ به‌مثابه امری ذهنی و انتزاعی است؛ مسئله‌ای که در رویکرد بوردیو مغفول واقع شده است.

منابع

- نهج‌البلاغه**، ۱۳۸۲، ترجمه محمد دشتی، قم، مؤسسه فرهنگی تحقیقاتی امیرالمؤمنین علیه السلام.
- ابن ابی‌الحدید، عبدالحمید، ۱۴۰۴ق، **شرح نهج‌البلاغه**، به کوشش محمد ابوالفضل ابراهیم، قم، مکتبه آیه الله المرعشی النجفی.
- انصافی مهربانی، سپیده و معصومه مدور، ۱۳۹۳، «بررسی تطبیقی تربیت عقلانی از دیدگاه حضرت علی علیه السلام و جان دیویی»، **فلسفه و کودک**، ش ۷، ص ۸۳-۱۱۰.
- بابایی، محمداقرا، ۱۳۸۴، «تعامل فرهنگ با سایر مؤلفه‌های قدرت ملی از دیدگاه امام علی علیه السلام»، **مطالعات عملیات روانی**، ش ۱۱، ص ۴۸-۷۴.
- بابایی‌فرد، اسدالله و مرتضی بارانی، ۱۳۹۸، «بررسی عوامل مؤثر بر فردگرایی در میان دانشجویان دانشگاه‌های کاشان و علوم پزشکی کاشان»، **توسعه اجتماعی**، دوره سیزدهم، ش ۴، ص ۱۱۵-۱۵۲.
- باکاک، رابرت، ۱۳۸۱، **مصرف**، ترجمه خسرو صبوری، تهران، شیرازه.
- بورديو، پیر، ۱۳۹۰، **تمايز**، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، ثالث.
- _____، ۱۳۹۰، **نظریه کنش (دلایل انتخاب عقلانی)**، ترجمه مرتضی مردیها، تهران، نقش و نگار.
- پیربابایی، محمدتقی و محمد سلطان‌زاده، ۱۳۹۴، «مقدمه‌ای بر صورت‌بندی میدان معماری معاصر ایران براساس نظریه میدان بورديو»، **هنرهای زیبا، معماری و شهرسازی**، دوره بیستم، ش ۱، ص ۷۳-۸۴.
- تمیمی آمدی، عبدالواحدبن محمد، ۱۳۸۱، **غررالحکم و دررالکلم**، ترجمه محمدعلی انصاری قمی، قم، امام عصر.
- جنکینز، ریچارد، ۱۳۸۵، **پیر بورديو**، ترجمه حسن چاوشیان و لیلا جوادافشانی، تهران، نشر نی.
- سیدمن، استیون، ۱۳۸۶، **کشاکش آراء در جامعه‌شناسی**، ترجمه هادی جلیلی، تهران، نشر نی.
- شارع‌پور، محمود و غلامرضا خوش‌فر، ۱۳۸۱، «رابطه سرمایه فرهنگی با هویت جوانان شهر تهران»، **نامه علوم اجتماعی**، ش ۲۰، ص ۱۳۳-۱۴۷.
- شویره، کریستاین و اولیویه فونتین، ۱۳۸۵، **واژگان کلیدی بورديو**، ترجمه مرتضی کتبی، تهران، نشر نی.
- صادقی ده‌چشمه، ستار و زهرا داداشی آرائی، ۱۳۹۵، «سبک زندگی و مصرف از منظر جامعه‌شناسی با تأکید بر نظریه بورديو»، در: **دومین کنفرانس سراسری دانش و فناوری علوم تربیتی مطالعات اجتماعی و روانشناسی ایران**.
- عزیزی مهر، خیام، و صدیقه پیری، ۱۳۹۷، «طبقه، فرهنگ، و سبک زندگی (مورد مطالعه: فرهنگ و سبک زندگی طبقه بالای جامعه)»، **جامعه‌شناسی ایران**، دوره نوزدهم، ش ۳، ص ۱۲۶-۱۶۳.
- علوی، حمیدرضا، ۱۳۸۵، «مبانی آموزش از دیدگاه امام علی علیه السلام»، **الهیات و حقوق اسلامی**؛ ش ۳، ص ۱۴۳-۱۸۰.
- فصیحی، امان‌الله، ۱۳۸۹، **اسلام و سرمایه اجتماعی: با رویکرد فرهنگی**، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- قاسم‌پور، محسن و پروین شناسوند، ۱۳۹۶، «روش‌شناسی مواجهه امام علی علیه السلام با فرهنگ اخلاقی جاهلیت در نهج‌البلاغه»، **پژوهش‌های نهج‌البلاغه**، سال شانزدهم، ش ۵۳، ص ۶۵-۹۰.
- کاظمیان، مهرداد و همکاران، ۱۳۹۳، «مصرف فرهنگی و عوامل مرتبط با آن (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه مازندران)»، **جامعه پژوهی فرهنگی**، سال پنجم، ش ۲، ص ۱۳۳-۱۵۳.
- کلانتری، عبدالحسین و دیگران، ۱۳۹۲، «تحصیلات و مصرف فرهنگی در شهر تهران»، **مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران**، دوره دوم، ش ۱، ص ۱۱۱-۱۳۱.
- محقق، حسین و سعید صحابت‌انور، ۱۳۹۶، «روابط اجتماعی و اخلاق از دیدگاه حضرت علی علیه السلام در نهج‌البلاغه»، **پژوهش‌نامه نهج‌البلاغه**، ش ۱۸، ص ۱۵-۳۱.

- محمدی، فردین و دیگران، ۱۳۹۹، «تحلیل وضعیت، شرایط و پیامدهای سرمایه مورد منازعه در آموزش پرورش ایران»، *راهبرد فرهنگ*، ش ۵۱، ص ۸۱-۱۱۴.
- ولیکانی، ماشاءالله و منصور رحمتی، ۱۳۹۱، «تأثیر روابط میان فرهنگی بر شیوه زمامداری از دیدگاه حضرت علی (ع)»، *مدیریت اسلامی*، سال بیستم، ش ۱، ص ۸۱-۹۸.
- مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۹۰، *پیام امام امیرالمؤمنین (ع)*، قم، امام علی بن ابیطالب (ع).


Clark, V. & Braun, v, 2006, "Using thematic analysis in psychology", *Qualitative Research in psychology*, N. 3, p. 77-101.

Peterson, R A, M. K, Kern, 1996. "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore", *American Sociological Review*, V. 61, N. 5, p. 900-907.

تبیین‌های اجتماعی - فرهنگی جمعیت در اندیشه علامه مصباح یزدی*

اسماعیل چراغی کوتیانی / استادیار گروه جامعه‌شناسی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی^ع

esmaeel.cheraghi@gmail.com  orcid.org/0009-0007-1869-074X

 <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۰۱ - پذیرش: ۱۴۰۱/۱۲/۲۳

چکیده

«جمعیت» موضوعی چندبعدی است که به‌مثابه مسئله‌ای راهبردی و عاملی مهم در پایایی و پویایی جوامع، مدنظر اندیشمندان اجتماعی قرار گرفته است. در این زمینه علامه مصباح یزدی، فلیسوف اجتماعی برجسته، به ارائه تحلیل‌های اجتماعی و فرهنگی درخصوص جمعیت پرداخته است. پرسش کانونی این نوشتار از تبیین‌های اجتماعی و فرهنگی علامه مصباح یزدی درباره جمعیت است. روش گردآوری داده‌ها «اسنادی و کتابخانه‌ای» بوده و پردازش داده‌ها به صورت توصیفی و تحلیلی صورت گرفته است. یافته‌ها بیانگر آن است که علامه مصباح یزدی اسلام را طرفدار افزایش جمعیت می‌داند، اما حکم آن را متأثر از شرایط اجتماعی معرفی می‌کند. از نظر ایشان، جمعیت موضوعی چندبعدی است که برای حل مسائل آن باید کارشناسان علوم گوناگون با یکدیگر همگرایی داشته باشند. ایشان عمده‌ترین عوامل شکل‌گیری چالش جمعیت را دو چیز می‌داند: نخست توطئه دشمنان؛ و دوم گسترش فرهنگ راحت‌طلبی. از نظر ایشان روحانیت برای جبران کاستی‌های گذشته دو وظیفه عمده دارد: انجام فعالیت‌های فرهنگی و علمی؛ و معرفی نتایج تحقیقات به عموم مردم. وی گره اصلی چالش جمعیت را «فرهنگ» و «ضعف دینداری» دانسته است که برای حل آن باید دین و آموزه‌های دینی تقویت شوند.

کلیدواژه‌ها: تبیین، تبیین جمعیت‌شناختی، تبیین اجتماعی فرهنگی، فرهنگ، علامه مصباح یزدی.

موضوع «جمعیت» از دیرباز در رشته‌های گوناگون علمی از سوی اندیشمندان بسیاری مدنظر قرار گرفته است. علت این امر را باید در ویژگی‌های خاص این موضوع جست‌وجو کرد. جمعیت از یک سو موضوعی چندوجهی و دارای ابعادی پرشمار و متنوع است. از این‌رو هرگونه تصمیم‌گیری درباره آن منوط به پردازش همه جوانب و ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و امنیتی آن است؛ زیرا دگرگونی‌های جمعیتی علاوه بر اینکه از عوامل جمعیتی ناشی می‌شوند، از عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و سیاسی بسیاری نیز تأثیر می‌پذیرند؛ چنان‌که بر ساحت‌های گوناگون زندگی اجتماعی، از اقتصاد گرفته تا سیاست و امنیت و فرهنگ و تربیت و اخلاق و همه مناسبات اجتماعی تأثیر گذارند.

از سوی دیگر، امروزه کمیت و کیفیت جمعیت به‌مثابه مسئله‌ای راهبردی و عاملی مهم در پایایی و پویایی جامعه، مطمح‌نظر اندیشمندان و سیاست‌گذاران اجتماعی و سیاسی در بسیاری از کشورها قرار گرفته است. این ویژگی‌ها موجب شده است تا حوزه‌های دانشی گوناگون، از دانش‌های تبیینی (همچون جامعه‌شناسی و روان‌شناسی و جمعیت‌شناسی) گرفته تا علوم هنجاری (همچون فلسفه و اخلاق و فقه) به این موضوع توجه نشان دهند و از منظرهای گوناگون به تحلیل آن بپردازند.

در این میان، اندیشمندان و فیلسوفان اجتماعی مسلمان بسیاری نیز در دوره‌های گوناگون تاریخی و با انگیزه‌های متفاوت، به این موضوع علاقه نشان داده و به بحث درباره آن پرداخته‌اند. علامه مصباح یزدی یکی از فیلسوفان و اندیشمندان اجتماعی برجسته‌ای است که به این موضوع توجه کرده و به تحلیل آن پرداخته است. هرچند توجه ایشان به این موضوع به صورت مستقل و ویژه نبوده و ایشان اثری خاص در این باره ندارد، اما از خلال مصاحبه‌ها و سخنرانی‌ها و دیدارهایی که گروه‌ها و اقشار گوناگون جامعه با ایشان داشته‌اند، می‌توان به طرح‌واره‌ای از اندیشه‌های جمعیت‌شناختی ایشان دست یافت.

از این‌رو پرسش اصلی این نوشتار از تبیین‌های اجتماعی - فرهنگی اندیشه علامه محمدتقی مصباح یزدی است. روش تحقیق در این پژوهش در مرحله گردآوری داده‌ها و اطلاعات، روش «اسنادی و کتابخانه‌ای» است. در مرحله پردازش نیز از روش «تحلیلی و توصیفی» استفاده شده است.

۱. پیشینه بحث

تاکنون هیچ اثری از استاد مصباح یزدی به بررسی این موضوع نپرداخته است. آنچه در این خصوص در اسناد موجود است چند سخنرانی از ایشان است که در مناسبت‌های گوناگون با اقشار اجتماعی بیان شده است. پژوهشگر کوشیده است تا از خلال این اسناد اندک، به طرح‌واره‌ای از تبیین‌های جمعیت‌شناختی این فیلسوف فرزانه دست یابد.

۲. مفهوم‌شناسی

۲-۱. «تبیین»

یکی از روش‌های مهم تحلیل و بررسی مسائل علمی به کارگیری روش «تبیین» (Explanation) است. تبیین‌ها نوعی پاسخ به پرسش از چرایی‌ها و چگونگی‌هاست. امروزه در جامعه‌شناسی تلاش می‌شود تا پیوندها و روابط الگودار بین پدیده‌ها و نیز چگونگی اثرگذاری آنها بر یکدیگر توضیح داده شوند (میرزایی، ۱۳۹۳، ص ۲۹۹). منطق تبیین بر این اصل استوار است که برای فهم پدیده یا نظامی خاص باید معلوم کنیم که آنها چگونه از نظم‌های عمیق‌تری در طبیعت ناشی می‌شوند (لیتل، ۱۳۸۱، ص ۷۶).

تبیین‌ها از یک دیدگاه کلی به دو گونه «تجربی» (استقرایی) و «نظری» (قیاسی) تقسیم می‌شوند. تبیین استقرایی یک رخداد به آن است که تحت نظامی تجربی که قبلاً به تأیید رسیده است، درآورده شود. اما تبیین قیاسی آن است که توصیف حادثه را از فرضیه‌های نظری درآوریم که بیانگر فرایندهای منتهی شونده به آن رخدادند. این دسته از تبیین‌ها بیانگر فرضیه‌هایی درخصوص سازوکارها یا ساختارهای زیرین برای رخدادها هستند (همان، ص ۱۱).

با توجه به این تقسیم‌بندی از تبیین، تبیین‌های جمعیت‌شناختی علامه مصباح یزدی از سنخ دوم هستند؛ بدین معنا که ایشان کوشیده است تا بر پایه آموزه‌های بنیادین دین، به تبیین رویکرد اسلام به موضوع جمعیت بپردازد.

۲-۲. «تبیین جمعیت‌شناختی»

در بررسی‌های جمعیت‌شناختی، ابتدایی‌ترین شکل تبیین، تبیین «جمعیت‌شناختی» (دموگرافیک) است. در این تبیین یک پدیده جمعیتی توسط پدیده‌های دیگر جمعیتی توضیح داده می‌شود؛ مثلاً تغییرات در حجم جمعیت جهان با کمک پدیده‌های جمعیتی باروری، مرگ و میر و مهاجرت تبیین می‌شود. این نوع تبیین‌ها با وجود دقت فراوانشان، محدودند (سرای، ۱۳۶۸)؛ زیرا صرفاً به پدیده‌های جمعیت‌شناختی توجه نشان داده و از تحلیل‌ها پدیده‌های دیگر پرهیز می‌کنند.

۲-۳. «تبیین اجتماعی - فرهنگی جمعیت»

یک بررسی دامن‌گستر تحلیلی است که بتواند شرایط و بسترهایی را نیز که پدیده‌های جمعیتی در آن واقع می‌شوند توضیح دهد. برای این کار، لازم است جمعیت‌شناس پا را از حوزه دانش خود فراتر نهاده، از مفاهیم و داده‌های دانش‌های دیگر، به‌ویژه علوم اجتماعی، برای تبیین کامل‌تر استفاده کند؛ زیرا تبیین‌های ارزنده‌تر و مهم‌تر پدیده‌های جمعیتی - با وجود دقت کمتر - تبیین‌های غیرمردم‌شناختی (مثل تبیین اجتماعی) هستند. این‌گونه تبیین‌ها امروزه در قالب «جمعیت‌شناسی اجتماعی» (social demography) یا «جمعیت‌پژوهی» (the study of population) به کار گرفته می‌شوند.

«جمعیت‌پژوهی» یک حوزه میان‌رشته‌ای است که اضافه بر مطالعات جمعیت‌شناسی، شامل توصیف و تبیین مردم‌شناختی و غیرمردم‌شناختی پدیده‌های جمعیتی، مطالعه عوارض و پیامدهای غیرمردم‌شناختی پدیده‌های جمعیتی هم می‌شود (سرایی، ۱۳۶۸).

به هر حال تبیین و تحلیل اجتماعی و فرهنگی به بررسی فرهنگ و باورهای جمعیتی مردم در زمینه‌های فرزندآوری، باروری، خانواده، زناشویی و مانند آن می‌پردازد؛ اینکه جمعیت تحت تأثیر کدام عوامل اجتماعی و فرهنگی افزایش یا کاهش می‌یابد. بنابراین در تحلیل اجتماعی - فرهنگی جمعیت، پژوهشگر قرار است علت‌های گوناگون افزایش یا کاهش جمعیت را موشکافانه بررسی کند. بدین‌روی لازم است به جنبه‌های گوناگون این چگونگی‌ها نظر شود. نوع تربیت در خانواده و تأثیرهای فرهنگی، آداب و رسوم، باورهای دینی، فرهنگ قومی، فرهنگ روستایی، فرهنگ بومی و عناصر دیگری که در این چگونگی دخالت دارند بحث‌های تحلیل اجتماعی جمعیت را تشکیل می‌دهند (آشفته تهرانی، ۱۳۸۱، ص ۱۷).

گفتنی است تبیین‌هایی که علامه مصباح یزدی از موضوعات جمعیتی ارائه می‌دهد از نوع تبیین‌های اجتماعی - فرهنگی است.

۳. تبیین‌های اجتماعی - فرهنگی جمعیت در اندیشه علامه مصباح یزدی

۳-۱. رویکرد اسلام به افزایش جمعیت

یکی از پرسش‌هایی که درباره موضوع جمعیت مطرح می‌شود سؤال از رویکرد اسلام به تکثیر نسل است. در پاسخ به این پرسش غالب اندیشمندان مسلمان اتفاق نظر دارند که اسلام موافق اصل افزایش جمعیت است، هرچند در موضوع دوام و کلیت این حکم بین اندیشمندان اسلامی اختلاف نظر وجود دارد.

علامه مصباح یزدی ضمن اشاره به این موضوع که در بحث‌های فقهی ناظر به جمعیت‌شناسی، اصل مطلوب بودن تکثیر نسل در اسلام پذیرفته شده و در بین اندیشمندان مسلمان غیرقابل تردید است (مصباح یزدی، ۱۳۹۲)، به واکوی شیوه‌های ممکن برای اثبات آن اصل می‌پردازد. از نظر ایشان اندیشمندان مسلمان می‌توانند از دو طریق برای اثبات مسئله استدلال کنند:

۳-۱-۱. کاربست روش فقهی

از نظر علامه مصباح یزدی، در این روش با استفاده از آیات و روایات می‌توان به پرسش از مطلوبیت تکثیر نفوس پاسخ داد؛ زیرا در برخی روایات به چرایی این موضوع اشاره شده است. برای نمونه، در روایت آمده است: «زیاد فرزند آورد تا فردا روز (در قیامت) به زیادی شما بر امت‌های دیگر افتخار کنم» (کلینی، ۱۳۸۷، ص ۳۲۸).

از نظر ایشان هرچند «ما مفهوم دقیق این روایت را متوجه نمی‌شویم که منظور پیامبر از اینکه من به خاطر کثرت اولاد شما در روز قیامت بر امت‌های دیگر مباحات خواهم کرد، چیست... ولی - به هر حال - در روایت به این مسئله اشاره شده است» (مصباح یزدی، ۱۳۹۲) و چون سنت در کنار قرآن، یکی از منابع کشف احکام دینی است، مقبول واقع می‌شود.

همچنین در برخی روایات علل دیگری برای مطلوبیت فرزندآوری بیان شده است؛ مثلاً به مسلمانان سفارش شده است با زنی که ولود باشد (زیاد فرزند می‌آورد) ازدواج کنید تا حاصل آن فرزندان شود که زمین را با تسبیح خدا سنگین می‌کنند (کلینی، ۱۳۸۷، ص ۳۲۸).

علامه مصباح یزدی در جمع‌بندی این روش می‌فرماید: همه ما - به هر حال - با دیدن روایات، این مسئله را قبول می‌کنیم «و همه ما هم می‌دانیم که درست است. اگر دلیلی هم به ذهنمان نرسید، همین که روایت است و پیغمبر و امام فرموده‌اند، برای ما کفایت می‌کند؛ زیرا حتماً مصلحت و حکمتی در آن نهفته است» (مصباح یزدی، ۱۳۹۲). به هر روی، از منظر ایشان در این روش با ساخت و تکیه بر اصل اصولی «حجیت کلام معصوم» و کاربست آن در احکام فقهی و آموزه‌های دینی، می‌توان به مطلوبیت تکثیر نسل از منظر اسلام پی برد.

۲-۱-۳. کاربست قواعد کلامی

علامه مصباح یزدی در تحلیل این روش معتقد است: همان‌گونه که در روش نخست از قواعد اصول فقه برای استدلال بر مطلوبیت فرزندآوری استفاده می‌شود، در اینجا نیز باید از اصول موضوعه کلامی استفاده گردد (همان). یکی از اصول موضوعه کلامی که از نظر ایشان کاربرد مهمی در موضوع جمعیت و فرزندآوری دارد اصل «افاضه وجود و فیاضیت مطلق الهی» است. این اصل قاعده‌ای کلامی، مبتنی بر یک قاعده فلسفی است.

از نظر ایشان، از قواعد کلامی استفاده می‌شود که هدف الهی از آفرینش انسان این است که از موجودات پستی مانند خاک، گیاه و اسپرم‌ها موجودی پدید آورد که شعور، فهم، اراده و عشق به خدا داشته باشد. خداوند هزاران اسپرم را در قطره‌ای بی‌ارزش قرار داده است تا از طریق آن، انسانی بیافریند که شخصیتی بزرگ (از نظر علمی، اخلاقی، سیاسی) و مُصلح جامعه باشد. از نظر ایشان، اقتضای حکمت الهی آن است که از قطره آبی پست، چنین موجوداتی شریف بیافریند (همان).

پس از طرح این اصل و تحلیل آن درخصوص فرزندآوری، ایشان در مقام نتیجه‌گیری برآمده، سؤال می‌کنند که بنا بر این اصل، آیا در مطلوب بودن فرایند فرزندآوری - به‌ویژه اگر احتمال تولد انسان تکامل‌یافته، دیندار و خدانشناس وجود داشته باشد - جای شکی وجود دارد؟! آیا اگر خاک پستی به چنین کمالی برسد که گوینده «لا اله الا الله» و خدانشناس باشد، آیا می‌توان درباره مطلوبیتش شک کرد؟ (همان)

برای اثبات مطلوب بودن فرزندآوری و افزایش جمعیت از منظر اسلام، ایشان با رویکردی نوآورانه تلاش می‌کند تا دو اصل موضوع در اصول فقه و کلام را با هم گره زده، به این نتیجه دست یابد. از نظر ایشان، اگر اصل «افاضه وجود و فیاضیت مطلق الهی» را - که اصلی کلامی است - با قاعده اصولی که می‌گوید: «اگر بنده به خواست و غرض مولایش علم پیدا کند - هرچند نصی هم به او نرسیده باشد - باید غرض مولا را تحقق ببخشد» ضمیمه کنیم، می‌تواند دلیل محکمی بر مطلوب بودن افزایش جمعیت باشد؛ زیرا در موضوع افزایش جمعیت هم «اگر کسی بداند غرض خداوند چیست، حق ندارد آن را پشت گوش بیندازد و بگوید که به من چه؟! وقتی فرد می‌داند که خداوند چه می‌خواهد... آیا وجوب عمل جای تردید است...؟ ما اگر بدانیم خداوند چیزی را دوست دارد و حکمت و غرض آفرینش او این اقتضا را دارد، نباید در مطلوبیتش شک کنیم» (همان).

از نظر ایشان، نه تنها اصل «فرزندآوری» امر مطلوبی است، بلکه کثرت زادآوری نیز بر پایه قواعد اصولی و کلامی پیش گفته، امری پسندیده و مطلوب اسلام است.

باید زمینه‌ای فراهم شود که افراد انسان کثرت پیدا کنند؛ چون اگر مطلوب این است که بیشترین تعداد افراد به کمال برسند، باید کمیت بیشتری داشته باشند. هرچه بیشتر باشند، مصادیق فیض الهی بیشتر می‌شود. پس شرایط باید طوری باشد که مانعی برای ازدیاد جمعیت و کثرت افراد در طول تاریخ ایجاد نشود (مصباح یزدی، ۱۳۹۶).

البته ایشان ناپسند بودن منع از افزایش جمعیت را حکمی ابدی و غیرقابل تغییر ندانسته و بر این باور است که اگر «این کثرت به جایی برسد که به اصل هدف لطمه بخورد، در اینجاست که باید کنترل شود؛ چون درست است که هدف این است که کثرت پیدا شود، اما کثرت در قالب خاص باید پیدا شود» (همان).
در حقیقت از منظر ایشان هدف اساسی رسیدن انسان‌های بیشتر به کمال است؛ اما اگر افزایش جمعیت به این هدف اساسی لطمه وارد کند، به صورت موقت مطلوبیت خود را از دست خواهد داد. (این موضوع در بخش بعد با تفصیل بیشتری توضیح داده می‌شود).

۲-۳. تأثیر شرایط اجتماعی - سیاسی در حکم جمعیت

تا اینجا ثابت شد که از منظر علامه مصباح یزدی اسلام زادآوری زیاد ارزشمند دانسته، به آن تشویق می‌کند. اما سؤالی که مطرح می‌شود این است که آیا وجود شرایط و موقعیت‌های خاص و مصالح عمومی نمی‌تواند ارزشمندی زادآوری را تخصیص زند، یا برای مدتی متوقف سازد؟ به هر روی، اسلام به‌مثابه دینی جامع و واقع‌گرا، نمی‌تواند از بروز برخی شرایط - که ممکن است حکمی را تغییر دهد - غفلت کند. ظهور عناوین ثانویه، بروز ضرر و حرج، تراحم و مانند آن بخشی از راهکارهای اسلام برای برون‌رفت از مسئله‌آفرینی برخی از احکام در شرایط خاص است. بر این پایه، توجه به برخی تنگناها و ضرورت‌های فردی و اجتماعی در زادآوری با دیدگاه اسلام ناسازگار نیست و تشویق به تکثیر نفوس به معنای غفلت از شرایط و موقعیت‌های ویژه که مهار زادآوری را طلب می‌کند، نیست؛ مثلاً اگر

فرونی جمعیت سبب ایجاد امراض یا ناسامانی زندگی والدین یا فرزندان و یا موجب ناسامانی اجتماع شود، رجحان خود را تا وقتی که این وضعیت ادامه دارد، از دست می‌دهد (خرازی، ۱۳۷۹).

علامه مصباح یزدی، به‌عنوان اندیشمندی روشن‌اندیش، بر تأثیر شرایط اجتماعی در دگرگونی موضوعها و احکام اولیه پدیده‌ها - از جمله موضوع فرزندآوری و افزایش جمعیت - و ظهور احکام ثانویه تأکید می‌کند. ایشان این تأثیر را با طرح بحث «تزامم بین مطلوب‌ها» تحلیل می‌کند:

باید به این نکته توجه کنیم که عالم طبیعت، عالم التزامم‌هاست؛ یعنی گاهی مطلوبی با مطلوبی دیگر در عمل، التزامم پیدا می‌کند. در این شرایط، عناوین ثانویه پیدا می‌شود؛ یعنی گاهی چیزی که ابتدا حلال است، حرام می‌شود و یا حرام است، ولی واجب می‌شود. این به دلیل التزامم‌هایی است که در عالم طبیعت رخ می‌دهد (مصباح یزدی، ۱۳۹۲).

این بیان تأکیدی است بر اینکه موضوع «افزایش جمعیت» هرچند مطلوب و مورد پسند دین است، اما این بدان معنا نیست که افزایش جمعیت حکم ثابت و غیرقابل تغییری داشته باشد، بلکه با تحول شرایط زندگی بشر و بروز التزامم بین پدیده‌هایی که مطلوب و به مصلحت انسان است، امکان دگرگونی در حکم آن وجود دارد.

۳-۳. چندبعدی بودن مسئله جمعیت

مسئله جمعیت امری چندبعدی است که هرگونه تصمیم‌گیری درباره آن منوط به توجه همه جوانب و ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و امنیتی آن است؛ زیرا همان‌گونه که پیش از این گفته شد، رصد زوایای گوناگون یک موضوع ممکن است سبب شود امری که در دوره‌ای مفید تلقی می‌شد، در زمانی دیگر به زیان جامعه تشخیص داده شود و بازنگری در آن ضرورت پیدا کند. به دیگر سخن، نمی‌توان یک وضعیت جمعیتی ثابت و مفروض را مطلوب در نظر گرفت؛ زیرا دگرگونی‌های جمعیتی علاوه بر اینکه ریشه در عوامل جمعیتی دارند، از بسیاری عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و سیاسی نیز تأثیر می‌پذیرند (مشفق و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۷۵).

علامه مصباح یزدی در تبیین جمعیت‌شناختی خود از موضوع «افزایش جمعیت» بر این نکته مهم تأکید می‌کنند که به مسئله «افزایش جمعیت» نباید از منظری خاص و تک‌بعدی نگریست؛ زیرا موضوع ذوابعدی است و با چندین علم ارتباط دارد (مصباح یزدی، ۱۳۹۲).

علت تأکید علامه مصباح یزدی بر چندبعدی بودن موضوع افزایش جمعیت آن است که ایشان بر این باور است که پیش‌درآمد حل مسئله و یافتن پاسخ بخشی از پرسش‌ها در این خصوص، به طرح درست موضوع و توجه به همه ابعاد آن بستگی دارد. از نظر ایشان:

این یک خدمت بزرگی است که آدم بداند وقتی در مسئله‌ای وارد می‌شود چند بُعد دارد و هر بُعدش به چه کسانی مربوط می‌شود؟ چند نوع فعالیت پژوهشی و تحقیقی باید انجام بگیرد تا حاصل جمعش جواب کلی و جامعی بشود برای مسئله طرح شده (همان).

ایشان با اذعان بر ارتباط مستقیم دانش «جمعیت‌شناسی» و نیز «جامعه‌شناسی» با موضوع «افزایش جمعیت»، بر این باور است که نباید از نقش دانش‌ها و موضوع‌های دیگر در تعامل با موضوع جمعیت غفلت کرد. برای نمونه، ایشان به رابطه برهم‌کنشانه اقتصاد و جمعیت اشاره کرده، بر این باور است که در یک نگاه جامع و چندبعدی درخصوص موضوع افزایش جمعیت، هم باید به عوامل اقتصادی تأثیرگذار بر پیدایش، افزایش و کاهش جمعیت (تأثیری که جمعیت از وضع اقتصادی می‌پذیرد) پرداخت و هم به تأثیرات اقتصادی که بعداً بر آن مترتب می‌شود (تأثیراتی که جمعیت در اقتصاد کشور دارد) توجه کرد (همان). ایشان بر این نکته تأکید می‌کند که مسائل حقوقی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و فقهی، هر کدام به نحوی در حل بعضی ابعاد این مسئله مؤثر است (همان). از این رو باید مورد توجه و دقت کافی قرار گیرند.

۴-۳. آسیب‌شناسی وضعیت کنونی جمعیت

یکی از ابعاد مهمی که درخصوص جمعیت باید مد نظر جدی قرار گیرد، ارزیابی و آسیب‌شناسی وضعیت جمعیت کشور است؛ زیرا برای درمان هر دردی نخست باید با نگرشی آسیب‌شناسانه علت درد بررسی و شناخته شود. علامه مصباح یزدی با تکیه بر همین اصل، به آسیب‌شناسی وضعیت جمعیت در ایران پرداخته و ضمن اشاره به مطالبات مقام معظم رهبری درخصوص جمعیت و ابراز تأسف از عدم تحقق انتظارات بجای ایشان، بر این باور است که وقتی علی‌رغم تأکیدهای متعدد رهبر انقلاب بر مسئله جمعیت، پاسخ شایسته‌ای به انتظار ایشان داده نشده، نشانه آن است که آسیب‌هایی در اینجا وجود دارد که باید بررسی شوند (مصباح یزدی، ۱۳۹۷ الف).

ایشان در تحلیل موضوع کاهش باروری و عدم توفیق کشور در افزایش میزان باروری به دو آسیب مهم اشاره می‌کند:

۱-۴-۳. توطئه دشمنان

جمعیت در طول تاریخ همیشه یکی از اساسی‌ترین مؤلفه‌های قدرت به‌شمار می‌رفته و جایگاه بالایی در راهبرد دفاعی کشورها داشته است. تأثیر جمعیت در قدرت‌آفرینی به میزانی است که حتی با افزایش نقش پیشرفت‌های فناوری در تولید ثروت و قدرت کشورها، اهمیت خود را همچنان حفظ کرده است. از این رو یکی از نقشه‌های نظام سلطه درخصوص تضعیف قدرت کشورهای مستقل و استکبارستیز، به‌ویژه ایران، تلاش برای کاهش جمعیت آنها بوده است. هانتینگتون با اذعان به این حقیقت، تمدن‌های اسلام و چین را بزرگ‌ترین تمدن‌های چالشگر برای ایالات متحده و تمدن غرب برمی‌شمارد و می‌نویسد:

در مورد چین، این پویایی اقتصادی این کشور است که نوعی اعتماد به نفس در مسائل جهانی به آن بخشیده و آن را به کشوری جسور تبدیل کرده است... اما موضوع بعدی به اسلام بازمی‌گردد؛ تمدنی که چالش آن تا حدودی متفاوت از دیگر چالش‌هاست؛ چراکه این تمدن اساساً ریشه در نوعی

پویایی جمعیتی دارد. رشد بالای زاد و ولد که در اکثر کشورهای اسلامی شاهد آن هستیم و نیز این واقعیت که امروزه با افزایش ناگهانی جمعیت گسترده جوانان در اکثر کشورهای مسلمان روبه‌رویییم، این چالش را متفاوت از دیگر چالش‌ها ساخته است. امروزه بیش از بیست درصد جمعیت جهان اسلام را جوانان ۱۵ تا ۲۵ ساله به خود اختصاص داده است. بله، از همین روست که به عقیده مورخین و جامعه‌شناسان، رویدادهای پیش‌روی ما رویدادهایی مشکل‌آفرین خواهند بود (هاتینگتون، ۱۳۸۴).

علامه مصباح یزدی با نگرشی آسیب‌شناسانه، یکی از مهم‌ترین علل کاهش باروری و عدم توفیق کشور در افزایش آن را «توطئه‌های دشمنان اسلام و انقلاب و تشیع» دانسته که به صورت‌های گوناگون انجام گرفته است و سوگمندان باید گفت: نتایج مناسبی هم از کارهای خود گرفته‌اند (مصباح یزدی، ۱۳۹۷ الف). ایشان معتقد است: تبلیغات دشمنان خارجی و فعالیت‌های داخلی آنان در این زمینه طبیعی است؛ زیرا از دشمن انتظار نمی‌رود که در این زمینه به ما کمک کند. کار دشمن، دشمنی کردن است (همان).

از نظر ایشان، آنچه در این زمینه مهم است این است که «ما باید بررسی کنیم که چه کمبودهایی داشته‌ایم و چه فرصت‌هایی را برای آنها فراهم کرده‌ایم که بتوانند نقشه‌های خود را اجرایی کنند و یا - خدای ناکرده - گاهی به آنها کمک کرده باشیم» (همان). ایشان در تحلیل فرصت‌هایی که از طرف دوستان انقلاب اسلامی ناخواسته برای اجرایی شدن نقشه‌های دشمن، در اختیار آنان قرار گرفت، به سه عامل اشاره می‌کند:

۱-۴-۳. خطای برخی روحانیان و امامان جمعه

از نظر علامه مصباح یزدی یکی از عواملی که ناخواسته فرصت را برای اجرای نقشه‌های دشمنان ایجاد کرد، خطایی بود که از سوی برخی روحانیان و امامان جمعه رخ داد.

در دهه اول انقلاب، برخی از بزرگان و ائمه جمعه کشور در خطبه‌های نماز جمعه و سخنرانی‌های خود درباره محدود کردن جمعیت به‌طور رسمی سخنرانی می‌کردند و برای تبیین این مسئله از برخی از روایات که در این زمینه‌ها هست، استفاده می‌کردند (همان).

ایشان در تحلیل چرایی این خطا، به دو موضوع اساسی و مؤثر در این اشتباه ناخواسته اشاره می‌کند:

نخست اینکه روحانیان با مشاهده وضع نابسامان اقتصادی کشور، اولویت را در این می‌دیدند که خرابی‌ها و خسارت‌های ناشی از جنگ و بمباران‌ها جبران شود.

دیدگاه این افراد آن بود که یکی از راه‌ها این است که به‌طور موقت، جلوی رشد جمعیت گرفته شود تا هزینه جدیدی بر دوش دولت و نظام گذاشته نشود (همان).

از نظر علامه مصباح یزدی خطای برخی از روحانیان علت دیگری نیز می‌تواند داشته باشد. ایشان در تحلیل علت دوم، به «القاءات اطرافیان و مشاوران روحانیت» اشاره می‌کند:

شاید بعضی از آنها هم در اثر القاءات برخی از اطرافیان و اشخاص مورد اعتماد و مشاوران اقتصادی بود که چنین اظهاراتی کردند که خواه‌ناخواه در عده‌ای اثر می‌گذاشت (همان).

ایشان ضمن اذعان به ضرورت جبران این خطا از سوی روحانیت، به دو نکته اساسی درخصوص کاهش لغزش فکری افراد شاخص جامعه در امور مهم اشاره می‌کند:

اول اینکه ما روحانیت باید «مواظبت کنیم در مسائل اینچینی با سرعت و قاطعانه اقدام نکنیم که چنین خسارت‌هایی را به همراه داشته باشد» (همان).

دوم اینکه «این درسی برای امامان جمعه و شخصیت‌های معروف نظام است که در بیان اظهارات خود، به‌ویژه در موضوعاتی که تخصص ندارند، بیشتر دقت کنند» (همان).

البته بی‌شک، واکنش روحانیت به مسئله جمعیت در آن دوره از سر دغدغه‌مندی و با هدف همراهی با سیاست‌های کلان نظامی اسلامی بود. از این رو علامه مصباح یزدی با اذعان به خیرخواهی روحانیت برای وضعیت کشور، خواستار دقت همگان در مسائلی مهمی همچون جمعیت و تلاش برای جبران کاستی‌هاست (همان).

۲-۱-۳. خطای دولتمردان

علامه مصباح یزدی خطای دیگری را که زمینه‌ساز اجرایی شدن نقشه‌های دشمن درخصوص کاهش باروری در ایران بود، اشتباه دولتمردان دانسته، در تحلیل چرایی این خطا به فقدان جامع‌نگری دولت‌ها در تدوین سیاست‌ها اشاره می‌کند:

به‌طور طبیعی اولین چیزی که برای دولت‌ها اولویت دارد رفع مشکلات اقتصادی کشور است، و آنچه به یک دولت یا نظام ضربه می‌زند همین است که وضع اقتصادی مردم خراب باشد. بر همین اساس، دولت همیشه پرهیز دارد از اینکه هزینه‌هایش زیاد شود، تا آنچه را که داراست صرف کارهایی کند که مردم را بیشتر خوشحال می‌کند (همان).

از این رو دولت‌ها تلاش می‌کنند تا با مهار جمعیت و با نام فریبنده «تنظیم خانواده» مانع بازتولید جمعیت زایدی شوند که چیزی جز هزینه اضافی برای دولت به دنبال ندارد. اما به‌هرروی این سیاست تک بعدی نه تنها به سامان‌دهی اقتصاد کشور کمکی نمی‌کند، بلکه مشکلات بیشتری به دنبال خواهد داشت. از نظر علامه مصباح یزدی: اشتباه آنها این است که در کنار منافع اقتصادی، خطر رکود و بعد از آن سقوط جمعیت را به حساب نمی‌آورند؛ مسئله‌ای که در درازمدت به منافع اقتصادی آنها نیز ضرر خواهد زد (همان).

ایشان برای تأیید تحلیل خود، به وضعیت ژاپن اشاره می‌کند. این کشور هرچند به لحاظ اقتصادی پیشرفت‌هایی داشته، اما به سبب کاهش نرخ باروری و سالمندی جمعیت، با چالش‌های اساسی در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی روبه‌روست.

امروزه یکی از مشکلات کشور ژاپن پیری جمعیت است که برای جبران عواقب آن درصدد هستند نیروی انسانی خود را از کشورهای دیگر تأمین کنند، در حالی که این نوع کشورها هم بر حسب عوامل ظاهری، هم از لحاظ علمی، هم از نظر تجربه سیاسی، و هم از منظر موقعیت بین‌المللی جلوتر از ما هستند؛ ولی به این مشکلات دچار شده‌اند (همان).

منظور علامه مصباح یزدی در بازگویی نمونه ژاپن این است که اگر دولتمردان تلاش کنند تا به بهانه پیشرفت اقتصادی، مانع بازتولید جمعیت شوند، در آینده‌ای نه‌چندان دور با چالش‌هایی روبه‌رو خواهیم بود که ژاپن امروز با آن مواجه است. این بدان معناست که امروز ژاپن در حوزه چالش جمعیتی و سالمندی جمعیت، می‌تواند فردای نزدیک جامعه ایرانی باشد.

۳-۱-۴. عقب‌ماندگی‌های علمی

علامه مصباح یزدی در تحلیل عوامل فرصت‌ساز برای دشمن درخصوص اجرای نقش‌های جمعیتی خویش، بر کاستی‌های علمی جامعه ایران، به‌ویژه در رشته‌های علوم انسانی مرتبط با جمعیت و نیز ترجمه‌گرایی تأکید می‌کند.

مسئله دیگری که از رخنه‌های جامعه ما بود و دشمنان توانستند از آن نفوذ و سوءاستفاده کنند، کمبودهای علمی است. ما در رشته‌های علوم انسانی و حتی برخی رشته‌های علوم تجربی (مانند پزشکی) هنوز در مراحل سطحی این علوم هستیم. به‌رغم پیشرفت‌هایی که در بعضی رشته‌ها (مانند فیزیک اتمی) داشته‌ایم، در اغلب رشته‌های دانشگاهی دچار عقب‌ماندگی هستیم و اساتید به ترجمه مقالات و کتاب‌های دیگران و درس‌هایی که غالباً از دانشگاه‌های خارجی آموخته‌اند و می‌پندارند وحی منزل است، بسنده می‌کنند و هنرشان این است که همین متون را در دانشگاه تدریس کنند (همان).

علت تأکید ایشان بر نقش کاستی علوم انسانی در ایران درخصوص جمعیت این است که وقتی در جامعه‌ای دانش به صورت بومی و با توجه به اقتضائات فکری و ساخت فرهنگی تولید نشود و نخبگان جامعه برای فهم و حل مسائل اجتماعی خود چشم به نظریه‌پردازی‌ها و الگوهای بیگانگان دوخته باشند، نه‌تنها مسائل اجتماعی حل‌شدنی نیست، بلکه بر پیچیدگی و چالش‌آفرینی مسائل افزوده خواهد. تبعیت بی‌چون و چرا از الگوهای جمعیت‌شناختی سازمان‌ها و نهادهای تحت تسلط نظام سلطه و بی‌توجهی به اقتضائات بافت فکری و فرهنگی جامعه ایرانی زمینه‌ساز کاهش باروری تا زیر حد جانشینی گردیده است.

۳-۲-۴. فرهنگ راحت‌طلبی و فرار از مسئولیت

در جامعه‌شناسی، «فرهنگ» به شیوه‌ای از زندگی اطلاق می‌شود که اعضای یک جامعه آن را فرا می‌گیرند و به آن عمل می‌کنند و از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌دهند (کوئن، ۱۳۷۵، ص ۴۷). این شیوه زندگی، متضمن باورها، ارزش‌ها و هنجارهایی است که به زیست انسانی جهت می‌دهد. جهت‌دهی فرهنگ گاه تسهیل‌بخش زندگی است و گاه چالش‌برانگیز است.

علامه مصباح یزدی با توجه به همین موضوع، دومین عامل آسیب‌زای جمعیت را فرهنگ جهانی «راحت‌طلبی» و فرار از مسئولیت پرورش و تربیت فرزند می‌داند. از نظر ایشان، این عامل هرچند در ظاهر، عاملی

زمینه‌ساز به نظر می‌رسد تا عاملی فعال و تأثیرگذار، اما ضرر آن اگر بیش از عوامل دیگر نباشد، بی‌شک کمتر از آنها نیست (مصباح یزدی، ۱۳۹۷ الف).

از نظر ایشان عامل تأثیرگذار بر بروز این عنصر فرهنگی چالش‌آفرین، «تجدد» (مدرنیته) غربی است. «تجدد» هر جای دنیای که وارد شده، فرهنگ «راحت‌طلبی» را با خود برای کشورها به همراه برده است، به گونه‌ای که امروزه کمتر کشوری را می‌توان یافت که از این عنصر فرهنگ غربی متأثر نشده باشد. کشورهای اسلامی نیز از این آسیب بی‌بهره نمانده‌اند. نمونه‌های آن را - به‌ویژه - در قشر تحصیل کرده و نیز بانوان به روشنی می‌توان دید. برای نمونه، ایشان به دو نمود تأثیرپذیری زنان از این عنصر فرهنگی اشاره می‌کند: اول اینکه این‌گونه زنان دیر ازدواج می‌کنند، و دوم اینکه بعد از ازدواج کردن دنبال راحتی هستند و به‌زودی بچه‌دار نمی‌شوند و حتی گاهی با نامزد خود شرط می‌کنند که تا چند سال نباید فرزندآوری داشته باشند (همان).

هرچند نقطه آغاز این سبک زندگی غلبه نظام معنایی «تجدد» بود، اما علامه مصباح یزدی معتقد است: بروز این شیوه زندگی را نمی‌توان صرفاً به توطئه خارجی و یا نقص در مدیریت داخلی نسبت داد، بلکه این یک عامل فرهنگی است. از این‌رو طبق نظر ایشان، در مبارزه با آن، نه مبارزه با آمریکا به درد این مشکل می‌خورد، نه عوض کردن دولت و کارهایی از این قبیل (مثل استیضاح وزیر). اینها مشکلی را حل نمی‌کند؛ زیرا فرهنگ اکثریت جامعه راحت‌طلبی و فرار از مسئولیت در مقابل بچه‌داری است (همان).

آنچه از سخن علامه مصباح یزدی برداشت می‌شود این است که از نظر ایشان، چون راحت‌طلبی و فرار از مسئولیت فرزندآوری و فرزندپروری یک عنصر فرهنگی است، پس ناگزیر راه مواجهه و مبارزه با آن هم رویکردی فرهنگی می‌طلبد. پس باید عنصر فرهنگی را تغییر داد. بدون تغییر ارزش‌ها و نگرش‌ها و صرف نسبت دادن یک مشکل به دشمن، راه حل مسئله نیست.

