



فصلنامه علمی - پژوهشی

اسلام و مطالعات اجتماعی

سال چهارم، شماره اول، تابستان ۱۳۹۵

۱۳

صاحب امتیاز:

پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

www.isca.ac.ir

مدیر مسؤول: نجف لکزایی

سردبیر: حمید پارسانیا

دبیر و کارشناس تحریریه: سیفاله قنبری نیک

کارشناس اجرایی: علی جامه‌داران

مترجم چکیده‌ها: علی دهقان

۱. فصلنامه **اسلام و مطالعات اجتماعی** به استناد مصوبه ۱۳۴ شورای عالی حوزه‌های علمیه در جلسه مورخ ۱۳۹۴/۰۵/۰۳ حائز رتبه علمی - پژوهشی گردید.
۲. به استناد ماده واحده مصوبه جلسه ۶۲۵ مورخ ۱۳۸۷/۰۳/۲۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی «مصوبات شورای عالی حوزه علمیه قم در خصوص اعطای امتیاز علمی، تأسیس انجمن‌های علمی، قطب‌های علمی و واحدهای پژوهشی و همچنین امتیازات کرسی‌های نظریه‌پردازی، نقد و مناظره و آزاداندیشی در حوزه، دارای اعتبار رسمی بوده و موجد امتیازات قانونی در دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه می‌باشد».

اسلام و مطالعات اجتماعی در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)، بانک اطلاعات نشریات کشور (Magiran)، سامانه نشریه: jiss.isca.ac.ir و پرتال نشریات دفتر تبلیغات اسلامی (www.daftarmags.ir) نمایه می‌شود.
هیئت تحریریه در اصلاح و ویرایش مقاله‌ها آزاد است. • دیدگاه‌های مطرح‌شده در مقالات صرفاً نظر نویسندگان محترم آنهاست.

نشانی: قم، چهارراه شهدا، ابتدای خ معلم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

مرکز مطالعات فرهنگی - اجتماعی

صندوق پستی: ۳۶۸۸ / ۳۷۱۸۵ * تلفن: ۰۲۵ - ۳۷۷۴۵۸۴۲ - سامانه نشریه: jiss.isca.ac.ir

اعضای هیأت تحریریه

(به ترتیب حروف الفبا)

نصرالله آقاجانی

استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام

نصرالله حسین زاده

رئیس اداره امور نشر و فصلنامه های اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام

محمود رجبی

استاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام

سید عباس صالحی

استادیار و عضو هیأت علمی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

حسن غفاری فر

استادیار مؤسسه آموزش عالی حوزوی امام رضا علیه السلام

حسین کچویان

دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

شمس الله مریجی

دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام

داوران این شماره

حجة الاسلام والمسلمین نصرالله آقاجانی، حجة الاسلام والمسلمین دکتر فاضل حسامی،
حجة الاسلام والمسلمین دکتر کریم خان محمدی، حجة الاسلام والمسلمین دکتر حسن غفاری فر،
حجة الاسلام والمسلمین دکتر فرج الله میرعرب، حجة الاسلام والمسلمین دکتر حسن یوسف زاده،
دکتر داود رحیمی سجاسی، دکتر عبدالحسین کلانتری، دکتر محمد علینی.

فراخوان دعوت به همکاری

فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی بر اساس مصوبه هیئت امنای دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، با بهره‌مندی از ظرفیت‌های علمی و فکری مراکز حوزوی و دانشگاهی و با هدف تولید دانش و معرفت علمی، ترویج و انتشار یافته‌های پژوهشی و آثار اندیشمندان در حوزه مطالعات اجتماعی معطوف به دین و امور حوزوی، با صاحب امتیازی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی منتشر می‌شود.

فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی در عرصه مطالعات و پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی و ناظر به اهداف ذیل منتشر می‌شود:

۱. توسعه تحقیقات در حوزه مطالعات فرهنگی و اجتماعی با رویکرد دینی؛
۲. تبیین مبانی معرفتی و فلسفی علم اجتماعی دینی؛
۳. تدوین و ترویج دانش اجتماعی اندیشمندان مسلمان؛
۴. گسترش و هدایت حوزه‌های دانش نظری و کاربردی در عرصه فرهنگی و اجتماعی متناسب با نیازهای جامعه هدف، در جهت تکوین علوم انسانی-اسلامی؛
۵. تولید ادبیات بومی-اسلامی در حوزه فرهنگ و اجتماع؛
۶. ایجاد انگیزه و بسترسازی پژوهش در حوزه مطالعات فرهنگی و اسلامی؛
۷. توسعه همکاری و تعامل علمی میان استادان و پژوهشگران حوزه و دانشگاه؛
۸. ارتقای سطح علمی استادان و دانش‌پژوهان حوزوی و دانشگاهی؛
۹. زمینه‌سازی نشر دستاوردهای علمی-پژوهشی اندیشمندان حوزوی و دانشگاهی؛
۱۰. تقویت پژوهش‌های معطوف به مسئله محوری، راهبردپردازی و آینده پژوهی؛

اولویت‌های پژوهشی فصلنامه با رویکرد دینی، اعتقادی و تطبیقی

۱۱. بازخوانی و نقد نظریات حوزه علوم اجتماعی؛
۱۲. جریان‌شناسی حوزه مطالعات فرهنگی اجتماعی؛
۱۳. سیاست‌پژوهی ناظر به مسائل فرهنگی و اجتماعی جامعه؛
۱۴. روش‌شناسی حوزه علوم اجتماعی با تأکید بر نظریات فرهنگی.

رویکردهای اساسی

۱۵. تمرکز محتوایی بر مباحث فرهنگی و اجتماعی معطوف به حوزه دین با رویکرد تطبیقی، بین‌رشته‌ای
۱۶. رعایت معیارها و ضوابط علمی - پژوهشی به‌ویژه در ابعاد روشی و نظری؛
۱۷. پژوهش محوری با تأکید بر پژوهش‌های میدانی و پیمایشی؛
۱۸. مسئله‌محوری و راهبردپردازی با تأکید بر مطالعات کاربردی.

از کلیه صاحب‌نظران، استادان و پژوهشگران علاقه‌مند دعوت می‌شود تا آثار خود را جهت بررسی و چاپ در فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی بر اساس ضوابط و شرایط مندرج در این فراخوان از طریق سامانه نشریه به آدرس jiss.isca.ac.ir ارسال نمایند.

راهنمای تنظیم مقاله

ویژگی‌های شکلی مقاله

۱۹. اصل مقاله تایپ شده (حداکثر ۲۵ صفحه) به آدرس سامانه فصلنامه ارسال شود؛
۲۰. مقاله در نرم‌افزار Microsoft Word 2007 (با قلم Noorzar نازک ۱۴) حروف چینی شده باشد؛
۲۱. ارجاعات داخل متن درج شود (نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار، صفحه یا صفحات)؛
۲۲. کلمات غیرفارسی در داخل متن شماره‌گذاری و معادل لاتین آن در پایین صفحه درج شود؛
۲۳. فهرست منابع و مأخذ در پایان مقاله به ترتیب حروف الفبا ذکر شود؛
۲۴. فهرست منابع و مأخذ (کتاب‌نامه) به روش زیر تدوین و در پایان مقاله اضافه شود:
 - ❖ کتاب‌ها: نام خانوادگی، نام (سال انتشار)، عنوان کتاب، مترجم، جلد، محل نشر: ناشر.
 - ❖ مقالات: نام خانوادگی، نام (سال انتشار)، «عنوان مقاله»، نام نشریه، دوره و شماره نشریه، مکان نشر، صفحاتی که مقاله به خود اختصاص داده است.
 - ❖ منابع الکترونیکی: نام خانوادگی، نام (تاریخ مراجعه به سایت یا وبلاگ)، «عنوان مقاله یا نوشته»، آدرس دقیق اینترنتی یا دسترسی (CD و ...).
 - ❖ پایان‌نامه‌ها: نام خانوادگی، نام (سال تحصیلی که از رساله دفاع شده است)، عنوان رساله، رشته تحصیلی، نام استاد راهنما و مشاوران، شهر محل استقرار دانشگاه یا دانشکده: نام دانشگاه.

ویژگی‌های محتوایی مقاله

۲۵. صفحه اول شامل: ۱. عنوان کامل مقاله، نام و نام خانوادگی، مرتبه علمی دانشگاهی، محل کار یا تدریس و آدرس پست الکترونیکی نویسنده یا نویسندگان؛ ۲. چکیده فارسی حداکثر در ۲۵۰ کلمه؛ ۳. واژه‌های کلیدی بین ۳ تا ۷ کلمه.
- تذکر: در صورتی که مقاله برگرفته از پایان‌نامه باشد یا سازمان و نهادی هزینه مالی پروژه را پرداخت کرده باشد، مراتب در پاورقی صفحه اول درج شود.
۲۶. صفحات دوم تا آخر شامل: ۱. مقدمه و طرح مسئله؛ ۲. سؤال یا سوالات تحقیق؛ ۳. چارچوب نظری یا مفهومی (تعریف مفاهیم، فرضیه‌ها، تئوری‌های تبیین‌کننده موضوع، مدل نظری)؛ ۴. روش تحقیق جمعیت آماری و حجم نمونه (در مطالعات پیمایشی)، تکنیک گردآوری اطلاعات، قلمرو زمانی و مکانی تحقیق؛ ۵. یافته‌های تحقیق (به تفصیل و در عین حال پرهیز از اطناب)؛ ۶. تجزیه و تحلیل و آزمون‌های انجام گرفته؛ ۷. نتیجه‌گیری و جمع‌بندی تحقیق؛ ۸. یادداشت‌ها؛ ۹. فهرست منابع و مأخذ (کتاب‌نامه)

فهرست مقالات

- ۶..... چارچوب نظریه پیشرفت و تکامل از منظر استاد مطهری
حمید یارسانیا - اکبر دوابی
- ۳۸..... بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با عملکرد شغلی اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان
ایوب گراوند - مریم موسیوند - سیدمهدی ویسه
- ۶۴..... واکاوی سبک زندگی امام حسین علیه السلام با تأکید بر روابط با همسر و فرزندان
محمدباقر کجیاف - امیر قمرانی - نگین مرادی
- ۹۱..... بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به پاپ‌شدن نوحه (مطالعه موردی: دیدگاه عزاداران مرد هیئات
عزاداری شهر خرم‌آباد در سال ۹۵-۹۴)
اکبر طالب‌پور - مهین دریگوند
- ۱۱۵..... بنیان‌های نظری بازی‌های رایانه‌ای
محمد رضا انواری
- ۱۴۳..... تحلیل ریشه‌ای/رادیکیال چشم‌انداز آتی در فضای رسانه‌ای
حامد حاجی‌حیدری

چارچوب نظریه پیشرفت و تکامل از منظر استاد مطهری^۱

* حمید پارسانیا

** اکبر دواویی

چکیده

با گذشت نزدیک به ۴۰ سال از انقلاب اسلامی، کشور ایران نیازمند الگویی بومی و اسلامی برای پیشرفت است؛ الگویی که متناسب با مبانی شکل‌گیری انقلاب و در راستای اهداف ترسیمی رهبران الهی آن باشد.

برای ترسیم الگوی پیشرفت، اولین گام مفهوم‌پردازی است و هدف آن رسیدن به چارچوبی نظری برای یافتن حدود پیشرفت است. فواید دیگر آن، امکان تشخیص پیشرفت واقعی از پیشرفت مجازی و توان تشخیص پیشرفت صحیح از غیر آن است.

در این تحقیق به بررسی مفهوم، مبانی و انواع تکامل جامعه انسانی از منظر استاد مطهری پرداخته شده است و در نهایت به چارچوبی نظری برای تعیین حدود پیشرفت منتهی گردیده است. در این چارچوب، انواع پیشرفت در چهار عرصه: فرهنگی، تمدنی، روحی، و جسمی، به شکل نموداری تصویر شده است؛ البته در ادامه، با ترسیم روابط میان این چهار عرصه و وزن‌دهی به این روابط بر اساس تقدم و تأخر و میزان اهمیت هر یک از آنها، می‌توان این چارچوب را تکمیل و از آن در الگوپردازی پیشرفت در حوزه‌های مختلف اجتماعی بهره جست.

کلیدواژه‌ها

نظریه پیشرفت، تکامل حقیقی، تکامل مجازی، تکامل فردی، تکامل اجتماعی.

۱. برگرفته از قسمتی از رساله مقطع دکتری در رشته مدرسی معارف اسلامی گرایش مبانی نظری اسلام با عنوان «مبانی نظریه اسلامی پیشرفت از دیدگاه استاد مطهری» می‌باشد.

* مدرس سطوح عالی فلسفه در حوزه و دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران h.parsania@gmail.com
** دانشجوی دکتری مدرسی الهیات و معارف اسلامی، مبانی نظری اسلام (نویسنده مسئول) akdavaei@gmail.com

مقدمه

نظریه‌های توسعه به لحاظ علمی از مناقشه‌برانگیزترین نظریه‌های اجتماعی و به لحاظ کارکردی از تأثیرگذارترین نظریه‌ها در حیات ملت‌ها در نیمه دوم قرن بیستم بوده است؛ به گونه‌ای که آثار و تبعات متفاوتی در جوامع مختلف از خود بر جای گذاشته است. البته برخلاف تلقی رایج، نظریه‌های توسعه و پیشرفت، فاقد الگوی واحد است لیکن می‌توان به طور کلی آنها را در سه دسته تقسیم کرد: الگوهای توسعه لیبرالیستی، ضد توسعه مارکسیستی و پساتوسعه جدید که حاکی از دوران گذار از توسعه است. اما قدر مسلم آنکه در آستانه قرن بیست و یکم، هیمنه الگوهای جهانی توسعه فروریخته و هر چند نسخه‌های تجویزی برای کشورهای به اصطلاح عقب‌مانده، منجر به پیشرفت‌هایی اندک و موارات شکل‌گیری جنبش‌های پسامدرن در مغرب زمین، جنبشی دینی در کشور ایران شکل گرفت که در نهایت، منجر به پدید آمدن انقلاب اجتماعی متفاوتی گردید که علاوه بر چالش‌های عملی برای غرب، مدعی چالش‌های نظری اسلام و مدرنیسم و نمود اصلی آن یعنی توسعه بوده است؛ البته نظام اسلامی نوپا به دلیل نبود الگویی عملیاتی برای توسعه بومی، به ناچار، مجبور به ادامه مسیر توسعه گذشته با اصطلاحاتی روبنایی بوده است لیکن در دوران بلوغ خود نیازمند ارائه الگوهایی بومی (ملی-دینی) متناسب با مقتضیات زیست‌بوم فرهنگی خود است و حتی فراتر از آن به دنبال ارائه چارچوبی عام است که از طریق آن سایر ملت‌ها بتوانند در برابر الگوهای مرکز محور غرب‌گرا، به تدوین الگوی بومی مناسب بپردازند.

از نظریه پردازان الگوی بومی، استاد مرتضی مطهری را می‌توان نام برد که با دغدغه کارآمدی اسلام به عرصه‌های نوین امروزی، ورود یافته و از جمله مباحثی که ایشان بررسی و تا حدی ارائه کردند؛ طراحی چارچوبی نظری برای تکامل اجتماعی با رویکردی اسلامی بود که یارای رقابت با الگوهای جهانی را دارا باشد و در این مسیر گام‌هایی را - هر چند اندک ولی متقن - نیز برداشت. در این مقاله سعی بر آن است تا حاصل تلاش‌های استاد، استخراج و در قالبی جدید ارائه گردد.

۱- بیان مسأله

نظریه پردازی در هر موضوعی، نیازمند شناخت چارچوب مفهومی آن شامل گستره مفهومی موضوع و تبیین مبنای آن است. نظریه پردازی در باب پیشرفت و توسعه نیز چنین است و عدم رعایت این فرآیند، می‌تواند ما را دچار خطا در بررسی قوانین پیشرفت و مشابه سازی‌های بی‌مورد تکامل اجتماعی با امور دیگر از قبیل تکامل طبیعی کند؛ چنان‌که استاد مطهری می‌نویسد: «تفکیک نکردن این دو [تکامل اجتماعی و طبیعی] از یکدیگر سبب اشتباهات بزرگ می‌شود» (مطهری، ۱۳۷۷ ج: ۷۹۵ و همان، ۱۳۸۴ ب: ۵۲۴). به عبارت دیگر، زمانی می‌توان پیشرفت و تکامل را در قالب یک نظریه اسلامی ارائه کرد که پیش از آن بتوان چارچوب نظری مناسبی برای آن تدارک دید.

بنابراین سوال اصلی این پژوهش عبارت از این است که: آیا می‌توان چارچوبی برای پیشرفت و تکامل انسانی اجتماعی از منظر اسلام و بر مبنای آراء استاد مطهری ترسیم نمود؟ پژوهش حاضر با هدف دستیابی به چنین چارچوبی برای پیشرفت و تکامل اجتماعی انجام شده است و در پی آن است که با بررسی مفهومی و وجودی تکامل و مهم‌ترین تقسیمات آن، به عرصه‌های تکامل در انسان و جامعه به‌ویژه عرصه‌های کلان تکامل اختیاری- انسانی دست یافته، در نهایت در چارچوبی نظری ابعاد، عرصه‌ها و انواع تکامل انسانی و به تبع آن گستره موضوعی پیشرفت اجتماعی اعم از ابعاد طبیعی و انسانی، فردی و جمعی و سطوح معنوی و مادی آن را مشخص کند.

با توجه به بررسی صورت گرفته، پیش از این، اثری که به‌طور مستقیم به موضوع طراحی چارچوب پیشرفت از دیدگاه استاد مطهری (با گستره و عمق مورد نظر در این مقاله) پرداخته باشد، یافت نگردید. از میان آثار پژوهشی مرتبط با دیدگاه استاد مطهری که پیش از این نگارش یافته، تنها دو مقاله و دو پایان‌نامه با حیطه موضوعی این مقاله دارای قرابت می‌باشد. این آثار پژوهشی عبارتند از: مقاله «مبانی دین و توسعه در اندیشه مطهری» (اصغری، ۱۳۸۵: ۱۴۳-۱۷۹)، مقاله «دگرگونی اجتماعی در اندیشه آیت الله مطهری» (لک‌زایی، ۱۳۸۱: ۱۸-۲۰) و پایان‌نامه‌های بررسی مقایسه‌ای توسعه از دیدگاه اسلام‌گرایان ایرانی استاد مطهری و شریعتی» (شالیکار، ۱۳۸۵) و تغییرات اجتماعی در دیدگاه دو تن از متفکران مسلمان در ۱۰۰ ساله اخیر؛ استاد مطهری و علامه طباطبایی (سمیعی ظفرقندی، ۱۳۷۰).

نویسندگان چهار اثر پژوهشی فوق‌الذکر، به‌رغم تلاش برای تبیین دیدگاه استاد در باب توسعه و دگرگونی اجتماعی، به ارائه چارچوب نظری واحد برای تکامل و پیشرفت اسلامی نپرداخته‌اند؛ چنان‌که داعیه آن را نیز نداشته‌اند.

۲- مفاهیم اساسی

الف- چارچوب مفهومی

نظریه‌پردازی در باب هر موضوعی، نیازمند شناخت گستره مفهومی آن موضوع و عمق و مبنای آن است، مانند ساختمانی که در ابتدای کار، نیازمند چارچوب و اسکلت‌بندی متعادل و پایه محکم است. چارچوب نظری، به‌منظور حفظ وحدت ساختاری موضوع طراحی می‌شود. در این چارچوب باید از شناخت مفهومی و مبنایی موضوع آغاز کرد و به ابعاد و وجوه موضوع و روابط میان آنها دست یافت تا بتوان چارچوب نظری صحیحی برای آن ترسیم نمود.

ب- تکامل و پیشرفت

از نظر متفکران اسلامی و از جمله استاد مطهری، درک تکامل، مانند استعداد تکامل فطری است (مطهری، ۱۳۷۷ج: ۷۹۲؛ مطهری، ۱۳۸۹: ۳۲۴؛ خمینی، ۱۳۷۸: ۴۳۶؛ طباطبایی، ۱۳۷۴، ج: ۱۳: ۴۵۵). آدمی در نهاد خود، کمال را می‌یابد. این آگاهی، فطری و حضوری و از نظر مفهومی، بدیهی است و به همین دلیل، قطعاً مایل است رمز تکامل را دریابد و راهی را که خواه‌ناخواه می‌رود، قبلاً بشناسد و حقیقت سیر خویش و موجودات را بشناسد (مطهری، ۱۳۸۹: ۳۲۴) لیکن این دریافت فطری و مفهوم بدیهی اجمالی تکامل برای حرکت در مسیر تکامل، کافی نیست و از نظر استاد، همین که بخواهیم تعریف دقیقی از این مفهوم به دست دهیم، دچار دشواری‌ها می‌شویم؛ می‌بینیم تعریف دقیق آن چندان ساده نیست (همان: ۳۹۷-۳۹۸؛ همو، ۱۳۹۰ الف: ۵۱۱) علاوه بر اینکه انسان در رابطه با تکامل، دارای سه نوع محدودیت است: فطرت او، تنها واجد علم اجمالی است؛ علم تفصیلی او، حصولی و خطاپذیر است و امکان خطا در تشخیص مصادیق تکامل وجود دارد. بر همین اساس، می‌توان گفت به یکی از سه دلیل ذیل، دچار انحراف از مسیر کمال می‌گردد: غفلت در درک اجمالی و فطری؛

جهل در درک حصولی تفصیلی؛ خطا در تشخیص مصادیق. بر این اساس، باید مفهوم تکامل را درک کرد. از نظر استاد «تکامل یعنی کمال یافتن تدریجی» (همو، ۱۳۸۹: ۴۰۰) و به عبارت دیگر، «تکامل، مفهومی است که از تشکک مفهوم کمال سرچشمه می‌گیرد که ما به‌اشتراک، عین ما به‌الامتياز است» (همان: ۳۷۷). بنابراین «اگر بخواهیم تکامل را دقیقاً تعریف کنیم، اول باید «کمال» را تعریف کنیم» (همان: ۴۰۰). البته برخی منکر کمال هستند و تکامل را بدون کمال دنبال می‌کنند (همو، ۱۳۷۷ ج: ۶۵۷ پ ۲). بنابراین، ابتدا باید معنای کمال و واژه نزدیک به آن (تمام) و نقطه مقابل این دو (نقص) را شناخت (همو، ۱۳۷۹ ج: ۲۸۷).

استاد مطهری، از نظر لغوی «تمام» را وصفی، دال بر اجزاء یک شیء و «کمال» را وصفی، دال بر مراتب آن شیء می‌داند (همو، ۱۳۸۴: ۲۱۴-۲۱۵). برای فهم دو واژه «کمال و تمام»، می‌توان از کلمه «نقص و نقصان» که حاکی از عدم کمال و تمام است (همو، ۱۳۷۱: ۷۷۰-۷۷۱ و ۱۳۸۹: ۴۰۰) استفاده کرد:

نقص در مقابل تمام، عبارت است از: «فاقد بودن یک شیء بعضی از اجزاء خود را» (همو، ۱۳۷۱: ۷۷۰-۷۷۱؛ همان، ۱۳۹۰ الف: ۵۱۲ و همو، ۱۳۸۹: ۳۷۷) به معنی این است که «یک شیء دارای اجزای گوناگون، واجد همه اجزاء و اعضاء خود نیست» (همان: ۴۰۰) و در مقابل، «وقتی که آخرین جزئی هم آمد، می‌گوییم: تمام شد» (همو، ۱۳۷۸: ۷۵۵) استاد برای نمونه - در مورد انسان - می‌نویسد: «یک نوزاد، اگر فاقد عضوی باشد، ناقص‌الخلقه است ولی اگر همه اعضایش بی‌عیب و سالم باشد، تام‌الخلقه است» (همو، ۱۳۸۹: ۴۰۰).

و اما درباره نقص در مقابل کمال؛ استاد با بیان اینکه «تکامل یعنی تحول از نقص به کمال» (همو، ۱۳۷۱: ۷۷۰) به این مفهوم از نقص پرداخته، می‌نویسد: «نقص در مقابل کمال...، به این معنی است که یک شیء، همه مراحل را که باید طی کند، طی نکرده باشد و همه امکاناتی که طبیعت برای او تهیه دیده است [را] تحصیل نکرده باشد (همان: ۷۷۰-۷۷۱)؛ یعنی «آنچه در مرتبه پایین‌تر است و به مرتبه عالی‌تر، بالا نرفته است» (همو، ۱۳۸۹: ۴۰۰) به عبارت دقیق‌تر، «نقص در مقابل کمال به اعتبار مراتب و درجات است نه اجزا و ابعاض» (همان: ۳۷۷) برای نمونه - در مورد انسان - می‌نویسد: «مثلاً یک جنین در رحم مادر به حد تمام می‌رسد... [ولی] آن رشدی را که باید بکند، نکرده است. رشد کردن غیر از این است که جزء ناقصی داشته باشد» (همو، ۱۳۷۸: ۷۵۵).

در یک جمع‌بندی، می‌توان وصف کمال را مربوط به وجود و هویت (وصفی برای فعلیت استعداد شیء) و مراتب شیء (در مقابل نقص در مراتب) دانست؛ وصفی که مشکک، نسبی و ملازم زمان و حرکت است؛ برخلاف وصف تمام که مربوط به اجزاء شیء (در مقابل نقص در اجزاء)، مربوط به ماهیت (وصفی برای تحقق همه ذاتیات شیء) و بدون تشکیک و نسبییت و ملازمت با زمان و حرکت است. قابل ذکر است که نقص از مقوله عدم ملکه است نه عدم مطلق و نسبت دادن عدم در این صورت، نیازمند شأنیت و قابلیت ملکه در عدم است. چنان‌که علامه حلی می‌نویسد: «والعدم، انعدام تلک الملکه و... عدمه فی وقت امکانه و تهیؤ الموضوع له» (حلی، ۱۳۶۳: ۳۴).

۳- مبنا و ویژگی‌های تکامل و پیشرفت انسانی

مسیر تکامل انسانی علاوه بر مدار و چارچوب خاص انسانی، دارای مراحل از نقص به کمال و واجد تدریج و دوام است. علامه طباطبایی در مورد تکامل انسان می‌نویسد: «وجود انسان، وجودی است متحول، که در مسیر خود از نقطه نقص به سوی کمال می‌رود و دائماً و تدریجاً در تغییر و تحول است و خلاصه، راه تکامل را مرحله به مرحله طی می‌کند» (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۱: ۱۷۲).

الف) انواع موجودات از نظر کمال و جایگاه انسان در هستی

استاد مطهری در مقام تبیین نظر فوق، تکامل را مربوط به شیء تام‌الوجود تدریجی‌الحصول دانسته (مطهری، ۱۳۷۱: ۷۷۰) و می‌نویسد: «نقص در مقابل کمال... به اعتبار امکاناتی است که شیء تام‌الوجود در پله‌های وجود خود که در حال بالقوه است، طی کرده یا نکرده باشد» (همو، ۱۳۸۹: ۳۷۷) به عبارت دیگر، جایگاه این شیء تدریجی‌الحصول، بدو در رتبه آخر موجودات است که به سبب فعلیت یافتن، می‌تواند پله‌های وجود را طی کند. برای شناخت این جایگاه، استاد به طبقه‌بندی رباعی موجودات از شیخ‌الرئیس اشاره می‌کند^۱ که ملاک طبقه‌بندی در آن، از جهت مراتب نقص و کمال (تمام) موجودات

۱. این تقسیم برخلاف مباحث مفهوم‌شناسی ذکر شده است و در آن مفاهیم کمال و تمام مرادف گرفته شده است.

است.^۱ این چهار قسم به شرح ذیل است: (همو، ۱۳۷۲ ج: ۲۵۷-۲۵۸؛ همو، ۱۳۷۹ الف: ۲۴۰-۲۴۲ و همو، ۱۳۷۶: ۳۷۷-۳۸۸).

جدول ۱- انواع موجودات از نظر کمال

موجود کامل	بالذات	موجود فوق تمام- واجب الوجود بالذات	به سایر موجودات افاضه وجود و کمال می کند
موجود	بالغیر	موجود تام- عقول مجرد	به نهایت تکامل خود رسیده اند
استکمالی	تکامل با علل درونی	موجود مکتفی بذاته- نفوس فلکی	اخذ کمال از عالم عقول در باطن خود
	تکامل با علل بیرونی	موجود ناقص - عالم طبیعت	دنیای علل و اسباب مادی (علل معده)

عموم انسان‌ها در این طبقه بندی، جزو موجودات ناقص هستند که به مدد عوامل بیرونی کامل می‌شوند (همو، ۱۳۷۹ الف: ۲۴۰) برخلاف انسان‌های کامل که در زمره موجودات مکتفی بذاته قرار گرفته‌اند (همو، ۱۳۷۲ ج: ۲۵۸).

ب) رابطه تکامل با حرکت

هر تکاملی از آنجا که مستلزم طی مسیر و مراحل و مراتبی است؛ پس توأم با حرکت است. استاد می‌نویسد: «کمال در مراحل است و لهذا توأم با مفهوم زمان و حرکت است» (همو، ۱۳۸۹: ۳۷۷) لیکن به لحاظ منطقی چه نسبتی میان حرکت و تکامل برقرار است؟ تساوی، عموم و خصوص مطلق یا من وجه؟

از منظر فلسفی، دو نوع اصطلاح برای تکامل داریم که نباید با هم خلط شود؛ در یک اصطلاح، تکامل مساوی با حرکت است و در دیگری، تکامل، اخص از حرکت است؛ یعنی هر حرکتی، مستلزم تکامل نیست با آنکه هر تکاملی، مستلزم حرکت است. به دلیل

۱. ابن سینا، الهیات شفا، فصل سوم از مقاله چهارم به نقل از مطهری، مرتضی، دروس الهیات شفا، مقدمه فصل ۳ از مقاله چهارم و فصل ۶ از مقاله هشتم.

اهمیت فوق‌العاده این دو اصطلاح و عدم خلط آنها با هم، به توضیح آنها از منظر استاد اشاره می‌شود:

تکامل نوع اول: نظریه تساوی حرکت و تکامل

تکامل نوع اول = ملازمت کمال با حرکت (تکامل به معنای پیشرفت و فعلیت‌یابی هر استعداد در مقابل ایستایی)

«ضرورت تکاملی بودن هر نوع حرکت» را استاد مطهری تبیین کرده و علامه طباطبایی نیز بر آن صحه گذارده است (همان: ۳۱۹). استاد مطهری، در تبیین نظریه تساوی حرکت و تکامل، حرکت را به معنی تبدیل قوه و استعداد به فعلیت دانسته؛ بر مبنای اصالت وجود و با مقایسه میان قوه و فعل در یک شیء متحرک، می‌نویسد: «حرکت که خروج از قوه به فعلیت است، قهراً خروج از نقص به کمال و خروج از ضعف به شدت است. پس به این معنا، هر حرکتی ملازم با تکامل است» (همو، ۱۳۸۴ الف: ۳۷۴). استاد، دو نمونه از موارد نقض کننده این قاعده را با عنوان «حرکات کاهنده عینی و وضعی» و «حرکات تنقصی از کمال به نقص» نقل کرده و به صورت «ترکب حرکت نه کاهندگی آن» (همو، ۱۳۸۹: ۳۱۹) و «فعلیت محدود به زمان معین؛ نه حرکت تنقصی» (همو، ۱۳۸۴ الف: ۳۷۵) رد می‌کند. تکامل نوع اول، تکامل عمومی است که شامل همه موجودات زمان‌مند می‌شود.

تکامل نوع دوم: حرکت اعم از تکامل

تکامل نوع دوم = تکامل در مقابل انحطاط و تنزل و به معنای تبدیل فعلیت به فعلیتی برتر (ترقی و تعالی در فعلیت‌ها)

استاد، به اصطلاح دیگری از تکامل اشاره می‌کند که حاکی از عدم تساوی میان حرکت و تکامل است. برخلاف مبنای تکامل نوع اول که مقایسه میان قوه و فعل، موجب حکم به تساوی تکامل و حرکت گردید، مبنای اصطلاح دوم، مقایسه میان فعلیت قبلی و بعدی است که موجب عدم تساوی تکامل و حرکت می‌گردد. استاد می‌نویسد: وقتی فعلیت‌ها با یکدیگر مقایسه می‌شود، اگر فعلیت بعدی نسبت به فعلیت قبلی، نوعی افزایش

داشته باشد، آن را تکامل می‌گویند نه اینکه نسبت میان قوه و فعلیت را در نظر بگیرند [که در هر صورت، هر فعلیتی نسبت به قوه‌اش، تکاملی است] (همان: ۳۷۴).

استاد، در تبیین تکامل نوع دوم می‌نویسد: در «تکامل» ما باید یک «مبدأ کمال»ی در نظر بگیریم و بعد مسیری از همان مبدأ در نظر بگیریم که شیء در همان مسیر در مرحله بعد، در سطح بالاتر قرار گرفته است. این را می‌گوییم «تکامل» (همو، ۱۳۷۲ ب: ۵۳۴). بنابراین، از نظر استاد: «هر تغییری را ما نمی‌توانیم تکامل بدانیم، چون تنزل هم تغییر است. یک انسان در انسانیت خودش، ممکن است کامل تر بشود و ممکن است تغییرش در جهت عکس باشد، همان که ما می‌گوییم «فساد اخلاق»» (مطهری، ۱۳۷۲ ب: ۵۳۳-۵۳۴). به‌طور کلی از نظر استاد، می‌توان گفت: «زمان، همان طوری که پیشروی و تکامل دارد، فساد و انحراف هم دارد. باید با پیشرفت زمان، پیشروی کرد و با فساد و انحراف زمان هم باید مبارزه کرد» (همو، ۱۳۷۹ ب: ۱۰۴).

ج- برخی ویژگی‌ها و الزامات کمال و تکامل

- با دقت در آثار استاد، برخی ویژگی‌های کمال و تکامل به ترتیب ذیل ارائه می‌گردد:
- برخی ویژگی‌های کمال عبارت است از: وصفی کیفی (مطهری، ۱۳۷۸: ۷۵۵ و مصطفوی، ۱۴۳۰، ج ۱۰: ۱۱۲ و همان، جلد ۱: ۳۹۵)، دارای وحدت و ثبات (مطهری، ۱۳۷۲ الف: ۲۳۸) ذومراتب (همو، ۱۳۸۴ الف: ۳۷۶-۳۷۸؛ همان، ۱۳۸۴ ب: ۲۱۵ و همو، ۱۳۸۹: ۴۰۰)؛ تشکیکی (همو، ۱۳۷۷ ب: ۱۸۰-۱۸۱ و ۱۸۹ و ۴۴۵-۴۴۶) و اشتدادی (همو، ۱۳۷۷ ج: ۵۷۳ پ ۱) و دارای ترقی و تعالی (همو، ۱۳۷۱: ۷۷۰ و همو، ۱۳۷۲ ج: ۲۵۹ و همو، ۱۳۸۹: ۳۷۷)؛
 - کمال ملازم با وجود تدریجی شیء و فعلیت‌یابی قوه و استعداد (همو، ۱۳۷۱: ۷۷۰) و با زمان (همو، ۱۳۸۹: ۳۲۱)؛
 - پیوند تکامل نوع اول با گذار از طبیعت برای موجود مادی (همو، ۱۳۷۸: ۱۰۶ و همو، ۱۳۷۷ ج: ۳۴)؛
 - پیوند تکامل نوع دوم با آگاهی فردی و اجتماعی و با نفخه الهی و فطرت انسانی (همو، ۱۳۸۴ ب: ۱۴۸ و ۲۱۶-۲۱۷)؛
 - در کمال، توجه به نهایت عمق‌دهی و در تمام، به گسترش مظاهر است؛ چنان‌که در

اکمال دین، به تکمیل عقاید و اخلاق (با ولایت) توجه شده و در اتمام دین به تمامیت احکام شرع (همو، ۱۳۷۲ج: ۲۵۹ و همو، ۱۳۸۴ب: ۲۱۵-۲۱۶).

۴- گستره مفهومی تکامل بر اساس عرصه‌ها و انواع آن

تکامل‌شناسی (مفهوم‌شناسی و هستی‌شناسی تکامل)، منتهی به بازشناسی عرصه‌ها و انواع تکامل می‌گردد؛ زیرا طبقه‌بندی تکامل یا از حیث مفهومی یا از حیث وجودی است. جدول ذیل، رابطه انواع تکامل را با مباحث تکامل‌شناسی ذکر شده، نشان می‌دهد:

جدول ۲- مهم‌ترین تقسیمات تکامل

مبنای تقسیم	طبقه‌بندی تکامل (انواع تکامل)
از نظر عوامل تکامل	تکامل مادی و نفسی (مکانیکی و دینامیکی) در موجودات استکمالی
از نظر تأثیر عوامل تکامل	تکامل طبیعی و انسانی (اجتماعی)
نوع تکامل	تکامل حقیقی و مجازی

بنابراین، به‌عنوان مکمل بحث قبل، شش نوع تکامل در قالب سه تقسیم، در ادامه مورد بررسی قرار می‌گیرد:

۴-۱- تقسیم تکامل به مکانیکی (مادی) و دینامیکی (نفسی)

تکامل را می‌توان بر اساس نوع عوامل دخیل در تکامل، طبقه‌بندی کرد. تکامل، بر این اساس، به دو قسم تکامل مادی یا مکانیکی (در موجود ناقص) و تکامل نفسی یا دینامیکی (در موجود مکنتفی بذاته) تقسیم کرد:

تکامل موجود ناقص

موجود ناقص، فاقد کمال است و در رسیدن به کمال، نیاز به علل بیرونی دارد؛ لذا به‌واسطه نیاز به علل بیرونی، تکاملش، مکانیکی و به‌واسطه وقوع در طبیعت و عالم ماده، تکاملش مادی است. مصداق این تکامل در موجودات، مادی است؛ البته تا زمانی که تبدیل به ماورای ماده نشده‌اند؛ زیرا هیچ مانعی نیست که یک موجود مادی در مراحل

ترقی و تکامل خود تبدیل شود به موجودی غیر مادی (همو، ۱۳۷۷ج: ۳۴). همچنین «هیچ مانعی نیست که یک موجود مادی در مراحل ترقی و تکامل خود تبدیل شود به موجودی غیر مادی» (همان: ۳۴).

تکامل موجود مکتفی بذاته

موجود مکتفی بذاته، فاقد کمال است ولی در رسیدن به کمال، علل درونی اش کفایت می کند؛ لذا به واسطه نیاز به علل درونی، تکاملش دینامیکی و به واسطه وقوع در درون و نفس موجود، تکاملش، نفسی است.

مصادق این تکامل، حرکت انسان به سوی کمال و استقلال انسانی است (همو، ۱۳۷۸: ۹۹) که در مورد انسانی صدق می کند که در مسیر خاص انسانیت و کمال حقیقی قرار دارد (مصادق بارز آن انبیاء و اولیاء هستند) و در غیر این صورت، انسان های عادی مانند دیگر موجودات مادی، حرکتش، مکانیکی و نیازمند عوامل بیرونی است (همو، ۱۳۷۷ج: ۷۹۶ و همان، ۱۳۷۲ج: ۲۵۸).

۲-۴- تقسیم تکامل به تکامل طبیعی (جبری) و انسانی (اختیاری)

تقسیم اول بر اساس «نوع عوامل تکامل بخش» بود، لیکن تقسیم دوم بر اساس «نوع تأثیر آن عوامل» بوده و لازمه تقسیم اول است؛ به این معنا که لازمه تکامل مکانیکی (مادی) موجود ناقص، تکاملی طبیعی و جبری است و لازمه تکامل دینامیکی (نفسی)، تکامل اختیاری است.

استاد، درباره این تقسیم می نویسد: «معنی تکامل طبیعی، روشن است؛ یعنی تکاملی که جریان طبیعت بدون دخالت و خواست خود انسان، به وجود آورده است ولی تکامل تاریخی یا تکامل اجتماعی... تکاملی است که انسان با دست خود آن را کسب کرده است و دوره به دوره هم، آن را از طریق تعلیم و تعلم - نه وراثت - منتقل کرده است» (مطهری، ۱۳۹۰الف: ۵۰۹) استاد، در مورد اهمیت این تقسیم می نویسد: «یک نکات دقیقی هست که انسان با حساب نکردن و تعمیم دادن یک قانونی از جایی به جایی، دچار هزارها اشتباه می شود. می بیند تکامل در طبیعت که هست، اینجا (در جامعه) هم که ما همیشه می گوییم:

تکامل، بعد فوراً می‌گوید: می‌خواهم تمام قوانینی را که در تکامل طبیعت هست، اینجا هم بیاورم» (همو، ۱۳۸۴:ب:۵۲۴).

در ادامه، توضیحی اجمالی در مورد دو قسم تکامل (تکامل طبیعت و تکامل اجتماعی انسان) مفید خواهد بود:

الف- تکامل طبیعی جبری که به دو دسته تکامل جبری طبیعت و تکامل زیستی انسان

به شرح ذیل تقسیم می‌شود:

تکامل جبری طبیعت در مقابل نظریه پویایی هستی است که استاد آن را بر اساس حکمت الهی مردود دانسته و پویایی را مختص پویایی هستی مادی و طبیعی می‌داند (همو، ۱۳۷۷:ج:۷۸۹) و ضمن بیان برخی خصوصیات این عالم (شامل ماده، حرکت، تغییر و تبدل و تضاد و تراحم) می‌نویسد: «این خصوصیات، لازمه ذات «این عالم» است، نه لازمه ذات هستی» (همو، ۱۳۷۸:۱۳۷۸-۲۳۸-۲۳۹).

تکامل زیستی انسان نیز شامل بعد جسمانی انسان می‌گردد که مانند سایر موجودات طبیعت، مادی است. بنابراین، مشمول قوانین تکاملی طبیعت بوده و این روند را در چارچوب قوانین طبیعی به‌طور جبری همراه سایر موجودات مادی طی می‌کند (همو، ۱۳۹۰:الف:۵۰۹).

ب- تکامل اختیاری انسان

استاد مطهری، در مورد ویژگی تکاملی انسان در مقایسه با سایر موجودات مادی می‌نویسد: «هر موجودی، واجد طبیعت است مگر انسان که فاقد طبیعت است... [بلکه] دارای طبیعت‌های متضاد و مختلف است و راه خودش را از میان طبیعت‌های علوی و سفلی باید انتخاب کند. حیوانات دیگر، انتخاب به عهده آنان گذاشته نشده است» (همو، ۱۳۹۰:ب:۱۱۰-۱۱۲). استاد، در رابطه با سایر ویژگی‌های این تکامل نیز می‌نویسد: «این تکامل، تکامل اکتسابی است؛^۱ یعنی... انتقالش از نسلی به نسلی و از دوره‌ای به دوره‌ای و احیاناً از

۱. از نظر مارکسیسم این تکامل هم به نحوی طبیعی و جبری است.

منطقه‌ای به منطقه‌ای، به وسیله توارث نبوده و امکان هم نداشته است بلکه به وسیله تعلیم و تعلم و یاددادن و یادگرفتن و در درجه اول به وسیله فن نوشتن انجام شده است... جامعه بشر از بدو پیدایش، از زمانی که شروع به ایجاد تمدن کرده، رو به پیشرفت و رو به تکامل بوده است» (همو، ۱۳۹۰ الف: ۵۰۹-۵۱۰).

از نظر استاد، انسان دارای دو نوع تکامل اختیاری است: تکامل فردی و تکامل اجتماعی. استاد می‌نویسد: «انسان به مرحله عقل و اراده که رسیده... از همین مجرای آزادی و اختیار، برایش امکان نوع خاصی از تکامل هست که تکامل اجتماعی تاریخی است؛ همچنان که نوعی تکامل فردی اختیاری هم دارد» (همو، ۱۳۷۷ ج: ۶۱۲-۶۱۳).

۳-۴- تقسیم تکامل به حقیقی و مجازی و تقسیمات زیرمجموعه آن

از ابتدای مقاله تا این قسمت، آنچه در مفهوم و تقسیمات تکامل بیان گردید - جز مواردی از تکامل اختیاری انسان - در دایره تکامل حقیقی قرار می‌گیرد. در ادامه، مواردی مطرح می‌شود که در ظاهر شبیه تکامل است ولی با دقت و توجه به شاخص‌های تکامل، آن موارد حقیقتاً تکامل نبوده، بلکه شبه تکامل یا تکامل مجازی است. اینجاست که شناخت تکامل مجازی و تفکیک آن از تکامل حقیقی اهمیت زیادی می‌یابد. بنابراین، در ادامه، ابتدا مفهوم‌شناسی تکامل حقیقی و مجازی سپس انواع تکامل حقیقی و مجازی در زندگی انسان تشریح می‌گردد.

مفهوم و اقسام تکامل حقیقی و مجازی

استاد مطهری در مورد اهمیت تفکیک میان تکامل حقیقی و مجازی می‌نویسد: «تکامل در دو معنی و در دو مورد نزدیک به یکدیگر به کار می‌رود و تفکیک نکردن این دو از یکدیگر سبب اشتباهات بزرگ می‌شود» (مطهری، ۱۳۷۷ ج: ۷۹۵).

بر اساس مباحث گذشته درباره مفهوم‌شناسی تکامل؛ معیار تکامل حقیقی آن است که شیء واحد از مرحله‌ای ناقص به مرحله‌ای کامل‌تر ارتقا یابد؛ خواه این تکامل، مکانیکی یا

دینامیکی، مادی یا نفسی و اختیاری یا جبری باشد. تکامل مجازی در مقابل تکامل حقیقی قرار دارد؛ یعنی یک شیء به معنای واقعی از نقص خود به کمال خود راه نیافته است. به عبارت دیگر، یک شیء را می‌توان از جهات مختلف با خود و با سایر اشیاء مقایسه کرد. تکامل حقیقی، دلالت بر مقایسه میان دو وضعیت نقص و کمال در شیء واحد دارد برخلاف تکامل مجازی که اصطلاحی برای بازشناسی سایر مقایسه‌ها تحت عنوان تکامل است.

جدول ۳- اقسام تکامل مجازی و مصادیق آن

مصادیق هر قسم تکامل مجازی	اقسام تکامل مجازی
امیدواری یک فرد به این که اینشتین شود	تکامل = تبدیل یک شیء به شیء دیگر از یک نوع
تبدیل یک عروسک به انسان (برخلاف شعر مولانا: از جمادی مردم و نامی شدم و ز نما مردم ز حیوان سر زدم)	تکامل = تبدیل یک شیء از نوعی به شیء دیگر از نوع دیگر (برخلاف تبدل نوعی شیء واحد از نوع اضافی به نوع اخیر= حرکت جوهری)
تبدیل ماشین مدل پائین به مدل بالاتر یا انقلاب در صنعت	تکامل = تبدیل یک وسیله ساخته انسان از مدلی به مدل بالاتر
تبدیل سبزی سیب به زردی یا سرخی	تکامل = تبدیل یک وصف شیء به وصف شیء کامل‌تر
از نظر علمی: حرکت از پایه اول به پایه دوم در یک دانش‌آموز از نظر فرهنگی: تبدیل یک سبک زندگی به سبک دیگر	تکامل = تبدیل لازمه یک شیء به لازمه شیء کامل‌تر

استاد، در تفکیک تکامل حقیقی و مجازی، نگاهی عمیق و فلسفی دارد. ایشان، تفکیک دقیق میان دو نوع تکامل را وظیفه فیلسوف می‌داند (مطهری، ۱۳۷۷ج: ۷۹۶) و در تحلیل فلسفی تکامل، تکامل را در حقیقت عبارت از: «حرکت درونی شیء متکامل» و «رسیدن آن از مرحله‌ای دانی به مرحله‌ای عالی» می‌داند. بر خلاف مفهوم اعتباری و

مجازی تکامل که به معنای «جانشینی کامل به جای ناقص» و «معدوم شدن ناقص» است (همان: ۷۹۵ و همو، ۱۳۷۲ الف: ۴۴۸).

استاد از نظر معرفت‌شناختی، تکامل حقیقی را «فلسفی-عقلی» و تکامل مجازی را «حسی و نسبی و اعتباری متناسب با غرض انسان» توصیف می‌کند (همو، ۱۳۸۹: ۳۲۰). از این منظر، حرکت جوهری، مصداق تکامل فلسفی عقلانی بیان می‌گردد: «از نظر فلسفی، تکامل از آن نظر است که در واقعیت جوهری این شیء، اشتدادی پیدا شده نه آنکه اجزاء موجودی تغییر شکل داده و با یکدیگر تألیف شده‌اند، بلکه از [این] نظر که وجود رو به کمال رفته است و این، خود به خود مستلزم نوشدن به معنای واقعی جهان و تازه شدن و حدوث و تجدد است» (همان).

انواع تکامل حقیقی و مجازی

استاد، بازشناسی انواع تکامل را دارای اهمیت فوق العاده‌ای می‌داند و می‌نویسد: «ما به خیلی از چیزها در عالم می‌گوییم، تکامل پیدا کرده؛ این کلمه را، هم در مورد تکامل‌های طبیعی و زیستی به کار می‌بریم. مثل تکاملی که در مورد نبات یا حیوان می‌گوییم و حتی تکاملی که در مورد رشد یک نبات بالخصوص می‌گوییم، و هم در مورد ساخته‌های انسان - اعم از ساخته‌های مادی یا معنوی انسان - به کار می‌بریم. مثلاً می‌گوییم: صنعت ماشین یا صنعت هواپیماسازی تکامل پیدا کرده، یا می‌گوییم: صنعت خانه‌سازی تکامل پیدا کرده [یا] در امور معنوی، مثل اینکه می‌گوییم: علم تکامل پیدا کرده، یا می‌گوییم قوانین تکامل پیدا کرده، آیا اینها به یک معناست؟ یعنی آن تکاملی که در آنجا هست و تکاملی که در اینجا هست، هر دو یک حقیقت است؟ یا نه، بعضی از اینها تکامل است حقیقتاً و بعضی از اینها تکامل است مجازاً نه حقیقتاً» (همو، ۱۳۸۴ ب: ۵۱۷).

از نظر استاد، تکامل حقیقی و مجازی بر اساس موضوع تکامل دو نوع است: تکاملی که موضوعش، طبیعت است و تکاملی که موضوعش، بُعد انسانی انسان است. با این تعبیر، بُعد جسمانی و طبیعی انسان هم شامل تکامل طبیعی می‌شود.

الف- تکامل حقیقی و مجازی طبیعت

تکامل حقیقی از طبیعت به ماورای آن

تکامل حقیقی طبیعت، در نهایت به ماوراء طبیعت ختم می‌شود. استاد، بر مبنای دو قاعده «حرکت جوهری» و «روحانیه‌البقا بودن طبیعت»، تحول طبیعت به ماورای طبیعت را از مصادیق تکامل حقیقی بر می‌شمارد: «طبیعت که حرکت جوهری دارد، در تکامل خودش متصل می‌شود به ماوراء طبیعت... شیء، به آنجا که رسید، دیگر بالارفتن ندارد» (همو، ۱۳۷۶: ۳۷۸)؛ چرا که «در اینجا، فناپی در کار نیست؛ زیرا اگر چه شیء حدوداً زمانی و مادی است ولی بقاءً، زمانی و مادی نیست» (همو، ۱۳۸۴ الف: ۳۷۵-۳۷۶).

تکامل حقیقی در طبیعت

استاد، با استناد به حرکت جوهری، رشد موجودات طبیعی و تغییراتی که طی آن رخ می‌دهد را تکامل حقیقی می‌داند. ایشان، تلقی‌های موجود را به‌ویژه درباره نظریه انباشتی (انباشته‌شدن مراحل نقص روی هم) ساده‌انگارانه می‌داند و خود نظریه استعدادی را مبتنی بر حرکت جوهری مطرح می‌کند (همان: ۳۷۶-۳۷۸).

استاد، این تکامل را به دو قسم فردی و نوعی تقسیم می‌کند (همو، ۱۳۷۷ ج: ۷۹۵-۷۹۶).

تکامل زیستی فردی

شامل تغییراتی است که در اثر حرکت جوهری در اعضا و جوارح انسان رخ می‌دهد (همو، ۱۳۸۹: ۳۹۸).

تکامل زیستی نوعی (تکامل انواع)

«بنابر دقیق‌ترین نظریات فلسفی، هر حرکت تکاملی، مساوی است با انتقال از نوعی به نوع دیگر» (همان). «کسانی که قائل به وحدت نوعی انسانند، می‌توانند این تکامل را حقیقی دانسته؛ زیرا در این تکامل، باید نسلی از نسل پیشین کامل‌تر بوده و زمینه کمال هر نسلی در نسل پیش فراهم شده باشد» (همان).

تکامل مجازی طبیعت (از جمله تکامل انواع داروین)

نظریه تکامل انواع داروین به‌رغم نظر خودش، جز تکامل مجازی، معنایی ندارد؛ زیرا مقایسه میان انواع مختلف است؛ نه دو مرتبه ناقص و کامل از یک شیء (همو، ۱۳۸۴ ب: ۲۰۰).

ب- تکامل انسان و جامعه انسانی

عدم تفکیک تکامل مجازی از حقیقی، انحراف بزرگی را در تلقی ما از تکامل و توسعه ایجاد می‌کند. استاد، در اهمیت این تفکیک می‌نویسد: «خلاصه، آن چیزی که به دقت فلسفی واقعاً از نقص به کمال می‌رود و وجودش متکامل می‌شود، انسان است. ابزار، وجود ناقصش، متبدل به کامل نمی‌شود، بلکه ناقص کنار می‌رود، کامل جای آن را می‌گیرد... تکامل اعتباری مربوط به ابزار است و انسان است که به ابزار، تکامل می‌بخشد و با تکامل حقیقی خودش، تکامل اعتباری به ابزار می‌دهد و نیز ما این مطلب را منکر نیستیم که ابزار و طبیعت به‌عنوان موضوع تجربه، در تکامل انسان دخیل است. وقتی که این دو تکامل را از هم جدا کنیم و نقش هر یک را در دیگری مشخص سازیم، خواهیم دید که در مسأله تکامل اجتماعی انسان در تاریخ، حساب چقدر فرق می‌کند» (همو، ۱۳۷۷ ج: ۷۹۶).

هر یک از تکامل حقیقی و مجازی در انسان دو نوع است؛ تکامل فردی و اجتماعی. در ادامه به هر یک از این انواع چهارگانه پرداخته شده است. علاوه بر آن، به تکامل جسمی انسان نیز پرداخته شده با آنکه این قسم از تکامل، ملحق به تکامل در طبیعت و انواع آن است.

ج- تکامل حقیق و مجازی در عرصه فردی (در ابعاد جسمی و روحی)

تکامل فردی، شامل تکامل حقیقی - اعم از جسمی و روحی - و تکامل مجازی - اعم از تکامل داروینی و تغییرات سبک زندگی - می‌باشد. در ادامه به این، چهار نوع تکامل فردی از منظر استاد مطهری اشاره می‌شود:

تکامل حقیقی روحی (اکمال نفس)

استاد، بحث تکامل واقعی طبیعت به ماورای طبیعت را با مثال نفس انسانی در تبدیل از حدوث جسمانی به بقای روحانی بیان می‌کند (همو، ۱۳۸۴ الف: ۳۷۵-۳۷۶). ایشان، در مقایسه با آراء دانشمندان غربی، جاودانگی انسان را از لوازم نظریه ملاصدرا می‌داند و می‌نویسد: «تکامل [و] جاودانگی در فرد را ما می‌توانیم بگوییم که قائل به حرکت جوهریه و قائل به روح و ... هستیم. ما می‌گوییم، ماده در حرکات خودش، از تغییر به ثبات، منتهی

می‌شود و بعد به جاودانگی می‌رسد و شخصیت را هم که ما به بدن و ماده نمی‌دانیم» (همو، ۱۳۷۷ ج: ۷۵۲).

رشد واقعی جسمانی در انسان

تکامل جسمانی انسان، تابع قواعد تکامل حقیقی در طبیعت است که در قسمت قبلی توضیح داده شد. استاد، با استناد به حرکت جوهری، رشد موجودات طبیعی و تغییراتی را که طی آن رخ می‌دهد، تکامل حقیقی می‌داند (همو، ۱۳۸۴ الف: ۳۷۶-۳۷۸).

تکامل مجازی داروینی

برخلاف نظریه داروین، از آنجا که سایر موجودات، قابلیت تبدیل به انسان را ندارند، نمی‌توان آنها را با انسان مقایسه نمود و یا در تبدیل انواع، انسان را ناشی از حیوان یا کامل شده حیوان دانست (همو، ۱۳۷۹ الف: ۲۳۹). بنابراین مقایسه تکامل طبیعی میان انسان و سایر موجودات مادی، مجازی می‌باشد و وصف متکامل برای بعد مادی و جسمانی انسان در قیاس با سایر موجودات مادی نیز از باب مجاز است.

تکامل مجازی در تغییرات سبک زندگی (انطباق با مقتضیات زمانی مکانی)

گاه به صورت ناصحیح تغییراتی که در مظاهر زندگی مادی افراد داده می‌شود را حمل بر تکامل و پیشرفتگی آن فرد می‌کنند. این امر تا جایی پیش می‌رود که افراد برای پیشی گرفتن در مظاهر زندگی مادی و تبعیت از اقتضائات زمانه، اصول انسانی و عقل و اختیار را نیز زیر پا گذاشته، از تکامل واقعی خود منحرف می‌شوند و به یک موجود مقلد و مُدزده تبدیل می‌شوند.

استاد مطهری در نقد این رویکرد می‌نویسد: «پدیده‌های هر زمان دو قسم است: ممکن است ناشی از یک ترقی و پیشرفت باشد و ممکن است ناشی از یک انحراف باشد. در همه زمان‌ها، این دو امکان، برای بشر وجود دارد و به عبارت دیگر، هیچ چیزی را به دلیل نبودن نمی‌شود پذیرفت، کما اینکه هیچ چیزی را صرفاً به دلیل قدمت نه می‌شود پذیرفت و نه می‌شود رد کرد» (همو، ۱۳۸۱: ۱۳۹-۱۴۰). بر این اساس، نوعی تغییر در جریان زندگی ظاهری انسان وجود دارد که بر اساس آن، وسایل زندگی رو به تغییر است. در صورتی که

این تغییر برای رسیدن به اهداف انسانی و تکامل در انسانیت باشد، تکاملی مجازی و از نوع جایگزینی وسایل مناسب‌تر، تابع تکامل حقیقی انسان و یاور آن است ولی در صورتی که در خلاف این هدف باشد و جانشینی وسایل نامناسب‌تر باشد، دیگر تکامل مجازی هم نیست بلکه توهم تکامل بوده، یاور فرد در سیر انحطاطی وی می‌باشد. تذکر این نکته ضروری است که تکامل مجازی در سبک زندگی فردی، حاصل تعامل فرد با جامعه و گاهی محصول تغییرات اجتماعی است. لذا تبیین آن در تکامل فردی، قدری با مسامحه صورت گرفت.

د- تکامل حقیقی و مجازی در جامعه انسانی (در ابعاد فرهنگی و تمدنی)

تکامل حقیقی جامعه، در ابعاد فرهنگی هویتی جامعه و تکامل مجازی جامعه، در شئون تمدنی جامعه رخ می‌دهد. زمانی تکامل حقیقی در جامعه رخ می‌دهد که جامعه دارای هویت، موجودیت و منشأیت اثر فراتر از افراد جامعه باشد. در این صورت، این تکامل واقعی خواهد بود و ارتقای جامعه از مرتبه ناقص به کامل، صحیح خواهد بود و اگر وحدت جامعه، اعتباری باشد، تکامل آن هم مجازی و به تبع، تکامل حقیقی افراد آن جامعه خواهد بود. در حقیقت، افراد تکامل می‌یابند و مجازاً تکامل افراد را به جامعه منسوب می‌نماییم.