۳-۵. نقش حوزه علمی در راه جبران کاهش جمعیت

گفته شد که علامه مصباح یزدی در آسیب‌شناسی وضعیت جمعیت کشور، به نقش برخی روحانیان و دولت‌ها و ضعف علمی کشور اشاره کرد. از منظر ایشان، این لغزش‌ها به هر دلیلی و از سوی هر کسی که اتفاق افتاده باشد، امروز باید به فکر جبران و حل آسیب بود. از این‌رو این سؤال را مطرح می‌کند که با توجه به این آسیب‌ها چه باید کرد و نقش روحانیت در این فرایند چیست؟

ایشان پیش از پرداختن به تبیین نقش‌ها، به دو نکته اساسی در فرایند ایفای نقش در جبران کاهش فرزندآوری اشاره می‌کند:

نخست اینکه باید در خصوص مسئله جمعیت با تحلیلی دقیق و درست به این سؤال پاسخ داده شود که وزن این آسیب چقدر بوده و در آینده چه خطرهایی را می‌تواند برای نظام و اصل اسلام ایجاد کند؟

دوم اینکه روحانیت چه وظیفه‌ای در فرایند جبران کاستی‌ها بر عهده دارد؟ زیرا - به هر حال - وظیفه روحانیت توجه به روش انبیا (یعنی انذار) است. اگر به این وظیفه عمل نکنند در قیامت به آنان گفته می‌شود که چرا شما با «سکوت و حمایت خود از بعضی از اشخاص، کمک کردید که این شرایط پیش آید و حالا باید مجازات شوید» (همان).

البته ایشان همه مردم ایران را موظف به مشارکت در موضوع جمعیت می‌دانند و «تبلیغ همفکران» و «نقد مخالفان» در موضوع افزایش جمعیت را وظیفه عموم مردم می‌شمارد و نه صرفاً وظیفه روحانیت و فرهیختگان جامعه (همان)؛ اما با این‌همه محور این کار فرهنگی را وظیفه روحانیت و حوزه علمیه می‌داند. از این‌رو ایشان در تبیین نقش همه کنشگران دلسوز در عرصه جمعیت، به‌ویژه روحانیت برای جبران کاستی‌های گذشته به سه نقش مهم اشاره می‌کند:

۱-۵-۳. انجام فعالیت‌های فرهنگی و علمی

از نظر علامه مصباح یزدی، اساسی‌ترین نقش روحانیت در فرایند جبران کاستی‌های گذشته در عرصه جمعیت، کار علمی، فعالیت‌های فرهنگی و اسلامی، پژوهش و آموزش است. از نظر ایشان کنشگری روحانیت در عرصه علمی و فرهنگی دو ویژگی دارد: یکم اینکه متناسب با شأن روحانی بودن است؛ و دوم آنکه انتظار جامعه از روحانیت - که باید در برابر آن پاسخگو باشد - همین است.

به باور ایشان، اهمیت این مسئله زمانی دوچندان می‌شود که بدانیم هیچ نهاد دیگری به‌اندازه حوزه و روحانیت توان این کار را ندارد. از این‌رو بر روحانیت لازم است تا با ابزارها، روش‌ها و منابع علمی و فرهنگی و نیز آشنایی با شگردهای دشمن در این عرصه و موضع‌گیری مناسب در مقابل آنها اقدام کند (همان).

۲-۵-۳. معرفی آثار علمی و نتایج آن به دیگران

از نظر ایشان دومین فعالیتی که باید در جبران کاستی‌های گذشته انجام داد معرفی آثار علمی و نتایج آن به عموم مردم است. این کار - در حقیقت - ادامه همان کار علمی و فرهنگی به‌شمار می‌آید. این بدان معناست که روحانیت در عرصه کار تبلیغی، باید از موضع ضعف خارج شود و صرفاً به کارهای تحقیقاتی بسنده نکند، بلکه علاوه بر انجام کار علمی و تحقیقی، بکوشد تا نتایج آن را نشر داده، به اطلاع عموم مردم برساند.

در این مسیر لازم است تا از همه روش‌هایی که مشروعیت و مطلوبیت عقلانی دارد و همه‌جا متداول است، استفاده کنند؛ مانند برگزاری نشست‌ها، استفاده از ظرفیت‌های هنری و رسانه‌ها، و دیگر روش‌های مشروعی که دیگران برای معرفی کارهای خود از آنها استفاده می‌کنند (همان).

از نظر ایشان در دنیایی که همه برای ساده‌ترین و گاه کم‌ارزش‌ترین کارها، به تبلیغ گسترده می‌پردازند، چرا ما برای کاری که مهم‌ترین عامل در بقای اسلام و نظام است و مقام معظم رهبری بارها بر آن تأکید کرده، هیچ برنامه تبلیغی نداشته باشیم؟! (همان)

ایشان در این زمینه، بر ارائه تحلیل‌های علمی و مستند و بیان پیشنهادها و روش‌هایی برای توسعه این کار، حتی با استفاده از منابع علمی خارجی تأکید می‌کند. از نظر ایشان در بین جمعیت‌شناسان دنیا، کسانی هستند که دیدگاه‌های علمی درخصوص افزایش جمعیت دارند که باید آنها را شناسایی نمود و در کنار مطالب دینی و وحیانی، به دیدگاه‌ها و تجربه‌های آنها نیز استناد کرد (همان).

۶-۳. لزوم همگرایی کارشناسان در بررسی ابعاد جمعیت

هر جامعه‌ای برای پایایی و پویایی خود نیازمند انسجام، وحدت و همگرایی بین نیروهای اجتماعی است. واگرایی نیروهای اجتماعی نه تنها به حل مسائل اجتماعی کمکی نمی‌کند، بلکه زمینه را برای ایجاد تنش و منازعات اجتماعی فراهم می‌آورد. بر پایه همین اصل راهبردی است که علامه مصباح یزدی بر این باور است آنچه کنشگران اجتماعی را در رسیدن به اهدافشان یاری می‌رساند، همگرایی و تمرکز بر فهم اولویت‌ها در جامعه است. از این‌رو اگر این همه نیروهای فعال، دلسوز و بااخلاص بخواهند در کارهای مختلف پراکنده شوند، چندان امیدی برای رسیدن به هدف نمی‌توان داشت. بنابراین نیروهای اجتماعی باید تلاش کنند تا در بخش‌های گوناگون این مسئله (مانند عرصه‌های پزشکی، اجتماعی، جمعیت و خانواده) با هم تبادل نظر کرده، به راهکاری برسند (مصباح یزدی، ۱۳۹۷ ب).

علامه مصباح یزدی در تحلیل همگرایی نیروهای اجتماعی در عرصه جمعیت، دو راهکار پیشنهاد می‌دهد:

۱-۶-۳. گردهمایی کارشناسان رشته‌های گوناگون

موضوع جمعیت، مانند بسیاری از موضوع‌های دیگر، دارای ابعاد و زوایای گوناگونی است که آن را با رشته‌های گوناگون علمی، در ارتباط قرار می‌دهد. از این‌رو حل چالش‌های جمعیتی در شناخت ابعاد گوناگون جمعیت و آسیب‌شناسی و رفع موانع ریشه در هر یک از آن ابعاد دارد. علامه مصباح یزدی بر همین اساس معتقد است: یکی از راهکارها برای همگرایی نیروهای اجتماعی در عرصه جمعیت این است که گروهی از متخصصان رشته‌های گوناگون گرد هم آیند و همه مسائل ذی‌ربط را بررسی کنند (همان)؛ زیرا اگر چند کارشناس از رشته‌های دیگر هم باشند، آنها نیز ممکن است نکات مثبتی را برای توجیه کار خودشان مطرح کنند (همان). ایشان معتقد است:

در این روش، فرض بر این است که مسائل در عرض هم هستند، و اگر ما صد گروه داشته باشیم، هر کدام باید در یکی از این عرصه‌ها تلاش کنند (همان).

علامه مصباح یزدی در تحلیل این راهکار، به نکته‌ای مهم - که هم جنبه اخلاق کاربردی دارد و هم پرده از رویکرد واقع‌بینانه و انسجام‌گرایی ایشان برمی‌دارد - اشاره می‌کند. از نظر ایشان کنشگران و کارشناسان عرصه‌های گوناگون مرتبط با جمعیت نباید با اتخاذ رویکردی بدبینانه به همه کسانی که در زمینه کاهش جمعیت کار کرده‌اند انگ «دشمن مردم بودن» بزنند؛ زیرا - به هر حال - خودشان هم با همین ملت زندگی می‌کنند.

گاهی ممکن است به علت اختلاف فهم و یا تقلید از یک گروه یا یک کشور خاصی دست به این اقدامات زده باشند.

این‌طور نیست که این افراد همگی دشمن کل ملت ایران باشند و بخواهند مردم را نابود کنند یا خواستار اسارت ملت ایران در برابر آمریکا باشند... ولی در میان آنها نوکران امریکا و دیگران هم هستند (همان).

از این‌رو لازم است بین گروه‌های مخالف افزایش جمعیت، تفکیک قائل شده، با هر کدام مواجهه مناسبی داشته باشند.

۲-۶-۳. استخراج و اولویت‌بندی علل

علامه مصباح یزدی دومین راهکار همگرایی نیروهای اجتماعی در عرصه جمعیت را جمع‌بندی و تعیین اولویت‌ها در مسئله می‌داند؛ بدین معنا که مجموعه مشکلات در هر بخش توسط کارشناسان مرتبط با جمعیت استخراج شود؛ «یعنی مشکلات هریک از بخش‌های دانشگاه، اقتصاد، پزشکی، اخلاق و... را جمع‌آوری و سپس اولویت‌بندی کنند» (همان). پس از اولویت‌بندی مسائل، باید به حل آنها در جهت افزایش جمعیت همت گماشت. نکته مثبت این راهکار در اندیشه علامه مصباح یزدی این است که به علت پلکانی بودن مسائل، اگر برخی از آنها حل شود، راه برای حل بعضی دیگر باز می‌شود؛ اما اگر بعکس عمل گردد، تا آخر به هیچ نتیجه‌ای نمی‌رسیم (همان).

۲-۷-۳. لزوم یافتن گره اصلی در تغییرات جمعیتی

خصلت پدیده‌های اجتماعی به گونه‌ای است که نمی‌توان به تبیین تک‌عاملی آنها پرداخت. تبیین‌های تک‌عاملی به تقلیل‌گرایی معرفت‌شناختی ختم می‌شوند. اما با این‌همه، تمام علل نیز در تأثیرگذاری بر پدیده از جایگاه یکسانی برخوردار نیستند. از این‌رو ممکن است علل بسیاری در شکل‌گیری یک پدیده تأثیرگذار باشند، اما برخی علت‌ها از جایگاه کانونی‌تری داشته باشند. در موضوع جمعیت نیز باید ضمن واکاوی علل، به علت اساسی و گره اصلی برای تحلیل دقیق‌تر مسئله دست یافت.

علامه مصباح یزدی با تکیه بر همین اصل، ضمن طرد رویکردهای تقلیل‌گرا در تحلیل موضوع جمعیت، به کنشگران این عرصه توصیه می‌کند که «بنشینید... اول با فکر مسائل را دسته‌بندی کنید. مسئله فقط پزشکی و جمعیت نیست. خیلی مسائل حادثه داریم» (همان). از نظر ایشان:

باید نشست مسائل را دسته‌بندی کرد، درجه‌بندی کرد، اولویت‌ها را تعیین کرد. اول سعی کرد هرچه ما نیروی فعال داریم در آن مسئله مادر صرف کنیم، آن را اگر حل کنیم؛ راه برای حل دیگران باز می‌شود... اگر آن حل نشود هیچ کدام از اینها حل نمی‌شود (همان).

این بدان معناست که علامه مصباح یزدی با اتخاذ رویکردی چندبعدی در تحلیل پدیده‌ها، معتقد به وجود یک «عامل کانونی» و «گره اصلی» در مسئله جمعیت است که شناسایی و نقد و بررسی آن باید در اولویت قرار گیرد.

۸-۳. فرهنگ؛ گره اصلی چالش‌های جمعیتی

بی‌تردید ارزش‌ها و باورهای اجتماعی را - که به صورت کلی، تحت عنوان «فرهنگ» از آنها یاد می‌شود - می‌توان از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده کنش‌های انسانی دانست؛ زیرا تا زمانی که ارزش‌های جامعه تغییر نکنند، در آن جامعه دگرگونی اجتماعی قابل توجهی رخ نخواهد داد. به همین دلیل است که «ریشه بسیاری از مسائل اجتماعی و ناهنجاری‌های رفتاری، چه در سطوح فردی و چه در رفتار گروه‌ها، جریان‌ها و اقشار اجتماعی، ناشی از حالت عدم تعادل و سیالیت و طیف‌گونگی نظام ارزشی است» (حاضری، ۱۳۸۰). در موضوع چالش‌های جمعیتی نیز بسیاری از اندیشمندان بر فرهنگی بودن این مقوله تأکید می‌کنند (ر.ک: شرف‌الدین و چراغی کوتیانی، ۱۳۹۳).

علامه مصباح یزدی در زمینه طرد تحلیل‌های تقلیل‌گرا به ارائه نمونه‌هایی از کنش‌های انسانی که قابل تحلیل با مقوله‌های اقتصادی یا پزشکی صرف نیستند، اشاره می‌کند. ایشان با بررسی میدان اجتماعی از جوانانی یاد می‌کند که اصلاً «دلشان نمی‌خواهد بچه‌دار بشوند، راحت‌ترند، می‌خواهند راحت زندگی کنند... می‌خواهند با دارو (این حرف‌ها) خودشان را خلاص می‌کنند. این‌طور نیست که همه‌اش برای مسئله قانونی و... - چه می‌دانم - غربالگری و این حرف‌ها... باشد» (مصباح یزدی، ۱۳۹۷ ب).

ایشان در واکاوی چالش‌های جمعیتی، گره اصلی مسئله جمعیت را «دگرگونی فرهنگی» و ضعف محوری‌ترین عنصر آن (یعنی دینداری) می‌دانند. از نظر ایشان اینکه برخی زنان به خاطر کار و اشتغال از مسئولیت فرزندآوری و فرزندپروری شانه خالی می‌کنند و یا به پزشک پول می‌دهند تا فرزندشان را سقط کند «ریشه همه اینها فرهنگ است. ریشه‌اش بی‌دینی است کاری باید کرد که دین زنده بشود. اعتقاد به خدای معنویت، زندگی ابدی، ارزش‌های انسانی، اگر اینها بود همه چیز دیگر قابل اصلاح است» (همان).

ایشان در واکاوی فرایند دگرگونی‌های فرهنگی و ضعیف شدن ارزش‌های دینی در دهه‌های اخیر، به نقش برجسته رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی - که نوجوانان و جوانان را نسبت به دین و ارزش‌های خانوادگی بی‌علاقه کرده‌اند - اشاره می‌کند. از نظر ایشان، گره اصلی چالش‌های جمعیتی دگرگونی‌هایی است که در سبک زندگی مردم اتفاق افتاده است (همان). از این‌رو راه حل چالش‌های جمعیت را چیزی از سنخ فرهنگ می‌داند.

۹-۳. راهکار حل مسئله؛ تقویت ارزش‌ها و باورها

همان‌گونه که گفته شد، علامه مصباح یزدی گره اصلی چالش‌های جمعیتی را دگرگونی فرهنگی و ضعف ارزش‌های دینی در جامعه می‌داند. این بدان معناست که چالش اصلی جمعیت از سنخ فرهنگ است. از این رو مسیر حل آن نیز باید فرهنگی باشد. بر این اساس، اعتقاد ایشان بر این است که باید دینداری مردم و جوانان تقویت شود. در این مسیر باید از زبان هنر و بازی و نمایش استفاده کرد (همان). البته پیش شرط تقویت دینداری این است که «اول خودمان فکرمان را عوض کنیم؛ بفهمیم ریشه همه این مسائل باورها و ارزش‌هاست؛ یعنی دین» (همان)؛ زیرا تا سنخ گره اصلی درک و باور نشود، مسیر حل آن را هم طی نخواهد شد.

۴. صورت‌بندی تبیین‌های اجتماعی جمعیتی علامه مصباح یزدی

مراد از «صورت‌بندی» سازوکاری شکلی است که براساس آن درک نظام‌مند پیچیدگی‌های واقعیات اجتماعی میسر می‌گردد و کشف، اثبات، فهم یا نقد گزاره‌های علم، ممکن یا تسهیل می‌شود. «ساختار»، «الگو» و «فرایند» مهم‌ترین مفاهیم اصطلاحی این سازه مفهومی‌اند (کوهن، ۱۳۶۹، ص ۵۲). در این بخش صورت‌بندی منظمی از اندیشه جمعیتی علامه مصباح یزدی ارائه می‌گردد:

علامه مصباح یزدی با معرفی تغییرات فرهنگی به‌مثابه ریشه دگرگونی‌های جمعیتی، به نوعی موضوع جمعیت را امری فرهنگی می‌داند. بی‌تردید، فرهنگ سازه‌ای ساخت‌یافته از عناصر و مؤلفه‌های گوناگون است. اما همه اجزای فرهنگ به لحاظ ارزشمندی و تأثیرگذاری بر عناصر و مجموعه‌های دیگر یکسان نیستند. از نظر ایشان، دین محوری‌ترین عنصر فرهنگ است. این ساختار مهم و تأثیرگذار از طریق گسترش نظام معنایی و ارزشی خود، بر دگرگونی‌های جمعیتی تأثیر می‌گذارد؛ بدین معنا که اگر در جامعه‌ای ارزش‌های دینی اشاعه یابند و تقویت شوند هنجارهای سازگار با فرزندآوری نیز تقویت می‌شوند. از نظر ایشان، اسلام به‌مثابه کانونی‌ترین عنصر در فرهنگ ایرانی، هوادار افزایش جمعیت است. از این رو هرچه ارزش‌های اسلامی و دینداری در جامعه تقویت شود، گرایش به فرزندآوری هم بیشتر می‌شود.

تا اینجا بخش ایجابی اندیشه جمعیتی علامه مصباح یزدی بیان شد. اما بخش دیگر تحلیل ایشان آسیب‌شناسی وضعیت کنونی جمعیت و باروری در جامعه ایرانی است. ایشان در تحلیل موضوع «کاهش باروری» و ناکامی کشور در افزایش میزان باروری به دو آسیب مهم اشاره می‌کند:

نخست. توطئه دشمنان است که البته در این میان از طرف دوستان انقلاب اسلامی ناخواسته برای اجرایی شدن نقشه‌های دشمن، فرصت‌هایی ایجاد شد.

دوم. مسئله فرهنگ راحت‌طلبی و مسئولیت‌گریزی است. درحقیقت آسیب دوم - که از نظر ایشان مهم‌ترین آسیب هم هست - از سنخ امر فرهنگی است. علامه مصباح یزدی در بخش ایجابی اندیشه جمعیتی خویش نیز به

فرهنگ، به‌مثابه محور تغییرات مثبت در مسئله جمعیت می‌نگرد. ایشان گره اصلی مسئله جمعیت را «دگرگونی فرهنگی» و ضعف محوری‌ترین عنصر آن (یعنی دینداری) می‌داند. از این رو در واکاوی فرایند دگرگونی‌های فرهنگی و ضعیف شدن ارزش‌های دینی به نقش برجسته رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی اشاره می‌کند.

بدین‌روی راه‌حل چالش‌های جمعیت را چیزی از سنخ فرهنگ می‌داند. در این میان بر نقش «تقویت ارزش‌ها و باورهای دینی» به‌مثابه اساسی‌ترین راه‌حل فرهنگی مسئله جمعیت تأکید می‌کند. اما به‌هرروی افزون بر تلاش برای تقویت دینداری جامعه به‌مثابه یک فعالیت فرهنگی شالوده‌ای نباید از ساخت‌های فرهنگی پشتیبان نیز غفلت کرد. از این‌رو ایشان دو راهکار مهم فرهنگی را در این زمینه ضروری می‌داند:

راهکار نخست تلاش برای انجام فعالیت‌های فرهنگی، تبلیغی و علمی در عرصه جمعیت است. هرچند ایشان همه مردم را به مشارکت در موضوع تبلیغ و کار فرهنگی در عرصه جمعیت موظف و مسئول می‌داند، اما عمده‌گرانباری این نقش را برعهده حوزه‌های علمیه و روحانیت می‌داند. از نظر ایشان اساسی‌ترین نقش روحانیت در فرایند جبران کاستی‌های گذشته در عرصه جمعیت، همین کار فرهنگی و تبلیغی است، سپس معرفی آثار علمی و نتایج آن به مردم. در این مسیر لازم است تا از همه روش‌هایی که مشروعیت و مطلوبیت عقلانی دارد، استفاده کنند.

راهکار فرهنگی دوم برای برون‌رفت از مسئله جمعیت، انجام کارهای عمیق پژوهشی است. در این بخش، عمده‌مسئولیت را بر عهده متخصصان دانشگاهی و حوزوی در رشته‌های دانشی گوناگون می‌گذارند. از نظر ایشان همگرایی نیروهای اجتماعی در این عرصه ضرورتی انکارناپذیر است. کار این حلقه‌های علمی، جمع‌بندی و تعیین اولویت‌ها در مسئله جمعیت است؛ بدین‌معنا که لازم است مجموعه مشکلات در هر بخش توسط کارشناسان مرتبط با جمعیت در بخش‌های اقتصاد، پزشکی، اخلاق، جامعه‌شناسی و مانند آن جمع‌آوری و سپس اولویت‌بندی شوند. پس از اولویت‌بندی مسائل، باید به حل آنها با هدف افزایش جمعیت همت گماشته شود. ایشان معتقد است: به علت پلکانی بودن مسائل، اگر برخی از آنها حل شود، راه برای حل بعضی دیگر باز می‌شود؛ اما اگر بعکس عمل شود تا آخر هیچ نتیجه‌ای حاصل نخواهد شد.

نتیجه‌گیری

پرسش اساسی مطرح در این پژوهش درباره تبیین‌های اجتماعی - فرهنگی جمعیت در اندیشه علامه مصباح یزدی بود. یافته‌ها بر این دلالت دارند که از نظر ایشان اسلام مدافع افزایش جمعیت است. اما این حکم براساس شرایط اجتماعی قابل تغییر است. موضوع جمعیت نیز از منظر ایشان، موضوعی چندبعدی است که همگرایی کارشناسان علوم گوناگون برای تحلیل درست و دقیق آن ضروری است.

ایشان علت عمده وضعیت چالش‌برانگیز جمعیت در ایران را سه چیز معرفی می‌کند: توطئه دشمنان، خطاهای دولت‌ها، و اشتباهات برخی روحانیان. از نظر ایشان گره اصلی چالش جمعیت، «فرهنگ» و «ضعف دینداری» است. از این‌رو برای حل چالش جمعیت باید به دگرگونی فرهنگی و تقویت دینداری پرداخت. این تحلیل هماهنگ با تحلیل‌هایی است که امروزه بسیاری از جمعیت‌شناسان آن را مطرح می‌کنند. مقوله جمعیت بیش از آنکه مقوله‌ای مردم‌شناختی باشد، مقوله‌ای فرهنگی است. از این‌رو اگر حاکمیت و دلسوزان کشور به دنبال حل چالش جمعیتی هستند، مسیر آن از جاده فرهنگ می‌گذرد.

مسائل اقتصادی بی‌شک در دگرگونی‌های جمعیتی تأثیرگذارند. اما تأثیر بنیادین، نه از آن اقتصاد، بلکه از سوی فرهنگ است. در این میان آنچه باید وجهه همت مسئولان قرار گیرد تلاش برای ترویج سبک زندگی اسلامی - ایرانی است. در این سبک از زندگی، باورها، ارزش‌ها و هنجارها به گونه‌ای تجلی می‌یابند که تقویت‌کننده فرزندآوری و فرزندپروری و افزایش جمعیت خواهند بود.

منابع

- آشفته تهرانی، امیر، ۱۳۸۱، *جمعیت‌شناسی و تحلیل جستارهای جمعیتی*، تهران، گستره.
- حاضری، علی‌محمد، ۱۳۸۰، «مسائل اجتماعی متأثر از تعارض ارزش‌ها در دوران گذار»، *نامه انجمن جامعه‌شناسی ایران*، ش ۴، ص ۵۳-۴۱.
- خرازی، سیدمحسن، ۱۳۷۹، «کنترل جمعیت و عقیم‌سازی ۱»، *فقه اهل‌بیت*، ش ۲۱، ص ۴۱-۶۹.
- سرابی، حسن، ۱۳۶۸، «موضوع و منزلت علمی جمعیت‌شناسی»، *رشد آموزش علوم اجتماعی*، ش ۲، ص ۲۶-۳۱.
- شرف‌الدین، سیدحسین و اسماعیل چراغی کوتیانی، ۱۳۹۳، «نقش فرهنگ و ساختارهای فرهنگی در تحولات جمعیتی»، *معرفت فرهنگی اجتماعی*، ش ۲۱، ص ۵۱-۷۸.
- کلینی، محمدبن یعقوب، ۱۳۸۷، *الکافی*، به اهتمام محمدحسین درایتی، قم، دارالحدیث.
- کوهن، تامس، ۱۳۶۹، *ساختار انقلاب‌های علمی*، ترجمه احمد آرام، تهران، سروش.
- کوئن، بروس، ۱۳۷۵، *درآمدی بر جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن صیوری، تهران، توتیا.
- لیتل، دانیل، ۱۳۸۱، *تبیین در علوم اجتماعی: درآمدی بر فلسفه علم الاجتماع*، ترجمه عبدالکریم سروش، چ دوم، تهران، طلوع آزادی.
- مشفق، محمود و همکاران، ۱۳۹۱، *انتقال جمعیت در ایران: تحولات جمعیتی، چالش‌های پیش‌رو و لزوم تجدیدنظر در سیاست‌های جمعیتی ایران*، تهران، مؤسسه مطالعات و مدیریت جامع و تخصصی جمعیت کشور.
- مصباح یزدی، محمدتقی، ۱۳۹۲، «بیانات در همایش تغییرات جمعیتی و نقش آن در تحولات»، در: mesbahyazdi.ir
- ____، ۱۳۹۶، «شما را نیافریدند که هر کاری خواستید بکنید (گفت‌وگو)»، *فرهنگ بويا*، ش ۳۶، ص ۳۹-۴۵.
- ____، ۱۳۹۷الف، «بیانات در دیدار اعضای کارگروه جمعیت»، در: mesbahyazdi.ir
- ____، ۱۳۹۷ب، «بیانات در دیدار با جمعی از پزشکان و کارشناسان عرصه جمعیت و سلامت»، در: mesbahyazdi.ir
- میرزایی، خلیل، ۱۳۹۳، *فرهنگ توصیفی علوم اجتماعی*، تهران، فوژان.
- هانتینگتون، ساموئل، ۱۳۸۴، «تمدن اسلام و چین؛ دو چالش پیش‌روی تمدن غرب (گفت‌وگو)»، *سیاحت غرب*، سال سوم، ش ۳۲، ص ۵-۱۰.


بررسی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان پسر پایه سوم مقطع متوسطه اول شهر شیراز)

khoddamialireza@yahoo.com

علیرضا خُدّامی / دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم

مهدی راسخی رونیزی / کارشناس ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد جهرم

rasekhi.Mehdi@yahoo.com

 orcid.org/0000-0003-0331-8754



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۱۵ - پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۲۱

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان پسر است. نوع تحقیق «کمی» و روش آن «پیمایشی» است. داده‌ها با تدوین پرسشنامه‌ای از نمونه آماری ۲۶۸ نفری از دانش‌آموزان پایه سوم مقطع متوسطه اول شهر شیراز جمع‌آوری شدند. هویت اجتماعی در چهار سطح هویت ملی، قومی، دینی و گروهی بررسی شد. در این بررسی از نظریه «هویت اجتماعی» آنتونی گیدنز استفاده شد که براساس آن اعتماد اجتماعی، گستره شبکه ارتباطی فرد در اجتماع، و استفاده از رسانه‌های جمعی بر هویت اجتماعی تأثیرگذارند. تحلیل آزمون‌های آماری نشان داد که گستره شبکه ارتباطی فرد در اجتماع، مهم‌ترین متغیر مستقل تأثیرگذار بر هویت اجتماعی فرد است. همچنین یافته‌های تحقیق نشان داد میزان درآمد ماهانه خانواده، رشته تحصیلی، شبکه ارتباطی فرد، رسانه‌های جمعی، اعتماد اجتماعی و سرانجام استفاده از وسایل ارتباط جمعی بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان تأثیر می‌گذارند. در نهایت الگوی «رگرسیون خطی چندگانه» نشان داد که متغیرهای وابسته پژوهش توانسته‌اند ۴۱ درصد از واریانس هویت اجتماعی را تبیین کنند.

کلیدواژه‌ها: هویت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، رسانه‌های جمعی، دانش‌آموزان پسر، شیراز.

یکی از مهم‌ترین و ضروری‌ترین پرسش‌ها در حیات فردی و جمعی انسان پرسش از «هویت» (Identity) است. سؤال «من که هستم؟» و اینکه «چه چیزی مرا تعریف می‌کند؟» و به‌نوعی پاسخ به این سؤال که «من چه می‌خواهم؟» شکل‌دهنده هویت ماست (ژونگ، ۲۰۱۶، ص ۱).

در جهان امروزی «هویت» مقوله‌ای از پیش تعیین شده توسط منابع جمعی هویتی (مثل دین و قومیت) نیست، بلکه متناسب با موقعیت‌های شخصی و مبتنی بر معناکاوای فردی از نو ساخته و پرداخته می‌شود. در دنیای امروزی با تغییرات مداوم و روزمره، افراد با انتخاب‌های بسیاری از چگونگی زیستن و چه نقشی و کارکردی را داشتن روبه‌رو هستند. بنابراین افراد بهترین منشأ و سرچشمه ساختن خویشتن و آفریدن هویت‌های مختص به خودشان هستند (گیدنز، ۱۳۷۸، ص ۴۷).

پژوهش حاضر شناخت عوامل مؤثر بر هویت اجتماعی پسران دانش‌آموز پایه یک مقطع متوسطه اول شهر شیراز را مدنظر قرار داده است.

اهداف جزئی این پژوهش عبارتند از: بررسی و سنجش تأثیر اعتماد اجتماعی، گستره شبکه ارتباطی فرد در اجتماع، استفاده از رسانه‌های جمعی و همچنین متغیرهای زمینه‌ای بر هویت اجتماعی.

۱. بررسی مفاهیم

۱-۱. «هویت»

«هویت» خصوصیات گروهی از انسان‌هاست که آنها را از انسان‌های دیگر متمایز می‌کند (جنکینز، ۱۳۸۸، ص ۵) و امروزه معضل اصلی جوانان به‌شمار می‌آید.

«هویت» در جریان شناخت تشابهات و تمایزات شکل می‌گیرد. این به معنای شناخت همزمان خود و دیگری است. نوجوانان و جوانان خود را با تمایز خود از دیگران تعریف می‌کنند. فرایند «من سازی» با روند سازگاری مستمر فرد با محیط عینی - ذهنی، فرهنگی و اجتماعی و از سوی دیگر با توانایی و امکان بازگشت به خود همراه است. از این‌رو جوان در فرایند جامعه‌پذیری صلاحیت و آمادگی گزینش و رد و تصاحب عناصر محیط اجتماعی را کسب می‌کند و برای وقایعی که در اطراف او در جریان هستند، از حساسیت خارق‌العاده‌ای برخوردار است.

۱-۲. «جوانی»

«جوانی» دوره‌ای است که در آن فرد علاقه به کنار گذاشتن تصورات و اعتقادهای پیچیده و چندپهلوی دارد و به جای امور پیچیده، پدیده‌هایی معین و روشن را قرار می‌دهد؛ پدیده‌هایی که جلوه قطعی و مطمئن دارند (شفرز، ۱۳۹۱، ص ۱۱۷). معمولاً فرد در دوران نوجوانی و جوانی، ارزش‌ها، باورها، داورها و هنجارهای مقبول خانواده و جامعه را زیر سؤال می‌برد و در جست‌وجوی راه‌حل و پاسخ‌های مناسب به کندوکاو می‌پردازد. پاسخ‌های داده‌شده تعیین‌کننده امکان حل تعارضات روانی و اجتماعی در مراحل بعدی زندگی انسان است.

۳-۱. «هویت فردی» و «هویت اجتماعی»

تمایز گذاشتن بین هویت فردی و اجتماعی کاری دشوار است. جنکینز معتقد است:

هویت اجتماعی به شیوه‌هایی که به واسطه آن افراد و جماعت‌ها در روابط اجتماعی خود از افراد و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند، اشاره دارد. شباهت‌ها و تفاوت‌ها با هم اصول پویای هویت و کنه زندگی اجتماعی هستند. هویت اجتماعی یک بازی است که در آن رودررو بازی می‌شود. هویت‌های اجتماعی درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم؟ و دیگران کیستند؟ و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر (از جمله خود ما) چیست؟ (جنکینز، ۱۳۸۸، ص ۸).

تاجفل نیز استدلال می‌کند که وقتی افراد به صورت خودخواسته یا به صورت دیگر در گروه‌ها قرار می‌گیرند، هویت آنها از سطح شخصی به سطح گروهی تغییر می‌کند. فرد تمایل دارد به جای ویژگی‌های شخصی که او را نسبت به افراد دیگر متمایز می‌کند، خود را ذیل مقوله‌های اجتماعی مرتبط با گروه تعریف کند (تد و لن، ۲۰۱۶، ص ۲).

هویت فرد به نوعی از ارزش‌هایی شکل می‌گیرد که توسط اجتماعات و نهادهایی (نظیر خانواده، مدرسه، و کلیسا) که شخص به آن تعلق دارد به او تلقین می‌شود (میلر، ۱۳۸۳، ص ۵۰-۵۱). به عبارت دیگر، باید گفت: «هویت» تعریفی است که فرد از خود و وجود خود می‌کند و به پرسش‌هایی همچون «چیستم» و «چه می‌خواهم» پاسخ می‌دهد و از طریق هویت به ابعاد شخصیت خود، نوعی هماهنگی و انسجام نسبی می‌بخشد و از نظر روانی و رفتاری در زمان و مکان موضع‌یابی می‌کند (حاجیبانی، ۱۳۷۹، ص ۱۹۶).

هویت اجتماعی از عضویت‌های مشترک در گروه‌های اجتماعی ناشی می‌شود. با ورود فرد در گروه‌های اجتماعی، نوعی جهش در وابستگی عاطفی وی ایجاد می‌گردد و این نهادها و اجتماعات به تعمیم وابستگی عاطفی فرد می‌پردازند و فرد ضمن پرورش توانایی‌های شناختی و عاطفی، به تدریج گرایش‌های عاطفی مثبتی نسبت به غیر خود پیدا می‌کند و خود را جزئی از «ما»ی کلی‌تر تعریف می‌کند.

این روند در دنیای امروزی با وجود نمادهای اجتماعی نوین با پیشرفتی چشمگیر در عرصه ارتباطات و اطلاعات شدت بیشتری می‌یابد، به گونه‌ای که همبستگی اجتماعی بسط می‌یابد و برادری قبیله‌ای جای خود را به برادری با همه می‌سپارد. از این رو شخص همه انسان‌ها را از خود می‌داند و در قبال همه احساس تعهد می‌کند. بنابراین هر قدر «ما»ی عام یا اجتماع عام که مبتنی بر وفاق اجتماعی است، ضعیف‌تر گردد «ما»های کوچک‌تری مثل خانواده یا گروه قومی قوی می‌شوند و این موجب سست شدن هویت اجتماعی عام می‌گردد. اما هر قدر کنشگران اجتماعی در نظم اجتماعی براساس وفاق اجتماعی عام رفتار کنند و به اجتماع و هویت اجتماعی تعمیم‌یافته و تعهد درونی تعمیم‌یافته وابستگی عاطفی پیدا کنند، اجتماع عام و «ما»ی تعمیم‌یافته را تقویت می‌کنند. چنین کنشگری نسبت به همه اعضای «ما» طبق قواعد اخلاقی درونی شده احساس تکلیف می‌کند و با همه افراد انسانی به مثابه یک ممنوع رابطه برقرار می‌نماید (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۳).

اما نکته مهم این است که هویت و ابعاد گوناگون آن در جامعه در حال تغییر امروز به یک مسئله تبدیل شده است. جوامع انسانی در همه موقعیت‌ها، فرایندهای تغییر را تجربه کرده‌اند و کمتر جامعه یا گروهی است که در

حالت رکود و ایستایی باشد. همچنین امکان برقراری ارتباطات از راه دور و از خلال رسانه‌های چندگانه ارزش‌ها و معناها را دگرگون کرده است (نواح و حیدری، ۱۳۹۵).

بنابراین، با توجه به تحولات سریع و گسترده در نظام جهانی، طرح سؤالات و مباحثی در باب هویت و آینده هویتی جوامع و معضلات پیش روی آنها، از جمله نیازهای ضروری و اساسی به نظر می‌رسد. شخصیت انسان امروزی معجونی است از کثرت ارزش‌ها و هنجارهایی ناهمخوان که او را در کشاکش مسیرهای زندگی به حیرانی کشانده است (نواح و همکاران، ۱۳۹۸).

بدین‌روی چون هویت اجتماعی زمینه‌ساز رفتارهای فردی و اجتماعی است، مطالعه عوامل اجتماعی مؤثر بر آن، به‌ویژه درباره جوانان، برای برنامه‌ریزی و رفع مشکلات از اهمیت خاصی برخوردار است. مباحث مزبور از این نظر برای این پژوهش اهمیت دارند که میانسالان و کهنسالان بیشتر تحت تأثیر رمزهای آغازین و سنتی هویت جمعی هستند، ولی جوانان بیشتر از رمزهای عمومی هویت جمعی تأثیر می‌پذیرند.

۲. پیشینه بحث

عبدالرضا نواح و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با موضوع «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت جوانان» به این نتیجه دست یافتند که میان متغیرهای مستقل، میزان حضور در فضای مجازی، انگیزه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با متغیرهای وابسته هویت اجتماعی، هویت ملی و هویت دینی جوانان، ارتباط معناداری وجود دارد. همچنین میان متغیر میزان استفاده از شبکه اجتماعی مجازی با متغیر وابسته هویت دینی ارتباطی معکوس و منفی برقرار است.

محمودرضا رهبر قاضی و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن» دریافتند که برخی مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی تأثیری منفی و معنادار بر هویت دینی و ملی دارند؛ اما مدت زمان عضویت در شبکه‌های مجازی و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی تأثیر مثبتی بر میزان هویت امروزی افراد داشته است.

مژده کیانی و سیامک نجفی (۱۳۹۷) پژوهشی با عنوان «اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی» بر روی ۳۶۰ تن از دانشجویان زن دانشگاه تبریز انجام دادند. نتایج نشان داد اعتماد اجتماعی با هویت نوگرایی (مدرنیسم) و پسانوگرایی (پست‌مدرنیسم) زنان تحصیل کرده رابطه دارد. همچنین پایگاه اقتصادی - اجتماعی با هویت‌های نوگرایی و پسانوگرایی دارای رابطه‌ای معنادار است. همچنین با استفاده از الگوی «گرسیون خطی چندگانه»، متغیرهای سن، رشته تحصیلی، مقطع تحصیلی، اعتماد فردی و اعتماد نهادی می‌توان ۳۶ درصد از واریانس هویت اجتماعی را تبیین نمود.

دنيس چاو و کارمن لی (۲۰۱۷) در پژوهشی که با عنوان «برساخت استدلالی از هویت در شبکه‌های اجتماعی» انجام دادند، به این نتیجه رسیدند که در این مقاله، «گروه» صرفاً یک گروه دانشگاهی نیست، بلکه یک «فضای

اجتماعی و آموزشی» هم هست. همچنین نتایج نشان دادند که چگونه هویت‌های گوناگون می‌تواند با منابع و شیوه‌های استدلالی ترکیبی ایجاد شود که هویت‌های کسب‌شده با توجه به موقعیت و زمان‌های گوناگون، متفاوت باشد. همچنین *ینی برگلوند* (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای که با عنوان «هویت اسلامی و نقش آن در زندگی جوانان مسلمان سوئدی» انجام داده، در پی پاسخ به این پرسش بوده است که آیا اسلام تأثیر مثبت یا منفی بر نگرش جوانان مسلمان سوئدی دارد؟ داده‌های پژوهش که با استفاده از ۴۰۰۰ پرسشنامه‌ای به‌دست آمد، در میان جوانان مسلمان سوئدی تقسیم شد. علاوه بر آن با تعداد قابل ملاحظه‌ای از جوانان مسلمان مصاحبه نیز انجام گرفت. بیشتر پاسخ‌گویان اسلام را مسئله شخصی خود تلقی می‌کردند. قریب یک‌سوم پاسخ‌گویان خود را کسانی معرفی نمودند که در جست‌وجو هستند. در مقابل، بقیه خود را غیرمذهبی معرفی کردند. بیشتر پاسخ‌گویان به رهبران مذهبی اعتماد نداشتند و فقط تعداد اندکی برای انجام مناسک دینی به مسجد می‌رفتند. البته اکثریت جوانان دید مثبتی به اسلام داشتند.

نانسی دویچ و النی تتودورو (۲۰۱۰) پژوهشی با عنوان «شکل‌گیری هویت جوانان در فرهنگ مصرفی» در ویرجینیا انجام دادند. محور مطالعه آنها مصرف، یک بار به‌مثابه ایدئولوژی اجتماعی و بار دیگر به‌مثابه عمل شخصی بود. عمل مصرف کردن برای نوجوانان در این مقاله یک قسمت سازنده از عملکرد هویت آنها را تشکیل می‌دهد. مصرف برای خانم‌ها کارکرد جنسیتی دارد و به منظور نگهداری ظاهری جذاب و شیک انجام می‌گیرد که به آنها کمک می‌کند تا هویتی متناسب با تصور جامعه از زن پیدا کنند. این در حالی است که مصرف برای مردها بیشتر در مسیر اجرای مسئولیت مردانه در مقابل اعضای خانواده (مانند مادر، همسر و بچه) تلقی می‌شود. از نقاط قوت و ضعف مطالعات داخلی و خارجی آن است که به بررسی ارتباط متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی پرداخته‌اند، اما به متغیر گستره ارتباطات اجتماعی فرد و تأثیر آن بر هویت - که می‌تواند عامل مهمی برای این تأثیرات و تغییرات هویتی باشد - توجهی نکرده‌اند و این عامل اثرگذار از دید پژوهشگران و محققان مغفول مانده است. این پژوهش سعی در پر کردن این خلأ تحقیقاتی داشته و به‌طور دقیق به بررسی این متغیر، در کنار سایر متغیرها و تأثیرات آن بر هویت اجتماعی دانش‌آموزان متوسطه اول شهر شیراز پرداخته است.

۳. چارچوب نظری تحقیق

هویت در روابط متقابل کنشگران شکل می‌گیرد. «اجتماعی‌شدن» یا «جامعه‌پذیری» مفهومی است که به توصیف و تبیین چگونگی رفتارهایی می‌پردازد که فرد را قادر می‌سازد تا با فرهنگ جامعه سازگار شود. به عبارت بهتر، «جامعه‌پذیری» فرایندی است که براساس آن، فرد به اکتساب قوانین، رفتار و نظام باورها و بازخوردهای جامعه یا گروهی مشخص دست می‌یابد تا بتواند درون آن جامعه زندگی کند.

در این میان، جامعه نه‌تنها برای بقای خود، افراد را به شیوه‌های گوناگون آموزش می‌دهد تا افراد نمادها، الگوها، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را در روابط متقابل خود به‌کار گیرند، بلکه در تلاش است تا با دگرگونی‌هایی که در

نظام اجتماعی و ترکیب افراد جامعه رخ می‌دهد، از طریق درونی شدن عناصر اجتماعی به خودسازی و نوسازی برسند. برای اینکه جامعه دارای انسجام و دوام معقول باشد، افراد باید به اجماع و وفاق برسند. بنابراین هویت اجتماعی یک فرد، در تعاملات او با دیگران شکل می‌گیرد (رهبر قاضی و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۳۶).

صاحب‌نظران جامعه‌شناسی سنتی نیز اشاراتی به مقوله «هویت» داشته‌اند. برای مثال، جرج هربرت مید بر «کنش اجتماعی» تأکید داشت و درباره «خود» و نحوه شکل‌گیری آن معتقد بود: جدای از جامعه، هیچ‌گونه خود، خودآگاهی و ارتباطی وجود ندارد (ریترز، ۱۳۷۹، ص ۴۴۵-۴۴۶).

چارلز هورتون کولی نیز در تعریف خود از «هویت» مفهوم «خود آینه‌سان» را مطرح می‌کند (وارد، ۱۳۸۳، ص ۱۸۵).

در دوران متأخر نیز جامعه‌شناسان بزرگی مانند هربرت بلومر و اروینگ گافمن به بحث درباره «هویت» پرداخته‌اند. بلومر در باب خود، کنش و شکل‌گیری هویت عقیده دارد: این آدمی است که دنیا را با معنا می‌سازد. گافمن هم زندگی را اساساً نمایش‌گونه می‌داند و «خود» را مجموعه‌ای از صورت‌های ظاهری می‌داند که پیش روی مخاطب‌های گوناگون افراشته شده است (همان).

مانوئل کاستلز متفکر اجتماعی دیگری است که معتقد است: «هویت» امری مرتبط به متن و زمینه‌های اجتماعی است. کاستلز «هویت» را فرایند معناسازی براساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه‌ای به هم پیوسته‌ای از ویژگی‌های فرهنگی که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود، تعریف می‌کند. به عقیده او هر کشور جمعیتی ممکن است چندین هویت داشته باشد، لیکن برای بیشتر کنشگران اجتماعی معنا حول یک هویت اساسی سازمان می‌یابد (یعنی هویتی که دیگر هویت‌ها را در قالب‌ها و چارچوب‌هایی قرار می‌دهد). این هویت اساسی در طول زمان و مکان قائم به ذات است. حتی هویت فردی هم خصلتی اجتماعی دارد (کاستلز، ۱۳۸۰، ص ۱۷).

ریچارد جنکینز در اثر خود با «هویت اجتماعی» به تشریح هویت اجتماعی، رابطه آن با گروه و با شعور عامه، نظریه‌های هویت اجتماعی و مقبوله‌بندی‌های اجتماعی و تجدد (مدرنیته)، عقلانیت و هویت پرداخته است. به اعتقاد جنکینز «هویت» بر شیوه‌هایی دلالت می‌کند که با آنها افراد و جماعت‌ها در روابطشان با سایر افراد و جماعت‌ها مشخص می‌شوند.

همچنین «هویت‌یابی» ایجاد و معناداری نظام‌مند روابط تشابه و تفاوت بین افراد، بین جماعت‌ها و بین افراد و جماعت‌ها است. تشابه و تفاوت، همراه با هم، همان‌گونه که آنها فقط می‌توانند باشند، اصول پویای هویت‌یابی هستند و در مرکز جهان انسانی قرار دارند. از این رو اهمیت عملی انسان‌ها برای یکدیگر، هم به‌وسیله تشابهات و هم تفاوت‌ها در میان آنها تعیین می‌شود. تشابه به‌عنوان واقعیت یا گرایش، به اندازه تفاوت مهم است.