تکامل حقیقی فرهنگ جامعه

در رابطه با تکامل حقیقی، استاد مطهری می‌نویسد: «اگر مسأله وحدت حقیقی داشتن جامعه، ثابت شود (و حتی آقای طباطبائی هم معتقدند از قرآن هم چنین مطلبی استفاده می‌شود) در این صورت، اصلاً تکامل اجتماعی انسان...، تکامل واقعی است» (همو، ۱۳۷۷ج: ۷۹۶). استاد، تکامل واقعی جامعه را تکامل فرهنگی و معنوی می‌داند و در تبیین آن می‌نویسد: «آیا تکامل فرهنگی و تکامل معنوی انسان یک تکامل واقعی و فلسفی است به تمام معنی دقت؟ واقعاً یک واحدی است که این واحد در تکاپوست و از نقص به کمال می‌رود؟ یا نه... این بستگی دارد به آن نظریه‌ای که ما قبلاً طرح کرده‌ایم که آیا وحدت جامعه، وحدت واقعی است؟ آیا این حقیقت است که جامعه دارای یک روح است و

انسان‌ها به منزله اندام و هیچ مجازی در این نیست؟ که ما خودمان تا حدی به این مطلب قائل هستیم. اگر این مطلب را در جای خودش قبول کردیم، تکامل فرهنگی جامعه یک تکامل واقعی است نه مجازی، و اگر آن نظریه دیگر را قبول کردیم که اصالت، مال فرد است و جامعه، امر اعتباری است (همان مسئله اصالت فرد و اصالت اجتماع)؛ بنابراین تکامل اجتماعی هم نظیر تکامل ابزاری است یعنی جانشین شدن کامل به جای ناقص است نه تبدیل شدن ناقص به کامل» (همو، ۱۳۸۴: ب: ۵۲۶). استاد، در جایی دیگر تکامل فرهنگی را به معنوی تعبیر کرده، آن را به دو قسمت تفکیک می‌کند؛ تکامل علمی و تکامل اخلاقی انسانی و استاد، تمدن کنونی غرب را در بعد اخلاقی انسانی، برخلاف سایر ابعاد پیشرفته آن، دچار عقب‌افتادگی می‌داند (همو، ۱۳۷۷: ج: ۷۷۹-۷۸۰).

تکامل مجازی در شئون تمدنی جامعه

برای درک بهتر دیدگاه استاد در رابطه با تکامل شئون تمدنی، ابتدا واژه توسعه که مشیر به این معنای تکامل است، مورد بررسی قرار می‌گیرد: «واژه توسعه که در سال ۱۷۵۲ برای اولین بار به کار برده شد... در دوره و فاصله بین ولف (۱۷۵۹) تا داروین (۱۸۵۹) توسعه از مفهوم دگرگونی به سوی شکلی مناسب از وجود، به مفهوم دگرگونی به سمت شکلی همیشه کامل متحول شد و با واژه «تکامل» همخوانی پیدا کرد» (موثقی، ۱۳۸۳: ۲۲۳-۲۵۲؛ به نقل از 8: Esteva, 1992) از میانه سده نوزدهم، دگرگونی‌های ناشی از انقلاب صنعتی، تأثیرات عمیقی بر حوزه نظریه‌پردازی علوم اجتماعی و به‌ویژه مفهوم توسعه گذاشت... [و] خوش‌بینی اندیشمندان علوم اجتماعی را به نظریه‌پردازی در باب مفاهیمی همچون ترقی، تکامل، تجدد و توسعه بیشتر کرد. برخی از آنان، مانند هنری مین (۱۸۲۲-۱۸۸۸)، امیل دورکهایم (۱۸۵۸-۱۹۱۷)، هگل (۱۷۷۰-۱۸۳۱)، مارکس (۱۸۱۸-۱۸۸۳)، ماکس وبر (۱۸۶۲-۱۹۲۴) و فردیناند تونیس (۱۸۵۵-۱۹۳۶)، تحت تأثیر... [قرار گرفتند] (حداد عادل و همکاران، ۱۳۸۳، مدخل توسعه).

بنابراین نظریات، پیشرفت و توسعه بیش از آنکه از جنبه‌های انسانی الهام گرفته باشد، از انقلاب صنعتی و تغییرات صنعتی ناشی از آن الهام گرفته است؛ استاد می‌نویسد: «توسعه، غیر از تکامل است. یک شهر ممکن است توسعه یابد، خانه‌ها و خیابان‌هایش افزایش یابد

ولی تکامل نیابد، اما ممکن است توسعه نیابد ولی اجتماع انسان‌ها، نظام و رفاه و آسایش بیشتری یابد که در این صورت شهر (البته به معنی مدینه و اجتماع انسان‌ها) تکامل یافته است» (مطهری، ۱۳۸۹: ۳۷۷).

استاد مطهری، انواع تکامل مجازی را در عرصه پیشرفت‌های تمدنی به شرح ذیل تفکیک می‌کند:

- تکامل امور مادی مرتبط با انسان مانند تکامل در ابزار تولید (مطهری، ۱۳۷۲ الف: ۴۴۸؛ همو، ۱۳۷۷ ج: ۷۹۵؛ همو، ۱۳۸۴ ب: ۵۱۸-۵۲۰ و ۵۲۴-۵۲۵)؛
- تحول قوانین و نظامات اجتماعی (همو، ۱۳۷۷ ج: ۷۹۵ و همو، ۱۳۸۴ ب: ۵۲۴)؛
- تکامل فلسفه‌ها و قوانین علمی (همان: ۵۲۰-۵۲۱) شامل: تکامل عرضی فلسفه و همه علوم و تکامل طولی علوم تجربی (همو، ۱۳۷۱: ۱۶۸-۱۷۰)؛
- تکامل ادیان (همو، ۱۳۷۷ ج: ۷۹۵ و همان، ۱۳۸۴ ب: ۵۲۱)؛
- تکامل روابط اجتماعی (مکانیزم جامعه) (همان: ۵۲۱-۵۲۲).

رابطه عرصه‌های تکامل انسان و جامعه با انواع تکامل

براساس مطالب پیش گفته، تکامل از نظر موضوع تکامل (به تکامل جبری و اختیاری) و از نظر عوامل تکامل (به تکامل مکانیکی و دینامیکی) و از نظر نوع تکامل (به تکامل حقیقی و مجازی) تقسیم گردید به طوری که عرصه‌های کلان تکامل در سه دسته شامل: تکامل طبیعت، تکامل انسان و تکامل جامعه به دست آمد که این عرصه‌ها عبارتند از: عرصه‌های تکامل فردی (شامل تکامل جسمی، تغییرات جسمی در قیاس با سایر موجودات مادی، تکامل روحی و تغییرات سبک زندگی فردی در انطباق با مقتضیات زمانی - مکانی) و عرصه‌های تکامل اجتماعی (شامل تکامل فرهنگی هویتی و تکامل شئون تمدنی جامعه).

برای نمایش شیوه ارتباط عرصه‌های تکامل با تقسیمات تکامل می‌توان ماتریسی به شرح زیر داشت که در سطرهای آن، عرصه‌های تکامل انسانی و در ستون‌ها، تقسیمات سه‌گانه تکامل قرار گرفته است.

جدول ۴- ماتریس عرصه‌های تکامل در انسان و جامعه
و تعیین نوع، موضوع و عوامل تکامل در هر عرصه

از نظر نوع تکامل		از نظر عوامل تکامل		از نظر نوع تأثیر عوامل		تقسیمات تکامل	
مجازی	حقیقی	مادی مکانیکی عوامل بیرونی	نفسی دینامیکی عوامل درونی	بی مستقیم	مستقیم	عرصه‌های تکامل در انسان و جامعه	
بر اساس نظریه انباشتگی	بر اساس نظریه حرکت جوهری	*		*		۱. تکامل زیستی ۲. تکامل فردی ۳. تکامل نوعی ۴. تکامل انواع	تکامل انسانی فردی
*		*		*		تغییرات زیستی در قیاس با سایر موجودات مادی	
	*	عموم افراد	افراد خاص		*	تکامل روحی شامل ۱. تکامل روحی برگزیدگان ۲. تکامل روحی عموم مردم	
*		*			*	تغییرات سبک زندگی فردی در انطباق با مقتضیات زمانی مکانی	
بر اساس فردگرایی	بر اساس جامعه‌گرایی	*			*	تکامل فرهنگی هویتی	تکامل انسانی اجتماعی
*		*			*	تکامل شئون تمدنی جامعه شامل: ۱. توسعه ابزار و صنعت ۲. تحول قوانین و نظامات اجتماعی ۳. تکامل فلسفه‌ها و قوانین علمی	

از آنجا که بررسی فرایند تکامل انسانی در عرصه‌هایی مورد نظر است که انسان بتواند در آن، دخل و تصرف کرده و روند تکاملی را تحت کنترل خود قرار دهد، لذا با توجه به تقسیم تکامل به اختیاری و جبری در ماتریس فوق، مواردی که به حکم جبر طبیعت، تکامل می‌یابند، از عرصه‌های تکامل انسانی حذف گردید.

همچنین تقسیم تکامل از منظر عوامل تکامل به نفسی و مادی که مربوط به تقسیم موجودات استکمالی به ناقص و مکتفی‌الذات می‌گردید، حذف گردیده، به نوعی در بحث تکمیلی با عنوان «ارتباط تکامل حقیقی با ماورای طبیعت» گنجانده شده است. لذا جدول تعیین عرصه‌های کلان تکامل اختیاری انسانی به صورت زیر نهایی می‌گردد:

جدول ۵- جدول نهایی تعیین عرصه‌های کلان تکامل اختیاری- انسانی

از نظر نوع تکامل		تقسیمات تکامل اختیاری انسانی	
مجازی	حقیقی	عرصه‌های تکامل انسانی	
	*	تکامل روحی در افراد معمولی و در افراد خاص (مکتفی‌الذات)	تکامل فردی انسان
*		تغییرات سبک زندگی فردی در انطباق با مقتضیات زمانی مکانی	
	*	تکامل فرهنگی هویتی	تکامل جامعه
*		تکامل شئون تمدنی جامعه	

۵- بسط چارچوب مفهومی تکامل (الهیات پیشرفت و اعتباریات آن)

با تبیین گستره مفهومی تکامل بر اساس عرصه‌ها و انواع آن، می‌توان چارچوب مفهومی را در محدوده انسانی ترسیم نمود لیکن برای تکمیل شدن بحث لازم است ارتباط این چارچوب با دوسویه مرتبط به انسان نیز مشخص شود؛ از یک سو با امور تکوینی فرا انسانی که شامل سنن و قوانین تکوینی هستی است و الهیات پیشرفت را شکل می‌دهد، مرتبط است و از سوی دیگر با امور اعتباری ساخته انسان که اعتبارات پیشرفت را شکل می‌دهد، در ارتباط است. در بسط چارچوب مفهومی تکامل، این دو عرصه از منظر استاد مطهری مورد بررسی قرار گرفته است:

الف- ارتباط تکامل حقیقی با ماورای طبیعت (عرصه‌های الهیات پیشرفت)

استاد مطهری، سوالی کلیدی درباره تکامل مطرح می‌کند: «آیا... بدون دخالت دادن ماوراءالطبیعه، اصلاً تکامل، قابل توجیه است یا قابل توجیه نیست» (مطهری، ۱۳۷۸: ۱۰۶).

استاد، با الهام از مکتب صدرایی برای تبیین تکامل انسانی، از دو قاعده استفاده می‌کند: حرکت جوهری و بقای روحانی نفس. براساس قاعده اول، حرکت در جوهر ماده رخ می‌دهد و سمت و سوی آن هم ماورای ماده و طبیعت است و براساس قاعده دوم، نفس با آنکه از نظر ایجاد، مادی و در دامان طبیعت است لیکن از نظر بقا، معنوی و دارای جنبه‌ای روحانی است (جسمانیةالحدوث و روحانیةالبقا بودن نفس). این موضوع به صورت جزئی‌تر در مباحث پیشین و به طور مشخص، در بحث از ویژگی‌های تکامل^۱ و بحث از تکامل حقیقی طبیعت و انسان^۲ مطرح شد که بیش از این نیازی به بسط آن در جمع‌بندی نیست. علاوه بر این، در تقسیم تکامل بر حسب عوامل آن به تقسیم موجودات استکمالی به ناقص و مکتفی‌بذاته اشاره شد. در تکمیل آن مباحث، باید گفت که انسان مکتفی‌بذاته که مصادیق آن، انبیاء الهی هستند، واسطه اتصال انسان به جهان غیرمادی و در نتیجه واسطه تکامل معنوی (حقیقی) انسان‌ها می‌گردند و انسان و جامعه انسانی با شناخت راستین و پیروی از آنان می‌تواند خود را از مرزهای طبیعت رها کرده و با معنویت و ماورای طبیعت ارتباط برقرار نموده و نفس خود را کامل کند. از آنجا که هستی، دارای مراتب است و مراتب با هم مرتبط‌اند و ارتباطشان نظام‌مند است که نشان از حکمت و عدالت در هستی و نظام احسن آفرینش است، تکامل در دنیا منوط به ارتباط نظام‌مند با ماورای آن است و واسطه این ارتباط، افراد مکتفی‌بذاته هستند که پا در دنیا و سر در ماورای آن دارند. این ارتباط نظام‌مند در زبان قرآن و روایات اسلامی به «سنن الهی» تعبیر شده است. بحث سنن الهی در طبیعت و جامعه انسانی، از مباحث گسترده‌دامن است که در مبانی تکامل در مباحث فلسفه تاریخ مطرح می‌گردد. تکامل حقیقی انسان، اگر در حدوثش پا روی زمین طبیعت و ماده دارد ولی در استمرارش نهایتاً سر در آسمان معنا و ماوراءالطبیعه دارد. تکامل انسان،

۱. مشخصاً موضوع پیوند تکامل با گذر از طبیعت در موجود مادی.

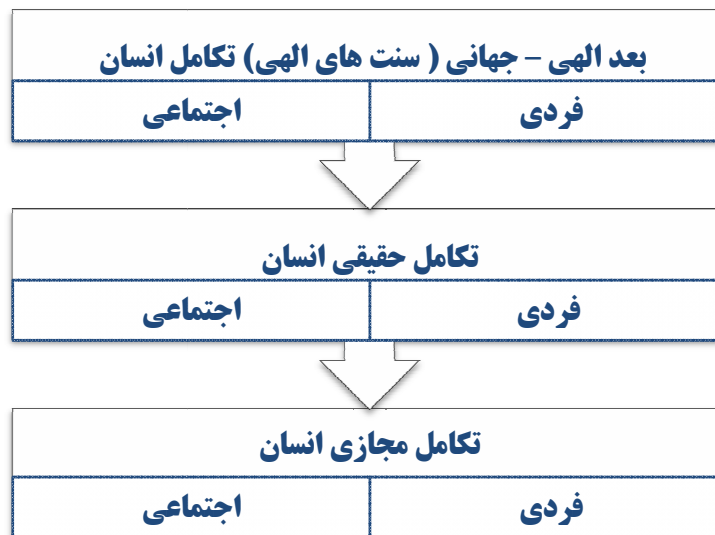
۲. موضوعاتی از قبیل رابطه تکامل با هدایت، تکامل طبیعت به ماوراء طبیعت و تکامل واقعی (روحانی) نفس انسان.

نیازمند یاری ماوراءالطبیعه است و این یاری در شکل سنن الهی در تکامل انسان و به راهنمایی و هدایت انسان‌های مکنتی‌بذاته بروز و ظهور می‌یابد. استاد، از این منظر به تأثیر بعد جهانی و الهی تاریخ بر تکامل انسان اشاره می‌کند و می‌نویسد: «تاریخ، از نظر قرآن سه بعد دارد: بعد نفسانی و فردی و یا اخلاقی، دیگر بعد اجتماعی، سوم بعد جهانی و الهی.... بعد جهانی، عبارت است از: عکس‌العمل‌های جهانی و الهی؛ «و لو أن اهل القرى آمنوا و اتقوا لفتحنا علیهم برکات من السماء و الارض....». مقصود از بعد الهی و جهانی این است که جهان و گردش جهان نسبت به خوب و بد انسان، بی تفاوت نیست [بلکه]، عکس‌العمل دارد. قرآن کریم به این عکس‌العمل‌های خوب و بد که در یک تعبیر دیگر پاداش و کیفرهای دنیایی الهی است و به تعبیر دیگر مکافات طبیعت است، زیاد اشاره می‌کند. در سوره اعراف، آیات ۷۲، ۷۸، ۸۴، ۹۱ کاملاً این مطلب مشهود است» (مطهری، ۱۳۸۹: ۵۸۷).

بر اساس مطالب پیش گفته، می‌توان نمودار زیر را در باب ارتباط تکامل انسان با ماورای طبیعت و بعد الهی تکامل تاریخ نشان داد:

نمودار ۱- تعیین عرصه‌های ماورای طبیعی تکامل انسانی و ارتباط آن

با عرصه‌های حقیقی و مجازی تکامل انسان



ب- ارتباط تکامل مجازی با اعتبارات انسانی (عرصه‌های اعتباری پیشرفت)

درباره ابعاد اعتباری زندگی بشر، به‌ویژه در ناحیه ادراکات (ادراکات اعتباری) تحقیقاتی در میان فلاسفه شرقی و غربی انجام شده است که می‌توان ادعا کرد: وزین‌ترین نظریات متأخر در این زمینه - چه در جهان اسلام، چه در میان فلاسفه جهان - متعلق به علامه طباطبایی است. استاد مطهری، به‌تبع استاد خود علامه طباطبایی، ادراکات اعتباری را مطرح می‌کند. البته در مورد لوازم و برخی جنبه‌های این ادراکات با استاد خود قدری اختلاف نظر دارد. به‌طوری که «اصل وجود ادراکات اعتباری، مورد قبول مطهری است، ولی برخی نکات جنبی نظریه علامه مانند توسعه اعتبار کردن به حیوانات مورد اشکال است» (جوادی، ۱۳۸۲-۱۳۸۳: ۵۳-۶۸).

استاد، در رابطه با ادراکات اعتباری می‌نویسد: «ادراکات اعتباری در مقابل ادراکات حقیقی است. ادراکات حقیقی، انکشافات و انعکاسات ذهنی واقع و نفس‌الامر است...؛ اما ادراکات اعتباری، فرض‌هایی است که ذهن به‌منظور رفع احتیاجات حیاتی، آنها را ساخته و جنبه وضعی و قراردادی و فرضی و اعتباری دارد و با واقع و نفس‌الامر سر و کاری ندارد... ادراکات حقیقی، تابع احتیاجات طبیعی موجود زنده و عوامل مخصوص محیط زندگانی وی نیست و با تغییر احتیاجات طبیعی و عوامل محیط تغییر نمی‌کند و اما ادراکات اعتباری، تابع احتیاجات حیاتی و عوامل مخصوص محیط است و با تغییر آنها، تغییر می‌کند... ادراکات حقیقی، مطلق و دائم و ضروری است؛ ولی ادراکات اعتباری، نسبی و موقت و غیرضروری است» (مطهری، ۱۳۷۱: ۳۷۲).

استاد، در جایی دیگر می‌نویسد: «ما برای وصول به‌منظور و مقصودهای عملی خود در ظرف توهم خود، چیز دیگری را مصداق آن مفهوم فرض کرده‌ایم و آن مصداق جز در ظرف توهم ما مصداق آن مفهوم نیست و در حقیقت، این عمل یک نوع بسط و گسترش است که ذهن روی عوامل احساسی و دواعی حیاتی در مفهومات حقیقی می‌دهد» (همان).

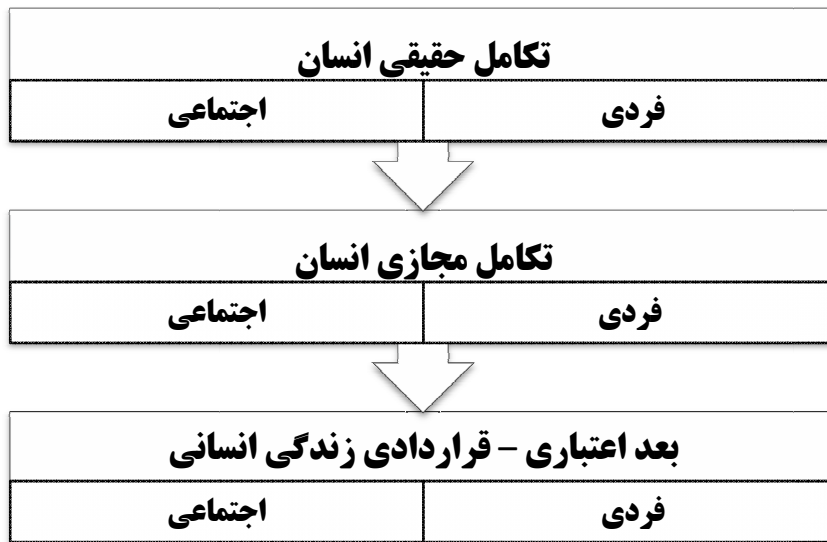
استاد مطهری، طرح نظریه اعتباریات را پاسخی برای این پرسش می‌داند که چگونه ممکن است ادراکات آدمی از محیط زندگی وی متأثر باشد. طبق این نظریه،

اعتباری بودن برخی از ادراکات، انعطاف لازم را برای تغییر و تبدل در آنها فراهم می‌آورد (همان).

بر این اساس، می‌توان برای زندگی انسان، بعدی اعتباری - قراردادی در نظر گرفت که در پرتو تکامل مجازی او در ابعاد فردی و اجتماعی ایجاد و توسعه می‌یابد و در عمل، منجر به تولید مفاهیمی اعتباری به‌عنوان ابزارهای نرم و مفهومی برای رفع نیازهای زندگی او می‌گردد. بنابراین، تفسیر ابعاد اعتباری زندگی انسان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار گردیده و ذیل تکامل مجازی او در توسعه مادی اجتماعی و در پرتو سبک زندگی او ایجاد، تغییر یا توسعه می‌یابد؛ البته این بعد اعتباری زندگی بشر، می‌تواند ذیل بعد حقیقی آن قرار گیرد و مانند ادراکات اعتباری، می‌تواند ناشی از ادراکات حقیقی باشد. چنان‌که استاد می‌نویسد: «هیچ یک از ادراکات اعتباری، عناصر جدید و مفهومات تازه‌ای در مقابل ادراکات حقیقی نیستند، بلکه حقیقت این است که هر یک از مفاهیم اعتباریه را که در نظر بگیریم، خواهیم دید بر روی حقیقتی استوار است؛ یعنی یک مصداق واقعی و نفس‌الامری دارد و نسبت به آن مصداق، حقیقت است و عارض شدن آن مفهوم برای ذهن از راه همان مصداق واقعی است؛ چیزی که هست» (همان). نکته‌ای که باقی می‌ماند آنکه انسان هر چه کامل‌تر باشد و با حقیقت و ماورای ماده ارتباط کامل‌تری داشته باشد، در اعتبار کردن مفاهیم موفق‌تر است؛ همچنین اعتبار کردن مفاهیم، منوط به شناخت غایات حقیقی‌ای است که انسان در مسیر آن با ابزار اعتباریات حرکت می‌کند. لذا برای شناخت غایات حقیقی نیز انسان، هر چه کامل‌تر و متصل به ماوراء ماده باشد، بهتر می‌تواند در شناخت مسیر و اعتبار کردن ابزار مناسب توفیق یابد. بنابراین، پیامبران به‌عنوان افراد مکنتی‌بذاته، بهترین اعتبار کنندگان مفاهیم مورد نیاز زندگی بشر هستند. علاوه بر اینکه ارتباط آنها با غیب، ارتباطی نظام‌مند در پرتو وحی بوده و آنان جز حقیقت ندیده و انتقال نمی‌دهند، لذا وحی و پیامبران از مطمئن‌ترین مجاری اعتبار مفاهیم مورد نیاز برای پیشبرد اهداف زندگی انسان است.

براساس مطالب بالا، نمودار شماره ۲ نحوه ارتباط ابعاد اعتباری زندگی انسانی با تکامل مجازی و حقیقی را نشان می‌دهد.

نمودار ۲- نحوه ارتباط ابعاد اعتباری زندگی انسانی با تکامل مجازی و حقیقی تکامل انسان



۶- نتیجه گیری

هدف از این بررسی - چنانچه در ابتدا نیز گفته شد - ترسیم چارچوب نظریه پیشرفت و تکامل به عنوان مدلی است که انواع پیشرفت در آن جای گرفته و قابلیت ارتباط میان انواع تکامل و پیشرفت را داشته باشد. از آنجا که این بررسی با تأکید بر آراء استاد مطهری است، ابتدا کلیدواژه تکامل از منظر استاد مطهری از زوایای مفهومی و وجودی مورد شناسایی قرار گرفت. سپس انواع تکامل بررسی شد و در ادامه، دو بعد تأثیر ماوراءالطبیعه بر تکامل اجتماعی و تأثیر تکامل اجتماعی بر اعتبارات به عنوان تکمله، مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت، با تلفیق ماتریس نهایی در این دو بعد، چارچوب مفهومی تکامل در شش عرصه: الهی، روحی، جسمی، فرهنگی، تمدنی و قراردادی تفکیک شد. نمودار زیر می تواند گویای ارتباط این شش عرصه با هم باشد لیکن برای تکمیل این بحث لازم است نحوه ارتباط هر بعد با سایر ابعاد بررسی و ارتباطات اصلی و فرعی و نیز وزن تأثیر و تأثر ابعاد مشخص و مدل ارائه شده، کامل گردد.

نمودار ۳- ابعاد و عرصه‌ها و انواع تکامل انسانی و جایگاه هر کدام



منابع

۱. اصغری، محمود (۱۳۸۵)، «مبانی دین و توسعه در اندیشه استاد مطهری»، دوماهنامه اندیشه حوزه، سال دوازدهم، فروردین و اردیبهشت.
۲. جوادی، محسن (۱۳۸۲-۱۳۸۳)، «توجیه جاودانگی اصول اخلاقی بر مبنای نظریه اعتباریات از دیدگاه استاد مطهری»، فصلنامه قیاسات، ش ۳۰ و ۳۱، قم: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۳. حداد عادل، غلامعلی و همکاران (۱۳۸۳)، دانشنامه جهان اسلام، ج ۸، تهران: بنیاد دایره‌المعارف اسلامی.
۴. حلی، حسن بن یوسف (۱۳۶۳)، الجوهر النضید فی شرح منطق التجرید، قم: نشر بیدار.
۵. خمینی (موسوی)، امام روح‌الله (۱۳۷۸)، صحیفه امام، ج ۲۰، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
۶. سمیعی ظفرقندی، نصرت‌ا... (۱۳۷۰)، تغییرات اجتماعی در دیدگاه دو تن از متفکران مسلمان در ۱۰۰ ساله اخیر استاد مطهری و علامه طباطبایی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، تهران: دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۷. شالیکار، ابراهیم (۱۳۸۴)، بررسی مقایسه‌ای توسعه از دیدگاه اسلام گرایان ایرانی استاد مطهری و شریعتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم سیاسی، تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی.
۸. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۴)، تفسیر المیزان، ترجمه: محمدباقر موسوی همدانی، مجلدات ۱-۲-۵-۱۳، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۹. لک‌زایی، شریف (۱۳۸۱)، «دگرگونی اجتماعی در اندیشه آیت الله مطهری»، قم: نشریه پگاه حوزه، ش ۴۶.
۱۰. مصطفوی، حسن (۱۴۳۰ ه.ق)، التحقیق فی کلمات القرآن‌الکریم، ج ۱ و ۱۰، بیروت: دارالکتب العلمیه.

۱۱. مطهری، مرتضی (۱۳۷۱)، مجموعه آثار، ج ۶ (جلد دوم از بخش فلسفه با عنوان اصول فلسفه و روش رئالیسم)، تهران: صدرا.
۱۲. _____ (۱۳۷۲- الف)، مجموعه آثار، ج ۲ (جلد دوم از بخش اصول عقاید با عنوان مقدمه‌ای بر جهان بینی اسلامی)، تهران: صدرا.
۱۳. _____ (۱۳۷۲- ب)، مجموعه آثار، ج ۳ (جلد سوم از بخش اصول عقاید با عناوین کلام، ختم نبوت، پیامبر امی و...)، تهران: صدرا.
۱۴. _____ (۱۳۷۲- ج)، مجموعه آثار، ج ۷ (جلد سوم از بخش فلسفه با عنوان فلسفه ابن سینا-۱)، تهران: صدرا.
۱۵. _____ (۱۳۷۶)، مجموعه آثار، ج ۱۰ (جلد ششم از بخش فلسفه با عنوان شرح مبسوط منظومه -۲)، تهران: صدرا.
۱۶. _____ (۱۳۷۷- الف)، مجموعه آثار، ج ۱ (عدل الهی، انسان و سرنوشت، علل گرایش به مادیگری)، تهران: صدرا
۱۷. _____ (۱۳۷۷- ب)، مجموعه آثار، ج ۹ (جلد پنجم از بخش فلسفه با عنوان شرح مبسوط منظومه -۱)، تهران: صدرا.
۱۸. _____ (۱۳۷۷- ج)، مجموعه آثار، ج ۱۳ (جلد هفتم از بخش فلسفه با عنوان مقالات فلسفی، مسأله شناخت و نقدی بر مارکسیسم)، تهران: صدرا.
۱۹. _____ (۱۳۷۸)، مجموعه آثار، ج ۴ (جلد چهارم از بخش اصول عقاید با عناوین توحید، نبوت، اصل عدل در اسلام، امامت و رهبری، معاد)، تهران: صدرا.
۲۰. _____ (۱۳۷۹- الف)، مجموعه آثار، ج ۸ (جلد چهارم از بخش فلسفه با عنوان فلسفه ابن سینا-۲)، تهران: صدرا.
۲۱. _____ (۱۳۷۹- ب)، مجموعه آثار، ج ۱۹ (جلد اول از بخش فقه و حقوق با عناوین نظام حقوق زن در اسلام، مسأله حجاب و...)، تهران: صدرا.
۲۲. _____ (۱۳۷۹- ج)، یادداشت‌های استاد مطهری، ج ۱ (حرف الف)، تهران: صدرا.
۲۳. _____ (۱۳۸۱)، مجموعه آثار، ج ۲۱ (جلد سوم از بخش فقه و حقوق با عناوین اسلام و نیازهای زمان -۱ و ۲، اسلام و نیازهای جهان امروز، قوانین اسلام در مقایسه با توسعه و تحول دنیای جدید)، تهران: صدرا.

۲۴. _____ (۱۳۸۴- الف)، مجموعه آثار، ج ۱۱ (جلد هفتم از بخش فلسفه با عنوان درس‌های اسفار - مبحث حرکت)، تهران: صدرا.
۲۵. _____ (۱۳۸۴- ب)، مجموعه آثار، ج ۱۵ (جلد دوم از بخش تاریخ با عنوان فلسفه تاریخ)، تهران: صدرا.
۲۶. _____ (۱۳۸۹)، یادداشت‌های استاد مطهری، ج ۱۰ (جلد سوم از بخش موضوعی با موضوعات تکامل، تکامل اجتماعی انسان در تاریخ، جامعه و تاریخ)، تهران: صدرا.
۲۷. _____ (۱۳۹۰- الف)، مجموعه آثار، ج ۲۵ (جلد اول از بخش اجتماعی - سیاسی با عناوین الغدیر و وحدت اسلامی، حج، نهضت آزادی بخش اسلام، مسأله نفاق و... تکامل اجتماعی انسان در تاریخ و...)، تهران: صدرا.
۲۸. _____ (۱۳۹۰- ب)، مجموعه آثار، ج ۲۶ (جلد اول تفسیر قرآن)، تهران: صدرا.
۲۹. موثقی، سیداحمد (۱۳۸۳)، «سیر تحول مفهومی توسعه»، نشریه حقوق و علوم سیاسی، ش ۶۳، دانشگاه تهران.
30. Esteva, Gustavo (1992), "Development", in Sachs, Wolfgang (ed), The Development Dictionary, London.

بررسی رابطه سرمایه اجتماعی با عملکرد شغلی اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان

* ایوب گراوند
**
* مریم موسیوند

* سیده مهدی ویسه

چکیده

هدف این پژوهش، بررسی رابطه میان سرمایه اجتماعی و عملکرد شغلی اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان با تاکید بر آموزه‌های دینی می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی، از نوع همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان می‌باشند که از میان آنها تعداد ۳۸۰ نفر با روش تصادفی ساده انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه سنجش سرمایه اجتماعی و عملکرد شغلی می‌باشد. برای تبیین تاثیر هر یک از مولفه‌های سرمایه اجتماعی بر عملکرد شغلی مدیران از ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه $R^2 = 78\%$ در تایید خطی بودن آن استفاده شده است.

نتایج پژوهش نشان داد که میان سرمایه اجتماعی و عملکرد شغلی اساتید رابطه معنادار وجود دارد. همچنین بین اعتماد، مشارکت سیاسی، توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی، تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌ها از مولفه‌های سرمایه اجتماعی و عملکرد شغلی اساتید رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. نتایج رگرسیون با روش گام به گام نشان می‌دهد که از چهار مولفه سرمایه اجتماعی: اعتماد، توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی، تنوع در معاشرت‌ها و مشارکت سیاسی، به ترتیب، بهترین پیش‌بینی کننده عملکرد شغلی هستند و روی هم رفته ۷۸ درصد واریانس عملکرد شغلی اساتید را تعیین می‌کنند.

کلیدواژه‌ها

سرمایه اجتماعی، عملکرد شغلی، اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان.

garavandauob@yahoo.com
moosivand1@gmail.com
amir7912000@yahoo.com

* عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور
** عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور
*** استادیار دانشگاه ایلام

مقدمه

از مباحث بسیار مهم جهان، در دهه اخیر، بحث سرمایه انسانی^۱ است. سرمایه انسانی، یا به عبارتی کیفیت نیروی کار و یا دانش نهادینه شده در انسان، باعث افزایش تولید و رشد اقتصادی کشورها می گردد. سرمایه انسانی، اگرچه از زمان اقتصاددانان کلاسیک مورد بحث بوده اما آنچه در دهه های اخیر مورد توجه قرار گرفته است، مدل سازی و ارائه الگوهای ملی از رشد اقتصادی است که در آنها سرمایه انسانی لحاظ شده باشد. به عبارتی، از بحث کلاسیکی تولید که فقط تابع نیروی کار و سرمایه فرض می شد، عامل کیفی نیروی کار یا سرمایه انسانی نیز باید به مثابه یک متغیر در این توابع وارد شوند.

از نظر کلمن (۱۹۹۹: ۶۵) سرمایه اجتماعی، شامل این موارد می گردد: تعهدات و انتظارات، روابط اقتدار، ظرفیت بالقوه اطلاعات، هنجارها و ضمانت های اجرایی موثر.

در یک دسته بندی دیگر نیز سرمایه اجتماعی به سه بعد زیر تقسیم گردیده است:

(۱) بعد ساختاری؛ با تاکید بر: الف) پیوندهای موجود در شبکه ب) شکل و ترتیب شبکه

ج) تناسب سازمانی

(۲) بعد شناختی؛ با تاکید بر: الف) زبان و علائم مشترک ب) روایت های مشترک

(۳) بعد ارتباطی؛ با تاکید بر: الف) اعتماد ب) هنجارها ج) تعهدات و روابط متقابل د)

تعیین هویت مشترک (Nahapiet & Ghoshal, 1998).

سرمایه اجتماعی یا بعد معنوی یک اجتماع، میراثی تاریخی و مذهبی است که از طریق تشویق افراد به «همکاری» و «مشارکت» در تعاملات اجتماعی، قادر است به حل میزان بیشتری از معضلات موجود در آن اجتماع، فائق آید و حرکت به سوی رشد و توسعه اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی را امکان پذیر سازد. پیش نیاز رسیدن به این توسعه و پیشرفت، به طور قطعی بالارفتن عملکردهای شغلی افراد جامعه است.

چنانچه بخواهیم تقسیم بندی ذکر شده از نگاه ناهاپیت و گوشال را با مولفه های قرآنی بازیابی نماییم، خواهیم دید که برای مسلمانان ایران و جهان، شاخص های سرمایه اجتماعی موضوعات بیگانه ای نمی باشند بلکه کاملاً هماهنگ با قرآن کریم بوده و قرآن شاخص هایی

را در ۱۴۰۰ سال پیش مطرح کرده است که بسیار دقیق‌تر و کامل‌تر از شاخص‌های ارائه‌شده در طول سه دهه اخیر توسط محققان غربی است. در این میان، قرآن‌کریم به‌عنوان یک سرمایه اجتماعی؛ مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های اخلاقی، اجتماعی و ارزشی است و در برگیرنده مجموعه‌ای از امکانات حقیقی است که کمک شایانی به اجتماعی‌شدن افراد می‌کند.

سرمایه اجتماعی اسلامی در بُعد شناختی، بر اساس اصول وحدت و اخوت، فضایل اخلاقی نظیر: حُسن‌ظن، صداقت، درست‌کاری، مهربانی، تواضع، خوش‌خلقی، گشاده‌رویی، همدردی و کمک‌کردن به دیگران، بخشندگی و گذشت، پرهیز از آزار و اذیت، رعایت حقوق دیگران، فداکاری و ترجیح منافع دیگران بر منفعت شخصی و تحریم بدگویی، غیبت، تهمت، تبعیض و تعصب قومی و سایر رذایل اخلاقی شکل می‌گیرد و اصولی مانند: تعاون، مصابره و مرابطه، مشورت و تکافل اجتماعی، در کنار جنبه اجتماعی بسیاری از احکام و دستورات اسلام مانند نماز جماعت، نماز جمعه، امر به معروف و نهی از منکر، حج، خمس و زکات، شکل‌دهنده سرمایه اجتماعی اسلامی در بعد ساختاری هستند. بعد ارتباطی آن را می‌توان از طریق شاخص‌هایی نظیر اعتماد و هنجارهای اجتماعی شناخت. به‌طور کلی اعتماد، شاخص مناسبی برای پیوندهای مثبت و متقابل است و به همین دلیل، به‌عنوان مهم‌ترین شاخص سرمایه اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. علاوه بر آن، امانتداری، اخلاص، صداقت، تقوا، پرهیز از تجاوز، اذیت و رساندن ضرر به دیگران از اصول مورد تأکید در اخلاق اسلامی هستند که تأثیر به‌سزایی در ایجاد اعتماد میان افراد و گروه‌ها دارند (فصیحی، ۱۳۸۶). در اسلام، خصوصیات اخلاقی نامبرده بسیار مورد تأکید می‌باشد، از آن جمله می‌توان به آیه ۱ سوره مائده، آیه ۵۸ سوره نساء، آیه ۱۱۹ سوره توبه و آیه ۸۷ سوره مائده اشاره کرد که به ترتیب: وفای به عهد و پیمان، امانتداری، صداقت، و پرهیز از ظلم و تجاوز در آنها مطرح شده است. در اسلام، حُسن‌ظن و اعتماد به سایر مسلمانان یک اصل و از فضایل اخلاقی است که سبب اعتماد به دیگران می‌گردد. ضرورت حُسن‌ظن مسلمانان به یکدیگر در آیه ۱۲ سوره نور بیان شده و در آیه ۱۲ سوره حجرات مسلمانان از بدگمانی و سوءظن نسبت به هم، نهی شده‌اند. یکی از عوامل کاهش اعتماد در میان مردم یک جامعه، تفاوت‌های قومی و زبانی است (نک، ۲۰۰۱). تعصبات

قومی، نژادی و زبانی، اعتماد را در میان افرادی که نژاد یا زبان متفاوتی دارند، کاهش می‌دهد. آیات ۱۰ و ۱۳ سوره حجرات و بیان اصل اخوت تمام این تعصبات نژادی را زیر پا گذاشته و اعتماد را به بالاترین حد می‌رساند. آیه ۱۰۳ سوره آل عمران با بیان اصل وحدت، تاکید دارد تا نابرابری‌های اجتماعی را به حداقل برساند و اعتماد افزایش یابد. از اصول اجتماعی دیگری که در دین اسلام مطرح شده است، نظارت همگانی و کنترل اجتماعی است که در قالب دو اصل زیر بنایی امر به معروف و نهی از منکر محقق می‌شود و در آیات ۷۱ سوره توبه؛ ۱۰۴، ۱۱۰ و ۱۱۴ سوره آل عمران؛ ۱۷ سوره لقمان؛ ۱۷ سوره حج؛ ۹ سوره توبه و ۱۵۷ سوره اعراف به آن اشاره شده است. آنچه این دو اصل را با ایجاد سرمایه اجتماعی پیوند می‌دهد، این نکته است که این دو اصل، زیربنای دیگر اصول هستند و در صورت زنده بودن اینها، سایر دستورات دین نیز در جامعه زنده خواهند بود. این دو اصل به‌عنوان دو اصل نظارت همگانی، به تمام افراد اجازه می‌دهند با هر نوع کجروی و هنجارشکنی در حد توان خود، مقابله نمایند و در صورتی که ارزش‌ها و هنجارها از چنین ضمانت اجرایی در جامعه برخوردار باشند، کمتر کسی پیدا می‌شود که هنجارها را نقض نماید. در این صورت، امنیت، آرامش و اعتماد بر جامعه حاکم می‌شود و کنش‌های فردی و اجتماعی تسهیل می‌گردند (فصیحی، ۱۳۸۶)؛ چراکه از دیگر عوامل پایین بودن سطح اعتماد در جوامع مختلف، وجود نابرابری‌های اجتماعی و اقتصادی است (نک، ۲۰۰۱).

هنجارهای اجتماعی

نوع دیگری از سرمایه اجتماعی - شناختی، هنجارهای اجتماعی می‌باشد. از نظر پاتنام (۱۹۹۳)، هر چه ایمان و معنویت در میان افراد جامعه اسلامی قوی‌تر و عمیق‌تر باشد، هنجارهای اجتماعی در آن جامعه رواج بیشتری خواهد یافت و سرمایه اجتماعی بیشتر خواهد شد. در آیات ۳۷ سوره اسراء، ۵۴ سوره مائده، ۸۸ سوره حجر و ۲۱۵ سوره شعراء، مسأله تواضع و فروتنی مطرح شده و در آیات ۹۶ سوره مومنون، ۳۴ سوره فصلت و ۵۳ سوره اسراء، از خوش خلقی به‌عنوان یکی از صفات اخلاقی برجسته یاد شده و مسأله بخشش و گذشت در برخی از آیات مانند آیات ۱۷۸ و ۲۳۷ سوره بقره، ۱۲۶ سوره نحل، ۲۲ سوره نور، ۱۴ سوره تغابن و ۴۰ سوره شوری ذکر شده است.

بعضی از محققان مایلند تا سرمایه اجتماعی را در سطح کلان مطالعه کرده و بر ماهیت ثانویه مزایای فردی آن تاکید کنند. آنها سرمایه اجتماعی را ویژگی واحد اجتماعی به جای عامل فردی در نظر می‌گیرند و مزایای فردی حاصل از وجود سرمایه اجتماعی و مشکلات فردی ایجاد شده ناشی از عدم وجود آن را در درجه دوم اهمیت قرار می‌دهند.

الگوی دیگر که توسط محققان مورد استفاده قرار می‌گیرد، مدل منفعت شخصی از سرمایه اجتماعی است؛ در این حالت به‌طور آشکاری بر افراد و دارایی‌های اجتماعی‌شان از قبیل منفعت و جایگاه اجتماعی، گواهی‌نامه‌های تحصیلی و غیره، تمرکز می‌شود به‌طور کلی در این مدل، تمرکز بر نتایج حاصل برای اشخاص یا واحد فردی مدنظر قرار می‌گیرد (Leana & Van Buren, 1999).

مساله عصر ما فقط این نیست که چگونه بهره‌وری افزایش یابد و سازمان‌ها کارا تر شوند؛ بلکه باید در برابر افزایش و اهمیت روزافزون تعقل ابزاری و توجه روزافزون به بازدهی مادی، تعقل ارزشی هم مدنظر قرار گیرد؛ به گونه‌ای که حقانیت و آزادی و کرامت انسانی از گزند و تهدید سازمان‌های کارا در امان بمانند؛ انسان‌ها و روابط آنها در سازمان‌ها مدنظر قرار گیرند و سیستم‌های اجتماعی به گونه‌ای سازماندهی شوند که روح اطمینان و اعتماد در ساختار آنها رسوخ نماید و موجد منابع ارزشمندی برای توسعه سرمایه اجتماعی آنها گردد؛ بنابراین نباید نقش مذهب و اعتقادات دینی به‌عنوان یکی از مولفه‌های تاثیرگذار بر سطح سرمایه اجتماعی را نادیده گرفت؛ چراکه در بسیاری از مطالعات به اثبات رسیده است (محسنی تبریزی، ۱۳۸۹). با توجه به روحیه مذهبی موجود در ایران می‌توان با تبیین بهتر فرهنگ غنی قرآن و اسلام و آگاه‌سازی جامعه با تمامی ابعاد سرمایه اجتماعی، پیامدهای مثبت آن را تبیین و تحت کنترل درآورد؛ ضمن اینکه پایبندی مدیران بخش عمومی به اخلاقیات و تبلور این تعهد در رفتارهای آنها، موجب توسعه سرمایه اجتماعی می‌شود؛ یعنی مدیرانی که اصول اخلاقی را در عملکرد و تصمیم‌های سازمانی به کار می‌گیرند، با توسعه روابط مبتنی بر اخلاقیات، سرمایه اجتماعی ایجاد می‌کنند (قدسی، ۱۳۸۹: ۶۵).

بنابراین اگر بپذیریم که سرمایه اجتماعی نیز همانند سایر اشکال سرمایه، نقش موثری در فرایند تولید دارد، نباید از این قانون استهلاک، مستثنی شود، به این معنا که سرمایه اجتماعی اگر افزایش نیابد و یا برای ترویج آن اقدامی صورت نپذیرد، رو به کاهش گذاشته و فرایند سرمایه گذاری و تولید را در کشور دچار اشکال می‌سازد. یکی از دلایل اصلی کاهش سطح سرمایه اجتماعی در یک جامعه، آن است که اقدامات کاهش دهنده سطح سرمایه اجتماعی مانند فساد، تقلب، اختلاس، دروغ و شایعات، بیشتر از عوامل افزایش دهنده سطح سرمایه اجتماعی همچون عمل به احکام قرآن، صداقت و درستکاری در جامعه رواج پیدا می‌کند و به تدریج باعث می‌شود سطح سرمایه اجتماعی در جامعه کاهش یابد.

سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از هنجارهای موجود در سیستم اجتماعی - که از یک طرف موجب ارتقای تبادلات و سطح همکاری اعضای آن جامعه و از طرف دیگر موجب پایین آمدن سطح هزینه‌های تبادلات و ارتباطات می‌گردد - تعریف کرده‌اند. بر این اساس، می‌توان مفهوم سرمایه اجتماعی اسلامی را مطرح کرد که تعریف کلی آن، همان تعریف سرمایه اجتماعی است، با این تفاوت که سرمایه اجتماعی اسلامی بر اساس اصول اسلامی نظیر: وحدت، اخوت و تعاون شکل می‌گیرد و توسعه می‌یابد. سرمایه اجتماعی اسلامی، همان انواع و اجزای سرمایه اجتماعی را دارا می‌باشد؛ یعنی انواع سرمایه اجتماعی ساختاری و شناختی و سطوح مختلف خرد، میانی و کلان برای سرمایه اجتماعی اسلامی هم وجود دارد. بنابراین، سرمایه اجتماعی اسلامی از نظر شیوه‌های شکل‌گیری و توسعه، متفاوت از سرمایه اجتماعی غیراسلامی است، ولی همان انواع و کارکردها را دارا می‌باشد (افسری، ۱۳۹۲).

برخی از مزایای مورد اشاره این افراد به شرح ذیل می‌باشد: اشتراک گذاشتن بهتر دانش، ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد، ایجاد روح تعاون، کاهش نرخ جابه‌جایی، کاهش هزینه‌های استخدام، کمک به آموزش، ابقای دانش سازمانی، کاهش تغییرات نیروی کار، افزایش فعالیت‌های مرتبط با ثبات سازمانی و درک مشترک (کوهن و پروساک، ۲۰۰۱: ۷۶).

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

مفهوم «سرمایه» در نظر بوردیو، از مفهوم پولی سرمایه در اقتصاد بسیار گسترده‌تر است؛ سرمایه «منابع» عمومیت یافته است که می‌تواند به شکل پولی یا غیرپولی و نیز ملموس یا غیرملموس وجود داشته باشد (آن‌هایر و دیگران^۱، ۱۹۹۵: ۸۶۲). به اعتقاد (بوردیو، ۱۹۸۴: ۴۴)، ساختار اجتماعی هر جامعه سرمایه‌داری پیشرفته‌ای، همانند نوعی فضای اجتماعی^۲ پیچیده است که در آن اشکال متنوع سرمایه، موقعیت‌های اجتماعی‌ای را که به گونه‌ای افقی و سلسله‌مراتبی متمایز است، تعیین می‌کنند؛ اگرچه هر نوع دارایی، مالکیت یا کالایی که در جامعه ارزشمند شمرده می‌شود، می‌تواند نوعی سرمایه باشد، اما بوردیو در مقاله‌ای با عنوان اشکال سرمایه (۱۹۸۱)، از سه نوع سرمایه اصلی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نام می‌برد و برای آنها از سایر سرمایه‌ها ارزش بیشتری قائل می‌شود.

سه تن از متفکرانی که در کارهایشان به سرمایه توجه نشان داده‌اند، عبارتند از: آدام اسمیت، استوارت میل و کارل مارکس. واقعیت آن است که رویکرد هر سه‌ی این افراد به سرمایه، رویکردی اقتصادی بوده است (استوربرگ، ۲۰۰۲: ۴۷) و در افکار اقتصادی، مفهوم سرمایه در ابتدا به معنای انباشت مقداری پول است که به امید بازدهی سودآوری در آینده، سرمایه‌گذاری می‌شود (فیلد، ۱۳۸۵: ۱۹). از نظر بوردیو نیز، سرمایه اقتصادی به درآمد پولی و همچنین سایر منابع و دارایی‌های مالی گفته می‌شود و تظاهر نهادینه‌اش را در حقوق مالکیت می‌یابد. سرمایه اقتصادی، به واسطه خصلت‌اش در دنیای امروز به مثابه پول و اشیاء مادی است که در مقابل تولید کالا و خدمات به کار می‌رود (بوردیو، ۱۳۸۴: ۱۳۷).

اصطلاح سرمایه اجتماعی قبل از سال ۱۹۱۶ و برای نخستین بار در مقاله‌ای توسط هانی فان^۳ از دانشگاه ویرجینیای غربی مطرح شده است (الوانی و سید نقوی، ۱۳۸۱: ۳)، اما [این] مفهوم تنها در دهه ۱۹۸۰ بود که به شدت مورد توجه قرار گرفت و توانست با گسترش نظری و تجربی جایگاه تعریف‌شده‌ای را در میان نظریه‌های جامعه‌شناسی به خود اختصاص

1. Anheier and et all

2. Social space

3. Hanifan

دهد (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۵). در دهه ۱۹۸۰، این اصطلاح، توسط جیمز کلمن (جامعه‌شناس) در معنای وسیع‌تری مورد استفاده قرار گرفت و رابرت پاتنام (دانشمند علوم سیاسی)، نفر دومی بود که بحث قوی و پرشوری را در مورد نقش سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی هم در ایتالیا و هم در ایالت متحده برانگیخت (فوکویاما، ۱۳۸۴: ۱۰). پس از آن، بوردیو در فرانسه ابعاد دیگری از این مفهوم را روشن نمود. او تلاش کرده است که مطالعه سیستماتیک منظمی از سرمایه اجتماعی داشته باشد (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۵).

اگرچه مفهوم سرمایه اجتماعی قبل از بوردیو، ابداع و تحقیقات بسیاری درباره آن انجام شده بود اما تقریباً همه محققان بر این عقیده‌اند که مفهوم «سرمایه فرهنگی برای نخستین بار از سوی پیر بوردیو در اوایل دهه ۱۹۶۰ به کار رفته است. در این زمان، مفهوم سرمایه به حوزه فرهنگ و هنر نیز راه یافت و مفهوم سرمایه فرهنگی به وجود آمد» (تراسبی، ۱۳۸۲). ولی واقعیت آن است که اگرچه مفهوم سرمایه اجتماعی به همراه شاخص‌های متعدد ذکر شده برای آن، سابقه‌ای کمتر از سه دهه در ادبیات اقتصادی و اجتماعی غرب دارد، اما این مفهوم به همراه شاخص‌های آن برای هیچ فردی، گنگ و ناشناخته نیست و به‌ویژه برای مسلمانان و به‌خصوص ایرانیان با فرهنگ غنی و تمدن اسلامی پیشرو، این مفهوم به همراه شاخص‌های آن جزء ارزش‌های والای انسانی به‌شمار آمده که می‌تواند موجب ترقی فرد و جامعه شود.

این مفهوم برخلاف بسیاری از مفاهیم علوم انسانی غربی، واژه‌ای کاملاً آشنا و سازگار با فرهنگ اسلام و ایران است و به همین دلیل، پذیرش آن در جامعه و گسترش ابعاد آن، می‌تواند بسیار سریع و موثر اتفاق افتد. بدیهی است که هر چه یک ایده یا موضوع علمی با فرهنگ، آیین و تاریخ یک کشور بیشتر سنخیت داشته باشد، می‌تواند اثرگذاری مثبت بیشتری داشته باشد.

بوردیو در تعریف سرمایه فرهنگی، آن را خصلت‌ها و عادات دیرپایی می‌داند که طی فرایند جامعه‌پذیری حاصل می‌شوند و اهداف فرهنگی ارزشمندی مثل صلاحیت‌های تحصیلی و فرهیختگی را در بر می‌گیرد (آن‌هایر و دیگران، ۱۹۹۵). از سوی دیگر به اعتقاد وی داشتن سرمایه فرهنگی کارکردهای مختلفی دارد: اولاً، کسب مشروعیت از طریق بقیه

سرمایه‌ها، منوط به تبدیل شدن آنها به سرمایه فرهنگی است. کسی که به واسطه سرمایه فرهنگی، منزلت دارد، می‌تواند روایت خود را از دنیای اجتماعی بر دیگران تحمیل کند. ثانیاً، داشتن سرمایه فرهنگی بدین معنا است که فرد می‌تواند خود را از الزامات زندگی روزمره جدا نماید و نوعی گزینش دلخواه در عرصه فرهنگ انجام دهد. به بیان خود بوردیو، «زیبایی‌شناسی محض از اخلاق یا همان خلق و خووی فاصله گرفتن گزینشی از الزامات طبیعی و اجتماعی نشأت می‌گیرد» (فاضلی، ۱۳۸۲: ۳۸).

روش تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش، توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد. در این نوع روش تحقیق، رابطه بین دو یا چند متغیر مورد بررسی قرار می‌گیرد. جامعه آماری این تحقیق شامل: کلیه اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان به تعداد ۱۲۹۷ نفر است که از جامعه آماری فوق، نمونه‌ای به تعداد ۳۸۰ نفر با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند.

ابزار گردآوری داده‌ها شامل دو پرسش‌نامه به شرح ذیل می‌باشد:

الف) پرسش‌نامه عملکرد مدیران؛ این پرسش‌نامه هر یک از ۵ بخش و ۲۶ سوال ۵ گزینه‌ای (همیشه، اغلب، گاهی، بندرت، هرگز) تکمیل شده است.

ضریب پایایی این پرسش‌نامه در تحقیق (آقایی، ۱۳۸۲: ۸۷) برابر با ۹۳٪ می‌باشد. در این تحقیق نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ برابر با ۹۰٪ بدست آمد.

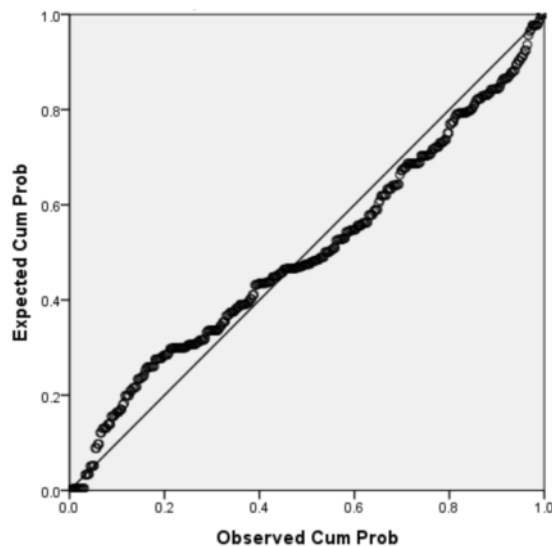
ب) پرسش‌نامه سرمایه اجتماعی (مهری، ۱۳۸۴: ۴۳)؛ این پرسش‌نامه شامل ۱۵ سوال می‌باشد که شامل مولفه‌های: اعتماد، توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی، تنوع در معاشرت‌ها، دوستی‌ها و مشارکت سیاسی می‌باشد.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار استنباطی (ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه) و برای پاسخ‌گویی به سوالات و آزمون کولموگروف، اسمیرنف و از روش آماری آلفای کرونباخ برای محاسبه ضرایب پایایی استفاده شد. عملیات آماری با استفاده از نرم افزار spss نسخه ۲۲ انجام شد.

یافته‌های تحقیق

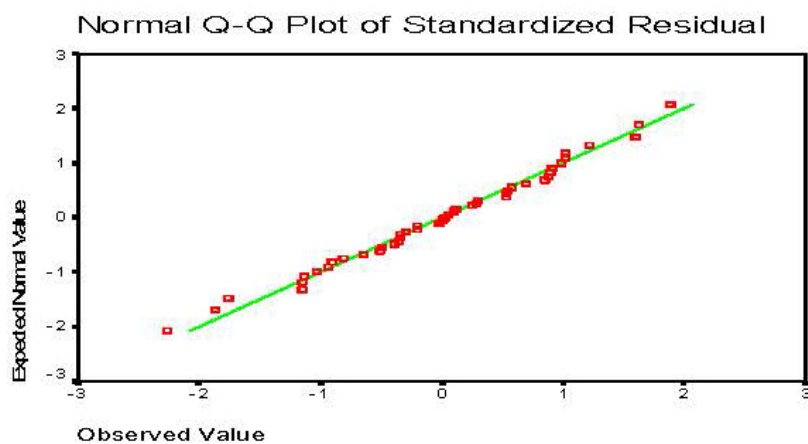
فرضیه اصلی: بین سرمایه اجتماعی و عملکرد شغلی اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

ابتدا مفروضات تحلیل رگرسیون را بررسی می‌کنیم: برای بررسی مفروضه سوم، باید نمودارهای رابطه بین متغیرهای مستقل (مولفه‌های میزان استفاده بهینه از سرمایه اجتماعی) و وابسته (عملکرد شغلی) رسم شود:



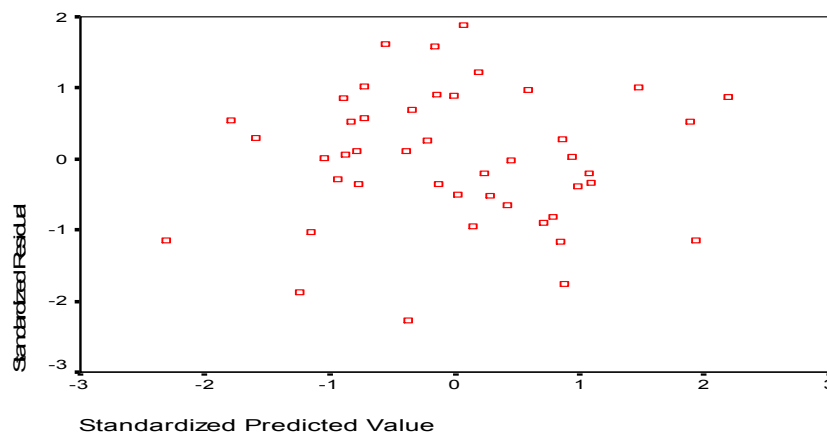
نمودار (۱): ماتریس بررسی رابطه خطی میان متغیر مستقل و وابسته

برای تفسیر خطی بودن رابطه‌ها باید به ردیف آخر ماتریس توجه شود. همان‌طور که نمودارهای ردیف آخر نشان می‌دهد، بهترین رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته همان رابطه خطی می‌باشد. برای بررسی مفروضه چهارم، که برای تمام مقادیر متغیر مستقل باید توزیع مقادیر متغیر وابسته، نرمال باشد؛ برای این منظور، باید توزیع باقیمانده‌ها نرمال باشد.