از سوی دیگر، جنکینز معتقد است: هویت فردی بر تفاوت‌ها و هویت جمعی بر شباهت‌ها تأکید دارد و این دو از هم جدا نیستند (جنکینز، ۱۳۸۸، ص ۲۶). به نظر وی، هویت اجتماعی بسیار مهم است و بدون داشتن هویت

اجتماعی هیچ اجتماعی معنا ندارد. علاوه بر آن برای ترسیم هویت، چارچوب‌هایی لازم است تا بتوانیم با دیگران ارتباط معناداری برقرار کنیم. «هویت اجتماعی» در فردیت تجسم می‌یابد. به عبارت دیگر، هویت یک طبقه‌بندی چندبعدی یا نقشه‌برداری از جهان انسانی و جایگاه افراد و اعضای اجتماعات در آن است. از نظر جنکینز اگرچه افراد متفاوت هستند، ولی هویت فردی در اجتماع ساخته می‌شود؛ یعنی افراد، خودشان و دیگران را در جریان فرایند اجتماعی شدن و تعامل با دیگران، تعریف و بازتعریف می‌کنند (جنکینز، ۱۳۸۸، ص ۵).

همچنین گینزر با تأکید بر هویت شخصی و اجتماعی در تحلیل هویت، بر شکاف میان فرد و جامعه، کنش و ساختار پرداخته و فرایندهای هویت‌یابی و هویت‌سازی در دوران نوجوانی را با در نظر گرفتن تأثیرات دوسویه افراد و ساختارهای اجتماعی تبیین می‌کند.

گینزر اشاره دارد که «خود» به‌منزله تصویری بازتابی از خویش‌اش است که فرد مسئولیت آن را برعهده دارد. حقیقت وجود ما همانی نیست که هستیم، بلکه چیزی است که از خویش‌اش می‌سازیم. این درست نیست که بگوییم «خود» کاملاً خالی از محتواست، بلکه آنچه فرد را می‌سازد وابسته به اعمال و رفتارهای سازنده‌ای است که فرد در پیش می‌گیرد و اینها - درواقع - چیزهایی بیش از آن است که خود را بهتر بشناسیم.

خودفهمی منوط به نیت باطنی و اساسی‌تری است که در ساخت و بازساخت مفهومی منسجم و نتیجه‌بخش برای هویت شخصی نقش دارد. گینزر «هویت شخصی» را پدیده‌ای منتظم و مستلزم روایت معینی می‌داند. روایت «خود» باید صریح و بی «اما» و «اگر» باشد. برای ایجاد و استوار داشتن مفهوم جامعی از «خود»، ترتیب دادن یادداشتهای منظم روزانه و تدوین زندگینامه شخصی، از توصیه‌های عمده است. شرح‌حال - به‌ویژه به معنای نوعی روایت تاریخی همراه با تفسیر از سوی شخص مدنظر - اعم از آنکه کتبی باشد یا غیر آن، در زندگی اجتماعی امروزی، هسته اصلی هویت شخصی را تشکیل می‌دهد (گینزر، ۱۳۷۸، ص ۱۱۲-۱۱۳).

از نظر گینزر هویت هر شخص را نباید در رفتار او و در واکنش‌های دیگران جست‌وجو کرد، بلکه باید آن را در توانایی و ظرفیت وی برای حفظ و ادامه روایت مشخصی از زندگینامه‌اش یافت. زندگینامه شخصی که به حفظ روابط متقابل و منظم با دیگران علاقه‌مند است، بکلی خیالی و ساختگی نیست. زندگی واقعی باید به‌طور مداوم رویدادهای دنیای خارج را در خود ادغام کند و آنها را با تاریخچه جاری خود شخص سازگار سازد (همان، ص ۸۴).

از نقطه نظر گینزر، نیروها، گرایش‌ها و فرهنگ‌های جدید احیا شده را نمی‌توان در قالب‌های سنتی همچنان با روابط سنتی حفظ کرد، بلکه حفظ و تطبیق آنها نیازمند نگرش جدید و بازسازی است و بنابراین، گینزر هویت را امری غیرقطعی و متغیر می‌داند. بنابراین محتوای هویت شخصی مانند دیگر عرصه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است.

گینزر معتقد است: سطح و ابعاد فاصله‌گیری‌های زمانی و فضایی در دوران تجدد کنونی به چنان حدی از گسترش رسیده است که برای نخستین بار در تاریخ بشریت، خود و جامعه در محیطی جهانی با یکدیگر به تعامل

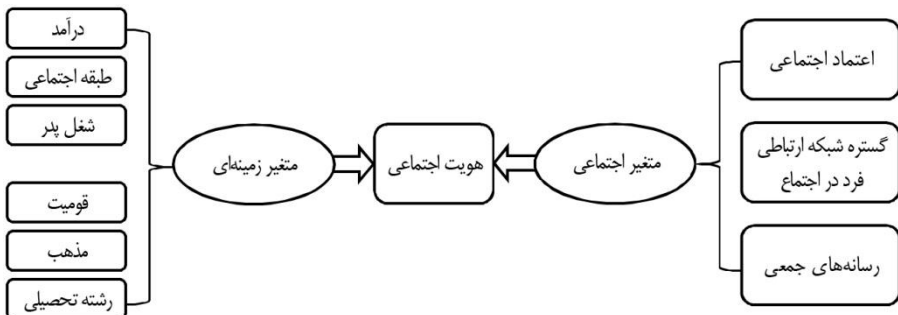
می‌پردازند. در اوضاع و شرایط تجدد کنونی، عوامل متعددی به‌طور مستقیم بر روابط بین هویت‌ها و نهادهای اجتماعی تأثیر می‌گذارند (گیدنز، ۱۳۸۴، ص ۲۶-۲۷).

از دید گیلنر «هویت اجتماعی» به معنای ویژگی‌هایی است که از طرف دیگران به یک شخص نسبت داده شده و این ویژگی‌ها نشان می‌دهد که هر شخص معینی اساساً چه کسی است. در عین حال، این ویژگی‌ها فرد مذکور را به افراد دیگری مرتبط می‌کند که همین خصوصیات و کیفیات را دارند (گیدنز، ۱۳۸۶، ص ۱۲۶). او معتقد است: هرچه وضع و حال جامعه و محیطی که فرد در آن به سر می‌برد بیشتر به دنیای مابعد سنتی تعلق داشته باشد، شبوه زندگی او نیز بیشتر با هسته واقعی هویت شخصی‌اش و ساخت و همچنین با تجدد ساخت آن سروکار خواهد داشت (همان، ص ۱۲۰).

بنابراین، گیلنر منابع اصلی هویت هر فرد را جنسیت، تمایلات جنسی، ملیت یا قومیت و طبقه اجتماعی می‌داند و معتقد است: فرد مسئولیت خود را به عهده دارد و این افراد هستند که خود را می‌سازند. گیلنر «سیاست‌رهایی‌بخش» در دوره جدید را عامل آزادسازی افراد و گروه‌ها از محدودیت‌های دوره سنتی می‌داند و در دوره جهانی شدن، افراد را مسلط بر زندگی خود تصور می‌کند. به نظر او، چون در دنیای امروزی امکان‌پذیر شدن وجود دارد، زندگی روزمره نیز متحول شده و هویت فرد همواره بازتولید می‌شود (میرفردی و ولی‌نژاد، ۱۳۹۷).

از نظر گیلنر در گذشته «مکان» نقش مهمی در ایجاد هویت اجتماعی افراد داشت و افراد کمتر با دنیای خارج ارتباط داشتند و بخش اعظم هویت افراد در ارتباط رودررو با اطراف و در یک محیط ثابت و نیز سنت‌های بومی و محلی شکل می‌یافت. از دیدگاه وی، با ورود به تجددگرایی و بسط فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، نقش مکان در شکل‌دهی به هویت کمرنگ شده است و رسانه‌ها و فناوری‌های ارتباطی فرد را از مکان خود جدا می‌کنند و به جهان پیوند می‌زنند. در نتیجه افراد با منابع هویت‌یابی بی‌شماری روبه‌رو شده، هویت‌یابی به شکل جهانی نمود پیدا می‌کند (اله‌دادی و همکاران، ۱۳۹۴).

۴. الگوی تحقیق



۵. روش تحقیق

نوع پژوهش در این تحقیق «کمی» و روش آن «پیمایشی» است. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه است. جامعه آماری در این پژوهش دانش‌آموزان پسر پایه سوم مقطع متوسطه اول شهر شیراز هستند که در سال تحصیلی ۱۳۹۹، تعداد آنها ۳۶/۵۴۲ تن از تعداد کل ۶۶/۴۷۰ تن دانش‌آموز دختر و پسر بوده که در چهار ناحیه آموزش و پرورش این شهر مشغول به تحصیل هستند.

با توجه به شرایط حاضر و همه‌گیری «ویروس کووید ۱۹»، پرسشنامه به صورت برخط توزیع شد. به علت الکترونیکی بودن پرسشنامه، برای اجرای آن و شیوه‌های نمونه‌گیری محدودیت‌هایی وجود داشت که در نهایت پاسخ‌گویان از طریق روش «نمونه‌گیری داوطلبانه» انتخاب شدند. حجم نمونه با استفاده از «فرمول کوکران» ۲۶۸ تن تعیین شد. تصمیم بر این شد که برای اطمینان بیشتر و رفع مشکلات احتمالی (مانند پرسشنامه‌های بی‌پاسخ) حجم نمونه ۴۰۰ تن در نظر گرفته شود که در نهایت، پس از مشاهده پیوند (لینک) توسط ۱/۲۴۷ تن، تنها ۲۸۶ پرسشنامه کامل برای تجزیه و تحلیل باقی ماند.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left[\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right]} \rightarrow n = \frac{\frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.0036}}{1 + \frac{1}{6647} \left(\frac{1.96^2 * 0.6 * 0.6}{0.0036} - 1 \right)} \approx 268$$

n: حجم نمونه

t: اندازه متغیر در توزیع فراوانی

p: وجود صفت در افراد جامعه

q: عدم وجود صفت در افراد جامعه

N: تعداد کل افراد جامعه تحت بررسی

D: سطح احتمال مد نظر - درجه اطمینان

همچنین برای تعیین روایی تحقیق از روایی صوری، مشاوره متخصصان و استادان و روایی محتوایی استفاده گردیده و برای اطمینان بیشتر، از پژوهش‌های نظری و تجربی پیشین نیز بهره گرفته شده است. در نهایت با استفاده از ابزارهای اندازه‌گیری پژوهش، داده‌ها گردآوری شدند و پس از تشکیل ماتریس داده‌ها در نرم‌افزار Spss24 با بهره‌گیری از آماره‌های توصیفی و استنباطی، داده‌ها توصیف و تحلیل گردیدند.

ردیف	نام طیف	تعداد گویه	مقدار آلفای کرونباخ
۱	هویت اجتماعی	۲۰	٪۸۴
۲	گستره شبکه اجتماعی	۵	٪۶۹
۳	اعتماد اجتماعی	۵	٪۸۲
۴	رسانه‌های جمعی	۶	٪۷۷

جدول ۱: مقادیر آلفای کرونباخ متغیرهای پژوهش

۶. فرضیات پژوهش

به نظر می‌رسد:

- بین متغیرهای جمعیت‌شناختی (قومیت، مذهب، درآمد، طبقه اجتماعی، رشته تحصیلی، شغل پدر) با هویت اجتماعی رابطه وجود دارد.
- بین اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی دانش‌آموزان پسر رابطه وجود دارد.
- بین گستره شبکه ارتباطی فرد در جامعه و هویت اجتماعی دانش‌آموزان پسر رابطه وجود دارد.
- بین رسانه‌های جمعی و هویت اجتماعی دانش‌آموزان پسر رابطه وجود دارد.

۷. تجزیه و تحلیل داده‌ها

۷-۱. تجزیه و تحلیل توصیفی

داده‌های جمعیت‌شناختی بیانگر این بودند که از بین قومیت‌های فارس، لر، ترک، کرد، و عرب، بیشترین درصد فراوانی در بین پاسخ‌گویان مربوط به قومیت فارس با (۷۹/۸ درصد) و کمترین آن مربوط به قومیت کرد با (۰/۷ درصد) است. همچنین یافته‌ها نشان دادند بیشتر پاسخ‌گویان (۸۹/۹ درصد) شیعه‌مذهب هستند. علاوه بر آن، بیشترین فراوانی (۳۲ درصد) دارای درآمد بین ۴-۵ میلیون تومان بودند. همچنین پاسخ‌گویان اغلب خود را جزو طبقه متوسط می‌دانند. بیشتر پاسخ‌گویان (۳۸ درصد) نیز اظهار داشتند که شغل پدرشان آزاد است. همچنین نتایج نشان داد از بین پاسخ‌گویان (۴۹/۸ درصد) در رشته ریاضی مشغول به تحصیل هستند.

۷-۲. تجزیه و تحلیل استنباطی

در این بخش، فرضیات پژوهش بررسی می‌گردد و با توجه به نوع متغیرها از آزمون‌های آماری گوناگونی از قبیل ضریب همبستگی پیرسون، رگرسیون ساده، تحلیل واریانس برای سنجش آنها و ارتباط بین متغیرهای مستقل و وابسته استفاده می‌شود.

سطح معناداری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	قومیت
/۶۸۴	/۶۲۱	/۴۹۹	۶/۶۳	فارس
		/۴۴۶	۳/۸۱	اُر
		/۴۳۸	۳/۶۵	تُرک
		/۵۷۱	۳/۵۰	کرد
		/۳۵۱	۳/۳۹	عرب
		/۳۵۹	۳/۵۹	سایر
		/۴۸۱	۳/۶۳	کل

جدول ۲: آزمون تفاوت میانگین نمره هویت اجتماعی و قومیت

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، میانگین‌های به‌دست‌آمده نشان‌دهنده آن است که بین قومیت‌های گوناگون تفاوت چندانی مشاهده نمی‌شود، بجز قومیت فارس که تقریباً میانگین هویت اجتماعی در بین آنها دو برابر بقیه است. اما براساس مقدار F که برابر با /۶۲۱ است و سطح معناداری آن /۶۸۴ است، تفاوت میانگین‌ها - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار نیست و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر رد می‌شود.

سطح معنی‌داری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	مذهب
/۱۶۹	/۱۶۹	/۴۶۷	۳/۶۴	شیعه
		/۵۸۳	۳/۳۷	سنی
		/۶۹۱	۳/۶۵	سایر
		/۴۸۶	۳/۶۸	کل

جدول ۳: آزمون تفاوت میانگین مذهب فرد و هویت اجتماعی

داده‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد میانگین نمره هویت اجتماعی جوانان براساس مذهب - به ترتیب - شیعه، سنی و سایر عبارتند از: /۳۶۴، /۳۳۷، /۳۶۵. براساس مقدار F به‌دست‌آمده و سطح معناداری /۱۶۹، تفاوت میانگین‌ها - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار نیست و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر نیز رد می‌شود.

سطح معناداری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	طبقه اجتماعی
/۰۶۳	۲/۲۵	/۴۷۹	۳/۷۰	بالا
		/۴۸۲	۳/۷۱	متوسط بالا
		/۴۱۸	۳/۶۷	متوسط
		/۵۶۱	۳/۵۰	متوسط پایین
		/۶۱۳	۳/۴۴	پایین
		/۴۸۶	۳/۶۳	کل

جدول ۴: آزمون تفاوت میانگین طبقه اجتماعی و هویت اجتماعی

جدول فوق بیانگر آزمون تحلیل واریانس میزان نمره هویت اجتماعی برحسب طبقه اجتماعی است که فرد خود را متعلق بدان می‌داند. براساس مقدار F به‌دست‌آمده /۲۲۵ و سطح معناداری /۰۶۳، تفاوت میانگین‌ها - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار نیست و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر نیز رد می‌شود.

سطح معناداری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	درآمد خانواده
/۰۲۹	۲/۷۴	۱/۵۲۵	۳/۵۹	زیر ۲ میلیون
		۱/۴۵۰	۳/۶۵	بین ۲ تا ۴ میلیون
		۱/۴۶۳	۳/۷۵	بین ۴ تا ۵ میلیون
		۱/۴۹۰	۳/۶۲	بین ۵ تا ۷ میلیون
		۱/۴۸۲	۳/۶۳	بیش از ۸ میلیون
		۱/۴۸۶	۳/۶۳	کل

جدول ۵: آزمون تفاوت میانگین درآمد خانواده و هویت اجتماعی

جدول فوق بیانگر آزمون تحلیل واریانس میزان نمره هویت اجتماعی برحسب درآمد خانواده افراد است. براساس مقدار F به دست آمده ۲/۷۴ و سطح معناداری /۰۲۹، تفاوت میانگین‌ها در سطح ۹۵٪ معنادار است و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر (یعنی میزان درآمد خانواده و هویت اجتماعی) پذیرفته می‌شود.

سطح معناداری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	فراوانی	رشته تحصیلی
/۰۰۰	۹/۲۴	۱/۵۱۱	۳/۶۰	۱۳۰	ریاضی
		۱/۴۵۳	۳/۵۹	۱۱۳	تجربی
		۱/۲۹۷	۴/۰۲	۲۵	انسانی
		۱/۴۸۶	۳/۶۳	۲۶۸	کل

جدول ۶: آزمون تفاوت میانگین رشته تحصیلی فرد و هویت اجتماعی

جدول ۶ بیانگر آزمون تحلیل واریانس میزان نمره هویت اجتماعی برحسب رشته تحصیلی افراد است. براساس داده‌های به دست آمده، میانگین نمره هویت اجتماعی جوانان براساس رشته تحصیلی (به ترتیب رشته‌های ریاضی، تجربی و انسانی) عبارتند از: ۳/۶۰، ۳/۵۹، ۴/۰۲. براساس مقدار F به دست آمده ۹/۲۴ و سطح معناداری /۰۰۰، تفاوت میانگین‌ها در سطح ۹۵٪ معنادار است و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر (یعنی بین رشته تحصیلی و هویت اجتماعی) پذیرفته می‌شود.

سطح معناداری	مقدار F	انحراف معیار	میانگین نمره هویت اجتماعی	شغل پدر
/۶۷۸	/۶۶۵	۱/۵۰۰	۳/۵۸	کارمند
		۱/۴۷۱	۳/۶۶	آزاد
		۱/۳۵۴	۳/۶۸	کارگر
		۱/۳۶۲	۳/۸۰	نظامی
		۱/۶۷۳	۳/۵۶	بازنشسته
		۱/۵۲۴	۳/۵۰	سایر
		۱/۳۸۸	۳/۶۳	کل

جدول ۷: آزمون تفاوت میانگین شغل پدر و هویت اجتماعی

جدول ۷ بیانگر آزمون تحلیل واریانس میزان نمره هویت اجتماعی برحسب شغل پدر فرد است. مطابق داده‌های به دست آمده، میانگین نمره هویت اجتماعی براساس شغل پدر (به ترتیب کارمند، آزاد، کارگر، نظامی، بازنشسته و

سایر) عبارتند از: ۳/۵۸، ۳/۶۶، ۳/۶۸، ۳/۸۰، ۳/۵۶ و ۳/۵۰. براساس مقدار F به دست آمده ۰/۶۶۵ و سطح معناداری ۰/۶۷۸ تفاوت میانگین‌ها - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار نیست و در نتیجه، فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر نیز رد می‌شود.

نام متغیر	سطح معناداری	ضریب همبستگی	مقدار T	F
اعتماد اجتماعی	/۰۰۰	/۲۷۸	۲۴/۳۱۹	۲۲/۲۶
گستره ارتباط اجتماعی	/۰۰۰	/۲۴۷	۲۰/۸۵۴	۱۷/۲۶
رسانه‌های جمعی	/۰۱۵	-/۱۴۹	۳۵/۷۹	۶/۰۴

جدول ۸: آزمون همبستگی بین متغیرهای اجتماعی و میزان هویت اجتماعی

همان‌گونه که جدول ۸ نشان می‌دهد میزان همبستگی میان دو متغیر «اعتماد اجتماعی» و «هویت اجتماعی» ۰/۲۷۸ و جهت آن نیز مثبت است. با توجه به مقدار T که برابر با ۲۴/۳۱۹ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است، رابطه بین این دو متغیر - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار است و فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر پذیرفته می‌شود. همان‌گونه که مشخص می‌شود، میزان همبستگی میان متغیرهای گستره ارتباطات اجتماعی و هویت اجتماعی ۰/۲۴۷ و جهت آن نیز مثبت است. با توجه به مقدار T که برابر با ۲۰/۸۵۴ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ است، رابطه بین این دو متغیر - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار است و فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر پذیرفته می‌شود. همان‌گونه که از جدول فوق استنباط می‌شود، ضریب همبستگی بین دو متغیر رسانه‌های جمعی و هویت اجتماعی -۰/۱۴۹- و جهت آن منفی است که نشان‌دهنده آن است که این دو متغیر بر یکدیگر اثر گذارند؛ اما اثر آنها در جهت عکس است. به عبارت دیگر با زیاد شدن یکی، دیگری کم می‌شود. با توجه به مقدار T که برابر با ۳۵/۷۹ و سطح معناداری ۰/۰۱۵ است، رابطه بین این دو متغیر - دست کم - در سطح ۹۵٪ معنادار است و فرضیه وجود رابطه بین این دو متغیر پذیرفته می‌شود.

۳-۷. رگرسیون

در این پژوهش از رگرسیون چندمتغیره و روش «گام به گام» برای تعیین متغیرهایی که بهتر می‌توانند تبیین‌کننده متغیر وابسته باشند، بهره گرفته شده است.

شاخص‌ها	R	R ²	F	سطح معناداری sig
ضرایب	۰/۶۷۴	۰/۴۱۳	۱۷/۱۳۲	۰/۰۰۰

جدول ۹: ضرایب رگرسیونی

متغیرهای مستقل	B	Beta	مقدار T	سطح معناداری sig
گستره شبکه ارتباطی	۰/۷	۰/۲۹۹	۴/۹۵	۰/۰۰۰
اعتماد اجتماعی	۰/۱۷۶	۰/۲۶۵	۴/۷۱۱	۰/۰۰۰
رسانه‌های جمعی	-۰/۹۰	-۰/۱۵۳	-۲/۱۷	۰/۰۰۷
درآمد	۰/۱۸۲	۰/۱۰۱	۲/۱۸۲	۰/۰۳۲

جدول ۱۰: متغیرهای مستقل واردشده به معادله برای پیش‌بینی هویت اجتماعی

نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد که میزان F الگوی فوق ۱۷/۱۳۲ و میزان معناداری آن برابر ۰/۰۰۰ بوده و نشان‌دهنده معناداری کل الگوست. برحسب اطلاعات به‌دست‌آمده، متغیرها تقریباً ۴۱ درصد از واریانس متغیر اصلی را تبیین می‌کنند. با مقایسه ضرایب رگرسیونی (Beta) مشخص می‌شود که بیشترین تأثیر بر هویت اجتماعی متعلق به متغیر «گستره شبکه اجتماعی» است. گستره شبکه اجتماعی (Beta=۰.۲۹۹) واریانس میزان هویت اجتماعی دانش‌آموزان پسر شهر شیراز را تبیین کرده است؛ بدین معنا که با واپایش سایر متغیرهای پژوهش، بازای هر واحد انحراف معیار در گستره شبکه اجتماعی ۰/۲۹۹ درصد واحد انحراف معیار در هویت اجتماعی افراد تغییر به‌وجود می‌آید.

همچنین متغیر «اعتماد اجتماعی» ۰/۲۵۶ و «رسانه‌های جمعی» ۰/۱۵۳- در مرتبه دوم و سوم تأثیرگذاری بر متغیر وابسته پژوهش بوده‌اند. علاوه بر آن، کمترین میزان تأثیرگذاری بر متغیر «هویت اجتماعی» با ضریب رگرسیونی ۰/۱۰۱ به متغیر «درآمد خانوار» اختصاص یافته است. هرچند بین متغیر «رشته تحصیلی» و «هویت اجتماعی» رابطه معنادار قوی وجود داشت، لیکن از آن نظر که فقط متغیرهای نسبی و فاصله‌ای در رگرسیون وارد می‌شود، از اعمال متغیر رشته تحصیلی امتناع شده است.

نتیجه‌گیری

فرضیه اول پژوهش ارتباط بین متغیرهای «جمعیت‌شناختی» و «هویت اجتماعی» را نشان می‌دهد. برخلاف انتظار، نتایج به‌دست‌آمده نشان داد بین «قومیت» و «هویت اجتماعی» ارتباط مستقیمی وجود ندارد. البته شاید یکی از علل این نبود رابطه در جامعه آماری این باشد که اکثریت نمونه آماری از یک قومیت (نزدیک به ۸۰٪ فارس) و باقی‌مانده از پنج قومیت دیگر تشکیل شده‌اند.

همچنین ارتباط بین «مذهب» و «هویت اجتماعی» نیز بررسی شد. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد این بار نیز برخلاف انتظار، بین «مذهب» و «هویت اجتماعی» رابطه معناداری وجود ندارد. علت آن است که ۹۰٪ پاسخ‌گویان به مذهب شیعه تعلق دارند که این یکپارچگی نسبی مذهبی سبب شده است تا عامل «مذهب» تأثیر قابل‌انتظاری بر هویت جامعه آماری نداشته باشد. علت دیگر می‌تواند بی‌توجهی جوانان در این سن نسبت به تفاوت‌های مذهبی باشد.

در چارچوب فرضیه بعدی ارتباط «درآمد خانوادگی» و «هویت اجتماعی» سنجیده شد. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد بین «درآمد خانوادگی» و «هویت اجتماعی» جامعه آماری رابطه وجود دارد که از جمله علل آن نیز می‌تواند این باشد که درآمد خانواده بر نگرش فردی تأثیر دارد. علاوه بر آن، یافته‌ها مبین نبود رابطه بین «طبقه اجتماعی» و «هویت اجتماعی» است. علت اصلی پایین بودن سطح آگاهی طبقات جامعه آماری است که هنوز فعالیت اقتصادی قابل‌توجهی ندارند و در نتیجه به فاصله طبقاتی در جامعه حساس نیستند. بنابراین فرضیه مزبور تأیید نمی‌شود.

رابطه بین «رشته تحصیلی» و «هویت اجتماعی» تأیید شد؛ یعنی بین رشته تحصیلی و هویت اجتماعی فرد رابطه وجود دارد و اینکه دانش‌آموز در کدامیک از رشته‌های ریاضی، تجربی و انسانی درس بخواند، در میزان هویت اجتماعی او تأثیرگذار است. علت آن می‌تواند این باشد که اولاً، در آموزش و پرورش ایران معمولاً انتخاب رشته براساس میزان کارایی آموزشی تعیین می‌شود. علاوه بر آن، کتب درسی متفاوتی در رشته‌های گوناگون تدریس می‌شود که بر نوع نگرش فرد تأثیرگذار است.

همچنین رابطه بین «شغل پدر» و «هویت اجتماعی» تأیید نشد. شاید بتوان نتیجه‌گیری کرد که نبود رابطه مستقیم بین شغل پدر در شکل‌گیری هویت اجتماعی فرد در سن جوانی بیشتر مربوط به نبود ارتباط قوی عاطفی پسران جوان با پدرانشان در این سن باشد.

فرضیه دوم به ارتباط بین «اعتماد اجتماعی» و «هویت اجتماعی» مربوط می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده آن است که این فرضیه نیز تأیید نشده و رابطه‌ای مستقیم بین اعتماد اجتماعی که فرد نسبت به افراد جامعه خود دارد و هویت اجتماعی او برقرار است و هرچه فرد به افراد جامعه خود اعتماد بیشتری داشته باشد میزان هویت اجتماعی شکل‌گرفته در او قوی‌تر است. عکس این قضیه نیز صادق است.

بسیاری از تحقیقات همچون کاظمی (۱۳۹۳) نشان می‌دهد در نتیجه کاهش اعتماد اجتماعی، بحران شخصیت و هویت افزایش می‌یابد و این مؤید نتایج مطالعه حاضر است.

فرضیه سوم به ارتباط «گستره شبکه ارتباطی» و «هویت اجتماعی» مربوط می‌شود. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده آن است که این فرضیه تأیید شده و رابطه مستقیمی بین «گستره شبکه اجتماعی» فرد در جامعه‌ای که زندگی می‌کند و «هویت اجتماعی» او وجود دارد؛ یعنی هرچه فرد گستره شبکه ارتباطی خود را بیشتر کند مسلماً دارای هویت اجتماعی قوی‌تری است و بعکس.

گیلنر بیان می‌دارد که انسان در کنش متقابل با دیگران هویتش را ایجاد می‌کند و در جریان زندگی آن را پیوسته تغییر می‌دهد و جرح و تعدیل می‌کند و هیچ‌کس دارای هویت ثابتی نیست و هویت، سیال و همواره در حال ایجاد شدن و عوض شدن است. هستی جامعه به‌مثابه یک کل، در سایه پیوندهای متقابل و تعلقات مشترک تحقق می‌پذیرد؛ همانند یک ساختار یا یک پیکره که وجودش در گرو پیوندهای متقابل میان اجزایش است. بنابراین جامعه به یمن وجود پیوندهای متقابل و تعلقات مشترک افراد، شکل می‌گیرد و دوام می‌یابد. بنابراین هرچه دایره روابط گسترده‌تر باشد، همبستگی و تعلقات مشترک بیشتر خواهد بود که در نهایت منجر به همبستگی و هویت مشترک می‌شود.

پژوهش مستوفی (۱۳۹۲) با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد.

فرضیه چهارم درصدد تعیین رابطه بین «وسایل ارتباط جمعی» و «هویت اجتماعی» است. نتایج به‌دست‌آمده این فرضیه را نیز تأیید کرده و این نشان‌دهنده آن است که میزان استفاده از وسایل ارتباط جمعی بر هویت اجتماعی

افراد اثر معکوس دارد. امروزه رسانه‌ها یکی از ابزارهای مهم و تأثیرگذار در عقاید، رفتار و فرهنگ محسوب می‌شوند؛ زیرا رسانه‌ها شامل مجموعه گسترده‌ای از پیام‌ها، تصاویر و افکاری هستند که عمدتاً از جامعه سازنده رسانه شروع شده، در مسیری شبکه‌ای به سایر جوامع نیز نفوذ می‌کنند. برنامه‌های مبتنی بر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی نوین در کشورهای در حال توسعه موجب پذیرش افکار جدید و روش‌های زندگی وارداتی در بین قشر جوان جامعه میزبان می‌شود و همین موجب می‌گردد جوانان از عمل به بسیاری از عادات و رسوم سنتی جامعه خود که از مؤلفه‌های مهم هویت فرهنگی آنان محسوب می‌شود، سرباز زنند و دائم از فرهنگ بیگانه تقلید کنند و در مقابل، از میراث فرهنگی و تمدنشان دور شوند.

ارتباطات نقش تعیین‌کننده‌ای در فرهنگ و شکل‌دهی هویت‌های ملی و دینی و فرهنگی ایفا می‌کند. در این ارتباط، نوع محتوای برنامه‌های رسانه با عرضه هنجارهای متفاوت و بعضاً متعارض آثار متفاوتی در هویت جوانان دارد. بنابراین هرچه استفاده از شبکه‌های مجازی بیشتر باشد، هویت افراد دچار خلل بیشتری می‌شود.

نتیجه پژوهش حاضر با مطالعه *شامانی* و همکاران (۱۳۹۵) و رهبر *قاضی* و همکاران (۱۳۹۸) همسو می‌باشد. بسیاری از همکاران (از جمله *آزادارمکی* و *حاجیان*) ارتباط بین چهار عنصر (دینی، قومی، گروهی و ملی) تشکیل‌دهنده هویت اجتماعی ایرانیان را قوی ارزیابی می‌کنند و معتقدند: این عناصر هویت‌دهنده هماهنگ عمل می‌کنند. با توجه به مطالب مطرح‌شده، مجریان این طرح در این باره چندان مطمئن نیستند. پیشنهاد این است که از هم‌اکنون درباره اجزای متعارض این عناصر، تحقیق شود، به‌ویژه با توجه به رخدادهایی که اکنون در دیگر کشورهای منطقه در حال وقوع است.

- اله‌دادی، نورالدین و همکاران، ۱۳۹۴، «تأثیر سبک زندگی بر هویت قومی مطالعه نمونه‌ای در استان لرستان»، *جامعه‌شناسی ایران*، ش ۳، ص ۹۱-۶۵.
- جنکینز، ریچارد، ۱۳۸۸، *هویت اجتماعی*، ترجمه تورج یاراحمدی، تهران، پردیس.
- حاجیان، ابراهیم، ۱۳۷۹، *جامعه‌شناسی هویت ایرانی*، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- رهبری قاضی، محمودرضا و همکاران، ۱۳۹۸، «رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت‌های جمعی باتأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن»، *مجلس و راهبرد*، سال بیست و پنجم، ش ۹۵، ص ۳۴-۴۸.
- ریترز، جورج، ۱۳۷۹، *نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، علمی و فرهنگی.
- شامانی، اسماعیل و همکاران، ۱۳۹۵، «رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با هویت جوانان شهر تهران»، *فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی*، سال هفتم، ش ۲۸، ص ۱۶۳-۱۸۲.
- شفرز، برنارد، ۱۳۹۱، *مبانی جامعه‌شناسی جوانان*، ترجمه کرامت‌الله راسخ، چ هشتم، تهران، نشر نی.
- کاستلز، مانوئل، ۱۳۸۰، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*، ج ۱ (ظهور جامعه شبکه‌ای)، ترجمه علی پایا، احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، طرح نو.
- کاظمی، محمود و همکاران، ۱۳۹۳، «رابطه عمل به باورهای دینی و هویت اخلاقی با بهزیستی روان‌شناختی: نقش واسطه‌ای هویت اخلاقی»، *روان‌شناسی و دین*، ش ۳۹، ص ۷۱-۸۴.
- کیانی، مژده و سیامک نجفی، ۱۳۹۸، «اعتماد اجتماعی و هویت اجتماعی: بازاندیشی در هویت اجتماعی زنان تحصیلکرده (مورد مطالعه: دانشگاه تبریز)»، *زن و جامعه*، سال نهم، ش ۲، ص ۲۷۵-۲۹۴.
- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۸، *تجدد و تخصص، جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
- _____، ۱۳۸۴، *چشم‌اندازهای جهانی*، ترجمه محمدرضا جلائی‌پور، تهران، طرح نو.
- _____، ۱۳۸۶، *جامعه‌شناسی*، ترجمه حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
- مستوفی، اکرم، ۱۳۹۲، «بررسی رابطه هویت اجتماعی با احساس امنیت در زنان شهر تهران»، *مطالعات پلیس زن*، ش ۱۹، ص ۵۵-۷۷.
- میرفردی، اصغر و عبدالله ولی‌نژاد، ۱۳۹۷، «تحلیل جامعه‌شناختی - راهبردی»، مدیریت سرمایه اجتماعی، دوره پنجم، ش ۱، ص ۶۷-۹۰.
- میلر، دیوید، ۱۳۸۳، *ملیت*، ترجمه داوود قرایان زندی، تهران، مؤسسه مطالعات ملی، تمدن ایرانی.
- نوح، عبدالرضا و خیری حیدری، ۱۳۹۵، «بررسی هویت قومی و تأثیر آن بر احساس طرد اجتماعی (مورد مطالعه: عرب های شهر اهواز)»، *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، سال پنجم، ش ۱۸، ص ۵۲-۶۹.
- نوح، عبدالرضا و همکاران، ۱۳۹۸، «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی جوانان (مورد مطالعه: جوانان ۱۸ تا ۳۰ سال شهر اهواز)»، *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، سال هشتم، ش ۲، ص ۳۹۱-۴۲۱.
- وارد، گلن، ۱۳۸۳، *بیستمدرن*، ترجمه قادر فخر رنجبری و ابودر کرمی، تهران، ماهی.
- Berglund, J., 2013, "Islamic identity and its role in the lives of young Swedish Muslims", *Contemporary Islam*, V. 7, p. 207-227.
- Dennis, Chau, & Lee, Carmen, 2017, "Discursive construction of identities in a social network-educational space: Insights from an undergraduate Facebook group for a linguistics course, Discourse", *Context & Media*, V. 18, p. 31-39.
- Deutsch, Nancy L. and Eleni Theodorou, 2010, "Aspiring, Consuming, Becoming: Youth Identity in a Culture of Consumption", *Youth and Society*, N. 42, p. 229-254.
- Jenkins, R., 2008, *Social identity. london and newyork: thirdediyn*, RoutledgeTaylor 8 Francis group.
- Ted, Hopf & Allan, Bentley, 2016, *Making Identity Count: Building a National Identity Database*, Oxford.
- Zhong, Yang, 2016, "Explaining national identity shift in Taiwan", *Journal of Contemporary China*, N. 25(99), p. 336-352.

ارزش‌های اسلامی حاکم بر شناسایی وضعیت مطلوب در سازمان‌های رسانه‌ای از منظر قرآن کریم

سیدمحمد رضا میرصانع / دانشجوی دکتری مدیریت رسانه مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

mirsane86@gmail.com

orcid.org/0000-0002-9284-0677

jafari@qabas.net

محمدحسن جعفری / استادیار گروه مدیریت مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

khojastehasan@yahoo.com

حسن خجسته / استاد گروه رادیو دانشکده تولید دانشگاه صدا و سمای جمهوری اسلامی



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۹ - پذیرش: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸

چکیده

منظور از «ارزش‌های اسلامی» در پژوهش حاضر ارزش‌های «اخلاقی» برگرفته از اسلام است. از این منظر «ارزش اسلامی» یک فعل اختیاری مطلوب و متعالی است که مطلوبیت آن از مبانی و بینش‌های اسلامی نشئت گرفته و انجام آن انسان را به اهداف والا و کمال حقیقی خویش (یعنی قرب خداوند متعال) ناآل می‌گرداند. ارزش‌های اسلامی بر نظریه‌ها و روش‌های عملی مدیران مسلمان، از جمله مدیران عرصه رسانه تأثیر گذاشته، به حرکت آنها جهت می‌دهد. از این رو برای تدوین دانش «مدیریت اسلامی رسانه» و اعمال آن، باید ارزش‌های اسلامی مرتبط با مدیریت رسانه را شناخت و آنها را به کار بست. ارزش‌های اسلامی خاص حاکم بر فرایند برنامه‌ریزی در سازمان رسانه‌ای، به‌ویژه مرحله آغازین آن، یعنی «شناسایی وضعیت مطلوب»، بخش مهمی از ارزش‌های مرتبط با مدیریت رسانه هستند که به سبب تمایزهای چشمگیر برنامه‌ریزی در سازمان‌های رسانه‌ای نسبت به دیگر سازمان‌ها، واکاوی و شناسایی آنها ضروری می‌نماید. از این رو مسئله پژوهش حاضر آن است که «ارزش‌های اسلامی خاص حاکم بر شناسایی وضعیت مطلوب در سازمان‌های رسانه‌ای، به‌ویژه از منظر قرآن کریم کدام‌اند؟» برای یافتن پاسخ، پژوهشگر به کمک روش «جنتهدی» به بررسی آیات قرآن کریم پرداخته و به فراخور توان خویش، ارزش‌های ذیل را شناسایی و استخراج نموده است: ۱. «شناخت رسالت و مأموریت‌های اساسی سازمان رسانه‌ای اسلامی» که مهم‌ترین مصداق آن «بلاغ مبین»، «تعلیم حکمت»، «موعظه» و «دعوت» است. ۲. «شناخت انواع اصلی مخاطبان سازمان رسانه‌ای اسلامی» که چارچوب راهگشایی برای طی مسیر «مخاطب‌شناسی» ارائه می‌نماید. ۳. «تخاذ چشم‌انداز جهانی از لحاظ گستردگی مخاطبان» که به کمک پیشرفت‌های ارتباطاتی کنونی دستیابی به این چشم‌انداز تسهیل شده است. ۴. «تقدیم مصالح معنوی مخاطبان بر اهداف مادی سازمان»، به‌ویژه در مسئله مهم درآمد و کسب سود سازمان از مخاطبان.

کلیدواژه‌ها: مدیریت رسانه، برنامه‌ریزی در سازمان رسانه‌ای، شناسایی وضعیت مطلوب، ارزش‌های اسلامی، نظام ارزشی اسلام.

«ارزش اخلاقی» یک فعل اختیاری (یا کنش) مطلوب است که هدفی متعالی و نتایج و پیامدهای مثبتی در روح و روان انسان دارد. منظور از «ارزش‌های اسلامی» در پژوهش حاضر، «ارزش‌های اخلاقی برگرفته از اسلام» است. بنابراین «ارزش اسلامی» عبارت است از: یک فعل اختیاری مطلوب و متعالی که مطلوبیت آن از مبانی و بینش‌های اسلامی نشئت گرفته و انجام آن انسان را به اهداف والا و کمال حقیقی خویش (یعنی قرب خداوند متعال) نائل می‌سازد.

ارزش‌های اسلامی با همدیگر مجموعه‌ای هدفمند، هماهنگ و منسجم تشکیل می‌دهند که «نظام ارزشی اسلام» خوانده می‌شوند. وقتی ارزش‌های اسلامی در ارتباط با مدیریت مطرح می‌شود، منظور آن است که نظام ارزشی اسلام شامل ارزش‌هایی است که در نظریه‌ها و روش‌های عملی مدیران مسلمان اثر می‌گذارد و به حرکت آنها جهت می‌دهد. به همین سبب، برای تدوین مدیریت اسلامی و اعمال آن، ضرورت دارد ارزش‌های خاصی را که اسلام در ارتباط با مدیریت ارائه کرده است، بشناسیم و به کار بندیم (ر.ک: مصباح یزدی، ۱۳۹۱، ص ۲۸۶-۲۸۸). پژوهشگران و صاحب‌نظران حوزه مدیریت اسلامی تلاش‌های متنوع و متکثری برای شناسایی ارزش‌های اسلامی خاص حاکم بر مدیریت صورت داده‌اند و به فراخور میزان تسلط بر آموزه‌های اسلامی، قدرت تحلیل و تجربیات اجرایی خویش، موارد گوناگونی از این ارزش‌ها را تحت عنوان «اصول مدیریت اسلامی» معرفی و تبیین نموده‌اند. اصول مدیریت اسلامی باید‌ها و نبایدهای کلی و دایمی حاکم بر مدیریت دانسته می‌شود که از مبانی، بینش‌ها و ارزش‌های اسلامی نشئت گرفته و راهنمای عمل هستند (ر.ک: نقی‌پورفر، ۱۳۷۶، ص ۲۰۳). بخشی از این ارزش‌های خاص ضمن پژوهش‌هایی که درخصوص «برنامه‌ریزی در سازمان‌ها» صورت گرفته، شناسایی شده است. با توجه به اینکه «برنامه‌ریزی در سازمان‌های رسانه‌ای» حوزه‌ای خاص برای «برنامه‌ریزی در سازمان» است، علاوه بر ارزش‌های عام شناسایی شده، می‌توان ارزش‌های اسلامی خاصی را شناسایی و معرفی نمود که منحصرأ بر «برنامه‌ریزی در سازمان‌های رسانه‌ای» حاکم هستند. با توجه به ماهیت پویا و تأثیرگذاری گسترده رسانه‌ها در جامعه و ویژگی‌های خاص سازمان‌های رسانه‌ای که ماهیتی سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی دارند، «برنامه‌ریزی در سازمان رسانه‌ای» پیچیدگی‌ها و ویژگی‌های منحصربه‌فردی دارد که آن را از برنامه‌ریزی در سازمان‌های غیررسانه‌ای متمایز می‌گرداند.

برای مثال در این سازمان‌ها برنامه‌ریزی برای تولید محصول معمولاً «افقی» است، نه «عمودی و از بالا به پایین»؛ زیرا کارکنان این سازمان‌ها عمدتاً نیروهای فکری یا هنرمندانی هستند که با نوآوری محصول تولید می‌کنند. همچنین به علت وجود مخاطبان انبوه و گوناگون که به نوعی مشتری محسوب می‌شوند و توجه به خواست، نیاز و مصلحت آنها برای سازمان رسانه‌ای حیاتی است، برنامه‌ریزی رسانه مبتنی بر تولید معطف و متکی بر روابط با مخاطبان است.

علاوه بر این، با توجه به درهم‌تنیدگی‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و تحولات سریع محیط سازمان‌های رسانه‌ای، رصد مستمر محیطی و سرعت عمل در برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت و اجرای برنامه‌ها، اهمیت

بیشتری نسبت به سازمان‌های غیررسانه‌ای دارد (ر.ک: وردی‌نژاد و بهرامی، ۱۳۹۴، ص ۵۹-۶۹). از این نظر برای مطالعه و بررسی برنامه‌ریزی در سازمان رسانه‌ای دارای اهمیت است و می‌تواند به رهنمودهایی راهگشا منجر شود. بررسی‌ها حاکی از آن است که اگرچه درباره ارزش‌ها و اصول برنامه‌ریزی از منظر اسلام پژوهش‌هایی انجام شده - که به مهم‌ترین آنها اشاره خواهد شد - اما با توجه به نوپا بودن رشته «مدیریت رسانه» و به‌ویژه مطالعات اسلامی درخصوص آن، تاکنون پژوهشی مستقل در زمینه ارزش‌های اسلامی خاص حاکم بر برنامه‌ریزی در سازمان‌های رسانه‌ای انجام نشده و این ارزش‌ها تاکنون شناسایی نگردیده‌اند.

همچنین بررسی مطالعات انجام‌شده در حوزه «برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری رسانه» در ادبیات رایج مدیریت رسانه نیز گویای این مطلب است که با وجود برخی بررسی‌ها و نوشته‌های نسبتاً قابل قبول درباره برنامه‌ریزی در سازمان رسانه‌ای، خلأ پژوهش‌هایی با رویکرد اسلامی کاملاً محسوس است. شناسایی ارزش‌های اسلامی اختصاصی (یا خاص) حاکم بر برنامه‌ریزی در سازمان رسانه‌ای، به‌ویژه مرحله آغازین آن، یعنی «شناسایی وضعیت مطلوب» (ر.ک: رضاییان، ۱۳۸۸، ص ۲۴۱) می‌تواند قدم مهمی در رفع این خلأ و تدوین «مدیریت اسلامی رسانه» محسوب گردد. بنابراین مسئله اساسی پژوهش حاضر این است که «ارزش‌های اسلامی خاص حاکم بر شناسایی وضعیت مطلوب در سازمان‌های رسانه‌ای، به‌ویژه از منظر قرآن کریم کدام‌اند؟»

۱. پیشینه بحث

در مقاله «جایگاه برنامه‌ریزی در مدیریت اسلامی از منظر آیات و روایات» (عترت‌دوست، ۱۳۸۹)، ابتدا به جایگاه برنامه‌ریزی در اسلام پرداخته و سپس اصول برنامه‌ریزی در مدیریت اسلامی را احصا نموده است. وی عمده‌ترین اصول برنامه‌ریزی مطلوب را که از آیات و روایات قابل برداشت هستند «ظرافت و دقت»، «آینده‌نگری»، «تفکر و اندیشیدن»، «اولویت‌بندی کارها» و «زمان‌بندی مناسب» می‌داند. همچنین «بهره‌مندی از توفیق الهی»، «امیدواری و اعتقاد به امکان حل مشکل»، «استفاده از تجارب دیگران» و «مشورت» را از لوازم برنامه‌ریزی آرمانی در مدیریت اسلامی برمی‌شمرد که در سایه آنها می‌توان به آرمان‌ها و اهداف مدنظر دست یافت.

در پایان‌نامه *اصول حاکم بر برنامه‌ریزی از منظر اسلام با تکیه بر قرآن کریم* (مهدی شفیعی، ۱۳۹۶)، نویسنده کوشیده با بهره‌گیری از آیات قرآن کریم و تفاسیر، «اصول و دستورالعمل‌های کلی حاکم بر برنامه‌ریزی» در دو بُعد «اصول حاکم بر تعیین اهداف» و «اصول حاکم بر مسیر و راه دستیابی به اهداف» را شناسایی و تبیین نماید. پژوهشگر در بعد اول، اصولی همچون «انطباق با آموزه‌ها و ارزش‌های اسلامی، خدامحوری، آخرت‌گرایی، تقدم منافع معنوی بر منافع مادی، آینده‌نگری، عدالت‌گستری، علم و آگاهی (تخصص)، مشورت، تعهد، اعتدال، انعطاف، صراحت و روشنی، زمان‌بندی و همسویی در تعیین اهداف»، و در بُعد دوم، اصولی همانند «مشروعیت، مشیت‌گرایی، تفکر، تلاش، اجتناب از شتابزدگی، امدادهای غیبی، توکل، توسل، امید، صبر و استقامت» را معرفی و تشریح نموده است.

برخی از اصول مذکور تفاوتی با «اصول حاکم بر برنامه‌ریزی در مدیریت رایج» ندارند و از این نظر عام هستند؛ مانند مشورت، اعتدال، انعطاف، صراحت و زمان‌بندی. برخی همچون اصول اسلامی، حاکم بر «مدیریت» بوده و اختصاصی به «برنامه‌ریزی» ندارند؛ مانند خدامحوری، آخرت‌گرایی و عدالت‌گستری. اما برخی دیگر را می‌توان ارزش‌های خاص و اصول اسلامی حاکم بر برنامه‌ریزی در تمام سازمان‌ها دانست؛ مانند «امیدواری و اعتقاد به امکان حل مشکل»، «توکل» و «توسل».

پژوهش حاضر در جست‌وجوی ارزش‌های اسلامی خاص حاکم بر فرایند برنامه‌ریزی در سازمان‌های رسانه‌ای، به‌ویژه در مرحله «شناسایی وضع مطلوب» است. با لحاظ اینکه تصمیم‌گیری رابطه تنگاتنگی با برنامه‌ریزی دارد، بجاست به نتایج برخی پژوهش‌های اسلامی در ارتباط با تصمیم‌گیری نیز اشاره شود.

در مقاله «طراحی الگوی تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه» (خسروآبادی و رضایی‌منش، ۱۳۹۴)، برخی از مهم‌ترین مؤلفه‌های تصمیم‌گیری استخراج‌شده از نهج‌البلاغه را «التزام به حق، عدالت، حسن تدبیر، فهم و ادراک صحیح، محوریت منافع و مصالح عامه، صداقت و امانت‌داری» عنوان کرده‌اند.

در مقاله «طراحی الگوی تصمیم‌گیری با رویکرد اسلامی» (رازینی و عزیززی، ۱۳۹۴)، مفهوم «بصیرت» را مؤلفه محوری در تصمیم‌گیری با رویکرد اسلامی دانسته و عوامل «مشورت، توکل، اخلاص و اعتدال‌گرایی» را مؤثر در تصمیم‌گیری با رویکرد اسلامی معرفی نموده‌اند. همچنین در بخش نتایج تصمیم‌گیری، به «اثربخشی دنیوی و اخروی، عاقبت به خیری، قبول کارکنان، برائت ذمه و اطمینان‌بخشی» اشاره نموده‌اند.

در مقاله «توکل و تأثیر آن بر متغیرهای رفتاری تصمیم‌گیری مدیران از منظر قرآن» (اسماعیلی‌زاده و محدثی‌فر، ۱۳۹۲)، نقش «توکل» در تصمیم‌گیری مدیران را با توجه به آموزه‌های قرآن بررسی شده و نتیجه گرفته‌اند که توکل سبب جلب رضایت و یاری خداوند، به‌ویژه در وضعیت نبود اطمینان شده، درهای رحمت الهی و امدادهای غیبی را بر روی انسان باز می‌کند.

۲. مفاهیم کلیدی

۲-۱. «سازمان‌های رسانه‌ای»

مجموعه‌هایی هستند که به تولید، جمع‌آوری، بسته‌بندی و توزیع محتوا (پیام) به منظور آموزش، اطلاع‌رسانی، سرگرمی یا اقناع مخاطبان می‌پردازند. این سازمان‌ها همانند سایر سازمان‌ها، نیازمند اعمال مدیریت برای نیل به اهدافی همچون رشد، بقا و سودآوری هستند و هر چه در خصوص اصول، وظایف و فرایندهای مدیریتی در دانش مدیریت مطرح است، در این سازمان‌ها نیز مصداق پیدا می‌کند (ر.ک: روشندل اربطانی، ۱۳۸۶).

«سازمان رسانه‌ای اسلامی» یک سازمان رسانه‌ای است که رسالت و مأموریت اصلی خویش را تبلیغ و ترویج اسلام و آموزه‌های اسلامی قرار داده، مهم‌ترین کارکرد آن آموزش است و بر مبنای نظام ارزشی اسلام اداره می‌شود (ر.ک: یوسف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۳۰۵-۳۰۷؛ مصباح یزدی، ۱۳۹۱، ص ۲۸۲). شبکه‌های تلویزیونی جهانی اسلامی (همچون کوثر، ثقلین، المنار، السلام، و ولایت) بارزترین مصادیق این‌گونه سازمان‌ها هستند.

۲-۲. شناسایی وضعیت مطلوب (اولین مرحله فرایند برنامه‌ریزی)

«برنامه‌ریزی» یکی از وظایف و فرایندهای مهم مدیریتی در سازمان، و عبارت است از: «تعیین هدف و طراحی وضعیت مطلوب، و یافتن و پیش‌بینی راه‌ها و وسایلی که دستیابی به آن را میسر سازد». برنامه‌ریزی از لحاظ «زمان پیش‌بینی‌شده برای تحقق اهداف» می‌تواند «بلندمدت»، «میان‌مدت» یا «کوتاه‌مدت» باشد. همچنین از لحاظ «میزان جامعیت اهداف نسبت به سازمان و بخش‌های گوناگون آن» یا «سطح سازمانی برنامه‌ریزان»، سه گونه برنامه‌ریزی «راهبردی»، «تاکتیکی» و «عملیاتی» قابل تفکیک است (ر.ک: رضایان، ۱۳۸۸، ص ۱۷۹-۱۸۳). سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی راهبردی و برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت (در قالب طرح) سه گونه رایج و پرکاربرد برنامه‌ریزی در سازمان‌های رسانه‌ای هستند (ر.ک: وردی‌نژاد و بهرامی، ۱۳۹۴).

با وجود تمایزات و اقتضائات خاصی که انواع برنامه‌ریزی‌ها دارند، می‌توان مراحل مشترک و یکسانی برای همه آنها در نظر گرفت که عبارتند از: ۱. شناسایی وضعیت مطلوب؛ ۲. وضعیت‌شناسی و شناخت وضع موجود؛ ۳. شناسایی و اولویت‌بندی موضوعات و مسائل؛ ۴. شناسایی و اولویت‌بندی راهکارها و راه‌حل‌ها؛ ۵. انتخاب بهترین راه‌حل و تصمیم‌گیری نهایی.

در این الگوی پنج‌مرحله‌ای برنامه‌ریزی، «شناسایی وضعیت مطلوب» به معنای شناسایی یا تعیین اهداف سازمان، اعم از رسالت، مأموریت‌ها، چشم‌انداز، و اهداف میان‌مدت و کوتاه‌مدت است. شناسایی وضع موجود از یک سو به شناخت سازمان، ارزش‌های حاکم بر آن و نقاط قوت و ضعف آن، و از سوی دیگر بر شناخت محیط و فرصت‌ها و تهدیدهای متنوع آن دلالت دارد. مرحله سوم مقایسه وضع مطلوب و موجود را برجسته می‌سازد که نتیجه آن شناسایی موضوعات و مسائل مهم سازمان است. مرحله چهارم به شناسایی بهترین راهکارها از راه‌های طرق گوناگون و معتبر اشاره می‌نماید. و سرانجام، مرحله پنجم به مباحثی همچون انتخاب و اختیار بهترین راه‌حل (یا راه‌حل‌ها)، پیش‌بینی و زمان‌بندی مراحل اجراء، تصمیم‌گیری نهایی و همچنین رسمیت‌بخشی به تصمیم نهایی دلالت می‌نماید.

۲-۳. «ارزش اخلاقی»

«ارزش» در لغت، اسم مصدر از ماده «ارزیدن» و به معنای «قیمت و ارزشمندی» است (دهخدا، ۱۳۷۷؛ معین، ۱۳۸۸، ذیل واژه «ارزش»). ارزش یک شیء، شخص یا فعل به میزان «مطلوبیت» آن بستگی دارد و این مطلوبیت ناشی از میزان پاسخ‌گویی آن به نیازهای جسمی و روحی، یا تناسب آن با کشش‌های روحی و روانی انسان است. در مباحث فلسفه اخلاق، اصطلاح «ارزش» در رابطه با «افعال اختیاری انسان و اهداف و نتایج آن» مطرح می‌گردد.

یک فعل اختیاری (یا کنش) زمانی دارای مطلوبیت است که هدفی متعالی داشته، و نتایج و پیامدهای مثبت در روح و روان انسان داشته باشد. به این مطلوبیت «ارزش اخلاقی» گفته می‌شود. آن دسته از افعال اختیاری که انسان برای تأمین نیازهای طبیعی و اشباع‌گرایی حیوانی خود انجام می‌دهد، با وجود مطلوبیت‌شان ارزش اخلاقی ندارند،

بلکه تنها افعالی که در جهت تأمین «اهداف و خواست‌های متعالی و انسانی» انجام می‌شوند دارای ارزش اخلاقی هستند (مصباح یزدی، ۱۳۹۳، ص ۱۴۰-۱۴۲).

وقتی «ارزش» درباره افعال و کنش‌های متعالی انسان به کار می‌رود، برخلاف زمانی که درباره اشیا یا اشخاص استعمال می‌شود، علاوه بر معنای مصدری «معنای وصفی» نیز پیدا می‌کند؛ یعنی هم معنای «مطلوبیت» می‌دهد و هم «مطلوب». برای مثال، علاوه بر اینکه گفته می‌شود: «نیکوکاری با ارزش / ارزشمند / دارای ارزش است و یا ارزش دارد»، می‌توان گفت: «نیکوکاری ارزش است».

در عنوان پژوهش حاضر و مباحث آتی، منحصراً کاربرد وصفی ارزش مدنظر است. با این لحاظ، ارزش اخلاقی را می‌توان به این شکل بازتعریف نمود که «یک فعل اختیاری (یا کنش) مطلوب است، وقتی هدفی متعالی داشته و نتایج و پیامدهای مثبت در روح و روان انسان دارد».

باید گفت: مطلوبیت یک فعل اختیاری به هدف و نتیجه آن بستگی دارد، و مطلوبیت و ارزشمندی اهداف و نتایج، خود متأثر از باورها و بینش‌ها و مفروضات بنیادی و حقایق است. بنابراین ارزش‌های اخلاقی دارای دو مبنا هستند: ۱. بینش‌ها و باورها؛ ۲. گرایش‌ها.

بینش انسان نسبت به یک سلسله از اعتقادات و واقعیات جهان هستی، موجب می‌شود گرایش‌هایی متعالی در او برانگیخته شود. از انضمام این بینش و گرایش برخاسته از آن است که مطلوبیت‌ها (ارزش به معنای عام آن) شکل می‌گیرد. این مطلوبیت‌ها منشأ کنش‌های اختیاری متعالی در انسان، یعنی ارزش‌های اخلاقی می‌شوند (ر.ک: مصباح یزدی، ۱۳۷۵).

۲-۴. «ارزش‌های اسلامی»

اسلام به‌مثابه مکتبی انسان‌ساز که از منبع نورانی وحی سرچشمه گرفته، ارزش‌های اخلاقی گوناگونی را معتبر دانسته و معرفی نموده است که به آنها «ارزش‌های اسلامی» گفته می‌شود. از منظر فلسفه اسلامی، کمال نهایی و والاترین هدف برای کنش‌ها و رفتارهای انسان «قرب الهی» است. هر رفتار و خصلتی که موجب تقرب به خداوند شود، از منظر اسلام ارزش است و هرکدام که موجب دوری از خداوند متعال شود بی‌ارزش و به‌عبارت دیگر، ضدارزش محسوب می‌گردد.

بنابراین «ارزش اسلامی» یک فعل اختیاری مطلوب و متعالی است که مطلوبیت آن از مبانی و بینش‌های اسلامی نشئت گرفته و انجام آن انسان را به اهداف والا و کمال حقیقی خویش (یعنی قرب خداوند متعال) نائل می‌سازد. تمام ارزش‌های اسلامی، اعم از «ذاتی یا غیری»، «فردی یا جمعی» و «عام یا خاص»، ارتباط مستحکمی با یکدیگر داشته، هدف واحدی دارند. از این‌رو مجموعه‌ای منسجم، هماهنگ و هدفمند را تشکیل می‌دهند که «نظام ارزشی اسلام» خوانده می‌شود (مصباح یزدی، ۱۳۹۱، ص ۱۴۳؛ همو، ۱۳۷۵).

در یک دسته‌بندی، ارزش‌های اسلامی می‌توانند «عام» و «خاص» باشند. برای نمونه، مبتنی بر آیه «إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ...» (نحل: ۹۰)، «عدل» و «احسان» دو «ارزش اسلامی عام اجتماعی» هستند که بر تمام

روابط اجتماعی انسان‌ها حاکم‌اند. اما «توجه به تعالی روحی کارمندان» یک «ارزش اسلامی خاص اجتماعی» و به عبارت دیگر، یک «ارزش مدیریتی» است که بر روابط سازمانی که سنجی از روابط اجتماعی است، حاکم است (مصباح یزدی، ۱۳۷۵).

به همین شکل «ارزش‌های اسلامی حاکم بر مدیریت» نیز می‌توانند عام یا خاص باشند. «ارزش‌های عام مدیریتی» همه موضوعات و مباحث مدیریت را شامل می‌شوند؛ و «ارزش‌های خاص مدیریتی» به برخی موضوعات و حوزه‌ها منحصر می‌گردند (نقی پورفر، ۱۳۷۶، ص ۲۰۳). ارزش‌هایی که نوشتار حاضر به معرفی و تشریح آن خواهد پرداخت، نمونه‌ای از ارزش‌های خاص (و حتی اخص) مدیریتی محسوب می‌گردند؛ زیرا منحصرأ در عرصه برنامه‌ریزی در سازمان‌های رسانه‌ای جاری و حاکم هستند.

۳. روش پژوهش

برای دستیابی به پاسخ پرسش‌های پژوهش، نگارندگان براساس روش «اجتهادی» و مبتنی بر اصول و قواعد آن، به واکاوی آیات قرآن کریم پرداخته‌اند و یافته‌های پژوهش را استخراج نموده‌اند.

«روش اجتهادی» شیوه‌ای مرسوم در حوزه‌های علمیه برای تحقیق و بررسی موضوعات مرتبط با علوم دینی، به‌ویژه پاسخ به مسائل علم فقه است. در این روش محقق برای درک مراد شارع (یعنی خداوند متعال، پیامبر اکرم ﷺ و حضرات معصومین) و یافتن حکم شرعی (برای یک مسئله فقهی)، به منابع دینی (یعنی قرآن و سنت) مراجعه می‌کند و پس از فحص و جمع‌آوری تمام آیات و روایات مرتبط با موضوع، براساس قواعد مطرح در علم «اصول فقه» به استنباط و تجزیه و تحلیل داده‌ها می‌پردازد. این قواعد عمدتاً ناظر به «بررسی سند و تأیید صدور از شارع»، «به دست آوردن معنای کلام در خطابات لفظی»، «فهم عرفی و تخصصی متون دینی» و «چگونگی به‌کارگیری اصول عقلی» است. محقق برای دستیابی به برداشت و فهمی متقن و قابل اطمینان از آیات قرآن، شأن نزول، شرایط اجتماعی زمان نزول و احتمالات گوناگون را بررسی می‌کند. درباره روایات نیز سند، مدلول، جهت صدور، و قرائن حالیه و مقالیه را در نظر می‌گیرد (ر.ک: جعفری، ۱۳۹۱، ص ۲۱۴).

اما این روش محدود به علم فقه نیست و به طرق گوناگون در دیگر علوم اسلامی نیز کاربرد دارد. برای نمونه در مدیریت اسلامی «روش اجتهادی» با عنوان «روش اجتهاد جامع» به رسمیت شناخته شده و در سند «نقشه جامع مدیریت اسلامی» (نجما) به تفصیل، تعریف، منابع، ابزارها، شرایط، پیش‌فرض‌ها، چارچوب‌ها، قواعد، اصول، سطوح گوناگون و مراحل «اجتهاد جامع در مدیریت اسلامی» ذکر شده است (کارگروه بنیادین مدیریت اسلامی، ۱۳۹۵، ص ۱۱۶-۱۳۶).

یکی از پژوهشگران عرصه مدیریت اسلامی، برای کاربردی‌ترین «روش اجتهادی» در دانش مدیریت، نه گام برشمرده که عبارتند از: ۱. طرح پرسش پژوهش؛ ۲. مرور مبانی نظری موضوع در دانش مدیریت؛ ۳. بررسی پیش‌فرض‌های فلسفی و عقلی؛ ۴. پژوهش با روش‌های برون‌دینی (عقلی و تجربی)؛ ۵. پژوهش با روش‌های

درون‌دینی؛ ۶ ایده‌پردازی اولیه برای پاسخ به پرسش؛ ۷. آزمون در سازمان؛ ۸ انجام تعديلات؛ ۹. پاسخ نهایی به پرسش پژوهش (منطقی، ۱۳۹۷).

در پژوهش حاضر، گام‌های اول تا ششم الگوی مذکور طی شده و با لحاظ اینکه ماهیت پژوهش بنیادی است، آزمون نتایج در سازمان - که به نظر می‌رسد در تحقیقات کاربردی مدیریت معنا دارد - مستقیماً امکان‌پذیر نیست. علاوه بر آن در مراجعه به قرآن کریم و یافتن آیات مرتبط، تجزیه و تحلیل مفاهیم آیات، دستیابی به دلالت‌ها، و همچنین اعتبارسنجی یافته‌ها، تلاش شده است قواعد «روش اجتهادی» مدنظر باشد تا از اشتباه و تفسیر به رأی جلوگیری شود.

۳-۱. روش استخراج دلالت‌های قرآن کریم در خصوص سازمان رسانه‌ای

با لحاظ اینکه «سازمان» به‌مثابه موضوع اصلی و اساسی علم مدیریت و مجموعه‌ای که معمولاً دارای جایگاه حقوقی و پست‌های تعریف شده است، پدیده‌ای امروزی به شمار می‌رود که در نهایت در دو قرن اخیر شکل گرفته است و نمی‌توان بی‌توجه به برخی ملاحظات و مقدمات، درباره آن از منابع اسلامی رهنمودها و نکاتی استخراج نمود و آنها را به کار بست.

مهم‌ترین ملاحظه آن است که مجموعه‌ها و گروه‌هایی که احیاناً در صدر اسلام و در زمان ائمه طاهرين علیهم‌السلام شکل گرفته عیناً «سازمان» نیستند و رهنمودهایی را که از تحلیل و بررسی تاریخی عملکرد این گروه‌ها به دست می‌آید نمی‌توان بی‌واسطه و تحلیل تکمیلی، قابل انطباق بر سازمان‌های فعلی دانست. به نظر می‌رسد روش صحیح آن است که پژوهشگر ویژگی‌های مشترک میان سازمان‌های کنونی و گروه‌های مذکور را در نظر بگیرد و با این لحاظ به پژوهش‌های بنیادی در منابع اسلامی بپردازد، سپس یافته‌های مدیریتی خویش را اصولی برگرفته از اسلام و حاکم بر سازمان‌های کنونی بداند که برای پیاده‌سازی و به‌کارگیری، نیاز به تحلیل‌های تکمیلی و تطبیق با زمان حال دارد، فارغ از اینکه این تحلیل تکمیلی و تطبیق را خود او انجام دهد یا پژوهشگران دیگر.

پژوهش حاضر این ملاحظه و مقدمه مهم را مدنظر قرار داده و برای یافتن ارزش‌های اسلامی حاکم بر برنامه‌ریزی در سازمان‌های رسانه‌ای، به ناچار به یک شبیه‌سازی دست یازیده است. توضیح آنکه با بررسی منابع اسلامی، به‌ویژه قرآن کریم محقق به این برداشت رسیده که شبیه‌ترین مجموعه به سازمان‌های رسانه‌ای اسلامی، سلسله پیامبران و رسولان الهی علیهم‌السلام است که در مسیری واحد با هدفی مشترک، پیوسته پیام‌های خداوند را به مردم رسانده‌اند. از این رو می‌تواند الهام‌بخش دست‌اندرکاران رسانه‌های مروج اسلام باشند (ر.ک: آل‌عمران: ۸۴). البته روشن است که برخی از پیامبران الهی علیهم‌السلام علاوه بر پیامرسانی، حیثیت‌ها و شئون دیگری (همچون حکومت، امامت و قضاوت) نیز داشته‌اند که محل توجه محقق نیست.

اگرچه قرآن کریم و دیگر کتب آسمانی هم رسانه‌های مکتوب هستند و فرشتگان نیز رساننده پیام خداوند به پیامبران علیهم‌السلام محسوب می‌گردند، اما بررسی سیره و سرگذشت پیامبران علیهم‌السلام و توصیفات خداوند متعال درباره ایشان، با

سهولت و صراحت بیشتری ما را به نکات و رهنمودهای روشن و ارزشمندی در موضوع پژوهش می‌رساندند که در حد توان و بضاعت، به احصا و تبیین آنها پرداخته شده است.

بنابراین مبنای تحلیل داده‌ها آن است که سلسلهٔ پیامبران علیهم‌السلام از حیث پیامرسانی‌شان یک سازمان رسانه‌ای فرض شده‌اند و بر این اساس، بررسی شده است که در عرصهٔ برنامه‌ریزی، چه ارزش‌ها و اصولی بر عملکرد و اقدامات آنان حاکم بوده است. در ادامه به ارائه و تشریح ارزش‌های می‌پردازیم که بر اولین مرحله برنامه‌ریزی (یعنی شناخت وضعیت مطلوب) حاکم هستند.

۴. ارزش‌های حاکم بر شناسایی وضعیت مطلوب در سازمان رسانه‌ای

معمولاً در اولین مرحله از برنامه‌ریزی بلندمدت و میان‌مدت و به‌ویژه در سیاست‌گذاری، مأموریت‌های سازمان را بازخوانی و تحلیل نموده، چشم‌انداز و اهداف بلندمدت و میان‌مدت را تعیین می‌کنند. بدین‌سان برنامه‌ریزان وضع مطلوب سازمان در چند سال آینده را ترسیم می‌نمایند. البته در برنامه‌ریزی میان‌مدت و برخی برنامه‌ریزی‌های راهبردی، در کنار تحلیل رسالت و مأموریت‌ها و همزمان با آن، تحلیل وضع موجود و شناسایی مسائل و موضوعات هم صورت می‌گیرد و سپس اهداف میان‌مدت و راهبردی تعیین می‌گردند (ر.ک: رضاییان، ۱۳۸۸، ص ۲۴۱-۲۴۵).

اما در برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و طراحی‌هایی که طبیعتاً پس از روشن شدن مسائل و موضوعات اصلی و اهداف کلان صورت می‌پذیرند، تنها باید ارتباط برنامه و اقدامات با رسالت و مأموریت‌ها روشن شود و در عمل مدنظر قرار گیرد، نه آنکه مأموریت‌ها بازخوانی و مجدداً تحلیل گردند. البته در این‌گونه برنامه‌ریزی‌ها نیز شناسایی وضعیت مطلوب در قالب تعیین اهداف کوتاه‌مدت به‌عنوان اولین مرحله باید طی گردد (همان، ص ۲۰۶-۲۰۷).

با لحاظ این مقدمه، ارزش‌های اسلامی حاکم بر شناسایی وضعیت مطلوب در سازمان‌های رسانه‌ای که در حد توان از قرآن کریم استخراج شده‌اند، در ادامه خواهند آمد. با توجه به اینکه تلاش شده است ارزش‌هایی که پی‌جویی می‌شوند به سازمان رسانه‌ای اختصاص داشته باشند و از تکرار موارد عامی که در پیشینه پژوهش به آنها اشاره شده است پرهیز شود، با واکاوی بسیار، در نهایت، سه ارزش خاص توسط پژوهشگر شناسایی شدند. البته امکان شناسایی موارد بیشتر توسط دیگر پژوهشگران منتفی نیست و حتی ضروری می‌نماید که در این زمینه روایات و سیره معصومان علیهم‌السلام نیز بررسی گردند.

با این توضیح، ارزش‌های حاکم بر اساسی‌ترین مرحله برنامه‌ریزی در سازمان‌های رسانه‌ای عبارتند از:

۴-۱. شناخت رسالت‌ها و مأموریت‌های اساسی سازمان رسانه‌ای اسلامی

در یک تعریف ساده و روشن، «سازمان رسانه‌ای اسلامی» یک سازمان رسانه‌ای است که رسالت اصلی خویش را تبلیغ اسلام و آموزه‌های اسلامی قرار داده و مهم‌ترین کارکرد آن «آموزش» است و بر مبنای نظام ارزشی اسلام اداره می‌شود (ر.ک: یوسف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۳۰۵-۳۰۷؛ مصباح یزدی، ۱۳۹۱، ص ۲۸۲). چنین سازمانی

متناسب با امکانات خود، شرایط محیط و انواع مخاطبانی که دارد، می‌تواند مأموریت‌ها و اهداف خرد و کلان گوناگونی را دنبال کند که به مهم‌ترین آنها اشاره می‌نماییم:

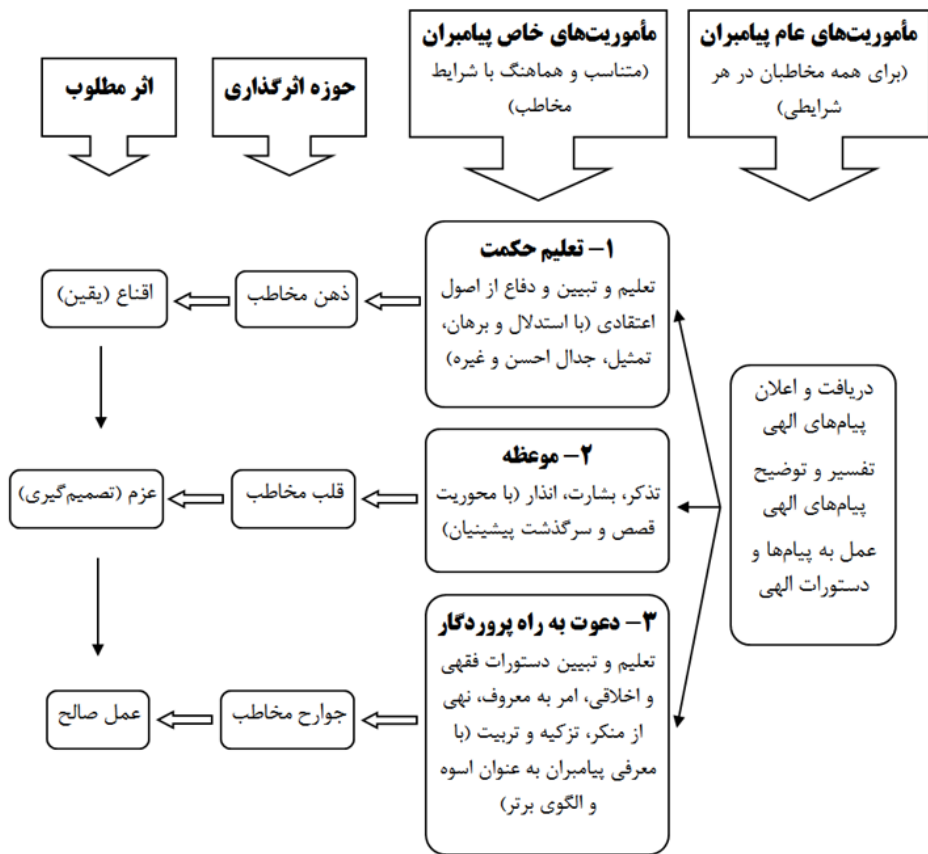
بررسی آیات قرآن کریم نشان می‌دهد رسالت و - به تعبیر دیگر - مأموریت اصلی و وظیفه اساسی پیامبران الهی^ﷺ از حیث رسانه‌گری ایشان، «بلاغ مبین» بوده است. «بلاغ مبین» در ترجمه‌های رایج فارسی به «رساندن یا ابلاغ آشکار و روشن» برگردان شده، در حالی که ترجمه دقیق‌تر «رساندن روشنگر» است (دخان: ۱۳). بر این اساس، «بلاغ مبین» یعنی: رساندن پیام خداوند به مردم، به گونه‌ای که راه درست روشن شود، حق از باطل جدا گردد، ابهام و شبهه‌ای باقی نماند و حجت تمام شود. اگر این تبیین و شفاف‌سازی صورت نگیرد، گویا پیامی از جانب خداوند به مردم نرسیده است: «يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ» (مائده: ۶۷)؛ ای پیامبر، آنچه را از سوی پروردگارت (درباره ولایت و رهبری حضرت علی^ﷺ) بر تو نازل شده است، ابلاغ کن، و اگر انجام ندهی پیام خدا را رسانده‌ای.

در آیات متعددی وظیفه پیامبران^ﷺ در قبال مخاطبان تکذیبگر و رویگردان، منحصرأ «بلاغ مبین» دانسته شده است: «وَإِنْ تُكَذِّبُوا فَقَدْ كَذَّبَ أُمَمٌ مِّنْ قَبْلِكُمْ وَ مَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ» (عنکبوت: ۱۸، نیز ر.ک: نحل: ۳۵ و ۸۲؛ مائده: ۹۲؛ تغابن: ۱۲؛ یس: ۱۷)؛ اگر تکذیب کنید همانا امت‌های پیش از شما نیز تکذیب کردند و چیزی جز ابلاغ روشنگر بر عهده پیامبر نیست.

البته با توجه به دیگر آیات، انحصار مزبور به این حقیقت اشاره دارد که پیامبران الهی^ﷺ نگهبان و وکیل مردم و جبار و مسلط بر ایشان نیستند و نمی‌توانند آنها را مجبور به تصدیق و ایمان نمایند (برای مثال ر.ک: انعام: ۱۰۷؛ غاشیه: ۲۲؛ ق: ۴۵)، نه اینکه وظیفه پیامبران^ﷺ تنها رساندن پیام باشد و شئون و وظایف دیگری همچون قضاوت، حکومت و رهبری جامعه نداشته باشند. این حصر و تأکید مکرر بر «بلاغ مبین»، نشان می‌دهد که رسالت اصلی رسولان الهی^ﷺ همین بوده و در نتیجه، سازمان رسانه‌ای اسلامی که ادامه‌دهنده راه ایشان در ترویج دین و رساندن پیام‌های الهی است (ر.ک: یوسف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۳۰۶)، شایسته است «بلاغ مبین» را رسالت و هدف اصلی خویش بداند.

این وظیفه سنگین پیامبران^ﷺ و بالتبع سازمان رسانه‌ای اسلامی که تنها با شناخت کامل و بصیرت به اقتضائات و شرایط محیطی و ویژگی‌های انواع مخاطبان انجام می‌گیرد، دربرگیرنده مأموریت‌ها، وظایف و اهداف خردتری همچون تلاوت و تبیین و تعلیم و تزکیه (جمعه: ۲)، اذان و تأذین به معنای اعلان (حج: ۲۷)، تذکر (غاشیه: ۲۲)، بشارت و انذار (احزاب: ۴۵)، دعوت و حکمت (به معنای استدلال) و موعظه و جدال احسن (نحل: ۱۲۵)، و امر به معروف و نهی از منکر (اعراف: ۱۵۷) است. البته هریک از این مأموریت‌ها و وظایف مذکور، جایگاه مشخصی دارند و در شرایط خاصی لازم‌الاجرا می‌شوند که شایسته است در حد توان، آن را تفصیل و توضیح دهیم.

در الگوی ذیل که براساس تحلیل آیات قرآن کریم استخراج شده است، مأموریت‌های عام و خاص رسانه‌ای پیامبران^ﷺ که همگی زیرمجموعه رسالت «بلاغ مبین» محسوب می‌شوند، ذکر شده است:



نمودار ۱: مأموریت‌های پیامبران ﷺ و سازمان رسانه‌ای اسلامی در راستای بلاغ مبین

در توضیح الگوی فوق باید گفت: رسالت‌ها و وظایف عام رسولان الهی از جنبه رسانه‌ای ایشان - که همگی زیرمجموعه «بلاغ مبین» محسوب می‌شوند - عبارتند از:

۱. دریافت وحی (پیام‌های الهی) و اعلان آن، که مفهیمی همچون «تلقی» (نمل: ۶)، «قرائت»، «تلاوت»، «اذان» و «تأذین» در قرآن کریم به این موضوع اشاره دارد. (ر.ک: مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۱، ج ۱۴، ص ۶۹)؛

۲. تفسیر و تبیین و توضیح پیام‌های الهی که - سابقاً ذکر شد - لازمه «مبین» و «روشنگر» بودن بلاغ و پیامرسانی است.

۳. عمل به پیام‌هایی که جنبه دستوری و اجرایی دارند تا بدین‌سان شخص پیامبر الگویی تمام‌عیار برای مخاطبان باشد و با عمل خویش - و نه فقط با زبان - مردم را به سوی خداوند دعوت کند (همان، ج ۱۷، ص ۳۴۲).

اما در قرآن کریم به وظایف و رسالت‌های دیگری نیز اشاره شده است که به نظر می‌رسد «خاص» هستند و زیرمجموعه وظایف عام محسوب می‌شوند و تحت شرایطی ویژه و متناسب با وضعیت مخاطب لازم‌الاجرا می‌شوند. مبنای دسته‌بندی این رسالت‌ها و وظایف خاص در الگو، آیه شریفه ۱۲۵ سوره نحل است: «أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَ جَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»؛ با حکمت و اندرز نیکو (مردم را) به راه پروردگارت بخوان، و با شیوه‌ای نیکو با آنها مناظره کن.

«سبیل» به معنای راه و روش است و طبق تعریفی که صاحب‌نظران از برنامه ارائه داده‌اند، آن را تعیین اهداف و پیش‌بینی راه رسیدن به آن می‌دانند (ر.ک: رضاییان، ۱۳۸۸، ص ۱۷۹).

«سبیل رب» راه و برنامه‌ای است که پروردگار عالم برای بندگان خویش مهیا ساخته و به وسیله پیامبران و به آنها منتقل ساخته است؛ مسیری است که پیمودن آن انسان را به سعادت و بهشت برین منتهی می‌سازد. البته گاهی قرآن کریم سخن از «سَبُلُ رَبِّكَ» یا «سَبُلُنَا» (عنکبوت: ۶۹) به میان آورده که نشان از تعدد راه‌ها و فرعی بودن «سبیل» دارد، و بعکس تعبیری مانند «صراط الله» یا «صراط مستقیم»، گویا اشاره به یک شاهراه و راه اصلی دارند که کوتاه‌ترین مسیر و بی‌انحراف و مستقیم است، و شاید «سَبُلُ» راه‌هایی فرعی درون این راه اصلی باشند.

در تبیین چیستی «صراط مستقیم»، همین آیه شریفه کافی است: «إِنَّ اللَّهَ هُوَ رَبِّي وَ رَبُّكُمْ فاعْبُدُوهُ هَذَا صِرَاطٌ مُسْتَقِيمٌ» (زخرف: ۶۴)؛ همانا خداوند پروردگار من و شماست. پس او را بندگان کنید که این است راه راست. با توجه به آیه شریفه، «شناخت خداوند به‌عنوان پروردگار» و «بندگی او» راه راست و مستقیم است، و با لحاظ برخی فراین، شاید بتوان گفت: «سبیل رب» (یعنی راه پروردگار) بخشی از این صراط مستقیم است که پس از «شناخت خداوند به‌مثابه پروردگار» و «تصمیم به بندگی او» آغاز می‌شود که همان انجام اعمال صالح و ترک محرمات و انجام واجبات است.

جمع دو مرحله «اعتقاد به خداوند» و «تصمیم به بندگی کردن او» در ادبیات قرآن کریم معادل «ایمان» است، و در یک جمع‌بندی می‌توان گفت: «صراط الله» یا «صراط مستقیم» ایمان در کنار عمل صالح است، و «سبیل رب» فقط به بخش دوم (یعنی انجام اعمال صالح) اشاره دارد.

«دعوت به راه پروردگار» که در آیه شریفه بدان امر شده است، اقتضا دارد که ابتدا پیامبران الهی ﷺ اعمال صالح را به مردم پیام‌رسانند (واجبات و محرمات و مستحبات و مکروهات شرعی و اخلاقی را به آنها یاد دهند)، سپس در قالب دستورات و امر به معروف و نهی از منکر، آنها را «دعوت» به عمل کنند. علاوه بر آن، خود نیز الگوی کامل و معتبری در انجام اعمال صالح هستند و از این طریق، به تزکیه و تربیت مردم نیز می‌پردازند.

تا اینجا مرحله سوم از مأموریت‌های خاص پیامبران ﷺ در الگو توضیح داده شد؛ زیرا در ابتدای آیه به آن اشاره شده است و اکنون به مرحله اول و دوم می‌پردازیم:

در ادامه آیه شریفه، خداوند می‌فرماید: دعوت به راه او، باید به وسیله «حکمت» و «موعظه نیکو» صورت پذیرد. روشن است که برای شناساندن خداوند، نیاز است که ابتدا رسولان الهی ﷺ به مردم «حکمت» بیاموزند؛ یعنی با برهان و استدلال، خداوند و صفات او و دیگر اصول اعتقادی (همچون معاد) را برای ایشان اثبات نمایند و قوه تفکر و تعقل آنها را فعال سازند (ر.ک: مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۱، ج ۱، ص ۴۵۷).

هدف از تعلیم حکمت، سامان دادن ذهن و فکر مخاطب براساس حقایق و اعتقادات صحیح و اقناع اوست. اما آموختن حکمت به‌تنهایی برای سوق دادن مخاطبان به انجام اعمال صالح و پیمودن راه راست کافی نیست، بلکه با توجه به ویژگی‌های ذهنی و روحی و روانی انسان، تذکر و تکرار آموزه‌ها در جهت غفلت‌زدایی، و تشویق و انذار در جهت انگیزه‌بخشی ضرورت دارد. امر به بهره‌گیری از «موعظه نیکو» در آیه شریفه، دقیقاً در زمینه غفلت‌زدایی و انگیزه‌بخشی است که نتیجه و اثر آن، عزم و تصمیم مخاطب به انجام اعمال صالح خواهد بود (همان، ج ۱، ص ۴۵۵-۴۵۶).

بنا بر تبیین فوق، «وضعیت مخاطب» مهم‌ترین عاملی است که تعیین می‌کند از میان مأموریت‌های متنوع و متکثر رسولان الهی و بالتبع، سازمان رسانه‌ای اسلامی، کدام‌یک باید در اولویت قرار گیرند. به همین سبب «مخاطب‌شناسی» نقش چشمگیری در تعیین وضعیت مطلوب و هدفگذاری دارد که در ادامه به آن خواهیم پرداخت:

۲-۴. شناخت انواع اصلی مخاطبان سازمان رسانه‌ای اسلامی

«مخاطب‌شناسی» یکی از مهم‌ترین مراحل هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی در سازمان رسانه‌ای محسوب می‌شود. این بحث دارای پیشینه و ادبیاتی غنی است، چه در دانش ارتباطات و رسانه که نظریه‌های گوناگونی در این باره ارائه شده و چه در پژوهش‌های اسلامی که با عنوان «مخاطب‌شناسی تبلیغ» به آن پرداخته‌اند.

مخاطبان سازمان‌های رسانه‌ای، به‌ویژه رسانه‌های جمعی از گستردگی و تنوع بالایی برخوردارند، به گونه‌ای که می‌توان گفت: کل جامعه را دربر می‌گیرند. این مخاطبان عمدتاً در تمام سطوح سنی، با سطوح تحصیلات متفاوت و با پیشینه‌های فرهنگی و تجربی گوناگون هستند.

برنامه‌ریزان سازمان رسانه‌ای باید تصمیم بگیرند که در زمینه برنامه‌سازی و تولید محتوا، چه افرادی را از حیث سن، جنسیت، تحصیلات، شغل، فرهنگ، مذهب و مانند آن، مخاطب قرار دهند. موضوع «مخاطب‌شناسی» ابعاد گوناگونی دارد و مباحث فراوانی درباره انواع، روش‌ها و مراحل آن مطرح است؛ اما آنچه به‌مثابه یک ارزش اسلامی خاص از قرآن کریم قابل استخراج و ارائه است، شناخت انواع اصلی مخاطبان رسولان الهی و سازمان رسانه‌ای اسلامی است.

مبتنی بر آیات قرآن کریم، دعوت اسلام گستره جهانی دارد و همه مردم می‌توانند مخاطب پیام‌های الهی باشند: «وَأَوْحَىٰ إِلَيْنَا هَذَا الْقُرْآنَ لِأُنذِرْكُمْ بِهِ وَ مَن بَلَغَ» (انعام: ۱۹)؛ و این قرآن به من وحی شده است تا به وسیله آن شما و هر که را این قرآن به او می‌رسد، بیم دهم. از این‌رو در خطابات قرآنی این‌گونه تعبیر عام، فراوان به چشم

می‌خورند: «یا ایها الناس»، «یا بنی آدم»، «یا ایها الإنسان»، «یا معشر الجن و الإنس» و مانند آن. اما به تناسب شرایط و زمان و مکان، گروه‌های خاص‌تر و محدودتری، از جمله اهل کتاب، مشرکان و اعراب نیز مخاطب واقع شده‌اند و تعبیری همچون «یا أهل الكتاب» (آل عمران: ۶۴)، «یا ایها الذین هادوا» (جمعه: ۱۱)، «یا بنی اسرائیل» (بقره: ۴۰)، «قل للذین أوتوا الكتاب و المؤمنین» (آل عمران: ۲۰)، «قل للمخلفین من الأعراب» (فتح: ۱۶)، «قالت الأعراب أمانًا قل لم تؤمنوا» (حجرات: ۱۴) و مانند اینها در خطاب یا درباره این گروه‌ها به کار رفته است.

همچنین تصویر جامع و روشنی از افکار و عقاید این گروه‌ها، تمایلات و علایق و رفتارهای فردی و اجتماعی آنها، از جمله طرز برخورد با پیام‌آوران الهی در قرآن کریم ارائه شده که بررسی و تحلیل و تطبیق این ویژگی‌ها بر مخاطبان کنونی سازمان‌های رسانه‌ای اسلامی از بدیهی‌ترین مراحل مخاطب‌شناسی است و البته از غرض اصلی این پژوهش خارج است.

روشن است که مخاطبان پیام‌های الهی محدود به این گروه‌ها نیستند و در طول زمان، به‌ویژه در عصر ائمه اطهار^{علیهم‌السلام}، گروه‌های دیگری پدید آمده‌اند که مخاطب این بزرگواران واقع شده‌اند و به سختی می‌توان آنها را بر سه گروه مذکور تطبیق داد؛ از جمله «خوارج»، «مرجئه»، «اهل سنت و مذاهب چهارگانه آن»، «متصوفه»، «زیدیه»، «اسماعیلیه»، «فطحیه» و دیگران. در عصر حاضر نیز، به‌ویژه با شکل‌گیری نظام جمهوری اسلامی و وجود تشکیلات رسانه‌ای موافق و مخالف آن، انواع جدید و متنوعی از گروه‌های مخاطب ایجاد شده که شناخت مخاطبان سازمان رسانه‌ای اسلامی را پیچیده‌تر نموده و اهمیت و اولویت آن را بالا برده است.

اما مطلب مهمی که در چارچوب بحث حاضر لازم به ذکر است، اینکه براساس آیات قرآن کریم کسانی که دعوت حق به آنها نرسیده و در غفلت و بی‌خبری به سر می‌برند، گمراه (ضال) هستند و فرقی نمی‌کند جزو کدام دسته از گروه‌های مذکور باشند و رسالت پیامبران^{علیهم‌السلام} هدایت و راهنمایی این افراد است (ر.ک: جمعه: ۲).

اما پس از رساندن روشنگرانه پیام‌های خداوند توسط رسولان الهی و آگاه‌سازی مردم و اتمام حجت، آنها دو دسته می‌شوند: گروهی پیام‌ها را پذیرفته، به آنها ایمان می‌آورند؛ و گروه دیگر نپذیرفته، کفر می‌ورزند. گروه سومی وجود ندارد. «وَقُلِ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَ مَنْ شَاءَ فَلْيُكْفِرْ» (کهف: ۲۹؛ نیز ر.ک: یونس: ۴۰)؛ و بگو (کلام) حق تنها از سوی پروردگار شماست؛ پس هر که خواست ایمان بیاورد و هر که خواست کافر شود.

بدین‌سان پس از دعوت و بلاغ مبین، دو دسته اصلی مخاطب (مؤمن و کافر) شکل می‌گیرند. به تصریح قرآن کریم، آن دسته از منافقان که تا آخر عمر بر نفاق خویش باقی ماندند و توبه نکردند کافرند، اگرچه در ظاهر خود را مسلمان نشان دهند (نساء: ۱۴۵-۱۴۶؛ توبه: ۷۳؛ منافقین: ۶۸).