نمودار ۲): نمودار Q-Q بررسی نرمال بودن باقیمانده‌ها مدل رگرسیون

نمودار Q-Q، نرمال بودن باقیمانده‌ها را تایید می‌کند؛ زیرا باقیمانده‌ها تقریباً روی خط مستقیم قرار گرفته‌اند.



نمودار ۳): نمودار باقیمانده‌ها در مقابل مقادیر پیش‌بینی شده به منظور بررسی ثابت بودن

واریانس متغیر وابسته در تمام مقادیر متغیر مستقل

هم‌اکنون که تمام مفروضات تحلیل رگرسیون چندگانه مربوط به رابطه بین سرمایه و

عملکرد شغلی مورد تایید قرار گرفت به بررسی فرضیه تحقیق می‌پردازیم:

جدول (۱): خلاصه نتایج رگرسیون به روش ورود
برای پیش‌بینی عملکرد شغلی اساتید از روی مولفه‌های سرمایه اجتماعی

.۸۳	ضریب همبستگی چندگانه
.۷۸۸	ضریب تعیین
.۷۸۶	ضریب تعیین تصحیح شده
.۳۱۸	خطای معیار
.۶۲۷	دوربین واتسون
.۰۰۰	سطح معناداری

جدول (۲): خلاصه نتایج رگرسیون گام به گام
برای پیش‌بینی عملکرد شغلی از روی مولفه‌های سرمایه اجتماعی

R Square	Coefficients		سطح معناداری	متغیر مستقل	متغیر وابسته
	B				
	Constant = ۸۶۳				
.۷۸۸	.۵۹۱	.۰۰۰		روابط اجتماعی رسمی و غیررسمی کارکنان	عملکرد شغلی
	.۲۰۶	.۰۰۰		مشارکت سیاسی کارکنان	
	.۸۳	.۰۰۰		اعتماد	
	.۵۰	.۰۰۵		معاشرت و دوستی کارکنان	
	.۸۶۳	.۰۰۰		سرمایه اجتماعی	

جدول ۲)، نتایج تحلیل رگرسیون گام‌به‌گام برای بررسی رابطه مولفه‌های سرمایه و عملکرد شغلی را نشان می‌دهد. از آنجا که ما به دنبال حداقل متغیر مستقل می‌باشیم تا از آن طریق، متغیر وابسته را پیش‌بینی کنیم، از طریق روش رگرسیون گام‌به‌گام stepwise این تحلیل انجام می‌گیرد. نتایج رگرسیون با روش گام‌به‌گام نشان می‌دهد که از چهار مولفه سرمایه اجتماعی، اعتماد، توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی، تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌ها و مشارکت سیاسی، بهترین پیش‌بینی‌کننده عملکرد شغلی است و روی هم‌رفته ۷۸۸ درصد واریانس عملکرد شغلی اساتید را تعیین می‌کنند. ضریب رگرسیون استاندارد شده Square R برابر با ۰/۷۸۸ می‌باشد که نشان‌دهنده رابطه بین متغیر مستقل و وابسته می‌باشد؛ یعنی ۰/۷۸۸. درصد تغییرات عملکرد شغلی تحت تاثیر چهار متغیر مستقل مذکور است و ANOVA (Sig) کمتر از ۰/۰۵ نشان از رابطه خطی بین چهار متغیر مستقل و عملکرد شغلی می‌باشد. اگر ANOVA (Sig) (معادل) بیشتر باشد، نشان از عدم رابطه خطی بین متغیر مستقل و وابسته است.

فرضیه‌های فرعی

فرضیه ۱: میان اعتماد با عملکرد شغلی اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۳): نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین اعتماد و عملکرد شغلی

عملکرد شغلی	همبستگی	سطح معناداری
اعتماد	۰/۷۴۹	۰/۰۰۰

نتایج جدول شماره ۳، نشان می‌دهد که بین اعتماد با عملکرد شغلی وی از نظر اساتید، رابطه مثبت وجود دارد و این رابطه در سطح $p < ۰/۰۱$ ، معنی‌دار می‌باشد (۰/۷۴۹ = r). بر این اساس، فرضیه فرعی یک، مورد تایید قرار گرفته است. اعتماد، مهم‌ترین بعد سرمایه اجتماعی است و ابعاد دیگر را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. اعتماد، همچنین یکی از جنبه‌های مهم روابط انسانی است و زمینه‌ساز مشارکت و همکاری

میان اعضای جامعه می‌باشد. با تکیه بر اعتماد، می‌توان تعاملات را در زمینه‌های مختلف جامعه مانند ارتباط و تعامل با خانواده، دوستان، نهادهای رسمی و غیررسمی و همچنین مشاغل اجتماعی، ارزیابی کرد. اصل اخوت و اصل وحدت که دلیلی قاطع بر اهمیت اعتماد اجتماعی در اسلام است، راهکاری مطمئن برای افزایش اعتماد و در نتیجه سرمایه اجتماعی است.

فرضیه ۲: میان مشارکت سیاسی کارکنان با عملکرد شغلی اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۴: نتایج ضریب همبستگی پیرسون مشارکت سیاسی کارکنان و عملکرد شغلی

عملکرد شغلی	همبستگی	سطح معناداری
مشارکت سیاسی کارکنان	۰/۷۶۷	۰/۰۰۰

نتایج جدول شماره ۴، نشان می‌دهد که بین بعد مشارکت سیاسی کارکنان با عملکرد شغلی آنها از نظر اساتید، رابطه مثبت وجود دارد و این رابطه در سطح $p < ۰/۰۱$ معنی‌دار می‌باشد ($r = ۰/۷۶۷$) است. بر این اساس، فرضیه فرعی دو، مورد تایید قرار گرفته است.

مذهب، نقش بسیار مهمی در سرمایه اجتماعی ایفا می‌کند؛ افراد به تناسب دین و مذهبی که دارند، ممکن است با یکدیگر مشارکت اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی داشته باشند. مانند: فعالیت در امور مساجد و تکایا، کلیساها و یا اماکن مذهبی و زیارتی می‌تواند آغازی برای آشنایی، مشارکت و ارتباط بیشتر افراد با یکدیگر شده و سطح سرمایه اجتماعی را افزایش دهد.

خلاصه‌ای از آیات قرآن کریم که اشاره‌ای به میزان مشارکت سیاسی افراد یک جامعه دارد، در زیر آورده شده است: آیات مربوط به امر به معروف و نهی از منکر (سوره آل عمران: ۱۰۴ و ۱۱۰، سوره توبه: ۷۱)؛ آیات لزوم اطاعت از اولوالامر (سوره نسا: ۱۰، ۶۵ و ۵۹)؛ نپذیرفتن ولایت و سرپرستی بیگانگان، کافران، ظالمان، فاسقان، جاهلان (سوره آل عمران: ۱۱۸ و ۲۸، سوره نسا: ۱۶ و ۱۴۴، سوره مائده: ۵۱ و ۵۷، سوره هود: ۱۱۳)؛ ولایت پیامبر ﷺ بر امت و ولایت مومنان بر یکدیگر (احزاب: ۶، توبه: ۷۱)؛ لزوم مشورت با مومنان و مشارکت دادن آنان

در امور سیاسی و اجتماعی (سوره آل عمران: ۱۱۵-۱۵۱، سوره شوری: ۳۸)؛ و جوب نجات مظلومان و مستضعفان (سوره نسا: ۷۵)؛ برپایی عدالت اجتماعی و قوانین الهی به مثابه یکی از اهداف دین و بعثت پیامبران (سوره نسا: ۵۸ و ۱۳۵، سوره حدید: ۲۹، سوره مائده: ۸ و سوره نحل: ۹۰)؛ بیان ویژگی‌های رهبر و کسی که مردم از او اطاعت و پیروی می‌کنند (سوره یونس: ۳۵)؛ ترسیم نمونه حکومت پیامبران در قرآن، مانند: حکومت داوود و سلیمان علیهم‌السلام (سوره نمل: ۲۶) (رحیمیان، ۱۳۹۲).

بی‌گمان تمام این آیات، دلیلی روشن بر اهمیت و وجود مشارکت از دیدگاه اسلام در معتبرترین منبع هدایت مسلمین یعنی قرآن کریم است. بنابراین، برای بالارفتن بیشتر مشارکت سیاسی کارکنان، تبعیت از این آیات ضروری است.

فرضیه ۳: میان توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی کارکنان با عملکرد شغلی اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۵: نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین توانایی برقراری روابط اجتماعی

غیررسمی کارکنان و عملکرد شغلی

عملکرد شغلی	همبستگی	سطح معناداری
توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی کارکنان	.۸۶۵	.۰۰۰

نتایج جدول شماره ۵، نشان می‌دهد که بین بعد توانایی برقراری روابط اجتماعی غیررسمی کارکنان با عملکرد شغلی آنها از نظر اساتید، رابطه مثبت وجود دارد و این رابطه در سطح $p < 0/01$ معنی‌دار می‌باشد ($r = .865$) است. بر این اساس، فرضیه فرعی ۳، مورد تایید قرار گرفته است.

در توضیح بیشتر این فرضیه می‌توان گفت: انسان موجودی است که نیازمند روابط اجتماعی است و بدون حضور در اجتماع، هیچ‌گاه از عهده پاسخ‌گویی به نیازهای متنوع زندگی خویش برنمی‌آید. طبیعی است که زندگی در هر محیط و اجتماعی به معنای متعهد شدن نسبت به شرایط و مقررات ویژه آن محیط است. زندگی اجتماعی نیز بر محور اصول، آداب، قوانین و روابطی تنظیم شده است. اسلام نیز به عنوان دینی که پاسخ‌گوی

نیازهای ضروری روحی و جسمی انسان‌ها در تمام زمان‌ها و مکان‌هاست، نه تنها روابط سازنده اجتماعی را مورد تأیید قرار داده و امضاء کرده است بلکه، با پایه‌گذاری برخی از اصول در روابط اجتماعی، اهمیت آنها را به جامعه ایمانی گوشزد کرده است. از آیات کریمه قرآن استفاده می‌شود که اجتماعی بودن انسان در متن خلقت و آفرینش او پی‌ریزی شده است. آیات ۱۱ و ۱۳ سوره حجرات، آیه ۵۴ سوره فرقان، آیات ۲۷، ۳۰ و ۳۱ سوره نور، آیه ۲۳ سوره توبه، التزام به برخی از اصول روابط اجتماعی و پرهیز از بعضی از آداب نکوهیده در تعامل با همگان را ضروری توصیف می‌کنند و بدین ترتیب، مرز تمایز روابط اجتماعی افراد را از همدیگر مشخص می‌کنند. همچنین، راه کارهای افزایش روابط اجتماعی سالم که منجر به افزایش سرمایه اجتماعی گردد را یادآور می‌شوند.

فرضیه ۴: میان تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌های کارکنان با عملکرد شغلی اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۶): نتایج ضریب همبستگی پیرسون بین تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌های کارکنان با عملکرد شغلی

عملکرد شغلی	همبستگی	سطح معناداری
تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌های کارکنان	۰/۵۶۵	۰/۰۰۰

نتایج جدول شماره ۶)، نشان می‌دهد که بین تنوع در معاشرت‌ها و دوستی‌های کارکنان با عملکرد شغلی اساتید دانشگاه پیام نور استان لرستان، رابطه مثبت وجود دارد و این رابطه در سطح $p < 0/01$ معنی‌دار می‌باشد ($r = 0/655$) است. بر این اساس، فرضیه فرعی ۴، مورد تأیید قرار گرفته است.

نکته قابل توجه در این است که، در معاشرت چه معیارهایی را بایست در نظر داشته باشیم تا معاشرت‌ها، انسان‌ساز و جامعه‌ساز باشد و بتواند سطح سرمایه اجتماعی را افزایش داده و ما را در مسیر اهداف و فلسفه آفرینش یاری رساند؛ موضوعی که در آیات الهی نیز به آن توجه داده شده است. در قرآن کریم دست کم می‌توان هفت معیار برای معاشرت‌های انسانی شناسایی کرد.

از مهم‌ترین معیارهایی که خداوند برای معاشرت و دوستی با دیگران بیان می‌کند، مساله ایمان است؛ زیرا ارتباطات میان مومنان با غیرمومنان می‌تواند تاثیرات منفی به جا گذارد؛ زیرا انسان همان اندازه که تاثیرگذار است، ممکن است از دیگران تاثیر پذیرد و کسی که کامل ساخته نباشد، در معرض خطر قرار گیرد. از این‌رو، از شرایط دوستی و معاشرت بر ایمان است (سوره آل عمران: ۲۷، سوره نساء: ۱۴۴ و سوره انفال: ۷۲) دومین معیار در معاشرت‌ها و دوستی‌ها، تقواست که یکی از مهم‌ترین ملاک‌های قرآنی است و خداوند در آیاتی مانند آیه ۶۷ سوره زخرف بر آن تاکید کرده است. صداقت و راستگویی (سوره نساء: ۶۹)، صلاح و درستکاری (همان)، عرف عقلایی و خرد جمعی و سیره خردمندان (سوره بقره: ۲۲۹، سوره نساء: ۱۴، سوره لقمان: ۱۵ و سوره طلاق: ۲) در کنار معیار مصلحت و مصالح عمومی و خصوصی (سوره انعام: ۱۵۲ و سوره اسراء: ۳۴) و هجرت از محیط ناسالم به محیط سالم اجتماعی (سوره نساء: ۸۹، سوره انفال: ۷۲ تا ۷۵ و سوره حشر: ۷) از دیگر مهم‌ترین ملاک‌ها و معیارهای دوست‌گزینی و معاشرت با مردم است که خداوند بر آن تاکید کرده است. پرواضح است که ملاک قراردادن موارد ذکر شده، افزایش سرمایه‌های اجتماعی را در جامعه فراهم خواهد کرد.

نتیجه‌گیری

بررسی مسائل مختلف اجتماعی همچون سرمایه اجتماعی در هر جامعه‌ای، باید با در نظر گرفتن فرهنگ، آداب، رسوم، اعتقادات و دین آن جامعه صورت گیرد. در کشورهای اسلامی و از جمله در ایران، بخش مهمی از فرهنگ و اعتقادات مردم، متأثر از دین اسلام است. بنابراین در تحلیل سرمایه اجتماعی، بررسی رابطه میان اسلام و سرمایه اجتماعی از اهمیت زیادی برخوردار است. در دین اسلام با توجه به چارچوب‌های اعتقادی و برنامه‌های ویژه برای آرامش و تعالی روحی انسان‌ها، مسلمانان به گونه‌ای تربیت می‌شوند که بسیاری از ارزش‌ها و صفات اخلاقی در آنها به صورت درونی در می‌آید که این صفات تأثیر زیادی بر کیفیت و کمیت روابط اجتماعی آنها دارد.

اهمیت ارتباطات مؤثر در دنیای امروز به اندازه‌ای است که بسیاری از محققان کاربرد صحیح آن را عامل موفقیت و خوشبختی دانسته و عدم توانایی در کاربرد آن را نیز، دلیل

عدم موفقیت و شکست در زندگی خصوصی و اداری می‌دانند. در یک سازمان یا شرکت تجاری، اهمیت ارتباطات به اندازه اهمیت سرمایه‌گذاری آن اعم از مالی و انسانی و مانند آن می‌باشد؛ زیرا بدون استقرار ارتباطات در سازمان و وجود شبکه ارتباطی کامل بین واحدها و کارکنان، اعمال مدیریت و ایجاد روابط سالم در سازمان و تصمیم‌گیری درست و راه‌کارهای ابتکاری و به‌هنگام و اجرای دقیق وظایف و در نهایت، رسیدن به اهداف پیش‌بینی‌شده، امری غیرممکن می‌باشد؛ اگرچه ارتباطات، همیشه خود، هدف نیست، ولی به‌عنوان مهم‌ترین ابزار مدیریت در همه کارکردهای مدیریت دخالت دارد و استفاده از مدیریت ارتباطات، یکی از عمده‌ترین فعالیت‌های سازمان‌ها می‌باشد. وقتی روابط میان افراد، به گونه‌ای دگرگون شود که افکار خود را بیان کنند، سرمایه اجتماعی به‌طور طبیعی به وجود می‌آید.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد، رابطه مثبت و معنی‌داری میان افزایش سرمایه اجتماعی کارکنان و افزایش عملکرد بهتر، وجود دارد. مزیت عمده اعتماد بین افراد، تسهیل اطلاعات و همکاری می‌باشد. وقتی افراد، اعتماد داشته باشند که به عقاید آنان احترام گذاشته می‌شود، آنها تمایل بیشتری برای ارائه عقاید خلاق، اهداف و عقاید فردی دارند؛ چنین محیطی، عقاید خلاق را در سازمان به وجود می‌آورد و تعارضات را در موقعیت برد - برد حل می‌نماید. اطلاعات، مؤثرترین و کارآمدترین ثروت و سرمایه هر ملت و به‌تبع آن، هر سازمانی می‌باشد. اطلاعات، میزان دانشی است که اعضای شبکه اجتماعی از یکدیگر دارند. فوکومایا، معتقد است که قبل از ورود به هر سیستم تجاری یا اجتماعی، باید آگاهی کافی درباره شبکه‌های اعتماد موجود در آن سیستم و ویژگی‌های آن به دست آورد؛ زیرا اعتماد را پایه هرگونه مبادلات اقتصادی و فرهنگی می‌داند (علوی، ۱۳۸۰: ۴۲). با نگاهی مجدد به آموزه‌های دینی نیز این مطالب اثبات می‌گردد.

مولفه‌های سرمایه اجتماعی در جامعه اسلامی به‌صورت زیر مطرح می‌گردد:

تأکید بر خدا محوری و تقوای الهی، کنترل هوای نفس، محبت نسبت به مردمان و نفی خشونت‌ورزی، عفو و بخشش، انجام عمل صالح، نفی خودکامگی و قدرت‌طلبی، توجه به توده مردمان، نفی تبعیض‌گرایی، نفی خواص‌گرایی، تأکید بر انصاف و عدالت‌محوری، مدارا و ملایمت، نفی بدبینی، تأکید بر حُسن‌ظن، خوش‌رفتاری، خوش‌رویی و وفای به

عهد، نفی سخن‌چینی و دروغ‌گویی و تأکید بر صداقت، ستر عیوب و اعتدال. دین اسلام، توجهی ویژه به مسأله اجتماع و تقویت روابط اجتماعی مسلمانان دارد. به‌عنوان نمونه، می‌توان به اصل وحدت، اصل اخوت و اصل تعاون اشاره کرد که در قالب اخلاق اجتماعی اسلام قرار می‌گیرند (فاضلی و همکاران، ۱۳۹۱). همان‌طور که مشهود است، مولفه‌های اسلامی و قرآنی، شاخص‌های سرمایه اجتماعی از دیدگاه متفکرین جدید را نیز تایید می‌نماید.

ناهمگونی نیروی کار در سازمان‌ها باعث شده که افرادی با مهارت‌ها، تجربه‌ها و دیدگاه‌های متفاوت به سازمان پیوندند؛ سازمان‌هایی که بتوانند از نیروهای کار گوناگون و نامتجانس استفاده کنند - یعنی افراد از نظر جنس، نژاد، قومیت، سن، توانایی و از این قبیل متفاوت باشند - می‌توانند در صحنه رقابت افرادی را به کار گیرند که تفاوت‌های زیادی با هم دارند و سازمان‌ها باید فضای دوستانه برای کسانی به وجود آورند که تفاوت‌های زیادی با اکثریت نیروهای موجود در آنها دارند. اجرای برنامه‌هایی از قبیل آموزش نیروهای کار ناهمگون از اهمیت زیادی برخوردار است. معمولاً آموزش این افراد به‌عنوان محملی برای افزایش آگاهی و ارائه نمونه یا الگو درمی‌آید. مشارکت دادن افراد که دارای ارزش‌های فردی مختلف هستند، در امور سازمان مستلزم درک متقابل افراد از یکدیگر و ارائه الگو یا دیدگاه‌هایی است که به اصطلاح به‌صورت قالبی می‌اندیشند (رابینز، ۱۳۸۰: ۹۸). همچنین تعالیم اسلامی، به‌ویژه قرآن به‌عنوان نظریه‌های راهنمای عمل انسان‌ها، ارائه‌دهنده راهکارهای غنی‌سازی سرمایه اجتماعی است.

ازسوی دیگر، فواید اساسی یک فرهنگ نیرومند سازمانی را می‌توان ارتباطات آسان‌تر، همکاری‌های بیشتر و عملکرد بهتر و افزون‌تر نام برد. علاوه بر این، در این گونه فرهنگ‌ها، فضایی از شوخ‌طبعی را در سازمان ایجاد می‌کنند که به اعتقاد بسیاری از پژوهشگران می‌تواند عملکرد و تمایل اعتماد به دیگران و عملکرد افراد را افزایش داده و در عین حال، سطح فشار روانی و حالت‌های نامطلوب خلقی را کاهش دهد. کارکنانی که در محیطی مفرح کار می‌کنند، خدمات بهتری نیز به مراجعان ارائه می‌دهند. نتایج تحقیق موید وجود رابطه مثبت و معنی‌دار میان این دو متغیر در سازمان می‌باشد.

توجه به این نکته ضروری به نظر می‌آید که سازمان‌ها، نهادهای اجتماعی هستند که از

اجتماع انسان‌ها برای تأمین یک یا چند نیاز جامعه شکل گرفته‌اند و در عین حال، هر انسانی برای ادامه حیات خود ناچار است با دیگران همکاری و تعامل داشته باشد و در حقیقت، سازمان، مرکز و محل همکاری انسان‌هاست که هر فرد می‌تواند بدان وسیله نیازهای خود را تأمین کند. بی‌شک، در یک شبکه ارتباطی که افراد ارتباط اجتماعی نزدیکی به هم دارند، هر چه ارتباطات میان افراد بیشتر باشد، اعضای گروه هماهنگ‌تر و همبستگی درونی شرکت حفظ می‌شود.

گولدنر، سازمان‌ها را به‌عنوان سیستم‌های باز در نظر می‌گیرد که از اجزاء به هم وابسته تشکیل شده‌اند به گونه‌ای که هر جزء به بقای کل سیستم کمک می‌کند؛ این وابستگی متقابل به گونه‌ای که تغییر در یک قسمت، باعث تغییر در قسمت‌های دیگر آن می‌شود. این گونه تغییرات محل نظم سازمان در نظر گرفته نمی‌شود؛ زیرا اساس نظریه سیستم باز، این است که نظام به‌سوی تعادل گرایش دارد. افراد سازمان که دارای ارزش‌ها و اعتقادات مشترک هستند که با هم دارای کنش متقابل‌اند و هر فعالیت یا نگرشی که مغایر با اعتقادات و ارزش‌های افراد سازمان باشد، به‌عنوان خطر در نظر گرفته می‌شود و سازمان سعی در رسیدن به تعادل را دارد (صبوری، ۱۳۸۷: ۱۳۷). نتایج تحقیق، تأییدکننده وجود رابطه مثبت و معنی‌دار میان این دو متغیر در سازمان می‌باشد.

پیشنهاد‌های تحقیق

- دستیابی به فناوری مدرن و پیشرفته ارتباطی بومی به‌منظور تبادل اطلاعات بین گروه‌ها و نهادهای جامعه.
- تقویت و تشویق نهادهای اجتماعی صنفی حرفه‌ای با توجه به هویت مشترک افراد در قالب این نوع نهادها، سبب ایجاد همکاری گروهی خواهد شد و باعث کاهش هزینه‌های نظارت و سرپرستی رسمی می‌شود.
- برنامه‌ریزی برای غنی‌سازی فرهنگ اجتماعی و سازمانی؛ هرگونه اقدامی که از سوی مدیران در این زمینه صورت گیرد، سبب افزایش سرمایه اقتصادی می‌شود.
- فراهم کردن راه کارهای جدید ساختار تصمیم‌گیری در سازمان‌ها بر مبنای مدیریت مشارکتی.

- ارتباطات متقابل به صورت یک تعهد دو جانبه مد نظر قرار گیرد. اگر سازمان بخواهد از نظر ارتباطات موفق باشد، باید ارتباطات، مسیر دو طرفه را طی کند.
- استخدام مادام‌العمر کارکنان سازمان.
- تفویض اختیار در سطح مسئولیت به نیروهای رده پایین برای تقویت شبکه‌های اعتماد.
- تعدیل و توزیع عادلانه درآمدها و شانس فرصت‌های متعادل و امکانات برابر سازمان، یکی از محورهای اصلی ایجاد سرمایه اجتماعی و عملکرد سازمانی است.
- برنامه‌ریزی برای سرمایه‌گذاری و برقراری ارتباط بین افراد و سازمان‌های اجتماعی فراهم کردن امکانات استفاده روزافزون از وسایل الکترونیک، تلفن و دعوت به جلسه از طریق پست الکترونیک، برای تسهیل همکاری و تعامل بین کارکنان با هدف افزایش و بهبود عملکرد.
- هم‌اندیشی بیشتر محققان این حوزه و ایجاد یک مرکز علمی تحت عنوان: مرکز پژوهش‌های سرمایه اجتماعی قرآنی که البته می‌تواند بخشی از سازمان‌های پژوهشی موجود نیز باشد، برای معرفی یک شاخص جامع سرمایه اجتماعی بر مبنای تعالیم قرآنی، این شاخص ترکیبی به‌عنوان یک کار جدید و قرآنی، به ادبیات اقتصادی و اجتماعی جهان معرفی گردد. می‌توان با تدوین شاخص‌هایی جامع که در بردارنده تمامی مفاهیم قرآنی سرمایه اجتماعی بوده و برای تمامی کشورها قابل محاسبه باشد، گام مهمی در ترویج فرهنگ قرآنی در سطح دنیا برداشت.
- گسترش و تعمیق اعتقادات و توسعه فرهنگ اسلامی، زیربنای توسعه اقتصادی و اجتماعی است. اگر اکثر افراد جامعه اسلامی، ایمان و بصیرت کافی داشته و به اجرای اصول اسلامی پایبند باشند، سرمایه اجتماعی زیادی در جامعه به وجود می‌آید. در این میان، پایبندی روسا و مسئولین حکومتی به اجرای اصول اسلامی اهمیت ویژه‌ای دارد.
- گسترش مشارکت اجتماعی مردم در امور جامعه نشان می‌دهد، هر جا که مردم به صورت داوطلبانه و خودجوش مشارکت کنند، مشکلات حل می‌شود و رشد و پیشرفت نمایان می‌شود، ولی در غیاب مشارکت مردم، دولت‌ها به تنهایی قادر به حل

تمام مسائل نیستند و در این حالت، سرعت پیشرفت جامعه، کند می‌باشد. بنابراین، دولت‌ها باید زمینه مشارکت اجتماعی مردم را با الگوهای اسلامی فراهم سازند و این به منزله پیاده کردن اصل تعاون در جامعه است که می‌تواند منشأ بسیاری از تحولات و پیشرفت‌ها در جامعه باشد. مشارکت‌های اجتماعی (فعالیت‌های داوطلبانه) با الگوی اسلامی باید مورد تشویق و حمایت قرار گیرد و بستر مشارکت مردم از سوی دولت، سازمان‌ها و نهادهای حکومتی فراهم شود.

منابع

* قرآن کریم

۱. افسری، علی (۱۳۹۲)، «سرمایه اجتماعی در اسلام»، دوفصلنامه تخصصی پژوهش‌های میان‌رشته‌ای قرآن کریم، ش ۱.
۲. بوردیو، پیر (۱۳۸۰)، نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلانی، ترجمه: مرتضی مردیها، تهران: انتشارات نقش و نگار
۳. _____ (۱۳۸۴)، شکل‌های سرمایه، در سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه، گردآوری: کیان تاجبخش، ترجمه: افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.
۴. پارسائیان، علی و محمد اعرابی (۱۳۸۵)، رفتار سازمانی، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۵. تاجبخش، کیان (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، تهران: نشر شیرازه.
۶. تراسبی، دیوید (۱۳۸۲)، اقتصاد و فرهنگ، ترجمه: کاظم فرهادی، تهران: نشر نی.
۷. توسلی، غلامعباس و مرضیه موسوی (۱۳۸۴)، «مفهوم سرمایه در نظرات کلاسیک و جدید با تاکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی»، نامه علوم اجتماعی، ش ۲۶.
۸. درویشی، محسن (۱۳۸۹)، «سرمایه اجتماعی»، روزنامه همشهری، چهارشنبه ۲۲ دی، کد مطلب: ۱۲۵۵۹۸.
۹. ربانی خوراسگانی، علی، صدیق اورعی، غلامرضا و مهدی خنده‌رو (۱۳۸۸)، «بررسی سرمایه اجتماعی و عوامل موثر بر شکل‌گیری آن در سطح محله»، نشریه علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی مشهد، ش ۲.
۱۰. رحیمیان، بابک (۱۳۹۲)، «قرآن و سیاست؛ آیات سیاسی در قرآن، تشکیل دولت»، وبلاگ اندیشه پاک، http://setayeshe_pak.persianblog.ir/post/
۱۱. رضایی، محمدعلی (۱۳۸۶)، بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و شدت جرم، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، دانشگاه تبریز.

۱۲. ساندرز، دیوید (۱۳۸۰)، الگوهای بی ثباتی سیاسی، ناشر: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۱۳. شارع‌پور، محمود و غلامرضا خوش‌فر (۱۳۸۰)، بررسی تاثیر سرمایه فرهنگی بر هویت اجتماعی جوانان شهر تهران، تهران: اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۴. شریفیان ثانی، مریم (۱۳۸۰)، «سرمایه اجتماعی: مفاهیم اصلی و چهارچوب نظری»، فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی، ش ۲.
۱۵. علوی، سید بابک (۱۳۸۰)، «نقش سرمایه اجتماعی در توسعه»، در: مجله تدبیر، ش ۱۳۵.
۱۶. فاضلی کبریا، حامد، صفرزاده، حسین و مسعود حسن‌زاده (۱۳۹۱). «طراحی مدل مفهومی سرمایه اجتماعی با تأکید بر آموزه‌های نهج البلاغه»، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت سرمایه، ش ۲.
۱۷. فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم: انتشارات صبح صادق.
۱۸. فوکویاما، فرانسیس (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی و جامعه مدنی، در سرمایه اجتماعی: اعتماد، دموکراسی و توسعه، گردآوری: کیان تاجبخش، ترجمه: افشین خاکباز و حسن پویان، تهران: نشر شیرازه.
۱۹. فصیحی، امان‌الله (۱۳۸۶)؛ «دین و سرمایه اجتماعی»، معرفت، ش ۱۲۳.
۲۰. فیلد، جان (۱۳۸۵)، سرمایه اجتماعی، ترجمه: جلال متقی، تهران: موسسه عالی پژوهش‌های اجتماعی.
۲۱. فیروزآبادی، سیداحمد (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن در شهر تهران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران: پایان‌نامه دوره دکتری.
۲۲. قدسی، امیر (۱۳۸۹)، «جایگاه سرمایه اجتماعی در بازتولید قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه راهبرد دفاعی، ش ۳۰.
۲۳. کروی، مهدی (۱۳۸۷)، «فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری». فصلنامه علمی- پژوهشی رفاه اجتماعی، ش ۲۸.
۲۴. کلمن، جیمز (۱۳۸۷)، بنیادهای نظریه اجتماعی، ترجمه: منوچهر صبوری، چاپ اول، نشر نی.
۲۵. مبشری، محمد (۱۳۸۷)، «سرمایه اجتماعی چیست»، روزنامه همشهری، سه شنبه ۳۰ مهر، سال شانزدهم، ش ۴۶۷۹.

۲۶. محسنی تبریزی، علیرضا و مریم آقامحسنی (۱۳۸۹)، «بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه شهری»؛ مورد پژوهشی: شهر محلات، مدیریت شهری، ش ۲۶.
۲۷. محسنی، منوچهر (۱۳۷۴)، نگرش‌ها و اعتماد: بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی- فرهنگی ایران، تهران: نشر زهد.
۲۸. ملاحسنی، حسین (۱۳۸۱)، بررسی رابطه بین میزان سرمایه اجتماعی و نوع دین‌داری در بین دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان در استان گلستان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تربیت مدرس.
۲۹. ممتاز، فریده (۱۳۸۳)، «معرفی مفهوم طبقه از دیدگاه بوردیو»، پژوهشگاه علوم انسانی، ش ۴۱-۴۲.
۳۰. موسوی خامنه، مرضیه (۱۳۸۳)، سرمایه اجتماعی و سلوک اجتماعی (پیامدهای مدنی سرمایه اجتماعی در مدارس)، رساله دکتری جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۳۱. مهری، کریم (۱۳۸۴)، «بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر موفقیت تحصیلی دانش‌آموزان شهر تهران»، خانواده و پژوهش، ش ۲.
۳۲. میلر، کاترین (۱۳۸۵)، ارتباطات سازمانی، مترجم: آذر قبادی، تهران: انتشارات مدیریت صنعتی.
۳۳. نوغانی، محسن (۱۳۸۶)، «تاثیر نابرابری سرمایه فرهنگی بر موفقیت تحصیلی دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در دستیابی به آموزش عالی»، فصلنامه تعلیم و تربیت، ش ۲۳.
۳۴. الوانی، سیدمهدی و میرعلی سیدنقوی (۱۳۸۱)، «سرمایه اجتماعی، مفاهیم و نظریه‌ها»، فصلنامه مطالعات مدیریت، ش ۳۳-۳۴.
۳۵. یارمحمد توسکی، مریم (۱۳۸۴)، سرمایه اجتماعی، پایگاه اینترنتی مؤسسه سرمایه اجتماعی (www.pscin.com).

36. Anheier .H & Gerhards. J & Romo. F (1995), *Forms of capital and Social Structure in Cultural Field*, American Journal of Sociology.

37. Bourdieu, Pierre (1984), *Distinction: A Social Critique of the Judgments of the Taste*, Translated by Richard Nice, London, Rutledge.

38. Leana, Carrie R & Harry J. van Buren (1999), "Organizational Social Capital And Employment Practices" *Academy of management Review*; Vol 24, No3, 538-555.
39. Nahapiet, J, & Ghoshal, s. (1998), "Social Capital, Intellectual capital & the organizational advantage" *Academy of management Reivew*, 23(2), 242-260.
40. Putnam, R. D. (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press.
41. Storberg, Jula (2002), *The Evolution of Capital Theory: A Critque of a Theory of Social Capital and Implications For HRD*, *Human Resource Development Review*, 1, 468.
42. Tymon, Walter G & Stephen A. Stumpf (2003), "Social Capital in the Success of knowledge Worker" *career Development International*, 1/8, -12-20.
43. Zak, P.J. and Knack, S. (2001), "Trust and Growth", *The Economic Journal*, 111, 295-321.

واکاوی سبک زندگی امام حسین علیه السلام با تأکید بر روابط با همسر و فرزندان

محمد باقر کجیاف*
امیر قمرانی**
نگین مرادی***

چکیده

از مهم‌ترین مباحثی که در اسلام مطرح شده است، شیوه رفتار با همسر و فرزندان است. هدف این پژوهش، واکاوی سبک زندگی امام حسین علیه السلام با تأکید بر روابط خانوادگی ایشان می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه کتاب‌ها و مقالات مرتبط با سبک زندگی امام حسین علیه السلام است. نمونه در این پژوهش، شامل بیست کتاب و چهار مقاله می‌باشد. از روش کیفی تحلیل محتوا با رویکردی کاربردی به مطالعه کتاب‌ها و پژوهش‌های مربوط به سبک زندگی امام حسین علیه السلام پرداخته شده است. مولفه‌های سبک زندگی امام حسین علیه السلام شامل هفت مولفه اصلی (رفتاری، ساختاری، ارتباطی، اجتماعی، شناختی، عاطفی-هیجانی و معنوی) و سی مولفه فرعی می‌باشد. بر اساس یافته‌های پژوهش، مشخص می‌شود که سبک زندگی امام حسین علیه السلام با مولفه‌هایی همچون: آراستگی، صله‌رحم، حسن خلق، خوش رفتاری، ساده‌زیستی و تمکین و وفاداری نسبت به همسر، تربیت فرزند، مهارت ارتباط کلامی، اصلاح خود، تفریح، کنترل خشم، مرگ آگاهی، تاب‌آوری و مانند آن، می‌تواند الگوی بهبود روابط زوجین و فرزندپروری شایسته آنان شود و نیز مایه دوام یک زندگی مشترک پویا و در نهایت جامعه‌ای توانمند واقع گردد.

کلیدواژه‌ها

سبک زندگی، امام حسین علیه السلام، روابط با همسر و فرزندان، تحلیل کیفی.

* استاد گروه روان‌شناسی دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان
** استادیار گروه روان‌شناسی و آموزش کودکان با نیازهای خاص، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی،
دانشگاه اصفهان
*** کارشناسی ارشد روان‌شناسی عمومی دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان (نویسنده
مسئول)
Moradin691@gmail.com

مقدمه

خانواده، نخستین بستر رشد همه‌جانبه انسان محسوب می‌شود و از دیرباز، نقش‌ها و کارکردهای خانواده مورد توجه روان‌شناسان و متخصصان تعلیم و تربیت بوده است. انسان، اجتماعی‌ترین موجود روی زمین است و هیچ انسان سالمی نمی‌تواند بدون داشتن ارتباطات با دیگران به حیات خود ادامه دهد. کامل‌ترین و جامع‌ترین نمود این ارتباط، ازدواج است (کبیری، ۱۳۹۴: ۱). سبک زندگی، بیان‌کننده بخشی از فرهنگ است که در جوامع امروزی نقش عمده‌ای در زندگی دارد؛ چراکه با مسائل حساسی همچون هویت فردی و اجتماعی و فعلیت‌بخشیدن به قدرت، تشخیص و انتخاب یا حداقل ایجاد احساس آزادی عمل، پیوند خورده است؛ مسائلی که پاره‌ای از اساسی‌ترین وجوه انسانی را بیان می‌کند. بدین ترتیب، اهمیت مفهوم سبک زندگی در این است که سطحی‌ترین لایه‌های زندگی از آرایش و لباس گرفته تا حالت بیانی و ژست صورت و بدن را به عمیق‌ترین لایه‌های آن پیوند می‌زند. در یک نگاه کلان در بحث مفهومی، تعریف‌ها و ویژگی‌های دین و سبک زندگی نشان می‌دهد، امکان ذاتی برقراری رابطه میان این دو مفهوم وجود دارد؛ زیرا سبک زندگی مطابق تعریف الگو یا کلیت رفتاری ناشی از تمایلات و ترجیحات است. تمایلات و ترجیحات، ناشی از نظام معنایی افراد است و باز هم می‌دانیم یکی از نظام‌های معنایی، دین است. عموم ادیان دارای نظام معنایی، آموزه‌ها و نهادها و ساختارهایی هستند که پیروان‌شان را در ایجاد سبک زندگی مبتنی بر آن توانمند می‌کنند. این‌گونه سبک‌های زندگی ناشی از یک فرهنگ دینی را می‌توان سبک زندگی دینی نامید (مهدوی کنی، ۱۳۸۷: ۱۸).

در سال‌های اخیر، هجسه عظیمی از سوی رسانه‌های غربی به ابعاد مختلف سبک زندگی اسلامی - ایرانی صورت گرفته است. پادزهر اصلی مقابله با این هجسه، احیا و روزآمد کردن و ترویج سبک زندگی اهل بیت علیهم‌السلام است؛ البته این هجسه، اختصاص به سبک زندگی ایرانی و اسلامی ندارد، بلکه همه دنیا از آن ناراضی‌اند و حتی ملت‌های اروپائی هم از اینکه سبک زندگی آمریکایی در کشورشان رواج پیدا می‌کند و هویت بومی و ملی‌شان را از بین می‌برد، ناراحت هستند. ولی کشور ما، هدف اصلی این حملات

قرار دارد. برخی از آمارها می‌گویند: دو یا سه هزار شبکه ماهواره‌ای به‌طور قطع در کشور ما قابل دریافت است و اغلب اینها به زبان فارسی نیستند و عموم مردم ما نمی‌فهمند که اینها چه می‌گویند؛ اما از طریق کارکردی که اغلب اینها دارند، می‌توان فهمید که دگرگون کردن سبک زندگی جامعه مخاطبانش را در دستور کار دارند. به‌عنوان مثال: پخش موسیقی، آموزش رقص، نمایش مد و مدل، طراحی و دکوراسیون خانه و... هنرهایی هستند که بدون اینکه حرفی بزنند و یا نیاز به فهم زبان باشد، منتقل می‌شود که همه از مصادیق سبک زندگی هستند. بنابراین، یکی از مهم‌ترین پادزهرهای مقابله با این هجمه، احیا و روزآمد کردن سبک زندگی است (شریفی، ۱۳۹۱: نقل از ایمانی، ۱۳۹۴: ۲).

بیان مساله و ضرورت

با توجه به افزایش آمار طلاق و مشکلات زوجین، کم‌بودن آموزش‌های سبک زندگی زوجی و فرزندپروری دینی و اهمیت ویژه این مسئله در زندگی زن و مرد و فرزندان آنها، بسیاری از خانواده‌ها و زوج‌های جوان مسلمان به الگو و سبک زندگی اسلامی قابل اتکا و مستند، برای رشد، تعالی و بهبود روابط خانوادگی نیاز دارند. یکی از این روش‌های تربیتی، روش ارائه الگو است. در این روش، انسان‌های پاک، موفق و کامل به‌عنوان نمونه معرفی می‌شوند و دیگران می‌توانند از رفتار آنها سرمشق گرفته و مثل آنها شوند. در روان‌شناسی به این مسأله توجه شده است که انسان احتیاج به الگوی رفتار و نمونه عمل دارد و به‌طور فطری نیازمند راهنماست (کامرانی‌راد، ۱۳۹۳). نکته جالب توجه این است که جامعه ایران از پیشینه فرهنگی و علمی غنی و کارآمدی برای رویارویی با مسائل خانواده برخوردار است. مهم‌ترین ستون دینی در ایران یعنی قرآن و کلمات پیامبر ﷺ و معصومین علیهم‌السلام، سرشار از توصیه‌های کارآمد و متناسب با عصر حاضر است. تعالیم اسلام درباره چگونگی روابط اعضای خانواده و به‌عبارتی حقوق و مسئولیت‌های متقابل آنها، توجه‌های الزامی و اخلاقی فراوانی دارد. سخنان معصومین و سیره خانوادگی آنان، ظرایف رفتاری جالب توجهی در بر دارد که هر چند جزئی به نظر

می‌رسد، گاه در تحکیم پایه‌های خانواده، نقش اساسی دارد (سالاری‌فر، ۱۳۸۷، نقل از رضایی، ۱۳۸۹: ۴). در واقع وجود پیغمبر صلی الله علیه و آله و ائمه اطهار علیهم السلام به‌عنوان جانشینان برحق ایشان، کانونی است که ما باید از این کانون، روش زندگی استخراج کنیم. بر این اساس، الگوهای منبعث از سیره معصومان به‌عنوان جانشینان برحق رسول خدا صلی الله علیه و آله به‌منزله تئوری‌های تربیتی متقنی است که در سیره ایشان جامه عمل پوشیده است (نوروزی و بدیعان‌گورتی، ۱۳۸۸: ۹۱).

با توجه به این که دین اسلام، ائمه علیهم السلام را به‌عنوان الگوهای معصوم برای زندگی ما معرفی می‌کند، این سوال به ذهن می‌آید که آیا مراجعه به کتاب و سنت و سیره اهل بیت علیهم السلام که سبک زندگی آنها را به ما نشان می‌دهد، برای دوران معاصر و حتی آینده مفید است و قابل الگوگیری می‌باشد یا خیر؟

حکیم معتقد است که: ما بیش از اینکه روی زندگی زمینی معصومین کار کرده باشیم، روی زندگی آسمانی آنها کار کرده‌ایم؛ بدین معنی که در جامعه این‌طور جا افتاده است که ائمه علیهم السلام انسان‌های خیلی خوبی هستند و مقام بالایی دارند و برای ما غیرقابل شناخت می‌باشند. حتی در ذهن ما نهادینه شده که غیرقابل الگوبرداری هستند؛ چون آنها موجودات آسمانی هستند، در حالی که در قرآن تأکید شده که پیامبر همانند شما غذا می‌خورد و در کوچه‌ها راه می‌رود. در احادیث ائمه معصومین، به‌خصوص امام رضا علیه السلام در عیون اخبارالرضا تأکید شده است که: ائمه علیهم السلام متولد می‌شوند، ازدواج می‌کنند، کارهای عادی بشری را انجام می‌دهند و مانند بقیه هستند. بنابراین، این امام که همانند بقیه افراد بشر زندگی می‌کند، می‌تواند برای ما الگو باشد؛ البته ما معتقدیم که ائمه ما معجزاتی داشته‌اند ولی همیشه دست به انجام امور خارق‌العاده نمی‌زدند (حکیم، ۱۳۸۵: نقل از ایمانی، ۱۳۹۴: ۲). بنابراین، با بررسی سبک زندگی امام حسین علیه السلام - اعم از رابطه ایشان با همسر و فرزندان - می‌توانیم الگوی جامع و زیبایی از روابط درون خانواده را ارائه دهیم تا به بهبود سبک زندگی خانواده‌ها در جامعه ایران اسلامی بیانجامد. بر اساس بررسی‌های محقق، تاکنون در ایران پژوهشی که به‌طور مستقیم به بررسی سبک زندگی خانوادگی امام حسین علیه السلام پرداخته شده باشد، یافت نگردید، با این وجود،

پاره‌ای از تحقیقاتی که به صورت غیر مستقیم با پژوهش حاضر مرتبط می‌باشند، به شرح زیر هستند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد بین سبک زندگی اسلامی با شادی و رضایت از زندگی دانشجویان شهر اصفهان رابطه وجود دارد. به طوری که سبک زندگی اسلامی با شادکامی، رضایت از زندگی، همبستگی مثبت و معناداری دارند (کجاف؛ سجادیان، کاویانی، انوری، ۱۳۹۰: ۷۰). پژوهش دیگری، رابطه پایبندی مذهبی با الگوهای ارتباطی زن و شوهر را مورد توجه قرار داده است. یافته‌ها، حاکی از آن بود که میان پایبندی مذهبی و نوع الگوهای ارتباطی زوجین در سطح (p<0/01) رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، تفاوت معناداری بین الگوهای ارتباطی زوجین (ارتباط سازنده متقابل، ارتباط توقع / کناره‌گیری، ارتباط توقع زن / کناره‌گیری مرد و ارتباط اجتنابی متقابل)، در افراد پایبند به مذهب در مقایسه با افراد ناپایبند به مذهب، تفاوت معناداری وجود دارد. می‌توان از طریق پایبندی مذهبی، الگوهای ارتباطی زوجین را پیش‌بینی کرد و احتمالاً با تغییر آن، الگوهای ارتباطی را نیز تغییر داد (تناگویی، جان‌بزرگی، مهدویان، ۱۳۹۰: ۱۱۲). «اخلاق همسرمداری در قرآن و روایت»، به وظایف هر یک از زن و مرد برای رسیدن به آرامش از دیدگاه قرآن و روایات پرداخته است. در این مقاله، مهم‌ترین راهکارهای عملی زنان برای رسیدن به سعادت‌مندی دنیا و آخرت مواردی از قبیل: عدم انتظار بی‌جا از شوهر، آراستگی، مدیریت خانه، رازداری، تحسین شوهر، بیرون‌نرفتن از منزل مگر به اذن شوهر و... و مهم‌ترین وظایف مردان، تامین معاش و خوش‌رفتاری با زن و از میان وظایف غیر الزامی او، صبر بر بدخلقی او و عجله‌نکردن در آمیزش می‌باشد (امیدی، ۱۳۹۲). در پژوهشی با عنوان «بررسی سیره خانوادگی ائمه طاهرین (علیهم‌السلام)»، به بررسی سیره اهل بیت (علیهم‌السلام) در خانواده پرداخته شده است. مهم‌ترین سوال تحقیق این بوده است که سبک و سیره خانوادگی ائمه (علیهم‌السلام) چگونه بوده است؟ و شامل مباحثی درباره کلیات پژوهش، اهمیت خانواده در اسلام، ازدواج و شکل‌گیری خانواده در سیره ائمه (علیهم‌السلام)، مراحل تعلیم و تربیت فرزند در سیره معصومان (علیهم‌السلام) و در نهایت وظیفه‌مداری و حس مسئولیت‌پذیری زن و مرد در سیره ائمه (علیهم‌السلام) است (سلمانی گواری، ۱۳۹۲).

در پژوهشی با عنوان «تدوین مدل سبک زندگی زوجی اسلامی و بررسی تاثیر آموزش مبتنی بر این مدل بر سازگاری زوجین شهر اصفهان»، به تدوین مدلی از سبک زندگی زوجی اسلامی پرداخته شده است که با آموزش این مدل بر روی زوجین مراجعه کننده به مرکز مشاوره اصفهان و بررسی تاثیر آن بر سازگاری زناشویی، یافته‌ها نشان داد که سبک زندگی زوجی اسلامی، بر سازگاری زناشویی، تاثیر معناداری دارد و هرچه زن و شوهر تلاش کنند سبک زندگی خود را به سوی اسلامی تر شدن سوق دهند، سازگاری زوجی آن‌ها ارتقا خواهد یافت (حیرت، ۱۳۹۲). همچنین، همت بناری (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی شیوه تربیت فرزند امام حسین علیه السلام پرداخته است که نتایج آن حاکی است که امام حسین علیه السلام به زمینه سازی تربیت فرزند قبل از انعقاد نطفه تا اظهار محبت به فرزندان، تشویق فرزندان در برابر کار خوب آن‌ها، اهمیت آموزش‌های دینی فرزندان و قدردانی از معلمان و مربیان و احترام به انتخاب جوانان در امر ازدواج، تربیت عملی فرزندان و توجه به نیازهای مادی و روانی فرزندان و غیره توجه داشته‌اند (همت بناری، ۱۳۹۲: ۶).

به طور کلی، پژوهش‌هایی که درباره سبک زندگی در خارج از کشور انجام شده، سبک زندگی مبتنی بر دیدگاه‌های نظریه پردازان غربی است و تناسبی با فرهنگ و ارزش‌های جامعه اسلامی ندارد و در داخل کشور هم درباره سبک زندگی امام حسین علیه السلام به ویژه سبک زندگی زوجی و خانوادگی ایشان به صورت کاربردی توجه جدی نشده و پژوهشی انجام نگرفته است. لذا با توجه به اینکه ما در جامعه اسلامی زندگی می‌کنیم ولی سبک زندگی، کاملاً مطابق با آموزه‌های اسلام نیست، کاربردی کردن سبک زندگی خانوادگی امام حسین علیه السلام برای آموزش به زوج‌های مسلمان، بهبود روابط آنان، ضروری به نظر می‌رسد.

سوال پژوهش

چنان که گفتیم هدف این مقاله، واکاوی سبک زندگی امام حسین علیه السلام با تأکید بر روابط با همسر و فرزندان می‌باشد، بنابراین سوال پژوهش عبارت است از: مولفه‌های سبک زندگی امام حسین علیه السلام چیست؟

روش پژوهش

در این پژوهش، از روش کیفی تحلیل محتوا استفاده شد. در این روش، نگرش به پدیده‌ها به شیوه تمام معیار بوده و به روش استقرایی، داده‌های حاصل از متون علمی و دینی تا سال ۱۳۹۴، مورد مطالعه قرار گرفت و پیشینه نظری و پژوهشی مرتبط با سبک زندگی امام حسین علیه السلام از طریق سه نوع کدگذاری باز، محوری و انتخابی مرسوم، الگوی تحقیق به دست آمد. بدین منظور، ابتدا روایات و احادیث معتبر مربوط به سبک زندگی امام حسین علیه السلام که در منابع اسلامی آمده است، مرور و مطالب مرتبط، شناسایی و فیش‌برداری شدند، سپس این مطالب در قالب کدهای مرتبط با هم دسته‌بندی گردیدند؛ با توجه به پژوهش‌های بومی^۱ که درباره سبک زندگی اسلامی تاکنون انجام شده است، در نهایت، در هفت بعد اصلی دسته‌بندی گردیدند. پس از کدگذاری اولیه داده‌ها، کدهای مذکور به صورت موضوعات کلی‌تر - موضوعاتی که با هم ارتباط بیشتری داشتند - در یک دسته قرار گرفتند. سپس موضوعاتی که در ابعاد یکسان با هم ارتباط داشتند، نیز در یک مقوله قرار داده شد و به صورت ابعاد کلی سبک زندگی امام حسین علیه السلام در آمدند.

جامعه آماری

اگرچه اصطلاح جامعه آماری، در پژوهش‌های کمی به کار می‌رود، اما در این پژوهش به مسامحه، تعبیر جامعه مورد مطالعه برای متون کتابخانه‌ای، به کار گرفته شد و محدوده مطالعاتی مورد نظر را معین کرد. بر این اساس، جامعه مورد مطالعه این پژوهش در مباحث نظری عبارت بود از:

- متون دینی معتبر و درجه اول: مانند بحارالانوار، مناقب، المستدرک، تحف العقول، نورالبصار و کشف الغمّه و غیره.

۱. ایمانی، ط (۱۳۹۴)، تدوین بسته آموزشی سبک زندگی زوجی حضرت علی علیه السلام و حضرت زهرا علیها السلام، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان؛ حیرت، ع (۱۳۹۳)، تدوین مدل سبک زندگی اسلامی و بررسی تأثیر آموزش مبتنی بر این مدل بر سازگاری زوجین شهر اصفهان، پایان‌نامه دکتری، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان.

- متون و کتاب‌های دینی در زمینه سیره و سبک زندگی امام حسین علیه السلام مانند: دانشنامه امام حسین علیه السلام، آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین علیه السلام، کلمات القصار حسین بن علی علیه السلام، پیشوایان هدایت، تاریخ زندگانی امام حسین علیه السلام، ده گفتار از امام حسین علیه السلام و مانند آن.

نمونه و روش نمونه‌گیری

تمام متون معتبر علمی به صورت موضوعی مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت. این جست‌وجو و بررسی هم به صورت دستی و فیش‌برداری و هم با استفاده از کتابخانه‌های الکترونیک بود. به این صورت که با کلید واژه‌های مناسب، مطالب مورد نیاز، جست‌وجو و مطالعه شد و متونی که به موضوع پژوهش ارتباط بیشتری داشته، انتخاب شدند که شامل کتاب‌های زیر می‌شود: دانشنامه امام حسین علیه السلام، بحار الانوار، مناقب، نفس‌المهموم، المستدرک، ارشادالقلوب، تاریخ زندگانی امام حسین علیه السلام، آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین علیه السلام، ده گفتار امام حسین علیه السلام، کلمات قصار حسین بن علی علیه السلام، پیشوایان هدایت، تحف العقول، زنده جاوید حسین علیه السلام اخلاق حسینی و همسران امام حسین علیه السلام، بازکاوی و پژوهشی درباره همسر امام حسین علیه السلام، همچنین مقاله‌های: الگوی روابط انسانی عزت‌مدار با تأکید علیه السلام بر سیره امام حسین علیه السلام، تربیت دینی در سیره امام حسین علیه السلام در واقعه عاشورا، امام حسین علیه السلام و تربیت فرزندان او ۱ و ۲ و مانند آن.

یافته‌های تحقیق

بر اساس تحقیق و جمع‌آوری مطالب از احادیث و روایات زندگی امام حسین علیه السلام، آموزه‌های مطلوبی درباره سبک زندگی ایشان به دست آمد که با استفاده و الگوگیری از پژوهش‌هایی که در زمینه سبک زندگی اسلامی صورت گرفته، این الگوها را به هفت مولفه: رفتاری، ساختاری، ارتباطی، اجتماعی، شناختی، عاطفی-هیجانی و معنوی تقسیم‌بندی کردیم. مولفه‌های اصلی و مولفه‌های فرعی آن‌ها در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۱-۱: طبقه‌بندی مولفه‌هایی سبک زندگی امام حسین علیه السلام^۱

مصادیق	مولفه‌ها
آراستگی، صلہ رحم، حسن خلق، خوش رفتاری، ساده‌زیستی، خدمت به خلق	رفتاری
اطاعت از همسر، وفاداری به همسر، مدیریت مالی، رازداری، مدارا، زمینه‌سازی تربیت فرزند	ساختاری
فن بیان، نصیحت کردن، بخشودگی، خطاب نیکو	ارتباطی
خوبی در برابر بدی، ملایمت در انتقادگر، امر به معروف و نهی از منکر	اجتماعی
عزت‌مندی، اصلاح خود	شناختی
اوقات فراغت و تفریح، کنترل خشم، محبت کردن، علاقه به همسر و فرزندان	عاطفی - هیجانی
ایثار و گذشت از خود، شکرگذاری، راست‌گویی، مناجات، مرگ آگاهی، تاب‌آوری (صبر)	معنوی

از آن‌جایی که پژوهش یک سوال اصلی را در بر می‌گیرد، ابعاد و مولفه‌های سبک زندگی امام حسین علیه السلام در جدول ذیل ارائه شده است که شامل هفت مولفه اصلی و زیرمولفه‌های آن می‌باشد.

۱. اقتباس از پایان‌نامه کارشناسی ارشد (تدوین بسته آموزشی سبک زندگی خانوادگی امام حسین علیه السلام و بررسی اثر آن بر کیفیت زندگی زوجین شهر اصفهان)، مولف.