با بررسی و تحلیل آیات شریفه قرآن کریم، درمی‌یابیم که تأکید و اهتمام وافر بر مرزبندی و ارائه تصویری شفاف و واضح از این دو دسته (اهل ایمان و کفر) وجود دارد و به صورت گسترده‌ای ویژگی‌ها و امتیازات شخصیتی و رفتاری این دو گروه در دو بعد فردی و اجتماعی برشمرده شده است. این امر به بیان تقابل‌ها و دوگانه‌های فراوانی در قرآن کریم انجامیده که از ابعاد و جنبه‌های گوناگون قابل تقسیم‌بندی هستند:

۱. از جنبهٔ «پذیرش پیام‌های الهی»، مؤمنان و کافران دارای ویژگی‌های متقابل ذیل هستند:
پیرو حق در مقابل پیرو باطل؛ تصدیق‌کننده در مقابل تکذیب‌گر (مکذب) و انکارکننده (جاحد)؛ تسلیم شده (مسلم) و مؤسّم (در مقابل رویگردان (مُتولّی، مَعْرض)؛ فروتن (خاشع) در مقابل متکبر (مستکبر)؛ اجابت‌کننده (الذین استجابوا لرّبهم) در مقابل اجابت‌ناکننده (الذین لم یستجیبوا له).

۲. از جنبهٔ «ادراک و فهم حقایق» ویژگی‌های متقابل ذیل برای مؤمنان و کافران قابل شمارش است: خردمند (اولی الألباب) در مقابل بی‌خرد؛ بینا و شنوا در مقابل کور و کر؛ زنده در مقابل مرده؛ سینه‌گشاده در مقابل قسی‌القلب؛ موقن در مقابل مرتاب؛ راسخ در علم در مقابل منحرف (الذین فی قلوبهم زیغ)؛ و سرانجام راه‌یافته (مهتدی) در مقابل گمراه (ضال).

۳. از جنبهٔ «عمل به دستورات خداوند و اولیای الهی» و «برخی ویژگی‌های رفتاری در اجتماع»، تمایزات مؤمنان و کافران عبارتند از: مطیع در مقابل عاصی؛ درستکار (صالح، محسن) در مقابل تبه‌کار (مسیء، مجرم)؛ نیکوکار (بر) در مقابل بدکار (فاجر)؛ متقی در مقابل فاسق؛ عادل (مقسط) در مقابل ظالم؛ عابد در مقابل مستنکف؛ میان‌رو (مقتصد) در مقابل اسراف‌کار (مسرف)؛ بازگشت‌کننده (تائب) در مقابل تجاوزکار (معتدی)؛ شاکر در مقابل کفور (کفران‌کننده نعمت)؛ هدایت‌کننده (هادی) در مقابل گمراه‌کننده (مضل)؛ آمر به معروف و ناهی از منکر در مقابل ناهی از معروف و آمر به منکر؛ و مصلح در مقابل مفسد.

۴. و در نهایت، از جنبهٔ «سرانجام کار» این دو گروه، این توصیفات قرآنی قابل ذکر است: رستگار (فائز، مفلح) در مقابل زیان‌کار (خاسر)؛ سعادت‌مند (الذین سعدوا) در مقابل شقاوت‌مند (الذین شقوا)؛ و متنعّم (الذین أنعمت علیهم) در مقابل معذب (مغضوب علیهم).

بنابراین از منظر قرآن کریم، سازمان رسانه‌ای اسلامی با سه دسته اصلی مخاطب روبه‌روست:

۱. اهل ایمان که پیام‌های الهی را پذیرفته‌اند و مبنای عمل قرار داده‌اند.
۲. اهل کفر و نفاق که پیام‌ها را نپذیرفته و بنای بر دشمنی با اهل ایمان را دارند.
۳. گمراهانی که هنوز حقایق و پیام‌های الهی به حد کافی به آنها نرسیده و در بی‌خبری به سر می‌برند. این دسته می‌تواند گروه‌های متنوعی را شامل شود که به برخی از آنها اشاره شد.

۳-۴. اتخاذ چشم‌انداز جهانی از نظر گستردگی مخاطبان

میانی مستحکم عقلانی، انطباق آموزه‌های اصیل اسلامی با فطرت و طبیعت انسانی، و رهنمودها و راهکارهای قابل اتکا و اجرا در تمام عرصه‌های زندگی، ظرفیت‌های بی‌بدیلی برای گسترش و نشر اسلام در تمامی نقاط جهان به وجود آورده است. این ظرفیت عظیم ایجاد می‌کند که سازمان رسانه‌ای اسلامی یکی از اهداف کلان و بلندمدت خویش را ترویج اسلام در تمام نقاط جهان دانسته، گسترهٔ مخاطبان هدف خویش در درازمدت را محدود به یک منطقه یا کشور نسازد، به‌ویژه در این زمانه که با وجود تحولات و پیشرفت‌های چشمگیر و گسترده در ابزارها و روش‌های ارتباطی، شاهد تسهیل ارتباطات جهانی هستیم.

خداوند متعال در وصف قرآن کریم می‌فرماید: «تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَىٰ عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا» (فرقان: ۱)؛ پربرکت و زوال‌ناپذیر است خداوندی که فرقان را بر بنده‌اش نازل کرد تا هشداردهندهٔ جهانیان باشد. همچنین می‌فرماید: «إِنَّ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ» (تکویر: ۲۷)؛ «لِمَنْ شَاءَ مِنْكُمْ أَنْ يَسْتَقِيمَ» (تکویر: ۲۸)؛ این کتاب مایهٔ پند و تذکر برای جهانیان است، به‌ویژه کسانی که قصد دارند راه مستقیم را ببینایند.

این مضمون که قرآن کریم موجب یادآوری حقایق و پند گرفتن همهٔ جهانیان است، در آیات متعددی تکرار شده (انعام: ۹۰؛ یوسف: ۱۰۴؛ ص: ۸۸؛ قلم: ۵۲) و حکایت از اهداف بلند و جهانی پیامبر اعظم ﷺ در ترویج اسلام با محوریت قرآن کریم دارد. علامه طباطبائی در بخشی از تفسیر آیه اول سوره مبارکه «فرقان» می‌فرماید:

لام در جمله «لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا» لام تعلیل است و می‌رساند که هدف از تنزیل فرقان بر پیامبر ﷺ آن است که بیم‌دهندهٔ جمیع عالم از انس و جن باشد (طباطبائی، ۱۴۰۲ق، ج ۱۵، ص ۱۷۴).
در تفسیر نمونه آمده است:

تعبیر «للعالمین» روشنگر آن است که آیین اسلام جنبه جهانی دارد و مخصوص به منطقه و نژاد و قوم معینی نیست، بلکه بعضی از آن استفاده خاتمیت پیامبر ﷺ کرده‌اند؛ چراکه «عالمین» نه فقط از نظر مکانی محدود نیست، که از نظر زمانی هم قیدی ندارد و همهٔ آیندگان را نیز شامل می‌شود (مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۱، ج ۱۵، ص ۸).

در مقابله با تلاش‌های رسانه‌ای پیامبران ﷺ، دشمنان کوردل ایشان با تبعیت از شیاطین، همواره کوشیده‌اند مانع رسیدن حقایق و پیام‌های الهی به مردم یا بهره‌گیری مؤثر ایشان از پیام‌ها شوند. خداوند متعال با تحقیر این تلاش‌ها و کارشکنی‌ها، وعده‌ای روشن و دلگرم‌کننده مبنی بر پیروزی نهایی اسلام در مقابل تمام ادیان و مذاهب و گسترش جهانی آن داده است: «يُرِيدُونَ لِيُطْفِقُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَاللَّهُ مُتِمُّ نُورِهِ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ» (صف: ۸)؛ «هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَىٰ الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ» (صف: ۹).

همین مضامین با تغییری اندک، در سوره «توبه» که آخرین سوره نازل شده بر پیامبر اکرم ﷺ است نیز مشاهده می‌شود: «يُرِيدُونَ أَنْ يُطْفِقُوا نُورَ اللَّهِ بِأَفْوَاهِهِمْ وَيَأْبَى اللَّهُ إِلَّا أَنْ يُتِمَّ نُورَهُ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ» (توبه: ۳۲)؛ «هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَدِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَىٰ الدِّينِ كُلِّهِ وَلَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ» (توبه: ۳۳)؛ می‌خواهند نور خدا را با دهان خود خاموش کنند! درحالی‌که خداوند نور خود را کامل خواهد گردانید، اگرچه کافران خوش نداشته باشند. او کسی است که پیامبرش را با هدایت و دین حق فرستاد تا آن را بر همه ادیان پیروز کند، گرچه مشرکان خوش نداشته باشند.

از محتوای آیات فوق برداشت می‌شود که هدایتگری قرآن و پیام‌های الهی و حقیقت محوری دین اسلام در زمینهٔ غلبهٔ اسلام بر دیگر ادیان است که از اهداف درازمدت بعثت پیامبر بزرگوار اکرم ﷺ به شمار می‌رود (ر.ک: طباطبائی، ۱۴۰۲ق، ج ۹، ص ۲۴۷). بالطبع، دستیابی به این هدف والا نیازمند زمان و طی مراحل و گام‌هایی است و براساس روایات فراوان، تحقق کامل آن پس از ظهور امام عصر (عج) خواهد بود.

مرحوم طبرسی در مجمع‌البیان در تفسیر آیه ۳۳ سوره «توبه»، از امام باقر^ع چنین نقل می‌کند: «وعده‌ای که در این آیه است به هنگام ظهور مهدی از آل محمد^ع صورت می‌پذیرد. در آن روز هیچ‌کس در روی زمین نخواهد بود، مگر اینکه به حقانیت محمد^ع اقرار می‌کند».

همچنین شیخ صدوق در کتاب *اکمال‌الدین* از امام صادق^ع روایت می‌کند: «به خدا سوگند، هنوز محتوای این آیه تحقق نیافته است و تنها زمانی تحقق می‌پذیرد که قائم خروج کند، و به هنگامی که او قیام کند کسی که خدا را انکار نماید در تمام جهان باقی نخواهد ماند» (مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۱، ج ۷، ص ۳۷۳).

بنا بر مطالب مذکور، شایسته است سازمان رسانه‌ای اسلامی در جهت انجام رسالت «بلاغ‌مبین»، و در عرصه برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری بلندمدت، تبلیغ و ترویج جهانی اسلام و به تعبیر دیگر، «تخاذه چشم‌انداز جهانی از حیث گستردگی مخاطبان» را مدنظر قرار دهد.

۴-۴. تقدیم مصالح معنوی مخاطبان بر اهداف مادی سازمان

در برخی سازمان‌های رسانه‌ای که بنگاه تجاری محسوب شده و یکی از اهداف اصلی آنها کسب سود بیشتر - به‌ویژه از طریق فروش تبلیغات - و بالا بردن قیمت سهام است، معمولاً ارزش‌های اقتصادی ارزش‌های مسلط و غالب هستند. این رسانه‌ها غالباً مخاطب را تنها یک منبع درآمد و مشتری می‌شمارند، و به جای توجه به «مصلحت» و «نیازهای متعالی» مخاطب، غالباً «میل» و «هوس» او را محور برنامه‌سازی قرار می‌دهند. این سازمان‌ها به دنبال جذب مخاطبان بیشتر هستند تا از محل فروش تبلیغات به بنگاه‌های تجاری و صنعتی، درآمد بیشتری کسب کنند. در تقابلی آشکار، رسانه‌هایی که ارزش غالب در آنها «مسئولیت‌های اجتماعی» و هدف اصلی‌شان ادای مسئولیت‌های اجتماعی است، «مصلحت» و «نیاز» مخاطب را محور قرار داده و توجه کمتری به «میل» و «هوس» او دارند، و حتی گاهی ممکن است برنامه‌ها با میل برخی مخاطبان سازگار نباشد (خجسته، ۱۳۹۵).

روشن است که سازمان رسانه‌ای اسلامی در دسته دوم جای می‌گیرد و هیچ‌گاه هدف اصلی آن کسب سود بیشتر نیست. آیات قرآن کریم و سیره مستمر پیامبران^ع، دلالت‌های روشنی در این زمینه دارند. در سوره مبارکه «شعراء» از زبان حضرت نوح (آیه ۱۰۹)، هود (آیه ۱۲۷)، صالح (آیه ۱۴۵)، لوط (آیه ۱۶۴) و شعیب (آیه ۱۸۰)، پنج بار این عبارت تکرار شده است: «وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجِرِيَ إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ»؛ و من از شما در قبال این پیام‌آوری، پاداشی نمی‌خواهم؛ مزد و پاداش من تنها بر عهده پروردگار جهانیان است.

همچنین پیامبر اکرم^ع در پنج نوبت، موظف شدند اعلان کنند که در قبال انجام وظیفه پیامبری هیچ‌گونه پاداشی از مخاطبان خود نمی‌خواهند. تمام آیاتی که حاوی این اعلان هستند با فاصله‌ای اندک در مکه مکرمه نازل شده‌اند و تعمق در مضامین آنها به نکات جالبی رهنمون می‌شود (سوره‌های مکی / wiki.ahlolbait.com). این آیات به ترتیب نزول عبارتند از:

۱. «قُلْ مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ وَ مَا أَنَا مِنَ الْمُتَكَلِّفِينَ» (ص: ۸۶)؛ «إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ» (ص: ۸۷)؛
۲. «قُلْ مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِلَّا مَنْ شَاءَ أَنْ يَتَّخِذَ إِلَىٰ رَبِّهِ سَبِيلًا» (فرقان: ۵۷)؛
۳. «وَأُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَىٰ اللَّهُ فَيَهْدَاهُمْ أَقْتَدَهُ قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ» (انعام: ۹۰)؛
۴. «قُلْ مَا سَأَلْتُكُمْ مِنْ أَجْرٍ فَهُوَ لَكُمْ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَىٰ اللَّهِ وَ هُوَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ شَهِيدٌ» (سبأ: ۴۷)؛
۵. «ذَٰلِكَ الَّذِي يُبَشِّرُ اللَّهُ عِبَادَهُ الَّذِينَ آمَنُوا وَ عَمِلُوا الصَّالِحَاتِ قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِلَّا الْمَوَدَّةَ فِي الْقُرْبَىٰ وَ مَنْ يَقْتَرِفْ حَسَنَةً نَّزِدْ لَهُ فِيهَا حُسْنًا إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ شَكُورٌ» (شوری: ۲۳).

در اولین آیه، پیامبر اکرم ﷺ می‌فرماید: «من اهل آن نیستم که چیزی را بر شما تحمیل کنم؛ از جمله پاداش». همچنین به نکته‌ای اشاره می‌کند که در بخش قبلی به آن پرداختیم: «قرآن جز مایه تذکر و پند برای جهانیان نیست». گویا گسترش جهانی اسلام و قرآن تنها اجری است که شایستگی جبران خدمات و زحمات پیامبر اکرم ﷺ را دارد.

در آیه دوم می‌فرماید: «مزدی نمی‌خواهم، مگر اینکه شما تصمیم بگیرید مسیر هدایت را بپیمایید». این درخواست پیامبر ﷺ اگرچه با توجه به سیاق کلام، پاداش محسوب می‌شود، اما روشن است که به هیچ‌وجه جنبه مادی ندارد.

آیه سوم مضمونی قریب به آیه اول دارد.

اما در آیه چهارم مطلب مهم و راهگشایی عنوان می‌شود؛ اینکه آنچه در آیه دوم به‌عنوان پاداش مطرح شده، - درواقع - نفع آن به خود مردم و مخاطبان و کسانی که در مسیر هدایت قدم برمی‌دارند، بازمی‌گردد؛ زیرا یک پاداش معنوی است، و از این نظر نیز هیچ شباهتی با مزدهای مرسوم مادی ندارد.

در آیه آخر، مهم‌ترین مطلب در این زمینه مطرح می‌گردد و آن اینکه پیامبر ﷺ به دستور خداوند متعال می‌فرماید: تنها پاداشی که می‌خواهم مودت و دوستی آشکار با اهل بیت ﷺ است. روشن است که دوست داشتن اهل بیت ﷺ نیز مشمول آیه قبلی است و نفع آن به خود مخاطبان بازمی‌گردد؛ زیرا موجب راه یافتن و هدایت ایشان می‌شود (ر.ک: مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۱، ج ۲۰، ص ۴۰۷).

پس می‌توان بحث را این‌گونه جمع‌بندی کرد:

۱. پیامبر اکرم ﷺ و دیگر رسولان الهی ﷺ هیچ‌گونه پاداش مادی از مخاطبان خود درخواست نکردند.
 ۲. پاداشی معنوی درخواست نمودند که نفع آن به خود مردم بازمی‌گردد و عبارت است از اینکه مردم با قرآن و اهل بیت ﷺ انس بگیرند و از طریق آنها مسیر هدایت را بشناسند و تصمیم بگیرند که در این مسیر قدم بردارند.
- بدین‌روی شایسته است که سازمان رسانه‌ای اسلامی نیز به هیچ‌وجه هدف اصلی خود را کسب درآمد از مخاطبان قرار نداده، اولویت اول خود را ترویج اسلام و ادای مسئولیت‌های اجتماعی متناسب با مصالح معنوی مخاطبان قرار دهد، حتی اگر با «منافع مادی سازمان» در تضاد باشد.

نتیجه‌گیری

تلاش‌ها و بررسی‌های پژوهشگر در آیات قرآن کریم و برخی تفاسیر، پیرامون ارزش‌های حاکم بر فرایند شناخت وضعیت مطلوب در سازمان‌های رسانه‌ای، به این نتیجه رهنمون شد که در اولین و اساسی‌ترین مرحله برنامه‌ریزی در سازمان رسانه‌ای اسلامی و زمانی که قرار است طرح و برنامه‌ای نو در انداخته شود - دست‌کم - چهار ارزش اسلامی باید مطرح‌نظر قرار گیرد و برنامه‌ریزان و تحلیل‌گران سازمان را جهت‌دهی نماید:

اولین ارزش، یعنی «شناخت رسالت اساسی سازمان رسانه‌ای اسلامی» سنگ‌بنای هدف‌گذاری در این سازمان است و با تبیین اهمیت و جایگاه «بلاغ مبین» و دیگر مأموریت‌های اساسی سازمان، تأکید می‌نماید که این موارد هیچ‌گاه نمی‌توانند مغفول واقع شوند.

دومین ارزش «شناخت انواع اصلی مخاطبان سازمان رسانه‌ای اسلامی» به مرحله‌ای مهم و تعیین‌کننده در فرایند برنامه‌ریزی در سازمان رسانه‌ای یعنی «مخاطب‌شناسی» اشاره دارد و چارچوب راهگشایی برای طی این مسیر ارائه می‌دهد. تفکیک مخاطبان به دو دسته اصلی «مؤمن» و «کافر» و شناخت ویژگی‌های ایشان و همچنین التفات به وجود مخاطبانی که حقایق به آنها نرسیده است و گمراه محسوب می‌شوند، اگر با دقت و حساسیت و به‌دور از سهل‌انگاری و مسامحه بر مخاطبان زمان حاضر تطبیق داده شود، می‌تواند مقدمه‌ای برای بهره‌گیری از آموزه‌ها و راهکارهای متنوع قرآن کریم و رسولان الهی در برخورد و تعامل با انواع مخاطبان باشد.

سومین ارزش، یعنی «تخاذ چشم‌انداز جهانی از حیث گستره مخاطبان»، سازمان رسانه‌ای اسلامی را ملزم می‌گرداند که یکی از اهداف کلان و بلندمدت خویش را ترویج اسلام در تمام نقاط جهان دانسته، گستره مخاطبان هدف خویش در درازمدت را محدود به یک منطقه یا کشور نسازد. طبیعتاً این ارزش زمانی قابل اعمال است که سازمان زیرساخت‌ها و منابع لازم برای کنش در عرصه جهانی را داشته باشد. به نظر می‌رسد با توسعه شبکه‌های ارتباطی در عصر حاضر، هیچ مانعی برای هدف‌گذاری جهانی، حتی در سازمان‌های رسانه‌ای کوچک وجود نداشته باشد.

اما چهارمین ارزش، یعنی «تقدیم مصالح مخاطبان بر اهداف مادی سازمان»، سازمان را ملزم می‌سازد به جای هدف قرار دادن سود بیشتر و افتادن در ورطه ارضای میل و هوس مخاطب، بر روی نیازهای معنوی و مصلحت وی تمرکز کند. روشن است که سازمان‌های رسانه‌ای که به منظور کسب درآمد و سودسازی راه‌اندازی می‌شوند، هیچ سختیت و تأثیرپذیری از این ارزش ندارند. اما سازمانی که اساساً به هدف ترویج اسلام تأسیس شده است، براساس آموزه‌های قرآنی نمی‌تواند، هم به کسب درآمد از طریق مخاطب چشم داشته باشد و هم استقلال و تأثیرگذاری خود را حفظ کند. لذا این ارزش منحصراً در یک سازمان رسانه‌ای که از لحاظ مالی مستقل از مخاطب است، قابل پیاده‌سازی است. اما اینکه مخارج چنین سازمانی از کجا باید تأمین شود، شیوه‌های متنوعی قابل پیشنهاد و اجراست که باید در جای خود به آن پرداخته شود.


منابع

- اسماعیلی‌زاده، عباس و مهرناز محدثی‌فر، ۱۳۹۲، «توکل و تأثیر آن بر متغیرهای رفتاری تصمیم‌گیری مدیران از منظر قرآن»، *مشکات*، ش ۱۱۸، ص ۲۹-۵۴.
- جعفری، محمدحسن، ۱۳۹۱، *تبیین الگوی نظام‌مند تدوین خط‌مشی دینی در نظام جمهوری اسلامی*، رساله دکتری مدیریت، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- خجسته، حسن، ۱۳۹۵، «همگرایی رسانه‌های سنتی و نوین»، *جامع*، ش ۴۶۹۲ بازبایی شده در: <https://www.magiran.com/article/3468203>
- خسروآبادی، حمیدرضا و بهروز رضایی‌منش، ۱۳۹۴، «طراحی الگوی تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران مبتنی بر آموزه‌های نهج‌البلاغه»، *پژوهش‌های نهج‌البلاغه*، دوره سوم، ش ۱۱، ص ۶۷-۹۳.
- دهخدا، علی‌اکبر، ۱۳۷۷، *لغت‌نامه*، زیر نظر محمد معین و سیدجعفر شهیدی، تهران، مؤسسه لغت‌نامه دهخدا.
- رازینی، روح‌الله و مهدی عزیزی، ۱۳۹۴، «طراحی الگوی تصمیم‌گیری با رویکرد اسلامی»، *مدیریت اسلامی*، دوره بیست و سوم، ش ۱، ص ۴-۷۳.
- رضاییان، علی، ۱۳۸۸، *مبانی سازمان و مدیریت*، تهران، سمت.
- روشندل اربطانی، طاهر، ۱۳۸۶، «چستی مدیریت رسانه»، *رسانه*، ش ۷۰، ص ۹-۲۰.
- شفیعی، مهدی، ۱۳۹۶، *اصول حاکم بر برنامه‌ریزی از منظر اسلام (با تکیه بر قرآن کریم)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین، ۱۴۰۲ق، *المیزان فی تفسیر القرآن*، بیروت، مؤسسه الاعلمی للمطبوعات.
- عترت‌دوست، محمد، ۱۳۸۹، «جایگاه برنامه‌ریزی در مدیریت اسلامی از منظر آیات و روایات»، *توسعه انسانی پلیس*، ش ۳۳، ص ۱۰۷-۱۲۶.
- کارگروه بنیادین مدیریت اسلامی، ۱۳۹۵، *نقشه جامع مدیریت اسلامی (نجم)*، قم، دانشگاه قم.
- مصباح یزدی، محمدتقی، ۱۳۷۵، «ارزش‌های اسلامی در مدیریت»، *معرفت*، ش ۱۷، ص ۱۷-۲۲.
- ____، ۱۳۹۱، *پیش‌نیازهای مدیریت اسلامی*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- ____، ۱۳۹۳، *فلسفه اخلاق*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
- معین، محمد، ۱۳۸۸، *فرهنگ فارسی*، تهران، امیرکبیر.
- مکارم شیرازی، ناصر و همکاران، ۱۳۷۱، *تفسیر نمونه*، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
- منطقی، محسن، ۱۳۹۷، «کاوشی در اجتهاد و کاربرد آن در مدیریت اسلامی»، *چشم‌انداز مدیریت دولتی*، ش ۳۵، ص ۱۳۹-۱۵۷.
- نقی پورفر، ولی‌الله، ۱۳۷۶، *اصول مدیریت اسلامی و الگوهای آن*، چ دوم، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
- وردی‌نژاد، فریدون و شهلا بهرامی رشتیانی، ۱۳۹۴، *سیاست‌کناری و مدیریت رسانه*، تهران، دانشگاه تهران.
- یوسف‌زاده، حسن و همکاران، ۱۳۹۴، *ارتباطات جمعی از منظر اسلام الگوی رسانه مطلوب*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.

نقد انسان‌شناختی دلالت‌های سیاست‌گذارانه نظریه «کنش ارتباطی» هابرماس بر اساس الگوی دینی «ارتباطات درون‌فردی»

مصطفی همدانی / سطح ۴ حوزه علمی قم

ma13577ma@gmail.com  orcid.org/0000-0002-0743-2282

 <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۰۹ - پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۱۴

چکیده

یورگن هابرماس از آخرین بازماندگان مکتب فرانکفورت است که اندیشه‌هایش در حوزه علوم اجتماعی شهرت جهانی دارد. این نوشتار با کمک روش توصیفی - تحلیلی و نیز «تحلیل انتقادی» نظریه فرهنگی هابرماس، امکان سیاست‌گذاری براساس آن و نیز دلالت‌های سیاست‌گذارانه آن را در قالب سه پرسش توضیح داده و در ادامه، این دلالت‌ها را در قالب دو پرسش به چالش کشیده است. این نوشتار از دو منظر نقد شده است: اول. علوم فرهنگ‌شناختی و سیاست‌گذاری و دوم. موضع دینی با تأکید بر قرآن و حدیث و رهیافت ارتباط درون‌فردی به‌مثابه یکی از الگوهای ارتباطی برجسته در معارف قرآنی و حدیثی. این تحقیق نشان داده است که گرچه نظریه فرهنگی هابرماس در مرتبه مفهومی و تحلیلی در تولید سیاست‌های فرهنگی، تواناست، اما در مرتبه کارایی و اجرایی، این سیاست‌ها بسیار انتزاعی و دور از واقع هستند؛ زیرا ضمانت اجرایی ندارند و تحقق آنها دور از دسترس است. پیشنهاد این تحقیق اصلاح ارتباط اجتماعی انسان‌ها و حوزه عمومی براساس تصحیح ارتباط درون‌فردی و در حوزه خصوصی است و تصحیح این ارتباط نیز تنها در گرو ارتباط خالصانه با خداوند است.

کلیدواژه‌ها: نظریه فرهنگی، یورگن هابرماس، انسان‌شناسی، سیاست فرهنگی، سیاست‌گذاری، ارتباط درون‌فردی.

یورگن هابرماس (Jürgen Habermas) متولد ۱۹۲۹ در شهر دوسلدورف آلمان و آخرین تن از بقایای مکتب فرانکفورت، هنوز در قید حیات است. او از فیلسوفان و نظریه‌پردازان اجتماعی معاصر است که با رویکرد «عقلانیت ارتباطی» (communicative Rationality) که عصاره و محصول نهایی تلاش‌های او برای نجات تجدد (مدرنیته) از چنبره عقلانیت ابزاری است، شناخته می‌شود. او یک نسل از دیگر اعضای آن مکتب جوان‌تر است. هابرماس در جوانی هنگامی که هنوز دانشجو بود، از چهره‌های برجسته حلقه فرانکفورت به شمار می‌رفت (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۸۳). بسیاری از جامعه‌شناسان معتقدند: هابرماس مهم‌ترین نظریه‌پرداز علوم اجتماعی در نیمه دوم قرن بیستم است (اوت‌ویت، ۱۳۹۳، ص ۱۳). همچنین او را «واپسین عقل‌گرای بزرگ» نامیده‌اند که در عین حال کوشیده است در مباحثات خود نقد عقل‌گرایی را هم در عقل‌گرایی خویش بگنجاند (مک‌کارتی، ۱۳۹۴، ص ۴).

هابرماس از یک سو به مارکسیسم وفادار است و از سوی دیگر به تجددگرایی (مدرنیسم) نیز امیدوار است؛ اما سعی دارد با نوعی رفوگری آنها را بازخوانی و مشکلات آنها را رفع کند. در واقع او بنا دارد با رویکردی هنجاری از موضع مارکسیستی بهره برده، ظرفیت‌های تجددگرایی را برای تعالی انسان و جامعه و رسیدن به اهدافی که تجدد از آن ناکام بوده است، به کار اندازد. نظریه فرهنگی هابرماس ماهیتی هنجاری دارد و از این رو دارای دلالت‌های سیاست‌گذارانه قوی است.

منطق دانان معتقدند: در تحلیل هر پدیده و شناخت مجهولات آن سه پرسش اساسی وجود دارد: «ما»، «مطلب «هل» و «مطلب «لم»». اگر لفظی که برای آن پدیده به کاررفته از نظر مدلول و معنا مبهم باشد، با «ما» می‌شاره از آن سؤال می‌شود. اگر ماهیت (یعنی جنس و فصل و عوارض آن) مبهم باشد، با «ما» می‌شاره از آن سؤال می‌شود. اگر حقیقت یک چیز معلوم باشد و پرسش از اصل وجود آن باشد، این نوع پرسش با «هل» بسیطه است. اگر هم وجود یک شیء و حقیقت آن مفروغ بوده و صفت یا حالتی از آن مبهم باشد، در این صورت با «هل» مرکبه سؤال می‌شود. اگر علت حکم و تصدیق مجهول باشد، «لم» اثباتی است؛ مثلاً چرا عسل رنگ دارد؟ و اگر از علت وجودی آن حکم نیز پرسیده شود (مثلاً، چرا آهن بر اثر حرارت منبسط می‌شود؟) «لم» ثبوتی نام دارد.

هدف این جستار تحلیل دلالت‌های سیاست‌گذارانه نظریه فرهنگی هابرماس و نقد آن است و از این رو نظر به علت حکم یا وجود ندارد که همان روش‌شناسی هابرماس در رسیدن به این نظریه یا دلالت‌های آن باشد. بنابراین، تنها از چپستی نظریه فرهنگی هابرماس (مای شارحه)، امکان سیاست‌گذاری فرهنگی براساس این نظریه (لم بسیطه) و چپستی دلالت‌های آن در سیاست‌گذاری فرهنگی و نقد آن با رویکرد موازنه با اصول و قواعد سیاست‌گذاری و مبانی قرآن و حدیث (لم مرکبه) بحث می‌شود و به همین سبب پرسش‌های این مقاله عبارتند از:

۱. نظریه فرهنگی هابرماس چیست؟

۲. آیا تولید سیاست فرهنگی براساس نظریه فرهنگی هابرماس ممکن است؟

۳. دلالت‌های نظریه فرهنگی هابرماس در سیاست فرهنگی چیست؟

۴. از منظر دانش سیاست‌گذاری، چه نقد یا نقدهایی بر دلالت‌های نظریه فرهنگی هابرماس در سیاست

فرهنگی وارد است؟

۵. از منظر قرآن و حدیث، چه نقد یا نقدهایی - که احیاناً منجر به ارائه الگوی جایگزین شود - بر دلالت‌های نظریه فرهنگی هابرماس در سیاست فرهنگی وارد است؟

این تحقیق علاوه بر روش «توصیفی - تحلیلی»، از «تحلیل تطبیقی - انتقادی» نیز بهره برده است تا در پنج بخش به این پرسش‌ها پاسخ دهد. چهار پرسش اول با روش «توصیفی - تحلیلی» پاسخ‌یابی شده و پرسش اخیر علاوه بر استفاده از «توصیف و تحلیل» در تبیین نصوص دینی، روش «تطبیقی - انتقادی» را هم به کار برده است تا میزان انطباق اندیشه هابرماس با متون اسلامی را بکاود و در صورت نبود انطباق، نقدهای اسلامی وارد بر سخن ایشان را ارائه دهد.

۱. پیشینه بحث

برخی تحقیقات در نقد و ارزیابی نظریه فرهنگی هابرماس با رویکرد اسلامی انجام شده است که در ذیل معرفی و تفاوت جستار فرارو با این پژوهش‌ها بیان می‌شود:

مقاله «مقایسه عقلانیت ارتباطی با عقلانیت وحیانی (براساس دیدگاه‌های هابرماس و علامه طباطبائی)» (خانم‌مدی، ۱۳۹۱)، «عقلانیت» را که مؤلف آن را «عقلانیت وحیانی» نامیده، با دیدگاه هابرماس به عقلانیت که همان «عقلانیت ابزاری» است مقایسه کرده و مبانی و لوازم هر یک را استخراج و معرفی نموده که نتایج نهایی آن در جدول ذیل توسط مؤلف معرفی شده است:

محورهای مقایسه	عقلانیت ارتباطی	عقلانیت وحیانی
مرکزیت عالم	انسان	خدا
نسبت جهان حیاتی با جهان طبیعی	انفکاک	ارتباط
نقد طبیعت در قانون‌گذاری	صامت	منبع الهام
سطح تحلیل	فلسفی - پدیداری	فلسفی - وجودی
غایت‌مداری	معطوف به خود	معطوف به سعادت
تفسیر طبیعت	اسطوره‌زدایی	معناداری
حقایق اجتماعی	گفت‌وگویی	ذاتی و گفت‌وگویی
ابزار شناخت	تجربه و عقل	تجربه عقل و سمع
تفسیر عقل	خودنביاد	عقل و سمع
نسبت با مبانی پیشین	روبه‌گرا و گفت‌وگویی	نص‌محور
نقش اکثریت	سلوکی	طریقی
رسالت روشنفکران	ترویج روبه گفت‌وگو	ترویج حقایق از طریق گفت‌وگو
میزان آزادی بیان	مقید به آزادی دیگران	مقید به حقایق منکشف
التزام به قوانین	التزام عملی به قوانین	التزام عملی به قوانین
مفاهیم محوری	آزادی، مشارکت، گفت‌وگو، مباحثه، اخلاق گفت‌وگویی، عدالت گفت‌وگویی	دین‌باوری، آخر‌گرایی، نص‌محوری، حقیقت‌گرایی / رئالیسم، حسن و قبح ذاتی، عدالت ذاتی، فطرت، طبیعت‌گرایی، آزادی بیان، طاغوت‌گریزی

تحقیق یادشده بنا نداشتند است به صورت مستقیم از قرآن و حدیث استفاده کند، اما این مقاله مبتنی بر قرآن و حدیث است. همچنین تحقیق ایشان دایره وسیعی را شامل می‌شود و تحقیق نگارنده محض در نقد مبانی انسان‌شناختی هابرماس و کارایی گفت‌وگوی عقلانی محض در رفع ظلم و بی‌عدالتی و ارائه الگوی جایگزین مبتنی بر انسان‌شناختی قرآنی و حدیثی در جهت اصلاح ارتباطات اجتماعی و تعامل عادلانه و عادلانه با اصلاح و تهذیب نفس از اخلاق رذیله با محوریت ارتباط درون‌فردی است.

مقاله «تبیین مفهوم و شاخص‌های کنش ولایی در تجربه جماعت‌سازی امام موسی صدر» (احمدی، ۱۳۸۷)، «کنش ولایی» را در برابر «کنش ارتباطی» هابرماس مطرح کرده و مدعی است: این کنش با مطالعه موردی آن (یعنی ولایتی که امام موسی صدر بر جامعه آن روز شیعیان لبنان داشته) کامل‌تر از «کنش ارتباطی» هابرماس است. اما پژوهش فرارو مدعی است: اصلاً کنش ارتباطی هابرماس به‌تنهایی کارایی ندارد و کنش ولایی مدنظر ایشان نیز کامل نیست و درونمایه این کنش نیز «کنش ارتباطی درون‌فردی» است که مقاله حاضر مدعی آن است. البته کنش ولایی به یک معنا - که همان ولایت الهی انسان‌های کامل عین ولایت الهی است - کنشی است که عیناً همان کنش ارتباطی درون‌فردی در ارتباط با نفس مطمئنه است. تفصیل بیشتر در ادامه خواهد آمد.

مقاله «تحلیل سیاست‌گذاری فرهنگی، با تأکید بر نظریه کنش ارتباطی هابرماس با پذیرش نظریه هابرماس» (اصلان‌زاده، ۱۳۹۴)، سعی دارد سیاست‌گذاری فرهنگی در جمهوری اسلامی را مبتنی بر دو مفهوم «زیست‌جهان» و «کنش ارتباطی» نظریه هابرماس تحلیل و توجیه کند. ایشان مدافع نظریه هابرماس است، و حال آنکه نوشتار فرارو ضمن بیان ابعاد متصور در ظرفیت سیاست‌گذارانه این نظریه، به تحلیل انتقادی این نظریه می‌پردازد.

مقاله «نقد نظریه فرهنگی هابرماس براساس مبانی اسلامی»، معتقد است: عقل در برابر دین نیست و مواضع هابرماس در روش‌شناسی و معرفت‌شناسی و هستی‌شناسی مادی‌گرایانه را نقد کرده و رویکرد آن همانند مقاله پیش‌رو - که نقد از منظر ارتباط درون‌فردی است - محسوب نمی‌شود.

مقاله «روش‌شناسی علوم اجتماعی از دیدگاه هابرماس و بررسی آن از منظر حکمت متعالیه» (مصباح و زکی، ۱۳۹۵)، نیز مانند اثر قبل، به نقد الگواره اندیشه اجتماعی هابرماس در بعد عقل انتقادی پرداخته است. این مقاله نیز همان تفاوت‌ها را با پژوهش پیش‌رو دارد.

مقاله «بررسی روش‌شناسی نظریه کنش ارتباطی هابرماس با رویکرد انتقادی» (عباسپور، ۱۳۹۰)، با رویکردی مشابه دو مقاله قبل، به نقد روش‌شناختی اندیشه هابرماس از منظر فلسفی پرداخته و به ندرت از آیات و روایات بهره برده است. اما نوشتار حاضر محض در تحلیل‌های قرآنی و روایی است و نیز نظرگاه این نوشتار نقد از منظر ارتباط درون‌فردی است، نه مبانی الگواره‌ای.

۲. مفاهیم تحقیق

۱-۲. «فرهنگ»

گرچه واژه پیچیده‌ای است و بلکه به قول هردر (Herder) در رساله «اندیشه‌هایی درباره فلسفه تاریخ بشریت»

هیچ چیز نامشخص‌تر از معنای این واژه نیست (پهلوان، ۱۳۸۸، ص ۴۷)، اما در تعریفی که در عصر ما نسبتاً مقبول است، عبارت است از: ارزش‌هایی که یک گروه معین دارند، هنجارهایی که از آن پیروی می‌کنند، و کالاهایی که تولید می‌کنند (گیدنز، ۱۳۷۷، ص ۳۶).

۲-۲. «نظریه فرهنگی»

ادبیاتی است که در پی توضیح ماهیت فرهنگ و تبعات آن برای زندگی اجتماعی است (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۱۸-۱۹).

۲-۳. «سیاست‌گذاری»

برخی علاقه به استفاده از این واژه ندارند (و گاه ادله‌ای هم در نادرستی آن به کار می‌برند) و به جای آن از «خطامشی گذاری» استفاده می‌کنند. «سیاست‌گذاری» عبارت است از: انجام اعمال حاکمیتی توسط دولت‌ها. دولت‌ها دو دسته وظیفه بر عهده دارند: حاکمیتی و تصدیگری. در بخش دوم، با انجام وظایفی شبیه وظایف بخش خصوصی و بنگاه‌داری و رقابت با آن بخش، به تولید کالا و خدمات می‌پردازند، و در بخش اول، با تنظیم قواعد و مقررات و تدوین سیاست‌های هماهنگ‌کننده، بازار را تنظیم می‌کنند (قلی‌پور، ۱۳۹۶، ص ۹۴).

«خطامشی» یا «سیاست‌گذاری فرهنگی» عبارت است از: اقدامات و فعالیت‌های عامدانه و از پیش طراحی شده‌ای که نهادهای گوناگون، از قبیل دولت، بازار یا جامعه مدنی در جهت تولید، توزیع و اشاعه محصولات فرهنگی انجام می‌دهند (فاضلی و قلیچ، ۱۳۸۸، ص ۷).

سیاست‌گذاری دارای ماهیتی هنجاری است؛ نه تنها به این معنا که متأثر از هنجارهای عمومی جامعه است که برخی انگاشته‌اند (ر.ک: قلی‌پور، ۱۳۹۶، ص ۱۰۳)، بلکه علاوه بر آن، به این معناست که برونداد آن همواره یک سلسله توصیه‌ها و هنجارهاست، نه گزارش‌های توصیفی از معرفی پدیده‌ها یا تبیینی از روابط بین متغیرها.

۳. تبیین نظریه فرهنگی هابرماس

نظریه هابرماس یک نظریه فرهنگی - ارتباطی است که سعی دارد با رویکرد ارتباط‌شناختی فرهنگ امروزی را نقادانه تحلیل کند و با آسیب‌شناسی آن، الگویی از تعامل فرهنگی - ارتباطی صحیح را برای فهم بهتر یکدیگر در ارتباط کلامی و کنش اجتماعی - که در اداره کلی سیاسی هم کاراست - به‌مثابه جایگزین دستاوردهای تجدد ارائه دهد. بدین‌سان او تجدد را آسیب‌شناسی می‌کند و آن را طرحی ناتمام معرفی می‌نماید، نه آنکه همچون همفکران خود در مکتب فرانکفورت آن را کاملاً ناموفق بداند.

فصل مشترک او با افکار اعضای مکتب فرانکفورت، انتقاد از سرمایه‌داری و خرد‌بازاری است. او همانند آموزگاران، از قبیل هورکهایمر و آدرنو، سرمایه‌داری و عقل‌بازاری را قوایی فرساینده می‌بیند که جلوی اشکال رهایی‌بخش اخلاقی و مردم‌سالارانه اتحاد انسانی را می‌گیرد. هورکهایمر و آدرنو معتقد بودند: روشنگری به بن‌بست مهار و سرکوب جامعه منتهی شده است. هابرماس این انتقاد را پی گرفت، اما در عین حال کوشید تا با تعریف «عقل» به شیوه‌های جدید، طرح روشنگری را نجات دهد و از آن اعاده حیثیت کند (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۸۳ و ۸۴).

هابرماس با نقد روش «اثبات‌گرایی» و علوم اثباتی، محصول این علوم را شیء‌گشتگی سراسری در جامعه امروزی دانسته که خود نیز به نوعی بازتاب همین حالت است و همین علوم مانع‌رهایی و عامل زندانی عقل‌ابزاری شده‌اند که دارای علایق فنی است و علایق فرهنگی که با درک روابط تفهیمی و عقلانیت فرهنگی قابل ادراک است، مورد بی‌مهری قرار گرفته‌اند (بشیریه، ۱۳۸۸، ص ۵).

۱-۳. محورهای نظریه هابرماس

نظریه هابرماس در تلاش برای بازسازی سه اندیشه تولید شده است:

۱. او مانند نومارکسیست‌ها تفکر مارکسیستی را قبول کرده، اما کوشیده است اندیشهٔ مارکس را بازسازی کند و آنچه وی در جهت این رفوکاری در نظریه ارتباطی‌اش به آن همت گماشته نفی روبنا بودن فرهنگ است.
۲. هابرماس در نظریه ارتباطی‌اش اندیشهٔ وبر را که بر عقلانیت تأکید داشت، پذیرفت؛ اما چون معتقد بود که شیوه فکر اثباتی نگرش تفاهمی و ارتباط عقلانی بین‌الذهانی را تضعیف می‌کند، عقلانیت ارتباطی را که رهایی‌بخش است و با توانایی‌های کلامی و ارتباطی و عمل تفاهمی پیوند دارد و فارغ از سلطه است، جایگزین عقلانیت ابزاری و دیوان‌سالارانه کرد.

۳. در اندیشهٔ هابرماس اندیشهٔ فرانکفورتی‌ها بازآفریده شده است. اینان ویژگی اصلی جامعهٔ امروزی را عقلانیت ابزاری، شیء‌گشتگی، آگاهی کاذب، و از دست رفتن معنا و آزادی می‌دانند. هابرماس گرچه قبول داشت بخش وسیعی از زیست‌جهان در اثر سلطهٔ عقلانیت ابزاری و شیء‌گشتگی نابود شده، اما بعکس فرانکفورتی‌ها باز هم معتقد بود بخش‌هایی از زیست‌جهان باقی‌مانده که متحول نشده است (بشیریه، ۱۳۸۸، ص ۵-۶).

هابرماس در کتاب *دگرگونی ساختاری حوزهٔ عمومی* از ریشه‌ها و فرایندهای ایجاد حوزهٔ عمومی لیبرال - بورژوازی و سپس دگرگونی آن و نابودی آن در دولت‌های رفاه اجتماعی و نظام‌های تجدید حاکمیتی بحث می‌کند (هابرماس، ۱۳۸۸، ص ۱۱) و نشان می‌دهد که در قرن هجدهم، یک عرصه عمومی فعال و متشکل از بحث و تبادل افکار هوشمندانه درباره مسائل بنیادی مربوط به فلسفه، اقتصاد، سیاست و سازمان اجتماعی وجود داشت. این فعالیت توان آن را داشت که بر سیاست‌های رسمی اثر بگذارد.

هابرماس مشخصاً به محافل، تالارها و قهوه‌خانه‌هایی (ر.ک: هابرماس، ۱۳۸۸، ص ۳۴-۷۶) اشاره می‌کند که مراکز اصلی مشارکت متعهدانه مردم در عرصه عمومی بودند. مردم در آنجا یکدیگر را می‌دیدند و به صورت برابر و یکسان با دوستان و غریبه‌ها راجع به موضوعات مهم دینی و ادبی و هنری و فلسفی - که تا آن زمان در انحصار کلیسا و مقامات دولتی بود - بحث می‌کردند، آن هم در فضایی برابر و بدون توجه به منزلت اجتماعی افراد. بدین‌سان «عموم» در برابر آن نهادها شکل گرفت (هابرماس، ۱۳۸۸، ص ۶۵-۶۶).

در حوزهٔ عمومی رقابتی برابر میان اندیشه‌ها اتفاق می‌افتاد و بهترین‌ها برنده می‌شدند (همان، ص ۱۹). بدین‌سان حوزهٔ عمومی لیبرال که در جامعهٔ سرمایه‌داری (بورژوازی) تشکیل شده بود، زمینه را برای ظهور نظام لیبرال - دموکراسی فراهم ساخت. اما متأسفانه در اثر ارتباطات عمیقاً هدایت‌شونده، اخبار و سرگرمی رسانه‌ای و به

شدت تجاری، تبلیغات و روابط عمومی منحرف گردید و عرصه عمومی جای خود را به «اجتماع سرمایه‌داری» داد (مک‌گویگان، ۱۳۸۸، ص ۱۲۷).