منابع	احادیث	مؤلفه‌ها
کافی، ج ۶: ۴۴۵، دانشنامه امام حسین <small>علیه السلام</small> ، ج ۱۴: ۳۹۷	هر کس لباس شهرت و انگشت‌نما - از هر جهت - بپوشد، خداوند او را در قیامت، لباسی از آتش می‌پوشاند.	آراستگی
تاریخ زندگانی امام حسین <small>علیه السلام</small> ، ج ۱: ۴، ۱۳۳: آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین <small>علیه السلام</small> : ۳۰۸.	در روز عاشورا، حضرت دستور دادند خیمه‌ای بر پا کنند و مشک فراوان آوردند و در ظرفی ریخته و در آن خیمه، استعمال عطر نمودند.	صله رحم
بحار الانوار، ج ۵: ۱۲۱	صله رحم‌کننده‌ترین و دیدوبازدیدکننده‌ترین مردم نسبت به خویشان، کسی است که صله رحم نماید با کسی که با او قطع رابطه کرده است.	رفتاری
ارشادالقلوب، ج ۱: ۳۲۳	هرکس با زن و بچه‌اش خوش‌رفتار باشد، عمرش طولانی شود.	حسن خلق
دانشنامه امام حسین <small>علیه السلام</small> ، ج ۱۴: ۱۸۹	عده‌ای به منزل امام حسین <small>علیه السلام</small> آمدند، ناگاه فرش‌ها و پشتی‌های فاخر و زیبا را در منزل آن حضرت مشاهده نمودند. عرض کردند: ای فرزند رسول خدا! ما در منزل شما، وسایل و چیزهایی مشاهده می‌کنیم که خوشایند ما نیست (وجود این وسایل در منزل شما را مناسب نمی‌دانیم!!) حضرت فرمود: پس از ازدواج، ما مهریه زنان را پرداخت می‌کنیم و آنها هر چه دوست داشتند، برای خود خریداری می‌کنند. هیچ یک از وسایلی که مشاهده نمودید، از آن ما نیست.	ساده‌زیستی توأم با توجه به خواست همسر

منابع	احادیث	مولفه‌ها
ده گفتار از امام حسین <small>علیه السلام</small> ، کلمات قصار حسین بن علی <small>علیه السلام</small> : ۶۸	بدانید که نیازهای مردم که به شما مراجعه می‌کنند، خودش از جمله نعمت‌های خدا به شماست. از مراجعه مردم به خودتان مالالت و دلتنگی نکنید و در حدود توانایی خود از کارگشایی شانه خالی نکنید که در غیر این صورت، چه بسا نعمت‌های شما به نقت و بدبختی تبدیل شود و فرصت‌ها از دست شما برود که پشیمانی سودی ندارد.	خدمت به خلق
بحارالانوار: ۱۸۹/۴۴	حسین بن علی <small>علیه السلام</small> از کنار بینوایانی گذشت که به خوردن پاره‌های نان خشک مشغول بودند. بینوایان گفتند: بفرما ای فرزند رسول خدا! امام بر آن سفره نشست و از آن پاره‌های نان تناول کرد و سپس این آیه را تلاوت فرمود: «هر آینه خداوند، خودبزرگ‌بینان را دوست ندارد» سپس فرمود: من دعوت شما را پذیرفتم. اینک شما هم دعوت مرا پذیرا باشید [و به سرای من آئید] گفتند: پذیرا شدیم ای فرزند رسول خدا، سپس برخاستند و به سرای او فرود آمدند. امام حسین <small>علیه السلام</small> به همسر خود دستور داد که با هر آنچه در خانه‌داری، از آنان پذیرایی کن (یا هر آنچه پسنداز کرده‌ای، بیاور).	اطاعت از همسر

منابع	احادیث	مولفه‌ها
آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین <small>علیه السلام</small> : ۱۴۸	نقل شده است که رباب پس از امام حسین <small>علیه السلام</small> ، خواستگاران زیادی از قریش داشت که رضایت به ازدواج نداد، او پیوسته اندوهگین بود و می‌گریست و به سبب همدردی با امام <small>علیه السلام</small> که سه روز جنازه‌ی شریفش بر روی ریگ‌های داغ کربلا باقی مانده بود، روزهای تابستان در خانه‌هایی که سقف و سایه داشتند به سر نمی‌برد (گرچه برخی گفته‌اند که تنها چند روزی پس از عاشورا زنده بود).	وفاداری به همسر
کلمات قصار حسین بن علی <small>علیه السلام</small> : ۶۹	تو برای مال خود، باقی نمی‌مانی و مال تو نیز برای تو، باقی نمی‌ماند؛ پس آن را بخور پیش از آنکه تو را بخورد.	مدیریت مالی
کلمات قصار حسین بن علی <small>علیه السلام</small> : ۳۶	رازداری، امانت است.	رازداری
کلمات قصار حسین بن علی <small>علیه السلام</small> : ۳۴	کسی که بر اثر روی آوردن مشکلات و گرفتاری‌ها دچار سرگردانی شود، کلید حل مشکلش، نرمی و مدارا با مردم است؛ چراکه مدارا نشانه خرم‌مندی است.	مدارا
دانش‌نامه امام حسین <small>علیه السلام</small> ، ج ۱۴	از همبسترشدن با همسران در شبی که قصد سفر دارید، بپرهیزید؛ (زیرا) اگر در اثر آن، فرزندی روزی شود، احوال (چشم‌چپ) خواهد شد.	زمینه‌سازی تربیت فرزند

منابع	احادیث	مолفه‌ها
آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین <small>علیه السلام</small> : ۱۳۰	روزی عمرو بن عاص به امام حسین <small>علیه السلام</small> گفت: چرا فرزندان ما از شما بیشتر امام فرمودند: پرنده‌گان گندپرواز جوجه‌های فروان دارند ولی شاهین تیزپرواز به ندرت جوجه به دنیا می‌آورد.	فن بیان و سخنوری است؟
تحف العقول: ۲۴۸	کاری مکن که از آن پوزش بخواهی؛ زیرا مومن نه بد می‌کند و نه عذر می‌طلبد و منافق هر روز بد می‌کند و عذر می‌خواهد.	نصیحت کردن
نورالابصار: ۲۱	امام حسین <small>علیه السلام</small> که در وصف دختر خود سکینه فرمودند: «و اما سکینه، فغالب علیها الاستغراق مع الله».	خطاب نیکو
کلمات قصار حسین بن علی <small>علیه السلام</small> : ۱۵۲	کسی که بخشش تو را بپذیرد، به تو در بخشندگی کمک کرده است.	بخشش

منابع	احادیث	مолفه‌ها	
آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین <small>علیه السلام</small> ، دانش‌نامه امام حسین <small>علیه السلام</small> ، ج ۱۴: ۱۷۱	<p>روزی به کوفه آمدم و به مسجد رفتم. حسین بن علی <small>علیه السلام</small> را در آنجا دیدم که نشسته بود. از شکل و شمایلش خوشم آمد. گفتم: تو فرزند ابوطالبی؟ فرمود: آری. به او و پدرش ناسزا گفتم اما حسین <small>علیه السلام</small> با نگاه رحمت و شفقت به من نگریست و فرمود: آیا تو از شامیان هستی؟ گفتم: آری! آری، سرشتی است که از پدرانم به ارث برده‌ام. پشیمانی را در من در آنچه بر او رفته بود، احساس کرد و فرمود: امروز بر تو سرزنشی نیست. خدوند شما را می‌آمزد. برای کارهایت به ما مراجعه کن که ما را آن‌گونه که با نگاه خوش‌بینانه می‌بینی، خواهی یافت. من از او جدا نشدم، مگر آنکه هیچ کس نزد زمین، محبوب‌تر از او و پدرش ندیدم.</p>	خوبی در برابر بدی	اجتماعی
آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین <small>علیه السلام</small> : ۱۸۲ .	<p>مردی به امام حسین <small>علیه السلام</small> گفت: در تو تکبری می‌بینم. امام در پاسخ به او فرمود: همه کبریا و بزرگی از آن خدای یگانه است و در غیر او وجود ندارد. خدای تعالی می‌فرماید: پس عزت و ارجمندی از آن خدا و رسولش و مومنان است.</p>	ملايمت در برابر انتقادگر	

منابع	احادیث	مولفه‌ها
تحف العقول: ۲۳۹	امام حسین <small>علیه السلام</small> فرمود: خداوندا! تو آگاهی که آنچه انجام دادیم، نه برای رقابت در کسب جاه و مقام بود و نه برای چیزهای پوچ و بیهوده دنیا، بلکه برای این بود که نشانه‌های راه دینت را ارائه دهیم و (مفاسد را) در شهرهای تو اصلاح کنیم تا بندگان مظلوم تو در امنیت و آسایش باشند و به احکام تو عمل کنند.	امربه معروف و نهی از منکر
کلمات قصار حسین بن علی <small>علیه السلام</small> : ۱۳۲	خداوند بندگان را نیافرید مگر برای اینکه او را بشناسند، هنگامی که او را شناختند، پرستش کنند و با پرستش او از پرستش دیگران بی‌نیاز شوند.	عزت‌مندی شناختی
آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین <small>علیه السلام</small> : ۱۴۱	ادب این است که از خانه خود بیرون آیی و با هیچ‌کس برخورد نکنی مگر آنکه او را برتر از خود بینی.	اصلاح خود
بحار الأنوار: ج ۷۸: ۱۲۲	حضرت امام حسین <small>علیه السلام</small> فرمود: همنشینی با اشخاص پست و رذل، سبب شرّ و بدبختی خواهد گشت و همنشینی و مجالست با معصیت‌کاران موجب شک و بدبینی خواهد شد.	عاطفی- هیجانی اوقات فراغت

منابع	احادیث	مолفه‌ها
دانشنامه امام حسین <small>علیه السلام</small> ، ج ۲: ۱۶۱	در نگاه من این سخن پیامبر <small>صلی الله علیه و آله</small> درست است که فرمود: بهترین عمل پس از نماز، شادمان کردن دل مومن، چیزی است که گناهی در آن نباشد.	عاطفی- هیجانی
دانشنامه امام حسین <small>علیه السلام</small> ، ج ۲: ۱۶۱	به علی بن‌الحسین <small>علیه السلام</small> گفته شد: چقدر فرزندان پدرت اندک است! فرمود: شگفت، این که من از او به دنیا آمده‌ام! او در یک شبانه‌روز، هزار رکعت نماز می‌خواند. پس کی وقتی برای زنان داشت؟!!	
دانشنامه امام حسین <small>علیه السلام</small> ، ج ۱۴: ۱۰۳؛ ۱۲۱: ۲	غلامی از غلامان امام حسین <small>علیه السلام</small> ، خطایی سزاوار مجازات انجام داده بود. امام <small>علیه السلام</small> فرمان داد او را تنبیه کنند. او گفت: مولای من! و فروخورندگان خشم. فرمود: رهایش کنید. غلام گفت: مولای من! و در گذرندگان از مردم. فرمود: از تو گذشتم. گفت: مولای من! و خداوند نیکوکاران را دوست دارد. فرمود: تو در راه خدا، آزادی و دو برابر آنچه (همیشه) به تو می‌دادم، به تو می‌دهم.	کنترل خشم

منابع	احادیث	مولفه‌ها	
بحار الانوار، ج ۴۴: ۱۹۵، كشف الغمه، ج ۲: ۲۰۶.	یکی از کنیزان امام نزد او آمد و دسته‌گلی به ایشان هدیه کرد. امام به کنیز فرمود: «در راه خدا آزاد هستی) و فرمود: هر گاه ۲: ۲۰۶. به شما تحیت گویند، بهتر از آن یا (دست‌کم) به همان‌گونه پاسخ بدهید .	محبت‌کردن	
بحار الانوار، ج ۱۹: ۴۶	عبيدالله بن عتبه می‌گوید: نزد حسين بن علي <small>عليه السلام</small> بودم که علي بن حسين <small>عليه السلام</small> را وارد شد. حسين <small>عليه السلام</small> ، امام سجاد <small>عليه السلام</small> را صدا زد، در آغوش گرفت و به سينه چسباند، میان دو چشمش را بوسید و سپس فرمود: پدرم به فدایت باد، چقدر خوشبو و زیبای!	عاطفی- هیجانی	
آموزه‌هایی از اخلاق امام حسين <small>عليه السلام</small> : ۱۴۷	لعمرک اثنی لاحب دارا تکون بها سکینه و الرباب احبهما و ابدل جل مالی و لیس لغائب عندي عتاب به جان تو سوگند! من خانه‌ای را دوست دارم که سکینه و رباب در آن باشند، آنان را دوست دارم و عمدهٔ اموالم را به آنان می‌بخشم و به سرزنش کسی توجه نمی‌کنم.	اظهار علاقه به همسر و فرزندان	

منابع	احادیث	مولفه‌ها	
آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین <small>علیه السلام</small> : ۱۰۵	بنا به برخی روایات، حضرت زینب <small>علیها السلام</small> در زمان کودکی، ساعتی قبل از ظهر در اتاقی به خواب رفته بود. امام حسین <small>علیه السلام</small> به آن حجره درآمد و مشاهده کرد که آفتاب از پنجره بر چهره خواهر می‌تابد و حرارت آزارش می‌دهد. پس عبایش را بر پنجره انداخت یا خود در برابر آن ایستاد تا مانع رسیدن اشعه آفتاب بر صورت نازنین وی شود. حضرت زینب با احساس تغییر وضعیت، چشمانش را گشود و پس از مشاهده کار محبت‌آمیز و دلسوزانه امام، با خود عهد کرد که روزی این ایثار و فداکاری برادر بزرگوارش را جبران کند.	ایثار و مهرورزی	عاطفی-هیجانی
کلمات قصار حسین <small>علیه السلام</small> : ۸۳	سپاس نعمت گذشته، نعمت آینده را پیش می‌آورد. خدا اگر بخواهد بنده‌ای را غافل‌گیر سازد، نعمت فراوان به او می‌دهد و توفیق سپاس‌گزاری را از او سلب می‌کند.	شکرگزاری	معنوی
آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین <small>علیه السلام</small> : ۶۶	راست‌گویی عزت است، دروغ‌گویی ناتوانی است.	راست‌گویی	

منابع	احادیث	مولفه‌ها
کلمات قصار حسین بن علی <small>علیه السلام</small> : ۱۳۰	میان تو و مرگ، بیش از یک چشم بر هم‌زدن فاصله نیست، پس به انجام کاری بکوش که در روز رستاخیز برایت محفوظ بماند.	مرگ‌اندیشی
آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین <small>علیه السلام</small> : ۳۴۱	در روز عاشورا در هنگام وداع، امام حسین <small>علیه السلام</small> دخترش سکینه را به سینه چسباند و فرمود: ای سکینه! بدان که پس از مرگ من، گریه‌ای طولانی خواهی داشت. دخترم! تا وقتی که روح در پیکر من است، با اشک حسرتت دل مرا مسوزان. پس آنگاه که کشته شدم، تو سزاوارترین کسی هستی که برایم گریه می‌کنی، ای بهترین زنان.	صبر (تاب‌آوری)

بحث درباره یافته‌های پژوهش

از جمله مولفه‌های رفتاری که از سبک زندگی امام حسین علیه السلام استخراج شد، آراستگی می‌باشد. امام حسین علیه السلام به سرمه کشیدن، استفاده از عطر و بوی خوش و خضاب کردن تاکید داشته‌اند؛ البته آنچه از آراستگی، سفارش شده است، توأم با ساده‌زیستی زوجین است، نه اینکه این آراستگی‌ها، زمینه چشم و هم‌چشمی را در دید و بازدیدها فراهم کند. صله‌رحم، مولفه دیگری است که توصیه به آن سبب شادی زوجین و تحکیم پیوندهای خانوادگی و در نهایت، تامین حمایت اجتماعی زوجین می‌شود. خوش‌خلقی و خوش‌رفتاری مولفه‌های دیگری هستند که گاهی به‌طور فطری انسان از آن بهره‌مند است و

گاهی حاصل مجالست با نزدیکان خوش خلق می‌باشد. پس از ازدواج، زن و شوهر می‌توانند بر اخلاق یکدیگر تاثیر بگذارند. قرآن کریم در آیه ۱۹ سوره نساء به مردان مؤمن دستور می‌دهد که با همسران خود به شیوه‌های پسندیده معاشرت کنند (و عاشروهن بالمعروف) و سپس خطاب به آنان می‌فرماید: «فان کرهتموهن، فعمسى ان تکرهوا شیئاً و يجعل الله فیه خیراً کثیراً»؛ اگر از آن‌ها (همسران خود) دلخوش نبودید، (فوراً تصمیم به جدایی نگیرید)؛ چه بسا چیزی خوشایند شما نباشد و خداوند برای شما خیر فراوانی در آن قرار داده باشد. امام حسین علیه السلام نیز می‌فرماید: هر کس با همسر و فرزندش خوش رفتار باشد، عمرش طولانی می‌شود (کنز العمال، ج ۱۳: ۱۵۱)، چه بسا، اخلاق خوش یکی از زوجین و گذشت و مدارایش، به تدریج بر همسرش موثر واقع شود و اصلاح شود. خدمت به خلق، مولفه رفتاری است که باعث توسعه روابط اجتماعی زوجین و رضایت خدا می‌شود. رعایت اعتدال در این اصل در زندگی مشترک حائز اهمیت است.

در بحث از مولفه‌های ساختاری استخراج شده از سبک زندگی امام حسین علیه السلام به مسئله تمکین زن، وفاداری، رازداری، مدارا، مدیریت مالی و زمینه‌سازی تربیت فرزند می‌رسیم. در روایات آمده است که امام حسین علیه السلام از همسرشان رباب می‌خواهند، آنچه در خانه پس‌انداز کرده است را به مستمندانی ببخشد که مهمان امام حسین علیه السلام هستند و همسرشان این کار را انجام می‌دهد (مجلسی، ۱۳۸۳، ج ۴۴: ۱۸۹)، چرا که مدیریت مالی زندگی به عهده مرد خانواده است و امام حسین علیه السلام در روایان متعددی می‌فرمایند: بهترین مال آن است که به وسیله آن، آبرو حفظ شود. یا در جای دیگری می‌فرمایند: اگر جمع کردن اموال برای ترک کردن آن است، چرا انسان آزاده نسبت به این چیزی که ترک کردنی است، بخل بورزد (همان: ۳۷۴). امام حسین علیه السلام همچنین درباره مدارا می‌فرمایند: مدارا، نشانه خردمندی است (حالت، ۱۳۶۲: ۳۴) اگر زوجین در زندگی مشترک خود این حدیث ارزشمند را به کار گیرند، بسیاری از مسائل خود را به تدریج حل کرده و زندگی بهتری برای خود رقم می‌زنند. از طرفی زن و شوهر باید رازدار هم باشند و مسائل خصوصی خانه و خانواده خود را با کسی در میان نگذارند. در مولفه ساختاری سبک زندگی امام حسین علیه السلام به تربیت فرزند هم بسیار توجه شده است. ایشان حتی به شرایط انعقاد نطفه هم توجه داشته‌اند.

بررسی مولفه ارتباطی در سبک زندگی خانوادگی امام حسین علیه السلام به اقتباس زیر مولفه‌های فن بیان و نصیحت کردن و بخشش منجر شد؛ خوب است زوجین جوان در اکتساب مهارت‌های ارتباطی (اعم از کلامی و غیر کلامی) بکوشند، به این دلیل که یکی از عوامل مشکل‌ساز، اختلال در ارتباط، یا به عبارتی اختلال در فرایند تفهیم و تفاهم است. وقتی زوجین نتوانند به درستی مسائل خود را با هم در میان گذاشته و نسبت به مسائل زندگی مشترک به اتفاق نظر برسند، زمینه برای اختلافات زناشویی فراهم می‌شود. بنابراین خوب است زوجین، نصایح خود را دور از چشم دیگران و با مهربانی به طرف مقابل، ابراز کنند و گذشت را سرلوحه زندگی خود قرار دهند.

مولفه اجتماعی سبک زندگی امام حسین علیه السلام نیز شامل زیر مولفه‌های: خوبی در برابر بدی، ملایمت در برابر انتقادگر و امر به معروف و نهی از منکر است. در زندگی مشترک، آنچه اهمیت بسیاری دارد، این است که هیچ‌یک از زوجین به دنبال تلافی رفتار طرف مقابل نباشند و سعی کنند بدی را با خوبی پاسخ داده، در شرایطی از هم انتقاد کنند که نقاط مثبت طرف مقابل را هم در نظر داشته و دور از چشم دیگران، عیوب یکدیگر را بیان کرده و اگر با انتقاد همسر خود مواجه شدند با ملایمت و مهربانی، سعی در برطرف کردن عیب خود داشته باشند و همواره بکوشند پوشاننده عیوب یکدیگر باشند. امام حسین علیه السلام همچنین به نیکو خطاب کردن اعضای خانواده هم توجه داشته‌اند. به طور مثال، ایشان در وصف دخترشان سکینه فرمودند: «و اما سکینه، فعالب علیها الاستغراق مع الله» (مومن شبلنجی، بی تا: ۲۱).

مولفه عاطفی - هیجانی سبک زندگی امام حسین علیه السلام، یکی از مهم‌ترین بخش‌های این تحقیق به شمار می‌آید؛ چرا که ناظر بر روابط عاطفی امام حسین علیه السلام با همسر و فرزندان‌شان می‌باشد. این مولفه را به زیر مولفه‌ی شامل: اوقات فراغت، تفریح، کنترل خشم، محبت کردن، علاقه به همسر و فرزندان تقسیم کرده‌ایم. نسبت به چگونگی گذراندن اوقات فراغت و تفریح، تاکید امام حسین علیه السلام بر شادمان کردن دل مومنان است و نیز اجتناب از همنشینی با افراد پست و رذل است که موجب نافرمانی خدا می‌شوند. چنان‌که می‌فرمایند: برترین اعمال بعد از نماز، غم‌زدایی از مردم و وارد کردن شادی در دل‌های مؤمنان است (حالت، ۱۳۶۲)؛ آن‌جایی که ایشان به مناجات با پروردگار بسیار علاقه داشتند،

در فراغت خود نیز به عبادت خداوند می‌پرداختند. سبک زندگی امام حسین علیه السلام نسبت به کنترل خشم نیز نمونه ممتازی برای الگوگیری زوج‌های جوان هم در ارتباط با یکدیگر و هم در زمینه فرزندپروری آنان است. اگر زوجین جوان بتوانند با پیروی از ایشان در زندگی مشترک، هیجانات خشم‌آلود خود را کنترل کنند، در برابر کلام خصمانه طرف مقابل، سکوت کنند و پاسخ‌گویی را به وقت مناسبی که شرایط آرام‌تری حکمفرماست به تعویق بیندازند، روابط خانوادگی سالم‌تری را شکل می‌دهند و خودشان، الگوی تنظیم هیجان فرزندان‌شان می‌شوند. سبک زندگی امام حسین علیه السلام همچنین درباره محبت و مهربانی با همسر و فرزندان‌شان الگوی زیبایی دارد؛ چنان‌که ایشان از سرودن اشعار عاشقانه برای همسر و فرزندان‌شان ابایی نداشتند. توجه و محبت و مهربانی خود را نثار خانواده خود می‌کردند و در ناگوارترین لحظه‌های زندگی‌شان یعنی واقعه عاشورا نیز از توجه به آنان و ابراز محبت و آرام کردن‌شان کوتاهی نمی‌کردند. از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند به پیشگیری از روابط فزاینده‌اشویی در زندگی مشترک منجر شود، تدوام عشق و محبت در زندگی است که فرزندان نیز در سایه این عشق، شکوفا شده و به حد‌اعلای رشد خود می‌رسند. آخرین مولفه سبک زندگی امام حسین علیه السلام، مولفه معنوی است. این مولفه، زیرمولفه‌های بسیاری دارد که به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود: ایثار، والاترین ارزش انسانی است که امام حسین علیه السلام نیز نه تنها نمونه‌اعلای یک انسان ایثارگر برای خانواده خود، که برای تمام بشریت است. مولفه شکرگذاری نعمت‌ها، امروزه یکی از مباحث روان‌شناسی مثبت است؛ وقتی زوجین، همسر خود را به‌عنوان نعمتی از طرف خداوند ببینند و به خاطر ویژگی‌های خوب همسرشان، از خداوند سپاسگزاری نمایند، همیشه این ویژگی‌ها را در نظر داشته و قدردان همسر خود هستند. زیرمولفه دیگر سبک زندگی امام حسین علیه السلام، صداقت است، حضرت، درباره صداقت می‌فرماید: راست‌گویی، عزت است و دروغ‌گویی، ناتوانی است (بحرانی، ۱۳۸۵: ۶۶). نقش صداقت در زندگی مشترک بر کسی پوشیده نیست؛ چراکه صداقت زمینه اعتماد متقابل زوجین را فراهم می‌آورد. از دیگر مسائل مهم که در سبک زندگی امام حسین علیه السلام جلوه ویژه‌ای دارد، تمرکز بر دعا و مناجات است. زوجین جوان می‌توانند با پررنگ کردن این مولفه در زندگی خود، نه تنها الگویی برای فرزندان‌شان باشند بلکه خود از آرامش روحی و پاداش معنوی حاصل از

معنویت با خدا بودن بهره‌مند شوند. دو زیر مولفه آخر سبک زندگی امام حسین علیه السلام، مرگ آگاهی و صبر (تاب‌آوری) است. مرگ آگاهی، مولفه‌ای معنوی است که در همه لحظات زندگی امام حسین علیه السلام به چشم می‌خورد، مرگ آگاهی، به معنای اهمال‌کاری در زندگی دنیوی و غفلت از آن نیست، بلکه به معنای توجه افزون‌تر به آینده جاویدی است که پیش روی انسان قرار دارد. زوجین جوان اگر همیشه به مسئله مرگ توجه داشته باشند، در زندگی تنها به خداوند توکل می‌کنند، از ستم کردن بر یکدیگر، زیاده‌خواهی‌ها دست می‌کشند بلکه سعی می‌کنند در زندگی خود با نیم‌نگاهی به آینده از در کنار هم بودن لذت برده و قدر لحظات زندگی خود را بدانند و در عین حال در سختی‌ها و مشکلات زندگی به خدای یکتا تکیه کرده و خود را به او سپرده و صبر را پیشه می‌کنند و با کوچک‌ترین کاستی در زندگی از پا در نمی‌آیند. در بحث از مولفه‌های سبک زندگی امام حسین علیه السلام برخی از مولفه با یکدیگر همپوشانی داشتند که جمع‌بندی نهایی در جدول ارائه شده، در ذیل یک عنوان کلی تعریف شده‌اند.

نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش، واکاوی سبک زندگی خانوادگی امام حسین علیه السلام با تاکید بر روابط با همسر و فرزندان ایشان بود. از آنجا که در جامعه‌ای با الگوهای کامل دینی، الگوگیری از سرمایه‌های دینی - اجتماعی از مهم‌ترین عوامل تحکیم بنیان خانواده است، در این پژوهش سعی شد با مطالعه سبک زندگی امام حسین علیه السلام به یکی از مجهولات آموزه‌های اسلامی در بعد روابط خانوادگی ایشان پاسخ روشنی داده شود؛ چرا که در پژوهش‌ها و کتاب‌های مرتبط با زندگانی امام حسین علیه السلام، واقعه عاشورا چنان تاثیر شگرفی بر روح جامعه و اندیشه نویسندگان داشته است که کمتر به روابط خانوادگی ایشان پرداخته شده است؛ هر چند خود واقعه عاشورا به‌ویژه در ارتباط با مولفه تاب‌آوری نه تنها برای فرزندان امام حسین علیه السلام که برای تمام بشریت درس بزرگی بود و در این پژوهش نیز به آن پرداخته شد. نتیجه‌ای که از این پژوهش گرفته می‌شود این است که سبک زندگی خانوادگی امام حسین علیه السلام متناسب با حیات مادی و معنوی خانواده در تمام ادوار تاریخی است. به این دلیل که در اسلام، تنها به آراستگی زن برای مرد توجه نشده است. امام حسین علیه السلام، خود به آراستگی

اهمیت می‌داده‌اند؛ آراستگی در افزایش جذابیت‌های زناشویی موثر است. صله‌رحم با تقویت حمایت اجتماعی، سبب شادی زوجین و فرزندان آن‌ها می‌شود. خوش خلقی و خوش رفتاری با همسر و فرزندان در دوام زندگی و تحمل سختی‌ها بسیار موثر است. سبک زندگی امام حسین علیه السلام، سرمشق زوجین جوان در مسئله تمکین زن، وفاداری به همسر، رازداری در کانون خانواده، مدارا با همسر و تربیت فرزند می‌باشد. تقویت توانایی‌های کلامی و آموختن فرهنگ نصیحت و نصیحت‌پذیری در بستر خانواده از آموزه‌های این سبک زندگی است که در تفاهم زوجین و شیوه تربیتی فرزندان می‌تواند نقش داشته باشد. رعایت اصل بخشش، بذل‌خوبی و ملایمت در نقد از یکدیگر و امر به معروف و نهی از منکر، نمونه‌هایی از سبک زندگی امام حسین علیه السلام است که در خانواده سبب افزایش دوستی‌ها، محبت، پیشرفت و تعالی در مسیر زندگی می‌شود. تقسیم اوقات روز و در نظر گرفتن بخشی از آن برای تفریح، در بهبود روحیه اعضای خانواده موثر است. کنترل خشم و ابراز عشق و علاقه، عنصر کلیدی پایبندی اعضا به کانون مقدس خانواده است. ایثار و از خود گذشتگی زوجین، شکرگذاری نعمت همسر و فرزند و صادق بودن با آنان، در نظر گرفتن بخشی از زمان برای عبادت و توجه به مسئله مرگ برای در لحظه زیستن و لذت بردن از زندگی بر مبنای دین، و صبر در مشکلات زندگی، از دیگر آموزه‌های متعالی سبک زندگی امام حسین علیه السلام بود که گویای توجه حضرت به تمام ابعاد زندگی به ویژه ابراز آشکار عشق و محبت به همسر و فرزندان است.

منابع

۱. احمدی، حبیب‌الله (۱۳۸۷)، همسران امام حسین علیه السلام، مجموعه مقالات همایش امام حسین علیه السلام، قم: موسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی تیان.
۲. احمدی، محمدرضا (۱۳۸۵)، «مبانی روان‌شناختی ارتباط والدین با فرزندان در محیط خانواده»، معرفت، ش ۱۰۴.
۳. امیدی، ابوالفضل (۱۳۹۲)، اخلاق همسررداری در قرآن و روایات، پنجمین همایش ملی سفینه‌انجاة عصر ما، تبریز: دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.
۴. باقرپور، مریم (۱۳۹۲)، سبک زندگی زن از منظر قرآن و روایات (مورد مطالعه: روایات باب النکاح)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.
۵. بحرانی، عبدالعظیم مهتدی (۱۳۸۵)، آموزه‌هایی از اخلاق امام حسین علیه السلام، ترجمه: انصاری، غلام‌حسین، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۶. بدیعان گورتی، راضیه؛ میرشاه جعفری، سیدابراهیم و محمدجواد لیاقت‌دار (۱۳۹۰)، «الگوی روابط انسانی عزت‌مدار با تاکید علیه السلام بر سیره امام حسین علیه السلام»، تربیت اسلامی، سال ۶، ش ۱۳.
۷. بیاتی، جعفر (۱۳۸۶)، اخلاق حسینی، ترجمه: موسی دانش، مشهد: انتشارات بنیاد پژوهش‌های اسلامی.
۸. پناهی، علی‌احمد (۱۳۸۷)، «خانواده از منظر دین و روان‌شناسی»، ماهنامه معرفت، سال هفدهم، ش ۱۳۵.
۹. _____ (۱۳۹۱)، «دو اصل اخلاقی شاخص در روابط همسران (حسن معاشرت و پاکدامنی همسران)»، ماهنامه معرفت اخلاقی، سال سوم: ش ۳.
۱۰. _____ (۱۳۹۴)، «سبک اهل بیت در همسررداری»، فصلنامه اسلام و روان‌شناسی، ش ۱۶.
۱۱. حالت، ابوالقاسم (۱۳۶۲)، کلمات قصار حسین ابن علی علیه السلام، قم: انتشارات بهجت

۱۲. حکیم، سیدمنذر و عدی غریباوی (۱۳۸۸)، پیشوایان هدایت - ۵؛ سیدالشهدا حضرت امام حسین علیه السلام، ترجمه: عباس جلالی، قم: انتشارات مجمع جهانی اهل بیت علیهم السلام.
۱۳. حیدری، فریبا (۱۳۹۲)، تدوین بسته‌های آموزشی مهارت‌های زندگی زناشویی مبتنی بر نظریه‌های مشاوره ازدواج و آموزه‌های اسلام و مقایسه تأثیر این دو بسته بر رضایت زناشویی و کیفیت زندگی زوجین شهر اصفهان: پایان‌نامه کارشناسی ارشد مشاوره، دانشکده علوم تربیتی و مشاوره، دانشگاه اصفهان.
۱۴. حیرت، عاطفه (۱۳۹۳)، تدوین مدل سبک زندگی اسلامی و بررسی تأثیر آموزش مبتنی بر این مدل بر سازگاری زوجین شهر اصفهان، پایان‌نامه دکتری، دانشگاه اصفهان، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی.
۱۵. دالوندی، اصغر (۱۳۹۱)، بررسی و تبیین نظرات، تجارب و ادراکات اساتید، روحانیون و دانشجویان دانشگاه در خصوص سبک‌های زندگی سلامت محور در فرهنگ اسلامی، تهران: دانشگاه علوم بهزیستی و توانبخشی.
۱۶. دانش، عصمت (۱۳۸۹)، «افزایش سازگاری زناشویی زوج‌های ناسازگار با مشاوره از چشم‌انداز اسلامی»، مطالعات روان‌شناختی، ش ۲.
۱۷. رسولی محلاتی، سیدهاشم (۱۳۷۲)، زندگانی امام حسین علیه السلام، تهران: نشر فرهنگ اسلامی.
۱۸. رضایی، جواد (۱۳۸۹)، تأثیر آموزش سبک زندگی اسلام‌محور با تأکید بر نظام خانواده بر تعهد و صمیمیت زوجین اراک، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه اصفهان: دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی.
۱۹. شریفی، احمدحسین (۱۳۹۱)، همیشه بهار، اخلاق و سبک زندگی اسلامی، قم: نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها، دفتر نشر معارف.
۲۰. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۷)، تفسیرالمیزان، قم: دفتر انتشارات و تحقیقات اسلامی.
۲۱. طریحی، فخرالدین (۱۳۷۵)، مجمع‌البحرین، تهران: انتشارات مرتضوی.
۲۲. طیبی، ناهید (۱۳۹۲)، بازکاوی و پژوهی درباره همسر امام حسین علیه السلام، تهران: انتشارات علم.
۲۳. عزیزی، عباس (۱۳۸۱)، فضایل و سیره امام حسین علیه السلام در کلام بزرگان، قم: انتشارات صلاة.
۲۴. غفوری گلزاده، علی (۱۳۶۸)، ده گفتار از امام حسین علیه السلام، تهران: نشر فجر.
۲۵. قرشی، باقر (۱۳۸۵)، حیاة‌الامام‌الحسین علیه السلام، قم: قلم مکنون.

۲۶. قمی، عباس (۱۳۸۵)، *نفس المهموم*، ترجمه: ابوالحسن شعرانی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۷. کاشانی، حبیب‌الله (۱۳۸۵)، *تذکره الشهداء*، قم: نشر مدین.
۲۸. کامرانی‌راد، سیدامیرحسین (۱۳۹۳)، *نقش الگوهای رفتاری در سبک زندگی اسلامی*، انتشارات: پایگاه تخصصی الگوشناسی.
۲۹. کاویانی، محمد (۱۳۹۱)، *سبک زندگی اسلامی و ابزار سنجش آن*، قم: مرکز نشر اسراء.
۳۰. کجیاف، محمدباقر و حسن انوری (۱۳۹۰)، «*رابطه سبک زندگی اسلامی با شادکامی و رضایت از زندگی دانشجویان شهر اصفهان*»، *مجله روان‌شناسی و دین*، ش ۴.
۳۱. کلینی، محمد (۱۳۶۶)، *اصول کافی*، تهران: دارالکتاب الاسلامیه.
۳۲. لیتون، رالف (۱۳۸۸)، *سیر تمدن*، ترجمه: پرویز مرزبان، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
۳۳. مجلسی، محمدباقر (۱۳۸۳)، *بحار الانوار*، ترجمه: سیدهاشم رسولی محلاتی، قم: بوستان کتاب.
۳۴. _____ (۱۳۸۳)، *تاریخ چهارده معصوم*، قم: انتشارات سرور.
۳۵. محمدی ری‌شهری، محمد (۱۳۸۸)، *دانشنامه امام حسین علیه السلام بر پایه قرآن، حدیث و تاریخ*، ترجمه: عبدالهادی مسعودی، قم: انتشارات دارالحدیث.
۳۶. _____ (۱۳۷۹)، *میزان الحکمه*، تهران: مرکز نشر الاعلام اسلامی.
۳۷. مطهری، مرتضی (۱۳۶۸)، *انسان کامل*، تهران: صدرا.
۳۸. موسسه دارالتعلیم القرآن‌الحکیم (۱۳۸۷)، *زنده جاوید حسین علیه السلام*، اصفهان: دارالتعلیم القرآن‌الحکیم.
۳۹. مهدوی کنی، محمدسعید (۱۳۸۶)، «*مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی*»، *فصلنامه مطالعات سبک زندگی*، ش ۱.
۴۰. _____ (۱۳۸۷)، *دین و سبک زندگی (مطالعه موردی شرکت کنندگان در جلسات مذهبی)*، تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۴۱. نوروزی، رضا و راضیه بدیعان‌گورتی (۱۳۸۸)، «*تربیت دینی در سیره امام حسین علیه السلام در واقعه عاشورا*» *مجله اندیشه دینی*، ش ۳۳.
۴۲. بناری، علی همت (۱۳۷۹)، «*امام حسین علیه السلام و تربیت فرزندان*»، *فرهنگ کوثر*، ۳۸.
۴۳. _____، «*امام حسین علیه السلام و تربیت فرزندان*»، *فرهنگ کوثر*، ش ۳۹.

بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به پاپ شدن نوحه (مطالعه موردی؛ دیدگاه عزاداران مرد هیئات عزاداری شهر خرم‌آباد در سال ۹۵ - ۹۴)

اکبر طالب‌پور*
مهین دریگوند**

چکیده

پژوهش حاضر، به بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به نوحه پاپ در میان جوانان هیئات عزاداری شهر خرم‌آباد پرداخته است. نمونه تحقیق شامل ۳۰۱ نفر از عزاداران هیئات ذکر شده می‌باشند که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. به منظور تبیین عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش به نوحه پاپ از نظریات: فیش باین - آیزن، جورج گرنبر، ماکس وبر، پیر بوردیو، میلتون یینگر و تئودور آدورنو استفاده شده است. در این پژوهش تأثیر متغیرهای: شرکت در مراسم، ریتم موسیقی، شبکه‌های اجتماعی، عقلانیت ابزاری، ذائقه مصرف و پایگاه اجتماعی بر گرایش به نوحه پاپ سنجیده شد. برای تبیین نتایج از آمارهای توصیفی، جداول فراوانی، رگرسیون چندمتغیره استفاده شد. برای سنجش پایایی پرسش‌نامه، از ضریب آلفای کرونباخ و سنجش اعتبار ابزار اندازه‌گیری از اعتبار صوری استفاده شد. میزان آلفای کرونباخ پرسش‌نامه ۰/۸۰۶ بود که نشانگر پایابودن پرسش‌نامه است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد؛ شرکت در مراسم، شبکه‌های اجتماعی، ریتم موسیقی و عقلانیت ابزاری بر گرایش افراد به نوحه پاپ تأثیر دارند، در حالی که پایگاه اجتماعی و ذائقه افراد بر گرایش آن‌ها به نوحه پاپ تأثیری نداشتند.

کلیدواژه‌ها

ذائقه مصرف، ریتم موسیقی، شبکه‌های اجتماعی، عقلانیت ابزاری، گرایش به نوحه پاپ.

مقدمه و بیان مسئله

جامعه ایران، در حال گذار از جامعه سنتی است. اگر زمانی مدیریت جامعه براساس اخلاق، آموزه‌های دینی و مناسک دینی به شکل سنتی آن بود، امروزه موقعیت دین نه راه افول یا اضمحلال، بلکه راه تغییر را می‌پیماید. از وضعیت جدید دین و دین‌داری تعبیرهای متعدد کرده‌اند. یکی از این تعبیرها، سکولارشدن دین است که با نهادهای دینی که ظاهراً و به شکل سنتی، ثبات و نظم مبتنی بر آموزه‌های قوی دین دارند، متفاوت به نظر می‌رسد. به گفته دورکیم، دین، نظام یکپارچه‌ای از باورداشت‌ها و عملکردهای مرتبط به چیزهای مقدس است، این باورداشت‌ها و عملکردها، همه کسانی را که به آن عمل می‌کنند، در یک اجتماع اخلاقی واحد همبسته می‌کند. دین‌داری دارای چهار بعد: اعتقادی، مناسکی، عاطفی و پیامدی می‌باشد (دیلینی، ۱۳۸۷: ۱۵۲). مداحی یکی از شیوه‌های انجام مراسم دینی (بعد مناسکی دین‌داری)، در ایران سابقه طولانی دارد. از دیرباز، مداحان در کنار روحانیون برای ارشاد و هدایت مردم تلاش کرده و عامل انتقال مفاهیم مهم دینی، به‌طور خاص حادثه کربلا و نهضت امام حسین علیه السلام و یارانش بوده‌اند. با توجه به اهمیت مراسم و آیین‌های دینی در طول چهار دهه گذشته - از دهه ۱۳۵۰ تا کنون - تغییرات در این نوع عزاداری به‌لحاظ سبک و شیوه اجرا بسیار اهمیت دارد. به‌طور خاص، نوع استفاده از متون، چگونگی اجراء و نوع موسیقی، و همچنین نوع عمل مداحان در دهه‌های گذشته تغییر کرده است؛ این تغییرات به‌مرور رخ داده‌اند. اکنون به‌لحاظ تجربی دو پرسش زیر مطرح است: زمینه‌های تغییر مداحی به شکل جدید و عوامل مؤثر بر آن چیست؟ آیا مداحی به سبک‌های جدید و متنوع، به معنای تغییر مراسم از شکل سنتی به شکل مدرن است؟ تغییر در مداحی‌های موجود از سال‌های هفتاد به بعد، با مداحان جوان به اوج رسیده است. یافته‌ها، نشان می‌دهد که اولاً در دهه اخیر، سبک‌های جدید از نوحه‌خوانی شکل گرفته است که می‌توانند ساختار عزاداری را تغییر دهند و سرانجام به نقد عزاداری سنتی بینجامد؛ ثانیاً، گونه‌های متفاوت مداحی با حضور افراد نوحه‌خوان با شکل و روش‌های متفاوت، مراسم دینی را در قالب کالاهای فرهنگی (دینی) عرضه کرده است که با جلب مخاطب و مصرف‌کننده خاص موجب شکل‌گیری علاقه‌های جدید مذهبی شده است. شکل‌گیری بازار و مصرف جدید دینی، راه را برای کمرنگ کردن حساسیت‌های دینی در عزاداری

سنتی ایجاد می‌کند؛ ثالثاً، تنوع سبک‌ها و شیوه‌های متفاوت نوحه‌خوانی، امکان حضور افراد و گروه‌های اجتماعی متعدد با علاقه‌های متفاوت را فراهم کرده است؛ علاقه‌هایی که الزاماً به قلمروی دین و مناسک دینی تعلق ندارند. این نوع حضور، نقش افراد را در برابر ساختارها و نظم سنتی مهم کرده است و سرانجام موجب شکل‌گیری مقاومت‌هایی شده است که جامعه نیز به تدریج به تغییرهای ناشی از آن تن می‌دهد. اوج این وضعیت، مناسکی است سلیقه‌ای و گاه دنیایی (بهار، ۱۳۹۰: ۲۱۷-۲۱۶).

موسیقی پاپ^۱، که در اصل به معنی موسیقی عامه‌پسند^۲ می‌باشد، معمولاً در مقابل موسیقی کلاسیک و فولک (محلی) قرار می‌گیرد و از آن‌ها متمایز است. از اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی، موسیقی پاپ در جهان گسترش یافت و این سبک از موسیقی، به نوعی به موسیقی مسلط بین‌المللی تبدیل شد. موسیقی پاپ، به عنوان موسیقی‌ای تعریف می‌شود که به شکل تجاری تهیه شده یا هدف از تولید آن، کسب سود مالی است. هر چند این موسیقی را می‌توان در حیطه ایدئولوژی، و زیبایی‌شناسی هم به کار برد. اما در واقع، موسیقی پاپ، طوری طراحی شده که برای همه مخاطبین جالب باشد و از به کار بردن سلیقه خاصی، تبعیت ننماید. از منظر افراد زیادی همچون؛ برنت، دیوید روو، سیمون فریس، کیت نگویس و دیگران، موسیقی پاپ - با توجه به دو جنبه اعتراضی و کنترلی که دارد - امروزه در مرحله کالایی شدن قرار گرفته است و برای مخاطبین زیادی تولید می‌شود که تنها به دنبال کسب لذت بوده و به مفهوم فکر نمی‌کنند (بهار، ۱۳۹۰: ۲۱۰-۲۰۲).

یکی از عوامل مهم پیروزی انقلاب اسلامی و استقرار حاکمیت دینی، هیئت‌های مذهبی بوده‌اند که روحانیت در رأس آن‌ها بوده است اما پس از پیروزی انقلاب اسلامی، این روحانیون در تمامی عرصه‌های سیاسی کشور وارد شدند و برخی از آن‌ها در این پست جدید - چه در سمت‌های دولتی و کلیدی کشور و چه سمت‌های اجرایی پایین‌تر، دچار اشتباهاتی شدند که همین وضعیت، باعث تغییر دیدگاه مردم نسبت به مقام روحانیت شد و باعث شد که عامه مردم، این لغزش‌ها را به پای دین بنویسند و در نتیجه، جامعه از

1. pop music

2. popular

ارزش‌های نخستین انقلاب فاصله گیرد و نیز اعتماد عامه مردم نسبت به روحانیت کاهش یابد و چنان‌که مشاهده می‌شود، عامه مردم به‌جای روحانیون، با مداحان احساس نزدیکی بیشتری دارند.

در ایران، رواج موسیقی پاپ به‌طور آرام از سال ۱۳۶۸ شروع شده و از سال ۱۳۷۶ با رشد روزافزونی مواجه شده است، اما این روند تنها در حوزه موسیقی، باقی نمانده و به سایر حوزه‌ها نیز گسترش یافت. از حوزه‌هایی که در سال‌های اخیر، پذیرای موسیقی پاپ شده است، مداحی می‌باشد؛ به‌نحوی که با گسترش استفاده از این موسیقی، نوحه پاپ، جایگاه ویژه‌ای در کنار سایر انواع مداحی‌ها کسب کرده است. به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر، این سبک از موسیقی در نوحه ایرانی، رواج بسیار زیادی پیدا کرده و با توجه به آزادی‌هایی که در عزاداری، به نوحه و مخاطبین آن داده می‌شود، می‌توان گفت: حجم بسیار زیادی از انرژی سرکوب‌شده جوانانی که به‌دنبال موسیقی پاپ بی‌قید و شرط هستند، در جریان عزاداری و از طریق نوحه با ریتم تند و مفاهیم پوچ و بی‌معنی تخلیه می‌شود. بنابراین از جنبه نظری، پاپ‌شدن نوحه به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن، نوحه با ریتم تند و به‌صورت ضربی و همراه شور ایفا می‌شود. طبیعی است که چنین نوحه‌ای از مفاهیم اصیل و سنتی تهی است.

نقش هیئت‌های مذهبی و جایگاه مردمی آن بر هیچ‌کس پوشیده نیست. شاید بزرگ‌ترین پایگاه دینی - ملی در جامعه اسلامی ما، هیئات و محافل مذهبی باشند. هر چه قدر، جایگاه و ارزش یک هیئت در میان مردم شناخته‌شده و والا باشد، میزان تأثیرگذاری آن بر مردم نیز بیشتر خواهد بود. حال اگر این هیئات، مروج نوحه با آموزه‌های دینی و اخلاقی باشند، عزادارانی نیز به این سمت گرایش پیدا خواهند کرد اما اگر نوحه پاپ بدون محتوای دینی و اخلاقی در هیئات ارائه شود، جوانان از آموزه‌های دینی فاصله خواهند گرفت. امروزه جریان عزاداری و سینه‌زنی میان جوانان از شکل سنتی و اصولی خود - که در قدیم رواج داشته - تقریباً به‌طور کلی خارج شده و از محتوای غنی و شکل وزین خود به شکل هیجانی و جوان‌پسند آن، که مصداق کاملاً برنامه‌شورزنی می‌باشد - گرایش پیدا کرده است. در دهه‌های اخیر به‌ویژه از دهه هفتاد به بعد، با ظهور موج گسترده‌ای از هیئات عزاداری، نوع خاصی از هیئات مطرح شدند که بیانگر ایجاد

تحولی عمیق در روند عزاداری سنتی بودند که هم به لحاظ ظاهر و شکل اجرا و هم به لحاظ محتوا از نوع سنتی آن متمایزند و نوع جدیدی از هیئات عزاداری محسوب می‌شوند. جدید بودن آن‌ها به واسطه خروج از هنجارهای سنتی عزاداری و استفاده از ریتم و آلات موسیقی متمایز و تکیه بر شورمندی و هیجان مذهبی بالا در میان جماعت عزادار است که توسط مداح رهبری می‌شود. این سبک از نوحه، از سوی محققین زیادی تحت عنوان نوحه پاپ معرفی شده است که با ریتم تند و محتوایی با استفاده از: (۱) کلمات کوچه و بازاری؛ (۲) استفاده از محاورات روزمره و غیر تخصصی (مانند: عشق زمینی و مجازی، کلمات سخیف و پست و عبارات سلطنتی و ...؛ (۳) وهم آلود جلوه دادن حادثه عاشورا و (۴) عاری بودن از آموزه‌های اخلاقی و تاریخی ارائه می‌شود. ارائه چنین نوحه‌هایی به طور حتم با سیره ائمه و متن مذهبی جامعه، فاصله زیادی دارد و حتی برخی مراجع به طور ضمنی از مداحین پاپ انتقاد کرده‌اند. حال مسئله این جاست که آیا واقعاً ماحصل سی سال حکومت دینی، باید این باشد که نوحه‌های سنتی به نوحه‌های پاپ تبدیل شوند و عاری از آموزه‌های دینی و اخلاقی شوند؟ همان‌طور که مبرهن است، بیشتر عزادارن هیئات مذهبی را جوانان تشکیل می‌دهند و این‌گونه مداحی‌ها نیز بر آن‌ها تأثیرگذار هستند. شهر خرم‌آباد یکی از شهرهای مذهبی و دارای تعصب دینی به‌ویژه نسبت به عاشورا و اجرای مناسک عاشورا می‌باشد که در چند سال اخیر نیز شاهد ورود نوحه‌های پاپ به مجالس این شهر و گرایش بیشتر جوانان به سمت این‌گونه هیئات و مداحی‌ها است. پژوهش حاضر درصدد است تا برخی عوامل جامعه‌شناختی مؤثر بر گرایش جوانان به نوحه‌های پاپ را شناسایی و راه‌کارهایی را به منظور کاهش ضریب نفوذ این نوحه‌ها پیشنهاد دهد.

۱. پیشینه نظری

فیاض و رحمانی (۱۳۸۵)، مقاله‌ای با موضوع «مناسک عزاداری و گفتمان کربلا در دین‌ورزی اقشار فرودست شهری» با روش مشاهده مشارکتی، به بررسی سبک جدید مداحی و عزاداری پرداخته‌اند. نویسندگان، نتیجه‌گیری می‌کنند که گفتمان کربلا در صورت‌بندی جدید، وجه عرفانی، شورانگیز و ارجاع به درون را اصل قرار داده و تمام نمادها در بستر این جریان تولید و تفسیر می‌شوند. رفتار، کلام، نحوه مداحی و محتوای

مداحی مدرن با سازوکارهای درونی این گفتمان معنادار و دارای توجیه دینی و مقدس می‌شود که ممکن است درست نباشد.

کوثری (۱۳۸۷)، در کتاب درآمدی بر موسیقی مردم‌پسند، در فصل موسیقی پاپ دینی در ایران، اشاره دارد که رواج موسیقی پاپ در سومین دهه انقلاب، تنها در حوزه موسیقی نیست بلکه گسترش استفاده از آن در مداحی مراسم مذهبی هم به چشم می‌خورد. وی، معتقد است گسترش موسیقی پاپ دینی، نشانگر پیروزی مداحی به‌عنوان شکلی مردم‌پسند از عزاداری در دوران پس از انقلاب است. در زمان پیش از انقلاب، مداحان در سبک‌های سنتی نقش ثانویه را در عزاداری ایفا می‌کردند اما پس از انقلاب، به دلیل نیاز به ایجاد هیجان برای رزمندگان، کارکرد مستقلی در عزاداری پیدا کردند. این روند، پس از جنگ نیز ادامه یافت و مداحان به گروه مستقلی که شأن اجتماعی جدیدی پیدا کرده بودند، تبدیل شدند. عامل دیگری که بر تغییر جایگاه مداحان تأثیر زیادی داشت، ظهور پدیده هیئات پاپ مذهبی بود.

بهار و کاهیرده (۱۳۸۸)، در مقاله‌ای با عنوان «تحول نقش واعظ و مداح در اجرای مناسک عاشورا»، معتقدند که مداحان، عناصر اصلی گرداننده عزاداری هستند که الگوهای جدیدی از نمایش مذهبی را در قالب‌های نو و جذاب هنری عرضه می‌کنند. آن‌ها در تحقیق خود، ویژگی‌های متون مورد استفاده مداحان را با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا مورد بررسی قرار داده‌اند.

بهار (۱۳۹۰)، در کتاب مصرف و فرهنگ، به بررسی مصرف و موسیقی مذهبی در ایران پرداخته است و ضمن بررسی موسیقی پاپ، به کارکردهای تفریحی یا اعتراضی آن پرداخته است و در ادامه، مداحی در ایران را مورد بررسی قرار داده و تغییر جایگاه مداحی در ایران را با توجه به دو مقوله سکولارشدن و نوع جدید دینداری تشریح کرده است. او، نوحه را در ایران به دو نوع: سنتی و مدرن تقسیم کرده است و نوحه مدرن را تقریباً معادل نوحه پاپ ارزیابی کرده است. به نظر ایشان، عواملی همچون: عدم کنترل محافل مذهبی، روزمره‌شدن متن دینی و تغییر نسلی، از جمله عوامل مؤثر در شکل‌گیری مداحی مدرن بوده‌اند.

طالب‌پور (۱۳۹۳)، در مقاله‌ای با عنوان «پاپ‌شدن نوحه، ابزار نرم تقدس‌زدایی از

عزاداری؛ تحلیل تقارن محتوای نوحه پاپ»، نشان می‌دهد که عوامل زیادی در پاپ شدن نوحه دخالت دارند اما دو عامل از سایر عوامل مهم‌ترند: اولین عامل، استفاده از موسیقی پاپ غربی در اجرای نوحه؛ یعنی تغییر ریتم نوحه از ماژور به مینور می‌باشد؛ دومین عامل، استفاده از اصطلاحات خاص غیردینی با سبک محاوره‌ای به‌مثابه آزاد نمودن عزاداری از تقیدات مذهبی می‌باشد. هر دو عامل مذکور، در سال‌های اخیر با هوشمندی خاصی از طریق قدرت نرم بر عزاداران اعمال شده است. نتایج این تحقیق نشان داده است؛ اولاً تقارن معنی‌داری بین مفاهیم مرتبط با نوحه عاری از تقدس در بین نمونه‌های آماری هر دو زبان ترکی و فارسی وجود داشته است که این امر نشانگر فاصله گرفتن نوحه از متن مذهبی و تقدس‌زدایی از نوحه می‌باشد، ثانیاً همگرایی در بین نوحه‌های فارسی و ترکی در زمینه تقدس‌زدایی مشاهده شد.

الحیدری (۱۴۲۳ ق) عراقی، در تراجیدیا کربلا: سوسیولوجیا الخطاب الشیعی به بررسی جامعه‌شناختی گفتمان شیعی در عراق به‌ویژه از خلال مناسک عزاداری پرداخته است. از نظر وی، مناسک مذهبی و به‌خصوص عزاداری به‌مثابه یک گفتمان دینی، بخش تفکیک‌ناپذیری از تشخیص و هویت اجتماعی شیعیان عراق را تشکیل می‌دهد. وی، در بخشی از اثر خود، از دلایل سیاسی - معیشتی زندگی شیعیان عراق و تأثیر آن بر رویکرد و گرایش آنها به مراسم عزاداری صحبت می‌کند.

فیشر^۱ (۱۹۸۰)، در کتاب ایران از مباحثه مذهبی تا انقلاب، از مفهوم «پارادایم کربلا»، به‌عنوان یک ساختار نمادین تاریخی در تشیع که در جریان انقلاب برجستگی یافت، همچنین از اهمیت این پارادایم و صورت‌بندی‌های برای حیات عاطفی ایرانیان، صحبت می‌کند. فیشر، در ادامه به نمادشناسی این پارادایم، کارکرد و نقش‌های گفتمان دینی تشیع و تفسیر منابع دینی می‌پردازد. او به وجوه هویتی این پارادایم برای تفکیک شیعه و سنی اشاره می‌کند. نویسنده، در فصل پنجم، به اهمیت این مناسک و پارادایم کربلا در زندگی روزمره شیعیان و تئوری سیاسی آنها اشاره می‌کند و نحوه ساماندهی آن را توسط مردم و گروه‌های مختلف بیان می‌کند.

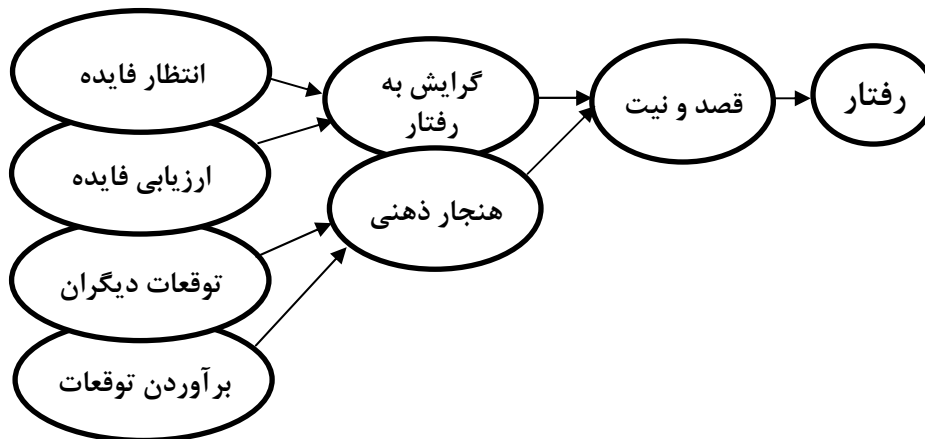
1. Fisher

۲. چارچوب تئوریک

تئوری فیش باین - آیزن^۱

فیش باین - آیزن، در پی یافتن یک تئوری برای تبیین رفتار، به نقش گرایش اشاره می‌کند. به نظر آنان، رفتار در پی زنجیره‌ای از عوامل به وجود می‌آید. حلقه ماقبل بروز رفتار، قصد و نیت انجام یک رفتار است و قصد و نیت هم به نوبه خود، تابع دو متغیر دیگر است: متغیر اول، «گرایش به سوی آن رفتار» که یک متغیر فردی و شخصی است و طی آن فرد، انجام یک رفتار را از نظر خود خوب یا بد ارزیابی می‌کند. متغیر دوم، «هنجار ذهنی» نفوذ و فشار اجتماعی را روی شخص برای انجام یک کار یا رفتار منعکس می‌کند. هنجار ذهنی خود به دو عامل تجزیه می‌شود؛ انتظار آنکه یک رفتار خاص از سوی دیگران چگونه ارزیابی شود و انگیزه فرد برای پیروی از انتظارات دیگران (رفیع پور، ۱۳۷۲: ۹-۱۱). در پژوهش حاضر، به منظور سنجش گرایش به استفاده از نوحه پاپ، عوامل مؤثر بر این گرایش مورد بررسی قرار گرفته است.