اینجاست که به تعبیر هابرماس، «سیستم» یا همان نهادهای دولتی و پول و بازار و قدرت بر زیست‌جهان مسلط شدند؛ یعنی عرصه عمومی در اختیار منافع طبقه خاصی قرار گرفت و با تغییر اوضاع و انتقال به دوران معاصر، عرصه عمومی یکسره ناپدید شد و مردم به جای آنکه [مانند گذشته] خودشان سخنگو باشند و در ایجاد جامعه‌ای که در آن می‌زیستند، فعالانه ایفای نقش کنند، به شنوندگان سخنانی تبدیل شدند که خطاب به آنان از طرف دیگران گفته می‌شد (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۸۵). آثار هنری و ادبی این دوره عموماً «صنعت فرهنگی» نام دارند و ناب و اصیل نیستند، بلکه در جهت عموم، به معنای افکار عمومی که در خدمت تجارت و سرمایه است، قرار دارند (هابرماس، ۱۳۸۸، ص ۲۶۴-۲۵۷).

فضای جدیدی که به جای آن حوزه عمومی ایجاد شد، مبتنی بر جامعه مدنی بود و پیش‌شرط فعالیت در این حوزه سواد و سرمایه بود که هر دو به طبقه خاصی تعلق داشتند، نه عموم. در جامعه مدنی گرچه همه شهروند بودند و در سیاست مشارکت داشتند، اما منافع اقتصادی طبقه سرمایه‌دار مساوی منافع عموم است و بدین‌سان حوزه خصوصی دیگری از صاحبان منافع شکل گرفت و افکار عمومی که همه در جهت منافع ایشان - به‌عنوان صاحبان سرمایه بودند - ایجاد شد و در جای حوزه عمومی ادبی قرن هجدهم نشست (هابرماس، ۱۳۸۸، ص ۱۳۸-۱۴۳). این در صورتی است که حوزه عمومی در برابر بازار، به‌مثابه حوزه خصوصی و خانواده به‌مثابه حوزه صمیمی قرار دارد (همان، ص ۹۴).

اصطلاح «حوزه خصوصی» در معنای مثبت آن که آزادی از سیطره دولت باشد، زمانی پدید آمد که افراد توانستند فارغ از دولت، سرمایه‌ای برای دادوستد در اختیار داشته باشند (همان، ص ۱۲۴). اما با ادغام دولت و حوزه خصوصی (جامعه مدنی) جایی برای حوزه عمومی - که نقش میانجی میان آن دو را داشت - نگذاشتند (همان، ص ۲۷۷).

با ظهور رسانه‌های جمعی که در خدمت این فضای جدید بودند، حتی حوزه صمیمی خانواده نیز تحت تأثیر رسانه‌های توده‌ای قرار گرفت و صمیمیت خود را از دست داد و خدمات مشاوره‌ای و نیز اطلاع‌رسانی درباره مسائل خصوصی در رسانه‌های جمعی، آنها را از ارتباطات صمیمانه دور کرد (هابرماس، ۱۳۸۸، ص ۲۷۱-۲۷۳). در فضای سیاسی هم آنچه لیبرال - دموکراسی به ارمغان آورده تنها نمایشی دیوان‌سالارانه به‌مثابه عمل رأی دادن است، وگرچه قدرت در میان احزاب و افرادی خاص از رهبران میانی در جریان است و اکثریت مردم فقط رأی‌دهنده هستند، نه مشارکت‌کننده در سرنوشت واقعی خود (همان، ص ۳۲۸-۳۳۴).

او از این وضعیت با عنوان «فتودالی شدن مجدد حوزه عمومی» یاد می‌کند که در آن فعالیت‌های تبلیغی و دستکاری رسانه‌ها و ظاهرسازی بر مباحث عقلانی و مبادله آزاد اطلاعات غلبه دارد و روابط عمومی و مجلس جای آن تعامل آرمانی در حوزه عمومی را گرفته است (هولاپ، ۱۳۸۸، ص ۲۹؛ نیز، ر.ک: هابرماس، ۱۳۸۸، ص ۲۷۶-۲۸۴).

اثر عمده هابرماس در دهه ۱۹۸۰ با عنوان *نظریه کنش ارتباطی (The Theory of Communicative Action)* منتشر شد (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۸۶). این نظریه هابرماس مجموعه‌ای شگفت‌آور از اندیشه‌های گوناگون است که با کمک نیوگ و خلاقیت خارق‌العاده او بازسازی و بازآفرینی شده و اندیشه‌های نوین و جهانی وی را خلق کرده‌اند. او از همه میراث علمی پیشین خود تا هر اندازه که توانسته بهره برده است؛ از اندیشه‌های جامعه‌شناسان سنتی همچون مارکس و وبر و دورکیم و پارسونز گرفته تا سنت عملگرایی (پراگماتیسم) آمریکایی ویلیام جیمز و جان دیویی و هربرت مید و پیرس تا اعضای مکتب فرانکفورت همانند آدرنو و هورکهایمر و فیلسوفان زبانی همچون ویتگنشتاین، اوستین، سرل، تا روان‌شناسان و روانکاروانی بسان پیائره، اریکسون، کولبرگ و فروید و سرانجام روش «تفسیرگرایی تأویلی» (هرمنوتیکی) که مهد آن آلمان بود و از دیلتای تا گادامر را دربرمی‌گیرد. بدین‌سان، اندیشه او در عین حال که چندبعدی، پیچیده و صعب‌الوصول است، جامعیتی تحسین‌برانگیز دارد.

«کنش ارتباطی» عبارت است از: هم‌کنشی دو فاعل که با برخورداری از توان سخن گفتن و عمل کردن - خواه با وسایل کلامی یا ورای کلامی - روابطی بیناشخصی برقرار می‌کنند و می‌کوشند درباره وضعیت کنش و برنامه خود به تفاهم برسند تا کنش‌های خود را از طریق توافق هماهنگ کنند (هابرماس، ۱۳۹۲، ص ۱۱۵).

هابرماس برخلاف آدرنو و هورکهایمر بر این نظر است که طرح روشنگری که خود به رهایی می‌انجامد، می‌تواند خرد را نجات دهد، به شرط آنکه خرد به شیوه جدیدی از نو تعریف شود. او تأکید می‌کند که لازم است با مفهوم «خرد ارتباطی» شامل فعالیت‌های تحریف‌نشده مردمی که می‌کوشند از یک راه اصیل و راستین به ادراک متقابل روشن دست یابند، کار کنیم (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۸۷).

او معتقد بود گسیختگی اجتماعی حاصل تقسیم کار تجدد به صورت توصیف‌شده توسط دورکیم و پارسونز و کالایی شدن، سبب ایجاد جامعه‌ای است که قوای غیرشخصی و بیگانه‌کننده، به‌ویژه نیروهای سرمایه و عقلانیت رسمی (Zweckrationalital) وبری آن را هدایت می‌کنند. این نیروها از منطبق خودشان اطاعت می‌کنند و دیگر نیازی به داده‌های ارزشی که توسط عواملان عرضه می‌شوند، ندارند (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۸۷).

هابرماس کنش‌های زیادی را بررسی و در نهایت، همه را در سه دسته خلاصه می‌کند: کنش راهبردی، نمایشی و هنجاری. او معتقد است: در هر کنشی سه عنصر وجود دارد: خود، دیگری، امر مشترک. در «کنش راهبردی» به امر مشترک و جهان عینی توجه می‌شود، نه خود و نه دیگری. در «کنش نمایشی» دیگری فراموش می‌شود و همواره بر کنش فرد تأکید می‌گردد، و در «کنش هنجاری» خود و عاملیت و خلاقیت آن فراموش می‌شود.

او معتقد است: این سه ناقص هستند و کنشی کامل است که هر سه (یعنی جهان ذهنی، جهان عینی و جهان اجتماعی) را با هم داشته باشد؛ یعنی از روی حسن نیت و صداقت، منطبق با واقعیت و منطبق با قواعد و عرف جامعه باشد و چنین کنشی را «کنش ارتباطی» می‌نامد (شوتس، ۱۳۹۱، ص ۳۲۲).

از مفاهیم مهم این نظریه که به هابرماس اجازه می‌دهد تا فراتر از رویکردهای سابق برود، استفاده گسترده او از نظریه «نظام‌ها»، به‌ویژه «جهان‌نظام» و «زیست‌نظام» است (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۸۸). او تصریح دارد که این

اصطلاح را که در جامعه‌شناسی تفهیمی رواج دارد، از کارهای متأخر هوسرل و ویتگنشتاین برگرفته و خود آن را برای نظریه «کنش ارتباطی» بازسازی و بومی کرده است (هابرماس، ۱۳۹۲، ص ۵۰۹).

«جهان‌نظام» عبارت است از: دولت، سرمایه‌داری و سازمان‌های عریض و طویل دیوان‌سالار یا سرمایه‌دار. «زیست‌جهان» نیز شامل همبستگی، تماس رودررو، خانواده، اجتماع، و تعهدات محکم ارزشی است. هابرماس تصویری ارائه می‌کند که در آن، جهان‌نظام با آغاز تجدد در حال تجاوز به جهان زندگی یا استعمار آن است؛ یعنی پول و قدرت، موقعیت برتر یافته‌اند و جلوی عقلانیت ارتباطی راستین را می‌گیرند و رسانه‌ها اینک به جایی تجاوز می‌کنند که بدان تعلق ندارند، و به تدریج جای تعهدات اخلاقی، عاطفی و ارزشی را به‌مثابه بازیگران اصلی در سازمان زیست‌جهان می‌گیرند.

این فرایند تاکنون با نابودی عرصه عمومی به دست رسانه‌های سرمایه‌داری، رشد بوروکراسی‌های بی‌معنای «کافکایی»، واژگونی مردم‌سالاری در شرکت‌های بزرگ، ادامه بی‌عدالتی و اشغال جای مردمی که فعالانه بحث و با هم ارتباط برقرار می‌کردند به وسیله کارگران و مالیات‌پردازان و مصرف‌کنندگان منفعل، همراه بوده است. هابرماس در جست‌وجوی راهی است تا زیست‌جهان دوباره زنده شود و بتواند علیه نیروهای استعمارگر عقلانی دیوان‌سالار که همه‌چیز را تبدیل به کالا می‌کنند، بایستد. پاسخ این امر در نظریه «عقلانیت ارتباطی» است. این پاسخ عبارت است از: گفت‌وگوی روشن، شرافتمندانه و آگاهانه بین افراد، و گفت‌وگویی که از قیود تحریف‌کننده ایدئولوژی و قدرت رها باشد (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۸۸-۸۹).

از دید هابرماس سه بعد از زیست‌جهان وجود دارد:

۱. دنیای عینی که حقایقی را مستقل از اندیشه انسانی بیان می‌کند.
 ۲. دنیای اجتماعی که مرکب از ارتباطات بین‌الذنهانی افراد است.
 ۳. دنیای ذهنی که مربوط به تجارب شخصی افراد است (هابرماس، ۱۹۹۰، ص ۱۳۳-۱۴۱).
- طرفین گفت‌وگو براساس تعامل صحیح میان این سه جهان، حقیقتی را از جهان خارج برگرفته و با صداقتی که در جهان درون خود دارند، به صورت صحیح که جهان بین‌الذنهانی آن را تأیید کند و صحیح بداند، بیان می‌کنند (هولاپ، ۱۳۸۸، ص ۲۹).

۴. امکان‌سنجی سیاست‌گذاری فرهنگی براساس نظریه فرهنگی هابرماس

براین‌فی از نظریه‌های هنجاری با عنوان «نظریه‌های توانش» یاد کرده، می‌گوید: این دست نظریه‌ها در علوم اجتماعی فراوانند. سپس برای مثال، نمونه‌هایی را ذکر می‌کند؛ از جمله می‌گوید: نظریه هابرماس یک نظریه «توانش» است؛ زیرا دست به تبیین قواعد، ساختارها و قابلیت‌های اموری می‌زند که حاکی از توانایی کارگزاران برای انتقال معانی در اعمال، اظهارات و تولیداتشان است (فی، ۱۳۹۰، ص ۱۹۳).

از سوی دیگر در بحث مفاهیم در این جستار، به ماهیت هنجاری علم سیاست‌گذاری اشاره شد و اینکه برون‌داد همه این دانش‌ها تولید هنجارها و توصیه‌هایی به‌مثابه سیاست‌های اجتماعی یا فرهنگی و اقتصادی و مانند آن

است. بنابراین، ماهیت هنجاری نظریه‌های هابرماس، اندیشه‌ی او را به صورت گنجینه‌ای غنی از دلالت‌های سیاسی در امور اجتماعی و فرهنگی درآورده که مانند بسیاری از اندیشه‌های جامعه‌شناختی توصیفی نیست که با تحلیل‌های متعدد و - به اصطلاح - فلسفی و منطقی با وسایط متعدد و بالعرض پس از طی فرایندهای سیاست‌پژوهی، سیاست‌هایی را از آنها استخراج نمود، بلکه از هنجارهای آن گزاره‌های سیاسی و الزامات و توصیه‌های سیاسی می‌جوشد.

به همین علت است که تأثیر هابرماس در حوزه‌ی سیاست‌گذاری فرهنگی چنان پررنگ است که مک‌گویگان او را صاحب یک گفتمان می‌داند. مک‌گویگان سه نوع گفتمان در سیاست‌گذاری فرهنگی معرفی می‌کند: گفتمان دولتی، گفتمان بازار، گفتمان ارتباطی (مدنی) (مک‌گویگان، ۱۳۸۸، ص ۹۳).

البته تولید سیاست به‌تنهایی کافی نیست و باید سیاست‌های حاصل شده قابل اجرا هم باشند. اینکه آیا سیاست‌های به‌دست‌آمده از نظریه‌ی هابرماس قابل اجرا هستند یا خیر، سخنی دیگر است که در مبحث «نقد دلالت‌ها» به آن اشاره خواهد شد.

۵. دلالت‌های نظریه‌ی هابرماس در سیاست فرهنگی

تأکید هابرماس بر زیست‌جهان و نقد نهادهای دولتی (سیستم)، در حقیقت نظریه‌ی او را بسیار به متن سیاست فرهنگی نزدیک کرده است. نظریه‌ی هابرماس تا آنجا قوی است که امثال مک‌گویگان را متقاعد ساخته است بر این باور شوند که این نظریه توانمندی ایجاد یک گفتمان در سیاست‌گذاری فرهنگی را دارد. از نظر ایشان در سیاست‌گذاری فرهنگی سه گفتمان وجود دارد: دولتی، بازار، ارتباطی - مدنی هابرماس (مک‌گویگان، ۱۳۸۸، ص ۹۳).

«گفتمان ارتباطی» معتقد است: زیست‌جهان توسط خرد ابزاری استعمار شده و دولت و بازار به شکل ابزاری با فرهنگ برخورد می‌کند تا از آن ابزاری برای شاخ و برگ دادن به دولت - ملت یا تقلیل تمام ارزش‌ها به ارزش مبادله‌ای از طریق اعمال اصول بازار بر فرهنگ و اقتصاد فرهنگ بسازد (مک‌گویگان، ۱۳۸۸، ص ۱۳۰).

طبق این اندیشه، سیاست فرهنگی باید مشتمل بر اصولی برای ایجاد آثار هنری و ادبی ناب و نه محصول صنعت فرهنگ و نیز توسعه مشارکت مردمی در سیاست‌های فرهنگی، تفاهم بیشتر صاحب‌نظران فرهنگی با الگوهای ارتباطی عقلی و کلامی و خلاصه تلاش در جهت شکل‌گیری بعد کنش ارتباطی با محوریت گفت‌وگوهای عاقلانه و صادقانه و صحیح در زیست‌جهان باشد؛ یعنی فضای عمومی فرهنگ جامعه به این سمت حرکت کند که قدرت و حیطة سرمایه‌داری دولت سایه شوم خود را از سر حوزه عمومی کم کند تا انسان‌ها آزاد و با نگرش انتقادی، حقایق عینی را صادقانه و به صورت صحیح با یکدیگر به مفاهیم بنشینند و سعی کنند عناصر مشترک در ارتباطات کلامی خود را کشف کنند.

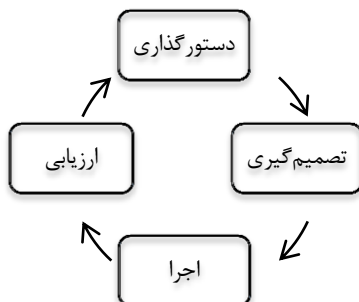
با شکل‌گیری این کنش ارتباطی امید است نوعی اشتراک بین‌الذلهانی در جامعه شکل گیرد و فرهنگ نیز که به شدت تحت تأثیر این تعاملات و بلکه از جهتی نفس همین تعاملات است، بیش از قبل بارور گردد. هنری هم که تولید می‌شود باید در جهت همین اهداف (یعنی رهایی از سلطه و تربیت انسان ناب و خردورزی انتقادی) باشد.

۶. نقد دلالت‌های نظریه هابرماس در سیاست فرهنگی از منظر دانش سیاست‌گذاری

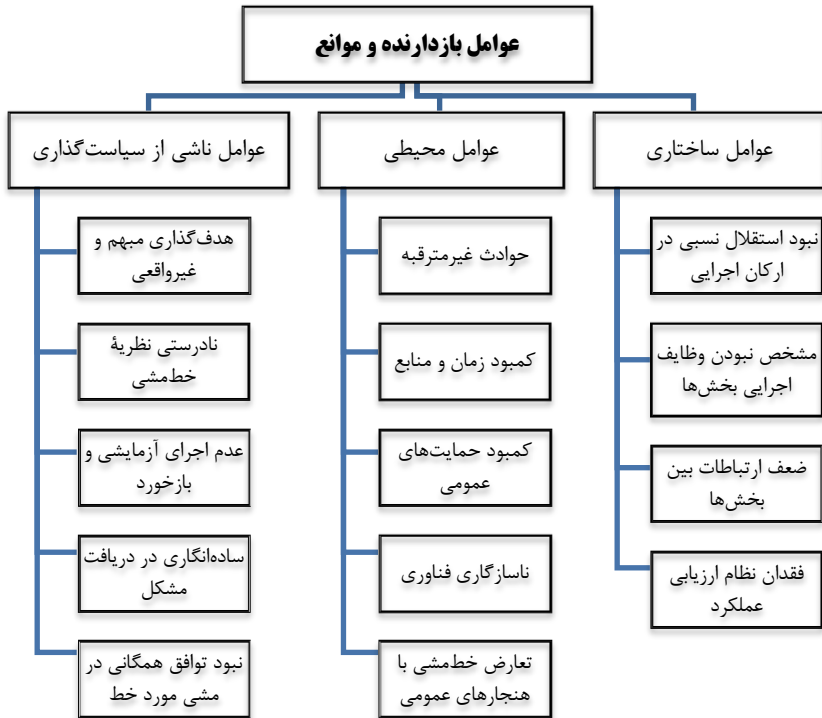
اشکالی که در اینجا به ذهن می‌آید این است که نظریه هابرماس آرمانی است و نتیجه این سخن ناتوانی آن در تولید سیاست فرهنگی است. فلیپ اسمیت می‌گوید: وجود تفکر آرمان‌شهری یا خیال‌پردازانه از اینجا در اندیشه هابرماس آشکار می‌شود که تشخیص او از بیماری‌های جامعه امروزی از درمانی که پیشنهاد می‌کند، متقاعدکننده‌تر است. او درباره راه‌های ملموس بنا کردن یک جهان بهتر، سخن چندان برای گفتن ندارد و ظاهراً بر این باور است که وظیفه وی تشخیص امکان عقلانیت ارتباطی بوده و از این راه امکان انتخاب آزادانه آن را در اختیار مردم قرار داده است. از دیدگاهی واقع‌بینانه، این کافی نیست، بلکه همچنین لازم است به فکر شکل‌های نهادینه‌ای بود که بتواند از این عمل حمایت کنند. این شکل‌ها می‌توانند شامل گونه‌های متنوعی از رسانه‌های عمومی، جنبش‌های اجتماعی قشرهای محروم، فعالیت‌های مدنی و مانند آن باشند (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۸۹).

ممکن است گفته شود: هابرماس خود اعتراف دارد که حوزه عمومی، هم آرمانی است و هم واقعی؛ زیرا او ادعا دارد - دست کم - در قرن هجدهم حوزه عمومی تحقق یافته است (مک‌گویگان، ۱۳۸۸، ص ۱۲۷). پاسخ این است که در اشکال عرصه عمومی هابرماس، قهوه‌خانه‌ها در اصل محل تردد مردان تحصیل کرده و در عین حال مرفه بودند و طبقه کارگر، زنان و اقلیت‌ها را با وسایل رسمی یا غیررسمی از رفت و آمد به قهوه‌خانه‌های محل بحث و فحص محروم می‌کردند (اسمیت، ۱۳۸۷، ص ۸۵-۸۶). بنابراین، چنین نیست که حوزه عمومی مدنظر وی در آن سال‌ها نیز واقعاً عرصه عقلانیت محض و فارغ از تبعیض‌های جنسیتی و طبقاتی بوده باشد. در هر صورت بازآفرینی اصل این اشکال، یعنی آرمانی بودن نظریه هابرماس و در نتیجه ناتوانی آن در سیاست‌گذاری، با ادبیات سیاست‌گذاری، چنین است:

ویلسون و همکارانش در اواخر قرن نوزدهم تا اوایل قرن بیستم چنین ترویج می‌کردند که وظیفه خطمشی‌گذاران تنها تنظیم و تصویب سیاست‌هاست و مرحله اجرا مشکل‌آفرین نیست و این مربوط به نظام‌های اداری و دیوان‌سالاری است؛ اما مطالعات پرسمن و ویلداوسکی نشان داد اجرا بدون پشتیبانی خطمشی‌گذاران تحقق نخواهد یافت. در اینجا بود که مراحل اجرا و ارزیابی نیز به فرآیند سیاست‌گذاری افزوده شدند و ماهیت این دانش به صورت چرخه‌ای چهاربخشی به صورت نمودار (۱) درآمد:



حاصل این مطالعات شناخت عواملی بود که اجرای خطمشی‌ها را آسان یا دشوار یا ناموفق می‌کرد (قلی‌پور، ۱۳۹۶، ص ۱۹۲-۱۹۵). نگارنده یکی از تقسیماتی را که در زمینه عوامل ناکامی خطمشی‌ها وجود دارد، در نمودار (۲) ارائه کرده است:



نمودار ۲: عوامل بازدارنده و موانع اجرای کامل خطمشی (قلی‌پور، ۱۳۹۶، ص ۱۹۷-۲۰۱)

براساس این نمودار و با توجه به ضعف‌هایی که برای نظریه فرهنگی هابرماس گفته شد، می‌توان گفت: اشکالی که با عنوان «ناتوانی این نظریه برای خطمشی‌گذاری» بیان شده، به علت ضعف آن در عوامل مربوط به سیاست‌گذاری در بخش اول (یعنی هدف‌گذاری مبهم و غیرواقعی) است. گرچه سایر مؤلفه‌های پنج‌گانه ضعف سیاست‌گذاری این نظریه نیز هریک می‌تواند در ناکامی آن نقش داشته باشد.

۷. نقد دلالت‌های نظریه هابرماس در سیاست فرهنگی از منظر قرآن و حدیث

نقدی که از منظر قرآن و حدیث بر این دلالت‌ها وارد است تبیین و تقریری دیگر از همان هدف‌گذاری مبهم آن است که ریشه در ساده‌انگاری در دریافت مشکل (به‌مثابه دو مؤلفه از مؤلفه‌های ناکامی در اجرای سیاست‌ها) دارد که در مبحث قبل بیان شد.

توضیح آنکه لازمه انسان‌شناختی اندیشه هابرماس این است که انسان از منظر هابرماس موجودی عاقل است که عقل او همواره همه خیر و شر را می‌فهمد و هرچه را هم از خیر و شر هم درک کند در زندگی پیاده می‌سازد؛ یعنی از خیر پیروی و از شر دوری می‌کند. او انسان را فارغ از تعارض‌های نفس اماره و خودخواهی در نظر گرفته و نیروهای معارضی را نیز که عقل گاه از ادراک خیر عاجز می‌کنند - چه رسد به فرمان به پیاده کردن آن خیر در زندگی - در نظر گرفته است.

اما در انسان‌شناسی قرآنی و حدیثی، انسان دارای ماهیتی ارضی (خاکی / زمینی) است که اقتضای این ماهیت، تعارض و تضاد است. هر موجودی که از جنس خاک باشد، به غذا و آب و مسکن و مانند آن نیاز دارد که مقتضای اینها داشتن قوه شهوت است. او همچنین برای حفظ خود به قوه غضب نیاز دارد. بدین‌سان زمینه برای درگیری و افزون‌خواهی در وجود او کاملاً فراهم است. فرشتگانی که به خلقت انسان خاکی معترض بودند نیز ظاهراً به سبب اقتضای ماهیت خاکی و مادی که تضاد و تعارض بود، گفته بودند: آیا کسی را می‌آفرینی که در آنجا فساد و خونریزی کند، و حال آنکه ما به ستایش و تسبیح تو مشغولیم و تو را تقدیس می‌کنیم؟! (بقره: ۳۰؛ نیز ر.ک: طباطبائی، ۱۴۱۷ق، ج ۱، ص ۱۱۵).

مطابق همین مبنای انسان‌شناختی است که قرآن کریم وقتی دستور به سازش میان همسران می‌دهد این گزاره انسان‌شناختی را هم افزوده است: «درون انسان‌ها را بخل و حرص فراگرفته است»، و در ادامه نیز «نیکی» و «تقوا» را به‌عنوان دو عنصر متقابل با حرص و خودخواهی درونی معرفی نموده است (نساء: ۱۲۸).

بنابراین، رویکرد عقلانی محض و ارتباط عقلانی و گفت‌وگوی عقلانی هرگز نمی‌تواند به‌تنهایی راه سعادت را فراروی انسان و جامعه بشری بگشاید و آرمان‌هایی را که هابرماس از حوزه عمومی انتظار دارد، برآورده سازد. انسان تنها با نیروی تقوا که از یکی از راه‌های سه‌گانه (یعنی: یاد محبت‌آمیز خدا یا خوف جهنم یا شوق به بهشت) قابل کسب است، می‌تواند ساخته شود و البته عقل هم در این زمینه ابزاری در خدمت تولید نیروی تقواست، اما به‌تنهایی قدرت تربیت انسان را ندارد؛ زیرا گرچه ندای آن در درون هر انسانی بلند است، اما قدرت اجرایی آن در اثر هواهای نفسانی و غلبه خودخواهی‌ها بسیار ضعیف شده و با کمترین درخشش هواهای نفسانی فروغ آن خاموش می‌شود. امیرمؤمنان علی علیه السلام می‌فرماید: «بیشترین زمین خوردن‌های عقل به هنگام درخشش طمع‌ورزی‌هاست» (نهج‌البلاغه، ۱۴۱ق، حکمت ۵۰۷).

بنابراین هابرماس ریشه مشکل را نادیده گرفته و در نتیجه، هم علتی سطحی را کشف کرده و هم راهکاری سطحی ارائه داده است. ساده‌انگاری در کشف علت عبارت است از: توجه به مشکلات ظاهری و عارضی به جای اصل مشکل؛ مثل اینکه در جامعه‌ای که روح عدالت وجود ندارد و در نتیجه عوارض بی‌شماری ایجاد شده است، خط‌مشی‌گذاران به جای توجه به اصل مشکل، به دنبال وضع خط‌مشی‌هایی باشند که از طریق قوه قهریه به اجرا درمی‌آید و ظواهر مشکل را برمی‌دارند (الوانی، ۱۳۶۹، ص ۱۴۰).

هابرماس به دنبال ایجاد عدالت و صلح از طریق گفت‌وگو در حوزه عمومی است، اما از این حقیقت غافل است که بنای انسان‌ها در طبیعت آنان، غلبه بر یکدیگر و حق‌کشی است، مگر مؤمنان باتقوا که تربیت شده و نفس اماره را مهار کرده‌اند: «إِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَ قَلِيلٌ مَّا هُمْ» (ص: ۲۴)؛ بسیاری از شریکان جز کسانی که ایمان آورده‌اند و کارهای شایسته کرده‌اند - و اینان نیز اندک هستند - بر یکدیگر سرکشی می‌کنند.

از این رو خدای متعال رسولان و کتب آسمانی را برای تربیت بشر فرستاده است تا از ظلم به هم نجات یافته و به عدل و قسط برسند: «لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ» (حدید: ۲۵)؛ ما پیامبرانمان را با دلیل‌های روشن فرستادیم و با آنها کتاب و ترازو را نیز نازل کردیم تا مردم به عدالت عمل کنند. هابرماس عقلانیت ارتباطی و توانایی‌های کلامی و ارتباطی و عمل تفاهمی را توصیه می‌کند تا بشر را از سلطه عقلانیت ابزاری و شیء‌گشنگی نجات دهد تا فرد بتواند امکان «عمومی» شدن علایق خود را بیابد. اما سخن اینجاست که چگونه می‌توان علایق خصوصی را به عمومی تبدیل کرد؟! هابرماس نقد ایدئولوژی (یعنی زدودن کژی‌ها و اختلافات ایدئولوژی از پیکر ارتباطات کلامی) را توصیه می‌کند (بشیریه، ۱۳۸۸، ص ۶).

اما بر فرض که ایدئولوژی را بتوان از ذهن و ارتباط کلامی دور کرد، اما مگر انسان همواره پیرو استدلال عقلانی صرف است و با اندیشه ناب به مصاف گفتار دیگران می‌رود؟! انسان معجونی از عقل و عواطف و احساسات و روحيات و حتی آرزیم‌ها و هورمون‌هاست و همه اینها نیروهایی هستند که بر انسان مسلط هستند و در وجود او نقش آفرینی می‌کنند. انسان تنها نیروی عقل نظری نیست. باید از راه تربیت عملی و دور کردن ردایل و آلودگی‌های احساسی و عاطفی و غریزی و حتی آلودگی‌های عقلی که گاه به مقتضای امیال شخصی استدلال عقل را هم به ورطه نابودی می‌کشاند و به مغالطه و تولید استدلال شیطانی به نفع خود می‌پردازد، تفاهم و ارتباط عقلی و کلامی را میسر سازد.

قرآن کریم در این زمینه می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَ قُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا» (احزاب: ۷۰)؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، از خدا بترسید و سخن درست بگویید. قرآن راه رسیدن به سخن عقلانی دقیق، راست و محکم و دور از کژی و نامعقولی و پاک از هوس را عبور از طریق تقوا دانسته است. سخن در حقیقت بروز دادن گونه‌ای ارتباط فرد با درون خود و نگرشی است که درباره خود و هستی دارد.

کسی که از خودخواهی و طمع و حرص و آزرها نشده باشد هرگز نمی‌تواند در مصاف با منافع شخصی، سخنی براساس منطق بر زبان براند. ذهن و قوه عقلانی نظری او به حقیقت فتوا می‌دهد. دل و عواطف و شخصیت ناپرداخته و عقل عملی نحیف او اجازه خضوع در برابر حق را نمی‌دهد و در نتیجه سخن حق بر زبان و در ارتباط گفتاری او جاری نمی‌شود.

البته هابرماس کتابی که در موضوع «اخلاقیات و کنش ارتباطی» با عنوان *Moral Consciousness and Communicative Action* نوشته، مدعی است: فرایند گفت‌وگو باید به صورت مداوم تا حصول به تفاهم و توافق

مدنظر کنشگران ارتباطی و حل و فصل کشمکش‌های پیش‌آمده ادامه یابد و البته این فرایند باید تحت نظر هنجارهای اخلاقی معتبر باشد (هابرماس، ۱۹۹۰، ص ۶۷).

اما سخن اینجاست که چه ضمانتی برای برقراری صحیح این هنجارهای اخلاقی وجود دارد و چه کسی باید این هنجارها را تعیین کند؟ وقتی دو طرف گفت‌وگو در پی منفعت خود هستند، اولین فروغی که در اثر دمیدن هوای نفس آنان خاموش می‌شود همین هنجارهاست. همچنین او از مواضع مشترکی سخن می‌گوید که مفاهیمی مقبول و محل اجماع و وفاق همه است و انسان‌ها در آن مواضع می‌توانند به توافق برسند (هابرماس، ۱۹۹۰، ص ۱۳۴-۱۳۵).

البته چنین مفاهیمی گرچه وجود دارند، اما سخن بر سر این است که مگر انسان‌ها همواره برای آنچه عقل ایشان معترف باشد خضوع می‌کنند؟! اگر چنین است چرا جامعه در حل مشکل اولیه کوچک‌ترین اجتماع انسانی که خانواده باشد، عاجز است و هنوز دعوی زن و شوهرها را حل نکرده و برخی فمینیست‌ها به این نتیجه رسیده‌اند که کره زمین را بین مردان و زنان به دو نیمه کرده، جدای از هم زندگی کنند!

قرآن کریم به لطافت دربارهٔ اختلاف‌های خانوادگی می‌فرماید: «أُخْصِرَتِ الْأَنْفُسُ الشُّحَّ» (نساء: ۱۲۸)؛ یعنی هریک از زن و مرد می‌خواهد خواست خود را غلبه دهد (راوندی، ۱۴۰۵ق، ج ۲، ص ۱۹۱)، و دربارهٔ غیرمومنان و وضعیت متشتت درونی آنها فرموده است: «تَحْسَبُهُمْ جَمِيعًا وَقُلُوبُهُمْ شَتَّى» (حشر: ۱۴)؛ یعنی حوزهٔ عمومی با محوریت گفت‌وگوی عقلانی هم اگر فارغ از ایمان باشد، دل‌هایی پریشان را در کنار هم گرد آورده است که هرگز سخن هم را نمی‌فهمند.

اما طبق مبانی اسلامی، گفت‌وگو تنها در سایهٔ توحید و ولایت مطلوب است و به عبارت دیگر، «من - تو - ما» یک الگوی کاملاً غلط و نشدنی است و آن «ما» را هرکس براساس میل خود و در فضای درونی خود ترسیم می‌کند، مگر الگوی اسلامی «من - تو - او» که حدود الهی برای هرکس تعیین تکلیف می‌کند.

۸. الگوی جایگزین: کنش ارتباطی درون‌فردی متقدم بر کنش ارتباطی در حوزه عمومی

با توجه به نقدهایی که در مرحلهٔ قبل گفته شد، به نظر می‌رسد پیش از اصلاح کنش ارتباطی در حوزهٔ عمومی، لازم است کنش ارتباطی درون‌فردی تصحیح و اصلاح شود؛ به این معنا که در برابر یا - به تعبیر دقیق‌تر - در متن و هستهٔ حوزهٔ عمومی (که حوزهٔ فعالیت خانواده‌های سرمایه‌داری به‌عنوان شهروندان طبقهٔ متوسط در جامعه است) و حوزهٔ خصوصی که (همان بازار است) و حوزهٔ صمیمی (که همان محیط خانوادگی است) به‌مثابه مفاهیم اساسی هابرماس، باید حوزهٔ درونی و کنش در این عرصه را به‌عنوان عرصهٔ متقدم بر حوزهٔ خصوصی و عمومی در نظر گرفت که حقیقت کنش در آنجا شکل می‌گیرد.

همچنین به نظر می‌رسد تنها راه برای اصلاح این کنش (یعنی ارتباط درون‌فردی صحیح) نیز ارتباط صحیح با خداست. «مانند کسانی نباشید که خدا را فراموش کردند، پس خدا نیز خودشان را از یادشان برد» (حشر: ۱۹).

«کسی هم که یاد خدا را فراموش کند، شیطان بر او مستولی شده است» (مجادله: ۱۹). پس فراموشی «خود» همان تسلط کامل شیطان است. در اینجاست که انواعی از درگیری رخ می‌دهد.

قرآن کریم سخن از عقلانیتی به میان آورده که مانع تعارض است (حشر: ۱۴)؛ عقلانیتی که در مقابل شیطان می‌ایستد که همان درک قلبی و معرفت درونی است و در اثر معنویت رشد می‌یابد، نه عقل محاسبه‌گر و دنیوی. آری، با شناخت نفس است که انسان به محبت خدا می‌رسد و دست از فانیات و حرص و بخل برمی‌دارد که مطابق آیه قرآنی - در بحث قبل - مانع هر نوع انس و صلح است.

دلیل بر این مدعا روایت امیرمؤمنان علی^{علیه السلام} است که می‌فرمایند: «هرکس خود را شناخت کارش بزرگ می‌شود» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، ص ۵۹۱). نیز می‌فرمایند: «هرکس نفس را بشناسد، آن را با فانیات تحقیر نمی‌کند» (همان، ص ۶۲۷). در اینجاست که او به منتهای هر دانشی خواهد رسید (همان، ص ۶۵۰) و غیر خود را به خوبی می‌شناسد (همان، ص ۶۳۶) و از این‌رو درگیری و تنازع با غیر خود نخواهد داشت؛ همان‌گونه که قرآن کریم درباره بهشتیان فرموده است: «و زنگار هر کینه (و حسد و خوی زشت) را از آئینه دل آنان بزدایم» (اعراف: ۴۳) و از این‌رو «با هم در سلم و صلح‌اند» (یونس: ۱۰) و «همواره برادرانه رو به روی هم می‌نشینند» (صافات: ۴۴: دخان: ۵۳؛ واقعه: ۱۶).

این جلوس متقابل (روبه‌روی هم) کنایه از انس و الفت و دوست داشتن و پذیرش همدیگر است؛ همان‌گونه که در آیه‌ای به صراحت فرموده است: «کینه و کدورت را از دل‌هایشان بر می‌کنیم» و در ادامه فرموده است: «پس برادرانه در مقابل هم می‌نشینند» (حجر: ۴۷). اما در وصف جهنمیان فرموده است: «هر گروهی که می‌روند دیگری از همراهان خود را لعنت می‌کنند» (اعراف: ۳۸) و «همواره با هم در منازعه و درگیری هستند» (ص: ۶۴).

همچنین در روایت است که «هرکس خدای خود را بشناسد او را دوست خواهد داشت» (دیلمی، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص ۲۵). از سوی دیگر در «مناجات شعبانیه» آمده است: «خدایا، من قدرت کناره‌گیری از گناه را نداشتم، مگر زمانی که محبت تو مرا از غفلت بیدار کرد و پس از آن درونم از لوٹ گناه پاک شد» (سیدبن طاووس، ۱۳۷۶، ج ۳، ص ۲۹۸).

بنابراین با توجه به مباحث قبل و مباحث اخیر، رسیدن به محبت خدا و معرفت او ملازم با معرفت نفس است. این ملازمه در معرفت ولیّ مطلق الهی نیز وجود دارد؛ همان‌گونه که در روایت آمده است: «هرکس مرا شناخت خدایش را شناخته است» (صدوق، ۱۳۹۸ق، ص ۱۶۵). نیز در دعا فرموده است: بدون شناخت خدا نیز امکان شناخت پیامبر و ولیّ خدا ممکن نیست: «اللَّهُمَّ عَرَّفْنِي نَفْسَكَ؛ فَإِنَّكَ إِنْ لَمْ تُعَرِّفْنِي نَفْسَكَ لَمْ أَعْرِفْ نَبِيَّكَ. اللَّهُمَّ عَرِّفْنِي رَسُولَكَ؛ فَإِنَّكَ إِنْ لَمْ تُعَرِّفْنِي رَسُولَكَ لَمْ أَعْرِفْ حُجَّتَكَ. اللَّهُمَّ عَرِّفْنِي حُجَّتَكَ؛ فَإِنَّكَ إِنْ لَمْ تُعَرِّفْنِي حُجَّتَكَ صَلَّتْ عَنْ دِينِي» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۳۳۷). پس شناخت معرفت خدا و معرفت نفس و معرفت ولیّ خدا ملازم هم هستند.

نیز قرآن کریم می‌فرماید: اتحاد تنها با رحمت و هدایت خاص الهی ممکن است: «وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً وَ لَآيَزَالُونَ مُخْتَلِفِينَ إِلَّا مَن رَّجِمَ رَبُّكَ» (هود: ۱۱۸-۱۱۹) (طباطبائی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۱، ص ۶۱-۶۲) و راه رسیدن به این توحید هم ترجیح نظر مقام ولایت بر خواست خود است که معمولاً از نفس اماره برمی‌خیزد؛ همان‌گونه که در روایت فاطمی است: «و جعل طاعتنا نظاماً للملة و امامتنا اماناً من الفرقه» (طبری، ۱۴۱۳ق، ص ۱۱۳).

از سوی دیگر، با توجه به اینکه در بند قبل گفته شد که معرفت نفس همان معرفت الهی است، پس معرفت نفس، معرفت رب و معرفت امام، هر سه جلوه‌ای از یک حقیقت دانسته شده که این حقیقت هم در دعای یادشده با دین یکی دانسته شده که دین نیز فطرت است؛ زیرا در قرآن فرموده که دین همان فطرت است: «فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَ لَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ» (روم: ۳۰).

بنا بر آنچه گفته شد، انسان در ارتباط درون‌فردی با خود و معرفت نفس، به دو جلوه دیگر، یعنی معرفت رب و معرفت ولی خدا نیز دست خواهد یافت و کنش‌های جمعی او از این ارتباط حاصل می‌شوند. بهترین توضیح برای این ارتباط و حصول کنش جمعی از کنش درون‌فردی یادشده، فرازی از دعای «مناجات شعبانیه» است که فرموده: «پروردگارا، مرا از آنان قرار ده که او را صدا زدی، پس اجابت نمود و به او نظر کردی و او از جلال و عظمت مدهوش شد» (نفسانیت و حرص و آز از درون او برکنده شد). پس از درون با او راز گفتمی و او آشکارا برای تو عمل کرد» (سیدبن طاووس، ۱۳۷۶، ج ۳، ص ۲۹۹). این عمل کردن، همان کنش فردی و جمعی و خانوادگی او در همه ساحت‌هاست که مطابق نجوای الهی است؛ همان‌گونه که در حدیث «قرب نوافل» هم درباره انسان کامل فرموده است: «خدای متعال دست و پا و چشم و گوش و زبان او می‌شود» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۳۵۲)؛ یعنی همه مجاری ادراکی و تحریکی او که بستر هرگونه ارتباط در تعامل فرهنگی است، الهی خواهد شد و تحت ولایت الهی قرار خواهد گرفت.

در روایت دیگری آمده است: «خدای متعال به جای عقل او، وی را رهبری می‌کند و نیز مجالست و معاشرت او با مردم همگی ربانی و با هدایت و نور الهی و تجلی حق تعالی در وجود او خواهد بود» (فیض کاشانی، ۱۴۰۶ق، ص ۲۶، ۱۴۷ و ۱۴۸؛ طباطبائی، ۱۴۱۷ق، ج ۶ ص ۱۷۵ و ۱۷۶).

با توجه به مطالب این بخش، به خوبی می‌توان تا حدی به حقیقت این روایت راهبردی پی برد که امام علی علیه السلام فرموده است: «كَانَتْ الْفُقَهَاءُ وَالْعُلَمَاءُ إِذَا كَتَبَ بَعْضُهُمْ إِلَى بَعْضٍ كَتَبُوا بِثَلَاثَةِ لَيْسَ مَعَهُنَّ رَابِعَةٌ: مَنْ كَانَتْ هِمَّتُهُ آخِرَتَهُ كَفَاهُ اللَّهُ هِمَّةً مِنَ الدُّنْيَا، وَمَنْ أَصْلَحَ سِرِّيَرَتَهُ أَصْلَحَ اللَّهُ عَلَانِيَتَهُ، وَمَنْ أَصْلَحَ فِيمَا بَيْنَهُ وَبَيْنَ اللَّهِ - عَزَّ وَجَلَّ - أَصْلَحَ اللَّهُ - تَبَارَكَ وَتَعَالَى - فِيمَا بَيْنَهُ وَبَيْنَ النَّاسِ» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۸، ص ۳۰۷). دو فراز اخیر این حدیث، به‌ویژه فراز سوم، مربوط به ارتباط درون‌فردی انسان است و برگزاری صحیح این ارتباط را که حقیقت آن همان ارتباط

خالصانه با خدای خویش و موجب تعالی نفس انسان است، ضامن ارتباط اجتماعی صحیح، بلکه تصحیح ارتباطات ناسامان و موانع و مشکلات موجود در ارتباطات اجتماعی انسان می‌داند.

ممکن است گفته شود: همان‌گونه که در تبیین اندیشه فرهنگی هابرماس بیان شد، از دید وی نیز دنیای ذهنی که مربوط به تجارب شخصی افراد است، مدنظر است؛ اما باید توجه داشت که مقصود ایشان از «ذهن»، درون به معنای ارتباط درون فردی و نفس مجرد انسانی و منشأ همه کنش‌هاست؛ زیرا در اندیشه مادی ایشان، جایی برای این مفاهیم نیست.

نتیجه‌گیری

هابرماس با تأکید بر تحلیل انتقادی آزاد و ارتباط کلامی صادقانه و صحیح، سعی دارد حوزه عمومی را از سلطه دولت و قدرت و مناسبات اقتصادی برهاند تا در خدمت صلح و ثبات و انسانیت باشد. در این زمینه سیاست‌هایی زیبا و ارزشی می‌توان ارائه کرد که از دل این نظریه برآمده‌اند. اما این سیاست‌ها متأسفانه کارایی لازم در تحقق آن اهداف آرمانی را ندارند. آنچه هابرماس را ناتوان کرده، ضعف الگوارگی آن در بعد انسان‌شناسی است.

با وجود وسعت شگفت‌آور معلومات هابرماس و نبوغ و خلاقیت او که در این نوشتار نیز به آن اشاره شد، اما وی باز هم نگاهی سطحی و ساده‌انگارانه به انسان دارد و براساس همین نگاه چنین پنداشته است که صرفاً با ایجاد فضایی مناسب و به‌دور از اقتدار و سلطه برای گفت‌وگو، حقیقت و عدالت و صلح محقق می‌شود و انسان‌ها در این فضای اجتماعی که «زیست‌جهان» نام دارد، به آسانی در ارتباطی موفق به تبادل اندیشه می‌پردازند؛ اما او از نفس اماره انسان غافل است و تحلیلی درست از انسان ندارد. همان‌گونه که راه تربیت نفس انسان نیز گفت‌وگوی صرف نیست، بلکه تربیت است.

قرآن و روایات معتقدند: انسان‌ها تا وقتی راه تربیت و اصلاح خود را نسپارند از عقل و گفت‌وگو بهره نخواهند برد. اگر انسان‌ها از خودخواهی و حرص و دیگر جلوه‌های تنازع نفس اماره پالوده شوند، ارتباط صمیمانه و صادقانه محقق خواهد شد و در غیر این صورت، تنها در حد آرمان خواهد ماند.

توصیه قرآن و حدیث این است که انسان‌ها در ارتباطی درون فردی در حوزه درونی خود، از حرص و آز و طمع و دیگر ردایل نفس اماره تصفیه شوند تا زمینه برای تعامل منطقی و صحیح براساس خرد ناب و نورانی در حوزه حوزه عمومی فراهم شود.