نمودار شماره ۱. مدل نظریه فیش باین - آیزن



1. Fishbain & Ayzan

نظریه کاشت یا پرورش

«نظریه کاشت» جرج گربرنر^۱، بر کنش متقابل میان رسانه و مخاطبانی که از آن رسانه استفاده می‌کنند و نیز بر چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان تأکید دارد. فرض اساسی این نظریه آن است که بین میزان مواجهه و استفاده از رسانه و واقعیت‌پنداری در محتوا و برنامه‌های آن رسانه، ارتباط مستقیم وجود دارد. به این صورت که ساعت‌های رتمادی مواجهه با رسانه‌ای خاص، باعث ایجاد تغییر نگرش و دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه می‌شود. در واقع، نظریه پرورش با تعیین میزان و نوع برنامه‌های مورد استفاده از رسانه‌ها، میزان تأثیر را مطالعه می‌کند تا به سازوکار و نحوه تأثیر دست پیدا کند (عباسی قادی و خلیلی کاشانی، ۱۳۹۰: ۸۰). در واقع، محور بحث گربرنر، این است که اهمیت تاریخی رسانه‌ها بیشتر در ایجاد شیوه‌های مشترک در انتخاب مسائل، موضوعات و چگونگی نگرستن به رخدادها است. این شیوه‌های مشترک، محصول استفاده از فناوری و نظام ارائه پیام است که نقش واسطه را بر عهده دارند و به دیدی مشترک و درک مشترک از جهان اطراف منجر می‌شود. گربرنر، محصول چنین فرایندی را کاشت الگوهای مسلط ذهنی می‌نامد. از نظر وی، رسانه‌ها متمایل به ارائه دیدگاه‌های هم‌شکل و کم و بیش یکسان از واقعیت اجتماعی هستند و مخاطبان آن‌ها براساس این چنین سازوکاری، فرهنگ‌پذیر می‌شوند. گربرنر، تا آن جا پیش می‌رود که می‌گوید: رسانه‌ها به دلیل نظم و هماهنگی که در ارائه پیام در طول زمان دارند، قدرت اثرگذاری فراوانی دارند؛ به طوری که باید آن‌ها را شکل‌دهنده جامعه دانست. گربرنر، بعدها در پاسخ به انتقادات وارده بر نظریه کاشت مبنی بر لحاظ‌نکردن سایر متغیرهای متداخل بر کاربران، این نظریه را مورد تجدید قرار داد. وی دو مفهوم «جریان اصلی» و «تشدید» را به این نظریه اضافه کرد. با این مفاهیم، این واقعیت‌ها در نظر گرفته می‌شود که میزان مواجهه با رسانه‌ای خاص، نتایج متفاوتی را برای گروه‌های اجتماعی مختلف در بردارد. جریان اصلی، هنگامی رخ می‌دهد که میزان مواجهه با رسانه، به تقارن دیدگاه‌ها در گروه‌ها منجر شود و تشدید، زمانی روی می‌دهد که اثر کاشت در گروه خاصی از جمعیت بیشتر شود (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ۳۹۲).

1. George Graebner

ماکس وبر^۱

وبر، از جمله اندیشمندانی است که به بررسی رابطه میان دین و پایگاه اقتصادی - اجتماعی پرداخته است. او، به پیوندهای میان انواع گوناگون دین و گروه‌های خاص اجتماعی و تأثیر انواع دیدگاه‌های مذهبی بر دیگر جنبه‌های زندگی اجتماعی به خصوص رفتار اقتصادی توجه کرده است. از نظر او، اساساً دین، پاسخی به دشواری‌ها و بی‌عدالتی‌های زندگی و کوششی برای توجیه ناکامی‌ها و در نتیجه، ابزاری برای توانمند کردن انسان‌ها با هدف کنار آمدن با مشکلات و ایجاد اعتماد به نفس به آن‌ها است. مفاهیم مذهبی در پی این واقعیت پدید می‌آیند که زندگی، به طور کلی مخاطره‌آمیز و نامطمئن است؛ زیرا انسان‌ها، برخی چیزها را آرزو می‌کنند ولی آرزوهایشان همیشه برآورده نمی‌شود. هم‌چنین، میان آن‌چه تصور می‌کنند که باید باشد و آن‌چه در عمل رخ می‌دهد، همیشه فاصله وجود دارد. تنش ناشی از این اختلاف، سرچشمه دیدگاه مذهبی است. نیکان و منصفان، همیشه کامروا نیستند؛ حال آن‌که بدکاران غالباً کامروا هستند. دین، کوششی برای کنار آمدن با این واقعیت‌های ناگوار است و انسان‌ها، تنها از طریق تماس مذهبی با جهان فراطبیعی باور می‌کنند که آرزوهای مادیشان ممکن است، برآورده شود. خوشبختی یا بدبختی - آنان که بختیار یا شوربخت‌اند - بسته به مقام‌هایی است که در جامعه در اختیار دارند. نابرابری‌ها، نه تصادفی بلکه جزئی از یک ساختار الگومند هستند. در نتیجه، رویکردهای مذهبی؛ گرایش به پیوستگی با گروه‌های مختلف جامعه دارند. گروه‌های گوناگون، دیدگاه‌های مذهبی کم‌وبیش متفاوتی دارند؛ زیرا مسائل متفاوتی را تجربه می‌کنند که ناشی از تفاوت میان چشم‌داشت‌ها و واقعیات تجربی‌اند. در نتیجه؛ به عقیده وبر، جامعه‌شناسی دین، در واقع بررسی روابط میان اقشار مذهبی و گروه‌های اجتماعی متفاوتی است که حاملان این افکارند (همیلتون، ۱۳۸۷: ۲۴۲).

1. Max Weber

پیر بوردیو^۱

در نظریه بوردیو، سبک زندگی که شامل اعمال طبقه‌بندی‌شده و طبقه‌بندی‌کننده فرد در عرصه‌هایی چون: تقسیم ساعات شبانه‌روز، نوع تفریحات و ورزش، شیوه‌های معاشرت، اثاثیه و خانه، آداب سخن گفتن و راه رفتن است، در واقع، عینیت یافته ترجیحات افراد است. از یک سو، سبک‌های زندگی شیوه‌های مصرف عاملان اجتماعی‌ای است که دارای رتبه‌بندی‌های گوناگونی از جهت شأن و مشروعیت اجتماعی‌اند. این شیوه‌های مصرفی، بازتاب نظام اجتماعی سلسله‌مراتبی است؛ اما چنانچه بوردیو در کتاب تمایز بر حسب منطق دیالکتیکی، نشان می‌دهد، مصرف صرفاً راهی برای نشان‌دادن تمایزات نیست بلکه خود راهی برای ایجاد تمایزات نیز است (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۶). ذائقه‌ها و ترجیحات زیباشناختی متفاوت، سبک‌های زندگی متفاوت را ایجاد می‌کنند. بنابراین سبک زندگی، محصول نظام‌مند منش است که از خلال رابطه دوجانبه خود با رویه‌های منش درک می‌شود و تبدیل به نظام نشانه‌هایی می‌گردد که به گونه‌ای جامعه‌ای مورد ارزیابی قرار گیرد (مثلاً به‌عنوان، قابل احترام، ننگ آور و ...) (بوردیو، ۱۹۸۴: ۱۷۲). چنانچه بوردیو اشاره می‌کند، مصرف به‌منزله نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است که کارکردهایی چون تمایزگذاری اجتماعی دارد که البته به نظر بوردیو، معنایش از همین تفاوت و تمایز ناشی می‌شود و چیزی جز آن نیست. از این رو، در بحث بوردیو، مصرف همانند پاسخ به نیازهای زیستی مطرح نمی‌شود، بلکه مصرف به‌منزله استفاده از نظامی از نشانه‌ها و نمادها مطرح است (همان: ۶۶). بوردیو، بر این نظر است که هیچ چیزی به روشنی سلیقه در موسیقی، نمی‌تواند موقعیت طبقه‌ای فرد را مشخص کند (شوکر، ۱۳۸۴: ۳۱). سلیقه، پایه‌ای برای گروه‌های اجتماعی به‌منظور تفاوت‌گذاری و فاصله‌گیری آنها از دیگران و تثبیت موقعیت‌های متغیر اجتماعی است. موسیقی، به‌طور مرسوم یکی از ابعاد حیاتی این روند بوده است (همان: ۲۶۶). سبک زندگی، متأثر از ذائقه و ذائقه، پیامد منش و منش نیز محصول جایگاه فرد در ساختارهای عینی اجتماعی است. جایگاه فرد در ساختار اجتماعی که مشخص‌کننده میزان بهره‌مندی وی از انواع سرمایه است، منش وی را شکل می‌دهد و منش نیز مولد دو نوع

1. peer Bourdieu

نظام است: یکی نظامی از رویه‌های ادراک و ارزیابی؛ یعنی همان ذائقه و دیگری نظامی از رویه‌های ایجادکننده اعمال قابل طبقه‌بندی که تعامل این دو نظام سبک زندگی را ایجاد می‌کند. از این رو است که فرآیندهای مصرفی، خود به منزله تغییری مستقل در ایجاد سلسله‌مراتب اجتماعی مطرح می‌باشند. بورديو، از رابطه دیالکتیکی شرایط و منش سخن می‌گوید که سبب تغییر در توزیع سرمایه و توازن رابطه قدرت در جامعه می‌شود و سیستمی از تفاوت‌های ادراک‌شده و دارایی‌های متمایز ایجاد می‌کند که در واقع، همان توزیع سرمایه نمادین و سرمایه مشروعی است که حقیقت عینی را تحریف می‌کند (بورديو، ۱۹۸۴: ۱۷۲).

تئودور آدورنو^۱

زمانی که آدورنو از موسیقی پاپ سخن می‌گوید، چند ویژگی مهم را برای آن توضیح می‌دهد که عبارتند از؛ نخست، استاندارد شدن این موسیقی که زمینه کالایی شدن را به تدریج برای مصرف‌کننده فراهم می‌کند. او از موسیقی با نام «فردیت دروغین و مجازی» یاد می‌کند. به نظر آدورنو، این موسیقی و ساختار آن، از پیش ساخته شده و طراحی آن پیش‌تر انجام شده است. دومین نکته‌ای که آدورنو به آن اشاره می‌کند، مربوط به شنونده منفعل موسیقی است. از نظر وی، پناه‌بردن به اشکالی مثل موسیقی پاپ، حس انفعالی را در شنونده ایجاد می‌کند که پایان ندارد و تکراری است و دنیایی را با این ویژگی ترسیم می‌کند. دل‌تنگی، انسان را وا می‌دارد که اوقات فراغتی داشته باشد که موزیک این لحظه‌های خوش را برای او فراهم می‌آورد. استوری، موسیقی پاپ را نوعی دیالکتیک مبهم می‌داند؛ یک واسطه تحکیمی دو طرفه و دوجانبه که وقتی مصرف‌کننده آن را مصرف می‌کند، نوعی حس سرگرمی و حواس‌پرتی و بی‌توجهی در او ایجاد می‌شود، در حالی که در دور برگشت مصرف، مصرف‌کننده بدون توجه و غفلت آن را تولید می‌کند؛ به عبارتی، مصرف موسیقی، سرانجام به اغفال مصرف‌کننده می‌انجامد. آدورنو، بی‌توجهی به امور واقع و ایجاد فراغت را سومین ویژگی موسیقی پاپ می‌داند. از نظر روان‌شناسی، مصرف

1. Theodor Adorno

موسیقی در مصرف کننده، این حس را به وجود می آورد که مصرف کننده خود را با نیازهایی که قدرت حاکم صلاح می داند، متصل کند و تطبیق دهد؛ یعنی مصرف کننده نمونه ای مطیع و هم وزن با نیازهای حاکم تولید می شود که به تدریج با قدرت هم احساس می شود. آدورنو، از این احساس پیوستگی، به «سیمان اجتماعی» تعبیر می کند (بهار، ۱۳۹۰: ۶۷-۶۸).

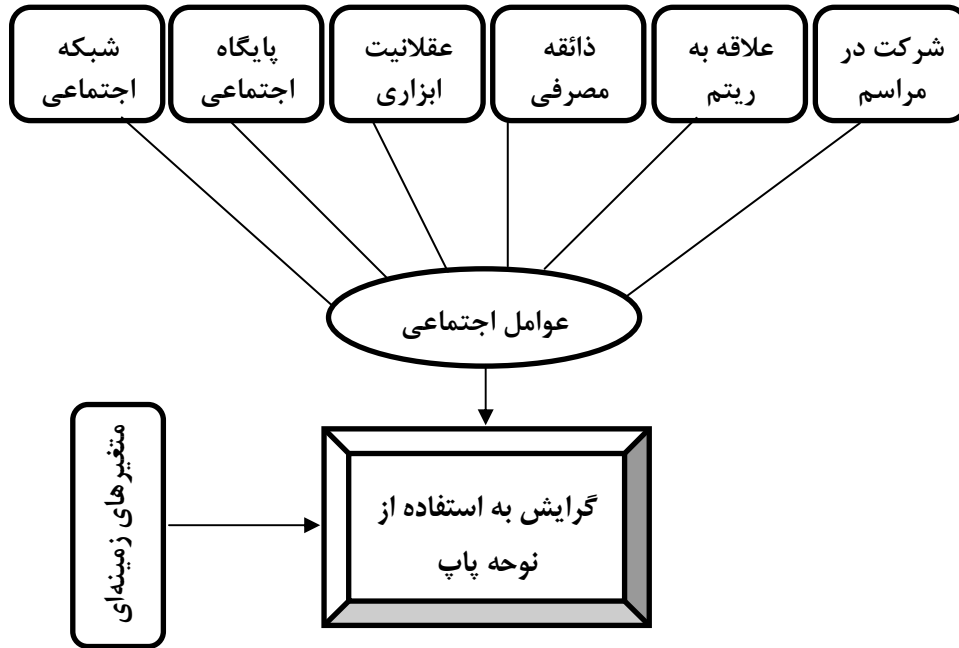
میلتون یینگر^۱

او با تأکید بر نقش دین در مشروعیت بخشی به گروه های نسبتاً کوچک، سعی در تبیین کارکرد دین در تقویت ارزش ها و قواعد اجتماعی دارد. وی، معتقد است که یکی از کارکردهای اساسی دین، حل مسائل بنیادی انسان و ارائه پاسخ ابطال ناپذیر به پرسش های معنابخشی و مفهومی بشر درباره هدف زندگی و تجربه مرگ است. از نظر یینگر، «امروزه برخلاف آنچه که تصور می شد، به وضوح می توان ناکارآمدی و ناتوانی علم تجربی در پاسخ گویی به این مسائل اساسی بشری را مشاهده کرد؛ لذا دین که برای کاهش اضطراب و معنابخشی بشر آمده است، عامل اصلی خلق ارزش ها و هنجارهای عملی برای معنایی است» (یینگر، ۱۹۹۷: ۶۸). باید در نظر داشت که جوامع انسانی به میزان زیادی، نیازمند دستاویزی معرفتی برای تکیه بر آن و مشاهده جهان براساس آن هستند. یکی از دلایل اساسی ترس و وحشت آدمی در مواجهه با جهان پر رمز و راز طبیعی، عدم پیدایی دستاویزی قابل اطمینان برای تکیه بر آن و درک جهان پیرامون است. با تکیه بر کارکرد دین در پاسخ گویی به مسائل بشری، شاهد رفع اضطراب و کاهش نگرانی های انسان به دلیل گم شدن در مسیر و در نتیجه، بی عملی او هستیم. در واقع، دین با ارائه کارکردهای سه گانه تعیین وضعیت کنونی فرد و اجتماع، هدف نهایی و مسیر شناخت، کارکرد آرامش بخشی و حذف اضطراب را در فرد ایفا می کند (همان: ۸۸ - ۸۹). از نظر یینگر، «عضویت در گروه های دینی می تواند جایگاه ثابت و مشخصی را برای افراد پدید آورد که در مقایسه با سایر گروه های صنفی، کمتر ابزاری و آنی بوده و می تواند روابط مداوم، ثابت، غیر حساب گرانه و هنجارین را برای افراد به ارمغان آورد (رابرتسون، ۱۹۷۸: ۳۰۸).

1. Milton Yinger

مدل تحلیلی تحقیق

نمودار شماره ۲. مدل تحلیلی تحقیق



۳. روش‌شناسی تحقیق

روش تحقیق مبتنی بر روش کمی و پیمایش و از ابزار پرسش‌نامه برای گردآوری داده‌ها استفاده شده است. به لحاظ معیار زمان، مقطعی و همچنین از نظر میزان ژرفایی؛ پهنانگر است. واحد تحلیل، فرد و سطح تحلیل، خرد می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه عزاداران مرد هیئات عزاداری شهر خرم‌آباد در سال ۹۵ - ۹۴ که دارای برنامه هفتگی می‌باشند و تعداد آن‌ها در حدود ۷۶۰۰ نفر می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برای سطح ۹۵ درصد و حداکثر پراکندگی، ۳۶۵ نفر محاسبه شده است. از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی ساده نیز استفاده شده است. پرسش‌نامه تحقیق شامل ۵۵ گویه می‌باشد که ۱۵ گویه مربوط به متغیر وابسته یعنی گرایش به نوحه پاپ می‌باشد، ۴

گویه مربوط به متغیر شرکت در مراسم، ۵ گویه مربوط به متغیر ریتم موسیقی، ۷ گویه مربوط به متغیر شبکه‌های اجتماعی، ۱۳ گویه مربوط به متغیر عقلانیت ابزار، ۶ گویه مربوط به متغیر ذائقه مصرفی و ۵ گویه مربوط به متغیر پایگاه اجتماعی می‌باشد. در انتهای پرسش‌نامه، ۱ گویه برای سن، ۱ گویه برای وضعیت تأهل و ۱ گویه برای محل سکونت در نظر گرفته شده است. در این تحقیق، از اعتبار صوری برای سنجش روایی پرسش‌نامه و از ضریب آلفای کرونباخ، برای سنجش پایایی پرسش‌نامه استفاده شده است. آلفای کرونباخ محاسبه شده برای کل پرسش‌نامه، ۰/۸۰۶ می‌باشد و برای متغیر وابسته: گرایش به استفاده از نوحه پاپ، ۰/۸۲۲، و برای متغیرهای مستقل تحقیق: شرکت در مراسم ۰/۷۲۶، ریتم موسیقی ۰/۷۰۱، شبکه‌های اجتماعی ۰/۸۲۹، عقلانیت ابزار ۰/۷۴۰، ذائقه مصرفی ۰/۷۳۷ و پایگاه اجتماعی ۰/۷۳۶ می‌باشد.

۴. یافته‌ها و نتایج تحقیق

نتایج یافته‌ها، نشان دهنده این است که از تعداد ۳۶۵ نفر پاسخ‌گو، ۶۳ درصد مجرد و ۳۶ درصد، متأهل بوده‌اند؛ همچنین ۸۱ درصد از پاسخ‌گویان، ساکن شهر و ۱۹ درصد، ساکن روستا بوده‌اند. ۴۱ درصد از افراد نمونه، بین سن ۱۸ - ۲۵ قرار گرفته‌اند و میانگین سنی پاسخ‌گویان ۲۸ سال بوده است. ۵۴ درصد پاسخ‌گویان، دارای مدرک لیسانس و ۴۶ درصد، دانشجو بوده‌اند. نتایج آمارهای توصیفی بیان می‌کند که میانگین متغیر وابسته، ۶۷ درصد می‌باشد و این نشان می‌دهد که نوحه‌ها به سمت پاپ شدن رفته‌اند. از بین متغیرهای مستقل، ریتم موسیقی با ۶۳ درصد و شبکه‌های اجتماعی با ۶۰ درصد، بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده‌اند. از بین ابعاد نوحه پاپ، بیشترین میانگین مربوط عبارات سخیف با ۸۸ درصد می‌باشد و کمترین میانگین مربوط به بعد آموزه‌های دینی با ۳۷ درصد می‌باشد و این نشان دهنده آن است که نوحه‌ها از آموزه‌های دینی، فاصله زیادی گرفته‌اند.

بررسی فرضیات

برای آزمون فرضیات از رگرسیون چند متغیره توأم استفاده شده است که نتایج در قالب جداول شماره ۱ و ۲ آورده شده است.

جدول شماره ۱. خلاصه مدل رگرسیونی تحقیق

ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد	دوربین واتسون
.۵۰۴	.۴۹۴	.۳۴۴۸۱	۱.۳۱۷

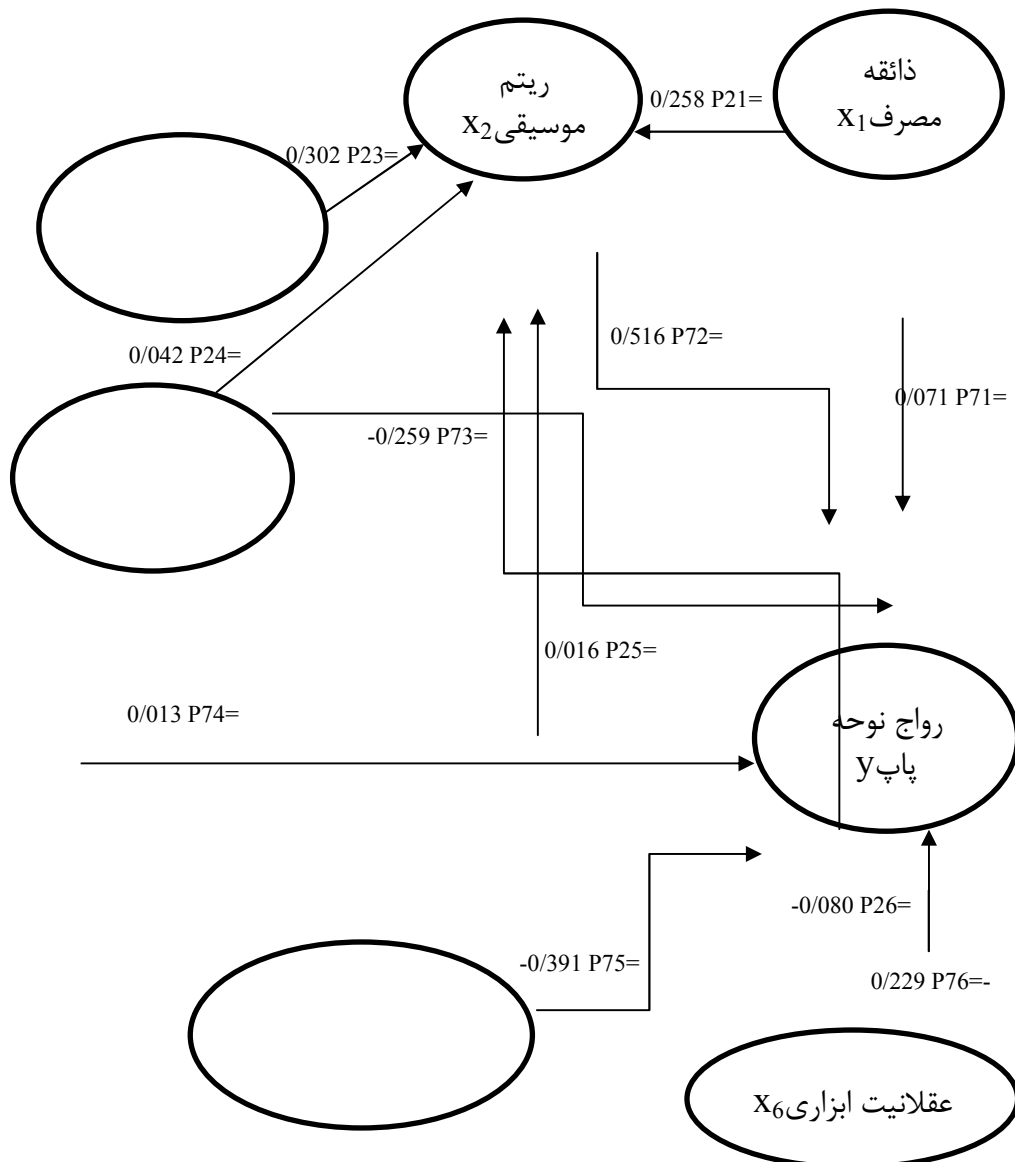
جدول شماره ۲. ضرایب رگرسیون

متغیرها	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	آماره t	سطح معناداری
	خطای استاندارد	آماره B			
مقدار ثابت	.۱۸۵	۳.۷۵۴		۲۰.۲۹۱	.۰۰۰
شرکت	.۰۳۶	-.۳۲۵		-۹.۰۰۱	.۰۰۰
ریتم	.۰۴۰	.۴۲۸		۱۰.۷۲۵	.۰۰۰
شبکه	.۰۳۳	-.۲۲۵		-۶.۷۸۹	.۰۰۰
عقلانیت	.۰۴۴	-.۲۳۰		-۵.۱۹۹	.۰۰۰
ذائقه	.۰۴۷	.۰۷۳		۱.۵۶۹	.۱۱۸
پایگاه	.۰۳۱	.۰۲۳		.۷۵۲	.۴۵۳

نتایج جدول شماره ۱، نشان می‌دهد؛ متغیرهای مستقل تحقیق حاضر، توانسته‌اند ۵۳ درصد از تغییرات متغیر وابسته (گرایش به نوحه پاپ) را تبیین کنند. نتایج جدول شماره ۲، نشان می‌دهد که از بین ۶ متغیر مستقل، دو متغیر: ذائقه مصرفی و پایگاه اجتماعی، از نظر آماری معنادار نشده‌اند و این دو متغیر بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر نمی‌باشند. با توجه به مقدار بتا، متغیرهای؛ ریتم موسیقی با ۰/۵۱۶، شرکت در مراسم با ۰/۳۹۱، شبکه‌های اجتماعی با ۰/۲۵۹ و عقلانیت ابزاری با ۰/۲۲۹ به ترتیب بیشترین تأثیر را بر گرایش افراد به نوحه‌های پاپ داشته‌اند.

جدول تحلیل مسیر متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق؛ نتایج مربوط به تحلیل مسیر متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق در قالب نمودار شماره ۳ آورده شده است.

نمودار شماره ۳. نمودار تحلیل مسیر متغیرهای مستقل و وابسته



نتیجه‌گیری

بررسی‌های جدید و برجسته در موسیقی مردم‌پسند، منعکس‌کننده اهمیت کنونی موسیقی پاپ به‌عنوان پدیده‌ای فرهنگی در سطح جهان است که در کنار خود، صنعتی چند میلیارد دلاری را داراست و نیز فرهنگ مردمی نسل جوان را به سبک‌ها و شیوه‌های بسیار گوناگون تحت تأثیر قرار داده است. در موسیقی مردم‌پسند، تقابل بین هنر و تجارت در استفاده گسترده از واژه پاپ و راک خود را نشان می‌دهد؛ چیزی که روی شوکر از آن به‌عنوان فرآورده موسیقی برای مصرف توده در بازار یاد می‌کند. در سه دهه اخیر، یعنی از سال‌های هفتاد به بعد - سبک‌های جدیدی از نوحه‌خوانی شکل گرفته که سبب کم‌رنگ شدن عزاداری‌های سنتی شده است. در واقع، شاهد بروز و ظهور مداحی به شکل کاملاً تخصصی و حرفه‌ای هستیم که توانایی بالایی در جذب مخاطبین مجالس مذهبی داشته‌اند؛ موسیقی جذابی را در نوحه‌ها به کار می‌برند که بیشتر مردم‌پسند و ترانه‌های دلخواه مردم می‌باشند. این مداحی‌های جدید، به سبک مدرن و آغشته به موسیقی پاپ هستند؛ چراکه می‌خواهند مراسم دینی را در قالب کالاهای فرهنگی عرضه دارند و رضایت مخاطب را جلب کنند؛ همان‌طور که آدورنو واضح اصطلاح «صنایع فرهنگ» - معتقد است که: صنایع فرهنگی مشغول رقابت با یکدیگر هستند و کالاهای فرهنگی در یک شکل و رنگ باقی نمی‌مانند. بنابراین، می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که در حال حاضر، مداحی‌های سبک مدرن تبدیل به کالاهایی شده‌اند که شکل کارخانه‌ای پیدا کرده‌اند؛ یعنی تولید آن‌ها، وابسته به مصرف آن‌ها می‌باشد. در واقع، این دسته از مداحی‌ها، مطابق با ذائقه مخاطبین خود ارائه می‌شوند و در این میان، دین نادیده گرفته شده است که یک زنگ خطر برای دین و جامعه دینی تلقی می‌شود. محققین در پژوهش حاضر با توجه به عوامل مؤثر به گرایش به نوحه پاپ بر روی دیدگاه‌های هیئات عزاداری در شهر خرم‌آباد متمرکز شده‌اند تا دلایل گرایش نوحه‌ها به سمت پاپ‌شدن را مورد تجزیه و تحلیل علمی قرار دهد. بر این اساس، از پنج متغیر: عقلانیت ابزاری، شبکه‌های اجتماعی، پایگاه اجتماعی، ذائقه مصرف، ریتم موسیقی و شرکت در مراسم هیئات، به‌عنوان متغیرهای مستقل و تأثیرگذار بر گرایش به نوحه پاپ استفاده گردید. همچنین از ده بعد: داشتن ریتم تند، وجود عبارات سخیف، وجود عبارات تحریفی، وجود عبارات موهوم، وجود عبارات

احساسی - عاطفی، وجود واژه‌های سلطنتی، وجود عشق مجازی، عدم وجود آموزه‌های معرفتی، فقدان آموزه‌های اخلاقی و فقدان آموزه‌های دینی به عنوان معرف‌های نوحه پاپ استفاده شده بود. میانگین این ابعاد، نشان‌دهنده آن است که نوحه‌هایی که در آنها بیشتر از عبارات سخیف، موهوم و غیرقابل فهم، عبارات تحریفی و واژه‌های سلطنتی استفاده شده است، رغبت بیشتری را در میان جوانان ایجاد کرده‌اند. این وضعیت، نشانگر گرایش نوحه‌ها به سمت موسیقی مردم‌پسند بوده است و در واقع حاکی از آن است که در حال حاضر در جامعه هدف، نوحه‌ها چیزی را ارائه می‌دهند که طالب داشته باشد و آموزه‌های دینی کمتر مد نظر قرار گیرد. در تحقیق حاضر، به منظور سنجش گرایش به نوحه پاپ فرضیات شش‌گانه زیر مطرح شده بودند؛

- ۱- به نظر می‌رسد استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.
- ۲- به نظر می‌رسد پایگاه اجتماعی بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.
- ۳- به نظر می‌رسد عقلانیت ابزاری بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.
- ۴- به نظر می‌رسد ذائقه مصرفی موسیقی (سنتی یا مدرن) بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.

- ۵- به نظر می‌رسد میزان علاقه به نوع ریتم بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.
 - ۶- به نظر می‌رسد شرکت در مراسم هیئت بر گرایش به نوحه پاپ مؤثر می‌باشد.
- آزمون فرضیات تحقیق نشان دادند، تنها فرضیات: پایگاه اجتماعی (فرضیه دوم) و ذائقه مصرفی موسیقی (فرضیه چهارم) مورد تأیید قرار نگرفتند و بقیه فرضیات تأیید شدند. با توجه به عدم تأیید فرضیه دوم تحقیق درباره تأثیر پایگاه بر گرایش به نوحه پاپ - که مستخرج از نظریات وبر و مارکس بود - می‌توان اذعان کرد: گروه‌های گوناگون، دیدگاه‌های مذهبی کم‌وبیش متفاوتی دارند؛ زیرا مسائل متفاوتی را تجربه می‌کنند که ناشی از تفاوت میان چشم‌داشت‌ها و واقعیات تجربی‌اند. در نتیجه، به عقیده وبر، جامعه‌شناسی دین در واقع بررسی روابط میان اقشار مذهبی و گروه‌های اجتماعی متفاوتی است که حاملان این افکارند. نتایج این پژوهش، نشانگر این است که افراد در قشرهای مختلف به سمت نوحه‌های پاپ گرایش دارند اما این گرایش، بیشتر به سمت طبقه پایین کشیده شده است و شاید دلیل این امر هم این است که طبقه محروم جامعه از مسائل و

مشکلات زیادی رنج می‌برند و برای تخلیه احساسات خود به سمت نوحه‌ها با مضامین پاپ پناه برده‌اند تا بتوانند بخشی از مشکلات خود را این‌گونه حل کنند. همچنین با توجه به عدم تأیید فرضیه تأثیر ذائقه مصرفی موسیقی بر گرایش به نوحه پاپ، باید اذعان کرد که فرضیه فوق از نظرات بوردیو و اینگلهارت استخراج شده بود. بوردیو، معتقد است که ذائقه‌ها و ترجیحات زیباشناختی متفاوت، سبک‌های زندگی متفاوت را ایجاد می‌کنند. اینگلهارت، نیز نظریه دگرگونی ارزشی را مطرح می‌کند؛ به این صورت که گرایش نسبت به ارزش‌های فرامادی تقویت گردیده و نسل جدید به ارزش‌های فرامادی اولویت بیشتری می‌دهند. با توجه به این دیدگاه‌ها، می‌توان گفت که: سلیقه و ذائقه افراد نسبت به دهه‌های گذشته تغییر یافته است اما یافته‌های این پژوهش نشانگر این بوده‌اند که افراد با سلاقی و ذائقه‌های متفاوت به سمت نوحه‌های پاپ گرایش یافته‌اند؛ یعنی افرادی که با هروله کردن موافق نباشند یا با موسیقی پاپ نیز انس نداشته باشند اما به نوحه‌هایی با ریتم تند و ضربی و شور علاقه داشته باشند - این امر از منظر جامعه‌شناختی - نشانگر عمومیت یافتن نوحه پاپ در میان عزاداران می‌باشد که در صورت عدم کنترل، می‌تواند در آینده نوحه سنتی را به سوی زوال ببرد.

در بین متغیرهای جامعه‌شناختی مورد استفاده در این پژوهش، به ترتیب متغیرهای: ریتم موسیقی و شبکه‌های اجتماعی با حداقل ۱/۲۰ و ۱/۲۹ و حداکثر ۴/۸۰ و ۴/۷۱ و میانگین ۰/۶۳ و ۰/۶۰ درصد، بیشترین تأثیر را بر گرایش افراد به نوحه‌های پاپ دارا بوده‌اند. همچنین میانگین متغیر سن که ۲۸ سال می‌باشد، نشانگر این است که دامنه سنی افراد نمونه مورد مطالعه، جوان می‌باشد. با توجه به این موضوع که جوانان هر جامعه‌ای، بازوان نیرومند آن جامعه محسوب می‌شوند و پیشرفت هر جامعه‌ای منوط به قشر جوان است و نیز از آن‌جا که بیشترین افراد مشارکت‌کننده در مراسم عزاداری را جوانان تشکیل می‌دهند، گرایش آن‌ها به نوحه‌های پاپ و نیز کم‌رنگ شدن نوحه‌های سنتی و استفاده بیشتر از نوحه‌های آغشته به موسیقی پاپ، می‌تواند زنگ خطر برای جامعه تلقی گردد که در صورت تشدید در آینده، از یک سو تعلق دینی و دینداری مردم دچار انحرافات اساسی خواهد شد و از سوی دیگر، منجر به خالی شدن عرصه عزاداری محرم از واعظین روحانی و دین‌پژوه خواهد شد و در نهایت، دین به امر روزمره‌ای تبدیل می‌شود که حداقل در بعد اعتقادات،

جنبه فردی به خود خواهد گرفت. با توجه به نتایج تحقیق، می‌توان اذعان داشت: که امروز منبر، به‌عنوان قوی‌ترین رسانه شیعه، تضعیف شده است؛ چراکه دیگر مانند گذشته با حضور علما و مراجع بزرگ انجام نمی‌شود و به‌صورتی مستقل عمل می‌کنند و این هم به دلیل تعدد و گستردگی مجالس است که باعث کاهش نظارت روحانیون و علمای برجسته شده است. تحت تأثیر شرایط اجتماعی - سیاسی، یک‌سری تغییر و تحولات در مجالس و هیئات عزاداری رخ داده است. در شهر خرم‌آباد که همواره مجالس عزاداری امام حسین علیه السلام با حضور روحانیون و علما برقرار بوده است، در چند سال اخیر شاهد رشد و گسترش این مجالس و هیئات عزاداری هستیم و مشاهده می‌شود که روزبه‌روز مشارکت‌کنندگان این مجالس نیز بیشتر می‌شوند. بدیهی است که ادامه چنین روندی به هیچ وجه مطلوب نیست و می‌تواند پیامدهای جبران‌ناپذیری را در آینده به همراه داشته باشد. به‌منظور جلوگیری از این وضعیت، پیشنهادات زیر ارائه شده که در صورت کاربست، می‌توانند عرصه نوحه عزاداری را از وضعیت موجود نجات دهند:

روحانیون باسواد در مجالس عزاداری حضور بیشتری یابند و تذکرات لازم را به مداحان نوحه‌های پاپ بدهند. با توجه به نظریه‌های یینگر، اینگلهارت و دیگران، لازم است گفته شود؛ جریان تغییر ارزش‌ها در صورتی که از سوی افراد صاحب‌نظر، مورد مذاقه قرار گیرد، جامعه با آسیب‌های کمتری مواجه خواهد شد. در این زمینه لازم است آسیب‌های اشاعه نوحه پاپ به نسل جدید یادآوری شود.

یکی از ابزارهای اثرگذاری بر نسل جوان، اثرگذاری از طریق تلویزیون و رسانه‌های جمعی است. با توجه به این‌که تلویزیون، یک رسانه ملی است، ضروری است تا نسبت به پخش نوحه‌های سنتی اهتمام بیشتری بورزد و از اشاعه نوحه‌های پاپ در سطح جامعه جلوگیری کند. علاوه بر آن، لازم است متولیان نوحه سنتی، حضور بیشتری در رسانه‌ها و به‌ویژه فضای مجازی داشته باشند و در این عرصه نیز نسبت به تبلیغ نوحه‌های سنتی اقدام نمایند.

دانشجویان، قشر کثیری از اعضای جامعه هستند و همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد بیشتر عزاداران هیئت‌ها در شهر خرم‌آباد از قشر جوان و دانشجو بوده‌اند. به‌منظور

اثرگذاری ماندگار بر روی این قشر، لازم است با انجام کارهای فرهنگی آنان را به‌سوی نوحه‌های سنتی سوق داد. از مواردی که می‌تواند در این زمینه تاثیرگذار باشد، تقویت هیئات عزاداری دانشجویی از طریق تشکیل هیئات سنتی در درون دانشگاه‌ها و ترویج نوحه‌های سنتی است.

منابع

۱. احمدزاده کرمانی، روح‌الله (۱۳۹۰)، بازاندیشی در فرهنگ و رسانه، تهران: نشر چاپار.
۲. الحیدری، ابراهیم (۱۴۲۳)، تراجیدیا کربلا، بیروت: دارالکتاب الاسلامی.
۳. آرون، ریمون (۱۳۸۷)، مراحل اساسی سیراندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه: باقر پرهام، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۴. بهار، مه‌ری (۱۳۹۰)، مصرف و فرهنگ، تهران: انتشارات سمت.
۵. بهار، مه‌ری و نسیم کاهیرده (۱۳۸۸)، «تحول نقش واعظ و مداح در اجرای مناسک عاشورا (مطالعه موردی دزفول)»، نشریه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۱۶.
۶. باکاک، رابرت (۱۳۸۱)، مصرف، ترجمه: خسرو صبری، تهران: انتشارات شیرازه.
۷. دلیلی، تیم (۱۳۸۷)، نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی، ترجمه: بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی، تهران: نشر نی.
۸. رحمانی، جابر و ابراهیم فیاض (۱۳۸۵)، «گفتمان کربلا و مناسک عزاداری در دین‌ورزی اقشار فرودست شهری»، نشریه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ش ۸.
۹. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۷۲)، سنجش گرایش روستائیان به جهاد سازندگی، تهران: مرکز تحقیقات و بررسی مسایل روستایی، چاپ اول.
۱۰. جورج، ریتزر (۱۳۹۲)، نظریه جامعه‌شناختی: مارکس، دورکیم، وبر و زیمل، ترجمه: عزیزالله علیزاده، تهران: نشر فردوس.
۱۱. سورین، ورنر جوزف و جیمز تانکارد (۱۳۸۴)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه: علیرضا دهقان، تهران: دانشگاه تهران.
۱۲. شوکر، روی (۱۳۸۴)، شناخت موسیقی مردم‌پسند، ترجمه: محسن الهامیان، تهران: مؤسسه فرهنگی هنری ماهور.
۱۳. طالب‌پور، اکبر (۱۳۹۳)، «تقدس‌زدایی نرم از عزاداری با نوحه پاپ»، نشریه معرفت فرهنگی اجتماعی، سال ششم، ش ۱.

۱۴. کوثری، مسعود (۱۳۸۷)، درآمدی بر موسیقی مردم‌پسند، تهران: انتشارات طرح آینده.
۱۵. همیلتون، ملکوم (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی دین، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: انتشارات تبیان.
16. Bourdieu, P (1996), "The Rules of Art", Translated By Susan Emanuel, Polity Press
Voas, David & Crockett, Alasdair, (2005), Religion in Britain: Neither nor Belonging, British Sociological Association, Vol 39 (1): 11-28.
17. Robertson. R (1978), "The Problem of the Two Kingdoms: Religion". Individual and Society in the Work of J, Milton Yinger. Journal for the Scientific Study of Religion. 6(3): 606_313
18. Fischer. M (1980), Iran: from Religious Dispute to Revolution, London: Cambridge
19. Yinger. M (1977), "A Comparative study of the Substructure of Religion". Journal For the Scientific Study of Religion. 16(1): 67_ 86.

بنیان‌های نظری بازی‌های رایانه‌ای

محمد رضا انواری *

چکیده

بازی‌های رایانه‌ای، در شمار رسانه‌های نوینی قرار دارند که به سبب ماهیت بینارشته‌ای بودنشان، نمی‌توان آنها را تنها با استفاده از نظریه‌های کهن ارتباطات و رسانه تبیین کرد. این مقاله با گذر از نظریه‌های مرسوم ارتباطات، به دنبال ترسیم چارچوبی برای تحلیل بنیان‌های نظری است که بازی‌های رایانه‌ای، مبتنی بر آنها عمل می‌کنند. بدین منظور، بازی‌های رایانه‌ای را در قالب «پلی» مطمع نظر قرار می‌دهد و با استفاده از رویکردی که بازی‌های رایانه‌ای را به مثابه یک منبع آموزشی و رسانه‌ای برای انتقال فرهنگ در نظر می‌گیرد، مدعی است، در بازی‌های رایانه‌ای، به ویژه در ژانر سیاسی و استراتژیک، با استفاده از «تولید فراواقعیت» - همچنان که بودریار معتقد است - نسخه بدلی از واقعیت تولید می‌شود که جای نسخه واقعی را می‌گیرد و به کمک نمادها و شبیه‌سازی‌هایی که در بازی استفاده می‌شود، جایگزین واقعیت می‌گردد؛ به گونه‌ای که گاهی هیچ نسخه اصلی در عالم واقع وجود ندارد که بتوان بازی را به آن ارجاع داد. مدل «تولید رضایت» هرمان و چامسکی و همچنین دستگاه ایدئولوژیک حاکم بر بازی، به خلق فراواقعیت کمک می‌کند.

کلیدواژه‌ها

بازی‌های رایانه‌ای، فراواقعیت، ایدئولوژی، شبیه‌سازی، تولید رضایت.

مقدمه

بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده درباره مخاطبان، به طیف «کنترل مخاطب» تعلق دارد؛ چراکه کنترل مخاطب، خواسته صنایع رسانه‌ای است و برای آن، آماده صرف هزینه‌اند؛ زیرا همواره این دو سوال که مخاطب کیست و در کجاست؟ برای صاحبان رسانه‌ها مهم بوده است (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۲۴).

استفاده از رسانه‌ها به شیوه‌های متعدد، با زندگی روزمره عجین شده است. ما در حال ورود به قلمرویی هستیم که در آن، رسانه و زندگی روزمره با یکدیگر رابطه نزدیکی دارند. در این قلمرو است که می‌آموزیم چگونه میان امر مجازی و امر واقعی شناور شویم.

درباره استفاده و تأثیرات رسانه دو دیدگاه وجود دارد که یکی با نگاه منفی و دیگری با نگاه مثبت، رسانه را مورد توجه قرار می‌دهد. در نگاه اول، استفاده از رسانه - فی‌نفسه - می‌تواند برای جامعه و نیز برای خود استفاده‌کنندگان، مشکل‌آفرین باشد. استفاده «افراطی» از رسانه، کاری مضر و ناسالم (به‌خصوص برای کودکان) تلقی می‌شود؛ چون می‌تواند به اعتیاد رسانه‌ای، جداسدن از واقعیت، تقلیل روابط اجتماعی و بی‌توجهی به تحصیلات منجر گردد. امروزه، تلویزیون معمول‌ترین رسانه مضمون است. بازی‌های رایانه‌ای نیز متهمان متأخر هستند (همان: ۳۲). سیاست رسانه‌ای، غالباً تحت تأثیر فرضیات هنجاری در باب مخاطبان توده‌وار بوده است. از این‌رو، حجم قابل‌توجهی از تحقیقات غیرتجاری متأثر از این نگاه هستند.

اما در مقابل این دیدگاه، نگرش دیگری نیز مطرح است. این نگرش، معتقد است: استفاده از رسانه، می‌تواند مثبت باشد. رویکرد این نگاه به رسانه، به‌عنوان یک «منبع آموزشی» است که می‌توان مخاطبان را با استفاده از محتوای آموزنده و فرهنگ‌پرور آموزش داد. در این رویکرد، رسانه به یک نهاد جامعه‌پذیری تبدیل می‌گردد (همان). اهمیت بازی‌های رایانه‌ای از آن جهت قابل تأمل است که بازی‌های رایانه‌ای، امروزه خود به یک نهاد جامعه‌پذیری جدید کودکان و نوجوانان تبدیل شده‌اند (کوثری، ۱۳۹۰: ۱۱۳).

از سوی دیگر در جوامع مدرن، الگوهای جامعه‌پذیری روزمره هم پیچیده‌اند و هم در

نتیجه رواج ابزارهای جدید برای گذران وقت، در حال دگرگونی هستند. تماس‌های اجتماعی از طریق رسانه‌های جمعی، می‌توانند تماس‌های واقعی بین افراد را تکمیل کنند و یا جایگزین آنها شوند. در نتیجه، رسانه‌های جمعی می‌توانند توان بالقوه برای تعامل اجتماعی را افزایش و یا کاهش دهند. بنابراین، به سختی می‌توان رابطه‌ای علی بین انزوای اجتماعی و استفاده از رسانه‌ها را اثبات کرد (مک‌کوایل، ۱۳۸۵: ۱۴۷).

بازی‌های رایانه‌ای، یک رسانه جدید محسوب می‌شوند. به دلیل وجود بازنمایی معنادار در این بازی‌ها، می‌توانیم این پدیده را رسانه بنامیم. بازی‌های رایانه‌ای، رسانه‌ای هستند که اطلاعات را در خلال ساختارشان کدگذاری می‌کنند. فهم ماهیت و مکانیسم تعبیه‌شده درون این بازی‌ها مبتنی بر مطالعات بینارشته‌ای است که از سویی در دانش علوم اجتماعی، از طرفی در علوم پایه و مهندسی و از سوی دیگر در فلسفه و نظریه هنر ریشه دارد. همین غنای مفهومی و روش‌شناختی آن است که در کنار تازگی این رشته، پیچیدگی‌ها و ابهام‌های عمیقی را دامن می‌زند (صباغیان و حسینی، ۱۳۹۱: ۷۰).

از آغاز شکل‌گیری بازی‌های رایانه‌ای، القائات سیاسی به‌عنوان جزئی انفکاک‌ناپذیر در این بازی‌ها وجود داشته‌اند؛ اما به دلایلی کمتر به این بُعد از بازی‌ها توجه شده است. در عوض، توجه محققان بیشتر به ابعاد مثبت و منفی روان‌شناختی بازی‌ها معطوف بوده است. در چرایی این قضیه دو نکته حائز اهمیت است:

اول: حیطه روان‌شناسی، از سیاست جداست. همچنین سنت‌های روان‌شناسی معاصر، نگرش فردگرا و عاری از توجه به مسائل فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی را مدنظر قرار می‌دهند؛ محصول طبیعی این نگرش، داشتن دیدی تک‌بعدی و فردگرا در تحلیل مسائل و بریدگی از تحلیل سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است.

دوم: افکار عمومی موجود در غرب، بر مبنای تبلیغات دستگاه تبلیغاتی آن دیار شکل گرفته‌اند و از شاخصه‌های این تبلیغات، تعمیم برتری فن‌آوری غرب به تمامی وجوه زندگی اجتماعی آنهاست. از این رو، انسان‌هایی که در معرض تبلیغات رسانه‌های مزبور هستند، واقعاً غرب را محور جهان معاصر دانسته، خود را نیز برتر از سایر انسان‌های جهان می‌بینند. در نتیجه، وقتی در جریان بازی‌های رایانه‌ای، محققان غربی شاهد توصیف برتری کشورهای غربی (خاصه آمریکا) از سویی و ترسیم ضعف، سستی و عقب‌ماندگی فکری و

فرهنگی دیگر کشورهای جهان از سوی دیگر می‌شوند، به دلیل پیشینه فکری و فرهنگی‌شان، حساسیت چندانی نسبت به این مسأله نشان نمی‌دهند (منطقی، ۱۳۸۰: ۱۸۴-۱۸۳). اما از پژوهشگران جهان سوم که در این رابطه خود را مغبون می‌بینند، انتظار می‌رود که با عبور از ابعاد فردی و روان‌شناختی، ابعاد دیگر پنهان در این بازی‌ها را مورد بررسی قرار دهند.

صنعت ساخت بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای، در حال حاضر به گسترده‌ترین و سودآورترین حرفه‌ها در صنعت سرگرمی کودکان تبدیل شده است. در سال ۱۹۹۸ درآمد شرکت‌هایی که به تولید، طراحی و فروش بازی‌ها، سایت‌های بازی اینترنتی و نظایر آن در سراسر جهان اشتغال داشته‌اند، بالغ بر ۱۸۰ میلیارد دلار بوده است. در سال ۱۹۹۸ در آمریکا، سهم سرگرمی‌های دیجیتالی در بازار کودکان، بیش از درآمد ناخالص فیلم‌های هالیوود و ده برابر بیش از هزینه تولید فیلم‌های تلویزیونی کودکان بوده است (فی‌لیتزن و بوکت، ۱۳۸۴: ۱۳).

بازی‌های رایانه‌ای هر روز در حال گسترش هستند. پول (۲۰۰۷)، از صنعت رو به رشد بازی‌های رایانه‌ای سخن می‌گوید که هالیوود را پشت سر گذاشته است. به گفته ماچین و ون‌لیوون، بازی‌های رایانه‌ای به یکی از اشکال مهم تولیدات رسانه‌های جهانی تبدیل شده‌اند که گفتمان‌هایی نظیر جنگ و خشونت را ترویج می‌کنند (کوثری، ۱۳۸۸: ب: ۲).

رشد و گسترش صنعت بازی‌ها به منزله یک صنعت سرگرمی - آموزشی نیز بر اهمیت بازی‌ها افزوده است. ویژگی‌های چندگانه بازی‌ها مانند: تعاملی بودن، داستانی بودن، بیرونی‌سازی خود، خطرپذیری بی‌خطر که به گفته کالیا، به غرقه شدن بازیکن در فضا یا دنیای بازی منجر می‌شود، از جمله عواملی است که بر اهمیت بازی‌ها افزوده است (کوثری، ۱۳۹۰: ب: ۱۱۳).

گزارش نیوزو^۱ در سال ۲۰۱۶ نشان می‌دهد، ۵ کشور پُر درآمد جهان در این عرصه: چین، آمریکا، ژاپن، کره جنوبی و آلمان می‌باشند که چین با درآمد ۲۴/۴ میلیارد دلار از این بازی‌ها در صدر فهرست قرار گرفته است. (<http://www.iribnews.ir/fa/news/1238677>).

COUNTRY	2016 GAME REVENUES	MOBIL	DIGITALPC/Console	BOXED PC/Console
China	\$24.4Bn	41%	56%	3%
USA	\$23.6Bn	29%	49%	22%
Japan	\$12.4Bn	52%	28%	20%
South Korea	\$4.0Bn	48%	47%	5%
Germany	\$4.0Bn	23%	51%	26%
Global	\$99.6Bn	37%	47%	16%

اما در ایران، دقیق‌ترین پیمایش که واحد پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در سال ۱۳۹۴ انجام داده، تحت عنوان «نمای باز ۹۴» منتشر شده است. اطلاعات آماری این پژوهش از ۱۵ هزار نفر در سراسر کشور جمع‌آوری شده و نشان می‌دهد ۲۳ میلیون نفر از جمعیت ایران، مشغول انجام بازی‌های رایانه‌ای هستند. بر طبق همین گزارش، ایرانی‌ها، ۴۶۰ میلیارد تومان در سال، برای بازی‌های ویدئویی هزینه می‌کنند (<http://www.ircg.ir/fa/news/3806> قابل دسترسی در ۲۰/۵/۹۵). این آمار، نشان از کاربرد و اهمیت زیاد بازی‌های رایانه‌ای در ایران دارد.

آنچه باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد این است که امروزه بازی‌های رایانه‌ای تنها یکی ابزاری برای سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت نیست. این بدان علت است که در دنیای رسانه‌های نوین، مرز میان اطلاعات، سرگرمی، تصویر و سیاست فرو می‌ریزد و در پی این ریزش است که اخبار، مستندها، بازی‌های رایانه‌ای و... دارای ابعاد سیاسی، تبلیغی، سرگرمی، فرهنگی، آموزشی و... می‌شوند و فهم انسان از جهان اطراف را جهت‌دهی می‌کنند.

از میان ژانرهای مختلف در بازی‌های رایانه‌ای، دو ژانر مهم که بازی‌های رایانه‌ای زیادی را به خود اختصاص داده است، ژانرهای فرهنگی و سیاسی است. در ژانر فرهنگی، به‌طور عمده، محور اصلی بازی‌ها بر ترویج سبک زندگی غربی متمرکز است که به‌عنوان نمونه می‌توان به بازی «سیمز» و «GTA» اشاره کرد. در ژانر سیاسی، شرکت‌های مهم

سازنده بازی‌های رایانه‌ای مانند شرکت «کوماوار»^۱ و «یوبی سافت»^۲ وابسته به نهادهای آمریکایی هستند که برای رسیدن به اهداف مورد نظر سیاستمداران آمریکا - به‌ویژه در دو دهه اخیر - بازی‌های متعددی را طراحی کرده‌اند. اما این تمام ماجرا نیست و اتفاق دیگری در بازی‌های رایانه‌ای در حال وقوع است که در انتهای این مقاله، به آن پرداخته خواهد شد.

به سبب پیچیدگی و درهم آمیختگی موجود در بازی‌های رایانه‌ای، تحلیل نظری این پدیده، نیازمند گذر از نظریه‌های کهن ارتباطات و رسانه و خلق ادبیات تحقیقی نوینی است که بتواند وجوه دلالت‌گر چنین پدیده در حال گسترشی را تبیین کند. از این رو، مقاله پیش‌رو مبتنی بر رویکرد دوم به رسانه و با توجه به کارکرد جامعه‌پذیری بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان یک منبع آموزشی و انتقال فرهنگی، به دنبال پاسخ این پرسش است که بازی‌های رایانه‌ای در ژانر سیاسی و استراتژیک، مبتنی بر چه بنیان‌های نظری شکل گرفته‌اند؟

پیشینه

به دو دسته از تحقیقات درباره بازی‌های رایانه‌ای می‌توان اشاره کرد:

الف) مقالات با رویکرد روان‌شناختی: این دسته از مقالات به تأثیرات، آسیب‌ها و جنبه‌های مثبت و منفی این بازی‌ها بر روی کاربران پرداخته‌اند. مانند: «تأثیر بازی‌های رایانه‌ای بر شخصیت کودکان»، «آسیب‌شناسی بازی‌های رایانه‌ای»، «بررسی رابطه بازی‌های رایانه‌ای و مهارت‌های اجتماعی نوجوانان» و «اثر بازی‌های رایانه‌ای بر فعالیت‌های ذهنی و شاخص‌های ایمنی شناختی کودکان». در این دسته از مقالات، نویسندگان بیشتر به آسیب‌شناسی بازی‌ها بر افراد پرداخته‌اند.

ب) مقالات با رویکرد جامعه‌شناختی: در این دسته از مقالات، ابعاد فرهنگی، اجتماعی، سیاسی بازی‌ها مورد بررسی قرار گرفته است و در برخی موارد، یک یا دو بازی نیز مورد تحلیل نشانه‌شناسی قرار گرفته است و عناصر موجود در متن بازی‌ها تحلیل شده است.

1. Kuma war

2. UBI SAFT

مانند: مقاله جلال‌زاده و دوران (۱۳۸۸) که بازی «عملیات ویژه ۸۵» را تحلیل نشانه‌شناسی کرده‌اند. دهقان و محسنی (۱۳۸۹) در مقاله خود، تلاش دارند از حوزه مطالعاتی بازی‌های رایانه‌ای به جای تأکید بر یک رشته خاص استفاده کنند و به این پرسش پاسخ می‌دهند که چرا نیازمند عبور از مرزبندی رشته‌های دانشگاهی هستیم و مرز روش‌شناسی و نظری مطالعه بازی‌های رایانه‌ای کجاست؟ صباغیان و حسینی (۱۳۹۱) نیز در مقاله خود، بازی‌های رایانه‌ای را در مقام متن هنری مورد بررسی قرار داده‌اند و مسأله «عاملیت مخاطب» را در بازی‌های رایانه‌ای مورد تأکید قرار داده و راهبردهای نظری در این خصوص ارائه داده‌اند. کوثری (۱۳۸۸ب) در مقاله خود، با طرح ویژگی تعاملی بودن در بازی‌های رایانه‌ای به این پرسش پاسخ می‌دهد که چگونه می‌توان تعریف عملیاتی از ابعاد سه‌گانه تعاملی بودن در بازی‌های رایانه‌ای ارائه داد و سپس تعاملی بودن را در بازی رایانه‌ای «فراخوانی به خدمت» مورد بررسی قرار می‌دهد.

آنچه در میان مقالات چاپ شده به آن پرداخته نشده است، بنیان‌های نظری است که بازی‌های رایانه‌ای مبتنی بر آن‌هاست. به نظر می‌رسد همچنان که صباغیان و حسینی در مقاله خود مطرح کرده‌اند، رسانه بازی‌های رایانه‌ای به دلیل ماهیت بینارشته‌ای بودن آن، نیاز به تعمق بیشتری دارد و برای فهم آن، نظریه‌های ارتباطات به‌تنهایی راهگشا نیست. همچنین ویژگی تعاملی بودن بازی‌ها، نیاز به تفکر بیشتر دارد که اصولاً تعامل در بازی‌های رایانه‌ای چه جایگاهی دارد؟ این مقاله سعی دارد این خلأ نظری را پوشش دهد.

۱- محوریت پلی در تبیین بازی‌های رایانه‌ای

فناوری‌های جدید در ارتباطات جمعی، تغییرات زیادی ایجاد کرده‌اند و برای این که نظریه‌های ارتباطی با این تغییرات همگام شوند، باید تحول یابند یا مورد تجدید نظر قرار گیرند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۱).

مفاهیمی مانند: «تعامل»، «بینامتنیت» و «امر مجازی» که محققین رسانه‌ها برای فهم تأثیرات و کیفیت رسانه‌های نوین، ابداع می‌کنند، از حوزه مطالعه سنتی رسانه‌ها مشتق شده‌اند و لذا شایستگی لازم برای درک رسانه‌های نوین را ندارند. از این منظر، رسانه‌های نوین، الزام مفاهیمی را متذکر می‌شوند که بتوانند گسست ساختاری آنها از رسانه‌های سنتی

را نشان بدهد. رشته مطالعات فرهنگی در چنین اقدامی پیش قدم است و با وارد کردن مفاهیمی چون: «لذت» و «بازی»، عملاً گسست و انقلابی را که برای درک پدیده‌های نوین ضروری است، موجب شده است (دهقان و محسنی، ۱۳۸۹: ۵۳).

برای شناخت و تبیین ماهیت رسانه‌های نوین به‌طور عام و بازی‌های رایانه‌ای به‌طور خاص، همان‌طور که کا کلیچ و فلاو (۲۰۰۵) در مقاله «بازی و بازی‌پذیری به‌عنوان مفاهیم اساسی در مطالعات رسانه‌های نوین» معتقد هستند، باید مطالعه رسانه‌های نوین را حول مفهوم «پلی»^۱ سازماندهی کرد. آنها معتقدند: برای درک تغییرات رسانه‌ها به جای «مطالعه تأثیر رسانه‌ها بر مردم»، بر این امر متمرکز شویم که روابط انسانی بر شکل و محتوای رسانه‌ها اثر می‌گذارد. مفهوم «پلی» قادر است نظریه رسانه‌ها و به‌طور گسترده‌تر، نظریه ارتباطات را دچار انقلاب نماید. باتسون (۱۹۸۳) نیز در مقاله «نظریه‌ای از پلی و امر موهوم»^۲ از زاویه دیگری به اهمیت این مفهوم پرداخته است. وی استدلال می‌کند، پلی، پدیده‌ای است که تلاش می‌کند تا کنش‌هایش را در قیاس با- و منفک از- کنش‌های «غیر پلی» بازتعریف نماید (همان: ۳۱۵). بنابراین ممکن است نظریه پلی، مرحله مهمی از تکامل نظریات ارتباطات باشد؛ در اینجا تأکید بر افتراقی است که در کنش‌های بین انسان و رسانه رخ می‌دهد. جهان رسانه‌های بازی‌پذیر در حال تمایز بیشتر از حوزه عمومی رسانه است. در این شرایط، خود موضوع پلی، به‌عنوان پدیده متمایزکننده، باید مبنای نظریه‌پردازی قرار گیرد.

مفاهیم بازی و بازی‌پذیری، تنها به ساختار فنی رسانه‌ها راجع نیست. در نظر داشتن مفهومی از پلی که بتواند در سطح محتوا و نظریه‌های مرتبط با انتقال پیام و معانی متبادر از پیام‌های رسانه‌ای کاربرد داشته باشد، ژرفای این مفهوم را نشان می‌دهد. از این‌رو، استعاره پلی در گفتمان پست‌مدرنیسم شیوع یافته است. دریدا (۱۹۷۸)، در «بازی دلالت»^۳ اشاره می‌کند که اکنون معنا چنان گسترده است- و این اشاره است به بازی گسترده با معنا- که مدلول در پس دال نهان شده است. در این خوانش، بازی وابسته به ابهام بین معنا و غیبت

1. Play

2. A Theory of Play and Fantasy

3. Play of Signification

معنا است. به عبارت دیگر، اگر یک نشانه می‌تواند هر معنایی را داشته باشد، تنها امر قابل ادراک، بازی صورت گرفته در دلالت است نه چیز دیگری (اکگرن، ۱۹۹۹). بر مبنای فلسفه دریدا، ایجاد نظریه‌ای از ارتباطات مبنی بر الگویی از پلی که بتواند رسانه‌های نوین را بر مبنای دلالت نامحدود دریدایی توضیح دهد، ضروری است. هنگامی که ارتباطات به‌عنوان پلی (و در مفهوم دریدایی آن) مورد ملاحظه قرار گیرد، واژه‌هایی مانند «فرستنده» و «گیرنده»، «پیام» و «بازخورد» معانی جاری خود را از دست خواهند داد (دهقان و محسنی، ۱۳۸۹: ۵۵).

لائوترن (۲۰۰۶) با تأکید بر «لذت حاصل از متن بازی‌پذیر» معتقد است، جست‌وجوی اموری مانند اینکه: بازیکنان چگونه بازی را به کار می‌گیرند، چه نوع از لذاتی را در بازی تجربه می‌کنند و از چه نمودهایی لذت می‌برند، مربوط به زیبایی‌شناسی بازی‌ها می‌شود که در کنار تحلیل ساختار بازی، می‌تواند شمایی کامل از جهان بازی ارائه نماید. نمودهای متفاوت لذت مانند روان‌شناسانه، اجتماعی و فیزیکی در برساختن نظریه زیبایی‌شناسانه، باید به‌صورت منفک از یکدیگر در نظر گرفته شوند.

علاوه بر تصمیم‌گیری‌هایی که در زمان طراحی باید بدان‌ها توجه شود، طراحان برای تضمین جذابیت بازی‌ها و تکرار انجام‌دادن بازی، برخی از قوانین کلی را دنبال می‌کنند. سازندگان بازی، برای کاهش بی‌توجهی بازیکنان به بازی، این قواعد را به دقت دنبال می‌کنند:

- ۱- باید پاداش‌هایی برای بازیکن در نظر گرفته شود. این پاداش‌ها نیز باید به بازیکنان خوب تعلق بگیرد. بازیکنان بد باید مجازات شوند، ولی باید توجه داشت که این مجازات‌ها، نباید برای حوادثی باشد که خارج از کنترل بازیکن رخ می‌دهند.
- ۲- یادگیری بازی باید نسبتاً آسان باشد؛ البته برخی از بازی‌ها واقعاً پیچیده هستند، ولی این پیچیدگی در ابتدا برای بازیکن آشکار نمی‌شود. در عوض در جریان بازی، گام‌به‌گام و به تدریج آشکار می‌شود.
- ۳- بازی باید قابل پیش‌بینی باشد. بازی باید از قواعدی منطقی پیروی کند، به گونه‌ای که بازیکن بتواند نتیجه حرکات خود را پیش‌بینی کند.
- ۴- بازی باید انسجام داشته باشد. نتیجه حرکتی خاص همواره باید یکسان باشد.

۵- بازی باید سطحی از صمیمیت را شامل شود. به عبارتی دیگر، طراحان باید آنچه را بازیکن به بازی می‌افزاید و به کار می‌گیرد، در نظر بگیرند.

۶- بازی باید چالش‌برانگیز باشد. اگر بازی بیش از اندازه آسان باشد، بازیکن خیلی زود علاقه خود را از دست می‌دهد. در عوض، طراحان باید در سطوح مختلف و همچنان که بازیکن پیش می‌رود، چالش‌های بزرگ‌تری را پیش روی وی قرار دهند تا جذابیت بازی همچنان حفظ شود (پاتر، ۱۳۹۱: ۴۲۴).

۲- تولید رضایت

دنیای بازی‌های رایانه‌ای، دنیای شگفتی است. در این دنیا، انسان در عین پیروبودن، شکست خورده و در عین آزادبودن در جبر قرار دارد (منطقی، ۱۳۸۰: ۲۴).

پیام‌های درون این بازی‌ها، همگی آشکار و واضح نیست، بلکه بعضاً به صورت غیرمستقیم در ناخودآگاه فرد تأثیر می‌گذارد؛ زیرا به لحاظ نشانه‌شناسی، پیام‌هایی که به صورت مستقیم توهین به شخص یا ملت تلقی شوند، تأثیر معکوسی بر مخاطب می‌گذارد (کوثری، ۱۳۸۷: ۳۲).

هرمان و چامسکی در آثار مختلف خود در مدلی که به مدل «تولید رضایت»^۱ مشهور شده است، به این مسأله اشاره کرده‌اند که در کشورهای غربی چون آمریکا، یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه‌های جمعی، تولید رضایت (رضایت‌سازی) برای سیاست خارجی آمریکاست (Klaehn, 2002). بنابر گفته این دو محقق، رسانه‌های جمعی در آمریکا به گونه‌ای عمل می‌کنند که رضایت و حمایت مردم را نسبت به عملکرد سیاست خارجی سیاستمداران آمریکا جلب کنند. در این رویکرد، به جای آنکه توان رسانه‌ها برای اقناع افکار عمومی صرف شود، در طولانی‌مدت، داده‌های ذهنی مخاطب به گونه‌ای مدیریت می‌گردد که رفتار سیاستمداران در بحران‌ها، دقیقاً مطلوب نظر مخاطب باشد. طبق مدل تولید رضایت چامسکی و هرمان، یکی از اولین اقداماتی که در دستور کار هرگونه حمله و یا اشغال نظامی وجود دارد، آماده‌سازی فضای درونی این کشورها و تولید رضایت و

1. Manufacturing of Consent

حمایت از سیاست خارجی نزد مردم است. به‌عنوان مثال، «حمله علیه تروریسم» پیش از حمله آمریکا، مدت‌ها به‌عنوان یک شعار کلیدی در کلیه رسانه‌های آمریکا به‌صورت زیرنویس تکرار شد و هنگامی که شرایط داخلی و حتی شرایط خارجی در کشورهای اروپایی با عنوان «ائتلاف علیه تروریسم» فراهم آمد، حمله به افغانستان آغاز گردید (کوثری، ۱۳۸۸ الف: ۳۷). بازی رایانه‌ای «duty of call» در یکی از شماره‌های خود که قبل از حمله به افغانستان ساخته شد، نشان می‌دهد که افغانستان، محل تروریسم و ناامنی در منطقه است و در طول بازی به مخاطب القا می‌شود که نیروهای آمریکایی به‌عنوان نیروهای رهایی‌بخش، برای از بین بردن تروریسم باید به افغانستان حمله کنند؛ آمریکا نماد صلح و دوستی است و هر جنگ و تجاوزی از سوی آن، در راستای صلح جهانی صورت می‌گیرد.

برای تولید رضایت یکی از شیوه‌هایی که در بازی‌های رایانه‌ای در حال وقوع است، پیشگویی‌های این بازی‌هاست که با واقعیت رخ داده در ماه‌ها و سال‌های آینده همخوانی دارد. در بسیاری از بازی‌ها، قبل از وقوع یک واقعه مانند حمله نظامی، سعی می‌شود افکار عمومی توجیه شده و زمینه تهاجم‌های نظامی و... فراهم شود. همچنان که قبل از حمله آمریکا به عراق و افغانستان، با بازی‌های رایانه‌ای با سناریوی حمله آمریکا به این دو کشور مواجه بودیم. به‌عنوان مثال، در سبک بازی‌های اکشن، شرکت کانفلیست^۱، بازی‌هایی مانند: توفان صحرا (۱) و (۲)، بازی ویتنام و بازی گلوبال استورم را به بازار عرضه کرده است.

نمونه دیگر، بازی رایانه‌ای سرباز شانس است که سال ۲۰۰۰ منتشر شد؛ سه مرحله این بازی در عراق اتفاق می‌افتد و شما باید در نقش نیروهای آمریکایی برای مقابله با تحرکات صدام و پیدا کردن وی به عراق حمله کنید. این بازی و امثال آن قبل از حمله آمریکا به عراق منتشر شدند و به توجیه سیاست‌های آمریکا می‌پرداختند.

شرکت «کوماوار» که در سال ۲۰۰۴ توسط گروهی از افسران بازنشسته آمریکا راه‌اندازی شد (کوثری، ۱۳۹۰ الف: ۶۱۹)، بیش از ۸۰ بازی تک‌مرحله‌ای منتشر کرده است. این

بازی‌ها، معمولاً در عراق، افغانستان و ایران روی می‌دهد. مانند: بازی مقابله جنبش شیخ‌المهدی و... در این بازی‌ها، عملاً کاربر نیروی نظامی آمریکایی یا غربی را کنترل می‌کند و باید به کشورهای اسلامی حمله کند. نقش این بازی‌ها که چند سال قبل از حمله نظامی آمریکا به کشور هدف منتشر می‌شود، تلاش برای تولید رضایت در افکار عمومی مردم آن کشور است به گونه‌ای که اقدامات نظامی آمریکا مورد رضایت آنها باشد.

۳- بازی‌های رایانه‌ای به‌مثابه دستگاه ایدئولوژیک

بازی‌ها، داستان‌سرایی نمی‌کنند؛ در عوض، این امکان را برای بازیکنان فراهم می‌آورند تا هر یک در جریان بازی، داستان خود را بسازند. این بازی‌ها، بازیکن را مجبور می‌سازند تا توجهی ویژه به محرک پیام، نشان دهد و معنای آن را منفعلانه دریافت نکند، بلکه در مورد این محرک‌ها، تصمیم‌هایی فعالانه بگیرد به گونه‌ای که با قواعد، شخصیت‌ها و موقعیت‌های بازی وارد یک‌سری تعاملات شود. این تصمیم‌گیری‌ها، جریان و ماهیت بازی را تغییر می‌دهند (پارتر، ۱۳۹۱: ۴۱۶-۴۱۷). این مکانیسم، موجب شده بازی‌های رایانه‌ای، تعاملی و منفصل از ایدئولوژی به نظر برسند؛ زیرا بازیکن، به‌عنوان شخصی مؤثر، فاعل عامل در تولید بازنمایی‌های ایدئولوژیک است. اما توجه به این امر که بازنمایی‌های بازیکن، محاط در شرایط از پیش تعیین‌شده صورت می‌گیرد، تجدیدنظر در ایده تعاملی بودن بازی‌ها را الزامی می‌کند. در واقع بازیکن بیش از آنکه به فاعل بازنمایی شباهت داشته باشد، به بازتولیدگر جهان از پیش هدایت‌شده شبیه است. برنامه‌ریزان بازی‌ها، مجموعه‌ای از معانی را در بازی‌ها گسترش داده‌اند؛ این مجموعه معانی، هم ایده‌های موجود در متن و هم الزامات ضروری جانبی در ابزار فنی را شامل می‌شود و بازیکن در طول عمل بازی کردن، ایده‌های ایجادشده در بازی را از راه کنش‌های قابل‌انتخاب که بازی به وی عرضه می‌کند، درمی‌یابد و در نتیجه، با دلالت‌های ایدئولوژیکی بالقوه‌ای که در آن بازی لحاظ شده است مواجه می‌شود (دهقان و محسنی، ۱۳۸۹: ۵۱ و ۶۰).

گنزالو فراسکا (۲۰۰۱)، در تحلیل بازی‌های رایانه‌ای به سه سطح بازنمایی اشاره می‌کند:

سطح ۱: زمینه روایی، سطح ۲: نظام رویه‌ای و سطح ۳: معانی حاصل از تعریف پیروزی و شکست. هر کدام از سطوح فوق، دلالت‌های ایدئولوژیکی پرمعنی بسیاری دارند. ایدئولوژی نهفته در سطح نخست، همان است که به‌عنوان ایدئولوژی بازنمایی روایی، باید ردپایش را با توجه به رابطه بینامتنی بازی رایانه‌ای با داستان یا قطعه تاریخی مشخص، در بیرون از جهان داستان یافت. ایدئولوژی موجود در سطح دوم، که در این زمینه از محوریت برخوردار است، دلالت‌هایش را از خلال رویه‌پذیری یا بازنمایی رویه‌ای ارائه می‌نماید. این وجه، مختص نظام‌های رویه‌ای است که غالباً وجهی ناخودآگاه تلقی می‌شود یا بر مبنای تولید محاط در ایدئولوژی بافت اجتماعی باید چنین تلقی شود. بالاخره سطح سوم، بخش مهمی در تعیین کلیت ایدئولوژیکی بازی است؛ زیرا توضیح می‌دهد که هدف بازی چیست و بنابراین پیروزی و وضعیت مطلوب را تعریف می‌کند (فراسکا، ۲۰۰۱: ۴۹).

بنابراین، هر چند برخی دو ویژگی «غوطه ورسازی»^۱ و «تعاملی بودن»^۲ را از مهم‌ترین ویژگی‌های ذاتی بازی‌های رایانه‌ای دانسته‌اند (منطقی، ۱۳۸۷: ۲۵۶)، اما با دقت در بازی‌های رایانه‌ای، به‌ویژه بازی‌های استراتژیک متوجه می‌شویم، تعاملی بودن چندان با واقعیت سازگار نیست. گرچه ظاهر بازی این چنین می‌نمایاند اما چون محدوده کنش‌های انتخابی در بازی همواره از پیش تعیین شده است، بازیکن رویه انتخابی خود را در محدوده مشخص شده رقم می‌زند. در این شرایط، تفکیک روایت از رویه، بازنمایی از تعامل، ماشین از انسان و محتوا از فناوری ناممکن جلوه می‌کند. اگرچه شبیه‌سازی با ارزش‌ها و الگوهای ایدئولوژیکی بسته‌بندی می‌شود، با این حال به‌عنوان نظامی الگویی و تعیین‌گر مطلوب و نامطلوب واکنش به این نظام نیز، نقشی ایدئولوژیکی بازی می‌کند. محدودیت‌ها و موانع بسیار، مؤید پیشینه ایدئولوژیکی خلق جهان بازی است. اما از آنجا که بازیکن در تلاش برای یافتن پتانسیل‌های موجود در بازی، بیرون از رویدادهای مقدر روایت، اقدام به کنش با جهان بازی می‌نماید، نمی‌تواند دلالت‌های ایدئولوژیکی بازی را دریابد (دهقان و محسنی، ۱۳۸۹: ۶۱).

1. Immersivity.

2. Interactivity.

فرآیند تأثیرگذاری ایدئولوژی در بازی‌های رایانه‌ای مبتنی بر دو اصل می‌باشد:

الف) تقدم كردار بر باور

همان‌گونه که آلتوسر و ژيژك اشاره کرده‌اند، كردار بر باور تقدم دارد. به عبارت آلتوسری و ژيژكي، ما عمل نمی‌کنیم چون باور داریم، بلکه باور داریم چون عمل می‌کنیم. در بازی‌های رایانه‌ای، كردار، بیش از هر رسانه دیگری بر باور، تقدم دارد. این درك از بازی‌ها، ما را به این نکته نزدیک می‌سازد که چگونه بازی‌ها به منزله يك دستگاہ ایدئولوژیک عمل می‌کنند. ژيژك می‌گوید: «باورها و اعتقادات ما آن چه احساس می‌کنیم، نیست، بلکه آن چه می‌کنیم، است» (مایرز، ۱۳۸۵: ۱۰۲). این گفته ژيژك، نظریه‌های گرامشی و آلتوسر را يك گام به پیش می‌برد. در واقع ایدئولوژی، يك نظام باور نیست که ابتدا به افراد عرضه شود و اگر پذیرفتند و آن را در عمل به کار گرفتند، تسلیم ایدئولوژی شده باشند؛ به ایدئولوژی عمل می‌شود و سپس باور به آن به وجود می‌آید! همین که در نظام‌های اجتماعی به كردهایی که از ما خواسته می‌شود، عمل می‌کنیم، باور نسبت به آن چیزها در ما پدید می‌آید. به همین خاطر است که افراد متوجه رسوخ ایدئولوژی به درونشان نمی‌شوند. آنها «انجامش می‌دهند، ولی ازش خبر ندارند». آنچه در بازی‌های رایانه‌ای اتفاق می‌افتد، دقیقا همین است. چون انجامش می‌دهیم، به آنها باور پیدا می‌کنیم؛ از لحظه‌ای که نخستین کلیک بازیکن برای راه‌انداختن يك بازی صورت می‌گیرد، دستگاہ باور بازی به کار می‌افتد. در جریان بازی با هر عملی که انجامش می‌دهیم، در کار مشارکت در باوری هستیم که در بازی وجود دارد؛ انجامش می‌دهیم، ولی ازش خبر نداریم. این آن چیزی است که در بازی‌ها رخ می‌دهد. بنابراین، اگرچه تعاملی بودن در بازی‌ها به معنای آزادی سوژه- بازیکن است برای انجام آنچه دلش می‌خواهد؛ با این حال، این تعامل دقیقا در ماشینی عمل می‌کند که بر اساس باورهای خاص سامان یافته است (آپرلی، ۱۳۸۷).

به همین دلیل برخی از پژوهشگران، بازی‌های رایانه‌ای را مجموعه‌ای از چندین رسانه در نظر می‌گیرند، نه يك رسانه و معتقدند [که] تمام این بازی‌ها يك برنامه دیجیتالی دارند که بازی و ظاهر بازی را کنترل می‌کند و در عین حال بازی‌ها به گونه‌ای ساخته می‌شوند که

برای مخاطبانی خاص به شدت جذابند و ساختار بازی‌ها نیز به گونه‌ای است که استفاده از آنها را به عادت بدل می‌سازد (پارتر، ۱۳۹۱: ۴۱۶).

محققان دیگری نیز از رابطه بسیار درهم‌تنیده بازی‌های رایانه‌ای و فرهنگ سخن گفته‌اند (کوثری، ۱۳۸۷). آنها معتقدند با «بازی گونه‌شدن فرهنگ» به مدد بازی‌های رایانه‌ای، فرهنگ جامعه در حال بازی شدن است. بازی‌های رایانه‌ای را شاید بتوان از جهتی پُلی بین بازی و فرهنگ دانست؛ زیرا در این بازی‌ها، القائات ارزشی بسیاری در اشکال متنوع و به صورت دائم تکرار می‌شود (منطقی، ۱۳۸۰: ۱۴۹).

بازی‌های رایانه‌ای ابزاری است که از طریق آن انتقال هنجارها، گسترش ارزش‌های فرهنگی و روند جامعه‌پذیری می‌تواند تسهیل گردد. در این روند، معمولاً افراد با فراگیری مفاهیم و آموزه‌های مستتر در بازی، به صورت ناخودآگاه، آنها را در عمل به کار می‌گیرند. به نظر گی (2004)، در بازی‌های رایانه‌ای چنان اصول یادگیری، آگاهانه یا ناآگاهانه، به کار گرفته شده‌اند که می‌توان گفت از بسیاری از نظام‌های آموزشی، مترقی‌تر هستند. وی، حداقل از ۳۶ اصل یادگیری یاد می‌کند که به بهترین وجه در بازی‌های رایانه‌ای رعایت شده‌اند (Gee, 2004: 208-211).

ب) شکل‌گیری جریان روان در بازی‌های رایانه‌ای

وقتی یک بازی دیجیتال، خوب طراحی شده باشد، تجربه‌ای به بازیکنان انتقال می‌دهد که روان‌شناس اجتماعی، چیک سنت‌میهایلی^۱ (۱۹۸۸) از آن با عنوان «جریان روان»^۲ یا «پیش‌روی مرحله به مرحله»^۳ یاد می‌کند. وی، به مشاهده افرادی پرداخت که در فعالیت‌های خود حین بازی، گم می‌شوند و این تجربه را جریان روان نامید. به منظور رسیدن به این مرحله، فرد باید خود را عمیقاً در یک کار غرق کند؛ به گونه‌ای که زمان و مکان را فراموش کند. بازیکنان بازی‌های دیجیتال، چنان درگیر بازی می‌شوند که گویی وارد جهانی شده‌اند که صفحه نمایش به آنها ارائه می‌دهد و در این مسیر، حس حضور در

1. Csikszentmihalyi

2. Flow

3. Telescoping

جهان واقعی را از دست می‌دهند. بازیکنان چنان جذب لذت ناشی از بازی می‌شوند که نیازهای دیگر ایشان (تشنگی، گرسنگی، خواب و...) در وهله دوم قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، ارضای نیازهای ثانویه فدای گرایش به سمت ارضای نیاز اولیه رسیدن به مرحله بعدی بازی می‌شود (پاتر، ۱۳۹۱: ۴۲۶).

شبهه‌ترین بازی دیجیتال به رسانه‌های جمعی، بازی‌های ام.ام.او.آر.پی.جی^۱ است. این بازی‌ها برای جذب مخاطبانی خاص طراحی شده‌اند. سپس مخاطب را در شرایطی قرار می‌دهد که بی‌وقفه بازی می‌کند تا به سطحی برسد که جهان مجازی شکل گرفته از طریق بازی برای آنها از جهان واقعی، مهم‌تر شود (همان: ۴۲۸). جاذبه بازی‌های رایانه‌ای تاجائی است که حدود یک‌سوم از بازیکنان بزرگسال بازی «اور کوئست»^۲، بیش از آنکه به شغل خود پردازند، در طول هفته بیشتر این بازی را انجام می‌دهند. شواهد نشان می‌دهد، بازی‌های رایانه‌ای اعتیادآور است تا جایی که بازیکنی که بازی از فرط خستگی ناشی از انجام دادن بی‌وقفه بازی «لینی بیج»^۳ به مدت ۸۰ ساعت، جان خود را از دست داد! یکی از بازیکنان بازی اور کوئست اظهار داشت که بعد از ناامید شدن از موفقیت در برخی از مراحل بازی، دست به خودکشی زده است (Castronova, 2001, p64) به نقل از پارتو، ۱۳۹۱: ۴۲۹-۴۲۸).

عمیق‌ترین اثر این بازی‌ها، این است که دنیایی مجازی می‌سازند که در بیشتر موارد، جایگزین دنیای واقعی بازیکنان می‌شود. ادوارد کاسترونوا در کتاب خود با عنوان دنیاهای مصنوعی^۴ (۲۰۰۵) معتقد است: «دنیاهای ترکیبی نوظهوری که از صنعت بازی‌های رایانه‌ای سر بر می‌آورند، به یکی از میزبانان مهم فعالیت‌های روزانه انسان‌ها بدل می‌شوند. چیزی بیش از بازی در این دنیاها وجود دارد: درگیری، حکومت، تجارت و عشق و ما شاهد اثرات ظریف این رفتارها در سطح اجتماعی و در جهان واقعی خواهیم بود.» (همان: ۴۳۰).

بازی‌های بسیاری وجود دارند که روش‌های جنگیدن، دزدی، فریب و حتی کشتن

۱. بازی‌های چند نفره که در سطحی گسترده به طور آنلاین انجام می‌شوند.

2. EverQuest

3. Lineage Game

4. Synthetic Worlds

دیگران را با تفنگ آموزش می‌دهند. بازیکنانی که زمانی را به انجام دادن این بازی‌ها اختصاص می‌دهند، یاد می‌گیرند که رفتارهای ضد اجتماعی در حل درگیری‌ها، ثمربخش هستند. پس این اعتماد در آنها شکل می‌گیرد که با چنین رفتارهایی می‌توانند موفق باشند. بنابراین، چنین بازی‌هایی توان بالقوه عظیمی برای آموزش رفتارها، نگرش‌ها، عواطف و دانش دارند (پارتر، ۱۳۹۱: ۴۳۴).

طبق نظریه برانگیختگی عمومی، وقتی کودکان برانگیخته می‌شوند، به همان طریقی رفتار می‌کنند که پیش‌تر شاهد و ناظر آن بوده‌اند (منطقی، ۱۳۸۰: ۱۲۶). بنابراین با توجه به «تقدم کردار بر باور» و همچنین شکل‌گیری «جریان روان» در بازی‌های رایانه‌ای که موجب غرق‌شدن بازیکن در دنیای مجازی می‌شود و همچنین بر اساس نظریه برانگیختگی عمومی، زمینه انجام رفتارهایی که فرد در جریان بازی در دنیای مجازی مشاهده کرده، در دنیای واقعی فراهم می‌شود.

۴- تولید فراواقعیت

به اعتقاد بعضی اندیشمندان پست‌مدرن، امروزه تمایز قائل شدن بین تصویر «رسانه» و «واقعیت» هر چه بیشتر غیرممکن می‌شود؛ «هر دو چنان عمیق در هم پیچیده شده‌اند که کشیدن خطی بین آن دو دشوار است» (مک‌رابی، ۱۹۹۴: ۱۷). با آمدن هوش مصنوعی، فرهنگ سایبر، ارتباطات مجازی و واقعیت مجازی، تصور ما از «واقعیت» و «غیرواقعیت» به روشنی دستخوش تغییرات چشمگیری شده است (کریر، ۱۳۹۰: ۳۶).

به تعبیر بست و کلنر^۱ «واقعیت و عدم‌واقعیت مانند روغن و آب در هم آمیخته نشده‌اند، بلکه مانند دو اسید، در هم حل شده‌اند» (بست و کلنر، ۱۹۹۷: ۱۰۳).

بودریار معتقد است، در روزگاری که رسانه‌های گروهی همه جا حضور دارند، «فراواقعیت»^۲ آفریده می‌شود که متشکل از آمیزه‌ای از رفتارهای مردم و تصاویر رسانه‌هاست (گیدنز، ۱۳۸۶: ۶۷۰).

1. Best and Kellner

2. Hyper reality

بودریار در یک تقسیم‌بندی، سه نوع بدل یا وانموده از واقعیت را، که به تدریج ارتباط خود را با واقعیت منقطع می‌سازند، مطرح می‌کند، به طوری که در مرحله پایانی، به کلی از واقعیت جدا می‌شود و راهی جداگانه و مستقل می‌پیماید. وی سه نوع یا سه سطح نظم برای وانموده‌ها بر می‌شمارد:

الف. جعل: که مربوط به دوره رنسانس و آغاز انقلاب صنعتی است. این نظم، در سطح قانون طبیعی ارزش یا همان ارزش مصرفی، عمل می‌کند.

ب. تولید: این نظم، در دوران صنعتی سلطه داشت و در سطح قانون بازاری ارزش، عمل می‌کند.

ج. وانمایی: این نظم، مربوط به دوران کنونی است و در سطح قانون ساختاری ارزش، که رمزها سلطه می‌رانند، عمل می‌کند (بودریار، ۱۳۸۱: ۳۵).

در سطح اول، به راحتی می‌توان نسخه بدلی را از واقعیت تشخیص داد. در سطح دوم، هر چند مرزهای بین بدل و واقعیت محو می‌شوند، اما هنوز واقعیت وجود دارد. در سطح سوم، که مختص جهان پست‌مدرن است، دیگر تقابلی بین بدل و واقعیت وجود ندارد. در چنین حالتی، بدل، جایگزین واقعیت می‌شود. به عبارت دیگر، فقط فراواقعیت وجود دارد. فراواقعیت، نتیجه کاربرد تکنولوژی‌های پیشرفته و رمزگرایی‌هاست. رمزها، امکان بازتولید پدیده‌ها را همزمان با نادیده گرفتن واقعیت فراهم می‌کنند (بهرامی، ۱۳۸۸: ۹۳).

گذر از نظم دوم - که بر تولید صنعتی مبتنی است - به نظم سوم که بر اطلاعات مبتنی است، در نظر بودریار، دقیقاً معادل گذار از مدرنیته به پسامدرنیته در نظریه لیوتار است (میلنر و بروایت، ۱۳۹۰: ۲۵۱).

بودریار، توجه خود را به تحلیل جامعه معاصر معطوف ساخت، که به گمان او دیگر تحت سلطه تولید نیست، بلکه بیشتر از سوی «رسانه‌ها، مدل‌های سیبرنتیک و نظام‌های هدایت‌کننده، رایانه‌ها، پردازش اطلاعات و صنایع دانش و سرگرمی و...» تحت سلطه قرار گرفته است. نتیجه برآمده از این نظام‌ها، نوعی انفجار تمام‌عیار نشانه‌ها است (ریترز، ۱۳۹۳: ۷۲۶).

بودریار، مراحل زنجیرواری که تصویر پشت سر می‌گذارد تا به فراواقعیت برسد را این‌گونه بر می‌شمارد:

الف. تصویر، بازتابی از واقعیتی ابتدایی است. ب. تصویر، واقعیتی ابتدایی را می‌پوشاند

و تحریف می‌کند. ج. تصویر، غیاب واقعیتی ابتدایی را می‌پوشاند. د. تصویر، هیچ‌گونه مناسبتی با هیچ واقعیتی ندارد و وانموده‌ای ناب از خودش است.

در مرحله اول، تصویر، جلوه‌ای نیک است و بازنمایی در اینجا، متعلق به نظام عشاء ربانی است. در مرحله دوم، تصویر، جلوه‌ای اهریمنی و متعلق به نظام پلیدی است و در مرحله سوم، تصویر، خود را به منزله یک جلوه می‌نماید و متعلق به نظام جادوگری است. اما در مرحله پایانی، تصویر، دیگر به هیچ‌رو از آن نظام جلوه‌ها نیست، بلکه به نظام وانمودن تعلق دارد. ورود به عرصه‌ای که گستره نشانه‌ها، به جای آن که چیزی را پنهان کند، هیچ را پنهان می‌کند. در واقع، ورود به عصر وانموده‌ها است؛ عصری که در آن، درست را از نادرست و امر واقعی را از اِحیاء مصنوعی آن نمی‌توان باز شناخت (بودریار، ۱۳۸۱: ۹۲-۹۱) و این به دلیل جدایی رمزگان و دال‌ها از واقعیت‌ها و مدلول‌های خود است. رمزگان، می‌توانند مستقل از واقعیات و با تکیه بر یکدیگر به حیات خود ادامه دهند و به باز تولید دست بزنند، بدون آنکه نیازی به امر واقعی داشته باشند. رمزگان، به شبیه‌سازی واقعیت رو می‌آورند و در مراحل بر واقعیت نیز پیشی می‌گیرند و با حضور همه‌جایی و با وجود واقعیت‌گون خود، عرصه را بر امر واقعی تنگ می‌سازند. سرانجام، این فراواقعیت است که وجود و حضور دارد و نه امر واقعی. بودریار، مدعای خود را به گونه‌ای دیگر نیز پی می‌گیرد. وی در بحث‌های خود به کثرت دال‌ها و تسلسل آنها می‌پردازد. نتیجه این کثرت و تسلسل، آن است که دال‌ها در یک گردش پایان‌ناپذیر و در یک حرکت دوری، هر یک به دیگری اشاره خواهد داشت و هر یک اعتبار خود را از دیگری و با تکیه بر دالی دیگر به دست می‌آورد. نتیجه این حرکت دوری، فراموشی مدلول و معنا و بازی خوردن در جهان دال‌ها خواهد بود (همان: ۱۰۰).

شبیه‌سازی پُل واسط بین واقعیت و فراواقعیت

به نظر بودریار، ما در عصر «شبیه‌سازی» به سر می‌بریم (بودریار، ۱۹۸۳: ۴). شبیه‌سازی، به فرایند ترکیب واقعیت و خیال و به یک فرایند بازنمایی اشاره دارد؛ فرایندی که در نهایت وانموده‌هایی می‌سازد که هیچ ارجاعی به هیچ نسخه اصلی ندارند. برای آنکه این فراواقعیت به وجود بیاید، واقعیت‌های بیرونی باید شبیه‌سازی شوند. منظور از شبیه‌سازی،

یعنی تقلید و بازسازی یک واقعیت از طریق ابزارها و الگوهای اسطوره‌ای به نحوی که بتوان واقعیت شبیه‌سازی شده را از واقعیت اصلی، گسست و جانشین آن کرد. فرایند شبیه‌سازی تا رسیدن به امر فراواقعی از چند مرحله عبور می‌کند:

در مرحله نخست، شبیه‌سازی صرفاً نوعی کپی‌برداری از امر واقعی است و ما بازتابی از امر واقعی را می‌بینیم.

در سطح دوم، با تحریف واقعیت اولیه مواجه می‌شویم و اینجاست که کم‌کم مرز میان امر واقعی و امر کپی‌برداری شده محو می‌شود. شاید در این مرحله، فقط احساسی از مشاهده واقعیت در ما ایجاد می‌شود. در سطح پایانی و در غیاب امر واقعی، موجودیتی نو می‌بینیم که هیچ ربطی به واقعیت پایه و اولیه ندارد و این، همان حادث ساختن واقعیت است؛ اینجا امر موجود به هیچ چیزی جز خود دلالت نمی‌کند و ما با یکی شدن سوژه و ابژه مواجه‌ایم. پس از فرایندی که بیان شد، اکنون به نقطه‌ای رسیده‌ایم که «با تبدیل شدن واقعیت به فراواقعیت، بعد و زمینه تاریخی - اجتماعی آن واقعیت از میان می‌رود و می‌توانیم آن را به هر نحو که خواسته باشیم، دست‌کاری کنیم، تغییر دهیم و تحریف کنیم و به شکل مورد نیاز از آن استفاده کنیم» (فکوهی، ۱۳۸۸: ۳۲۲-۳۲۱). در نتیجه، با فروپاشی تمایز بین نشانه‌ها و واقعیت، تشخیص چیزهای واقعی از چیزهای شبیه‌سازی شده از روی واقعیت، بیش از پیش دشوار می‌شود. برای مثال، بودریار از انحلال تلویزیون در زندگی و انحلال زندگی در تلویزیون سخن می‌گوید (بودریار، ۱۹۸۳: ۵۵) و سرانجام این بازنمودهای امر واقعی یا همان شبیه‌سازی‌ها هستند که تفوق خواهند یافت.

بر اساس نظر بودریار، نسخه شبیه‌سازی شده حتی جایگزین موضوعات اصلی هم شده است. بودریار، از این پدیده به عنوان «دسته سوم تمثال‌ها» یاد می‌کند که وضعیت «فراواقعی» ایجاد می‌کند (بودریار، ۱۹۹۴).

تصاویر تا آنجا بر امر واقعی پیشی می‌گیرند که ترتیب منطقی و علت و معلولی امر واقعی و بازتولید آن را معکوس می‌کنند (وارد، ۱۳۸۴: ۹۵). به بیان دیگر، وانمایی، واقعیت را نفی نمی‌کند، بلکه تفاوت میان واقعیت و تصویر را مخدوش می‌سازد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲: ۲۹۹). موضوع این نیست که صرفاً فاصله میان تصویر رسانه و واقعیت محو شده است، بلکه

تصویر رسانه و واقعیت، قسمتی از یک هویت هستند و بنابراین به هیچ عنوان نمی‌توانند از هم جدا شوند (کریر، ۱۳۹۰: ۳۵).

به بیان اندیشمندان پست‌مدرن همچون لیوتار و بودریار، سیاست‌سازان از طریق «شبه‌سازی» به وسیله رسانه‌ها، به واقعیت شکل و جهت می‌دهند، نشانه‌ها را می‌آفرینند و نیازها، تصورات و رفتار آدمی را شرطی کرده، با ایجاد فراواقعیت، ذهنیت مردم را سازمان می‌دهند. به عقیده بودریار، عملکردهای رسانه‌ای، درک ما از فضا و زمان را بازسازی نموده‌اند. واقعیت دیگر نه در نتیجه تماس ما با جهان خارج، بلکه چیزی است که صفحه تلویزیون و یا بازی‌های رایانه‌ای به ما عرضه می‌کنند (ساراپ، ۱۳۸۲: ۲۲۲).

در تطبیق نظریه بودریار بر بازی‌های رایانه‌ای می‌توان به بازی «Recon Ghost Clancy Tom» اشاره کرد. این بازی، در سال ۲۰۰۰ منتشر شد؛ بازی از درگیری‌هایی در منطقه اوستیای جنوبی در کشور گرجستان خبر می‌دهد. کاربر در نقش نیروهای امریکایی برای کمک به دولت گرجستان به این منطقه سفر می‌کند. مشابه این درگیری‌ها در عالم واقع در سال ۲۰۰۸ به وقوع پیوست و منطقه اوستیای جنوبی درگیر جنگ شد. در حالی که در زمان ساخت بازی یعنی سال ۲۰۰۰ این چنین نبود و حکومت طرفدار روسیه بر سر کار بود و چند سال بعد با وقوع انقلاب رنگی در گرجستان، حکومت طرفدار امریکا، قدرت را به دست گرفت. این بازی پس از سال ۲۰۰۰، هر سال در نسخه جدیدی منتشر شده و هر بازی از وقوع جنگ‌های آینده پرده برداشته است. شماره‌های جدید این بازی، جنگ‌هایی را که طی سال‌های آینده در امریکای لاتین روی خواهد داد، پیش‌بینی کرده است. این بازی و بازی‌های متعدد دیگری که در ژانر سیاسی ساخته شده است، تلاش دارد با شبه‌سازی واقعیت، واقعیتی را که نسخه اصلی در عالم خارج ندارد، خلق کند و به کاربر بیاوراند، واقعیت آن چیزی نیست که در خارج می‌بینی، بلکه واقعیت، همان است که در بازی‌های رایانه‌ای به تصویر کشیده شده است.

همچنان که بودریار می‌گوید، در این بازی به دلیل جدایی رمزگان و دال‌ها از واقعیت‌ها و مدلول‌های خود، رمزگان می‌توانند مستقل از واقعیات، بدون آنکه نیازی به امر واقعی داشته باشند، واقعیت را شبه‌سازی کنند و در مراحل بر واقعیت نیز پیشی می‌گیرند. نمادهای متنوع و گوناگونی که در بازی مورد استفاده واقع شده است مانند: تصاویر

نیروهای آمریکایی به‌عنوان نیروهای رهایی‌بخش، نمادهای طبیعی شهرها و خیابان‌ها برای شبیه‌سازی موقعیت و منطقه بازی، نظام ایدئولوژیک حاکم بر بازی که حکومت طرفدار روسیه را نظام مستبد که باید سرنگون شود به تصویر می‌کشد و...، عرصه را بر امر واقعی تنگ می‌سازند. سرانجام، وقوع درگیری و جنگ در منطقه، به‌عنوان یک فراواقعیت تولید می‌شود. در چنین حالتی، نسخه بدل که به قدرت رسیدن و مستقرشدن نظام طرفدار غرب می‌باشد، جایگزین واقعیت می‌شود و این درحالی است که فراواقعیت تولیدشده، هیچ‌گونه مناسبتی با واقعیت ندارد؛ چراکه در سال ۲۰۰۰، نظام حاکم بر گرجستان طرفدار روسیه بود و نشانه‌هایی از تهدید حکومت و دخالت نیروهای آمریکایی و... احساس نمی‌شد اما به کمک بازی رایانه‌ای و به تدریج افکار عمومی برای تغییر حکومت به اقناع می‌رسد.^۱

بازی‌های رایانه‌ای که از سوی شرکت‌های آمریکایی ساخته می‌شوند، حاوی این

پیام‌ها هستند:

- تجاوزهای آمریکا به کشورهای دیگر، از روی اهداف خیرخواهانه و انسان‌دوستانه است.

- آمریکا، نماد صلح و دوستی است و هر جنگ و تجاوزی از سوی آن، برای صلح

جهانی صورت می‌گیرد.

- مخالفان آمریکا، عناصری شرور و محورهای شرارت و سپاه اهریمن هستند.

- اگر قرار است کسی جهان را از ظلم و تباهی نجات دهد، بی‌تردید آمریکایی‌ها

هستند؛ زیرا آمریکا، منجی جهان است (بی‌نا، ۱۳۸۷: ۴۹).

وجه غالب در بازی‌ها، حمله آمریکا و برخی کشورهای اروپایی به کشورهای ضد

استکباری است. کشورهایی که کاربر باید به آنها حمله کند، به نحوی متأثر از اسلام و

به‌ویژه ایران هستند.

۱. بازی‌های رایانه‌ای متعددی در چند دهه اخیر در ژانر سیاسی و استراتژیک ساخته شده که سعی دارد با تولید

فراواقعیت، حوادث آینده در کشورهای هدف را به گونه‌ای به تصویر بکشد که در زمان ساخت بازی، اثری

از آن وقایع در عالم واقع احساس نمی‌شود. این بازی‌ها عمدتاً زمینه را برای دخالت نظامی آمریکا در دیگر

کشورها فراهم می‌سازد. مجموعه بازی‌های duty of call نمونه‌هایی از این قبیل‌اند. برای آشنایی با محتوای این

بازی‌ها (ر.ک: انواری، ۱۳۹۳).

ممکن است به ذهن برسد که یک تحلیل‌گر یا نخبه‌سیاسی هم می‌تواند با کنار هم قراردادن وقایع سیاسی در روابط بین‌الملل، پیش‌بینی کند که در چند سال آینده، میان فلان دو کشور جنگی به وقوع خواهد پیوست اما نکته اینجاست که در بازی‌های رایانه‌ای، «توده مردم و خصوصاً جوانان» مخاطب هستند؛ یعنی این بازی‌ها به کمک تولید فراواقعیت، سعی دارند تصویر ذهنی توده مردم در کشورهای هدف، همان‌گونه باشد که مدنظر آن‌هاست. حتی بالاتر از این، با انفجار نشانه‌ها و دال‌ها، تفاوت میان تصویر در فضای مجازی را با فضای حقیقی از بین ببرند؛ به‌گونه‌ای که کاربر بازی رایانه‌ای، آن‌چنان غرق در بازی و محیط ساخته‌شده در بازی گردد که آنچه را می‌بیند و بازی می‌کند، واقعی بداند و به تبع آن، در دنیای واقع هم به دنبال پیاده‌کردن همان ایدئولوژی باشد که در بازی دیده است؛ چرا که ایجاد تصویر ذهنی از یک پدیده، بخشی از به وجود آوردن آن پدیده است. ذهنیت، تعامل سایر پدیده‌های پیرامونی و محیطی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و باعث بروز کنش‌ها و واکنش‌های معین می‌شود.

نتیجه‌گیری

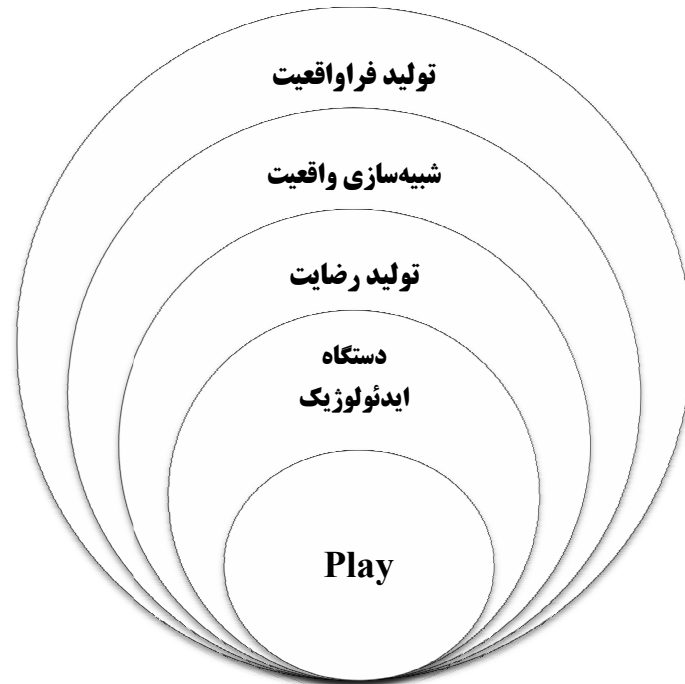
بازی‌های رایانه‌ای از رسانه‌های نوینی محسوب می‌گردد که به دلیل بینارشته‌ای بودن آن، فهم ماهیت و عملکرد آن با نظریه‌های سنتی ارتباطات و رسانه‌چندان آسان نیست. دو نوع نگاه به مقوله بازی‌های رایانه‌ای وجود دارد: در دیدگاه اول که عمدتاً منفی است، بیشتر به آسیب‌های استفاده از بازی‌های رایانه‌ای بر کاربران پرداخته می‌شود، اما دیدگاه دوم، بازی‌های رایانه‌ای را به‌عنوان یک منبع آموزشی مورد نظر قرار می‌دهد. در این نگاه، بازی‌های رایانه‌ای به‌عنوان رسانه‌ای است که در جهت جامعه‌پذیر کردن افراد و انتقال فرهنگ از آن استفاده می‌شود. ارائه الگوی جامعه‌پذیری، امروزه توسط بازی‌های رایانه‌ای در بازی‌های متنوعی صورت می‌گیرد.

آنچه این مقاله به دنبال تبیین آن بود، شناخت و ترسیم بنیان‌های نظری استفاده‌شده در بازی‌های رایانه‌ای است. هر چند بنیان‌های نظری که در مقاله به آنها اشاره شد، در بازی‌های متعددی قابل تطبیق است اما، به‌طور خاص تمرکز بر بازی‌هایی بود که در ژانر سیاسی و استراتژیک ساخته شده است. نویسنده، ادعا ندارد که تمامی بنیان‌های نظری

مورد استفاده در بازی‌های رایانه‌ای را مورد واکاوی قرار داده است اما در حد گنجایش مقاله، سعی شد برخی از مهم‌ترین آنها مطرح گردد.

«تولید رضایت»، «بازی‌های رایانه‌ای به مثابه دستگاه ایدئولوژیک» و «تولید فراواقعیت»، مهم‌ترین بنیان‌های نظری بودند که در مقاله مورد بحث واقع گردید. در مدل تولید رضایت که در بازی‌های استراتژیک مورد استفاده قرار می‌گیرد، سعی سازندگان بازی بر این است که قبل از حمله یا دخالت نظامی آمریکا به کشورهای هدف، افکار عمومی کشورها را با سیاست‌های این کشور همراه کند. نکته دیگر که در بیشتر بازی‌های رایانه‌ای وجود دارد، وجود دستگاه ایدئولوژیک حاکم بر بازی است که با استفاده از دو اصل «تقدم کردار بر باور» و «شکل‌گیری جریان روان در بازی»، زمینه رسوخ ایدئولوژی مدنظر سازندگان بازی بر بازیکن فراهم می‌گردد. سرانجام، تولید فراواقعیت که می‌توان آن را کارکرد پنهان بازی‌های رایانه‌ای در ژانر سیاسی دانست و نوآوری این مقاله نیز محسوب می‌گردد، به گونه‌ای که بازی‌های رایانه‌ای استراتژیک به کمک تولید فراواقعیت، حوادث و جنگ‌هایی که در سال‌های آینده در جهان اتفاق می‌افتد را پیش‌گویی می‌کند!

در واقع بازی‌های رایانه‌ای، بستر و زمینه لازم برای پذیرش و اقتناع ذهنی نسبت به اقدامات آینده آمریکا در دیگر کشورها را فراهم می‌کند؛ به گونه‌ای که تصویر مردم دنیا، از نقش و جایگاه آمریکا در تحولات آینده جهان، آن گونه باشد که مورد نظر سیاست‌مداران آمریکایی است. تولید فراواقعیت به کمک شبیه‌سازی واقعیت صورت می‌گیرد که هرچند در ابتدا نسخه بدلی از واقعیت شبیه‌سازی می‌گردد اما با کثرت دال‌ها و نمادهای به کار رفته در بازی، به تدریج آنچه در بازی به تصویر کشیده می‌شود، دیگر نسخه بدلی از واقعیت در جهان خارج نیست، بلکه واقعیت، همان است که در بازی نشان داده می‌شود و نسخه اصلی در خارج ندارد و این، همان فراواقعیت است که در بازی تولید شده است. توجه به کارکرد آموزشی بازی‌های رایانه‌ای، نکته‌ای است که باید مورد توجه جدی مسئولین آموزشی و تربیتی قرار گیرد. می‌توان در ابعاد مختلف سیاسی، علمی، تربیتی، اجتماعی، انتقال فرهنگ بومی و دینی و... از این رسانه نوظهور استفاده کرد؛ چرا که بازی‌های رایانه‌ای دیگر تنها ابزاری برای سرگرمی و پرکردن اوقات فراغت نیست.



منابع

۱. انواری، محمدرضا (۱۳۹۳)، «بازی‌های رایانه‌ای رسانه‌ای خاموش برای اهداف سیاسی امریکا»، دین و رسانه، سال ۱۲، ش ۷.
۲. آپرلی، توماس، ایچ (۱۳۸۷)، «ژانر و مطالعات بازی‌های رایانه‌ای: به سوی یک رویکرد انتقادی به ژانرهای ویدئویی»، ترجمه: عبدالعزیز تاتار، در: درآمدی بر بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای، تهران: نشر سلمان و خانه بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای.
۳. بودریار، ژان (۱۳۸۱)، در سایه اکثریت‌های خاموش، ترجمه: پیام یزدان‌جو، تهران: مرکز.
۴. بهرامی‌کمیل، نظام (۱۳۸۸)، نظریه رسانه‌ها، تهران: کویر.
۵. بینا (۱۳۸۷)، «آسیب‌شناسی بازی‌های رایانه‌ای»، ماهنامه مسجد، ش ۱۳۳.
۶. پارتو، دلبلیو. جیمز (۱۳۹۱)، بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای، ترجمه: امیر یزدیان، منادعلی و پیام آزادی، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما
۷. دهقان، علیرضا و ابراهیم محسنی‌آهویی (۱۳۸۹)، «ایدئولوژی تعامل: بازی رایانه‌ای به عنوان رسانه بازی‌پذیر»، جهانی رسانه، ش ۷.
۸. ریتزر، جورج و گودمن داگلاس جی (۱۳۹۳)، نظریه جامعه‌شناسی مدرن، ترجمه: خلیل میرزایی و عباس لطفی‌زاده، تهران: جامعه‌شناسان.
۹. ساراپ، مادن (۱۳۸۲)، راهنمایی‌های مقدماتی بر پسا ساختارگرایی و پسامدرنیسم، ترجمه: محمدرضا تاجیک، تهران: نشر نی.
۱۰. سورین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۸۱)، نظریه ارتباطات، ترجمه: علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۱. صباغیان، مقداد جاوید و محمدرضا حسینی (۱۳۹۱)، «بازی‌های رایانه‌ای در مقام متن هنری: بررسی و تحلیل وضعیت مواجهه با بازی‌های رایانه‌ای به مثابه آثار هنری»، نشریه هنرهای نمایشی و موسیقی، دوره ۱۷، ش ۲.
۱۲. فکوهی، ناصر (۱۳۸۸)، تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی، تهران: نشر نی.

۱۳. فی لیتزن، سسیلیافون و کاتارینا بوکت (۱۳۸۴)، کودکان و رسانه‌ها دیدگاه‌ها و چشم‌اندازها، ترجمه: معصومه عصام، تهران: سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
۱۴. کریبر، گلن و مارتین رویستون (۱۳۹۰)، فرهنگ‌های دیجیتال: درک رسانه‌های جدید، ترجمه: مرضیه وحدانی، تهران: ساقی
۱۵. کوثری، مسعود (۱۳۸۷)، «مطالعات فرهنگی و بازی‌های رایانه‌ای»، مجموعه مقالات بازی‌های رایانه‌ای، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای همشهری.
۱۶. _____ (۱۳۸۸ الف)، «بازخوانی پرونده جنگ رسانه‌ای در عراق: آمریکا و تیم واکنش سریع رسانه‌ای»، فصلنامه مطالعات خاورمیانه، سال شانزدهم، ش ۱.
۱۷. _____ (۱۳۸۸ ب)، «تعاملی بودن در بازی رایانه‌ای «فراخوانی به خدمت»»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی مطالعات خاورمیانه، دوره دوم، ش ۷.
۱۸. _____ (۱۳۹۰ الف)، «پسا استعمارگری در بازی‌های دیجیتال: شالوده‌شکنی (سوء) بازنمایی مسلمانان»، مجموعه مقالات دومین همایش دین و رسانه، گروهی، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، چاپ اول.
۱۹. _____ (۱۳۹۰ ب)، «هزاره گرایی و رسانه‌های جدید در هزاره جدید»، فصلنامه مشرق موعود، سال پنجم، ش ۱۸.
۲۰. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
۲۱. مایرز، تونی (۱۳۸۵)، اسلاوی ژیتک، ترجمه: احسان نوروزی، تهران: نشر مرکز.
۲۲. مک کوایل، دنیس (۱۳۸۵)، مخاطب‌شناسی، ترجمه: مهدی منتظر قائم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲۳. منطقی، مرتضی (۱۳۸۰)، بررسی پیامدهای بازی‌های ویدیویی و رایانه‌ای، تهران: نشر فرهنگ و دانش.
۲۴. _____ (۱۳۸۷)، بازی‌های ویدیویی - رایانه‌ای، تهران: عابد.
۲۵. مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۲)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری
۲۶. میلنر، آندرو و جف براویت (۱۳۹۰)، درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر، ترجمه: جمال محمدی، تهران: انتشارات ققنوس.

۲۷. وارد، گلن (۱۳۸۴)، پست‌مدرنیسم، ترجمه: قادر فخر رنجبری و ابوذکر کرمی، تهران: نشر ماهی.

28. Bateson, G (1983), *A Theory of Play and Fantasy: Play, Game and Sports in Cultural Contexts*. ed. J. C. Harris & R. J. Park. Champaign, Illinois: Human Kinetics.
29. Baudrillard, Jean (1994), *Simulacra and Simulation*, Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press.
30. Baudrillard, Jean (1983), *Simulations*. New York: Semiotext(e).
31. Best, Steven and Kellner, Douglas (1997), *Entropy, chaos and organism in postmodern science*, in Steven Best and Douglas Kellner (ed) *The postmodern Turn*. New York and London: Guilford Press.
32. Ekegren, p. (1999), *The Reading of Theoretical Texts: A Critique of Criticism in the Social Sciences*. Sage Publication.
33. Frasca, G. (2001), "Video Games of the Oppressed: Video Games as a Means for Critical Thinking and Debate [online]", Master's thesis at Georgia Institute of Technology, at: <http://www.jacaranda.org/frasca/thesis>.
34. Gee, James p. (2004), "What Games Have to Teach Us about Learning and Literacy?" , Palgrave: Macmillan.
35. <http://www.playability.de/Play.pdf>.
36. J. Jeffery Klaehn (2002), "A Critical Review and Assessment of Herman and Chomsky's Propaganda Model," *European Journal of Communication*, Vol.
37. Kucklich, J. & Fellow, M. (2005), *Play and Playability as Key Concepts in New Media Studies*, STeM Centre, Dublin City University [online].
38. Lauteren, G (2006), "The Pleasure of the Playable Text: towards an Aesthetic Theory of Computer Games," [online], at: <http://www.informatik.uni-trier.de/~ley/db/conf/digra/cgdc 2002.html>.
39. McRobbie, Angela (1994), *Postmodernism and Pop Culture*. London and New York: Routledge.
40. <http://www.ireg.ir/fa/news/3806>.

تحلیل ریشه‌ای / رادیکال چشم‌انداز آتی در فضای رسانه‌ای

حامد حاجی‌حیدری*

چکیده

این مقاله، به دنبال جمع‌بندی و تیپ‌سازی دیدگاه‌های متنوع در باره تحلیل ریشه‌ای و نظری آینده حیات سایبر انسان است. پس از وقوع «انقلاب ارتباطات» در پایان سده بیستم، برخی گمان می‌برند، تکنولوژی ارتباطات، آغاز فروپاشی اجتماعی و انهدام‌ساز کارهای تمدن‌ساز اتحاد انسانی و حتی اصل انسانیت است. بنا به تاریخ تحلیلی ارائه‌شده و الگوی نظری مرور شده در این مقاله، می‌توان تصور کرد که در آینده، این‌گونه قضاوت‌ها، رنگ امروز خود را خواهند باخت، و بشر بار دیگر از ظرفیت حائل خود برای تبدیل تهدیدها به فرصت استفاده خواهد کرد. این، نحوی تکرار روح آغاز قرن است؛ امیدواری‌ها و ظرفیت‌سازی‌هایی که جای ناامیدی‌ها را می‌گیرند.

ما در این گفتار، پس از طرح مقدمه و ملاحظات روشی، در مجموع، ۲۶ تیپ دیدگاه را در مورد ظرفیت‌ها، پیامدها و آینده‌نگری‌ها درباره حیات سایبر مرور کرده، آن‌ها را به دو دسته بزرگ «تحلیل اینترنت به مثابه آرمان‌شهر منفی» و «تعدیل تحلیل اینترنت به مثابه آرمان‌شهر منفی» تقسیم کرده‌ایم و در نهایت با یک جمع‌بندی درباره تلاش جامعه‌شناسی برای فعال نگاه‌داشتن انسان‌ها برای ساختن آینده‌ای اخلاقی‌تر نوشتار را به پایان برده‌ایم.

کلیدواژه‌ها

زندگی دیجیتال، خود افشاگری، گجت‌ها، پسا انسان‌گرایی، مصلحان اجتماعی و اینترنت.