منابع

- نهج البلاغه، ۱۴۱۴ق، قم، هجرت.
- احمدی، مجتبی، ۱۳۸۷، «تبیین مفهوم و شاخص‌های کنش ولایی در تجربه جماعت‌سازی امام موسی صدر»، *دین و ارتباطات*، ش ۳۴، ص ۳۹-۷۲.
- اسمیت، فلیپ، ۱۳۸۷، *درآمدی بر نظریه فرهنگی*، ترجمه حسن پویان، چ دوم، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- اصلان‌زاده، فاطمه، ۱۳۹۴، «تحلیل سیاست‌گذاری فرهنگی، با تأکید بر نظریه کنش ارتباطی هابرماس»، *علوم خبری*، ش ۱۴، ص ۸۷-۱۱۷.
- آوٹویت، ویلیام، ۱۳۹۳، *هابرماس؛ معرفی انتقادی*، ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، چ دوم، تهران، اختران کتاب.
- الوانی، سیدمهدی، ۱۳۶۹، *تصمیم‌گیری و تعیین خط مشی دولتی*، تهران، سمت.
- بشیریه، حسین، ۱۳۸۸، *جامعه‌شناسی سیاسی: نقش نیروهای اجتماعی در زندگی سیاسی*، چ هفدهم، تهران، نشر نی.
- پهلوان، چنگیز، ۱۳۸۸، *فرهنگ و تمدن*، تهران، نشر نی.
- پیرمردی، محمدجواد، ۱۳۹۳، «نقد نظریه فرهنگی هابرماس بر اساس مبانی اسلامی»، *مطالعات تحول در علوم انسانی*، سال دوم، ش ۱، ص ۴۵-۶۲.
- تمیمی آمدی، عبدالواحدین محمد، ۱۴۱۰ق، *غرر الحکم و درر الکلم*، چ دوم، قم، دار الکتب الاسلامی.
- خان‌محمدی، کریم، ۱۳۹۱، «مقایسه عقلانیت ارتباطی با عقلانیت وحیانی (بر اساس دیدگاه‌های هابرماس و علامه طباطبائی)»، *علوم سیاسی*، ش ۵۷، ص ۳۱-۶۰.
- دیلمی، حسن بن محمد، ۱۴۱۲ق، *ارشاد القلوب إلى الصواب*، قم، شریف رضی.
- راوندی، قطب‌الدین، ۱۴۰۵ق، *فقه القرآن*، قم، مکتبه آیه‌الله المرعشی النجفی.
- سیدین طاووس، علی بن موسی، ۱۳۷۶، *الإقبال بالأعمال الحسنة*، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.
- شوتس، رینر، ۱۳۹۱، *مبانی جامعه‌شناسی ارتباطات*، ترجمه کرامت‌الله راسخ، تهران، نشر نی.
- صدوق، محمدبن علی، ۱۳۹۸ق، *التوحید*، قم، جامعه مدرسین.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین، ۱۴۱۷ق، *المیزان فی تفسیر القرآن*، چ پنجم، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
- طبری آملی، محمدبن جریر، ۱۴۱۳ق، *دلایل الإمامة*، قم، بعثت.
- عباسپور، ابراهیم، ۱۳۹۰، «بررسی روش‌شناسی نظریه «کنش ارتباطی» هابرماس با رویکرد انتقادی»، *معرفت فرهنگی اجتماعی*، ش ۲، ص ۳۵-۶۴.
- فاضلی، نعمت‌الله و مرتضی قلیچ، ۱۳۸۸، *مقدمه بر کتاب بازنديشي در سياست فرهنگي*، تألیف جیمیز مک گوینگان، تهران، دانشگاه امام صادق.
- فی، برایان، ۱۳۹۰، *پارادایم‌شناسی علوم انسانی*، ترجمه مرتضی مردیپناه، چ سوم، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- فیض کاشانی، محمدحسین، ۱۴۰۶ق، *الواقی*، اصفهان، کتابخانه امام علی.
- قلی‌پور، رحمت‌الله، ۱۳۹۶، *تصمیم‌گیری سازمانی و خط‌مشی‌گذاری عمومی*، چ هشتم، تهران، سمت.
- کلینی، محمدبن یعقوب، ۱۴۰۷ق، *الکافی*، چ چهارم، تهران، دار الکتب الاسلامیه.
- گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۷، *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، چ چهارم، تهران، نشر نی.
- مصباح، علی و عبدالله زکی، ۱۳۹۵، «روش‌شناسی علوم اجتماعی از دیدگاه هابرماس و بررسی آن از منظر حکمت متعالیه»، *معرفت فرهنگی اجتماعی*، ش ۲۹، ص ۵-۲۶.

مک گوینگان، جیم، ۱۳۸۸، *بازاندیشی در سیاست فرهنگی*، ترجمه نعمت‌الله فاضلی و مرتضی قلیچ، تهران، دانشگاه امام صادق علیه السلام.
مک‌کارتی، توماس، ۱۳۹۴، *نظریه کنش ارتباطی: عقل و عقلانیت جامعه، زیست جهان و نظام نقادی مفهوم کارکردگرایانه عقل*،
چهارم، تهران، نشر مرکز.

هابرماس، یورگن، ۱۳۹۲، *نظریه کنش ارتباطی*، ترجمه کمال پولادی، تهران، نشر مرکز.
—، ۱۳۸۸، *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی: کاوشی در باب جامعه بورژوازی*، ترجمه جمال محمدی، چ سوم، تهران، افکار.
هولاپ، رابرت، ۱۳۸۸، *یورگن هابرماس (نقد در حوزه عمومی)*، ترجمه حسین بشیریه، چ پنجم، تهران، نشر نی.

Habermas, Jürgen, 1990, *Moral Consciousness and Communicative Action*, Cambridge, Polity Press.

نقش خانواده در توسعه فرهنگی بر اساس آموزه‌های اسلامی


ک عبدالله زکی / دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

zakighaznavi@gmail.com

 orcid.org/0009-0006-2940-0923

h.parsania@ut.ac.ir

حمید پارسانیا/ دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

 <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۲۵ - پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۳۰

چکیده

«توسعه فرهنگی» اساس توسعه و پیشرفت جامعه را تشکیل می‌دهد و هدف اصلی آن خوداتکایی فرد و جامعه است. خانواده به‌مثابه سلول بنیادی جامعه نقش اساسی در پرورش فرد و جامعه دارد. اصولاً جامعه سالم از خانواده سالم و خانواده سالم از افراد سالم تشکیل می‌گردد. با این حال، در بیشتر برنامه‌های توسعه به صورت کلی و توسعه فرهنگی به صورت خاص، به خانواده کمتر توجه شده است. این نوشتار با روش «تحلیل اسنادی» به بررسی نقش خانواده در توسعه فرهنگی براساس آموزه‌های اسلامی پرداخته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که با توجه به شاخص‌های متعدد توسعه فرهنگی (نظیر اعتماد به نفس، آزادی اندیشه، تساوی در برابر قانون، علم‌آموزی، خلاقیت، مشارکت، نفی سلطه، احترام به عقاید و نظرات دیگران) خانواده در تمام آنها به صورت مستقیم تأثیرگذار است. از این رو براساس آموزه‌های اسلامی جایگاه خانواده به‌مثابه یکی از نهادهای مهم اجتماعی در توسعه فرهنگی بسیار برجسته است.

کلیدواژه‌ها: فرهنگ، توسعه فرهنگی، خانواده، خودباوری، پالایش فرهنگی، ارتباط آگاهانه با دیگر فرهنگ‌ها.

«توسعه فرهنگی» در نتیجه شکست‌ها و ناکامی‌های الگوهای «توسعه اقتصادمحور» مطرح شد. پیش از دهه ۷۰، بیشتر برنامه‌های توسعه متکی بر الگوهای سهل‌الوصول اقتصادمحور بود. پس از دهه ۷۰ و شکست الگوهای پیشین، چرخشی در این الگوها اتفاق افتاد و فرهنگ به‌مثابه پیوست الگوهای اقتصادی مطرح شد. در ادامه این روند، به سبب اهمیت جایگاه فرهنگ در توسعه، از ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۷ توسط یونسکو دهه «توسعه فرهنگی» نام گرفت. اهمیت «توسعه فرهنگی» از آنجا ناشی می‌شود که فرهنگ به‌مثابه سرمایه مادی و معنوی متراکم شده و عامل اصلی حفظ هویت جامعه، جایگاه محوری در توسعه و پیشرفت جامعه دارد. از این رو هرگونه توسعه و پیشرفت بدون توجه به فرهنگ، نه تنها به موفقیت نمی‌انجامد، بلکه آسیب‌های جدی بر ساختار اجتماعی یک جامعه وارد می‌کند. از این رو در توسعه فرهنگی، «فرهنگ»، هم هدف است و هم ابزار. هدف از آن روست که غایت توسعه براساس ارزش‌ها و باورهای فرهنگی تعیین می‌گردد؛ و ابزار است؛ بدین معنا که صرف مشارکت در خلق زندگی اجتماعی کافی نیست، بلکه این مشارکت باید مبنای انتقادی داشته باشد و در جهت تغییر به سمت بهبود وضعیت اجتماعی صورت گیرد (پهلوان، ۱۳۷۸، ص ۱۳۷).

درواقع، توسعه فرهنگی دارای دو بعد متکی بر هم است: از یک سو به فعالیت‌ها و امور فرهنگی سنتی گرایش انتقادآمیز دارد، و از سوی دیگر توسعه را تنها به بعد اقتصادی محدود نکرده، بلکه سایر نهادها و بخش‌های اجتماعی و در مجموع، هر چیزی که انسان را قادر سازد تا وضع خود را در برابر دیگران بهبود بخشد، دارای جنبه فرهنگی می‌داند. بر این اساس، یکی از نهادهای مهم اجتماعی که می‌تواند نقش اساسی در گسترش توسعه فرهنگی جامعه به عهده داشته باشد، «خانواده» است. خانواده، حلقه واسط میان فرد و جامعه، نقش بنیادینی در توسعه عمومی و توسعه فرهنگی جامعه دارد.

براساس آموزه‌های اسلامی، خانواده به‌مثابه سلول بنیادین جامعه نقش اساسی در تربیت فرد و جامعه دارد، و اگر از جنبه نهادی نگاه شود خانواده از نظر کمی و کیفی کانون اصلی شکل‌گیری و انتقال ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی است. ارزش‌ها و هنجارهایی همچون فضیلت‌های اخلاقی، رفتارهای بهنجار، سبک زندگی مؤمنانه و متمدن و مانند آن، همگی در چارچوب برخورداری از خانواده مؤمن، سالم، کارآمد، پویا و فعال ممکن است. با این حال، آنچه در الگوهای توسعه در کشورهای در حال توسعه، به‌ویژه ایران پیگیری شده، هیچ‌کدام توجهی به خانواده به‌مثابه سلول بنیادین اجتماع نداشته است.

البته دولت‌ها به لحاظ گفتمانی نگاه خانواده‌ستیز نداشته، بلکه خواهان محافظه‌کاری، سنت‌گرایی، تداوم و گسترش آن بوده‌اند؛ چراکه خانواده را نهاد تحکیم‌بخش نظم اجتماعی تلقی می‌کردند (فاضلی، ۱۳۹۴، ص ۱۷).

اما مسئله اصلی این است که الگوهای توسعه هیچ‌کدام مبتنی بر مشارکت مردم، خانواده و نیروهای اجتماعی نبوده و بدون اینکه مطالعات تجربی از جامعه صورت گیرد، تحت سلطه نظم دیوان‌سالاری (بروکراتیک) و اقتضائات اداری بوده است (همان). البته این کاستی‌ها در الگوی توسعه فرهنگی - دست کم - در سطح نظری وجود ندارد؛ زیرا

توسعه فرهنگی به معنای تأکید بر فرهنگ بومی یک جامعه و ظرفیت‌های نهفته در آن برای توسعه و پیشرفت است. توسعه فرهنگی - در وجه اجباری آن - به معنای تقویت باورهای تعالی‌بخش دینی، ارزش‌های نهفته در فرهنگ بومی، تقویت و تعمیق فرهنگ مشارکت و رقابت، رواج دانش و فن، نظم‌پذیری جمعی و مانند آن است (خانیک، ۱۳۷۵). از این رو مشارکت نهاد خانواده و سایر نیروهای اجتماعی یکی از ویژگی‌های آن به حساب می‌آید. این مقاله با تکیه بر آموزه‌های اسلامی، به دنبال بررسی نقش خانواده به‌مثابه یکی از مهم‌ترین نهادها در اجتماعی، در توسعه فرهنگی است. بنابراین، پرسشی که مطرح می‌شود این است که براساس آموزه‌های اسلامی، نقش خانواده به‌مثابه سولوی بنیادین و یکی از مهم‌ترین نهاد اجتماعی در توسعه فرهنگی چیست؟ پاسخ به این پرسش متضمن پرداختن به پرسش‌های ذیل است: مفهوم «توسعه فرهنگی» چیست و مؤلفه‌ها و شاخصه‌های آن کدام‌اند؟ خانواده در آموزه‌های اسلامی چه جایگاهی دارد؟ و خانواده چه ظرفیت‌هایی در انتقال ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی دارد؟

۱. پیشینه بحث

موضوع این نوشتار به دو بخش «توسعه فرهنگی» و «نقش خانواده براساس آموزه‌های اسلامی در توسعه فرهنگی» تقسیم می‌گردد. درباره بخش اول (توسعه فرهنگی)، شاخصه‌ها و مؤلفه‌های آن پژوهش‌های خوبی صورت گرفته است که به نظر می‌رسد نیازی به ذکر عناوین آنها نیست. اما درخصوص جایگاه خانواده در توسعه فرهنگی بر مبنای آموزه‌های اسلامی، پژوهشی دانشگاهی به دست نیامد. تنها پژوهش نزدیک به این عنوان مقاله ذیل است: مقاله «نقش و جایگاه خانواده در فرایند توسعه فرهنگی جامعه دینی» (آقامحمدیان شعراف، ۱۳۸۷)، که بیشتر رویکرد روان‌شناختی - تربیتی دارد، ضمن اشاره مختصر به مفهوم «توسعه فرهنگی» و اهمیت خانواده از نظر اسلام، شش عامل مذهبی، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، عاطفی، سیاسی، و شناختی را در استحکام خانواده در مباحث نظری بیان می‌کند. نتایج به‌دست‌آمده از این تحقیق حاکی از آن است که باور و بی‌باوری، کنترل مسئله، و اعتماد زنان و مردان متقاضی طلاق، میانگین نمره‌شان پایین‌تر از مردان و زنان غیرمتقاضی طلاق است. اما درباره «خلاقیت» تفاوت معناداری بین دو گروه متقاضی و غیرمتقاضی مشاهده نشده است.

علی‌رغم بی‌توجهی محققان به نقش خانواده در توسعه فرهنگی، درباره نقش زنان در توسعه و پیشرفت فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تحقیقات گسترده‌ای صورت گرفته است که بیشتر بر توانمندی و مشارکت زنان در امور اجتماعی تأکید دارند. این‌گونه تحقیقات هرچند به نقش خانواده به‌مثابه نهاد مهم اجتماعی، در توسعه فرهنگی نپرداخته، اما به بخش مهم خانواده که زنان هستند، توجه کرده‌اند.

مقاله «ملاحظات درباره نقش زنان در توسعه فرهنگی» (گیوه‌چیان، ۱۳۸۰)، به تفکیک دو مفهوم «خانه» به معنای «مکان» سکونت و «ماوا» یا «منزل» به معنای «فضای احساسی» سکونت پرداخته و معتقد است که پیش از دوران صنعتی عموماً مردان سازنده «خانه» و زنان سازنده «ماوا» بوده‌اند. اما با توجه به نقش اساسی خانه به

معنای فضای احساسی (مأوا) در توسعه فرهنگی، لازم است در عصر صنعتی و پسا صنعتی که زنان نیز پا به عرصه کار گذاشته‌اند، زنان دوشادوش مردان به ایجاد و توسعه فضای احساسی خانه کمک کنند.

مقاله «مشارکت سیاسی زنان و توسعه فرهنگی» (پودارتچی، ۱۳۸۳)، پس از بررسی مفهومی و نظری «مشارکت اجتماعی»، چهار عامل فرهنگی، آموزشی، قوانین خانواده، و موانع اقتصادی - اجتماعی را مانع مشارکت سیاسی زنان می‌داند و برای مشارکت سیاسی زنان راهبردهایی در سه سطح کلان، میانه و خرد ارائه می‌کند. از نظر او در سطح کلان باید ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تغییر کند. در سطح میانه نهادهای مشارکتی، به‌ویژه در بخش سیاسی ایجاد شود، و در بخش خرد در نگرش و فرهنگ فرد به سمت فرهنگ مناسب با مشارکت، تغییر صورت گیرد. مقاله «بررسی تأثیر توسعه فرهنگی زنان بر کارکردهای خانواده» (مهدوی و وکیل‌ها، ۱۳۹۴)، به تأثیر توسعه فرهنگی بر کارکردهای خانواده پرداخته است. نویسندگان به این نتیجه رسیده‌اند که افزایش میزان تحصیلات بیشترین وزن (معادل ۰/۶۶۱) را بر کارکردهای خانواده داشته است. به نظر نویسندگان، افزایش تحصیلات در کنار استقلال مالی موجب تغییر بینش، نگرش و رفتار زنان می‌گردد و تأثیر فراوانی بر کارکردهای خانواده دارد. علاوه بر موارد فوق، پژوهش‌های زیادی در خصوص اهمیت خانواده در فرهنگ اسلامی و نقش آن در انتقال ارزش‌ها و هنجارها صورت گرفته است که در توضیح فضای مفهومی و نظری خانواده و جایگاه آن به توسعه فرهنگی کمک خواهد کرد.

۲. مفهوم‌شناسی

۲-۱. «خانواده»

مفهوم «خانواده» به سبب ابعاد پیچیده و متعدد زیستی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، دارای تعاریف متکثر و متنوعی است که هر کس رویکردی خاص نسبت به آن داشته و برخی از ابعاد آن را برجسته نموده است. لوی در تعریفی می‌نویسد: «خانواده واحدی است اجتماعی مبتنی بر ازدواج» (گولد و کلب، ۱۳۷۶، ص ۳۸۲). این تعریف «خانواده» را پدیده‌ای کاملاً فرهنگی معرفی می‌کند و سایر ابعاد و شاخصه‌های آن را نادیده می‌گیرد. با توجه به همین نکته، آن بیرو مدعی است:

اصطلاح «خانواده» را می‌توان در معنای مجموع اسلاف، اخلاف و خویشان جانبی (نظیر برادران و خواهران و فرزندان آنها) و والدین متعلق به یک دودمان و یا جمع زوجین و فرزندان آنان که اولین سلول و یا واحد حیات طبیعی - اجتماعی را تشکیل می‌دهند، به کار برد (بیرو، ۱۳۸۰، ص ۱۳۰). بیرو ضمن توجه به تعداد اعضای خانواده، بعد نهادی آن را به‌مثابه نخستین واحد طبیعی - اجتماعی مورد تأکید قرار می‌دهد، اما نسبت به سایر کارکردهای آن ساکت است. به نظر می‌رسد تعریفی که ماهیت زیستی - فرهنگی و سایر ویژگی‌های خانواده را دربر گیرد، شاخصه‌هایی است که جی. گلین برای خانواده بیان کرده است:

۱. وجود پیوند از طریق ازدواج میان دو فرد یا چند فرد از دو جنس مخالف؛

۲. وجود رابطهٔ خونی رسمی، واقعی یا فرضی که مفاهیم، مناسبات و تعهدات خویشاوندی بر پایهٔ آن استوار است.

۳. وجود شکلی از مسکن‌گزینی (اقامتگاه):

۴. وجود وظایف شخصی و اجتماعی گوناگونی نظیر مراقبت بدنی، طرح‌ریزی فعالیت جنسی، انتقال طرح‌ریزی شده فرهنگ، وظایف اقتصادی، مراقبت اجتماعی، و در برخی موارد نظارت خانوادگی بر شغل، فعالیت سیاسی و مذهبی و از این قبیل (گولد و کلب، ۱۳۷۶، ص ۳۸۳).

با توجه به تعاریف مزبور، به نظر می‌رسد «خانواده» عبارت است از: نهاد اجتماعی که از طریق ازدواج میان دو یا چند فرد از جنس مخالف براساس قواعد رسمی یا فرضی شکل گرفته و دارای نوعی از مسکن‌گزینی و وظایف گوناگون شخصی و اجتماعی، از جمله انتقال فرهنگ نسبت به اعضا، به‌ویژه کودکان است.

۲-۲. «فرهنگ»

واژه «فرهنگ» (معادل «culture» در زبان انگلیسی و «الثقافه» در زبان عربی) از دو بخش پیشوند «فر» و «هنگ»، از ریشه اوستایی «ثنگ» (thang) به معنای کشیدن و فرهختن آمده است. «فرهنگ» در این معنا با ریشه «educate, education» و «Edure» در لاتین که به معنای کشیدن و نیز تعلیم و تربیت است، مطابقت دارد (دهخدا، واژه «فرهنگ»).

در متون کهن فارسی به معنای ادب و تربیت، علم و دانش، عقل و خرد، و تدبیر به‌کار رفته است (آشوری، ۱۳۵۷، ص ۱۶-۲۵). اما واژه «culture» در زبان انگلیسی ابتدا به معنای کشت و کار و پرورش بوده و واژه‌های «agriculture» (کشاورزی) و «horticulture» (باغداری) از همین ریشه گرفته شده‌اند (همان، ص ۲۶).

مفهوم جدید «فرهنگ» (culture) با تیلور آغاز گردید. او که تحت تأثیر متفکران دوره روشنگری، به‌ویژه گوستاو کلم قرار داشت (کوش، ۱۳۸۱، ص ۲۷)، در کتاب *فرهنگ ابتدایی* (۱۸۷۱) «فرهنگ» را این‌گونه تعریف کرده است:

«فرهنگ یا تمدن» کلیت درهم‌تافته‌ای است شامل دانش، دین، هنر، قانون، اخلاقیات، آداب و رسوم و هرگونه توانایی و عادت‌های آدمی که به‌عنوان عضوی از جامعه به‌دست می‌آورد (آشوری، ۱۳۵۷، ص ۳۹).

این تعریف که موجب پایه‌ریزی دانش انسان‌شناسی گردید، دایره فرهنگ را گسترده ساخت، به‌گونه‌ای که تمام امور اکتسابی بشر در حیطه آن قرار گرفت.

در ادامه این فرایند، فرهنگ بیشتر به‌مثابه امری نمادین شناخته شد. براساس این رویکرد «فرهنگ شامل الگوهایی است آشکار و ناآشکار از رفتار و برای رفتار که به واسطه نمادها حاصل می‌شود و انتقال می‌یابد؛ نمادهایی که دستاوردهای متمایز گروه‌های انسانی و از جمله تجسم‌های آن را در کار ساخت‌ها تشکیل می‌دهد. هسته اصلی فرهنگ شامل عقاید سنتی (یعنی نشئت گرفته و انتخاب شده در سیر تاریخ) و به‌ویژه ارزش‌های وابسته به آنهاست. نظام‌های فرهنگ را می‌توان از یک سو فراوردهای عمل و از سوی دیگر مشروط‌کننده عناصر عمل بعدی تلقی کرد (آوتویت و باتامور، ۱۳۹۲، ص ۶۳۰).

فهم فرهنگ به مثابه امری نمادین و معنادار و در عین حال ساختارمند و منسجم در بسیاری از تعاریف «فرهنگ» دیده می‌شود. به نظر می‌رسد تعریف ذیل روشن‌ترین و منسجم‌ترین تعریفی است که در جمع‌بندی از تعاریف متعدد فرهنگ ارائه شده است:

«فرهنگ» جامع‌ترین نظام معنایی یا بنیادی‌ترین نرم‌افزار هویت‌بخش و هدایتگر کنش‌های انسانی در فرایند زیست فردی و اجتماعی در جامعه و مرکب از مجموعه نسبتاً منسجمی از عناصر هستی‌شناختی (جهان‌بینی) و ارزش‌شناختی (ایدئولوژی یا نظام باورها و ناپایداری منبث از آن جهان‌بینی) است (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲، ص ۱۶؛ شرف‌الدین، ۱۳۹۳).

این تعریف می‌تواند منتخب این نوشتار باشد، با این توضیح که فرهنگ علاوه بر آنچه گفته شد، بافتاری و زمینه‌مند نیز هست. اضافه کردن این شاخصه به تعریف مزبور، این امکان را می‌سازد که بتوان از فرهنگ‌های گوناگون سخن گفت و چه بسا در خصوص برخی عناصر فرهنگ رویکرد انتقادی داشت.

۲-۲. «توسعه فرهنگی»

مفهوم «توسعه فرهنگی» دارای ابهام مضاعف است؛ زیرا مفاهیم «فرهنگ» و «توسعه» به‌تنهایی معنای روشنی ندارند، بلکه توصیف‌ها و دریافت‌های متفاوتی از هر کدام وجود دارد که خود به مجمع نقد و نظر تبدیل شده است. از این رو ترکیب این دو مفهوم ابهام مضاعفی ایجاد می‌کند که برای هر پژوهشگر ابهام‌آفرین است. از این رو ناچاریم برای درک روشنی از این مفهوم، فرایند تاریخی پیدایش و تحول آن را بررسی کنیم.

«توسعه» در ابتدا بیشتر نتیجه تحول جامعه‌های غربی به شمار می‌آمد که در ابعاد اقتصادی، علمی و فنی پیشرفت کرده بودند. اما با چرخش فرهنگی (Cultural Turn) که در نیمه دوم قرن بیستم در اندیشه غربی اتفاق افتاد، فرهنگ در محور توجه علوم انسانی، به‌ویژه علوم اجتماعی قرار گرفت. مهم‌تر از آن، شکست الگوهای تک‌بعدی اقتصادمحور، به‌ویژه هزینه‌های سنگین فرهنگی و اجتماعی که این الگوها بر جامعه‌های غیرغربی تحمیل کرده بود، اندیشمندان و سیاست‌گذاران توسعه را وادار به تفکر و بازاندیشی کرد. از یک سو، کشورهای توسعه‌یافته هم‌زمان با تغییرات فزاینده در زمینه‌های علمی و فنی، در پی گسترش فعالیت‌های استعماری بودند و از سوی دیگر، کشورهای غیرغربی که عمدتاً یا تحت سلطه استعمار قرار داشتند و یا تازه استقلال یافته بودند، تنها راه استقلال را استعمارزدایی و تأکید بر هویت فرهنگی می‌دانستند (پهلوان، ۱۳۷۸، ص ۱۵۱).

در چنین شرایطی «یونسکو» که خود از خاکستر جنگ جهانی دوم برخاسته بود، نشست‌هایی را درباره نقش و جایگاه فرهنگ در توسعه برگزار کرد. هدف «یونسکو» از این نشست‌ها ارائه راهبردهایی برای توسعه متوازن و آگاهانه در قالب برنامه‌های آموزشی، سیاست علمی، سیاست فرهنگی و سیاست اطلاعاتی بود، بدون اینکه اهمیت برنامه‌های توسعه اقتصادی را نادیده بگیرد.

در نتیجه سه دهه تلاش «یونسکو» و برگزاری همایش‌های جهانی و منطقه‌ای، سرانجام مجمع عمومی

سازمان ملل متحد در دسامبر ۱۹۸۶ قطعنامه شماره ۱۸۷/۴۱ را تصویب کرد که در آن «دهه جهانی توسعه فرهنگی» از سال ۱۹۹۷-۱۹۸۸ در دستور کار قرار گرفت. در این قطعنامه از سازمان‌های جهانی درخواست شده بود برای تحقق اهداف چهارگانه ذیل تلاش کنند:

۱. اذعان به بعد فرهنگی توسعه: باید راه‌هایی پیدا کرد که تولید و خلاقیت را به هم پیوند زند و ریشه اقتصاد را پیدا کند.

۲. حفظ و تقویت هویت‌های فرهنگی: تشویق همه استعدادها و ابتکارات فردی و جمعی؛

۳. گسترش مشارکت در حیات فرهنگی: بسیج نیروهای آزادی بیان و خلاقیت در فرد و جامعه به نام «حقوق بشر»، اراده آزاد و استقلال فکر؛

۴. ارتقای همکاری فرهنگی بین‌المللی: جست‌وجو، افزایش و تقویت ابزاری که به موجب آن یک فرهنگ آزادانه از دیگران وام بگیرد و به نوبه خود بر آنها تأثیر بگذارد و در عین حال به هسته‌ای از حقایق پذیرفته شده جهانی احترام بگذارد (مایور، ۱۹۸۸، ص ۶).

بنابراین، بعد فرهنگی توسعه در توسعه فرهنگی، «فرهنگ» را شامل تمام ابعاد زندگی انسان، و «توسعه» را دارای ابعاد اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی می‌داند و مدعی است توسعه باید مبتنی بر هویت فرهنگی یک جامعه باشد.

بر این اساس، با توجه به فرایند تاریخی اندیشه «توسعه فرهنگی» و ابعاد و اهداف آن از یک سو و مفاهیم «توسعه» و «فرهنگ» از سوی دیگر، به نظر می‌رسد «توسعه فرهنگی» عبارت است از: حرکت رو به بالای کل نظام اجتماعی از طریق حفظ و تقویت هویت فرهنگی، مشارکت در حیات فرهنگی و ارتقای همکاری‌های بین‌المللی. بنابراین، در توسعه فرهنگی، فرهنگ، هم ابزار توسعه است و هم هدف. هدف از آن روست که غایت توسعه بر اساس ارزش‌ها و باورهای فرهنگی تعیین می‌گردد، و ابزار است؛ زیرا این غایات و اهداف از طریق ظرفیت‌ها و سازوکارهای فرهنگ (یعنی از طریق تقویت هویت فرهنگی)، مشارکت افراد در حیات فرهنگی و ارتقای همکاری‌های بین‌المللی به دست می‌آید.

۳. مبانی نظری

در خصوص توسعه فرهنگی، نظریه‌پردازی گسترده‌ای انجام نگرفته و اقدام‌ها بیشتر به سمت سیاست‌گذاری اجرایی پیش رفته است. با این وجود، دو نظریه «جامعه‌شناسی توسعه فرهنگی» و نظریه «کنش فرهنگی» مشخصاً با محوریت «توسعه فرهنگی» پرداخت شده‌اند.

۳-۱. جامعه‌شناسی توسعه فرهنگی

نظریه «جامعه‌شناسی توسعه فرهنگی» توسط ژوفر دومازدییه (Jofre Dumazedier) فرانسوی برای غلبه بر بیگانگی انسان در جامعه سرمایه‌داری مطرح شد. وی معتقد بود: کار در جامعه سرمایه‌داری به بیگانگی انسان

انجامیده است و زندگی واقعی بسیاری از کارگران تنها در اوقات فراغت می‌تواند تحقق پیدا کند (دومازدیه، ۱۹۵۸، ص ۱۱۷-۱۱۸).

از این رو توسعه فرهنگی به‌مثابه توسعه شخصیت کارگران و توسعه فرهنگ عامه است. او مدعی است تمام جوامع توسعه‌یافته و در حال توسعه به دنبال تعادل میان سنت و تجدد هستند و تنها رویکرد نظری که می‌تواند این مهم را به انجام برساند، «جامعه‌شناسی توسعه فرهنگی» است؛ زیرا جامعه‌شناسی توسعه فرهنگی به علت آنکه بر تحول سه‌گانه پیشرفت (توسعه اقتصادی کارآمدتر، کاهش نابرابری، و مشارکت اجتماعی) دلالت دارد، درک جامع‌تری از فرایند موضوع مطالعه ارائه می‌دهد (دومازدیه، ۱۹۹۱، ص ۶۵).

بر این اساس، هدف اصلی توسعه فرهنگی خلق ذهنیت‌های سازگار با توسعه از طریق فرهنگ است و از این طریق شاخص‌های بهبود یک موضوع اجتماعی را در موقعیت خود آن جست‌وجو می‌کند و در پی بهبود جامعه از درون خود جامعه است.

۲-۳. کنش فرهنگی

نظریه «کنش فرهنگی» توسط آگوستین ژیرار در تکمیل نظریه «جامعه‌شناسی توسعه فرهنگی» با تکرار دوگانه «سنت» و «تجدد» و ضرورت تعادل میان آن دو مطرح گردید. ژیرار به خاطر سمت سیاسی که در «یونسکو» داشت، علاوه بر پیامدهای منفی تجدد در غرب، نیم‌نگاهی هم به شکست الگوهای توسعه در جهان به اصطلاح سوم نمود و هویت افراد و ملت‌ها را نیز مطرح کرد (وستایم، ۲۰۱۹، ص ۱۷۴).

از منظر او توسعه فرهنگی اکنون، نه یک تجمل یا زینتی از سر فراوانی، بلکه عمیق‌ترین پیوند را با شرایط شرایط توسعه عمومی دارد. او حق استفاده از فرهنگ را نه تنها به خاطر عدالت، بلکه به علت منطبق بودن آن با نیازهای غیرقابل سرکوب بشر می‌داند؛ زیرا فرهنگ هویت‌بخش انسان است (ژیرار، ۱۳۷۲، ص ۲-۳). بنابراین، از نظر ژیرار انسان معاصر نیازمند برگشت به زندگی فرهنگی است (آنچه به او هویت می‌بخشد) و زندگی فرهنگی از طریق کنش فرهنگی میسر است.

بنابراین، نظریه «جامعه‌شناسی توسعه فرهنگی» و نظریه «کنش فرهنگی» هر دو تنها راه نجات انسان معاصر از سلطه تجدد و نظام سرمایه‌داری در غرب و فائق آمدن بر الگوهای ناکارآمد توسعه و اتخاذ رویکرد بومی در کشورهای در حال توسعه را برگشت به فرهنگ می‌دانند، و هر دو در پی بهبود جامعه از طریق فرهنگ و ظرفیت‌های درون جامعه از یک سو و توجه به علم و فناوری روز، از سوی دیگرند.

اما پرسشی که در اینجا شکل می‌گیرد این است که جایگاه خانواده در توسعه فرهنگی چیست؟ پاسخ به این پرسش، با توجه به رویکرد اصلی توسعه فرهنگی مبنی بر بازگشت به هویت فرهنگی جامعه، به جایگاه خانواده در درون هر فرهنگ برمی‌گردد. روشن است که خانواده به‌مثابه یکی از مهم‌ترین عوامل جامعه‌پذیری افراد مطرح است.

«جامعه‌پذیری» یا «اجتماعی‌شدن» یکی از مهم‌ترین سازوکارهایی است که افراد از طریق آن، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه را فرامی‌گیرند. این مفهوم به سبب جایگاه محوری آن توسط اندیشمندان علوم اجتماعی، روان‌شناسی و علوم تربیتی تعریف شده است. آلن بیرو می‌نویسد:

این واژه فرایند تأثیر متقابل بین یک شخص و محیط اجتماعی او را می‌رساند که نتیجه آن پذیرش مدل‌های رفتاری اجتماعی در آن محیط و پیدایی نوعی انطباق متقابل بین فرد و جامعه است. در معنای اخیر، اجتماعی‌شدن، فرایندی است روانی - اجتماعی که بر پایه شخصیت اساسی تحت تأثیر محیط و مخصوصاً نهادهای تربیتی، دینی و خانوادگی، تشکل می‌یابد (بیرو، ۱۳۸۰، ص ۳۶۳).

بنابراین، جامعه‌پذیری نقشی اساسی در انتقال ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی بر افراد، به‌ویژه کودکان دارد و جایگاه خانواده، چه به‌عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیری و یا زمینه‌ساز آن بسیار برجسته است؛ زیرا والدین همواره به‌مثابه الگوهای رفتاری نقش بسزایی در تربیت روانی، فکری و روند اجتماعی‌شدن فرزندان خود دارند. الگوهایی که در همه زمینه‌ها نقش خود را در روند رو به رشد کودکان و نوجوانان نمایان ساخته و در جامعه بروز داده و نمود عینی دارند. از این رو شاید کم‌هزینه‌ترین، کارآمدترین و ساده‌ترین شکلی که دولت‌ها از طریق آن جامعه را مدیریت می‌کنند، حمایت از نهاد خانواده است.

اسلام، دین جهانی و خاتم ادیان، نقش خانواده در اجتماعی‌کردن کودکان براساس اصول اسلامی و به تبع آن، ایجاد جامعهٔ پویا و متعالی را برجسته می‌داند.

اگر بخواهیم جامعه‌ای را پی‌ریزی نماییم که اساس آن برپایی عدل و حرکت به سوی فضیلت و کمال باشد، باید بذر آن را در محیط خانواده بکاریم؛ زیرا خانواده سهم بسیار ارزنده‌ای در بنای تمدن انسانی و برپا داشتن روابط همکاری در جامعه دارد و نیز فضیلت‌های اخلاقی هر جامعه مرهون آموزش صحیح اخلاق و ادب خانواده به فرزندان خود می‌باشد (قریشی، ۱۳۶۲، ص ۱۵).

به همین علت است که بسیاری از اندیشمندان علوم تربیتی معتقدند:

زندگی و سرنوشت هر انسانی تحت تأثیر تجارب دوران کودکی او قرار می‌گیرد و رابطهٔ کودک با اعضای خانواده، مثل پدر و مادر عوامل اساسی تشکل روحی و اخلاقی اوست (کوهستانی، ۱۳۷۱).

قرآن کریم نیز با توجه به جایگاه خانواده در امر تربیت و جامعه‌پذیری کودکان، داشتن ارتباط نیک با همدیگر را توصیه می‌کند. برای نمونه، در آیه ۱۵ سوره مبارکه «احقاف»، روابط و مناسبات اسلامی خانواده تصویر شده است. در این آیه خداوند متعال ابتدا انسان را به نیکی نسبت والدین سفارش می‌کند و زحمات مادر و پدر را یادآوری می‌نماید. طبق این آیه شریفه، هر مسلمانی باید خود، والدین و نسل پس از خودش را به خداوند وصل کند و برای صلاح آنان از خداوند کمک بطلبد. در واقع، در جامعه مطلوب قرآنی، این‌گونه پیوستگی نسل‌ها با محوریت خداجویی و عبودیت حفظ می‌گردد و هر فردی با رشته محبت، با نسل قبل و بعد از خود پیوندی ناگسستنی می‌یابد (حسینی، ۱۳۸۳). بنابراین، براساس آموزه‌های اسلامی جایگاه خانواده در جامعه‌پذیری و انتقال ارزش‌ها برجسته است.

براساس رویکرد فرهنگ‌محوری دو نظریه «جامعه‌شناسی توسعه فرهنگی» و «کنش فرهنگی»، خانواده به‌مثابه یکی از مهم‌ترین عوامل جامعه‌پذیری می‌تواند نقشی اساسی در توسعه فرهنگی جامعه داشته باشد و این جایگاه در فرهنگ اسلامی به علت تأکیدهای فراوان بر اهمیت خانواده، برجسته‌تر است.

۴. مؤلفه‌های توسعه فرهنگی

براساس مفهوم‌شناسی و نظریه‌های پیشین، «توسعه فرهنگی» از عناصر سه‌گانه‌ای ترکیب یافته که قاعده آن را «تقویت هویت فرهنگی» و دو ضلع دیگر آن را «مشارکت» و «ارتقای همکاری‌های بین‌المللی» تشکیل می‌دهند. ساختار کلی این عناصر مبتنی بر استدلال قیاسی است؛ بدین معنا که توسعه فرهنگی به مقتضای ضرورت درونی خود، چیزی جز بازگشت به فرهنگ و هویت فرهنگی نیست. به همین علت خودباوری فرهنگی و اتکا به هویت درونی جامعه به‌مثابه قاعده مؤلفه‌های سه‌گانه قرار می‌گیرد.

اما با توجه به اینکه فرهنگ از باورها و ارزش‌های گوناگونی تشکیل می‌گردد که تمام آنها همسو با پیشرفت و تعالی جامعه نیست و مشارکت آنها نمی‌تواند جامعه را در مسیر پیشرفت و تعالی قرار دهد، معیارهایی لازم است که براساس آن عناصر فرهنگی ارزیابی گردد. از این رو «پالایش فرهنگی» دومین مؤلفه توسعه فرهنگی به شمار می‌آید. سومین مؤلفه توسعه فرهنگی در ارتباط با رویکرد درون‌زایی توسعه فرهنگی مطرح می‌گردد؛ بدین معنا که در توسعه فرهنگی نقطه محوری اتکا به فرهنگ بومی و داخلی است؛ اما این اتکا به معنای بی‌اهمیت شمردن باورها و ارزش‌های بشری نیست، بلکه از طریق ارتباط آگاهانه یا - به عبارت دقیق‌تر - گزینش جنبه‌های مثبت و طرد جنبه‌های منفی، می‌توان با دیگر فرهنگ‌ها ارتباط برقرار کرد. بنابراین، توسعه فرهنگی براساس ساختار درونی خود از سه مؤلفه ذیل تشکیل می‌گردد:

۱. خودباوری فرهنگی؛

۲. پالایش فرهنگی؛

۳. ارتباط آگاهانه با دیگر فرهنگ‌ها.

۵. شاخص‌های مؤلفه‌های توسعه فرهنگی

مؤلفه‌ها به علت کلیت و انتزاعی بودن آنها، قابلیت بررسی در زمینه بررسی را ندارند. از این رو نیازمند شاخص‌سازی‌اند. «شاخص‌سازی» فرایندی است که طی آن یک مفهوم تجزیه شده، به شاخص‌هایی تبدیل می‌شود که مصادیق آن را می‌توان در زمینه محل بحث بررسی کرد. «شاخص‌سازی» در روش‌های کمی، تبدیل مفهوم کیفی به کمی است، اما در روش‌های کیفی به سبب نبود امکان ارائه کمیت، بیشتر از شاخص‌های تحلیلی استفاده می‌گردد. بر این اساس، در این نوشتار به منظور ارزیابی نقش خانواده در توسعه فرهنگی، تلاش می‌شود با تجزیه و تحلیل مؤلفه‌ها و عناصر توسعه فرهنگی، شاخص‌های آن را شناسایی کنیم:

۱-۵. شاخص‌های خودباوری فرهنگی

«خودباوری فرهنگی» عبارت است از: شناخت و آگاهی از ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی جامعه، اعتماد به توانمندی‌ها و اقدام براساس آنها. خودباوری در سطح فردی و اجتماعی در مواجهه با چالش‌ها مطرح می‌شود؛ به این معنا که فرد یا جامعه پس از اتخاذ تصمیم، ممکن است با موانع و چالش‌هایی روبه‌رو گردد. در این صورت تنها راه موفقیت (در سطح اجتماعی)، خودباوری فرهنگی است؛ یعنی شناخت خویشتن فرهنگی و آگاهی از توانمندی‌ها، اعتماد به آنها و اقدام براساس آنها. بر این اساس شاخص‌های خودباوری فرهنگی عبارتند از: ابتدایی‌ترین حقوق فردی و اجتماعی؛ مانند هویت فرهنگی، آزادی اندیشه و بیان، و حق انتخاب و تصمیم‌گیری.

۲-۵. شاخص‌های پالایش فرهنگی

«پالایش فرهنگی» به معنای فرایند ارزیابی فرهنگ براساس سنجه‌هایی است که ضمن رویکرد انتقادی نسبت به فرهنگ، توجه اصلی آن به پیشرفت و توسعه جامعه است. بر این اساس شاخص‌های مزبور عبارتند از: مشارکت اجتماعی، عدالت محوری، علم‌محوری، خلاقیت و مانند آن.

۳-۵. شاخص‌های ارتباط آگاهانه با دیگر فرهنگ‌ها

ارتباط آگاهانه با دیگر فرهنگ‌ها به این معناست که توسعه فرهنگی ضمن طرد رویکرد «خویشتن‌محوری»، ارتباط با فرهنگ‌های دیگر را براساس ارزش‌ها و هنجارهای پذیرفته‌شده بومی می‌داند. بر این اساس شاخص این ارتباط در جامعه اسلامی عبارت است از: اصل «نفی سبیل / سلطه».

۶. روش تحقیق

با توجه به رویکرد دینی این نوشتار و استخراج مؤلفه‌های توسعه فرهنگی براساس استدلال قیاسی، روش تحقیق «تحلیل اسنادی» است. روش «اسنادی» یکی از روش‌های کیفی است که به لحاظ مبانی معرفت‌شناختی عمدتاً در الگوواره (پارادایم) تفسیری قرار می‌گیرد (صادقی فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹۴).

پژوهش اسنادی مبتنی بر سند بوده، اسناد رکن اساسی آن به شمار می‌رود. سند به‌طور عام (اعم از سند و مدرک) عبارت است از: متن نوشته‌شده و یا ضبط‌شده حاوی داده‌ها یا اطلاعاتی درباره یک موضوع یا پدیده. این نوع اسناد در کتابخانه‌ها، بایگانی روزنامه‌ها، دفاتر مؤسسات تاریخی، و پرونده‌های سازمانی یا نهادی قابل دسترسی‌اند (بوون، ۲۰۰۹، ص ۲۸). مهم‌ترین قالب‌های آن عبارتند از: کتاب‌ها، نشریات، و اسناد.

بر این اساس، اسناد این نوشتار عبارتند از:

الف) متون دینی: قرآن و احادیث شریف؛

ب) کتاب‌ها و مقالات اندیشمندان اسلامی که حول محور آموزه‌های اسلامی شکل گرفته‌اند.

شیوه اجرای این تحقیق در سه سطح قابل بررسی است:

- ۱) سطح گردآوری داده‌ها: در این سطح دو عملکرد شناسایی منابع و مرور نظام‌مند و هدفمند انجام می‌گیرد.
- ۲) سطح تحلیل و ارزیابی: در این مرحله متون مدنظر براساس شاخص‌های مشخص شده تجزیه و تحلیل شده، تا اشباع مطالعاتی (دریافت پاسخ قانع‌کننده) ادامه می‌یابد.
- ۳) نتیجه‌گیری و گزارش نهایی.

۷. بررسی و ارزیابی نقش خانواده در توسعه فرهنگی براساس آموزه‌های اسلامی

با توجه به شاخص‌های پیشین، اینک به بررسی آموزه‌های دینی می‌پردازیم. یافته‌های پژوهش با توجه به شاخص‌ها تجزیه و تحلیل شده، در ذیل هر شاخص قرار می‌گیرند:

۷-۱. خودباوری فرهنگی

«خودباوری فرهنگی» یکی از مهم‌ترین شاخصه‌های پیشرفت و توسعه یک کشور به حساب می‌آید. این شاخص در دو سطح «فردی» و «اجتماعی» مطرح است. در سطح فردی، «خودباوری» به معنای اعتقاد و باور به «ذات» و «خویشتن» خویش است. اما در سطح اجتماعی، خودباوری فرهنگی به معنای اعتقاد و اعتماد به باورها، ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی یک جامعه است. با این حال، این شاخص یکی از چالش‌های اصلی عدم پیشرفت جوامع اسلامی است، به‌گونه‌ای که امام خمینی^ع می‌گوید:

به قدری ما را از پیشرفت‌های خود و قدرت‌های شیطانی‌شان ترسانده‌اند که جرئت دست زدن به هیچ ابتکاری نداریم و همه چیز خود را تسلیم آنان کرده و سرنوشت خود و کشورهای خود را به دست آنان سپرده و چشم و گوش بسته مطیع فرمان هستیم؛ و این بوجی و تهی مغزی مصنوعی موجب شده که در هیچ امری به فکر و دانش خود اتکا نکنیم و کورکورانه از شرق و غرب تقلید نماییم (موسوی خمینی، ۱۳۸۵، ج ۲۱، ص ۴۱۵).