طرح مبحث

در قبال آینده فضای نوین سایبر، واکنش اولیه نظریه پردازان و فعالان فرهنگی که با فضای فرهنگی پیشین مانوس بوده‌اند، «نگرانی» بوده است (ر.ک: Castells: 1979, 2009, Virilio: 2000, 2006). ولی، پس از آن که منطبق آینده این فضای تعاملی و هوشمند معلوم شد، مشخص خواهد شد که اگر این فضا، در استمرار تلاش‌های اخلاقی برای گستردن ریشه‌های انسانی و تاریخی خویش قرار گیرد، می‌تواند یک ظرفیت مثبت تلقی شود؛ و پس از آن که این ظرفیت‌ها معلوم شد، مسجل خواهد گردید که شخصیت‌های حائز ریشه‌های محکم در معنا، نباید از مواجهه با سپهر جدید نگران باشند و اگر این ظرفیت‌ها معلوم شود، فرهنگ‌های ریشه‌دار، فرصتی تاریخی خواهند یافت. از این‌روست که برای یک بنیادگرای ابراهیمی ﷺ، فرهنگ آنلاین، یک فرصت تاریخی برای گستردن فکری است که نگاهی جهان‌شمول داشته است.

تجربه پیشین جامعه‌شناسی در تحلیل نهادهای اجتماعی، حاوی این نکته بوده که باید از خوش‌بینی و بدبینی کامل به نهادهای اجتماعی پرهیز کرد؛ زمانی، ماکس وبر، پس از وقوع «انقلاب مدیریت»، بوروکراسی را فرجامی تیره و تار از جنس «قفس آهنین» برای تمدن بشری انگاشت (Weber, 1978)، ولی بعدها معلوم شد که توان انسان در استفاده از ظرفیت‌های مثبت بوروکراسی برای بهبود تبعات آن، بیش از آن بود که در بدو امر به نظر می‌رسید.

اکنون، و پس از وقوع «انقلاب ارتباطات» در پایان سده بیستم، برخی گمان می‌برند، تکنولوژی ارتباطات، آغاز فروپاشی اجتماعی و انهدام‌ساز کارهای تمدن‌ساز اتحاد انسانی و حتی اصل انسانیت است (Gibson, 1985, 1988, 1987, 1996, Hemmingway, 2007, Van Loon, 2008, 2006 Baudrillard). می‌توان تصور کرد که در آینده، این گونه قضاوت‌ها، رنگ امروزین خود را خواهند باخت، و بشر بار دیگر از ظرفیت حائل خود برای تبدیل تهدیدها به فرصت استفاده خواهد کرد. این، نحوی تکرار روح آغاز قرن است.

سؤال این است که تا چه حد آگاهانه یا ناخودآگاه ناظر دگرگونی وسیع ناشی از فضای تعاملی و سایبر حاصل از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، در تجربه روزمره زندگی خود هستیم؟ این مقاله به این پرسش می‌پردازد.

چهارچوب مرجع «نظری» و «روشی»

دو دیدگاه رقیب در علوم انسانی، رسالت علوم انسانی را به دو شیوه متفاوت تفسیر می‌کنند (Sherratt, 2006: 9-10)؛ در این تحلیل، دیدگاه اول، آن طرز تلقی است که در چارچوب دو سبک پوزیتیویسم اگوست کنتی و پوزیتیویسم «حلقه وینی» شناخته می‌شوند و مدعی فقدان تمایز اصولی بین علوم انسانی و علوم طبیعی هستند. از این قرار، از نظر آن‌ها، وظیفه علوم انسانی مانند علوم طبیعی، توانمندساختن در پیش‌بینی رویدادها و اعمال کنترل بر آن‌هاست (فروند، ۱۳۷۲: ۵۶-۵۷).

دیدگاه دوم، که سبک متمایز فلسفه علوم انسانی قاره‌ای را می‌سازد، معتقد است که انسان به‌عنوان موضوع علوم انسانی، دارای یک عنصر ارادی و به‌تبع، اخلاقی است که مهم‌ترین وجه ممیز انسان است (همان: ۵۶-۵۷). هر نوع ادعای شناخت انسان، بدون در نظر گرفتن این عنصر، چیزی جز ادعای «نعش‌شناسی» نیست. از این دیدگاه، اصل این دعوی که رسالت علوم انسانی و علوم طبیعی، به‌طور یکسان، توانمندساختن دانشمند در پیش‌بینی رویدادها و اعمال کنترل بر آن‌هاست، سطح علوم انسانی را به «نعش‌شناسی» تقلیل می‌دهد (Foucault, 2003: 166).

در این دیدگاه اخیر، دو ادعا مطرح هست؛ یکی این که علوم انسانی به‌سان علوم فنی و پیش‌بینی‌گر و کنترل‌کننده، در واقع، علوم انسانی نیست، بلکه «نعش‌شناسی» است؛ و ثانیاً، اگر چنین علمی وجود داشته باشد، «مطلوب» و «اخلاقی» هم نیست.

توضیح این که، اولاً «نعش‌شناسی» تا جایی مفید است که یک انسان بزرگ و یک اراده سترگ یا برعکس، یک انسان «مجنون یا جن‌زده»، یا «دیوانه و دیوزده»، به‌رغم مسیری که به‌لحاظ «طبیعی»، نرمال و قاعده‌مند تلقی می‌شود، گام بردارد و در مسیر تاریخ چرخش ایجاد نکند، و اگر چنین کند، علوم انسانی به‌مثابه «نعش‌شناسی»، نه تنها بی‌فایده، بلکه گمراه‌کننده خواهد بود؛ چراکه اراده‌های شکوهمند یا دیوزدگان را به‌مثابه استثناءهای دو سر منحنی گاوس^۱ به کنار می‌گذارد و می‌کوشد قوانین طبیعی کشف کند. اما تاریخ نشان داده است که به‌رغم طبیعت، در دنیای انسان‌ها، این نیم‌درصد چپ و راست، منحنی

1. Gauss Curve; Karl Friedrich Gauss (1777-1855).

گاوس هستند که قواعد عمل انسان‌های معمولی یا طبیعی را تعیین می‌کنند. آن‌ها در نقطه‌های حساس تاریخی، چرخش‌هایی در تاریخ پدید می‌آورند که پس از آن‌ها، افراد معمولی در صفحه بازی ترسیم‌شده از سوی آن‌ها بازی می‌کنند. در واقع، دنیای انسانی، دنیای جدال اراده‌هاست، بیش از واقعیت‌ها.

ثانیاً این‌که، علوم انسانی، به‌مثابه علوم طبیعی، که با هدف پیش‌بین و کنترل، تأسیس می‌شود، اگر ساخته شود، هم غیر اخلاقی است. در واقع، این نوع از علم، آشکارا، ادعای استبدادی-فاشیستی دارد، و به‌مثابه یک دانش فنی، خود را در خدمت، به بند کشیدن اراده اخلاقی انسان‌ها در می‌آورد. چنین علمی، به‌طور ذاتی یک سازه ضد اخلاقی است؛ چرا که می‌خواهد اراده اخلاقی را به بند کشد. یک دانشمند پوزیتیو، با هر هیأتی، در واقع، تمایز چندانی با سیاست‌مدار مستبد ندارد، و به همان میزان که غیر اخلاقی بودن یک سیاست‌مدار مستبد، بدیهی به نظر می‌رسد، این دانشمند نیز با به بند کشیدن «اراده»، اصل بدیهی اخلاق را به چالش می‌طلبد و خود به زبان خود، خویشتن را اخلاق‌ستیز معرفی می‌کند.

پس، بنا بر این استدلال‌ات، دیدگاه دوم در مورد نسبت میان علوم انسانی و علوم طبیعی که منظور نظر این مقاله هم هست، اصرار دارد که اصل علوم انسانی در اراده‌شناسی است و رسالت این شناخت هم پیش‌بینی و کنترل نیست. پس، وظیفه علوم انسانی چیست؟ به عبارت دیگر، مراد از کاوش‌های علوم انسانی چه خواهد بود؟ پاسخ، باز به کلیدواژه «اراده» معطوف می‌گردد. این‌که، علوم انسانی، برای تجهیز و الهام‌بخشی و توانمندسازی «اراده» انسان‌ها، برای رقم‌زدن به یک تاریخ متفاوت ساخته می‌شوند. منظور از علوم انسانی، نه به بند کشیدن و حذف اراده، بلکه رمق‌بخشیدن به اراده انسان‌هایی است که به روندهای طبیعی رضایت داده‌اند و در متن آن‌ها زندگی روزمره خود را به پیش می‌رانند. منظور از علوم انسانی، «الهام‌بخشی» به اراده‌ها، برای ترسیم آینده است.

از یک زاویه دید دیگر، برای علوم طبیعی و علوم انسانی که به شیوه فنی ساخته می‌شود، در دو گانه زمان گذشته و آینده، مهم‌ترین زمان، زمان «گذشته» است، و در واقع، «گذشته»، مبنای اصلی برای ساختن دانش محسوب می‌شود. از بررسی گذشته، قواعدی به دست می‌آید که می‌توان از آن برای به بند کشیدن آینده بهره برد. ولی در دیدگاه دیگری که تفاوت بنیادین میان علوم انسانی و علوم طبیعی قایل است، مهم‌ترین زمان، آینده است؛

چراکه توان اراده، خود را در رقم‌زدن آینده نشان می‌دهد. پس هر کاری می‌کنیم، باید برای آینده انجام دهیم و منظور از ساخت‌وساز علوم انسانی، الهام‌بخشی به زمان آینده است.

حال، پرسش بعد این خواهد بود که این الهام‌بخشی به آینده با چه روشی انجام خواهد شد؟ پاسخ گنورگک زیمل، و ماکس وبر به این پرسش، ما را به ساختن تیپ‌های ایده‌آل و رادیکال سوق می‌دهد. تیپ‌های رادیکال، چیزی شبیه چهره‌های الهام‌بخش اسطوره‌ها و رمان هستند که هدف از ساختن آن‌ها، نمودن شیوه‌هایی است که از آن طرق می‌توان زندگی و تاریخ را به شیوه خلاقانه‌تری ابداع کرد. هدف مردم از مطالعه اسطوره‌ها، رمان‌ها و مشاهده آثار هنری، دریافت الهام‌هایی برای ساخت یک زندگی متفاوت و راهگشاست، و رسالت علوم انسانی هم، همین است؛ ساخت‌وساز تیپ‌هایی که نهایتاً الهام‌های مؤثری برای ساخت تاریخ به بار آورد.

ساخت‌وساز تیپ‌ها در علوم انسانی به شیوه‌های مختلف شناخته‌شده و استعمال‌شده در علوم انسانی انجام می‌شود. از انباشت داده‌های تجربی در مورد نمونه‌های انسانی متمایز و متفاوت، تا فراتحلیل دیدگاه‌ها و تأمل‌ها در مورد یک پدیده. ما در این مقاله، به تیپ‌سازی دیدگاه‌ها و تأمل‌های انبوهی روی آورده‌ایم که در مورد سایر فضا صورت گرفته است، به این هدف، که زمینه‌هایی برای راه‌گشایی‌های رادیکال و ایده‌آل در این میدان فراهم آوریم.

به نظر می‌رسد که از زمان به رسمیت شناخته‌شدن وقوع یک محیط زیست انسانی جدید به‌عنوان سایر فضا توسط ویلیام گیسون (Gibson, 1985)، دیدگاه‌های نظری متعددی ساخته شده است، به نحوی که مواد اولیه لازم برای یک کاوش تیپ‌شناختی، آن هم به گونه‌ای که بتواند الهام‌های رادیکال و ایده‌آل برای شکل‌دهی به آینده را سبب شد، فراهم آمده است. البته ما در این مقاله، دعوی بررسی تمام دیدگاه‌های مطرح در این زمینه را نداریم، اما با توجه به مقصود تصریح شده‌مان، یعنی تدارک الهام‌های رادیکال و ایده‌آل درباره چشم‌انداز آتی فضای رسانه‌ای، مروری به مهم‌ترین این دیدگاه‌ها داشته باشیم. هر نوع تحقیقی در این زمینه کامل نیست، و تنها از بابت الهامی که به گشودن آینده می‌تواند ببخشد، می‌تواند فقط مفید ارزیابی شود. همین!

وظیفه تحلیل گر اجتماعی در این میان، پیش‌گویی این موازنه نیست، بلکه پیش‌بینی نقش + میزان تأثیر مؤلفه‌های مختلف در شکل‌دهی به روندهای این فعل و انفعال، به‌منظور فعال نگاه‌داشتن عامل اخلاقی + تاریخ‌ساز انسانی است.

با فعال‌ماندن انسان‌ها، در دنیای سیستم‌ها (مربک از انسان‌ها و ماشین‌ها)، چیزی با عنوان «روح‌هم‌نوایی» امکان‌گسترش در شبکه را می‌یابد، که این، می‌تواند پایه‌های تازه‌ای برای اعتماد ایجاد کند (Van Loon, 2008: 142-143). «روح‌هم‌نوایی» که اصولاً در پیشینه‌های تاریخی ژرف تمدن‌های بزرگ که اکنون از موقعیت‌های جغرافیایی خود به برکت فضای شدیداً رسانه‌ای فراتر رفته‌اند، بهتر ریشه می‌گیرد، مع‌الوصف می‌تواند در ابزارهای تکنیکی ارتباطات نوین، پر و بال بیش از پیشی بیابد. آنچه می‌تواند این روند را تحت تأثیر قرار دهد، توانمندسازی مشارکت‌کنندگان در فضای اجتماعی نوین است، تا بتواند غنای فرهنگی در این فضا را تأمین کند، و به این فضا رنگ و بویی اخلاقی ببخشد. با وجود پایگاه‌های تعاملی که همگی منبعث از الگوی وبلاگ هستند، کاربران مختلف از منابع گوناگون، می‌توانند در تعامل با یکدیگر، مهارت‌های خود را بالا و بالاتر ببرند و نیروهای مختلفی برای تحول در زندگی و فرهنگ را فعال نمایند. آنچه می‌توان این وضع خلاق را به یک وضع پایدار و مستمر در خلاقیت تبدیل کند، مهارت‌های اخلاقی است.

تاریخ تحلیلی انقلاب آنلاین

سرعت بالای ارتباط اینترنتی در کنار کاهش قابل‌ملاحظه هزینه اتصال، عامل مهم در انقلاب آنلاین بود. در ابتدا، از اواسط دهه ۱۹۹۰ تا سال ۲۰۰۳، اتصال به اینترنت عمدتاً، از طریق مودم (dial-up) و یک خط تلفن بود. این سرعت اتصال به علاوه هزینه، بدان معنا بود که اینترنت، در درجه اول و تنها برای دریافت و ارسال ایمیل استفاده می‌شد. البته این هم در قیاس با رویدادهای پیشین تاریخ جامعه انسانی، گونه‌ای انقلاب محسوب می‌شد، ولی نه چندان. برای بیشتر کاربران، تعامل صوتی و تصویری عملاً ناممکن بود و حتی مبادله اطلاعات متنی، ناممکن بود.^۱ این وضع، در ایران تا زمان ظهور اپراتور دوم پابرجای بود.

۱. تاریخ تحلیلی رسانه، شامل اسامی و تاریخ‌ها، برداشت آزادی هستند از فصل ششم از سیلویا کمبی و یانگ -

هر چند در جهان، مشکل سرعت و هزینه، از سال ۲۰۰۳ رو به تخفیف گذارد، ولی مشکل پهنای باند در سراسر جهان یک دشواری باقی ماند و این دشواری در اروپا از سال ۲۰۰۶ رو به مرتفع شدن گذاشت. حتی در سرتاسر آسیا از جمله چین و به استثنای ژاپن، مشکل پهنای باند هنوز هم یک مسأله است با این وجود، حوالی سال‌های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ بود که می‌توان گفت، استقبال ایرانی‌ها از اینترنت، شکل پیشتازی به خود گرفت. موضوع، «وبلاگ» بود...

«وبلاگ»، طلیعه ظهور رسانه‌های اجتماعی بود. ظهور رسانه‌های اجتماعی، به سرعت، گروه‌های خبری و انجمن‌ها را متشکل کرد، و زیست اجتماعی جدید، ابعاد خود را نشان داد. البته قبل از توسعه «وب» جهان گستر، محققان امریکایی از طریق اینترنت داخلی وزارت دفاع امریکا با هم ارتباط داشتند، ولی «وبلاگ» شکل اجتماعی و گسترده آن بود که به تدریج از سال ۲۰۰۶ به بعد در دنیا، تداوم یافت.

در رسانه‌های اجتماعی که بر مبنای الگوی وبلاگ توسعه یافت، سلسله مراتب از بالا به پایین و روابط رسمی تأثیری به جای نمی‌گذارد. با یک جست‌وجوی آنلاین، می‌توان افراد را پیدا کرد و دیگران هم می‌توانند شما را بجویند.

از آن پیش، ارتباط و گفتگوی بلادرنگ میان اعضا میسر شده است. تسهیل ارتباط در این مقیاس، نابرابری‌های آموزشی و مهارتی را بسیار تقلیل داده است. توانمندی‌های فنی به اشتراک گذاشته می‌شوند و جزئیات برای بسیار از مردم آشکار می‌گردد؛ البته، این بدان معنی نیست که همه چیز برابر شد، ولی بسیاری از اقسام نابرابری تسکین یافت.

در سال ۱۹۹۴، یک بلاگر به نام جاستین هال، شروع به نوشتن آنلاین در مورد زندگی خود و به اشتراک گذاری کامنت‌ها نمود. او دانشجوی کالج اسوارتمور در پنسیلوانیا بود و در کنار تحصیل، در یک مجله، کارآموزی می‌کرد. او در وبلاگ خود در مورد جزئیات زندگی‌اش، از جمله: پدر الکلی‌اش و روابط جنسی خود با شرکای مختلف نوشت.

این چنین، وبلاگ پایه‌ای برای شیوه نوینی از نوشتن شد؛ نوشتن روزمره و معمولی راجع به خود. وبلاگ‌نویسی، ساخت نوین و نامتعارفی از ارتباط انسان‌ها را تشکیل داد. قالب وبلاگ، برای این منظور بسیار ساده و مناسب به نظر می‌رسید و انتشار هر مطلب در عرض چند دقیقه میسر بود. وبلاگ‌نویس با خوانندگان خود، زندگی و افکار خود را به

اشتراک می‌گذارد؛ زندگی و افکاری که شاید چندان سنجیده نباشند. مخاطبان هم از تنوع بسیار برخوردارند. یک فرد با روزی ده هزار بازدید کننده، با خوانندگان مختلفی صحبت می‌کند. در واقع، نوشته‌های حرفه‌ای با مخاطبان حرفه‌ای به زیر آمدند و خیلی معمولی شدند.

در سال ۲۰۰۵، شکل‌گیری YouTube و بعد Qik، یک تحول بزرگ بودند؛ چرا که به اشتراک‌گذاری تصویر از متن معمولی هم آسان‌تر بود. افراد می‌توانستند ویدئویی را که با تلفن همراه خود تهیه کرده بودند، در یک «کانال» مخصوص به خود به نمایش گذارند. انتخاب عنوان «کانال» هم نکته جالبی است. انگار که این قرارگاه‌های تصویری، خواهان جایگزینی شبکه‌های تلویزیونی تخصصی بودند.

نتیجه آن‌که، همان‌طور که وبلاگ، روزنوشت را جایگزین مقاله و کتاب کرد، سپس، YouTube و بعد Qik و بعد هم سایر قرارگاه‌های تصویری، ارتباط را سهل‌تر ساخته است. با این امکانات گسترده و سهل، شیوه «شریک‌یابی شبکه‌ای» پدید آمد و گسترش یافت. یک فرد را در این شیوه - بسیار آسان تولید محتوا - می‌توان به کسی تشبیه کرد که در مرکز صحنه در حال اجرای یک سخنرانی است و در عین حال، مدام از صدر به زیر می‌آید و با مخاطبان مانند نشست پس از سخنرانی گفت‌وگو می‌کند و سپس به صدر بازمی‌گردد. او مدام این کار را انجام می‌دهد و جالب این‌که مخاطبان نیز به نوبه خود مشغول همین کار هستند. همه، هم در صدر محفل‌های متعدد هستند و هم در کف آن‌ها، و باز جالب‌تر این‌که، هر کس، هر وقت که بحث را در یک محفل جالب یافت، می‌تواند مخاطبینی را که می‌شناسد و می‌داند که آنان علاقه‌مند به بحث هستند را به صحنه بحث احضار کند.

این ابزار چند رسانه‌ای، زمانی که تلفن‌های همراه به وب دوستانه تبدیل شدند، از لحاظ عملکرد، هزینه و سرعت تکامل یافتند و تبادل محتوا را به نحوی بی‌سابقه میسرتر ساختند، و به بخش لاینفکی از زندگی تبدیل کردند. این چنین بود که در سال ۲۰۰۷، فیس بوک، شبکه اجتماعی که برای دانشجویان بود، راه خود را به سوی عموم مردم باز کرد. شبکه‌های اجتماعی مانند فیس بوک، به ما کمک می‌کنند تا در سراسر فضای فیزیکی ارتباط برقرار کنیم.

پس، یک تحول مهم دیگر آن است که شبکه‌های اجتماعی، افراد مختلف از سراسر دنیا را از طریق ابزارهای آنلاین و زبان ساده تصویر یا زبان غیر مادری دست و پا شکسته، به خوبی به هم متصل می‌سازد. در ابتدا بخش عمده‌ای از این ارتباطات فراملی از جنس کسب‌وکار یا از سنخ ارتباط علمی بود، ولی به سرعت، اهمیت روابط معمولی، فزونی گرفت. به تدریج، ارتباطات از جنس فرهنگ عامه فایق آمدند. آن‌ها یک چشم‌انداز جهانی و طیف متنوعی از دیدگاه‌ها در زمینه هنر، فرهنگ و جامعه، علم و تفکرات فلسفی را گردهم می‌آیند، و بدین سان نیمه عمر دانش، به شیوه بی‌سابقه‌ای کاهش می‌یابد. بدین ترتیب، در مفهوم «متخصص» دگرگونی‌های اساسی پیش آمد (Jha, 2001: 141). این تحولات، همچنان ادامه دارند...

اینترنت به مثابه آرمان شهر منفی

تیپ ۱. اینترنت، علاوه بر «رسانه»، یک «بازار انباشت محتوا» هم هست.

معمولاً اینترنت را نسل تازه‌ای از ارتباطات رسانه‌مند تلقی می‌کنند؛ ولی، معماری اینترنت، به نحوی است که نمی‌توان آن را فقط یک رسانه دانست. اینترنت، چیزی بیش از یک رسانه است. در یک تحلیل عمیق‌تر، ملهم از مارک پاستر (Poster, 1988)، اینترنت، موجب توسعه «نوشتن» شده و می‌شود. نوشتن در اینترنت، بیش از نوشتن معمولی و غیرالکترونیکی، مکتوب را از محدوده‌ی عمل «نویسنده» ای واحد دور می‌سازد. به علاوه، اینترنت، هم تحرکی تازه به نوشته می‌دهد، چون سیالیت قابل ملاحظه‌ای در فضا دارد، و هم، ماندگاری را به نوشته می‌افزاید؛ چون در زمان، قابل حفظ و گسترش است. اینترنت، رسانه‌ای است که آرشیو خود را در خود دارد.

البته، اینترنت، یک رسانه هم هست. عموماً، اینترنت را همچون رسانه‌های پیشین، به مثابه انتقال متقابل پیام از فرستنده/ فرستندگان به گیرنده/ گیرندگان تلقی می‌کنند، ولی اینترنت فقط این نیست. بخشی از اینترنت این هست.

پس، اینترنت، در اساس، یک «بازار انباشت محتوا»^۱ است. اطلاعات رد و بدل شده، از

1. content caching market.

بین نمی‌روند و انباشت می‌گردند، و در آینده می‌توانند توسط کاربران، مورد مقایسه و ارزیابی مجدد قرار گیرند و در قضاوت راجع به پیام‌های جدید، مورد استفاده واقع شوند. پس، نمی‌توان محیط‌های مبتنی بر بستر شبکه را همچون رسانه‌های پیشین، مانند رادیو، تلویزیون، روزنامه، و...، انتقال پیام در خلأ تصور کرد.

فهم این نکته از آن‌رو بسیار مهم است که «محیط» پیام‌رسانی در اینترنت، رفته‌رفته متراکم‌تر می‌گردد و به نقطه اشباع می‌رسد و در این شرایط است که مخاطبان برای استفاده از پیام‌ها، باید «هزینه تصمیم‌گیری و انتخاب» بین روایت‌های مختلف در اینترنت را پردازند. در چنین شرایطی است که چیزهایی شبیه «کانال‌های مورد اعتماد اینترنتی» انتقال پیام، ضرورت می‌یابد. به عبارت دیگر، افراد از سر اجتناب از سرسام منابع اطلاعات متعدد در اینترنت، ترجیح می‌دهند به منابع مأنوس مراجعه کنند و اطلاعات مورد نیاز خود را از آن‌ها به دست آورند.

تیپ ۲. فرآیند کلی «تصمیم‌گیری در انتخاب منابع مورد اعتماد اینترنت»

ملهف از دیدگاه هربرت سایمون^۱ در مورد مراحل تصمیم‌گیری (ر.ک: رحمان سرشت، ۱۳۷۹: ۱۸۲)، فرآیند کلی «تصمیم‌گیری در اینترنت» پنج مرحله به شرح زیر دارد:

۱. فعالیت جست‌وجوگری یا تجسس، وقتی برای کاربر معلوم می‌شود که داده‌ها آن‌قدر که به نظر می‌رسد روشن نیستند و روایت‌های مختلفی از هر پدیده در اینترنت هست. بنا بر این، بخشی از ذهن کاربر، مصروف این می‌شود که دریابد، کدام وجوه از یک روایت اینترنتی را برای جست‌وجوی بیشتر در اینترنت باید انتخاب کند؛

۲. اکتشاف، پردازش و تجزیه و تحلیل داده‌های مختلف از منابع گوناگون؛

۳. گزینش یکی از چند داده قابل‌احصا در مورد هر یک از وجوه روایت اینترنتی؛

۴. آشتی دادن و تلفیق داده‌های گزینش شده در یک مجموعه متحد که روایت اینترنتی

را به نحوی منطقی جرح و تعدیل کند؛

1. Herbert Alexander Simon (1916-2001).

۵. تجدیدنظر مجدد و مکرر در برخی اطلاعات جمع‌آوری شده در مورد وجوهی که با داده‌های دیگر جور در نمی‌آیند تا شاید در نهایت انسجامی در درک روایت اینترنتی فراهم شود.

تسلسل وقوع این مراحل در عمل بسیار پیچیده‌تر از آن است که در نظر اول به ذهن خطور می‌کند. هر مرحله می‌تواند برای خود، یک فرآیند تصمیم‌گیری پیچیده باشد. ممکن است مشکلات در هر مرحله، منجر به مسائل و مشکلات جزئی تری شوند و هر مسأله جزئی، اقدامات جست‌وجوگری، طراحی و گزینش خود را بطلبد. به اجرا درآوردن تصمیم‌ها را نیز می‌توان فرآیند تصمیم‌گیری به‌شمار آورد. از این‌رو، کاربر اینترنت، با مجموعه‌ای از مسائل و مشکلاتی مواجه می‌شود که به انبوهی تصمیم‌گیری نیاز دارند (به‌عنوان نمونه‌ای از این نحو استدلال بنگرید به: Thompson, 1995: 210, 219).

تیپ ۳. وقوع «سرسام اطلاعاتی» و در نتیجه غالب کاربران، سر خود را در برف فرو می‌برند.

در حالی که با انباشت فزاینده اطلاعات در شبکه، «هزینه تصمیم‌گیری» کاربران در انتخاب میان روایت‌های مختلف بسیار بالا می‌رود، و وقتی این هزینه از حد معینی بالاتر رود، کاربران اینترنت به شیوه‌های متفاوتی واکنش نشان خواهند داد؛ در مراحل آغازین این آشفتگی و در مقطعی که تصمیم‌گیری به این حد از پیچیدگی مفرط برسد، غالب کاربران، سر خود را در برف فرو می‌برند. آن‌ها فقط معذور موارد نسبتاً مربوطی که در هر زمان در ذهنشان می‌گنجد را برای تصمیم‌گیری مطمح نظر قرار می‌دهند. تصمیم‌های آنان، با یافتن تیزترین سوزن در پشته‌های کاه سر و کاری ندارند و فقط یافتن سوزنی را که در حد کفایت تصویری برای دوختن تیز باشد، مد نظر قرار می‌دهند.

از این‌رو، کاربرانی که به «حد کفایت تصویری» راضی هستند، بدون جست‌وجو برای احصای کلیه راه‌حل‌های قابل ارزشیابی، با حساب‌های سرانگشتی ساده، در مورد روایت‌های اینترنتی تصمیم می‌گیرند. کاربران دستیابی به «حداکثر اطمینان» را فدای «اطمینان کافی تصویری» می‌کنند.

خب؛ باید تصور کنیم و بفهمیم که کاربر، این تصمیمات را، وقتی که به اشباع رسیدند،

چگونه صورت می‌دهد؟ وقتی اینترنت، به منبع اصلی آگاهی‌ها تبدیل شود و فضای اینترنت نیز نه به‌عنوان یک لوله انتقال اطلاعات، بلکه به‌عنوان یک مخزن اطلاعات انباشته، به حد اشباع برسد، «اطمینان کافی تصویری» شکل بسیار نامطمئن و ریسک‌باری به خود می‌گیرد، و می‌تواند مخاطرات عظیمی را دامن بزند. چنان‌که بودریار تأکید دارد، این مخاطره عظیم از نسبتی برمی‌خیزد که میان رسانه و تبلیغ و مصرف و نهایتاً هویت برقرار می‌شود (Baudrillard, 1998: 99, 121, 191, Lane, 2000: 39, 43).

بنابراین، می‌توان تصور کرد که کاربران اینترنت، پس از یک دوران خلسه ابتدایی که در آن از اطمینان کامل صرف نظر می‌کنند، در واکنش به ریسک‌های چنین زندگی‌ای به اطمینان کامل روی می‌آورند و می‌کوشند کنترل خود را بر حوادث اطراف خود را باز بیابند. رسیدن مردم به چنین تصمیمی، بستگی به رویدادها و تهدیدهای مخربی دارد که بیشتر انسان‌ها احساس لزوم کنترل آن‌ها را در خود حس خواهند کرد.

با این حساب، چه شیوه‌هایی برای تصمیم‌گیری در اختیار خواهد بود؟ ملهم از هربرت سایمون در پاسخ به این سؤال، می‌توان قائل به وجود دو گروه تصمیم‌شد که آن‌ها را به ترتیب تصمیم‌های: «برنامه‌ریزی‌شده» و «بدون برنامه» یا «غیرقابل برنامه‌ریزی» می‌نامیم (رحمان‌سرشت، ۱۳۷۹: ۱۸۴). این رده‌های تصمیم‌سازی، مانع‌الجمع نیستند و طیفی را می‌سازند که در یک‌سوی آن تصمیم‌های کاملاً برنامه‌ریزی‌شده و در سوی دیگر آن، تصمیم‌های کاملاً بی‌برنامه قرار می‌گیرند. تصمیم‌های عادی، جاری و تکرارپذیر یا تصمیم‌هایی که در چارچوب‌هایی مشخص و از پیش طراحی‌شده اتخاذ می‌شوند، تصمیم‌های برنامه‌ریزی‌شده به‌شمار می‌آیند. لازم نیست با هر بار مطرح‌شدن موضوع این تصمیم‌ها، تصمیم‌جدیدی گرفته شود. مقولات جدید و نوبه‌نو و موضوع‌هایی که در یک چارچوب شناخته‌شده ننگنند، یا نتوان برای مقابله با آن‌ها روش‌های معمول را به کار بست، ضرورت اتخاذ تصمیم‌های بی‌برنامه را ایجاب خواهند کرد. بی‌سابقه‌بودن موضوع یا دشواری خاص مسأله را می‌توان علت نیاز به تصمیم‌های بی‌برنامه دانست. هر چه به پیش می‌رویم، شمار این دست تصمیمات، بیشتر می‌شود. کاربران شبکه، می‌کوشند تا سطح هوشیاری خود را در قبال شرایط مستمراً نوبه‌نو شونده، در سطحی پایین تنظیم کنند تا بتوانند به زندگی معمول خود ادامه دهند.

تیپ ۴. میزان اقبال به «کانال‌های مورد اعتماد اینترنتی» به عوامل مختلفی بستگی خواهند داشت

ممکن است، یک کاربر، انجام اغلب تصمیم‌ها در محیط اینترنت را به عهده تصمیم‌های بدون برنامه بگذارد و دچار زیان‌های جبران‌ناپذیر شود. در آینده، شیوه‌های مرسوم در رویارویی با تصمیم‌های بدون برنامه، پاسخ‌گو نخواهند بود. به این جهت، کاربران اینترنت، باید سعی کنند تا اغلب تصمیم‌هایی را که می‌توانند به صورت برنامه‌ریزی شده درآورند، برنامه‌ریزی کنند و بدین ترتیب، به «کانال‌های مورد اعتماد اینترنتی» پناه می‌برند (Thompson, 1995: 210-219). با استمداد از «کانال‌های مورد اعتماد اینترنتی»، تبدیل بسیاری از تصمیمات پیچیده غیرقابل برنامه‌ریزی، به تصمیم‌های برنامه‌دار ممکن می‌گردد. از این قرار، پیدایش این کانال‌ها، اجتناب‌ناپذیر خواهند شد؛ هر چند که خود آن‌ها، امکان دستکاری و نفوذ به آگاهی و تصمیم‌گیری‌های مخاطبان را توسط منابع ناآشنا و ضداجتماعی افزایش خواهند داد.

آن طور که از شواهد امروز (مانند خبرگزاری‌ها یا پایگاه‌های تخصصی اینترنتی که به تدریج جای روزنامه‌ها و مجلات مانوس مردم را می‌گیرند) بر می‌آید، احتمالاً، میزان اقبال به «کانال‌های مورد اعتماد اینترنتی» به عوامل مختلفی بستگی خواهند داشت: (۱) پیشینه و سابقه کانال؛ (۲) میزان انسجام بسته‌های روایتی ارائه شده؛ (۳) استمرار ارائه روایت‌های منسجم در طول زمان؛ (۴) تأیید و تکمیل بسته‌های روایتی ارائه شده با سایر بسته‌ها؛ (۵) تأیید و تکمیل بسته‌های روایتی با واقعیت‌های ملموس عینی؛ (۶) همراهی چهره‌ها و نهادهای معتبر اطلاع‌رسانی نسبتاً مطمئن؛ (۷) ارائه هر چه بیشتر و معتبرتر شواهد مثبت؛ (۸) انطباق با پیش‌زمینه‌های معرفتی مخاطبان؛ (۹) تولید محتوای مطلوب به لحاظ فنی؛ (۱۰) اقتباس و میزبانی گسترده منابع اطلاعات تحقیق شده با ویرایش اختصاصی، و اموری ... مانند آن.

در عصر اینترنت، چه کسی می‌تواند به مردم اعتماد ببخشد؟ در سال ۲۰۰۳، و در اوج عصر شبیه‌سازی رسانه‌ها، وقتی آغاز نبرد غرب علیه تروریسم اعلام شد، مردم در باور کردن این که واقعاً یک دشمن واقعی وجود داشت، تردید داشتند. با وجود افشای انبوه اطلاعات واقعی یا شایعات رسوایی‌های مالی در شبکه، اعتماد به شرکت‌ها و دولت‌ها

دشوار شده است. در همین حال، اعتماد به گروه‌های مرجع، مانند دانشگاهیان، هنرمندان، ورزشکاران، رجال متنقد، و ... کمتر و کمتر شده است. دوستان و خانواده نیز اهمیت سابق را در شبکه روابط افراد از دست داده‌اند و شبکه‌های حرفه‌ای، جای آن‌ها را گرفته‌اند؛ شبکه‌های حرفه‌ای به اقتضای کار پدید می‌آیند و روابط در همان محدوده می‌مانند (Baudrillard, 1981/ 1983: 1-6, 26-29; Lane, 2000: 83-87).

تیپ ۵. خودتخریبی اعتماد در اینترنت

یک رویداد دیگر که ضربات کاری به اعتماد در شبکه می‌زند، این است که در شبکه، اخبار بد، بیش از اخبار خوب منتشر می‌شوند، و اخبار خوب چندان نمی‌پایند و به سادگی لکه‌دار می‌شوند. در اینترنت، اظهارات مغرضانه، آسان‌تر و سریع‌تر مطرح می‌شوند، و به سهولت، فراگیر می‌گردند. اینترنت، از این بابت، جای ناچوری است.

در سال ۲۰۰۷، شرکت مایکروسافت، با یک چالش مواجه شد. به نظر می‌رسید که یک مقاله در ویکی‌پدیا، درباره یکی از برنامه‌های کاربردی، اطلاعات و ویرایش‌های مشکوکی توسط یک یا گروهی از کاربران آزاد اعمال می‌شد که به این گول تکنولوژی ضربه می‌زد. مقالات ویکی‌پدیا، می‌توانند توسط هر کسی با دسترسی به اینترنت و به سادگی با کلیک بر روی لینک «ویرایش این صفحه» تغییر یابند، و سپس، همه آن را ببینند؛ البته الگوی ویکی‌پدیا، کم‌وبیش در همه جای شبکه مشاهده می‌شود، و این، اعتماد و اتکاء به منابع اطلاعات مستقر در شبکه را به چالش می‌طلبد.

در مورد تالارهای گفتگوی مشهور و پر مخاطب، و همچنین پایگاه‌های خبری و تحلیلی نیز مسائلی از سنخ اعتماد مطرح می‌شود و نحوی تردید پذیرفته شده حاکم است. به نظر می‌رسد که آن‌ها در مقابل پیشنهادها یا پشتیبانی مالی بسیار انحراف‌پذیرند. این تصور کم‌وبیش هست که شرکت‌های بزرگ، کاربرانی را برای نفوذ به فوریوم‌ها به استخدام می‌آورند تا این منابع را تحت کنترل درآورند. نتیجه این است که مردم اطمینان دارند که شرکت‌ها در شبکه، بیش از آن چه واقعاً هستند، آب و رنگ می‌یابند، و هر چند که این را می‌توان در خارج از شبکه هم مشاهده کرد، ولی این که این دستکاری و نفوذ به داخل شبکه هم راه پیدا کرده است، خبری بدی برای کاربران است، و به تبع، بی‌اعتمادی

گسترش بیشتری یافته است. یک نکته دیگر، طولانی‌شدن گفتگوهای آفلاین در ارتباطات آنلاین و بالعکس است که پیچیدگی بیشتری به بی‌اعتمادی‌ها می‌دهد. اعتماد، توسط «اعتقادات مشترک» و «منافع مشترک»، در کنار «موقعیت جغرافیایی مشترک» تعریف می‌شود، و اکنون، شیرازه‌های این اشتراک‌ها گسیخته است. اعتقادات و ادراکات از منافع، بر پایه اطلاعات شکل می‌گیرند، و منابع کسب اطلاعات نسل‌ها و گروه‌های مختلف مردم، بسیار متفاوت شده است. در حالی که گروهی از مردم، هنوز به منابع قدیمی، مانند: روزنامه و کتاب وابسته‌اند. برخی دیگر به رسانه‌های رسمی آنلاین، مانند: روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های رسمی آنلاین، مراجعه می‌کنند و البته بسیاری دیگر، تمام وقت در وبلاگ‌ها، انجمن‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ویکی‌های آنلاین اطلاعات عمومی کسب می‌کنند. به‌طور طبیعی در این شرایط، حداقل‌های اشتراک عقاید کم‌رنگ می‌شوند و جریان‌های فکری ریشه‌دار روی نخواهند داد.

تیپ ۶. آشفستگی در روابط متکی بر اعتماد؛ «هاو» (Hau)

اصولاً روابط متکی بر اعتماد، تا حد زیادی مستلزم تأکید قوی بر روابط توأم با تعهد مشترک است، که مستلزم قدری هم‌حضور است. مارسل موس در تحلیل روابط اجتماعی به‌مثابه امری کلی، به این عنصر اعتمادبرانگیز، «هاو» (Hau) اطلاق می‌کند (Mauss, 1924\ 2002: 114). بر این مبنا، «هاو»، حاوی نحوی شرم حضور یا احساس دین و مدیونی است که به خوبی در مناسک هدیه‌دادن و متقابلاً هدیه گرفتن خود را نشان می‌دهد؛ البته، این حس و حال در مورد همه مبادلات اجتماعی صادق است. افراد، یک‌ناظر بی‌طرف بیرونی و جبری را مدنظر قرار می‌دهند که بر روابط آنان نظارت دارد که اگر هدیه گرفته‌شده را تلافی نکنند، نظارت او، ایشان را با عذاب وجدان که همان ناظر درونی باشد، مواجه می‌سازد.

از این قرار، اعتماد، معمولاً باید در یک هم‌حضور نسبتاً پایدار و اعتمادازا در کنار یک فنجان چای اتفاق بیفتد، نه در شبکه و با چند ارتباط و نسبت اتفاقی. هم‌حضورها، با ایجاد، تکرار و تحریک حس ناظر بیرونی، پایه‌هایی برای اعتمادهایی می‌سازند که بشود با آنها کار و برنامه مشترک و پیوسته و تمدن‌سازی را آغاز کرد. اعتماد، تنها می‌تواند در

طول زمان، از طریق عمل سازگار در مقاطع و موقعیت‌های مختلف ساخته شود. در دنیای واقعی، کسی که شاهد رفتار اصیلی است که در طول زمان استمرار دارد، بیشتر احتمال دارد که اعتماد بورزد. ارتباط‌های انسانی در دنیای اینترنت، به‌طور معمول مستمر و پیوسته نیست.

تیپ ۷. تحمل اجباری تنش عصبی، بی‌آبرویی و سلب اعتماد

یکی از چالش‌های ورود به فضای رسانه‌های اجتماعی، ماهیت تعاملی آن‌هاست. بدین ترتیب است که فرهنگ آنلاین، برای هر کسی گشوده و مهیای جرح و تعدیل است. البته، اگر گفتگوها در رسانه‌های اجتماعی به‌طور فعال و طی مکالمات دو طرفه و برای ایجاد رابطه متعهد باشد، و در چارچوب‌های اخلاقی، قواعد به رسمیت‌شناسی، و احترام و آداب صورت گیرد، رسانه‌های اجتماعی فرصتی برای افراد خوش‌فکر محسوب می‌شوند، ولی، اگر این چنین نباشد که اغلب هم نیست، رسانه‌های اجتماعی یک منبع برای تنش عصبی و از آن مهم‌تر، منبعی برای بی‌آبرویی و سلب اعتماد است (Van Loon, 2008: 140-144). در این شرایط است که هر نوع تمایل به ترک فضایی که هتاکانه و تهاجمی شده است، به‌عنوان تمایل به سمت انفعال و استبداد تعبیر می‌شود. بنابراین، گاه مردم مجبور می‌شوند که به‌رغم وضع معمول روابط انسانی، روابط آزاردهنده را تحمل کنند تا متهم به انفعال و استبداد نشوند.

تیپ ۸. دنیای دیجیتال، تمام وقت شده

رسانه برای گسترش دسترسی انسان‌هاست و اگر بتواند با «اعتماد»، با واقعیت‌های اجتماعی تلفیق شود، آن‌گاه رسانه فرصتی برای تمدن خواهد بود و اگر چنین نشد، به تعمیق تک‌افتادگی روزافزون افراد می‌انجامد. تاریخ فرهنگی ملل، ظرفیت‌های متفاوتی در برقراری ارتباط میان دو جهان آنلاین و آفلاین فراهم می‌کنند. دسترسی به اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، تغییراتی در این ظرفیت‌های فرهنگی ملت‌ها از یک‌سوی، و توان فردیت‌ها از سوی دیگر، ایجاد می‌کند؛ توان مشارکت‌کنندگان برای رویارویی با مؤلفه‌های فرهنگی و شرکت در بحث‌ها، فزونی بسیار گرفته و بدین ترتیب، این احتمال

ایجاد می‌شود که مؤلفه‌های فرهنگی نتوانند کار خود را درست انجام دهند. در حال حاضر، برای بسیاری از ما، بخش اعظم فعالیت‌های روزانه، مصروف پرداختن به منابع دیجیتال آنلاین می‌شود؛ کارهایی مانند: گفتگوی برخط متنی و صوتی و تصویری در شبکه‌های اجتماعی، ارسال و دریافت پیامک، دریافت و بررسی و پاسخ‌دادن به آخرین ایمیل‌ها، تفریح و سرگرمی مندرج در شبکه‌های اجتماعی، خرید اینترنتی، کنترل اینترنتی حساب بانکی، خرید از طریق پایانه دیجیتال، تماس با همراه، کسب خبر از منابع اینترنتی، وب‌گردی، جست‌وجوی آخرین گجت‌هایی که می‌توانند زندگی دیجیتال ما را غلیظ‌تر کنند و حتی در مورد برخی از ما، این مشغولیت به دنیای دیجیتال، تمام‌وقت شده است (Thompson, 2003: 257, Robins, 2003: 236). بله، بسیاری از ما تمام‌وقت دیجیتال شده‌ایم. ما در هر دقیقه از شبانه‌روز «در دسترس» هستیم. اینترنت و شبکه جهانی وب، همه‌جا حاضر و ضروری گشته است. رفته‌رفته، پیگیری‌های قضایی و همچنین شرکت در انتخابات‌ها هم به شکل آنلاین در خواهد آمد.

در هر مؤلفه از زیست اجتماعی همه مردم، اعم از نهادهای مدنی و فرهنگی و سیاسی و اقتصادی، لاقلاً یک عامل نیرومند تکنیکی و دیجیتال وجود دارد که اتصال آن را با شبکه برقرار می‌کند. درباره اغلب این مؤلفه‌های اجتماعی، عامل دیجیتال وجه غالب دارد. با ظهور رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های آنلاین که توسط صدها میلیون نفر از مردم در سراسر جهان استفاده می‌شوند، این رفتارهای آنلاین به سرعت در حال فایق آمدن هستند. آن‌ها سراسر زندگی ما را تسخیر می‌کنند و فرهنگ مستقلی می‌سازند که به لحاظ تاریخی، بی‌سابقه و ناپخته است و اتکاء کاملی به تجربه پیشین مدنی ملت‌ها ندارد.

تیپ ۹. خروج فرهنگ رسانه‌های آنلاین از شیوه‌های مآنوس تاریخی

فرهنگ رسانه‌های آنلاین، چگونه فرهنگی است؟ فرهنگی که در آن، ارتباطات انسانی از شکل متعارف تاریخی خود، ناگهان فاصله زیادی پیدا می‌کند، به شکل نوین و در عین حال کارآمدی در می‌آید و اجتماع خاص خود را ایجاد می‌کند؛ چگونه فرهنگ و اجتماع انسانی خواهد بود؟ مزیت درک فرهنگ آنلاین، این است که ما را به فضای تعاملی و هوشمند (سایبر) منتقل می‌کند. در حالی که فرهنگ‌های محلی و ملی به ناچار، بر یک

موقعیت جغرافیایی پایبند هستند، فضای تعاملی و هوشمند (سایبر) ارتباطات انسانی و ماشینی را ورای محدودیت‌ها برقرار می‌کنند (Cochrane and Pain, 2005: 4.43). یک مزیت دیگر درک و مشارکت در این فرهنگ، آن است که، محصولات فرهنگی، اختراعات، ماشین‌ها، و سایر محصولات انسانی و ماشینی به شکل شرکای کنش در می‌آیند و ارتباطات انسانی را طنین تاریخی گسترده‌ای می‌بخشند. ولی، به نظر می‌رسد که «متن» اینترنت به هر کس یا هیچ کس تعلق ندارد و با این همه، به بعضی نهادها که وقف جست‌وجوی اطلاعات در اینترنت هستند، تعلق دارد؛ و به این ترتیب، قدرت آن نهادها را تقویت می‌کند. مردم از حضور این دست نهادها، اطلاع دارند و گاهی هراس خود را در یک نظرسنجی اعلام می‌کنند؛ با این حال، به افشای اطلاعات خود ادامه می‌دهند. چرا؟

مردم با استفاده از تلفن همراه، مبادلات خودکار بانکی، رزرو از طریق اینترنت و غیره، مدام در نظارت به خود مشارکت می‌کنند (Foucault, 1977: 170; Thompson, 1995: 132-148).

اینترنت، نمادهای تعیین هویت شخصی را به هم پیوند می‌دهد و فرد، ناگاه در می‌یابد که خود افشاگری‌های ذره ذره او در اینجا و آنجای اینترنت با یکدیگر پیوند یافته است و تصویر کاملی از حیطه‌های عمومی و خصوصی زندگی او را در اختیار دیگران قرار می‌دهد. سوابق اظهار نظرها، دوستی‌ها، معاشقه‌ها، مطایبه‌ها، صمیمیت‌ها، خریدها، و از همه مهم‌تر، جست‌وجوها، و همچنین، سایر مبادلات، همگی کنار هم قرار می‌گیرند، به طوری که می‌توان تصویری از عادت‌ها، خصلت‌ها و عقاید فرد را در اختیار دیگران و «همه» دیگران قرار دهد (Phillips, Joshua and Ryan: 2014). هر یک از افراد، در اینترنت به صورت متکثر و متفرق هستند؛ و از این قرار، گستره خود افشاگری‌شان به چشمشان نمی‌آید، و باز جزئیات تازه‌ای به پرونده فراموش‌ناشدنی خود در شبکه، اضافه می‌کنند. رایانه‌ها، تبدیل به «ماشین‌هایی برای ایجاد هویت‌هایی قابل بازیابی و واری» می‌شوند؛ گونه‌ای از استیضاح الکترونیکی سراسری در جریان است. در عین حال، این پرونده افشاگر، قابل جرح و تعدیل و اصلاح هم نیست؛ تنها می‌توان به آن چیزهایی افزود و نمی‌توان چیزی را از آن پاک کرد. نظارت در شرایط فعلی، بین یک شخص منفرد قابل شناسایی با همان شخص در موقعیت بعدی فرق می‌گذارد و با تکثیر هویت‌ها، شخصیت‌های اینترنتی را از شخصیت‌های واقعی جدا می‌سازد، اما، در عین حال، به وقتش این هویت‌ها را مجدداً به هم

پیوند می‌زند. هر بار کامپیوترهای دور از هم، سابقه‌ای را به‌طور خودکار کنترل یا با سابقه‌ای دیگر مقایسه می‌کنند، این پرونده کامل و کامل‌تر می‌شود، و اغلب مردم امروز، از این وضع غافل هستند و به سهولت با آن کنار می‌آیند؛ روزی خواهد آمد که از نوشتن آزادانه بسیاری از سخنان در متن شبکه نادم خواهند شد.

تیپ ۱۰. تغافل عمدی و سواد رسانه‌ای خودسانسور شده

هر چه زندگی روزمره با استفاده‌ی بیشتر از فناوری‌های الکترونیکی، پیش رود و هر چه رویدادهای روی صفحه‌ی نمایش، بیشتر جانشین تجربه شوند، کار این فناوری‌ها، کمتر محسوس خواهد بود و مردم با نگاه مشکوک کمتری به آن خواهند نگرست. آن‌ها در این فضای جدید، خیلی چیزی را پنهان نمی‌کنند (پاتر، ۱۳۹۱: ۵۰۱-۴۷۶). در شرایط به‌شدت دیجیتال شده، افراد به فراخور رمزهای «فوق‌عادی» و همانند جریان‌های اطلاعاتی هدایت می‌شوند و خود را جزئی از آن به حساب می‌آورند. حتی افراد، به نحوی مجذوب می‌گردند که احتمال این را که تحت نظر باشند، یا اطلاعات پراکنده آن‌ها در جایی جمع شود را «توهم فناورانه» تلقی می‌کنند (لیون، ۱۳۸۴: ۶۳-۶۲). آنچه در وجهی متناقض می‌توان گفت، این است که دو دیدگاه متفاوت این وضع را توجیه می‌کند. یک دیدگاه، نگاه کاربر است که دنبال اطلاعات کاربردی خود می‌گردد و نگاه دیگر، نگاه کسی است که فعلاً اطلاعات درون شبکه برای او موضوعیت ندارد و می‌خواهد یک کاربر را ردیابی کند.

وقتی یک کاربر، کاملاً مجذوب اطلاعات کاربردی شود، از این امکان که از نحوه حرکت او در شبکه، کسی با نگاه دیگری بهره‌برداری کند، چشم‌پوشی می‌کند و علت این نادیده‌انگاری، جذب خود اطلاعات به‌مثابه یک زیست‌جهان مستقل است. برای این کاربر مجذوب، آنچه مشهود است، تمام چیزی است که مشهود است. در این حال، تفاوت بین واقعیت و وهم، محو می‌گردد. این تحلیل را می‌توان نحوی «پدیدارشناسی امر سایبر»^۱ نام نهاد.

1. Phenomenology of "the Cyber".

افق‌های نوین نظارت در شبکه را می‌توان بر حسب زبان پایگاه‌های داده‌های کامپیوتری مجدداً تنظیم کرد؛ در واقع، افراد در راستای مشارکت فعال در تکمیل پایگاه‌های داده پراکنده، بدون آن که خود دقیقاً متوجه باشند و گاه هم با اطلاع از این که رصد می‌شوند، دست به خودافشاگری گسترده می‌زنند و پازل‌های یک نظام نظارتی بزرگ را کامل می‌کنند.

تیپ ۱۱. سرعت و محو هویت

یکی از اصلی‌ترین تغییراتی که ماشین‌ها به‌طور کلی و ماشین‌های سایبر به‌طور اخص به بار می‌آورند، اساساً در سرعتی نهفته است که ایجاد می‌کنند؛ و این سرعت، از توان هضم و جذب ما بیشتر است. ماشین‌ها، عناصر مختلف فضایی و زمانی سازنده حضور واقعی ما در دنیا را تغییر می‌دهند، و در نتیجه، رابطه ما را با جهان به هم می‌ریزند و به یک رابطه «دورادور»^۱ بدل می‌کنند و آن نیز به نوبه خود، غنای تجربه معقول نزد ما را می‌کاهد. یک دیدگاه آن است که وضع اسف‌بار اخلاقی در جامعه توده‌وار امروز اساساً از این‌روست (Virilio, 1994: 7; James, 2007: 48).

سرعت و شتاب انتقال اطلاعات و ارتباطات، که توسط فناوری‌های مدرن فراهم شده، منجر به از دست رفتن حضور صمیمی و کاهش تجربه مجسم و ملموس زندگی می‌گردد. زندگی به حرکتی مداوم، بدل می‌شود و حضور ما در جهان به مثابه نحوی «حضور مجازی» خواهد بود. اصل مقوله «سرعت» به‌عنوان یک دشواری بالقوه نهادی و هویتی، به‌ویژه در تأملات آنتونی گیدنز، ملهم از تاریخ اضطراب مارتین هایدگر مطرح شد (گیدنز، ۱۳۸۴: ۱۹). از دیدگاه آنتونی گیدنز، ویژگی مهم جوامع مدرن، تحول لاینقطع و سریع به حد «ازجاکنندگی»^۲ است. از این دیدگاه، «Modernity»، اصولاً با «تجدد»، همسان تلقی می‌شود. بازتاب این وضع، در سطح هویت شخصی، این است که ویژگی‌های اساسی مدرنیت به‌رغم زندگی در فضای سنت، تجربه‌ی زندگی توأم با شتاب و سرعت، تحولات مستمر و

1. Teletopological.

2. disembedding.

عمیق و سبک زندگی بسیار وسواس آمیز و با تأملات پی‌درپی که مدام عملکردهای اجتماعی و فردی را مورد بازاندیشی قرار می‌دهد و مدام ماهیت و جوهر آن را متحول می‌سازد. آنچه در این فرآیند بسیار اهمیت دارد، تحولاتی است که به دلیل این سرعت فراوان، در جوهر زمان و مکان پدید آمده است و ماهیتی نامتعیین پیدا کرده است. در نتیجه، کنش‌های اجتماعی از متن و زمینه‌ی محلی گسیخته شده‌اند و در یک چارچوب زمانی فضایی نامحدود شناور گردیده‌اند (Giddens, 1990: 10_17, 36_45).

مانوئل اولیون کستلز، در استمرار این خط فکری، این ایده را تقویت می‌کند که انقلاب ارتباطات، انقلاب فراگیر شهرنشینی را وارد فاز جدید و پیچیده‌ای کرده است که در آن، سرعت انتقال، نکته اصلی است (Castells, 1999: 229_306). در واقع، همان‌طور که در شهر، جامعه به شکل شبکه در می‌آید و افراد به نقاط تقاطع خطوط یا وب تبدیل می‌شوند، این وضع در شبکه‌های ارتباطی تشدید می‌شود. همان‌طور که فرد با انتقال از روستا به شهر، ضمن بهره‌مندی از چابکی بیشتر، هویت خود را از دست می‌دهد و به عضوی از پایگاه‌ها و موقعیت‌های فضایی و اجتماعی تقلیل می‌یابد، با عضویت در اجتماع مجازی در عین حفظ عضویت در شهر، به‌طور مضاعف، شخصاً به رسمیت شناخته نخواهد شد، و به مجموعه‌ای از خصلت‌های شبکه‌ای تقلیل خواهد یافت. بدین ترتیب، در یک جامعه عمیقاً شبکه‌ای شده، هویت به یک معضل تبدیل می‌شود (Castells, 2009: 71_167).

تیپ ۱۲. رقابت عمدتاً نافرجام هویت‌های رقیب

برای علاج این معضل، «هویت مشروعیت‌بخش»^۱، «هویت مقاومت»^۲، و «هویت برنامه‌دار»^۳، سه تدبیر مستمر و تا حدی نافرجام بوده است (Castells, 2009: xxvi). به باور مانوئل کستلز، پس از آنکه هویت‌های سنتی رنگ باختند، و پس از آنکه انقلاب‌های مدرن، شوری برانگیختند، هویت‌های سیاسی یا مشروعیت‌بخش جای هویت‌های سنتی را گرفتند. آن‌ها به نیرومندترین جایگزین‌های هویت سنتی بدل شدند (Castells, 2009: 8).

1. legitimizing identity.

2. resistance identity.

3. project identity.

اما، از آنجا که جامعه شبکه‌ای، بیشترین تأثیر خود را در بنگاه‌های اقتصادی نهاد و سایر نهادهای اجتماعی، دستگاه‌های اقتصادی ماندند، دولت‌ها تحت نفوذ بنگاه‌های اقتصادی، متزلزل و زودگذر از آب درآمدند، و این ضربه هولناکی به هویت مردمی بود که بنای هویت خود را بر دولت‌هایی گذاشته بودند که اکنون با بحران مشروعیت مواجه شده بودند. شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی از طریق مداخله گسترده‌تر در عملکرد دولت‌ها، توانمندی آن‌ها در عمل به تعهدات خود به رأی‌دهندگان را به چالش طلبیدند، و این علتی شد برای سرشکستگی کسانی که با شور و شوق فراوان، هویت خود را با هویت دولت‌ها و احزاب مربوط به آن‌ها گره زده بودند؛ این، چیزی مانند استقلالی و پرسپولیسی بودن بود (Castells, 2009: 19-27, 69-70).

افرادی که این چنین هویت سیاسی خود را رنگ‌باخته دیدند، شروع به مخالف خوانی کردند. آن‌ها تقریباً با هر چیزی مخالف شدند. این چنین خود را در هر شرایطی و با آمدورفت هر حکومتی با پیروزی جلوه می‌دادند. هرچند که این لیگ که استراتژی بین‌یدی هوشمندانه بود، نمی‌توان این استراتژی را مدت زیادی ادامه داد؛ چراکه یک هویت مقاومتی، تأثیرات روانی ویرانگری در فرد می‌گذشت، و صفش را بیش از پیش به تنهایی می‌کشاند علی‌الاصول این وضع قابل‌تحملی برای «توانسان نیستی» (Castells, 2009: 70).

از نظر مانوئل کستلز، فرجام بد سرسام هویت مقاومتی، پایان‌نهایی سرسام بسیاری از انسان‌های امروز است، ولی در مورد گونه‌های معدودی همچون بنیادگرایان دینی، ناسیونالیست‌های فرهنگی یا اجتماعات قومی، از یک امکان هویتی به نام «هویت برنامه‌دار» برخوردارند، که محتوای آن، واکنشی علیه جهانی شدن است. این، پرفروغ‌ترین امکان هویتی است که در شرایط جدید، و تنها برای بخشی از مردم جهان وجود دارد (Castells, 2009: 69-70).

تیپ ۱۳. سرعت و بروز شکاف نسلی

با این شتاب جابجایی دانش و تکنولوژی، انقضای نسلی با سرعت بیشتری رخ می‌دهد. همواره توان افراد برای انطباق با تغییر تکنیکی و علمی حیطه سنی معینی دارد و پس از عبور افراد از یک حیطه سنی، افراد به زندگی با ثبات نسبی بیشتر متمایل و سپس مجبور

می‌شوند. از این قرار، می‌توان پیش‌بینی کرد که شکاف و تعارض میان نسل جوان که اصولاً توان و انرژی انطباق با نوآوری‌های دانش و تکنولوژی را دارد، و نسل‌های دیگر، بیش از پیش فزونی می‌یابد (Thompson, 1995: 210,219). به‌عنوان نمونه، درست در حالی که هنوز از نسل قبل، کسانی هستند که مطالعه کتاب کاغذی را به کتاب الکترونیک ترجیح می‌دهند، و در حالی که تازه برخی دارند به کتاب الکترونیک منقش بر صفحه مانیتور عادت می‌کنند، برخی جوانان به‌طور کامل خود را با تلفن همراه به‌عنوان پلتفرم تمام کارها از جمله کتاب‌خوانی انطباق داده‌اند و رفتار هر سه نسل متمایز برای یکدیگر عجیب است. فاصله بین ملت‌ها نیز از این حیث رو به افزایش است. برخی گزارش‌ها نشان می‌دهند که چین، بازاری پیشرو برای رسانه‌های اجتماعی است. این شکاف به‌لحاظ محتوا هم حائز اهمیت است. در آسیا، عمدتاً تمرکز بر محتوای شخصی است، در حالی که در ایالات متحده آمریکا و اروپا بحث‌ها بین موضوعات مرتبط با مسائل فرهنگی، سبک زندگی و مسائل سیاسی توزیع شده است (Thompson, 1995: 251,253).

تیپ ۱۴. پدیده خود افشاگری اینترنتی

کم‌رنگ‌شدن کارکردهای اقتصادی و تجاری اینترنت، محیط شبکه را رنگ و بوی تفریحی و مشحون از روابط خصوصی بخشیده است. این وضع، به‌ویژه با دشوارشدن برقراری روابط صمیمی در دنیای واقعی به دلیل ظهور و غلبه جامعه توده‌ای، تشدید هم می‌گردد. اینترنت، افرادی را به وجود آورده است که خواهان بهبود زندگی شخصی و اجتماعی خویش از طریق عرضه خود در شبکه هستند (Van Loon, 2008: 120,123). برای برقراری ارتباط با دیگران، در محیط اینترنت، باید خود را کم‌ویش معرفی کرد. هر چند که این معرفی، در اغلب موارد، می‌تواند واقعی نباشد، ولی به تدریج، با فراگیرشدن شناسنامه‌های کاربری مانند اکانت گوگل یا اکانت فیس‌بوک، ارائه جنبه‌های مهمی از خویشتن واقعی اجتناب‌ناپذیر می‌گردد.

وانگهی، افراد باید مزیت‌هایی واقعی از خود را برای برقراری ارتباط با دیگران رو کنند، تا در عمل، برای برقراری ارتباط، جذاب و قابل، به نظر برسند و بدین ترتیب، وجوهی دیگر از اطلاعات واقعی زیست خود را در شبکه - به دست خود- افشا خواهند

کرد؛ به این فرآیند و نتیجه نهایی آن «خودافشاگری اینترنتی»^۱ اطلاق می‌کنیم. افراد حاضر در محیط شبکه، به‌ویژه، در جریان دوست‌یابی‌های آنلاین، اغلب برای رسیدن به سطح مطلوب صمیمیت طی مراحل اولیه رابطه، مرتکب سطح گسترده‌ای از خودافشاگری می‌شوند (Litan and Wallison, 2000: 72). هدف از این خودافشاگری گسترده، کاهش قابل‌ملاحظه عدم اطمینان و عدم قطعیت مضاعفی است که هم به‌طور طبیعی بین دو نفر که تازه با هم آشنا شدند، وجود دارد و هم به‌طور غیرطبیعی در ارتباط اینترنتی احساس می‌شود. فشار این دو نوع عدم قطعیت، افراد را وامی‌دارد تا میزان خودافشاگری را «گسترده» در نظر بگیرند. ابتدا، خودافشاگری در پایگاه‌های اینترنتی معتبر و مشهور صورت می‌پذیرد و اغلب، خودافشاگری برای کسانی که شخص خودافشاگر، آن‌ها را خوب می‌شناسد، انجام می‌شود. ولی، این اطلاعات محدود نمی‌ماند و می‌تواند به روش‌های مختلف مورد دسترسی دیگران قرار گیرد (Stalla.Bourdillon, 2014: 7-8).

فرآیند دوست‌یابی‌های آنلاین، نیاز به حدودی از صداقت هست و هم‌چنین، تنش بین ارائه «خود ایده‌آل» در کنار ارائه «خود واقعی» وجود دارد. در نتیجه و در عمل، آنچه اتفاق می‌افتد، این است که شخص، نه تنها «خود واقعی» خود را کم‌وبیش صادقانه بیان می‌دارد، بلکه آرمان‌ها و سمت‌وسوی حرکت خود در جهان واقعی را نیز افشا می‌کند. این خودافشاگری دوگانه را می‌توان «خودافشاگری واقعی + خودافشاگری آرمانی» نام گذاشت. نکته دیگر این که خودافشاگری، اغلب، متقابل است. به‌منظور افزایش درک متقابل و درک شباهت‌ها و به رسمیت‌شناختن فرد در حال خودافشاگری تا به خودافشاگری خود ادامه دهد، افراد دیگر هم به «خودافشاگری متقابل» وادار می‌شوند. این میزان از خودافشاگری‌های چندلایه، متعدد و مضاعف، آسیب‌پذیر عاطفی را به‌طور فزاینده‌ای افزوده است؛ این خودافشاگری‌ها، در فضاهای گوناگون توسط مخاطبان مختلف ملاحظه می‌شود و از آن تعبیرهای گوناگونی صورت می‌گیرد، که این تعبیرها، اغلب مساعد نظر شخص خودافشاگر نیست. امروز، اینترنت به یکی از منابع عمده تنش عصبی و عاطفی تبدیل شده است.

1. Internet Self-Disclosure.

تیپ ۱۵. «گجت» آلوده‌شدن انسان

در برداشت متعارفی ما، فناوری اطلاعاتی موسوم به «اینترنت»، اغلب، به منزله عاملی «بیرونی» ظاهر می‌شود که ما همچون هر ابزار دیگر، از آن به نحو خودانگیزه استفاده می‌کنیم، نه به صورت چیزی که در عمق زندگی روزمره و حواس ما نفوذ کرده باشد و به سمت آن رفته باشد که حتی بینش‌های ما را با روش‌های خود انطباق داده باشد. اینترنت، به مثابه نحوی «گشتل»^۱ (به قول مارتین‌هایدگر)، به استمرار یا پروتز حواس ما تبدیل شده است و گونه خاص تأمل خود را به ما تزریق کرده است (Heidegger, 1977; Van Loon, 2008: 41_42). بدین ترتیب، زندگی شخصی تازه‌ای ظاهر شده است که در جریان آن، افراد بر وفق درخواست شبکه، خود را وانمود و افشا می‌کنند.

ابزارهایی مانند گوشی‌های سایبر، عینک هوشمند، ساعت‌های سایبر، و... که اصطلاحاً «گجت» (Gadget) نام دارند، چشم‌انداز آتی فضای زیست رسانه‌ای ما را می‌سازند، و این تنها یک آینده فنی نیست، بلکه، گونه‌ای از تلفیق تازه انسان با جهان است. آنچه در زیست اجتماعی سایبر روی می‌دهد، چشم‌اندازی است که این روزها به آن «گجت» یا همگرایی‌های چندرسانه‌ای تلفیق‌شده با بدن می‌گویند؛ یعنی چشم‌اندازی که در آن، رسانه‌های دیداری، شنیداری، اجتماعی، و ارتباطات همراه، کاملاً با هم در یک قالب چابک و همراه و پیوسته به انسان تلفیق می‌گردند.

واژه «گجت»، خیلی از ما را به یاد شخصیت کارتونی مشهور «کارآگاه گجت»، اثر پیترو ساو در می‌اندازد، و این شخصیت کارتونی، می‌تواند برداشت دقیقی در مورد ماهیت گجت‌ها یا چشم‌انداز آتی دنیای تکنولوژی سایبر به ما بیخشد؛ ابزارهایی که کارآگاه همیشه همراه داشت و آن‌ها را با گفتن «برو- برو- گجت» (Go-Go-Gadget) احضار می‌کرد. کارآگاه «گجت»، مجموعه تلویزیونی پویانمایی، محصول ۱۳۶۱/۱۹۸۳ (فصل اول)، در مورد یک کارآگاه دست و پا چلفتی، بی‌فکر و بی‌اعتناست که به‌ویژه از شخصیت کارآگاه کلوزو از سری فیلم‌ها و کارتون‌های پلنگ صورتی اقتباس شده است. نکته اول که در بدو امر، به نظر می‌رسد این است که انسان‌هایی که چنین «گجت»

1. Ge-stell.

می‌شوند، بسیاری از مهارت‌های انسانی و متعارف خود را از دست می‌دهند. ولی، «پنی» (Penny؛ که معنای لفظی آن کوچک‌ترین واحد پول آنگلو ساکسون است)، خواهرزاده کم سن «گجت»، که با استفاده از یک کتاب، لپ‌تاپ و ساعت هوشمندی که بر روی دست او نقش جام جهان‌نما را بر عهده دارد، قادر به شکستن دسیسه‌های دکتر «کلاو» است؛ البته پنی، این کارها را با کمک سگ خود به نام «برین» (Brain؛ که معنای لفظی آن مغز است)، که بیش از یک سگ معمولی می‌فهمد و در انجام بسیاری کارها، ماهر است، انجام می‌دهد. پنی، عامل اصلی موفقیت‌های کارآگاه «گجت» در مواجهه با دشمنش، دکتر «کلاو» است و مدام دنبال او می‌رود تا جلوی آسیب‌های وی را بگیرد. بدین ترتیب، «گجت/ماشین تلفیق‌شده با بدن»، «پنی/پول»، و «برین/مغز»، در یک فعالیت خانوادگی معمول دهه ۱۹۸۰، مشکلات را حل می‌کنند؛ «ماشین متحد با بدن + پول + مغز + خانواده» یک الگوی مثبت را می‌سازند. در مقابل، دکتر «کلاو» (Claw؛ که معنای لفظی آن چنگال است) در رأس سازمان (Mad_M.A.D؛ که معنای لفظی آن جنون و حماقت است) قرار دارد که همیشه به شیوه‌ای بصری بر روی صفحه رایانه خود، همه چیز را تحت نظارت دارد و تقریباً همیشه دنبال تسلط، از بین بردن امکانات و هم‌چنین، سرقت چیزهای با ارزش است؛ البته شخصیت‌های دیگری مانند اتومبیل گجت هم هستند که مانند خود گجت، تنها یک توده ماشینی صرف محسوب نمی‌شوند، بلکه شکلی از تلفیق میان ماشین و خوی و خصلت انسانی به حساب می‌آیند (توأم با اقتباس‌هایی آزاد از پایگاه فناوری ما و Go_Go Gadget; the Original Inspector Gadget Fan Site - Since 1997). مجموع این شخصیت‌پردازی‌های بدیع، یک چشم‌انداز پیشرو در سال ۱۳۶۱/۱۹۸۳ در مورد آینده تکنولوژیک ما بوده است. آنچه در شخصیت‌سازی «گجت» در سال ۱۳۶۱/۱۹۸۳ اهمیت دارد، پیش‌بینی «انسان گجتی» و تصویری از روابط انسانی است که در سایه پدید آمدن چنین انسانی به وجود می‌آید.

گوهر انسان، وی را می‌دارد تا خود را با امکانات محیطی خویش تلفیق کند و به نظر می‌رسد که «گجت» در این راستا حرکت می‌کند. تا آنجا که به رسانه‌ها مربوط می‌شود، این گوهر، انسان را می‌دارد تا ارتباط بصری خود را با ارتباط چهره‌به‌چهره در زمان واقعی و بلادرنگ، بیامیزد. ابتدا که رسانه پدید آمد، در این اتحاد زمانی-فضایی، خلل و

فاصله ایجاد کرد، امروزه، این فاصله در برخی مقاطع از بین رفته است و در آینده و با پیشرفت قطعی تکنولوژی ارتباطات، شرایطی پدید خواهد آمد که «در همه حیطه‌ها»، ارتباط رسانه‌مند از ارتباط معمولی واقعی‌تر به نظر خواهد رسید.

این که می‌گوییم، «پیشرفت قطعی تکنولوژی ارتباطات»، از آن‌روست که هم‌اکنون این پیشرفت در حدی که ارتباط رسانه‌مند را از ارتباط معمولی واقعی‌تر جلوه دهد، رخ داده است، ولی تکنولوژی آن، هنوز به صورت فراگیر در اختیار کاربران عادی قرار نگرفته است، و به زودی قرار خواهد گرفت. در برخی حیطه‌ها که این سطح از تکنولوژی عملیاتی و فراگیر شده، تأثیر خود را به جای گذارده است و به‌طور نمونه، دیدن یک مسابقه فوتبال مهم که با پنجاه دوربین، صدها فریم در ثانیه پوشش داده می‌شود را از تجربه حضور در استادیوم واقعی‌تر ساخته است.

در همین رابطه و نکته دوم این که، پس از تبدیل رسانه‌ها به «گجت»، آن‌گاه «ارتباط رسانه‌مند از ارتباط معمولی واقعی‌تر به نظر خواهد رسید» (Poster, 1988: 121). به عبارت دیگر، ارتباط معمولی غیررسانه‌مند، در مقایسه با ارتباط رسانه‌مند تلفیق شده با بدن، مانند ارتباط دو کم‌بینا بدون عینک و با عینک است. در واقع، رسانه‌ها، حواس ما را بسیار تقویت می‌کنند و وقتی بتوانند کاملاً به «گجت» ما بدل شوند، آن‌گاه ارتباطی واقعی‌تر را رقم خواهند زد.

با این میزان از تلفیق رسانه‌ها با حواس انسان و تبدیل آن‌ها به «گجت»، پیوندهای انسانی به وساطت رسانه، رفته‌رفته به ارتباط بلادرنگ بدل می‌شوند، و کم‌کم آگاهی در مورد رسانه را محو می‌کنند، طوری که دستگاه‌های ارتباطی که امروز «همراه» شده‌اند، به امتداد حواس و توش و توان ما بدل می‌گردد، و بهره‌برداری ما از آن، وجه «دم‌دستی» پیدا می‌کند، همان‌طور که یک نجار از چکش، یا یک تایپیست از کیبورد، بدون تصویری جدا از آن، استفاده می‌کند و در واقع، دست خود را با «گجت» چکش یا کیبورد، تلفیق شده می‌یابد.

یکی از نتایج این وضع، آن است که ما بیش از پیش، موضع محتاطانه خود در قبال تکنولوژی رسانه‌ای را از دست می‌دهیم. در واقع، ما این احتمال را نادیده خواهیم گرفت که ممکن است اشخاص ثالثی در یک مسافت بسیار دور، طرف ناخواسته ارتباط ما باشند.

در واقع، ارتباط ما با رسانه، به سمت سادگی و بی‌تکلفی سوق می‌یابد، بدون آن که در واقع امر، رسانه ساده‌تر و بی‌تکلف‌تر شده باشد. در نتیجه، اهمیت ترویج «سواد رسانه‌ای»^۱ به نحو روزافزونی بیشتر می‌شود؛ چرا که مردم درک متعارفی خود از شیوه‌های اعمال مالکیت رسانه‌ها بر اطلاعات، دست‌کاری رسانه‌ها در آگاهی‌ها، شیوه‌های طبیعی جلوه‌دادن ستم‌ها و بی‌عدالتی‌ها، توزیع نابرابر مهارت‌های کاربست رسانه‌ها، و ... را از دست می‌دهند. در واقع، امروزه، باید سواد رسانه‌ای به بخش مهمی از سواد عمومی تبدیل شود و جزء مهارت‌های عمومی الزامی به کودکان آموزش داده شود تا هم مهارت کاربرد رسانه‌ها به نحو عادلانه‌تری توزیع شود و هم درک انتقادی از رسانه‌ها گسترش یابد، تا افراد به سهولت، هر آن‌چه رسانه‌ها به خوردشان می‌دهند را نپذیرند.

تیپ ۱۶. برآمدن پسانسان

بل ویریلیو، به‌رغم برخی که هنوز مسیرهای بهبود را در فضای سایبر جست‌وجو می‌کنند، معتقد است: شیوه‌های تصویری برون‌رفت از بحران مدیریت، راه‌های برون‌رفت واقعی نیستند (Virilio, 1994-2007). فرض چنین راه‌حلی، وابسته است بر این که انسان‌هایی با انسانیت نفوذناپذیر، از ابزارهای ارتباطی استفاده می‌کنند که هسته نفوذناپذیر انسانیت آنها خللی یابد. به باور ویریلیو، انسان با ابزار ارتباطی خویش تلفیق می‌شود. ماشین بر انسان تأثیر می‌گذارد و او را بین به یک نوع شدید تبدیل می‌کند. این منش، ایده‌ای است که از زمان هیچ‌به‌آن «پسانسان‌گرایی»^۲ گفته می‌شود. پسانسان‌گرایی دایر بر این اعتقاد است که تلفیق انسان با زندگی خویش و ابزارهای آن از او یک مجموعه و ارگانسم‌ها شدید به وجود می‌آورد. در واقع، ما با نوع جدیدی مواجه هستیم؛ (Van Loon, 2008: 42, 95-100).

تیپ ۱۷. زوال سنت و اجتماع و روابط صمیمی

این موضوع، گونه‌ای از شرایط ناکجاآباد منفی فاجعه‌بار به دنبال می‌آورد. این

1. Media Literacy.

2. Post-humanism.

ناکجاآباد منفی، حاوی این جوهر است که در آن «زمان مرده است» و عمر به جای زمان، با سرعت تعریف می‌شود (Virilio, 1991: 59,62)؛ نحوی حرکت بی‌پایان در «برهوت». توان عبور و فرارفتن از جهان واقعی، حجم و فرمت جهان را نامأنوس می‌سازد، طوری که انرژی حیاتی انسان‌ها به جای هر کار دیگر، صرف درک و انطباق با شرایط نوبه‌نو شونده می‌گردد. حاصل این زیست دست‌پاچه و فشرده، تلفیق عجیب و غریب وجوه مختلف و ناسازگار زندگی خواهد بود. مردم در این ناکجاآباد، برای سنت و تجربه و اجتماع و روابط صمیمی، ارزشی قایل نیستند (Van Loon, 2008: 42; Heidegger, 1977: 11).

تیپ ۱۸. تقلیل عمدی دقت ادراک و اقرار به موقتی‌بودن ادراک؛ ایده‌ای برای

درک «فیلم»

گمشده بعدی، بینایی انسانی است؛ مجازی‌سازی و ایماژگون‌شدن تجربه، آفتی است که انرژی تمدن‌ساز انسان را در این شرایط از نفس می‌اندازد. نسبت تجربه اینترنتی با تجربیات واقعی ما، مانند نسبت یک مجسمه یا تابلوی نقاشی و فیلم است. یک مجسمه یا نقاشی، یک شکل پایدار است که در طول زمان شکل ثابتی دارد و می‌تواند مورد تأمل واقع شود. ولی شیوه‌ای که فیلم در آن به چشم می‌آید، کاملاً متفاوت است؛ چراکه نحوی جنبش سریع سلول‌های نوری است. بیننده فیلم، حسی از تداوم را از یک گذر و نسخ تصویر به گذر و نسخ تصویر دیگر، و در نتیجه، «توهم جنبش» را درک می‌کند. در تئوری فیلم، فرض بر این است که محرک‌های دیداری در حافظه برای چند صد میلی ثانیه ذخیره می‌شوند، و پس از آن‌ها، ناپدید می‌شوند. این وقفه، موجب می‌شود که فواصل تاریک بین تصاویر فیلم، رؤیت نشوند. بدین ترتیب، ساختار عادات کلی ما از ادراک متحول می‌شود، طوری که درک فیلم مستلزم دقت و تأمل کمتر و پذیرش «موقتی‌بودن ادراک» است (Virilio, 1991: 41-74).

تیپ ۱۹. خورشید درونی تلویزیون و مانیتور و گم‌شدن تلقی متعارف انسان

از «زمان»

ولی، گمشده مهم‌تر، زمان است. نکته آن است که سینما که خود فرزند ماشین و چرخ

و لامپ است و تلویزیون که فرزند سینماست و رایانه نیز در ورطه نمایش ملهم از تلویزیون است، با آفتابی درونی کار می‌کنند و زندگی مخاطبان را از روز و شب کاذب پر می‌نمایند. تفاوت این روز و شب کاذب و راستین را می‌توان در عبارات «اپتیک منفعل»^۱ و «اپتیک فعال» مفهوم‌سازی کرد (James, 2007: 58; Virilio, 2000: 56). می‌شود تصور کرد، کسانی که خود را در یک اتاق با رایانه و تلویزیون تنها می‌گذارند، «زمان ملموس» را گم می‌کنند و رفته‌رفته سازگاری خود را با دیگران در محیط‌های لازم به «همزمانی ملموس» از دست می‌دهند. البته آن‌ها ساعت و تقویم دارند، ولی «ساعت ملموس» نقش متمایزی در تنظیم حیات انسانی ما دارد.

تیپ ۲۰. پروتز بینایی فردی و فزونی سوءتفاهم‌ها

به تبع زمان، مفهوم فضا و مکان نیز به هم می‌ریزد. سینما، تلویزیون و بعد مانیتور، وقتی مجهز به ارتباطات ماهواره‌ای بلادرنگ و گسترده می‌شوند، به نوع تازه‌ای از «پنجره» بدل می‌شوند، و ساخت‌وساز فضا را به هم می‌ریزند. اگر تبدیل تصاویر SD به HD Full، HD و 4K را هم در نظر بگیریم، آن‌گاه رسانه به بهترین پنجره خانه تبدیل می‌شود. تأثیر این «پنجره» نوین را می‌توان با اثر اختراع تلسکوپ در سال ۱۶۰۹ توسط گالیله مقایسه کرد؛ چیزهای بسیار دوردست، تعیین‌کننده و عجیب، پیش چشم مردم نمودار می‌شود، و این‌بار همه مردم می‌توانند این همه را ببینند.

همان‌طور که از واژه تله+ویزیون (vision tele) پیداست، مردم به نحوی «پروتز بینایی» یا استمرار حواس مجهز شده‌اند (McLuhan, 1964: "Understanding Media; The Extensions of Man"). می‌شود تصور کرد که مردم امروز، مانند مردم سده هفدهم، بر حسب آنچه در این تلسکوپ جدید می‌بینند، برنامه‌ها و نهادهای زندگی خود را بازسازی می‌کنند، منتهی مشکل این است که آن سوی این تلسکوپ، شیء واحدی نیست که به مردم جهت مشترکی ببخشد. در نتیجه، می‌شود تصور کرد که میزان سوءتفاهم در سایه استفاده از این

1. passive optics.

2. active optics.

رسانه‌ها میان مردم و گروه‌های مختلف آن‌ها به قدری فزونی می‌گیرد که می‌رود تا ما را با نحوی فروپاشی اجتماعی مواجه گرداند.

تیپ ۲۱. درک مصنوعی به دلیل استفاده از ماشین‌های ادراکی

فرجام همه دگرگونی‌ها، تحول و تغییر عمیق و مستمر در درک افراد از خودشان است. هنگامی که ما به تماشای برنامه‌های تلویزیونی یا بازی رایانه‌ای می‌پردازیم، به‌طور حتم، در اشکال جدید از خودشناسایی درگیر می‌شویم. «زمان غیرواقعی» و حضور مجازی تبدیل شده‌اند به حالت غالب تجربه که با ماشین‌های بینایی از همه نوع اشباع می‌شود و هر نوع ادراک از موقعیت واقعی را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد.

مسئله برای وجود اجتماع، نیاز به نحوی حس مشترک هست و معمولاً این حس مشترک در سایه زمان واقعی در یک تاریخ مشترک واقعی قابل تحقق است، این در حالی است که تکنولوژی نوین اطلاعات، این ظرفیت‌ها را متفرق و نابود می‌کند. ما به تعداد انتخاب‌ها و ترکیب‌های رسانه‌ای، «درک مصنوعی» داریم و افراد با ساختن ترکیب‌های منحصر به فرد رسانه‌ای برای خود، خواسته یا ناخواسته، درک‌های مصنوعی متفاوت ایجاد می‌کنند که باعث افتراق آنان از دیگران می‌گردد (Van Loon, 2008: 102, 128).

تعدیل تحلیل اینترنت به مثابه آرمان شهر منفی

نهادهای اجتماعی، همان سازوکارهای رفتاری هستند که کم‌وبیش در طول تاریخ استمرار یافته و به واقعیت‌های بالنسبه مستقل از افراد تبدیل می‌شوند؛ نهادهای اجتماعی، انسان‌ها را توانمند می‌کنند تا تاریخ متمایز و متمم خود را بسازند؛ هر چند که محدودیت‌هایی نیز برای انسان‌ها به بار می‌آورند (Giddens, 1993: 2, 3, 133). بر این اساس، بررسی کامل هر نهاد اجتماعی، متوقف بر بررسی هر دو فاز توانمندکننده و ناتوان‌کننده است. امروزه، خوب که به اینترنت می‌نگریم، آن را ساختاری دو وجهی می‌یابیم؛ یک وجه، توانمندساز و یک‌وجه ناتوان‌کننده؛ البته نمی‌خواهم انکار کنم که این دو بخش برابر نیستند و حتی نمی‌خواهم بگویم که اینترنت، همان‌قدر که تهدید است، می‌تواند به فرصت هم بدل شود. از این بیش، می‌خواهم تأکید کنم که هنوز کوشش چندانی برای معرفی

وجوه توانمندساز اینترنت که نافی زیست سالم اجتماعی انسان نباشد، صورت نگرفته است. کلید مؤثر در این تلقی جامع، با طرح مفهوم مؤثری به دست می‌آید که ژوست فن لون (Van Loon: 3-131)، ملهم از نیچه، به آن «پسااومانیزم» اطلاق می‌کند. بر مبنای این تلقی، در شناخت رسانه‌ها، علاوه بر دل‌مشغولی به جذب‌شدن و ریشه‌دوانیدن فرهنگی تن انسان در رسانه‌ها به شکل گوش و چشمی که در تلویزیون و رادیو، امتداد پیدا می‌کنند، باید عکس آن را نیز مد نظر آوریم؛ یعنی، رسانه‌ها نیز در انسان نفوذ می‌کنند و نحو بودن او را تغییر می‌دهند؛ رسانه‌ها و «گجت‌های تکنولوژیک»، نحوی از انکشاف تکنیکی را برای تن انسان فراهم می‌آورند که تن انسان را به انطباق با خود وا می‌دارد، و این، به مفهوم تغییر گسترده مفهوم «انسان» نیز هست؛ یعنی، انسان اندرویدی با انسان آی او اسی یا انسان مایکروسافتی متفاوت است و روحیات و خلیات و ترکیب منحصر به فردی از حواس را در خود، سازمان می‌دهند. از این قرار، با نحوی از اومانیتته جدید مواجهیم که ماهیت جوهری آن مورد دستکاری قرار گرفته است و اکنون باید در مورد فعال‌بودن یا منفعل‌بودن آن، به شیوه خاص خودش داوری کرد.

لون، معتقد است که برای درک اومانیتته‌های جدید، نیازمند حس نیرومندی نسبت به ریشه‌های تاریخی آن‌ها هستیم (Van Loon, 2008: 95, 99-101)؛ برآمدن عصر دیجیتال و فضای سایبر، یک نقطه عطف تاریخی بود. این نقطه عطف، عمدتاً عبارت از چرخشی بنیادی در رابطه رسانه و ماده است. در حالی که تا ظهور رسانه الکترونیکی، رسانه همواره حاوی صورتی از ماده بود، که قید و بندهای زمان و فضا را ایجاد می‌کرد، اکنون، این موضوع تا حدود زیادی اهمیت خود را از دست داده است. با تلگراف و سپس، با ظهور رسانه‌های بی‌سیم از امواج رادیویی استفاده می‌کردند، حیث مکانی (مکان‌مندی) آدمی به سرعت تغییر یافت. به این ترتیب، رسانه از رابطه مکانی میان فرستنده و گیرنده، استقلال بیشتری یافت.

بنا به برداشت لون، ما باید تحلیلی از رسانه‌ها به دست دهیم که با کنار گذاشتن محوریت جسمانی-داوینچی‌ای (اشاره به طرح مشهور Man Vitruvian) و در مقابل، با تأکید بر مفهوم انسان به‌عنوان موجودی چندپاره و شبکه‌ای، سرشت بنیادی دیجیتال یا استمرار رسانه‌ای یافتن پیکر انسان را به رسمیت شناسد. البته جسم و جوهر انسانی هنوز هم

اهمیت دارد، اما اگر بناست سرشت «هستی شبکه‌ای شده آدمی» را بشناسیم، مجبوریم آن را در پیوند نزدیک با جسم‌زدودگی انسان تحلیل کنیم. باید با ترک ایده اومانیتة جسمانی داوینچی (Man Vitruvian)، گونه‌های مختلف «امر سایبر جدید» را به‌عنوان ترکیب‌های متفاوتی از تن‌یافتگی و تن‌زدودگی انسان به رسمیت بشناسیم و خود را برای مواجهه با دنیایی پیچیده‌تر آماده کنیم. رسانه، شبکه‌های فشرده و پیچیده‌ای پدید می‌آورد که فقط بر شالوده زمانی می‌توان آن‌ها را پایدار کرد و این شبکه‌ها غالباً قادر نیستند یکپارچگی و سازگاری شکل و قالب خود را حفظ کنند.

تلقی من از تقریر ژوست فن لون، این است که سه گانه «ماده»، «کاربست» و «مهارت»، را می‌توان با سهولت نسبی برای درک «امر سایبر جدید» به کار برد که تکنولوژی‌های رسانه‌های دیجیتال و سنتز آن‌ها با روابط اجتماعی و فعالیت‌های فرهنگی را کم‌وبیش حول ماده رسانه دیجیتال الکترونیک معلوم می‌کند؛ و این، نوعی ارتباط است که شباهت بسیاری به دستگاه عصبی مرکزی بدن انسان دارد، با این تفاوت که سیناپس‌ها یا نقاط اتصال عصبی به خارج از بدن انسان استمرار می‌یابند. «کاربست» و «مهارت» به‌عنوان امور درونی و «ماده» به‌عنوان امر بیرونی بدون یک مرز دقیق؛ مشخص و ثابت، در حال تعامل هستند. ارتباطات الکترونیک دیجیتال که بر اساس منطق «سیناپس»‌ها کار می‌کنند، می‌توانند شبکه‌هایی از روابط را ایجاد کنند که در آن، تن آدمی به عصب‌های انتقال‌دهنده‌ی شکل‌های زندگی سیستمیک گسترده و تا حدی هم تن‌زدوده تبدیل شود. این نوع سنتز، به‌واسطه سرشت پیونددهنده «ماده» و «کاربست»، کار خود را آغاز می‌کند. سنتز، پدیده‌ای فرضی باقی نمی‌ماند، بلکه به‌صورت «سایبر کردن واقعیت» تحقق می‌یابد. این روند، سرانجام، در «مهارت» ما بازتاب می‌یابد که از این طریق ما با نظم مجازی نوظهوری مأنوس می‌شویم و بدین ترتیب شیوه نوینی از حضور یا being-in-there به منصفه ظهور می‌رسد.

تیپ ۲۲. شکوفایی بی سابقه در تمدن انسانی

در یک سو، دنیایی که در خلال جریانات اطلاعاتی و اقتصادی شکل می‌گیرد، به‌طرز بی‌سابقه‌ای کارآمدتر است و می‌تواند اگر درست مورد استفاده واقع شود، شکوفایی

بی‌سابقه‌ای در تمدن انسانی هم به وجود آورد؛ ولی در سوی دیگر، اگر برخورد ما با آن، به قدر کافی حساب شده نباشد، با جامعه‌ای رویاروی خواهیم بود که بیش از پیش، با شتاب به «دیوار اصابت خواهد کرد» و خطرات «چرنوبیل‌های انفورماتیک»^۱ را به جان خریده‌ایم (Virilio 2005: 18; James, 2007: 116).

از این قرار، این تصور که ظهور جامعه شبکه‌ای را خطری کامل عیار تلقی کنیم، یا در مقابل، شیفته تام این فضا گردیم، نمی‌تواند در وضع کنونی، موازنه نیروهای اجتماعی مفهوم مناسبی داشته باشد. این مسأله، نیازمند موشکافی بیشتری است. بنابر قاعده، اینترنت مانند هر نهاد اجتماعی دیگر، هم ظرفیت‌های توانمندکننده و هم قابلیت‌های محدودکننده دارد و باید این دو حیطه را از هم متمایز نمود و کوشید تا وجوه توانمندساز آن تقویت گردد.

تیپ ۲۳. کاربرد کنترل شده‌ی فناوری‌های جدید اطلاعات

حواداری از تنظیم اینترنت از جمله تنظیم قضایی هستند که نقش مهمی در دفاع از کاربرد کنترل‌شده‌ی فناوری‌های جدید اطلاعات بازی می‌کنند. پذیرفتن تکنولوژی اطلاعات، به‌عنوان یک نهاد اجتماعی و کوشش برای قرارداد آن در یک مسیر اجتماعی مثمر ثمر، گام اول در «به رسمیت شناختن» و «احترام گذاشتن» به این تکنولوژی است، و مآلاً به مفهوم تأکید بر این نکته است که این تکنولوژی می‌تواند در خدمت جامعه قرار گیرد، و صرفاً سویه‌های واگرا ندارد.

تیپ ۲۴. ماشین‌های آموزگار

در همین چارچوب، کسانی هستند که با به رسمیت شناختن و احترام گذاشتن به وجوه مثبت تکنولوژی اطلاعات، می‌خواهند آن‌ها را به «ماشین‌های آموزگار» تبدیل کنند. از این روست که تکنولوژی اطلاعات، می‌تواند به جای دنیای بازی، در یک جایگزین بهتر، راه خود را از مسیرهای آموزشی و فرهیخته‌تر به جامعه باز کند. آن‌ها از آموزش عمومی

1. Informatic Chernobyl.

مادام‌العمر به کمک تکنولوژی ارتباطی دفاع می‌کنند. این دیدگاه می‌تواند از نظام آموزشی که کمتر سرکوب‌گر، کمتر انضباطی و بیشتر انعطاف‌پذیر و بیشتر اثربخش و بیشتر عادلانه باشد، جانبدارانه هواداری کند (Müller and Froidevaux, 2003, Stacey and Stacey, 2004؛ درودی، ۱۳۸۶، 32-44: Illich, 1973).

تیپ ۲۵. کاربردهای دینی

و به همین ترتیب، تجربه اینترنت در جامعه ما نشان داد که «کاربردهای دینی» تکنولوژی ارتباطات، می‌تواند به آن رنگ و بوی مثبت‌تری ببخشد. طلبه‌های حوزه علمیه قم، یکی از نخستین قشرهای اجتماعی بودند که بهره‌برداری از امکانات تکنولوژی ارتباطات را در قالب نخستین نسل‌های رایانه‌های شخصی XT PC آغاز کردند. آن‌ها، با بهره‌مندی از مؤسسه پیشرو «نور» که بعداً آن‌قدر توانمند شد که بر شورای عالی انفورماتیک چیره گردید، توانستند الگوی مثبتی از کاربری اینترنت را فراهم کنند (سمعی، ۱۳۸۴).

نتیجه‌گیری

اینترنت، به شرط حضور مؤثر و پیوسته و حساس مصلحان اجتماعی می‌تواند، اهرمی برای پیشبرد «انقلاب تکاملی اجتماعی» هم باشد؛ به سمت چیزی که شاید بتوان به آن عنوان «آرمان‌شهر مثبت ارتباطات» نامید؛ البته به شرط حضور مؤثر، پیوسته و حساس مصلحان اجتماعی در این فضای جدید. این آرمان‌شهر ارتباط، بسته به شکل مشارکت مصلحان اجتماعی، مشارکت‌کنندگان معمولی، سیاستمداران، فعالان اقتصادی، و ... می‌تواند به سمت وسوهای مختلفی میل کند، اما این ظرفیت را هم دارد که به یک سوی «ضد جهانی‌سازی لیبرال» گسیل شود (James, 2007: 104).

ملهم از استعاره «جاگنات» از آنتونی گیدنز (حاجی‌حیدری، ۱۳۸۸: ۱۷۹-۲۳۴)، که برای تحلیل وضع مدرنیت متأخر، طراحی شده است، می‌توان درکی از آینده اینترنت به دست داد. آنتونی گیدنز، عقیده دارد که شدت بازاندیشی و به تبع آن، فاصله‌گیری زمانی، فضایی جهانی شتاب‌ناک ساخته است که مقایسه آن با یک ابرتریلی با باری بسیار سنگین است که در یک شیب تند با سرعت بسیار بالا حرکت می‌کند. آینده این تریلی را نمی‌توان با دقت

پیشگویی کرد. حرکات راننده تریلی، زاویه جاده، ریگ‌های کف خیابان، سمت و سوی ورزش باد، خاطرات راننده، جنس و نوع بارها، باد تایرها، و انبوهی از عوامل تأثیرگذار از این دست، جهت حرکت آینده این تریلی را تعیین خواهند کرد و نظر به سرعت غیرقابل کنترل تریلی، پیشاپیش نمی‌توان هیچ‌یک از این عوامل را تعیین کننده غالب آینده اینترنت دانست. آنچه اهمیت دارد، فعالیت مستمر کنشگران انسانی و نواختن ضربات متوالی به پیکره این تریلی بسیار سنگین (جاگنات) است. در یک موقعیت کاملاً مناسب، تأثیر یک سنگ‌ریزه کف جاده، می‌تواند چندین برابر تأثیر راننده باشد. بنابراین، آنتونی گیدنز تمایل دارد تا رسالت جامعه‌شناسی را بیش از پیش یک دنیای جدید و متحول‌شونده، تشویق اکتیویسم و فعال‌سازی انسان‌ها معرفی کند؛ این است که آینده سایبر و اینترنتی انسان‌ها را می‌سازد و این است کمکی که علم جامعه‌شناسی می‌تواند به ساختن یک دنیای هوشمند انسانی‌تر بنماید.

منابع

۱. پاتر دبلیو، جیمز (۱۳۹۱)، بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای، ترجمه: امیر یزدیان، منا نادعلی و پیام آزادی، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۲. حاجی حیدری، حامد (۱۳۸۸)، آنتونی گیدنز؛ مدرنیت زمان. فضا، تهران: اختران.
۳. درودی، فریبرز (۱۳۸۶)، «بازیابی مؤثر و سودمند اطلاعات در محیط اینترنت»، در مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ش ۶۹.
۴. رحمان سرشت، حسین (۱۳۷۹)، «مشاهیر مدیریت هربرت سایمون: رفتار اداری و تصمیم‌گیری»، در مطالعات مدیریت بهبود و تحول، ش ۲۵ و ۲۶.
۵. سمیعی، محمد (۱۳۸۴)، «تحلیلی بر حضور فناوری اطلاعات در حوزه علمیه قم»، در کتاب ماه کلیات، ش ۹۴ و ۹۵.
۶. فروند، ژولین (۱۳۷۲)، نظریه‌های مربوط به علوم انسانی، ترجمه: علی محمد کاردان، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۴)، مسائل محوری در نظریه‌ی اجتماعی؛ کنش، ساختار و تناقض در تحلیل اجتماعی، ترجمه: محمد رضایی، تهران: انتشارات سعادت.
۸. لیون، دیوید (۱۳۸۴)، «جامعه نظارتی: مسیرهای جدید در تئوری»، ترجمه: لیدا کاووسی، در رسانه، ش ۶۲.
9. Baudrillard, Jean (1981-1983), *Simulations*, trans. Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman, New York: Semiotext(e).
10. ——— (1993), *Symbolic Exchange and Death*, London: Sage.
11. ——— (1998), *The Consumer Society: Myths and Structures*, London: Sage.
12. Cambié, Silvia and Yang-May Ooi (2009), "International Communications Strategy: Developments in Cross-Cultural Communication", *PR, and Social Media*, London: Kogan Page.
13. Castells, Manuel (1999), "The Informational City: Information Technology", *Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*, Oxford: Basil Blackwell.

14. ————— (2006), *The Theory of The Network Society*, Great Britain by MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall.
15. ————— (2009), *The Power of Identity (The Information Age: Economy, Society, and Culture)*, Oxford: Blackwell.
16. Cochrane, Allan, and Kathy Pain (2005), "A globalizing society?", in David Held (ed), *A Globalizing World? Culture, Economics, Politics*, London and New York: Routledge, pp.4-43.
17. Comte, Auguste (1865 - 2009), *A General View of Positivism*, London: Routledge.
18. Curran, James, Natalie Fenton, and Des Freedman (2012), *Misunderstanding the Internet*, New York: Routledge.
19. Dreyfus, Hubert L. (1979), *What Computers Can't Do; A Critique Of Artificial Reason*, London: Harper & Row Publishers.
20. ————— (2009), *On the Internet*, London: Rputledge.
21. Foucault, Michel (1977), *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*, trans. Alan Shendan, Harmondsworth: Penguin.
22. ————— (2003), *The Birth of the Clinic; An Archaeology of Medical Perception*, Translated from the French by A.M.Sheridan, London: Routledge.
23. Illich, Ivan (1973), *Deschooling Society*, Harmondsworth: Penguin.
24. Gibson, William (1985), *Neuromancer*, London: Victor Gollancz.
25. Giddens, Anthony (1993), *New Rules of Sociological Method A Positive Critique of Interpretative Sociologies*, California: Stanford University Press.
26. ————— (1990), *The Consequences of Modernity*, Stanford, Stanford University Press.
27. Heidegger, Martin (1977), *The Question Concerning Technology and Other Essays*, New York, NY: Harper & Row.
28. Hemmingway, Emma (2007), *Into the Newsroom: Exploring the Digital Production of Regional Television News*, London: Routledge.
29. James, Ian (2007), *Paul Virilio*, London: Routledge.
30. Jha, Chandra Shekhar (2001), "New Challenges in Engineering Education", in "ISTE-11th Karnataka Convention Commemorative Lectures", Delivered from 1982-2000, 2001, pp. 137-149.
31. Lane, Richard (2000), *Jean Baudrillard*, London and New York: Routledge.

-
32. Latour, Bruno (1987), *Science in Action, How to Follow Scientists and Engineers Through Society*, Buckingham: Open University Press.
 33. ————— (1988), “Mixing Humans and Non-Humans Together: The Sociology of a Door-Closer”, in *Social Problems* 35 (3): 298_310.
 34. ————— (1996), *Aramis or the Love of Technology*, Cambridge: Harvard University Press.
 35. Litan, Robert E. and Peter J. Wallison (2000), *The GAAP Gap; Corporate Disclosure in the Internet Age*, WASHINGTON, D.C.: AEI-Brookings Joint Center for Regulatory Studies.
 36. Manuel Castells (2000), *The Rise of The Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture*. John Wiley & Sons.
 37. Mauss, Marcel (1924\ 2002), *The Gift: The Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*, London: Routledge.
 38. McLuhan, Herbert Marshall (1964), *Understanding Media; The Extensions of Man*, Hammondsworth: Penguin.
 39. Müller, Jeanne Froidevaux (2003), *A Librarian's Guide to the Internet: Searching and Evaluating Information*, Oxford: Chandos Publishing.
 40. Phillips, Joshua, and Mark D. Ryan (2014), “A Future for Privacy”, in Sophie Stalla-Bourdillon, Joshua Phillips, Mark D. Ryan (eds.), *Privacy vs. Security*, Verlag London: Springer, pp. 91-111.
 41. Poster, Mark (1988), *Jean Baudrillard; Selected Writings*, Stanford: Stanford University Press.
 42. Robins, Kevin (2003), “Encountering Globalization”, in David Held and Anthony McGrew (eds.), *The Global Transformations Reader: an introduction to the globalization debate*, Cambridge: Polity Press, pp.239-245.
 43. Sandvig, Christian (2003), “The Structural Problems of the Internet for Cultural Policy”, Prepared for *Critical Cyberculture Studies: Current Terrains, Future Directions*, A Symposium Sponsored by the Ford Foundation, University of Washington, Seattle, USA, May 2003.
 44. Sherratt, Yvonne (2006), *Continental Philosophy of Social Science: Hermeneutics, Genealogy, and Critical Theory from Greece to the Twenty-First Century*, Cambridge: Cambridge University Press.

45. Stacey, Alison; Stacey, Adrian (2004), *Effective Information Retrieval from the Internet: an Advanced User's Guide*, Oxford: Chandos publishing.
46. Stalla-Bourdillon, Sophie (2014), "Privacy Versus Security... Are We Done Yet?", in Sophie Stalla-Bourdillon, Joshua Phillips, Mark D. Ryan (eds.), *Privacy vs. Security*, Verlag London: Springer, pp. 1-90.
47. Stiegler, Bernard (1998), *Technics and Time 1_ The Fault of Epimetheus*, Stanford University Press.
48. ————— (2008), *Technics and Time 2_ Disorientation*, Stanford University Press.
49. ————— (2011), *Technics and Time 3_ Cinematic Time and the Question of Malaise*, Stanford University Press.
50. Thompson, John B. (1995), *The Media and Modernity: a social theory of the Media*, Cambridge: Polity Press.
51. ————— (2003), "The Globalization of Communication", in David Held and Anthony McGrew (eds.), *The Global Transformations Reader: an introduction to the globalization debate*, Cambridge: Polity Press, pp.239-245.
52. Van Loon, Joost (2006), *Network. Theory Culture & Society* 23(2/3): 307-14.
53. ————— (2008), *Media Media Technology: Critical Perspectives*, New York: McGraw-Hill, Open University Press.
54. Virilio, Paul (1991), *The Aesthetics of Disappearance*, Translated By Philip Beitchraan, New York: Semiotext(e).
55. ————— (1994), *The Vision Machine*, Translated By Julie Rose, London: BFI Publication.
56. ————— (2000), *Polar Inertia*, trans. P. Camiller, London: Sage.
57. ————— (2005), *L'Accident originel*, Paris: Galilée.
58. ————— (2007), *Strategy of Deception*, Translated by Chris Turner, New York: VERSO.
59. Weber, Max (1978), *Economy and Society*, edited by Guenther Roth and Claus Wittich, Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

A Radical Analysis of the Future Vision of the Media Field

Hamed Hajiheidari¹

Abstract

This paper seeks to summarize and typify diverse views about radical and theoretical analysis of the future of human cyber life. After occurrence of 'communication revolution' at the end of twentieth century, some theories thought that the communication technology was the starting point for social disintegration and destruction of civilizing mechanisms of human unity and even for humanity itself. Base on presented analytical history and reviewed theoretical model, it can be envisioned that these judgments will fade in the future, and once again mankind will utilize his buffer capacity for converting threats to opportunities. This is one kind of recurrence of the soul of century beginning where hopes and capacities replace despairs.

The author, after presenting the introduction and methodological considerations, altogether reviews twenty-six type of views on cyber life capacities, consequences and foresight. Then he assigns them into two big categories of "analyzing the Internet as a negative utopia" and "moderating the analysis of the Internet as a negative utopia." Finally, he finishes the paper, with a conclusion about sociology's attempt to keep humankind active for building a more ethical future.

Keywords

digital life; self-disclosure; gadgets; post-humanism; social reformers; Internet.

1. Assistant Professor, Faculty of Social Sciences, University of Tehran: hajiheidari@PhiloSociology.ir

The Theoretical Foundations of Video Games

Mohammad-Reza Anvari¹

Abstract

Video games are among the modern media that, due to their interdisciplinary nature, cannot be explained using old communication and media theories. This paper, by passing conventional theories of communication, seeks to establish a framework for analyzing theoretical foundations, upon which video games operate. For this purpose, it views video games as a "play" model and with an approach that regards video games as an educational and media source for transmission of culture, claims that in video games, especially in the political and strategic genre, with "producing hyper-reality" _as Baudrillard believes- a copy of reality is produced that replaces the real version. And through symbols and simulations existing in the game, it replaces the reality so that sometimes there is no actual version in the real world to which can we refer the game. Herman and Chomsky' model of "Manufacturing Consent" plus the ideological mechanism governing the game contributes to the creation of hyper-reality.

Keywords

video games; hyper-reality; ideology; simulation; Manufacturing Consent

1. Doctoral Student of Culture and Communication, Baqir al-Olum University and a Member of Educational-Social Department, Baqir al-OlumInstitute: m_reza.anvari1358@yahoo.com

**A Study of Social Factors Affecting
the Tendency to Converting Elegy to Pop Song: A Case Study of
Men Mourners of Khorramabad's Mourning Bodies**

Akbar Talebpour¹
Mahin Derikvand²

Abstract

The present research deals with social factors affecting the tendency to pop elegy among mourning bodies' youth in Khorramabad. The sample size is 301 persons of that mourning bodies which have been selected by cluster sampling method. For explanation of factors affecting the tendency to pop elegy theories of following theorists have been used: Fishbein and Ajzen, George Gerbner, Max Weber, Pierre Bourdieu, Milton Yinger and Theodor W. Adorno. Impacts of the following variables on the tendency to pop elegy have been measured: participation in ceremony, music rhythm, social networks, instrumental rationality, consumer's taste and social status. For explaining the findings, descriptive statistics, frequency table and multiple regression have been utilized. For measuring reliability of the questionnaire, Cronbach's alpha coefficient and for assessing validity of the measurement tool, formal validity has been employed. The value of Cronbach's alpha coefficient was 0.807, which indicates the reliability of the questionnaire. The research findings show that the variables of participation in ceremony, social networks, music rhythm, and instrumental rationality, have effect on the tendency to pop elegy, while social status and people's taste have no effect on it.

Keywords

consumer's taste; music rhythm; social networks; instrumental rationality; tendency to pop elegy.

-
1. Assistant Professor, Department of Sociology, University of Ayatollah ozma Boroujerdi: Talebpour110@yahoo.com
 2. MS in Sociology, University of Ayatollah ozma Boroujerdi: M.derikvand2015@gmail.com

Analyzing the Lifestyle of Imam Husayn (PBUH) with Emphasis on Relationships to Wife and Children

Mohammad-Bagher Kajbaf¹

Amir Ghamarani²

Negin Moradi³

Abstract

One of the most important issues that have been discussed in Islam is the style of dealing with wife and children. The aim of this research is analyzing lifestyle of Imam Husayn (PBUH) with emphasis on his relationships to wife and children. The statistical population of the research is all books and journal articles on Imam Husayn's (PBUH) lifestyle. Statistical sample consists of twenty books and four article. The qualitative content analysis, with an applied approach, has been used for the analysis of the books and articles. Components of his lifestyle include seven main components (behavioral, structural, communicative, social, cognitive, affective-emotional, and spiritual) and thirty sub-components. Based on the research findings, it reveals that Imam Husayn's (PBUH) lifestyle with elements like neatness, devotion to relatives, good mood, decent behavior, frugality, and compliance with and loyalty to the wife, parenting, vocal communication skill, self-improvement, entertainment, anger management, death awareness, resilience and the like can be a model of improving couples' relationships and excellent parenting and can be sources of durability of a dynamic married life and eventually an empowered society.

keywords

life style; Imam Husayn (PBUH); relationship to wife and children; qualitative analysis.

1. Professor, Department of Psychology, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Isfahan: m.b.kaj@gmail.com

2. Assistant Professor, Department of Psychology and Teaching Children with Special Needs, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Isfahan: aghamarani@yahoo.com

3. MS in General Psychology, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Isfahan: Moradin691@gmail.com

Examination of the Relationship between Social Capital and Job Performance among Professors of Lorestan Payame Noor University

Ayoub Garavand¹
Maryam Moosivand²
Seyyed Mahdi Viseh³

Abstract

The aim of this research is the examination of relationship between social capital and job performance among professors of Lorestan Payame Noor University, based on religious teachings. The research method is descriptive as correlation type. The statistical populations are professors of Lorestan Payame Noor University among which 380 one selected, by simple probability sampling. The data-collection tool is the questionnaire of social capital and job performance measurement. For explanation of the impact of each social capital component on managers' job performance, the Pearson's correlation coefficient and multiple regression and for verification of linearity, R-square technique has been used.

The research findings show that there is meaningful relationship between social capital and job performance of the professors. Furthermore, there is a positive and significant relationship between components of social capital, including confidence, political participation, ability to form informal social relations, diversity in companionships and friendships and job performance. Results of regression with the step-by-step method demonstrate that among four components of social capital, i.e. confidence, ability to form informal social relations, diversity in companionships and political participation, respectively are the best predictors of job performance and overall, determine 78% of professors' job performance variance.

Keywords

social capital; job performance; professors of Lorestan Payame Noor University.

1. Faculty Member, Payame Noor University: garavandauob@yahoo.com

2. Faculty Member, Payame Noor University: moosivand1@gmail.com

3. Assistant Professor, University of Ilam: amir7912000@yahoo.com

Abstracts

The Framework of the Theory of Progress and Evolution in the View of Ayatollah Motahhari¹

Hamid Parsania²
Akbar Davaei³

Abstract

Passing about forty years of the Islamic revolution, Iran is in need of an indigenous and Islamic model of progress. A model that is consistent with the foundations of the revolution and is in the direction given by its divine leaders.

In designing the progress model, the first step is conceptualization, and its purpose is reaching a theoretical framework for determining the limits of progress. The possibility of recognizing real progress from virtual progress and the ability to discriminating between the right progress and the wrong one are among other advantages of the conceptualization.

This paper deals with the concept, foundations and different kinds of human community's evolution in the view of Ayatollah Motahhari and concludes with a theoretical framework for determining the limits of progress. In this framework, sorts of progress in six realms of spiritual, mental, physical, cultural and civilizational are depicted as a form of schema. In the future research, this framework can be complemented and used for modeling progress in different social spheres. This work can be done by establishing relationships between these six areas and weighing these relationships based on priority, inferiority and amount of importance of them.

Keywords

progress theory; real evolution; virtual evolution; personal evolution; social evolution

-
1. Extracted from the doctoral dissertation on lecturer of Islamic studies, titled "Foundations of Islamic Theory of Progress in the View of Ayatollah Motahhari".
 2. Lecturer of High Grades of Philosophy in Seminary and Associate Professor, Faculty of Social Sciences, University of Tehran: h.parsania@gmail.com
 3. Doctoral Student of Lecturer of Theology and Islamic Studies –Theoretical Foundation of Islam: akdavaei@gmail.com

Content

The Quarterly Journal of

Islam
and Social Studies

Vol. 4, No. 1, Summer, 2016

- **The Framework of the Theory of Progress and Evolution in the View of Ayatollah Motahhari**
Hamid Parsania & Akbar Davaei
- **Examination of the Relationship between Social Capital and Job Performance among Professors of Lorestan Payame Noor University**
Ayoub Garavand & Maryam Moosivand & Seyyed Mahdi Viseh
- **Analyzing the Lifestyle of Imam Husayn (PBUH) with Emphasis on Relationships to Wife and Children**
Mohammad-Bagher Kajbaf & Amir Ghamarani & Negin Moradi
- **A Study of Social Factors Affecting the Tendency to Converting Elegy to Pop Song: A Case Study of Men Mourners of Khorramabad's Mourning Bodies**
Akbar Talebpour & Mahin Derikvand
- **The Theoretical Foundations of Video Games**
Mohammad-Reza Anvari
- **A Radical Analysis of the Future Vision of the Media Field**
Hamed Hajiheidari

Editorial Board
(Persian Alphabetical Order)

Nasrullah Aqajani

Assistant Professor, Department of Social Science, Baqer-ulUlum University

Nasrullah Hussein-zadeh

Chief of Baqer-ulUlum Publications and Quarterlies

Mahmud Rajabi

Professor, Imam Khomeini Educational and Research Institute

Sayyed Abbas Salehi

Assistant Professor, Research Center for Islamic Science and Culture

Hassan Ghaffari-far

Assistant Professor, Imam Reza Higher Education Seminary

Hussein Kachuyan

Associate Professor, School of Social Science, Tehran University

Shamsullah Mariji

Associate Professor, Department of Social Science, Baqer-ulUlum University

Reviewers of this Volume

Hujjat-ulIslam Nasrollahe Aghajani, Hujjat-ulIslam Dr. Fazel Hesami, Hujjat-ulIslam Dr. Karim khanmohamadi, Hujjat-ulIslam Dr. Hassan Ghafare-far, Hujjat-ulIslam Dr. farajollah Mirarab, Hujjat-ulIslam Dr. Hassan Yousefzadeh, Dr. Davood Rahimi sajasi, Dr. Abdul-hussein Kalantari, Dr. Muhammad Ellini.



The Quarterly Journal of
Islam
and Social Studies

Vol. 4, No. 1, summer, 2016

Academy of Islamic Sciences and Culture

www.isca.ac.ir

Manager in Charge:

Najaf Lakza,ee

Editor in Chief:

Hmaid Parsania

Manager:

Seifollah Qanbari Nik

Executive expert:

ali jamedaran

Translator of Abstractes: **Ali Dihqan**

Tel.:+ 98 25 37745842 • P.O. Box.: 37185/3688
Jiss.isca.ac.ir

راهنمای اشتراک مجلات تخصصی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم



ضمن تشکر از حسن انتخاب شما

مرکز توزیع مجلات تخصصی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم عهده دار توزیع و اشتراک مجلات ذیل می باشد. لطفاً پس از انتخاب مجله مورد نظر، فرم ذیل را تکمیل کرده و به نشانی ارسال فرمایید.

فرم اشتراک

حوزه	فقه	آیین حکمت	آینه پژوهش	مجلات تخصصی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
یک سال اشتراک ریال ۱۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۱۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲۴۰,۰۰۰	
پژوهشهای قرآنی	اسلام و مطالعات اجتماعی	علوم سیاسی	تاریخ اسلام	نقد و نظر
یک سال اشتراک ریال ۱۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲۰۰,۰۰۰
نام پدر:		نام و نام خانوادگی:		نام:
میزان تحصیلات:		تاریخ تولد:		نهاد: شرکت:
کد اشتراک قبل:	کد پستی:	استان:		نشانی:
پیش شماره:	صندوق پستی:	شهرستان:		
تلفن ثابت:	رایانامه:	خیابان:		
تلفن همراه:		کوچه: پلاک:		

هزینه های بسته بندی و ارسال به عنوان تخفیف محاسبه شده است.

قم، خیابان شهدا، کوچه ۲۲، پلاک ۴۲، نشر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی
کد پستی: ۳۷۱۵۶-۱۶۴۳۹ فاکس: ۰۲۵-۳۷۱۱۶۶۶۷
شماره پیامک: ۳۰۰۲۷۰۲۵۰۰۰۰ رایانامه: magazine@isca.ac.ir

شماره حساب سیبایانک ملی ۰۱۰۹۱۴۶۰۶۱۰۰۵ مرکز توزیع مجلات تخصصی