یکی از بسترهای اصلی تقویت و پرورش خودباوری فرهنگی خانواده است. خانواده به سبب ظرفیت‌های متعددی مانند ارتباط عاطفی و فرصت طولانی، می‌تواند نقش برجسته‌ای در ایجاد و تقویت خودباوری داشته باشد. اسلام نیز ضمن تأکید بر اهمیت خودباوری و اعتماد به نفس در امور فردی و اجتماعی، آموزه‌های ذیل را برای ایجاد و تقویت آن در خانواده ارائه می‌دهد:

۷-۱-۱. گرامی داشتن کودک

پیامبر اکرم^ص می‌فرمایند: «فرزندان خود را گرامی بدارید و در نیکو تربیت کردن آنها بکوشید» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۴، ص ۹۵). از جمله اموری که موجب تکریم کودک می‌گردد عبارتند از: اجتناب از تنبیه بدنی، به‌ویژه قبل از

ده سالگی است (محمدی ری شهری، ۱۳۸۶، ج ۱، ص ۱۰۹)، سلام کردن (صدوق، ۱۳۶۲، ج ۱، ص ۲۷۲) و نام نیکو بر او نهادن (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶ ص ۴۸).

۲-۱-۷. مهرورزی با کودک

محبت نقش بی بدیلی در شکل گیری شخصیت اخلاقی افراد، به ویژه کودکان دارد. در حدیثی مهرورزی مساوی با دین شمرده شده است: «هَلِّ الدِّينُ إِلَّا الْحُبُّ؟» (همان، ج ۸، ص ۸۰) بر این اساس، پیامبر اکرم ﷺ می فرماید: «کودکان را دوست بدارید و با آنها مهربانی کنید» (همان، ج ۶ ص ۳۹).

نیز در احادیث متعددی بر بوسیدن فرزند تأکید شده است. برای نمونه پیامبر اکرم ﷺ می فرماید: «فرزندان تان را زیاد ببوسید؛ زیرا در هر بوسیدن درجه‌ای در بهشت برای شماست» (حرعاملی، ۱۴۱۲ق، ج ۱۵، ص ۲۰۳-۲۰۴).

۳-۱-۷. اجتناب از سرزنش بی در پی

سرزنش مکرر موجب خدشه دار شدن اعتماد به نفس می شود و نقش مخربی در کاهش خودباوری دارد. از این رو در احادیث متعددی از آن منع شده است (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، ج ۳۷۴۸).

۲-۷. آزادی اندیشه

دیدگاه اسلام درباره «آزادی اندیشه» مبتنی بر دیدگاه اسلام درباره انسان است. از نظر اسلام، اساس انسانیت بر آزادی بوده و مبدأ آزادی بحث اراده و اختیار انسان است (طباطبائی، ۱۳۷۸، ج ۴، ص ۱۸۳). از این رو اسلام نه تنها آزادی اندیشه را مهم می داند، بلکه بارها در قرآن کریم به تدبیر و تعقل امر نموده است.

یکی از بسترهای مهم و تأثیرگذاری که می تواند زمینه پرورش و رشد اندیشه و تفکر را فراهم کند، خانواده است. خانواده در ابعاد گوناگون، از جمله با تسهیل و فراهم سازی زمینه بازی، می تواند نقش مهمی در رشد و شکوفایی استعداد کودک داشته باشد. دین مبین اسلام نیز بازی را یکی از عوامل تأثیرگذار در رشد فکری، جسمی و عاطفی کودک به شمار آورده، در احادیث متعدد و سیره ائمه اطهار ﷺ بر آن تأکید شده است. به طور کلی این آموزه‌ها در دو بخش ذیل دسته بندی می شود:

۱-۲-۷. تأکید بر فراهم سازی زمینه بازی

پیامبر اکرم ﷺ می فرماید: «مَنْ كَانَ عِنْدَهُ صَبِيٌّ فَلْيَتَّصَبْ لَهُ» (صدوق، ۱۴۱۳ق، ص ۴۸۳): هر که کودکی دارد باید با او کودکانه رفتار کند.

امام صادق ﷺ در روایتی دیگر می فرماید: «دست کم بچه را هفت سال رها کن، تا می تواند از دنیای بازی لذتش را ببرد» (حرعاملی، ۱۴۱۲ق، ج ۲۱، ص ۴۷۳).

امام کاظم علیه السلام می‌فرماید: «کسانی در بزرگسالی عجول، شتابزده و بی‌ظرفیت هستند که در کودکی به اندازه کافی بازی نکرده‌اند» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۶۰ ص ۳۶۲).

۲-۷. نمونه‌های عملی بازی ائمه هدی علیهم السلام با کودکان

این دسته طیفی از بازی‌های عملی - فکری در قالب، کشتی، بازی کردن با نقش شتر یا اسب توسط والدین، شعر، معما، بازی با خاک و طبیعت را دربر می‌گیرد. برای نمونه، در سیره پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله از جابرین رضی الله عنهم انصاری نقل شده است: بر پیامبر صلی الله علیه و آله وارد شدم، دیدم حسنین رضی الله عنهم بر پشت آن حضرت سوار بودند و آن حضرت چهار دست و پا حرکت می‌کردند. پیامبر صلی الله علیه و آله به آن دو می‌فرمودند: «چه خوب شتری است شتر شما و چه خوب سوارکارید شما دوتا!» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۴۳، ص ۲۸۵).

این سیره نبی مکرم صلی الله علیه و آله در موارد متعددی نزد صحابه تکرار شده و با محتواهای متفاوت نقل گردیده است. همین‌گونه نقل شده است که فاطمه زهرا رضی الله عنها ضمن بازی با کودکانشان شعر ذیل را که محتوای ارزشی دارد، می‌خواندند:

«إِشْبِهَ أَبَاكَ يَا حَسَنُ، وَ أَخْلَعَ عَنِ الْحَقِّ الرَّسْنَ، وَ عَبَدَ إِلَيْهَا دَائِمِينَ، وَ لَا تُؤَالِ دَائِلِ الْإِخْنَ» (همان، ص ۲۸۶)؛ حسن جان! همانند پدرت باش و حق را از قید و بند رها کن. خداوندی را که صاحب نعمت است پرستش کن و با کینه‌توزان دوستی مکن.

از جمله بازی‌های فکری دیگری که در سیره امام صادق علیه السلام نقل شده، بازی استاد و شاگردی در قالب حدس کلمات و یا بازی با کلمات هم‌وزن است؛ به این صورت که استاد ویژگی‌های یک میوه را می‌گفت، شاگردان باید اسم آن میوه حدس می‌زدند. هر کودکی موفق می‌شد، به جای استاد قرار می‌گرفت. یا اینکه کلمات هم‌وزن (مثلاً الشراعیه، الذراعیه، الصفاویه و...) آنقدر تکرار می‌شد تا شاگرد اشتباه کند (منصوری، ۱۳۸۴، ص ۹-۱۰).

۳-۷. عدالت‌محوری

عدالت به‌مثابه یکی از پایه‌های اصلی پیشرفت و توسعه جوامع، از اهداف اصلی اسلام و فلسفه فرستادن پیامبران و انزال کتب آسمانی شمرده شده است (حدید: ۲۵). اسلام برای برپایی نظام عادلانه، راهکارها و دستورات متعددی در ابعاد، سطوح و بسترهای گوناگون اجتماعی ارائه نموده است. یکی از بسترها و زمینه‌های مهم و تأثیرگذارِ ممارست و برپایی عدالت، خانواده است.

عدالت در خانواده در دو بعد «روابط میان زن و شوهر» و «والدین نسبت به فرزندان» مطرح می‌گردد. در بعد نخست، باتوجه به اینکه عدالت در اسلام «رعایت حقوق افراد و اعطاء حق هر ذی حق» (ترمذی، ۱۴۱۹ق، ج ۴، ح ۲۱۲۱) و «قرار دادن هر چیزی در جای مناسب آن» (نهج‌البلاغه، ۱۳۷۹، حکمت ۴۳۷) است، رعایت حقوق همسر (مانند نفقه، مهریه، تمکین و مانند آن) عدالت، و تضییع آن ظلم به همسر و نسبت به این نهاد تأثیرگذار اجتماعی است.

اما در بعد دوم، آموزه‌های اسلامی در دو دسته جای می‌گیرند: برخی از آنها به اصل «عدالت‌ورزی» اشاره دارند و برخی دیگر به آثار آن. در دسته نخست، «عدالت» به معنای رفتار متناسب با سن، جنس و ویژگی‌های فرزندان است؛ مانند عدالت‌ورزی میان فرزندان در هدیه دادن (بخاری، ۱۳۹۲، ج ۳، ح ۲۵۸۶)؛ بوسیدن (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۶، ج ۱۳، ص ۴۸۷)، نشانیدن روی زانو (بغدادی، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۱۷۳، ح ۳۶) و بخشش مال (بخاری، ۱۳۹۲، ج ۳، ح ۲۵۸۶).

اما دسته دوم که به کارکردها و آثار عدالت‌ورزی اشاره نموده‌اند، مانند حدیث شریف که پیامبر اکرم ﷺ می‌فرمایند: «از خدا بترسید و بین فرزندان با عدالت رفتار کنید؛ همان‌گونه که دوست دارید آنان به شما نیکی کنند» (طبرسی، ۱۳۷۰، ص ۲۲۰). به‌طور کلی این کارکردها در چهار دسته قابل بررسی است:

۱. موجب نیکی و رعایت حقوق متقابل والدین از جانب فرزندان (همان)؛
۲. ممانعت از حسادت و کینه‌ورزی فرزندان نسبت به یکدیگر (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۵، ص ۱۷۳)؛
۳. رعایت عدالت نسبت به کودکان آینده خود؛
۴. ایجاد زمینه عدالت‌ورزی نسبت به تأمین عدالت در جامعه.

۷-۴. حق انتخاب و تصمیم‌گیری

تمام زندگی فردی و اجتماعی انسان عرصه انتخاب‌هایی با دایره محدود و یا گسترده است. از این رو تصمیم‌گیری و انتخاب نقش اساسی در رشد و تعالی فرد و جامعه دارد. با این وجود، این قدرت درونی انسان نیازمند تقویت و گسترش فرهنگ داشتن حق انتخاب است. یکی از بسترهای اصلی که می‌تواند به ایجاد، تقویت و گسترش فرهنگ آن در جامعه کمک کند، خانواده است. والدین با ایجاد زمینه اظهار نظر و دادن حق انتخاب، می‌توانند نقش اساسی در رشد شخصیت مستقل و مسئولیت‌پذیر کودکی داشته باشند که توانایی تصمیم‌گیری دارد.

آموزه‌های اسلامی ضمن تأکید بر اهمیت حق انتخاب و تصمیم‌گیری (زمر: ۱۸؛ انسان: ۳؛ ابراهیم: ۷)، شاخصه‌های ذیل را برای تقویت و پرورش آن در خانواده ارائه می‌دهد:

۷-۴-۱. الف. نگاه تدریجی و فرایندی

براساس آموزه‌های اسلامی، دوره تربیت کودک فرزندان به سه هفت سال تقسیم می‌گردد: سیادت و سروری؛ اطاعت و فرمانبرداری؛ و مشورت و نظرخواهی (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۰۴، ص ۹۵). بر این اساس، مشورت که نقشی اساسی در تقویت حق انتخاب دارد، در هفت سال سوم قرار می‌گیرد. علاوه بر این در احادیث متعدد آمده است که به کودکان متناسب سن آنها مسئولیت بدهید.

۲-۴-۷. تقویت قدرت شناختی

«خودآگاهی» و «دیگرآگاهی» نقشی اساسی در تصمیم‌گیری آگاهانه دارد. از این رو امیرمؤمنان علی علیه السلام می‌فرمایند: بهترین چیزی که نوجوانان باید بیاموزند، چیزهای است که در بزرگسالی به آنها نیاز خواهند داشت (ابن‌الحدید، ۱۴۰۴ق، ج ۲۰، ص ۳۳۳). نیز در حدیثی دیگر می‌فرمایند: «دانش را در کودکی بیاموزید تا در بزرگی سروری کنید» (همان، ج ۲۰، ص ۲۶۷).

۳-۴-۷. تقویت شخصیت و خودباوری

رشد و استقلال شخصیتی یکی از عوامل مهم تصمیم‌گیری و انتخاب است. بر این اساس در متون از تکریم کودک مانند سلام کردن به کودک (صدوق، ۱۳۶۲، ج ۱، ص ۲۷۲)؛ اجتناب از سرزنش مکرر (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، ح ۳۷۴۸) سخن به میان آمده است.

۵-۷. علم‌آموزی

علم‌آموزی از پایه‌های اصلی رشد و تعالی هر فرد و جامعه‌ای است و مسیر پیشرفت و توسعه یک جامعه از مجرای دانش می‌گذرد. اهمیت علم‌آموزی در اسلام نیز به گونه‌ای است که نخستین پیام الهی با ندای «خواندن»، «قلم»، «علم» و «تعلیم» آغاز گردید (علق: ۱-۴). علاوه بر این یکی از مهم‌ترین اهداف پیامبران الهی شمرده شده و پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز تحصیل علم را بر زن و مرد فرض دانسته و بعد مسافت را مانع نشمرده‌اند (حلی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۷۲).

در جامعه معاصر هرچند نهاد مدرسه متولی آموزش است، اما نقش خانواده در این مهم، با فراهم‌سازی زمینه تحصیلی کودکان و یادگیری‌های غیرمستقیم، بر کیفیت و غنای آموزش می‌افزاید. آموزه‌های اسلامی درخصوص نقش خانواده در آموزش بر شاخصه‌های ذیل تأکید می‌کنند:

۱-۳-۴-۷. نگاه فرایندی

آموزه‌های اسلامی درخصوص تربیت کودک در خانواده مبتنی بر نگاه فرایندی است. از این رو طبق احادیثی که دوره‌های تربیتی فرزندان را به سه دوره هفت سال دسته‌بندی می‌کند، در هر مرحله نوعی آموزش متناسب با آن مرحله را در نظر می‌گیرند. برای نمونه، امام صادق علیه السلام می‌فرمایند: «فرزند باید هفت سال بازی کند، هفت سال سوادآموزی کند و هفت سال حرام و حلال دینی را فراگیرد» (حرعاملی، ۱۴۱۲ق، ج ۲۱، ص ۴۷۵).

۲-۳-۴-۷. آموزش و تربیت

در نظام اسلامی علم‌آموزی همراه با تربیت است و به‌عنوان نگاه جامع در نظر گرفته می‌شود.

۳-۳-۴-۷. تربیت معارف دینی

تأکید اسلام بر نگاه تربیت دینی موجب شده است فراگیری معارف اهمیت زیادی داشته باشد. طبق حدیثی که نقل شد، حلال و حرام در دوره سوم در نظر گرفته شده، اما در برخی احادیث آمده است: «معارف اسلامی را هر چه زودتر به فرزندانان بیاموزید، پیش از آنکه مخالفان بر شما سبقت بگیرند» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۷).

۳-۳-۴-۷. تأکید بر یادگیری در سنین پایین

با وجود تأکید پیامبر اکرم ﷺ بر عدم محدودیت زمانی در فراگیری آموزش، اسلام نگاه ویژه‌ای به یادگیری (علم و معارف اسلامی) در سنین کودکی و جوانی دارد. برای نمونه امام علی ﷺ می‌فرمایند: «الْعِلْمُ مِنَ الصَّغَرِ كَالنَّقْشِ فِي الْحَجَرِ» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱، ص ۲۲۴): آموختن در کودکی همچون نقشی بر روی سنگ است. همچنین آن حضرت در وصیتی به فرزندشان امام حسن ﷺ می‌فرمایند: «قلب نوجوان همچون زمینی خالی است که هر چیزی را می‌پذیرد. از این رو پیش از آنکه دلت سخت و عقلت مشغول شود، به تأدیب و تربیت تو پرداختم» (همان، ص ۲۲۳).

۳-۳-۵-۷. یادگیری مهارت‌های زندگی

از جمله آموزش‌های اسلام که بر آنها تأکید شده، مهارت‌های زندگی (مانند تیراندازی و شنا) است. به نظر می‌رسد با توجه به شرایط معاصر، برخی مهارت‌های سالم اجتماعی را نیز می‌توان در این دایره گنجانید.

۶-۷. خلاقیت

خلاقیت نقش اساسی در رشد عقلی و فکری افراد دارد و یکی از اصول اولیه پیشرفت و توسعه جامعه، داشتن افراد خلاق و نوآور است؛ افرادی که به راه‌های عادی و مسیره‌های از قبل تعیین شده اکتفا نکرده و در جست‌وجوی راه‌های تازه‌اند. خانواده در کنار مدرسه، نقشی اساسی در پرورش استعداد کودکان دارد. چون خانواده فرصت‌های زیادی برای تربیت کودک دارد، می‌تواند قدرت تفکر و تخیل کودکان را پرورش دهد و آنان را به فراگیری راه‌های نو تشویق کند و مهم‌تر اینکه از اشتباه کردن ترسانند. آموزه‌های اسلامی انسان‌ها را همانند معادن طلا و نقره دارای استعدادهای ویژه‌ای شمرده‌اند (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۸، ص ۱۷۷) که نیازمند استخراج توانایی‌ها و استعدادهای نهفته است. بر این اساس، اسلام علاوه بر تأکید بر تدبیر و تعقل در امور و تقویت قدرت شناختی کودک، بر بازی کردن کودکان تأکید فراوان نموده است. همان‌گونه که در قسمت «آزادی اندیشه» بیان شد، بازی به صورت کلی موجب رشد فکری و عقلی کودک می‌شود. دومین شاخص مطمحنظر اسلام، مهربانی در آموزش و نادیده گرفتن اشتباه کودک است.

امام سجاد ﷺ می‌فرمایند: «حق خردسال مهربانی در آموزش، بخشیدن، پوشاندن اشتباهات، مدارا، و کمک به اوست» (صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۲، ص ۶۲۵).

شاخصه دیگری که اسلام بر آن تأکید دارد، توجه به نیازهای آینده است. از این رو امام علی علیه السلام می‌فرماید: «لَا تَقْسِرُوا أَوْلَادَكُمْ عَلَى آدَابِكُمْ فَإِنَّهُمْ مَخْلُوقُونَ لِزَمَانٍ غَيْرِ زَمَانِكُمْ» (ابن ابی‌الحدید، ۱۴۰۴ق، ج ۲۰، ص ۲۶۷)؛ آداب و رسوم خود را بر فرزندان خود تحمیل نکنید؛ زیرا آنها برای زمانی غیر از زمان شما آفریده شده‌اند.

۷-۷. مشارکت اجتماعی

از پایه‌های اصلی داشتن جامعه پویا و تلاشگر «مشارکت اجتماعی» افراد جامعه است. جامعه‌ای که اعضای آن نسبت به امور اجتماعی بی‌تفاوت باشند، نه تنها رو به رشد و تعالی نخواهد بود، بلکه سرانجام از هم خواهد پاشید. بدین‌روی حکومت از ابزارهای گوناگونی برای بسیج مردم و مشارکت آنان در امور اجتماعی بهره می‌گیرد. اما این شاخصه بیش از همه می‌تواند در خانواده پرورش یابد.

خانواده می‌تواند با در پیش گرفتن اصول تربیتی صحیح، زمینه هر چه بیشتر مشارکت اعضای خود در جامعه را فراهم کند. البته این امر با توجه به الگوی ساخت قدرت در خانواده امکان‌پذیر است. ساخت قدرت در خانواده می‌تواند سختگیرانه، سهیل‌گیرانه و مقتدرانه باشد (مریجی، ۱۳۹۰)، اما تنها شیوه مقتدرانه است که می‌تواند فرزندی مستقل، سختکوش، منضبط و فعال به بار آورد. آموزه‌های اسلامی نیز ضمن رد روش سخت‌گیرانه (اجتناب از سرزنش زیاد و منع تنبیه) و سهیل‌گیرانه (تقدیر از کودک نیکوکار برای تنبیه کودک خطاکار)، توجه به مشارکت کودک در امور خانه را تشویق می‌کند.

به همین سبب بر مشورت با فرزندان (الولد وزیر سع سنین) - البته بعد از سن ۱۴ سالگی - تأکید شده است. بنابراین، بر توجه به مشارکت فرزندان در امور خانه که می‌تواند زمینه مشارکت اجتماعی نیز باشد، در آموزه‌های دینی تأکید گردیده است.

۷-۸. اصل «نفی سلطه / سبیل»

یکی از مؤلفه‌های اصلی توسعه فرهنگی، «ارتباط آگاهانه با فرهنگ‌های دیگر» است. اما این ارتباط به صورت مطلق نیست، بلکه باید در چارچوب اصول و ارزش‌های فرهنگی جامعه صورت گیرد. یکی از اصول فقهی نظام حقوقی اسلام «نفی سلطه» یا «نفی سبیل» است که در تمام زمینه‌های سیاسی، اقتصادی و فرهنگی حاکمیت دارد. قرآن کریم به صراحت می‌فرماید: «لَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا» (نساء: ۱۴۱)؛ خداوند هرگونه سلطه کافران را به صورت مطلق بر مؤمنان جایز نمی‌داند.

از جمله موارد کاربرد این اصل، خانواده است. اسلام به سبب اهمیت والایی که بر جایگاه خانواده در رشد و تعالی فرد و جامعه قائل است، حریم خاصی برای حفاظت و صیانت آن در نظر گرفته است. از این‌رو طبق آیه شریفه از ورود غیرمسلمان به این حریم منع کرده است. فقهای اسلامی موارد ذیل را مصادیق قاعده مزبور در امور خانواده دانسته‌اند:

الف) حضانت و سرپرستی کودک: در صورتی که یکی از والدین کافر گردد، حضانت با والد مسلمان است (نجفی، ۱۴۰۴ق، ج ۳۲، ص ۲۸۷).

ب) ولایت: تمام فقها اتفاق دارند که کفر موجب ساقط شدن حق ولایت (بر ازدواج، سفیه، مجنون، صغیر و مانند آن) می‌گردد (شهید ثانی، ۱۴۱۳ق، ج ۱۵، ص ۱۴۱).

ج) ارث: براساس فقه اسلامی، به‌ویژه فقه اهل‌بیت^{علیهم‌السلام}، کفر مانع ارث بردن کافر از میت مسلمان می‌گردد (نجفی، ۱۴۰۴ق، ج ۳۹، ص ۱۶).

د) ازدواج: صورت‌های متعددی برای ازدواج مسلمان با غیرمسلمان متصور است، اما دو نمونه از آن به اجماع تمام فقها براساس استناد به آیه شریفه فوق جایز نیست:

۱) ازدواج زن مسلمان با مرد کافر (زهیلی، ۱۴۱۸ق، ص ۶۵۳)؛

۲) ازدواج زن مسلمان با مرد کافر غیر اهل کتاب (نجفی، ۱۴۰۴ق، ج ۲۷، ص ۱۰۲).

روشن است که این موارد به علت ایجاد سلطه و به تبع آن تأثیری است که بر عقاید و عادات و رفتار افراد - از جمله - کودکان دارد. اسلام با جعل این اصل، زمینه این برتری را از بین برده است.

نتیجه‌گیری

«توسعه فرهنگی» به معنای تعالی زندگی در جامعه براساس ارزش‌های متعالی فرهنگی است. اصولاً هدف اصلی توسعه فرهنگی نه‌تنها تولید، بهره‌وری، بالا رفتن درآمد سرانه و رشد اقتصادی جامعه، بلکه علاوه بر آن، توسعه انسانی و داشتن انسانی پویا، فعال، خلاق، آگاه و دارای اعتماد به نفس است.

«توسعه فرهنگی» بدین معناست که فرهنگ نقش اساسی و بنیادین در توسعه دارد. از این‌رو هرگونه الگوی توسعه بدون توجه به فرهنگ پیشاپیش شکست خورده است. بر همین اساس، توجه به عناصر فرهنگ بومی و پالایش آن و نیز توجه به دیگر فرهنگ‌ها نیز امری لازم در فرایند توسعه و پیشرفت است. بدین‌روی سه بعد «خودباوری فرهنگی»، «پالایش فرهنگی» و «ارتباط آگاهانه با دیگر فرهنگ‌ها» از مؤلفه‌های اصلی توسعه فرهنگی است.

خانواده به‌مثابه حلقه واسط بین فرد و جامعه، جایگاه برجسته‌ای در توسعه فرهنگی دارد، هرچند برنامه‌های کشورهای - به اصطلاح - جهان سوم به این مهم توجه نکرده‌اند. اما دین همواره در نقش ارائه‌دهنده الگوهای رفتاری، نقش بسزایی در تربیت روانی، فکری و روند اجتماعی‌شدن افراد، به‌ویژه کودکان دارد. با توجه به مؤلفه‌های سه‌گانه و شاخص‌های متعدد توسعه فرهنگی، یافته‌ها نشان می‌دهد نقش خانواده در تمام شاخص‌های مزبور برجسته است و دین اسلام تأکید فراوانی بر جایگاه خانواده دارد.

منابع

نهج البلاغه، ۱۳۷۹، قم، هجرت.

- ابن ابی الحدید، عبدالحمید بن هبة الله، ۱۴۰۴ق، *شرح نهج البلاغه*، تحقیق محمد ابوالفضل ابراهیم، قم، کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی.
- آشوری، داریوش، ۱۳۵۷، *تعریفا و مفهوم فرهنگ*، تهران، مرکز فرهنگی آسیا.
- آقامحمدیان شهرباف، حمیدرضا، ۱۳۸۷، «نقش و جایگاه خانواده در فرایند توسعه فرهنگی»، در: *همایش ملی توسعه و تحول در فرهنگ و هنر*، ج ۱، قم، سوره مهر.
- آتوتیت، ویلیام، تام باتامور، ۱۳۹۲، *فرهنگ علوم اجتماعی قرن بیستم*، تهران، نشر نی.
- بخاری، محمد بن اسماعیل، ۱۳۹۲، *صحیح البخاری*، ترجمه عبدالعلی نور احراری، تربت جام، شیخ الاسلام احمد جام.
- بغدادی، عبدالله محمد عبید، ۱۴۱۰ق، *العیال*، تحقیق نجم عبدالرحمن خلف، مدینه منوره، دار ابن القیم.
- بیرو، آلن، ۱۳۸۰، *فرهنگ علوم اجتماعی (انگلیسی - فرانسه - فارسی)*، ترجمه باقر ساروخانی، تهران، کیهان.
- پودارتچی، مصطفی، ۱۳۸۳، «مشارکت سیاسی زنان و توسعه فرهنگی»، در: *مجموعه مقالات دانشگاه علامه طباطبائی*، ش ۱۸۵، ص ۳۳۷-۳۵۶.
- پهلوان، چنگیز، ۱۳۷۸، *فرهنگ‌شناسی: گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن*، تهران، پیام امروز.
- ترمذی، محمد بن عیسی، ۱۴۱۹ق، *الجامع الصحیح و هو سنن الترمذی*، تحقق و شرح احمد محمد شاکر قاهره، دار الحدیث.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، ۱۴۱۰ق، *غرر الحکم و درر الکلم*، تحقیق سیدمهدی رجائی، چ دوم، قم، دارالکتاب الاسلامی.
- حرعاملی، محمد بن حسن، ۱۴۱۲ق، *وسایل الشیعه*، تحقیق محمدرضا حسینی جلالی، قم، مؤسسه آل البیت لاحیاء التراث.
- حسینی، اکرم‌السادات، ۱۳۸۳، «تحکیم خانواده در آموزه‌های قرآنی»، *مطالعات راهبردی زنان*، ش ۲۶، ص ۴۶-۸۱.
- حلی، ابن فهد، ۱۴۰۷ق، *عدة الداعی و نجاح الساعی*، بیروت، دار الکتب العربی.
- خانیکی، هادی، ۱۳۷۵، «جایگاه و نقش مطبوعات در توسعه فرهنگی ایران»، *نامه پژوهش فرهنگی*، پیش شماره ۱، ص ۱۱۱-۱۲۴.
- دهخدا، علی اکبر، ۱۳۷۷، *لغت‌نامه دهخدا*، تهران، مؤسسه لغت‌نامه دهخدا و مرکز بین‌المللی آموزش زبان فارسی دانشگاه تهران.
- زهیلی، وهبه، ۱۴۱۸ق، *الفقه الاسلامی و أدلته*، دمشق، دار الفکر المعاصر.
- ژررار، آگوستین، ۱۳۷۲، *توسعه فرهنگی: تجارب و خط‌مشی‌ها*، ترجمه پروانه سپرده و علی هاشمی گیلانی، تهران، مرکز پژوهش‌های بنیادی.
- شرف‌الدین، سیدحسین، ۱۳۹۳، «علامه طباطبائی و بنیادهای هستی‌شناختی فرهنگ»، *معرفت فرهنگی اجتماعی*، سال پنجم، ش ۲، ص ۶۵-۹۲.
- شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲، *نقشه مهندسی فرهنگی کشور*، تهران، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- صادقی فسایی، سهیلا و ایمان عرفان‌منش، ۱۳۹۴، «مبانی روش‌شناختی پژوهش اسنادی در علوم اجتماعی؛ مورد مطالعه: تأثیرات مدرن شدن بر خانواده ایرانی»، *راهبرد فرهنگ*، ش ۲۹، ص ۶۱-۹۲.
- صدوق، محمد بن علی، ۱۴۱۳ق، *من لایحضره الفقیه*، تحقیق علی اکبر غفاری، چ دوم، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
- ، ۱۳۶۲، *الخصال*، تحقیق و تصحیح علی اکبر غفاری، قم، جامعه مدرسین.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین، ۱۳۷۸، *تفسیر المیزان*، ترجمه محمدباقر موسوی، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
- طبرسی، حسن بن فضل، ۱۳۷۰، *مکارم الاخلاق*، قم، شریف الرضی.
- عاملی، زین‌الدین بن علی (شهید ثانی)، ۱۴۱۳ق، *مسالك الافهام إلى تنقیح سرائع الاسلام*، قم، مؤسسه المعارف الاسلامیه.
- فاضلی، نعمت‌الله، ۱۳۹۴/۱/۱۹، «سرنوشت خانواده در برنامه‌های توسعه»، *روزنامه ایران*، ش ۵۸۹۹، ص ۱۷.

- قریشی، باقر شریف، ۱۳۶۲، *نظام تربیتی اسلام*، تهران، فجر.
- کلینی، محمد بن یعقوب، ۱۴۰۷ق، *الکافی*، تهران، دار الکتب الاسلامیه.
- کوش، دنی، ۱۳۸۱، *مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی*، ترجمه فریدون وحید، تهران، سروش.
- کوهستانی، حسینعلی، ۱۳۷۱، «نقش خانواده در تربیت فرزندان»، *پیوند*، ش ۱۵۸، ص ۳۰-۳۹.
- گولد جولیوس و ویلیام ل کلب، ۱۳۷۶، *فرهنگ علوم اجتماعی*، تهران، مازیار.
- گیوه‌چیان، فاطمه، ۱۳۸۰، «ملاحظات درباره نقش زنان در توسعه فرهنگی»، *زن در توسعه و سیاست*، ش ۲، ص ۱۰۹-۱۲۴.
- مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، *بحار الانوار*، چ دوم، بیروت، مؤسسه الوفاء.
- محمدی ری شهری، محمد، ۱۳۸۶، *میزان الحکمه*، قم، دارالحدیث.
- مریجی، شمس‌الله، ۱۳۹۰، «بررسی نقش خانواده در کاهش انحرافات اجتماعی»، *معرفت فرهنگی اجتماعی*، ش ۴، ص ۴۹-۷۲.
- منصوری، ذبیح‌الله، ۱۳۸۴، *مغز متفکر جهان شیعه*، تهران، جاویدان.
- موسوی خمینی، سیدروح‌الله، ۱۳۸۵، *صحیفه امام*، چ چهارم، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه السلام.
- مهدوی، سیدمحمدصادق و سمیرا وکیل‌ها، ۱۳۹۴، «بررسی تأثیر توسعه فرهنگی زنان بر کارکردهای خانواده»، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، سال هفتم، ش ۲، ص ۷۳-۸۴.
- نجفی، محمدحسن، ۱۴۰۴ق، *جواهر الکلام فی شرح شرائع الاسلام*، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
- نوری، حسین بن محمدتقی، ۱۴۰۸ق، *مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل*، بیروت، مؤسسه آل‌البتیت علیهم السلام لاحیاء التراث.

Bowen, Glenn A, 2009, "Document Analysis as a Qualitative Research Method", *Qualitative Research Journal*, V. 9, p. 27-40.

Dumazedier, Joffre, 1958, "Problèmes Du Loisir: (Enquête Psycho-Sociologique Sur Le Développement Socio-Culturel de l'agglomération d'Annecy)", *Revue Internationale de l'Education* 4, N. 1, p. 117-120.

_____, 1991, "Défense Du Concept De Développement Culturel En Sociologie", *World Leisure & Recreation*, N. 33, p. 5-6.

Mayor, Fredrico, 1988, "The World Decade for Cultural Development", *The Courier*, Paris UNESCO.

Vestheim, Geir, 2019, "UNESCO Cultural Policies 1966-1972 – the Founding Years of 'New Cultural Policy'", *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift*, N. 22, p. 174-195.

The Role of the Family in Cultural Development Based on Islamic Teachings

✉ **Abdollah Zaki** / PhD Student of Sociology at the IKI

zakighaznavi@gmail.com

Hamid Parsania / Associate Professor, College of Social Sciences, University of Tehran

Received: 2022/07/16 - **Accepted:** 2022/09/21

Abstract

"Cultural development" forms the basis of the advancement and progress of society and its main goal is individual and society's self-reliance. As the basic element of society, family plays an essential role in nurturing individuals and societies. Basically, a healthy society consists of a healthy family and a healthy family consists of healthy people. However, in most development programs in general and cultural development in particular, less attention has been paid to family. Using "documentary analysis" method, this article examines the role of family in cultural development based on Islamic teachings. The research findings show that family has a direct influence on all the indicators of cultural development (such as self-confidence, freedom of thought, equality before the law, learning, creativity, participation, negation of dominance, respect for the beliefs and opinions of others). Therefore, based on Islamic teachings, the position of family as one of the important social institutions in cultural development is very prominent.

Keywords: culture, cultural development, family, self-confidence, cultural refinement, conscious communication with other cultures.

An Anthropological Criticism of the Policy-Making Implications of Habermas' Theory of "Communicative Action" Based on the Religious Model of "Intrapersonal Communication"

Mustafa Hamedani / Level 4 Student of the Qom Seminary

ma13577ma@gmail.com

Received: 2022/06/30 - **Accepted:** 2022/11/05

Abstract

Jürgen Habermas is one of the last philosophers of the Frankfurt School, whose thoughts on social sciences are world-famous. Using descriptive-analytical method as well as "critical analysis" of Habermas's cultural theory, this study has explained the possibility of policy-making based on Habermas's cultural theory and its policy-making implications in the form of three questions. Then it has challenged these implications in the form of two more questions. This critique is presented from two perspectives: Firstly, cultural sciences and policy-making; secondly, religious position with emphasis on the Qur'an and hadith and interpersonal communication approach as one of the outstanding communication patterns in the Qur'anic and hadith knowledge. The research results show that although Habermas' cultural theory is capable of producing cultural policies at the conceptual and analytical level, these policies are very abstract and far from reality at the efficiency and implementation level because they have no performance guarantee and their realization is not reachable. The proposal of this research is to improve the social relationship between humans and the public domain based on the correction of intrapersonal communication in the private domain, and the correction of this relationship depends only on sincere relationship with God.

Keywords: cultural theory, Jürgen Habermas, anthropology, cultural policy, policy making, interpersonal communication.

Islamic Values Governing the Identification of the Desired Situation in Media Organizations from the Qur'anic Perspective

✉ **Seyyed Muhammad Reza Mirsani** / PhD Student of Media Management, the Imam Khomeini Institute for Education and Research mirsane86@gmail.com

Muhammad Hasan Ja'fari / Assistant Professor at the Department of Management, the Imam Khomeini Institute for Education and Research

Hasan Khujasteh / Professor at the Radio Department of the Production Faculty, the Broadcasting University of Islamic Republic

Received: 2022/06/30 - **Accepted:** 2022/08/09

Abstract

In this study, "Islamic values" means "moral" values obtained from Islam. From this perspective, "Islamic value" is a desirable and sublime optional action, the desirability of which originates from Islamic principles and insights. Performing moral actions makes a person reach excellent goals and true perfection (that is, closeness to God Almighty). Islamic values have influenced the theories and practical methods of Muslim managers, including media managers, and also can direct their movement. Thus, in order to develop the knowledge of "Islamic media management" and its application, it is necessary to know the Islamic values related to media management and apply them. The specific Islamic values governing the planning process in a media organization, especially its initial stage, i.e. "identifying the optimal situation", are an important part of the values related to media management. Due to significant differences in planning in media organizations compared to other organizations, these Islamic values should be analyzed and identified. Therefore, the research question is "what are the specific Islamic values governing the identification of the optimal situation in media organizations, especially from the perspective of the Holy Qur'an?" In order to find the answer, the researcher investigated the verses of the Holy Qur'an with the help of "ijtihadi" method. The following values were identified and extracted: 1. "Recognizing the mission and main responsibilities of the Islamic media organization", the most important example of which is "Balagh Mobin" (the Clear Message), "teaching theosophy", "preaching" and "inviting". 2. "Recognizing the main types of audiences of Islamic media organizations", which provides a suitable ground for "audience analysis". 3. "Adopting a global perspective in terms of audience coverage" which is facilitated by current communication advances. 4. "Prioritizing the spiritual interests of the audience over the material goals of the organization", especially in the important issue of the organization's income and profit earned from the audience.

Keywords: media management, planning in media organization, identifying the desired situation, Islamic values, Islamic value system.

A Sociological Study of Factors Influencing Social Identity (A Case Study of the Third Grade Male Students of the Lower Secondary School in Shiraz)

Alireza Khoddami / Associate Professor at Sociology Department, Islamic Azad University, Jahrom

✉ **Mehdi Rasekhi Runizi** / MA in Sociology, Islamic Azad University, Jahrom

rasekhi.Mehdi@yahoo.com

Received: 2022/05/05 - **Accepted:** 2022/09/12

Abstract

This research aims to investigate the factors influencing the social identity of male students. The research is quantitative and the method used is survey. A questionnaire was developed and the data were collected through a statistical sample of 268 third grade students of lower secondary school in Shiraz. Social identity was studied at four levels of national, ethnic, religious and group identities. This study used Anthony Giddens' theory of "social identity", according to which, social trust, the extent of a person's communication network in society, and the use of mass media affect social identity. The analysis of statistical tests showed that the extent of a person's communication network in society is the most important independent variable influencing the person's social identity. Also, the research findings showed that the amount of family income per month, field of study, individual's communication network, mass media, social trust and finally the use of mass communication means affect the social identity of students. Finally, the multiple linear regression model showed that the dependent variables of the research could explain 41% of the variance in social identity.

Keywords: social identity, social trust, mass media, male students, Shiraz.

The Social-Cultural Explanations of Population in the Thoughts of Allameh Misbah Yazdi

Ismail Chiraghi Kutiani / Assistant Professor at Sociology Department, the IKI
esmaeel.cheraghi@gmail.com

Received: 2022/11/22 - **Accepted:** 2023/03/14

Abstract

As a strategic issue and an important factor in the stability and dynamism of societies, "population" is a multidimensional issue that has been taken into account by social thinkers. In this regard, Allameh Misbah Yazdi, a prominent social philosopher, has presented social and cultural analyses concerning population. The central question of this article is derived from the social and cultural explanations of Allameh Misbah Yazdi about population. The data collection method is "documentary and library based" and the data were analyzed descriptively and analytically. The research findings showed that Allameh Misbah considers Islam to be in favor of increasing the population, but argues that its ruling is a function of social conditions. According to Allameh Misbah, population is a multi-dimensional issue that experts from various fields should work together to deal with. He considers two reasons to be the main factors in the formation of the population challenge: first, the enemies' conspiracy; and secondly, the expansion of convenience culture. According to him, Hawzeh's clerics have two major duties to compensate for the past shortcomings: carrying out cultural and scientific activities and introducing the research results to the public. He stipulated that the main problems of the population are "culture" and "lack of religiosity", and religion and religious teachings should be highlighted to tackle them.

Keywords: explanation, demographic explanation, socio-cultural explanation, culture, Allameh Misbah Yazdi.

The Analysis of the Theme of "Cultural Capital" as an Embodied and Subjective Matter in "Nahj al-Balagha"

Maryam Soleimani Maymand / PhD Student of Nahj al-Balagheh's Sciences and Teachings,
Meibod University

✉ **Hamid Hamidian** / Assistant Professor at the Department of Qur'anic and Hadith Sciences,
Meibod University hamidian.1392@yahoo.com

Ahmad Zare Zardini / Associate Professor at the Department of Qur'an and Hadith Sciences,
Meibod University

Mehdi Soltani / Assistant Professor at the Department of Social Sciences, Baqir al- Uloom University

Received: 2022/11/02 - **Accepted:** 2023/03/14

Abstract

Embodied "cultural capital" is considered as a type of cultural capital that has a decisive role in the social analysis methodology of the French sociologist Pierre Bourdieu. This study seeks to examine and present the elements of embodied and subjective cultural capital in "Nahj al-Balagha". In other words, how can examples of Islamic cultural capital be analyzed based on the theory of cultural capital? The present article has investigated embodied and subjective cultural capital in "Nahj al-Balagha" using the "thematic analysis" method. The results are obtained based on a comparison between 20 main themes in the form of 10 themes from Bourdieu's theory and 10 themes from "Nahj al-Balagha". Also, 24 sub-themes were obtained from the reading of "Nahj-ul-Balagha" to strengthen the scope and dimensions of the themes, and finally, 4 general themes were achieved from the network of themes. The research results show that in the Western approach, the understanding of "cultural capital" has substantive differences with the Islamic approach. Thus, in Bourdieu's view, cultural capital corresponds to worldly purposes, while according to Imam Ali, it corresponds to human excellence and human and otherworldly purposes. Furthermore, the cultural capital considered by Bourdieu has an embodied and objective aspect while the cultural capital from Imam Ali's perspective has a subjective and abstract aspect.

Keywords: capital, thematic analysis, cultural capital, Nahj al-Balagha, Amir al-Mumineen, Pierre Bourdieu.

Abstracts

The Sociological Reconsideration of Heyat as a Holy Public Sphere (a Case Study of "Zanjan's Tharallah Heyat")

✉ **Maysam Bigdeli** / PhD Student of Sociology at the Research Institute of Hawzeh and University
meisambigdeli@rihu.ac.ir

Asghar Eslami Tanha / Assistant Professor at the Department of Cultural Studies and Communication, Baqir al-Uloom University

Received: 2022/06/23 - **Accepted:** 2022/10/09

Abstract

Imam Hussein's mourning ceremony has always played a great role in the history of social and political developments of the Islamic community among people, and this is due to the great potential hidden in the Ashura movement. Therefore, the hypothesis coming to mind is that, as a common style of mourning for Imam Hussein's martyrdom, Heyats can act as a holy public sphere today. Therefore, the present research deals with the philosophy, nature, and quality of Heyat as a holy public sphere. This research has used the concept of "public sphere" by Jürgen Habermas. Using "theme analysis" method and interview, the "Tharallah Heyat" of Zanjan city was selected as the study sample. According to the results of the research, the "western public sphere" is the opposite of "holy public sphere" which is based on revealed rationality and divine values. Believers call each other to the divine values based on wilayat-based acts of kindness and love. Wilayat-based actions include not only rationality, but also emotions and feelings; it is not only limited to verbal action, but also includes non-verbal action. Through "verbal action" (that is, using the capacity of eulogy and speech) and "non-verbal action" including social activities in the path of seeking justice, claiming and removing deprivation, Heyat can play a significant role in the formation of public opinions and influencing the social structure.

Keywords: public sphere, Habermas, communicative rationality, communicative action, public opinion, wilayat-based deeds..

Table of Contents

The Sociological Reconsideration of Heyat as a Holy Public Sphere (a Case Study of "Zanjan's Tharallah Heyat") / Maysam Bigdeli / Asghar Eslami Tanha 15

The Analysis of the Theme of "Cultural Capital" as an Embodied and Subjective Matter in "Nahj al-Balagha" / Maryam Soleimani Maymand / Hamid Hamidian / Ahmad Zare Zardini / Mehdi Soltani.....39

The Social-Cultural Explanations of Population in the Thoughts of Allameh Misbah Yazdi / Ismail Chiraghi Kutiani..... 61

A Sociological Study of Factors Influencing Social Identity (A Case Study of the Third Grade Male Students of the Lower Secondary School in Shiraz) / Alireza Khoddami / Mehdi Rasekhi Runizi..... 81

Islamic Values Governing the Identification of the Desired Situation in Media Organizations from the Qur'anic Perspective / Seyyed Muhammad Reza Mirsani' / Muhammad Hasan Ja'fari / Hasan Khujasteh 99

An Anthropological Criticism of the Policy-Making Implications of Habermas' Theory of "Communicative Action" Based on the Religious Model of "Intrapersonal Communication" / Mustafa Hamedani 119

The Role of the Family in Cultural Development Based on Islamic Teachings / Abdollah Zaki / Hamid Parsania 139

Proprietor: *Imam Khomeini Educational and Research Institute (IKI)*

Editor in Chief: *Hamid Pārsaniyā*

Editor: *Syyed Hosein Sharaf-Al-din*

Executive manager: *Amir Hosein Nikpour*

Editorial Board:

☒ **Nasrallah Aqajani:** *Associate Professor, Bagher al-Olum University*

☒ **Hamid Parsāniyā:** *Assistant Professor, Tehran University*

☒ **GholamReda Jamshidiha:** *Professor, Tehran University*

☒ **Mahmud Rajabi:** *Professor, IKI*

☒ **Syyed Hosein Sharaf al-din:** *Professor, IKI*

☒ **Hosein Kachoiyan:** *Associate Professor, Tehran University*

☒ **Akbar Mirsepah:** *Assistant Professor, IKI*

☒ **Shams allah Mariji:** *Professor, Bagher al-Olum University*

Address:

IKI

Jomhori Eslami Blvd
Amin Blvd., Qum, Iran

PO Box: 37185-186

Tel: +982532113480

Fax: +982532934483

<http://nashriyat.ir/sendarticle>

www.iki.ac.ir & www.nashriyat.ir